

**KANTAR MEDIA**

# Offisielle digitaltall for Q1 2024: Svak tilbakegang for norske nettsted

**15.05.24**

Knut-Arne Futsæter Kantar Media

# Metode

- Digitalmålingen baserer seg fra januar 2021 på tekniske trafikkmålinger fra Kilkaya, med målekoder for nettsider og applikasjoner (apper) for mobil, PC/ Mac, nettbrett og eAvis. Løsningen inkluderer kun nettsteder som benytter MBL-scriptet. [Medietall.no](https://www.medietall.no), som driftes av MBL, rapporterer både tekniske trafikktall fra Kilkaya og persontall fra Kantar Media. Bytte av teknisk plattform kan i en overgangsperiode gi utslag i lavere digitale persontall.
  - Metodejustering i kalibreringsgrunnlaget for PC, fra Q1 2024 (gjelder ikke mobil og nettbrett). Unike nettlesere, sesjoner og sidevisninger telles kun ved registrert aktivitet. Justeringen gjennomføres som et ledd i et kontinuerlig arbeid med å forbedre målingene, og hensikten er å sikre at det ikke telles trafikk som ikke er generert av faktiske personer. Endringen medfører i snitt en reduksjon av unike nettlesere på 7 %.
  - De offisielle daglige dekningstallene for persontall rapporteres fra Kantar Media og bygger på trafikktall fra Kilkaya. Alle nettsteder må være målt både av Kilkaya og i Forbruker & Media ([F&M](#)) for å kunne rapporteres i F&M. Digitalmålingen er en del av F&M, som er den eneste multimedieundersøkelsen i Norge. F&M gir muligheten til å sammenligne medier med hverandre og å relatere mediedata direkte til folks forbruk, interesser og holdninger. Dette gjør den til det viktigste arbeidsredskapet for reklamebyråer, kommunikasjonsbyråer, mediebyråer, annonsører og medier når markeder og målgrupper skal beskrives, og medier velges for reklamekampanjer.
  - Det blir målt over 1100 enkelttitler i F&M, fordelt på over 300 mediehus. Basert på dette rapporteres dekningstall for over 1700 titler (skriftlige medier, digitale medier, mediekombinasjoner og samkjøringer), noe som er en ny rekord. Dette illustrerer den betydelige interessen for å bli målt i F&M og for å bli rapportert i Kantar Online. Kantar Media har også det siste året registrert en økt bruk av analysesoftwaren [Kantar Online](#).
  - Digitaltallene i denne rapporten er fra Q1 2024 og blir sammenlignet med Q1 2023.
  - For mer informasjon om metoden, besøk [Kantar Medias nettsider](#) og MBLs nettsider for [Q&A for medieindeksen](#).
-

# Sammendrag:

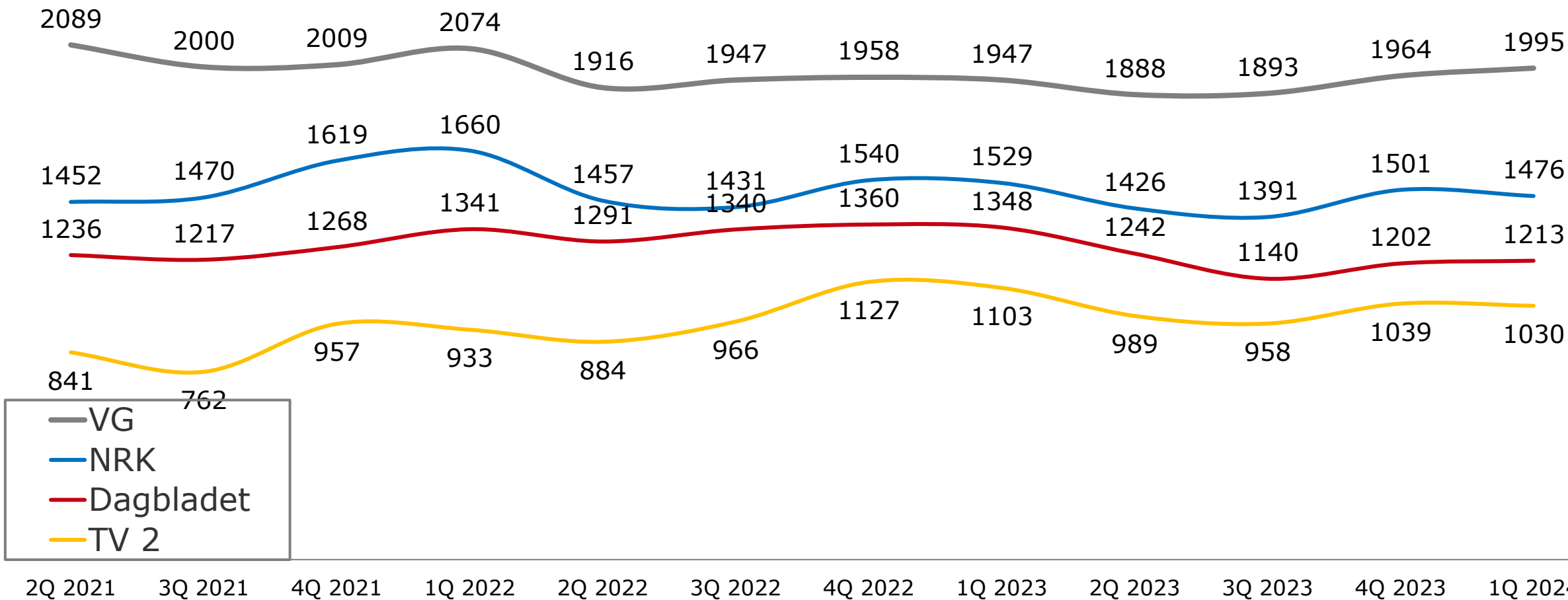
## Svak tilbakegang for norske nettsted

### Den totale digitale dekningen for norske nettsteder går tilbake med 2,6 %

- Mobil går tilbake med 1,1 %, nettbrett fram med 1,0 % og PC tilbake med 17,4 %. \*
- Mobil utgjør 74 % av den totale bruken, PC 16 % og nettbrett 11 %.
- Med en samlet digital dekning på 1.995.000 personer er VG Norges desidert største redaksjonelle nettsted. Deretter følger NRK med 1.476.000, Dagbladet med 1.213.000 personer og TV 2 med 1.030.000 personer daglige brukere.
- Schibsted er Norges største kommersielle samkjøring på digitalt og papir med hele 3.038.000 personer. Deretter følger DIAR (2.465.000), Amedia (2.071.000) og Aller Media (1.997.000).
- Enkelte tredjepartsaktører og sosiale medier, som Facebook, prioriterer i mindre grad redaksjonelle medier. Dette kan påvirke utviklingen for noen av nettstedene sammenlignet med 2023.

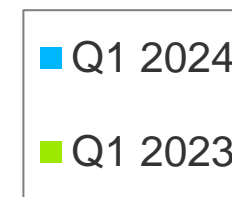
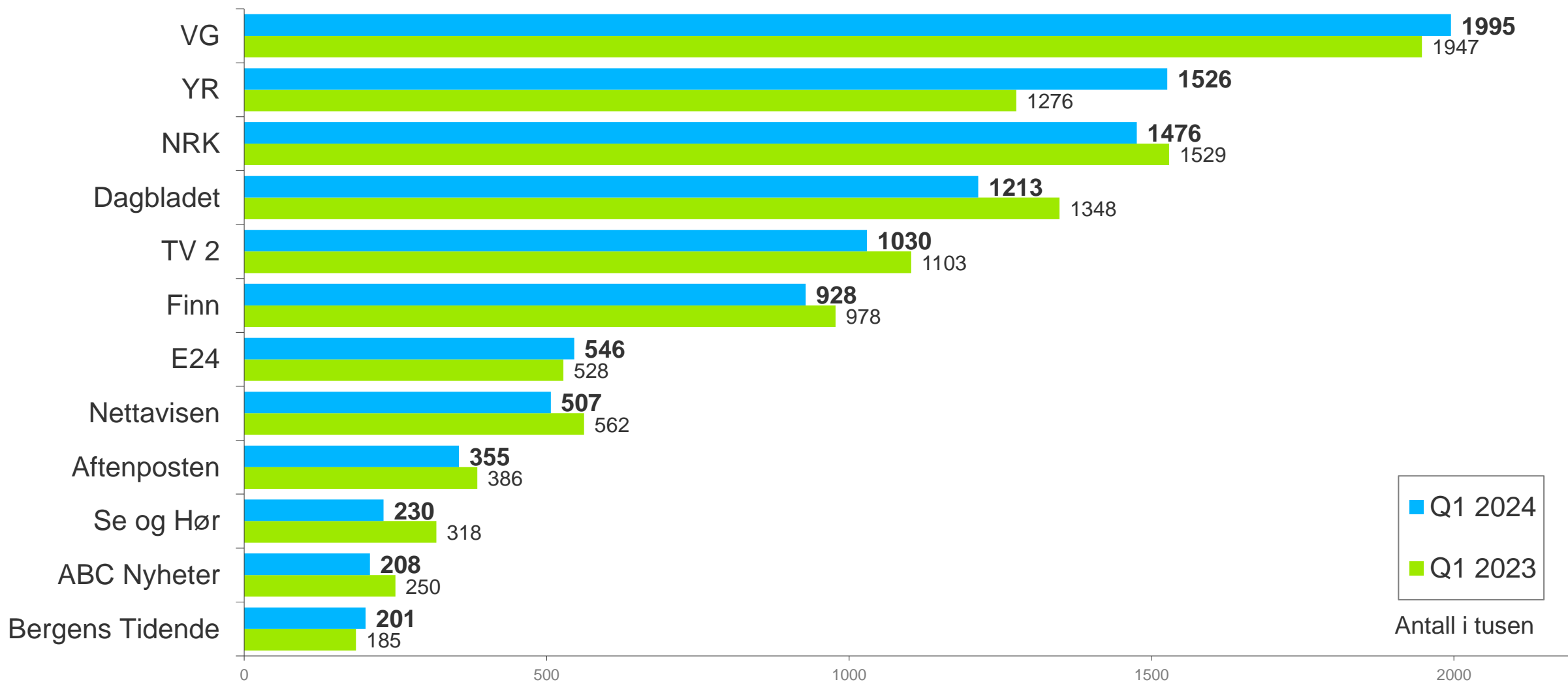
# Utviklingen for de største redaksjonelle mediene digitalt totalt

Daglig dekning (tall i tusen)



# Norges største nettsted totalt digitalt (1)

Daglig dekning

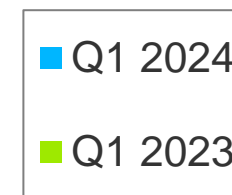
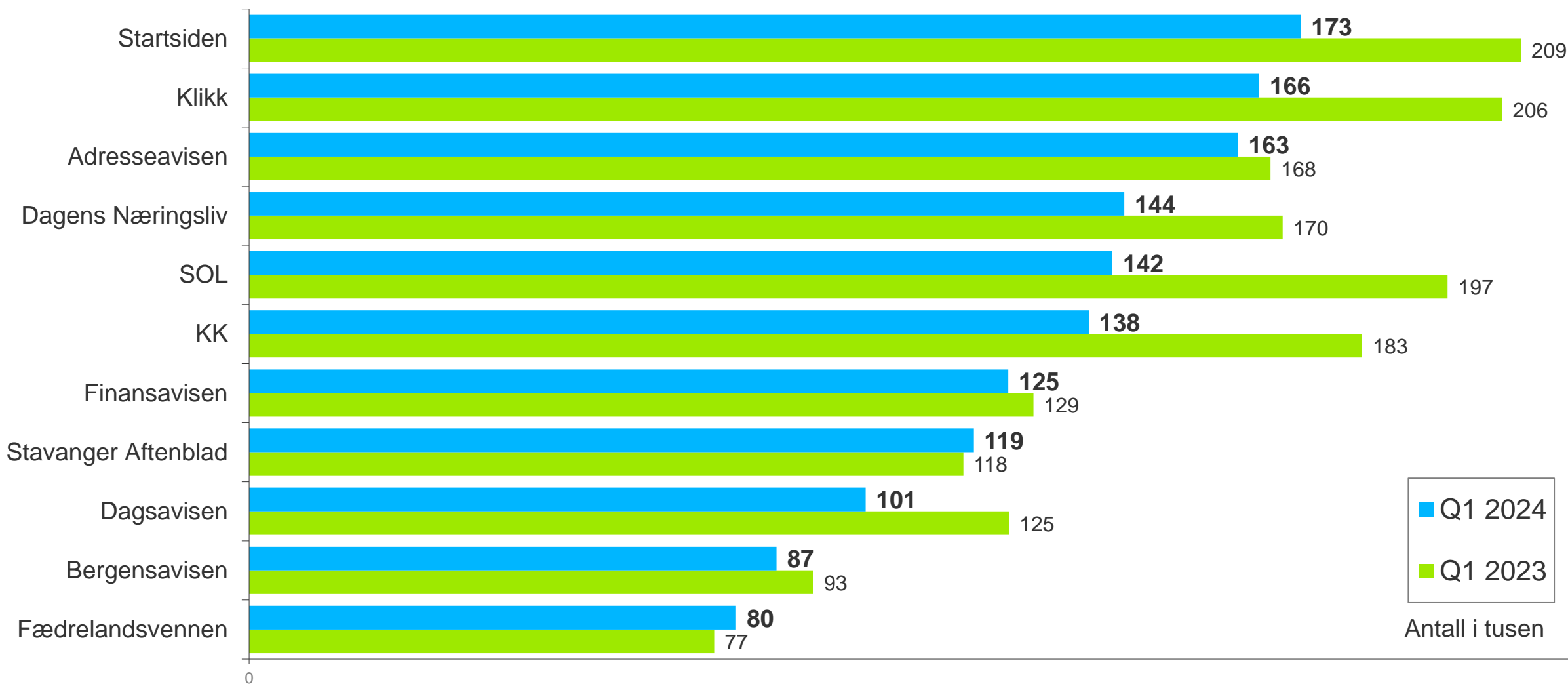


Antall i tusen



# Norges største nettsted totalt digitalt (2)

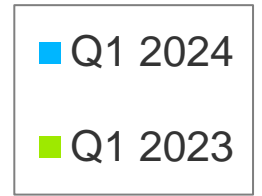
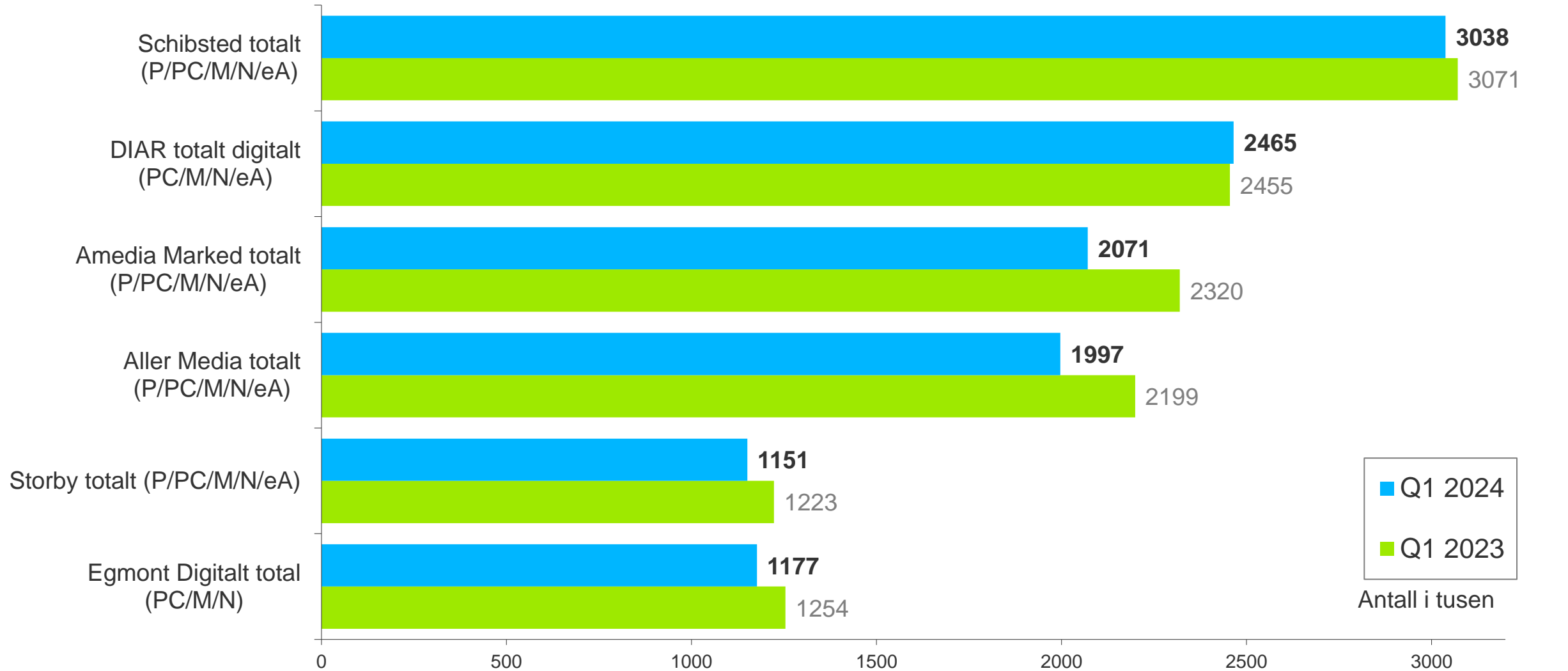
Daglig dekning



Antall i tusen



# Norges største samkjøringer (papir og digitalt)

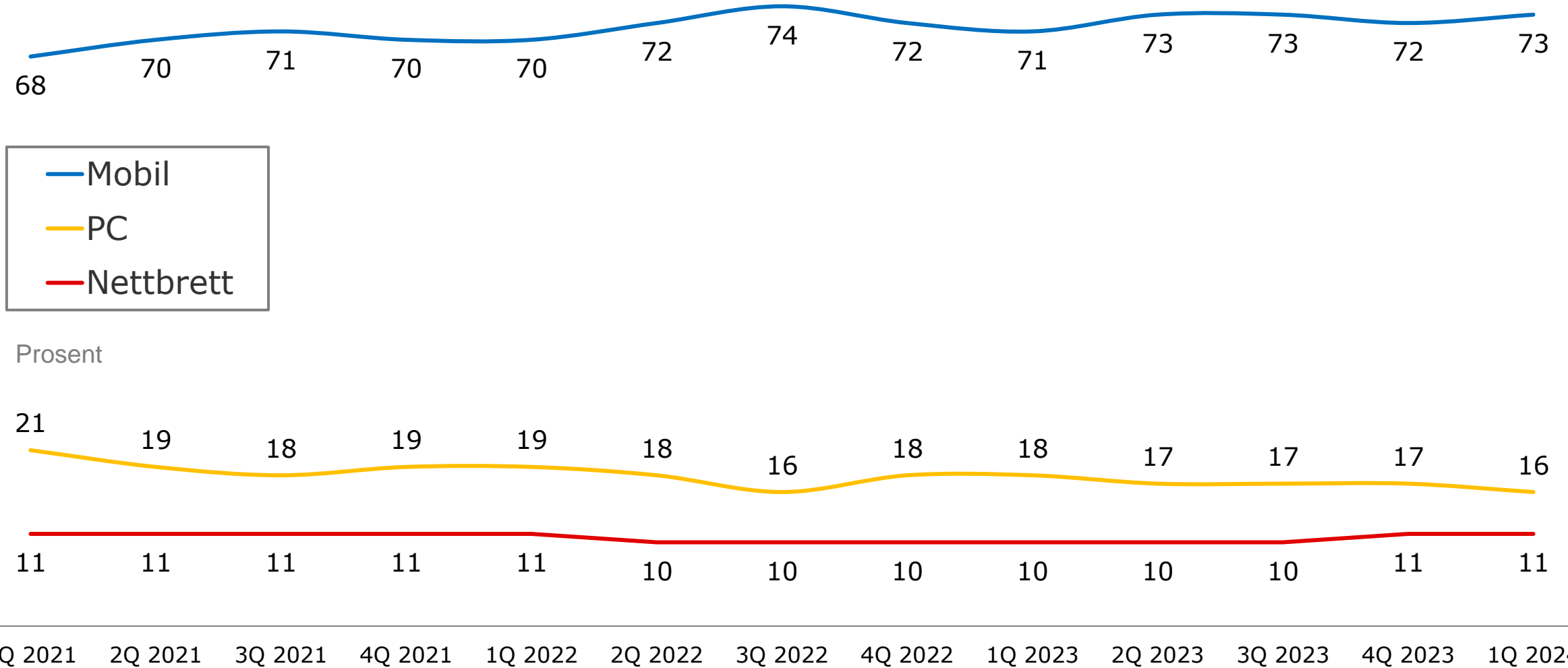


Antall i tusen



# Størst konsum via mobil

Andel brukere fordelt på ulike plattformer





# Økt daglig dekning for digitale medier

Daglig dekning 1997 - 2023

