

MEDIEBEDRIFTENE

Undersøkelse om

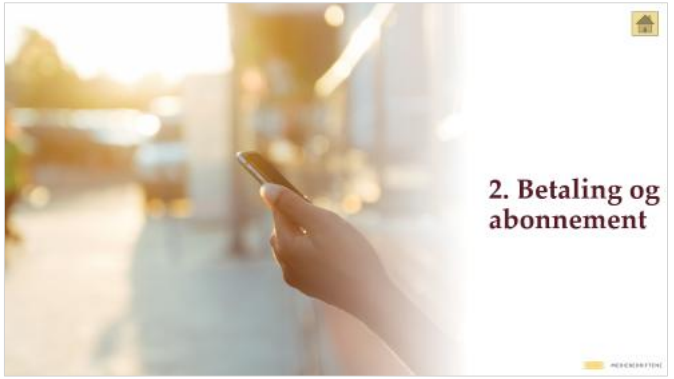
BETALING FOR NYHETER

2026

MEDIEBEDRIFTENE

INNHOLD













MEDIEBEDRIFTENE

Hovedfunn

- Avisene står sterkt som nyhetsprodukt, men konkurrerer om både tid og penger.
- Betalingsviljen er fortsatt høy og nyheter anses som samfunnsviktig.
- Nyheter bør finansieres med både reklame og brukerinntekter.
- Mediene er under press fra gratis nyhetskilder og må levere verdi for pengene.
- KI er i ferd med å bli en ny inngang til nyheter, men tilliten til KI-innhold er lav.
- Flytende innhold er normalen, og stadig flere foretrekker nyheter i videoformat.
- Nordmenn har høy tillit til innholdet i norske medier, og tilliten til bruk av personopplysninger har økt.



1. Nyhetskilder og bruk

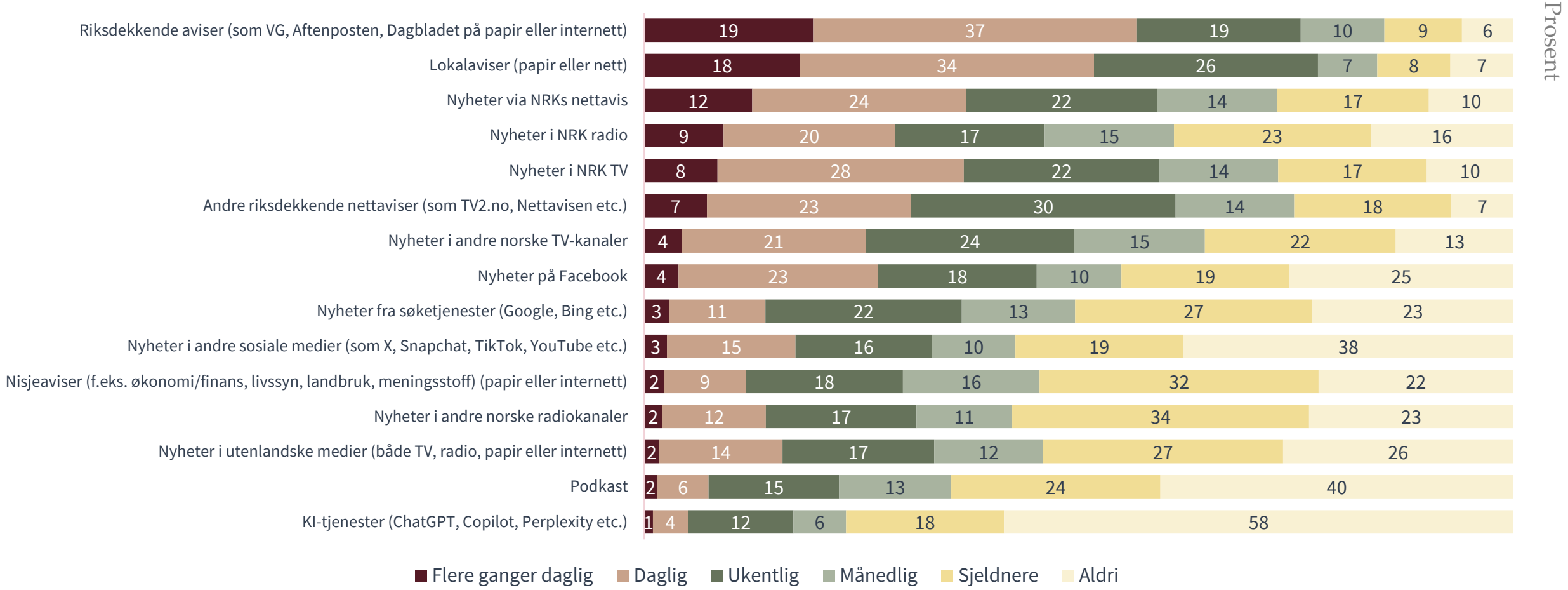
MEDIEBEDRIFTENE

HOVEDFUNN – Nyhetskilder og bruk

- **Avisene står fortsatt sterkt.** Riksdekkende aviser og lokalaviser brukes hyppigst, selv om den daglige bruken har gått tilbake siden toppåret 2020.
- **Riksdekkende aviser er den viktigste enkeltkilden.** Ser vi NRKs TV-, radio- og nettilbud samlet, er NRK og de riksdekkende avisene omtrent like viktige.
- **Sosiale medier er særlig viktige for de unge.** Blant 18–29-åringene finner nesten halvparten (48 prosent) daglig nyheter fra sosiale plattformer. Facebook har samtidig størst tilbakegang som nyhetskanal.
- **Norske medier dominerer nyhetsdelingen i sosiale medier.** Stadig flere får med seg saker fra utenlandske nyhetsmedier.
- **Direkterelasjonen står sterkt.** 7 av 10 foretrekker å få innhold via nettavisenes egne nettsider og apper. 17 prosent foretrekker sosiale medier og ønsket om deling i sosiale medier går tilbake.
- **1 av 3 unngår nyheter ofte eller noen ganger.** Nyhetsunngåelse er mer utbredt blant personer som har fått dårligere råd og blant dem som ikke har avisabonnement.

MEDIEBEDRIFTENE

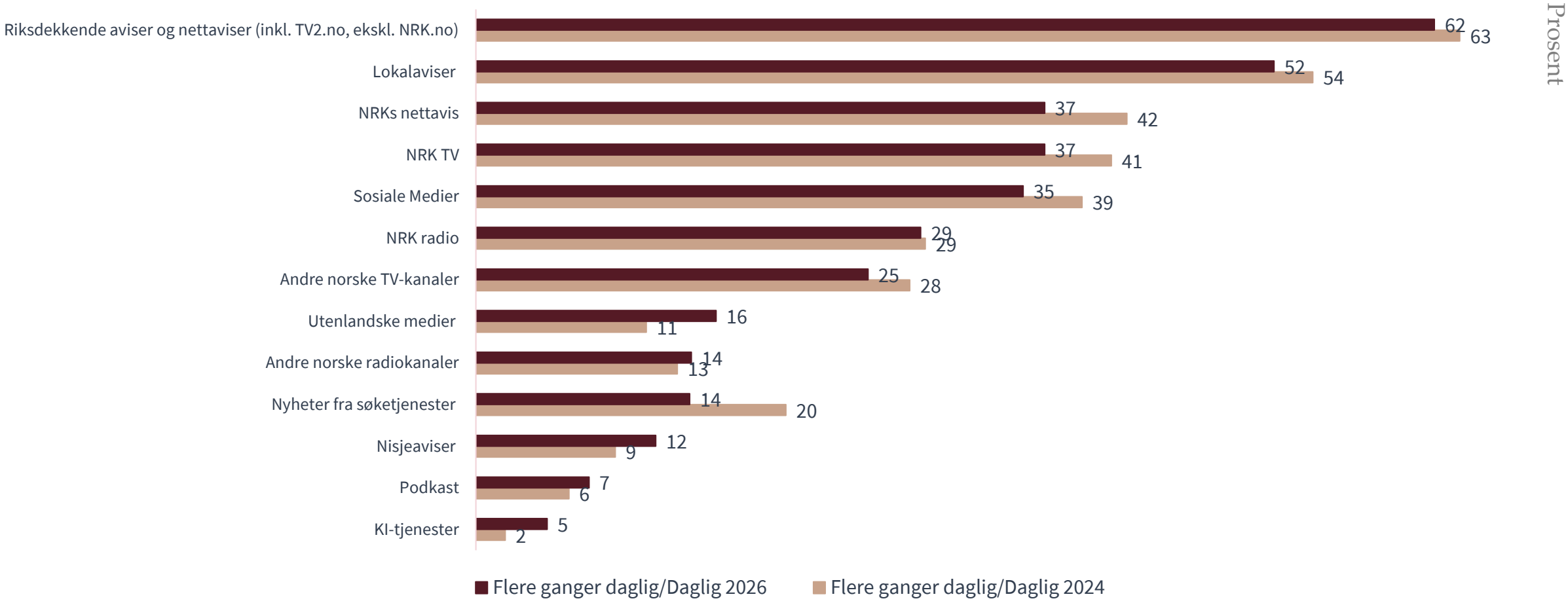
Bruk av nyheter fra ulike medier



Hvor ofte leser/ser/hører du nyheter fra følgende medier?
Base 2026: Alle: 1017

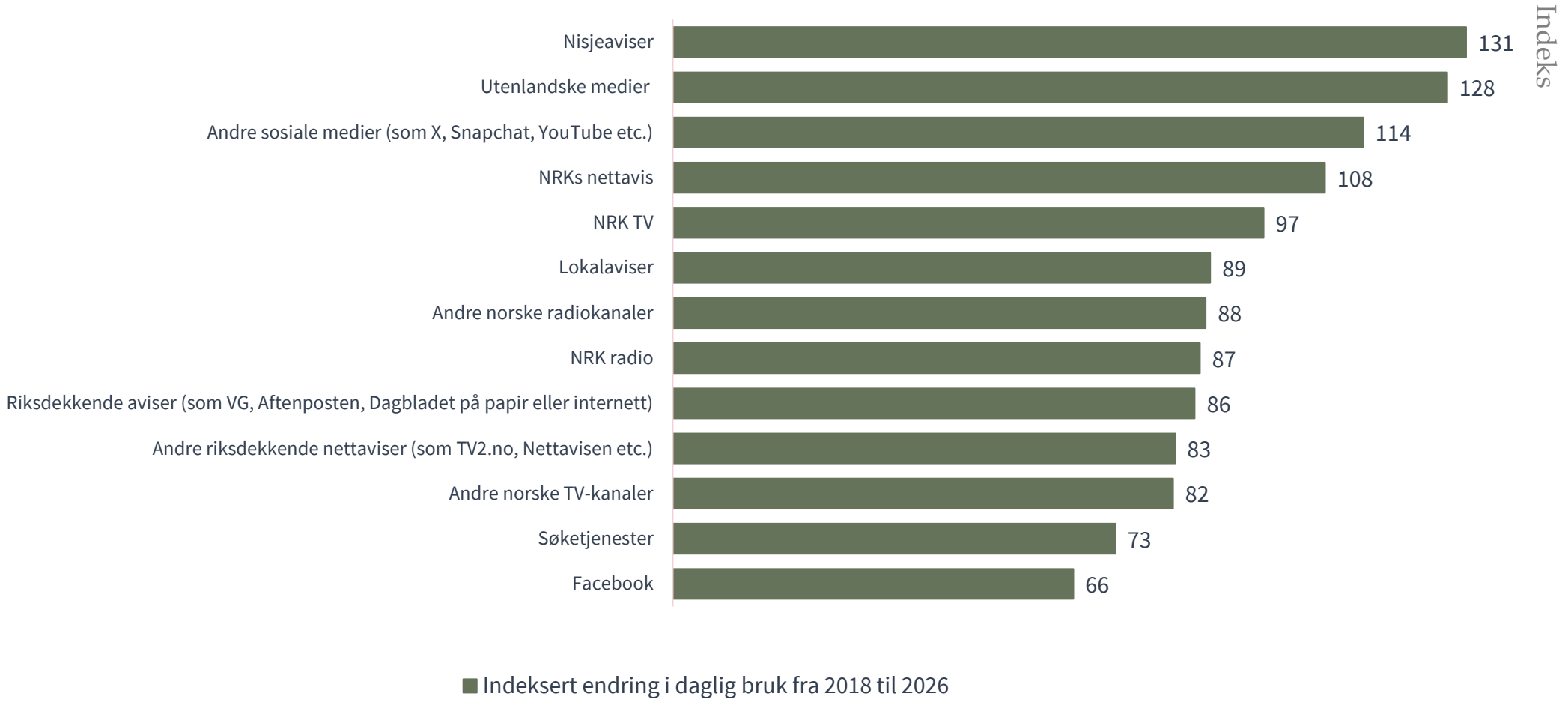
MEDIEBEDRIFTENE

Riks- og lokalaviser brukes hyppigst



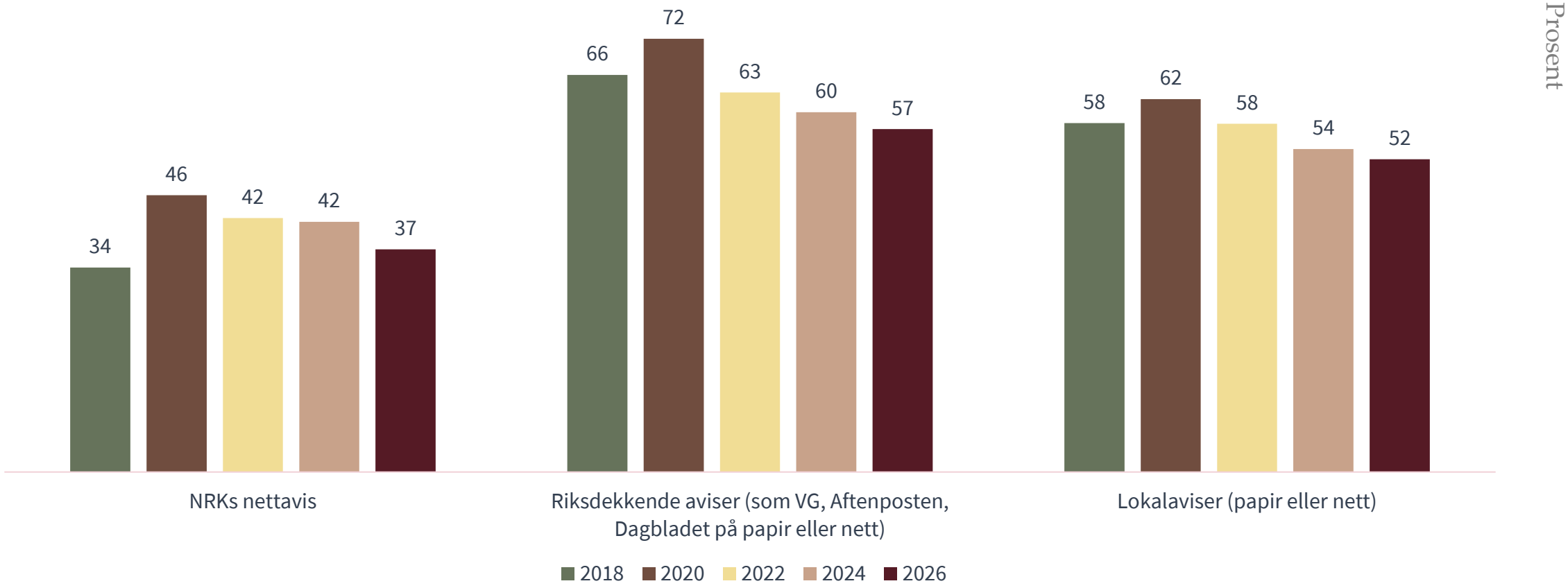
Hvor ofte leser/ser/hører du nyheter fra følgende medier? Flere ganger daglig/Daglig
Base 2026: Alle: 1017

Nyheter på Facebook og søk taper mest



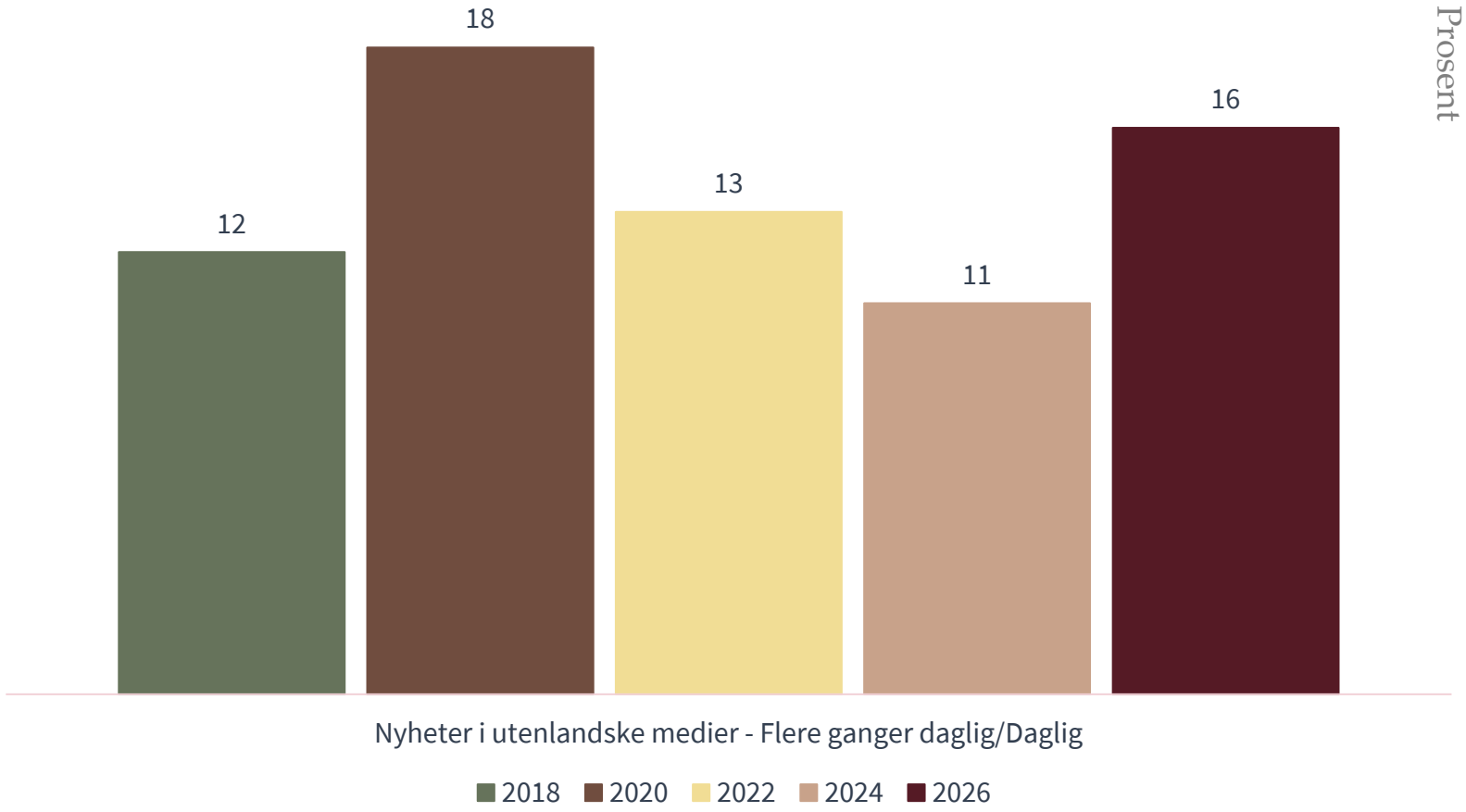
Hvor ofte leser/ser/hører du nyheter fra følgende medier? Flere ganger daglig/Daglig
Base 2026: Alle: 1017

Tilbakegang i daglig bruk siden 2020



Hvor ofte leser/ser/hører du nyheter fra følgende medier? Flere ganger daglig/Daglig
Base 2026: Alle: 1017

Bruk av utenlandske medier



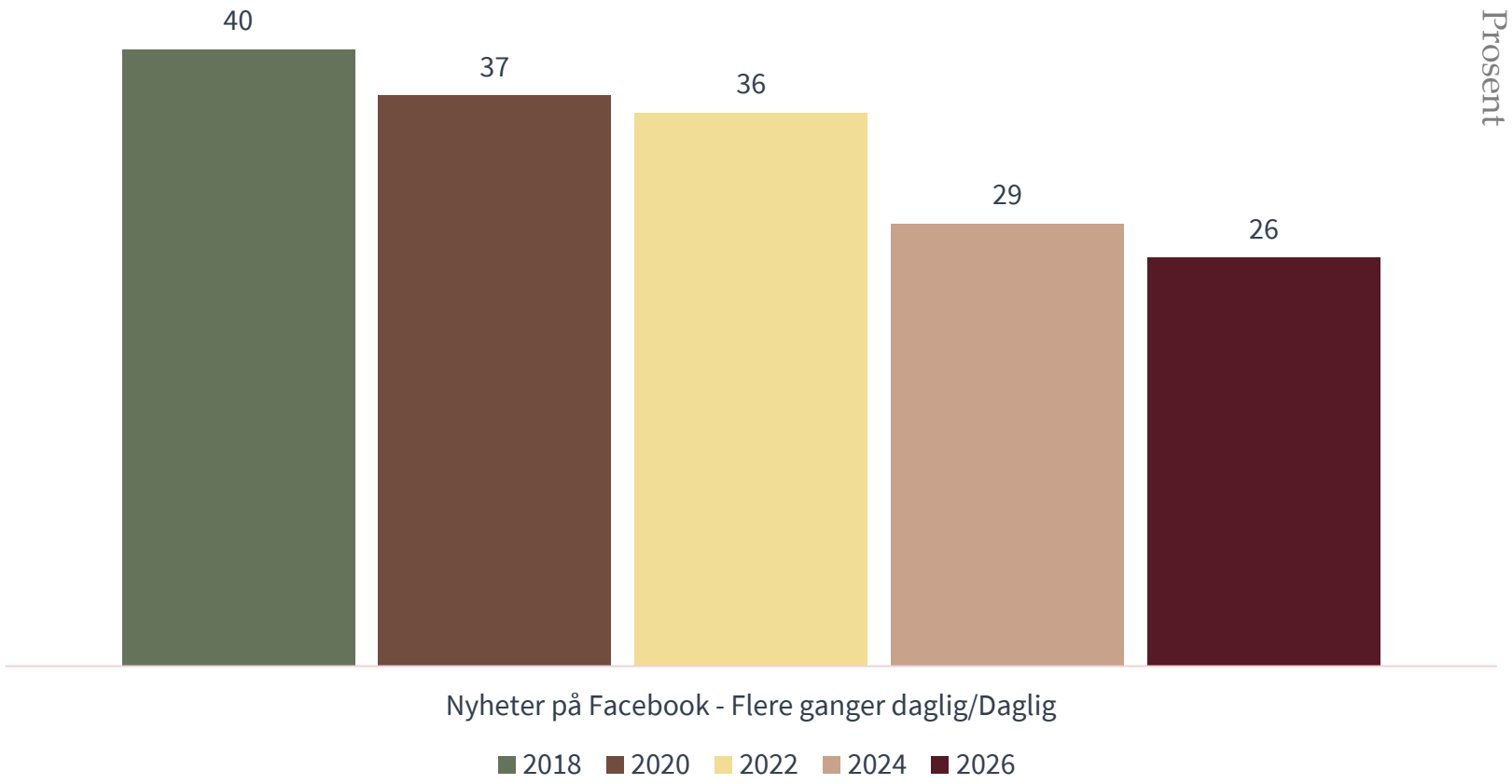
16 %

leser eller hører daglig nyheter fra utenlandske medier.

Kun 1 % oppgir utenlandske medier (TV, radio, papir eller internett) som sin viktigste nyhetskilde.

Hvor ofte leser/ser/hører du nyheter fra følgende medier? Flere ganger daglig/Daglig
Base 2026: Alle: 1017

Facebook taper ytterligere



26 %

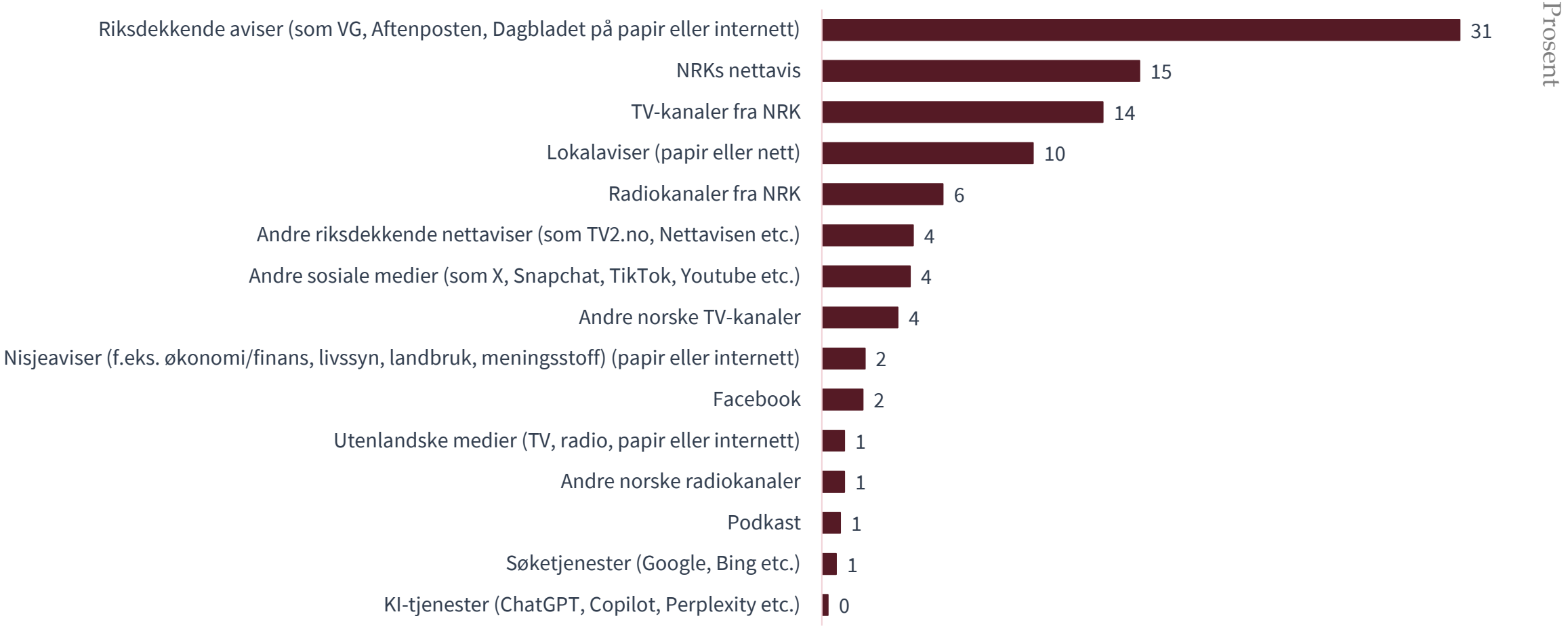
henter daglig nyheter fra Facebook.

36 prosent blant personer over 60 år

Kun 2 % oppgir Facebook som sin viktigste nyhetskilde.

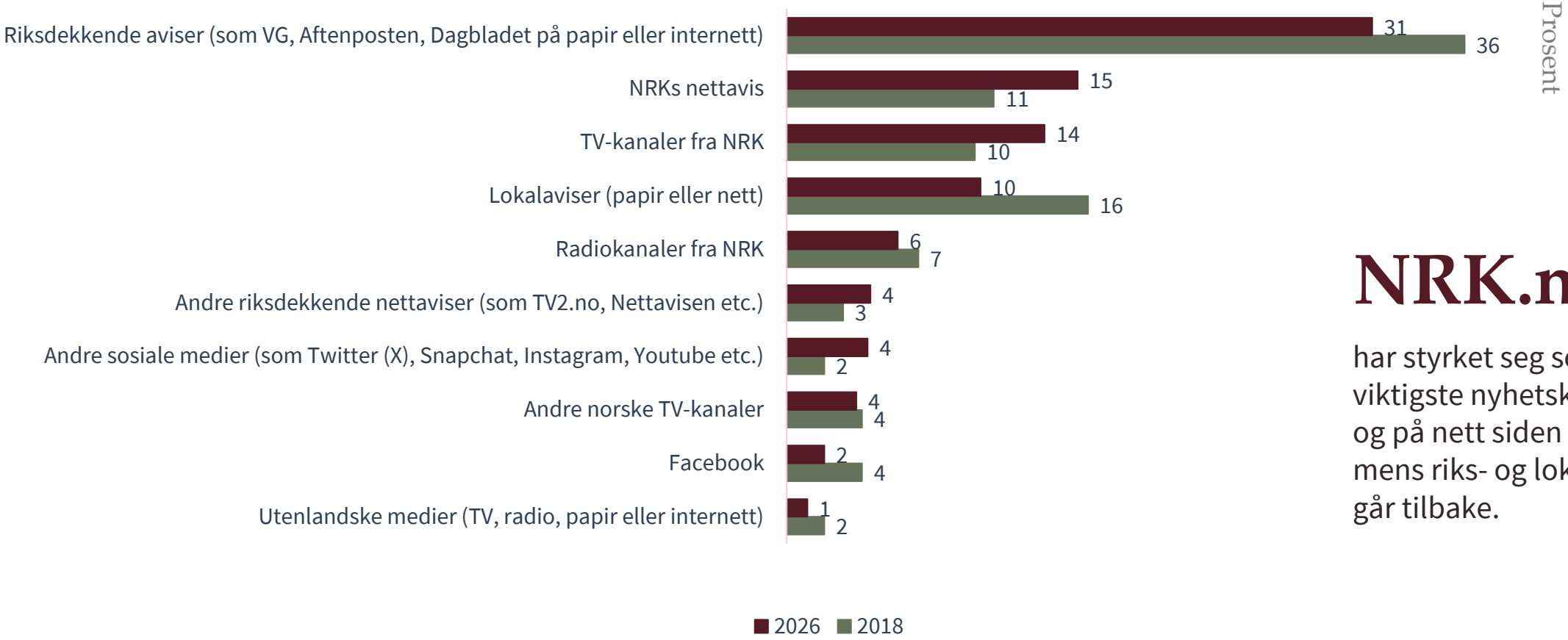
Hvor ofte leser/ser/hører du nyheter fra følgende medier?
Base 2026: Alle: 1017

Riksdekkende aviser er viktigste nyhetskilde



Hva er din viktigste nyhetskilde?
Base 2026: Alle: 1017

Endringer i viktigste nyhetskilde 2018 – 2026

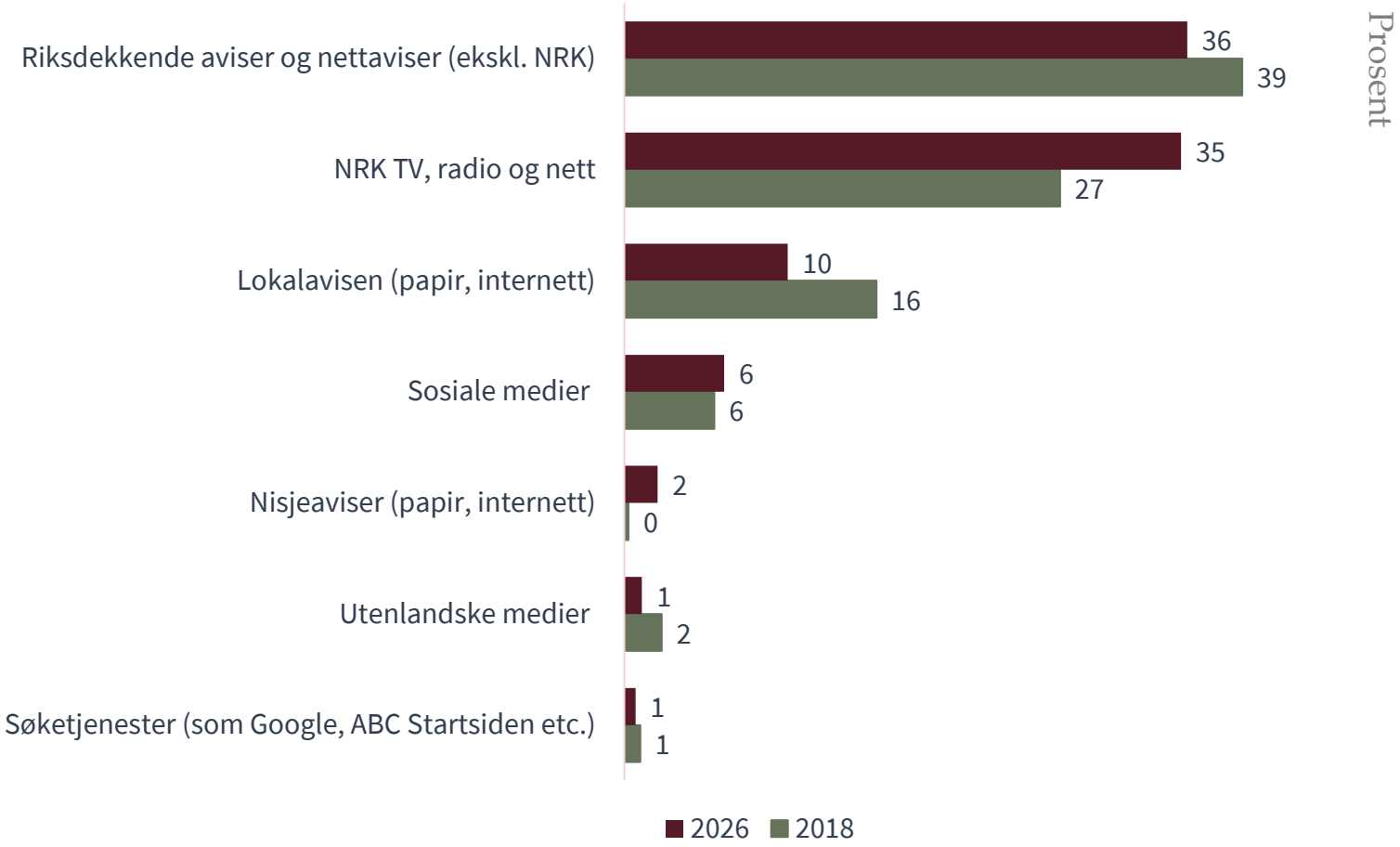


NRK.no

har styrket seg som viktigste nyhetskilde på TV og på nett siden 2018, mens riks- og lokalavisene går tilbake.

Hva er din viktigste nyhetskilde?
Base 2026: Alle: 1017

Riksdekkende aviser og NRK omtrent like viktige



60 +

46 prosent har NRK som viktigste kilde til nyheter.

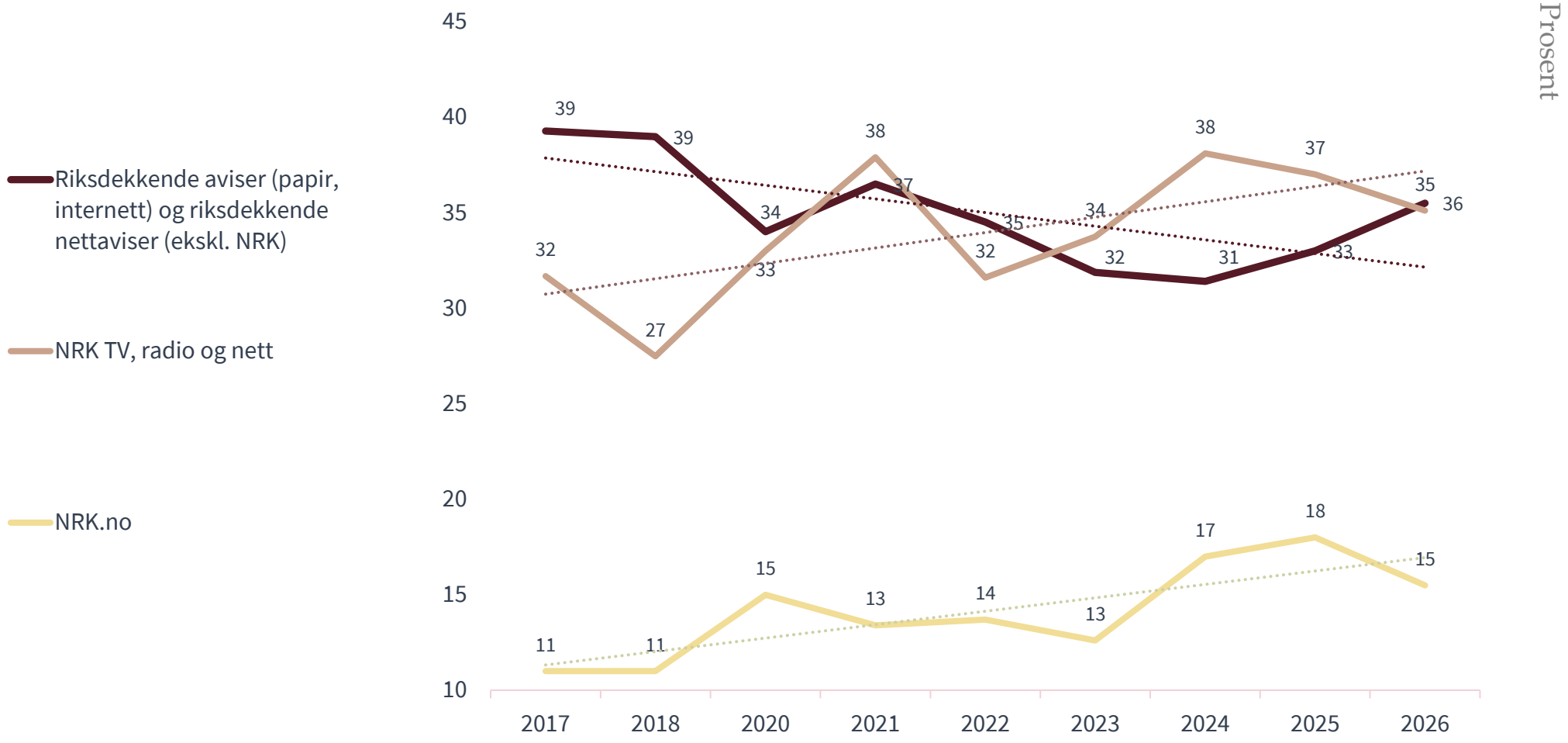
18-29 år

1 av 3 har riksdekkende aviser og nettaviser som viktigste nyhetskilde, mens 28 prosent svarer NRK på tvers av TV, radio og nett.

15 prosent i denne alderen har sosiale medier som viktigste kilde, flere enn i 2018, men ned fra 26 prosent i 2024.

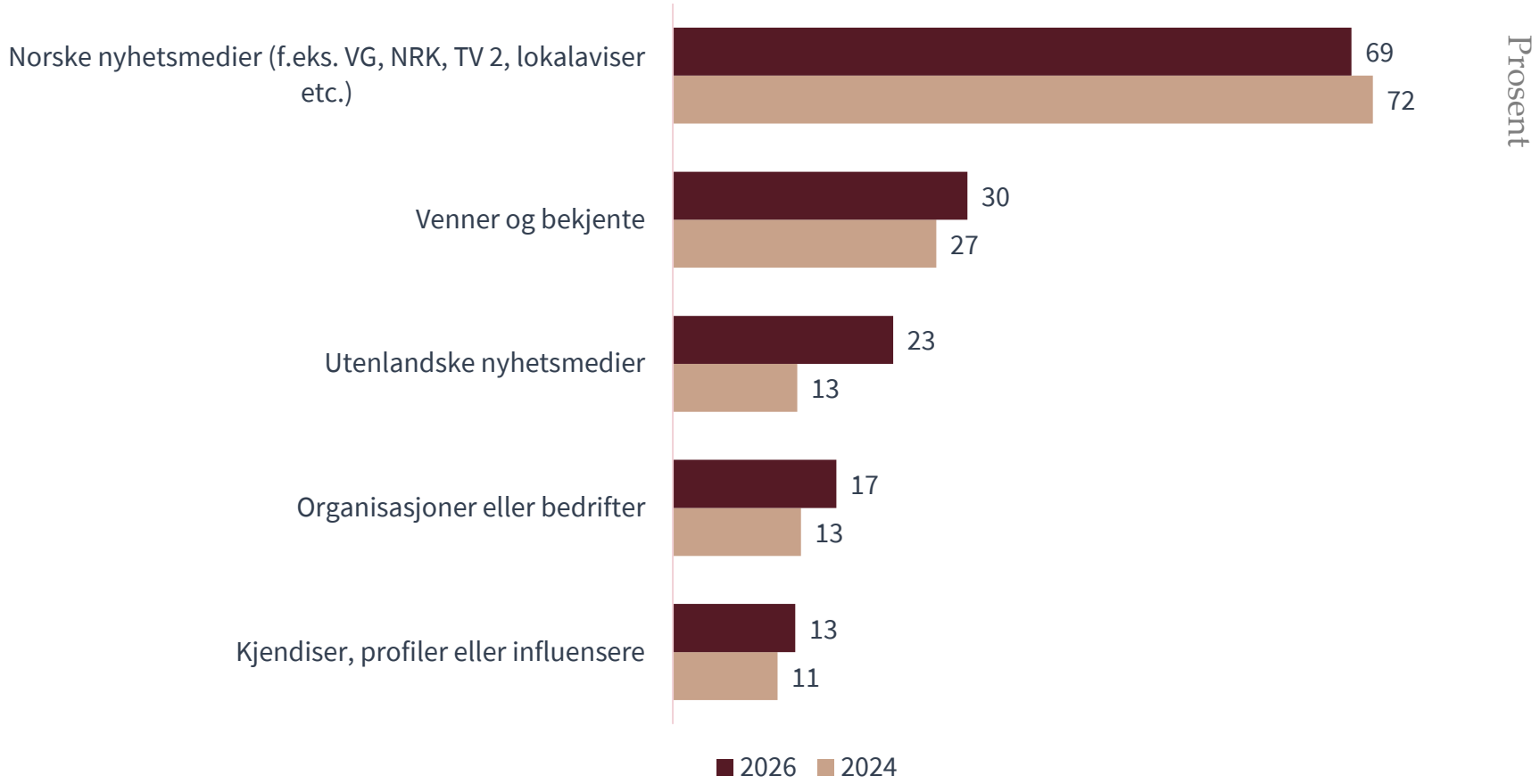
Hva er din viktigste nyhetskilde?
Base 2026: Alle: 1017

NRK og riksdekkende aviser
- viktigste nyhetskilde



Hva er din viktigste nyhetskilde?
Base 2026: Alle: 1017

Norske nyhetsmedier dominerer på SoMe



69 %

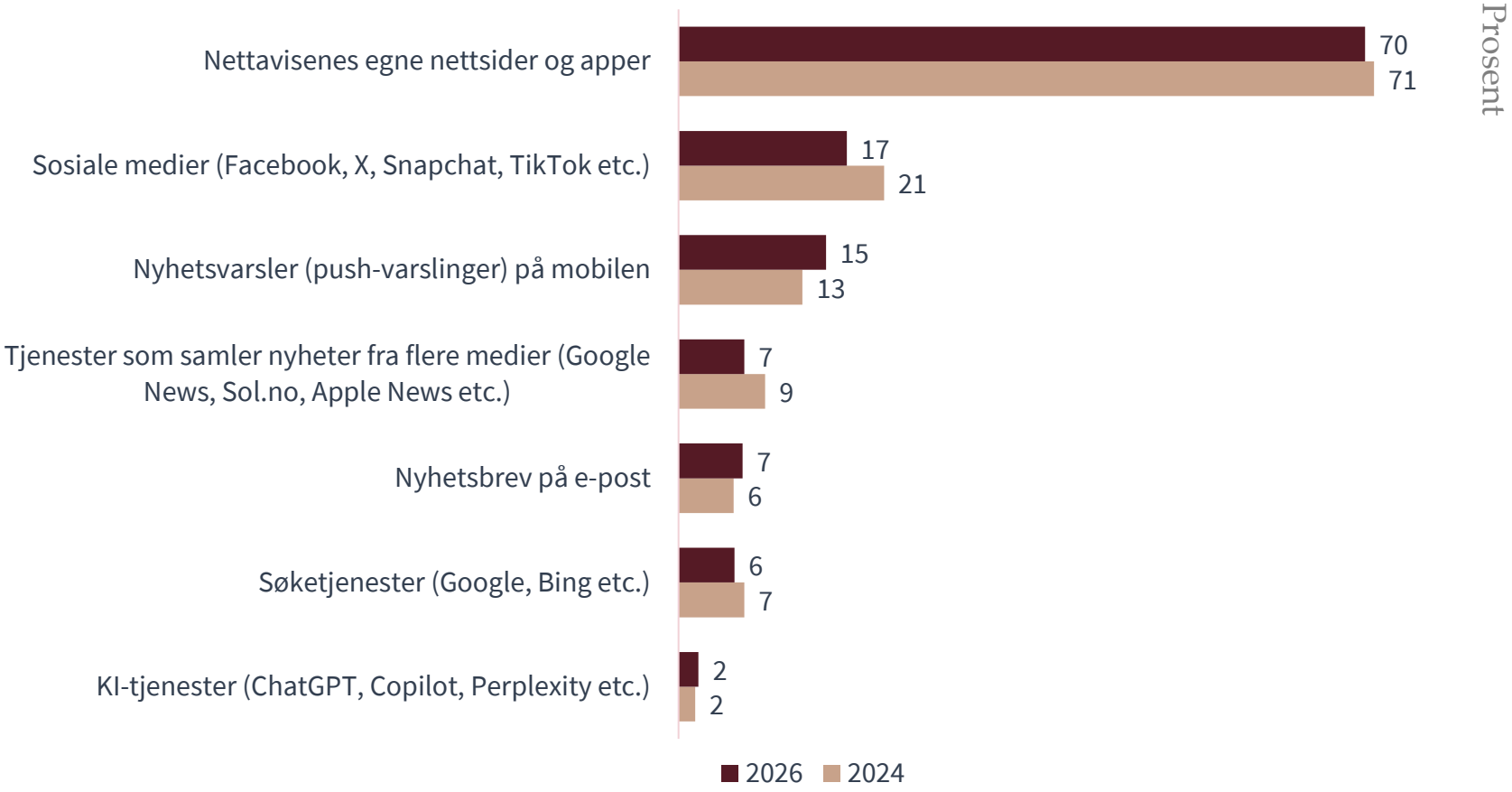
sier at det vanligvis er norske nyhetsmedier som deler nyhetssakene de får med seg i sosiale medier.

Utenlandske nyhetsmedier har blitt mer synlige i sosiale kanaler.

Unge (20 %) og folk med dårligere råd (18 %) oppgir oftere kjendiser, profiler og influensere.

Hvem er det som vanligvis deler nyhetssakene du får med deg i sosiale medier?
Base 2026: Leser/ser/hører nyheter fra Facebook eller andre sosiale medier månedlig eller oftere: 618

Direkterelasjonen står sterkt



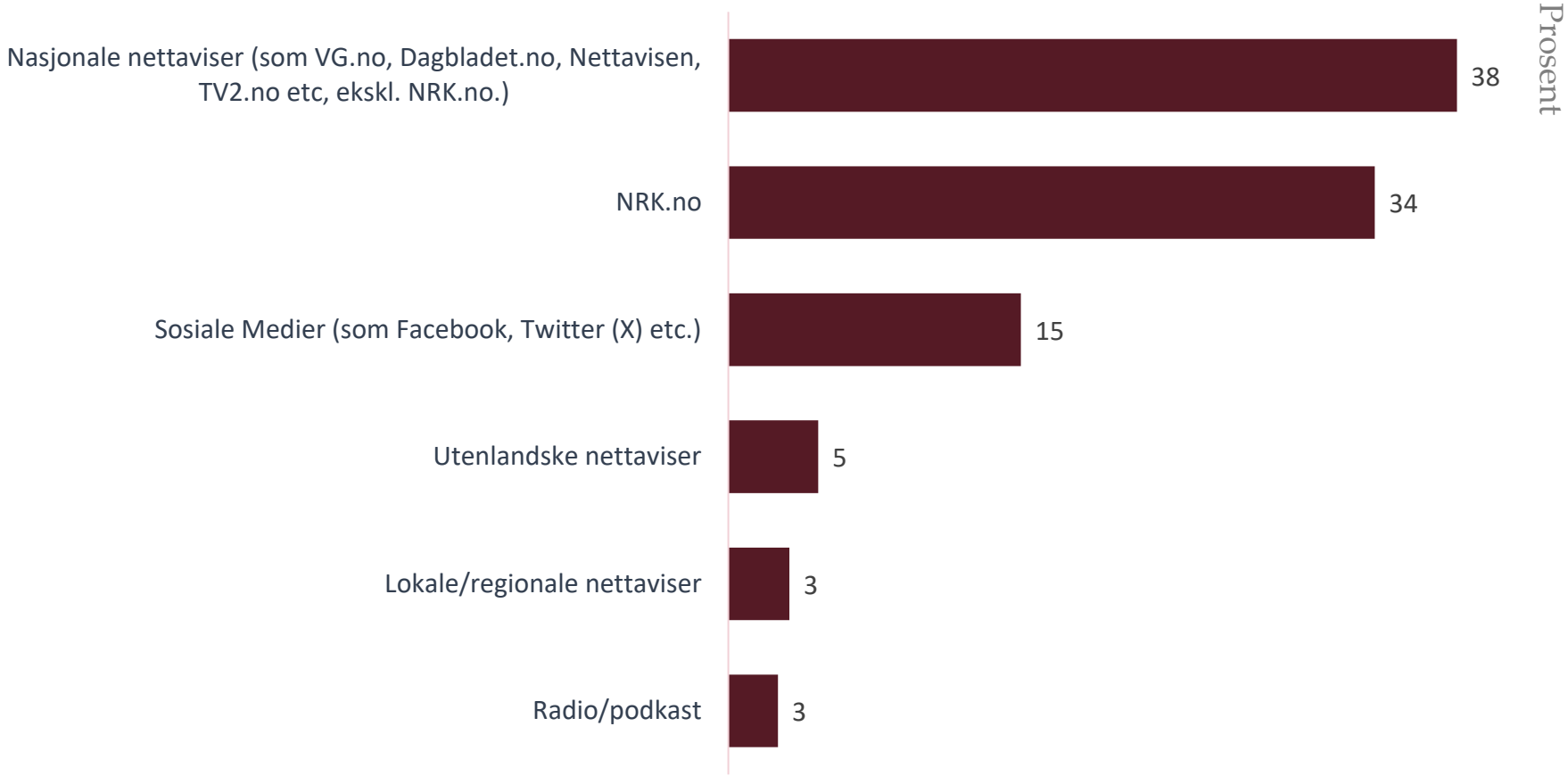
7 av 10

foretrekker at nettavisene deler innhold via egne nettsider og apper.

Andelen som ønsker deling i sosiale medier går tilbake og er nå på 17 prosent. 37 prosent i alderen 18-29 år foretrekker dette, mot over halvparten (51 %) i 2024.

Hvordan foretrekker du at norske nettaviser deler innhold med deg? Via…
Base 2026: Alle: 1017

Viktigste gratis nyhetskilde på nett



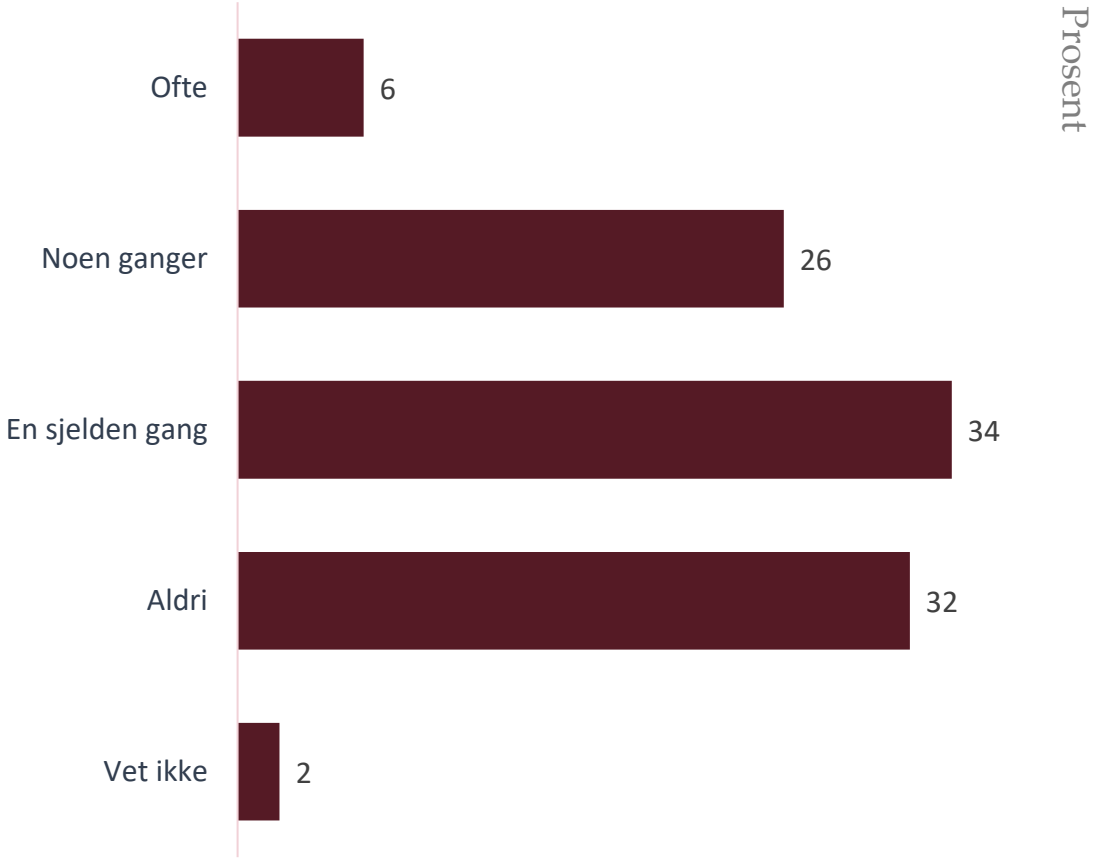
45 %

av de som ikke har abonnement i husstanden, oppgir at de får dekket nyhetsbehovet via gratis nyhetskilder på nett eller sosiale medier.

Nasjonale nettaviser og NRK.no er de viktigste gratis nyhetskildene på nett.

Du svarte at du får dekket nyhetsbehovet av gratis kilder på nett. Hva er din viktigste gratis nyhetskilde på nett?
Base 2026: Har ikke abonnement på avis i husstanden og får dekket nyhetsbehovet av gratis kilder på nett og/eller får nok nyheter via sosiale medier: 116

1 av 3 unngår nyheter ofte eller noen ganger



46 %

av de som opplever å ha fått dårligere råd unngår ofte eller noen ganger nyheter.

4 av 10 blant de som ikke har tilgang til abonnement og flere kvinner enn menn.

Hender det at du aktivt forsøker å unngå nyheter?
Base 2026: 1017

De nyhetsmette



Oppsøker i mindre grad nyheter aktivt, og leser oftere bare det de kommer over



Er mindre opptatt av å være oppdatert på nyhetsbildet til en hvert tid



Får i større grad nyhetsbehovet dekket fra gratis kilder



Stoler i mindre grad på nyhetene i norske aviser



Synes i større grad at det er vanskelig å finne frem til nyhetene de interesserer seg for



Mener i større grad at mediene i for liten grad vektlegger positive nyheter



Synes i mindre grad at norske nettaviser gir et balansert bilde av virkeligheten

Hender det at du aktivt forsøker å unngå nyheter?
Base 2026: Ofte eller noen ganger: 288



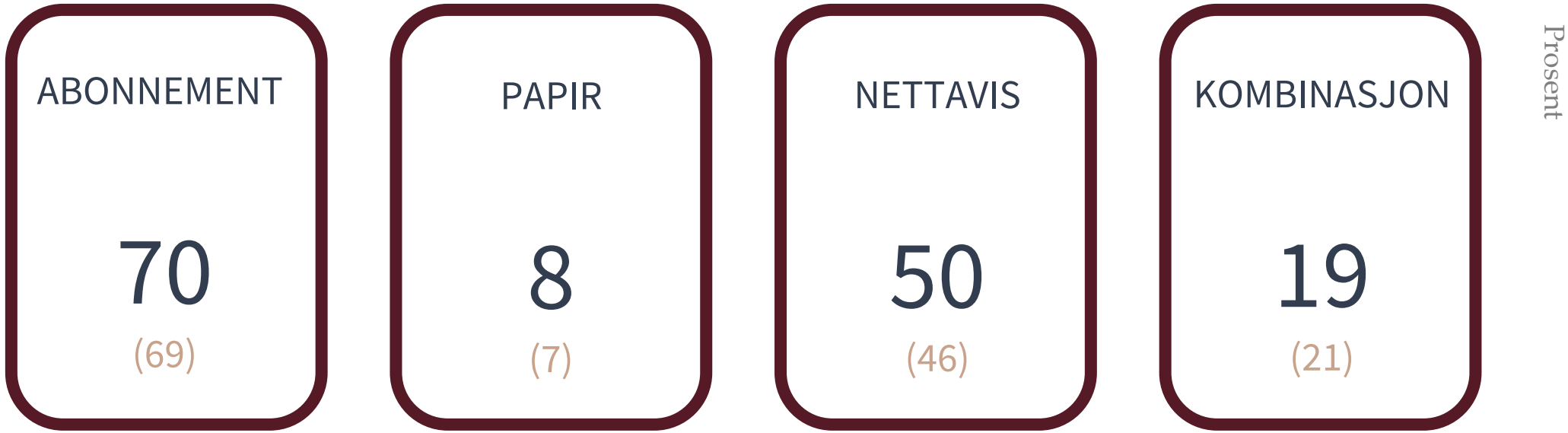
2. Betaling og abonnement

MEDIEBEDRIFTENE

HOVEDFUNN – Betaling og abonnement

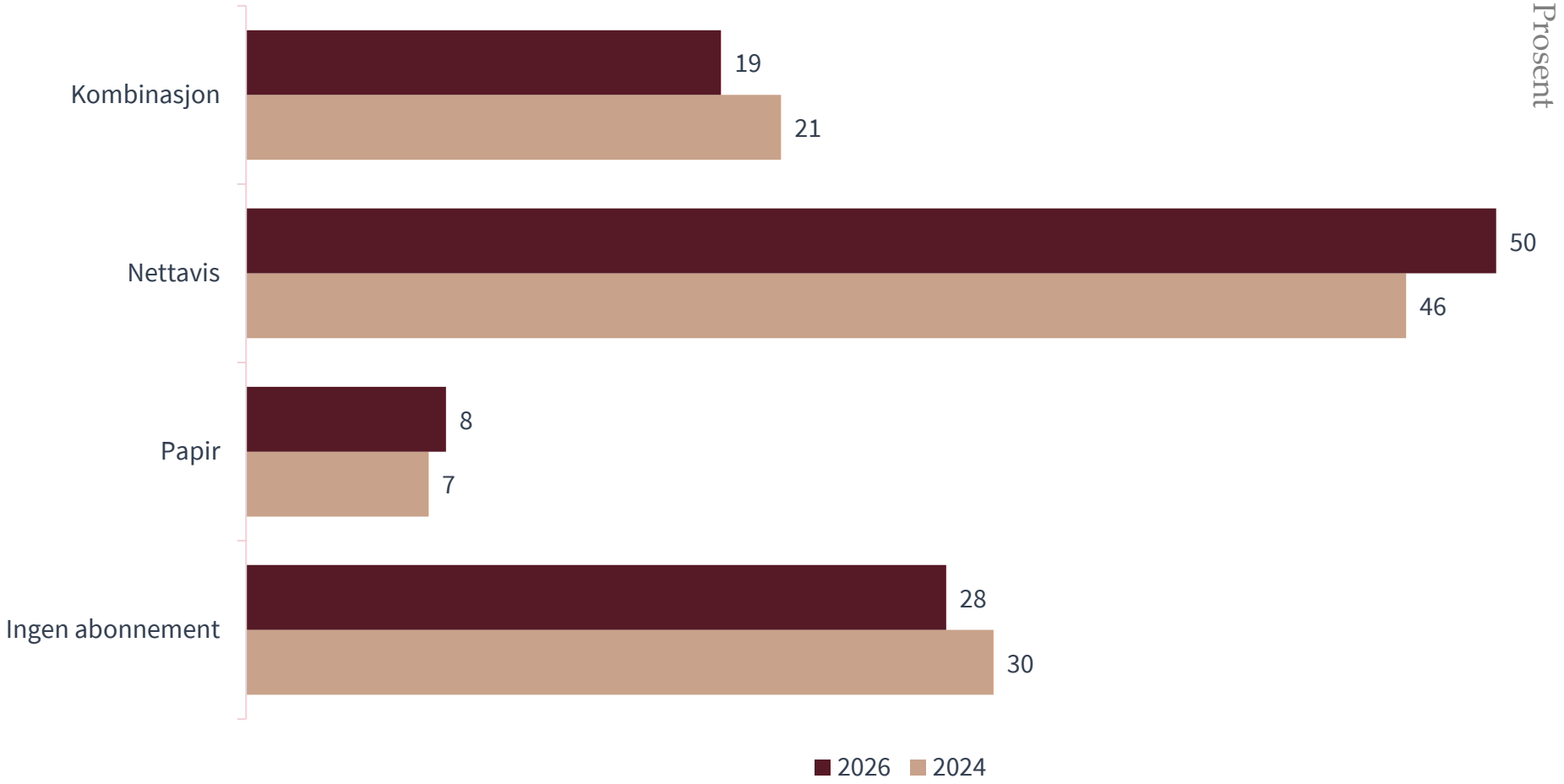
- **7 av 10 har tilgang til avisabonnement.** 6 av 10 i alderen 18–29 år. Halvparten av befolkningen har tilgang til et heldigitalt abonnement.
- **Nesten alle har et annet medieabonnement enn avis.** 3 av 4 har tilgang til en norsk eller utenlandsk strømmetjeneste for TV og film.
- **Norske strømmetjenester vokser mest.** Flere har nå tilgang til norske TV- og filmstrømmetjenester enn til musikkstrømming.
- **Abonnement på KI-tjenester er målt for første gang** og 12 prosent har tilgang til en slik tjeneste i husstanden.
- **Lokal- og regionavisene når bredest blant abonnentene.** 78 prosent har tilgang til en lokal- eller regionavis, mens riksavisene har størst vekst.
- **De fleste betaler selv eller får abonnementet betalt i husstanden.** 7 av 10 betaler minst ett abonnement selv, og 9 av 10 abonnement finansieres innenfor husstanden. I aldersgruppen 18-29 år betaler 4 av 10 selv.
- **Nærhet, kvalitet og samfunnsoppdraget motiverer til abonnement.** Pris, opplevd verdi og gratis alternativer er de viktigste hindrene.

7 av 10 har tilgang til minst ett avisabonnement



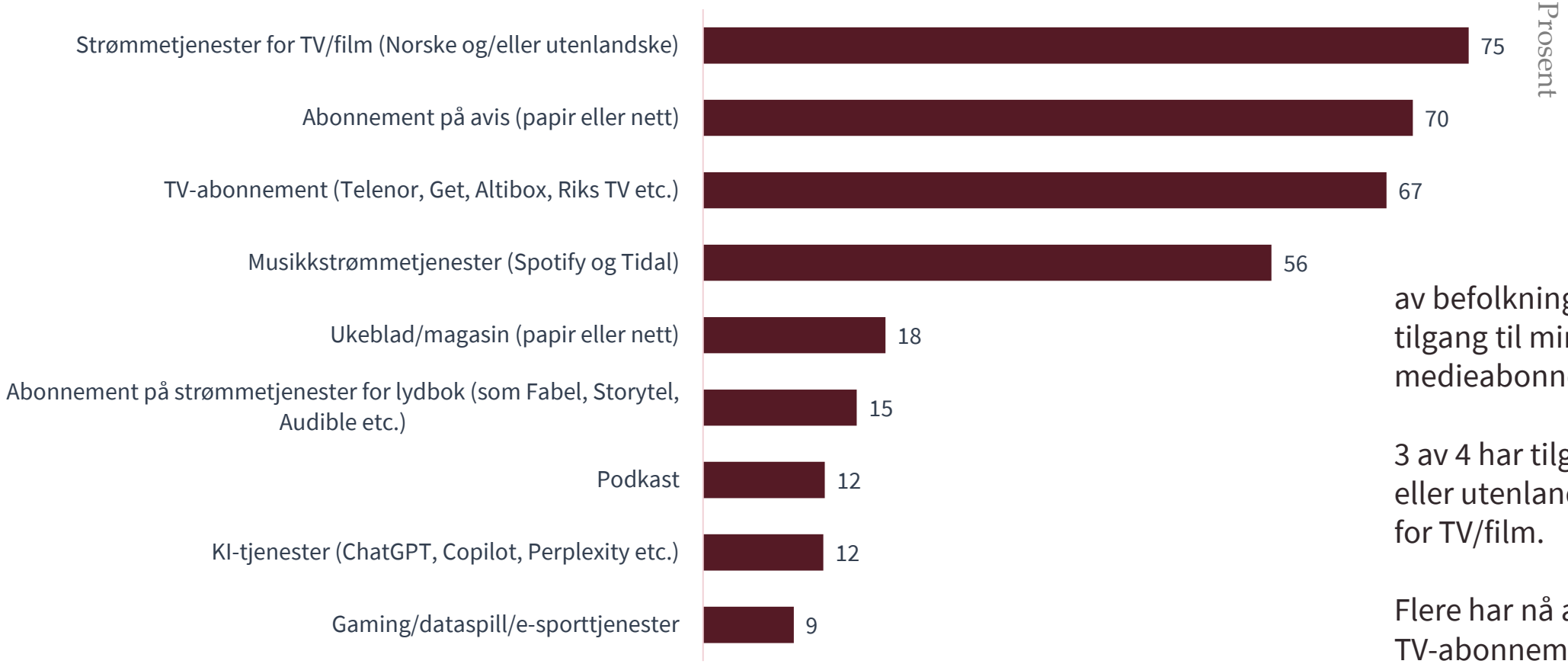
Hvilke av følgende abonnement på avis har du eller din husstand? Tall i parentes er fra 2024.
Base 2026: Alle: 1017

Halvparten har tilgang til heldigitale avisabonnement



Hvilke av følgende abonnement på avis har du eller din husstand?
Base 2026: Alle: 1017

Flere har strømmetjenester enn avisabonnement



96 %

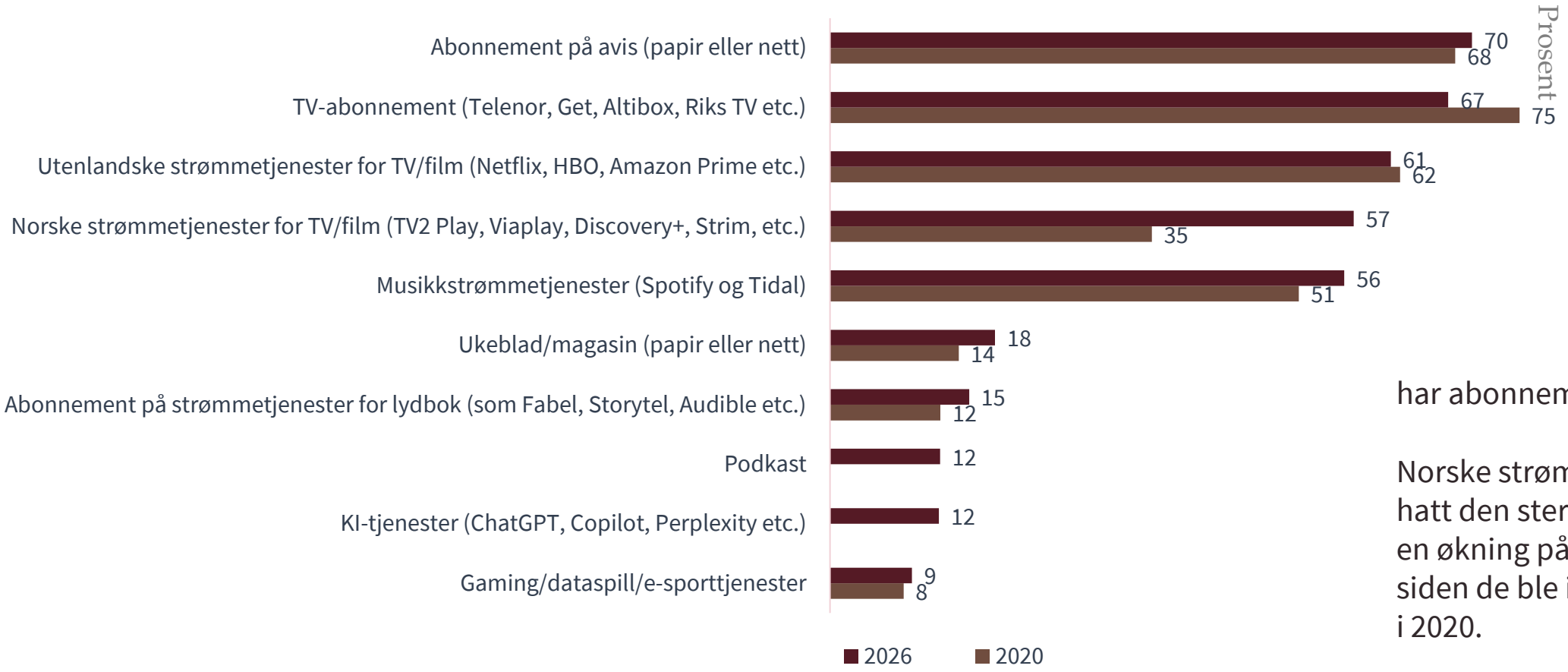
av befolkningen over 18 år har tilgang til minst ett annet medieabonnement enn avis.

3 av 4 har tilgang til minst én norsk eller utenlandsk strømmetjeneste for TV/film.

Flere har nå avisabonnement enn TV-abonnement.

Hvilke av følgende abonnement har du eller din husstand?
Base 2026: Alle: 1017

Norske strømmetjenester passerer musikkstrømming



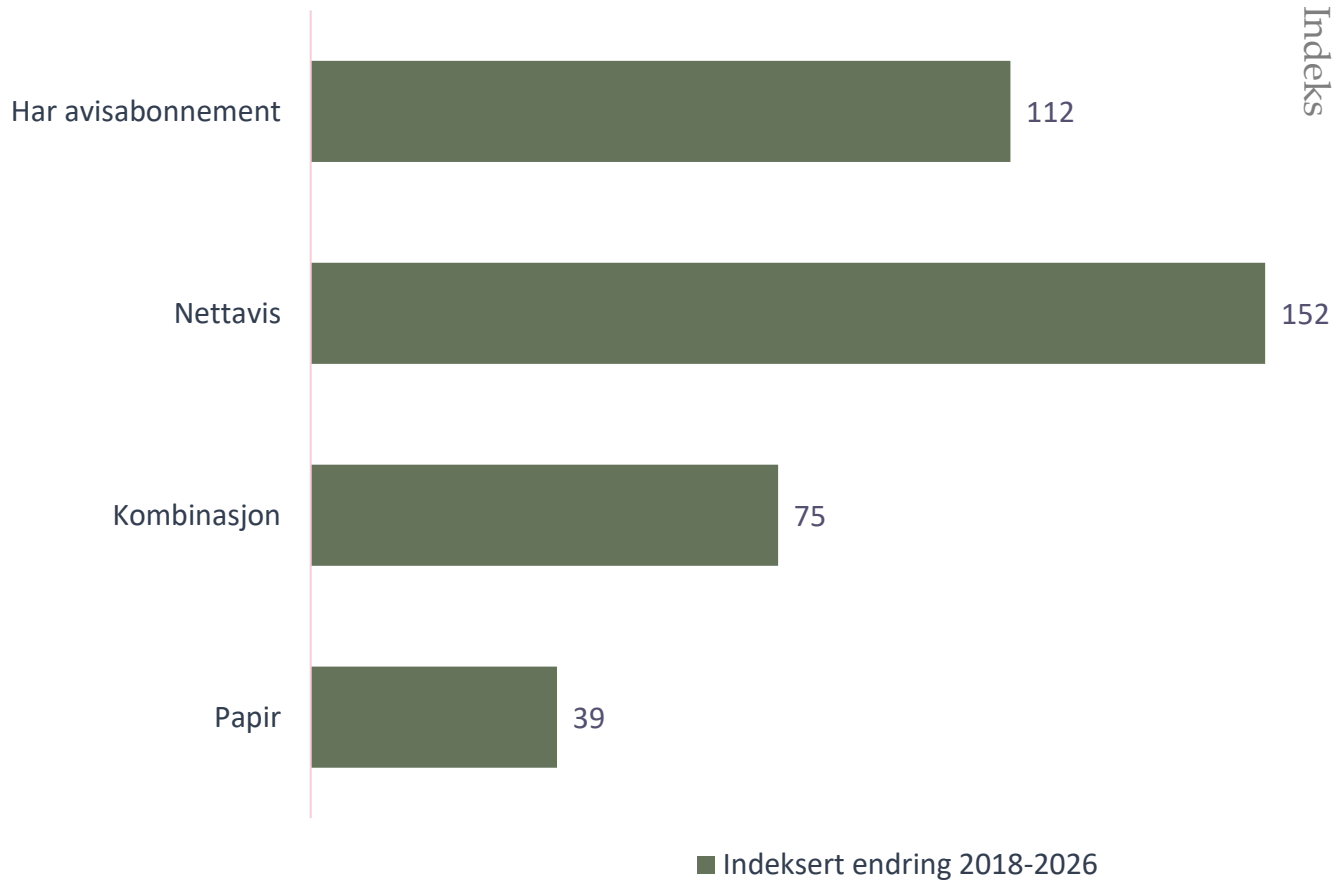
12 %

har abonnement på KI-tjenester.

Norske strømmetjenester har hatt den sterkeste veksten, med en økning på 22 prosentpoeng siden de ble inkludert i målingen i 2020.

Hvilke av følgende abonnement har du eller din husstand?
Base 2026: Alle: 1017

Flere har tilgang til aviser i 2026 enn i 2018

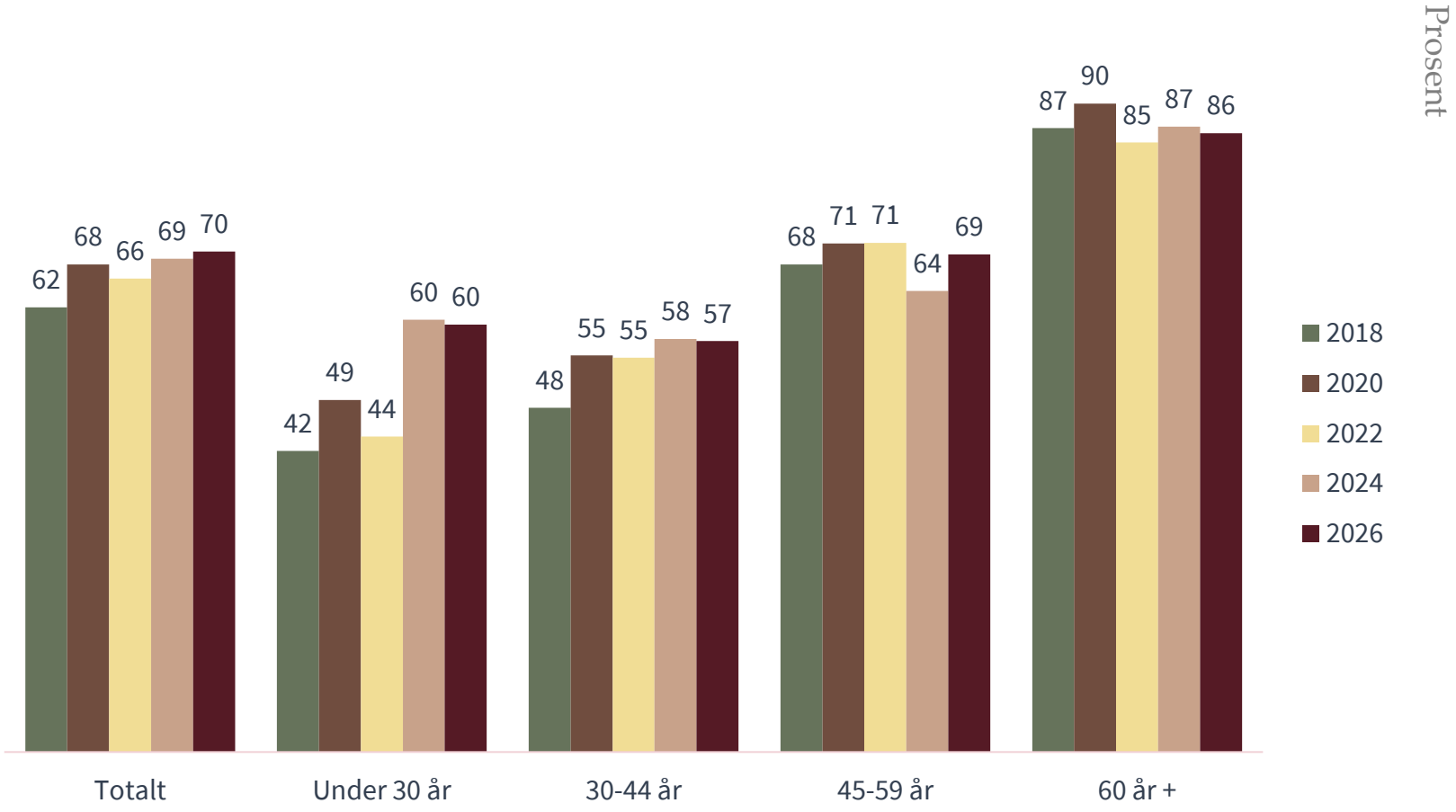


!

Veksten i tilgang til avisabonnement kommer fra heldigitale abonnement, som har økt med 52 prosent siden 2018.

Hvilke av følgende abonnement på avis har du eller din husstand?
Base 2026: Alle: 1017

Sterkest vekst blant de yngste



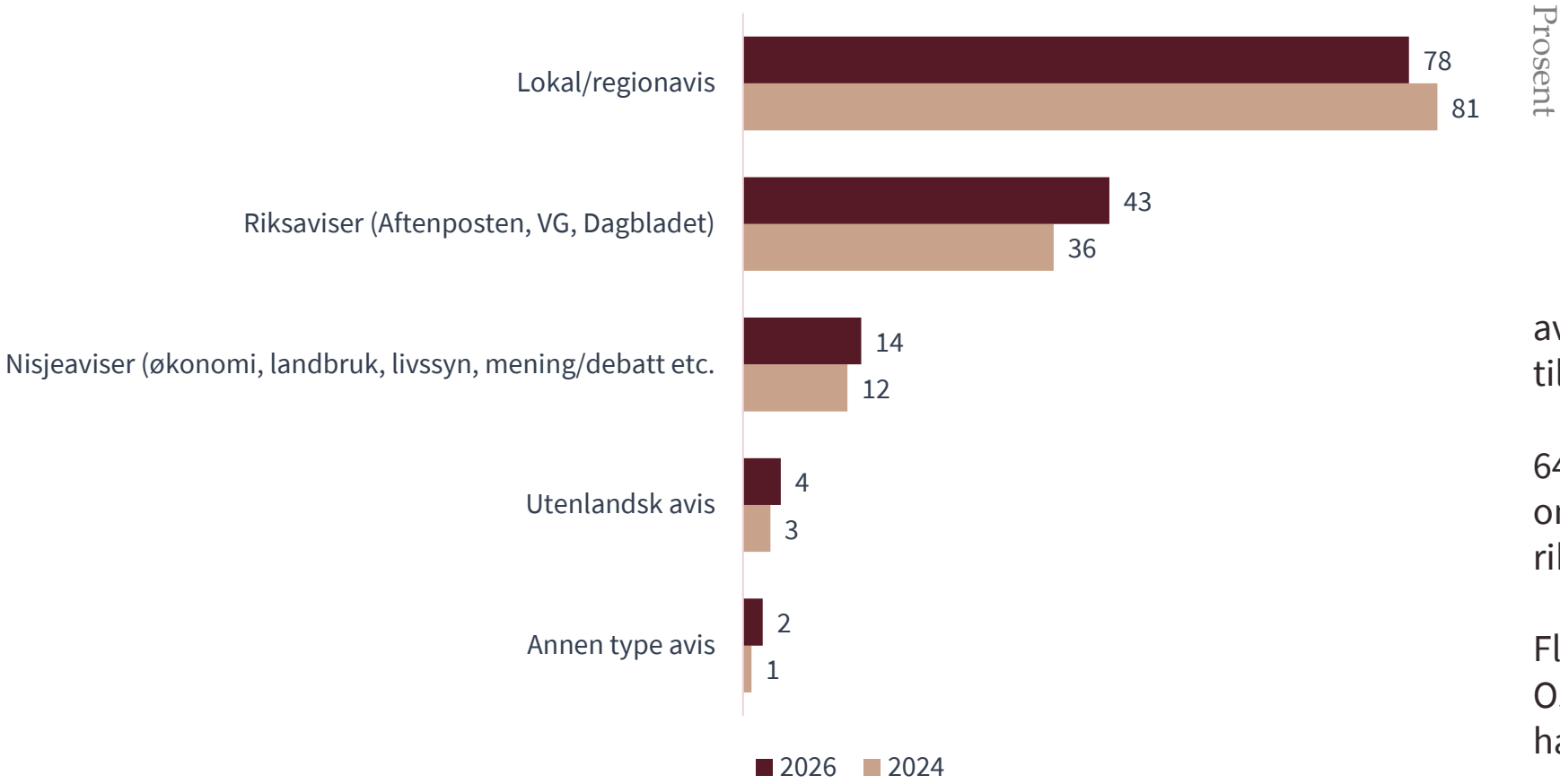
6 av 10

unge har tilgang til avisabonnement.

Veksten kommer først og fremst fra abonnement på riksaviser, mens færre unge har tilgang til lokalaviser.

Hvilke av følgende abonnement på avis har du eller din husstand? Har tilgang til abonnement.
Base 2026: Alle: 1017

Størst økning for riksavisene



78 %

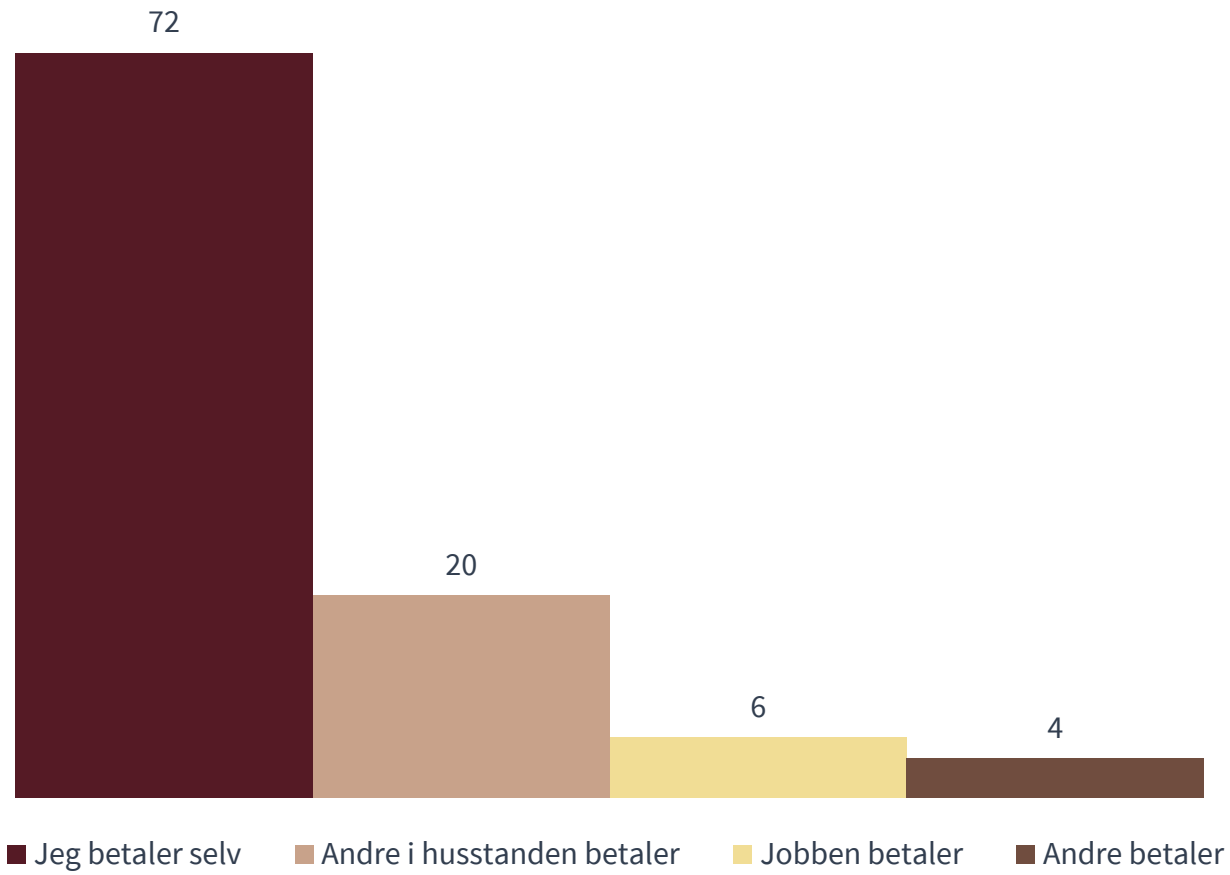
av abonnentene har
tilgang til lokal- eller regionaviser.

64 prosent av de som bor i Oslo og omegn har tilgang til en riksavis, og riksavisene øker mest.

Flest under 45 år, personer bosatt i Oslo, og folk med høyere utdanning har tilgang til nisjeaviser.

Hvilke avistyper (papir eller nett) abonnerer din husstand på?
Base 2026: Har abonnement på avis: 749

7 av 10 betaler minst ett abonnement selv



9 av 10

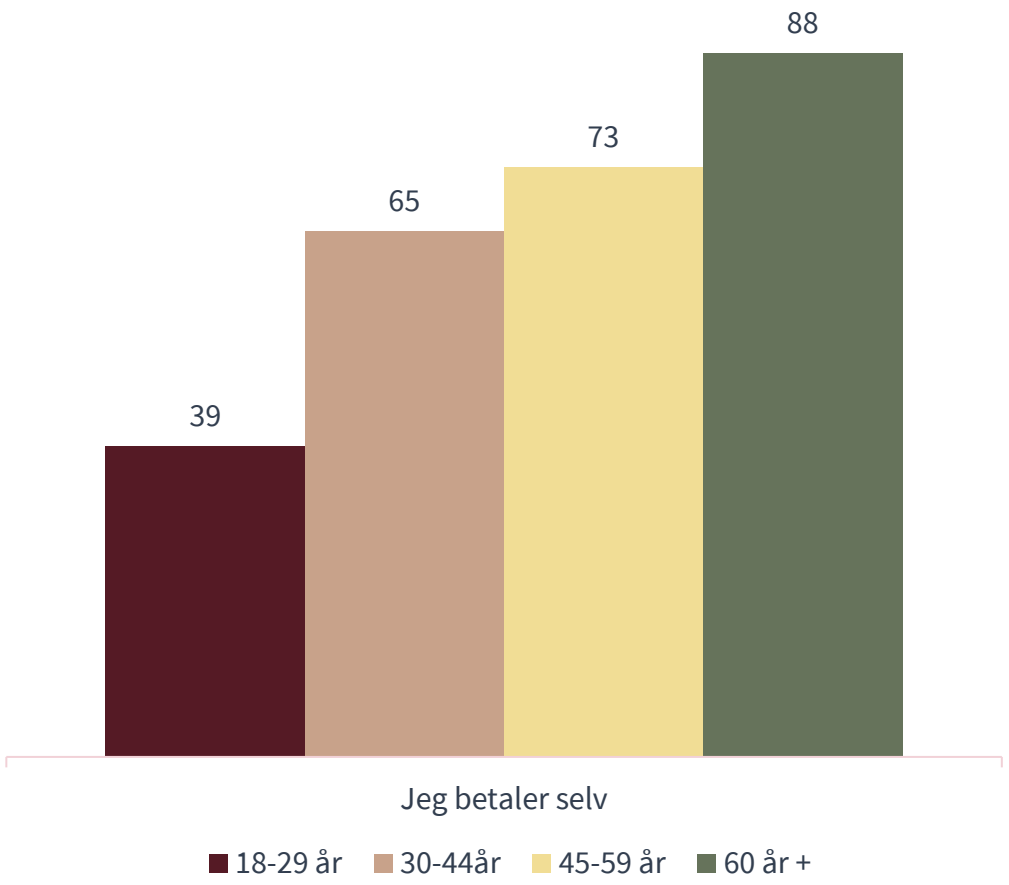
abonnement betales innenfor husstanden.

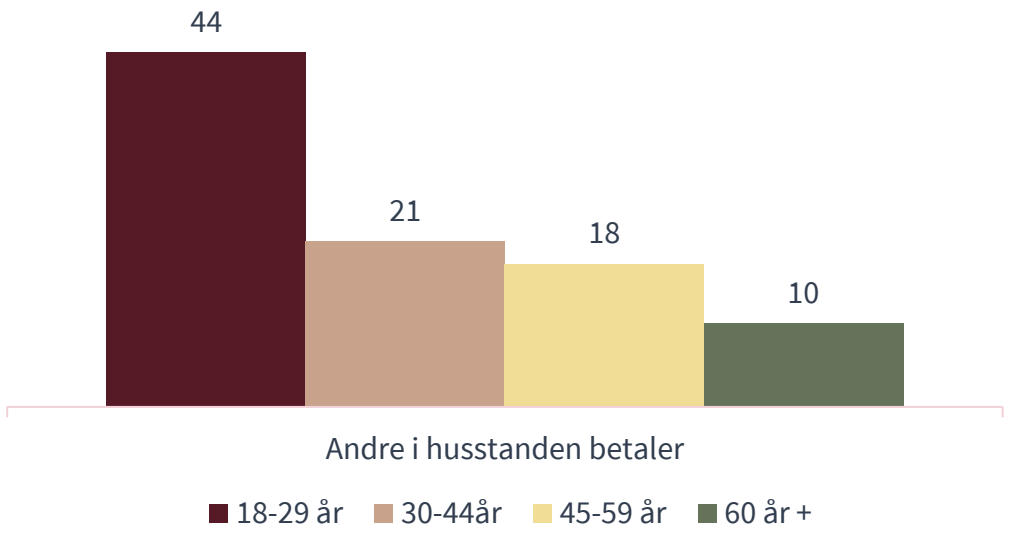
72 prosent betaler for minst ett abonnement selv, mens 2 av 10 har andre i familien som betaler.

Det er omtrent like mange som betaler selv i 2026 som i 2018.

Hvem betaler for avisabonnementet? * Tallene summeres til over 100 % fordi noen kan ha flere abonnement med ulike typer betaling.
Base 2026: Har avisabonnement på minst én type: 750

4 av 10 unge betaler selv





6 av 10

unge oppgir at andre enn de selv betaler for minst ett abonnement (husstanden, jobben eller andre).

Hvem betaler for avisabonnementet? * Tallene summeres til over 100 % fordi noen kan ha flere abonnement med ulike typer betaling.
Base 2026: Har avisabonnement: 700

Viktigste grunner til å abonnere på aviser



68 %

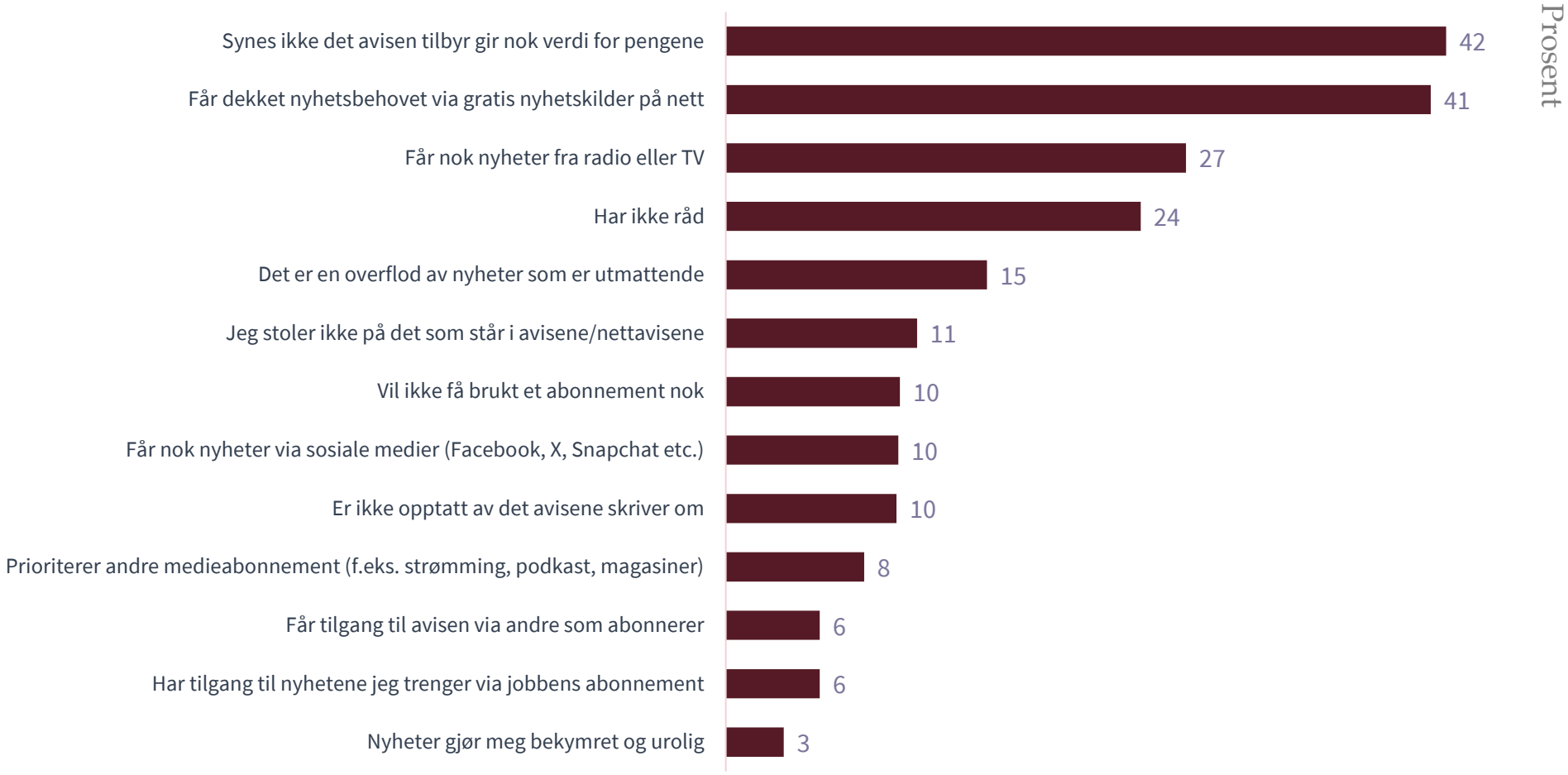
av abonnentene på lokalaviser oppgir mulighet til å følge med i nærområdet som årsak til å abonnere.

Kvalitetssikrede nyheter anses som viktigere med alderen, og for folk med høyere utdanning, mens de som opplever å ha fått dårligere råd sjeldnere svarer dette.

1 av 10 i alderen 18-29 år har abonnement kun fordi andre betaler.

Hva er de viktigste grunnene til at du eller din husstand abonnerer på avis og/eller nettavis?
Base 2026: Har abonnement på avis i husstanden: 753

Økonomi er hovedårsak til ikke å abonnere på aviser



4 av 10

ikke-abonnenter synes at avisene ikke gir god nok verdi.
Like mange får dekket nyhetsbehovet av gratis kilder.

1 av 4 har ikke råd.

Få blir bekymret og urolig av nyheter, men overfloden av nyheter kan virke utmattende på noen.

Bare 1 av 10 i alderen 18-29 år får nok nyheter fra radio eller TV.

Hva er de viktigste grunnene til at du eller din husstand ikke abonnerer på avis og/eller nettavis?
Base 2026: Har ikke abonnement på avis i husstanden: 242



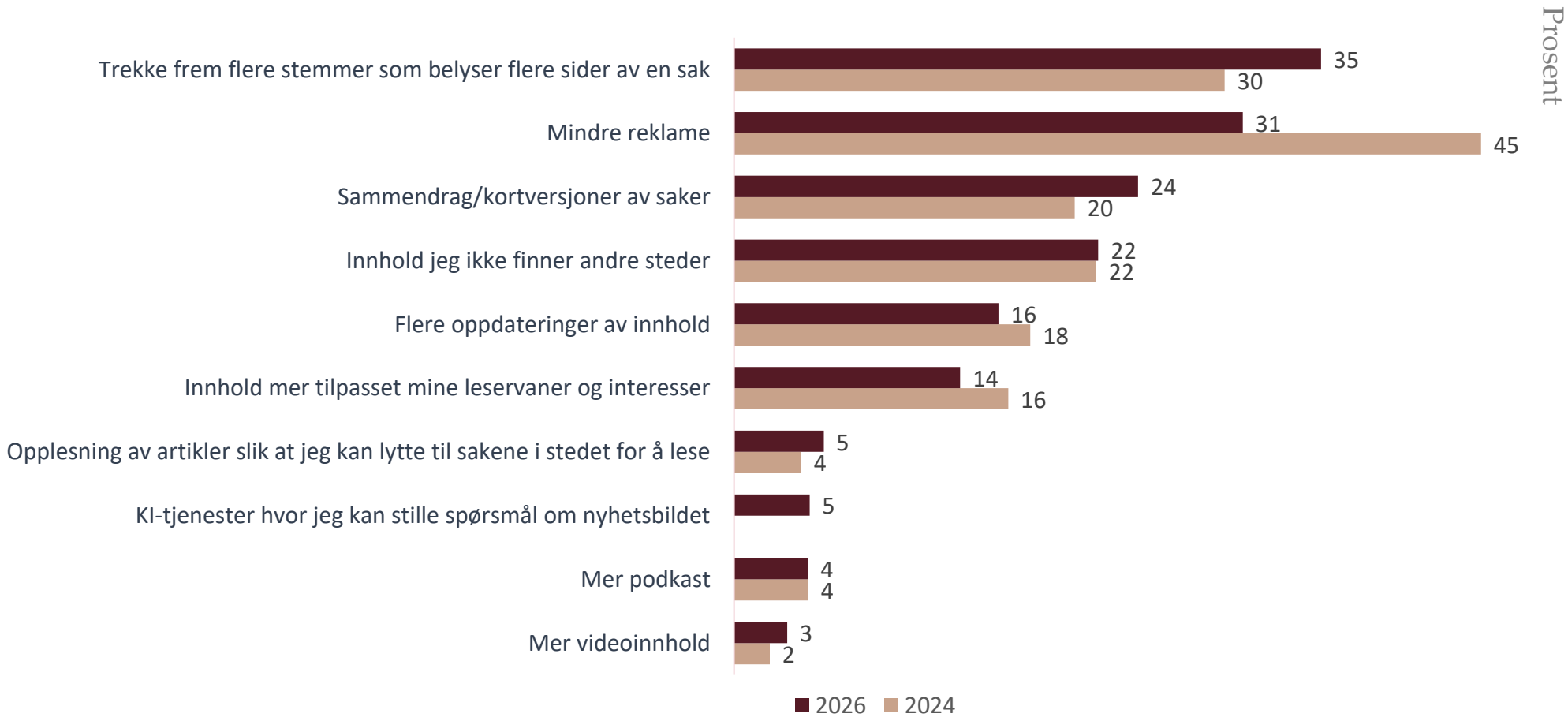
3. Verdi og attraktivitet

MEDIEBEDRIFTENE

HOVEDFUNN – Verdi og attraktivitet

- **Flere perspektiver og mindre reklame kan gjøre nettavisene mer attraktive.** De yngre ønsker i større grad innhold tilpasset sine interesser og er mer opptatt av både lyd og video.
- **Lavere priser og deling er de mest etterspurte abonnementstiltakene.** De unge ønsker også større fleksibilitet i hvilke produkter abonnementet inneholder.
- **Tekst er fortsatt det foretrukne formatet.** 2 av 3 foretrekker tekstbaserte artikler, men video vokser og foretrekkes av over halvparten i alderen 18–29 år.
- **1 av 5 har et samleabonnement (bundle).** Den mest attraktive modellen er å kunne sette sammen innholdet selv. Blant unge kan også 1 av 5 tenke seg å kjøpe enkeltsaker fremfor å abonnere.
- **Avisinnhold er kjernen i en bundle.** De unge er samtidig mer interessert i å kombinere aviser med strømmetjenester for TV, film og musikk og andre tjenester.
- **Nyheter oppfattes som samfunnsviktige.** Nordmenn stoler i stor grad på nyhetene i norske aviser og ønsker å være oppdatert på nyhetsbildet. Samtidig oppsøker 1 av 4 sjelden nyheter aktivt, og nesten like mange synes det er vanskelig å finne nyheter de interesserer seg for.

Innhold: Flere stemmer og mindre reklame



18-29

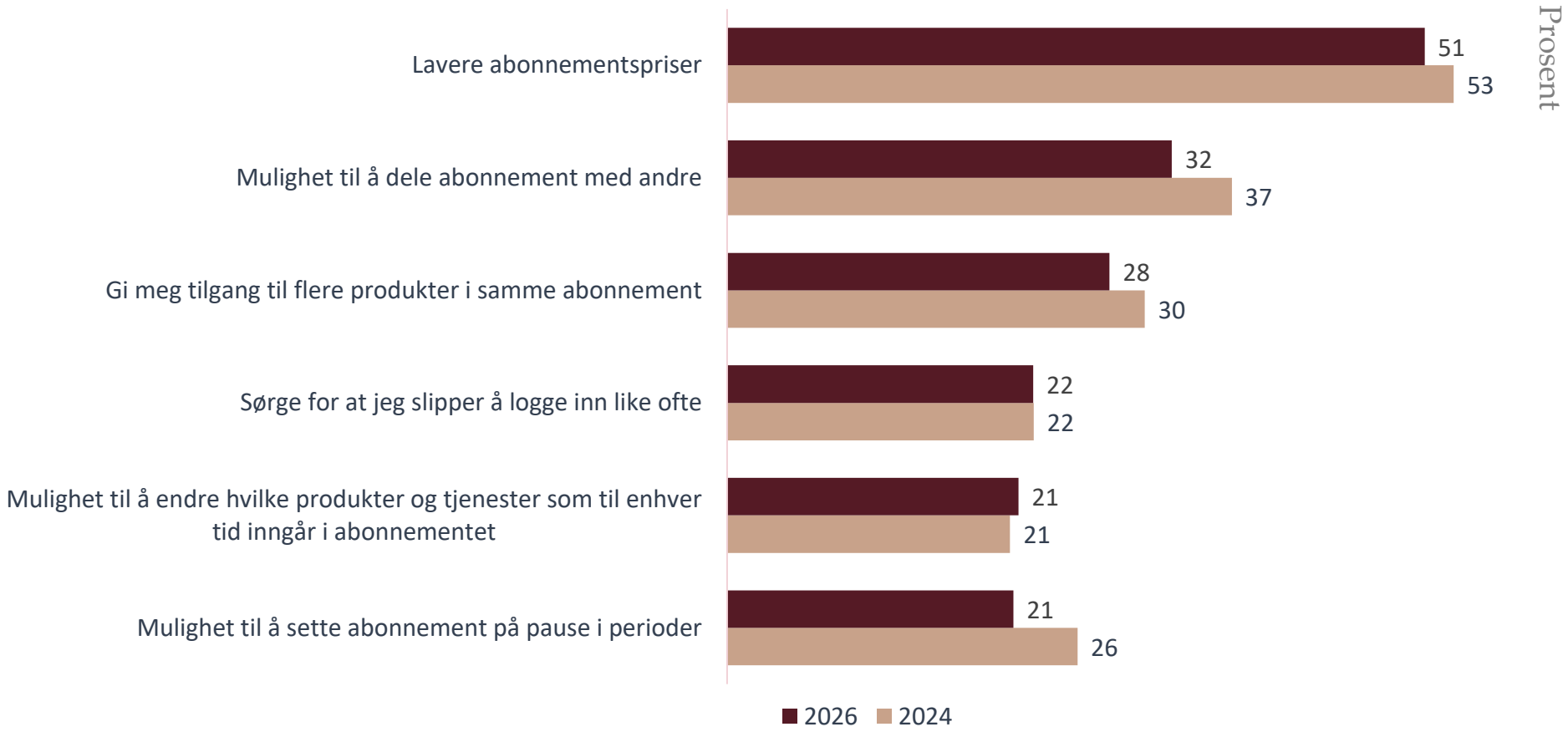
Innhold tilpasset interesser, video og lyd er mer attraktivt blant de yngre, mens færre er opptatt av mindre reklame.

60 +

Flere i denne gruppen vil ha mindre reklame, flere oppdateringer og sammendrag av saker.

Hva er det viktigste norske nettaviser kan gjøre på innholdssiden for å bli mer attraktive for deg?
Base 2026: Alle: 1017

Abonnement: Lavere priser og mulighet til å dele



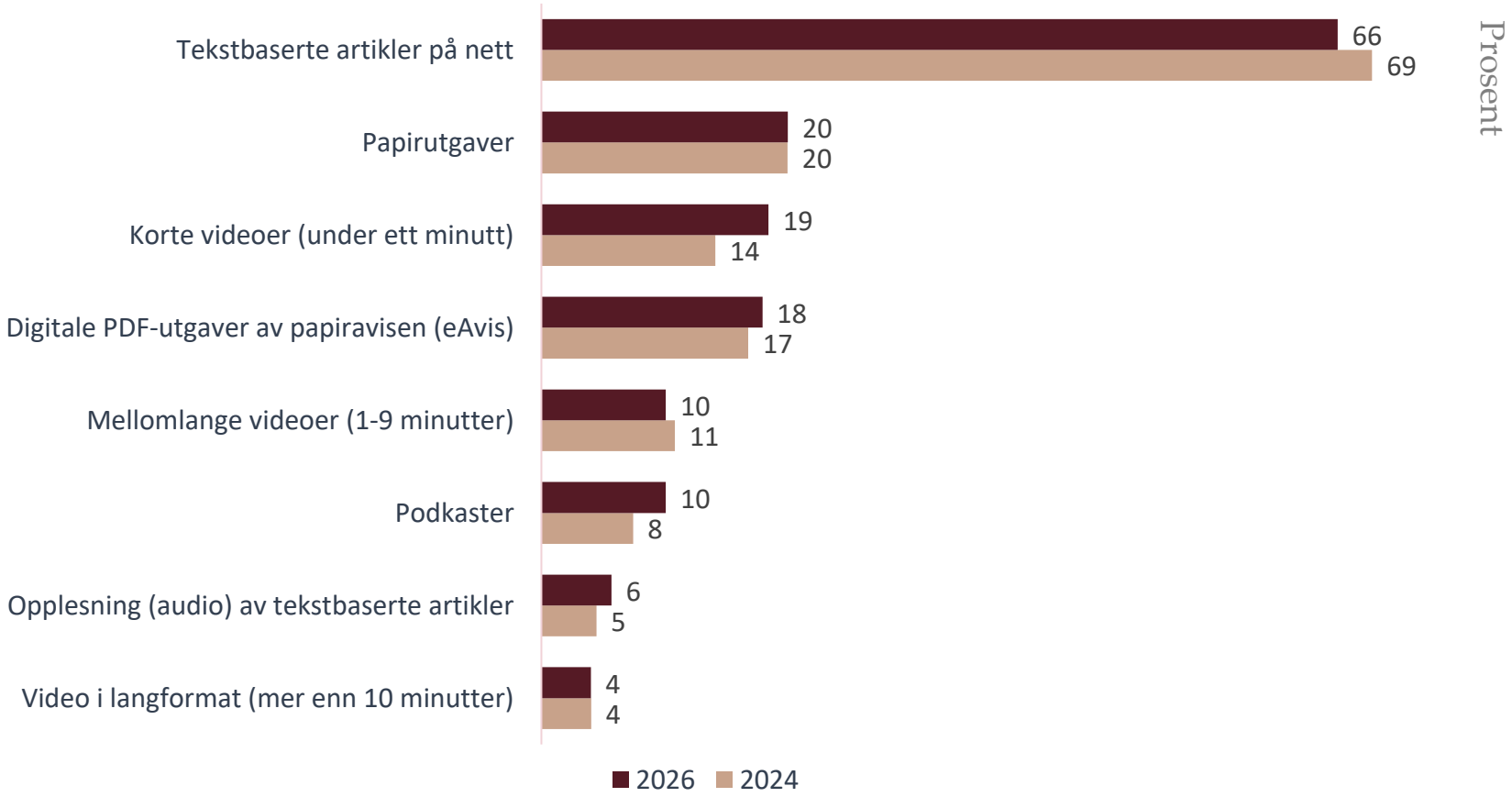
3 av 10

i alderen 18-29 år ønsker mer fleksibilitet i valg av produkter i abonnement.

Lavere priser er viktigst for alle aldersgrupper, men noe mindre viktig for de yngste.

Hva er det viktigste norske nettaviser kan gjøre med sine abonnementsløsninger for å bli mer attraktive for deg?
Base 2026: Alle: 1017

2 av 3 foretrekker tekstbaserte artikler på nett



Flest

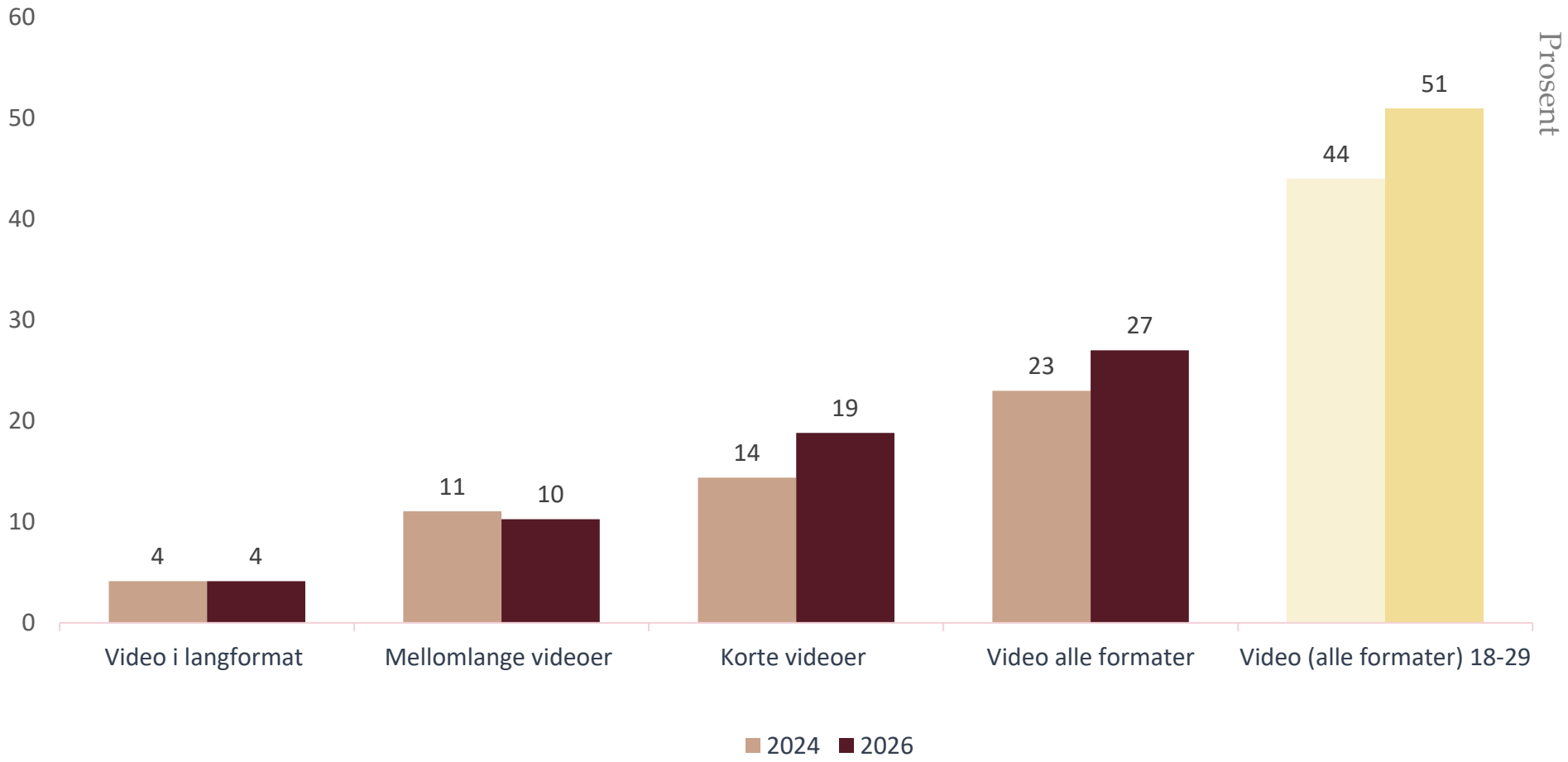
i alderen 30-59 år foretrekker tekstbaserte nettartikler (73 %).

De yngste er mest positive til video, uavhengig av format.

De eldste er overrepresentert blant de som foretrekker eAvis og papiravis, og personer over 60 år er omtrent like glade i de to formatene.

Hvilke formater foretrekker du for å oppdatere deg på nyheter fra norske aviser og nettaviser?
Base 2026: Alle: 1017

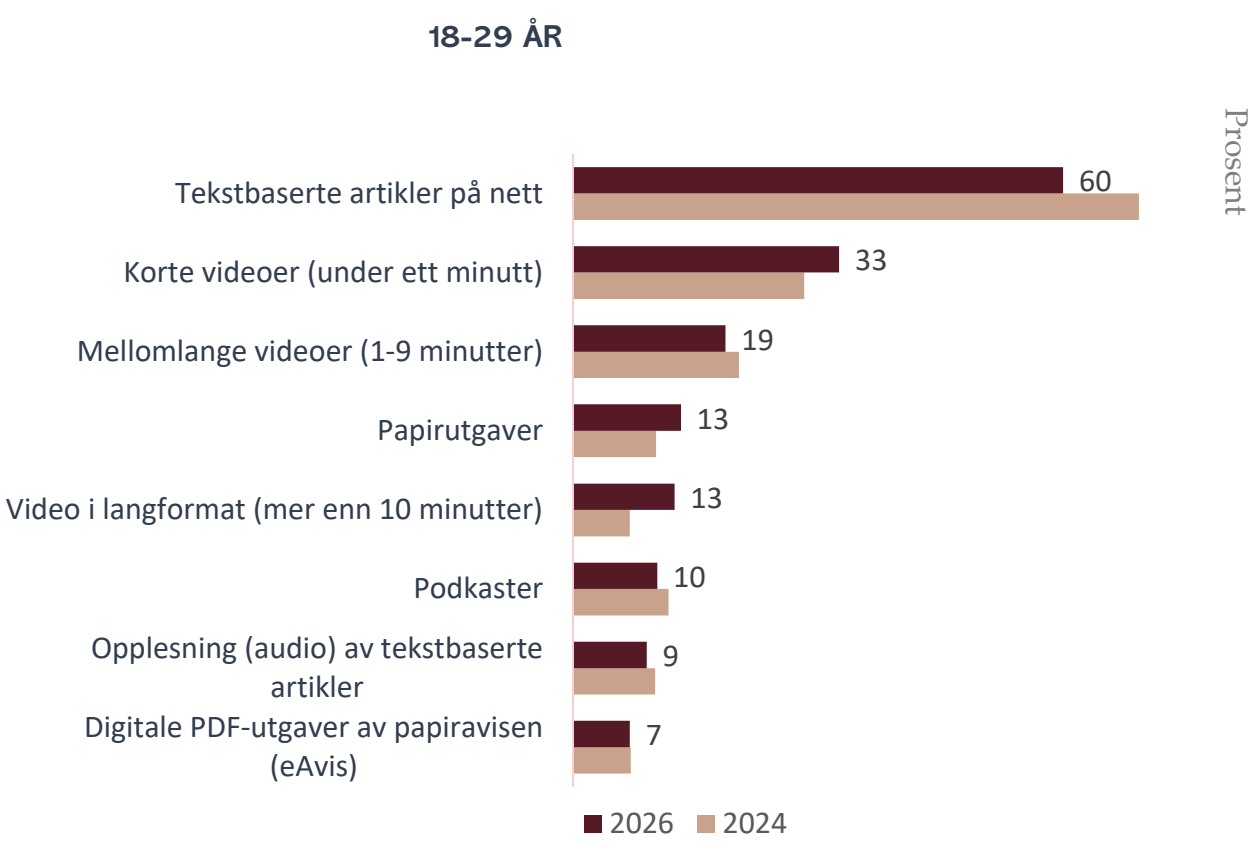
Vekst i video

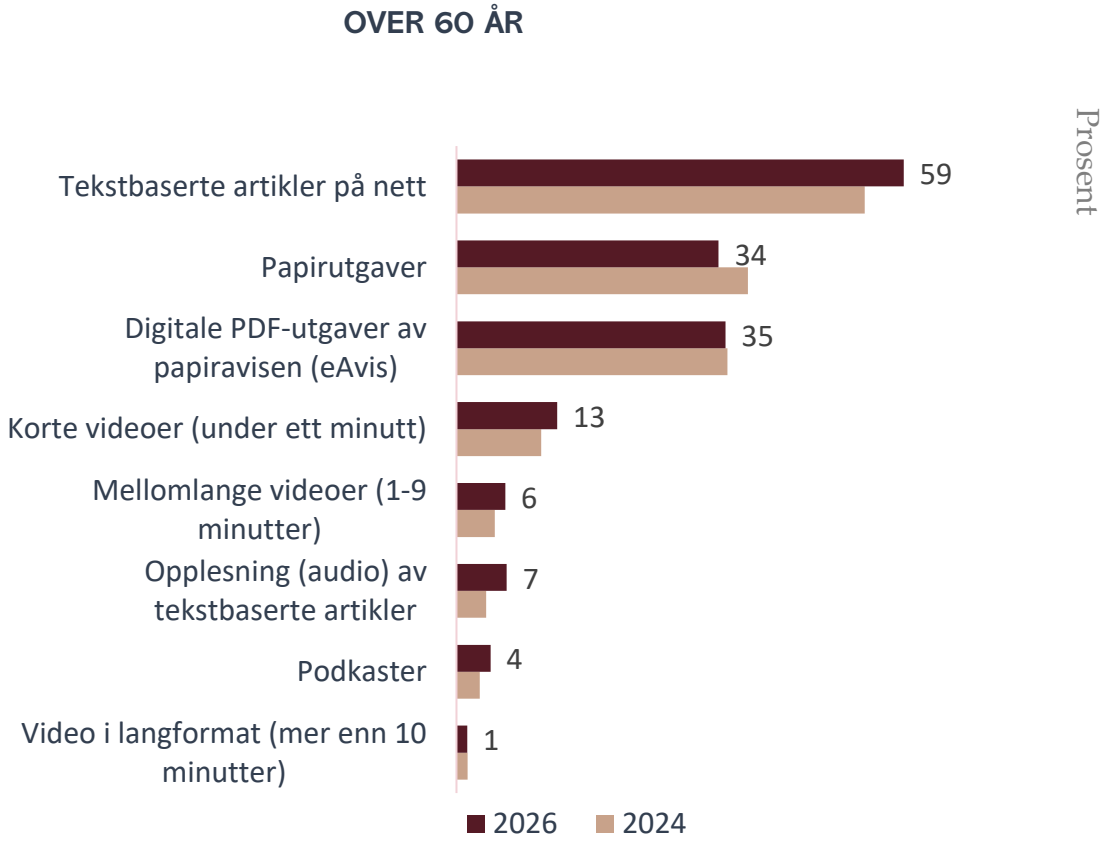


Hvilke formater foretrekker du for å oppdatere deg på nyheter fra norske aviser og nettaviser?
Base 2026: Alle: 1017

Unge voksne foretrekker i større grad video og podkast

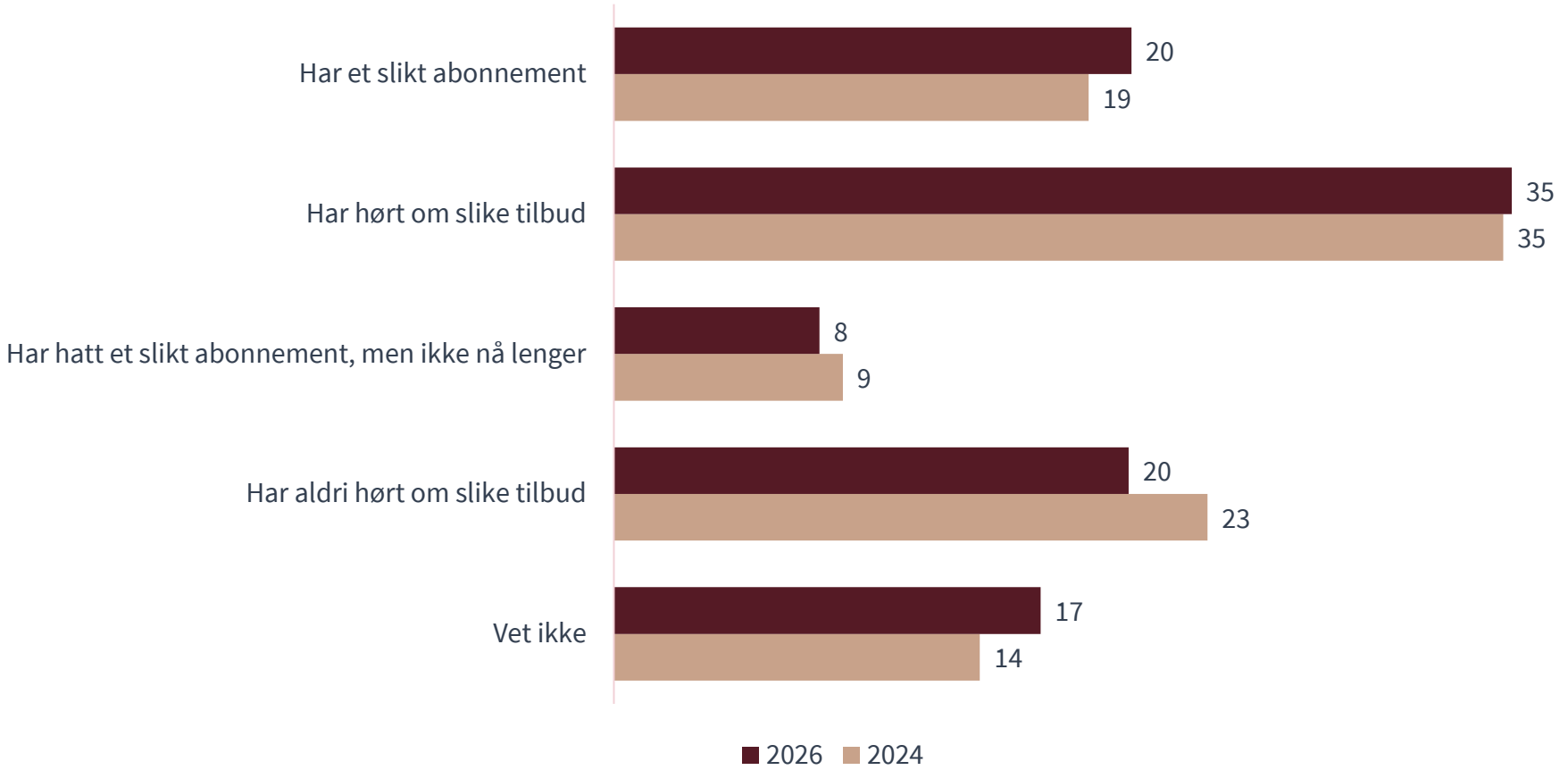
MEDIEBEDRIFTENE





Hvilke formater foretrekker du for å oppdatere deg på nyheter fra norske aviser og nettaviser?
Base 2026: Under 30»: 186, «over 60»: 363

1 av 5 har et samleabonnement (bundle)

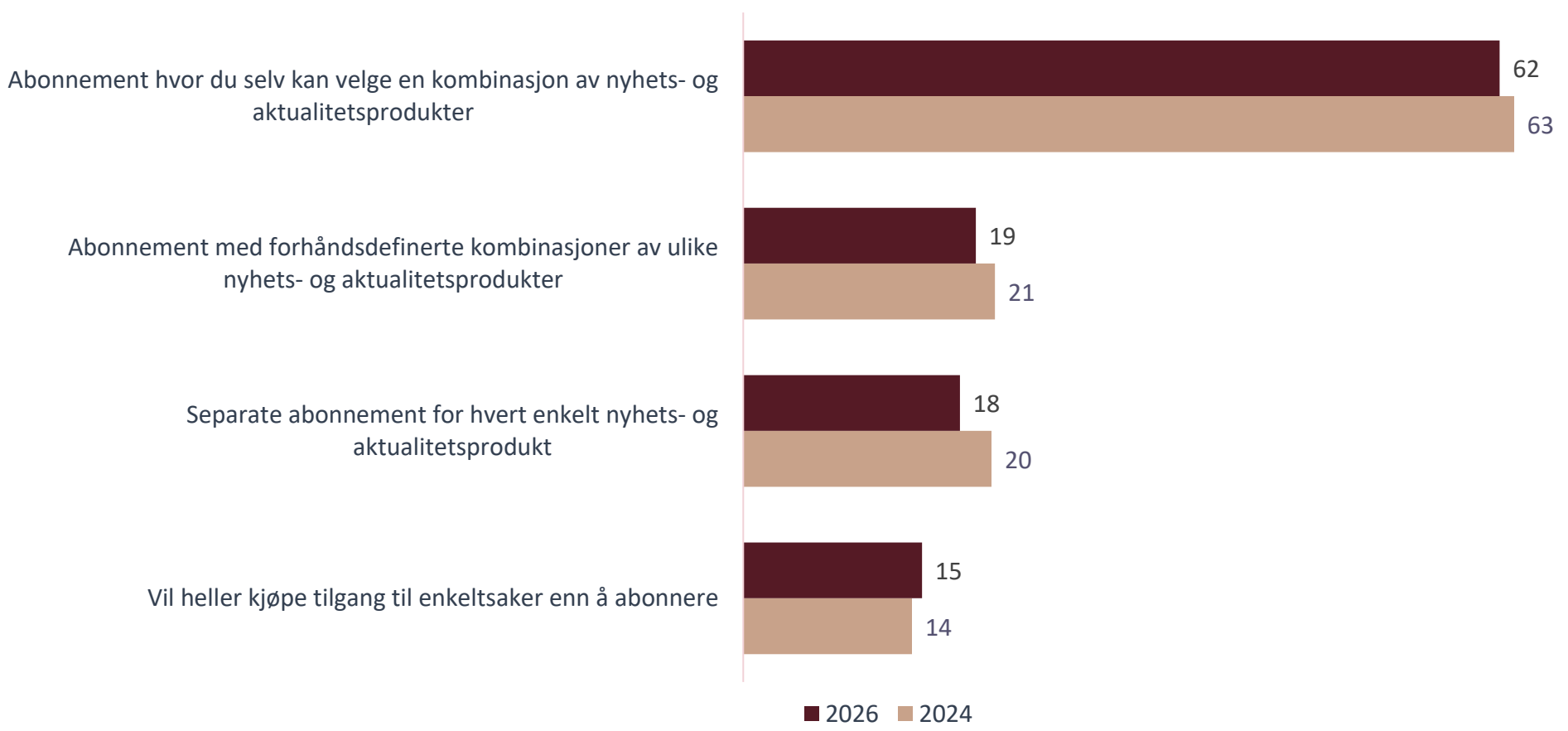


38 %

av de som har tilgang til abonnement på riksaviser i husstanden oppgir at de har en bundle. 3 av 10 blant de som har tilgang til lokalaviser.

Mange medier tilbyr abonnement som inkluderer flere nyhets- og aktualitetsprodukter som normalt sett kjøpes separat, som f.eks. ulike nettaviser, magasiner, podkaster og TV-innhold. Hvilken påstand passer best for deg?
Base 2026: Alle: 1017

Abonnentene ønsker å velge selv

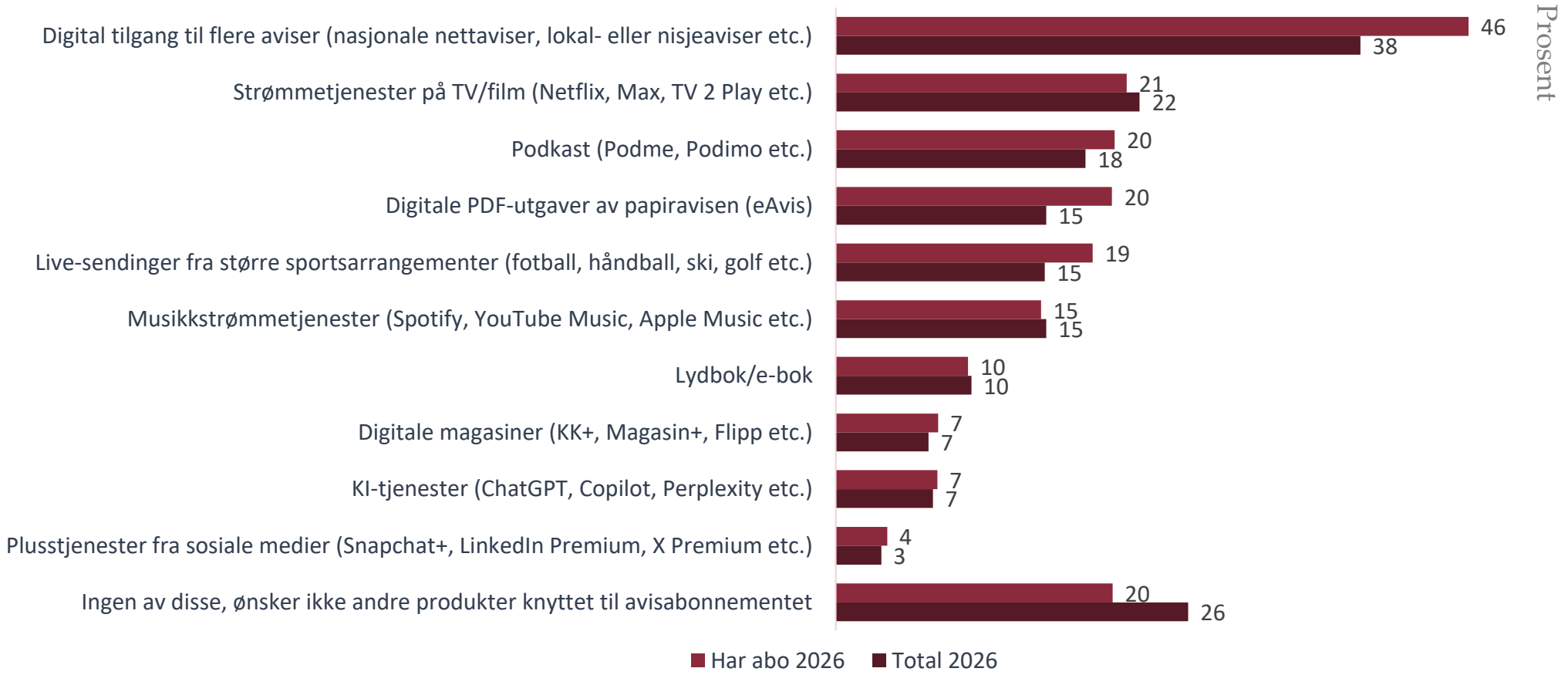


21 %

av de som har fått en strammere økonomi det siste året, og like mange blant unge voksne (18-29 år), vil heller kjøpe tilgang til enkeltsaker enn å abonnere.

Tenk deg at du skulle abonnere på nyhets- og aktualitetsprodukter (som f.eks. ulike nettaviser, magasiner, podkaster og TV-innhold. Hvilke abonnementsmodeller er mest attraktive for deg?
Base 2026: Filtrert bort «det er ikke aktuelt for meg å abonnere på nyhets- og aktualitetsprodukter»: 649

Tilgang til aviser er kjerneproduktet



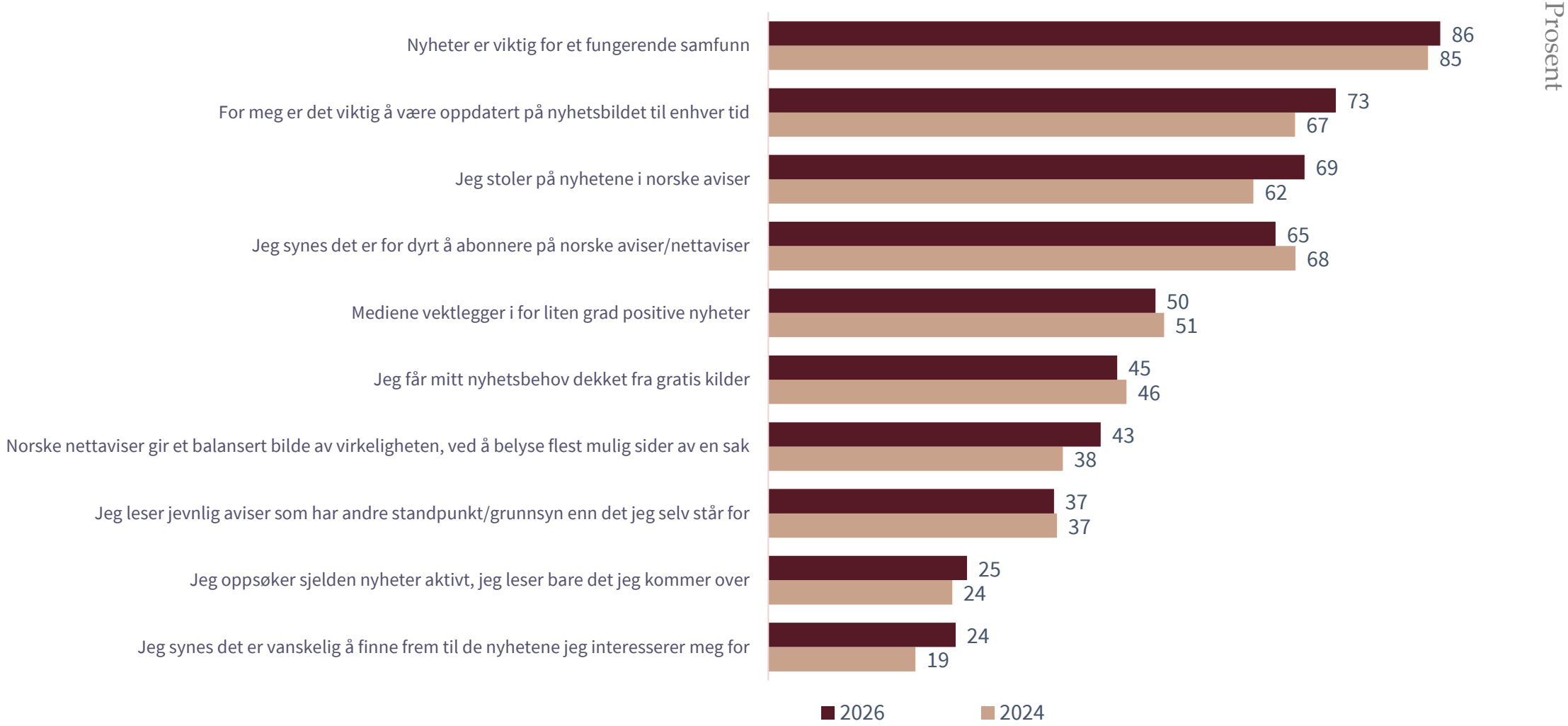
1 av 3

i alderen 18-29 år ønsker seg musikk-strømmetjenester, 38 prosent TV/film-tjenester, 12 prosent KI-tjenester og 10 prosent pluss-tjenester fra sosiale medier.

Kun 19 prosent i denne målgruppen svarer digital tilgang til flere aviser.

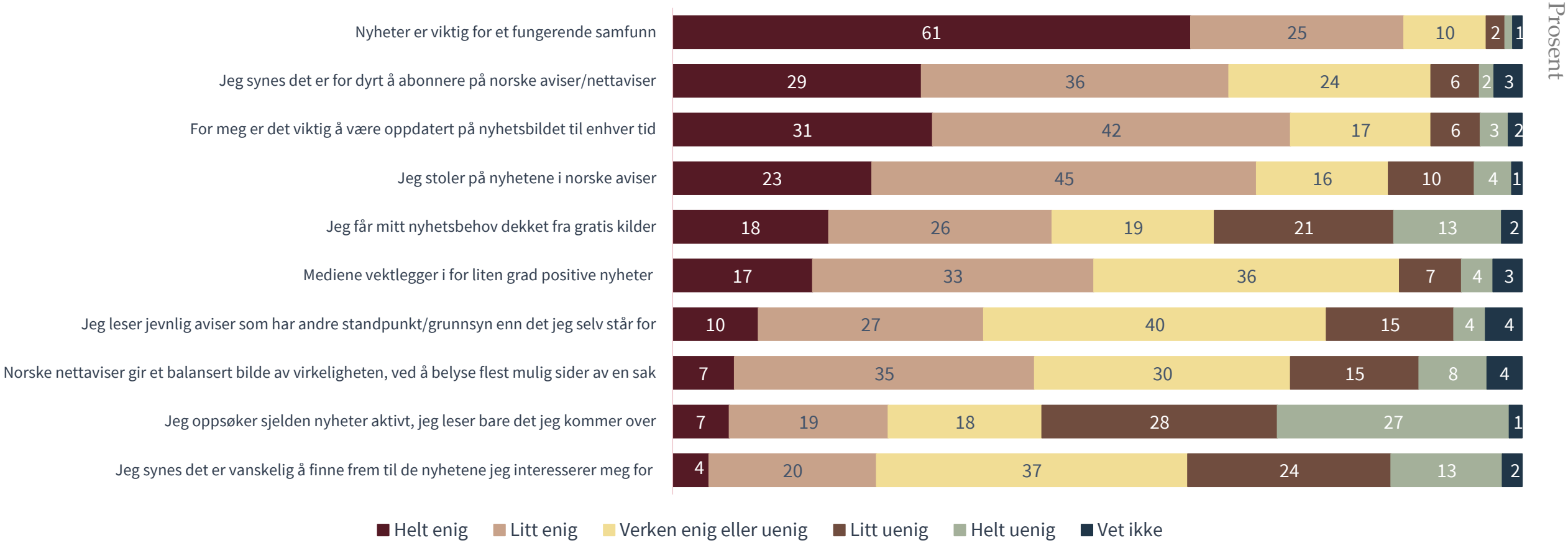
Hvilke medieprodukter synes du det er interessant å motta som en del av et avisabonnement?
Base 2026: Alle: 1017, Har avisabonnement: 751

Nyheter anses som samfunnsviktig



Hvor enig er du i følgende påstander om ditt forhold til nyheter? «Helt enig» og «litt enig» slått sammen
Base 2026: Alle: 1017

Påstander om nyheter



Hvor enig er du i følgende påstander om ditt forhold til nyheter?
Base 2026: Alle: 1017



4. KI og tillit

- Nye veier til nyheter

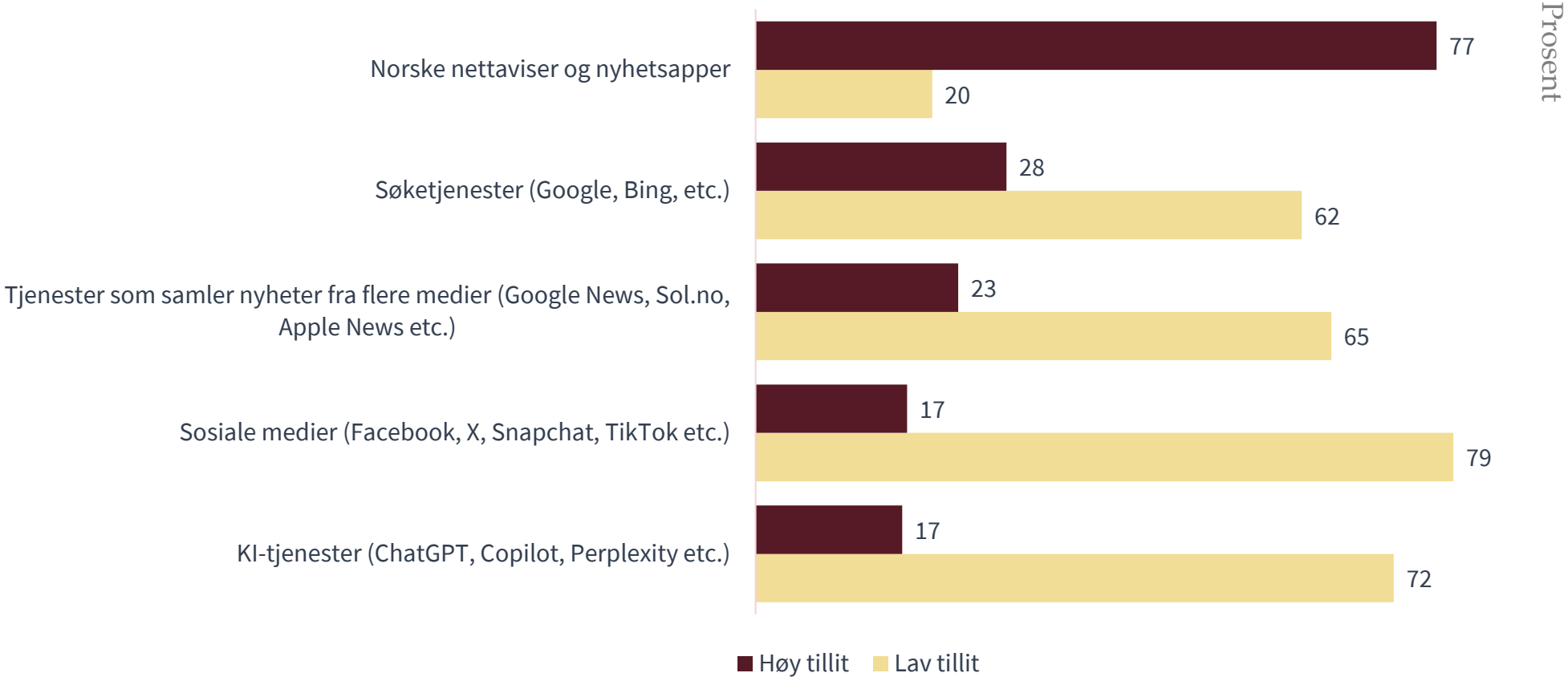
MEDIEBEDRIFTENE

MEDIEBEDRIFTENE

HOVEDFUNN – KI og tillit

- **Norske nettaviser og nyhetsapper har klart høyest tillit.** 77 prosent har høy tillit til at nyhetssakene er sanne og faktabaserte. Bare 17 prosent har tilsvarende tillit til sosiale medier og KI-tjenester.
- **Unge voksne har høyere tillit til nye digitale nyhetskanaler.** Det gjelder tjenester som samler nyheter, søkemotorer, sosiale medier og KI-tjenester.
- **59 prosent har sett KI-generert nyhetsinnhold i norske medier.** Samtidig sier 6 av 10 at de stoler mindre på innhold som er laget med KI, selv når journalister har kvalitetssikret det.
- **Bruken av KI til nyheter øker.** 21 prosent har brukt tjenester som ChatGPT, Copilot og Perplexity til å oppdatere seg på nyhetsbildet, mot 12 prosent i 2024.
- **Flere forventer økt enn redusert bruk.** 22 prosent tror de vil bruke KI mer til nyheter det neste året, mens 15 prosent tror de vil bruke det mindre.

Størst tillit til at nyhetssaker hos norske nettaviser er sanne og faktabaserte

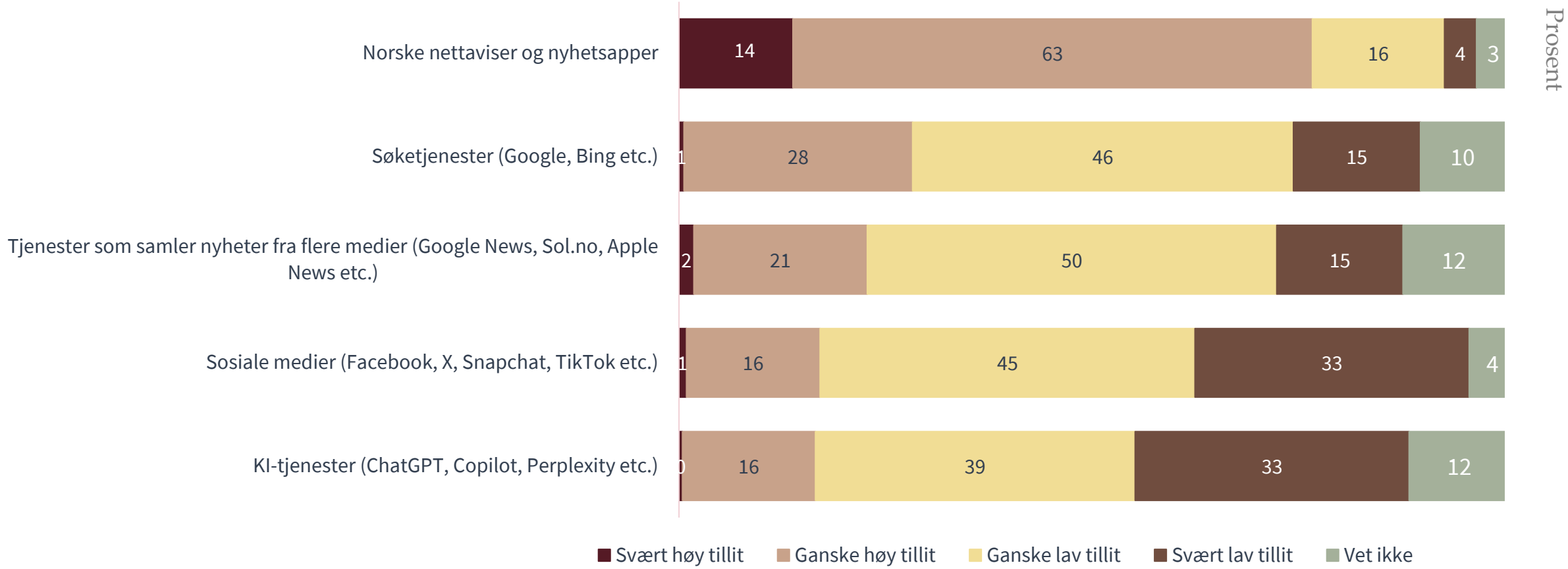


18-29

Har høyere tillit til tjenester som samler nyheter (37 %), søk (36 %) sosiale medier (34 %) og KI-tjenester (28 %).

Hvor høy eller lav tillit har du til at nyhetssaker i følgende digitale kanaler er sanne og faktabaserte?
Base 2026: Alle: 1017

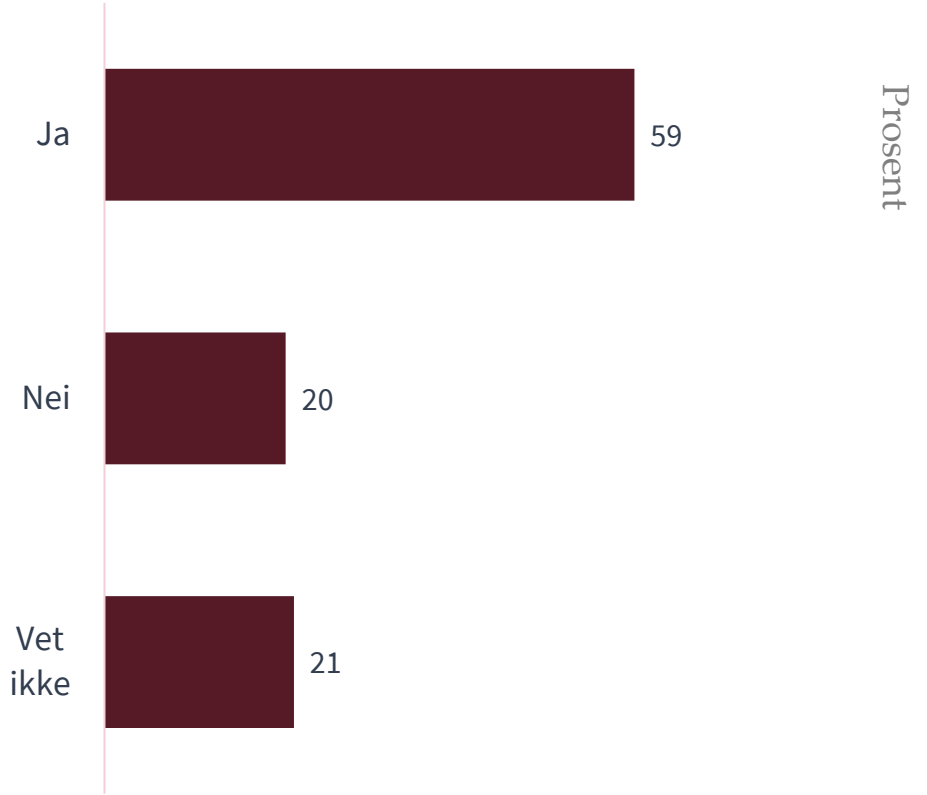
Sanne og faktabaserte nyhetssaker



Hvor høy eller lav tillit har du til at nyhetssaker i følgende digitale kanaler er sanne og faktabaserte?
Base 2026: Alle: 1017

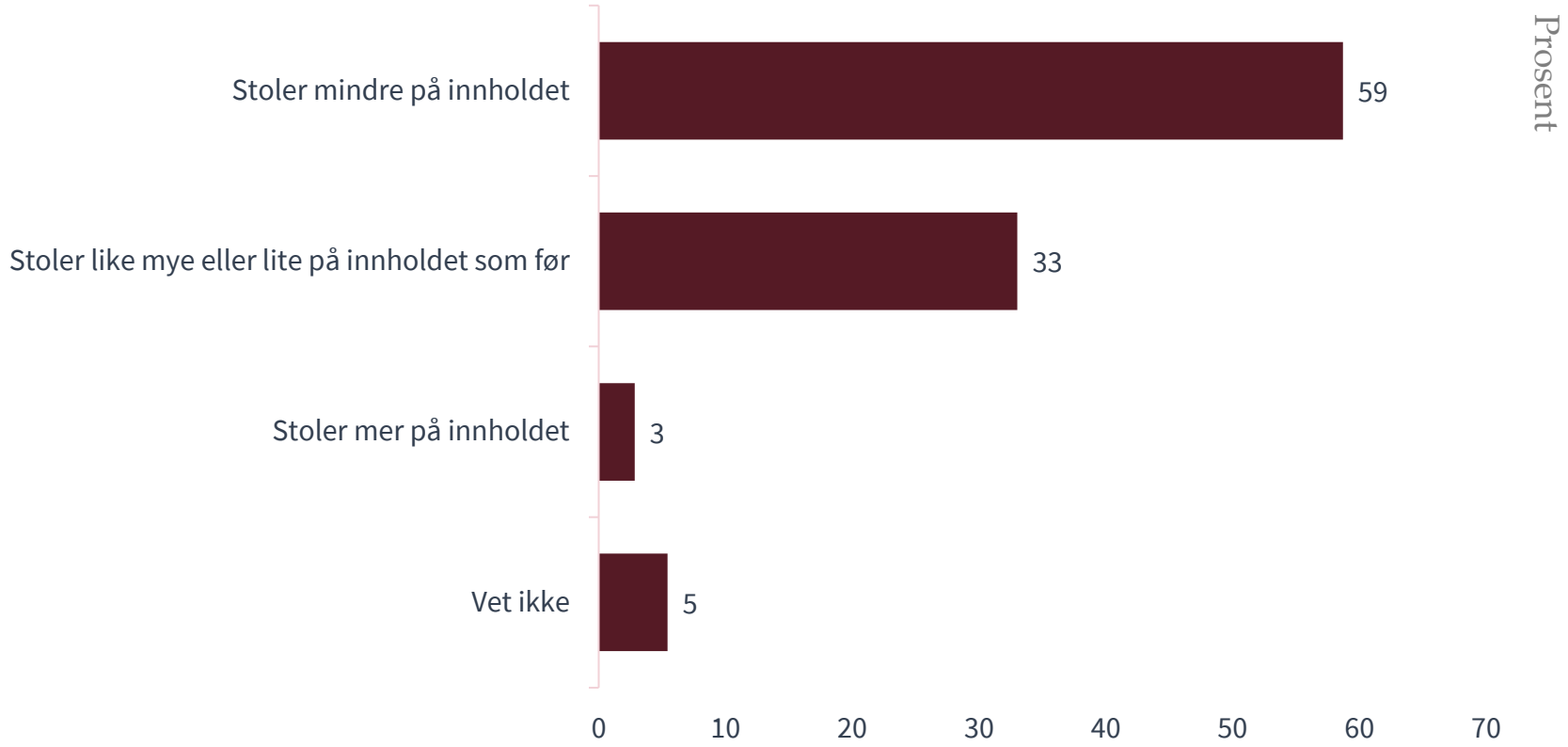
59 prosent har sett nyheter i norske medier, helt eller delvis laget ved hjelp av kunstig intelligens.

- 64 prosent blant menn
- 66 prosent blant personer med høyere utdanning
- 69 prosent i aldersgruppen 30-44 år



Generativ kunstig intelligens viser nytt innhold i form av tekst, lyd, bilder eller videoer, som er laget ved bruk av kunstig intelligens.
Har du sett nyheter i norske medier merket som helt eller delvis laget ved hjelp av kunstig intelligens?
Base 2026: : Alle: 1017

6 av 10 stoler mindre på innhold laget ved hjelp av kunstig intelligens



8 %

i alderen 18-29 år stoler mer på innholdet.

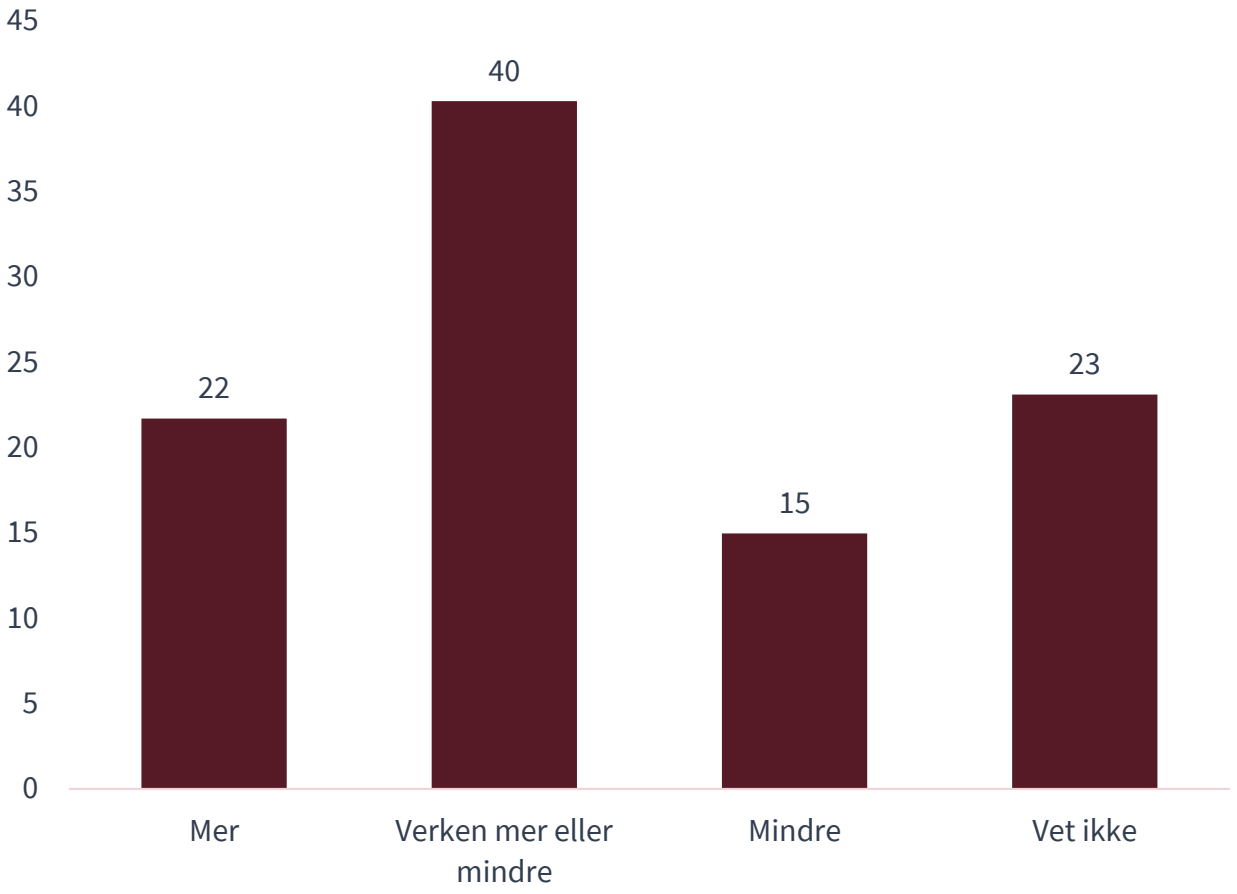
Stoler du mer eller mindre på innholdet dersom det er laget ved hjelp av kunstig intelligens og er kvalitetssikret av journalister?
Base 2026: Har sett nyheter i norske medier merket som helt eller delvis laget ved hjelp av kunstig intelligens: 618

21 prosent har benyttet KI-tjenester (ChatGPT, Copilot, Perplexity etc.) for å oppdatere seg på nyhetsbildet, opp fra 12 prosent i 2024

- Bruken fordeler seg ganske jevnt på alle aldersgrupper. 19 prosent av de over 60 har også benyttet KI-tjenester til nyheter.
- De som har fått en merkbart strammere økonomi er overrepresentert blant KI-brukerne (26 prosent).
- Avisabonnenter og andre bruker KI til nyheter i omtrent like stor grad (22 % vs. 19 %).

Har du benyttet chatbots/samtaleroboter for å oppdatere deg på nyhetsbildet (ChatGPT, Snapchat MY AI, Microsoft Copilot etc.)?
Base 2026: Alle: 1017

22 prosent vil bruke KI mer til nyheter



Flest

eksisterende avisabonnenter ser for seg å bruke KI-assistenter mer for å oppdatere seg på nyhetsbildet (26 % vs. 13 % ikke-abonnenter).

Ser du for deg at du kommer til å bruke chatbots/KI-assistenter for å oppdatere deg på nyhetsbildet mer eller mindre de neste 12 månedene?
Base 2026: Alle: 1017



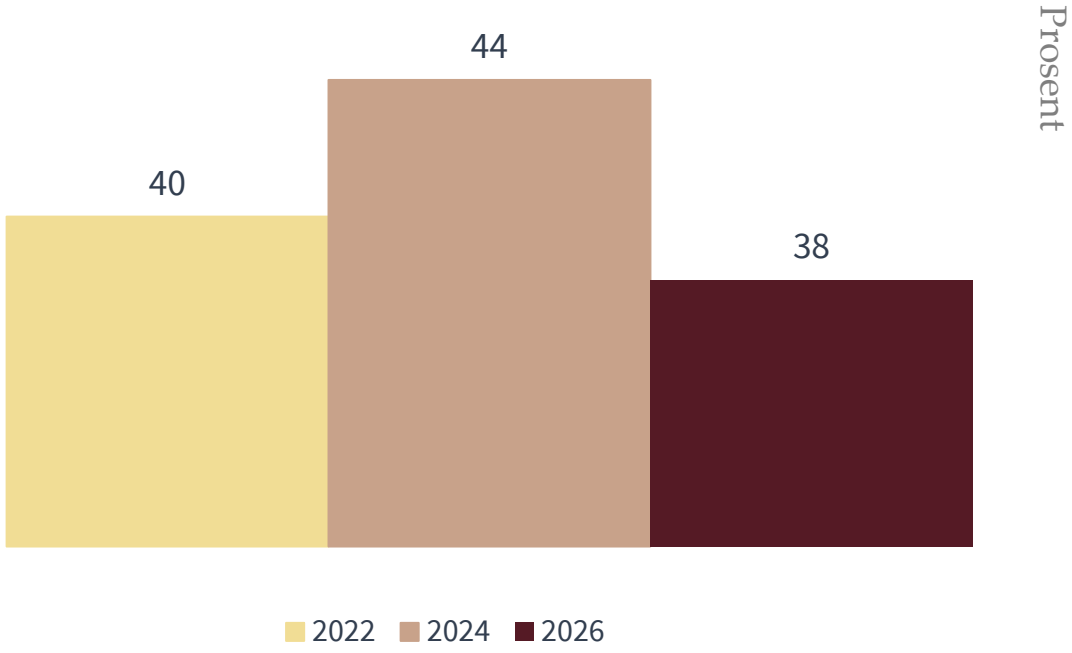
5. Journalistikk og finansiering

MEDIEBEDRIFTENE

HOVEDFUNN – Journalistikk og finansiering

- **Færre opplever en strammere økonomi.** 38 prosent har fått dårligere råd det siste året, den laveste andelen siden målingen startet i 2022. Blant 30–44-åringene gjelder det fortsatt halvparten av de spurte.
- **Kombinasjonsfinansiering har størst oppslutning.** 45 prosent mener journalistikk bør finansieres gjennom både abonnement og reklame.
- **4 av 10 foretrekker mindre reklame og høyere abonnementspris.**
- **De unge er mindre betalingsvillige** og mer åpne for reklamefinansiering enn eldre aldersgrupper.

38 prosent har fått en merkbart strammere økonomi



Halvparten

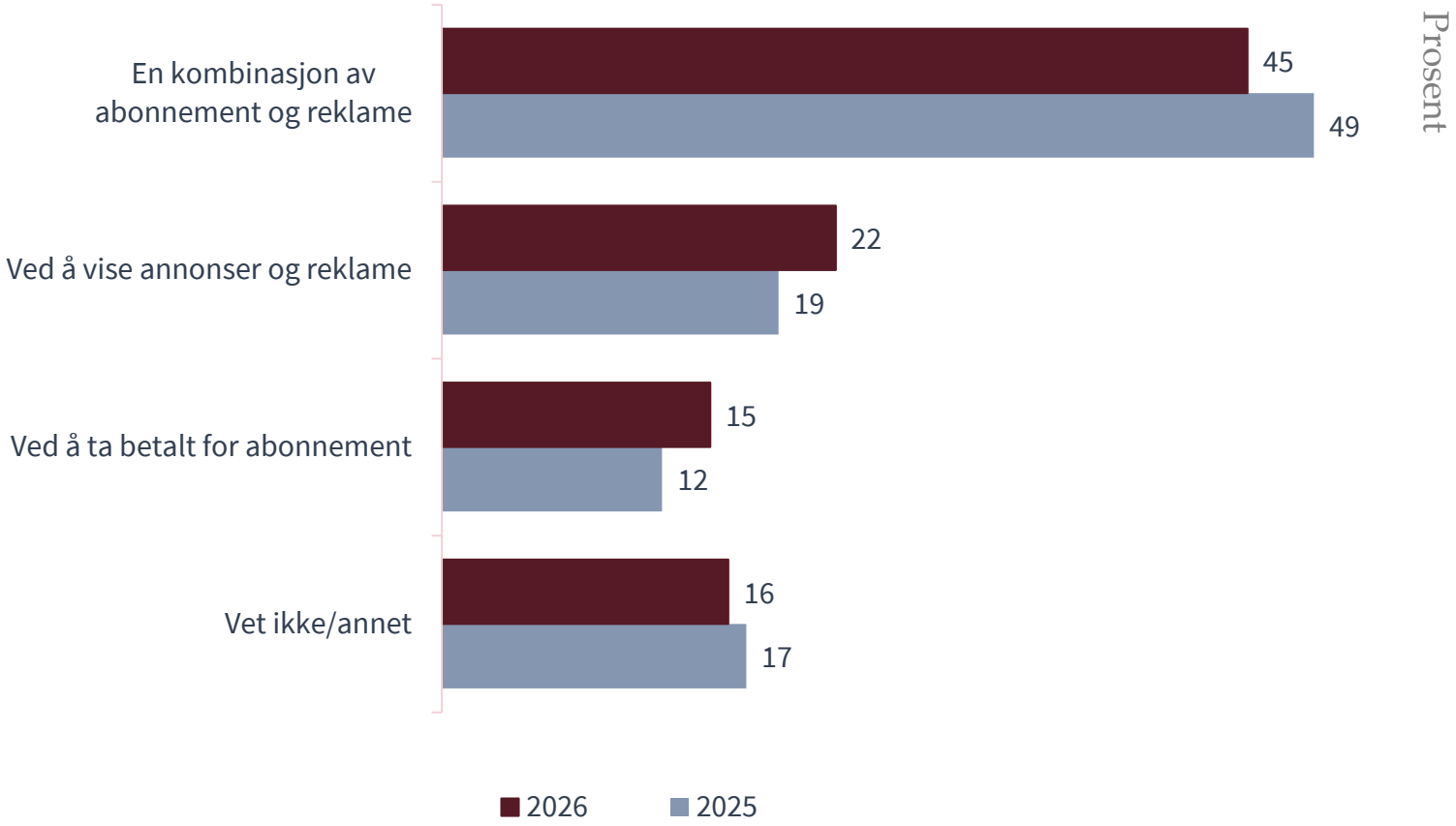
i alderen 30-44 år

De som ikke har tilgang til avisabonnement er også i større grad berørt, hvor 44 prosent oppgir å ha fått merkbart strammere økonomi de siste 12 månedene.

43 prosent med lavere utdanning har fått dårligere råd, mens det bare gjelder 3 av 10 med høyere utdanning.

Har du i løpet av de siste 12 månedene fått en merkbart strammere økonomi?
Base 2026: Alle: 1017

Journalistikk bør finansieres med en kombinasjon av abonnementsinntekter og reklame



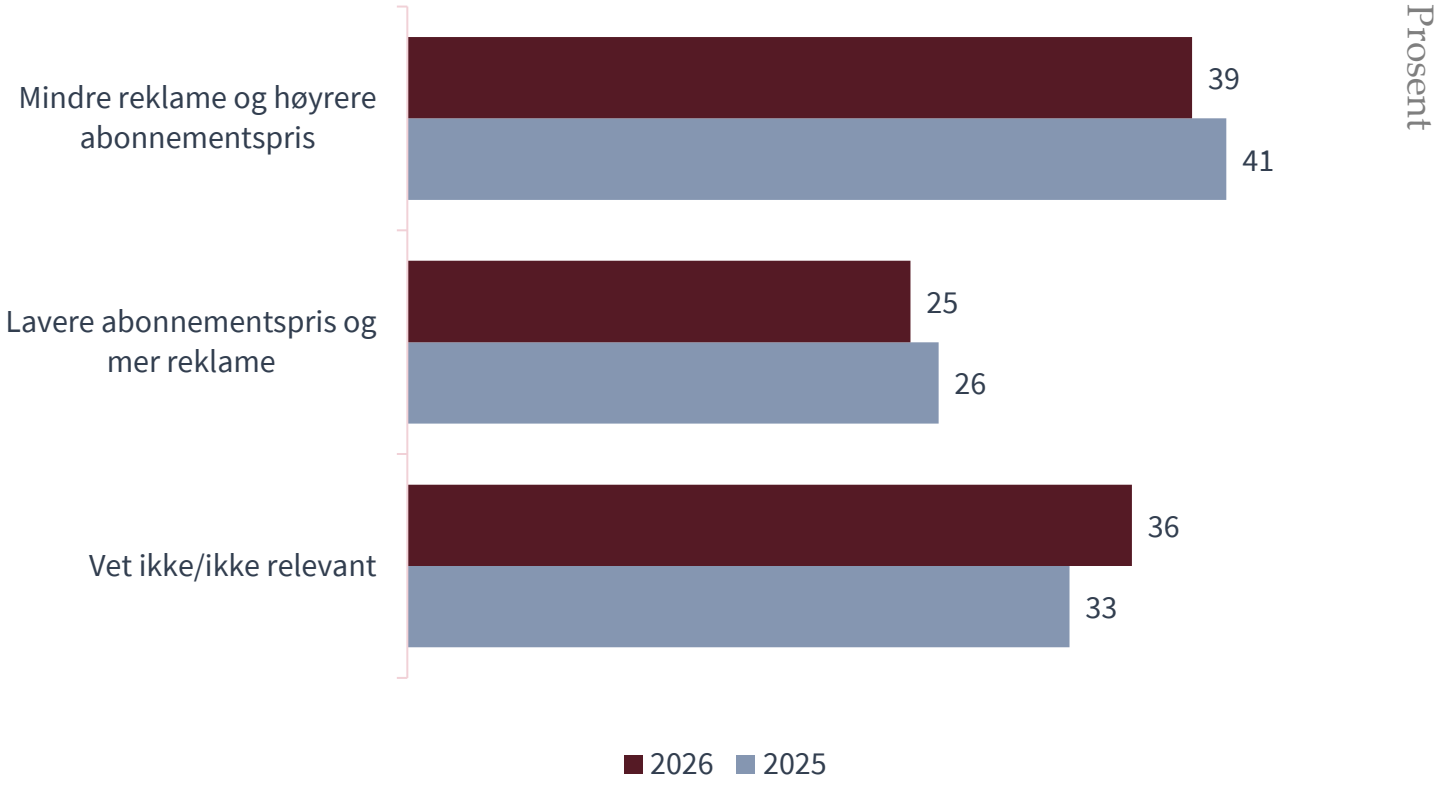
18-29

heller i større grad mot reklamefinansiering (35 %).

1 av 5 over 60 foretrekker betaling gjennom abonnement.

Hvordan mener du at uavhengig journalistikk bør finansieres i Norge?
Base 2026: Alle: 1017

Abonnentene foretrekker mindre reklame og høyere abonnementspris



4 av 10

foretrekker mindre reklame og høyere pris. Flere dersom vi kun ser på tilang til avisabonnement (44 %).

18-29

4 av 10 foretrekker lavere pris og mer reklame

Når du kjøper medieabonnement, hva foretrekker du?
Base 2026: Har medieabonnement: 977



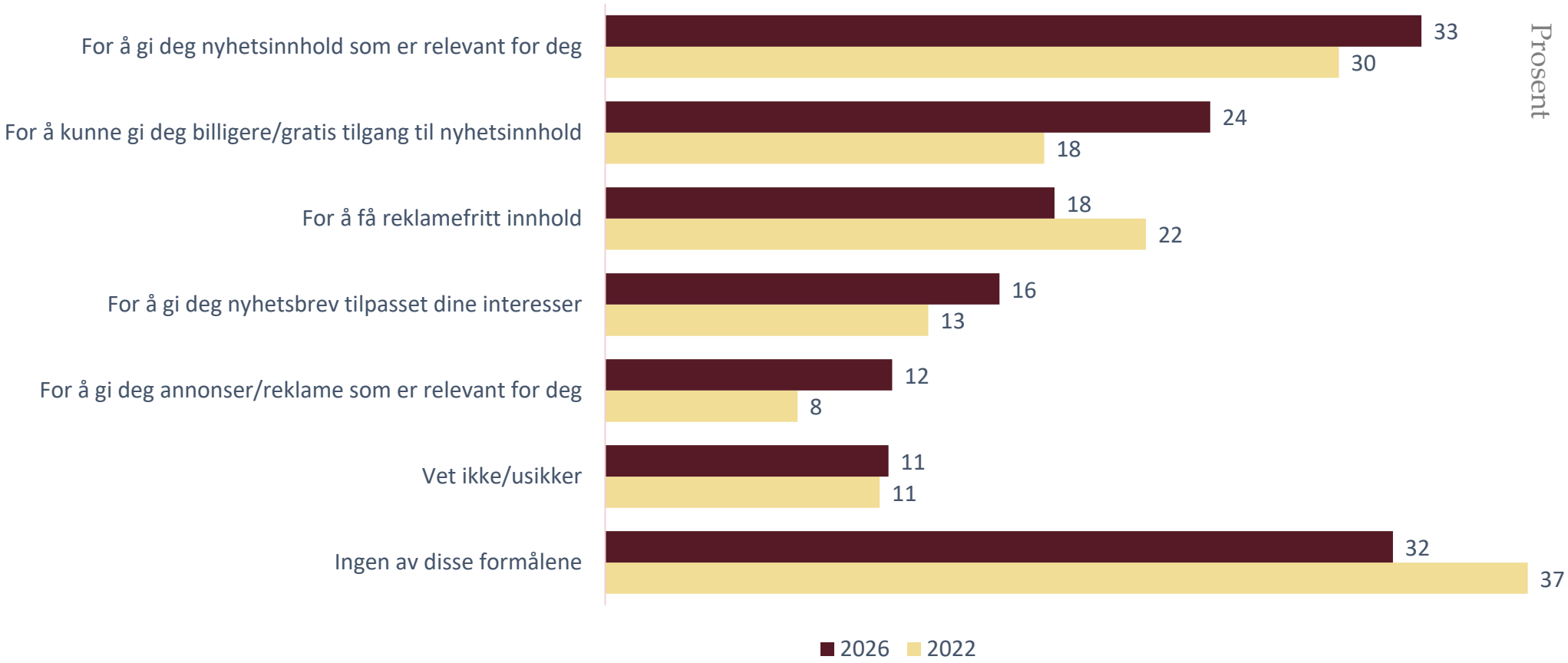
6. Data, reklame og personvern

MEDIEBEDRIFTENE

HOVEDFUNN – Data, reklame og personvern

- **Flere aksepterer innsamling av personopplysninger.** Holdningene har blitt mer positive siden 2022, bortsett fra når det gjelder bruk av data for å tilby reklamefritt innhold.
- **Relevant nyhetsinnhold har størst aksept.** 4 av 10 godtar bruk av personopplysninger for å få mer relevante nyheter. 1 av 4 godtar det dersom det gir billigere eller gratis tilgang.
- **Norske redaktørstyrte medier har høyest tillit.** 6 av 10 stoler på at norske nettaviser ikke misbruker personopplysninger.
- **Tillitsskillet er stort.** Bare 12 prosent har tillit til sosiale medier på dette området.
- **Norske tjenester har gjennomgående høyere tillit** enn utenlandske tjenester**.**

Positiv utvikling til innsamling av personopplysninger



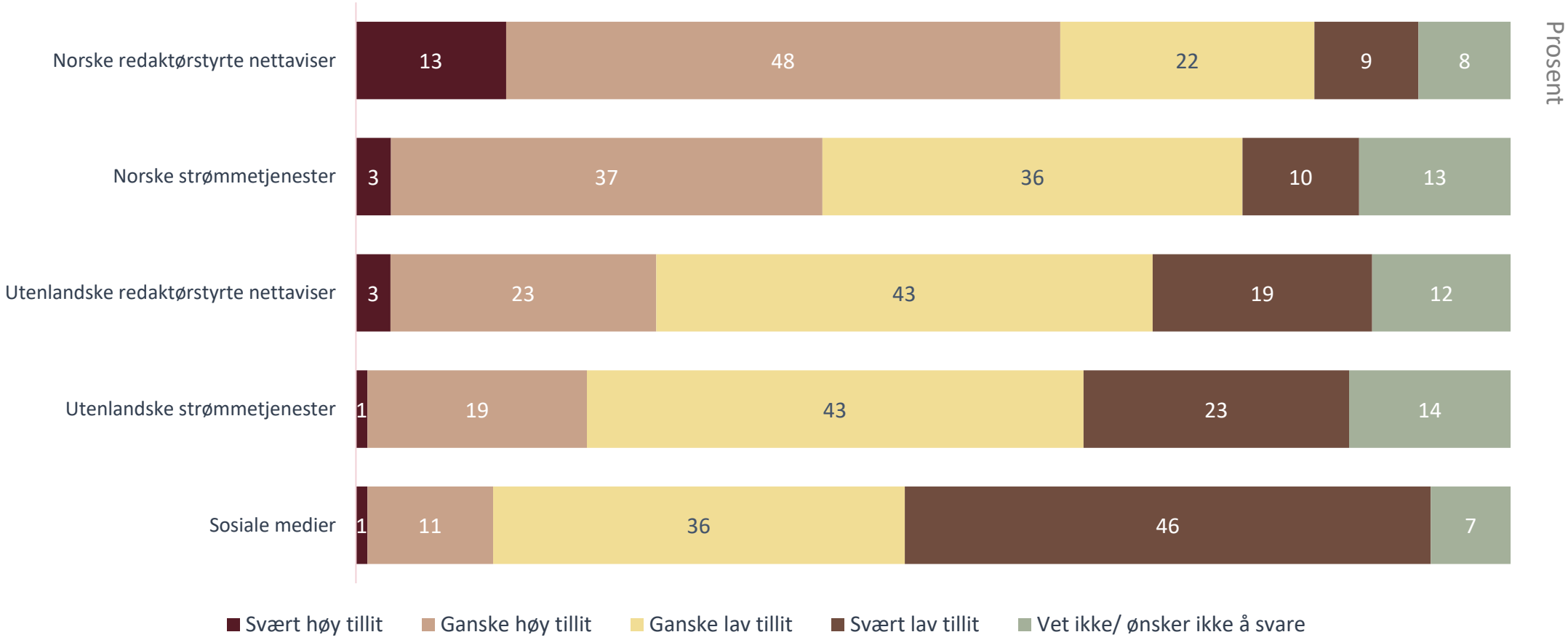
56 %

synes det er greit at det samles inn personopplysninger til minst ett av formålene.

De yngste (18-29) er mest positive, hvor 64 prosent mener at dette er ok, spesielt med tanke på relevant reklame, billigere tilgang og nyhetsbrev etter interesse.

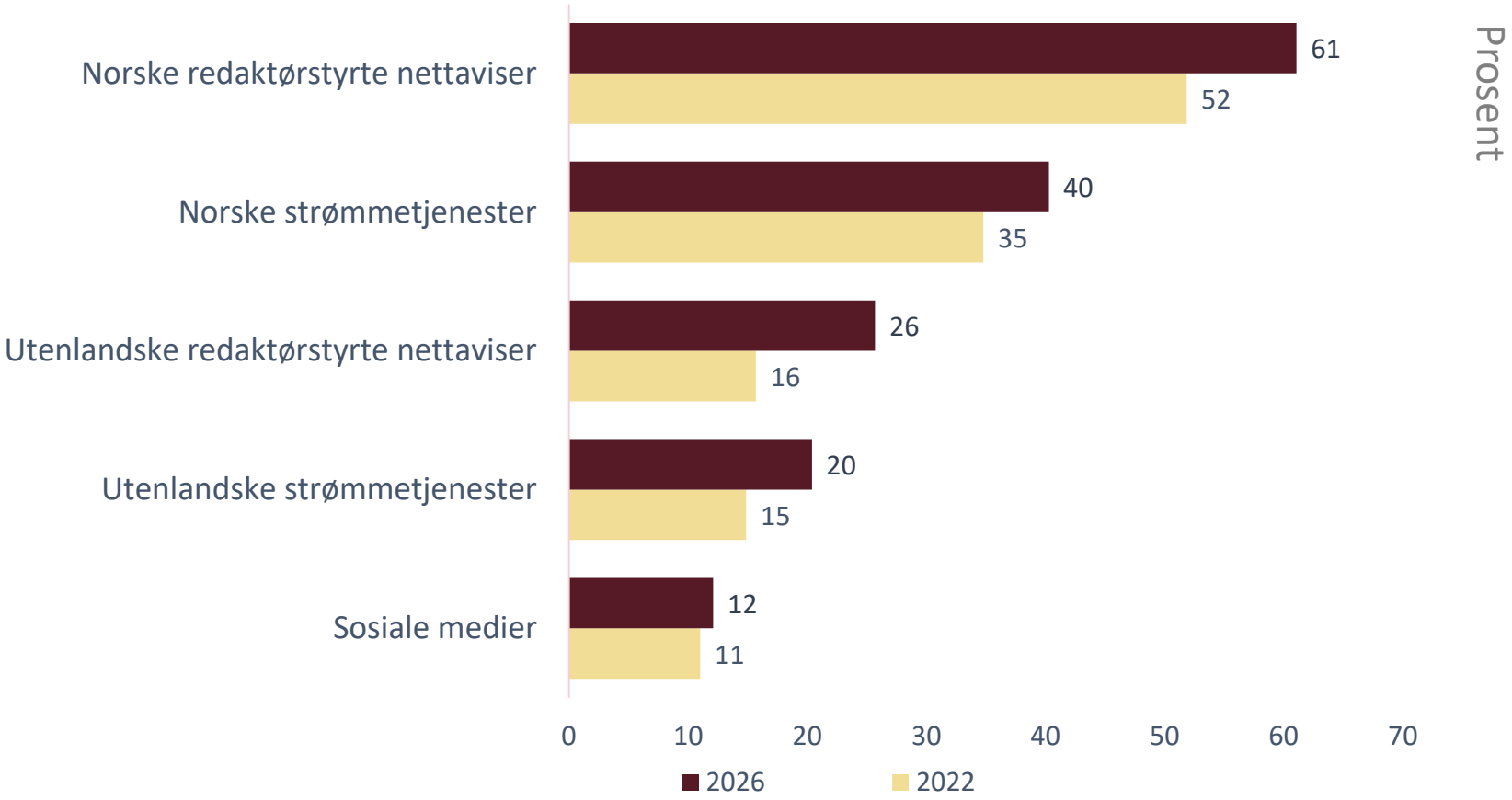
Det er vanlig at det samles inn opplysninger om deg når du bruker norske medier. Dette kan være personlige opplysninger som navn, adresse, epost-adresse, telefonnummer eller hvilke nettsider du besøker, hvilke saker du leser etc. Hvilke formål synes du det er greit at slike opplysninger benyttes til?
Base 2026: Alle: 1017

Høyest tillit til at norske tjenester ikke misbruker personopplysninger



Hvor høy eller lav tillit har du til at følgende nettmedier ikke misbruker personopplysninger du deler?
Base 2026: Alle: 1017

Størst vekst for nettaviser siden 2022

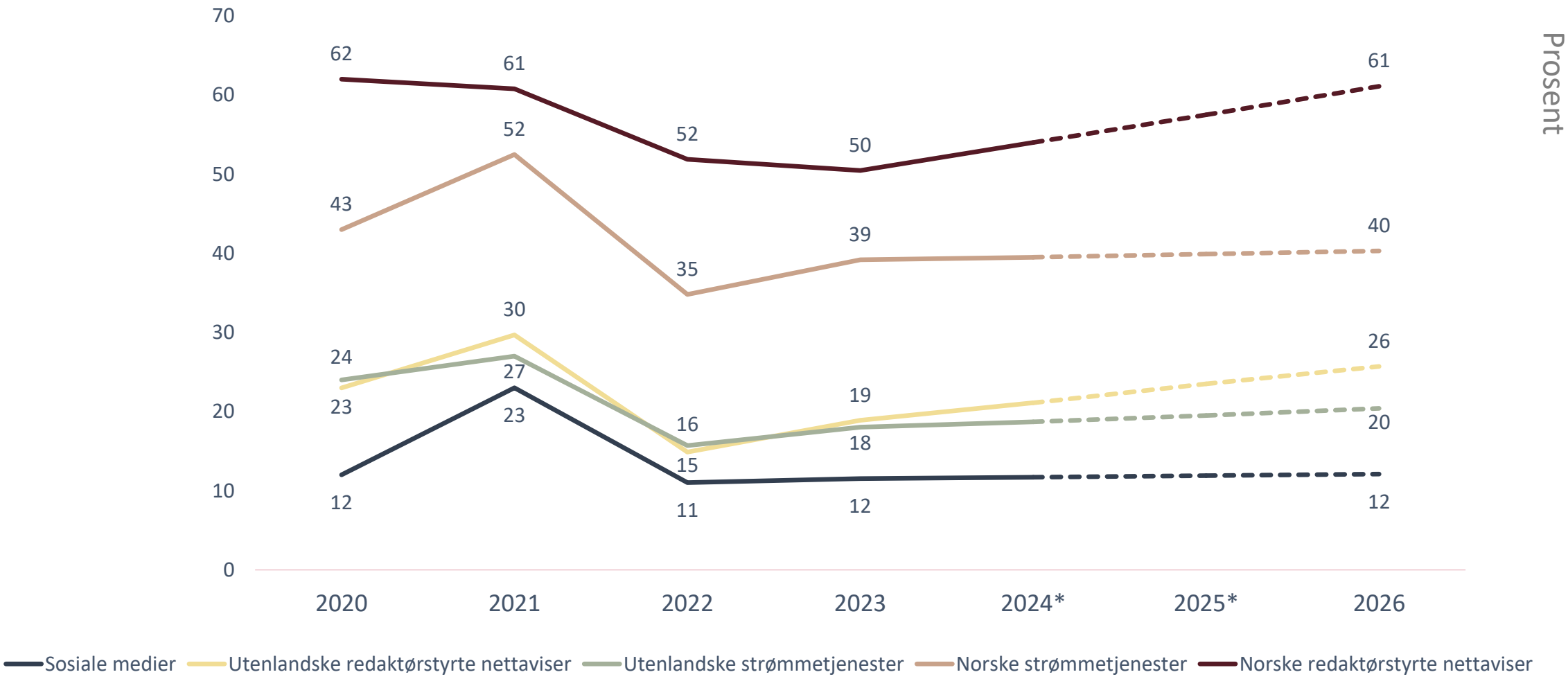


6 av 10

har tillit til at norske nettaviser ikke misbruker personopplysninger som deles.

Hvor høy eller lav tillit har du til at følgende nettmedier ikke misbruker personopplysninger du deler? Svært høy eller ganske høy tillit.
Base 2026: Alle: 1017

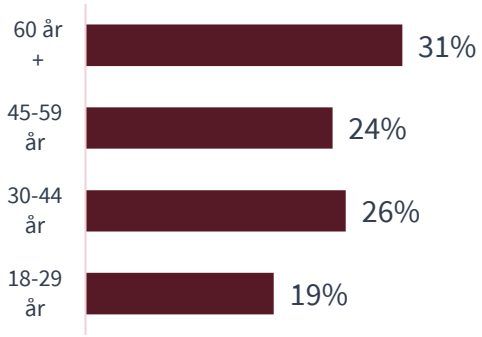
Utvikling i tillit til behandling av personopplysninger



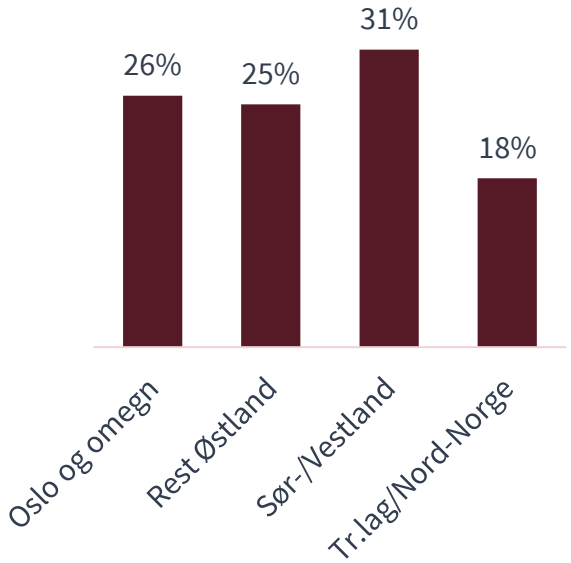
Hvor høy eller lav tillit har du til at følgende nettmedier ikke misbruker personopplysninger du deler? Svært høy eller ganske høy tillit.
Base 2026: Alle: 1017. * Spørsmålet er ikke stilt i 2024 eller 2025.

Landsrepresentativt utvalg

ALDER



REGION

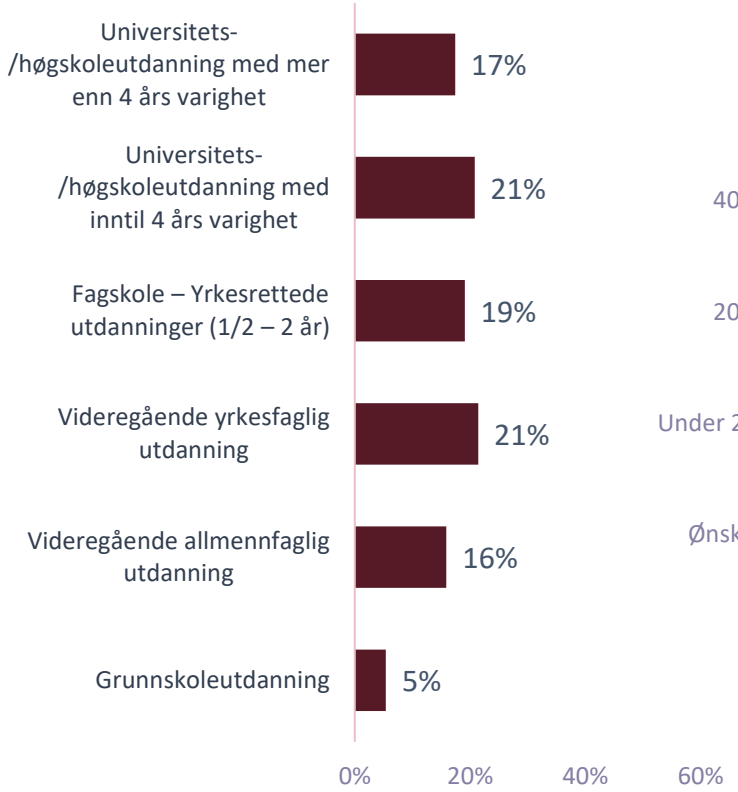


KJØNN

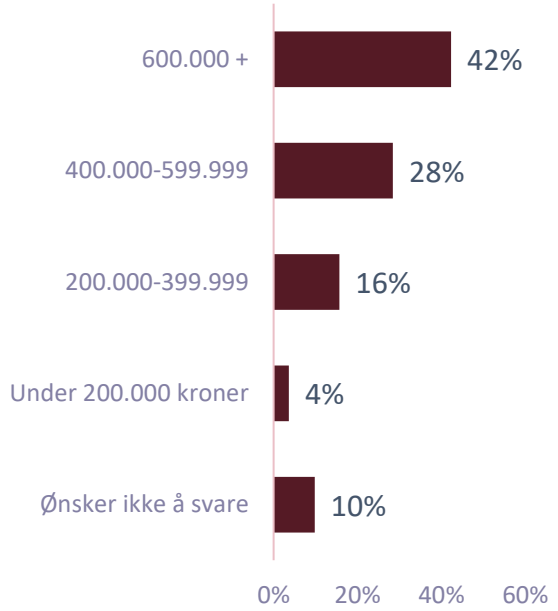


50% 50%

UTDANNING



PERSONLIG INNTEKT



Base 2026: Alle: 1017



Metode

Feltperiode: 17.08.26 – 07.09.26

Antall intervju: 1017

Målgruppe: Befolkningen 18 år +

MEDIEBEDRIFTENE

Undersøkelsen **«Betaling for nyheter»** tar for seg medietrender, holdninger til nyheter, fremtidig mediebruk, betalingsvilje og - evne. Undersøkelsen er gjennomført for niende gang.

Landsrepresentativt utvalg:

Undersøkelsen er gjennomført i samarbeid med Fifty5Blue (Tidligere Kantar Media).

CAWI-intervju. Respondentene er trukket tilfeldig fra GallupPanelet.

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, geografi og utdanning.

Undersøkelsen er gjennomført som en selvstendig undersøkelse.

Kontakt:
MBL: Bente Håvimb
Innsikts- og analyseansvarlig
bente@mediebedriftene.no