



Undersøkelse om  
**BETALING FOR NYHETER**  
2023

# Informasjon om undersøkelsen

Feltperiode:	16.08 – 22.08 2023
Antall intervju:	1255
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 som en selvstendig undersøkelse.

# Bakgrunn

I Økonomisk rapport (3/2023) skriver NHO at norsk økonomi for øyeblikket befinner seg i en periode med tydelige tegn på at bremsene er på. Husholdningene tærer på sparepengene de bygde opp under pandemien, de oppsparte midlene reduseres gradvis, og det er forventet at husholdningenes konsum vil legge en demper på norsk økonomi de nærmeste årene.

MBL dokumenterer utviklingen i nordmenns betalingsvilje og betalingsevne for nyheter gjennom undersøkelsen «Betaling for nyheter». Den ser nærmere på trender i befolkningen, hvordan vi forholder oss til nyheter og det mangfoldet av medier\* vi navigerer i, og hvilke tanker og holdninger vi har om fremtidig mediebruk. Undersøkelsen er i 2023 gjennomført for sjette gang.

Det er stilt spørsmål om følgende hovedelementer:

- Hvor man henter nyheter fra
- Hvor mange og hvem som betaler for nyheter gjennom abonnement
- Avisabonnement sett i sammenheng med andre typer medieabonnement
- Foretrukne abonnementsmodeller
- De mest attraktive formatene og innholdstypene for nyheter
- Hvorfor man velger å betale eller ikke betale for nyheter
- Opplevd verdi av ulike tilbud og tjenester i avisabonnement
- Befolkningens holdninger til nyheter og nyhetsmedier samt fremstilling av nyheter i mediene
- Holdninger og tillit til å dele personopplysninger med ulike medier
- Personlig økonomi og fremtidige prioriteringer

\*Undersøkelsen tar for seg nyheter innenfor et mangfold av kanaler (TV, radio, papirutgaver og digitale flater), tradisjonelle medier og sosiale medier. Fra 2020 er også spørsmål om ulike strømmetjenester inkludert. Spørsmål om abonnement på podkast er inkludert fra 2022. Spørsmål om abonnementsmodeller, formater og innholdstyper er med fra 2023.

A middle-aged man with grey hair and glasses, wearing a white long-sleeved shirt, is looking down at a smartphone in his hands. He is smiling slightly. The background is a bright, modern interior with a white bookshelf containing books and decorative items. The lighting is soft and natural, suggesting a window nearby.

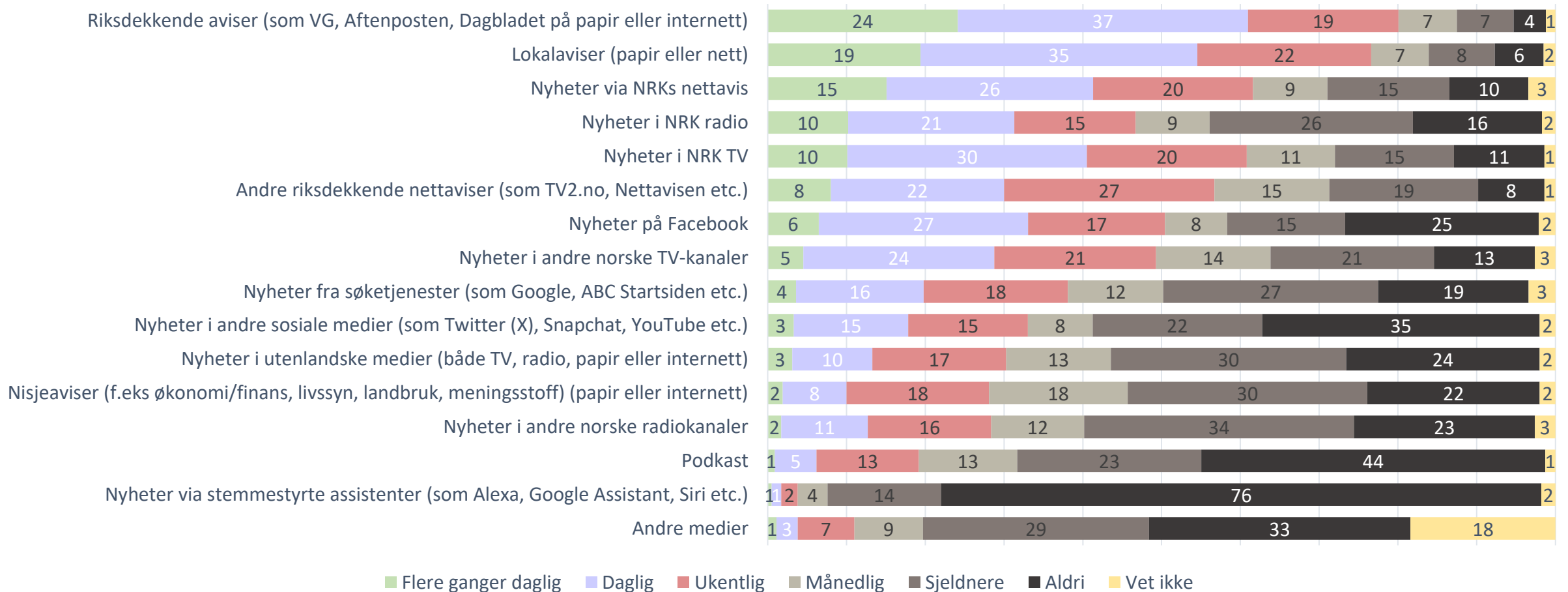
Hvor hentes  
nyhetene fra?

# HVOR – oppsummering

- Bakteppe: De offisielle mediemålingene (Kantar og medietall.no, Q2/Q3) viser at bruk av innhold fra norske avishus går tilbake. Samtidig er abonnementsutviklingen negativ etter mange år med vekst, og det er en samlet tilbakegang i opplag for norske aviser og magasiner.
- Betaling for nyheter» gjenspeiler trendene i de offisielle tallene. Færre bruker riksdekkende aviser og lokalaviser daglig i år, sammenlignet med fjoråret. De siste fem årene er det NRKs nettaviser som øker mest i daglig bruk, etterfulgt av nyheter i andre sosiale medier enn Facebook. Lokalaviser, radio, TV-kanaler unntatt NRK, riksdekkende aviser og Facebook går tilbake i perioden.
- Likevel henter flest daglig sine nyheter fra riksdekkende aviser som VG, Aftenposten og Dagbladet, etterfulgt av lokalaviser og NRK på nett. 61 prosent av befolkningen over 18 år oppgir at de daglig leser eller ser nyheter fra førstnevnte, mens 55 prosent søker til lokalavisene. 3 av 10 benytter andre riksdekkende nettaviser som TV2.no og nettavisen, mens 1 av 10 daglig får nyheter fra nisjeavisene. 42 prosent får daglig nyheter fra NRK.no.
- 1 av 3 henter daglig nyheter fra Facebook og andelen som sier at de benytter seg av nyheter via Facebook, har vært stabil de siste tre årene. Fallet blant de yngste fortsetter imidlertid, og kun 1 av 5 under 30 år bruker nå daglig Facebook til nyhetsinnhold. Til sammenligning fant over halvparten av de under 30 år nyheter på Facebook i 2017. Det er bare målgruppen over 60 år som opprettholder sitt konsum av nyheter på Facebook, og 39 prosent i denne aldersgruppen bruker daglig nyheter fra nettsamfunnet. Bare 3 prosent av befolkningen oppgir Facebook som sin viktigste nyhetskilde.
- Selv med store internasjonale hendelser og konflikter de siste årene, har bruk av utenlandske medier stabilisert seg på nivåer vi så før pandemien. Kun 2 prosent oppgir utenlandske medier (TV, radio, papir eller internett) som sin viktigste nyhetskilde. Det kan tyde på at nordmenn får dekket sitt nyhetsbehov også på utenriksaker via norske redaktørstyrte medier. Menn i alderen 30-44 år er overrepresentert blant brukerne av utenlandske medier.
- Riksdekkende aviser er folks viktigste nyhetskilde, etterfulgt av NRKs nettaviser og TV-kanaler fra NRK. Den langsiktige trenden viser at NRK totalt styrker seg som folks viktigste nyhetskilde. I 2017 og 2018 var de riksdekkende avisene folks viktigste nyhetskilde, etterfulgt av NRK på tvers av TV, radio og nett. Under pandemien i 2020-2021 styrket NRK seg som nyhetskilde, og også det siste året ser vi en økning for NRK, mens de riksdekkende avisene går tilbake.
- Blant personer under 30 år, har 18 prosent sosiale medier som sin viktigste nyhetskilde, en økning på tre prosentpoeng fra i fjor. Det er også de yngste som først og fremst oppgir podkasts som viktigste nyhetskilde. Aldersgruppen 30-44 år foretrekker i større grad riksdekkende nettaviser og NRKs nettaviser, mens de eldste er overrepresentert blant de som har NRK TV og radio, samt lokalaviser, som viktigste nyhetskanal.

# Bruk av nyheter fra ulike medier

Prosent

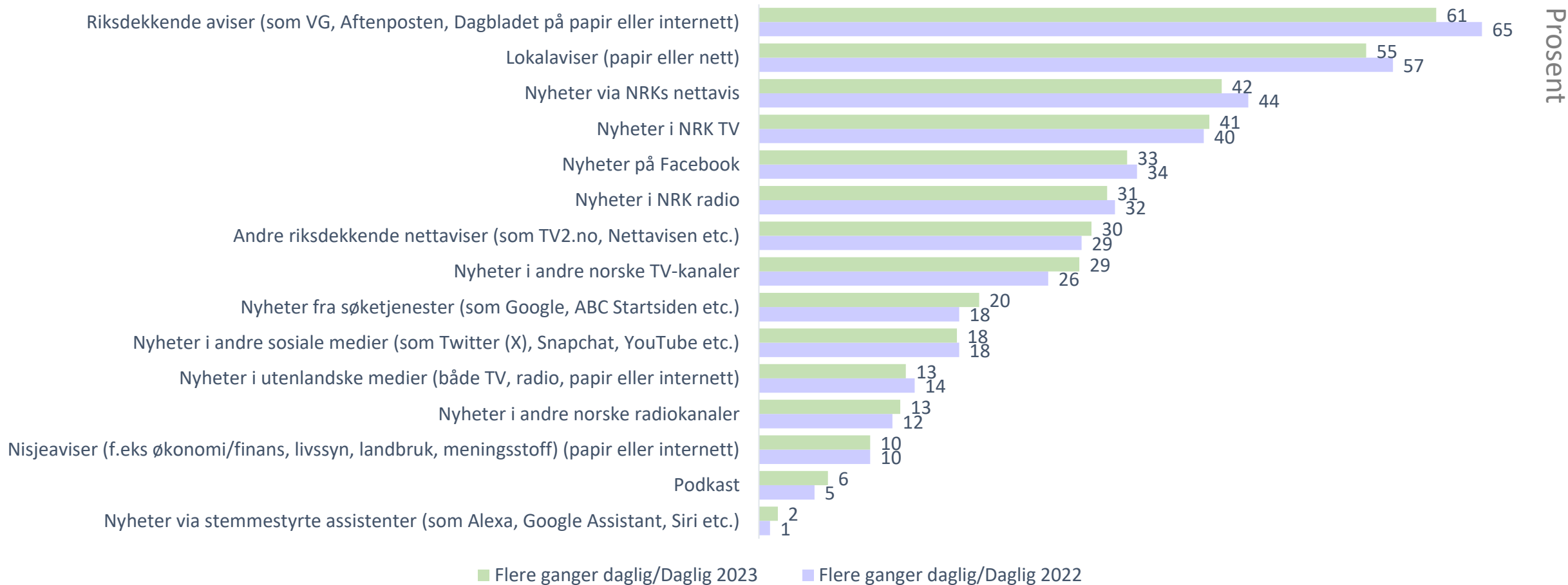


Flere ganger daglig    Daglig    Ukentlig    Månedlig    Sjeldnere    Aldri    Vet ikke

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

Base 2023: Alle: 1255

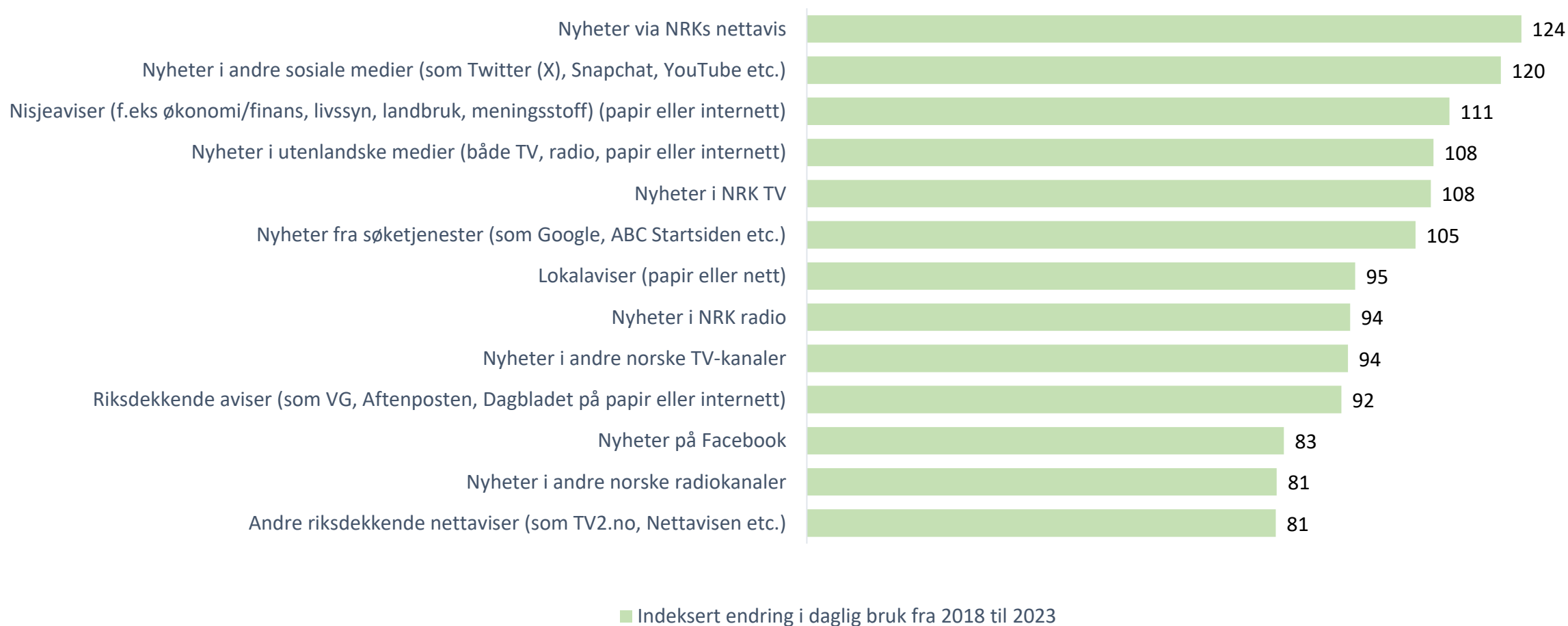
# Riks- og lokalaviser brukes hyppigst



Hvor ofte leser/ser/hører du nyheter fra følgende medier? Flere ganger daglig/Daglig

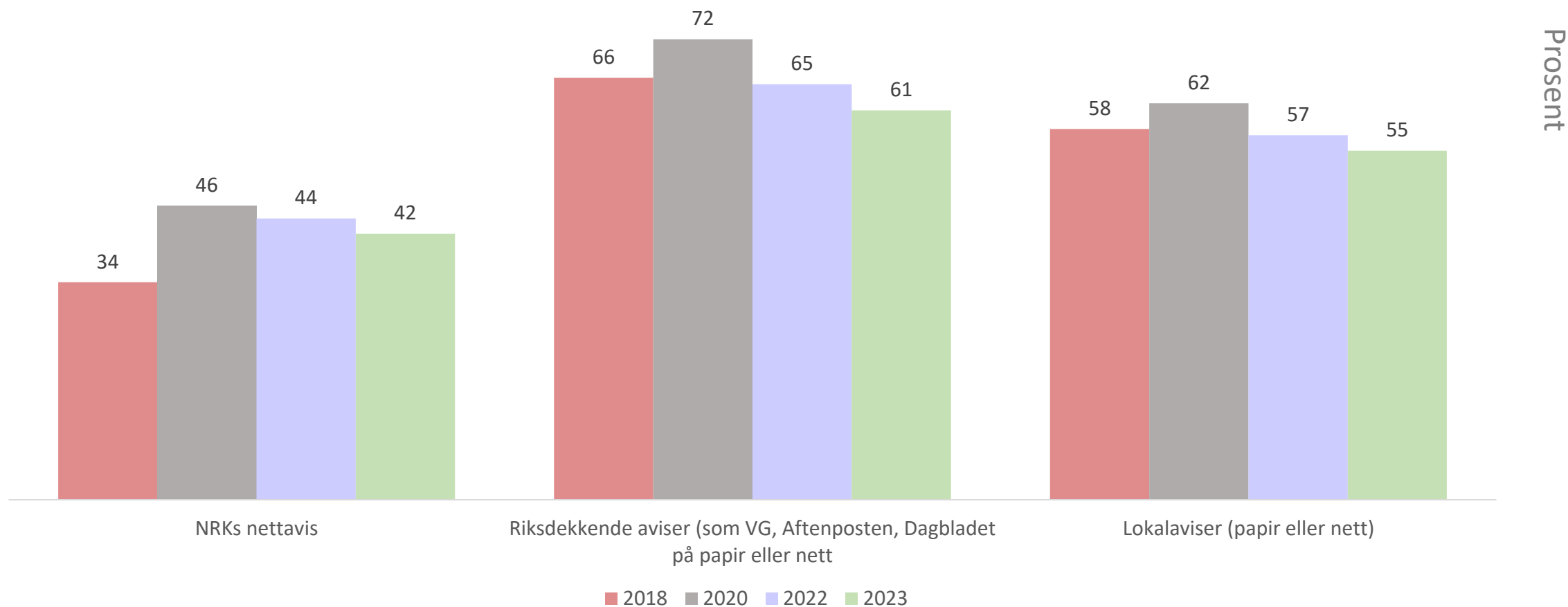
Base 2023: Alle: 1255

# NRK.no øker mest i daglig bruk





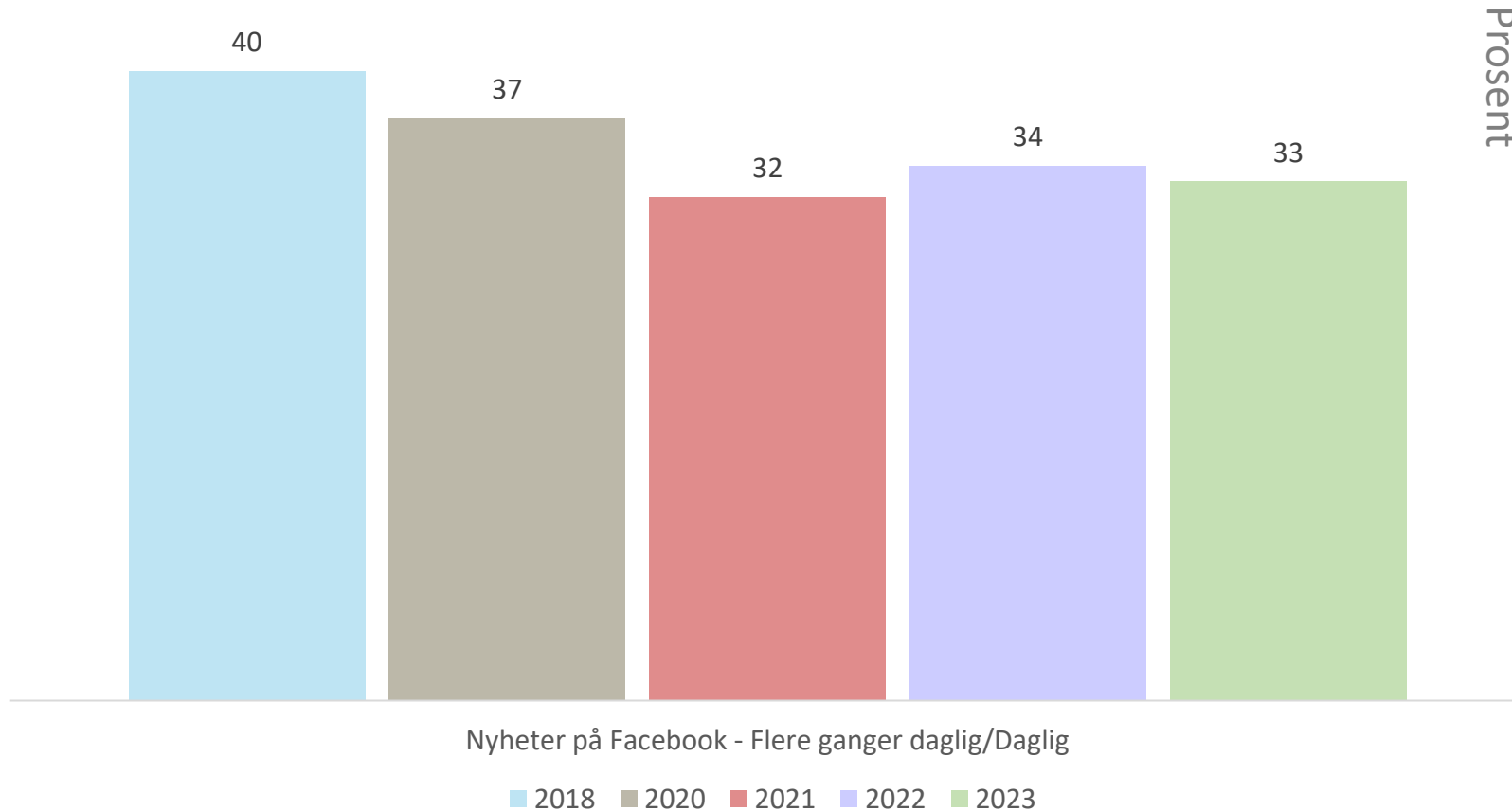
# Riks- og lokalaviser tilbake på pre-pandemisk nivå



Hvor ofte leser/ser/hører du nyheter fra følgende medier? Flere ganger daglig/Daglig

Base 2023: Alle: 1255

# Stadig færre unge henter nyheter fra **facebook**



Prosent

1 av 3 henter daglig nyheter fra Facebook.

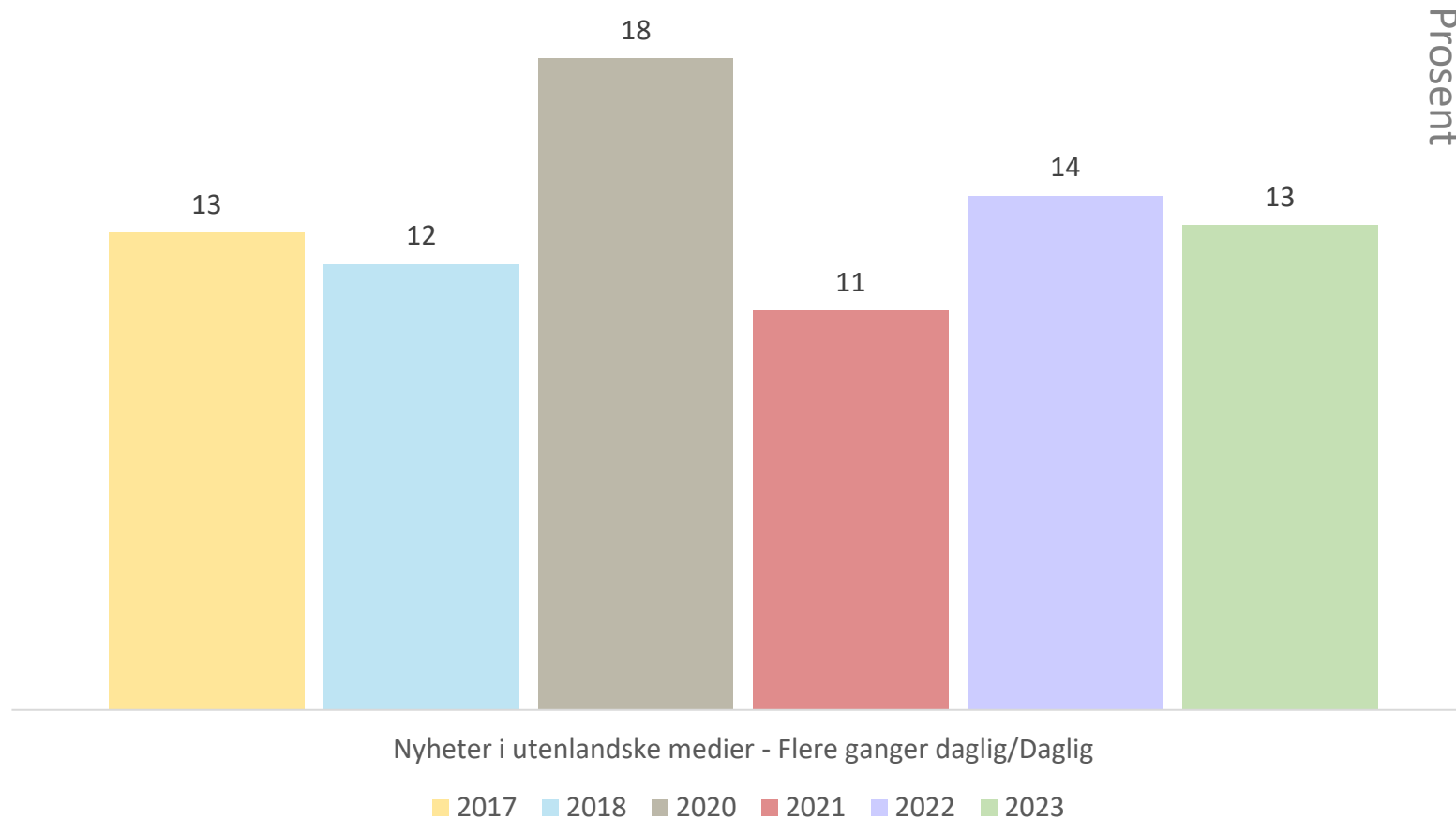
Andelen som sier at de benytter seg av nyheter via Facebook, har vært stabil de siste tre årene.

Fallet blant de yngste fortsetter imidlertid, og bare det siste året har andelen som daglig bruker Facebook til nyheter, gått fra 29 til 20 prosent. Dermed benytter kun 1 av 5 under 30 år daglig Facebook til nyhetsinnhold. Til sammenligning fant over halvparten av de under 30 år nyheter på Facebook i 2017.

Det er bare målgruppen over 60 år som opprettholder sitt konsum av nyheter på Facebook, og 39 % i denne aldersgruppen bruker nå daglig nyheter fra nettsamfunnet.

Bare 3 % oppgir Facebook som sin viktigste nyhetskilde.

# Stabil bruk av utenlandske medier

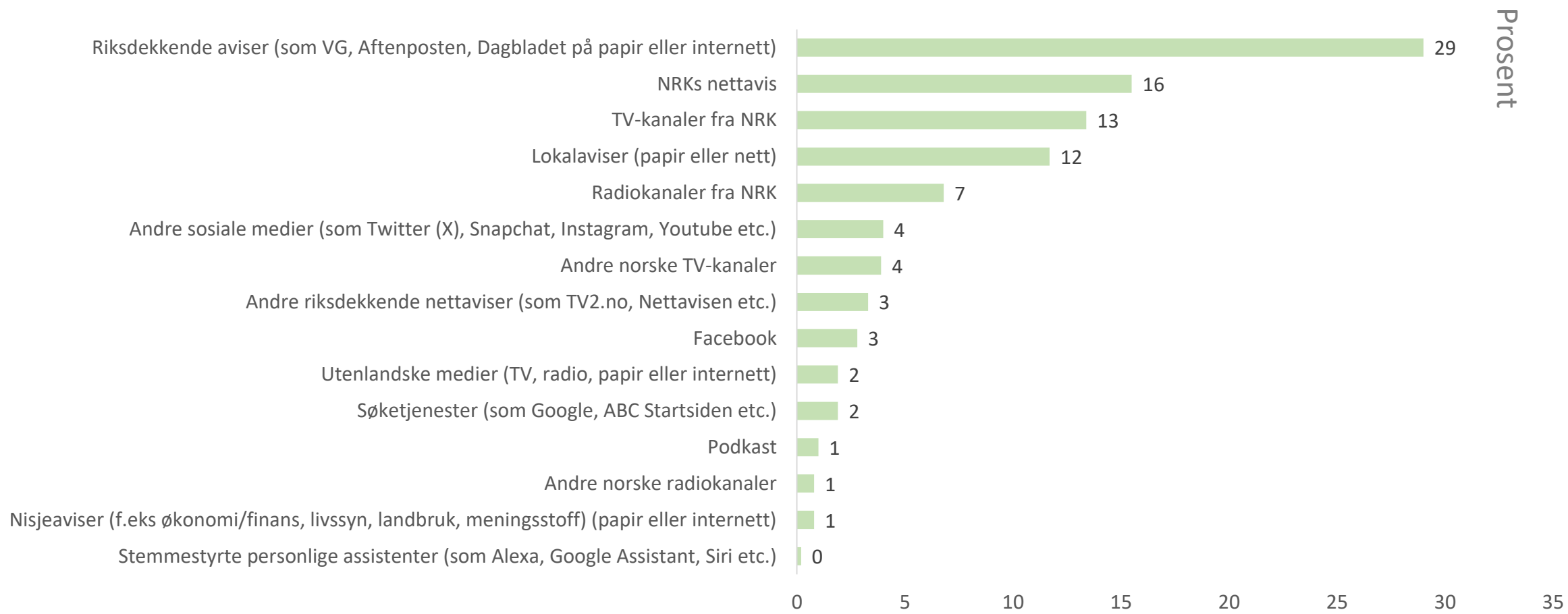


Selv med store internasjonale hendelser og konflikter de siste årene, har bruk av utenlandske medier stabilisert seg på nivåer vi så før pandemien. Det kan tyde på at nordmenn får dekket sitt nyhetsbehov på utenrikssaker via norske redaktørstyrte medier.

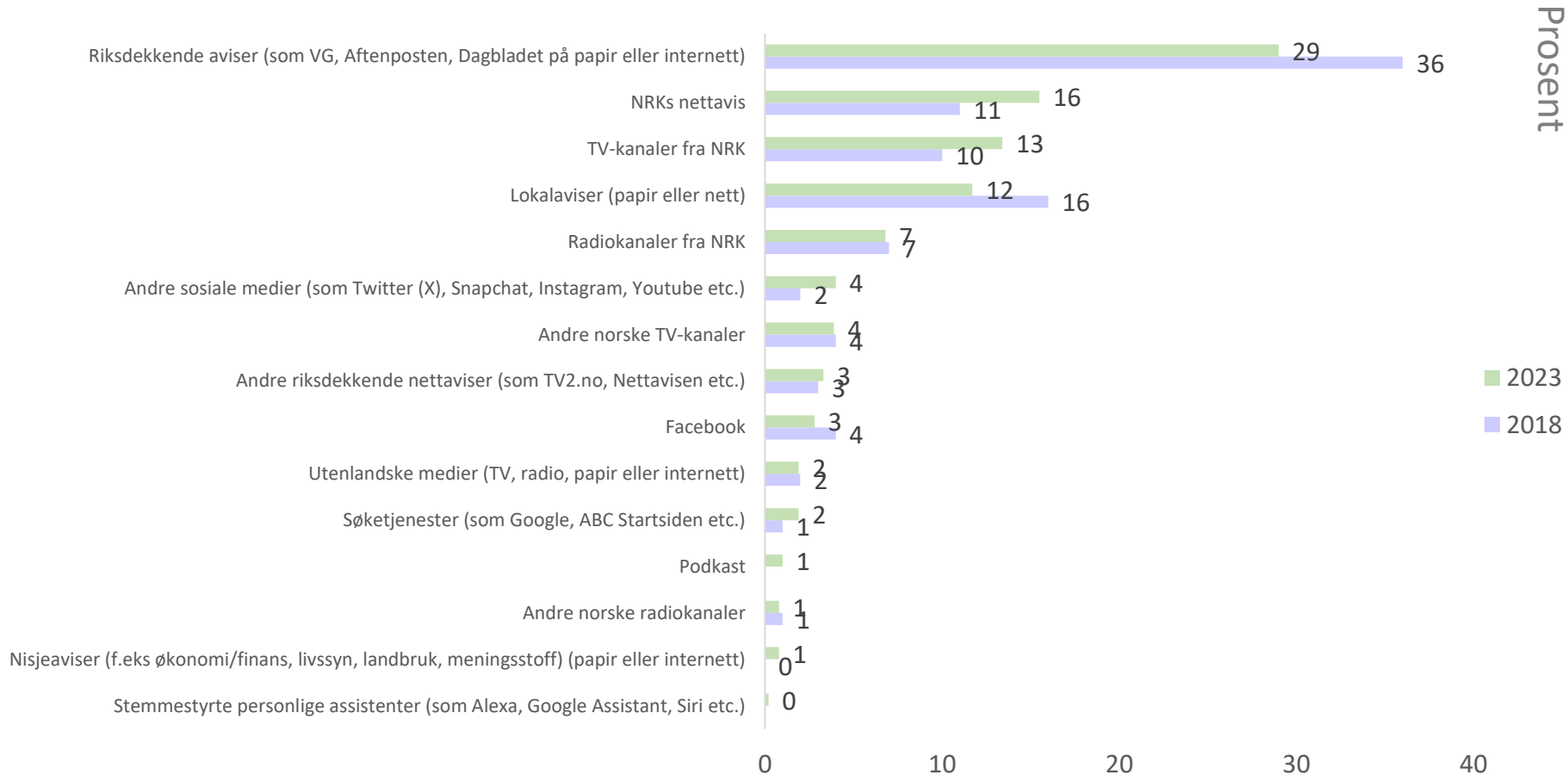
Menn i alderen 30-44 år er overrepresentert blant brukerne av utenlandske medier.

Kun 2 % oppgir utenlandske medier (TV, radio, papir eller internett) som sin viktigste nyhetskilde.

# Riksdekkende aviser er folks viktigste nyhetskilde



# Endringer i viktigste nyhetskilde 2018 – 2023

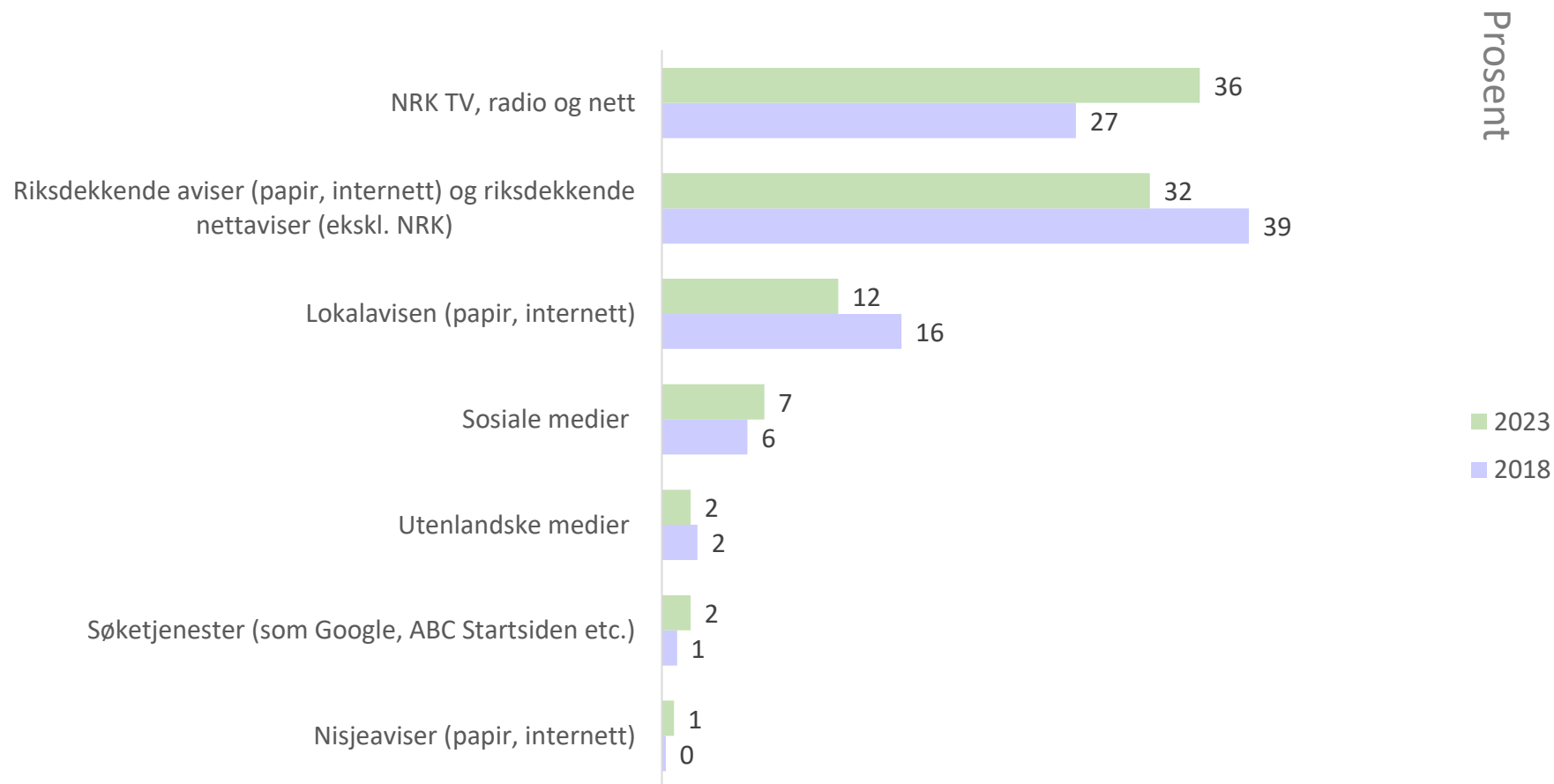


NRK.no har styrket seg som viktigste nyhetskilde siden 2017, mens riksdekkende aviser går tilbake.

Blant personer under 30 år, har 18 prosent sosiale medier som sin viktigste nyhetskilde, en økning på tre prosentpoeng fra i fjor. Det er også de yngste som først og fremst oppgir podkasts som viktigste nyhetskilde (3 %).

Aldersgruppen 30-44 år foretrekker i større grad riksdekkende nettaviser og NRKs nettaviser, mens de eldste er overrepresentert blant de som har NRK TV og radio, samt lokalaviser som viktigste nyhetskilde.

# NRK viktigst på tvers av TV, radio og nett

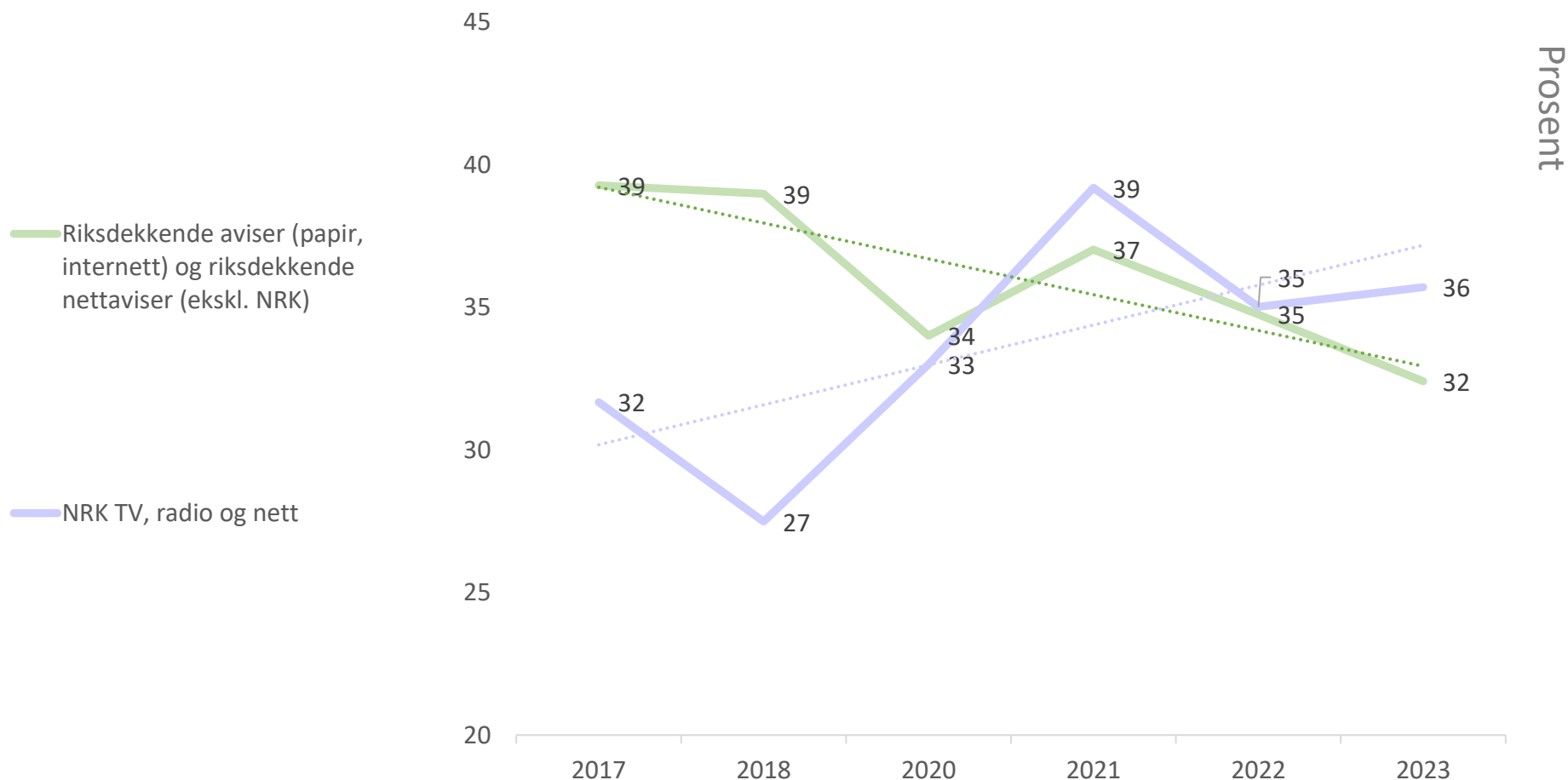


Hva er din viktigste nyhetskilde?

Base 2023: Alle: 1255

# Avstanden mellom NRK og de riksdekkende avisene øker

## - viktigste nyhetskilde



Den langsiktige trenden viser at NRK styrker seg som folks viktigste nyhetskilde.

I 2017 og 2018 var de riksdekkende avisene folks viktigste nyhetskilde, etterfulgt av NRK på tvers av TV, radio og nett.

Under pandemien i 2020-2021 styrket NRK seg som nyhetskilde, og også det siste året ser vi en økning for NRK, mens de riksdekkende avisene går tilbake.



Hvor mange og hvem  
betaler for nyheter?

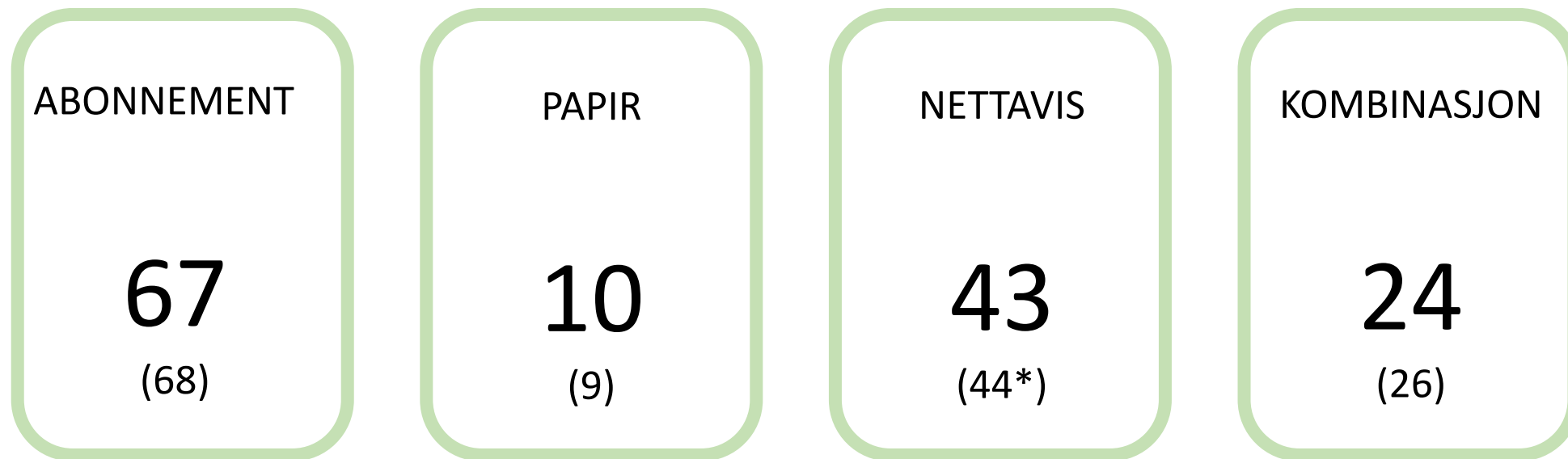


# HVOR MANGE OG HVEM – oppsummering

- Andelen som svarer at de har tilgang til avisabonnement i husstanden, økte jevnt fra 63 prosent 2017 til 69 prosent i 2021.
- I dag har oppgir 67 prosent av befolkningen over 18 år at de har tilgang til minst ett avisabonnement i husstanden, uavhengig av om tilgangen skjer via papiraviser, nettaviser eller ulike kombinasjoner. 43 prosent har tilgang til et heldigitalt abonnement, ca. 1 av 4 til et kombinasjonsabonnement og 1 av 10 en papiravis.
- Tilgangen til avisabonnement i husstanden øker markant fra 45 år og oppover. Høyere utdanning og inntekt sammenfaller med økt tilgang til avisabonnement, mens de som bor alene, og som det siste året har fått en merkbart strammere økonomi, i mindre grad har tilgang til abonnement.
- Flest har tilgang til heldigitale abonnement og veksten er på 31 prosent siden 2018. Andelen papirabonnement har gått jevnt tilbake de siste fem årene. Samtidig er det ikke lenger en økning i «komplett-abonnement», som i årene før 2018 stod for mye av veksten. Fortsatt er det flere som har tilgang til avisabonnement i husstanden enn det var i 2018.
- De siste fem årene er det en stabil tilgang til abonnement blant personer over 60 år, hvor nærmere 9 av 10 har et avisabonnement i husstanden. Veksten har de siste fem årene først og fremst kommet blant de yngste og i aldersgruppen 45-59 år.
- Blant de som har tilgang på abonnement i husstanden, abonnerer flest på lokale eller regionale aviser (77 %). Andelen utenfor Oslo og omegn er høyere (87 %). 4 av 10 abonnerer på riksaviser, og andelen har økt med 9 prosentpoeng siden 2018. Riksavisene har de siste fem årene økt i alle landsdeler, men går samtidig noe tilbake i Oslo-området.
- Flere har også tilgang til nisjeaviser enn for fem år siden. Her er menn (18 %) og personer bosatt i Oslo og omegn overrepresentert (22 %), og vi finner i større grad papir- eller kombinasjonsabonnement blant nisjeavisene.

# 2 av 3 har tilgang til minst ett avisabonnement

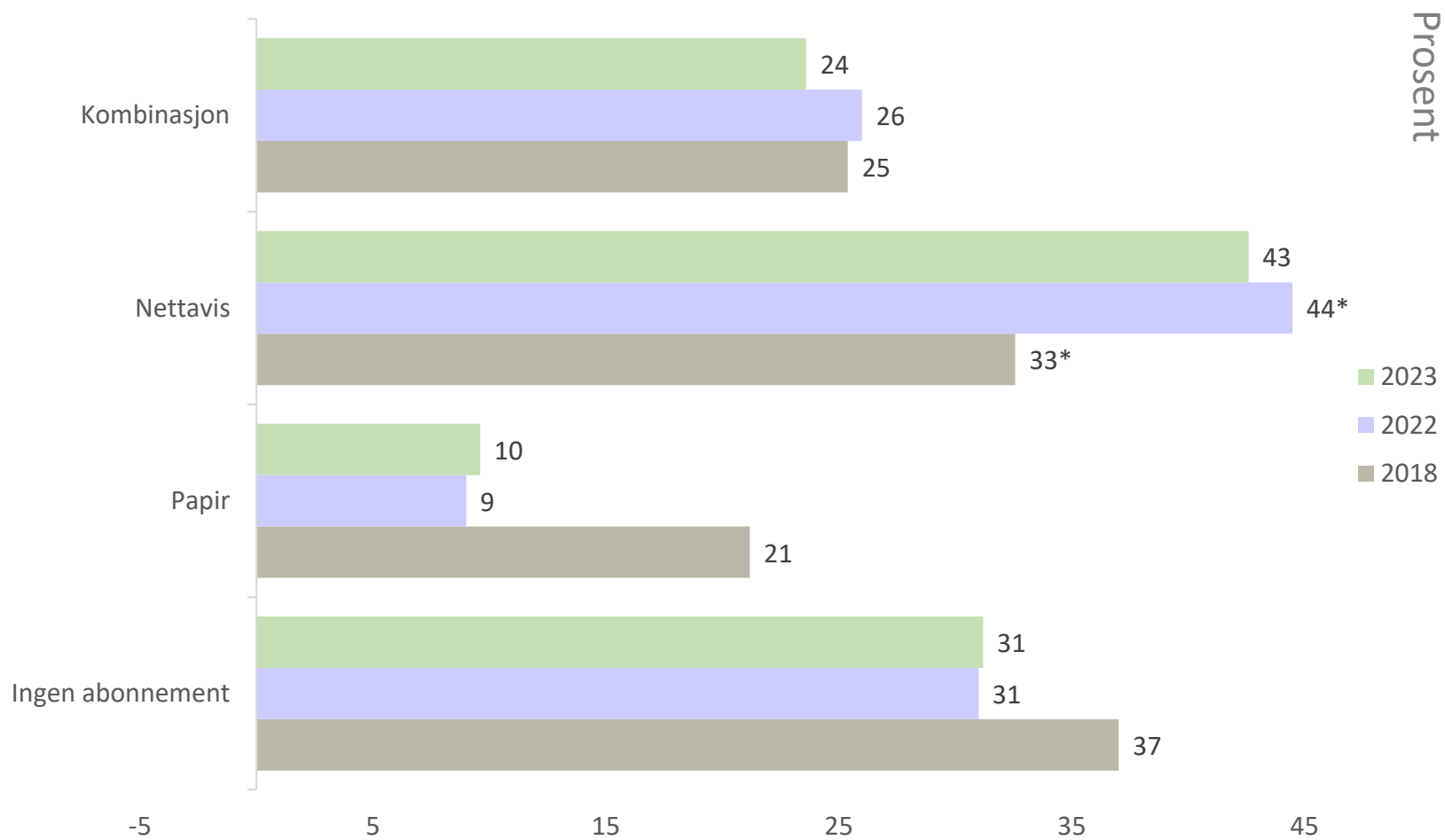
Prosent



Hvilke av følgende abonnement på avis har du eller din husstand? Tall i parentes er fra 2022. \* Kombinasjon av kategoriene «nettavis, e-avis, app på mobil» og «Plussabonnement/premiumabonnement på avis (f.eks. VG + eller Dagbladet Pluss)». I 2023 er spørsmålet kun stilt for «nettavis».

Base 2023: Alle: 1255

# 3 av 10 har ikke tilgang til avisabonnement



67 prosent av befolkningen over 18 år oppgir å ha tilgang til minst én type avisabonnement i husstanden, uavhengig av om tilgangen skjer via papiraviser, nettaviser eller ulike kombinasjoner. 31 prosent oppgir at de ikke har tilgang til slike abonnement og andelen er stabil det siste året.

Flest har tilgang til heldigitale abonnement.

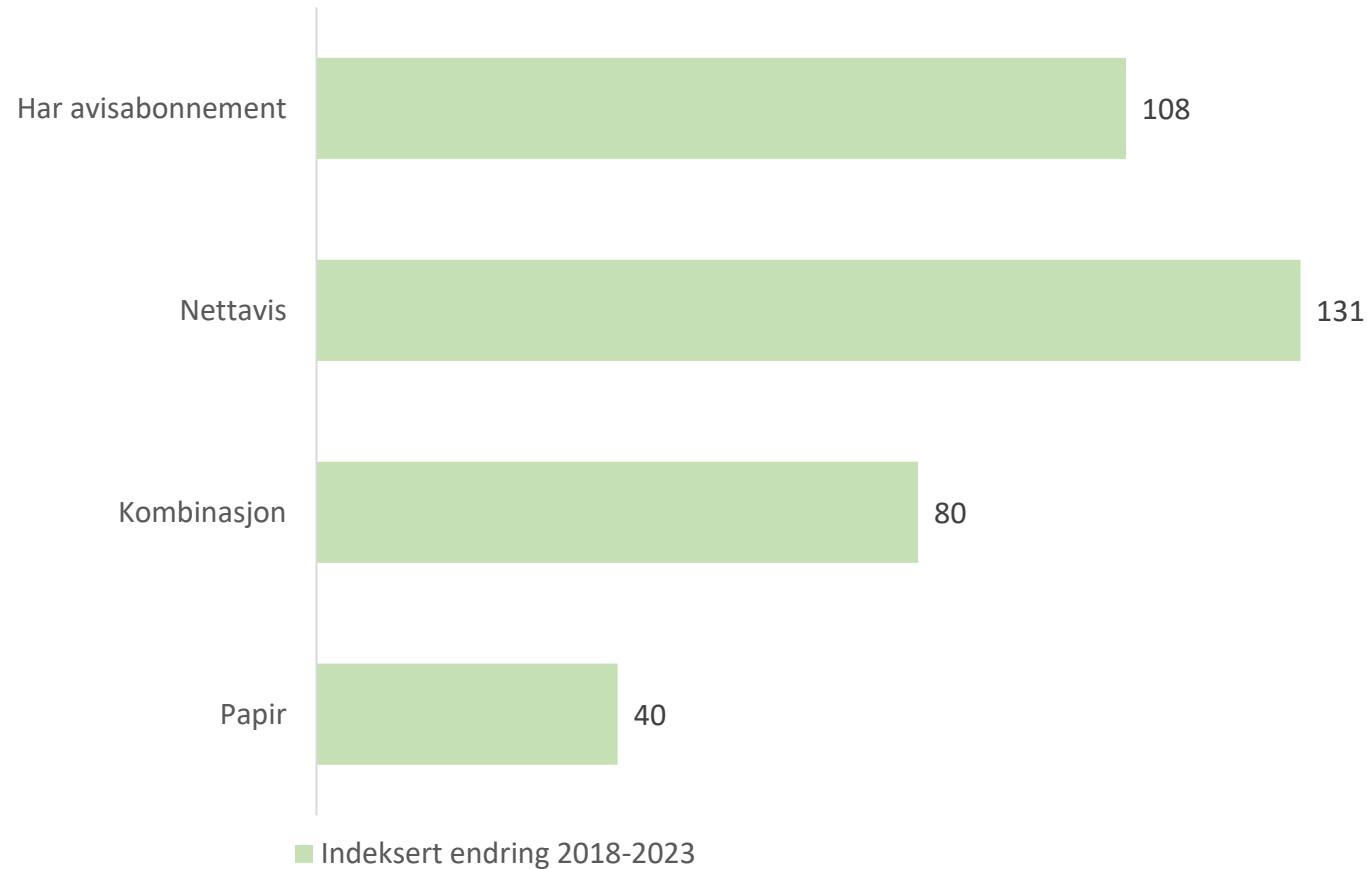
Høyere utdanning og inntekt sammenfaller med økt tilgang til avisabonnement, mens de som bor alene, og som det siste året har fått en merkbart strammere økonomi, i mindre grad har tilgang til abonnement.

Tilgangen til avisabonnement i husstanden øker markant fra 45 år og oppover.

Hvilke av følgende abonnement på avis har du eller din husstand? Tall i parentes er fra 2022. \* Kombinasjon av kategoriene «nettavis, e-avis, app på mobil» og «Plussabonnement/premiumabonnement på avis (f.eks. VG + eller Dagbladet Pluss)». I 2023 er spørsmålet kun stilt for «nettavis».

Base 2023: Alle: 1255

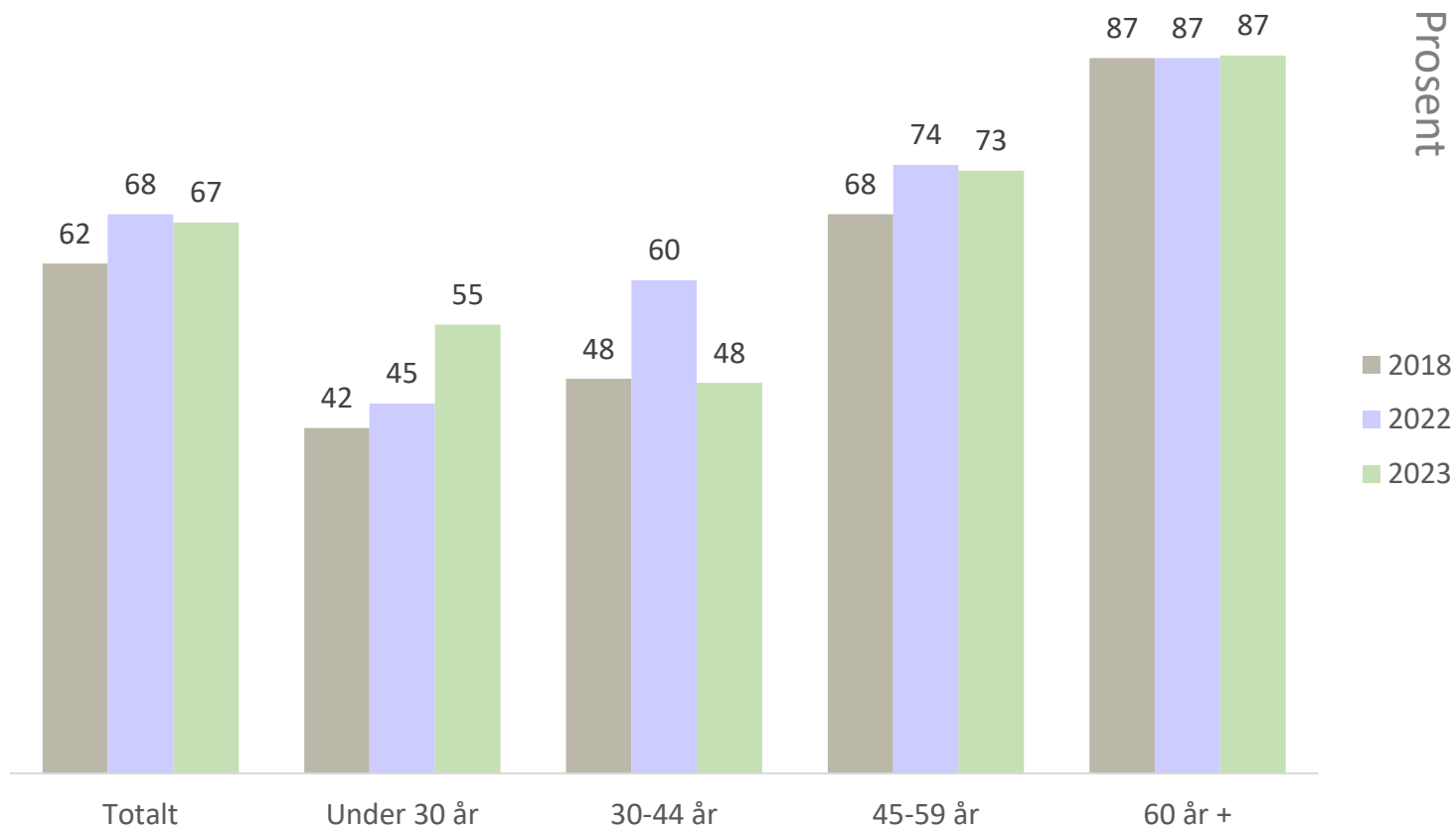
# Flere har abonnement enn i 2018



Veksten i tilgang til heldigitale abonnement er på 31 prosent siden 2018. Andelen papirabonnement har gått jevnt tilbake de siste fem årene. Samtidig er det ikke lenger en økning i «komplett-abonnement», som i årene før 2018 stod for mye av veksten.

Fortsatt er det flere som har tilgang til avisabonnement i husstanden enn det var i 2018.

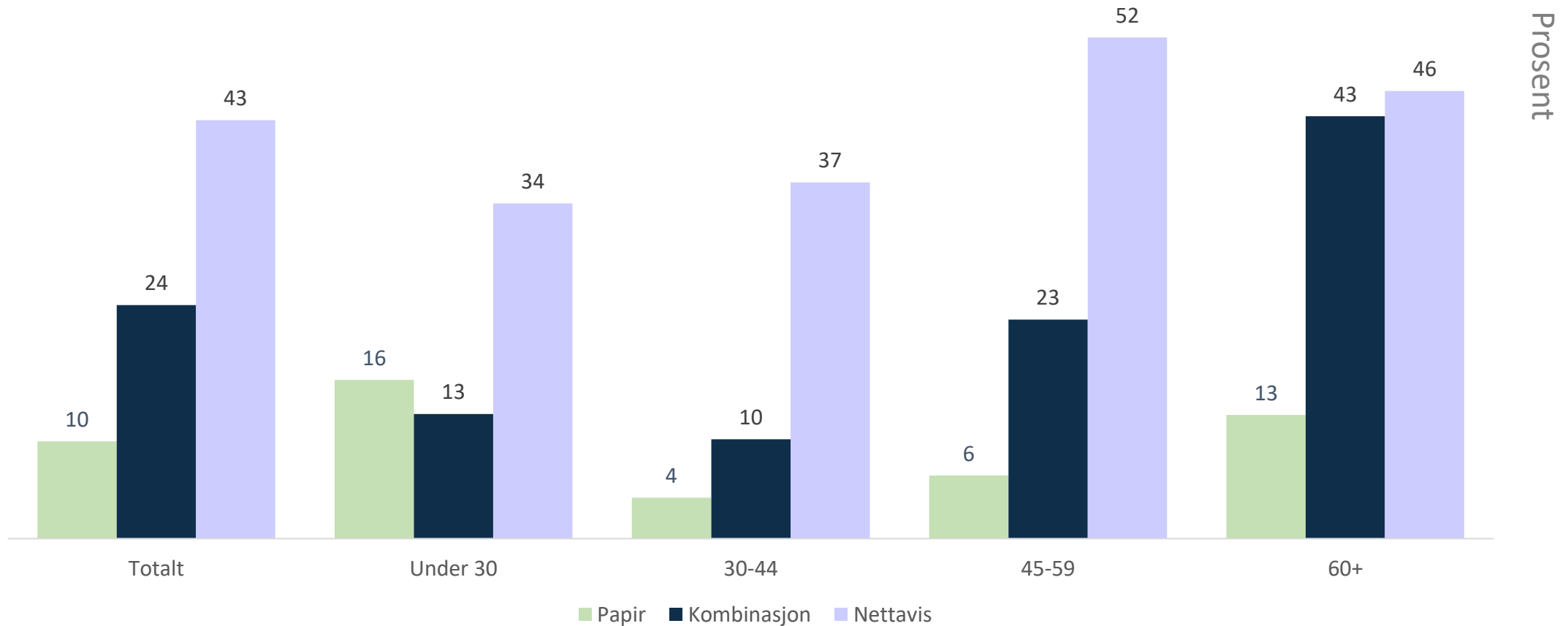
# Sterkest vekst blant de yngste



De siste fem årene er det en stabil tilgang til abonnement blant personer over 60 år, hvor nærmere 9 av 10 har et avisabonnement i husstanden.

Veksten de siste fem årene har først og fremst kommet blant de yngste og i aldersgruppen 45-59 år.

# Heldigitale tilbud mest populært i alle aldre



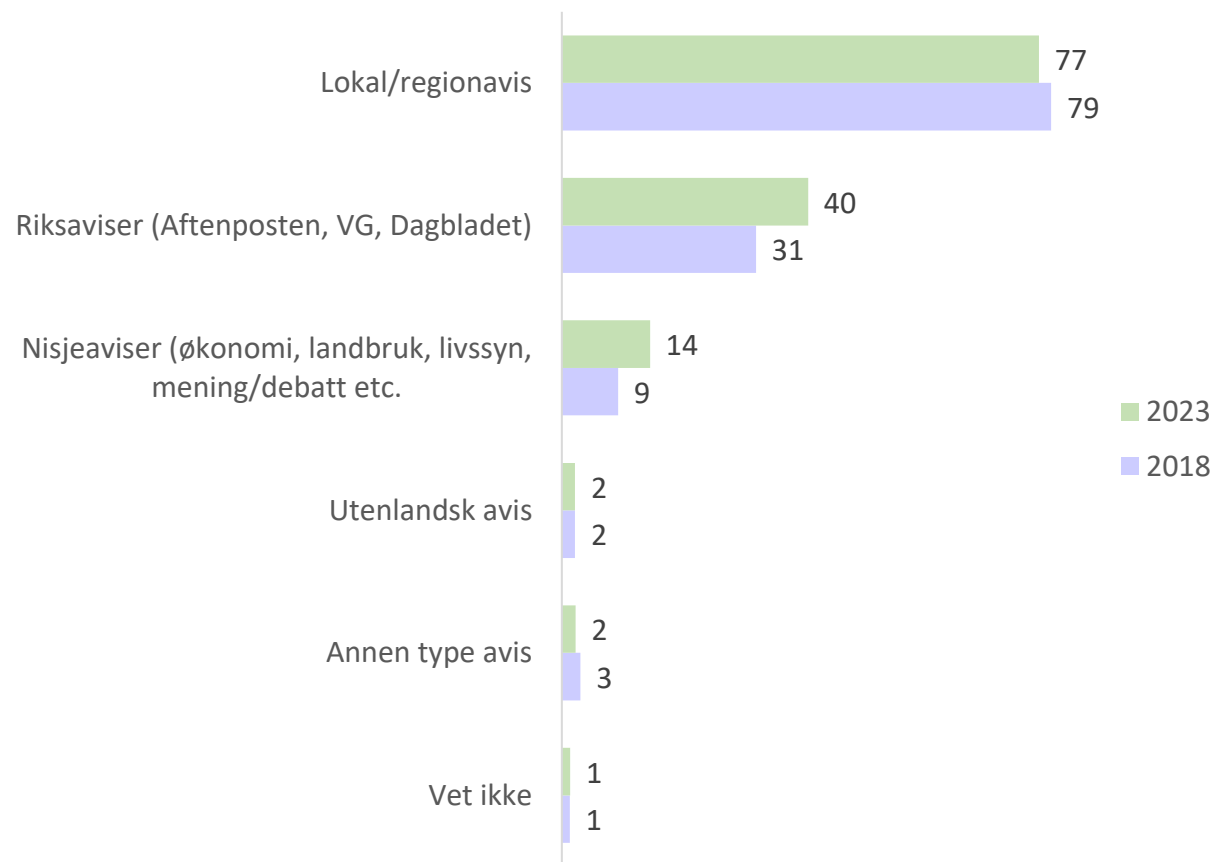
Hvilke av følgende abonnement på avis har du eller din husstand?

Base 2023: Alle: 1255

# Gallup Kompass – 2023



# Flere har tilgang til riks- og nisjeaviser



Blant de som har tilgang på abonnement i husstanden, abonnerer flest på lokale eller regionale aviser (77 %). Andelen utenfor Oslo og omegn er høyere (87 %).

4 av 10 abonnerer på riksaviser, og andelen har økt med 9 prosentpoeng siden 2018. Riksavisene øker i alle landsdeler, men går samtidig noe tilbake i Oslo-området.

Flere har også tilgang til nisjeaviser enn for fem år siden. Her er menn (18 %) og personer bosatt i Oslo og omegn overrepresentert (22 %), og vi finner i større grad papir- eller kombinasjonsabonnement blant nisjeavisene.





# Årsaker til å betale/ ikke betale

# HVORFOR – oppsummering

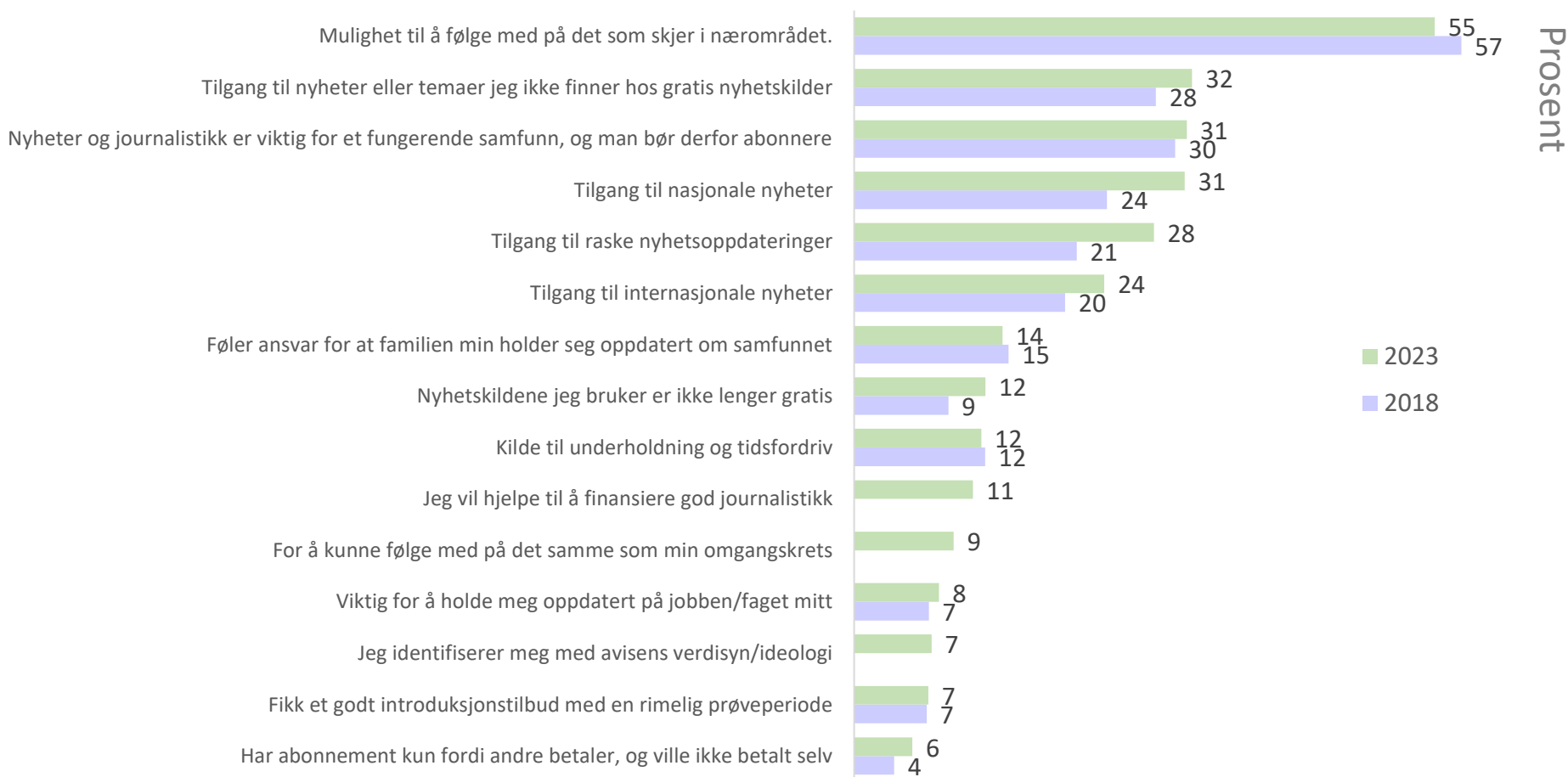
## HVORFOR

- Mulighet for å følge med på det som skjer i nærområdet er den hyppigst nevnte årsaken til å abonnere, og andelen har vært stabil de siste årene. Lokal- og regionavisene er spesielt viktige her, og 67 prosent av lokalavis-abonnementene oppgir dette som årsak til at de abonnerer. Lokalavisen er også viktigere for å følge med på det samme som omgangskretsen ellers.
- Abonnenter på nisjeaviser og utenlandske aviser identifiserer seg i større grad med avisens verdisyn/ideologi, og de abonnerer oftere fordi avisen er viktig for å holde seg oppdatert på jobb og fag.
- Riksavisene er viktige for å få tilgang til raske nyhetsoppdateringer nasjonalt og internasjonalt. De leverer innhold som ikke finnes hos gratis nyhetskilder og er samtidig en kilde til underholdning.

## HVORFOR IKKE

- Tilgang til gratis nyhetskilder på nett oppgis som hovedårsaken til ikke å abonnere på aviser. Nær halvparten av de som ikke har abonnement i dag, oppgir dette. Nasjonale nettaviser (43 %) og NRK.no (26 %) er da de viktigste gratis nyhetskildene, hvor kvinner i større grad oppgir NRK (34 %) og menn oftere oppgir andre nasjonale nettaviser (51 %). 12 prosent trekker frem sosiale medier som viktigste gratis nyhetskilde. Dette gjelder folk i alle aldre, og andelen er doblet siden 2021/2022.
- Stadig flere oppgir at de ikke har råd til å abonnere. Dette gjelder 3 av 10 blant de som sier at de har fått en strammere økonomi det siste året.
- Flere sier også at de får nok nyheter via sosiale medier. 32 prosent av de under 30 år oppgir dette. Denne aldersgruppen prioriterer i større grad også andre medieabonnement, som strømming, podkast og magasiner.
- Under 1 prosent av menn blir bekymret og urolig av nyheter, mens 10 prosent blant kvinner oppgir dette som årsak til ikke å abonnere.

# Viktigste grunner til å abonnere på aviser

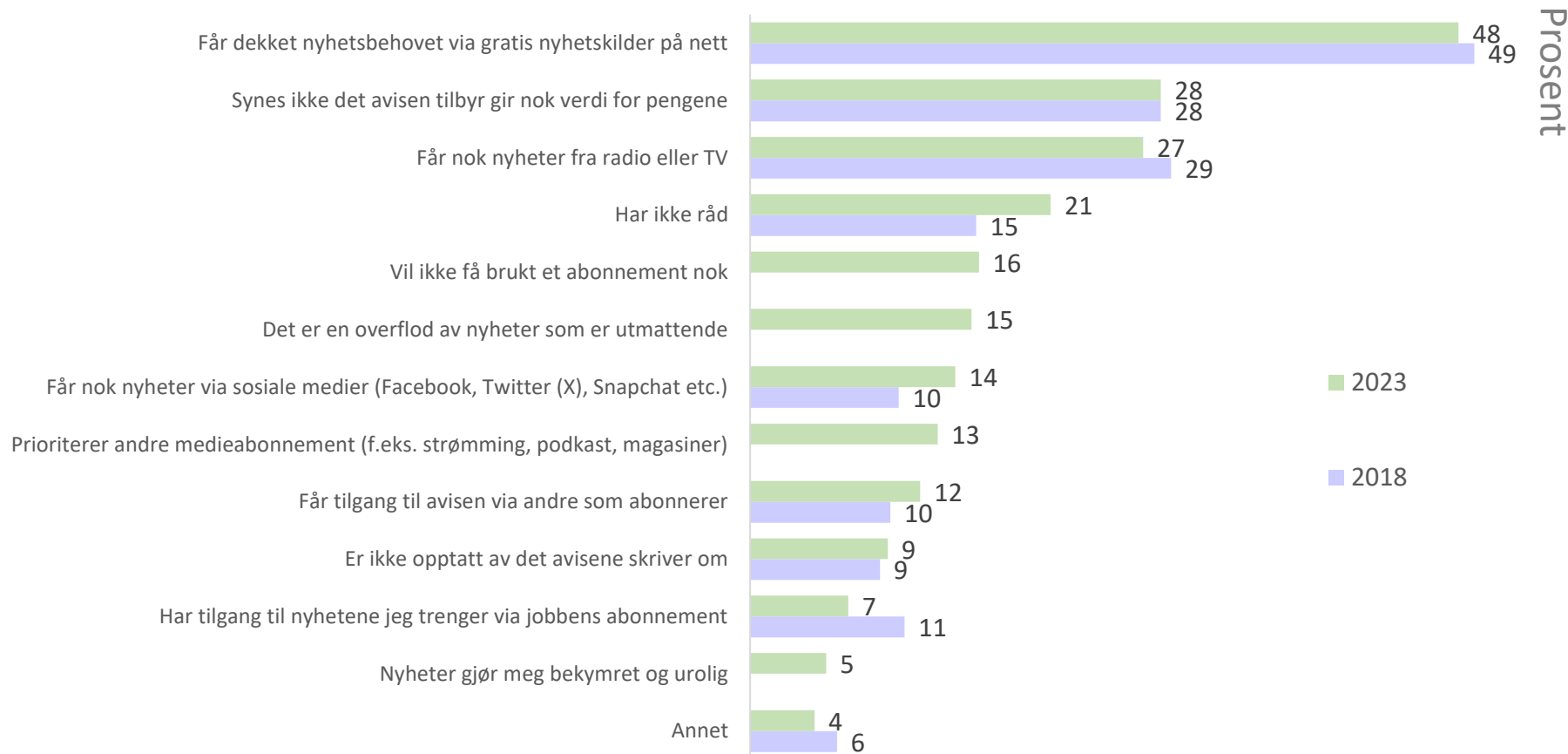


Lokal- og regionavisene er spesielt viktige for å følge med på det som skjer i nærområdet. 67 prosent av lokalavis-abonentene oppgir dette som årsak til at de abonnerer. Lokalavisen er også viktigere for å følge med på det samme som omgangskretsen ellers.

Abonnenter på nisjeaviser og utenlandske aviser identifiserer seg i større grad med avisens verdisyn/ideologi, og de abonnerer oftere fordi avisen er viktig for å holde seg oppdatert på jobb og fag.

Riksavisene er viktige for å få tilgang til raske nyhetsoppdateringer nasjonalt og internasjonalt. De leverer innhold som ikke finnes hos gratis nyhetskilder og er samtidig en kilde til underholdning.

# Årsaker til ikke å abonnere på aviser



Prosent

Tilgang til gratis nyhetskilder på nett oppgis som hovedårsaken til ikke å abonnere på aviser. Nær halvparten av de som ikke har abonnement i dag, oppgir dette.

Stadig flere oppgir at de ikke har råd til å abonnere. Dette gjelder 3 av 10 blant de som sier at de har fått en strammere økonomi det siste året.

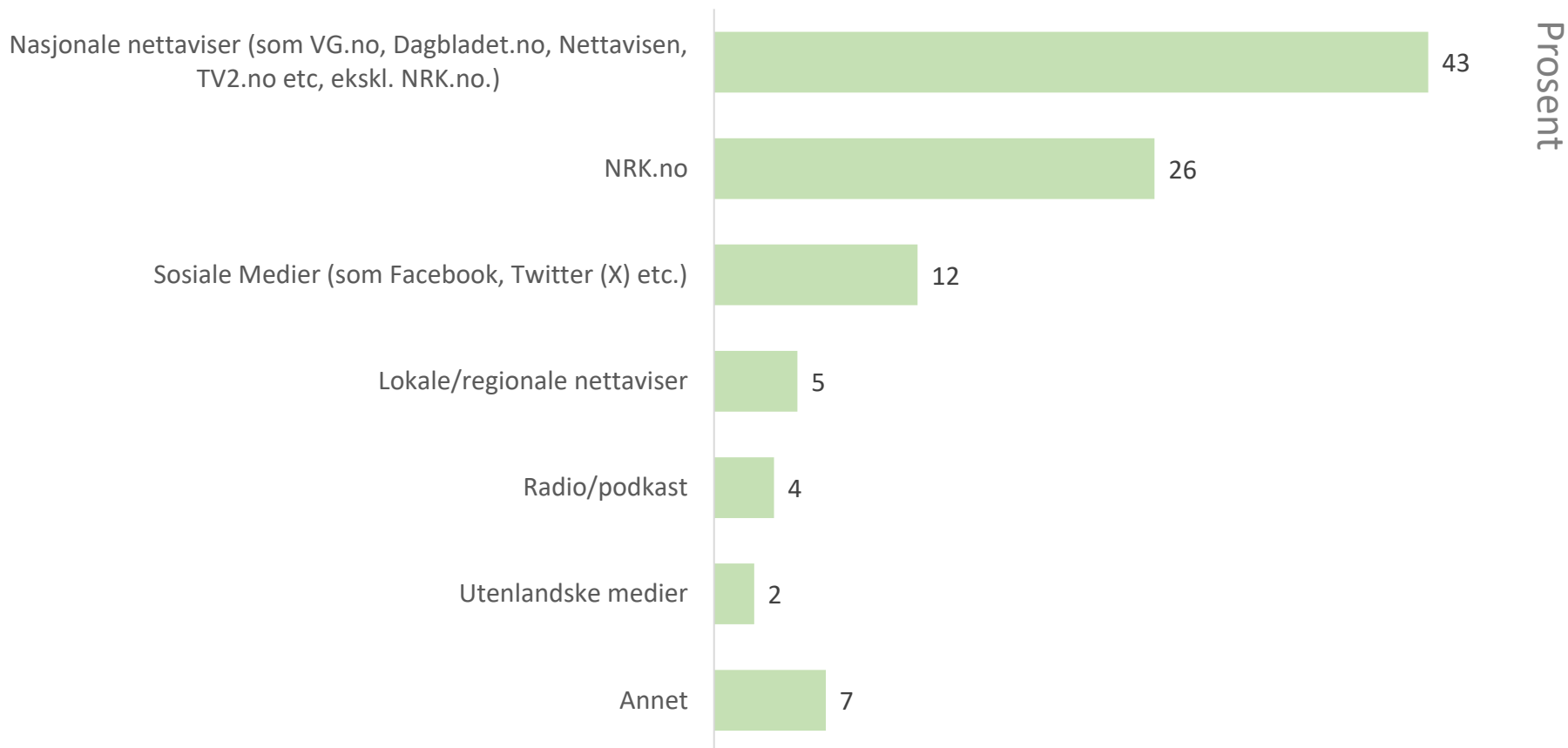
Flere sier også at de får nok nyheter via sosiale medier. 32 prosent av de under 30 år oppgir dette. Denne aldersgruppen prioriterer i større grad også andre medieabonnement, som strømming, podkast og magasiner.

Under 1 prosent av menn blir bekymret og urolig av nyheter, mens 10 prosent blant kvinner oppgir dette som årsak til ikke å abonnere.

Hva er de viktigste grunnene til at du eller din husstand ikke abonnerer på avis og/eller nettavis?

Base 2023: Har ikke abonnement på avis i husstanden: 392

# Viktigste gratis nyhetskilde på nett



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

Nasjonale nettaviser og NRK.no er de viktigste gratis nyhetskildene på nett for denne gruppen, hvor kvinner (34 %) i større grad oppgir NRK, og menn (51 %) andre nasjonale nettaviser.

12 prosent og folk i alle aldre trekker frem sosiale medier, og andelen er doblet siden 2021/2022.

Du svarte at du får dekket nyhetsbehovet av gratis kilder på nett. Hva er din viktigste gratis nyhetskilde på nett?

Base 2023: Har ikke abonnement på avis i husstanden og får dekket nyhetsbehovet av gratis kilder på nett: 211

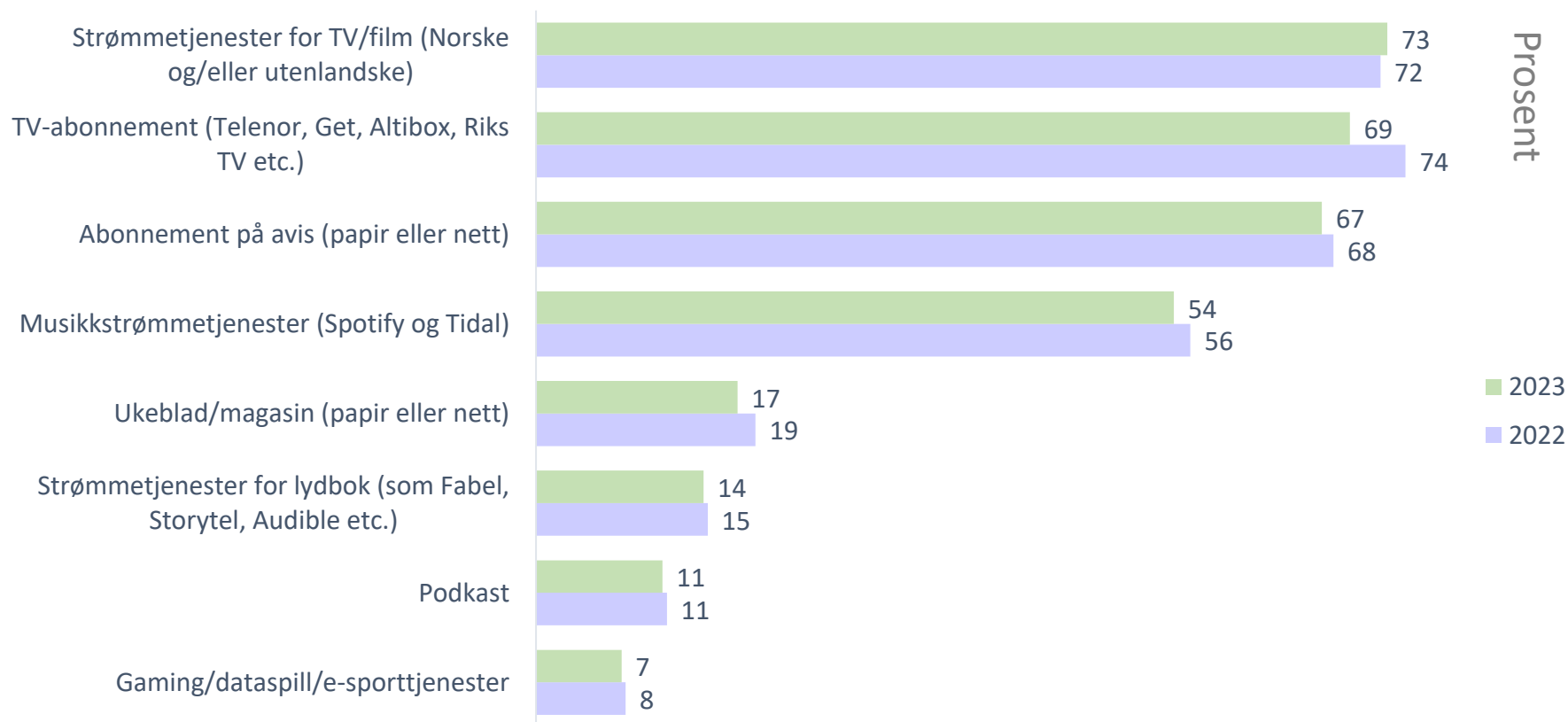


# Avisabonnement og andre typer medieabonnement

# Avisabonnement og andre typer medieabonnement – oppsummering

- Stadig flere mediekkanaler og abonnementsløsninger kjemper om folks oppmerksomhet, og ikke minst lommebok. «Betaling for nyheter» ser derfor også på det større mediebildet, hvor blant annet TV-abonnement, og ulike strømmetjenester er en viktig del av nordmenns mediehverdag.
- 95 prosent av befolkningen over 18 år har minst ett av de nevnte medieabonnementene og sjansen for å ha ulike medieabonnement øker med antall personer i husstanden. Siden fjoråret er det en svak tilbakegang for flere av kategoriene.
- Flere har tilgang til strømmetjenester for TV og film enn avisabonnement. Flest oppgir å ha tilgang til minst én norsk eller utenlandsk strømmetjeneste for TV/film (73 %). Blant de under 45 år er andelen på 82 prosent, mens personer over 60 år bidrar til å dra ned snittet. Tilgang til strømmetjenester øker i takt med økt inntekt. 67 prosent har tilgang til mist ett avisabonnement i husstanden, og over halvparten har tilgang til musikkstrømmetjenester. Ca. 1 av 10 har tilgang til abonnement på podkast.
- Veksten for utenlandske strømmetjenester på TV og film stopper opp, mens norske strømmetjenestene har hatt en sterk vekst på 15 prosentpoeng siden de ble inkludert i undersøkelsen i 2020. Kvinner og personer under 30 år er overrepresentert blant de som oppgir å ha tilgang til norske strømmetjenester. Færre oppgir å ha tilgang til TV-abonnement, men blant de over 60 har 91 prosent fortsatt et slikt abonnement. Musikstrømmetjenestene hadde sitt toppår under pandemien, og 54 prosent har fortsatt tilgang til en slik strømmetjeneste.
- Film og TV er viktig for den norske befolkningen. Om vi ber brukerne velge, uavhengig av om de har abonnement fra før og hva slags type abonnement de har, vil flest velge TV-abonnement og strømmetjenester. 1 av 3 foretrekker TV-abonnement, mens 3 av 10 ville valgt en strømmetjeneste for TV/film. Andelen som ville valgt avis, går tilbake det siste året. 16 prosent ville valgt et avisabonnement, en nedgang fra 19 prosent i 2022, og flest foretrekker da et kombinasjonsabonnement eller et abonnement på en nettavise.
- Selv om flest fortsatt ville velge TV-abonnement, er det stadig færre som svarer dette. De utenlandske strømmetjenestene prioriteres også i mindre grad i dag enn i 2020, mens de norske strømmetjenestene har blitt viktigere for folk. Likevel er det fortsatt flere som ville valgt utenlandske strømmetjenester over norske. Andelen som ville valgt musikkstrømmetjenester har økt fra 7 til 12 prosent siden 2020.
- 18 prosent har et bundling-abonnement som inkluderer flere nyhets- og aktualitetsprodukter som normalt sett kjøpes separat, mens 45 prosent har hørt om slike tilbud.
- Den mest attraktive abonnementsmodellen er at abonnenten selv kan velge en kombinasjon av nyhets- og aktualitetsprodukter. Over halvparten foretrekker dette når de tenker seg at de skal abonnere. Dette er spesielt attraktivt for kvinner og den yngste målgruppen, hvor 55 prosent oppgir dette.
- De yngste, men her i større grad menn, ønsker også i større grad forhåndsdefinerte abonnementsprodukter. De med høyest husstandsinnpekt foretrekker i større grad separate abonnement for hvert nyhetsprodukt (29 %), mens de med lavest inntekt i større grad vil kjøpe tilgang til enkeltsaker (25 %).

# Flere har strømmetjenester enn avisabonnement



Prosent

■ 2023  
■ 2022

95 prosent av befolkningen over 18 år har minst ett av de nevnte medieabonnementene, og sjansen for å ha ulike medieabonnement øker med antall personer i husstanden.

Siden fjoråret er det en svak tilbakegang for flere av kategoriene.

Flest oppgir å ha tilgang til minst én norsk eller utenlandsk strømmetjeneste for TV/film (73 %). Blant de under 45 år er andelen på 82 prosent, mens personer over 60 år bidrar til å dra ned snittet. Tilgang til strømmetjenester øker i takt med økt inntekt.

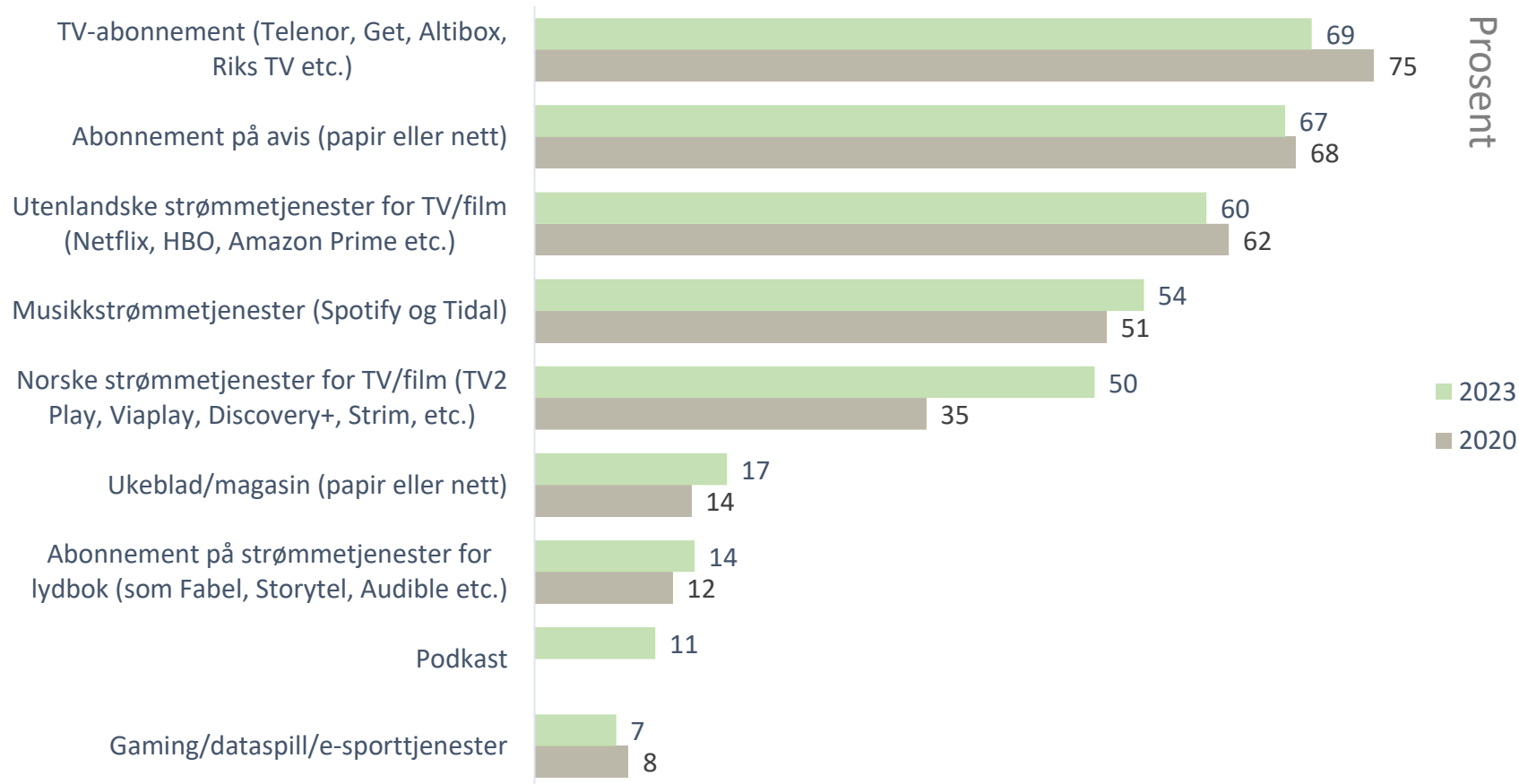
67 prosent har tilgang til mist ett avisabonnement i husstanden, og over halvparten har tilgang til musikkstrømmetjenester. Ca. 1 av 10 har tilgang til abonnement på podkast.

Hvilke av følgende abonnement har du eller din husstand?

Base 2023: Alle: 1255



# Sterk vekst for norske strømmetjenester



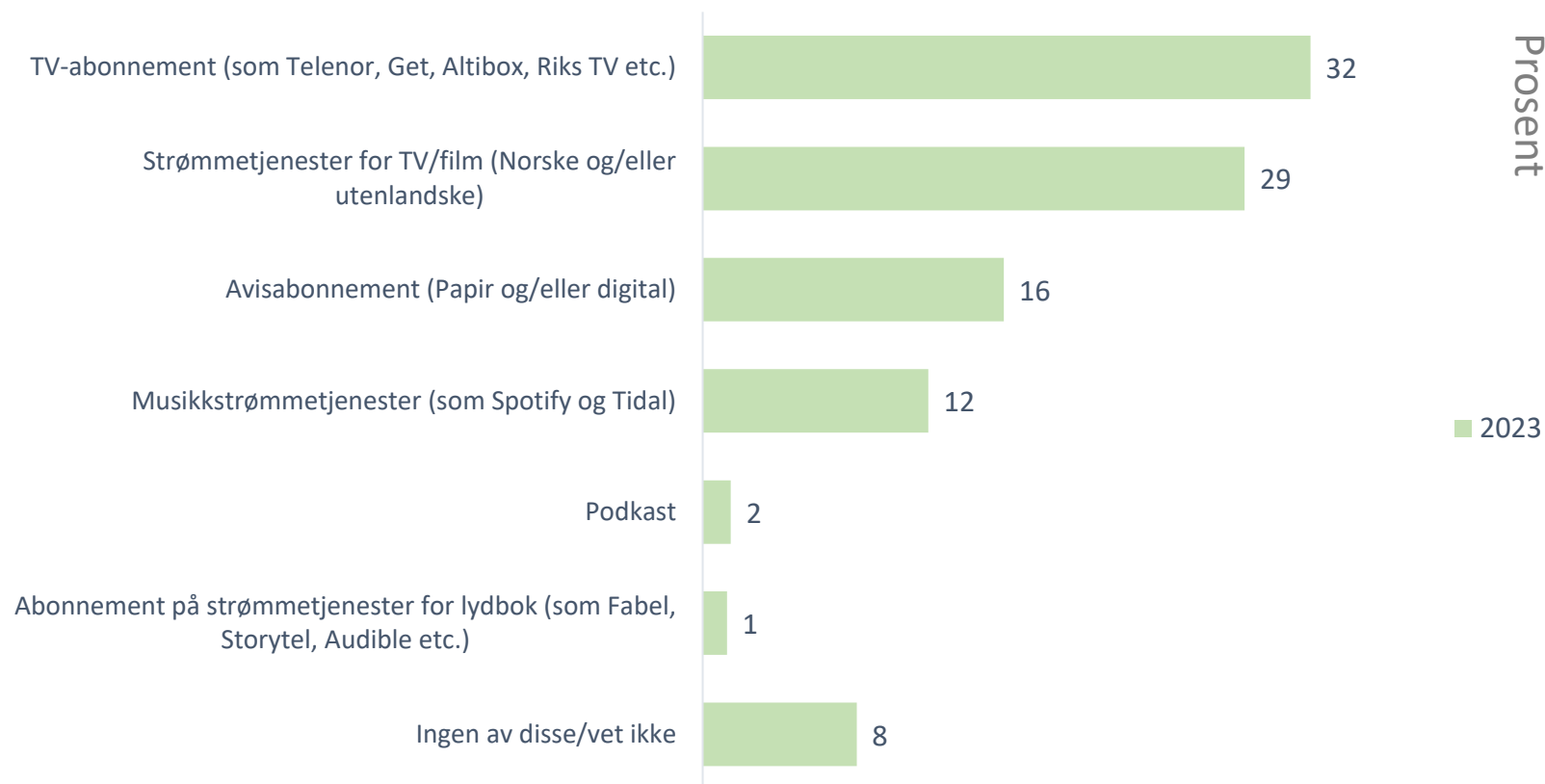
Veksten for utenlandske strømmetjenester på TV og film stopper opp, mens norske strømmetjenestene har hatt en sterk vekst på 15 prosentpoeng siden de ble inkludert i målingen i 2020.

Kvinner og personer under 30 år er overrepresentert blant de som oppgir å ha tilgang til norske strømmetjenester.

Færre oppgir å ha tilgang til TV-abonnement, men blant de over 60 har 91 prosent fortsatt et slikt abonnement.

Musikkstrømmetjenestene hadde sitt toppår under pandemien, og 54 prosent har fortsatt tilgang til en slik strømmetjeneste.

# Flest vil velge TV- og strømming om de må prioritere



Film og TV er viktig for den norske befolkningen. Om vi ber brukerne velge, uavhengig av om de har abonnement fra før og hva slags type abonnement de har, vil flest velge TV-abonnement og strømmetjenester.

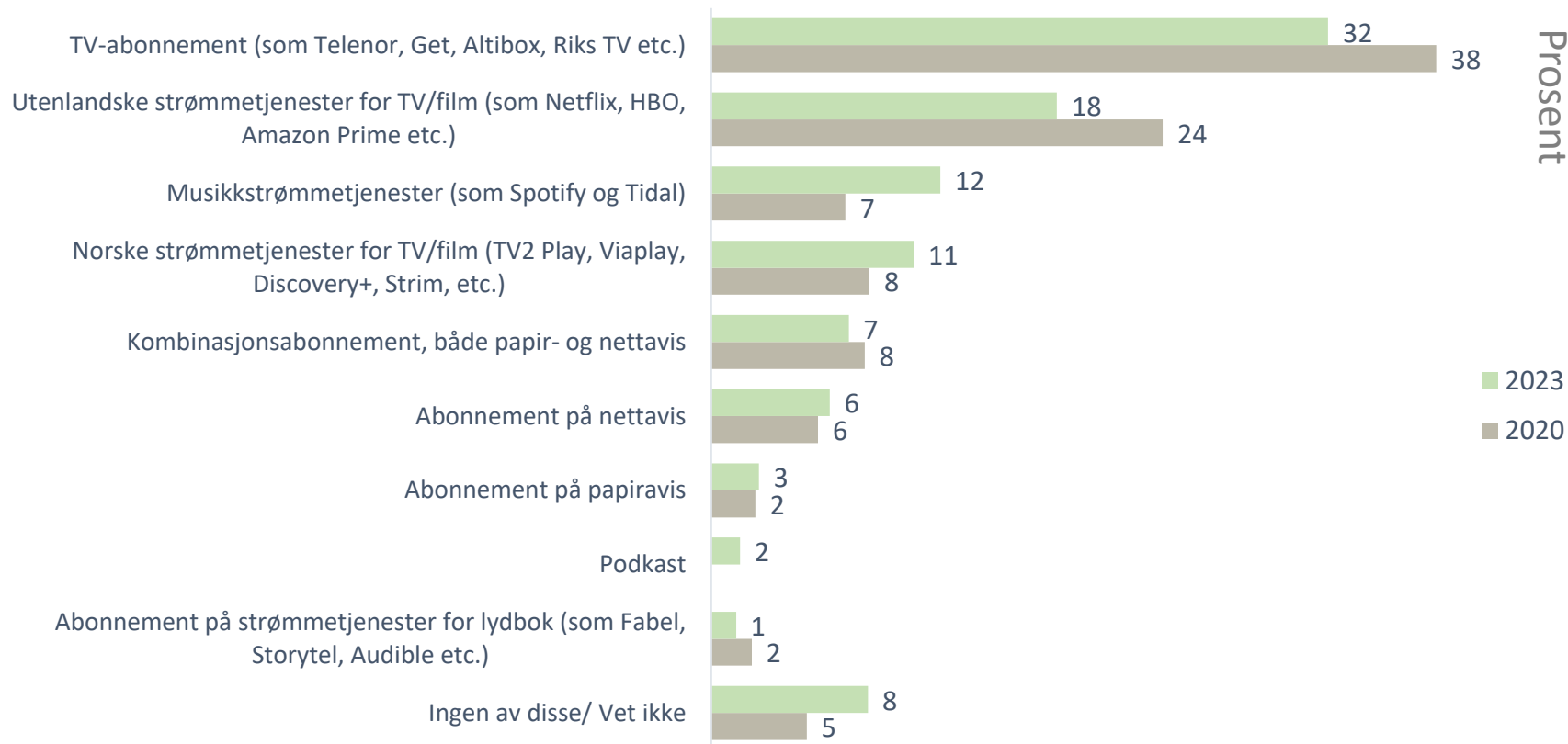
1 av 3 foretrekker TV-abonnement, mens 3 av 10 ville valgt en strømmetjeneste for TV/film.

16 prosent ville valgt et avisabonnement, en nedgang fra 19 prosent i 2022, og flest foretrekker da et kombinasjonsabonnement eller et abonnement på en nettaviss.

Uavhengig om du har abonnement eller ikke: Hvis du bare kunne velge ett abonnement i løpet av det kommende året, hvilket av de følgende ville du valgt?

Base 2023: Alle: 1255

# Stadig flere ville valgt en musikkstrømmetjeneste



Stadig færre vil velge TV-abonnement.

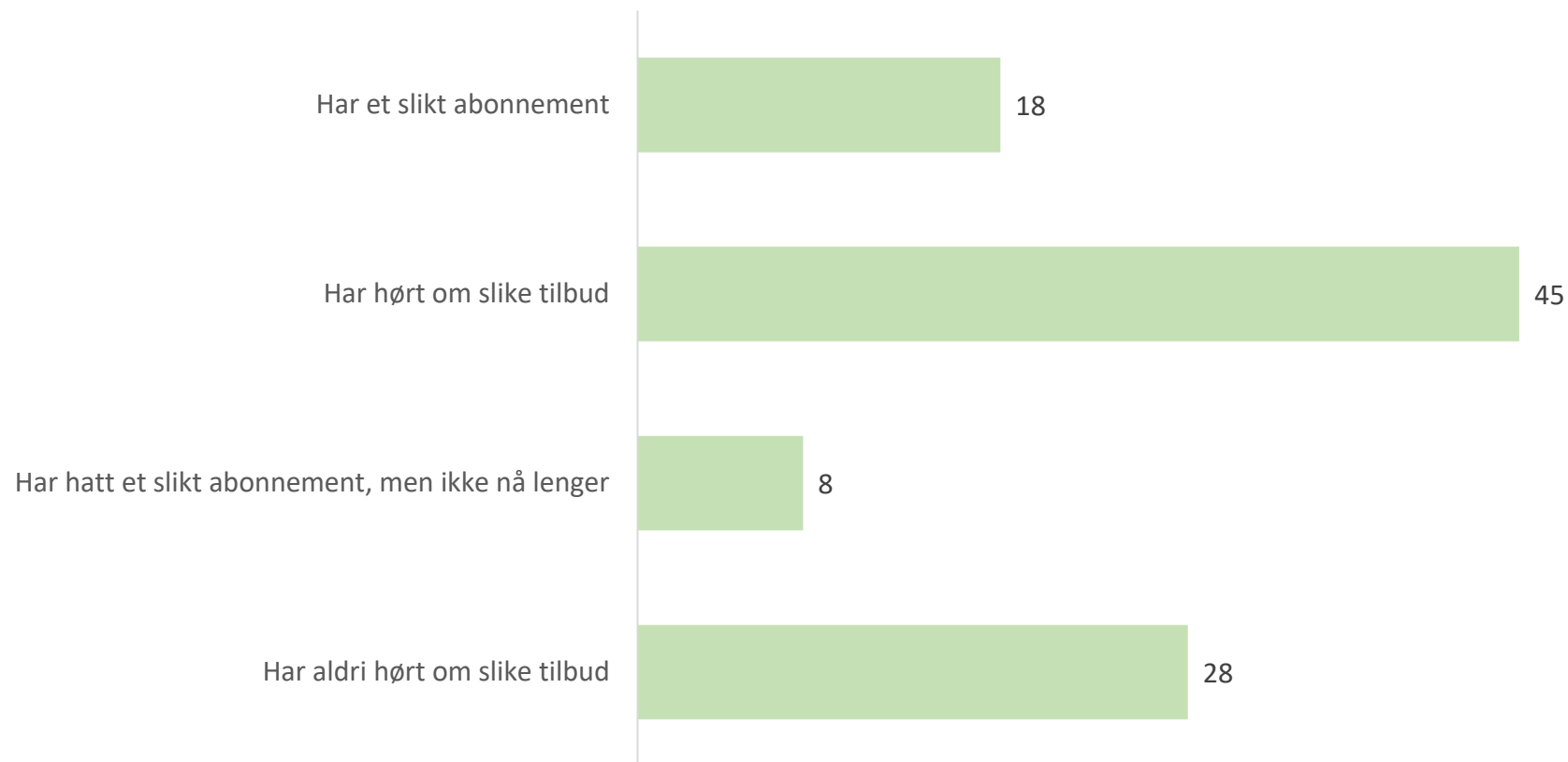
De utenlandske strømmetjenestene prioriteres også i mindre grad i dag enn i 2020, mens de norske strømmetjenestene har blitt viktigere for folk. Likevel er det fortsatt flere som ville valgt utenlandske strømmetjenester over norske.

Andelen som ville valgt musikkstrømmetjenester, har økt fra 7 til 12 prosent siden 2020.

Uavhengig om du har abonnement eller ikke: Hvis du bare kunne velge ett abonnement i løpet av det kommende året, hvilket av de følgende ville du valgt?

Base 2023: Alle: 1255

# 18 prosent har et bundling-abonnement



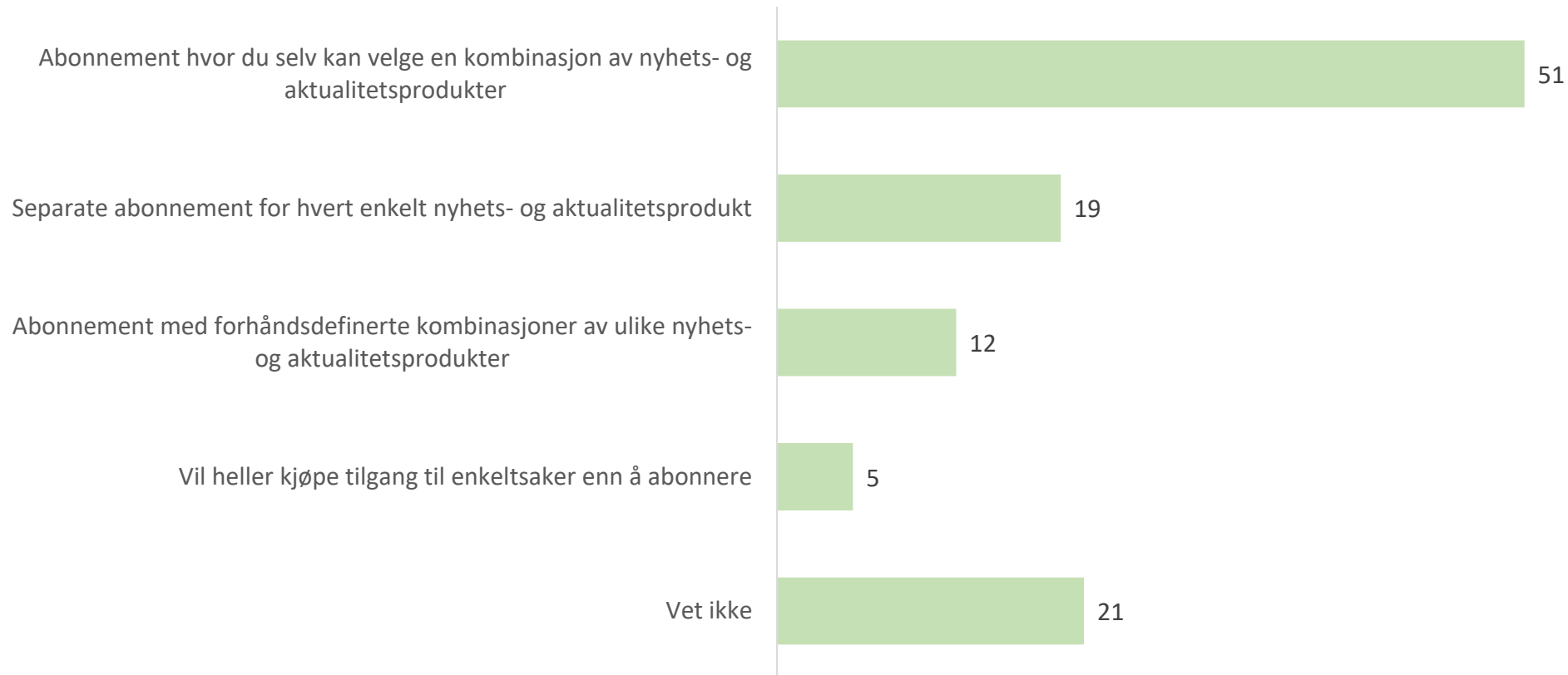
Nærmere 2 av 10 har et abonnement som inkluderer flere nyhets- og aktualitetsprodukter som normalt sett kjøpes separat, mens 45 prosent har hørt om slike tilbud.

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 2023: Alle: 1255

# Abonnementene ønsker å velge selv



Den mest attraktive abonnementsmodellen er at abonnenten selv kan velge en kombinasjon av nyhets- og aktualitetsprodukter. Over halvparten foretrekker dette når de tenker seg at de skal abonnere.

Dette er spesielt attraktivt for kvinner og den yngste målgruppen, hvor 55 prosent oppgir dette. De yngste, men her i større grad menn, ønsker også i større grad forhåndsdefinerte abonnementsprodukter.

De med høyest husstandsinntekt foretrekker i større grad separate abonnement for hvert nyhetsprodukt (29 %), mens de med lavest inntekt heller vil kjøpe tilgang til enkeltsaker (25 %).

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 2023: Filtrert bort «det er ikke aktuelt for meg å abonnere på nyhets- og aktualitetsprodukter»: 993

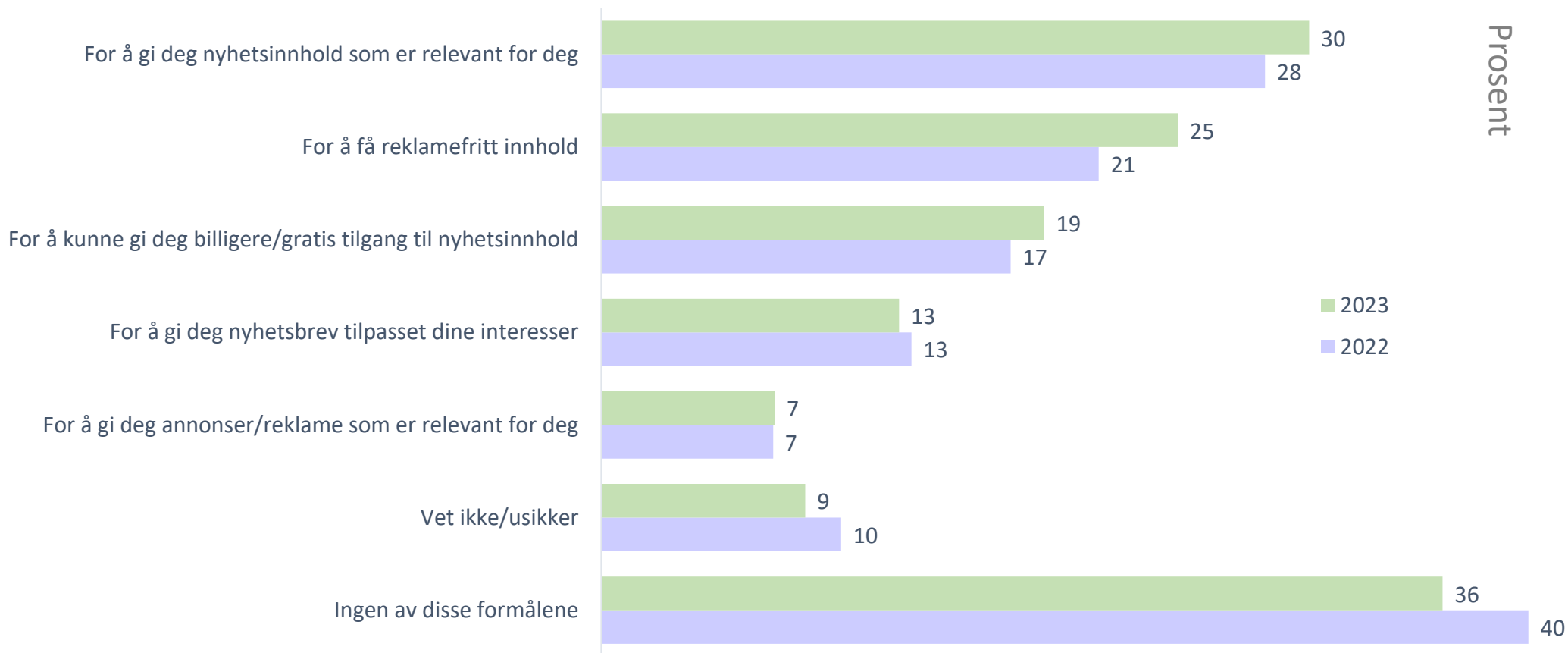
A woman with long dark hair, wearing a light blue button-down shirt and a black backpack, is looking at her smartphone. The image is overlaid with a network of white lines and nodes, suggesting data collection or connectivity. The background is blurred, showing other people in a public space.

# Innsamling av personlige opplysninger

# Innsamling av personlige opplysninger – oppsummering

- Det er en positiv utvikling i holdninger til innsamling av personopplysninger det siste året. 55 prosent synes at det er greit at det samles inn personopplysninger til minst ett av de nevnte formålene. Tilsvarende andel var 50 prosent i 2022.
- Flest (30 %) mener det er greit å samle inn personopplysninger for å levere relevant nyhetsinnhold. 1 av 4 synes det er greit om de kan motta reklamefritt innhold, og 2 av 10 vil dele personopplysninger for å oppnå billigere tilgang til innhold.
- Bare 7 prosent synes det er greit at personopplysninger samles inn for å motta relevante annonser og reklame.
- De yngste er mest positive, spesielt med tanke på å få billigere eller gratis tilgang til nyhetsinnhold og relevante annonser. 64 prosent i denne alderen oppgir at det er greit å samle inn personopplysninger til minst ett av formålene.
- Tilliten til mediernes behandling av personopplysninger sank fra 2021 til 2022, etter en positiv utvikling i starten av korona-pandemien. I 2022/2023 ser det ut til at tilliten stabiliserer seg på et nytt nivå. Høyest er tilliten til de norske redaktørstyrte nettavisene, hvor 52 prosent sier at de har svært høy eller ganske høy tillit til at personopplysninger man deler ikke blir misbrukt.
- Befolkningen har generelt høyere tillit til norske tjenester enn utenlandske.
- Den norske befolkningen har fortsatt lavest tillit til sosiale medier på dette området, hvor 8 av 10 svarer at de har ganske eller svært lav tillit.

# Positiv utvikling rundt innsamling av personopplysninger det siste året



55 prosent synes at det er greit at det samles inn personopplysninger til minst ett av formålene. Tilsvarende andel var 50 prosent i 2022.

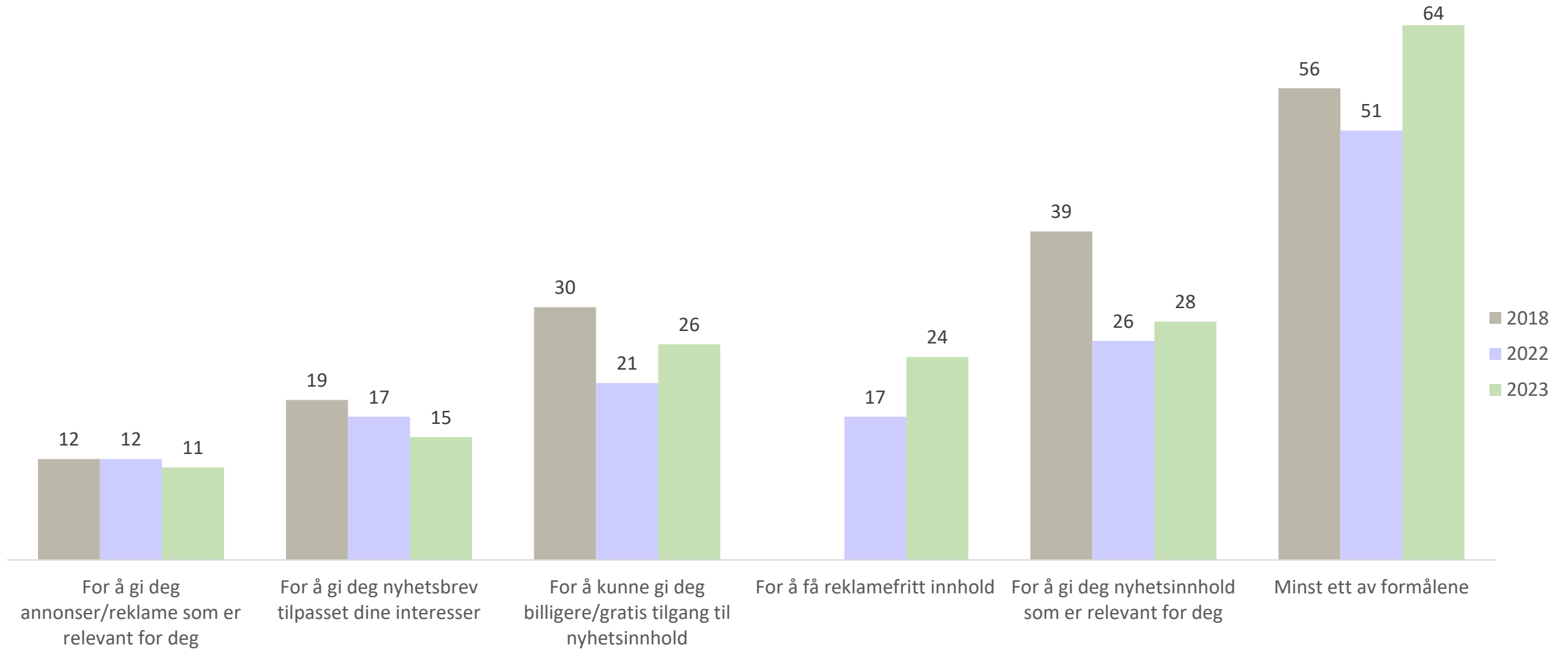
De yngste er mest positive, spesielt med tanke på å få billigere eller gratis tilgang til nyhetsinnhold og relevante annonser. 64 prosent i denne alderen oppgir at det er greit å samle inn personopplysninger til minst ett av formålene.

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 2023: Alle: 1255



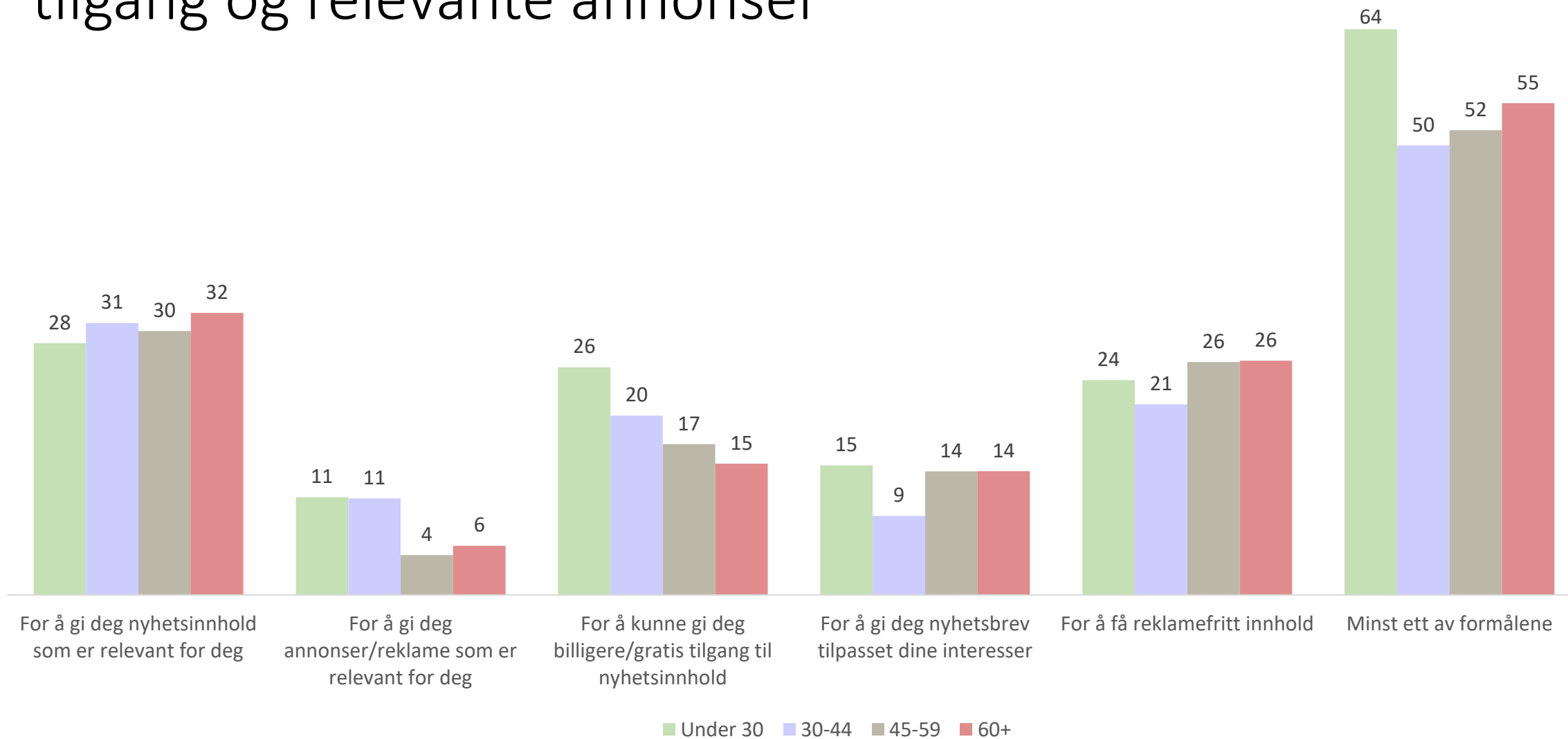
# Under 30 år



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 2023: Under 30 år: 243

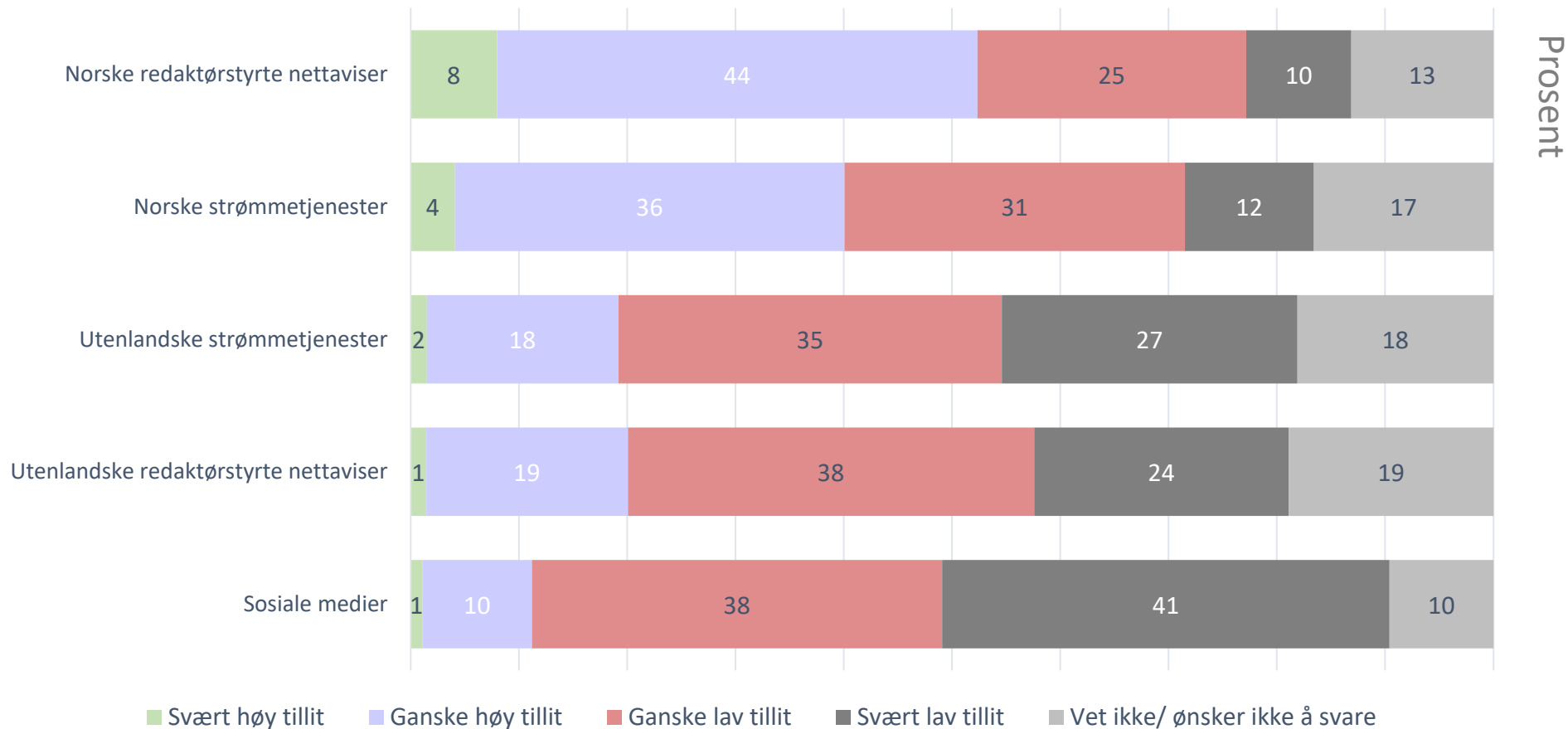
# De yngste er mest positive til billigere tilgang og relevante annonser



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 2023: Under 30 år: 243

# Størst tillit til norske tjenester

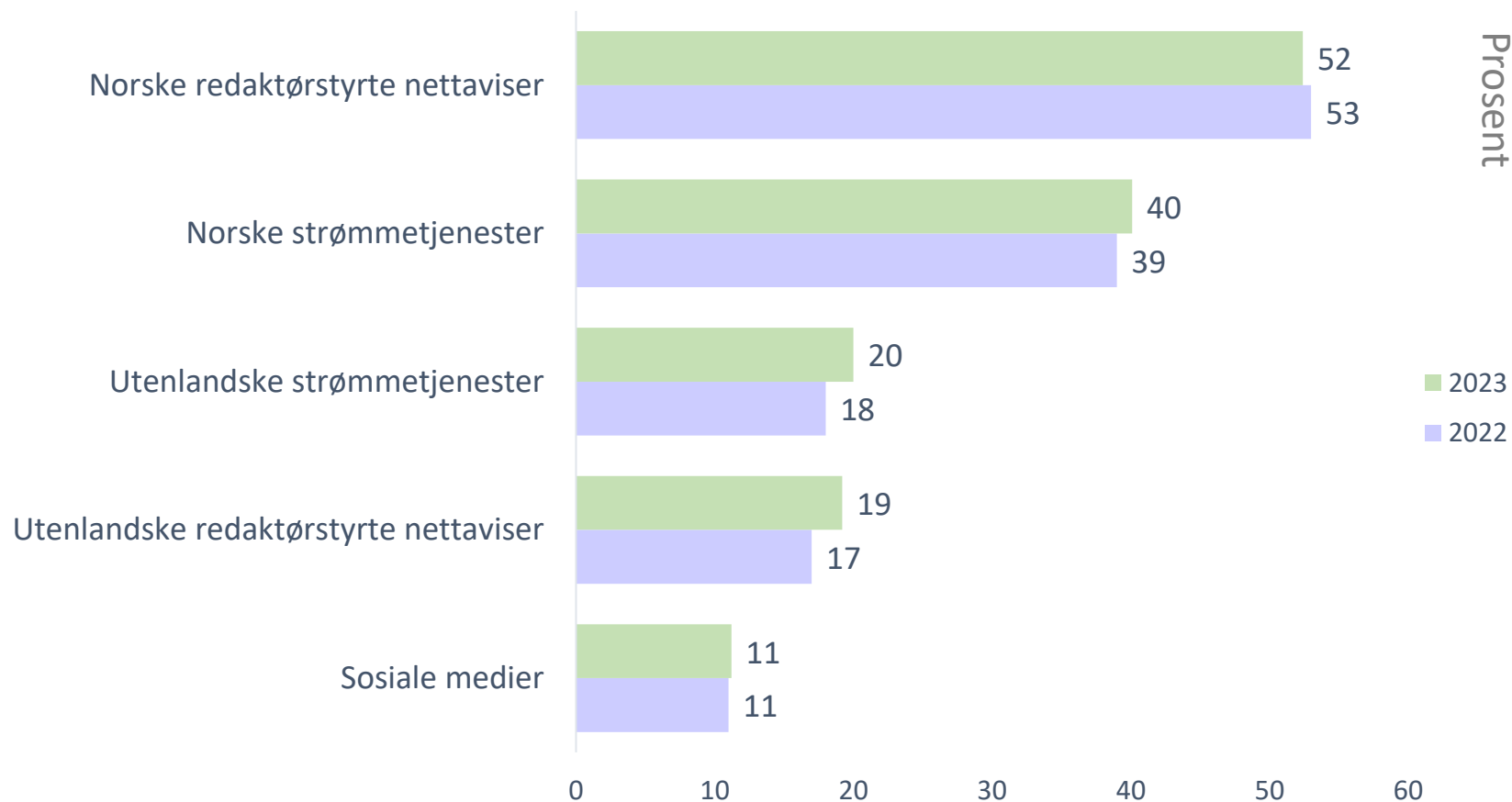


Nordmenn har høyest tillit til norske redaktørstyrte medier når det gjelder å hindre misbruk av personopplysninger, og over halvparten svarer at de har svært eller ganske høy tillit til disse mediene.

Befolkningen har også generelt høyere tillit til norske tjenester enn utenlandske.

Den norske befolkningen har fortsatt lavest tillit til sosiale medier på dette området, hvor 8 av 10 svarer at de har ganske eller svært lav tillit.

# Stabil tillit til behandling av personopplysninger



Tilliten til mediernes behandling av personopplysninger falt fra 2021 til 2022, etter en positiv utvikling i starten av korona-pandemien.

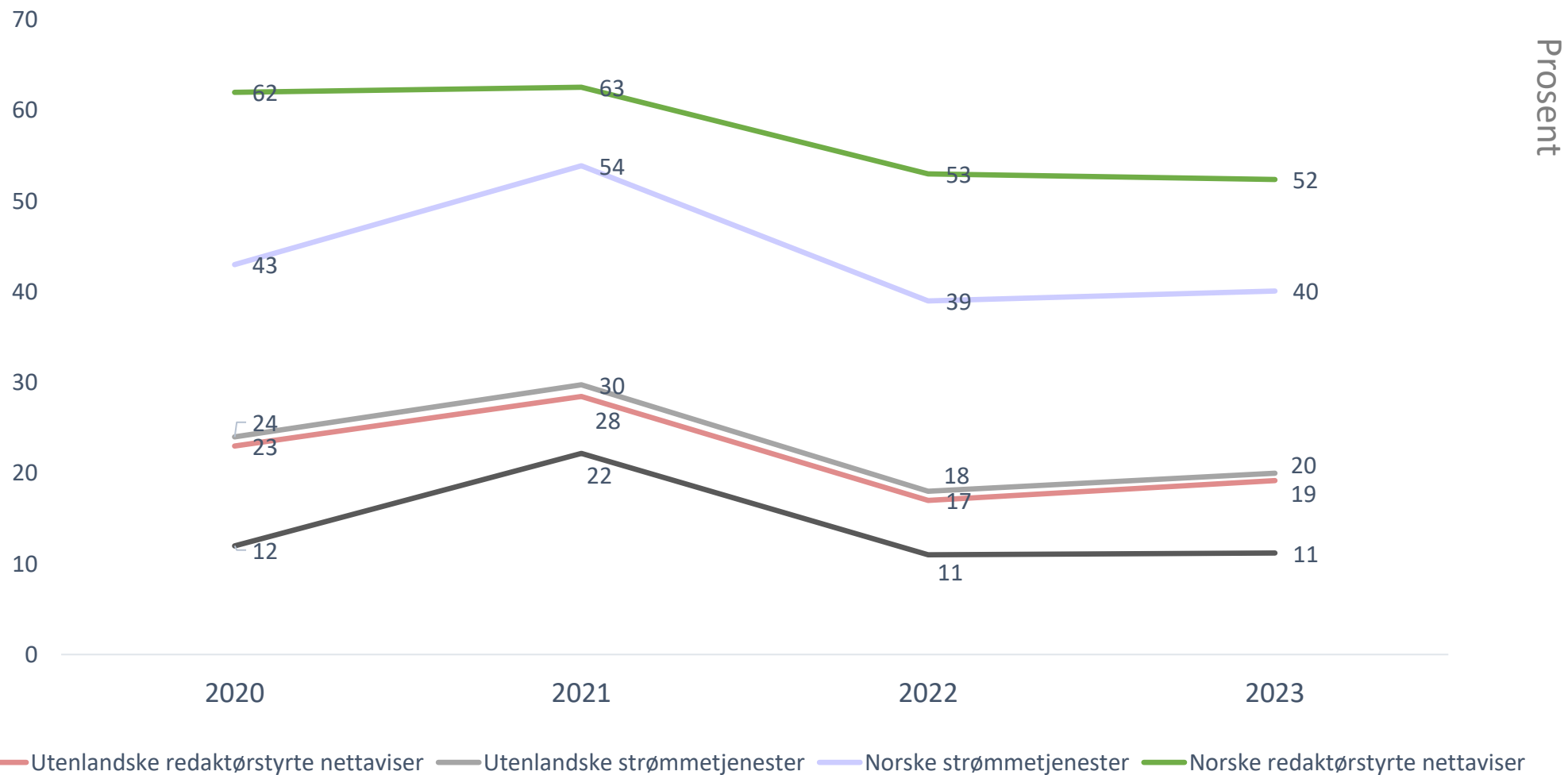
I 2022/2023 ser det ut til at tilliten stabiliserer seg på et nytt nivå.

Høyest er tilliten til de norske redaktørstyrte nettavisene, hvor 52 prosent sier at de har svært høy eller ganske høy tillit til at personopplysninger man deler ikke blir misbrukt.

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

Base 2023: Alle: 1255

# Utvikling tillit til behandling av personopplysninger 2020-2023



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

Base 2023: Alle: 1255



# Holdninger til nyheter og abonnementstjenester

# Holdninger – oppsummering

## PÅSTANDER – ENIG/UENIG

- Flest (67 %) foretrekker tekstbaserte artikler på nett når de skal oppdatere seg på nyheter fra norske aviser og nettaviser. Dette gjelder uavhengig av kjønn og alder. 1 av 4 foretrekker papirutgaver, mens 1 av 5 helst vil få nyheter i videoformat. Det er de eldste som først og fremst foretrekker papirutgaver og digitale pdf-utgaver, mens de yngste i større grad ønsker å se videoer eller lytte til podkaster. 32 prosent av de under 30 foretrekker video (uavhengig av lengde) mot 13 prosent over 60 år.
- Det er stor interesse for dybdejournalistikk. Saker som går i dybden på et tema, er mest attraktive i et nyhetsabonnement, spesielt blant abonnenter på nisjeaviser (81 %) og riksaviser (79 %). Deretter følger saker som oppsummerer de viktigste nyhetene. Kvinner er mer opptatt enn menn av dette og eldre synes dette er mer attraktivt enn yngre abonnenter. Personer under 45 år er overrepresentert blant de som synes at saker som inviterer til interaksjon og som bruker nye fortellerteknikker er attraktive i et nyhetsabonnement.
- Blant de som har avisabonnement, anses brukervennlig innlogging som den viktigste tjenesten i et avisabonnement, etterfulgt av reklamefritt innhold og rabatterte priser. De ulike tilbudene anses som viktigere for folk som har fått en merkbart strammere økonomi det siste året.
- Tilgang til flere tjenester/produkter i samme abonnement er viktigere for personer under 30 år (65 %) og for folk som abonnerer på lokal- og regionaviser (59 %). De yngste er mer interessert i gratisperioder og kundeklubber.
- Folk i Oslo og omegn er i større grad opptatt av eksklusivt og originalt innhold, trøndere synes i større grad at arkivtjenester er viktig, og folk på Sør- og Vestlandet er overrepresentert blant de som synes at tilgang til flere tjenester i ett abonnement er viktig.
- Totalt sett er 1 av 4 papiravisabonnenter positive til frekvensendringer. 42 prosent av de som abonnerer på komplett eller papir, er negative til en reduksjon i antall utgivelser på papir. Abonnenter på nisjeaviser er mer positive til dette enn abonnentene på lokal- og regionaviser. Her er det også store forskjeller i ulike aldersgrupper. Blant personer under 30 år er halvparten positive til en slik utvikling, mens samme andel blant de over 60 er på bare 15 prosent.

# 2 av 3 foretrekker tekstbaserte artikler på nett



Flest foretrekker tekstbaserte artikler på nett når de skal oppdatere seg på nyheter fra norske aviser og nettaviser, uavhengig av kjønn og alder.

1 av 4 foretrekker papirutgaver, mens 1 av 5 helst vil få nyheter i videoformat.

Det er de eldste som først og fremst foretrekker papirutgaver og digitale pdf-utgaver, mens de yngste i større grad ønsker å se videoer eller lytte til podkaster.



# De yngste foretrekker i større grad video og podkaster

## Under 30

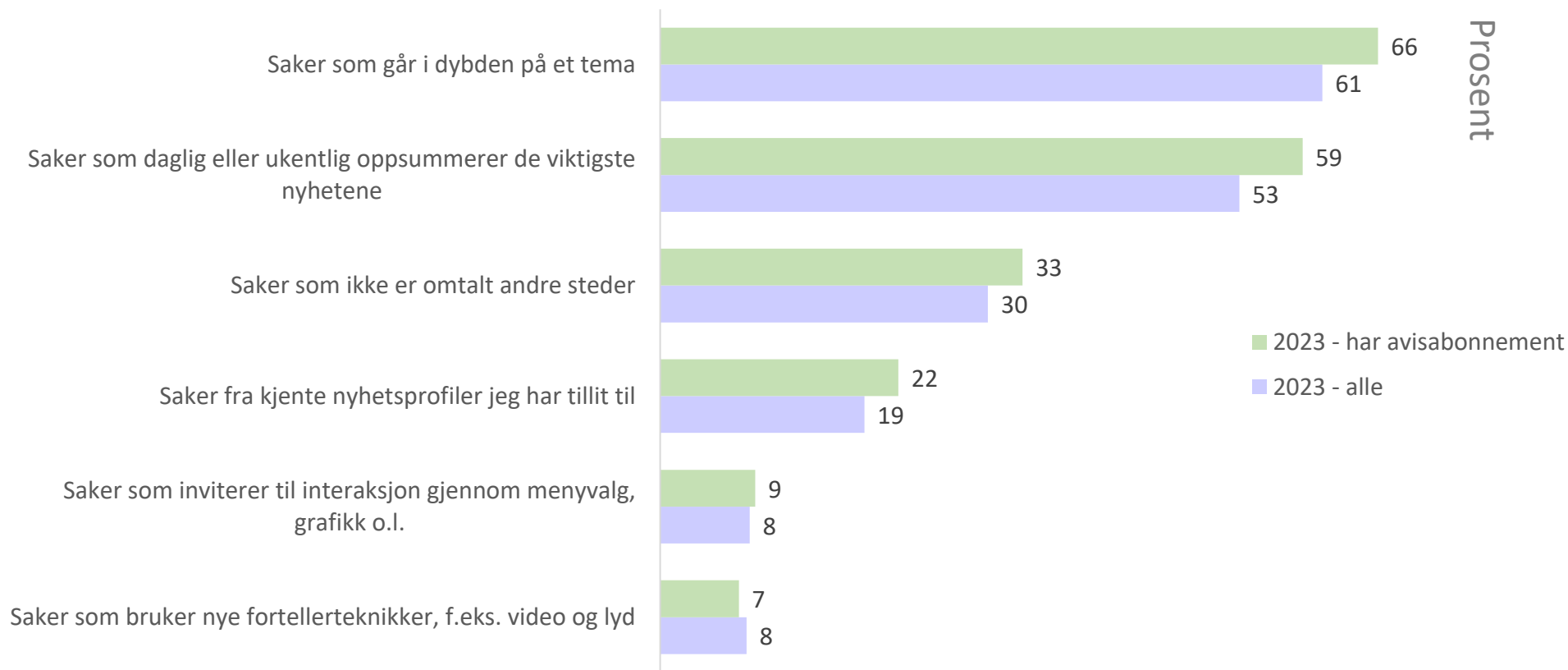


32 prosent av de under 30 foretrekker video (uavhengig av lengde) mot 13 prosent over 60 år.

## Over 60



# Stor interesse for dybdejournalistikk



Saker som går i dybden på et tema, er mest attraktive i et nyhetsabonnement, spesielt blant abonnenter på nisjeaviser (81 %) og riksaviser (79 %).

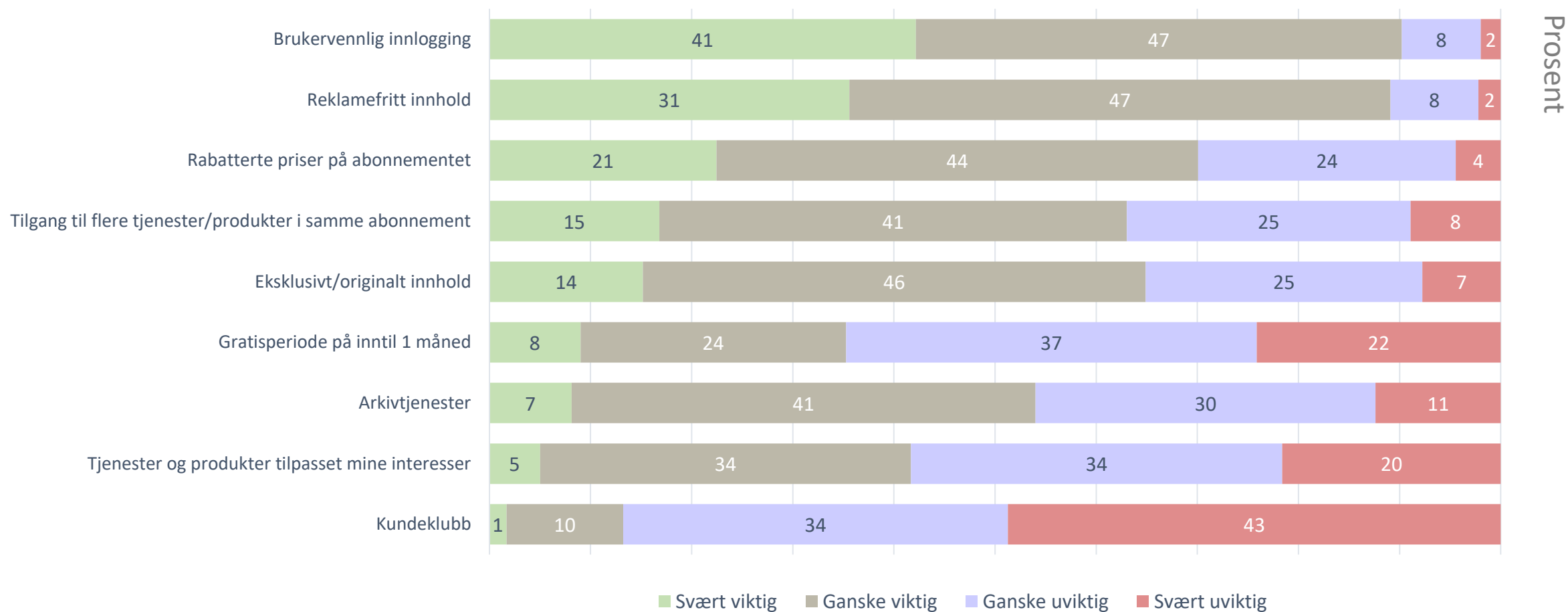
Deretter følger saker som oppsummerer de viktigste nyhetene. Kvinner er mer opptatt enn menn av dette, og eldre synes dette er mer attraktivt enn yngre abonnenter.

Personer under 45 år er overrepresentert blant de som synes at saker som inviterer til interaksjon og som bruker nye fortellerteknikker er attraktive i et nyhetsabonnement.

Hvilke typer saker vil være attraktive for deg i et nyhetsabonnement?

Base 2023: Alle: 1255/ Har avisabonnement: 843

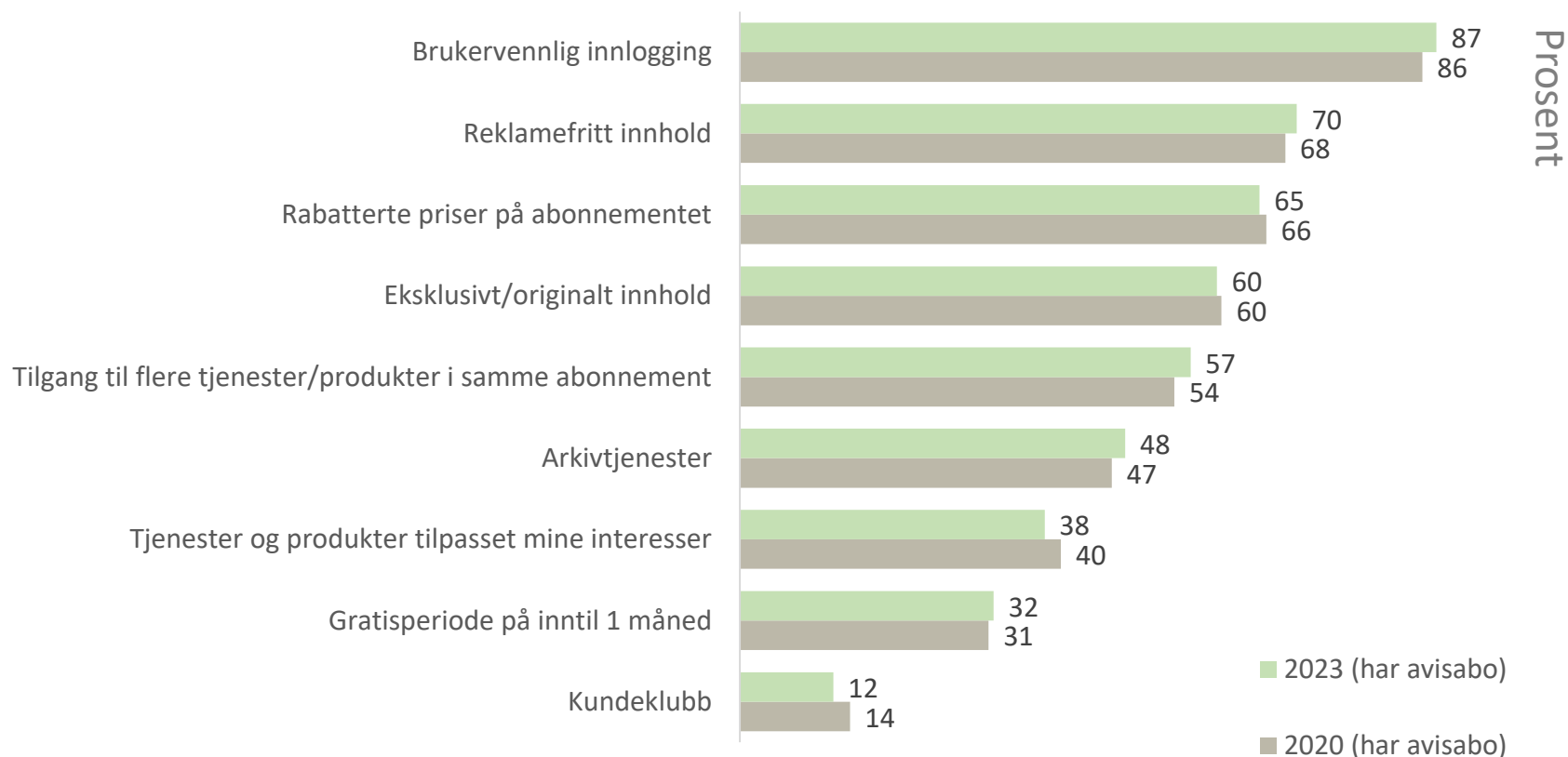
# Viktighet av ulike tjenester i et avisabonnement



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

Base 2023: Har abonnement på avis i husstanden: 843

# Brukervennlig innlogging og reklamefritt innhold viktigst



Blant de som har avisabonnement, anses brukervennlig innlogging som den viktigste tjenesten, etterfulgt av reklamefritt innhold og rabatterte priser. De ulike tilbudene anses som viktigere for folk som har fått en merkbart strammere økonomi det siste året.

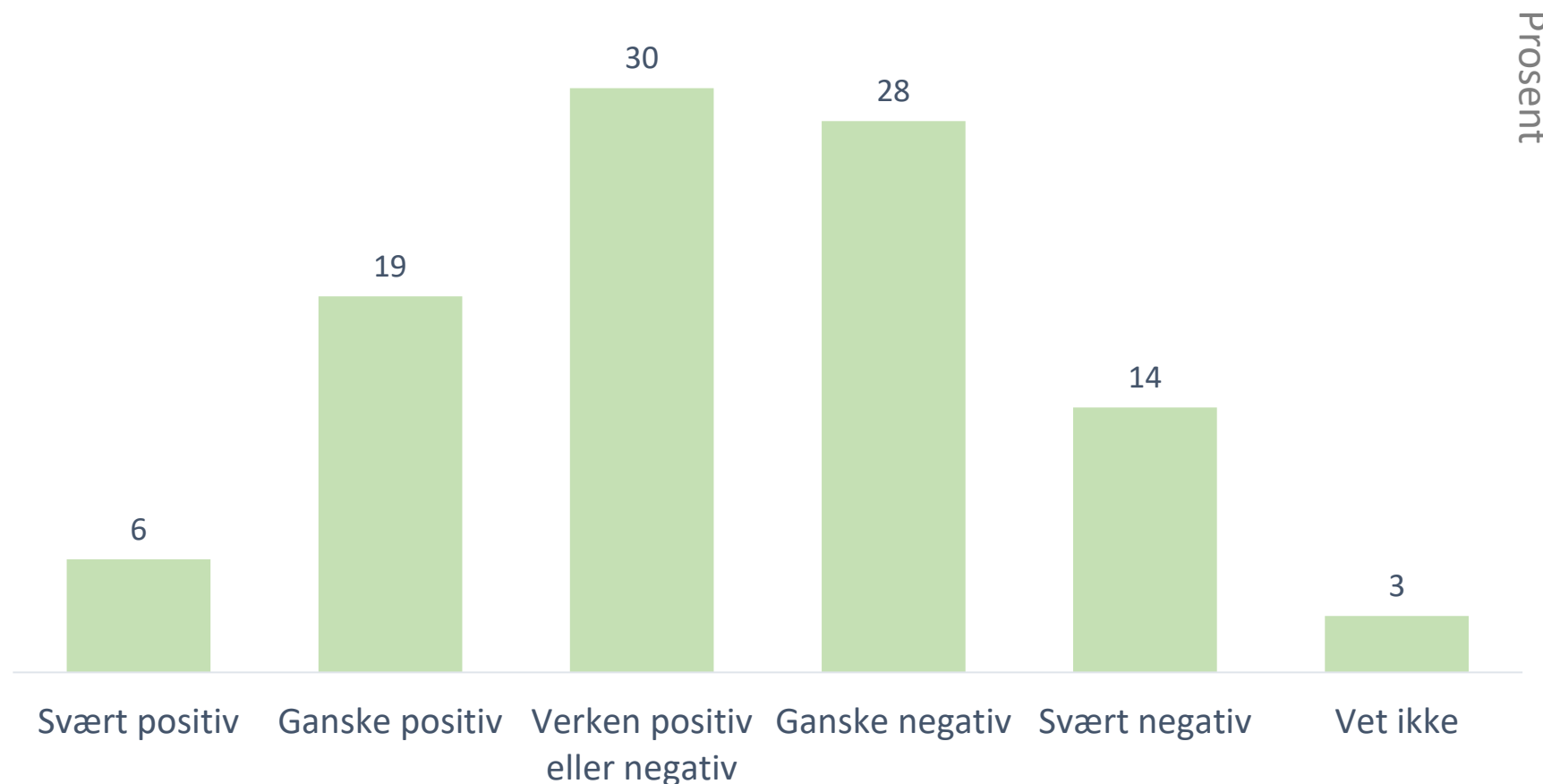
Tilgang til flere tjenester/produkter i samme abonnement er viktigere for personer under 30 år (65 %) og for folk som abonnerer på lokal- og regionaviser (59 %). De yngste er også mer interessert i gratisperioder og kundeklubber.

Folk i Oslo og omegn er i større grad opptatt av eksklusivt og originalt innhold, trøndere synes i større grad at arkivtjenester er viktig og folk på Sør- og Vestlandet er overrepresentert blant de som synes at tilgang til flere tjenester i ett abonnement er viktig

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

Base 2023: Har abonnement på avis i husstanden: 843

# 1 av 4 er positive til frekvensendringer – flere er negative



42 prosent av de som abonnerer på komplett eller papir, er negative til en reduksjon i antall utgivelser på papir. Abonnenter på nisjeaviser er mer positive til dette enn abonnentene på lokal- og regionaviser.

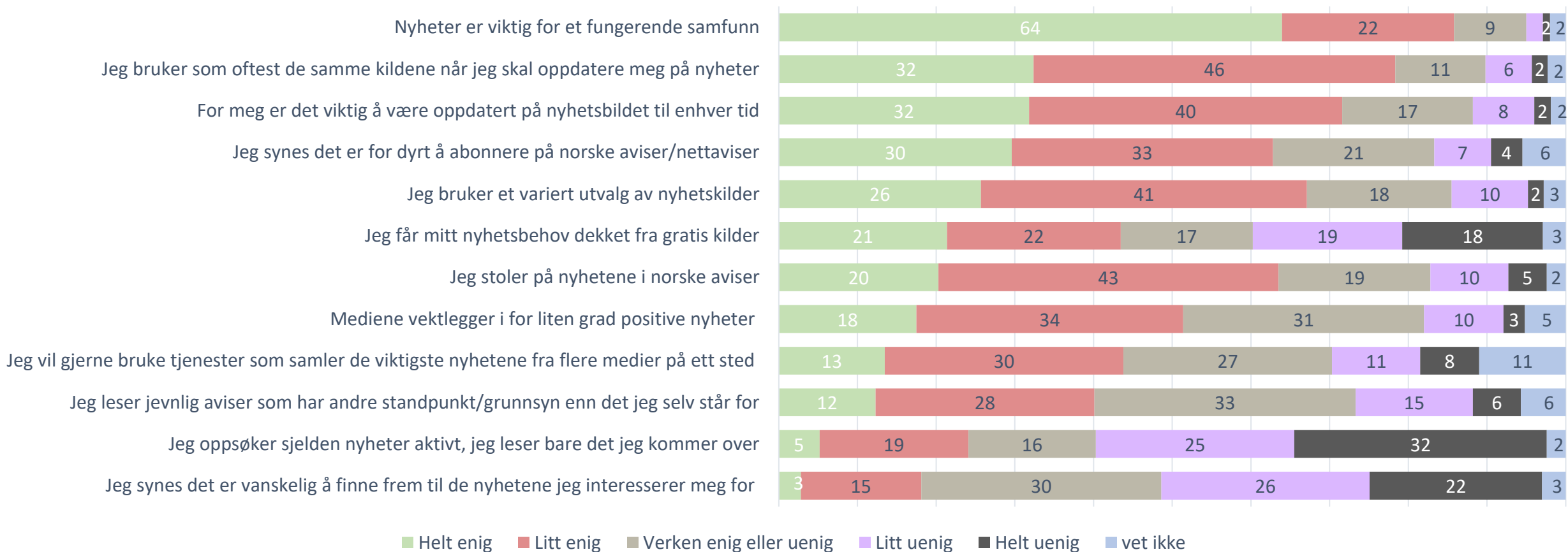
Her er det også store forskjeller i ulike aldersgrupper, og blant personer under 30 år er halvparten positive til en slik utvikling, mens samme andel blant de over 60 er på bare 15 prosent.

# Påstander – oppsummering

## PÅSTANDER – ENIG/UENIG

- 86 prosent er enige i at nyheter er viktig for et fungerende samfunn. Dette er 4 prosentpoeng færre enn i 2018.
- 78 prosent bruker stort sett de samme kildene når de skal oppdatere seg på nyheter, mens to av tre samtidig er enige i at kildene de bruker, utgjør et variert utvalg av nyhetskilder.
- 4 av 10 leser jevnlig aviser som har andre standpunkt/grunnsyn enn det de selv står for.
- 72 prosent er opptatt av å være oppdatert på nyhetsbildet til enhver tid.
- 64 prosent er helt eller litt enige i at de stoler på nyhetene i norske aviser.
- Flere synes det er for dyrt å abonnere, mens færre samtidig får sitt nyhetsbehov dekket av gratis kilder.
- 1 av 4 oppsøker sjelden nyheter aktivt, men leser heller bare det de kommer over, og andelen har økt siden 2018.
- Halvparten av de spurte mener at mediene vektlegger positive nyheter i for liten grad.
- Flere vil bruke tjenester som samler de viktigste nyhetene fra flere medier på ett sted.
- 18 prosent synes det er vanskelig å finne frem til nyheter de interesserer seg for, og andelen har økt fra 11 til 18 prosent siden 2018.

# Påstander om nyheter

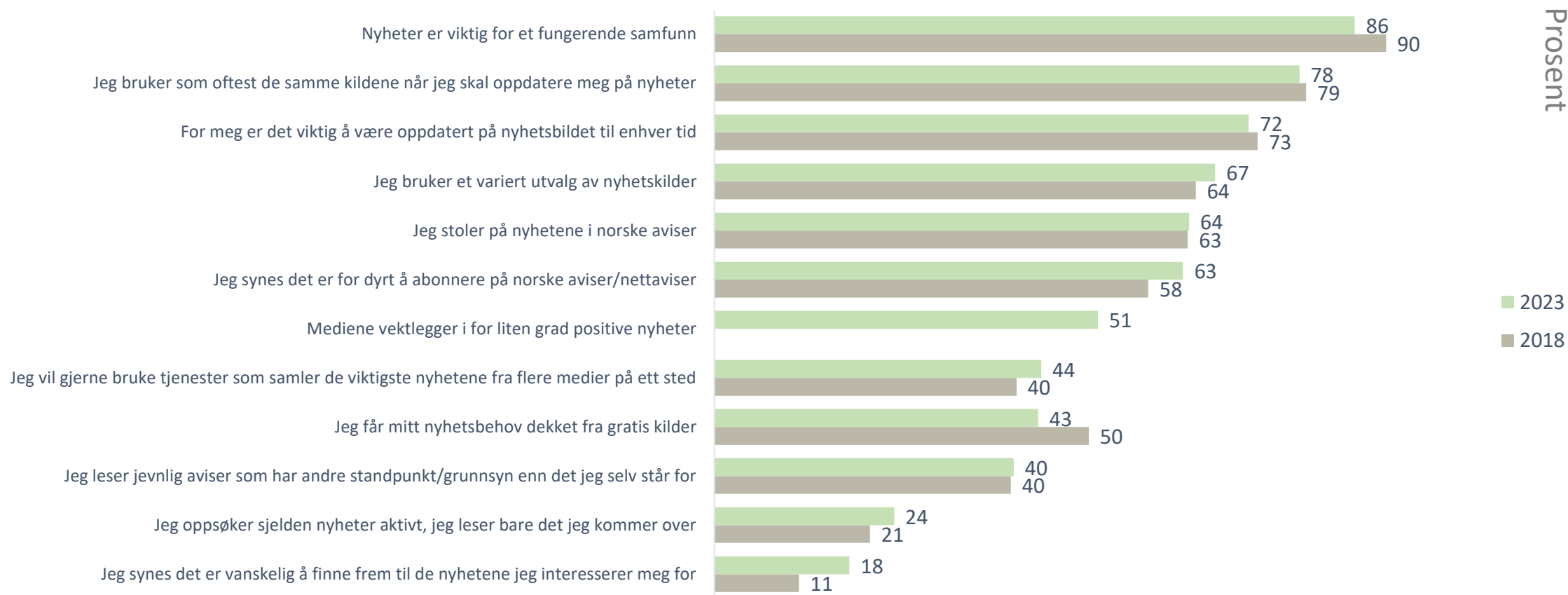


■ Helt enig  
 ■ Litt enig  
 ■ Verken enig eller uenig  
 ■ Litt uenig  
 ■ Helt uenig  
 ■ vet ikke

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

Base 2023: Alle: 1255

# Flere synes det er for dyrt å abonnere, mens færre får sitt nyhetsbehov dekket av gratis kilder



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

Base 2023: Alle: 1255



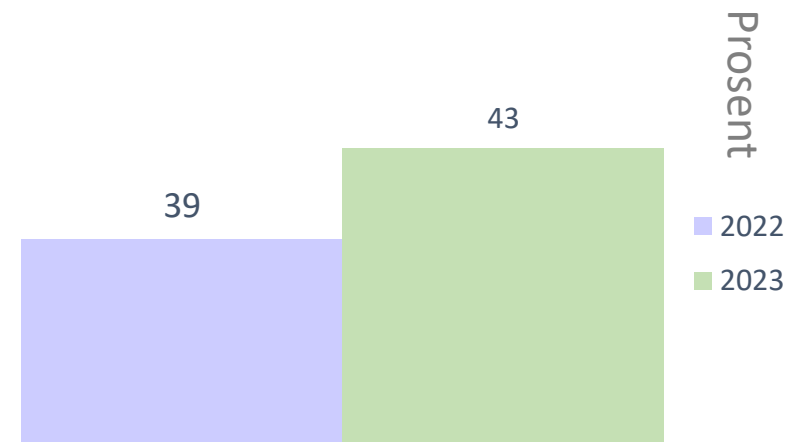


## FORVENTNINGER

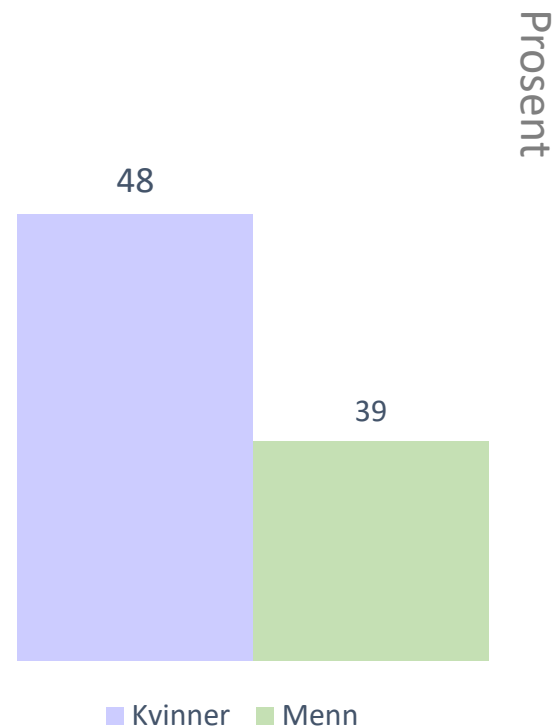
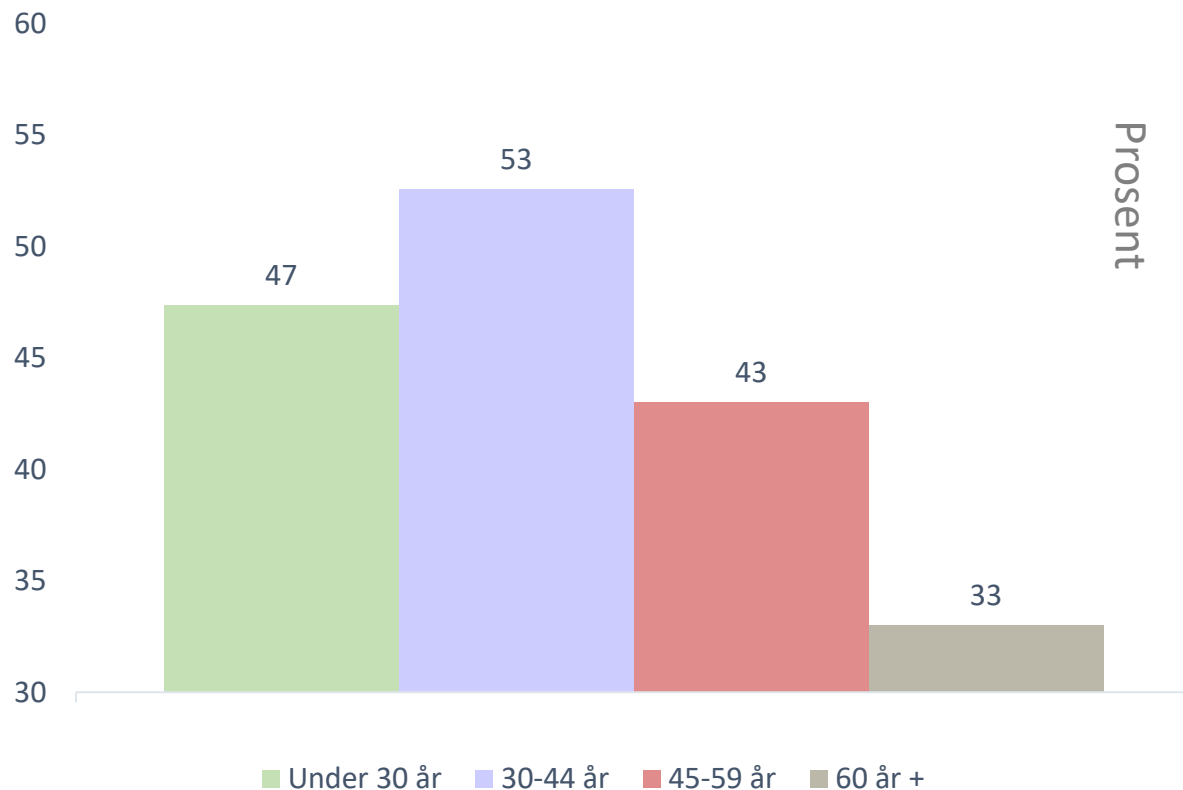
# FORVENTNINGER – oppsummering

- 43 prosent svarer at de har fått en merkbart strammere økonomi i løpet av de siste 12 månedene. Kvinner og unge voksne er i større grad preget av dette, mens eneforsørgere er hardest rammet, og 73 prosent i denne gruppen oppgir å ha fått en merkbart strammere økonomi.
- 49 prosent har som følge av strammere økonomi sagt opp minst ett abonnement, og andelen som oppgir dette, har økt med 12 prosentpoeng på ett år. Det er flest blant de under 30 år som sier at de har sagt opp et abonnement (64 %), og det er samtidig en overrepresentasjon blant de som har abonnement på papiravis, og som bor alene (57 %).
- 1 av 3 abonnenter på strømmetjenester som samtidig oppgir at de har fått dårligere økonomi, har sagt opp en strømmetjeneste på TV/film.
- 1 av 4 avisabonnenter med strammere økonomi har sagt opp et avisabonnement
- De yngre har i større grad sagt opp strømming, mens de over 60 i større grad har sagt opp aviser.
- 83 prosent av de som ikke har abonnement, mener det er usannsynlig at de vil abonnere i løpet av de neste 12 månedene. 31 prosent av respondentene har ikke noen form for avisabonnement i dag. Blant ikke-abbonnentene har andelen som sier at det er svært usannsynlig at de vil abonnere, økt med 6 prosentpoeng fra 2018 til 2023.
- Omtrent like mange mener i år som for fem år siden, at det er sannsynlig at de vil abonnere ilar de neste 12 månedene, og 7 prosent oppgir dette. For aldersgruppen 30-44 år er denne andelen på 12 prosent. De som stoler på nyhetene i norske aviser og som er opptatt av å være oppdatert på nyhetsbildet til enhver tid, har noe større tro på at de vil bli abonnenter.
- 12 prosent tror de vil ha færre avisabonnement om ett år. Blant de som har abonnement i dag, ser 78 prosent for seg at de vil ha like mange abonnement om 12 måneder som det de har i dag. Andelen er stabil sammenlignet med 2018. Det er fortsatt flere som tror de vil ha færre abonnement enn det er som vil anskaffe nye abonnement.
- De som får sitt nyhetsbehov dekket av gratis kilder, som gjerne vil bruke tjenester som samler de viktigste nyhetene fra flere medier på ett sted, som synes det er vanskelig å finne frem til nyheter de interesserer seg for og som synes det er for dyrt å abonnere, oppgir i noe større grad at de vil ha færre abonnement.

43 % svarer at de har fått en merkbart strammere økonomi i løpet av de siste 12 månedene



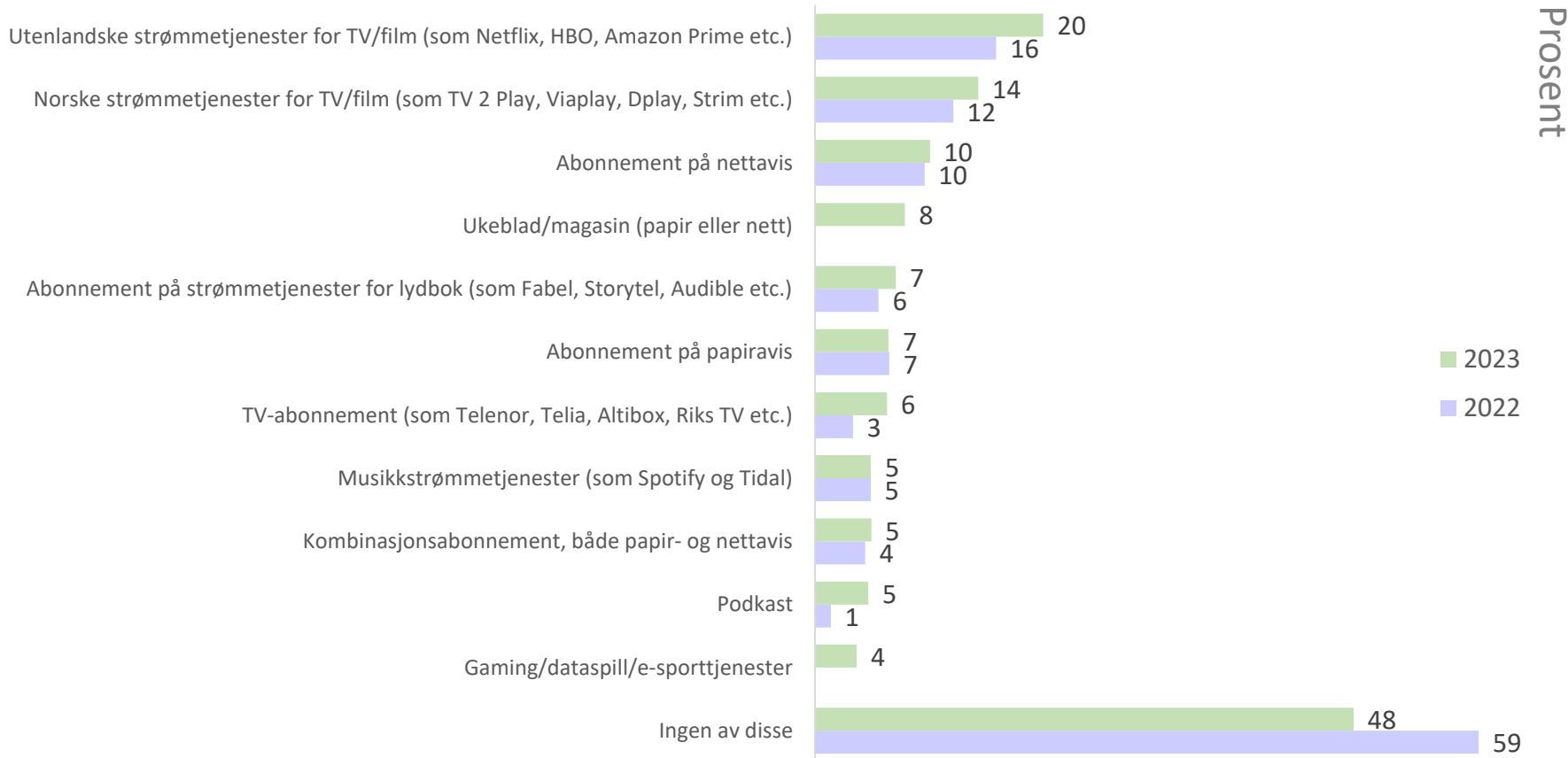
# Kvinner og unge voksne har i større grad fått strammere økonomi



Eneforsørgere er hardest rammet, og 73 prosent av disse oppgir å ha fått en merkbart strammere økonomi.

39 prosent av de som har et avisabonnement, har fått dårligere råd, mens andelen blant de som ikke har abonnement, er på 53 prosent.

# 49 prosent har som følge av strammere økonomi sagt opp minst ett abonnement



Andelen som sier at de har sagt opp minst ett abonnement som følge av strammere økonomi, har økt fra 37 til 49 prosent på ett år.

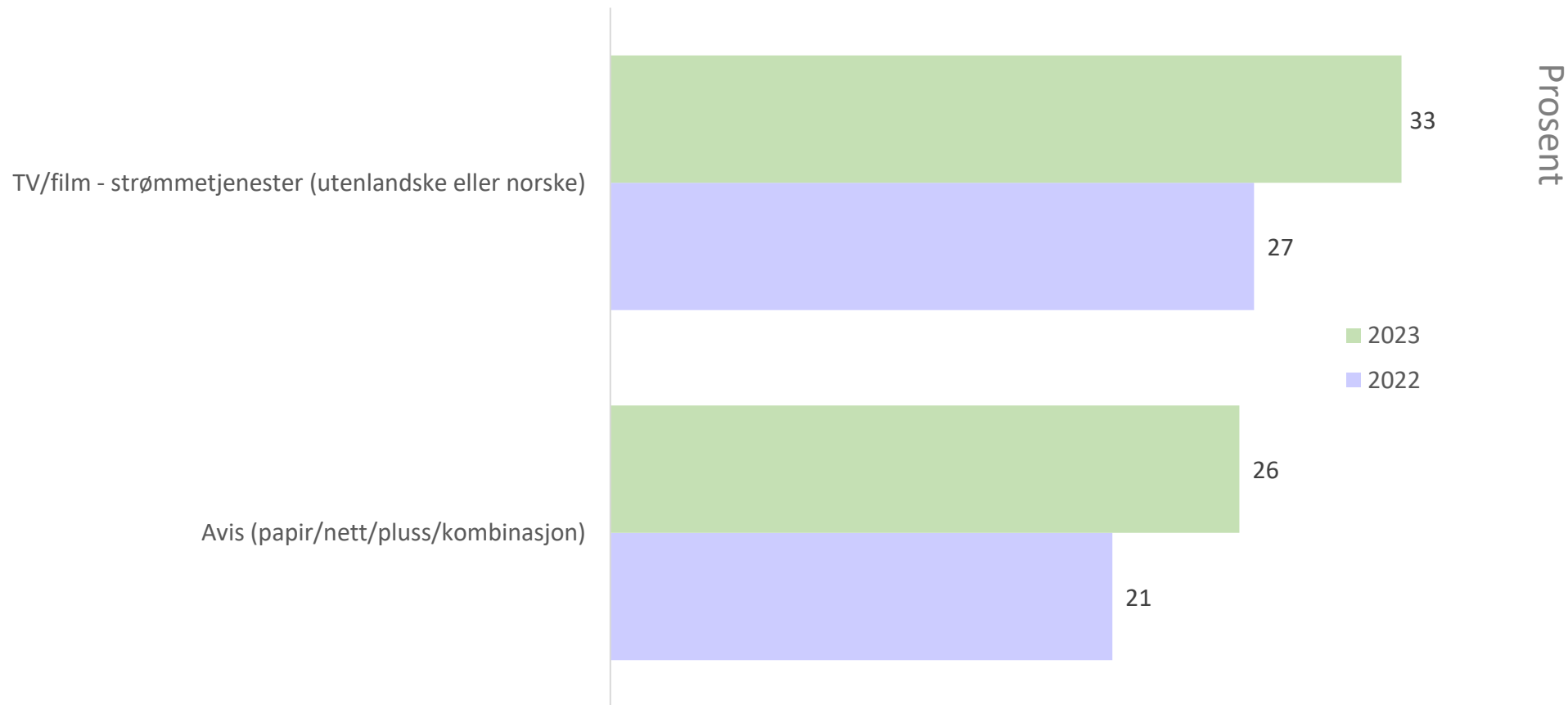
Det er flest blant de under 30 år som sier at de har sagt opp et abonnement (64 %) og samtidig en overrepresentasjon blant de som har abonnement på papiravis og som bor alene (57 %).

De yngre har i større grad sagt opp strømming, mens de over 60 i større grad har sagt opp aviser.

Har du som følge av en strammere personlig økonomi de siste 12 månedene sagt opp noen av følgende typer abonnement?

Base 2023: Har fått strammere økonomi: 542

# 1 av 4 avisabonnenter med strammere økonomi har sagt opp et avisabonnement



Flere sier at de har sagt opp et strømmeabonnement eller et avisabonnement i år enn i fjor.

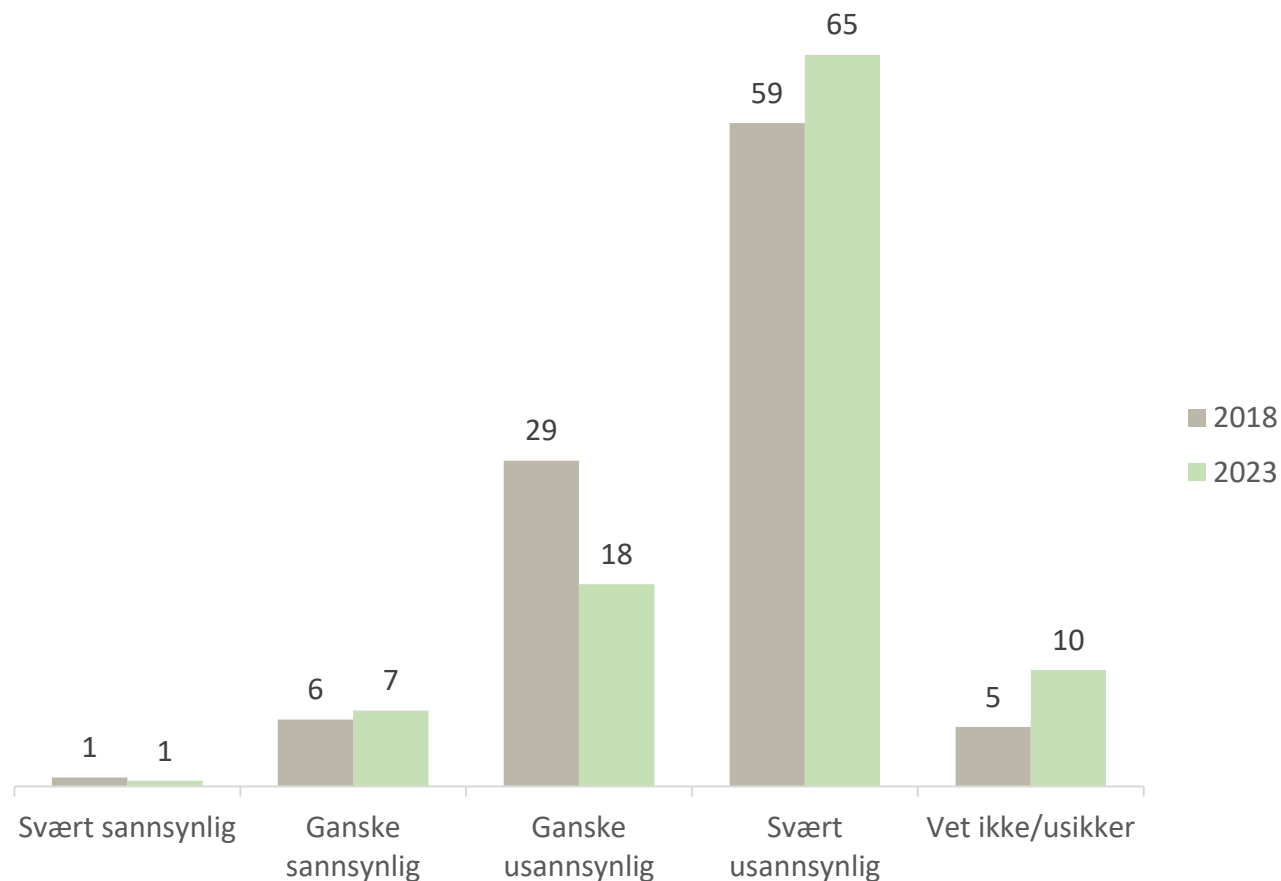
1 av 3 abonnenter på strømmetjenester, som samtidig oppgir at de har fått dårligere økonomi, har sagt opp en strømmetjeneste på TV/film.

1 av 4 avisabonnenter med strammere økonomi har sagt opp et avisabonnement.

Har du som følge av en strammere personlig økonomi de siste 12 månedene sagt opp noen av følgende typer abonnement?

Base 2023: Har fått strammere økonomi og har TV/film-strømmetjenester: 408/Har fått strammere økonomi og har avisabonnement: 331

# 83 prosent av de som ikke har abonnement, mener det er usannsynlig at de vil abonnere



31 % av respondentene har ikke noen form for avisabonnement i dag. Blant ikke-abonnentene har andelen som sier at det er svært usannsynlig at de vil abonnere, økt med 6 prosentpoeng fra 2018 til 2023.

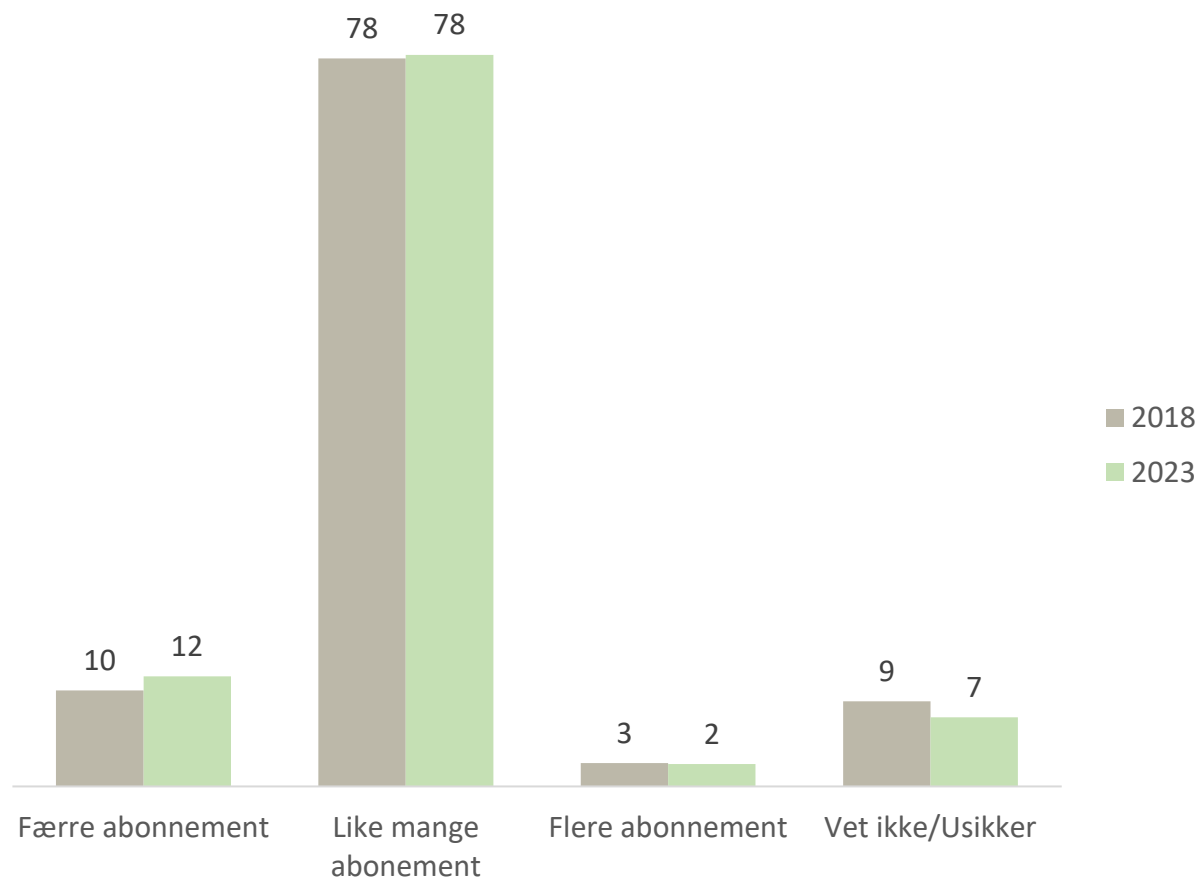
Omtrent like mange mener i år som for fem år siden at det er sannsynlig at de vil abonnere innen de neste 12 månedene, og 7 prosent oppgir dette. For aldersgruppen 30-44 år er denne andelen på 12 prosent. Andelen som er usikker, har samtidig økt.

De som stoler på nyhetene i norske aviser og som er opptatt av å være oppdatert på nyhetsbildet til enhver tid, har noe større tro på at de vil bli abonnenter.

Hvor sannsynlig er det at du eller din husstand kommer til å abonnere på en avis innen de neste 12 månedene?

Base 202:3 Har ikke abonnement: 412

# 12 prosent tror de vil ha færre avisabonnement



Blant de som har abonnement i dag, ser 78 prosent for seg at de vil ha like mange abonnement om 12 måneder som det de har i dag. Andelen er stabil sammenlignet med 2018.

Det er fortsatt flere som tror de vil ha færre abonnement enn det er som vil anskaffe nye abonnement.

De som får sitt nyhetsbehov dekket av gratis kilder, som gjerne vil bruke tjenester som samler de viktigste nyhetene fra flere medier på ett sted, som synes det er vanskelig å finne frem til nyheter de interesserer seg for, og som synes det er for dyrt å abonnere, oppgir i noe større grad at de vil ha færre abonnement.



# UTVALGET – landsrepresentativt

# Hvem har besvart undersøkelsen?

## KJØNN

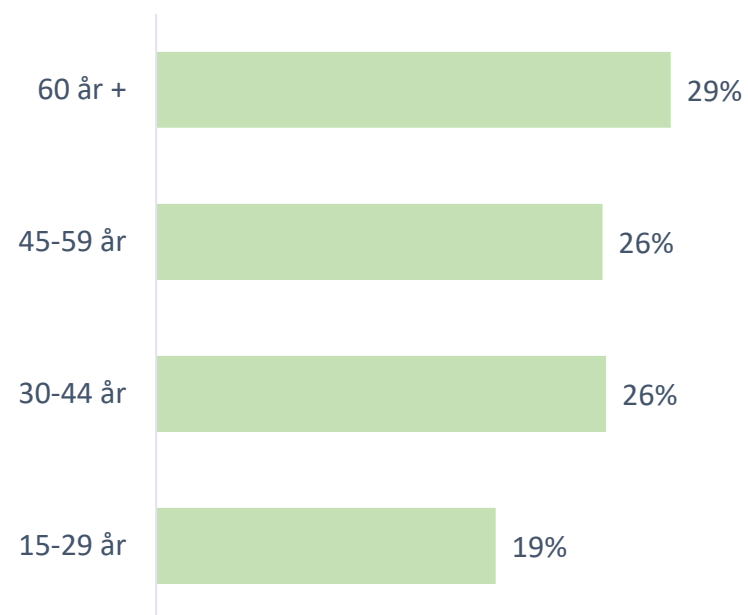


50%

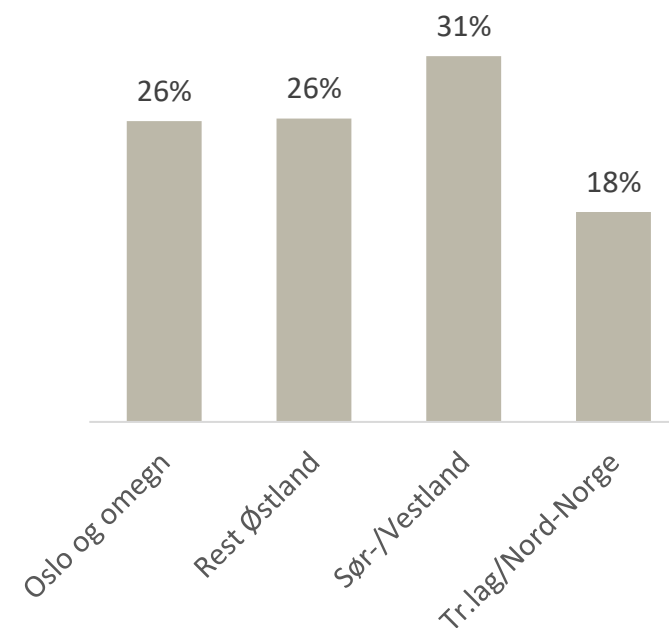


50%

## ALDER

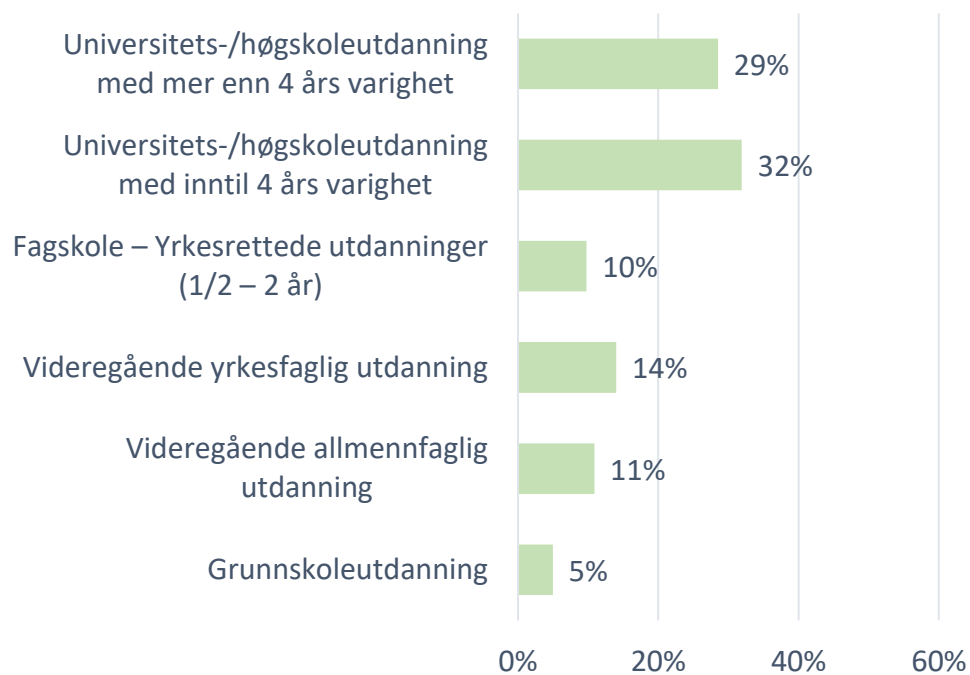


## REGION

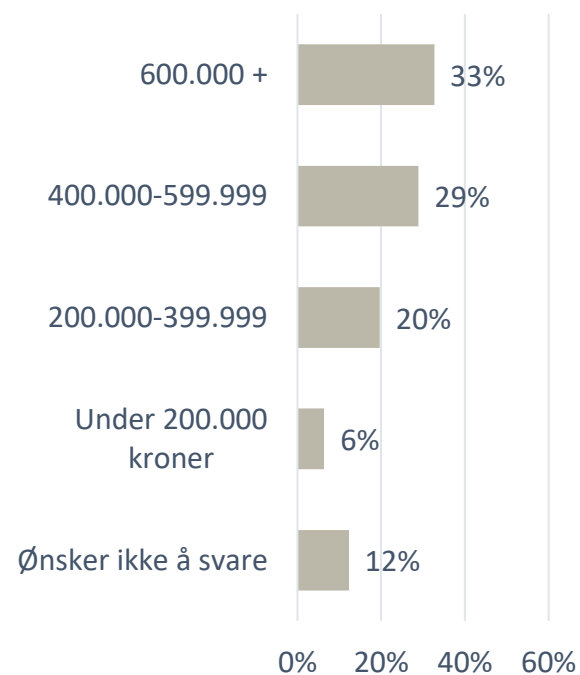


# Hvem har besvart undersøkelsen?

## UTDANNING



## PERSONLIG INNTEKT



## HOVEDKILDE TIL LIVSOPPHOLD

