|  |
| --- |
| IBA RESEARCH AS |
| **FORBRUKERUNDERSØKELSENE 2016** |
| **TV-TV MOTTAK**    **DAB RADIO**  **HODETELEFONER/ØREPROPPER**  **LYDPRODUKTER**  **WEARABLES**  **NETTBRETT/BÆRBAR PC** |
|  |
|  |
|  |

|  |
| --- |
|  |

Elektronikkbransjen

Oslo, 19. Januar 2016

## VEDR.: FORBRUKERUNDERSØKELSEN 2016

1. **INNLEDNING**

Undersøkelsen er gjennomført etter følgende retningslinjer:

* Web-intervjuer blant et landsomfattende og representativt utvalg på 1.0001 personer (husholdninger).
* Intervjuene er gjennomført i tidsrommet 5-14. januar 2016 av Norstat
* Spørreskjemaet som ble benyttet er tatt med som bilag til rapporten.

* Det er stilt spørsmål om følgende produktgrupper:

Tv-Tv mottak

DAB Radio

Hodetelefoner/Ørepropper

Lydprodukter

Wearables

Nettbrett/bærbar PC

Vi skal i denne rapporten presentere hovedresultatene. Disse vil bli sammenliknet med resultatene fra tilsvarende tidligere undersøkelser.

Vi vil innledningsvis understreke at svarene fra denne type undersøkelser vil være beheftet med statistiske feil. Dette er et forhold det må tas hensyn til ved tolking av resultatene.

1. **TV,TV MOTTAK,DAB RADIO OG DAB ADAPTOR**

**2.1 TV**

**Hvor mange TV-apparater har du/dere alt i alt i bruk her i husholdningen, det vil si i alle rom hjemme, på hytta/fritidsbolig, i campingvogn/-bil eller i båt?**

I undersøkelsene de fem siste årene har vi kartlagt detaljert antall TV-apparater husholdningene disponerte,(pr 31.12) og har fått følgende svar:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** |
| **%** | **%** | **%** | **%** | **%** | **%** | **%** | **%** |
| Ett TV-apparat | 38 | 35 | 33 | 35 | 33 | 38 | 41 | 40 |
| To TV-apparater | 31 | 30 | 36 | 30 | 31 | 33 | 31 | 29 |
| Tre TV-apparater | 16 | 20 | 21 | 18 | 18 | 16 | 17 | 15 |
| Fire TV-apparater | 7 | 8 | 5 | 8 | 8 | 6 | 6 | 8 |
| Fem eller flere TV-apparater | 6 | 5 | 4 | 5 | 6 | 3 | 3 | 4 |
| Har ikke |  |  |  |  | 4 | 3 | 2 | 5 |

* Andelen husholdninger som har 4 eller flere TV-apparater har vist en svak nedgang i perioden 2016-2014 men steget noe i 2015.I dag har 12% av husholdningene fire eller flere TV-apparater.
* Andelen husholdninger som har bare ett TV-apparat har steget de siste årene og er nå 40 %.

**2.2 Nytt TV-apparat**

Andelen som har kjøpt nytt TV-apparat (flat-TV) i løpet av de fem siste år er:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** |
| **%** | **%** | **%** | **%** | **%** | **%** |
| Kjøpt TV | 29 | 28 | 24 | 17 | 20 | 18 |

* Andelen som har kjøpt nytt TV-apparat viser en nedadgående trend bortsett fra i 2014. 18% av de spurte svarer at de kjøpte nytt tv i 2015. Dette er en nedgang på to prosentpoeng fra året før.
* Tallene indikerer at TV-salget i Norge i 2015 var omtrent på samme nivå som i 2013 og noe levere enn i 2014.Nedgangen i 2015 sammenliknet med 2014 er på ca 10%
* I følge SSB er det ca 2,35 millioner private husholdninger i Norge. Dersom vi benytter resultatene fra undersøkelsen til å estimere totalmarkedet for tv i 2015, vil vi få et estimat på ca 420 000 enheter. Vi vil understreke at dette estimatet er beheftet med feilkilder av statistisk karakter, men gir en indikasjon på tv-salget i 2015.
* 18% av kjøpene av tv ble foretatt i nettbutikker- det er en liten økning fra 2015 da andelen var 15%.

**2.5 TV-mottaking**

**2.1. Hvordan man ser på TV-programmene**

Spørsmål om dette ble stilt til hele utvalget.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** |
|  | % | % | % | % |
| TV-apparat | 96 | 98 | 96 | 92 |
| Mini-TV | 1 | 1 | 1 | 1 |
| PC | 33 | 31 | 37 | 40 |
| Nettbrett | 14 | 18 | 26 | 31 |
| Smarttelefon | 8 | 8 | 9 | 15 |
| Total | 152 | 156 | 169 | 180 |

* Forbrukerene ser tv på flere plattformer i dag, sammenliknet med tidligere år.
* De fleste ser tv programmer på tv, mens andelen som ser tv på de øvrige plattformer har økt. I dag ser mer enn 4/10 av TV-seerne tv på pc, mens ca 1/3 ser tv på nettbrett.
* Blant forbrukerene under 30 år er det hele 61% som ser tv på pc, mens bare 27% i gruppen 50 år og eldre.

**2.2. Nedlasting av TV-programmer**

Spørsmål om det hender at man laster ned TV-programmer fra nettet ble stilt til hele utvalget.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** |
|  | % | % | % | % |
| Ja, ofte | 10 | 8 | 10 | 11 |
| Ja, av og til | 39 | 37 | 36 | 37 |
| Nei, aldri | 51 | 56 | 54 | 51 |

* Ca 10% av tvseerne laster ofte ned tv programmer fra nettet. Denne andelen har vært relativ konstant de siste årene.

**2.3. Strømmetjenester**

Husholdningene i undersøkelsen abonnerer på følgende strømmetjenester:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **2013** | **2014** | **2015** |
|  | % | % | % |
| Netflix | 20 | 22 | 38 |
| HBO Nordic | 2 | 2 | 8 |
| Viaplay | 6 | 4 | 10 |
| CMore Play  TV2 Sumo  Andre | 2  -  3 | 2  5  2 | 1 15 4 |
| Abonnerer ikke | 74 | 63 | 51 |

* Ca halvparten av husholdningen abonnerer på strømmetjenester i 2015. Flest abonnerer på Netflix- hele 38%.
* Blant personer i aldersgruppen 18-29 år er det hele 65% som abonnerer på Netflix.

**3. DAB RADIO**

Andelen som har kjøpt nyere DAB radio har vist følgende utvikling.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2012** | **2013** | **2014** | **2015** |
|  | **%** | **%** | **%** | **%** |
| DAB kjøkkenradio |  |  |  | 24 |
| DAB stasjonær |  |  |  | 5 |
| DAB stereoanlegg |  |  |  | 1 |
| DAB bil |  |  |  | 5 |
| Totalt DAB radio | 10 | 23 | 24 | 32 |

* I 2014 var det 24% som kjøpte ny DAB radio. I 2015 har denne andelen økt til 32%.
* Basert på disse tallene vil estimert totalmarked for DAB radio i 2015 være ca 750 000 enheter.
* Andelen som har kjøpt DAB adapter i 2015 er:

- til bilradio 5%  
- til radio hjemme 3%

* I undersøkelsen i 2014 svarte 2% at de hadde kjøpt DAB adapter. Dette kan tyde på at salget av DAB adaptorer har økt i 2015, sammenliknet med året før. Tallene må tolkes med forsiktighet.

1. **HODETELEFONER/ØREPLUGGER**

I følge undersøkelsen er andelen av de spurte som har kjøpt hodetelefoner og eller øreplugger i løpet av 2014 og 2015:

2015

2014

* Kjøpt hodetelefoner og/eller øreplugger 33%

38%  
21%  
23%

* Kjøpt hodetelefoner 30%
* Kjøpt øreplugger 23%

Basert på denne informasjonen vil et estimat på total salget av hodetelefoner og øreplugger i Norge 2014 være:

2015

2014

Ca 840 000 enheter  
ca 900 000 enheter

* Hodetelefoner ca 1,2 millioner enheter
* Øreplugger ca 900 0000 enheter
* Antall solgte hodetelefoner syntes å ha gått noe ned i 2015, sammenliknet med 2014, mens salget av ørepropper har holdt seg konstant.

Statistisk sentralbyrå (SSB) har i sin utenriksstatistikk en varegruppe som har følgende definisjon:

* 8583000. Høretelefoner også kombinert med mikrofon.

Importen/eksporten av varer fra denne varegruppen har vi vist i en følgende oversiktstabell.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| År | Import antall (stk) | Import verdi (1000 kroner) | Gjennomsnittspris import | Nettoimport stk |
| 2012 | 1 908 109 | 368 879 | 193 | 1 744 151 |
| 2013 | 2 169 930 | 435 345 | 200 | 2 005 620 |
| 2014 | 2 399 188 | 481 351 | 200 | 2 268 379 |
| 2015 | 2 190 248 | 589 899 | 268 | 2 203 714 |

I følge SSB ble det i 2015 importert alt 2,2 millioner høretelefoner til en verdi av ca 590 millioner kroner Verdibegrepet er verdien av produktet inklusivt transport og forsikringskostnader til importerende lands grenser (cif- cost- insurance-freight).

Gjennomsnitts Cif-pris har i 2013 og 2014 ligget på ca 200 kroner, mens steg til 268 kroner i 2015. Vi merker oss at antall enheter er noe lavere i 2015 enn i 2014, mens verdien har økt i samme perioder.

Selv om det kan knyttes en del usikkerhet til definisjonen som SSB benytter på denne varegruppen og usikkerhet knyttet til resultatene i utvalgsundersøkelsen mener vi å kunne slå fast at markedet for hodetelefoner/øreplugger i Norge er relativt stort, kanskje i størrelsesorden 700-800 millioner kroner pr år.

Forbrukerene som har kjøpt hodetelefoner i 2014 og 2015 ble spurt om hva hodetelefonene kostet. Svarene ble:

2015

2014

55%

39%

6%

* Under 1000 kroner 73%
* 1000-2999 kroner 25%
* Over 3000 kroner 2%
* Andelen spurte som har betalt mer enn 1000 kroner for hodetelefonene har økt fra 27% i 2014 til 45% i 2015. Nærmere halvparten av de som kjøpte hodetelefoner i 2015 betalte altså mer enn 1000 kroner for hodetelefonen.

**4. LYDPRODUKTER**

Andelen spurte som har de ulike lydprodukter og andelen som har kjøpt noen av disse i løpet av 2014 fremgår i følgende oversikt.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Har i husholdningen 2014 | Har i husholdningen 2015 | Kjøpt 2014 | Kjøpt i 2015 |
| Musikkanlegg | 67% | 63% | 6% | 5% |
| Multiromanlegg | 8% | 7% | 4% | 3% |
| Hjemmekinoanlegg | 25% | 31% | 3% | 3% |
| Bordradio | 66% | 65% | 20% | 16% |
| Strømmehøyttalere | 11% | 30% | 3% | 13% |
| Frittstående høyttalere | 36% | 32% | 5% | 3% |
| MP3-spiller (ipod) | 37% | 37% | 3% | 3% |

(I spørreskjemaet ble det gitt en detaljert definisjon av musikkanlegg, multiromanlegg, hjemmekinoanlegg og bordradio). I 2014 undersøkelsen var bare strømme høyttalere oppført, mens i 2015 undersøkelsen var betegnelsen utvidet til strømme høyttalere til mobil/via bluetooth. Dette kan ha en viss innvirkning på svarene.

Musikkanlegg

* 2/3 av husholdningene har i dag musikkanlegg, bestanden av musikkanlegg er høyest blant personer over 50 år (71%).
* 5% har kjøpt nytt musikkanlegg i 2015, blant de spurte i aldersgruppen 30-39 år er det 10% som har kjøpt nytt musikkanlegg.

Multiromanlegg

* 7% av husholdningene har multiromanlegg, og denne type anlegg er mest utbredt blant personer i aldersgruppen 30-39 år (9%).
* 3% av de spurte har kjøpt multiromanlegg i 2015, og andelen er høyest i aldersgruppen 30-39 (5%).

Hjemmekinoanlegg

* 1/3 av husholdningene har hjemmekinoanlegg, og andelen er høyest blant personer i aldersgruppen 30-39 år (42%).
* 3% har kjøpt hjemmekinoanlegg i 2015, og den største kjøpergruppen er personer i aldersgruppen 30-39 år (5%).

Bordradio

* 2/3 av husholdningene har bordradio (stasjonær/bærbar), og andelen er størst blant de eldste, det vil si 50 år + (74%).
* 16% har kjøpt ny bordradio i 2015, og blant forbrukeren over 50 år er andelen 18%.

Strømmehøyttalere

* Ca 1/3 av husholdningene har i dag strømmehøyttalere, og andelen er høyest blant yngre forbrukere.
* 13% har kjøpt strømmehøyttalere i 2015, og den største kjøpegruppen er personer i aldersgruppen under 39 år (20%).

Frittstående høyttalere

* Ca 1/3 av husholdningene har frittstående høyttalere hjemme.
* 3% har kjøpt frittstående høyttalere i 2015.

MP3- spiller (ipod)

* Mer enn 1/3 (37%) har i dag MP3-spiller (ipod).
* 3% har kjøpt MP3-spiller (ipod) i 2015.

Markedstall

Basert på resultatene presentert i tabellen ovenfor har vi estimert totalsalget av de ulike typer lydprodukter i 2014 og 2015. Tallene må tolkes med forsiktighet, men vi mener at tallene gir en indikasjon på salget av disse produktene.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Antall enheter 2014 | Antall enheter 2015 |
| Musikkanlegg | Ca 140 000 | Ca 120 000 |
| Multiromanlegg | Ca 95 000 | Ca 70 000 |
| Hjemmekinoanlegg | Ca 70 000 | Ca 70 000 |
| Bordradio | Ca 470 000 | Ca 375 000 |
| Strømmehøyttalere | Ca 70 000 (kjøpere) | Ca 305 000 |
| Frittstående høyttalere | Ca 120 000 (kjøpere) | Ca 70 000 |
| MP3-spiller (ipod) | Ca 70 000 | Ca 70 000 |

**5 WEARABLES**

**5.1 SMARTBÅND**

* Andelen av de spurte som har kjøpt smartbånd de to siste årene er:

2014- 6%

2015 – 12%

* Salget av smartbånd er med andre ord dobbelt så stort i 2015 som for ett år siden.
* Det er ca 4 millioner personer 18 år og eldre i Norge. Basert på resultatet fra denne undersøkelsen er det solgt ca 480 000 smartbånd i 2015 (beregningene må tolkes med forsiktighet da de vil være beheftet med statistiske feil knyttet til utvalgsundersøkelser)

Andelen av de spurte som har kjøpt selv/og eller fått i gave smartbåndt 2015 er:

* Totalt har 12% av de spurte smartbånd. Det er relativt flere blant personer i aldersgruppen 30-39 år som har smartbånd.

**5.2 SMARTKLOKKE**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

Andelen som har kjøpt selv og/eller fått i gave smartklokke er:

2015

2014

6%

6%

9%

7%

3%

TOTALT 2%

ALDER

Under 30 år 5%

30-39 år 3%

40-49 år 3%

50 år + 1%

* Det er i første rekke forbrukere under 30-39 år som har kjøpt smartklokke i 2015.
* Basert på resultatet fra undersøkelsen er det solgt ca 240 000 smartklokker i Norge i 2015. Dette er tre ganger så mange som i 2014.

**6 NETTBRETT/BÆRBAR-PC**

**RESULTATER**

**6.1. Bestand nettbrett – lesebrett**

Andelen som har nettbrett og lesebrett er:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2013 | 2014 | 2015 |
| Nettbrett | 54% | 78% | 75% |
| Lesebrett | 5% | 8% | 7% |

* Andelen som har nettbrett har holdt seg relativt konstant de to siste årene. I dag har ca ¾ av husholdningen nettbrett.

**6.2. Nettbrett**

Følgende spørsmål er blitt stilt i alle undersøkelsene: *”Hvor mange nettbrett har dere alt i alt anskaffet her i husholdningen siste år? Med anskaffelse mener vi nettbrett som familiemedlemmer har kjøpt selv, fått i gave og/eller fått i arbeidsforhold.”*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Antall nettbrett | 2012  % | 2013  % | 2014  % | 2015  % |
| Ingen  Ett  To  Tre eller flere | 59  32  7  2 | 60  29  9  2 | 50  32  13  5 | 49 34 12 4 |

* Andelen av husholdningene som har kjøpt nytt nettbrett har holdt seg relativt konstant de to siste årene. Både i 2014 og 2015 var det ca halvparten av husholdningene som svarte at de hadde kjøpt nytt nettbrett.
* Tallene i tabellen indikerer at salget av nettbrett i 2015 var omtrent på samme nivå som i 2014.

**6.3.**

Andelen av husholdningene som har bærbar pc fremgår av følgende oversikt:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 2014 | 2015 |
| Har ikke bærbar pc  Har en bærbar pc  Har to bærbare pcer  Har tre eller flere bærbare pcer | 24%  27%  27%  23% | 8%  37%  29%  26% |

* Ca 10% av husholdningene har i dag ikke bærbar pc, mens omtrent 1/4 har tre eller flere bærbare pcer.

Antall bærbare PCer som husholdningene har anskaffet i løpet av det siste året har vist følgende utvikling:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2012**  **%** | **2013**  **%** | **2014**  **%** | **2015**  **%** |
| Ingen  En  To  Tre eller flere | 55  31  9  5 | 42  33  17  8 | 63  30  6  1 | 69  26  5  1 |

* Ca 7 av 10 av husholdningene svarer at de ikke har anskaffet bærbar i 2015, det vil si at ca 1/3 har kjøpt bærbar pc dette året.
* Disse tallene indikerer at salget av bærbare pcer i 2015 var lavere enn i 2014.