

no.01/25  
NYHETSREVUE FRA MBL OM MARKED OG MEDIETALL

# MEDIETALL



MEDIEBEDRIFTENE

## Avislesingen synker - flere strømmer video og lytter til podkast

-Avislesingen går tilbake, samtidig som trenden viser at video og podkast øker i popularitet. Konkurransen om lesernes tid og engasjement blir stadig større. Lyd og video blir viktigere, og denne utviklingen viser at mediehusene har behov for like vilkår for produktutvikling på alle flater, sier adm. dir i MBL, Randi S. Øgrey.

[Les mer](#)



## Annonseomsetning på 26,6 milliarder kroner i 2024

Annonseinvesteringene var i 2024 på totalt 26,6 milliarder kroner. Dette er ny "all-time high" for annonsemarkedet, som vokser med 4,1 prosent sammenlignet med 2023. Det er de digitale annonseinvesteringene som driver markedet, veksten i 2024 er på 7,6 prosent sammenlignet med 2023 og kategorier som sosiale nettverk (inkludert sosial video) og online video vokser kraftig.

[Les mer](#)



## Fallende mediebruk i 2024

Alle de offisielle medieundersøkelsene for 2024 viser en tilbakegang både i tidsbruk på medier og i dekning for de fleste mediene. Spørsmålet er om vi har nådd et foreløpig metningspunkt for mediebruk – døgnet har tross alt bare 24 timer.

[Les mer](#)



**Knut-Arne Futsæther**  
Kantar Media

MBL PRESENTERER

# MEDIETALL 2024

Pressens hus 11. mars kl. 09.00

Bli med når vi i MBL presenterer opplagstall for norske mediehus for andre halvår 2024 og hele 2024 for magasiner. I tillegg til opplagstallene, presenterer IRM annonseprognose for 2025, og vi vil få casepresentasjoner fra noen av bransjens klokeste hoder.

Velkommen til Pressens hus 11. mars kl. 09.00. For de av dere som ikke har anledning til å komme fysisk på arrangementet, vil arrangementet strømmes på MBLs Youtube-kanal. Arrangementet er gratis og åpent for alle. Velkommen!

[MELD DEG PÅ HER](#)



Frokostmøte om  
innholdsmarkedsføring



**Pressens hus**  
25. mars kl. 09.00



MBL inviterer til frokostmøte om innholdsmarkedsføring tirsdag 25. mars kl. 09.00 på Pressens hus. På programmet står ferske tall om annonsemarkedet på Content Marketing fra IRM. ANFO vil oppdatere oss på hva annonsørene tenker om blant annet fremtidige budsjetter til innholdsmarkedsføring, bruk av mediehusenes Content-byråer og hvilke fagmiljøer de foretrekker å jobbe med. I tillegg vil vi få presentert caser fra Schibsted, Aller og Amedia.

Arrangementet er åpent og gratis for alle.

[MELD DEG PÅ HER](#)