

Undersøkelse om
BETALING FOR NYHETER
2020 – Del 2

Informasjon om undersøkelsen

Feltperiode: 20.08 – 28.08 2020

Antall intervju: 1014

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 i tilknytning til Kantar sin undersøkelse om Husholdningenes medieutgifter (HHMU).

Bakgrunn

Norske medier har i annerledesåret 2020 kunnet vise til trafikkrekorder, med flere brukere og hyppigere besøksfrekvens under koronapandemien. Samtidig har annonsemarkedet blitt svekket, og betalingsviljen hos brukerne av norske nyhetsmedier blir stadig viktigere for mediehusenes økonomi.

MBL dokumenterer utviklingen i betalingsvilje hos den norske befolkningen gjennom undersøkelsen «Betaling for nyheter», som i 2020 ble gjennomført for tredje gang.

Undersøkelsen har som formål å skape innsikt i forhold rundt «betaling for nyheter» i Norge. Det er stilt spørsmål rundt følgende hovedelementer:

- Hvor mange og hvem som betaler for nyheter gjennom abonnement
- Hvorfor man velger å betale eller ikke betale for nyheter
- Hvilke forventninger man har til betaling for nyheter i fremtiden
- Hvor man henter nyheter fra
- Avisabonnement sett i sammenheng med andre typer medieabonnement
- Holdninger og tillit til å dele personopplysninger med ulike medier
- Holdninger til nyheter
- Opplevd verdi av ulike tilbud og tjenester i avisabonnement
- Hvor mye som betales for ulike typer nyhetstjenester (dekkes av «Husholdningenes medieutgifter»)

Del 2

Undersøkelsen tar for seg nyheter innenfor et mangfold av kanaler (TV, radio, papiirutgaver og digitale flater), tradisjonelle medier og sosiale medier. Fra 2020 er også spørsmål om ulike streaming-tjenester inkludert. Husholdningenes medieutgifter fra Kantar dekker i tillegg et bredt spekter av kanaler, og rapporterer beløp brukt på ulike mediekanaler.

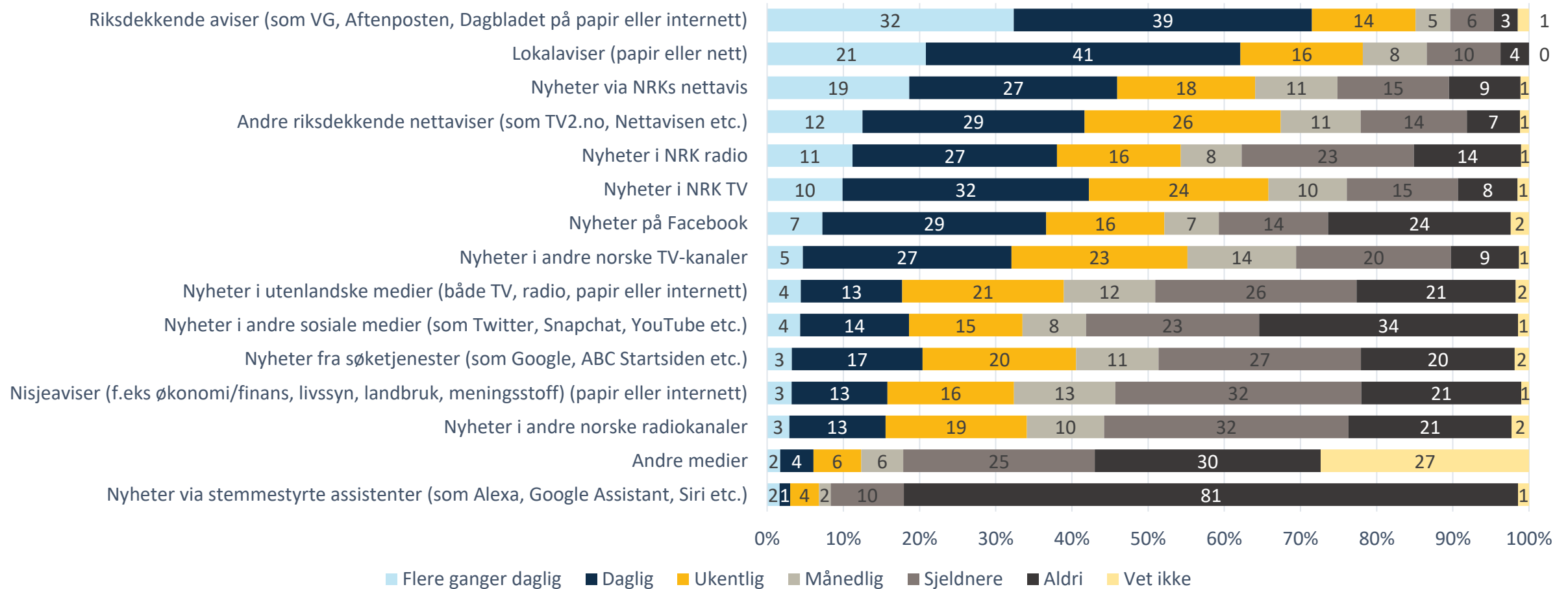
A woman with brown hair tied back, wearing black-rimmed glasses and a dark green turtleneck sweater, is smiling while looking at a pink smartphone. She is standing outdoors at dusk, with a city street and buildings visible in the background. The sky is a mix of blue and orange from the setting sun. A semi-transparent white banner with a dark blue text overlay is positioned across the middle of the image.

Hvor hentes nyhetene fra?

HVOR – oppsummering

- De aller fleste nordmenn er enig i at nyheter er viktig for et velfungerende samfunn. Stadig flere er opptatt av å være oppdatert i nyhetsbildet til enhver tid og å bruke et variert utvalg av nyhetskilder. Dette gjenspeiles også i den daglige bruken av ulike nyhetskanaler.
- De riksdekkende avisene og lokalavisene står klart sterkest som daglige leverandører av nyheter, og styrker seg ytterligere de siste to årene. 76 % leser daglig innhold fra riksdekkende aviser som VG, Dagbladet, Aftenposten, TV2 og Nettavisen, enten på papir eller nett. 62 % bruker lokalavisene en eller flere ganger om dagen.
- Den daglige nyhetsbruken styrker seg for alle kanaler, med unntak av for Facebook og «andre radiokanaler enn NRK». Det er nisjeavisene, utenlandske medier og NRKs nettavis som øker mest i daglig bruk.
- Nisjeavisene vokser mest i daglig bruk, og øker med hele 78 % fra 2018 til 2020, fra 9 til 16 %.
- Nær 4 av 10 bruker nå utenlandske nyhetskanaler minst ukentlig, og bruken har økt kraftig fra 2018 til 2020. 18 % leser, ser eller hører daglig nyheter fra utenlandske medier uavhengig av kanal.
- Andelen som får nyheter fra smarthøytalere har som forventet vokst, og mer enn doblet seg siden 2018. Den daglige bruken er likevel fortsatt lav, og kun 3 % oppgir at de får nyheter fra stemmestyrte assistenter daglig.
- Riksdekkende aviser er fortsatt folks viktigste nyhetskilde, etterfulgt av NRKs nettavis og lokalavisene. NRK styrker seg på alle flater, men spesielt på nett, både i bruk og som viktigste nyhetskilde. NRK øker også mer enn de riksdekkende avisene og lokalavisene, og omtrent like mange har nå riksdekkende aviser og NRK (på tvers av TV, radio og nett) som viktigste nyhetskilde.
- 37 % bruker fortsatt Facebook til nyheter daglig, mens ca. 2 av 10 daglig får nyheter fra andre sosiale medier eller søkemotorer.

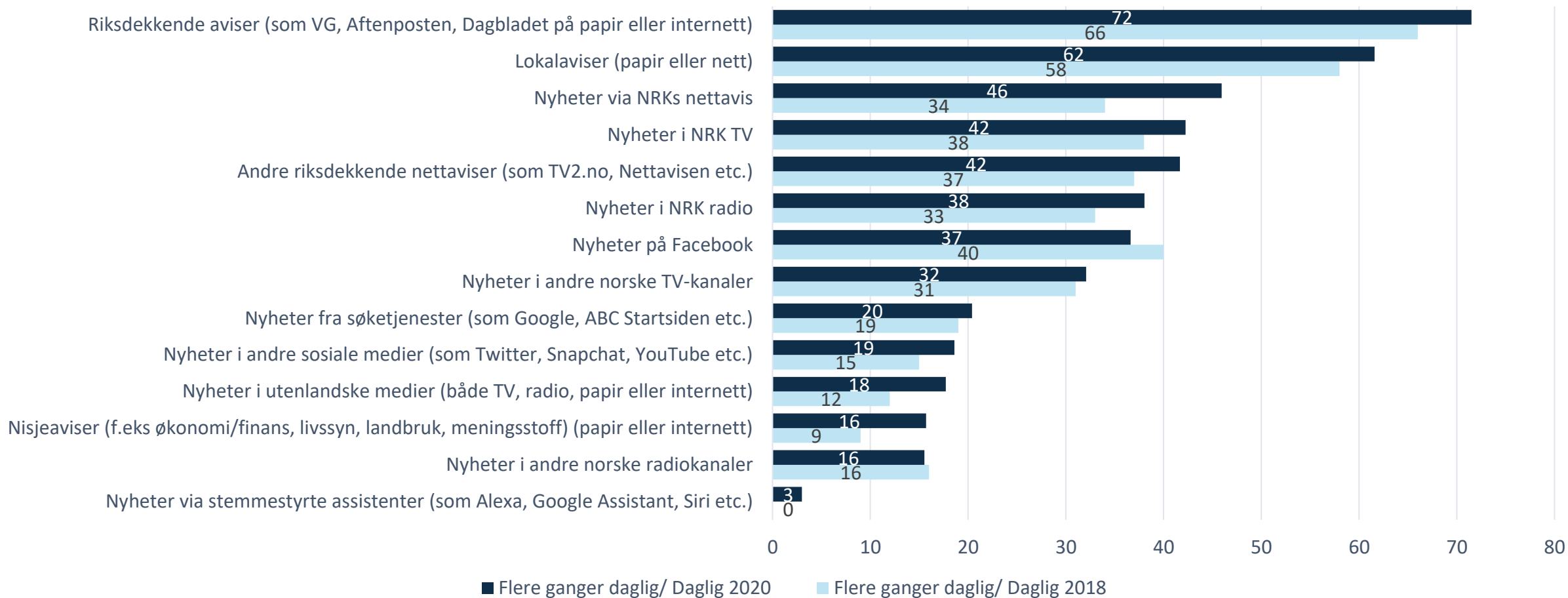
Riks- og lokalavisene benyttes oftest som nyhetskilde



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

Base: Alle: 1014

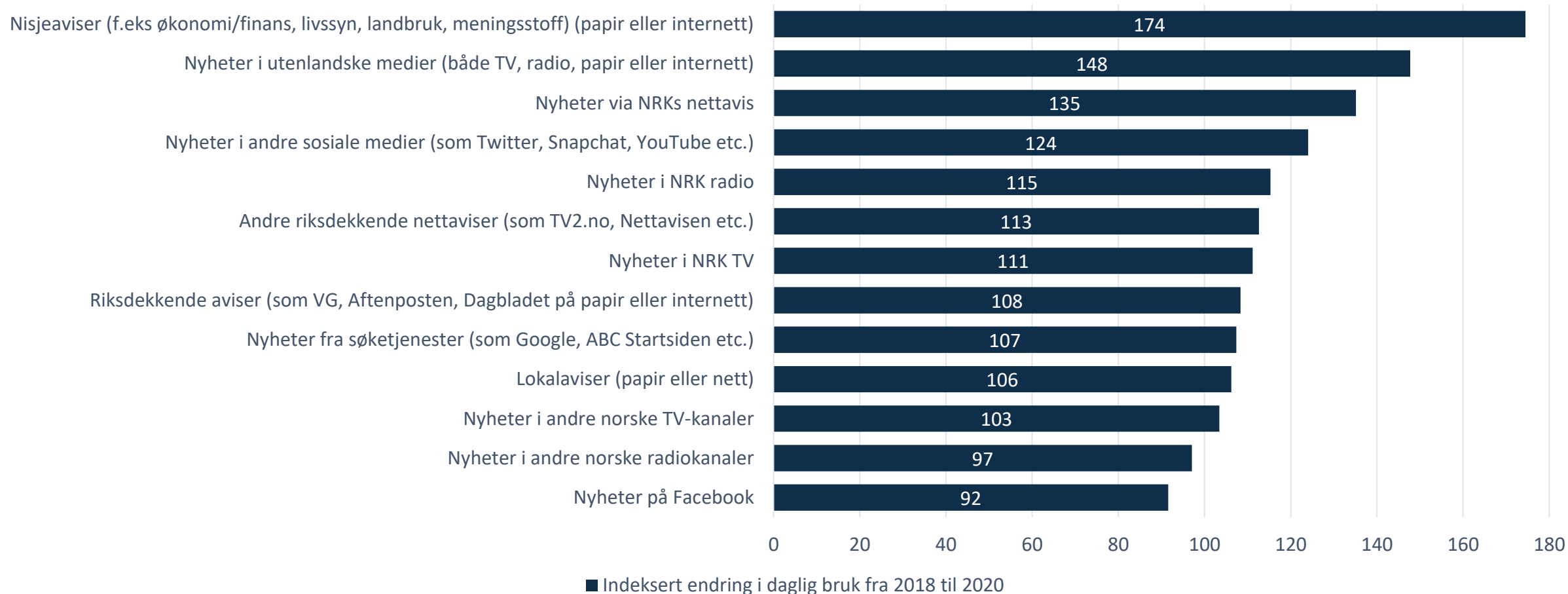
Nyhetsbruken styrker seg, med unntak av for Facebook og «andre radiokanaler enn NRK»



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

Base: Alle: 1014

Nisjeaviser, utenlandske medier og NRKs nettavis øker mest i daglig bruk



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

Base: Alle: 1014

Nær 4 av 10 bruker utenlandske medier minst ukentlig



Den globale koronapandemien påvirker nordmenns nyhetsvaner og mediebruk, og har ført til økt interesse for nyhetsbildet i våre naboland og i verden for øvrig.

Bruken av utenlandske nyhetskanaler har økt kraftig fra 2018 til 2020, og 18 % leser, ser eller hører daglig nyheter fra utenlandske medier, uavhengig av kanal. Dette tilsvarer en vekst på nærmere 50 % siden 2018.

Hvilke utenlandske medier benytter du?

Base: Leser nyheter i utenlandske medier (TV, radio, internett, papir), minst ukentlig: 344

Stemmestyrte assistenter

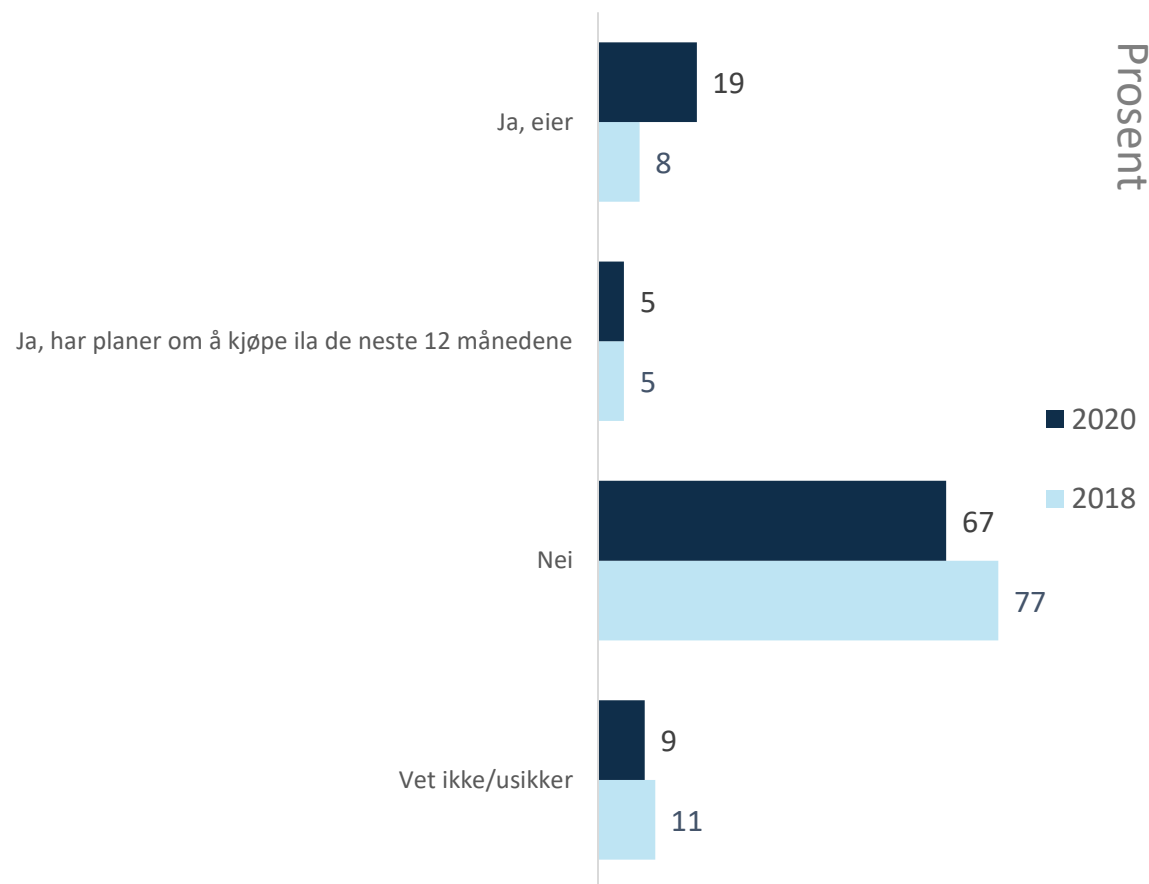


Andelen som får nyheter fra smarthøytalere har som forventet vokst, og mer enn doblet seg siden 2018.

19 % eier en smarthøytaler og en like stor andel svarer at de har hørt nyheter via stemmestyrte assistenter. 7 % bruker nå smarthøytalere til nyheter minst ukentlig, opp fra 2 % i 2018.

Den daglige bruken er likevel fortsatt lav. Kun 3 % oppgir at de får nyheter fra stemmestyrte assistenter daglig.

2 av 10 har smarthøytaler



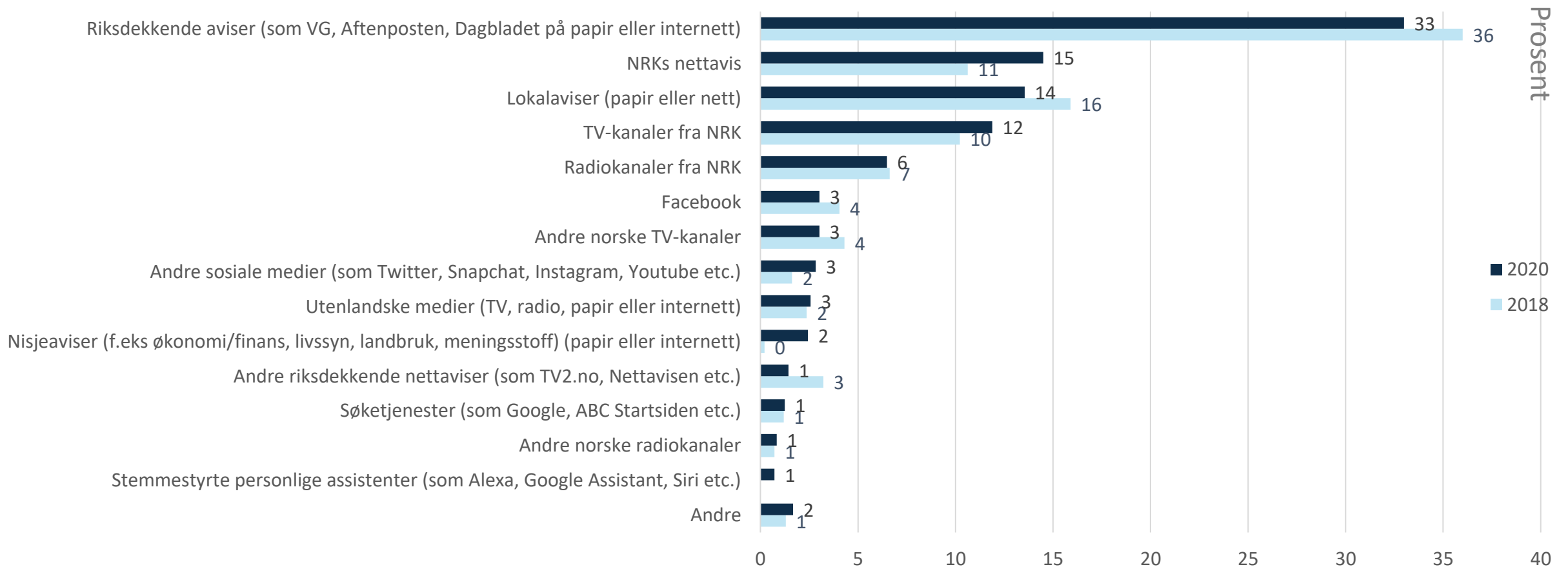
Ca. 1 av 4 eier eller har planer om å kjøpe smarthøytaler. Det er dobbelt så mange som for to år siden. Selv om bruken fortsatt er lav sammenlignet med andre kanaler, er disse eierne en interessant gruppe å se nærmere på for å lære mer om fremtidens nyhetskonsumenter.

De som har smarthøytalere er i større grad urbane (bosatt i Oslo og omegn), bor gjerne sammen med andre og har oftere høyere inntekt.

I tillegg er de overrepresentert blant daglige brukere av riksdekkende aviser, søketjenester og andre sosiale medier enn Facebook. De synes i større grad også at strømmetjenester på musikk og TV/ film er viktig.

De er samtidig mer opptatt av rabatterte innhold og gratisperioder i sine abonnement, mer interessert i å få tilgang til flere medier i ett og samme abonnement, og å benytte samme login på tvers av abonnement. I tillegg er de mindre kritiske til å dele opplysninger om seg selv til ulike formål.

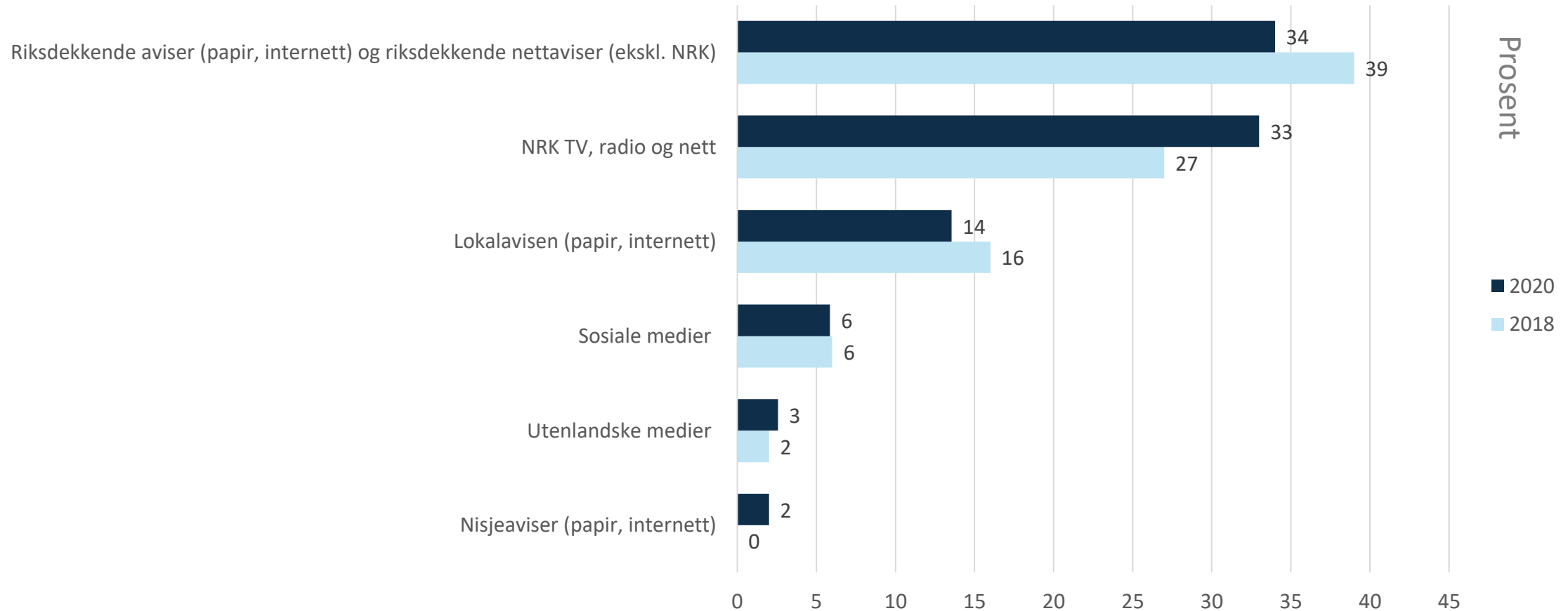
Riksdekkende aviser er folks viktigste nyhetskilde



Hva er din viktigste nyhetskilde?

Base: Alle: 1014

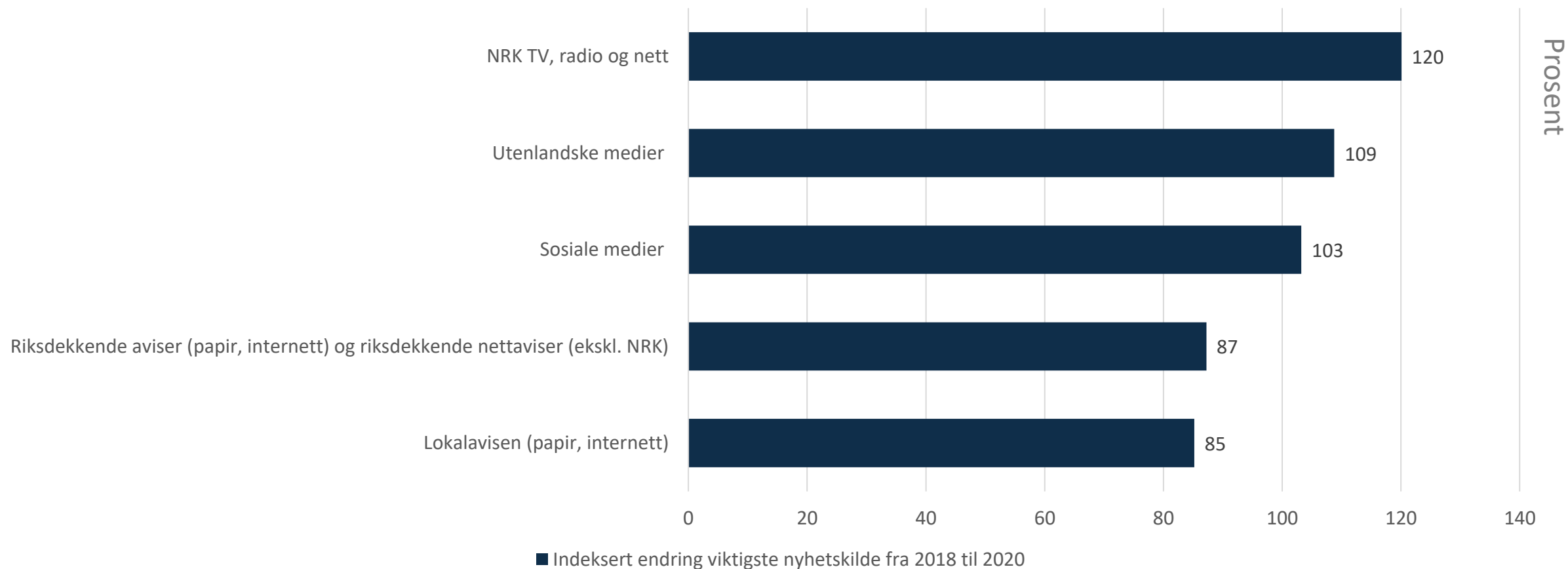
Omtrent like mange har riksdekkende aviser og NRK (på tvers av TV, radio og nett) som viktigste nyhetskilde



Hvilken av følgende er din viktigste nyhetskilde?

Base: Alle: 1014

NRK totalt styrker seg som viktigste nyhetskilde



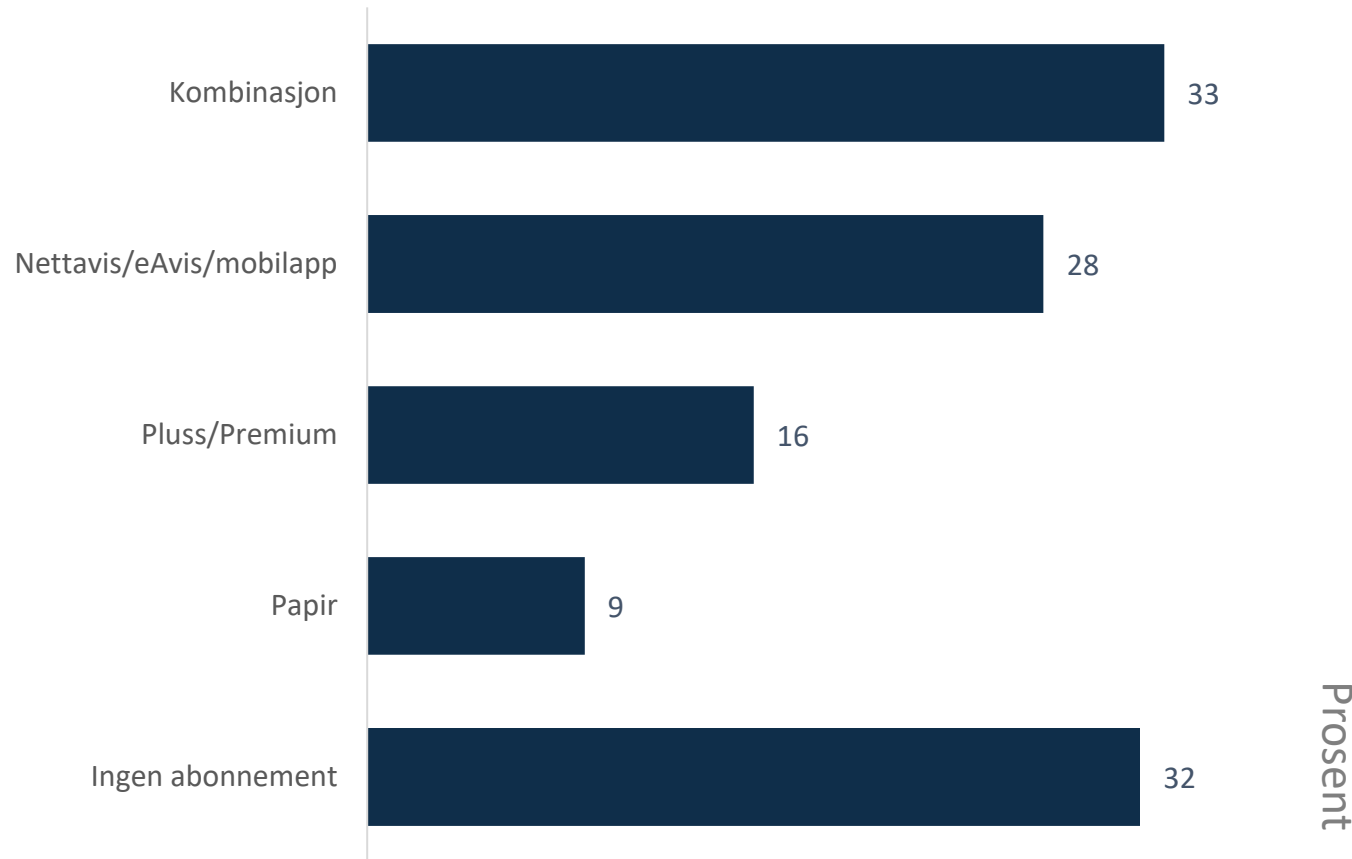
Avisabonnement og andre typer medieabonnement



Avisabonnement og andre typer medieabonnement – oppsummering

- Mens delrapport 1 gikk i dybden på avisabonnentene, ser delrapport 2 i tillegg nærmere på det større mediebildet, hvor blant annet TV-abonnement og ulike strømmetjenester er en viktig del av nordmenns mediebruk.
- 3 av 4 svarer at de har TV-abonnement fra Telenor, Get, Altibox og lignende tjenester. 68 % har tilgang til strømmetjenester for TV og film, noe som er en like stor andel som de med tilgang til minst en type avisabonnement. Flest benytter seg av de utenlandske strømmetjenester for TV og film (62 %), mens noen færre har tilgang til de norske strømmetjenestene (35 %).
- De yngre benytter i større grad ulike strømmetjenester, hvor nær 8 av 10 under 45 år har tilgang til utenlandske strømmetjenester, halvparten har tilgang til norske strømmetjenester og 67 % har tilgang til musikkstrømmetjenester.
- 51 % av befolkningen over 18 år har tilgang til abonnement på musikkstrømmetjenester, 14 % på ukeblad/magasin, 12 % til strømmetjenester på lydbok, mens 8 % abonnerer på gaming, dataspill eller e-sporttjenester.
- Abonnementet anses som viktigst for abonnenter av papiraviser og kombinasjonsabonnement på avis, men dersom man bare kunne velge ett abonnement i løpet av det kommende året, prioriteres TV- og strømmetjenester (hhv. 38 % og 32 %) foran avisene (16 %). Flere ville valgt utenlandske strømmetjenester foran norske strømmetjenester, og flere ville velge kombinasjonsabonnement for avis enn kun papirutgaver eller heldigitale tilbud.
- Brukerne vil i større grad prioritere de abonnementstypene de allerede har, enn andre alternativer.

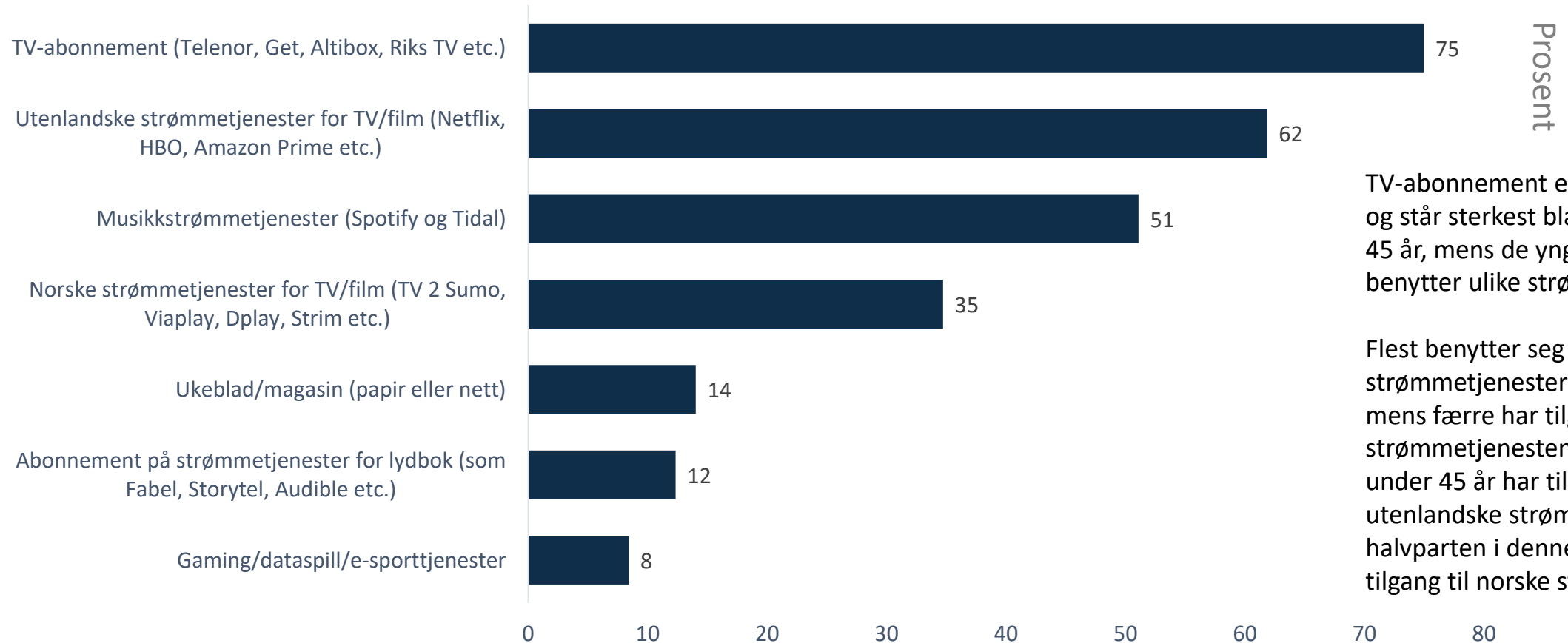
Nær 7 av 10 har tilgang til minst ett avisabonnement



68 prosent av befolkningen over 18 år oppgir nå å ha tilgang til minst en type avisabonnement i husstanden, uavhengig av om tilgangen skjer via papiraviser, nettaviser eller ulike kombinasjoner. Tilsvarende andel var på 63 prosent for bare to år siden, og viser at stadig flere har tilgang til betalte nyheter.

Blant de som har tilgang til avisabonnement i husstanden svarer hele 94 prosent at de nå har tilgang til digitalt innhold fra norske aviser, mens 57 prosent har tilgang til papirutgaver. Dette er på linje med registrert opplag.

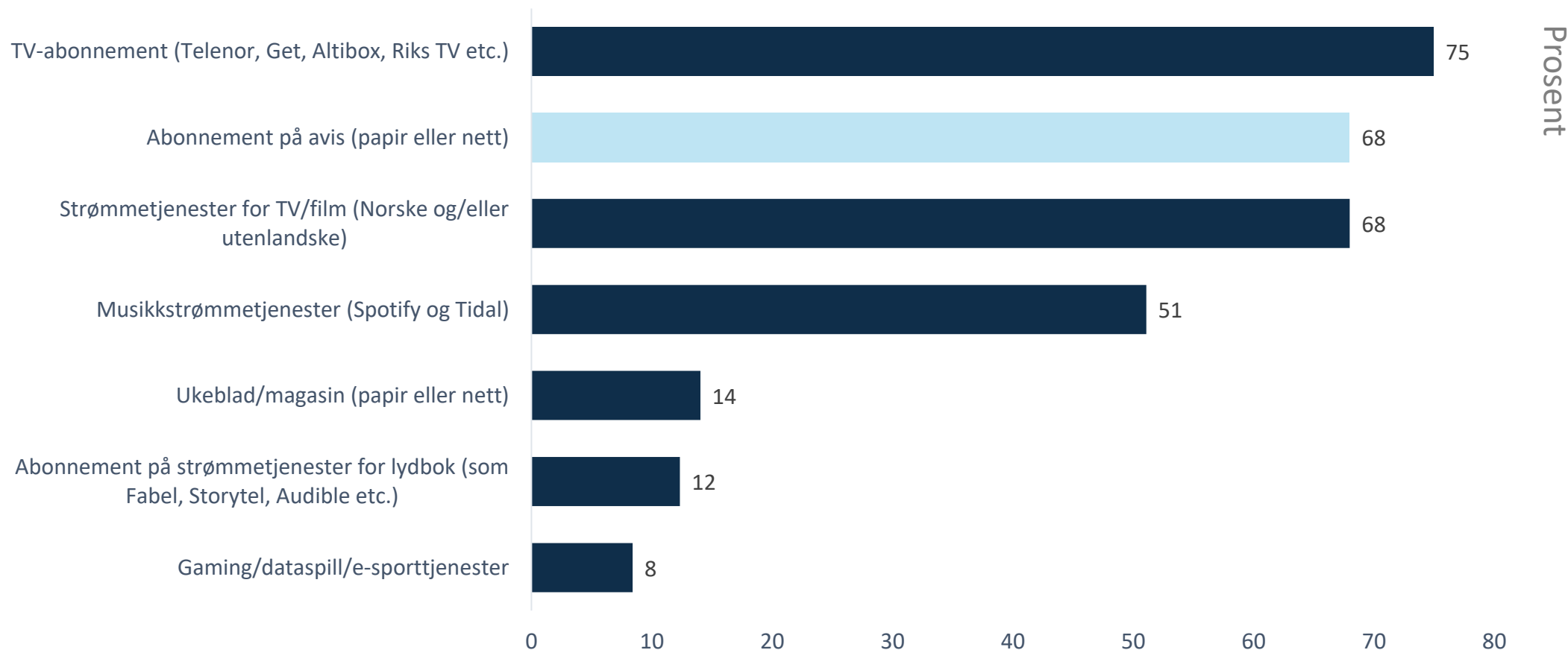
3 av 4 har TV-abonnement



TV-abonnement er fortsatt utbredt, og står sterkest blant TV-seere over 45 år, mens de yngre i større grad benytter ulike strømmetjenester.

Flest benytter seg av utenlandske strømmetjenester for TV og film, mens færre har tilgang til de norske strømmetjenestene. Nær 8 av 10 under 45 år har tilgang til utenlandske strømmetjenester, mens halvparten i denne aldersgruppen har tilgang til norske strømmetjenester.

Like mange har tilgang til avisabonnement og strømmetjenester for TV og film

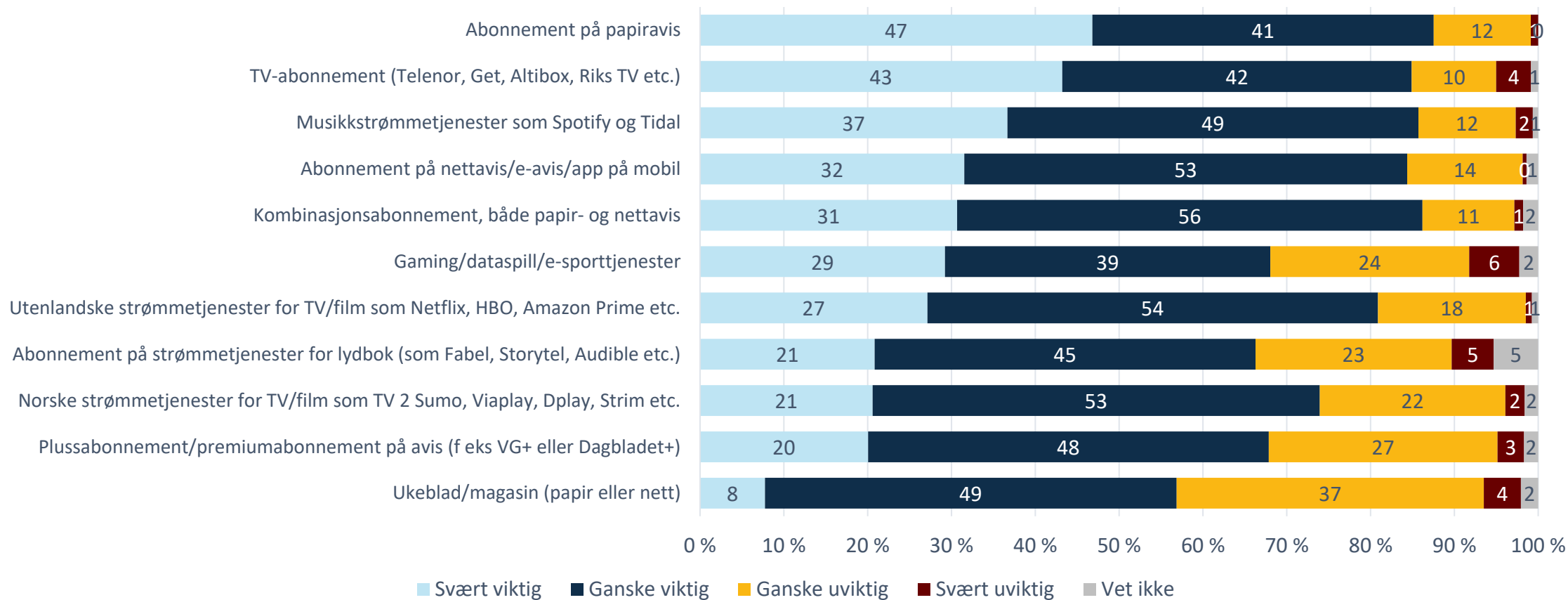


Hvilke av følgende abonnement har du eller din husstand?

Hvilke abonnement på avis har du eller din husstand? Har minst ett abonnement på avis (papir eller nett)

Base: Alle: 1014

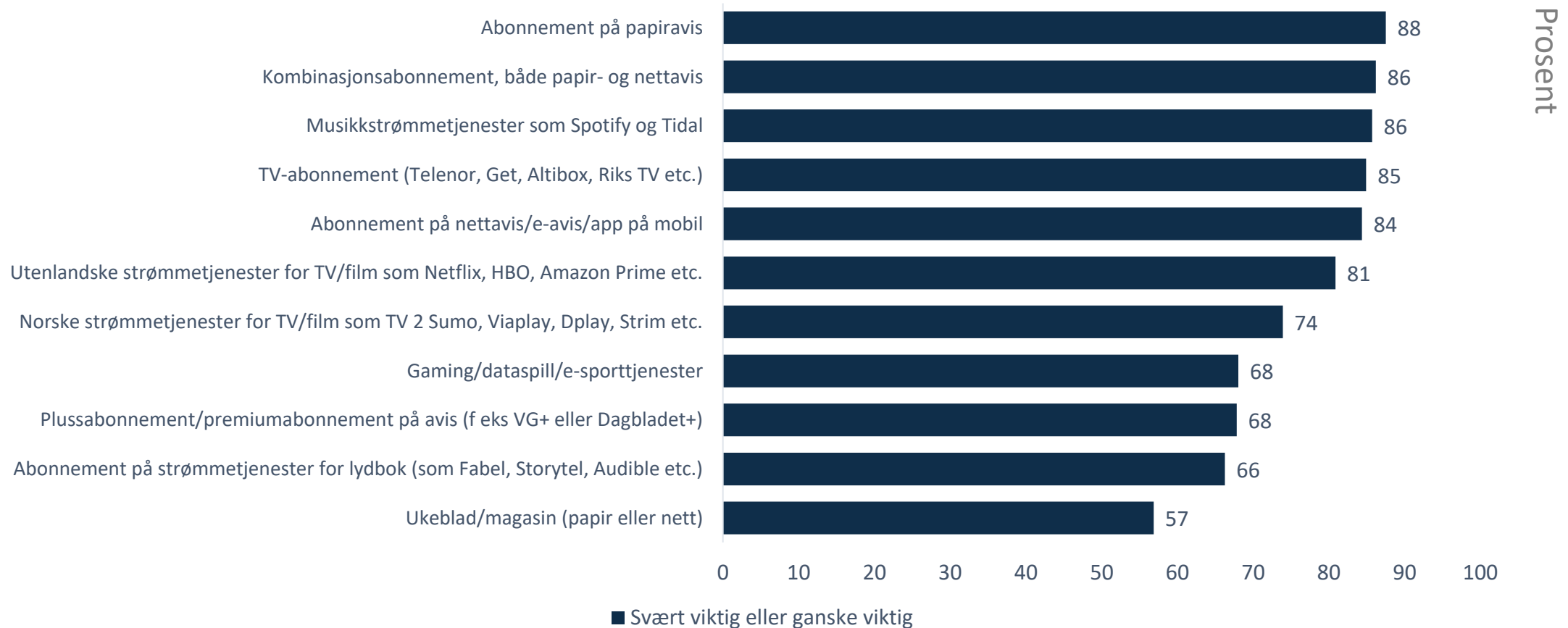
Opplevd viktighet av ulike typer abonnement



Hvor viktige eller uviktige er disse for deg eller din husstand?

Base: Abonnenter på ulike tjenester: 117/ 401/ 445/ 818/ 290/ 545/ 285/ 68/ 150/ 102/ 167

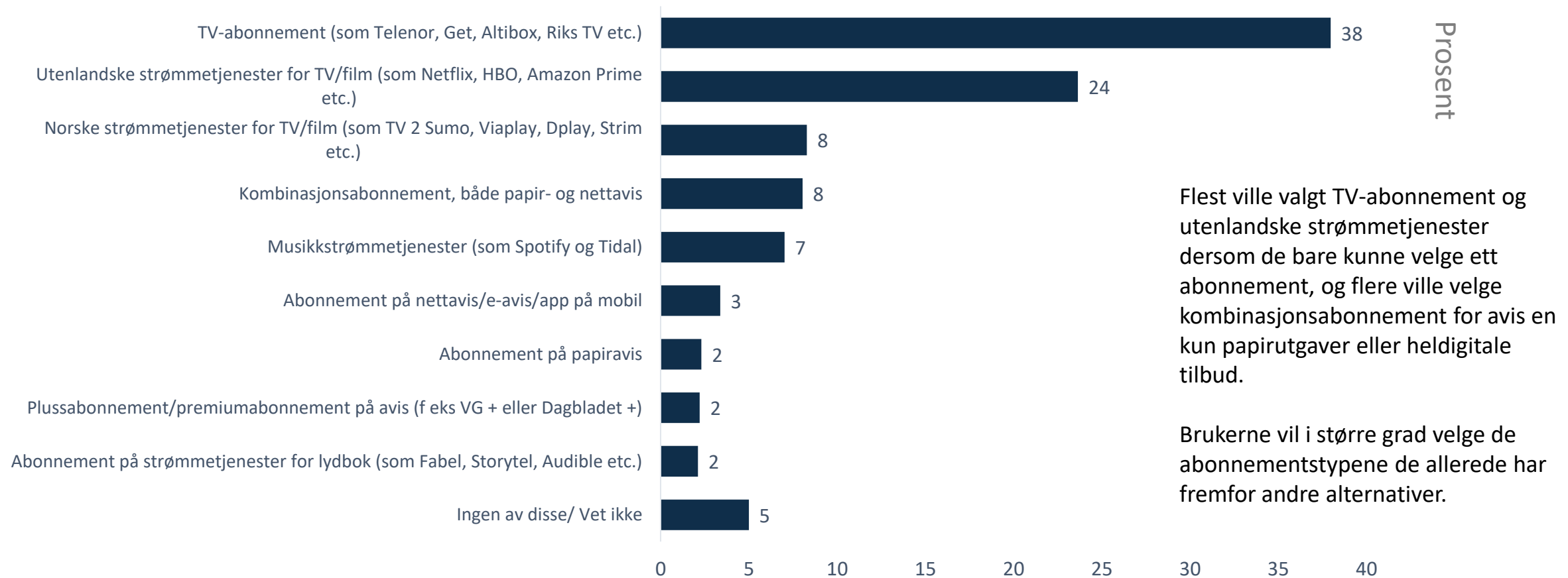
Abonnementet anses som viktigst for abonnenter av papiraviser og kombinasjonsabonnement



Hvor viktige eller uviktige er disse for deg eller din husstand?

Base: Abonnenter på ulike tjenester: 117/ 401/ 445/ 818/ 290/ 545/ 285/ 68/ 150/ 102/ 167

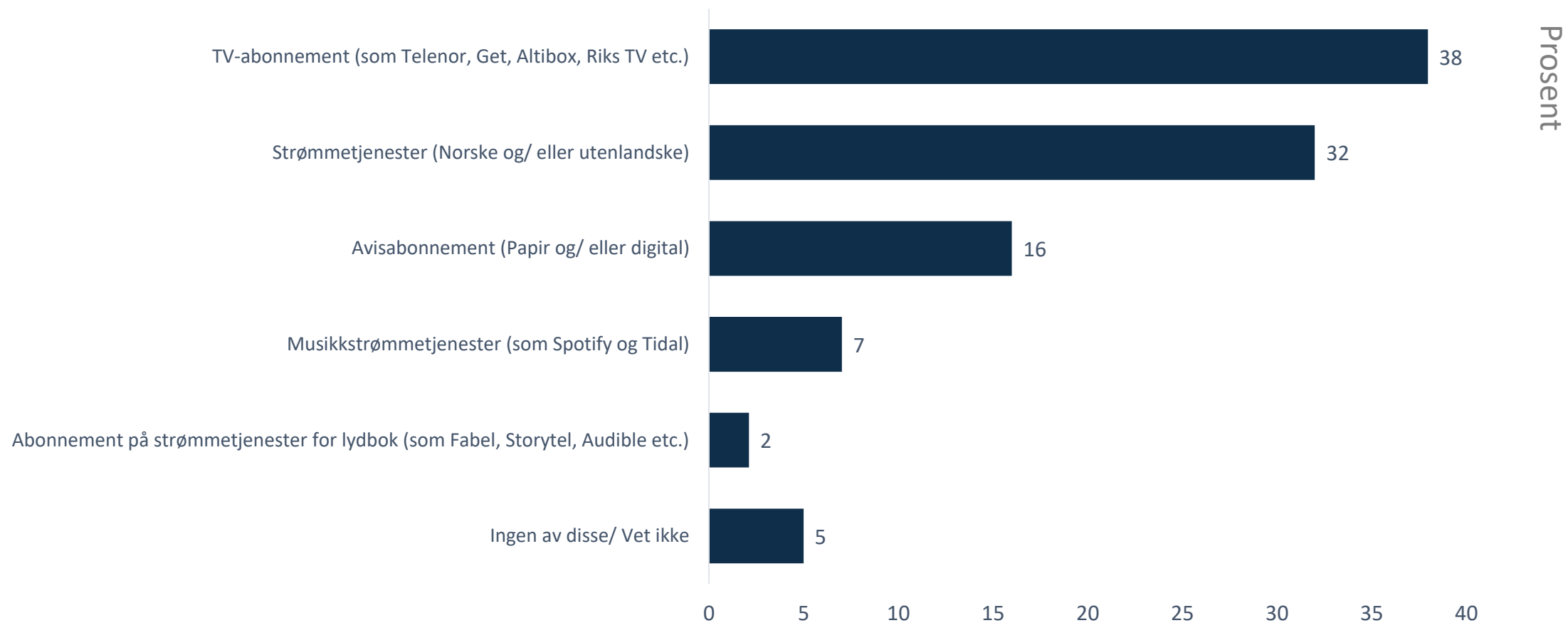
TV- og strømmetjenester prioriteres først



Hvis du bare kunne velge ett abonnement i løpet av det kommende året, hvilket av de følgende ville du velge?

Base: Alle: 807

Strømmetjenester for TV og film prioriteres foran abonnement på aviser



Hvis du bare kunne velge ett abonnement i løpet av det kommende året, hvilket av de følgende ville du velge?

Base: Alle: 807

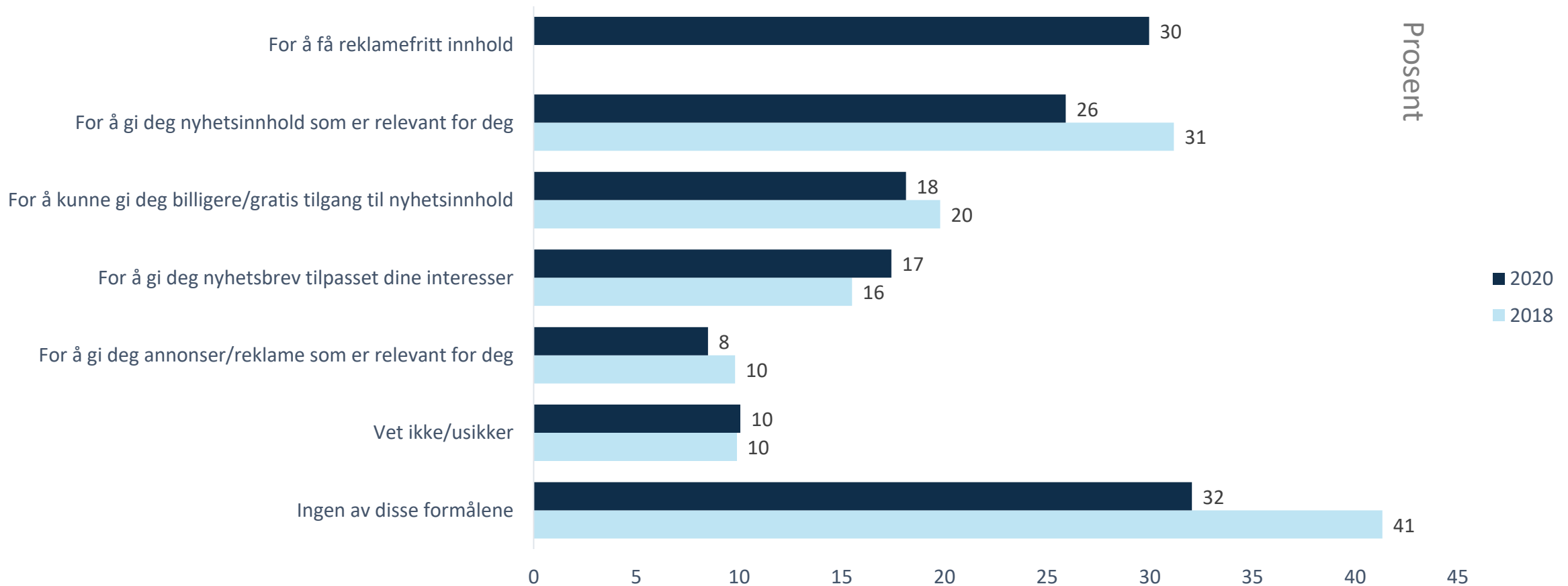
Innsamling av personlige opplysninger

GDPR

Innsamling av personlige opplysninger – oppsummering

- 58 % synes det er greit at personlige opplysninger benyttes av norske medier (til minst ett av de nevnte formålene). Dette er flere enn i 2018, men samtidig er det lagt til et formål siden forrige undersøkelse, og det er mulig at det å kunne få reklamefritt innhold er medvirkende årsak til at flere aksepterer bruk av slike opplysninger. 1 av 3 ønsker ikke å oppgi opplysninger til noen av formålene.
- Flest synes det er greit å oppgi personlige opplysninger for å få reklamefritt innhold (30 %) og relevant nyhetsinnhold (26 %), mens det er minst aktuelt å dele informasjon for å motta relevante annonser og reklame (8 %).
- De under 30 år er mest åpne for å oppgi personopplysninger (65 %) og spesielt for å kunne motta relevante annonser og få billigere tilgang til nyhetsinnhold. Tilgang til relevant nyhetsinnhold er attraktivt uavhengig av alder.
- De som ønsker å benytte personaliserte tjenester er mer positivt innstilt til å dele data om seg selv. Spesielt ser vi at de som mener det er viktig med rabatterte priser eller gratisperioder, kundeklubb, arkivtjenester, tjenester tilpasset egne interesser og tilgang til flere tjenester og produkter i samme abonnement, i større grad er villig til å oppgi personlige opplysninger.
- Det er størst villighet til å dele opplysninger om kjønn (72 %), sivilstand (46 %) og interesseområder (43 %), mens det er minst ønskelig å dele informasjon om hvilke sider man har besøkt på internett. Kun 12 % av de som synes det er greit å dele opplysninger til minst ett formål er villig til å dele dette.
- Abonnenter på lokal- og regionaviser er i større grad villig til å oppgi direkte opplysninger som kjønn, sivilstand, e-post og telefonnummer.
- Kvinner er i større grad villig til å dele handlevaner enn menn, mens menn i større grad vil dele fødselsdato, telefonnummer og inntekt.
- Nordmenn har større tillit til norske redaktørstyrte nettaviser og norske strømmetjenester enn utenlandske aktører når det kommer til deling av personopplysninger. 62 % har svært eller ganske høy tillit til at personopplysninger ikke blir misbrukt av norske nettaviser, mens tilsvarende andel for norske strømmetjenester er på 42 %.
- Lavest tillit har befolkningen til sosiale medier, hvor kun 14 % har svært eller ganske høy tillit til at mediene ikke misbruker personopplysninger som blir delt.
- Tilliten til alle aktører er høyest blant de under 30 og avtar med alderen.

Flest synes det er greit å dele personlige opplysninger for å få reklamefritt innhold og relevant nyhetsinnhold

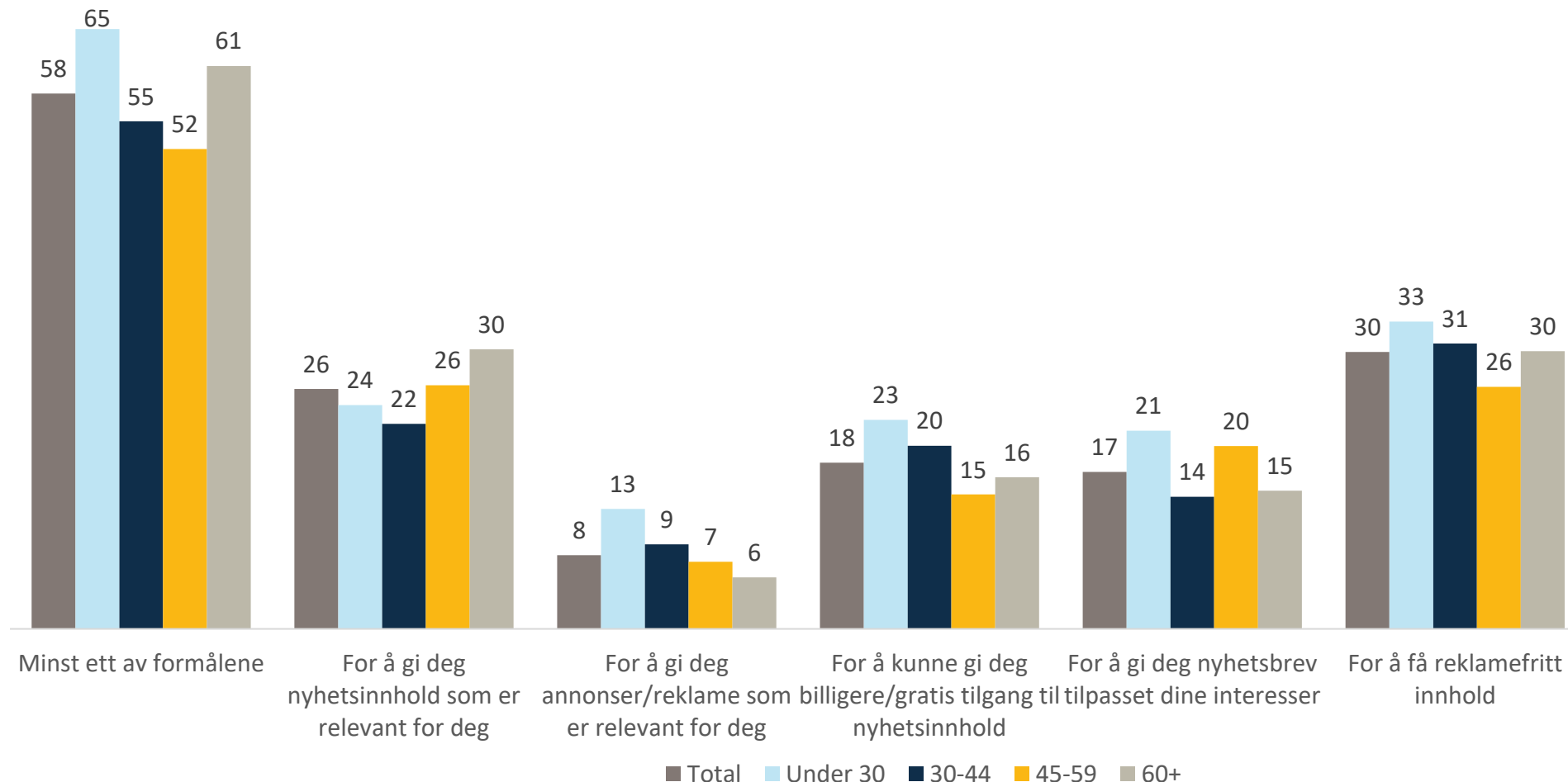


Det er vanlig at det samles inn opplysninger om deg når du bruker norske medier. Dette kan være personlige opplysninger som navn, adresse, epost-adresse, telefonnummer eller hvilke nettsider du besøker, hvilke saker du leser etc. Hvilke formål synes du det er greit at slike opplysninger benyttes til?

Base: Alle: 1014

Merk! Nytt svaralternativ «For å få reklamefritt innhold» lagt til i 2020.

58 % synes det er greit at personlige opplysninger benyttes av norske medier (til minst ett av de nevnte formålene)



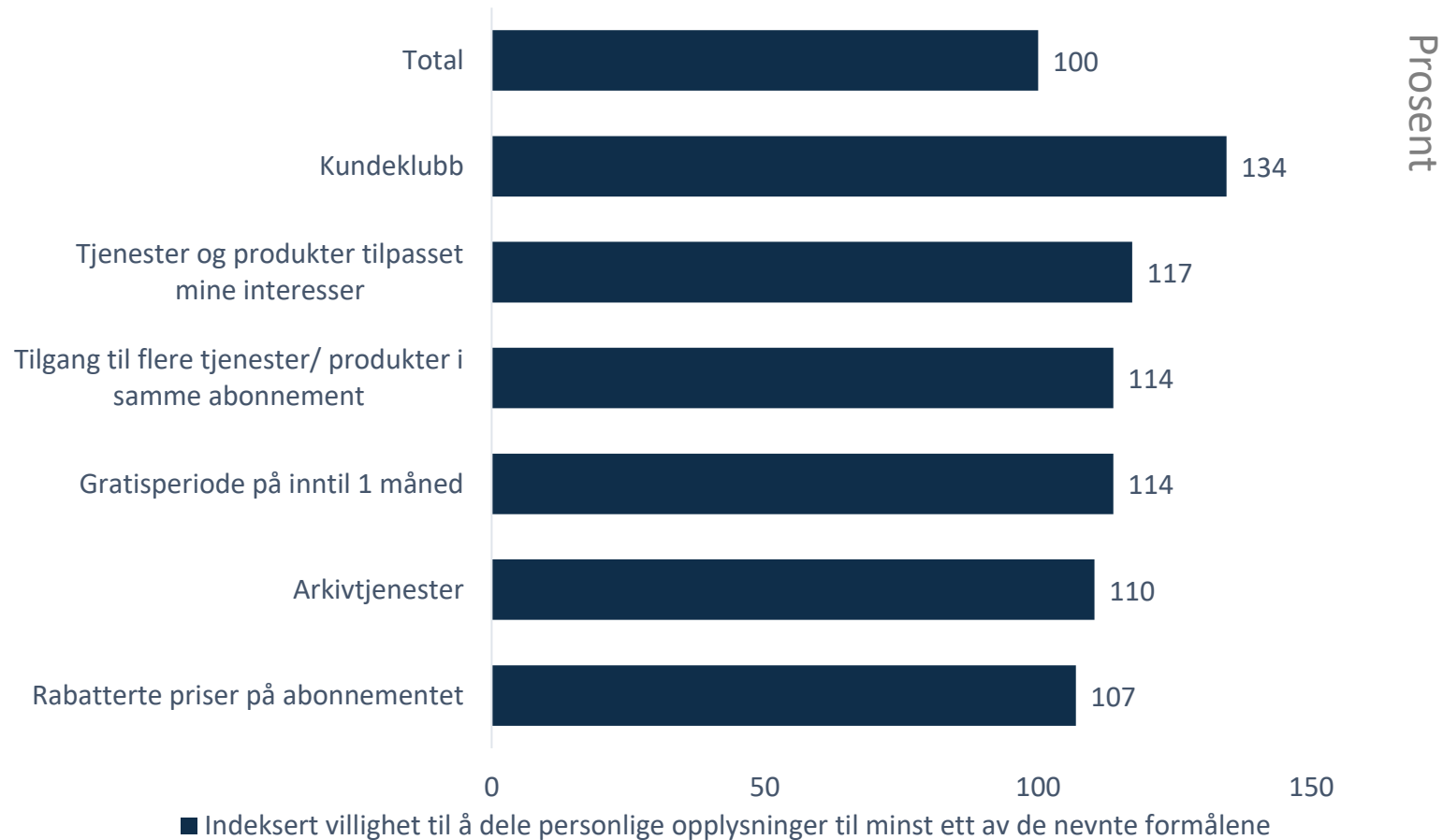
De unge er mest villig til å oppgi personopplysninger for å kunne motta relevante annonser og få billigere tilgang til nyhetsinnhold.

Deling av opplysninger for å få tilgang til relevant nyhetsinnhold anses i større grad som greit uavhengig av alder.

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: Alle: 1014

De som ønsker å benytte personaliserte tjenester er mer positivt innstilt til å dele data om seg selv

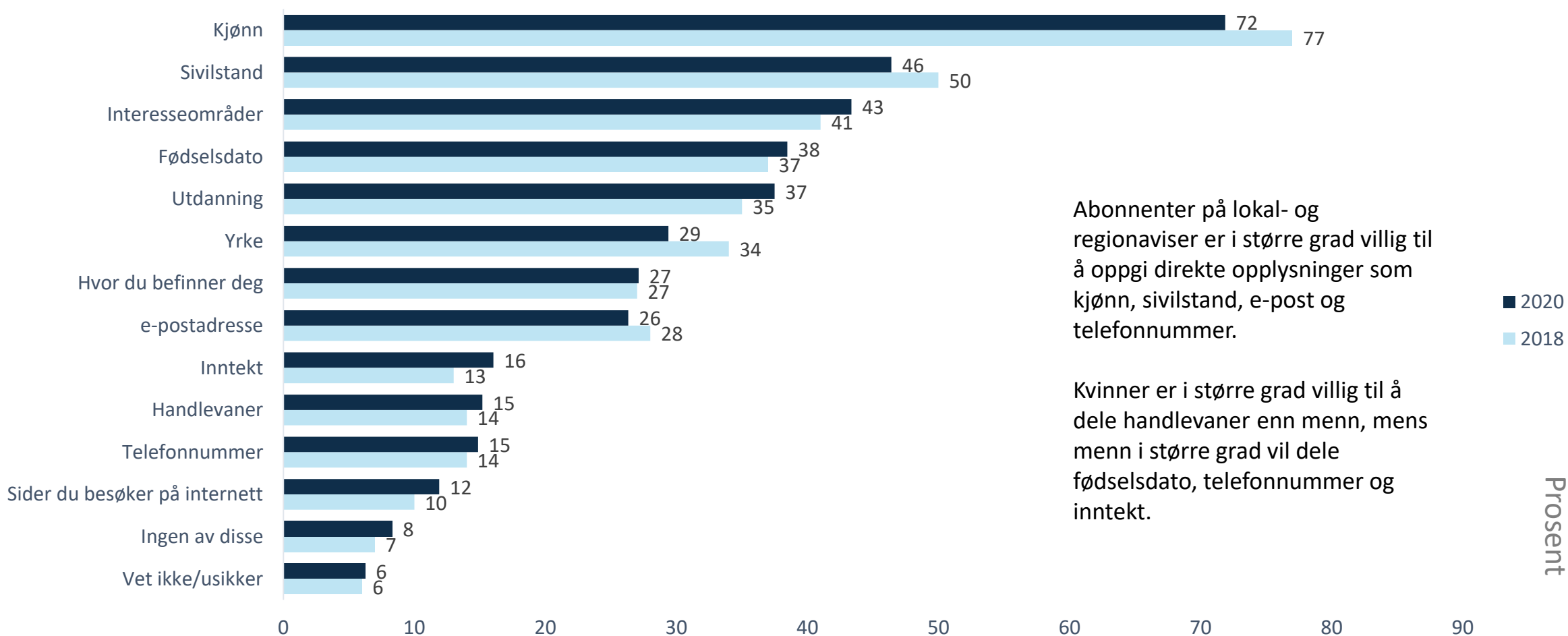


De som mener det er viktig med rabatterte priser eller gratisperioder, kundeklubb, arkivtjenester, tjenester tilpasset egne interesser og tilgang til flere tjenester/produkter i samme abonnement er i større grad villig til å oppgi personlige opplysninger.

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: Alle: 1014

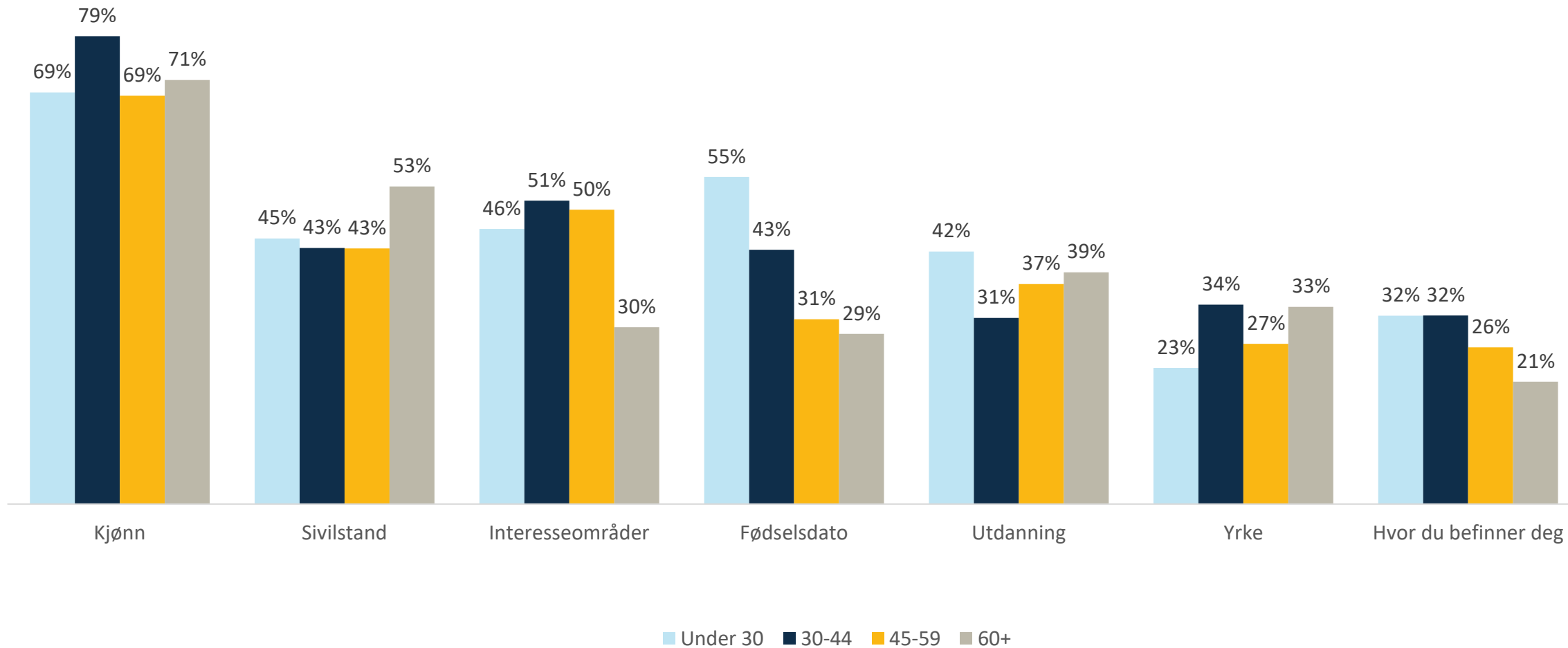
Det er minst ønskelig å dele besøkte nettsider



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

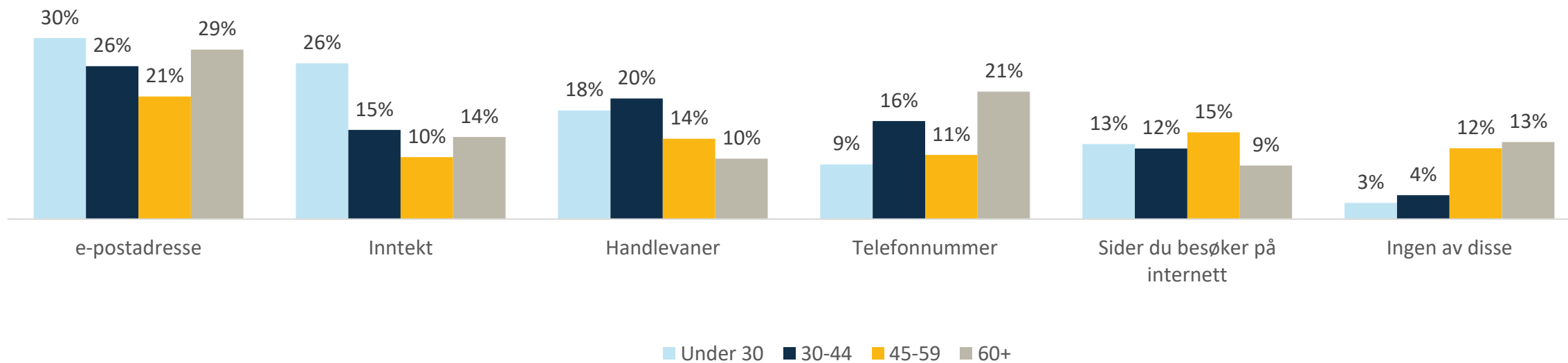
Base: Synes det er greit å dele opplysninger til minst ett formål: 546

Alder: Deling av personopplysninger (I)



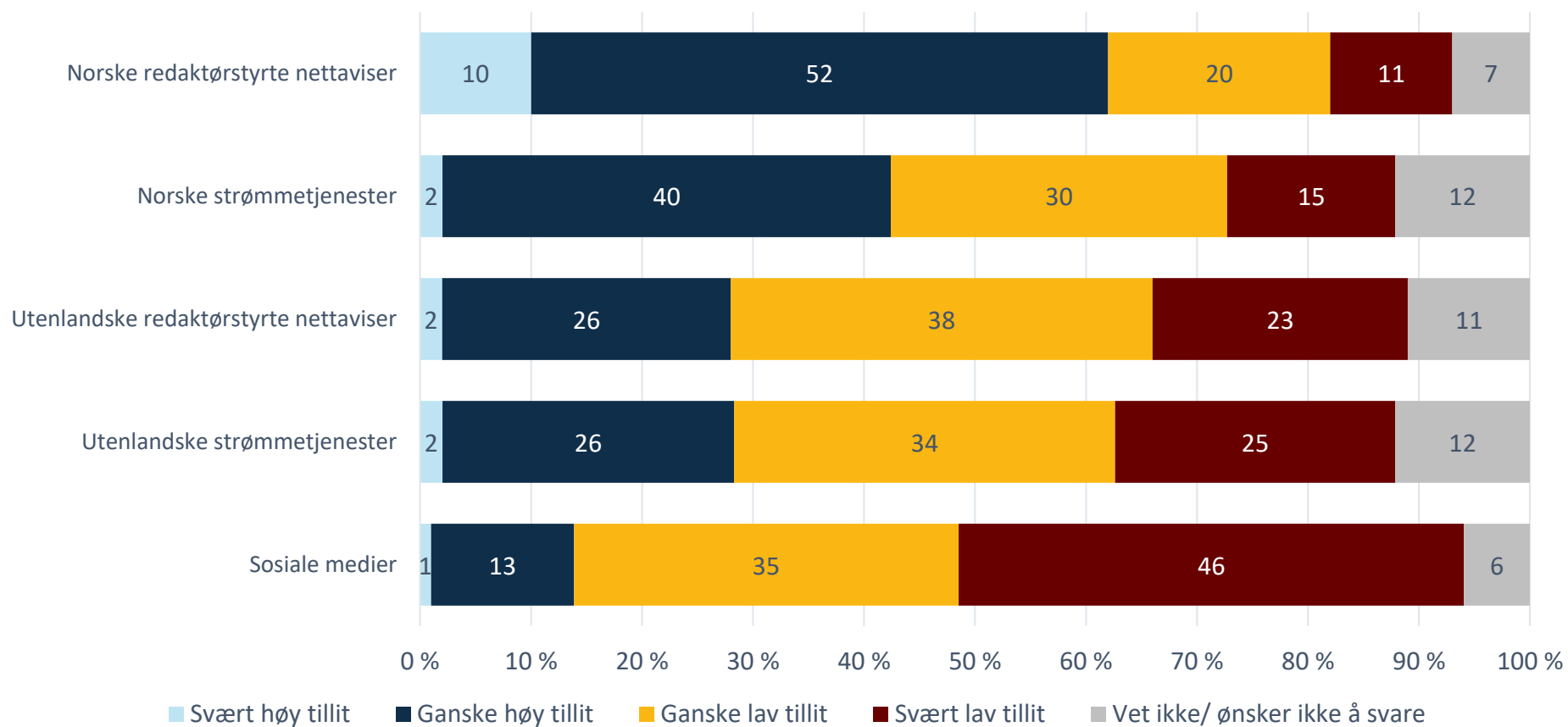
Hvilke opplysninger kan du være villig til å oppgi, til ett eller flere av de nevnte formålene
Base: Synes det er greit å dele opplysninger til minst ett formål: 546

Alder: Deling av personopplysninger (II)



Hvilke opplysninger kan du være villig til å oppgi, til ett eller flere av de nevnte formålene
Base: Synes det er greit å dele opplysninger til minst ett formål: 546

Størst tillit til norske redaktørstyrte nettaviser



6 av 10 har svært eller ganske høy tillit til at personopplysninger ikke blir misbrukt av norske nettaviser, mens 4 av 10 har tillit til norske strømmetjenester på dette området.

Lavest tillit har befolkningen til sosiale medier, hvor kun 14 % har svært eller ganske høy tillit til at mediene ikke misbruker personopplysninger som blir delt.

Tilliten til alle aktører er høyest blant de under 30 og avtar med alderen.

Hvor høy eller lav tillit har du til at følgende nettmedier ikke misbruker personopplysninger du deler?

Base: Alle: 1014

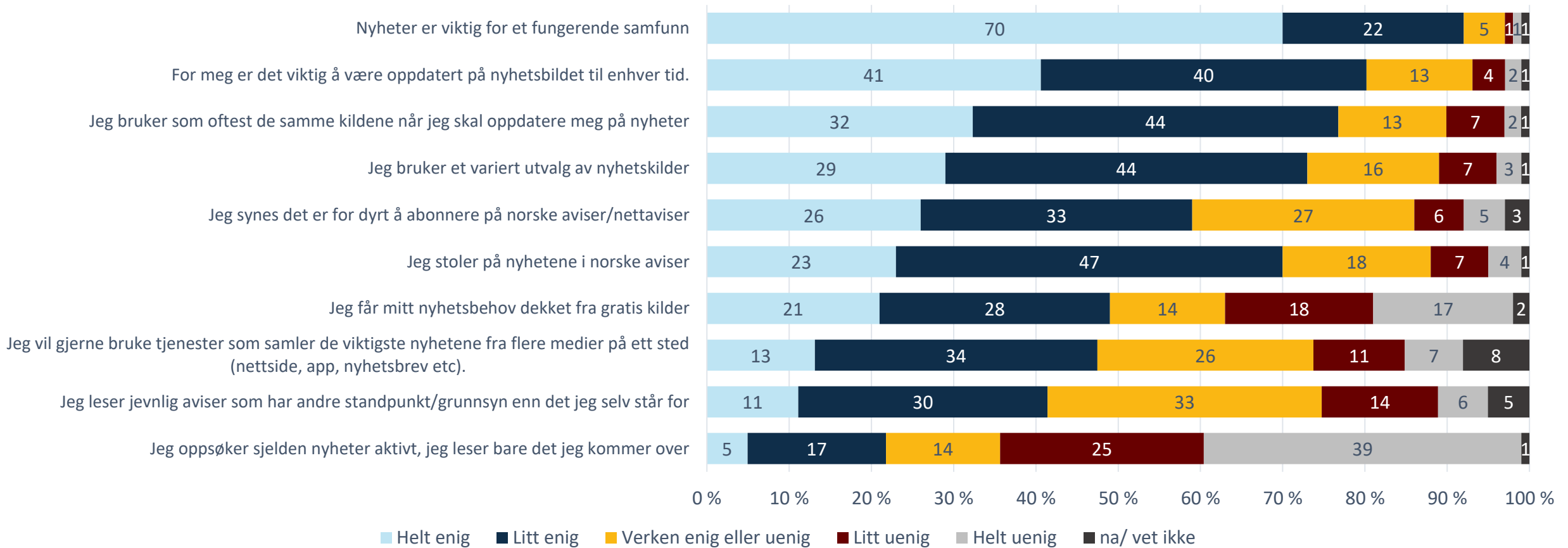
Holdninger til nyheter og abonnementstjenester



HOLDNINGER – oppsummering

- Over 9 av 10 er enige i at nyheter er viktig for et fungerende samfunn.
- 8 av 10 mener at det er viktig å være oppdatert på nyhetsbildet til enhver tid. Flertallet (77 %) bruker de samme kildene når de skal oppdatere seg, og stadig flere oppgir at dette utgjør et variert utvalg av nyhetskilder (73 %).
- Samfunnsutviklingen den siste tiden har medført at den norske befolkningen i større grad sier seg enig i flere av de gitte påstandene. Spesielt ser vi at flere gjerne vil bruke tjenester som samler de viktigste nyhetene fra flere medier på ett sted, at flere oppgir å bruke et variert utvalg av nyhetskilder og at flere synes det er viktig å være oppdatert på nyhetsbildet til enhver tid. Samtidig stoler flere på nyhetene i norske aviser.
- Likevel er det omtrent like mange som oppgir å få dekket sitt nyhetsbehov fra gratis kilder i 2020 som to år tidligere (49 %), og som synes det er for dyrt å abonnere på norske aviser og nettaviser (59 %).
- Ca. 2 av 10 oppsøker sjelden nyheter aktivt og leser bare det de kommer over.
- Fra 2020 er det lagt til spørsmål om viktighet av ulike tjenester i et avisabonnement. Her oppgir flest brukervennlig innlogging og reklamefritt innhold som viktig, etterfulgt av rabatterte priser og eksklusivt/originalt innhold.
- Kvinner rangerer gratisperioder og brukervennlig innlogging som viktigere enn menn. De yngste mener i større grad at flere av de nevnte tjenestene er viktig. Rabatterte priser, gratisperioder, kundeklubb, reklamefritt innhold og tjenester og produkter tilpasset egne interesser er viktigere for de under 30, mens brukervennlig innlogging er viktig uavhengig av alder.
- Arkivtjenester er viktigst for abonnenter på lokal- og regionsaviser hvor 46 % mener dette er svært eller ganske viktig.
- 7 av 10 sier de er interessert i å få tilgang til flere medier innenfor ett og samme abonnement. 57 % vil gjerne benytte samme login (brukeravn/passord) på tvers av flere abonnement, mens nærmere halvparten er svært eller litt interessert i å kjøpe enkeltartikler for en lav pris. Unge og personer i større husholdninger er i større grad interessert i alle disse tjenestene.

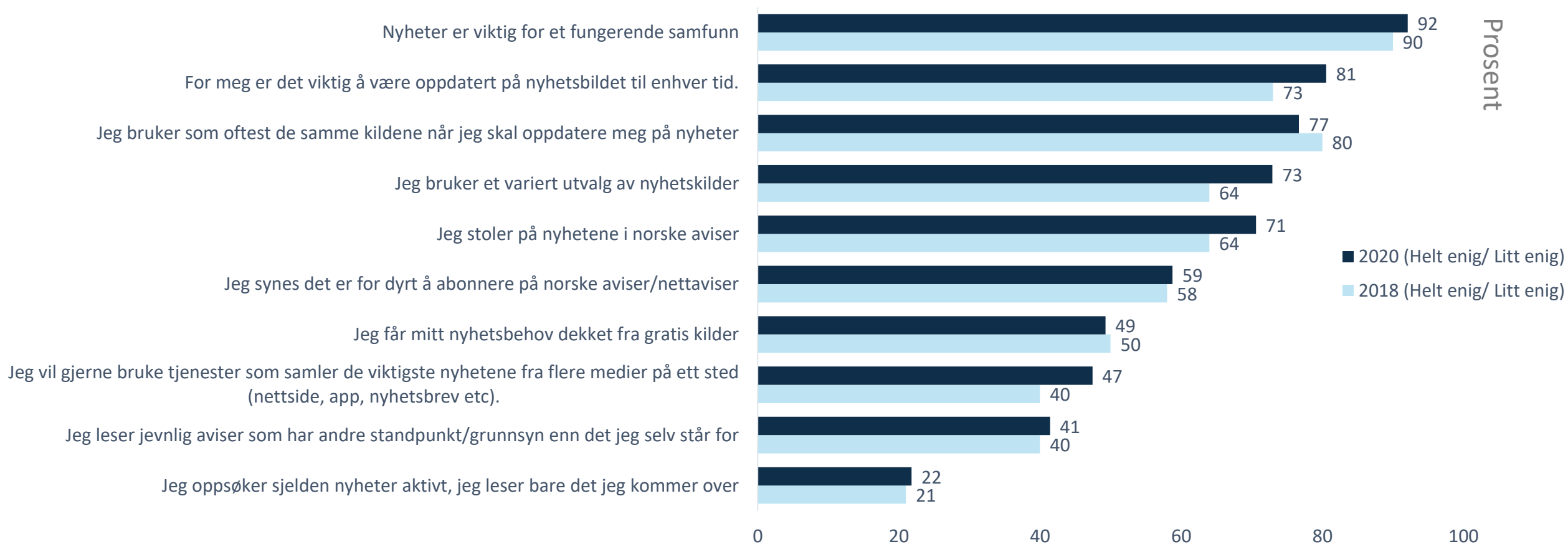
9 av 10 er enige i at nyheter er viktig for et fungerende samfunn



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

Base: Alle: 1014

Flere bruker et variert utvalg av nyhetskilder og vil gjerne bruke tjenester som samler nyheter fra flere medier



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

Base: Alle: 1014

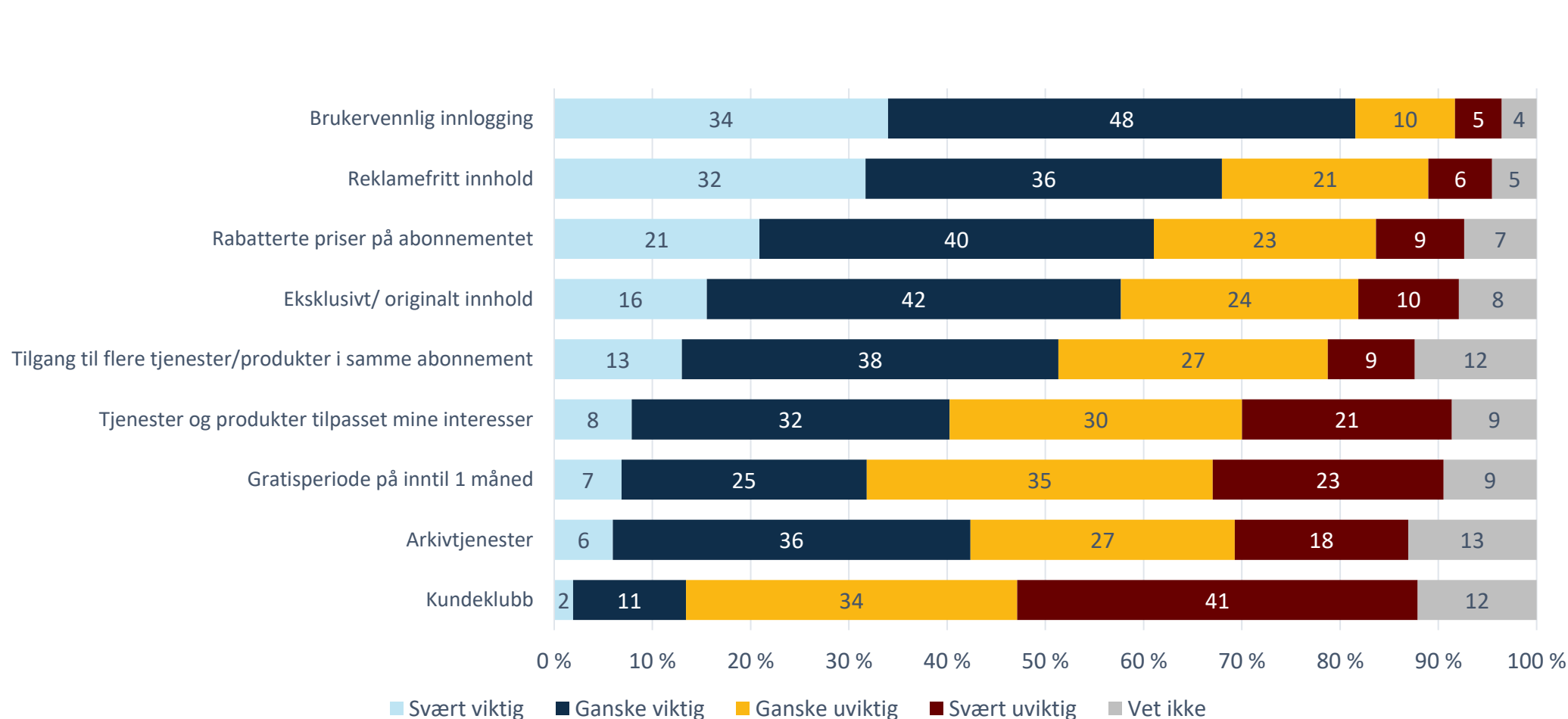
Flere bruker et variert utvalg av nyhetskilder og vil gjerne bruke tjenester som samler nyheter fra flere medier



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

Base: Alle: 1014

Brukervennlig innlogging er viktigste tjeneste



Gratisperioder og brukervennlig innlogging er viktigere for kvinner enn for menn.

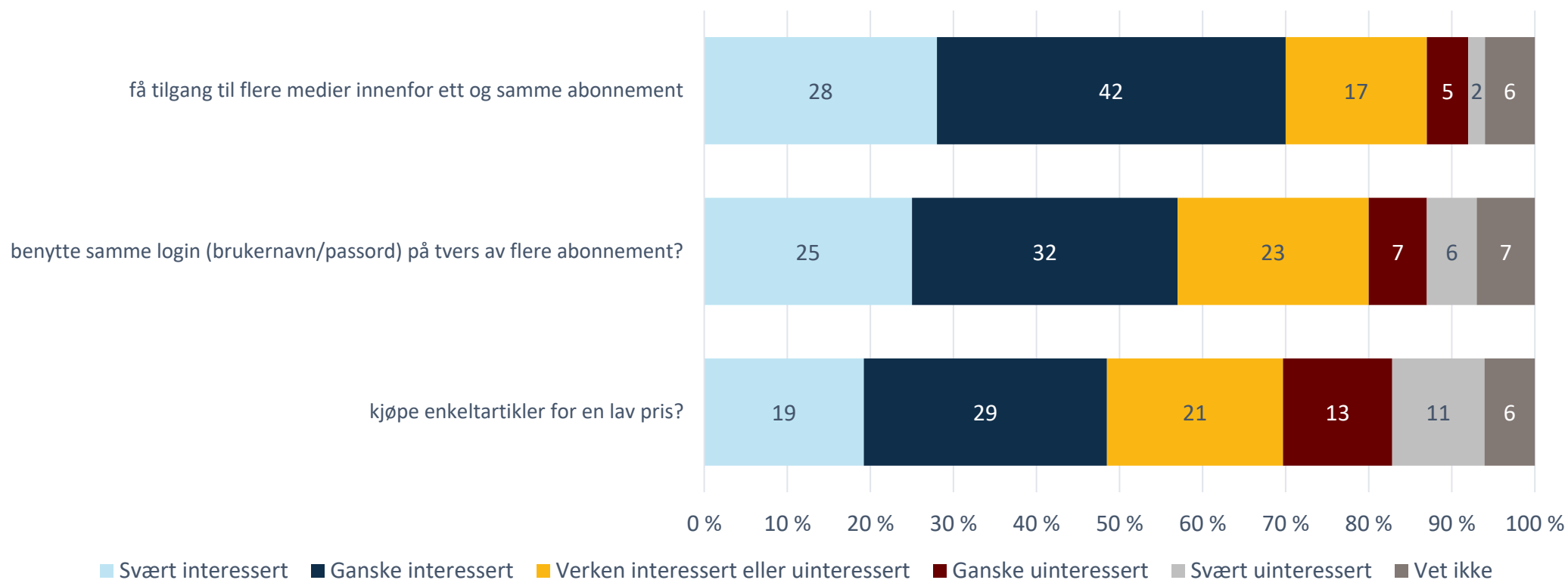
Rabatterte priser, gratisperioder, kundeklubb, reklamefritt innhold og tjenester og produkter tilpasset egne interesser er viktigere for de under 30, mens brukervennlig innlogging er viktig uavhengig av alder.

Arkivtjenester er viktigst for abonnenter på lokal- og regionsaviser

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

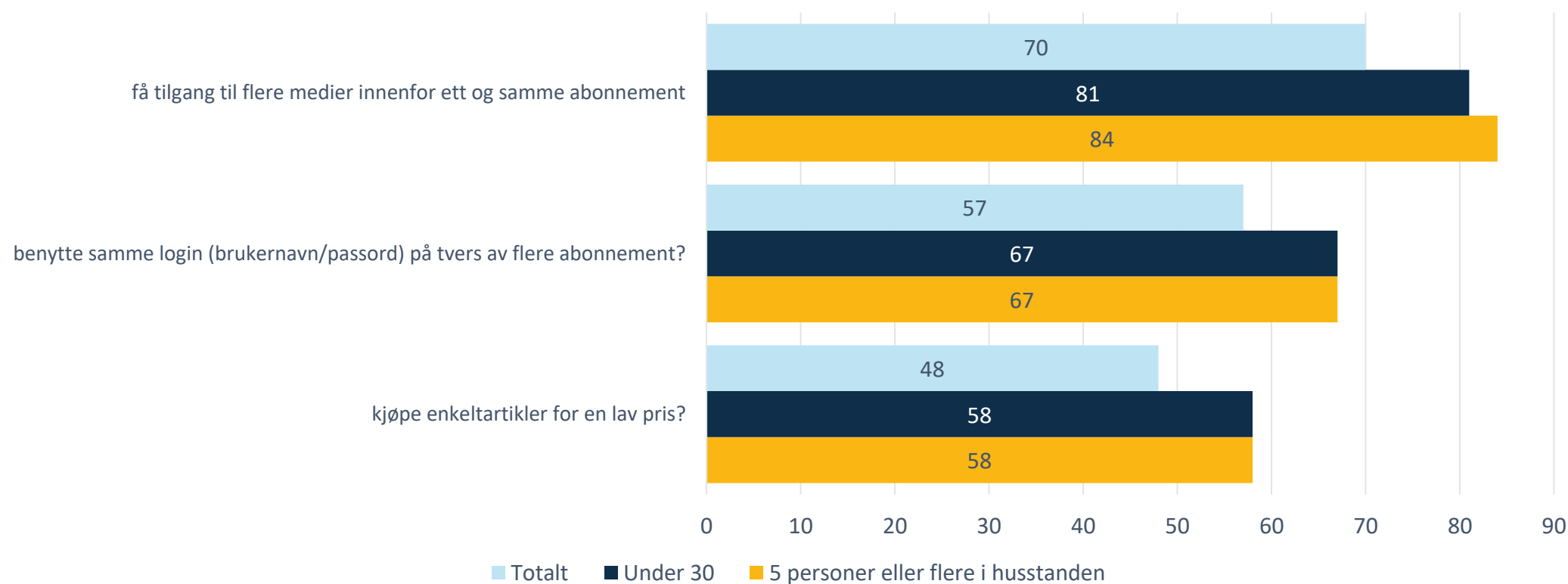
Base: Alle: 1014

Stor interesse for multimedial tilgang og felles login



Unge brukere og større husholdninger skiller seg ut

- *svært interessert eller ganske interessert*



Det er små forskjeller mellom kvinner og menn og om man har abonnement i dag eller ikke, men de som har abonnement på nettaviser og plussabonnement er mer interessert i å få tilgang til flere medier innenfor ett og samme abonnement og benytte sammen login enn andre abonnenter.

Utvalget - landsrepresentativt

Hvem har besvart undersøkelsen?

KJØNN

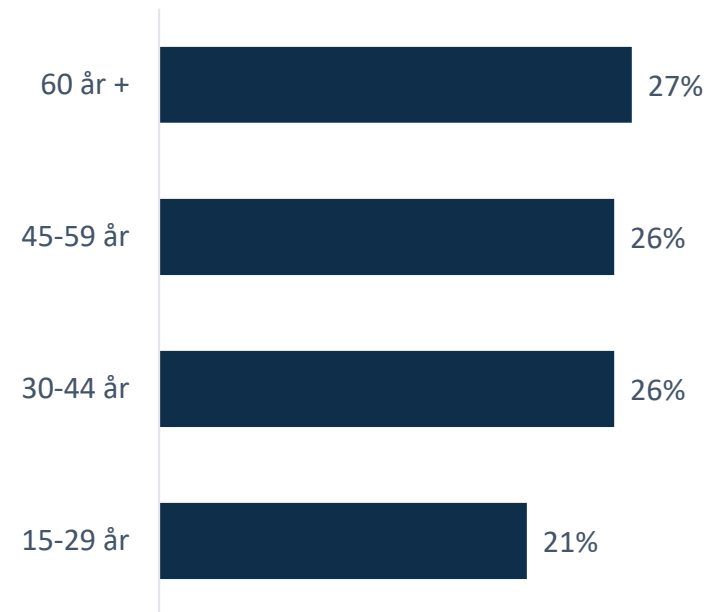


50%

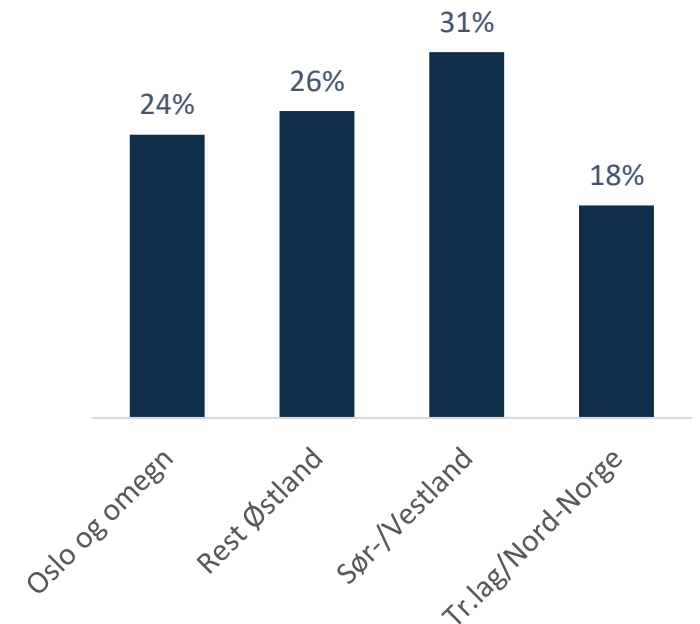


50 %

ALDER

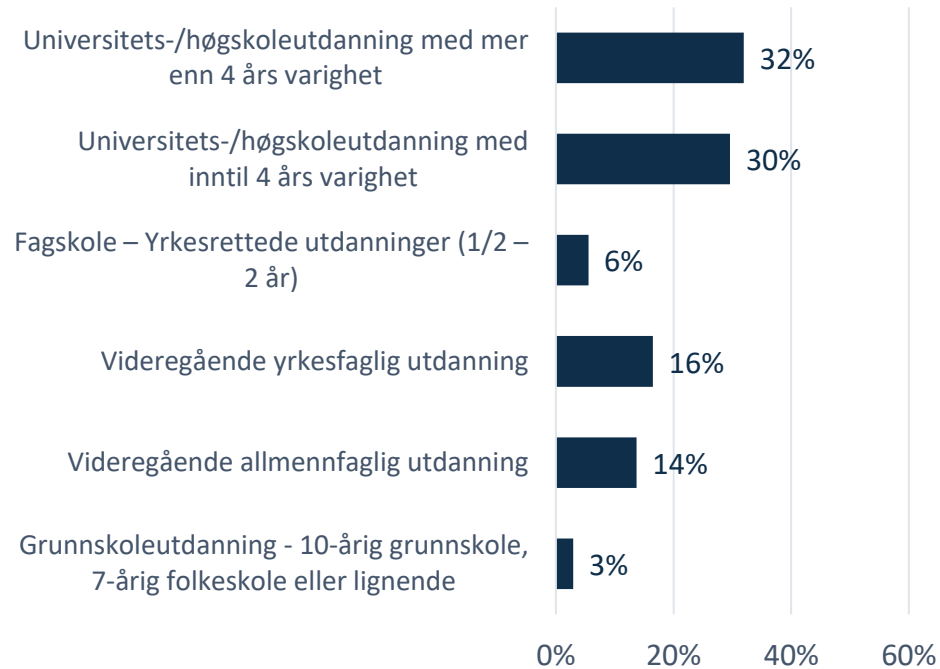


REGION

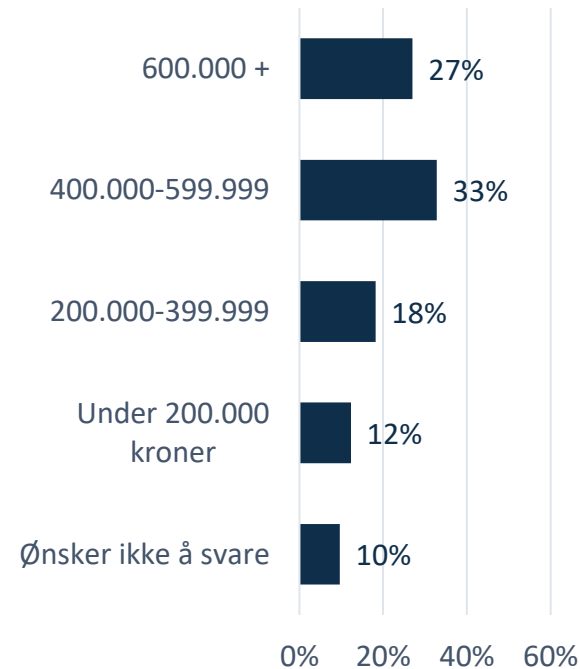


Hvem har besvart undersøkelsen?

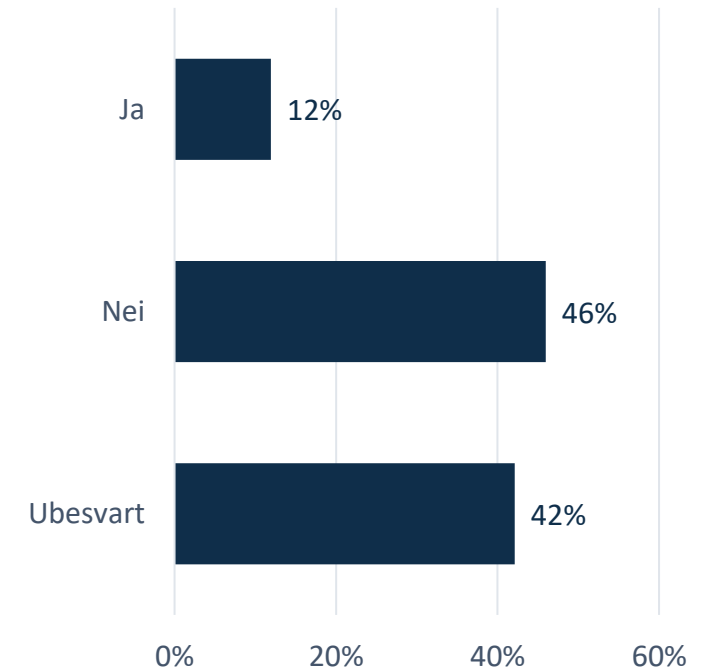
UTDANNING



PERSONLIG INNTEKT



LEDENDE STILLING



Se flere resultater fra undersøkelsen på medietall.no - Aktuelt



Persontall

Daglig offisielle dekningstall for norske nettsted fra Kantar.
Oppdateres halvårlig



Trafikktall

Tekniske trafikktall fra Comscore.
Oppdateres ukentlig



Aktuelt

Les aktuelle analyser og artikler relatert til data produsert av
Mediebedriftenes Landsforening.

Spørsmål om undersøkelsen kan rettes til:
Bente Håvim, Innsikts- og analyseansvarlig MBL, bente@mediebedriftene.no
Salve Nergården Jortveit, Seniorrådgiver Kantar, salve.jortveit@kantarc.com