



# Nyheter ur ORVESTO Konsument 2018:2

Förra veckan lanserades ORVESTO Konsument 2018:2. Undersökningen genomfördes under perioden 1 maj – 31 augusti och totalt deltog 12 748 personer i mätningen. Här följer några nyheter ur undersökningen. Några som vi tycker speglar utvecklingen på mediebranschen, samt några nyheter som vi tycker är intressanta spaningar.

## Netflix och HBO toppar "time spend-toppen"

Netflix och HBO toppar "time spend – toppen" De som tittar på Netflix en genomsnittlig dag spenderar i snitt 96,7 minuter. Det är det högsta värdet av samtliga tv-kanaler och play/SVOD – tjänster. TV4 har högst tittartid bland linjär-TV-kanalerna med 65 min per dag i snitt.

|                   |          |
|-------------------|----------|
| TV4               | 65,0 min |
| Viasat Sport      | 64,4 min |
| SVT1              | 62,2 min |
| Viasat Film       | 60,0 min |
| Fox               | 45,5 min |
| SVT2              | 45,3 min |
| Discovery Channel | 42,7 min |
| TV6               | 41,9 min |
| Netflix           | 96,7 min |
| Hbo Nordic        | 80,7 min |
| Cmore             | 79,5 min |
| Viaplay           | 71,2 min |
| SVT Play          | 52,5 min |
| TV4 Play          | 50,5 min |
| Dplay             | 41,5 min |
| Viafree           | 39,7 min |

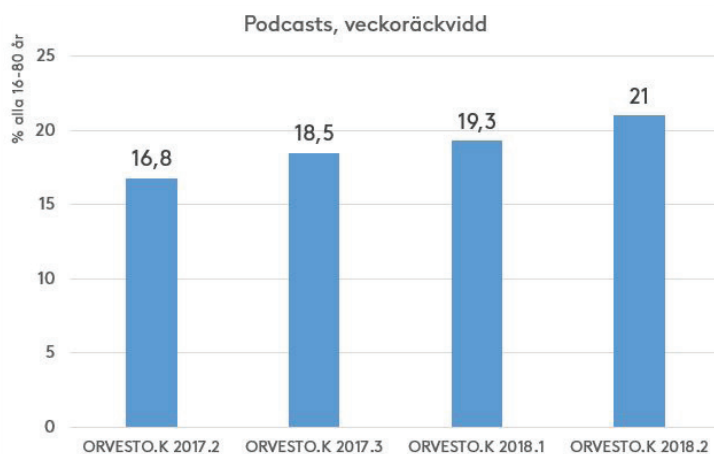
## E-sport – Unga mäns hemliga digitala liv

477 000 eller 6 % av alla svenskar tittar på e-sport varje månad och 331 000 eller 4,3 % spelar e-sport varje månad.

Bland yngre män i åldrarna 16-24 år är det 32 % som tittar och 25 % som spelar e-sport minst en gång i månaden. Här är ökningstakten något högre än för resten av befolkningen men även i denna grupp syns utvecklingen nu gå betydligt långsammare.

## Podcasts – 345 000 nya lyssnare på ett år

1 633 000 svenskar eller 21 % lyssnar på podcasts minst en gång per vecka. Motsvarande siffra var 1 288 000 eller 16,8 % för ett år sedan.



## En genomsnittssvensk läser 3,3 tidskrifter

Totalt har de redovisade tidskrifterna 25 970 000 bruttoläsare. Det betyder att varje person läser i snitt 3,3 av de redovisade tidskriftstitlarna.

Denna siffra har gått ned något under det senaste året. I 2018:1 var motsvarande siffra 3,3, i 2017:3 var den 3,5 och i 2017:2 var den 3,6.

Följande tidskriftstitlar har tillkommit (antal läsare av ett genomsnittligt nummer).

**Aktiespararen** 131 000  
**Rum Design** 35 000

## Dagspressens totala fotavtryck

Branschpressen fokuserar ofta på nedgångarna i räckvidd för printvarumärken – det tycker vi är något missvisande då man självklart skall utvärdera hela varumärkets totala avtryck på marknaden.

Om vi snabbt analyserar två kategorier av dagspress nämligen den traditionella kvällspressen och storstads morgonpressen så ser vi två olika mönster. Kvällspressens totalräckvidd har ökat kraftigt. Trenden för print pekar nedåt och den digitala räckvidden ökar kraftigt. Men totalt sett ökar man sin närvaro på den svenska mediemarknaden.

För storstads morgontidningarna så ser vi ett annat mönster som till största delen kan förklaras med införandet av betalväggar. Här ser vi i många fall exempel på relativt stabila printräckvidder medan den digitala räckvidden minskar. Konsekvensen av detta blir i många fall att totalräckvidden minskar.

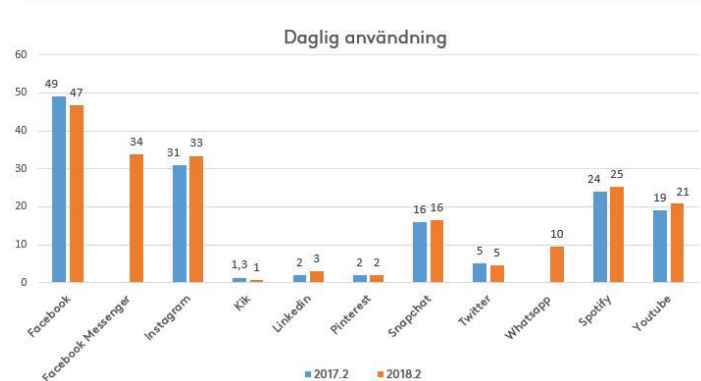
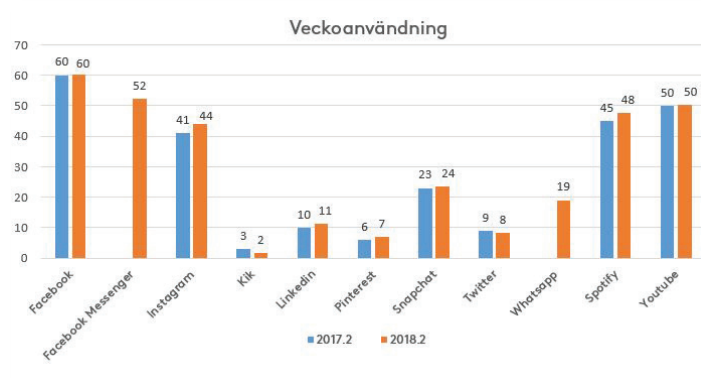
**Denna analys kan och bör naturligtvis göras på alla enskilda titlar.**

## Har Facebook nått sin mättnadspunkt?

60 % av alla svenskar i åldrarna 16-80 år använder Facebook varje vecka. Det är exakt samma siffra om man jämför med ORVESTO-mätningen 2017:2.

Även användningen av Youtube är oförändrat mellan mätningarna. Instagram ökar dock, från 41 % till 44 %.

Tittar man på den dagliga användningen kan vi se att Facebook minskar från 49 % till 47 % mellan mätningarna. Samtidigt ökar Instagram, Youtube och Spotify något. Däremot syns det ingen nedgång i antalet uppskattade vänner som Facebookanvändare har. I ORVESTO Konsument 2018:2 ligger den nivån på 190 vänner och den har varit i det närmaste oförändrad under åtminstone sex mätperioder.





## Digitalt reklamundvikande – Ad-Blockalypsen under kontroll

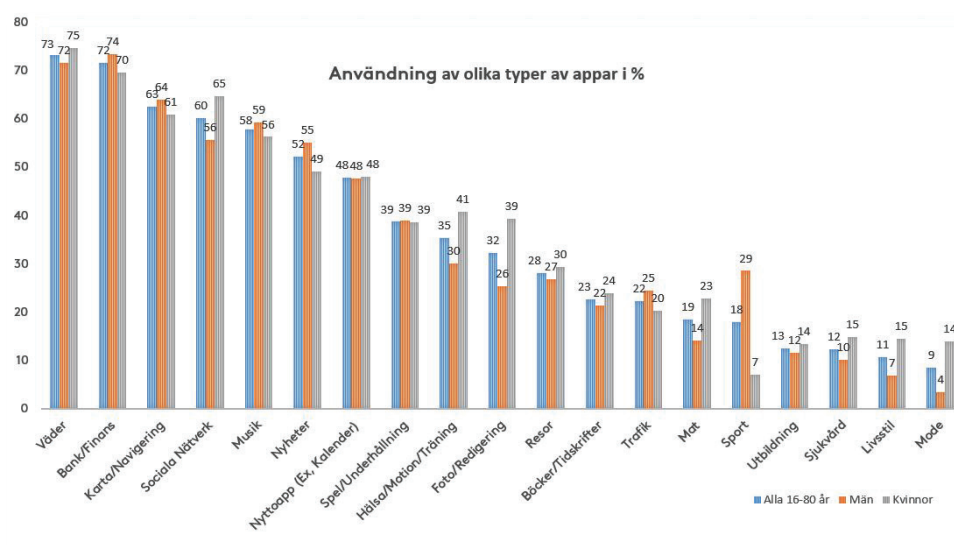
Användningen av Ad-Blocker ökar något i ORVESTO 2018:2. I ORVESTO Konsument 2018:2 uppger 26 % att de har en Ad-Blocker installerat på sin dator, surfplatta eller mobiltelefon. Men även här är det uppenbart att Ad-Blockalypsen inte kom att spridas till alla utan syns ha stabiliserats.

### Har Ad-Blocker installerat på sin dator

|        |      |
|--------|------|
| 2016:2 | 24 % |
| 2016:3 | 24 % |
| 2017:1 | 24 % |
| 2017:2 | 25 % |
| 2017:3 | 25 % |
| 2018:1 | 25 % |
| 2018:2 | 26 % |

## Klimatoro eller vackert väder? Väderappar i toppen

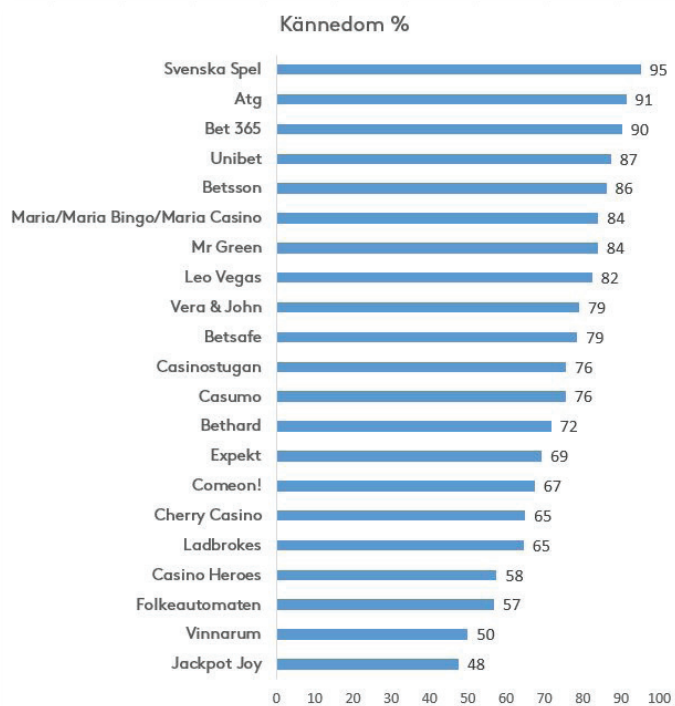
Väderappar, bank/finans och navigering intar prispallen över de appar som svenska folket använder via mobilen. Män är flitiga användare av sport-appar medan kvinnor använder socialamedier-appar i större utsträckning än män.



## Spelbolag och betting sajter

Under 2018 har vi börjat att mäta kännedom bland spelbolagen i ORVESTO Konsument.

Svenska Spel har en kännedom på 95 % i målgruppen som spelar om pengar på nätet minst en gång i månaden. Bland de internationella betting sajterna toppar Bet365 med en kännedom på 90 %.



## ORVESTO Konsument 2018:2 innehåller ett antal frågor som är unika för just denna mätomgång. Dessa är:

- Resmål i Sverige
- Evenemang och platser
- Välgörenhet
- Fotboll/Ishockey
- Synhjälpmedel
- Energi (Elbolag)
- Uppvärmning
- Vin-/Spritfrågor
- Hushållsnära tjänster

## Nya områden som undersöks/ändringar 2018:2

Som vanligt utvecklas undersökningen för att följa med i marknadens utveckling och för att på bästa sätt kartlägga nya varumärken och företagssektorer.

- Ny fråga: Penningutlägg uppvärmning/el
- Nya energibolag: Ellevio, Sveriges Energi
- Ny fråga: Vilken typ av elavtal:  
Fast pris, Rörligt pris, Mix pris

- Solpaneler tillagd under uppvärmningsfrågan
- Den svenska alkoholmarknaden -  
Nya varumärken på vin (rött/vitt).
- Rekommendationer tillagd under viktiga faktorer vid val av vin.  
Ny fråga: Onlinebutiker som säljer alkohol på nätet:  
Drinko.se, Laurensvinhandel.se, Systembolaget.se, Thewinecompany.se, Winefinder.se, Vineo.se, Vingrossen.se, Vinoteket.se, Vinsajten.com, Xwine.se.
- Ny podcast: Skäringer & Mannheimer
- Lokala transporter – Ny skala

Detta och mycket mer om tidningar, tidskrifter, digitala medier, sociala medier, linjär-TV, strömmad rörlig bild, podcasts, utomhusreklam, DR, bio och mycket mer hittar du i ORVESTO Konsument 2018:2 och i analysverktyget Sesame.

Vill du veta mera?

Kontakta oss på: [sesamesupport@tns-sifo.se](mailto:sesamesupport@tns-sifo.se)