



ORVESTO Konsument 2019:1

Nyheter och ändringar

Världen förändras i allt snabbare takt för människor och medier och ORVESTO Konsument utvecklas i vanlig ordning kontinuerligt för att svara på de frågor dagens marknadsförare har.

I årets första undersökning har mängder av förändringar genomförts. Vi tackar alla de som bidragit med tankar och idéer kring utvecklingsområden.

Influencers

I ORVESTO Konsument 2019:1 har vi lagt till två nya påståenden som fångar upp influencers påverkan på människor i sociala medier.

- Jag inspireras ofta av personer på sociala medier (t.ex. Youtubers, bloggare eller personer på Instagram). 17 % av svenskarna instämmer något/helt och hållet till detta.
- Jag söker ofta information om produkter eller tjänster som jag hört talas om via personer på sociala medier (t.ex. via Youtube, Instagram eller bloggare). 21,5 % instämmer något/helt och hållet till detta.

Vi har även lagt till en fråga om man följer/prenumererar på några kanaler/videobloggare på Youtube. 27 % av svenskarna gör detta och givetvis ökar siffran i yngre åldersgrupper, i åldern 16-29 år är motsvarande siffra 66,5 %.

Youtube har även lagts till med tittartid och frekvens och blir då jämförbar med andra tjänster för rörlig bild.

El-sparkcykel och el-skoter

De populära el-sparkcyklarna är tillagda under hushållsinnehav och på inköpsplaner.

Eftersom det blir allt vanligare att dessa finns tillgängliga för uthyrning (framför allt i storstäderna) har också en fråga om hur ofta man hyr dessa lagts till. Förutom ovan nämnda fordon frågar vi också om cykel, elcykel och sedan tidigare om hyrbil.

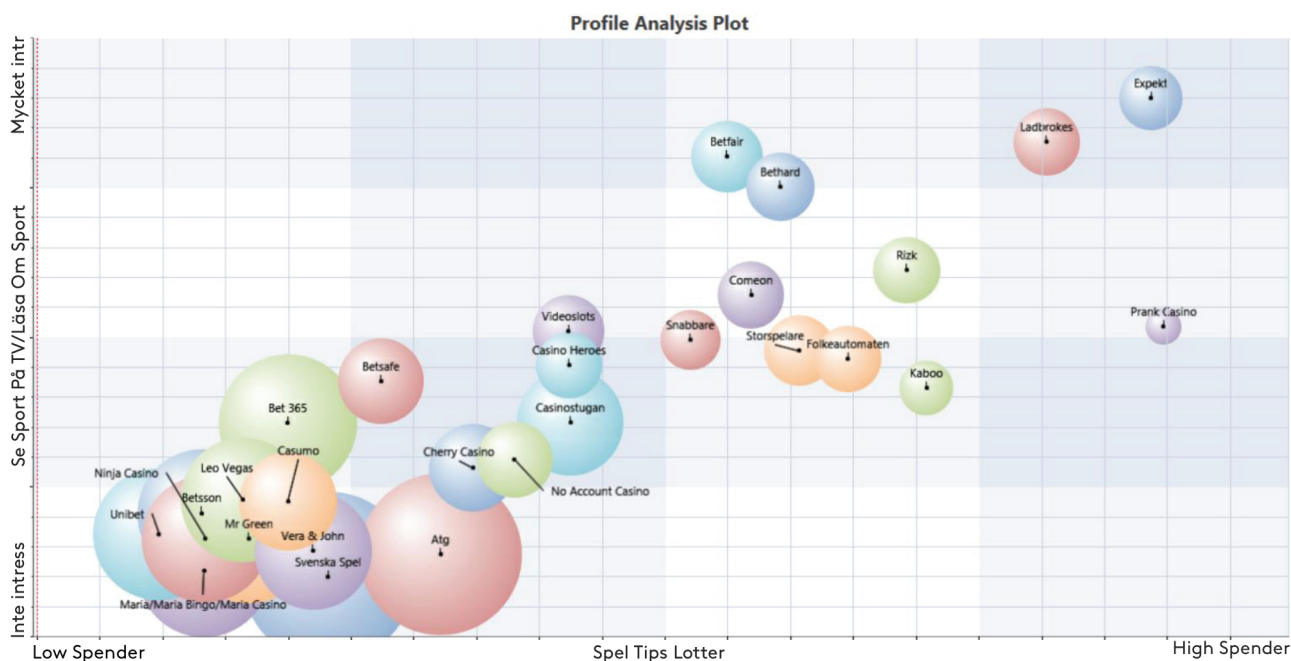
Prenumeration på landets 28 största morgontidningar

Frågan om prenumeration på morgontidning är utvecklad och innehåller nu de 28 största morgontidningarna. Det är alltså möjligt att analysera både prenumeration på hushållsnivå samt vilka tidningar hushållet prenumererar på.

Onlinecasino

Ytterligare 8 nya online-spelbolag kan utvärderas utifrån kännedom, användning och preferens. Närmare 30 varumärken i samma bransch kan idag analyseras utifrån samma mått. Varumärkena uppdateras utifrån föregående års största annonsörer (RM).

Bilden nedan är exempel på en typ av analys som går att göra i SESAME och heter Profile map. Spelbolagen analyseras utifrån intresserade av att se på sport på tv/läsa om sport i kombination med penningutlägg på spel.



Podcast

ORVESTO mäter Sveriges största podcasts sedan 2015. Förutom de specifika poddarna och även frågor om hur ofta man lyssnar har vi som ny lagt till en fråga om hur många podcasts man lyssnar *regelbundet på*, då man ofta har ett antal poddar som man följer regelbundet/är lojal till, varje vecka. Vi har även lagt in frågan om man prenumererar på podcast, dvs nya avsnitt hämtas automatiskt till spelaren.

Listan för podcasts uppdateras årligen eller så ofta det behövs.

Resor

Inom kategorin "delningsekonomi" har vi lagt till ett nytt påstående om man har bytt sitt privata boende online (temporärt) via t.ex. Home Exchange eller liknande. Om man hyr ut sitt privata boende eller hyr någon annans privata boende har vi med i ORVESTO sedan tidigare. Att hyra privat boende av någon annan är det 934 000 personer som har gjort det senaste året. Att hyra ut sitt eget eller byta sitt boende på te x semestern är inte lika vanligt. Frågan om innehav och/eller inköpsplaner på ett fritidsboende har utvecklats till att numera även mäta Norden, inom Europa och utom Europa – utöver Sverige som tidigare funnits med.

Medlemskap i bostadsrättsförening

ORVESTO undersöker medlemskap i ett tjugotal organisationer, nu också om man är medlem i styrelse i en bostadsrättsförening, vilket motsvarande 360 000 svenskar är.

Butiksbesök

Butiksbesöken i ORVESTO har utvecklats med nya butiker.

- Bad & Värme
- Dollar Store
- Radical Sports
- Jerns
- Joe & The Juice
- The Body Shop

E-handel

I frågan om e-handel vill vi undersöka kännedom, om man har besökt sajten de senaste 12 månaderna och om man har handlat från sajten de senaste 12 månaderna. Här hittar man Sveriges största e-handelsföretag representerade i kategorier som kläder/konfektyr, apotek, inredning, bygg, el med flera. Nya varumärken som är tillagda är:

- Adidas.com
- Asos.com
- Åhlens.se
- Footway.se
- Brandos.se
- Eleven.se
- Nordicfeel.se
- Jollyroom.se
- Babyshop.se
- Apotekethjärtat.se
- Apoteket.se
- Kronansapotek.se
- Amazon
- Shopping4net.se
- Rum21.se
- Mio.se
- Ikea.se
- Inet.se
- Elgiganten.se
- Mediamarkt.se
- Netonnet.se

Övriga ändringar:

- Nytt försäkringsbolag: Solid Försäkring
- Ny bank: Jyske Bank
- Hayu tillagd på tillgång till tv-kanaler/tjänster
- Flashback – hur ofta man besöker sajten
- Ny skala på köp/prenumeration magasin
- Bredband/Telefoni-frågan är omgjord
- Anledningen till att titta på playtjänster/streaming – Nytt alternativ: "Annat utbud än vanlig TV"
- Huvudmediafrågan - Musik via streamingtjänster (t.ex. Spotify) är omformulerad
- Omformulerat alternativ på fråga om vad man gör på digitala plattformar- "Lyssnar på radio-program via internet i efterhand (streamade eller nerladdade)"
- Nya varumärken/kategorier i Market Monitor: Clinomyn, Parodontax, Zippy, Rituals, Locobase, O.Keeffe's, Kiehl's, Evy, Clean, Ormsalva, Mucohelix, Nezefri, Macoform, Huggies, Toujours, Floralys och Magnussons

Sammanfattningsvis – en ny värld för konsumenter leder till att undersökningen kontinuerligt utvecklas för att bättre spegla den komplicerade värld i vilken medier och kommunikation verkar. Vi är som vanligt extremt tacksamma för all form av löpande feedback.



Johanna Ollevik

Eva Springmann

Vill du veta mer? Kontakta:

Johanna Ollevik på johanna.ollevik@kantarsifo.com

Eva Springmann på eva.springmann@kantarsifo.com