

**KANTAR**

**Avislesing 2018/2019 (19/2):**  
***Tilbakegang for papiravisene, men flere leser eAviser***

15.10.19

Knut-Arne Futsæter

@Futsaeter



# Forbruker & Media

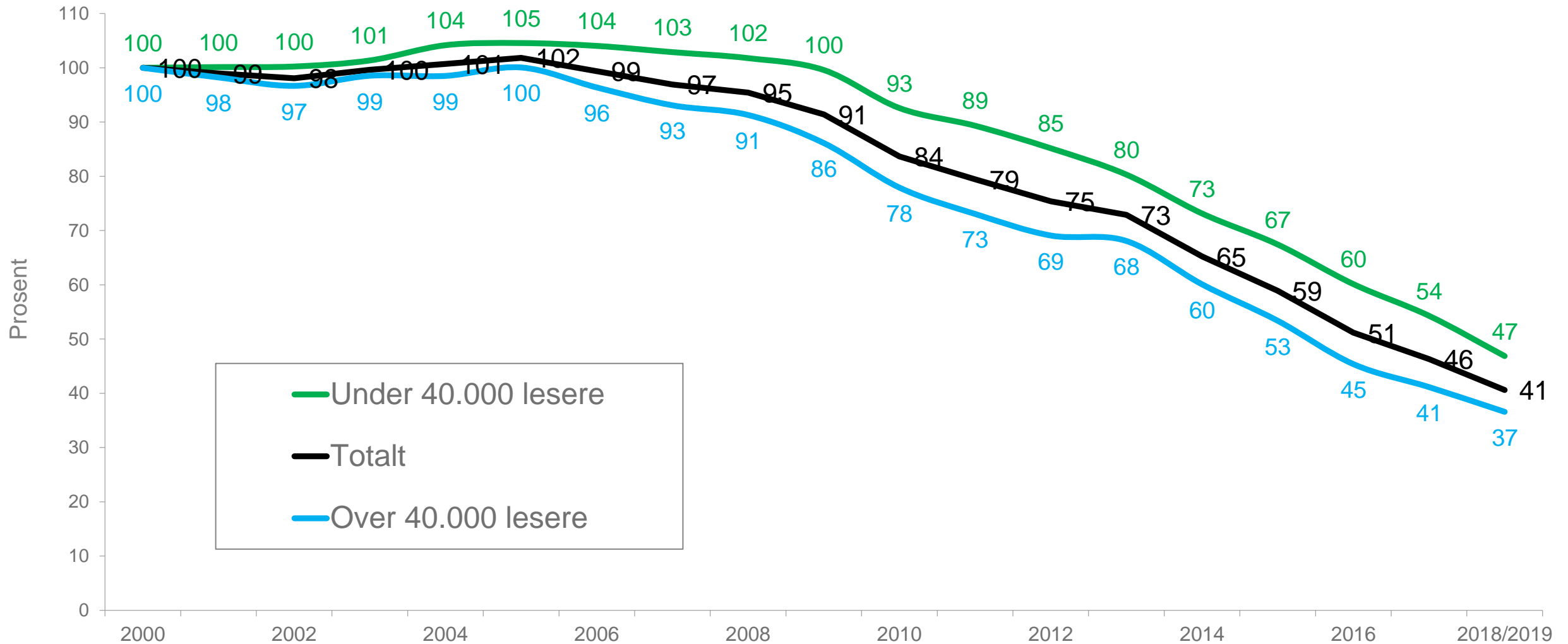
- Forbruker & Media (F&M) er den eneste multimedie-undersøkelsen i Norge. Den inneholder blant annet dekningstall for norske aviser, radiostasjoner, TV-kanaler, web-TV, tekst-TV, internett, digitalt medieinnhold, magasiner, fagblader, direkte reklame og kino.
- F&M gir mulighet til å sammenligne medier med hverandre, og å relatere mediedata direkte til folks forbruk, interesser og holdninger. Den er dermed det viktigste arbeidsredskapet for reklamebyrå, kommunikasjonsbyrå, mediebyrå, annonsører og medier når markeder og målgrupper beskrives, og medier velges for reklamekampanjer.
- Totalt er 45.582 personer 12 år eller eldre blitt intervjuet i perioden 02.07.2018 – 30.06.2019 (2018/2019, 19/2).
- Tallene for denne rapporteringen (2018/2019, 19/2) er sammenlignet med forrige periode 03.07.17 - 01.07.18 (2017/2018, 18/2).
- 1% av befolkningen tilsvarer 45.836 personer 12 år eller eldre.
- Alle lesertallene gjelder for alle avisenes utgaver. Tallene for f.eks. VG og Aftenposten, som utgis syv dager i uka, er altså mandag-søndag.
- Informasjon om metode finnes her: <http://www.tns-gallup.no/tns-innsikt/slik-males-lesertall-for-papiravisene>

# Fortsatt tilbakegang for papiravisene, men eAvisene øker

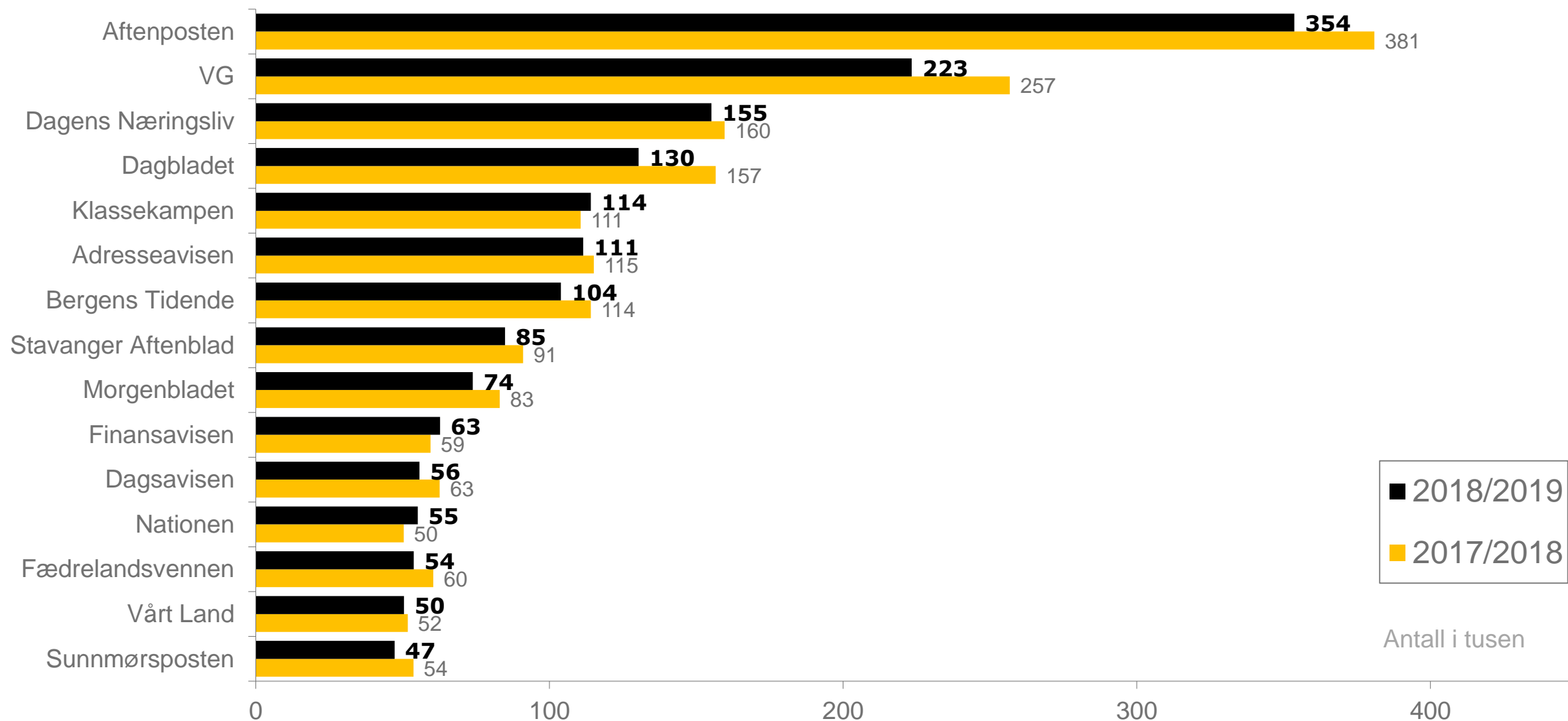
- **39%** leser minst en papiravis en gjennomsnittlig dag (mandag-søndag). 42% leser minst en avis på hverdager. Vi leser i snitt 0,6 papiraviser daglig.
- Av de 162 avistitlene som ble rapportert, har bare 12 titler fått flere lesere, og 89 aviser har fått færre. Samlet sett er det en tilbakegang på **8,1%** fra 2017/2018 til 2018/2019.
- De 138 lokal- og regionsavisene, som har under 50.000 lesere, har samlet sett en tilbakegang på **7,5%**. 8 titler har fått flere og 68 færre lesere.
- Nisjeavisene går tilbake med bare **1,7%**. 4 aviser øker og 5 går tilbake.
- eAvisene øker med **8%**, og **6%** leser eAviser daglig.
- 83% leser minst én avis digitalt eller på papir daglig. 67% leser digitale avis daglig, 39% papiraviser, 6% eAviser.

# Indekserte endringer for papiraviser i forhold til år 2000 (brutto):

## *Konsumet av papiraviser er på 41% i forhold til år 2000*

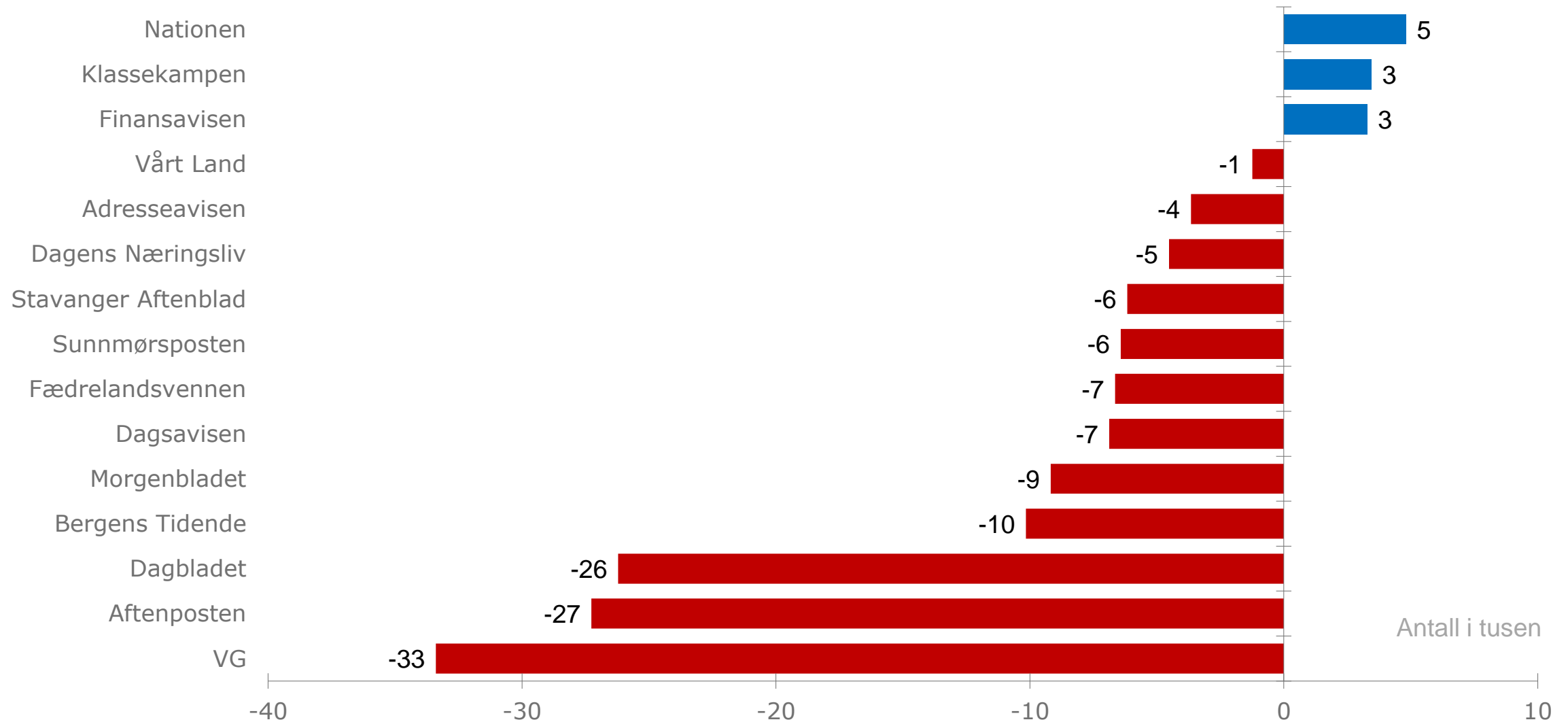


# Norges største papiraviser

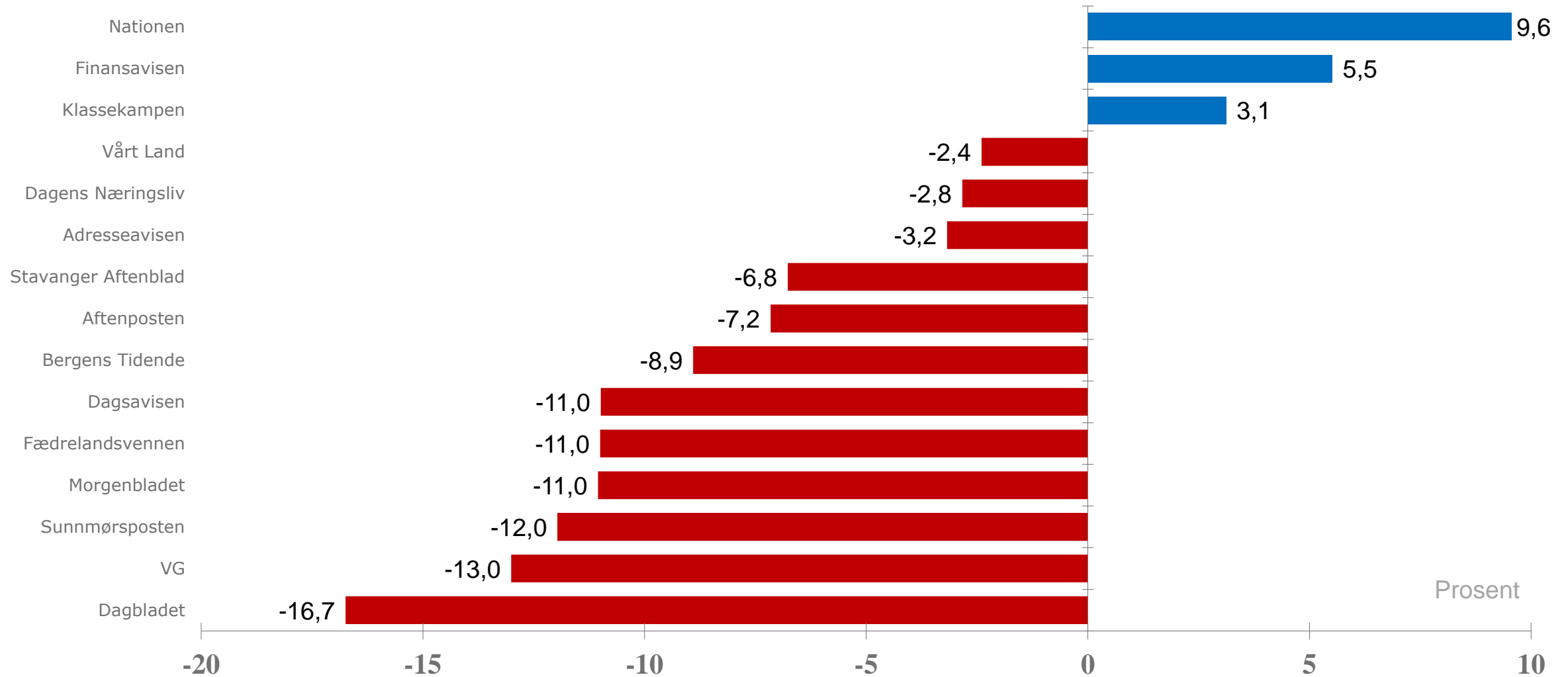


# Endringer i *tusen* for papiraviser fra 2017/2018 til 2018/2019:

## *De største går tilbake, mens flere nisjeaviser øker*



# Endringer i *prosent* for papiraviser 2017/2018 til 2018/2019: ***Nationen, Finansavisen og Klassekampen øker***

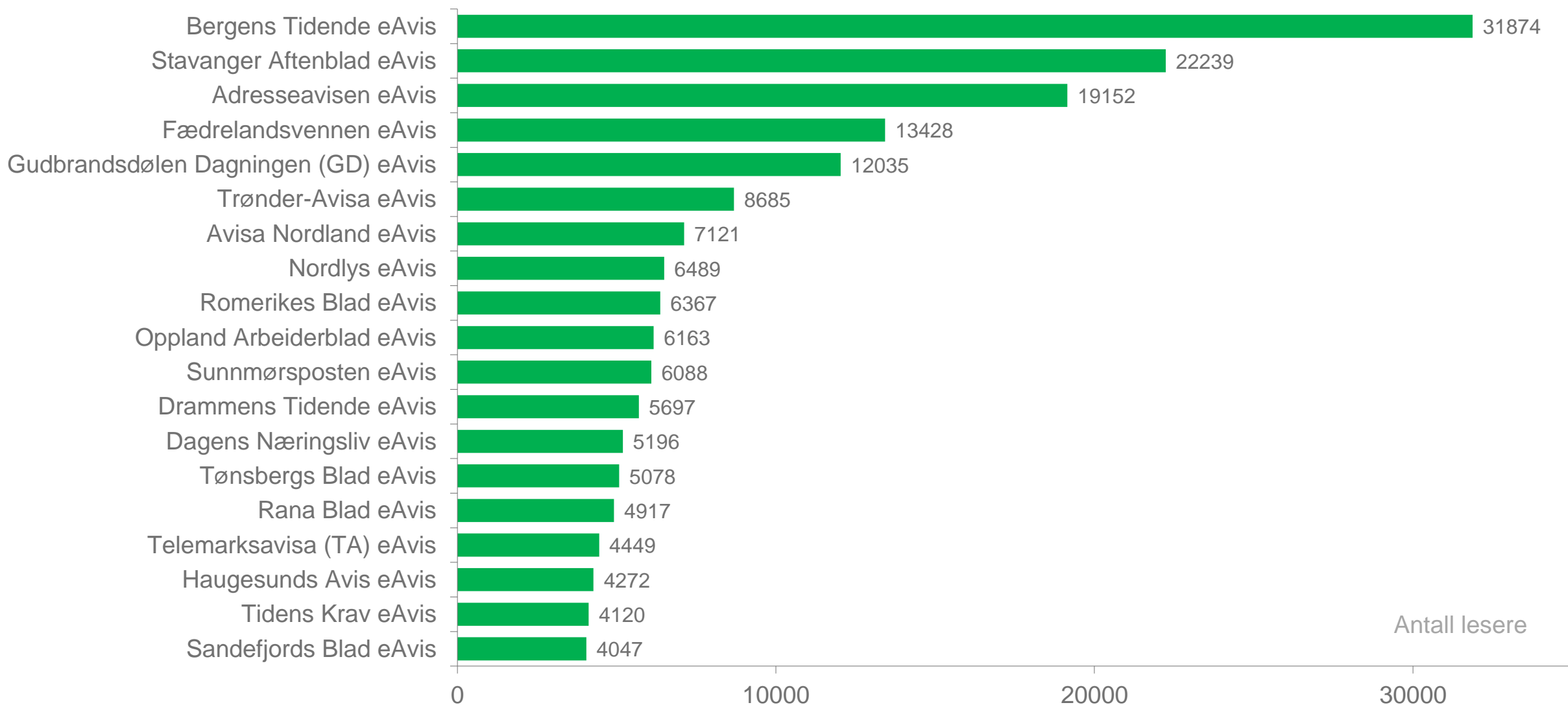


# Måling og rapportering av eAvis: *Flere eAvis lesere*

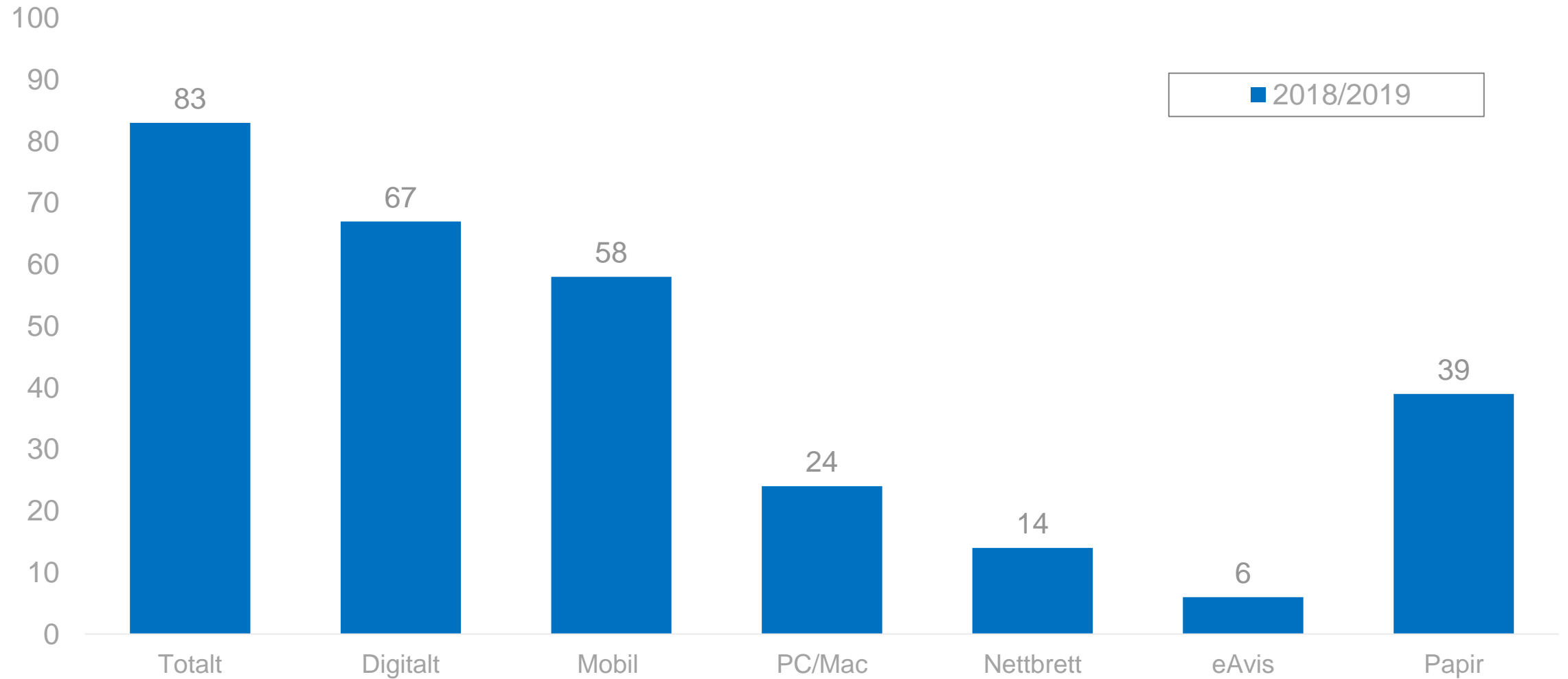
- I 2018/2019 (19/2) ble det målt og rapportert 145 eAviser, og det er langt flere enn tidligere.
- For å bli rapportert i Forbruker & Media (F&M) og Kantar Online (GPC), må eAvisen bli målt i F&M og tagget riktig i Comscore. eAvisene til VG, Dagbladet og Aftenposten blir ikke rapportert i F&M 19/2.
- Kantar bruker trafikkdata (censustall) som kalibreringsgrunnlag for å kalkulere antall brukere. En bruker defineres ut ifra hvor mange brukere som har åpnet en definert nettside eller som har åpnet en App i løpet av en gjennomsnittlig dag. eAvis tallene sier altså ikke hvor mange brukere som har åpnet en gjennomsnittlig utgave av en eAvis, men *antall gjennomsnittlig daglig brukere av en eAvis*. Dersom flere personer har brukt samme enhet til å lese en eAvis i løpet av en dag blir man altså kun telt én gang.
- De 145 eAvisene har samlet sett 301.000 lesere, og 6% leser eAviser daglig i Norge.
- Det er en vekst på **8%** for sammenlignbare titler i forhold til 2017/2019 (18/2). De aller fleste eAvisene har framgang.



# Norges største eAviser 2018/2019

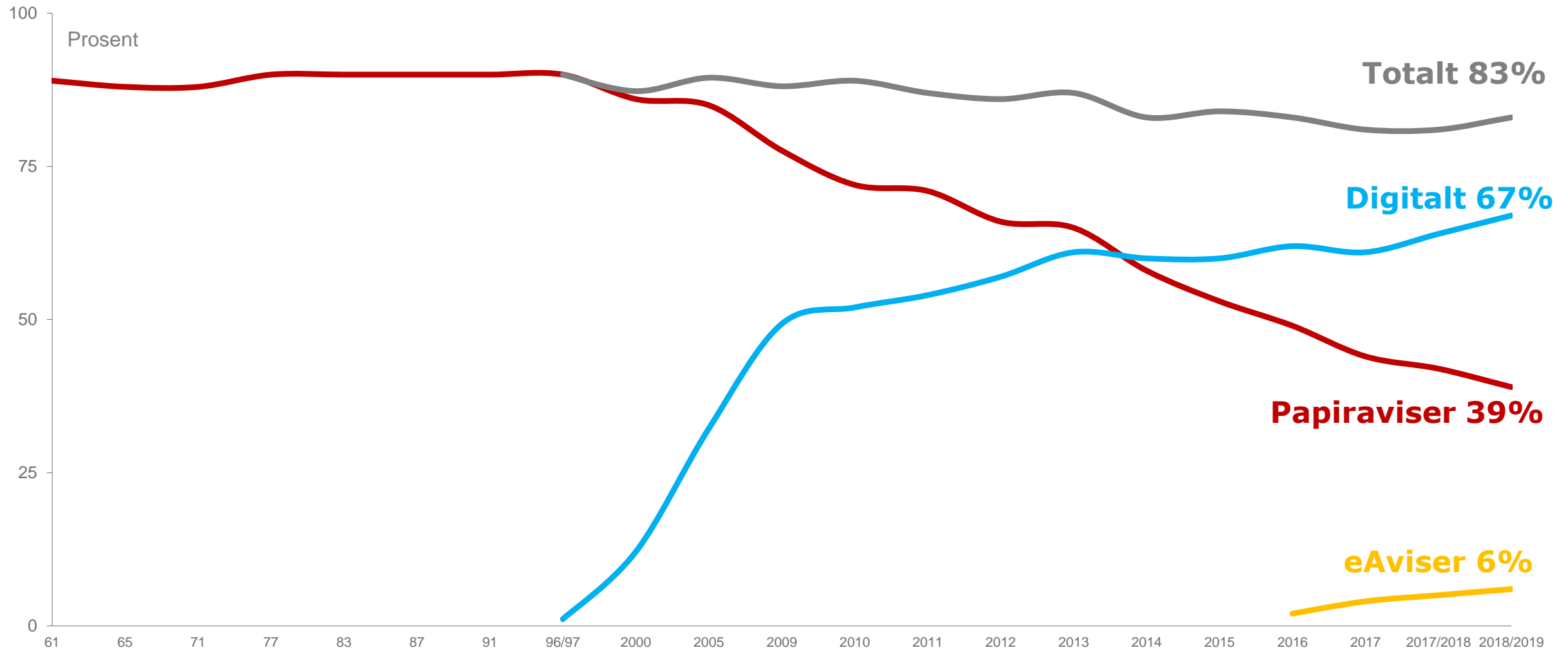


# Daglig dekning for norske aviser



# 83% leser daglig norske aviser på papir eller digitalt

Daglig dekning for papir- og nettaviser 1960 – 2018/2019



# 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/kjøre 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 dekkningen (den sanne verdi) for et medium som viser 20% med ca. 45.000 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
<i>45000</i>	<i>0,1</i>	<i>0,2</i>	<i>0,2</i>	<i>0,3</i>	<i>0,4</i>	<i>0,4</i>	<i>0,5</i>	<i>0,5</i>