



SOSIALE MEDIER TRACKER Q4'23

OKTOBER – DESEMBER 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

Q4 N =1913



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.



INNHOOLD

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
65%



Snapchat
52%



Messenger
48%



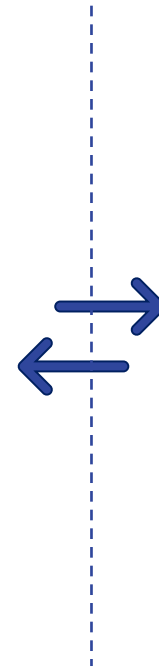
Instagram
43%



YouTube
28%



TikTok
19%



«ONE-TO-WATCH»



WhatsApp
10%



Twitter / X
9%

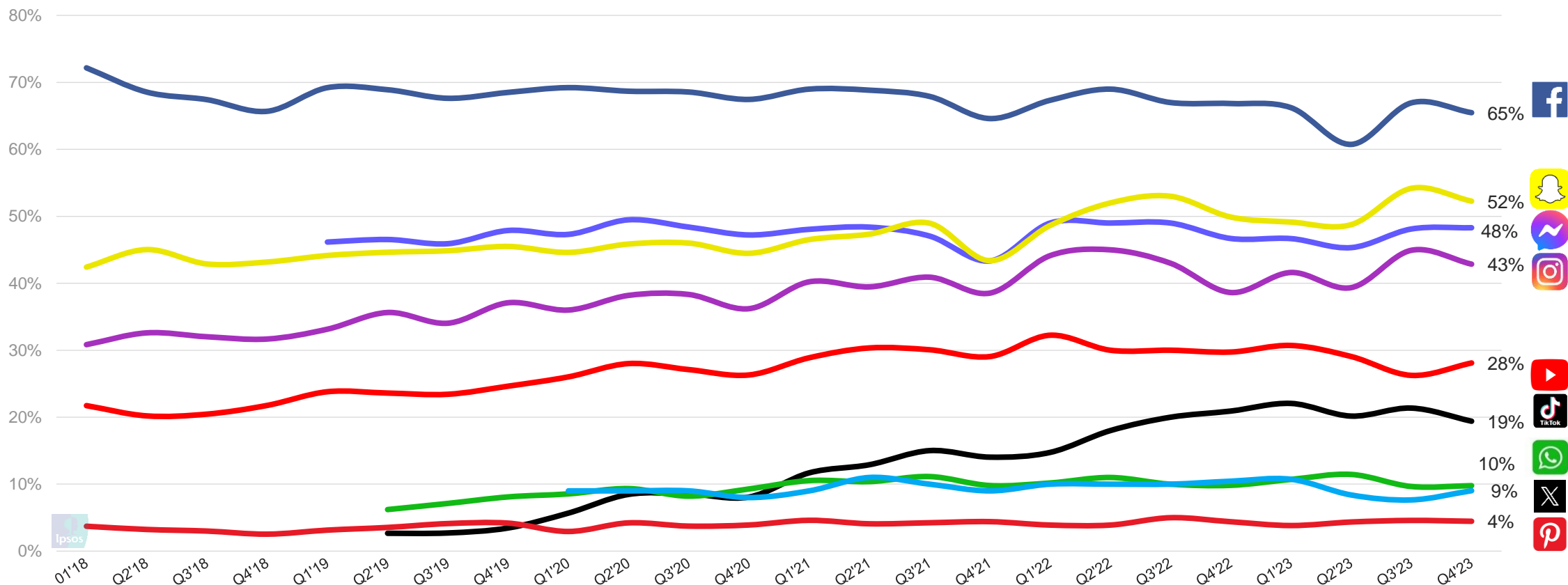


Pinterest
4%



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



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

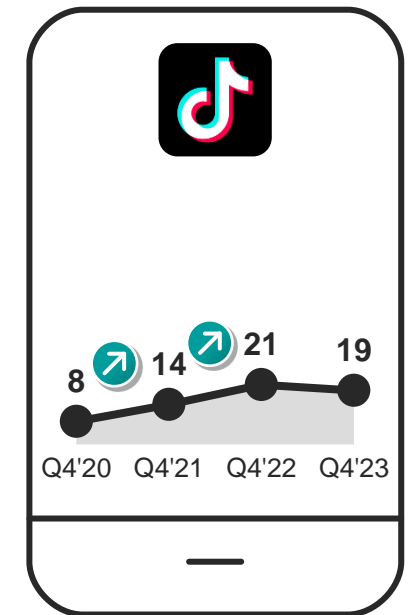
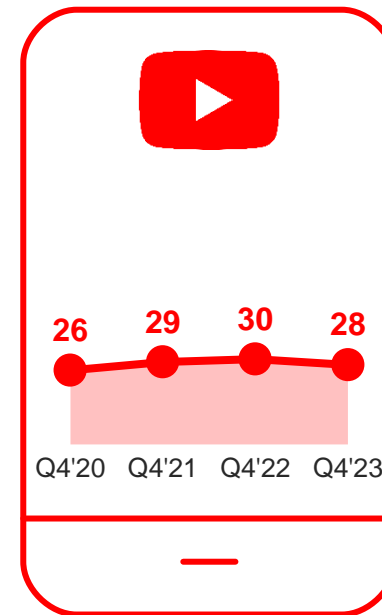
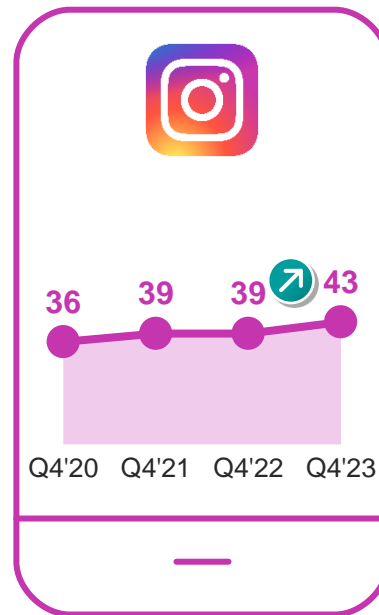
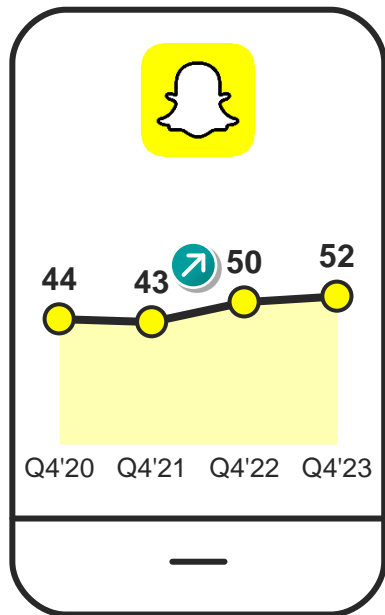
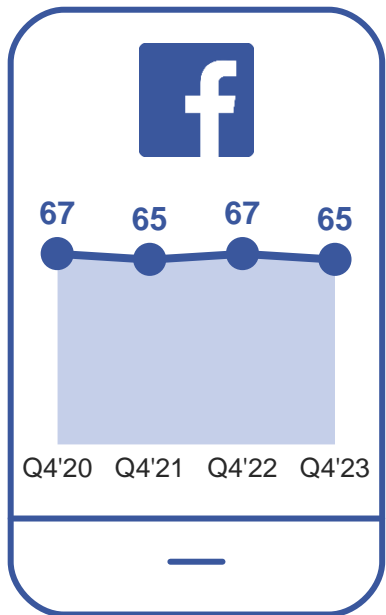
TikTok har opprettholdt stabilitet gjennom hele 2023, og har fanget 19% av daglige brukere i fjerde kvartal.

SOSIALE MEDIER – UTVIKLING I DAGLIG BRUK

TOPP 5 PLATTFORMER I NORGE

IPSOS SOME
TRACKER Q4'23

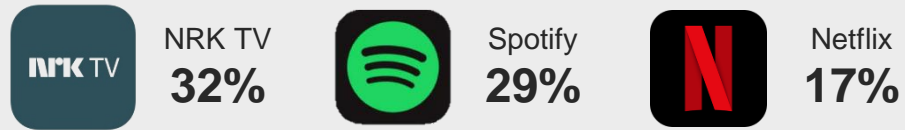
I Q4'23 har Snapchat og Instagram oppnådd en økning i sine posisjoner sammenlignet med resultatene fra det foregående året



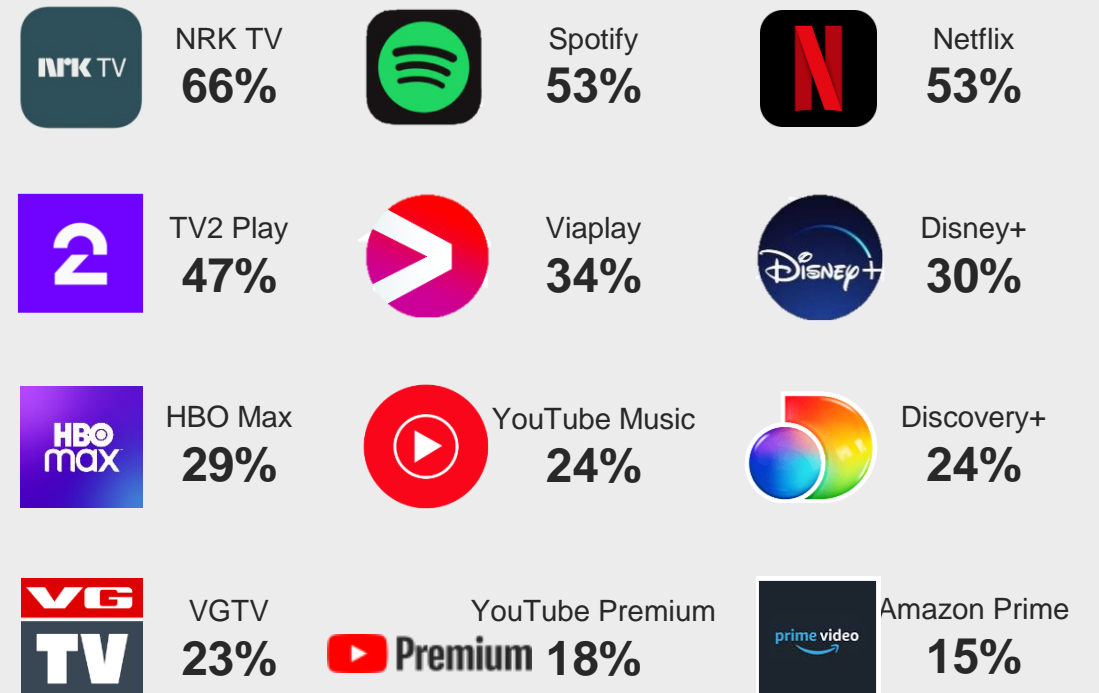
MUSIKK- OG STRØMMETJENESTER

IPSOS SOME
TRACKER Q4'23

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.**

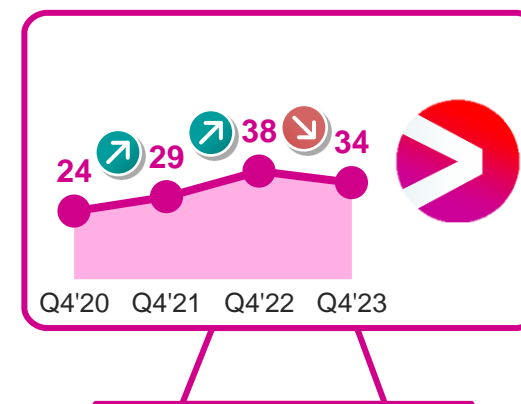
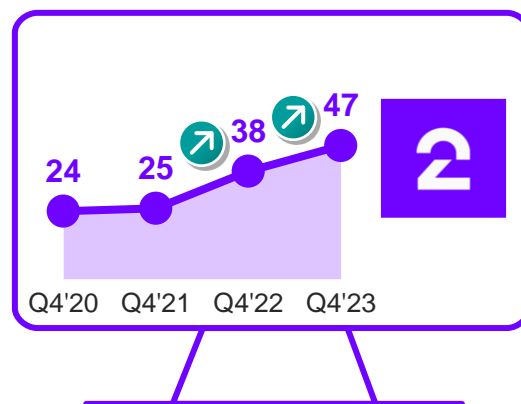
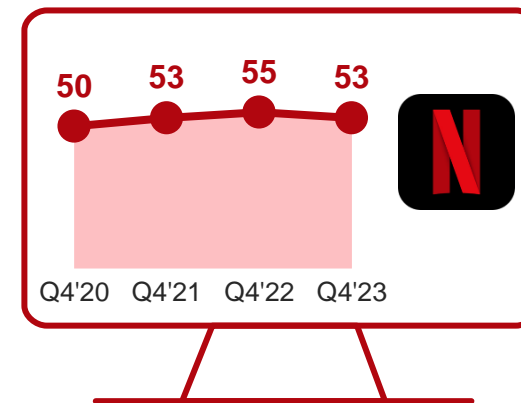
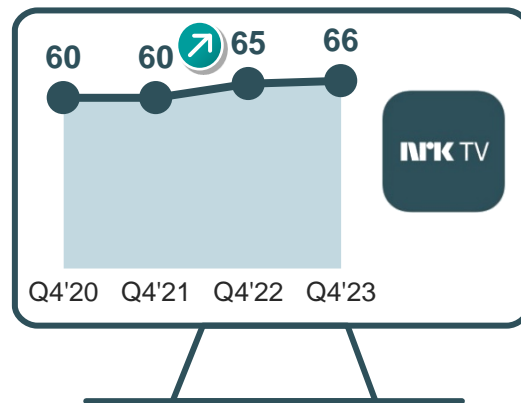
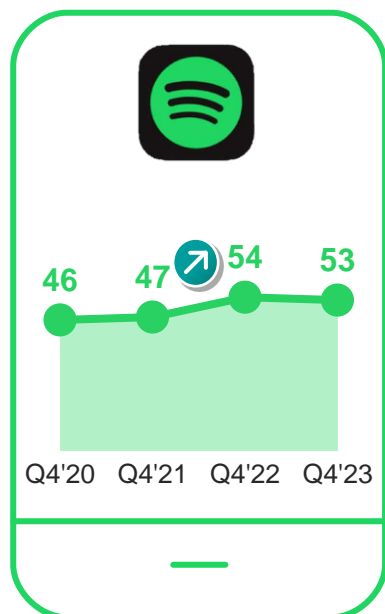
Daglig + ukentlig bruk

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

66% bruker NRK TV ukentlig til daglig, nærmere 5 av 10 bruker Netflix (53%) og kun 15% svarer at de bruker Amazon Prime.

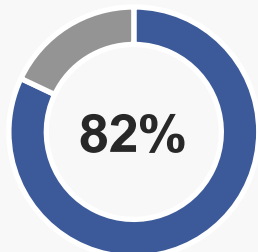
MUSIKK- OG STRØMMETJENESTER – UTVIKLING I DAGLIG + UKENTLIG BRUK TOPP 5 PLATTFORMER I NORGE

Viaplay sett en nedgang i ukentlig bruk blant befolkningen over 18 år i Q4'23. Parallelt har TV2 opplevd en betydelig vekstkurve over den samme fireårsperioden.

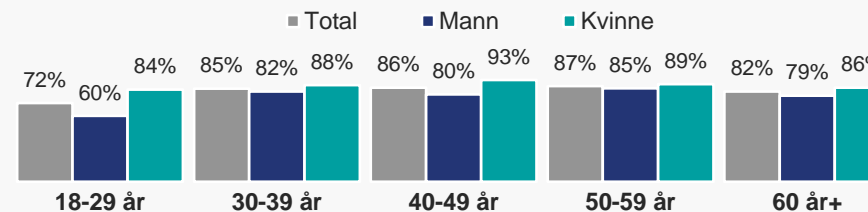


↗ Signifikant høyere vs. året før
↘ Signifikant lavere vs. året før

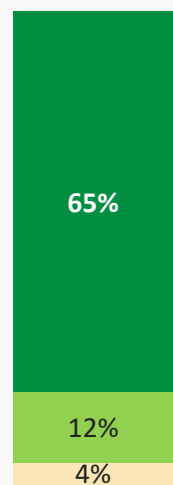
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



3,55 mill
HAR PROFIL

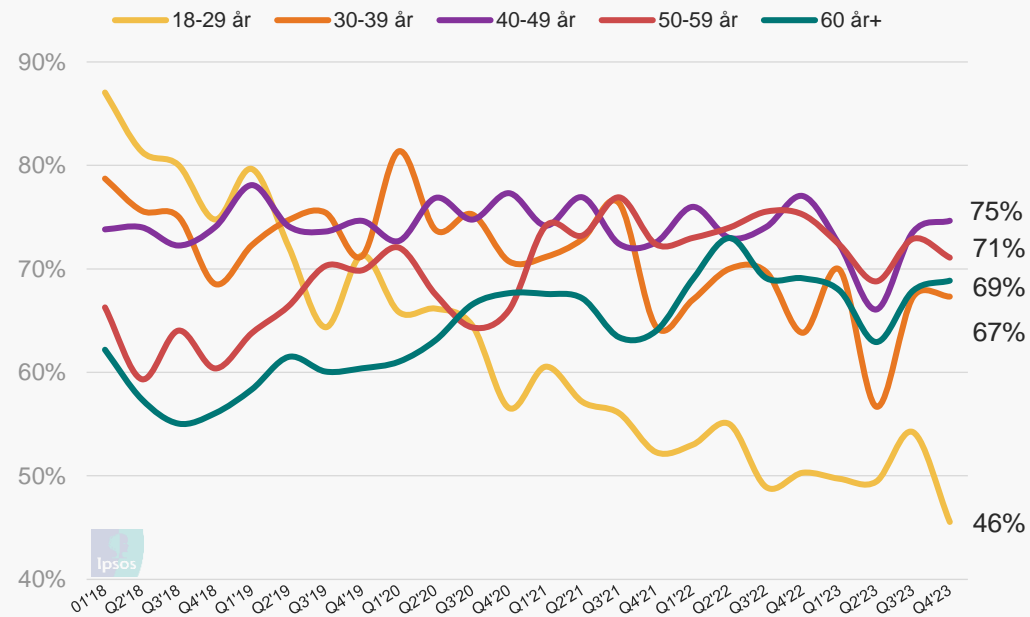
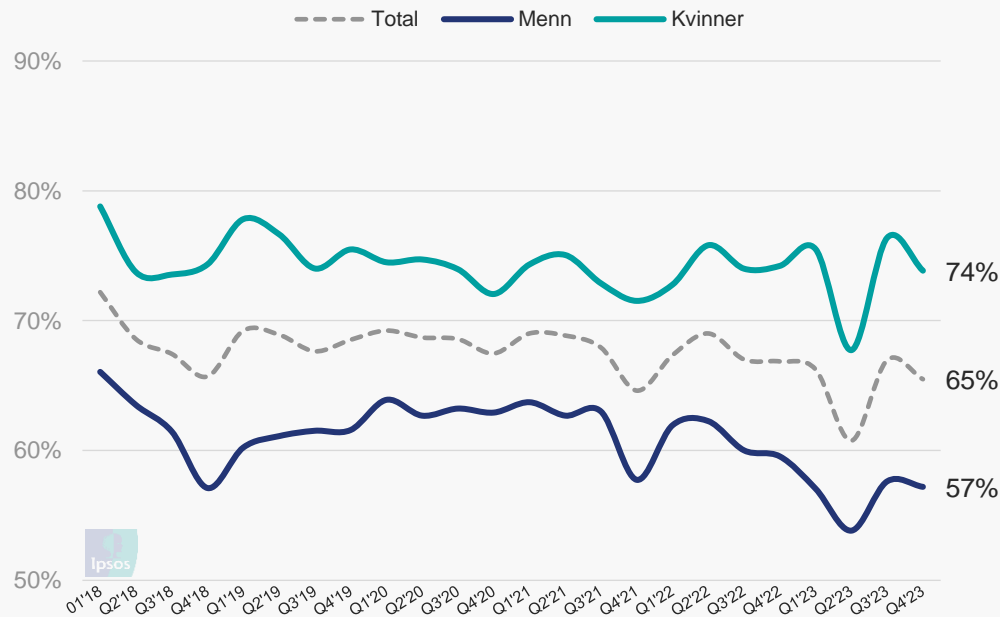


FREKVENS

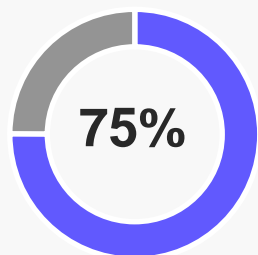


- Kun daglig
- Kun ukentlig
- Kun mnd./sjeldnere

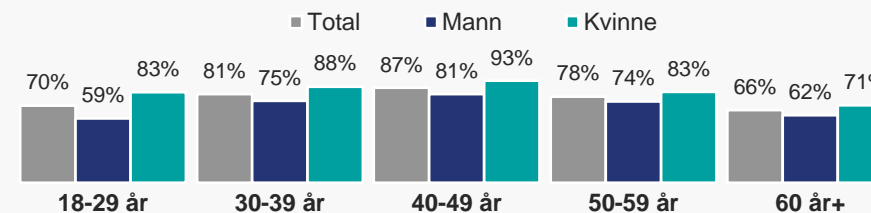
DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



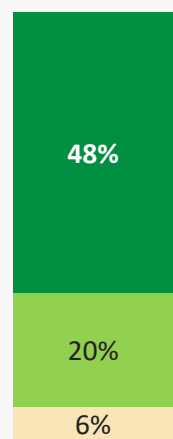
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



3,24 mill
HAR PROFIL

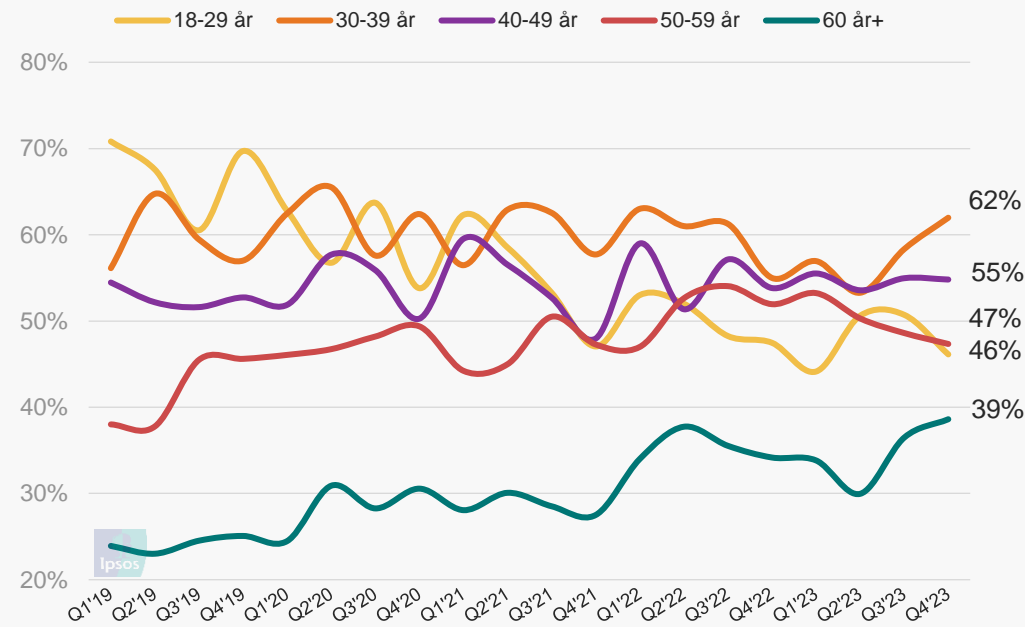
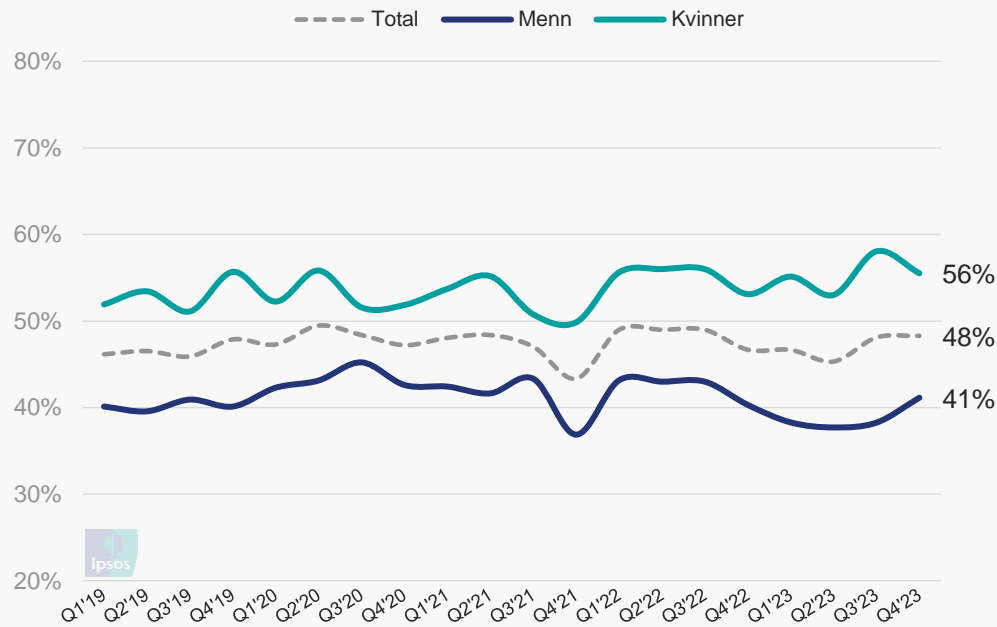


FREKVENNS



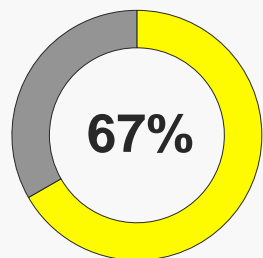
- Kun daglig
- Kun ukentlig
- Kun mnd./sjeldnere

DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN

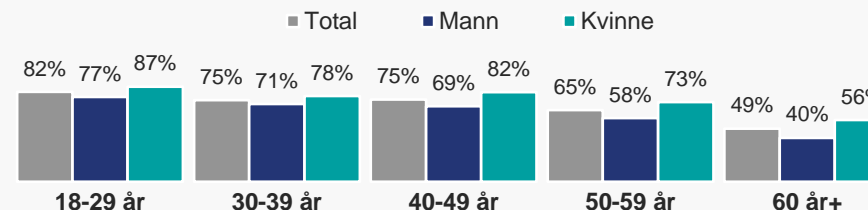




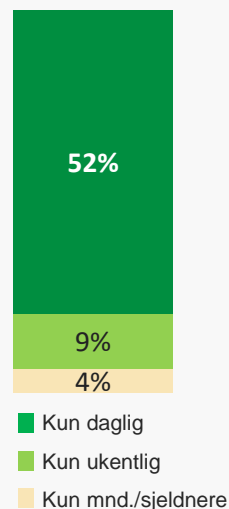
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



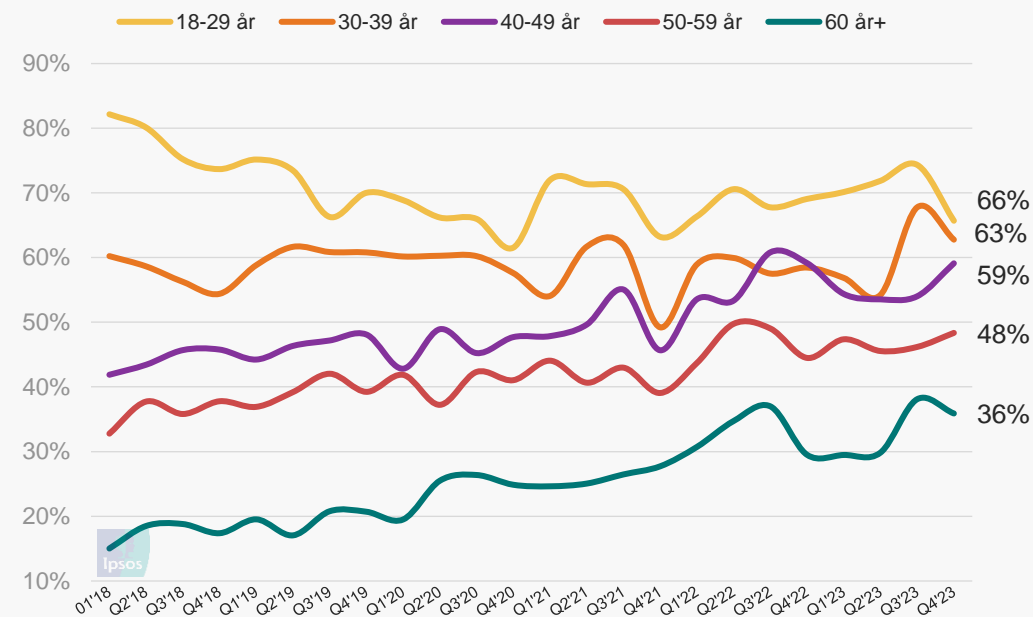
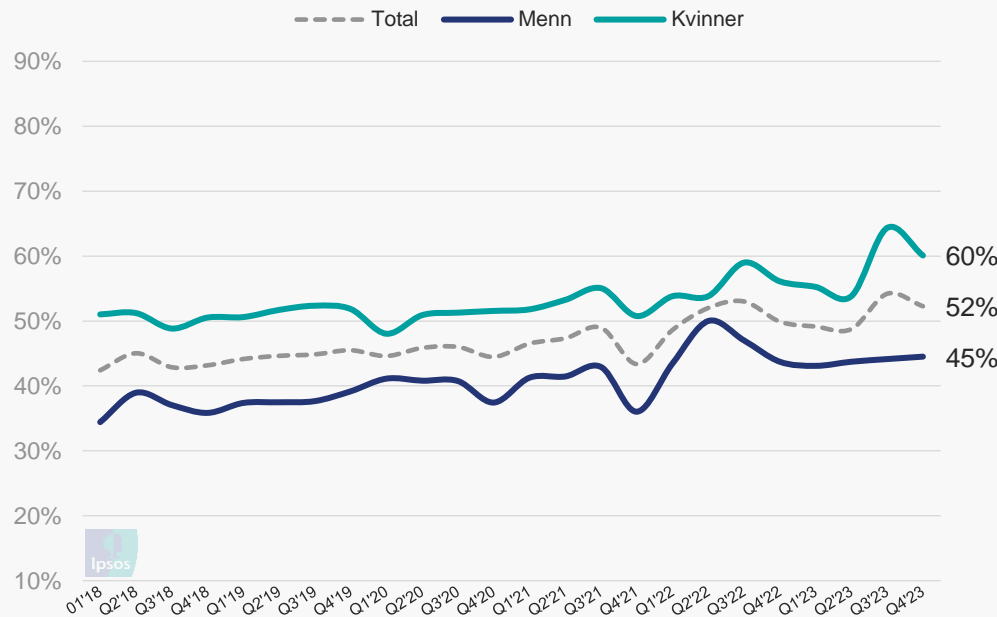
2,88 mill HAR PROFIL



FREKVENNS

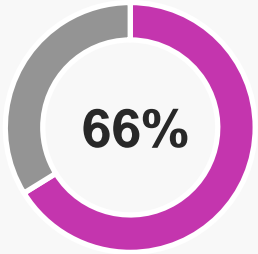


DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN

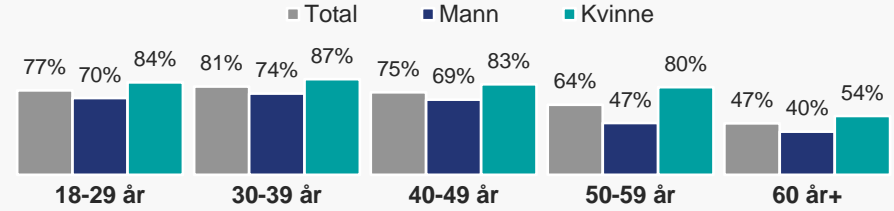




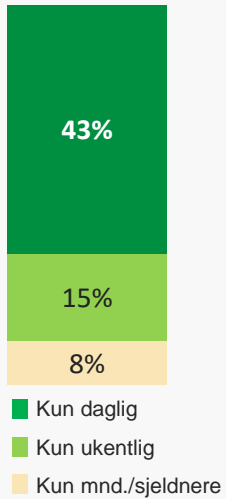
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



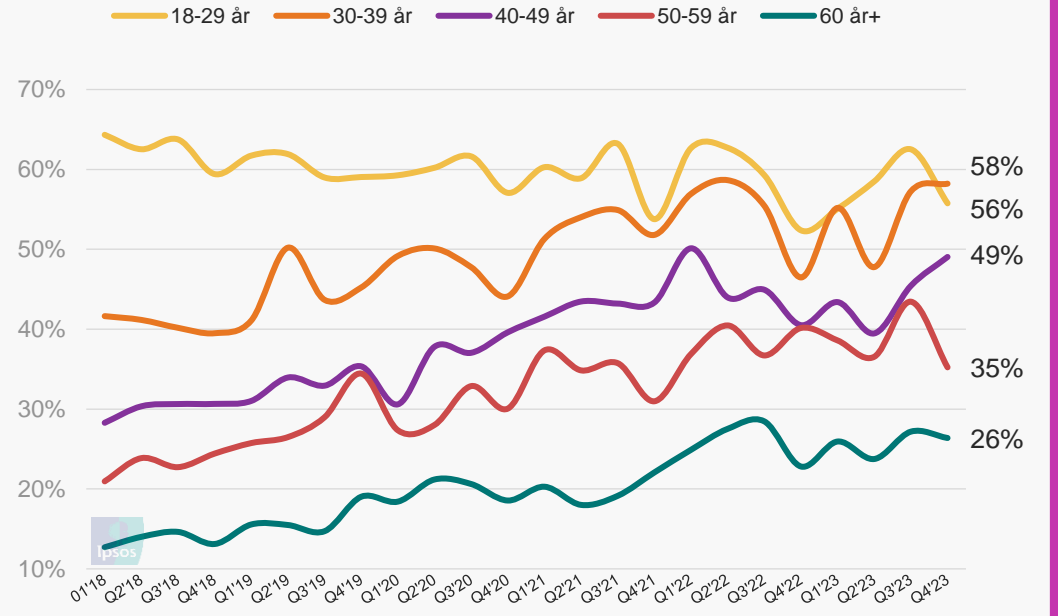
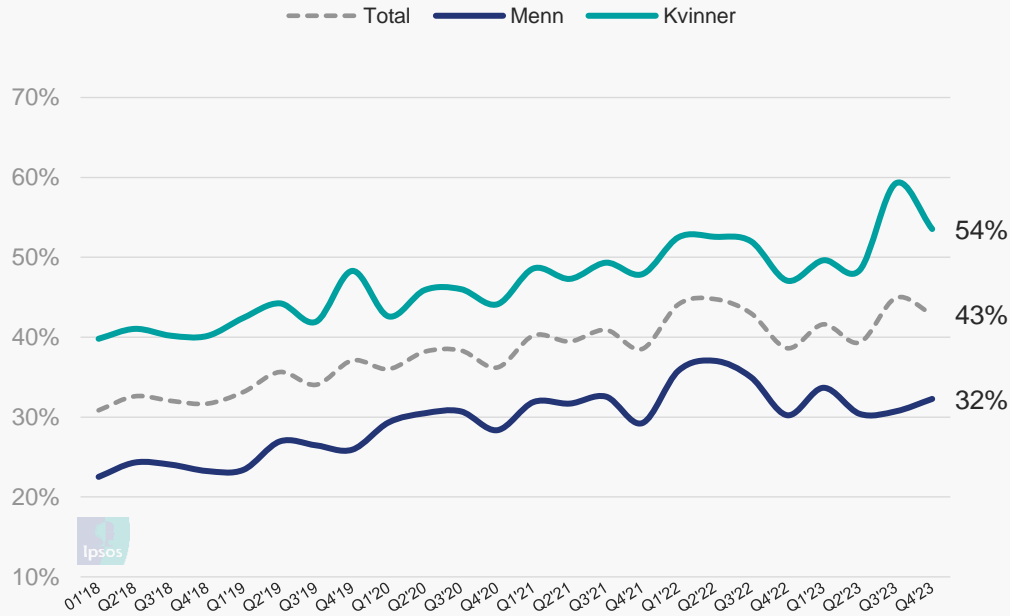
2,86 mill
HAR PROFIL



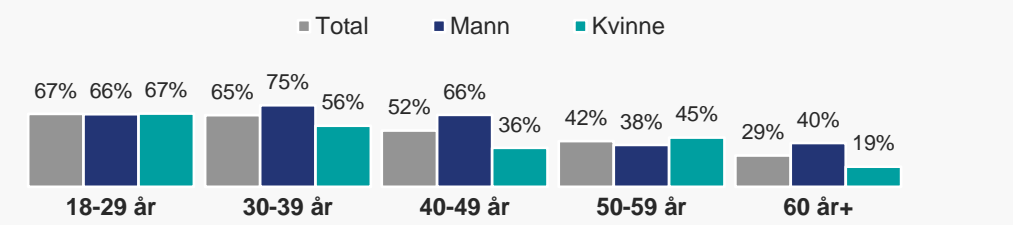
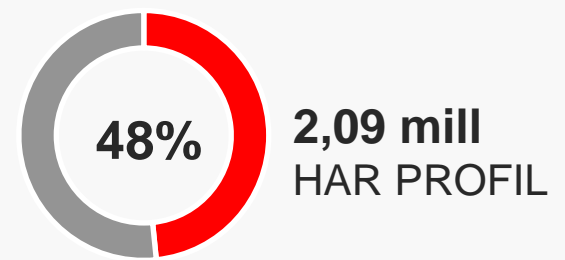
FREKVENNS



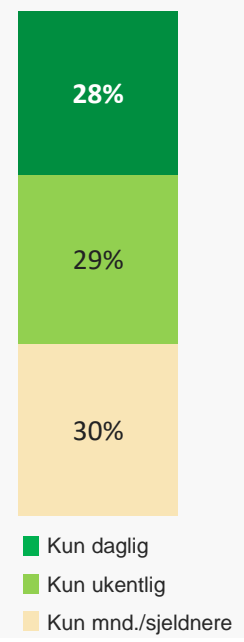
DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



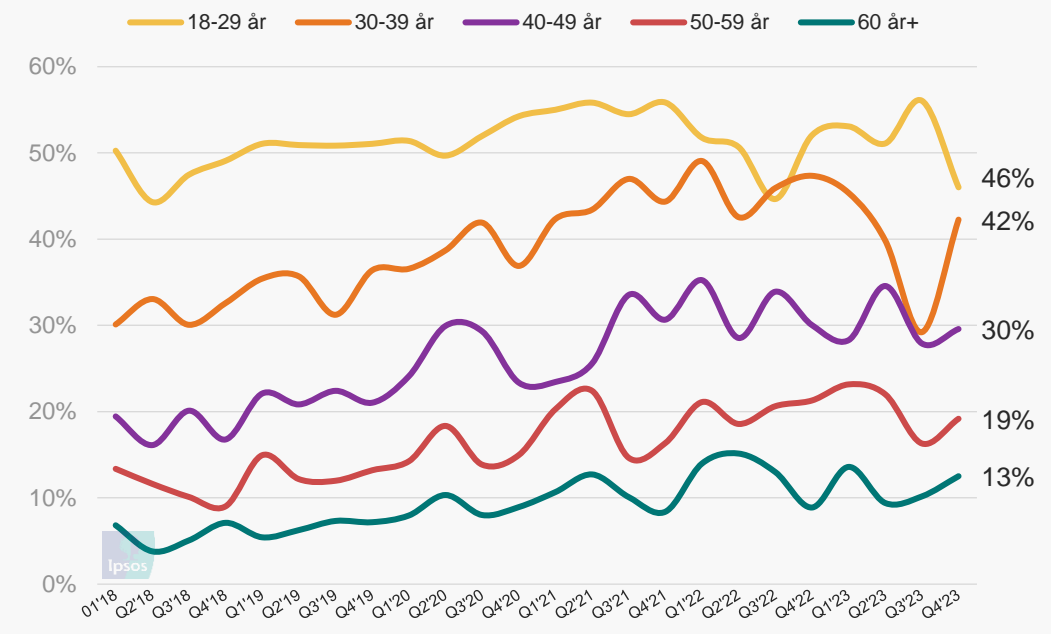
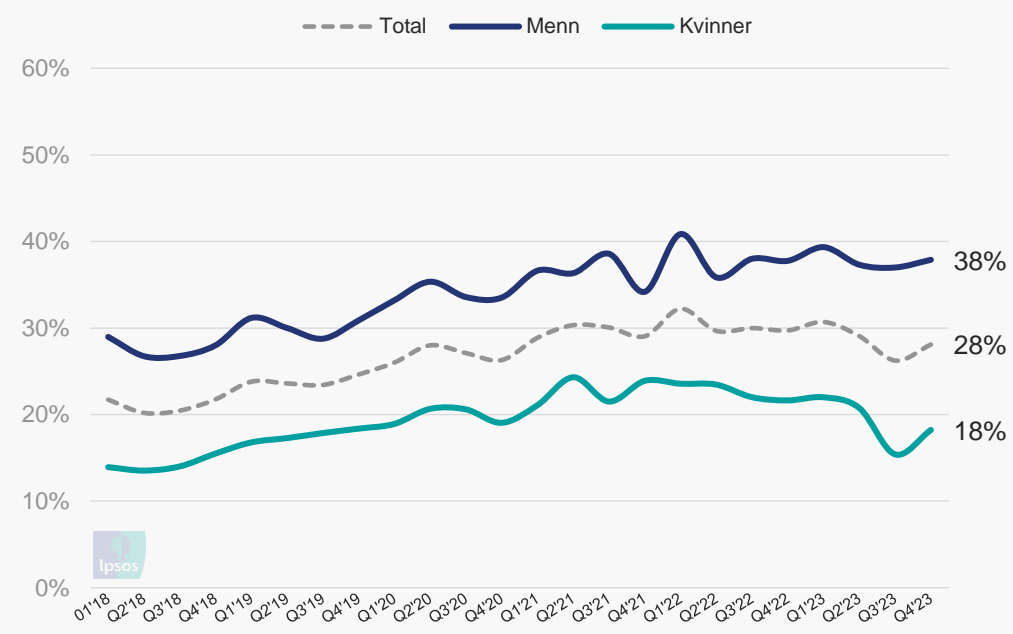
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



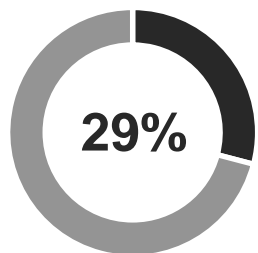
FREKVENNS



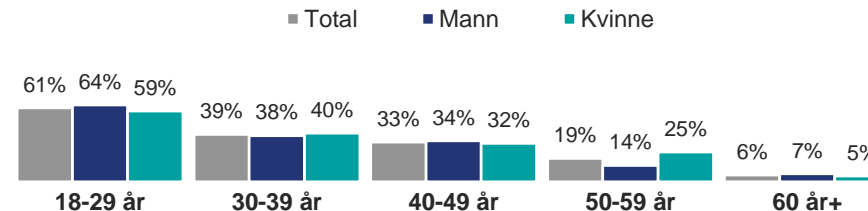
DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



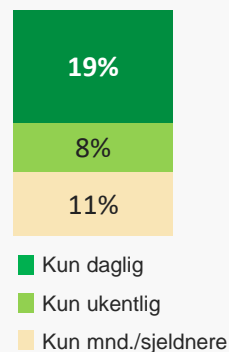
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



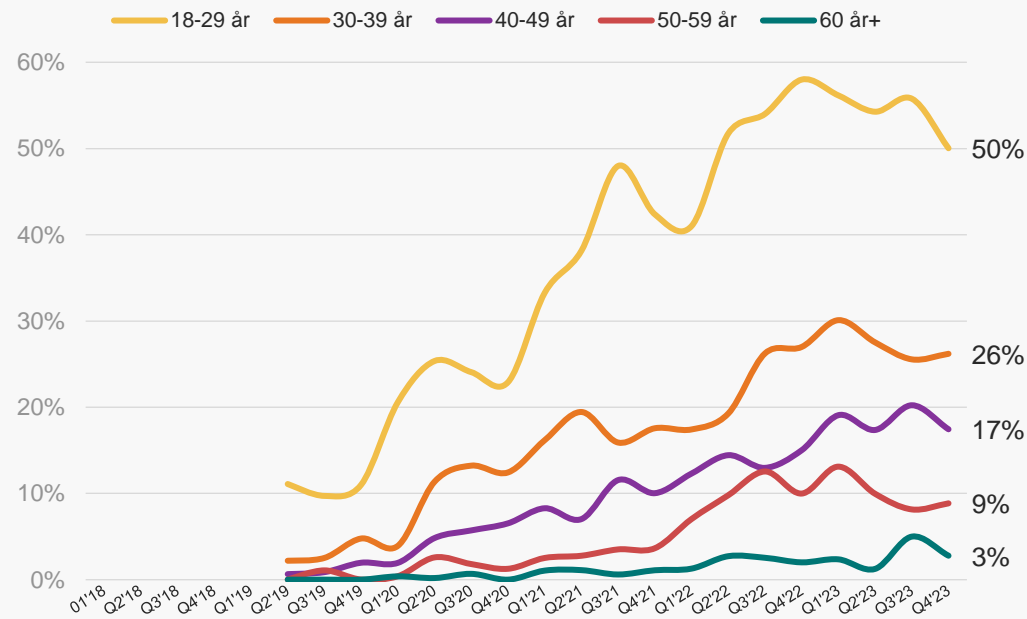
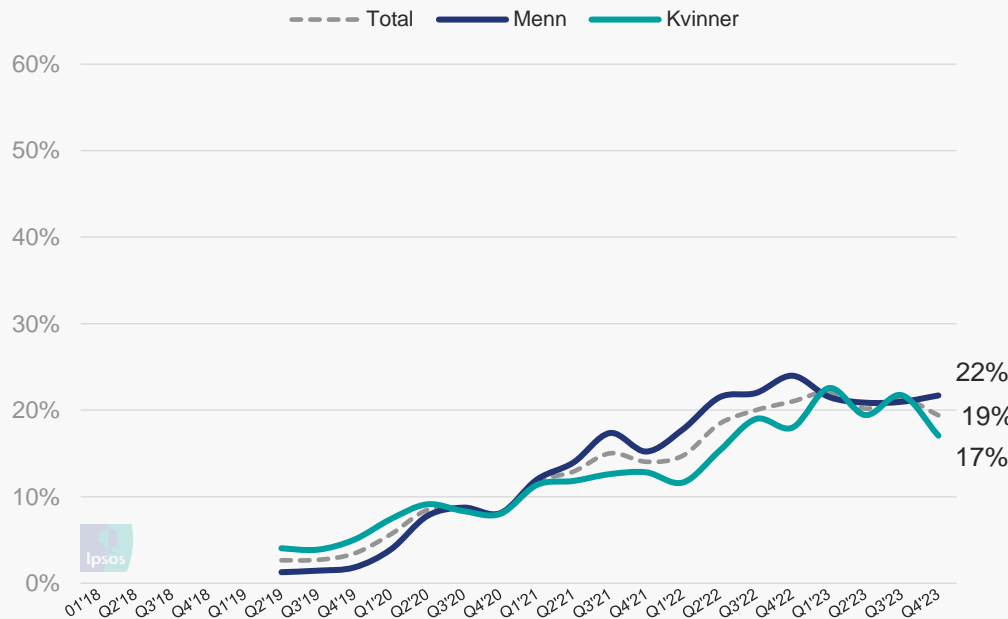
1,26 mill
HAR PROFIL



FREKVENNS

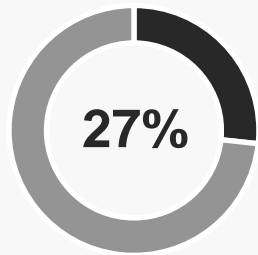


DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN

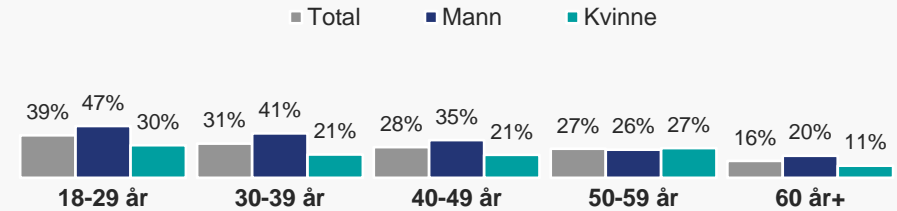




ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN

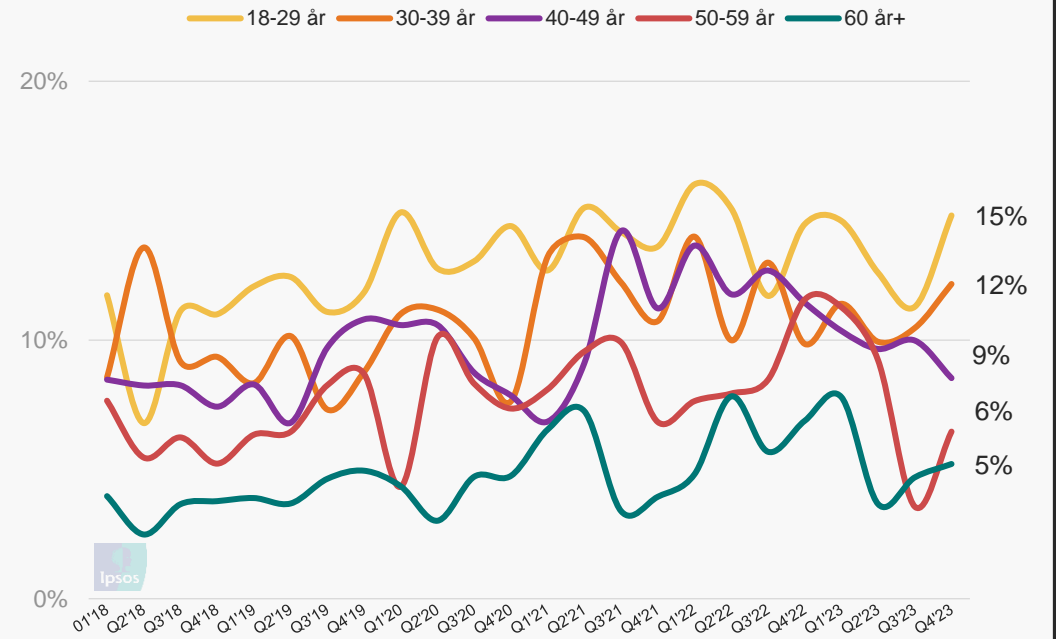
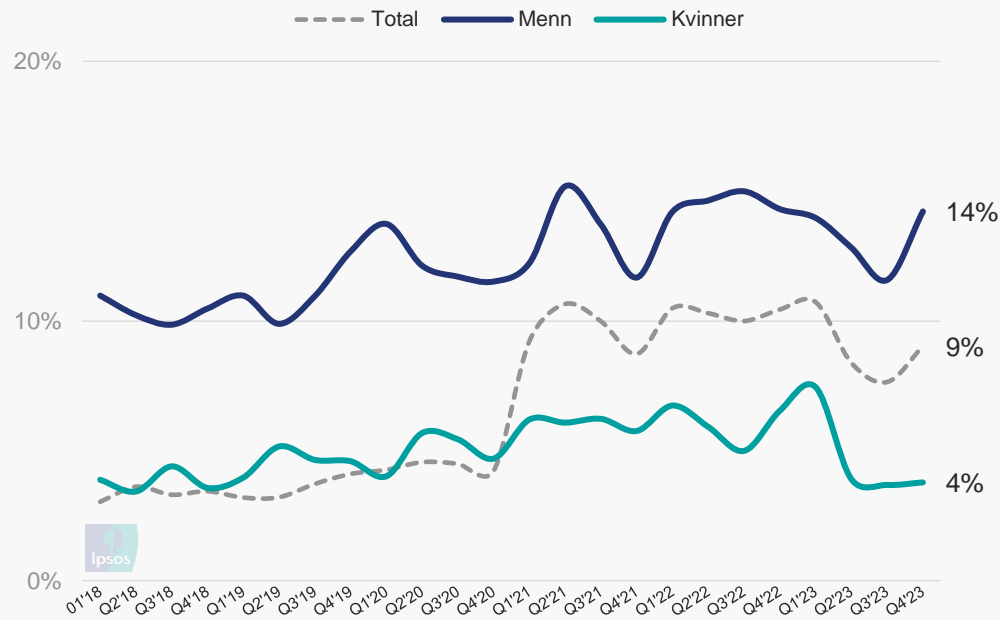
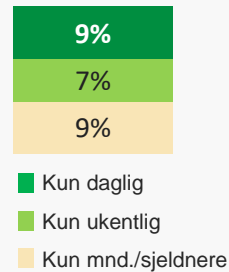


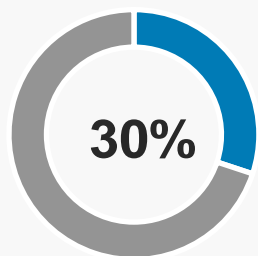
1,15 mill
HAR PROFIL



FREKVENNS

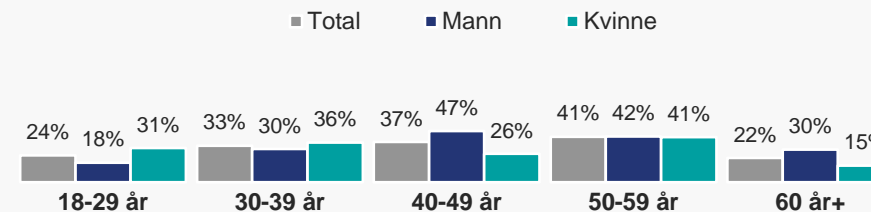
DAGLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



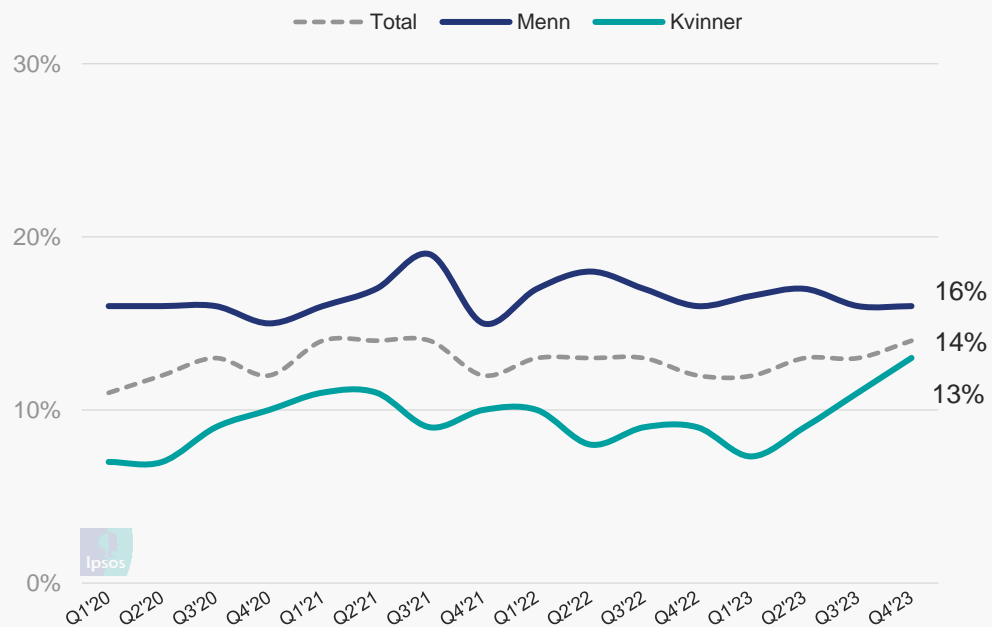
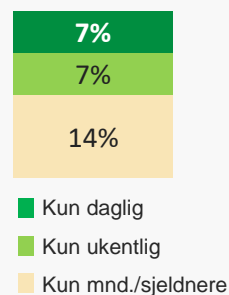


1,30 mill
HAR PROFIL

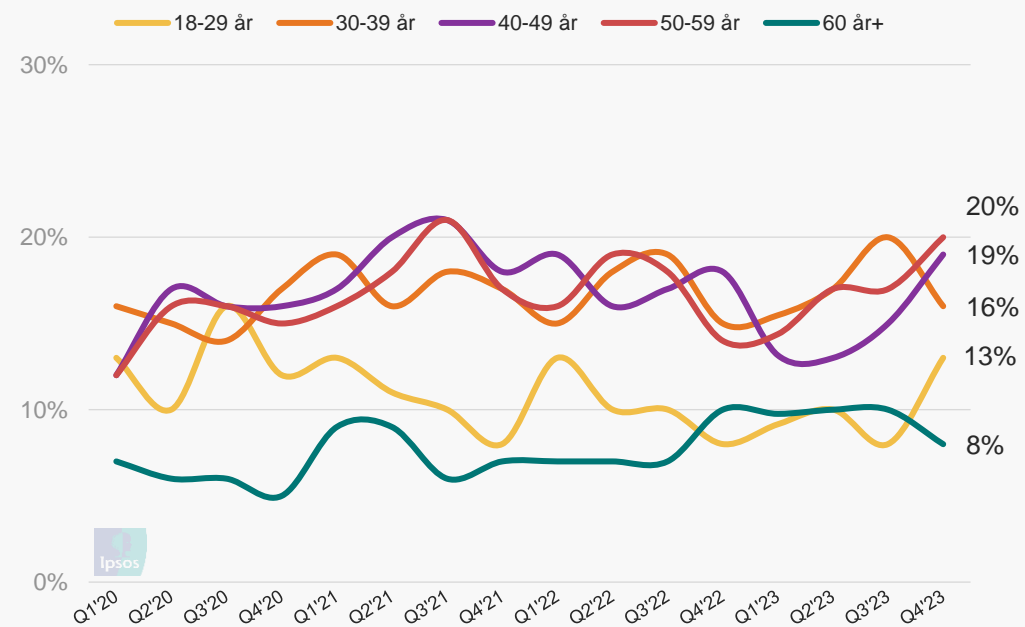
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN

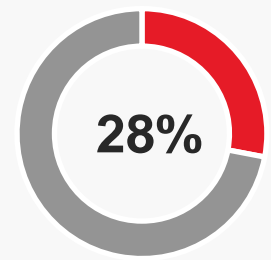


FREKVENNS



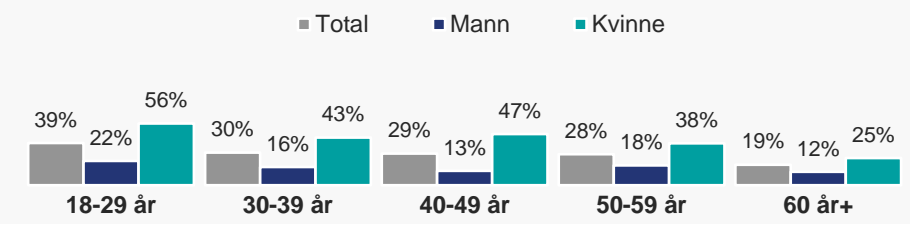
UKENTLIG BRUK I BEFOLKNINGEN



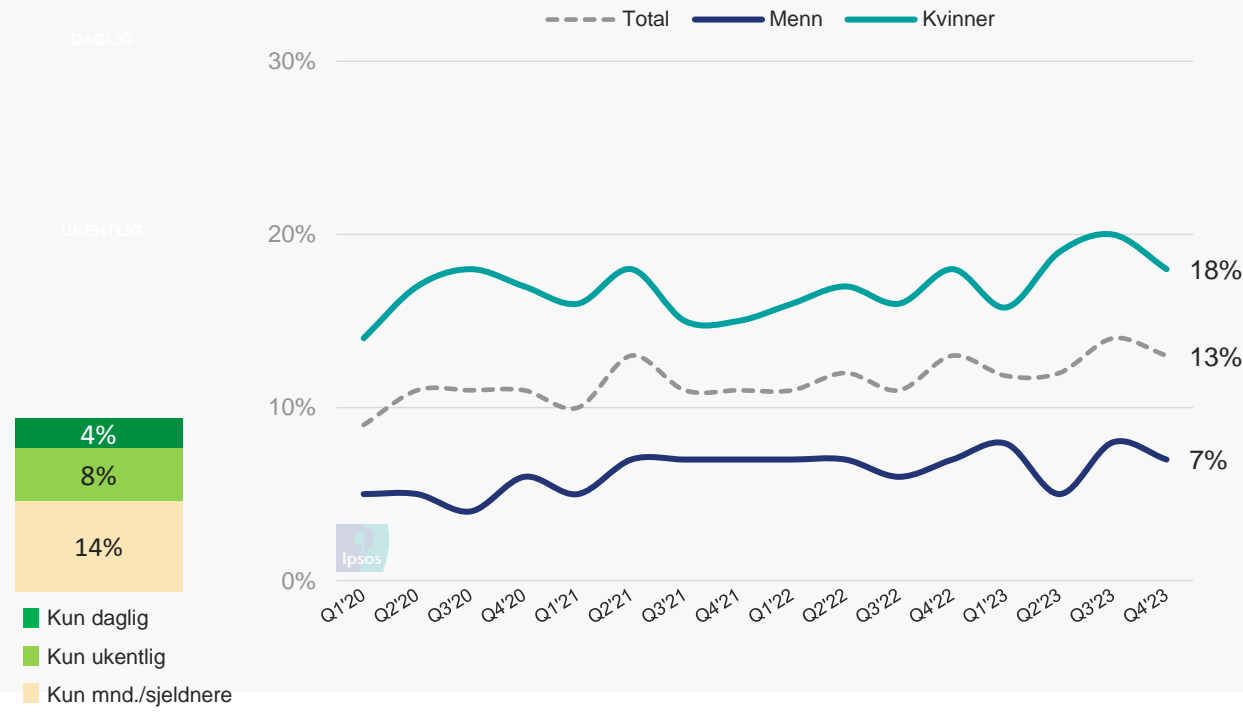


1,19 mill HAR PROFIL

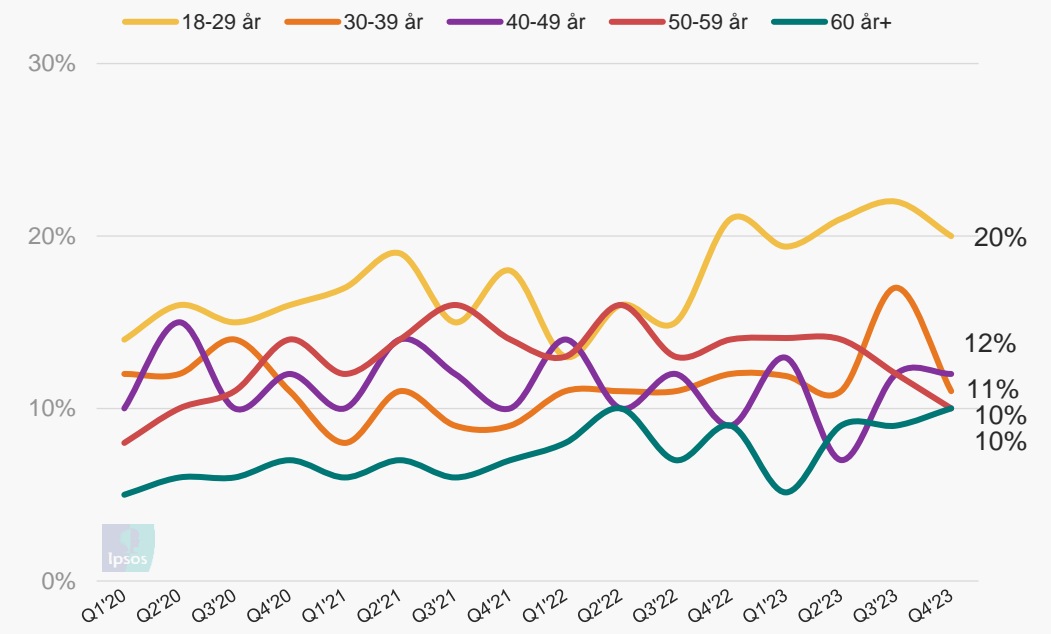
ANDEL MED PROFIL I BEFOLKNINGEN



FREKVENNS



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

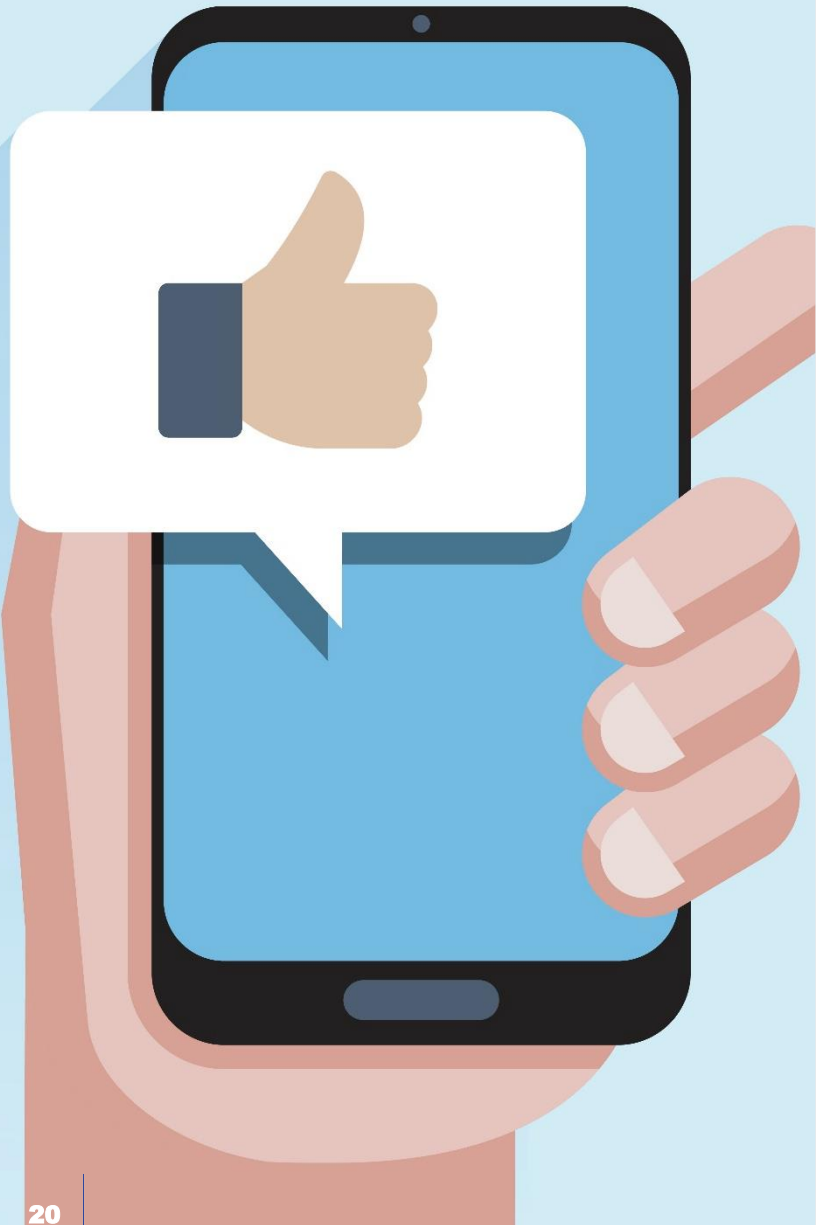
Unge voksne på sosiale medier. TikTok case og dypdykk.

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 / X



Pinterest



YouTube Kids



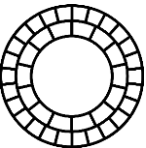
Reddit



Twitch



BeReal.



VSCO



Messenger



Whatsapp



Telegram



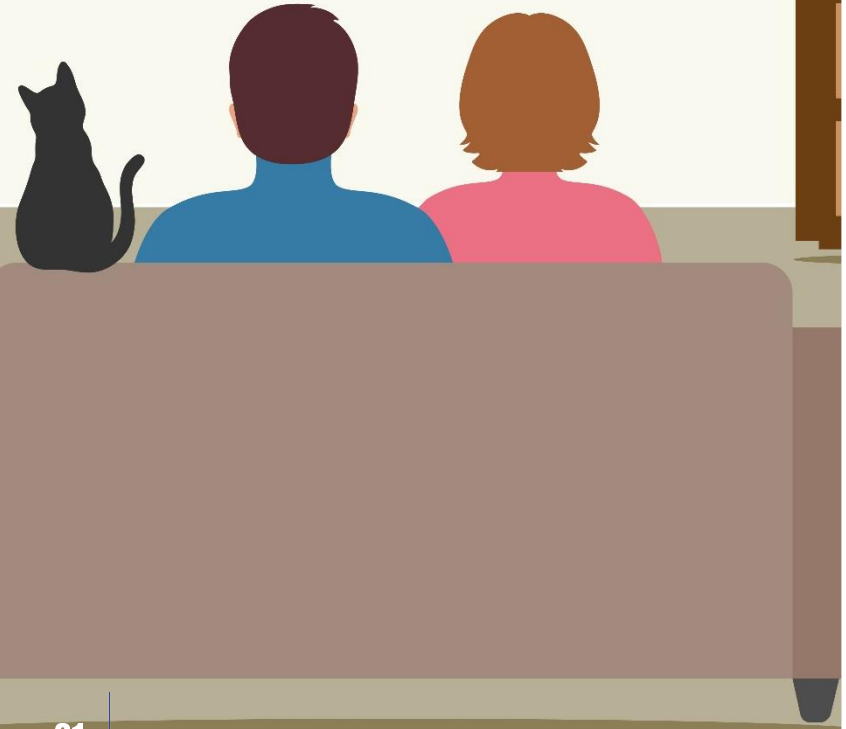
Signal



Lemon8

MUSIKK- OG STRØMMETJENESTER

IPSOS SOME
TRACKER 2023



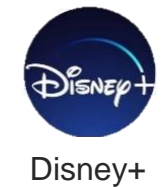
Netflix



NRK TV



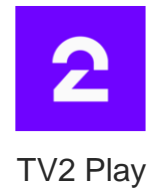
HBO Max



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

