

Offisielle digitaltall for Q4 2024: Nedgang for norske nettsted

19.02.25

Knut-Arne Futsæter Kantar Media

Metode

- Digitalmålingen baserer seg fra januar 2021 på tekniske trafikkmålinger fra Kilkaya, med målekoder for nettsider og applikasjoner (apper) for mobil, PC/ Mac, nettbrett og eAvis. Løsningen inkluderer kun nettsteder som benytter MBL-scriptet. [Medietall.no](https://www.medietall.no), som driftes av MBL, rapporterer både tekniske trafikktall fra Kilkaya og persontall fra Kantar Media. Bytte av teknisk plattform kan i en overgangsperiode gi utslag i lavere digitale persontall.
- Metodejustering i kalibreringsgrunnlaget for PC, fra Q1 2024 (gjelder ikke mobil og nettbrett). Unike nettlesere, sesjoner og sidevisninger telles kun ved registrert aktivitet. Justeringen gjennomføres som et ledd i et kontinuerlig arbeid med å forbedre målingene, og hensikten er å sikre at det ikke telles trafikk som ikke er generert av faktiske personer. Endringen medfører i snitt en reduksjonen av unike nettlesere på 7 % for PC.
- De offisielle daglige dekningstallene for persontall rapporteres fra Kantar Media og bygger på trafikktall fra Kilkaya. Alle nettsteder må være målt både av Kilkaya og i Forbruker & Media (F&M) for å kunne rapporteres i F&M. Digitalmålingen er en del av F&M, som er den eneste multimedieundersøkelsen i Norge. F&M gir muligheten til å sammenligne medier med hverandre og å relatere mediedata direkte til folks forbruk, interesser og holdninger. Dette gjør den til det viktigste arbeidsredskapet for reklamebyråer, kommunikasjonsbyråer, mediebyråer, annonsører og medier når markeder og målgrupper skal beskrives, og medier velges for reklamekampanjer.
- Det måles over 1100 enkelttitler i F&M, fordelt på over 300 mediehus. Basert på dette rapporteres dekningstall for over 1700 titler (skriftlige medier, digitale medier, mediekombinasjoner og samkjøringer). **Denne gangen måler vi 193 nettsteder – en ny rekord**. Dette illustrerer den store interessen for å bli målt i F&M og rapportert i Kantar Online. Kantar Media har også det siste året registrert økt bruk av analysesoftwaren [Kantar Online](#).
- Digitaltallene i denne rapporten er fra Q4 2024 og blir sammenlignet med Q4 2023.
- For mer informasjon om metoden, besøk [Kantar Medias nettsider](#) og MBLs nettsider for [Q&A for medieindeksen](#).

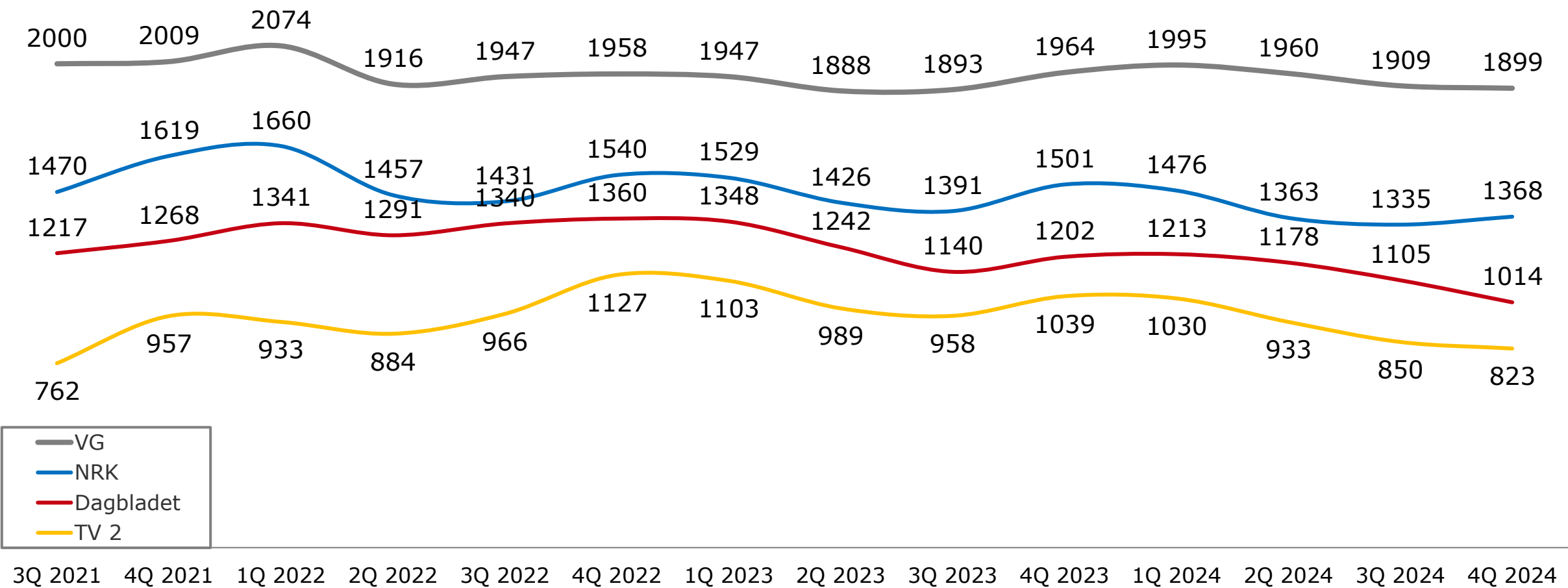
Sammendrag: Digital dekning av norske nettsteder faller med 6,5 %

Den totale digitale dekningen for norske nettsteder går tilbake med 6,5 %

- Mobil går tilbake med 5,7 % og nettbrett med 5,0 %, mens PC går tilbake med 16,5 %. *
- Mobil utgjør 74 % av den totale bruken, PC 15 % og nettbrett 11 %.
- Med en samlet digital dekning på 1.899.000 personer er VG Norges desidert største redaksjonelle nettsted. Deretter følger NRK med 1.368.000, Dagbladet med 1.014.000 personer og TV 2 med 823.000 daglige brukere.
- Schibsted er Norges største kommersielle samkjøring på digitalt og papir med hele 2.946.000 personer. Deretter følger DIAR (2.349.000), Amedia (2.006.000) og Aller Media (1.797.000).
- De største nettstedene med over 50.000 lesere går tilbake med 7,5 %. Nettsteder med mellom 10.000-50.000 lesere har en stabil utvikling (-0,6 %), mens de med under 10.000 lesere øker med 1,5 %.

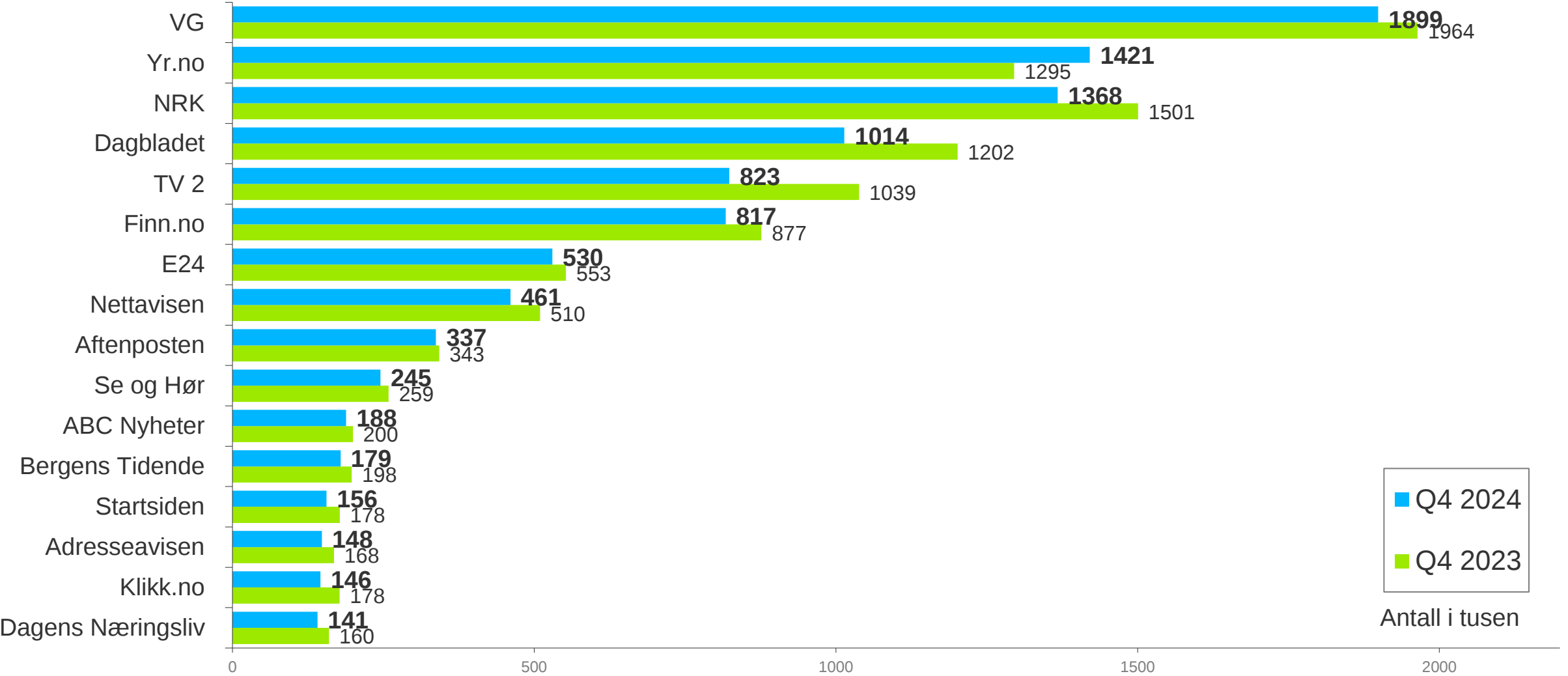
Utviklingen for de største redaksjonelle mediene digitalt totalt

Daglig dekning (tall i tusen)



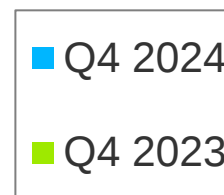
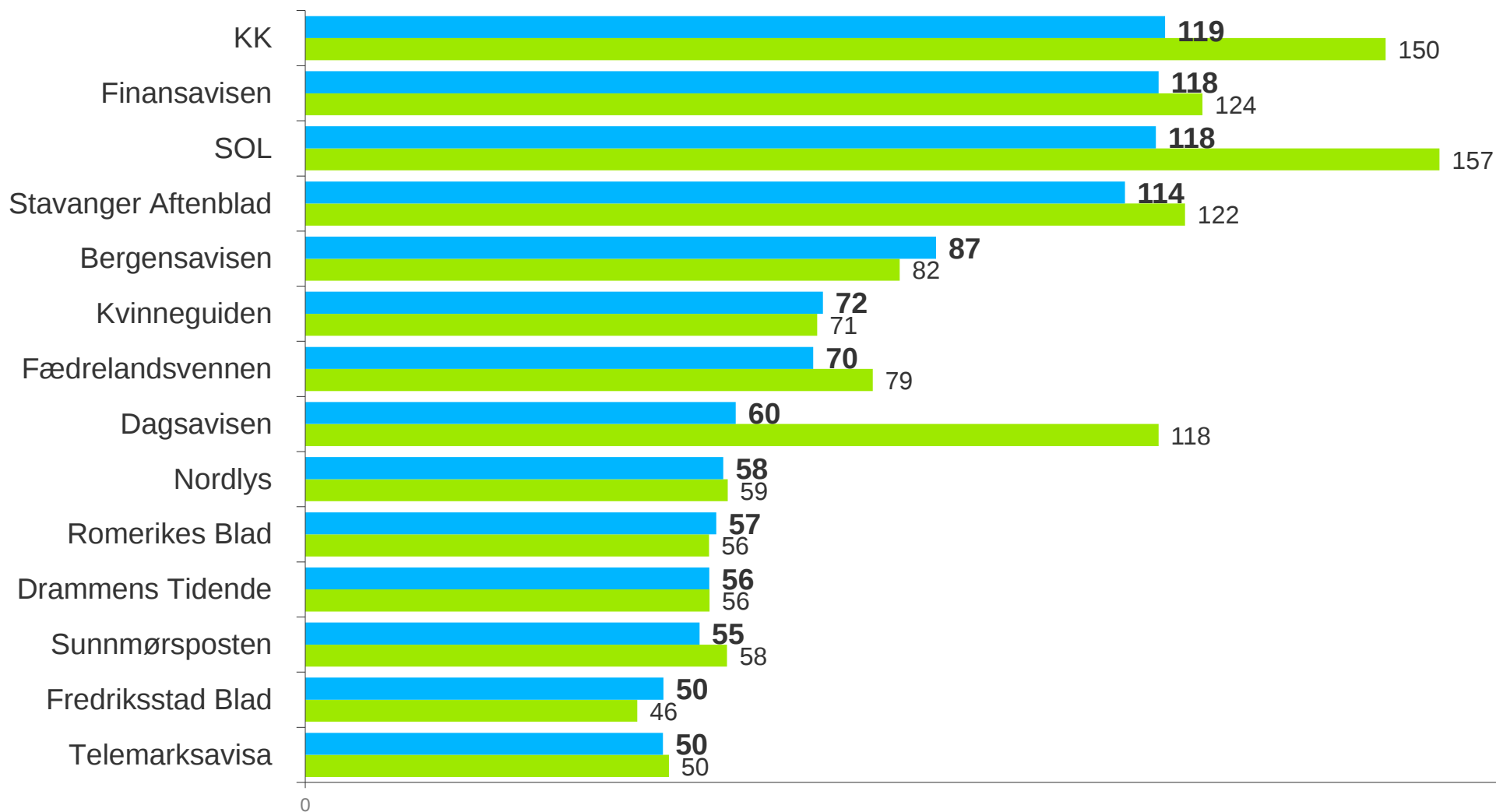
Norges største nettsted totalt digitalt (1)

Daglig dekning



Norges største nettsted totalt digitalt (2)

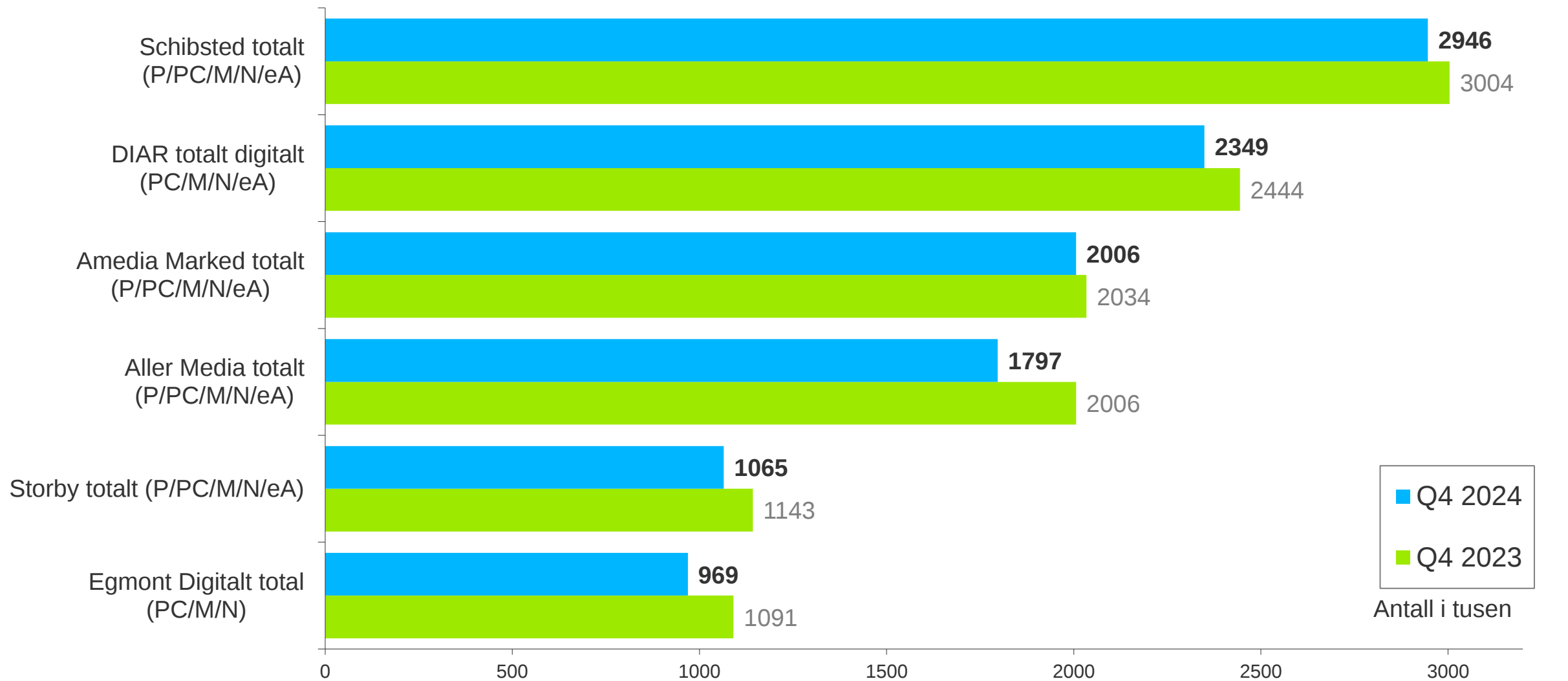
Daglig dekning



Antall i tusen

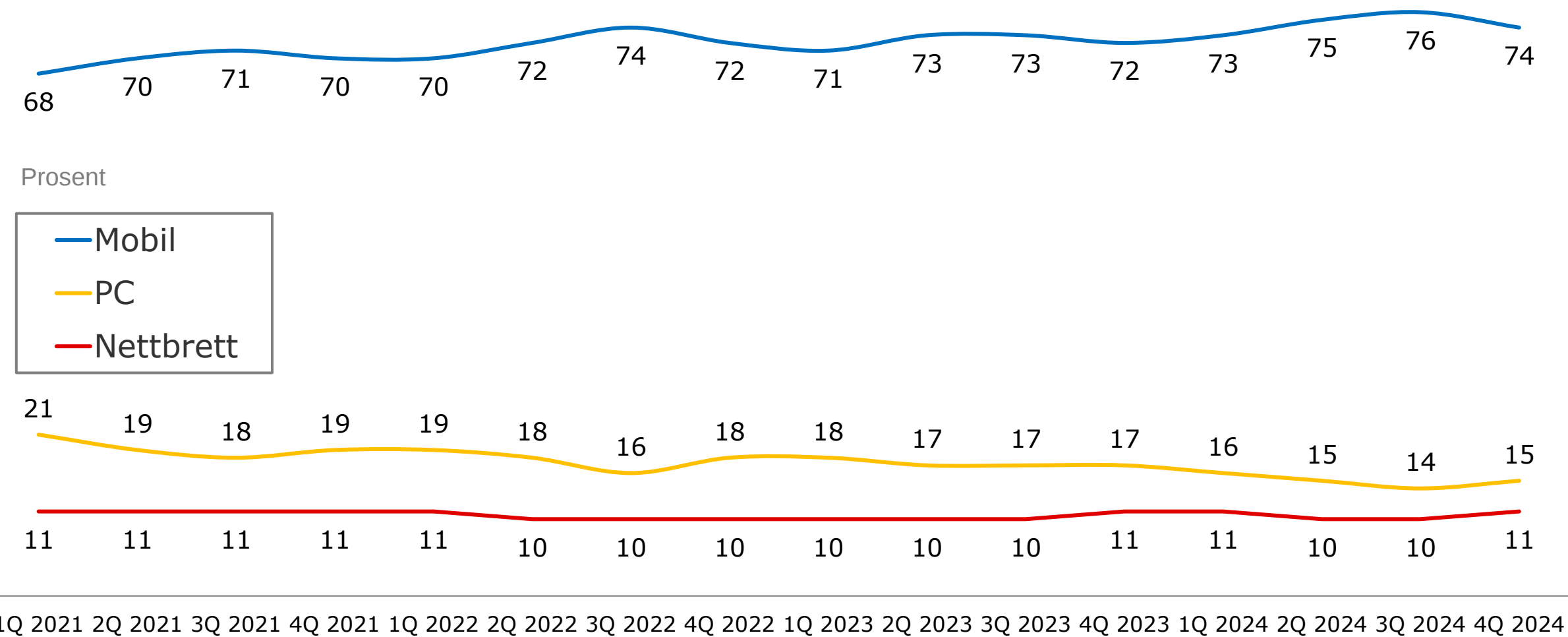


Norges største samkjøringer (papir og digitalt)



Mobil går tilbake

Andel brukere fordelt på ulike plattformer



Daglig dekning for digitale medier:

Færre Leser norske nettaviser, mens flere strømmer video og lytter på podkast

