

Fakta og myter om medieutviklingen

Et foredrag basert på tall
fra medieundersøkelsene
til TNS Gallup



NOEN MYTER OM MEDIEUTVIKLINGEN

Papiravisas dager er
talte

**Ungdom ser ikke på tv
lenger**

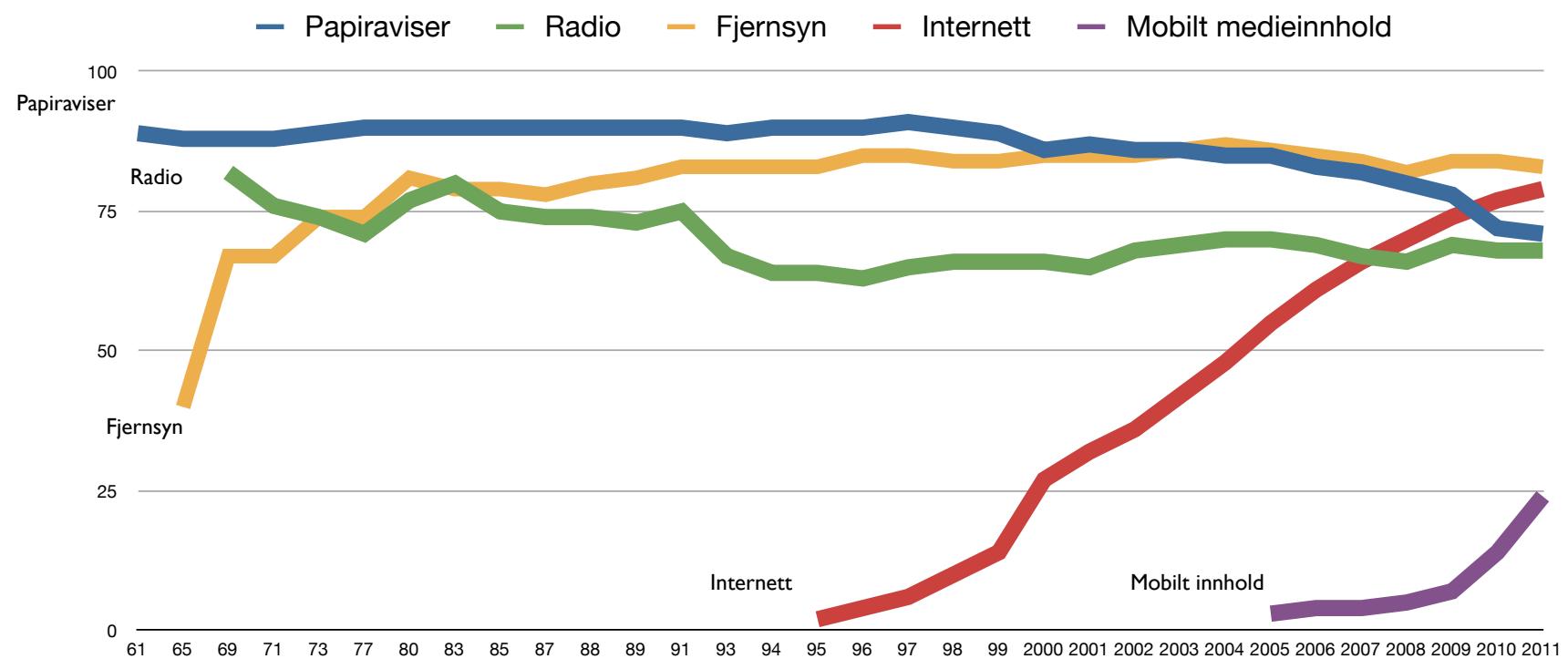
Vi har sluttet å se tv
direkte

«Alle» er på Facebook

Twitter er et elitefenomen

**Instagram er det nye
store**

Medieutviklingen 1961-2011





AVIS



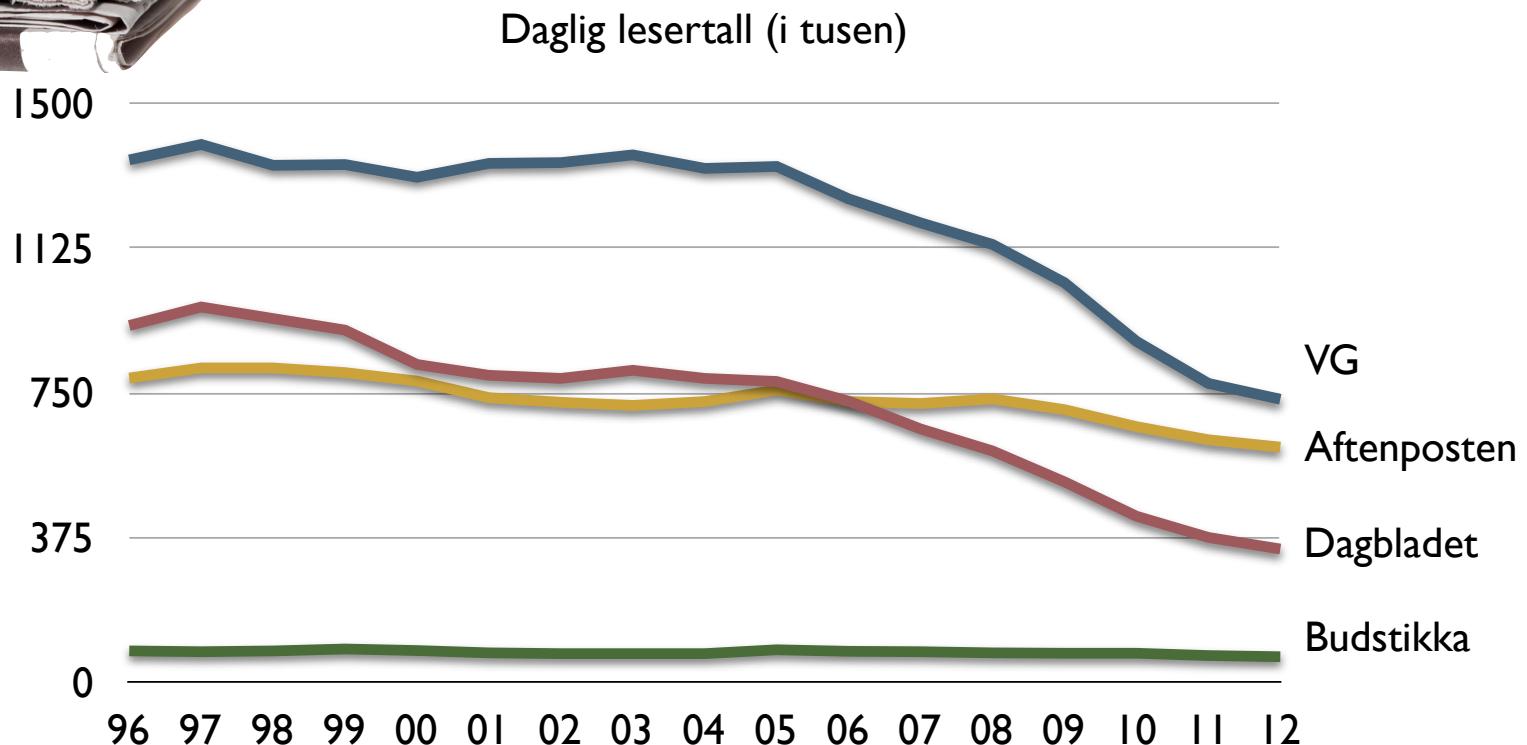
Vi leser fortsatt papiraviser

71% leser minst en papiravis daglig

Vi leser i snitt **1,3** papiraviser daglig



Leserutvikling 1996-2011

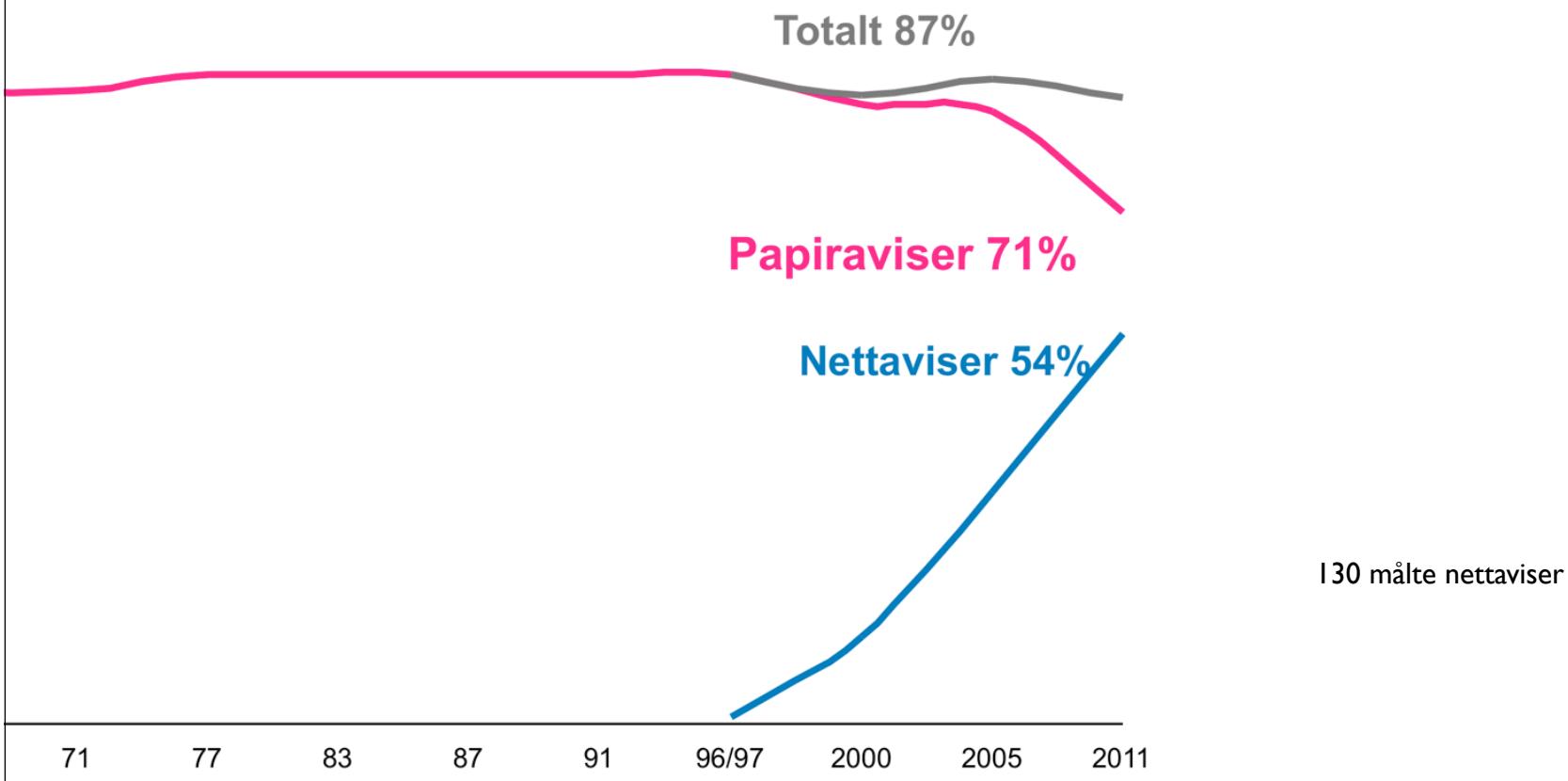


NETTAVISER

TNS



Nett- vs. papiraviser



TNS

...derfor vinkles nyheten så ulikt



VG og Dagbladet taper mest



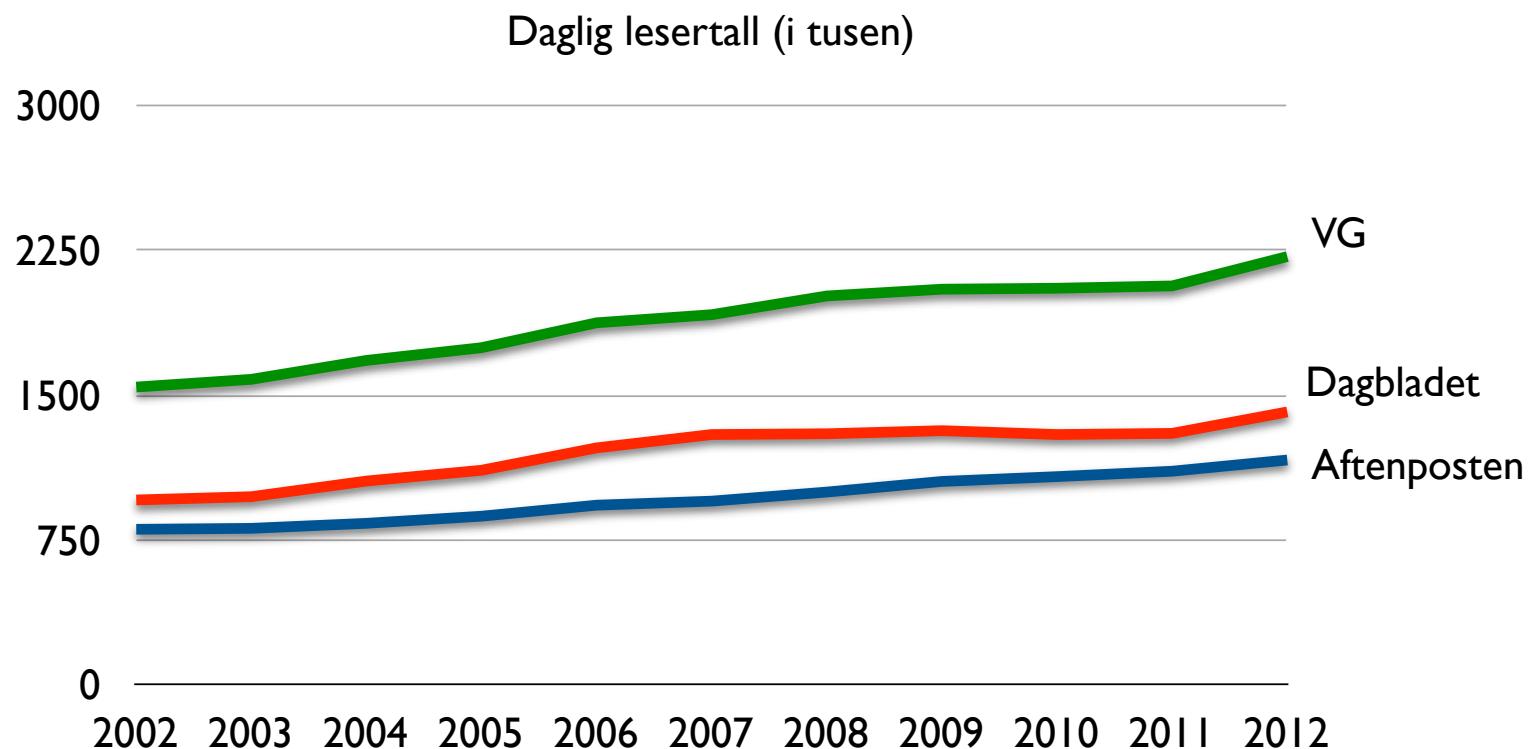
**- Dagbladet har kort og
godt aldri vært større**

Flere enn 1,4 millioner leser daglig.

Onsdag 19. september 2012

Samlet lesertall

Papir, nett og mobil



Kilde: TNS Gallup, Forbruker & Media

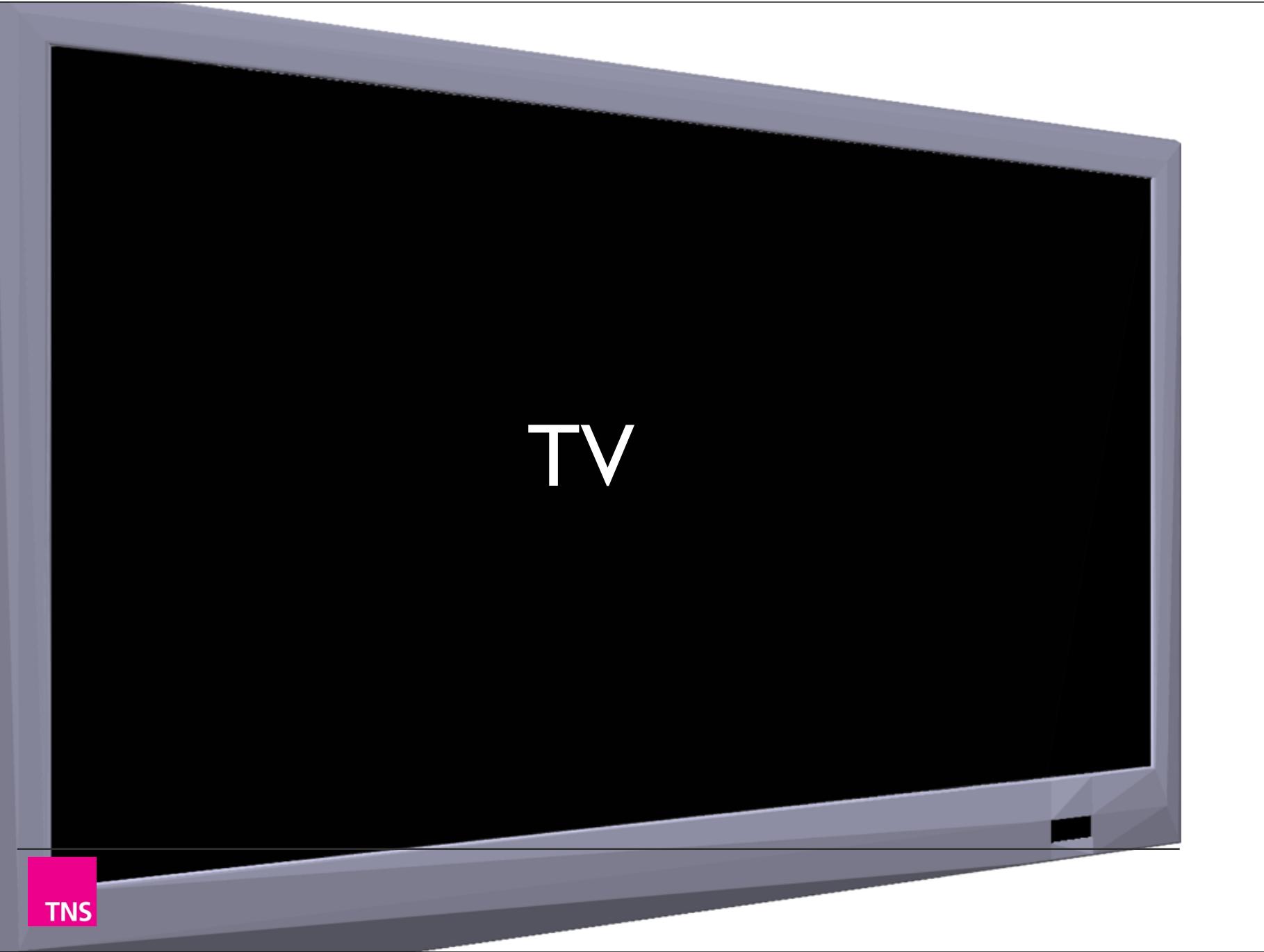


Er papir- og nettleserne like mye verdt?

45 leste sider i **papiravisa**

8 sidevisninger på **nett**

3 sidenvisninger på **mobil**

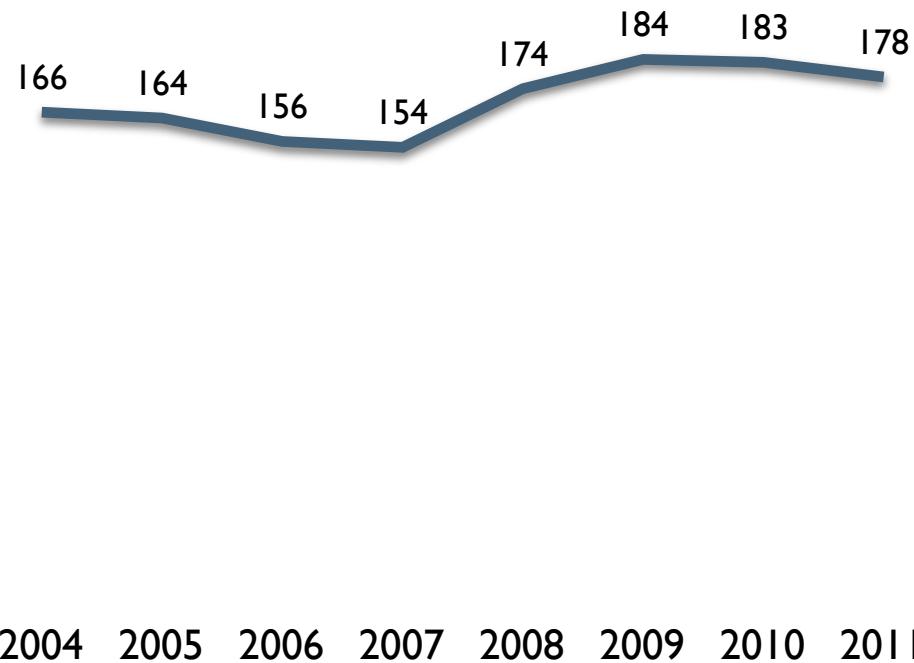


TV

TNS

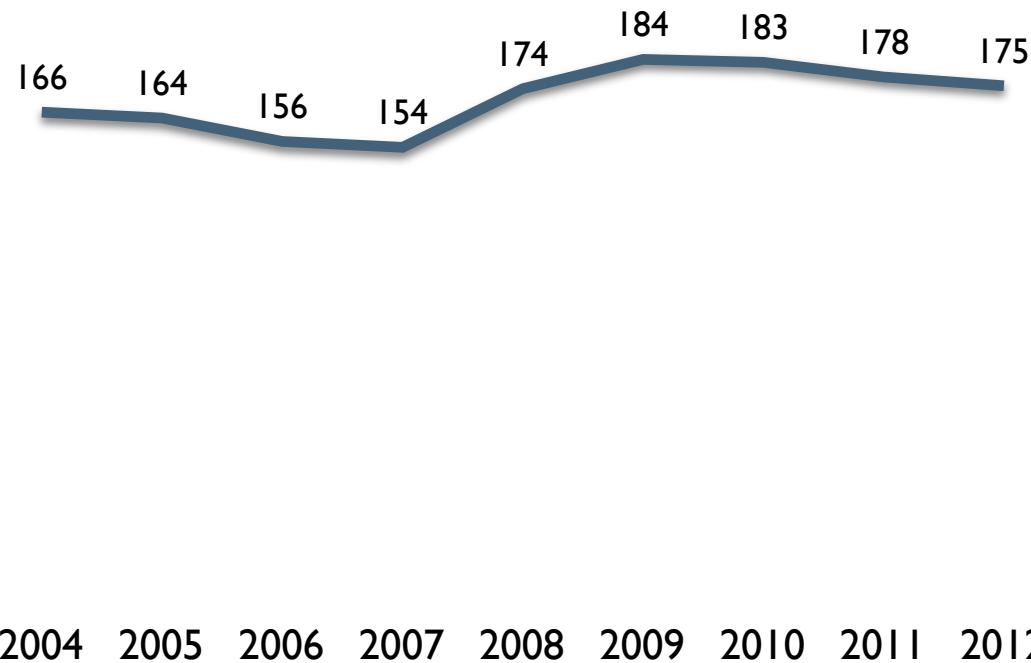


Har TV-seeingen stagnert?



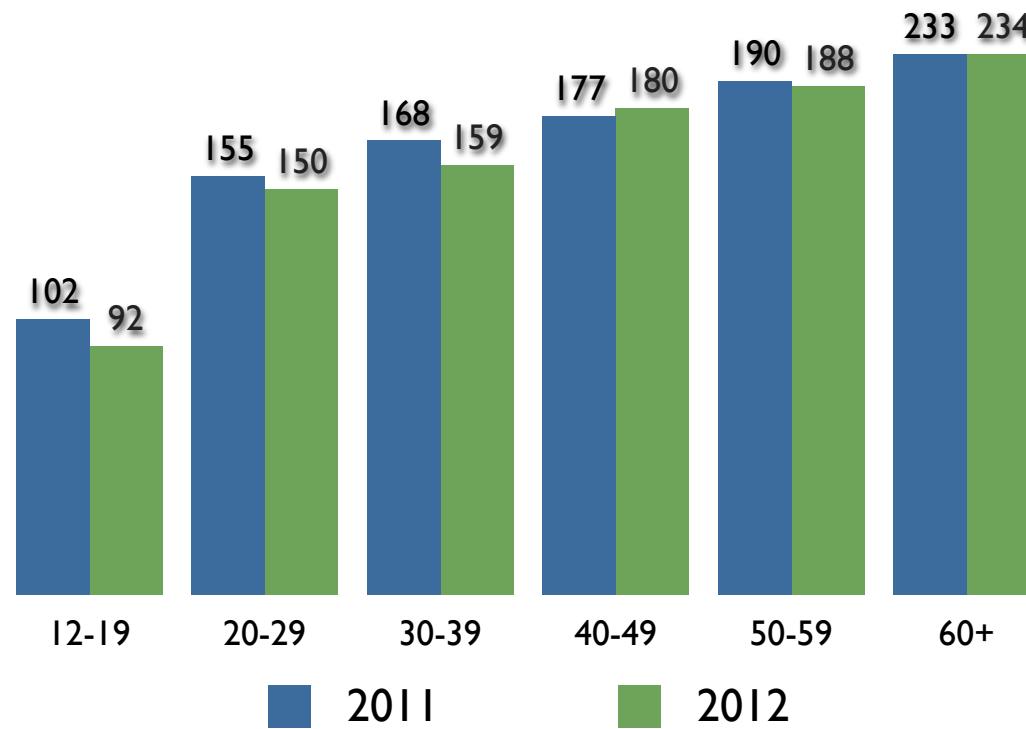


Har TV-seeingen stagnert?





Hva så med ungdommen?





Tidsforsinka tv-seeing

3,4 %
TOTALT



RADIO

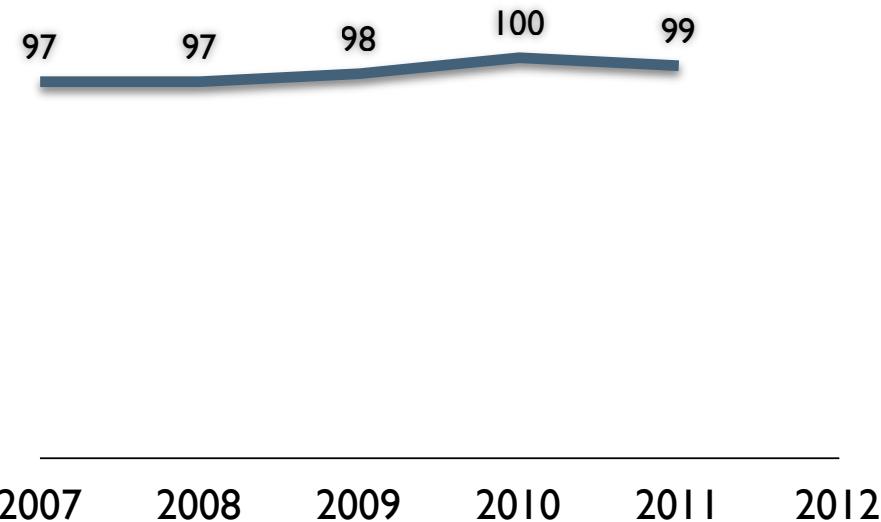


TNS

Stabil radiolytting



Antall minutter radiolytting daglig

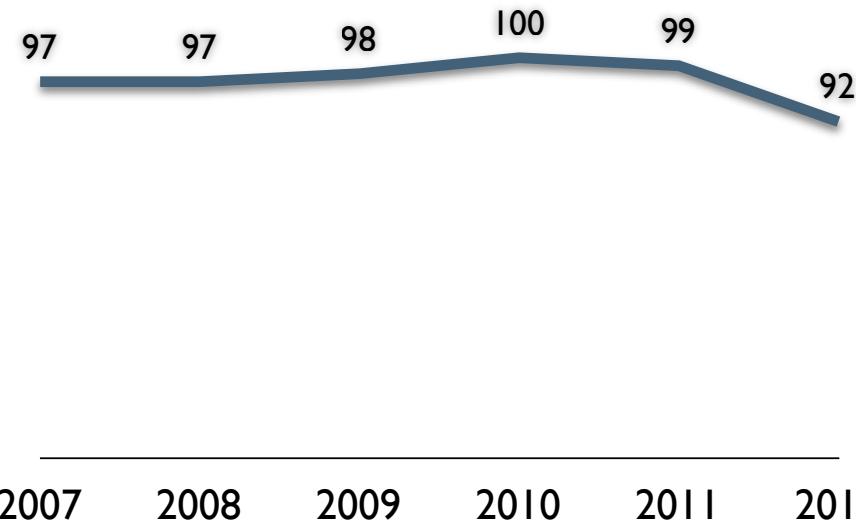


TNS

Stabil radiolytting



Antall minutter radiolytting daglig





MOBILT



Tenk mobil først! ...eller?



TNS

Daglig dekning
Kilde:TNS Gallup Interbuss Q4 2012



SOSIALE MEDIER



63 % daglig dekning

73 % 54 %





81 %



Under 30

69 %



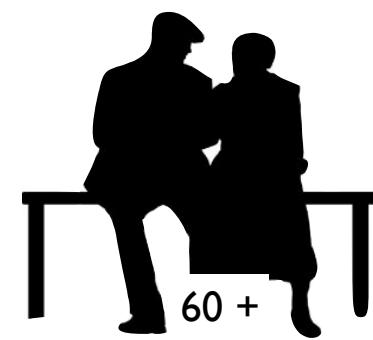
30-44

55 %



45-59

38 %



60 +

TNS

Daglig dekning
Kilde:TNS Gallup Interbuss Q4 2012



De viktigste grunnene til å være på Facebook er...

- ... tidtrøyte (50 %)
- ... holde seg oppdatert (45 %)
- ... underholdning (30 %)
- ... avkobling (36 %)

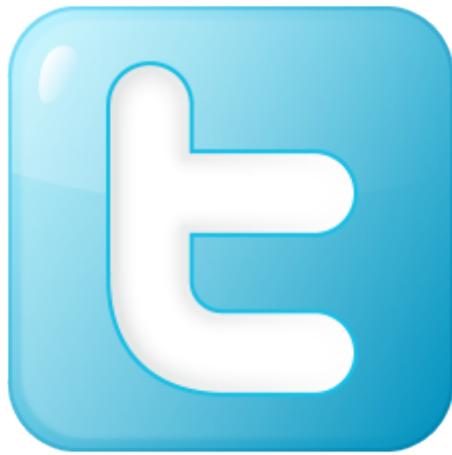
7 % bruker Facebook for å holde seg oppdatert om varer og tjenester

1 % bruker Facebook til planlegge innkjøp

39 % «liker» ingen bedrifter, merkevarer eller produkter på Facebook

46 % omtaler aldri varer eller tjenester på Facebook

47 % deler aldri informasjon om produkter eller tjenester

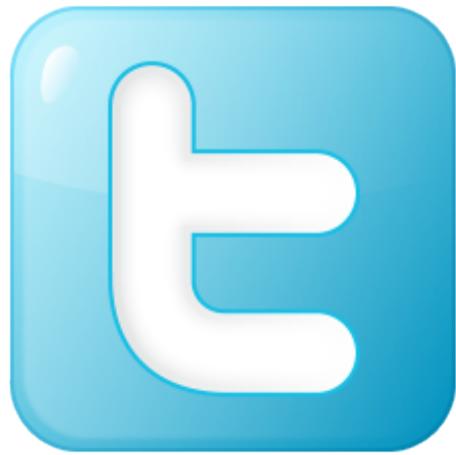


8 % daglig dekning

8 %

8 %





18 %



Under 30

6 %



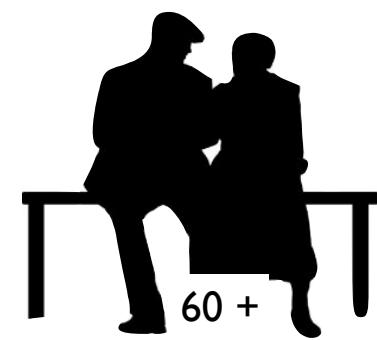
30-44

3 %



45-59

1 %



60 +

TNS

Daglig dekning
Kilde:TNS Gallup Interbuss Q4 2012



8 % daglig dekning

10 % 6 %





17 %



Under 30

8 %



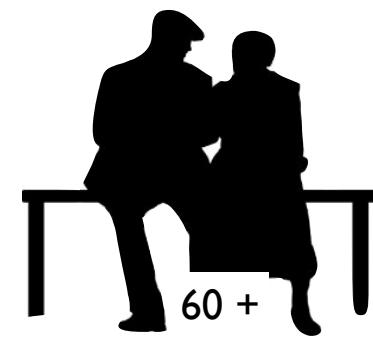
30-44

5 %



45-59

0 %



60 +

TNS

Daglig dekning
Kilde:TNS Gallup Interbuss Q4 2012

De største mediene

TNS

Norges største medier



tns-gallup.no

Medier




TNS