

# KANTAR

## INFOGRAPHICS

Innsikt med basis i tall fra  
Forbruker & Media  
målgruppeindeksen

Kantar 29.09.2020



**FORBRUKER & MEDIA**

# iPhone vs. Samsung

iPhone



55%

Samsung



53%

Daglig tidsbruk  
internett via mobil

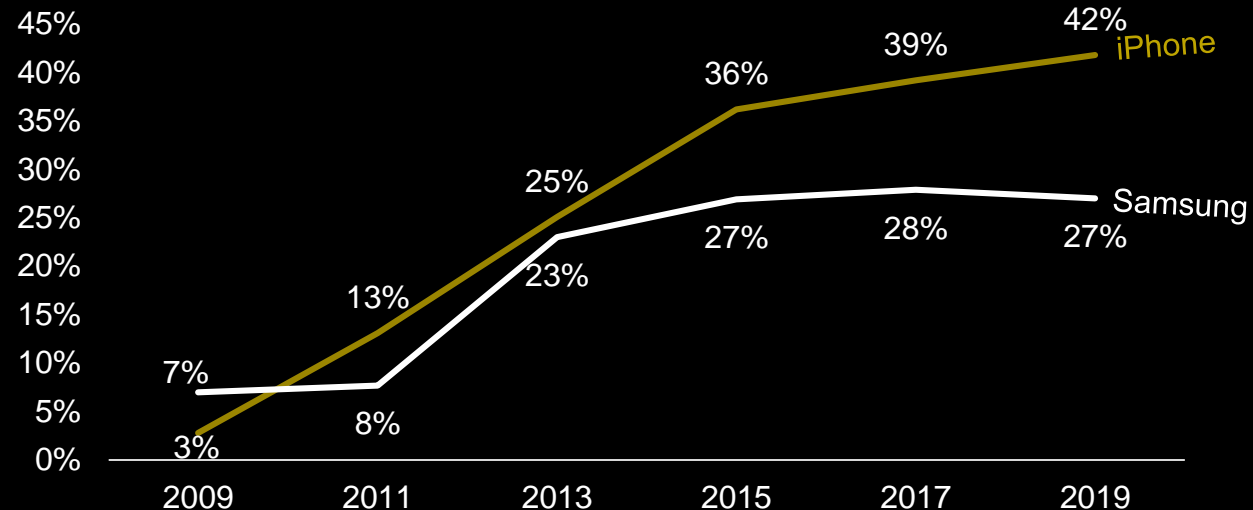


89

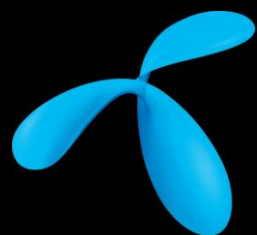


76

Minutter i gjennomsnitt



Både iPhone og Samsung har hatt en enorm vekst de siste 10 årene, men iPhone er den desidert største i kategorien mobiltelefon

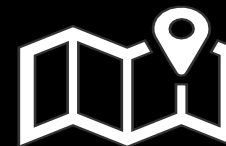


telenor

Er det mobiltelefon-abonnementet flest har, både blant de som har Samsung og iPhone. Rett i underkant av halvparten har Telenor.

Daglig dekning	iPhone	Samsung
Facebook	80%	72%
Snapchat	61%	50%
Instagram	50%	37%
Twitter	11%	10%
LinkedIn	10%	7%

I hvilke fylker finner vi den største tettheten av iPhone- og Samsung-eiere?



Oslo  
51% av  
innbyggerne  
har iPhone

Finnmark  
39% av  
innbyggerne  
har Samsung

Forbruker  
&  
Media

**KANTAR**

Filter: Mobiltelefon - Disponerer

# Grandiosa vs. Dr. Oetker

## Brukshyppighet

I befolkningen generelt er det 23% som spiser pizza ukentlig. Blant de som foretrekker Grandiosa er det 28% og blant de som foretrekker Dr. Oetker er det 31%

Hva foretrekker folket?

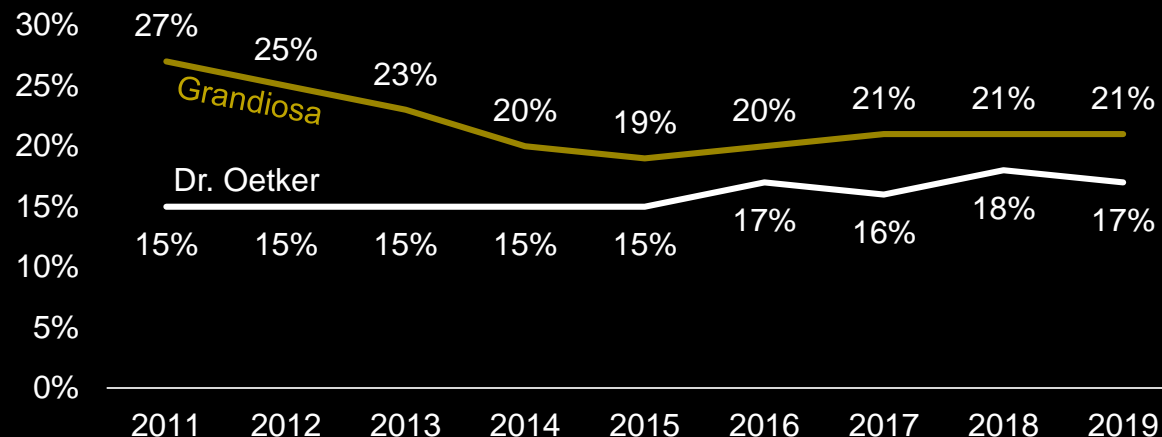


21%



17%

Andel som foretrekker



Grandiosa har alltid vært favoritten til det norske folk, men vi ser en noe negativ trend fra 2011. Dr. Oetker har vært på ganske jevnt nivå, men en liten oppgang de siste årene

De yngste foretrekker Dr. Oetker og de eldste foretrekker Grandiosa

25% av de som foretrekker Dr. Oetker er 18-29 år  
31% av de som foretrekker Grandiosa er 70+ år

Daglig dekning	Foretrekker Grandiosa	Foretrekker Dr. Oetker
SoMe	84%	86%
TV	79%	73%
Radio	68%	62%
Nettavis	68%	74%
Streaming	54%	63%
Papiravis	47%	40%
Magasin	31%	26%

Hvilke frossenpizza kjøpte du sist?

**Grandiosa**  
37%

**Dr. Oetker**  
25%

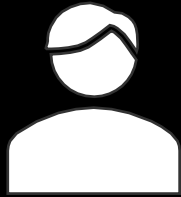
Forbruker  
&  
Media

**KANTAR**

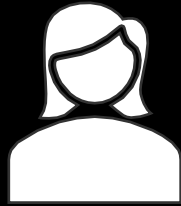
Filter: Befolkningen 18+ år

# Bank

Andel som har aksjer:



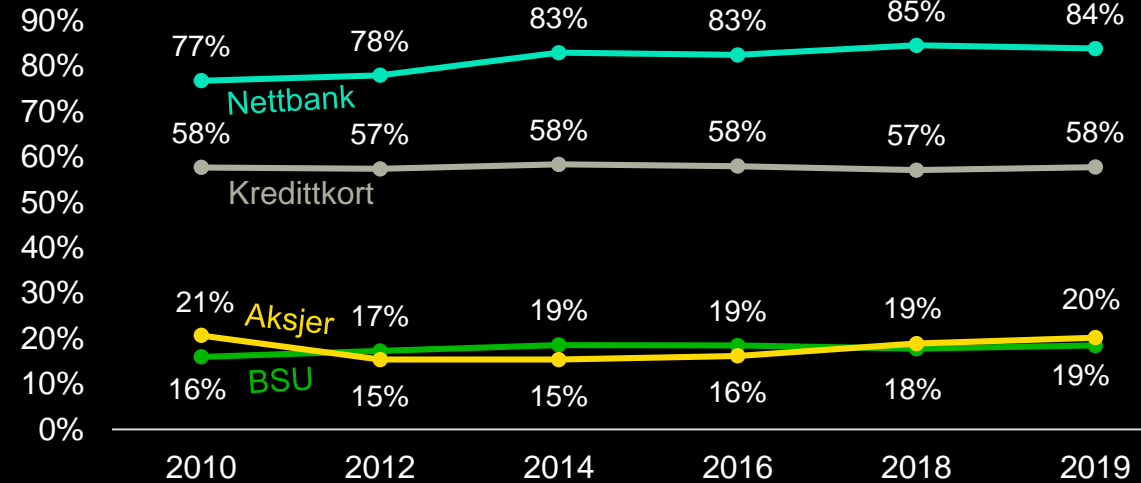
25%



16%

Topp 10 banker	Bruker
DNB	35%
Sparebank 1	22%
Bank Norwegian	14%
Sbanken	11%
Nordea	9%
Eika	8%
Santander	7%
Gjensidige	6%
Danske Bank	5%
Sparebanken Vest	4%

Andel som benytter banktjenesten:



70% av befolkningen i Norge foretrekker å ha kundeforhold til kun én bank



Og det kan virke som de fleste er fornøyd, for kun 9% har planer om å bytte bank i løpet av de 2 neste årene

Hvor oppdatert er du i området bank og forsikring?

Meget oppdatert:	8%
Ganske oppdatert :	40%
Ganske lite oppdatert:	35%
Meget lite oppdatert:	14%

34% av befolkningen bruker betalingsapp ukentlig



Og litt i overkant av halve befolkningen bruker nettbank daglig

Forbruker & Media

**KANTAR**

# Facebook vs. Snapchat



Det er flere kvinner enn menn som er daglige brukere av både Facebook og Snapchat

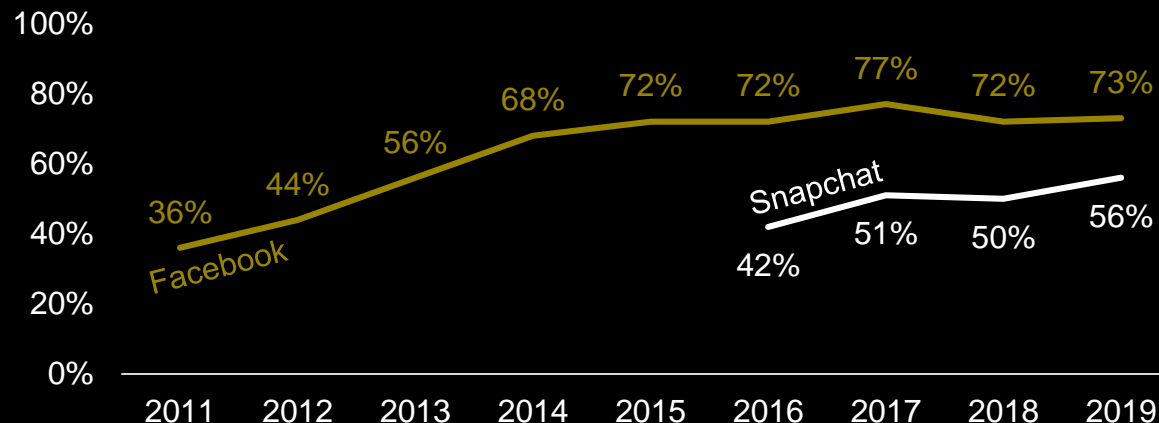
På Facebook er 54% kvinner og på Snapchat er det 55%

## Status i de Nordiske landene

- Facebook har høyest dekning i alle landene
- Snapchat er mye større i Norge enn hva de er i de andre landene
- På tvers av Norden er Snapchat i størst grad brukt av de yngre

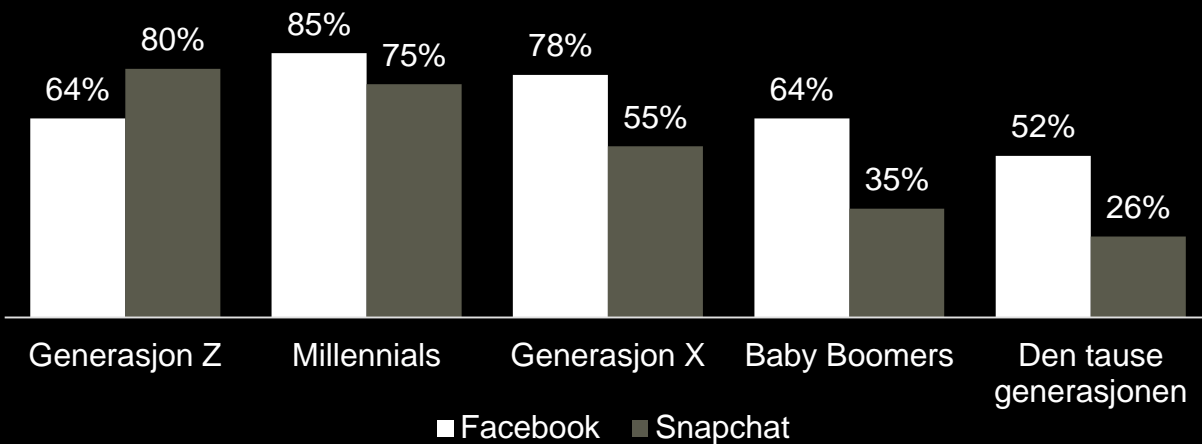


## Daglig dekning



Facebook hadde en stor vekst fra 2011 til 2014, og den daglige dekningen har holdt seg stabil rundt 70% helt frem til nå. Snapchat kom til litt senere og har ikke hatt like brå vekst som Facebook, men er nå oppe i 56% daglig dekning

## Daglig dekning per generasjon



## Det ene utelukker ikke det andre

3,35 millioner mennesker bruker Facebook daglig



2,56 millioner mennesker bruker Snapchat daglig

Det betyr da at 2,13 millioner mennesker bruker både Facebook og Snapchat

Forbruker & Media

**KANTAR**

Filter: Befolkningen 12+ år

# BIL

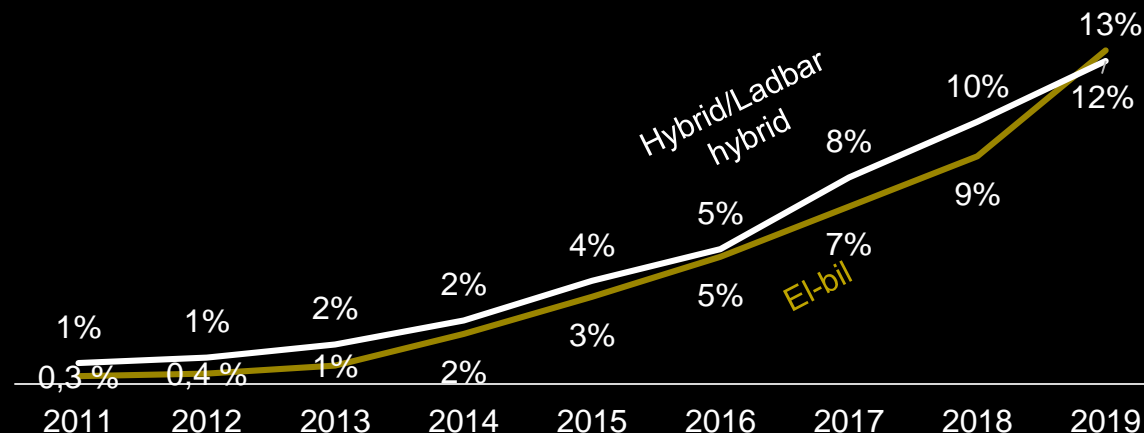


Det er omtrent 3,5 million personer som oppgir at de har tilgang til bil. Enten at de disponerer, eier, leaser eller har firmabil.



Er bilmerket som flest disponerer i dag. 13% av befolkningen disponerer en Volkswagen. Til tross for dette, så er Toyota det bilmerket flest har som hovedbil.

Hvilke driverlinje disponerer de som har tilgang til bil?



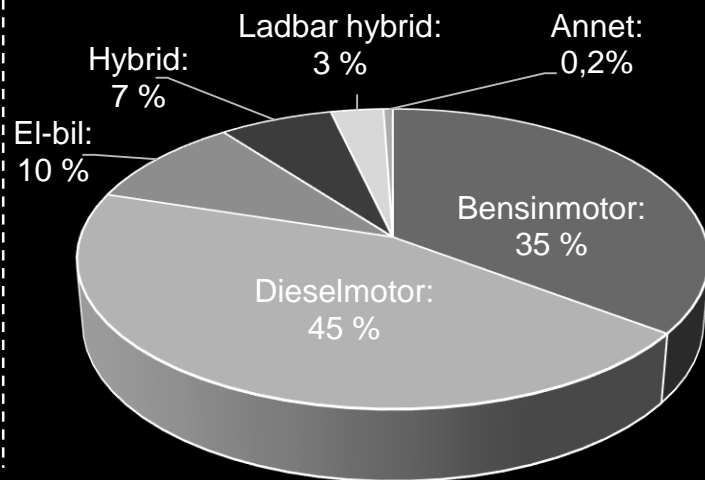
Det har vært en enorm økning for både hybrid/ladbar hybrid og el-bil siden 2011. Først i 2019 ble el-bil driverlinjene som flest har tilgang til av de to.

Hvor stor andel av befolkningen er medlem av en bildelingsordning? (eks. Hyre, Nabobil)



3%

Hvordan type driverlinje har befolkningen tilgang til?



900.000 personer har planer om å anskaffe bil i løpet av de neste to årene.



Så mye som 29% av disse sier at det er en el-bil de skal kjøpe.

Forbruker & Media

**KANTAR**

# Ferie og reise

Gjennomsnittlig beløp benyttet pr. husstand på ferieturer/ fritidsreiser siste 12 mnd.



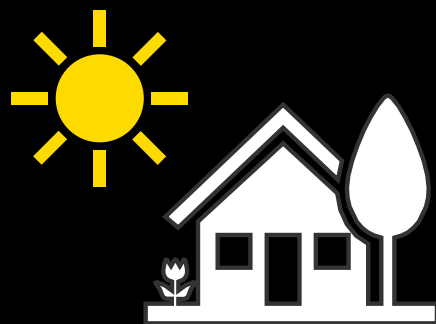
I Norge

Til utlandet

5.800 Kr

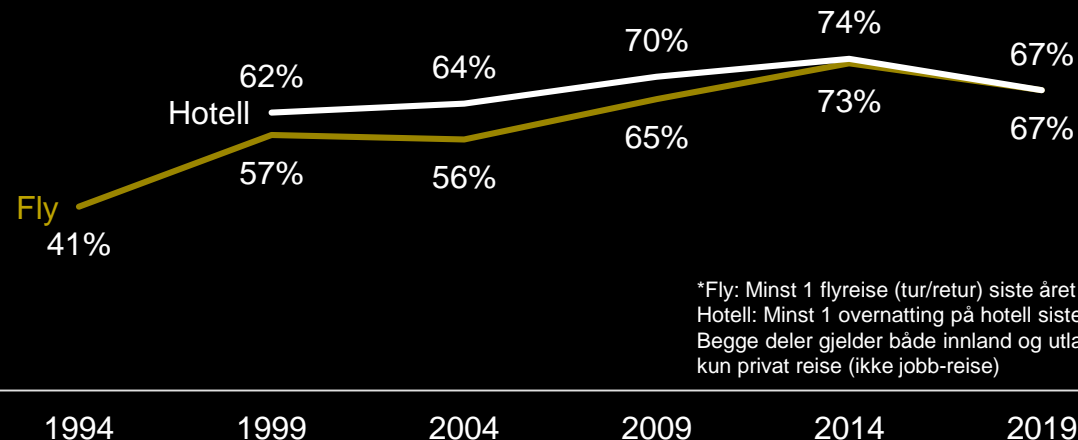
13.400 Kr

Hvor mange har fritidsbolig i utlandet?



5%

## Fly og hotell



\*Fly: Minst 1 flyreise (tur/retur) siste året  
Hotell: Minst 1 overnatting på hotell siste året  
Begge deler gjelder både innland og utland og kun privat reise (ikke jobb-reise)

Nordmenn har alltid vært glad i å reise, men vi ser en nedgang i andelen som har fløyet og overnattet på hotell de siste årene, og med tiden vi er i nå er det rimelig å anta at dette tallet også vil falle i år

72%

Har kjøpt/bestilt feriereise på nett det siste året

**SAS** VS **norwegian**

SAS er det flyselskapet som har høyest preferanseandel, hvor 36% av befolkningen oppgir at de foretrekker

Men Norwegian er flyselskapet som flest oppgir å ha benyttet siste 12 mnd.



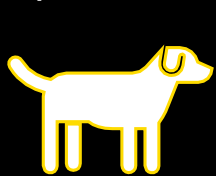
Når vi ser på hvor befolkningen har reist utenfor Norden det siste året er Spania den store vinneren. 12% sier at de har vært i Spania. Det er også 12% som sier de har planer om å reise til Spania de neste 12 mnd

Forbruker & Media

**KANTAR**

# Hund vs. Katt

Planer om å anskaffe i løpet av de neste 12 mnd.



4%



2%

1% av befolkningen har planer om anskaffe andre husdyr

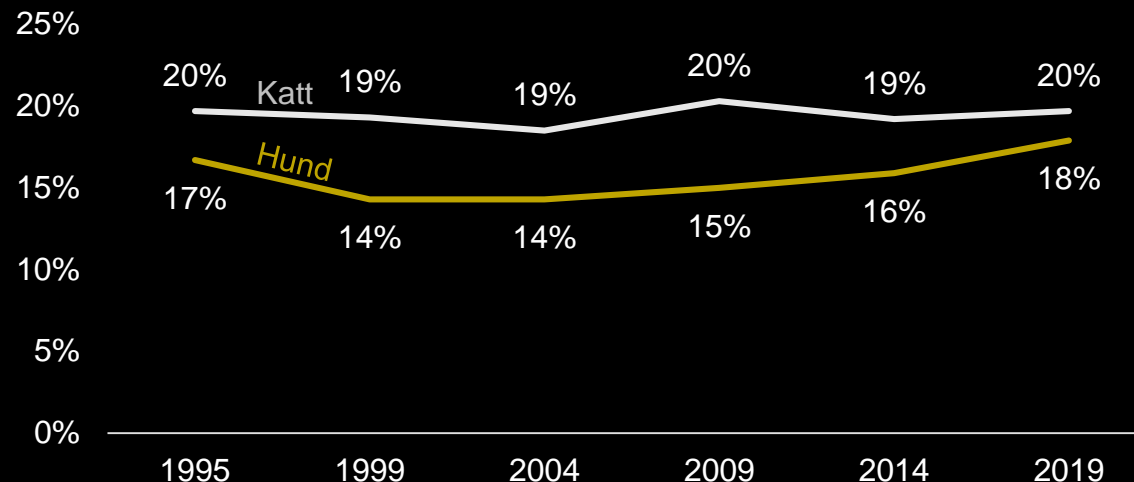
## Er hundeeiere aktive og katteeiere late?



De med katt er i alle fall mindre i fysisk aktive enn de med hund

Andel katteeiere som er enig utsagnet «Jeg har en tendens til å være lat» er 37% og for hundeeiere 31%

Samtidig ser vi at 22% av hundeeierne mosjonerer eller driver med annen fysisk aktivitet nesten daglig, hvor da 15% av katteeierne sier det samme



Andelen katteeiere har alltid vært større enn andelen hundeeiere



Er det merket med høyest andel som foretrekker både når det gjelder hunde- og kattemat

Daglig dekning	Hundeeier	Katteeier
Sosiale Medier	89%	88%
Avis digitalt	72%	74%
TV	68%	69%
Radio	68%	65%
Streaming	63%	66%
Papiravis	36%	36%
Utendørsreklame	27%	29%
Magasin	24%	25%
Podcast	9%	13%

I hvilke fylker finner vi den største tettheten av hund og katt?



Hedmark  
24% her har hund

Aust-Agder  
31% her har katt

Forbruker & Media

**KANTAR**

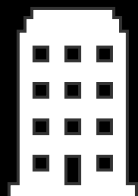


# Hus vs. Leilighet

Andel som har/disponerer



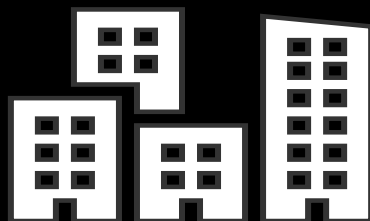
61%



33%

Det er 3% i befolkningen som har både hus og leilighet

Eier eller leier?



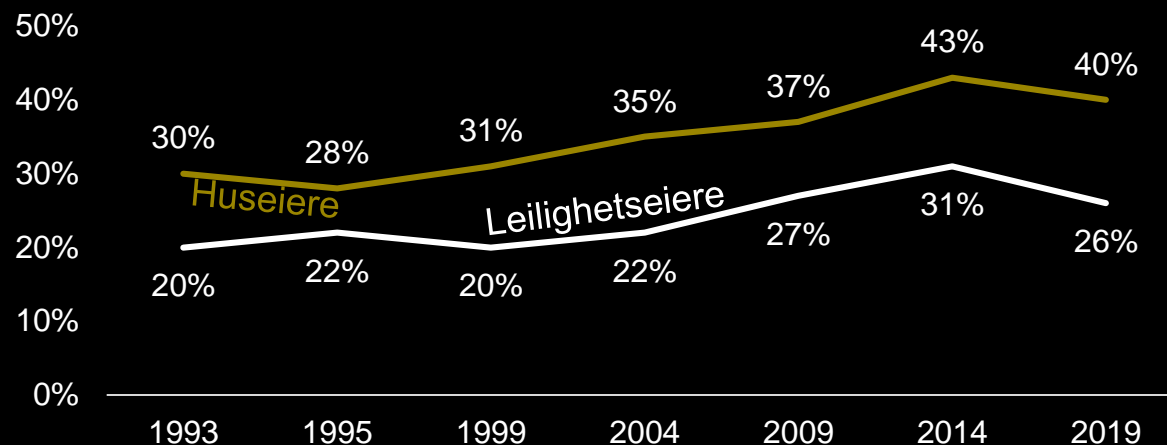
92%

Av huseierne eier

31%

Av Leilighetseierne leier

Disponerer hytte/fritidsbolig



Det har alltid vært en større andel av huseierne som har hatt tilgang til hytte/fritidsbolig

Har planer om innvendig oppussing av bolig



Huseiere: 50%

Leilighetseiere: 36%

Daglig dekning	Hus	Leilighet
Sosiale Medier	83%	86%
TV	78%	67%
Avis digitalt	73%	76%
Radio	71%	58%
Streaming	54%	66%
Papiravis	45%	34%
Magasin	28%	23%
Utendørsreklame	27%	40%
Podcast	10%	18%



Er den anbudstjenesten flest har benyttet i løpet av det siste året

Forbruker & Media

**KANTAR**

Hus = Enebolig/rekkehus/kjedehus

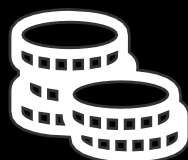
# IKEA vs. resten

Det vi skal se på her er de som bruker IKEA oftest opp mot de som bruker andre møbelforretninger oftest.

Resten er bestående av Bohus, Bolia, Fagmøbler, Home & Cottage, Jysk, Møbelringen, Skan Møbler, Skeidar og Studio Slettvoll

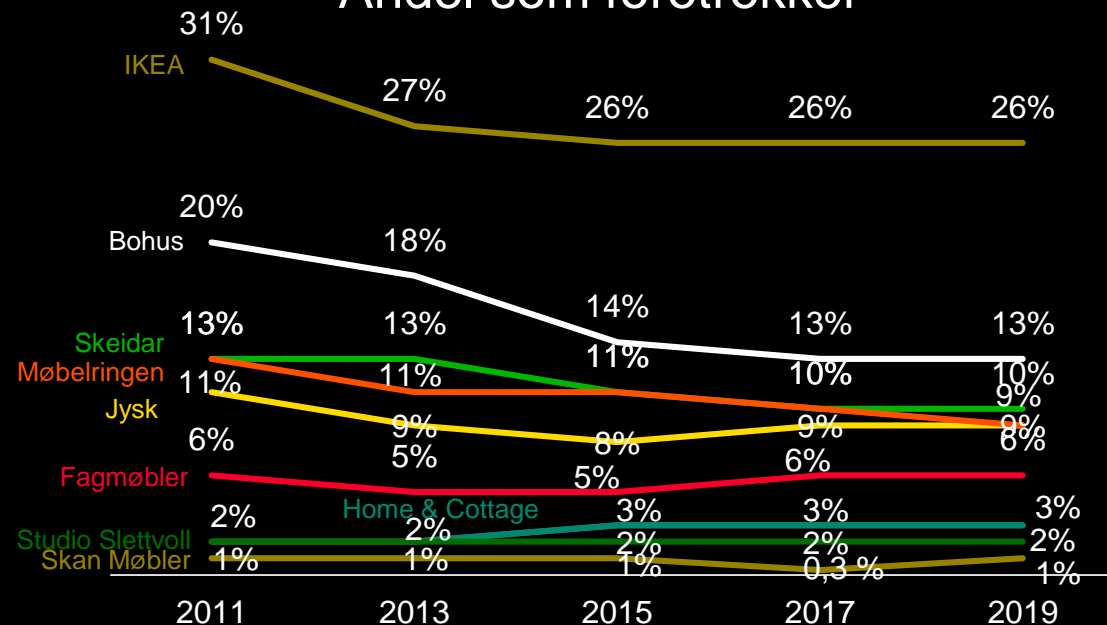
IKEA er størst, men det legges igjen mer penger hos resten

IKEA-kundene bruker i gjennomsnitt 4.800 kr på møbler i året



Resten bruker 5.200 kr

## Andel som foretrekker



IKEA for de yngre og resten for de eldre



70%

er under 50



62%

er over 50 år

Verdt å merke seg at 28% av de som bruker IKEA oftest er 18-29 år

Daglig dekning	IKEA	Resten
Nettavis	78%	72%
Streaming	73%	49%
Lineær-TV	64%	81%
Radio	59%	71%
Utendørsreklame	36%	28%
Papiravis	32%	47%
Magasin	19%	30%
Podcast	17%	9%

## 10 mot 1

43% av befolkningen bruker IKEA oftest, samtidig er det 1/4 av befolkningen som foretrekker IKEA

43% er også tallet når vi ser på andelen som bruker resten oftest

Forbruker & Media

**KANTAR**

Filter: Befolkningen 18+ år

# Nike vs. Adidas

(Sko)

Hvilket skomerke kjøpte du sist?

 14%

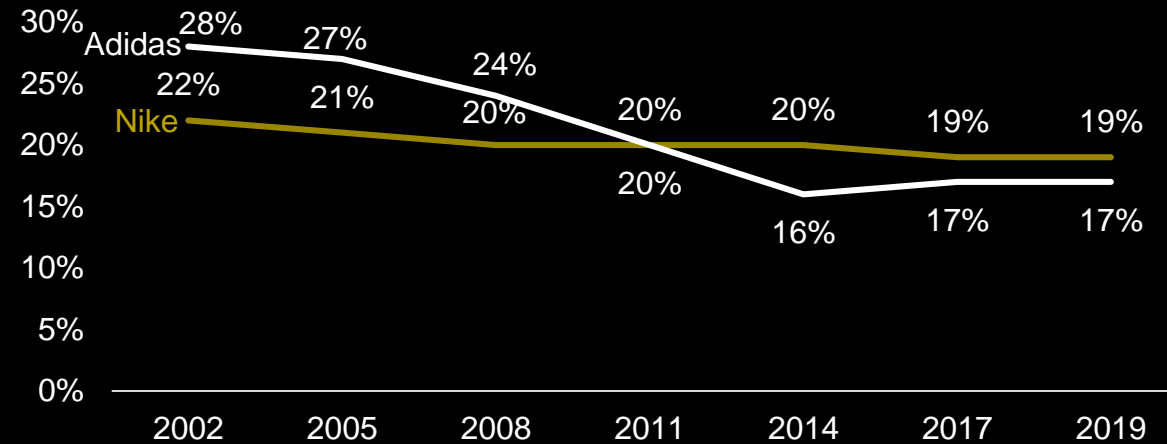
 13%

Til tross for de høye andelene som kjøpte Nike og Adidas sist, så er Ecco det merket aller flest kjøpte sist gang, med en andel på 20%



I befolkningen bruker man i gjennomsnitt 494 kr på sko i måneden, blant de som foretrekker Adidas brukes det 540 kr og blant de som foretrekker Nike 590 kr

Andel som foretrekker



Preferanseandelen til Nike har vært ganske stabil siden 2002, men for Adidas har den vært fallende. Adidas ser ut til å ha stabilisert seg rundt 17% de siste årene

Blant de som foretrekker

Nike



59%

Adidas



49%

Daglig dekning	Foretrekker Nike	Foretrekker Adidas
Facebook	79%	75%
Snapchat	65%	60%
Instagram	54%	52%
Twitter	10%	12%
LinkedIn	9%	9%



Kjenner til: 89%

Foretrekker: 19%

Kjenner til: 91%

Foretrekker: 17%



9% av befolkningen oppgir at de foretrekker både Nike og Adidas

Forbruker  
&  
Media

**KANTAR**

Filter: Befolkningen 18+ år



UTEN SUKKER

VS.



## Enten eller

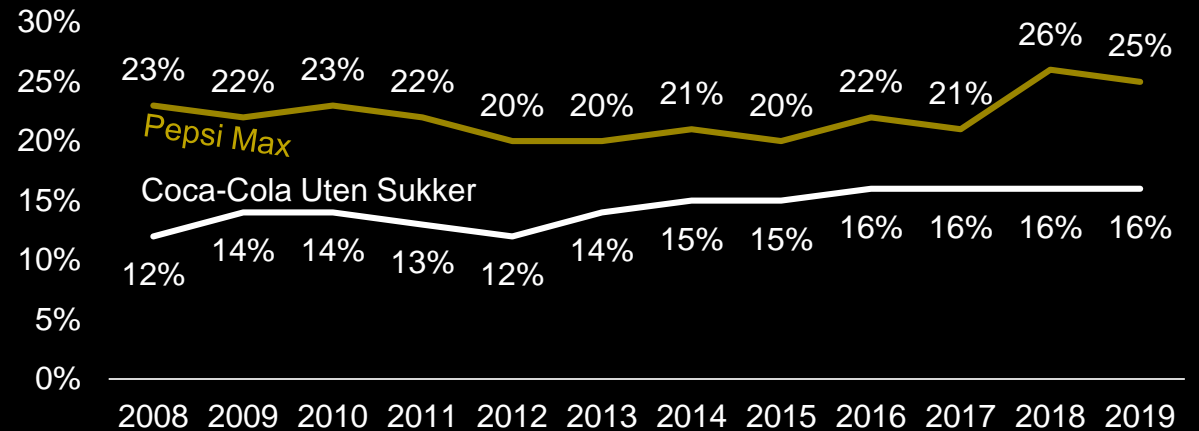
De fleste holder en av de to som favoritt og det er kun 6% som oppgir at de foretrekker begge deler

Uansett hvilke av de man foretrekker, så drikker man sukkerfri brus ofte

14% av de som foretrekker Pepsi Max drikker mineralvann uten sukker flere ganger om dagen

15% av de som foretrekker Coca-Cola Uten Sukker gjør det samme

## Andel som foretrekker



Når det kommer til sukkerfritt mineralvann har Pepsi Max alltid vært den store vinneren. Så mye som 1/4 av befolkningen foretrekker Pepsi Max

## Pepsi Max over hele landet

Andelen som foretrekker Pepsi Max er større enn andelen som foretrekker Coca-Cola Uten Sukker over hele landet

Der hvor det er størst tetthet av de som har Pepsi Max som favoritt er i Aust-Agder og for Coca-Cola Uten Sukker er det Møre og Romsdal

Daglig dekning	Foretrekker: Pepsi Max	Foretrekker: Coca-Cola Uten Sukker
Facebook	78%	79%
Snapchat	59%	59%
Instagram	46%	46%
Twitter	9%	11%
LinkedIn	7%	9%

## Hvilket sukkerfritt mineralvann kjøpte du sist?



29%



17%

Forbruker & Media

**KANTAR**

Filter: Befolkningen 18+ år

# Radio vs. Podcast

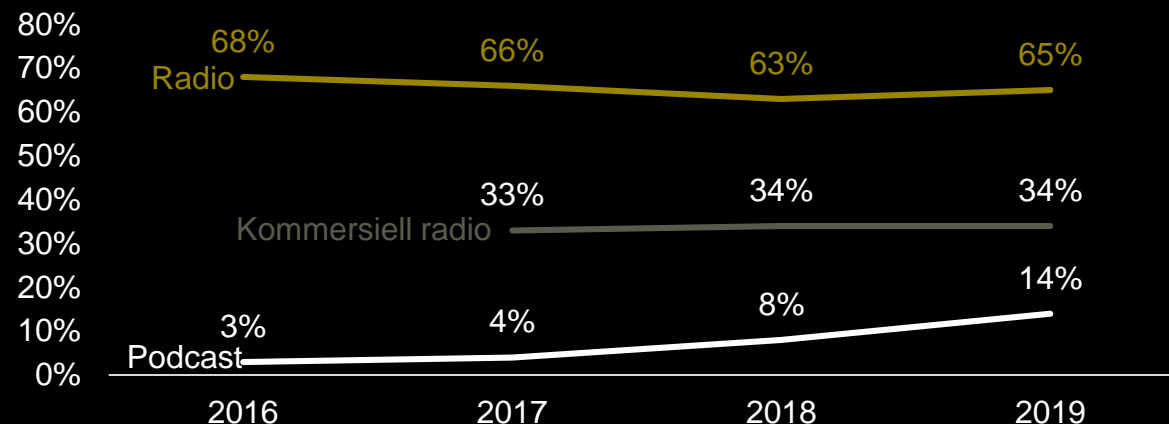
For det første så er det enorm størrelsesforskjell mellom radio og podcast når det gjelder daglig lytting. Radio har 2,72 millioner daglige lyttere totalt, men når vi kun ser på kommersiell radio er dette tallet 1,43 millioner og podcast har 574.000 daglige lyttere

## Venner eller konkurrenter?

# 43%

Er andelen av de daglige podcast-lytterne som ikke hører på radio daglig

## Daglig dekning



Dekningen på radio har vært stabil de siste årene, hvor vi ser at kommersiell radio utgjør omtrent halve dekningen. Når det gjelder podcast så har det vært en enorm økning og den vil antagelig fortsette å øke

Helt siden Podtoppen.no ble lansert i 2020 er det samme podcast som har vært på toppen



Når det gjelder radio er det NRK P1 som har desidert flest daglige lyttere, med rett over 1 million. For kommersielle aktører er P4 den største stasjonen med 470.000 daglige lyttere.



## Podcast for de yngre og radio for alle



### 71%

Av de som lytter til podcast er under 40 år



### 72%

Av de som lytter til radio er over 40 år

## Forbruker & Media

# KANTAR

Filter: Befolkningen 18+ år

# Rema 1000 vs. Kiwi

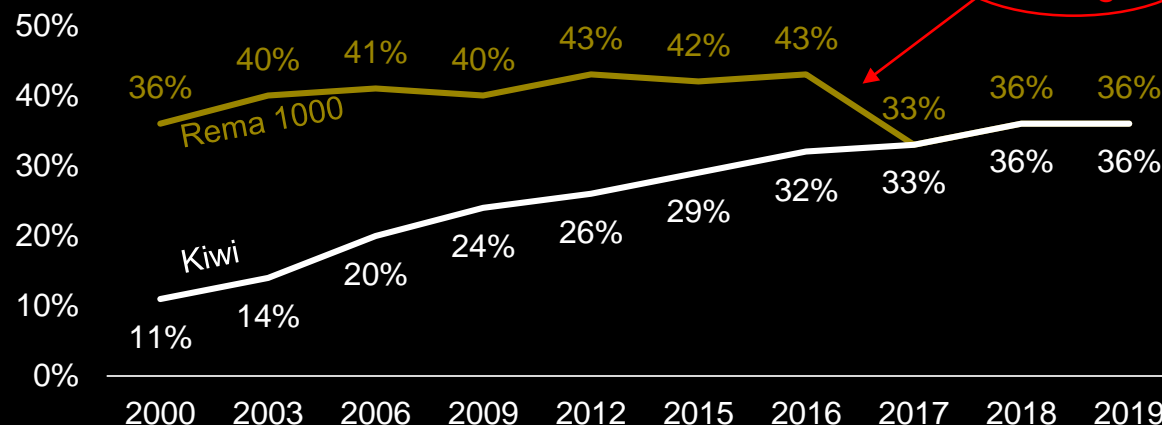
I befolkningen er det 41% som mener at det først og fremst er prisen som interesserer når man handler mat. Blant de som handler oftest på Rema 1000 mener 46% det samme og 47% av de som handler oftest på Kiwi.

## Flest «tilbudsjegere» hos Rema 1000

49% Av de som foretrekker Rema 1000 & 46% Av de som foretrekker Kiwi

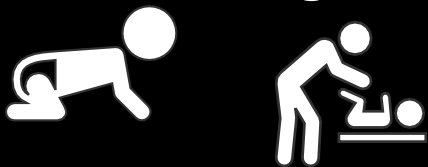
Er enig i utsagnet:  
«Jeg benytter meg nesten alltid av ukens eller dagens tilbud på dagligvarer»

## Andel som foretrekker



Rema 1000 har gjennom tidene hatt en høyere preferanseandel enn Kiwi, men vi ser at det har blitt helt jevnt de siste årene. Med andre ord så ser Kiwi en positiv trend og Rema 1000 en negativ trend.

## Rema 1000 vinner bleie-«Krigen»



22% av småbarnsforeldre foretrekker Rema 1000 sine Lev Vel bleier. 13% foretrekker Kiwi sine LilleGo' bleier

Daglig dekning	Handler oftest på Rema 1000	Handler oftest på Kiwi
Facebook	77%	74%
Snapchat	58%	53%
Instagram	47%	41%
Twitter	10%	9%
LinkedIn	9%	8%

## Dagligvarebutikk i nærheten

**REMA 1000**

60%

**KIWI mini pris**

58%

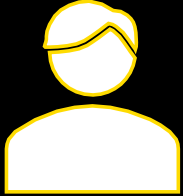
Forbruker & Media

**KANTAR**

Filter: Befolkningen 18+ år



# Snus vs. Røyk



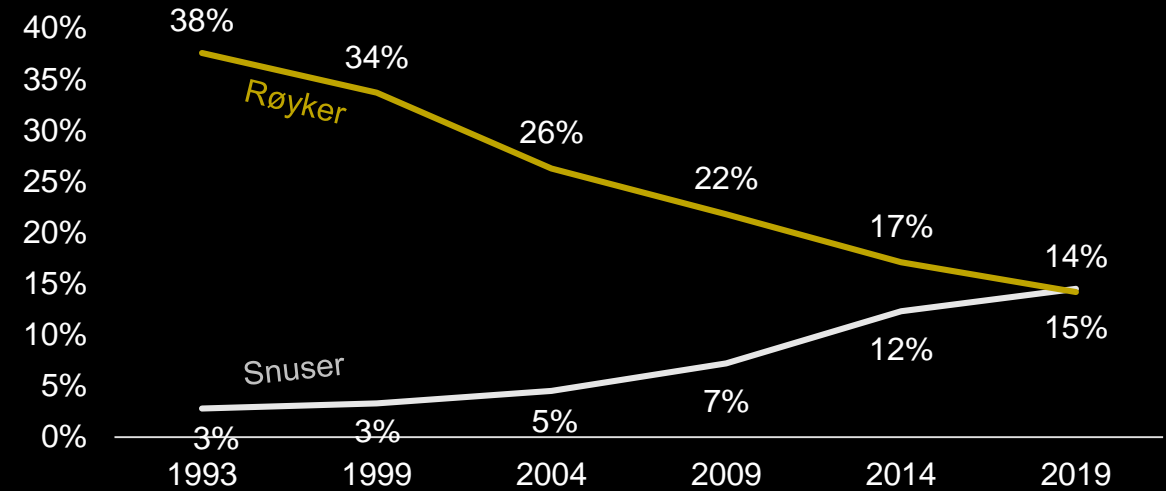
66%  
av de som  
snuser er  
menn



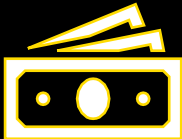
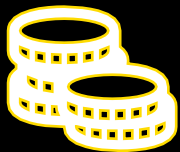
52%  
av de som  
røyker er  
kvinner



34% av de som røyker mener at folk bør stort sett få røyke hvor de vil, kun 16% av de som snuser mener det samme



Andelen som snuser ble i 2019 større enn andelen som røyker



De som røyker har lavere inntekt enn de som snuser

Daglig dekning	Snuser	Røyker
Sosiale Medier	91%	81%
Avis digitalt	85%	69%
Streaming	82%	56%
Radio	61%	65%
TV	61%	77%
Utendørsreklame	33%	29%
Papiravis	29%	39%
Podcast	23%	9%
Magasin	15%	27%

Røyk  
75%



Over 40 år

Snus  
60%



Under 40 år

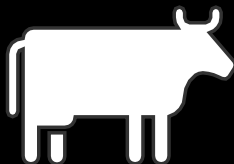
Forbruker  
&  
Media

**KANTAR**

# Melkekrigen TINE vs. Q

## Markedet er stort

Litt i overkant av 2 millioner mennesker bruker/drikker melk daglig, dvs. 49% av befolkningen

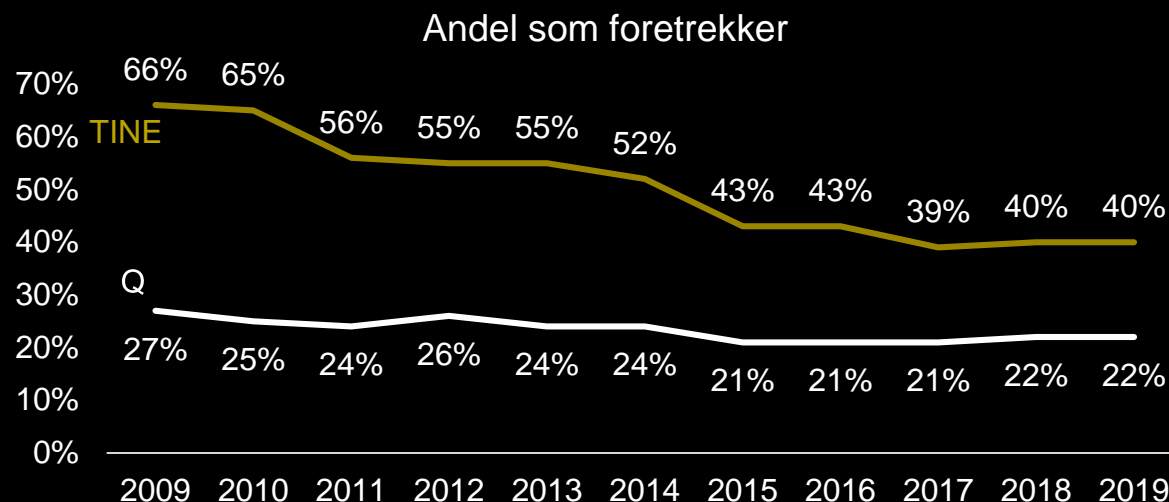


TINE er nordmenns favoritt

Til tross for at kjennskapen til TINE og Q er ganske jevn, så er TINE den foretrukne

**40%** foretrekker TINE

**22%** foretrekker Q



Både TINE og Q har opplevd en negativ trend fra 2009, men det kan se ut til at det har stabilisert seg de siste årene

Hvilke melk kjøpte du sist?



45%



20%

Begge har rom for å vokse

Det er slik at halve befolkningen verken foretrekker TINE eller Q

75% av disse oppgir at de kan bruke TINE og 60% kan bruke Q

Mer enn bare melk

Foretrekker	TINE	Q
Kremfløte	29%	12%
Lettrømme	24%	14%
Yoghurt	20%	5%
Crème Fraîche	14%	8%
Sjokolademelk	8%	7%

Forbruker  
&  
Media

**KANTAR**

Filter: Befolkningen 18+ år



# Øl vs. Vin

Eller begge deler

Kjønnsfordeling blant de som drikker

Øl



77%

Vin



52%

Ukentlig brukshyppighet

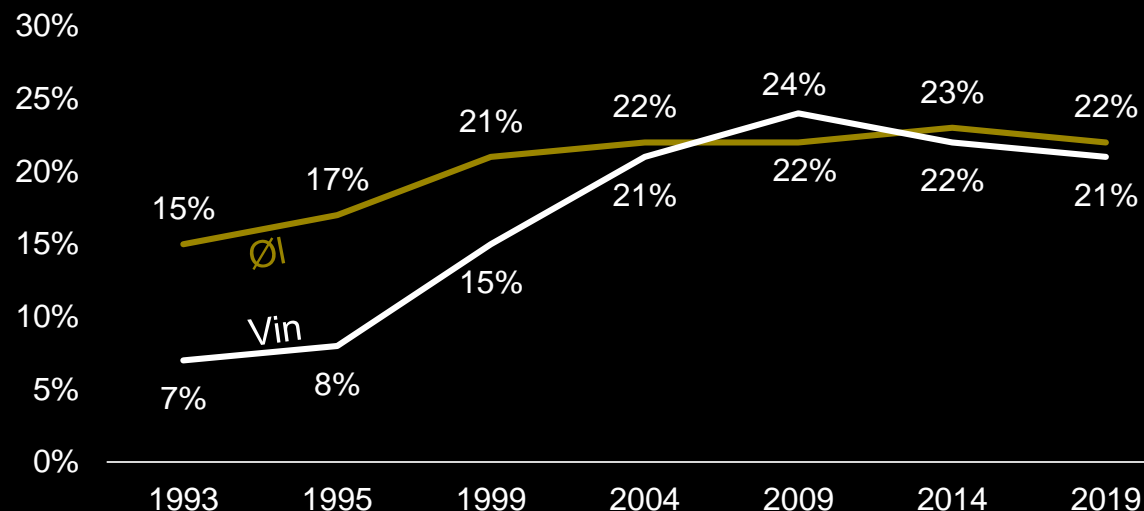
22%



21%



9% av befolkningen oppgir at de drikker både øl og vin ukentlig



Tidligere var det klart flertall av de som drakk øl, men mellom 1995 og 1998 skjedde det noe og siden har det vært relativt jevnt



## Aass

er øl-merket med høyest preferanse både blant øldrikkere, vindrikkere og i befolkningen generelt. Til tross for dette er Hansa det øl-merket flest av øldrikkere kjøpte sist

Daglig dekning	Vindrikkere	Øldrikkere
Sosiale Medier	83%	85%
TV	81%	73%
Avis digitalt	75%	80%
Radio	73%	68%
Papiravis	50%	43%
Streaming	49%	63%
Utendørsreklame	33%	36%
Magasin	32%	26%
Podcast	11%	15%

Andel som er enige i utsagnet «Man bør få kjøpe vin i dagligvarebutikker»



55%  
Av vindrikkere



53%  
Av øldrikkere

Forbruker & Media

# KANTAR

Fiter: Ukentlig brukshyppighet



Understand People  
Inspire Growth