



Undersøkelse om
BETALING FOR NYHETER
2022

Informasjon om undersøkelsen

Feltperiode:	16.08 – 25.08 2022
Antall intervju:	1094
Målgruppe:	Befolkningen 18 år +

Metode:

Undersøkelsen er gjennomført i samarbeid med Kantar.

CAWI-intervju. Respondentene er trukket tilfeldig fra Kantars webpanel, *GallupPanelet*, Norges eneste ISO-sertifiserte panel (ISO 26362:2009).

Standard trekkeprosedyrer etter normalfordelingen i befolkningen (etter kjønn, alder og geografi). I tillegg er det tatt høyde for forventet svarprosent innenfor de ulike gruppene. Det vil si at det er sendt ut forholdsmessig høyere antall invitasjoner i grupper med erfaringsmessig lavere svarprosent.

Resultatene er vektet på kjønn, alder og utdanning.

Undersøkelsen er gjennomført som en selvstendig undersøkelse.

Bakgrunn

Brukerinntekter er i dag den viktigste inntektskilden for norske aviser, og opplagsutvikling har vært positiv siden 2017.

Pandemien i 2020/2021 forsterket viktigheten av troverdige medier, og norske mediehus opplevde vekst i både bruk og antall abonnenter. 2022 har også vært preget av store nyhetshendelser, med krig i Europa, strømkrise og sterk prisvekst. I 2022 ser vi likevel en utflating i abonnementsveksten. Mediebruken er på nivå med det vi så før pandemien, og mediehusene går en mer usikker tid i møte.

MBL dokumenterer gjennom undersøkelsen «Betaling for nyheter» utviklingen i nordmenns betalingsvilje og betalingsevne. Undersøkelsen ser nærmere på trender i befolkningen, hvordan vi forholder oss til nyheter og det mangfoldet av medier* vi navigerer i, og ikke minst hvilke tanker og holdninger vi har om fremtidig mediebruk. Undersøkelsen er gjennomført for femte gang.

Det er stilt spørsmål om følgende hovedelementer:

- Hvor man henter nyheter fra
- Hvor mange og hvem som betaler for nyheter gjennom abonnement
- Avisabonnement sett i sammenheng med andre typer medieabonnement
- Hvorfor man velger å betale eller ikke betale for nyheter
- Opplevd verdi av ulike tilbud og tjenester i avisabonnement
- Befolkningens forhold til nyheter
- Holdninger og tillit til å dele personopplysninger med ulike medier
- Personlig økonomi og fremtidige prioriteringer

*Undersøkelsen tar for seg nyheter innenfor et mangfold av kanaler (TV, radio, papirutgaver og digitale flater), tradisjonelle medier og sosiale medier. Fra 2020 er også spørsmål om ulike strømmetjenester inkludert. Spørsmål om abonnement på podkast er inkludert fra 2022.



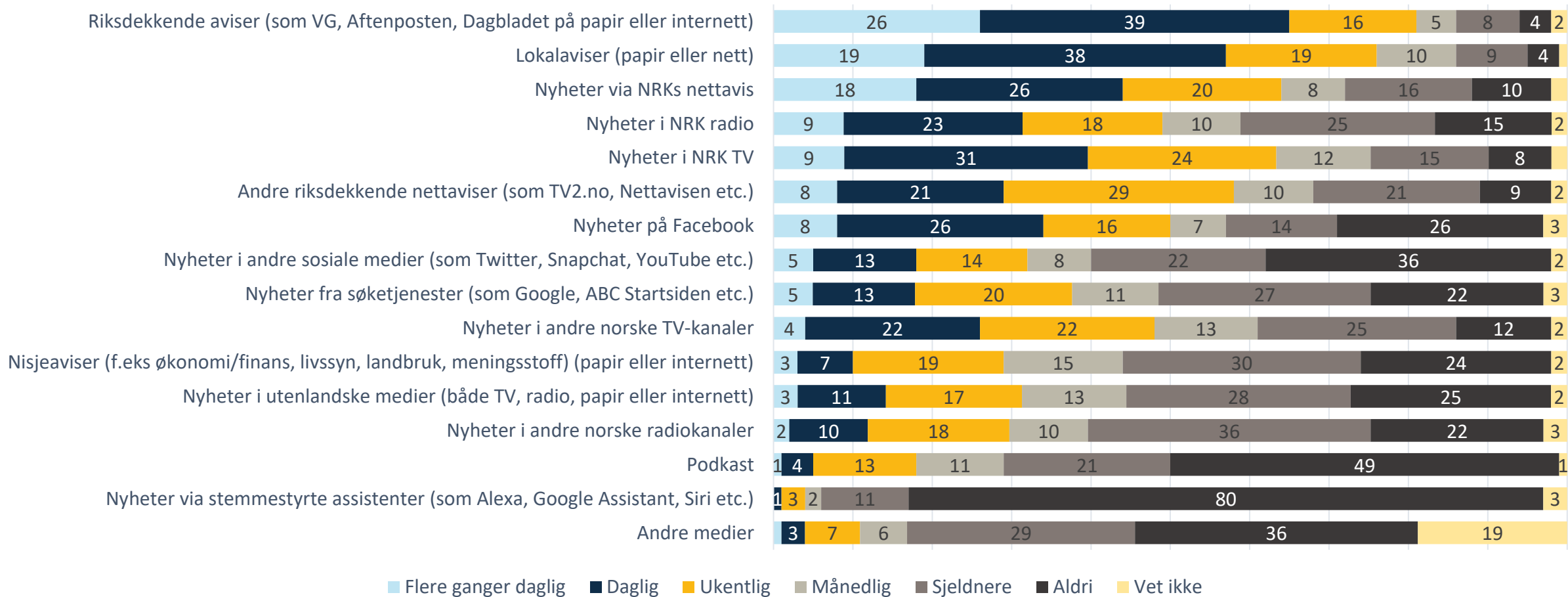
Hvor hentes
nyhetene fra?

HVOR – oppsummering

- 2022 er året hvor den «nye normalen» etablerer seg. Koronapandemien legger ikke lenger de samme begrensningene på livene våre, men NHO beskriver i «Økonomisk rapport (3/2022)» en usikker situasjon. Konsekvensene av økonomisk stimulans og etterspørselsvridning under pandemien, samt energi- og varemarkeder i ubalanse som følge av Russlands invasjon i Ukraina, har ført til den høyeste inflasjonen på 30 år i industrilandene. Dette får naturligvis også konsekvenser for folks mediebruk og betalingsvilje.
- Bruken er hovedsakelig stabil fra 2021 til 2022, men nyheter fra andre norske TV-kanaler enn NRK går noe tilbake i perioden.
- Flest henter daglig sine nyheter fra riksdekkende aviser som VG, Aftenposten og Dagbladet, etterfulgt av lokalaviser og NRK på nett. 65 prosent av befolkningen over 18 år oppgir at de daglig leser eller ser nyheter fra førstnevnte, mens 57 prosent søker til lokalavisene. 3 av 10 søker til andre riksdekkende nettaviser som TV2.no og nettavisen, mens 1 av 10 får daglig nyheter fra nisjeavisene.
- NRK.no øker mest i daglig bruk siden 2017, og 44 prosent henter daglig nyheter fra NRK.no. Det er en økning på 26 prosent siden 2017. Radio, nisjeaviser og Facebook går mest tilbake i daglig bruk de siste fem årene.
- Bruk av Facebook har avtatt jevnt de siste årene, men vi ser at fallet stopper opp fra 2021 til 2022, og 1 av 3 finner nå daglig nyheter via nettsamfunnet. Til sammenligning oppgir 18 prosent at de får nyheter fra andre sosiale medier som Twitter, Snapchat og Youtube, og en like stor andel bruker søketjenester til nyheter. Det er de yngste som i størst grad har forlatt Facebook, mens de eldre ser ut til å opprettholde sitt konsum.
- Nyheter i utenlandske medier øker noe med krisen i Europa, men den daglige bruken er fortsatt lavere enn det vi så ved starten av pandemien. 14 prosent bruker daglig utenlandske nyhetskilder, men kun 2 prosent oppgir utenlandske medier som viktigste nyhetskilde.
- Podkast måles for første gang i rapporten. Fem prosent av befolkningen oppgir å få nyheter fra ulike podkaster daglig og 18 prosent ukentlig.
- 35 prosent har riksdekkende aviser og nettaviser som sin viktigste nyhetskilde, og det er en like stor andel som oppgir NRK, på tvers av TV, radio og nett, som viktigste kilde. Til sammenligning hadde 39 prosent riksdekkende aviser som sin viktigste nyhetskilde i 2017, mens 32 prosent oppgav NRK på TV, radio eller nett.
- NRK.no har styrket seg som viktigste nyhetskilde siden 2017, mens de riksdekkende avisene i samme periode har en noe svekket posisjon. Lokalavisene styrker seg, etter en nedgang de siste par årene, og 13 prosent mener at lokalavisen er deres viktigste kilde til nyheter.
- 6 prosent har sosiale medier som sin viktigste nyhetskilde. Andelen er størst blant de under 30 år, hvor 15 prosent oppgir dette. De som ikke er har tilgang til abonnement på aviser, er overrepresentert blant de som mener sosiale medier (SoMe) er viktigst. Her er det først og fremst sosiale medier som Twitter, Snapchat, Instagram og Youtube, og i mindre grad Facebook, som trekkes frem.

Bruk av nyheter fra ulike medier

Prosent

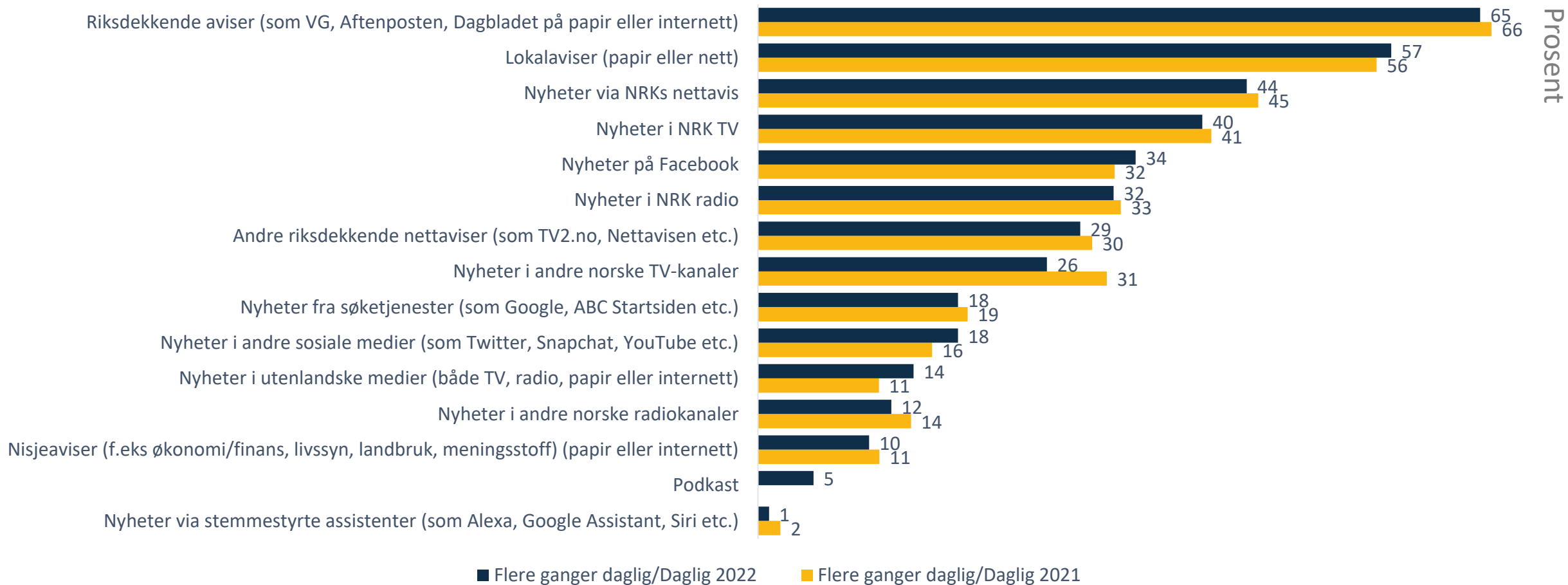


Flere ganger daglig Daglig Ukentlig Månedlig Sjeldnere Aldri Vet ikke

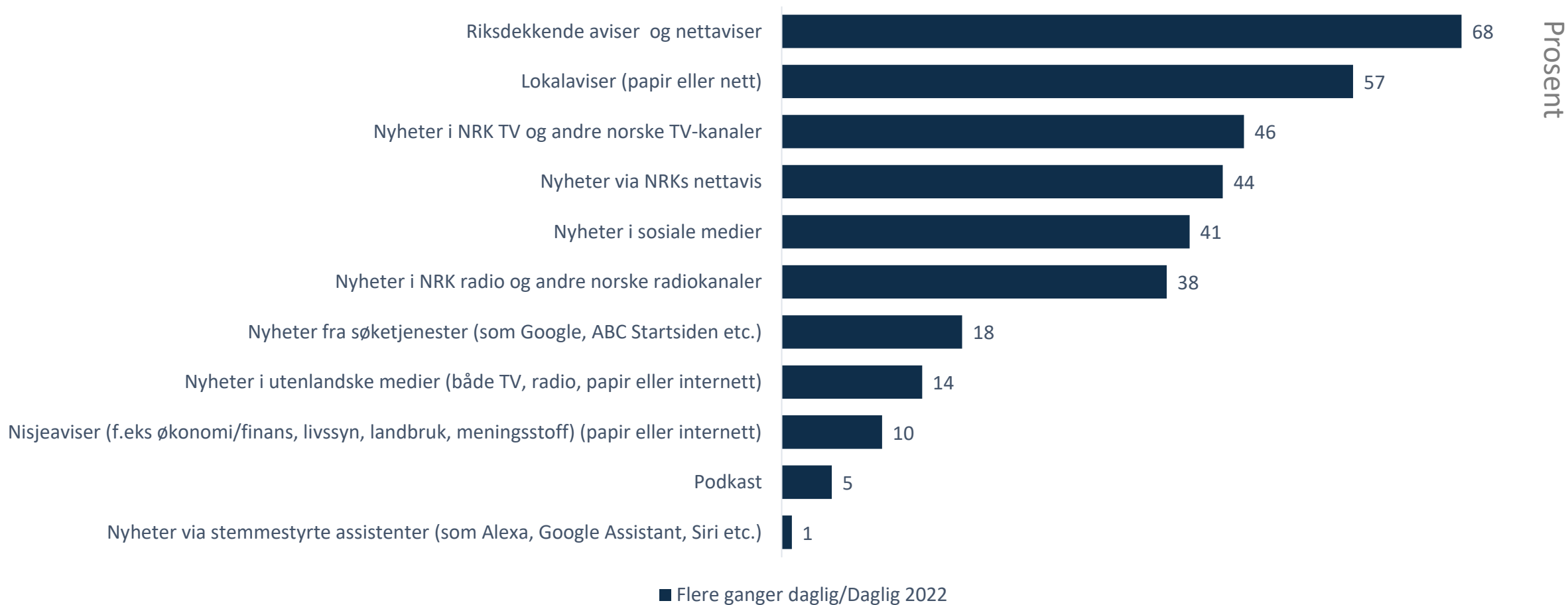
Hvor ofte leser/ser/hører du nyheter fra følgende medier?

Base 2022: Alle: 1089

Stabil daglig bruk av nyhetskanaler det siste året



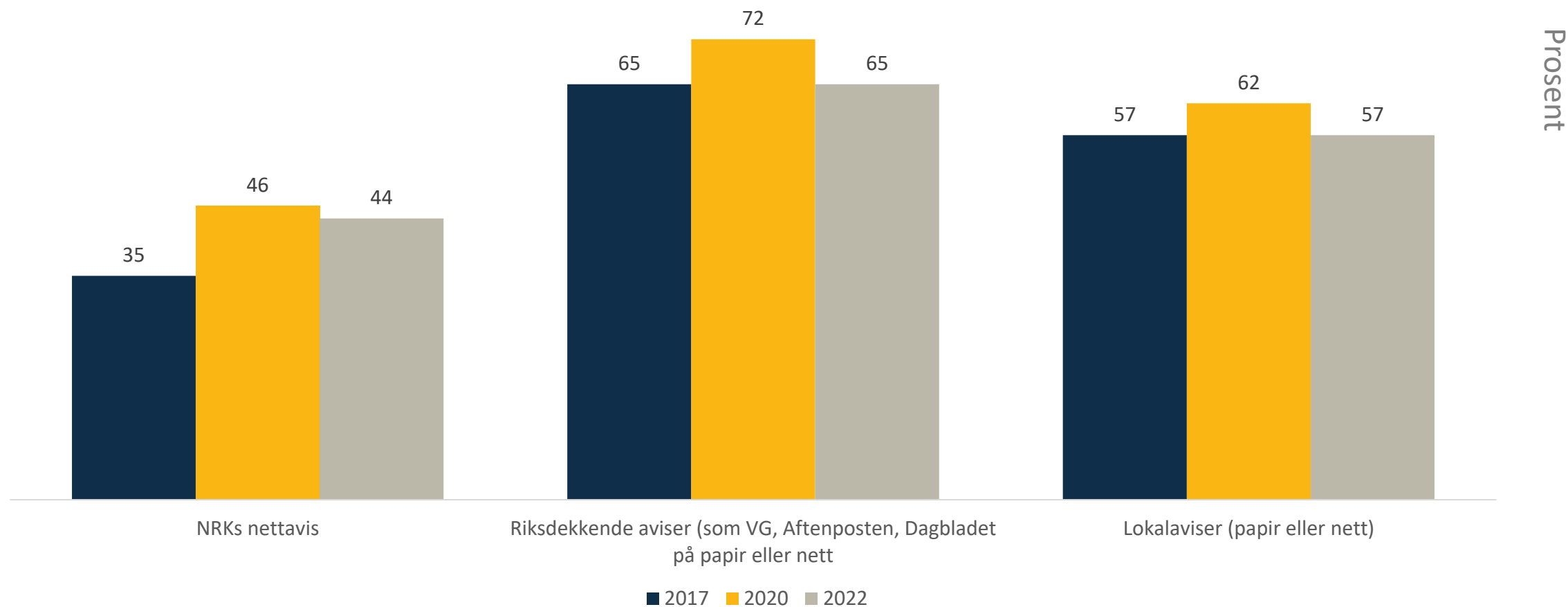
Riks- og lokalaviser benyttes oftest som nyhetskilde



Hvor ofte leser/ser/hører du nyheter fra følgende medier? Flere ganger daglig/Daglig

Base 2022: Alle: 1089

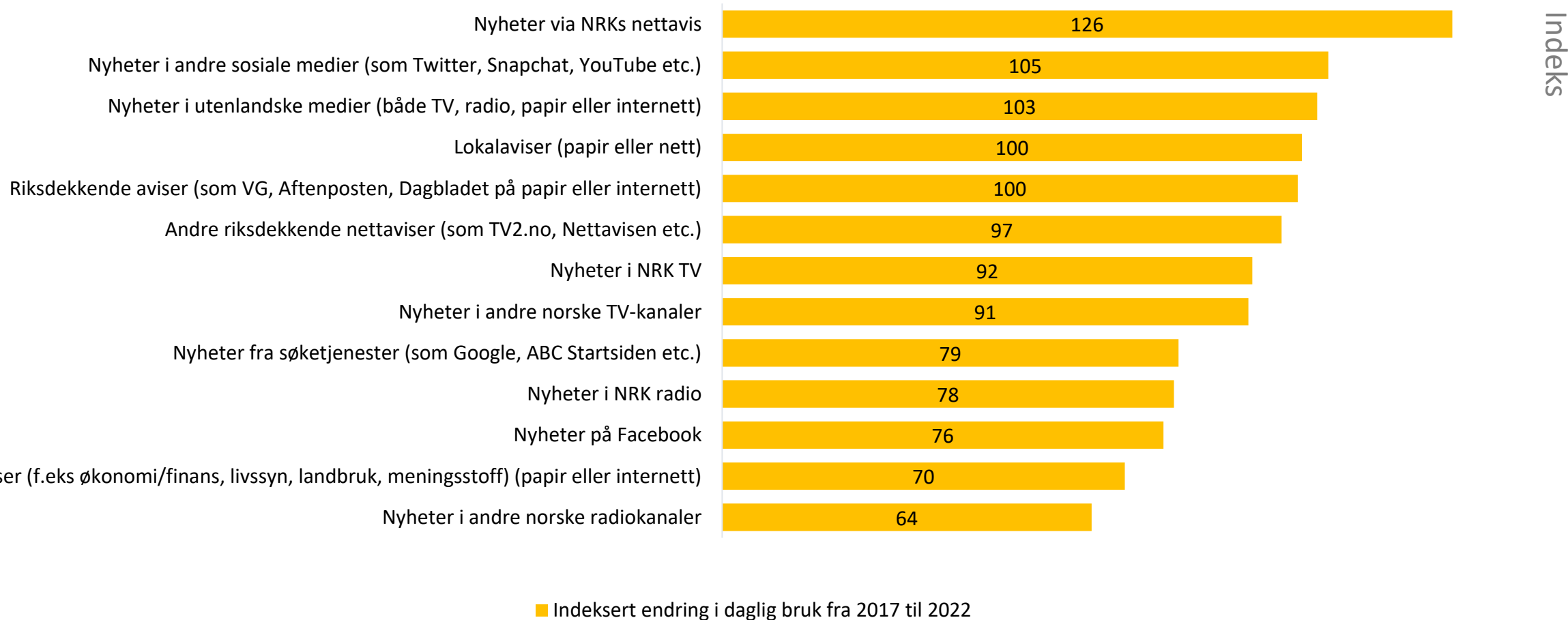
Riks- og lokalaviser tilbake på pre-pandemisk nivå



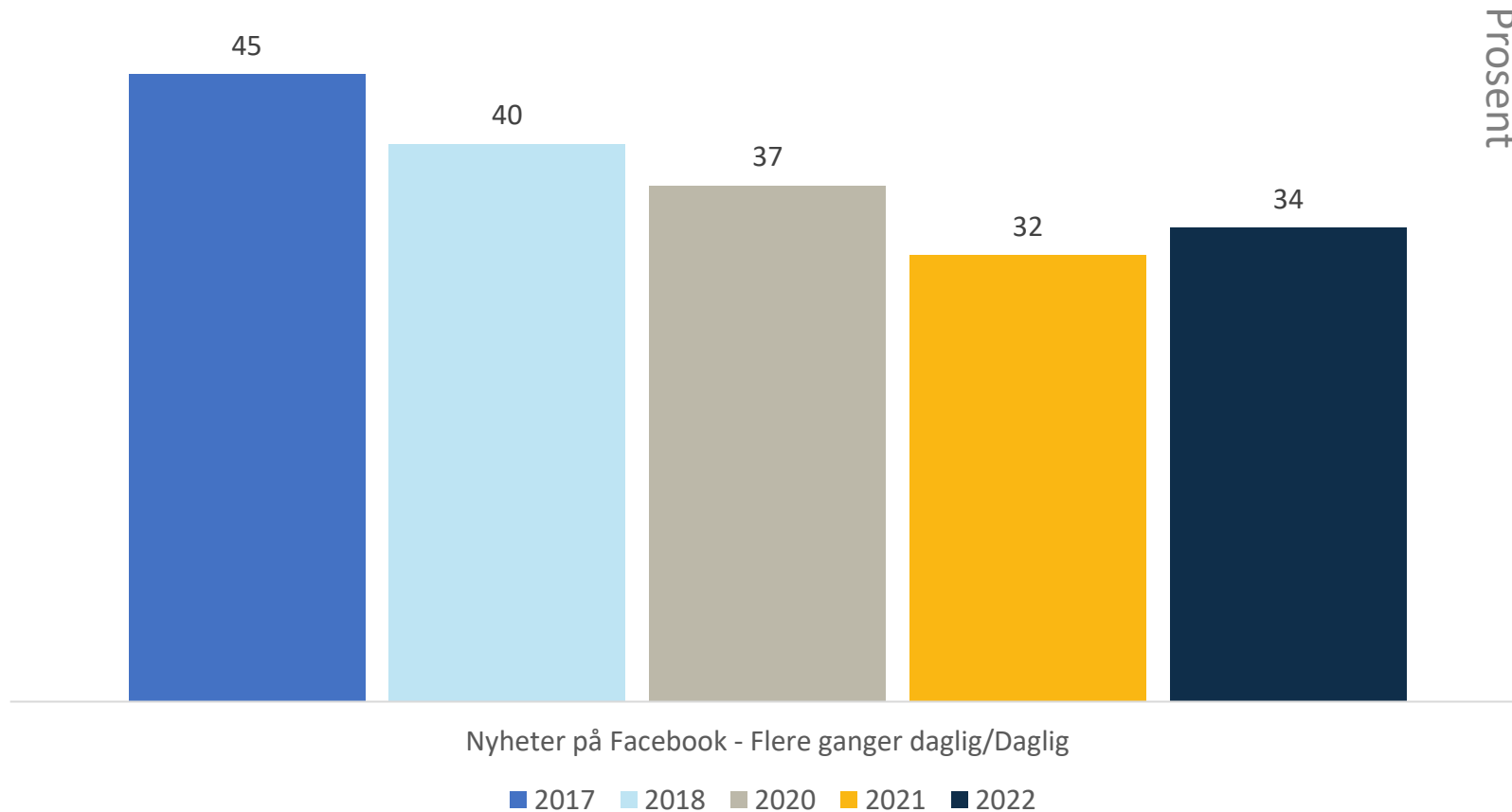
Hvor ofte leser/ser/hører du nyheter fra følgende medier? Flere ganger daglig/Daglig

Base 2022: Alle: 1089

NRK.no øker mest i daglig bruk



Nyhetsbruk på **facebook**



Prosent

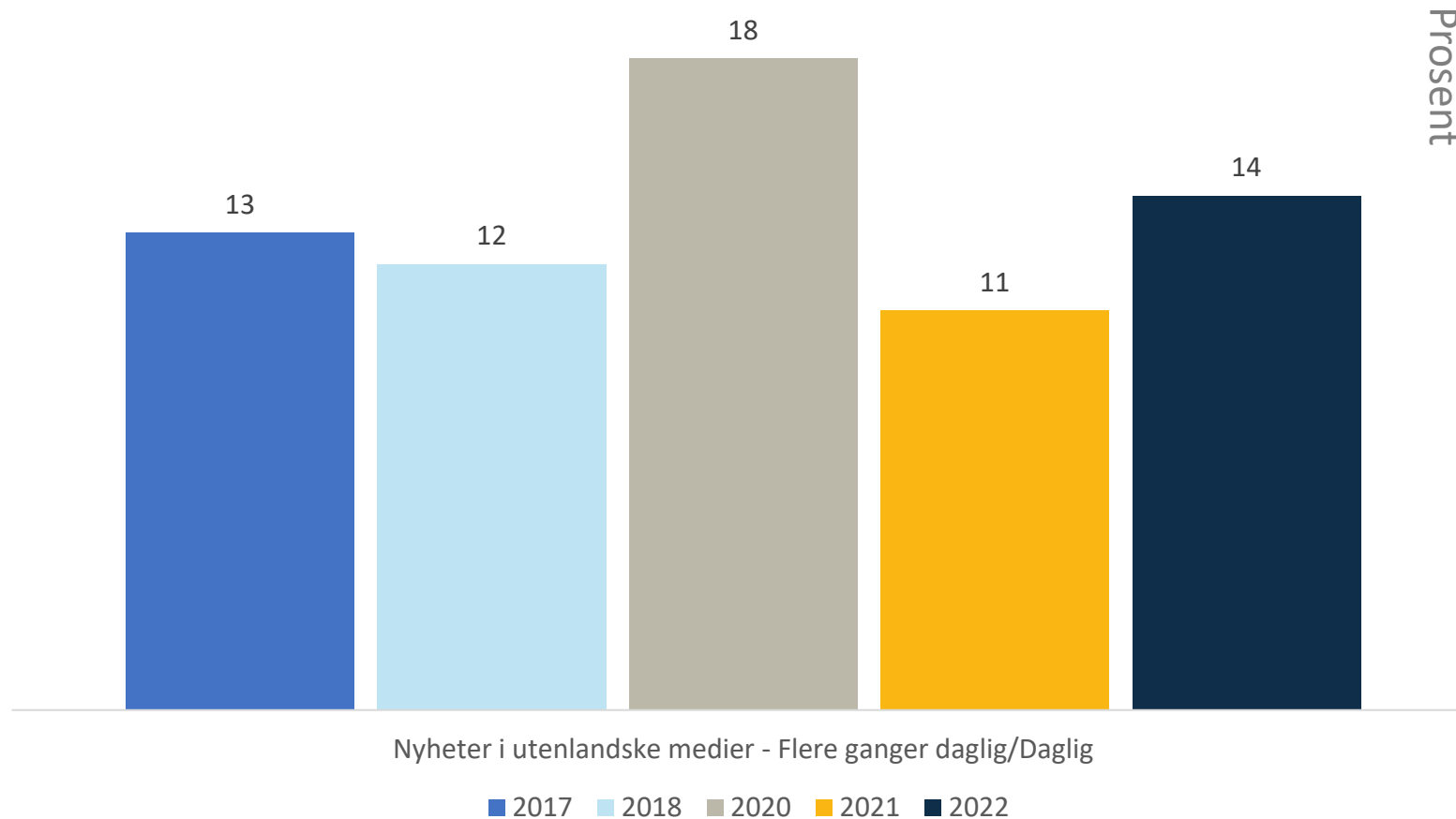
1 av 3 henter daglig nyheter fra Facebook.

Stadig færre av de yngste bruker Facebook til nyheter. I 2017 fant over halvparten av de under 30 år nyheter på Facebook, mens samme andel i 2022 var på kun 29 %. Det er bare målgruppen over 60 år som opprettholder sitt konsum av nyheter på Facebook, og 37 % i denne aldersgruppen bruker nå daglig nyheter fra nettsamfunnet.

Facebook benyttes i omtrent like stor grad av de som har abonnement i husstanden og de som ikke har tilgang til dette, men færre som har abonnement, oppgir Facebook som sin viktigste nyhetskilde.

1 av 10 oppgir at de får nok nyheter via sosiale medier som årsak til å ikke abonnere på nyheter, men bare 3 % oppgir Facebook som deres viktigste nyhetskilde.

Utenlandske medier fikk en «boost» under pandemien

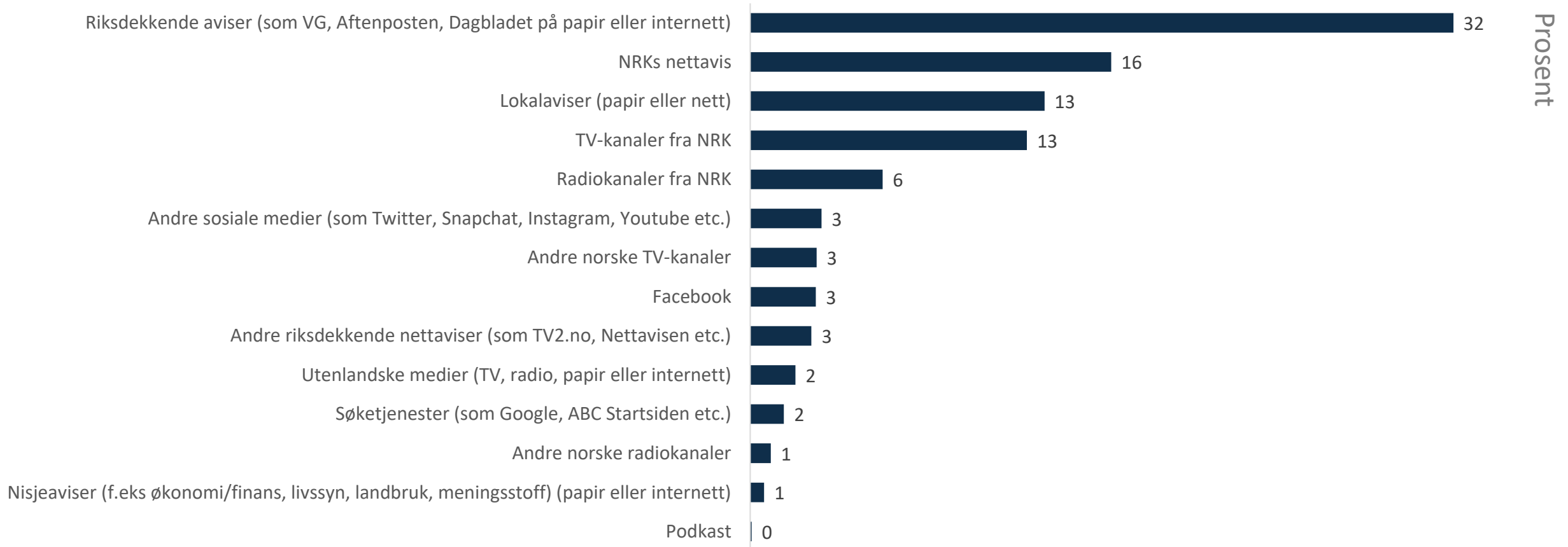


Bruk av utenlandske medier øker i takt med større globale hendelser, som pandemi og krig.

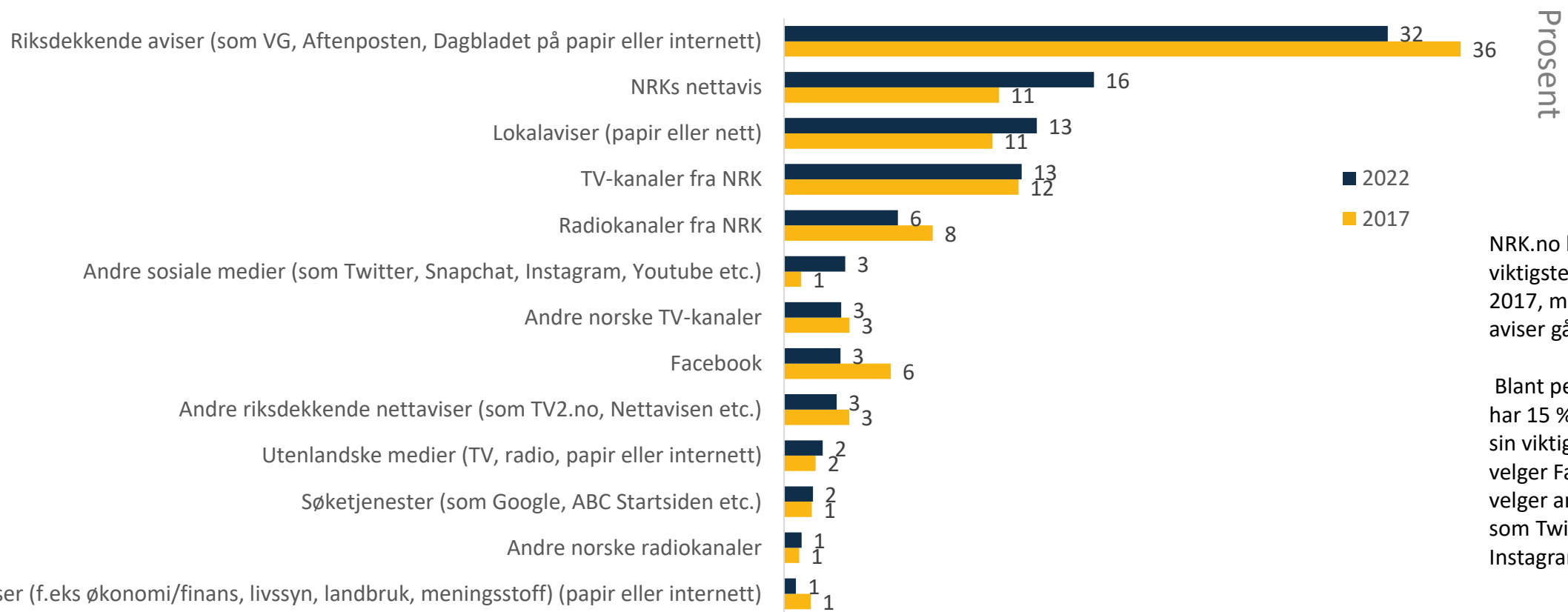
Menn og personer som ikke er født i Norge er overrepresentert blant brukerne av utenlandske medier. Disse er også i større grad felleskapsorienterte personer (Gallup Kompass).

Kun 2 % oppgir utenlandske medier (TV, radio, papir eller internett) som sin viktigste nyhetskilde.

Riksdekkende aviser er folks viktigste nyhetskilde



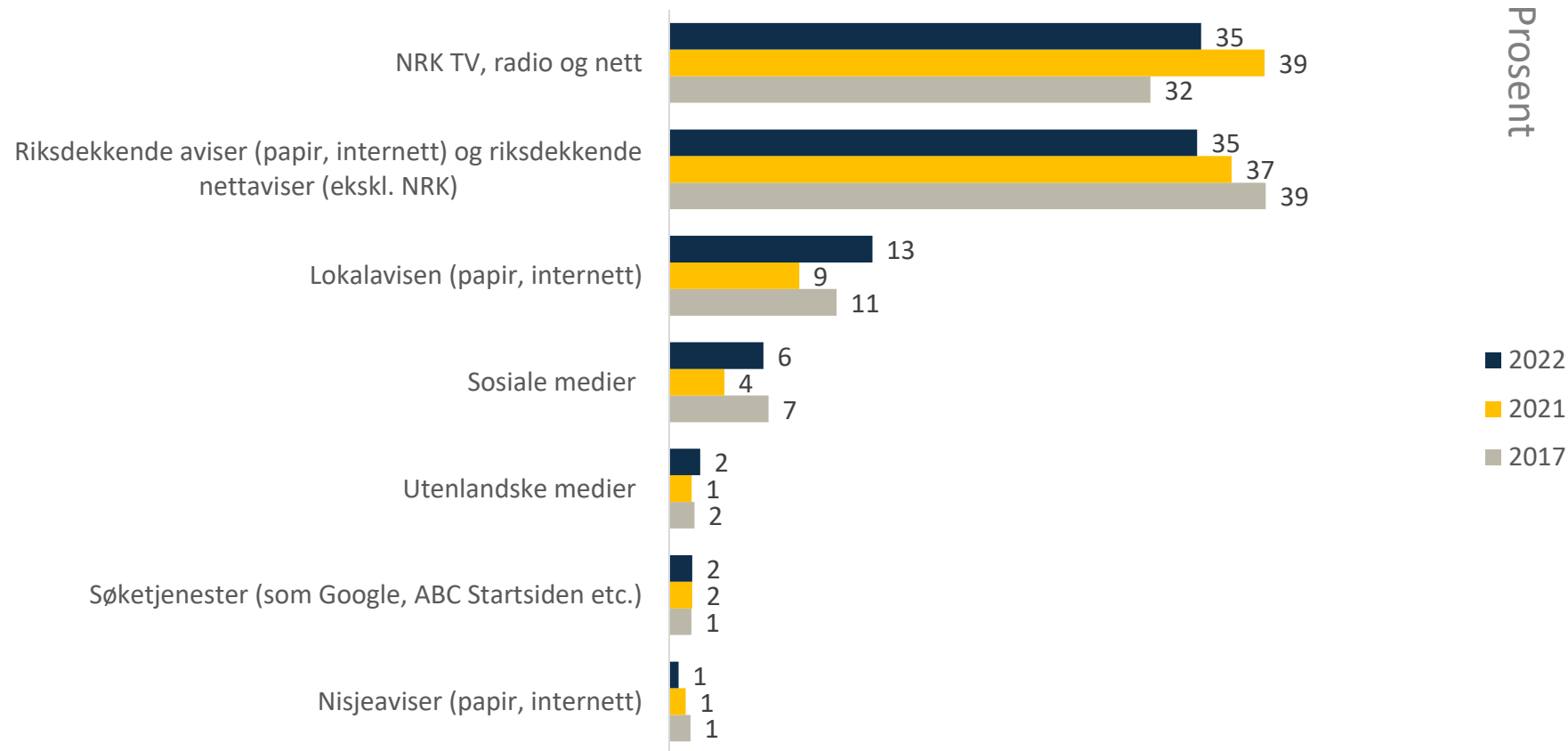
Endringer i viktigste nyhetskilde 2017 - 2022



NRK.no har styrket seg som viktigste nyhetskilde siden 2017, mens riksdekkende aviser går tilbake.

Blant personer under 30 år, har 15 % sosiale medier som sin viktigste nyhetskilde, 4 % velger Facebook, mens 11 % velger andre sosiale medier som Twitter, Snapchat, Instagram og Youtube.

Like mange har NRK og riksdekkende aviser som viktigste nyhetskilde



NRK og riksdekkende aviser oppgis i like stor grad som folks viktigste nyhetskilde. Totalt 7 av 10 oppgir en av disse.

35 % sier at de har hhv. NRK eller riksdekkende aviser som viktigste nyhetskilde. Til sammenligning hadde 39 % riksdekkende aviser som sin viktigste nyhetskilde i 2017, mens 32 % oppgav NRK på TV, radio eller nett som viktigst.

Lokalavisene styrker seg igjen etter en nedgang siden 2018, og 13 % mener at lokalavisen er deres viktigste kilde til nyheter.

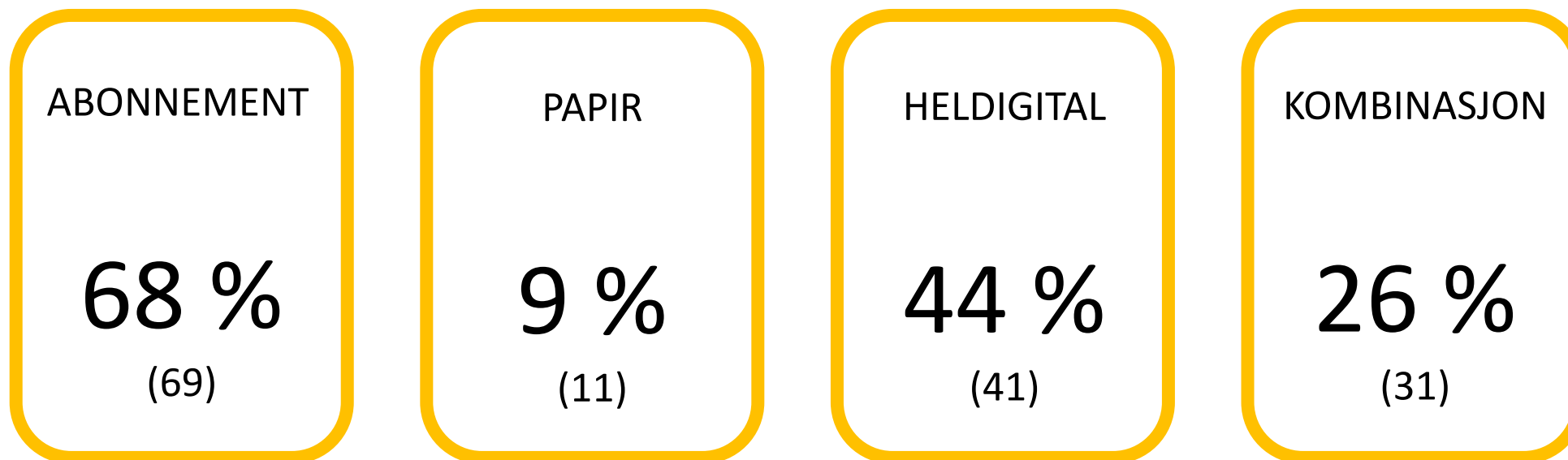


Hvor mange og hvem
betaler for nyheter?

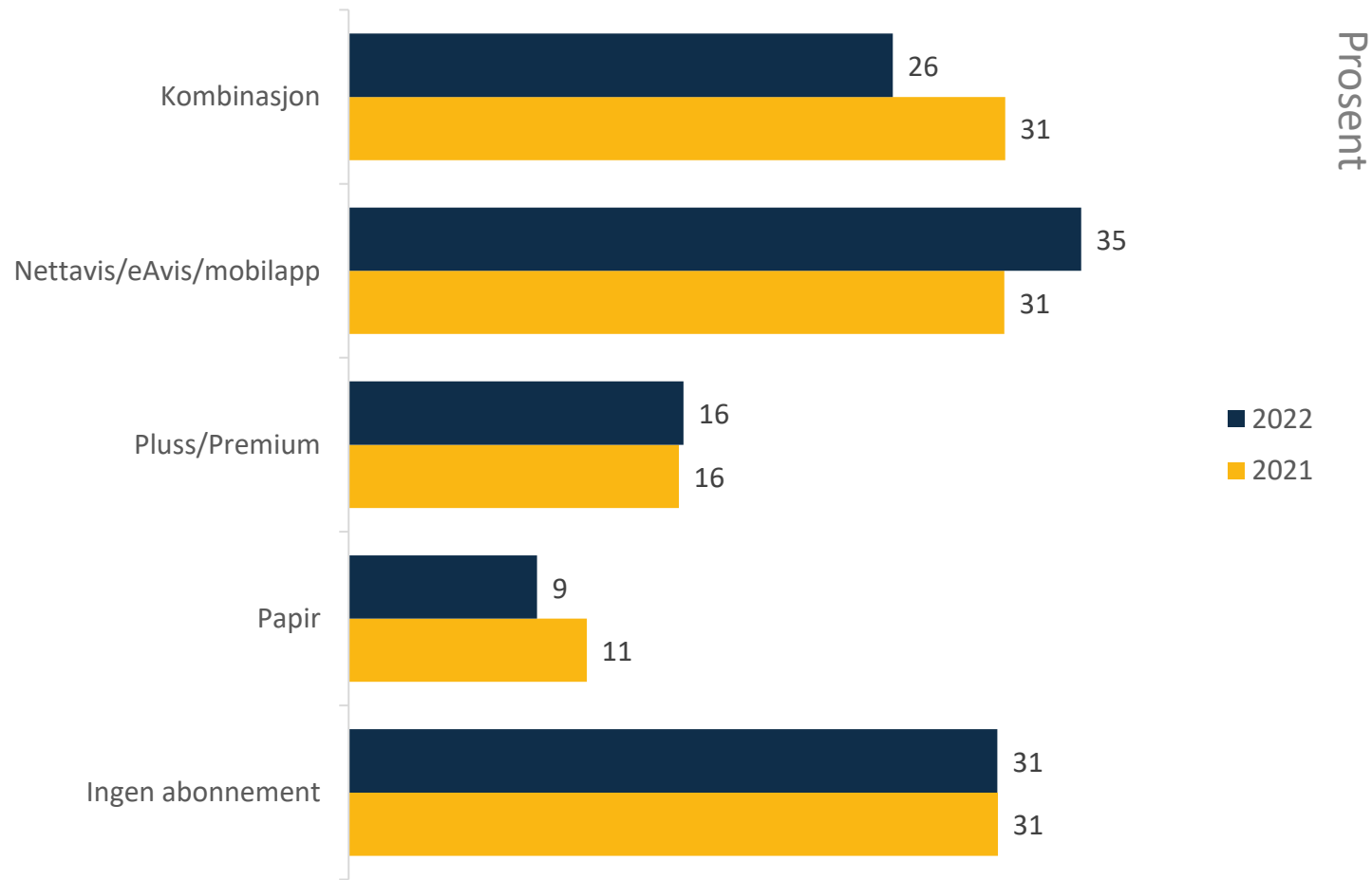
HVOR MANGE OG HVEM – oppsummering

- Andelen som svarer at de har tilgang til avisabonnement i husstanden, har økt jevnt siden første gang undersøkelsen ble gjennomført. I 2022 ser vi derimot at andelen stagnerer. 68 prosent av den norske befolkningen over 18 år oppgir nå å ha tilgang til minst ett avisabonnement, mens andelen i 2017 var på 63 prosent. 3 av 10 har ikke tilgang til avisabonnement i husstanden.
- Plussabonnementene har nærmere doblet i omfang siden 2017, og nettavisene har økt med nesten 38 prosent i perioden. Tilgangen til papirabonnement er nærmere en tredjedel av det den var i 2017. Kombinasjonsabonnementene går også tilbake og er nå lavere enn i 2017, da 29 prosent hadde tilgang til et kombinasjonsabonnement i husstanden.
- Flest over 60 år har tilgang til avisabonnement, men veksten har de siste fem årene først og fremst kommet i yngre aldersgrupper. Blant 45-59 åringene har nå ca. 3 av 4 tilgang til abonnement i husstanden, og blant de under 45 har over halvparten tilgang til abonnement (53 %). Veksten er størst i gruppen 30-44 år.
- Blant de som har tilgang på abonnement i husstanden, abonnerer flest på lokale eller regionale aviser (77 %). Andelen utenfor Oslo og omegn er her noe høyere (85 %). Over 4 av 10 abonnerer på riksaviser, og andelen har økt med 6 prosentpoeng siden 2017. Styrkingen kommer først og fremst i Oslo-området, hvor hele 78 prosent abonnerer på riksaviser. Færre oppgir samtidig å abonnere på lokalaviser. De øvrige kategoriene er rimelig stabile over tid, og ca. 1 av 10 abonnerer fortsatt på minst én nisjeavis.
- Det er først og fremst personer som ikke er født i Norge, som abonnerer på utenlandske aviser (17 %). Denne gruppen abonnerer i mindre grad på andre typer aviser.
- Nordmenn har i snitt tilgang til 1,4 avisabonnement. Dette er stabilt i forhold til året før. Personer under 30 har færre abonnement enn andre alderskategorier, mens personer over 60 år er overrepresentert blant de som har tilgang til to abonnement.
- Nettavisen brukes mest i kombinasjonsabonnement. De yngste er helt klart digitale, og blant de under 30 bruker 8 av 10 nettavisen mest. Til sammenligning var andelen som brukte nettavisen mest i denne aldersgruppen, på bare 41 prosent i 2017. Personer over 60 år foretrekker i størst grad å benytte papiravisen i sitt kombinasjonsabonnement (47 %), mens 1 av 3 i denne aldersgruppen foretrekker å bruke nettavisen.
- 63 prosent betaler for minst ett abonnement selv. Omtrent 1 av 4 har andre i husstanden som betaler, og totalt er 84 prosent av abonnementene betalt av en selv eller familie. Menn svarer i større grad at de selv betaler, mens kvinner i større grad har andre i familien som betaler. Sistnevnte gjelder også for de under 30 år, og betalingsgraden øker med alderen. 8 prosent oppgir at jobben betaler.
- Nisjeaviser er i noe større grad betalt av andre i husstanden, mens lokalaviser sjeldnere betales av jobb. Utenlandske aviser betales først og fremst av en selv. Det skiller lite mellom hvem som betaler for hhv. papiraviser og abonnement på nett.

Nær 7 av 10 har tilgang til minst ett avisabonnement



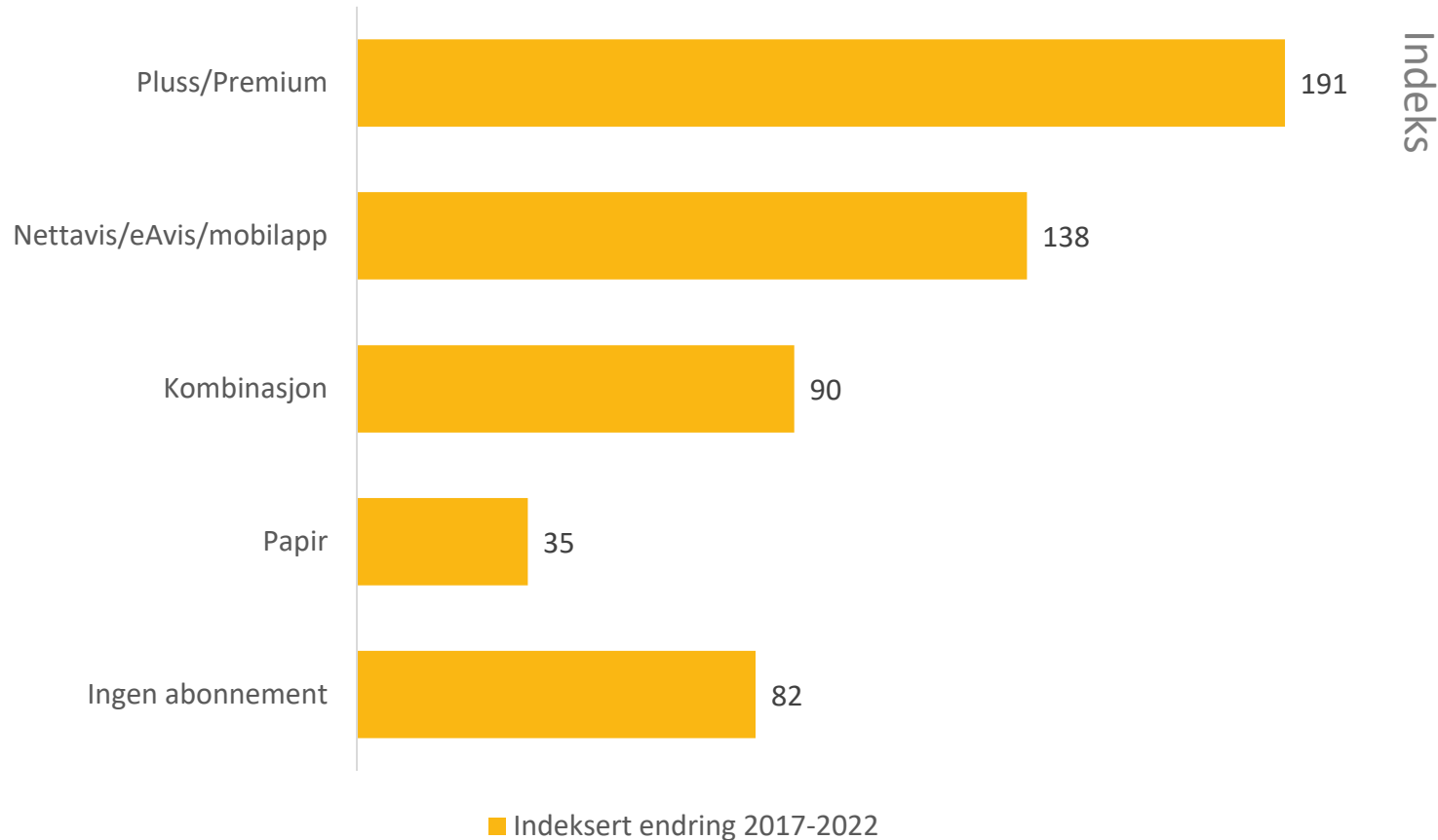
Utflating i tilgang til avisabonnement



68 % av befolkningen over 18 år oppgir å ha tilgang til minst én type avisabonnement i husstanden, uavhengig av om tilgangen skjer via papiraviser, nettaviser eller ulike kombinasjoner.

Utviklingen har vært positiv siden 2017, og da oppgav 63 % å ha tilgang til abonnement, men vi ser nå en utflating i tilgangen. Dette er i tråd med utvikling i opplaget for norske aviser.

Sterk vekst i tilgang til digitalabonnement

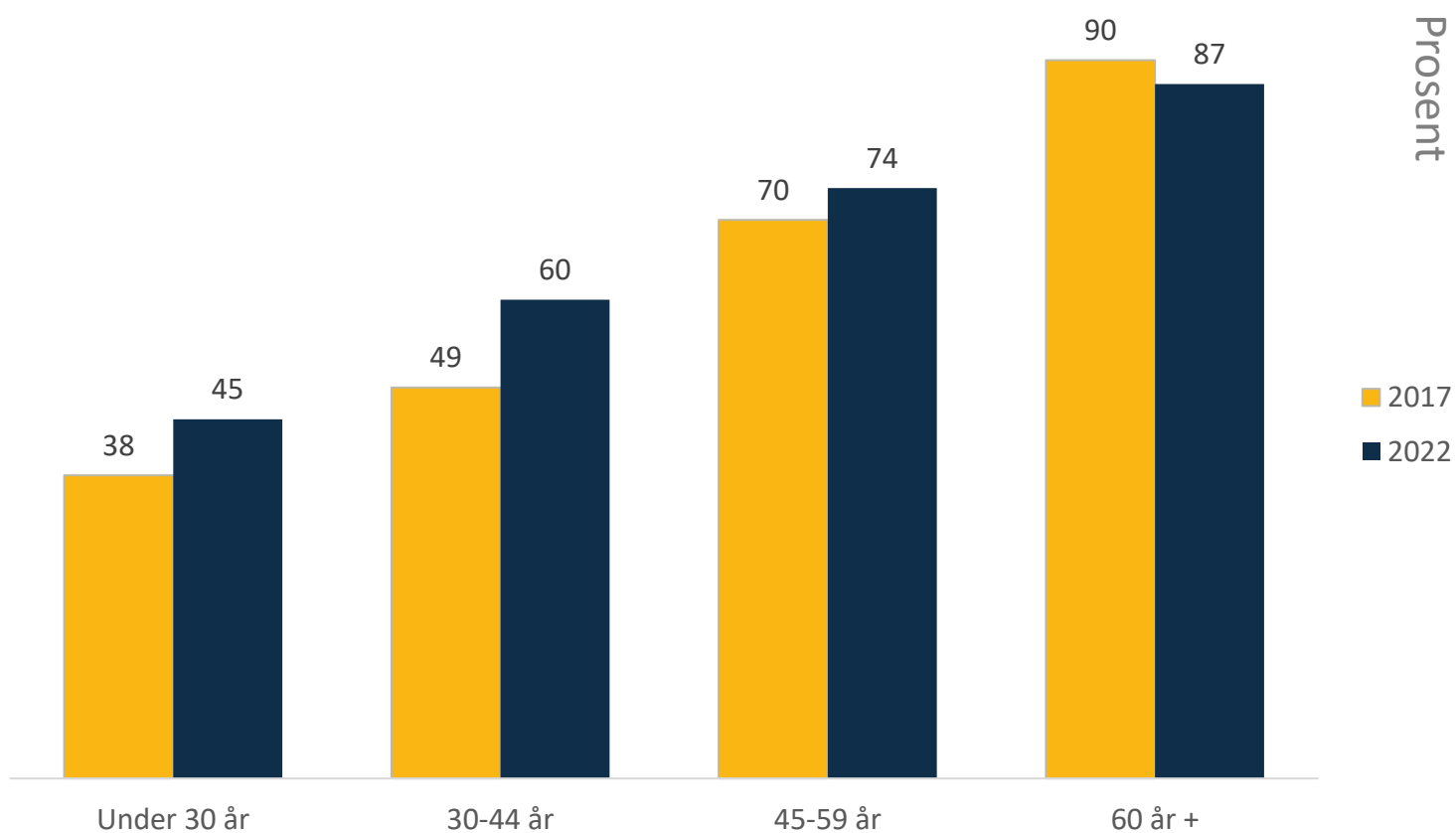


Plussabonnementene har nærmere doblet i omfang siden 2017, og nettavisene har økt med nesten 38 % i perioden.

Tilgangen til papirabonnement er nærmere en tredjedel av det den var i 2017. Tilgangen til kombinasjonsabonnement går også tilbake og er nå lavere enn i 2017, da 29 % hadde kombinasjonsabonnement i husstanden.

37 % hadde ikke tilgang til noen avisabonnement i 2017. Det er 18 % færre enn i dag.

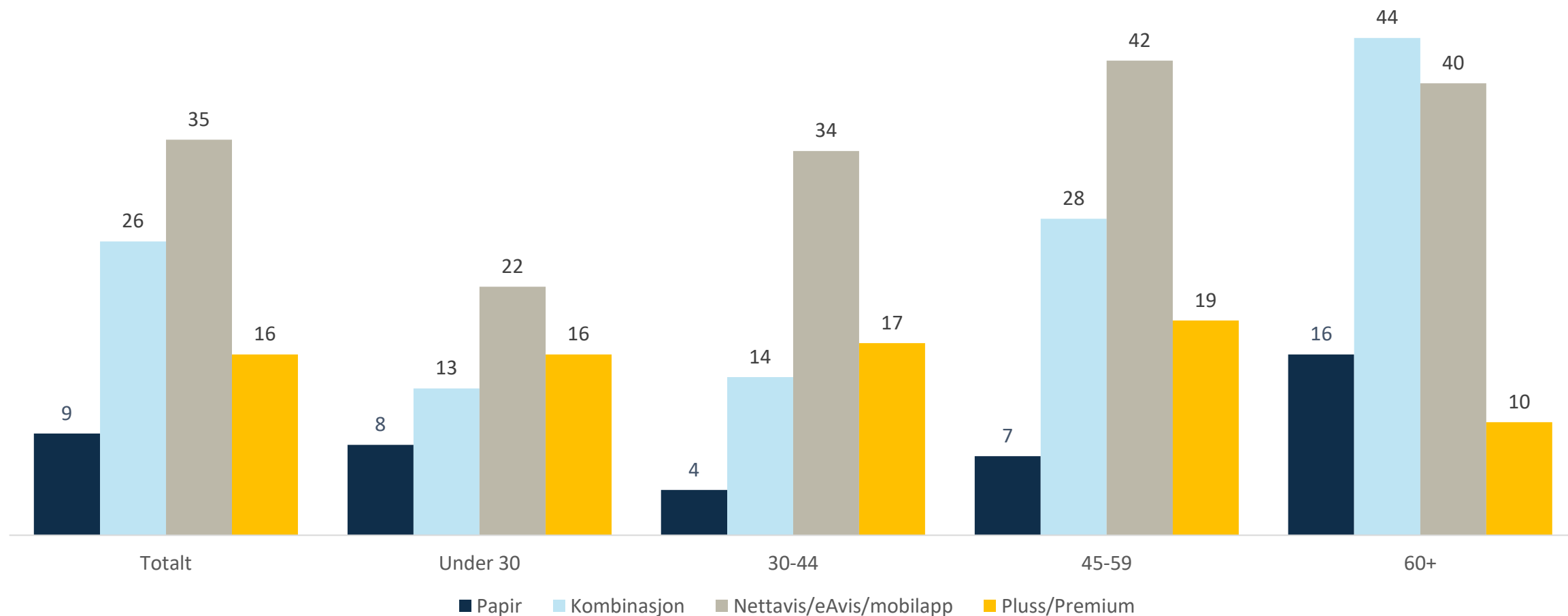
Sterkest vekst blant 30-44 åringer



Flest over 60 år har tilgang til avisabonnement, men veksten har de siste fem årene først og fremst kommet i yngre aldersgrupper.

Blant 45-59-åringene har nå ca. 3 av 4 tilgang til abonnement i husstanden, og blant de under 45 har over halvparten tilgang til abonnement (53 %). Veksten er størst i gruppen 30-44 år.

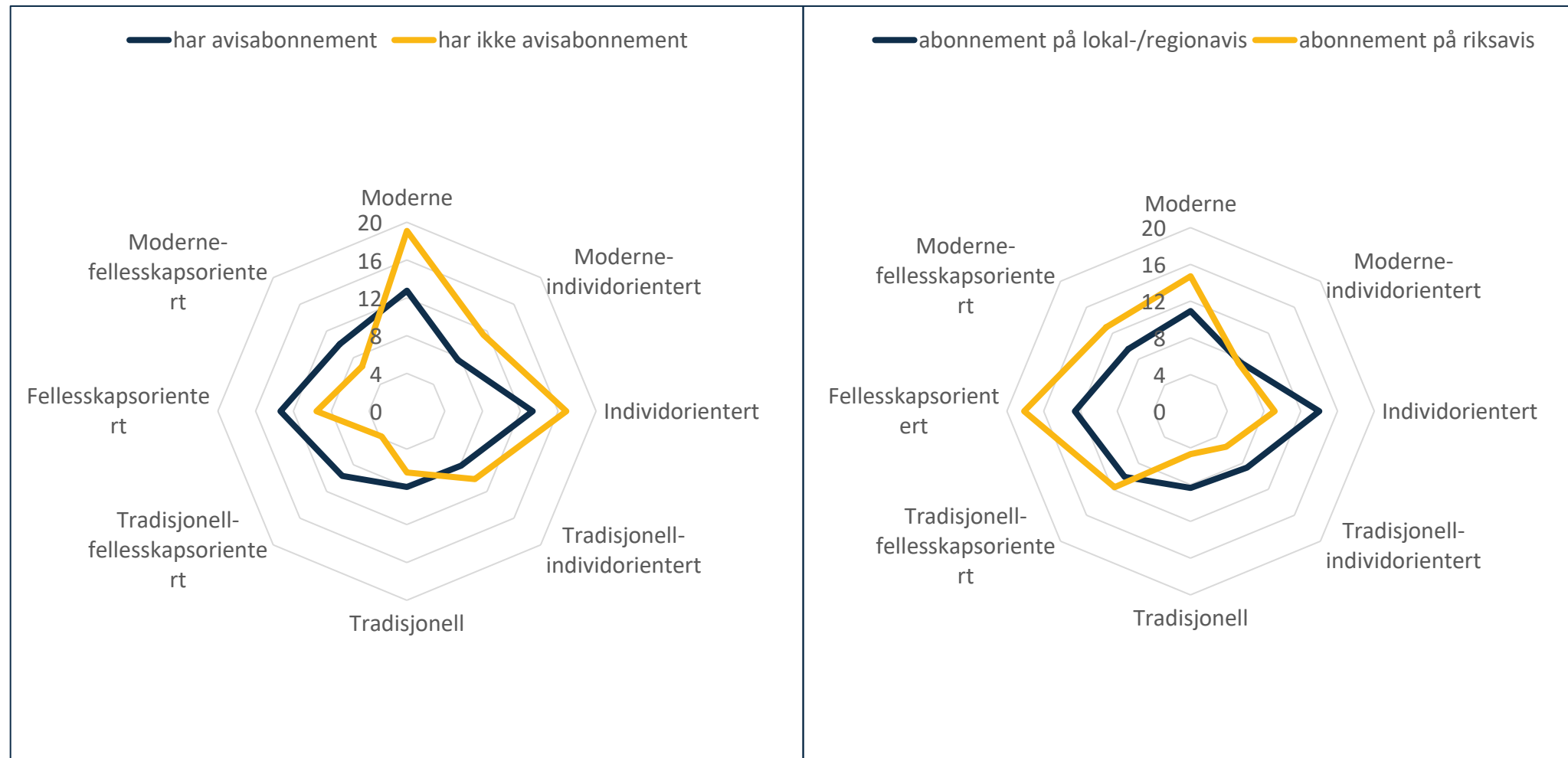
Heldigitale alternativer velges på tvers av alder



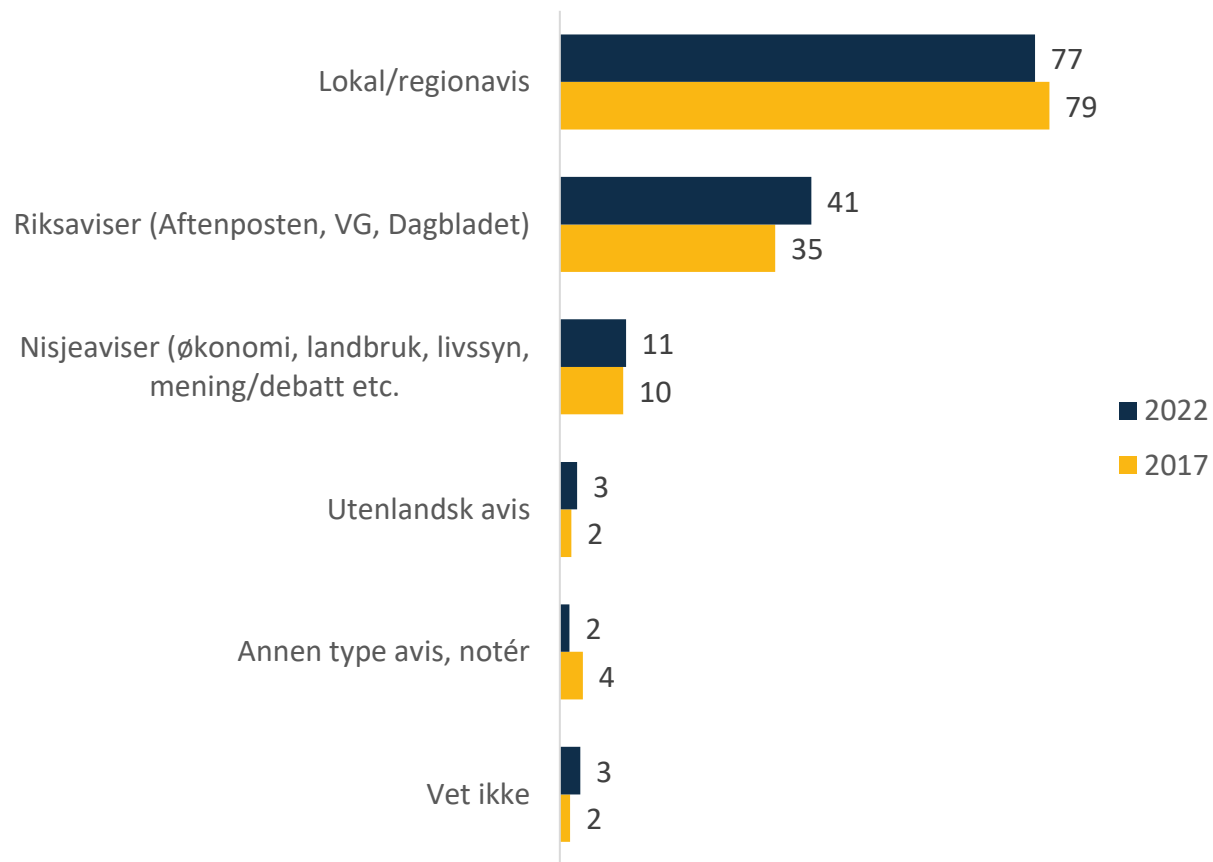
Hvilke av følgende abonnement på avis har du eller din husstand?

Base 2022: Alle: 1089

Gallup Kompass



Flere har tilgang til abonnement på riksaviser



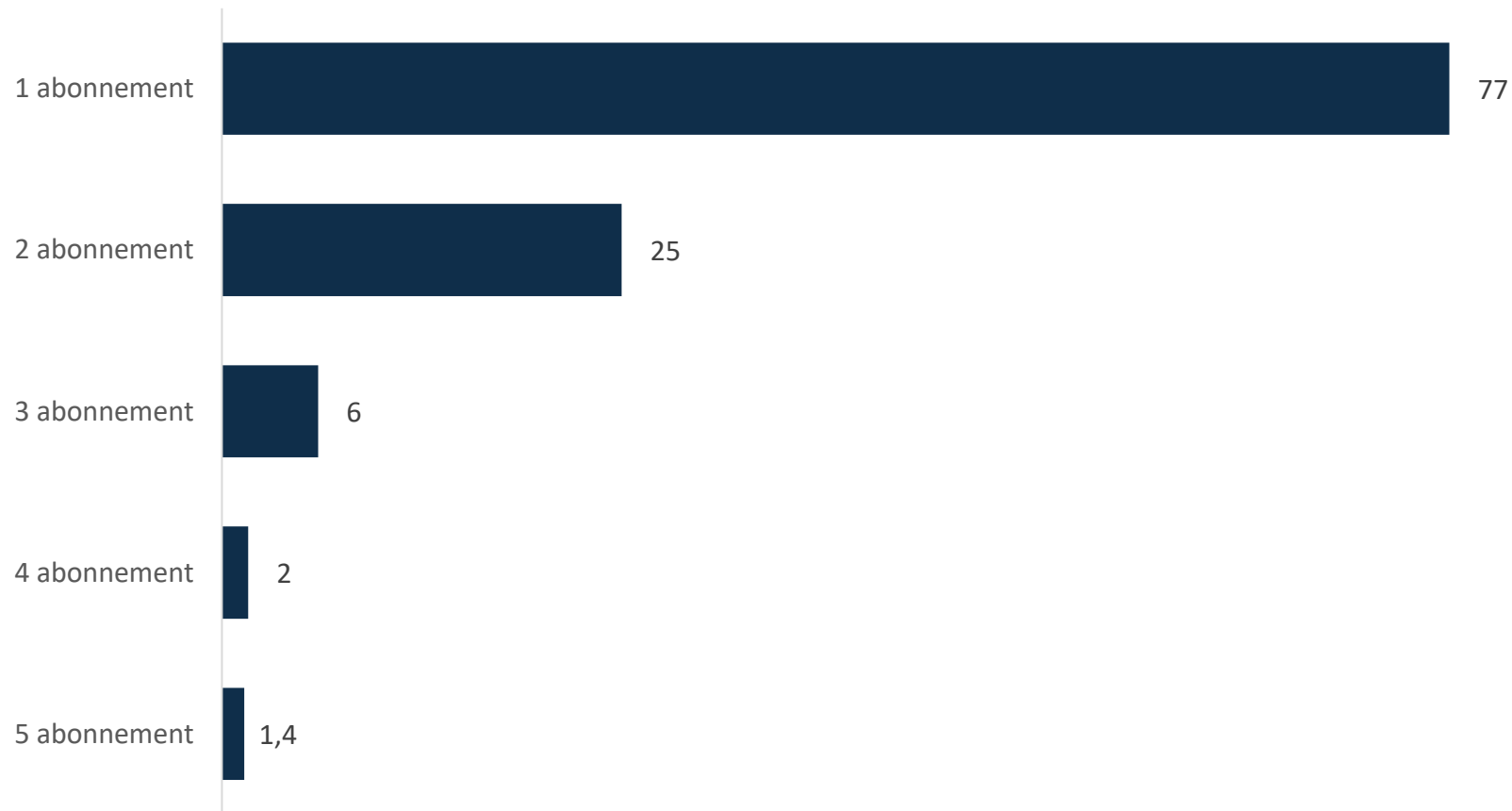
Blant de som har tilgang på abonnement i husstanden, abonnerer flest på lokale eller regionale aviser (77 %). Andelen utenfor Oslo og omegn er her noe høyere (85 %).

Over 4 av 10 abonnerer på riksaviser, og andelen har økt med 6 prosentpoeng siden 2017. Styrkingen kommer først og fremst i Oslo-området, hvor hele 78 % abonnerer på riksaviser og færre samtidig oppgir å abonnere på lokalaviser.

De øvrige kategoriene er rimelig stabile over tid, og ca. 1 av 10 abonnerer fortsatt på minst én nisjeavis.

Det er først og fremst personer som ikke er født i Norge, som abonnerer på utenlandske aviser (17 %). Denne gruppen abonnerer i mindre grad på andre typer aviser.

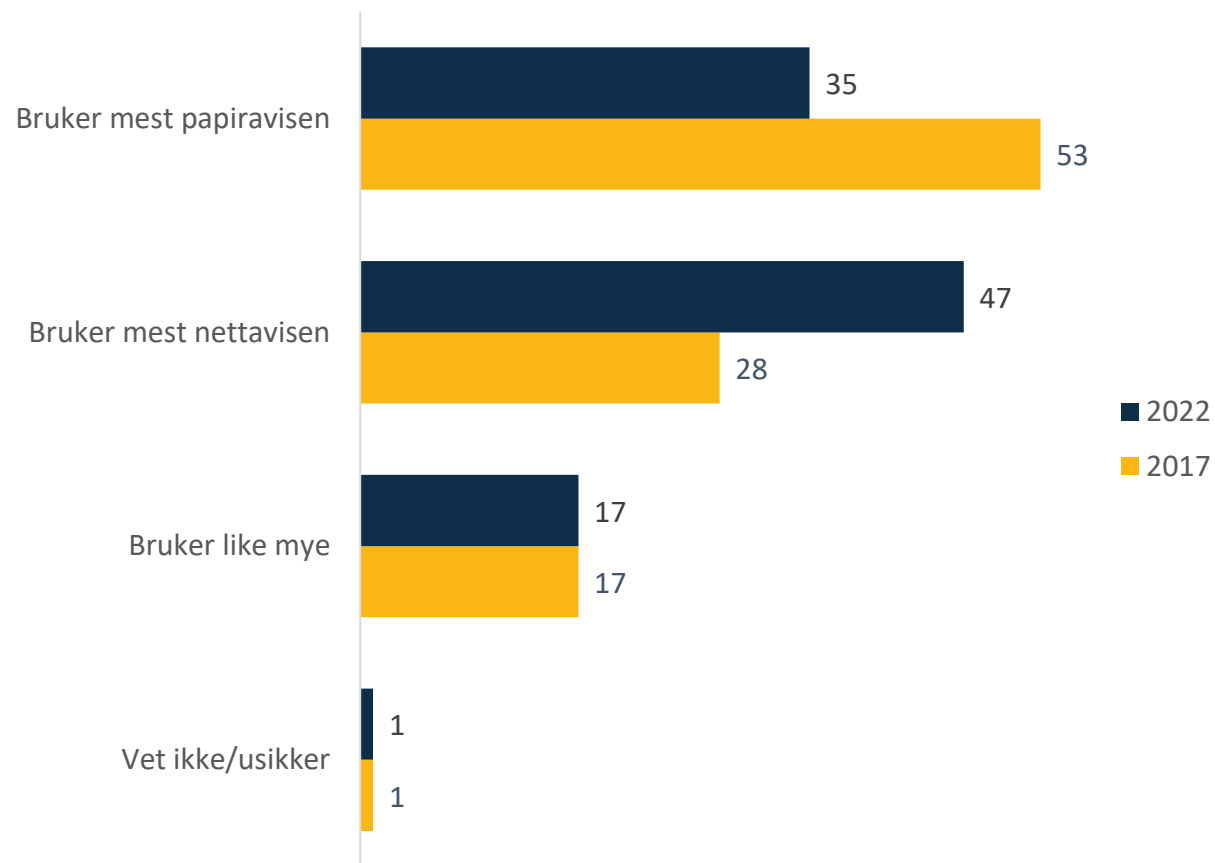
Nordmenn har i snitt tilgang til 1,4 avisabonnement



Dette er stabilt i forhold til året før.

De under 30 har færre abonnement enn andre alderskategorier, mens personer over 60 år er overrepresentert blant de som har tilgang til to abonnement.

Nettavisen brukes mest i komplettabonnement

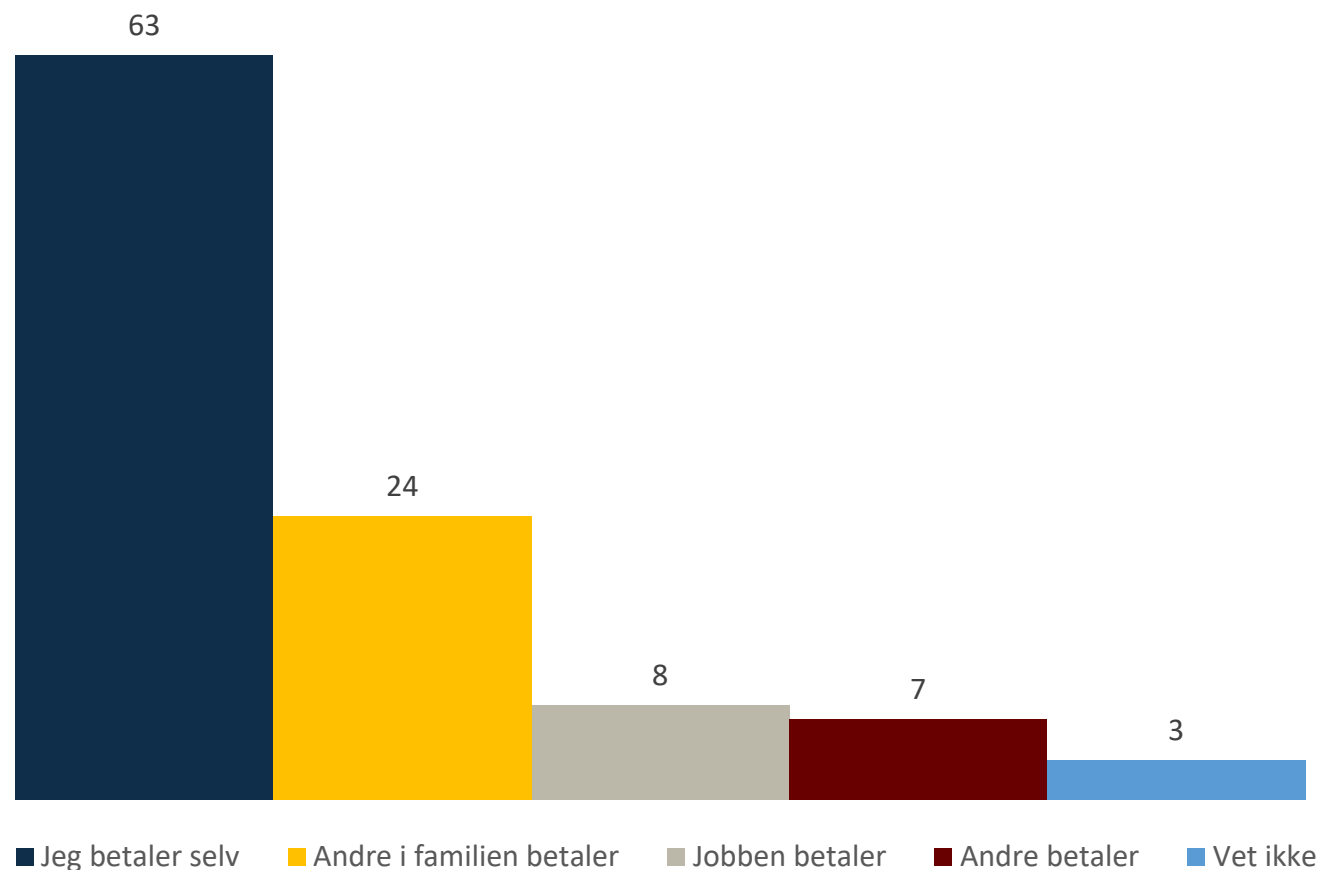


De yngste er helt klart digitale, og blant de under 30 bruker 8 av 10 nettavisen mest. Til sammenligning, var andelen som brukte nettavisen mest i denne aldersgruppen, på bare 41 % i 2017.

Personer over 60 år foretrekker i størst grad å benytte papiravisen i sitt kombinasjonsabonnement (47 %), mens 1 av 3 i denne aldersgruppen foretrekker å bruke nettavisen.

I følge Kantar Media sitt «mini-kompass», er det de «individorienterte» som i størst grad bruker nettavisen, mens vi for papiravisen finner en overvekt av de «tradisjonelle».

84 % av abonnementene betales i husstanden

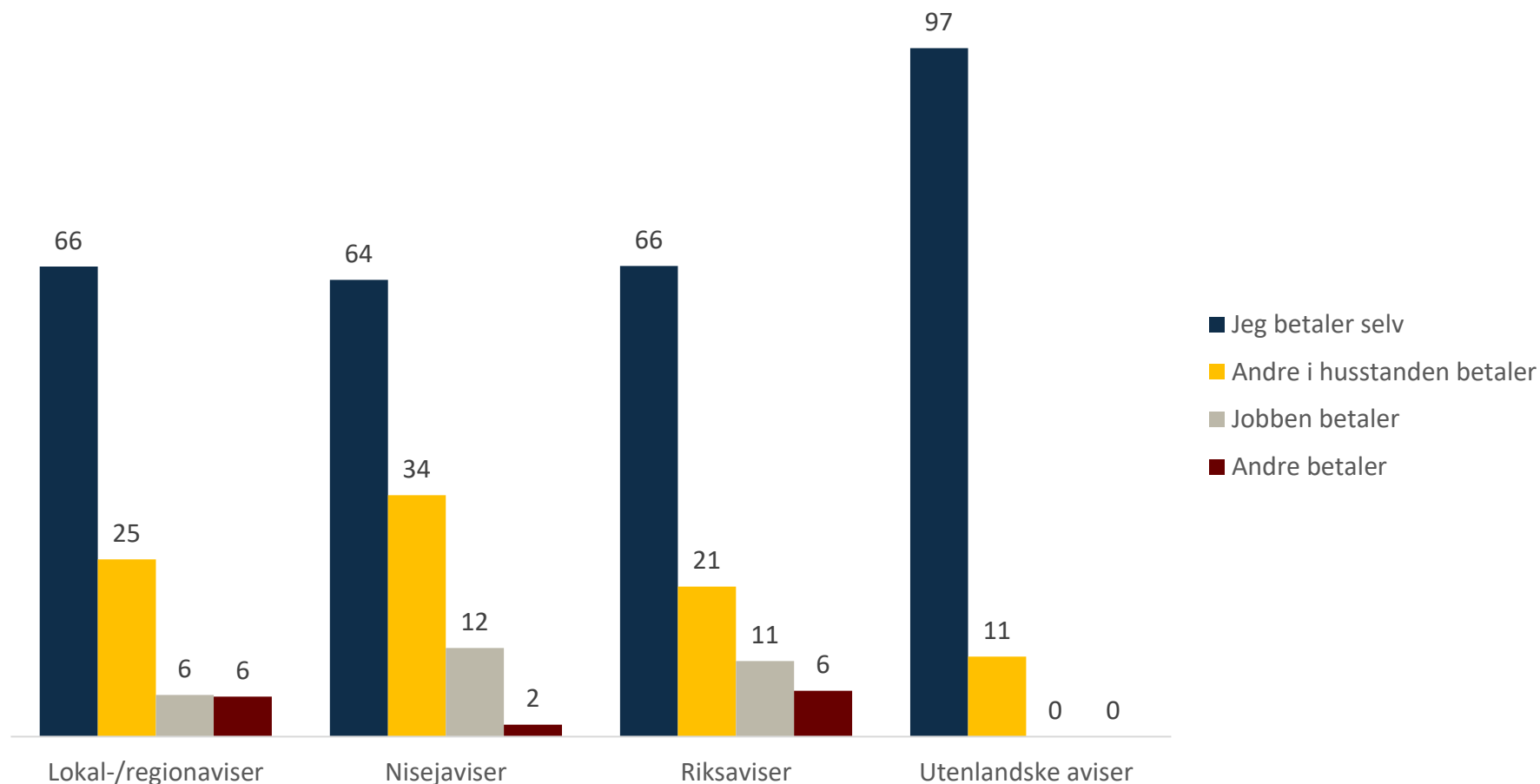


Uavhengig av type abonnement, betaler 63 % for minst ett abonnement selv. Omtrent 1 av 4 har andre i husstanden som betaler, og totalt er 84 % av abonnementene betalt av en selv eller familie.

Menn svarer i større grad at de selv betaler, mens kvinner i større grad har andre i familien som betaler. Sistnevnte gjelder også for de under 30 år, og betalingsgraden øker med alderen.

8 % oppgir at jobben betaler. Blant disse (*base: 60*), svarer 57 % at dersom jobben ikke hadde betalt for abonnementet, ville de likevel abonnert på avisen. Dette er flere enn for fem år siden, da 43 % oppgav at de selv ville betalt. Like mange ville ikke betalt (31 %), mens andelen usikre har gått tilbake.

63 % betaler for minst ett abonnement selv



Nisejavis er i noe større grad betalt av andre i husstanden, mens lokalaviser sjeldnere betales av jobb.

Utenlandske aviser betales først og fremst av en selv.

Det skiller lite mellom hvem som betaler for hhv. papiraviser og abonnement på nett.

Hvem betaler for avisabonnementet?

Base 2022: Abo lokalavis: 571, abo nisejavis: 79, abo riksavis: 302, abo utenlandsk avis: 21

A close-up photograph of a person's hand holding a silver credit card. The hand is wearing a grey, textured sweater. In the background, a laptop keyboard is visible, slightly out of focus. The overall lighting is soft and natural.

Årsaker til å betale / ikke betale

HVORFOR – oppsummering

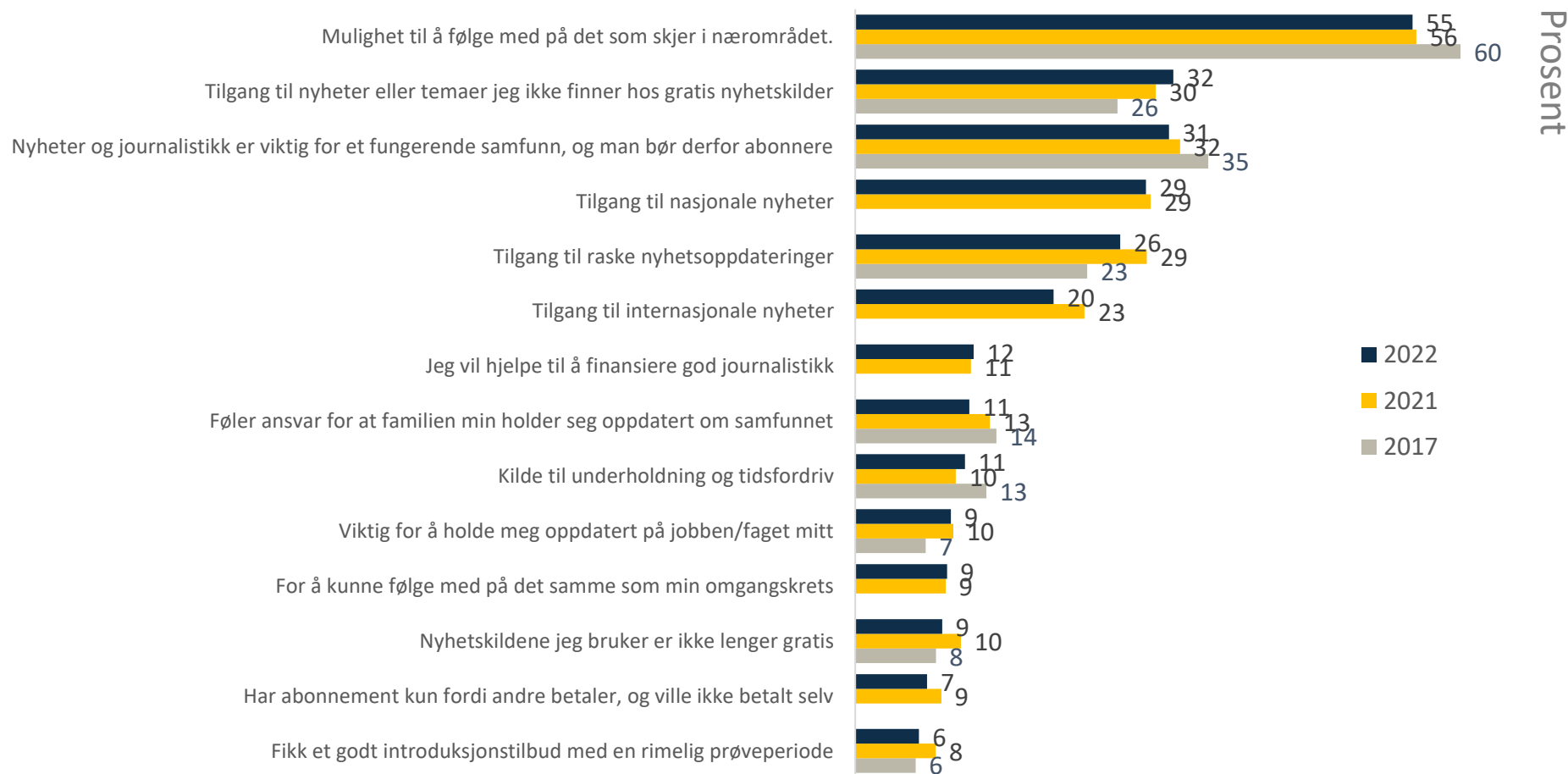
HVORFOR

- Mulighet for å følge med på det som skjer i nærområdet er den hyppigst nevnte årsaken til å abonnere, og andelen har vært stabil de siste årene.
- 1 av 3 abonnerer fordi det gir de tilgang til nyheter og temaer de ikke finner hos gratis nyhetskilder, og andelen som svarer dette har økt siden 2017. Nesten like mange abonnerer fordi de mener at nyheter er viktig for et fungerende samfunn, og andelen som er enig i dette øker med alderen.
- Tilgangen til internasjonale nyheter og raske nyhetsoppdateringer var spesielt viktig under pandemien.
- Personer under 30 år er overrepresentert blant de som abonnerer for å holde seg oppdatert på jobben og faget sitt (19 %) og som har abonnement kun fordi andre betaler for det (17 %).

HVORFOR IKKE

- Tilgang til gratis nyhetskilder på nett oppgis som hovedårsaken til ikke å abonnere på aviser. Halvparten av de som ikke har abonnement i dag, oppgir dette som årsak. Det er på nivå med andelen fem år tilbake.
- Flere oppgir i år enn i fjor at de ikke har råd til å abonnere. 2 av 10 sier at dette er en årsak til at de velger bort abonnement, og andelen er høyere blant kvinner (27 %). Samtidig er det stadig færre som oppgir at avisene ikke gir verdi for pengene. 1 av 4 oppgir nå dette som årsak, flest menn (33 %). Omtrent like mange sier at de får nok nyheter fra radio eller TV.
- 1 av 10 er ikke opptatt av det avisene skriver om, og andelen har økt, spesielt det siste året. Her er de yngste overrepresentert (17 %), og blant personer som ikke er født i Norge, oppgir 1 av 3 dette som årsak til ikke å abonnere.
- Ca. 1 av 10 får fortsatt dekket nyhetsbehovet via sosiale medier, og det gjelder ikke bare de yngre, men også i stor grad gruppen 45-59 år.
- 49 prosent av de som ikke har abonnement i husstanden, oppgir at de får dekket nyhetsbehovet via gratis nyhetskilder på nett. Nasjonale nettaviser og NRK.no er de viktigste gratis nyhetskildene på nett for denne gruppen. Det kan se ut til at de nasjonale nettavisene har styrket seg det siste året, og spesielt de som mener det er viktig å være oppdatert på nyhetsbildet til enhver tid, søker til de nasjonale nettavisene (61 %).
- 6 prosent trekker frem sosiale medier, og dobbelt så mange (12 %) blant de som opplever å ha fått en merkbart strammere økonomi det siste året.

Viktigste grunner til å abonnere på aviser



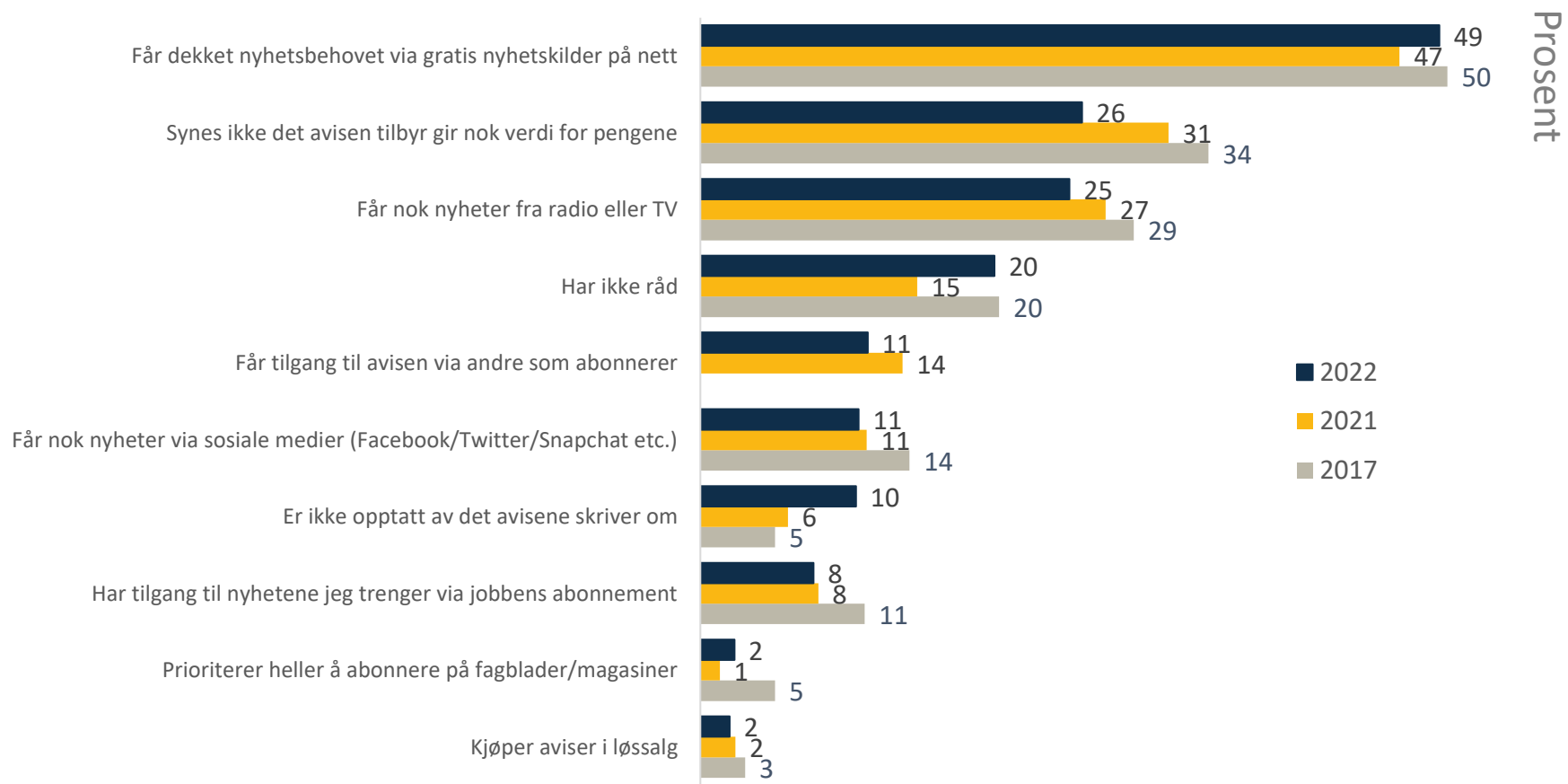
Mulighet for å følge med på det som skjer i nærområdet er den hyppigst nevnte årsaken til å abonnere, og andelen har vært stabil de siste årene.

1 av 3 abonnerer fordi det gir de tilgang til nyheter og temaer de ikke finner hos gratis nyhetskilder, og andelen som svarer dette, har økt siden 2017. Nesten like mange abonnerer fordi de mener at nyheter er viktig for et fungerende samfunn, og andelen som er enig i dette, øker med alderen.

Tilgangen til internasjonale nyheter og raske nyhetsoppdateringer var spesielt viktig under pandemien.

Personer under 30 år er overrepresentert blant de som abonnerer for å holde seg oppdatert på jobben og faget sitt (19 %) og som har abonnement kun fordi andre betaler for det (17 %).

Årsaker til ikke å abonnere på aviser



Tilgang til gratis nyhetskilder på nett oppgis som hovedårsaken til ikke å abonnere på aviser. Halvparten av de som ikke har abonnement i dag, oppgir dette som årsak. Det er på nivå med andelen fem år tilbake.

Flere oppgir i år enn i fjor at de ikke har råd til å abonnere. 2 av 10 sier at dette er en årsak til at de velger bort abonnement, og andelen er høyere blant kvinner (27 %). Samtidig er det stadig færre som oppgir at avisene ikke gir verdi for pengene. 1 av 4 oppgir nå dette som årsak, flest menn (33 %). Omtrent like mange sier at de får nok nyheter fra radio eller TV.

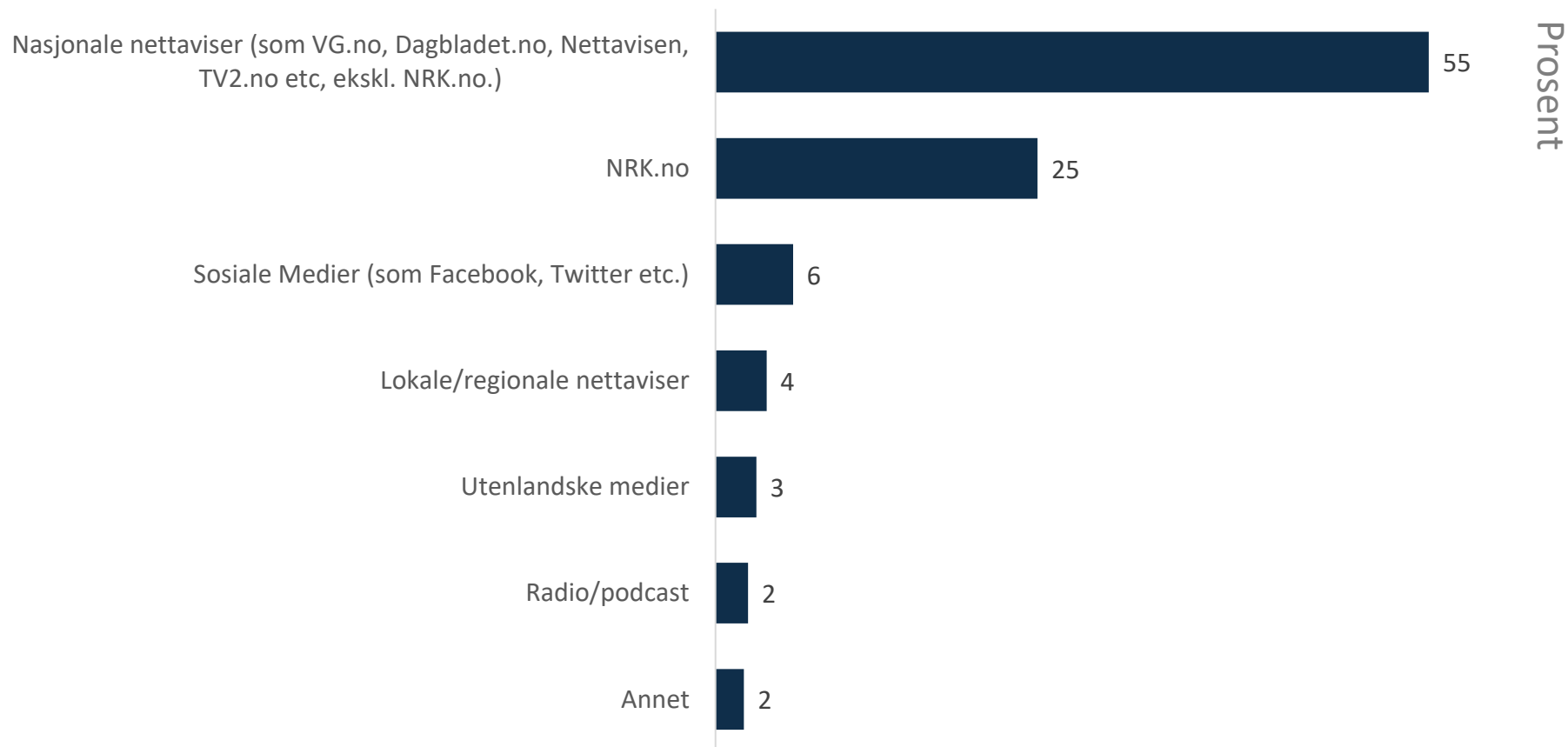
1 av 10 er ikke opptatt av det avisene skriver om, og andelen har økt, spesielt det siste året. Her er de yngste overrepresentert (17 %), og blant personer som ikke er født i Norge, oppgir 1 av 3 dette som årsak til ikke å abonnere.

Ca. 1 av 10 får fortsatt dekket nyhetsbehovet via sosiale medier og det gjelder ikke bare de yngre, men også i stor grad gruppen 45-59 år.

Hva er de viktigste grunnene til at du eller din husstand ikke abonnerer på avis og/eller nettavis?

Base 2022: Har ikke abonnement på avis i husstanden: 333

Viktigste gratis nyhetskilde på nett



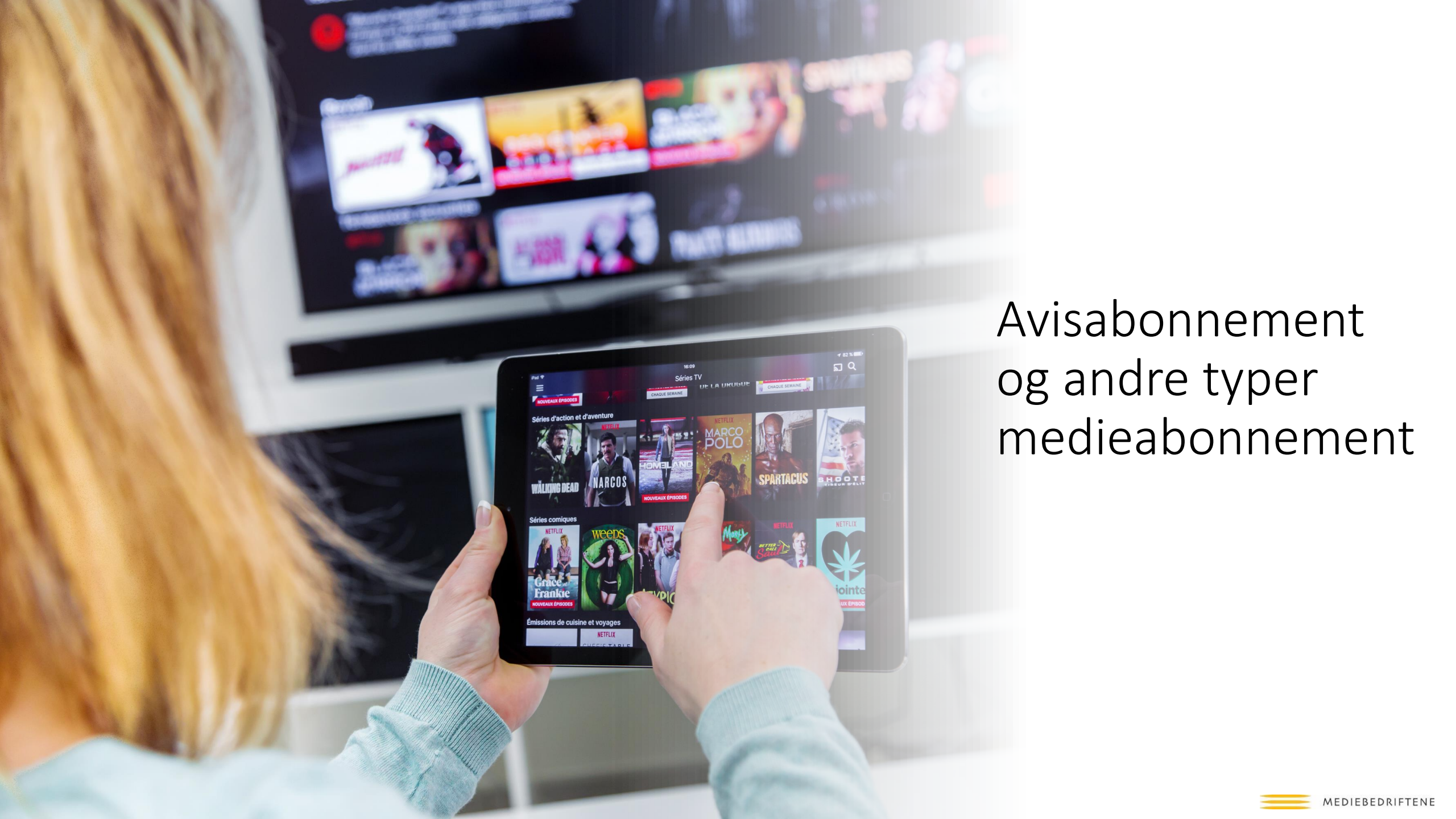
49 prosent av de som ikke har abonnement i husstanden, oppgir at de får dekket nyhetsbehovet via gratis nyhetskilder på nett.

Nasjonale nettaviser og NRK.no er de viktigste gratis nyhetskildene på nett for denne gruppen. Det kan se ut til at de nasjonale nettavisene har styrket seg det siste året, og spesielt de som mener det er viktig å være oppdatert på nyhetsbildet til enhver tid søker til de nasjonale nettavisene (61 %).

6 prosent trekker frem sosiale medier, og dobbelt så mange (12 %) blant de som opplever å ha fått en merkbart strammere økonomi det siste året.

Du svarte at du får dekket nyhetsbehovet av gratis kilder på nett. Hva er din viktigste gratis nyhetskilde på nett?

Base 2022: Har ikke abonnement på avis i husstanden og får dekket nyhetsbehovet av gratis kilder på nett: 165

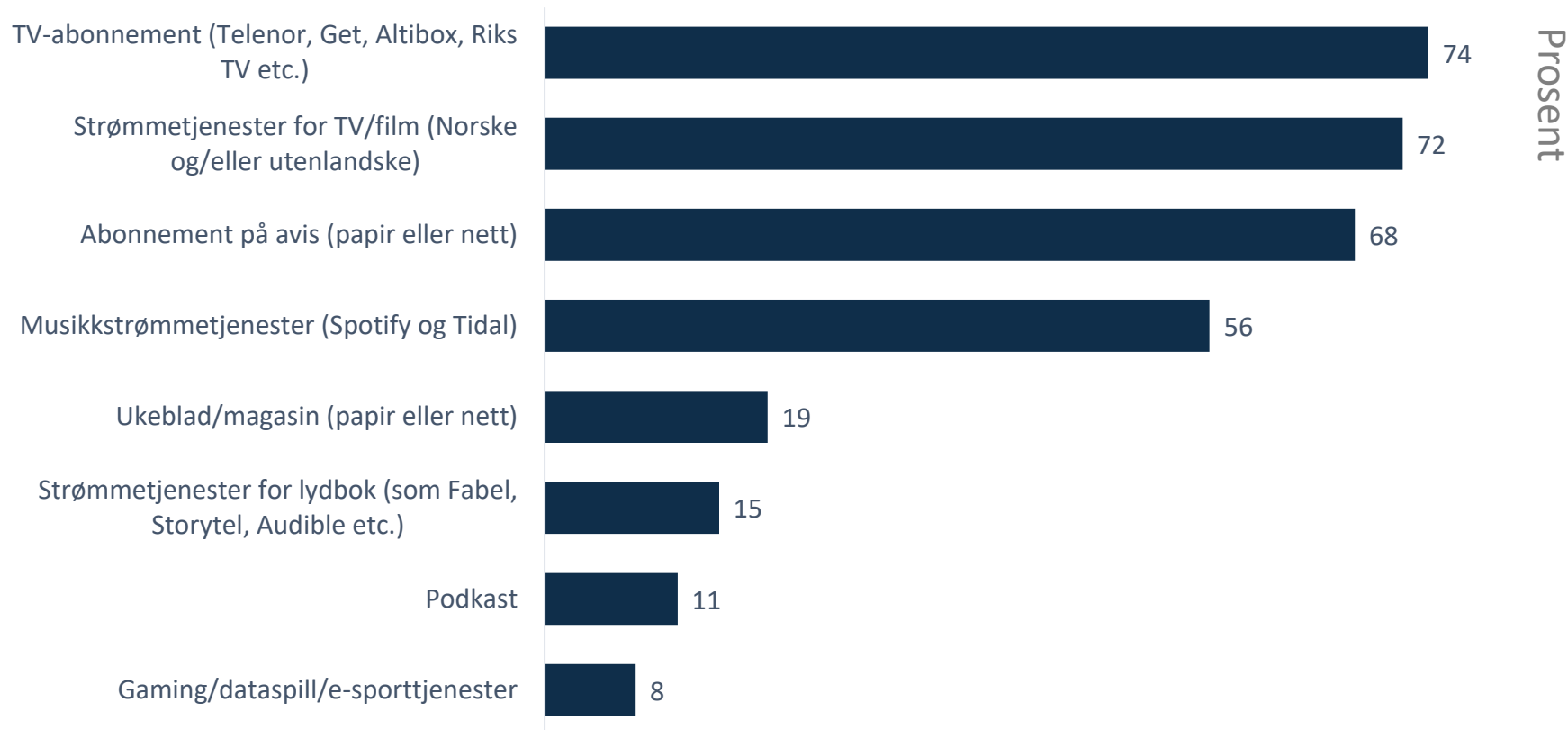


Avisabonnement og andre typer medieabonnement

Avisabonnement og andre typer medieabonnement – oppsummering

- Stadig flere mediekkanaler og abonnementsløsninger kjemper om folks oppmerksomhet, og ikke minst lommebok. «Betaling for nyheter» ser derfor også på det større mediebildet, hvor blant annet TV-abonnement og ulike strømmetjenester er en viktig del av nordmenns mediehverdag.
- 3 av 4 har tilgang til TV-abonnement i husstanden. Over 7 av 10 har tilgang til strømmetjenester for TV og film, uavhengig av om man abonnerer på aviser i tillegg eller ikke. De yngste er overrepresentert, og hele 88 prosent blant de under 30 år oppgir å ha tilgang til strømmetjenester.
- 68 prosent har tilgang til mist ett avisabonnement i husstanden, og over halvparten har nå tilgang til musikkstrømmetjenester. 1 av 5 har tilgang til abonnement på magasin, 15 prosent på strømming av lydbøker og 1 av 10 på podkaster.
- Færre har tilgang til TV-abonnement, mens veksten for strømmetjenester på TV og film fortsetter. Stadig flere har tilgang til de norske strømmetjenestene, som øker med 11 prosentpoeng de siste to årene.
- Musikstrømmetjenestene hadde sitt toppår under pandemien, og 56 prosent har fortsatt tilgang til en slik strømmetjeneste. Tilgangen til magasiner, lydbøker og gaming/e-sport er stabil det siste året.
- Film og TV er viktig for den norske befolkningen. Om vi ber brukerne velge, uavhengig av om de har abonnement fra før og hva slags type abonnement de har, vil flest velge TV-abonnement og strømmetjenester. 1 av 4 foretrekker TV-abonnement, men andelen faller raskt, og raskere enn tilgangen til TV-abonnement. Det er nå kun 3 prosent blant de under 30 år som foretrekker TV, mens andelen i aldersgruppen 60+ er på 45 prosent
- 1 av 3 ville valgt en strømmetjeneste for TV og film, hvorav 2 av 10 ville valgt utenlandske strømmetjenester og 1 av 10 norske.
- 2 av 10 ville valgt et avisabonnement, og det er en økning på 6 prosentpoeng fra året før. Flest ville valgt et kombinasjonsabonnement eller et abonnement på en nettavis.
- Andelen som ville valgt strømmetjenester på musikk eller lydbøker og andelen som abonnerer på gamingtjenester, er stabil det siste året.

Tilgang til ulike typer abonnement

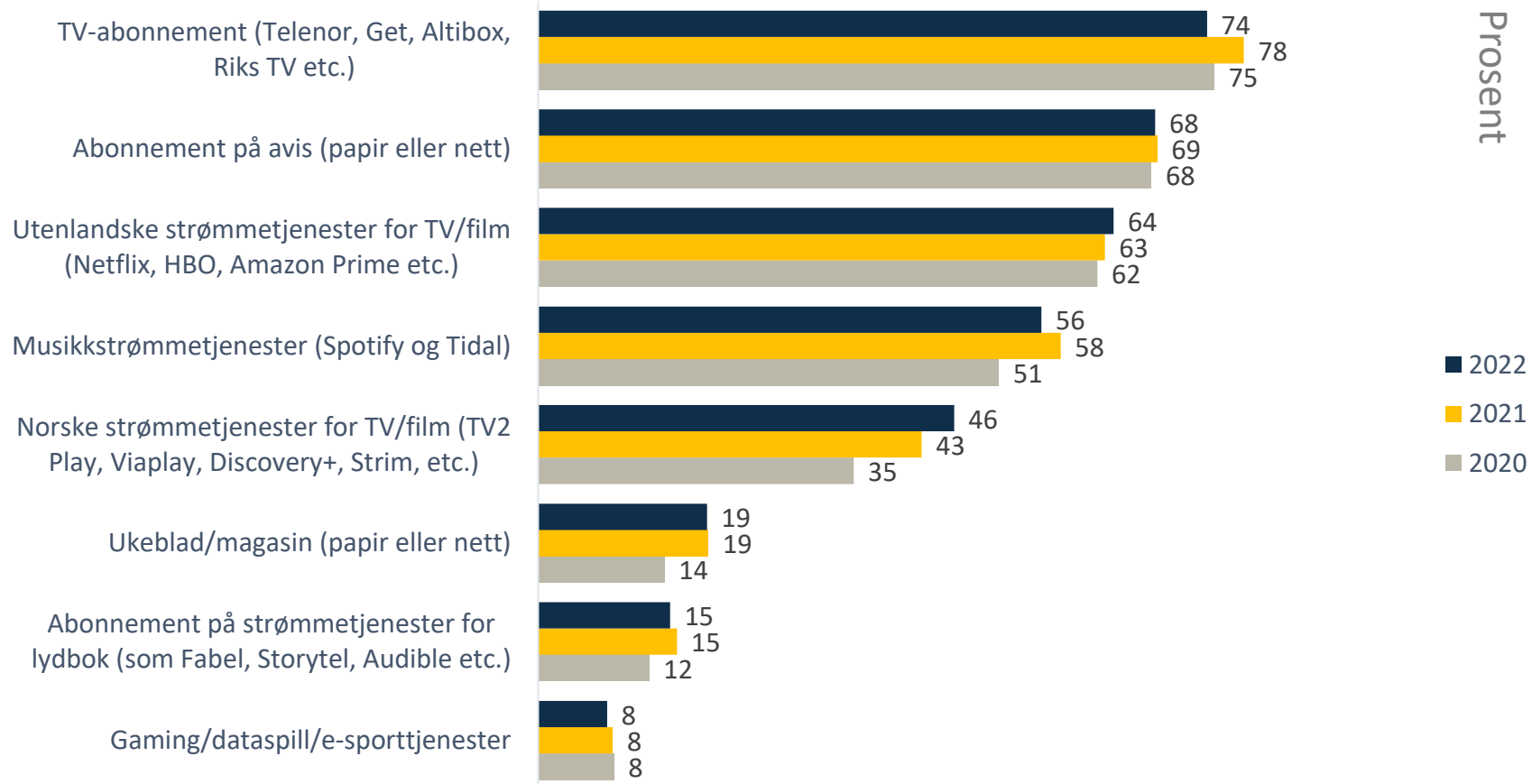


3 av 4 har tilgang til TV-abonnement i husstanden.

Over 7 av 10 har tilgang til strømmetjenester for TV og film, uavhengig av om man abonnerer på aviser i tillegg eller ikke. De yngste er overrepresentert, og hele 88 prosent blant de under 30 år oppgir å ha tilgang til strømmetjenester.

68 prosent har tilgang til mist ett avisabonnement i husstanden, og over halvparten har nå tilgang til musikkstrømmetjenester. Flere med en husstandsinntekt over 800 000 har tilgang til strømmetjenester, mens andelen som har tilgang til aviser øker ved en husstandsinntekt fra 400 000 og oppover.

Vekst for norske strømmetjenester

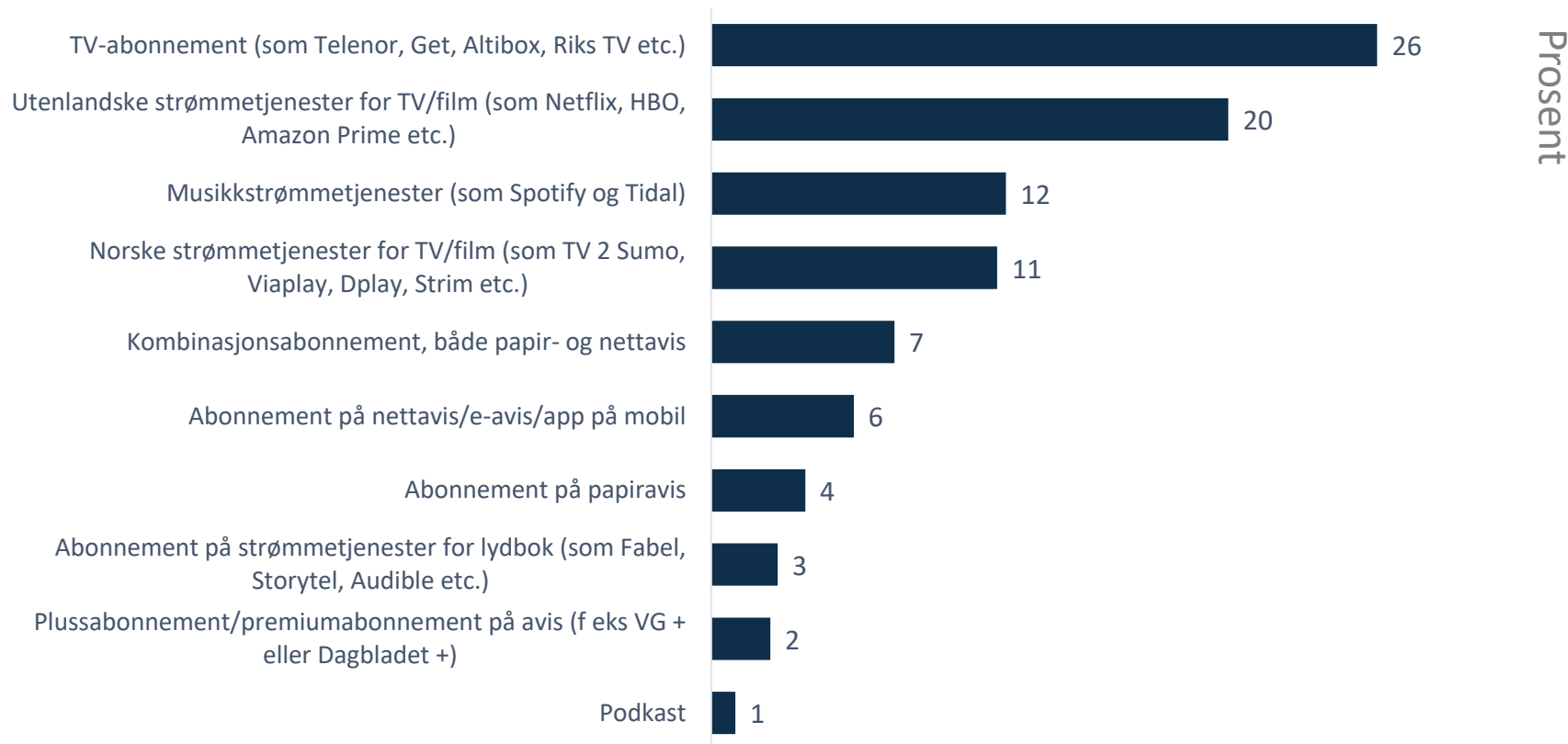


Færre har tilgang til TV-abonnement, mens veksten for strømmetjenester på TV og film fortsetter. Stadig flere har tilgang til de norske strømmetjenestene, som øker med 11 prosentpoeng de siste to årene.

Musikkstrømmetjenestene hadde sitt toppår under pandemien, og 56 % har fortsatt tilgang til en slik strømmetjeneste.

Tilgangen til magasiner, lydbøker og gaming/e-sport er stabil det siste året.

Flest vil velge TV- og strømming om de må prioritere



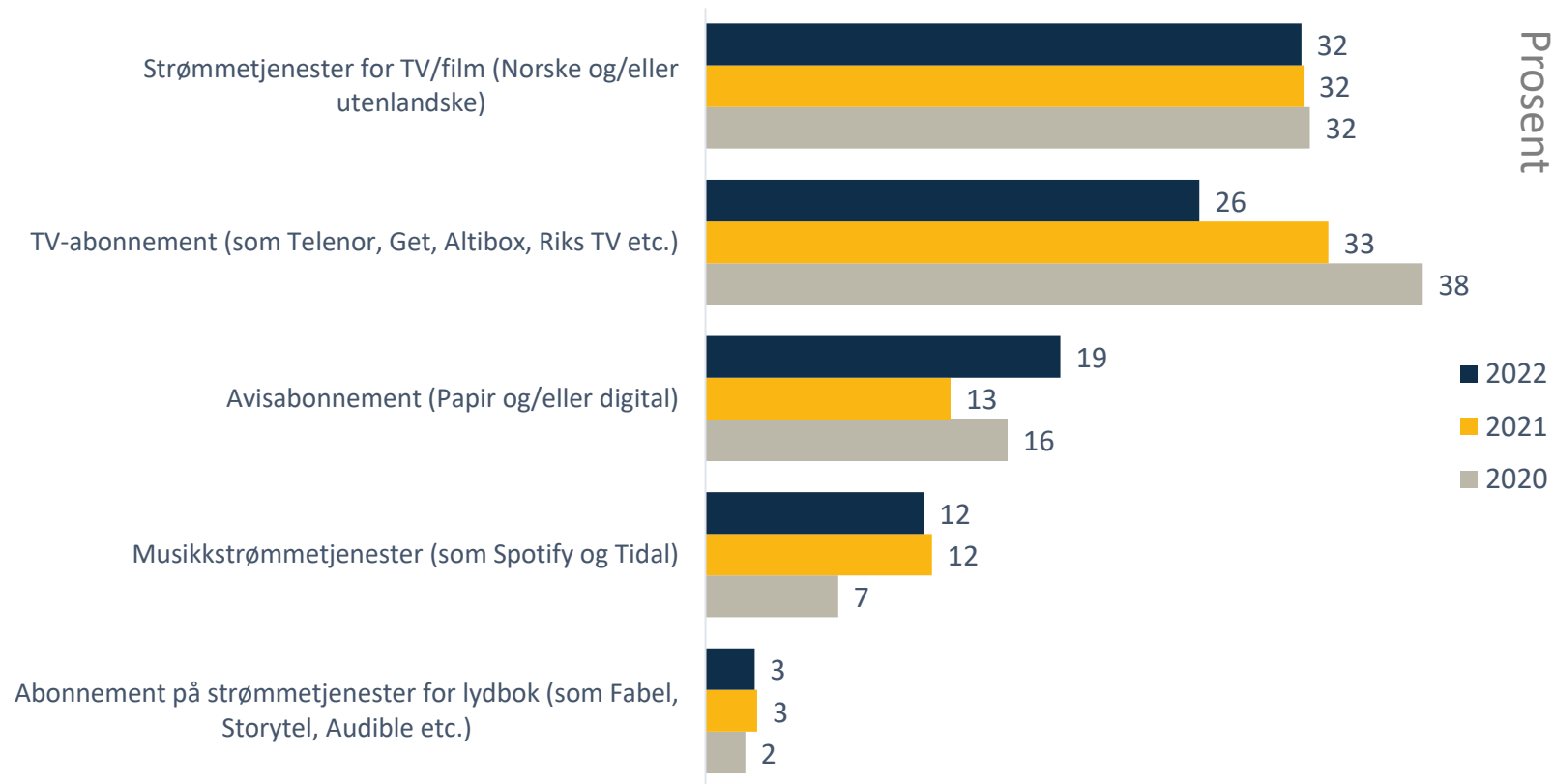
Film og TV er viktig for den norske befolkningen. Om vi ber brukerne velge, uavhengig av om de har abonnement fra før og hva slags type abonnement de har, vil flest velge TV-abonnement og strømmetjenester. 1 av 4 foretrekker TV-abonnement, mens 2 av 10 ville valgt utenlandske strømmetjenester og 1 av 10 norske strømmetjenester.

2 av 10 ville valgt et avisabonnement, og flest et kombinasjonsabonnement eller et abonnement på en nettaviser.

Uavhengig om du har abonnement eller ikke: Hvis du bare kunne velge ett abonnement i løpet av det kommende året, hvilket av de følgende ville du valgt?

Base 2022: Alle: 1089

Abonnentene velger nå strømmetjenester foran TV-abonnement



1 av 3 ville valgt en strømmetjeneste for TV og film om de bare kunne velge ett abonnement det kommende året. Andelen har vært stabil de siste tre årene.

Stadig færre foretrekker TV-abonnement. Andelen faller raskt, og raskere enn tilgangen til TV-abonnement. Det er nå kun 3 % blant de under 30 år som foretrekker TV, mens andelen i aldersgruppen 60+ er på 45 %.

Nærmere 2 av 10 ville valgt et avisabonnement, og det er en økning på 6 prosentpoeng fra året før.

Andelen som ville valgt strømmetjenester på musikk eller lydbøker, er stabil det siste året.

Uavhengig om du har abonnement eller ikke: Hvis du bare kunne velge ett abonnement i løpet av det kommende året, hvilket av de følgende ville du valgt?

Base 2022: Alle: 1089

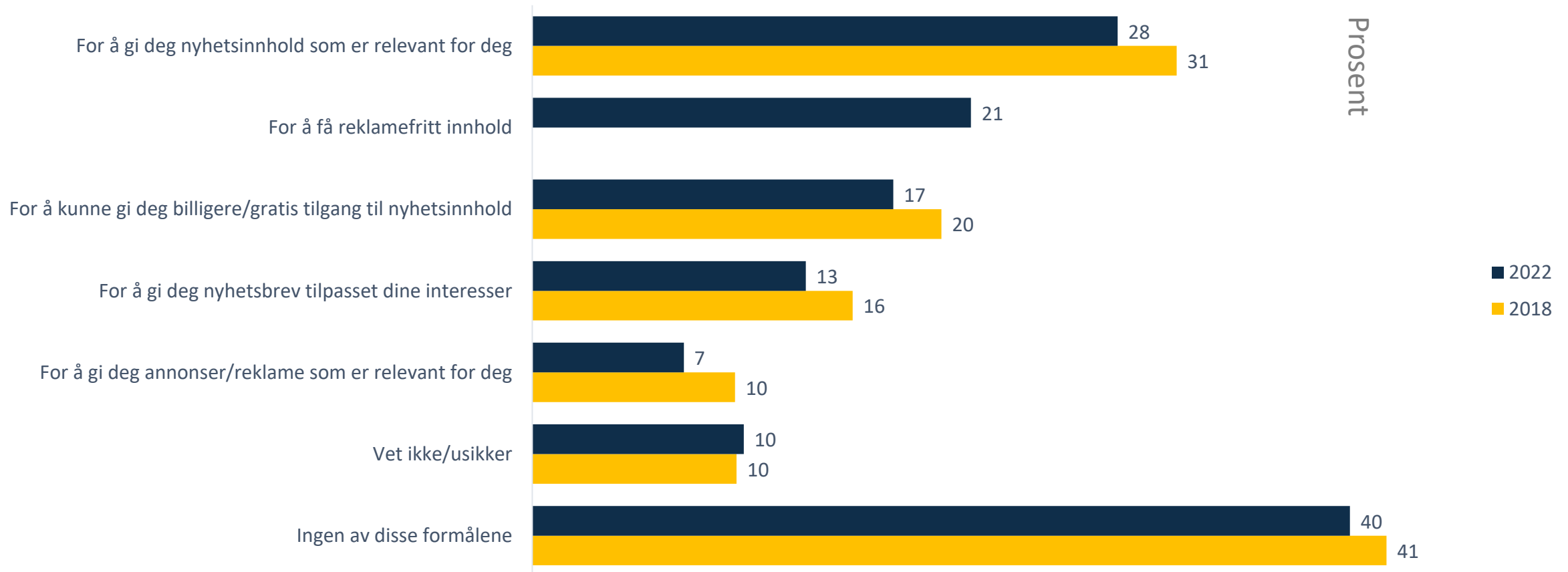
A woman with long dark hair, wearing a light blue button-down shirt and a black backpack, is looking at her smartphone. The image is overlaid with a network of white lines and nodes, suggesting data collection or connectivity. The background is blurred, showing other people in a public space.

Innsamling av personlige opplysninger

Innsamling av personlige opplysninger – oppsummering

- Halvparten synes det er greit at norske medier samler inn personlige opplysninger på enkelte vilkår, og andelen er enda høyere blant abonnenter på nettaviser (56 %). Totalt sett er utviklingen stabil, og det er omtrent like mange i 2022 som i 2018, som synes dette er greit. 4 av 10 ønsker ikke at det samles personopplysninger, mens 10 prosent er usikre på hva de mener om dette.
- Det er likevel endringer innenfor ulike aldersgrupper. De under 30 har blitt mer skeptiske til innsamling av personopplysninger, og andelen som synes at dette er greit har sunket fra 58 til 51 prosent fra 2018 til 2022. Dette er likevel aldersgruppen som er mest positiv til å gi fra seg informasjon til flere av formålene, blant annet for å motta relevante annonser og reklame, og for å få nyhetsbrev tilpasset sine interesser.
- Flest (28 %) mener det er greit å samle inn personopplysninger for å levere relevant nyhetsinnhold. Reklamefritt innhold og billigere tilgang til innhold følger deretter på listen.
- Mest villig er befolkningen til å dele informasjon om kjønn, interesseområder og sivilstand, men andelen som vil dele kjønn og sivilstand har gått sterkt tilbake siden 2018. Samtidig er flere nå interessert i å dele interesseområder, e-post og telefon. Flest er skeptisk til å dele sider de har besøkt på internett, inntekt og handlevaner.
- Nordmenn har høyest tillit til norske redaktørstyrte medier når det gjelder å hindre misbruk av personopplysninger, og over halvparten svarer at de har svært eller ganske høy tillit. Dette gjelder uavhengig av alder, og de som har abonnement, viser seg også å ha høyere tillit enn andre.
- Befolkningen har høyere tillit til norske tjenester enn til utenlandske. Tilliten til strømmetjenester og utenlandske nettaviser er høyest blant de under 45 år, og ca. halvparten i denne alderen har svært eller ganske høy tillit norske strømmetjenester.
- Lavest tillit har vi fortsatt til sosiale medier, hvor 8 av 10 svarer at de har ganske eller svært lav tillit. Ikke-abbonenter har heller ikke høyere tillit til sosiale medier på dette området.
- Tilliten til nettavisene og strømmetjenestene synker, etter en vekst fra 2020 til 2021, men tilliten er fortsatt størst til de norske tjenestene.
- Andelen som sier at de har svært høy eller ganske høy tillit til at de redaktørstyrte nettavisene ikke misbruker personopplysninger man deler, har falt med 9 prosentpoeng siden 2020. Tilliten til strømmetjenestene har også blitt lavere, mens tilliten til sosiale medier holder seg på et lavt nivå.

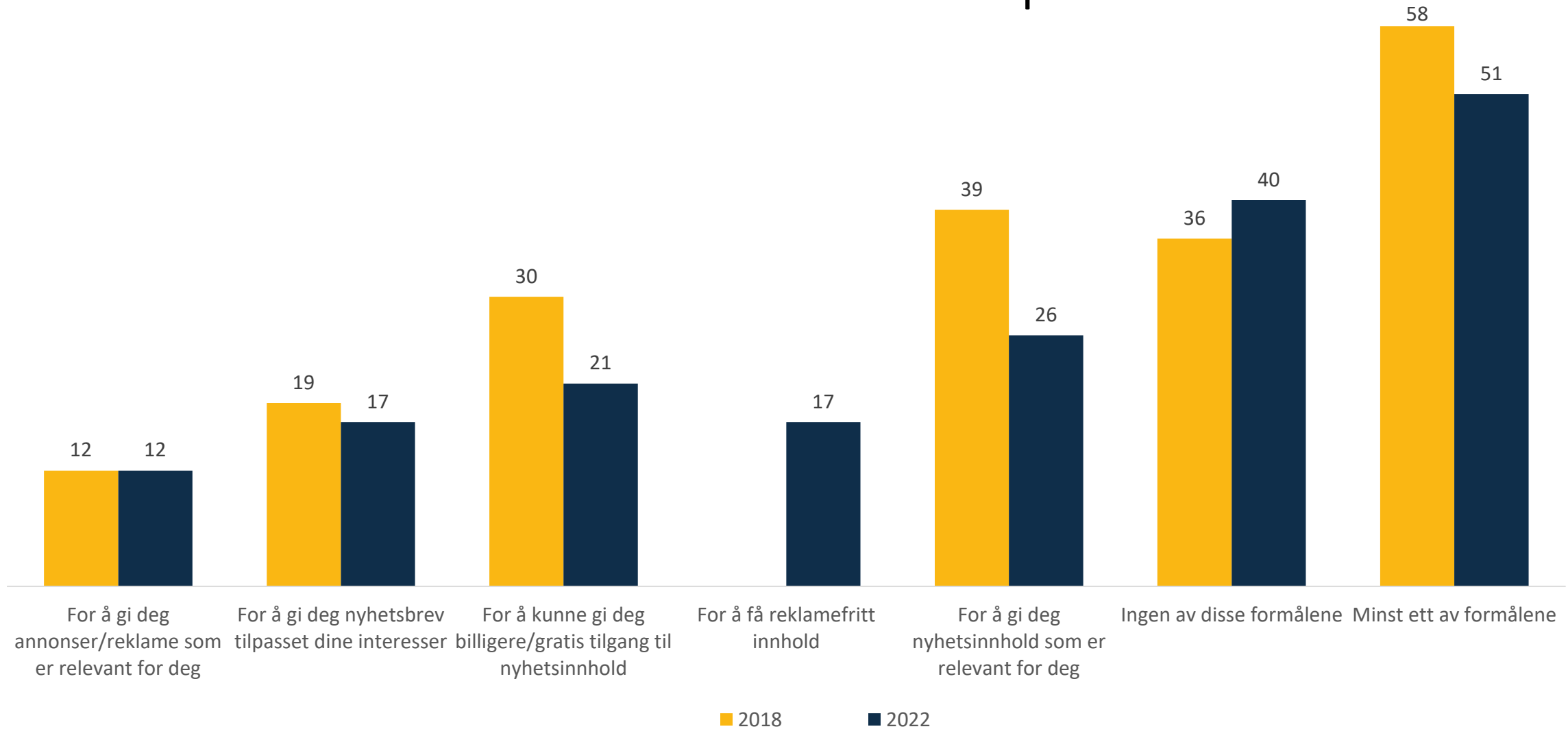
Halvparten synes det er greit at norske medier samler inn personlige opplysninger på enkelte vilkår



Det er vanlig at det samles inn opplysninger om deg når du bruker norske medier. Dette kan være personlige opplysninger som navn, adresse, epost-adresse, telefonnummer eller hvilke nettsider du besøker, hvilke saker du leser etc. Hvilke formål synes du det er greit at slike opplysninger benyttes til?

Base 2022: Alle: 1089

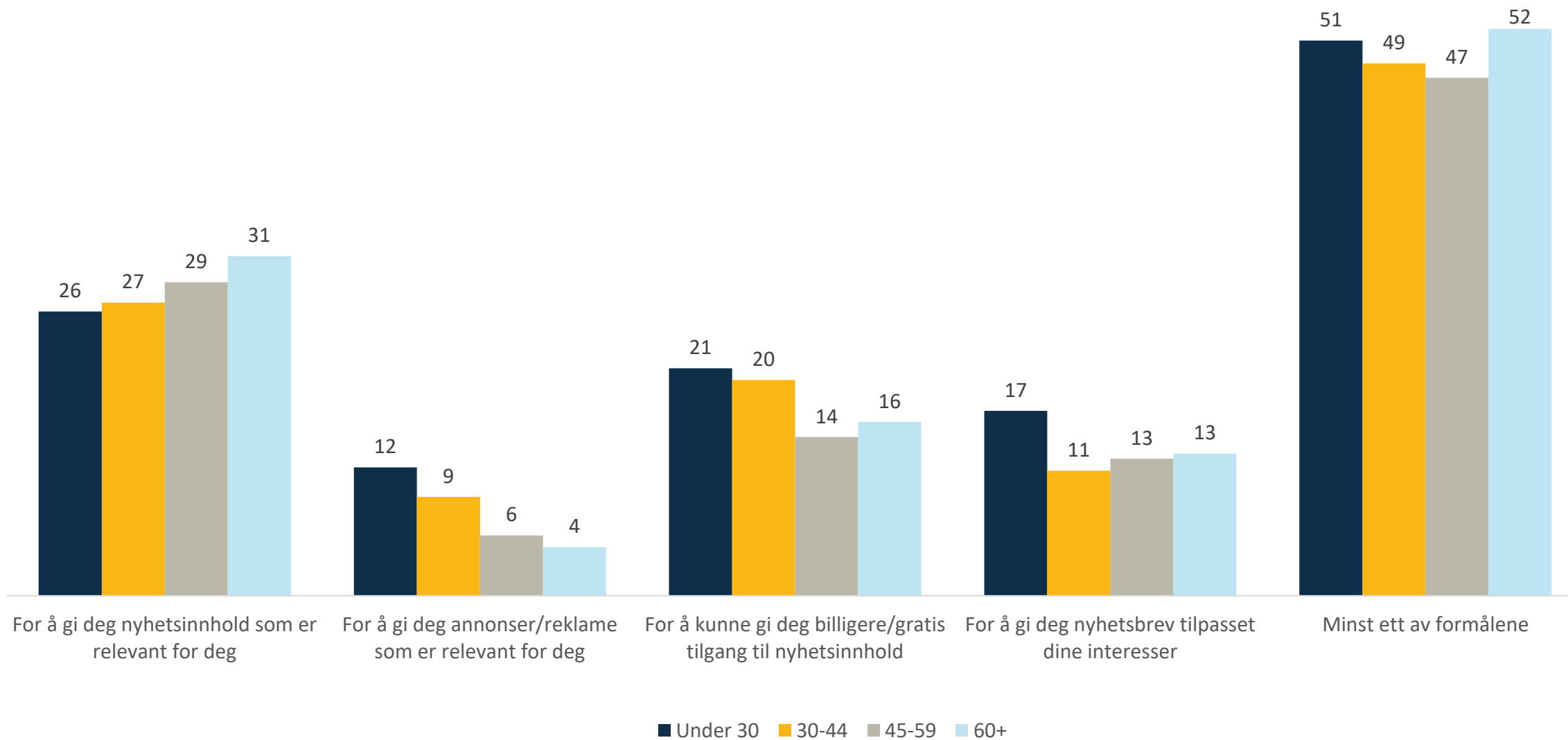
De under 30 år har blitt mer skeptiske



Det er vanlig at det samles inn opplysninger om deg når du bruker norske medier. Dette kan være personlige opplysninger som navn, adresse, epost-adresse, telefonnummer eller hvilke nettsider du besøker, hvilke saker du leser etc. Hvilke formål synes du det er greit at slike opplysninger benyttes til?

Base 2022: Under 30 år: 213

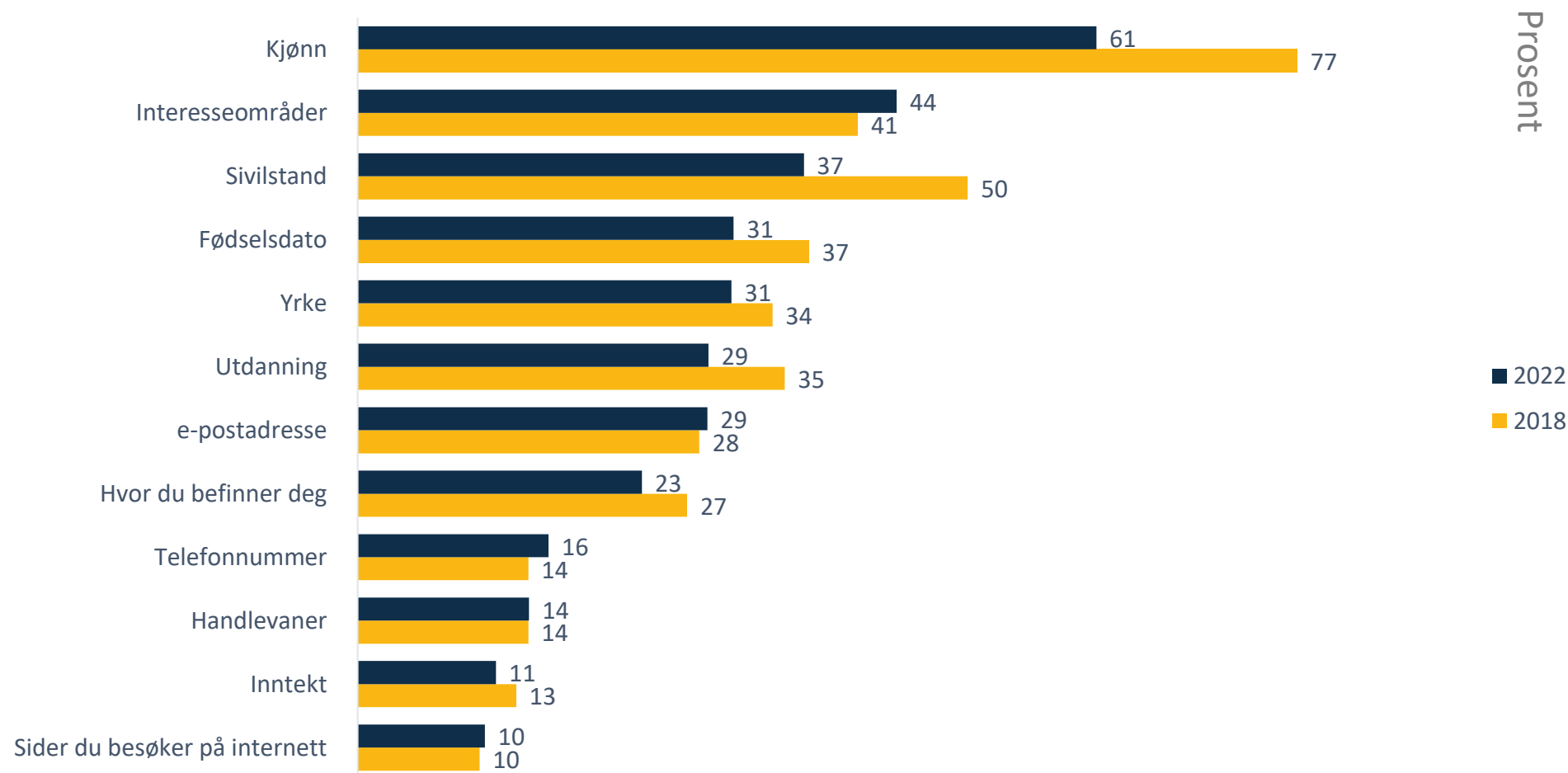
... men er fortsatt mest positive til flere formål



Det er vanlig at det samles inn opplysninger om deg når du bruker norske medier. Dette kan være personlige opplysninger som navn, adresse, epost-adresse, telefonnummer eller hvilke nettsider du besøker, hvilke saker du leser etc. Hvilke formål synes du det er greit at slike opplysninger benyttes til?

Base 2022: Alle: 1089

Færre vil dele informasjon om kjønn og sivilstand



Prosent

■ 2022
■ 2018

Flest er villig til å dele informasjon om kjønn, interesseområder og sivilstand, men andelen som vil dele kjønn og sivilstand, har gått sterkt tilbake siden 2018. Samtidig er flere interessert i å dele interesseområder, e-post og telefon.

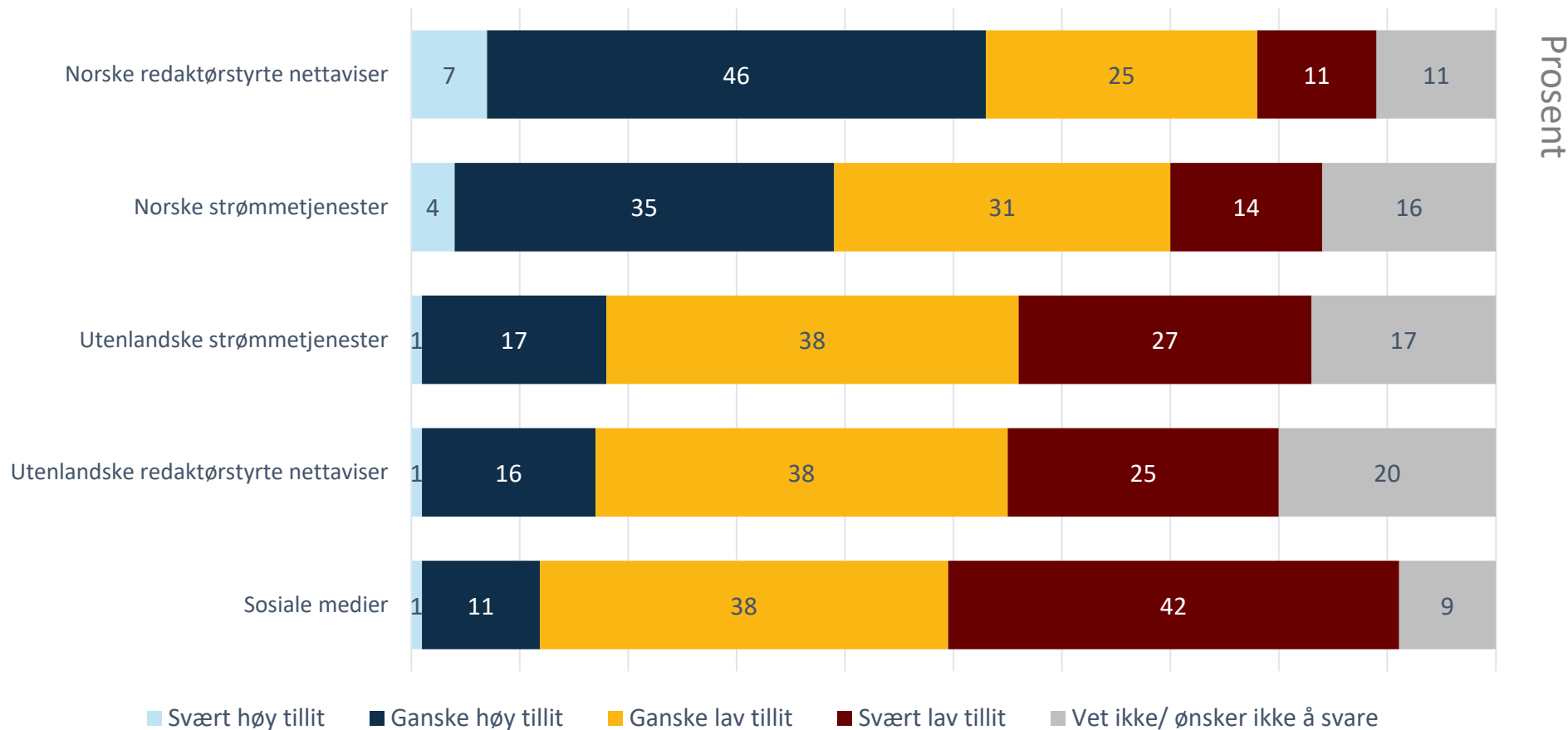
Menn er i større grad enn kvinner villige til å dele personopplysninger som fødselsdato, sivilstand, lokasjon, inntekt, utdanning og yrke.

30-44-åringene er mest interessert i å dele interesseområder, handlevaner og sider de besøker på internett, mens de eldste i minst grad ønsker å dele denne type informasjon.

Hvilke opplysninger kan du være villig til å oppgi, til ett eller flere av de nevnte formålene?

Base 2022: Er villig til å oppgi informasjon til minst ett av de nevnte formålene: 658 (merk at å «få reklamefritt innhold» ikke var med i undersøkelsen i 2018.)

Størst tillit til norske tjenester



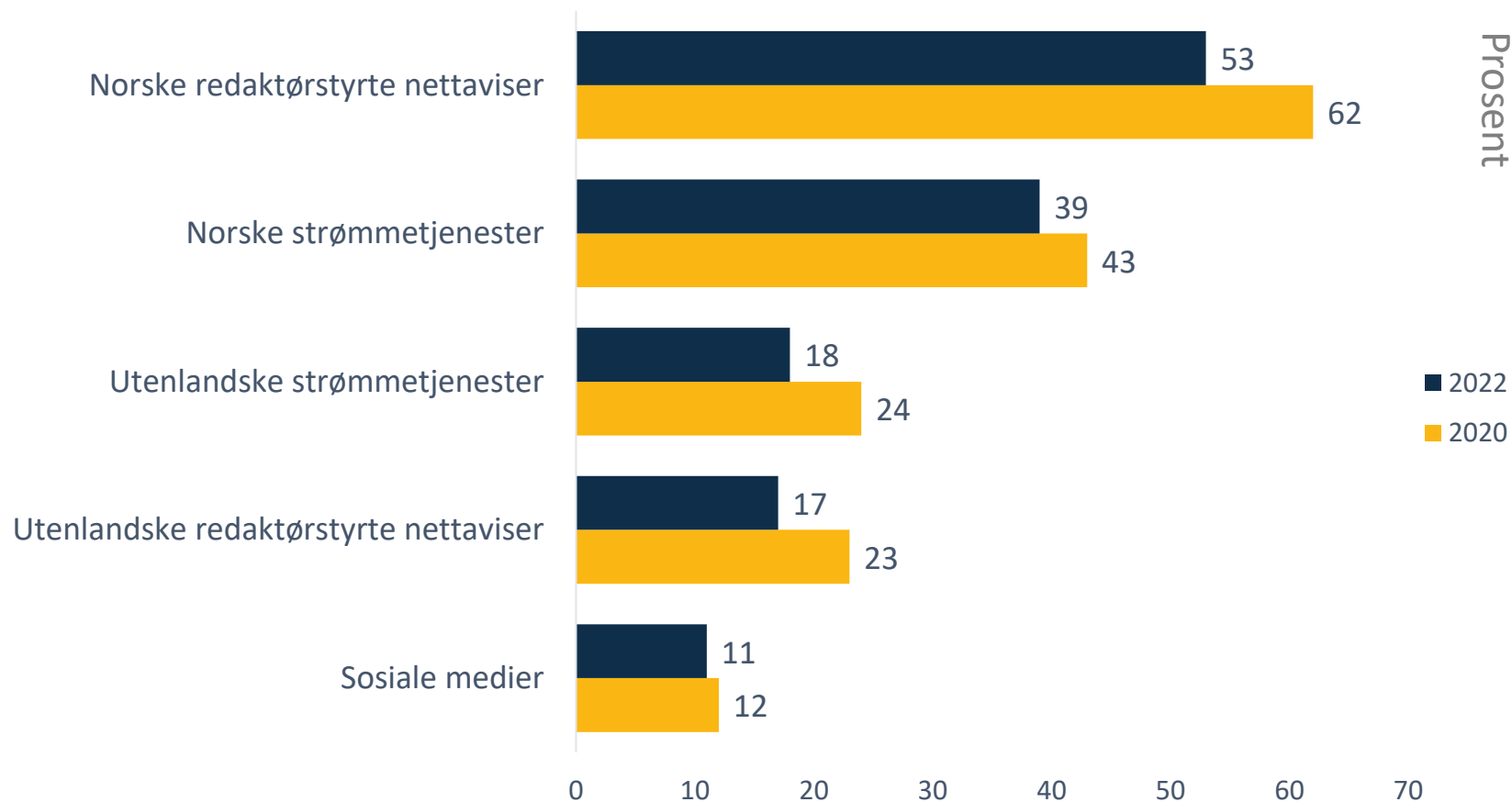
Nordmenn har høyest tillit til norske redaktørstyrte medier når det gjelder å hindre misbruk av personopplysninger, og over halvparten svarer at de har svært eller ganske høy tillit.

Befolkningen har også høyere tillit til norske tjenester enn utenlandske.

Lavest tillit har vi fortsatt til sosiale medier, hvor 8 av 10 svarer at de har ganske eller svært lav tillit. Ikke-abonnenter har heller ikke høyere tillit til sosiale medier på dette området.

Tilliten er noe høyere blant kvinner, mens det skiller lite på alder.

Tilliten til deling av personopplysninger synker



Tilliten til nettavisene og strømmetjenestene synker, etter en vekst fra 2020 til 2021, men tilliten er fortsatt størst til de norske tjenestene.

53 % sier at de har svært høy eller ganske høy tillit til at de redaktørstyrte nettavisene ikke misbruker personopplysninger man deler, men andelen har falt med 9 prosentpoeng siden 2020. Tilliten til strømmetjenestene har også blitt lavere og tilliten til sosiale medier holder seg på et lavt nivå.

De som har abonnement, viser seg å ha høyere tillit til norske nettaviser enn andre (58 %). Tilliten til strømmetjenester og utenlandske nettaviser er høyest blant de under 45 år, og ca. halvparten i denne alderen har svært eller ganske høy tillit norske strømmetjenester.



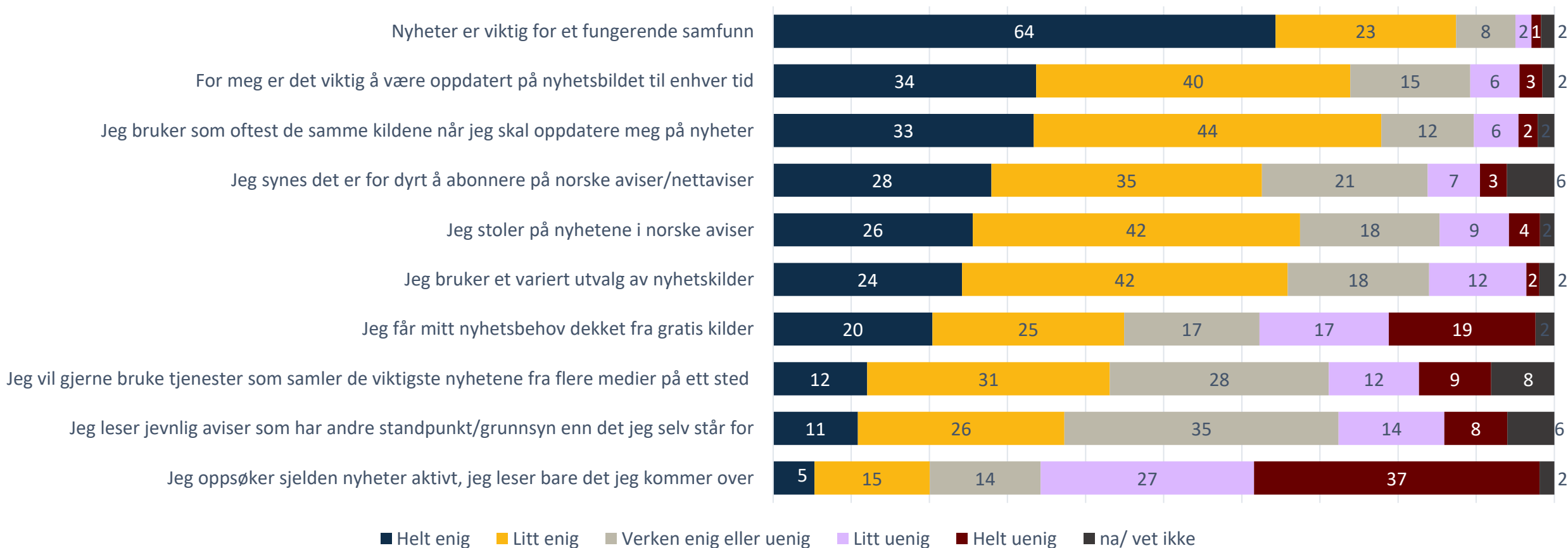
Holdninger til nyheter og abonnementstjenester

HOLDNINGER – oppsummering

PÅSTANDER – ENIG/UENIG

- 87 prosent er enige i at nyheter er viktig for et fungerende samfunn. Dette er 3 prosent færre enn i 2018.
- 78 prosent bruker stort sett de samme kildene når de skal oppdatere seg på nyheter, mens to av tre samtidig er enige i at kildene de bruker utgjør et variert utvalg av nyhetskilder.
- 3 av 4 er opptatt av å være oppdatert på nyhetsbildet til enhver tid. Det er omtrent like mange som i 2018.
- 67 prosent stoler på nyhetene i norske aviser, og andelen har økt siden 2018.
- Flere synes det er for dyrt å abonnere, mens færre samtidig får sitt nyhetsbehov dekket av gratis kilder.
- 2 av 10 oppsøker sjelden nyheter aktivt, men leser heller bare det de kommer over. Dette er i større grad de individorienterte og personer som ikke har abonnement i husstanden.
- Blant de som har avisabonnement, anses brukervennlig innlogging som den viktigste tjenesten, etterfulgt av rabatterte priser og reklamefritt innhold. Rabatterte priser har blitt viktigere de siste årene, spesielt for plussabonentene og abonnenter på nettaviser, og naturlig nok for de som har fått en strammere økonomi. Kvinner er mer opptatt av kundeklubber, interesseltilpassede tjenester og ikke minst gratisperioder, mens arkivtjenester er viktigere for menn. Kundeklubber og gratisperioder er også mer attraktivt for de yngste, og de mellom 18 og 29 år trekker i større grad også frem tilgangen til eksklusivt og originalt innhold som viktig.
- 7 av 10 er interessert i tilgang til flere medier i samme abonnement, mens 6 av 10 kan tenke seg å benytte samme login på tvers av abonnement. Stadig færre er interessert i å kjøpe enkeltartikler for en lav pris, men 1 av 3 sier fortsatt at de er interessert i dette.

Påstander om nyheter

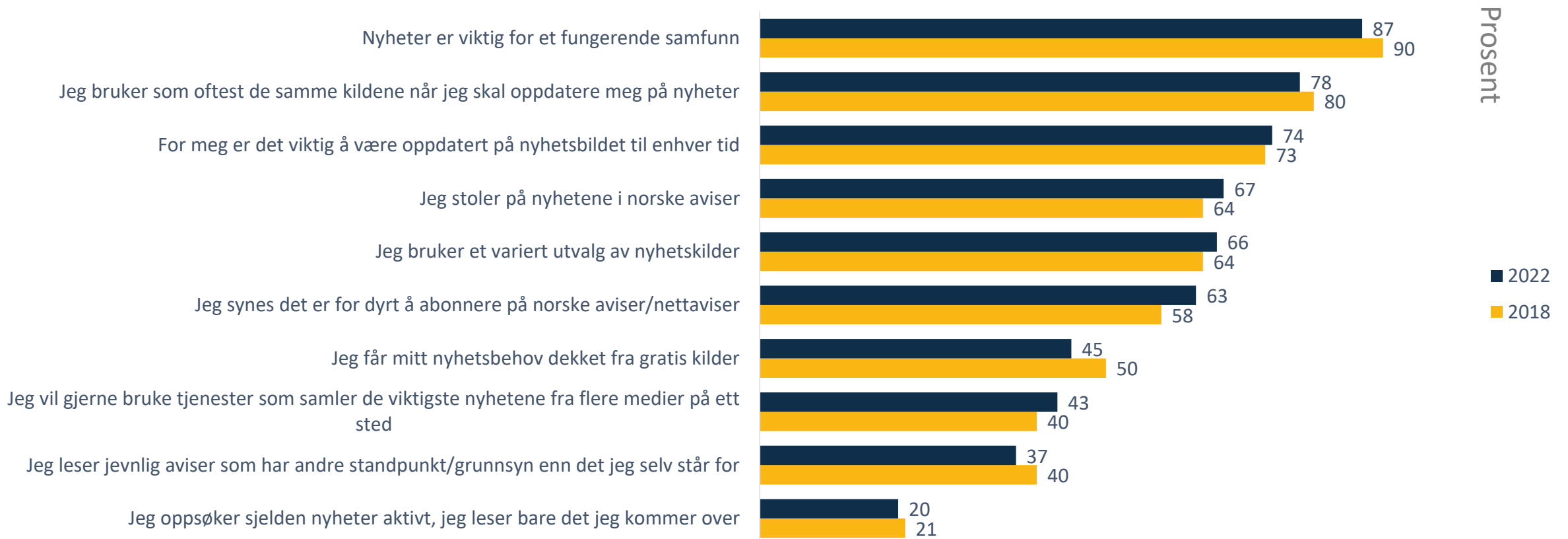


■ Helt enig
 ■ Litt enig
 ■ Verken enig eller uenig
 ■ Litt uenig
 ■ Helt uenig
 ■ na/ vet ikke

Hvor enig er du i følgende påstander om ditt forhold til nyheter?

Base 2022: Alle: 1089

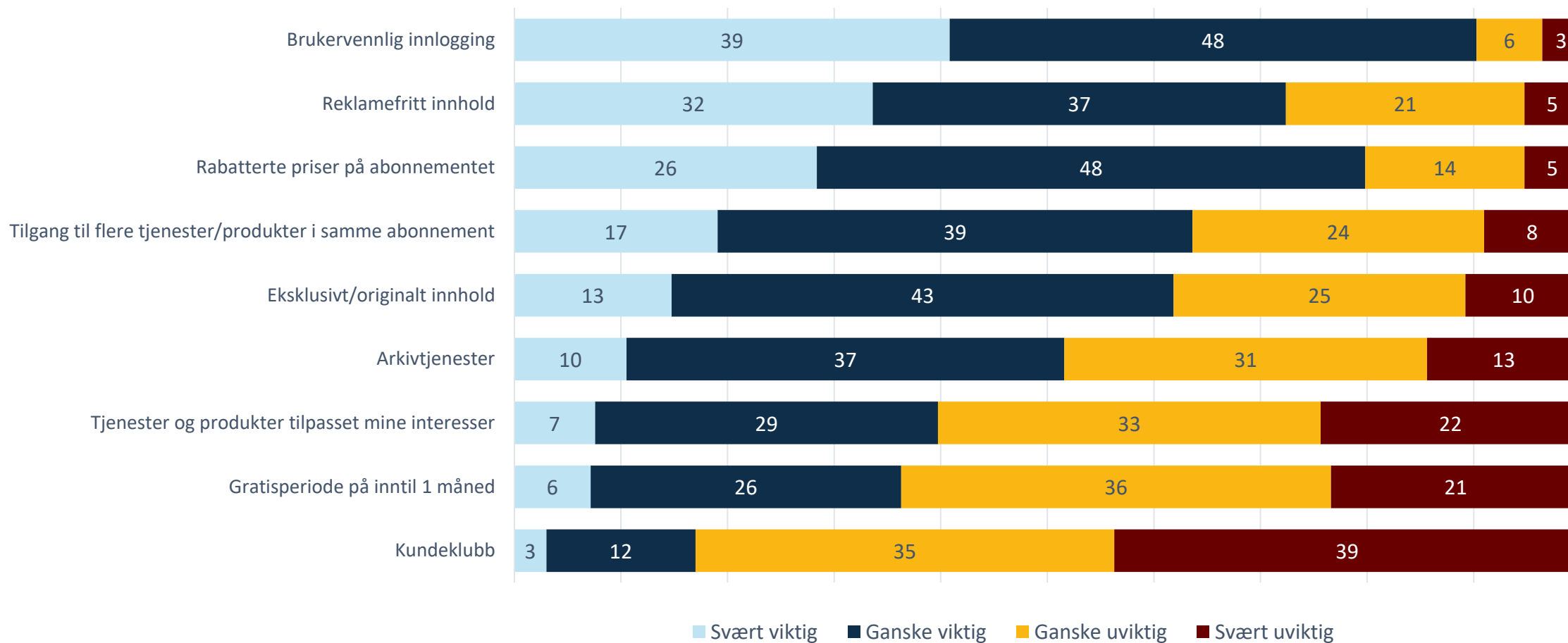
Flere synes det er for dyrt å abonnere, mens færre får sitt nyhetsbehov dekket av gratis kilder



Hvor enig er du i følgende påstander om ditt forhold til nyheter? «Helt enig» og «litt enig» slått sammen

Base 2022: Alle: 1089

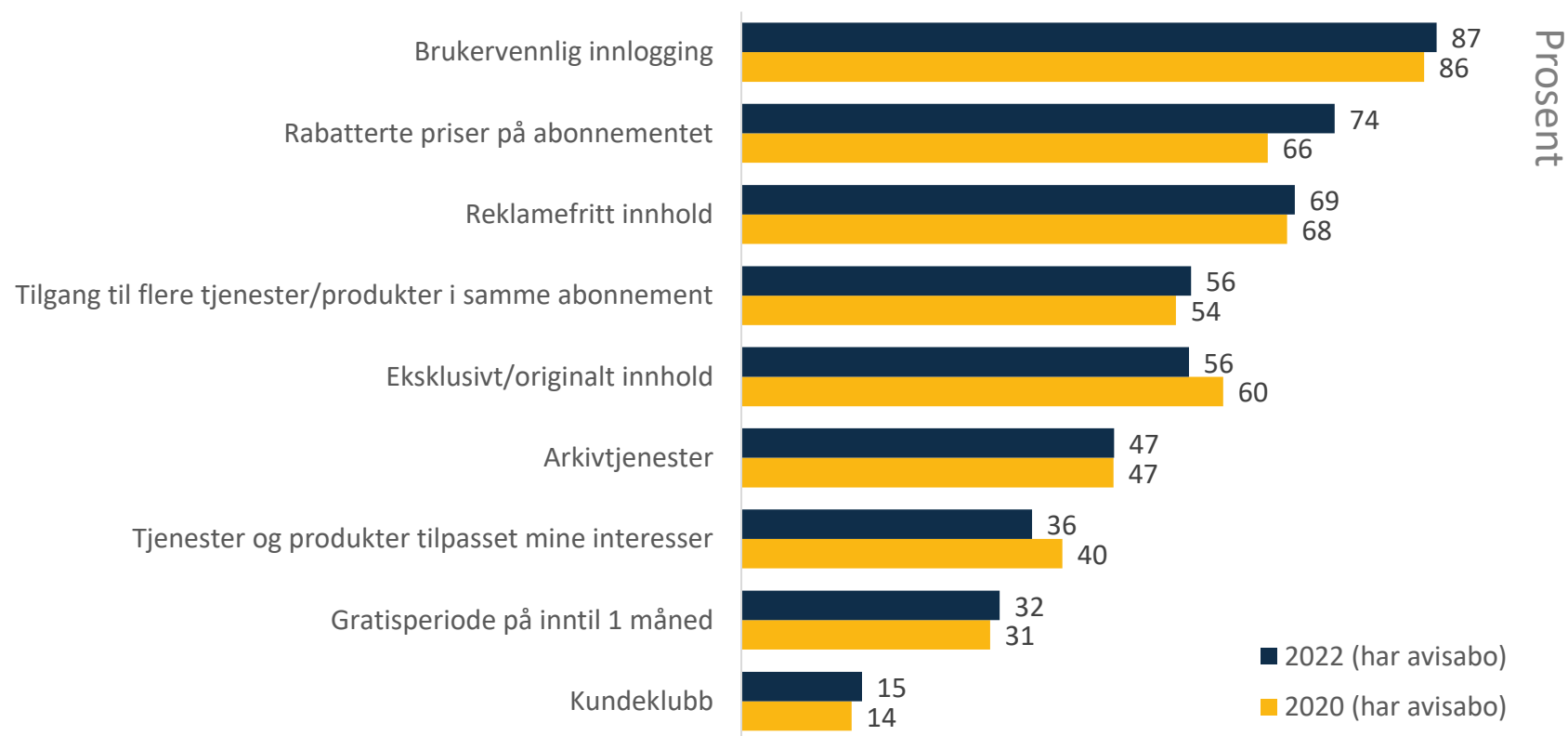
Viktighet av ulike tjenester i et avisabonnement



Hvor viktig eller uviktig er følgende tilbud/tjenester for deg i et avisabonnement?

Base 2022: Har abonnement på avis i husstanden: 745

Rabatterte priser øker i viktighet



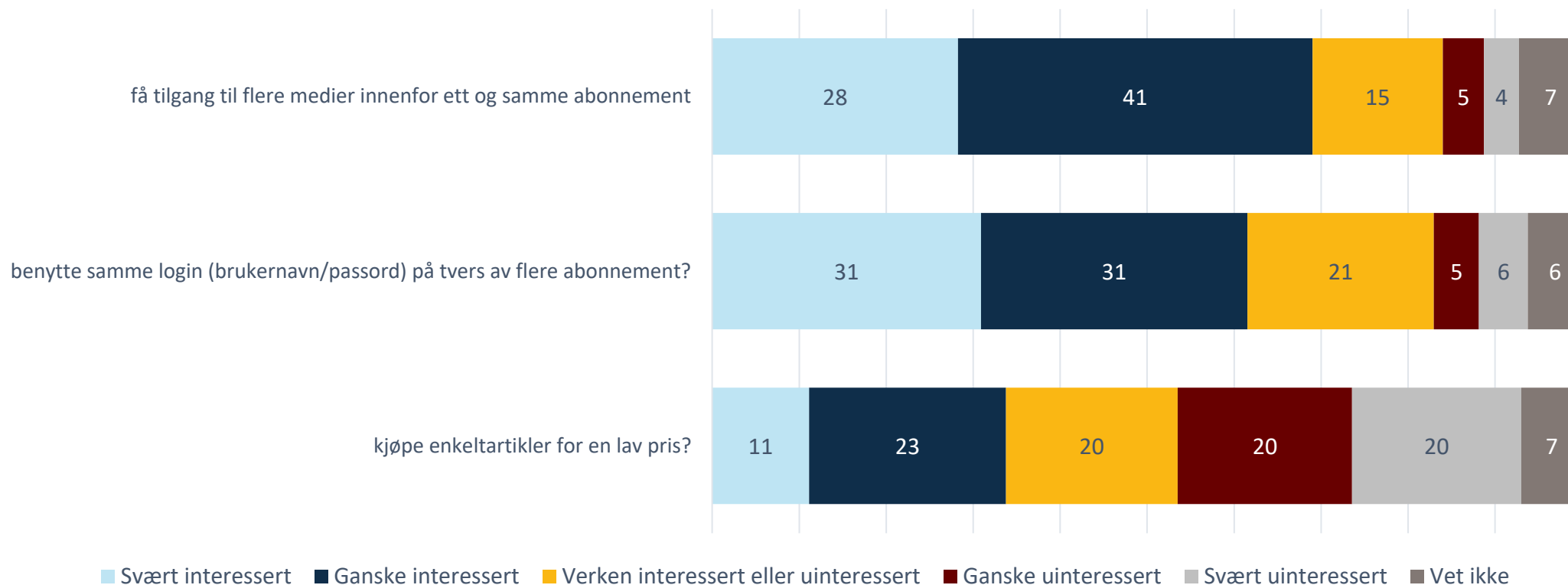
Blant de som har avisabonnement, anses brukervennlig innlogging som den viktigste tjenesten, etterfulgt av rabatterte priser og reklamefritt innhold.

Rabatterte priser har blitt viktigere de siste årene, spesielt for plussabonnentene og abonnenter på nettaviser, og naturlig nok for de som har fått en strammere økonomi.

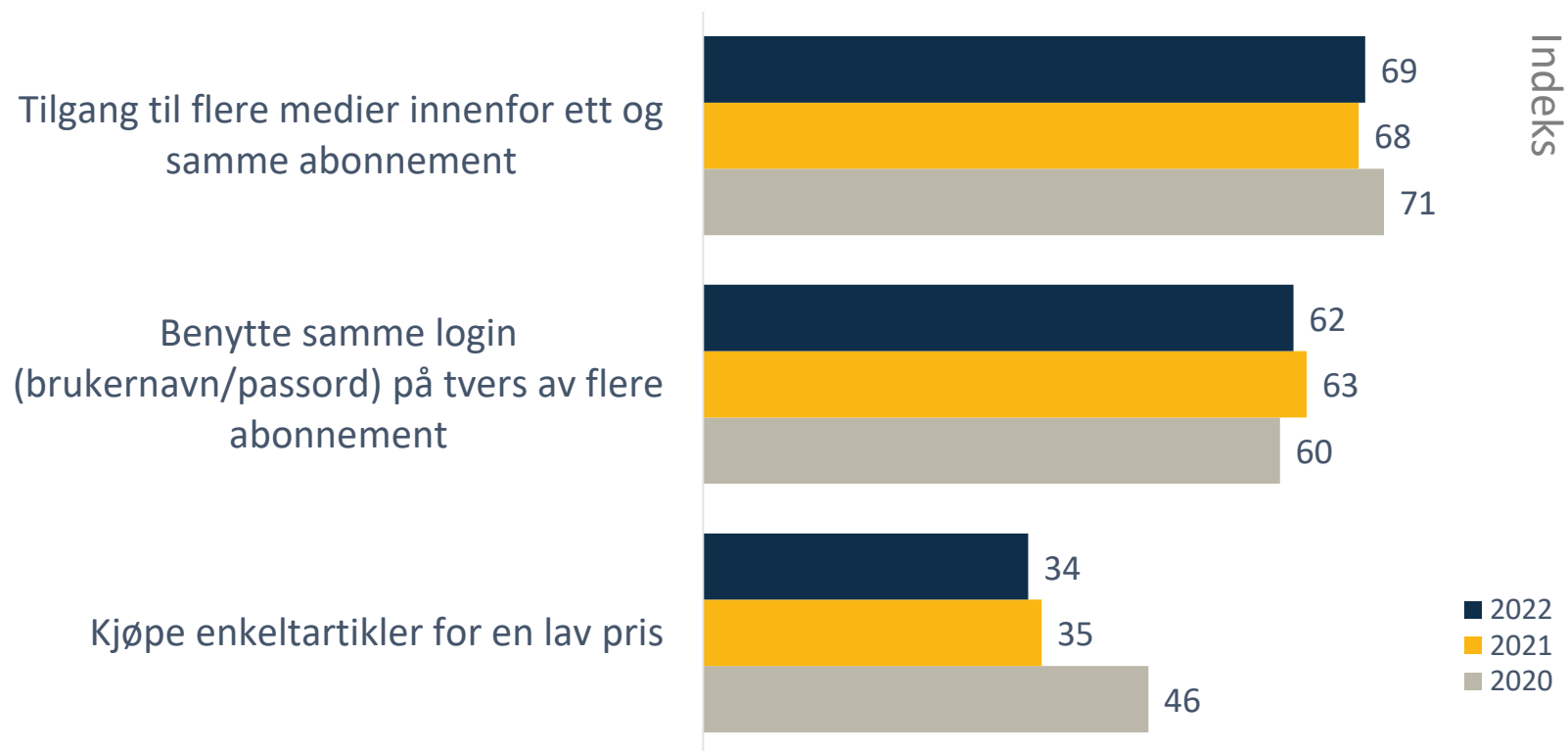
Kvinner er mer opptatt av kundeklubber, interessetilpassede tjenester og ikke minst gratisperioder, mens arkivtjenester er viktigere for menn.

Respondentene under 45 år, er overrepresentert blant de ønsker seg tjenester og produkter tilpasset sine interesser og som synes eksklusivitet og originalitet i innholdet er viktig i et avisabonnement. Samtidig er de under 30 år, mest interessert i gratisperioder på inntil 1 måned.

7 av 10 er interessert i tilgang til flere medier i samme abonnement



Færre vil kjøpe enkeltartikler til en lav pris



7 av 10 er interessert i tilgang til flere medier i samme abonnement, mens 6 av 10 kan tenke seg å benytte samme login på tvers av abonnement. Stadig færre er interessert i å kjøpe enkeltartikler for en lav pris, men 1 av 3 sier fortsatt at de er interessert i dette.

Abonnenter på lokalaviser er overrepresentert blant de som ønsker å få tilgang til flere medier innenfor ett og samme abonnement (73 %) og de som ønsker å benytte same login på tvers av abonnement (65 %). Dette er også spesielt interessant for personer med en ledende stilling (hhv. 82 % og 73 %).

Færre er interessert i mikrobetaling i form av å kjøpe enkeltartikler til en lav pris. Kvinner er i større grad enn menn interessert i dette (41 %).



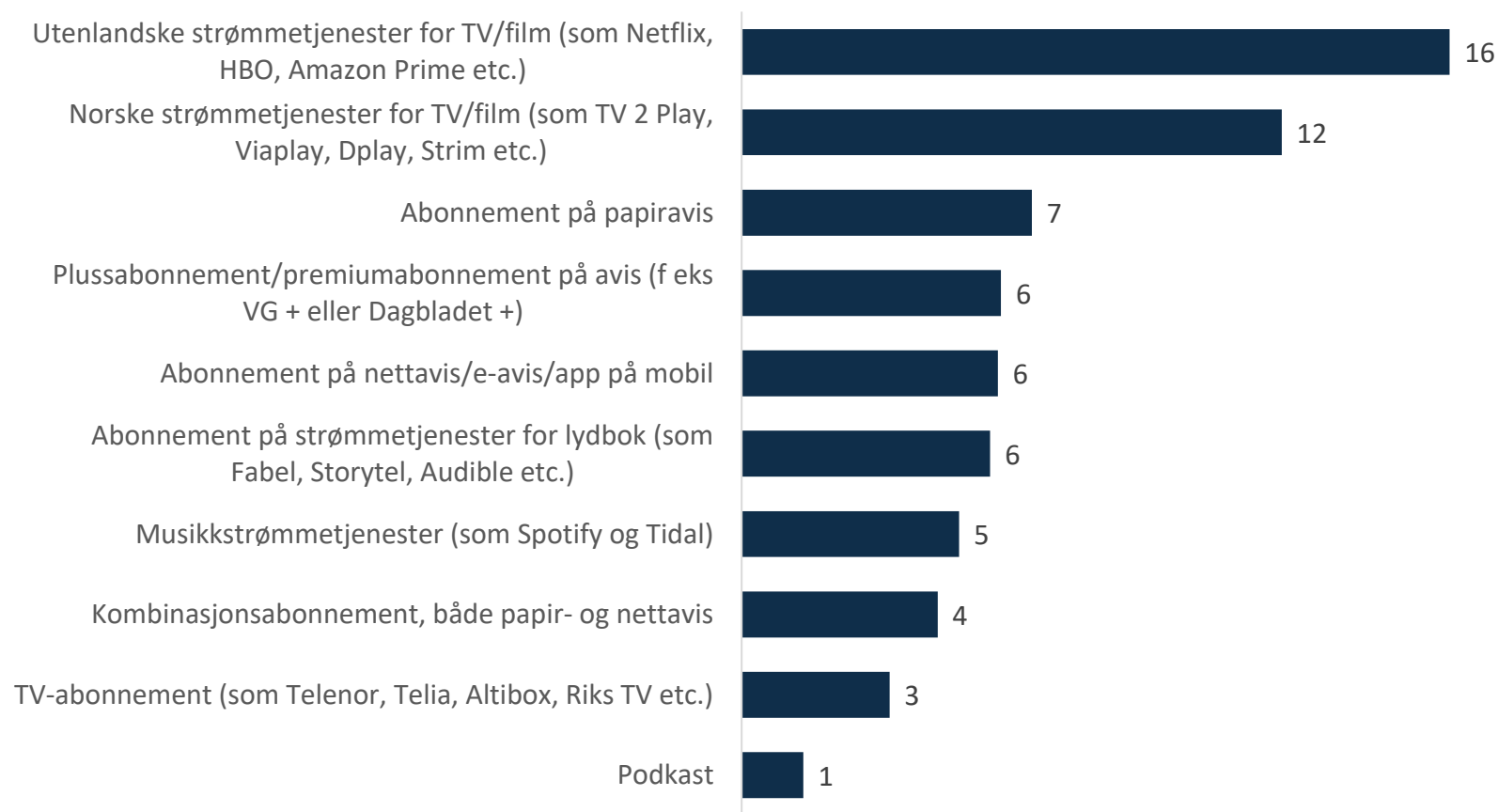
Forventninger

FORVENTNINGER – oppsummering

- 39 prosent svarer at de har fått en merkbart strammere økonomi i løpet av de siste 12 månedene. 37 prosent av disse har som følge av dette sagt opp minst ett abonnement (TV-abonnement, strømming, avis eller podkast). 59 prosent har ikke sagt opp et abonnement, mens 4 prosent er usikre.
- Blant de som mener at nyheter er viktig for et fungerende samfunn, har flere valgt å beholde sine abonnement til tross for strammere økonomi (62 %). Samtidig er 3 av 4 blant de som har sagt opp abonnement, uenig i dette utsagnet.
- Blant de som sjeldnere leser aviser med andre standpunkter enn det de selv står for, er det også flere som har valgt å si opp et abonnement (50 %).
- Flest under 45 år har valgt å si opp et abonnement (42 %). Det gjelder i stor grad strømmeabonnement for TV/Film og lydbøker. Over 3 av 10 i denne aldersgruppen sier at de har sagt opp en norsk eller utenlandsk strømmetjeneste for TV/film. Til sammenligning har kun 13 prosent blant de over 45 år sagt opp et slik abonnement.
- 31 % av de spurte svarte at de ikke har noen form for avisabonnement i dag. Blant disse svarer 5 prosent at det er sannsynlig at de kommer til å abonnere på en avis innen de neste 12 månedene. Hos de som synes det er viktig å være oppdatert på nyhetsbildet til enhver tid, er intensjonen om å abonnere noe høyere (9 %).
- 83 prosent sier det er usannsynlig at de vil abonnere det neste året, og 11 prosent er usikre.
- Andelen som sier at det er svært usannsynlig at husstanden vil abonnere, har økt med 15 prosentpoeng siden 2017.
- Blant de som har abonnement i dag, ser 3 av 4 for seg at de vil ha like mange abonnement om 12 måneder som det de har i dag. Dette er en lavere andel enn i 2017. Samtidig tror flere at de vil komme til å ha færre abonnement (12 %), mens kun 3 prosent tror de vil ha flere, det neste året.
- De som abonnerer på lokalaviser, forventer større stabilitet og i mindre grad nedgang i antall abonnement (9 %), mens abonnenter på riksaviser i noe større grad ser for seg dette (16 %).
- Stabiliteten øker med alderen, mens de under 30 år i større grad både ser for seg å utvide med flere abonnement (10 %) og å kutte i antall abonnement (17 %).

39 % svarer at de har fått en
merkbart strammere økonomi
i løpet av de siste 12
månedene

37 % har som følge av strammere økonomi sagt opp minst ett abonnement



Prosent

59 % har ikke sagt opp et abonnement og 4 % er usikre.

Blant de som mener at nyheter er viktig for et fungerende samfunn, har flere valgt å beholde sine abonnement til tross for strammere økonomi (62 %). Samtidig er 3 av 4 blant de som har sagt opp abonnement, uenig i dette utsagnet.

Blant de som sjeldnere leser aviser med andre standpunkter enn det de selv står for, er det også flere som har valgt å si opp et abonnement (50 %).

Flest under 45 år har valgt å si opp et abonnement (42 %). Det gjelder i stor grad strømmeabonnement for TV/Film og lydbøker. Over 3 av 10 i denne aldersgruppen sier at de har sagt opp en norsk eller utenlandsk strømmetjeneste for TV/film. Til sammenligning har kun 13 % blant de over 45 år sagt opp et slik abonnement.

Har du som følge av en strammere personlig økonomi de siste 12 månedene sagt opp noen av følgende typer abonnement?

Base 2022: Har fått strammere økonomi: 421

1 av 5 avisabonnenter med strammere økonomi har sagt opp et avisabonnement



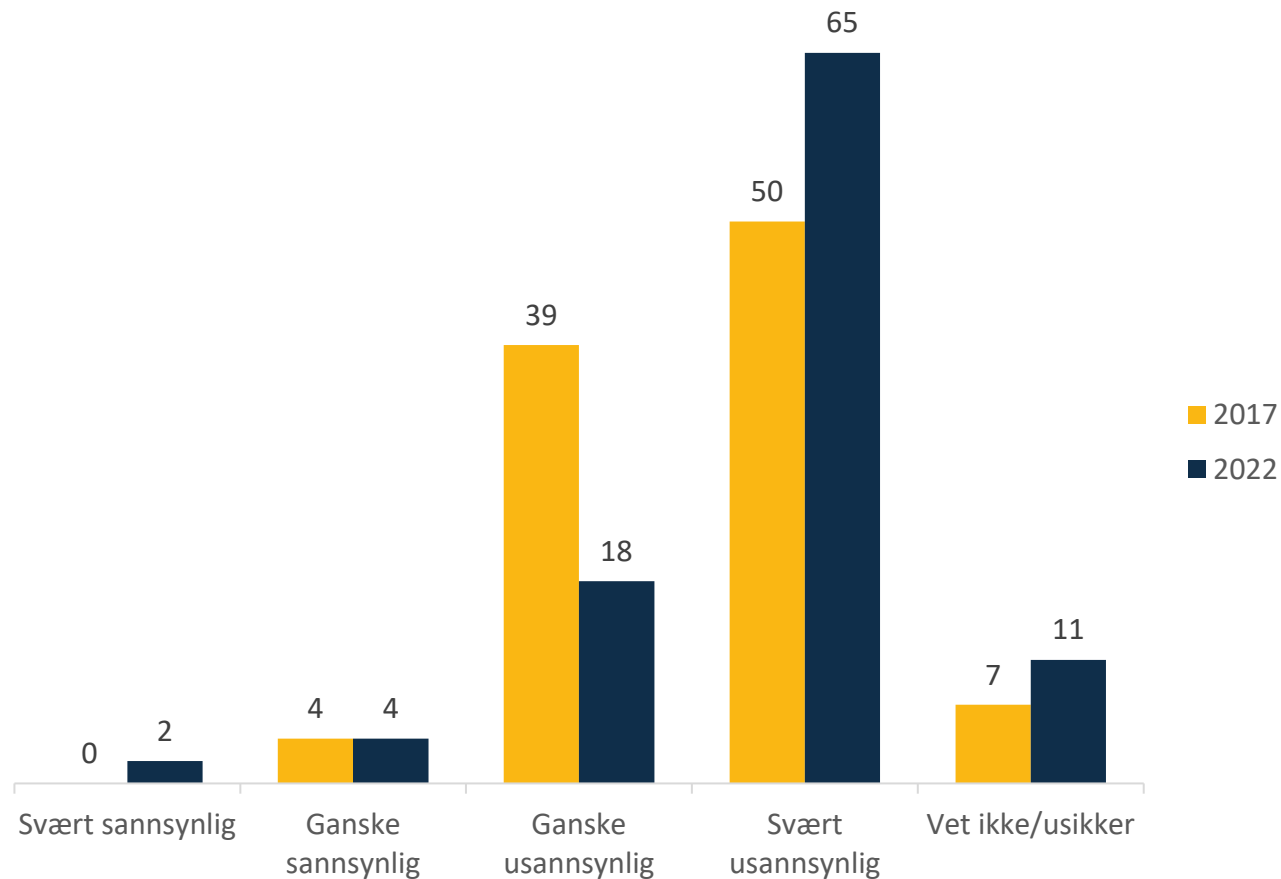
Over 1 av 5 avisabonnenter med strammere økonomi har sagt opp et avisabonnement.

Over en fjerdedel av abonnentene på strømmetjenester, som samtidig oppgir at de har fått dårligere økonomi, har sagt opp en strømmetjeneste.

Har du som følge av en strammere personlig økonomi de siste 12 månedene sagt opp noen av følgende typer abonnement?

Base 2022: Har fått strammere økonomi og har TV/film-strømmetjenester: 317/Har fått strammere økonomi og har avisabonnement: 269

83 prosent av de som ikke har abonnement, mener det er usannsynlig at de vil abonnere ilar neste 12 mnd



31 % av de spurte svarte at de ikke har noen form for avisabonnement i dag. Blant disse svarer 5 % at det er sannsynlig at de kommer til å abonnere på en avis innen de neste 12 månedene. Hos de som synes det er viktig å være oppdatert på nyhetsbildet til enhver tid, er intensjonen om å abonnere noe høyere (9 %).

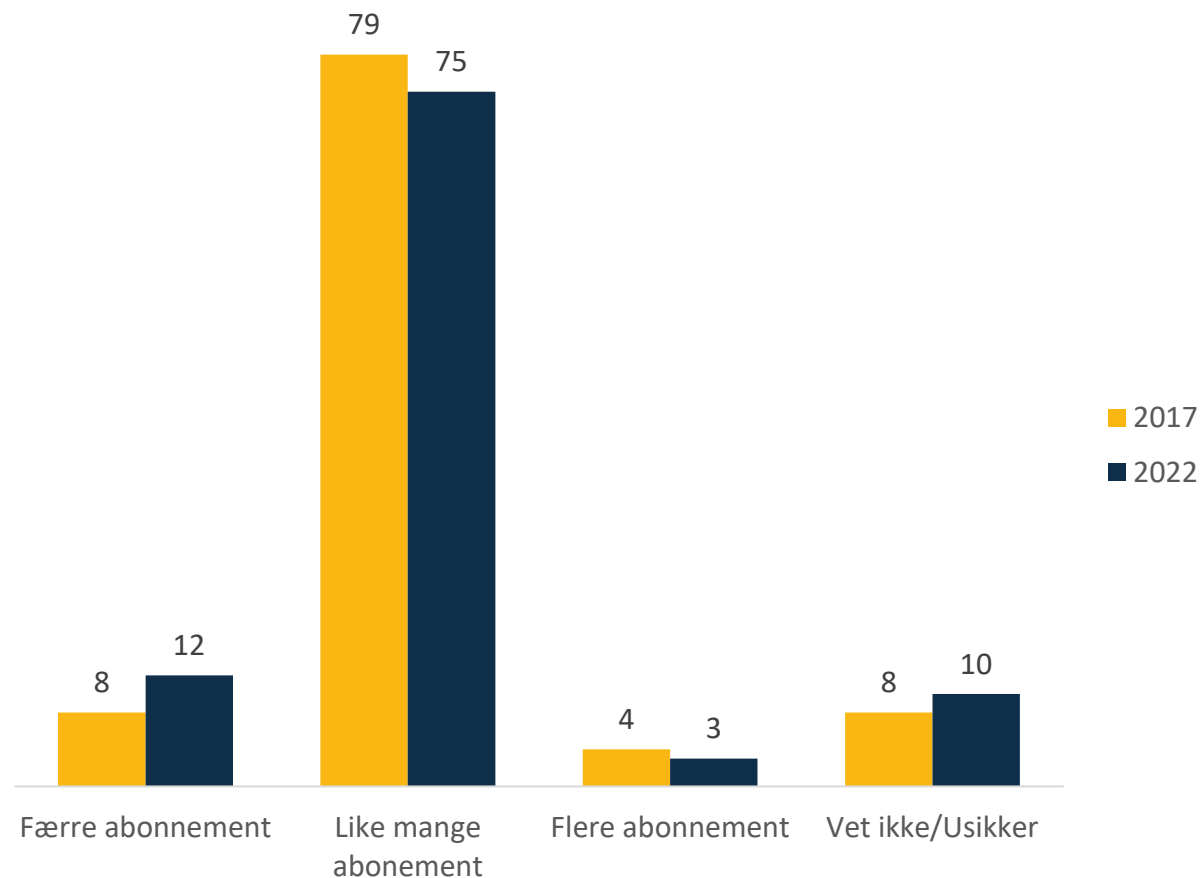
83 % sier det er usannsynlig at de vil abonnere det neste året, og 11 % er usikre.

Andelen som sier at det er svært usannsynlig at husstanden vil abonnere har økt med 15 prosentpoeng siden 2017.

Hvor sannsynlig er det at du eller din husstand kommer til å abonnere på en avis innen de neste 12 månedene?

Base 2022: Har ikke abonnement: 344

Flere forventer å ha færre abonnement



Blant de som har abonnement i dag, ser 3 av 4 for seg at de vil ha like mange abonnement om 12 måneder som det de har i dag. Dette er en lavere andel enn i 2017. Samtidig tror flere at de vil komme til å ha færre abonnement (12 %), mens kun 3 % tror de vil ha flere, det neste året.

De som abonnerer på lokalaviser, forventer større stabilitet og i mindre grad nedgang i antall abonnement (9 %), mens abonnenter på riksaviser i noe større grad ser for seg dette (16 %)

Stabiliteten øker med alderen, mens de under 30 år i større grad både ser for seg å utvide med flere abonnement (10 %) og å kutte i antall abonnement (17 %).

Utvalget - landsrepresentativt



Hvem har besvart undersøkelsen?

KJØNN

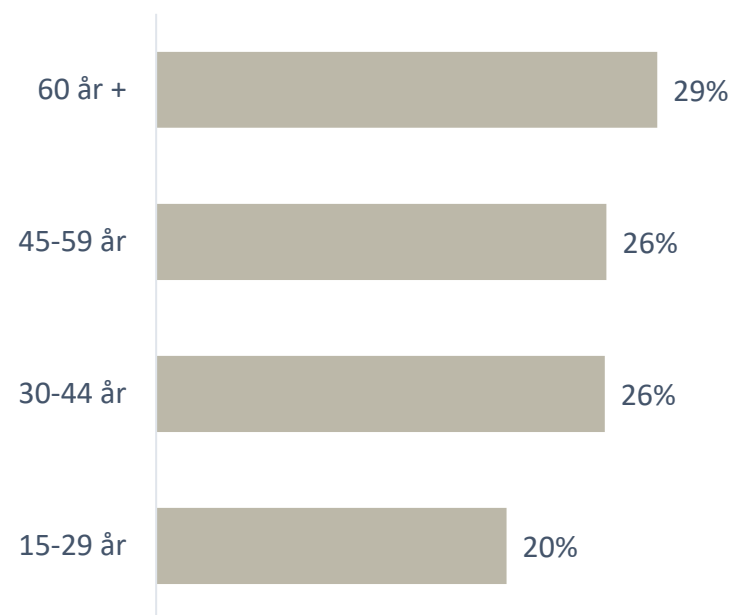


50%

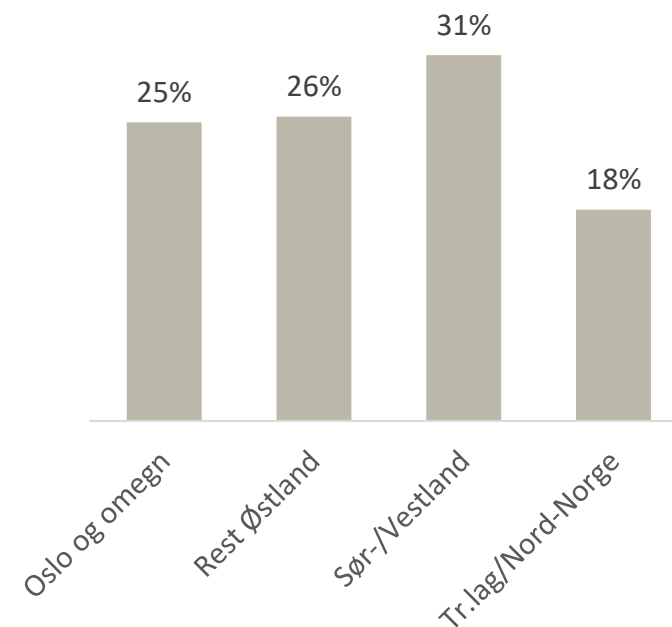


50%

ALDER

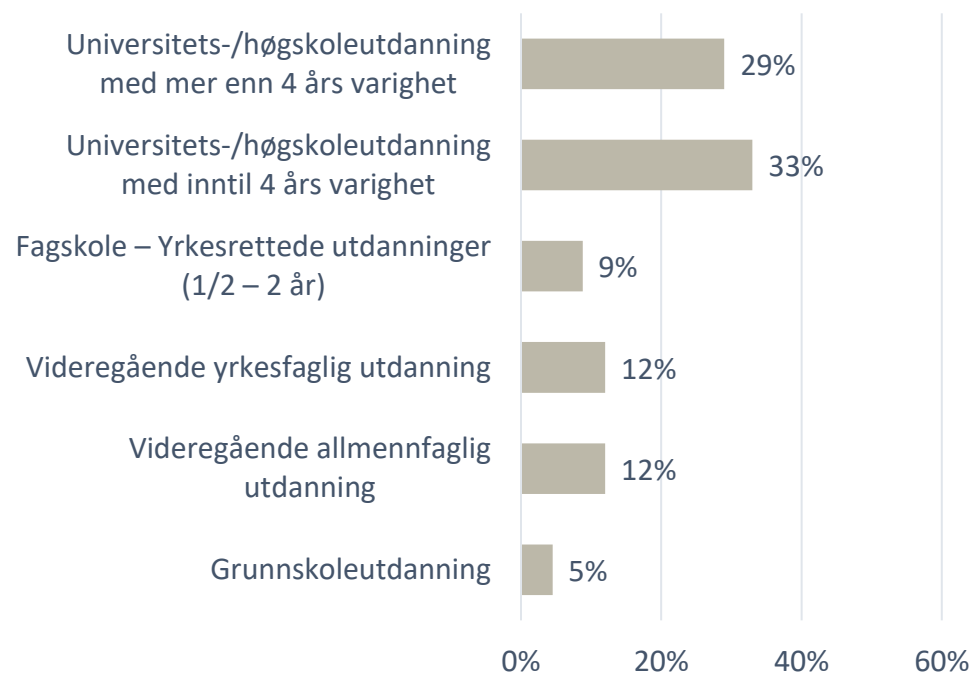


REGION

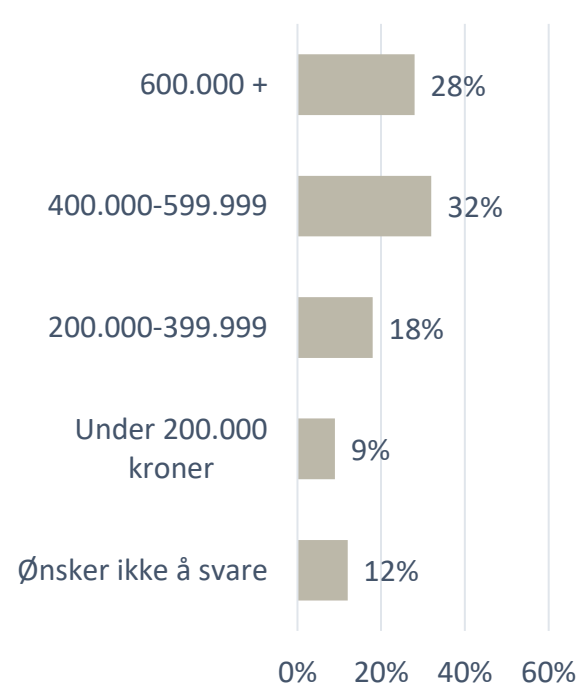


Hvem har besvart undersøkelsen?

UTDANNING



PERSONLIG INNTEKT



LEDENDE STILLING

