



SOSIALE MEDIER TRACKER Q3'23

JULI – SEPTEMBER 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

Q3 N=1266



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

“SPOTLIGHT”



Facebook
67%



Snapchat
54%



Messenger
48%



Instagram
45%



YouTube
26%



TikTok
21%



“ONE-TO-WATCH”



WhatsApp
10%



Twitter / X
8%

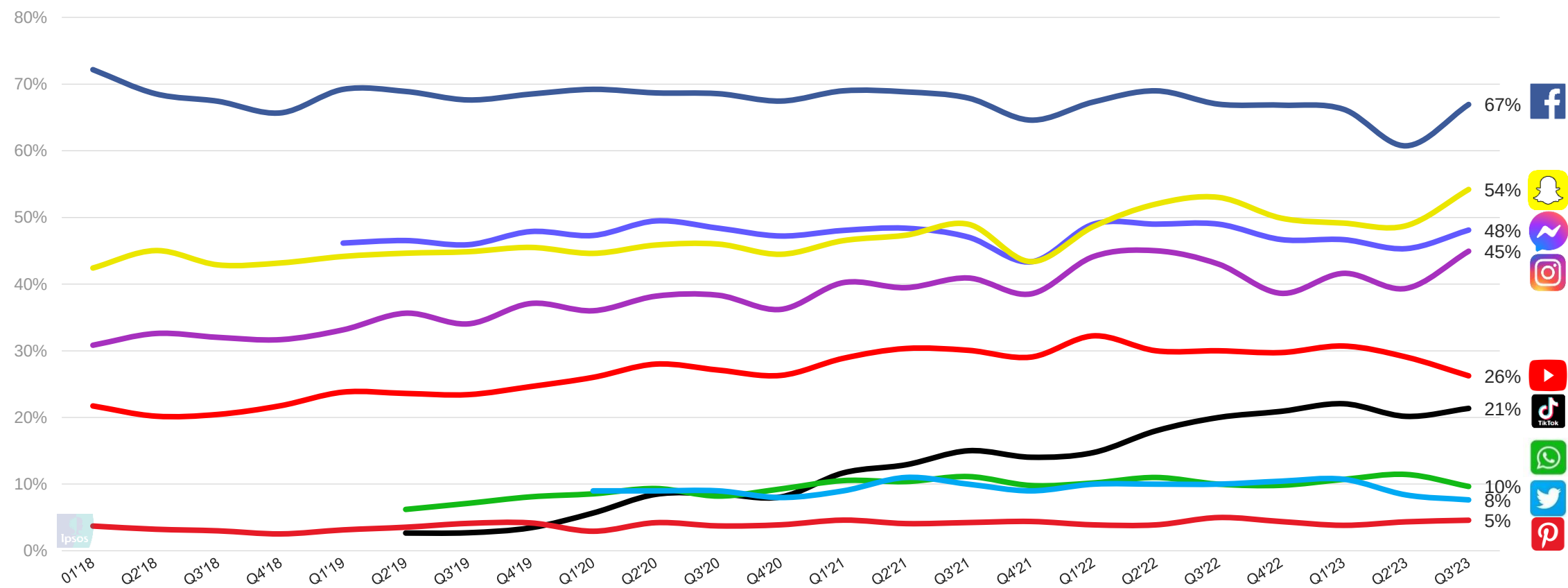


Pinterest
5%



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



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

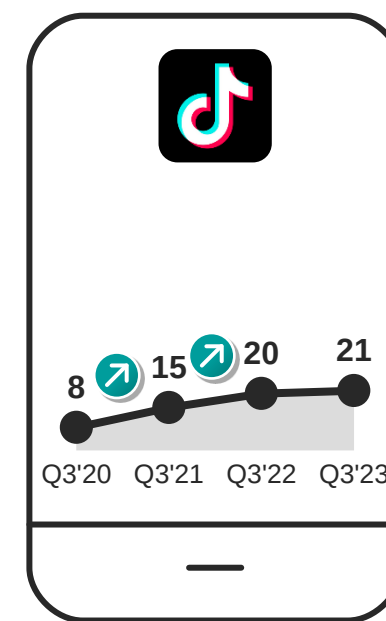
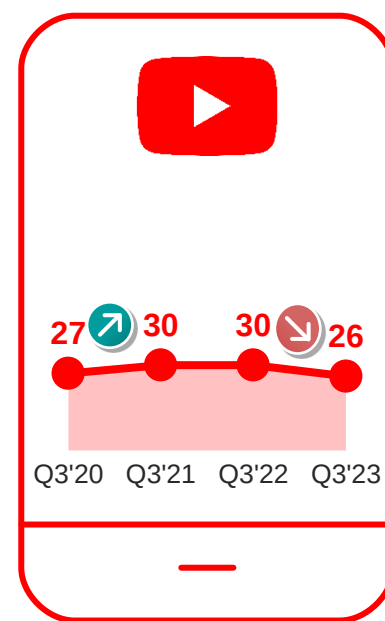
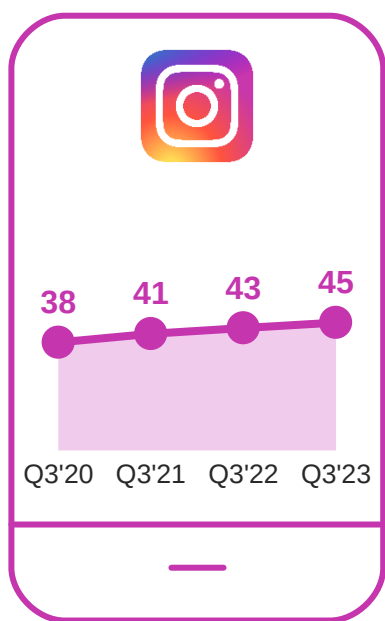
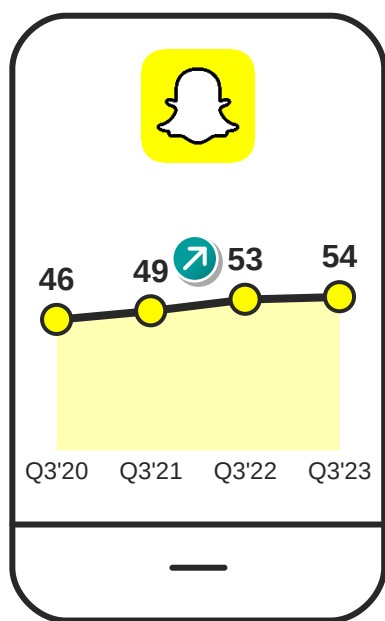
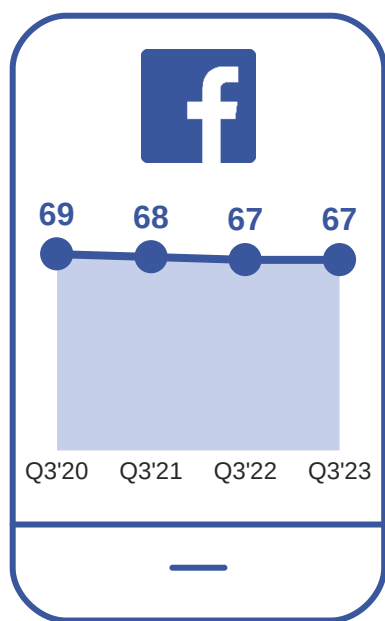
TikTok har opprettholdt stabilitet gjennom hele 2023, og har fanget 21% av daglige brukere i tredje kvartal.

SOSIALE MEDIER – UTVIKLING I DAGLIG BRUK

TOPP 5 PLATTFORMER I NORGE

IPSOS SOME
TRACKER Q3'23

I Q3'23 har Snapchat og TikTok oppnådd stabilitet i sine posisjoner sammenlignet med resultatene fra det foregående året, mens YouTube har opplevd en nedgang i daglig bruk i samme periode



SOSIALE MEDIER – DAGLIG BRUK – OSLO

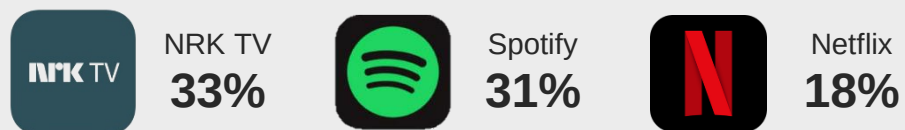
IPSOS SOME
TRACKER Q3'23

	Hele Norge	Oslo	Diff
	 67	 57 	-10
	 54	 41 	-13
	 45	 48	+3
	 26	 32 	+6
	 21	 22	+1

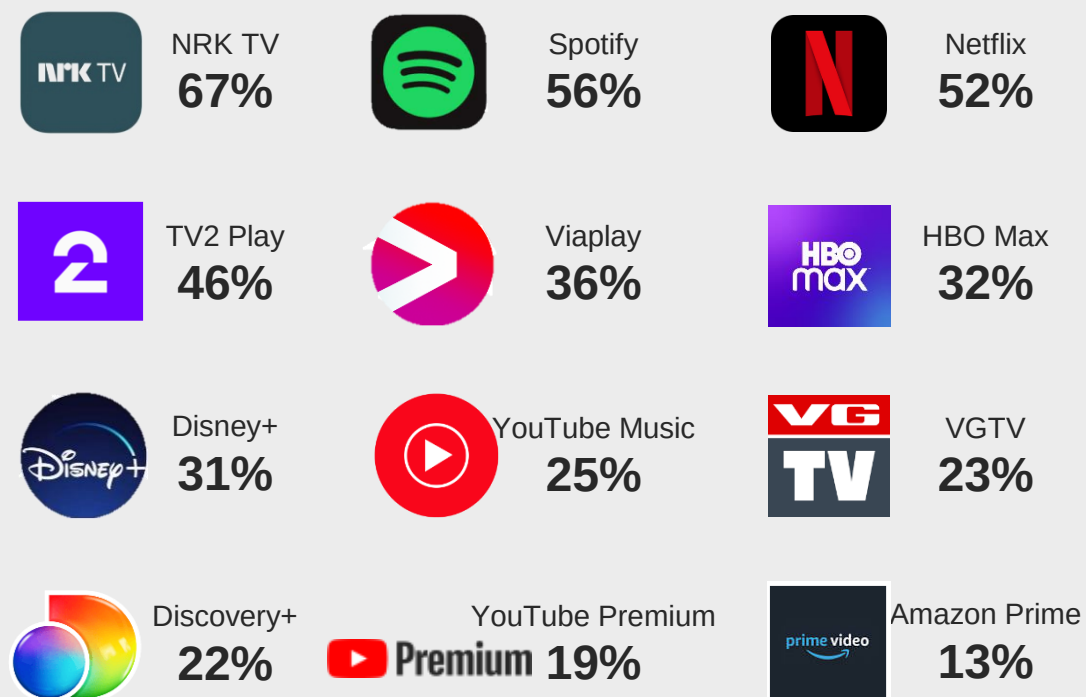
MUSIKK- OG STRØMMETJENESTER

IPSOS SOME
TRACKER Q3'23

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: **NRK TV**, **Spotify** og **Netflix**.

Daglig + ukentlig bruk

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

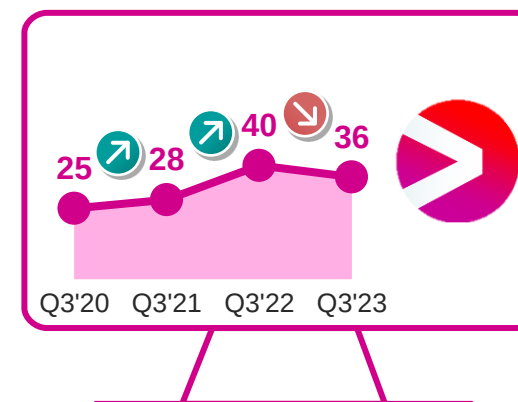
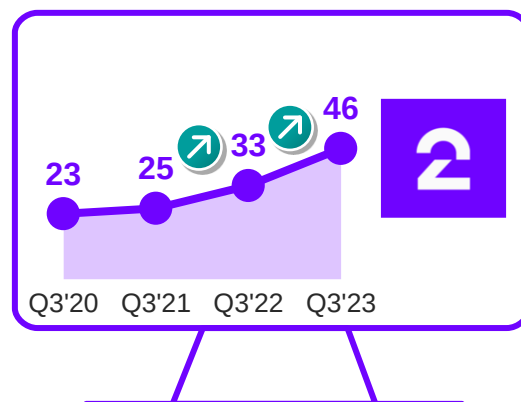
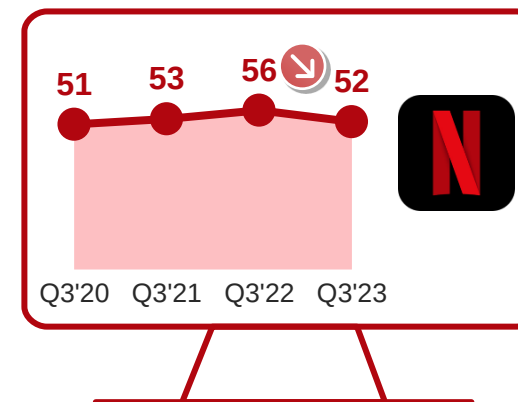
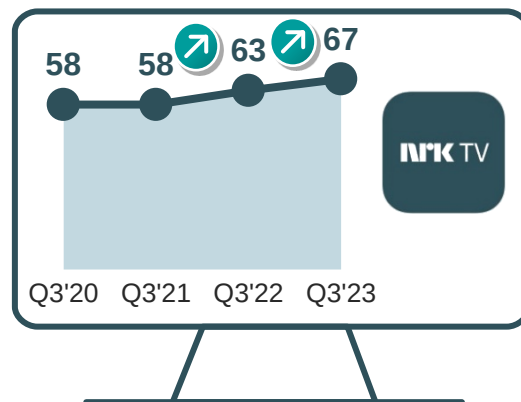
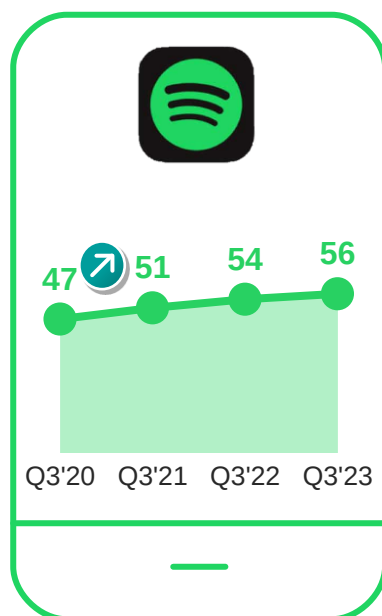
67% bruker NRK TV ukentlig til daglig, nærmere 5 av 10 bruker Netflix (52%) og kun 13% svarer at de bruker Amazon Prime.

MUSIKK- OG STRØMMETJENESTER – UTVIKLING I DAGLIG + UKENTLIG BRUK

TOPP 5 PLATTFORMER I NORGE

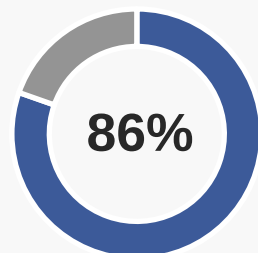
IPSOS SOME
TRACKER Q3'23

Seertallene for NRK TV har nådd sitt høydepunkt de siste fire årene. Netflix og Viaplay opplever en nedgang i ukentlig bruk blant befolkningen 18+ i Q3'23. Samtidig har TV2 en betydelig vekst de siste fire årene.

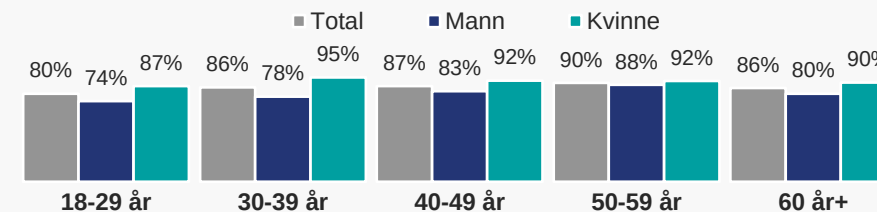


↗ Signifikant høyere vs. året før
↘ Signifikant lavere vs. året før

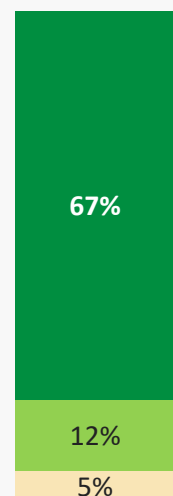
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



3,70 mill
HAR PROFIL

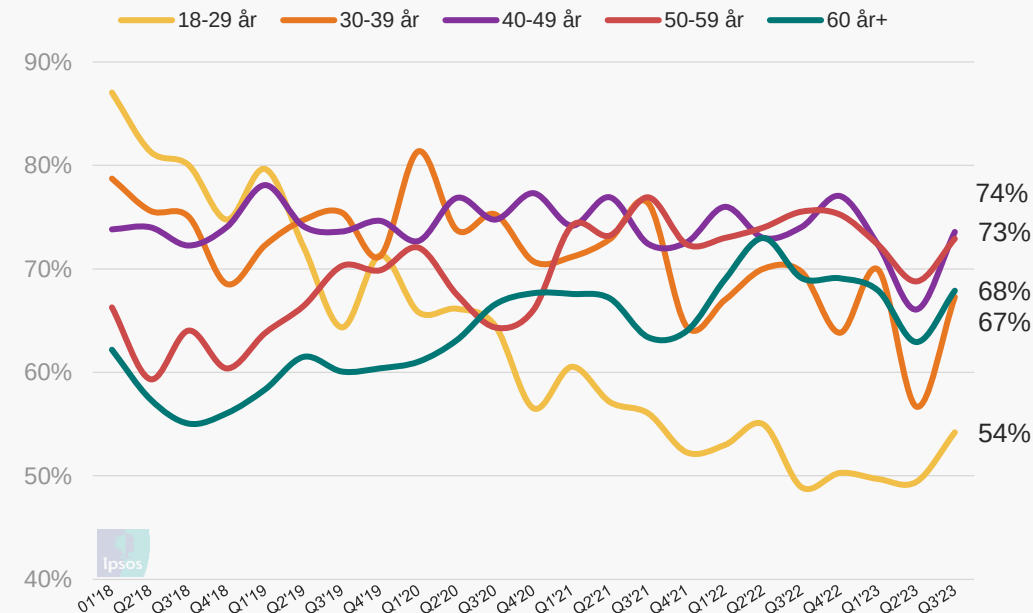
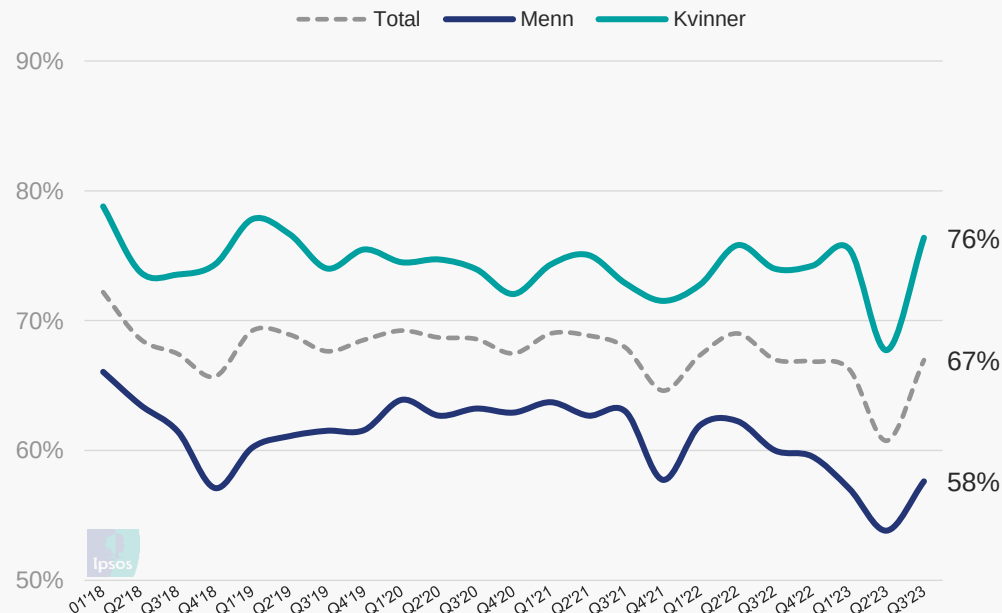


FREKVENNS

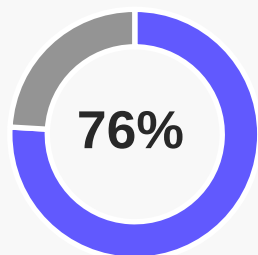


Kun daglig
Kun ukentlig
Kun mnd./sjeldnere

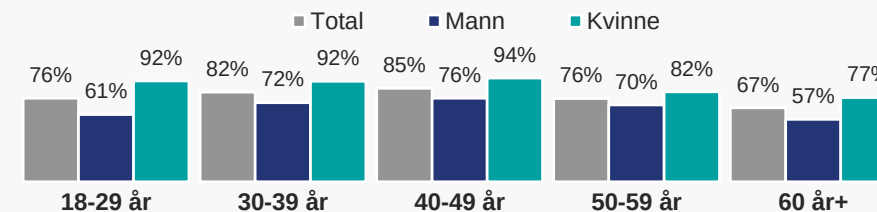
DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



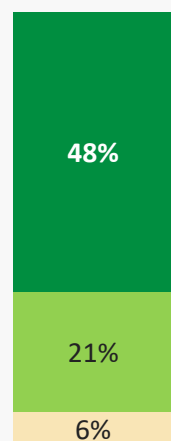
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



3,28 mill
HAR PROFIL

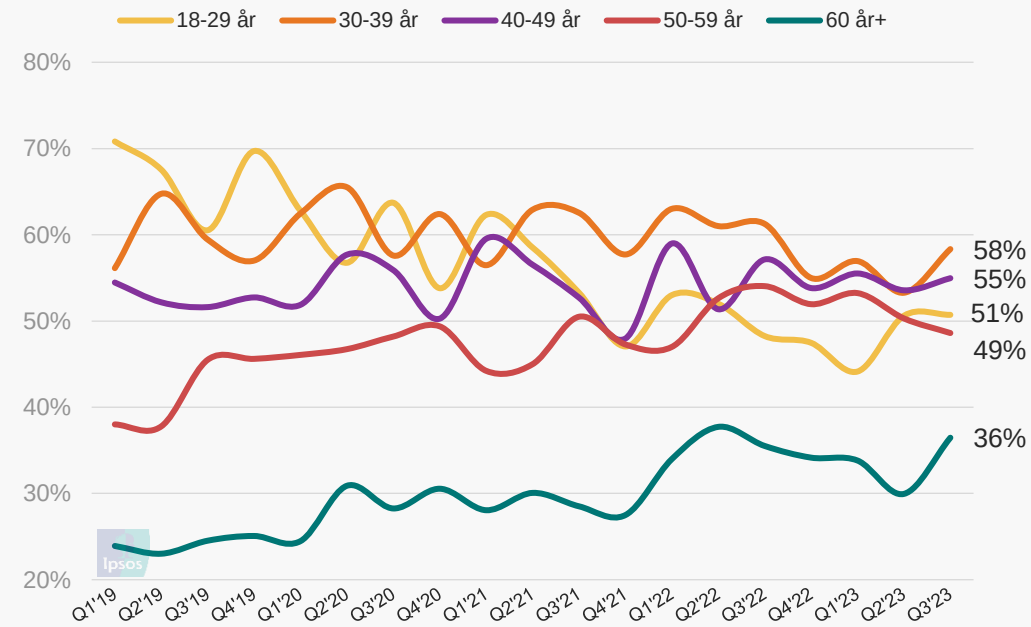
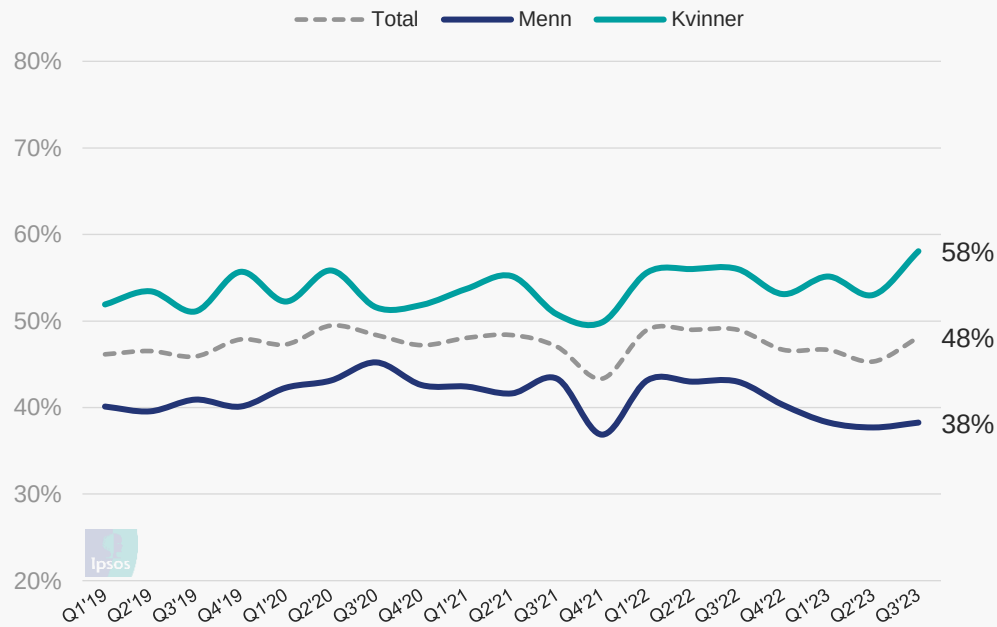


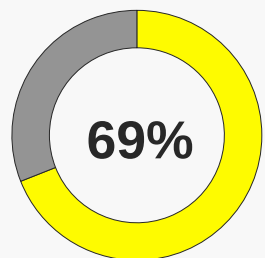
FREKVENNS



Kun daglig
Kun ukentlig
Kun mnd./sjeldnere

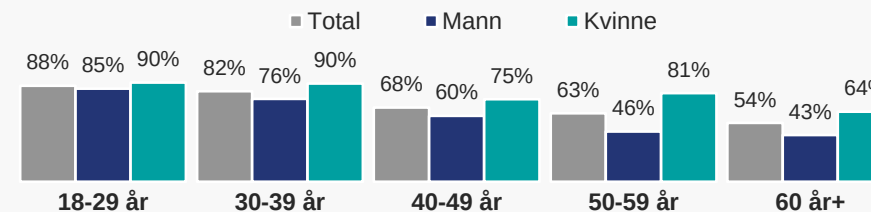
DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



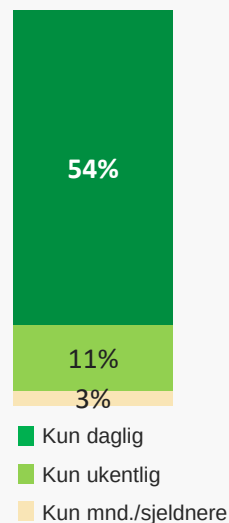


2,98 mill
HAR PROFIL

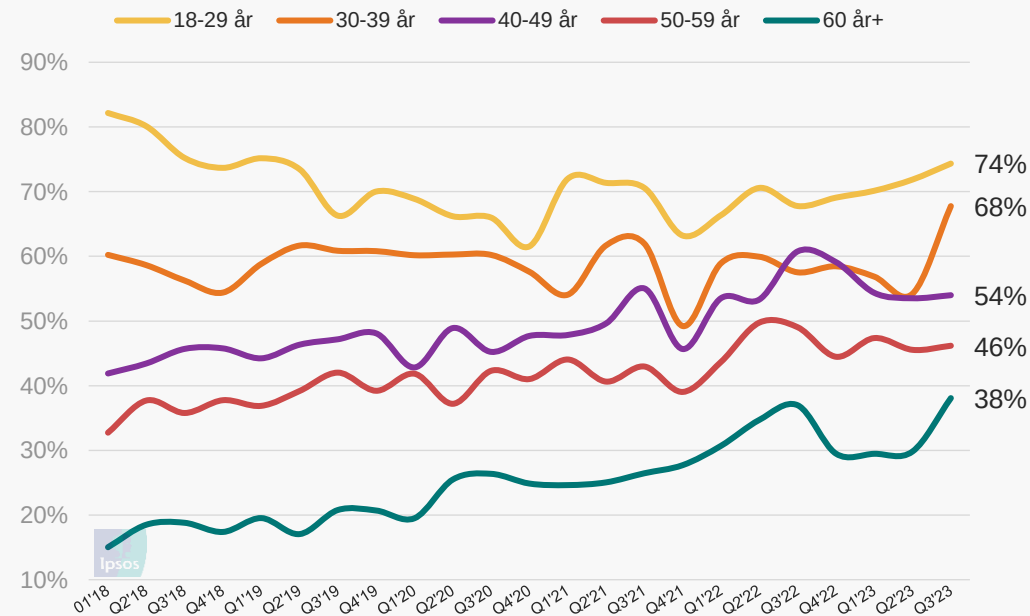
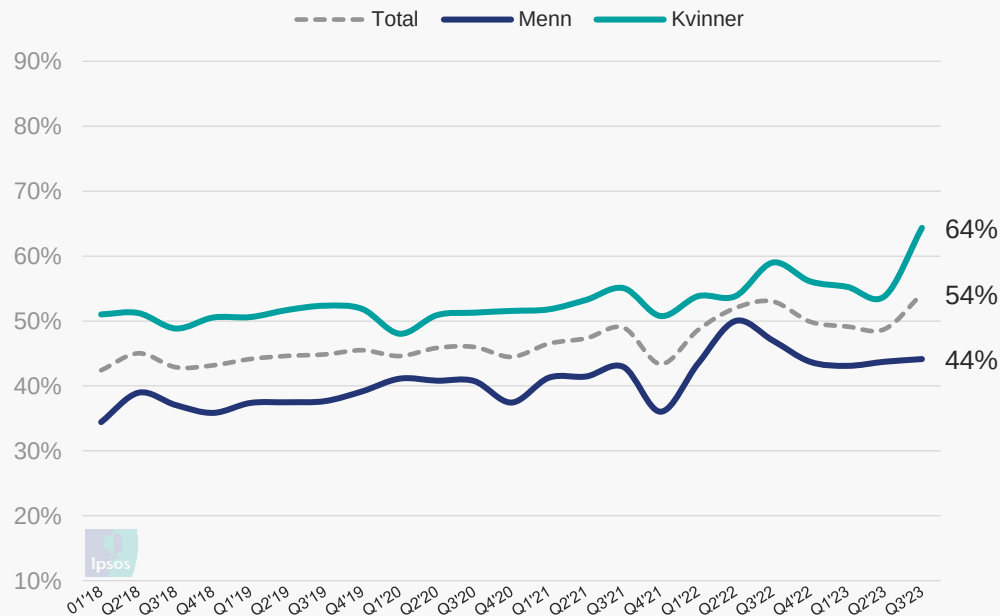
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



FREKVENS

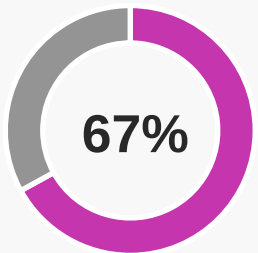


DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN

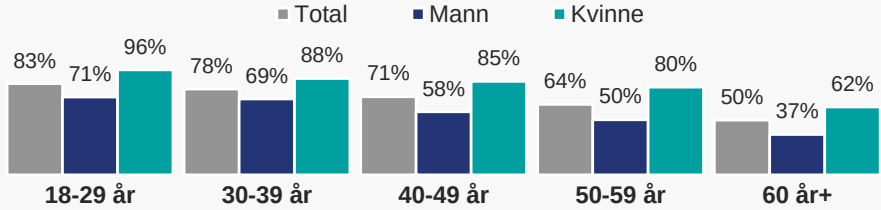




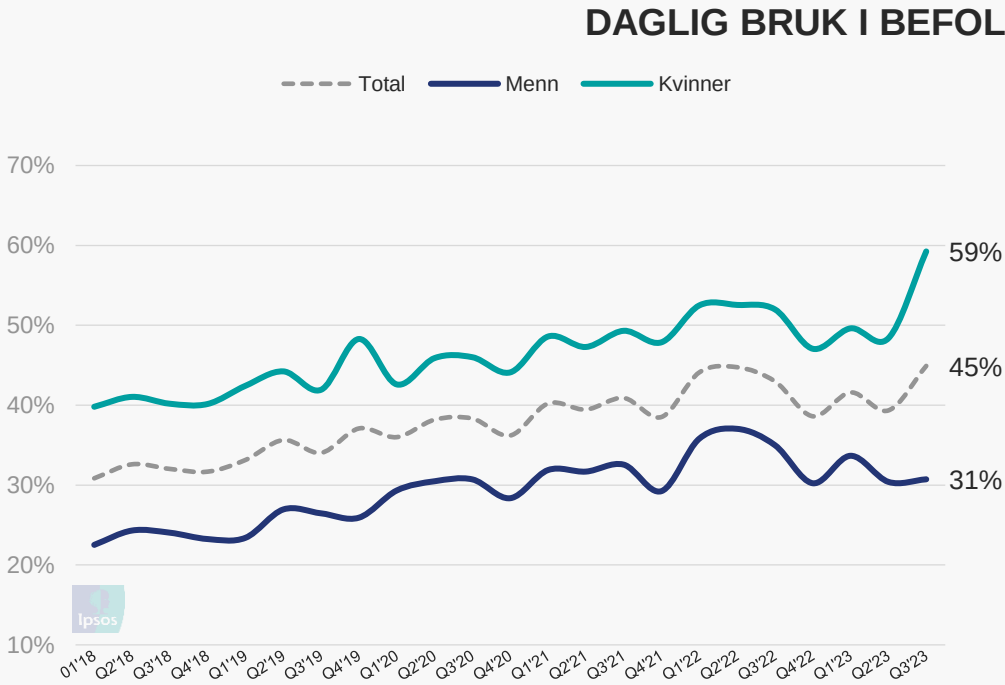
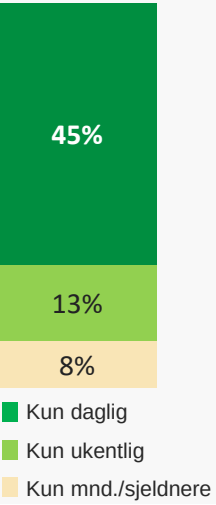
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



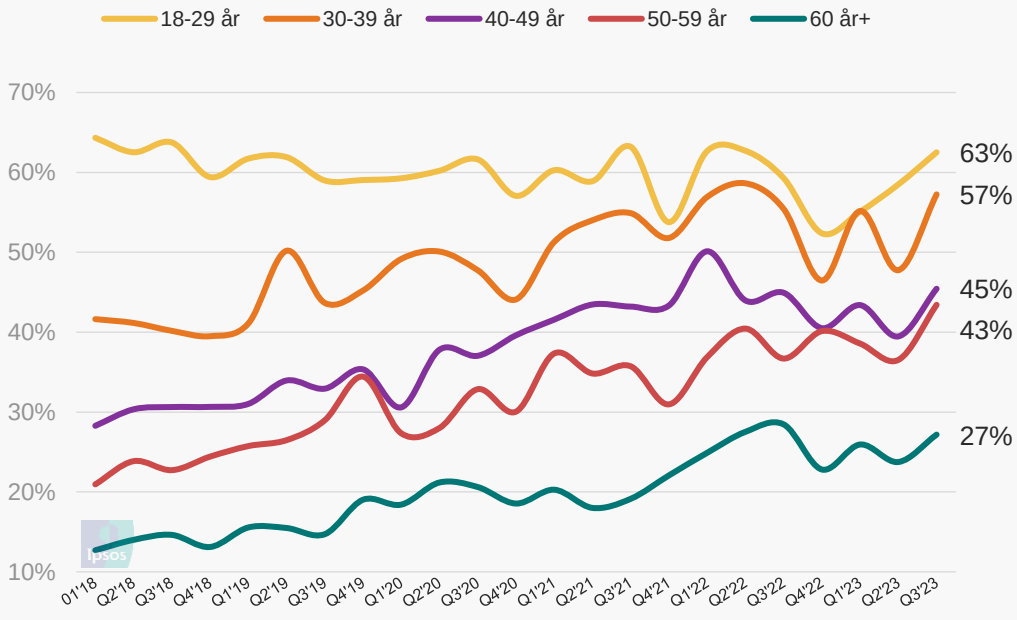
2,90 mill
HAR PROFIL



FREKVENNS

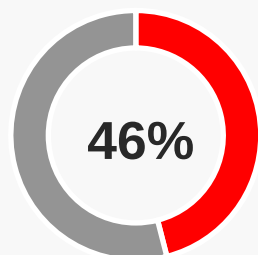


DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN

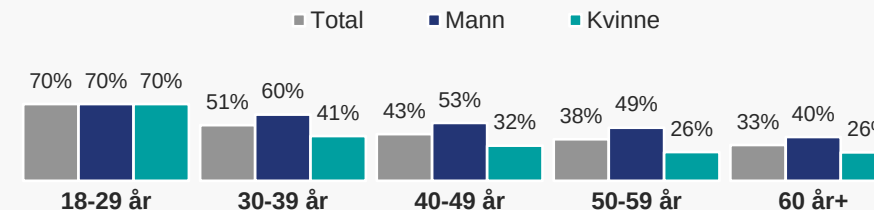




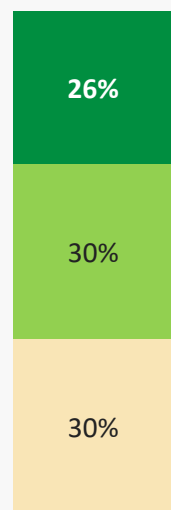
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



1,97 mill
HAR PROFIL

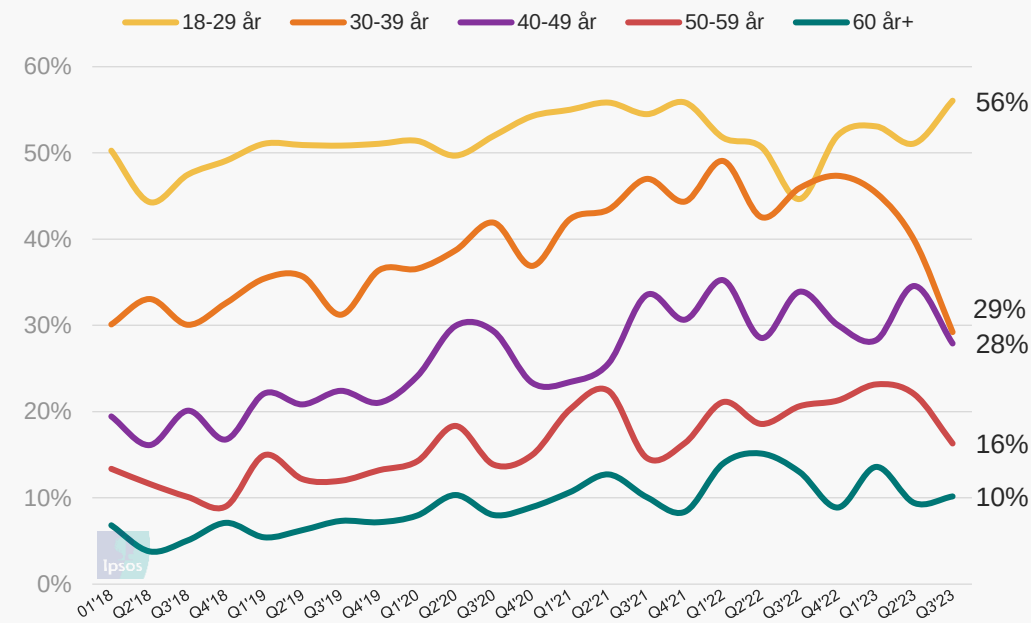
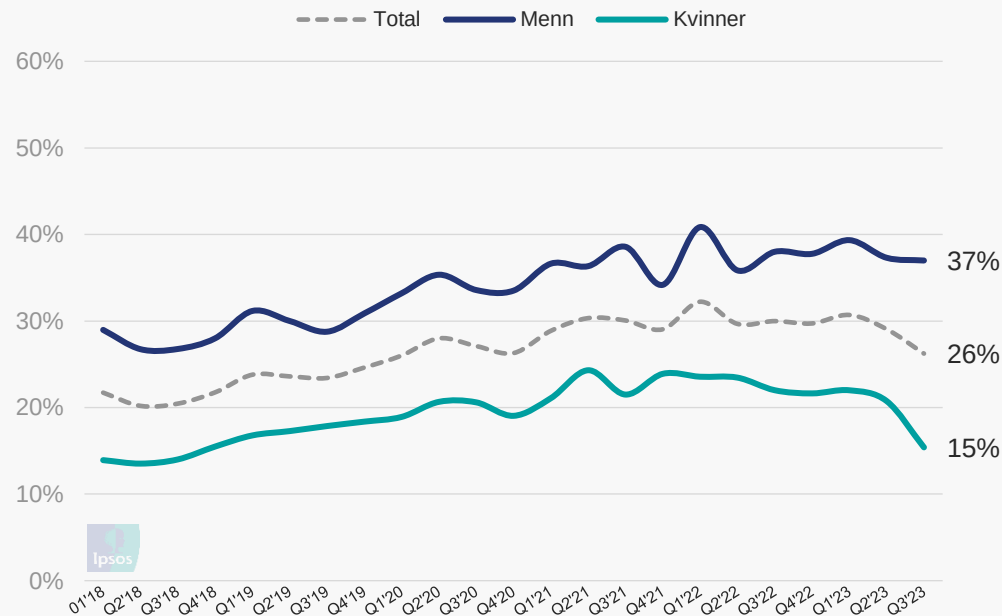


FREKVENNS

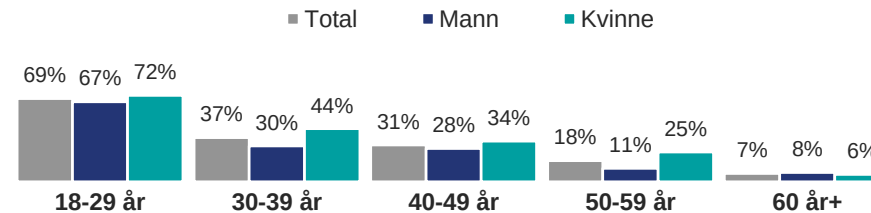
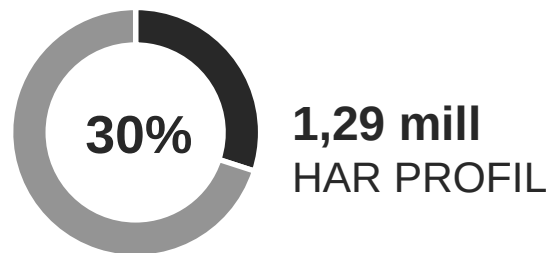


Kun daglig
Kun ukentlig
Kun mnd./sjeldnere

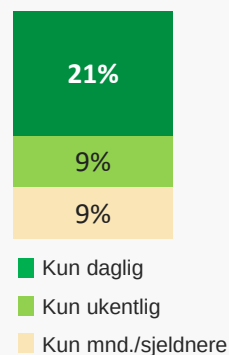
DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



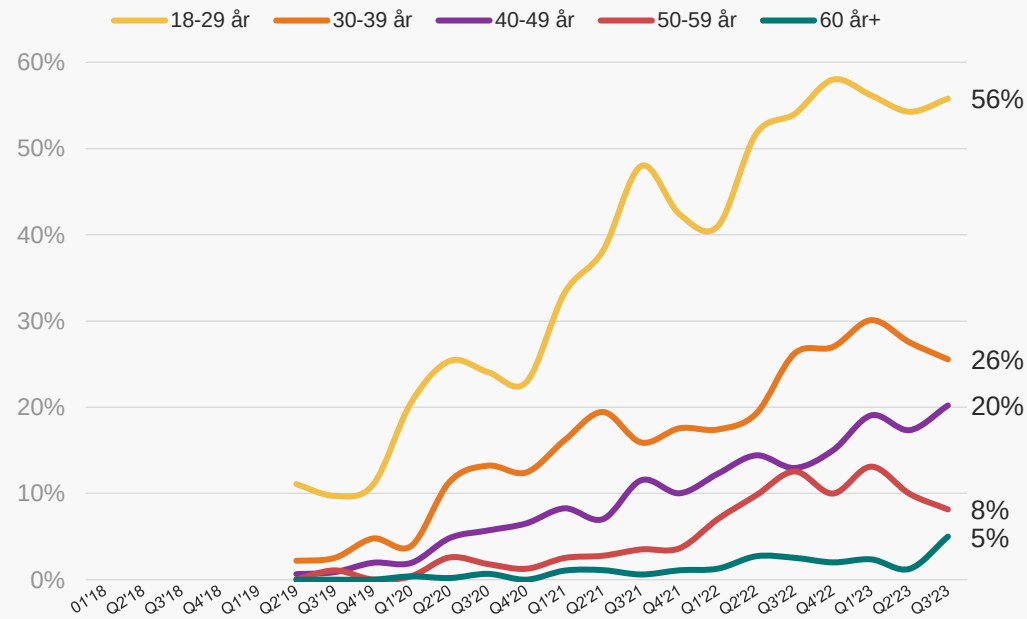
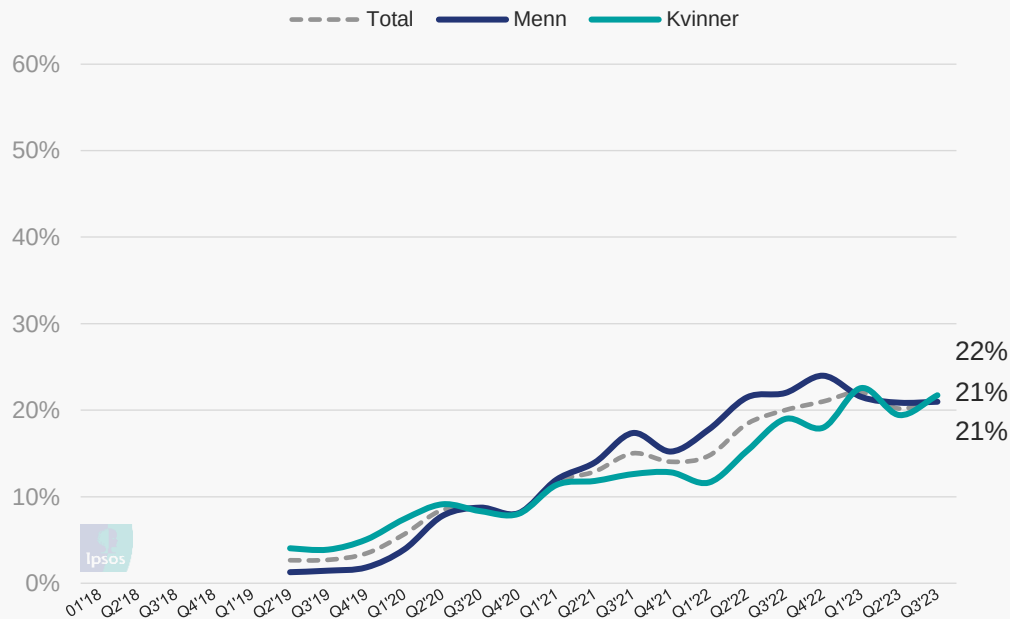
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



FREKVENNS

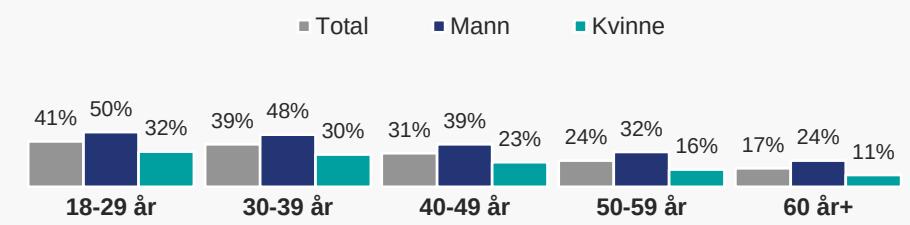
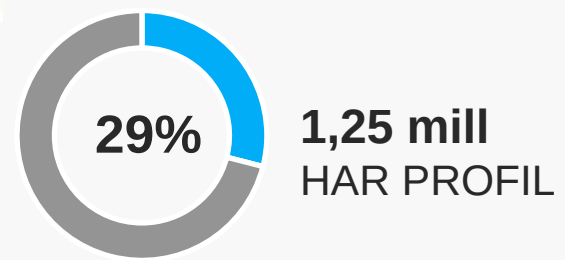


DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN

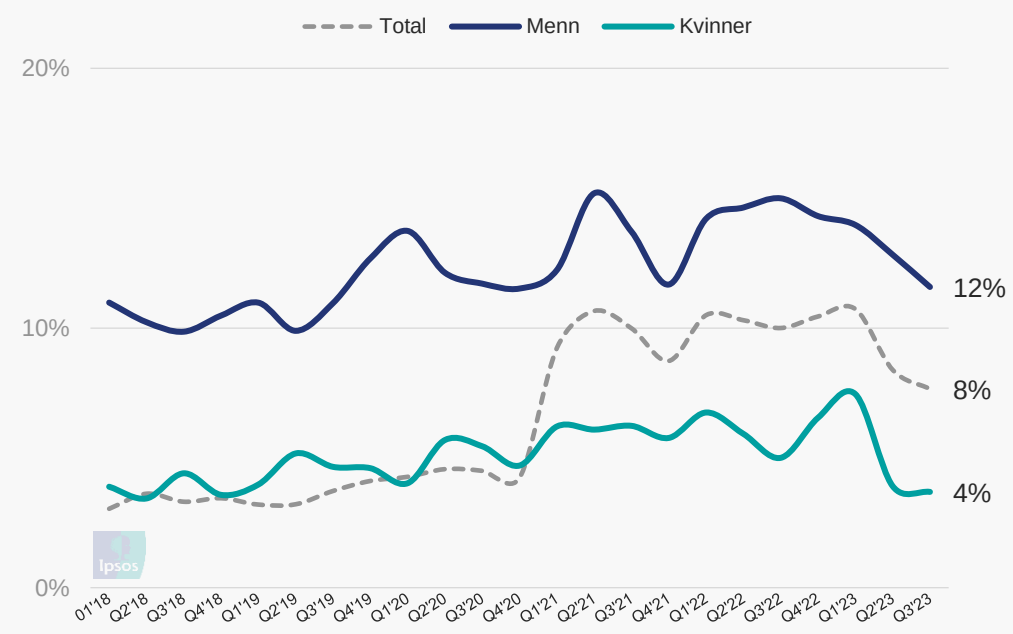
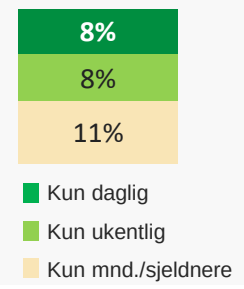




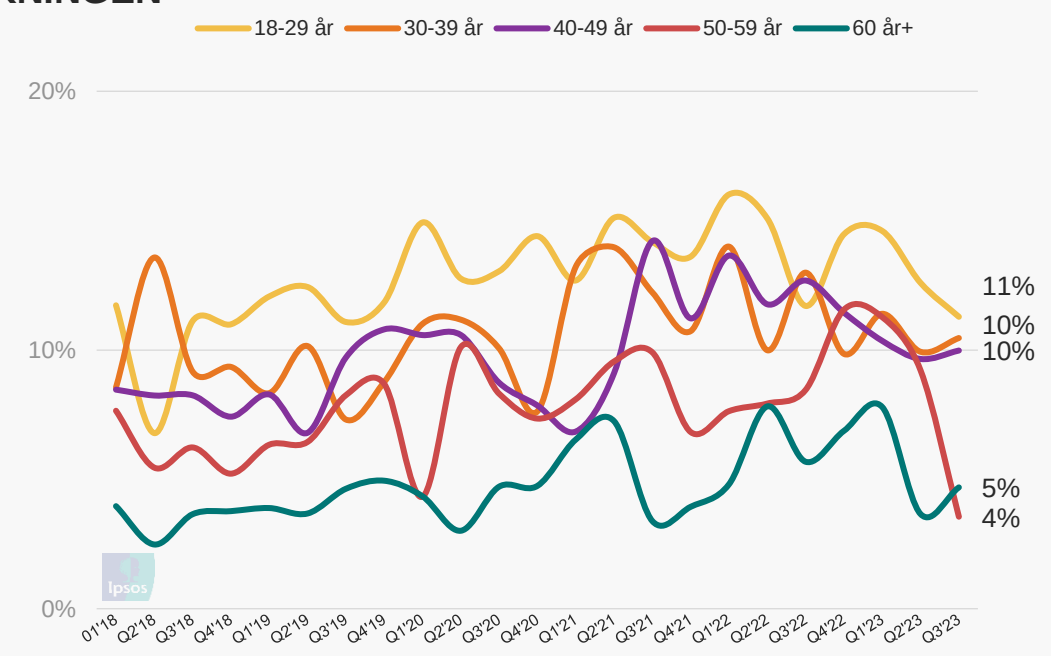
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN

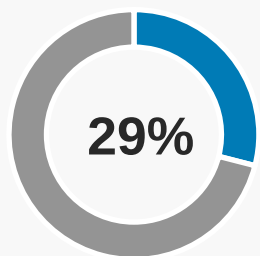


FREKVENNS



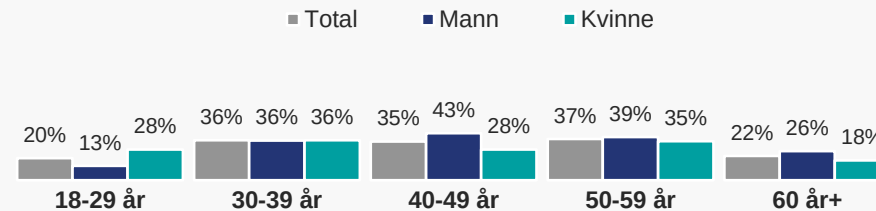
DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN





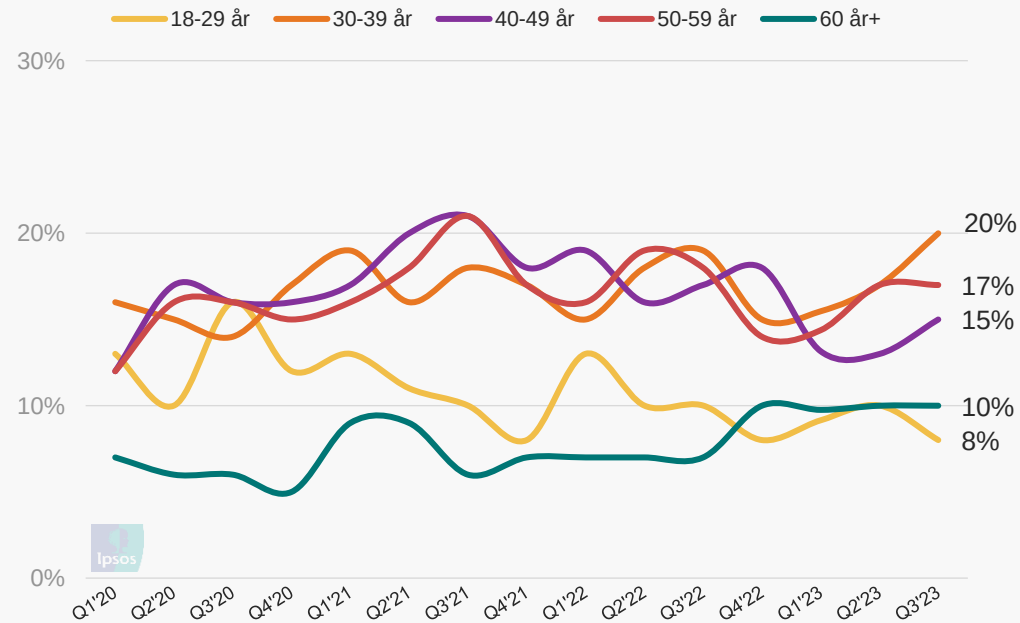
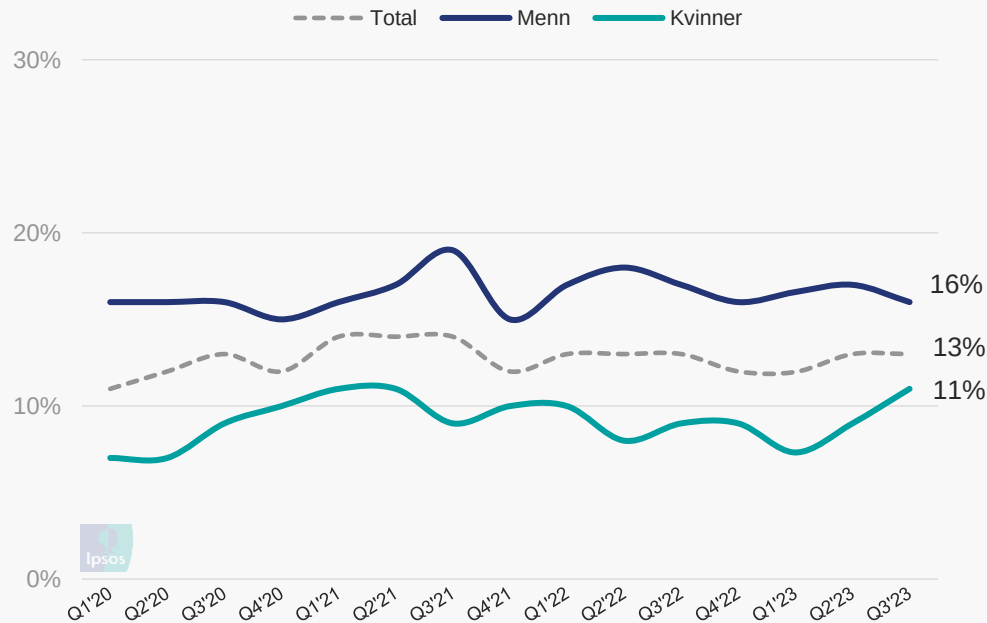
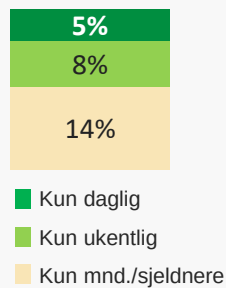
1,25 mill
HAR PROFIL

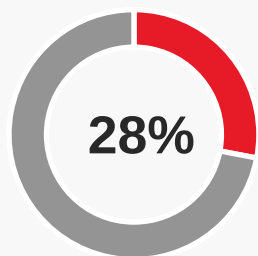
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



FREKVENS

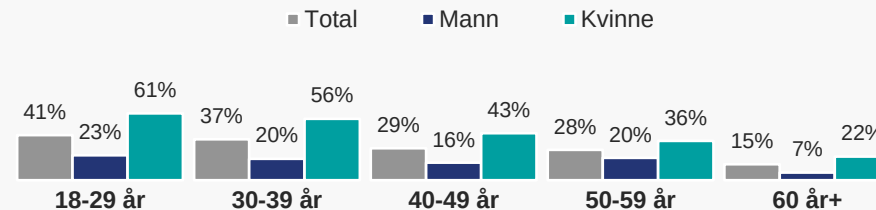
UKENTLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



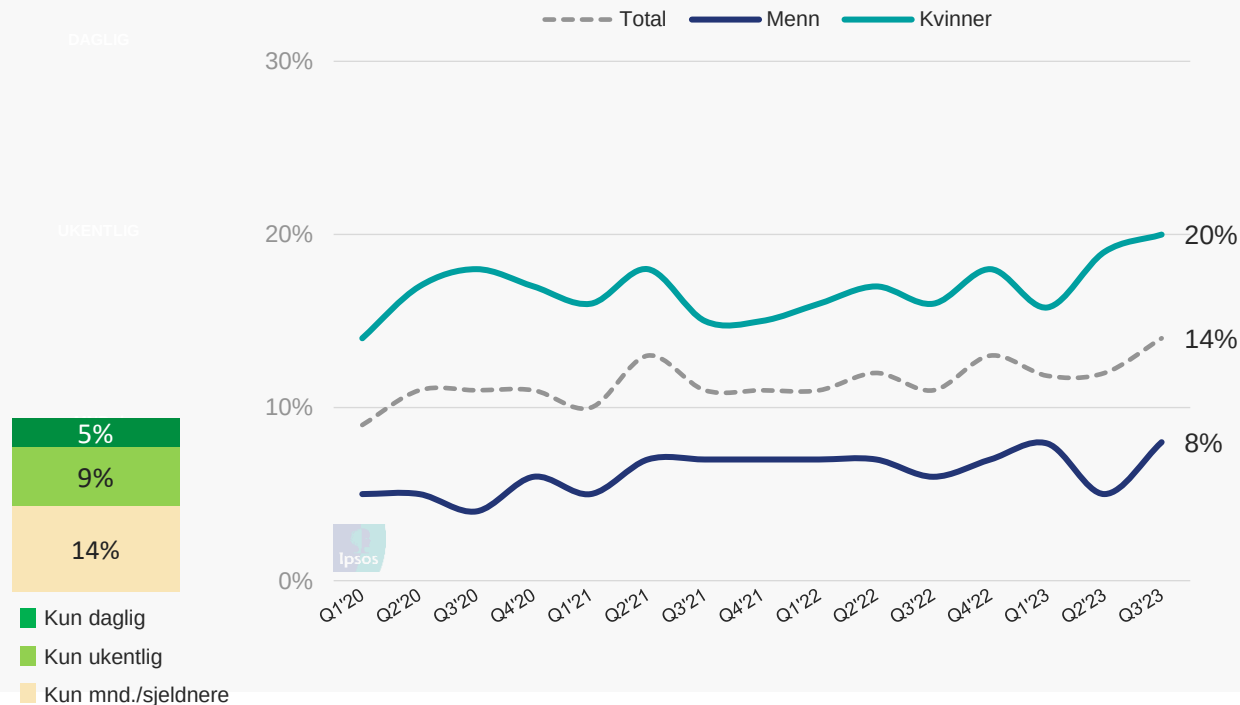


1,21 mill
HAR PROFIL

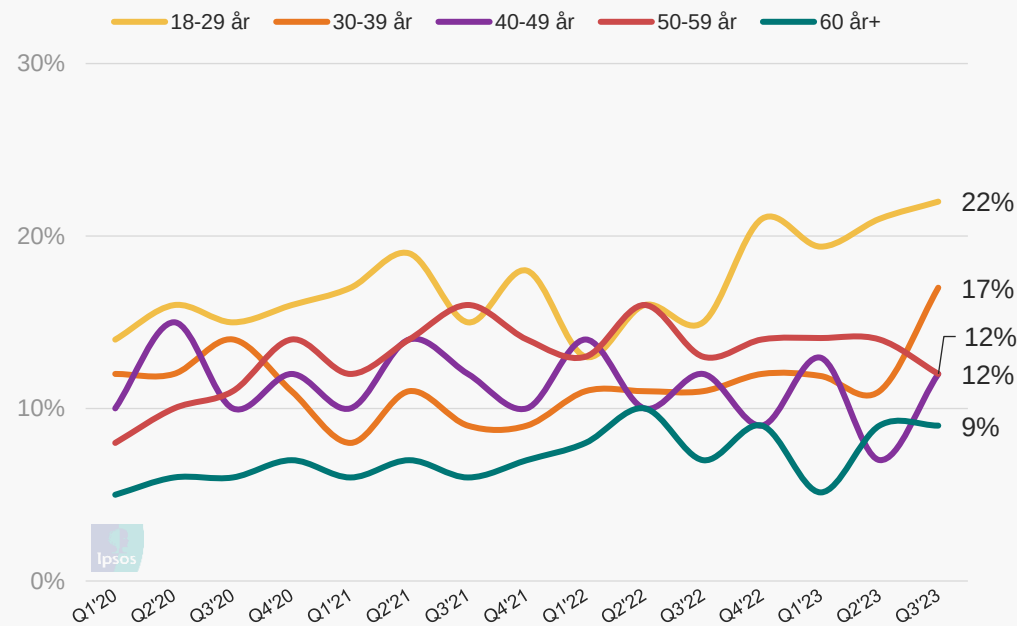
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



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



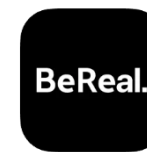
YouTube Kids



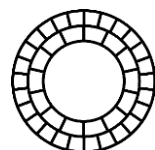
Reddit



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



Spotify



Apple Music



YouTube Music



Soundcloud



Tidal

KONTAKT

Ipsos SoMe team

 SoMe.Norge@Ipsos.com

GAME CHANGERS



**BE
SURE.
ACT
SMARTER.**

GAME CHANGERS

