

**KANTAR MEDIA**

# Lesing av magasiner 2023/2024: Tilbakegang for lesing av papirmagasiner

**17.09.24**

Knut-Arne Futsæter Kantar Media

# Tilbakegang for lesing av papirmagasiner

- Samlet sett har det vært en nedgang på 4,8 % i forhold til 2022/2023 (23/2).
- I 2023/2024 leste 16 % av befolkningen daglig minst ett papirmagasin.
- Åtte magasiner blir rapportert med flere lesere, mens 28 har færre lesere sammenlignet med 2022/2023.
- Alle magasingruppene bortsett fra fagbladene går tilbake.

# Innledning

- Magasinundersøkelsen gir de offisielle lesertallene for blader og magasiner, og måler lesing av papirutgaver og digitale kopier (PDF-utgaver). Lesing av digitale kopier inngår altså i lesertallene for papirutgavene. Forlagshusene har digitale magasinpakker som [Flipp](#) (Egmont), [Wype](#) (Bonnier), [Pling](#) (Aller) og [MAGASIN +](#) (Aftenposten Forlag).
- Denne rapporteringen for 2023/2024 (24/2) bygger på 10 083 intervju fra [Forbruker & Media](#). Tallene for denne innsamlingsperioden er sammenlignet med 2022/2023 (23/2). Totalt rapporterer vi denne gangen 50 magasiner.
- Mer informasjon om metode og magasintall på Kantar Medias nettsider under «[Magasin](#)» og på MBLs nettsider [Q&A for medieindeksen](#).
- Magasinundersøkelsen er del av [Forbruker & Media \(F&M\)](#), og er den eneste multimedie-undersøkelsen i Norge. F&M gir mulighet til å sammenligne medier med hverandre, og å relatere mediedata direkte til folks forbruk, interesser og holdninger.
- Det er ingen direkte sammenheng mellom lesing og opplag, og av og til kan opplaget være stabilt selv om lesertallet øker. Det kan f.eks. skyldes at det er flere lesere per eksemplar fordi magasinet blir distribuert på offentlig steder som messer og caféer (se nest siste bilde).

# Sammenlignbare magasingrupper for 2022/2023 og 2023/2024

## Aktualitet og TV

Her og Nå, På TV, Se og Hør Tirsdag, Se og Hør Extra (4)

## Avismagasiner

A-magasinet, Finansavisen MOTOR, Dagens Næringsliv D2, Dagbladet  
Magasinet, VG Helg (5)

## Bil og Båt

Traktor, Vi Menn Båt, BilAutofil (3)

## Bolig og interiør

Bo Bedre, BoligDrøm, Bonytt, Hageliv & Uterom, Hytteliv, Hyttemagasinet,  
Interiørmagasinet, Lev Landlig, Maison Interiør, Rom 123, Vakre Hjem &  
Interiør (11)

## Fagblader

Bondebladet, Norsk Landbruk (2)

## Innsikt og økonomi

Aftenposten Innsikt, Dine Penger, Kapital, Aftenposten Historie (4)

## Jakt og friluft

Alt om fiske, Jakt, JEGER, Villmarksliv(4)

## Kvinne

Kamille, KK (2)

## Helse, livsstil og mat

Maison Mat&Vin, Mat fra Norge (2)

## Voksen kvinne

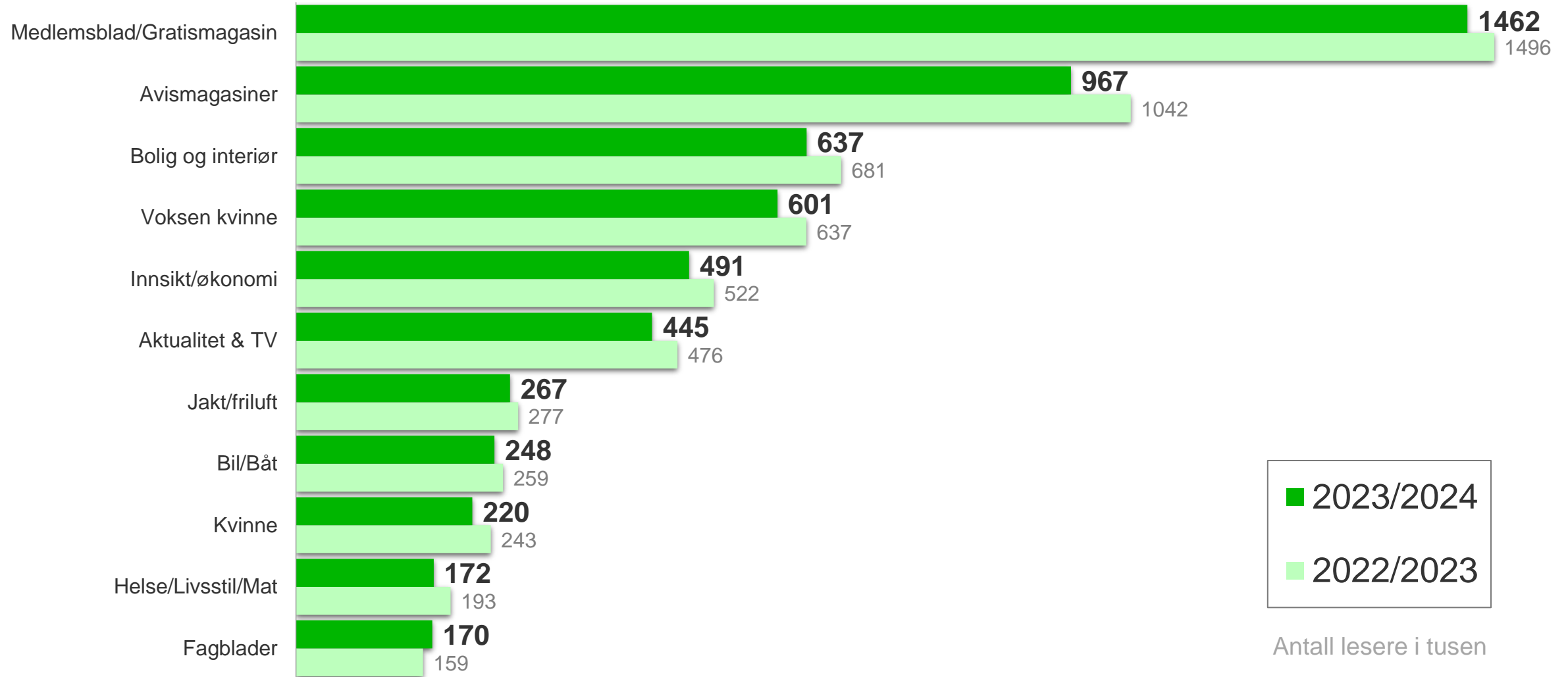
Allers, Familien, Hjemmet, Norsk Ukeblad, Vi over 60 (5)

## Medlemsblad og gratismagasin

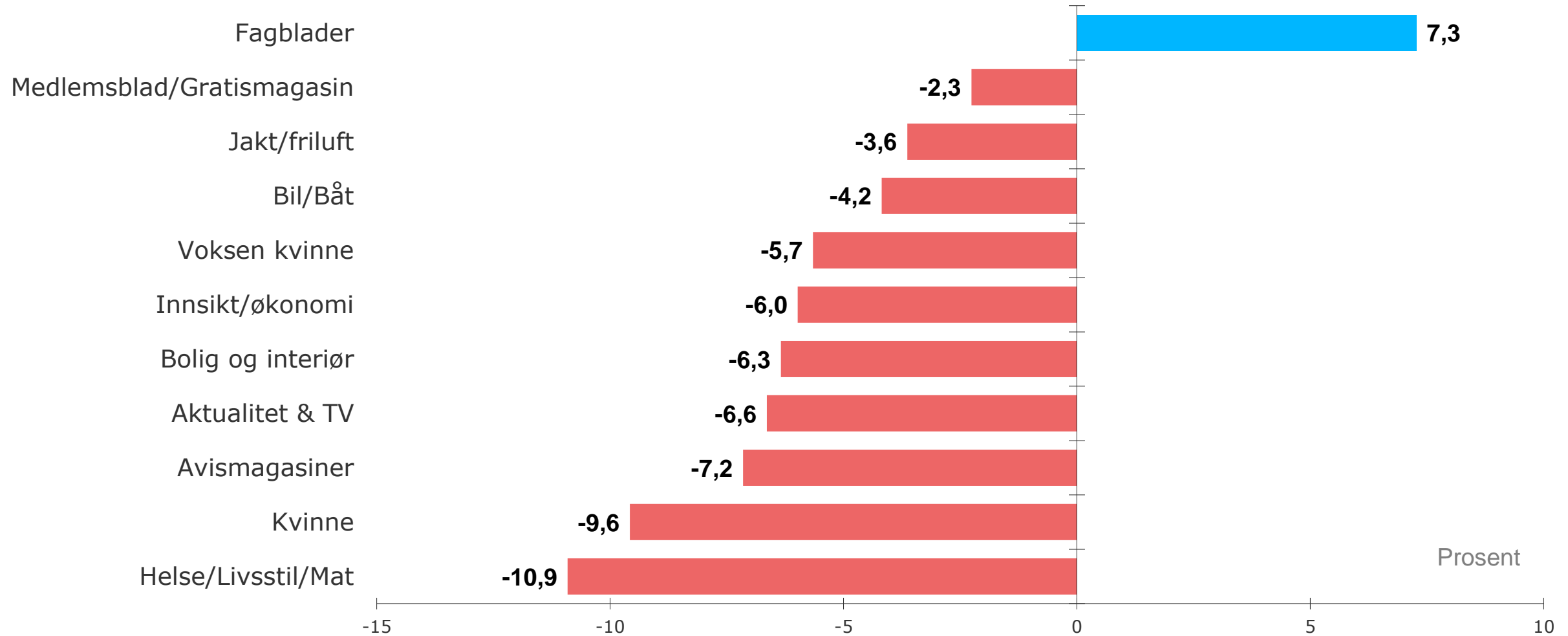
NAFs medlemsblad MOTOR, Jakt & Fiske, OBOS-bladet, Pensjonisten,  
Fagbladet (5)

Vi Menn, Fri Flyt Sportsmagasin og Vi Menn Bobil ligger ikke i noen av  
gruppene.

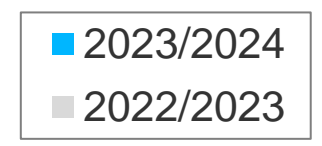
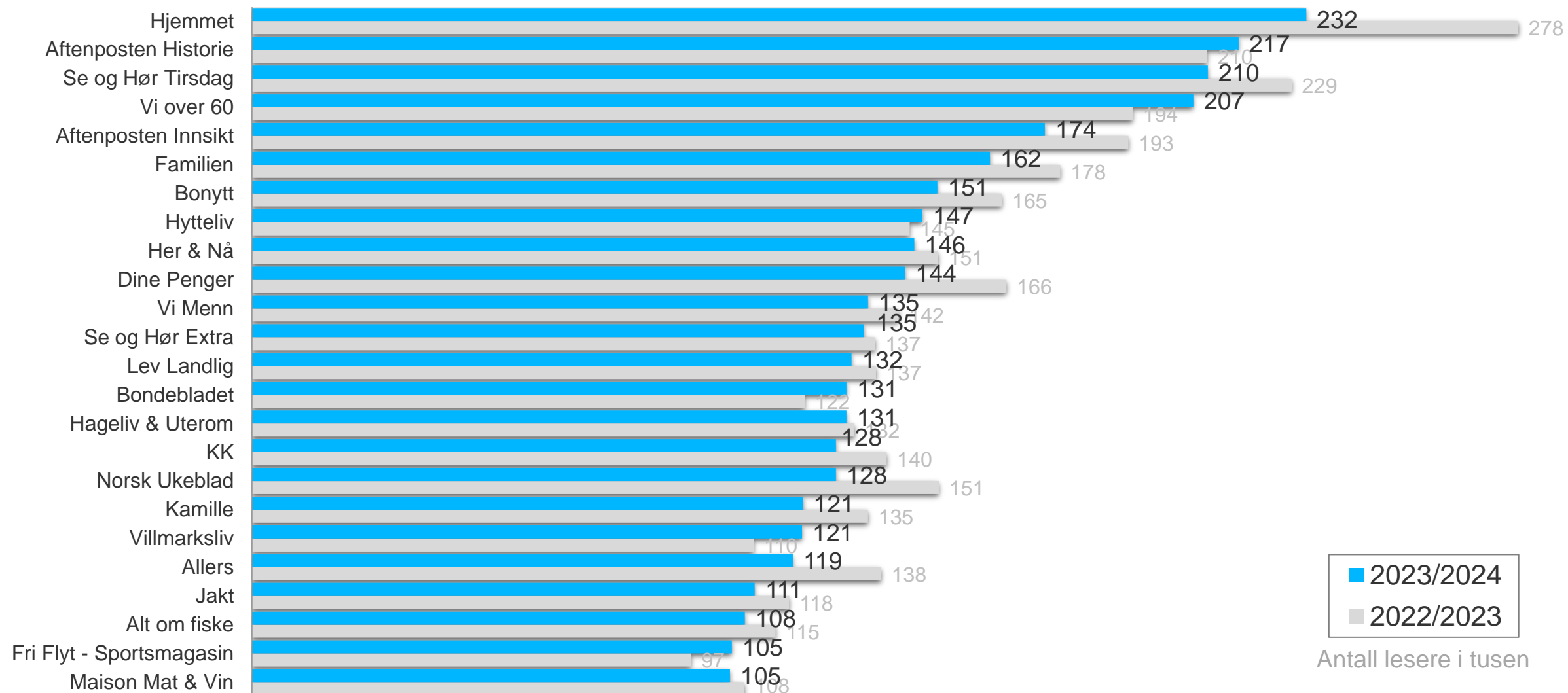
# Endringer for nettolesertall for grupper



# Prosentvis endring for grupper fra 2022/2023 til 2023/2024: De fleste magasingruppene går tilbake



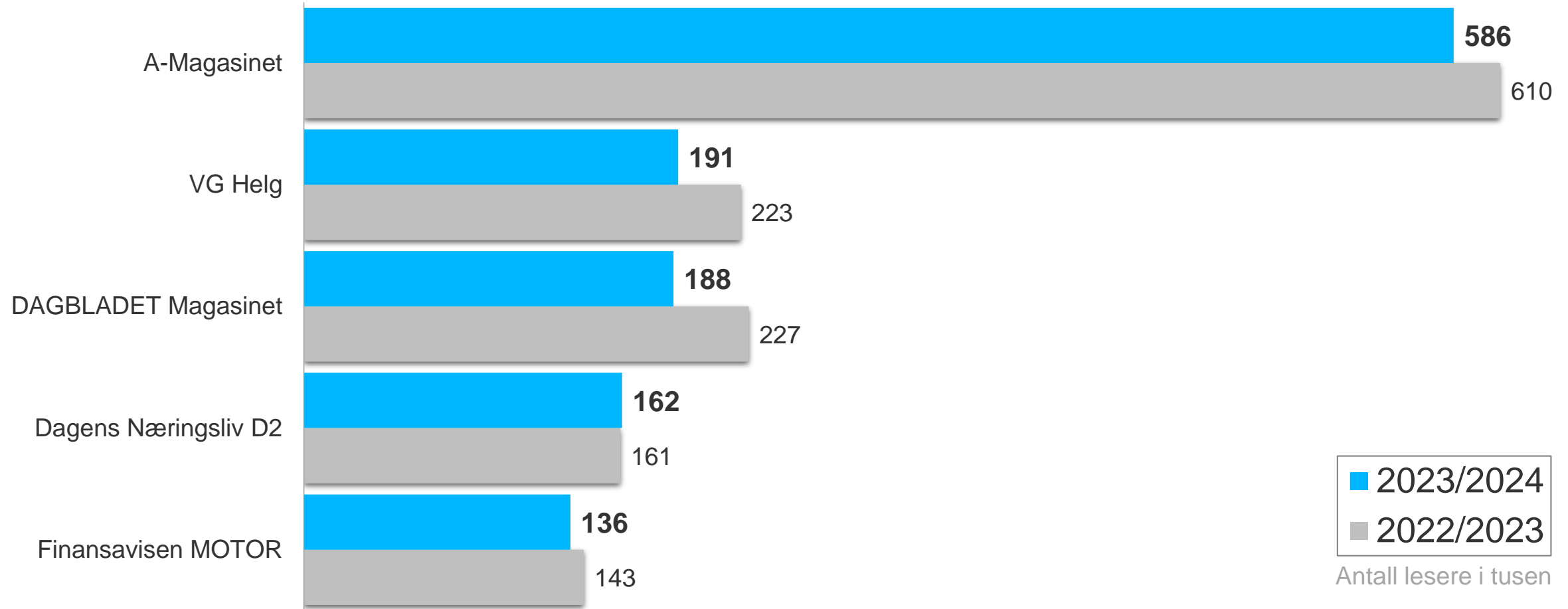
# Lesertall for de største MBL-magasinene



Antall lesere i tusen

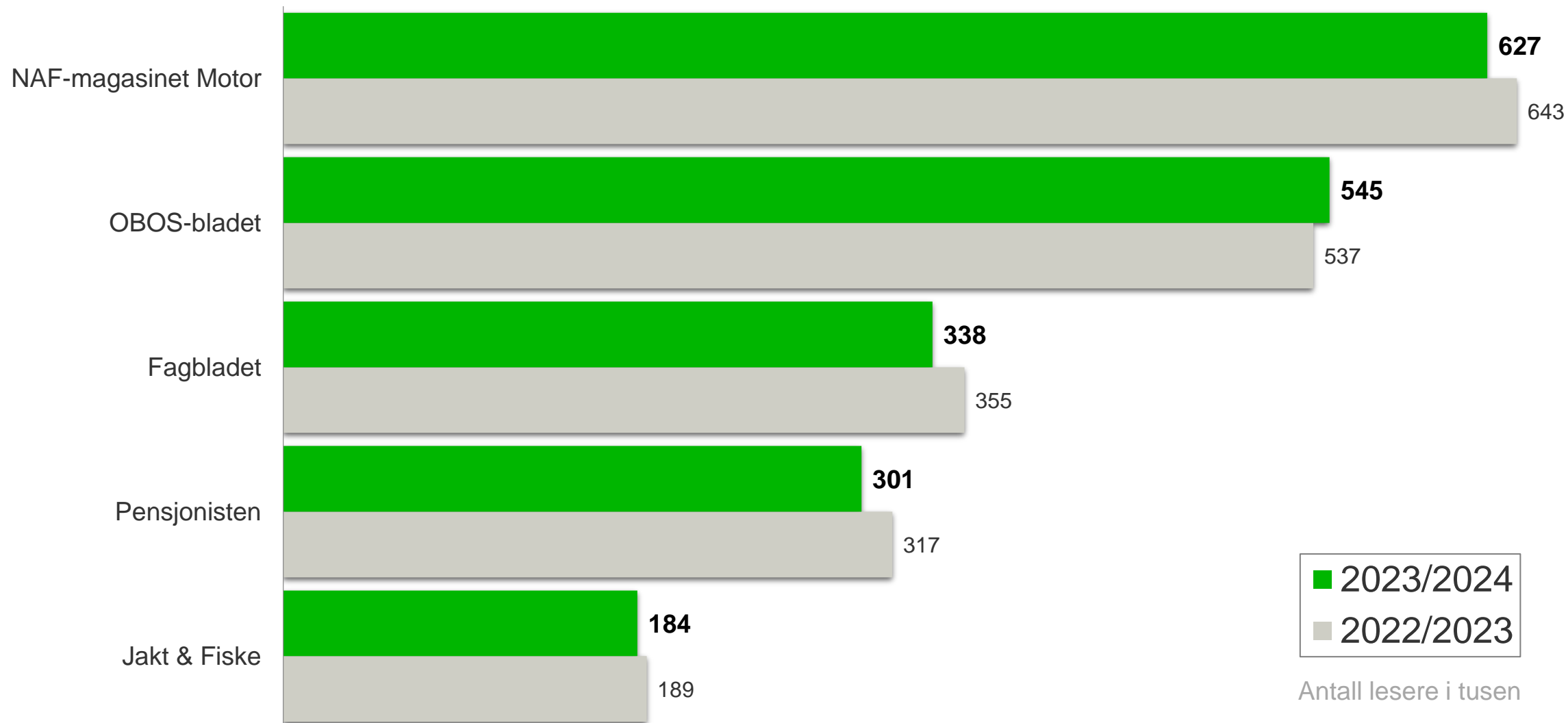


# Lesertall for avismagasinerne

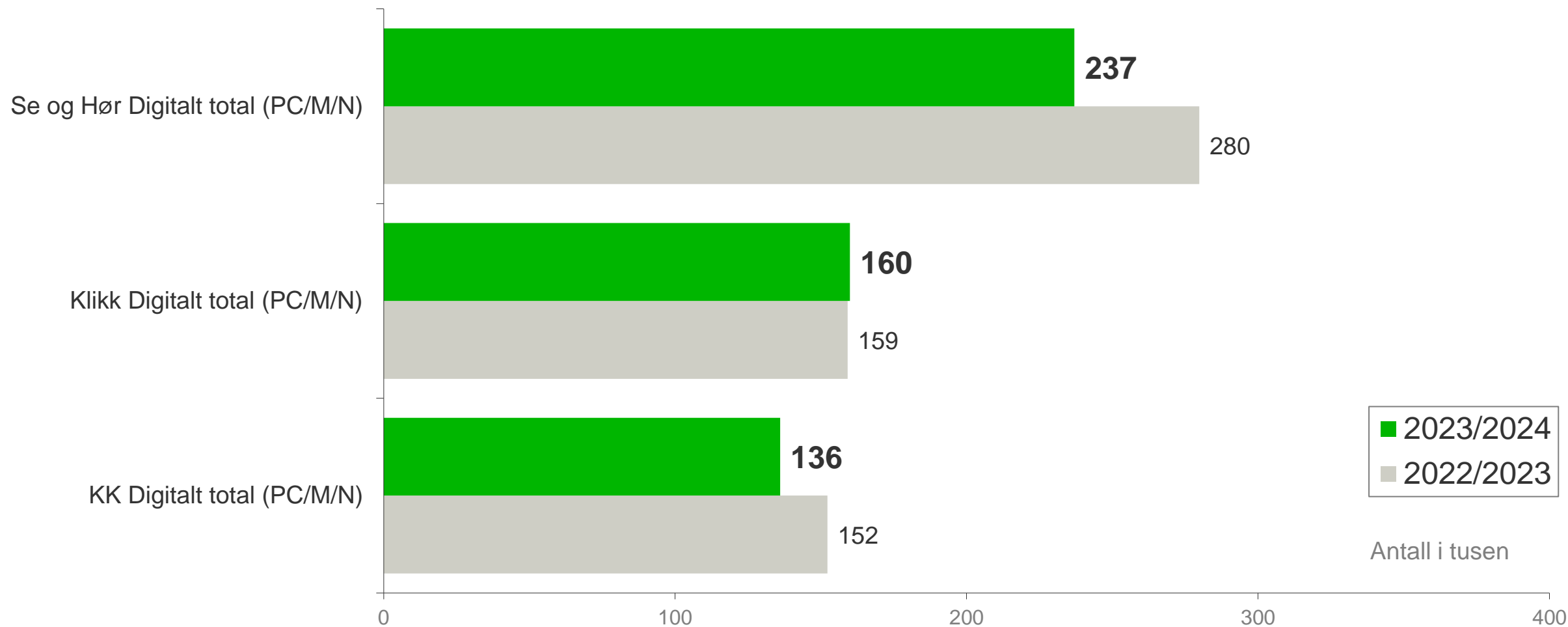




# Lesertall for de største medlemsbladene og gratismagasinene

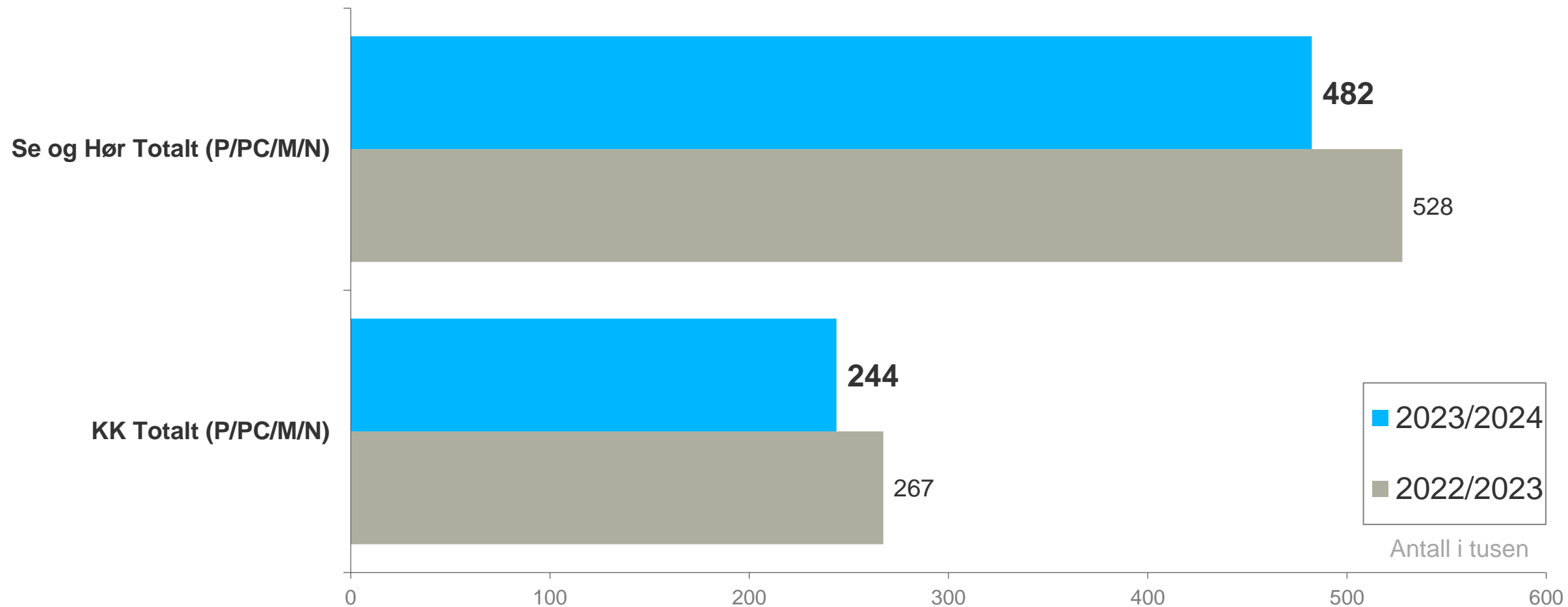


# Total digital dekning for nettstedene

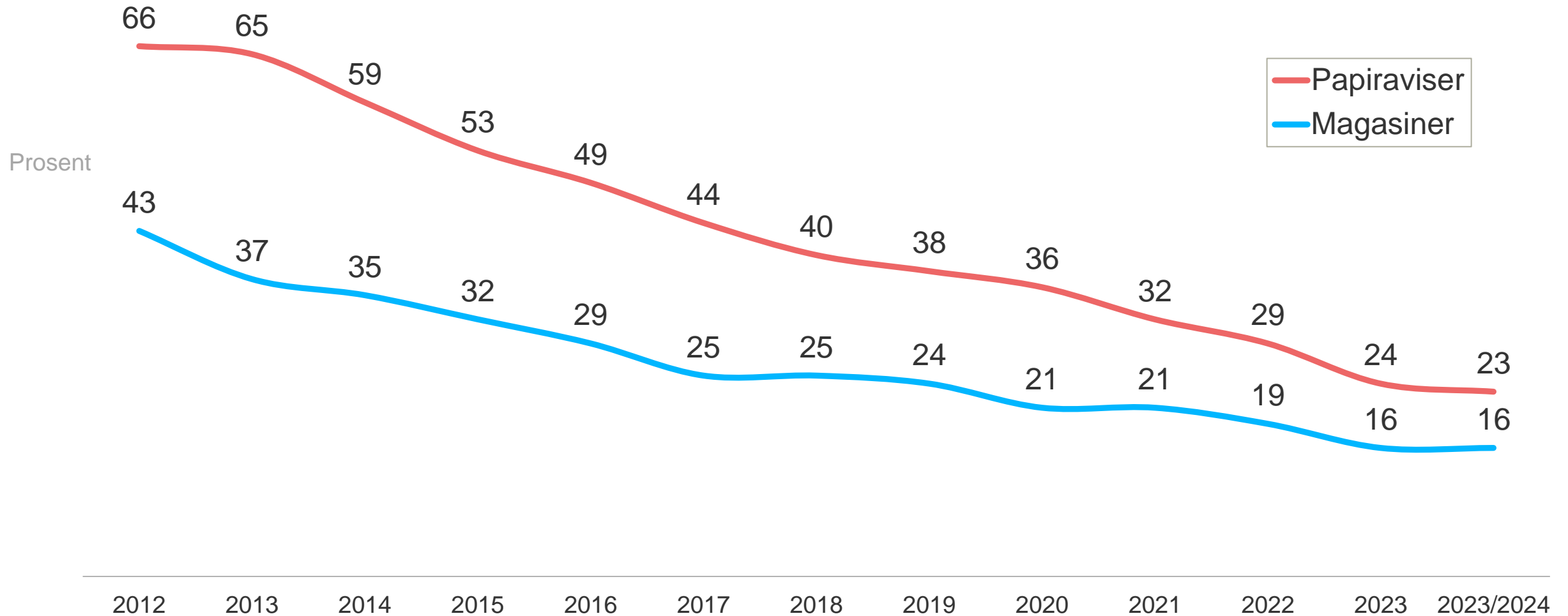


# Redusert samlet dekning for *Se og Hør* og *KK*

Total dekning på papir og digitalt



# Daglig dekning for aviser og magasiner 2012 – 2023/2024: Færre leser papirmagasiner og papiraviser



# Forholdet mellom opplag og lesertall

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:

- Abonnementsmagasiner har færre lesere per eksemplar enn løssalg.
- Gratis distribusjon og fulldistribusjon vil medføre at forholdet mellom lesing og opplag ikke alltid er konstant.
- Magasiner som jobber med å holde opplaget oppe gjennomfører ofte markeditiltak som gir flere lesere, men ikke nødvendigvis tellende opplag.
- Endring av format og antall utgivelser 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 dem som slutter å abonnere/kjøre magasinet, likevel lese den ved å låne magasinet. Dvs. at det på kort sikt kan være et etterslep i antall lesere per eksemplar.
- 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 magasinet selv om det er tilgjengelig. Det er rimelig å anta at økt bruk av mobil, nettbrett og PC også blant de over 60 år medfører at lesertallene kan bli redusert for blader som har mange eldre lesere.
- Mer om måling av lesertall for magasiner: <https://kantar.no/kantar-tns-innsikt/maling-av-lesertall-for-magasiner-mu/>



## Magasin

Kantar gjennomfører den offisielle magasinundersøkelsen og måler titler med ukentlige-, månedlige- og mindre frekvente utgivelser. Magasinenes lesertall rapporteres to ganger i året (februar og september) med ca. 12.000 intervju og distribueres i analyseverktøyet Kantar Online (GPC) samt tabeller og grafikk på våre nettsider. Lesertallsundersøkelsen er knyttet til [Forbruker & Media](#), og rapporteres i Kantar Online. Kantar gjennomfører undersøkelsen på oppdrag fra [MBL](#) på vegne av forlagshus som er medlem av MBL. Forlagshus som ikke er medlem av MBL kan også måle sine magasiner i undersøkelsen gjennom en direkte avtale med oss i Kantar.

I tillegg til å måle lesing av magasinenes papirutgaver måler vi også bruk av nettmagasiner slik at man kan beregne total opplutning på tvers av plattformene nett og papir. Mer informasjon [her](#).

### Lesertall for alle papirmagasinene

[Her](#) finner dere lesertall for alle papirmagasinene Kantar måler, og ved å trykke på tittelen på magasinet kan dere se tall i tusen og dekningsprosent (struktur) etter kjønn, alder, personlig inntekt, utdanning og geografi. Det er også mulig å laste ned tallgrunnet. Alle de fire siste lesertallene er tilgjengelig i web-rapporten.

### Relevante artikler

#### [Måling av lesertall for magasiner \(MU\)](#)

Formålet med å måle og rapportere lesertall for norske magasiner er å kunne tilby magasinene...

[Les mer](#)

#### [3XNEW - A NEW ERA FOR MAGAZINE RESEARCH IN NORWAY](#)

by Adina Broady Aasebø, Knut-Arne Futsæter, Ingvar Sandvik and Tore Østnes. Presented at the...

[Les mer](#)

### Kontaktpersoner

#### Katja Møglestue

Tlf +47 91146867

[Send e-post](#)



Lesertall

