**FORBRUKERUNDERSØKELSEN**

**JANUAR 2024**

**ELEKTRONIKKBRANSJEN**

**FORBRUKERUNDERSØKELSEN 2024**

Oslo, 29. Januar 2024

INNLEDNING

Undersøkelsen er gjennomført etter følgende retningslinjer:

* Intervjuene er gjennomført som web-intervjuer blant et landsomfattende og representativt utvalg av personer over 18 år.
* Intervjuene er gjennomført i perioden 3. – 15. januar 2024.
* Norstat har gjennomført intervjuene om mobiltelefoner (utvalg 1050 personer), mens intervjuingen av de øvrige produktgrupper er gjennomført av YouGov (utvalg 1.000 personer).

Vi skal i denne rapporten presentere hovedresultatene. Disse vil bli sammenliknet med

resultatene fra tilsvarende tidligere undersøkelser.

Ved estimering av totalmarkedet for ulike produktgrupper har vi lagt til grunn at det er 2,35 millioner husstander og ca. 4 millioner personer over 18 år i Norge.

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 MOBILTELEFONER**

**1.1 Generelt**

I undersøkelsene i 2022/2023 har vi ønsket å kartlegge markedet for både nye (fabrikknye) og brukte mobiltelefoner.

Vi stilte forbrukerne spørsmål om de i løpet av det siste året hadde anskaffet ny eller brukt mobiltelefon. Svarene er presentert i følgende oversikt:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 2022 | 2023 |
| Kun ny mobiltelefon | 36% | 31% |
| Anskaffet kun brukt mobiltelefon | 6 % | 6 % |
| Anskaffet både ny og brukt telefon | 3% | 3% |
| Ikke anskaffet mobiltelefon | 56% | 61% |

* 39% av forbrukerne svarte at de i 2022 hadde kjøpt ny mobiltelefon, mens andelen som har kjøpt ny mobiltelefon i 2023 er falt til 34%.
* Andelen av forbrukere som anskaffet brukt mobiltelefon har de siste to årene holdt seg konstant på 9 %.

Gjennomsnittlig levetid for mobiltelefonene er presentert nedenfor:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| GJENNOMSNITTLIG ANTALL MÅNEDER | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| TOTALT | 31,4 | 32,6 | 32,5 | 35,0 | 37,9 | 38,5 |
| ALDER |  |  |  |  |  |  |
| Under 30 år | 25,8 | 27,3 | 26,0 | 27,8 | 30,8 | 33,5 |
| 30-39 år | 26,2 | 28,4 | 25,4 | 34,0 | 32,7 | 32,3 |
| 40-49 år | 30,7 | 29,4 | 30,7 | 32,2 | 37,4 | 37,5 |
| 50 år og eldre | 36,1 | 37,7 | 39,1 | 40,1 | 43,5 | 40,8 |
| KJØNN |  |  |  |  |  |  |
| Mann | 32,3 | 31,5 | 32,5 | 34.4 | 37,5 | 37,8 |
| Kvinne | 30,4 | 33,7 | 32,5 | 35,6 | 38,3 | 39,2 |

* Gjennomsnittlig levetid for mobiltelefonene har steget jevnt de siste årene, - fra 31,4 måneder i 2018 til 38,5 måneder i 2023.
* Gjennomsnittlig levetid har steget i alle aldersgrupper bortsett fra aldersgruppen 30-39 år hvor det er en svak nedgang.
* Yngre forbrukere, under 30 år, beholder sin mobiltelefon i 2023 i 33,5 måneder. Dette er en økning fra 30,8 måneder for ett år siden.
* Som nevnt i tidligere rapporter, må man ved tolkningen av tallene huske på at utvalget består av personer over 18 år, det vil si at de yngste mobilbrukerne ikke er representert i undersøkelsen.

**1.3 Brukte mobiltelefoner**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **2022** | **2023** |
| Andel husholdninger kjøpt brukt mobiltelefon | 9% | 9% |
| Gjennomsnittlig antall brukte mobiltelefoner anskaffet | 1,4 | 1,3 |
| Estimert marked | Ca. 290 000 | Ca. 275 000 |

* Markedet for brukte mobiltelefoner synes å være relativt konstant de siste to årene.
* Totalt er det 9% som har anskaffet brukt mobiltelefon. Blant forbrukere i aldersgruppen 15 – 29 år er det hele 15% som har anskaffet brukt mobiltelefon i 2023.
* Blant forbrukere eldre enn 50 år er det 5% som har anskaffet brukt mobiltelefon i 2023.

**2.0 TV OG TV-MOTTAK**

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

Spørsmål om dette ble stilt til hele utvalget.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2019** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** |
| % | % | % | % | % |
| TV-apparat | 90 | 88 | 84 | 84 | 81 |
| PC | 32 | 36 | 31 | 29 | 28 |
| Nettbrett | 26 | 28 | 23 | 21 | 20 |
| Mobiltelefon | 27 | 31 | 31 | 29 | 27 |
| **Total** | 178 | 183 | 170 | 163 | 156 |

* 5% av de spurte svarer at de ikke ser på TV.
* 8 av 10 spurte ser TV gjennom TV-apparatet.
* Andelen av forbrukere som ser TV på PC er 28%, mens i aldersgruppen 18-29 år er det 42% som ser TV på PCen.
* Ca. ¼ (27%) ser TV på mobilen. Andelen er noe høyere blant spurte i aldersgruppene 18-49 år.
* I 2023 ser forbrukerne på TV i gjennomsnitt på 1,5 ulike plattformer. Denne andelen har vært synkende de siste årene.
* Noe av forklaringen er at yngre forbrukere 18-29 år i dag, i større grad enn tidligere, ser TV på PCen eller mobil, mens bare 60% ser TV på TV-apparatet.

**2.2 Strømmetjenester**

Husholdningene i undersøkelsen abonnerer på følgende strømmetjenester:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2019** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** |
| % | % | % | % | % |
| Netflix | 61 | 59 | 60 | 55 | 55 |
| HBO Nordic | 32 | 27 | 30 | 32 | 31 |
| Viaplay | 22 | 23 | 29 | 28 | 27 |
| CMore Play | 2 | 4 | 4 | 6 | 4 |
| TV2 Sumo/TV2 Play | 23 | 22 | 25 | 27 | 38 |
| Disney+ | - | 21 | 23 | 28 | 30 |
| Dplay | - | 13 | 12 | 12 | 8 |
| Amazon prime | - | 8 | 8 | 10 | 13 |
| Strim (rikstv) | - | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Andre | 10 | 3 | 5 | 7 | 5 |
| Abonnerer ikke | 28 | 23 | 22 | 22 | 17 |

* Hele 83% av husstandene abonnerer på en strømmetjeneste.
* Blant forbrukere i aldersgruppen under 40 år er det hele 96% som abonnerer på en eller flere av disse tjenestene.
* Andelen som abonnerer på TV2 Sumo/TV2 Play har økt fra 27% i 2022 til 38% i 2023.
* Ellers er det små endringer i svarene på hvilke strømmetjenester forbrukerne abonnerer på.

**3.0 HODETELEFONER:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| **Hodetelefoner** |  |  |  |  |  |
| Med tråd/ledning | 27 | 29 | 18 | 25 | 17 |
| Trådløs | 73 | 71 | 82 | 75 | 88 |
| **Ørepropper** |  |  |  |  |  |
| Med tråd/ledning | 34 | 17 | 13 | 15 | 18 |
| Trådløs | 66 | 83 | 87 | 85 | 87 |

* I 2023 kjøpte nærmere 9 av 10 forbrukere hodetelefoner og/eller ørepropper som er trådløse.

**4.0 AKTIVITETSBÅND**

**4.1 Smartbånd**

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2019(%) | 2020(%) | 2021(%) | 2022(%) | 2023(%) |
| 14 | 13 | 17 | 14 | 7 |

* Det er ca. 4 millioner personer 18 år og eldre i Norge. Basert på resultatet fra denne undersøkelsen er salget av smartbånd de siste ti årene (fra 2014 frem til i dag) ca. 4,9 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
* 2020 - 520 000 enheter
* 2021 - 680 000 enheter
* 2022 - 560 000 enheter
* 2023 - 280 000 enheter
* Ifølge undersøkelsesresultatene ble det i 2023 solgt ca. 280 000 smartbånd. Dette er nærmere en halvering sammenliknet med i 2022.

Forbrukerne som kjøpte smartbånd i 2020 – 2023 kjøpte følgende merker:

**4.2 Smartklokke**

Andelen av forbrukerne som har kjøpt smartklokke de siste fem årene er vist i følgende oversikt.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2019 (%) | 2020 (%) | 2021 (%) | 2022(%) | 2023(%) |
| 16 | 16 | 18 | 15 | 21 |

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
	+ 2020 - 650 000 enheter
	+ 2021 - 720 000 enheter
	+ 2022 - 600 000 enheter
	+ 2023 - 840 000 enheter

**5.0 EL-SYKLER**

* Estimert salg av el-sykler de fire siste årene, basert på resultatene fra undersøkelsen, er:
	+ 2020: ca. 280 000 enheter
	+ 2021: ca. 360 000 enheter
	+ 2022: ca. 360 000 enheter
	+ 2023: ca. 310 000 enheter
* I 2023-undersøkelsen ble spørsmålet endret fra «*Har du kjøpt el-sykkel*» til *«Har du eller andre i husholdningen kjøpt el-sykkel».* Begrunnelsen for denne endringen var for å få et bedre estimat på totalmarkedet for el-sykler.
* Ifølge undersøkelsen har salget av el-sykler vært noe lavere enn året før.

**6.0 EL-SPARKESYKKEL**

Andelen av de spurte (husstandene i 2023) som har kjøpt el-sparkesykkel er:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| 3% | 8% | 11% | 11% | 15% |

* Andelen som har kjøpt el-sparkesykkel var i 2023 15%, en økning fra 11% i 2022..
* I aldersgruppen 18-29 år er det 34% som har kjøpt el-sparkesykkel i 2023..

**7.0 OMBRUK**

* Intervjuobjektene ble stilt spørsmål om de i en kjøpssituasjon kunne tenke seg å kjøpe brukte elektroniske produkter fremfor fabrikknye produkter. Svarene er presentert i følgende oversikt.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2021 | 2022 | 2023 |
| Kjøleprodukter (kjøleskap, fryser og fryseboks) | 21% | 25% | 22% |
| Vask/tørkeprodukter (vaskemaskin, tørketrommel og oppvaskmaskin) | 20% | 22% | 22% |
| Komfyr/platetopp (komfyr, ovn og platetopp) | 19% | 19% | 19% |
| TV | 26% | 23% | 20% |
| Mobil | 27% | 26% | 20% |
| PC/nettbrett | 19% | 19% | 15% |
| Andre elektronikkprodukter |  2% |  1% |  1% |
| Ingen av disse | 27% | 29% | 32% |
| Vet ikke | 17% | 17% | 20% |
| Sum prosent |  176% |  182% |  171% |

* + Tallene for 2021 og 2022 er fra forbrukerundersøkelsen som ble gjennomført i august i disse årene.
	+ I årets undersøkelse er det mer enn halvparten (52%) som svarer at de ikke kunne tenke seg å kjøpe brukte elektroniske produkter. Dette er noen flere enn i de tidligere undersøkelsene.
	+ Det er en tendens til at forbrukere i dag i noe mindre grad enn tidligere vil kjøpe brukte TV, mobiltelefoner og PC/nettbrett.
	+ Store hvitevarer er de produktgruppene som de fleste forbrukere kunne tenke seg å kjøpe brukt.

Forbrukere som ikke kunne tenke seg å kjøpe brukte elektroniske produkter ble stilt følgende spørsmål:

* «*Ville du vurdert å kjøpe brukte elektronikkprodukter dersom de var vesentlig billigere enn produkter i butikk, i tilfelle hvor mye billigere?»*

Svarene er gjengitt i følgende tabell:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2021 | 2022 | 2023 |
| Ja, kjøpe hvis 25% billigere | 1% | 4% | 3% |
| Ja, kjøpe hvis 50% billigere | 20% | 17% | 10% |
| Ja, kjøpe hvis 75% billigere | 13% | 15% | 15% |
| Ja, kjøpe hvis mer enn 75% billigere | 10% |  8% | 15% |
| Nei, ikke kjøpe hvis billigere | 43% | 41% | 41% |
| Vet ikke | 14% | 16% | 15% |
| Sum prosent |  100% |  100% |  100% |

* Det er ikke store forskjeller i svarene på dette spørsmålet i de tre undersøkelsene.
* Andelen som svarer at de vil kjøpe et brukt elektronikkprodukt hvis dette var mer enn 75% billigere enn nytt, har doblet seg fra 2022 til i år (fra 8% til 15%).
* I alle undersøkelsene er det mer enn halvparten av de spurte som svarer at de ikke vil kjøpe de aktuelle produktene brukt hvis de ble billigere og/eller svarer vet ikke.