

Lesing av aviser 2025/2026: Færre leser norske aviser

FIFTY5 ■ BLUE



15.09.26 Knut-Arne Futsæter
Fifty5Blue (Norsk Gallup)

Forbruker & Media

- Forbruker & Media ([F&M](#)) er den eneste multimedieundersøkelsen i Norge. Den inneholder blant annet dekningstall for norske aviser, radiostasjoner, TV-kanaler, strømmetjenester, internett, digitalt medieinnhold, magasiner, fagblader, direkte reklame og kino. F&M gir mulighet til å sammenligne medier med hverandre og å knytte mediedata direkte til folks forbruk, interesser og holdninger. Dermed utgjør den det viktigste arbeidsredskapet for reklamebyråer, kommunikasjonsbyråer, mediebyråer, annonsører og medier når markeder og målgrupper beskrives, og medier velges for reklamekampanjer.
- Det blir målt over 1 100 enkelttitler i F&M, fordelt på over 300 mediekombinasjoner og 195 avishus. Basert på dette rapporteres dekningstall for over 1 700 titler (skriftlige medier, digitale medier, mediekombinasjoner og samkjøringer). Denne gangen måler vi hele 200 nettsted, noe som er ny rekord. Dette illustrerer den store interessen for å bli målt i F&M og rapportert i [Galileo](#). Fifty5Blue har det siste året også registrert økt bruk av analyseprogramvaren [Galileo](#).
- Totalt er 36 370 personer som er 12 år eller eldre blitt intervjuet i perioden 30.06.25 – 28.06.26 (2025/2026, 26/2).
- Tallene for denne rapporteringen 2025/2026 (26/2) er sammenlignet med tallene fra forrige periode, 01.07.24 – 29.06.25 (2024/2025, 25/2).
- 1 % av befolkningen tilsvarer 49 302 personer som er 12 år eller eldre.
- Alle lesertallene gjelder for alle avisenes utgaver.
- Informasjon om metode finnes på Fifty5Blues [nettsider](#). Det har ikke vært metodiske endringer i måling av papiraviser de siste årene, og det har heller ikke vært større endringer i de digitale målingene (se [Q&A for medieindeksen](#)). Det er derfor nå mulig å gjøre direkte sammenligninger av utviklingen over flere år.
- Digitalmålingen baseres på tekniske trafikkmålinger fra Kilkaya. De offisielle daglige dekningstallene for persontall rapporteres av Fifty5Blue og bygger på trafikk tall fra Kilkaya. For at alle nettstedene skal kunne bli rapportert i [Galileo](#), må de være målt både i Kilkaya og i F&M.

Flere av de store avishusene taper lesere, mens lokalavisene øker

Færre leser aviser

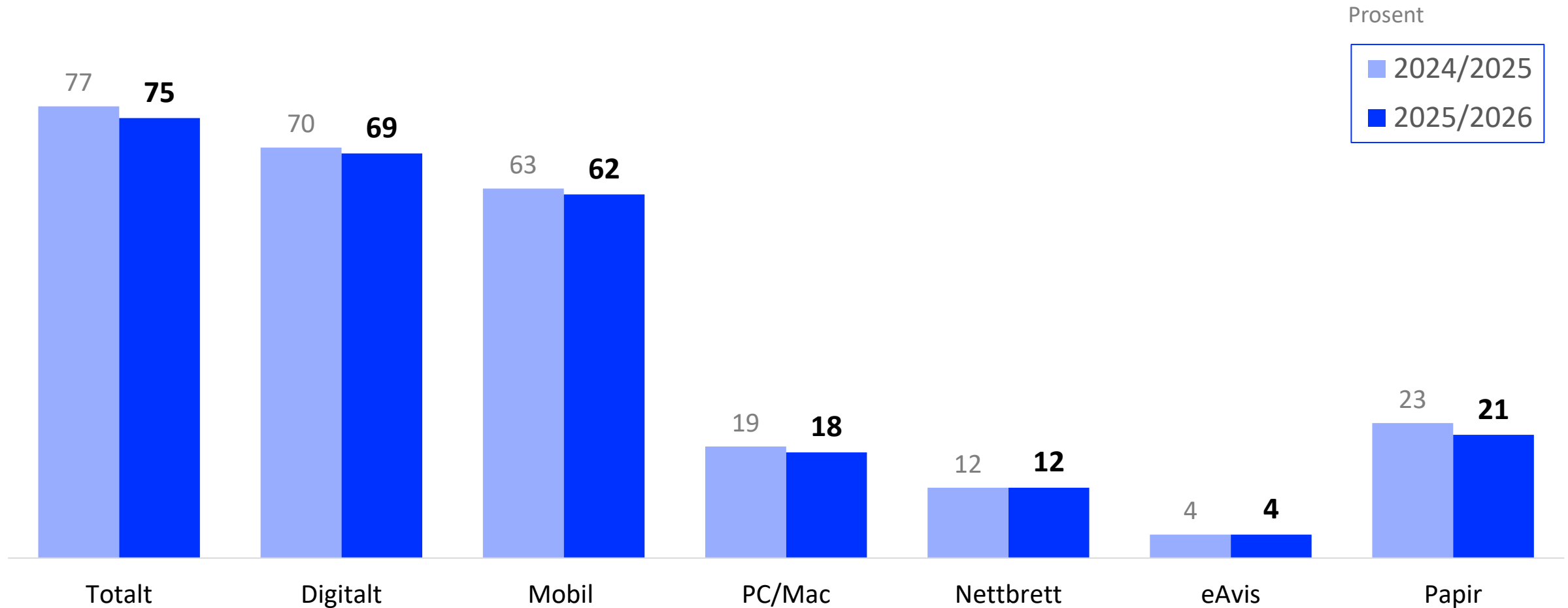
- I 2025/2026 leser 75 % minst én avis daglig, enten digitalt eller på papir, mot 77 % i 2024/2025. I toppåret 2021 var det 83 % som leste minst én avis (se bilde 5).
- 69 % leser digitale aviser daglig: 62 % på mobil, 18 % på PC og 12 % på nettbrett (se bilde 4).
- De 195 målte avishusene går tilbake med 2,7 % fra 2024/2025 til 2025/2026.
- De lokale avishusene øker med 5,5 %, og det skyldes at de har en sterk digital vekst til tross for at de taper lesere på papir.*

Tilbakegangen for papiravisene fortsetter

- De 158 målte papiravisene har en tilbakegang på 3,1 % i forhold til 2024/2025.
- 21 % av befolkningen leser papiraviser daglig i 2025/2026.
- Blant de 158 målte papiravisene har 24 opplevd en nedgang i lesertall, mens bare åtte har hatt en økning i antall lesere i 2025/2026.
- Lesing av eAviser går tilbake med 8 %, og 4 % leser eAviser daglig.

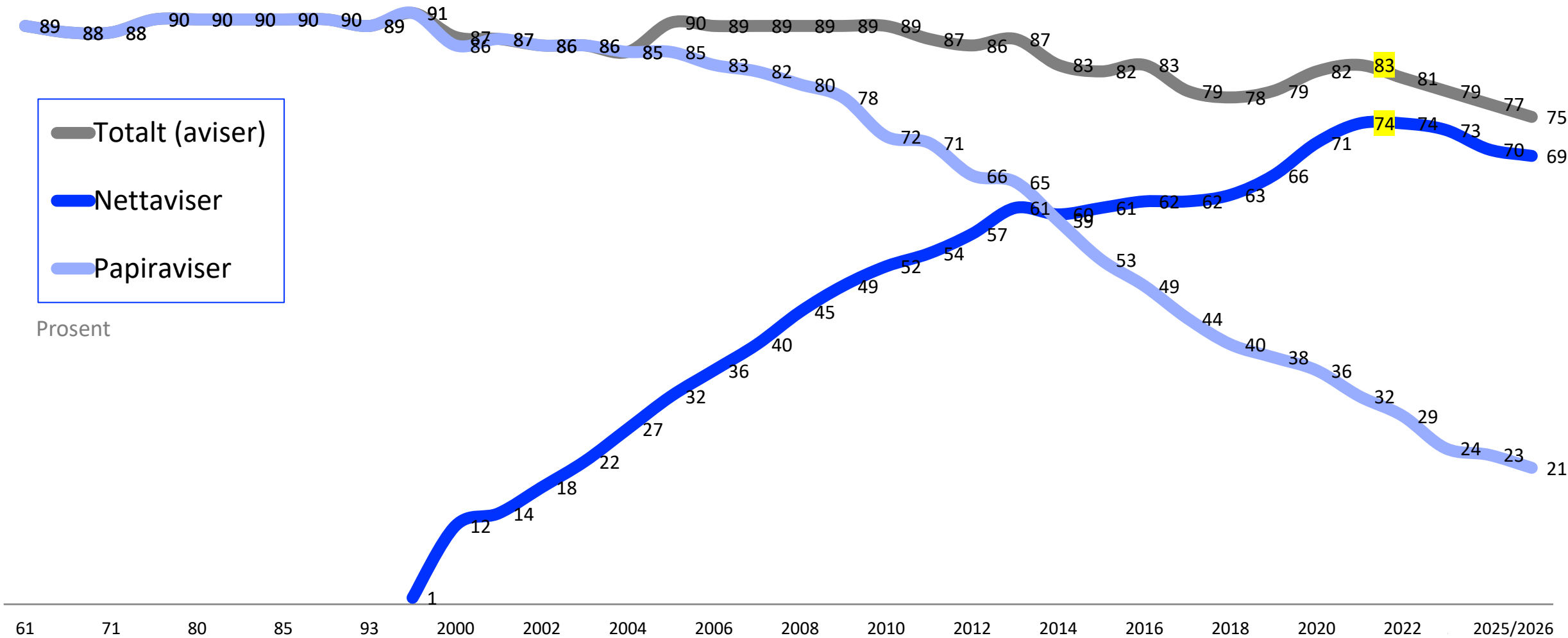
Daglig dekning for norske aviser:

Færre leser norske aviser digitalt og på papir



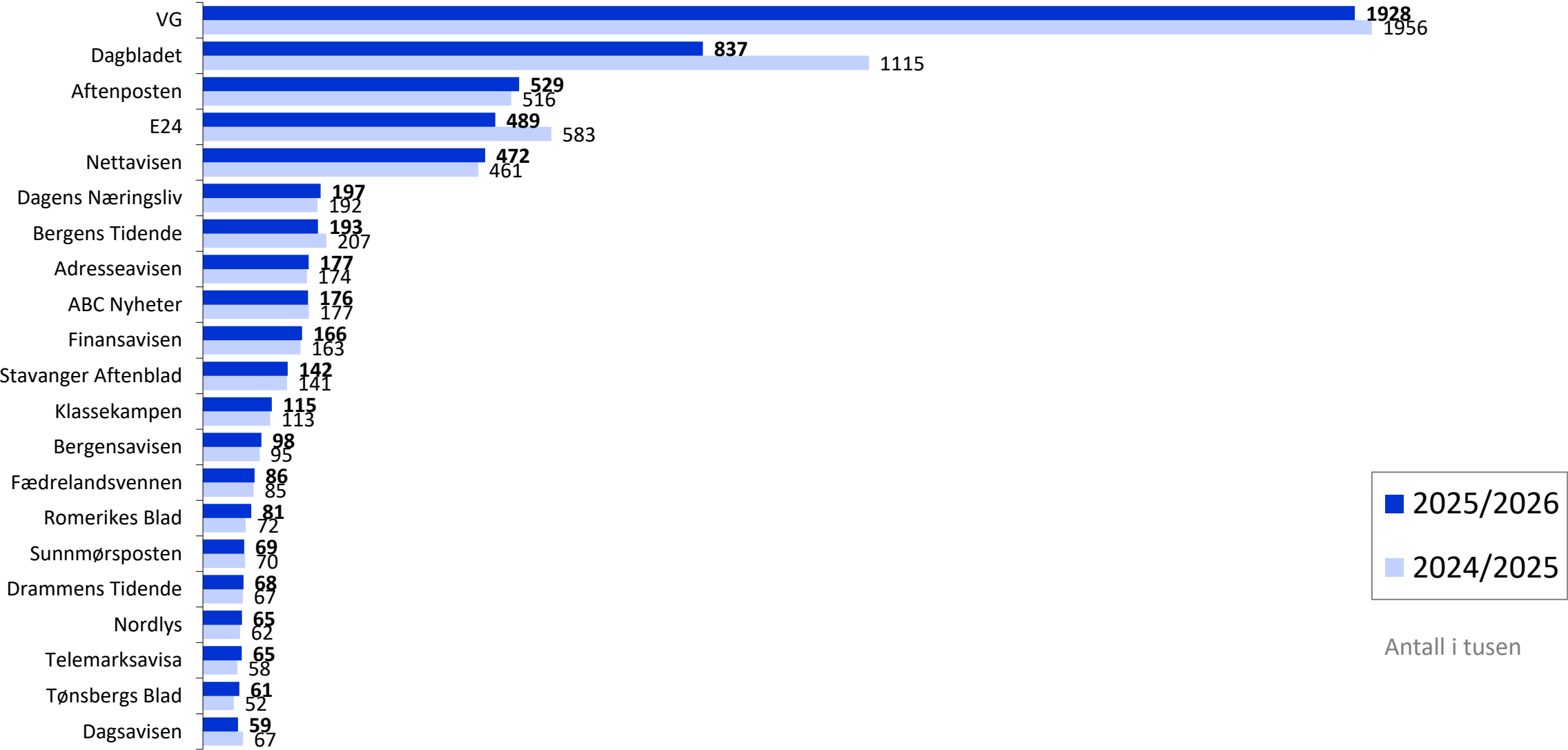
Avisene taper terreng

Daglig dekning for aviser 1961 – 2025/2026



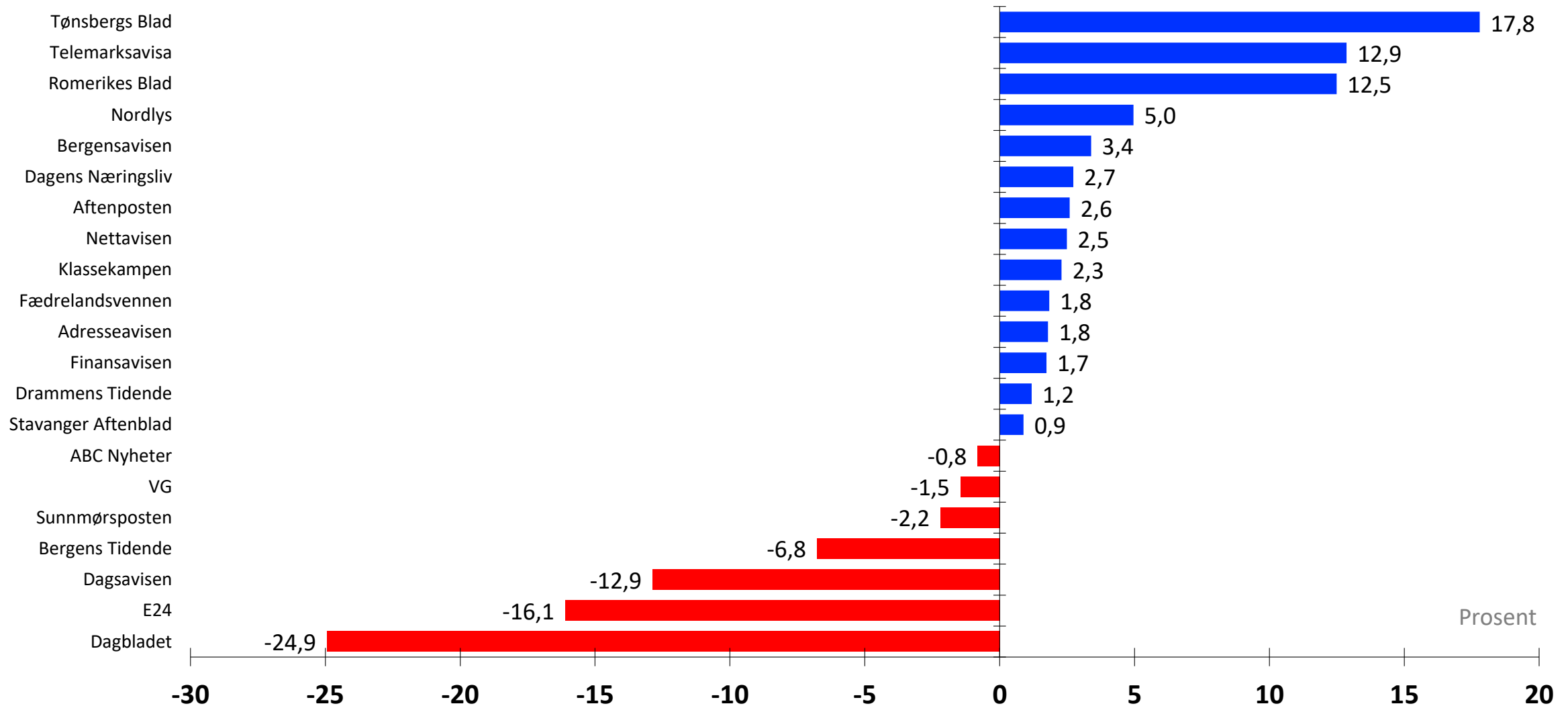
Kilde: Daglig oppslutning om papiraviser og nettaviser 1961 - 2025/2026. Det har vært metodiske endringer de siste årene, og mer info om dette ligger [her](#):
Data fra Forbruker & Media fra 1994. *Flerkanalsamfunnet* (Lundby & Futsæter, 1993). *Fragmentering av medielandskapet og oppsplitting av publikum* (Futsæter 1998).
Nettavisene gjelder MBLs nettaviser som også utgir papiraviser og som blir målt i F&M, og fra 2021 inngår også rene digitale aviser som E24 og Nettavisen.
Fra 2018 er alle digitaltallene kalibrert i forhold til de offisielle onlinemålingene. Fra 2018 inngår også eAviser. eAviser inngår i «Totalt» og i «Nettaviser».

Norges største avishus totalt (nett og papir)

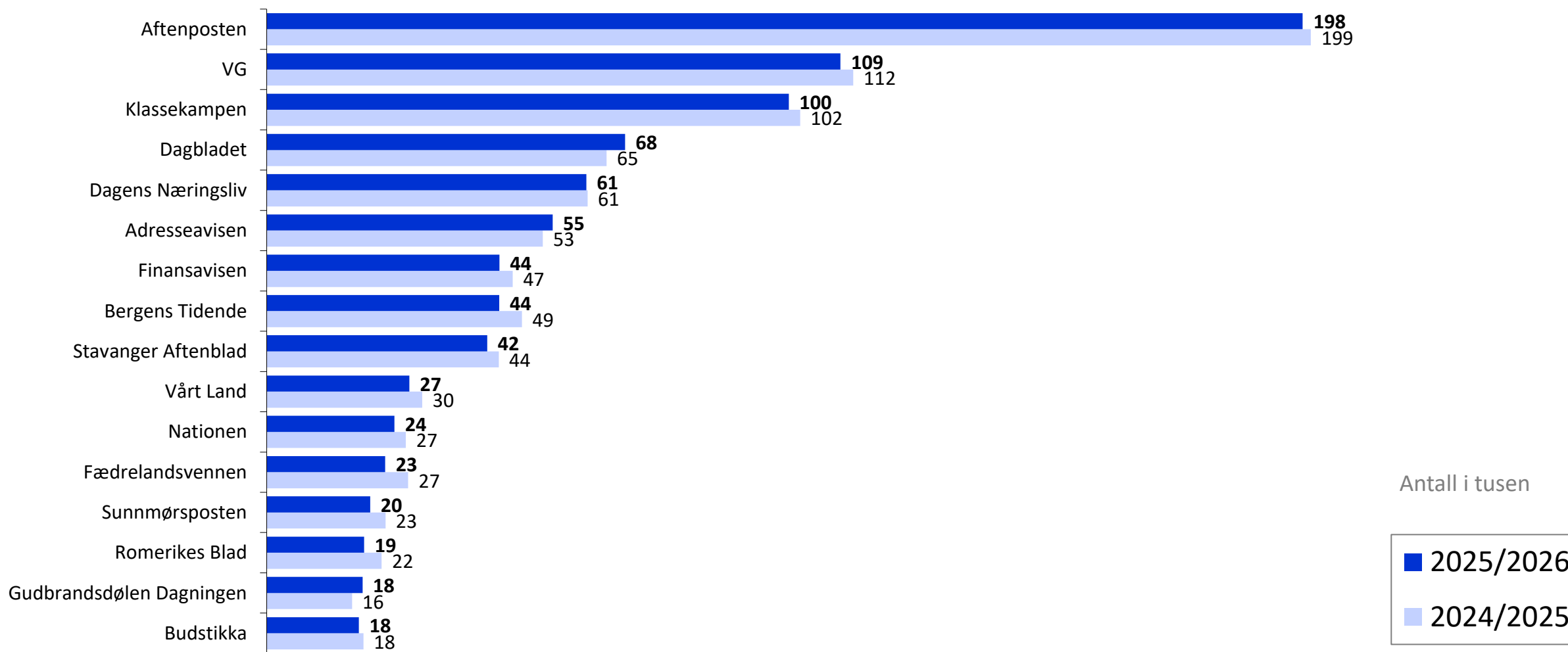


Endringer i prosent for avishusene totalt (nett og papir)

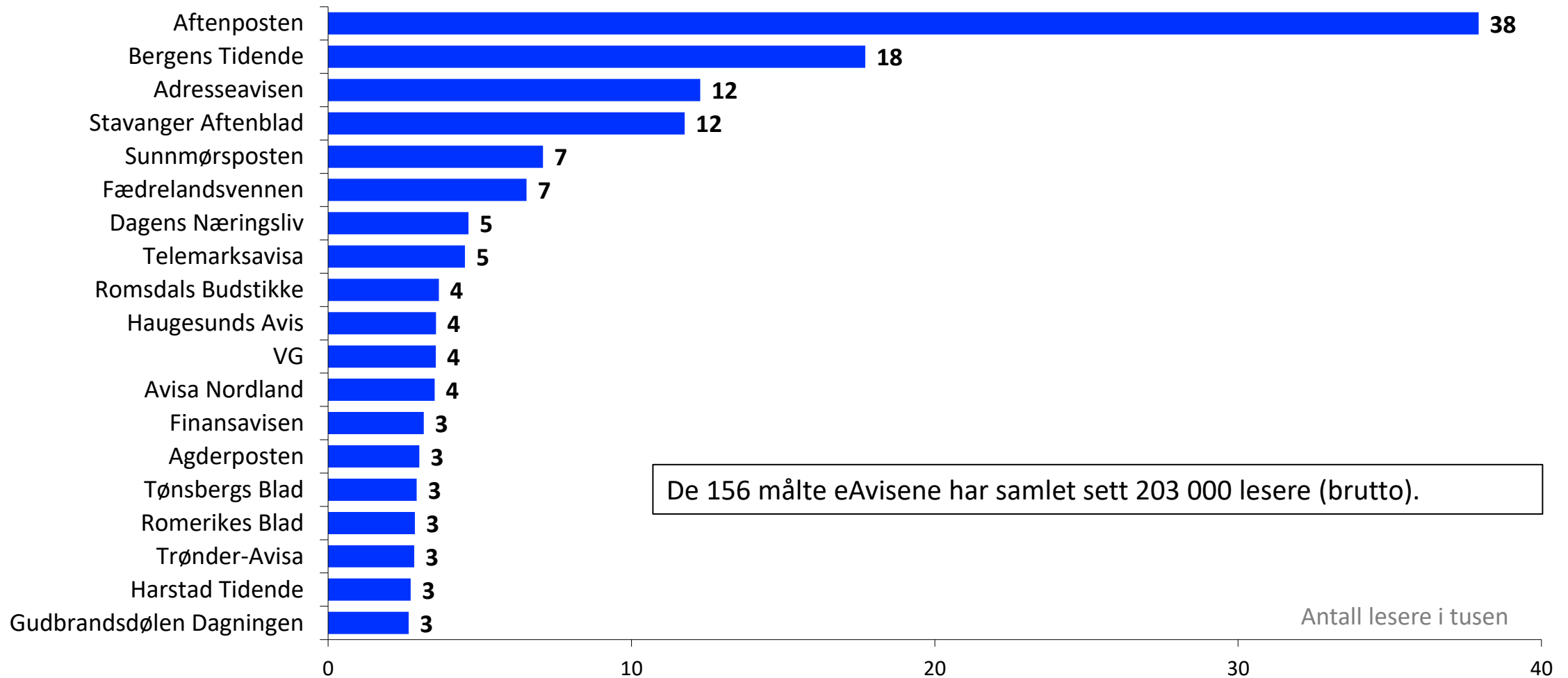
fra 2024/2025 til 2025/2026



Norges største papiraviser



Norges største eAviser 2025/2026: 4 % leser minst én eAvis daglig



Forholdet mellom opplag og faktisk lesing av papiraviser

Det finnes ikke noen direkte og absolutt sammenheng mellom opplag (trykte og godkjente eksemplarer) og faktisk lesing (målt gjennom spørreundersøkelser). Generelt kan man si følgende:

- Abonnementsaviser har færre lesere per eksemplar enn løssalgaviser og jobbrelaterte aviser som DN og Finansavisen.
- Gratis distribusjon og fulldistribusjon i enkelte kommuner på enkelte dager vil medføre at forholdet mellom lesing og opplag ikke alltid er konstant.
- Aviser som jobber med å holde opplaget oppe, gjennomfører ofte markedstiltak som gir flere lesere, men ikke nødvendigvis tellende opplag.
- Gratisaviser har desidert færrest lesere per eksemplar, da de som mottar en avis gratis ikke vil lese avisen like ofte og like grundig som de som betaler for den selv.
- Nr.2-aviser har nesten alltid relativt sett høyere antall lesere per eksemplar enn nr.1-aviser. Mange leser nr.2-avisen gratis på jobb eller hos naboen.
- Endring av format og antall legg i en avis kan øke tilgjengeligheten og muligheten for at flere kan lese samme eksemplar.
- I noen tilfeller kan opplagsendringene være større enn endringene i lesertallene. F.eks. kan mange av de som slutter å abonnere på eller kjøpe avisen, likevel lese den ved å låne avisen. Dvs. at det på kort sikt kan være et etterslep i antall lesere per eksemplar ved endringer.
- I andre tilfeller kan lesertallet relativt sett (i prosent) falle mer enn opplaget ved at for eksempel færre personer i en husstand eller bedrift leser avisen selv om den er tilgjengelig.
- Abonnementsaviser leverer kombinasjonsløsninger hvor husstander får levert alle papirutgaver i tillegg til at de har full digital tilgang. Økt digital lesning innebærer også at lojalitet til lesning av papirutgaven endres, det vil si at man leser færre papirutgaver enn det man har tilgang til.

Feilmarginer

Matrisen viser at feilmarginene øker jo mindre utvalget er (antall obs.), og jo nærmere prosentresultatet er 50 %. Denne oversikten over feilmarginer angir et intervall for prosentresultatet som med 95 % sannsynlighet inneholder det sanne resultatet. F.eks. vil dekingen (den sanne verdien) for et medium som viser 20% med ca. 30 000 intervju, ligge mellom 19,6 % og 20,4 %. Feilmarginen er her altså +/- 0,4 %, som tilsvarer +/- 15 000 personer. Lokalaviser, som har betydelig lavere antall intervju – ofte rundt 1000, har relativt sett langt høyere feilmarginer.

Antall intervju

	1/99%	3/97%	5/95%	10/90%	20/80%	30/70%	40/60%	50/50 %
100	2,0	3,3	4,3	5,9	7,9	9,0	9,6	9,8
200	1,2	2,4	3,0	4,2	5,5	6,4	6,8	6,9
400	1,0	1,7	2,2	3,0	3,9	4,5	4,8	4,9
800	0,6	1,2	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1000	0,6	1,1	1,4	1,9	2,5	2,8	3,0	3,1
1200	0,6	1,0	1,2	1,7	2,3	2,6	2,8	2,9
2500	0,4	0,6	0,9	1,2	1,6	1,8	1,9	2,0
3000	0,4	0,6	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
10000	0,2	0,3	0,4	0,6	0,8	0,9	1,0	1,0
30000	0,1	0,1	0,2	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5

