



DEN STORE **2024**  
PODRAPPORTEN





# Innhold

Dekning  
Situasjoner  
Behov  
Kvaliteter  
Oppdagelse  
Plattformer  
Reklame

# Forord

*Den store Podrapporten* har blitt utført i Norge siden 2020, og presenteres her i sin femte 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.

Nytt av året er at det i tillegg til den kvantitative undersøkelsen også er gjennomført fokusgrupper. Rapporten er en dybdeundersøkelsen av det norske podkastmarkedet og 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 og NRK.

All informasjon tilgjengelig på [www.podrapporten.no](http://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.



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.

# Metodikk

Det er femte 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 til podkast

## 2021

Feltarbeid gjennomført av Norstat

Webundersøkelse 13. - 26. januar 2021

Totalt 1603 respondenter

15+ år, landsrepresentativt utvalg

40 % lyttet til podkast

## 2022

Feltarbeid gjennomført av Norstat

Webundersøkelse 4. - 16. januar 2022

Totalt 1612 respondenter

15+ år landsrepresentativt utvalg

35 % lyttet til podkast

## 2023 (post-covid)

Feltarbeid gjennomført av Norstat

Webundersøkelse 6. - 10. februar

Totalt 1646 respondenter

15+ år landsrepresentativt utvalg

46 % lyttet til podkast

## 2024

Feltarbeid gjennomført av Norstat

Webundersøkelse 15. - 28. januar

Totalt 1600 respondenter

15+ år landsrepresentativt utvalg

45 % lyttet til podkast

# Fokusgrupper høst 2023

- Rekruttert av Norstat og moderert av Kantar
- 2 grupper mellom 25-39 år (16 pers)
- 2 grupper mellom 40-55 år (15 pers)

## Kriterier

- Spredning på kjønn og alder (25-55 år)
- Oslo
- Alle har et forhold til podkast
- Lytter ukentlig eller oftere



# Oppsummering 2024 (1 av 2)

- 45 prosent av befolkningen 15 år+ har lyttet til podkast det siste året, dette er stabilt med i fjor.
- 1 av 3 blant 20-49 åringene lytter daglig til podkast, og hovedmålgruppa for podkaster er nå 20-49 år. Den daglige dekningen blant 40-49 åringen har økt betraktelig fra 24 prosent i 2023 til 33 prosent i år.
- Volumet øker, både på tid brukt og antall episoder. Podkast står for 14 prosent av lyttertiden til lydmedier i løpet av en uke, det er opp 5 prosentpoeng fra 2023.
- Vi lytter til podkast mens vi gjør andre aktiviteter, hele 97 prosent svarer dette. Vi har behov for å koble på og av verden, for å gjøre daglige aktiviteter mindre kjedelig.
- De som har størst behov for å **koble seg på** ønsker å fordype seg, lære nye ting eller holde seg oppdatert. Dette er mer fremtredende hos de voksne og eldre. Her ligger emner som dokumentar, historie og vitenskap på topp.
- De som har størst behov for å **koble seg av** ønsker å bli underholdt og slappe av. Det er flere unge som har behov for dette, og topp emner er humor, dokumentar og true crime.
- Vi lytter hovedsakelig alene, men 43 prosent har noen gang lyttet sammen med andre. Vi gjør det primært i bilen, hjemme eller på hytta, og det er mest utbredt blant de yngste.
- De viktigste kvalitetene ved podkast er at de er tilgjengelig, har god lyd og er gratis. 2 av 3 svarer at dette er veldig viktig.
- Vi lytter hovedsakelig til norske podkaster. Vi hører i snitt på 75 prosent norske, 22 prosent engelske og 3 prosent andre språk (morsmål). Vi lytter til engelsktalende podkaster fordi mange har lyttet lenge til podkast og det norske markedet var for lite da man startet å lytte.

# Oppsummering 2024 (2 av 2)

---

- Podkastlytterne har et bevisst forhold til lengde og format når man velger en podkast. Det viktigste er likevel at innholdet er godt.
- 3 av 4 podkastlyttere oppdager nytt innhold via plattformen man lytter på. Årsaken til det er at man gjerne har spesifikke interesser og opplever at mengden innhold og algoritmene møter deres behov. I tillegg er det hele 45 prosent som oppdager nye podkaster fra venner og familie.
- 9 av 10 bruker mobilen for å lytte til podkast. Signifikant økning fra 87 prosent i 2023 til 92 prosent i år. 6 av 10 bruker bare eller hovedsakelig hodetelefoner når de lytter.
- De 3 største plattformene for podkast er Spotify (69 prosent), NRK Radio (63 prosent) og Apple Podcaster (26 prosent). YouTube er også stor med 21 prosent, og større enn Apple blant de under 30 år (29 prosent).
- 1 av 5 betaler for podkast, og det er likt med i fjor. Det er hovedsakelig Spotify man da betaler for.
- Det er nedgang i betalingsviljen for podkast uten reklame, dette henger sammen med at flere podkaster legges bak betalingsmur og det er viktigere da at podkasten er lett tilgjengelig og gratis enn fri for reklame. Stor forståelse for at reklame er et «nødvendig onde».
- Lik reklameoppmerksomhet mellom når reklamen kommer i eget avbrekk (spot) og når programlederen leser opp reklamen (native). 6 av 10 svarer at native reklame er mest troverdig.
- 1 av 4 podkastlyttere har utført eller vurdert å utføre en handling etter å ha hørt reklame.
- 7 av 10 av befolkningen svarer at de vil høre på podkast i fremtiden.





**DEKNINGEN ER STABIL,  
VOLUMET ØKER**

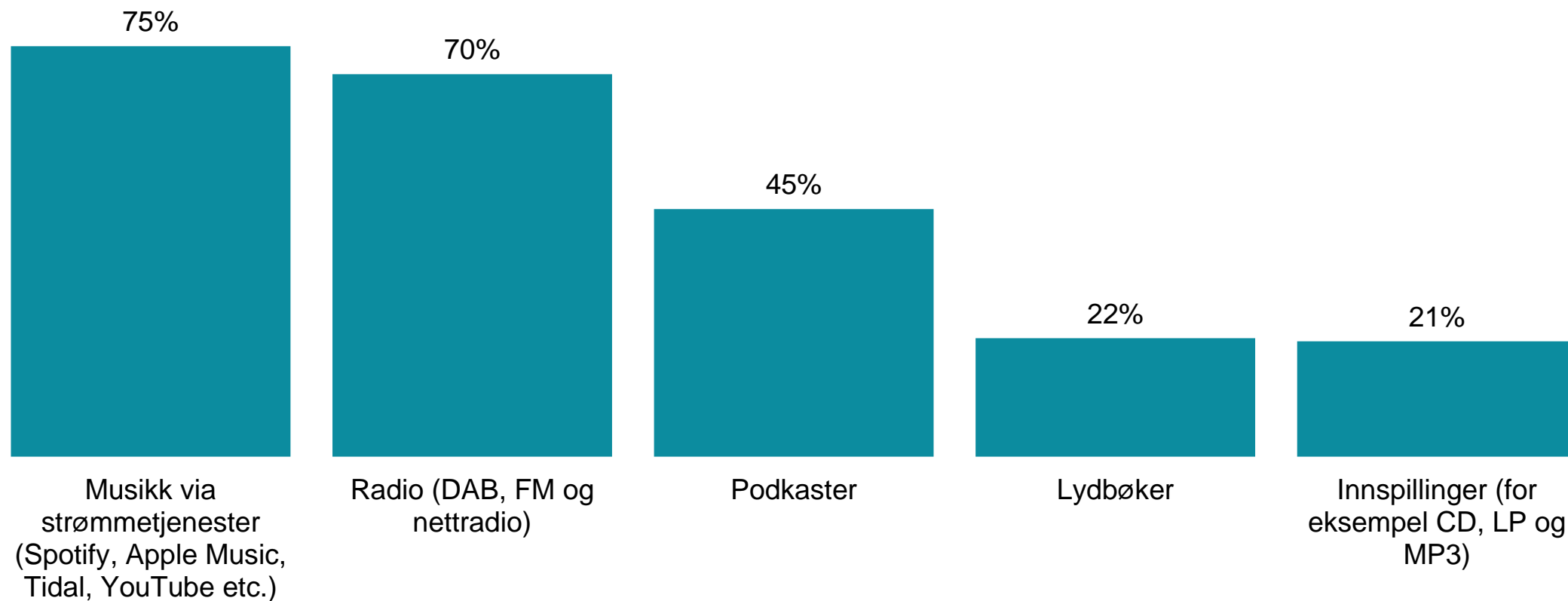
# Tilnærmet alle lytter til et eller annet lydmedie i løpet av et år

---



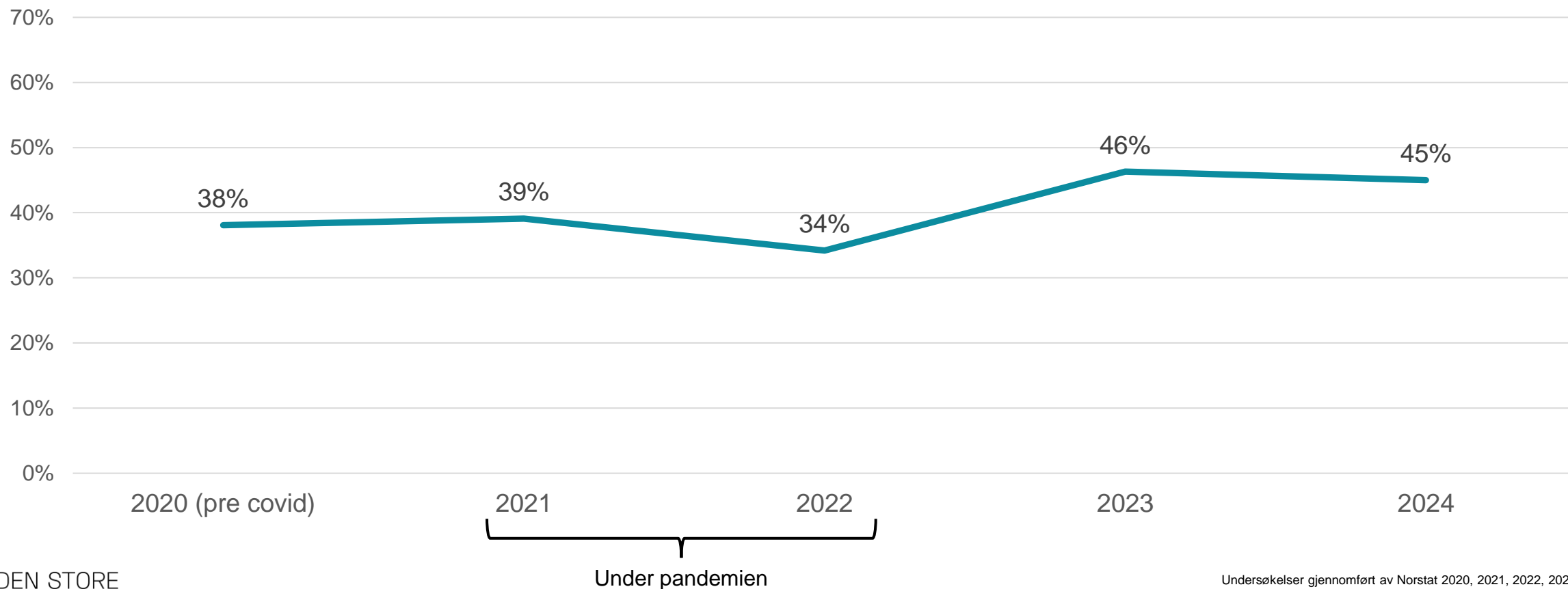
## Dekningen er stabil for alle lydmedier

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



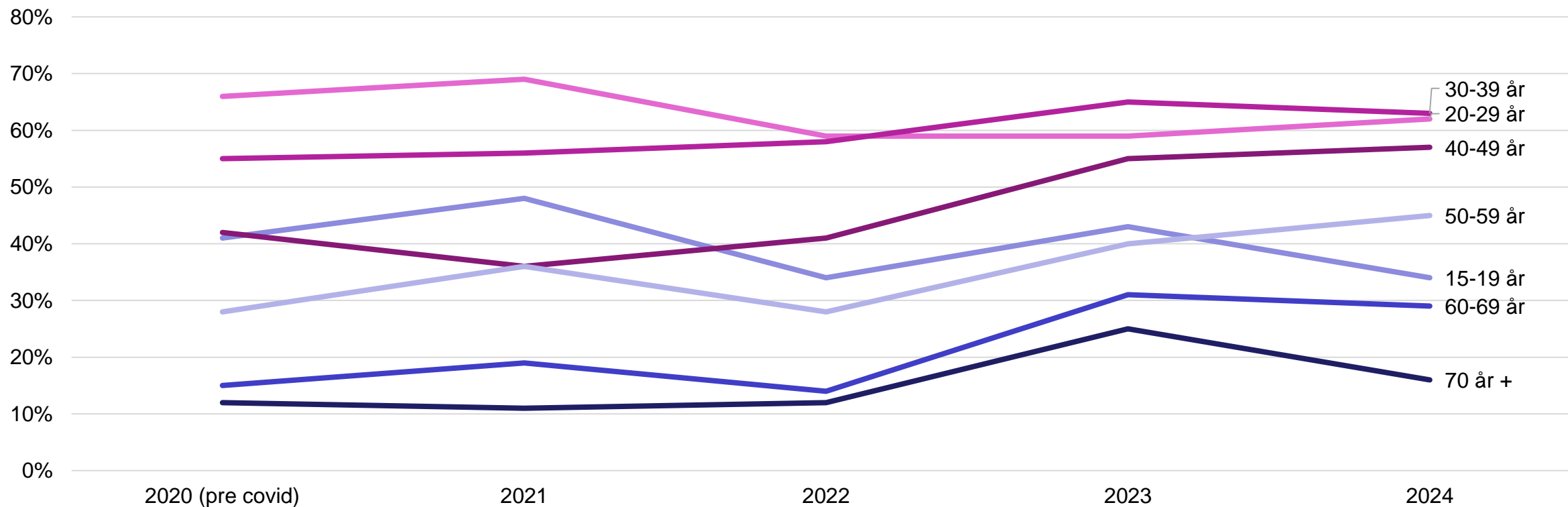
## Dekningen stabil for podkast 2023 til 2024

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



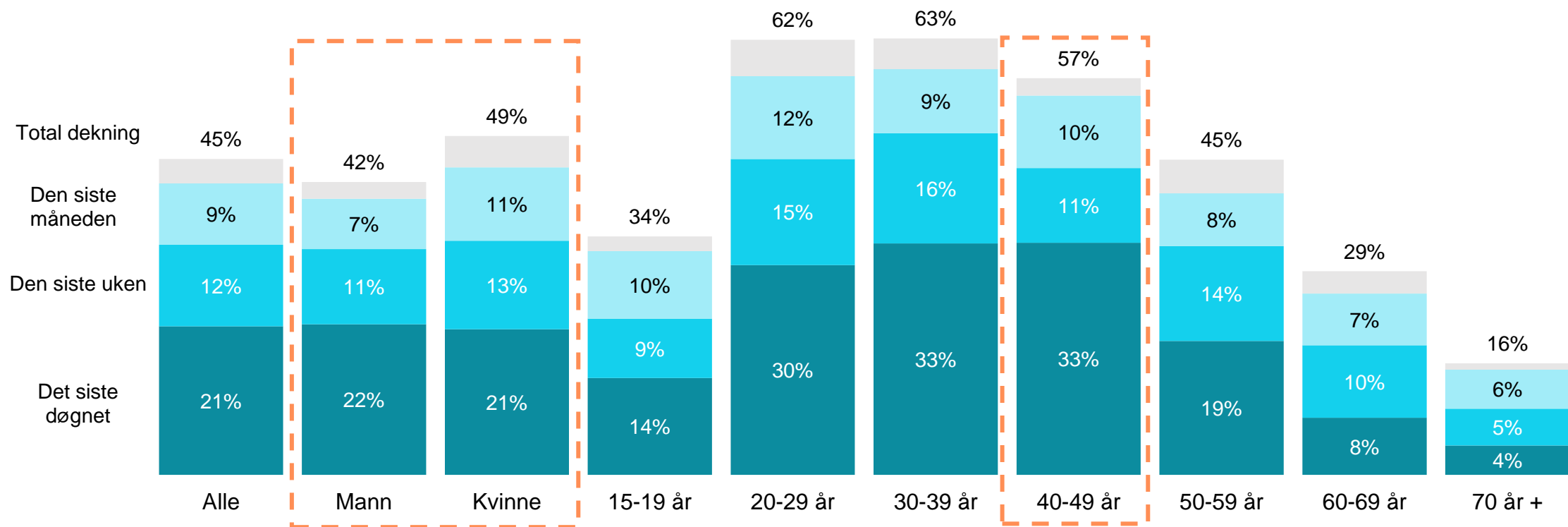
## 20-49 åringene lytter i størst grad til podkast

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



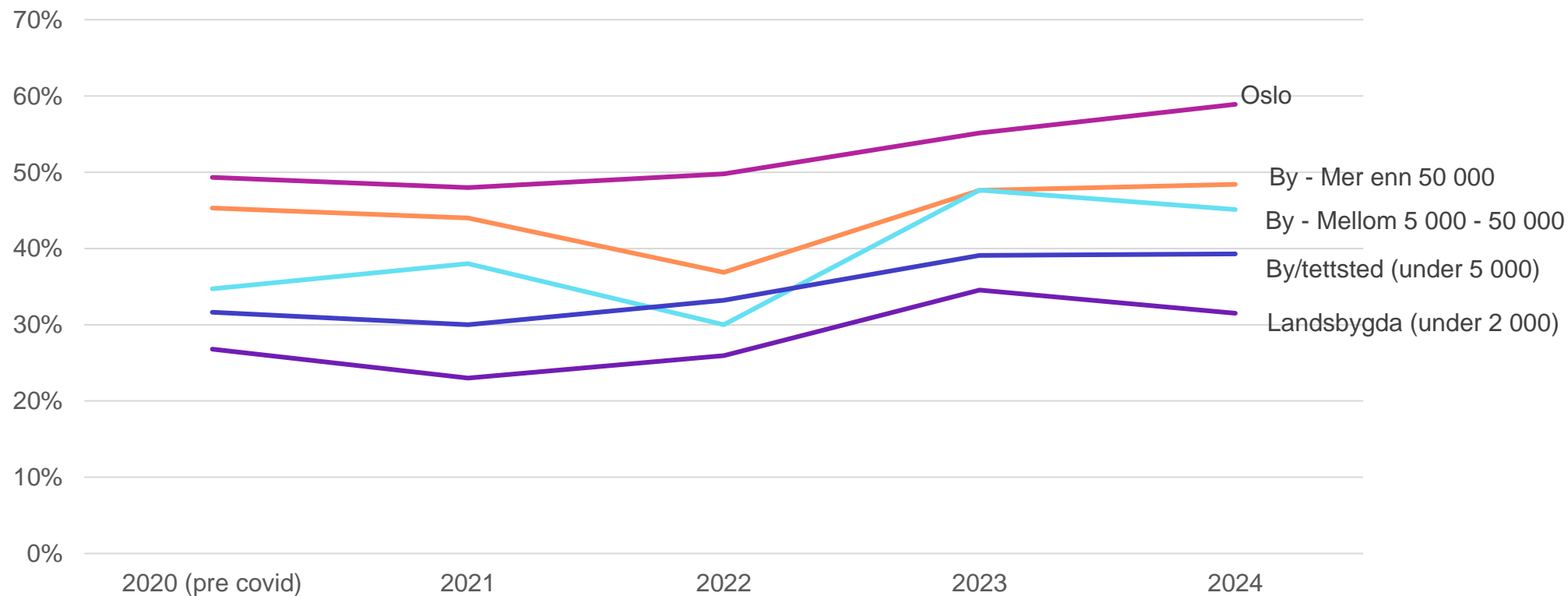
# Flere lytter oftere til podkast i alderen 20-49 år

Når hørte du sist på en podkast?



# Podkast fortsetter å øke i Oslo

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



**Vi ser tilfang av nye  
podkastlyttere hvert år**

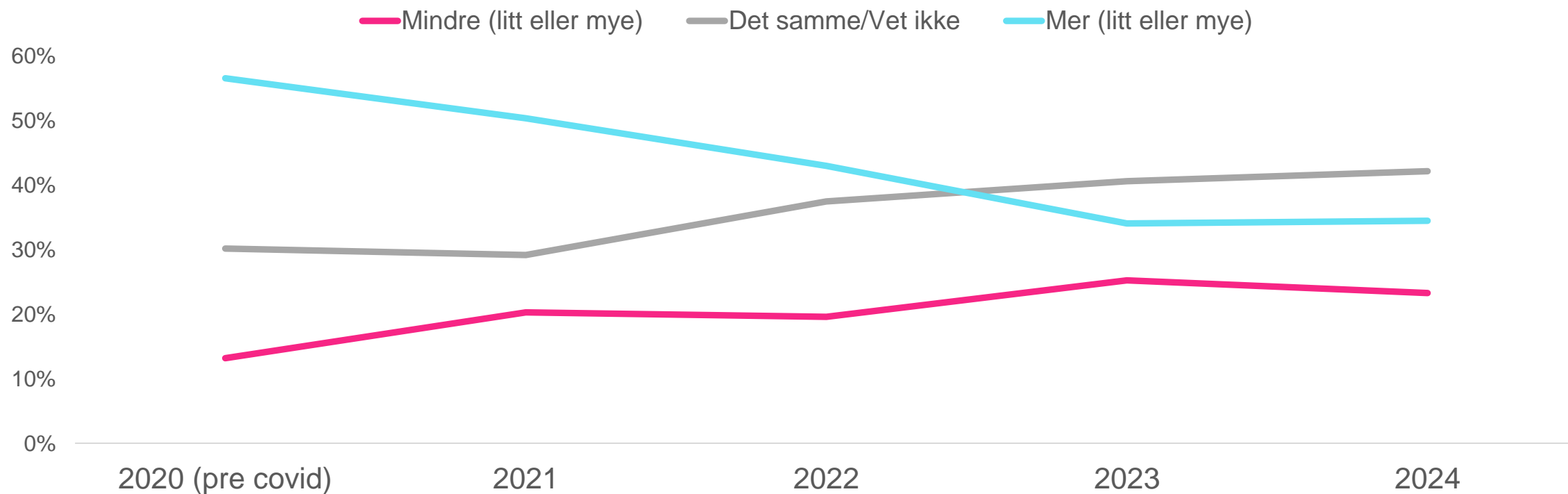
---





# 1 av 3 sier at de fortsatt lytter mer til podkast

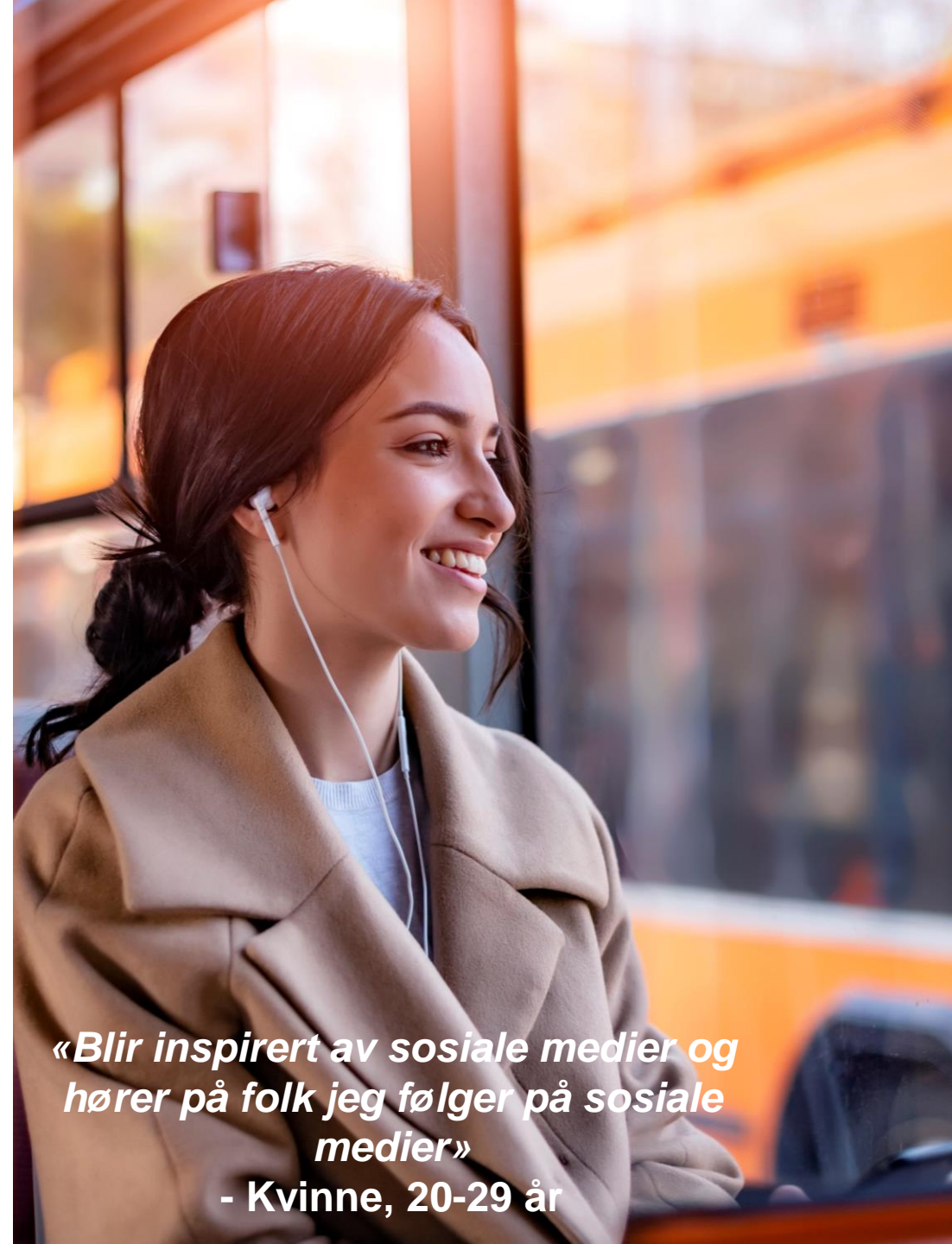
Hvis du sammenlikner med ett år siden, lytter du mer eller mindre til podkast nå?



## Grunner til at vi lytter mer til podkast

Kan du si noe kort om hvorfor du lytter mer?

- Bedre tid eller endret hverdag
- Interessant og underholdende innhold
- Oppdaget podkast
- Blitt en rutine i hverdagen
- Kan kombinere podkast med andre aktiviteter




*«Blir inspirert av sosiale medier og hører på folk jeg følger på sosiale medier»*  
- Kvinne, 20-29 år

## Grunner til at vi lytter mindre til podkast

Kan du si noe kort om hvorfor du lytter mindre?

- Mindre tid og endret hverdag
- Glemmer å lytte
- Mindre interessant innhold
- Buker mer tid på andre lydmedier
- Betalingsmur

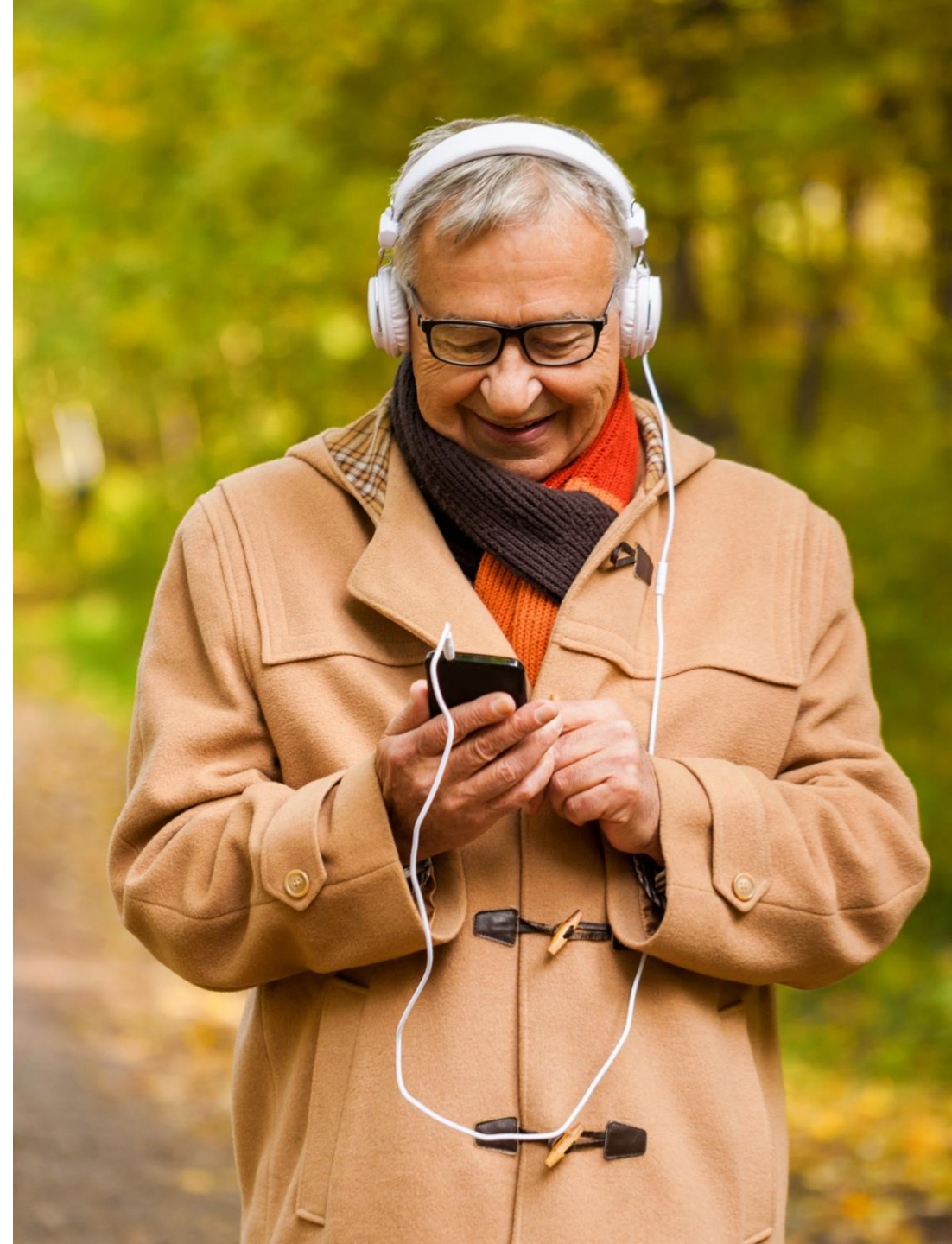


*«Fordi flere går til betalingsplattformer, og det blir umulig å skulle ha flere abonnement for å følge med.»*  
- Kvinne, 30-39 år

**I snitt lytter vi til 6 episoder  
og 4 ulike serier i uken**

**Dette er en økning fra 5  
episoder fra i fjor**

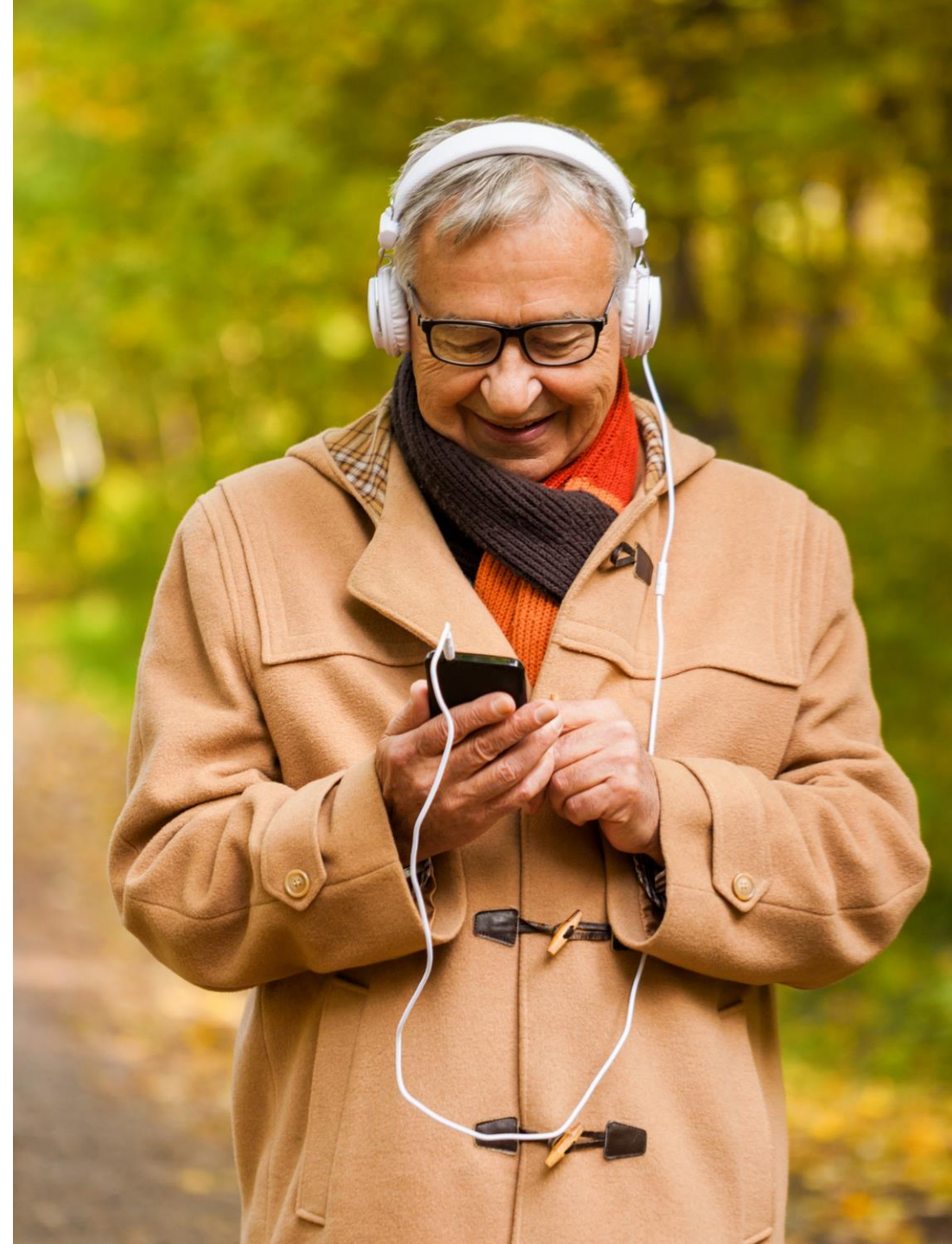
---



**I snitt tar vi med podkast i 4 ulike situasjoner og 5 ulike aktiviteter**

**Dette er opp fra henholdsvis 3 og 4 i fjor**

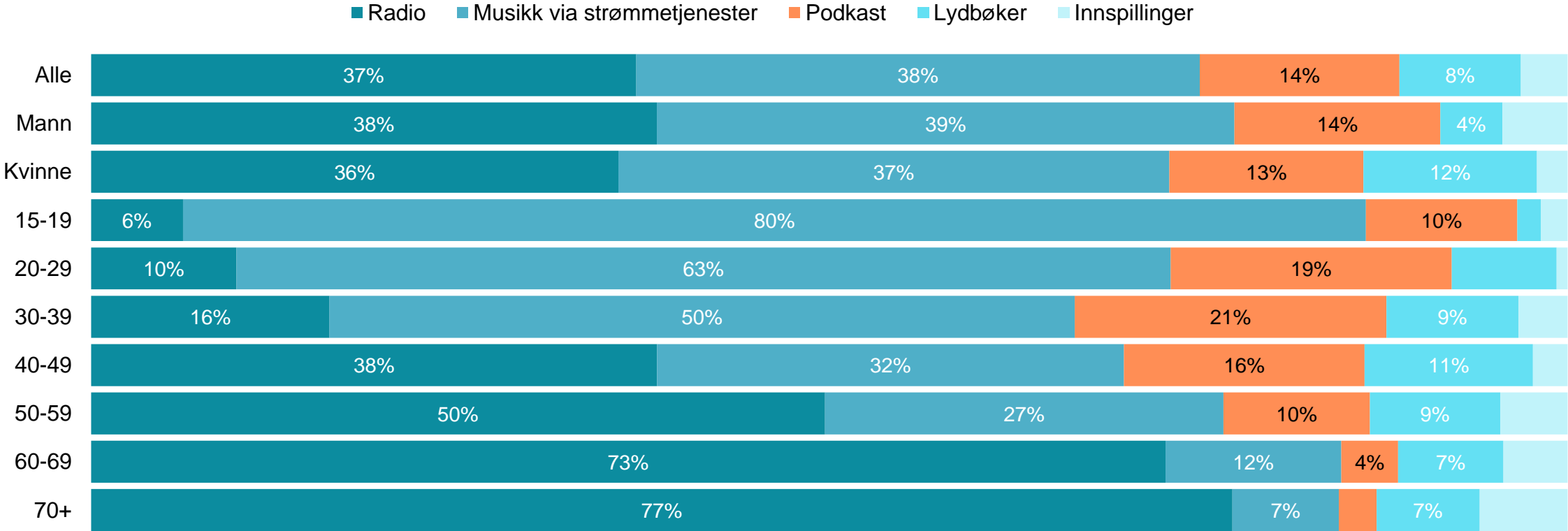
---



# SHARE OF EAR

I 2024 står podkasten for 14 % av tiden brukt på lyd og dette er en betydelig vekst fra 9 % i fjor

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

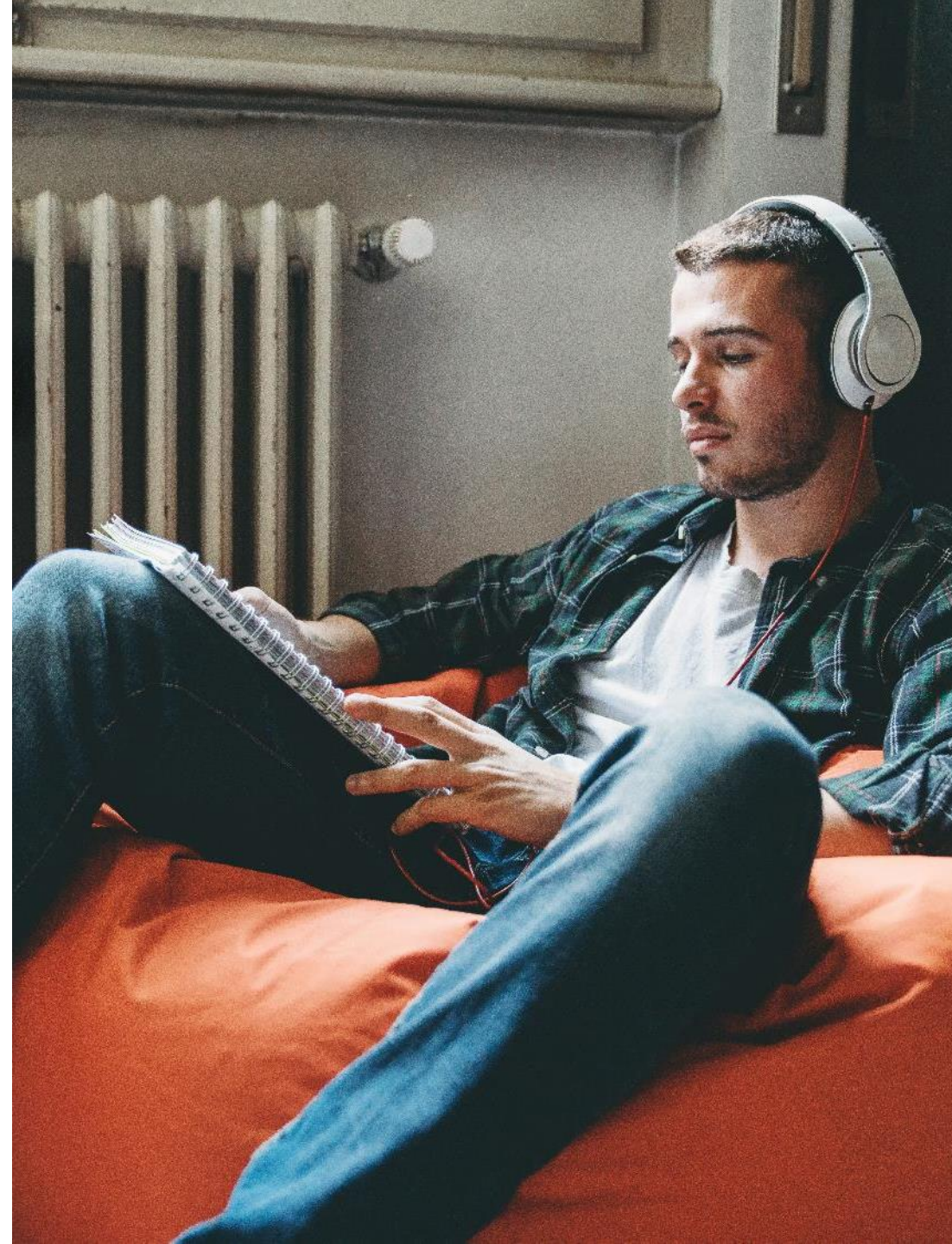




# SITUASJONER

**97 % av podkastlytterne gjør  
andre aktiviteter mens de  
lytter til podkast**

---

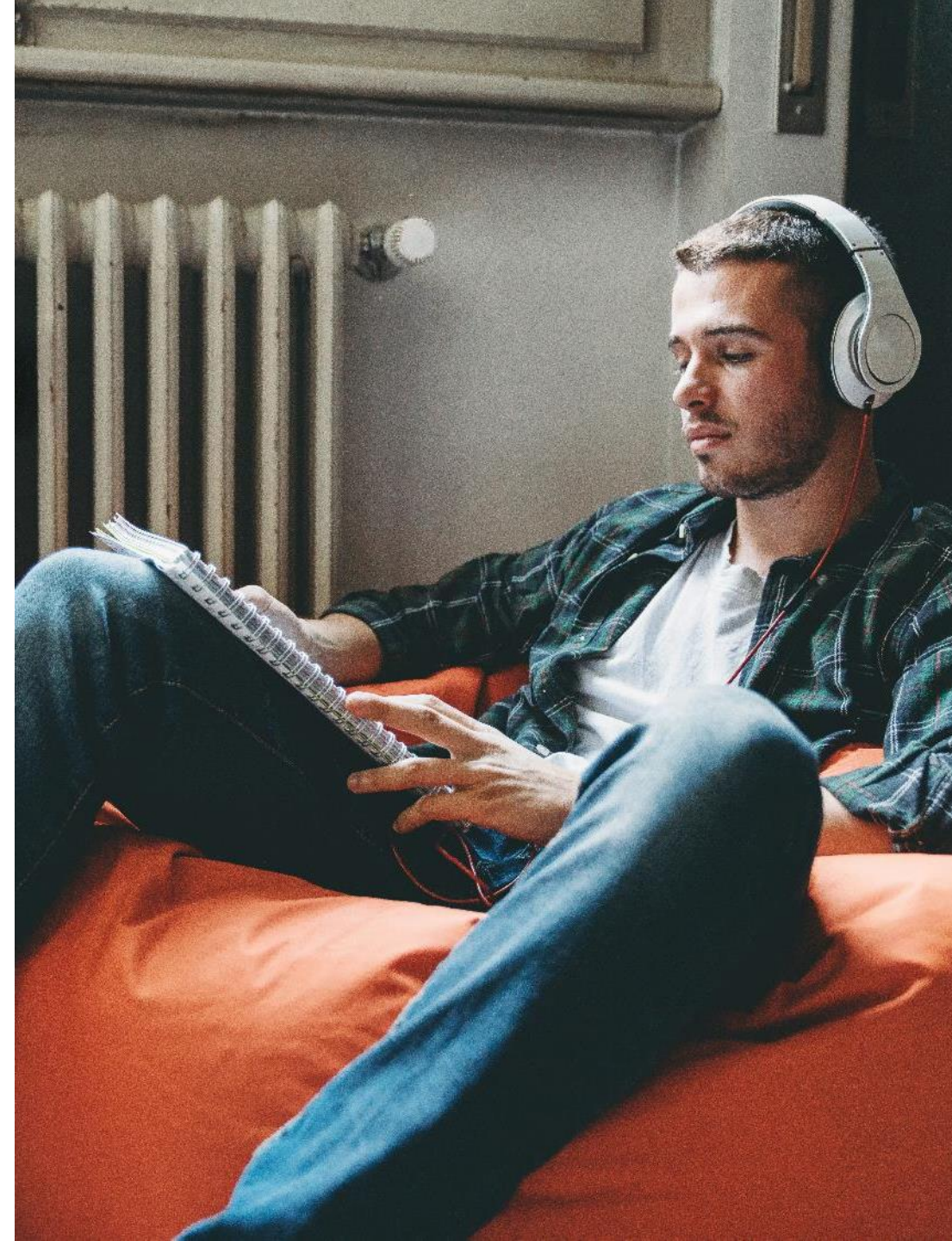




**Vi lytter oftest i hjemmet**

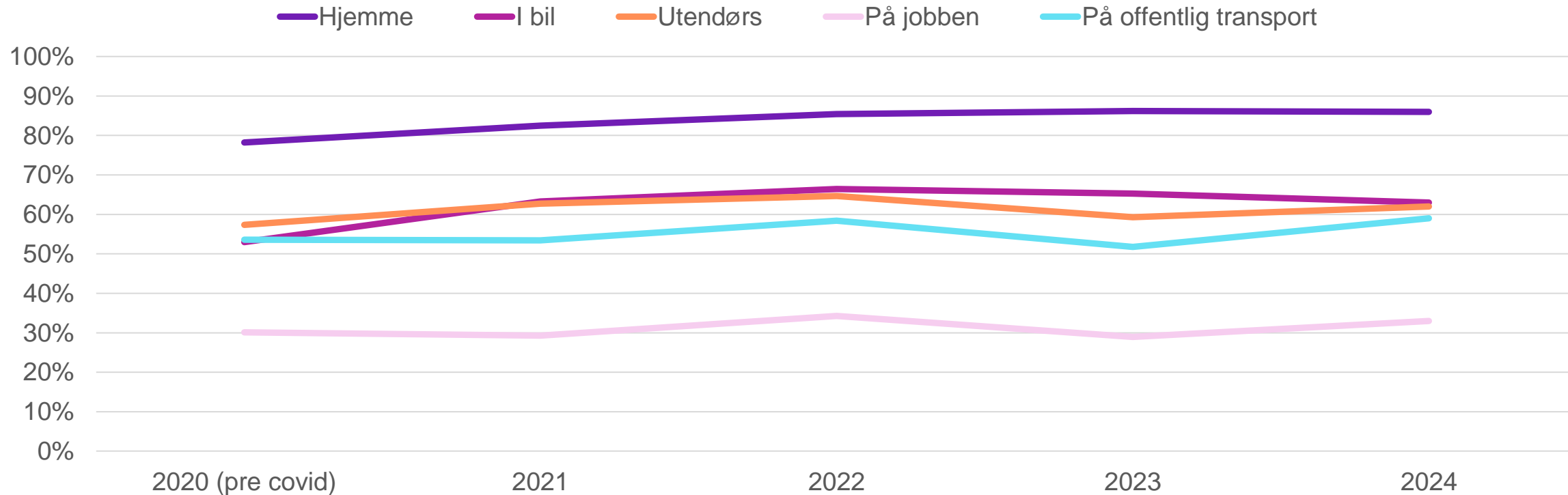
**Videre er det likt mellom de som oftest velger podkaster på offentlig transport, i bilen eller utendørs**

---



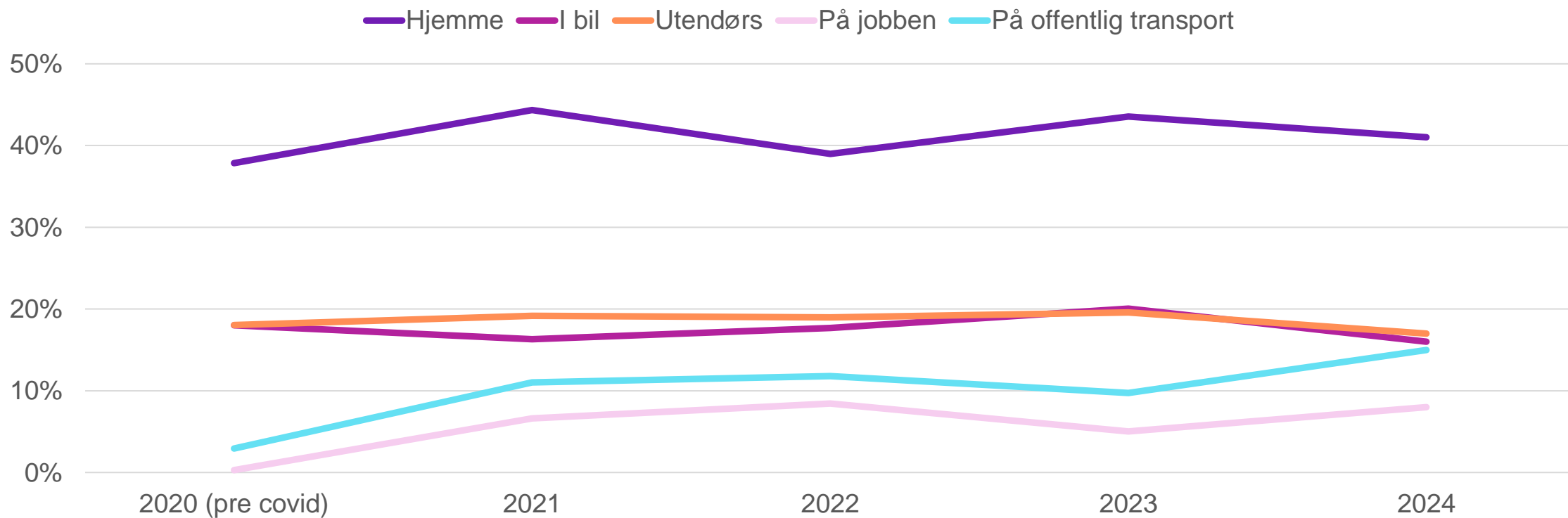
## Podkast lyttes fortsatt til mest hjemme

Har du noen gang lyttet til en podkast ...



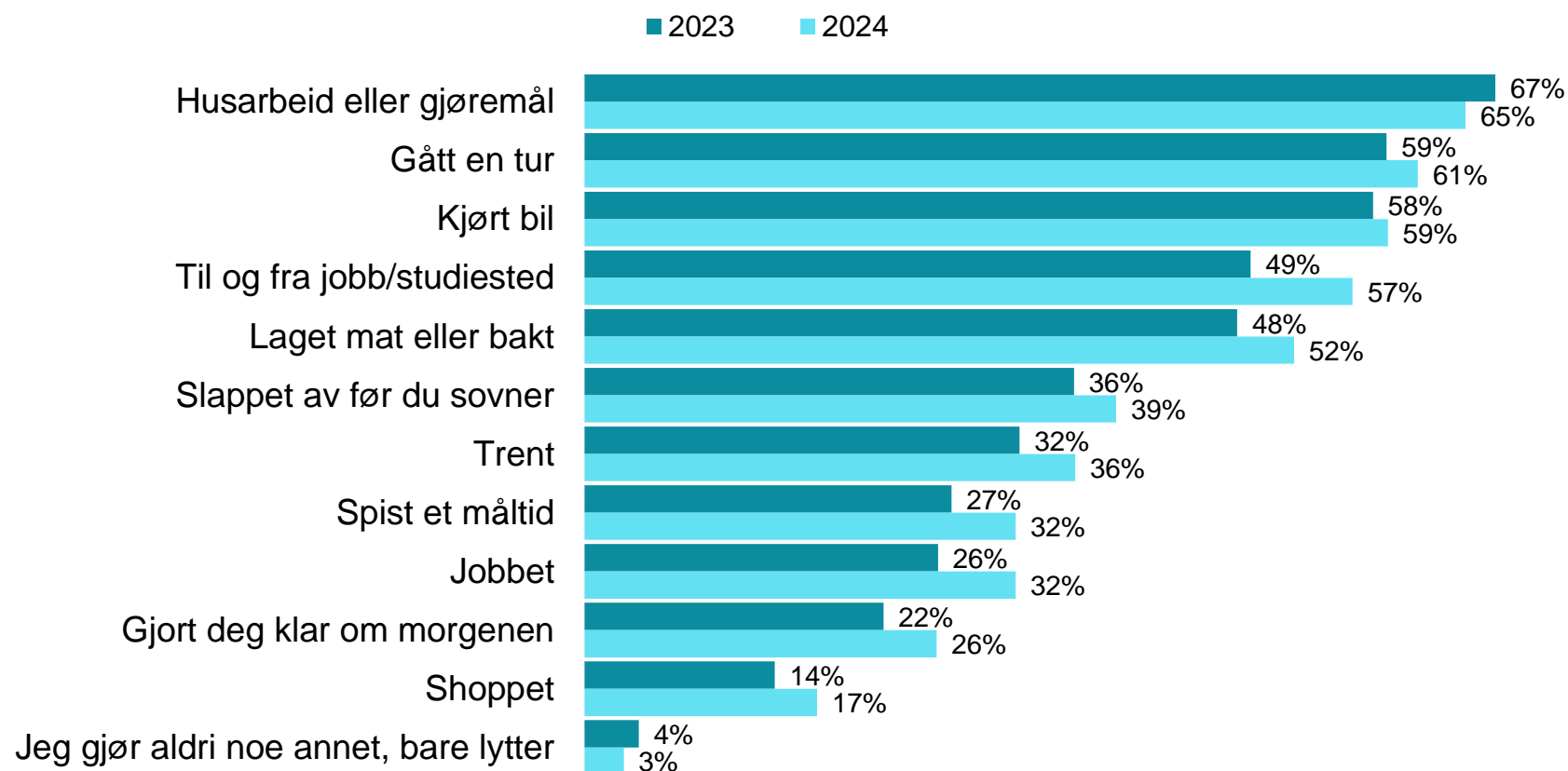
## Podkast lyttes fortsatt til oftest hjemme, men økningen er på offentlig transport

Lytter du oftest til podkast ...



## Aktivitetene vi gjør når vi lytter til podkast

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



**Vi lytter hovedsakelig alene  
til podkast**

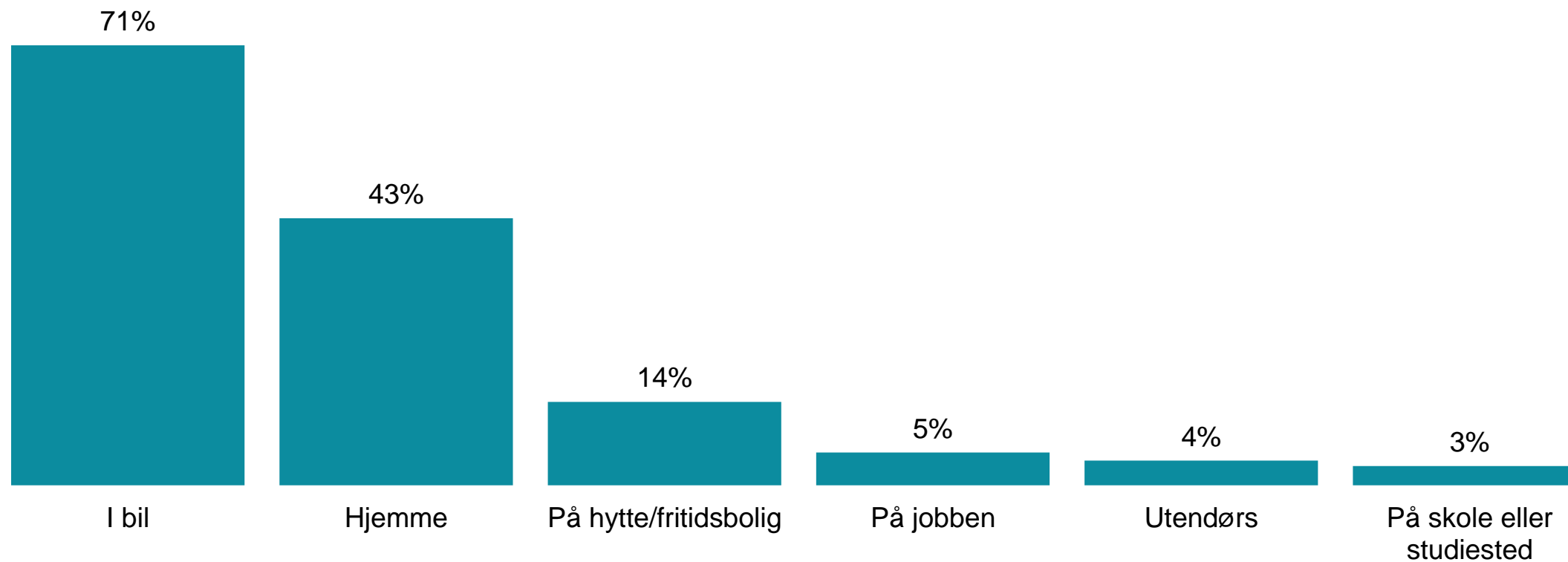
**43 % har lyttet sammen  
med andre**

---



## Vi lytter sammen i bil og i hjemmet

I hvilke situasjoner har du hørt på podkast sammen med andre? Blant de som har lyttet sammen.



*«Har hørt noe sammen i bilen. Har hørt True Crime da min datter var veldig inne i det. Interessant at du kan diskutere sammen mens man lytter. Da må du finne en breiere podkast enn ditt spesialfelt.»*

Mann, 40-55 år



A man with a beard and short hair is lying on a light-colored sofa. He is wearing a brown jacket over a white and blue striped shirt. He is holding a white smartphone in his right hand and looking at it with a smile. He has white earbuds in his ears. The background is a blurred indoor setting with a wooden floor and a plant.

# HVILKE BEHOV DEKKER PODKAST?



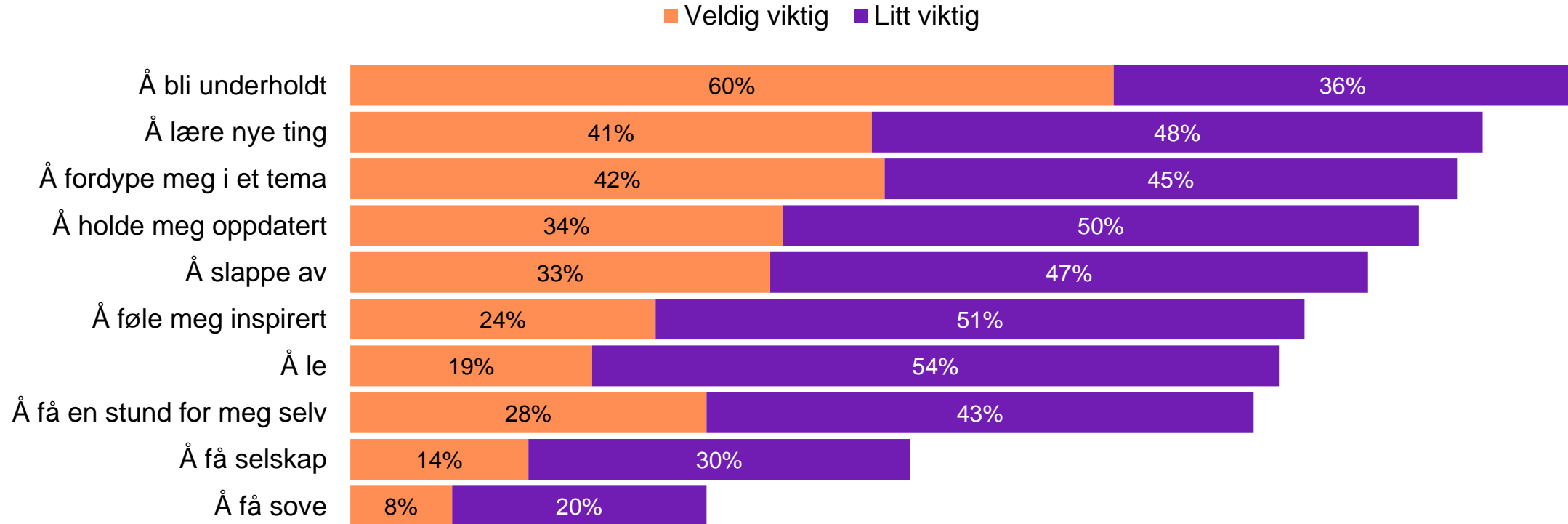
*«Jeg tror felles for 99 % av gangene jeg hører på podkast er for å gjøre noe som er kjedelig litt mindre kjedelig.»*

Kvinne, 25-39 år



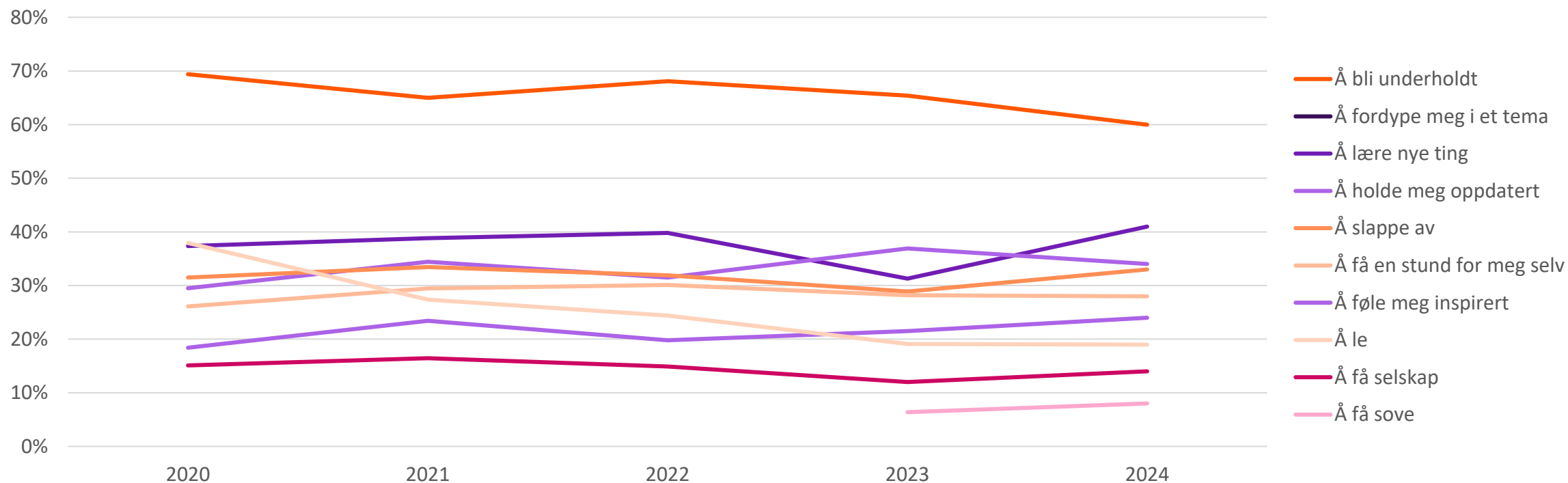
## Som tidligere år lytter flest til podkast for å bli underholdt

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

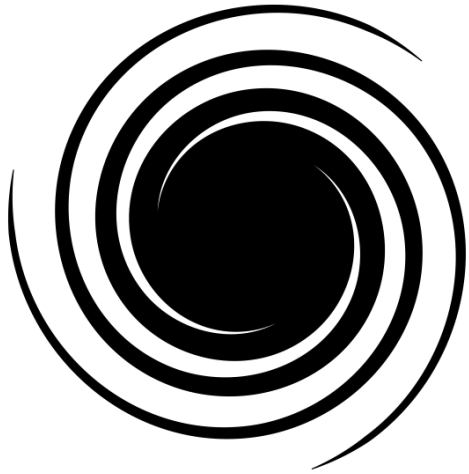


## Vi lytter primært for å bli underholdt, men trenden er synkende over tid

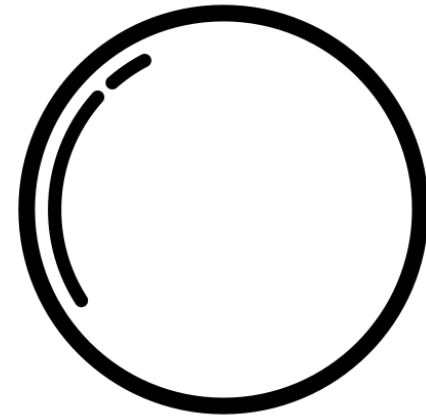
Når du lytter til podkaster, hvor viktige er disse grunnene for deg?



# Podkast dekker primært to typer behov

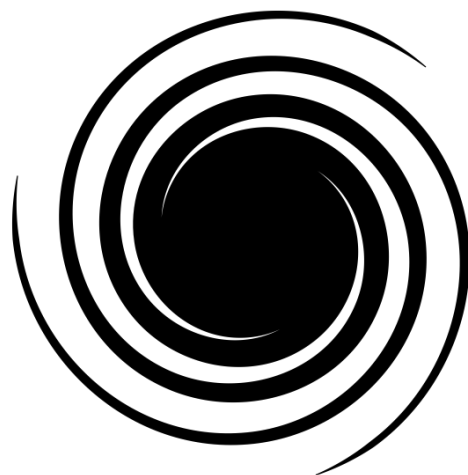


**HULLET**



**BOBLA**

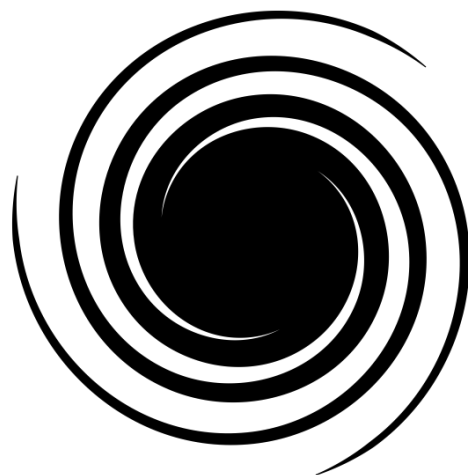
## To typer behov: Hullet



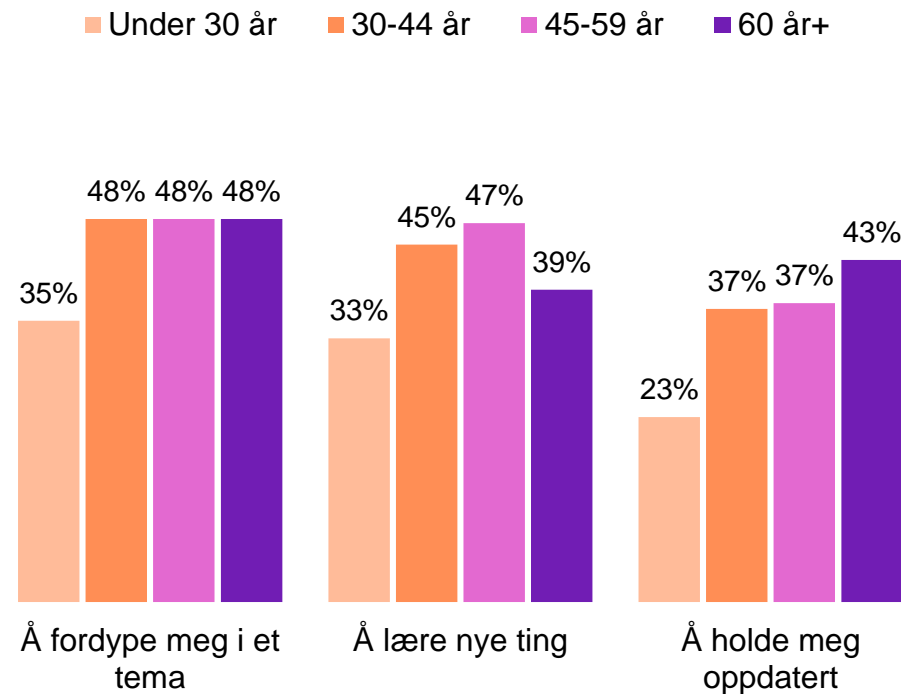
### HULLET

- **Fordype seg** i et tema
- Føler at man bruker tiden mer **fornuftig**
- Kan **engasjere tankene** dine
- **Stikkord:** Læring, fordypning, forståelse, nerding
- Tydeligste behov hos **de eldre** i fokusgruppene og i spørreundersøkelsen

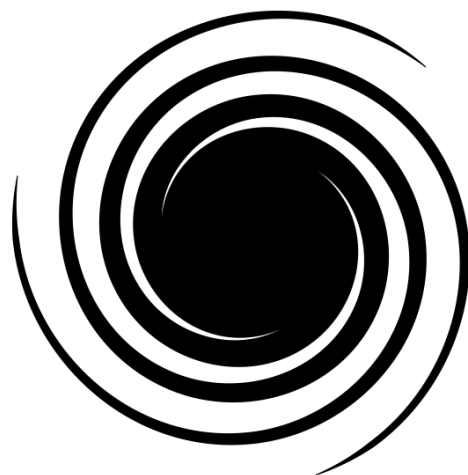
# Tydelig behov hos de over 30 år



**HULLET**

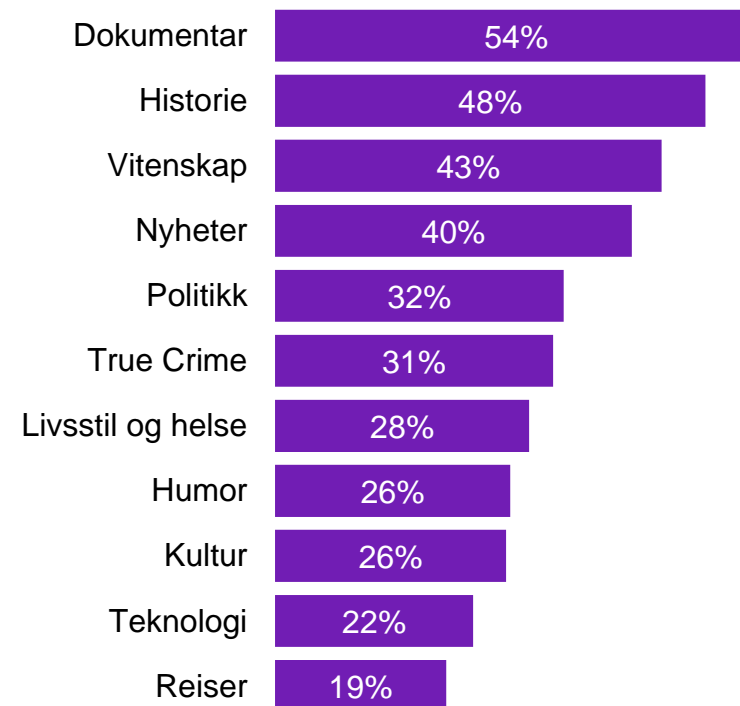


## Temaer de lytter til

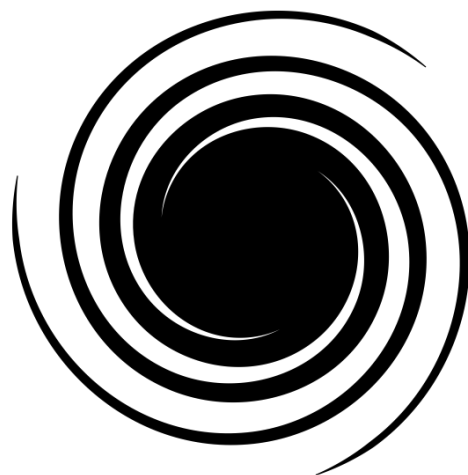


**HULLET**

Blant de som svarer at det er veldig viktig å **lære** av podkaster



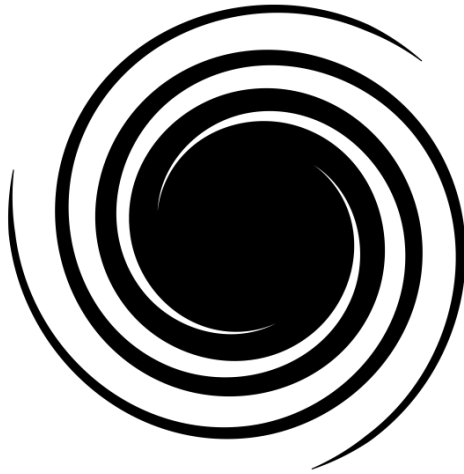
# Typiske podkaster



**HULLET**







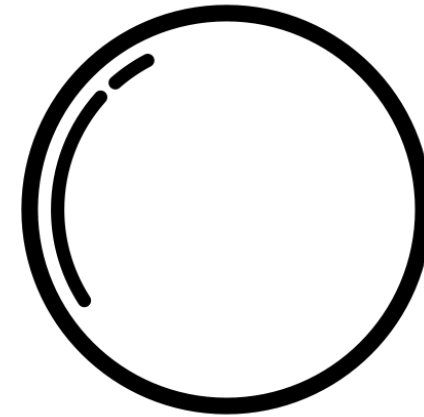
## HULLET

*«Nyhetspodkaster forklart i dybden, slik som Oppdatert og Forklart. Her får man dypdykk i bakgrunnsstoffet, som man ellers bare får et oversiktsbilde av i mediene.»*

Mann, 40-55 år

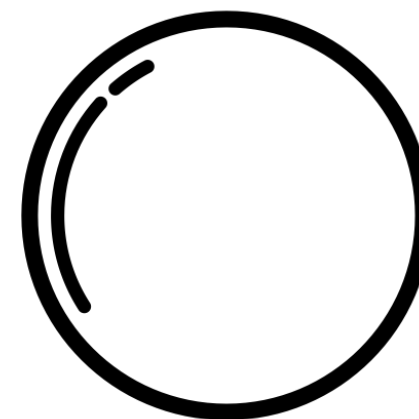
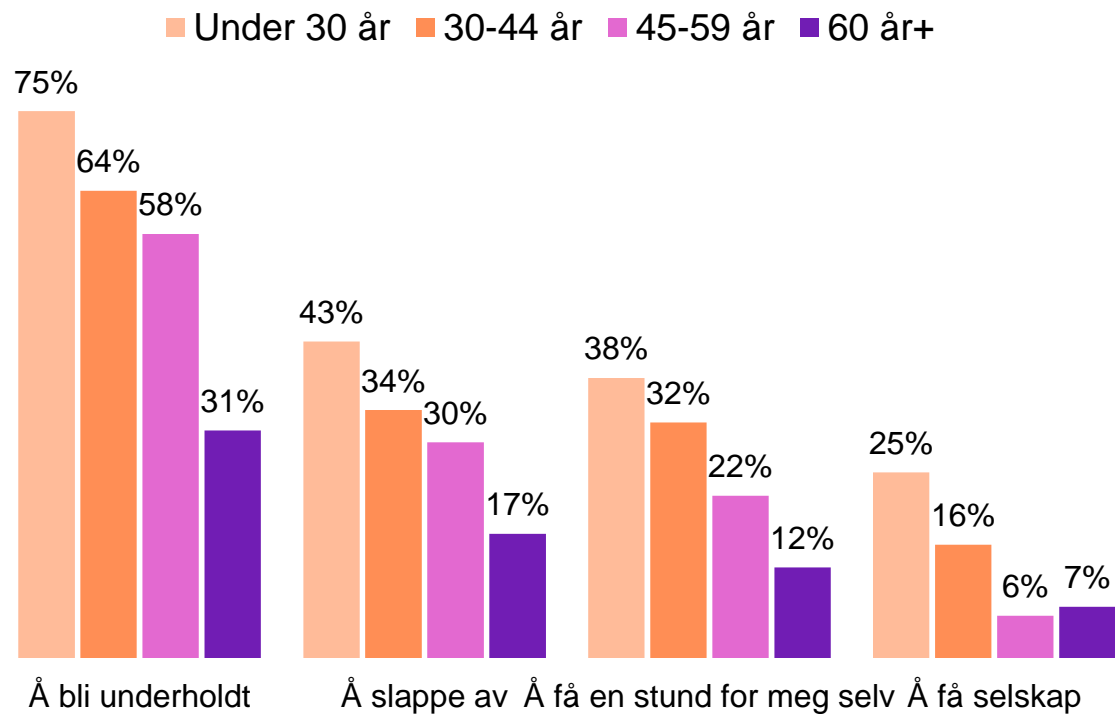
## To typer behov: Bobla

- Inn i en annen verden
- Får tiden til å gå mer effektivt
- Hjelper å **stoppe tankekjør**
- **Stikkord:** Kos, hygge, trygt, selskap, morsomt, underholdende
- Tydeligste behov hos **de yngre** i fokusgruppene og spørreundersøkelsen



**BOBLA**

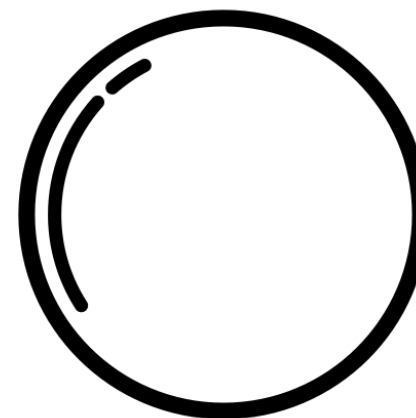
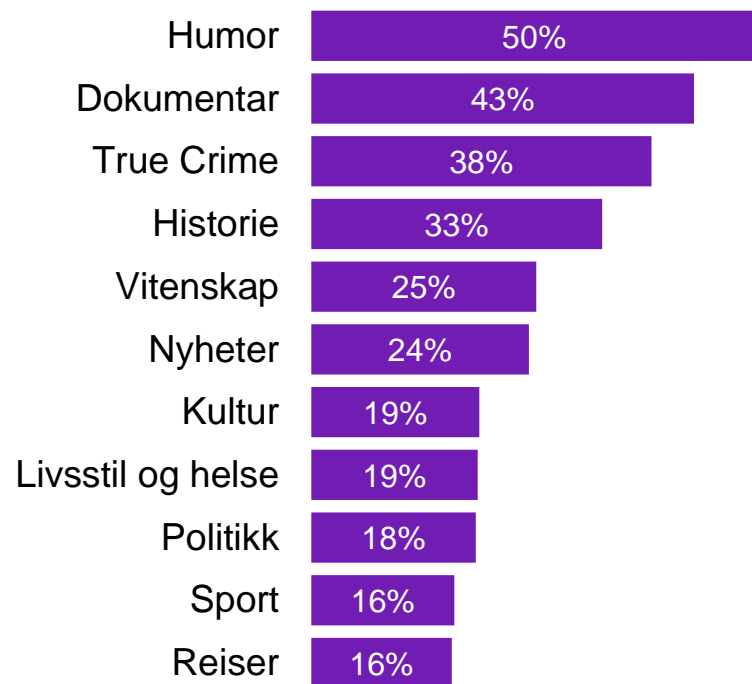
## Tydlig behov blant de under 30 år



**BOBLA**

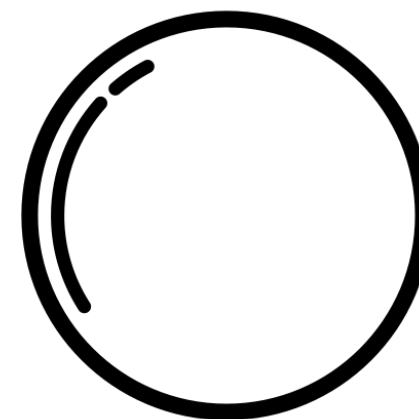
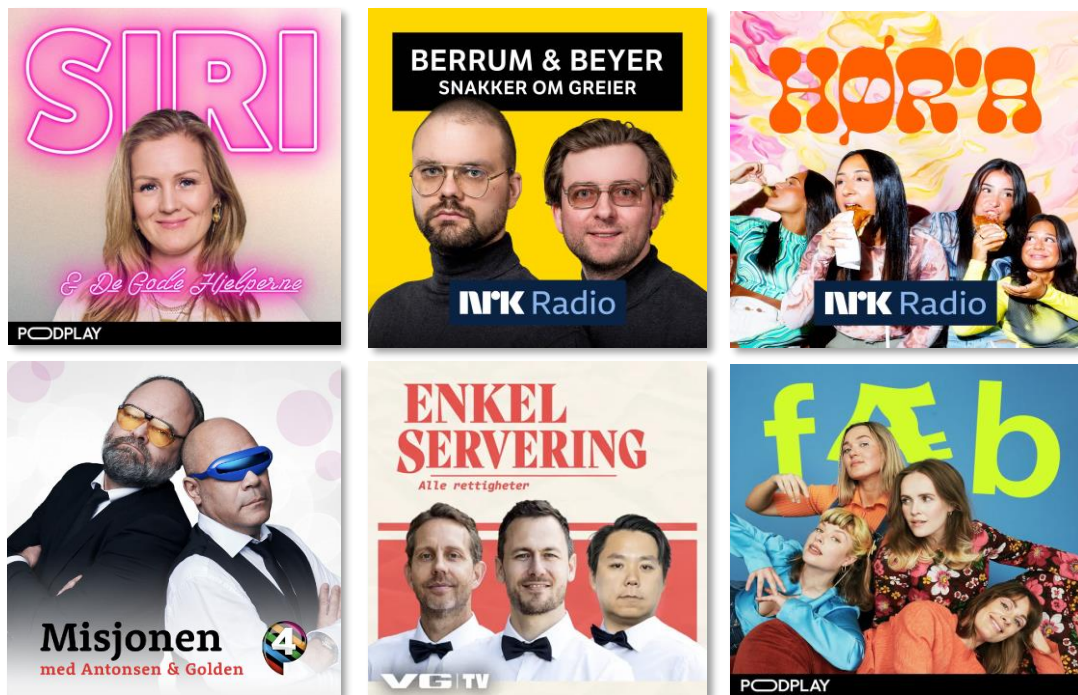
## Temaer de lytter til

Blant de som svarer at det er veldig viktig å bli **underholdt** av podkaster



**BOBLA**

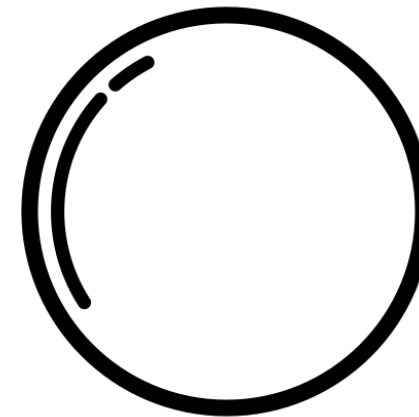
## Typiske podkaster



**BOBLA**

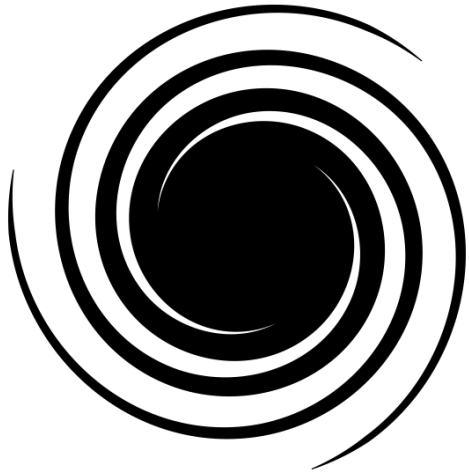
*«Lett underholdning i hverdagen. Jeg syntes det er kjempekoselig å ha en gjeng med meg som gir noe sosialt selv om man er en passiv deltaker. Jeg kan sitte på T-banen å «sprut-le» av podkaster, det gjør jeg sjeldent av TV.»*

Kvinne, 25-39 år

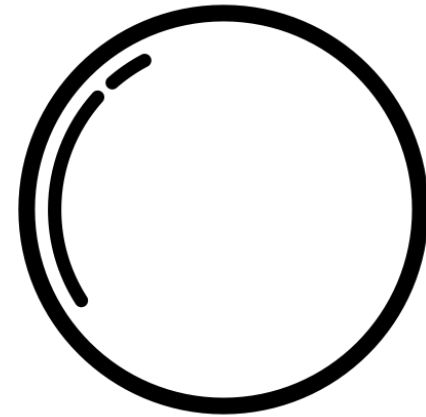


**BOBLA**

# Podkastlytterne kan ha begge behovene!



**HULLET**



**BOBLA**

*«Om morgen lytter jeg til radio, oppdateringsbehov. Ettermiddagen veksler jeg mellom musikk, radio, lydbok og podkast. Kommer an på humør.»*

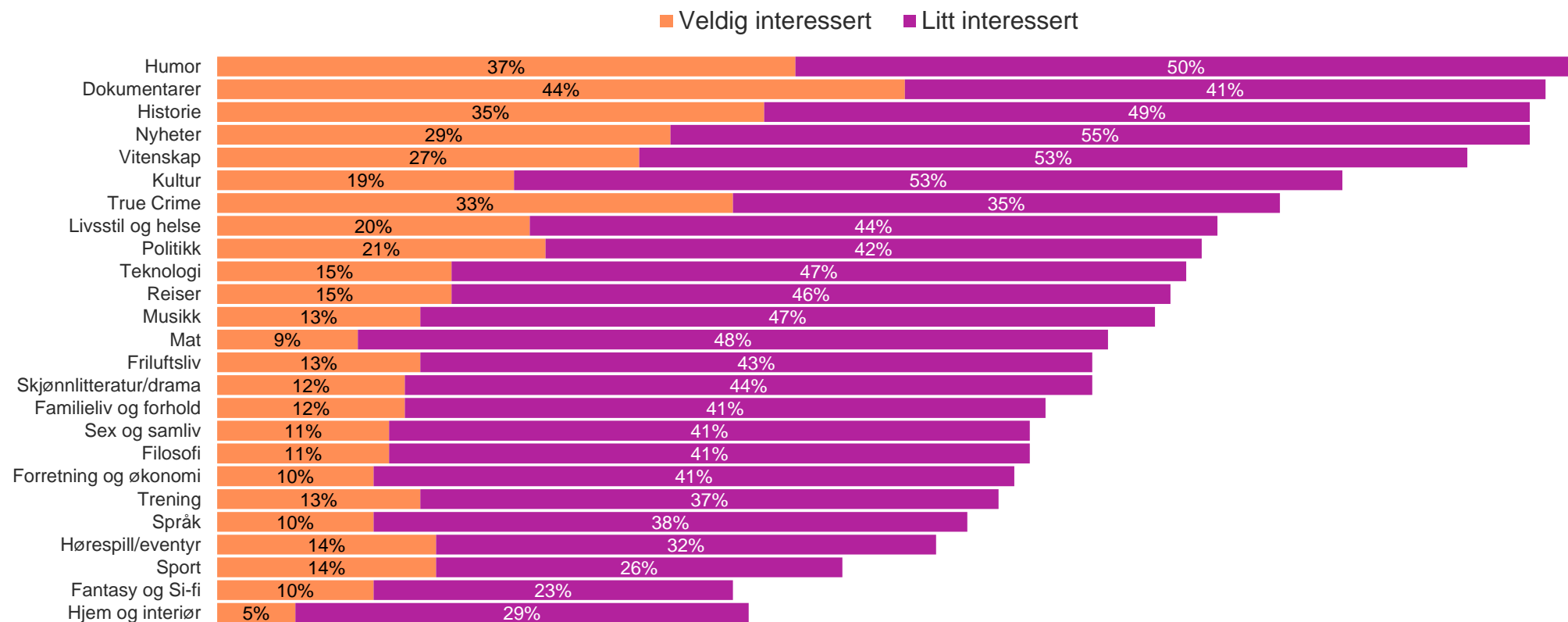
Mann, 40-55 år





# Oversikt over interessen for ulike temaer

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





# KVALITETER VED PODKAST

***Tilgjengelighet,***  
**god *lyd* og *gratis* er**  
**de viktigste egenskapene**  
**for å velge en podkast**

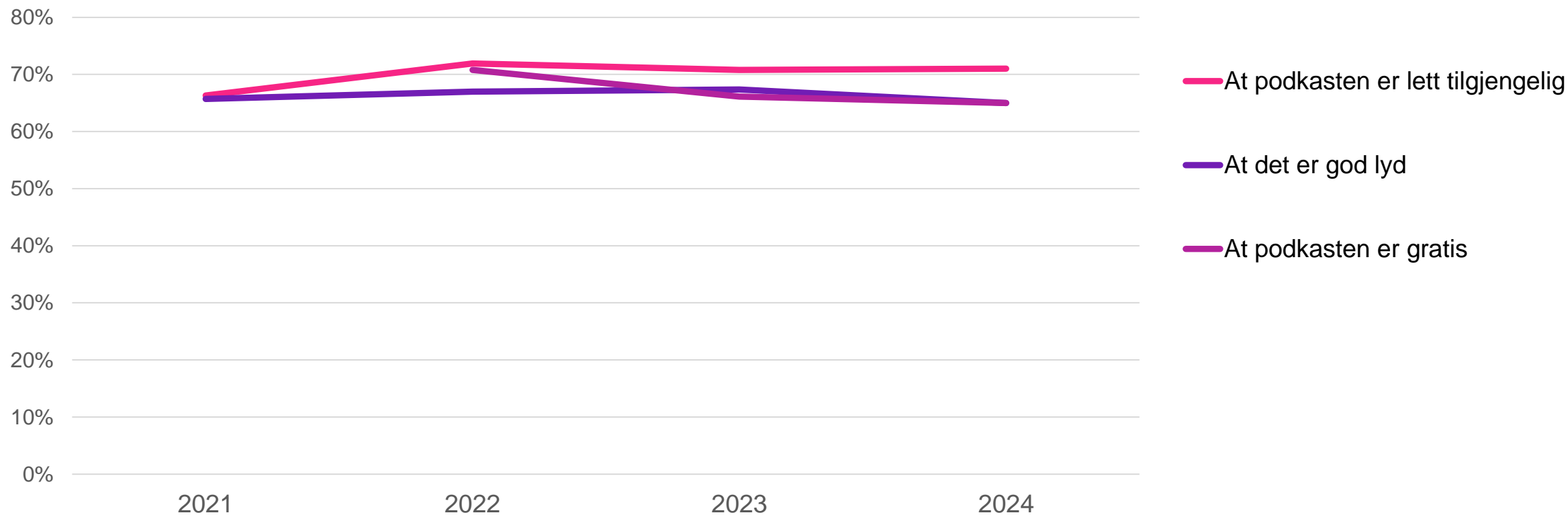
**2 av 3 svarer at dette er**  
**veldig viktig**

---



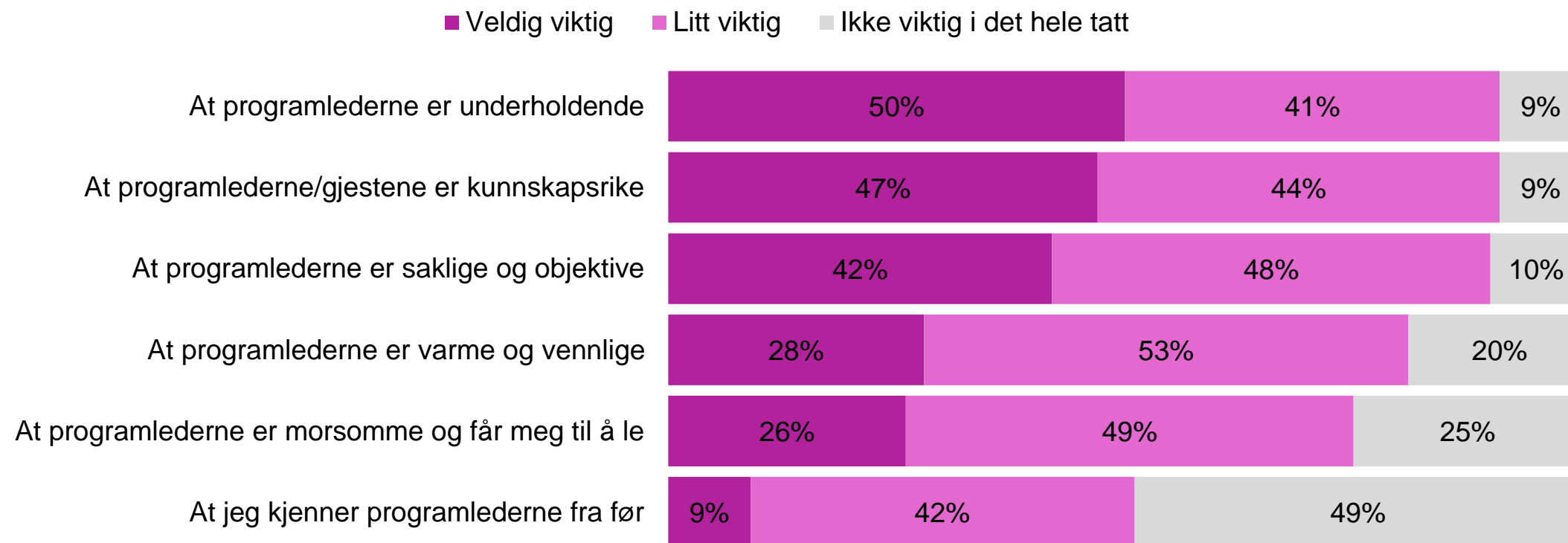
## Utviklingen på hva som er viktig når man velger en podkast

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



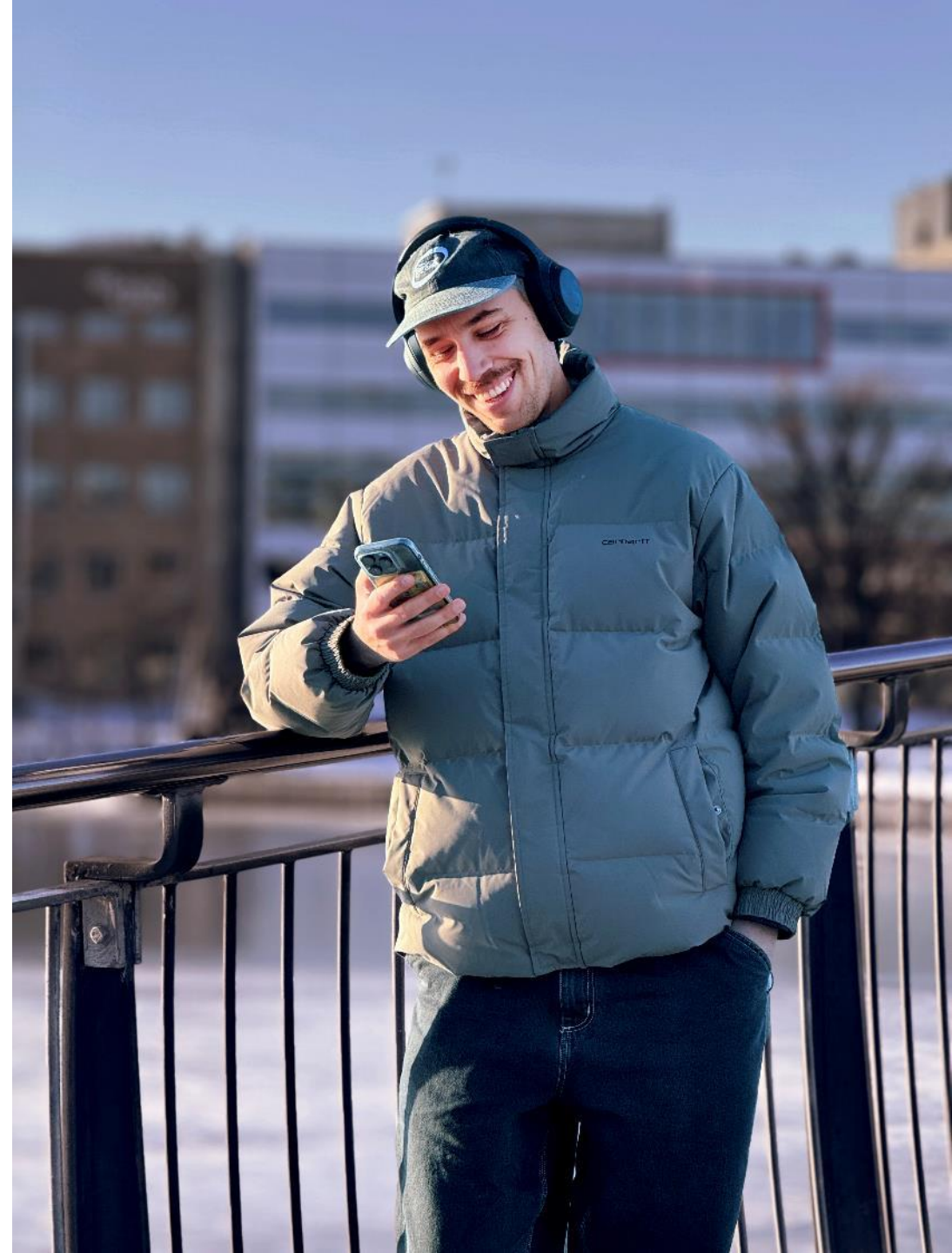
## Viktig at programlederne underholder, er kunnskapsrike og saklig/objektive

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



**Nær 1 av 3 syntes det er  
veldig viktig at podkasteren er  
på norsk**

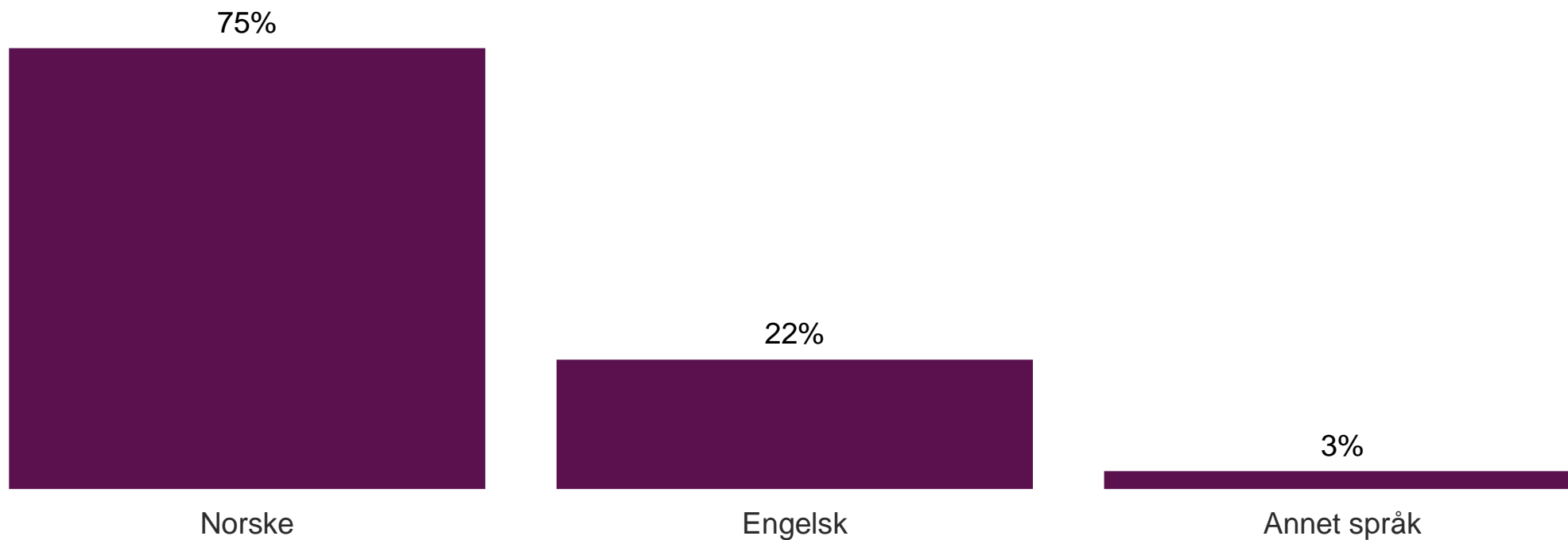
---



## De fleste av podkastene vi hører på er norske



Hvor mange prosent av podkastene du hører på er ...?



## De fleste i fokusgruppene lytter både til norske og engelske podkaster

Vi lytter til engelsk fordi...

- Man har **lyttet lenge til podkast**, og det norske markedet var lite da man startet å lytte
  - **Spissede interesser** som kun finnes på engelsk
  - De **faglige** eller **språklige kvalitetene** oppleves høyere internasjonalt
  - **Internasjonalt perspektiv**
  - Finner internasjonalt innhold på **plattformen**
- 





# Mange podkastlyttere har et veldig bevisst forhold til lengde og formatet når man velger en podkast

---



# FORMAT (Publiseringsfrekvens)



## Serie

Tydelig start og slutt  
Gjerne alt tilgjengelig på en gang

## Ukentlig publisering

1-2 ganger i uka eller nesten hver dag  
«Evigvarende» – at lyden aldri slutter

# LENGDE (Episodens varighet)

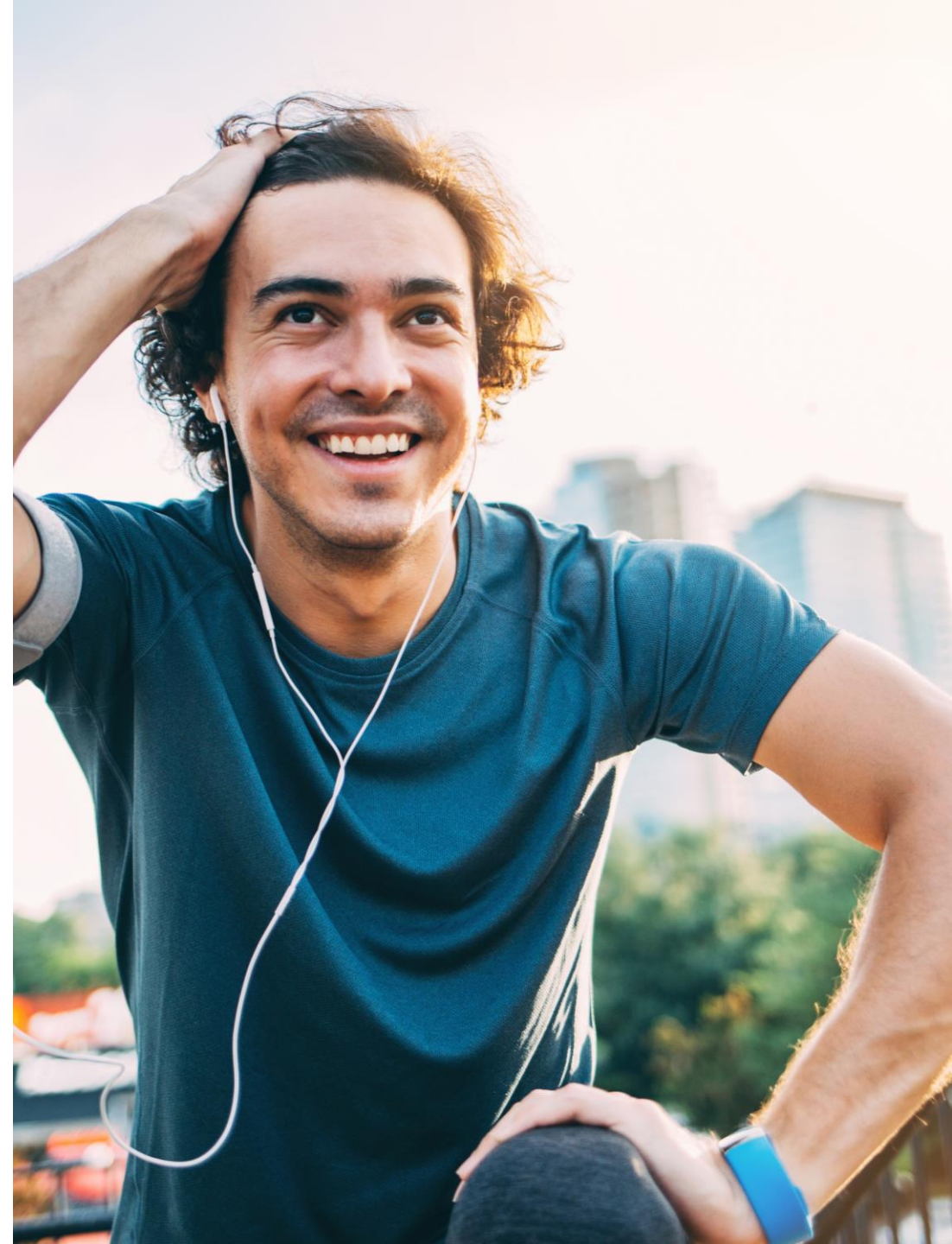


Lengde er en faktor  
Passer aktivitet

Lengde er ikke en faktor  
Man styrer selv start og stopp

**9 av 10 podkastlytterne  
svarer at optimal spilletid er  
over 20 minutter**

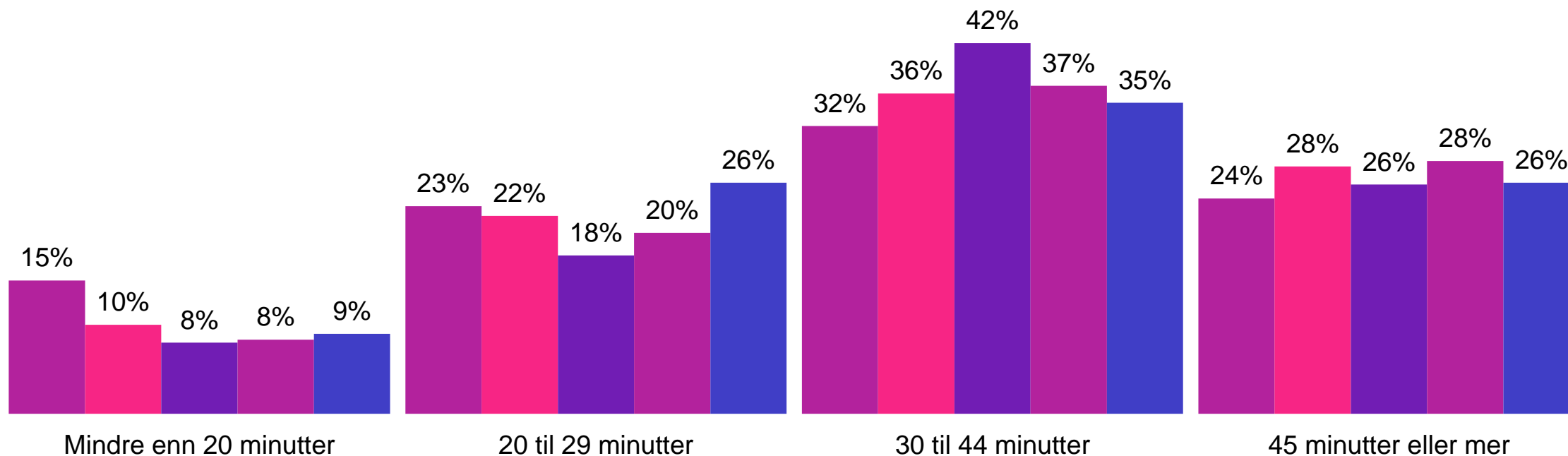
---



## Optimal spilletid varierer, men det viktigste er at innholdet er bra

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

■ 2020 (pre covid) ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023 ■ 2024





# OPPDAGELSE

«Content is king»

*«Jeg går for det trygge, det jeg vet er artig.  
I stedet for å prøve en ny podkast og  
bruke tid på det»*

Mann, 25-39 år





**Hele 3 av 4 podkastlyttere  
oppdager nytt innhold via  
plattformen (Spotify etc.)**

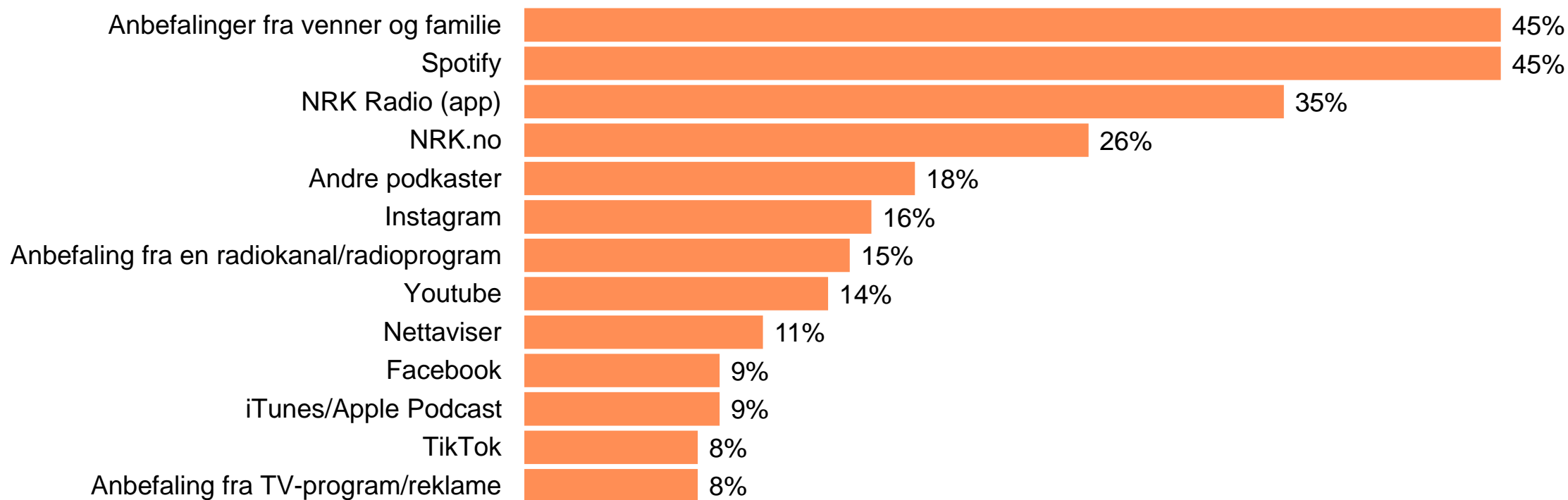
---



**podimo**

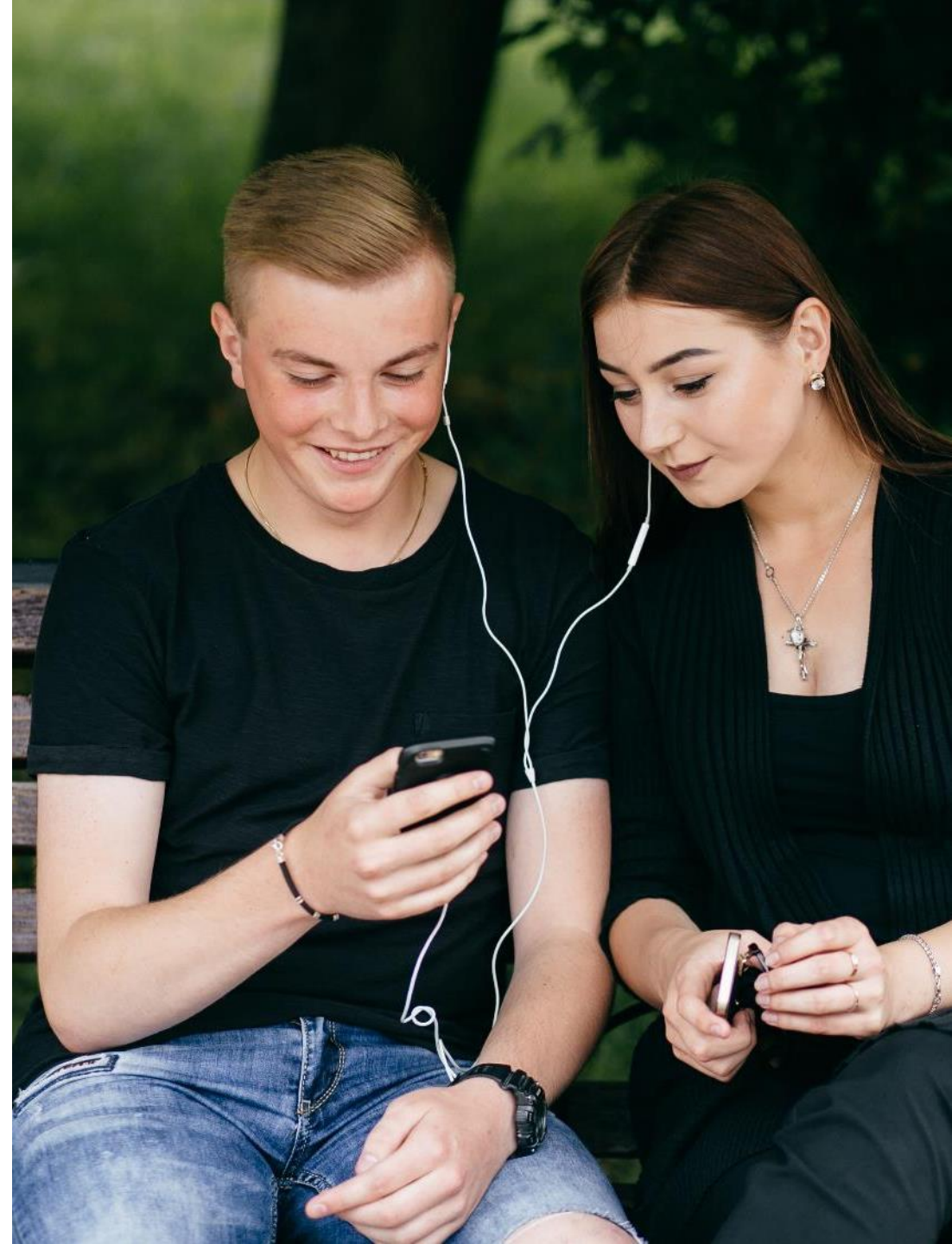
## Vi oppdager podkast i snitt på 3 ulike steder

Hvor oppdager du nye podkaster?



*«Alle har jo sett Idol, og kan snakke om det på jobb. Men det er veldig sjelden at man gjør det med podkast. Med mindre de har opparbeidet seg så mye støy i mediene at man må få med seg temaet. Men det er veldig sjeldent at man har hørt samme podkast eller samme episode.»*

Kvinne, 25-39 år





**To podkaster som har toppet Podtoppen det siste året**  
- Veldig vanskelig å forutse hva som blir en snakkis

A woman with long brown hair, wearing a beige coat and white headphones, is smiling and looking out of a train window. The background shows a blurred cityscape and the interior of a train car.

# PLATTFORM

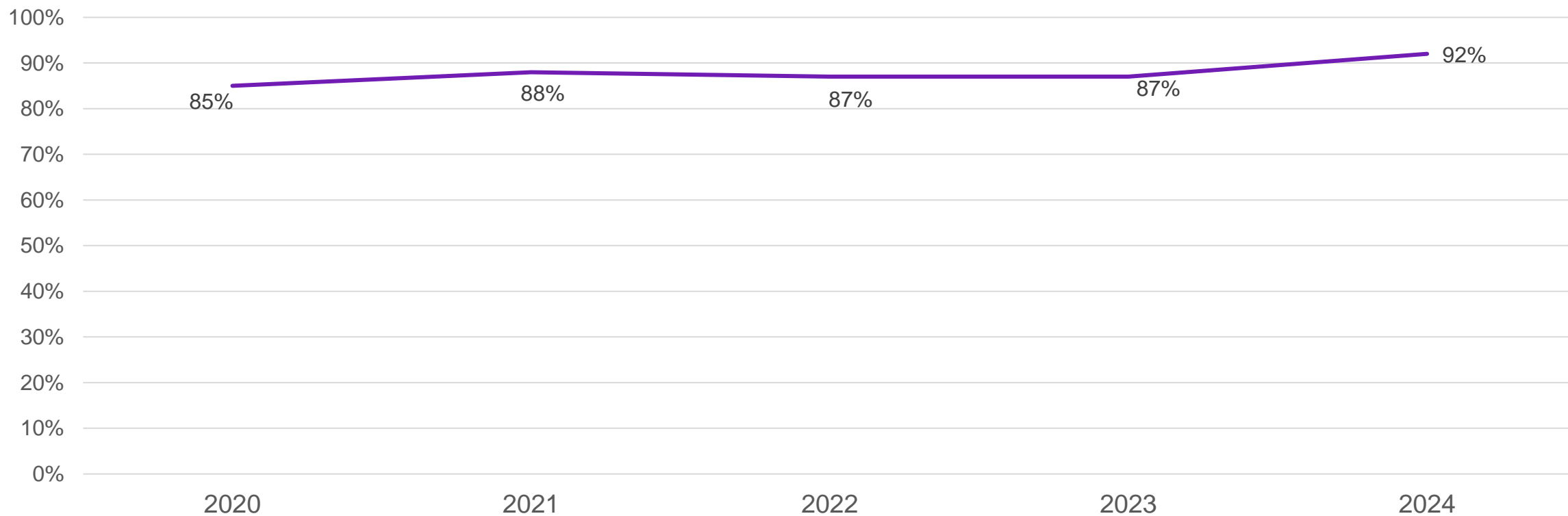
# 9 av 10 bruker mobiltelefon til å lytte til podkast

---



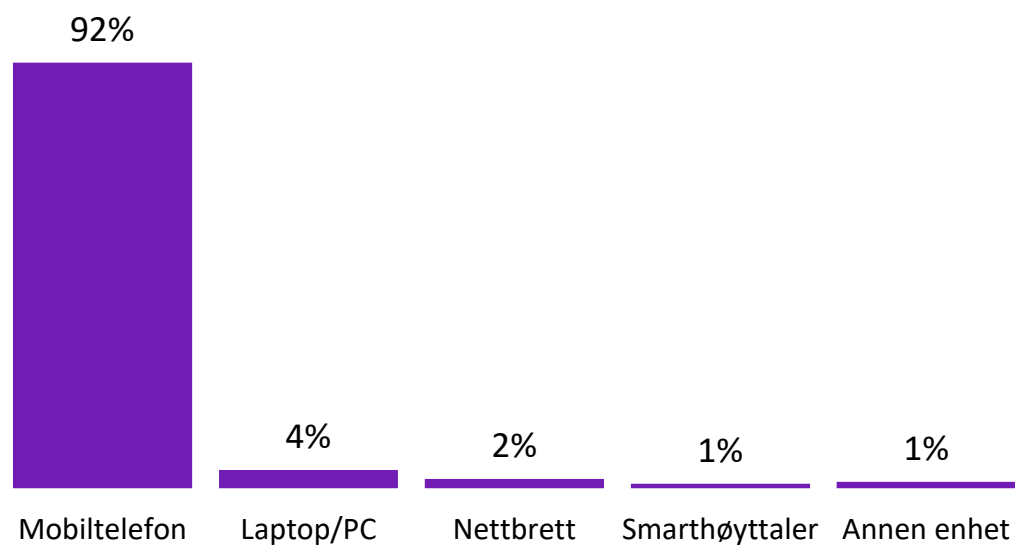
## Mobiltelefon har økt det siste året

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

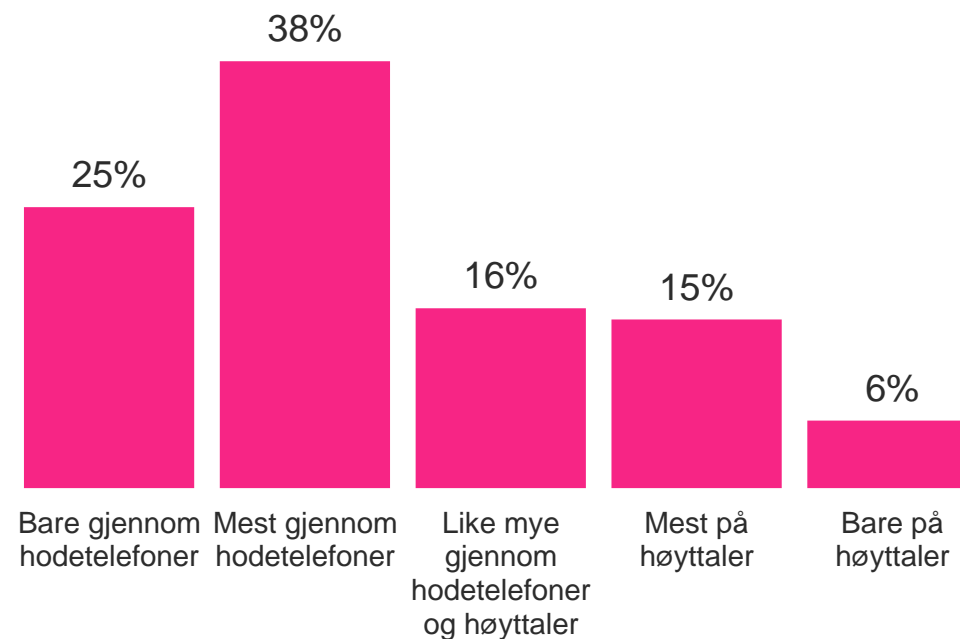


## Mobiltelefon og hodetelefoner blir brukt til å høre på podkast

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



Hvordan lytter du til podkast?

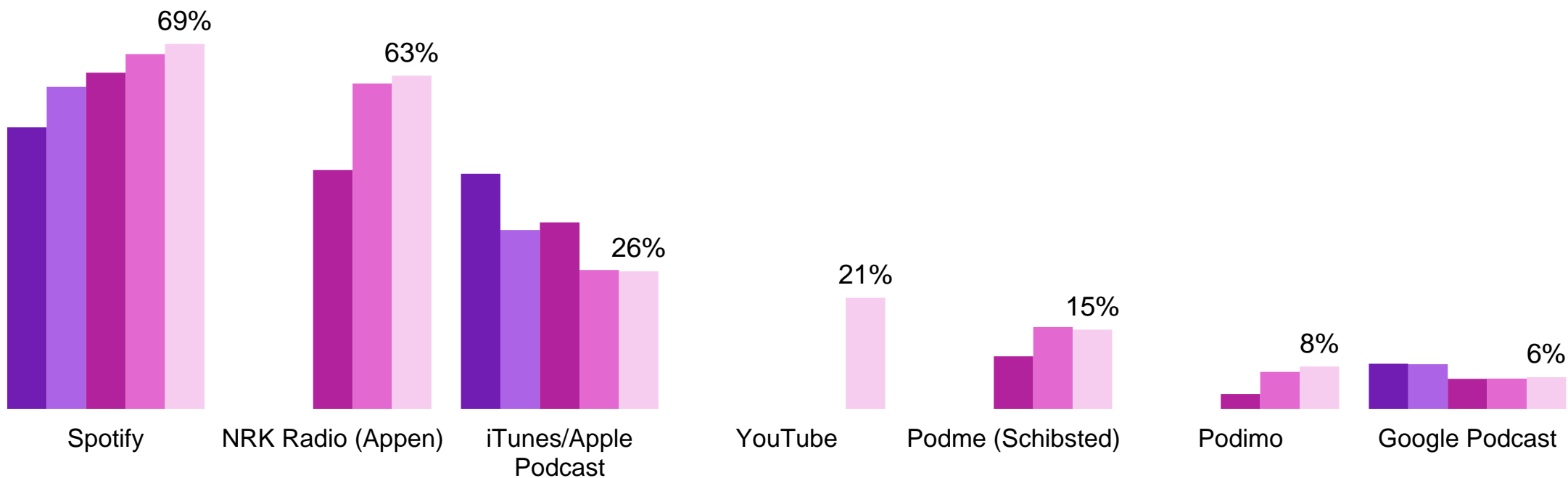




## Alle apper og tjenester som brukes

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

■ 2020 (pre covid) ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023 ■ 2024



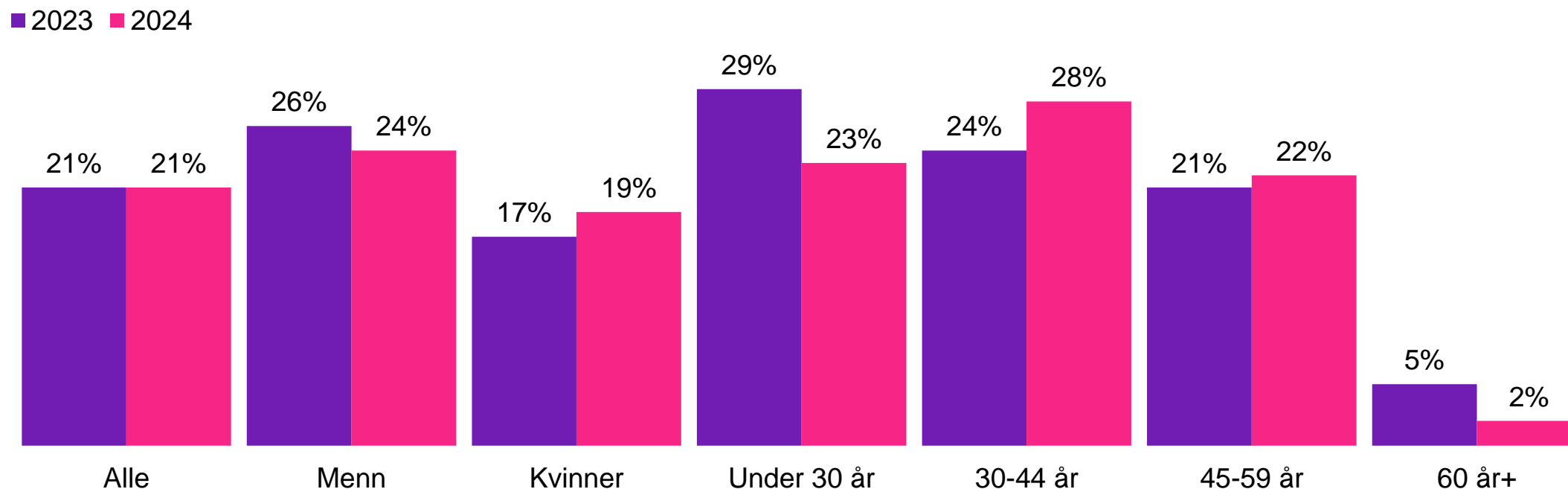
*«NRK-appen, Apple, Spotify, betaler ikke for noe. Og det er så mye bra tilgjengelig gratis, så har ikke kommet dit at jeg betalt for innhold.»*

Kvinne, 25-39 år



# 1 av 5 betaler for podkast i dag

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

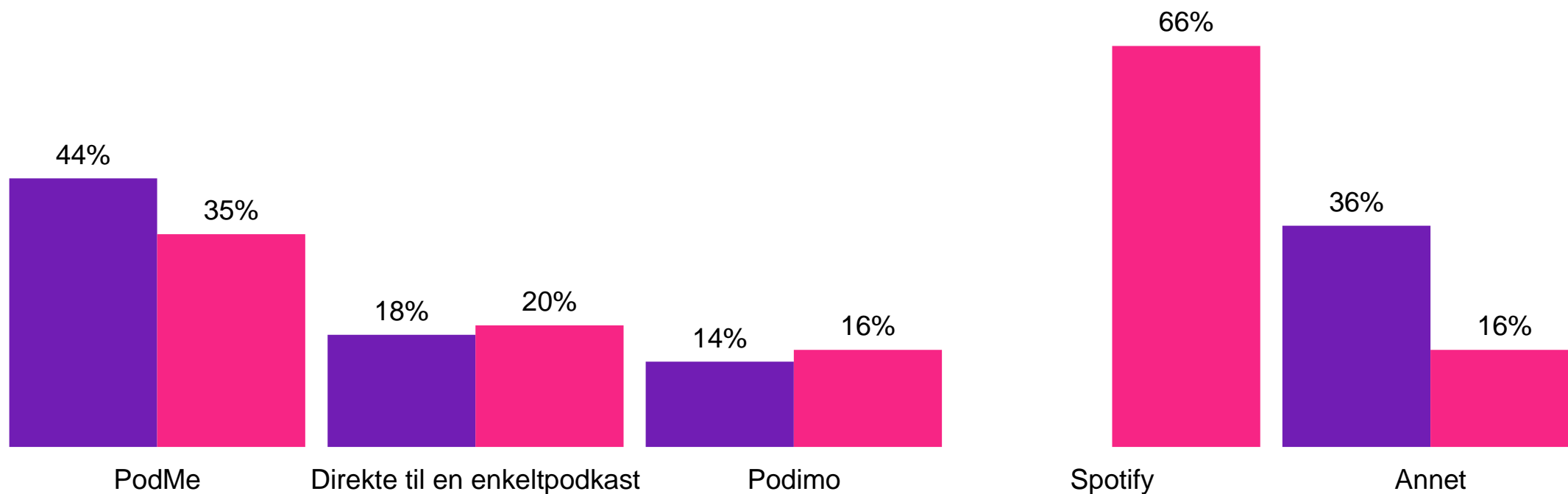


## Blant de 21 % som har betalt for en podkast, betaler flest for Spotify



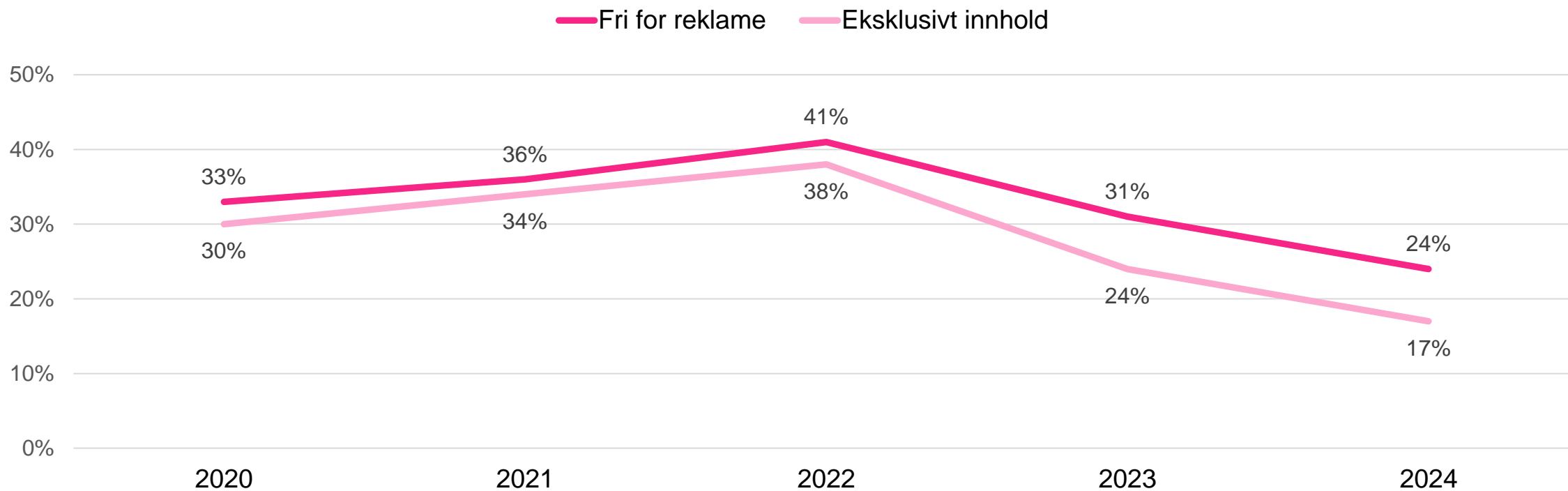
Hvilke tjenester betaler du for? Blant de 21 % som betaler for podkast

■ 2023 ■ 2024



## Fortsatt nedgang i betalingsvilje for podkast uten reklame


Kan du tenke deg å betale for en podkast for å få den helt fri fra reklame / få veldig eksklusivt innhold? (Ja/gjør det allerede i dag)



*«Utrolig mye materiale på markedet. Prisen er for høy når du betaler det samme for podkast, som for lyd og bilde.»*

Mann, 25-39 år





# REKLAME I PODKAST

*«Tar heller en ekstra reklamepause enn å betale for podkasten, særlig når reklamen kan skippes. Men det er ikke alltid jeg skipper hvis reklamen passer godt inn.»*

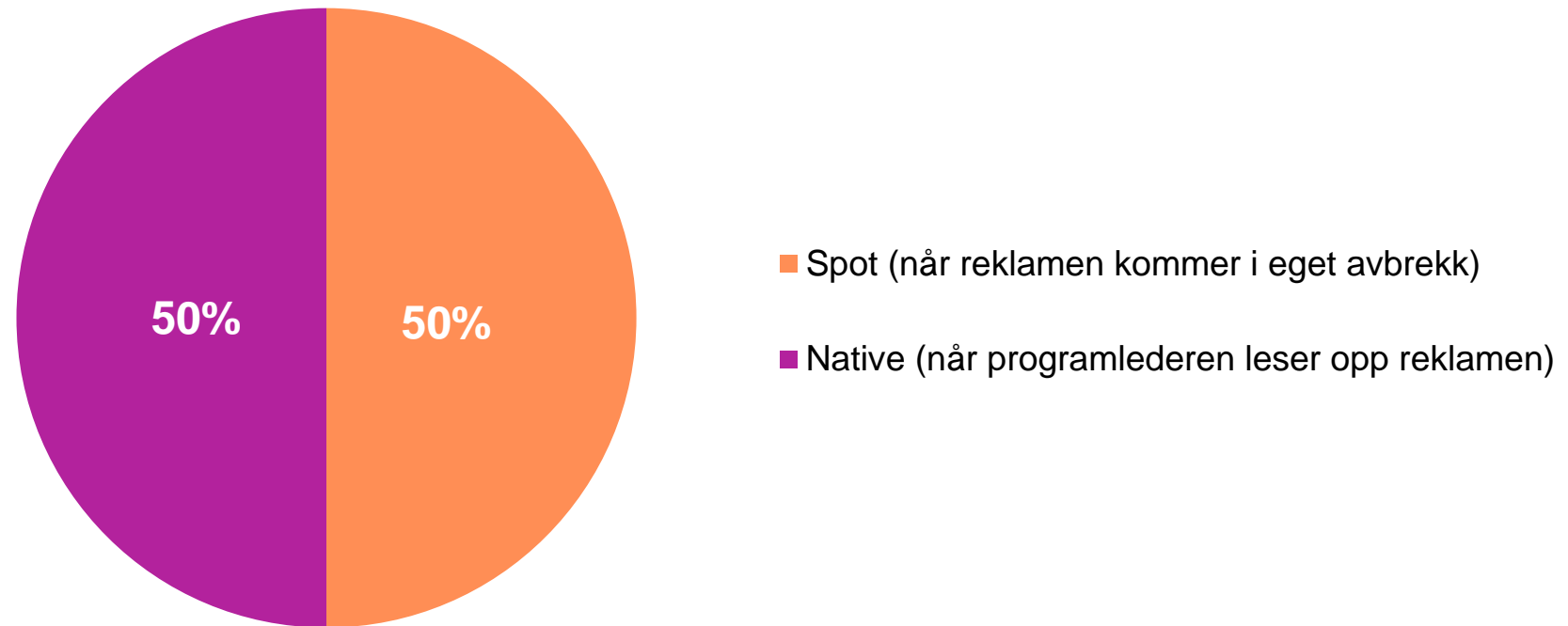
Kvinne, 25-39 år





## Lik reklameoppmerksomhet mellom spot og native

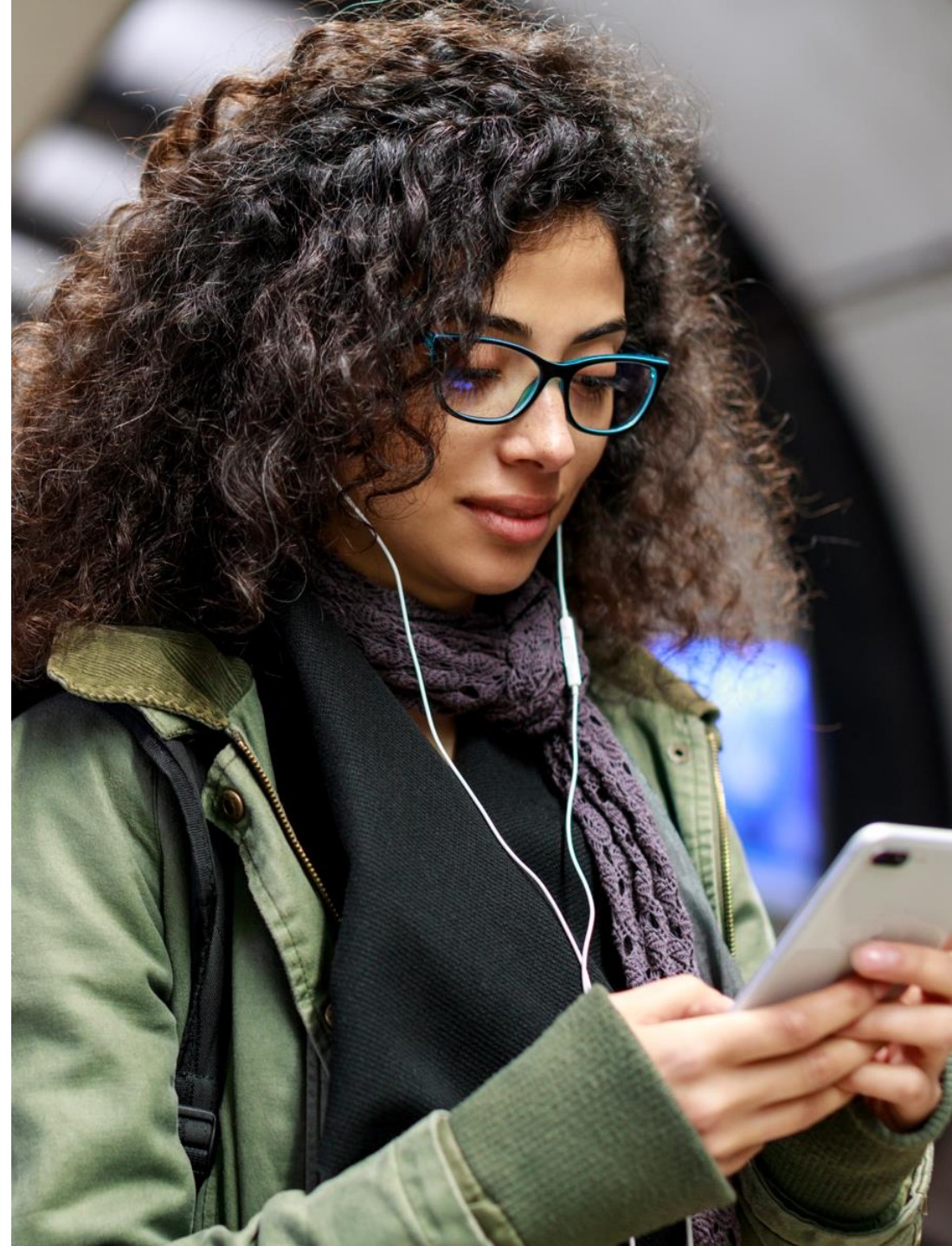
Hvilke av følgende reklameinnhold er det mest sannsynlig at du legger merke til?



## Sagt om spot:

*«Syntes det er bedre med vanlig reklame  
(...) Mer ærlig med «ukens annonsører».  
Må være tydelig på at det er en reklame.»*

Kvinne, 25-39 år



## Sagt om native:

*«Ofte lytter du til en podkast der du synes stemmen allerede er behagelig, mer troverdig. Men reklamen må være relevant og passe til innholdet. Men det kan være vanskelig å skille på om det er reklame eller en anbefaling.»*

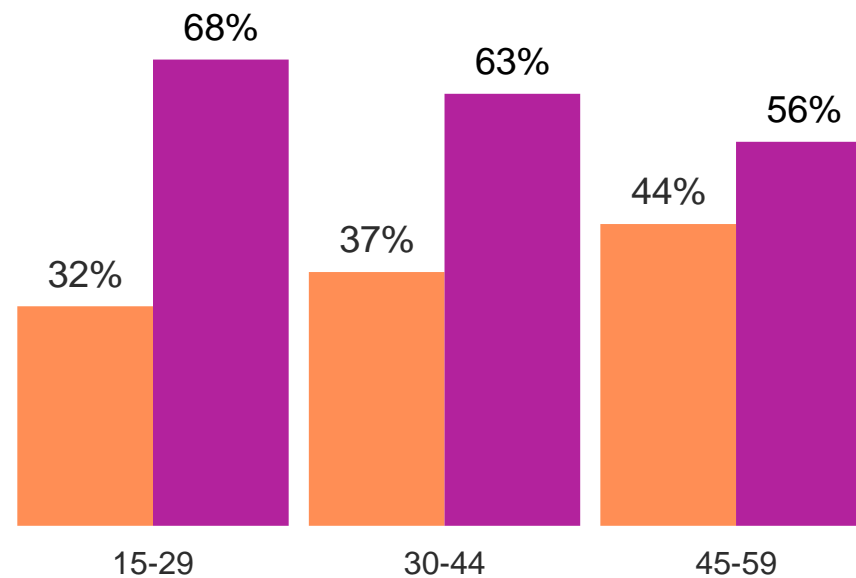
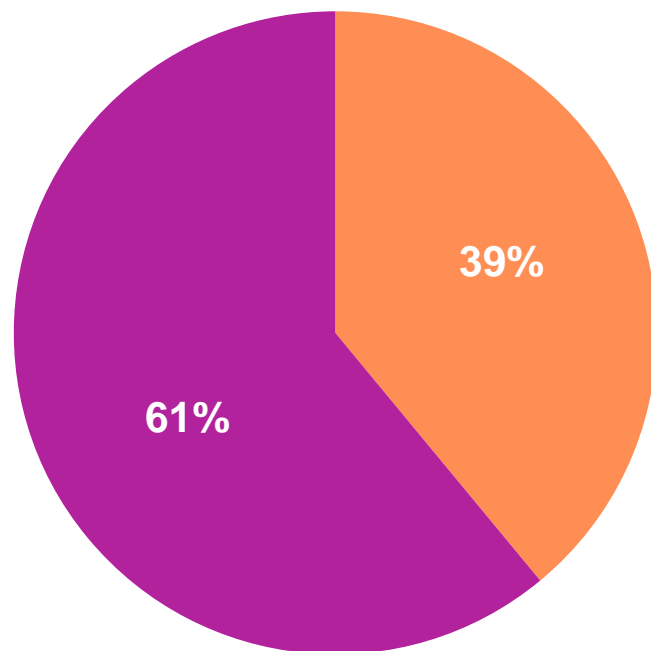
Mann, 25-39 år



## Native oppleves mest troverdig

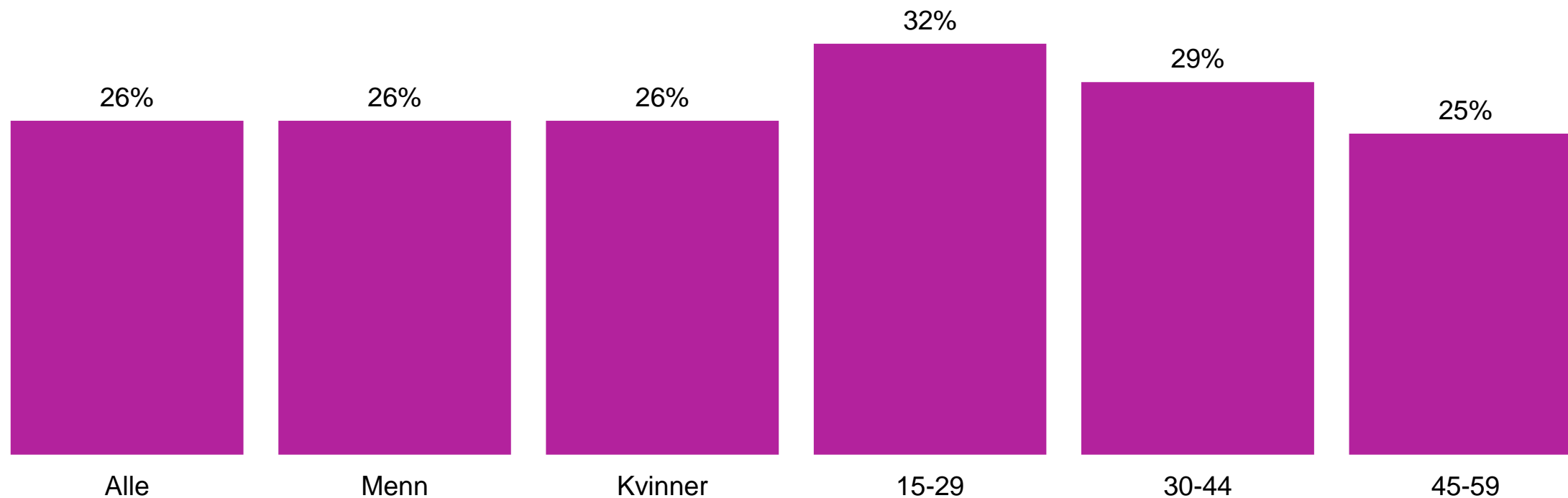
Hvilke av følgende reklameinnhold opplever du som mest troverdig?

Spot Native



## 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 ...  
(Søkt mer informasjon/fortalt andre/vurdert å kjøpe/kjøpt)



## Av de som har utført en handling svarer

---

**7 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



Mobiltelefon

Unge og voksne  
(20-49 år)

Bor i sentrale strøk

Plattformer og  
venner/familie

Lytter til 6 episoder i uka

Spilletid over 20 min

Norsk

Underholdt og lære nye ting

Tilgjengelig, god lyd  
og gratis

Humor og dokumentarer

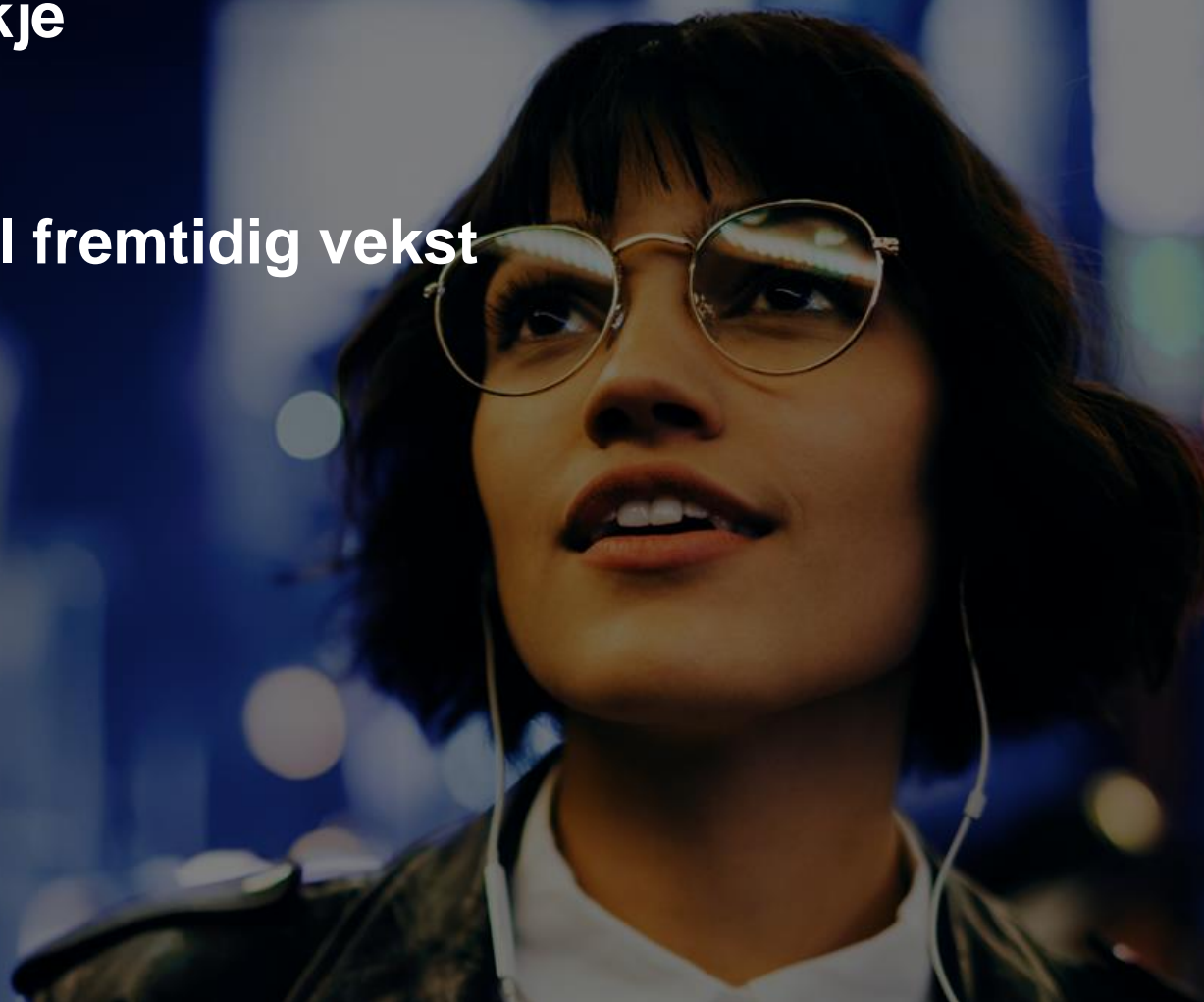
Alene,  
men også sammen

Hjemme

Lytter mens vi gjør andre  
aktiviteter

**70 % svarer at de kommer til å lytte i fremtiden**  
**21 % svarer kanskje**  
**9 % svarer nei**

**Stort potensiale til fremtidig vekst**







<https://www.podrapporten.no/>