



SOSIALE MEDIER TRACKER Q3'21

JULI - SEPTEMBER 2021



BAKGRUNN

Ipsos SoMe tracker gjennomføres månedlig på web gjennom Ipsos panel. Kvartalsvis presenteres nyeste resultat med historikk tilbake til 2018.

Trackeren har gått jevnlig siden 2013, og det gjennomføres omtrent 6.000 intervjuer årlig. Det er viktig å bemerke at resultatene gjengir det et utvalg av den norske befolkningen svarer at de gjør.



METODE

Målgruppen for undersøkelsen er et representativt utvalg av Norges befolkning på 18 år og eldre.

Resultatene er vektet på kjønn, alder og geografi i henhold til offentlig statistikk om sammensetningen av befolkningen.

Netto intervju 2021:

Q1 N=1581

Q2 N=1563

Q3 N=1571



RAPPORT

Utvalgsundersøkelser omfatter alltid noe usikkerhet. Feilmarginen varierer med antall intervjuer og svarfordelingen på det enkelte spørsmål.

Resultater må derfor tolkes på 95 % signifikansnivå (kji-kvadrattesting). Signifikante forskjeller er med 95 % sannsynlighet utenfor feilmarginene og skyldes ikke tilfeldigheter.

Signifikante forskjeller mellom undergrupper og gjennomsnittet (totalen) fremkommer innledningsvis i rapporten.



HVA ER NYTT?

Rapporten for Q3 2021 er bygd opp slik at innholdet skal gi relevant innsikt i andelene som oppgir å ha profil, bruksfrekvens, samt utvikling i bruk blant gjennomsnittet (total) og undergruppene.

Sosiale medier

Daglig bruk av de største sosiale mediene, samt medier vi følger med på utviklingen ved.

Musikk- og strømmetjenester

Daglig og daglig + ukentlig bruk blant musikk- og strømmetjenester.

Kvartalets highlights

Innsikt i en unik målgruppe/tema hvert kvartal basert på bakgrunnsvariabler og nyttig info.



SKREDDERSØM

Har du behov for innsikt i en spesifikk målgruppe, eller er du kanskje nysgjerrig på podcast?

Vi har nedbrytninger på flere variabler, samt informasjon om utviklingen ved podcastlytting blant norske og utenlandske podkaster, musikk- og strømmetjenester, bloggere, influensere og gaming.

Ønsker du mer informasjon om hva vi kan tilby og hvordan vi kan skreddersy din forespørsel, send en uforpliktende e-post til:

SoMe.Norge@Ipsos.com

«SPOTLIGHT»



Facebook
68%



Snapchat
49%



Messenger
47%



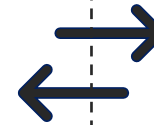
Instagram
41%



YouTube
30%



TikTok
15%



«ONE-TO-WATCH»



WhatsApp
11%



Pinterest
4%



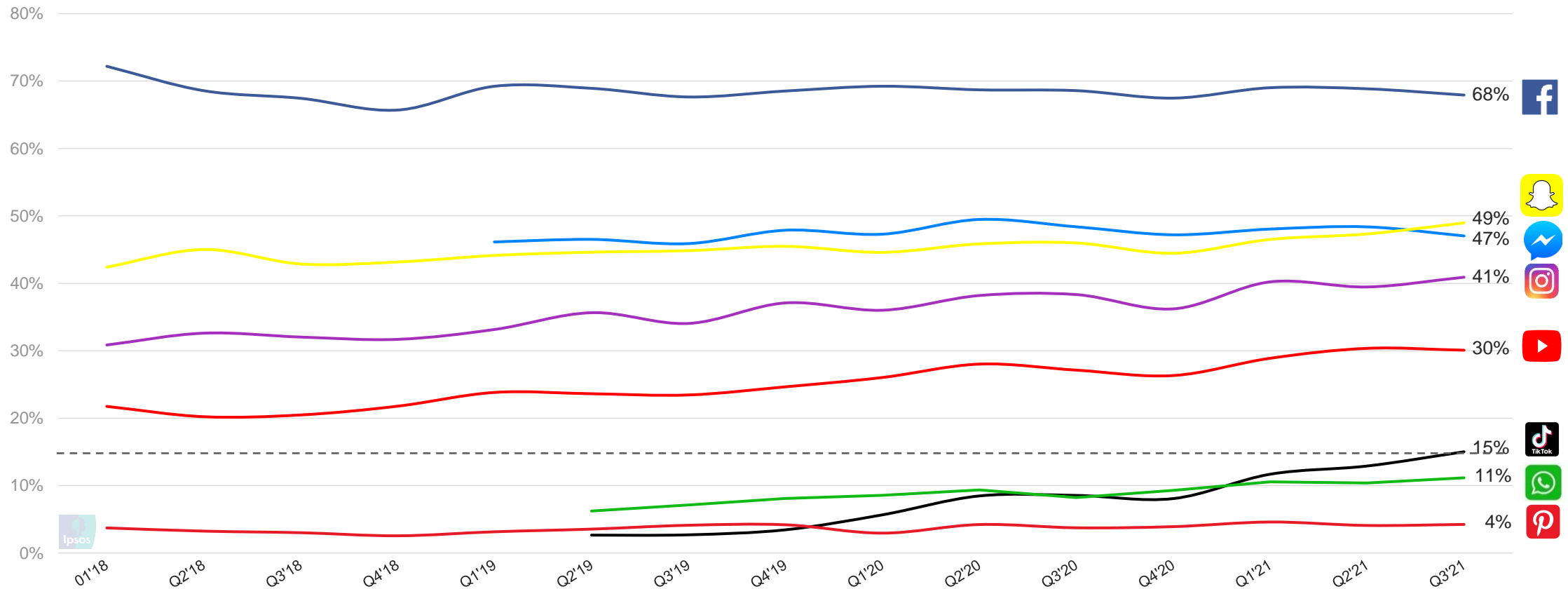
Her viser vi kun et utvalg av de sosiale mediene vi måler løpende. «SPOTLIGHT» viser de største og mest populære mediene vi anser som relevante å følge utviklingen ved, dette er en slags toppliste. «ONE-TO-WATCH» er medier vi følger ekstra nøye med på over tid og vurderer om de fortjener en plass i spotlighten fremover. Mediene kan med andre ord bevege seg begge veier etter hvert som deres bruk endrer seg, og kan derfor veksle mellom «SPOTLIGHT» og «ONE-TO-WATCH».

TikTok har i Q3 2021 blitt inkludert som ett av de mest populære mediene. TikTok har lenge vært under «ONE-TO-WATCH», men utviklingen over tid viser at plattformen gjør seg fortjent til en plass i spotlighten.

SOSIALE MEDIER – UTVIKLING I DAGLIG BRUK

IPSOS SOME

TRACKER Q3'21

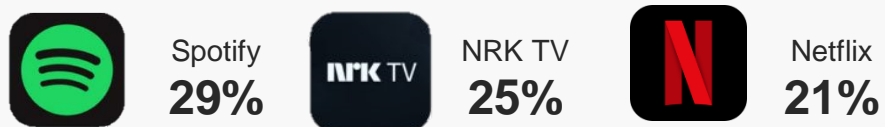


Grafen viser utviklingen ved daglig bruk blant sosiale medier i «SPOTLIGHT» eller «ONE-TO-WATCH». Striplet linje viser grensen ved daglig bruk TikTok har passert for å forflytte seg inn i spotlightsen. 15% er grensen for å sikre akseptabel basestørrelse, også for undergrupper.

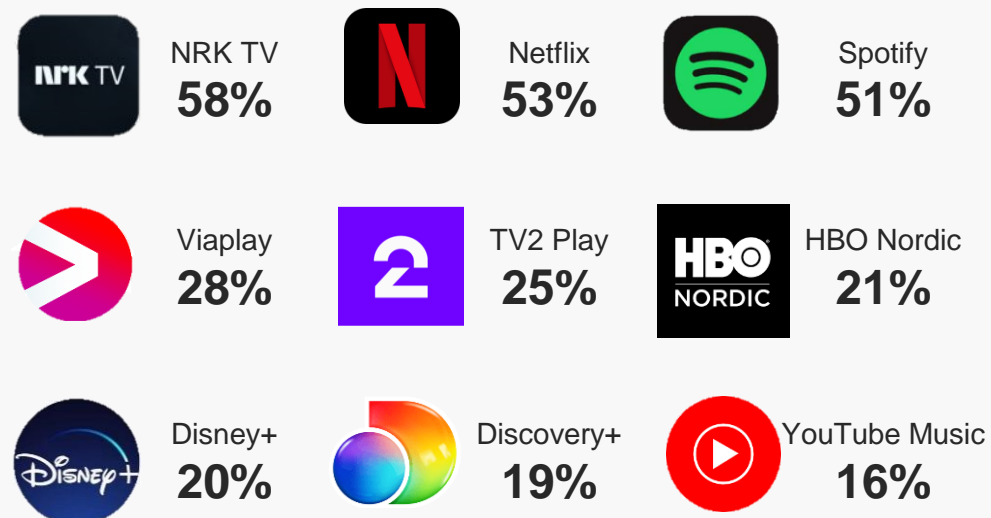
MUSIKK- OG STRØMMETJENESTER

IPSOS SOME
TRACKER Q3'21

DAGLIG BRUK



+ UKENTLIG BRUK



Her viser vi kun et utvalg av musikk og strømmetjenester vi måler løpende.

Daglig bruk

På totalnivå er strømmetjenestene som oppgis å brukes mest er Spotify, NRK TV og Netflix.

Daglig + ukentlig bruk

Totalt viser daglig bruk og ukentlig bruk sammenslått et større utvalg strømmetjenester som oppgis å brukes. Omtrent 6 av 10 bruker NRK TV ukentlig til daglig, og over halvparten bruker Netflix (53%).



MENN 18-29 ÅR



PODCAST

Blant menn i aldersgruppen 18-29 oppgir en **signifikant høyere andel** at de **hører på utenlandske podkaster ukentlig** (23 %), sammenlignet med snittet (11%).



MUSIKK

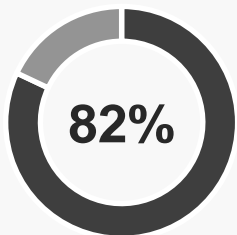
Nesten 2 av 3 (**65%**) blant menn i aldersgruppen 18-29 oppgir at de **bruker Spotify daglig**. En signifikant forskjell sammenlignet med gjennomsnittet (29%).



INSTAGRAM

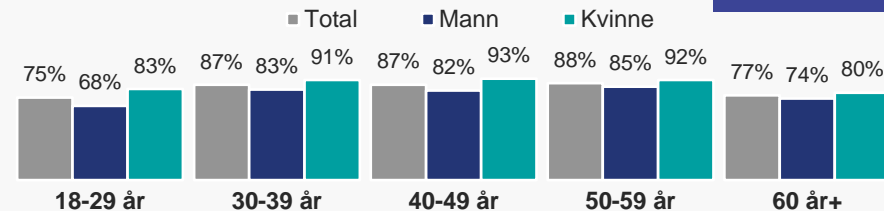
Blant menn i den yngste aldersgruppen som oppgir å ha profil på Instagram sier **32% at de følger sportsaktører**, signifikant forskjellig fra snittet i totalen (23%).



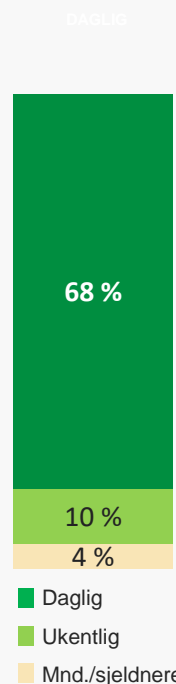


3 486 000
HAR PROFIL

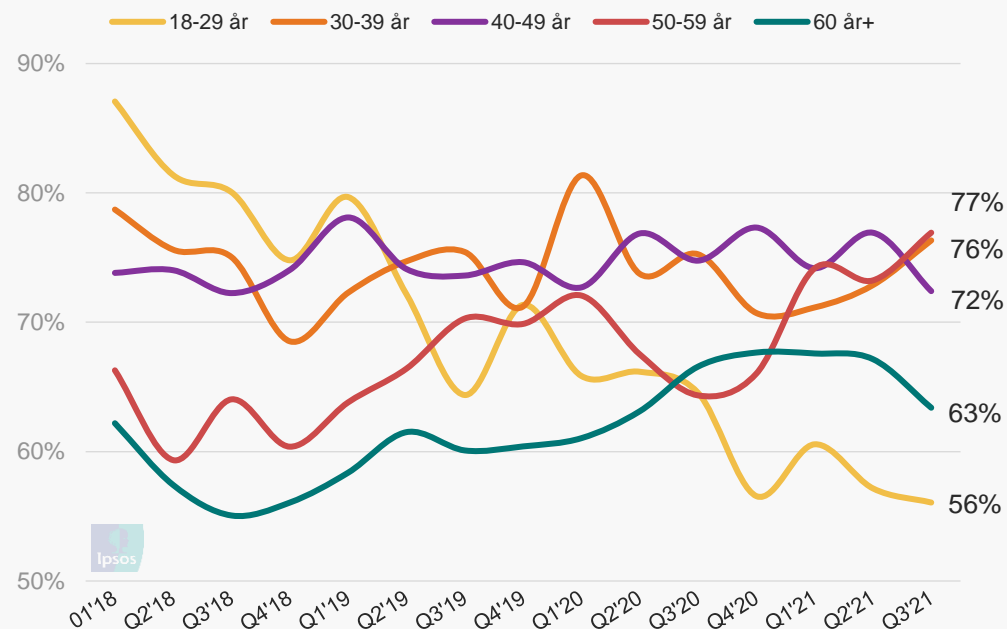
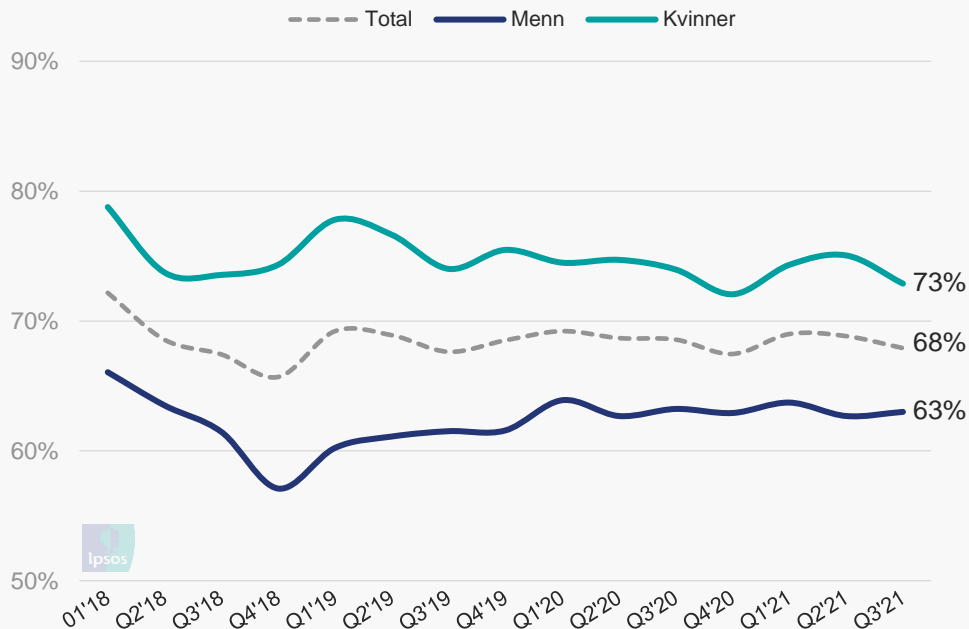
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN

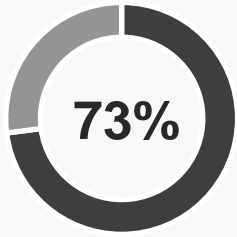


FREKVENS



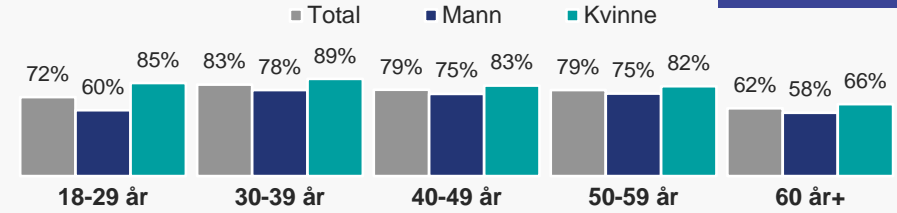
DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



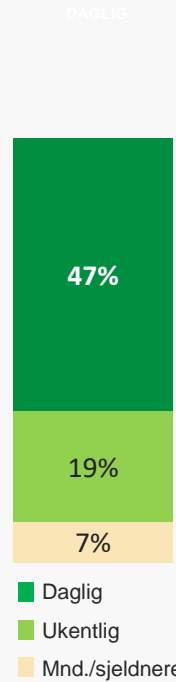


3 113 000
HAR PROFIL

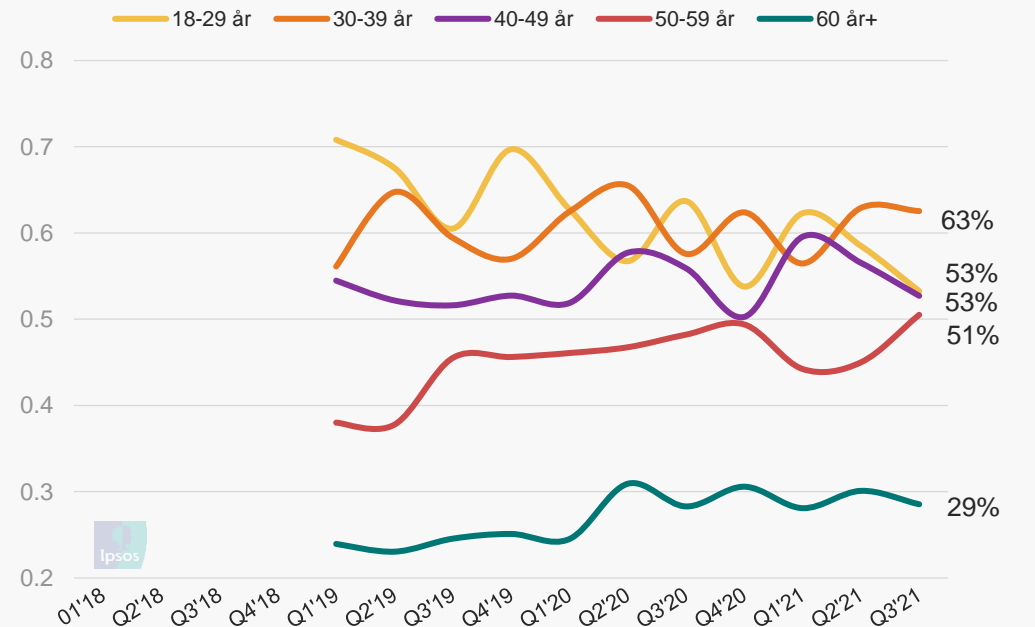
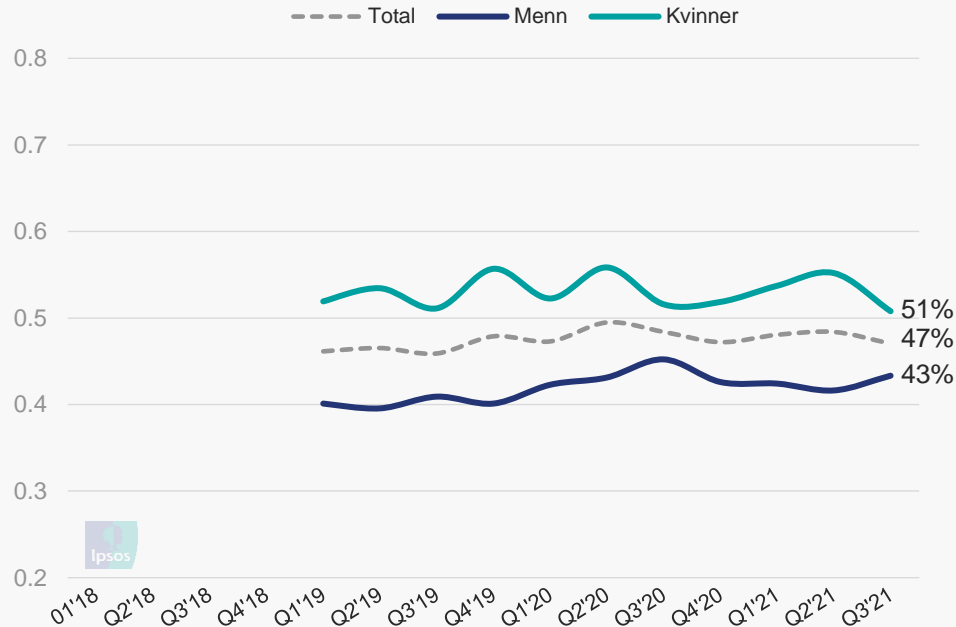
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN

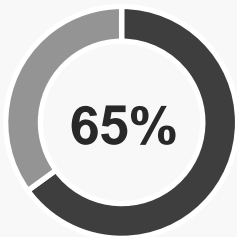


FREKVENNS



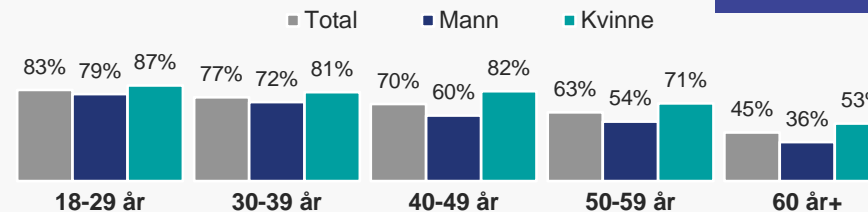
DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



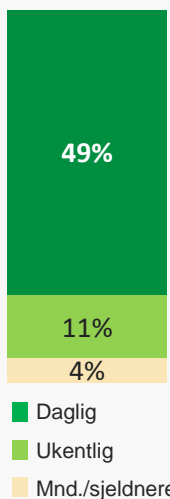


2 768 000 HAR PROFIL

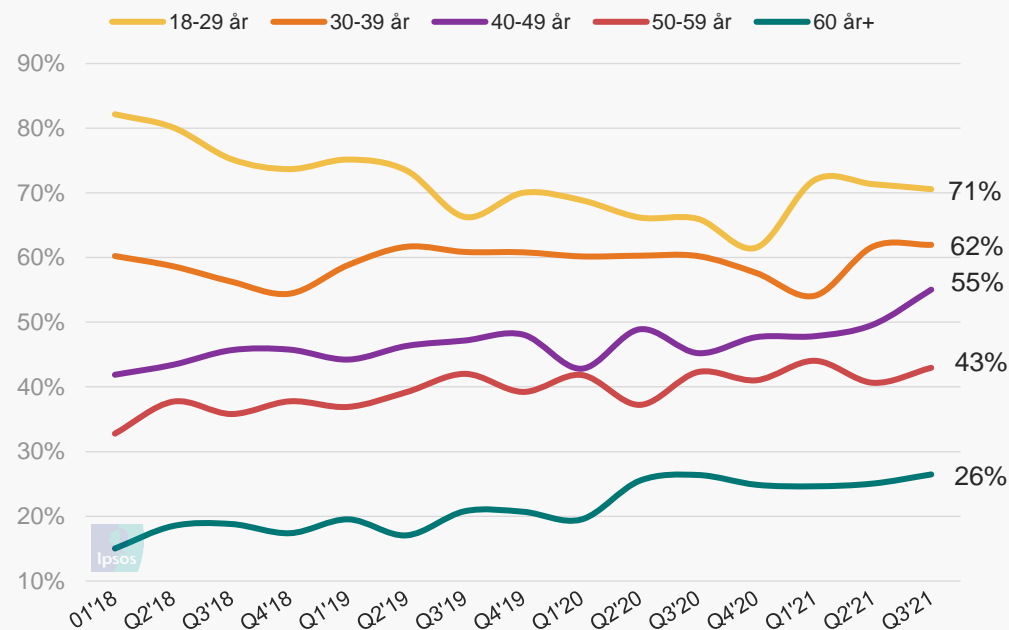
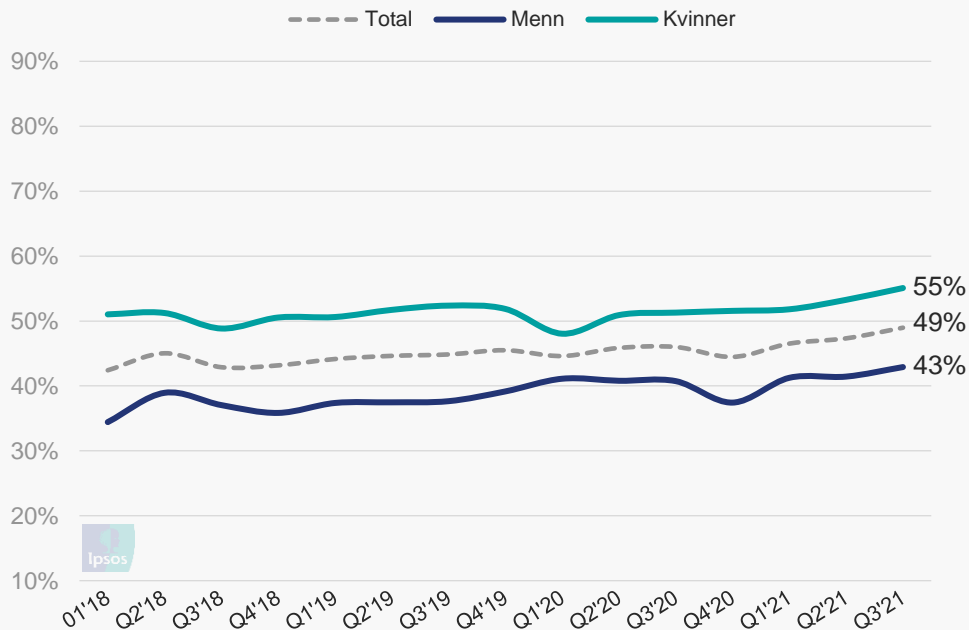
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN

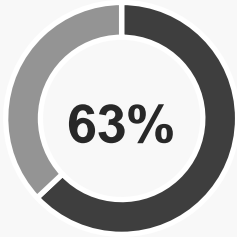


FREKVENNS



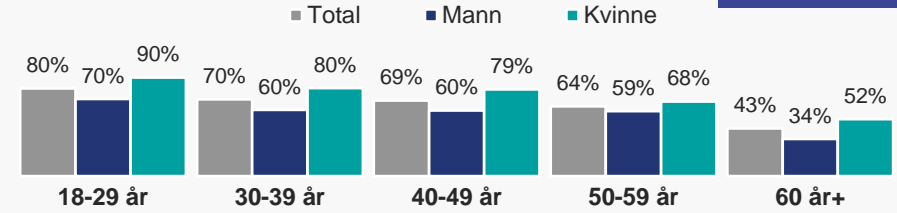
DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN





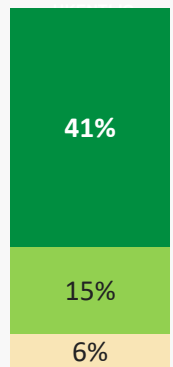
2 677 000 HAR PROFIL

ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN

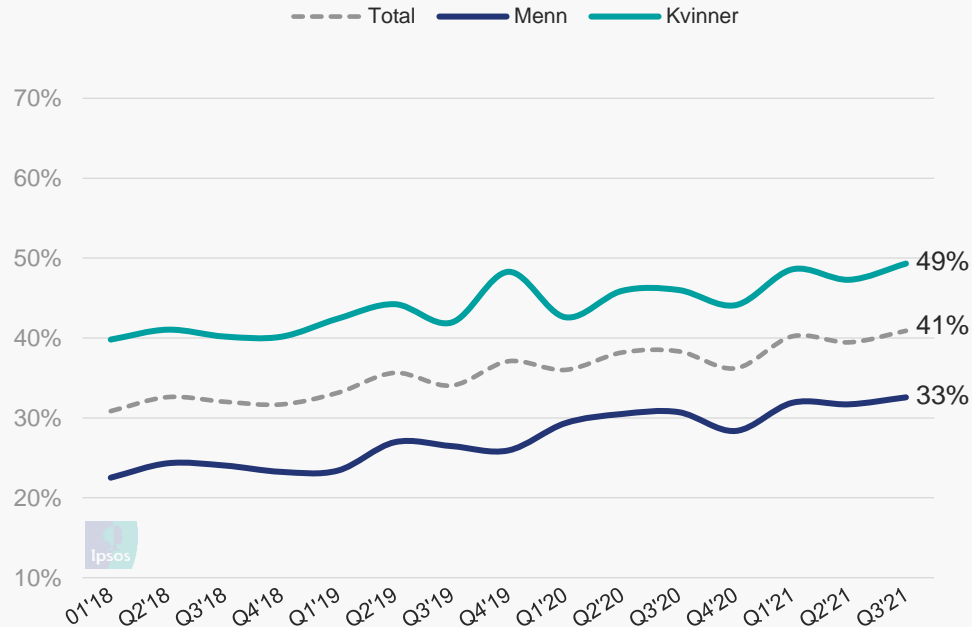


FREKVENNS

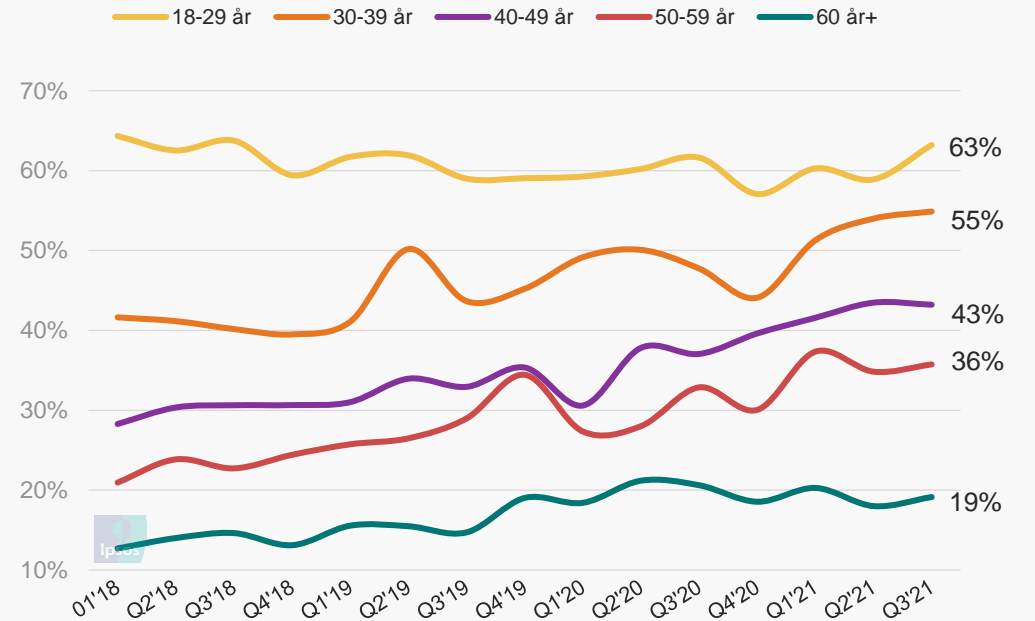
DAGLIG

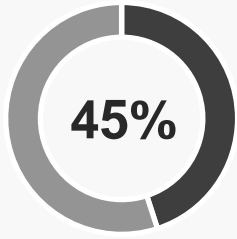


- Daglig
- Ukentlig
- Mnd./sjeldnere



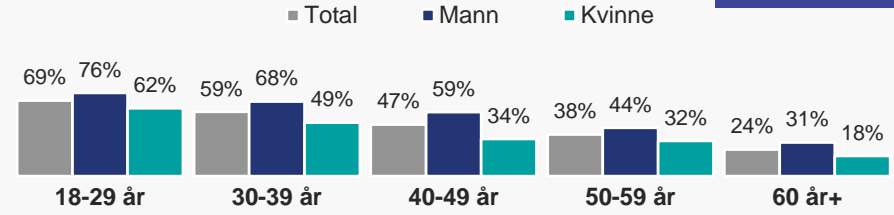
DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



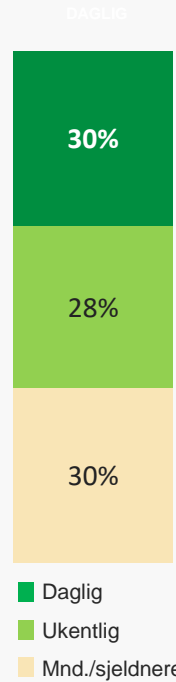


1 924 000
HAR PROFIL

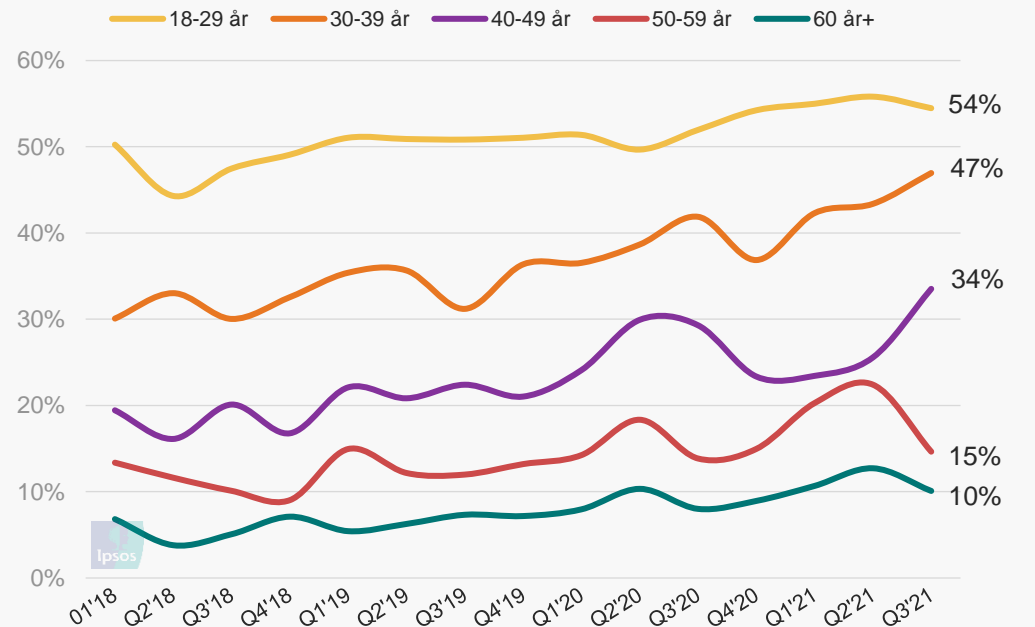
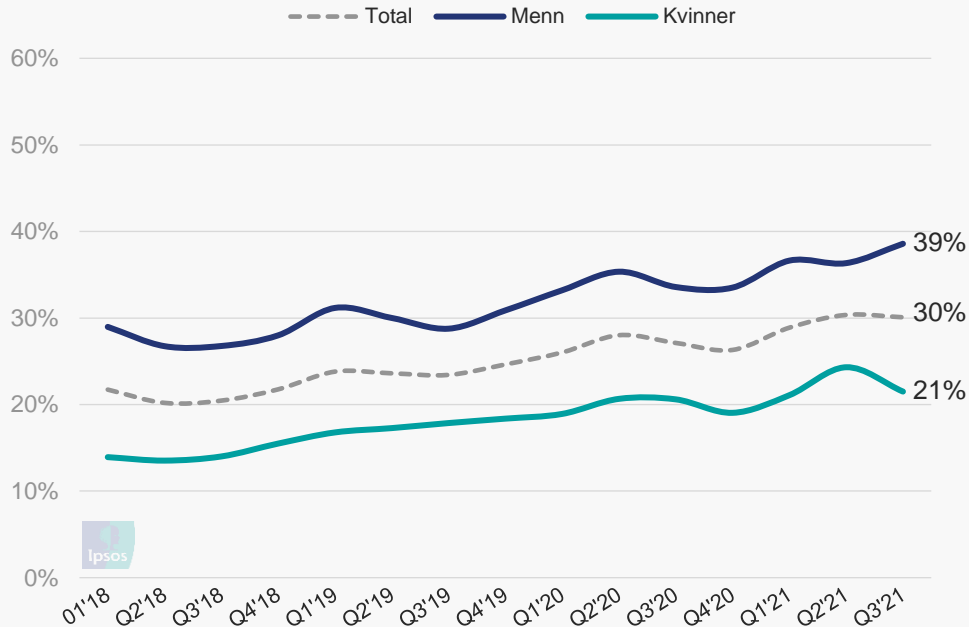
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN

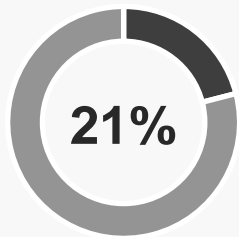


FREKVENNS



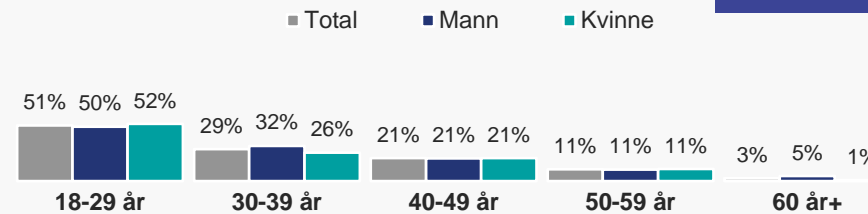
DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



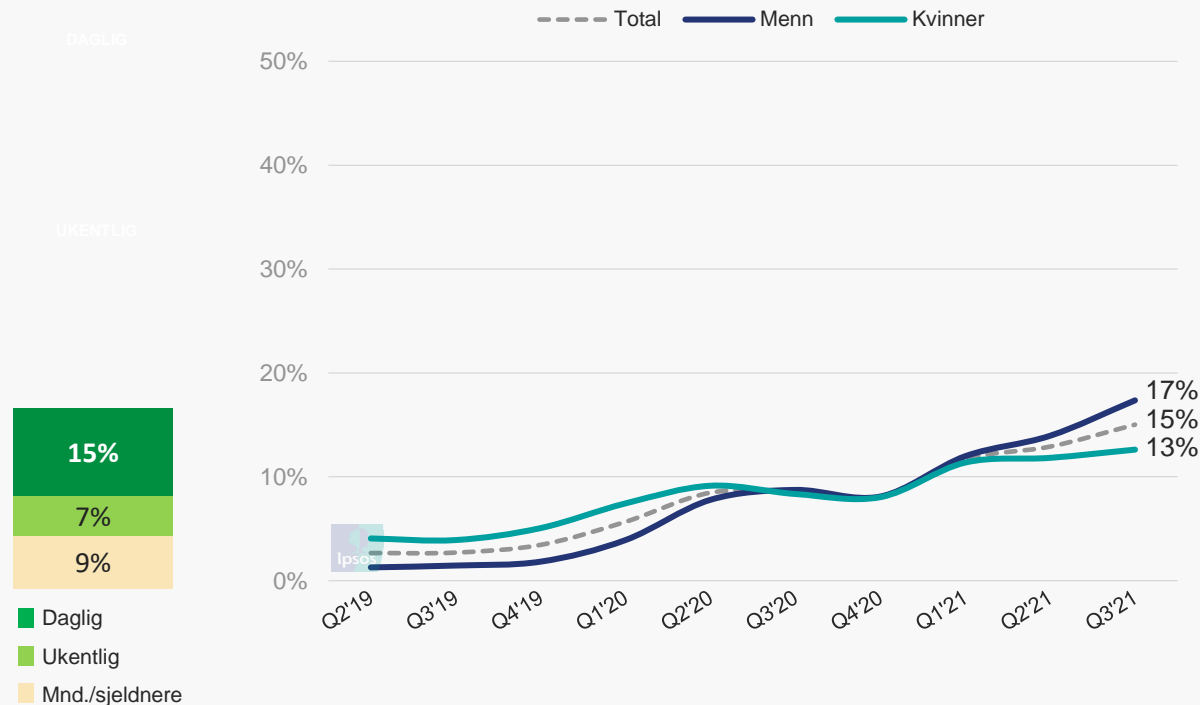


909 000 HAR PROFIL

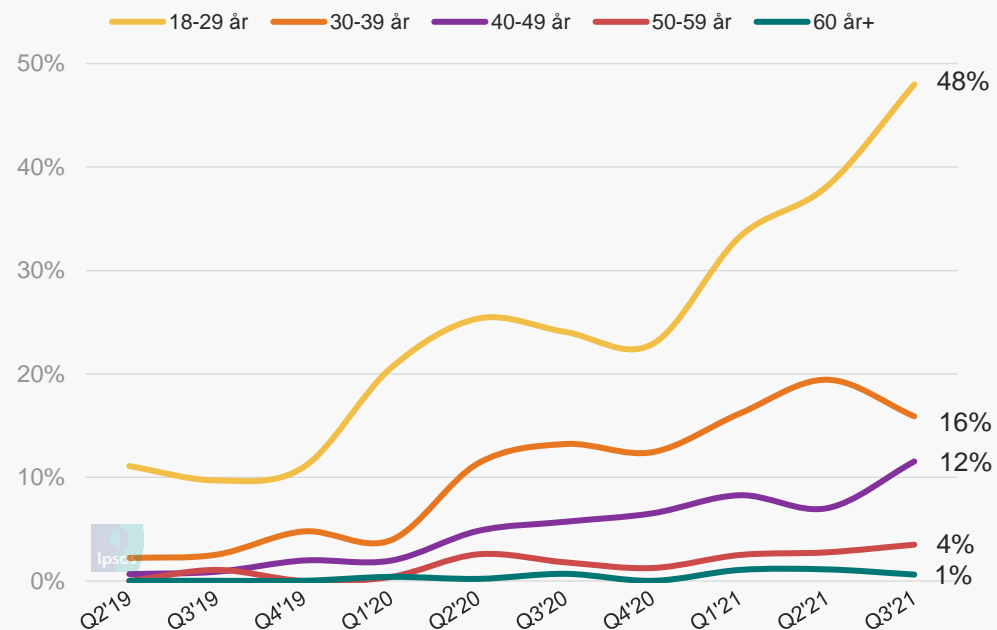
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN

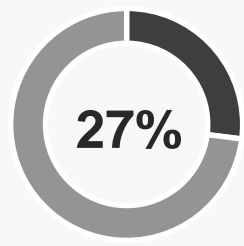


FREKVENNS



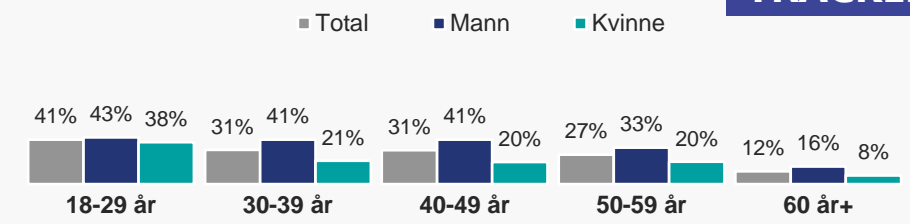
DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



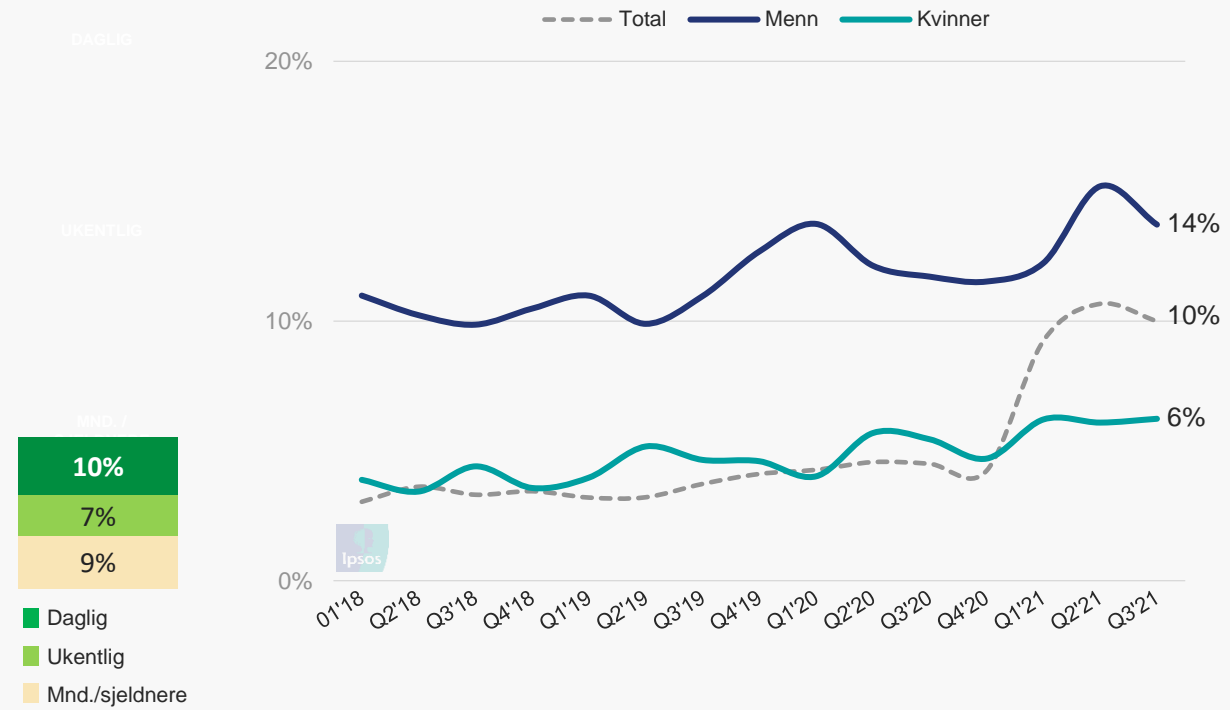


1 132 000 HAR PROFIL

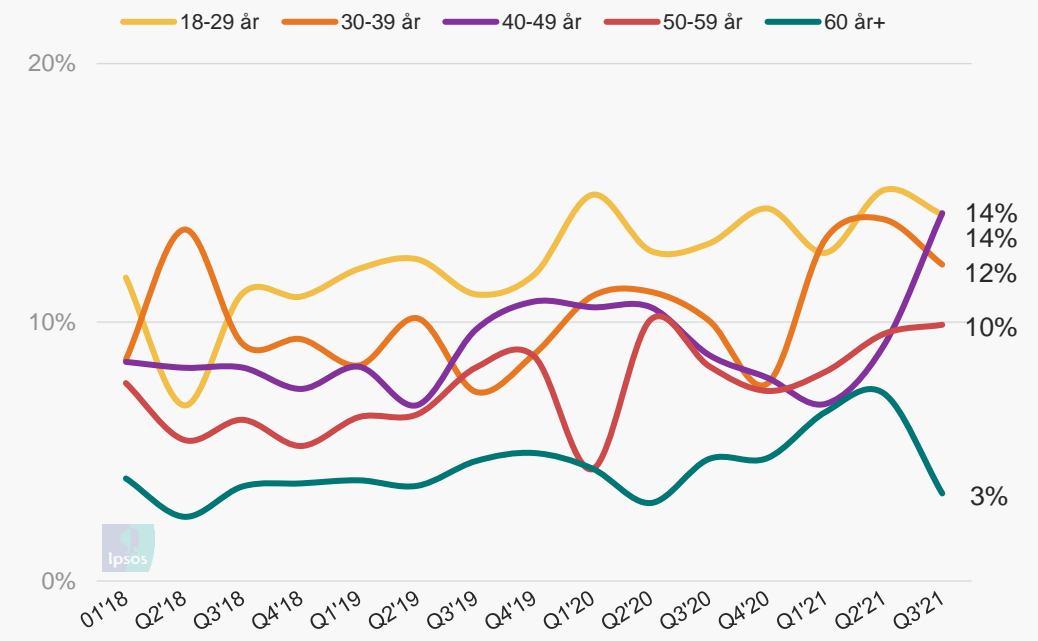
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN

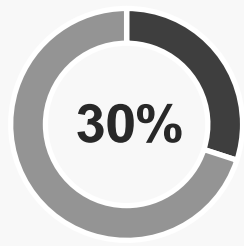


FREKVENNS



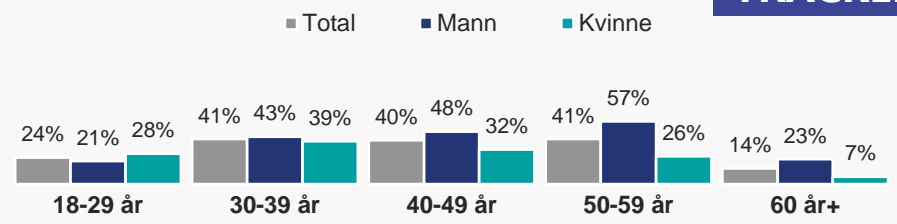
DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



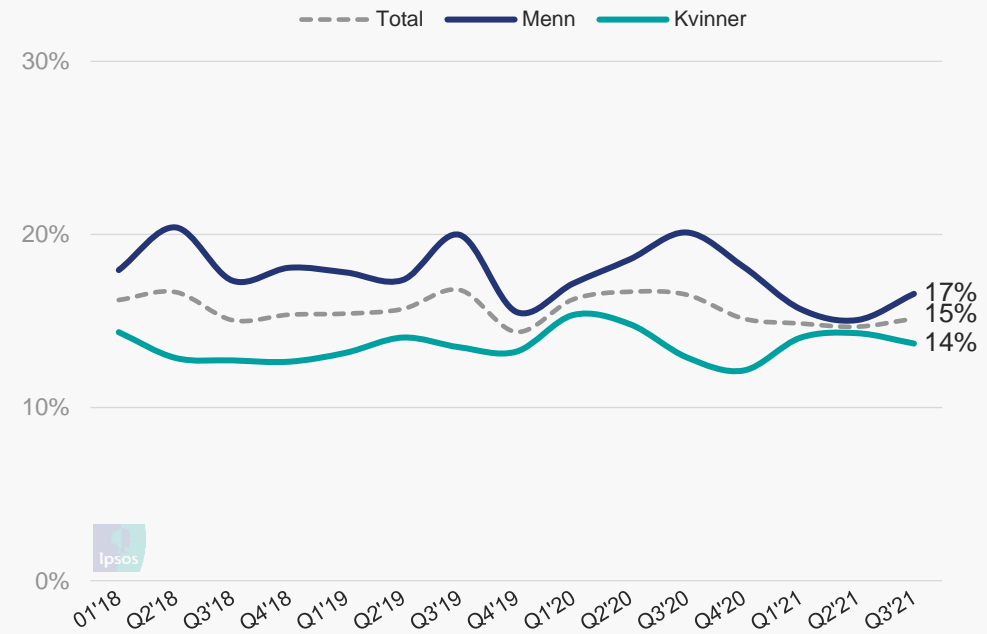
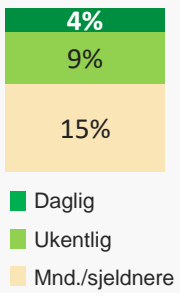


1 269 000
HAR PROFIL

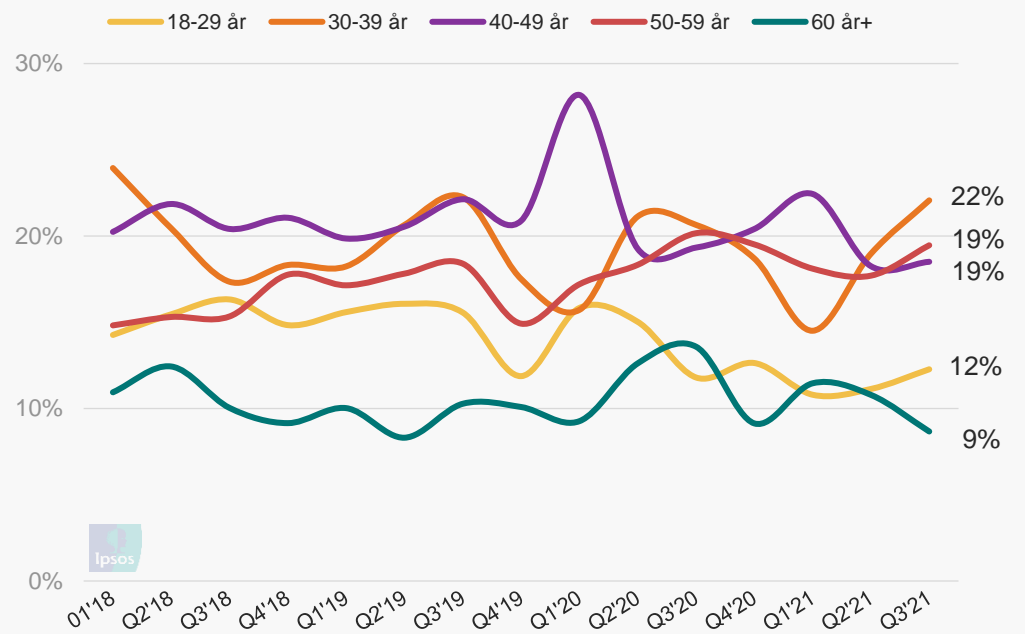
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN

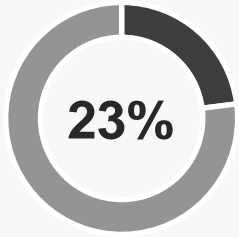


FREKVENNS



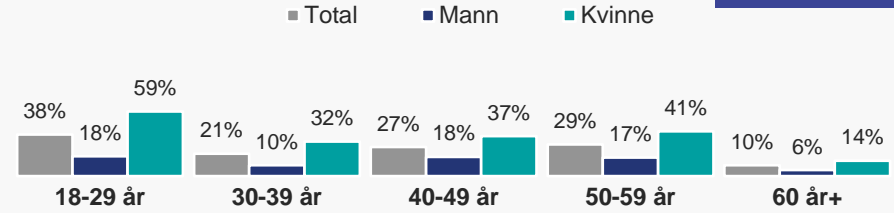
MÅNEDLIG BRUK I BEFOLKNINGEN





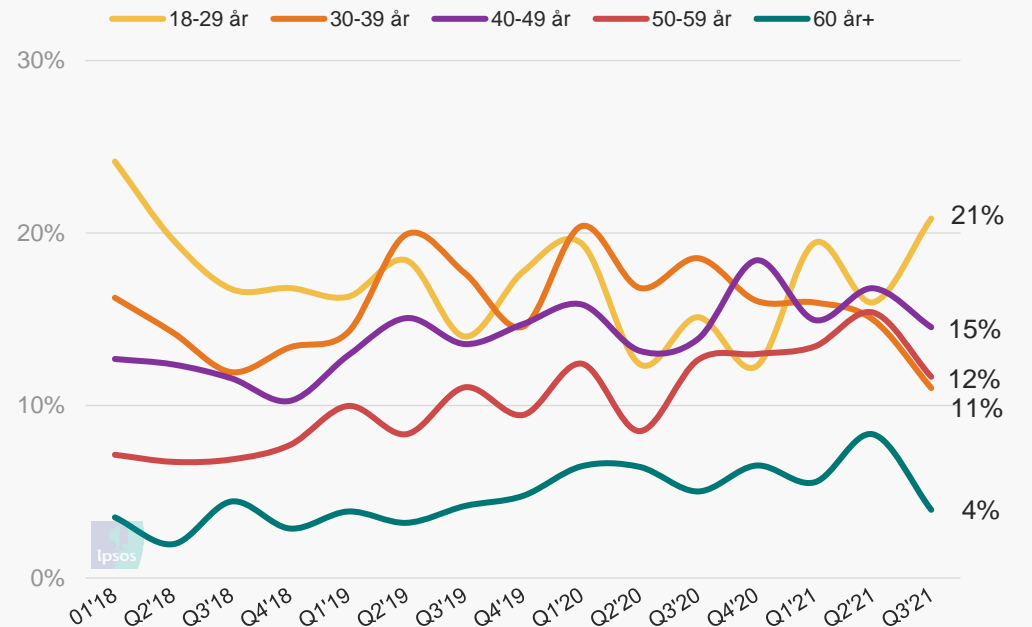
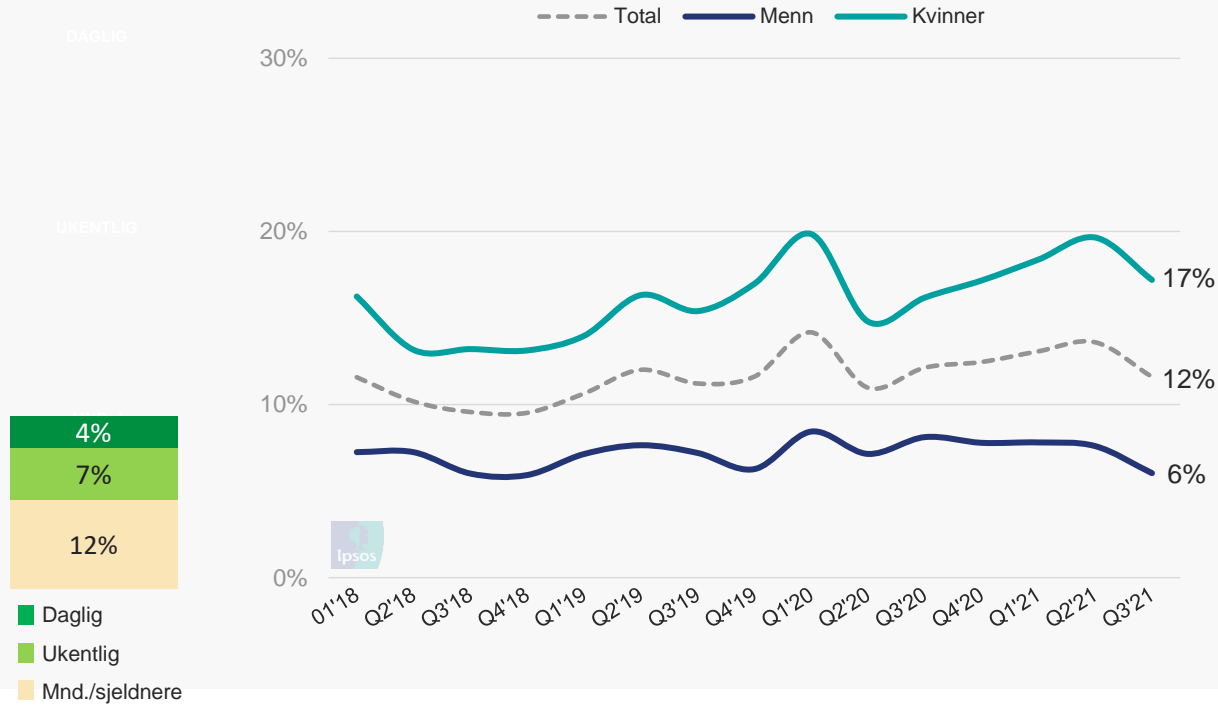
993 000 HAR PROFIL

ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



FREKVENNS

MÅNEDLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



HVILKE PLATTFORMER HAR VI INFORMASJON OM?

IPSOS SOME

TRACKER Q3'21

Facebook	Tidal (tidl. Wimp)
LinkedIn	SoundCloud
Twitter	NRK TV
Instagram	Netflix
Snapchat	Viaplay
Pinterest	Discovery+ (tidl. Dplay)
YouTube	TV2 Play (tidl. Sumo)
Tinder	HBO Nordic
Messenger	Amazon Prime
Reddit	Disney+
Twitch	Apple TV+
WhatsApp	Apple Music
TikTok	YouTube Music
YouTube Kids	YouTube Premium

**BE
SURE.
MOVE
FASTER.**

GAME CHANGERS

