

Offisielle digitaltall for Q3 2024: Stabil utvikling for norske nettsteder

15.11.24

Knut-Arne Futsæter Kantar Media

Metode

- Digitalmålingen baserer seg fra januar 2021 på tekniske trafikkmålinger fra Kilkaya, med målekoder for nettsider og applikasjoner (apper) for mobil, PC/ Mac, nettbrett og eAvis. Løsningen inkluderer kun nettsteder som benytter MBL-scriptet. [Medietall.no](https://www.medietall.no), som driftes av MBL, rapporterer både tekniske trafikk tall fra Kilkaya og persontall fra Kantar Media. Bytte av teknisk plattform kan i en overgangsperiode gi utslag i lavere digitale persontall.
- Metodejustering i kalibreringsgrunnlaget for PC, fra Q1 2024 (gjelder ikke mobil og nettbrett). Unike nettlesere, sesjoner og sidevisninger telles kun ved registrert aktivitet. Justeringen gjennomføres som et ledd i et kontinuerlig arbeid med å forbedre målingene, og hensikten er å sikre at det ikke telles trafikk som ikke er generert av faktiske personer. Endringen medfører i snitt en reduksjonen av unike nettlesere på 7 % for PC.
- De offisielle daglige dekningstallene for persontall rapporteres fra Kantar Media og bygger på trafikk tall fra Kilkaya. Alle nettsteder må være målt både av Kilkaya og i Forbruker & Media (F&M) for å kunne rapporteres i F&M. Digitalmålingen er en del av F&M, som er den eneste multimedieundersøkelsen i Norge. F&M gir muligheten til å sammenligne medier med hverandre og å relatere mediedata direkte til folks forbruk, interesser og holdninger. Dette gjør den til det viktigste arbeidsredskapet for reklamebyråer, kommunikasjonsbyråer, mediebyråer, annonsører og medier når markeder og målgrupper skal beskrives, og medier velges for reklamekampanjer.
- Det blir målt over 1100 enkelttitler i F&M, fordelt på over 300 mediehus. Basert på dette rapporteres dekningstall for over 1700 titler (skriftlige medier, digitale medier, mediekombinasjoner og samkjøringer). Dette illustrerer den betydelige interessen for å bli målt i F&M og for å bli rapportert i Kantar Online. Kantar Media har også det siste året registrert en økt bruk av analysesoftwaren [Kantar Online](#).
- Digitaltallene i denne rapporten er fra Q3 2024 og blir sammenlignet med Q3 2023. .
- For mer informasjon om metoden, besøk [Kantar Medias nettsider](#) og MBLs nettsider for [Q&A for medieindeksen](#).

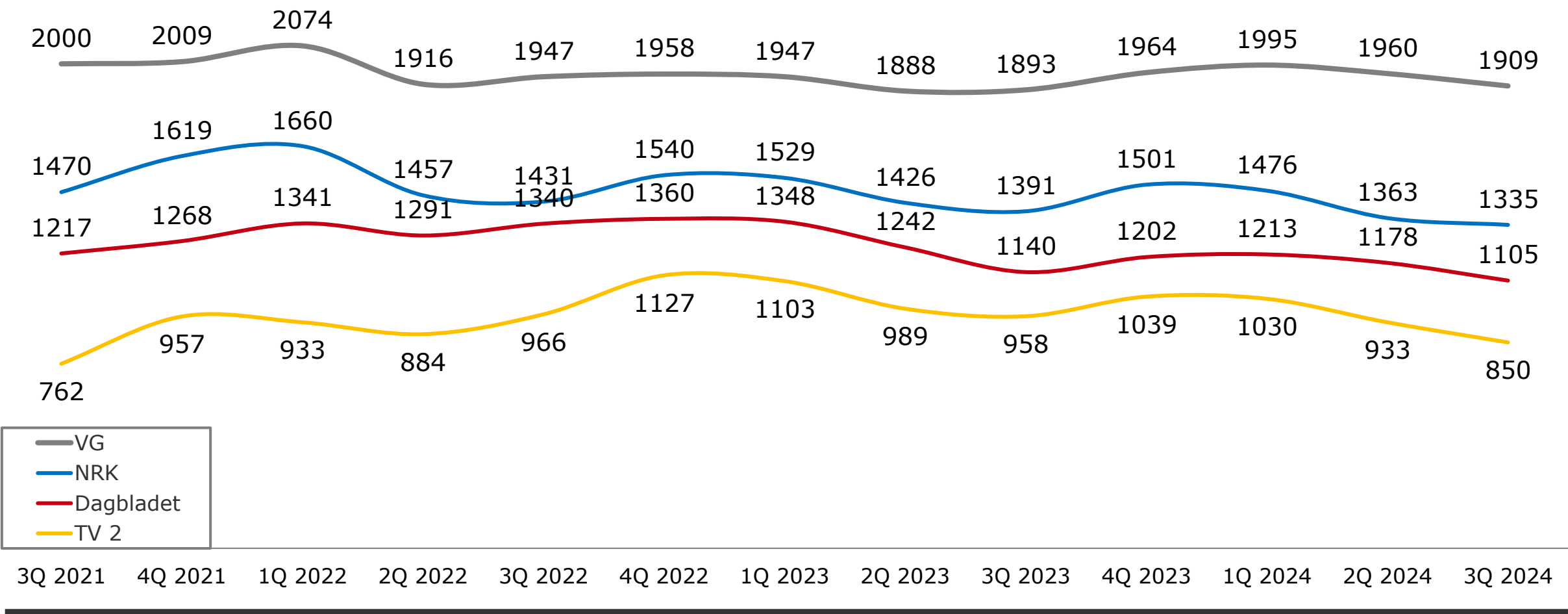
Sammendrag: Stabil utvikling for norske nettsted

Den totale digitale dekningen for norske nettsteder går tilbake med 0,6 %

- Mobil øker med 1,7 % og nettbrett med 3,8 %, mens PC går tilbake med 18,4 %. *
- Mobil utgjør 76 % av den totale bruken, PC 14 % og nettbrett 10 %.
- Med en samlet digital dekning på 1.909.000 personer er VG Norges desidert største redaksjonelle nettsted. Deretter følger NRK med 1.335.000, Dagbladet med 1.105.000 personer og TV 2 med 850.000 personer daglige brukere.
- Schibsted er Norges største kommersielle samkjøring på digitalt og papir med hele 2.993.000 personer. Deretter følger DIAR (2.398.000), Amedia (2.022.000) og Aller Media (1.886.000).

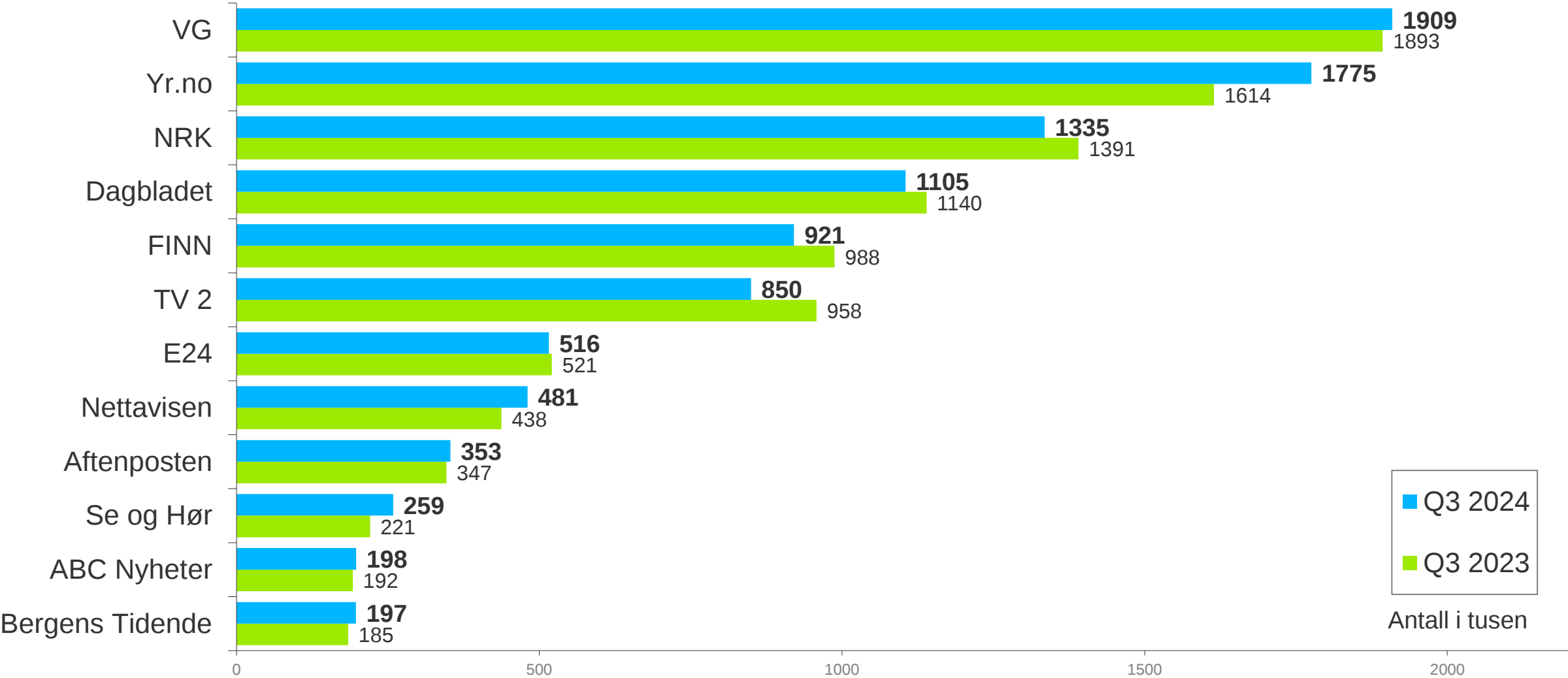
Utviklingen for de største redaksjonelle mediene digitalt totalt

Daglig dekning (tall i tusen)



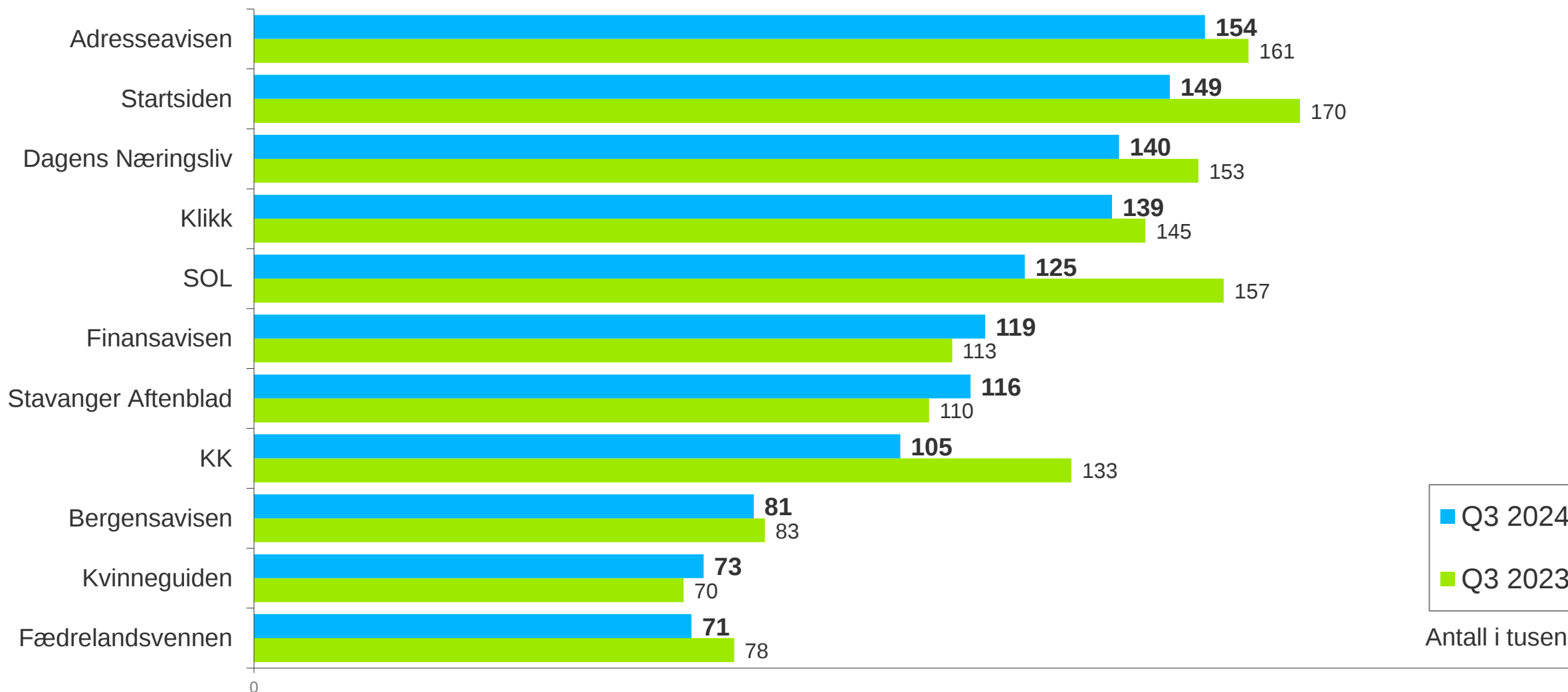
Norges største nettsted totalt digitalt (1)

Daglig dekning

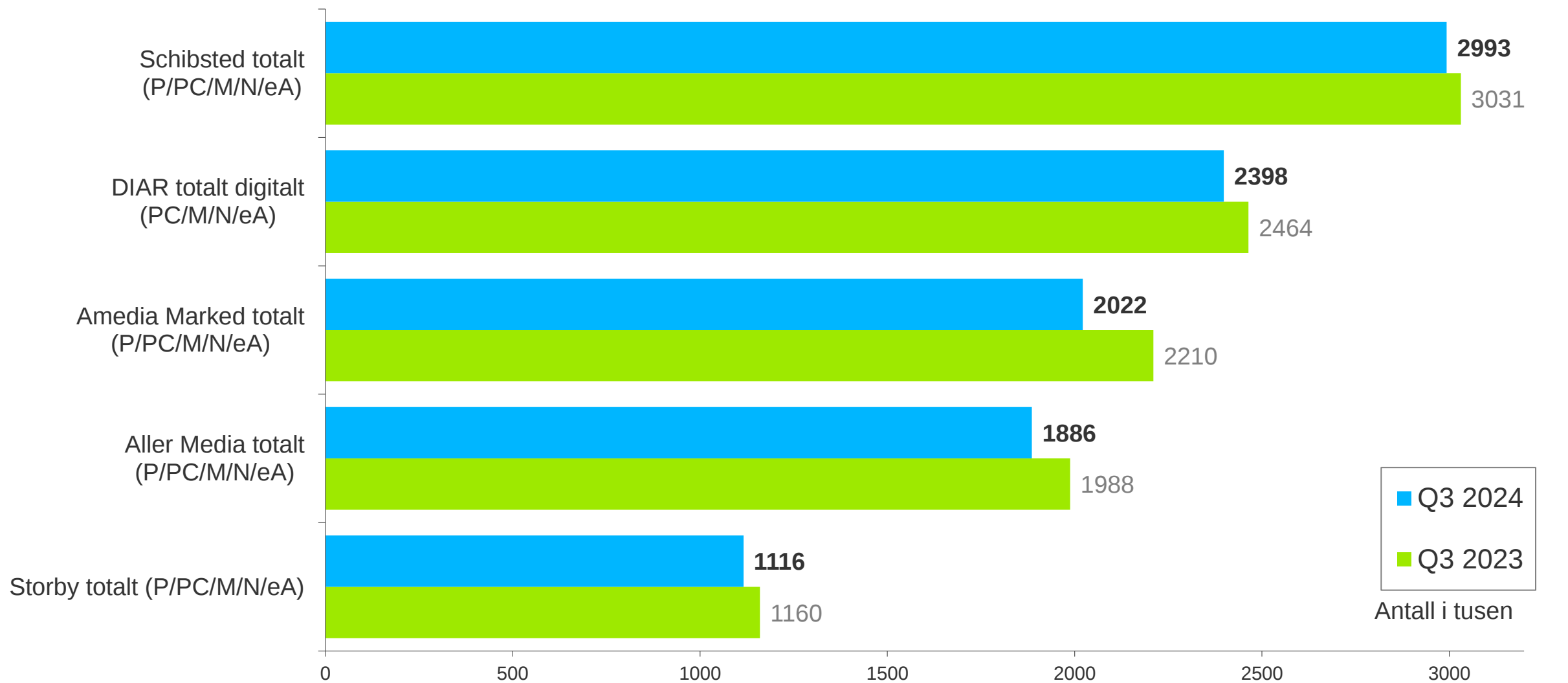


Norges største nettsted totalt digitalt (2)

Daglig dekning

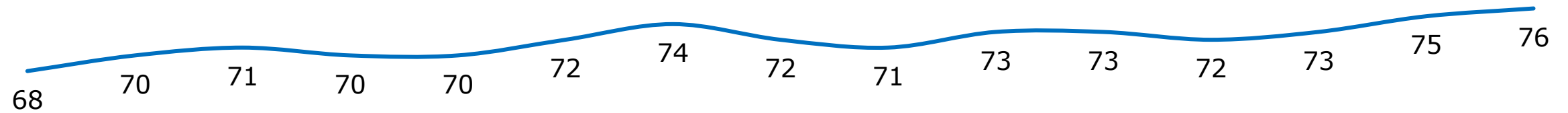


Norges største samkjøringer (papir og digitalt)

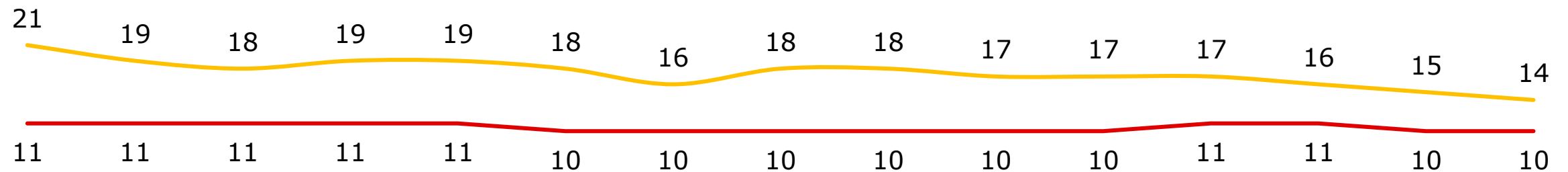
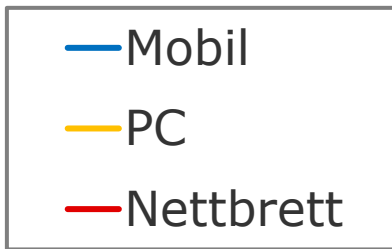


Mobil fortsetter å vokse

Andel brukere fordelt på ulike plattformer



Prosent



1Q 2021 2Q 2021 3Q 2021 4Q 2021 1Q 2022 2Q 2022 3Q 2022 4Q 2022 1Q 2023 2Q 2023 3Q 2023 4Q 2023 1Q 2024 2Q 2024 3Q 2024

Daglig dekning for digitale medier

Daglig dekning 1997 – 2023/2024

