KANTAR MEDIA

Rikets medietilstand

Medietrender 2019

Filmens Hus

Torsdag 10. januar

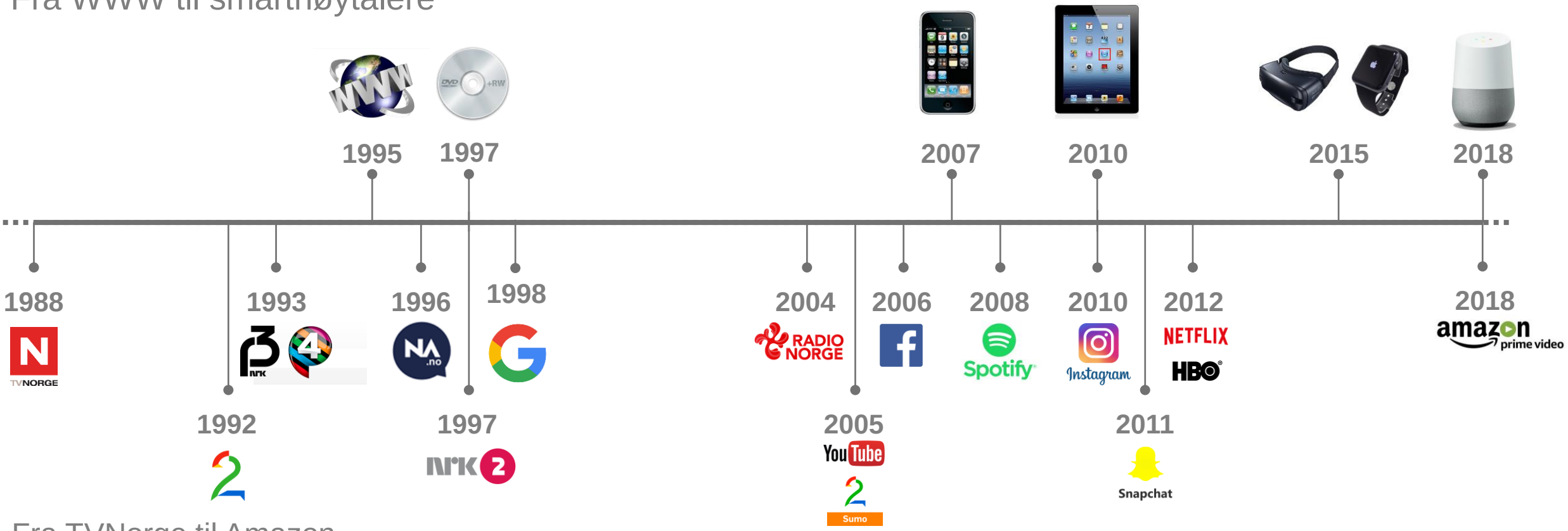
Ingvar Sandvik, Direktør innovasjon & marketing
Kantar Media

iSandvik

30
ÅR
FORBRUKER & MEDIA
KANTAR MEDIA

Mediehistorien 1988-2018

Fra WWW til smarthøytalere



Fra TVNorge til Amazon

1988

Vinter-OL i Calgary: 0 gull til Norge

Boliglånsrente: 16,5 %

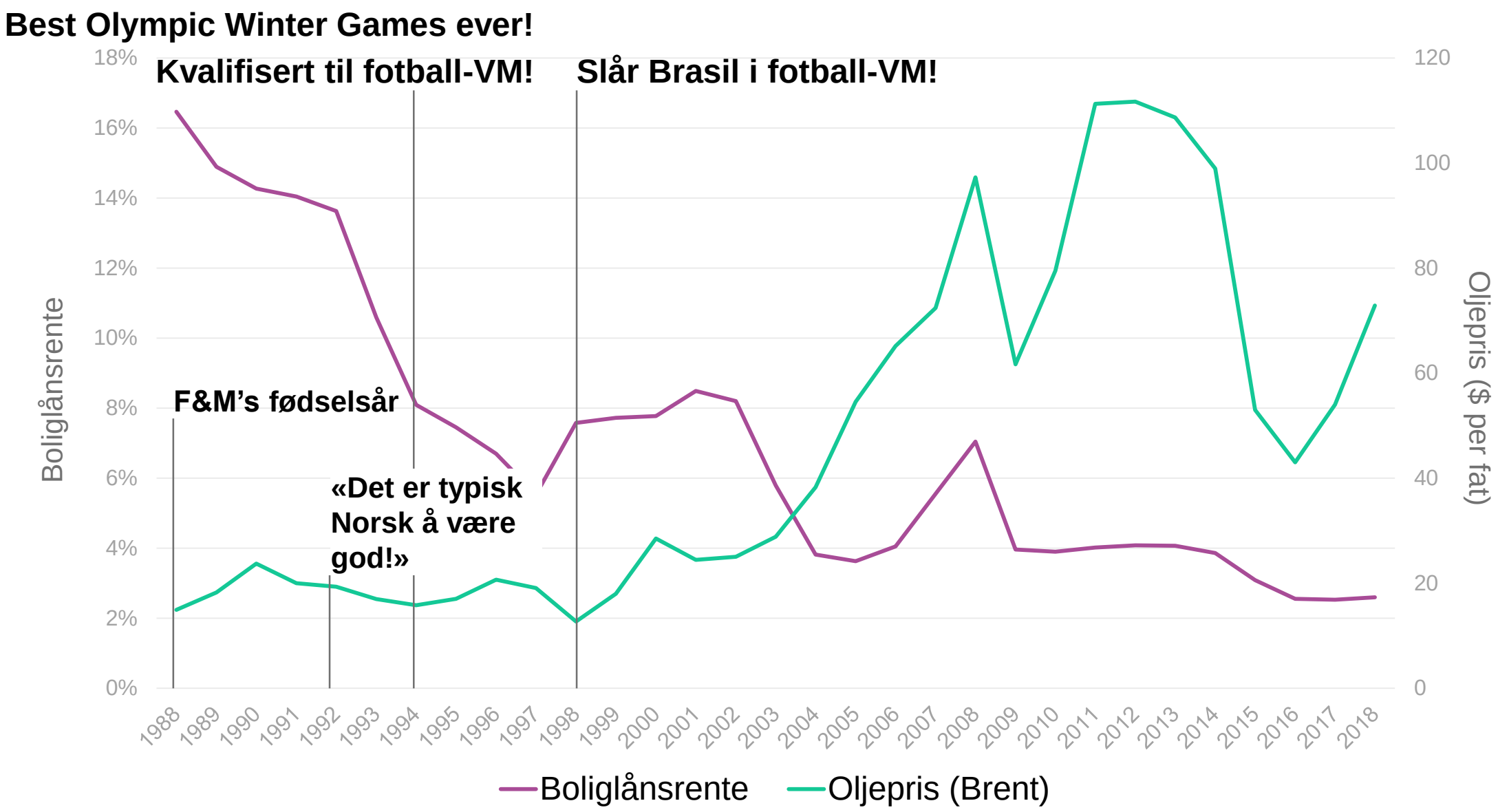
Oljepris: 15 $ fatet

nrk

Mistet OL i 1994

Under en OL-frokost i 1988 kom svenskekongen 20 minutter for sent, dermed fikk Gro Harlem Brundtland hele tiden alene med IOC-bossen Juan Antonio Samaranch. Senere fikk Lillehammer OL i 1994 - på bekostning av svenske Östersund.

01.01.1992
NRK
Trenger vi kanskje et nytt slagord?


Best Olympic Winter Games ever!
Kvalifisert til fotball-VM!
Slår Brasil i fotball-VM!
F&M's fødselsår
«Det er typisk Norsk å være god!»
Boliglånsrente
Oljepris ($ per fat)
18%
16%
14%
12%
10%
8%
6%
4%
2%
0%
120
100
80
60
40
20
0
1988
1989
1990
1991
1992
1993
1994
1995
1996
1997
1998
1999
2000
2001
2002
2003
2004
2005
2006
2007
2008
2009
2010
2011
2012
2013
2014
2015
2016
2017
2018
Boliglånsrente
Oljepris (Brent)

Norge 1988-2018

«Fra hjemmebrent, til prosecco!»

VELSTAND

GLOBALISERING

TEKNOLOGI

	Helt/delvis enig			
	1993	**2005**	**2018**	
Jeg betaler ofte med kredittkort	17%	33%	47%	↑
Jeg sparer et fast beløp per måned	40%	57%	62%	↑
Nedbetaler heller lån enn å spare	68%	61%	56%	↓
Husstanden har alltid penger i bakhånd	70%	77%	76%	↑

Kilde: Forbruker & Media, Kantar Media

Eier feriehus/hytte

- fra utedo til komfort

1993

23 %

2018

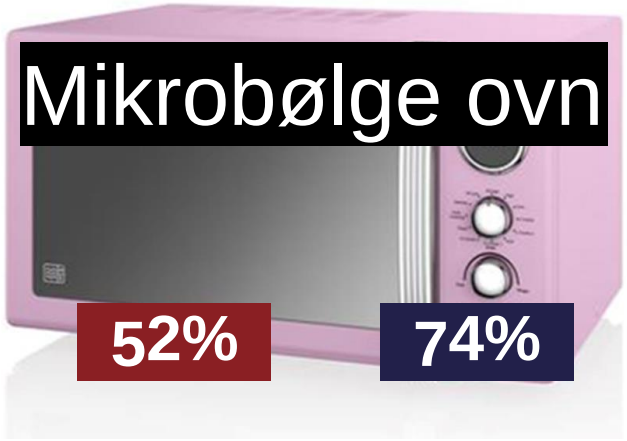
I Norge **30,9 %**

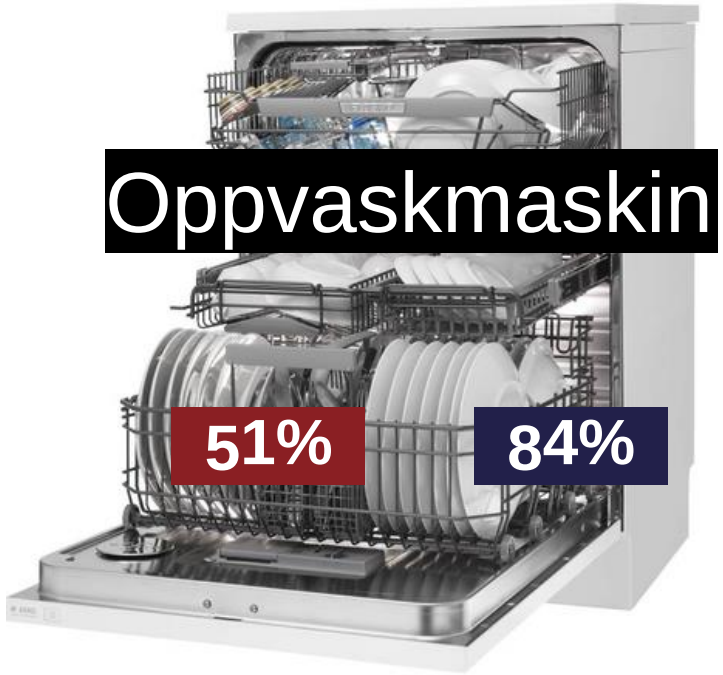
I utlandet **8,5 %**

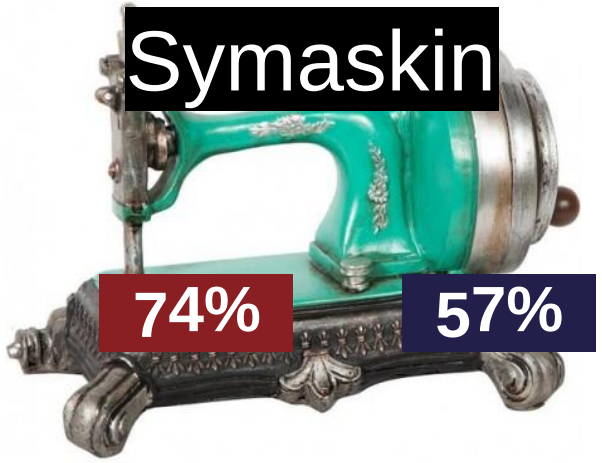
34,4 %

Kilde: Forbruker & Media, Kantar Media

Noe vi kanskje trodde at alle har hatt i 30 år?







1993 2018

Kilde: Forbruker & Media, Kantar Media

Digitale nøkkeltall – «anytime, anywhere!»

«Alle»

Bruker Internett daglig

9 av 10

Har smart telefon

7 av 10

Eier mediebrett

TV koblet til internett*

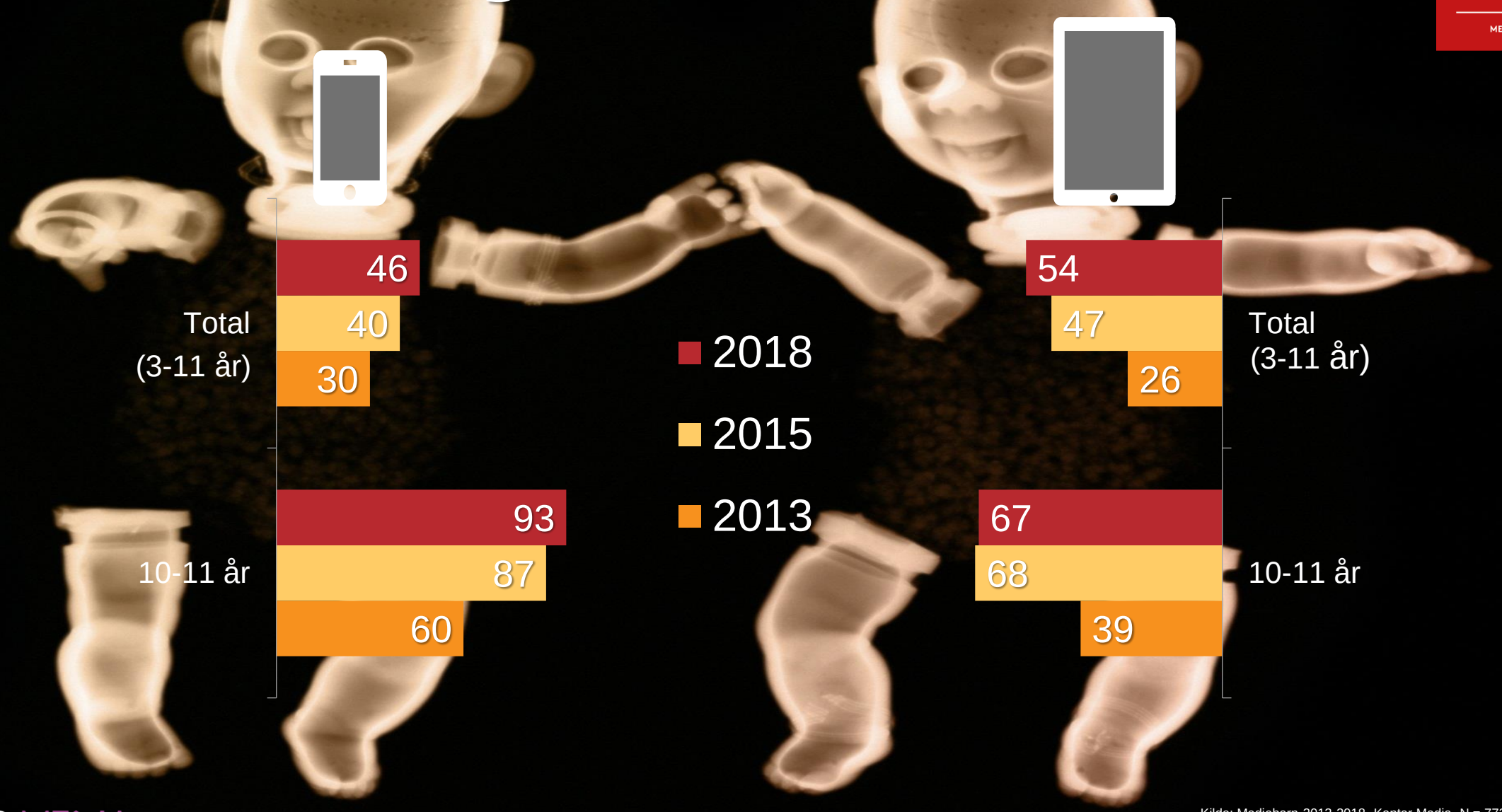
69%

Har Smart TV**

43%

Kilder: F&M og Interbuss (Base 15 år +)
*TVOV undersøkelsen 2018, Base 10 år +
**Forbruker & Media MGI 18/2

Mediebarna eier eget!



Kilde: Mediebarn 2013-2018, Kantar Media. N = 773 (ALDER 3-11 ÅR)

KANTAR MEDIA

WEARABLES

20% har trenings- og helsearmbånd (6% for tre og et halvt år siden)

9% har smartklokke

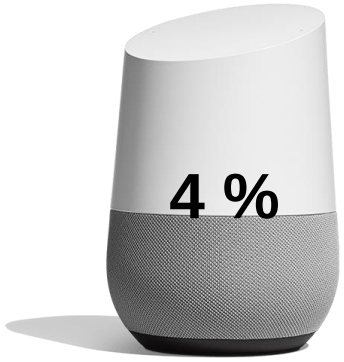
Kilde: Interbuss Q4-2018, Kantar Media, (internettbefolkningen 97%)

Totalt 6 % oppgir å ha en smarthøyttaler

Spørsmål: Har du noen av følgende smarthøyttalere?

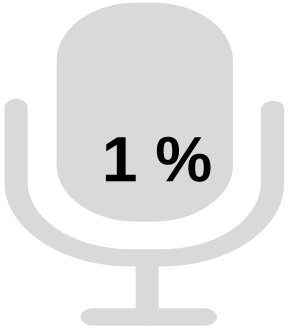
7 %
har en smarthøyttaler

Apple Home Pod



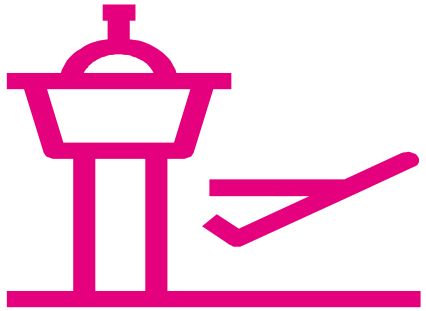
Google Home

Amazon Echo



Annen smarthøyttaler

Kilde: Interbuss Q4-2018, Kantar Media, (internettbefolkningen 97%)



Flydd siste 12 måneder:

- 1988: 43 %
- 2018: 72 %

Vært i utlandet siste 12 måneder:

- 1988: 48 %
- 2018: 67 %

Kilde: Forbruker & Media, Kantar Media

1993

“Kan godt tenke meg å ta kurs i laging av matretter fra andre land”

32 %

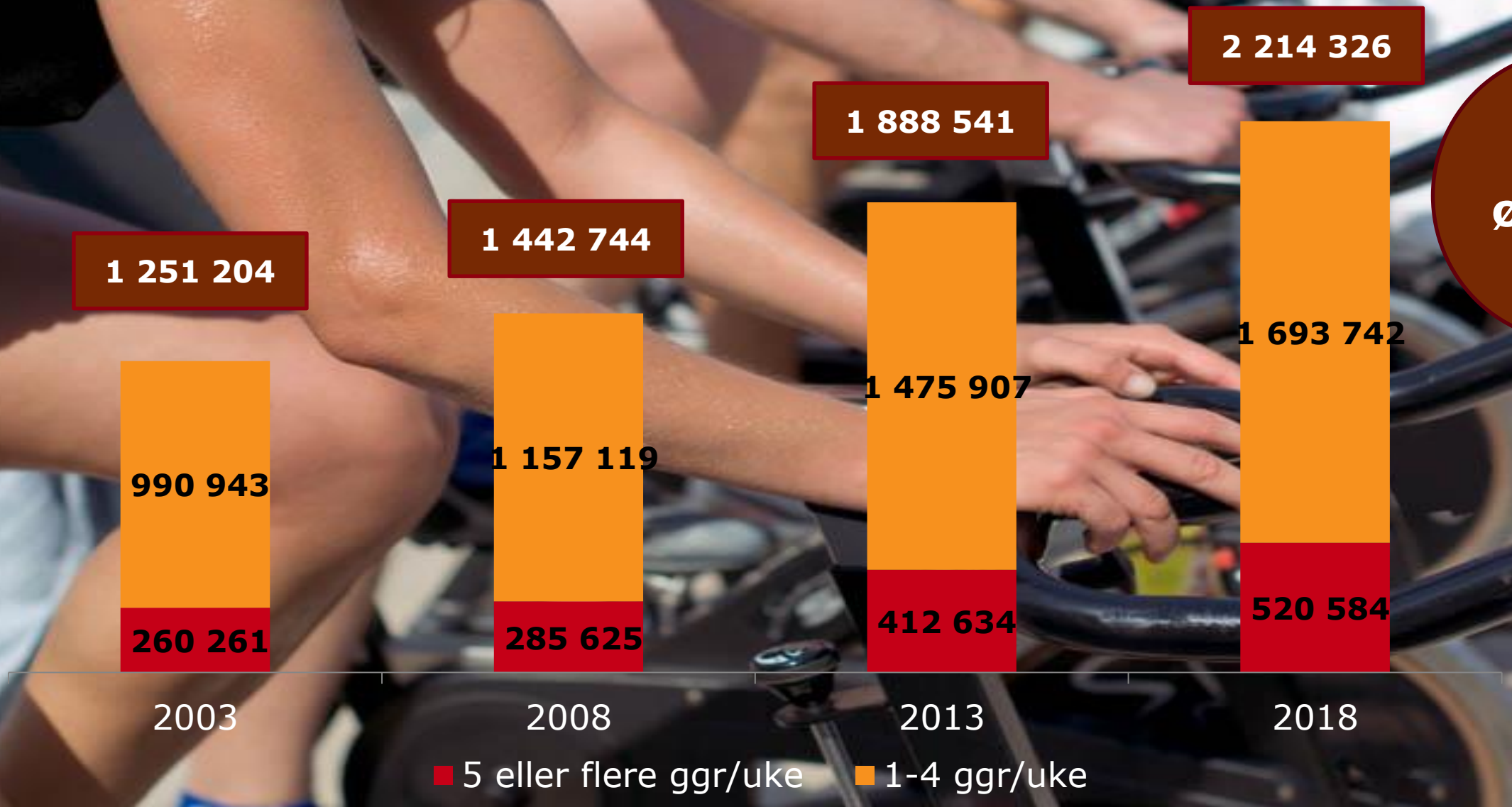
2018

“Spiser ofte utenlandske/ eksotiske retter”

33 %

Kilde: Forbruker & Media, Kantar Media

Trener / Mosjonerer



77 % økning!

Kilde: Forbruker & Media, Kantar Media

Røyketobakkens fall, og «fra harry til hipp med snus»

	Bruker ukentlig	
	1993	**2018**
Sigaretter / sigarer / rullings	36,0%	13,6%
Snus / Skråtobakk	2,9%	12,5%

Kilde: Forbruker & Media, Kantar Media

1986

«Smakt hjemmebrent – eller noe som er laget av hjemmebrent siste 12 mnd?»

Norsk Gallup Institutt

45%

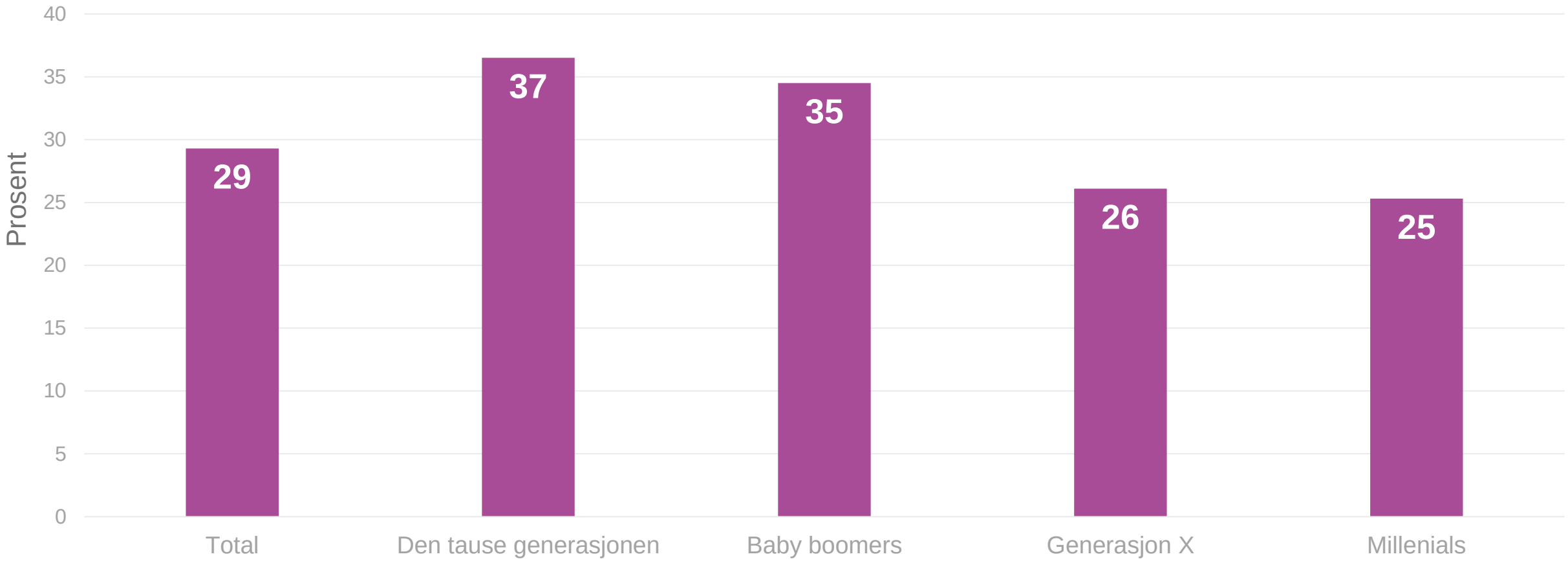
Drikker ukentlig

	1993	2018	50 år +
Brennevin	5,5%	5,0%	
Vin	6,5%	23,5%	31,2 % !
Øl	14,1%	23,1%	

Kilde: Forbruker & Media, Kantar Media

KANTAR MEDIA

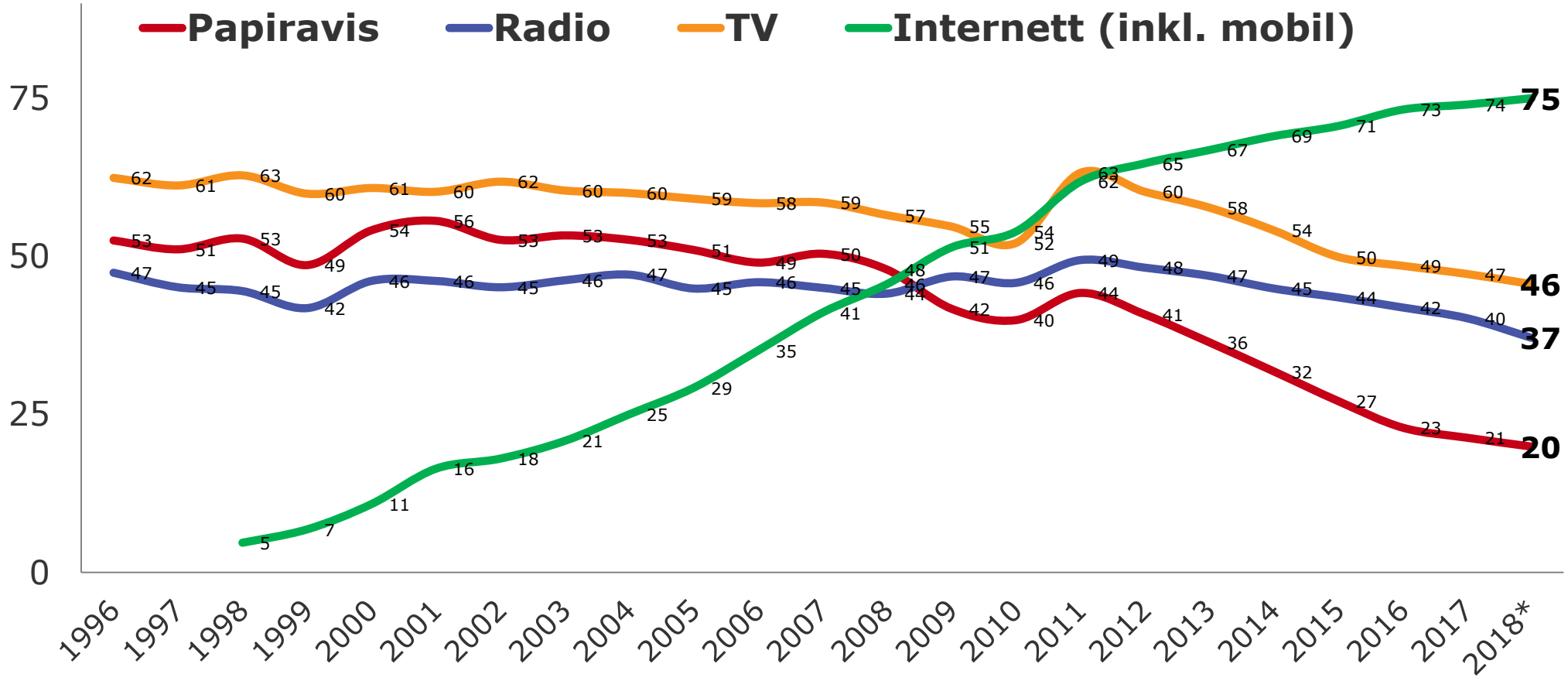
Meget interessert i «Helseriktig kosthold»



KANTAR MEDIA

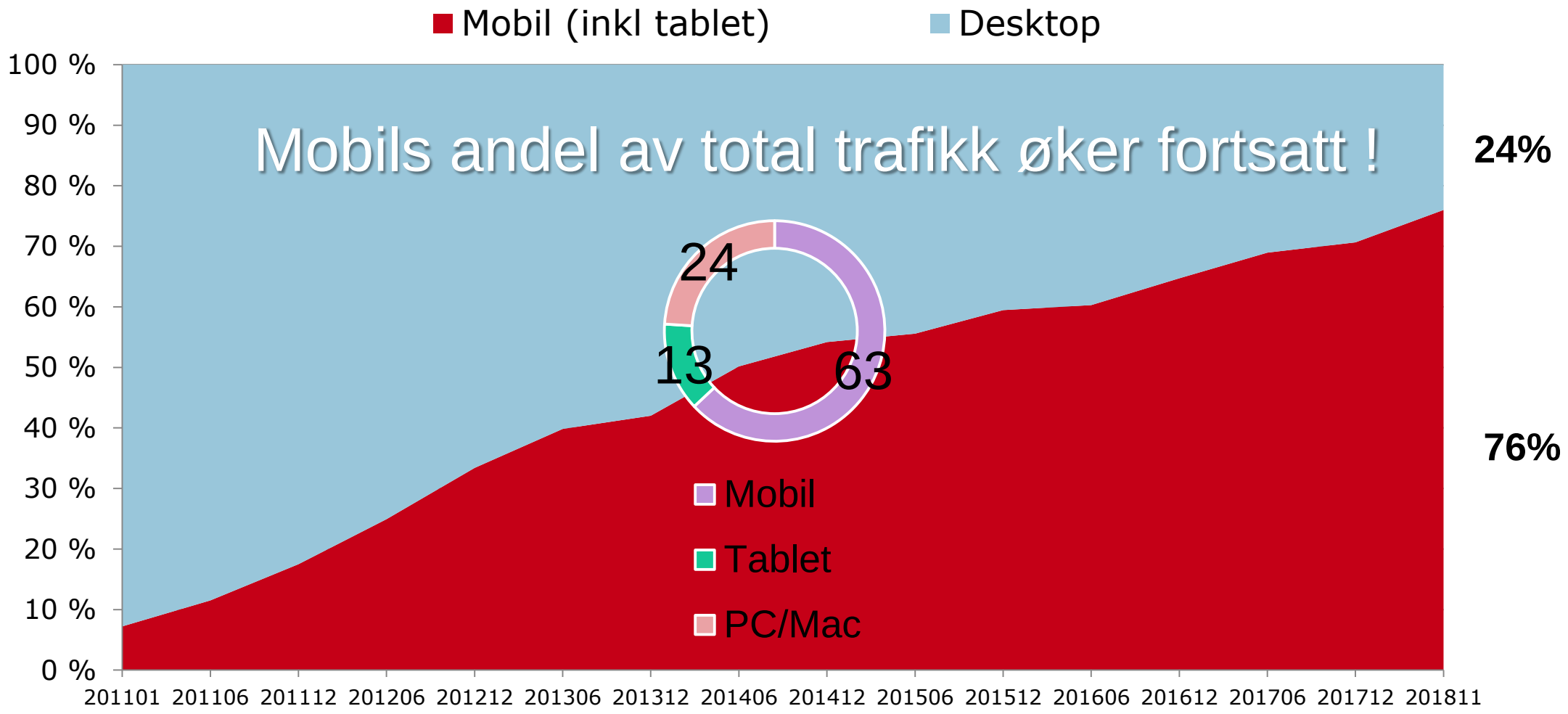
Kilde: Forbruker & Media-MGI 18/1, Kantar Media
Meget interessert

Hva er min viktigste nyhetskilde?



Kilde: Forbruker & Media - MGI
Andel av befolkningen 18+ som er «helt» eller «delvis enig» i at «medium» er «min viktigste nyhetskilde»
*Tall for 2018 gjelder 2. halvår 2017 og 1.halvår 2018

76% av nett-trafikken fra mobil/mediebrett!



Kilde: 2011-2017 Scores, Kantar Media / Comscore
2018 Comscore MMX Multi-Platform november 2018

KANTAR MEDIA

NB: Desktop og smartphone inkluderer både taggede og ikke-taggede nettsteder. Tablet inkluderer kun taggede nettsteder.
Tall fra før 2018 er ikke 100% sammenlignbare med tall fra 208 da målingen nå inkluderer det totale internett og ikke kun norske taggede nettsteder (foruten tablet).

Antall leste aviser

FORBRUKER & MEDIA

2,0 aviser	2005
0,6 aviser	2017/2018

KANTAR MEDIA

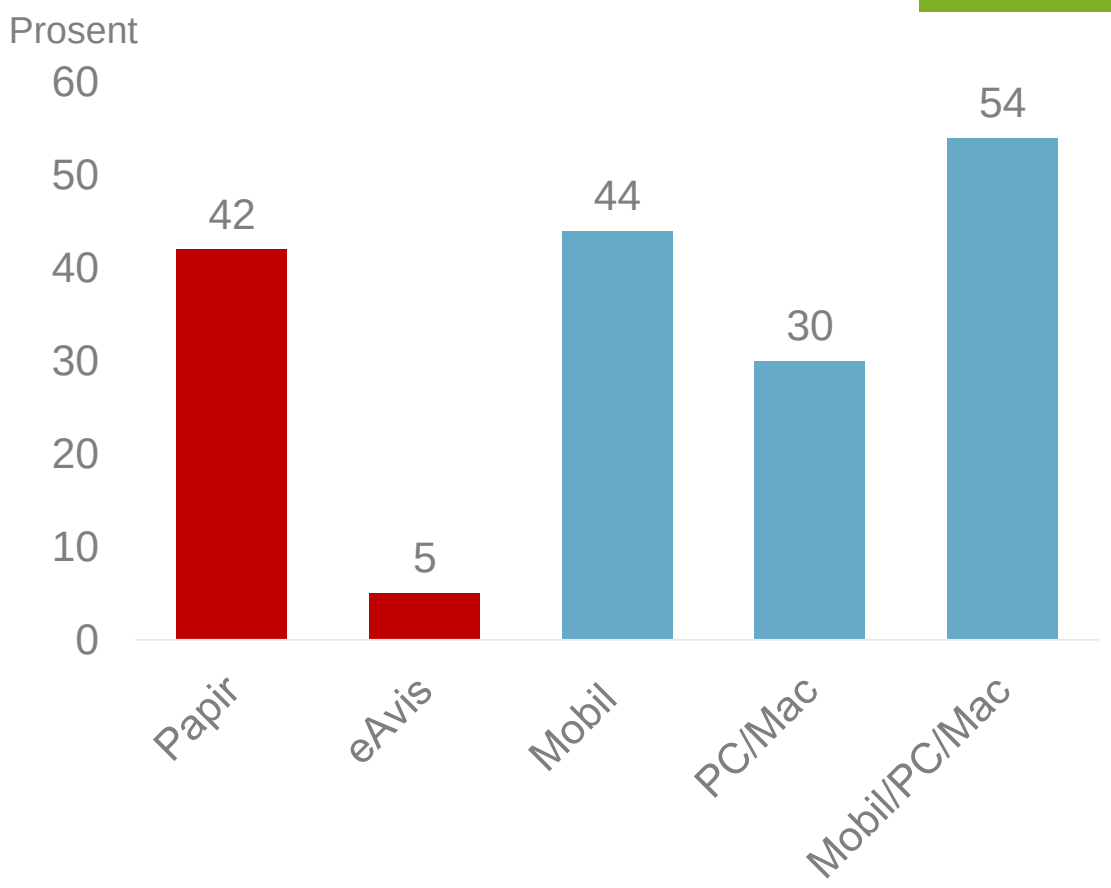
Kilde: Forbruker & Media 05/2 og 17/2, Kantar Media

Daglig dekning papir, mobil og PC/Mac for norske aviser

FORBRUKER & MEDIA

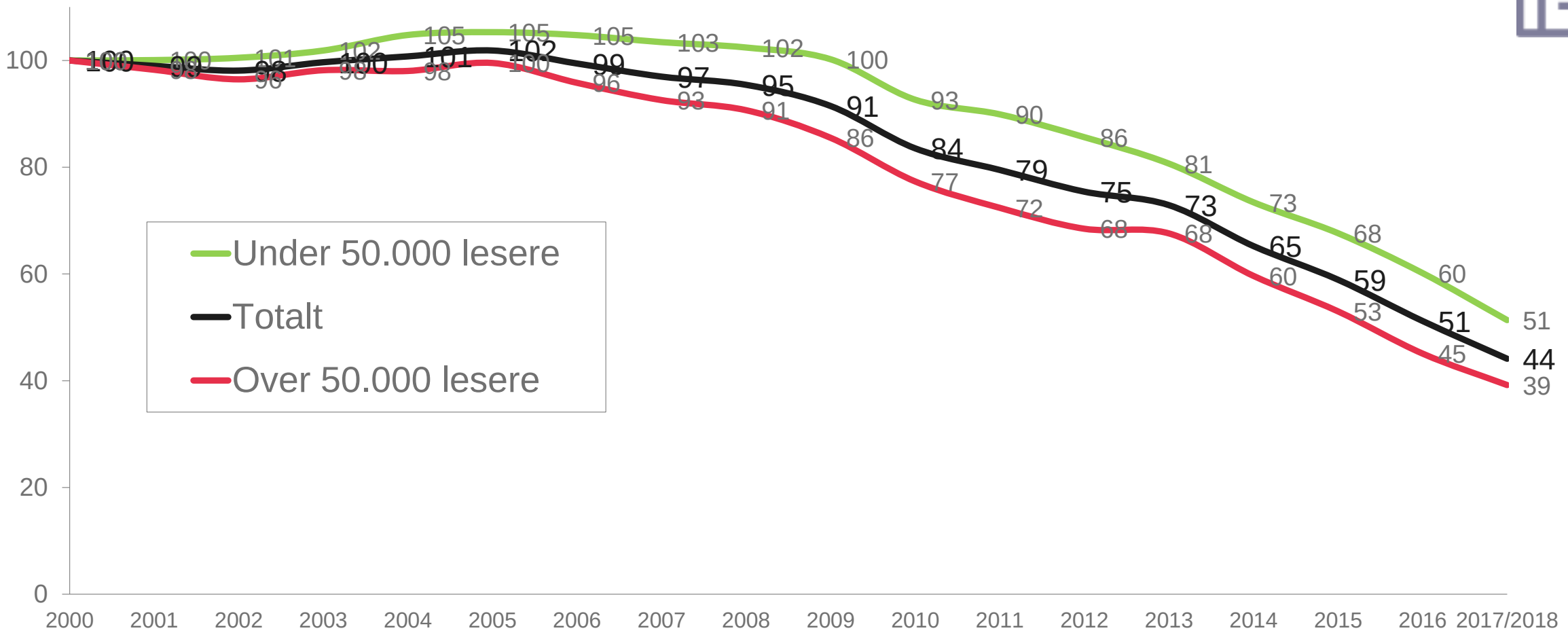
- 42% leser papiraviser og 5% eAviser i løpet av en gjennomsnittlig dag.
- 44% leser minst en avis via mobiltelefonen og 30% via PC/Mac.
- Samlet sett er det 54% som leser minst en avis via mobil eller PC/Mac.
- Lesing av aviser via nettbrett blir ikke rapportert før 1Q 2019 (19/1).

- Innsamling- og beregningsmetodene er endret for online (mobil, PC/Mac og nettbrett), og det er IKKE mulig å sammenligne med tidligere rapporteringer.



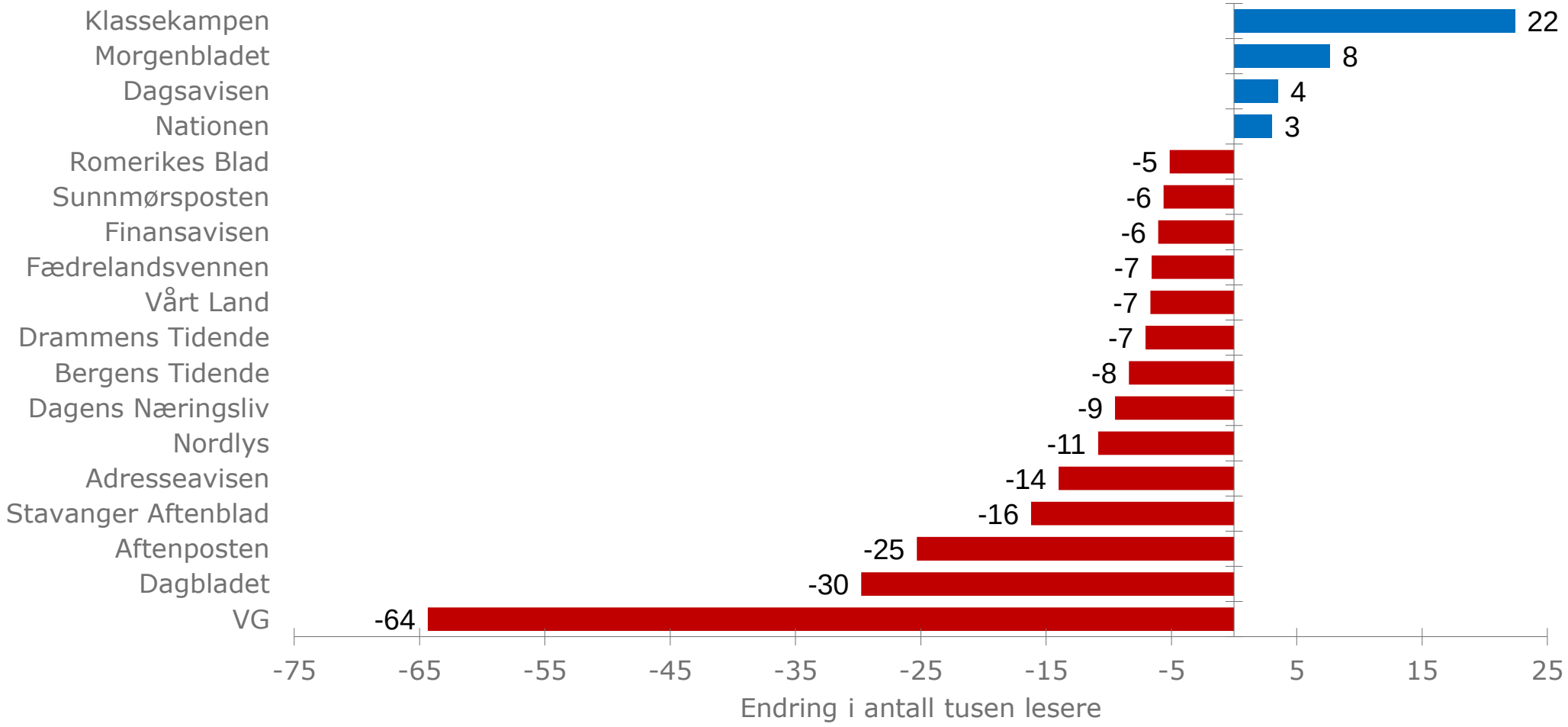
Indekserte endringer for papiraviser i forhold til år 2000 (brutto)

Mer enn halvert konsum av papiraviser

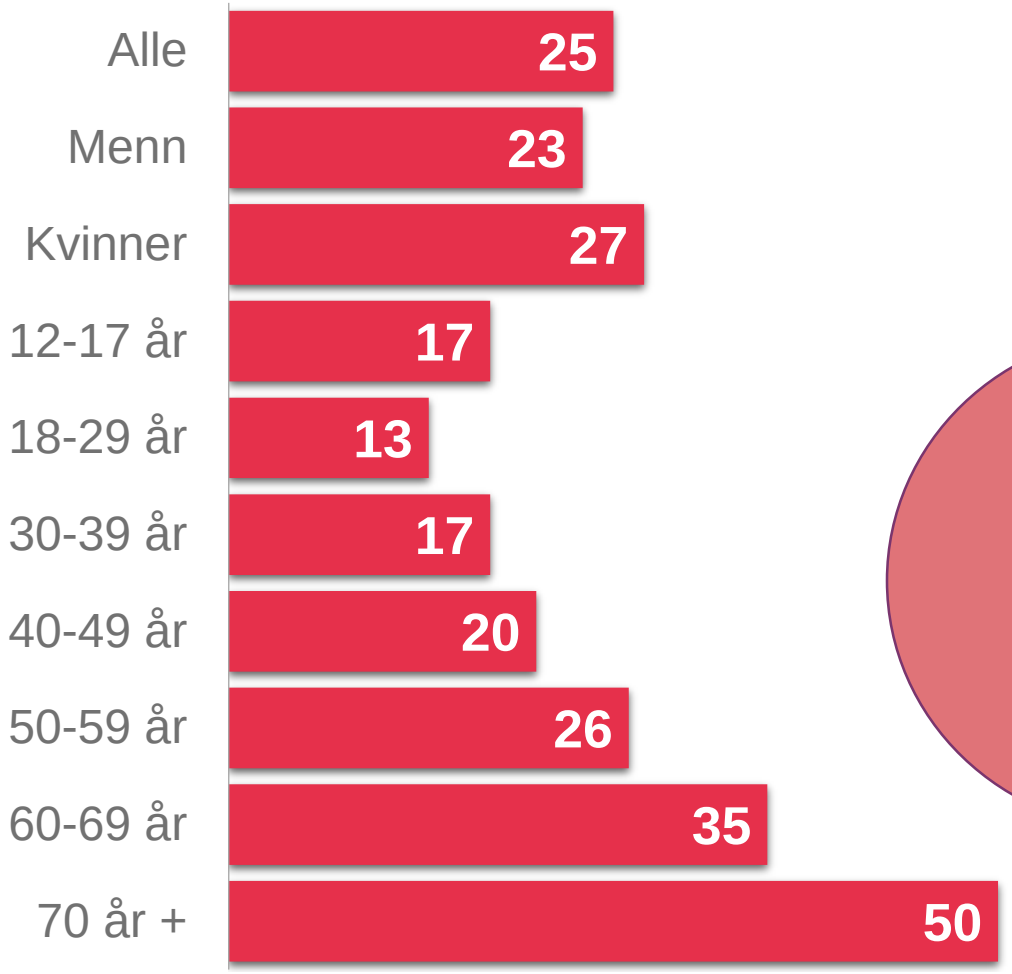


Endringer i papirlesere fra 2016/2017 til 2017/2018

Nisjeavisene øker



25% leser et magasin daglig



58% av innholdet leses ved hvert lesetilfelle (i snitt)

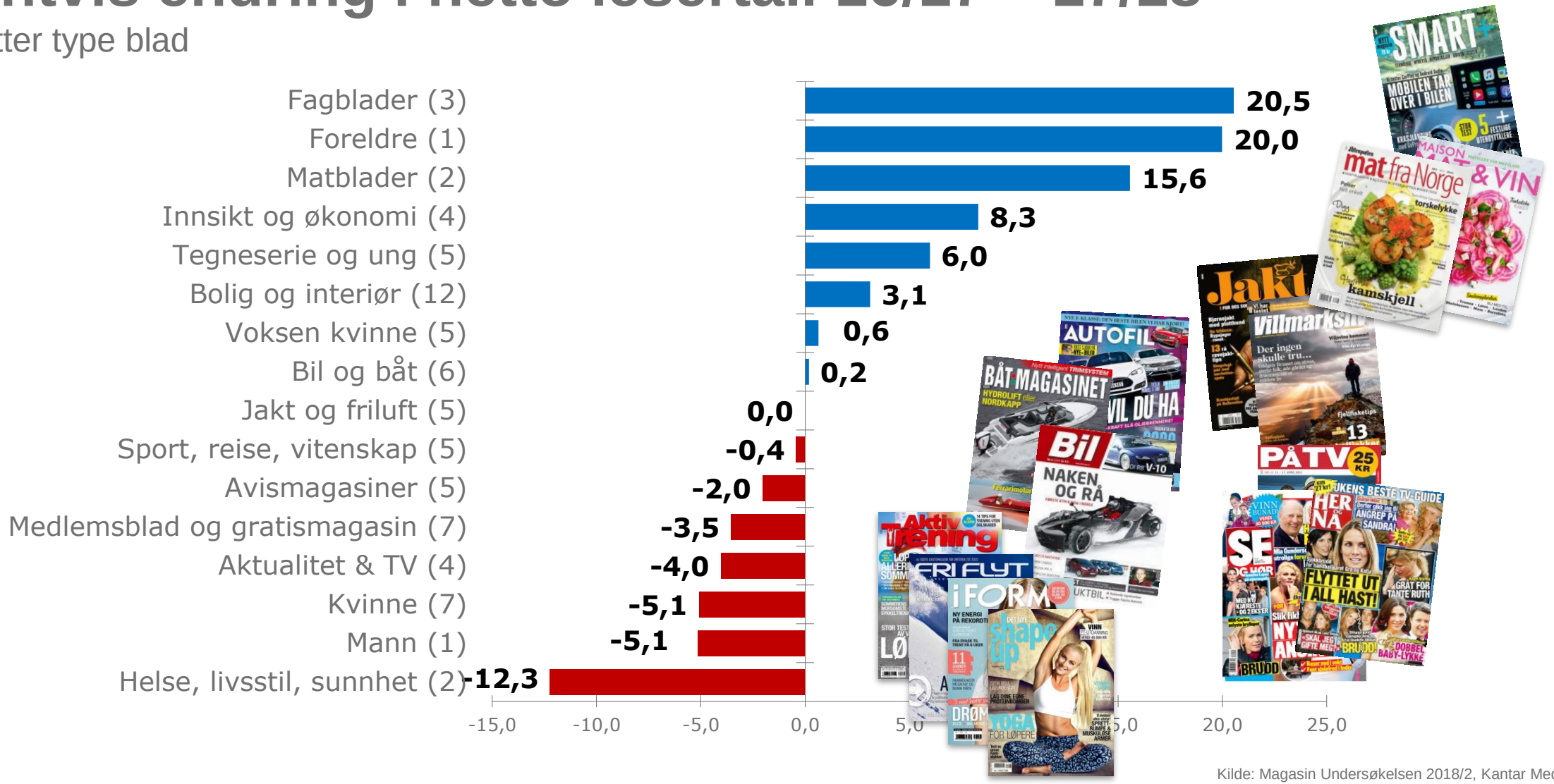
Magasinene blir i snitt lest/tittet i 3,3 ganger!

MAGASINUNDERSØKELSEN

Kilde: Magasin Undersøkelsen 2018/2, Kantar Media

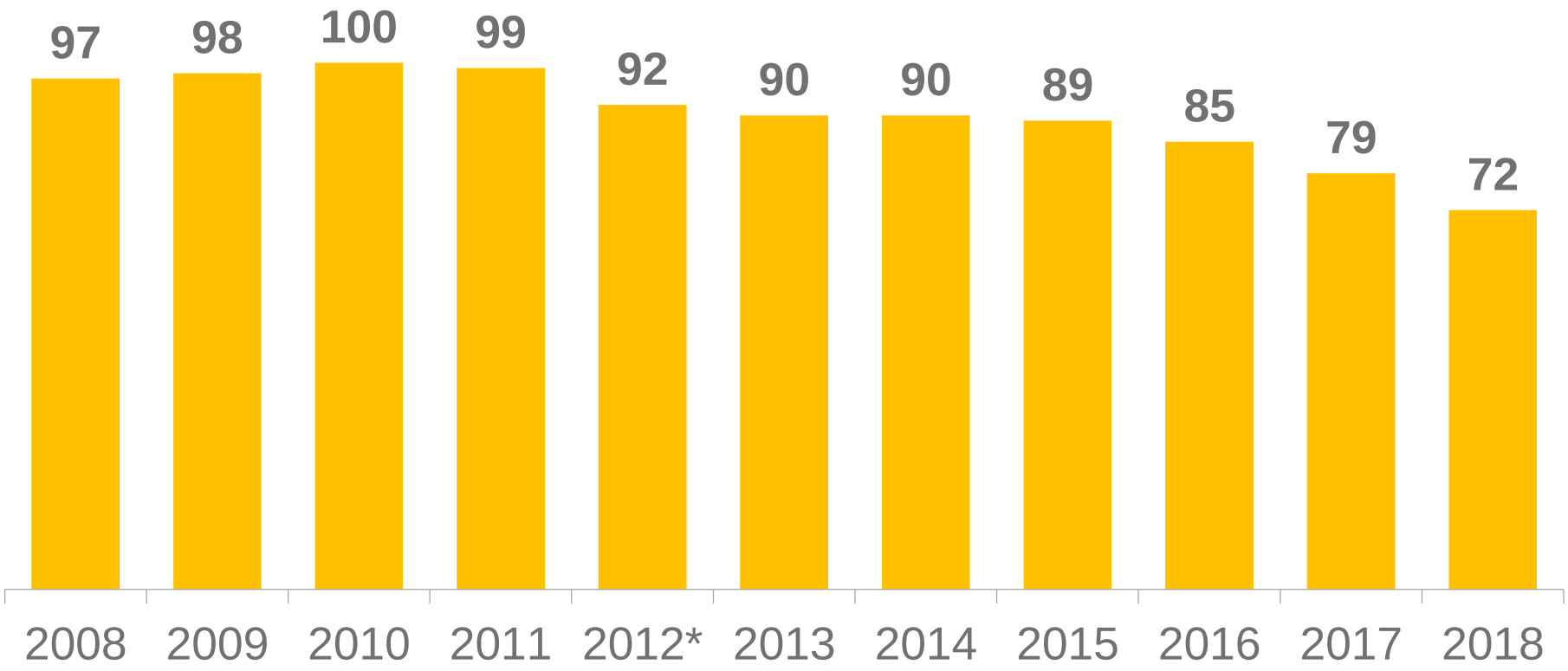
Prosentvis endring i netto lesertall 16/17 – 17/18

Gruppert etter type blad



Kilde: Magasin Undersøkelsen 2018/2, Kantar Media

Daglig lyttetid RADIO totalt (2008-2018)

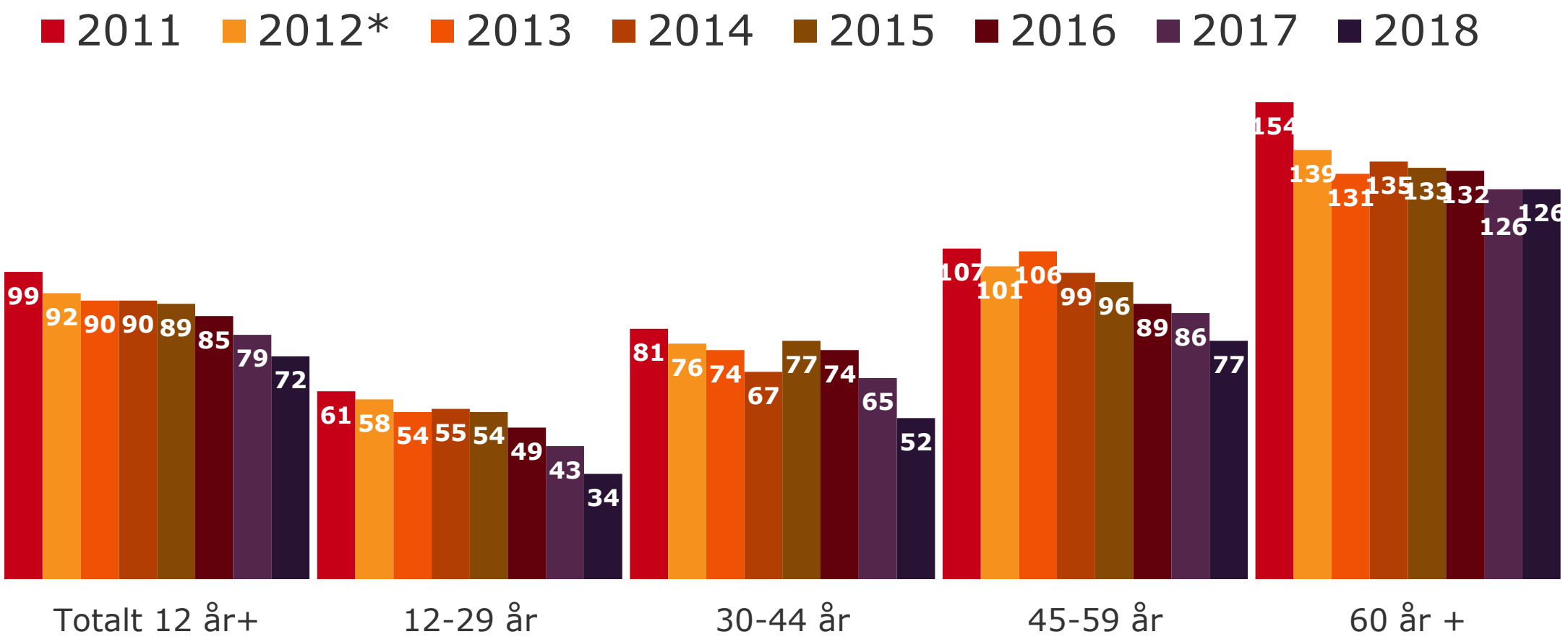


Markant nedgang i 2018 (-9%)

Kilde: Radiundersøkelsen (PPM panel), Kantar Media.

*Metodeendring 01.10.12

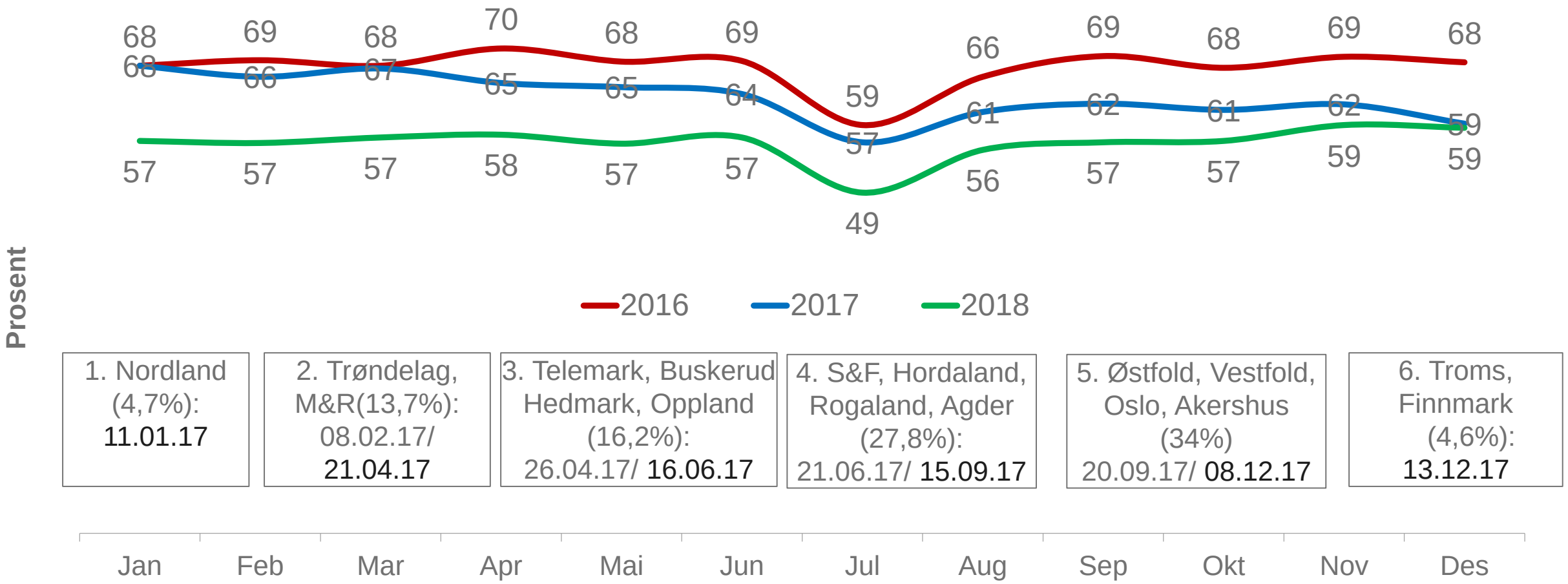
Daglig lyttetid



Kilde: Radiundersøkelsen (PPM panel), Kantar Media.

*Metodeendring 01.10.12

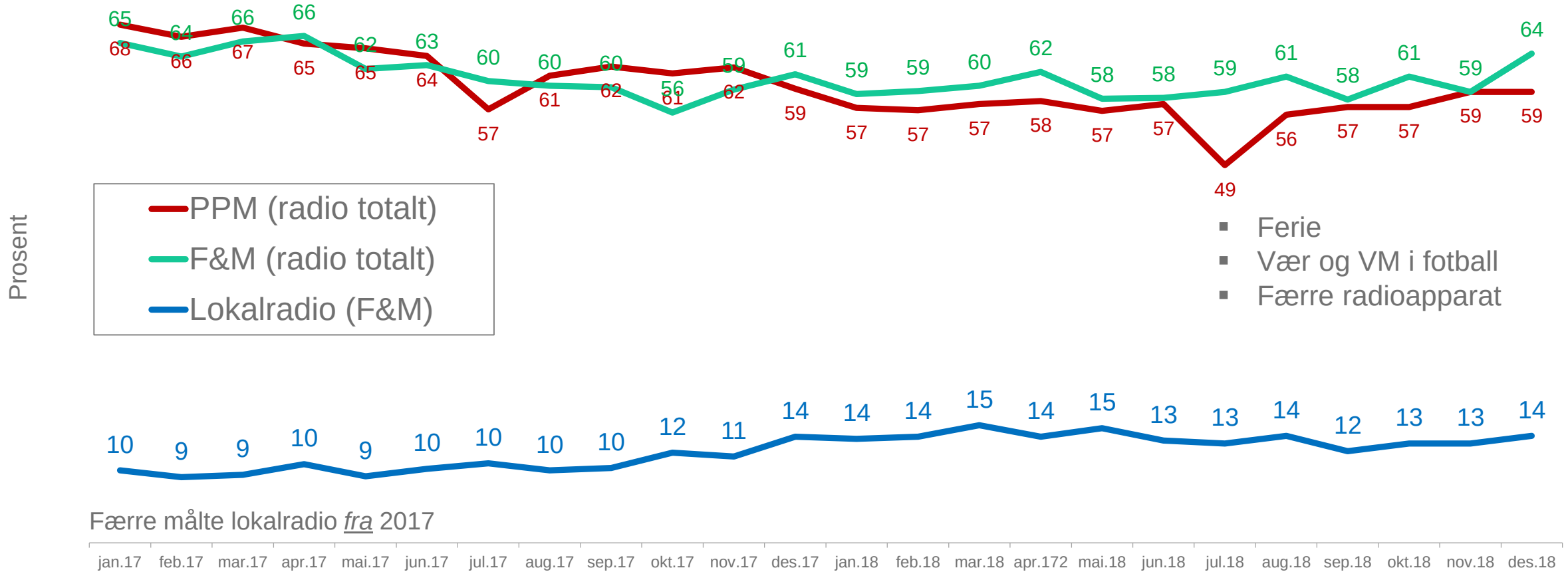
Daglige dekning - avstanden til 2017 minker



Kilde: Radiundersøkelsen (PPM panel), Kantar Media.
Alle ukedager.

Daglig dekning 2016-2018: PPM og F&M

Lokalradioene øker og løfter den totale radiolyttingen i 2018

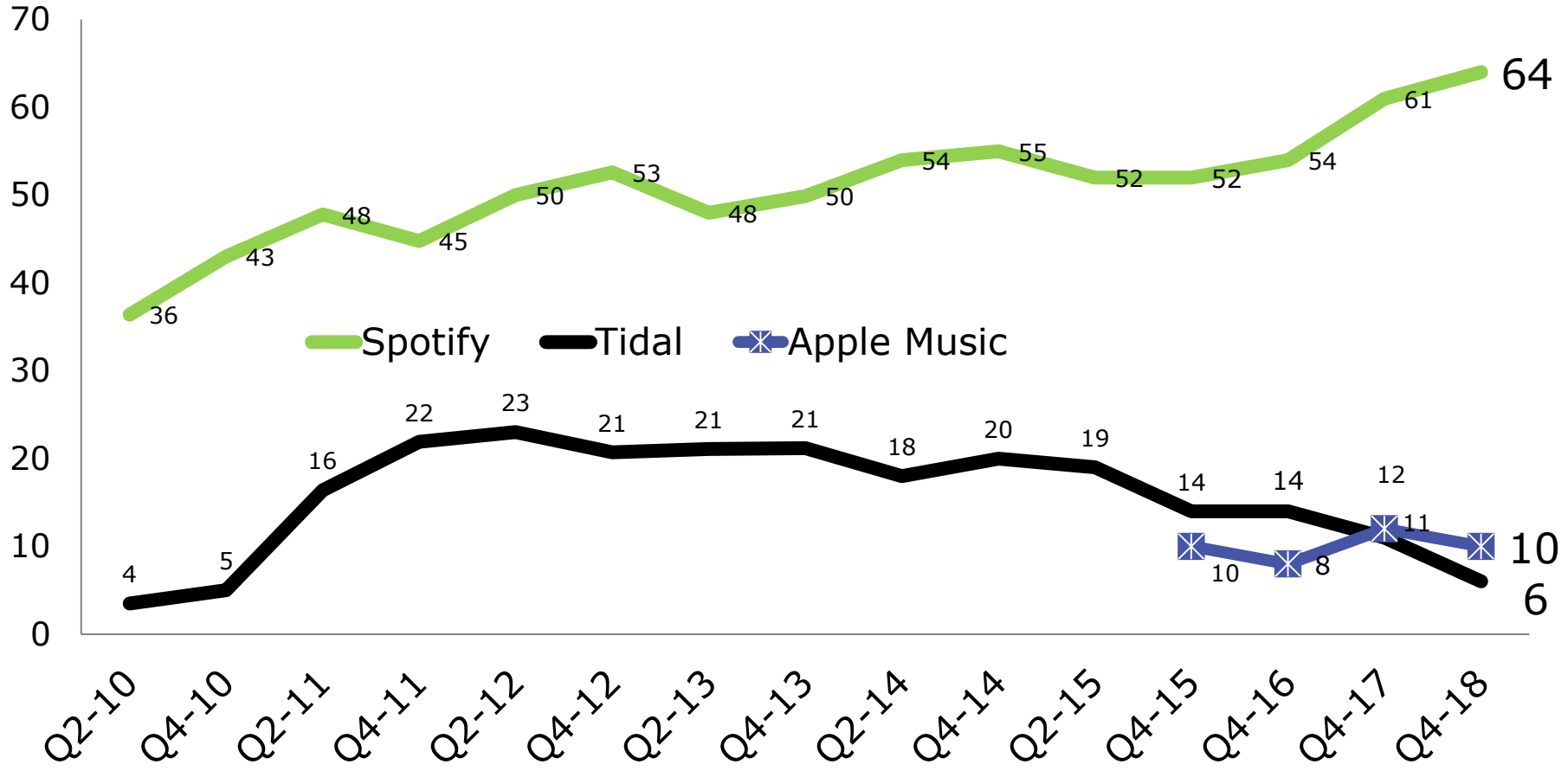


Kilde: Kantar/Gallup. De offisielle lyttertallene for lokalradio. Alle ukedager.
Fra 01.01.17 ble flere lokalradioer fra Bauer (Kiss, Radio Rock) og P4 Gruppen (P5 og NRJ) ikke målt, da de ble riksdekkende kanaler.
30.04.18 opphørte lokalradioene P5 Trondheim, NRJ Trondheim, P7 Trondheim. Disse er nå kun rikskanaler.

KANTAR MEDIA

Musikkstrømming

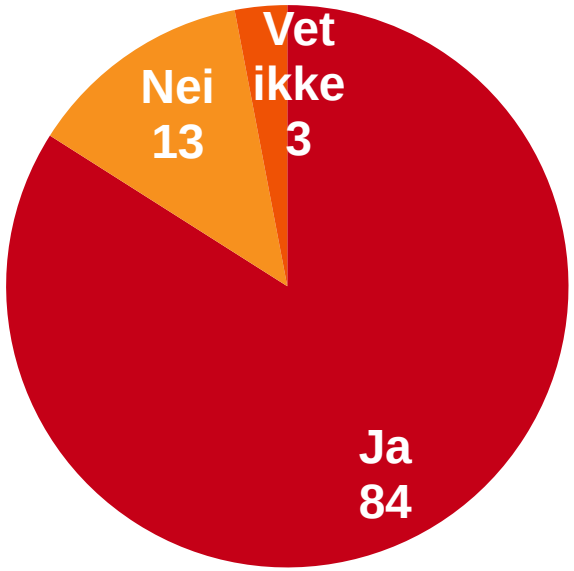
Spørsmål: Har du tilgang til følgende musikktjenester på Internett?



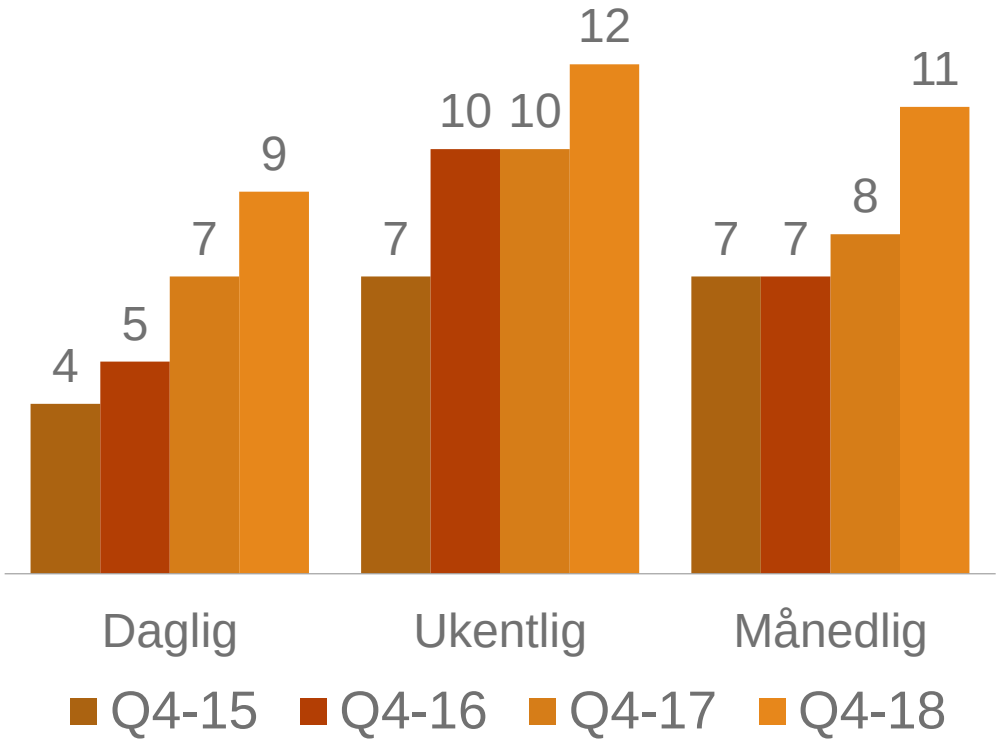
Kilde: Interbuss, Kantar Media (internettbefolkningen 97%)

Kjennskap og lytting til podkast

Spørsmål: Kjenner du til eller har hørt om podkast?



Spørsmål: Hvor ofte hører du på podkast?



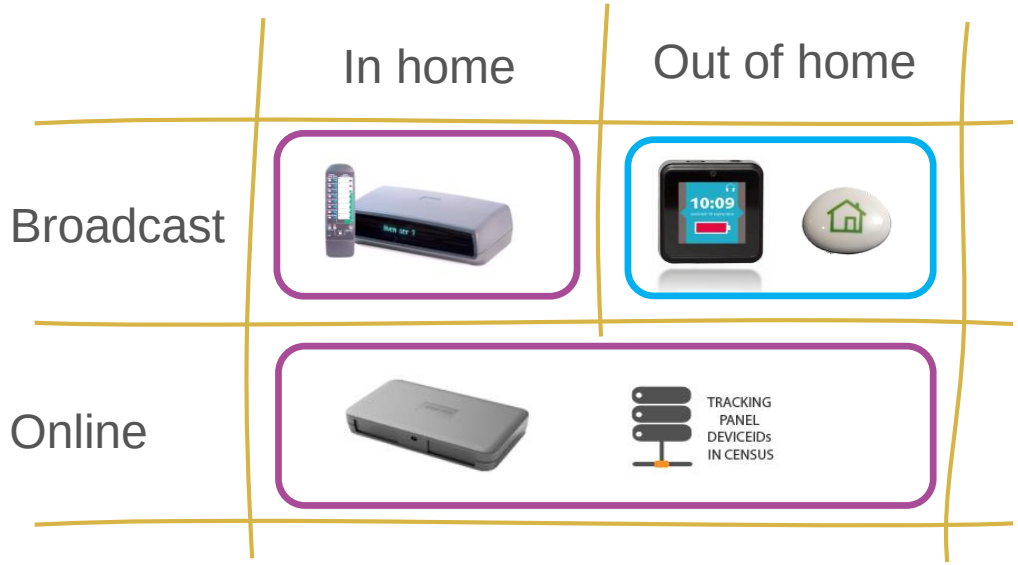
21% hører på podkast minst en gang i uken

32% hører på podkast minst en gang i måneden

Kilde: Interbuss, Q4-2018 Kantar Media (internettbefolkningen 97%)

TVOV* – den nye TV målingen i Norge

To paneler med multiple teknologier



Nytt utvalg, nytt univers og ny teknologi

Vanskeliggjør sammenligninger med tidligere år

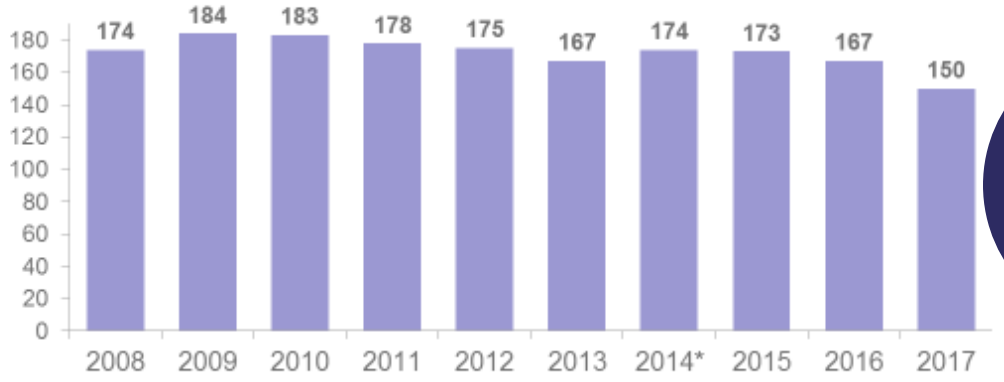
TV meter (før 2018)		TVOV (fra 01.01 2018)
Personer 12 år +	vs.	Personer 10-79 år
Kun husstander med TV (93%)	vs.	Alle husstander, også de uten TV (100%)

Nye vektematriser som følge av nytt univers og utvalgssammensetning

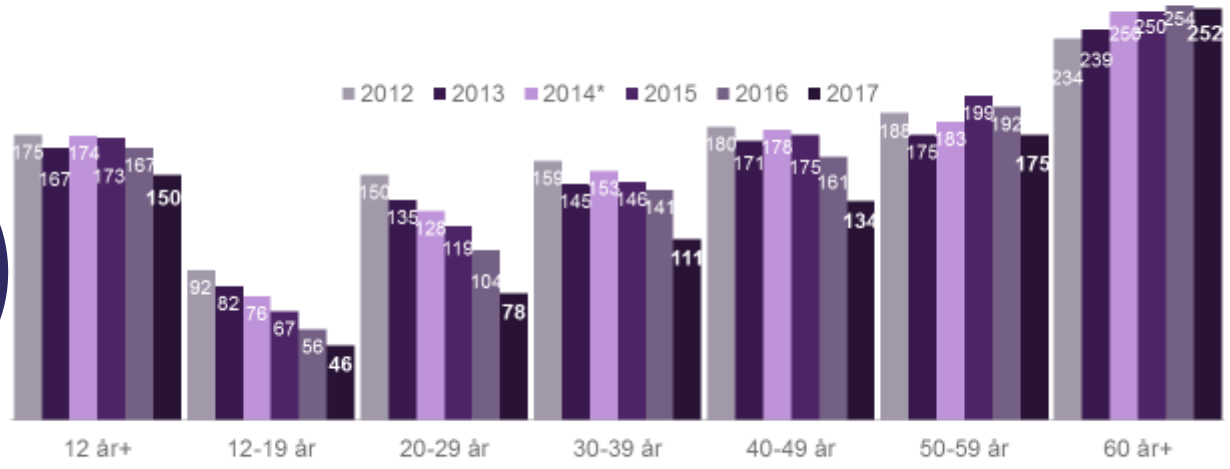
KANTAR MEDIA

Hvor var vi i fjor?

Daglig seertid (2008-2017)

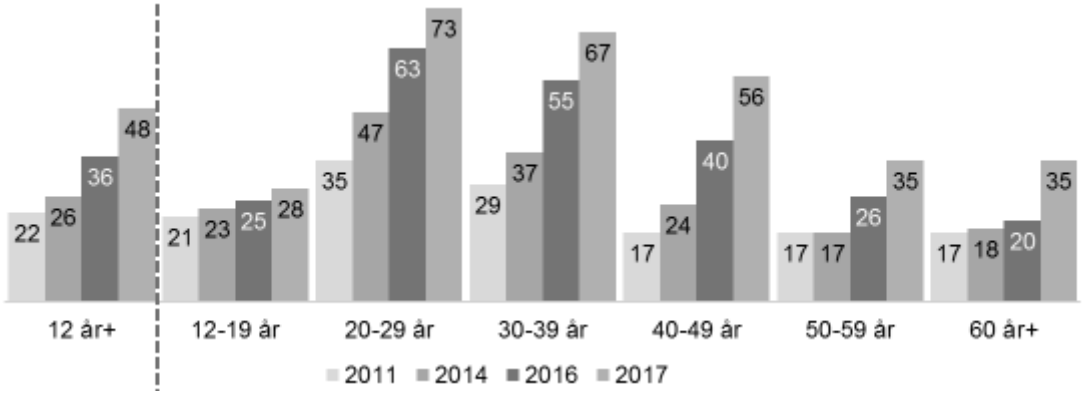


Sterk tilbakegang for lineær TV seeing i 2017 (-10%)



Kilde: Kantar Media, TV-meterpanel. * *Fra sommeren 2014 inngår en mer fullstendig måling av OOH seing enn tidligere

Annen bruk av TV'en



KANTAR MEDIA

Kilde: Kantar Media, TV-meterpanel. * *Fra sommeren 2014 inngår en mer fullstendig måling av OOH seing enn tidligere

Annen bruk innebærer annen registrert aktivitet på TV-apparatet. som ikke kan identifiseres som TV-innhold. Det kan være TV-spill, opptak eldre enn 7 dager, radio på TV, Netflix, HBO etc.

Tidsforsinket seing

2018	9,4%
2017	8,0%
2014	5,2%
2009	1,9%

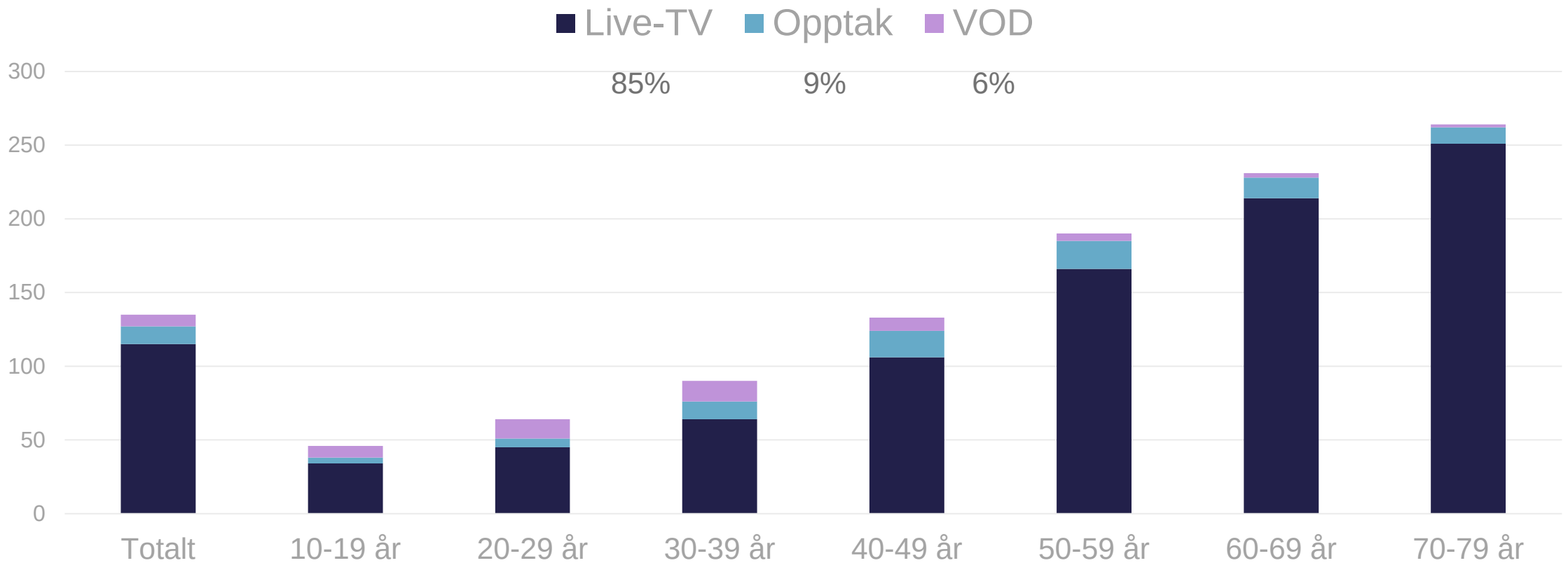
20-29 år	11,8%
30-39 år	15,8%
40-49 år	14,5%

Menn	8,7%
Kvinner	10,2%

Kilde: Kantar Media;
Fra 2018 TVOV, 10-79 år (2018 i prosent av konsolidert 7 dager uten VOD),
Før 2018 TV-meterpanel, 12 år +.

TVOV trender 2018

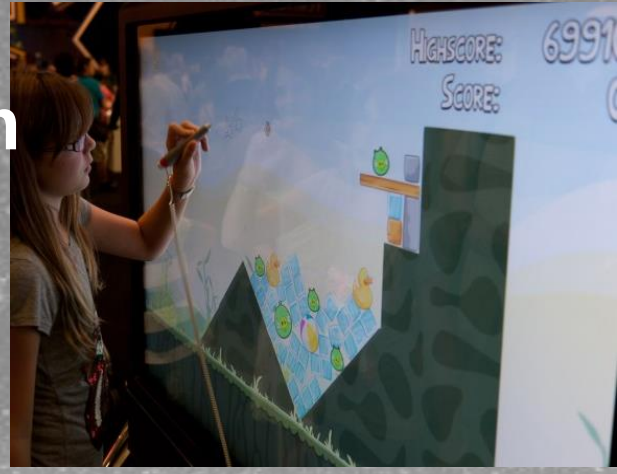
Online utgjør en viktig del av total seing, spesielt blant yngre

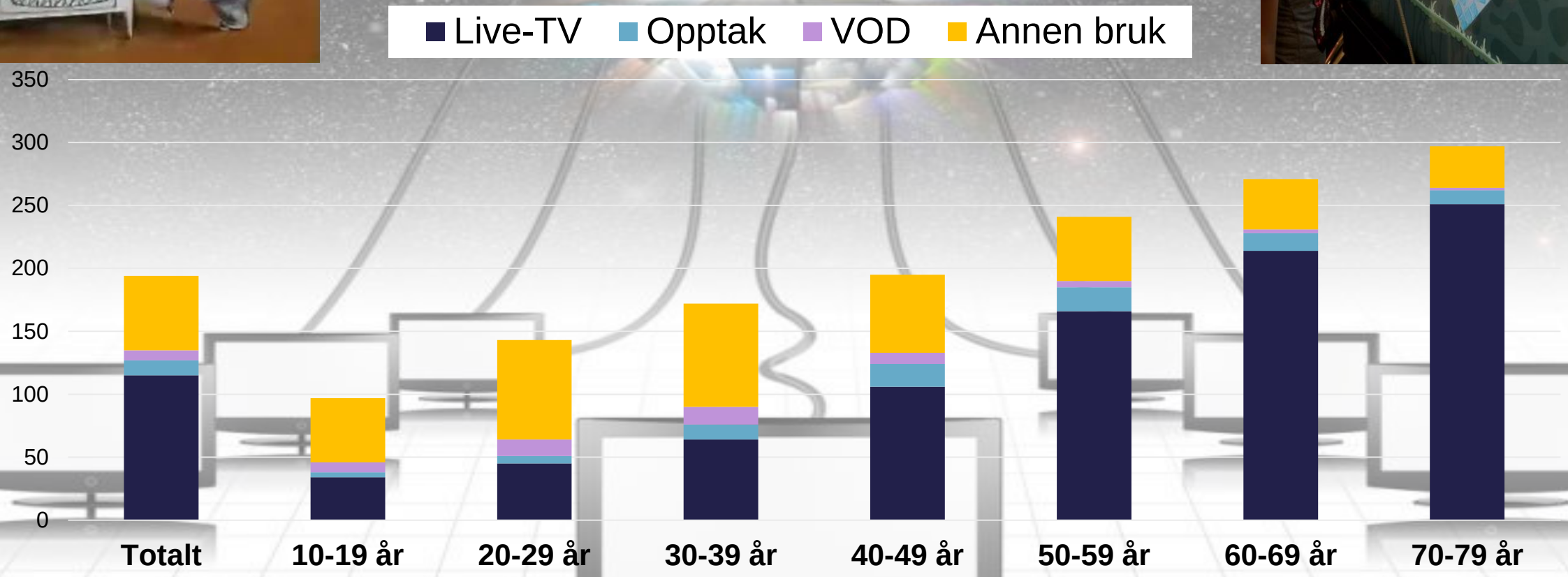


KANTAR MEDIA

Source: TVOV Norway,. (TV & Online Viewing)
Online: Live streaming and VOD for NRK, TV2, NENT and Discovery.

Total bruk levende bilder og TV skjerm

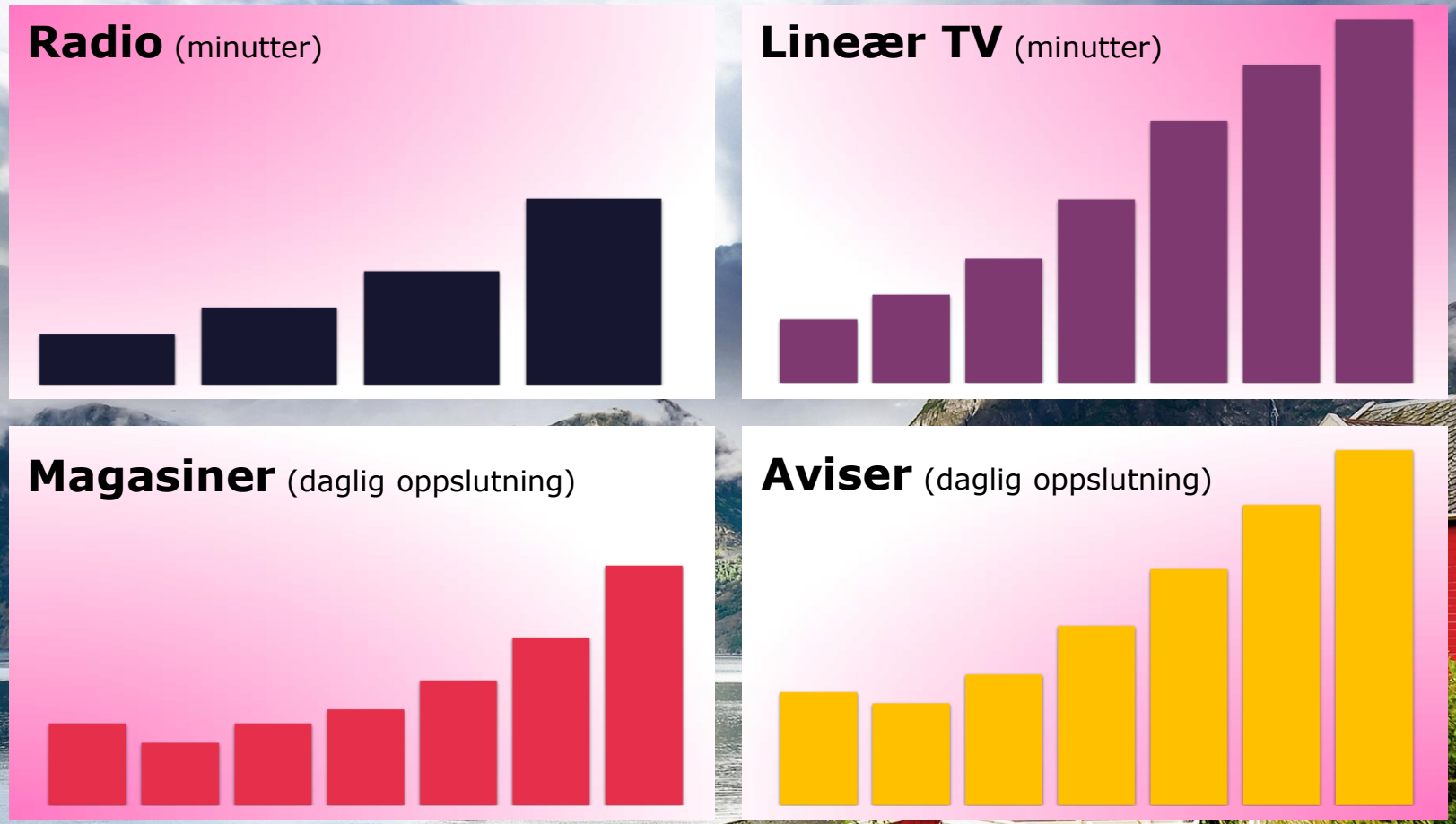




Kilde: TVOV, Kantar Media. Personer 10-79 år, gjennomsnittlig antall minutter per dag.

«Annen bruk innebærer annen registrert aktivitet på TV-apparatet som ikke kan identifiseres som TV-innhold (f.eks.TV-spill, opptak eldre enn 7 dager, radio på TV). Annen bruk inneholder også online bruk av f.eks. Netflix, Hbo og YouTube.»

Tradisjonelle medier i «furet værbitt»

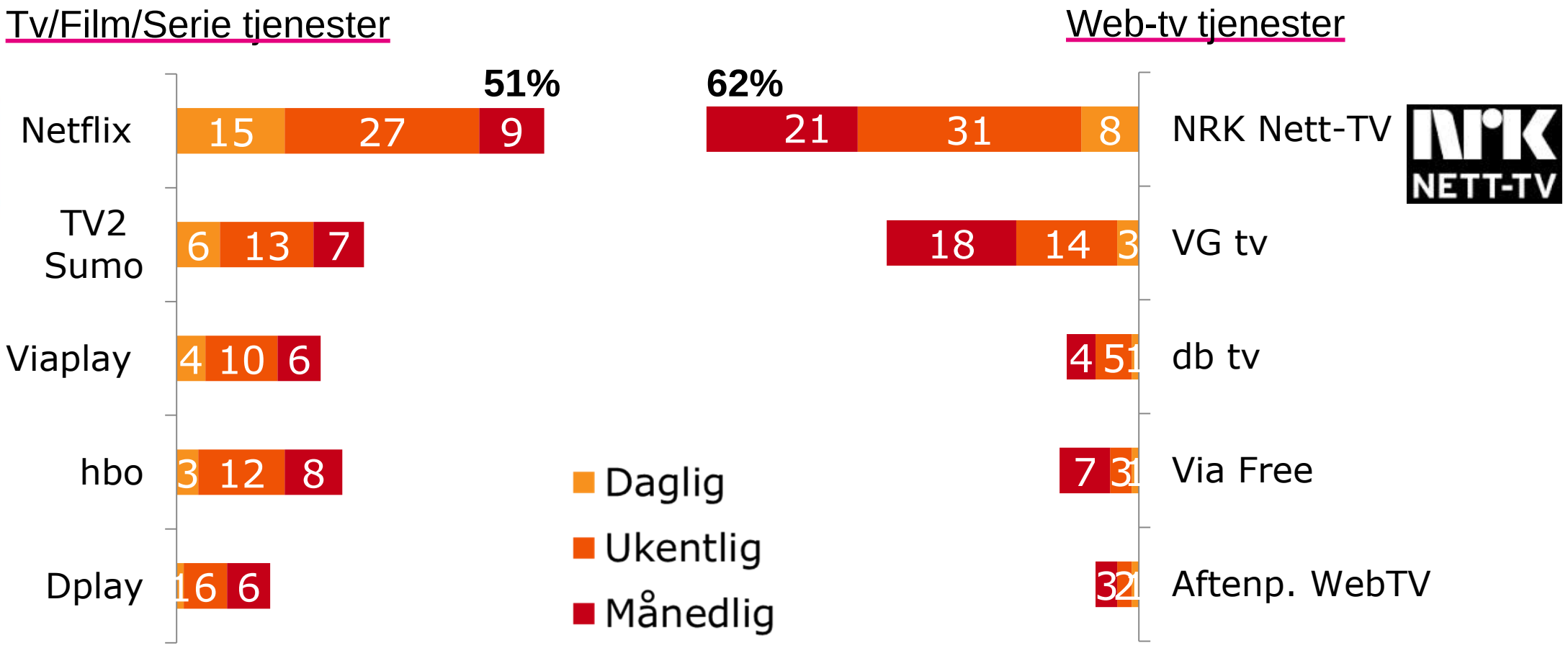


Konsum (volum)

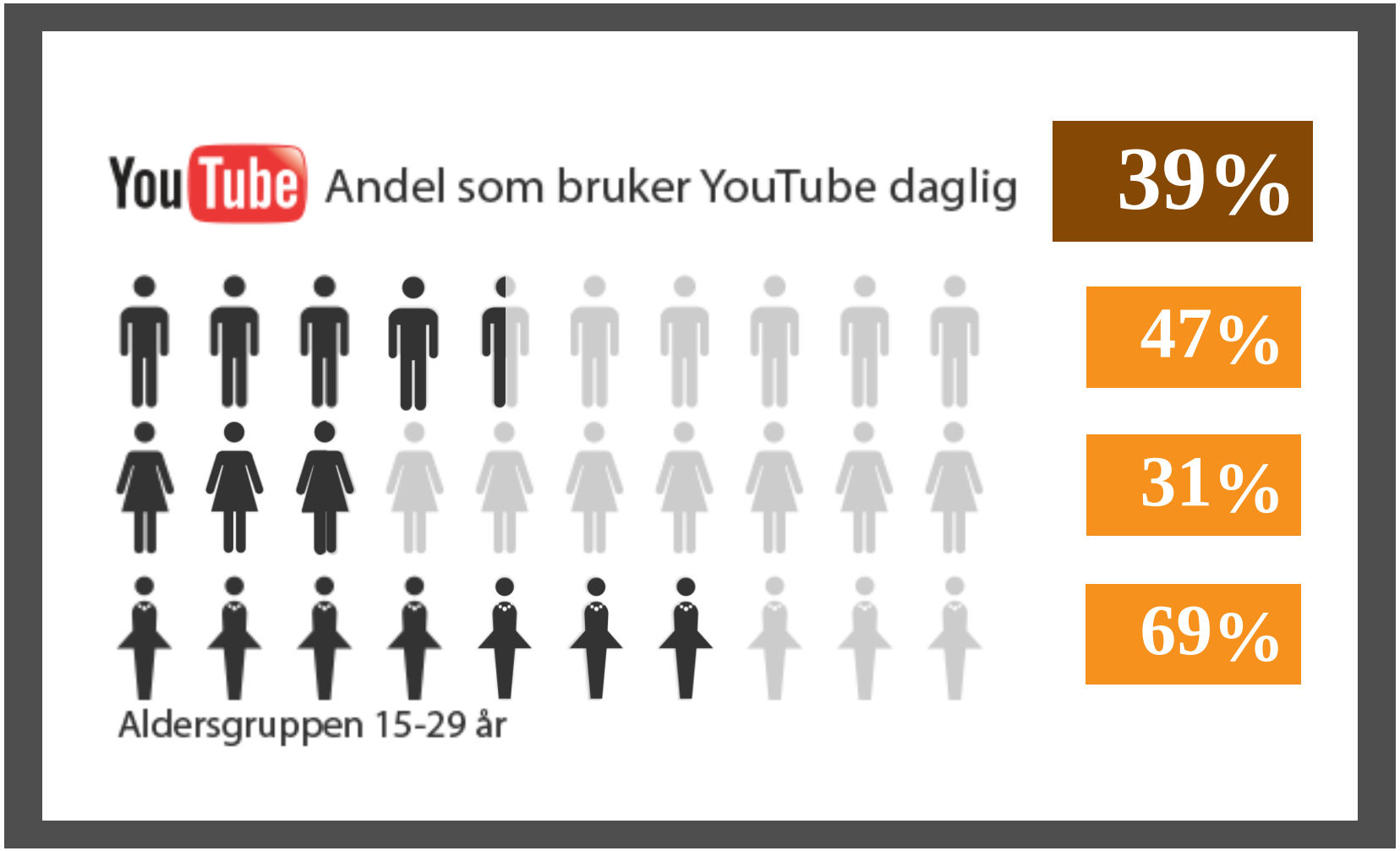
Alder (fra ung til eldre)

Kilde: Kantar Media 2018

Strømmetjenestene

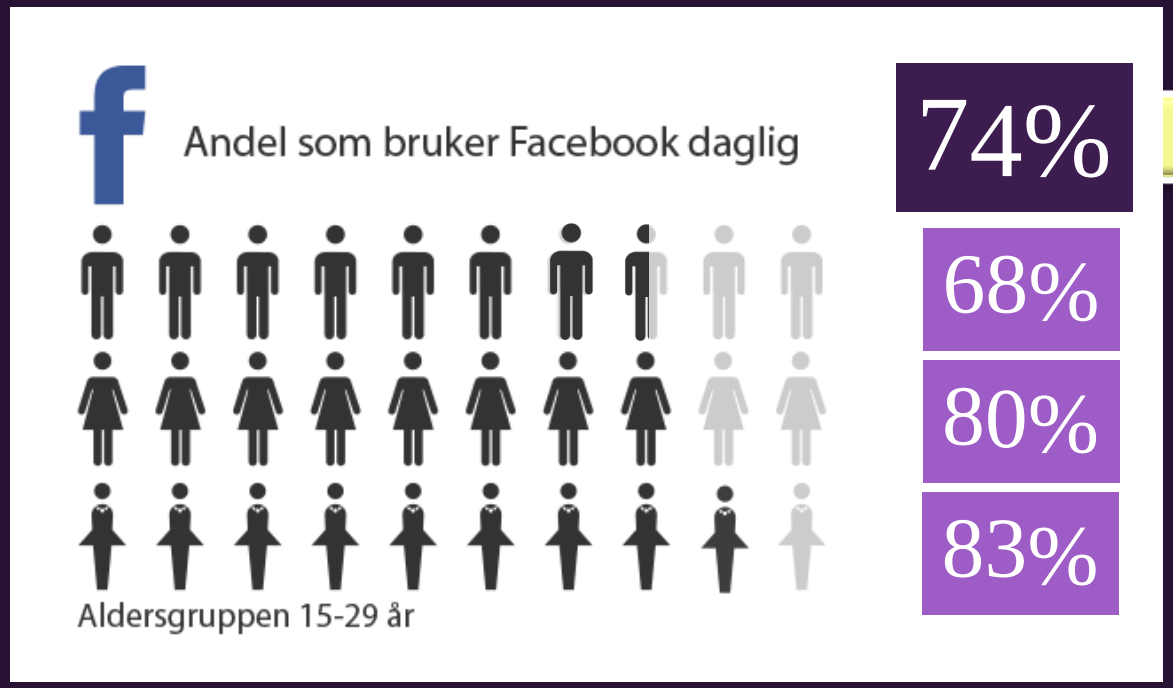


Kilde: Kantar Media Interbuss Q4-2018, (internettbefolkningen 97%)



Kilde: Forbruker & Media 18/2 (tlf), Kantar Media.

Facebook



Facebook går tilbake!

Gjelder alle grupper, men spesielt blant menn.
Fra 79% til 74% siden Q4 2017

Kilde: Interbuss Q4 2018, Kantar Media, Base: Internettbefolkningen (97%)

Påstander om bruk av Facebook

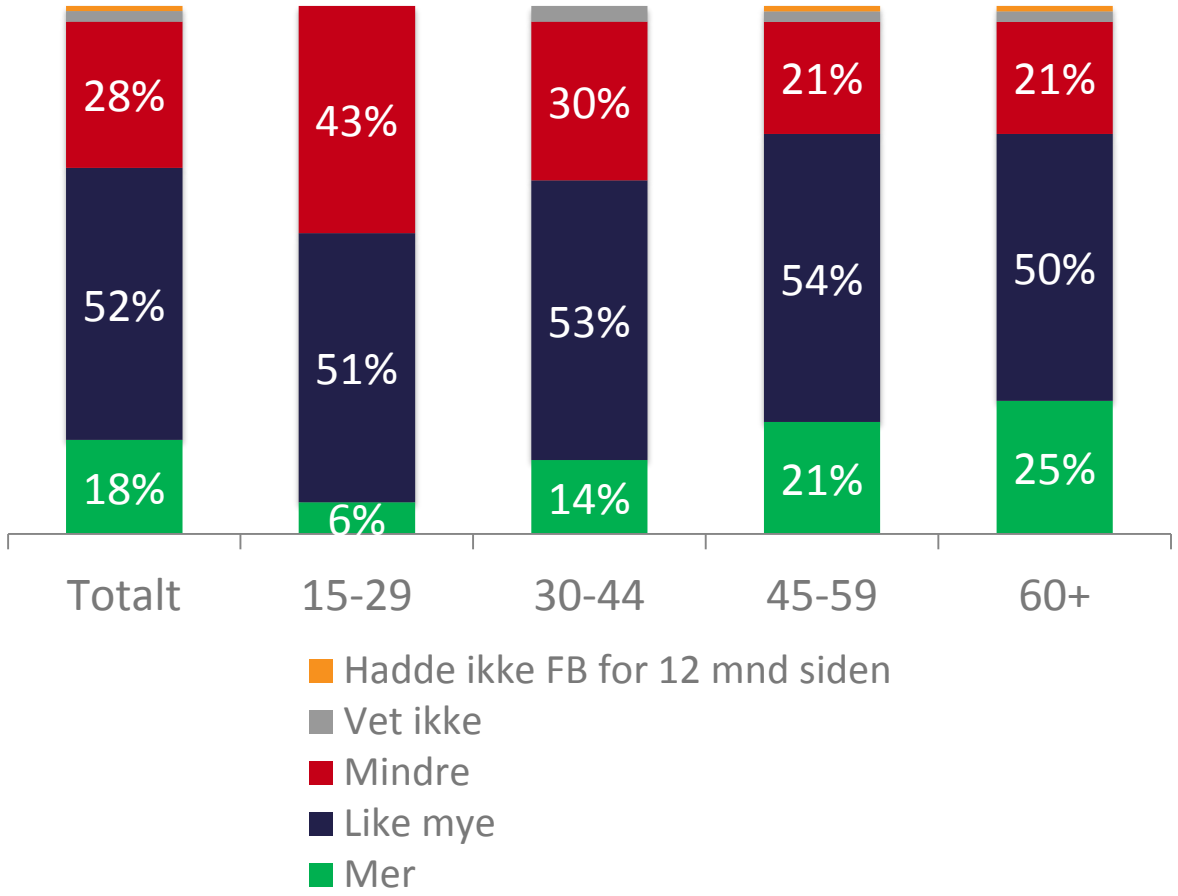
		Enig
Jeg legger ut *færre statusoppdateringer* nå sammenliknet med for ett år siden	Totalt	46% (41%)
	15-29 år	50% (46%)
	30-44 år	44% (46%)
	45-59 år	48% (40%)
	60+	38% (33%)

		Enig
Jeg har inntrykk av at mine venner legger ut færre statusoppdateringer nå sammenliknet med for ett år siden	Totalt	53% (40%)
	15-29 år	79% (54%)
	30-44 år	53% (46%)
	45-59 år	48% (36%)
	60+	35% (22%)

Tall i parentes er Q4 2017

Kilde: Social Media Tracker 2018- Kantar Media, Base: 846

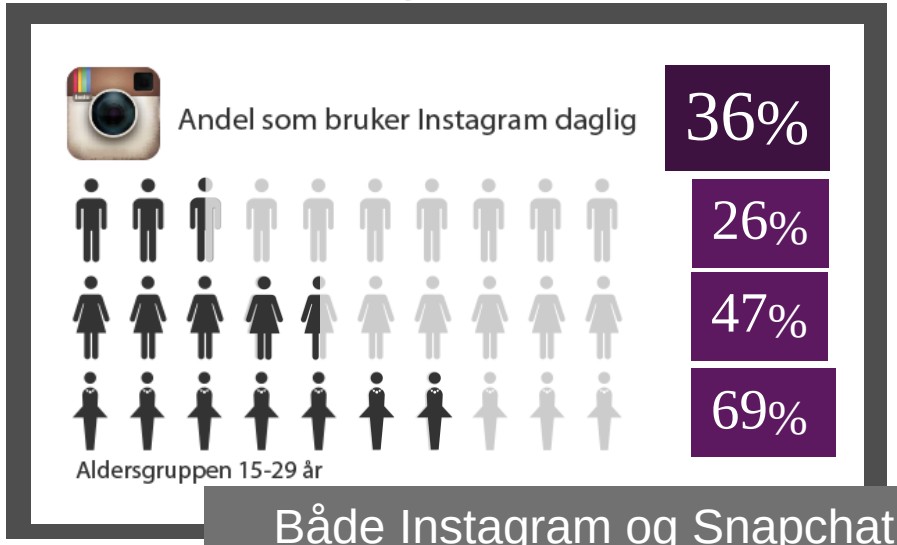
Bruker du Facebook mer eller mindre nå enn for ett år siden?

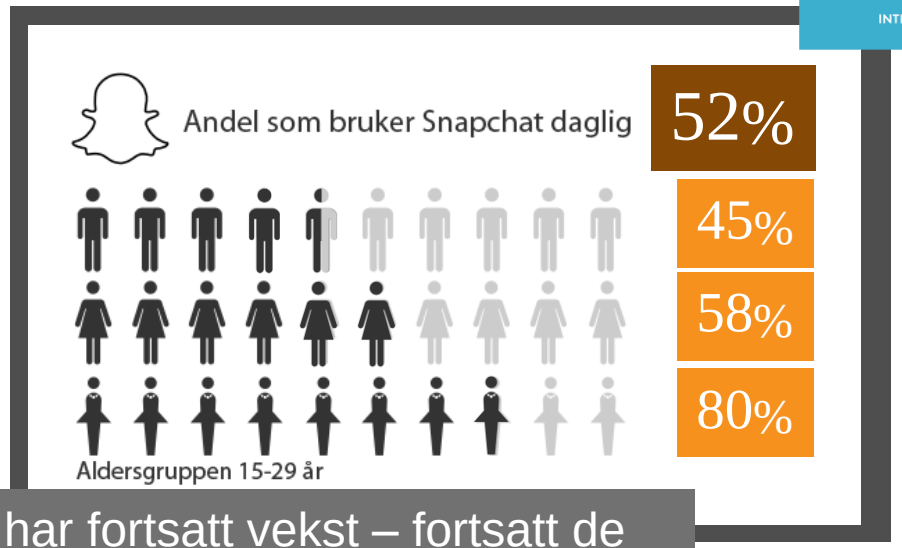


...41 % sier at Messenger er viktigste grunnen til at de bruker Facebook

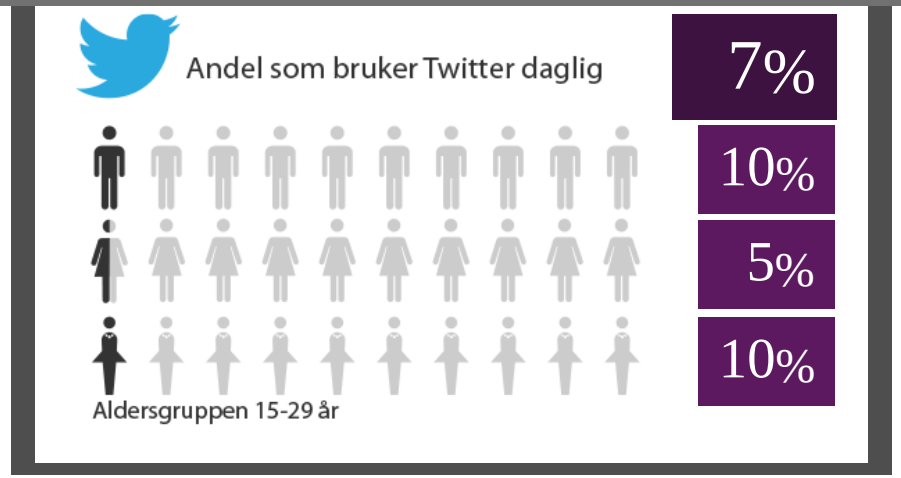
Kilde: Social Media Tracker 2018- Kantar Media, Base: Internettbefolkningen (96%)

Sosiale media – Q4 2017



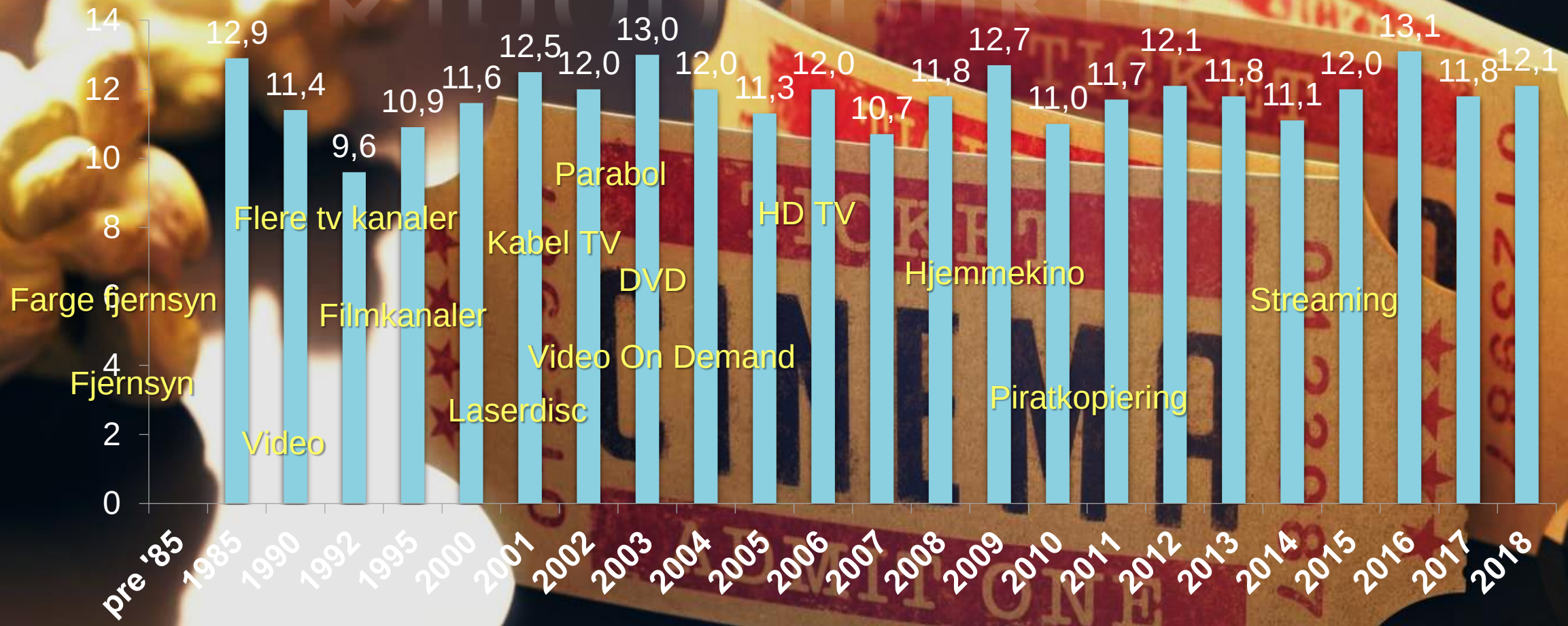


Både Instagram og Snapchat har fortsatt vekst – fortsatt de unge og kvinnene som leder an!



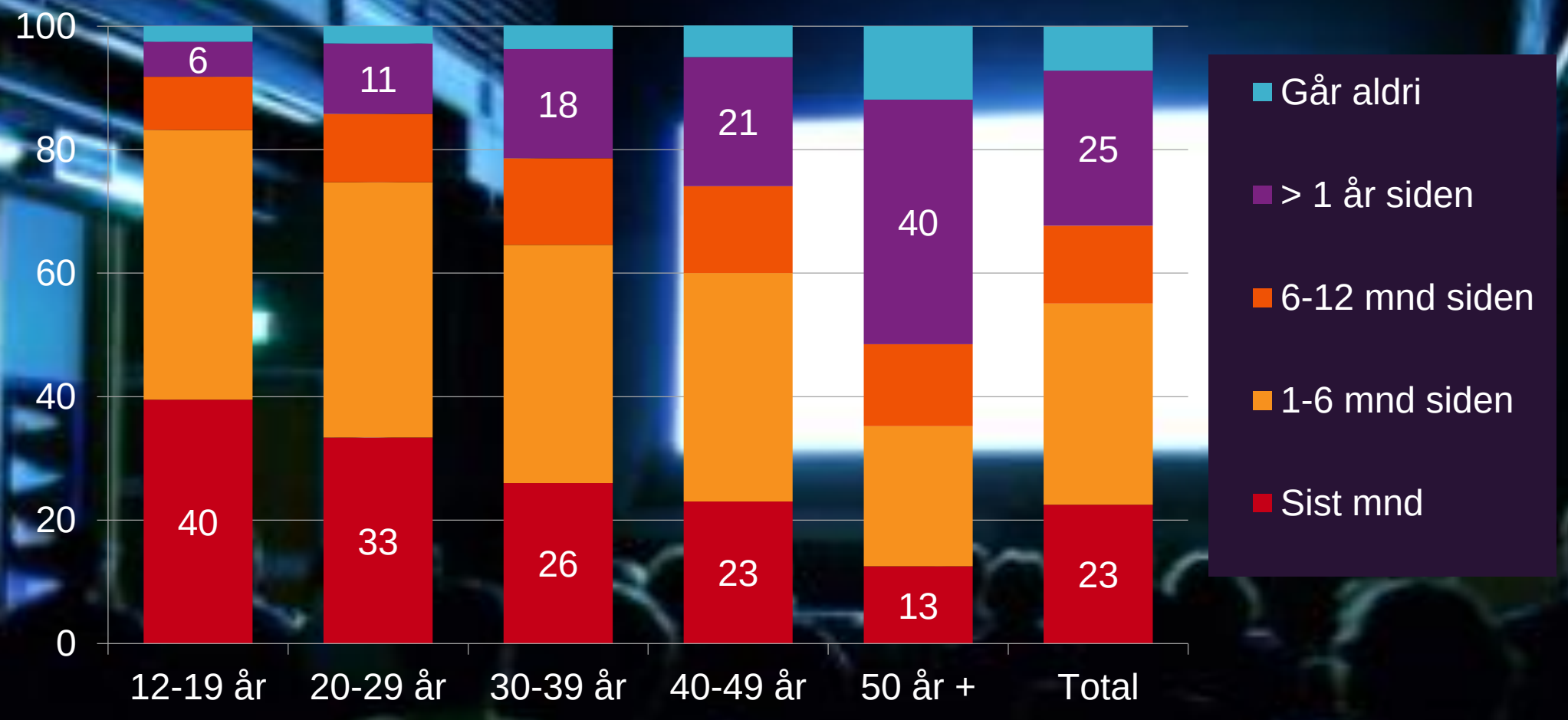
Kilde: Interbuss Q4 2018 - Kantar Media, Base: Internettbefolkningen (96%)

Kinopublikum



Årlig kinobesøk per år (tall i mill.)

68% har vært på kino siste år



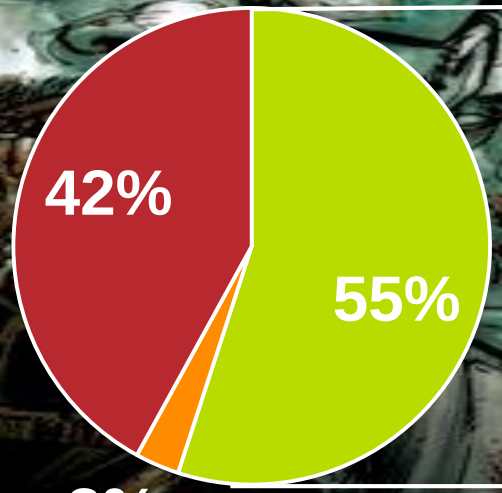
KANTAR MEDIA

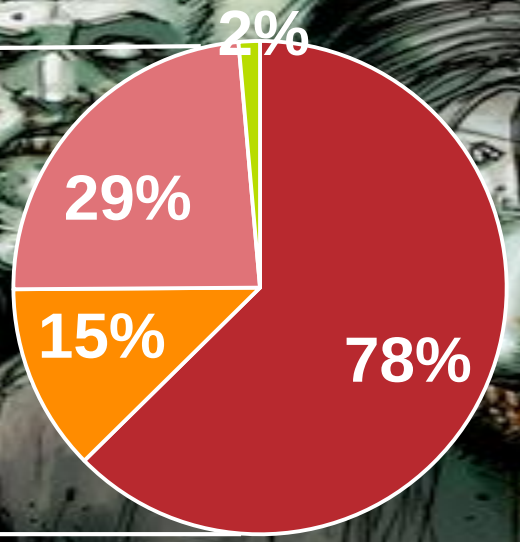
Kilde: Befolkningen 12 år +, Forbruker & Media 18/2 – Kantar Media

UTFORDRINGER
Mediebrukeren

KANTAR MEDIA

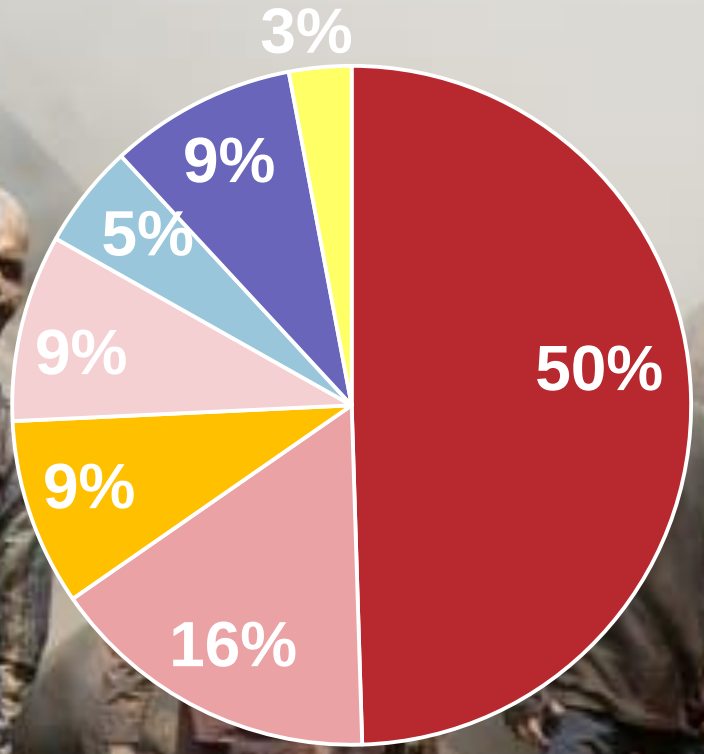
Mener du at du bruker for mye tid på nett……., i så fall på hvilke skjermer?





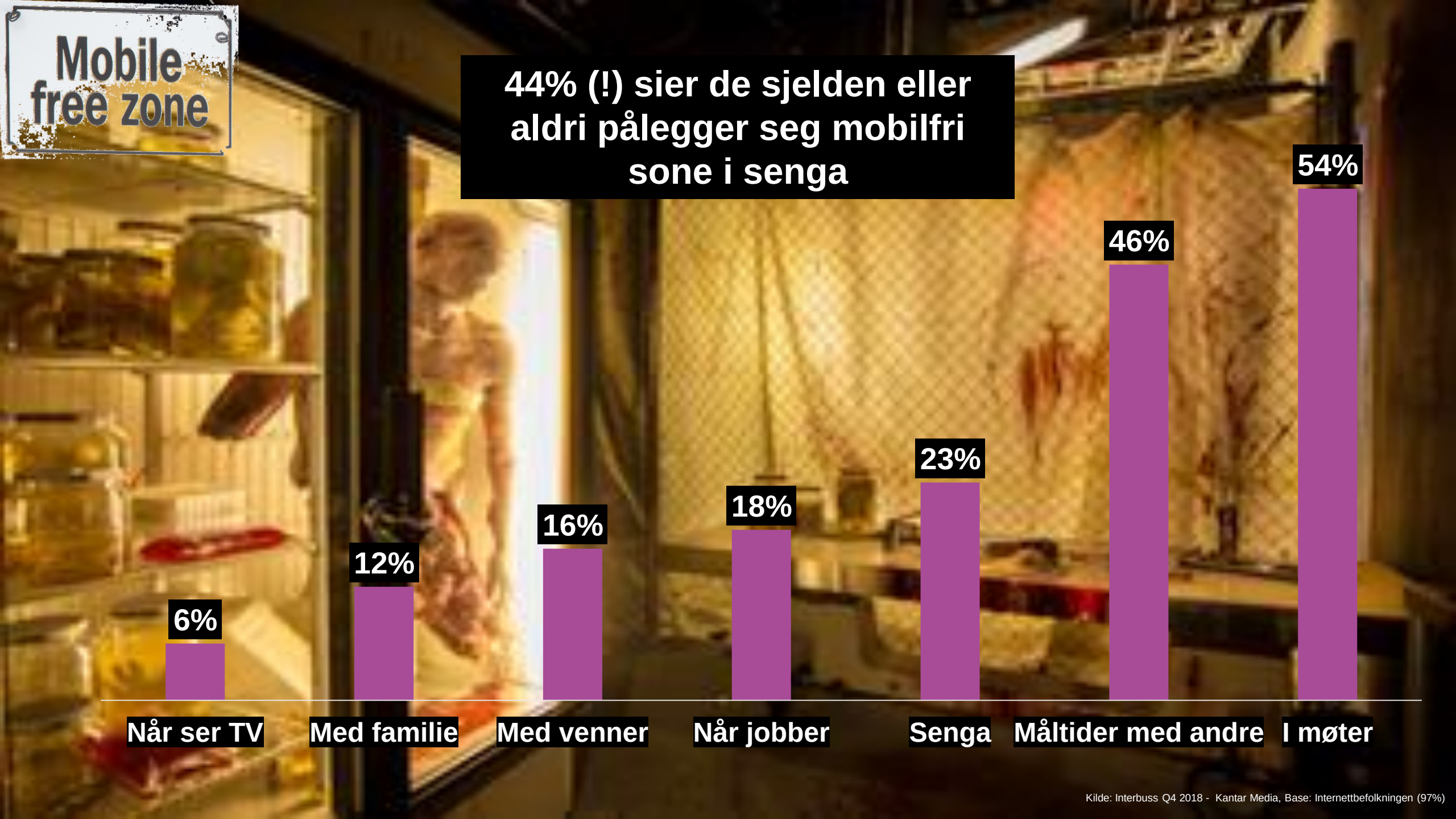
Kilde: Interbuss Q4 2018 - Kantar Media, Base: Internettbefolkningen (97%)

Hvilken nettaktiviteter mener du at du bruker for mye tid på?



- Sjekke sosiale medier
- Lese nettaviser
- Spill/gaming
- Se tv-serier/filmer
- Se korte videosnutter
- Annet (blog, chat, annet)
- Vet ikke

Kilde: Interbuss Q4 2018 - Kantar Media, Base: Internettbefolkningen (96%), «de som mener de bruker for mye tid på skjermen (55%)



Kilde: Interbuss Q4 2018 - Kantar Media, Base: Internettbefolkningen (97%)

THANK YOU
KANTAR MEDIA
@iSandvik

Offisielle mediemålinger

- AVISUNDERSØKELSEN
- MAGASINUNDERSØKELSEN
- RADIOUNDERSØKELSEN
- TV-UNDERSØKELSEN
- FAGPRESSEUNDERSØKELSEN

Syndikerte medieundersøkelser

- HUSHOLDNINGENES MEDIEUTGIFTER
- MEDIEUNGDOM
- MEDIEBARN
- FORBRUKER & MEDIA
- INTERBUSS
- KANALVALG
- TJUEFIRETIMER
- SOCIAL MEDIA TRACKER

About Kantar Media

Kantar Media is a global leader in media intelligence, providing clients with the data they need to make informed decisions on all aspects of media measurement, monitoring and selection. Part of Kantar, the data investment management arm of WPP, Kantar Media provides the most comprehensive and accurate intelligence on media consumption, performance and value. For further information, please visit us at www.kantarmedia.com

@Kantar_Media

KantarMediaGlobal

company/Kantar-Media

@KantarMedia

+KantarMediaGlobal

KantarMediaGlobal

© Kantar Media