



MEDIETALL 20/2

Medienes lesertall og opplagstall



MEDIEBEDRIFTENE

Medietall.no



Persontall

Daglig offisielle dekningstall for norske nettsteder fra Kantar.
Oppdateres månedlig



Trafikktall

Tekniske trafikktall fra Comscore. Oppdateres ukentlig



Tall og Fakta

Se mer innhold publisert av MBL på våre nettsider.

<https://www.medietall.no/> er MBLs portal for dokumentasjon til medlemmer, øvrig mediebransje og andre interessenter.



MEDIEBEDRIFTENE

Hva blir rapportert?

Persontall: Kantar leverer de offisielle dekningstallene som blir oppdatert månedlig for norske nettstedet. Tallene er sammenlignbare med lesertall for papiraviser, magasiner, radio, TV og andre medier. Tallene finnes under rapporten "Persontall" på medietall.no. Alle dekningstall blir i tillegg rapportert i Kantar Online (F&M) hvor dataene blir koblet til målgruppedata.

Trafikktall: Comscore leverer de tekniske trafikktallene som blir oppdatert ukentlig og som primært benyttes til konkurrentanalyser. Formålet er å rapportere trafikktall som ligger nært opptil medienes egne rapporteringssystemer og det som i dag benyttes for kjøp og salg av reklame i markedet. Tallene finnes under rapporten "Trafikktall" på medietall.no.

Opplagstall: MBL rapporterer de offisielle opplagstallene for norske aviser og magasiner. Avisenes opplagstall rapporteres to ganger i året, mens magasinenes opplagstall rapporteres årlig.



A woman with her hair in a ponytail is sitting at a table in a cafe, looking down at her smartphone. A white coffee cup is on the table next to her. The background shows a window with a view of trees and buildings, and a wooden cabinet with some items on it to the left.

LESERTALL

For mediehus og magasiner – 20/2



MEDIEBEDRIFTENE

Metodeendringer - lesertall 2019/2020

DIGITALT

Endring fra januardata 2020 for de digitale målingene, med overgang til bruk av censusdata (trafikkmålinger) for alle målte titler. Paneldata fra Comscore blir ikke lenger benyttet.

MAGASINER

Fra rapporteringen av 2019 (20/1) bygger magasinundersøkelsen på intervju fra Forbruker & Media MGI. Magasinundersøkelsen var tidligere en egen undersøkelse som kun målte papirmagasiner. Både innsamlingen, utvalget og vektene er endret fra 2018 til 2019. Endringer i magasintallene fra 19/2 til 20/2 må derfor tolkes med forsiktighet, da det er vanskelig å isolere mulige effekter av metodeendringer, og reelle endringer i folks lesing av blader og magasiner.

PAPIRAVISER

Det er ingen endringer i metode for rapportering av lesertall for avisenes papirutgaver.

[Les mer om undersøkelsen her](#)





MEDIEHUS

Lesertall 20/2

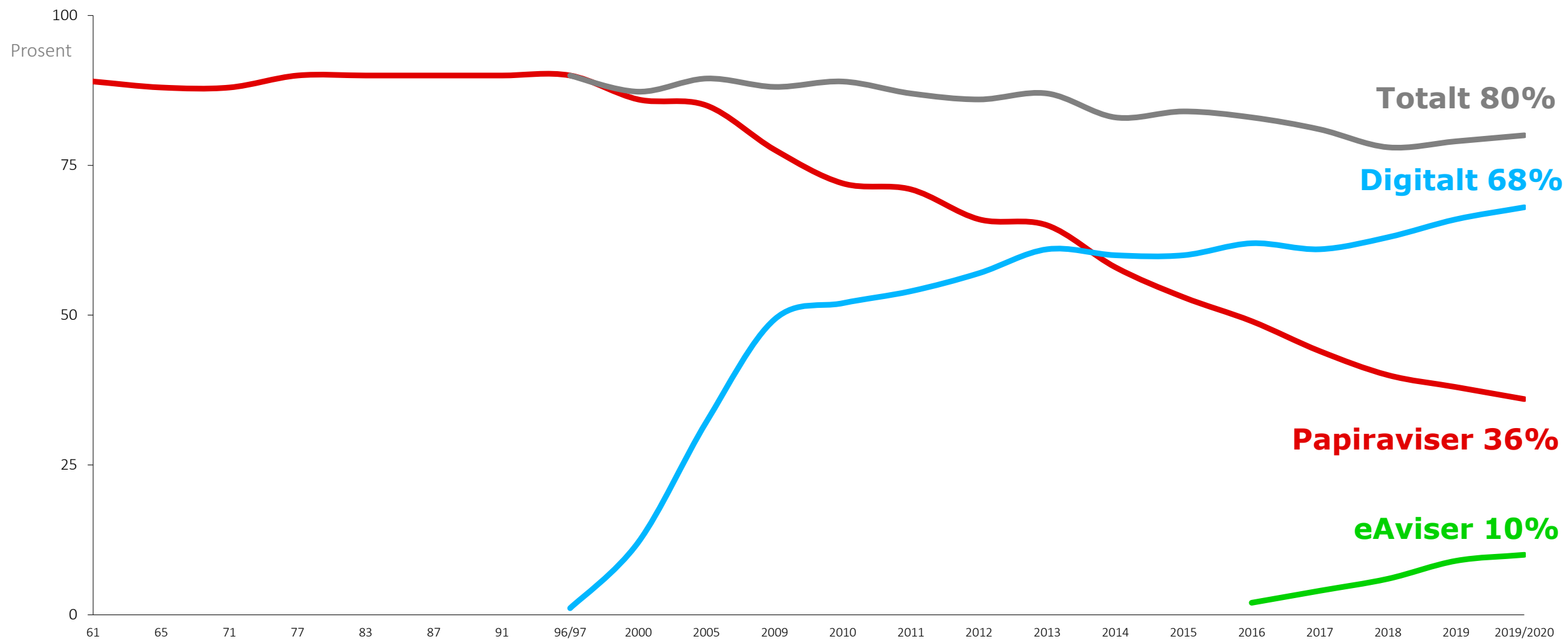


MEDIEBEDRIFTENE

Høy og stabil totaldekning 20/2

- Mediehusene med høy og stabil dekning på **80 %** på landsbasis
- **68 %** leser minst en avis på digitale enheter (mobil, PC/Mac eller nettbrett) daglig.
- **10 %** leser minst en eAvis daglig.
- **36 %** leser minst en papiravis en gjennomsnittlig dag (mandag-søndag).
 - 38 % leser minst en avis på hverdager.
- Vi leser i snitt 0,6 papiraviser daglig.
- Avisenes papirutgaver går tilbake med **11,3 %** fra 2018/2019 til 2019/2020
- Samlet tilbakegang for papiraviser og eAviser er på **6,1 %**
- De 135 lokal- og regionavisene, som har under 50.000 lesere, har samlet sett en tilbakegang på **9,6 %**.
- De 9 nisjeavisene går tilbake med **11,6 %**.

Daglig dekning – norske aviser på papir og digitalt 1960 – 2019/2020:



Daglig oppslutning om papiravis og nettaviser 1961-2019/2020

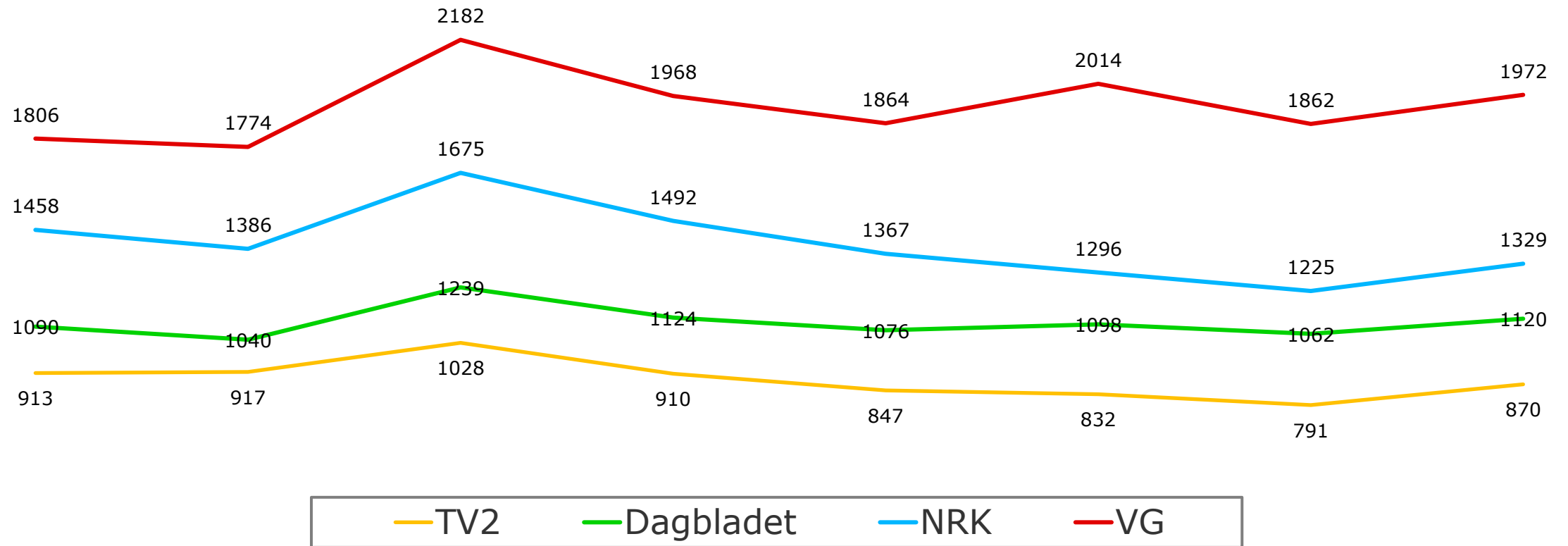
Data fra Forbruker & Media fra 1994. Flerkanalsamfunnet (Lundby & Futsæter, 1993). Fragmentering av medielandskapet og oppsplitting av publikum (Futsæter 1998). Nettavisene gjelder kun MBLs nettaviser som også utgir papiraviser og som blir målt i F&M. Nettaviser gjelder alle digitale plattformer (mobil, nettbrett og PC). Fra 2018 er alle digitaltallene kalibrert i forhold til de offisielle onlinemålingene. Fra 2018 inngår også eAviser. eAviser inngår i «Totalt» og i «Digitalt».



MEDIEBEDRIFTENE

Utviklingen for de største redaksjonelle mediene digitalt totalt i 2020

Daglig dekning



Tall i tusen

Januar

Februar

Mars

April

Mai

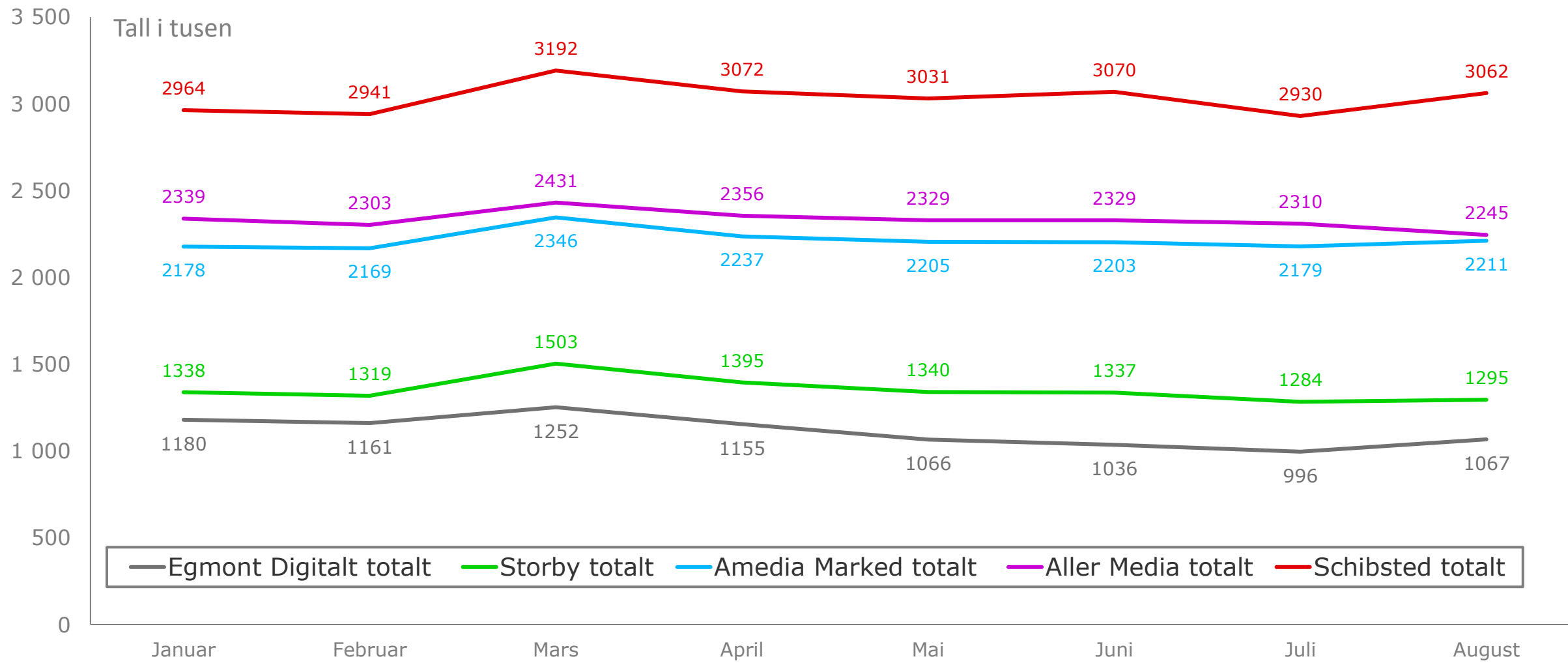
Juni

Juli

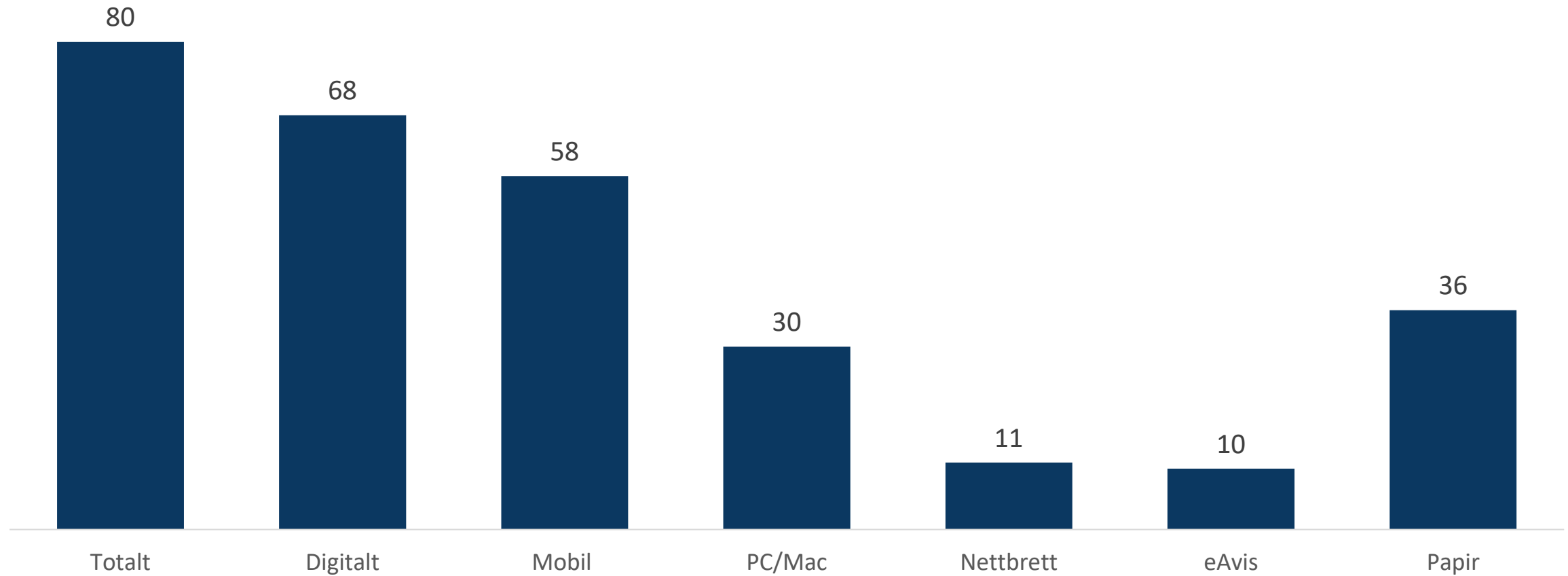
August

Utviklingen for de største samkjøringene

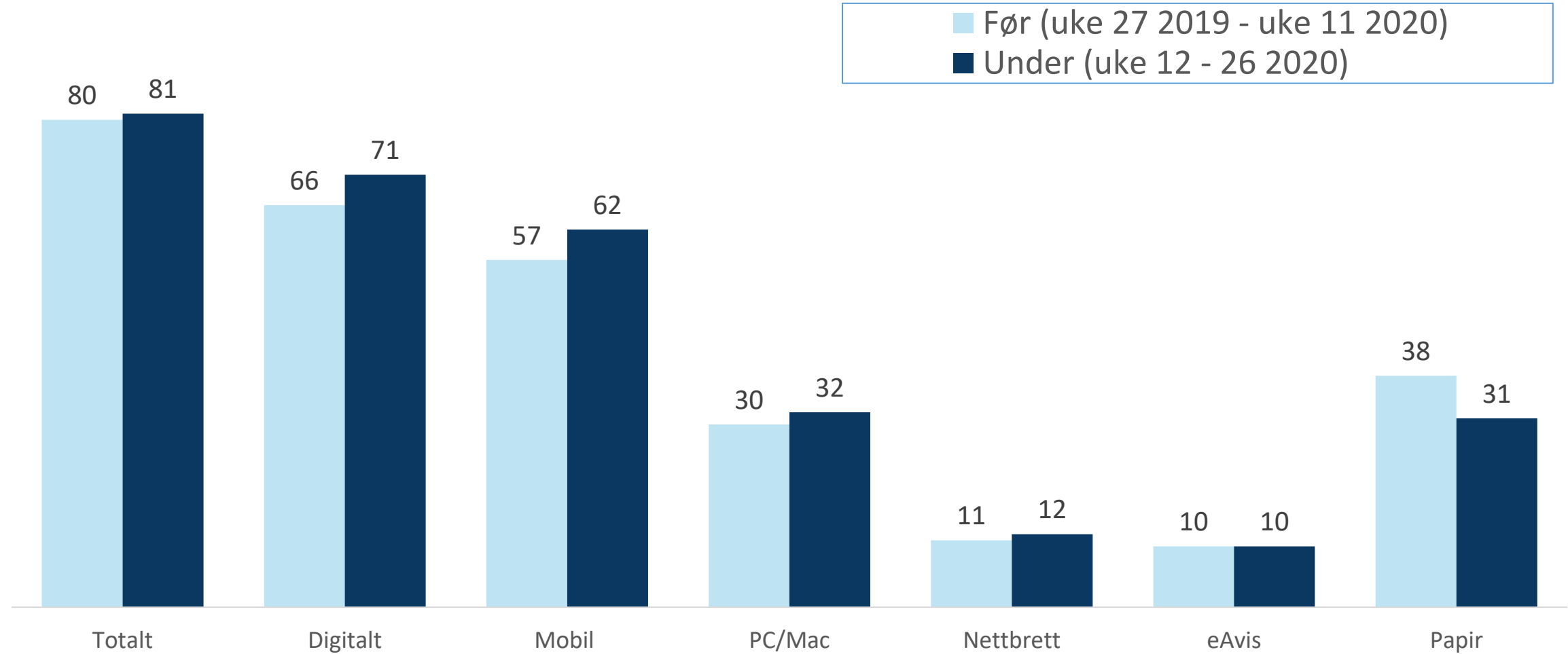
Daglig dekning



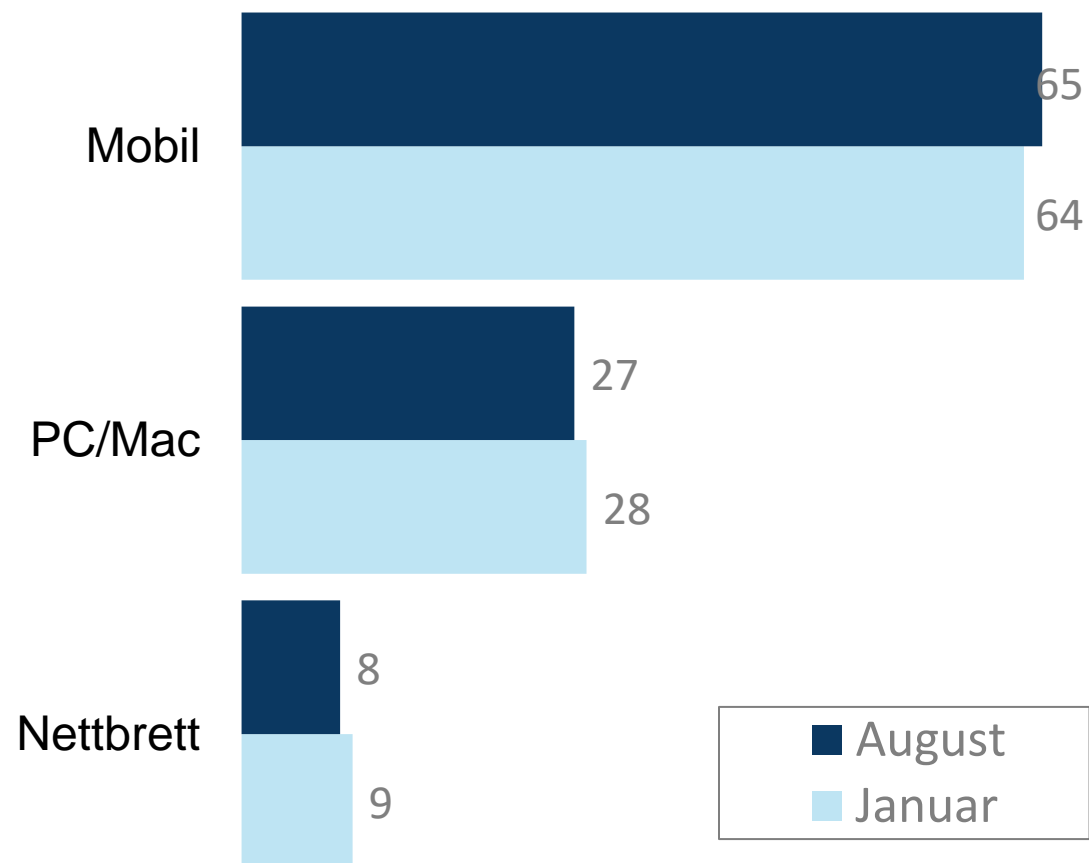
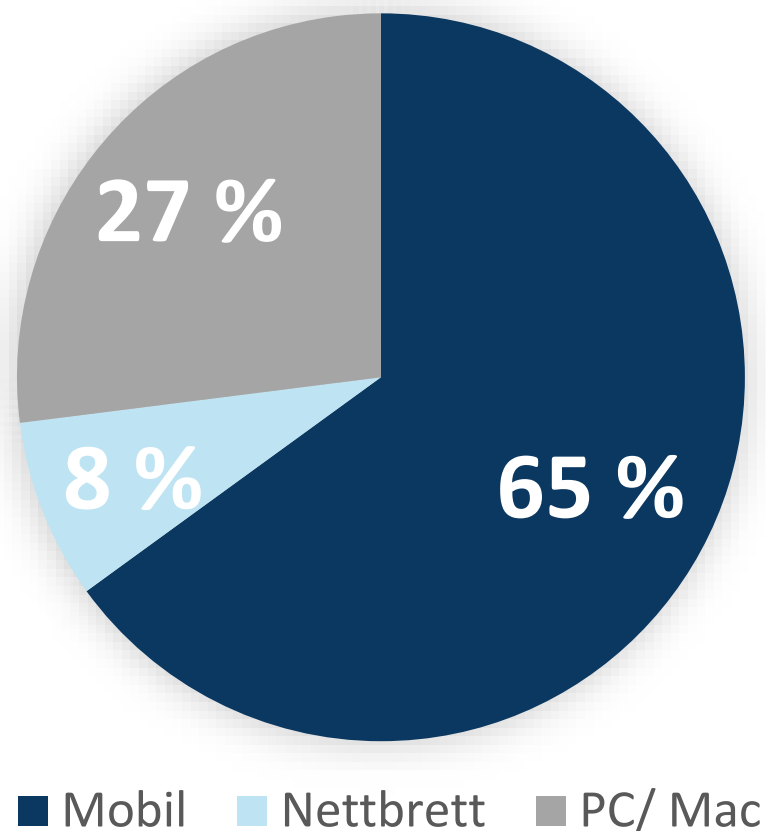
Norske aviser - daglig dekning



Daglig dekning for norske aviser: Før og under pandemien

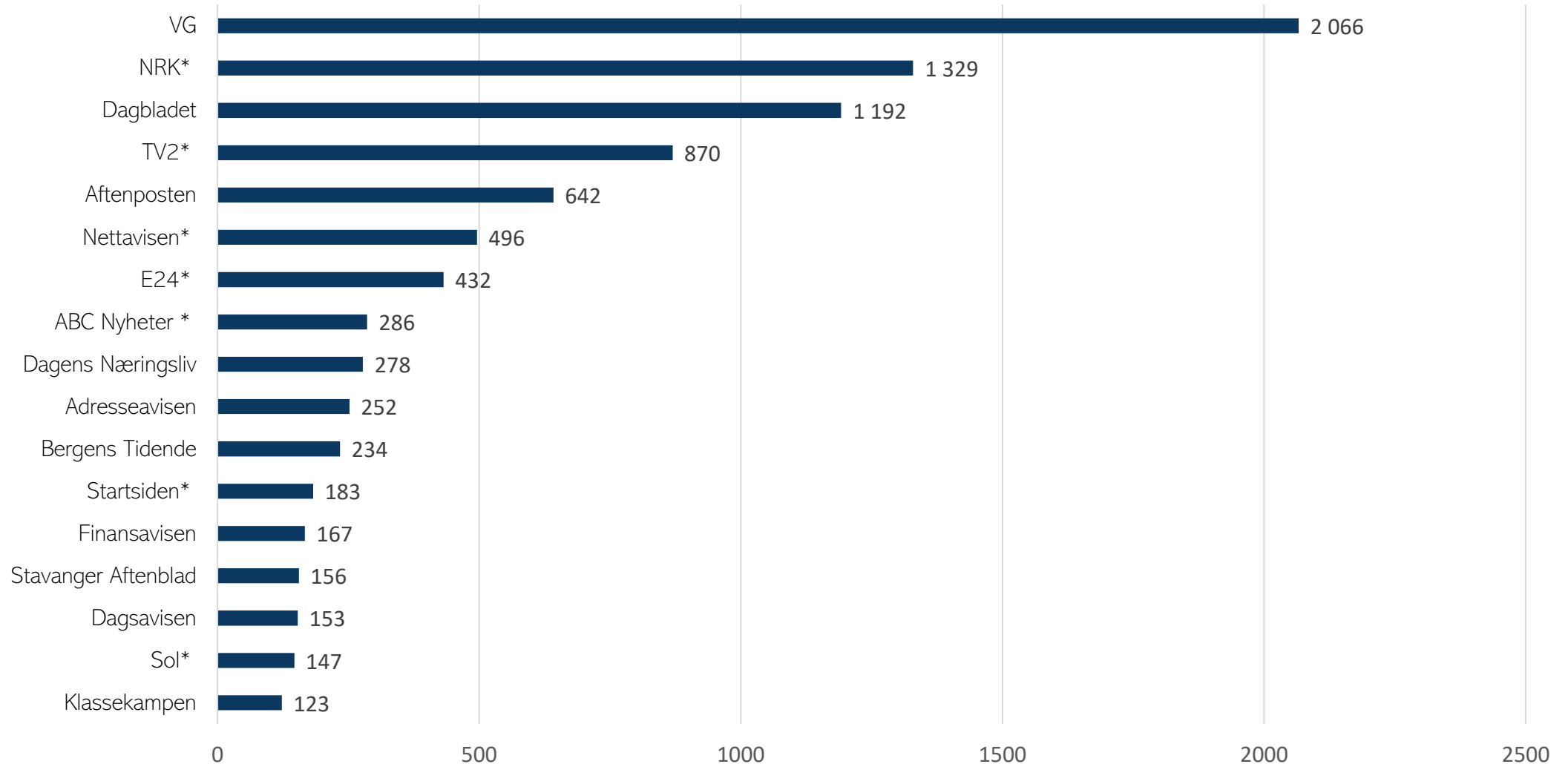


65 prosent brukere på mobil



Norges største nyhetsmedier – digital og papir

over 100 000



Kantar Media. Forbruker & Media 20/2. Tall i hele 1000.

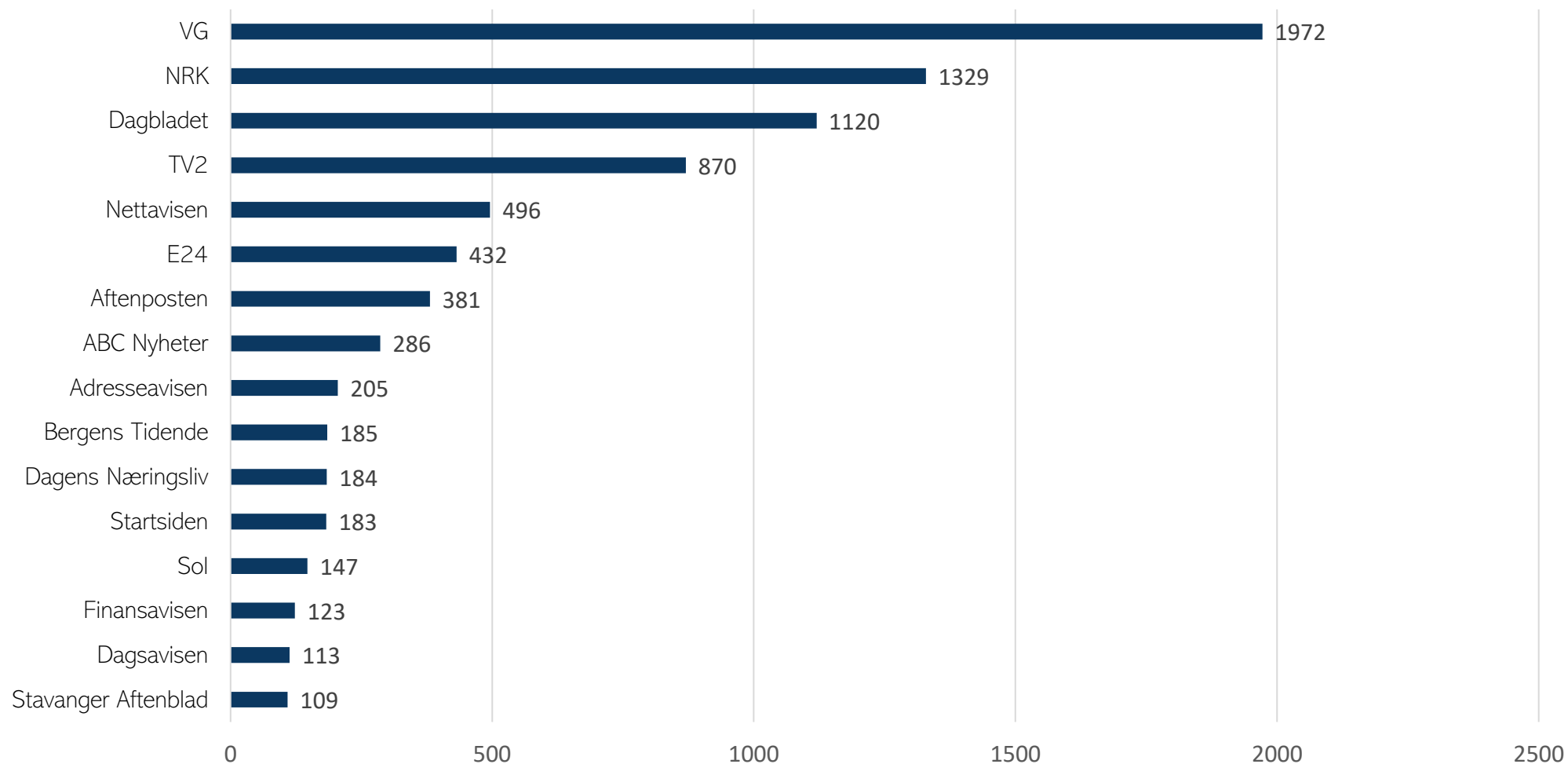
* Titlene har ikke papirutgave og er representert med totale digitaltall. TV- og radioapper samt eAvis inngår også i grunnlaget.



MEDIEBEDRIFTENE

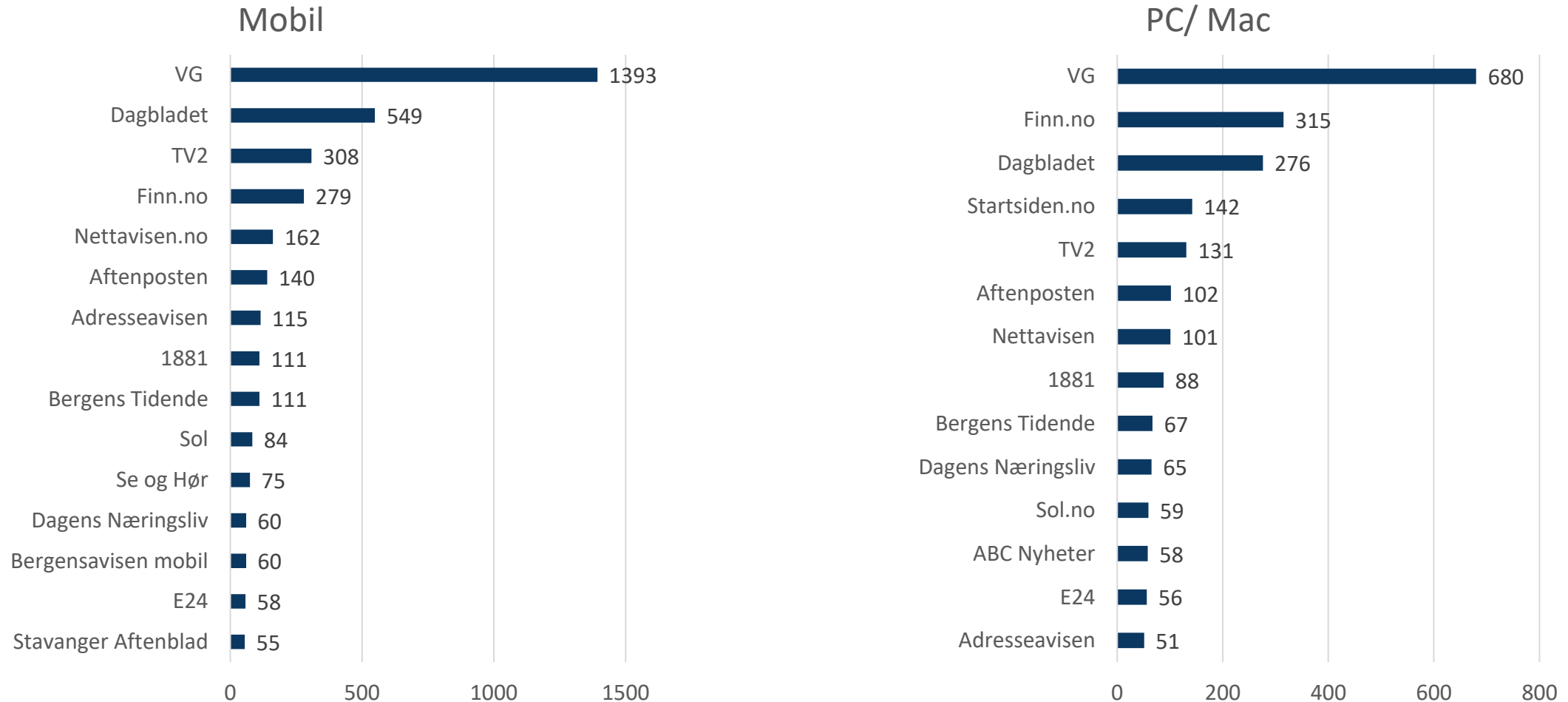
Norges største nyhetsmedier – digital

over 100 000



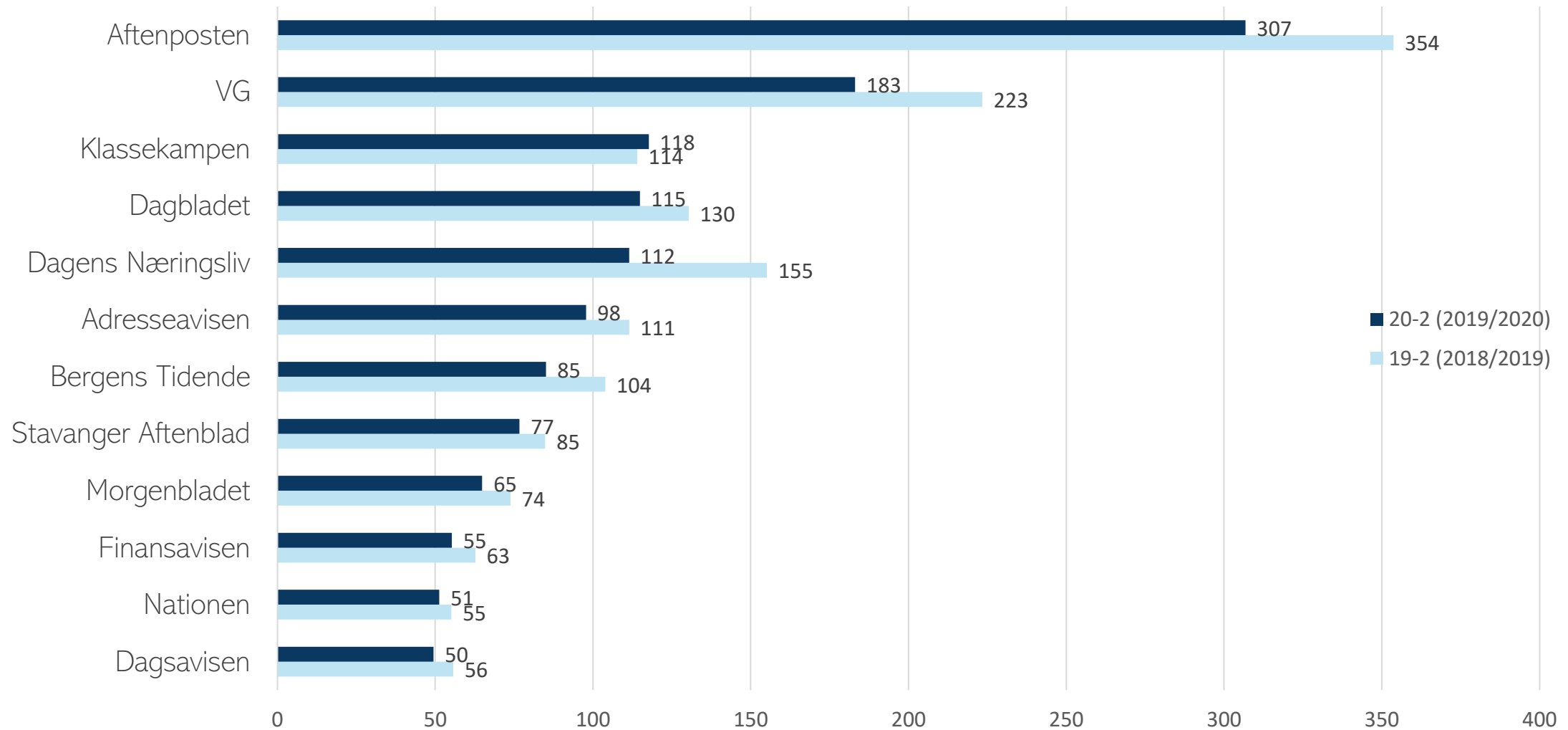
Forsidelistene – trafikkmåling

over 50 000



Norges største papiraviser

over 50 000 lesere



A person wearing a blue suit jacket and a light blue button-down shirt is sitting in a wooden chair. They are holding a white coffee cup in their right hand and a magazine in their left hand. The background is slightly blurred, showing what appears to be a window or a whiteboard. A semi-transparent grey box is overlaid on the center of the image, containing the text 'MAGASIN' and 'Lesertall – 20/2'.

MAGASIN

Lesertall – 20/2



MEDIEBEDRIFTENE

Papirmagasinerne taper lesere – 20/2

Samlet sett en nedgang på **7,5 %** i magasinmarkedet fra 2018/2019 til 2019/2020.

- 22 magasiner øker mens 40 går tilbake

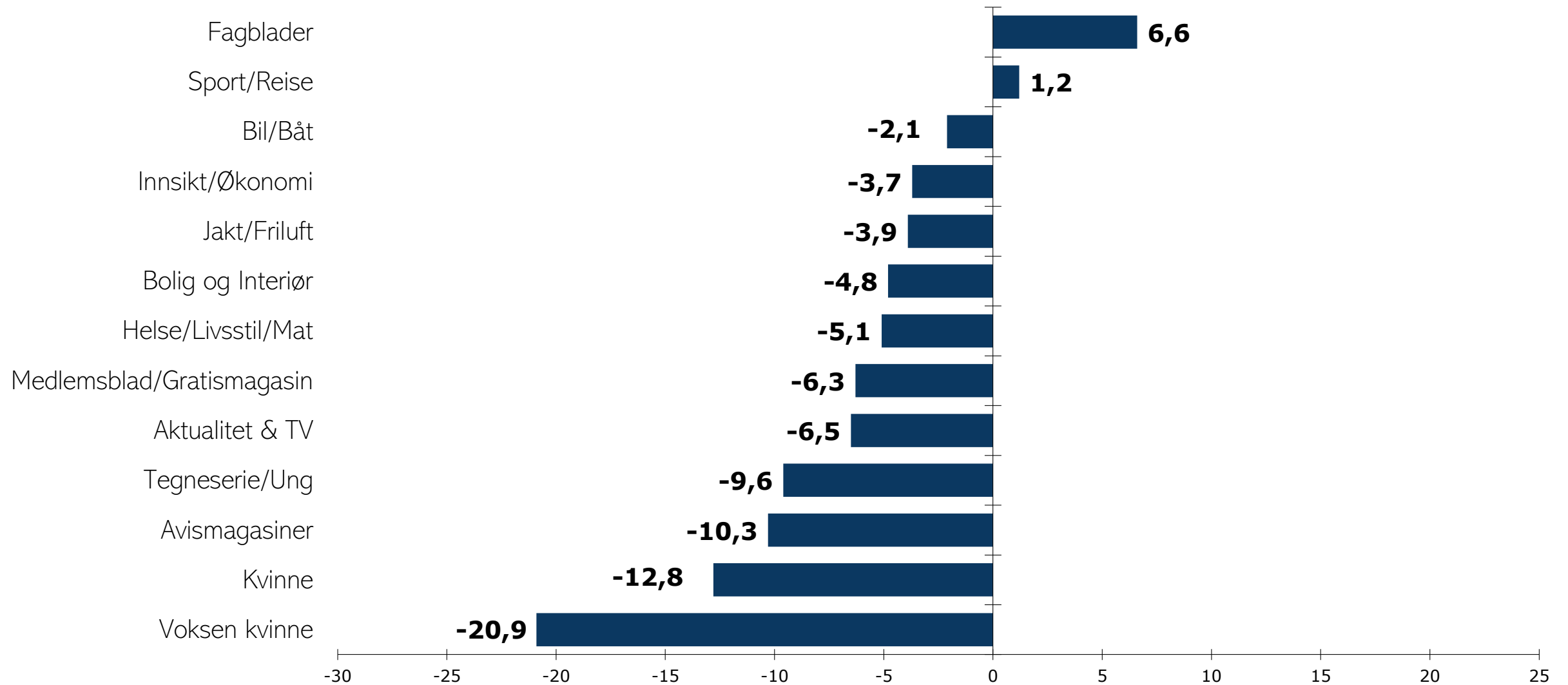
21 % av den norske befolkningen (12 år +) leser daglig minst ett magasin på papir.

Bakgrunnsdata viser et lavere konsum i perioden uke 11-26, da Norge var stengt ned grunnet koronapandemien.

I snitt ble et magasin tatt frem og lest/tittet i 3,1 ganger i 2019/2020.

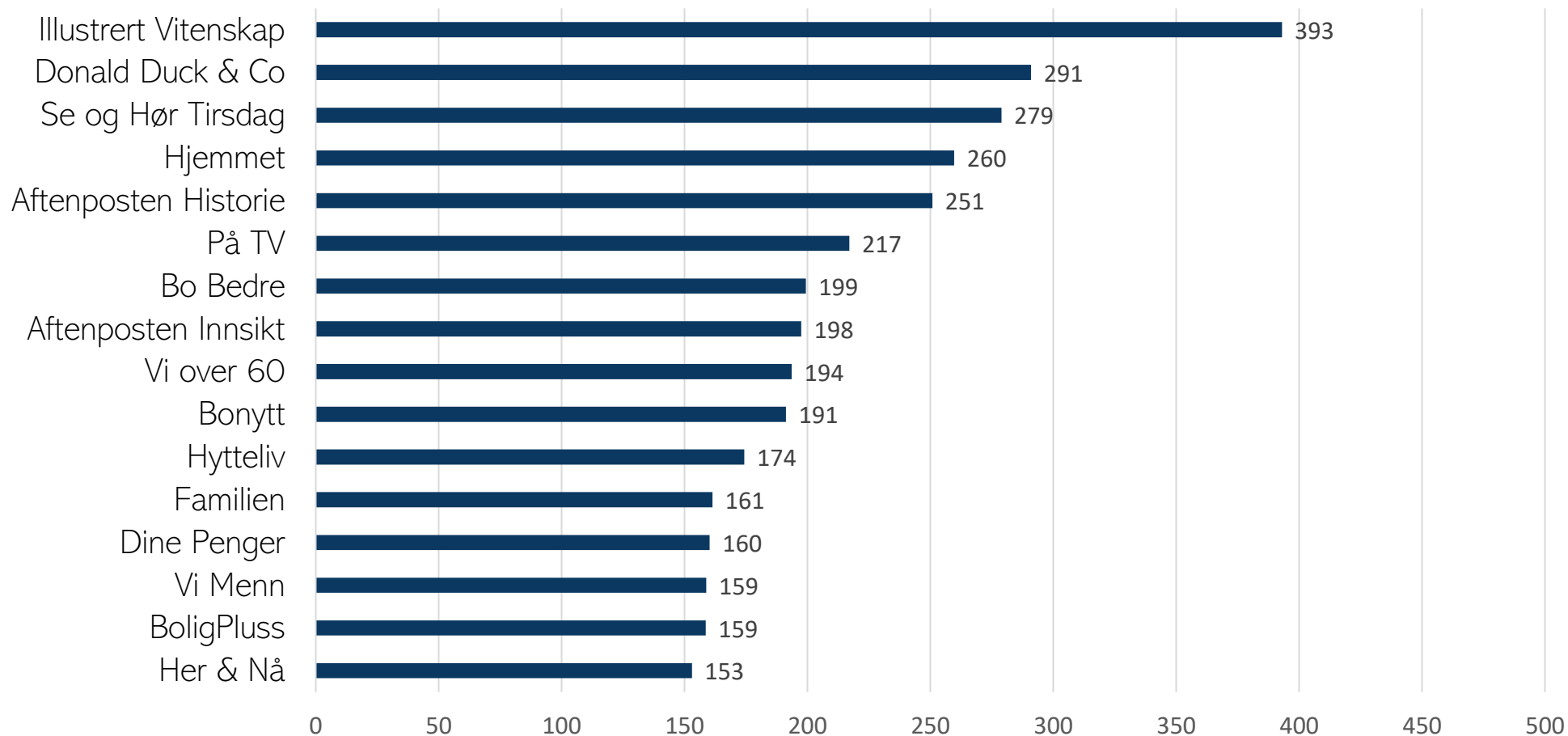
56% av magasinenes sider blir lest/tittet i hver gang man tar fram magasinet.

Utvikling magasingrupper



Norges mest leste blader 20/2

over 150 000



Kantar Media. Magasinundersøkelsen (MU) 20/2.

Nettolesertall for en gjennomsnittlig utgave av et magasin.

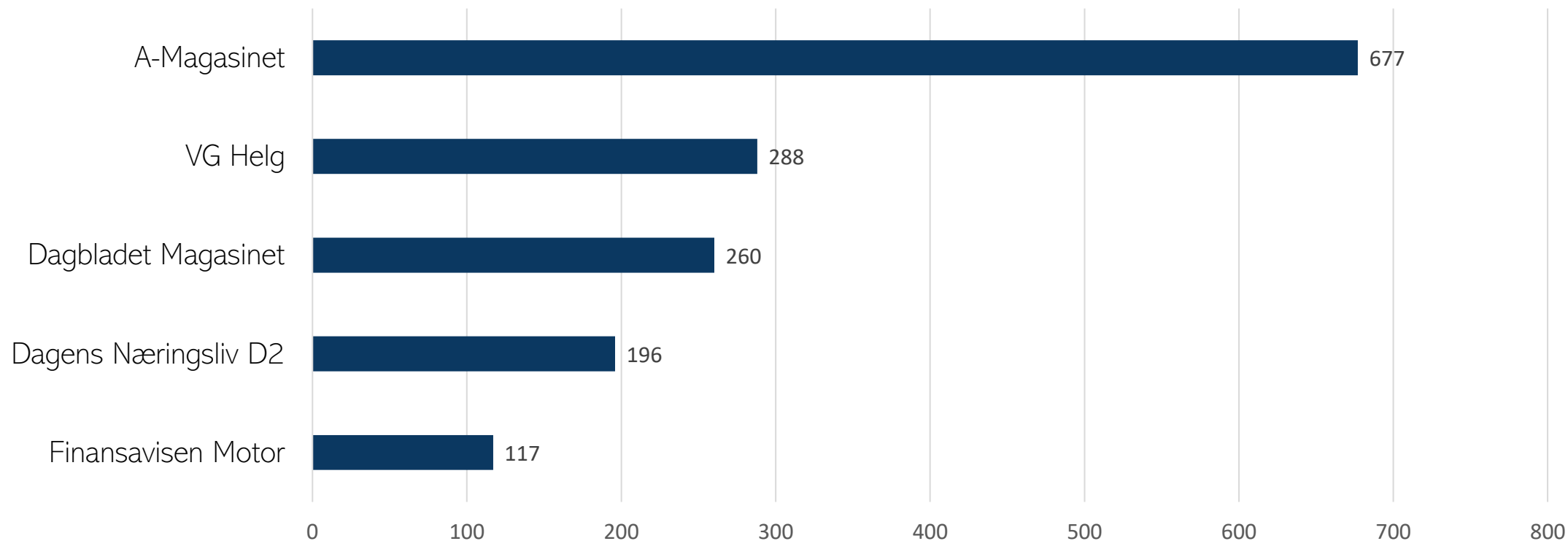
MBL-medlemmer. Medlemsblader/gratismagasiner og avismagasiner er ikke med i oversikten.



MEDIEBEDRIFTENE

A-magasinet største avismagasin 20-2

over 100 000



Kantar Media. Magasinundersøkelsen (MU). 20/2.

Antall eksponeringer i tusen (brutto) for en gjennomsnittlig side i en gjennomsnittlig utgave av et magasin. MBL-medlemmer.

MBL-medlemmer .



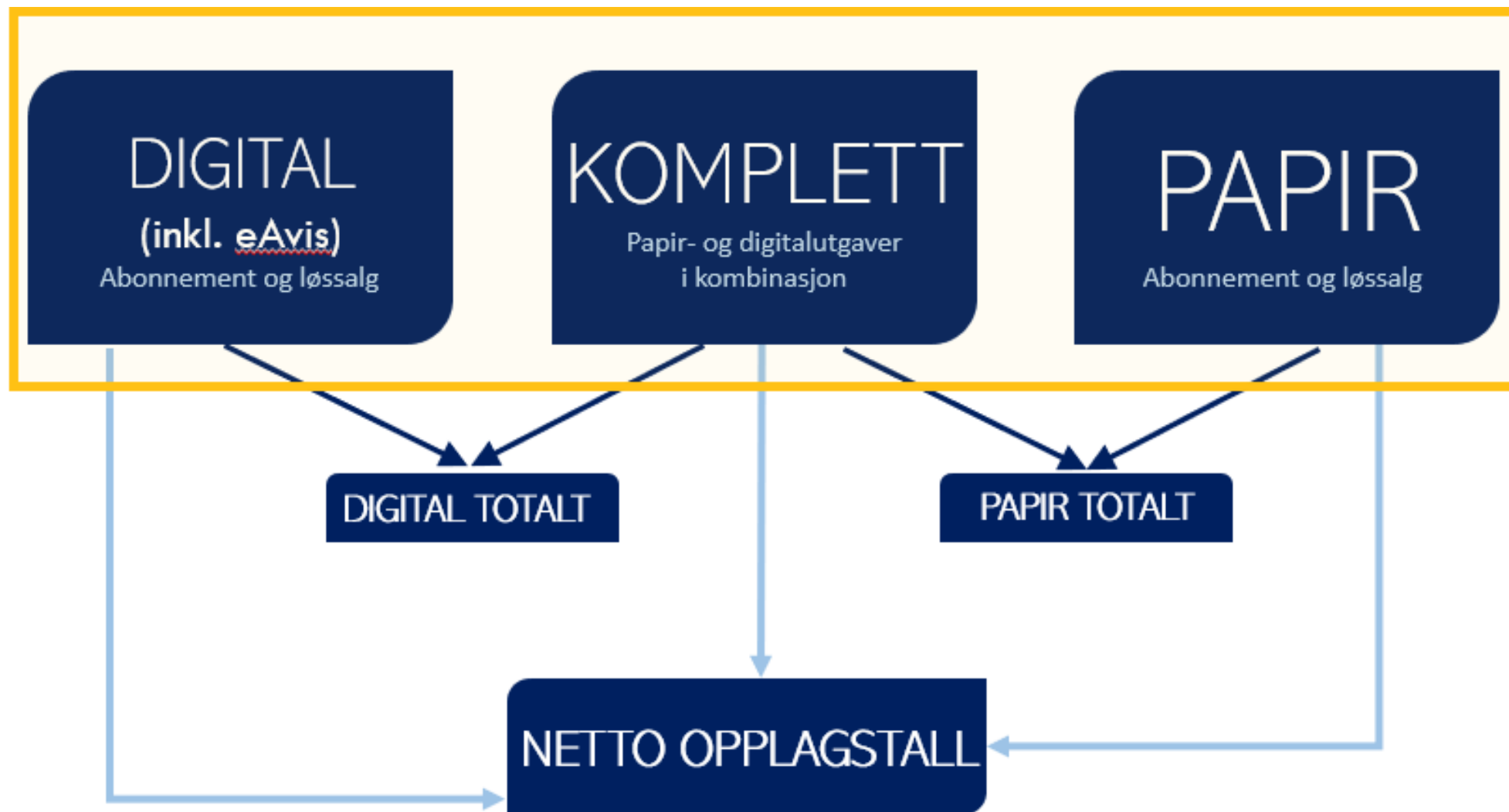
MEDIEBEDRIFTENE

MEDIEHUSENES OPPLAGSTALL

AVIS – Første halvår 2020



MEDIEBEDRIFTENE



Opplag publiseres fra og med første halvår 2020 fordelt på de tre hovedkategoriene Digital, Komplett og Papir. Summen av disse utgjør netto opplag.



MEDIEBEDRIFTENE

Endringer i opplagstelling fra 2020

HELG-/ WEEKENDABONNEMENT

Fra 2020 telles alle helg-/ weekendabonnement som «komplett». Disse abonnementene har tidligere blitt fordelt på «komplett» og «digital» avhengig av hvor mange dager abonnenten har mottatt den enkelte vare.

FORDELING FRIEKSEMPLARER

Ut over abonnement og løssalg er frieksemplarer de aviser man har anledning til å beregne inn i opplagstallet.

Frieksemplarer fordeles fra første halvår 2020 etter prosentvis andel basert på opplag i ulike kategorier («komplett», «digital» og «papir»). Tidligere ble frieksemplarer lagt til kategorien med størst opplag.

PUBLISERING

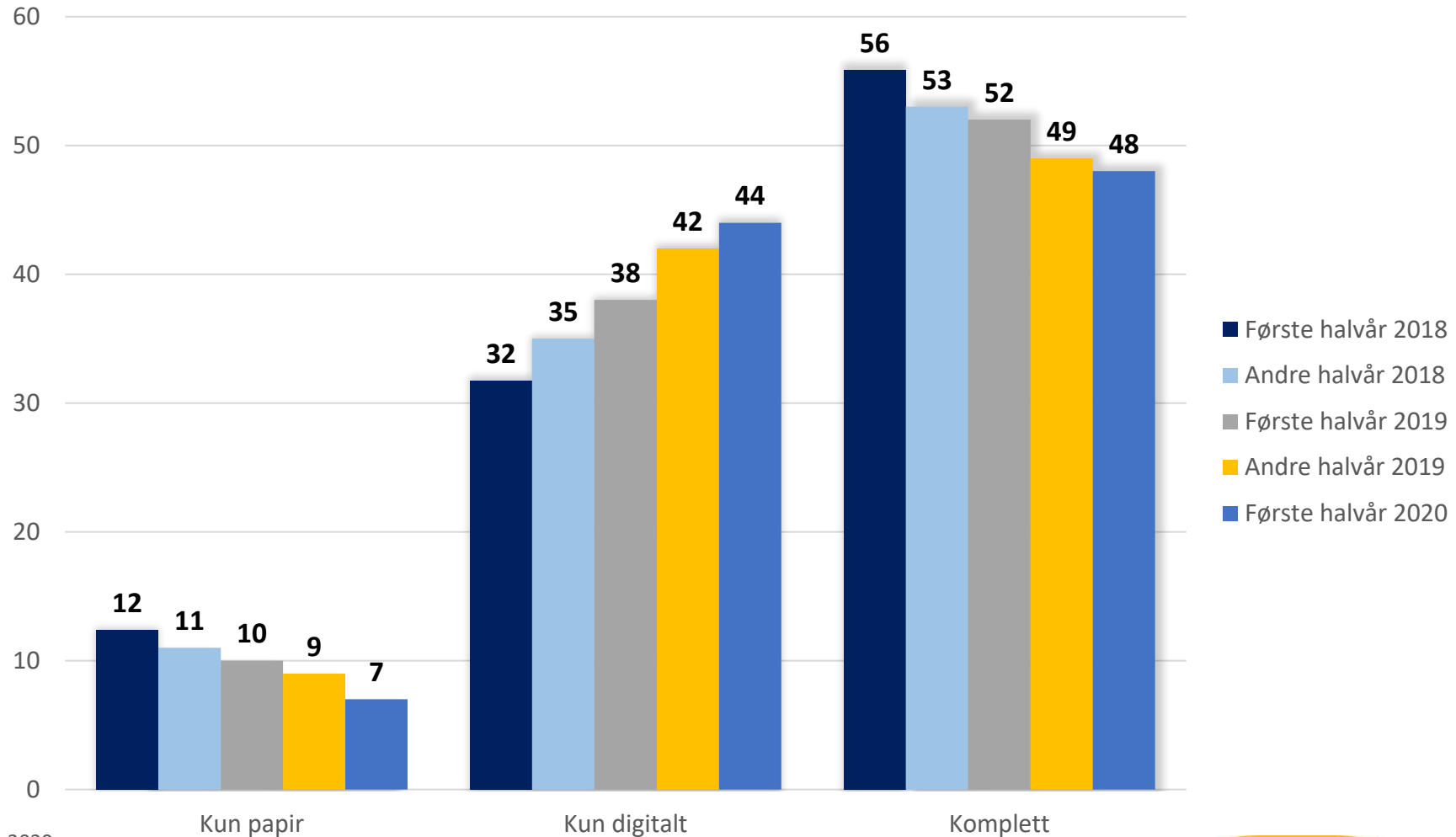
Fra første halvår 2020 vil opplag presenteres med en fordeling på kategoriene «netto total», «komplett», «digital» og «papir». Kategoriene «digital total» og «papir total», som også inkluderte «komplett», utgår fra første halvår 2020.



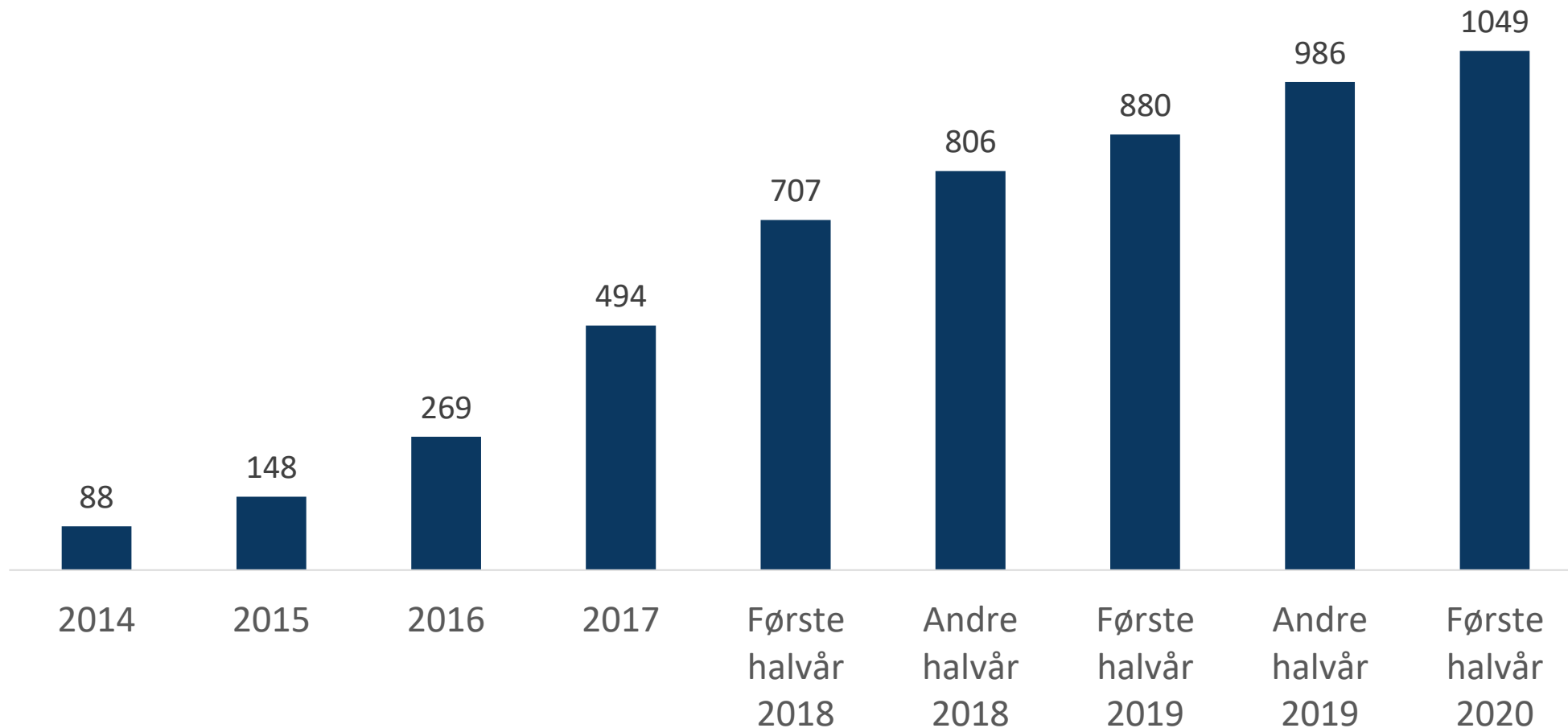
Opplagstal første halvår 2020 – Hovedtrekk avis

- Det rapporteres opplag på **226** aviser for første halvår 2020
- Totalopplaget for norske aviser er på **2,36 mill**
- Av 224 sammenlignbare titler hadde **100** opplagsfremgang
- Totalopplaget (netto opplag) er stabilt og går frem med **0,7 %** for aviser tilsluttet MBL og LLA fra andre halvår 2019 til første halvår 2020
 - Det rene digitalopplaget er på **1.048.781** og øker med **6 %**
 - Det rene papiroplaget er på **172.904** og går ned med **14 %**
- **7 %** av opplaget er rent papiroplag, **44 %** er kun digital og **48 %** utgjøres av komplettabonnement.

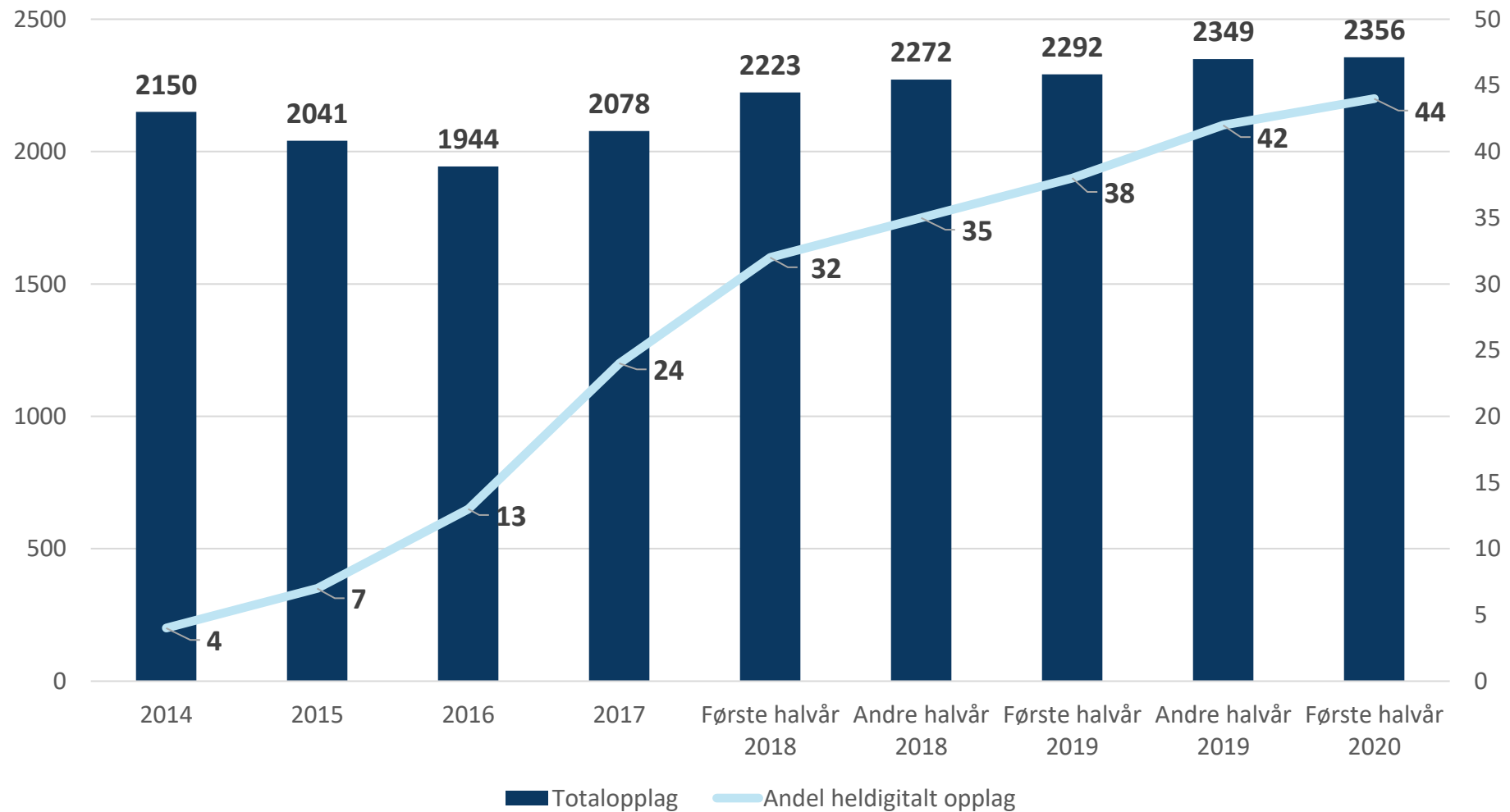
Det digitale opplaget øker fortsatt



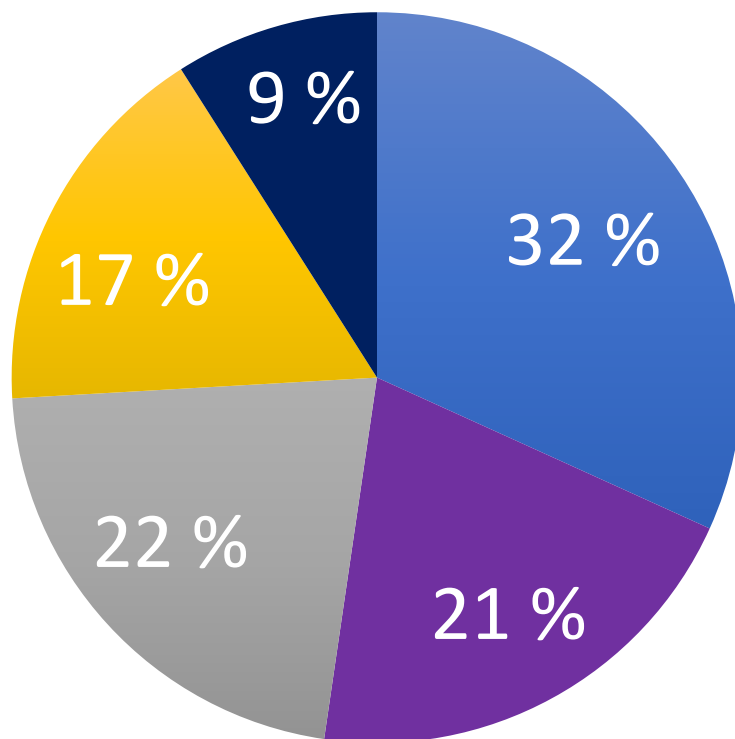
Over 1 million heldigitale abonnement



Digital opplagsutvikling 2014 - 2020

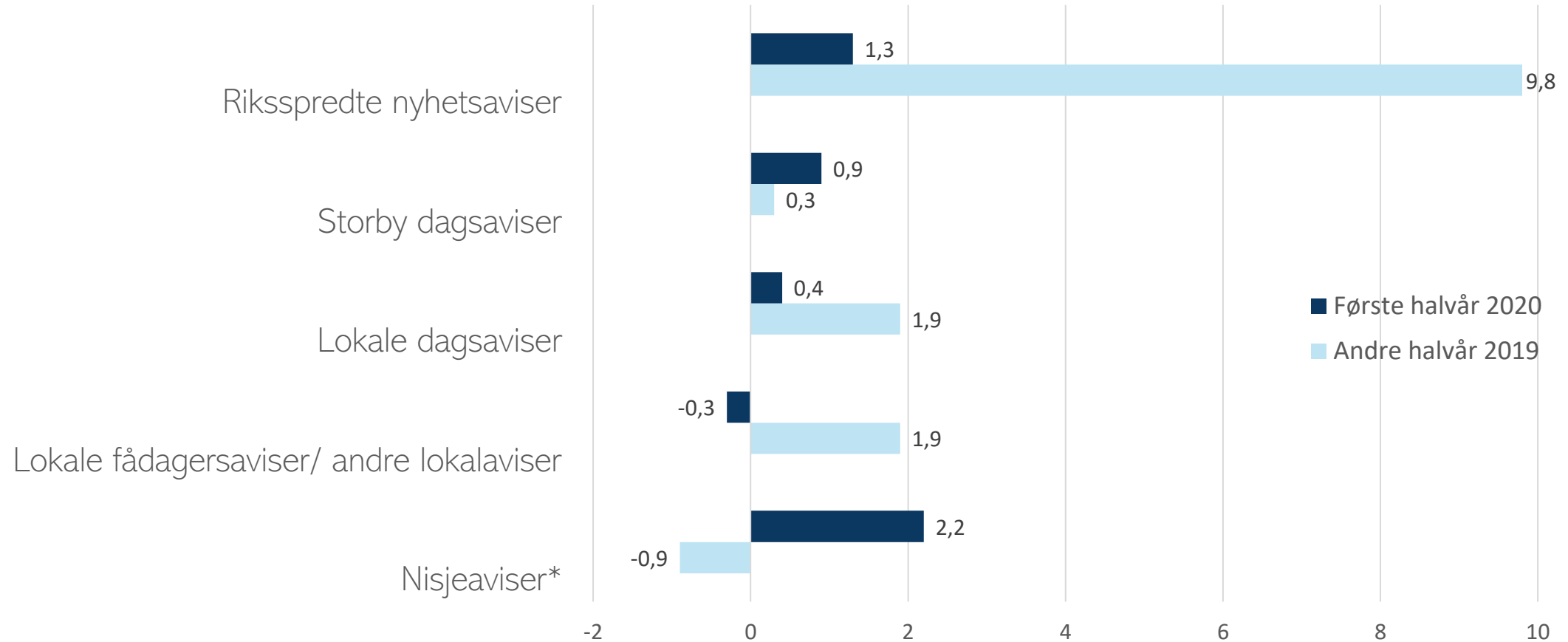


Andel opplag for ulike aviskategorier



■ Lokale dagsaviser ■ Lokale fådagersaviser / Andre lokalaviser ■ Storby dagsaviser ■ Riksspredte nyhetsaviser ■ Nisjeaviser

Opplagsendring for ulike aviskategorier



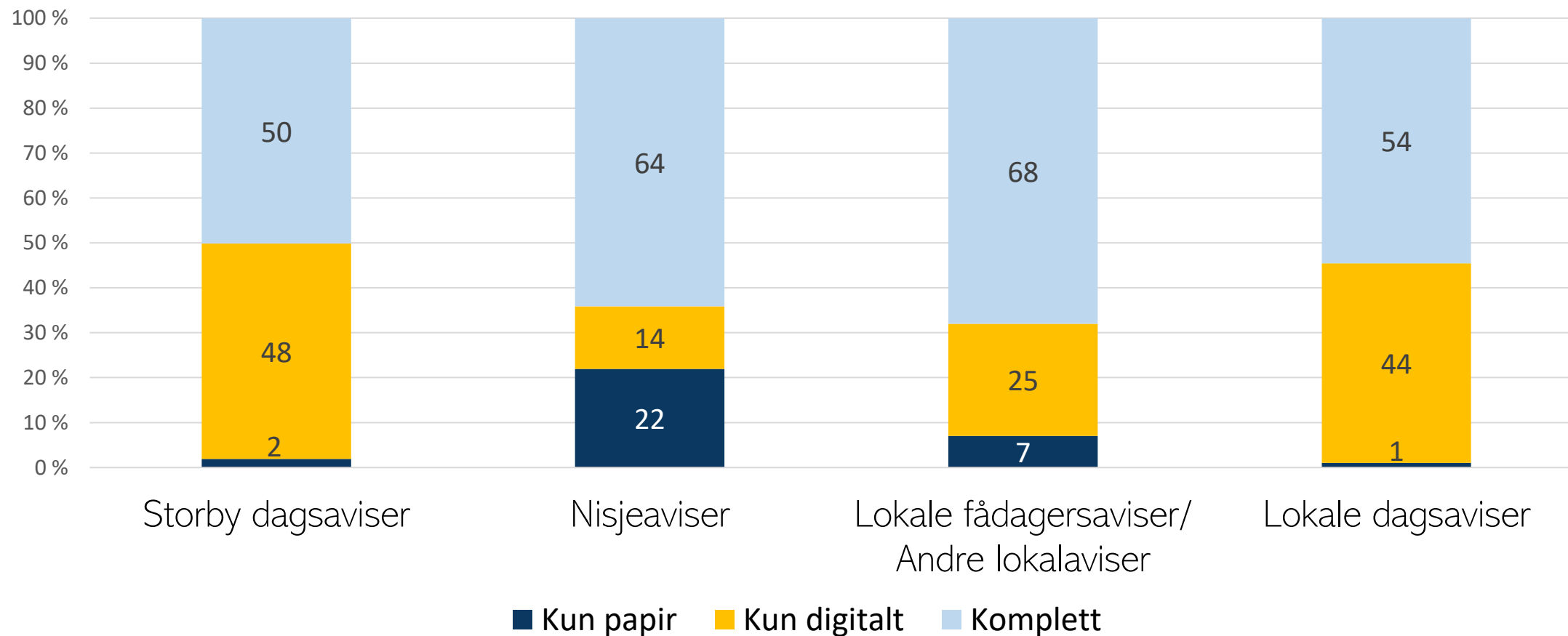
MBL og LLA - Differanse netto opplag på sammenlignbare titler. Første halvår 2020 vs. andre halvår 2019, i prosent.

*Korsets Seier ble fra 1. januar 2020 lagt ned som egen publikasjon, og gikk fra samme dato inn i avisen Dagen (kategori nisjeaviser).



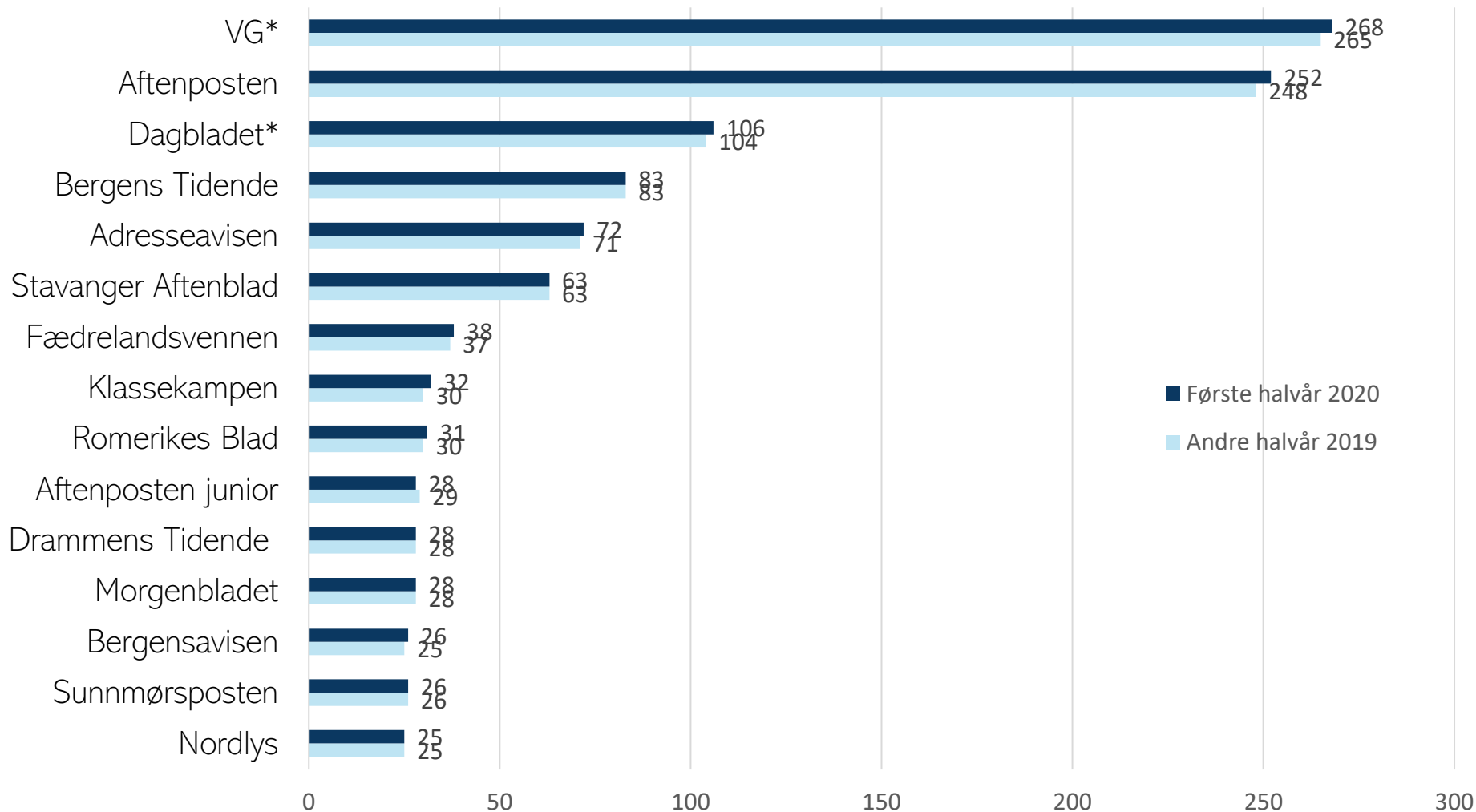
MEDIEBEDRIFTENE

Andel opplag for ulike aviskategorier



Opplag: Norges største aviser

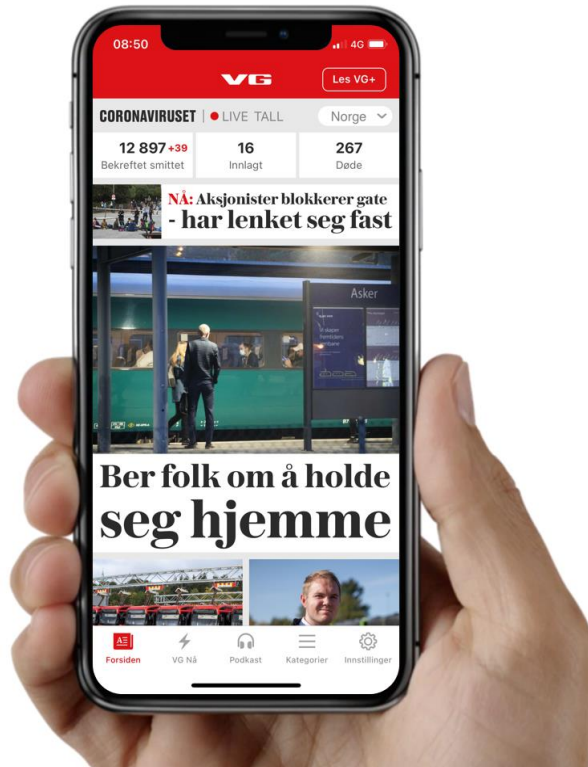
over 25 000



*I tallene for VG inngår opplagstall både for VG (58') og VG + (211').

I tallene for Dagbladet inngår opplagstall både for Dagbladet (28') og Dagbladet Pluss (78')

VG+ øker mest



(+ 7 415) – VG +



(+ 6 239) – Dagbladet Pluss



(+ 3 809) – Aftenposten

Du finner alle tallene på
medietall.no



MEDIEBEDRIFTENE