


 NORDICOM

Nordicom är ett centrum för nordisk medieforskning vid Göteborgs universitet. Verksamheten bedrivs med stöd av Nordiska ministerrådet.

Du hittar fler faktablad om medier och medieanvändning på vår webbplats: www.nordicom.gu.se

Tv-tittandet i Norden 2020

Pandemiåret 2020 bromsade det pågående raset för linjär-tv. För första gången på många år ökade eller stabiliserades den samlade tittartiden, vilket framför allt förklaras av att de äldre kraftigt ökade sitt tittande. I Finland, som har större tv-konsumtion än sina nordiska grannländer, tillbringade även barn och deras föräldrar mer tid framför tv-skärmen.

Det här faktabladet handlar om nordbornas tittande på linjär tv. Det tar upp daglig räckvidd och tittartid, vilka kanaler som är störst och vilka tv-operatörer som fick störst publik under 2020. Jämförelser görs främst med år 2019 men går i viss mån även längre tillbaka i tid.

Uppgifterna baseras på de officiella mätningarna av tv-tittandet som görs inom tv-branschen i respektive land. Data är inte helt jämförbara mellan länderna. Bland annat finns skillnader i befolkningsunderlaget (populationen) vilket innebär att i Danmark och Norge baseras data på hela befolkningen, i Finland, Island och Sverige på tv-befolkningen, och även åldersgrupperna varierar. För Island ska även noteras att enbart de två största tv-företagen ingår i mätningarna. Vi uppmanar därför till inte använda statistiken till detaljerade jämförelser mellan länder, utan för att skönja stora drag och trender.

Mer information om mätningarna finns i slutet av faktabladet, tillsammans med länkar till Nordicoms statistikdatabas och andra källor med längre dataserier för tv-tittandet.

Fler tittade på tv-nyheter under 2020

Efter några toppår runt 2008–2012 i samband med införandet av marksänd digital-tv, har intresset för linjär-tv stadigt minskat, särskilt bland yngre personer. I stället växer tittandet på strömmade tjänster.

Pandemiåret 2020 blev dock ett speciellt år för våra medievanor. En rad nationella undersökningar pekar på en ökad mediekonsumtion. Nordborna sökte både förströelse, synligt bland annat i en kraftig tillväxt för strömmade tjänster, och information, manifesterat i ett ökat intresse för framför allt tv-nyheter och digitala nyhetssajter. Under våren 2020 ökade tittandet framför allt på de nationella kanalernas löpande nyhetsrapportering. För tv-tittandet betydde det att pandemin stannade upp fallet som pågått de senaste tio åren.¹

¹ Uppgifterna om nyhetstittandet under Covid-19 är från: Ohlsson, J., Blach-Ørsten, M., Willig, I. (2021) *Covid-19 och de nordiska nyhetsmedierna*. Nordicom (<https://www.nordicom.gu.se/sv/publikationer/covid-19-och-de-nordiska-nyhetsmedierna>).

Så här mycket tittade nordborna på tv totalt

Nästan sex av tio nordbor tittade dagligen på linjär tv under 2020, lika många som året innan. Även tittartiden 2020 landade på samma nivå som 2019, eller till och med ökade i Finland. Även om uppgifterna för räckvidd och tittartid inte helt kan jämföras mellan länderna, kan vi ändå konstatera att i Finland står tv-tittandet starkare än i övriga Norden. (Tabell 1 och 2).

Tabell 1. Daglig räckvidd för tv-tittandet i de nordiska länderna 2017–2020 (andel av befolkning, procent)

År	Danmark Ålder 3+	Finland Ålder 4+	Norge Ålder 10–79	Sverige Ålder 3+
2017	61	68	u.s.	62
2018	58	66	58	58
2019	58	66	56	56
2020	56	67	56	55

Kommentar: Population = befolkningen i Danmark och Norge, tv-befolkningen i Finland och Sverige. På grund av metodbyte redovisas inte data för Norge 2017. För Island finns inga uppgifter. Källor: Kantar Gallup Danmark, Finnpanel, Kantar TNS Norge, MMS.

Tabell 2. Tittartid på tv i de nordiska länderna 2017–2020 (minuter/dag)

År	Danmark Ålder 3+	Finland Ålder 4+	Island Ålder 12–80	Norge Ålder 10–79	Sverige Ålder 3+
2017	150	168	u.s.	u.s.	140
2018	142	165	u.s.	127	133
2019	137	162	68	117	127
2020	135	167	68	118	129

Kommentar: Population = befolkningen i Danmark och Norge, tv-befolkningen i Finland, Island och Sverige. På grund av metodbyte redovisas inte data för Norge 2017. Islands data baseras på de två största tv-företagen under vecka 42 respektive år (övriga länder är årsgenomsnitt). Källor: Kantar Gallup Danmark, Finnpanel, Gallup Island, Kantar TNS Norge, MMS.

Kraftigt ökat tittande bland äldre

Men bakom den samlade bilden finns skillnader i olika åldersgrupper. Av tabell 3, som visar tittartiden i olika åldersgrupper, framgår att de som ökade sitt tittande under 2020 var personer från 55–60 år och äldre. Bland yngre personer fortsatte nedgången, återigen med undantag för Finland där även barn 4–9 år och personer från 35 år och äldre såg mer på tv under 2020 jämfört med 2019.

När det gäller de äldre var ökningen i tittartid dessutom kraftig. I Norge ökade tittartiden med nästan en halvtimme bland 65–79-åringarna, i Sverige med drygt 20 minuter bland personer från 60 år och uppåt, och i Finland med 16 minuter bland personer från 65 år och uppåt. I Danmark var ökningen mer blygsam med bara några minuter i de äldsta grupperna.

Tabell 3. Daglig tittartid i olika åldersgrupper 2020 samt skillnad i tittartid 2019–2020 (minuter)

Land	Åldersgrupper	Daglig tittartid 2020 Minuter	Skillnad 2019–2020 Minuter
Danmark	Alla 3+	135	-2
	3–11	37	-4
	12–18	25	-6
	19–34	55	-8
	35–54	123	-8
	55–70	236	6
	71+	283	5
Finland	Alla 4+	167	5
	4–9	53	5
	10–14	26	-4
	15–24	32	-5
	25–34	81	-8
	35–44	136	11
	45–64	210	4
	65+	324	16
Norge	Alla 10–79	118	1
	2–9	28	-3
	10–19	27	-5
	20–34	37	-11
	35–44	76	-6
	45–54	147	-3
	55–64	195	8
	65–79	268	28
Sverige	Alla 3+	129	2
	3–14	32	-8
	15–24	24	-13
	25–39	57	-6
	40–59	141	-8
	60+	277	22

Kommentar: Population = befolkningen i Danmark och Norge, tv-befolkningen i Finland och Sverige. För Island finns inga uppgifter.

Källor: Kantar Gallup Danmark/Kulturministeriet, Finnpanel/Statistikcentralen, Kantar TNS Norge/medienorge, MMS.

En eller två stora kanaler per land – public service i topp

Vilka kanaler tittar då nordborna på? I alla länder är det public service-kanaler som har störst daglig räckvidd och störst tittartidsandel. I Danmark gäller det TV 2 och DR1, i Finland YleTV1, på Island RÚV, i Norge NRK1 och i Sverige SVT1. Därutöver platsar ytterligare en public service-kanal – DR2, YleTV2, NRK2 och SVT2 – bland de fem största i sina länder. I Norge har dessutom TV 2, som kommer

på andra plats, public service-förpliktelser enligt avtal med staten (norska TV 2 ägs av danska Egmont och finansieras av reklam).

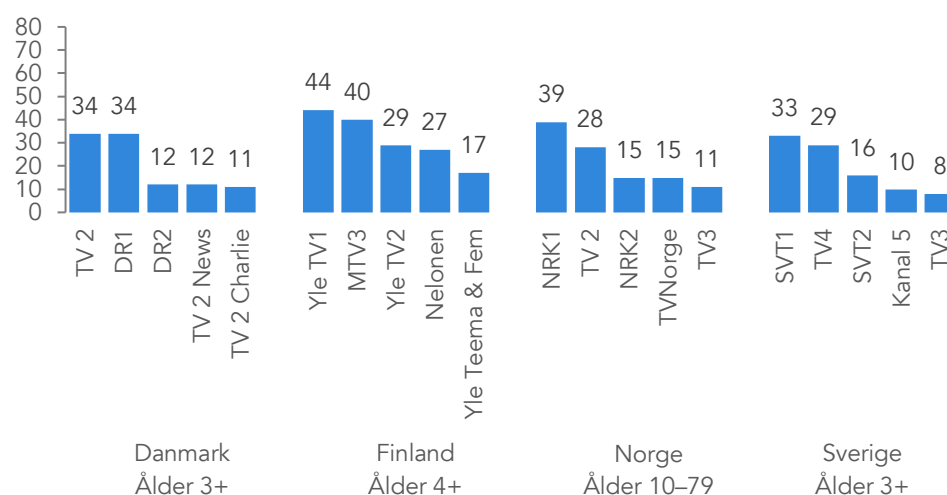
Av de fem största tv-kanalerna i varje land är en eller två betydligt större än de andra. Dessa kanaler har alltid varit störst och även om de tappat tittare håller de sig kvar i toppen. Längre nådde de 50–60 procent av befolkningen på daglig basis, idag når de runt 30–40 procent.

Positionerna för de största kanalerna ser dock olika ut i länderna. Medan Danmark och Sverige domineras av två jämstora kanaler – TV 2 och DR1 i Danmark samt SVT1 och TV4 (ägt av Telia) i Sverige – är det i Norge en kanal, NRK1, som är större än de andra i både räckvidd och andel av tittartid.

I Finland har de största kanalerna, YleTV1 och MTV3 (också ägt av svenska Telia), ungefär lika stor daglig räckvidd. Men sedan skiljer sig Finland återigen från övriga Norden genom att ytterligare två kanaler, YleTV2 och Nelonen (finska Sanoma), når en stor del av befolkningen på daglig basis. Mätt i andel av tittartid dominerar dock YleTV1, som är nästan dubbelt så stor som MTV3 på andra plats.

Isländska data visar att RÚV-TV hade 67 procent av den dagliga tittartiden under 2020. Den höga andelen beror på att sedan 2019 mäts endast RÚV-TV och Sýns kanaler (Stöð 2-kanalerna). Detta efter att en tredje aktör, Sjóvarp Simans, lämnat mätningen. Som jämförelse hade RÚV under 2018 53 procent, Stöð 2 (huvudkanalen) 24 procent och Sjóvarp Simans 9 procent. (Sýn är Islands största kommersiella mediebolag, medan Sjóvarp Simans ägs av Síminn, landets största telekombolag.)

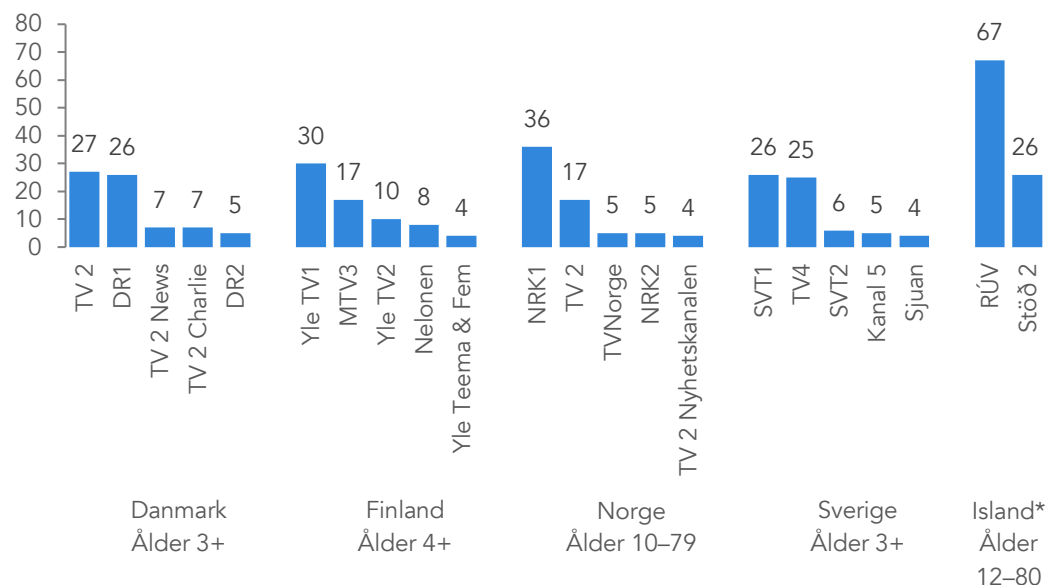
Figur 1. De fem största tv-kanalerna i respektive nordiskt land efter daglig räckvidd 2020 (andel av befolkning, procent)



Kommentar: Population = befolkningen i Danmark och Norge, tv-befolkningen i Finland och Sverige. Daglig räckvidd i Danmark och Sverige motsvarar andel som har tittat fem minuter oavbrutet på kanalen; medan Finland och Norge baserar data på en minuts tittande.

Källor: Kantar Gallup Danmark/Kulturministeriet, Finnpanel, Kantar TNS Norge/medienorge, MMS.

Figur 2. De fem största tv-kanalerna i respektive nordiskt land, efter andel av tittartid 2020 (procent)



*Från och med 2019 baseras Islands tittartidsandelar på RÚV-TV och Sýns kanaler (Stöð 2-kanalerna, av vilka huvudkanalen Stöð 2 ovan har 26%). För jämförelse: under 2018 hade RÚV 53 procent, Stöð 2 24 procent och Sjóvarp Simans (som därefter har lämnat mätningen) 9 procent. Tittartiden baseras på data för vecka 42 (övriga länder är årsgenomsnitt).

Kommentar: Population = befolkningen i Danmark och Norge, tv-befolkningen i Finland, Island och Sverige.

Källor: Kantar Gallup Danmark/Kulturministeriet, Finnpanel, Gallup Island, Kantar TNS Norge/medienorge, MMS.

Som nämnts är det också dessa Nordens stora nationella kanaler som ökat under pandemin 2020, bland annat på grund av löpande nyhetssändningar och myndigheters presskonferenser. Utsträckt över året har såväl daglig räckvidd som tittartidsandel ökat med 1-2 procentenheter per kanal (grafer över de största tv-kanalernas förändringar finns i Nordicoms tabelldatabas).

En annan förändring från 2019 till 2020 gäller TV3:s position bland de största kanalerna i Danmark, Norge och Sverige. I de två sistnämnda länderna har TV3 (NENT Group) behållit sin femteplats mätt i daglig räckvidd, men har för första gången åkt ut från topplistan baserad på tittartid. I Norge gjorde istället TV2 Nyhetskanalen entré på femte plats, medan Sjuan kom in i Sverige. I Danmark petade TV 2 Charlie ner TV3 från femte platsen i räckviddstoppen, vilket betyder att DR och TV2-gruppen nu står bakom landets fem största tv-kanaler både i räckvidd och tittartidsandel.

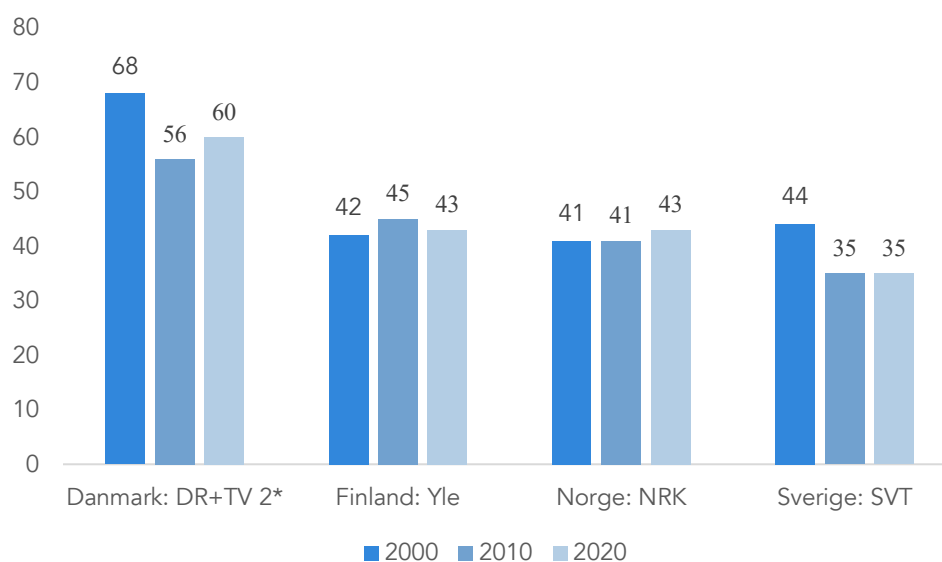
Stabila publikandelar för public service-tv över tid

De nordiska public service-företagen har även samlat sett behållit sina positioner i förhållande till andra tv-aktörer över åren (figur 3).

Högst andel har public service-televisionen i Danmark. Under 2020 uppnådde de två danska public service-organisationerna tillsammans 60 procent (DR 33% samt TV 2:s huvudkanal 27%) av tittartiden. Lägst tittartidsandel för public service hade Sverige, med SVT på 35 procent.

Eftersom RÚV:s andel (67 procent under 2020) sedan två år baseras enbart på de två största tv-företagen ingår inte Island i tidserien.

Figur 3. Public service-tv:s samlade andel av tittartiden i respektive nordiskt land 2000, 2010 och 2020 (procent)



*I Danmark baseras public service-tv:s tittartidsandel på DR:s alla kanaler samt TV 2 Danmarks huvudkanal TV 2. Deras separata andelar av tittartiden för år 2000: DR (32%), TV 2 (36%); år 2010: DR (28%), TV 2 (28%); och år 2020: DR (33%), TV 2 (27%).

Kommentar: Population = befolkningen i Danmark och Norge, tv-befolkningen i Finland och Sverige. Data över public service-tv:s andelar för alla år 2000–2020 finns i Nordicoms statistikdatabas. Där ingår även en tidserie för Island (som inte presenteras ovan på grund av 2019 års ändringar i mätunderlaget). Källor: Kantar Gallup Danmark/Kulturministeriet, Finnpanel, Kantar TNS Norge/medienorge, MMS.

Tv-bolagens publik-andelar: förändrade positioner i Danmark

I Norden finns fyra huvudsakliga linjär-tv-aktörer per land, med undantag för Island som har två (figur 4). Aktörerna består av nationella public service-företag, nationella kommersiella tv-företag samt tv-företag med verksamhet i flera nordiska länder.

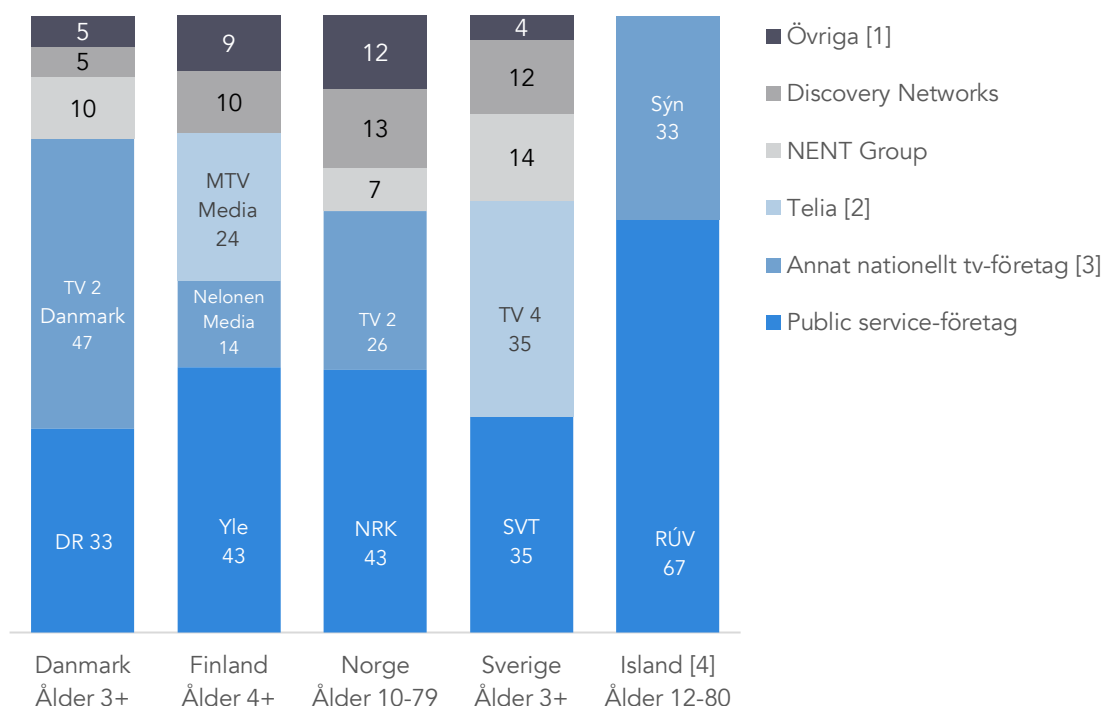
Ägarbilden är nordisk. Det betyder att utöver de nationellt ägda public service-företagen, har även de största kommersiella tv-bolagen nationella eller andra nordiska ägare: danska TV 2 (vars kanaler med undantag för huvudkanalen är kommersiellt finansierade) ägs av danska staten, Nelonen och MTV3 i Finland har landets största medieföretag Sanoma respektive det svenska telekombolaget Telia i ryggen, medan TV 2 i Norge ägs av danska medieföretaget Egmont och TV4 i Sverige av Telia. De tv-företag som sänder i flera nordiska länder är svenska NENT Group och amerikanska Discovery Networks.

Störst nationellt tv-ägande har Sverige och Danmark. I Sverige tar public service-företaget SVT tillsammans med de kommersiella tv-bolagen TV4 och NENT Group runt 85 procent av tittartiden, samtidigt som DR och TV 2 Danmark, som båda ägs av danska staten, tar runt 80 procent av tittartiden i Danmark.

Över tid har positionerna mellan aktörerna hållit sig i stort sett stabila, men under 2020 ledde några större kanalförändringar i Danmark ändå till ett skifte. Från 2019 till 2020 minskade DR sin tittartidsandel från 36 till 33 procent och Discovery Networks från 9 till 5 procent, samtidigt som TV 2-gruppen ökade sin andel markant från 40 procent till 47 procent, det vill säga nästan hälften av danskarnas samlade tittartid. Bara NENT Group stannade på samma andel som året innan, 10 procent.

Bakom skiftet står nedläggningar och omläggningar av kanaler samt en konflikt om distribution. Efter en politiskt beslutad sparplan för DR stängdes tre av bolagets linjär-tv-kanaler. Från och med januari 2020 är DR K sammanslagen med DR2, medan DR3 och DR Ultra har blivit rent digitala kanaler, vilket betytt en minskad tittartidsandel för DR totalt sett. Att Discovery Networks nästan halverade sin tittartidsandel i Danmark förklaras av en oenighet mellan Discovery och YouSee, som är Danmarks största tv-distributör. Konflikten har lett till att Kanal 5 och resten av Discoverys tv-kanaler sedan början av 2020 inte längre distribueras i YouSees tv-paket.

Figur 4. Tv-företagens samlade andelar av tittartiden i respektive nordiskt land 2020 (andel av tittartid, procent)



¹ Övriga = Tittartidsandelar för kanaler utanför de största tv-företagen.

² Telias tv-verksamhet inkluderar TV4-gruppen i Sverige, MTV Media i Finland och C More (betal-tv och strömningstjänster).

³ "Annat nationellt tv-företag" refererar till bolag som bedriver kommersiell tv-verksamhet i ett enda nordiskt land: TV 2 Danmark, vars huvudkanal TV 2 (tittartidsandel 27%) har public service-status (ägs av danska staten), TV 2 i Norge (ägs av danska Egmont Group), Nelonen Media i Finland (ägs av finska Sanoma) och Sýn hf. som är det största kommersiella mediebolaget på Island.

⁴ Från och med 2019, ingår enbart RÚV-TV och Sýns kanaler (Stöð2-kanalerna) i tv-mätningen. Av deras sammanlagda tittartid, har RÚV-TV 67 procent och Sýn 33 procent. En jämförelse med 2018, visar att RÚV-TV då hade 55 procent, Sýn 36 procent och "övrig tv" 9 procent. (Bakom "Övrig tv" stod huvudsakligen tv-gruppen Sjónvarp Simans, som ägs av Islands största telekombolag Síminn, som sedan valt att lämna mätningen.)

Kommentar: I bolagens andelar ingår alla huvudkanaler. Däremot ingår inte alltid det totala antalet kanaler (de som i så fall saknas är så kallade pan-territoriella kanaler med små andelar). Data över andelar för åren 2000–2020 finns i Nordicoms statistikdatabas. Population = befolkningen i Danmark och Norge, tv-befolkningen i Finland och Sverige.

Källor: Kantar Gallup Danmark/Kulturministeriet i Danmark, Finnpanel, Gallup Island, Hagstofa Íslands (isländska statistikcentralen), Kantar TNS Norge/medienorge, MMS.

Om statistiken

Nordicoms sammanställningar för linjär tv i Norden baseras på de officiella mätningarna av tv-tittandet som görs inom tv-branschen i respektive land. I mätningarna ingår tittandet på tv ”live” både linjärt och online samt tidsförskjutet tittande 0–7 dagar. (Utländska strömmade tjänster ingår inte.). Notera att data är inte helt jämförbara länderna emellan.

I **Finland och Sverige** mäts tv-tittandet via tv-meterundersökningar (kallas även People Meter). Populationen i undersökningarna är tv-befolkningen, det vill säga personer som i sitt hushåll har tillgång till minst en tv-mottagare.

- [Finnpanel: TV-mätarundersökningen \(Finland\)](#)
- [MMS: Så mäts tv-tittandet \(Sverige\)](#)

På **Island** mäts också tv-tittandet via tv-meterundersökningar i tv-befolkningen (de som har tillgång till tv). Eftersom data för årsgenomsnitt inte är öppet tillgängliga på Island, används i faktabladet data för en specifik vecka (vecka 42 i oktober) och resultaten är därför känsligare för enskilda tv-händelser. Sedan 2019 ingår enbart de två största tv-företagen på Island i mätningarna.

- [Gallup: Sjóvarpsmælingar \(Island\)](#)

I **Danmark och Norge** introducerades nya mätningar 2017 respektive 2018, då ländernas respektive tv-meterundersökning kompletterades med utökade möjligheter att fånga upp det digitala tittandet. Sedan dess baseras resultaten på hela befolkningen, det vill säga även personer som inte har tillgång till en tv-apparat.

- [Kantar Gallup Danmark: Seer-måling](#)
- [Kulturministeriet i Danmark: Mediernes udvikling 2020. Metoder](#)
- [medienorge: Metodebeskrivelse for TV-kanalenes seertall per år](#)

Finn mer tv-statistik

Här finner du mer nordisk och nationell mediestatistik baserade på de nationella mätinstitutens data.

Norden

- [Nordicoms mediestatistikdatabas](#)

Danmark

- [Kulturministeriets Rapportering om mediernes udvikling i Danmark](#)
- [DR Medieforsknings årlige rapport Medieudviklingen](#)

Finland

- [Finska statistikcentralens mediestatistikservice \(tabelldatabas\)](#)
- [Finnpanels basdata samt årsrapporter om tv-tittandet](#)

Island

- [Gallup Íslands databas](#)

Norge

- [medienorges statistikdatabas](#)

Sverige

- [MMS årsrapporter](#)

I Norge och Sverige genomförs årliga Mediebarometerundersökningar, som är frågeundersökningar som belyser medievanor i befolkningen och utvecklingen över tid. Rapporter och statistik är öppet tillgängliga via länkarna nedan.

Norge

- [Statistisk Sentralsbyrå \(SSB\): Norsk mediebarometer](#)
- [medienorges statistikdatabas](#)

Sverige

- [Nordicoms Mediebarometerundersökning](#)
- [Nordicoms publikation MedieSverige 2021](#)

Eva Harrie

E-post: eva.harrie@nordicom.gu.se

Datainsamlingen är gjord i samarbete med Nordicoms nordiska statistiknätverk: Kulturministeriets Rapportering om mediernes udvikling i Danmark, Statistikcentralen i Finland, Hagstofa Íslands (isländska statistikcentralen) och medienorge.

Publicerad: Juni 2021