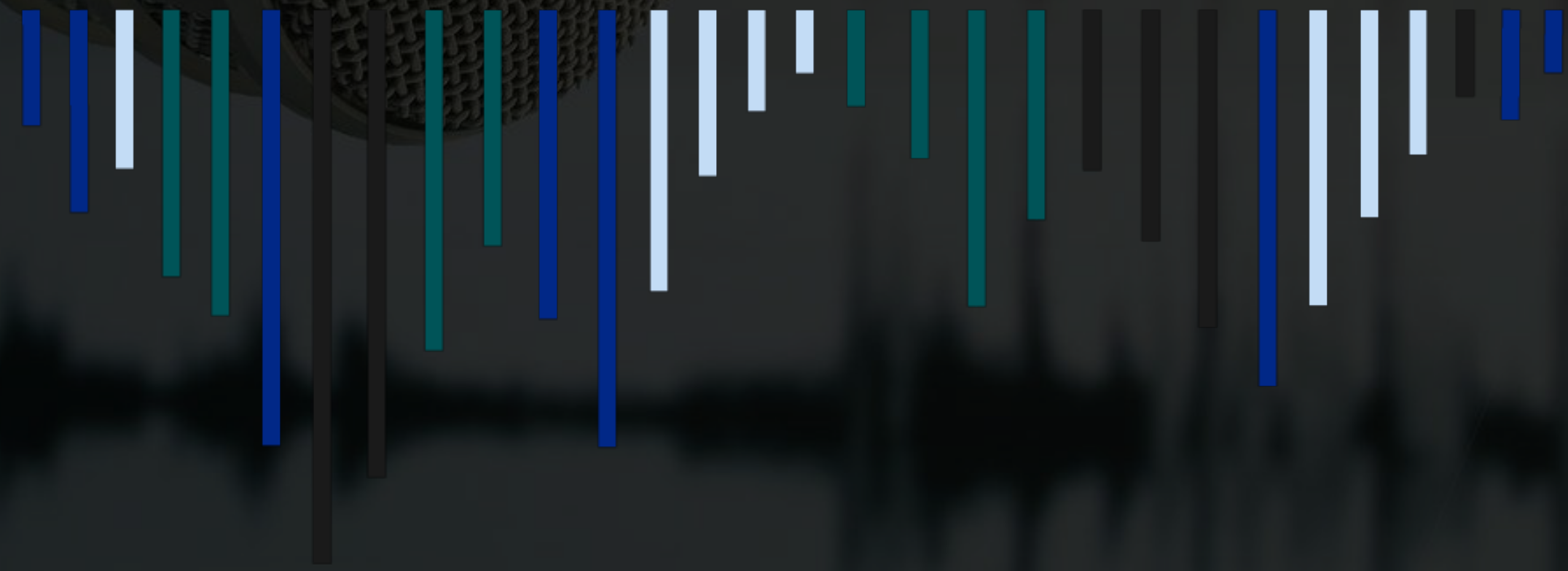




DEN STORE PODRAPPORTEN



Innhold

Forord

Om oss

Metode og gjennomføring

Hovedfunn

1. Konsum av lydmedier
2. Konsum av podkast
3. Lyttervaner
4. Drivere og barrierer
5. Innhold
6. Reklame



Forord

Den Store Podrapporten

De seneste årene har vi sett at podkast har økt massivt i omfang og omtale. I januar 2020 fikk Norge endelig en offisiell toppliste for podkast - Podtoppen.no. Dette var viktig for å ha én kilde med validerte ukentlige tall som følger IAB-standarden, og som forteller hvor stor hver enkelt podkast er. Dermed er vi godt dekket når det kommer til trafikk tall for podkast, men det finnes ingen enhetlig dybdeundersøkelse om podkastlyttingen i Norge – før nå.

Schibsted og Bauer Media har med hjelp fra Norstat satt seg fore å lære mer om omfang og bruk av podkast i Norge. Det å forstå podkastlytteren anno 2020 er viktig både for oss som innholdsprodusenter, og for annonsører som ønsker å investere i mediekanalene.

Selve undersøkelsen er gjort i mars 2020 i Norstats panel bestående av 1600 personer, nasjonalt representativt utvalg, 15 år +. Av dette utvalget oppgir hele 639 respondenter (40%) at de er podkastlyttere. Med et så stort utvalg kan vi med stolthet presentere valide funn om podkastlytting i Norge. Undersøkelsen viser blant annet hvor stor podkast som mediekanal er, «share of ear» av det totale lydkonsumet og drivere og barrierer for lytting. Kort sagt en total og enhetlig undersøkelse for podkastlytting i Norge i dag. Derav det ambisiøse navnet – Den Store Podrapporten.

Om oss



MEDIA GROUP

Bauer Media Group er et familieeid mediekonsern. Gruppen når ut til over 200 millioner brukere i 20 forskjellige land gjennom utgivelse av over 600 magasiner, kringkasting av over 100 radio- og TV stasjoner samt over 400 digitale plattformer. Bauer Media Group er størst på lyd i Europa. Bauer Media Group Norge driver en rekke kommersielle radiokanaler og podkaster.

Schibsted
MARKETING SERVICES

Schibsted er et internasjonalt konsern bestående av sterke digitale merkevarer, med mer enn 5000 ansatte. Vi har mediehus i verdensklasse i Skandinavia, ledende markeds plasser, og digitale tjenester som styrker forbrukere. Millioner av mennesker er i kontakt med Schibsted-selskaper hver eneste dag.

N
norstat

Norstat Norge AS ble etablert i 1997 som den første spesialiserte aktøren innen datainnsamling i Norge, og har siden oppstarten skapt en solid virksomhet med god økonomi og kontorer i 12 Europeiske land. Norstat Norge AS sitt hovedkontor ligger i Oslo, hvor 30 personer jobber med prosjektledelse, programmering, administrasjon og økonomi.

Metode og gjennomføring

- Webundersøkelse gjennomført av Norstat 2. – 13. mars 2020
- Totalt 1600 respondenter
- 15 år + landsrepresentativt utvalg
- 628 respondenter lytter regelmessig til podkast

Hovedfunn

90% kjenner til podkast, 59% har lyttet og 31% lytter ukentlig.

Podkast er i ferd med å etablere seg som et massemedium.

- 54% av 20-39 lytter ukentlig. Langt fra en nisje for «eliten», men er fortsatt et ungt byfenomen.

Podkast er fortsatt i vekst og har betydelig moment.

- 24% har hørt podkast for første gang siden 2019

- 57% lytter mer i dag sammenliknet for ett år siden.

Vi lytter alene, på mobilen i høretelefoner - samtidig som vi gjør noe annet.

Vi søker ikke selskap i podkast. Vi søker underholdning, latter, ny kunnskap igjennom læring - og avkobling.

Språk er viktig

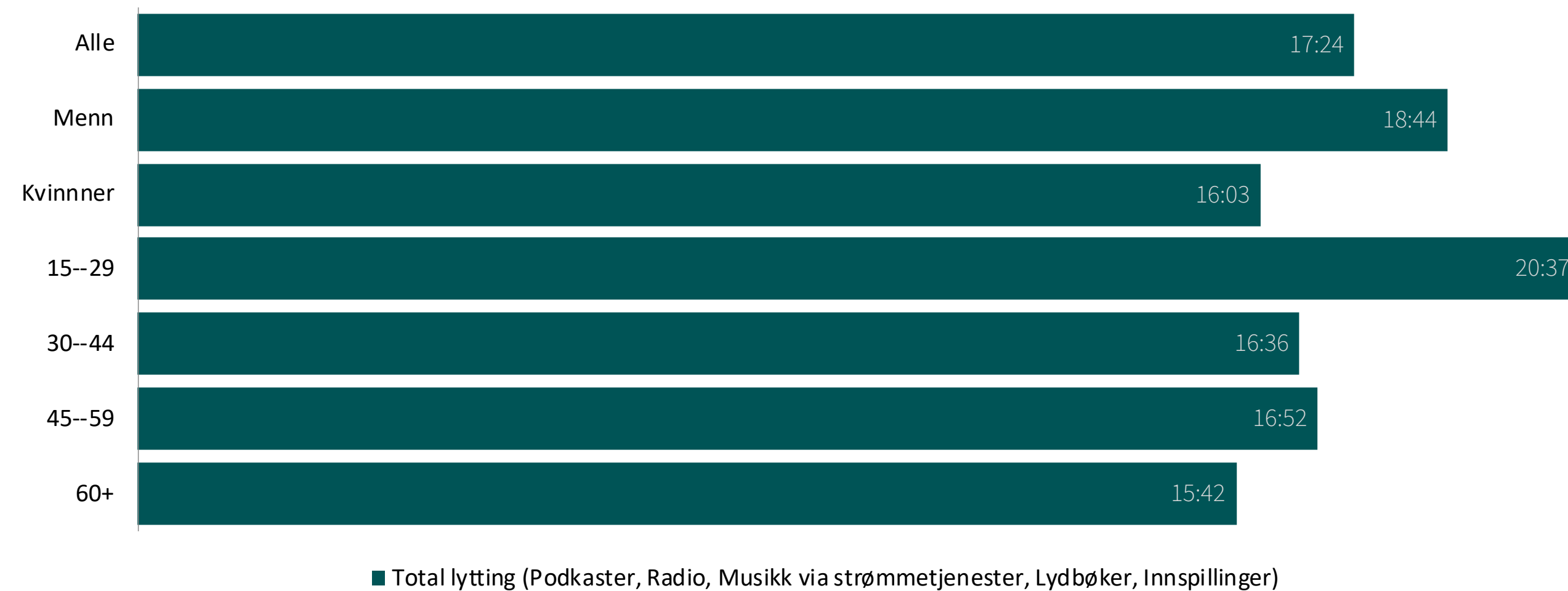
- 84% av lyttingen skjer på norske podkaster.

Begrensningene for videre vekst ligger i folks tid, enkelhet, og innhold.

1. Konsum av lydmedier

Ukentlig lytting blant alle i Norge

Hvor lenge lytter du vanligvis når du legger sammen all lyttingen igjennom uken? (Timer:Minutter)

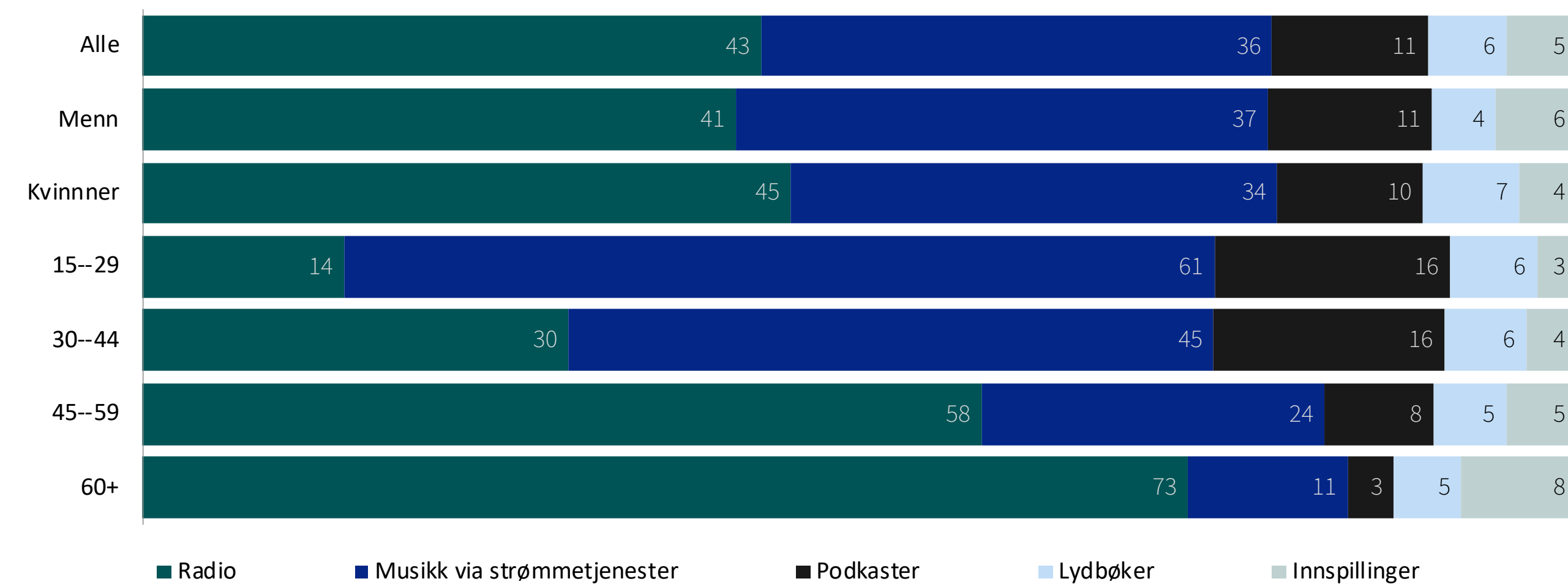


Nordmenn bruker 17 timer og 24 minutter på lydmedier generelt hver uke

- I snitt hører vi nesten 17,5 timer lyd i uken.
- De under 30 år hører mest lyd.
- Vi ser et stort fall i lyttingen fra den yngste aldersgruppen til de over 30 år og oppover.
- Menn konsumerer noe mer lyd enn kvinner.

Share of Ear blant alle i Norge

Hvor lenge lytter du vanligvis når du legger sammen all lyttingen igjennom uken? (%)

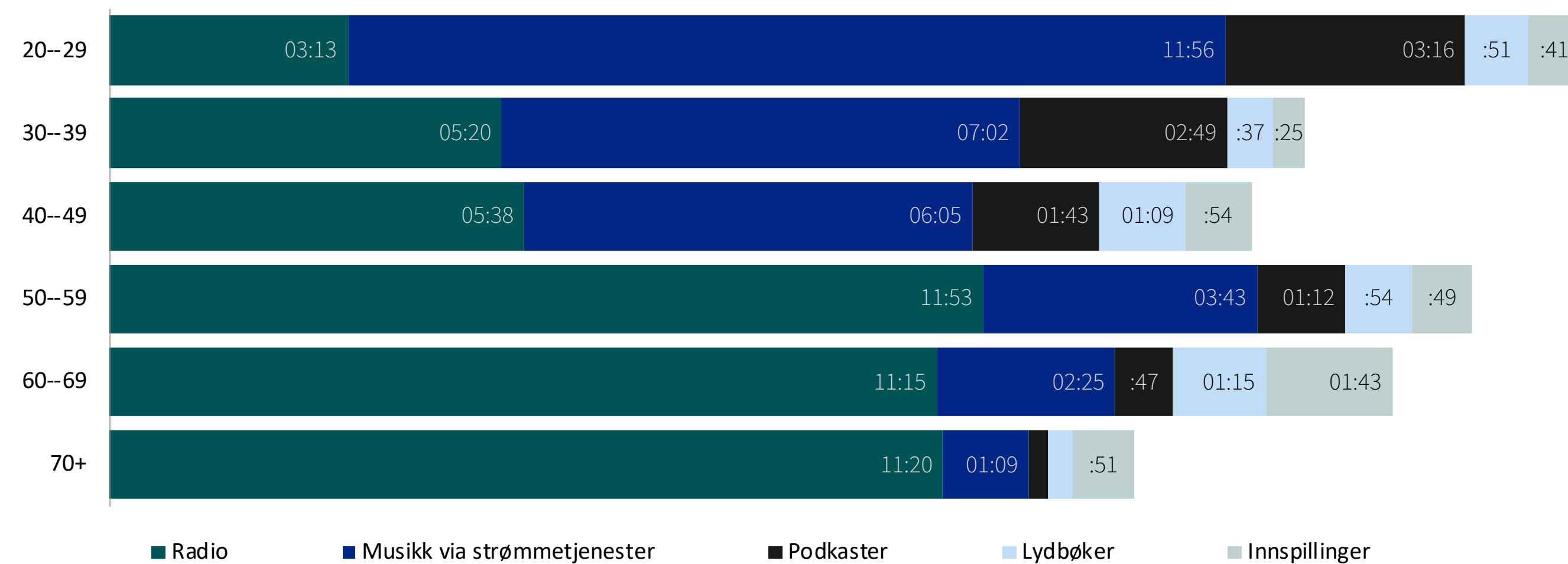


Podkast står for 11% av det totale lydkonsumet

- Podkast står for 11% av det totale lydkonsumet (bevisst lytting).
- Radio står for 43%, musikk via strømmetjenester står for 36% og lydbøker står for 6% av det totale lydkonsumet til nordmenn.
- Podkast står sterkest blant 15 - 44 åringene, så faller podkasts andel med alder.

Share of Ear blant alle i Norge

Hvor lenge lytter du vanligvis når du legger sammen all lyttingen igjennom uken? (Timer:Minutter)



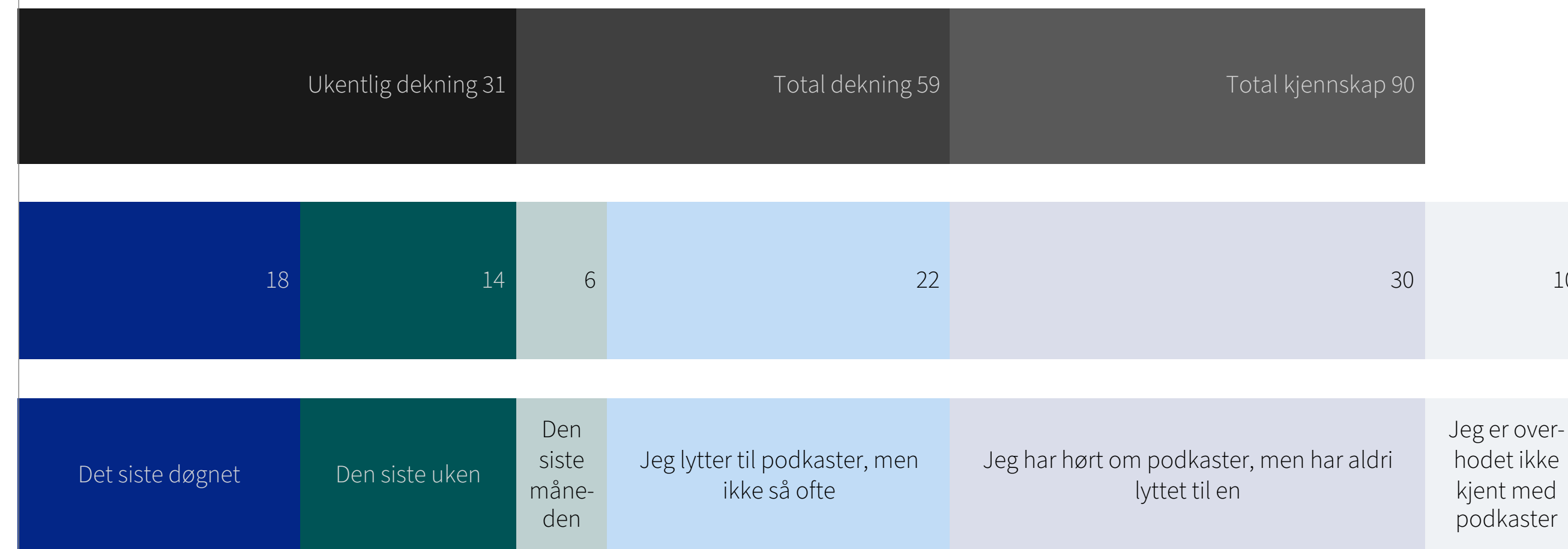
Jo yngre man er, jo mer tid bruker man på podkast (i minutter).

- Det er 20-29 åringene som bruker mest tid på podkast (i timer og minutter). Det er også i denne aldersgruppen det totale lydkonsumet er størst.
- Merk at 20-29 åringer bruker nesten like mye tid på radio som podkast i dag.
- Podkast er ikke kun et ungt fenomen, men har nådd ut til alle aldersgrupper. 50-59 åringer lytter 1 time og 45 minutter til podkast i uken. Selv 60-69 åringer rapportere 47 minutter lytting til podkast hver uke.

2. Konsum av podkast

Podkastkonsum blant alle i Norge

Når hørte du sist på en podkast? (%)

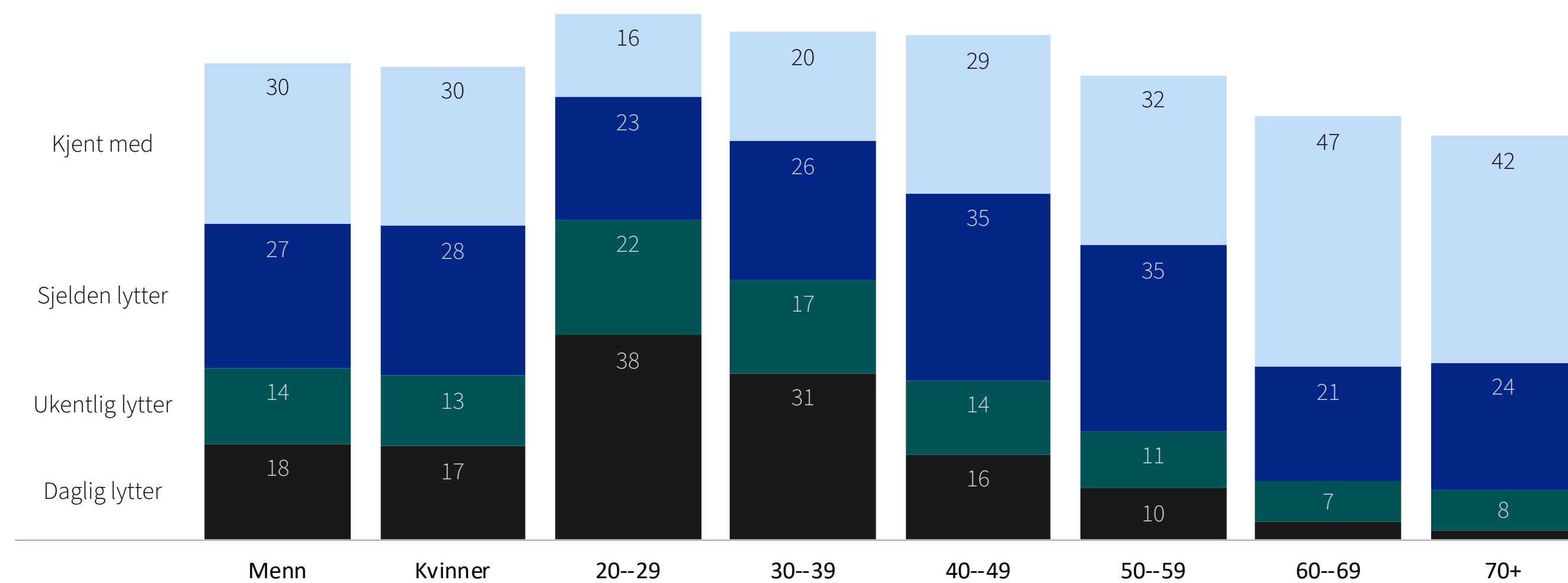


18% lytter daglig til podkast

- Kjennskapen til podkast er høy (90%) i befolkningen.
- Hele 60% av befolkningen hører podkast i større eller mindre grad.
- 18% lytter daglig til podkast.
- 31% lytter ukentlig til podkast.

Podkastkonsum blant alle i Norge

Når hørte du sist på en podkast? (%)

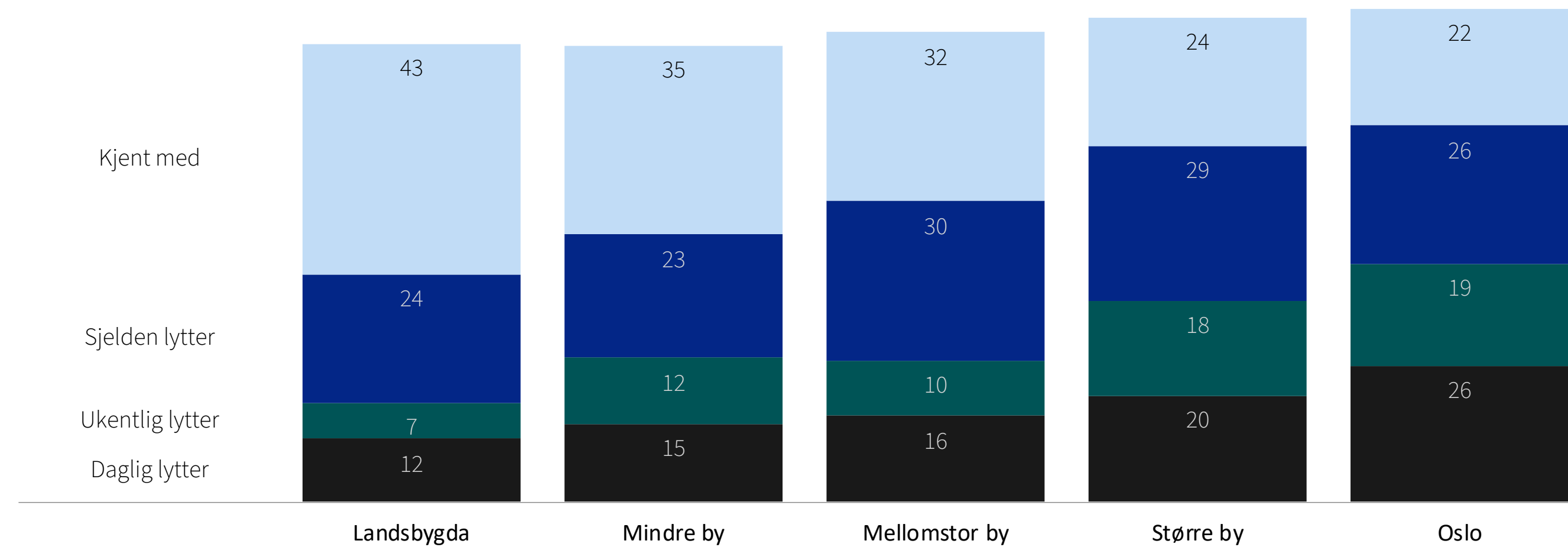


Daglig lytting er høyest blant de unge

- Kjennskapen til podkast er høy i alle aldersgrupper. Eksempelvis er kjennskapen til podkast på 75% i aldergruppen 70 år+.
- Det er likevel de yngre aldersgruppene som konsumerer podkast oftest.
- 38% av 20-29 åringen lytter daglig, mens 10% av 50-59 åringene lytter daglig.

Podkastkonsum blant alle i Norge

Når hørte du sist på en podkast? (%)



Hyppigst lytting i urbane strøk

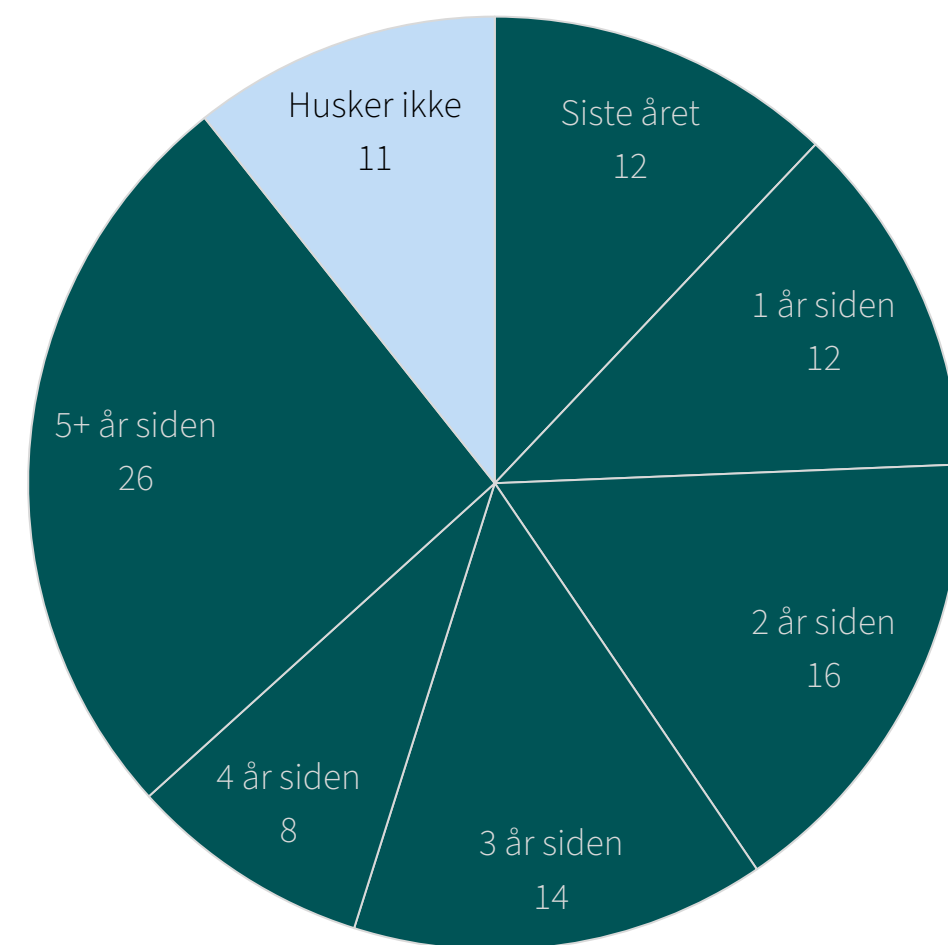
- Podkast er mer utbredt i by enn på land.
- Eksempelvis ser vi at det er 26% daglig lytting i Oslo versus 12% daglig lytting i rurale strøk.
- Det er imidlertid ikke like stor forskjell mellom by og land hvis vi ser på ukentlig lytting.

Podkast har hatt og har fortsatt en positiv vekst

- Dagens podkastlyttere består av både lyttere med lang og kort erfaring med podkast. 5 av 10 lyttere hørte sin første podkast for over 3 år siden, mens 4 av 10 lyttere hørte sin første podkast for under 3 år siden.
- I tillegg lytter nesten 6 av 10 litt eller mye mer til podkast i dag enn for ett år siden.
- Alt tyder på at podkast er en kanal i positiv utvikling.

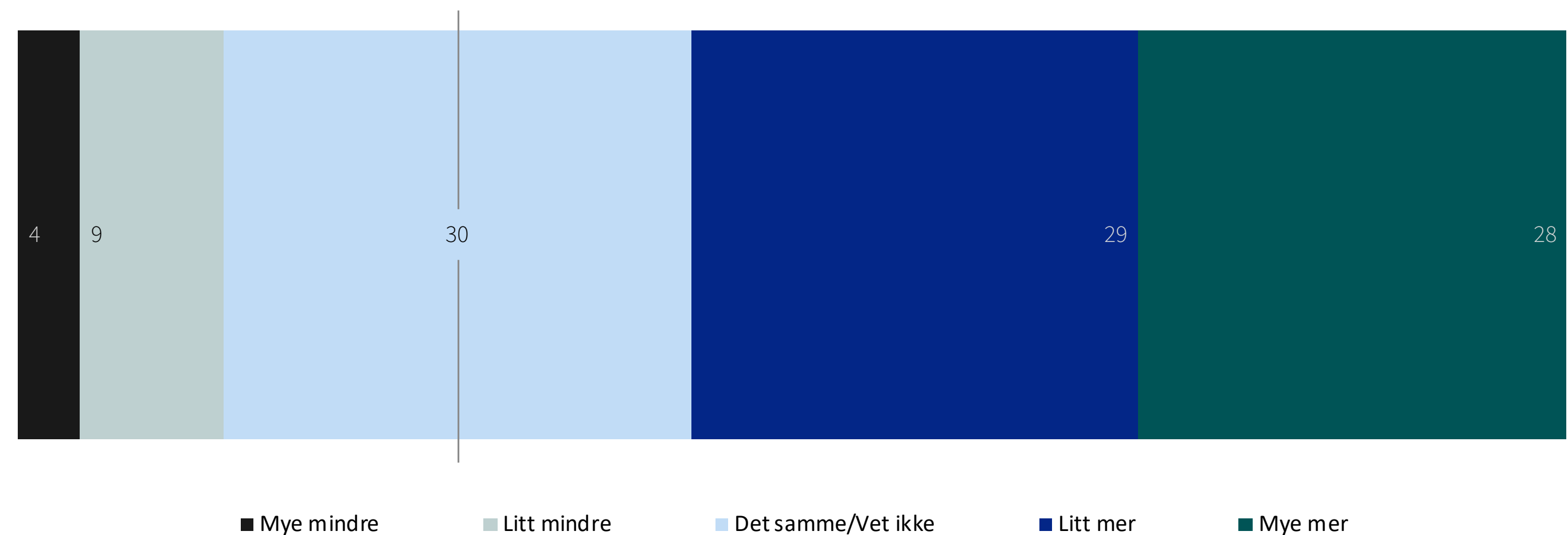
Første podkast blant podkastlyttere

Når hørte du på en podkast for første gang? (%)



Trend blant podkastlyttere

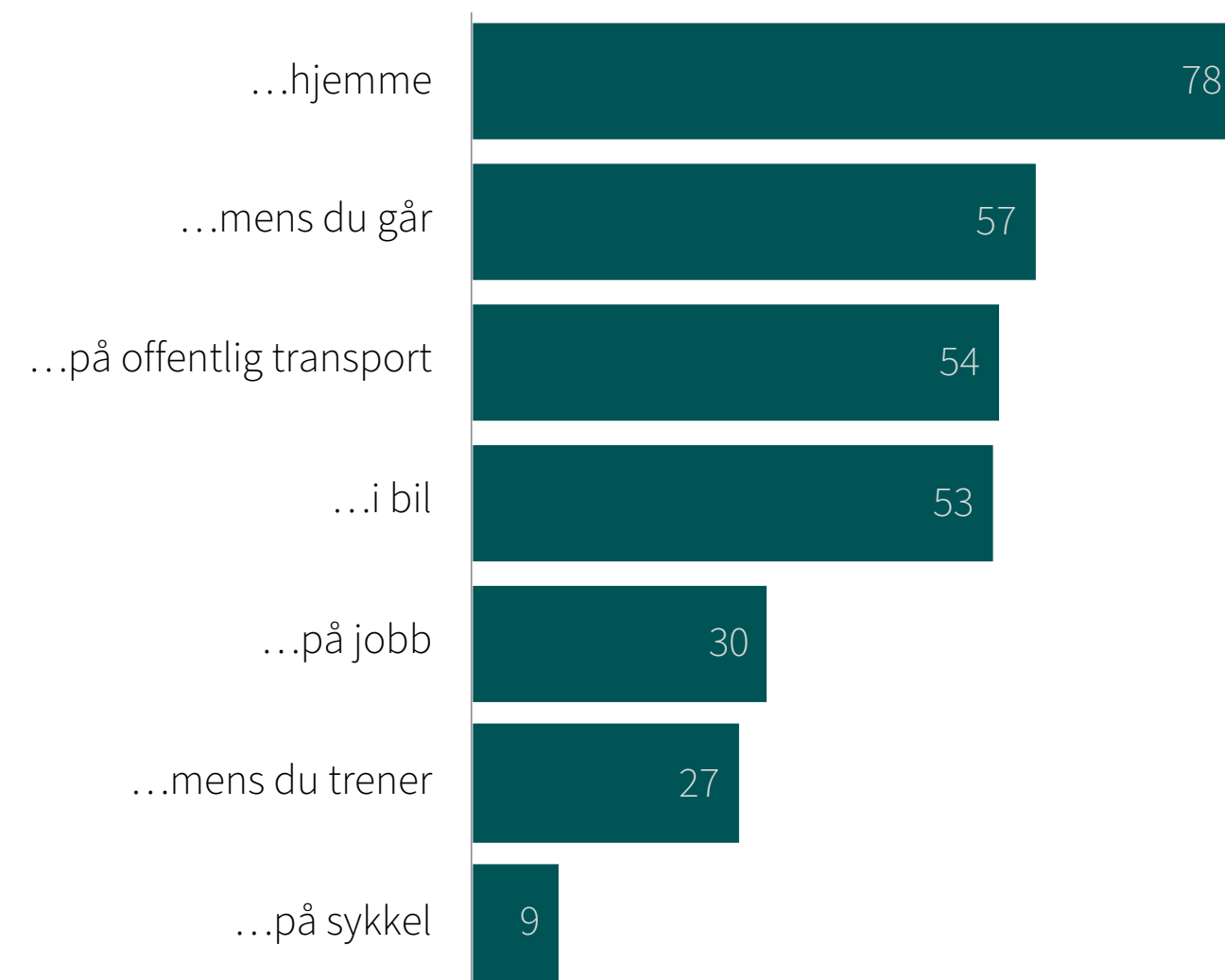
Hvis du sammenligner med ett år siden, lytter du mer eller mindre til podkast nå? (%)



3. Lyttervaner

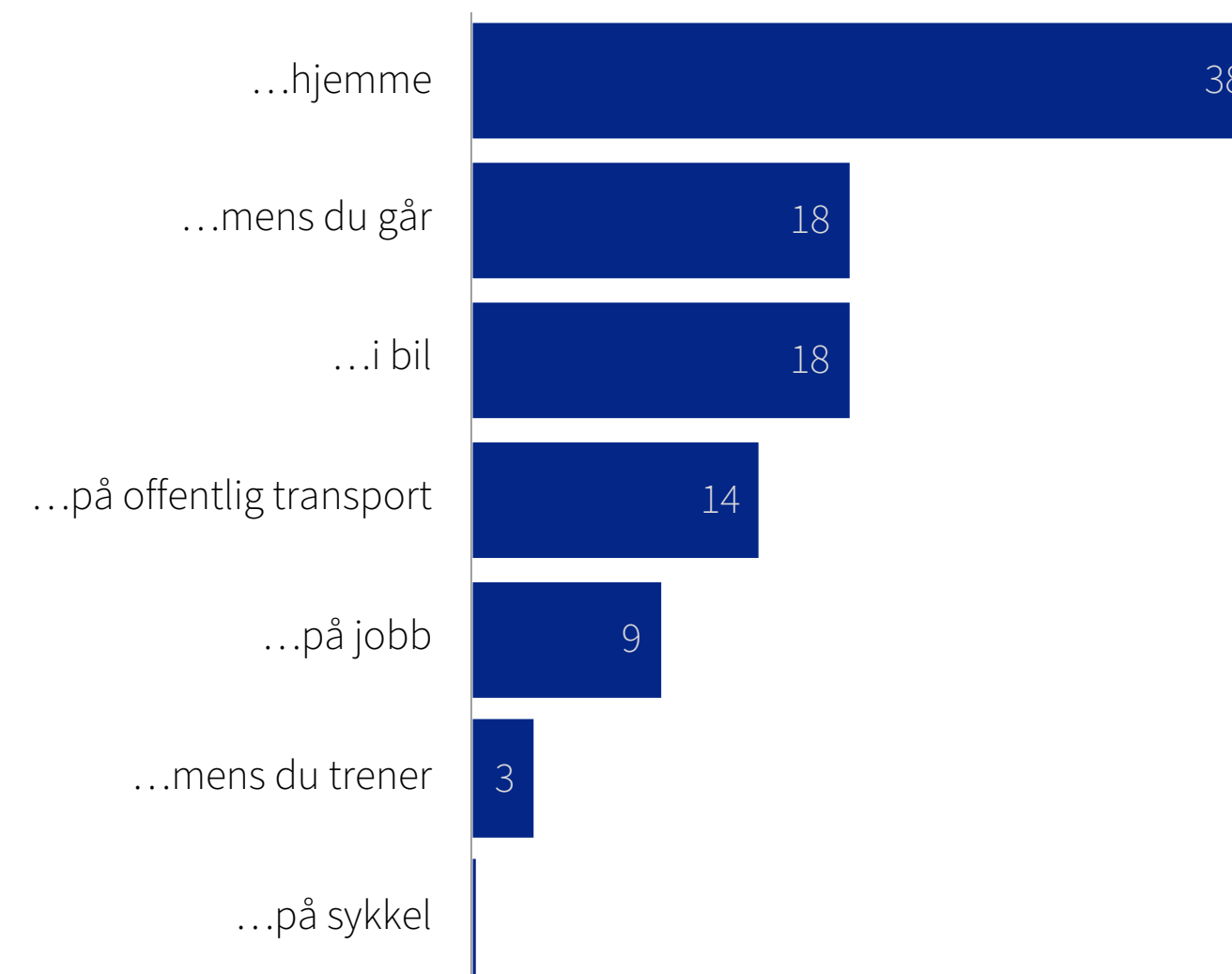
Steder/situasjoner blant lyttere

Har du noen gang lyttet til en podkast... (%)



Sted/situasjon blant lyttere

Lytter du oftest til podkast... (%)

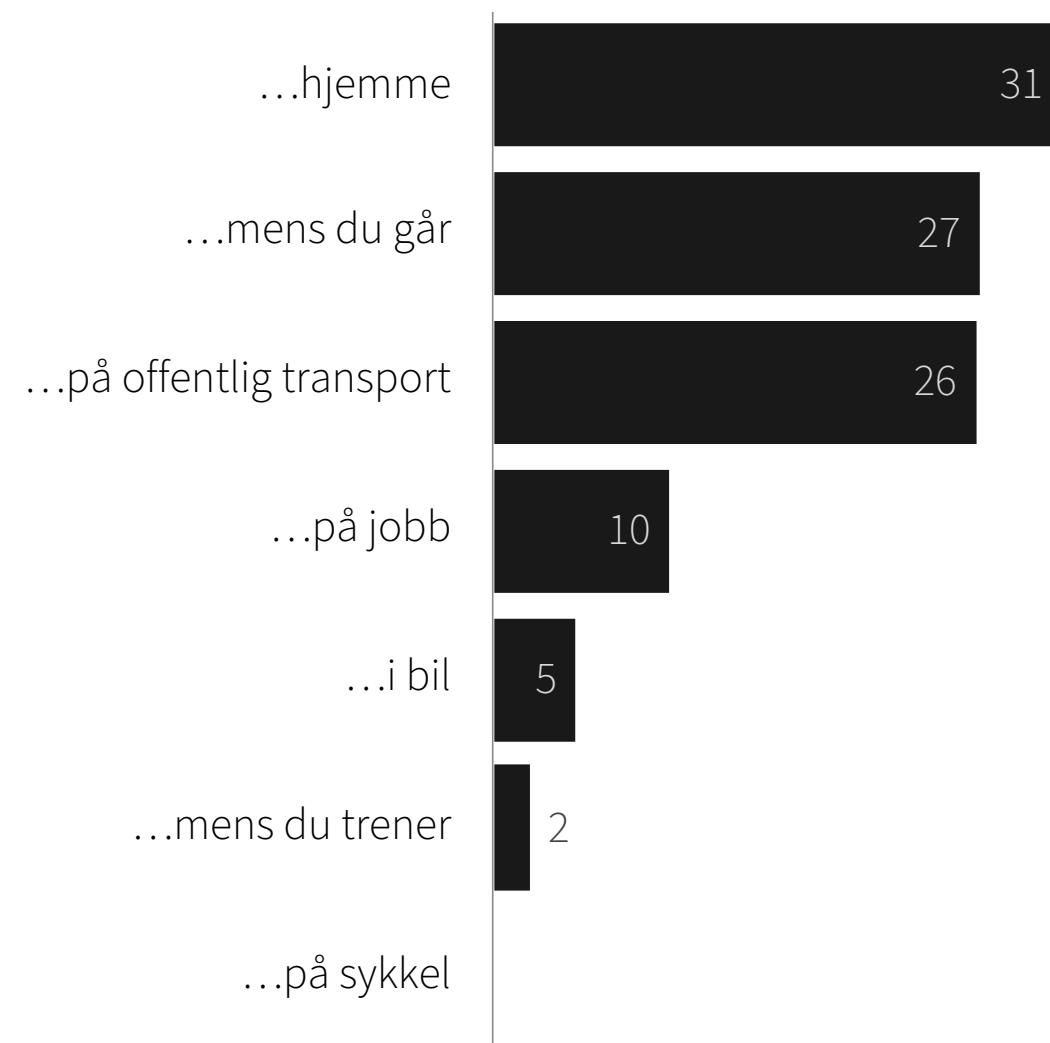


Podkast konsumeres først og fremst i hjemmet

- Podkast er et hjemme-medium.
- 78% har lyttet til podkast hjemme.

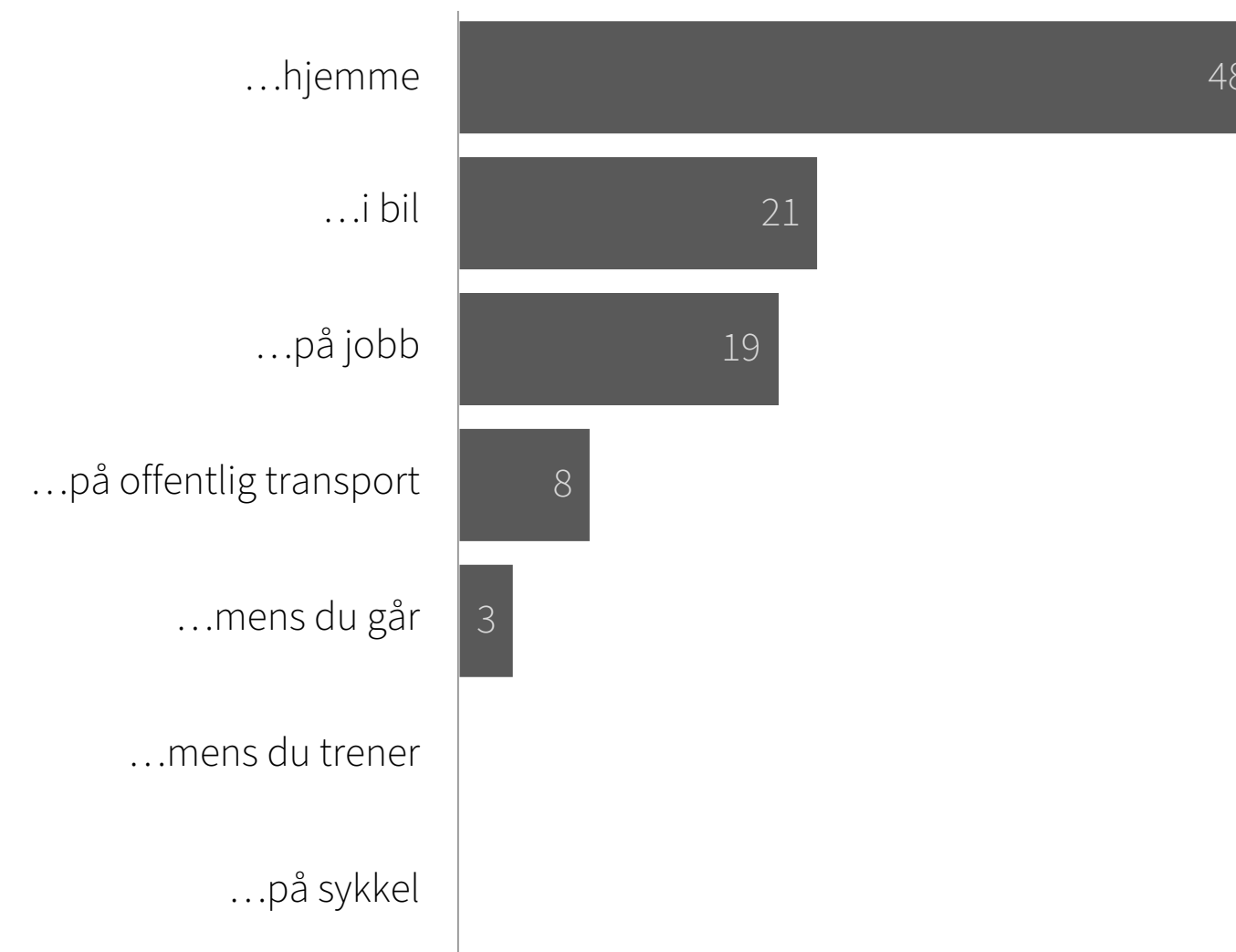
Sted/situasjon i Oslo

Lytter du oftest til podkast... (%)



Sted/situasjon på landsbygda

Lytter du oftest til podkast... (%)

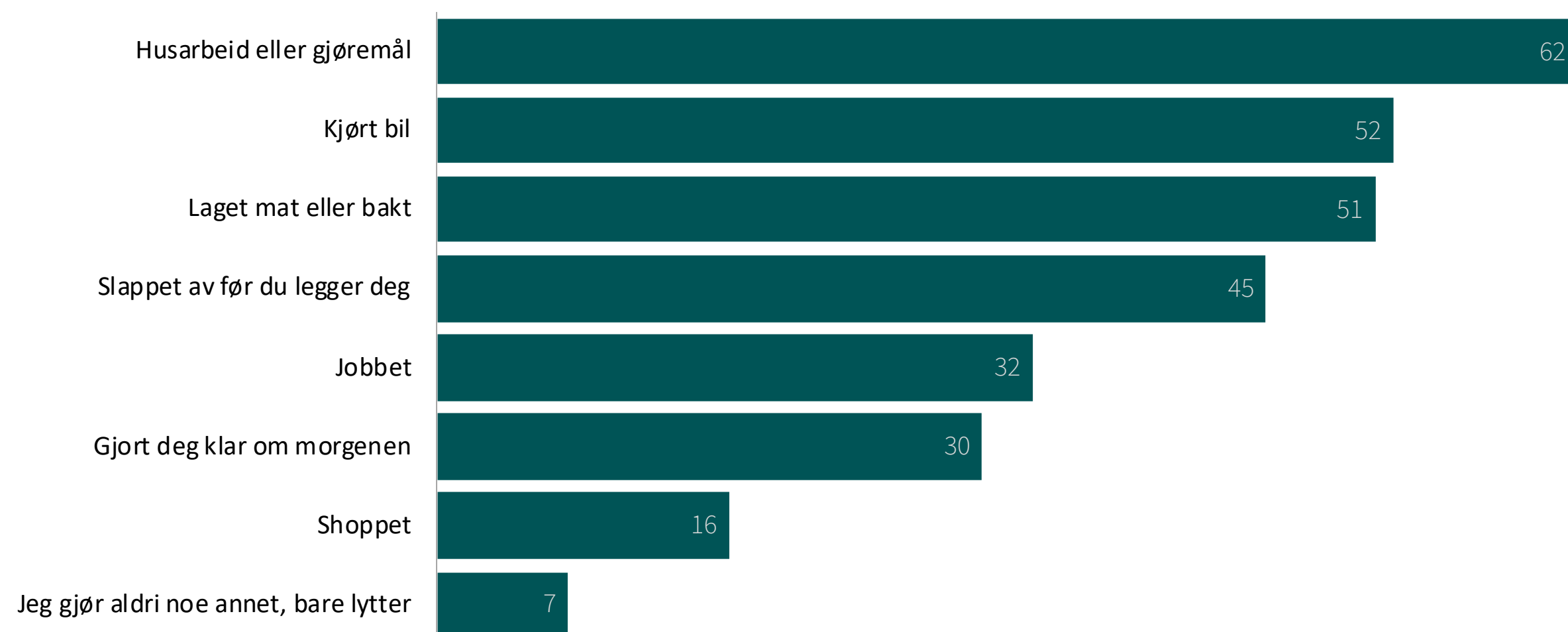


I urbane strøk konsumeres podkast både i og utenfor hjemmet

- Selv om hjemmelytting er størst totalt, viser resultatene at det er forskjeller i lyttesituasjoner avhengig av hvor man bor.
- I urbane strøk, som Oslo, lyttes det i større grad også mens man går eller kjører offentlig transport.
- I rurale strøk er billytting større.

Aktiviteter blant podkastlyttere

Har du noen gang gjort noe av følgende mens du hørte på en podkast? (%)



Podkast konsumeres typisk mens lytteren gjør andre aktiviteter

- Husarbeid og gjøremål i huset er den aktiviteten flest har gjort mens de lyttet til podkast.
- Bil og matlaging er også viktige aktiviteter.

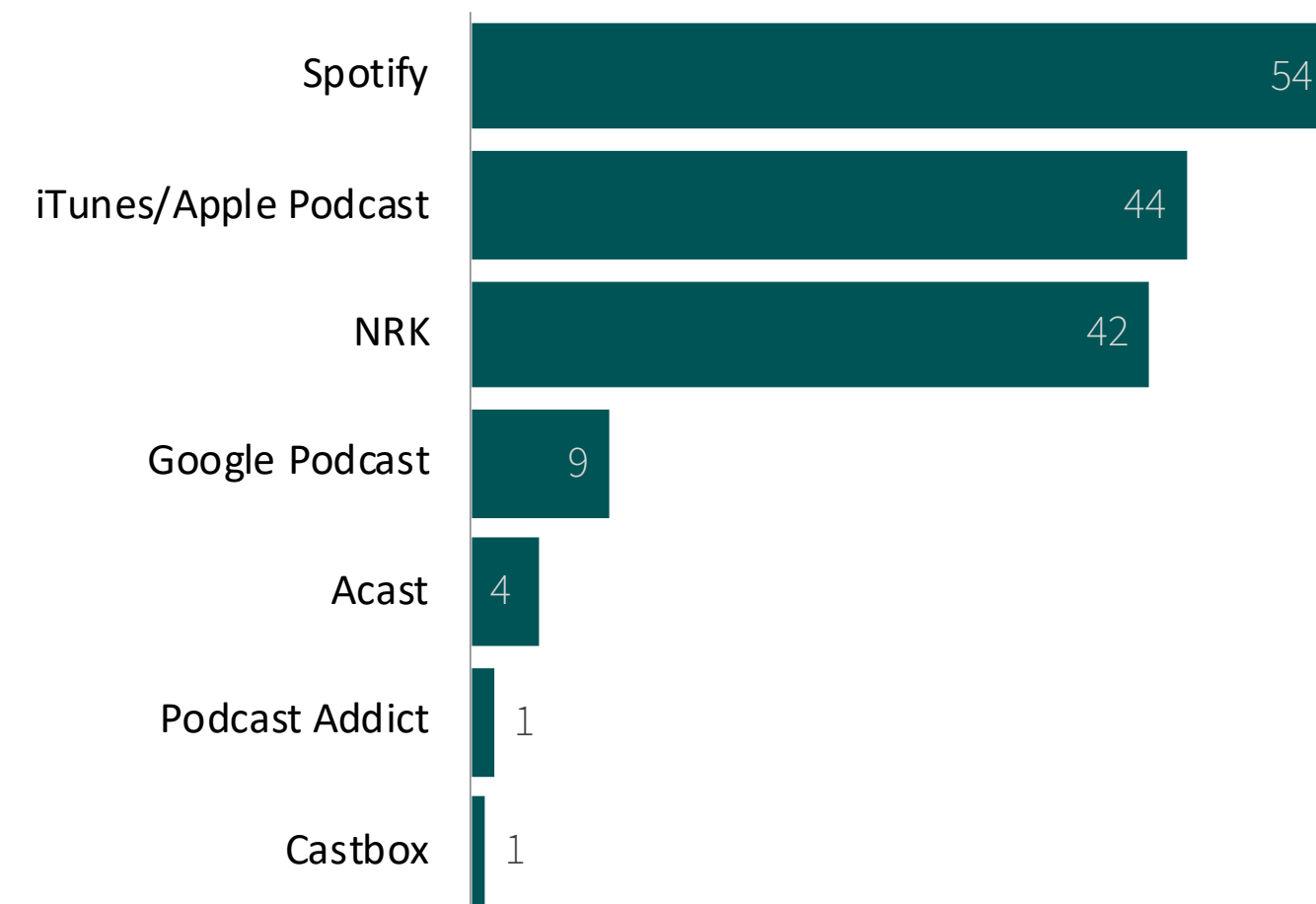


Podkastlytting er intimt og personlig, rett i øret.

- 90% bruker mobiltelefonen når de hører på podkast.
- Over halvparten av podkastlyttere hører podkast hovedsakelig via hodetelefoner.

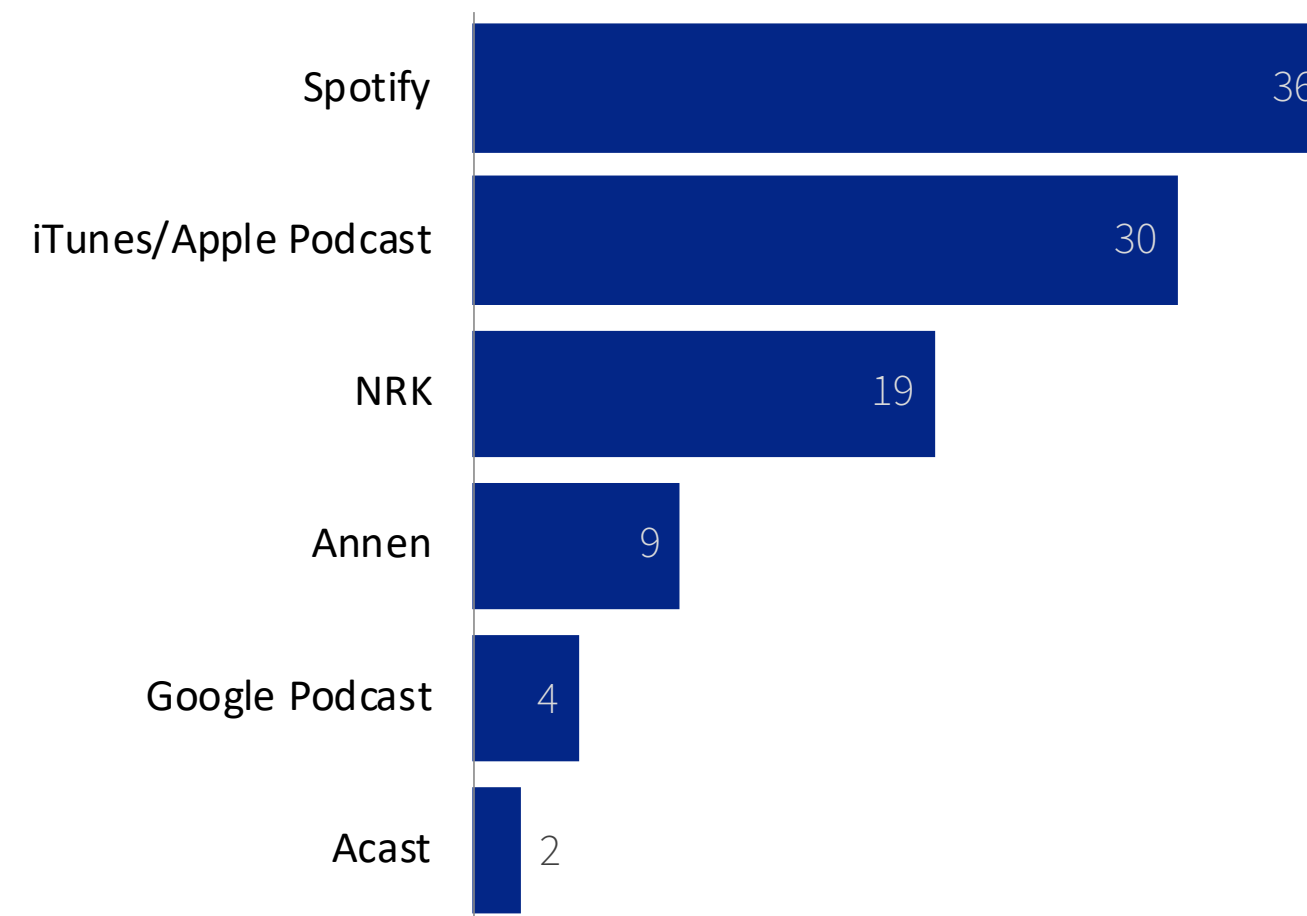
Apper og tjenester blant podkastlyttere

Hvilke apper/tjenester har du noen gang brukt for å høre på en podkast? (%)



Apper og tjenester blant podkastlyttere

Hvilken av disse bruker du oftest? (%)

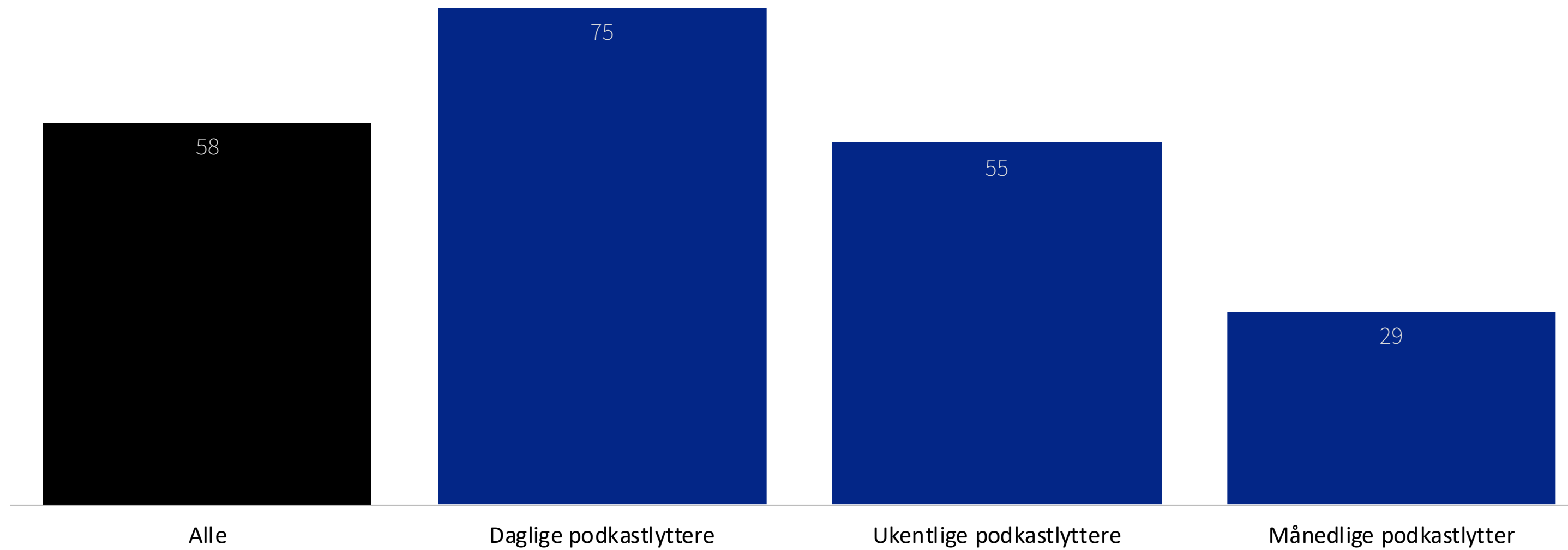


Spotify er mest brukt for å høre på podkast.

- Spotify er den appen/tjenesten som er mest brukt for å høre podkast.
- Spotify er større enn andre tilsvarende podkastapper/tjenester både på spørsmål om «brukt oftest» og «brukt noen gang».
- 54% har brukt Spotify til å høre på podkast, 36% bruker Spotify oftest til å høre på podkast.
- Kvinner bruker iTunes/Apple i større grad enn menn.

Abonnement blant podkastlyttere

Abonnerer du på noen podkaster? (%)

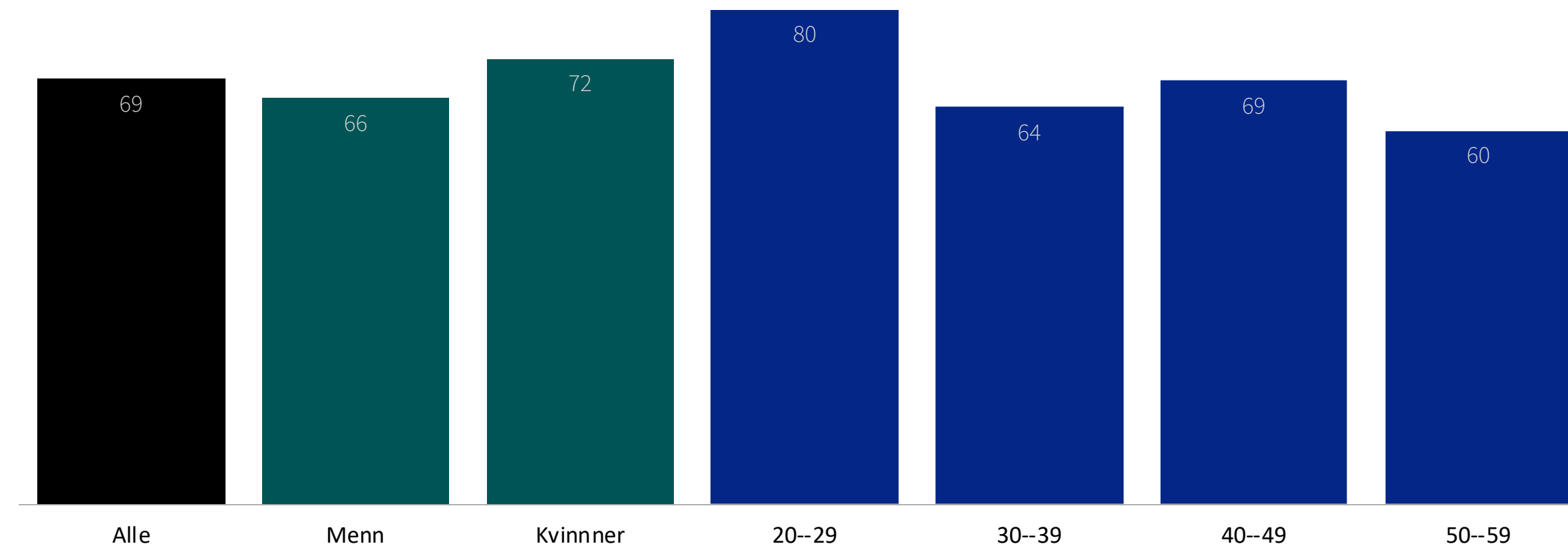


58% av podkastlyttere abonnerer på podkaster, men andelen synker med alder

- De daglige podkastlytterne er de som i størst grad abonnerer på podkaster.
- 75% av daglige podkastlyttere abonnerer på podkaster, mens 29% av månedlige podkastlyttere abonnerer på podkaster.

Skipping blant podkastlyttere

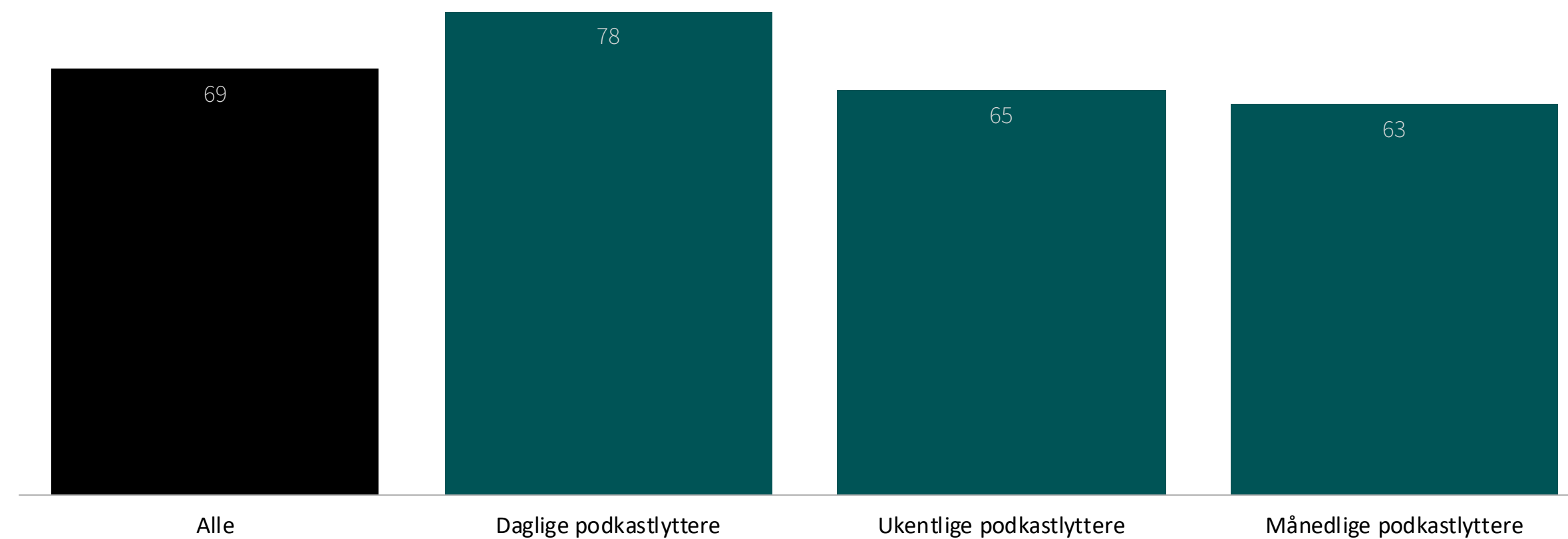
Når du lytter til podkast, hvor mye hører du vanligvis av en episode? (%)



Alle: 628 Menn: 321 Kvinner: 307 20--29: 186 30--39: 147 40--49: 113 50--59: 74

Skipping blant podkastlyttere

Når du lytter til podkast, hvor mye hører du vanligvis av en episode? (%)



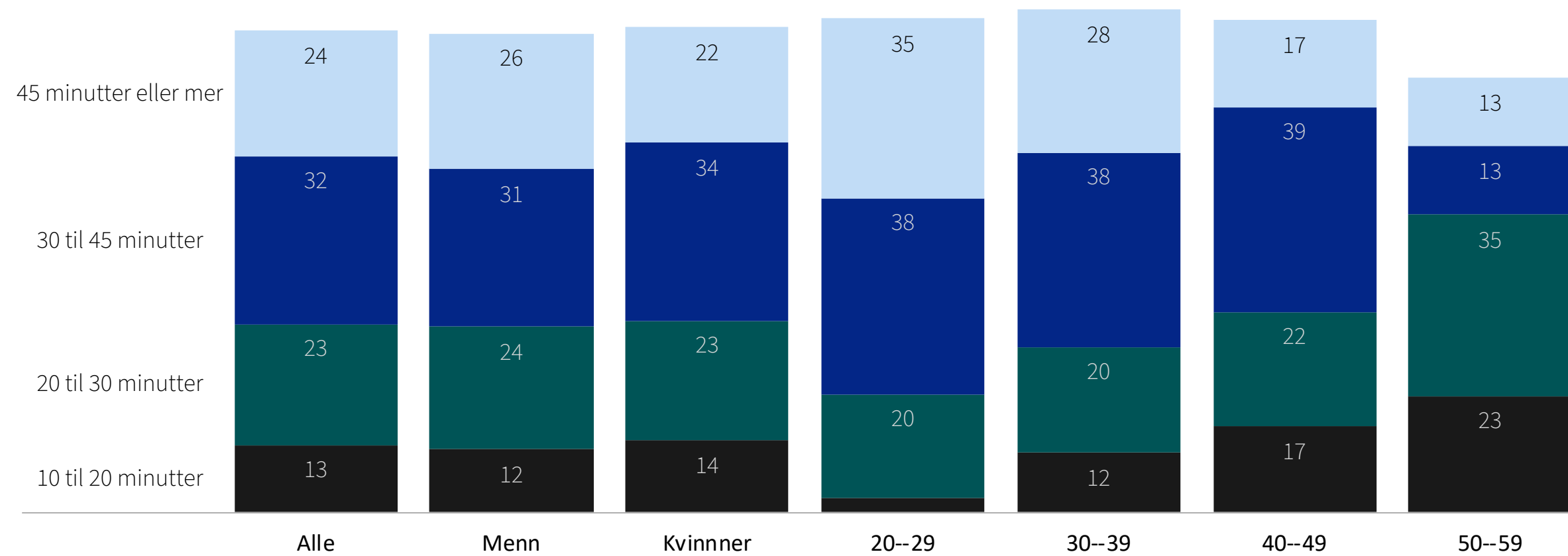
Alle: 628 Daglige lyttere: 284 Ukentlige lyttere: 218 Månedlige lyttere: 92

7 av 10 hører hele episoder og skipper ikke.

- Skipping er ikke et utbredt fenomen blant podkastlyttere.
- Hele 8 av 10 i aldersgruppen 20-29 år hører hele episoder.
- Andelen som hører hele episoder er lavest blant 50 – 59 åringene, på 60%.
- Daglige podkastlyttere hører i større grad hele podkastepisoder enn de som hører sjeldnere.

Spilletid blant podkastlyttere

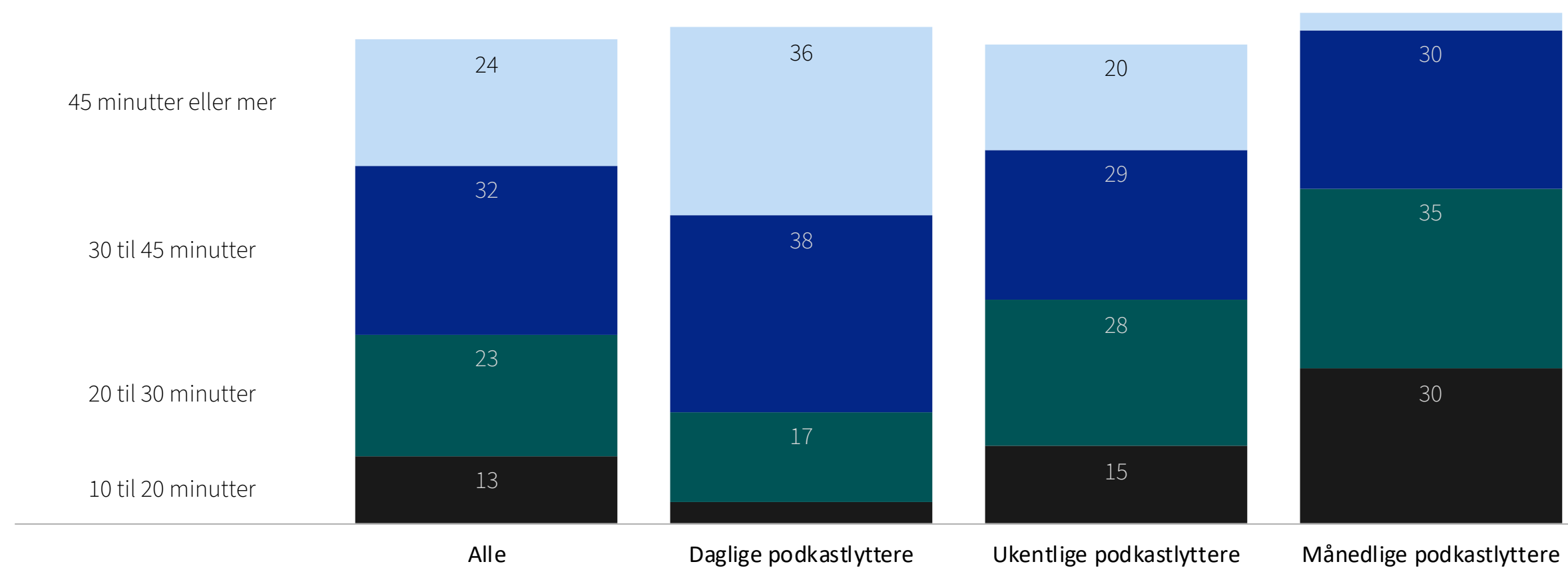
Hva vil du si er den optimale spilletiden for en podkast-episode? (%)



Alle: 628 Menn: 321 Kvinner: 307 20--29: 186 30--39: 147 40--49: 113 50--59: 74

Spilletid blant podkastlyttere

Hva vil du si er den optimale spilletiden for en podkast-episode? (%)



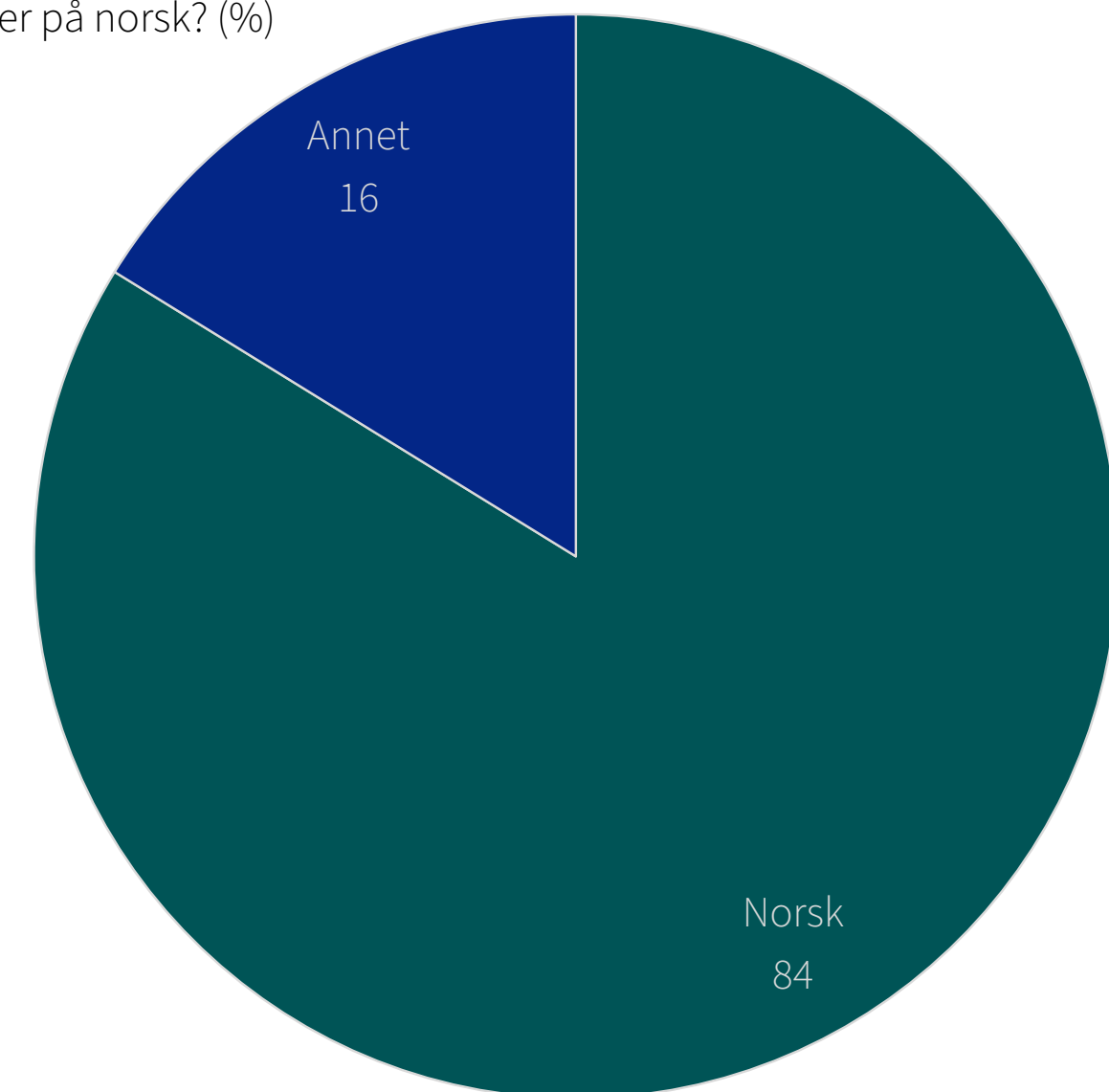
Alle: 628 Daglige lyttere: 284 Ukentlige lyttere: 218 Månedlige lyttere: 92

Konvertér flere podkastlyttere ved hjelp av kortere episoder.

- Det finnes ingen klar fasit på hvor lang den optimale podkastepisoden bør være.
- Det som imidlertid er tydelig er at de yngste aldersgruppene, som vi vet konsumerer mest lyd totalt sett, gjerne hører lengre episoder enn de eldre aldersgruppene.
- Daglige podkastlyttere kan gjerne høre lengre episoder enn de mindre frekvente podkastlytterne.
- Korte episoder kan gjøre det enklere for flere å høre podkast oftere.

Språk blant podkastlyttere

Hvor mange prosent av podkastene du hører er på norsk? (%)

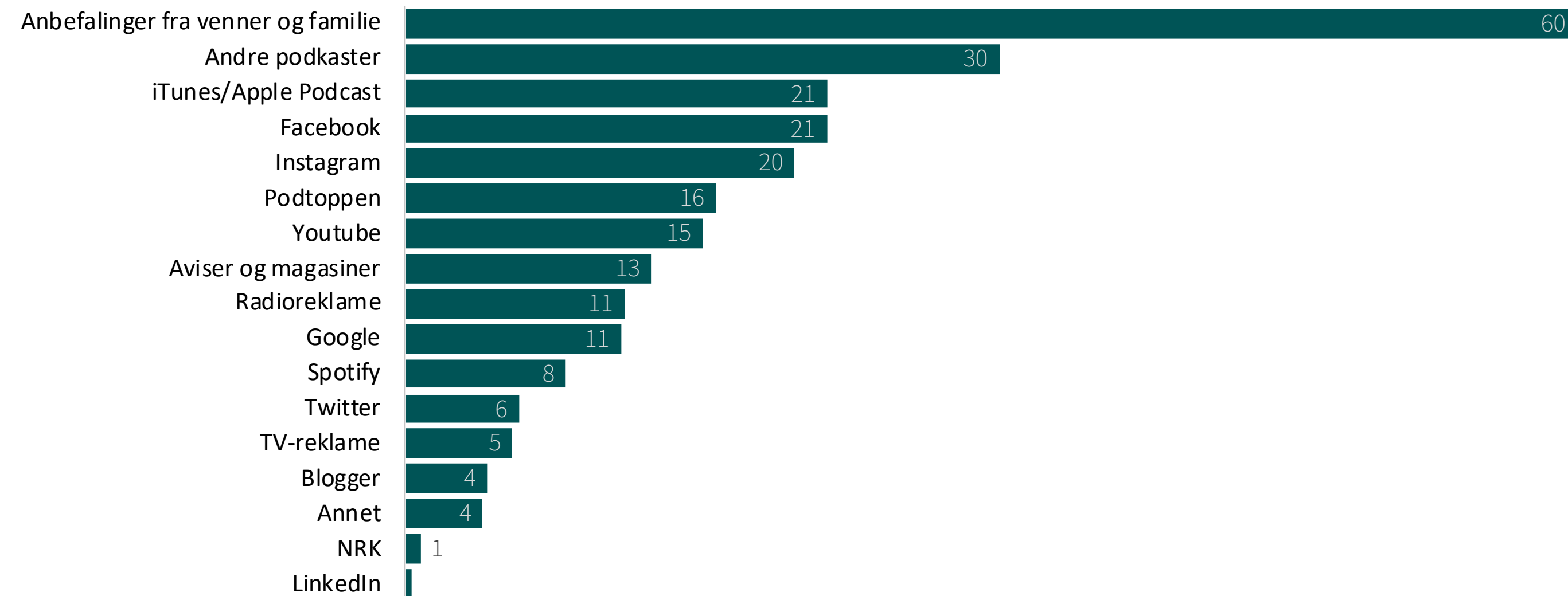


Norsk språk er viktig.

- 84% av podkastene vi lytter til er på norsk
- Dette illustrerer tydelig at det er et behov for og ønske om norskprodusert innhold

Oppdagelse blant podkastlyttere

Hvor oppdager du nye podkaster? (%)

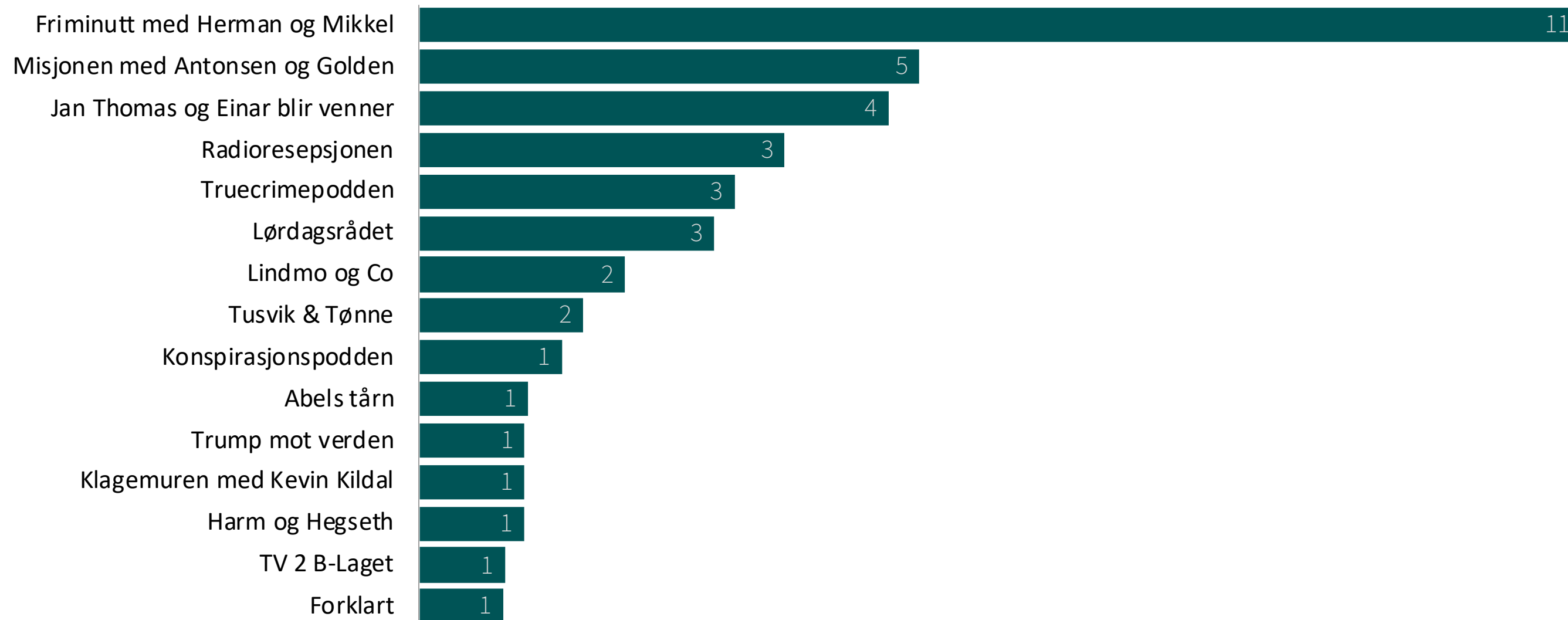


Anbefaling fra venner og familie er den klart viktigste måten å bli kjent med podkaster på.

- 6 av 10 oppdager nye podkaster gjennom familie og venner. Dette er den utvilsomt viktigste måten å orientere seg i utvalget av podkaster på.
- Resultatene viser videre at vi lar oss inspirere og oppdage podkaster i mange ulike kanaler, men det finnes enn så lenge ikke én kilde som mange bruker.
- 16% oppdager nye podkaster på Podtoppen, som har til hensikt å være en offisiell toppliste for podkast i Norge.

Favoritt-podkast blant podkastlyttere

Hvilken er din favoritt-podkast? Bare én, takk. (% Uhjulpet)



Topp 15

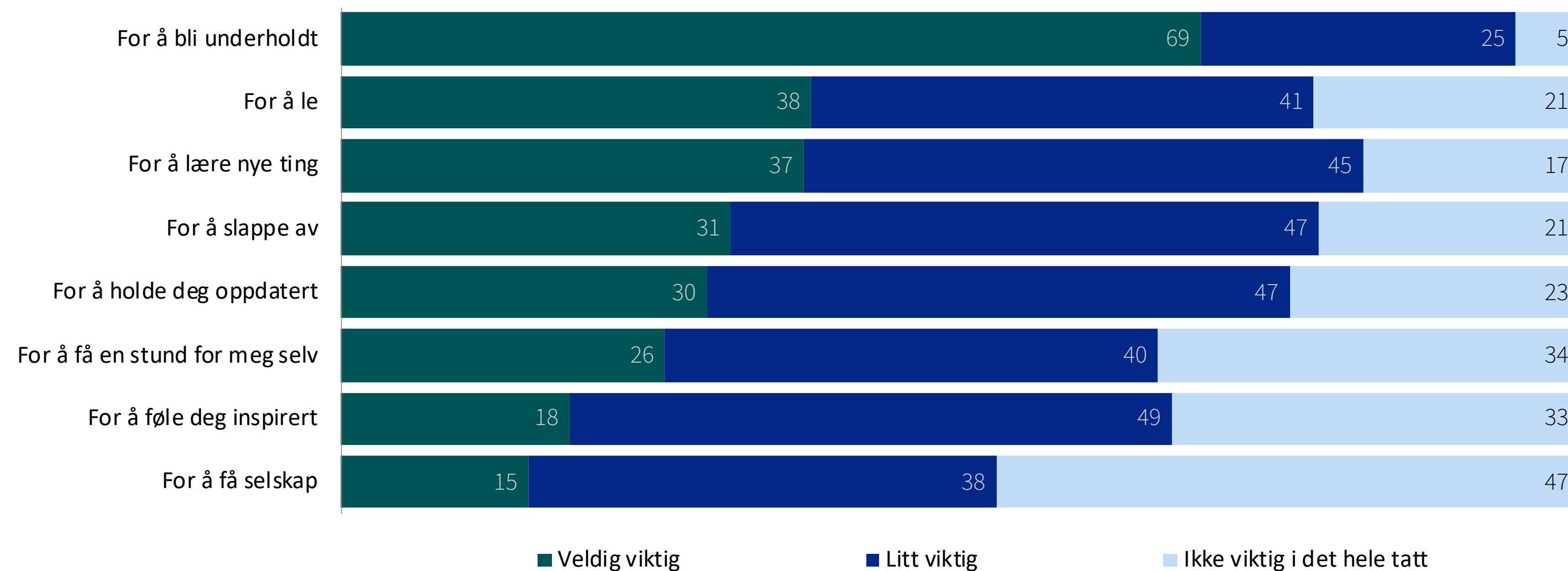
Podkastmarkedet er svært fragmentert.

- Friminutt med Herman og Mikkel er den podkasten som flest anser som sin favoritt.
- Likevel er det kun 11% som oppgir Herman og Mikkel som sin favoritt.
- Dette er et uttrykk for at podkastmarkedet er svært fragmentert.

4. Drivere og barrierer

Grunner blant podkastlyttere

Når du lytter til podkaster, hvor viktige er disse grunnene for deg? (%)

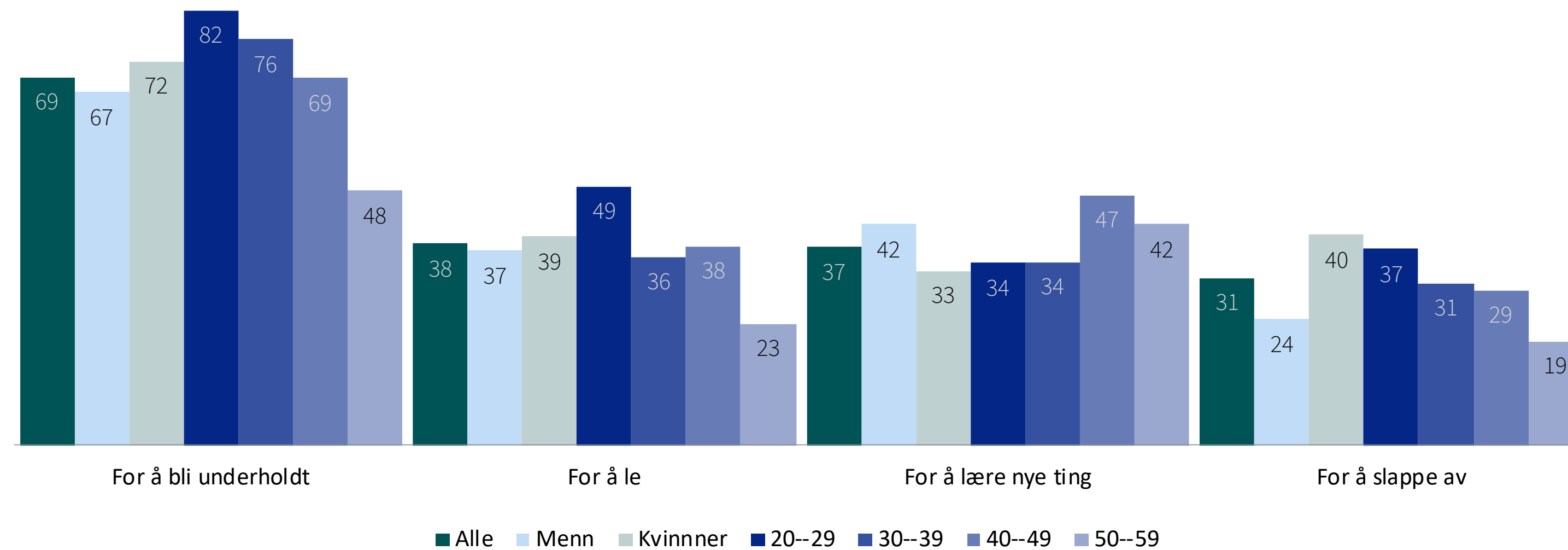


Underholdning er viktigste grunn til å høre på podkast.

- Underholdning er den klart viktigste grunnen til å lytte til podkast. 69% svarer at underholdning er veldig viktig og svært få (kun 5%) svarer at underholdning ikke er viktig i det hele tatt.
- Hva som defineres som underholdning er derimot subjektivt. For noen kan underholdning primært handle om å le, mens for andre kan underholdning innebære et element av læring.
- I motsatt ende viser funnene at podkastlytting i svært liten grad handler om å få selskap.

Grunner blant podkastlyttere

Når du lytter til podkaster, hvor viktige er disse grunnene for deg? (% Veldig viktig)

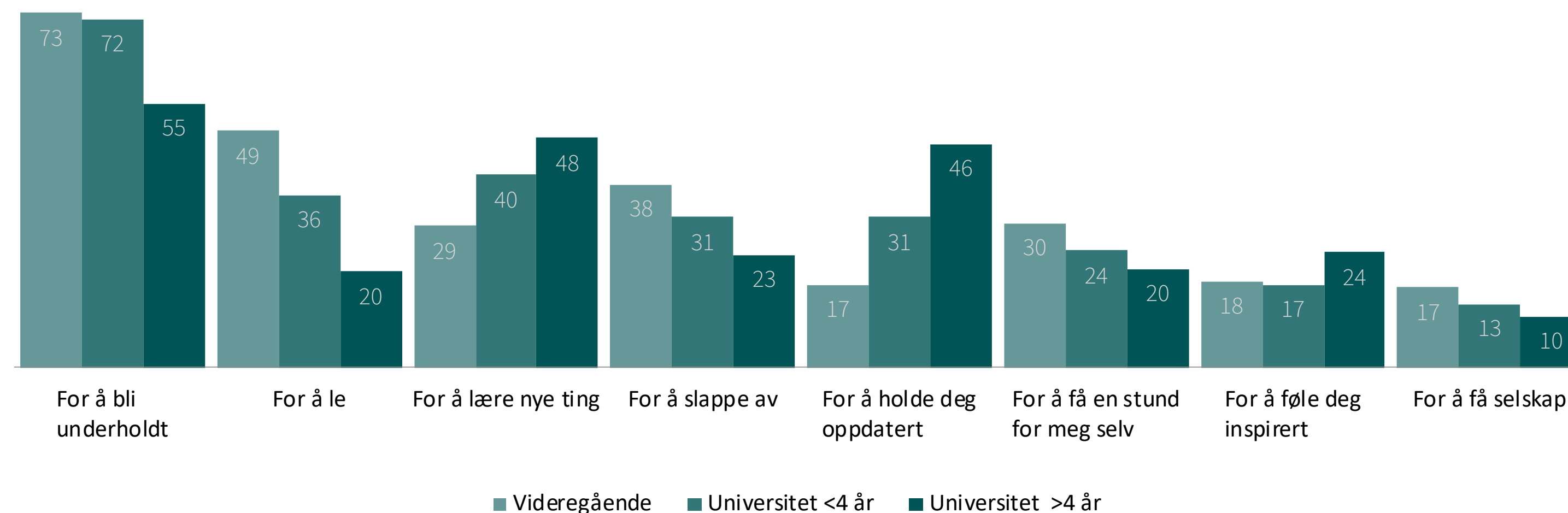


Alder og kjønn påvirker hvilke grunner vi har til å konsumere podkast.

- Grunner til å lytte til podkast endrer seg med alder.
- Underholdning er eksempelvis svært mye mer viktig jo yngre vi er. Blant 20-29 åringene svarer hele 82% at underholdning er veldig viktig. Blant 50-59 åringene svarer 48% at underholdning er veldig viktig.
- Det å lære nye ting blir viktigere med alder.
- Menn lytter i større grad enn kvinner for å lære mye ting, kvinner lytter i større grad enn menn for å slappe av.

Grunner blant podkastlyttere

Når du lytter til podkaster, hvor viktige er disse grunnene for deg? (% Veldig viktig)

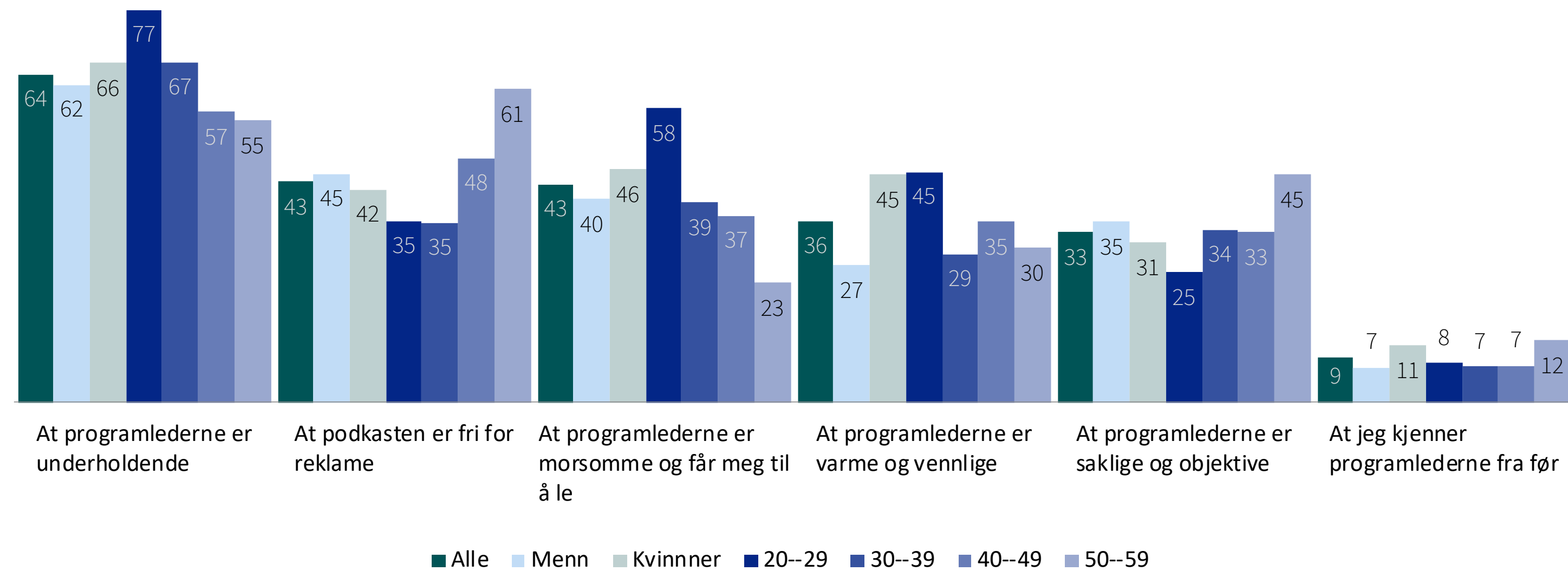


Utdanningsnivå påvirker i svært stor grad hvilke grunner vi har for å lytte til podkast.

- Utdanningsnivå har svært mye å si for hvorfor vi lytter til podkast.
- Underholdning er svært mye viktigere blant dem med lavere utdanning (videregående og universitet under 4 år) enn blant dem med høyere utdanning (universitet over 4 år).
- Det å lære nye ting og å holde seg oppdatert er viktigere jo mer utdanning man har.

Drivere blant podkastlyttere

Hvor viktige er disse egenskapene når du velger en podkast å høre på? (% Veldig viktig)

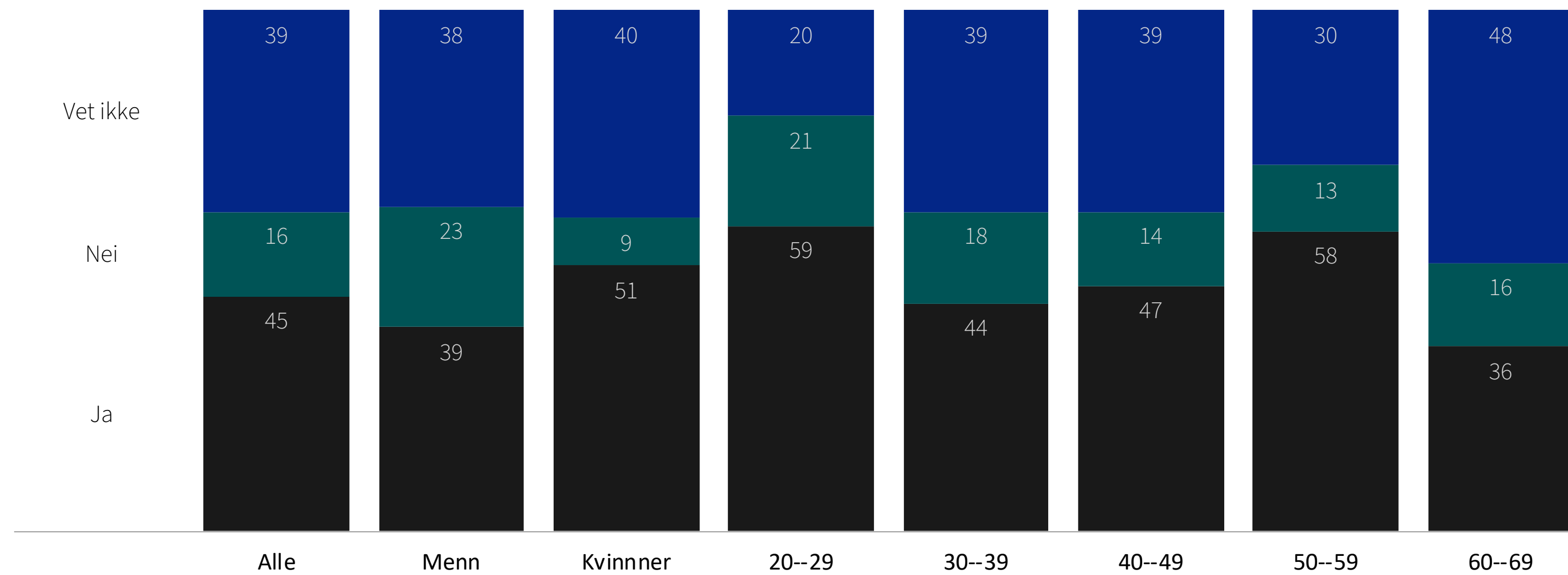


Kjente programledere er ingen viktig driver i seg selv.

- Drivere for valg av podkast varierer stort mellom aldersgruppene.
- Programledere som er underholdende og morsomme er svært viktige drivere for de yngre aldersgruppene.
- Saklige og objektive programledere er svært mye viktigere blant eldre enn blant yngre.
- At programlederne er kjente fra før er ingen viktig driver for valg av podkast blant noen av aldersgruppene.

Fremtidig lytning blant de som ikke hører podkast

Tror du at du vil høre på podkaster i fremtiden? (%)



Andelen som ikke tror de vil høre podkast i fremtiden er lav.

- Konsumet av podkast kommer med overveiende sannsynlighet til å fortsette å vokse.
- Blant dem som ikke hører podkast i dag tror 45% at de kommer til å høre podkast i fremtiden. Kun 16% tror ikke de vil høre podkast i fremtiden.
- Kvinner er mer positive til at de kommer til å høre podkast i fremtiden enn menn.
- Andelen som ikke tror de vil høre podkast i fremtiden er lav i alle aldersgrupper.

Grunner blant fremtidige podkastlyttere

Du svarte at du kjenner til podkaster, men aldri eller nesten aldri hører på dem. Kan du si hvorfor? (%)



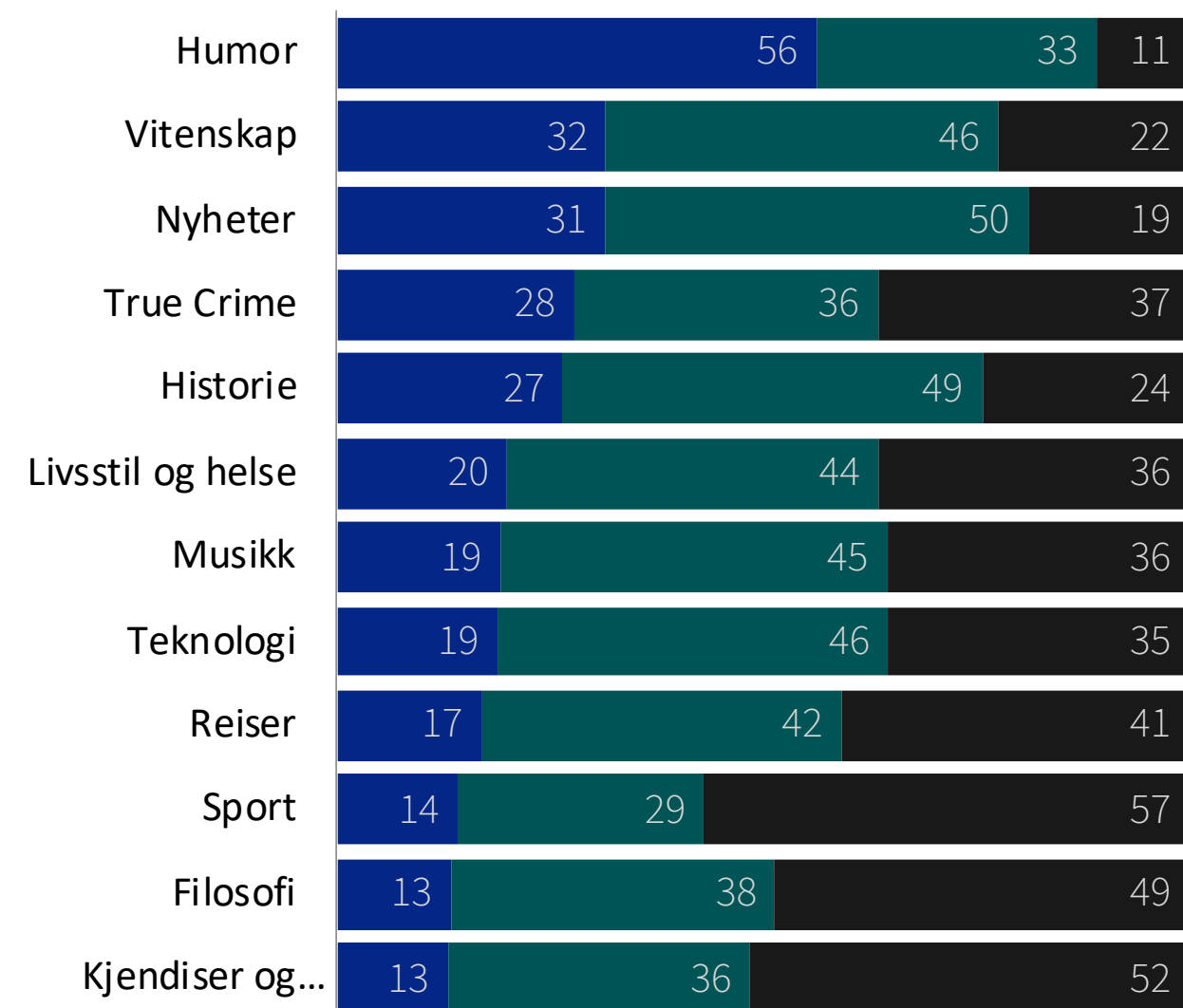
Podkaster må markedsføres og synliggjøres for at flere skal lytte

- De to viktigste barrierene for å ikke lytte til podkast er tid og usikkerhet rundt hvilke podkaster man bør lytte til.
- Det å bygge opp både mental og fysisk tilgjengelighet er viktigste vei til økt konsum.
- Podtoppen.no er et norsk initiativ som søker å gjøre nettopp dette og som det vil være spennende å følge i årene som kommer.

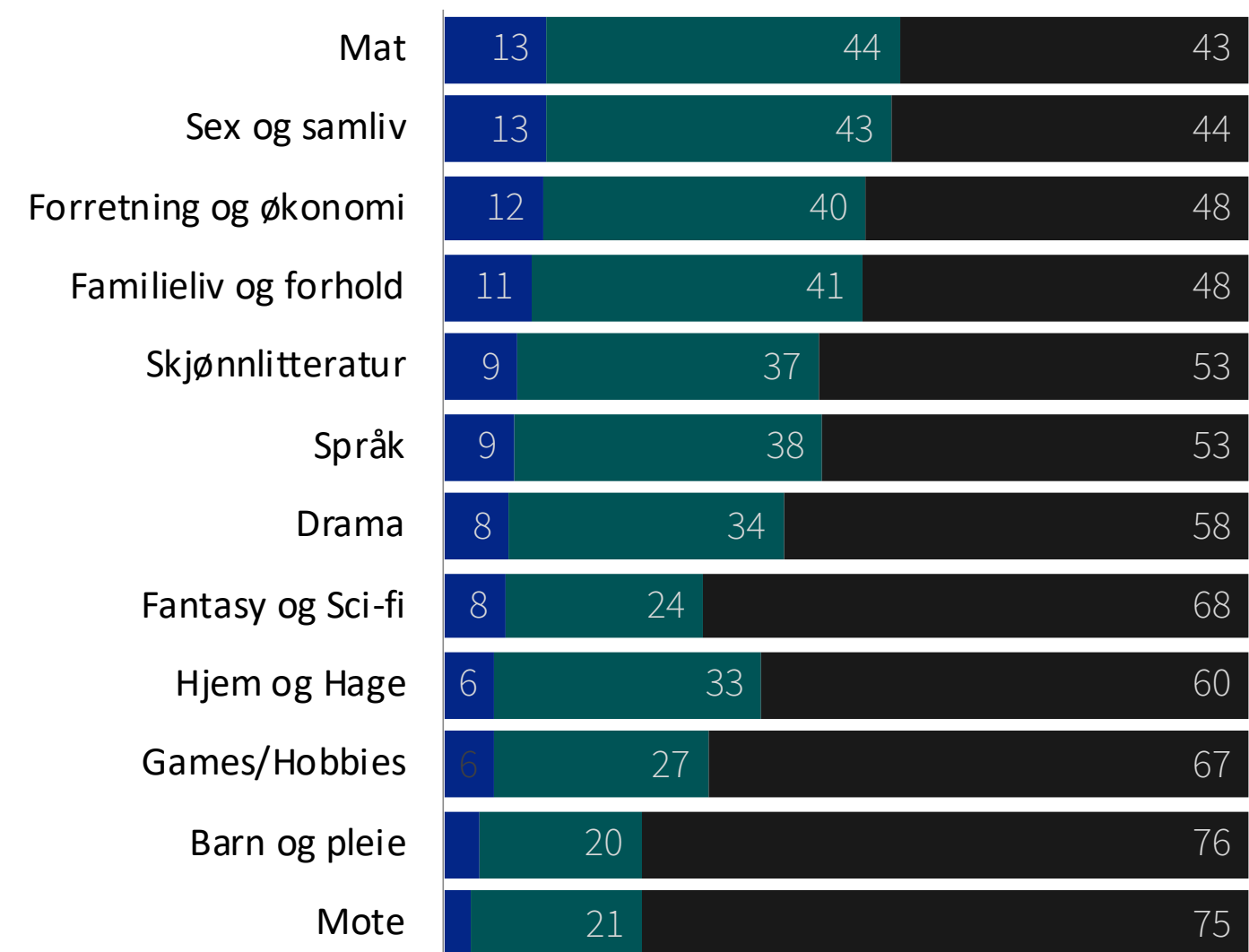
5. Innhold

Emner blant podkastlyttere

Hvor interessert er du i å høre om...? (%)



■ Veldig interessert ■ Litt interessert ■ Ikke interessert i det hele tatt

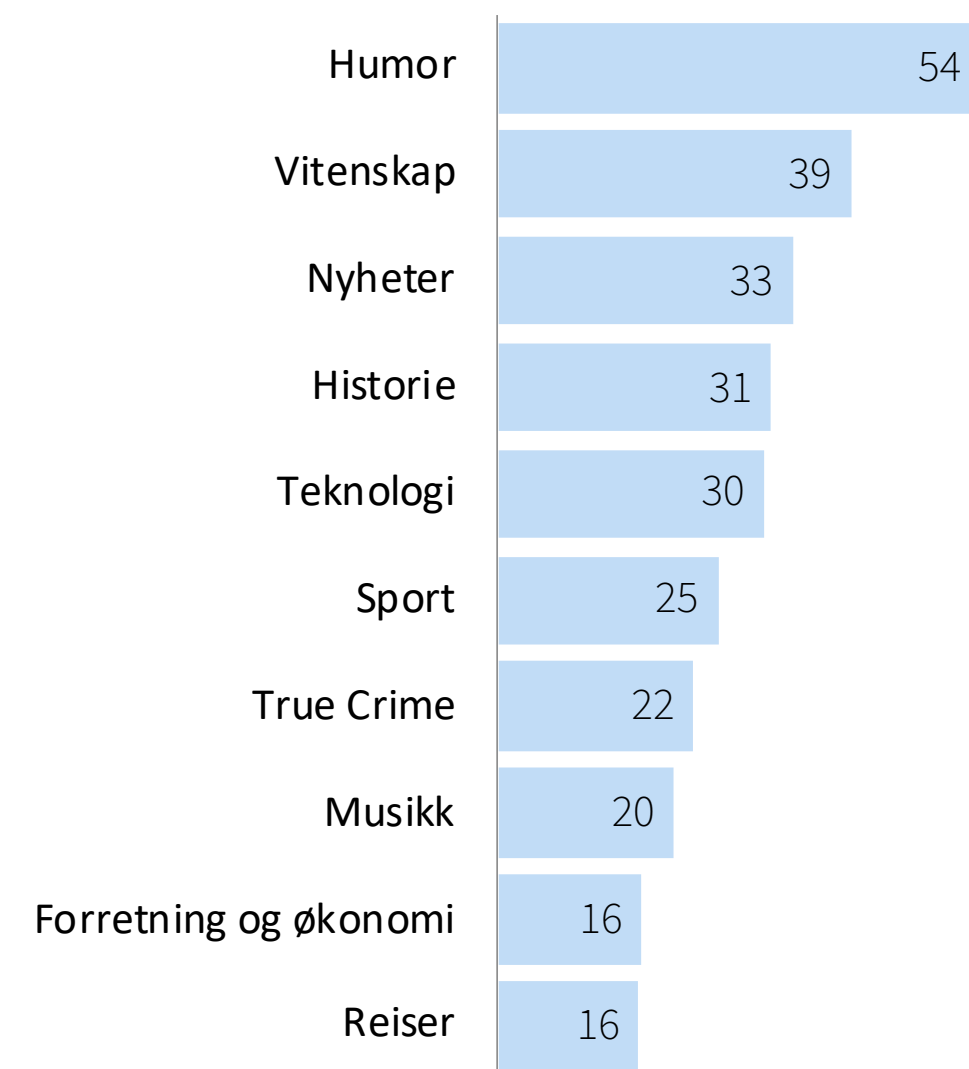


Humor appellerer bredt og til flest podkastlyttere.

- Humor er det som flest søker å høre om i podkast. Hele 56% svarer at de er veldig interessert og 33% svarer at de er litt interessert i humor. Kun 11% er ikke interessert i humor i det hele tatt.
- Vitenskap, nyheter, true crime og historie er også emner som mange ønsker å høre om.

Emner blant menn

Hvor interessert er du i å høre om...? (% Veldig intressert)



Topp 10

Emner blant kvinner

Hvor interessert er du i å høre om...? (% Veldig intressert)



Topp 10

Menn interessert i vitenskap mens kvinner er interessert i true crime.

- Både menn og kvinner er mest interessert i å høre om humor.
- Likevel ser vi at det er klare forskjeller mellom kvinner og menns interesser.
- Kvinner er svært mye mer interessert i true crime enn menn (34% vs 22%) og menn er mer interessert i vitenskap enn kvinner (39% vs 24%).

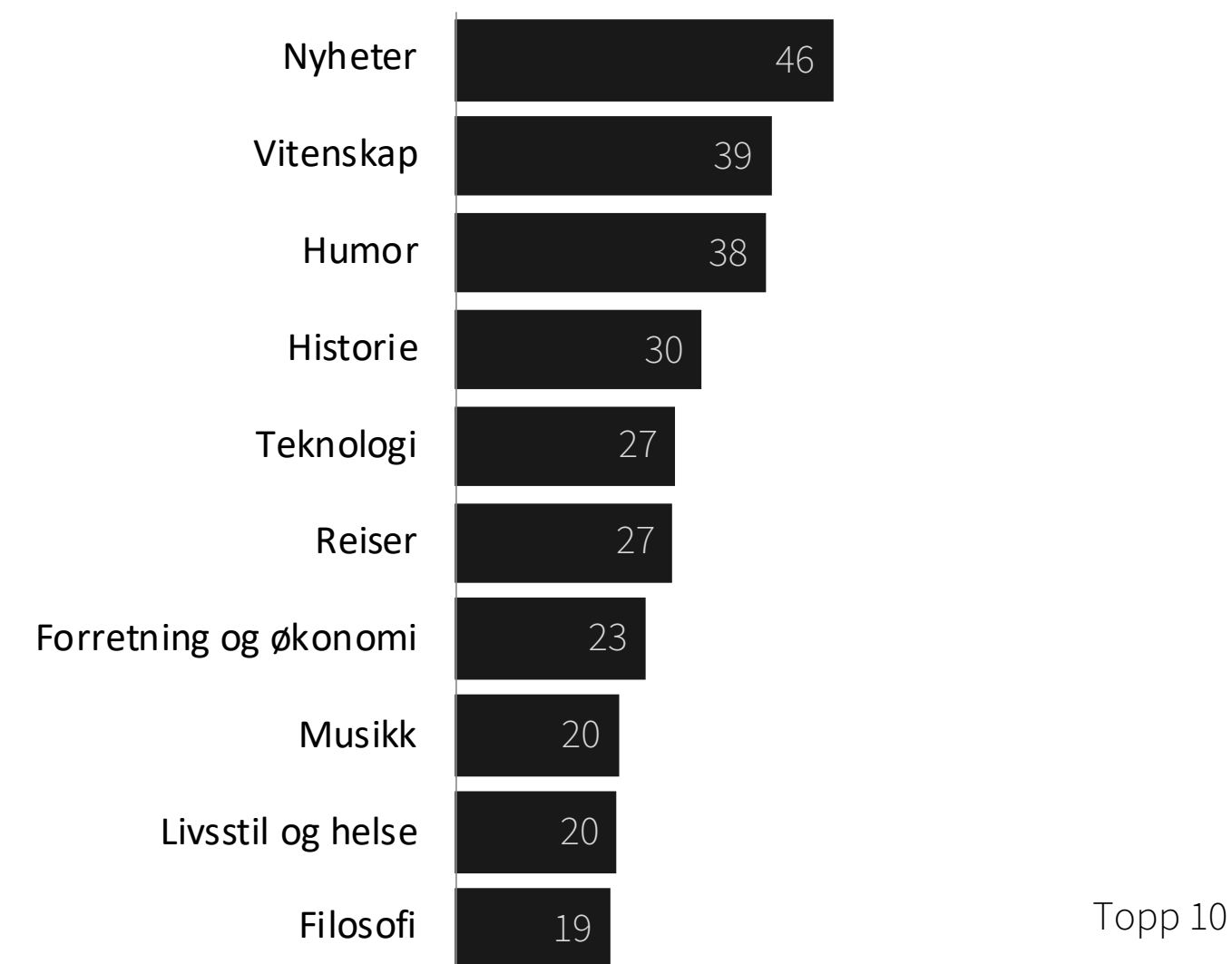
Emner blant 20--29

Hvor interessert er du i å høre om...? (% Veldig intressert)



Emner blant 50--59

Hvor interessert er du i å høre om...? (% Veldig intressert)



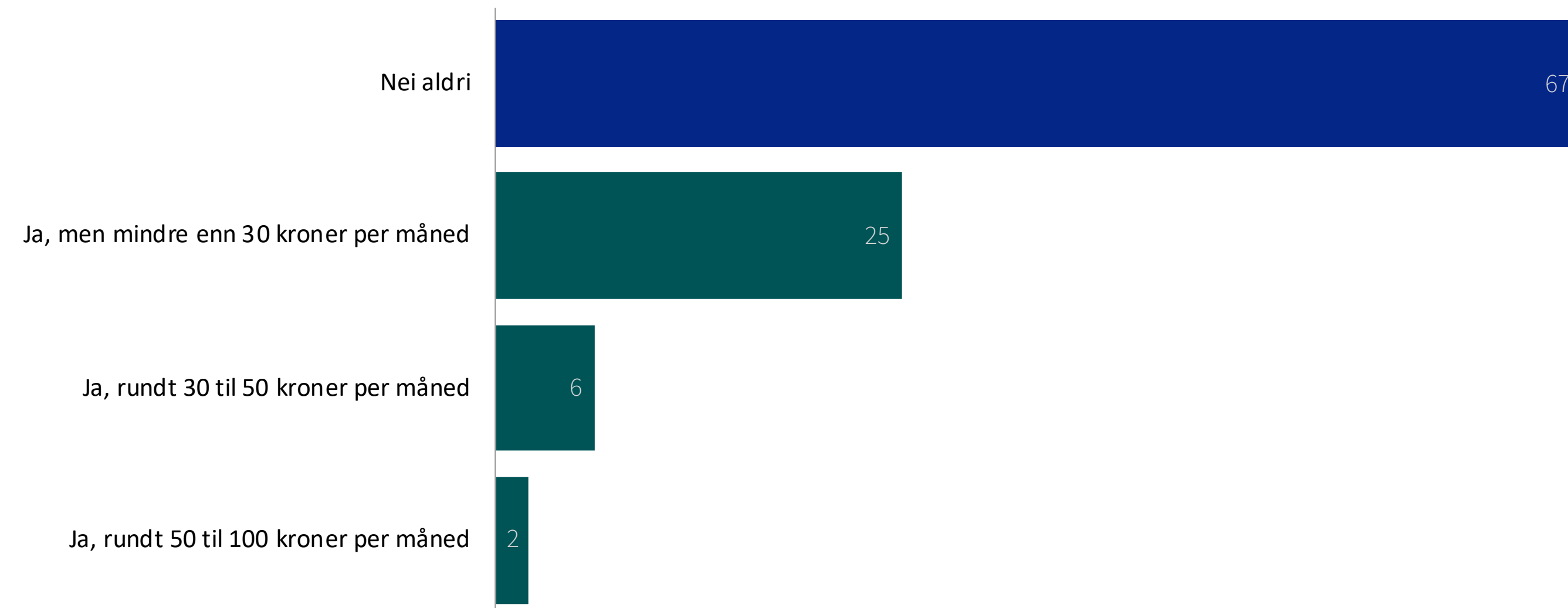
De yngre er interessert i humor, de eldre er opptatt av nyheter og vitenskap

- Det er også vesentlige forskjeller i interesser for de ulike aldersgruppene.
- Humor troner klart på topp hos de mellom 20 – 29 år.
- Blant 50 – 59 åringene er det imidlertid nyheter og vitenskap som ligger på topp, tett etterfulgt av humor.

6. Reklame

Betalingsvilje blant podkastlyttere

Kan du tenke deg å betale for en podkast, og i så fall hvor mye? - For å få den helt fri fra reklame (%)

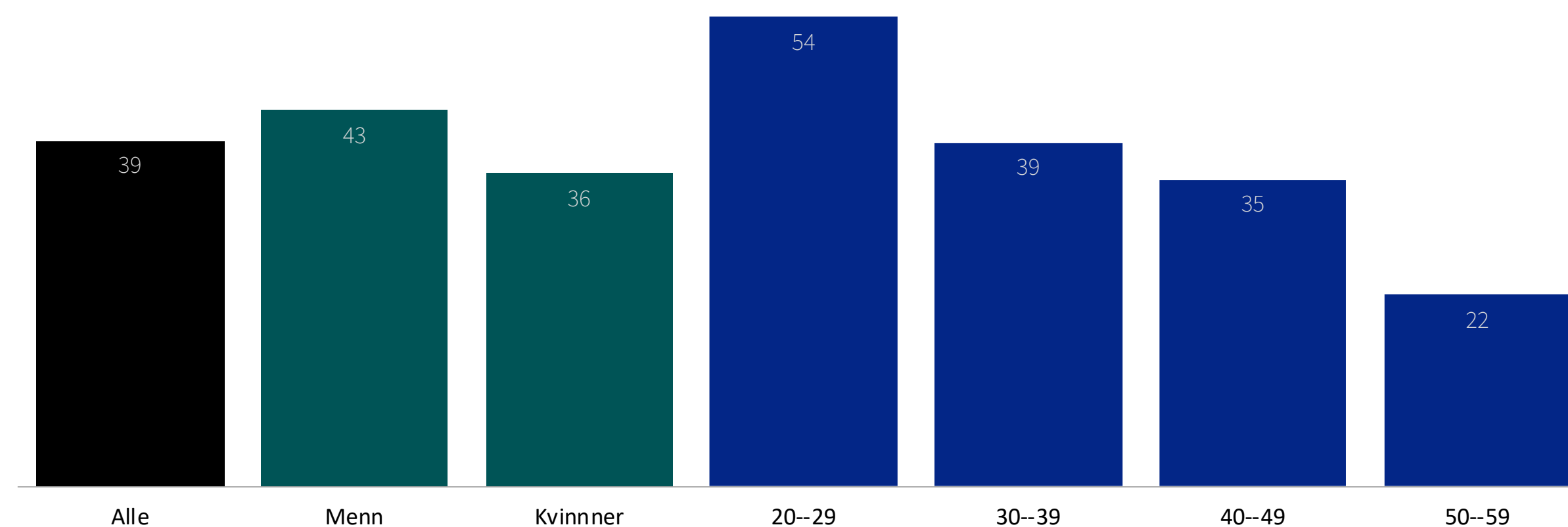


Heller reklame enn å betale for podkast

- 7 av 10 er ikke villig til å betale for podkast for å få den helt fri for reklame.
- 25% er villig til å betale noe, men ikke mer enn 30 kroner per måned.
- Kun 6% er villig til å betale mellom 30 og 50 kr per måned.
- I dag er folk flest vant til å få kommersielle budskap i medier. Trolig gjelder dette også for podkast.

Reklameeffekt blant podkastlyttere

Når du har hørt noe om et produkt eller en tjeneste i en podkast, har du noen gang handlet basert på det du hørte? (% Ja)

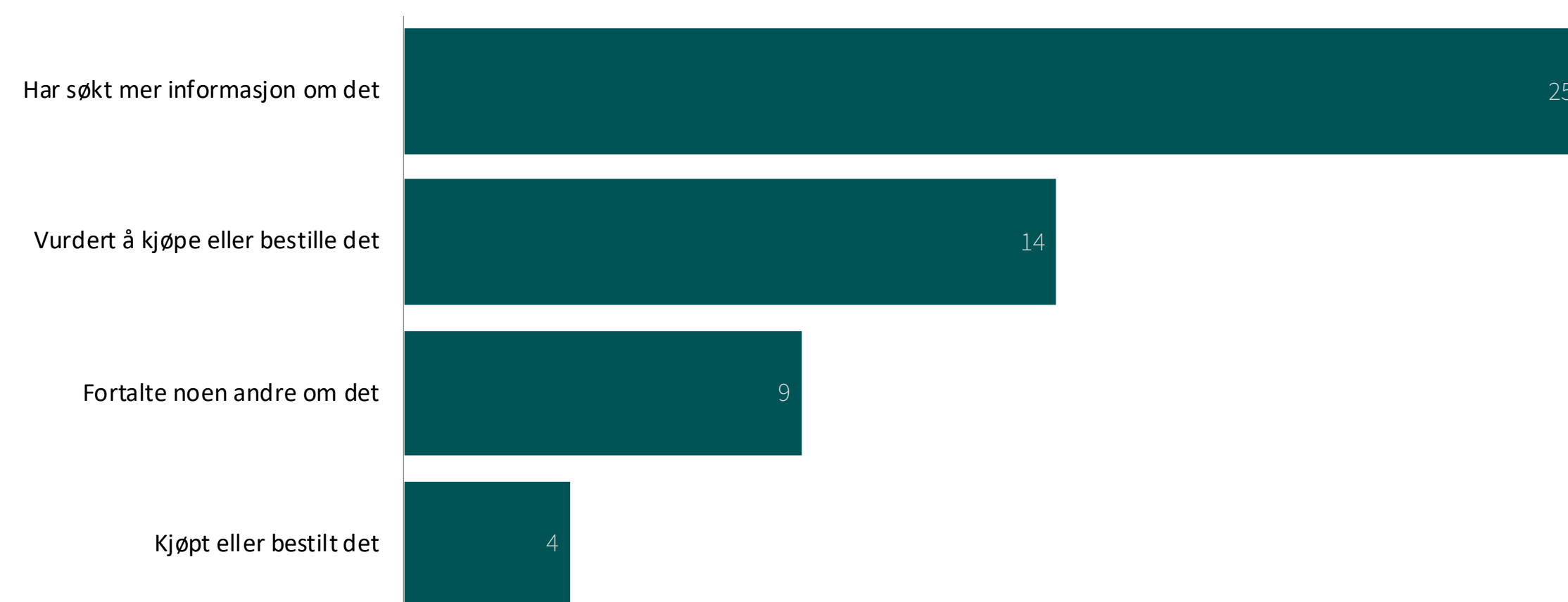


4 av 10 har handlet etter å ha hørt om et produkt eller en tjeneste i en podkast

- Hele 54% av de mellom 20 og 29 år har handlet (gjort noe) etter å ha hørt noe om et produkt eller tjeneste i en podkast.
- Andeler som har handlet synker med alder.
- 25% har søkt mer informasjon om produkter eller tjenester de har hørt om i podkast.

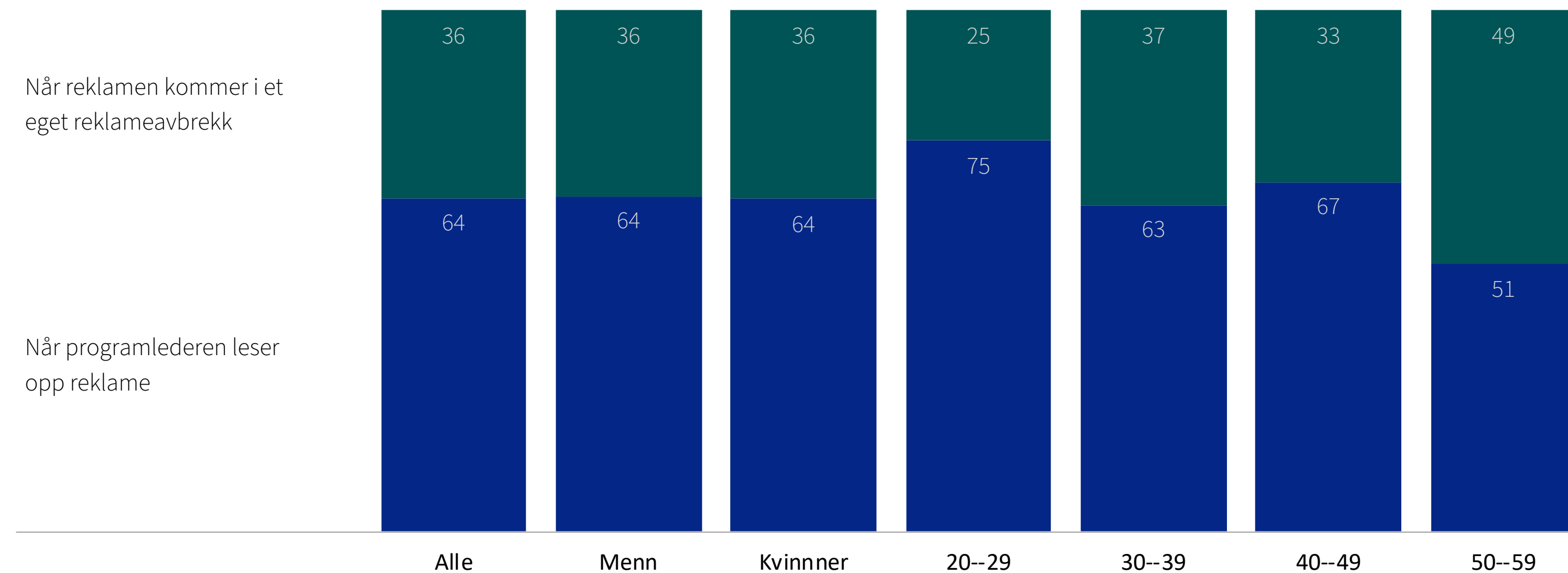
Reklameeffekt blant podkastlyttere

Når du har hørt noe om et produkt eller en tjeneste i en podkast, har du noen gang gjort noe av det følgende? (%)



Foretrukket reklametype blant podkastlyttere

Hvilket av disse to alternativene får mest av oppmerksomheten din? (%)



Reklame opplest av programlederen anses å få høyest oppmerksomhet.

- Totalt oppgir 64% at reklamen får mest oppmerksomhet når den leses opp av programlederen.
- Dette gjelder imidlertid i mindre grad blant de over 50 år. Dette henger trolig sammen med at eldre lyttere i større grad enn yngre søker objektive og saklige programledere.
- Merk at oppmerksomhet til reklamen ikke er det samme som troverdighet til reklamen.

A professional microphone on a stand is positioned in the foreground, slightly to the left. In the background, a computer monitor displays a waveform, likely representing audio data. The entire scene is dimly lit, with the microphone and the text being the primary focus.

Takk!