KANTAR

De store medietrendene:
Koronakrisen har endret folks medievaner

Folks Medievaner 2020
24.09.20 Knut-Arne Futsæter

@futsaeter

Agenda

1. Koronapandemien og nedstengningen av Norge
2. Avis
3. Bruk av norske nettsteder
4. Magasin
5. Radio
6. TV og strømming
7. Nettsamfunn, smartklokker og smarthøyttalere
8. Oppsummering

1.
Koronapandemien og nedstengingen av Norge:

Vi ble hjemme - og aldri har vi brukt så mye tid på medier

Sterk samlet vekst for samlet mediebruk i 2020

Samlet mediebruk gjennom døgnet

KANTAR

Kilde: 24-timer undersøkelsen 2017 og 2020. 2017 n=2395, 2020 n=953. Kun våken tid
2020: Gjennomført 30.03 - 05.04 (2-3 uker etter lock down). Tallene viser til andel av befolkningen som bruker medier de aktuelle halvtimesintervallene

TJUEFIRETIMER

TV viewing uplifts across the world

Our measurement fuels $86 billion of advertising spend decisions worldwide.

KEY
COUNTRY
% Increase vs. 2019
(WEEK #, # mins in 2020)

UK
+29%
(W13, 226 mins)

SPAIN
+47%
(W12, 365 mins)

PERU
+55%
(W12, 271 mins)

BRAZIL
+25%
(W14, 297 mins)

NORWAY
+35%
(W14, 153 mins)

TURKEY
+28%
(W13, 365 mins)

CHINA
+41%
(W5, 190 mins)

PHILIPPINES
+15%
(W12, 251 mins)

Kilde: *TV & Video consumption in the new normal: What audiences say and do – and how we respond* (Kantar Webinar 22.04.20)

2.
Avis:
Økt digitalt konsum, og færre leser papiraviser

Tilbakegang for papiravisene, men digital vekst

- Samlet sett er det en tilbakegang på 11,3% for de 150 målte titlene fra 2018/2019 til 2019/2020.
- De 135 lokal- og regionsavisene har samlet sett en tilbakegang på hele 9,6%.
- De ni nisjeavisene går tilbake med 11,6%.
- eAvisene øker mye og 10% leser eAviser daglig. Den samlede utviklingen for papir og eAvis, viser en tilbakegang på 6,1%.

- 80% leser minst én avis digitalt eller på papir daglig. 68% leser digitale avis daglig, 36% papiraviser, 10% eAviser.

Kilde: Kantar Forbruker & Media. Alle endringer gjelder for sammenlignbare titler og gjelder samlede bruttotall (lesertilfeller).

Konsumet av papiraviser er 36% sammenlignet med år 2000

Indekserte endringer for papiraviser i forhold til år 2000 (brutto)

Papiravisene leses mer ***grundig*** og man bruker ***mer tid*** enn digitalt konsum.
Burde være viktige kommersielle egenskaper.

KANTAR

Kilde: Kantar Forbruker & Media. Sammenlignbare standard titler, unntatt bilag og helgeutgaver, som er målt i hele perioden. Brutto tall i tusen.

FORBRUKER & MEDIA

Bare Klassekampen øker

Endringer i prosent for papiraviser 2018/2019 til 2019/2020

KANTAR

Kilde: Kantar Forbruker & Media

FORBRUKER & MEDIA

Hele 80% leser minst en avis daglig

Daglig dekning for norske aviser

KANTAR

Kilde: Kantar Forbruker & Media. Alle tallene er nettotall.
Det digitale grunnlaget bygger på januar 2020. Papir gjelder for hele perioden 2019/2020. eAvis er samlet inn i 1Q-2Q 2020.

FORBRUKER & MEDIA

Den digitale transformasjonen akselererte under koronakrisen

Daglig dekning for norske aviser: Før og under koronapandemien

KANTAR

Kilde: Kantar Forbruker & Media. Det digitale grunnlaget bygger på januar 2020. Papir gjelder for hele perioden 2019/2020. eAvis er samlet inn i 1Q-2Q 2020.

FORBRUKER & MEDIA

Flere leser aviser digitalt, færre på papir

Daglig dekning for norske aviser på papir og digitalt 1960 – 2019/2020

KANTAR

Kilde: Daglig oppslutning om papiravis og nettaviser 1961-2019/2020
Data fra Forbruker & Media fra 1994. *Flerkanalsamfunnet* (Lundby & Futsæter, 1993). *Fragmentering av medielandskapet og oppsplitting av publikum* (Futsæter 1998).
Nettavisene gjelder kun MBLs nettaviser som også utgir papiraviser og som blir målt i F&M. Nettaviser gjelder alle digitale plattformer (mobil, nettbrett og PC).
Fra 2018 er alle digitaltallene kalibrert i forhold til de offisielle onlinemålingene. Fra 2018 inngår også eAviser. eAviser inngår i «Totalt» og i «Digitalt».

FORBRUKER & MEDIA

3.
Norske nettsteder:
Koronakrisen ga rekordhøy bruk i mars

Rekordhøy digital bruk i mars

Utviklingen for alle norske nettsteder indeksert fra januar

KANTAR

Kilde: Kantar Forbruker & Media (Kantar Online 12 år+). Brutto for alle nettsteder indeksert i forhold til januar.

FORBRUKER & MEDIA

Flere nettsteder har etablert seg på et høyere nivå

Daglig dekning for de største redaksjonelle mediene digitalt totalt i 2020

KANTAR

Kilde: Kantar Forbruker & Media (Kantar Online 12 år+).

FORBRUKER & MEDIA

Stabil utvikling for samkjøringene til tross for færre papirlesere

Utviklingen for de største samkjøringene på papir og digitalt

KANTAR

Kilde: Kantar Forbruker & Media (Kantar Online 12 år+). Samkjøringsdefinisjoner ligger her: http://tnslistene.no/samkjoringsliste/

FORBRUKER & MEDIA

De største samkjøringene samler totalt 88% av befolkningen

Dekning for de største samkjøringene på papir og digitalt

KANTAR

Kilde: Kantar Forbruker & Media (Kantar Online 12 år+). Samkjøringsdefinisjoner ligger her: http://tnslistene.no/samkjoringsliste/

FORBRUKER & MEDIA

Norske nettsteder har høy digital dekning

Daglig total digitalt dekning

KANTAR

Kilde: Kantar Forbruker & Media (Kantar Online 12 år+).

FORBRUKER & MEDIA

4.
Magasin:
Færre leser magasiner

Færre leser papirmagasiner

- Innsamlingsmetode, utvalget og vektene er endret fra 2018 til 2019. Man må derfor være forsiktig med å tolke «endringer» i lesertallene for de enkelte magasinene.
- 22 magasiner har fått flere lesere, mens 40 har færre lesere.
- Magasingruppene «Fagblader», «Sport/reiser» har fått flere lesere, mens «Voksen kvinne» har størst negativ utvikling.

- 21% leser daglig minst et magasin. Samlet sett er det en tilbakegang på 7,5%. Dette er en svakere tilbakegang enn ved de to siste rapporteringene. Hadde det ikke vært for koronapandemien som medførte mindre sosial integrasjon mellom folk og dermed mindre utlån og bytte av magasiner, at legekontorer, frisører og andre offentlige «venterom» har fjernet magasinene fra sine venterom, ville nok tilbakegangen vært enda svakere. Det er lavere konsum i ukene 11-26, altså da Norge var stengt ned.

De fleste gruppene går tilbake

Prosentvis endring for grupper fra 2018/2019 til 2019/2020

KANTAR

Kilde: Kantar Magasinundersøkelsen. Nettolesertall for grupper for sammenlignbare grupper.

MAGASINUNDERSØKELSEN

5.
Radio: *Podkast og koronasommer*

Podtoppen lanseres 14.01.20

Sterk vekst for podkast

Podkast har en ung profil

KANTAR

INTERBUSS

Kilde: InterBuss: Spørsmålet er stilt til de som kjenner til popdkast, men tallene er omregnet til å gjelde hele Internettbefolkningen. Radiotallene er fra Kantar Online (F&M MGI basen 20/2, 2019/2020).

RADIO

Podkast har potensial til å løfte kommersiell radio

Daglig dekning

KANTAR

Kilde: F&M MGI 20/2 (2019/2020). Total daglig dekning for all podkast, også NRK.

FORBRUKER & MEDIA

Lokalradio taper lyttere fra 2018

Daglig dekning totalt, totalt uten lokalt og for lokalradio 2007 – 2019/2020

KANTAR

Kilde: Kantar. De offisielle lyttertallene for lokalradio. Alle ukedager.
Fra 01.01.17 ble flere lokalradioer fra Bauer (Kiss, Radio Rock) og P4 Gruppen (P5 og NRJ) ikke målt, da de ble riksdekkende kanaler.
30.04.18 opphørte lokalradioene P5 Trondheim, NRJ Trondheim, P7 Trondheim. Disse er nå kun rikskanaler.

RADIO

De målte lokalradioene går tilbake med 13%

Samlet bruttodekning for 32 målte lokalradioer 2018/2019 - 2019/2020

- De offisielle lokalradiotallene offentliggjøre hvert kvartal med tall fra siste 12 måneder.
- Samlet bruttodekning for 32 målte lokalradioer (sammenlignbare stasjoner) fra Q3 2018 - Q2 2019 til Q3 2019 - Q2 2020.
- Fra Q3 2018 - Q2 2019 til Q3 2019 - Q2 2020 er det en tilbakegang på 13%.

KANTAR

Kilde: Kantar. F&M CATI. Alle ukedager.
Noen stasjoner har i perioden 2016-2019 utvidet sendingene til både å sende på FM og DAB+, og andre har kuttet FM.
Nea Radio og andre har utvidet spørreområdene og har av den grunn også «økt» antall lyttere.

RADIO

Tilbakegang for de største lokalradioene

Topp 30 Norges største lokalradiostasjoner (1)

KANTAR

Kilde: Kantar F&M CATI. Alle ukedager. Noen stasjoner har i perioden 2018/2019 – 2019/2020 utvidet sendingene til både å sende på FM og DAB+, og andre har kuttet FM. Nea Radio og andre har utvidet spørreområdene og har av den grunn også «økt» antall lyttere.

RADIO

Vekst for noen lokalradioer

Topp 30 Norges største lokalradiostasjoner (2)

KANTAR

Kilde: Kantar F&M CATI. Alle ukedager.
Noen stasjoner har i perioden 2018/2019 – 2019/2020 utvidet sendingene til både å sende på FM og DAB+, og andre har kuttet FM.

RADIO

Metodeskifte fra Kantar (2006-2018) til Nielsen 2019

- PPM gir offisielle lyttertall for de nasjonale kanalene
- F&M CATI gir de offisielle for lokalradio, og F&M CATI måler også de nasjonale kanalene.

- Nielsen benytter PPM teknologi som også Kantar gjorde (2006-2018).
- Fra 2019 ble teknologien for koding (CBET vs. e-CBET) endret.
- To ulike panel (ulik verving, oppsett etc.).
- Fra 12 år+ til 10 år+.

- Ikke direkte sammenlignbare tall.
- De offisielle lyttertallene for de nasjonale kanalene fra Nielsen blir kalibrert inn i F&M (Kantar Online).

Nielsen https://www.nielsen.com/no/no/solutions/audio/

61% lytter på rikskanalene – færre lytter på NRK

KANTAR

Kilde: Nielsen https://www.nielsen.com/no/no/.
Daglig dekning 2019 (jan-aug) vs. 2020 (jan-aug)

Vi bruker 1 ½ time til å lytte på radio – 3 min. mindre på NRK

- Økt lyttertid for kommersiell radio fra 31 min. til 32 min. blant hele befolkningen.
- Økt lyttertid blant lytter fra 93 min. til 100 min. Det betyr flere lojale lytter.

KANTAR

Kilde: Nielsen https://www.nielsen.com/no/no/. Daglig lyttertid 2019 (jan-aug) vs. 2020 (jan-aug)

Radioen har fått økt kommersiell betydning

KANTAR

Kilde: Analyser fra P4 med lyttertall fra Nielsen.

6.
TV og strømming:
Koronakrisen skapte rekorder

71% abonnerer på minst en strømmetjeneste (SVOD)
Sterk vekst det siste året og stadig flere skaffer seg flere

KANTAR

Kilde: Kantar. Utstyrsundersøkelsen for TVOV. Overgang til ny undersøkelse høsten 2019 medfører endring i utvalg fra P15+ til P15-79.

63% bruker daglig strømmetjenester og veksten fortsetter

Daglig dekning for strømming

KANTAR

Kilde: Kantar Forbruker & Media 18/2, 19/2 og 20/2. Daglig dekning for strømmetjenester

FORBRUKER & MEDIA

Fortsatt størst vekst i bruk av strømming blant de over 50 år

Daglig dekning for strømming 2018/2019 vs. 2019/2020

KANTAR

Kilde: Kantar Forbruker & Media 18/2, 19/2 og 20/2. Daglig dekning for strømmetjenester

FORBRUKER & MEDIA

TVOV øker med 6% (8 min.) fra 2019 til 2020

TVOV trender 10-79 år (jan–aug 2018 og 2019)

KANTAR

Kilde: Kantar TVOV. Gjennomsnittlig daglig seertid januar-august 2019 og 2020. Online er kun for TV-selskapene NRK, TV2, MTG og Discovery. Seing strømmetjenester som Netflix og HBO er foreløpig ikke inkludert i TVOV målingen.

TVOV-UNDERSØKELSEN

76% av TVOV konsumet er live – men BVOD øker mye

TVOV fordelt på live, opptak og BVOD (jan - aug 2019/2020):

KANTAR

Kilde: Kantar TVOV. Gjennomsnittlig daglig seertid januar-august 2019 og 2020. Online er kun for TV-selskapene NRK, TV2, MTG og Discovery (BVOD). Seing strømmetjenester som Netflix og HBO er foreløpig ikke inkludert i TVOV målingen.

TVOV-UNDERSØKELSEN

84% av tiden (131 min) brukes på TV-skjermen hjemme, men mindre skjermer øker

KANTAR

Kilde: Kantar TVOV. Gjennomsnittlig daglig seertid januar-august 2019 og 2020. Online er kun for TV-selskapene NRK, TV2, MTG og Discovery. Seing strømmetjenester som Netflix og HBO er foreløpig ikke inkludert i TVOV målingen.

TVOV-UNDERSØKELSEN

Rekordhøy seertid på lineær TV fra uke 11-15

Daglig seertid (lineær TV) per uke i 2020

Seertiden steg dag for dag fra 10.mars i uke 11.
Søndag 15.mars brukte vi over tre timer (186 min) til å se på TV.
Dette er svært høyt i fravær av vintersport.

KANTAR

Kilde: Kantar TVOV. Gjennomsnittlig daglig seertid (de offisielle TVOV tallene).
TV-selskapenes nettspillere for NRK, TV2, MTG og Discovery er ikke inkludert (BVOD).

TVOV-UNDERSØKELSEN

16% høyere seertid for lineær TV under korona

Daglig seertid (lineær TV) 2019 - 2020 per måned

KANTAR

Kilde: Kantar TVOV. Gjennomsnittlig daglig seertid 2018 og 2019 (de offisielle TVOV tallene).
TV-selskapenes nettspillere for NRK, TV2, MTG og Discovery er ikke inkludert (BVOD).

TVOV-UNDERSØKELSEN

TV-selskapenes nettspillere og YouTube øker mest under korona

Seertid på TV-selskapenes nettspillere (BVOD), Netflix, YouTube og HBO

KANTAR

Kilde: Kantar TVOV.

TVOV-UNDERSØKELSEN

Fra 12.mars sluttet NRK å sende sport og nyhetskonsumet tok av

Antall timer(000) konsumert per dag på NRK1

KANTAR

Kilde: Kantar TVOV. Analyser foretatt av NRK Analyse. Antall timer (000) konsumert per dag på NRK1.

TVOV-UNDERSØKELSEN

7.
Nettsamfunn, smartklokker og smarthøyttalere:
Facebook taper brukere og tillit

Utflating for Facebook, mens de andre vokser

Ukentlig dekning for nettsamfunn

KANTAR

Kilde: Kantar InterBuss 15 år+ blant de med tilgang på internett. Ukentlig dekning.

INTERBUSS

Alle øker bortsett fra Facebook

Daglig dekning for nettsamfunn blant hele befolkningen

KANTAR

Source: Kantar. InterBuss Daily reach for Facebook among the whole population in Norway 15 years +.

INTERBUSS

Færre bruker Facebook flere ganger daglig og omdømmet er sterkt svekket

Facebooks score faller i Kantars norske omdømmemåling

KANTAR

Kilde: Kantar InterBuss 15 år+ blant de med tilgang på internett.

INTERBUSS

Smartklokker blir ingen game changer i 2020 heller…

KANTAR

Kilde: Kantar InterBuss. Blant nettbefolkningen (98%).

INTERBUSS

19% har smarthøyttaler - i 2020 kan det bli nærmere 25%

- Fremdeles bruker bare 4% bruker talesøk daglig

- 74% har hørt om at smarthøyttalere i 2Q 2020
- 19% (745.000 personer) har smarthøyttaler (14% i 2Q 2019).
- 29% har smarthøytalere i Storbritannia.
- 3% planlegger å kjøpe smarthøyttaler.

Apple Home Pod

Amazon Echo

Google Home

Andre smarthøyttaler

Kilde: Kantar InterBuss. Blant nettbefolkningen (98%).

8. Oppsummering

Redusert daglig dekning for de tradisjonelle norske mediene, mens de digitale plattformene øker

KANTAR

Kilde: Daglig oppslutning om avis, radio, fjernsyn og Internett 1961-2019/2020.
Data fra Forbruker & Media fra 1994. Flerkanalsamfunnet (Lundby & Futsæter, 1993)
Fragmentering av medielandskapet og oppsplitting av publikum (Futsæter 1998).
Mobilt innhold gjelder alle norske mobile utgaver som er målt i F&M, både fra aviser, TV og andre.

FORBRUKER & MEDIA

Kilder

- Kantar Covid-19: Internasjonal undersøkelse om forbrukeratferd og kjøpsvaner under covid-19 i mer enn 45 land
- «24 timer» gir unik innsikt om medievaner under koronakrisen (24 timer)
- The UK Joint Industry Currencies are ABC, BARB, JICMAIL, JICPOPS, JICREG, JICWEBS, PAMCO, RAJAR and ROUTE (BARB)
- TV & Video consumption in the new normal: What audiences say and do – and how we respond (Kantar Webinar 22.04.20)
- «DIMENSION 2020 – Media & Me»: Ny global innsiktsrapport (kantar.no).
- Podkastlyttingen holder seg selv om folk ikke reiser til kontoret (Kampanje 03.06.20)
- *Radio kommer styrket ut av koronakrisen* (Kampanje 22.05.20)
- Bruken av norske nettsteder går tilbake etter rekordmåned (Kampanje 18.05.20)
- *Rekord etter rekord for norske nettsteder* (Kampanje 24.05.20)
- *Koronakrisen løfter papirmediene* (Kampanje 20.04.20)
- *Kan ikke huske å ha sett så høye seertall over en så lang periode uten at det er blitt sendt sport* (Kampanje 07.04.20)
- *Reklamebudsjetter i krisetider – slik spiller du vinnerkortet* (Kampanje 27.03.20)
- *Rimelig å anta at TV-seingen vil holde et høyere nivå enn normalt de neste månedene* (Kampanje 24.03.20)

Kantars medieundersøkelser

FORBRUKER & MEDIA

TVOV-UNDERSØKELSEN

AVISUNDERSØKELSEN

MAGASINUNDERSØKELSEN

RADIO

FAGPRESSEUNDERSØKELSEN

TJUEFIRETIMER

INTERBUSS

SOCIAL MEDIA TRACKER

KANALVALG

HUSHOLDNINGENES MEDIEUTGIFTER

MEDIEBARN

MEDIEUNGDOM