Pressmeddelande 1 april 2014

Tv-reklam? Nä, då facebookar vi istället!
− det visar nordens största undersökning om våra medievanor

**Hur många ser på tv-reklam? Egentligen.**

**När reklamavbrotten startar ägnar sig åtta av tio åt sin smartphone istället.**

**Det visar en ny, stor undersökning av våra medievanor som Buzzador gjort.**

Buzzador har frågat över 47 000 personer i Sverige, Norge, Finland och Danmark om deras medievanor i dag, och hur de tror att det kommer att se ut i framtiden.

Den tydligaste trenden i årets undersökning är att smartphonen nu blivit de flestas viktigaste mediekanal och har gått förbi såväl laptopen som tv:n som vår största och käraste pryl.

* Mycket är förstås en generationsfråga. Men stoppa en smartphone i handen på en 55-åring och han eller hon blir som en tonåring, säger Pär Thunström, vd för Buzzador.

En annan trend är multi-screen – det vill säga att man använder flera enheter samtidigt.

40 procent av de tillfrågade uppger att de alltid, eller ofta, använder datorn, mobilen eller annat samtidigt som de ser på tv.

* Den siffran fördubblas nästan under reklampauser, säger Pär Thunström.

**Några trender från BuzzadorINDEX 2014:
Smartphone är störst**. 92 procent av svenskarna äger en smartphone, vilket betyder att den är populärare än både tv:n och datorn. Åtta av tio smartphoneägare av säger att de har smartphonen på sig eller inom räckhåll mer än 12 timmar om dygnet − och fyra av tio har det dygnet runt.

**Papperstidningen döende.** Bara tre av tio svenskar uppger att de idag prenumererar på en dagstidning − och merparten av dem är mellan 45 och 65 år. I åldersgruppen 16 – 34 år är det endast 15 procent som har en dagstidning. Dessutom tror nästan en tredjedel av alla svenskar som prenumererar på papperstidningar i dag att de kommer sluta inom fem år. Danmark är ännu extremare. 69 procent prenumererar inte på papperstidningar över huvudtaget − och av de som gör det tror över hälften att de kommer sluta inom fem år.

**Multi-screen är ett faktum.** 40 procent av svenskarna uppger att de använder mobilen eller datorn till främst sociala medier samtidigt som de tittar på tv. Under reklamen stiger den siffran till 76 procent, och hela 86 procent bland unga.

**Rekommendation istället för reklam.** Om man ska köpa något litar svenskarna allra mest på rekommendationen av en vän, 83 procent. På andra plats kommer varumärkets egen webbsida, 67 procent, och tidningsartiklar på tredje plats, 65 procent.

**Sociala medier har gått om tv.** 76 procent av svenskarna uppger att de är inne på sociala medier varje dag. Det kan jämföras med 56 procent för vanlig tv och video-on-demand, där bara 12 procent uppger att de tittar varje dag**.** Men under 2014 tror 38 procent av svenskarna att de kommer att se mer video-on-demand som t.ex. Netflix. Facebook är det populäraste sociala nätverket i Sverige.

**För ytterligare information, eller få att ta del av hela undersökningen, kontakta
Pär Thunström, vd, på telefon + 46 (0)8-121 492 01**

BuzzadorINDEX är en webbundersökning som genomfördes mellan 15 januari och 15 februari 2014 och baseras på svar från 47 400 nordiska konsumenter från Buzzadorpanelen. De svarande är ett representativt urval ur Buzzadorpanelen. ***Läs mer på www.buzzador.com***

**Om Buzzador:**Buzzador grundades 2005 och arbetar med förtjänad media i Norden.

Affärsidén bygger på den starkaste kraften att påverka, en väns rekommendation. Visionen är att knyta konsumentvaruföretagen närmare sina konsumenter genom att skapa en direktdialog och kunna lyssna på vad de tycker om deras produkter och tjänster i realtid. Budskapen sprids både off-line via word of mouth och on-line t.ex. via facebook, bloggar, twitter och Instagram. Buzzador växer i takt med att allt fler företag flyttar sina medieinvesteringar från traditionell media till nya mediekanaler.

Buzzador finns idag i samtliga nordiska länder. Bland kunderna finns bland andra Procter & Gamble, Nestlé, Unilever, Reckitt-Benckiser, Mondelez, Kellogg’s, Santa Maria m.fl. Produktportföljen består idag av flera produkter som BuzzadorBUZZ, BuzzadorBASIC, BuzzadorBLOG, BuzzadorDEALS, BuzzadorINSIGHT och BuzzadorBRAND ADVOCATES och BuzzadorREVIEWS.