



DEN STORE
PODRAPPORTEN

2023





Innhold

Forord

Om oss

Metodikk

Hovedfunn

Status podkastlytting

Lyttervaner

Drivere

Plattform og kommersialisering

Vekstpotensial

Den typiske podkastlytteren

Forord

Den store Podrapporten har blitt utført i Norge siden 2020, og presenteres her i sin fjerde utgave. Rapporten gjør opp årlig status på podkastlytting i Norge og gir leserne innsikt i lytteomfang, vaner, drivere og barrierer for norske podkastlyttere. I tillegg undersøkes forretningsmodeller, reklameeffekt og fremtidig vekst for podkastmarkedet.

Denne rapporten er en dybdeundersøkelsen av det norske podkastmarkedet. Den viser mediets historisk utvikling samtidig som den oppdateres for å fange nye trender. Rapporten er utarbeidet av Norges ledende mediebedrifter, og har som målsetning å informere og oppdatere både offentligheten og andre aktører i markedet.

Den Store Podrapporten er et samarbeidsprosjekt mellom Norstat, Bauer Media, NRK og Aller Media.

All informasjon tilgjengeliggjøres på www.podrapporten.no



Om oss

norstat

Norstat er Norges største spesialiserte aktør innen datainnsamling. De leverer kvantitative og kvalitative data gjennom et bredt spekter av metoder. Denne undersøkelsen er gjennomført på Norstatpanelet, Norges største webpanel med over 115.000 aktive medlemmer som speiler den norske befolkningen.



MEDIA GROUP

Bauer Media Group når ut til over 200 millioner brukere i 20 land. Mediekonsernet gir ut over 600 magasiner, og kringkaster over 100 radio- og TV stasjoner. I Norge driver Bauer Media en rekke kommersielle radiokanaler og podkaster.



NRK er Norges offentlig eide allmennkringkaster. Nær ni av ti nordmenn bruker et eller flere NRK-tilbud daglig. NRK har cirka 3 500 ansatte, rundt seks milliarder i omsetning og nesten 50 kontorer rundt om i landet.



Aller Media har ukentlig mer enn 3 millioner lesere i Norge, via nasjonale nyhets- og underholdningssiter som Dagbladet, DinSide, Børsen, KK, Se og Hør og Sol, samt nisjesiter som Vi, Elbil24, Kode24 og Lommelegen. I tillegg utgir Aller Media en rekke magasiner samt produserer podkaster.

Metodikk

Det er fjerde gangen Den Store Podrapporten er gjennomført.

2020 (pre-covid)

Feltarbeid gjennomført av Norstat
Webundersøkelse 2. – 13. mars 2020
Totalt 1600 respondenter
15+ år landsrepresentativt utvalg
39 % lyttet regelmessig til podkast

2021

Feltarbeid gjennomført av Norstat
Webundersøkelse 13. - 26. januar 2021
Totalt 1603 respondenter
15+ år, landsrepresentativt utvalg
40 % lyttet regelmessig til podkast

2022

Feltarbeid gjennomført av Norstat
Webundersøkelse 4. - 16. januar 2022
Totalt 1612 respondenter
15+ år landsrepresentativt utvalg
35 % lyttet regelmessig til podkast

2023

Feltarbeid gjennomført av Norstat
Webundersøkelse 6. - 10. februar
Totalt 1646 respondenter
15+ år landsrepresentativt utvalg
46 % lytter regelmessig til podkast

Hovedfunn

- Nordmenn har aldri lyttet så ofte til podkast som i 2023. Den totale dekningen, de som har lyttet det siste året eller oftere, er hele 46 prosent. 30-39 åringene lytter nå oftere til podkast enn 20-29 åringene, som tradisjonelt har lyttet oftest.
- 2 av 10 podkastlyttere startet å lytte det siste året, 36 prosent av disse startet på bakgrunn av anbefalinger fra venner og/eller familie.
- Vi lytter fortsatt oftest til podkast i hjemme, gjerne når vi gjør husarbeider eller slapper av før vi sovner.
- De største driverne for å lytte til podkast er at vi ønsker å bli underholdt, oppdatere oss, lære nye ting og slappe av. Vi ser at det er store variasjoner mellom aldersgruppene.
- Dokumentar, humor og historiene er emnene flest er interessert i å høre på, men også er her det store forskjeller mellom kjønn og alder.
- De viktigste kriteriene når vi velger en podkast er at den er lett tilgjengelig, har god lyd og er gratis, at podkasten er gratis er mindre viktig enn i fjor.
- Flere enn 1 av 5 har utført en handling etter å ha hørt reklame i en podkast. Av disse har 1 av 10 *kjøpt eller bestilt* produktet eller tjenesten.
- Det er *nedgang* i betalingsvilje for podkast sammenlignet med i fjor. Nedgang både når det gjelder «fri for reklame» og «få tilgang til eksklusivt innhold».
- Vekstpotensiala holder seg stabilt blant de som i dag ikke lytter til podkast. Fortsatt nær 9 av 10 som svarer at de kommer til å lytte til podkast i fremtiden eller enda ikke vet om de kommer til å lytte.



STATUS PODKASTLYTTING

DEN STORE
PODRAPPORTEN



NRK

norstat



97 % av befolkningen lytter til lydmedier



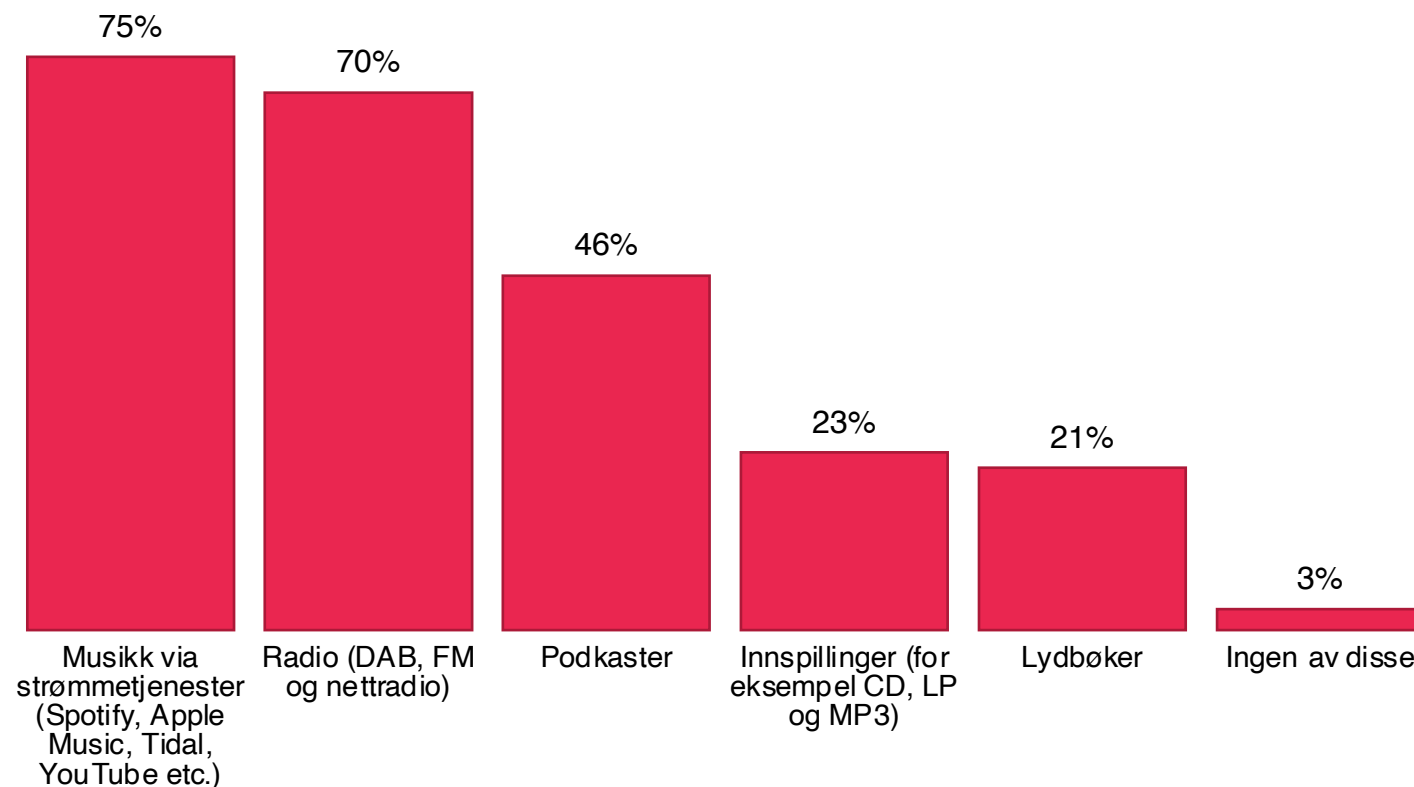
**46 % av befolkningen lytter
til podkast**

**9 av 10 kjenner til hva
podkast er**



46 prosent av befolkningen har lyttet til podkast det siste året

Hvilke av de følgende lytter du til? (%) Total dekning, i løpet av det siste året eller oftere

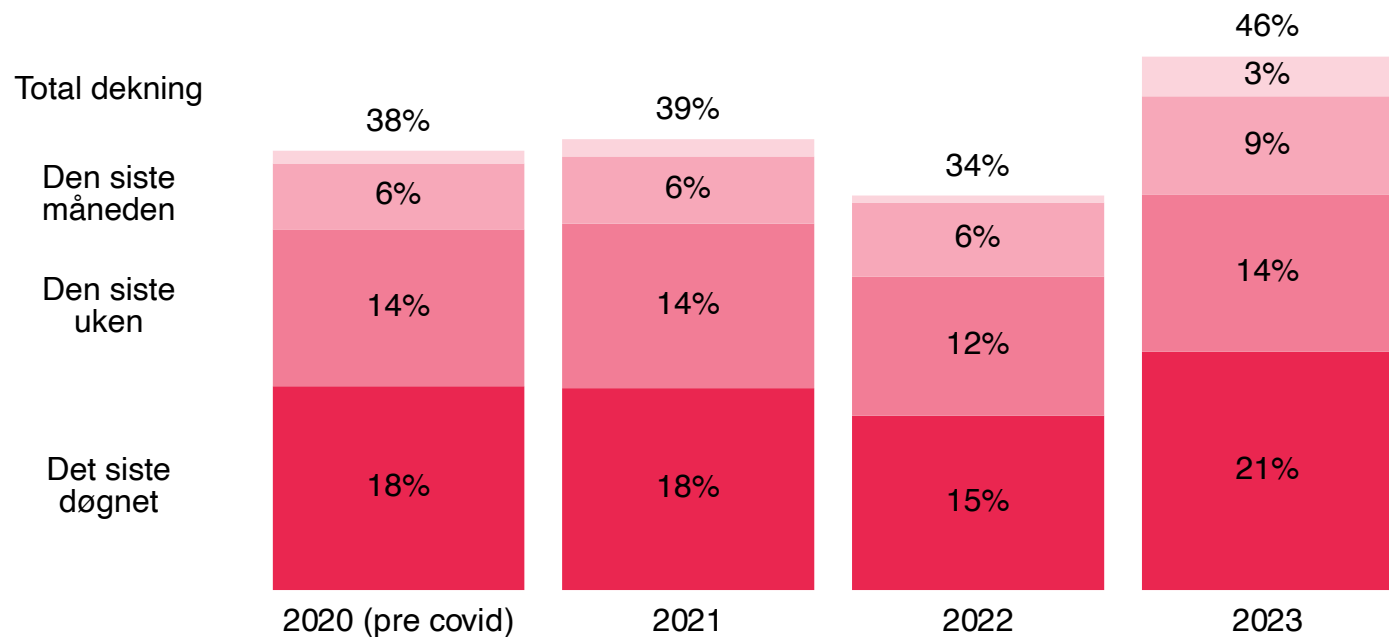


Nordmenn lytter i størst grad til musikk via strømmetjenester, radio og podkast.

- Kun 3 % svarer at de ikke lytter til noen av disse lydmediene. Det var flest blant de helt yngste og de helt eldste.
- Menn lytter også mer til musikk via strømmetjenester (77 % vs. 73 %) og innspillinger (27 % vs. 19 %), mens kvinner lytter i større grad til lydbøker (26 % vs. 16 %).

Nordmenn har aldri lyttet så ofte til podkast som i 2023

Når hørte du sist på en podkast? (%)

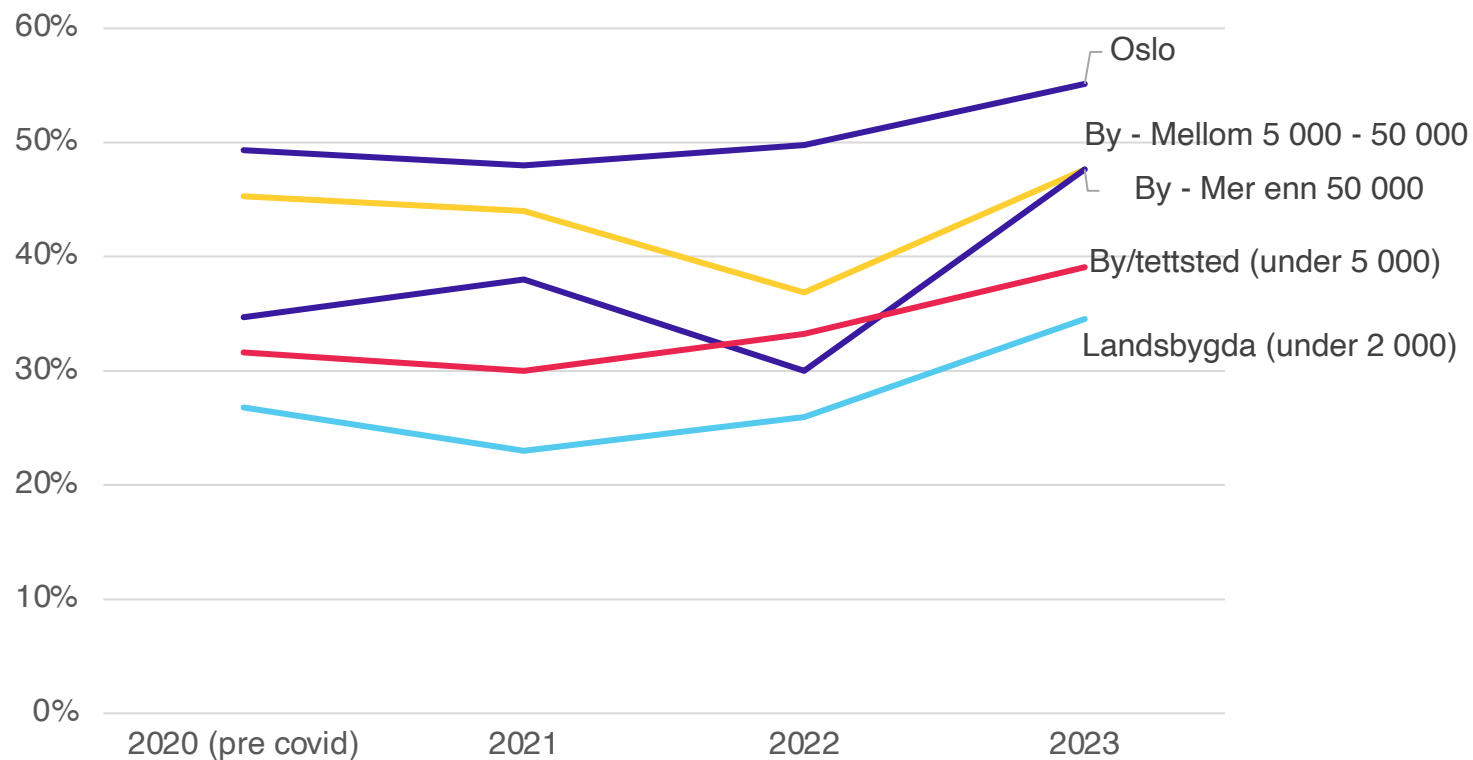


Den totale dekningen ligger på 46 prosent i 2023. Den totale dekningen baserer seg på de som har lyttet det siste året eller oftere.

- 2021 og 2022 var samfunnet fortsatt preget av pandemien. Dette er det første året siden 2020-undersøkelsen som er et mer normalt år, ettersom 2020 ble gjennomført før pandemien.
- Den totale dekningen øker signifikant fra 34 % i 2022 til 46 % i 2023.
- Nå lytter over 2 av 10 nordmenn til podkast daglig. Signifikant endring fra 15 % daglig dekning i 2022 til 21 % i 2023.
- Den ukentlig dekningen øker fra 27 % i 2022 til hele 34 % i 2023.

Fortsatt flest i Oslo som lytter til podkast

Når hørte du sist på en podkast? (%) Total dekning, i løpet av det siste året eller oftere

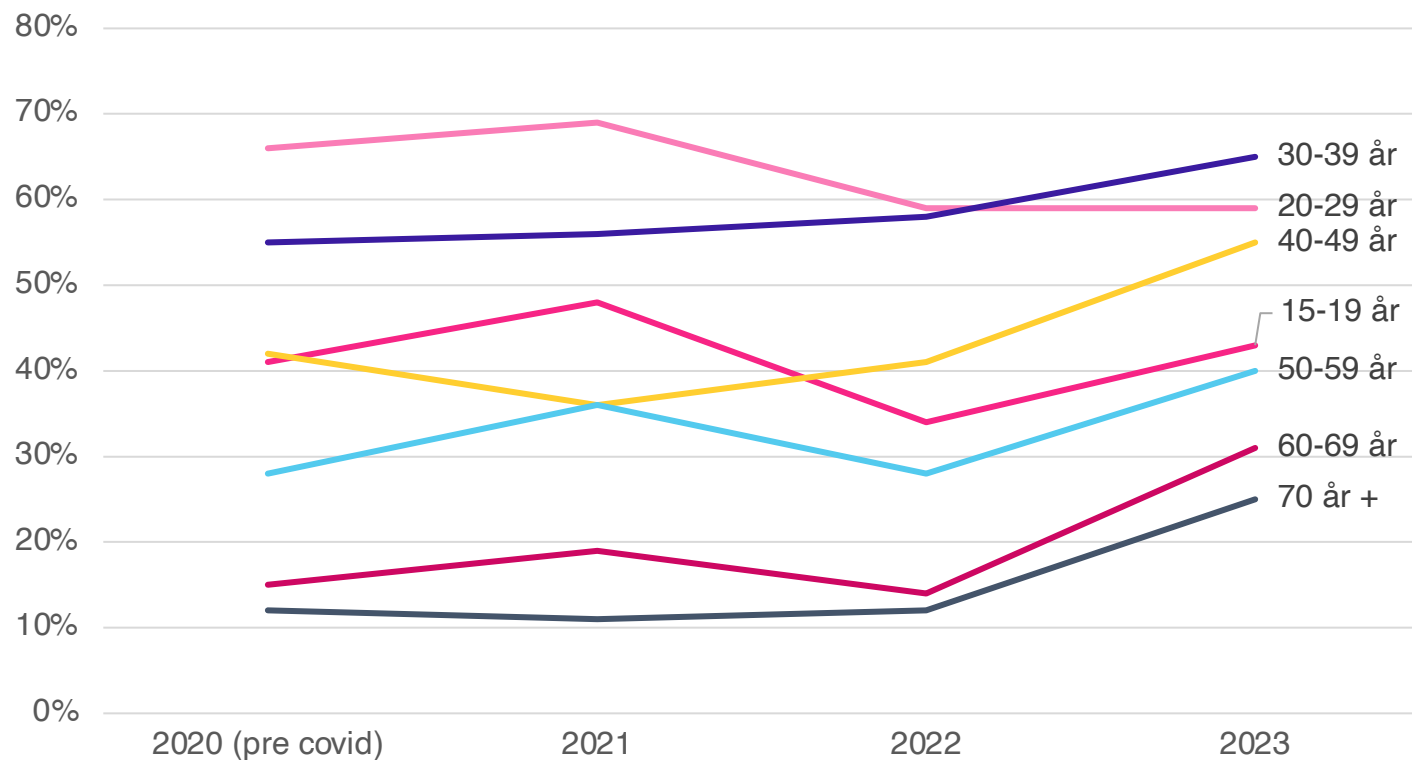


55 % av befolkningen i Oslo lytter til podkast. Vi ser størst vekst utenfor Oslo.

- Den totale dekningen i by over 5 000 innbyggere ligger på 47 % og har økt signifikant fra 2022.

30-39 åringene lytter i størst grad til podkast

Når hørte du sist på en podkast? (%) Total dekning, i løpet av det siste året eller oftere

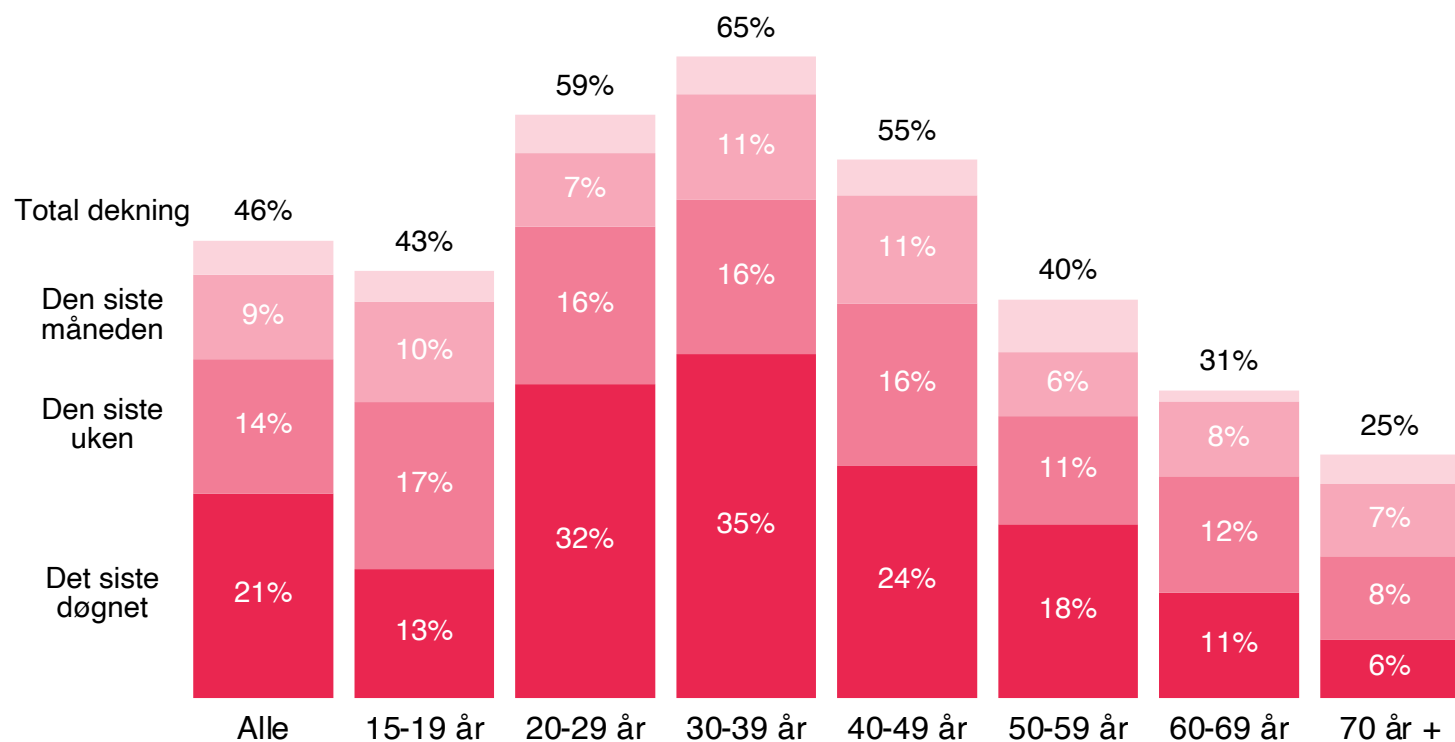


Vi ser størst ending blant de som tradisjonelt ikke har lyttet til podkast før.

- Den totale dekningen har økt signifikant for alle aldersgrupper utenom 20-29 år fra 2022 til 2023.
- 20-29 åringene har en stabil dekningen i både 2022 og 2023. Men den totale dekningen har gått signifikant ned fra 69 % tilbake i 2021 under pandemien til nå 59 %.
- I 2022 hadde 60-69 åringene en dekning på 14 %, denne har mer en doblet seg til 31 % i 2023.

2023 er året hvor vi ser størst vekst blant podkastlytter 50 år +

Når hørte du sist på en podkast? (%)

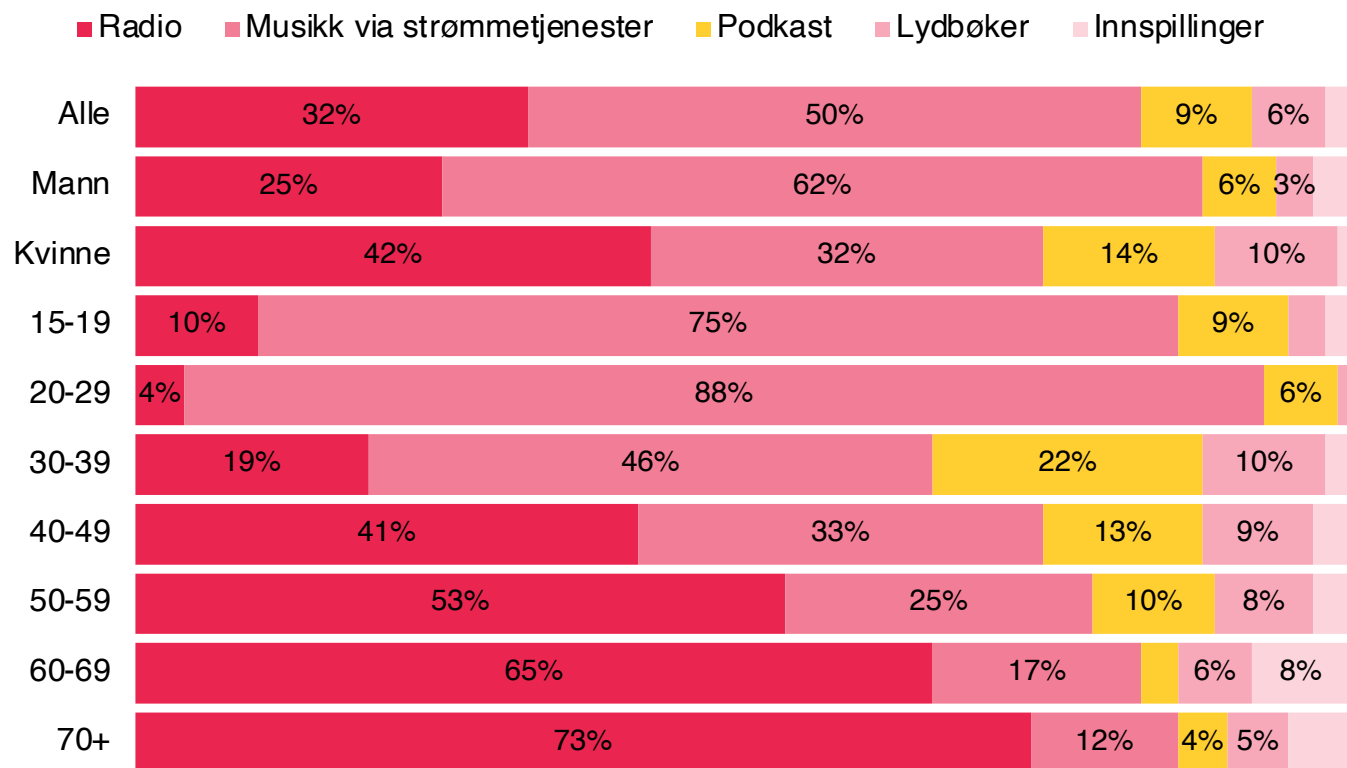


I 2022 så vi størst vekst blant 40-49 åringene, og i år kan vi se at de over 50 år lytter mer enn noen gang før.

- Den daglige dekningen har økt signifikant for alle over 50 år sammenlignet med i fjor.
- Vi ser signifikant vekst i ukentlig dekning blant 15-19 åringene og 50-69 åringene.

Share of ear: Podkast står for 9 % av ukentlig lydkonsum

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



I 2023 står podkast for 9 % av den totalt tiden vi bruker på lyd i løpet av en uke, mot 12 % i 2022.

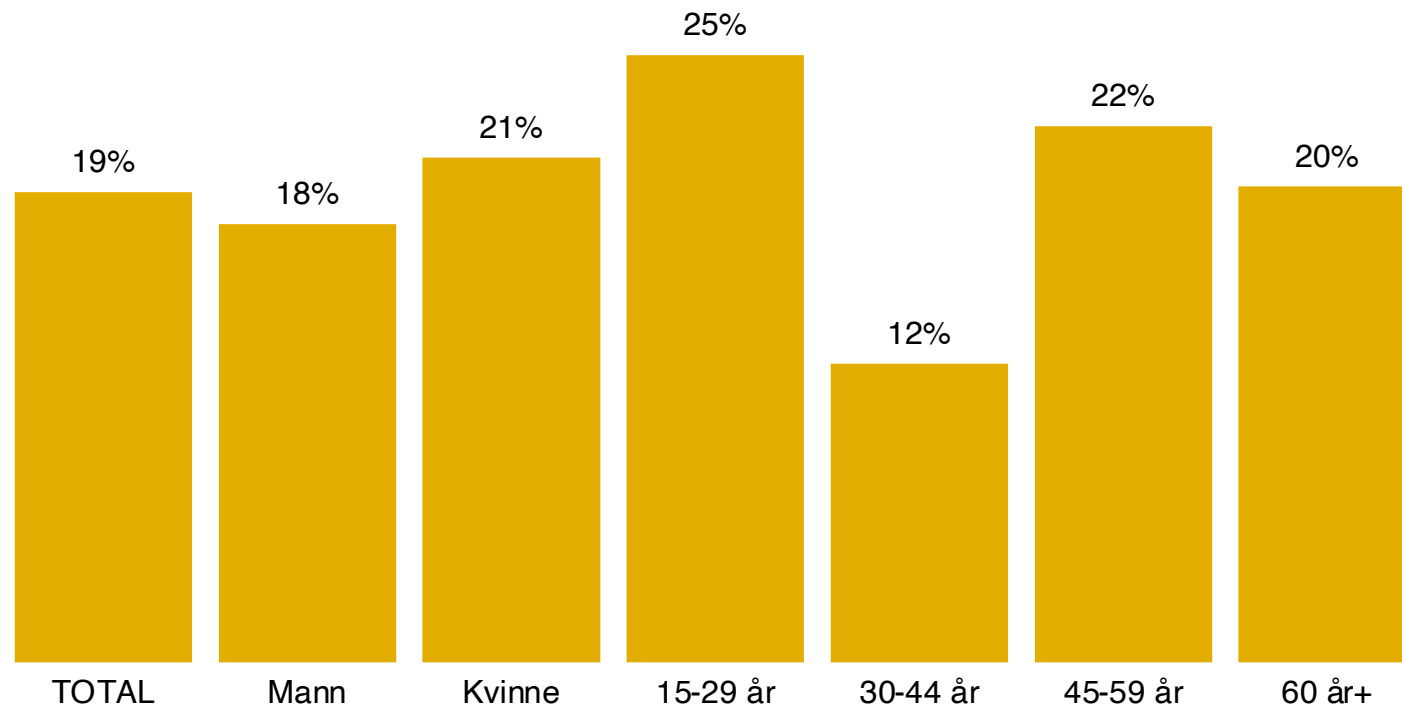
- 20-29 åringene bruker aller mest tid på lydmedier i løpet av en uke. I snitt bruker de over 70 timer. Konkurransen er stor og musikk via strømmetjenester er det den største konkurrenten.
- Det er fortsatt slik at jo eldre du er jo mer tid bruker du på radio i løpet av en uke, og motsatt for musikk via strømmetjenester.
- Andel tid brukt på podkast er størst blant de mellom 30-49 år og kvinner.

2 av 10 podkastlyttere har startet å lytte til podkast det siste året



Mange nye podkastlyttere det siste året

Har du begynt å høre på podkast i løpet av det siste året?

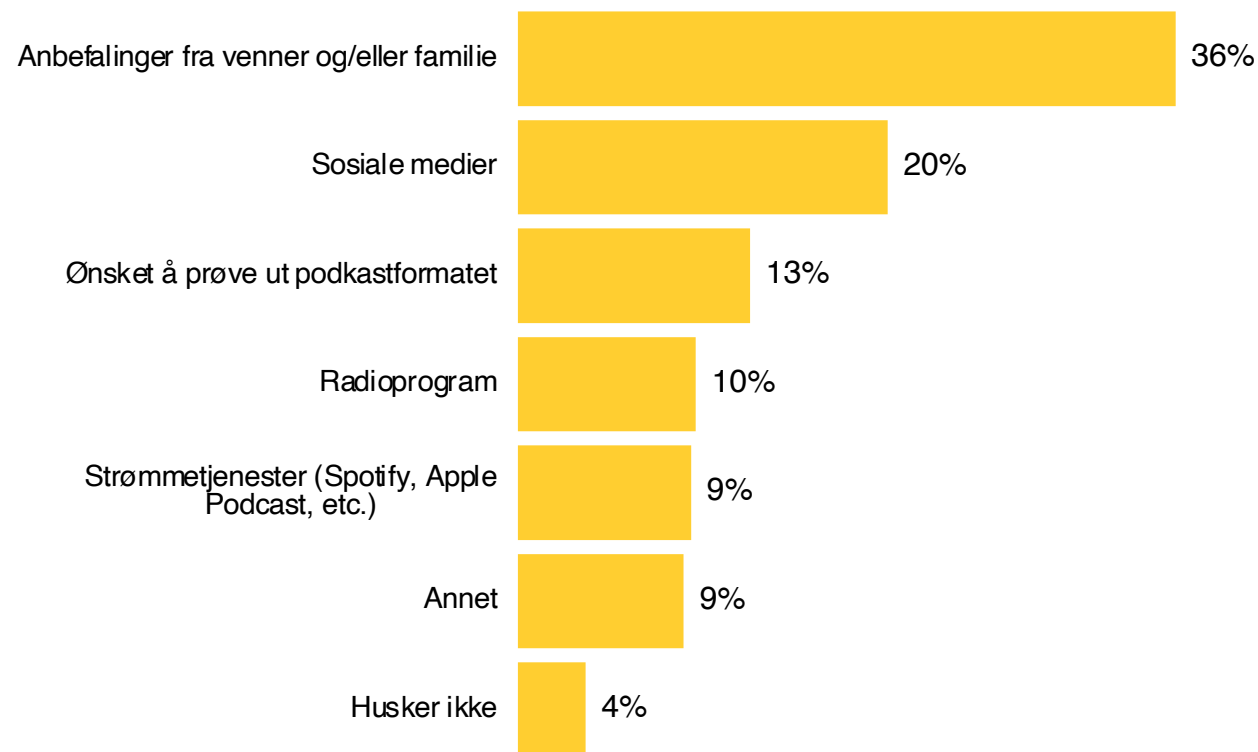


Vi har fått mange nye podkastlyttere det siste året. 19 % av lytterne oppdaget podkast i 2022.

- 1 av 4 podkastlyttere under 30 år startet å lytte i 2022. Veksten i dekning er ikke like høy, som tyder på at podkastlytting er dynamisk. De som lyttet for et år siden, kan være utskiftet med nye lyttere.
- I den unge aldersgruppa er det særlig tenåringene som har begynt å lytte det siste året.

1 av 3 lyttet til podkast første gang etter anbefaling fra venner og/eller familie

Hva fikk deg til å lytte til en podkast første gang? Nye podkastlyttere det siste året

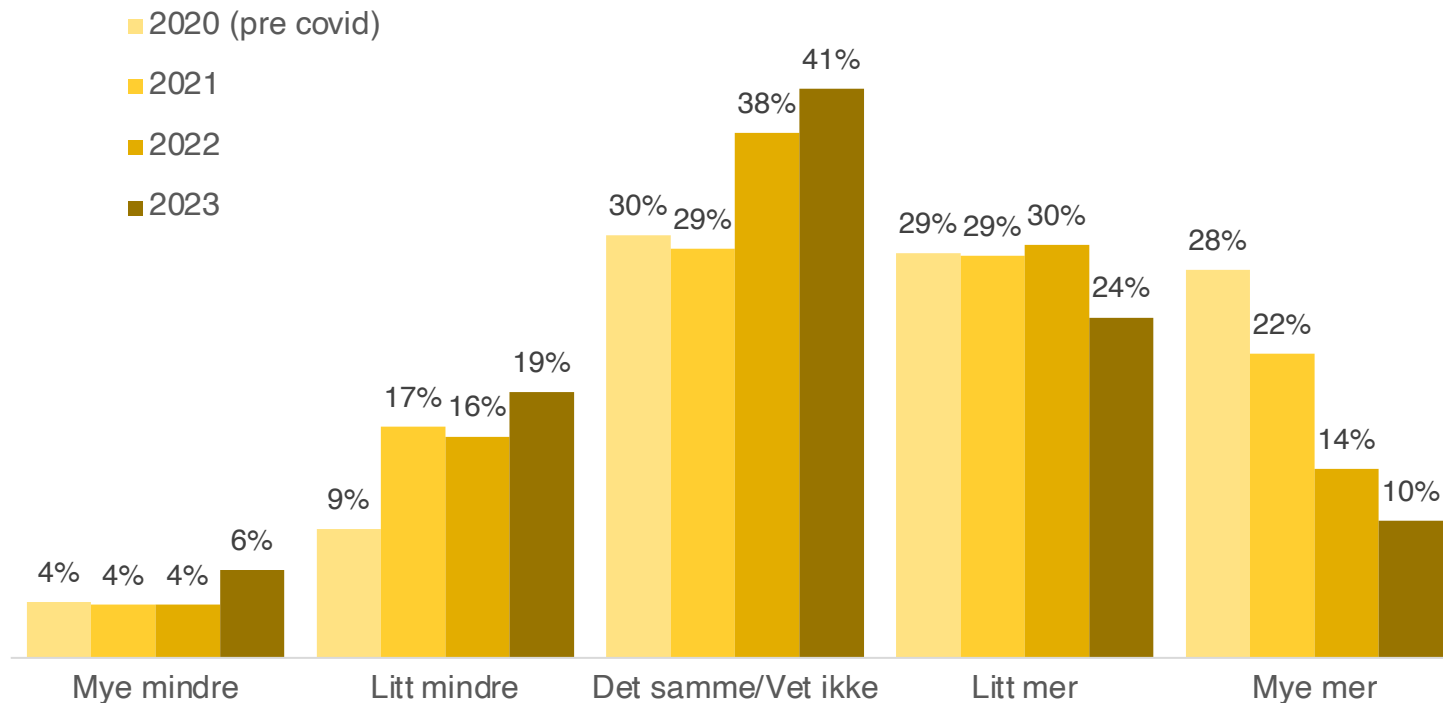


Anbefalinger fra venner og/eller familie er det som har fått flest lyttere til å lytte til en podkast første gang.

- Anbefalinger fra venner og/eller familie og sosiale medier er signifikant høyere for de som er nye lyttere av 2022 vs. de som startet å lytte før 2022.
- Vi ser at de som startet å lytte før 2022 har vanskelig med å huske hva som var årsaken til at de lyttet til podkast første gang.
- Sosiale medier er viktigere enn tidligere for å oppdage nye podkaster. Utgivere må bruke andre kanaler for å promotere podkasten når ikke alle podkaster er i samme app.

1 av 3 podkastlyttere lytter litt mer eller mye mer til podkast

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



1 av 3 podkastlyttere lytter litt mer eller mye mer sammenlignet med for et år siden.

- Selv om det er 1 av 3 som lytter mer, er dette en signifikant nedgang fra 2022 da 43 % svarte at de lyttet mer.
- Vi ser ingen signifikant endring blant de som svarer at de lytter like mye til podkast i år som i fjor.
- Signifikant flere podkastlyttere svarer at de lytter mindre. I 2022 svarte 20 % at de lyttet mindre eller mye mindre, i år svarer 25 % det samme.

Grunner til at vi lytter mer til podkast

Kan du si noe kort om hvorfor du lytter mer?

- Nye vaner med podkast
– lytter mens man gjør andre ting.
- Bedre tilbud
– mer interessant innhold
- Bedre tid
- Oppdaget podkast
- Dekke et behov andre medier ikke dekker
– selskap, intimt, andre temaer som diskuteres.



«Fordi jeg har oppdaget at jeg liker å høre på podkast samtidig som jeg gjør hverdagslige ting» *Kvinne (17)*

«Interessante temaer som diskuteres. Har noen spesielle interesser som sjelden diskuteres i medier ellers»

Mann (48)

«Deilig å høre noen prate» *Kvinne (31)*

Grunner til at vi lytter mindre til podkast

Kan du si noe kort om hvorfor du lytter mindre?

- Mindre tid
- Endret hverdag
- Mindre interessant innhold
– podkaster har lagt ned
- Buker mer tid på andre medier
– stor konkurranse om folks medievaner
- Podkaster bak betalingsmur



«Har mindre tid. Før hørte jeg til og fra jobb, mens nå er jeg hjemme i permisjon» *Kvinne (28)*

«Hører mer på radio og lydbok»
Kvinne (32)

«Mange podkaster har flyttet til Podme som koster penger. Mye bedre da det var tilgjengelig på Spotify» *Mann (28)*

A woman with long dark hair is sitting on a grey sofa in a bright, modern living room. She is wearing large, black, over-ear headphones and is looking down at her smartphone with a slight smile. She is wearing a teal floral patterned top. The room has white walls, a bookshelf with yellow accents, and a vase with yellow flowers. The overall atmosphere is relaxed and contemporary.

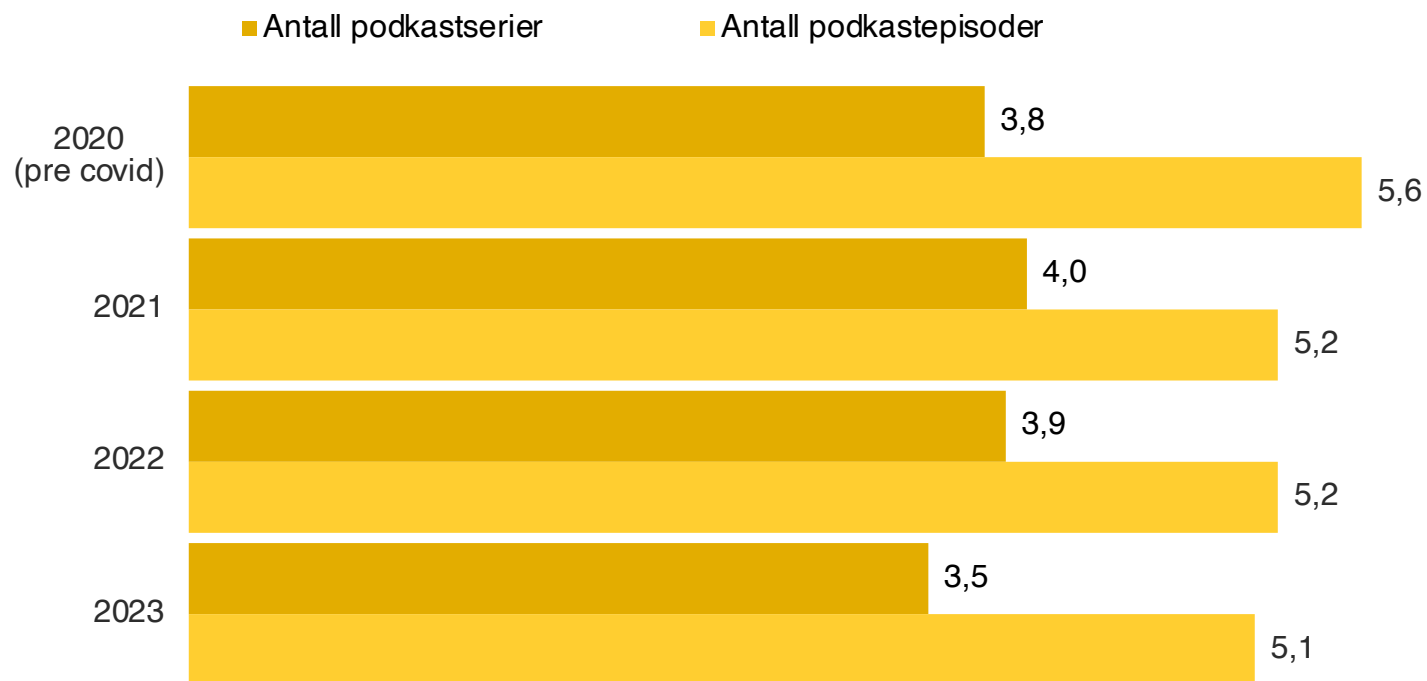
LYTTERVANER

**I snitt lytter vi til 5 episoder
og i underkant av 4 ulike
serier i uken**



Ukentlige podkastlyttere lytter til omtrent like mange podkaster som tidligere

Hvor mange podkastepisoder har du lyttet til den siste uken?

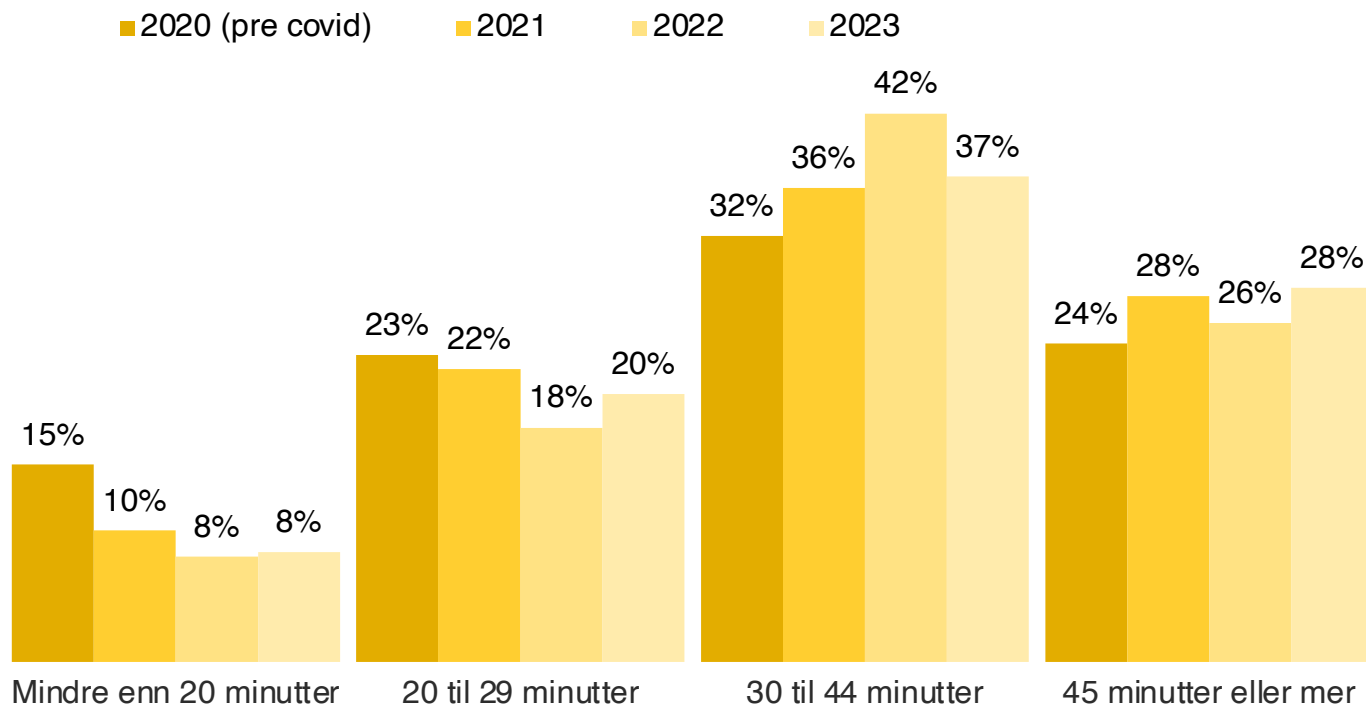


I snitt lytter ukentlig podkastlyttere til 4 podkastserier og 5 podkastepisoder.

- De som lytter daglig til podkast lytter i snitt til 1 episode om dagen. Så de lytter i snitt til 7 episoder i uka. Vi ser også at det er stor spredning, da enkelte podkastlyttere kan lytte til over 20 episoder i løpet av en uke.
- Lyttere mellom 30-39 år lytter mest til podkast, der snittet i løpet av en uke ligger på 7 episoder og 4 serier.

2 av 3 ønsker episoder over 30 minutter

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

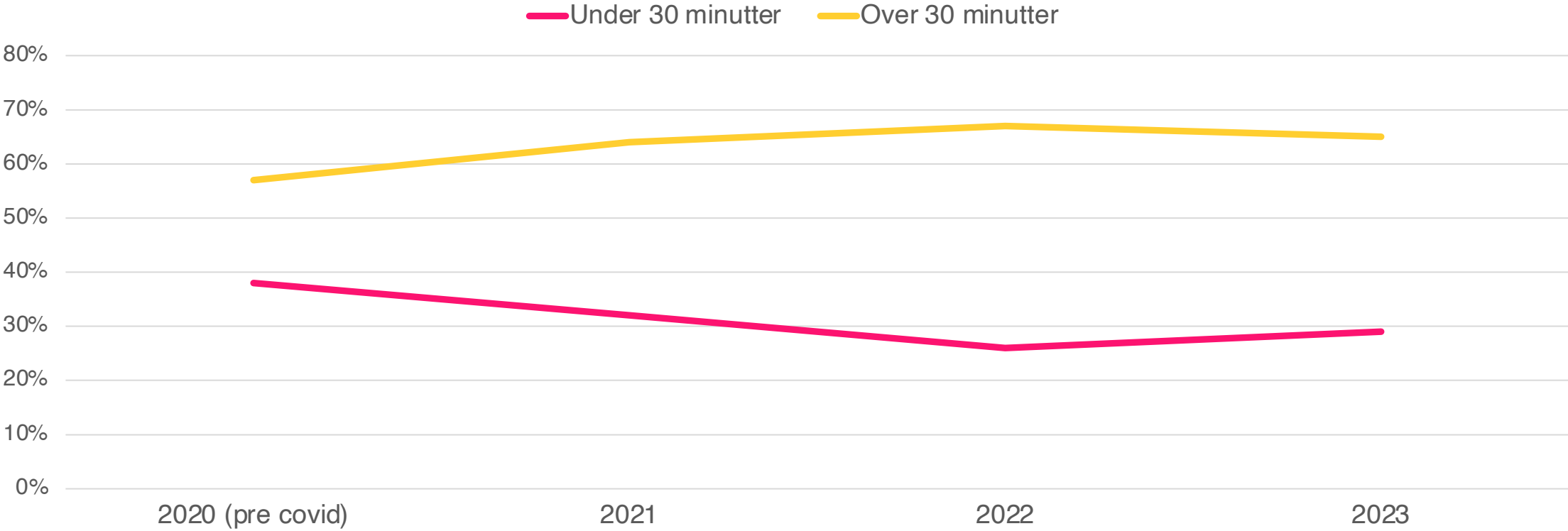


Optimal lengde for en podkast er relativt stabil. 2 av 3 mener optimal lengde er over 30 minutter, og 1 av 3 foretrekker under 30 minutter.

- Signifikant nedgang blant de som svarer 30 til 44 minutter, og vi ser en tendens til at flere svarer 20-29 minutter og mer enn 45 minutter.
- Jo oftere vi lytter til podkast jo lengere episoder foretrekker vi. 77 % av de daglig podkastlytterne foretrekker episoder over 30 minutter mot 52 % av de månedlige lytterne. 40 % av daglige lyttere svarer over 45 minutter, mot 15 % av de månedlige.

2 av 3 ønsker episoder over 30 minutter

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

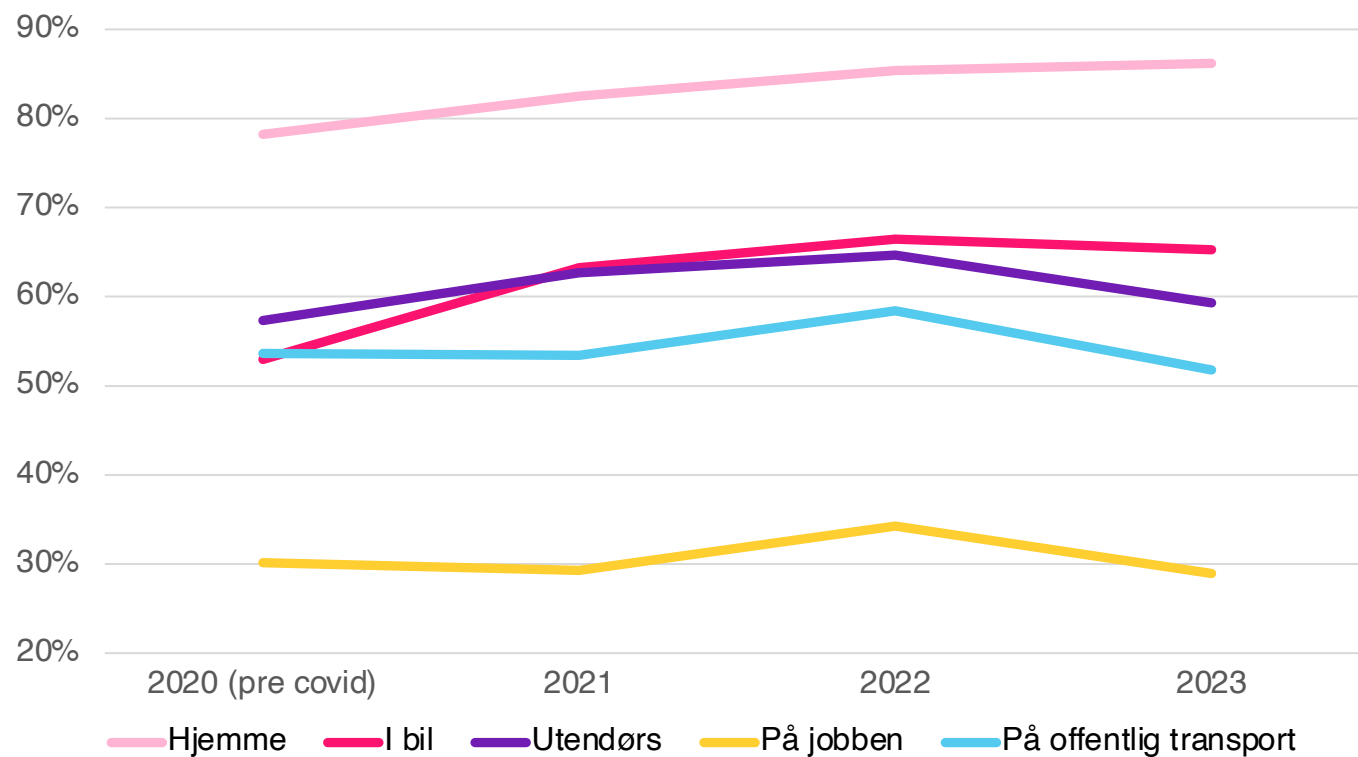


Vi lytter oftest til podkast i hjemmet



Podkast konsumeres fortsatt mest hjemme

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

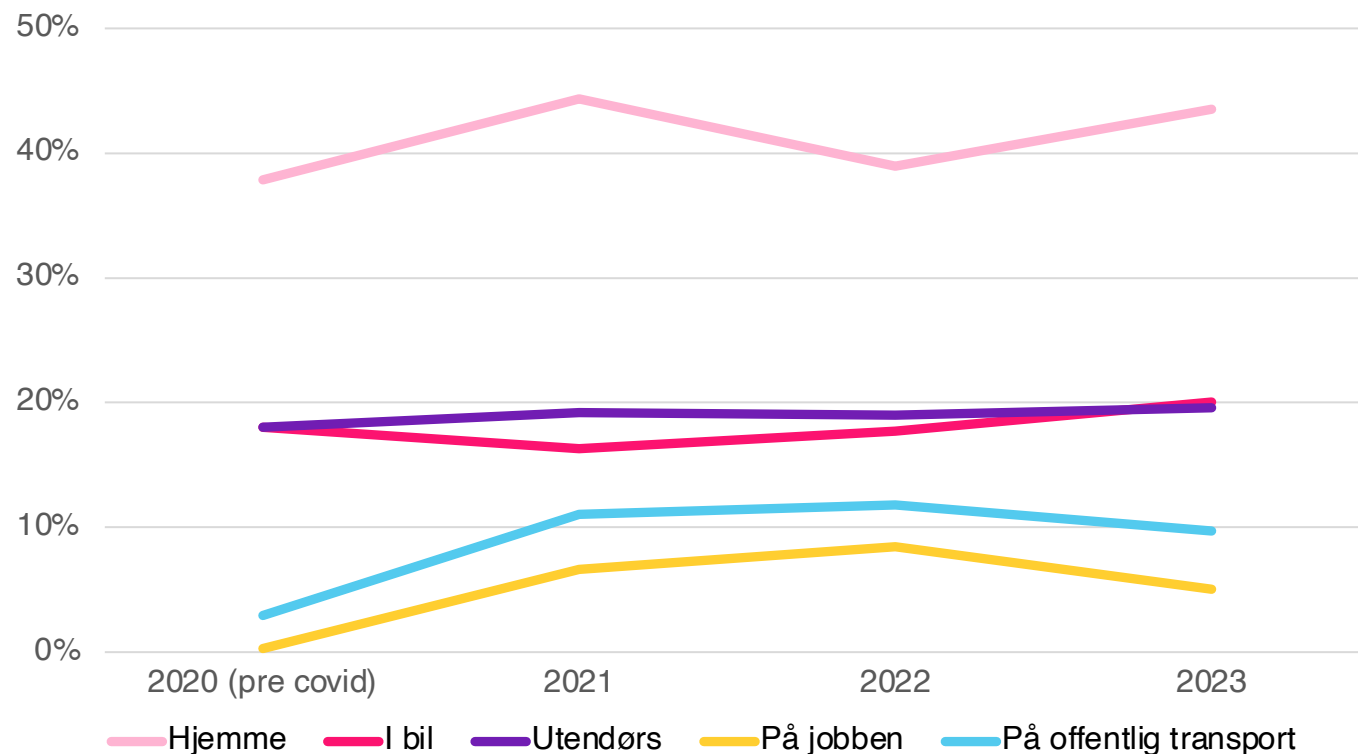


Podkast er et hjemme-medium, som det også har vært tidligere år.

- Bil-lytting holder seg stabil.
- Utendørs, offentlig transport og på jobben går ned (signifikant).

Økning i lytter *oftest* hjemme

Lytter du oftest til podkast... (%)



Lytter oftest hjemme er tilbake på nivå med lytting hjemme i pandemien.

- Selv uten pandemi lytter vi oftest i hjemmet. Vi ser en signifikant vekst fra 2022.
- Blant de som oftest lytter i hjemmet lytter de mest når de gjør følgende aktiviteter; de gjør husarbeid eller andre gjøremål, slappe av før de sovner og bare lytter uten å gjøre noe.
- Utendørs holder seg stabil på 20 %, som det også har vært tidligere år. Av dem er det det flest som går en tur (59 %) eller på vei til og fra jobb/studiested (21 %).
- I bil har hatt en svak økning siden 2021.

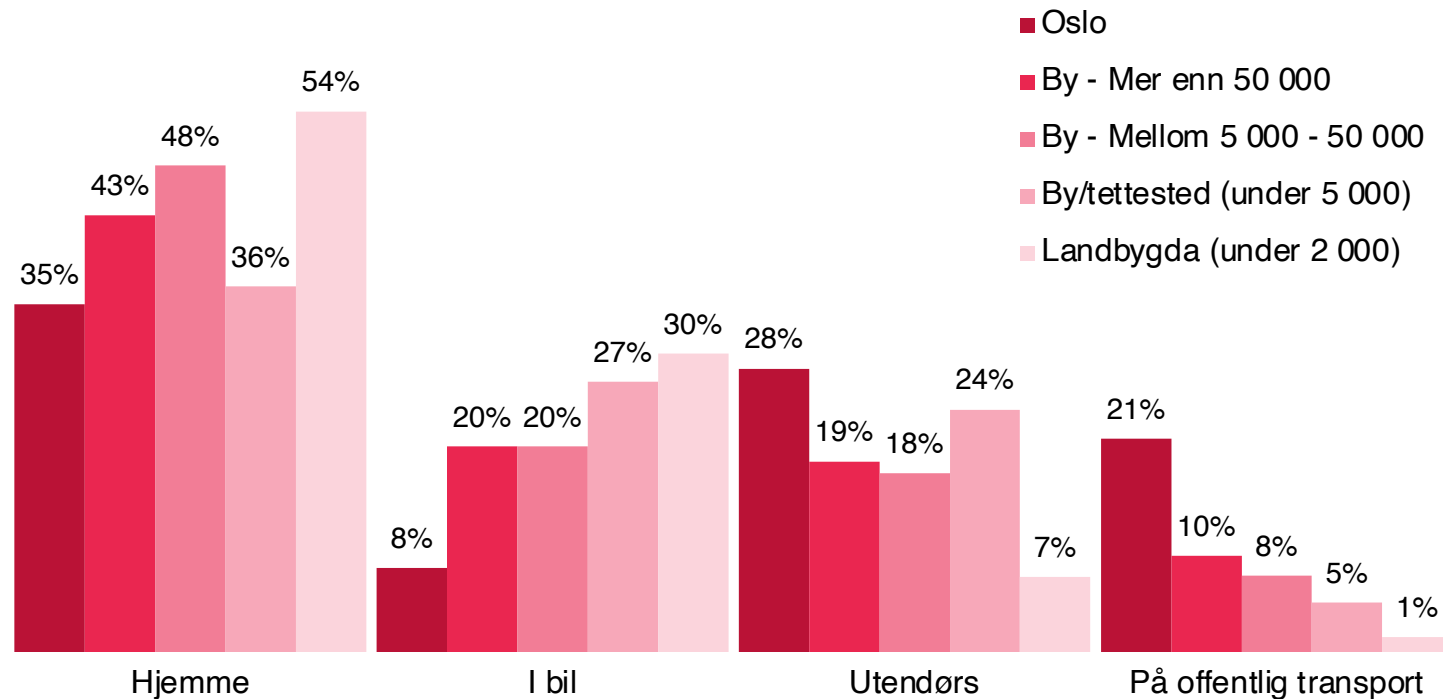
**Hjemmelytting er størst
uansett hvor du bor**

**I Oslo er det flere som lytter
på kollektiv transport, og
bilen er større utenfor byen**



Hjemmelytting har høyest andel uavhengig hvor man bor, men noe lavere i Oslo samt by/tettsted

Lytter du oftest til podkast... (%)



Bil-lytting øker jo mindre stedet er, mens for offentlig transport er det motsatt.

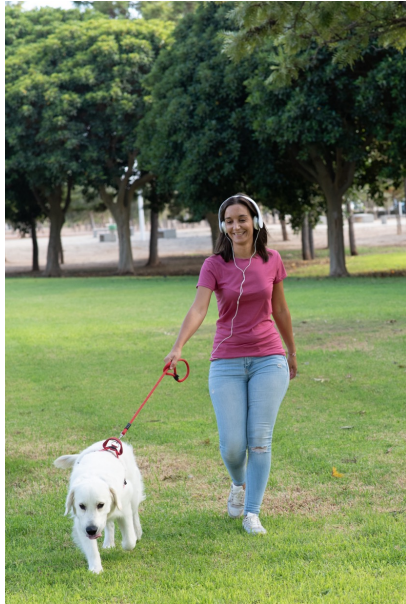
- Utendørs varierer ikke like mye, men mindre på landsbygda.
- Det er få som lytter på jobben. Ca. 5 % uavhengig av hvor man bor.

Jo mer vi lytter til podkast, jo flere steder tar vi lyden med på øret





7 av 10



6 av 10



5 av 10

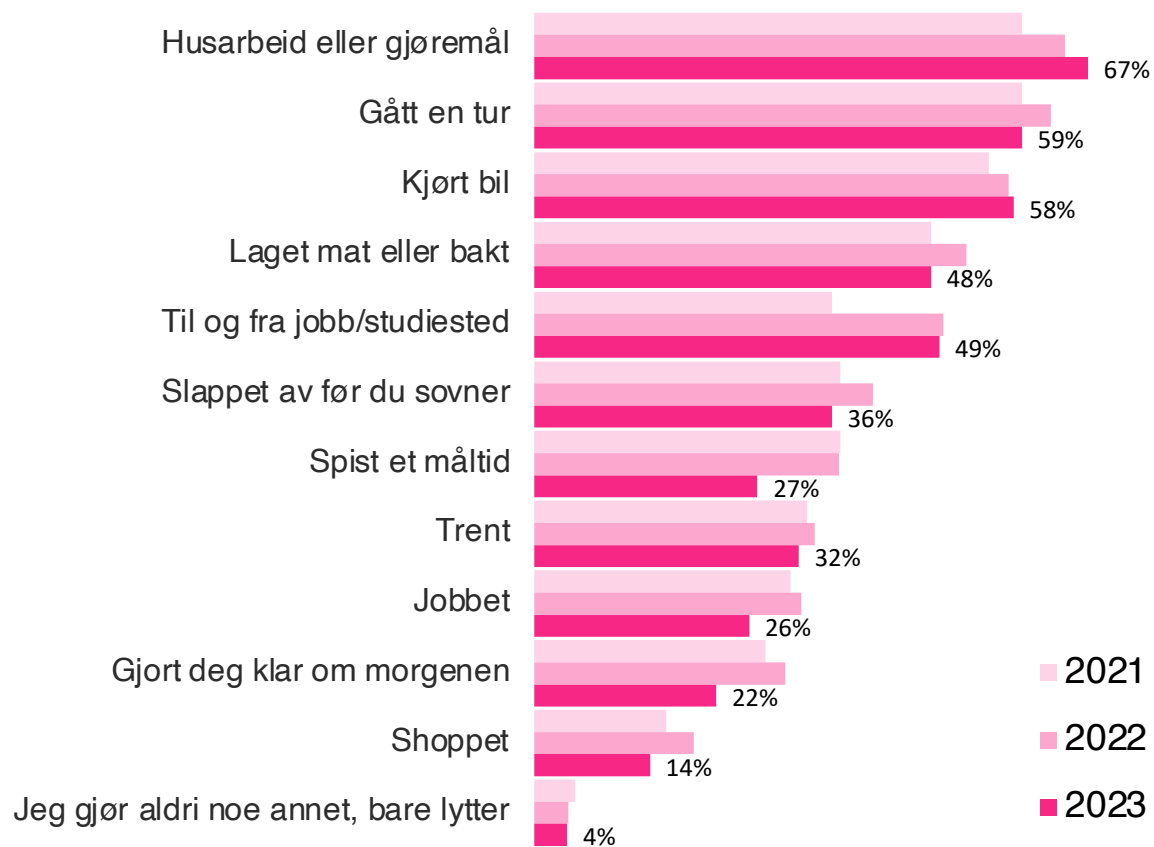


4 av 10



Podkast konsumeres typisk mens lytteren gjør andre aktiviteter

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



Husarbeid, turgåing og kjørt bil er de aktivitetene flest har gjort mens de lyttet til podkast.

- Matlaging og når man er på vei til eller fra jobb/studiested er også viktige aktiviteter.
- Denne gangen ser vi derimot at det er noen av aktivitetene som går ned: Slappet av før man sovner, spist et måltid, jobbet, gjort seg klar på morgenen og shopping (alle signifikant ned). Nye podkastlyttere og endrede vaner bidrar til at vi ser forskjeller her.

A young woman with light brown hair is smiling broadly while wearing white over-ear headphones. She is wearing a green blazer with white vertical stripes over a white t-shirt. Her right hand is near her ear, adjusting the headphones. The background is a blurred city street at night with warm, bokeh lights from buildings and streetlights.

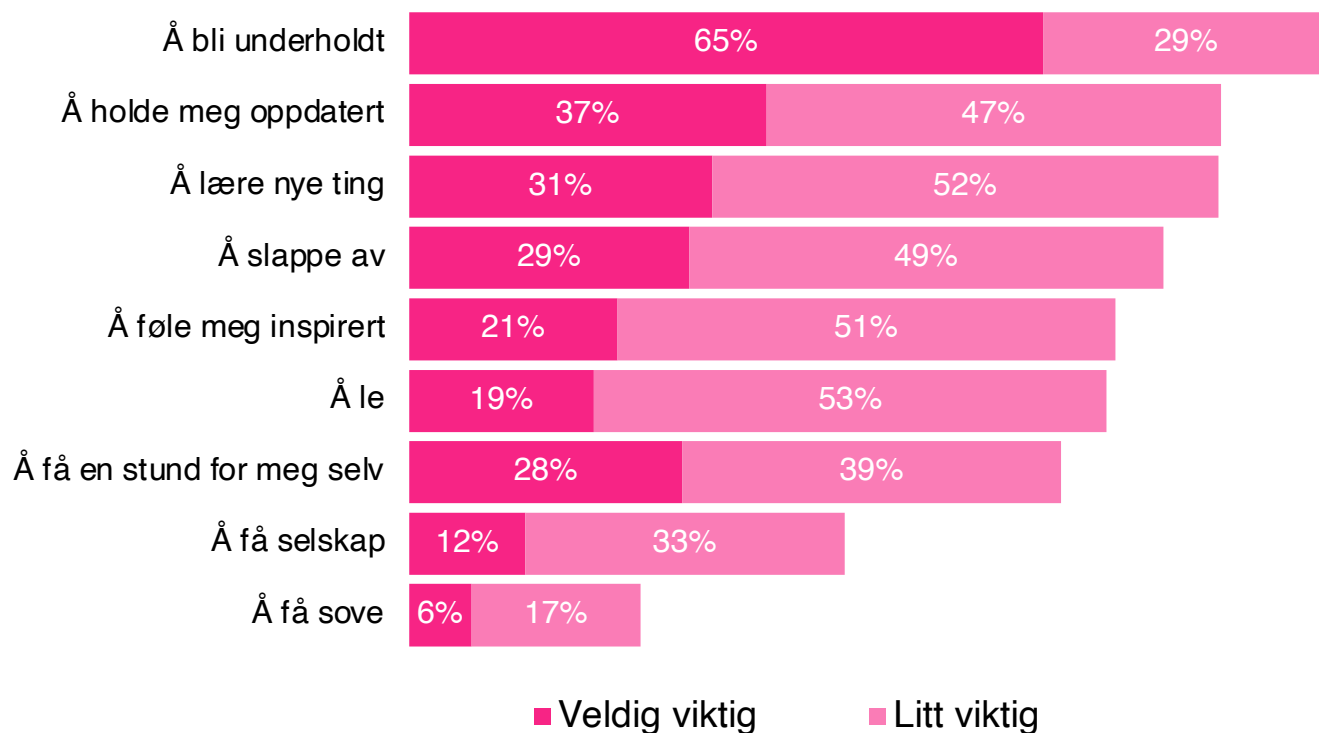
DRIVERE

Aller flest lytter til podkast for å bli underholdt



Flest lytter fortsatt til podkast for å bli underholdt

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

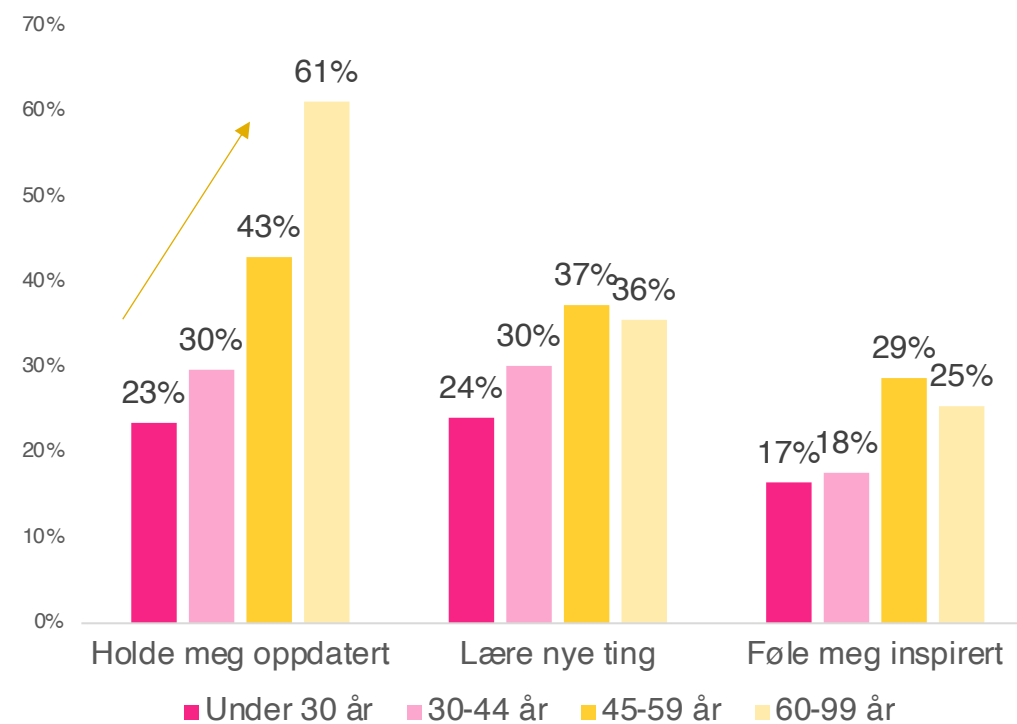
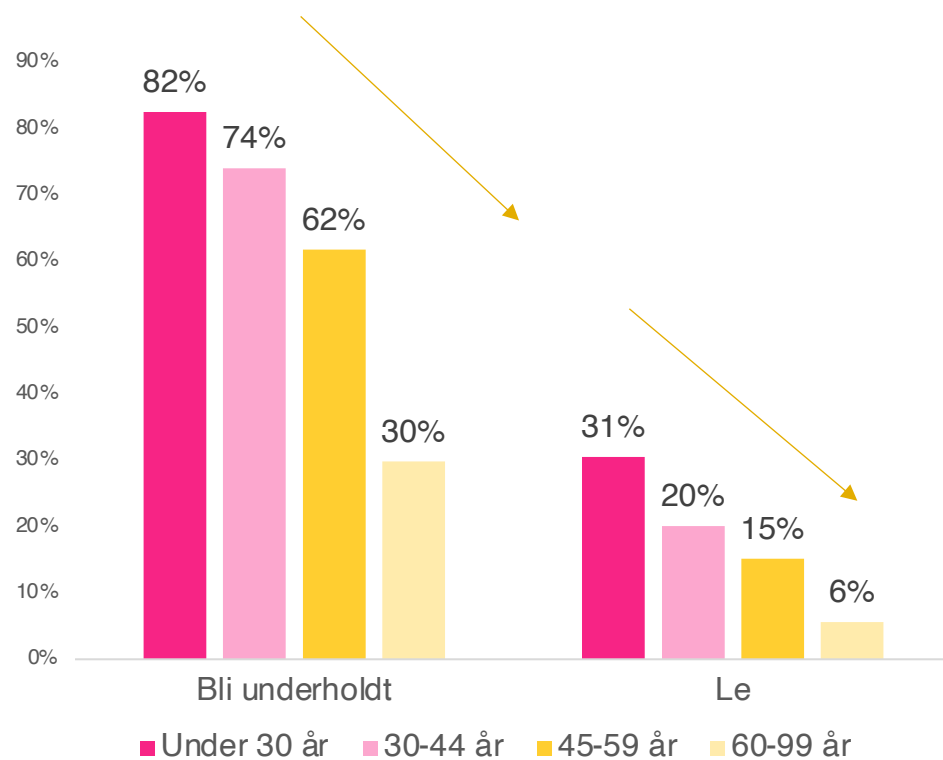


Å bli underholdt er også i år den viktigste grunnen til at vi hører på podkast.

- Underholdning oppgis fortsatt som den klart viktigste grunnen til å høre på podkast, tilsvarende som de tre foregående årene.
- Å bli oppdatert er i år viktigere enn å lære nye ting. De er tilnærmet like hvis vi legger sammen veldig viktig og litt viktig.
- Nytt av året er alternativet «Å få sove», men det kommer enn så lenge på bunn over viktigste grunner til å lytte.

Yngre legger mer vekt på å bli underholdt, mens eldre legger mer vekt på å bli oppdatert og inspirert











Når du lytter til podkaster, hvor viktige er disse grunnene for deg? Svar: «Veldig viktig»



Vi er mest interessert i å høre på dokumentarer



900 titler på Podtoppen

NR	PODKAST	UTGIVER	UNIKE ENHETER	ENDRING	NEDLASTET/STRØMMET	ENDRING
1	 Oppdatert	NRK	116 144	-47 % ▼	239 460	-47 % ▼
2	 Lørdagsrådet	NRK	114 677	-4 % ▼	180 171	-3 % ▼
3	 Berrum & Beyer snakker om greier	NRK	112 871	-17 % ▼	182 460	-19 % ▼
4	 Ida med hjertet i hånden	Vrang Produksjon	86 224	10 % ▲	125 186	11 % ▲
5	 Misjonen med Antonsen og Golden	P4-gruppen	80 930	-28 % ▼	199 603	-23 % ▼
6	 Hele historien	NRK	72 015	-35 % ▼	154 170	-32 % ▼
7	 Krimpodden	VG	63 333	-36 % ▼	139 670	-25 % ▼
8	 Forklart	Aftenposten	62 914	-57 % ▼	208 714	-56 % ▼
9	 Sophie & Fetisha	Sophie Elise Isachsen og Fetisha Williams	61 363	-33 % ▼	86 954	-28 % ▼
10	 AVHØRT	BATONG MEDIA og Podplay	55 915	-15 % ▼	106 422	-13 % ▼

Aktive

Informative, krever mer av lytteren

Dokumentar, nyheter, aktualitet

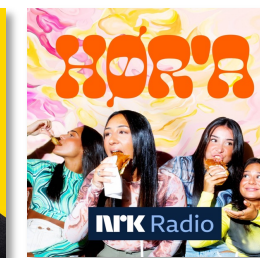
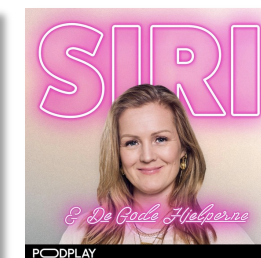
Velges på bakgrunn av tittel/sak

Passive

Underholdende pratepodkaster

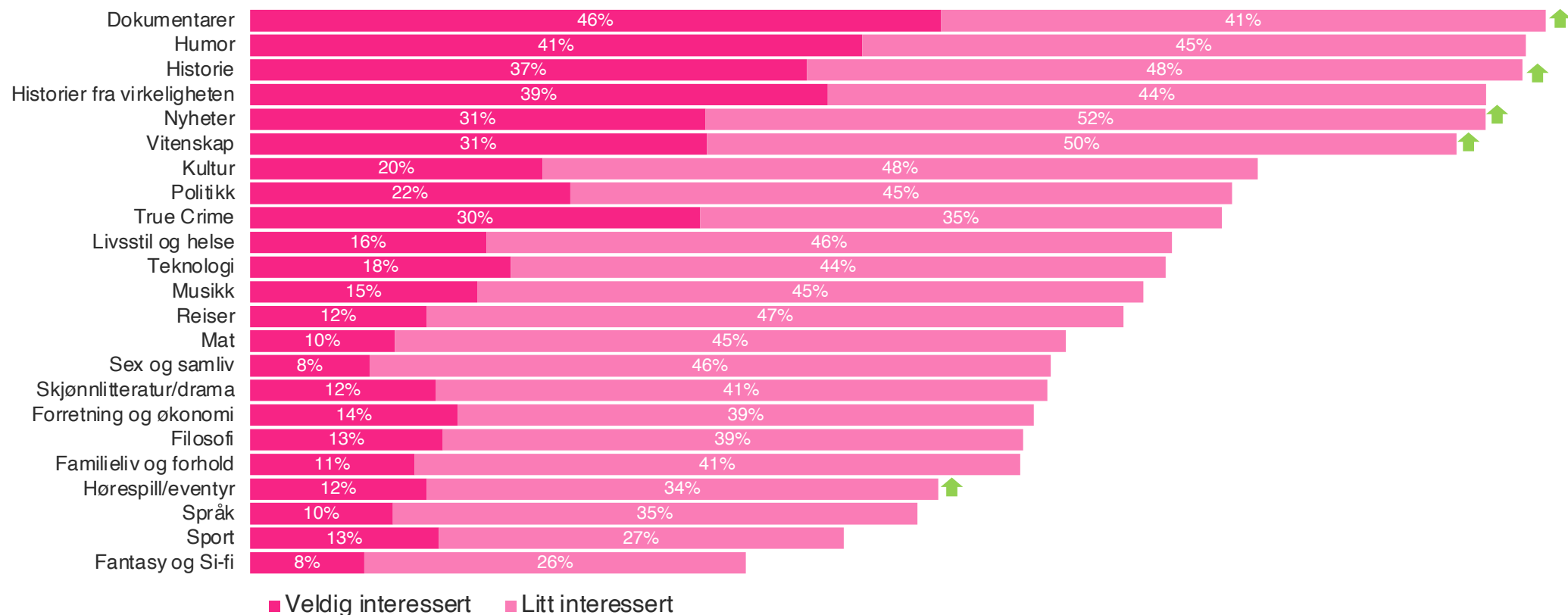
Humor og underholdning

Velges på bakgrunn av at man følger podkasteren



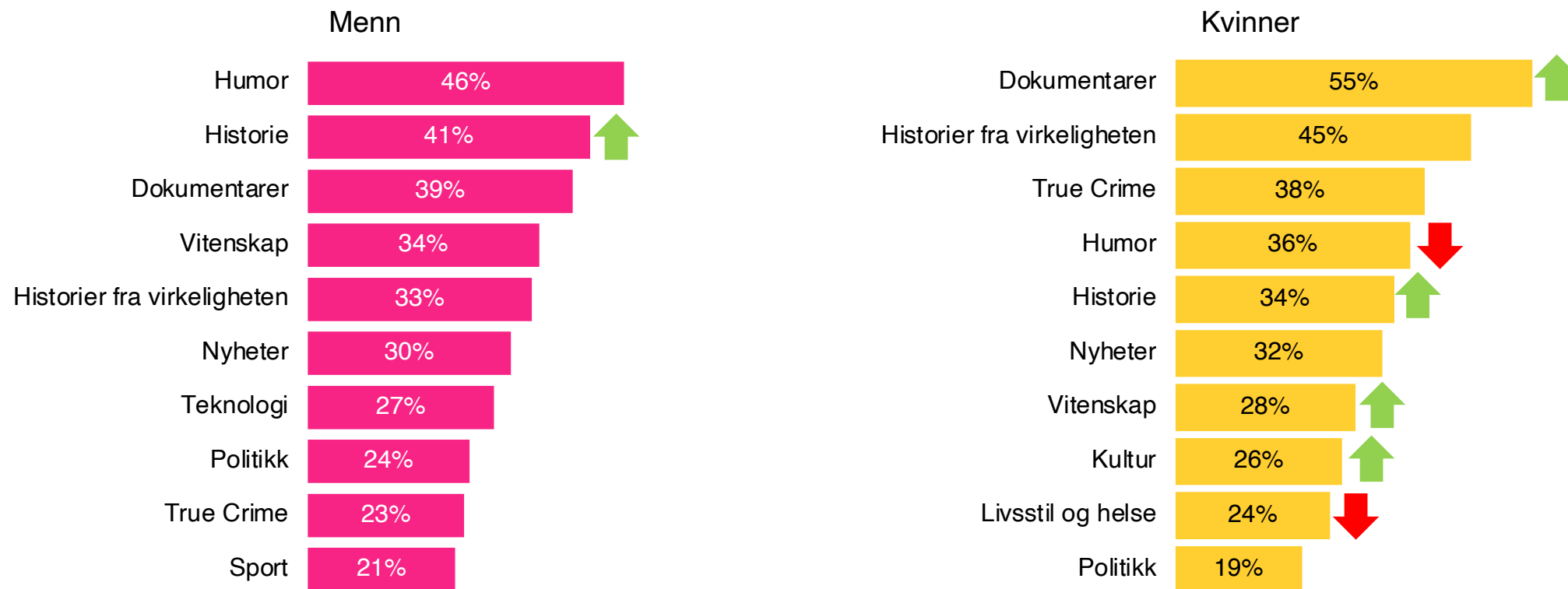
Vi er mest interesserte i podkaster om dokumentar, humor og historie

Hvilke av disse emnene er du interessert i å høre om i podkaster – uansett om de finnes tilgjengelig nå eller ikke?



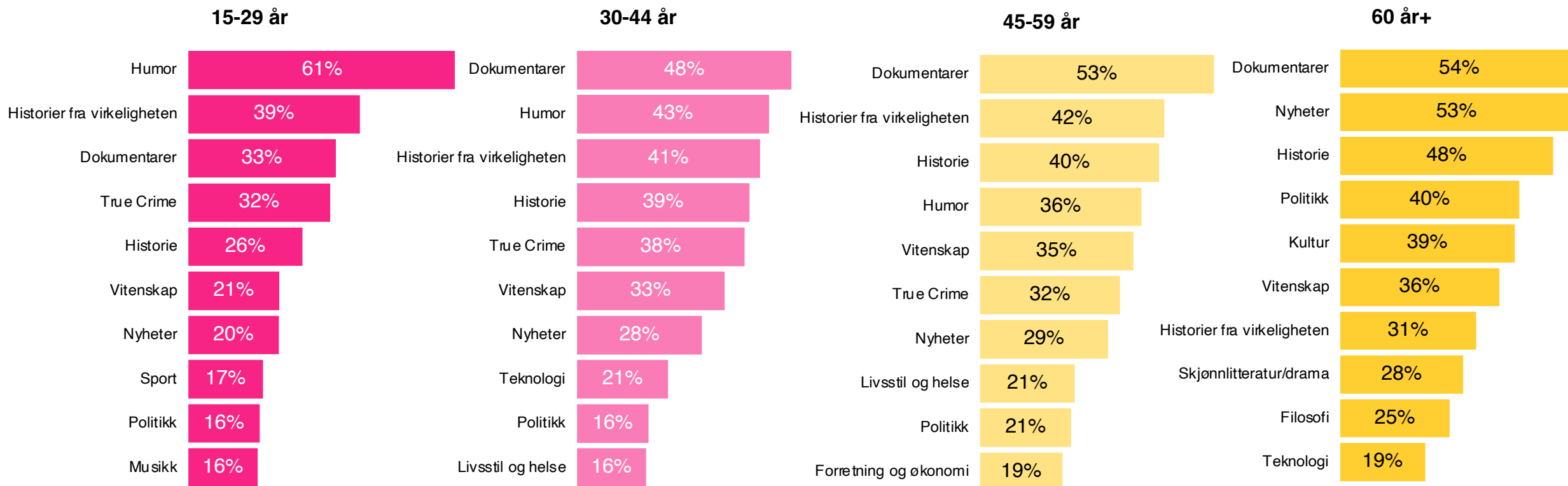
Topp 10 temaer vi er interesserte i – fordelt på kjønn

Hvilke av disse emnene er du interessert i å høre om i podkaster – uansett om de finnes tilgjengelig nå eller ikke? Svar: «Veldig interessert»

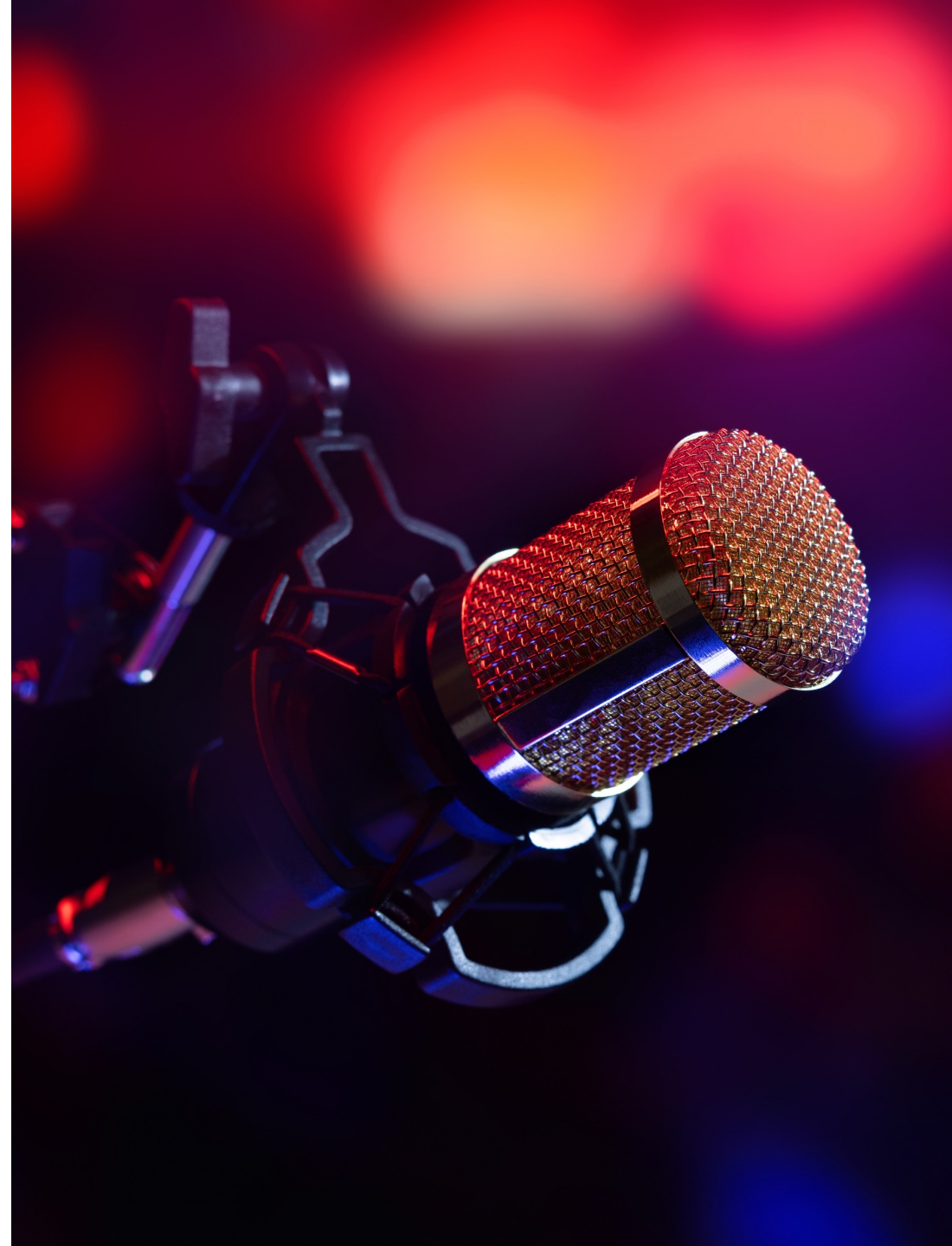


Topp 10 temaer vi er interesserte i – fordelt på alder

Hvilke av disse emnene er du interessert i å høre om i podkaster – uansett om de finnes tilgjengelig nå eller ikke? **Svar: «Veldig interessert»**

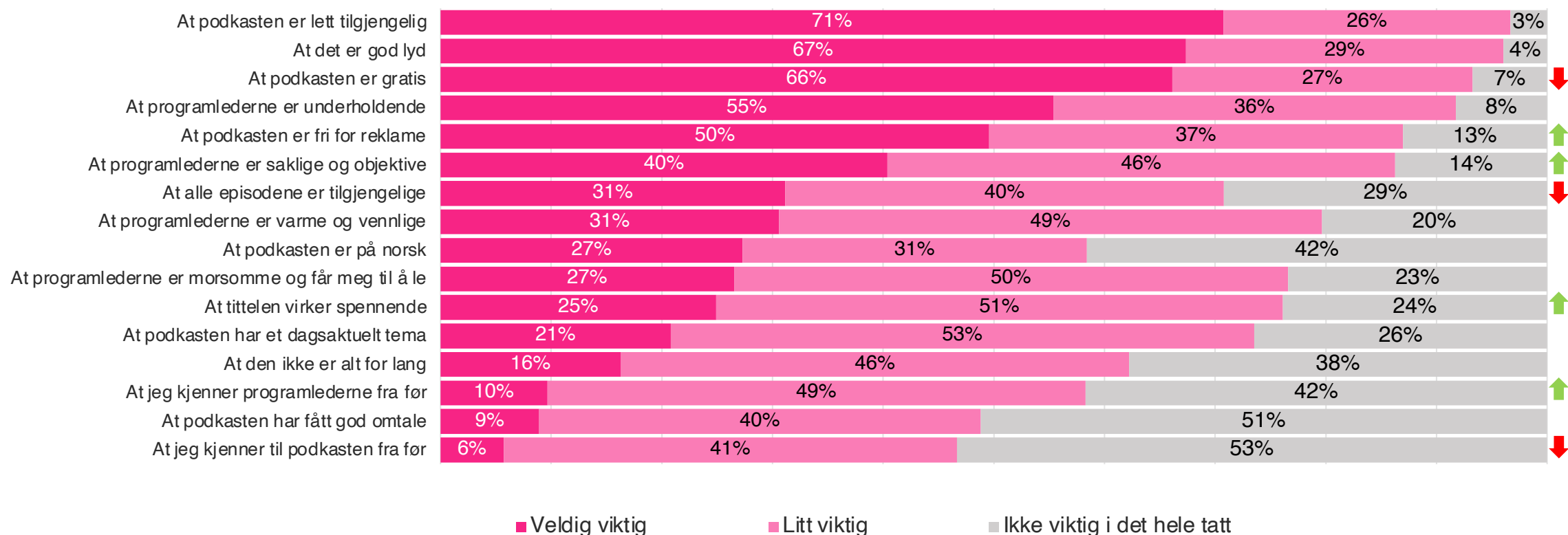


Tilgjengelighet, God lyd og Gratis er viktigste egenskaper for valg av podkast



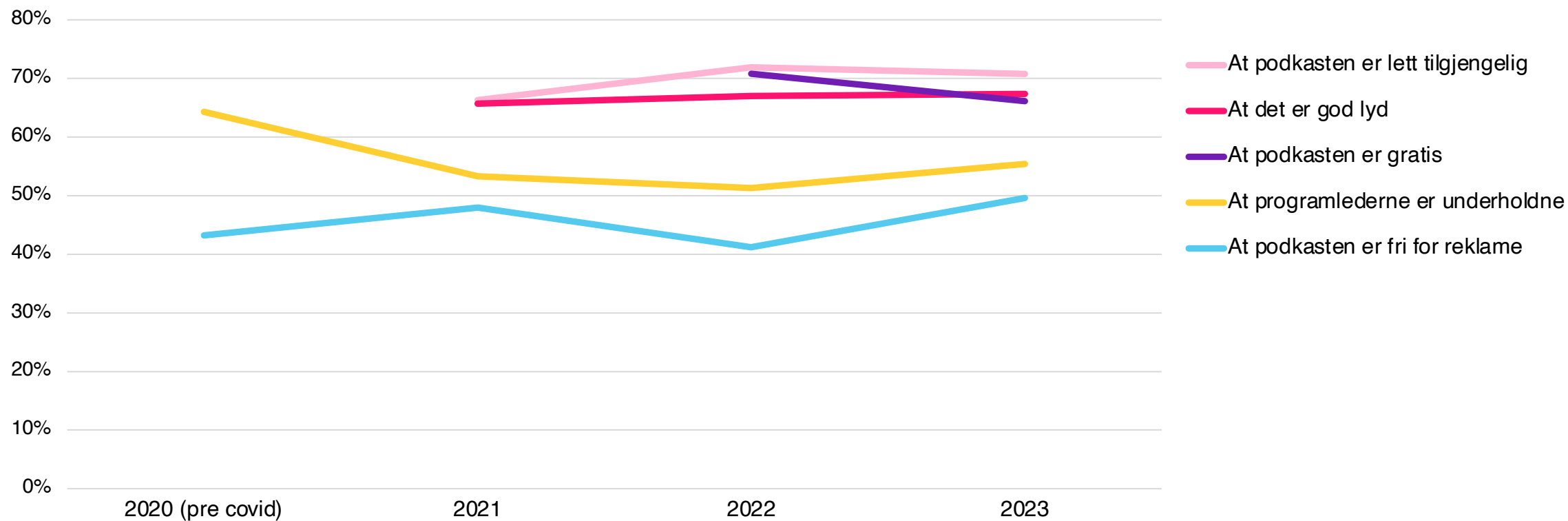
At podkasteren er lett tilgjengelig, har god lyd og er gratis er veldig viktig for valg av podkast

Hvor viktige er disse egenskapene når du velger en podkast å høre på?



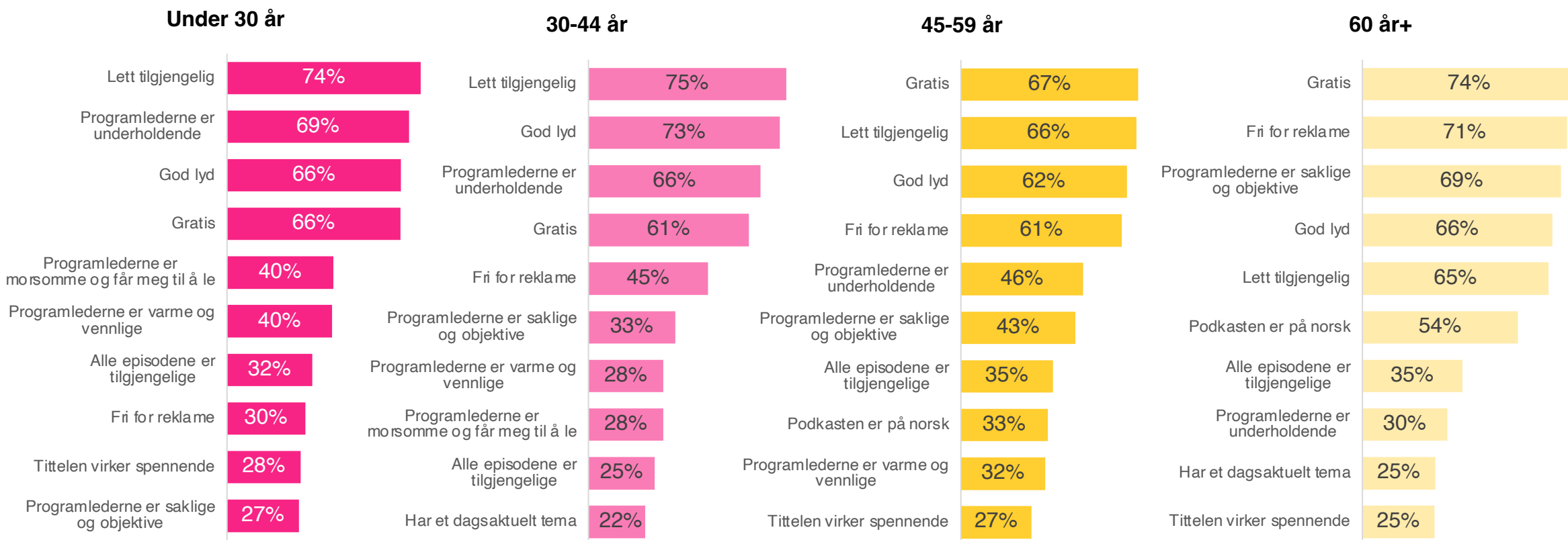
Utviklingen på hva som er viktig når man velger en podkast

Hvor viktige er disse egenskapene når du velger en podkast å høre på? Svar: «Veldig viktig»



At podkasten er lett tilgjengelig, har god lyd og er gratis er veldig viktig for valg av podkast

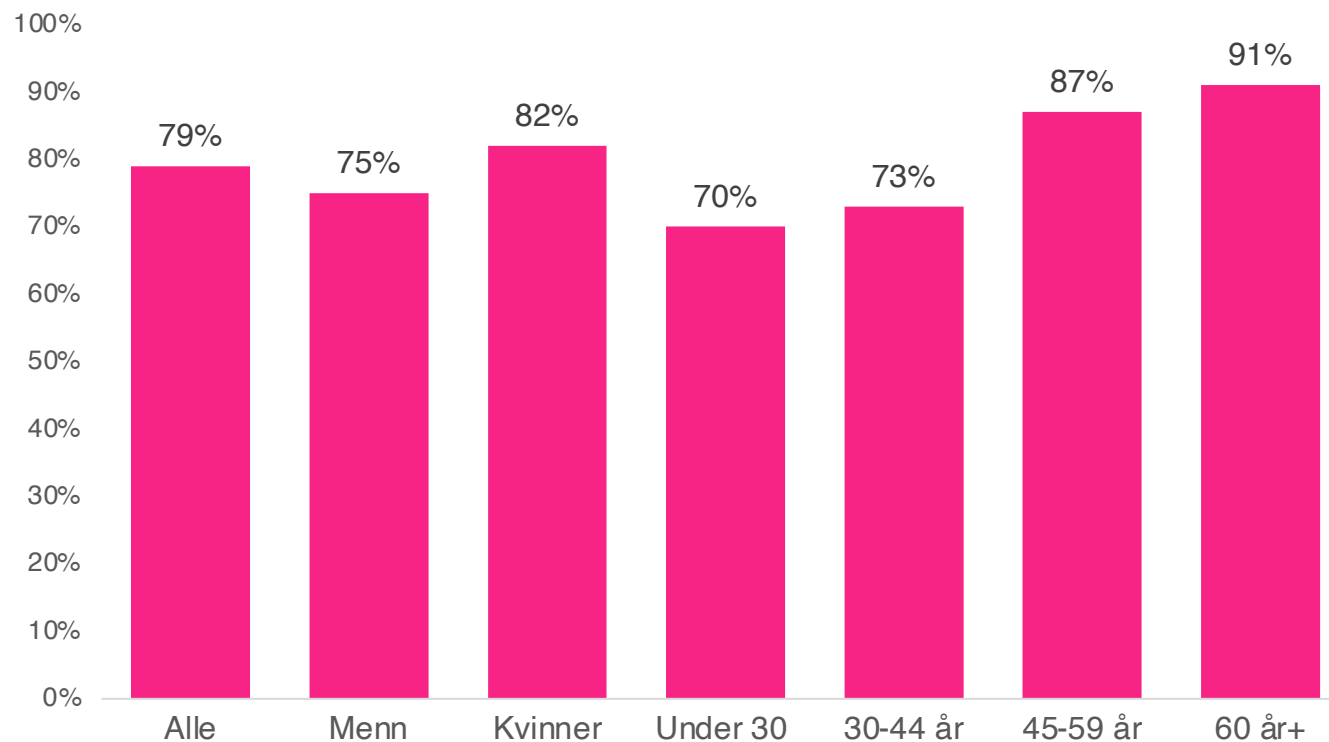
Hvor viktige er disse egenskapene når du velger en podkast å høre på? **Svar: «Veldig viktig»**



Norsk språk er viktig

Hvor mange prosent av podkastene du hører på er norske?

79%
av podkastene vi
hører på er
norske





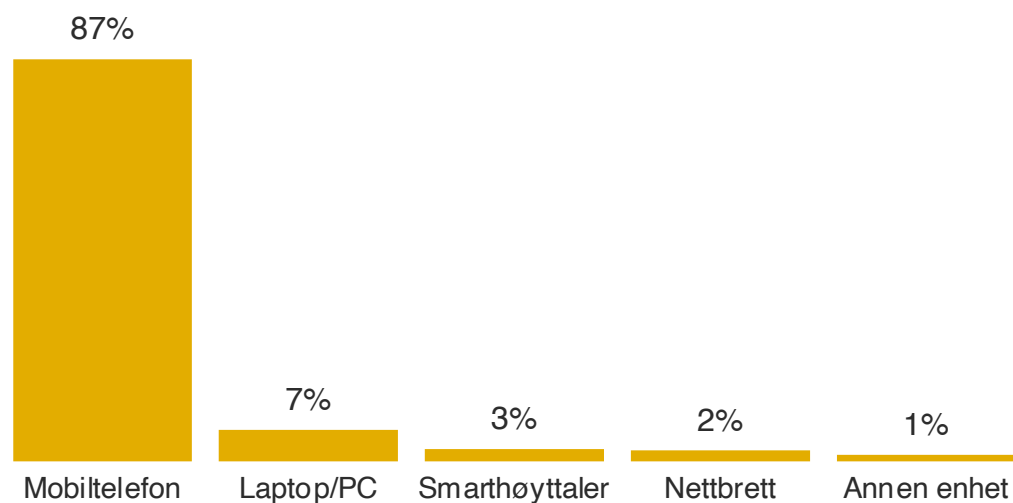
PLATTFORM OG KOMMERSIALISERING

9 av 10 bruker mobiltelefon til å lytte til podkast

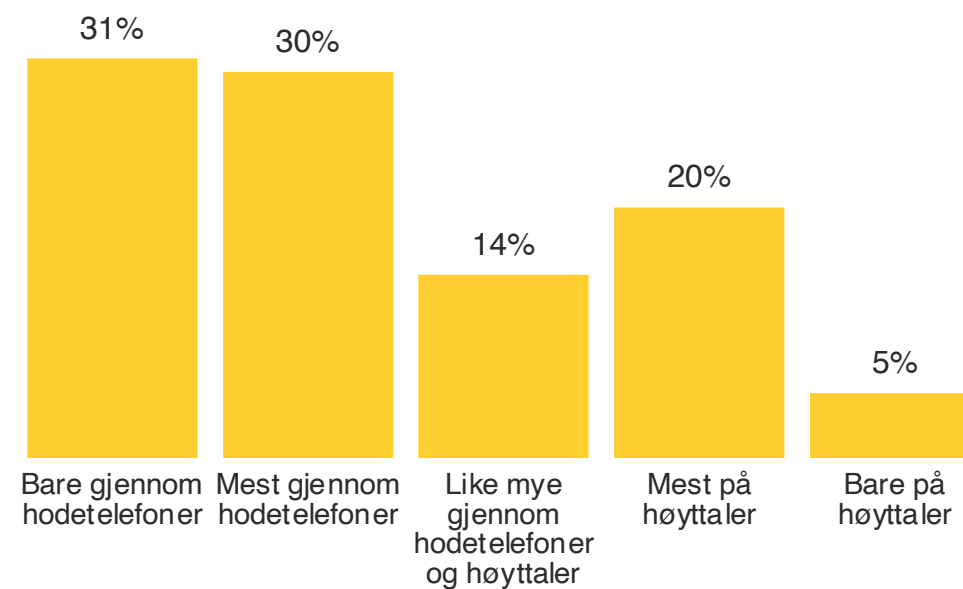


Mobiltelefon og hodetelefoner er det aller flest bruker for å høre på podkast

Hvilke av disse enhetene bruker du oftest til å lytte til podkaster?

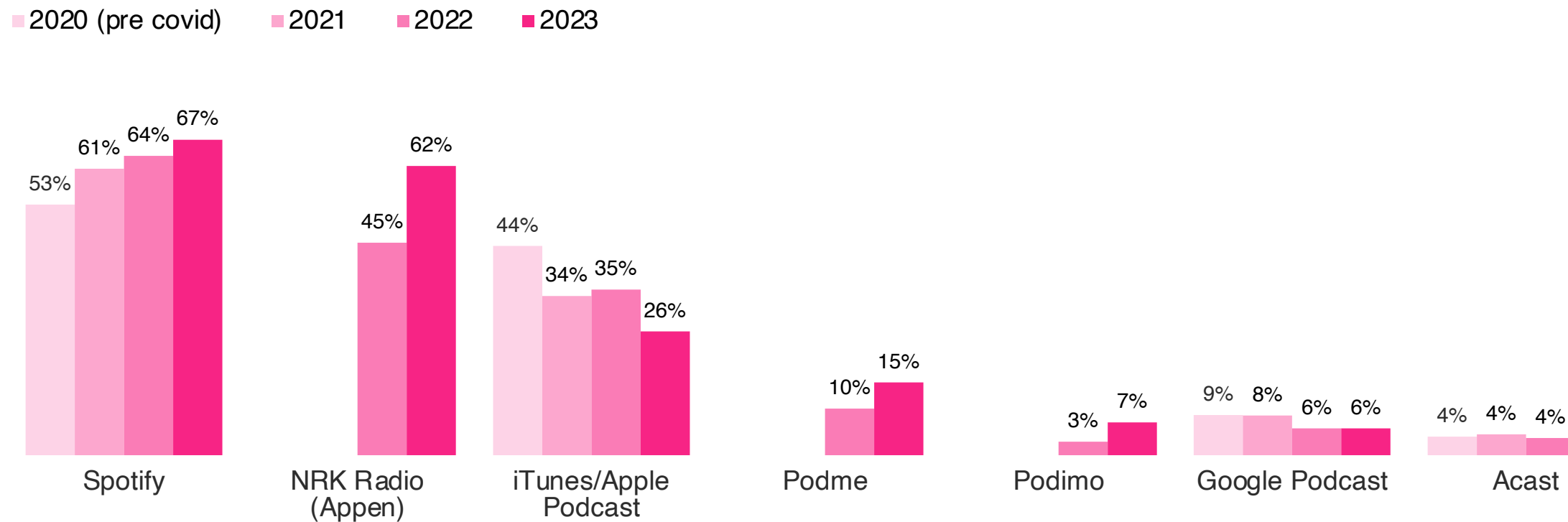


Hvordan lytter du til podkast?



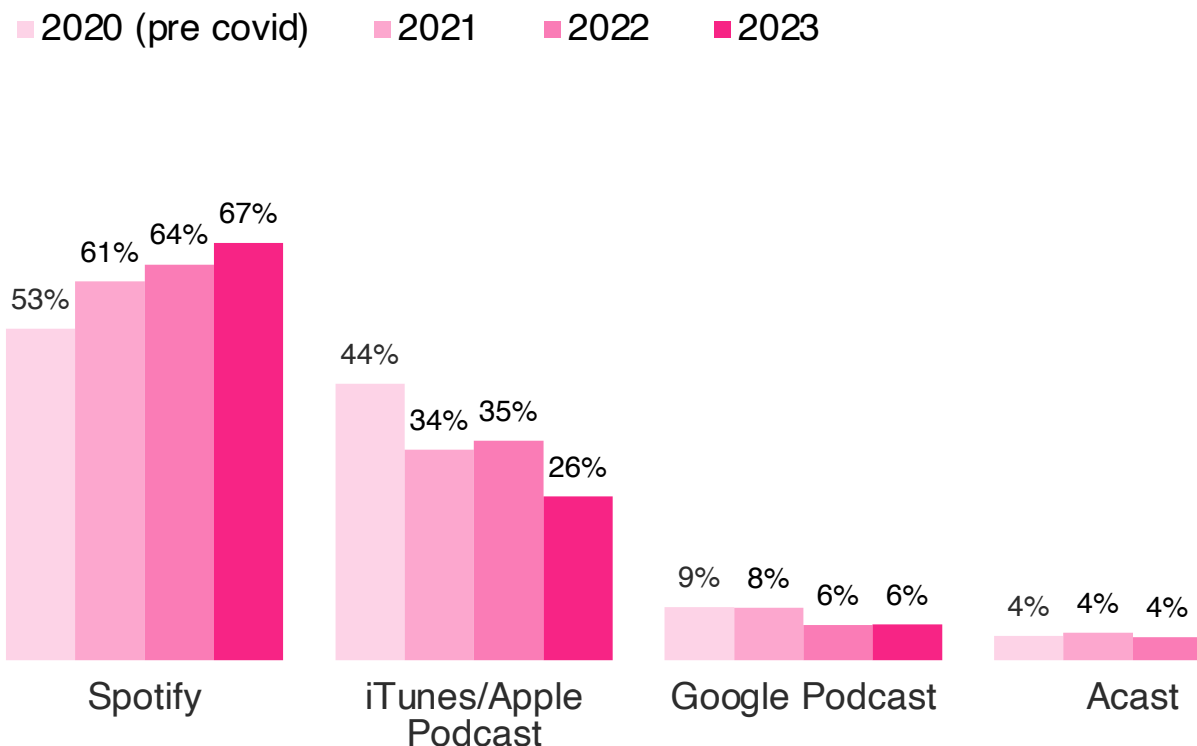
Alle apper og tjenester 2020-2023 (utenlandske og norske)

Hvilke apper eller tjenester har du noen gang brukt for å høre på en podkast?



Spotify er på topp over hvilke tjenester podkastlytterne noen gang har brukt

Hvilke apper eller tjenester har du noen gang brukt for å høre på en podkast? **Blant de utenlandske aktørene**

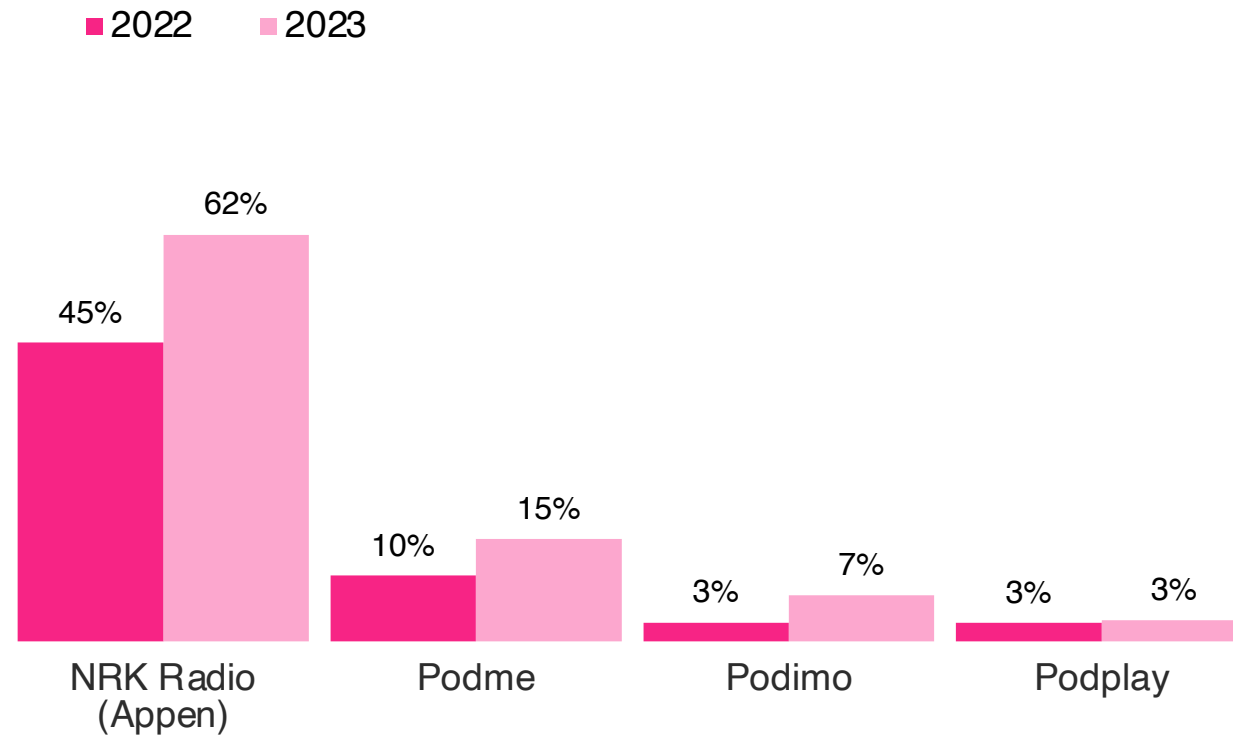


2 av 3 podkastlyttere har brukt Spotify en eller flere ganger til å lytte til podkast.

- Spotify ligger stabilt med i fjor, da det er ingen signifikant endring. Sammenligner vi tilbake til 2021 har det vært en signifikant vekst.
- 86 % av de under 30 år har brukt Spotify.
- Apple Podcaster har falt signifikant fra 35 % i 2022 til 26 % i 2023. Siden 2020 har forskjellen til Spotify blitt større og større, og Apple har ikke den porsjonen den en gang hadde.
- Acast er av 2023 ikke lenger en plattform du kan lytte til podkast, men kun en podkastdistributør.

NRK Radio øker mest

Hvilke apper eller tjenester har du noen gang brukt for å høre på en podkast? **Blant de nordiske aktørene**

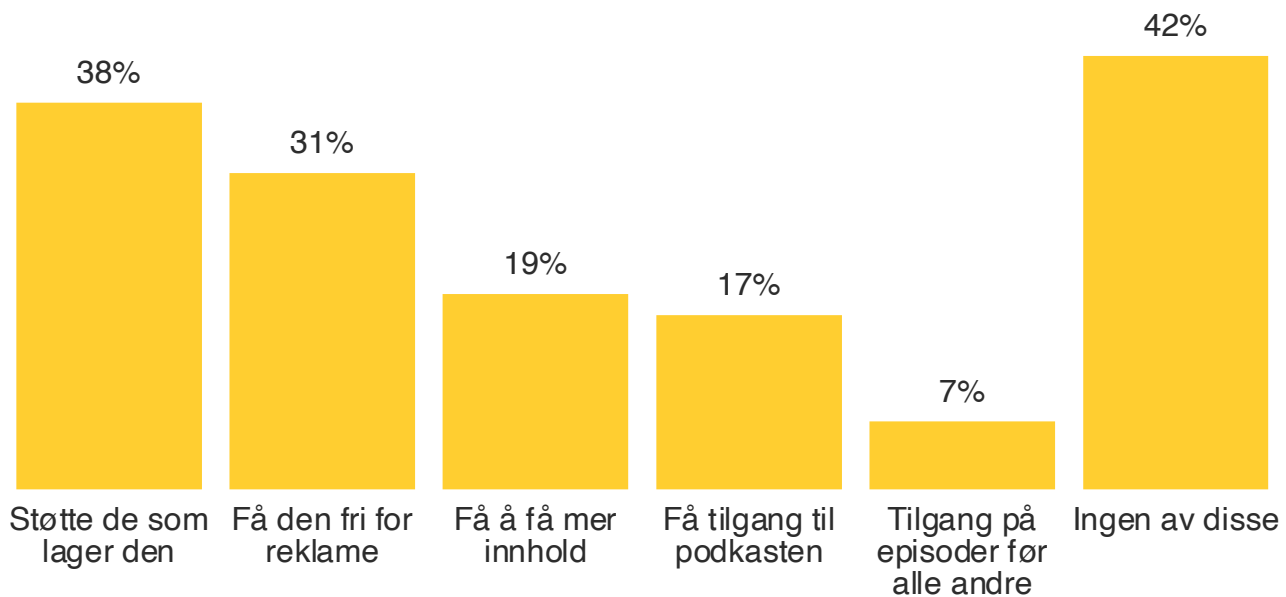


62 % har brukt NRK Radio for å lytte til podkast, og er med dette rett bak Spotify.

- NRK Radio, Podme og Podimo har alle hatt signifikant vekst i 2023 sammenlignet med 2022.

6 av 10 podkastlyttere kan tenke seg å betale for en podkast

Kan du tenke deg å betale for en podkast for å ...? (% Ja)

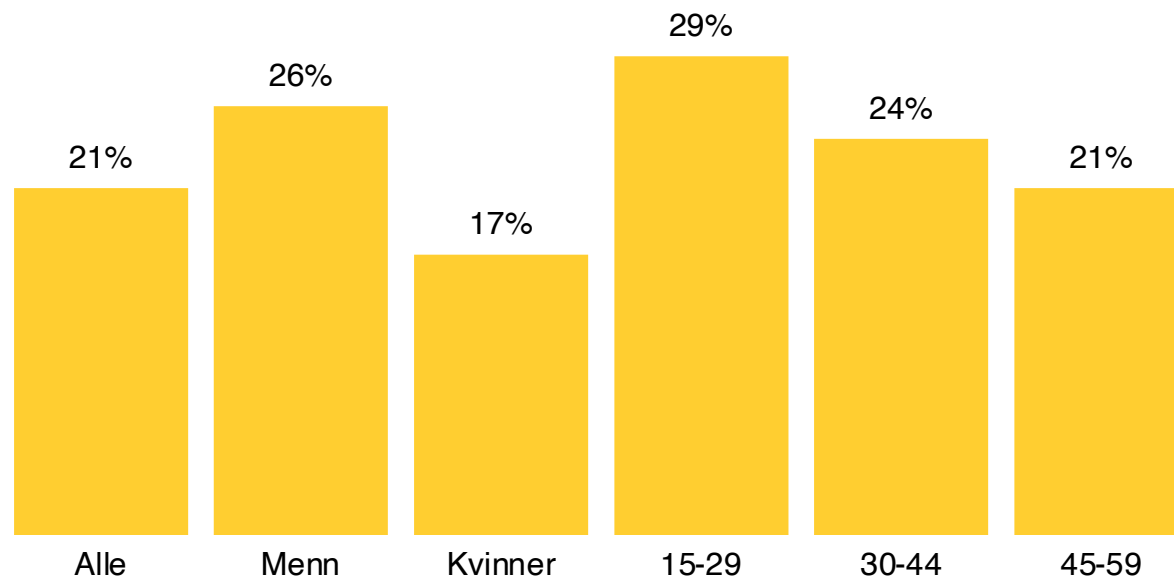


38 % kan tenke seg å betale for en podkast for å støtte de som lager podkasten.

- 31 % kan tenke seg å betale for å få den fri for reklame og 19 % for å få mer innhold.
- Kun 7 % kan tenke seg å betale for å få tilgang før alle andre.

1 av 5 betaler for podkast i dag

Betaler du for tilgang (eller for å støtte) noen podkaster? (% Ja)

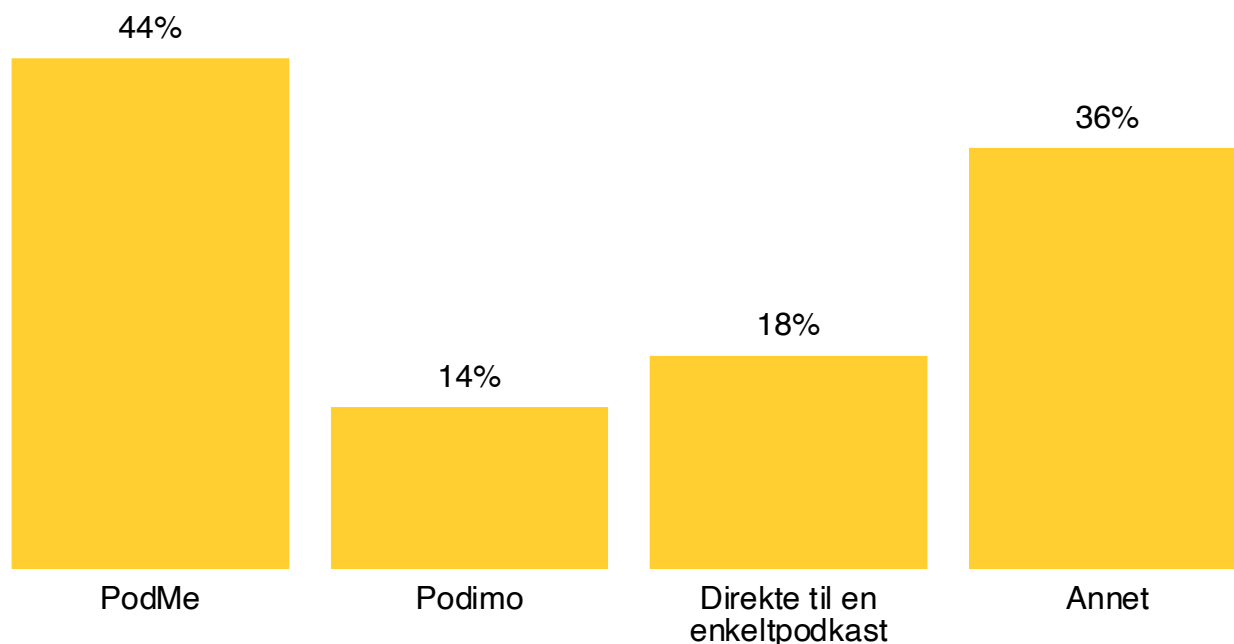


Nær 1 av 3 blant 15-29 år betaler for podkast.

- Betaling for podkast synker med alder.
- Det er en god del flere menn en kvinner som betaler for podkast (signifikant).

Blant de 21 % som har betalt for en podkast har nesten halvparten betalt for PodMe

Hvilke tjenester betaler du for? Blant de 21 % som betaler for podkast

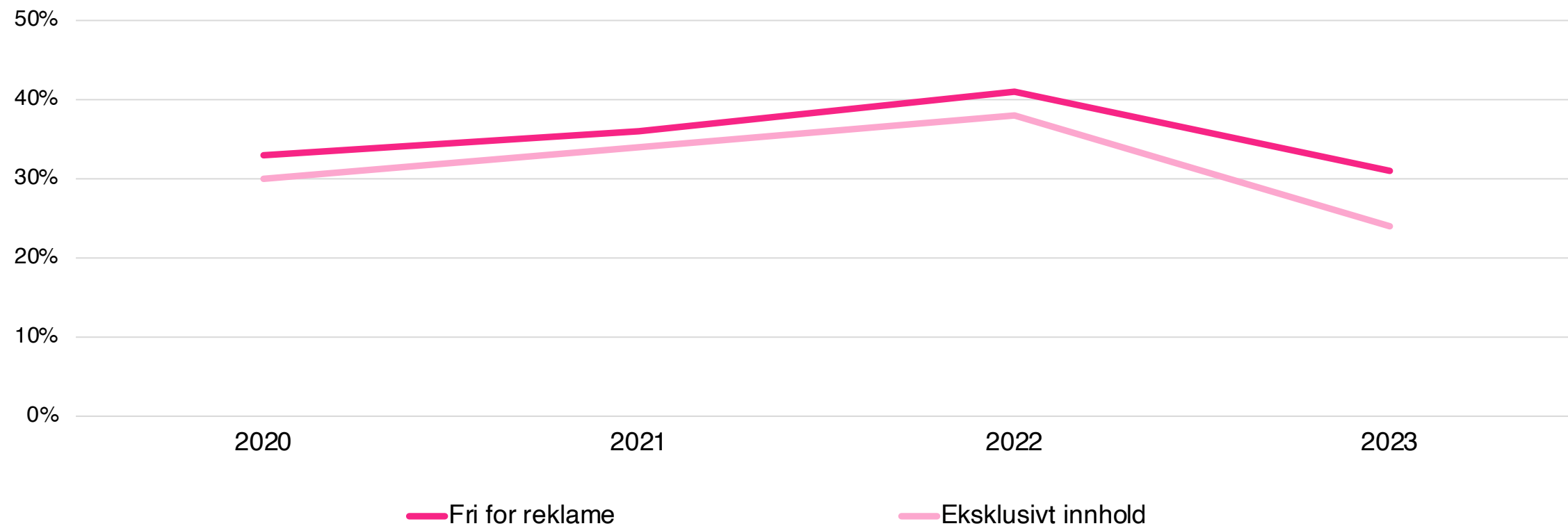


44 % av de som betaler for en podkast har betalt for PodMe. Det skiller ikke på kjønn og alder.

- For Podimo er det større forskjeller. Det er dobbelt så mange kvinner (21 %) som menn (10 %) (signifikant). For Podimo skiller det også blant dem som er 40-49 år (24 %) og 30-39 år (7 %) (signifikant).
- Betaling direkte til en podkaster varierer også mest blant menn (25 %) og kvinner (9 %).

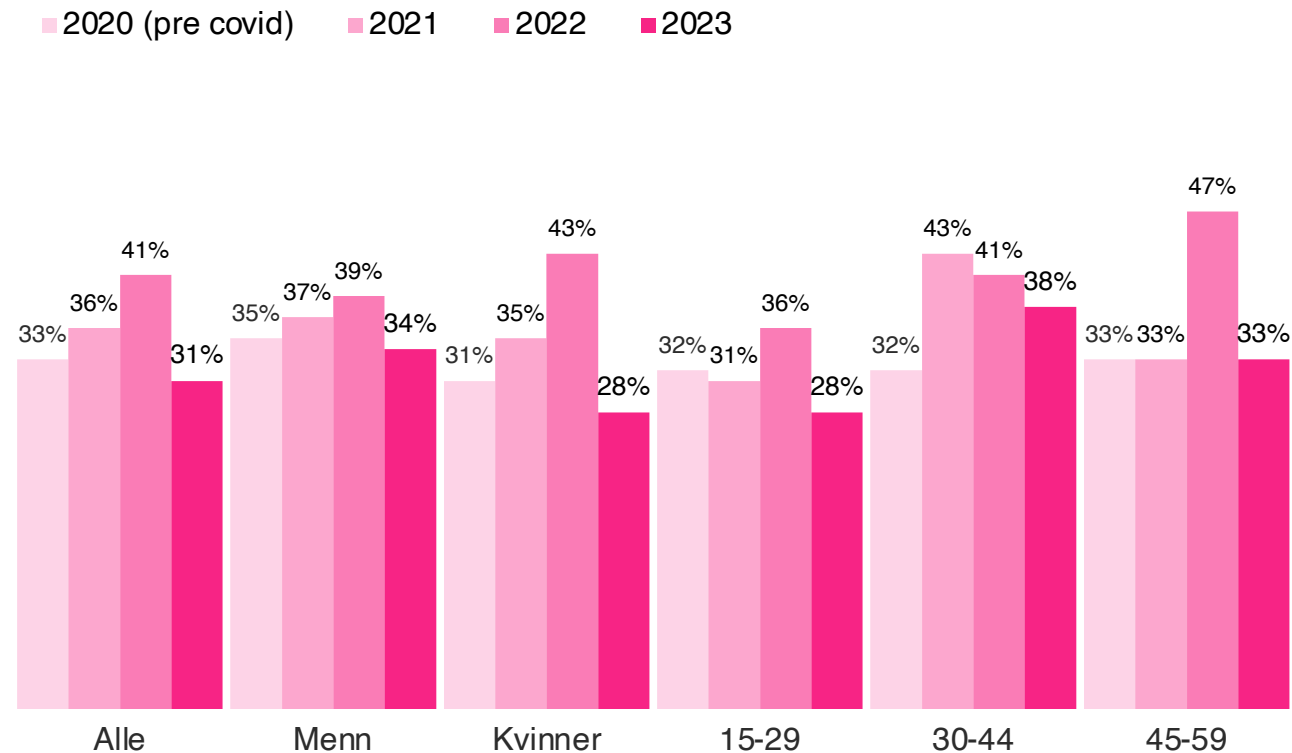
Nedgang i betalingsvilje for podkast uten reklame, samt for å få veldig eksklusivt innhold

Kan du tenke deg å betale for en podkast for å få den helt fri fra reklame / få veldig eksklusivt innhold? (% Ja)



Det er nedgang i betalingsvilje for podkast uten reklame

Kan du tenke deg å betale for en podkast for å få den helt fri fra reklame? (% Ja)

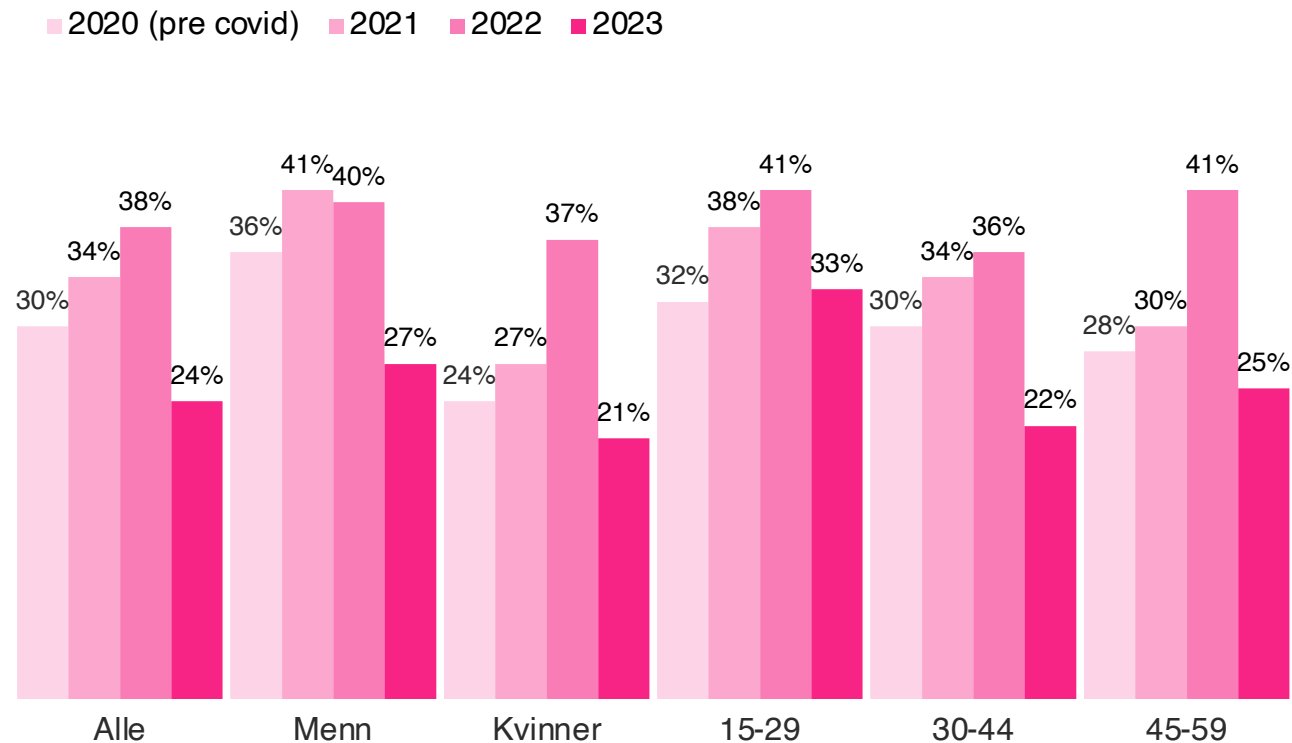


Tidligere har det vært en økning betalingsvilje for podkast uten reklame, men i år har det snudd.

- Større aksept for reklame i podkast.
- Størst nedgang blant kvinner og de mellom 45-59 år (signifikant).
- Størst betalingsvillighet ser vi blant de mellom 30-44 år (38 %).

... og nedgang i betalingsvilje for å få eksklusivt innhold

Kan du tenke deg å betale for en podkast for å få veldig eksklusivt innhold? (% Ja)



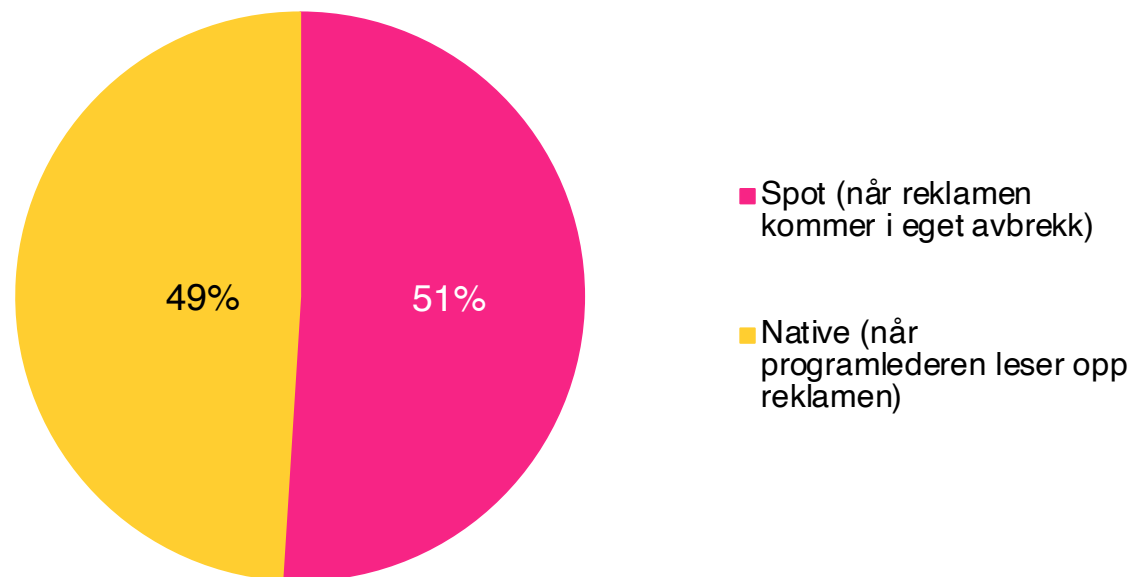
Tidligere år har det også vært en økning i betalingsvilje for podkast for å få veldig eksklusivt innhold, men ser samme tendens her.

- Størst nedgang blant kvinner og de mellom 45-59 år (signifikant).
- Flest i alderen 15-29 år (33 %) som kan tenke seg å betale for en podkast for å få veldig eksklusivt innhold.

Reklameoppmerksomhet

Omtrent lik oppmerksomhet til reklame i eget avbrekk, som når lest opp av programleder

Hvilke av følgende reklameinnhold er det **mest sannsynlig at du legger merke til?**

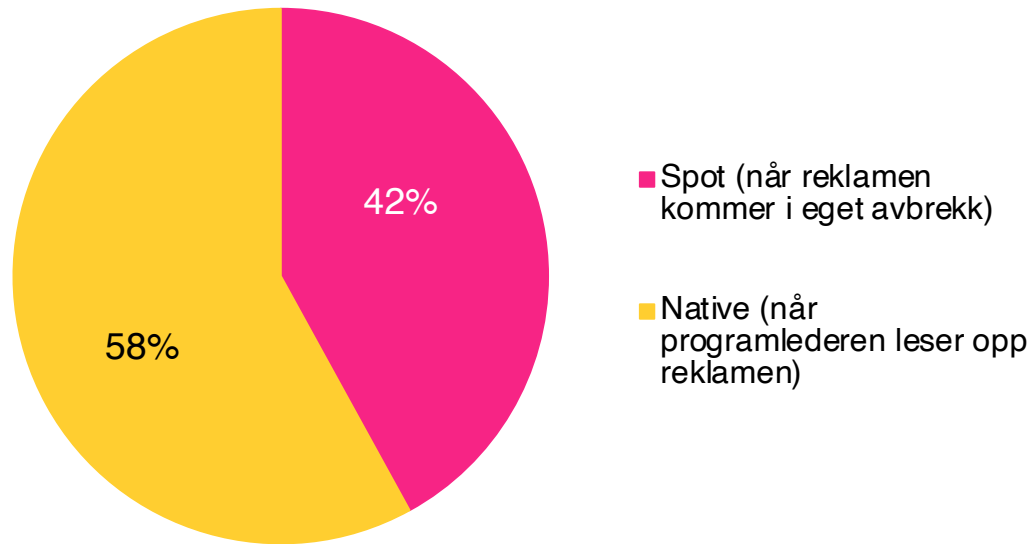


- Det skiller ikke noe på oppmerksomhet på reklame i eget avbrekk versus når lest opp av programleder.
- Det er ingen forskjell på kjønnene og alder.
- Totalt er det lik score som i 2022 (48 % og 52 %).

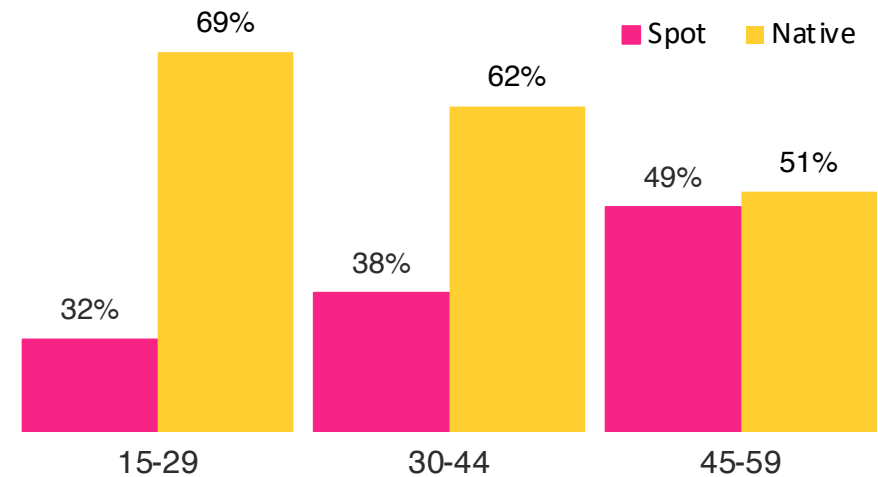
Troverdighet

Når det gjelder troverdighet har det vært en økning i «når programlederen leser opp reklamen»

Hvilke av følgende reklameinnhold opplever du som **mest troverdig**?



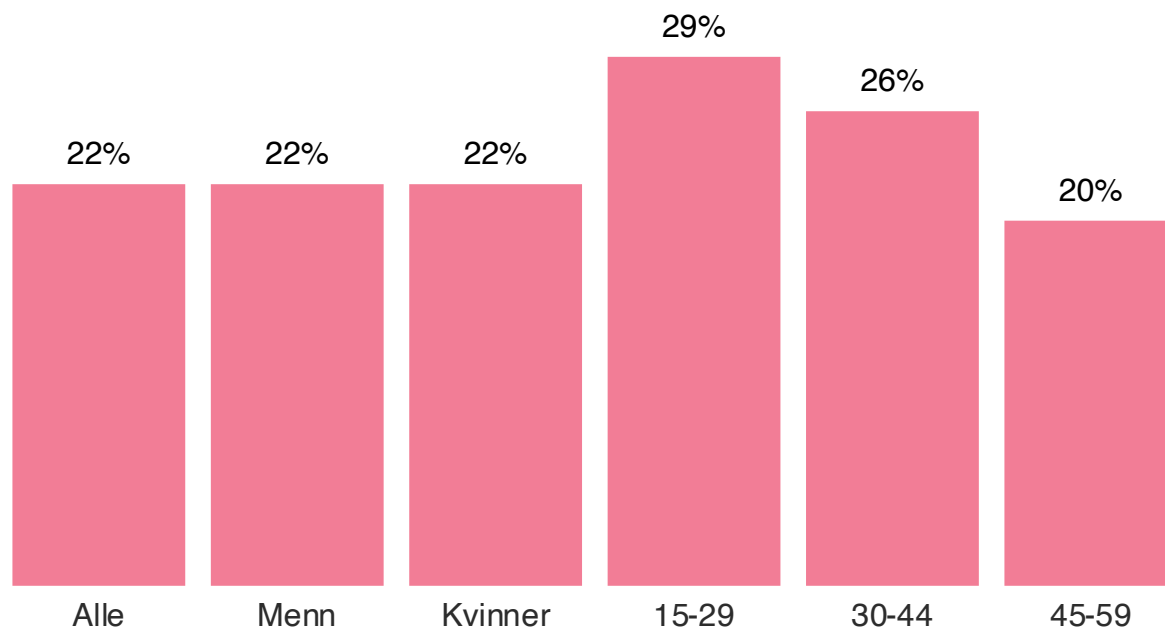
Det er en signifikant høyere andel som svarer Når programlederen leser opp reklamen. I 2022 var scoren 53 % på når programleder leser opp og 47 % på når reklamen kommer i eget avbrekk.



Som i fjor er det flere blant de yngste som opplever reklame lest opp av programleder som mest troverdig, mens for de eldste er det likt.

Nær 1 av 4 har utført eller vurdert å utføre en handling etter å ha hørt reklame

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



Nær 1 av 4 har utført en handling, slik som å søke mer informasjon, fortalt andre, vurdert å kjøpe eller kjøpt, etter å ha hørt reklame om et produkt eller tjeneste i en podkast.

- Nær 1 av 3 mellom 15-29 år svarer at de har utført en handling eller vurdert å utføre en handling etter å ha hørt en reklame i en podkast.
- Den største *økningen* er i alderen 45-59 fra 14 % til 20 %.

Reklameeffekt

Av de som har utført en handling etter å ha hørt en reklame om et produkt eller en tjeneste i en podkast svarer...

6 av 10 at de har søkt mer informasjon om produktet/tjenesten

3 av 10 at de har vurdert å kjøpe eller bestille produktet/tjenesten

1 av 10 at de har kjøpt eller bestilt produktet/tjenesten





VEKSTPOTENSIAL

DEN STORE
PODRAPPORTEN



nrk

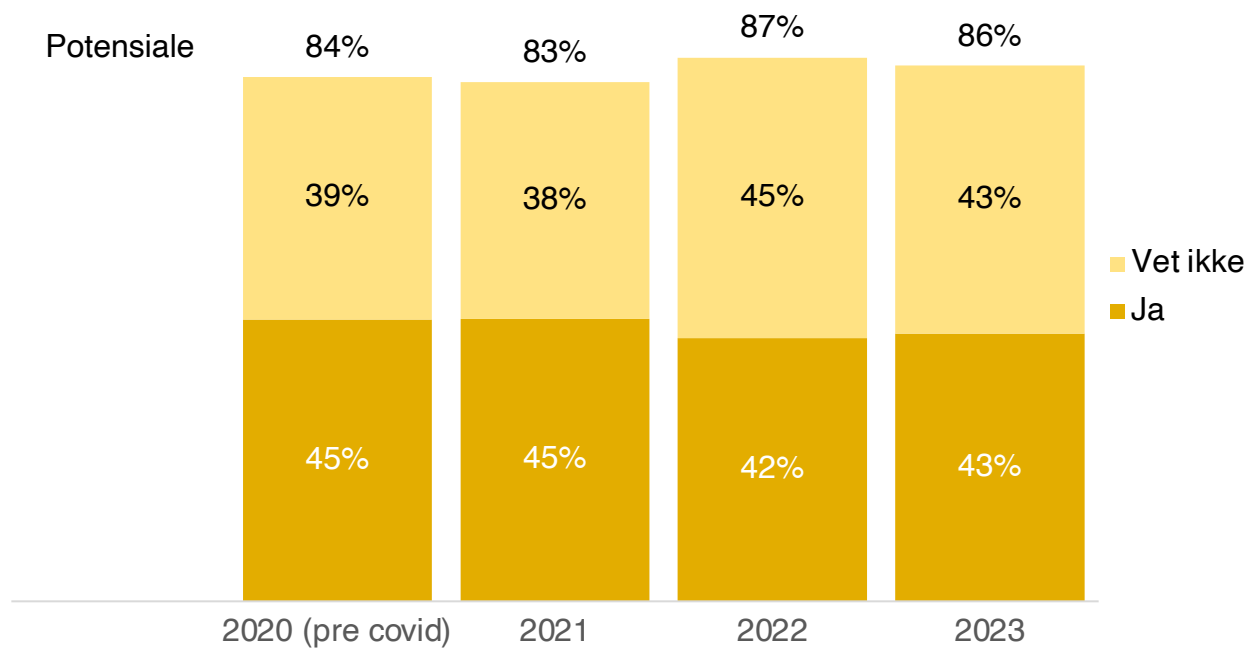
norstat



MEDIA GROUP

Det er fortsatt mange som tror de vil lytte på podkast i fremtiden

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

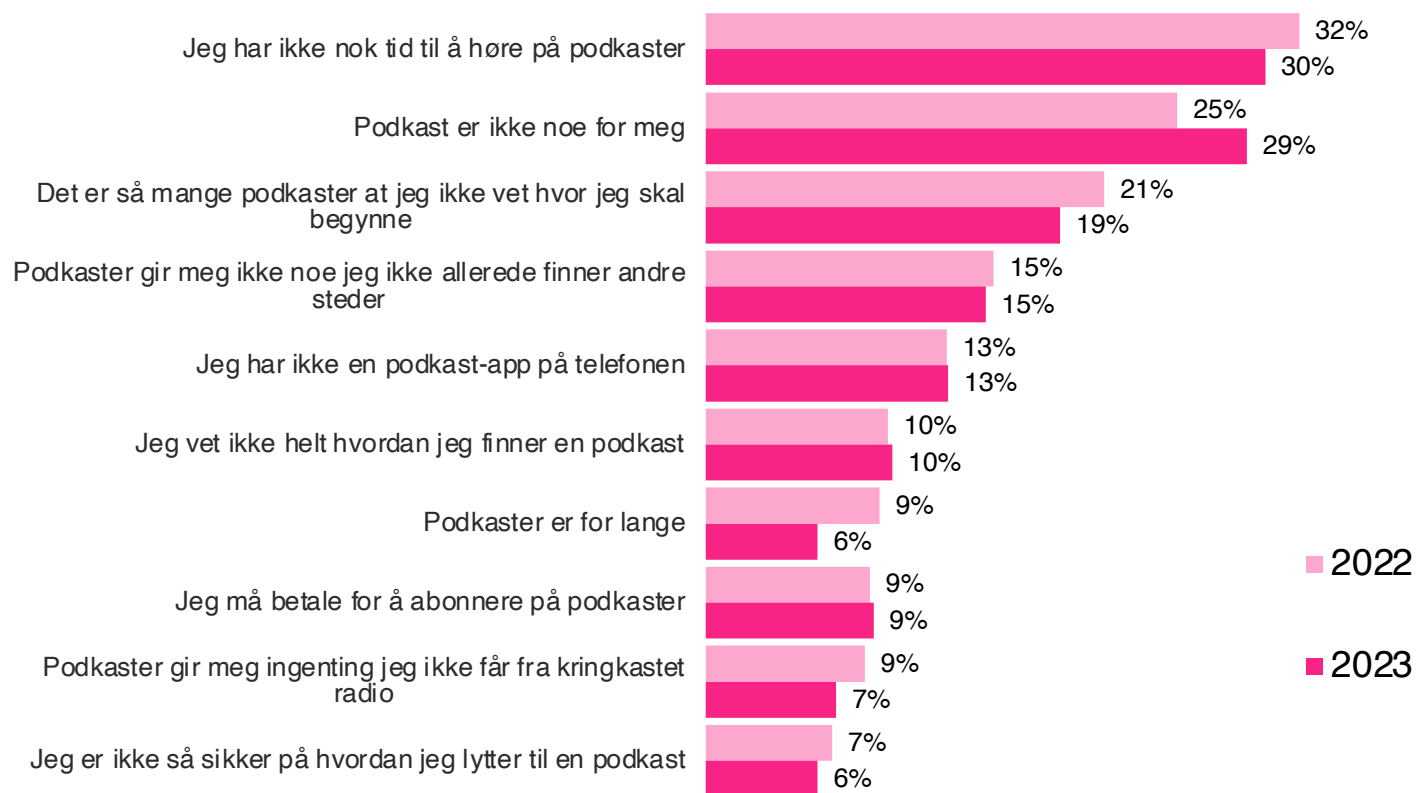


Fortsatt stort vekstpotensial - hele 86 % svarer at de kommer til å lytte til podkast i fremtiden eller enda ikke vet om de kommer til å lytte.

- Det er kun nær 1 av 10 som svarer at de ikke vil lytte.
- Det er lite forskjeller på kjønn og alder, men noen færre blant de over 60 år som svarer ja (og noen flere som svarer vet ikke).

Mangelen på tid er hovedgrunnen til at man ikke lytter til podkast

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



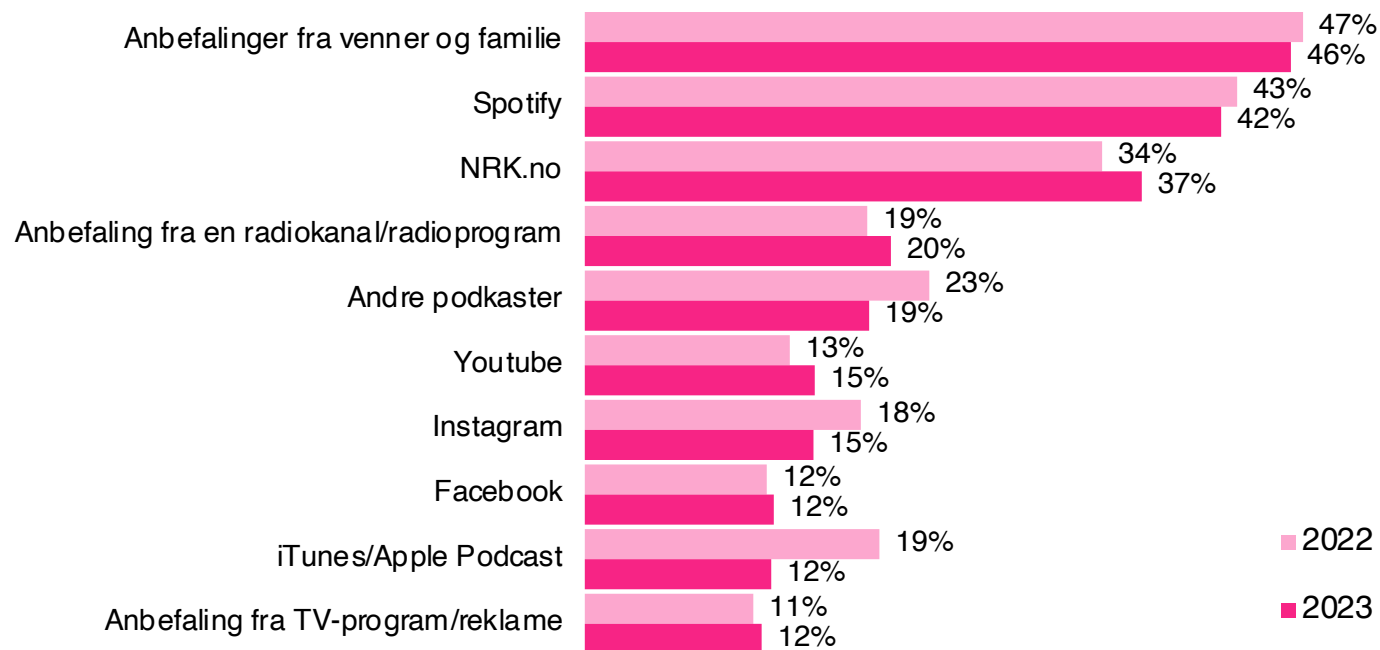
1 av 3 som i dag ikke lytter til podkast svarer at mangelen på tid gjør at man ikke lytter. Dette er like mange som i fjor.

- 29 % svarer at podkast ikke er noe for meg, og har gjort seg opp en tydelig mening. Dette er signifikant flere enn i fjor (25 %).
- At podkaster er for lange går derimot ned, fra 9 % til 6 % (signifikant).
- Og fortsatt er det mange som oppgir at de ikke lytter fordi det er så mange podkaster og de vet ikke hvor de skal begynne. Her har vi et stort potensiale, til å gjøre det enda enklere for nye lyttere å finne frem i podkast-jungelen.

Topp 10

Venner og familie, Spotify og NRK.no er fortsatt på topp over hvor man finner nye podkaster

Hvordan oppdager du nye podkaster?



Vi oppdager nye podkaster fortsatt i størst grad gjennom venner og familie. Rett bak finner vi tjenesten Spotify og NRK.no.

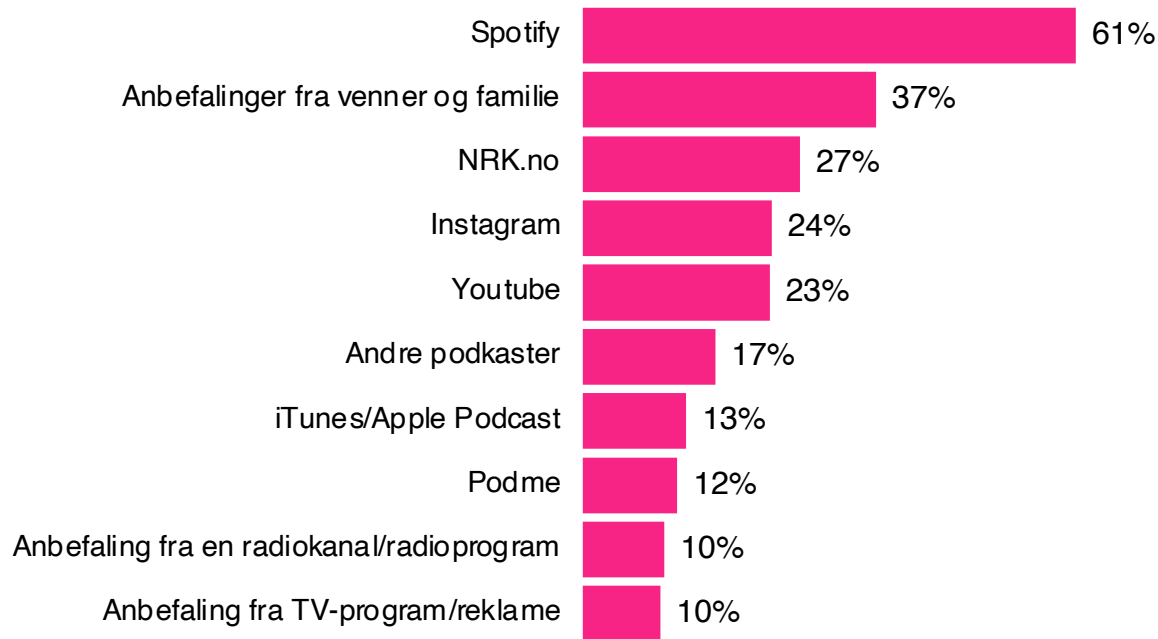
- Signifikant nedgang blant de som oppdager nye podkaster via andre podkaster og via iTunes/Apple Podcasts.
- Kvinner oppdager nye podkaster i større grad enn men via anbefalinger fra venner og familie (55 % vs. 38 %), anbefalinger fra radioprogrammer (23 % vs. 7 %) og via Instagram (21 % vs. 9 %).
- Menn oppdager i større grad nye podkaster via Youtube (18 % vs. 12 %). Og iTunes/Apple Podcasts (15 % vs. 10 %).

Topp 10 i alderen 15-29 år og 30-44 år

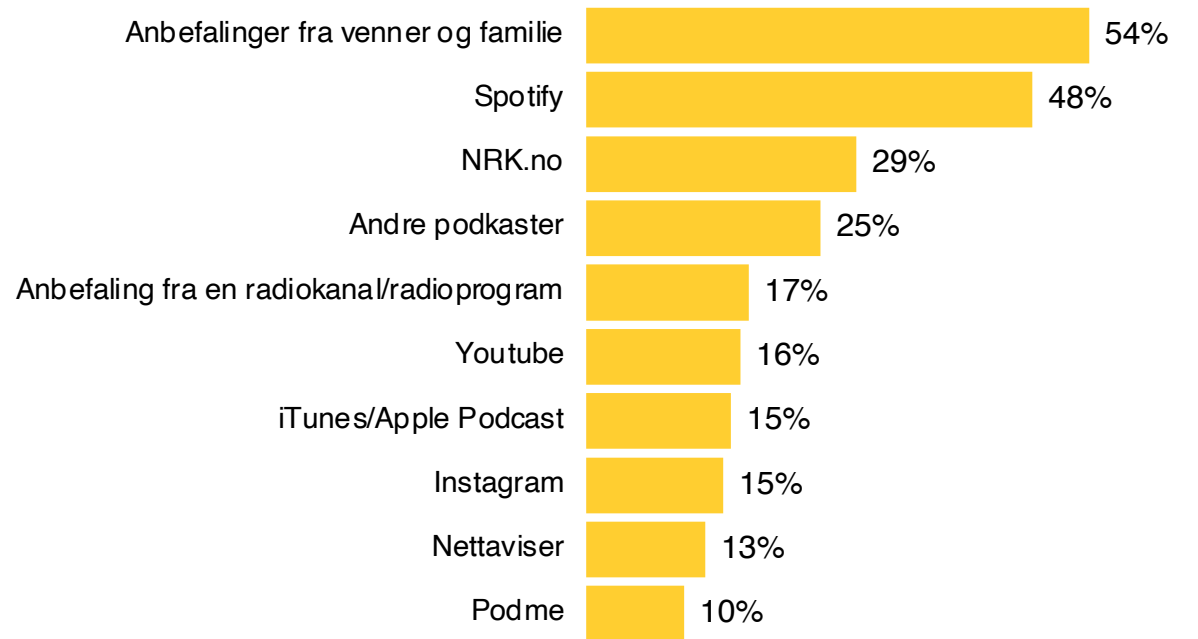
6 av 10 podkastlyttere under 30 år oppdager nye podkaster via Spotify

Hvordan oppdager du nye podkaster?

15-29 år



30-44 år



Den typiske podkastlytteren

Ung og voksen

Bor i sentrale strøk

Oppdager nye podkaster fra anbefaling fra venner/familie

Lytter til 5 episoder i uka

Lytter alene via mobilen og headset

Lytter oftest hjemme

Foretrekker norske podkaster

Vil bli underholdt og oppdatert

Podkasteren må være tilgjengelig, ha god lyd og gratis

Dokumentarer og humor





www.podrapporten.no

DEN STORE
PODRAPPORTEN



NRK

norstat



MEDIA GROUP