

KANTAR

Lesing av aviser 2021:

Hele 83% leser minst én nett- eller papiravis daglig

Knut-Arne Futsæter

@futsaeter

02.03.21

Forbruker & Media

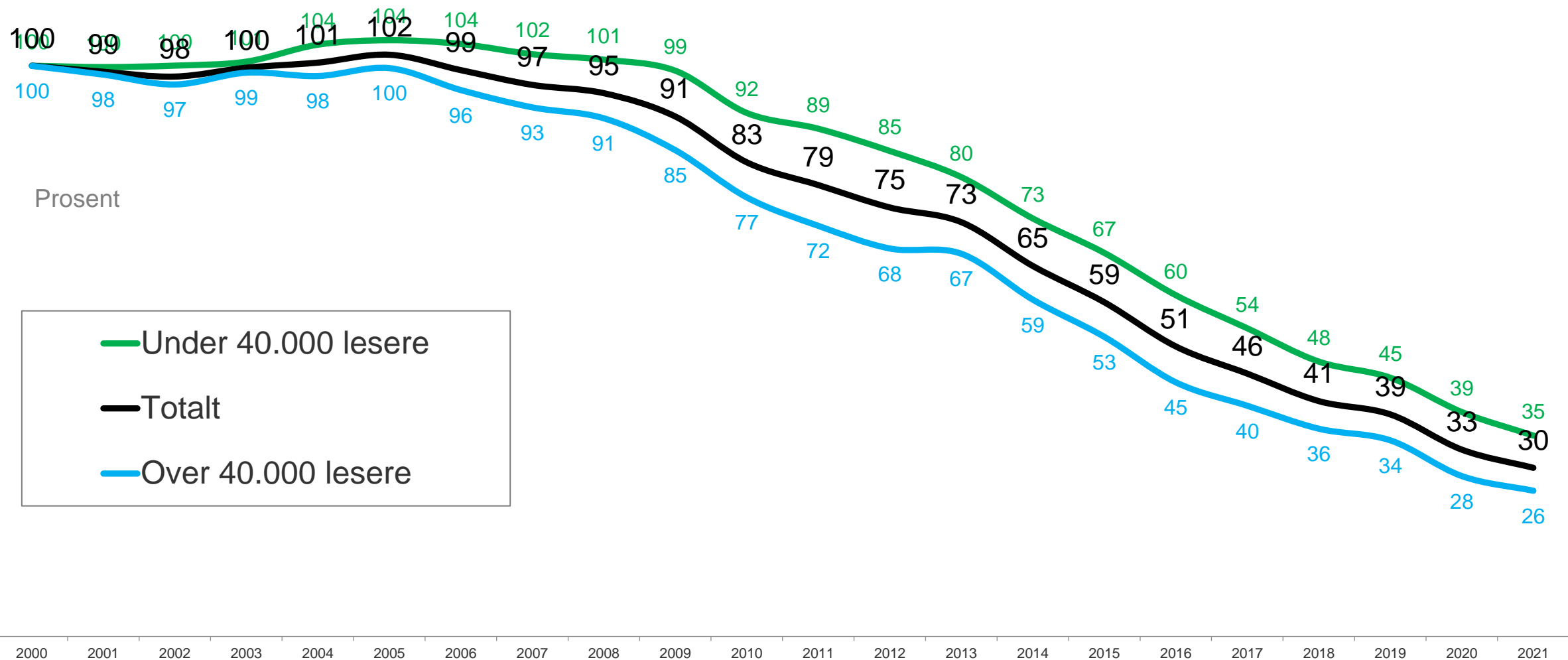
- Forbruker & Media (F&M) er den eneste multimedieundersøkelsen i Norge. Den inneholder blant annet dekningstall for norske aviser, radiostasjoner, TV-kanaler, strømmetjenester, internett, digitalt medieinnhold, magasiner, fagblader, direkte reklame og kino.
- F&M gir mulighet til å sammenligne medier med hverandre, og å relatere mediedata direkte til folks forbruk, interesser og holdninger. Den er dermed det viktigste arbeidsredskapet for reklamebyrå, kommunikasjonsbyrå, mediebyrå, annonsører og medier når markeder og målgrupper beskrives, og medier velges for reklamekampanjer.
- Totalt er 33.201 personer 12 år eller eldre blitt intervjuet i perioden 04.01.21 – 12.12.21 (2021, 22/1).
- Tallene for denne rapporteringen (2021, 22/1) er sammenlignet med forrige periode 01.01.20 – 13.12.20 (2020, 21/1).
- 1% av befolkningen tilsvarende 46.652 personer 12 år eller eldre.
- Alle lesertallene gjelder for alle avisenes utgaver. Tallene for f.eks. VG og Aftenposten, som utgis syv dager i uka, er altså mandag-søndag.
- Informasjon om metode finnes [her](#).
- Det har ikke vært metodiske endringer for måling av papiraviser de siste årene, men det har vært endringer for de digitale målingene (se også på MBLs nettsider [Q&A for medieindeksen.](#))



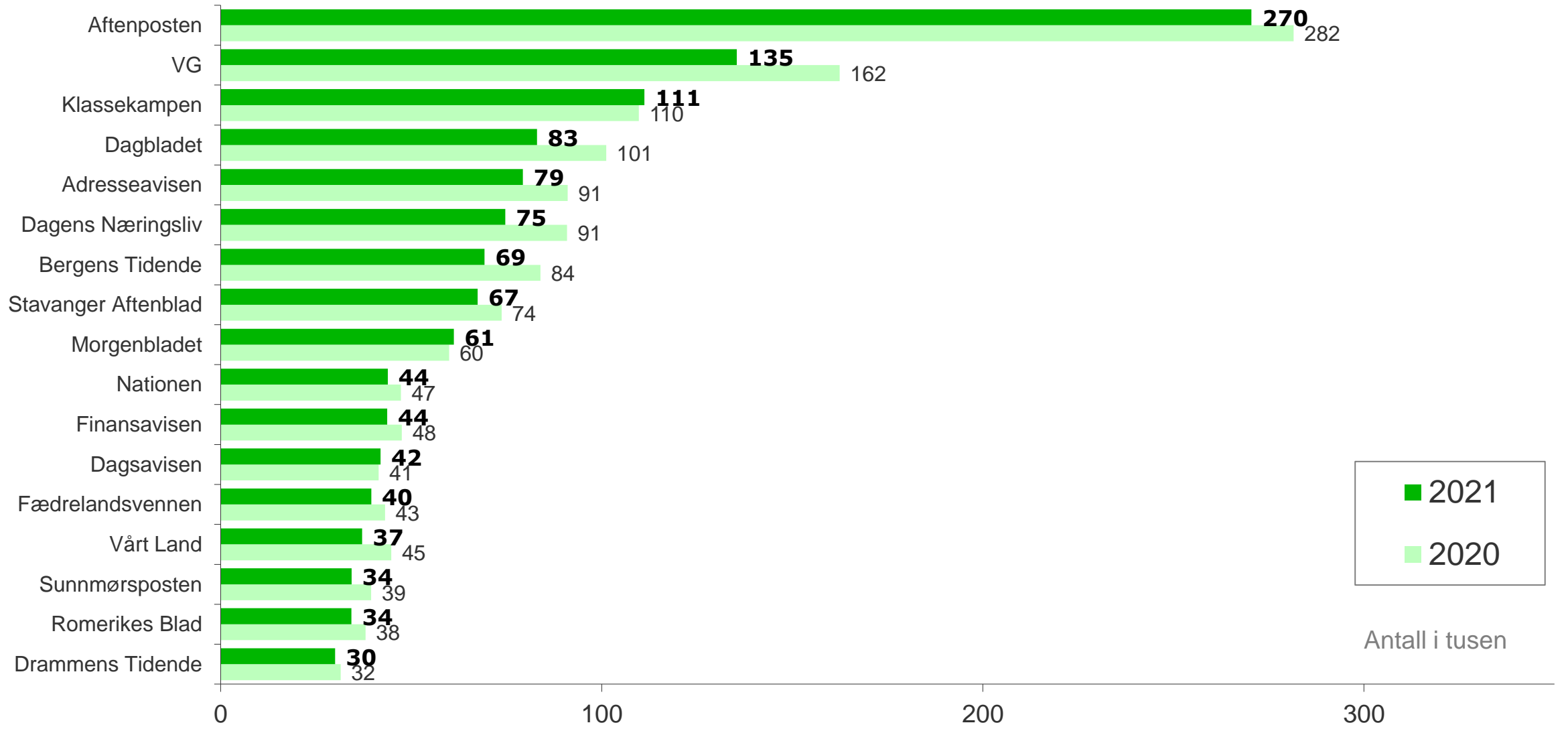
Stadig flere leser digitale nettaviser, og fortsatt sterk tilbakegang for papiravisene

- 32% leser minst en papiravis en gjennomsnittlig dag (mandag-søndag), og 33% på hverdager.
- 77 av de 150 målte avistitlene har fått færre lesere. Samlet sett er det en tilbakegang på hele 9,9% fra 2020 til 2021.
- De 134 lokal- og regionsavisene, som har under 50.000 lesere, har samlet sett en tilbakegang på 11,5%.
- De ni nisjeavisene går tilbake med 7,0%. Dette er en svakere tilbakegang enn ved sist rapportering.
- Hele 83% leser minst én avis digitalt eller på papir daglig. 74% leser digitale aviser daglig, 32% papiraviser, og 5% eAviser.

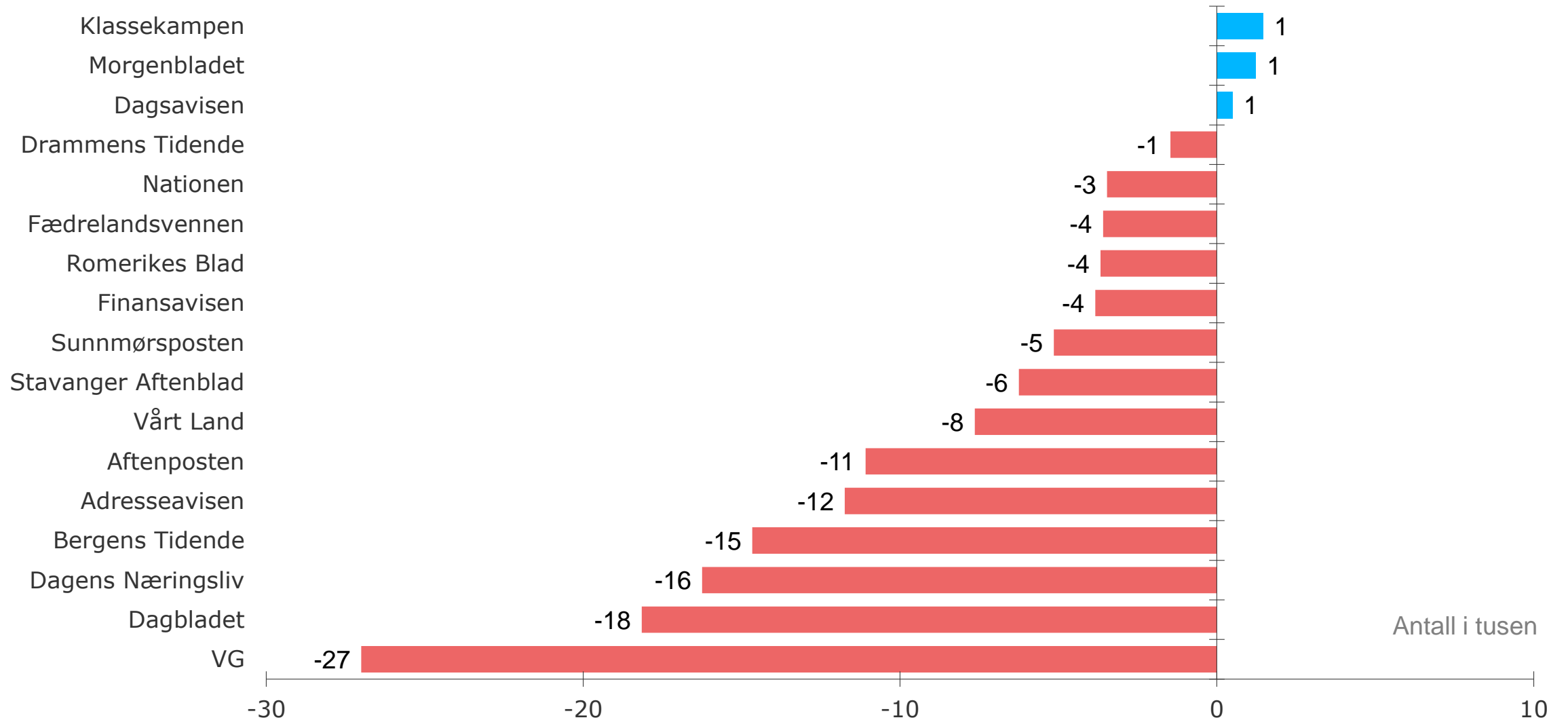
Indekserte endringer for papiraviser i forhold til år 2000 (brutto): Konsumet av papiraviser er på 30% i forhold til år 2000



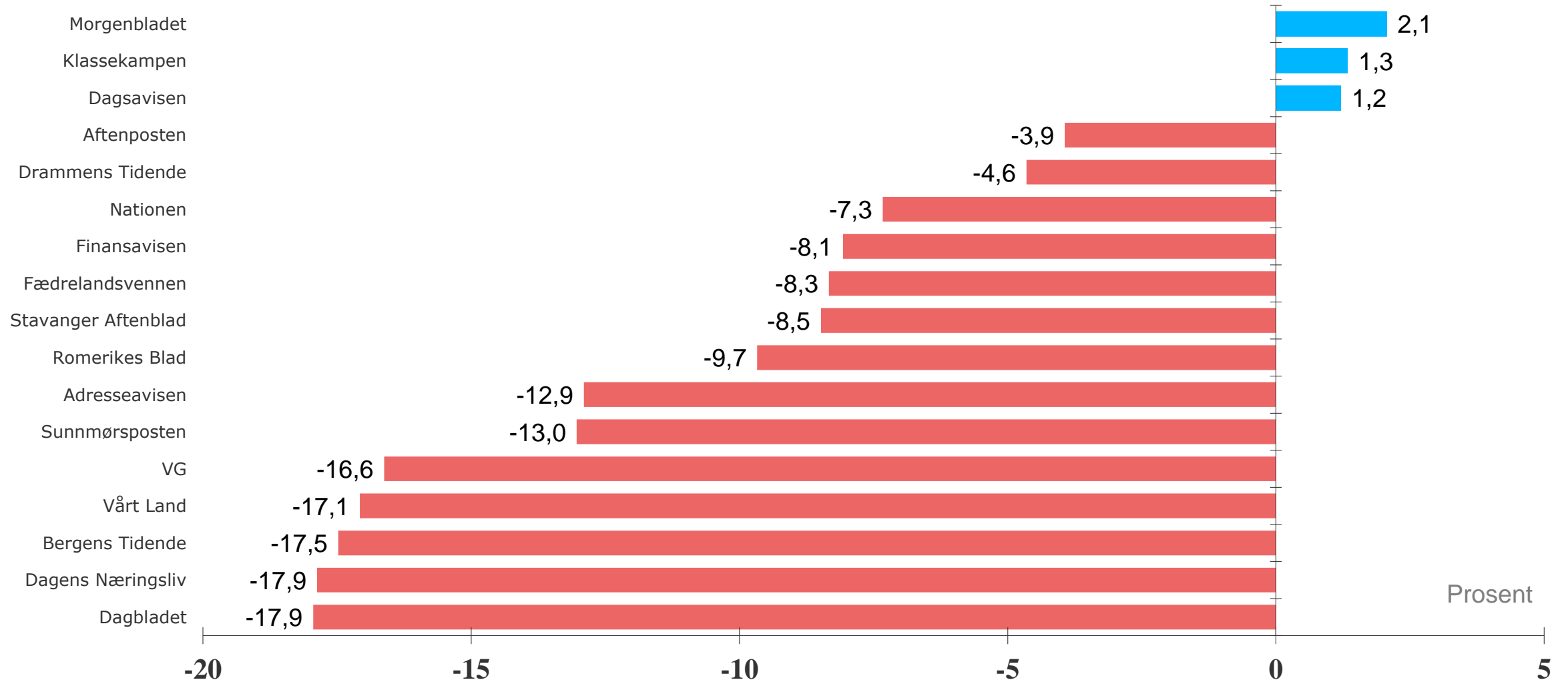
Norges største papiraviser



Endringer i tusen for papiraviser fra 2020 til 2021: Noen nisjeaviser vokser



Endringer i prosent for papiraviser 2020 til 2021: De største avisene taper flest lesere



Innføring av ny metode for måling av eAviser fra 2021

- Det er store metodiske forskjeller mellom den gamle og nye metoden for måling av eAvis, slik at man ikke kan sammenligne tallene for 2021 med tidligere rapporterte eAvis tall.

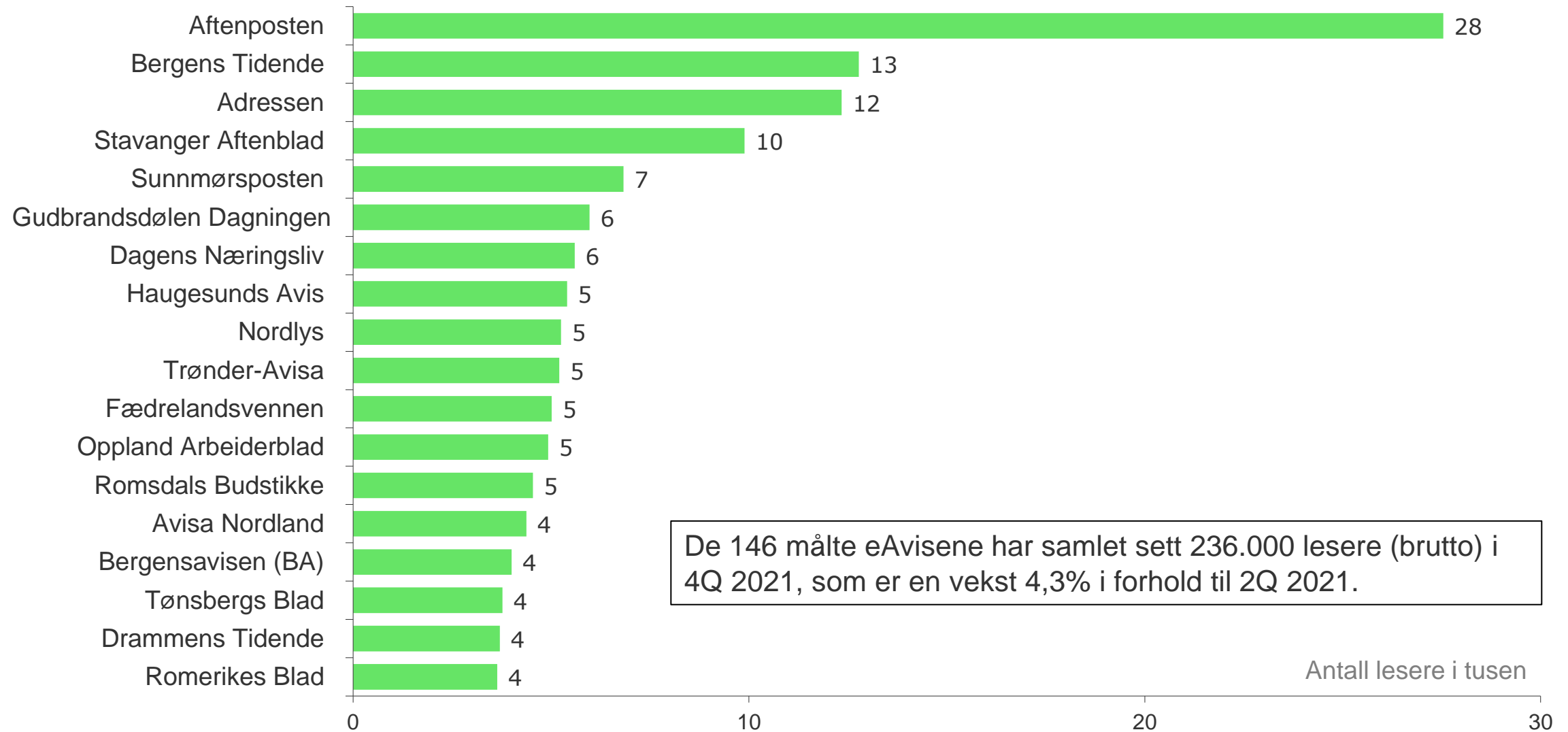
Tidligere metode

- Kantar benyttet tidligere trafikkdata fra Comscore som kalibreringsgrunnlag for å kalkulere antall brukere. Antall brukere ble definert ut ifra hvor mange brukere som hadde åpnet en definert nettside eller som hadde åpnet en App i løpet av en gjennomsnittlig dag. eAvis tallene ga altså ikke hvor mange brukere som har åpnet en gjennomsnittlig utgave av en eAvis, men *antall gjennomsnittlig daglig brukere av en eAvis app og tilsvarende nettside*.

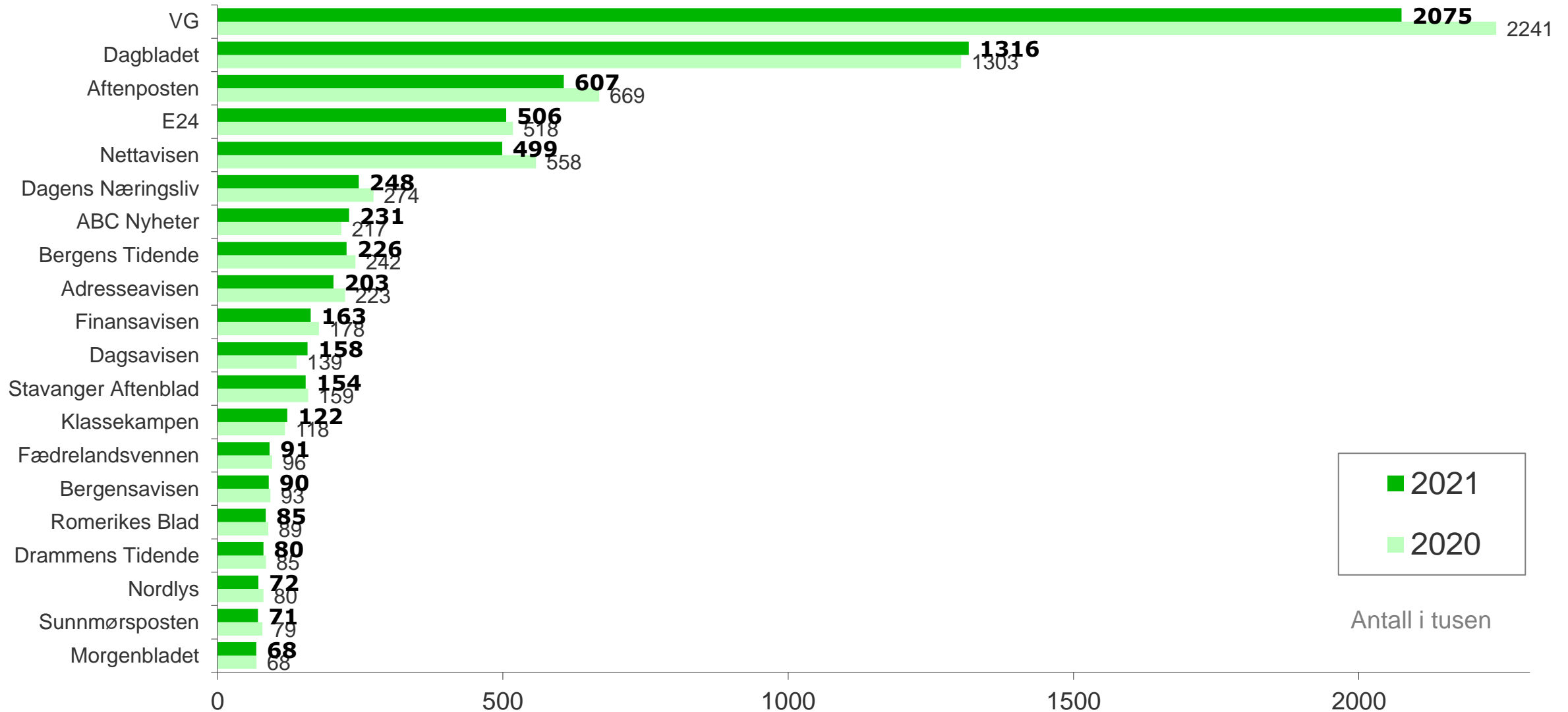
Ny metode

- Fra 2021 benyttes MBL-script fra Linkpulse for å identifisere antall brukere, og tellemetodikken for eAvis er forskjellig fra tidligere år.
- En bruker telles via MBL-scriptet bare når brukeren aksesserer det faktiske eAvis innholdet, enten i eAvis-appen eller på nettsiden. Linkpulse benytter 1ste-partsmåling (pr domene) i motsetning til tidligere hvor man benyttet 3dje-partsmålinger på tvers av domener. Visiolink, som er leverandør av eAvis-løsninger for mange av MBLs medlemmer, målte i Q1 kun trafikk fra brukere som har gitt aktivt samtykke på nettsider og apper.
- eAvis-nettsider rapporteres av Visiolink for alle brukere fra Q2. eAvis rapporteres fra Q1 2021 separat og inngår ikke i tallene for mobil, PC/Mac og nettbrett. eAvis inngår i "digital total" og totaltall for mediehus inkl. papirutgaver og i gjeldende samkjøringer.
- For å bli rapportert i Forbruker & Media (F&M) og Kantar Online (GPC), må eAvisen bli målt i F&M og være tagget riktig i Linkpulse. I 2021 (22/1) blir det rapportert 146 eAviser.

Norges største eAviser 2021: 5% leser minst én eAvis daglig

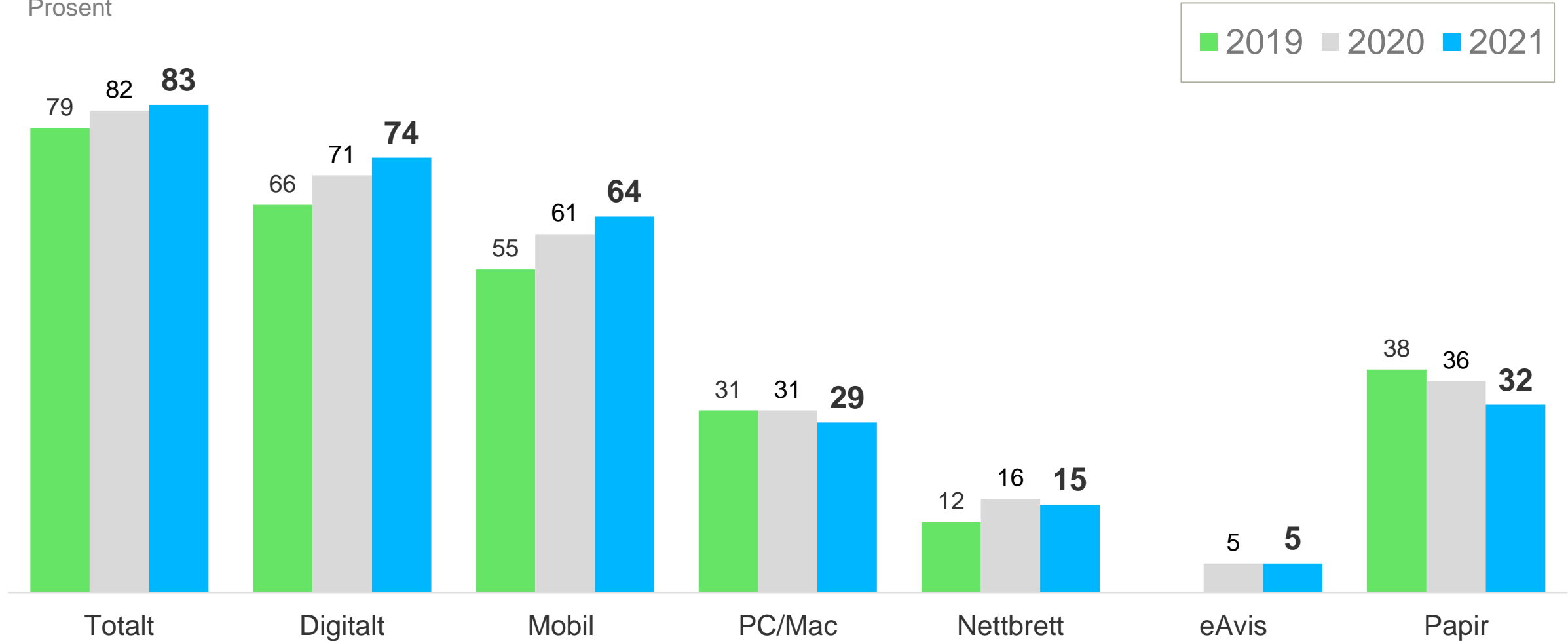


Norges største aviser totalt (nett og papir)

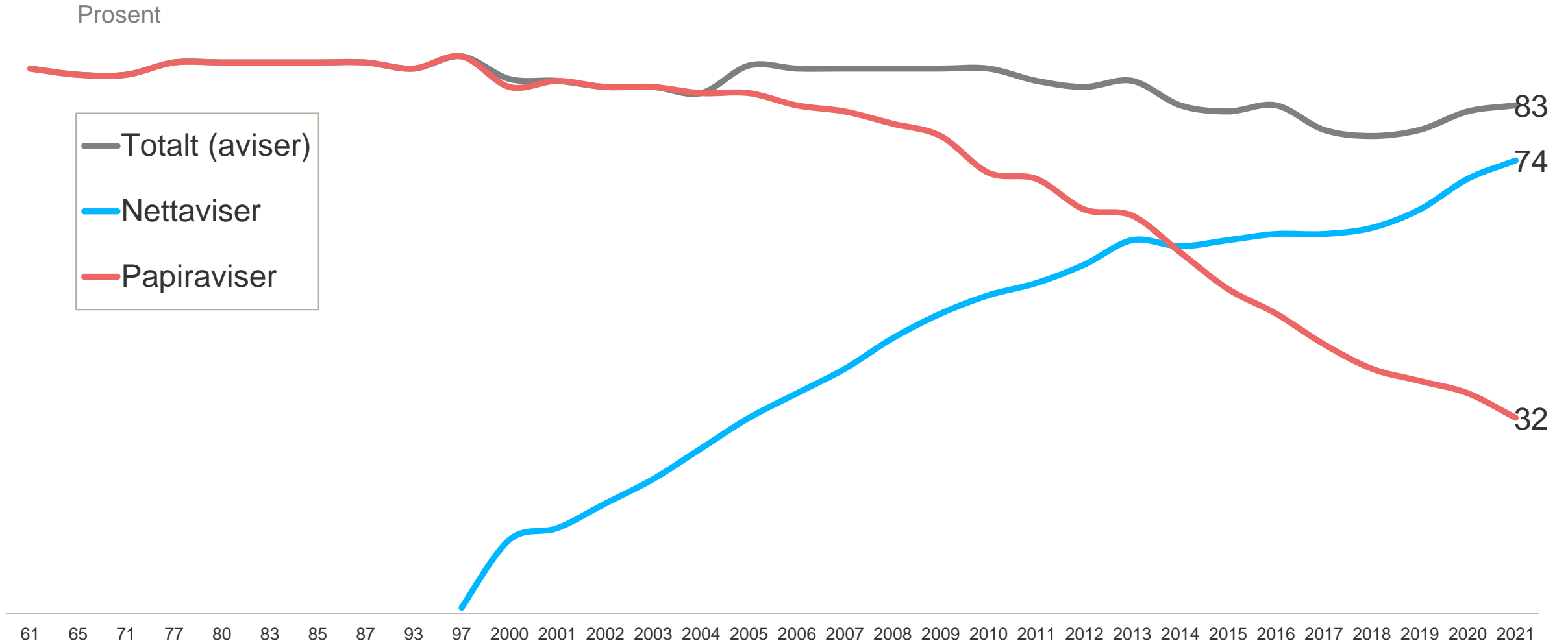


Daglig dekning for norske aviser

Prosent

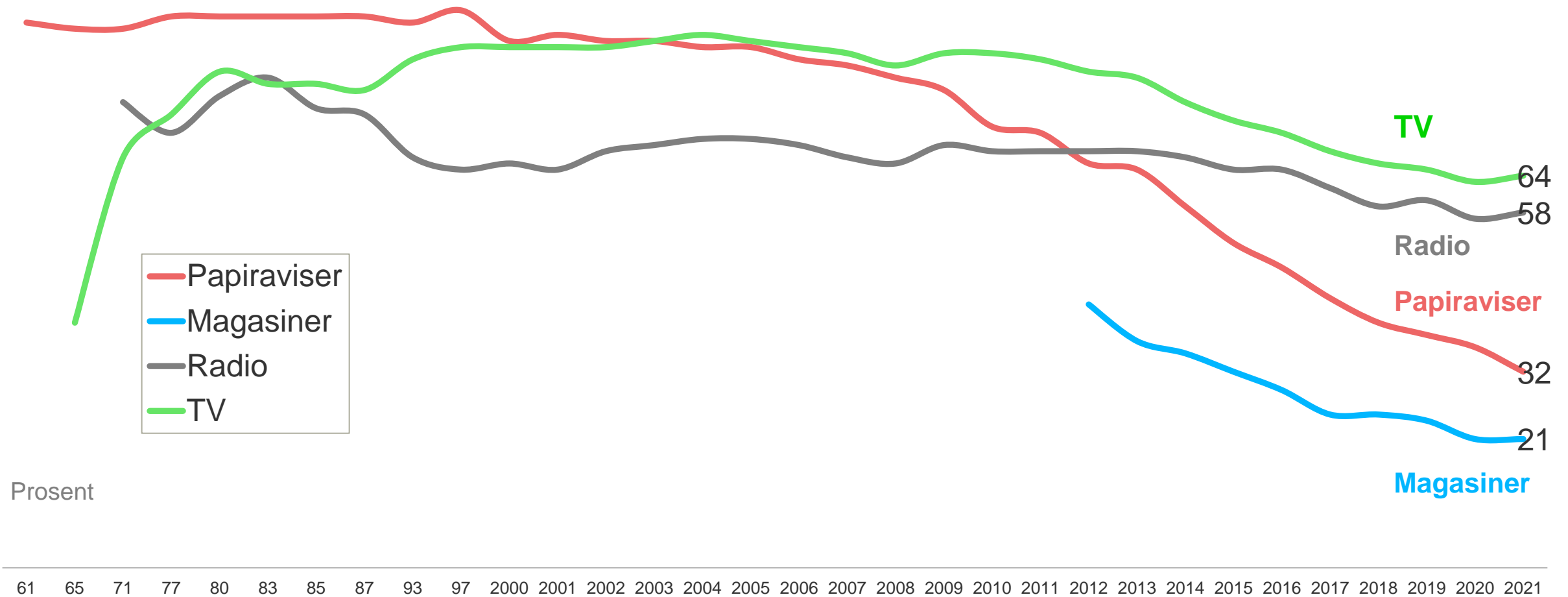


Daglig dekning for aviser 2010 – 2021



Redusert daglig dekning for de tradisjonelle mediene

Medieutviklingen 1960 – 2021. Daglig dekning.



Forholdet mellom *opplag* og *faktisk lesing av papiraviser*

Det finnes ikke noen direkte og absolutt sammenheng mellom opplag (trykte og godkjente eksemplar) og faktisk lesing (målt gjennom spørreundersøkelser). Generelt kan man si følgende:

- Abonnementsaviser har færre lesere per eksemplar enn løssalgaviser og jobbrelaterte aviser som DN og Finansavisen.
- Gratis flydistribusjon, fulldistribusjon i enkelte kommuner på enkelt dager vil medføre at forholdet mellom lesing og opplag ikke alltid er konstant.
- Aviser som jobber med å holde opplaget oppe gjennomfører ofte markeditiltak som gir flere lesere, men ikke nødvendigvis tellende opplag.
- Gratisaviser har desidert færrest lesere per eksemplar, da de som mottar en avis gratis ikke vil lese avisen like ofte og grundig som de som betaler for den selv.
- Nr.2 aviser har nesten alltid relativt sett høyere antall lesere per eksemplar enn nr.1 aviser. Mange leser nr.2 avisen gratis på jobb eller hos naboen.
- Endring av format og antall legg i en avis kan øke tilgjengeligheten og muligheten for at flere kan lese samme eksemplar.
- I noen tilfeller kan opplagsendringene være større enn endringene i lesertallene. F.eks. kan mange av de som slutter å abonnere/kjøre avisen, likevel lese den ved å låne avisen. Dvs. at det på kort sikt kan være et etterslep i antall lesere per eksemplar ved endringer.
- I andre tilfeller kan lesertallet relativt sett (i prosent) falle mer enn opplaget ved at for eksempel færre personer i en husstand eller bedrift leser avisen selv om den er tilgjengelig.
- Abonnementsaviser leverer kombinasjonsløsninger hvor husstander får levert alle papirutgaver i tillegg til at de har full digital tilgang. Økt digital lesning innebærer også at lojalitet til lesning av papirutgaven endres, det vil si at man leser færre papirutgaver enn det man har tilgang til.

Feilmarginer

Matrisen viser at feilmarginene øker jo mindre utvalget er (antall obs.), og jo nærmere prosentresultat er 50%. Denne oversikten over feilmarginer angir et intervall for prosentresultatet som med 95% sannsynlighet inneholder det sanne resultat. F.eks. vil dekingen (den sanne verdi) for et medium som viser 20% med ca. 30.000 intervju, ligge mellom 19,6% og 20,4%. Feilmarginen er her altså +/- 0,4%, som tilsvarer +/- 15.000 personer. Lokalaviser, som har betydelig lavere antall intervju – ofte rundt 1.000, har relativt sett langt høyere feilmarginer.

Antall intervju

	1/99%	3/97%	5/95%	10/90%	20/80%	30/70%	40/60%	50/50 %
100	2,0	3,3	4,3	5,9	7,9	9,0	9,6	9,8
200	1,2	2,4	3,0	4,2	5,5	6,4	6,8	6,9
400	1,0	1,7	2,2	3,0	3,9	4,5	4,8	4,9
800	0,6	1,2	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1000	0,6	1,1	1,4	1,9	2,5	2,8	3,0	3,1
1200	0,6	1,0	1,2	1,7	2,3	2,6	2,8	2,9
2500	0,4	0,6	0,9	1,2	1,6	1,8	1,9	2,0
3000	0,4	0,6	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
10000	0,2	0,3	0,4	0,6	0,8	0,9	1,0	1,0
30000	0,1	0,1	0,2	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5