

OSLO - 20 APRIL 2022 – PRESSEMELDING

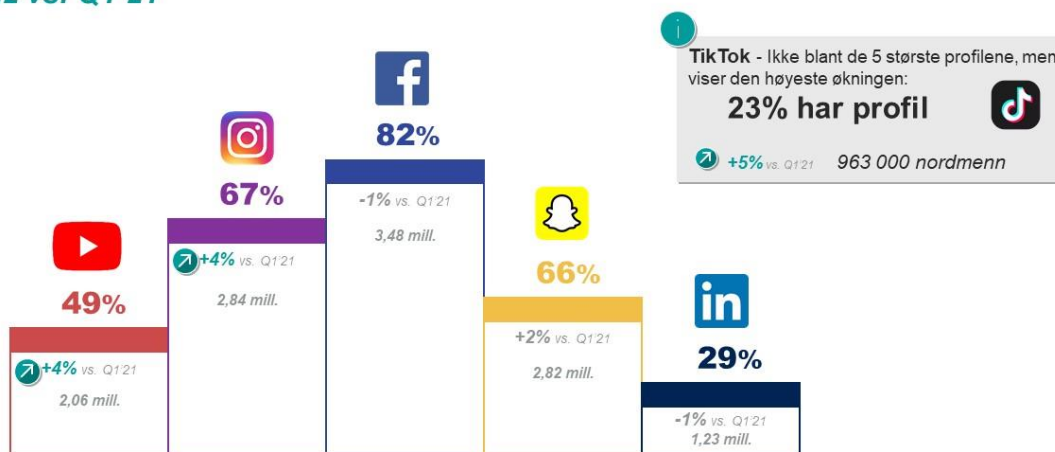
Status for sosiale medier i Norge Ipsos SoMe-tracker Q1'22

Ipsos SoMe-tracker gjennomføres online løpende gjennom hele året. Basen er på over 6.000 personer årlig med i et landsrepresentativt utvalg av befolkningen over 18 år. En andel av informasjon publiseres kvartalsvis på Ipsos.no. Undersøkelsen er gjennomført siden 2013 og har et unikt datagrunnlag med 15 sosiale medier plattformer, 15 musikk- og strømsjenester samt informasjon om influenser og podkastlytting.

ANTALL PROFILER

TOPP SOSIALE MEDIER I NORGE - ANTALL PROFILER Q1'22 vs. Q1'21

IPSOS SOME
TRACKER Q1'22



Resultatene viser befolkningen på totalnivå 18 år og eldre. Q: «Hvilke av disse netjenestene har du profil på?»
Base: 2020 n=1564, 2157, 2162, 2123 / 2021 n=1561, 1563, 1571, 1552 / 2022 n=1574

↑ Signifikant høyere vs. Q1'21
↓ Signifikant lavere vs. Q1'21



Nesten 3,5 millioner profiler på Facebook – 82% av nordmenn over 18 år sier de har en profil på plattformen

- **Facebook** er fortsatt Norges største sosiale medieplattform. Flertall av befolkning over 18 år (82%) sier de har en profil i første kvartal 2022. Det er ingen signifikant forskjell sammenlignet med Q1'21, og tilsvarer nesten 3.5 millioner nordmenn.
- **Instagram** er nr. 2 med 67% og en signifikant økning på 4%-poeng det siste året siden Q1'21. Dette betyr at omtrent 2.8 millioner nordmenn over 18 år har profil på plattformen – også eid av Meta.
- **Snapchat** er den tredje største plattform med 66% som sier de har profil (2.8 millioner nordmenn). Ingen signifikant økning over de siste 12 måneder.
- **YouTube** er nr. 4 med 49% nordmenn over 18 år som sier de har profil, nå rett over 2 millioner profiler, og med signifikant økning på 4%-poeng siden Q1'21.

- Den femte plattformen er **LinkedIn** som står stabil med litt over 1.2 millioner profiler, 29% av befolkning over 18 år sier de har profil på plattformen.
- **TikTok har lenge vært en spennende nykommer som har tatt nordmenn med storm.** Selv om plattformen ikke er blant topp 5 med andel med profil viser dette mediet en eksplosiv vekst de siste 12 mnd. på befolkningsnivå, ikke bare hos de yngste. Det er nå **23% av nordmenn over 18 år som sier de har profil på plattformen**, dette gir en signifikant økning på 5%-poeng det siste året. Det er 963.000 personer over 18 år på plattformen. Fortsetter plattformen i dette tempoet blir TikTok kanskje en del av topp 5 i løpet av 2022.
- **Twitter:** 28% personer over 18 år sier de har profil – ca. 1,2 millioner nordmenn.
- **Pinterest:** 26% personer over 18 år sier de har profil – ca. 1 million nordmenn.

DAGLIG BRUK

I befolkningen generelt (alle over 18 år) sier **78% at de bruker sosiale medier daglig**. Dette har ikke endret seg nevneverdig de siste 12 måneder.

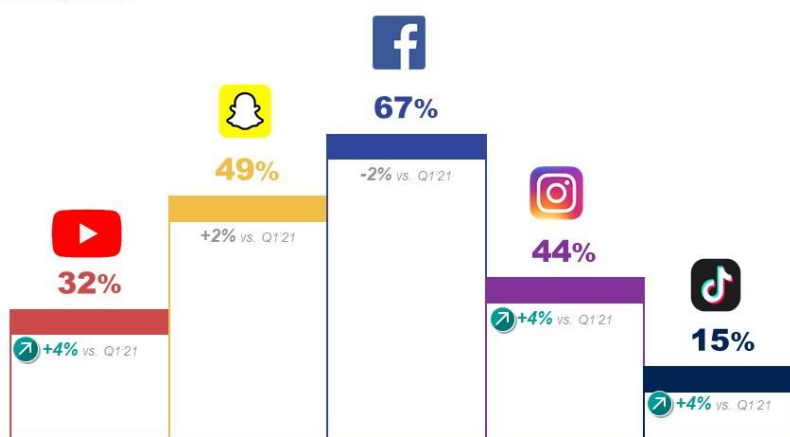
Bruksfrekvensen ved de forskjellige sosiale medieplattformene gir ofte et bedre bilde på bruksmønstre enn antall profiler. Hvor ofte er man inne eller bruker plattformen er spørsmålet som stilles. **Daglig bruk er minst én gang per dag eller flere ganger daglig.**

Nedenfor vises topp 5 mest besøkt sosiale medier plattformer i Norge i første kvartal 2022, sammenlignet med første kvartal i 2021:

TOPP 5 SOSIALE MEDIER I NORGE – DAGLIG BRUK

Q1'22 vs. Q1'21

IPSOS SOME
TRACKER Q1'22



Resultatene viser befolkningen på totalnivå 18 år og eldre. Q: «Hvor ofte er du inne på/bruker du...»
Base: 2020 n=1584, 2157, 2162, 2123 / 2021 n=1581, 1563, 1571, 1552 / 2022 n=1574

 Signifikant høyere vs. Q1'21

 Signifikant lavere vs. Q1'21



Snapchat er den hyppigst brukte sosiale medieplattformen daglig i Norge etter Facebook blant befolkning over 18 år, men for de mellom 18 og 29 år kommer Snapchat først etterfulgt av Instagram.

- **67% er på Facebook daglig** i befolkning over 18 år. Det er ingen signifikant forskjell sammenlignet med Q1'21. Det er derimot store forskjeller mellom aldergruppene: Det er kun 53% av nordmenn mellom 18-29 år sier de benytter plattformen daglig mens 76% mellom 40-49 år gjør det samme – dette er den mest engasjerte aldersgruppen. Kvinner er generelt mer ivrige (73%), enn menn (62%), når det gjelder å bruke Facebook daglig.
- **49% er på Snapchat daglig** i befolkning over 18 år. Det er ingen signifikant forskjell sammenlignet med Q1'21. Det er derimot store forskjeller mellom aldergruppene: **66% av nordmenn mellom 18-29 år sier de benytter plattformen daglig. Noe som gjør Snapchat som nr.1 og mest foretrukne plattformen i denne målgruppen.** Selv 3 av 10 (31%) av nordmenn over 60 år sier de er på plattformen daglig, noe som kanskje er en av de høyeste i verden!
54% av kvinner sier de benytter Snapchat daglig vs. 43% av menn over 18 år.
- **44% er på Instagram daglig** i befolkning over 18 år. Det er en signifikant økning på 4%-poeng sammenlignet med Q1'21. Det er nordmenn mellom 18-29 år som oftest er på plattformen da 63% sier de er på Instagram daglig, men både de fra 30-39 år (57%) og 40-49 år (50%) er også ivrige brukere da over halvparten oppgir å bruke Instagram daglig.
53% av kvinner sier de er på Instagram daglig vs. 36% menn.
- **32% er på YouTube daglig** i befolkning over 18 år. Det er en signifikant økning på 4%-poeng sammenlignet med Q1'21. Det er nesten like mange (29%) som benytter plattformen ukentlig – så, alt i alt er over 6 av 10 nordmenn innom minst én gang i uken eller oftere. Det fremkommer også forskjeller mellom aldergruppene: 52% av nordmenn mellom 18-29 år sier de benytter plattformen daglig og 49% av de fra 30-39 år. I motsetning til mange andre sosiale medier plattformer er det generelt menn som benytter YouTube mest daglig (41%) vs. kvinner (24%).
- **15% er på TikTok daglig** i befolkning over 18 år. Det er en signifikant økning på 4%-poeng sammenlignet med Q1'21. Det er store forskjeller mellom aldergruppene: **TikTok er mest benyttet av den yngste målgruppen i Ipsos SoMe-tracker blant nordmenn over 18 år. 4 av 10 (41%) av nordmenn mellom 18-29 år sier de benytter plattformen daglig.** Daglig bruk dropper til 17% for nordmenn 30-39 år. Det er kun 1% av de over 60 år som sier de benytter TikTok daglig.
På befolkningsnivå er menn er noe mer ivrige daglige brukere (18%) vs. kvinner (12%).
- 10% er på **Twitter** daglig. Nesten like mange ukentlig (8%) eller mnd. / sjeldnere (9%).
- 4% er på **Linkedin** daglig. De fleste er innom mnd. / sjeldnere (14%).
- 4% er på **Pinterest** daglig. De fleste er innom mnd. / sjeldnere (13%).

MELDINGSTJENESTER

Messenger er den høyst foretrukket melding tjeneste i Norge med **75% av nordmenn over 18 år som sier de har profil på plattformen** ifølge Ipsos SoMe-tracker Q1'22, og tilsvarer 3.2 millioner profiler. Det er en tydelig overvekt av kvinner over 18 år med 83% som har profil vs. 68% blant menn.

49% sier de benytter plattformen daglig, 56% kvinner vs. 43% menn blant befolkningen over 18 år.

Det er nordmenn fra 30-29 år som har høyeste daglig bruk med 63%, neste er de mellom 40 og 49 år hvor 59% sier de benytter Messenger daglig.

Det er kun **31% av nordmenn over 18 år som sier at de har profil på WhatsApp**. Kun 1 av 10 (10%) sier de bruker plattformen daglig.

NYHET – VSCO

Ipsos har observert økende bruk av sosiale medieplattformen VSCO blant ungdommer i forbindelse med analyse av den ferske undersøkelsen Barn&Ungdom 2022.

I Ipsos SoMe-tracker som handler om befolkning over 18 år, har VSCO allerede fått fotfeste blant de yngste. **Blant nordmenn fra 18-29 år, sier 1 av 4 (24%) av de har profil på VSCO, og 16% benytter plattformen daglig.**

Det er fortsatt kun 5% av befolkningen over 18 år (ca. 216.000 nordmenn) som sier de har profil på VSCO i første kvartal 2022, og 4% sier de benytter det daglig. Det er en overvekt av kvinner (7%), det vil si ca. 145.000, som sier de har profil (vs. menn 3%).

MUSIKK- OG STRØMMETJENESTER

6 av 10 bruker NRK TV ukentlig eller oftere, over halvparten bruker Netflix (56%) og kun 1 av 4 svarer at de bruker Disney+.



Resultatene viser befolkningen på totalnivå 18 år og eldre, som bruker 1 til flere ganger om dagen, samt ukentlig
Base: Alle, N=1574



Det er **Spotify som er den største strømmetjenesten for musikk og podkast i Norge – 30% av befolkning over 18 år sier at de benytter tjenesten daglig.**

NRK TV er den største strømmetjeneste med 27% nordmenn over 18 år som bruker daglig, før Netflix (23%).

MÅLT PLATTFORMER

Vi har data med bla. antall profiler og bruksfrekvens for Facebook, Instagram, Snapchat, Tiktok, LinkedIn, Twitter, Pinterest, YouTube, Messenger, Whatsapp, Reddit, Twitch, VSCO og YouTube Kids for sosiale medieplattformer.

I tillegg har vi data for musikk- og strømmetjenester: Spotify, Tidal, SoundCloud, Apple Music, YouTube Music, NRK TV, Netflix, Viaplay, Discovery+, TV2 Play, HBO Max, Amazon Prime, Disney+, Apple TV+ og YouTube Premium.

Kontakt i Ipsos:

Nathalie Eyde Warembourg, +47 906 58 999, nathalie.warembourg@ipsos.com

Ipsos SoMe-team; SoMe.Norge@ipsos.com

OM IPSOS

Ipsos er det tredje største markedsundersøkelsesselskapet i verden, til stede i 90 markeder og sysselsetter mer enn 18.000 mennesker. I Norge har Ipsos (tidligere Ipsos MMI) snakket med, observert og analysert nordmenn og det norske samfunn i over 46 år. Selskapet står bak undersøkelser som bla. Norsk Monitor, Ipsos SoMe-tracker, Barn&Ungdom undersøkelsen, Omdømmeprisen og Spisefakta.

Ipsos samler relevant og pålitelig data med et bredt utvalg av innsamlingsmetoder for å skape innsikt omkring samfunn, mennesker, markeder og merkevarer. Våre analyser hjelper våre kunder til å ha bedre forståelse og sikkerhet så at de kan ta raskere, smartere og modigere beslutninger.

Ipsos er kåret til årets mest innovative analysebyrå for 3. år på rad og topper listen over de mest innovative analysebyråene, ifølge den seneste GRIT rapporten (GreenBook Research Industry Trends).

www.ipsos.no