

KANTAR

Offisielle digitaltall for 2018/2019 (19/2): De norske mediene befester sin digitale posisjon

15.10.19

Knut-Arne Futsaeter Kantar Media

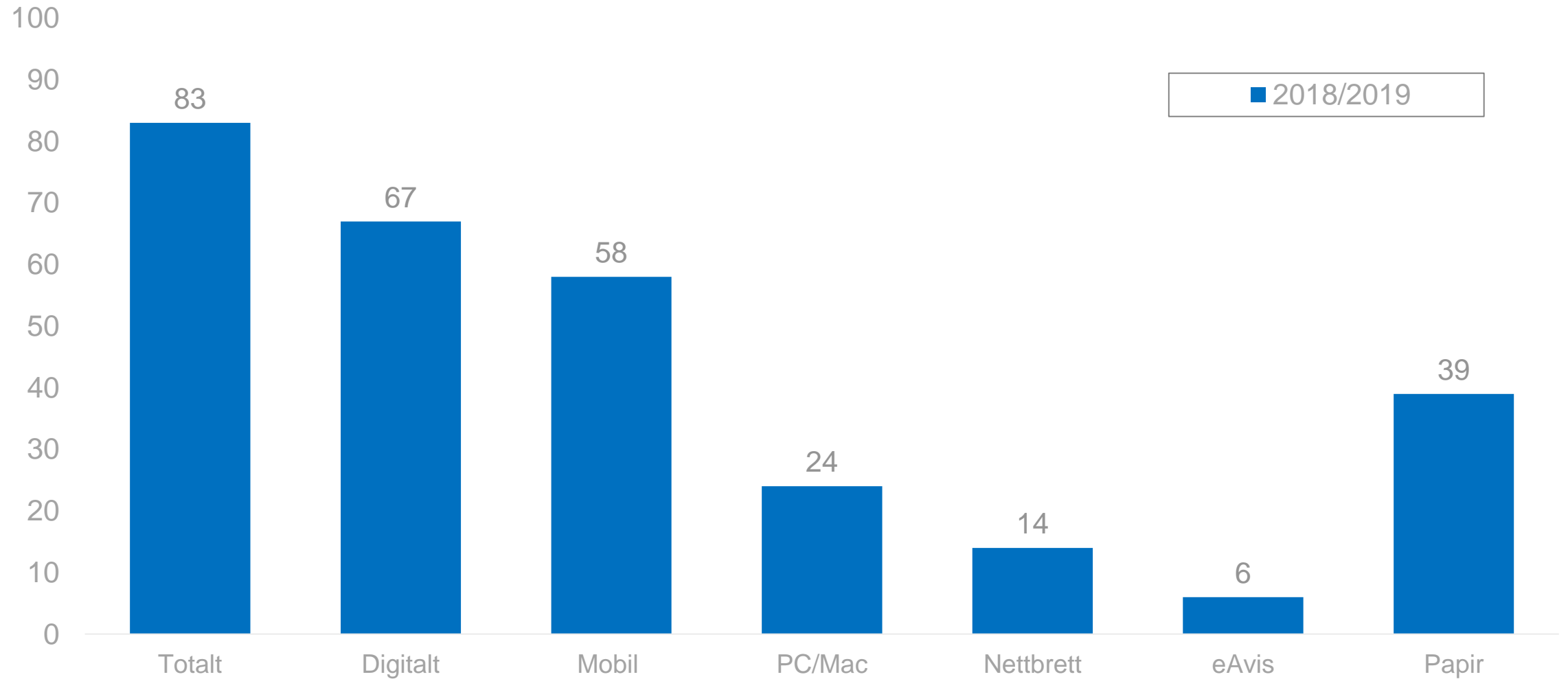
[@Futsaeter](#) 

Sammendrag:

De norske mediene styrker sin digitale posisjon i løpet av 2019

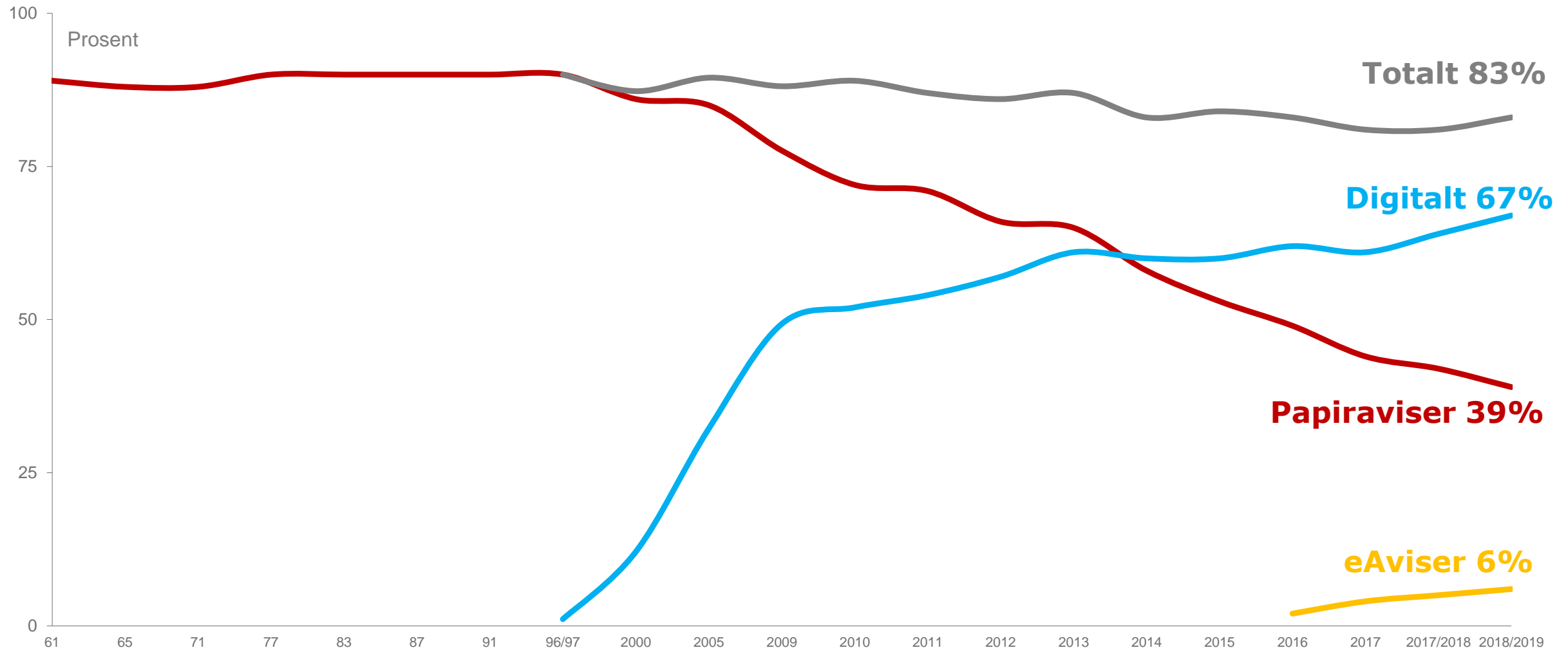
- 83% leser minst én avis digitalt eller på papir daglig. 67% leser digitale aviser daglig, 39% papiraviser, 6% eAviser.
- Hele 70% av det digitale konsumet er via mobil, 20% PC/Mac og 10% nettbrett.
- Norges største nettsted på *mobil*: VG 2.062.000, Dagbladet 1.077.000, TV2 912.000, NRK 911.000.
- Norges største nettsted på *PC/Mac*: VG 466.000, FINN 300.000, NRK 265.000, Dagbladet 226.000.
- Norges største nettsted på *nettbrett*: VG 349.000, Dagbladet 165.000, NRK 137.000.
- Norges største nettsted *digitalt totalt*: VG 2.282.000, Dagbladet 1.219.000, NRK 1.134.000.
- Norges største *aviser digitalt og papir*: VG 2.379.000, Dagbladet 1.295.000, Aftenposten 755.000.
- De største kommersielle samkjøringene på papir og digitalt: Schibsted 3,2 mill., Aller 2,5 mill. og Amedia 2.1 mill.
- MBL har kontrakt med Kantar med Comscore som underleverandør. Comscore måler bruk av online på alle plattformer. Kantar måler også nettsteder i Forbruker & Media (F&M), og tallstørrelsene fra Comscore blir kalibrert inn i F&M. Hovedrapporteringen for 2018 (19/1) var den første fullverdige rapporteringen som inneholder nettbrett, digitalt totalt og fullstendige mediehusstall. Det er derfor utfordrende å sammenligne med tall for før 2018. Det har i løpet av 2019 også være metodiske justeringer (se de siste foilene og nettsidene til [Kantar](#)).

Daglig dekning for norske aviser



83% leser daglig norske aviser på papir eller digitalt

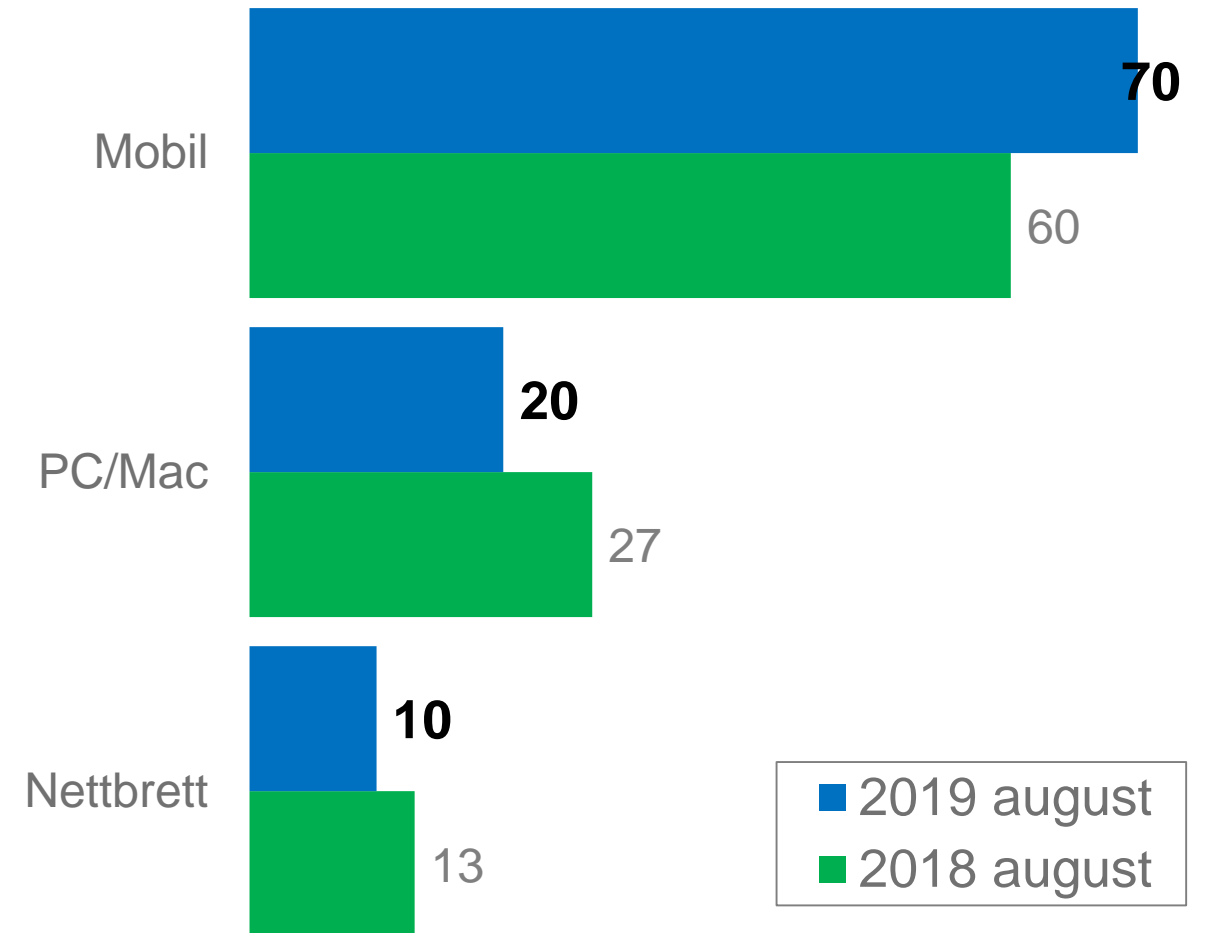
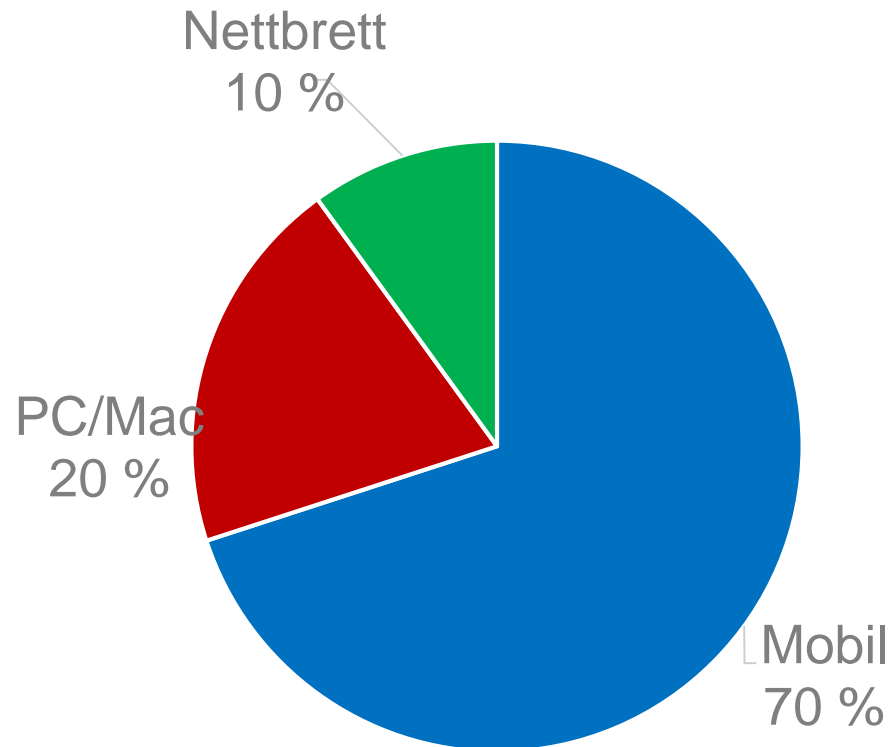
Daglig dekning for papir- og nettaviser 1960 – 2018/2019



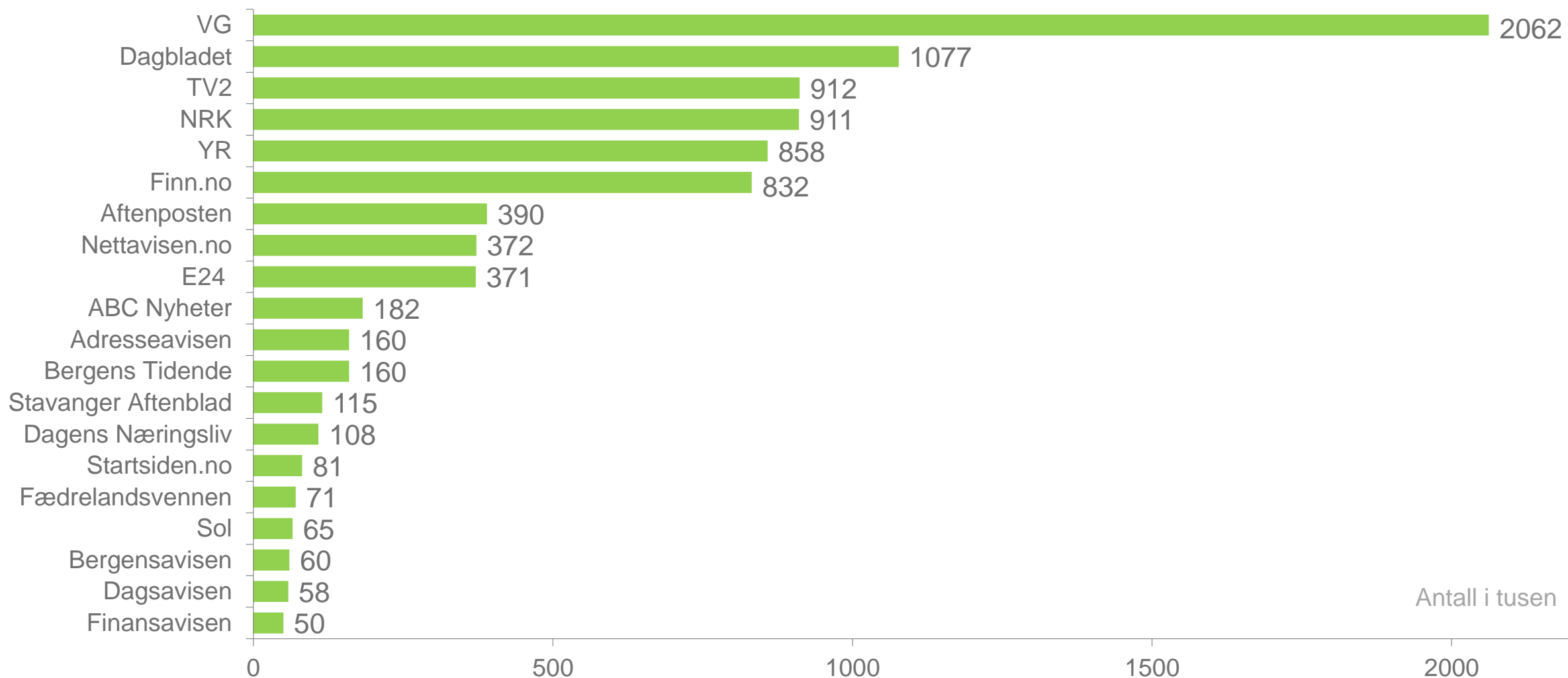
70% benyttes på mobil, 20% PC/Mac og 10% på nettbrett

Andelen av trafikk for norske nettstedet fordelt på ulike enheter

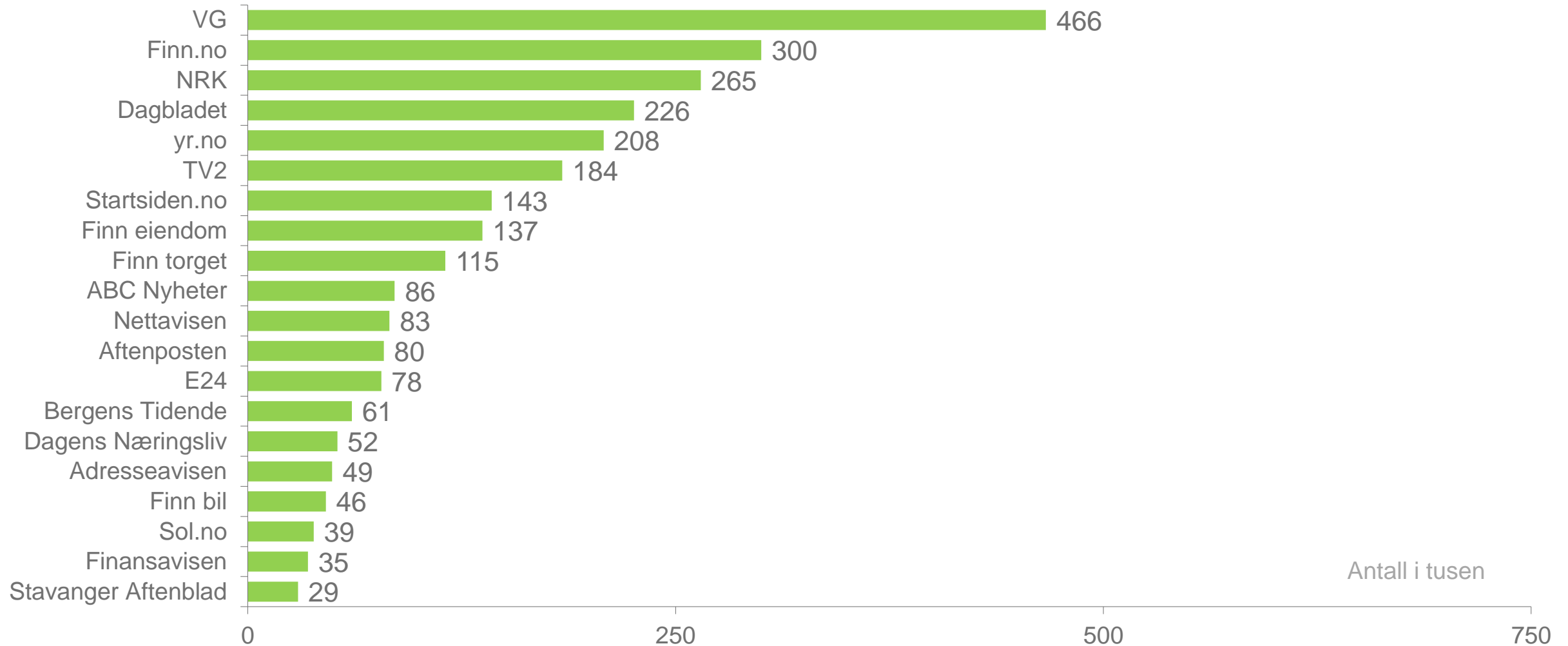
Andel av antall sesjoner



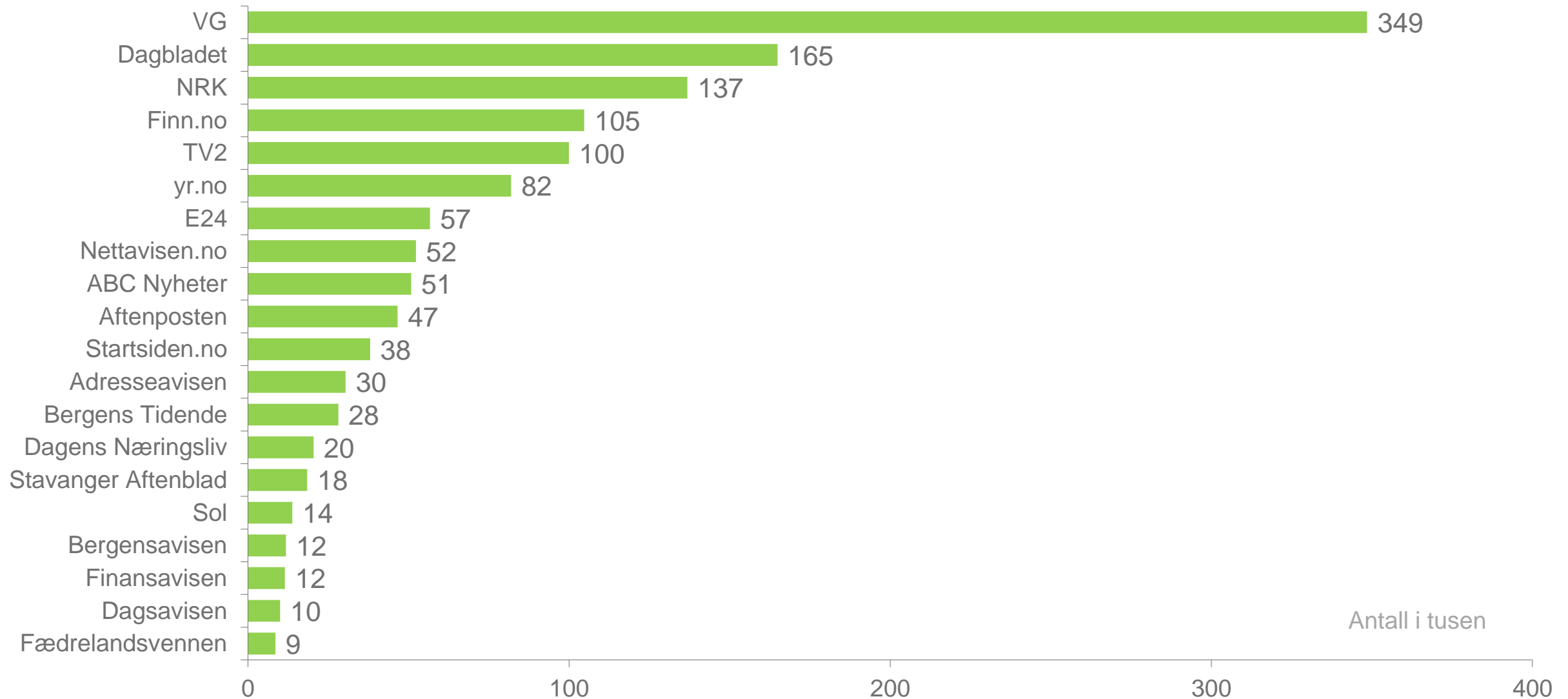
Norges største nettstedler på *mobil* (F&M 19/2, august 2019)



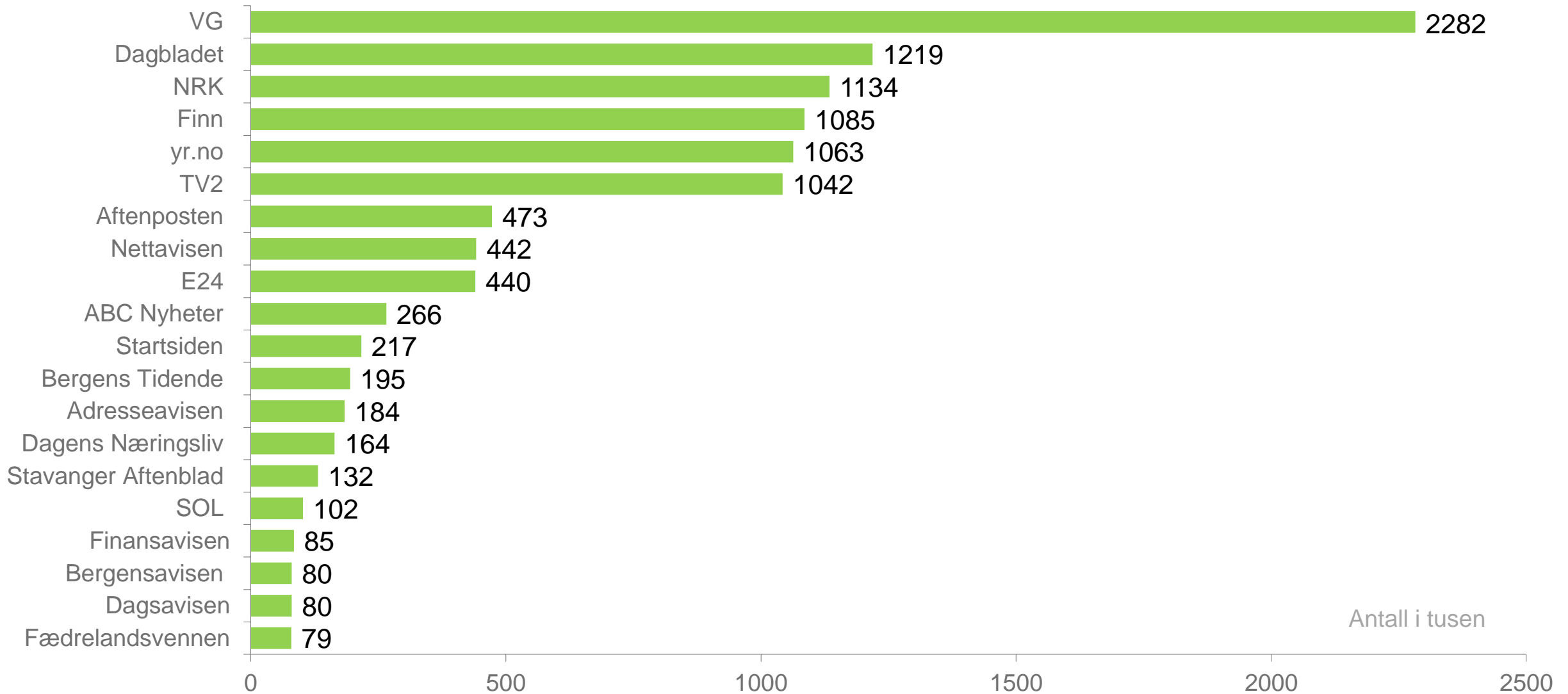
Norges største nettstedler på *PC/Mac* (F&M 19/2, august 2019)



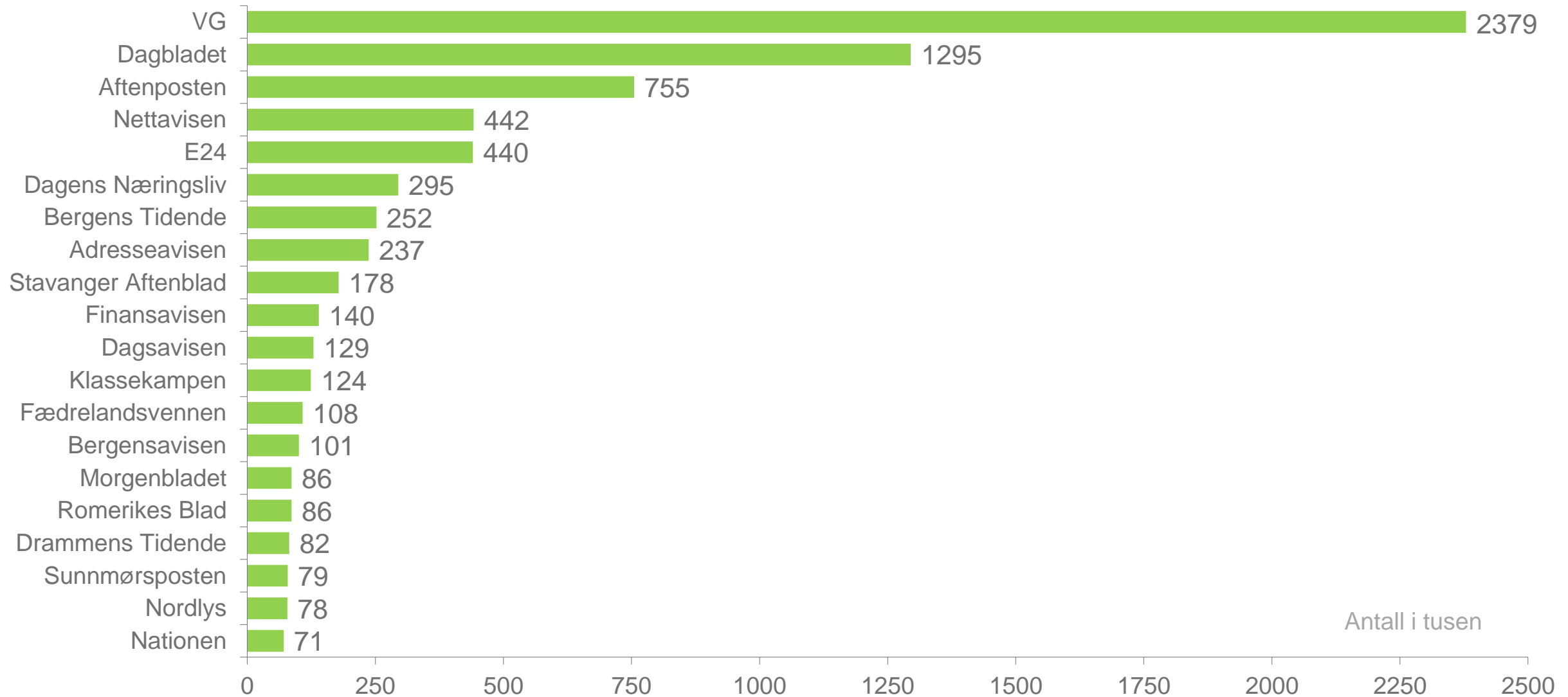
Norges største nettstedler på *nettbrett* (F&M 19/2, august 2019)



Norges største nettsted *digitalt totalt* (F&M 19/2, august 2019)

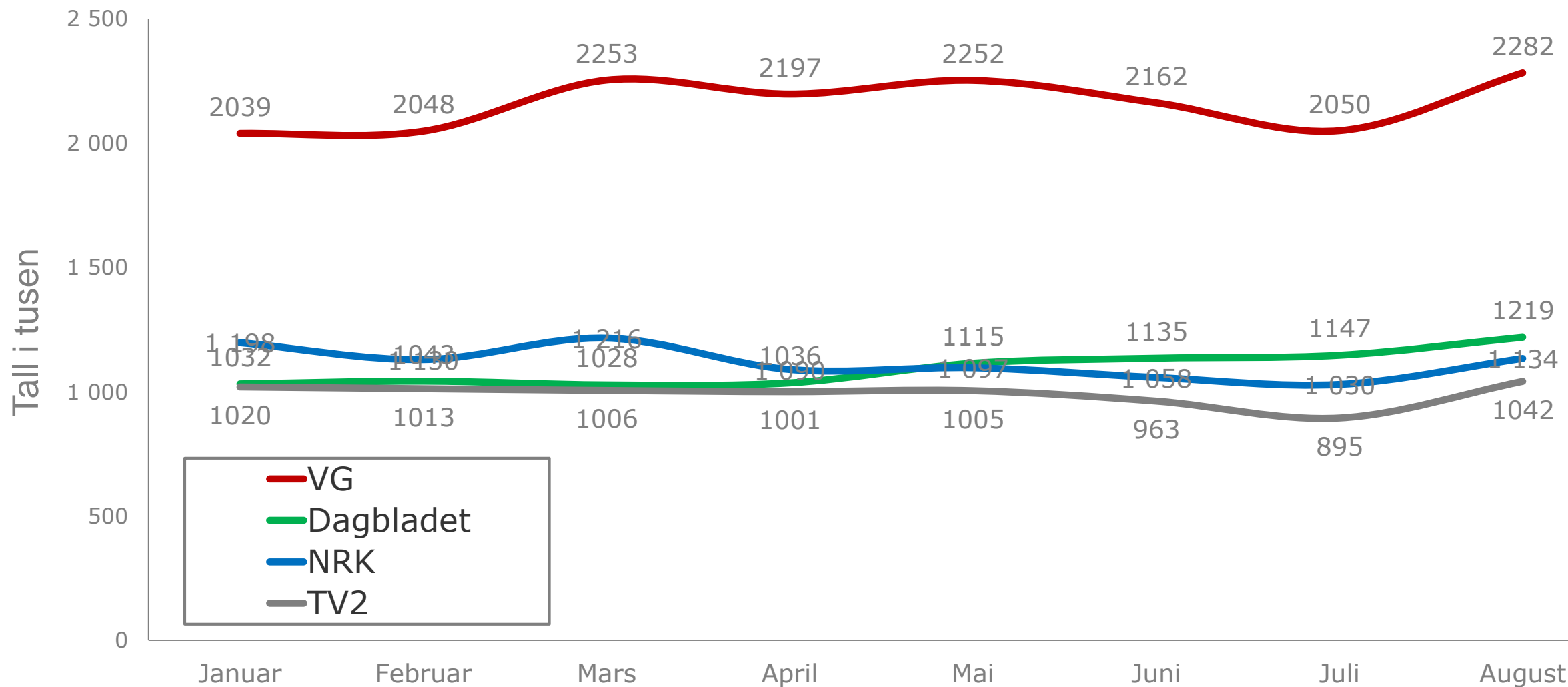


Norges største *aviser digitalt og papir* (F&M 19/2, digital tall gjelder for august 2019)



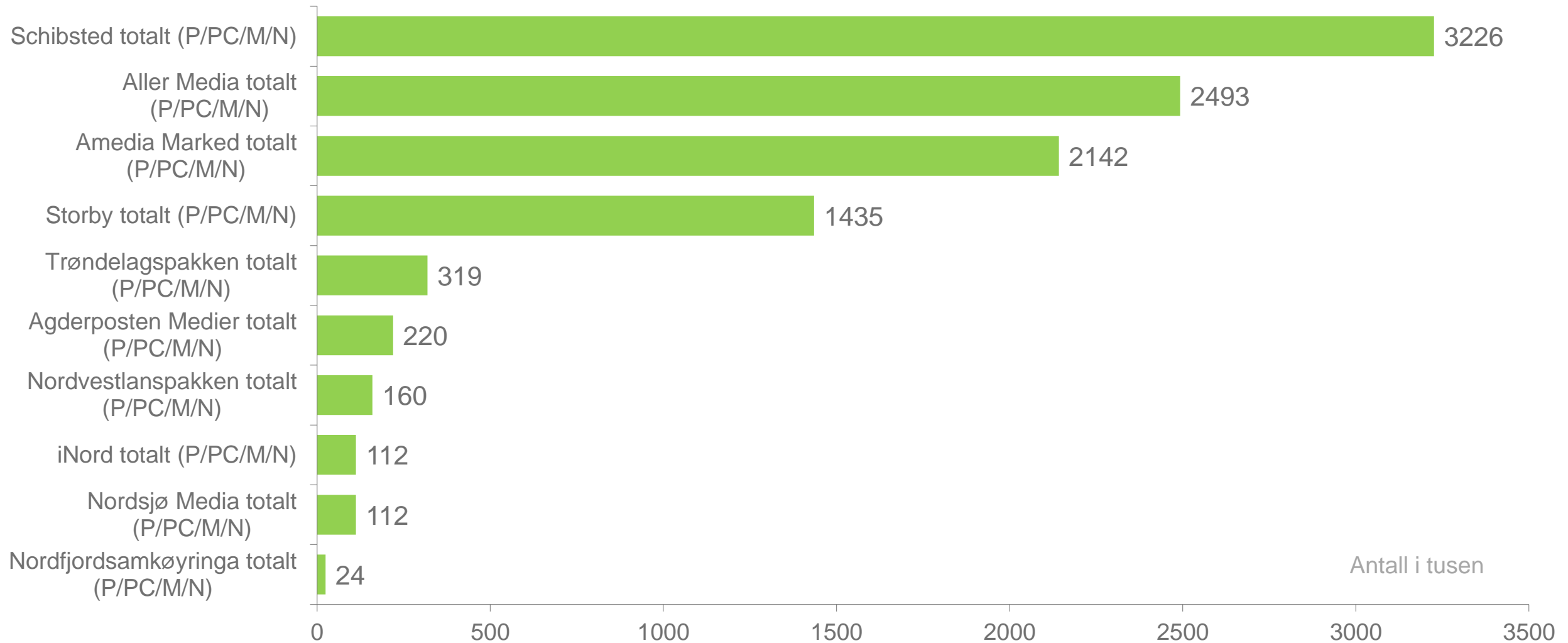
De norske mediene styrker sin digitale posisjon i løpet av året

Utviklingen for de største redaksjonelle mediene digitalt totalt i 2019. Daglig dekning.



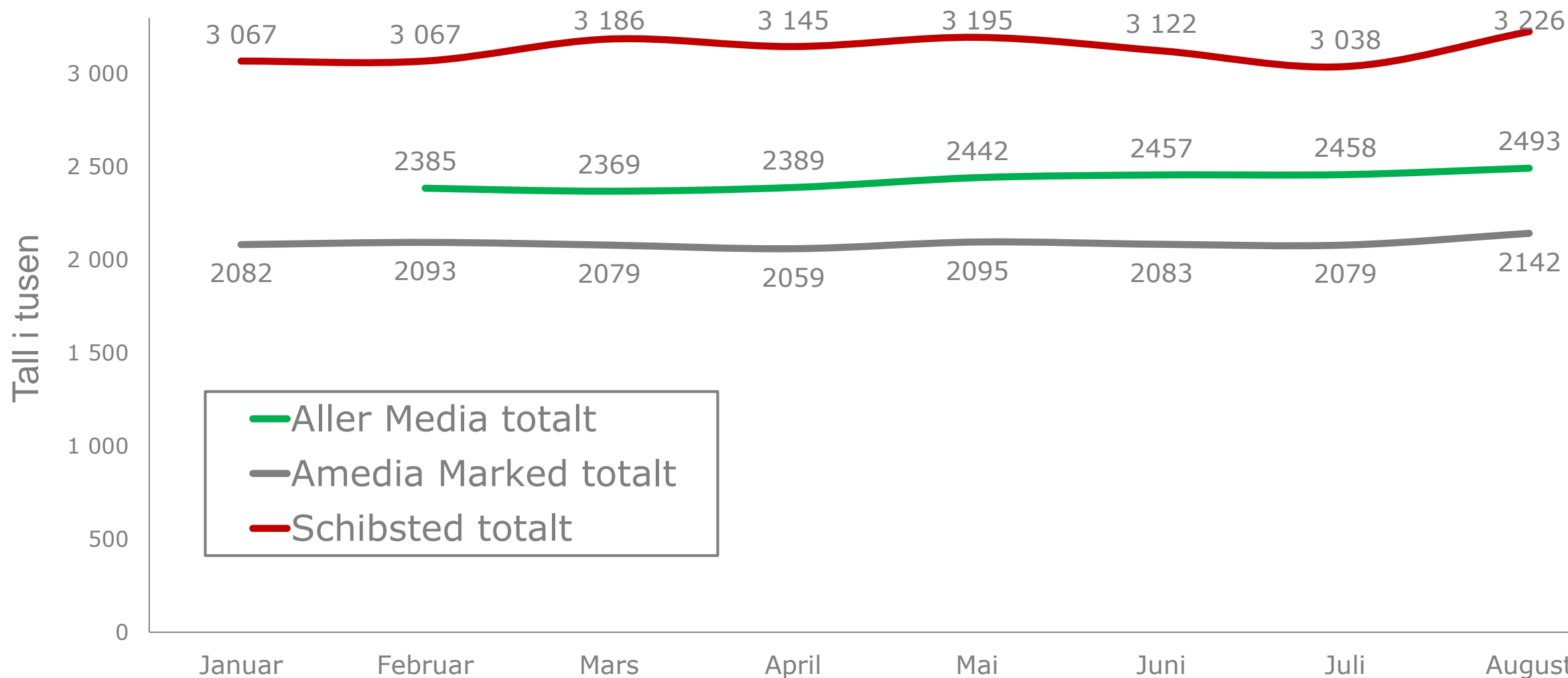
Schibsted 3,2 mill., Aller 2,5 mill. og Amedia 2.1 mill.

De største kommersielle samkjøringene på papir og digitalt (F&M 19/2, digitaltall for august 2019)



Schibsted, Aller og Amedia befester sin posisjon i løpet av året

Utviklingen i 2019 for de største kommersielle samkjøringene (papir og digitalt).



De offisielle tallene for papir og digitalt for 2018/2019

- Hovedrapporteringen av Forbruker & Media (F&M) for aviser og magasiner på papir og digitalt kommer hvert halvår. Denne rapporten omhandler de offisielle tallene for 2018/2019 (19/2).
- Lesertallene for papiraviser og magasiner er samlet inn i F&M i 2018/2019. Digitaltallene er hentet fra Comscore sine målinger i august 2019, og tallene er kalibrert inn i F&M.
- Hovedrapporteringen for 2018 (19/1) var den første fullverdige rapporteringen som inneholder nettbrett, digitalt totalt og fullstendige mediehusstall.
- Både tekniske forutsetninger, endringer i kalibreringsgrunnlag og metodiske tilpasninger gir føringer på resultatene, og *onlinemålingene vil være i kontinuerlig utvikling*. Sammenligning av tall fra måned til måned må sees i sammenheng med disse endringene.
- De offisielle digitale tallene oppdateres månedlig på Medieportalen (<http://medieportalen.kantar.no>) og i Kantar Online (Gallup PC).
- Mer informasjon om målingene ligger her: <https://kantat.no/medier/medieportalen/>
- MBL har kontrakt med Kantar med Comscore som underleverandør. Comscore måler digital bruk for alle plattformer. Kantar måler også nettsteder i Forbruker & Media (F&M), og tallstørrelsene fra Comscore blir kalibrert inn i F&M.

Metodiske endringer av Onlinemålingene

- Både tekniske forutsetninger fra f.eks. globale aktører, endringer av kalibreringsgrunnlaget og metodiske tilpasninger gir føringer på online resultatene. *Onlinemålingene vil derfor være under kontinuerlig utvikling*, og det har vært og vil komme flere metodiske endringer.
- Det er derfor *ofte ikke direkte mulig å sammenligne tall fra måned til måned*. De viktigste endringene har så langt vært:
 1. Onlinetallene 18/2 for PC/Mac og mobil ble for første gang *fullstendig kalibrert i forhold til census* og rene domener. Tidligere har tallgrunnlaget i F&M for det meste vært hentet fra CATI intervjuene, og bygd på hva folk kan erindre.
 2. Septemberdata (2018): Introduksjon av *persontall*.
 3. Oktoberdata (2018): Implementering av iOS i mobilpanelet påvirket *mobiltallene*.
 4. Januardata (2019) inkluderer *mer bruk fra apper, og noen flere domener* i kalibreringsgrunnlaget til de offisielle tallene. Grunnlaget for februardata ble også utvidet noe. Utvidet kalibreringsgrunnlag gir litt høyere tall for noen nettsteder (se [definisjonsliste](#)).
 5. Julidata (2019) inkluderer eAviser og apper som inkluderer eAviser i kalibreringsgrunnlaget for PC/Mac, mobil og nettbrett. Dette gir en økning for mobiltallene.
 6. Ingen større endringer i kalibreringsgrunnlaget fra juli til august (2019).