



tv.nu

STREAMINGBAROMETERN 2022

OKTOBER 2022

TVNU SWEDEN AB
556729-2437

Kontakt:
helen.orselius@schibsted.com

Västra Järnvägsgatan 21
111 64 Stockholm



PRESSINFORMATION

Helen Orselius

VD

Telefon: 072-507 74 84

Johanna Cervin

Marknadschef

Telefon: 073-641 94 57

SVERIGES STREAMARE



Mer och mer av svenskarnas tv-tittande skjuts över till att ske på tittarens egna villkor och vi svenskar vill bestämma både var och när vi ska titta. Trenden är tydlig – vi kan inte få nog av streaming. Fortsätter utvecklingen på samma sätt så har streamandet gått om det linjära i tittartid om bara ett par år.

Schibstedägda tv.nu har sedan många år tillbaka haft fullt fokus på att utveckla tjänsten mot en streamingguide och är idag Sveriges största samlingsplats för de populäraste streamingtjänsterna och en av Sveriges största appar inom sin nisch. För andra året i rad presenterar tv.nu rapporten "Streamingbarometern".



"Tack vare att vi guidar över 1,3 miljoner svenskar varje vecka kan vi få fram massa spännande data och trender som vi gärna vill dela med oss av. I rapporten Streamingbarometern har vi tillfrågat 6000 respondenter i Den Svenska Streamingpanelen om deras preferenser, vanor och framtidsutsikter kring streaming." säger Johanna Cervin, Marknadschef på tv.nu.

"Svenskar lägger i snitt ett dygn per år att leta efter något att streama. Utbudet har aldrig varit större och antal aktörer på tv- och streamingmarknaden har ökat explosionsartat de senaste åren. Årets Streamingbarometer visar att behovet för att guida den svenska befolkningen aldrig varit större. Här spelar tv.nu en viktig roll i de svenska hemmen. Kombinationen av våra redaktionella tips och data samlad från streamingtjänster hjälper användarna att hitta rätt i streamingdjungeln." säger Helen Orselius, VD på tv.nu.



Trevlig läsning!
/ tv.nu

“

Svensken
spenderar
24 tim/år
på att leta
efter något
att streama.

”

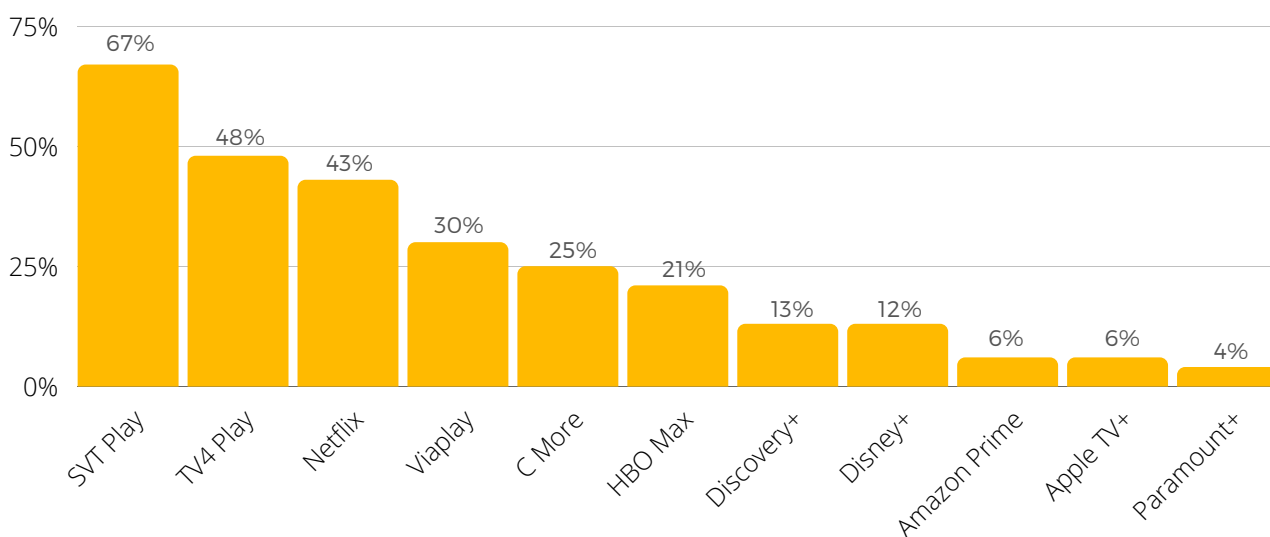


ÅRETS STREAMINGTJÄNST



SVT PLAY VINNER IGEN - NETFLIX TAPPAR

Hos svenskarna råder det inga tvivel: under 2022 är SVT Play den streamingtjänst vi använder allra helst, precis som förra året. Hela 67% av våra tillfrågade paneldeltagare var överens, en storfavorit med andra ord. Vilken tjänst kommer tvåa? Även den är en kostnadsfri playtjänst kopplad till en tv-kanal – TV4 Play. De tar mark i år och är den tjänst som ökat mest sen Streamingbarometern 2021, från 38% till årets 48%. Netflix är den högst rankade bland betaltjänsterna på listan trots att de gör ett rejält tapp från fjolårets 54% ner till 43% i år. De har dock ändå ett stort försprång till övriga betaltjänster och är ohotat den mest populära. Den betaltjänst som ökat mest i år är HBO Max som lyft sig tre procentenheter sedan förra året, då de också re-brandade sig från HBO Nordic.



Fråga: Vilka streamingtjänster föredrar du? (Välj en eller flera) Ovan visar % av alla 3949 respondenter. Nya för i år i undersökningen är Apple TV+, Amazon Prime och Paramount+.

STREAMING- VANOR I SIFFROR

68%

STREAMAR MINST EN GÅNG I VECKAN

En majoritet streamar varje vecka men kring en tredjedel streamar så ofta som varje dag. 31% av den äldre målgruppen streamar varje dag, medan något fler, hela 37%, av de unga streamar dagligen.

80 MIN/DAG

LÄGGER SVENSKEN PÅ ATT STREAMA

Svensken streamar i snitt 1 h och 20 min varje dag. På ytterligheterna har vi cirka 20% av de tillfrågade som inte streamar överhuvudtaget, medan 12% svenskar lägger mer än 3 timmar varje dag på att streama.

63%

STREAMAR PÅ SMART-TV

Det absolut vanligaste är att streama på sin tv. Trenden sedan ifjol är en förflyttning bort från att streama på mobilen (minskning från 31% till 20%) till att istället i större utsträckning streama mer på sin tv eller surfplatta.

60%

STREAMAR ENSAM

Kanske är det svårigheten i att ta gemensamma beslut om vad man ska streama som driver så många som 60% till att titta själva? 32% tittar med sin partner och endast 3% samlar hela familjen, en siffra som låg högre, med sina 7%, ifjol.

VAL AV STREAMINGTJÄNST

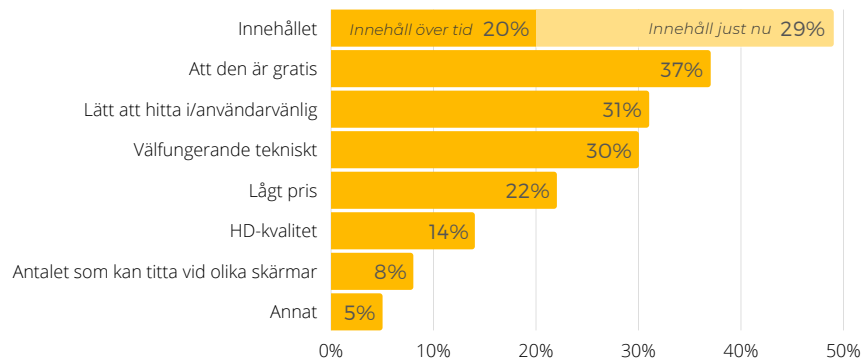
CONTENT IS STILL KING

Utbudet av streamingtjänster växer explosionsartat och konkurrensen om prenumeranterna hårdnar. Vad väger tyngst när svenskarna ska välja? Återigen är content king, och det är innehållet som toppar listan över vad som är viktigast när man väljer tjänst. I årets Streamingbarometer mättes intresset för streamingtjänsternas innehåll fördelat mellan **Innehåll över tid** och **Innehåll just nu (specifika program jag vill se)**. Dessa två sammantaget är den största faktorn för varför svenskarna väljer en streamingtjänst, med sina 49%. Dem emellan är det viktigare vad tjänsten har att erbjuda här och nu (29%) än över tid (20%).

DE ÄLDRE ÄLSKAR GRATIS STREAMING

Att en tjänst är gratis är den näst viktigaste faktorn (37%), men bryter man ut det på ålder är det faktiskt de äldre (45+ år) som värderar detta högst med 42% mot yngre bara 30% (under 45 år). För respondenterna kom sen användarvänligheten på tredje plats (31%) och att den är välfungerande tekniskt på en fjärde (30%).

Något som utmärker de unga under 45 år, är att de uppskattar **HD-kvalitet** i större utsträckning än äldre (20% mot 12% hos 45+ år) och **Antalet som kan titta vid olika skärmar** som hos unga får 12% (mot 7% hos 45+ år). Hos de äldre utmärker sig uppskattningen av användarvänlighet med 33% (mot 28% hos yngre).



Fråga: Vad är allra viktigast för dig hos en streamingtjänst? (Flervalsfråga)

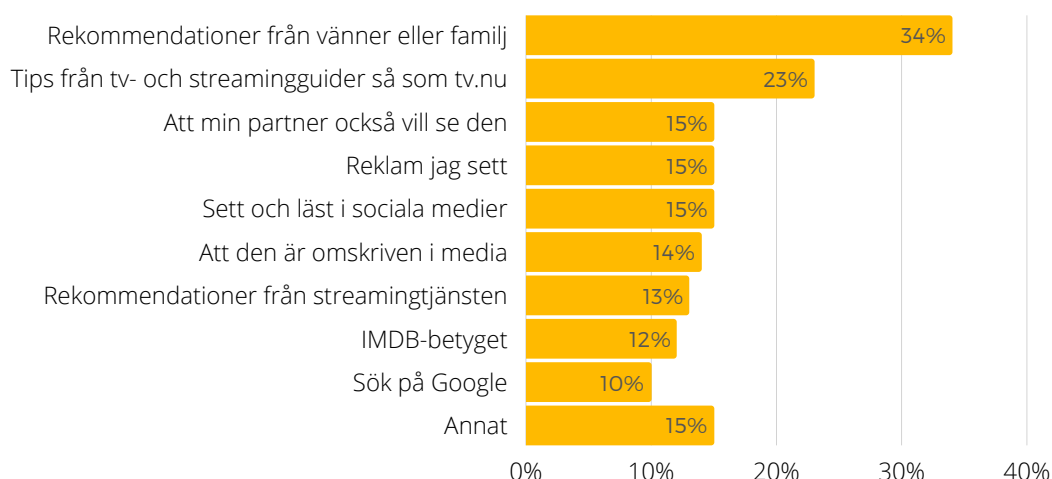
Ovan visar hur många % av 2086 respondenter som angav alternativen som viktiga.

INSPIRATION TILL VAL AV INNEHÅLL



REKOMMENDATION FRÅN VÄNNER ELLER GUIDER SÅ SOM TV.NU PÅVERKAR

Innehållet på streamingtjänsterna är det viktigaste – så vad är det sen som påverkar vad vi väljer att titta på bland det rika utbudet? Nära relationer och deras rekommendationer är fortfarande, liksom 2021, det våra streamare värderar högst när de ska välja något nytt att streama. En tredjedel sätter det som en av de viktigaste faktorerna. På en andraplats tycker Svenska Streamingpanelen att tips från guider så som tex tv.nu är viktigt (23%). Sen väger det jämnt mellan att ens partner vill se den ihop med en, reklam som inspirerat eller att man läst om den i sociala medier (alla 15%), när man ska göra sitt val.

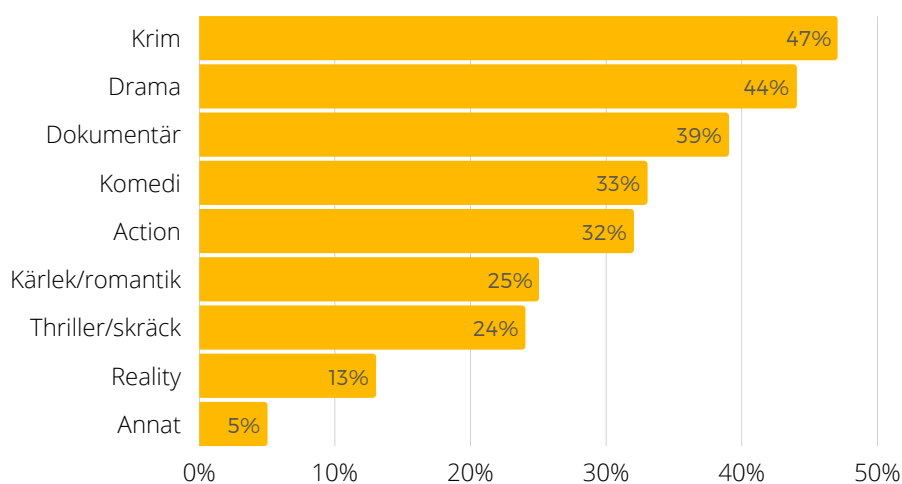


Fråga: Vilken av följande är viktigast om du ska välja något nytt att streama i en streamingtjänst? (Flervalsfråga). Redovisar % av de 2287 respondenterna som tyckte det alternativet var viktigt.

TRENDSPANING PÅ INNEHÅLLET

KRIM ÄR SVENSKENS FAVORIT

I år seglar krim upp i toppen som favoritgenre hos 47% av panelen. Inte långt efter med 44% ligger drama och med 39% av rösterna ser vi fjolårets favorit: dokumentärer som halkat ner till en tredjeplats.



Fråga: Vilken genre föredrar du när det kommer till serier? (Välj en eller flera)
Ovan visar 6082 svar från 2321 respondenter.

SVENSKA SERIER STÅR SIG INTE MOT INTERNATIONELLA

Trots den stora ökningen av svenskt originalinnehåll hos många stora internationella jättar som Netflix och HBO Max, så föredrar svensken fortfarande utländska serier framför svenska, med 63% av rösterna. Detta är t.o.m. en liten ökning mot fjolårets 61% som då föredrog utländska serier.

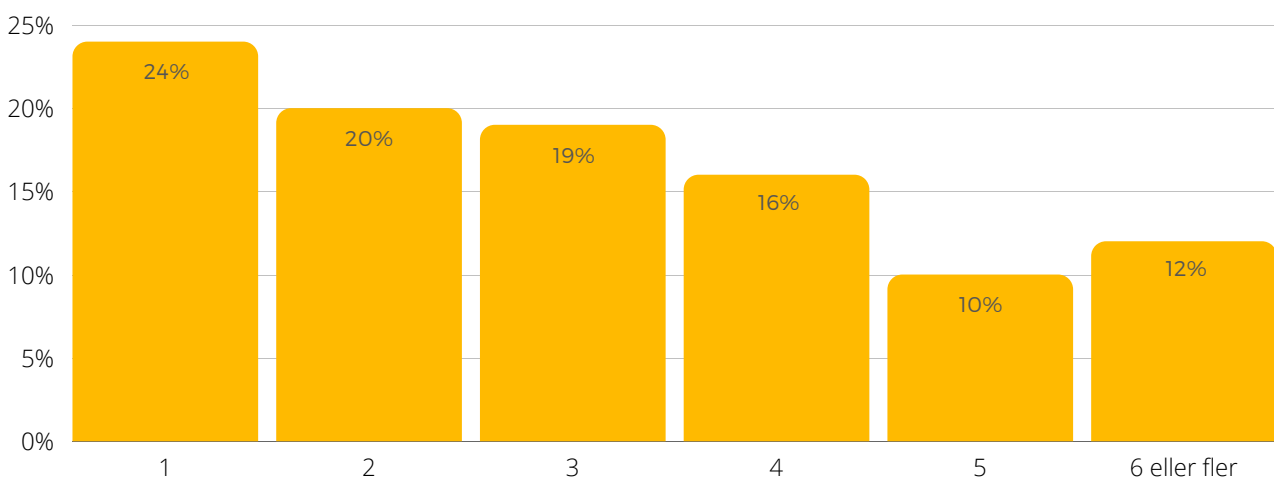
ÄNDLÖST SCROLLANDE BLAND TJÄNSTERNA

24 TIMMARS LETANDE

Dag efter dag läggs det långa stunder på ändlöst scrollande efter det perfekta programmet att se, och över tid blir det en hel del letande. I vår undersökning fick vi det svart på vitt: svensken lägger i snitt ett helt dygn om året bara på att leta efter något att streama. Dessutom såg vi att en av fem svenskar lägger så mycket som 6 timmar och 45 minuter i månaden, vilket nästan motsvarar en hel arbetsdag – varje månad. Över en tioårsperiod är det hisnande 32 dygn.

EN TREDJEDEL SVENSKAR ANVÄNDER 4 STREAMINGTJÄNSTER ELLER FLER

Det enorma utbudet och de konkurrenskraftiga priserna driver upp antalet tjänster som svenskarna jonglerar samtidigt. Snittet har i Svenska Streamingpanelen ökat från 2,75 styck per person 2021 till 3,1 år 2022 – en ökning på 12%.



Fråga: Hur många streamingtjänster använder du idag? (räkna även med playtjänsterna SVT play och TV4 play)
Grafen visar % av svar från 2116 respondenter.

ÄLDRE OCH YNGRE SKILJER SIG ÅT



UNGA HAR FLER STREAMINGTJÄNSTER...

Unga Millennials och Gen Z är *digital natives* - mer eller mindre uppvuxna i en era av dator, mobil och streaming nära till hands. Det gör att beteendena skiljer sig lite mellan åldersgrupperna under 45 år och de över. Antalet streamingtjänster är t.ex. 3,5 hos de yngre i snitt, och 3,0 hos de äldre.

...OCH SPENDERAR MER PENGAR

När det kommer till betalningsviljan är snittet för svenskar överlag att spendera 180 kronor per månad. Även här ser vi tendensen att yngre är mer benägna att streama, vilket visas i deras betalningsvilja som ligger på 196 kronor mot de äldres 169 kr per månad.

Många tycker, som vi berättat tidigare, att gratis är gott. Vi ser att 40% av svenskarna enbart använder gratistjänster såsom SVT play och TV4 play vilket drar ner snittet på den månatliga betalningsviljan. Tittar vi enbart på de som faktiskt är villiga att betala något för sina tjänster ligger snittet på 302 kronor per månad för svenskarna.

ÄR PEAKEN NÅDD?

Fler och fler tjänster och stor mängd tittande, men har kanske marknaden nått sin peak? För på frågan om hur mycket pengar panelen planerar att spendera närmsta året tror 59% att de kommer spendera samma mängd och 21% tror de kommer dra ner på utgifterna. Endast 7% kommer spendera mer.

tv.nu