

Status for strømmetjenester 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.

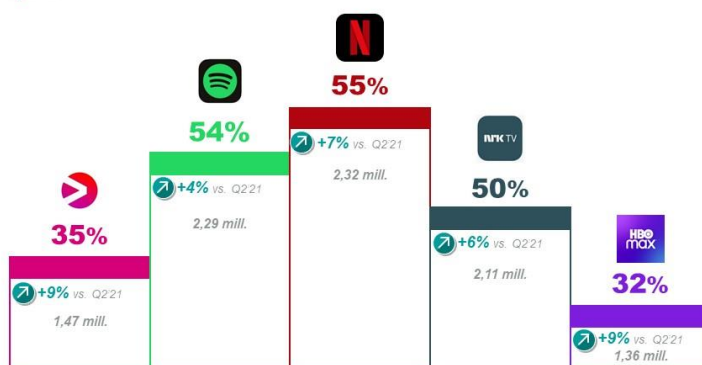
Topline

- 7 av 10 strømmer TV-serier eller film ukentlig eller oftere.
- Alle plattformer vokser i antall profiler sammenlignet med andre kvartal 2021.
- Netflix har flest antall brukerprofiler (2,3 millioner) og vokser.
- Spotify er den største musikk-strømmetjenesten i antall profiler (2,3 millioner).
- NRK-TV er den mest sette strømmetjenesten (63 % bruker den ukentlig eller oftere).
- Viaplay viser den største veksten i både antall profiler og ukentlig bruk.

ANTALL PROFILER

TOPP MUSIKK- OG STRØMMETJENESTER I NORGE – ANTALL PROFILER Q2'22 vs. Q2'21

IPSOS SOME
TRACKER Q2'22



Resultatene viser befolkningen på totalnivå 18 år og eldre. Q: «Hvilke av disse nettsjenerne har du profil på?»
Base: 2021 n= 1563 / 2022 n=1638

Signifikant høyere vs. Q2'21
Signifikant lavere vs. Q2'21



Netflix og Spotify er de største aktørene innen strømmetjenester i Norge, og det er der nordmenn har flest profiler. NRK-TV har en meget sterk posisjon.

- **Netflix** er Norges største strømmepattform. Et flertall av befolkning over 18 år (55%) sier de har en profil andre kvartal 2022. Det er en signifikant økning på 7%-poeng det siste året siden Q2'21, og tilsvarer rett i overkant av 2,3 millioner nordmenn.
- **Spotify** er på 2. plass og dernest Norges største strømmetjenesten for musikk og podkast. 54 % av befolkning over 18 år sier de har profil i andre kvartal 2022, det betyr omtrent 2,3 millioner nordmenn. Det er en signifikant økning på 4%-poeng sammenlignet med Q2'21.
- **NRK-TV** er nr. 3 med 50% og med en signifikant økning på 6%-poeng sammenlignet med Q2'21. Dette betyr at omtrent 2,1 millioner nordmenn over 18 år sier de har profil på den statseide plattformen.
- **Viaplay** er nr. 4 med 35% nordmenn over 18 år som sier de har profil, nå nesten 1,5 millioner profiler, og en signifikant økning på 9%-poeng siden Q2'22.
- Den femte på toppen er **HBO max** med litt over 1,3 millioner profiler, 32% av befolkning over 18 år. Det er en signifikant økning på 9%-poeng siden Q2'22.

DAGLIG BRUK

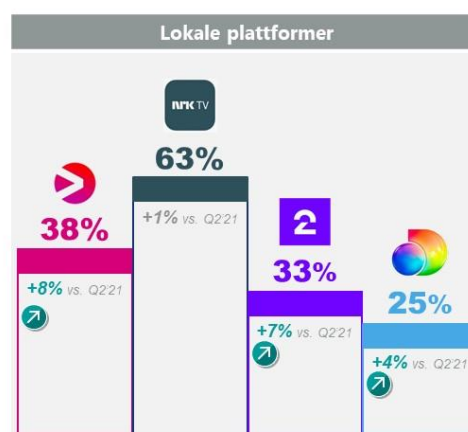
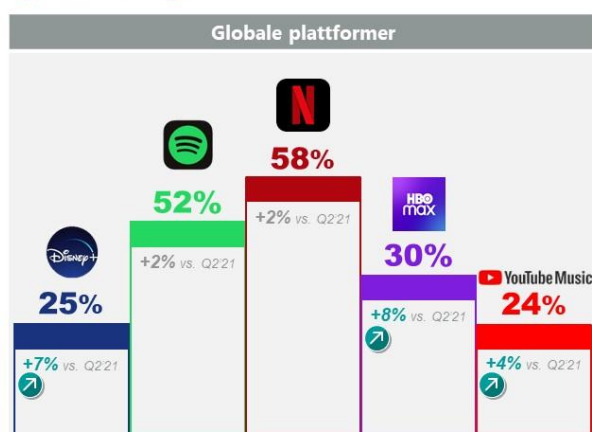
I befolkningen totalt - alle over 18 år - sier 7 av 10 at de strømmer TV-serier eller film ukentlig eller oftere (68%).

Bruksfrekvensen gir ofte et bedre bilde på bruksmønstre enn antall profiler. Med **daglig + ukentlig bruk mener vi minst én gang uke opptil flere ganger daglig**.

Nedenfor vises de største musikk- og strømmetjenester i Norge i andre kvartal 2022, sammenlignet med andre kvartal i 2021:

TOPP MUSIKK- OG STRØMMETJENESTER I NORGE – DAGLIG + UKENTLIG BRUK Q2'22 vs. Q2'21

IPSOS SOME
TRACKER Q2'22



Resultatene viser befolkningen på totalnivå 18 år og eldre. Q: «Hvor ofte er du inne på/ bruker du...»
Base: 2021 n= 1563 / 2022 n=1638

Signifikant høyere vs. Q2'21
Signifikant lavere vs. Q2'21



6 av 10 bruker NRK TV ukentlig eller oftere (63%), tett fulgt av Netflix (58%) og kun 1 av 4 svarer at de bruker Disney+ like ofte.

Det er **Spotify** som er den største strømmetjenesten for musikk og podkast i Norge – **52% av befolkning over 18 år sier at de benytter tjenesten ukentlig eller oftere**. NRK TV er den største strømmetjeneste i daglig bruk, 27% nordmenn over 18 år bruker NRK TV daglig, før Netflix (23%).

- **63% er på NRK-TV minst ukentlig** i befolkning over 18 år. Det er stabil sammenlignet med Q2'21. Det er derimot store forskjeller mellom aldergruppene:
Det er 50% av nordmenn mellom 18-29 år sier de benytter tjenesten minst ukentlig, mens 75% over 60 år sier det samme – dette er den mest aktive aldersgruppen.
Menn er generelt mer ivrige (65%), enn kvinner (61%), når det gjelder å bruke strømmetjenesten NRK-TV minst ukentlig.
- **58% bruker Netflix minst ukentlig** i befolkning over 18 år. Det er stabil sammenlignet med Q2'21. Også her er det store forskjeller mellom aldergruppene: **78% mellom 18-29 år og 71% av de mellom 30 og 39 år sier de benytter tjenesten ukentlig eller oftere. Noe som gjør Netflix til den mest foretrukne strømeplattformen for de under 40 år.** 30 % av nordmenn over 60 år sier det samme.
56% av kvinner sier de benytter Netflix ukentlig eller oftere vs. 59% menn.
- **52% bruker Spotify ukentlig eller oftere** i befolkning over 18 år. Det er stabilt sammenlignet med Q2'21. Det er de mellom 18-29 år som er på plattformen oftest, da 85% sier de bruker Spotify ukentlig eller oftere, tett fulgt opp av de mellom 30 og 39 år (75%).
49% av kvinner bruker Spotify ukentlig eller oftere vs. 55% menn.
- 38% bruker **Viaplay** ukentlig eller oftere. Det er en signifikant økning på 8%-poeng sammenlignet med Q2'21.
- 33% bruker **TV2 Play** ukentlig eller oftere. Det er en signifikant økning på 7%-poeng sammenlignet med Q2'21.
- 30% bruker **HBO max** ukentlig eller oftere. Det er en signifikant økning på 8%-poeng sammenlignet med Q2'21.

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 toppe listen over de mest innovative analysebyråene, ifølge den seneste GRIT rapporten (GreenBook Research Industry Trends).
www.ipsos.no