



KANTAR MEDIA

Rikets medietilstand

Medietrender 2024

Filmens Hus (F2F og Digitalt)

Torsdag 11. januar 2024

Ingvar Sandvik, Direktør innovasjon & marketing

Kantar Media



iSandvik

Digitale nøkkeltall – «anytime, anywhere!»

«Alle»



Bruker internett daglig

86%



Har TV koblet til Internett*

85%



Har bærbar PC/Mac**

22%



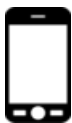
Har treningsarmbånd

5%



Har VR utstyr***

9 av 10



Har Smart telefon
(«Alle» har mobiltelefon)

67%



Har smart TV**

46%



Har spillkonsoll**

25%



Har Smarthøytaler

1%



Har Smartbrille***

7 av 10



Eier nettbrett**

46%



Har strømmeboks**
(Apple TV, Chromecast etc.)

35%



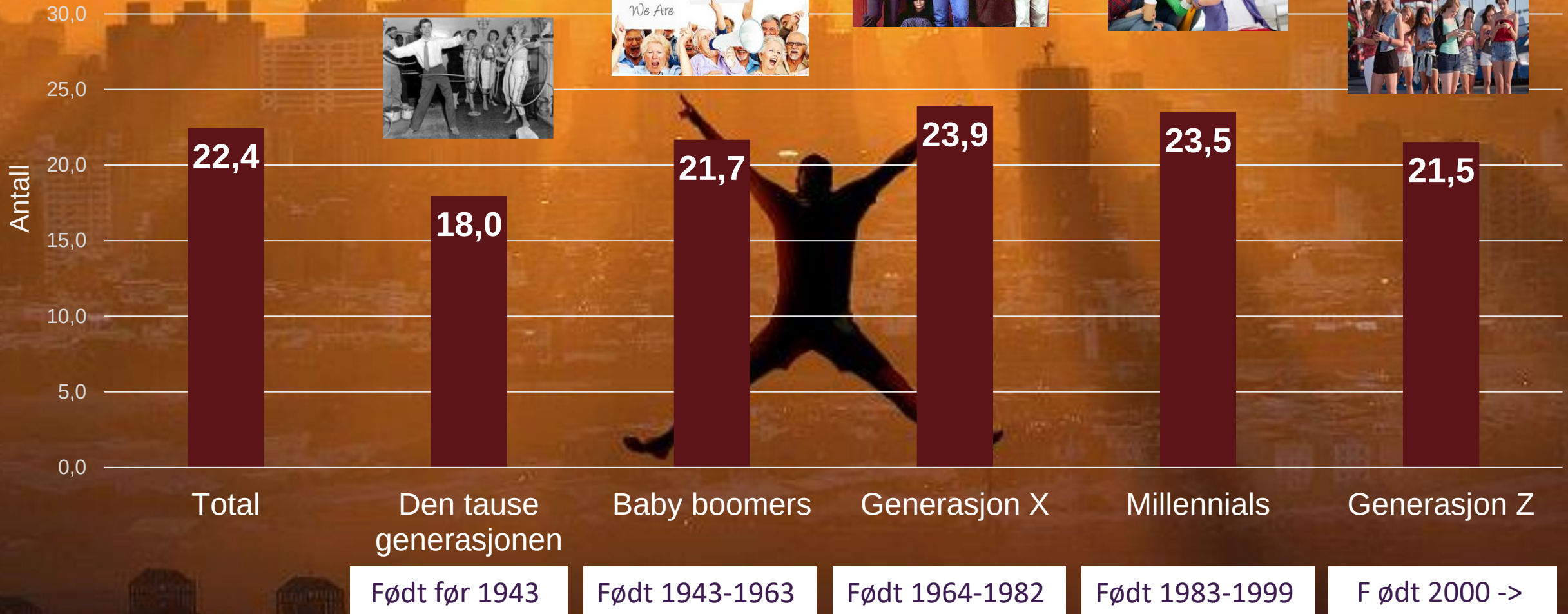
Har stasjonær PC/Mac**

26%



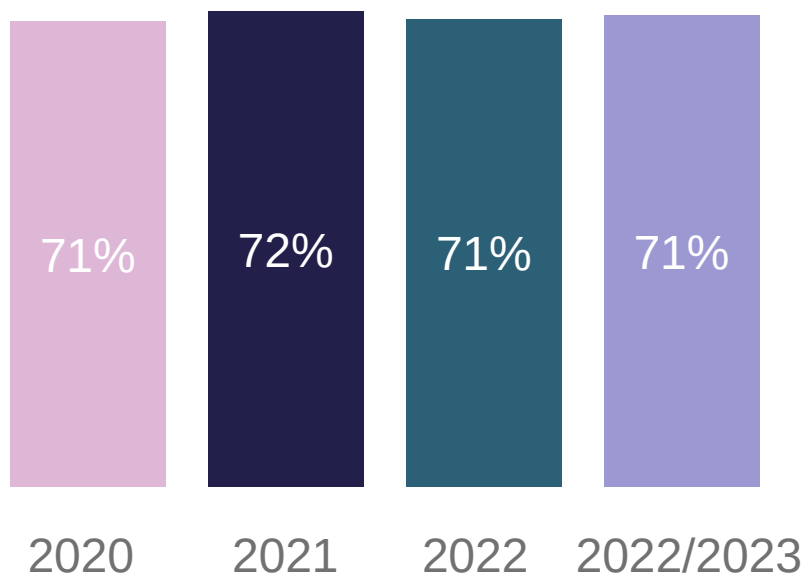
Har Smartklokke

Antall «medieflater og kommunikasjonsplattformer» man er i kontakt med daglig

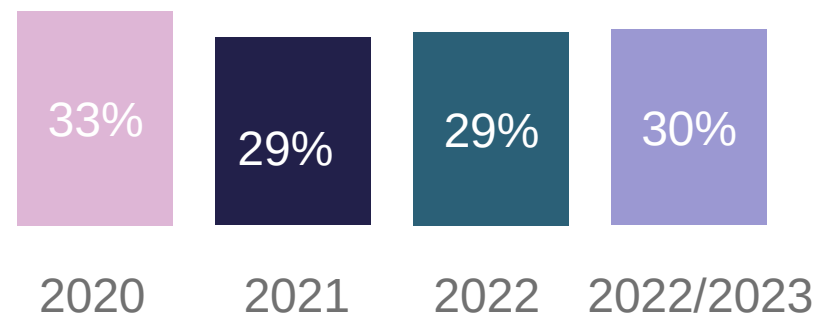


Viktigste nyhetskilder (18 år +)

Nettavisar er min viktigste nyhetskilde



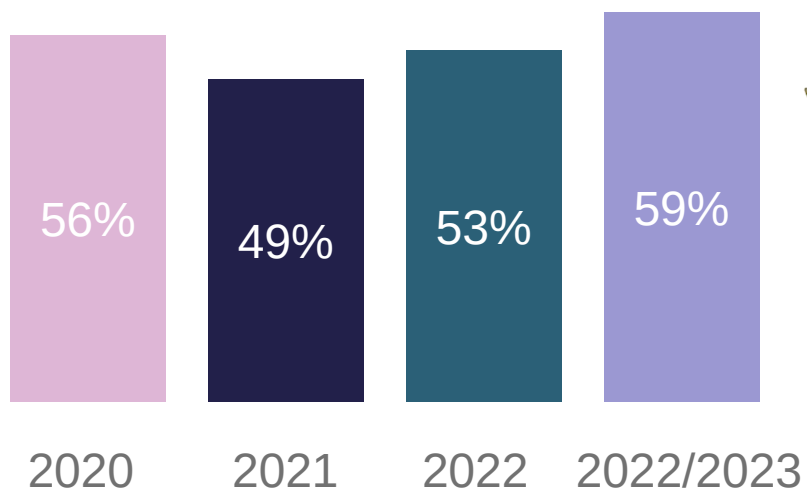
Sosiale medier er min viktigste nyhetskilde



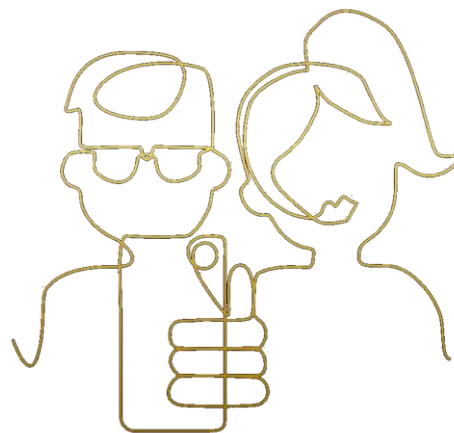
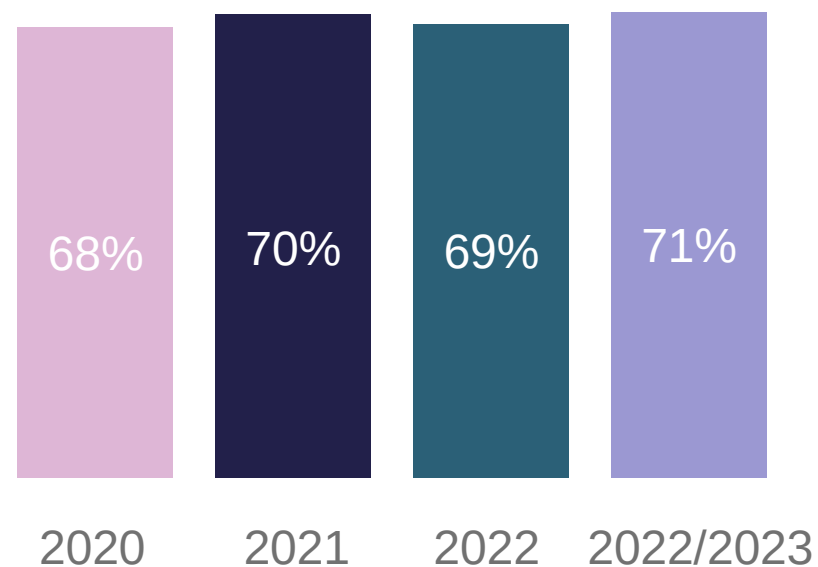
Viktigste nyhetskilder (12-17 år)

For unge i ungdomsårene er Sosiale medier en viktigste nyhetskilde!

Nettavisar er min viktigste nyhetskilde



Sosiale medier er min viktigste nyhetskilde



Sosiale media – Q4 2023

Daglig bruk



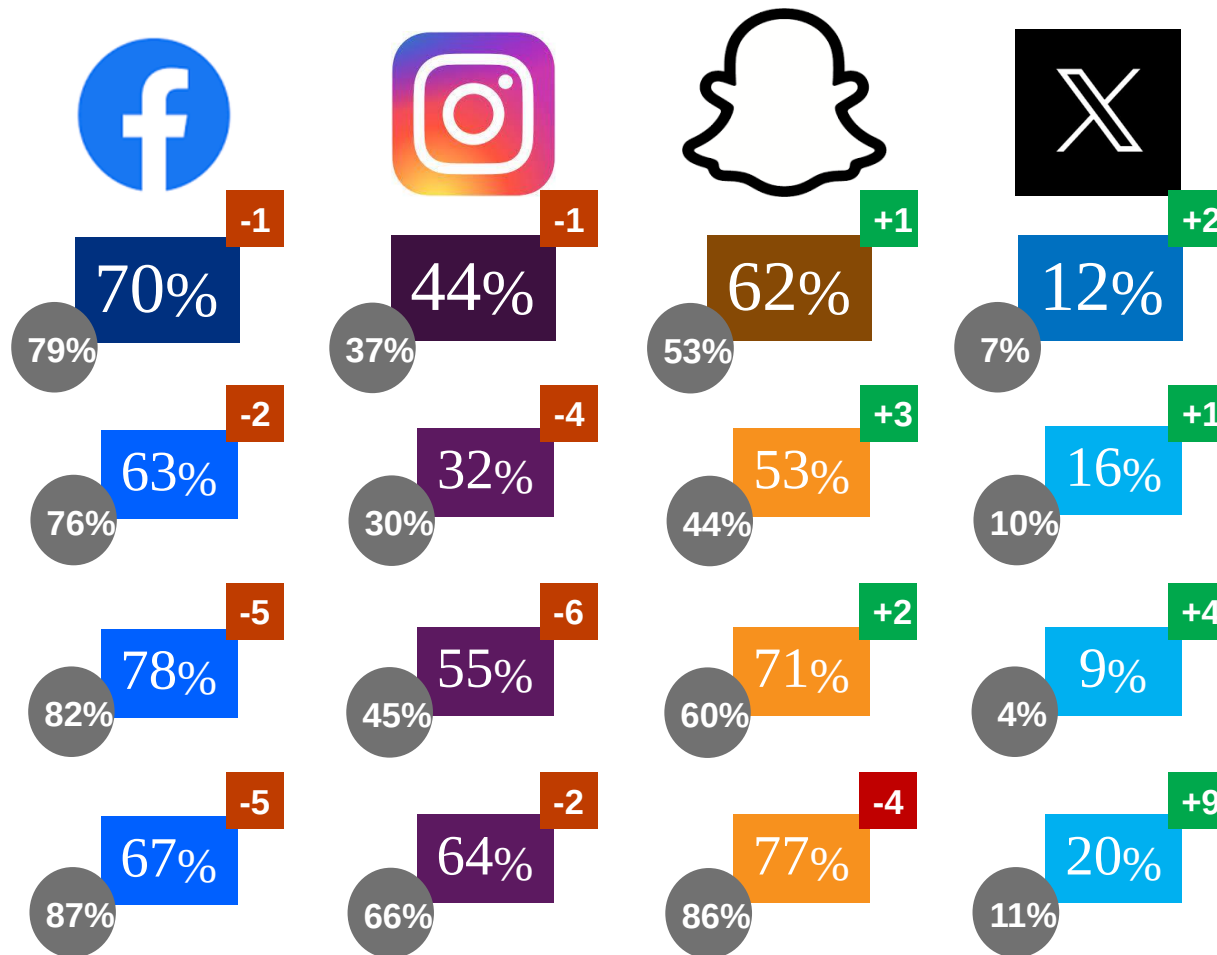
INTERBUSS

Facebook har totalt sett stabilisert seg. Men de sliter blant yngre hvor de hadde et topp-punkt i 2014/2015 på 90%

Instagram er nå veldig stabil. Yngre og kvinner har vært vekst driverne, men går tilbake nå. Unge går fra 69% i Q4-'20.

Snapchat gikk forbi FB i blant de yngste i 2019. Markant foran fortsatt. Vekstvinneren lenge, men går tilbake blant yngre nå.

X (Twitter) er fortsatt liten, men øker noe. Har variert mye gjennom tiden, men aldri tatt av. Økning blant yngre for andre kvartal på rad.



vs. Q4
2022

Q4
2017



12-17 år 73 %
daglig bruk

Totalt 12 år +:	21 %
18-29 år:	44 %
30-49 år:	20 %
50 år +:	5 %

(+2%pp)



Utvikling ift
ett år siden
(%-poeng)



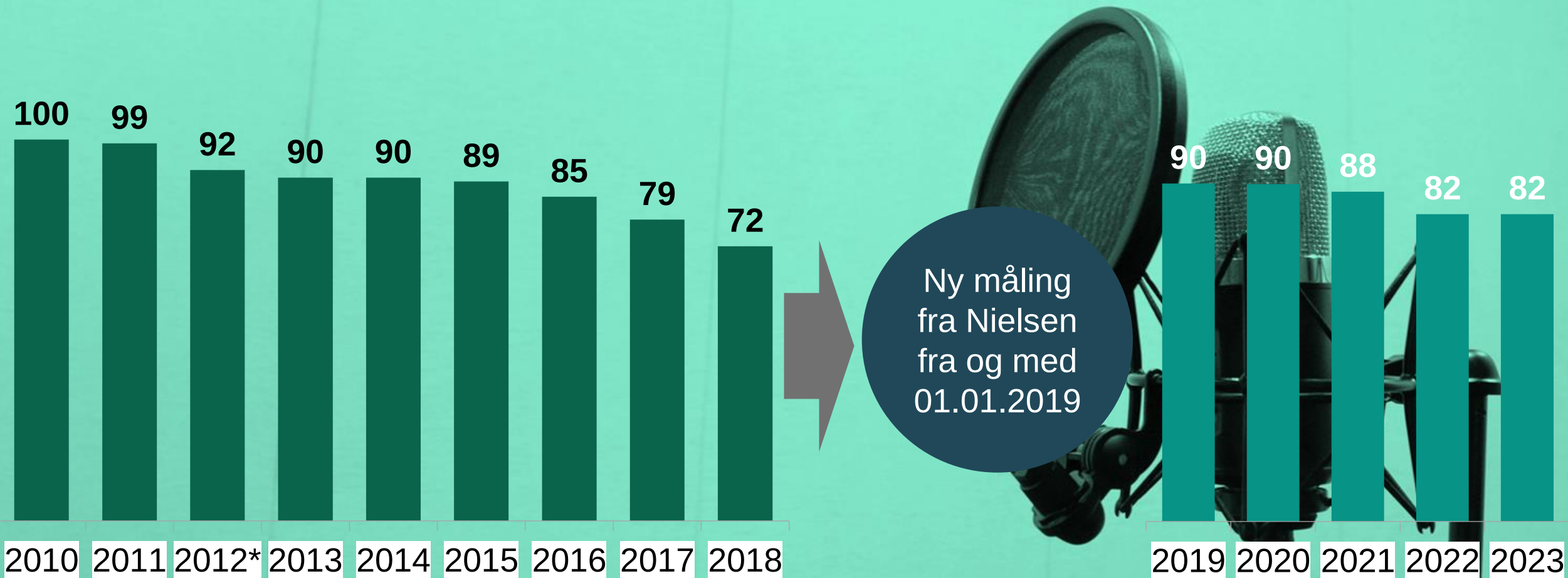
(+3%pp)

(+8%pp)

(+6%pp)

(+2%pp)

Daglig lyttetid RADIO totalt (2010-2023)

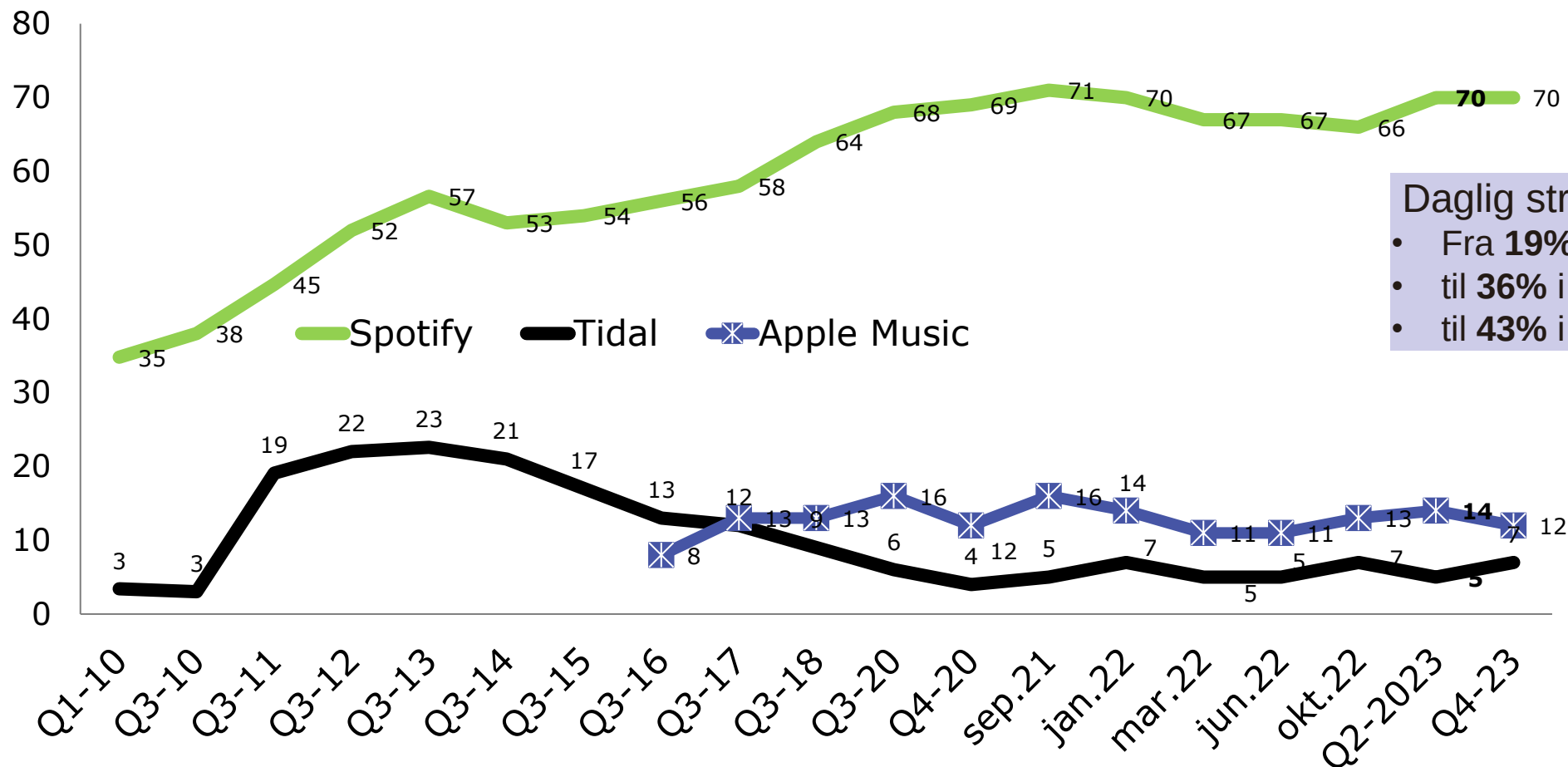


Kilder:
2019-2023: Radioundersøkelsen, Nielsen.
2010-2018 Radioundersøkelsen, Kantar Media.
Tallene er eksklusive lokalradio som ikke fanges opp av PPM.

*Metodeendring 01.10.12

Musikkstrømming

Spørsmål: Har du tilgang til følgende musikkjenester på Internett?



Daglig strømming av musikk

- Fra **19%** i Q2-2012,
- til **36%** i Q2 2018,
- til **43%** i Q4-2023

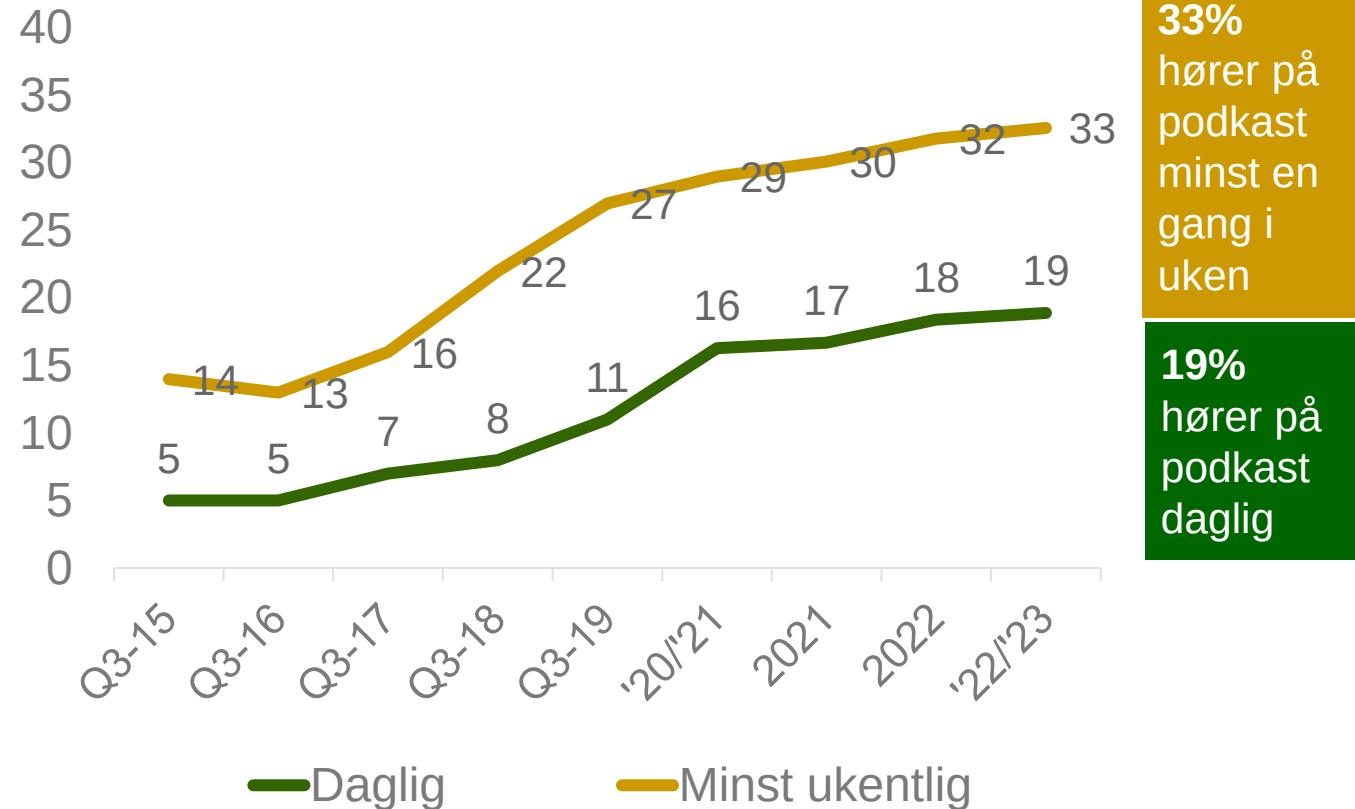
Kjennskap og lytting til podkast



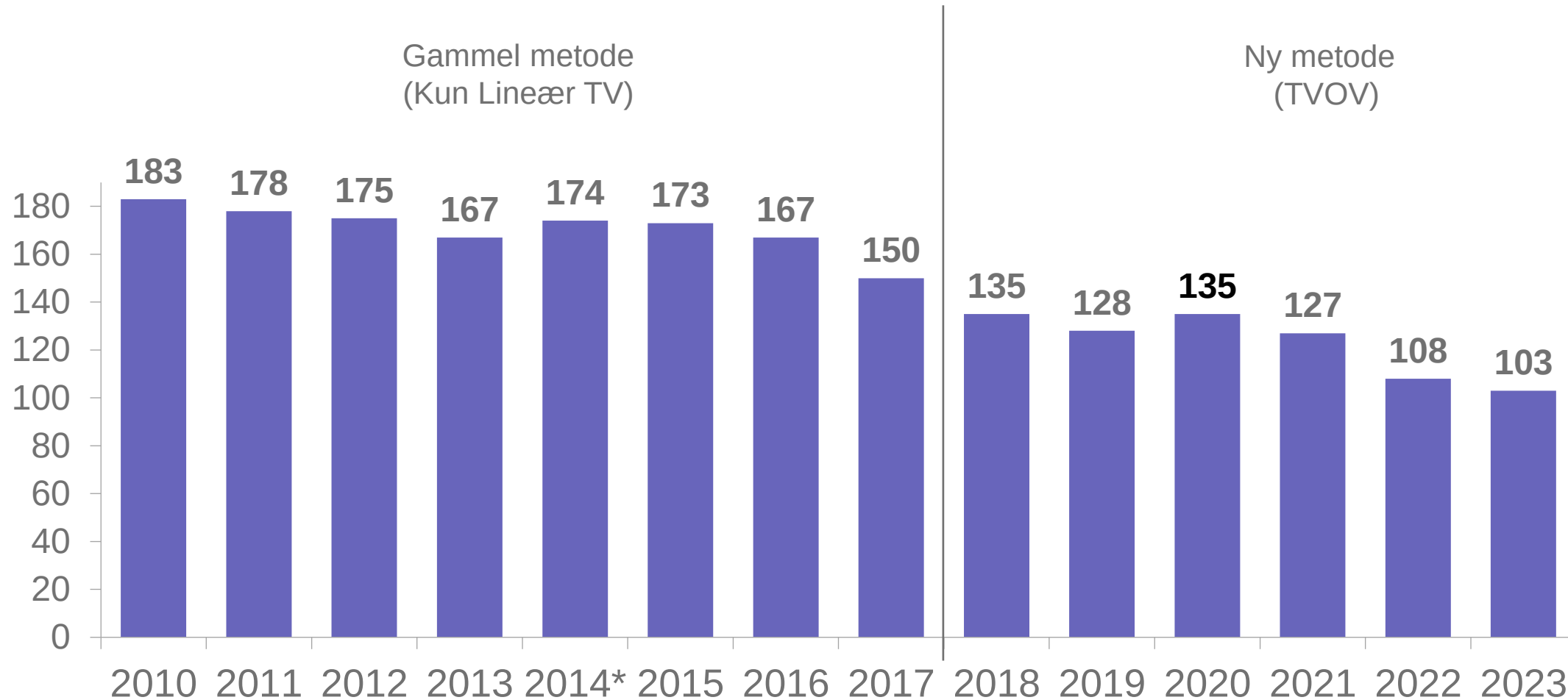
Noen fun facts*

- 9 av 10 vet nå hva en podkast er
- 44% hører på podkast minst 1 gang i måneden
- Podkast er et LongTail medium
 - Topp 10 Podkaster - 1% av alle - står for ca. 1/3-del av konsumet i en uke
 - Topp 20 står for ca. 50% av konsumet
 - 15% av alle podkaster står for over 90 % av konsumet
 - (dette er nær identisk med samme fakta i 2022!)

Hvor ofte hører du på podkast?

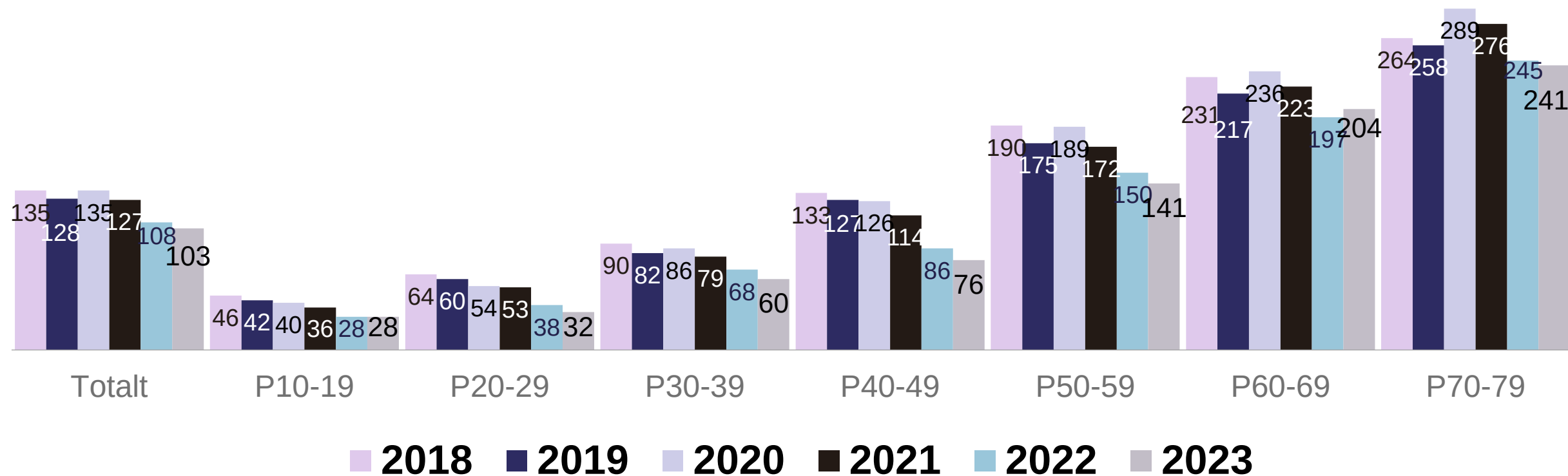


Daglig seertid TV totalt (2010-2023)



Daglig seertid

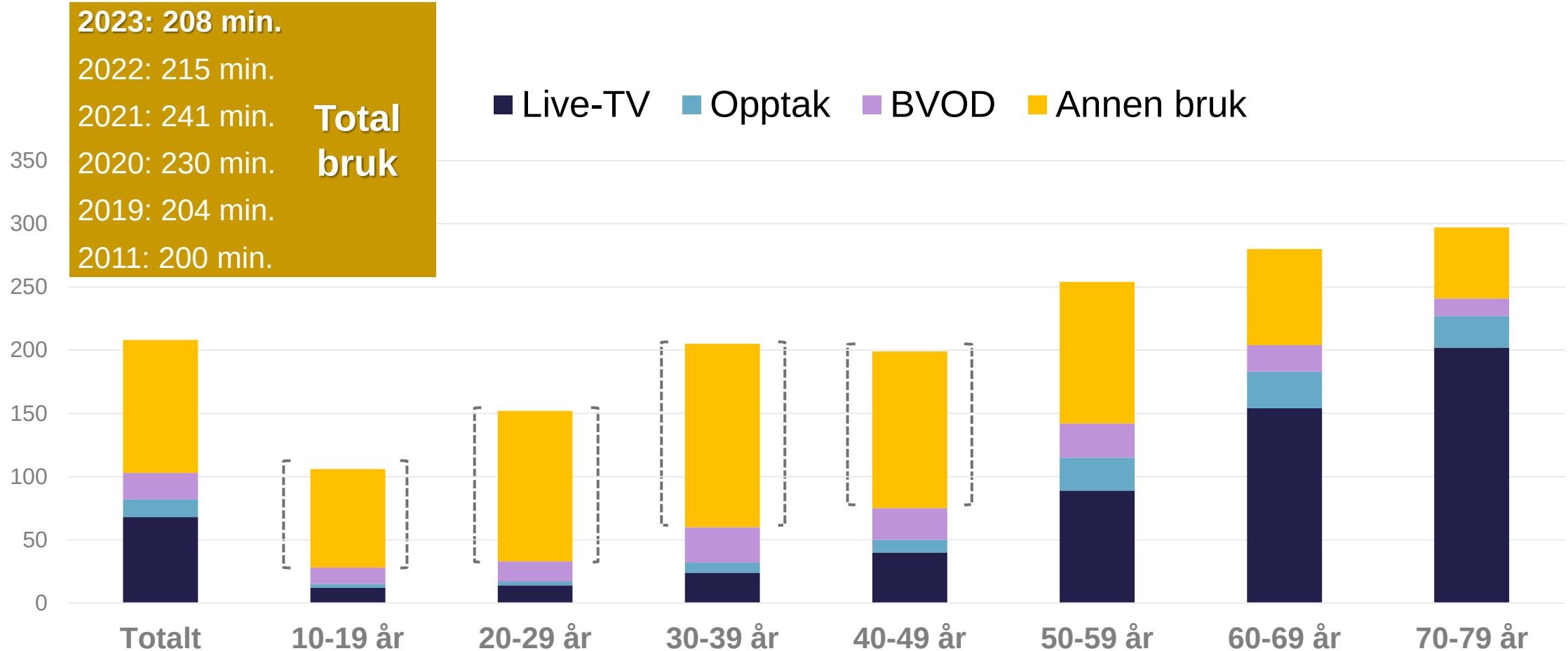
Vi brukte to timer og syv minutter TVOV i 2021 og én time og 48 minutter i 2022





Levende bilder 2023

For seere under 50 år er annen bruk større enn Live-TV, opptak og BVOD til sammen.

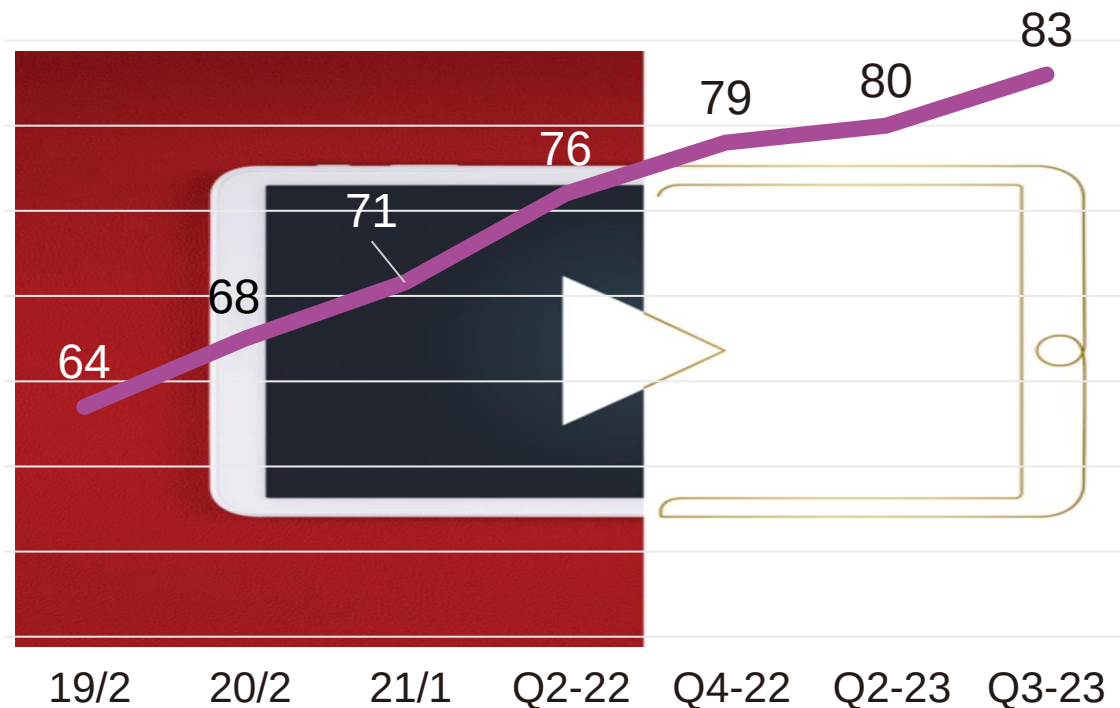




Disponerer betalt videostrømmetjeneste

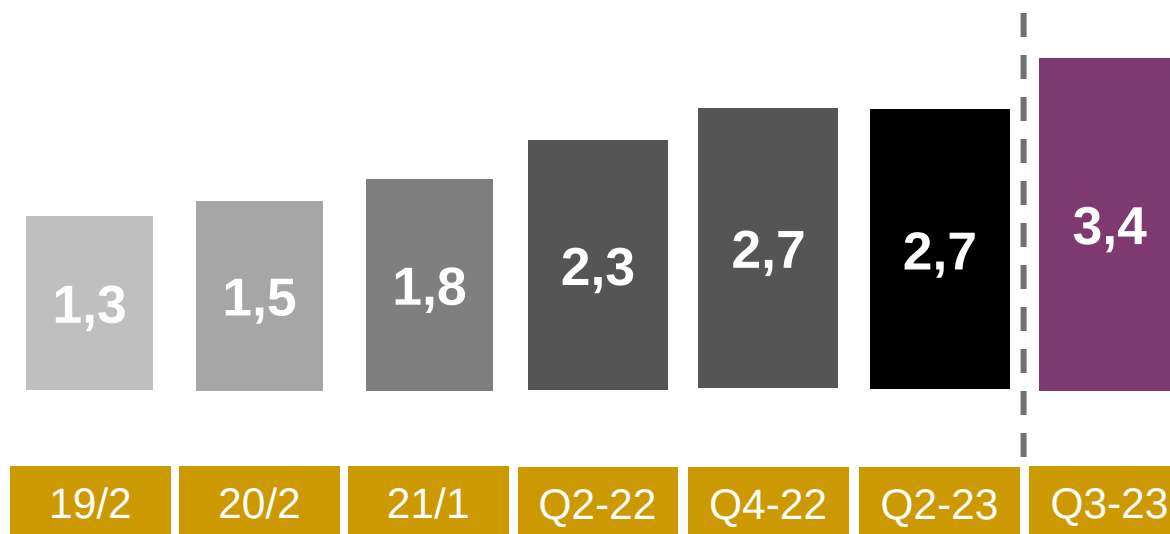
Turbulent marked – men fortsatt økning

Disponerer minst én strømmetjeneste



Gjennomsnitt antall strømmetjenester man disponerer

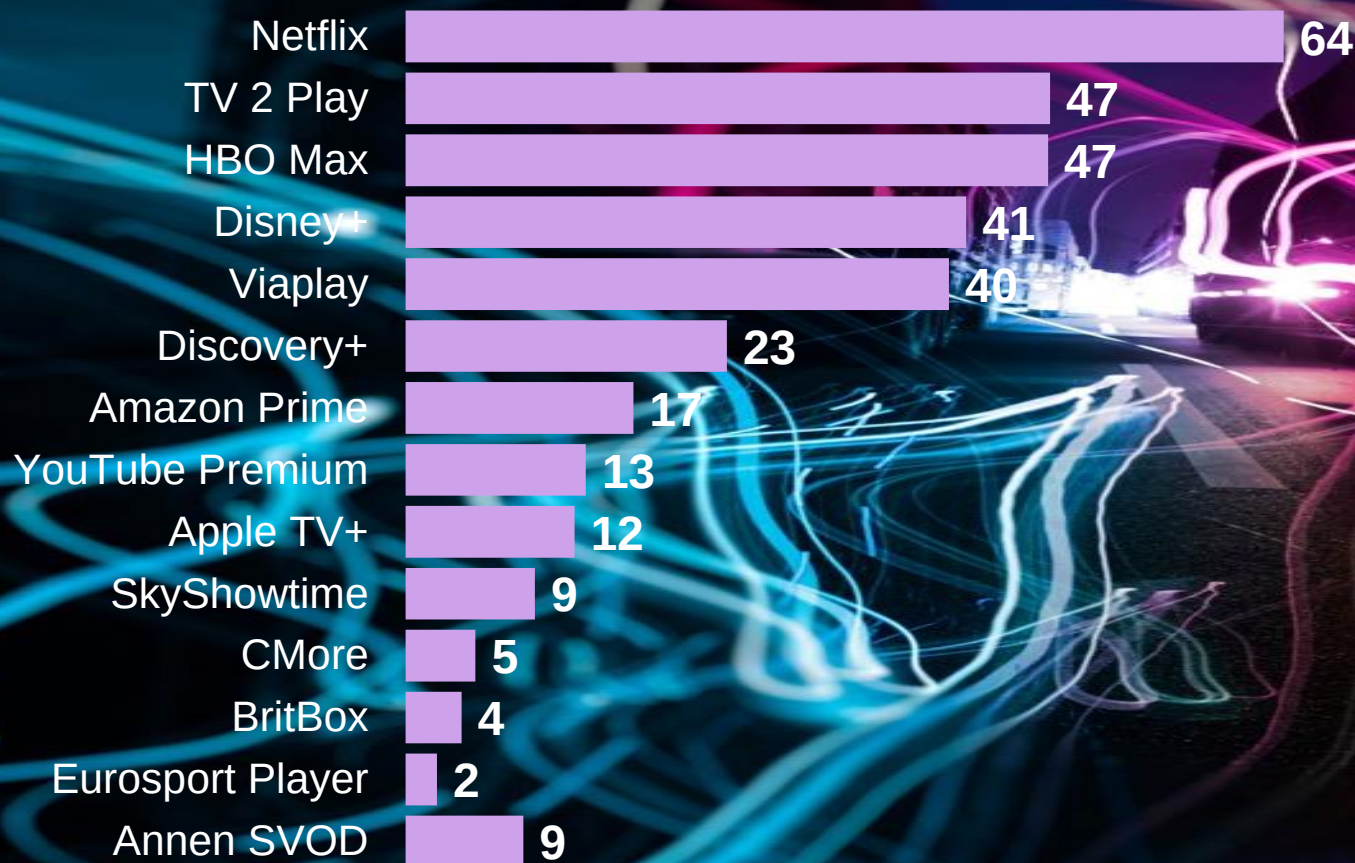
Trenden de siste årene har vært at stadig *flere* har *flere* betalte strømmetjenester.



NB: Metodeendring fra og med Q3-2023 gjør tallene for Q3-2023 ikke kan sammenlignes direkte med tidligere tall

Strømmetjenestene - per Q3-2023

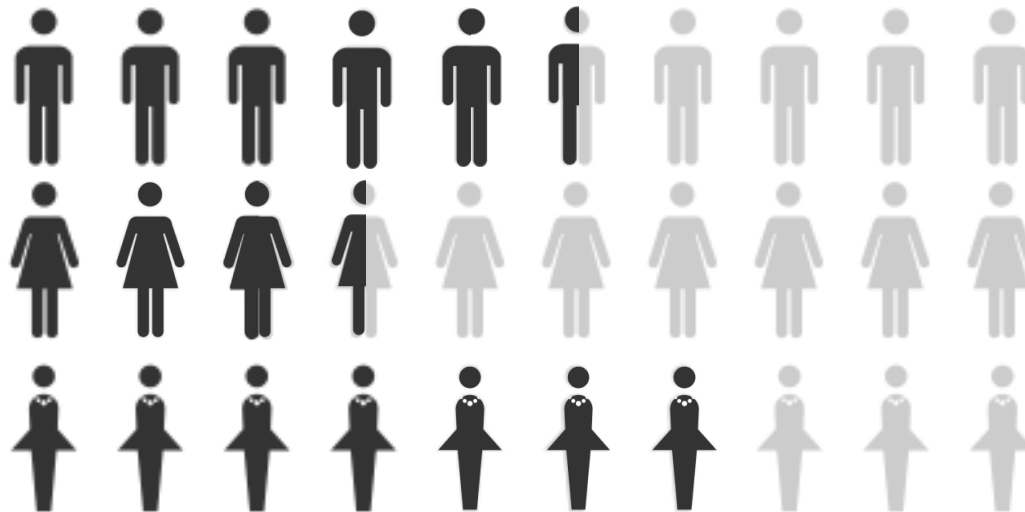
Abonnement



- **Netflix holder stand på toppen**
- **TV 2 Play øker mest av de største**
- **BritBox og Apple TV + øker mest blant de mindre tjenestene**

You Tube Andel som bruker YouTube daglig

41%



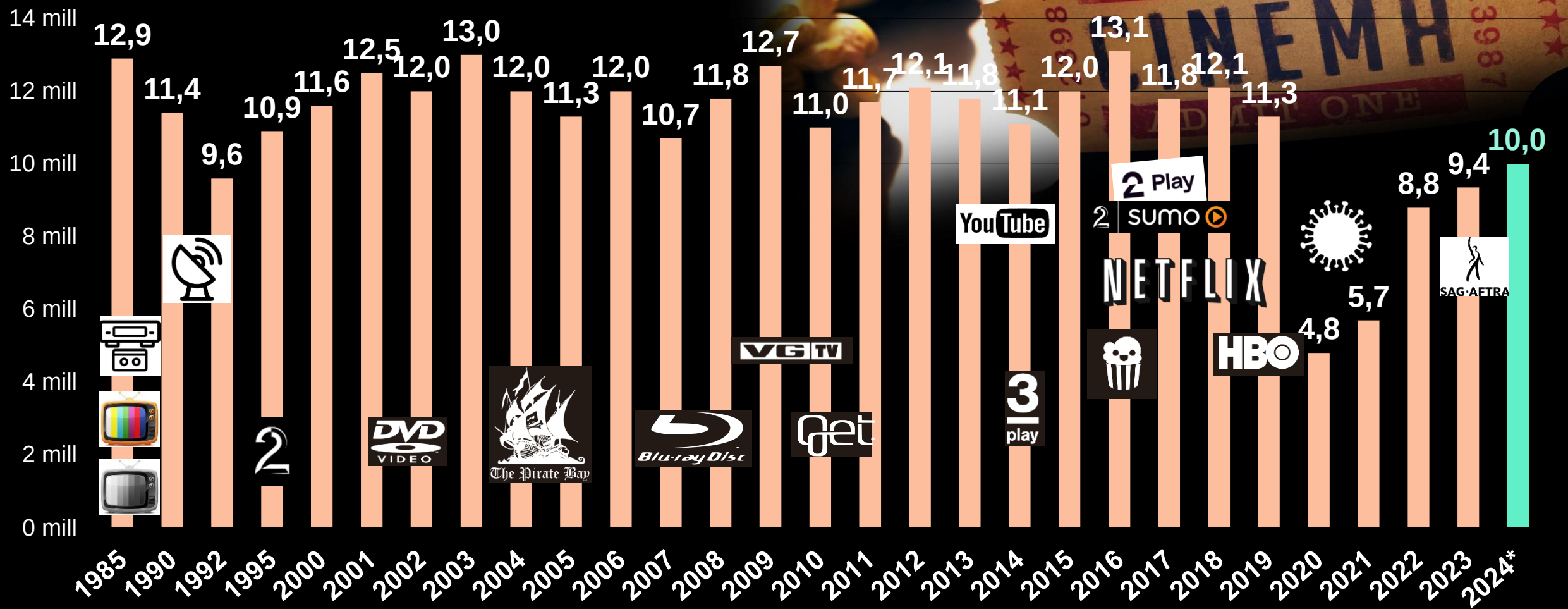
53%

29%

62%

Aldersgruppen 15-29 år

Kinopublikum



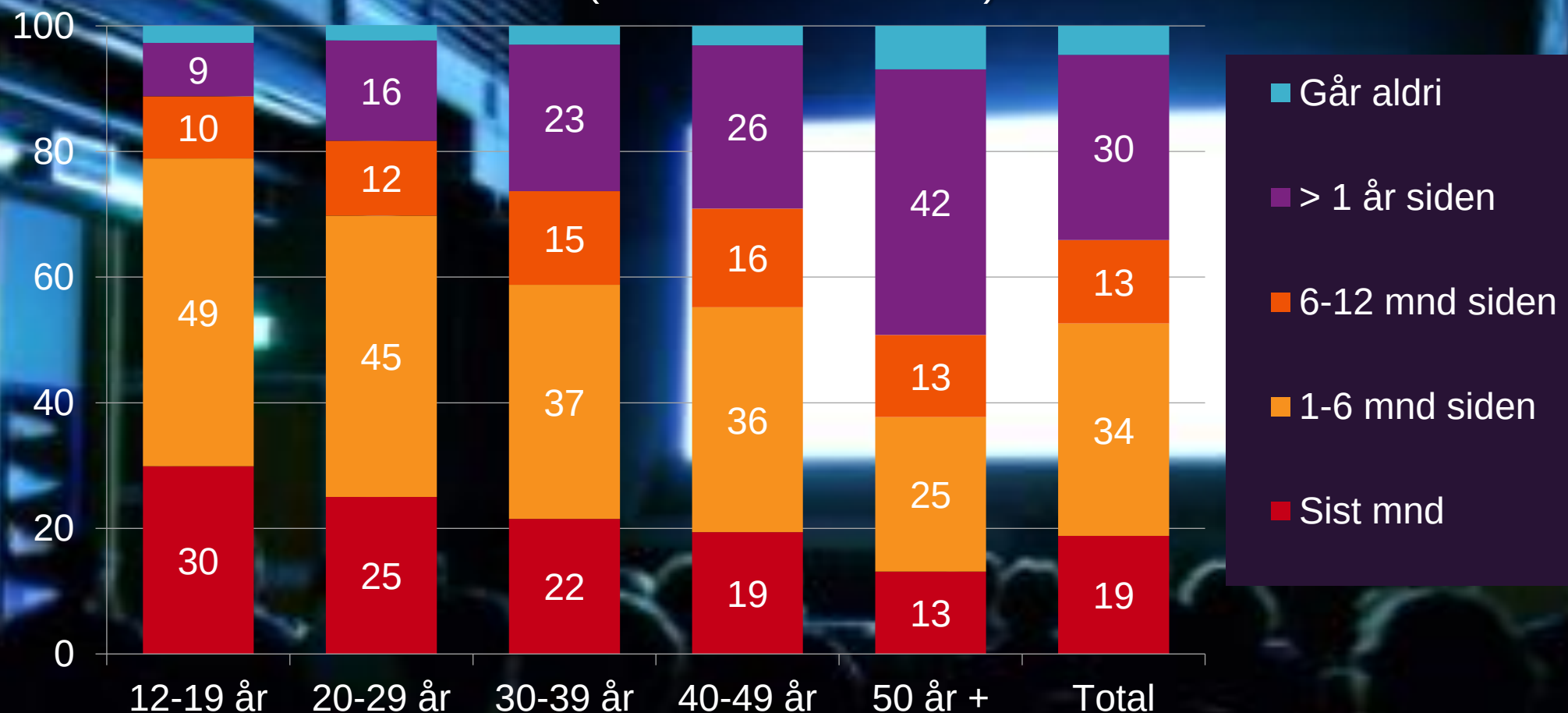
KANTAR MEDIA

Årlig kinobesøk per år (tall i mill.)

*2024
prognose

66% har vært på kino siste 12 måneder

(Jan 2023– Des 2023)



Hver kinogjenger har i perioden vært på ca. 3,0 filmer i snitt

(Mot ca. 2,5 filmer i snitt i 2019, 1,6 filmer i 2020 og 1,4 filmer i 2021, og 3,2 filmer i 2022)

Topp 10 filmer kino 2023

«Barbenheimer» ble den store virale saken



662 419



519 218



421 792



404 780



334 022



323 675



291 305



205 090



174 868

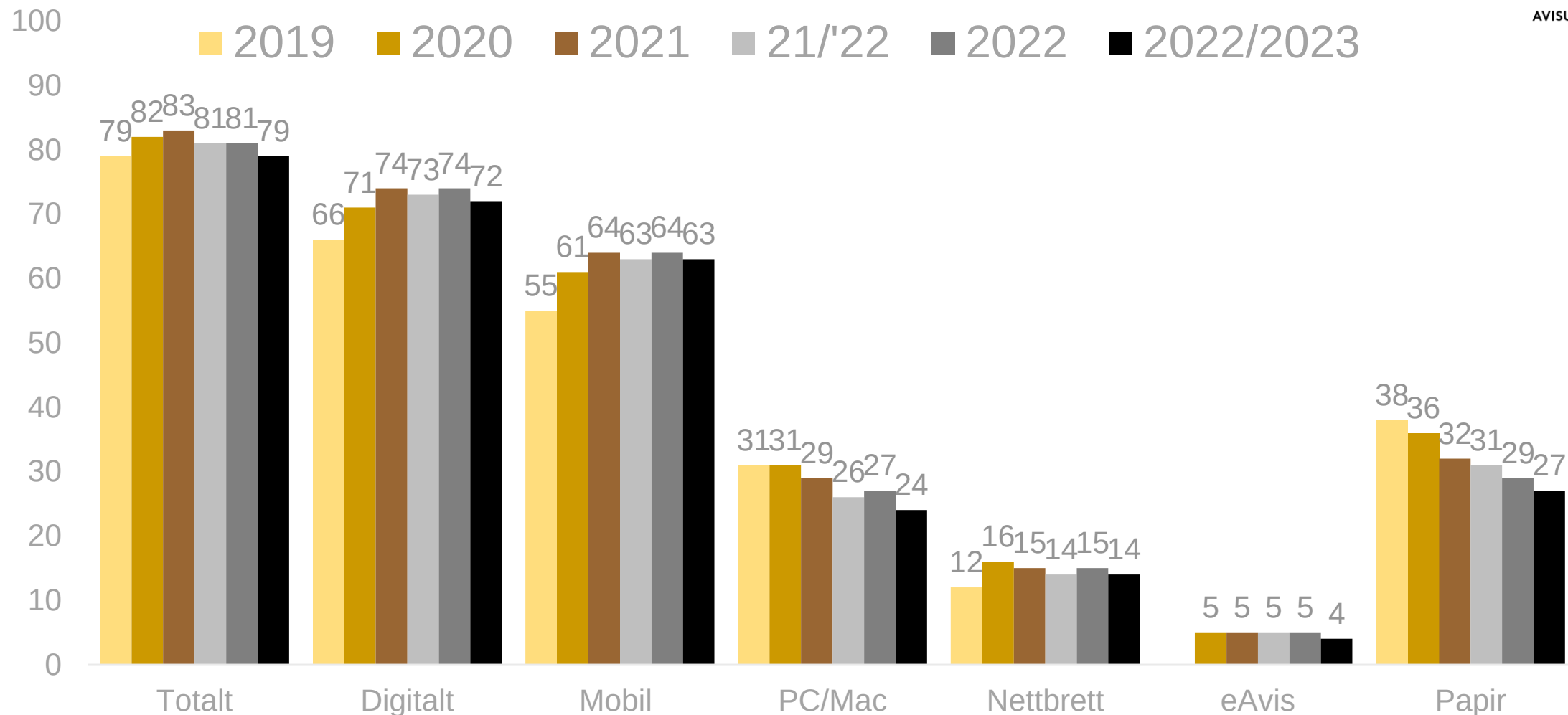


173 448



Avishusene har en daglig dekning på 81%

AVISUNDERSØKELSEN



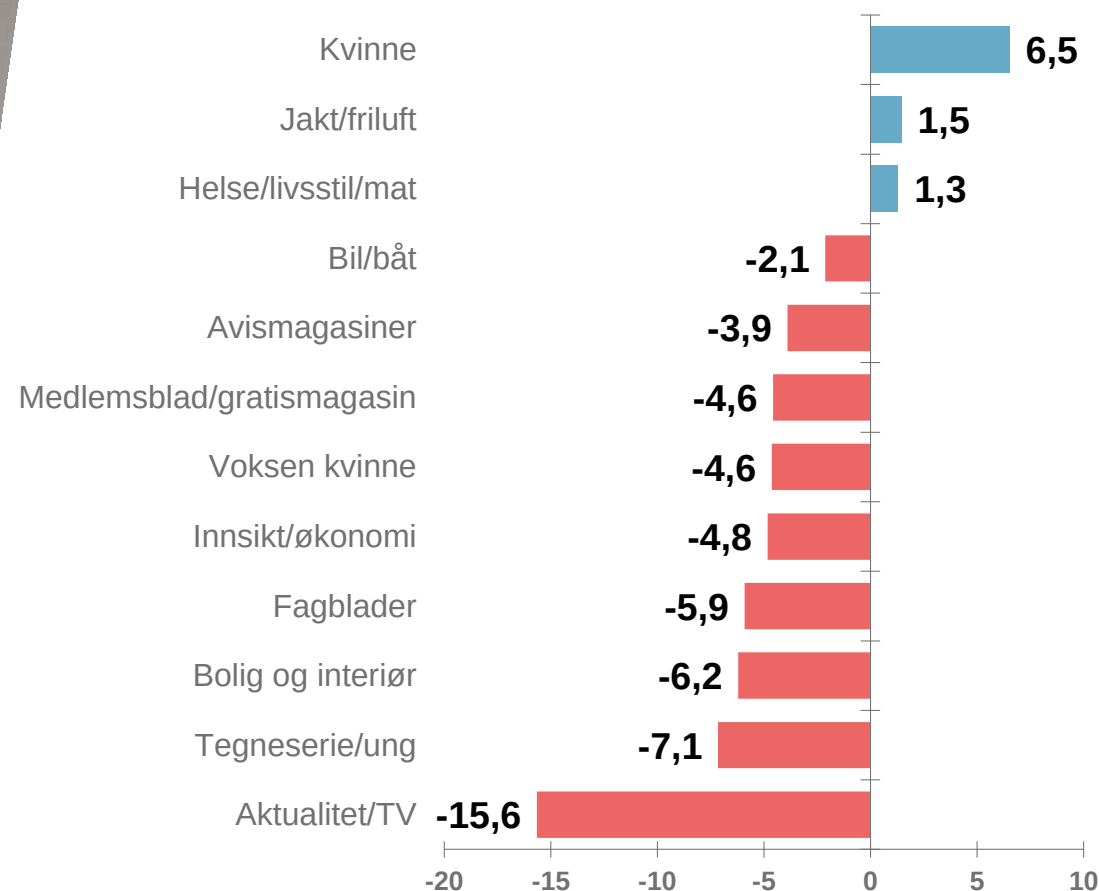


18% leser et papir magasin daglig



Prosentvis endring i leseroppslutning for grupper fra 2022/2 til 2023/2

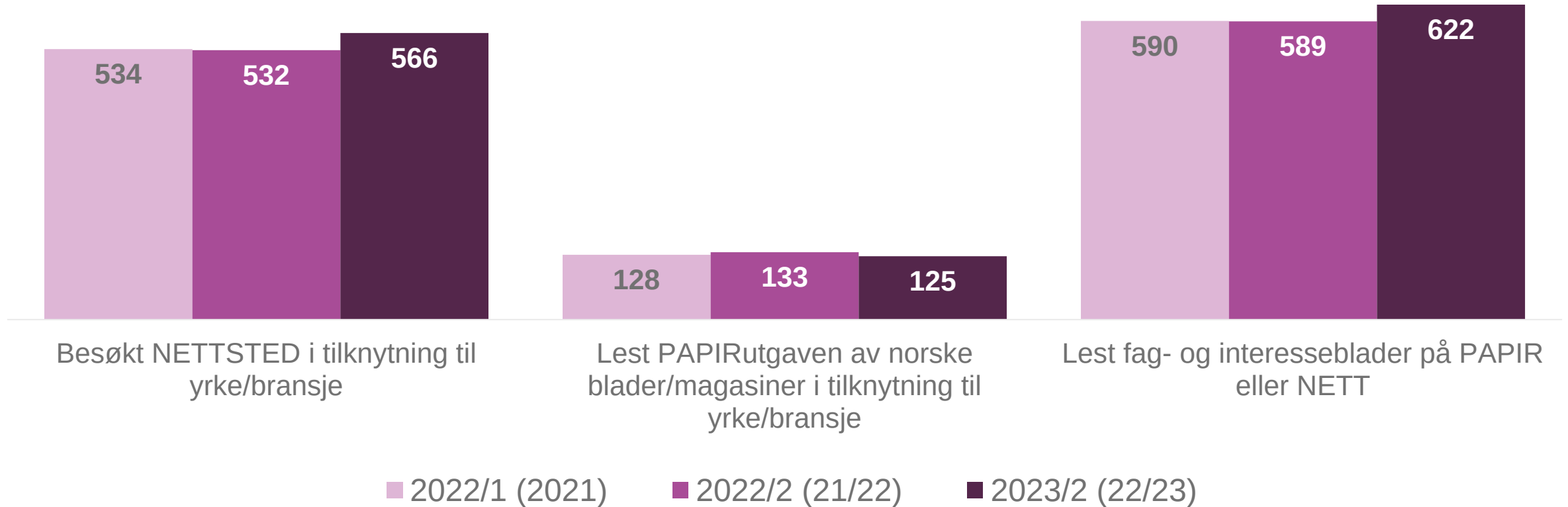
MAGASINUNDERSØKELSEN



Gjennomsnittlig daglig brukertall fag- og interesseblader

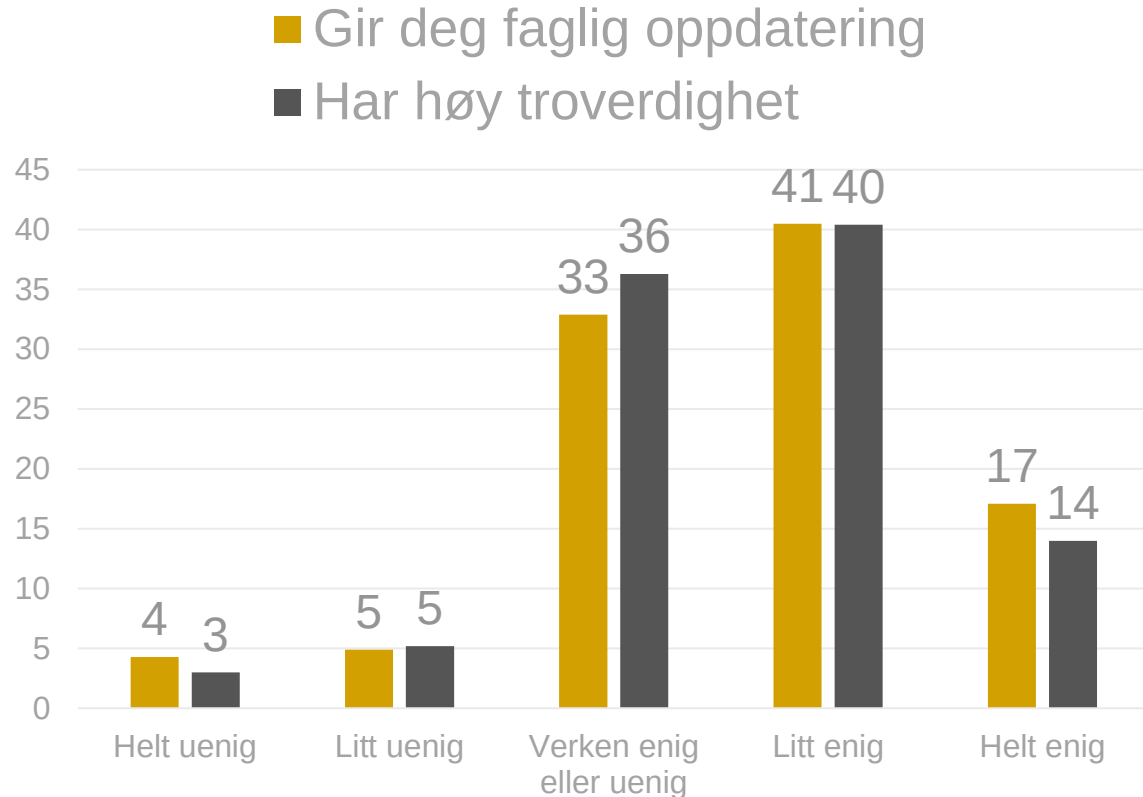
Hele befolkningen – Totaltall (lest I GÅR)

Fagpressen i F&M 23/2 (h2022/v2023)



Fagblader har høy troverdighet

Hvor enig/uenig er du i at fagblader har høy troverdighet?



55%

mener fag- eller
interesseblader har høy
troverdighet

57%

mener fag- eller
interesseblader gir faglig
oppdatering



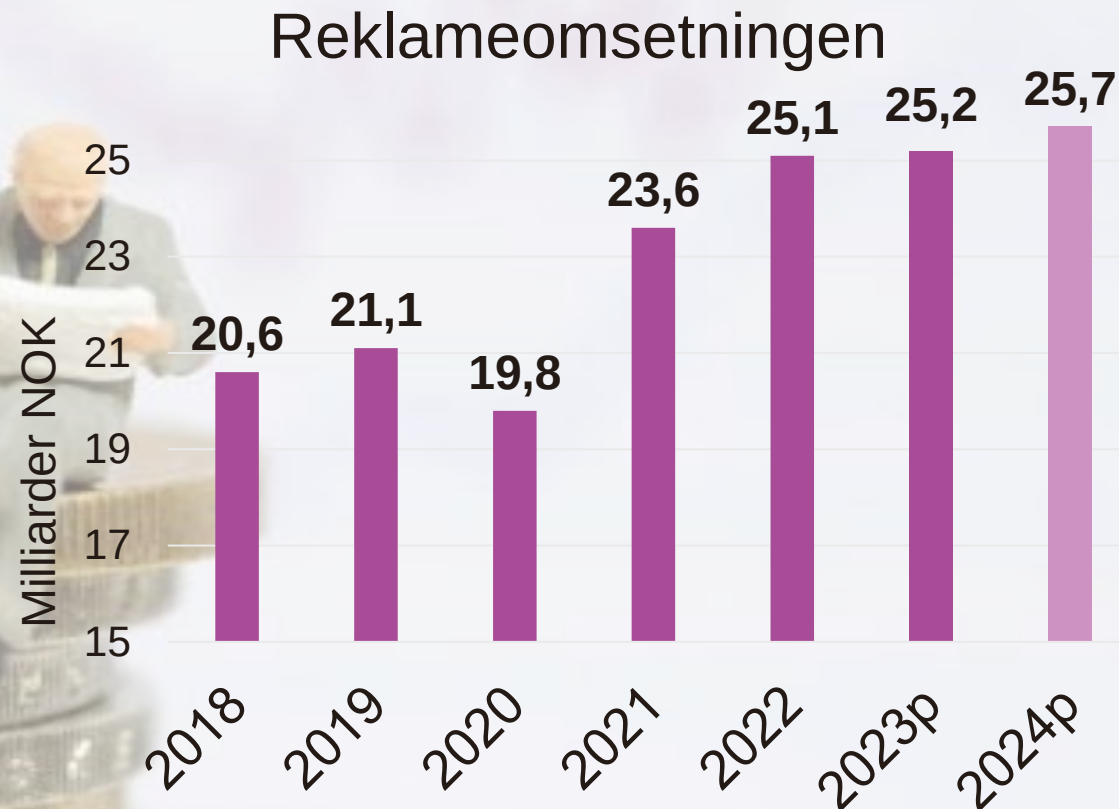
Spotlight

Reklame

Flatt år for reklameomsetningen i 2023

Usikkerhet knyttet til 2024

- Pandemien bremsset investeringene betydelig men hentet seg inn i 4 kv. 2020 (Kvartalsutvikling 2020 vs. 2019)
- 2021 ble et nytt rekordår etterfulgt av det som ble et enda bedre 2022!
 - Et meget bra første halvår var hovedårsaken til dette da det bremsset noe i andre halvår 2022
- I 2023 har det buttet igjen, Jarle Thalberg i GroupM sier:
 - «Det har vært et dårlig makrobilde og det er lettere for annonsørene å spare på mediebudsjettet enn å legge ned produksjonen.
 - Ingen umiddelbar bedring. Prognosene tilsier at året vil starte i minus første kvartal, men at det blir bedring ettersom året går.
 - Vi tror totalt sett på en vekst på *ett prosent* i 2024.»





Spotlight

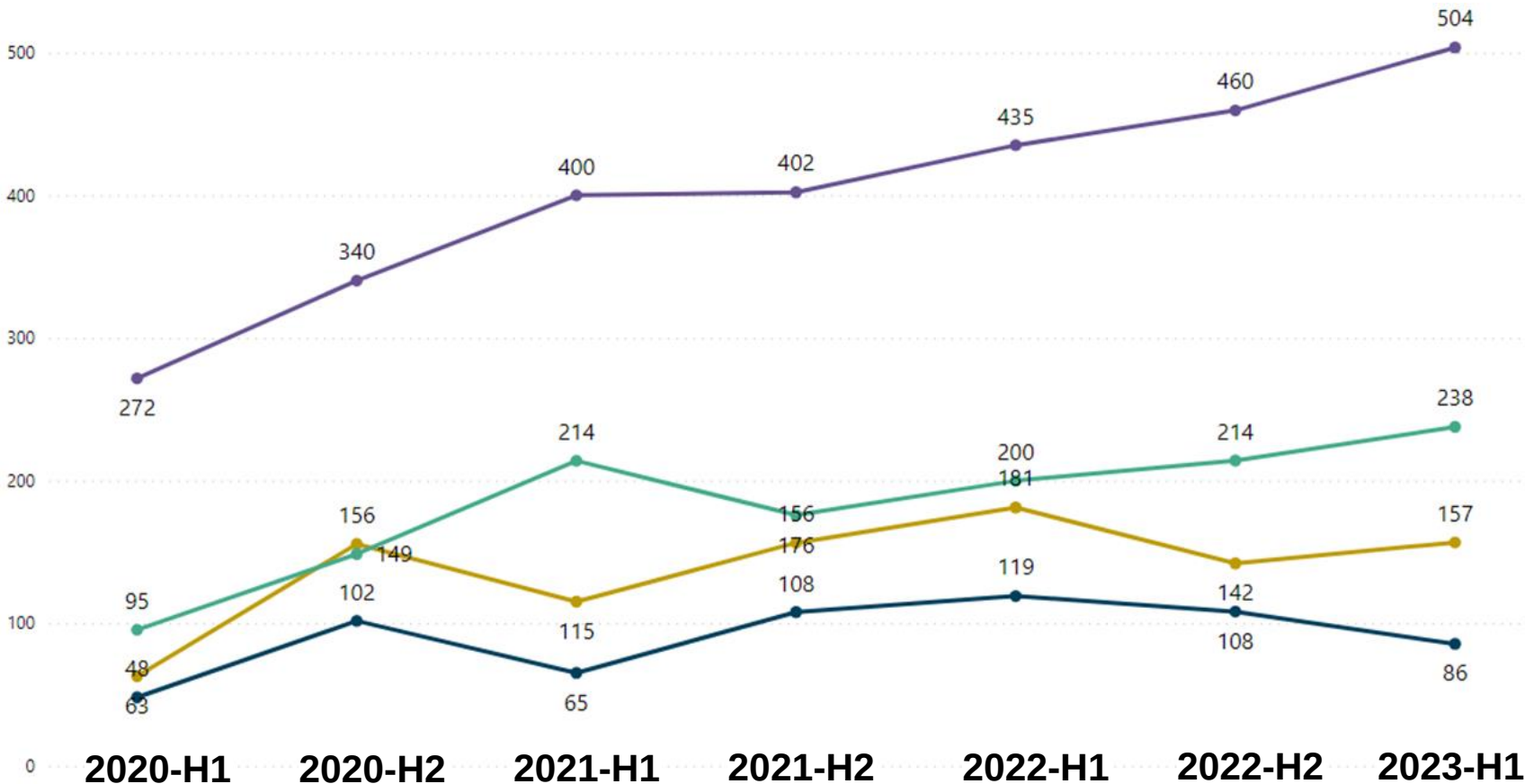
Medieøkonomien

Økt pengebruk på medier fra 2020

Strømmetjenester er driveren – og da spesielt TV/Video

Gjennomsnittlig månedlig personlig forbruk

Forbruk ● Aviser ● Magasiner/ukeblader ● Strømmetjenester for musikk (Spotify, TIDAL etc). ● Strømmetjenester for video (Netflix, TV 2 Play etc).



Folks lommebok har en grense – og det er nå renter og annen «dyrtid» for alvor vil merkes... hvordan prioriterer vi da?



Spotlight

E-handel

e-handel

Kjøp, mobil betaling og betalingssikkerhet

2011

Kjøpt online i
løpet av siste 4
uker

55

Kjøpt i fysisk
butikk pga
informasjon
funnet online
siste 4 uker

17

Kjøpt online
etter å ha sett i
fysisk butikk
siste 4 uker*

4

Tillitt til betalings-sikkerhet
på nett stabilt over 85%**
siden 2005!

Klar sesongeffekt;
- opp i Q4
- ned i Q1

76% har brukt
mobiltelefonen til å betale
med. En økning fra 21% i
2012.

2023

Kjøpt online i
løpet av siste 4
uker

76

Kjøpt i fysisk
butikk pga
informasjon
funnet online
siste 4 uker

23

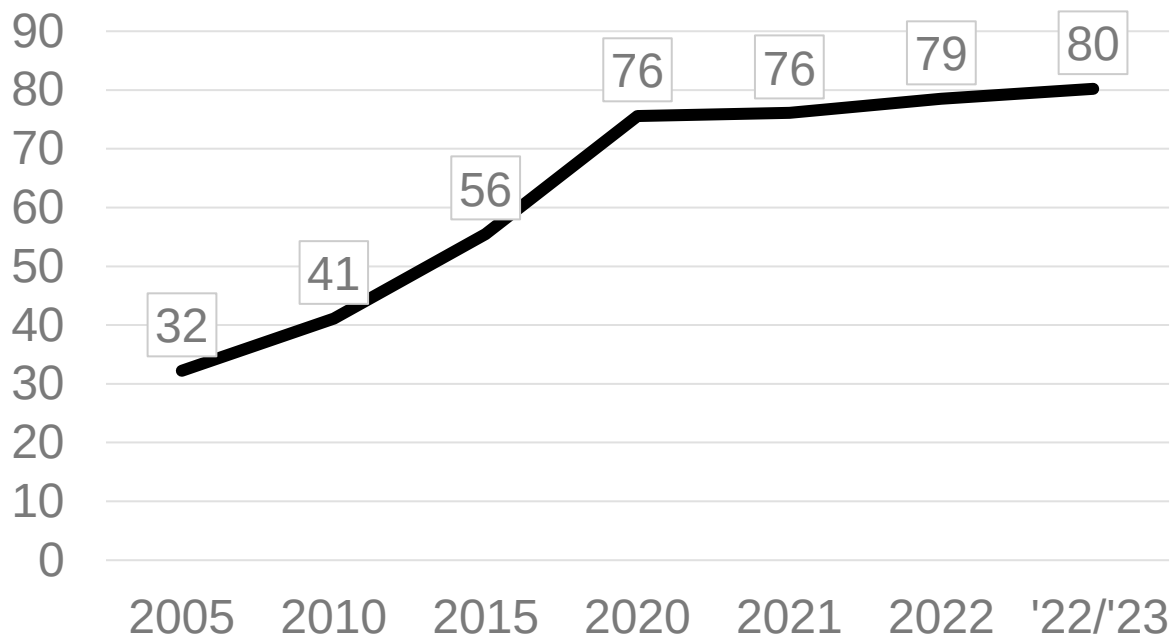
Kjøpt online
etter å ha sett i
fysisk butikk
siste 4 uker

8

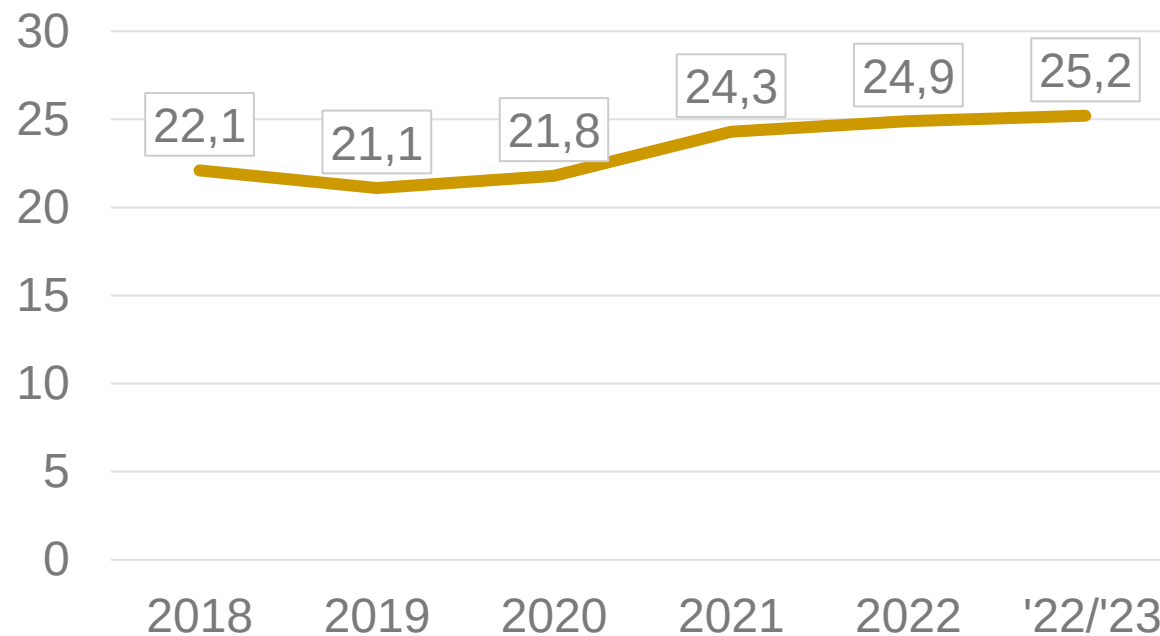
e-handel

Adferd og preferanse

Bestilt varer/handlet på nett siste 30 dager (i minst 1 produkt kategori)



«Jeg foretrekker å handle i nettbutikk fremfor fysisk butikk»





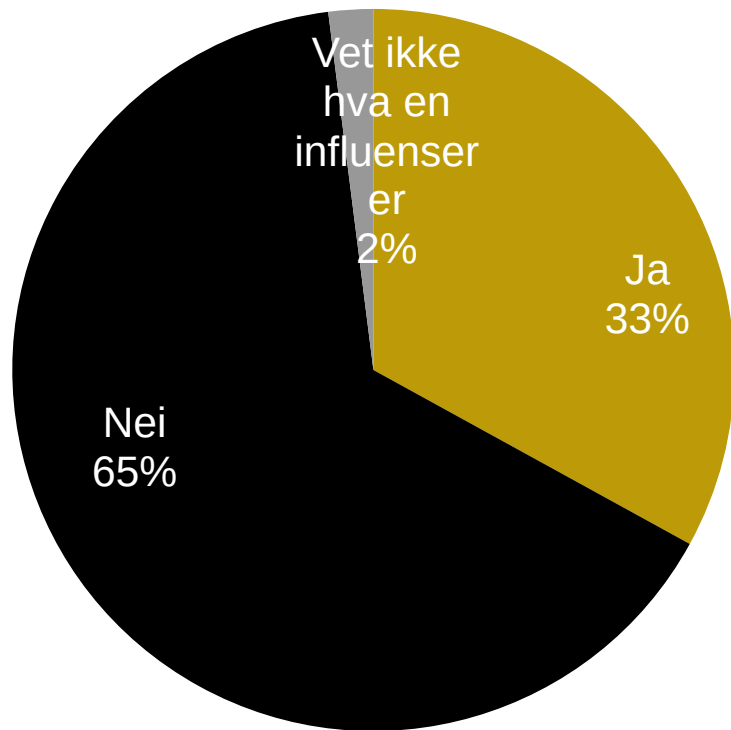
Spotlight

Influencere



33% følger en eller flere influensere i sosiale medier

Spørsmål: Følger du noen influensere i sosiale medier?



	Mann	Kvinne	15- 29 år	30-44 år	45-59 år	60 år+
Følger influencer(e)	21 %	44 %	59 %	44 %	21 %	5 %

<u>Totalt 10%</u>	Mann	Kvinne	15- 29 år	30-44 år	45-59 år	60 år+
Sett innhold fra influencer/ blogger i går*	5%	15 %	24 %	14 %	6 %	2 %

Over 1/3-del (39%) av de yngste oppgir å ha kjøpt et produkt/tjeneste etter at en influencer har anbefalt det mot **17% totalt** sett



Spotlight

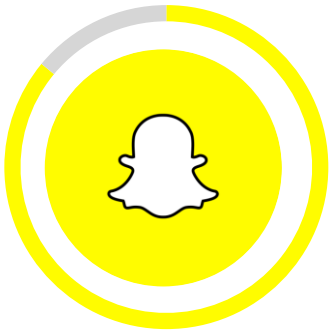
The Youngsters

Sosiale medier

Daglig dekning

15-24 åringene

Snapchat



85 %

Størst for femte året på rad

Instagram



68 %

Høy dekning selv etter et (forventet) fall

YouTube



65 %

Stabilt etter fjorårets store nedgang

TikTok



63 %

Sky is the limit

Facebook

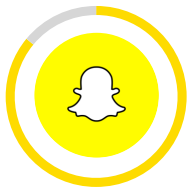


58 %

Fallet fortsetter

De 5 største sosiale mediene – Bruken og rollene de spiller i de unges liv

Bestevennen



85 %

- Unge foretrekker å kommunisere på **Snapchat**, bekrefte vennerelasjoner gjennom Snapstreak og Snapmap, og motta nyheter i Snapchat-format.

Influenseren



68 %

- **Instagram** er et populært sted for unge å følge influensere, kjendiser og venner, hvor man kan «se og bli sett» og bli eksponert for en retusjert hverdag med innhold av høy kvalitet.

Læremesteren



65 %

- Unge bruker **YouTube** til å utforske interesser, søke etter innhold og oppleve en blanding av underholdning, læring, gamere og podkast-relatert innhold.

Underholderen



63 %

- **TikTok** er et engasjerende og mangfoldig tidsfordriv, der unge opplever skreddersydd innhold som passer deres interesser. Både kjendiser og "vanlige" mennesker kan oppleve viral suksess.

Assistenten



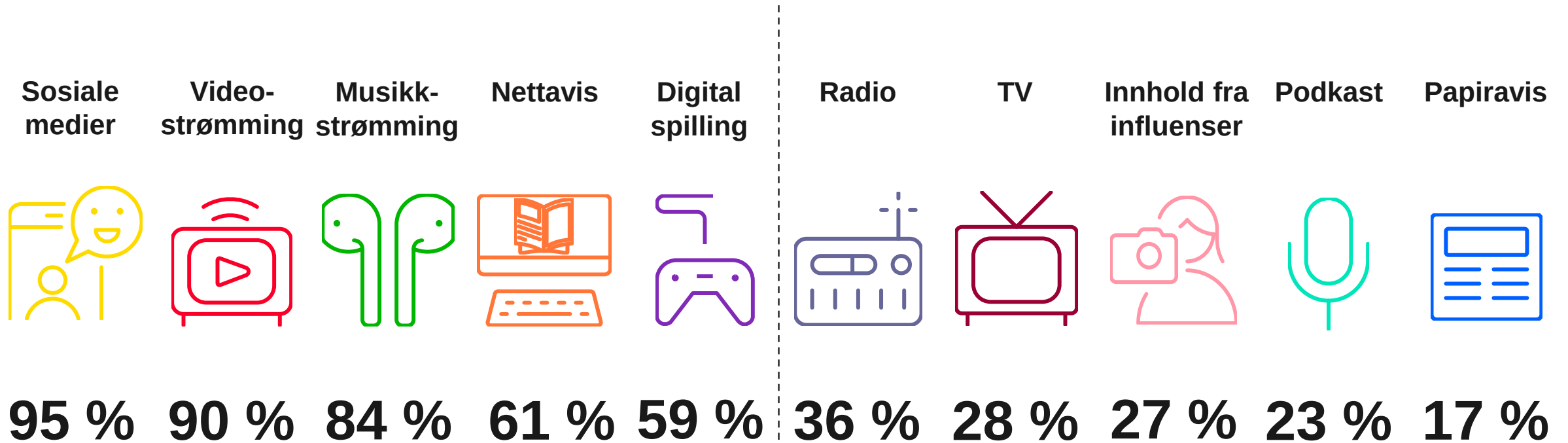
58 %

- **Facebook** fungerer som en assistent som organisere sosiale aktiviteter og kontakten ut til de «gamle».

De unges mediehverdag

Daglig dekning

15-24 åringene





Spotlight

Gaming

2.47

millioner nordmenn
spiller ukentlig eller oftere

... det tilsvarer

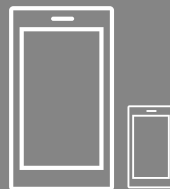
52 %

av befolkningen over 12 år.

KANTAR MEDIA

Over halvparten spiller digitalt ukentlig eller oftere

Spilling på mobil/nettbrett ser ut til å være det mest populære. 3 av 10 oppgir at de «gamer»



42 %

... spiller på mobil/nettbrett



28 %

... gamer

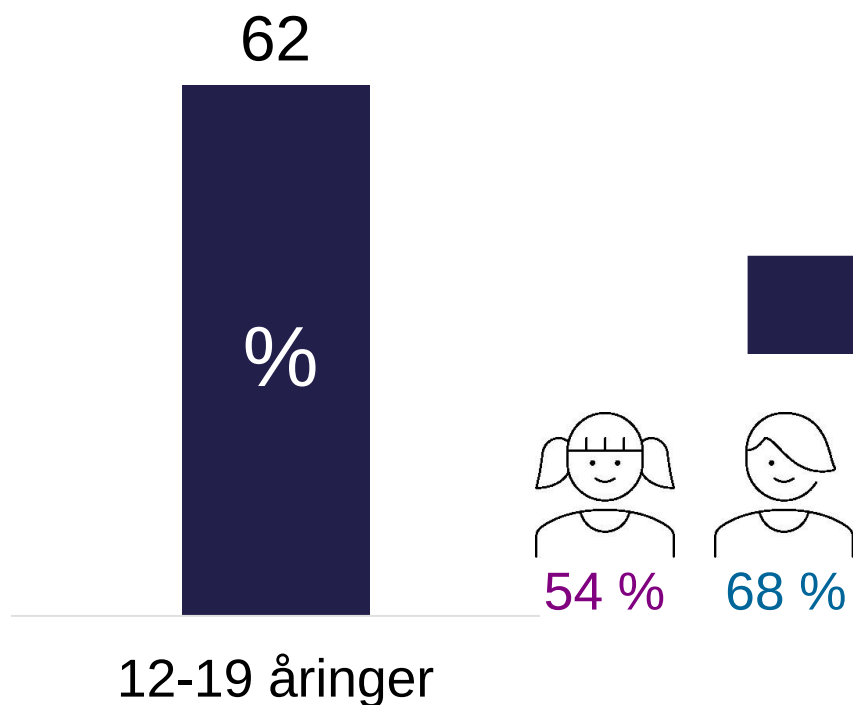
40 %

... spiller på mer
enn 1 enhet

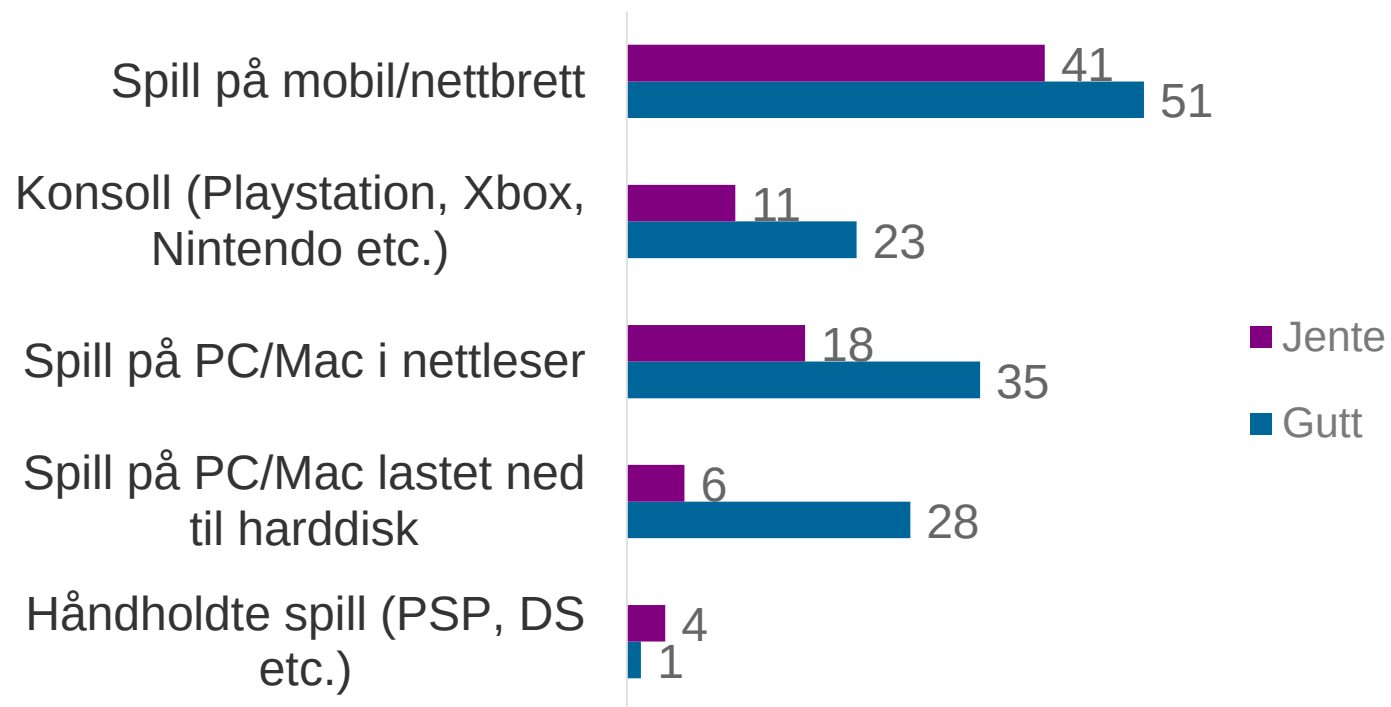
6 av 10 tenåringer spiller digitalt daglig

Stabilt i forhold til 2020

Spiller spill daglig



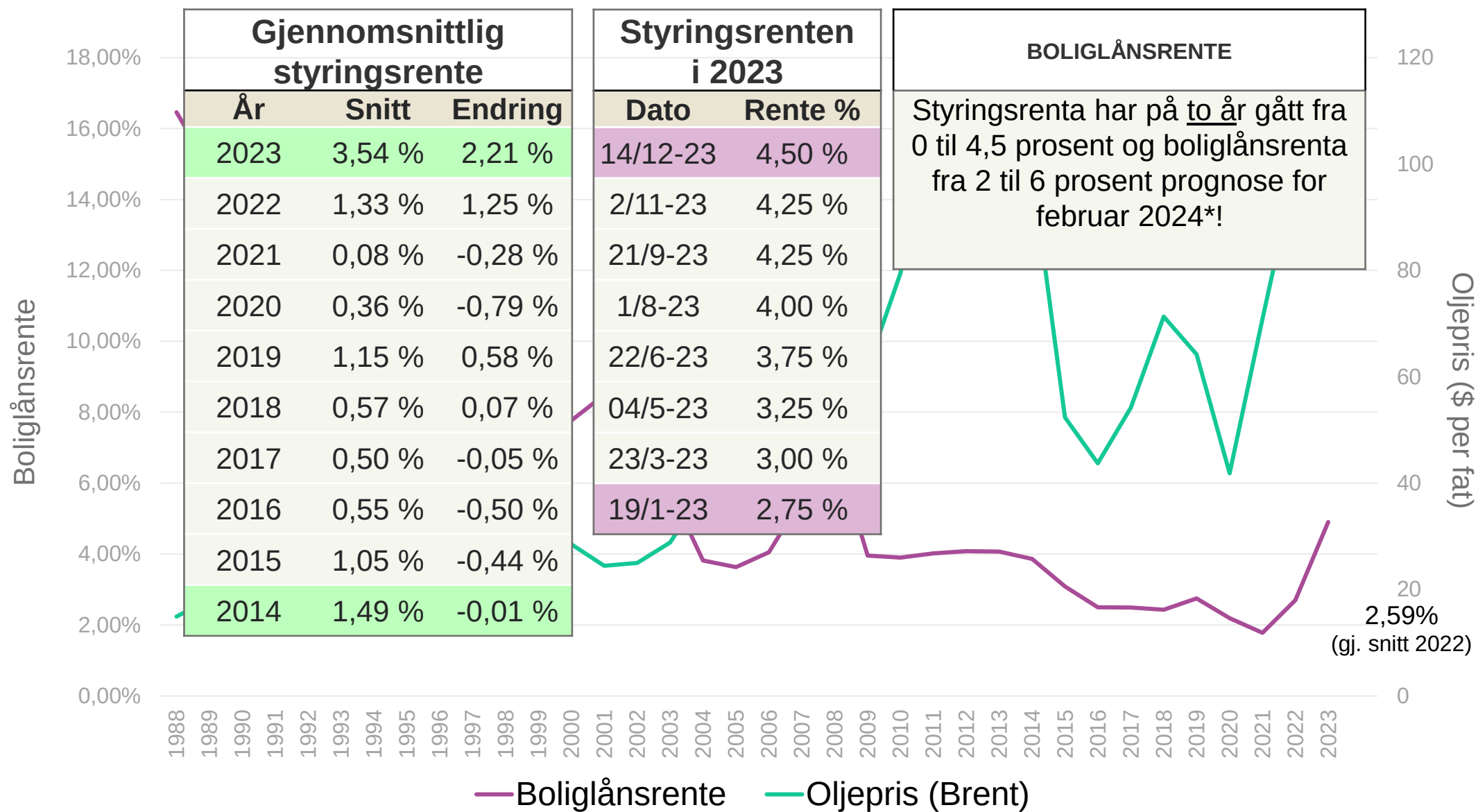
Daglig bruk fordelt på typer spill og kjønn





Spotlight

Økonomi og
forventninger

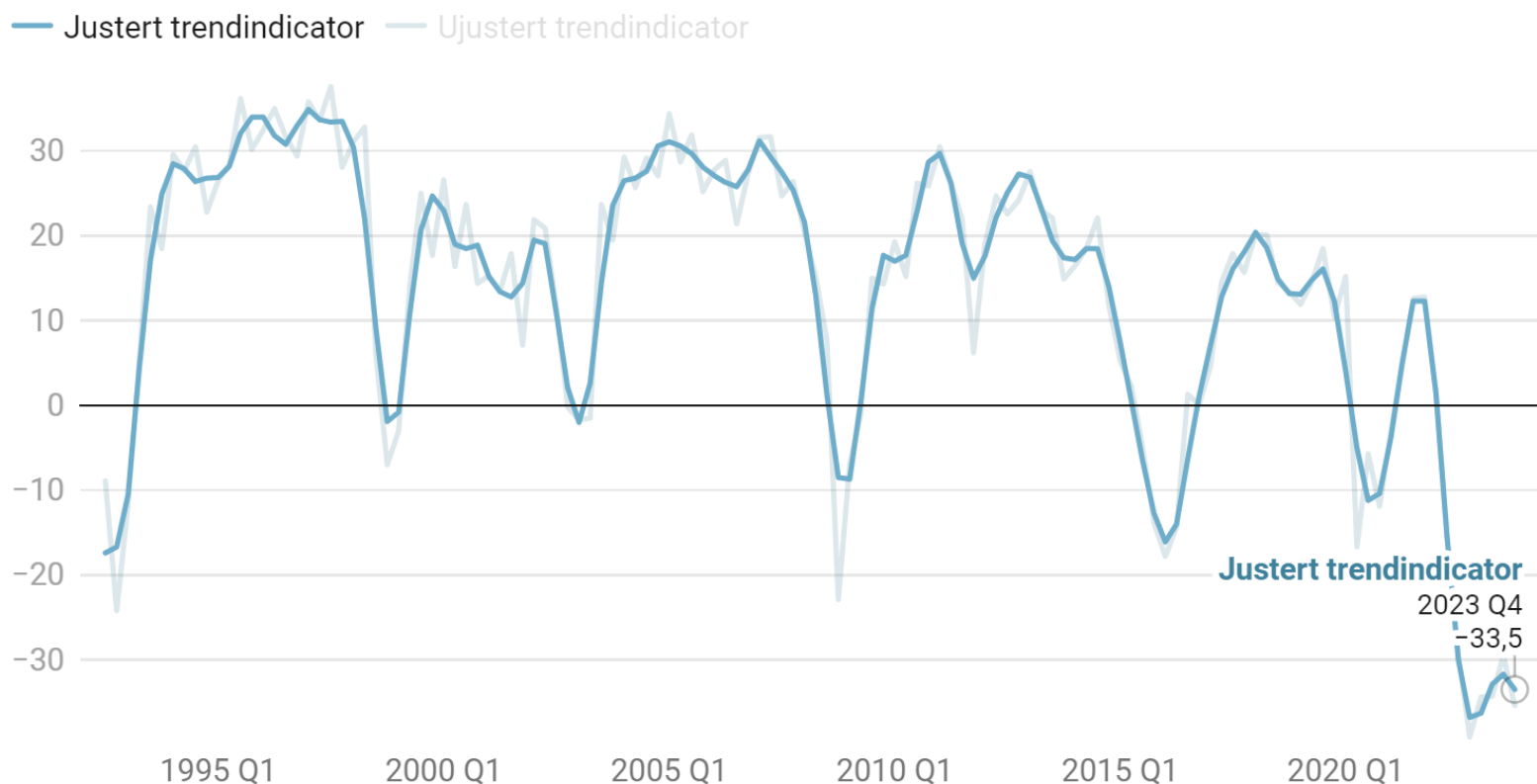


Forventningsbarometeret (Hovedindikator)

Aldri vært så lav siden 1992 – svak optimisme å spore i fra Q2 2023

Hovedindikator

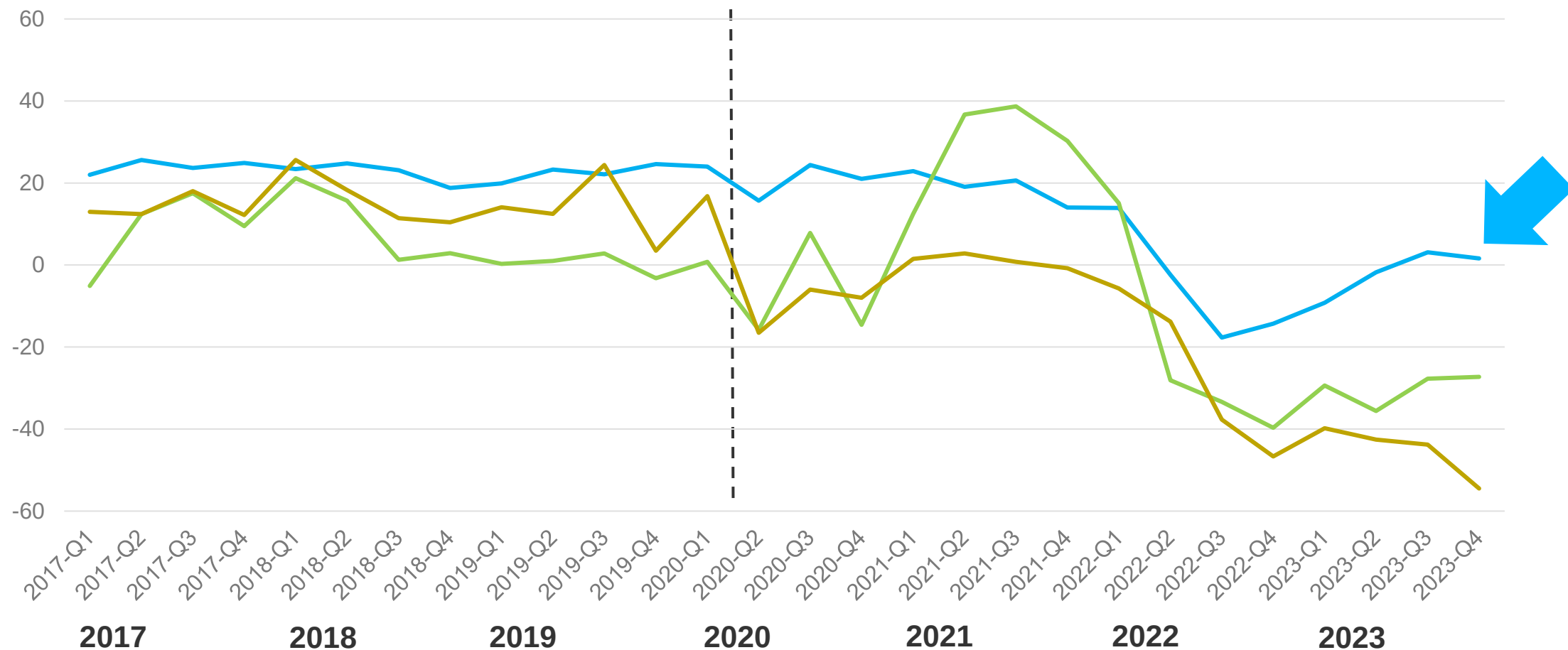
Forventningsbarometerets hovedindikator - justert for sesong og tilfeldige variasjoner



Et lite lyspunkt?

Mindre pessimistisk ift egen økonomi – men større anskaffelser satt på vent

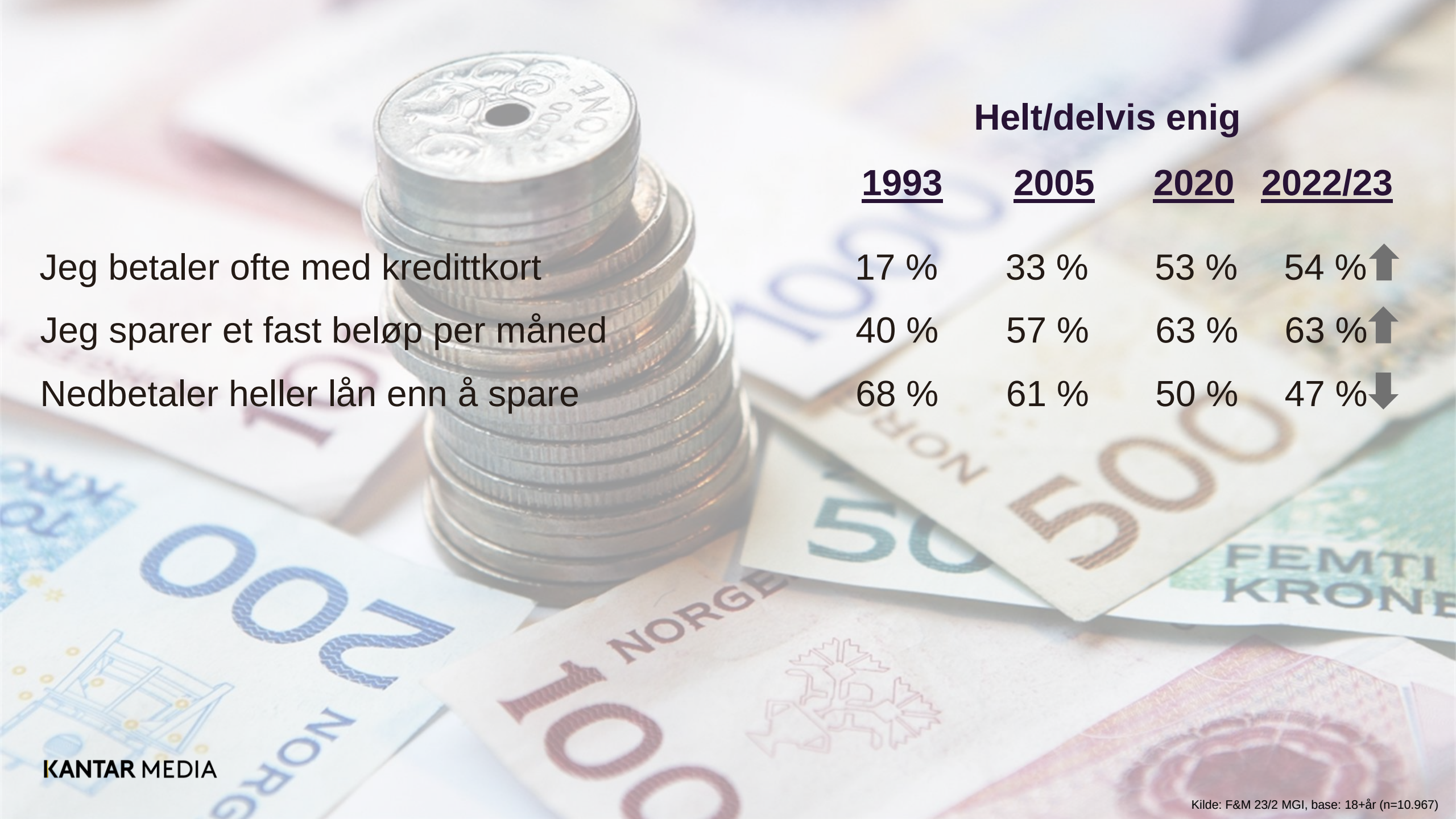
- Egen Økonomi Neste År
- Landet Neste År
- Større Anskaffelser Neste År





Spotlight

Forbruk



Jeg betaler ofte med kredittkort

Jeg sparer et fast beløp per måned

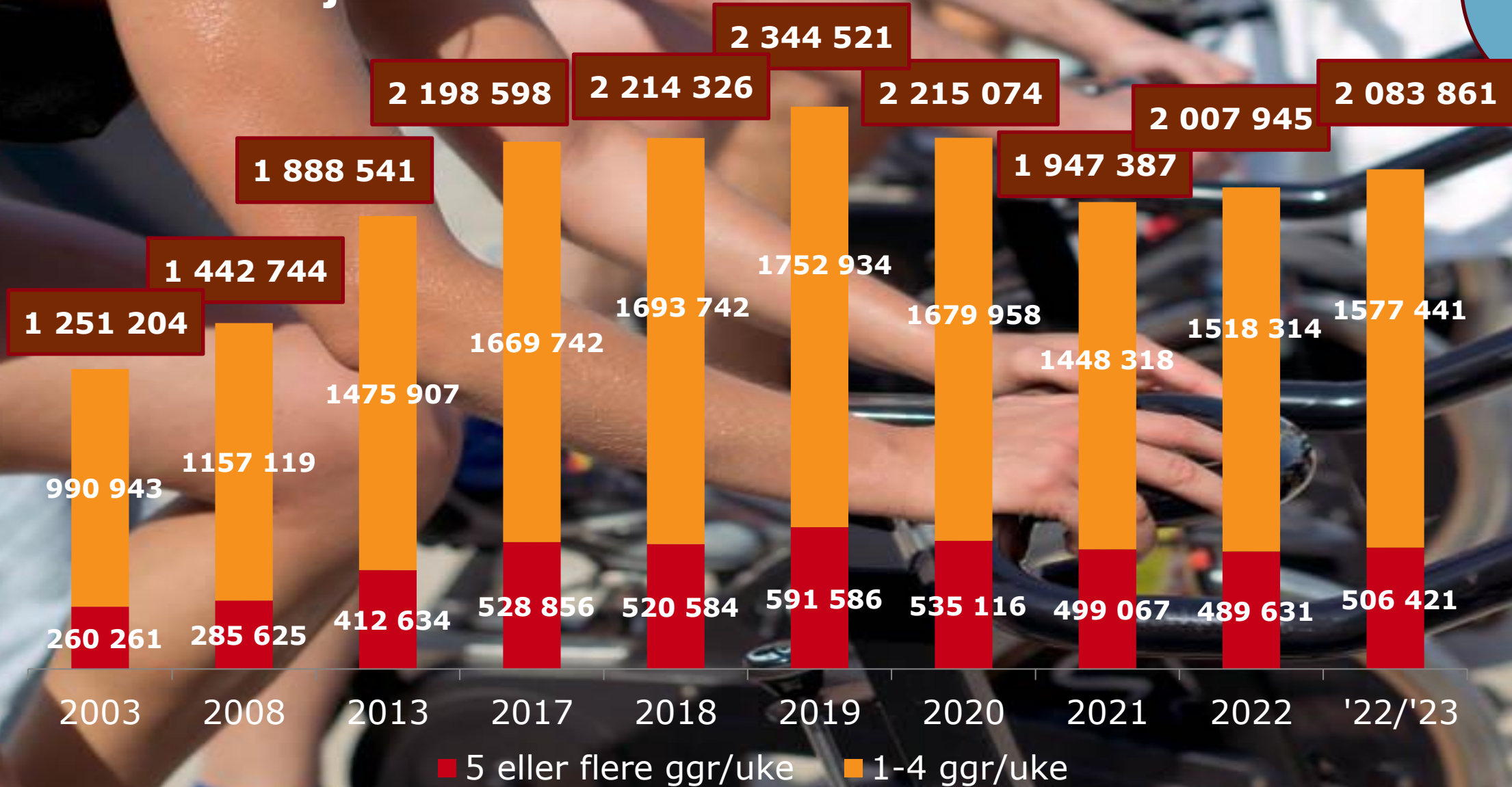
Nedbetaler heller lån enn å spare

Helt/delvis enig

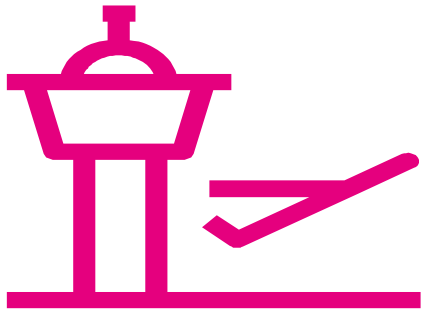
<u>1993</u>	<u>2005</u>	<u>2020</u>	<u>2022/23</u>
17 %	33 %	53 %	54 % ↑
40 %	57 %	63 %	63 % ↑
68 %	61 %	50 %	47 % ↓

Trener / Mosjonerer

På vei
tilbake
i form !



...og vi reiser mer igjen



Flydd siste 12 måneder:

- 1988: 43 %
- 2018: 72 %
- 2020: 64 %
- **2021: 34 %** !
- 2022: 53 %
- **2022/23: 60 %**



Vært i utlandet siste 12 måneder:

- 1988: 48 %
- 2018: 67 %
- 2020: 54 %
- **2021: 15 %** !
- 2022: 40 %
- **2022/23: 55 %**

Spiser Sushi 1 gang i mnd eller oftere

2008: 159 723

2013: 585 563

2020: 869 585

2021: 988 106

2022: 1 059 631

2022/23: 1 042 072

563 % økning!
(men det bremser litt nå...)

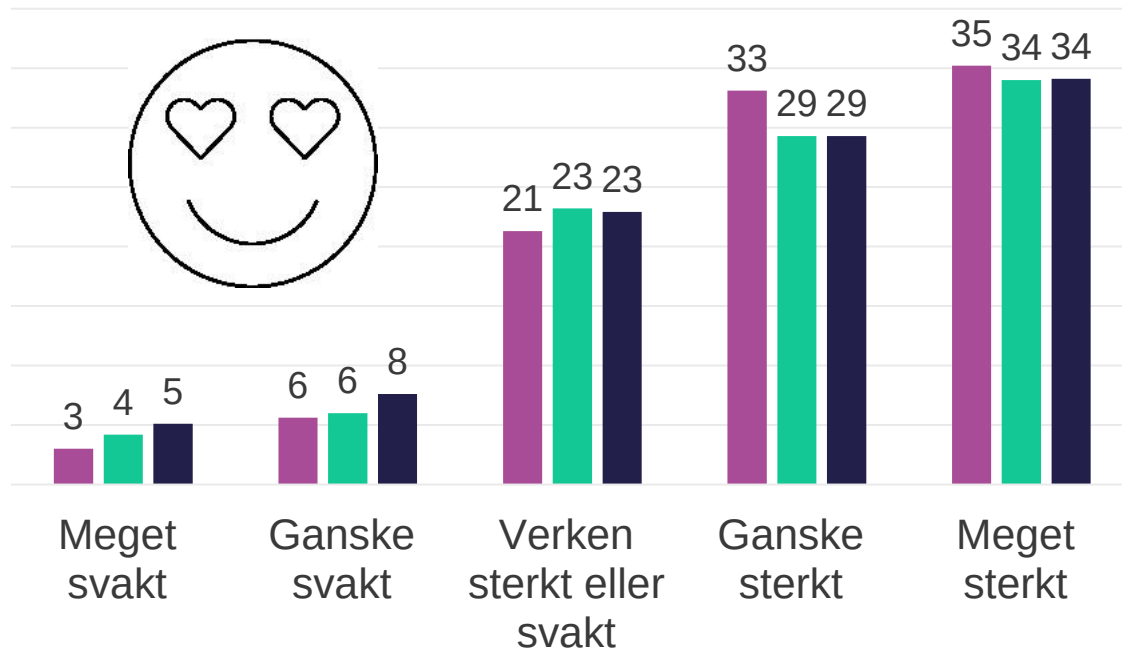
Mest sentrale områder
Indeks: 163 !

Minst sentrale områder
Indeks: 47 !

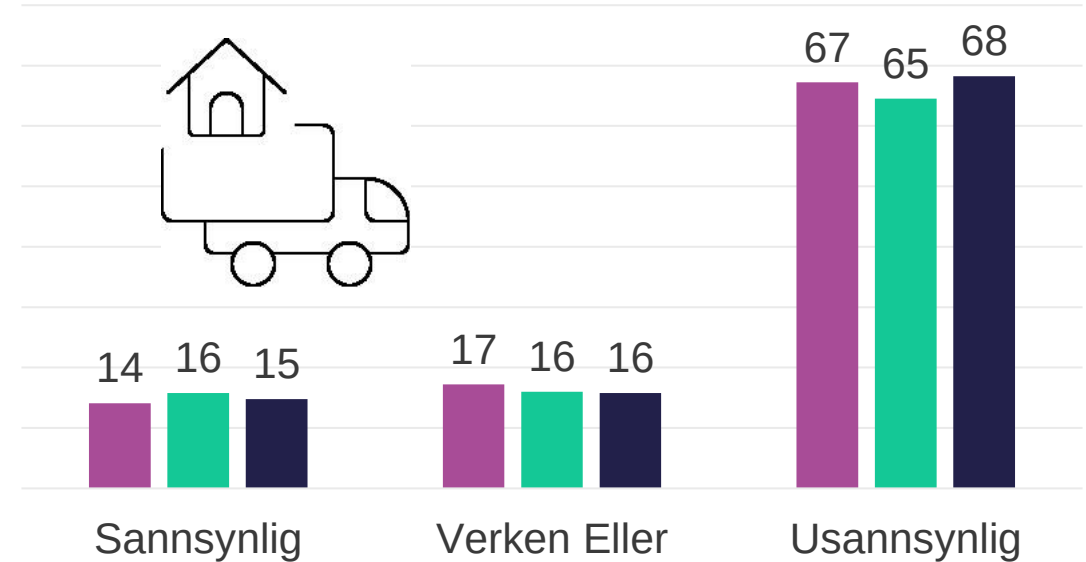
«Folk er folk fortsatt»

Vi er stedsforankret og flytter nødig

Hvor sterkt føler du deg knyttet til den kommunen du er bosatt i nå?



Hvor sannsynlig er det at du vil flytte fra den kommunen du bor i nå?



■ 2013 ■ 2018 ■ 2022/'23

A person is shown from the chest up, standing in a dark, textured environment that resembles a cave or a mine. The person's arms are outstretched to the sides, and they appear to be holding onto something. The lighting is dim, with a warm, reddish-brown hue. The person's face is partially obscured by the shadows.

THANK YOU

KANTAR MEDIA



@iSandvik