

Arbeidsrapport nr. 214

Sigurd Høst

# Avisåret 2007



2008

<b>Forfatter</b>	Sigurd Høst
<b>Ansvarlig utgiver</b>	Høgskulen i Volda
<b>ISBN</b>	978-82-7661-269-1
<b>ISSN</b>	0805-6609
<b>Sats</b>	Sigurd Høst
<b>Distribusjon</b>	<a href="http://www.hivolda.no/fou">http://www.hivolda.no/fou</a>

*Sigurd Høst* er professor II ved Avdeling for mediefag ved Høgskulen i Volda.

© Forfatter/Høgskulen i Volda

Forskriftene i åndsverkloven gjelder for materialet i denne publikasjonen. Materialet er publisert for at du skal kunne lese det på skjermen eller fremstille eksemplar til privat bruk. Uten spesiell avtale med forfatter/Høgskulen i Volda er all annen eksemplarfremstilling og tilgjengeliggjøring bare tillatt så langt det har hjemmel i lov eller avtale med Kopinor, interesseorgan for rettighetshavere til åndsverk.

**Arbeidsrapportserien** er for faglige og vitenskaplige arbeid som ikke fullt ut støtter kravene til forskningsrapporter. Det kan være delrapporter innenfor større prosjekt, eller læremateriell knytt til undervisningsformål.

Arbeidsrapportene skal være godkjent av enten dekanus, gruppeleder, prosjektleder (for IAAI: instituttleder) eller en annen fagperson de har utpekt og FoU-leder ved HVO. Kvalitetssikringen skal utføres av en annen enn forfatter.

## Forord

Denne rapporten er den trettende i serien Avisåret. Serien begynte med 1994, og har dekket alle år unntatt 2002. Da ble det i stedet laget en forenklet versjon – Avistabeller 2002.

De tolv første utgavene av rapporten ble laget mens jeg var ansatt ved Institutt for Journalistikk i Fredrikstad og utgitt i instituttets rapportserie. Nå er jeg pensjonert fra stillingen i Fredrikstad, og i stedet ansatt som professor II ved avdeling for mediefag ved Høgskulen i Volda. Det er årsaken til at rapporten har fått ny utgiver og nytt utseende.

Frem til 2004 ble hver rapport laget i to utgaver. Den første kom kort tid etter at Mediebedriftenes Landsforening (MBL) og Landslaget for Lokalaviser (LLA) offentliggjorde sine opplagstall i midten av februar. Den andre, reviderte utgaven kom da det forelå godkjente opplagstall for resten av avisene. De siste årene har det imidlertid vært så få aviser som la frem godkjente tall etter sommeren, at det ikke var nødvendig å lage noen oppdatert utgave. Slik er det også for 2007. Tre aviser mangler offisielle opplagstall, men det er bare en av dem som har pressestøtte og vil få et godkjent tall til høsten.

Selv om opplagsutviklingen og utviklingen i antall aviser er den sentrale delen av rapporten, har jeg også prøvd å dekke mange andre problemstillinger både i kommentardelen og tabellene. Hvilke tabeller som har vært med i de forskjellige rapportene, går frem av innledningen til tabelldelen.

Hensikten med rapportserien Avisåret er at den skal dekke alle norske aviser, også de som ikke er medlemmer av MBL eller LLA. Hvilken avisdefinisjon jeg bruker og hvordan den er anvendt i praksis, er nærmere forklart i innledningen til tabelldelen og i rapporten "Hva er en avis? Avisbegrepet fra Hellerudkomiteen til Se og Hør" (IJ-rapport 3/2004). Min avisdefinisjon er svært lik den som Medietilsynet bruker ved sin beregning av eierkonsentrasjon. Etter at jeg tok Computerworld ut av statistikken (se innledningen til tabelldelen), er det bare Ukeavisen Ledelse av "mine" aviser som Medietilsynet ikke regner som avis. I dag er den viktigste årsaken til at totaltall kan være forskjellige, at vi har forskjellige regler for registrering av nystartede og nedlagte aviser.

Det viktigste grunnlaget for statistikken er opplysninger fra Mediebedriftenes Landsforening (MBL), Landslaget for Lokalaviser (LLA) og Medietilsynet. Noen opplysninger kommer også fra den enkelte avis. Takk til alle for den hjelpen jeg har fått gjennom mange år.

Oslo/Volda, 11.3 2008

Sigurd Høst

## **Innhold**

Oppsummering og nøkkeltall .....	5
Nye opplagstall: Hvem går frem og hvem går tilbake? .....	6
Antall aviser: Tangering av etterkrigsrekorden .....	9
VG og Dagbladet .....	12
Prisøkningen fortsetter.....	14
Mange abonnerer ikke på avis .....	16
Fremtidsperspektiv: Papiravisen er ikke død.....	19
Vedlegg. Tabeller over avisutvikling .....	22

## Oppsummering og nøkkeltall

For 2007 er avisenes samlede opplag anslått til 2.844.000. Dette er 24.000 (0,8 prosent) lavere enn året før. Anslaget bygger på godkjente opplagstall for 225 aviser og uoffisielle anslag for tre aviser. 2007 er det niende året på rad med nedgang. Samlet nedgang siden 1998 er 10 prosent. 2005 og 2006 var ekstra dårlige år, med hhv. 2,4 og 2,5 prosents tilbakegang. Det så derfor ut til at den nedadgående trenden var i ferd med å forsterkes. Med tallene for 2007 er vi tilbake til den moderate nedgangen som preget perioden fra 1998 til 2003. På bakgrunn av alle negative utsagn om papiravisens fremtid, er dette oppmuntrende.

På samme måte som de tre foregående årene, var det løssalgsavisene som sto for den største nedgangen. VG og Dagbladet hadde en samlet nedgang i 2007 på 16.840 (3,6 prosent). Andre dagsaviser gikk tilbake 11.073 (0,6 prosent), mens fådagersavisene økte med omtrent 4.000.

Ved utgangen av året ble det utgitt 228 forskjellige aviser. Dette like mange som året før og en tangering av toppnivået fra 1952. To aviser er kommet til og ingen etablerte aviser er lagt ned. De nye avisene er Varangeren i Vardø og Klæbuposten i Klæbu, Sør-Trøndelag. At nyetableringene ikke har gitt noen økning av avistallet, skyldes Lillehammer Byavis og Ostringen. Lillehammer Byavis ble gratisavis i 2007, og Ostringen var med i statistikken for 2006 siden den ble nedlagt ved utgangen av året. Det var også ett mislykket forsøk på nyetablering i 2007 – ukeavisen Broderfolk på Røros.

Avisene ble gitt ut på 183 forskjellige steder. Dette er det samme som året før. Fem utgiversteder hadde det man vanligvis tenker på som aviskonkurranse, dvs. to konkurrerende dagsaviser. Åtte steder hadde konkurranse mellom en dagsavis og en betalt fådagersavis, og syv steder hadde to konkurrerende fådagersaviser.

Gjennom hele 1990-tallet lå det samlede opplaget stabilt på et nivå mellom 3,1 og 3,2 millioner (tabell 3). Samlet opplag i 1998 (uten Computerworld, jf. innledning til tabelldelen) var 3.161.000. Dette er samme nivå som i toppåret 1994. Etter dette har det vært ni år på rad med nedgang. Nedgangen skyldes først og fremst at etablerte aviser har gått tilbake, men avisdød og fusjon har også spilt en rolle.

Tidligere var det et mål for avisene at opplaget skulle holde følge med befolkningsutviklingen eller helst øke enda litt mer. Siden befolkningen stadig øker, og husholdningene er blitt mindre, må det samlede opplaget øke med 0,6-0,7 prosent pr. år for at avissalg pr. husstand skal være stabilt. En slik økning har vi ikke hatt siden slutten av 1980-tallet. Opplaget målt som aviser pr. husstand har derfor sunket fra 1,81 i 1987 via 1,67 i 1998 til 1,37 i 2007 (tabell 3). Skulle vi hatt samme opplag pr. husstand som i 1987, måtte opplaget vært omtrent 3.750.000. Slik sett har stabiliteten på 1990-tallet egentlig vært en svak tilbakegang, og etter 1998 er den negative trenden blitt forsterket.

## Nye opplagstall: Hvem går frem og hvem går tilbake?

Når avisenes opplagstall blir offentliggjort i midten av februar, er det tradisjon for å kåre årets opplagsvinner. Årets vinnere ble kåret i 2007 også, det var Dagens Næringsliv (MBL) og Stangeavisa (LLA). Begge hadde en betydelig framgang – pluss 4.807 (6,3 prosent) for Dagens Næringsliv og pluss 544 (37 prosent) for Stangeavisa.

Tabell A. Opplagsutvikling for utvalgte aviser.

	Utgiversted	Opplag 2007	Endring fra 2006	Toppår (etter 1969)	Opplag 2007 i pst. av toppår
<i>10 største aviser</i>					
VG – Verdens Gang	Oslo	309.610	-5.939	2002	79
Aftenposten Morgen	Oslo	250.179	1.676	1998	87
Dagbladet	Oslo	135.611	-10.901	1994	59
Aftenposten Aften	Oslo	131.089	-6.052	1993	66
Bergens Tidende <sup>1)</sup>	Bergen	87.668	592	1987	87
Adresseavisen <sup>1)</sup>	Trondheim	79.789	659	1997	85
<b>Dagens Næringsliv</b>	Oslo	81.391	4.807	<b>2007</b>	<b>100</b>
Stavanger Aftenblad <sup>1)</sup>	Stavanger	68.010	727	1999	93
Fædrelandsvennen <sup>1)</sup>	Kr.sand	41.326	-1.316	1995	87
Drammens Tidende	Drammen	40.954	-1.368	2001	83
<i>Andre storbyaviser</i>					
Dagsavisen	Oslo	31.403	-977	1971	42
Bergensavisen	Bergen	29.311	-1.408	2004	91
Vårt Land	Oslo	27.146	-276	1997	90
<b>Finansavisen</b>	Oslo	24.356	1.082	<b>2007</b>	<b>100</b>
Nasjonen	Oslo	15.871	-1.125	1991	69
Rogalands Avis	Stavanger	12.452	-824	1979	55
Dagen	Bergen	9.033	97	1991	72
<b>Klassekampen</b>	Oslo	11.386	1.277	<b>2007</b>	<b>100</b>

1) Skiftet til tabloidformat i 2006.

All erfaring viser at den enkelte avis' opplagstall kan variere en god del fra det ene året til det andre. Derfor er det viktig å se tall fra flere år i sammenheng for å skille mellom kortsiktige utslag og langsiktige trender. Det er også viktig å skille mellom generelle tendenser og utviklingen for enkeltaviser.

Tabell A viser hvordan utviklingen i 2007 har vært for de ti største avisene og for andre dagsaviser fra de største byene. I tillegg til å vise frem- eller tilbakegang, er tallene for 2007 sammenlignet med avisenes toppnivå. Dette er et enkelt hjelpemiddel for å få frem det langsiktige perspektivet.

Av de 18 avisene i tabellen var det åtte som hadde fremgang i 2007. Tre av dem satte ny opplagsrekord. Det var Dagens Næringsliv, Finansavisen og Klassekampen (uthevet i tabell

A). Disse tre satte også opplagsrekord i 2006, så fjorårets utvikling var ikke noe blaff. Disse avisene dekker utvilsomt et behov for seriøs nyhetsjournalistikk på sine områder. At Morgenbladet også hadde en sterk vekst i 2007 (pluss 3.015) må sees som en del av samme tendens. Andre daglige nisjeaviser gjorde det ikke like bra. Både Nationen og Vårt Land gikk tilbake i 2007, og for Nationen var tilbakegangen alvorlig.

Selv om fremgangen ikke var så stor målt i prosent, er det også grunn til å merke seg at de fire storbyavisene Aftenposten (pluss 1.676), Adresseavisen (659), Bergens Tidende (592) og Stavanger Aftenblad (727) hadde fremgang i 2007. De tre siste gikk over til tabloidformat i 2006, og fremgangen i 2007 er ganske sikkert en følge av denne omleggingen. Tidligere erfaringer viser nemlig at mange aviser har hatt et lite løft i opplaget i de første årene etter overgang til tabloid.

Vekst som følge av tabloidformat kommer imidlertid ikke av seg selv. Fædrelandsvennen skiftet format samtidig med Adresseavisen, Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad, men gikk likevel mye tilbake i 2007. Sunnmørsposten gikk over til tabloid i mai 2006, men tapte likevel omkring 300 det året og sto på stedet hvil i 2007.

Aftenpostens utvikling de siste årene bekrefter at formatet ikke betyr så mye for opplagsutviklingen. Avisen gikk over til tabloid ved begynnelsen av 2005, og fikk en økning på omtrent 3.000 det året. Hele denne økningen og litt til forsvant i 2006. Med oppgangen i 2007 er avisen tilbake til nivået fra 2004, det siste året med fullformat. I dagens situasjon må tre år med stabilt nivå sannsynligvis regnes som et lite pluss – den langsiktige trenden frem til 2004 var nemlig negativ.

Leserundersøkelser som Orkla Medias aviser har foretatt før og etter overgang til tabloidformat, viser helt klart at leserne foretrekker tabloid. Likevel har de nye abonnentene enten uteblitt helt, eller bare vært en liten gruppe. Den generelle konklusjonen må dermed bli at tabloidformat ikke gir så mange nye kjøpere, men det gir mer fornøyde kjøpere.

I alt var det 222 aviser som hadde godkjente opplagstall for både 2006 og 2007. Av dem var det 113 (51 prosent) som hadde fremgang i 2007, 105 som gikk tilbake, og fire som hadde samme opplag begge år. Forholdet mellom frem- og tilbakegang er mye bedre enn de foregående årene – i 2006 var det bare 41 prosent av avisene som hadde økning i opplaget.

At løssalgsavisene og en del av nisjeavisene har hatt en annen utvikling enn gjennomsnittet i 2007, er åpenbart. Det går også et meget tydelig skille mellom lokale dagsaviser og lokale fådagersaviser (tabell B). Av de 58 lokale dagsavisene var det bare 15 (26 prosent) som gikk frem, og ingen av dem satte ny opplagsrekord. Blant de lokale fådagersavisene var det derimot et klart flertall som gikk frem – 84 av 135 aviser. 37 lokale fådagersaviser (27 prosent) satte ny opplagsrekord i 2007.

Tabell B. Endringer i opplag fra 2006 til 2007 for forskjellige grupper av aviser.

	Antall aviser	Tall for 2006 og 2007	Antall med økning	Pst. med økning <sup>2)</sup>	Opplagsrekord 2007
Løssalgsaviser	2	2	0	0	0
Storbyaviser <sup>1)</sup> (nr. 1 og nr. 2)	8	8	4	50	0
Riksspredte meningsb. aviser	6	6	3	50	3
Lokale dagsaviser (nr. 1 og 2)	58	58	15	26	0
Lokale 2-3 dagersaviser	79	79	47	59	17
Lokale ukeaviser	62	56	37	66	20
Nasjonale fådagersaviser	13	12	7	58	1
Alle avistyper	228	222	113	54	41

1) Inkl. Aftenposten Aften.

2) Gjelder aviser med tall for 2006 og 2007.

En del av de lokale fådagersavisene er startet i løpet av de siste årene, og da er opplagsrekorder en naturlig del av etableringsprosessen. Stangeavisa, som ble startet i 2004 og hadde en økning på 544 eksemplarer (37 prosent) i 2007, er et godt eksempel. Men det er også flere etablerte fådagersaviser som fikk sitt høyeste opplag i 2007. Det gjelder for eksempel Arbeidets Rett som ble grunnlagt i 1907, Dalane Tidende (1884), Hallingdølen (1936), Indre Akershus Blad (1908) og Raumnes (1947). Etablerte fådagersaviser som setter opplagsrekord har gjerne satset målbevisst på produktutvikling og salg gjennom flere år.

Siden det er så stor forskjell mellom lokale dagsaviser og lokale fådagersaviser, er det nærliggende å tro at det vil være en tilsvarende forskjell mellom små og store lokale dagsaviser. De små lokale dagsavisene ligner på fådagersavisene i den forstand at de dekker et lite, avgrenset og oversiktlig område som bare består av utgiverstedet og dets naturlige omland. De store dagsavisene dekker et mye større og mindre homogent område, der de også møter konkurranse fra små lokale aviser.

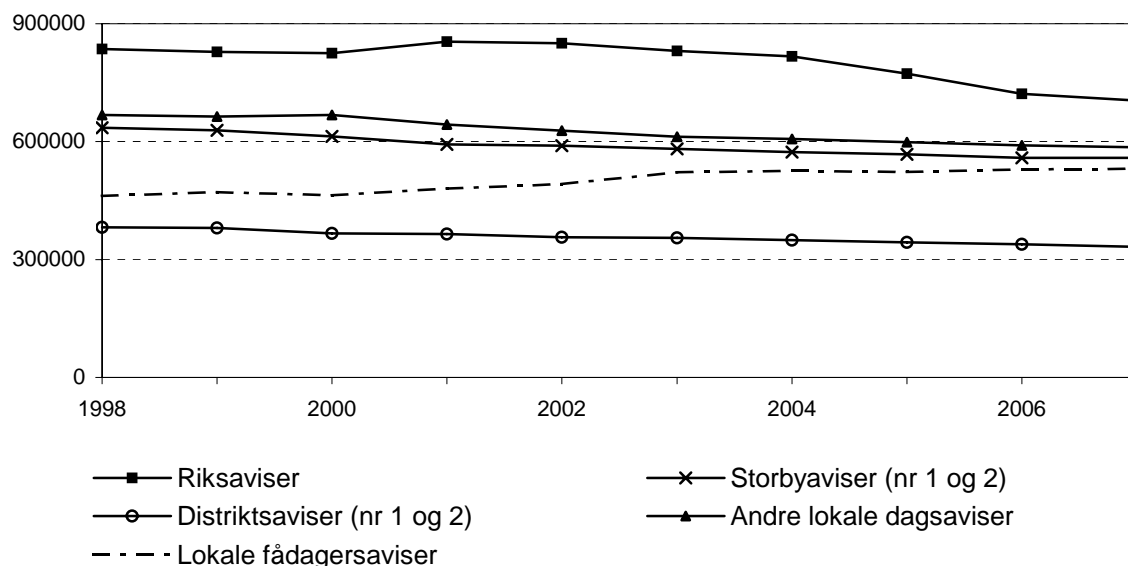
For å se om det er noen systematisk forskjell mellom små og store lokale dagsaviser, er disse avisene delt inn i tre grupper. Den første er storbyavisene, dvs. de vanlige dagsavisene (utenom nisjeavisene) i Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger. Den andre er en mellomgruppe for de avisene som kommer nærmest storbyavisene når det gjelder opplag og størrelse på dekningsområdet. Denne gruppen omfatter ni aviser og deres lokale konkurrenter. I 2007 var Fædrelandsvennen (opplag 41.326) den største av dem, Oppland Arbeiderblad (27.173) den minste. I figur 1 er disse avisene kalt distriktsaviser. Regionaviser er et annet mulig navn, noen kan også kalles fylkesaviser.

Som det går frem av figur 1, har det ikke vært noen nevneverdig forskjell i opplagsutvikling mellom de tre gruppene. Figuren dekker de ti siste årene, dvs. perioden fra 1998 til 2007. Mest slående er likheten mellom storbyavisene og gruppen ”andre lokale dagsaviser”. De to



linjene ligger nær hverandre og er tilnærmet parallelle. Den eneste synlige forskjellen er at avstanden økte litt i 2001 og 2002, men dette lille gapet ble lukket igjen etter 2002.

Figur 1. Opplagsutvikling for aviser på forskjellige geografiske nivåer 1998-2007



I 2007 hadde distriktsavisene en litt dårligere utvikling enn de andre lokale dagsavisene. De gikk tilbake med 1,9 prosent, mens storbyavisene gikk frem 0,1 prosent og gruppen ”andre lokale dagsaviser” gikk tilbake 0,8 prosent. Det er for tidlig å si om den svake utviklingen for distriktsavisene er begynnelsen på en ny trend.

### Antall aviser: Tanging av etterkrigsrekorden

I 2007 ble det startet to nye aviser: Klæbuposten og Varangeren. Ingen aviser er lagt ned, men en betalt avis (Lillehammer Byavis) er blitt gratisavis. Siden Ostringen på Osterøy utenfor Bergen var med i statistikken for 2006 selv om den ble lagt ned ved utgangen av året, betyr det at antall aviser var det samme (228) ved utgangen av 2007 som ved utgangen av 2006. Hvis mine registreringer for 1950-tallet er riktig, er dette en tanging av den forrige etterkrigsrekorden som er fra 1952. For å bruke Mark Twains formulering: Ryktet om papiravisens død er betydelig overdrevet.

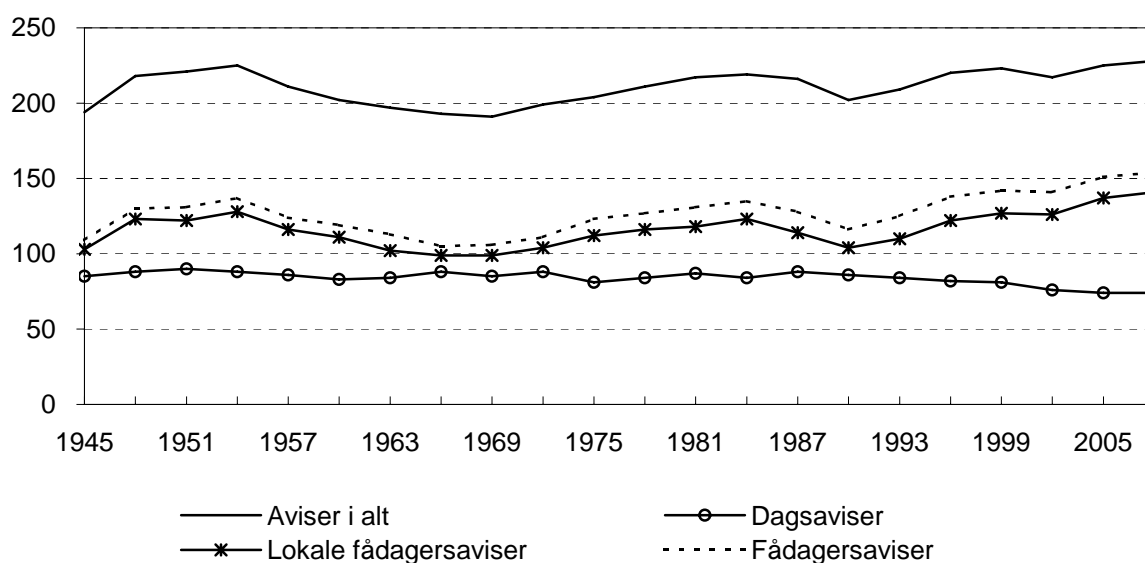
Klæbuposten kom med sin første utgave onsdag 21. februar. Avisen dekker Klæbu kommune i Sør-Trøndelag, en kommune som ikke tidligere har hatt sin egen avis. Folketallet er omkring 5.500, dvs. godt over det nivået på omtrent 3.000 som ser ut til å være minimum for en ukeavis. Grunnlegger og redaktør er Svein Halvor Moe. Moe er allerede eier av Meråkerposten (startet 1982), og har også vært med på å starte Gauldalsposten som kom med sitt første nummer (gratis prøvenummer) i desember 2007. Gauldalsposten skal dekke Midtre Gauldal, som er en av nabokommunene til Klæbu.

Varangeren er startet som lokal ukeavis for Vadsø kommune i Finnmark. Den er ment som et lokalt supplement til dagsavisen Finnmarken, som kommer ut i Vadsø og dekker ni forskjellige kommuner i Østfinnmark. Erfaringen fra de siste tiårene viser at det er vanskeligere å starte fådagersavis i en by som allerede har en dagsavis, enn i en kommune uten egen avis, men også at oppgaven ikke er umulig. Starten for Varangeren var lovende, med et godkjent opplag på 1.071 i 2007 etter mindre enn et halvt års drift.

I 2007 var det også ett mislykket forsøk på nyetablering. Det gjaldt ukeavisen Broderfolk på Røros, som kom med sin første utgave 24. januar og den foreløpig siste 30. november. Røros hadde på forhånd to lokale fådagersaviser: Arbeidets Rett (tre utgaver pr. uke, opplag 8.441) og Fjell-Ljom (ukeavis, opplag 2.358). Disse avisene har allerede en geografisk differensiering. Arbeidets Rett dekker en fjellregion som omfatter Tolga, Tynset, Alvdal, Folldal og Os i Hedmark i tillegg til Røros og Holtålen i Sør-Trøndelag, mens Fjell-Ljom er næravis for Røros. Broderfolk satset i stedet på et tredje geografisk område – Røros og nabokommunene Os, Holtålen og Tydal i Norge og Härjedalen i Sverige. Prosjektet var dristig, for å si det forsiktig, så det er ikke overraskende at driften er innstilt.

Selv om disse rapportene skal handle om den nyeste utviklingen, benytter jeg anledningen til å vise hvordan antall aviser har utviklet seg helt siden 1945 (figur 2). Figuren viser at det har vært to markerte bølgedaler – 1960-tallet frem til 1969 og årene rundt 1990. I begge tilfellene var det fådagersavisene som sto for de største endringene, både nedgangen og veksten. Tallet på dagsaviser var nokså stabilt frem til slutten av 1980-tallet, og har deretter gått litt tilbake (jf. tabell 1).

Figur 2. Antall aviser 1945-2007

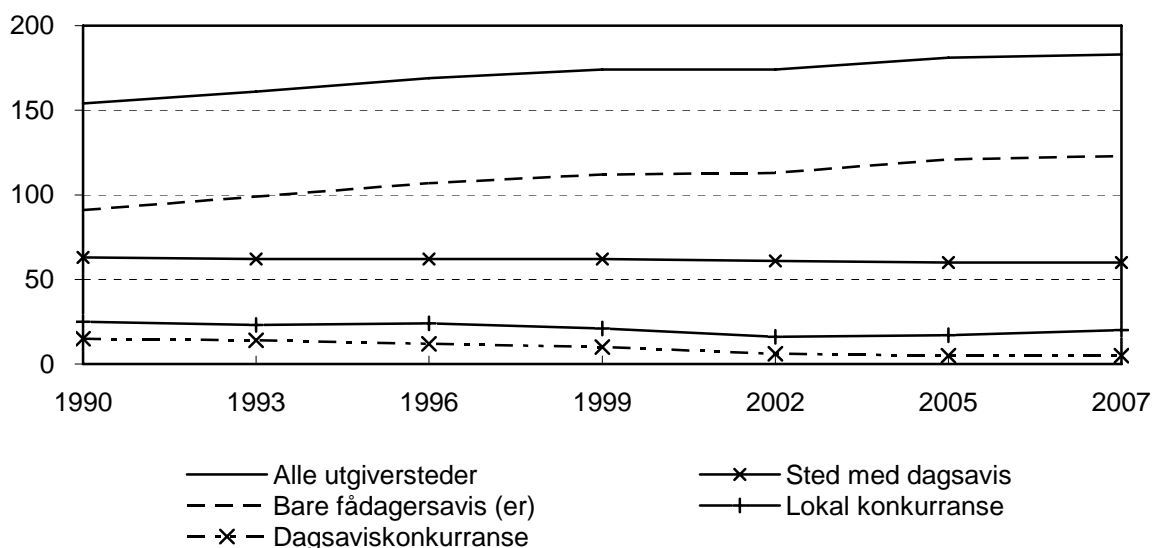


De to bølgedalene er ikke like. Den første var langvarig, med en nedgang som pågikk helt fra midten av 1950-tallet til tiden rundt 1970. Den andre kan heller beskrives som et kortvarig hakk i kurven. Forskjellen i fasong henger sammen med at de to nedgangsperiodene var helt forskjellige. På 1960- og 1970-tallet skjedde det en omfattende endring av hele den norske avisstrukturen, med tre forskjellige prosesser som foregikk samtidig. Den første var avisdøden, som ga bortfall av mange svake nr. 2-aviser. Den andre var tendensen til at sterke lokale fådagersaviser gikk over til å bli dagsaviser, og den tredje var etablering av nye fådagersaviser fra 1970 og framover.

Utviklingen rundt 1990 var mye enklere. På grunn av den økonomiske krisen på slutten av 1980-tallet ble en del av de nyeste og/eller svakeste fådagersavisene nedlagt. Da krisen vel var over, fortsatte nyetableringen av små "superlokale" aviser. At pressestøtten ble utvidet i 1989 slik at den også omfattet lokale ukeaviser, har hatt stor betydning for denne utviklingen. Nesten alle fådagersaviser som er startet etter 1990, er lokale ukeaviser.

Ved utgangen av 2007 ble det utgitt avis på 183 forskjellige steder – samme antall som året før (figur 3 og tabell 5). Det er fem steder med vanlig dagsaviskonkurranse, åtte steder der en fådagersavis konkurrerer med en dagsavis, og syv steder med to konkurrerende fådagersaviser.

Figur 3. Utgiversteder 1969-2007



Etter mange år med økning i tallet på aviser og utgiversteder, er det naturlig å spørre seg om denne trenden vil fortsette eller om vi må forvente et tilbakeslag. Her er det vanskelig å gi noe sikkert svar. På den ene siden er det ingen tvil om at det fremdeles finnes kommuner der det er mulig å starte en ny avis. For noen år siden fikk Birkenes (2002) og Froland (2005) i Aust-Agder egne aviser som ser ut til å ha livets rett. Det finnes mange avisløse kommuner som både har et høyere folketall og flere lokale annonsører enn disse to. Klæbu og Midtre Gauldal,

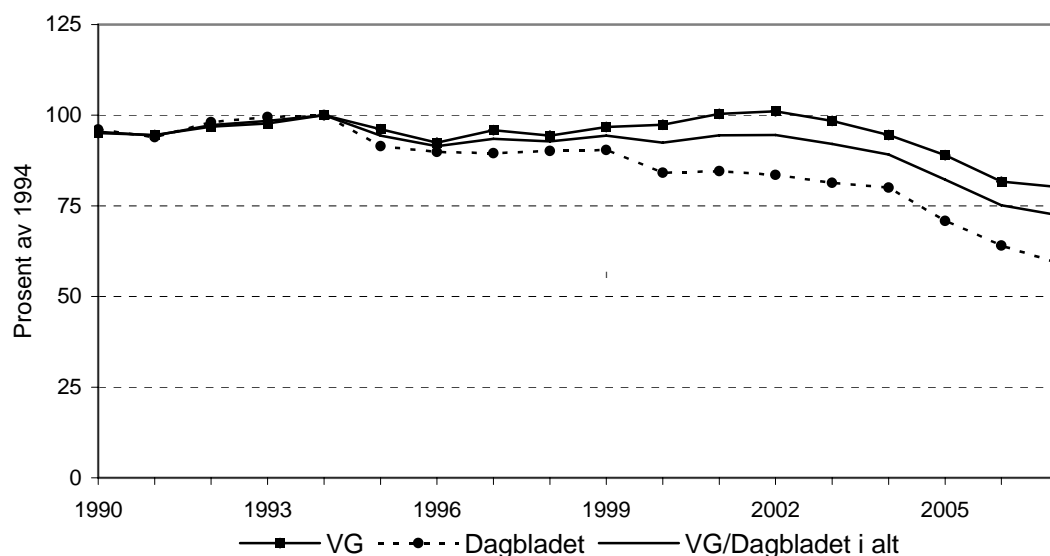
der det er startet nye aviser i 2007 og 2008, er to av dem. På den andre siden vet vi at Norge fremdeles er inne i en sterk økonomisk høykonjunktur. Erfaringen fra nedgangen rundt 1990 tilsier at et økonomisk tilbakeslag kan ha alvorlige konsekvenser for de nyeste og svakeste fådagersavisene. Eventuelle nedskjæringer i pressestøtten og prisøkninger fra Posten vil også ramme de minste fådagersavisene hardt. Vi har heller ingen garanti for at store lokale dagsaviser ikke vil bruke sin økonomiske makt til å utkonkurrere eller legge ned fådagersaviser i deres distrikt.

## VG og Dagbladet

De siste årene har VG og Dagbladet vært de store taperne på opplagsmarkedet. Samlet opplag har falt fra 582.000 i 2002 til 445.000 i 2007, dvs. 23 prosent tilbake på fem år. 2005 og 2006 var de dårligste årene, med nesten ni prosent samlet nedgang hvert år. Nedgangen i 2007 var mer moderat, med 3,6 prosent. Mesteparten av nedgangen i 2007 skyldtes Dagbladet (minus 7,6 prosent), mens VG klarte seg relativt godt med minus 1,9 prosent.

På samme måte som for de andre avisene, er det viktig å se nedgangen for løssalgsavisene i et lengre tidsperspektiv. I figur 4 er dette gjort ved at opplaget etter 1990 er regnet som prosent av opplaget i 1994. Dette året var en foreløpig topp for både VG og Dagbladet, og er dermed et godt utgangspunkt for sammenligning.

Figur 4. Opplag for VG og Dagbladet 1990-2006, målt som prosent av opplaget i 1994



Utviklingen etter 1994 kan deles inn i fire forskjellige faser. Først kom et par år med tilbakegang, som gjorde at mange spådde at VG og Dagbladet ville få den samme langsiktige nedgangen som de svenske løssalgsavisene hadde hatt noen år tidligere. Deretter kom tre år (1997-1999) med tilnærmet stabilitet for begge avisene, fulgt av tre år (2000-2002) der VG

vokste mens Dagbladet gikk tilbake. Dette så ut som en klassisk opplagsspiralsituasjon, der den største og mest ressurssterke konkurrenten vokste mens den minste gikk tilbake. Etter 2002 har det så vært fem år med nedgang for begge aviser.

Tallene for 2007 gjør det naturlig å spørre om vi står foran enda et skille, der perioden med sterk nedgang for begge aviser blir avløst av et nytt mønster. En mulighet er at VG klarer å bremse fallet, mens Dagbladet fortsetter nedgangen. Den andre muligheten er at Dagbladet følger VGs utvikling og får en utflating av opplagskurven. Dette vil i tilfelle bety en utvikling som minner om perioden mellom tiden fra 1994 til 1999.

I perioden etter 1990 er det 1994 og 2002 som utgjør de viktigste skilleårene. Frem til og med 1994 konkurrerte VG og Dagbladet i et voksende marked, der begge kunne øke samtidig. VG var den største, og hadde drøyt 60 prosent av det samlede opplaget som var 615.000 i 1994. Deretter fulgte åtte år med et stagnerende marked, der VG etter hvert klarte å øke forspranget til konkurrenten. Etter 2002 er stabiliteten avløst av tilbakegang. Utviklingen de siste årene har gjort at det relative styrkeforholdet er ytterligere forskjøvet i VGs favør. Mens VG hadde 67 prosent av samlet opplag i 2002, var andelen økt til 69,5 prosent i 2007. Dette betyr at det gjennomsnittlige opplaget til Dagbladet bare er 44 prosent av opplaget til VG. På vanlige hverdager (mandag – fredag) er styrkeforholdet enda skjevare – da har Dagbladet bare 40 prosent av opplaget til VG. Forskjellen skyldes at lørdagsutgaven av Dagbladet selger mye mer enn hverdagsutgavene (70 prosent høyere i 2007), mens salget av VG er jevnere fordelt på ukedagene.

Konkurransen mellom VG og Dagbladet er mer komplisert enn den tradisjonelle konkurransen mellom lokale dagsaviser. I tillegg til å konkurrere med hverandre, møter VG og Dagbladet også konkurranse fra andre medier, både internett og kjendisblader som Se og Hør og Her og Nå. Forholdet til internett er spesielt, siden nettet både er en konkurrent til papiirutgavene og en inntektskilde for avishuset. Konkurransen mellom løssalgsavisene og andre medier er nærmere beskrevet i forrige utgave av Avisåret.

Den direkte konkurransen mellom VG og Dagbladet er også spesiell. Avisene konkurrerer om de samme kjøpere og lesere hver eneste dag, men har også sine egne kjøpergrupper der valget står mellom å kjøpe avisen og å la det være. Dette gjelder særlig Dagbladet, som tradisjonelt var et slags menighetsblad for intellektuelle. Mange av dem har etter hvert sluttet å kjøpe Dagbladet, samtidig som de fremdeles ikke kan tenke seg å begynne med VG. Dette er den samme typen konkurranse som vi må tilbake til partipressens tid for å finne blant abonnementsavisene.

Selv om den har sine klare særtrekk, er konkurransen mellom VG og Dagbladet underlagt de samme økonomiske mekanismene som annen aviskonkurranse. Den avisen som er størst har de største inntektene, både fra salg og annonser. Dermed kan den bruke mer penger på det redaksjonelle produktet. ”Di betre innkomor bladet hev, di meir kan ein kosta paa for aa gjera bladet moderne, allsidigt og godt i alle maatar” skrev den nynorske presse mannen Hans Aarnes i 1928, og beskrivelsen er like gyldig i dag. Og motsatt – den avisen som taper i forhold

til konkurrenten, og må redusere den redaksjonelle innsatsen, får stadig større problemer med å fremstå som et fullverdig produkt.

Erfaringen fra vanlig aviskonkurranse tilsier at det går et viktig skille ved 50 prosent. Så lenge den minste avisen har minst 50 prosent av opplaget til konkurrenten, kan den lage en konkurransedyktig avis og hindre at forspranget øker (se rapporten Aviskonkurransen fra 1996). For løssalgavisene er denne grensen for lengst passert. Dette skjedde i 2002 når det gjelder gjennomsnittsoplaget, og i 2000 når det gjelder opplaget på vanlige hverdager (mandag-fredag).

### **Prisøkningen fortsetter**

I 2007 steg konsumprisen med 0,8 prosent. Den lave økningen skyldtes blant annet lavere priser på elektrisitet, klær, teletjenester og audiovisuelt utstyr. Avisene bidro derimot til å trekke indeksen opp. Alle grupper av aviser økte abonnementsprisen mer enn det som var nødvendig for å kompensere for prisstigningen: pluss 3,0 prosent for dagsaviser med seks eller syv utgaver pr. uke, pluss 5,6 prosent for tredagersaviser, pluss 4,9 for todagersaviser og pluss 5,1 prosent for ukeaviser.

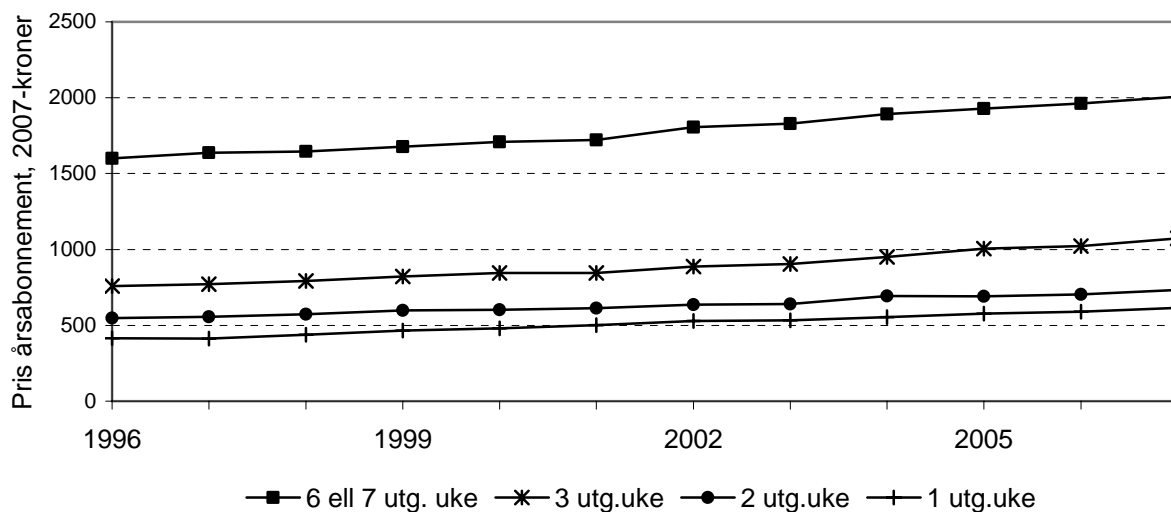
Utviklingen i 2007 er ikke noe særtilfelle. For årene fra 1990 og frem til 2007 har jeg bare funnet to eksempler på at en gruppe av aviser har økt prisen mindre enn det som tilsvarer konsumprisindeksen. Påslaget er ikke så stort fra det ene året til det andre, men når utviklingen fortsetter år etter år blir det mye penger av det.

Den langsiktige prisutviklingen fra 1990 til 2006 er beskrevet i forrige utgave av Avisåret. Denne perioden kan deles inn i tre forskjellige faser. Først årene fra 1990 til 1995, da prisene steg relativt mye, så en periode fra 1996 til 2001 med moderat prisstigning, og så en ny periode med sterkere prisstigning etter 2001.

Noen av dagsavisene har gått fra seks til syv utgaver pr. uke i denne perioden, og økt prisen på grunn av det. For å finne tall som er direkte sammenlignbare, har jeg sett på prisen til de lokale dagsavisene som hadde seks utgaver pr. uke alle år fra 1990 til 2007. Dette er 34 aviser i alt. For disse avisene steg den gjennomsnittlige prisen fra 1.268 2007-kroner i 1990 til 1.888 kroner i 2007, dvs. pluss 49 prosent. Dette er ikke så mye lavere enn gjennomsnittet for alle seks- og syvdagersaviser, som var 55 prosent (tabell 7). Økningen for de 34 avisene var 24 prosent i de seks årene fra 1990 til 1996, 6 prosent i de fem årene fra 1996 til 2001, og 12 prosent fra 2001 til 2007.

Figur 5 viser prisutviklingen i faste priser fra 1996 til 2007 for fire grupper av aviser: dagsaviser med 6 eller 7 utgaver pr. uke, og fådagersaviser med tre, to eller en utgave pr uke. Både for dagsaviser og tredagersaviser ser vi at prisstigningen har vært ekstra sterk i den siste delen av perioden. Figuren viser også at ukeavisene ligger svært nær todagersavisene i pris. Dette betyr at hver enkelt utgave er mye dyrere.

Figur 5. Abonnementspris for aviser med forskjellig utgivelsesfrekvens, 1996 til 2007. 2007-kroner



De minste avisene begrunner sine høye priser og prisøkningene med at de dekker små kommuner med et begrenset annonsemarked. Hvis innbyggerne i kommunen ønsker sin egen lokalavis, må de være villige til å betale mye for den. Dagsavisene har ikke noen tilsvarende begrunnelse. De aller fleste lokale dagsaviser har kommersielle eiere, og den viktigste grunnen til at de hever abonnementsprisen er eiernes krav om fortjeneste.

Internett slo for alvor gjennom i 1995, og i perioden etter dette har avisene hele tiden måttet forholde seg til spådommen om papiravisens død. Det var imidlertid ikke før i 2000 at det samlede opplaget virkelig begynte å falle. Da er det bekymringsfullt at avisene igjen har gått over til å heve abonnementsprisen. Det kan se ut til at avisene har budsjetter med faste beløp for abonnementsinntekter, og at de kompensere for opplagsnedgangen med å heve prisen for de abonnentene som er igjen. At de tør!

Lesermarkedsundersøkelser som jeg har vært med på å lage for Orkla Medias dagsaviser, viser at det gjennom 1990-tallet var mest vanlig at omtrent 25 prosent av abonnentene syntes at avisen var for dyr. Hvis mer enn 30 prosent mente at deres avis var for dyr, skyldtes det enten at avisen kostet uvanlig mye, at den var liten og tynn og ble sammenlignet med større aviser fra samme område, eller at den hadde økt prisen raskt. For de syv avisene som deltok i undersøkelsen i 2000 var det 25 prosent som syntes prisen var for høy, dvs. samme nivå som tidligere. I 2002 og 2004 var gjennomsnittet for de samme syv avisene steget til 33 prosent, altså godt over det nivået på 30 prosent som tidligere var en slags faregrense.

For meg virker det svært sannsynlig at den høye abonnementsprisen er en av årsakene til at de norske avisene går tilbake. Det som er mest bekymringsfullt, er at nedgangen i kjøp og lesing av lokale dagsaviser er sterkest blant ungdom og unge voksne, dvs. morgendagens avis-kjøpere. Det gir ekstra grunn til bekymring at det også begynner å bli en sammenheng mellom avisabonnement og husholdningens inntekt (jf. neste avsnitt)..

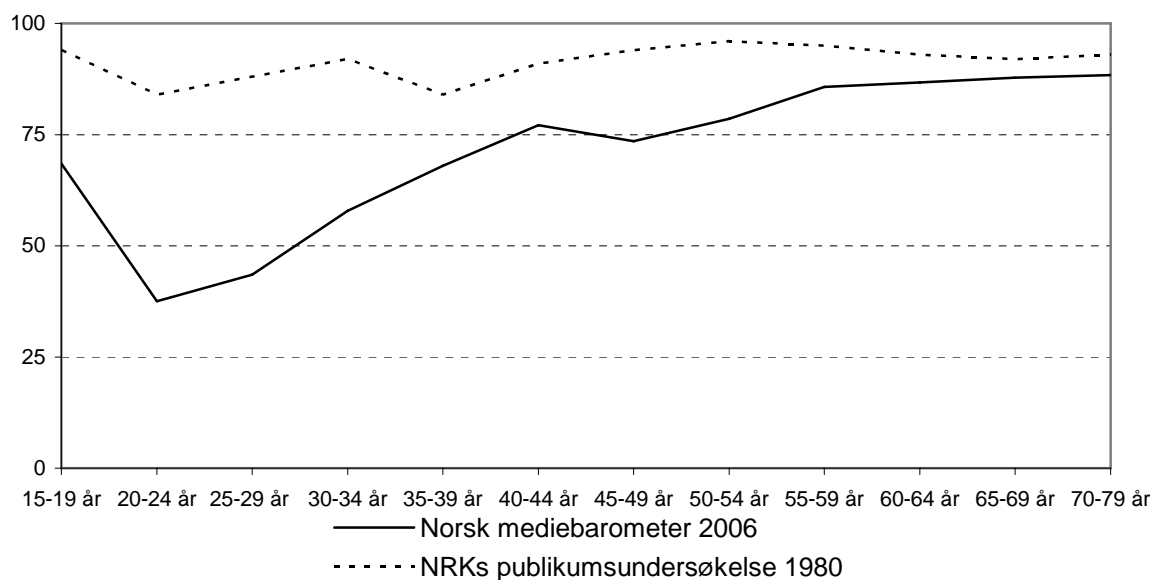
### Mange abonnerer ikke på avis

I amerikansk avisforskning er det en lang tradisjon for å studere de som ikke abonnerer på noen avis. Slik er det ikke hos oss. Lenge ble det oppfattet som en selvfølge at nesten alle etablerte familier abonnerte på en avis, og da hadde det liten hensikt å undersøke de få som ikke abonnerte. Bransjen satset i stedet på leserundersøkelser, fordi dette var nødvendig i forhold til annonsørene.

Selv om opplaget har gått ned de siste årene, og avisene forteller at det er stadig vanskeligere å verve og å holde på abonnentene, har den gamle tradisjonen med å bare undersøke leserne blitt opprettholdt. Dette gjelder både bransjens egen undersøkelse Forbruker & Media og Statistisk Sentralbyrås mediebarometer. De leserundersøkelsene som Orkla Medias aviser gjennomførte fra 1995 til 2006 har riktignok hatt med spørsmål om abonnement hele tiden, men de gjelder bare bestemte områder og kan dermed ikke brukes til å gi nasjonale tall.

I 2006 ble det for første gang stilt spørsmål om avisabonnement i Statistisk Sentralbyrås årlige undersøkelse Norsk mediebarometer. Undersøkelsen viser at 70 prosent av alle personer 9 år og over bodde i en husholdning som abonnerte på avis. Blant personer 18 år og over var andelen 69 prosent. Disse resultatene betyr at ikke-abonnentene faktisk utgjør mellom en tredjedel og en fjerdedel av befolkningen. De er således en gruppe som avisene bør ta alvorlig, og som de bør vite mest mulig om.

Figur 6. Avisabonnement etter alder, personer 15 år og over. Resultater fra NRKs lytter- og seerundersøkelse 1980 (N=1387) og Norsk mediebarometer 2006 (N=1665).



Fra Sverige finnes det gode tall som viser hvordan andelen abonnenter (personer 15-79 år) har sunket gradvis fra 77 prosent i 1990 til 66 prosent i 2006 (SOM-undersøkelsen 2006). I Norge er det ikke mulig å lage noen tilsvarende tidsserie. Det beste holdepunktet vi har er resultater fra 1980 som viser at det den gangen var 91 prosent av befolkningen som enten abonnerte på en avis eller kjøpte en abonnementsavis regelmessig (upublisert materiale fra NRKs lytter- og



seerundersøkelse i 1980). Ut fra opplagstallene må vi regne med at andelen abonnenter og faste kjøpere må ha vært minst like høy i 1990 som den var i 1980, dvs. litt over 90 prosent. Etter dette har vi hatt en tilsvarende eller litt brattere nedgang enn i Sverige.

Ikke-abonnentene er ikke jevnt fordelt i befolkningen. Det er for det første en meget sterk sammenheng mellom avisabonnement og alder. Som figur 6 viser, var andelen spesielt lav i aldersgruppene 20 til 34 år. Dette er for en stor del personer som har flyttet ut av barndoms-hjemmet, men som ennå ikke er fast etablert med arbeid, hus og familie. Selv om tallene fra 1980 har med faste kjøpere av abonnementsaviser i tillegg til vanlige abonnenter, er de likevel tatt med i figuren som sammenligning. De viser at det den gang nesten ikke var noen sammenheng mellom alder og tilbøyelighet til å abonnere på avis.

I Sverige har det derimot vært mulig å følge hvordan sammenhengen mellom alder og avisabonnement har utviklet seg over tid. I 2005/2006 var kurven nokså lik den norske for 2006, men med et litt lavere nivå for alle grupper over 30 år. På slutten av 1980-tallet var sammenhengen mellom alder og avisabonnement mye svakere (Kilde: upubliserede opplysninger fra SOM-undersøkelsene). Mesteparten av "dumpen" for aldersgruppene 20-39 år er således skapt etter 1990. Det er all grunn til å tro at det samme har vært tilfelle hos oss, dvs. at fasongen på de to kurvene i figur 6 gir et rimelig godt bilde av utviklingen.

Avishold har alltid vært knyttet til den etablerte familien. I de siste tiårene vet vi at det har skjedd en tydelig forskyvning i folks etableringsmønster – de gifter seg senere (hvis de gifter seg i det hele tatt), de får fast arbeid senere og de får barn senere. Mange avisfolk har trøstet seg med at den svake avistilknytningen blant ungdom og unge voksne henger sammen med denne forskyvningen av etableringsfasen. Når de omsider er kommet på plass i eget hus med ektefelle eller fast samboer, barn og boliglån, vil de også abonnere på den lokale avisen.

Resultatene i tabell C er et forsøk på å beskrive hvordan det faktisk står til. Tabellen gjelder personer 20 år og over, og viser sammenhengen mellom familiesituasjon og avisabonnement i forskjellige alderskategorier.

Tabell C. Abonnement på avis etter alder og husholdningstilknytning. Resultater fra norsk mediebarometer 2006, personer 20 år og over. Prosent <sup>1)</sup>

	20-29 år	30-39 år	40-54 år	55 år og over	Alle 20-79 år
Under 25, bor hos foreldre	75	-	-	-	75
Enslig	29	35	52	73	47
Gift eller samboer, ikke barn	32	61	83	92	80
Gift eller samboer, med barn	49	73	83	(83)	75
Alle	40	63	76	87	70
Tallet på spurte	307	327	420	470	1522

1) Tall som bygger på svar fra mindre enn 30 personer er satt i parentes.

Tabellen viser for det første at sammenhengen mellom alder og avisabonnement ikke kan forklares ved forskjeller i familiesituasjon. Både blant enslige, blant par uten barn og par med barn er det en sterk sammenheng mellom abonnementsfrekvens og alder. Det er også slik at forskjellen mellom enslige og gifte/samboere, og mellom par med og uten barn, er helt avhengig av personens alder. Blant de yngste er det bare forekomsten av barn i familien som påvirker avisholdet. Andelen abonnenter blant de yngste barnefamiliene var 49 prosent, mot 32 blant unge gifte/samboere uten barn og 29 prosent blant unge enslige. 49 prosent avisabonnenter blant unge barnefamilier er imidlertid ikke noe høyt nivå – de fleste vil vel heller si at det er skremmende lavt.

Blant 30-39-åringene fører både ekteskap/samboerskap og forekomsten av barn til høyere andel abonnenter, men det er ekteskap/samboerskap som betyr mest. I de to eldste aldersgruppene går det eneste skillet mellom enslige og gifte/samboere. Blant par mellom 40 og 54 år var abonnementsandelen 83 prosent, og blant par over 55 år var den over 90 prosent.

Avisfolk har lenge fryktet utviklingen blant ungdom og unge voksne. Det vanligste resonnetet har dreid seg om generasjonseffekter, dvs. at de nye generasjonene vil få en svakere tilknytning til avisen gjennom barndommen og ungdommen og at de vil ta med seg disse vanene etter hvert som de blir eldre. Da vil resultatet bli en stadig svekkelse av avisvanene i befolkningen som helhet etter hvert som de gamle generasjonene med faste avisvaner og et svært høyt aviskonsum blir erstattet av de nye generasjonene. Veksten i nye medietilbud siden 1980-tallet har forsterket denne frykten.

Opplysninger fra ett enkelt tidspunkt, slik som i tabell C, kan strengt tatt ikke brukes til å si noe om utvikling over tid. Når vi sammenholder mønstrene i denne tabellen med det vi vet om utviklingen i lesevaner (der Norsk mediebarometer har gode opplysninger over tid) og opplysninger om abonnement fra Orkla Medias lesermarkedsundersøkelser og de svenske SOM-undersøkelsene, må konklusjonen likevel bli at utviklingen er mer enn en generasjonseffekt. Det er også en tendens til at aldersgrupper som har vært abonnenter og/eller faste lesere tidligere, er blitt *mindre* knyttet til avisen etter hvert som de blir eldre. For lesingens vedkommende ser denne effekten ut til å gjelde både unge voksne, middelaldrende og eldre, selv om utslagene er sterkest for ungdom og unge voksne. Når det gjelder abonnement ser det foreløpig ut til at de eldste gruppene har beholdt sine gamle vaner – som tabell C viser går det en grense et sted mellom 50 og 60 år.

### Sosiale og økonomiske forskjeller

Det gamle idealet om aviser for alle handlet først og fremst om sosial likhet. Fravær av sosiale skillelinjer har vært selve fundamentet for det vi kan kalle den nordiske avistradisjonen. Når det viser seg at så mange ikke lenger abonnerer på noen avis, er det all grunn til å undersøke om idealet fremdeles stemmer med virkeligheten. Dette er gjort i tabell D, som viser sammenhengen mellom husholdningsinntekt og abonnement. Siden enslige gjerne har lavere inntekt enn par, er bare par tatt med i tabellen. Personer under 30 er også utelatt, siden mange av dem er studenter uten vanlig inntekt.

Tabell D. Abonnement på avis etter alder og husholdningsinntekt. Resultater fra norsk mediebarometer 2006. Gjelder personer 30 år og over som er gifte eller samboende. Prosent

	30-39 år	40-54 år	55 år og over	Alle 30-79 år
Inntekt under 500.000	64	71	93	83
Inntekt 500.000-690.000	70	88	91	82
Inntekt 700.000 og over	79	87	91	85
Alle	72	84	92	84
Tallet på spurte	245	299	302	846

Kolonnen som gjelder alle viser ingen sammenheng mellom husholdningens inntekt og tendensen til å abonnere på avis. Det er heller ingen forskjell blant personer 55 år og over. I de to yngste aldersgruppene er det imidlertid en tydelig forskjell. Blant de mellom 30 og 39 år var det 64 prosent i den laveste inntektsgruppen og 79 prosent i den høyeste som abonnerte på avis, dvs. en forskjell på 15 prosentpoeng. Forskjellen var like stor blant de mellom 40-54 år selv om nivået var høyere, med 71 mot 87 prosent. (At dette ikke har gitt noen forskjeller i kolonnen som gjelder alle, skyldes at det er uforholdsmessig mange med lav inntekt blant de eldste). Forskjellene etter husholdningsinntekt er ikke avskrekkende store, men de viser likevel at det begynner å bli en sammenheng mellom avishold og sosial status i den yngste delen av befolkningen. Lignende sosiale forskjeller er det også etter yrke og utdanning – høyutdannede og personer i høystatusyrker har større tilbøyelighet til å abonnere på avis enn sine jevnaldrende med lav utdanning og/eller vanlig arbeid.

Nedgangen i avisabonnement og avislesing blant ungdom og unge voksne betyr at avisene står overfor en alvorlig utfordring. Spesielt er det viktig at de ikke går mer tilbake blant unge par i etableringsfasen. De 30- og 40-åringene som ikke gjør avishold og avislesing til en fast del av dagliglivet når de etablerer familie, vil neppe bli like gode aviskjøpere som dagens 50- og 60-åringene når de kommer i den alderen. Blant de unge kan vi allerede nå se en viss tendens til sosiale forskjeller i avisholdet. Avisenes beste virkemiddel for å motvirke en slik utvikling er å senke abonnementsprisen, eller i hvert fall ikke øke den ut over dagens nivå.

### **Fremtidsperspektiv: Papiravisen er ikke død**

Den sterke opplagsnedgangen i 2005 og 2006 ga gode argumenter til alle som mente at papiravisen går en usikker fremtid i møte. Norsk økonomi går svært godt, men likevel var nedgangen vesentlig større enn årene før. Tallene for 2007 gir større grunn til optimisme. Nedgangen er tilbake til nivået fra 1999-2004, til tross for at den sterke veksten for internett fortsatte også i 2007. Hvis internett er en direkte konkurrent til avisene, burde nedgangen for avisene fortsatt med minst samme styrke som i 2005 og 2006.

Tidligere har vi vært vant til å betrakte alle aviser under ett – det er *avisene* som går frem eller tilbake, *papiravisen* som møter en stadig sterkere konkurranse fra nettet. Her tenker vi anner-

ledes enn svenskene, som alltid har skilt mellom løssalgssaviser (kvällstidningar) og abonnementsaviser (morgontidningar). Nå er det blitt svært tydelig, også hos oss, at løssalgssavisene og abonnementsavisene opererer på forskjellige markeder og står overfor helt forskjellige utfordringer. Mens abonnementsavisene har hatt og har en svak og nokså jevn tilbakegang, er løssalgssavisene inne i en periode preget av usikkerhet og dramatik.

Det går også et viktig skille mellom dagsaviser og lokale fådagersaviser. Den siste gruppen er fremdeles inne i en positiv utvikling som det er all grunn til å merke seg. I en tid hvor de store nyhetsmediene er stadig mer opptatt av å være først ute med aller siste nytt, er det de langsomste avisene som klarer seg best.

Selv om både løssalgssavisene og de lokale fådagersavisene er viktige deler av det norske avislandskapet, er det likevel de abonnerte dagsavisene som betyr mest. I 2007 sto de for 62 prosent av det samlede opplaget, mens løssalgssavisene utgjorde 16 prosent og fådagersavisene 22 prosent. Det er de abonnerte dagsavisene som utgjør selve ryggraden i det norske avissystemet, og det er deres utvikling som avgjør hvilken plass papiravisen vil ha i det norske samfunnet i årene som kommer.

Hvis vi driver ren trendforlengelse, slik den amerikanske avisforskeren Philip Meyer gjorde litt på spøk da han regnet ut at de amerikanske papiravisene ville avgå ved døden i 2043, betyr utviklingen fra 1998 til 2007 at løssalgssavisene vil forsvinne i 2039. De abonnerte dagsavisene vil klare seg til 2072, mens fådagersavisene vil vokse inn i himmelen. Et litt mer realistisk tankeeksperiment er å regne ut hvor lang tid det tar med den nåværende takten før opplaget er halvert. Dette er 16 år for løssalgssavisene, og 33 år for de abonnerte dagsavisene. Dette er en situasjon som de abonnerte dagsavisene godt kan leve med. Abonnementsaviser i mange andre vestlige land har hatt en tilsvarende tilbakegang i flere tiår. Likevel har de fremdeles en viktig rolle i nyhetsproduksjonen nasjonalt og/eller lokalt, og de klarer seg godt økonomisk.

Det er likevel fire konkrete trusler for de abonnerte dagsavisene i tillegg til trusselen fra internett, gratisaviser og andre nye medier. Den første er abonnementsavisenes svake stilling blant unge voksne. Den andre er tendensen til sosiale forskjeller i avishold. Dersom utviklingen som har skapt disse tendensene fortsetter over tid, vil vi bevege oss stadig lengre bort fra gårsdagens tradisjon med "avis for alle" og over mot mønsteret med "avis for de rike og vellykkede". Det siste er et mønster vi kjenner fra Danmark og mange andre vestlige land.

Den tredje trusselen er en fortsatt økning av abonnementsprisen. Med eiere som er stadig mer opptatt av fortjeneste, er det en stor fare for at økningen i realpris vil fortsette. Hvis avisene blir enda dyrere i fremtiden, vil det ganske sikkert forsterke utviklingen over mot mønsteret "avis for de rike og vellykkede".

Den fjerde trusselen er svekkelse av selve avisproduktet. I rapporten Avisåret 2004 pekte jeg på manglende journalistisk fornyelse som en form for innebygget svekkelse. De norske avisenes sterke stilling henger sammen med den fornyelsen de gjennomførte på 1970- og 1980-

tallet, da de løsrev seg fra rollen som partipolitiske talerør og utviklet en ny form for uavhengig lokal journalistikk. Sammenlignet med disse endringene, har dagens norske aviser små muligheter til å lage noe genuint nytt. En redesign hver gang avisen får ny redaktør, eller et nytt helgemagasin, er ikke nok.

Med nye eiere og nye krav til fortjeneste, kan svekkelsen av produktet bli mer direkte. Hvis redaksjonen får færre journalister må det nødvendigvis gå ut over noe - enten selve stoffmengden eller tiden til å arbeide med den enkelte sak. Spesielt er det grunn til å frykte at det blir dårligere vilkår for den undersøkende journalistikken.

## Vedlegg. Tabeller over avisutvikling

Hensikten med tabellene nedenfor er å lage en oppdatert statistikk for norske aviser. Hvilke år som er tatt med, har variert litt fra utgave til utgave. Som regel er det med noen få tidspunkter før 1987, deretter hvert tredje år, og til slutt de to siste årene.

### Noen definisjoner

Til grunn for statistikken ligger det en bestemt oppfatning av hva som skal regnes som avis, og retningslinjer for hvordan avisdefinisjonen skal brukes i praksis. Statistikken bygger også på bestemte definisjoner av utgiversted og aviskonkurranse, og regler for registrering av utgivelsesfrekvens og opplag.

#### Avis

I dag finnes det ingen avisdefinisjon som er alment akseptert. MBL bruker en definisjon, Medietilsynet en annen, og jeg bruker en tredje. Det er også en kilde til forvirring at opplysninger om MBLs medlemsaviser ofte blir brukt som statistikk over norske aviser. For en nærmere omtale av de forskjellige definisjonene, vises til IJ-rapport nr 3/2004: "Hva er en avis? Avisbegrepet fra Hellerudkomiteen til Se og Hør".

De siste årene er det blitt et stadig bedre samsvar mellom min avisdefinisjon og den definisjonen som Medietilsynet bruker ved beregning av eierandeler. For 2006 var det bare to aviser som ble vurdert forskjellig – Computerworld og Ukeavisen Ledelse. For 2007 er det bare en. Jeg har sløyfet Computerworld som Medietilsynet mener er fagtidsskrift og ikke avis, men Medietilsynet godtar fremdeles ikke Ukeavisen Ledelse fordi den har 45 og ikke 48 utgaver pr. år.

Denne statistikken skal dekke alle publikasjoner som kommer ut minst en gang pr. uke, og som fyller de opprinnelige reglene for listeføring som avis. Dette innebærer at de skal "orientere allmennheten om begivenheter og aktuelle spørsmål" og ta reell betaling for abonnement og løssalg. Lokale utgaver (edisjoner) med mindre enn 50 prosent eget stoff, er ikke regnet som selvstendig avis.

Kravet til avis er praktisert forholdsvis liberalt. Før 1995 ble alle medlemmer av Norske Avisers Landsforening (som MBL het tidligere) automatisk regnet som avis. SøndagSøndag, Fiskaren (fra 1991, da den ble medlem i NAL) og Finansavisen er også med i statistikken, selv om de i en del av perioden ikke var godkjent som støtteberettigede aviser.

Alle publikasjoner som får støtte som avis, og kommer ut minst en gang pr. uke, er regnet med. Dette gjelder også aviser som får støtte under posten "visse publikasjoner". Aviser for nordmenn i utlandet (dvs. Nytt fra Norge) er derimot holdt utenfor. Begrunnelsen er formell: siden de selges utenfor landet, bør de heller ikke være med ved utregningen av aviskonsum pr. husstand. Det samme gjelder engelskspråklige aviser beregnet på et internasjonalt publikum (dvs. Trade Winds).

De siste årene har MBL endret sine regler for medlemskap, og har nå medlemmer som ikke tilfredsstillter den gamle avisdefinisjonen. I 2007 gjaldt det spesialpublikasjonene Computerworld, Korsets Seier, Norsk Fiskeoppdrett, Stallsriket, Tips og Utrop, og gratisavisene Byavisa Tønsberg, Halden Dagblad, Hamar Dagblad, Kristiansands Avis og Ullern Avis Akersposten. Disse publikasjonene er ikke med i statistikken.

Oppgavene for det enkelte år gjelder alle aviser som var i virksomhet ved utgangen av året, eller frem til utgangen av året. De fleste forskjellene mellom Medietilsynets og mine tall for 2007 skyldes denne regelen – tilsynet har ikke tatt med nystartede aviser og aviser som er lagt ned ved utgangen av året.

### *Utgiversted og avis konkurranse*

Som utgiversted er regnet den byen, tettstedet eller kommunen der avisen har sin hovedredaksjon. Dette er ikke nødvendigvis det stedet der avisen blir trykket eller levert til Postverket.

I de aller fleste tilfeller har valget mellom tettsted og kommune ingen praktisk betydning. Det er likevel to situasjoner som forutsetter klare retningslinjer.

Den ene gjelder aviser som kommer ut på forskjellige tettsteder i samme kommune. Her er hovedregelen at kommunen, ikke tettstedet, skal regnes som utgiversted. For å ta et eksempel: lokalavisen Grenda kommer ut i Rosendal, Kvinnheringen på Husnes. Begge utgiverstedene ligger i Kvinnherad kommune, men avstanden er mer enn 30 kilometer. Siden begge avisene dekker hele kommunen, er de likevel regnet som aviser med samme utgiversted.

Unntaket fra regelen er de tilfellene der en eller begge aviser bare dekker den delen av kommunen som sogner til et bestemt tettsted. I dag gjelder dette de to avisene i Lillesand kommune: Lillesandsposten (Lillesand) og Høvågavisa (Høvåg). Høvåg var tidligere egen kommune, men ble slått sammen med Lillesand og Vestre Moland på 1960-tallet. Siden Høvågavisa bare dekker gamle Høvåg kommune, er Høvåg regnet som eget utgiversted.

Et annet tvilstilfelle gjelder utgiversted for bydelsaviser eller forstadsaviser i de største byene, som Nordstrands Blad og Akers Avis/Groruddalen i Oslo og Fanaposten og Åsane Tidende i Bergen. Her er hovedregelen at byen er regnet som utgiversted. Det eneste unntaket er Ytre Arna i Bergen kommune. Begrunnelsen er at avisen på stedet (Bygdanytt) ble etablert lenge før Arna ble en del av Bergen, og at Bygdanytt fremdeles dekker Osterøy kommune i tillegg til bydelene Ytre og Indre Arna. Tidligere regnet jeg også Fana og Åsane som egne utgiversteder, men det er nå rettet.

Aviser med samme utgiversted blir normalt regnet som konkurrenter, og stedet som et utgiversted med avis konkurranse. Det er likevel gjort unntak for noen steder der avisene har helt forskjellige målgrupper og forskjellig dekningsområde. Før 2004 gjaldt det bare steder der det ble utgitt en typisk nisjeavis i tillegg til den lokale avisen. Harstad er godt eksempel. Der blir det både gitt ut en lokal dagsavis, Harstad Tidende, og Fiskeribladet som er en spesialisert fådagersavis. Disse to avisene konkurrerer i svært liten grad med hverandre, og Harstad er regnet som utgiversted uten konkurranse.

Fra 2004 er det også gjort unntak for Drammen, som har fått en liten bydelsavis (Konnerudposten) i tillegg til Drammens Tidende. Siden Konnerudposten bare dekker en liten del av utgiverstedet, er Drammen ikke regnet som utgiversted med avis konkurranse. Hvis en liten fådagersavis dekker hele utgiverkommunen til en større dagsavis, blir den derimot regnet som konkurrent. I 2007 var det slik konkurranse i Arendal og Steinkjer.

### *Utgivelsesfrekvens, dagsavis og fådagersavis*

Dagsaviser er aviser med 4-7 utgaver pr. uke, fådagersaviser har 1-3 utgaver. Dersom en avis har endret utgivelsesfrekvens i løpet av året, er det den frekvensen som dekker den største delen av året som er brukt. Hvis avisen har skiftet frekvens i månedsskiftet juni/juli, er det frekvensen i siste halvår som teller.

### *Opplagstall*

De aller fleste opplagstallene er godkjente og kontrollerte tall fra Mediebedriftenes Landsforening (MBL), Landslaget for Lokalaviser (LLA) og Kulturdepartementet eller Statens medieforvaltning. Når slike tall mangler, er det brukt anslag, fortrinnsvis avisenes egne. Etter at pressestøtten ble innført i 1969, er det svært få aviser som ikke har offisielle opplagstall.

### *Aviser pr. husstand*

Oppdaterte opplysninger om antall husstander blir bare laget ved Folke- og bolig tellingene. For årene etter siste folketelling er beregningene basert på anslag. Den foreløpig siste folketellingen ble foretatt i

november 2001. Resultatene fra denne tellingen er brukt til å lage reviderte tall for husstandsdekning for alle år mellom 1990 og 2001. Forskjellene mellom de gamle og de nye tallene er ikke store.

### Oppdatering av tabellene

I de årene som er gått siden den første avisstatistikken ble offentliggjort, har jeg foretatt en del rettelser av tall fra tidligere utgaver. Rettelsene skyldes to forhold. Det ene er endring av definisjoner. For å sikre sammenlignbarhet over tid, er den nye definisjonen gitt tilbakevirkende kraft så sant det har vært praktisk mulig. Den andre årsaken til endringer er at jeg har fått nye opplysninger (f.eks. funnet en avis som ikke har vært registrert), eller oppdaget feil i materialet.

I 2005 og 2006 ble det ikke laget oppdaterte utgaver. Det skyldes at nesten alle aviser hadde godkjente opplagstall allerede i februar. De nye opplysningene som kom da Medietilsynet offentliggjorde sine opplagstall etter sommeren, er i stedet innarbeidet i denne rapporten.

Figur 9. Oversikt over tabeller og tabellnummer i rapportene

	1994-2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Antall aviser etter frekvens	1	1	1	1	1	1	1
Antall aviser etter type	2	2	2	2	2	2	2
Samlet opplag etter type	3	3	3	3	3	3	3
Husstandsdekning etter type	4	4	4	4	4	4	4
Utgiversteder	5	5	5	5	5	5	5
Utvikling for de største aviskjedene	6	7	-	-	-	-	-
Pressestøtte etter type avis	7	-	-	-	-	-	-
Opplagsutvikling for søndagsaviser	8	6	6	6	6	6	6
Prisutvikling for abonnementsaviser	9	-	-	-	7	7	7
Avisenes tilbud på Internett	10	-	7	8 <sup>1)</sup>	8	8	8 <sup>1)</sup>
Gratisaviser med minst en utg. pr. uke	11	-	-	7	-	9	-
Andel som leste avis på hverdager	12	-	-	-	9	10	9
Opplysninger om enkeltaviser	13	-	8	9	10	11	10

1) Ikke oppdatert

### Utskifting av tabeller

Før 2002 var det 13 faste tabeller i tabelldelen. Senere er noen tabeller sløyfet, mens andre ikke er laget hvert eneste år. Endringene har flere årsaker. Noen opplysninger finnes også andre steder (eks. eierforhold, pressestøtte), noen blir lite brukt, og noen beskriver en utvikling som går såpass langsomt at det ikke er nødvendig med en årlig oppdatering (Internett, gratisaviser). Tabellen som viser avisenes tilbud på Internett, ble ikke oppdatert i 2002 og 2004. Det skyldes at oppdateringen er tidkrevende, og at situasjonen ikke endret seg så mye disse årene. Opplysningene om Internett er heller ikke oppdatert for 2007.

### Computerworld ut av statistikken

Fra årets utgave er Computerworld ikke med i statistikken. Årsaken er at Medietilsynet mener at den må regnes som fagtidsskrift og ikke avis. Selv om Computerworld har vært medlem av NAL og MBL siden 1995, har jeg ingen problemer med å følge Medietilsynets vurdering. Utelukkelsen av Computerworld gjelder hele perioden fra 1995 til 2006.



Tabell 1. Antall aviser<sup>1)</sup> etter utgivelseshyppighet, 1969 til 2007

	1969	1978	1987	1990	1993	1996	1999	2002	2005	2006	2007
7 utgaver/uke	-	-	-	-	4	4	9	10	13	11	11
6 utgaver/uke	81	74	66	62 <sup>2)</sup>	59	60	57	51	48	50	50
5 utgaver/uke	2	5	15	16	15	14	12	12	11	11	11
4 utgaver/uke	2	5	7	8	6	4	3	3	2	2	2
3 utgaver/uke	47	51	53	45	44	50	50	50	52	53	53
2 utgaver/uke	28	40	38	32	36	31	33	30	34	32	32
1 utgave/uke	31	36	37	39	45	57	59	61	65	69	69
Dagsaviser	85	84	88	86	84	82	81	76	74	74	74
Fådagrsaviser	106	127	128	116	125	138	143	141	151	154	154
Aviser i alt	191	211	216	202	209	220	223	217	225	228	228

- 1) Computerworld ble tidligere regnet som avis, men er nå tatt ut av statistikken. Endringen gjelder hele perioden 1995 - 2006, Den var registrert med to utgaver pr. uke fra 1999 til og med 2002, en utgave pr. uke de andre årene.
- 2) Fem aviser ble syvdagersaviser høsten 1990, men var seksdagersaviser mer enn halve året.

Tabell 2. Antall aviser<sup>1)</sup> etter type, 1969 til 2007

	1969	1978	1987	1990	1993	1996	1999	2002	2005	2006	2007
Løssalgaviser	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Storbyaviser <sup>2)</sup>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Nr. 2-aviser, store byer	7	6	5	4	4	3	3	3	3	3	3
Riksspredte meningsbærende aviser	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Lokale dagsaviser, ledende	42	48	56	59	58	58	58	57	56	56	56
Lokale dagsaviser, nr. 2	24	17	14	10	9	8	7	3	2	2	2
Lokale 2-3 dagersaviser	72	85	86	75	74	77	78	76	80	79	79
Lokale ukeaviser	27	31	28	29	36	45	49	50	57	62	62
Nasjonale fådagrsaviser <sup>1)</sup>	7	11	14	12	15	16	15	15	14	13	13
Aftenposten Aften	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Alle avistyper	191	211	216	202	209	220	223	217	225	228	228

- 1) Computerworld ble tidligere regnet som avis for perioden 1995 til 2006, men er nå tatt ut av statistikken.
- 2) Aftenposten, Bergens Tidende, Adresseavisen og Stavanger Aftenblad.

Tabell 3. Samlet opplag etter avistype<sup>1)</sup>, 1969 til 2007. 1.000 eksemplarer

	1969	1978	1987	1990	1993	1996	1999	2002	2005	2006	2007
Løssalgsaviser	167	295	533	587	605	563	581	582	506	462	445
Storbyaviser <sup>2)</sup>	388	430	513	521	536	543	542	512	488	482	486
Nr. 2-aviser, store byer	171	130	120	110	102	89	87	78	80	76	73
Riksspredte menings- bærende aviser	84	84	96	119	128	136	150	154	160	163	169
Lokale dagsaviser, ledende	548	714	902	947	952	953	966	947	909	896	885
Lokale dagsaviser, nr.2	169	140	150	120	102	98	78	38	33	33	33
Lokale 2-3 dagersaviser	266	328	385	363	354	363	372	386	400	390	392
Lokale ukeaviser	51	57	46	49	64	90	100	107	123	140	140
Nasjonale fådagersaviser	69	80	121	120	120	114	91	106	99	88	90
Aftenposten Aften	157	188	181	193	199	189	180	164	142	137	131
Dagsaviser i alt	1.683	1.981	2.496	2.596	2.624	2.570	2.584	2.473	2.318	2.250	2.222
Fådagersaviser i alt	386	465	552	532	538	566	562	598	622	617	621
Alle avistyper	2.069	2.447	3.048	3.128	3.163	3.137	3.146	3.072	2.939	2.867	2.844
Veid opplag <sup>3)</sup>	1.826	2.139	2.657	2.808	2.855	2.845	2.891	2.802	2.657	2.579	2.549

1) Computerworld ble tidligere regnet som avis for perioden 1995 til 2006, men er nå tatt ut av statistikken.

2) Aftenposten, Bergens Tidende, Adresseavisen og Stavanger Aftenblad.

3) Opplagstall er veid etter avisenes utgivelsesfrekvens, jf. omtale i Avisåret 2000.

Tabell 4. Samlet husstandsdekning for aviser etter type, 1969 til 2007

	1969	1978	1987	1990	1993	1996	1999	2002	2005	2006	2007
Løssalgsaviser	.13	.20	.32	.34	.34	.30	.30	.29	.25	.23	.21
Storbyaviser <sup>1)</sup>	.30	.29	.30	.30	.30	.29	.28	.26	.24	.24	.23
Nr. 2-aviser, store byer	.13	.09	.07	.06	.06	.05	.05	.04	.04	.04	.04
Riksspredte menings- bærende aviser	.07	.06	.06	.07	.07	.07	.08	.08	.08	.08	.08
Lokale dagsaviser, ledende	.43	.48	.54	.54	.53	.51	.50	.48	.45	.44	.43
Lokale dagsaviser, nr. 2	.13	.09	.09	.07	.06	.05	.04	.02	.02	.02	.02
Lokale 2-3 dagersaviser	.21	.22	.23	.21	.20	.20	.19	.20	.20	.19	.19
Lokale ukeaviser	.04	.04	.03	.03	.04	.05	.05	.05	.06	.07	.07
Nasjonale fådagersaviser	.05	.05	.07	.07	.07	.06	.05	.05	.05	.04	.04
Aftenposten Aften	.12	.13	.11	.11	.11	.10	.09	.08	.07	.07	.06
Dagsaviser i alt	1.32	1.34	1.48	1.48	1.45	1.38	1.35	1.25	1.14	1.10	1.07
Fådagersaviser i alt	.30	.31	.33	.30	.30	.31	.29	.30	.31	.30	.30
Alle avistyper	1.62	1.66	1.81	1.79	1.75	1.69	1.64	1.55	1.45	1.40	1.37
Veid opplag <sup>2)</sup> pr. husstand	1.43	1.45	1.58	1.60	1.58	1.53	1.51	1.42	1.31	1.26	1.23

1) Computerworld ble tidligere regnet som avis for perioden 1995 til 2006, men er nå tatt ut av statistikken.

2) Aftenposten, Bergens Tidende, Adresseavisen og Stavanger Aftenblad.

3) Opplagstall er veid etter avisenes utgivelsesfrekvens, jf. omtale i Avisåret 2000.

Tabell 5. Utgiversteder etter konkurransesituasjon, 1969 til 2007

	1969	1978	1987	1990	1993	1996	1999	2002	2005	2006	2007
Minst tre dagsaviser	5	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
To dagsaviser <sup>1)</sup>	21	20	16	13	12	10	8	4	3	3	3
Dagsavis og fådagers	4	1	7	7	4	6	8	5	5	8	8
En dagsavis	16	28	34	41	44	44	44	50	50	47	47
To eller flere fådagers	9	10	8	3	5	6	3	5	7	7	7
En fådagersavis	68	84	87	88	94	101	109	108	114	116	116
Dagsaviskonkurranse	26	23	19	15	14	12	10	6	5	5	5
Annen lokal konkurranse	13	11	15	10	9	12	11	10	12	15	15
Sted med avismonopol	84	112	121	129	138	145	153	158	164	163	163
Sted med dagsavis	46	52	60	63	62	62	62	61	60	60	60
Utgiversteder i alt	123	146	155	154	161	169	174	174	181	183	183
Aviser i alt	191	211	216	202	209	220	223	217	225	228	228

1) Hamar er regnet som utgiversted med konkurranse også før 1999, selv om Hamar Dagblad var en spesialutgave av Østlendingen og ikke en selvstendig avis (jf. NOU 1992:14 s. 20).

Tabell 6. Opplagsutvikling for søndagsaviser, 1990 til 2007. 1.000 eksemplarer

	1990	1993	1996	1999	2002	2005	2006	2007
VG	218	256	280	308	314	299	268	263
Dagbladet	130	150	165	177	161	151	134	120
Løssalgssaviser samlet	348	406	444	484	475	450	402	383
Pst. av hverdagsopplag	59	67	79	83	82	89	87	86
Aftenposten	222	226	224	237	235	223	221	219
Bergensavisen	14	24	32	27	30	31	30	29
Romerikes Blad	36	39	42	40	38	39	39	38
Bergens Tidende	-	-	84	86	83	84	83	84
Dagsavisen	-	-	-	41	32	32	31	30
Fredriksstad Blad	-	-	-	23	25	24	24	23
Moss Avis	-	-	-	15	16	15	15	15
Drammens Tidende	-	-	-	-	44	42	40	39
Rogalands Avis	-	-	-	-	-	5	6	6
Telemarksavisa	-	-	-	-	-	17	-	-
Varden	-	-	-	-	-	26	-	-
SøndagSøndag (anslag)	(50)	(23)	(14)	(12)	(12)	(15)	-	-
Adresseavisen	30	-	-	-	-	-	-	-
Demokraten	-	-	-	9	-	-	-	-
Moss Dagblad (1998)	-	-	-	-	-	-	-	-
I alt	699	717	839	976	990	961	891	867

Tabell 7. Prisutvikling<sup>1)</sup> for abonnementsaviser, 1972 til 2007. 2007-kroner.

	1972	1984	1990	1993	1996	1999	2002	2005	2006	2007
6-7 utgaver/uke	1.006	1.253	1.294	1.479	1.600	1.679	1.807	1.928	1.963	2.008
5 utgaver/uke	645	931	969	1.097	1.284	1.274	1.379	1.485	1.488	1.530
4 utgaver/uke	512	627	775	908	1.049	1.209	1.171	1.479	1.474	1.528
3 utgaver/uke	360	496	612	708	758	822	888	1.005	1.023	1.072
2 utgaver/uke	203	324	439	508	548	599	637	691	704	733
1 utgave/uke	198	273	349	376	416	466	529	577	589	615

1) Gjennomsnitt for ukeaviser i 1996, 2005 og 2006 og todagersaviser i 1999 og 2002 er blitt lavere ved at Computerworld er tatt ut av statistikken

Tabell 8. Aviser på Internett<sup>1)</sup> 1996-2006. Gjelder utgangen av året. Ikke oppdatert i 2007.

	1996	1998	1999	2000	2001	2003	2005	2006
Oppdatert nyhetstjeneste <sup>2)</sup>	-	9	12	48	47	40	75	119
Fyldig nettavise <sup>3)</sup>	17	38	48	57	63	66	44	28
Smal nettavise, notisavis	29	19	18	22	38	51	63	49
Egne nyheter i alt	46	66	78	127	148	157	182	196
Egen hjemmeside	17	15	19	13	13	24	24	17
Annet	9	6	3	4	3	5	2	2
Eget opplegg i alt	72	87	100	144	164	186	208	215
Hjemmeside, fellesopplegg	-	15	20	13	37	26	12	10
Aviser på nett i alt	72	102	120	157	201	212	220	225
Alle aviser	221	220	224	219	218	226	226	229

2) Oversikten gjelder betalte (papir)aviser på Internett. Gratisaviser og rene nettaviser er ikke med.

3) For 1997-1999 gjelder registreringen bare dagsaviser. Krav til oppdatering er litt strengere i 2003 enn tidligere, jf. kommentar i Avisåret 2003. Tall for 2000, 2001, 2003, 2005 og 2006 omfatter hhv. 14, 8, 17, 37 og 59 fådagersaviser som legger ut nyheter mellom papirutgavene.

4) Minst fire nyhetssaker presentert som mer enn en kort notis.

Tabell 10 Andel som leste avis på vanlige hverdager 1983-2006. Prosent

	Feb. 1983	1991	1994/ 1995	1996/ 1997	1998/ 1999	2000/ 2001	2002/ 2003	2004/ 2005	2006
Alle 15 år og over	93	93	92	91	89	85	84	82	79
15-19 år	84	88	82	79	72	71	69	62	57
20-24 år	92	89	84	83	76	69	70	63	56
25-29 år	91	89	91	84	85	78	76	68	65
30-44 år	94	93	93	91	91	87	83	84	81
45-64 år	95	96	96	96	92	91	93	93	87
65-79 år	94	95	93	94	95	92	92	93	94

Kilde: S. Høst: Avisen og leserne 1988, spesialtabeller fra Statistisk Sentralbyrås Kultur- og mediebruksundersøkelser 1991 og 1994 og Norsk Mediebarometer 1995 - 2006.

Tabell 11. Aviser 2007 etter type, opplag<sup>1)</sup> og forening

Avis	Utg.sted	Utg. pr uke	Opplag 2007	Endring fra 2006	Pst. av 2006	Forening
<i>Løssalgsaviser</i>						
Dagbladet	Oslo	7	135.611	-10.901	92,6	MBL
VG - Verdens Gang	Oslo	7	309.610	-5.939	98,1	MBL
2 aviser	<i>Samlet opplag</i>		445.221			
<i>Storbyaviser</i>						
Adresseavisen	Trondheim	6	79.789	659	100,8	MBL
Aftenposten	Oslo	7	250.179	1.676	100,7	MBL
Bergens Tidende	Bergen	7	87.668	592	100,7	MBL
Stavanger Aftenblad	Stavanger	6	68.010	727	101,1	MBL
4 aviser	<i>Samlet opplag</i>		485.646			
<i>Nr.2-aviser i de største byene</i>						
Bergensavisen	Bergen	7	29.311	-1.408	95,4	MBL
Dagsavisen	Oslo	7	31.403	-977	97,0	MBL
Rogalands Avis	Stavanger	7	12.452	-824	93,8	MBL
3 aviser	<i>Samlet opplag</i>		73.166			
<i>Riksspredte meningsbærende aviser</i>						
Dagen	Bergen	6	9.033	97	101,1	MBL
Dagens Næringsliv	Oslo	6	81.391	4.807	106,3	MBL
Finansavisen	Oslo	6	24.356	1.082	104,6	MBL
Klassekampen	Oslo	6	11.386	1.277	112,6	MBL
Nationen	Oslo	6	15.871	-1.125	93,4	MBL
Vårt Land	Oslo	6	27.146	-276	99,0	MBL
6 aviser	<i>Samlet opplag</i>		169.183			
<i>Ledende lokale dagsaviser</i>						
Agderposten	Arendal	6	23.746	-513	97,9	MBL
Akershus Amtstidende	Drøbak	5	8.822	-109	98,8	MBL
Altaposten	Alta	6	5.544	-132	97,7	MBL
Aura Avis	Sunndalsøra	4	3.401	-24	99,3	MBL
Avisa Nordland	Bodø	6	23.959	-248	99,0	MBL
Bladet Vesterålen	Sortland	5	9.692	-271	97,3	MBL
Brønnøysunds Avis	Brønnøysund	5	4.472	22	100,5	MBL
Budstikka	Sandvika	6	29.660	221	100,8	MBL
Drammens Tidende	Drammen	7	40.954	-1.368	96,8	MBL
Eidsvold Ullensaker Blad	Eidsvoll	5	8.256	139	101,7	MBL
Farsunds Avis	Farsund	6	6.062	18	100,3	MBL
Finnmark Dagblad	Hammerfest	6	9.188	-8	99,9	MBL
Finnmarken	Vadsø	6	7.169	22	100,3	MBL
Firda	Førde	6	13.914	-65	99,5	MBL
Fredriksstad Blad	Fredrikstad	7	23.442	-502	97,9	MBL
Fremover	Narvik	6	9.472	24	100,3	MBL
Fædrelandsvennen	Kristiansand	6	41.326	-1.316	96,9	MBL
Gjengangeren	Horten	6	6.015	148	102,5	MBL

Tabell 11, forts.

Avis	Utg.sted	Utg. pr uke	Opplag 2007	Endring fra 2006	Pst. av 2006	Forening
Glåmdalen	Kongsvinger	6	19.848	-185	99,1	MBL
Gudbrandsdølen Dagningen	Lillehammer	6	26.723	-549	98,0	MBL
Hadeland	Brandbu	5	7.481	-59	99,2	MBL
Halden Arbeiderblad	Halden	6	8.806	-56	99,4	MBL
Hamar Arbeiderblad	Hamar	6	27.363	-269	99,0	MBL
Harstad Tidende	Harstad	6	13.503	-143	99,0	MBL
Haugesunds Avis	Haugesund	6	33.013	-435	98,7	MBL
Helgeland Arbeiderblad	Mosjøen	6	9.225	-177	98,1	MBL
Laagendalsposten	Kongsberg	6	10.293	-160	98,5	MBL
Lindesnes	Mandal	6	6.401	27	100,4	MBL
Lofotposten	Svolvær	6	7.330	-99	98,7	MBL
Moss Avis	Moss	7	15.304	-352	97,8	MBL
Namdals-Avisa	Namsos	6	12.898	79	100,6	MBL
Nordlys	Tromsø	6	27.647	-443	98,4	MBL
Oppland Arbeiderblad	Gjøvik	6	27.173	-522	98,1	MBL
Porsgrunns Dagblad	Porsgrunn	5	4.856	-148	97,0	MBL
Rana Blad	Mo i Rana	6	10.595	-24	99,8	MBL
Ringerikes Blad	Hønefoss	6	12.694	10	100,1	MBL
Rjukan Arbeiderblad	Rjukan	5	2.335	-22	99,1	MBL
Romerikes Blad	Lillestrøm	7	38.238	-252	99,3	MBL
Romsdals Budstikke	Molde	6	18.205	-128	99,3	MBL
Sandefjords Blad	Sandefjord	6	14.260	-340	97,7	MBL
Sarpsborg Arbeiderblad	Sarpsborg	6	15.016	-62	99,6	MBL
Smaalenenes Avis	Askim	6	13.370	-502	96,4	MBL
Sogn Avis	Leikanger	5	10.423	-461	95,8	MBL
Sunnhordland	Leirvik	5	7.832	-153	98,1	MBL+LLA
Sunnmørsposten	Ålesund	6	33.712	5	100,0	MBL
Sør-Trøndelag	Orkanger	5	7.328	99	101,4	MBL
Telen	Notodden	6	5.142	-138	97,4	MBL
Tidens Krav	Kristiansund	6	15.412	262	101,7	MBL
Troms Folkeblad	Finnsnes	6	7.778	35	100,5	MBL
Trønder-Avisa	Steinkjer	6	23.268	148	100,6	MBL
Tønsbergs Blad	Tønsberg	6	30.354	-603	98,1	MBL
Valdres	Fagernes	4	9.203	-298	96,9	MBL+LLA
Varden	Skien	6	27.341	-515	98,2	MBL
Østlandets Blad	Ski	6	15.654	-308	98,1	MBL
Østlands-Posten	Larvik	6	14.281	-3	100,0	MBL
Østlendingen	Elverum	6	19.514	-165	99,2	MBL
<i>56 aviser</i>	<i>Samlet opplag</i>		<i>884.913</i>			
<i>Lokale nr. 2-aviser</i>						
Telemarksavisa	Skien	6	22.346	-17	99,9	MBL
Tromsø	Tromsø	6	10.577	-443	96,0	MBL
<i>2 aviser</i>	<i>Samlet opplag</i>		<i>32.923</i>			

Tabell 11, forts.

Avis	Utg.sted	Utg. pr uke	Opplag 2007	Endring fra 2006	Pst. av 2006	Forening
<i>Lokale 2-3 dagersaviser</i>						
Agder	Flekkefjord	3	8.479	98	101,2	MBL+LLA
Akers Avis/Groruddalen	Oslo	2	15.171	-300	98,1	LLA
Andøyposten	Andenes	3	2.016	-67	96,8	MBL+LLA
Arbeidets Rett	Røros	3	8.441	101	101,2	MBL
Arendals Tidende	Arendal	2	2.136	69	103,3	LLA
Askøyværingen	Kleppestø	2	5.452	-31	99,4	MBL
Aust-Agder Blad	Risør	3	3.895	34	100,9	MBL
Bygdanytt	Ytre Arna	2	4.536	241	105,6	MBL
Bygdebladet	Sjøholt	2	2.979	-77	97,5	LLA
Bygdeposten	Vikersund	3	6.659	30	100,5	MBL
Bømlo-Nytt	Bømlo	3	3.398	17	100,5	MBL
Dalane Tidende	Egersund	3	8.418	83	101,0	MBL+LLA
Demokraten	Fredrikstad	3	8.670	-363	96,0	MBL
Driva	Sunnalsøra	3	4.315	-41	99,1	MBL
Fanaposten	Bergen	2	4.403	341	108,4	MBL+LLA
Firda Tidend	Sandane	3	3.070	-30	99,0	MBL
Firdaposten	Florø	3	5.511	-139	97,5	MBL
Fjordabladet	Nordfjordeid	3	2.729	-93	96,7	MBL+LLA
Fjordenes Tidende	Måløy	3	5.483	-99	98,2	MBL
Fjordingen	Stryn	3	4.310	-20	99,5	MBL+LLA
Fosna-Folket	Brekstad	3	7.730	24	100,3	MBL
Framtid i Nord	Olderdalen	3	5.303	174	103,4	MBL+LLA
Grannar	Etne	2	3.929	54	101,4	LLA
Grenda	Kvinnherad	3	2.622	-111	95,9	LLA
Grimstad Adresstidende	Grimstad	3	6.300	-19	99,7	MBL
Hallingdølen	Ål	3	10.215	25	100,2	MBL+LLA
Haramsnytt	Brattvåg	2	2.853	1	100,0	MBL+LLA
Hardanger Folkeblad	Odda	3	5.538	-36	99,4	MBL+LLA
Helgelands Blad	Sandnessjøen	3	5.758	-3	99,9	MBL
Hitra-Frøya	Sandstad	2	5.067	93	101,9	MBL
Hordaland	Voss	3	9.600	15	100,2	MBL+LLA
Hordaland Folkeblad	Norheimsund	2	5.790	57	101,0	MBL
Indre Akershus Blad	Bjørkelangen	3	7.457	285	104,0	MBL
Innh. Folkeblad og Verdalingen	Verdal	3	4.952	-20	99,6	MBL
Jarlsberg	Holmestrand	3	3.747	100	102,7	MBL+LLA
Jærbladet	Bryne	3	13.064	301	102,4	MBL
Kragerø Blad Vestmar	Kragerø	3	4.584	58	101,3	MBL
Kvinnheringen	Kvinnherad	3	4.595	53	101,2	MBL+LLA
Levanger-Avisa	Levanger	3	4.356	-92	97,9	MBL
Lillesandsposten	Lillesand	2	3.650	79	102,2	MBL
Lofot-Tidende	Leknes	2	5.182	137	102,7	MBL+LLA
Lokalavisa Sør-Østerdal	Elverum	2	2.084	286	115,9	MBL
Malvik-Bladet	Hommelvik	2	3.131	57	101,9	MBL
Moss Dagblad	Moss	3	6.126	-574	91,4	MBL
Møre	Volda	3	3.752	-7	99,8	LLA
Møre-Nytt	Ørsta	3	5.509	-41	99,3	MBL
Nordhordland	Lindås	2	6.294	0	100,0	MBL
Nye Troms	Moen i Målselv	3	5.017	127	102,6	MBL+LLA



Tabell 11, forts.

Avis	Utg.sted	Utg. pr uke	Opplag 2007	Endring fra 2006	Pst. av 2006	Forening
Opdalingen	Oppdal	3	2.655	12	100,5	MBL
Os og Fusaposten	Os	2	5.793	121	102,1	LLA
Rakkestad Avis	Rakkestad	3	2.568	22	100,9	MBL
Rakkestad Bygdeblad	Rakkestad	3	1.417	-79	94,7	LLA
Raumnes	Årnes	3	5.441	173	103,3	MBL+LLA
Ringsaker Blad	Moelv	3	7.327	-183	97,6	MBL
Ryfylke	Sauda	2	2.765	-49	98,3	LLA
Røyken og Hurums Avis	Slemmestad	2	3.192	-1	100,0	MBL+LLA
Saltenposten	Fauske	3	4.930	70	101,4	MBL+LLA
Sandnesposten	Sandnes	2	3.971	329	109,0	MBL
Setesdølen	Bygland	2	4.618	0	100,0	MBL
Stjørdalens Blad	Stjørdal	3	7.698	64	100,8	MBL
Strandbuen	Jørpeland	2	4.351	134	103,2	MBL+LLA
Strilen	Lindås	3	5.311	5	100,1	MBL
Suldalsposten	Sand	2	2.419	71	103,0	LLA
Sunnmøringen	Stranda	2	1.986	-4	99,8	LLA
Sykkylvsbladet	Sykkylven	2	2.937	104	103,7	LLA
Sør-Varanger Avis	Kirkenes	3	4.032	1	100,0	MBL
Trønderbladet	Melhus	3	5.881	-7	99,9	MBL
Tvedestrandsposten	Tvedestrand	3	3.605	83	102,4	MBL
Varingen	Nittedal	2	5.949	96	101,6	MBL+LLA
Vennesla Tidende	Vennesla	2	3.118	97	103,2	MBL+LLA
Vest-Telemark Blad	Kviteseid	3	5.493	21	100,4	MBL+LLA
Vesteraalens Avis	Stokmarknes	3	2.519	-58	97,7	MBL
Vestlandsnytt	Fosnavåg	2	5.393	36	100,7	MBL+LLA
VestNytt	Straume	3	6.143	121	102,0	MBL
Vikebladet Vestposten	Ulsteinvik	3	4.628	31	100,7	MBL
Ytre Sogn	Høyanger	2	1.552	-190	89,1	MBL
Ytringen	Kolvareid	2	3.344	206	106,6	MBL
Åndalsnes Avis	Åndalsnes	3	4.125	0	100,0	MBL
Åsane Tidende	Bergen	2	2.270	-264	89,6	MBL
<i>79 aviser</i>	<i>Samlet opplag</i>		<i>391.707</i>			
<i>Lokale ukeaviser</i>						
Birkenes-Avisa	Birkeland	1	1.432	16	101,1	LLA
Bygdaposten for Hjelmeland	Hjelmeland	1	1.861	-9	99,5	LLA
Bygdebl. Randaberg Rennesøy	Randaberg	1	3.071	47	101,6	MBL+LLA
Bø Blad	Bø	1	2.355	-16	99,3	LLA
Drangedalsposten	Drangedal	1	1.952	-28	98,6	LLA
Dølen	Vinstra	1	4.242	299	107,6	LLA
Eiker Bladet	Nedre Eiker	1	2.628	143	105,8	MBL+LLA
Enebakk Avis	Enebakk	1	2.984	-1	100,0	LLA
Finnmarksposten	Honningsvåg	1	1.219	-16	98,7	MBL+LLA
Fjell-Ljom	Rørros	1	2.358	-116	95,3	LLA
Fjuken	Bismo	1	4.173	64	101,6	LLA
Frolendingen	Froland	1	1.565	-34	97,9	LLA
Frostingen	Frosta	1	1.492	-8	99,5	LLA
Gaula	Melhus	1	1.703	6	100,4	LLA
Gjesdalbuen	Ålgård	1	3.420	160	104,9	MBL+LLA

Tabell 11, forts.

Avis	Utg.sted	Utg. pr uke	Opplag 2007	Endring fra 2006	Pst. av 2006	Forening
Høvågavisa	Høvåg	1	1.023	3	100,3	LLA
Inderøyningen	Sakshaug	1	1.907	34	101,8	LLA
Kanalen	Ulefoss	1	2.020	-49	97,6	LLA
Karmøybladet	Karmøy	1	1.375	116	109,2	MBL
Klæbuposten	Støren	1	-	-	NY	-
Konnerudposten	Drammen	1	-	-	-	LLA
KragerøAvisa	Kragerø	1	1.741	-162	91,5	LLA
Lierposten	Tranby	1	3.382	67	102,0	MBL+LLA
Lokalavisa NordSalten	Hamarøy	1	2.536	-45	98,3	LLA
Marsteinen	Storebø	1	2.402	116	105,1	LLA
MeløyAvisa	Glomfjord	1	2.955	159	105,7	LLA
Meråker-Posten	Meråker	1	1.199	68	106,0	LLA
Norddalen	Otta	1	2.517	369	117,2	MBL
Nordstrands Blad	Oslo	1	7.055	-785	90,0	MBL
NordVestnytt	Nordsmøla	1	1.911	-59	97,0	LLA
OPP	Oppdal	1	2.329	126	105,7	LLA
Samningen	Årland	1	1.380	6	100,4	LLA
Sande Avis	Sande	1	2.308	34	101,5	LLA
Selbyggen	Selbu	1	3.267	16	100,5	LLA
Snåsningen	Snåsa	1	1.635	2	100,1	LLA
Sola Bladet	Sola	1	4.057	187	104,8	MBL+LLA
Stangeavisa	Stange	1	2.007	544	137,2	LLA
Steinkjer-Avisa	Steinkjer	1	3.917	83	102,2	LLA
Storfjordnytt	Norddal	1	1.586	1	100,1	LLA
Sulaposten	Langevåg	1	2.465	-5	99,8	LLA
Svalbardposten	Longyearbyen	1	3.140	-212	93,7	LLA
Svelvikposten	Svelvik	1	2.554	-5	99,8	LLA
Sydvesten	Bergen	1	2.146	-42	98,1	LLA
Synste Møre	Syvde	1	2.357	83	103,6	LLA
Søgne og Songdalen Budstikke	Søgne	1	2.719	111	104,3	MBL+LLA
Søvesten	Kyrksæterøra	1	1.563	-37	97,7	LLA
Tysnes	Uggedalseid	1	2.475	30	101,2	LLA
Tysvær Bygdeblad	Grindafjord	1	1.862	-6	99,7	LLA
Vaksdal Posten	Dale	1	2.405	10	100,4	LLA
Varangeren	Vadsø	1	1.071	1.071	0,0	LLA
Vestavind	Buavåg	1	1.481	-59	96,2	LLA
Vestby Avis	Vestby	1	1.344	44	103,4	LLA
Vestnesavisa	Vestnes	1	1.935	2	100,1	LLA
Vigga	Dombås	1	2.629	164	106,7	MBL+LLA
Våganavisa	Svolvær	1	1.743	-	NY	LLA
Øksnesavisa	Øksnes	1	1.842	74	104,2	LLA
Østerdølen	Koppang	1	1.201	-9	99,3	LLA
Østhavet	Vardø	1	1.776	23	101,3	LLA
Øy-blikk	Åsestranda	1	1.864	59	103,3	LLA
Øyene	Nøtterøy	1	4.295	208	105,1	MBL+LLA
Øyposten	Finnøy	1	1.254	63	105,3	LLA
Ås Avis	Ås	1	1.221	21	101,8	LLA
<i>62 aviser</i>	<i>Samlet opplag</i>		<i>139.906</i>			

Tabell 11, forts.

Avis	Utg.sted	Utg. pr uke	Opplag 2007	Endring fra 2006	Pst. av 2006	Forening
<i>Nasjonale fådagersaviser</i>						
Assu	Kautokeino	2	1.008	33	103,4	MBL
Dag og Tid	Oslo	1	7.228	22	100,3	MBL+LLA
Fiskaren	Bergen	3	8.455	-397	95,5	MBL
Fiskeribladet	Harstad	3	6.322	121	102,0	MBL
Friheten	Oslo	1	-	-	-	
Klar Tale	Oslo	1	13.090	0	100,0	MBL+LLA
Magazinet	Oslo	3	4.005	-234	94,5	MBL
Min Aigi	Karasjok	2	1.104	-73	93,8	MBL
Morgenbladet	Oslo	1	18.735	3.015	119,2	MBL
Norge IDAG	Bergen	1	10.167	13	100,1	MBL
Ny Tid	Oslo	1	7.671	-1.587	82,9	MBL
Sagat	Lakselv	3	2.717	194	107,7	LLA
Ukeavisen Ledelse	Oslo	1	8.396	811	110,7	MBL
<i>13 aviser</i>	<i>Samlet opplag</i>		89.798			
Aften	Oslo	5	131.089	-6.052	95,6	MBL
<i>228 aviser i alt</i>	<i>Samlet opplag</i>		2.843.552			

1) Opplagstall som ikke er godkjent, er ikke vist i tabellen. Ved beregning av samlet opplag er det brukt anslåtte tall for disse avisene.