
29.05.2017

Produktplassering

En telefonundersøkelse utført av Sentio Research
for Medietilsynet

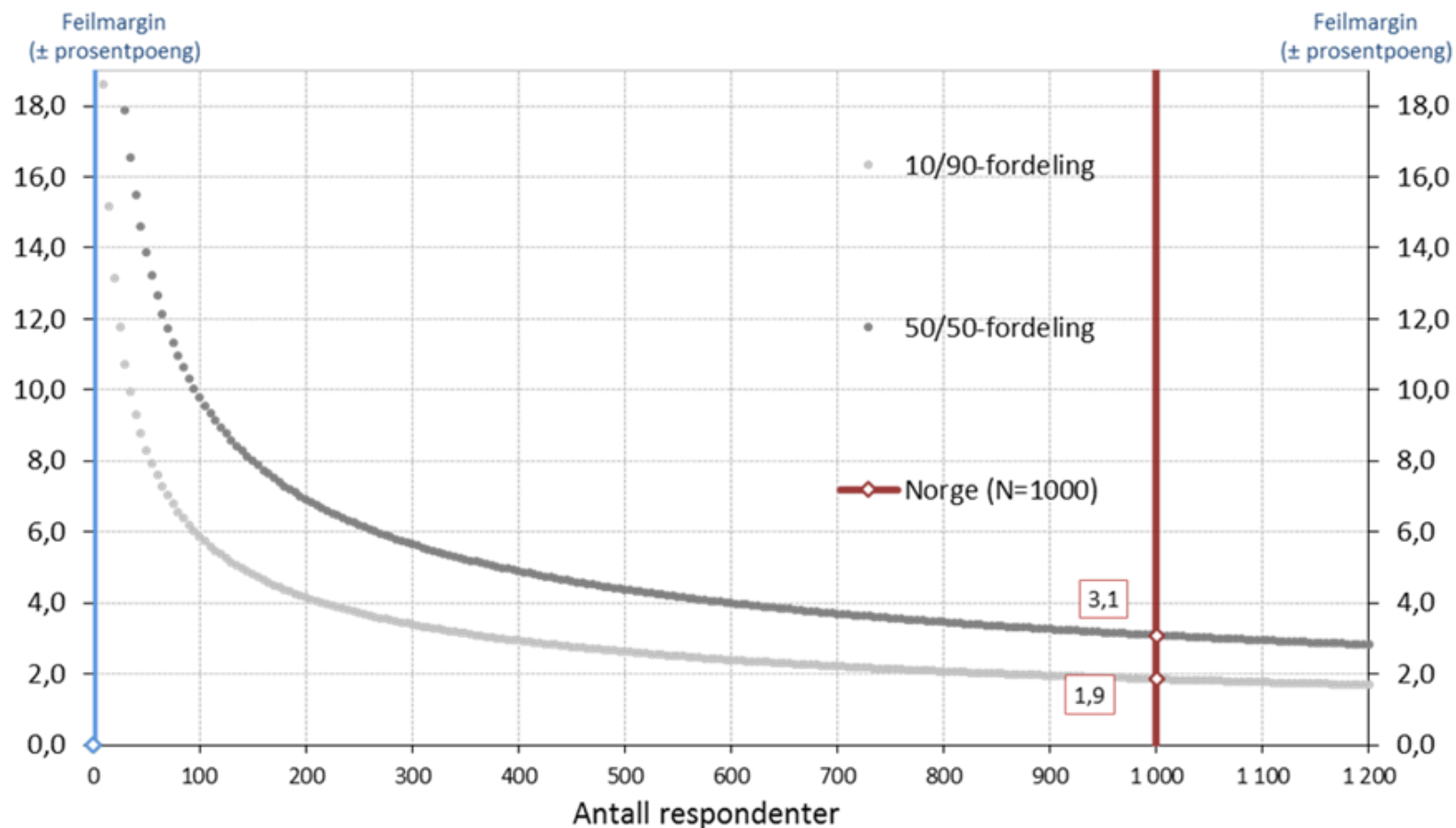
Innledning og metode

Undersøkelsen er gjennomført over telefon og består av et utvalg på 1000 personer over 15 år fra hele Norge. Utvalget er vektet slik at det er representativt for populasjonen med tanke på kjønn, alder og region. Intervjuene ble gjennomført i mai 2017.

Det er signifikanstestet om resultatene for hver undergruppe er signifikant forskjellig fra motsatsen, for eksempel om menn svarer annerledes enn kvinner, eller om de under 30 år skiller seg fra de som er eldre. Signifikante forskjeller markeres med pil og fargekode. Dersom en forskjell er statistisk signifikant, kan vi med 95 prosent sikkerhet hevde at den er reell i populasjonen, og ikke skyldes tilfeldigheter i utvalget.

I enhver utvalgsundersøkelse må man operere med feilmarginer for fordelinger (prosentuering). Størrelsen på feilmarginen avhenger av utvalgetes størrelse, og av resultatet i utvalget. Jo mer prosenten som har en bestemt egenskap, nærmer seg 50, dvs. jo mer heterogent utvalget er, desto større feilmargin må vi regne med. I denne undersøkelsen med et utvalg på 1000, vil feilmarginene variere fra 1,9 prosentpoeng ved en 10/90-fordeling til 3,1 prosentpoeng ved en 50/50-fordeling. Figuren på neste side viser hvordan feilmarginene utvikler seg ved ulike utvalgsstørrelser og fordelinger.

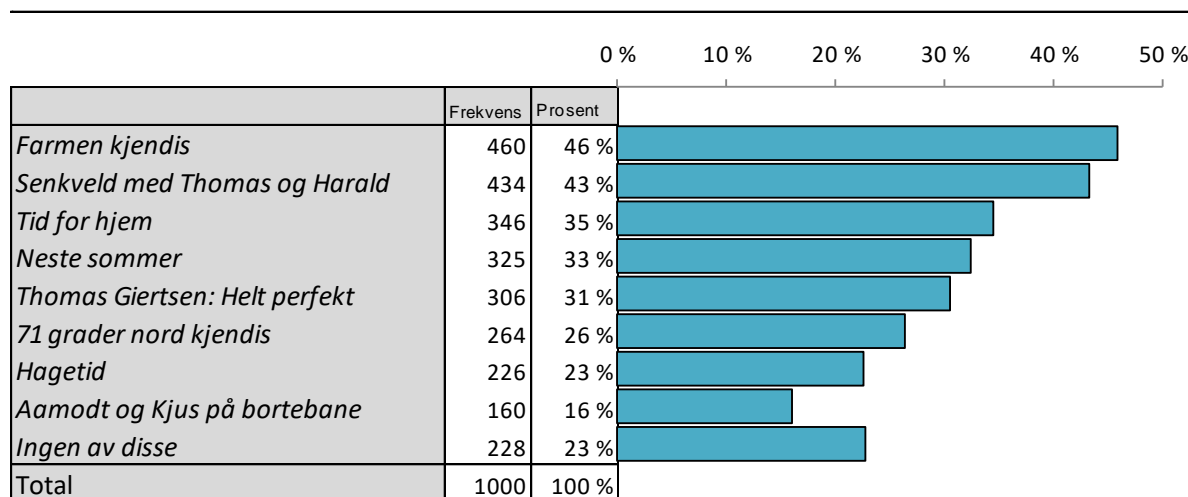
Feilmarginer



- Spørsmål 1:

Har du sett ett eller flere av følgende TV-program vist på TV 2 eller TVNorge denne våren?

Merk: Flere svar mulig.

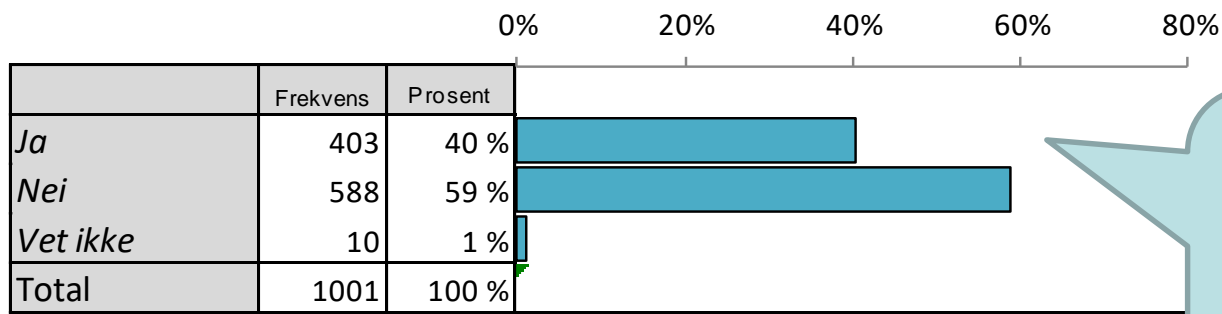


Programmet flest har sett, er *Farmen kjendis*, tett etterfulgt av *Senkveld*. Disse programmene er sett av de fleste grupper. *Tid for hjem* er mest sett av kvinner og eldre, mens *Neste sommer* er mye sett på Østlandet, og *Helt perfekt* er godt likt blant de yngste. De eldste ser mest på *Hagetid*, og menn ser mest *Aamodt og Kjus*.

Det er en gjennomgående trend at de som har lagt merke til P'en i visningen av TV-program, også oppgir å ha sett de nevnte programmene i større grad enn de som *ikke* har bitt seg merke i P'en.

- **Spørsmål 2:**

Har du lagt merke til at bokstaven P sammen med en kort tekst av og til dukker opp i skjermbildet mens TV-programmer vises?

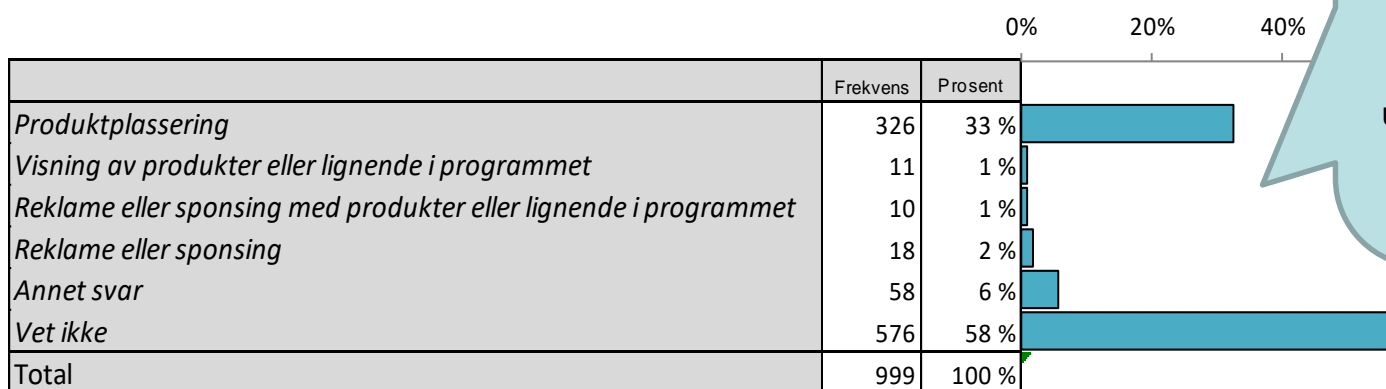


Fire av ti har lagt merke til bokstaven P under visningen av TV-programmer. De yngre har lagt merke til dette i betydelig større grad enn de eldre. I fjor svarte en noe høyere andel (44 prosent) at de hadde lagt merke til P'en.

- Spørsmål 3:

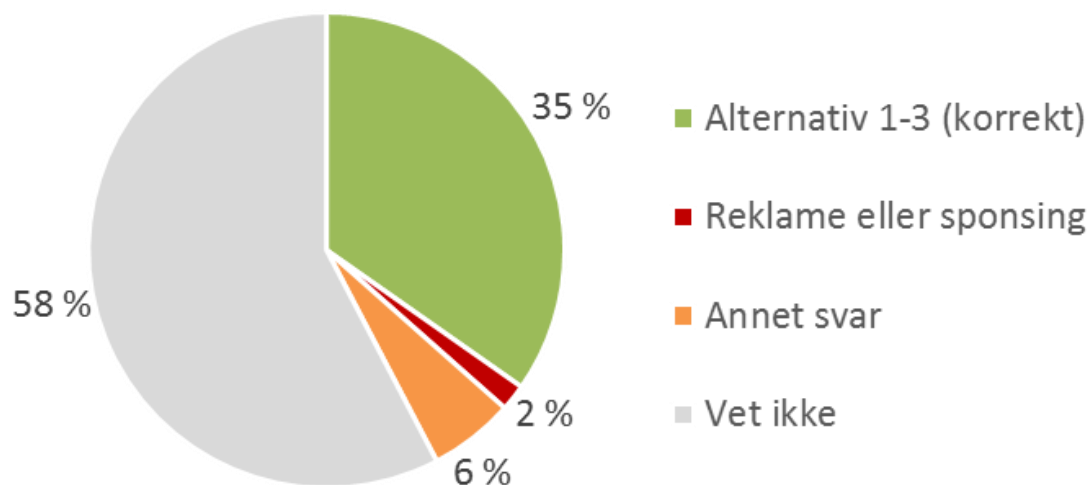
Kan du angi hva det betyr at bokstaven P sammen med en kort tekst av og til dukker opp i skjermbildet mens et TV-program vises?

Én av tre mener P-en står for *Produktplassering*. Dette gjelder i større grad menn enn kvinner, og i større grad yngre enn eldre. Andelen som vet P'en står for *Produktplassering*, er betydelig høyere blant de som har lagt merke til P'en under visning av TV-program (68 prosent) enn blant øvrige (9 prosent).



- Spørsmål 3:

Kan du angi hva det betyr at bokstaven P sammen med en kort tekst av og til dukker opp i skjermbildet mens et TV-program vises?



Til sammen 35 prosent vet helt korrekt at P-en står for en av de tre første alternativene: *Produktplassering, Visning av produkter eller lignende i programmet, eller Reklame eller sponsing med produkter eller lignende i programmet*. Personer under 46 år svarer i størst grad et av disse alternativene.

73 prosent av de som har lagt merke til P'en, svarer korrekt, mot kun ni prosent av øvrige.

Ved tilsvarende undersøkelse i fjor, oppga en litt lavere andel (32 prosent) korrekt alternativ. Og blant de som hadde sett P'en under visning av TV-program, var også andelen lavere (63 prosent).