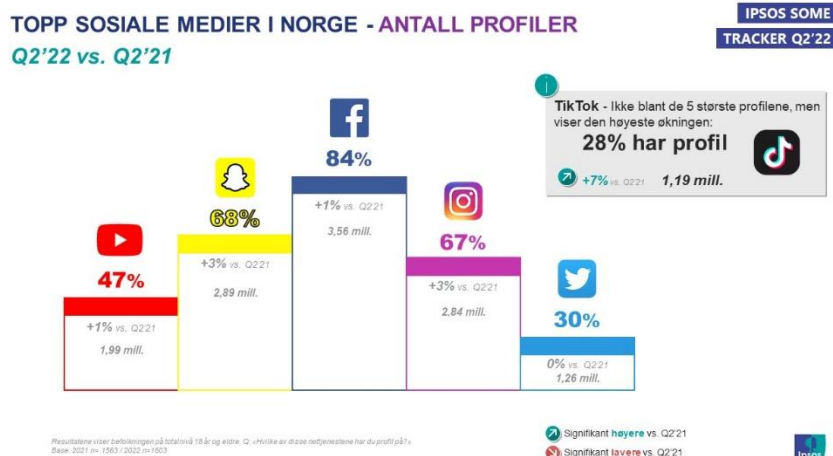


Status for sosiale medier i Norge Ipsos SoMe-tracker Q2'22

Ipsos sosiale medier (SoMe)-tracker gjennomføres online løpende gjennom hele året. Basen er på over 6.000 personer årlig med et landsrepresentativt utvalg av befolkningen over 18 år. Deler av informasjonen publiseres kvartalsvis på Ipsos.no. Undersøkelsen er gjennomført siden 2013 og har et unikt datagrunnlag med **14 sosiale medieplattformer**, 15 musikk- og strømmetjenester samt informasjon om influenser, podkastlytting og oppfatning av plattformene og reklame.

- 9 av 10 bruker sosiale medier ukentlig eller oftere, 8 av 10 daglig.
- TikTok har nå godt over 1 million registrert voksne brukere i Norge og viser en eksplosiv vekst – 28 % nordmenn over 18 år sier de har profil på plattformen.
- TikTok er blant topp fem sosiale medier i Norge, og 18 % nordmenn over 18 år bruker plattformen daglig.
- Omlag halvparten (52%) av 18-29 åringene sier nå de benytter TikTok en til flere ganger daglig.
- Snapchat tar stadig inn på Facebooks posisjon når det gjelder daglig bruk. 69 % over 18 år bruker Facebook daglig, mens 52 % bruker Snapchat daglig.

ANTALL PROFILER



Facebook beholder førsteplassen som det største sosiale mediet i Norge.

TikTok vokser kraftig og 28% av nordmenn over 18 år sier de har en profil på plattformen.

Det betyr at 1,26 millioner nordmenn har en profil på TikTok.

- **Facebook** er Norges største sosiale medium. Flertall av befolkning over 18 år (84%) sier de har en profil i andre kvartal 2022. Det er ingen signifikant forskjell sammenlignet med Q2'21, og tilsvarer rett i overkant av 3.5 millioner nordmenn.

- **Instagram** er nr. 2 med 67% og ingen signifikant økning det siste året siden Q2'21. Dette betyr at omtrent 2.8 millioner nordmenn over 18 år har profil på plattformen – også eid av Meta.
- **Snapchat** er den tredje største sosiale mediet med 68% som sier de har profil (nesten 2.9 millioner nordmenn). Ingen signifikant økning over de siste 12 måneder.
- **YouTube** er nr. 4 med 47% nordmenn over 18 år som sier de har profil, og det er omtrent 2 millioner profiler, ingen signifikant økning siden Q2'21.
- Den femte plattformen er **Twitter** som holder seg stabilt med omtrent 1.3 millioner profiler, 30% av befolkning over 18 år sier de har profil på plattformen.
- **TikTok har nå 1,26 million registrert brukere over 18 år og viser kraftig vekst.** Plattformen er ikke enda blant topp 5 men kommer stadig nærmere. I andre kvartal 2022 hevder **28 % av nordmenn over 18 år at de har profil på plattformen**, dette gir en signifikant økning på 7%-poeng det siste året. Fortsetter utviklingen i dette tempoet blir TikTok blant topp 5 i løpet av 2022.
- **LinkedIn** har omtrent 1,15 millioner profiler, 27% av befolkning over 18 år sier de har profil på plattformen. Det er en svak men ikke signifikant nedgang på 3%-poeng sammenliknet med Q2'21.
- **Pinterest:** 25% av de over 18 år sier de har profil – ca. 1 million nordmenn.

DAGLIG BRUK

I befolkningen generelt (alle over 18 år) sier **80% at de bruker sosiale medier daglig**. Dette har ikke endret seg nevneverdig de siste 12 måneder.

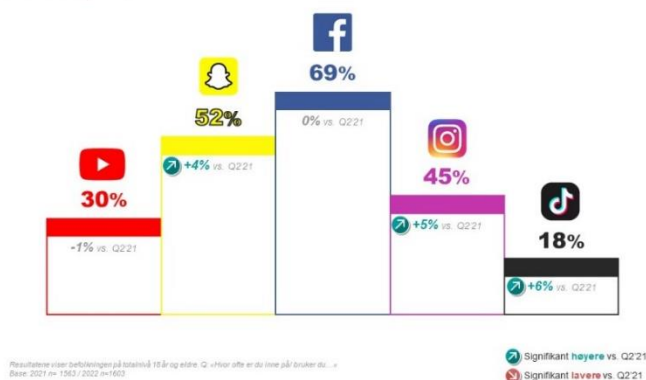
91 % bruker sosiale medier minst ukentlig. Det er 4% som sier at de aldri bruker sosiale medier.

Bruksfrekvensen ved de forskjellige sosiale medieplattformene gir ofte et bedre bilde på bruksmønstre enn antall profiler. Med **daglig bruk mener vi minst én gang per dag eller flere ganger daglig**.

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

TOPP 5 SOSIALE MEDIER I NORGE – DAGLIG BRUK
Q2'22 vs. Q2'21

IPSOS SOME
TRACKER Q2'22



Snapchat er det hyppigst brukte sosiale mediet daglig i Norge blant de mellom 18 og 29 år, etterfulgt av Instagram. I befolkningen over 18 år totalt er Facebook hyppigst brukt hver dag.

TikTok er på topp fem sosiale medier i Norge, og 18% av nordmenn over 18 år bruker TikTok daglig, og det fortsetter å vokse.

- **69% er på Facebook daglig** i befolkning over 18 år. Det er stabil sammenlignet med Q2'21. Det er derimot store forskjeller mellom aldergruppene: Det er 55% av nordmenn mellom 18-29 år sier de benytter plattformen daglig, mens 74% mellom 50-59 år gjør det samme – dette er den mest aktive aldersgruppen. Kvinner er generelt mer ivrige (76%), enn menn (62%), når det gjelder daglig bruk av Facebook.
- **52% bruker Snapchat daglig** i befolkning over 18 år. Det er en signifikant økning på 4%-poeng sammenlignet med Q2'21. Det er også store forskjeller mellom aldergruppene: **71% mellom 18-29 år sier de benytter plattformen daglig. Noe som gjør Snapchat som den mest foretrukne plattformen i denne målgruppen.** Selv 35% 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. 50% av menn over 18 år.
- **45% er på Instagram daglig** i befolkning over 18 år. Det er en signifikant økning på 5%-poeng sammenlignet med Q2'21. Det er nordmenn mellom 18-29 år som oftest er på plattformen, og 63% sier de er på Instagram daglig, men både de fra 30-39 år (59%) og 40-49 år (44%) er også ivrige daglige brukere.
53% av kvinner sier de er på Instagram daglig vs. 37% menn.
- **30% er på YouTube daglig** i befolkning over 18 år. Det er ingen signifikant forskjell sammenlignet med Q2'21. Det er like mange (30%) som benytter plattformen ukentlig – alt i alt er 6 av 10 nordmenn innom minst en gang i uken eller oftere. Også her fremkommer det forskjeller mellom aldergruppene: 51% av nordmenn mellom 18-29 år sier de benytter plattformen daglig og 43% av de fra 30-39 år.
I motsetning til mange andre sosiale medier er det totalt menn som benytter YouTube mest daglig (36%) vs. kvinner (24%).
- **18% er på TikTok daglig** i befolkning over 18 år. Det er en signifikant økning på 6%-poeng sammenlignet med Q2'21. Det er store forskjeller mellom aldergruppene: **TikTok er mest benyttet av den yngste målgruppen i Ipsos SoMe-tracker blant nordmenn over 18 år. Omtrent annen hver (52%) mellom 18-29 år sier nå de benytter plattformen daglig.** Daglig bruk dropper til 19% for nordmenn 30-39 år. Det er nå 3% av de over 60 år som sier de benytter TikTok daglig.
Totalt er menn er noe mer ivrige daglige brukere (21%) vs. kvinner (15%).
- 10% er på **Twitter** daglig. Nesten like mange ukentlig (8%) eller mnd. / sjeldnere (10%).
- 6% er på **Linkedin** daglig. De fleste er innom mnd. / sjeldnere (13%).
- 4% er på **Pinterest** daglig. De fleste er innom mnd. / sjeldnere (12%).



MELDINGSTJENESTER

Messenger er den mest foretrukne meldings tjenesten i Norge med **74% av nordmenn over 18 år som sier de har profil på plattformen** ifølge Ipsos SoMe-tracker Q2'22, og det tilsvarer 3,15 millioner profiler. Det er en tydelig overvekt av kvinner med 80% som har profil vs. 69% blant menn.

Totalt sier 49% at de benytter plattformen daglig, 56% kvinner vs. 43% menn. **Det er personer fra 30-39 år som har høyeste daglig bruk med 61%.**

Det er **31% over 18 år som sier at de har profil på WhatsApp**. Kun 11% sier de bruker plattformen daglig.

MÅLTE 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. samfunnsundersøkelsen 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 om 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