

## Avisenes opplag- og lesertall 2010:

### Aftenposten Norges største avis på opplag

Opplagstallene for 2010 viser at Aftenposten har gått forbi VG som Norges største avis. Men fortsatt har VG flere lesere.

Opplagsutviklingen i 2010 er nesten en blåkopi av den vi så for 2009: Abonnement har en relativ stabil utvikling, mens løssalget går sterkt tilbake. Lesertallene viser en sterkere negativ trend enn vanlig. Dette kan skyldes flere forhold, bl.a.:

- Løssalgseksemplarene har alltid generert flere lesere pr. solgte eksemplar enn abonnement. I og med at opplagsfallet er størst for løssalget, slår dette negativt ut for lesertallene.
- Færre leser hvert solgte eksemplar, og færre leser hver utgave av avisen – selv om du er abonnent.

Det er ingen tvil om at mediebransjen opplever kraftige strukturelle endringer. Økt nettbruk er en "tidstyv" som slår negativt ut på mye av den andre mediebruken. Dette gjelder særlig yngre mediebrukere. Samtidig har bransjen en solid posisjon i det norske markedet: Mediehusene beholder samlet sett sine posisjoner i de ulike markedene, lokalavisene, særlig de ultralokale, har fortsatt en utrolig styrke i sine områder og spennende nisjeaviser viser fortsatt opplagsvekst.

Hovedtendensene er:

- Det totale opplagstallet for MBLs medlemsaviser viser en nedgang på 3,5 prosent (knappe 90.000 eks.) i 2010. Mens abonnement går tilbake med 1,9 prosent, faller løssalget med 9,9 prosent.
- Løssalgssvikten er generell og ikke bare knyttet til VG og Dagbladet.
- En fjerdedel av avisene har opplagsfremgang. Dette gjelder først og fremst enkelte nisjeaviser og mindre lokalaviser. De minste lokalavisene, fådagerversavisene, har samlet sett en svak fremgang.
- De store regionavisene klarer seg bemerkelsesverdig bra. Totalopplaget faller med 1,7 prosent.
- I år som i fjor er **Klassekampen** opplagsvinner blant dagsavisene med en pluss på over 1.100 eks. Blant fådagerversavisene er **Strandbuen, Morgenbladet og Dag og Tid** opplagsvinnerne.
  
- Lesertallene fra TNS Gallup faller mer enn opplagstallene. Dette gjelder for samtlige avisgrupperinger. Totalt er fallet på 8,5 prosent.
- 72 prosent leser minst én avis en gjennomsnittlig dag, og vi leser i snitt 1,3 aviser daglig (personer over 12 år)

## Opplagstallene

Opplagsutviklingen i 2010 er nesten en blåkopi av den utviklingen vi så i 2009. Det er først og fremst løssalget som svikter. Det indikerer at det i første rekke er de mindre trofaste leserne som svikter avisenes papirutgaver.

**De store regionavisene** (Aftenposten mrg., Adresseavisen, Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad) har samlet sett en bemerkelsesverdig stabil opplagsutvikling. Dette gjelder særlig de faste kjøperne, abonnentene. Tilbakegangen er på 1 prosent. Løssalget er imidlertid også et problem for disse avisene, med et fall på 10 prosent. Deres løssalgsandel er nå nede i 7 prosent.

**VG og Dagbladet** har den sterkeste nedgangen i antall eksemplarer: VG faller med vel 29.000 eks. (-11,1 prosent), mens Dagbladet faller med knappe 7.000 eks. (-6,5 prosent). For Dagbladet er dette vesentlig bedre enn tallet for 2009.

**MBLs 143 lokalaviser** har et samlet opplagsfall på 2,9 prosent. Også for disse avisene er det løssalget som svikter. Mens abonnement faller med 2,4 prosent, faller løssalget hele 12,5 prosent. Løssalgsandelen for denne avisgrupperingen er nå under fem prosent. Regionalt er fallet størst blant lokalavisene i de to nordligste fylkene.

De aller minste lokalavisene – avisene tilsluttet Landslaget for Lokalaviser (LLA) – har samlet sett en stabil opplagsutvikling, en liten pluss på 0,1 prosent.

**Nisjeavisene** har samlet sett en svak opplagsnedgang (-1,5 prosent), men her finner vi både "vinnere" og "tapere". De største vinnerne er **Klassekampen (årets opplagsvinner)**, **Dagens Næringsliv**, **Morgenbladet** og **Dag og Tid**, mens Ny Tid og Ukeavisen Ledelse har relativ stor tilbakegang.

**Søndagsutgavene** går tilbake med 4,5 prosent. Siden 2009 er det blitt to færre søndagstitler. Det er nå kun 5 søndagsaviser igjen i Norge.

## Lesertallene

Som nevnt innledningsvis faller lesertallene mer enn opplaget. Reduksjonen for alle målte titler i TNS Gallups Forbruker & Media er 8,5 prosent i forhold til 2009.

De største titlene faller mest, med en nedgang på 9,6 prosent. Men også lokalavisene viser en sterkere nedgang enn tidligere. For de 132 lokalavisene med under 75.000 lesere, er fallet knappe syv prosent.

Nisjeavisene går samlet sett tilbake med knappe åtte prosent.

Som vi har sett tidligere er fallet i antall lesere sterkest i helgen. Dette gjelder også helgemagasinene.

### **Mediehus**

For første gang kartlegges samlet mediehusdekning, uavhengig av publiseringsplattform, for en rekke av også de mellomstore og mindre mediehusene. Tidligere har dette bare vært gjort for de største.

Tallene viser at de store- mellomstore og mindre mediehusene samlet sett beholder sine markedsposisjoner til tross for nedgangen i lesertallet for papirutgavene. Et godt eksempel er Glåmdalen i Kongsvinger. I 2006 hadde avisen 50.000 lesere av papirutgaven. I 2010 var dette tallet redusert til 44.000. Men netto dekningen av papir- og nettutgaven gir fortsatt 50.000 lesere.

### **Vedlegg**

- Nettoopplag 2010 for samtlige aviser tilsluttet Mediebedriftenes Landsforening, endring i forhold til 2009, fylkesvis
- Opplag 2010 fordelt pr. fylke
- Opplag 2010 fordelt på avistype
- Opplag 2010 fordelt på avisstørrelse
- Opplag 2010 fordelt etter konkurransesituasjon
- Opplag 2010 fordelt etter utgivelsesfrekvens
- Opplag 2010 for søndagsutgavene
- Endring abonnement og løssalg for ulike avistyper

#### Kontaktperson i Mediebedriftenes Landsforening

Helge Holbæk-Hanssen, fagsjef, mobil: 90820267 ([hjh@mediebedriftene.no](mailto:hjh@mediebedriftene.no))

#### Kontaktperson hos TNS Gallup

Knut-Arne Futsaeter, forskningssjef, mobil: 90770067 ([knut.arne.futsaeter@tns-gallup.no](mailto:knut.arne.futsaeter@tns-gallup.no))

Opplagstallene finnes på MBLs hjemmeside: [www.mediebedriftene.no](http://www.mediebedriftene.no)

Lesertallene finnes på MBLs hjemmeside eller på hjemmesiden til TNS Gallup: [www.tns-gallup.no](http://www.tns-gallup.no)