

KANTAR MEDIA

Lesing av aviser 2023/2024: Færre avislesere

17.09.24

Knut-Arne Futsæter Kantar Media

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 knytte mediedata direkte til folks forbruk, interesser og holdninger. Dermed utgjør den det viktigste arbeidsredskapet for reklamebyråer, kommunikasjonsbyråer, mediebyråer, annonsører og medier når markeder og målgrupper beskrives, og medier velges for reklamekampanjer.
- Det blir målt over 1100 enkelttitler i F&M, fordelt på over 300 mediehus. Basert på dette rapporteres dekningstall for over 1700 titler (skriftlige medier, digitalmedier, mediekombinasjoner og samkjøringer) som er ny rekord. Dette illustrerer den betydelige interessen for å bli målt i F&M og rapportert i [Kantar Online](#). Kantar Media har det siste året også registrert økt bruk av analysesoftwaren [Kantar Online](#).
- Totalt er 35 140 personer som er 12 år eller eldre, blitt intervjuet i perioden 03.07.23 – 30.06.24 (2023/2024, 24/2).
- Tallene for denne rapporteringen 2023/2024 (24/2) er sammenlignet med de fra forrige periode, 04.07.22–02.07.23 (2022/2023, 23/2).
- 1 % av befolkningen tilsvarer 48 412 personer som 12 år eller eldre.
- Alle lesertallene gjelder for alle avisenes utgaver.
- Informasjon om metode finnes på Kantar Medias [nettsider](#). Det har ikke vært metodiske endringer for måling av papiraviser de siste årene, og det har heller ikke vært større endringer for de digitale målingene (se [Q&A for medieindeksen](#)). Det er derfor nå mulig å gjøre direkte sammenligninger for utviklingen over flere år.
- Digitalmålingen baseres på tekniske trafikkmålinger fra Kilkaya. De offisielle daglige dekningstallene for persontall rapporteres fra Kantar Media og bygger på trafikk tall fra Kilkaya. For at alle nettstedene skal kunne bli rapporteres i [Kantar Online](#), må de være målt både i Kilkaya og i F&M.



Sterk tilbakegang for papiravisene

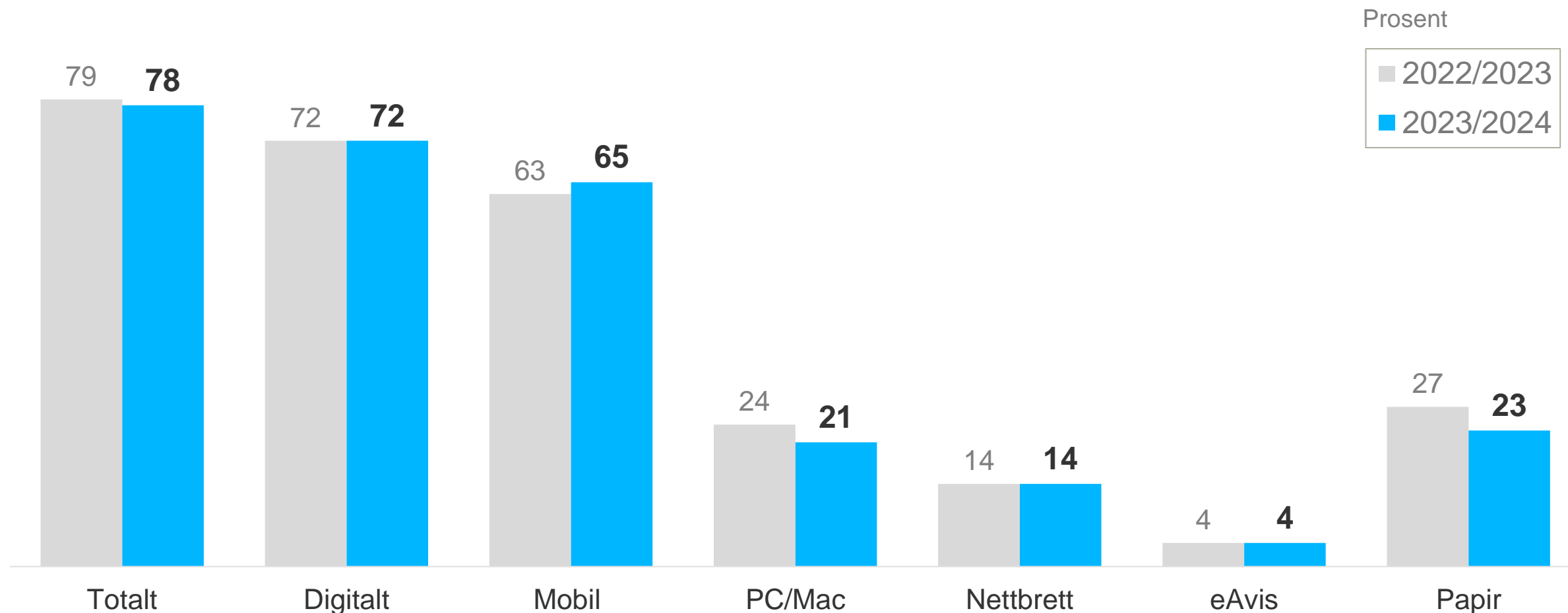
Fortsatt sterk tilbakegang for papiravisene

- De 152 målte papiravisene har en tilbakegang på 12 % i forhold til 2022/2023.
- Stadig færre leser papiraviser daglig, og nå er det 23 % som er daglige lesere.
- Konsumet av papiraviser er 23 % i forhold til år 2000.
- Av de 152 målte avisene har 66 opplevd en nedgang i lesertall, mens bare to aviser har hatt en økning i antallet lesere i 2023/2024.
- De 138 lokal- og regionavisene, som hver har under 30.000 lesere, har samlet sett en tilbakegang på 13 %. Spesielt blant de store lokalavisene har det vært en betydelig reduksjon i antallet papiravislesere.
- Lesing av eAviser holder seg forholdsvis stabilt, med 4 % som leser eAviser daglig. De 155 målte eAvisene har samlet sett 222.000 lesere.

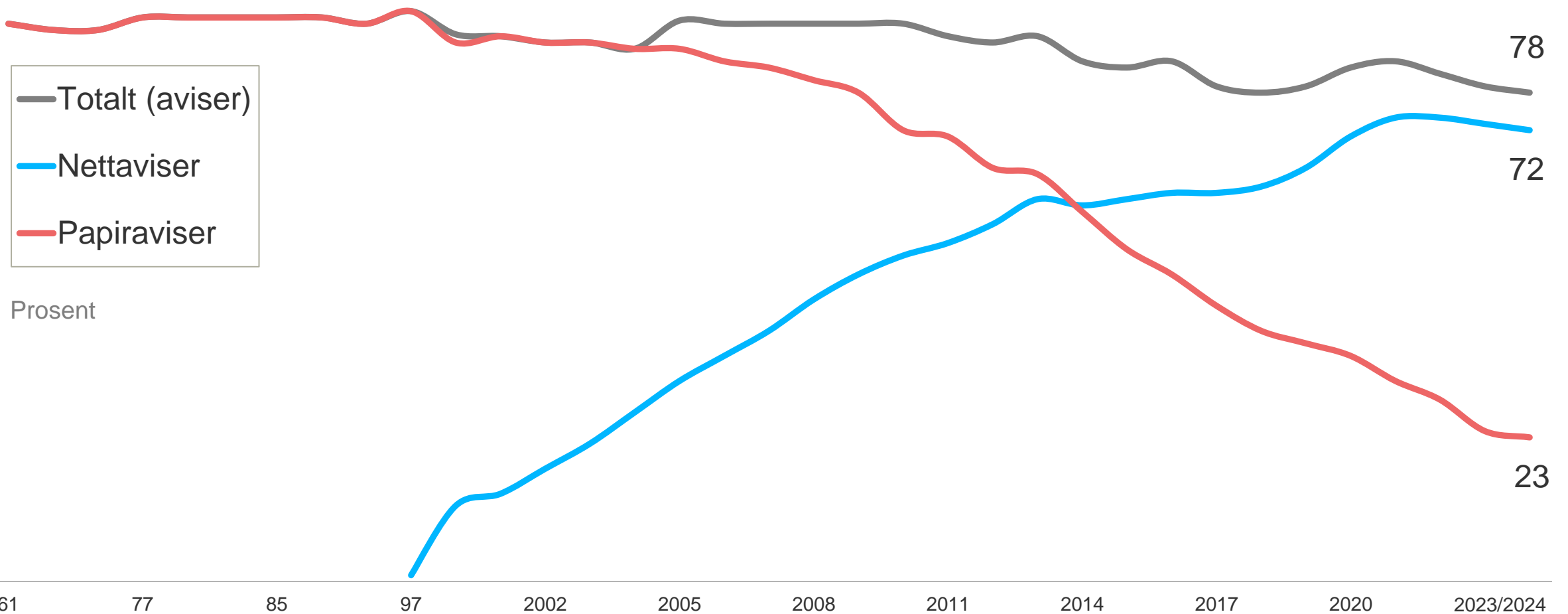
Færre leser aviser på papir og nett

- 78 % leser minst én avis enten digitalt eller på papir daglig i 2023/2024, sammenlignet med 79 % i 2022/2023.
- 72 % leser digitale aviser daglig, 65 % på mobil, 21 % på PC og 14 % på nettbrett.
- Samlet sett er det ganske stabil utvikling for avishusene (se bilde 7 og 8). Flere av de mindre lokalavisene har en betydelig vekst.

Daglig dekning for norske aviser

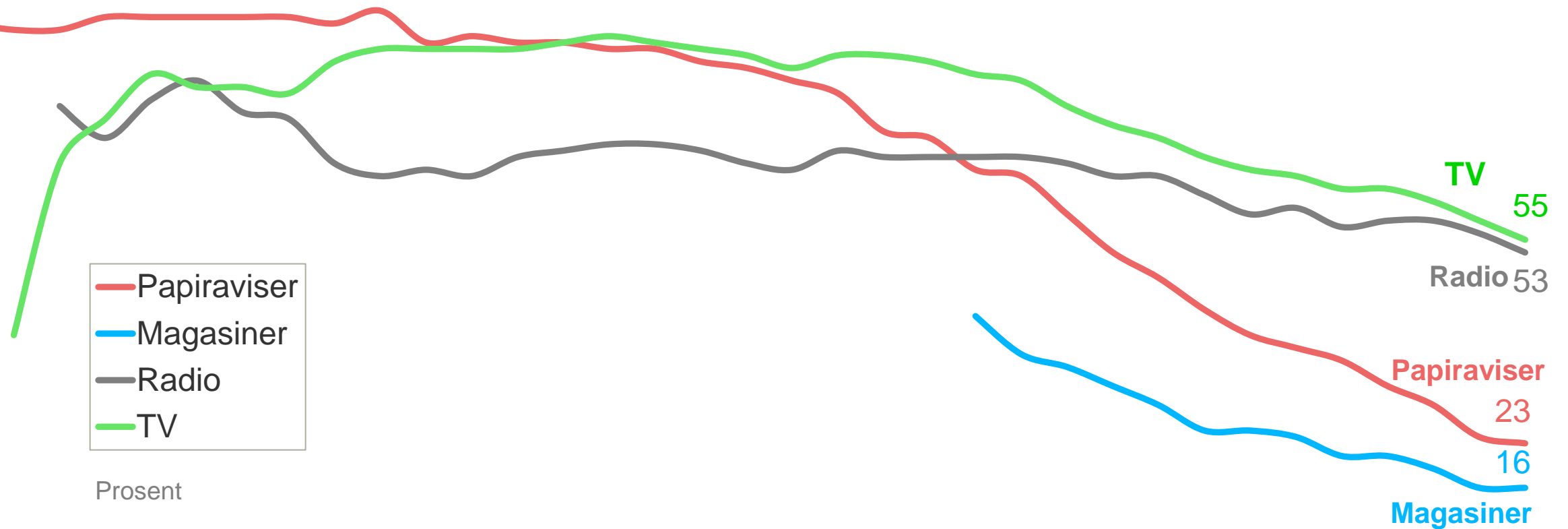


Daglig dekning for aviser 1961 – 2023/2024: Færre leser aviser



Redusert daglig dekning for de tradisjonelle mediene

Medieutviklingen 1961– 2023/2024. Daglig dekning.



Prosent

61

77

85

97

2002

2005

2008

2011

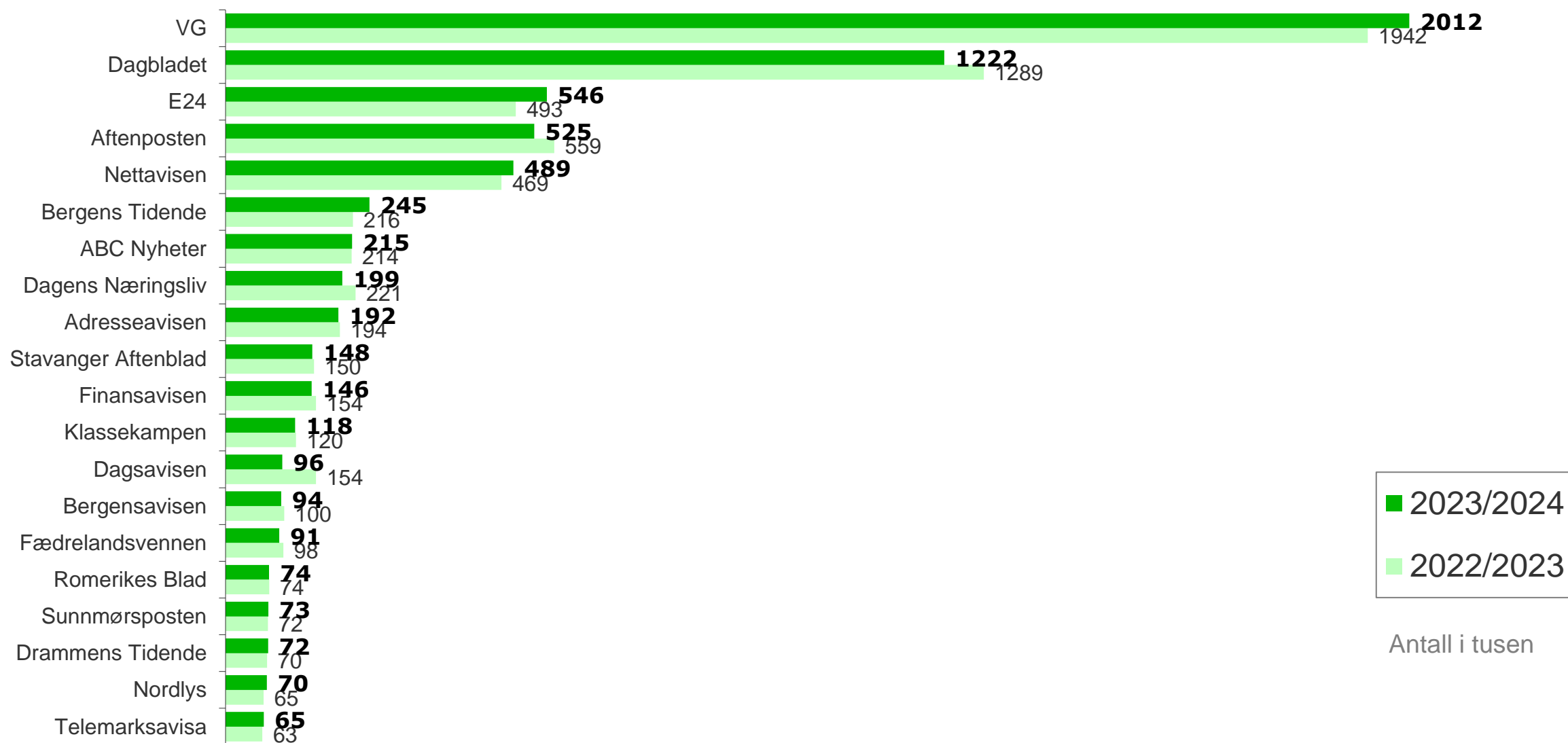
2014

2017

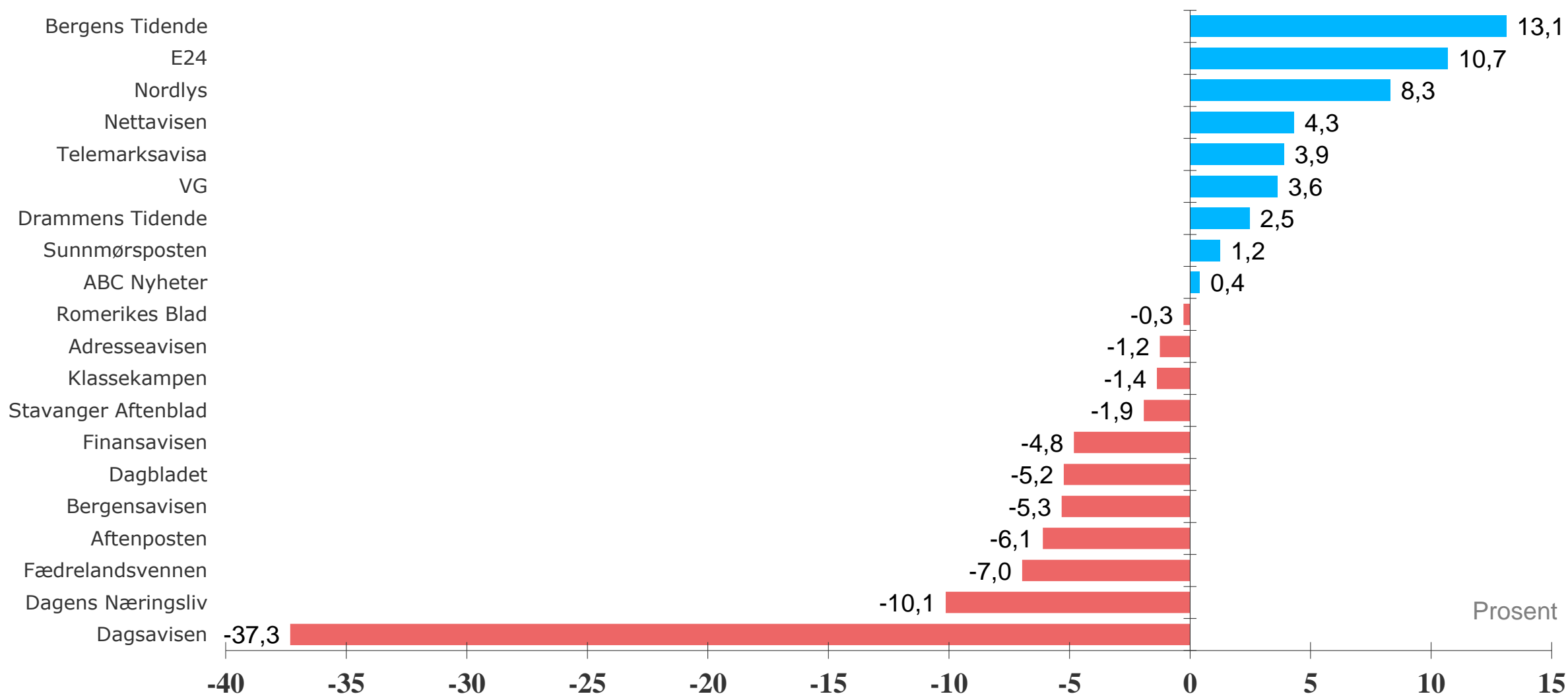
2020

2023/2024

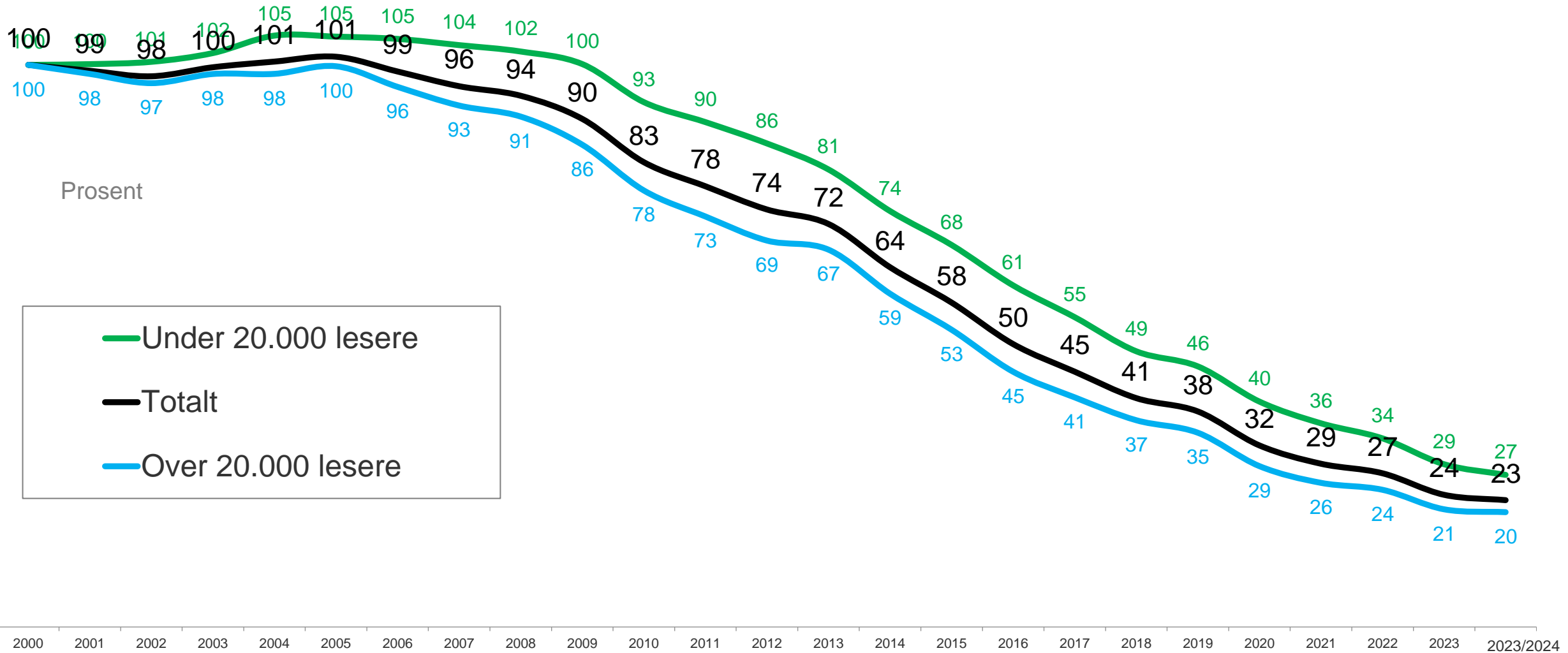
Norges største avishus totalt (nett og papir)



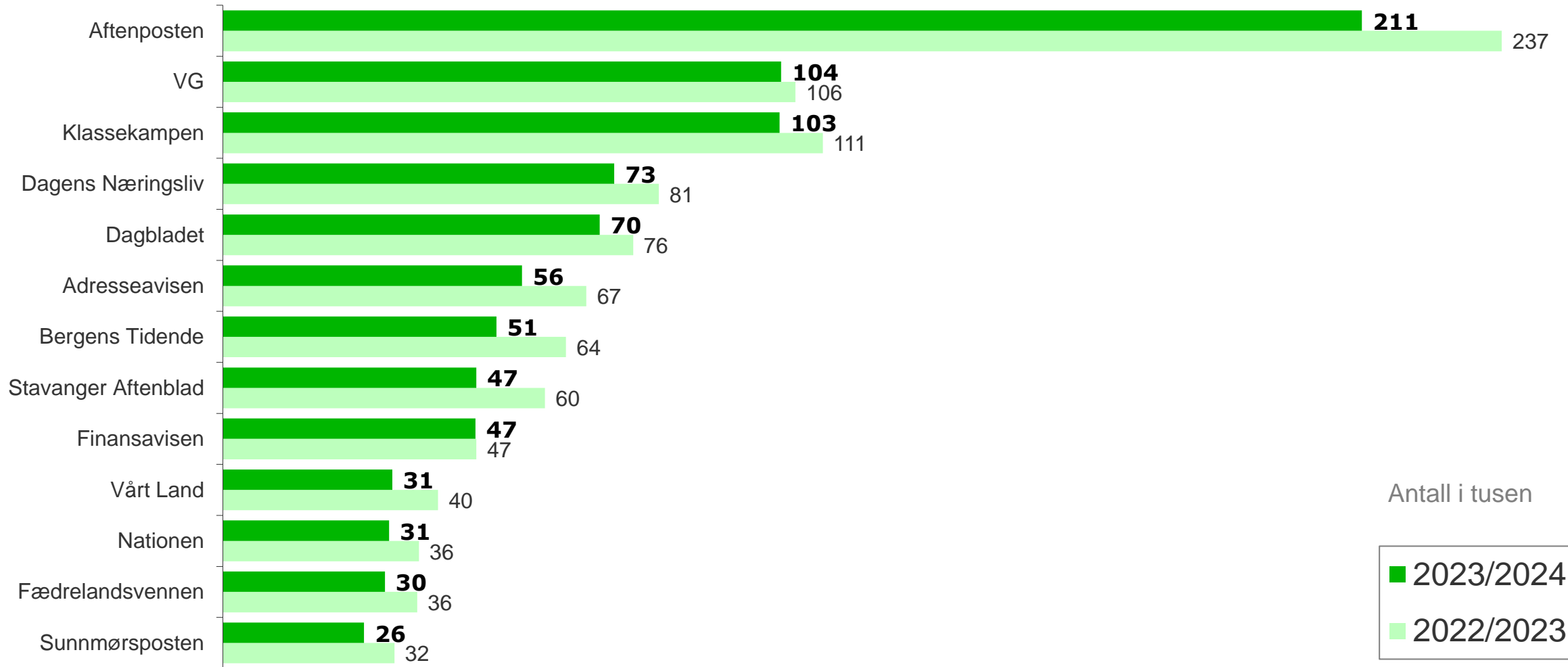
Endringer i prosent for avishusene totalt (nett og papir) fra 2022/2023 til 2023/2024



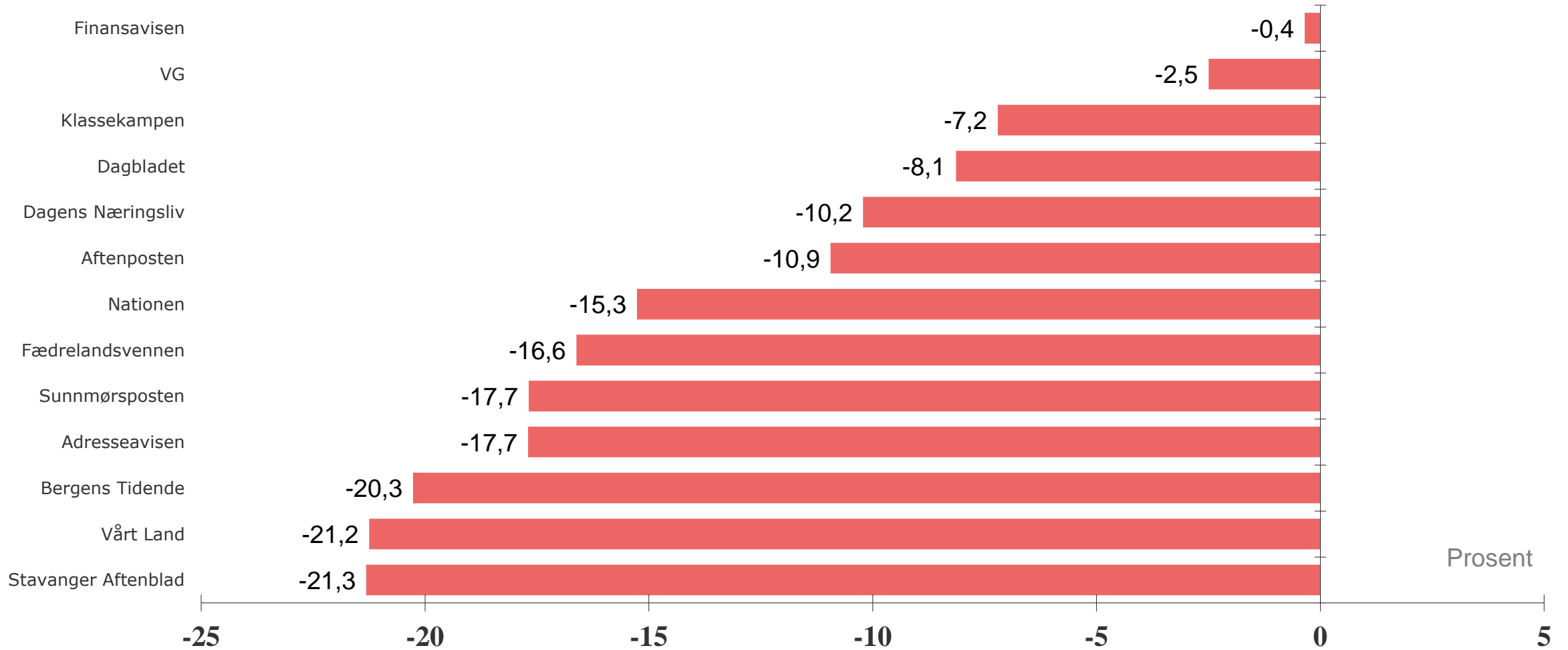
Indekserte endringer for papiraviser i forhold til år 2000 (brutto): Konsumet av papiraviser er på 23 % i forhold til år 2000



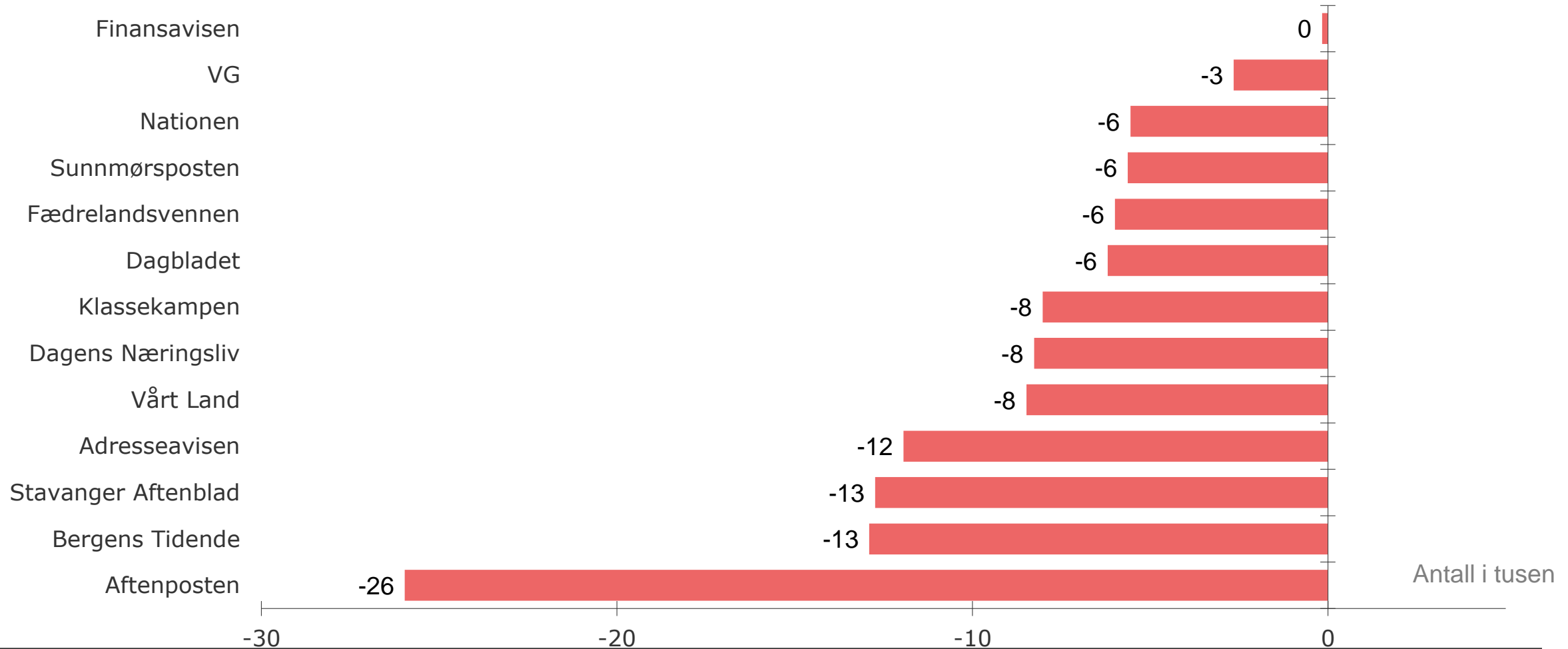
Norges største papiraviser



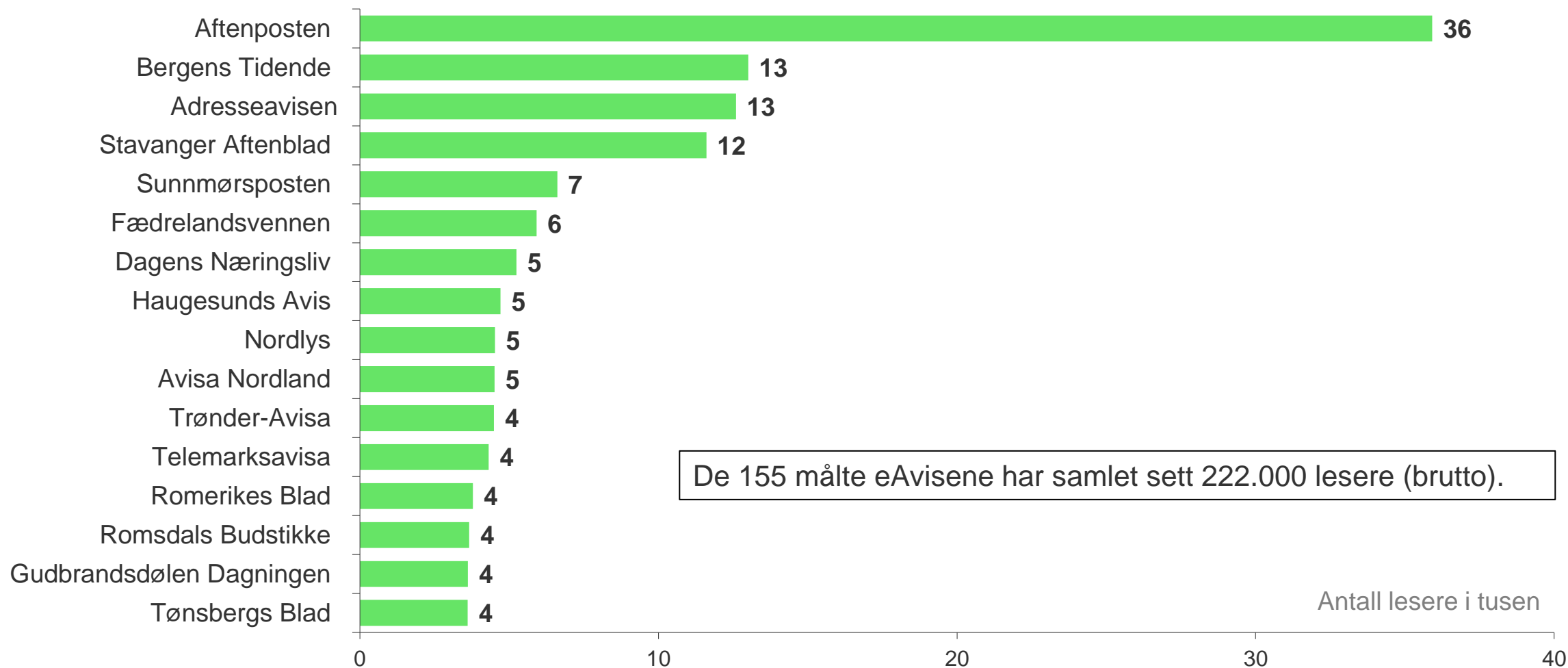
Endringer i prosent for papiraviser 2022/2023 til 2023/2024: Alle de største papiravisene går tilbake



Endringer i tusen for papiraviser fra 2022/2023 til 2023/2024: Aftenposten taper flest lesere blant papiravisene



Norges største eAviser 2023/2024: 4 % leser minst én eAvis daglig



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/kjøpe 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 deknings (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