



# SOSIALE MEDIER TRACKER Q2'23

APRIL – JUNI 2023





## 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 2023:

Q1 N=1635

Q2 N=1704



## 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.



## INNHold

Rapporten 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 podkast eller influenser?**

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](mailto:SoMe.Norge@Ipsos.com)



## “SPOTLIGHT”



Facebook  
**61%**



Snapchat  
**49%**



Messenger  
**45%**



Instagram  
**39%**



YouTube  
**29%**



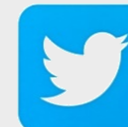
TikTok  
**20%**



## “ONE-TO-WATCH”



WhatsApp  
**11%**



Twitter  
**8%**



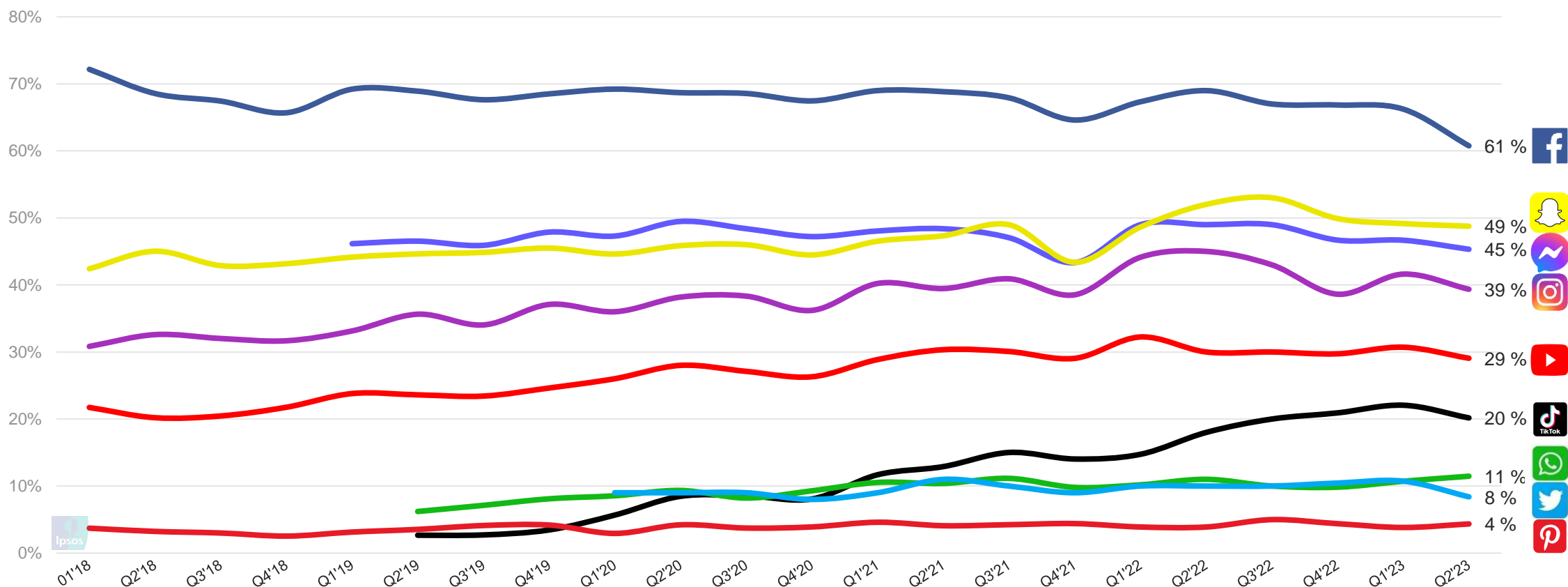
Pinterest  
**4%**



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».

# SOSIALE MEDIER – UTVIKLING I DAGLIG BRUK

IPSOS SOME  
TRACKER Q2'23



Grafen viser utviklingen ved daglig bruk blant sosiale medier i «SPOTLIGHT» og «ONE-TO-WATCH».

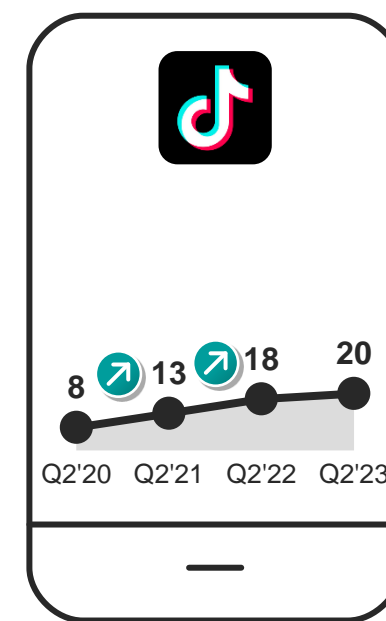
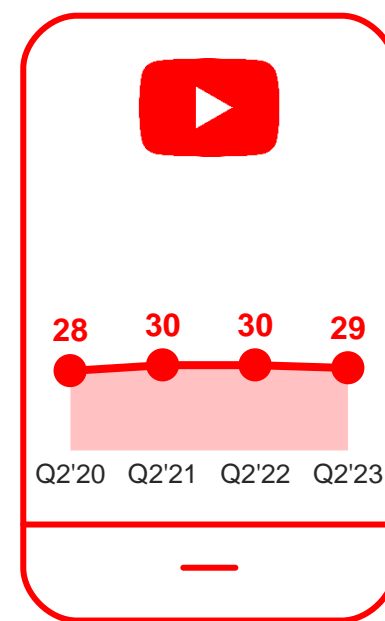
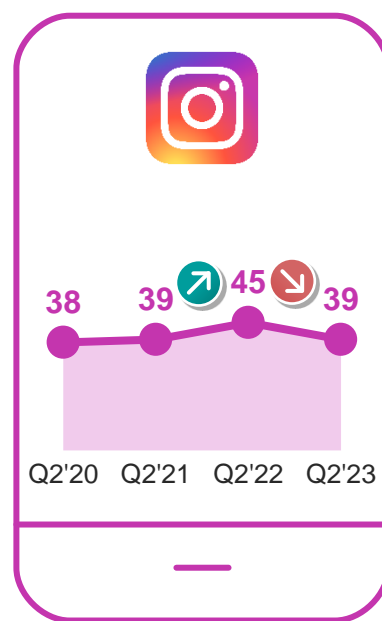
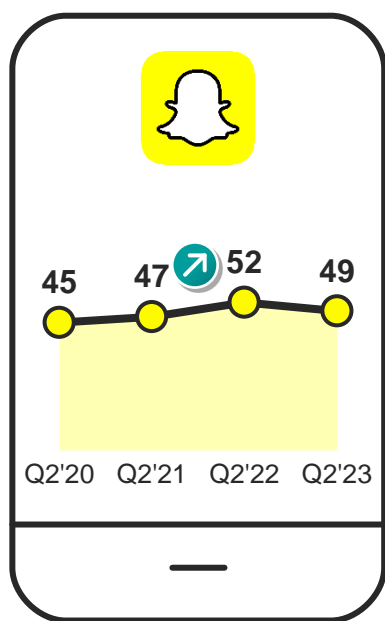
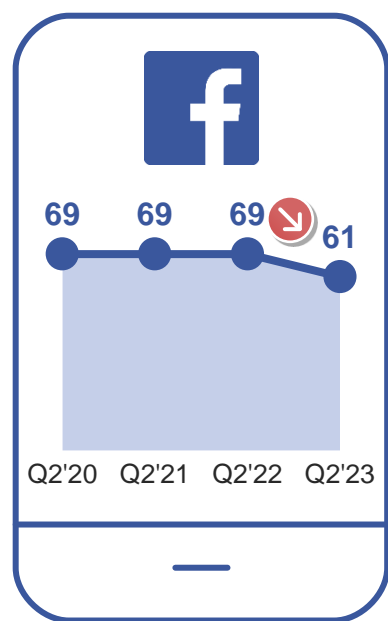
TikTok har økt med 2%-poeng siden Q2'22 og er nå i Q2'23 på (20%) til Q2'22 (18%).  
Instagram hadde i Q2'22 (45%) og har i Q2'23 (39%) og har gått ned med -6% - poeng.

# SOSIALE MEDIER – UTVIKLING I DAGLIG BRUK

## TOPP 5 PLATTFORMER I NORGE

IPSOS SOME  
TRACKER Q2'23

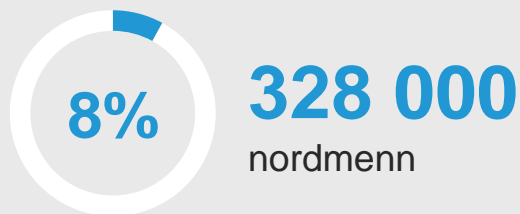
Daglig bruk av sosiale medieplattformer tilhørende Meta (Facebook og Instagram) har gått signifikant ned sammenlignet med for et år siden.



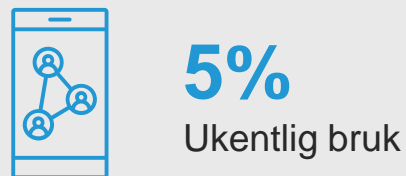


## Telegram

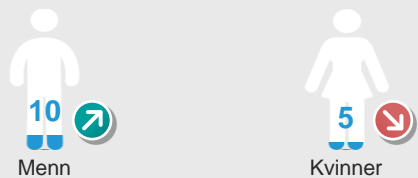
ANDEL MED PROFIL  
I BEFOLKNINGEN



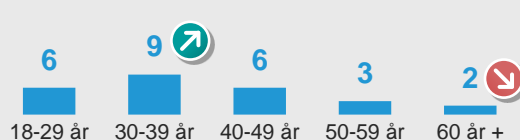
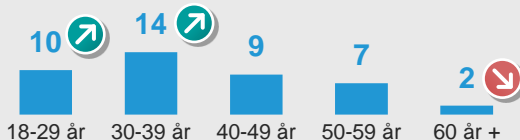
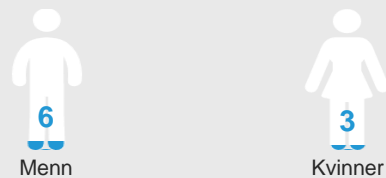
DAGLIG + UKENTLIG BRUK  
I BEFOLKNINGEN



KJØNN / ALDER

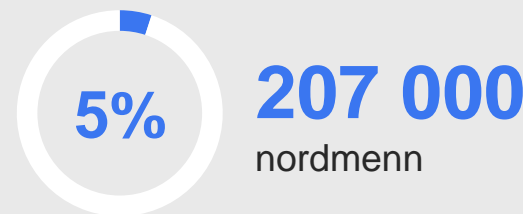


KJØNN / ALDER

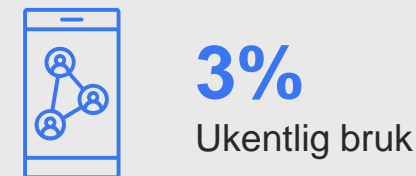


## Signal

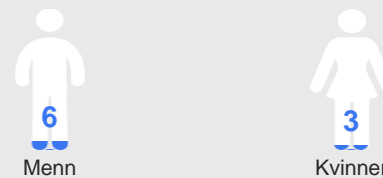
ANDEL MED PROFIL  
I BEFOLKNINGEN



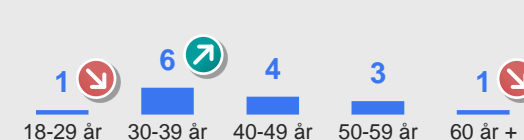
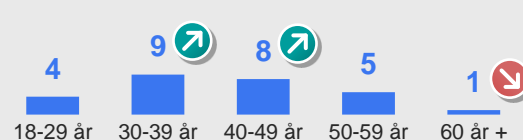
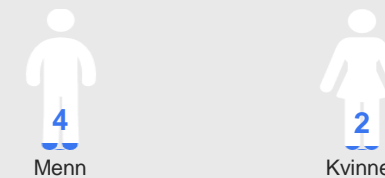
DAGLIG + UKENTLIG BRUK  
I BEFOLKNINGEN



KJØNN / ALDER



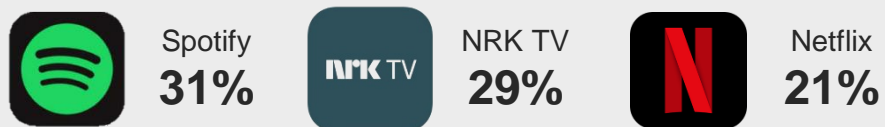
KJØNN / ALDER



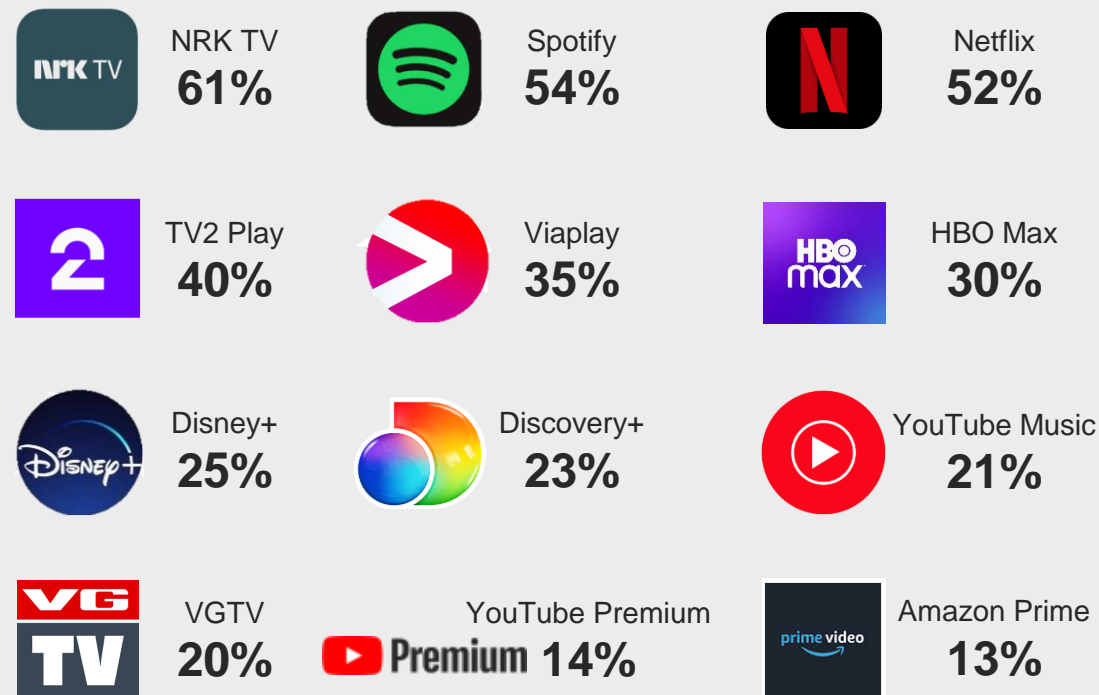
# MUSIKK- OG STRØMMETJENESTER

IPSOS SOME  
TRACKER Q2'23

## DAGLIG BRUK



## DAGLIG + 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: **Spotify**, **NRK TV** og **Netflix**.

### Daglig + ukentlig bruk

Totalt viser daglig bruk og ukentlig bruk sammenslått et større utvalg strømmetjenester som oppgis å brukes.

61% bruker NRK TV ukentlig til daglig, nærmere 5 av 10 bruker Netflix (52%) og kun 13% svarer at de bruker Amazon Prime.

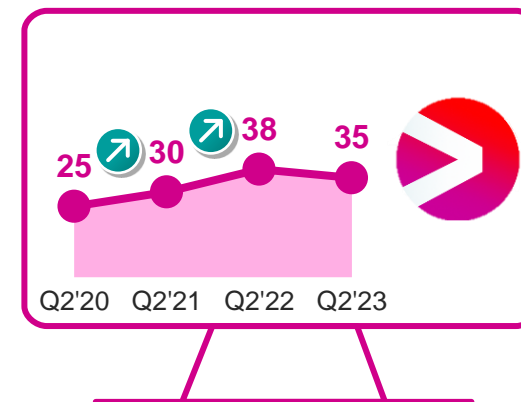
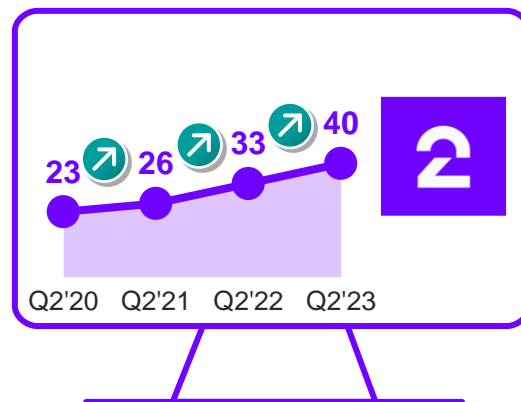
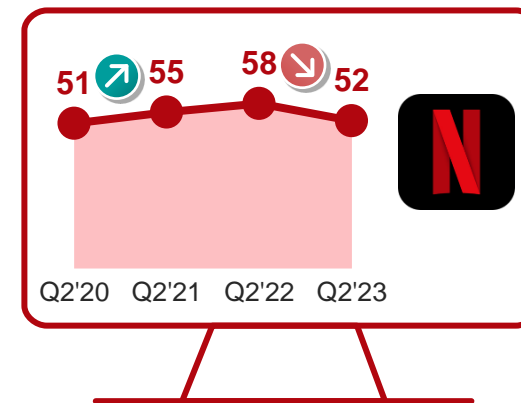
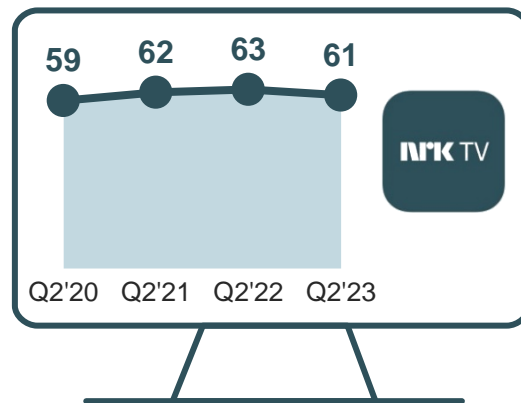
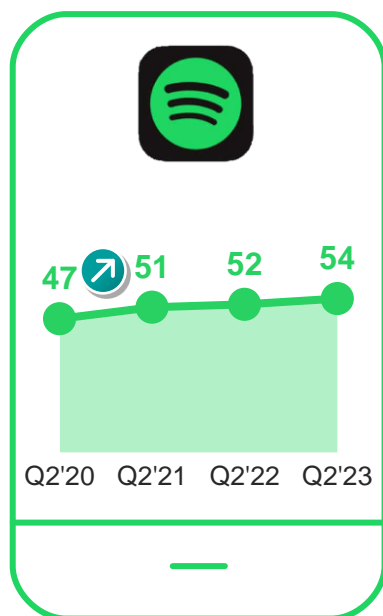


# MUSIKK- OG STRØMMETJENESTER – UTVIKLING I DAGLIG + UKENTLIG BRUK

## TOPP 5 PLATTFORMER I NORGE

IPSOS SOME  
TRACKER Q2'23

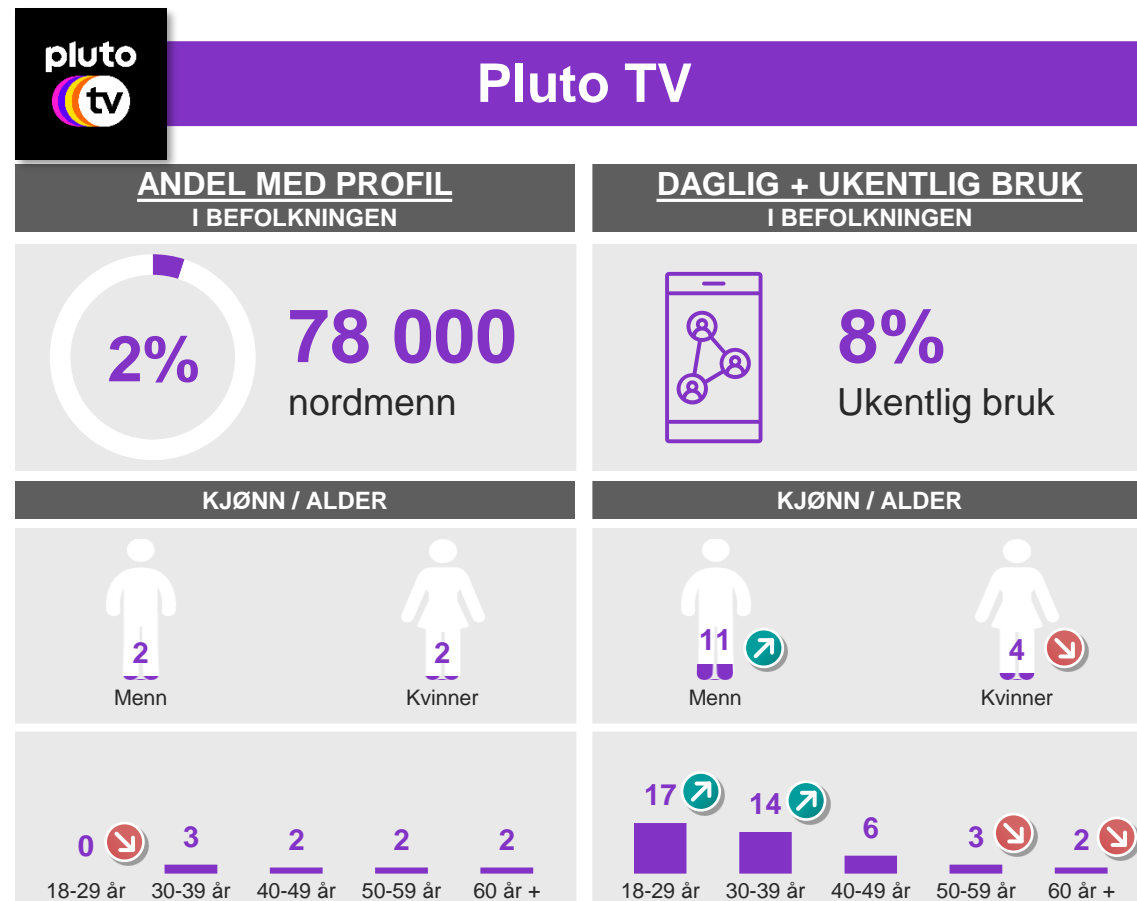
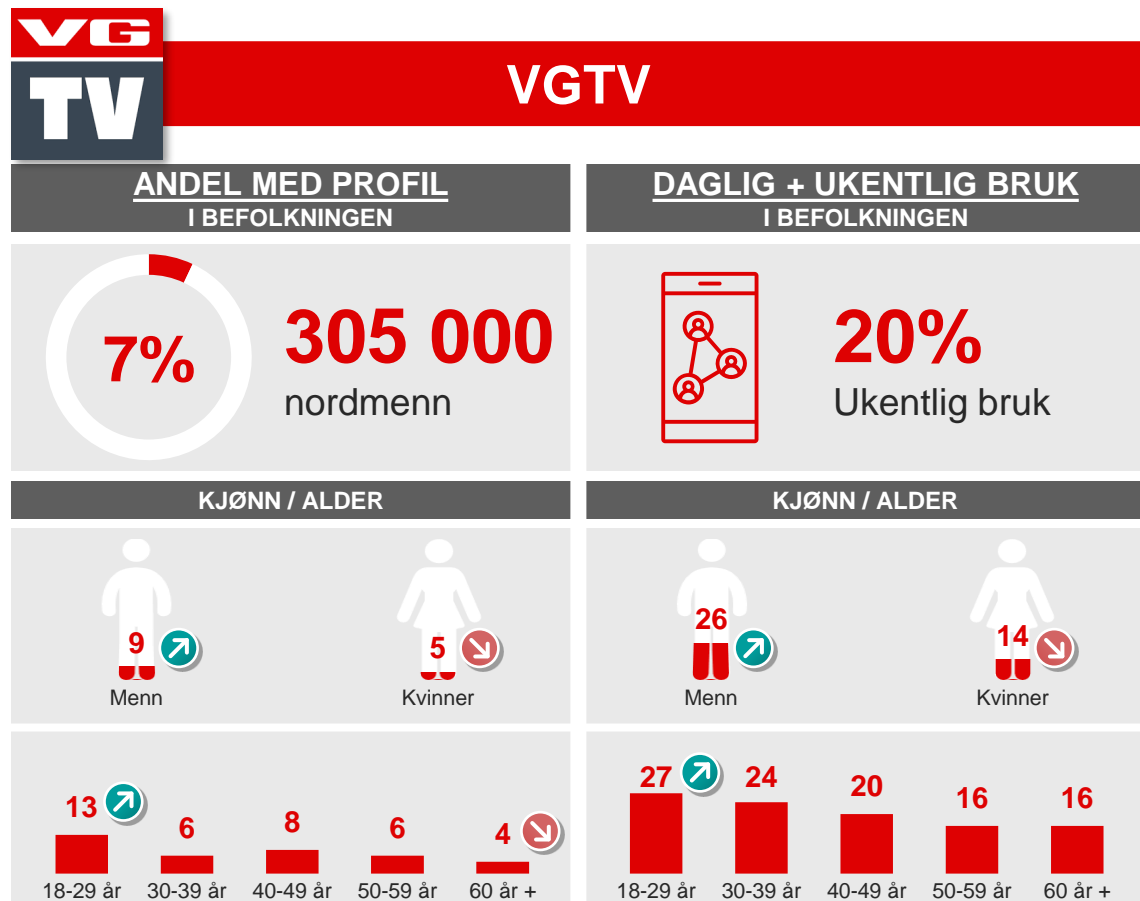
Netflix opplever en nedgang i ukentlig bruk blant befolkningen 18+ i Q2'23.  
Samtidig har TV2 en betydelig vekst de siste fire årene.

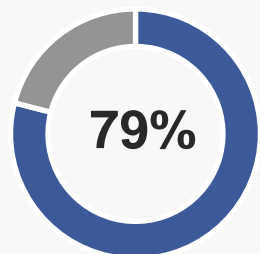


↗ Signifikant **høyere** vs. året før  
↘ Signifikant **lavere** vs. året før

# MUSIKK- OG STRØMMETJENESTER – NYKOMMERE

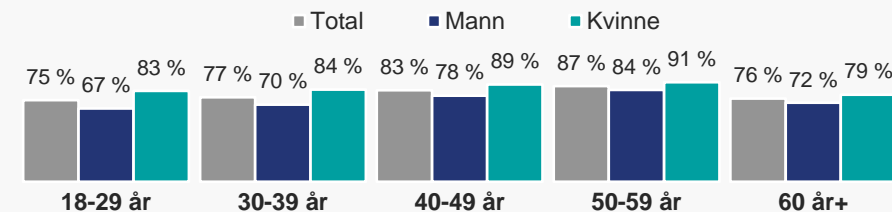
IPSOS SOME  
TRACKER Q2'23



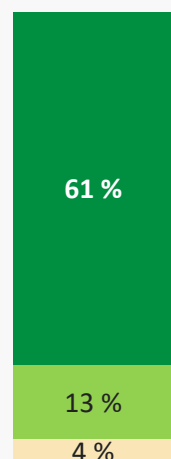


3,41 mill  
HAR PROFIL

## ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN

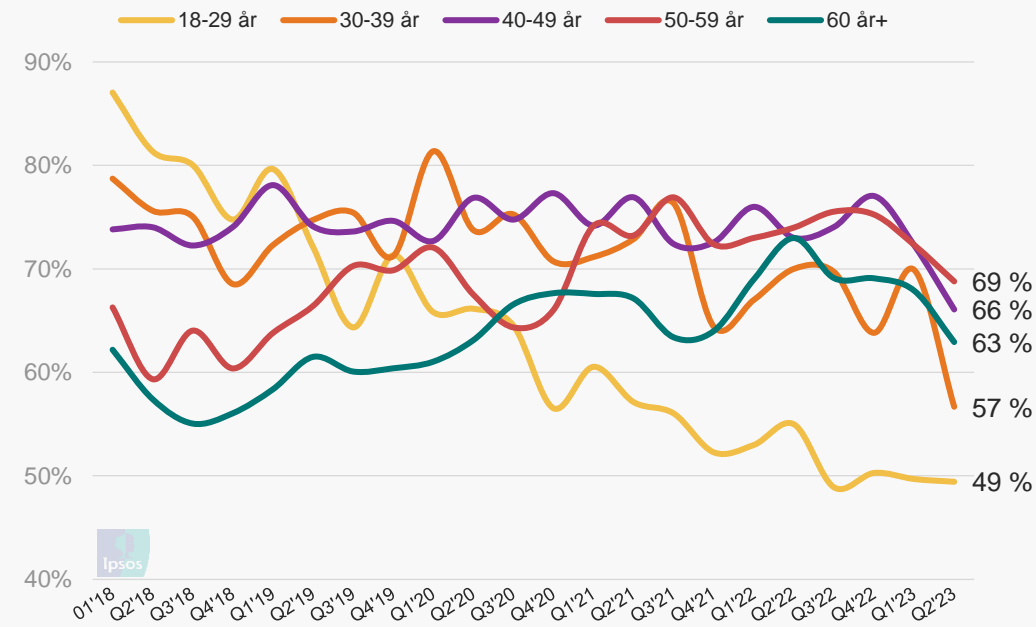
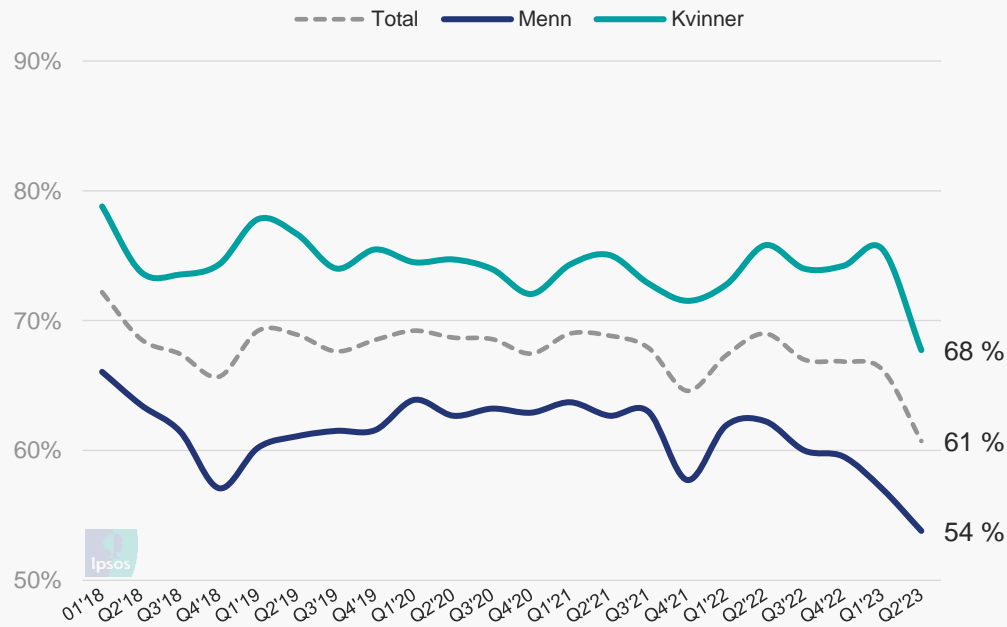


## FREKVENS

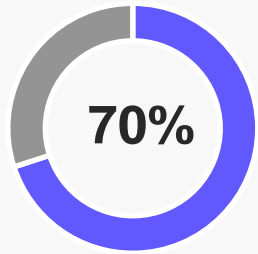


Kun daglig  
Kun ukentlig  
Kun mnd./sjeldnere

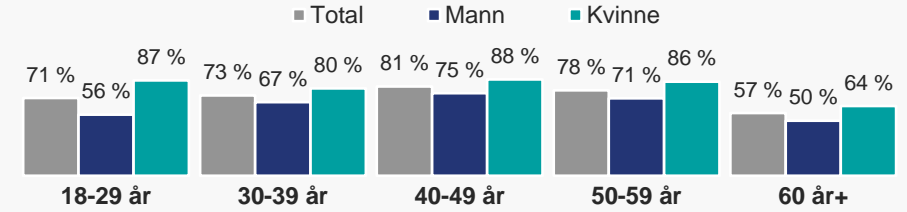
## DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



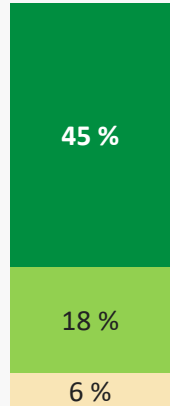
## ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



3,03 mill  
HAR PROFIL

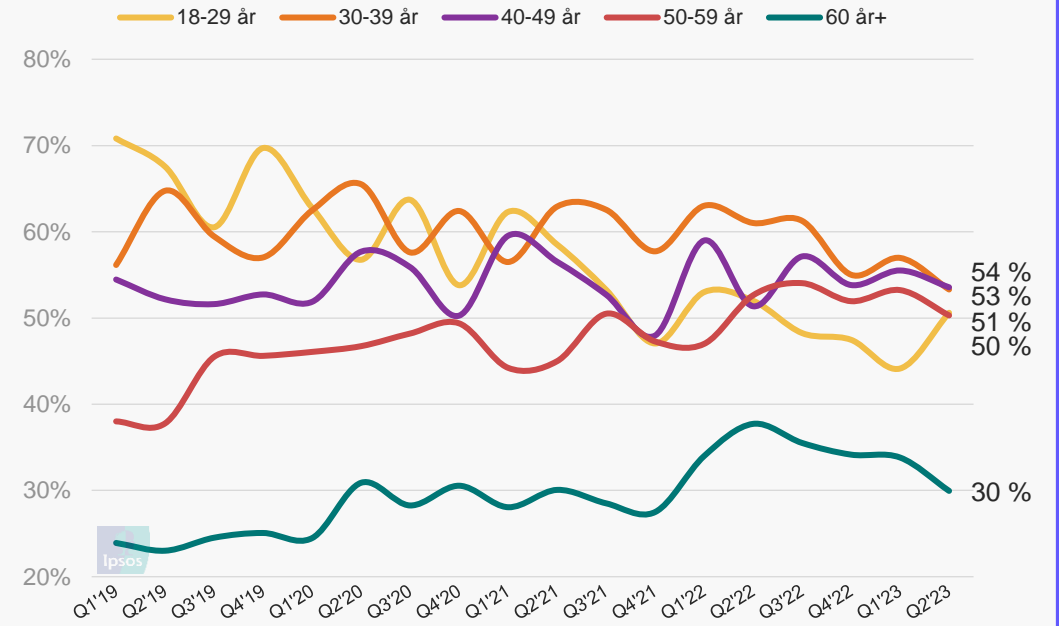
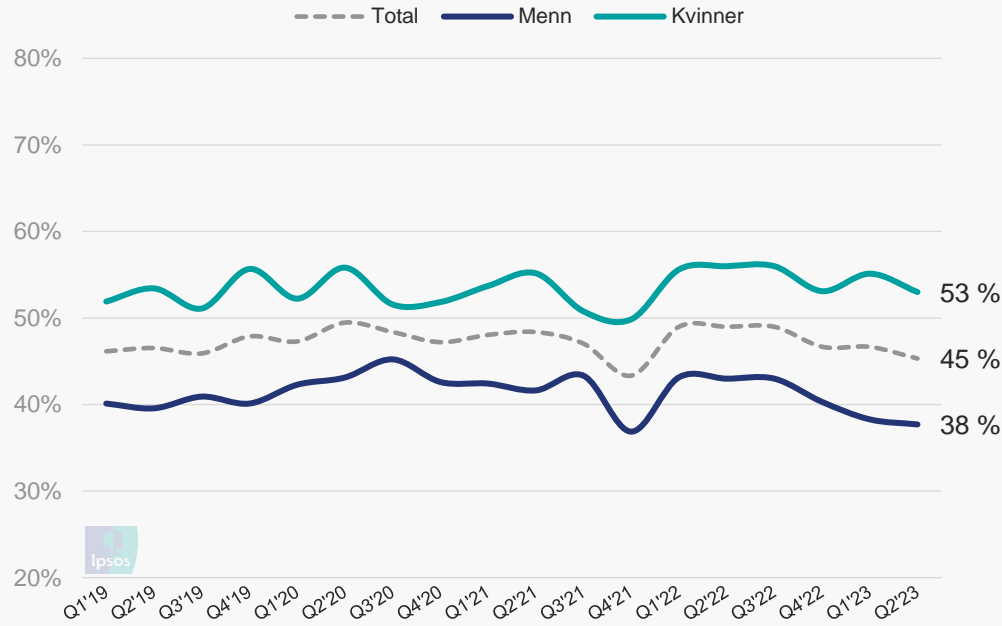


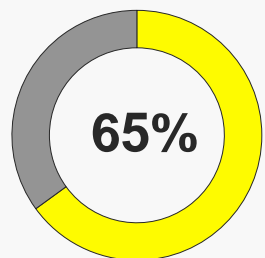
## FREKVENS



■ Kun daglig  
■ Kun ukentlig  
■ Kun mnd./sjeldnere

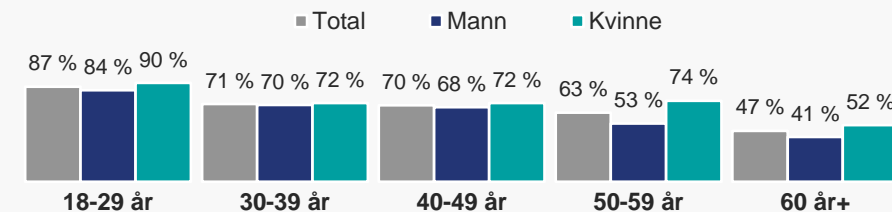
## DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



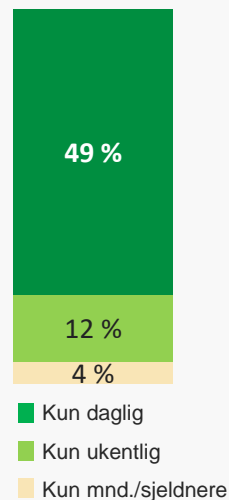


2,81 mill  
HAR PROFIL

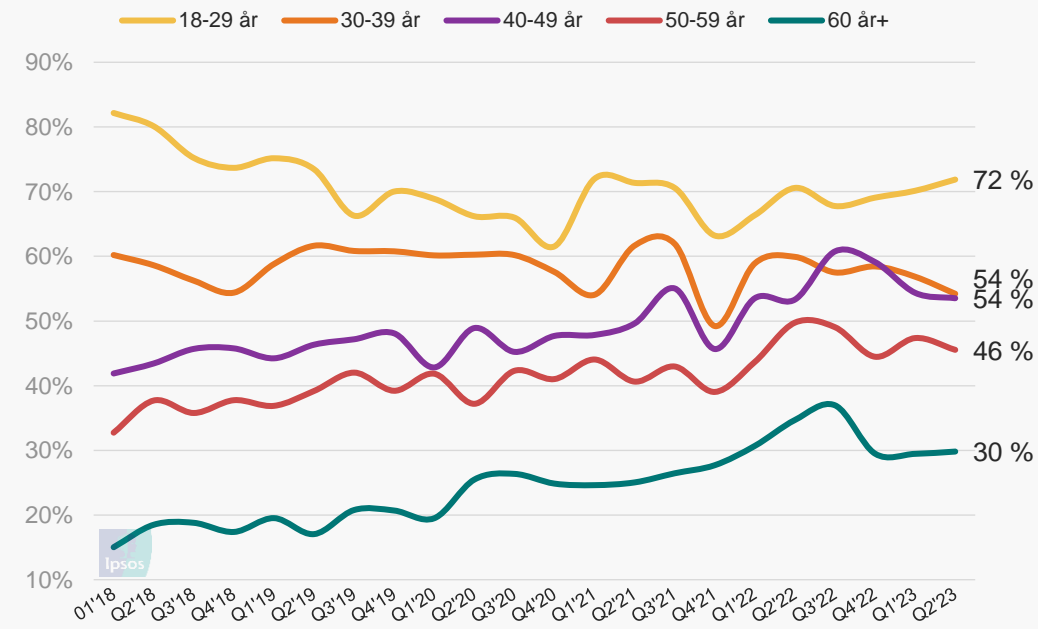
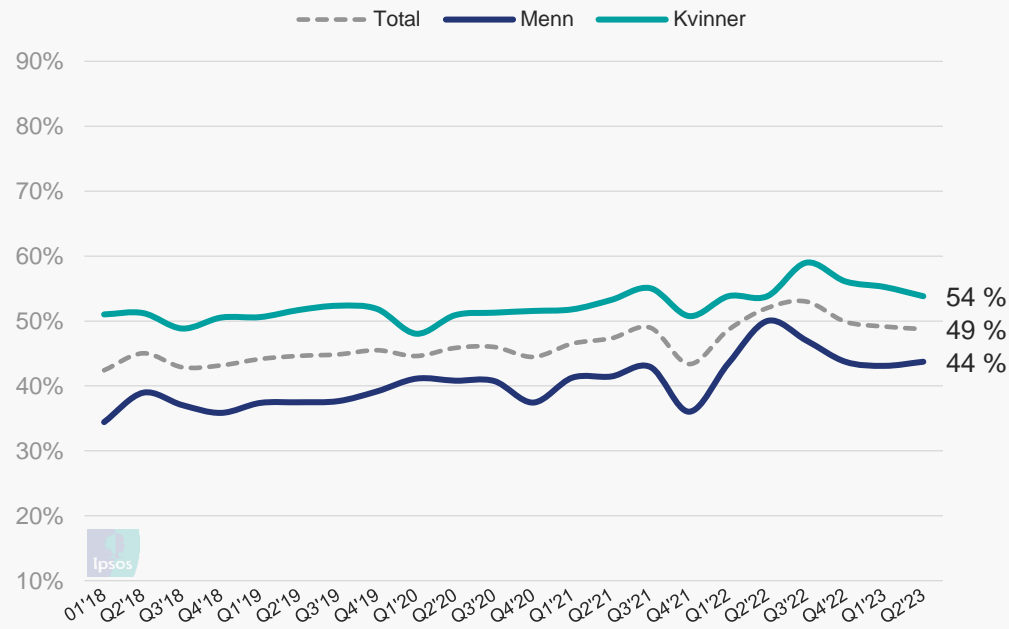
## ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



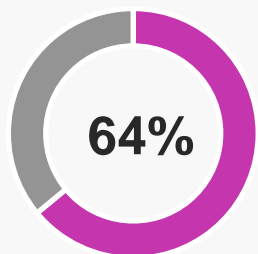
## FREKVENS



## DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN

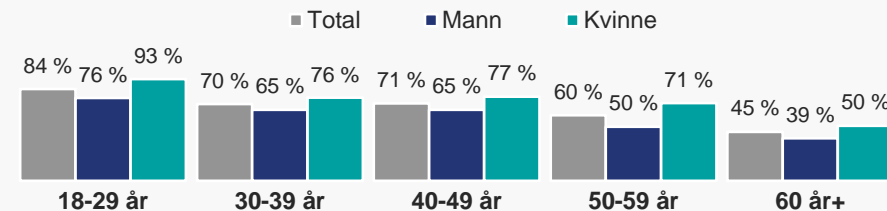




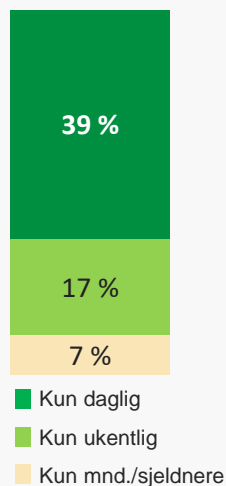


2,75 mill  
HAR PROFIL

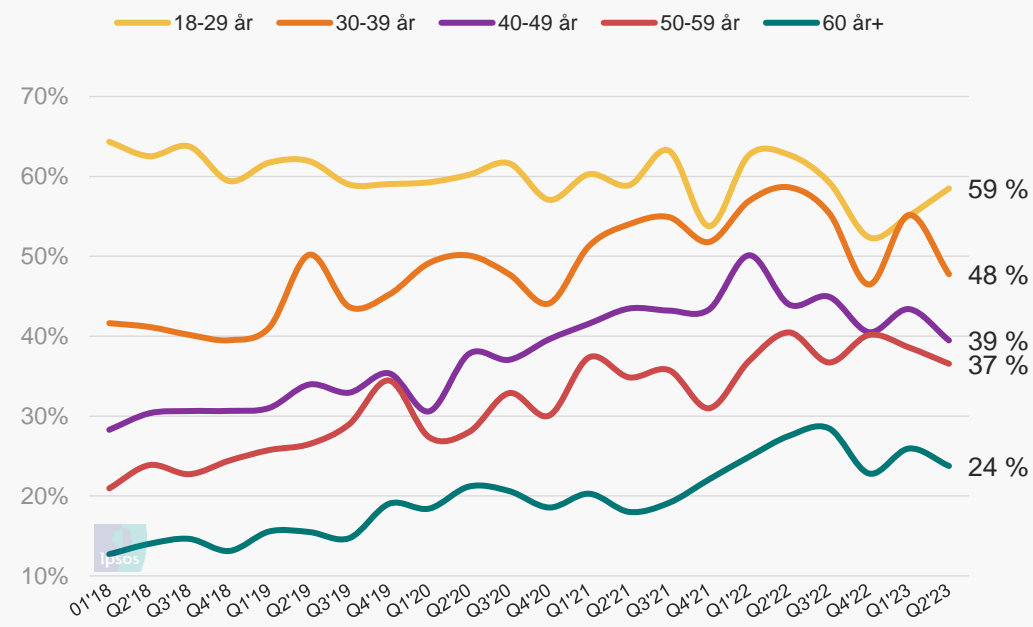
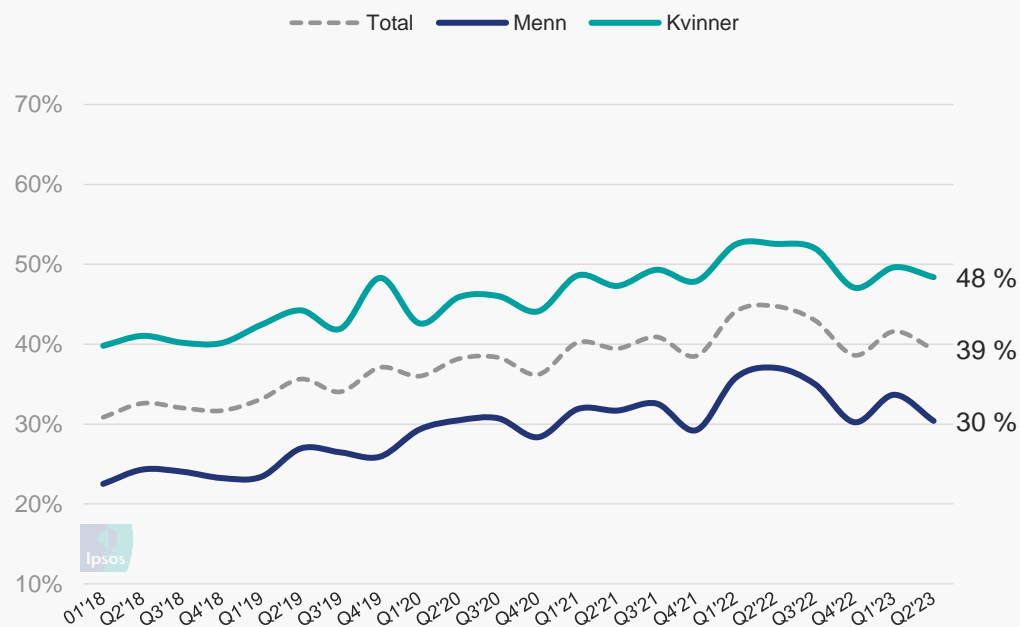
## ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



## FREKVENNS

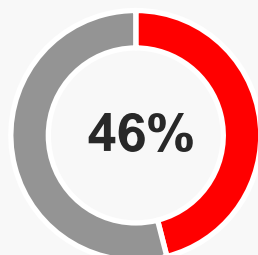


## DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN





## ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN

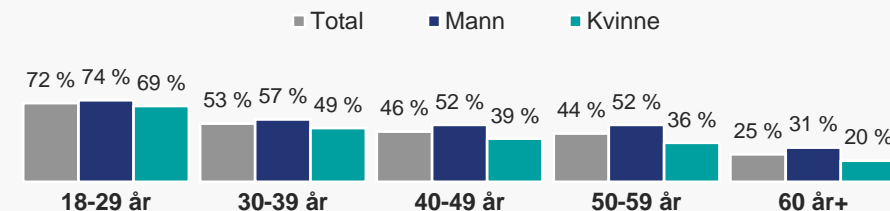


46%

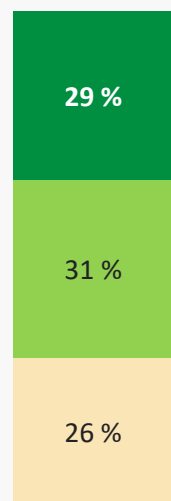
1,97 mill  
HAR PROFIL

51%

40%

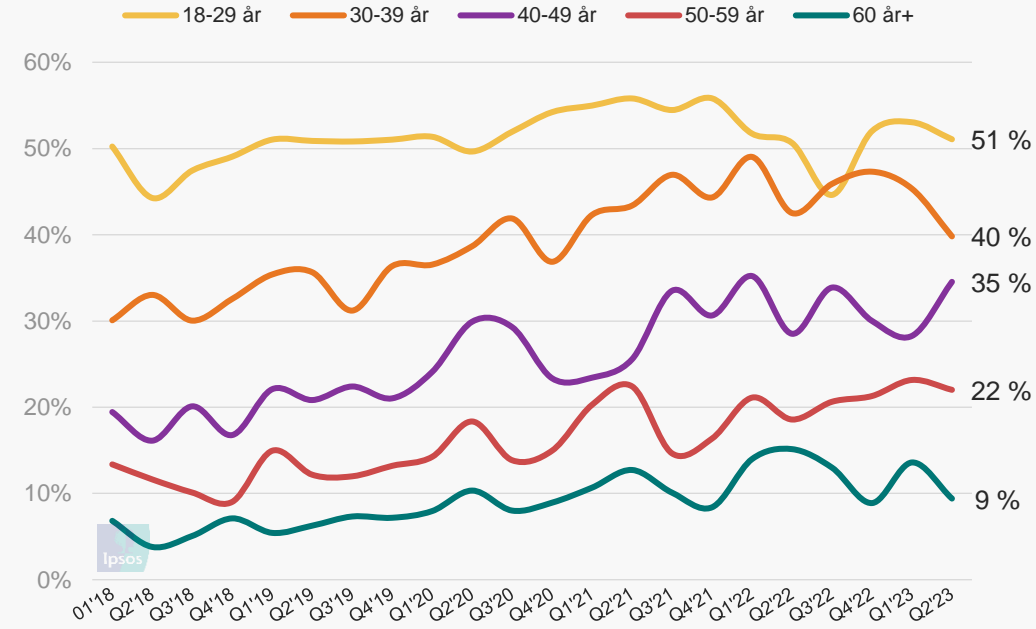
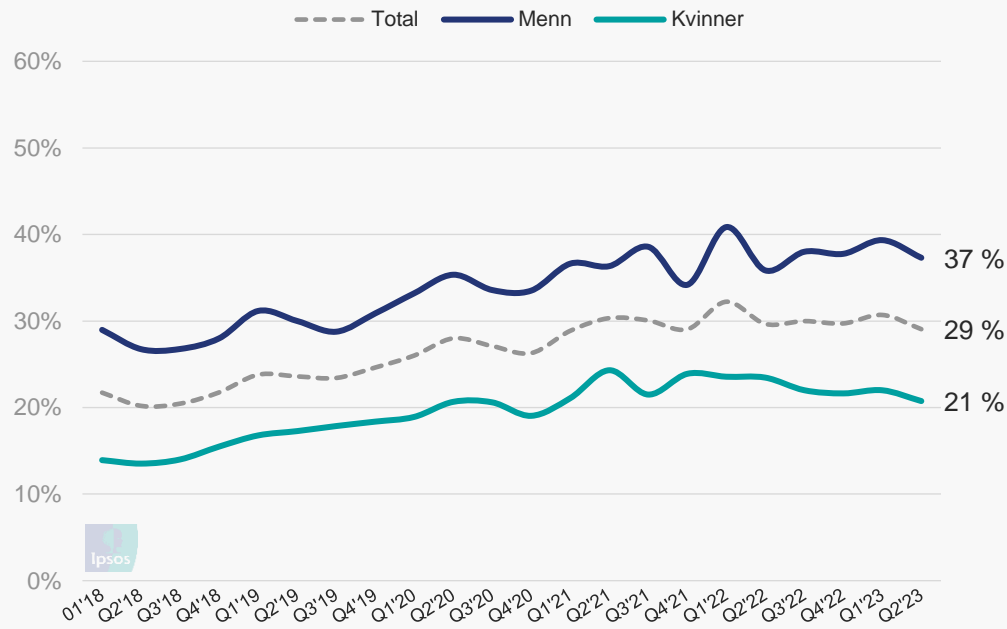


## FREKVENNS

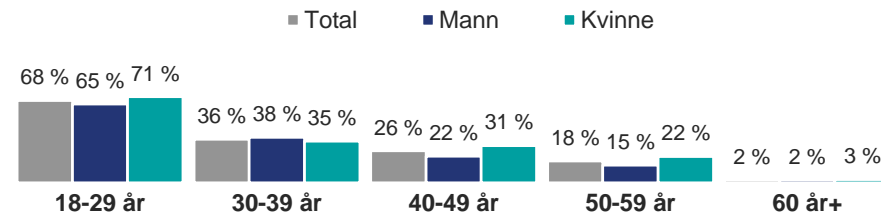
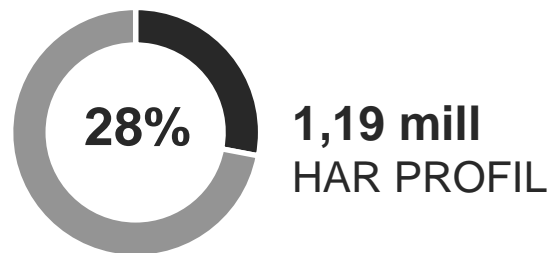


Kun daglig  
Kun ukentlig  
Kun mnd./sjeldnere

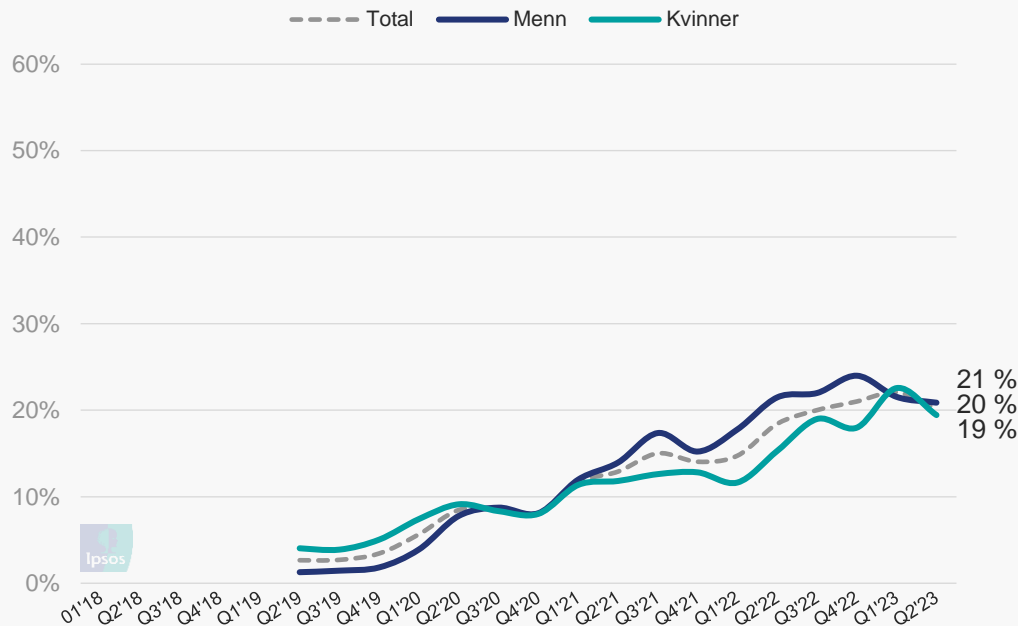
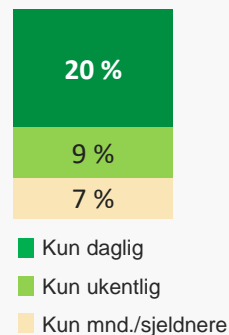
## DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



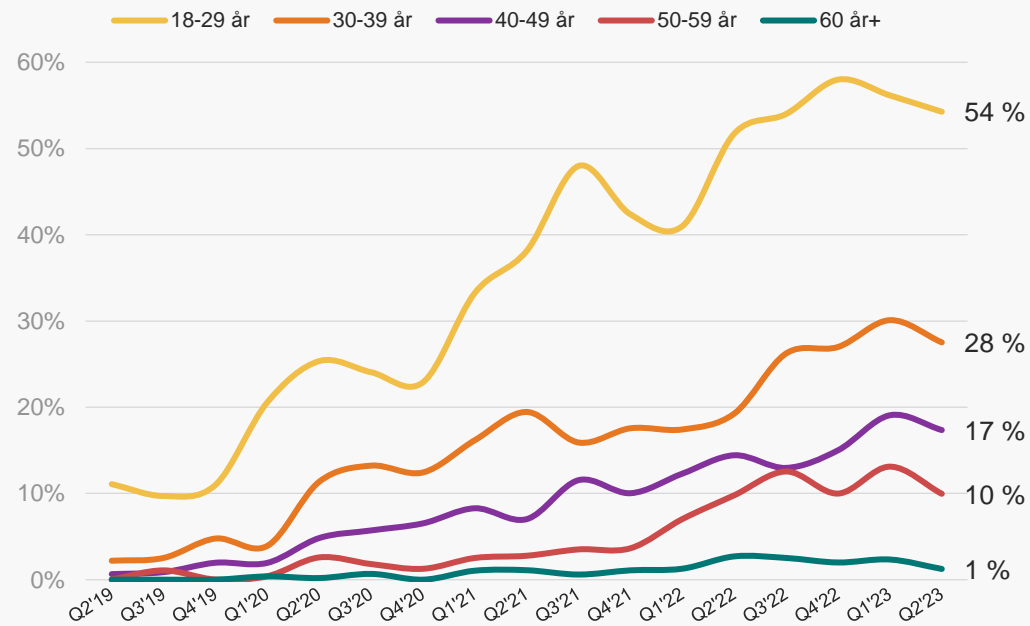
## ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



## FREKVENNS

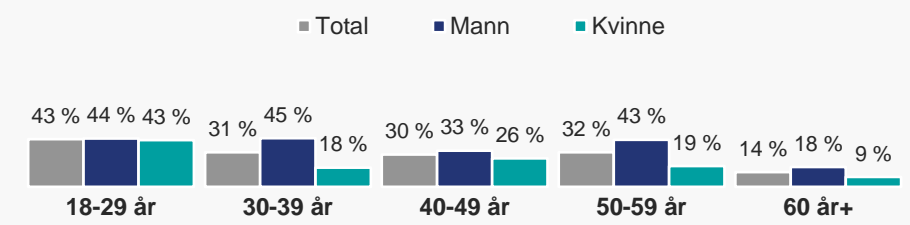
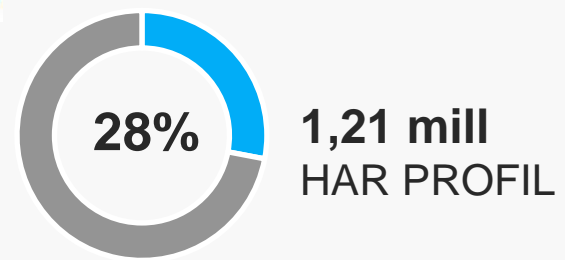


## DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN

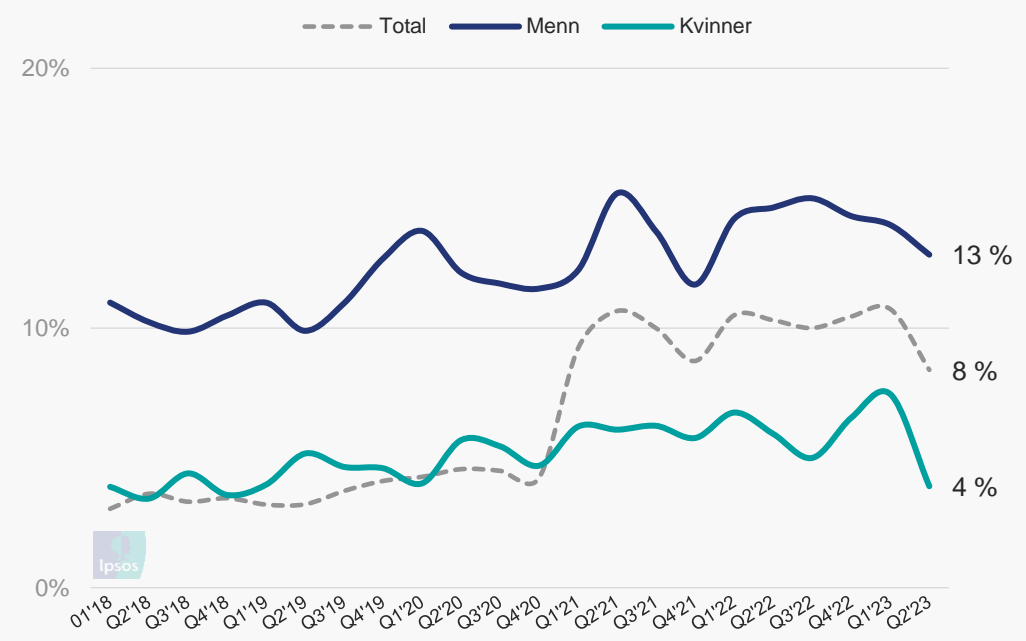
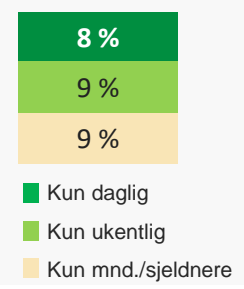




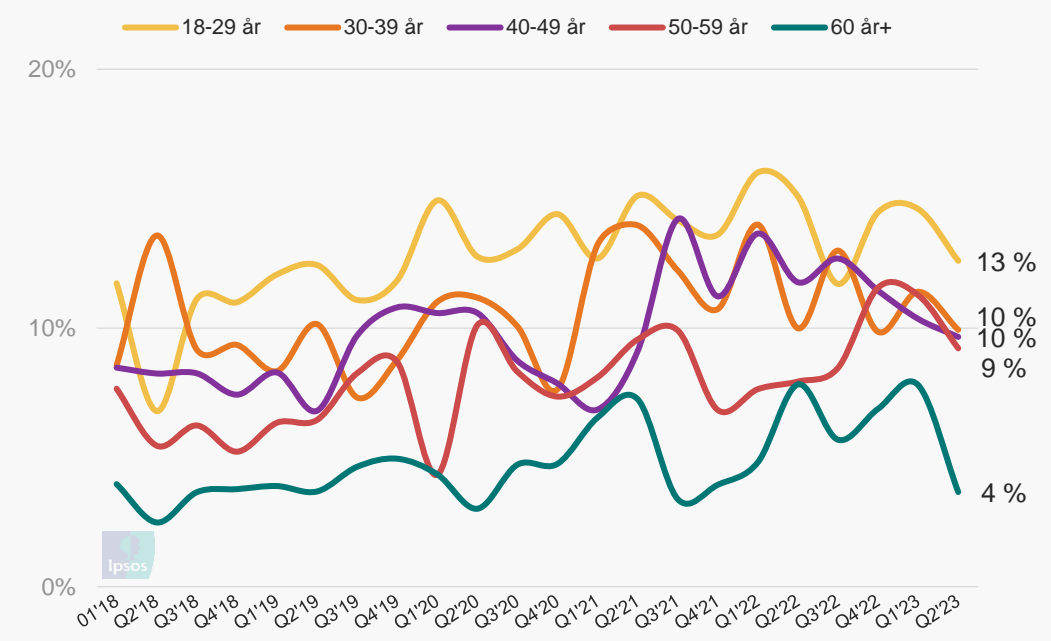
### ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN

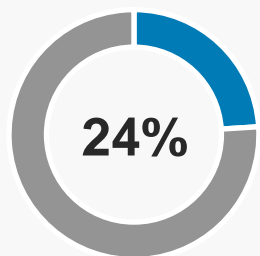


### FREKVENS



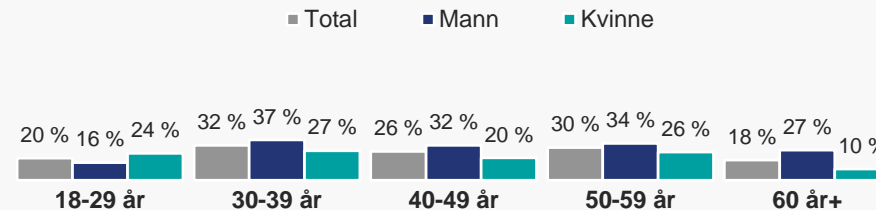
### DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN





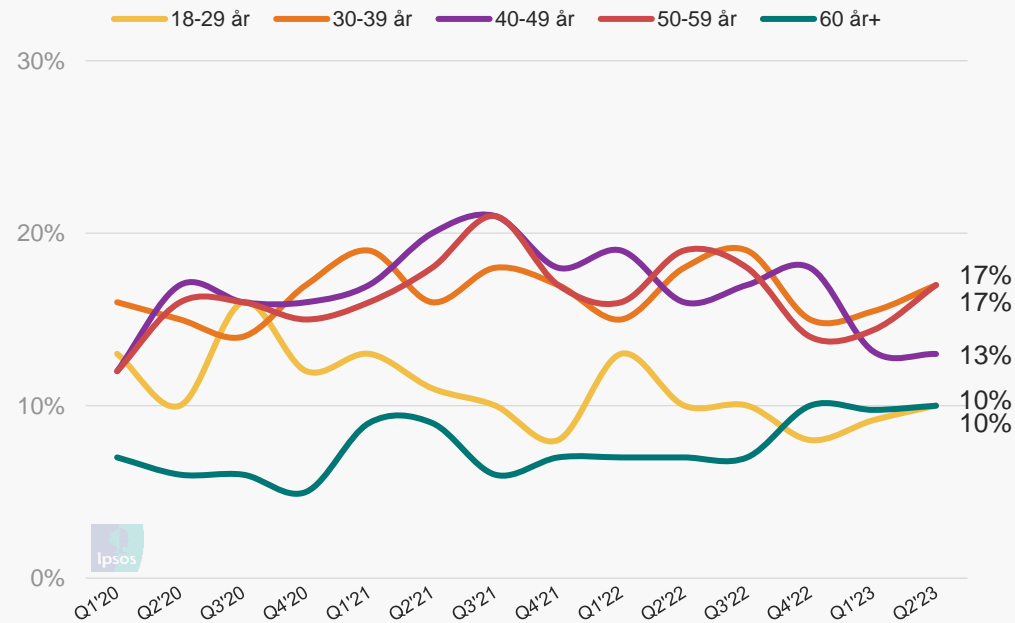
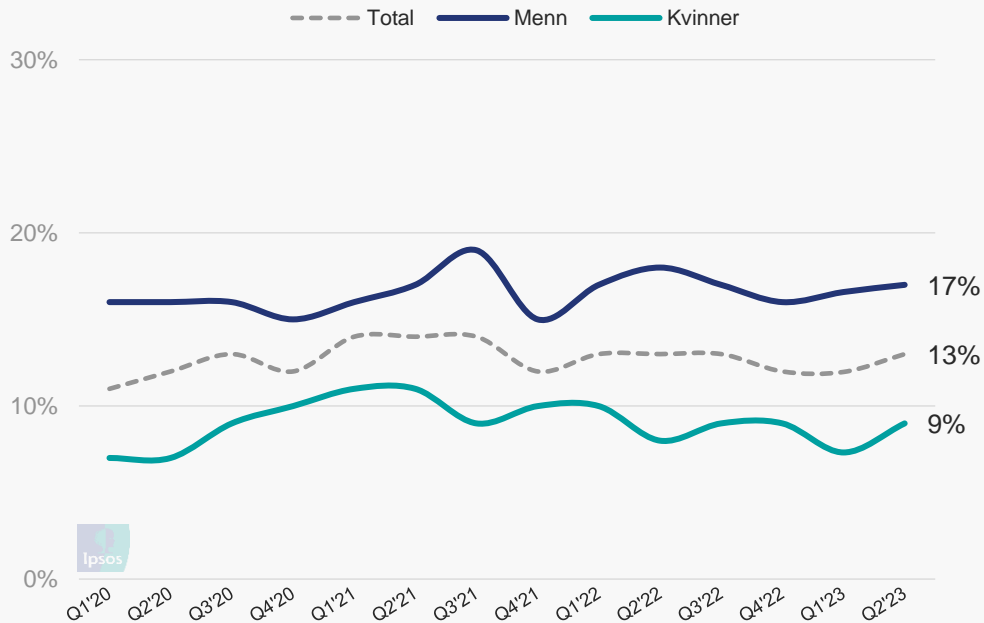
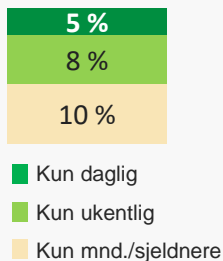
1,04 mill  
HAR PROFIL

## ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN

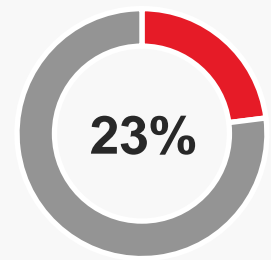


## FREKVENNS

## UKENTLIG BRUK I BEFOLKNINGEN

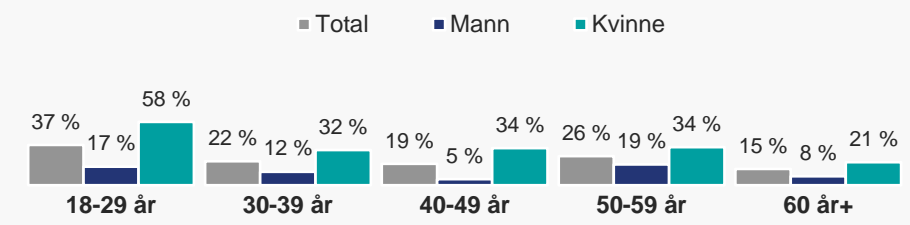




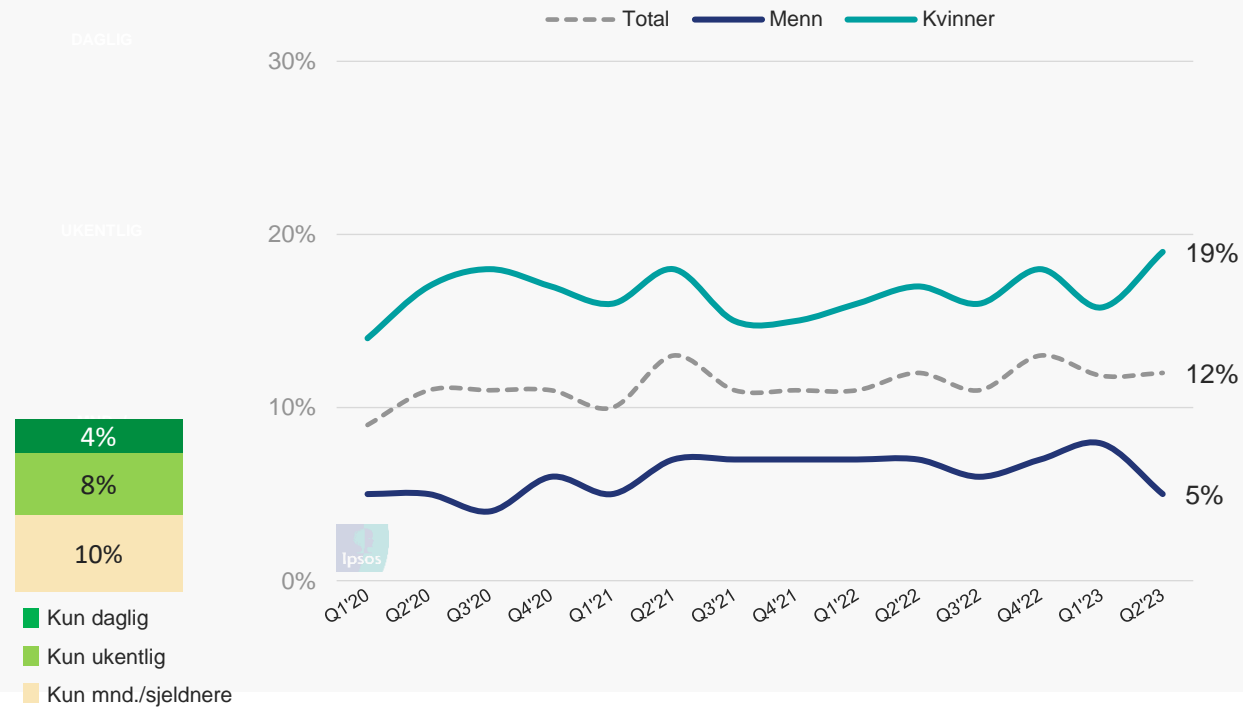


0,98 mill  
HAR PROFIL

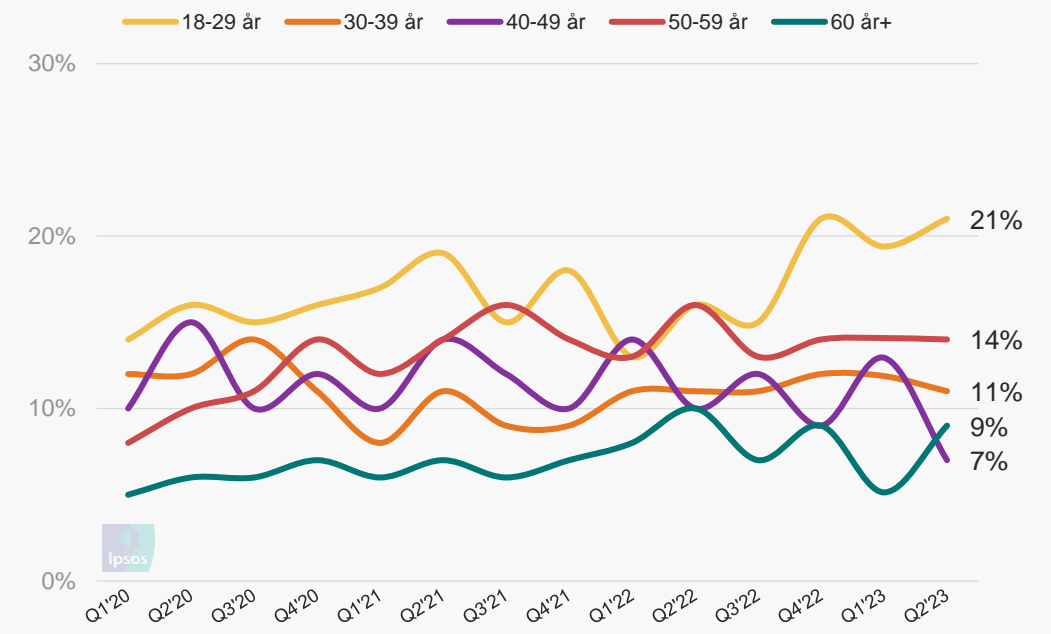
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



FREKVENS



UKENTLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



# DETTE KAN NÅ KJØPES



## **OPPFATNING (IMAGE)**

av sosiale medieplattformer

## **OPPFATNING (IMAGE) AV REKLAME/ANNONSER**

i sosiale medieplattformer



## **FORDELING AV TID**

brukt på sosiale  
medieplattformer



## **EMOSJONELL TILKNYTNING**

til sosiale medieplattformer



## **AVHENGIGHET**

til sosiale medieplattformer

# ULIKE MULIGHETER FOR DYPDYKK

**Kryssbruk** mellom sosiale medier og musikk- og strømmetjenester

---

**Demografisk profil** av sosiale medier og musikk- og strømmetjenester

---

Atferd blant **familier med barn** og **uten barn** i sosiale medier

---

**Atferd** blant kjønn i sosiale medier

---

**Unge voksne** på sosiale medier.  
TikTok case og dypdykk.

---

**Situasjoner** ved bruk av sosiale medier

---

**... eller hvilket som helst annet tema du trenger, ta en prat med oss**

---

# SOSIALE MEDIEPLATTFORMER

IPSOS SOME  
TRACKER 2023



Facebook



Instagram



Snapchat



TikTok



YouTube



LinkedIn



Twitter



Pinterest



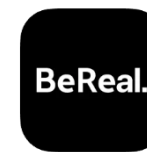
YouTube Kids



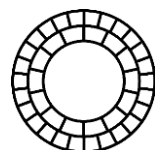
Reddit



Twitch



BeReal.



VSCO



Messenger



Whatsapp



Telegram



Signal



\*Fra Q3'23



# MUSIKK- OG STRØMMETJENESTER

IPSOS SOME  
TRACKER 2023



Netflix



NRK TV



HBO Max



Disney+



Viaplay



TV2 Play



Amazon Prime



Discovery+



Apple TV+



YouTube Premium



VG TV



Pluto TV

*\*Fra Q2'23*



Spotify



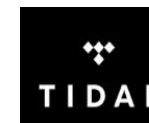
Apple Music



YouTube Music



Soundcloud



Tidal



# KONTAKT

## Ipsos SoMe team

 [SoMe.Norge@Ipsos.com](mailto:SoMe.Norge@Ipsos.com)

**GAME CHANGERS**



**BE  
SURE.  
ACT  
SMARTER.**

**GAME CHANGERS**

