



Undersøkelse om
BETALING FOR NYHETER
2020 – Del 1

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, og 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
 - Opplevd verdi av ulike tilbud og tjenester i avisabonnement
 - Holdninger og tillit til å dele personopplysninger med ulike medier
 - Holdninger til nyheter
 - Hvor mye som betales for ulike typer nyhetstjenester (dekkes av «Husholdningenes medieutgifter»)
- Del 1

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.

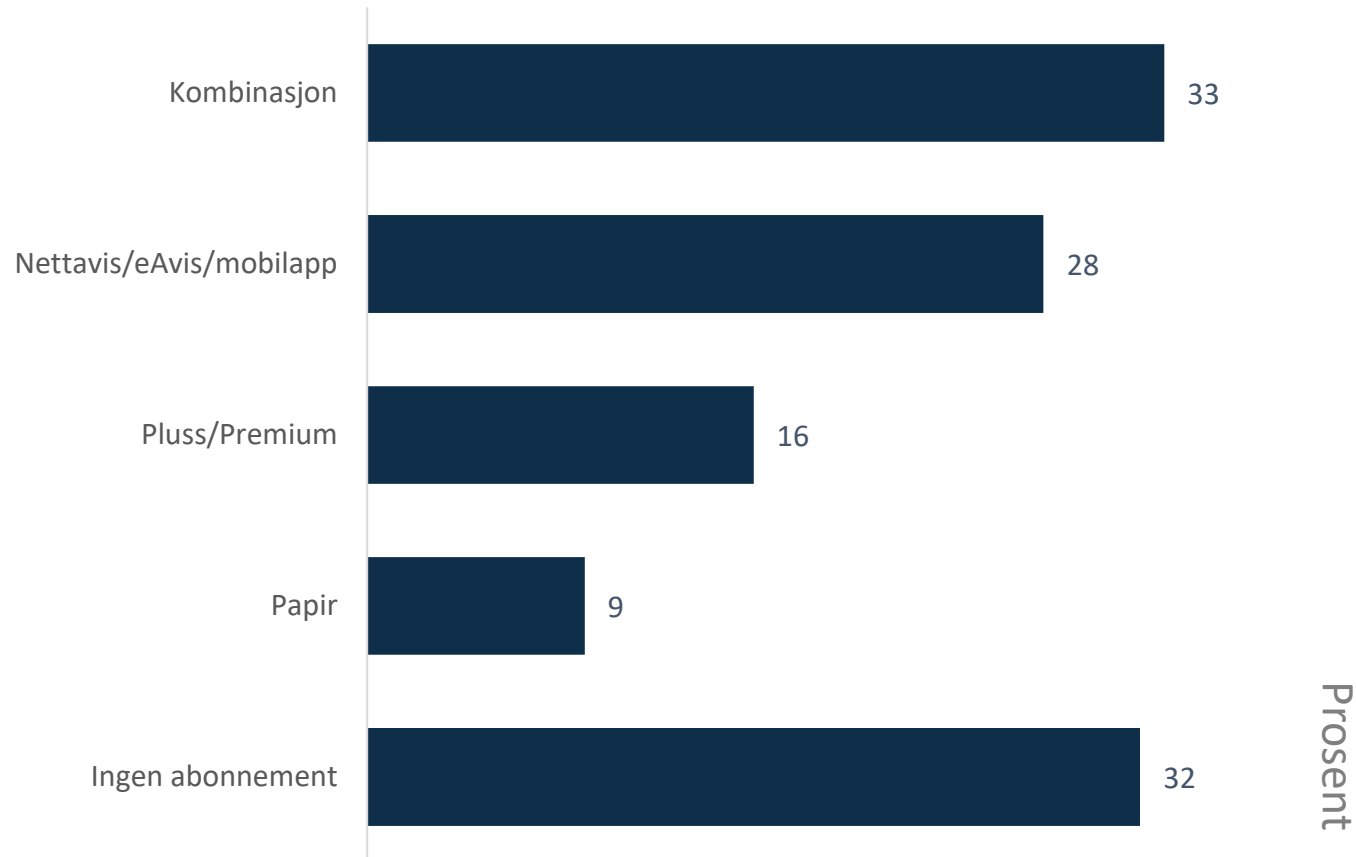
Hvor mange og hvem betaler for nyheter?



HVOR MANGE OG HVEM – oppsummering

- Stadig flere har tilgang til betalte nyheter, og andelen som oppgir å ha tilgang til avisabonnement har økt fra 63 % til 68 % fra 2018 til 2020.
- Andelen som har abonnement på avis øker med alderen, men veksten sees spesielt hos de yngre. Halvparten av de mellom 18 og 30 år oppgir nå å ha tilgang til minst ett avisabonnement, og plussabonnementene appellerer i stor grad til denne gruppen.
- Flertallet oppgir å ha digital tilgang. 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.
- Lokal og- regionavisene står fortsatt sterkt, og hele 3 av 4 abonnenter har tilgang til minst én slik avis. Samtidig abonnerer stadig flere på de store riksavisene og nisjeaviser. Nær 4 av 10 oppgir at de har betalt tilgang til riksaviser mens 15 prosent har abonnement på nisjeaviser i husstanden.
- Mange abonnerer på mer enn én tittel. Rundt en fjerdedel av abonnentene på lokal-, regional- eller riksaviser har tilgang på mer enn ett abonnement og enda flere blant abonnenter på nisjeaviser.
- Andelen som selv betaler for avisabonnementene er stabil fra 2018 til 2020. Uavhengig av type abonnement betaler 72 % for minst ett abonnement selv. Menn står oftere som betaler enn kvinner og eldre betaler oftere enn de yngre, men ser vi kun på digitale abonnement er det også nær 7 av 10 blant de under 30 som oppgir at de selv betaler.
- Blant de som har abonnement betalt av jobben (*base: 51*), svarer 44 % at dersom jobben ikke hadde betalt for abonnementet, ville de likevel abonnert på avisen. 34 % ville ikke betalt, mens 21 % er usikre.

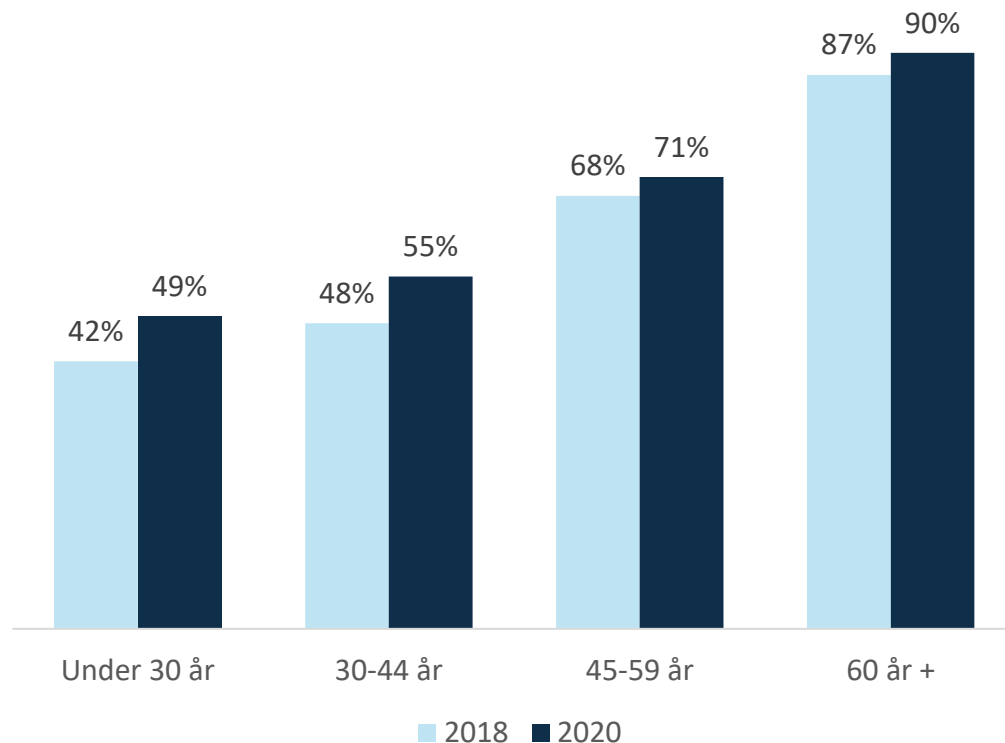
Nær 7 av 10 har tilgang til minst ett avisabonnement



68 prosent av befolkningen over 18 år oppgir nå å ha tilgang til minst ett 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.

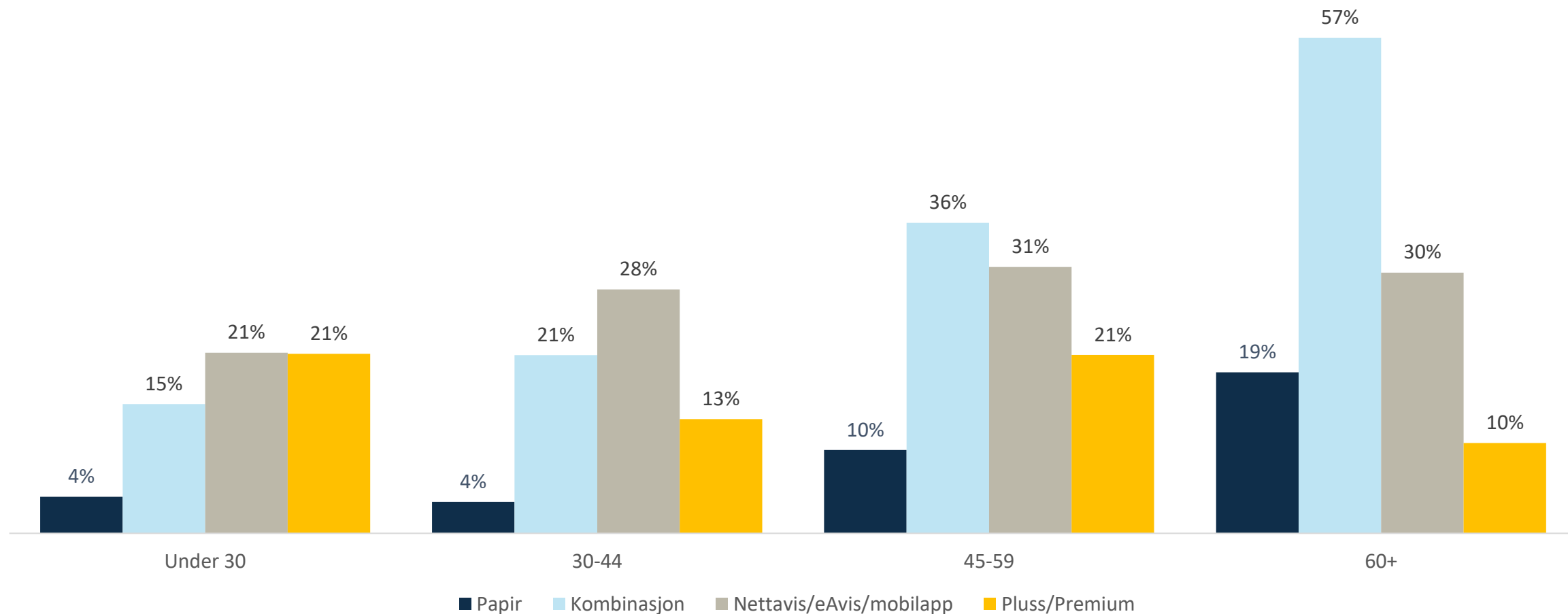
5 av 10 under 30 år har tilgang til abonnement på avis



Andelen som har tilgang til nyhetsabonnement i husstanden er stigende. Veksten sees spesielt hos de yngre, og halvparten av de mellom 18 og 30 år oppgir nå å ha tilgang til minst ett avisabonnement. Spesielt plussabonnement ser ut til å appellere til denne målgruppen, hvor andelen som har slik tilgang har økt fra 7 til 21 prosent på bare to år.

Andelen som har abonnement på avis øker med alderen, og dette gjelder spesielt abonnement på papir og kombinasjonsabonnement. 9 av 10 over 60 år har nå minst en type avisabonnement i husstanden, og også i denne etablerte gruppen av avislesere ser vi vekst.

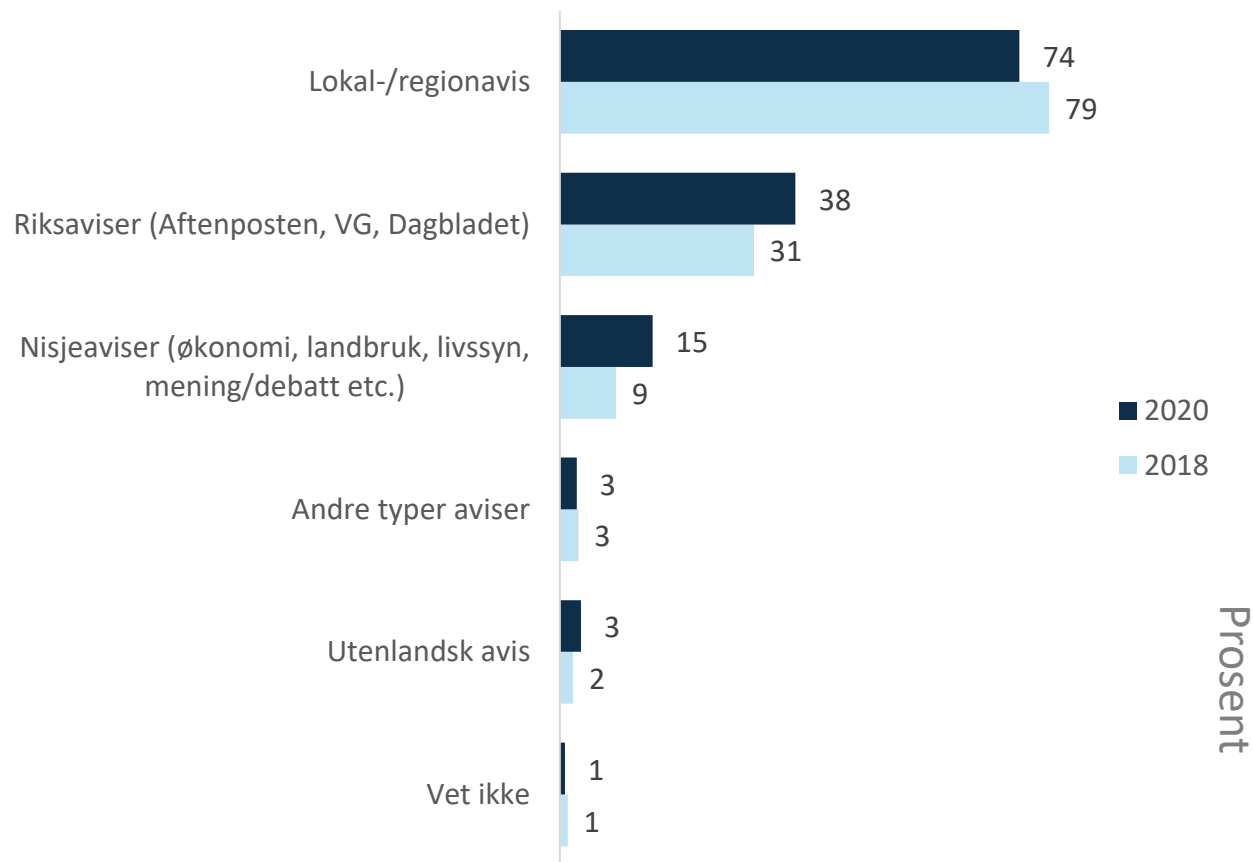
De yngste foretrekker rene digitalabonnement



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

Base: Alle: 1014

Ca. 3 av 4 abonnere på lokal- og regionaviser

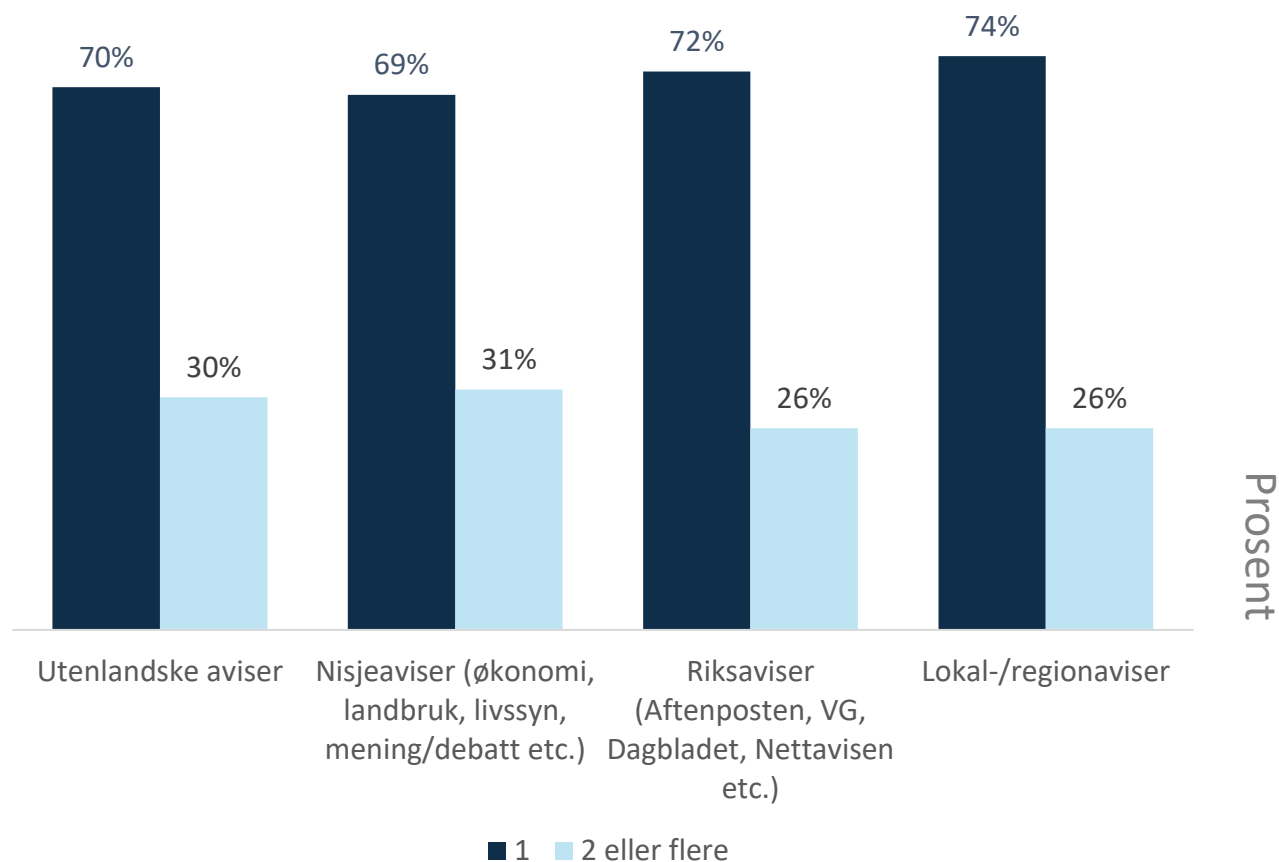


Lokal og- regionavisene står fortsatt sterkt, og hele 3 av 4 abonnere har tilgang til minst én slik avis. Andelen øker med alderen, og blant abonnentene over 60 år har hele 86 % abonnement på en lokalavis eller regionavis.

For de store riksavisene som VG, Dagbladet, Nettavisen og Aftenposten oppgir nærmere 4 av 10 at de har betalt tilgang, mens 15 prosent har abonnement på nisjeaviser i husstanden. Av de som abonnerer på nisjeaviser, finner vi en overvekt hos de under 45 år.

Kun 3 % abonnerer på utenlandske aviser, mens 13 % svarer at de leser nyheter fra utenlandske medier daglig.

Mange abonnerer på mer enn én tittel



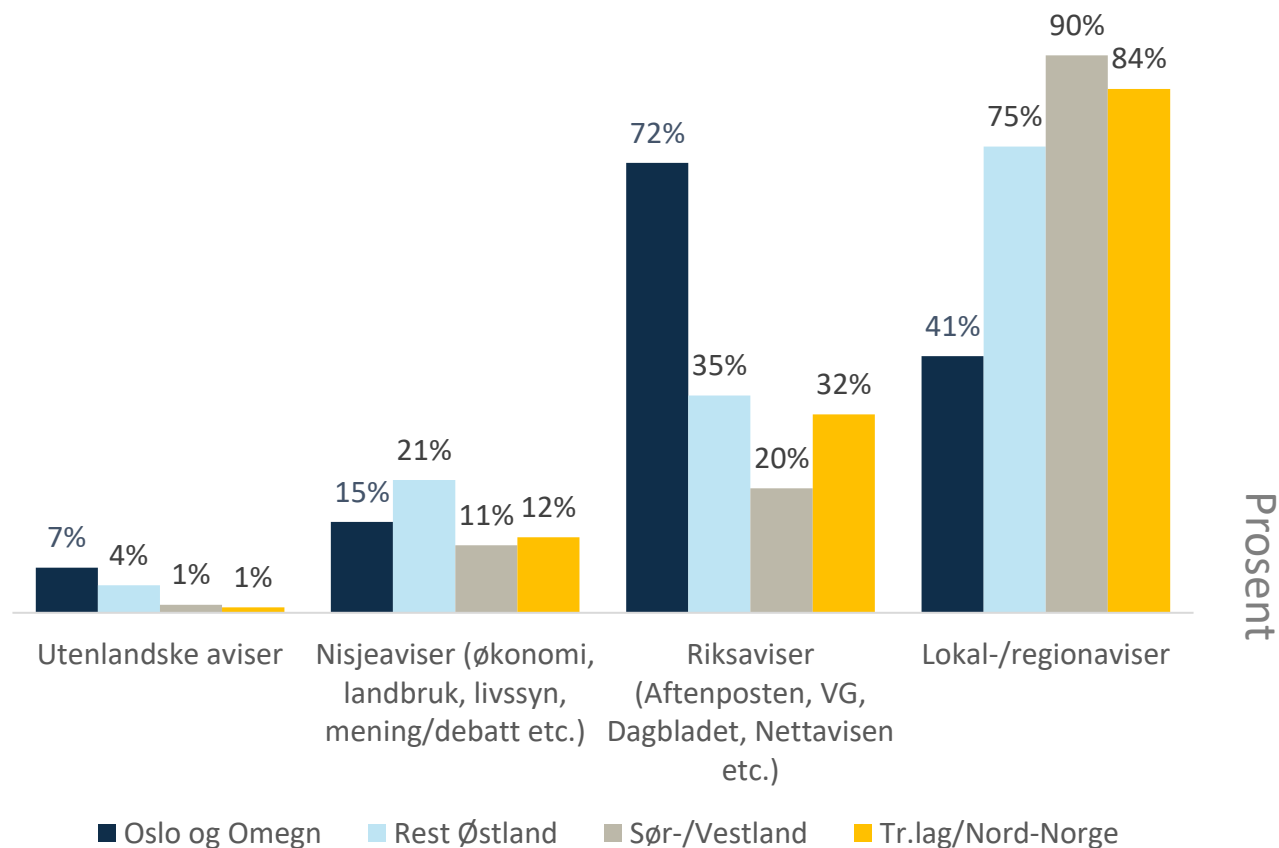
Norge et rikt mediemangfold og mange abonnerer på mer enn én tittel. Undersøkelsen viser at rundt en fjerdedel av abonnentene på lokal-, regional- eller riksaviser har tilgang på mer enn ett abonnement, og enda flere blant abonnenter på nisjeaviser og utenlandske titler.

En lavere andel abonnerer på mer enn to titler. Flest blant de som abonnerer på utenlandske aviser, deretter riksaviser og nisjeaviser og til slutt lokalaviser hvor hhv. 13 %, 7 % og 4 % abonnerer på tre aviser eller mer.

Hvor mange abonnement har du av følgende AVISTYPER?

Base: Lokal-/regionaviser: 508, Nisjeaviser: 102, Riksaviser: 260, Utenlandske aviser: 23

Abonnement på riksaviser mest vanlig i Oslo og omegn

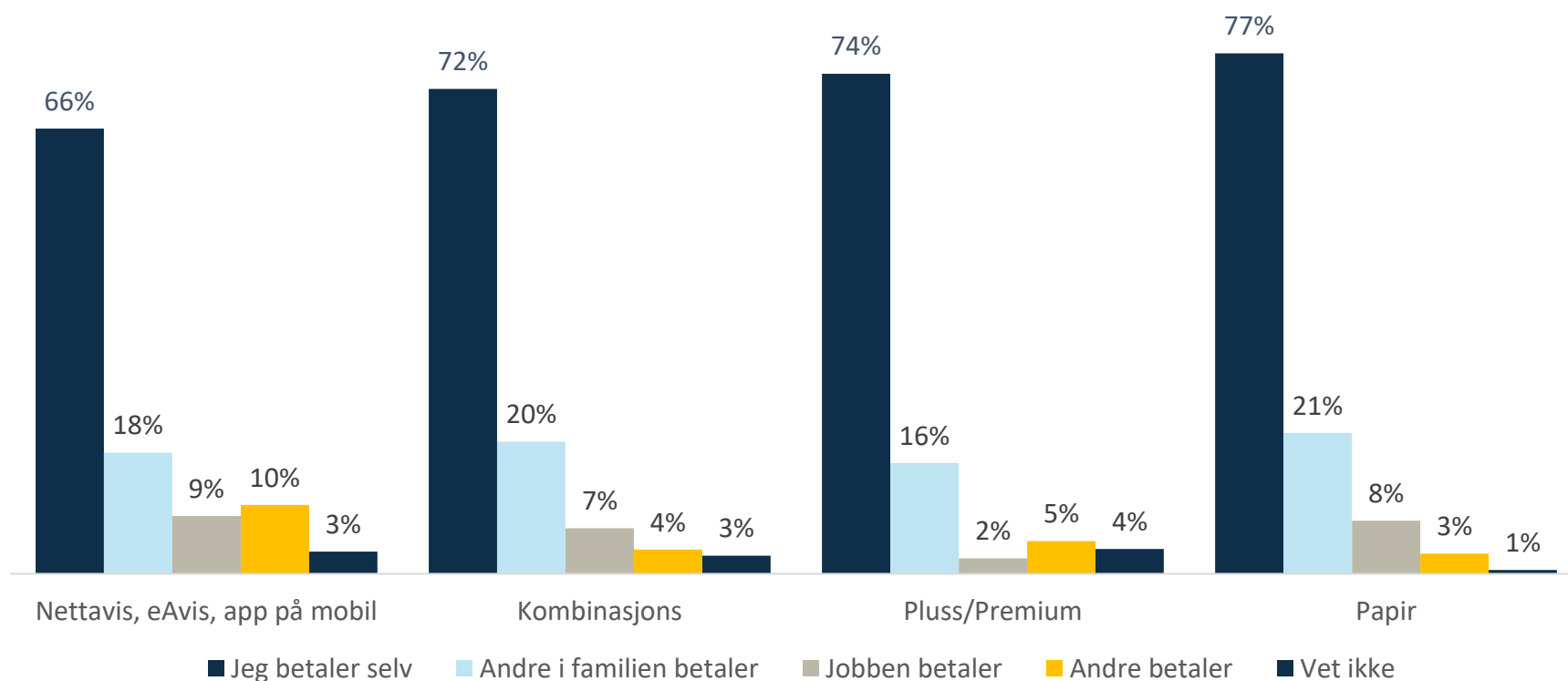


Hvilke typer aviser husstanden abonnerer på er i en viss grad avhengig av hvor i landet man holder til.

Folk bosatt i Osloregionen abonnerer i større grad på riksaviser (eller «overregionale» aviser som Aftenposten) og utenlandske aviser.

Blant de som abonnerer på lokale og regionale aviser, finner vi flest utenfor Oslo og omegn, og de høyeste andelene på Sør- og Vestlandet og i Trøndelag og Nord-Norge.

Nær 3 av 4 betaler for abonnementene selv



Andelen som selv betaler for avisabonnementene er stabil fra 2017/2018 til 2020, mens en noe lavere andel oppgir at andre i husstanden betaler sammenlignet med to år tidligere. Dette gjelder først og fremst for nettaviser.

Uavhengig av type abonnement betaler 72 % for minst ett abonnement selv. 20 % betales av andre i husstanden, 7 % betales av jobben og like mange av andre enn de nevnt over*.

Menn står oftere som betaler enn kvinner, som i større grad svarer at andre i husstanden betaler. Eldre betaler oftere enn de yngre, men ser vi kun på digitale abonnement er det også nær 7 av 10 blant de under 30 som oppgir at de selv betaler.

Blant de som har abonnement betalt av jobben (*base: 51*), svarer 44 % at dersom jobben ikke hadde betalt for abonnementet, ville de likevel abonnert på avisen. 34 % ville ikke betalt, mens 21 % er usikre.

Hvem betaler for avisabonnementet?

* Tallene summeres til over 100 % fordi dette er multispørsmål, og noen kan ha flere abonnement med ulike typer betaling.

Base: Abo papiravis: 94, abo nettavis: 280, abo kombinasjon: 336, abo pluss-/premium: 161

A man with a beard and brown hair is sitting up in bed. He is wearing a blue t-shirt and is holding a white mug with colorful polka dots in his right hand, drinking from it. In his left hand, he is holding a smartphone and looking at the screen. The bed has white sheets and a blue and white checkered blanket. To the left, there is a blue lamp. The background shows a wooden bedside table and a window with white curtains. The overall scene is brightly lit, suggesting morning light.

Årsaker til å betale / ikke betale

HVORFOR – oppsummering

HVORFOR

- Mulighet for å følge med på det som skjer i nærområdet er fortsatt den hyppigst nevnte årsaken til å abonnere. 55 % av abonnentene oppgir dette som årsak, og flere blant abonnenter på lokalavisene (69 %).
- I takt med at mer innhold legges i betalingsløsninger, oppgir stadig flere tilgang til nyheter eller temaer de ikke finner hos gratis nyhetskilder som årsak til å abonnere. 1 av 3 oppgir nå dette som årsak. Samtidig ser vi en økning i andelen som mener at nyheter er viktig for et fungerende samfunn og at man derfor bør abonnere.
- Tilgang til både nasjonale (32 %) og internasjonale nyheter (28 %) anses som viktig og stadig viktigere, sammen med tilgang til raske nyhetsoppdateringer (27 %). Disse årsakene oppgis i størst grad blant abonnenter på riksaviser.
- Abonnenter av nisjeaviser oppgir oftere at abonnementet er viktig for å oppdatere seg på jobb og fag (20 %) og at de føler ansvar for at familien holder seg oppdatert om samfunnet (23 %).
- Blant de med plussabonnement er det en høyere andel som oppgir tilgang til raske nyhetsoppdateringer (37 %) og godt introduksjonstilbud (11 %) som årsak.

HVORFOR IKKE

- 6 av 10 av de som ikke har abonnement i dag, oppgir gratis tilgang til nyheter som årsak til ikke å abonnere, dette er flere enn tidligere.
- Ca. 1 av 3 sier at de får nok nyheter fra radio eller TV. Flest i alderen 45 år og oppover får dekket sitt nyhetsbehov på denne måten, mens de under 30 i større grad svarer at de ikke har råd.
- 27 % mener at det avisene tilbyr, ikke gir nok verdi for pengene, nærmere 2 av 10 begrunner sitt valg om ikke å abonnere med at de enten får dekket sitt nyhetsbehov av jobbens eller andres abonnement, mens 13 % dekker sitt behov via sosiale medier.

Viktigste grunner til å abonnere på aviser



I takt med at mer innhold legges i betalingsløsninger, oppgir stadig flere tilgang til nyheter eller temaer de ikke finner hos gratis nyhetskilder som årsak til å abonnere. Andelen har økt fra 26 % til 33 % siden 2017.

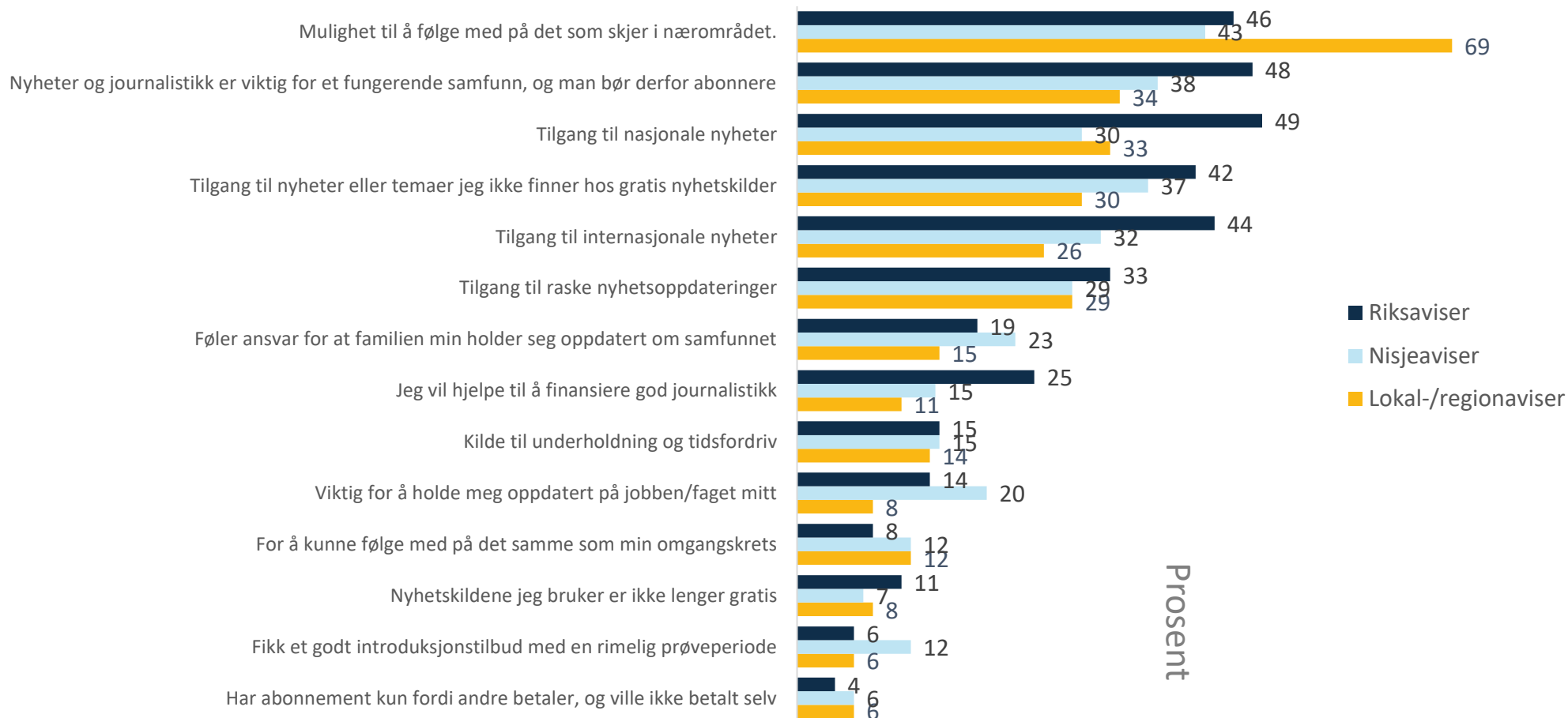
Mulighet for å følge med på det som skjer i nærområdet er fortsatt den hyppigst nevnte årsaken, spesielt for abonnenter på lokalavisene (69 %), selv om noen færre nevner dette i 2020 enn tidligere. Dette kan ha sammenheng med abonnementsveksten hos riksavisene, hvor tilgang til nasjonale og internasjonale nyheter i større grad anses som viktig.

Blant de med plussabonnement er det en høyere andel som oppgir tilgang til raske nyhetsoppdateringer (37 %) og godt introduksjonstilbud (11 %) som årsak.

Prosent

Merk! Endringer i skjema gjør at vi ikke har 2018-tall på alle påstander

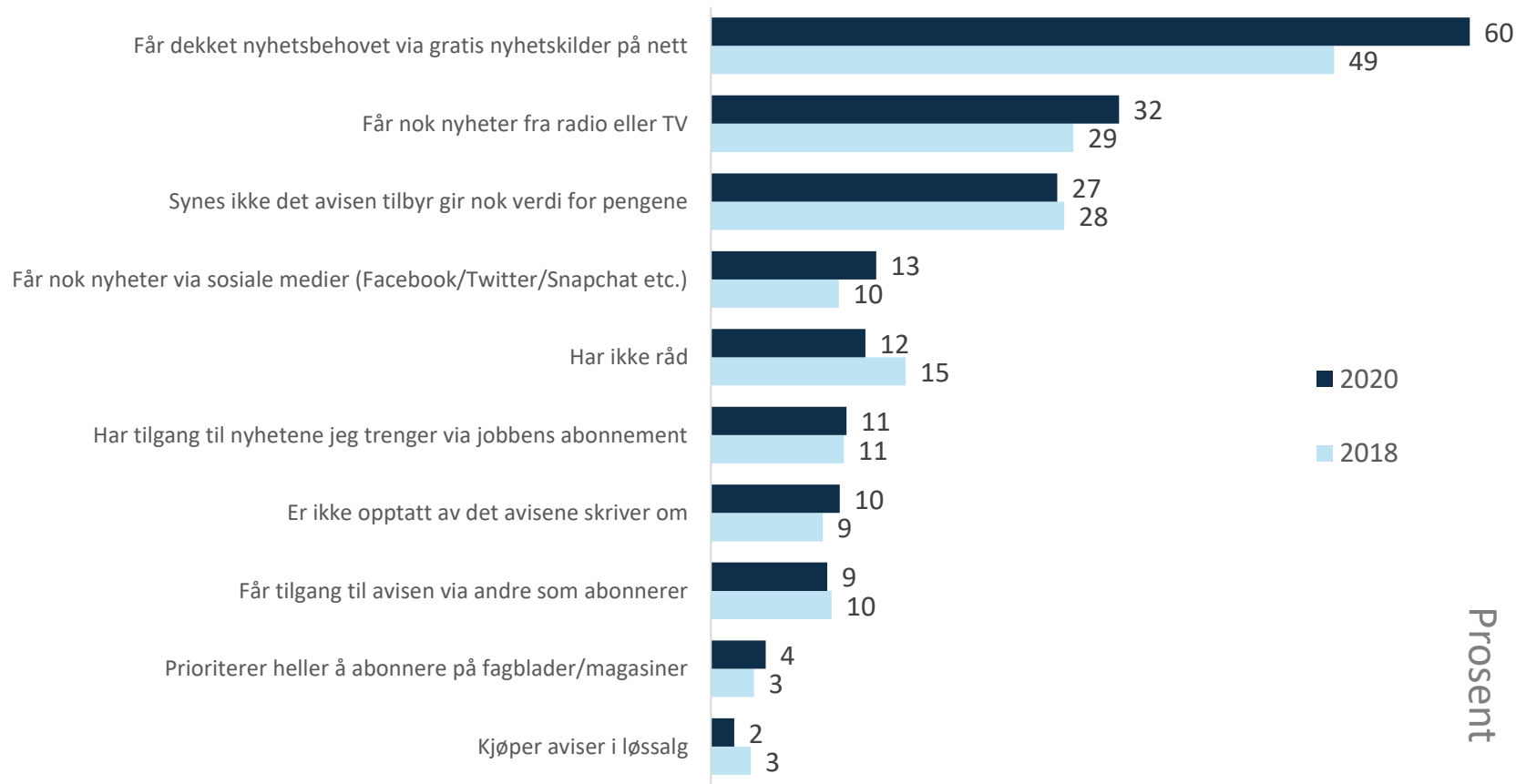
Viktigste grunner til å abonnere på aviser- fordelt på avistyper



Kryss av for de viktigste grunnene til at du eller din husstand abonnerer på avis og/eller nettavis?

Base: Har abonnement på avis: Nisjeaviser: 102 , Lokal-/Regionalaviser: 508, Riksaviser: 260

Årsaker til ikke å abonnere på aviser



Prosent

6 av 10 av de som ikke har abonnement i dag, oppgir gratis tilgang til nyheter som årsak til ikke å abonnere, dette er flere enn tidligere.

Samtidig svarer færre at de ikke synes det avisen tilbyr gir nok verdi for pengene eller at de ikke har råd. 2017-tallene som ikke er vist i grafen var på hhv. 34 % og 20 %.

Nær 1 av 3 sier at de får nok nyheter fra radio eller TV. Flest i alderen 45 år og oppover får dekket sitt nyhetsbehov på denne måten, mens de under 30 i større grad svarer at de ikke har råd.

18 % begrunner sitt valg om ikke å abonnere med at de enten får dekket sitt nyhetsbehov av jobbens eller andres abonnement, mens 13 % dekker sitt behov via sosiale medier.

Kryss av for de viktigste grunnene til at du eller din husstand ikke abonnerer på avis og/eller nettavis?

Base: Har ikke abonnement på avis: 323

Betaling for nyheter i fremtiden



FORVENTNINGER – oppsummering

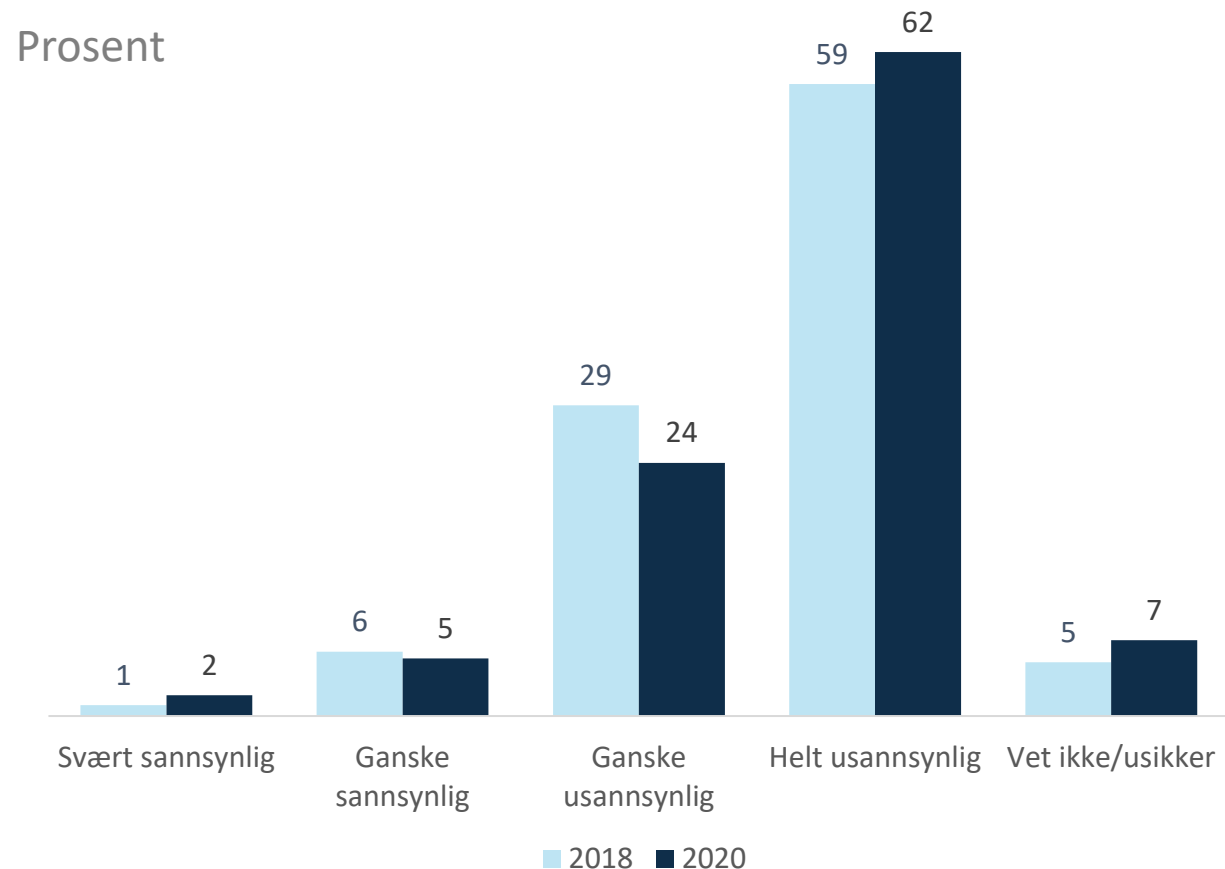
IKKE-ABONNENTENE

- Nær 1 av 3 har ikke noe abonnement i dag. Blant disse svarer 7 % at det er sannsynlig at de kommer til å abonnere på en avis innen de neste 12 månedene, mens like mange er usikre. Det er en høyere andel i denne gruppen som bor alene, og flere som sier at de gjerne vil bruke tjenester som samler de viktigste nyhetene fra flere medier på ett sted.
- Elementer som rabatterte tjenester, arkivinnhold og tilgang på eksklusivt og original innhold nevnes i større grad som viktige elementer i et avisabonnement blant de som ser for seg å abonnere i nær fremtid.

ABONNENTENE

- Blant de som allerede har ett eller flere abonnement forventes en stabilitet i antall abonnement, og 8 av 10 ser for seg at de vil ha like mange abonnement om 12 måneder som det de har i dag. 9 % ser for seg å ha færre abonnement, mens 3 % tror de vil ha flere abonnement enn det de har i dag.
- De eldste nyhetsleserne, over 60 år, er fortsatt mest trofast til sine abonnement. 9 av 10 i denne gruppen har tilgang til minst ett abonnement, og nesten like mange ser for seg å beholde sine abonnement i tiden som kommer.
- Vi finner en overvekt av de som svarer “færre abonnement” blant de under 30 år og de som har Pluss- og premiumabonnement..

7 prosent av de som ikke har abonnement, mener det er sannsynlig at de vil abonnere ila neste 12 mnd

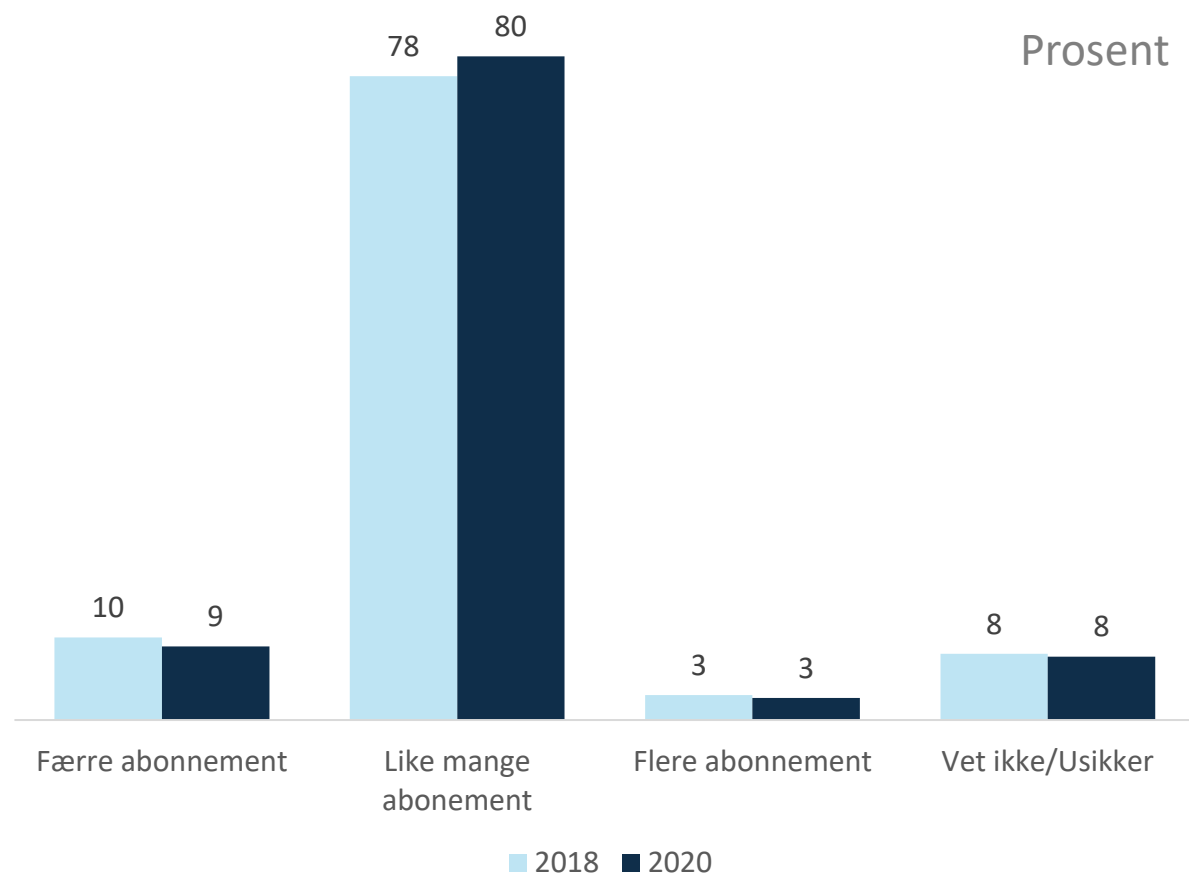


32 % av de spurte svarte at de ikke har noen form for avisabonnement i dag. Blant disse svarer 7 % at det er sannsynlig at de kommer til å abonnere på en avis innen de neste 12 månedene, mens like mange er usikre.

I denne gruppen finner vi en høyere andel som bor alene, og flere som sier at de gjerne vil bruke tjenester som samler de viktigste nyhetene fra flere medier på ett sted. Elementer som rabatterte tjenester, arkivinnhold og tilgang på eksklusivt og original innhold nevnes i større grad som viktige elementer i et avisabonnement blant de som ser for seg å abonnere i nær fremtid.

86 % av de som ikke abonnerer i dag, vurderer det som usannsynlig at de blir abonnenter i løpet av det neste året.

Forventet stabilitet i antall abonnement



Blant de som har abonnement i dag, ser 8 av 10 for seg at de vil ha like mange abonnement om 12 måneder som det de har i dag.

De eldste nyhetsleserne, over 60 år, er fortsatt mest trofast til sine abonnement. 9 av 10 i denne gruppen har tilgang til minst ett abonnement, og nesten like mange ser for seg å beholde sine abonnement i tiden som kommer. De yngre nyhetskonsumentene er noe mindre lojale, og blant de under 30 finner vi den største andelen (21 %) som tror de vil ha færre abonnement tolv måneder frem i tid.

Vi finner en overvekt av de som svarer “færre abonnement” blant de som har Pluss- og premiumabonnement.

Utvalget - landsrepresentativt



Hvem har besvart undersøkelsen?

KJØNN

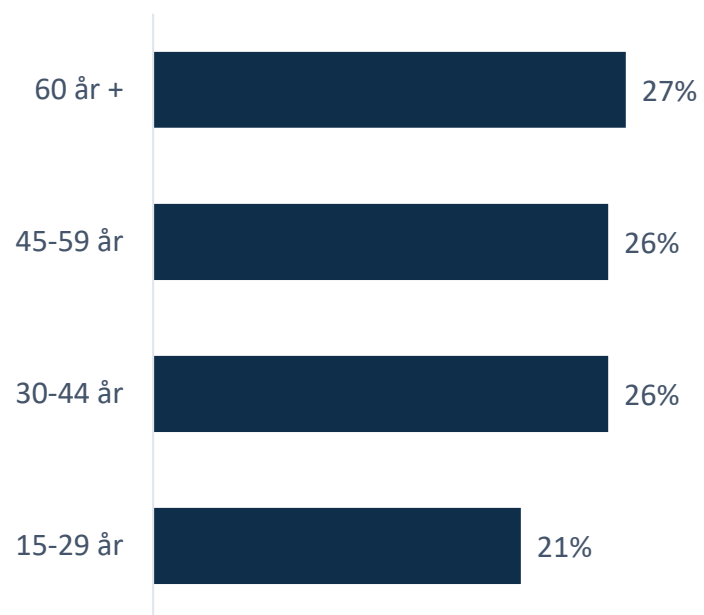


50%

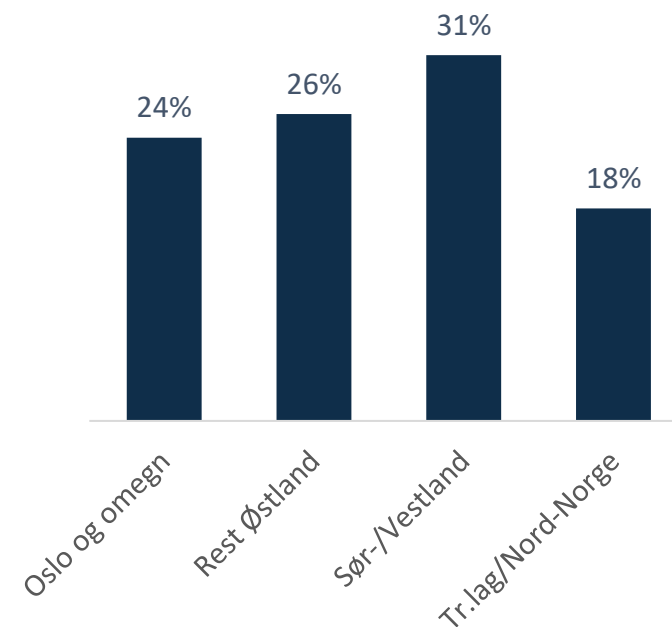


50%

ALDER



REGION

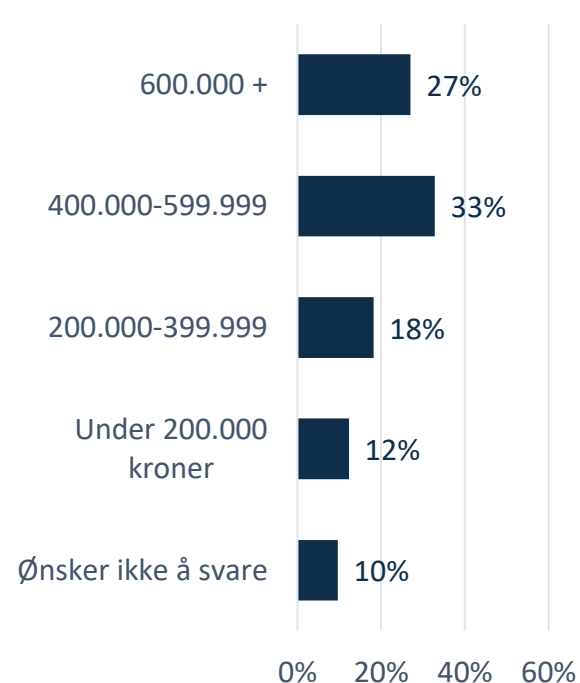


Hvem har besvart undersøkelsen?

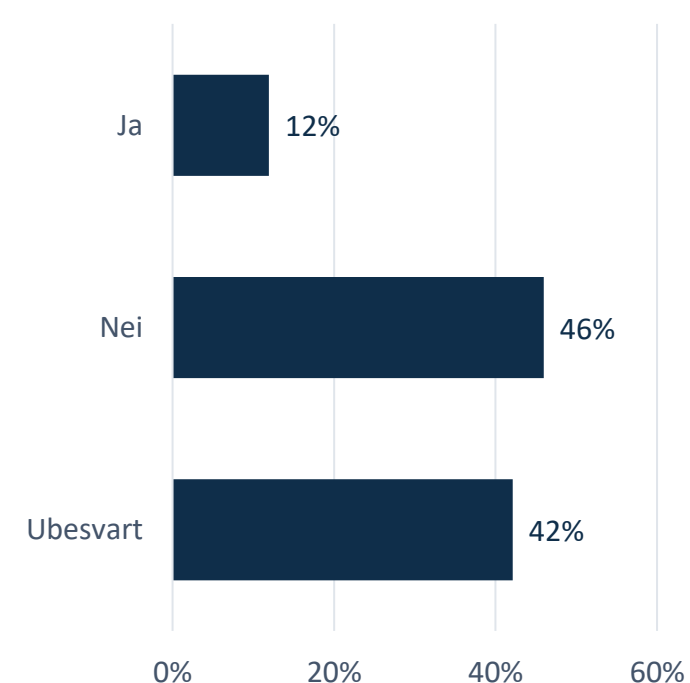
UTDANNING



PERSONLIG INNTEKT



LEDENDE STILLING



Se flere resultater fra undersøkelsen på medietall.no - Aktuelt



Persontall

Daglig offisielle deknings tall 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@medibedriftene.no

Salve Nergården Jortveit, Seniorrådgiver Kantar, salve.jortveit@kantar.com