|  |
| --- |
| **FORBRUKERUNDERSØKELSEN 2020** |
| **TV – TV-MOTTAK**    **HODETELEFONER/ØREPROPPER**  **WEARABLES** |
|  |

Oslo, 20. januar 2020

**VEDR.: FORBRUKERUNDERSØKELSEN 2020**

**INNLEDNING**

Undersøkelsen er gjennomført etter følgende retningslinjer:

* Web-intervjuer blant et landsomfattende og representativt utvalg på 1006 personer (husholdninger).
* Intervjuene er gjennomført i tidsrommet 6.-16. januar 2020 av Norstat.
* Spørreskjemaet som ble benyttet er tatt med som bilag til rapporten.

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. 0 TV OG TV-MOTTAK**

**1.1 Hvordan man ser på TV-programmene**

Spørsmål om dette ble stilt til hele utvalget.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** |
|  | % | % | % | % | % |
| TV-apparat | 92 | 91 | 90 | 88 | 90 |
| Mini-TV | 1 | 1 | 1 | 1 | - |
| PC | 40 | 34 | 36 | 35 | 32 |
| Nettbrett | 31 | 27 | 28 | 28 | 26 |
| Smarttelefon | 15 | 14 | 20 | 22 | 27 |
| **Total** | 180 | 168 | 178 | 173 | 178 |

* 9 av 10 forbrukere ser TV på TV apparatet. Andelen har holdt seg relativt konstant de siste årene.
* Resultatene tyder på at flere ser TV på mobiltelefonen enn for ett år siden.

**1.2 Strømmetjenester**

Husholdningene i undersøkelsen abonnerer på følgende strømmetjenester:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** |
|  | % | % | % | % | % |
| Netflix | 38 | 44 | 51 | 55 | 61 |
| HBO Nordic | 8 | 14 | 21 | 24 | 32 |
| Viaplay | 10 | 11 | 18 | 17 | 22 |
| CMore Play | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| TV2 Sumo | 15 | 16 | 17 | 17 | 23 |
| Andre | 4 | 4 | 5 | 6 | 10 |
| Abonnerer ikke | 51 | 49 | 39 | 37 | 28 |

* Stadig flere husstander abonnerer i dag på strømmetjenester. I dag abonnerer ca 7 av 10 husstander på strømmetjenester.
* Det har i 2019, sammenliknet med for ett år siden, vært økning i andelen av abonnenter for samtlige av strømmetjenestene.

**2. 0** **HODETELEFONER/ØREPLUGGER**

Ifølge undersøkelsen er andelen av de spurte som har kjøpt hodetelefoner og/eller øreplugger i løpet av perioden 2015-2019.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Kjøpt hodetelefoner og/eller øreplugger | 38% | 30% | 39% | 40% | 43% |
| Kjøpt hodetelefoner | 21% | 21% | 21% | 22% | 24% |
| Kjøpt øreplugger | 23% | 17% | 25% | 27% | 28% |

Basert på denne informasjonen vil et estimat på totalsalget av hodetelefoner og øreplugger i Norge de siste årene være:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Hodetelefoner | Ca 840 000 enheter | Ca 840 000 enheter | Ca 840 000 enheter | Ca 880 000 enheter | Ca 960 000 enheter |
| Øreplugger | Ca 900 000 enheter | Ca 680 000 enheter | Ca 1 million enheter | Ca 1,1 million enheter | Ca 1,2 million enheter |

* Salget av hodetelefoner har økt noe det siste året, mens salget av øreplugger ligger i dag på omtrent samme nivå som i 2018.

Forbrukerne som har kjøpt hodetelefoner de tre siste årene ble spurt om hva hodetelefonene kostet. Svarene ble:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2015 (%) | 2016 (%) | 2017 (%) | 2018 (%) | 2019  (%) |
| Under 1000 kroner | 55 | 44 | 47 | 40 | 38 |
| 1000-2999 kroner | 39 | 37 | 35 | 40 | 40 |
| Over 3000 kroner | 6 | 13 | 11 | 16 | 16 |

* Forbrukerne betalte i 2019 omtrent samme pris som i 2018 for hodetelefonene de kjøpte. I 2019 betalte 16% av de spurte mer enn 3000 kroner for hodetelefonene, den samme andelen som i 2018.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2017 | 2018 | 2019 |
| **Hodetelefoner** |  |  |  |
| Med tråd/ledning | 49 | 34 | 27 |
| Trådløs | 51 | 66 | 73 |
| **Ørepropper** |  |  |  |
| Med tråd/ledning | 71 | 54 | 34 |
| Trådløs | 29 | 46 | 66 |

* Andelen forbrukere som har kjøpt trådløse hodetelefoner har økt fra 51% i 2017 til 73% i 2019.
* Ca. 2/3 av de som har kjøpt ørepropper i 2019 har kjøpt trådløse ørepropper.

**3.0 WEARABLES**

**3.1 SMARTBÅND**

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

2014 - 6%

2015 - 12%

2016 - 11%

2017 - 13%

2018 - 14%

2019 - 14%

* Salget av smartbånd har holdt seg relativt konstant de siste tre årene, andelen som har kjøpt smartbånd har variert mellom 13% og 14%.
* Det er i første rekke forbrukere i aldersgruppen 30-39 år som kjøper smartbånd. Og det er noen flere kvinner (14%) enn menn (12%) som har kjøpt smartbånd i 2019.
* Det er ca 4 millioner personer 18 år og eldre i Norge. Basert på resultatet fra denne undersøkelsen er salget av smartbånd de siste seks årene ca 2,9 millioner enheter (beregningene må tolkes med forsiktighet, da de vil være beheftet med statistiske feil knyttet til utvalgsundersøkelser).
* Salget hvert år har vært:

2014 - 240 000 enheter

2015 - 480 000 enheter

2016 - 440 000 enheter

2017 - 520 000 enheter

2018 - 560 000 enheter

2019 - 560 000 enheter

Totalt i perioden 2014 - 2019: Ca 2.9 millioner enheter.

**3.2 SMARTKLOKKE**

* Andelen av de spurte som har kjøpt smartklokke i 2019 er 16%. Dette er en økning fra 2018, da 13% svarte at de hadde kjøpt smartklokke i 2018.
* Basert på dette resultatet vil et estimat for salget av smartklokker være ca 650 000 enheter. Tall fra SSB viser at nettoimporten i 2019 av smartklokker var på 477 000 enheter. Tallene fra SSB må også tolkes med forsiktighet, da tallene fra SSB i 2019 har blitt justert flere ganger.
* Salget av smartklokker har vist følgende utvikling:

2014- 80 000 enheter

2015- 160 000 enheter

2016- 80 000 enheter

2017- 400 000 enheter

2018- 500 000 enheter

2019 -650 000 enheter

Totalt i perioden 2014-2019: Ca 1,850 millioner enheter

**4.0 MOBIL**

* For å få et estimat på hvor lang levetid mobiltelefonene, har ble følgende spørsmål stilt:” Den nest siste mobiltelefonen du hadde, altså den du hadde FØR den du har i dag, hvor lenge hadde du denne? Forsøk å angi tiden i antall måneder.” Tilsvarende spørsmål ble også stilt i perioden 2015 til 2018.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| GJENNOMSNITTLIG ANTALL MÅNEDER | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| TOTALT | 31,4 | 33,0 | 31,1 | 31,4 | 32,6 |
| ALDER |  |  |  |  |  |
| Under 30 år | 24,1 | 23,3 | 25,4 | 25,8 | 27,3 |
| 30-39 år | 23,6 | 27,1 | 26,0 | 26,2 | 28,4 |
| 40-49 år | 28,5 | 29,4 | 29,8 | 30,7 | 29,4 |
| 50 år og eldre | 35,3 | 41,2 | 36,2 | 36,1 | 37,7 |
| KJØNN |  |  |  |  |  |
| Mann | 31,0 | 31,8 | 31,8 | 32,3 | 31,5 |
| Kvinne | 31,8 | 34,2 | 30,4 | 30,4 | 33,7 |

* I 2019 var den gjennomsnittlige levetiden for mobiltelefoner 32,6 måneder, mens den for ca ett år siden var 31,4 måneder. Det vil si at gjennomsnittlig levetid for mobiltelefon i dag er litt over 2,5 år.
* Det er relativt små forskjeller i svarene på dette spørsmålet i 2018 og 2019.
* Ved tolking av tallene må vi huske på at utvalget består av personer 18 år og eldre. Det vil si at de yngste brukergruppene ikke er med i undersøkelsen.