

SOME EN JUNGEL AV PÅVIRKNING

*– ER MENN KUN OPPTATT AV SPORT
OG ER KVINNER FRA VENUS?*

KJETIL STRØMSETH
CHIEF CLIENT OFFICER
IPSOS NORGE

Man viser hvor glad man er på Facebook,
hvor irriteret man er på Twitter, hvor fin man
er på Instagram og hvor stygg man er på
Snapchat

Kilde: Jodl 2020



65%

AV NORDMENN BRUKER
SOSIALE MEDIER
FLERE GANGER
OM DAGEN !



63%

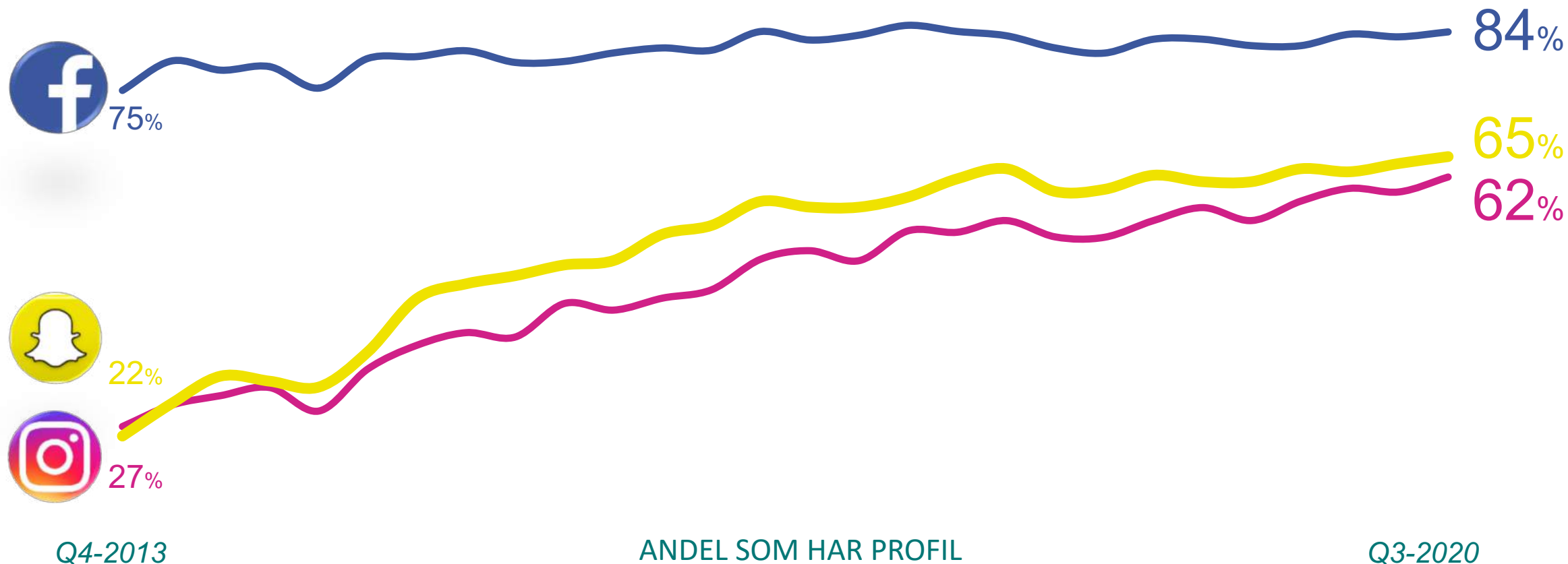
BLANT MENN MELLOM
18-29 ÅR



78%

BLANT KVINNER MELLOM
18-29 ÅR

Vi har nådd toppen





96%

**AV NORDMENN HAR
MINST EN PROFIL PÅ
SOSIALE MEDIA**

**KVINNER BRUKER DE
STØRSTE SOSIALE
MEDIENE MEST, MENN ER
OVERREPRESTERT PÅ
YOUTUBE, LINKEDIN OG
TWITTER**

PODCAST I VEKST



42%

AV DEN NORSKE BEFOLKNINGEN OVER 18 ÅR
HØRER PÅ PODKAST MÅNEDLIG ELLER OFTERE

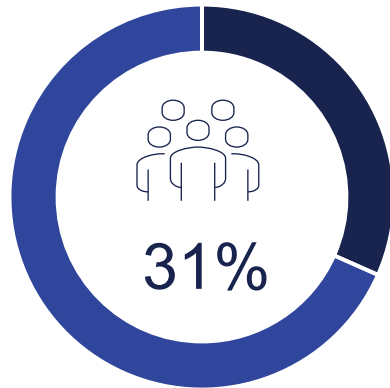




35% VEKST I ANDEL I BEFOLKNINGEN SOM LYTTER TIL PODKAST MÅNEDLIG ELLER OFTERE

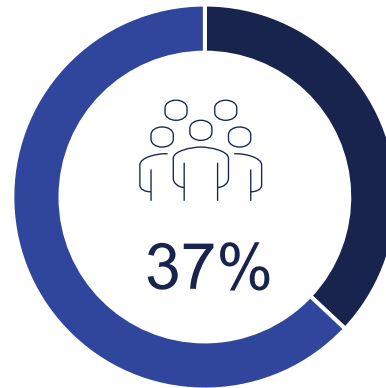
2018

total



- Lytter minst månedlig
- Sjeldnere eller aldri

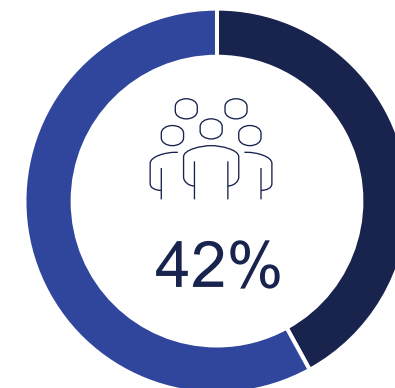
2019



- Lytter minst månedlig
- Sjeldnere eller aldri

2020

Q3



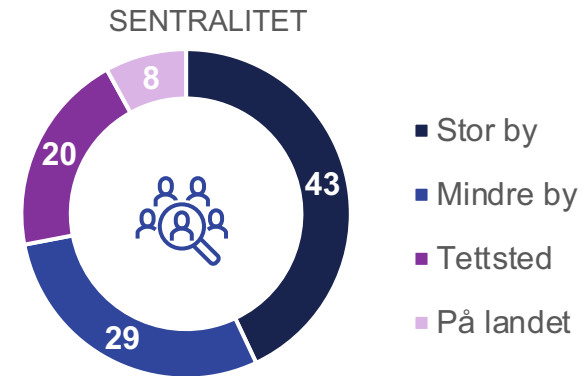
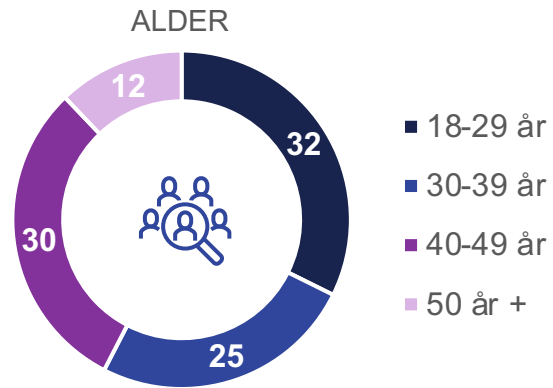
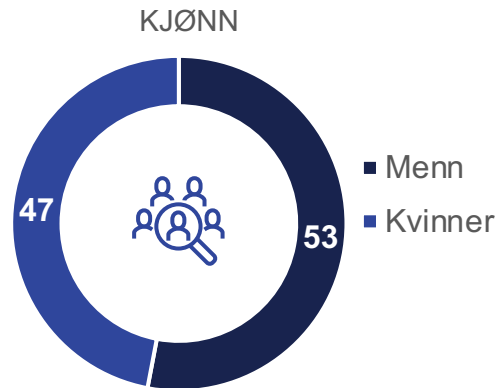
- Lytter minst månedlig
- Sjeldnere eller aldri

HVEM ER LYTTERNE?



HVEM ER DE SOM LYTTER TIL PODKAST?

DEMOGRAFISK BESKRIVELSE AV DE SOM LYTTER
MÅNEDLIG ELLER OFTERE





KRYSSBRUK

DAGLIG BRUK AV ANDRE SOSIALE
MEDIER BLANT PODKAST-LYTTERNE

80%

BRUKER
FACEBOOK
DAGLIG



72%

BRUKER
MESSENGER
DAGLIG



74%

BRUKER
SNAPCHAT
DAGLIG



68%

BRUKER
INSTAGRAM
DAGLIG



39%

BRUKER
YOUTUBE
DAGLIG



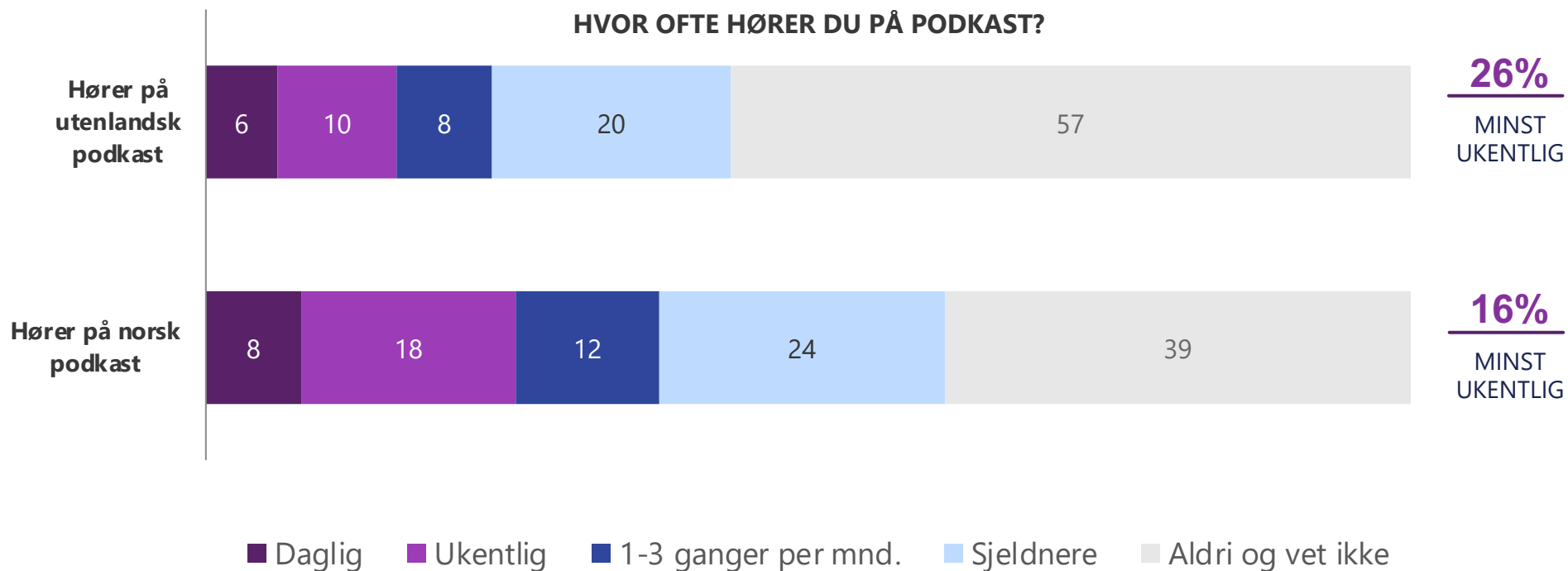


FREKVENNS, SITUASJONER OG SJANGER



HVOR OFTE LYTTER DEN NORSKE BEFOLKNINGEN TIL PODKAST?

Totalt lytter 1 av 4 til norsk podkast ukentlig, blant de under 30 år er andelen 1 av 2.





SITUASJONER BLANT DE SOM LYTTER MÅNEDLIG ELLER OFTERE

De vanligste situasjonene for å bruke podkast er når man er alene eller ønsker å slappe av.



44%

Jeg hører på podkast når jeg

er alene



43%

skal slappe av



33%

ønsker å bli underholdt



HVILKE PODKAST-KATEGORIER ER MEST POPULÆRE?

Blant de som lytter til podkast månedlig eller oftere er humor er den mest populære kategorien blant begge kjønn.



MENN:

Menn er overrepresentert på nyheter, fag/bransje og sport.



KVINNER:

Kvinner er overrepresentert på livsstil og krimpodder.

SÅ JA,
MENN ER MER OPPTATT AV SPORT OG
KVINNER ER FRA VENUS OGSÅ PÅ
PODCAST

ABOUT IPSOS

Ipsos ranks third in the global research industry. With a strong presence in 87 countries, Ipsos employs more than 16,000 people and has the ability to conduct research programs in more than 100 countries. Founded in France in 1975, Ipsos is controlled and managed by research professionals. They have built a solid Group around a multi-specialist positioning – Media and advertising research; Marketing research; Client and employee relationship management; Opinion & social research; Mobile, Online, Offline data collection and delivery.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg
IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

At Ipsos we are passionately curious about people, markets, brands and society. We deliver information and analysis that makes our complex world easier and faster to navigate and inspires our clients to make smarter decisions.

We believe that our work is important. Security, simplicity, speed and substance applies to everything we do.

Through specialisation, we offer our clients a unique depth of knowledge and expertise. Learning from different experiences gives us perspective and inspires us to boldly call things into question, to be creative.

By nurturing a culture of collaboration and curiosity, we attract the highest calibre of people who have the ability and desire to influence and shape the future.

“GAME CHANGERS” - our tagline - summarises our ambition.

GAME CHANGERS

