

Tallenes tale

TRENDER 2024

Kjartan Tyvand økonomi- og IT-ansvarlig

Faktabasert

Pålitelig

Ansvarlig

- Opplags- og frekvensutvikling
- Digitalutvikling
- Annonseutvikling



FAGPRESSEN

240 medlemmer



Medlemsutvikling

Medlemsutvikling siste 10 år*



 Fagpressen

* Pr 1.1 hvert år

Opplags- og frekvensutvikling



Opplagskontrollerte medlemsutgivelser 2023

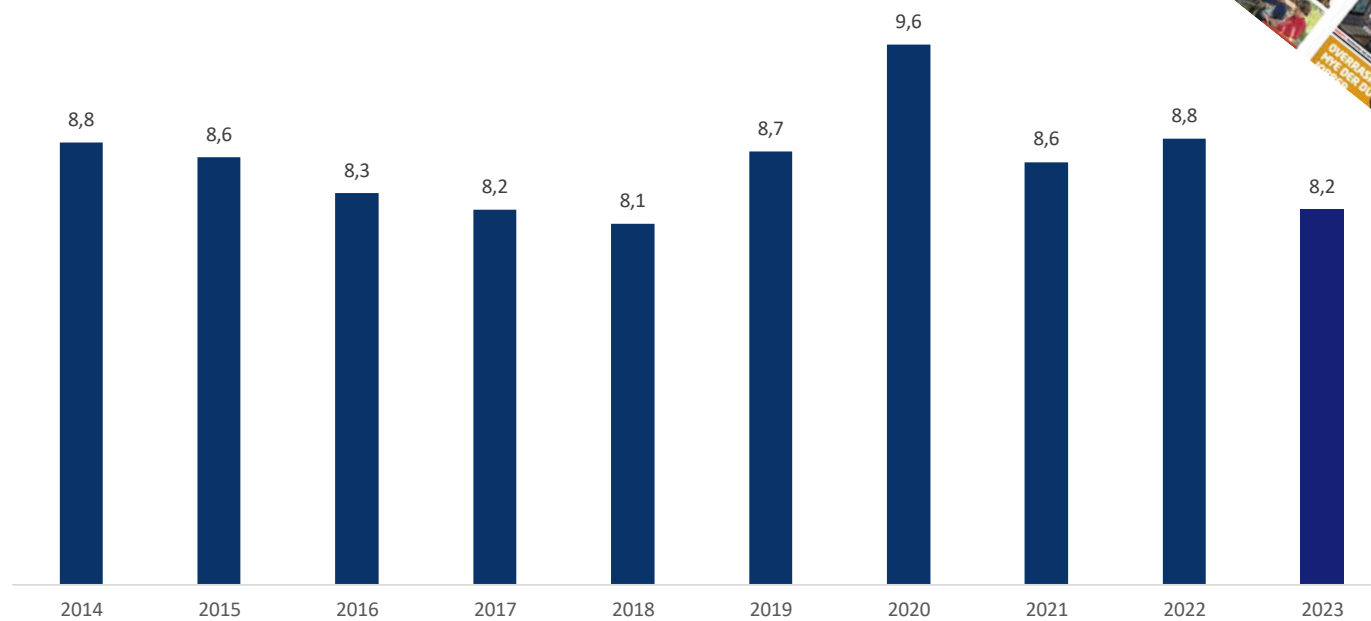
3 172 838*

- 25 863 eller - 0,8%

* Gjennomsnittsoplag pr. utgivelse



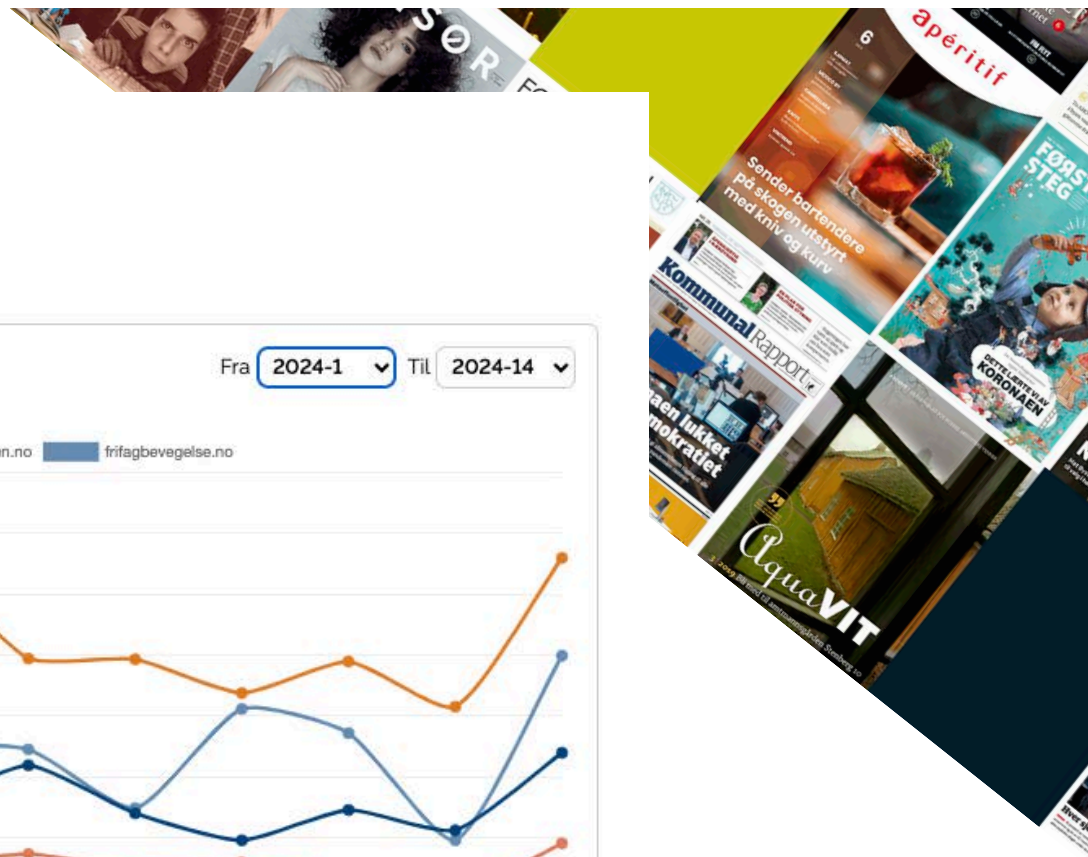
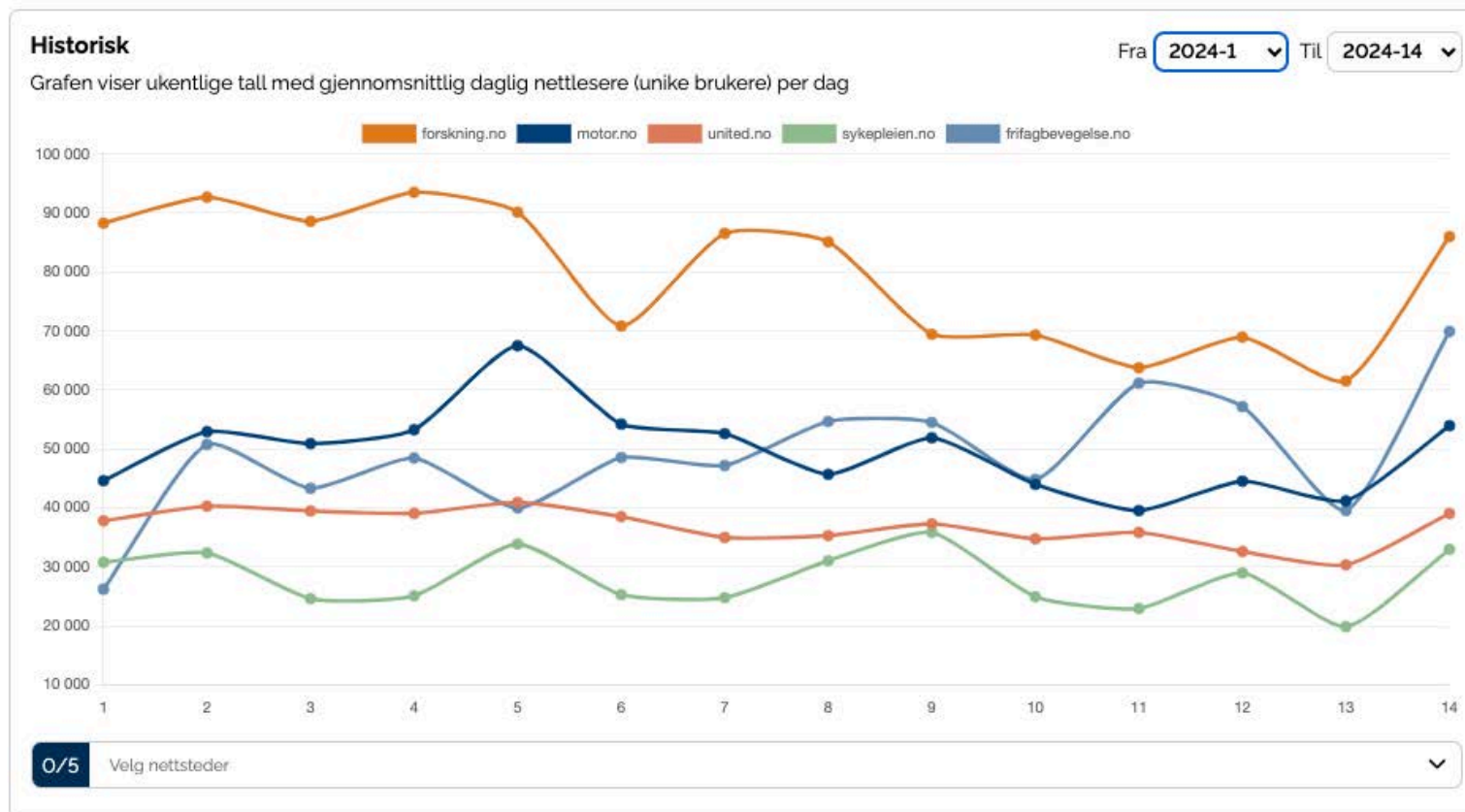
Frekvensutvikling de siste 10 år



Digitalt



Topplisten | Fagpressemålingen



Topplisten uke 14

Uke

Tallene viser et gjennomsnitt per dag fra valgt uke

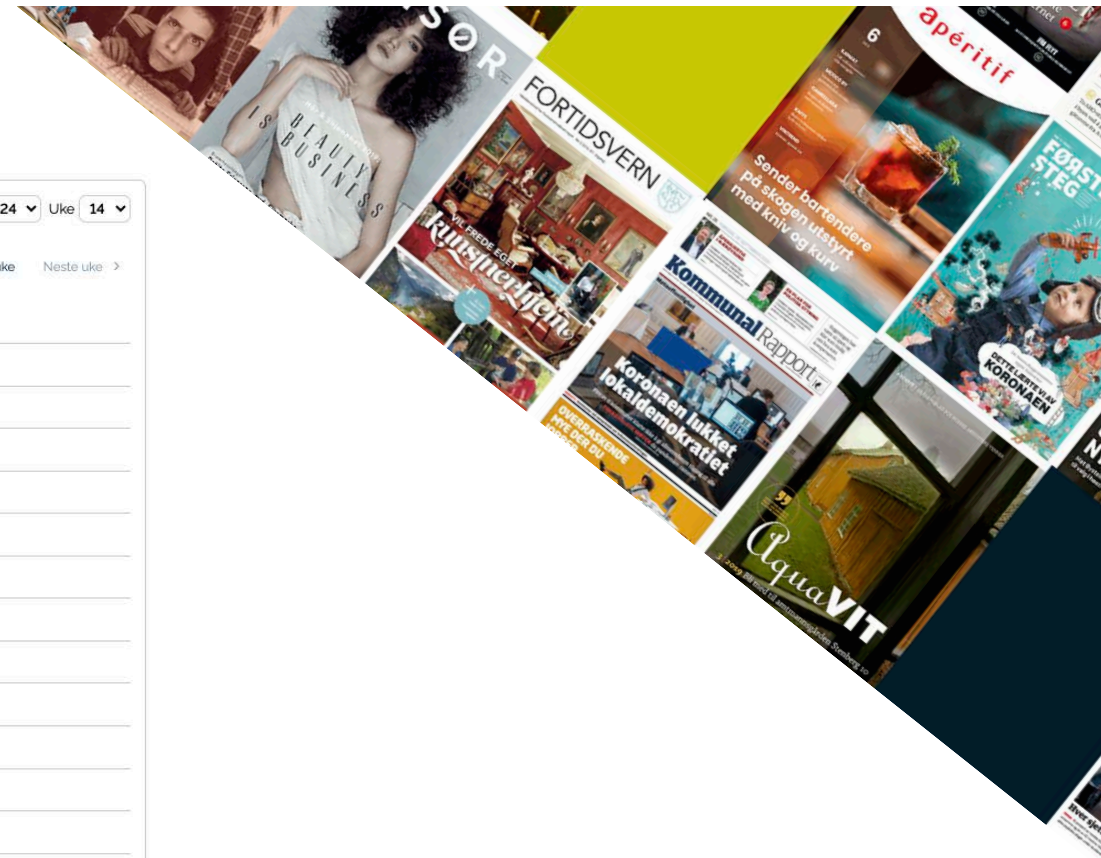
År 2024 Uke 14

Totalt Desktop Mobil

Tabell Graf

< Forrige uke Neste uke >

#	Nettsted	Nettlesere	Sesjoner	Sidevisninger
1	forskning.no	85 980 ↗	93 971 ↗	131 767 ↗
2	frifagbevegelse.no	69 901 ↗	77 990 ↗	109 503 ↗
3	motor.no	53 916 ↗	60 707 ↗	96 553 ↗
4	united.no	39 028 ↗	75 315 ↗	199 462 ↗
5	sykepleien.no	32 937 ↗	36 016 ↗	48 608 ↗
6	nhi.no	26 867 ↗	30 791 ↗	46 902 ↗
7	khrono.no	22 834 ↗	28 735 ↗	55 574 ↗
8	forsvaretsforum.no	21 828 ↗	26 275 ↗	53 588 ↗
9	aperitif.no	21 790 ↘	24 939 ↘	43 086 ↘
10	tidsskriftet.no	21 482 ↗	23 223 ↗	33 048 ↗
11	bygg.no	19 490 ↗	25 404 ↗	58 475 ↗
12	fagbladet.no	17 528 ↗	19 610 ↗	26 309 ↗
13	m24.no	16 374 ↗	18 109 ↗	28 574 ↗
14	utdanningsnytt.no	16 292 ↗	17 569 ↗	24 900 ↗
15	at.no	14 649 ↗	16 216 ↗	23 970 ↗
16	dagensmedisin.no	12 685 ↗	14 168 ↗	24 087 ↗
17	gamer.no	10 173 ↘	15 682 ↗	39 216 ↗
18	tgn.no	7 920 ↘	27 264 ↘	41 600 ↘
19	journalisten.no	6 722 ↘	7 449 ↘	12 008 ↘
20	europower.no	6 602 ↗	7 734 ↗	20 401 ↗
21	bobilverden.no	5 771 ↗	6 139 ↗	7 889 ↗



Oppsummert opplag og brukerutvikling i Fagpressen

Papir:

- Fortsatt oppsiktsvekkende stabilt papiroplag
- Etter 15 års opplagsoppgang er det likevel verd å merke seg at det nå er redusert opplag og frekvens
- Frekvensreduksjonen på papir utfordrer annonseomsetningen

Digital brukerutvikling:

- Etter sterk korona-vekst, ser vi utflating i 2023
- 73 % mobilbruk, 27 % pc-bruk

Fagpressekanalens posisjon i markedet:

Fortsatt ekstremt sterk posisjon på papir.

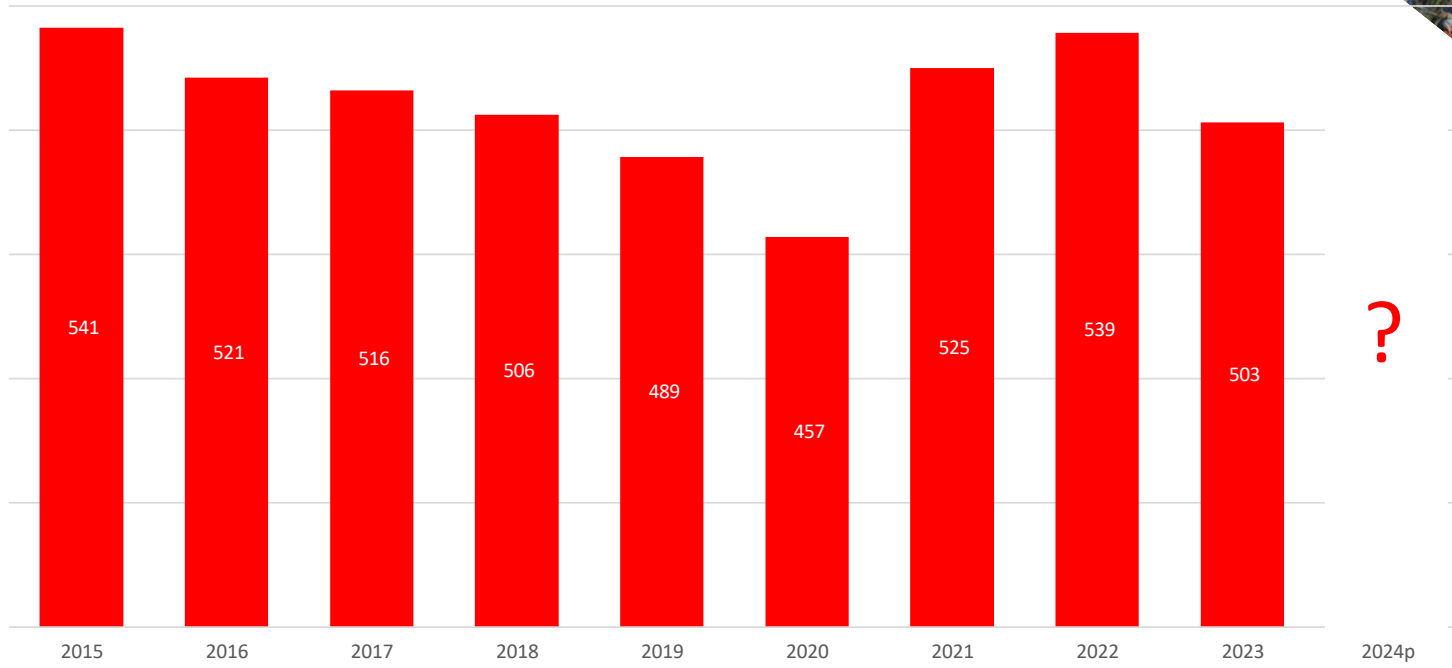
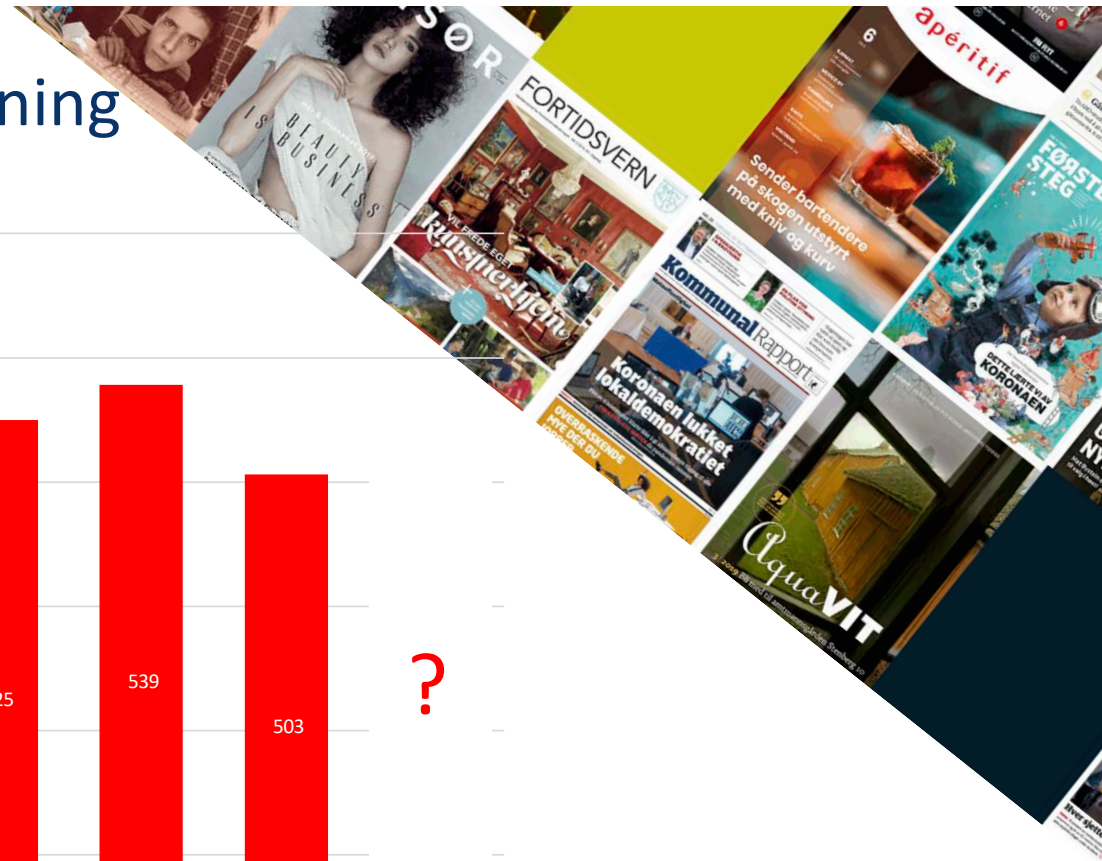
Kanalens digitalposisjon er etablert, og stabil utvikling i 2023.



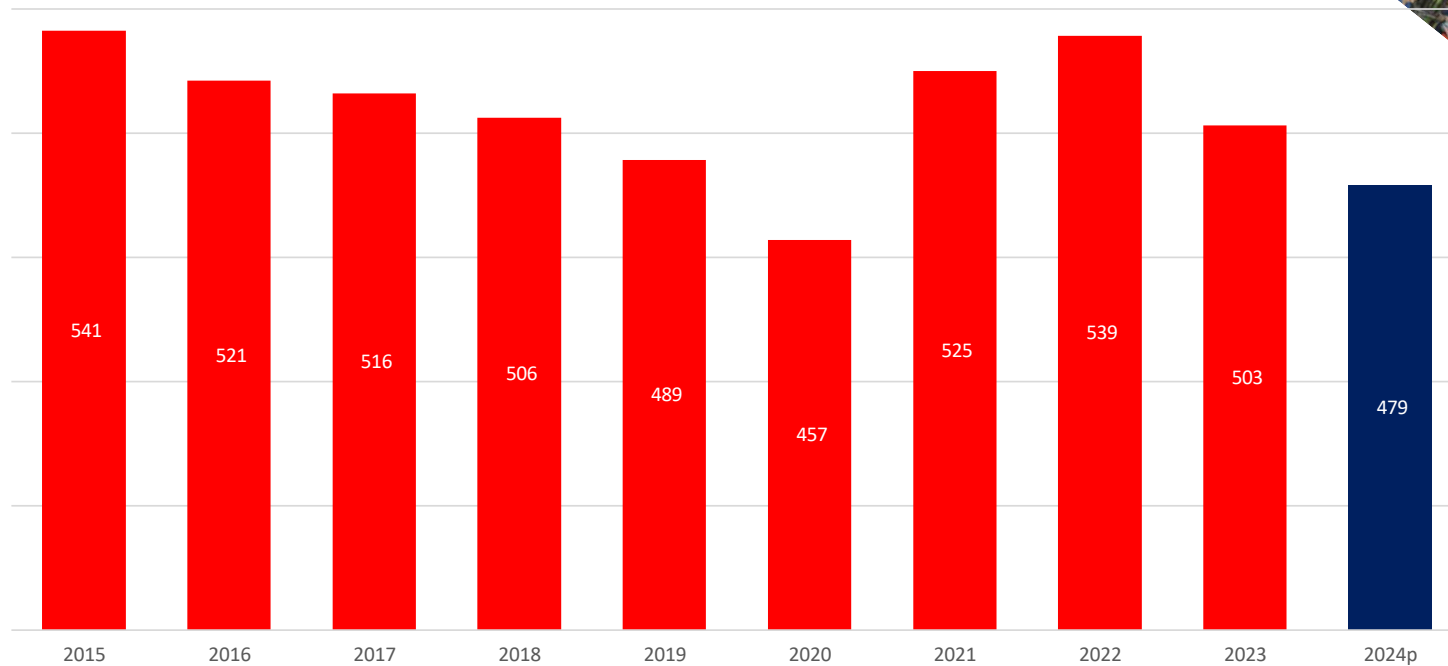
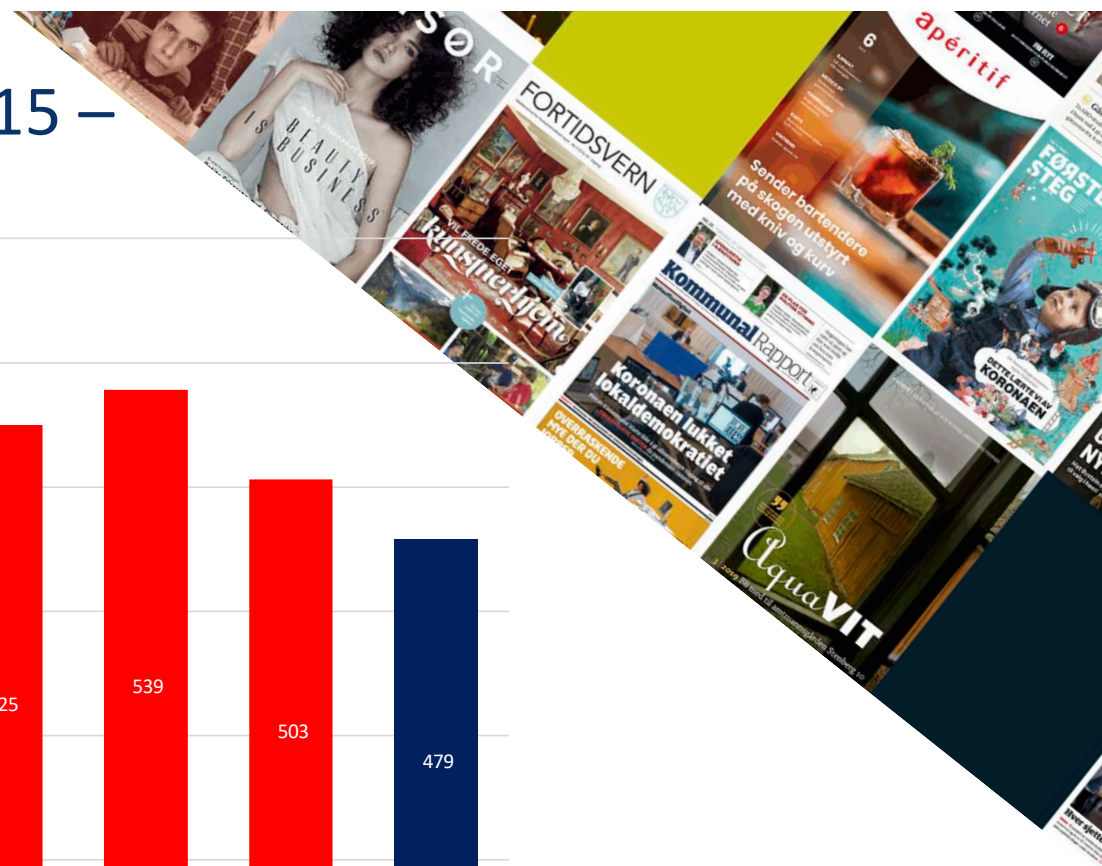
Annonseomsetning 2023 og prognosen 2024



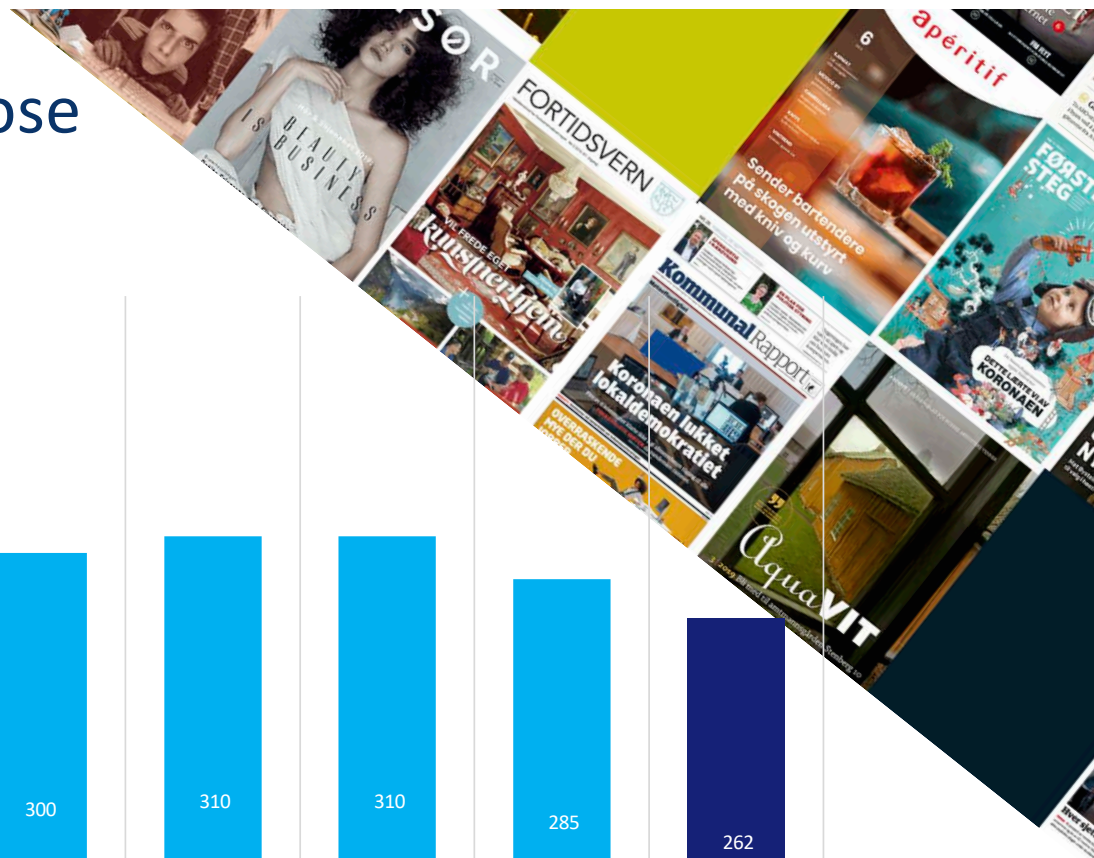
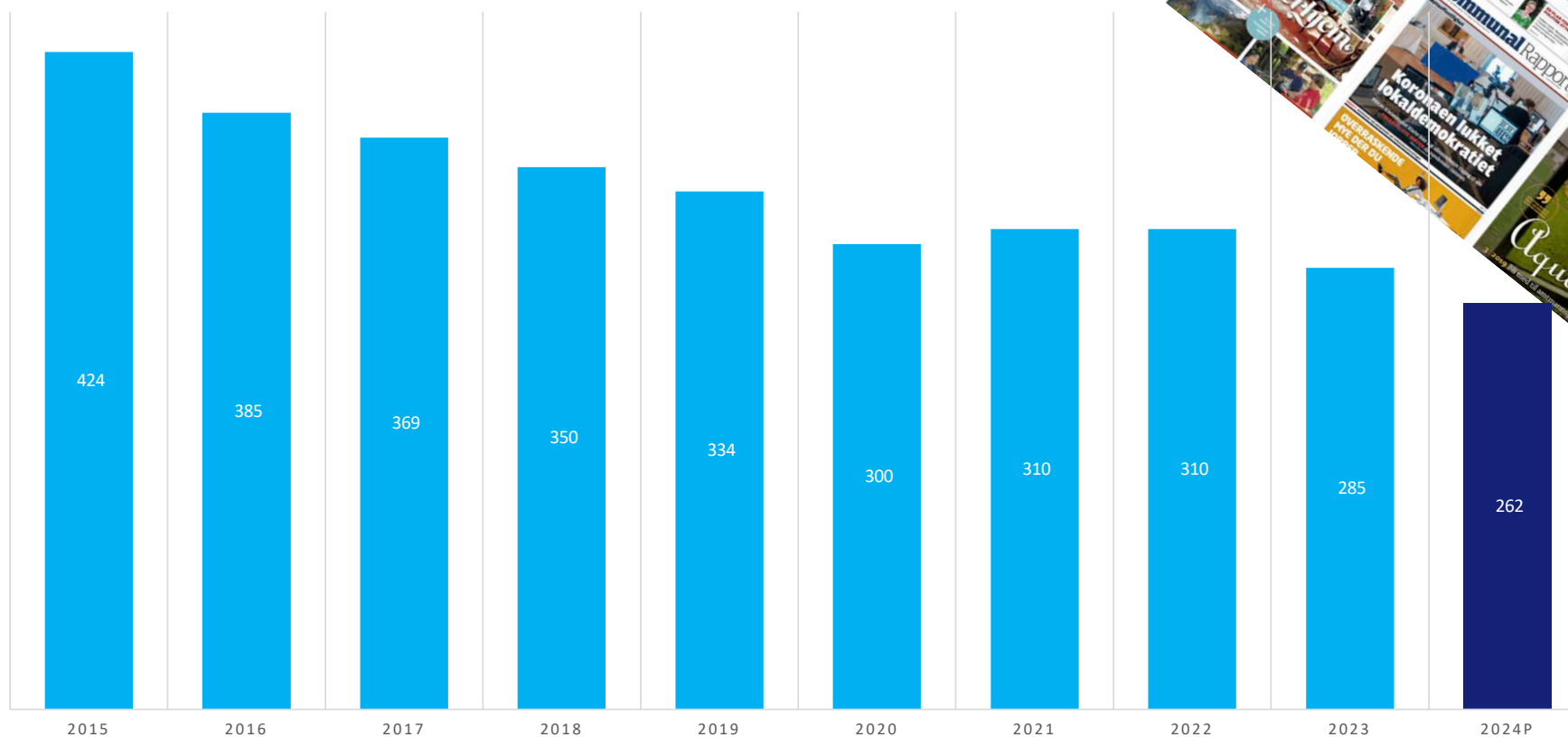
Fagpressens totale annonseomsetning 2015 – 2024 prognose



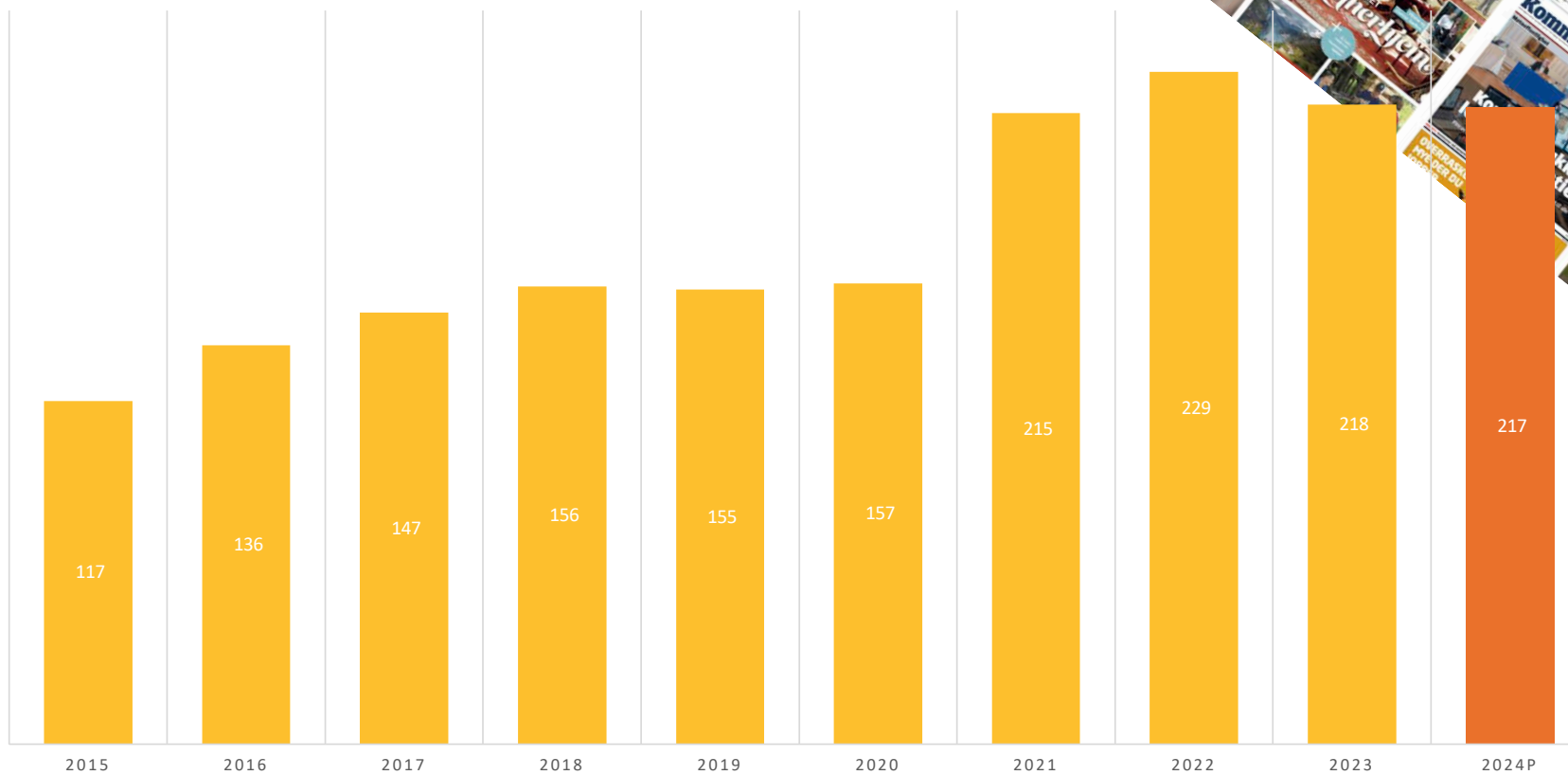
Fagpressens annonseomsetning 2015 – 2024 prognose



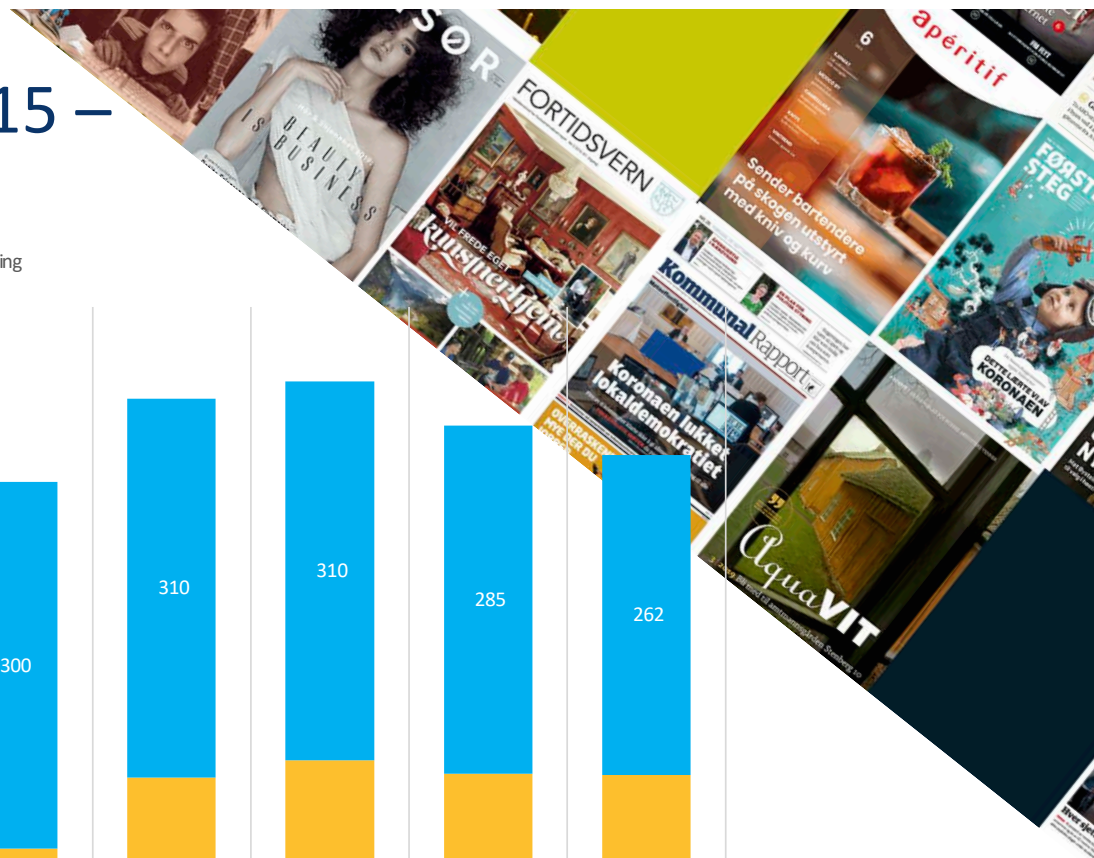
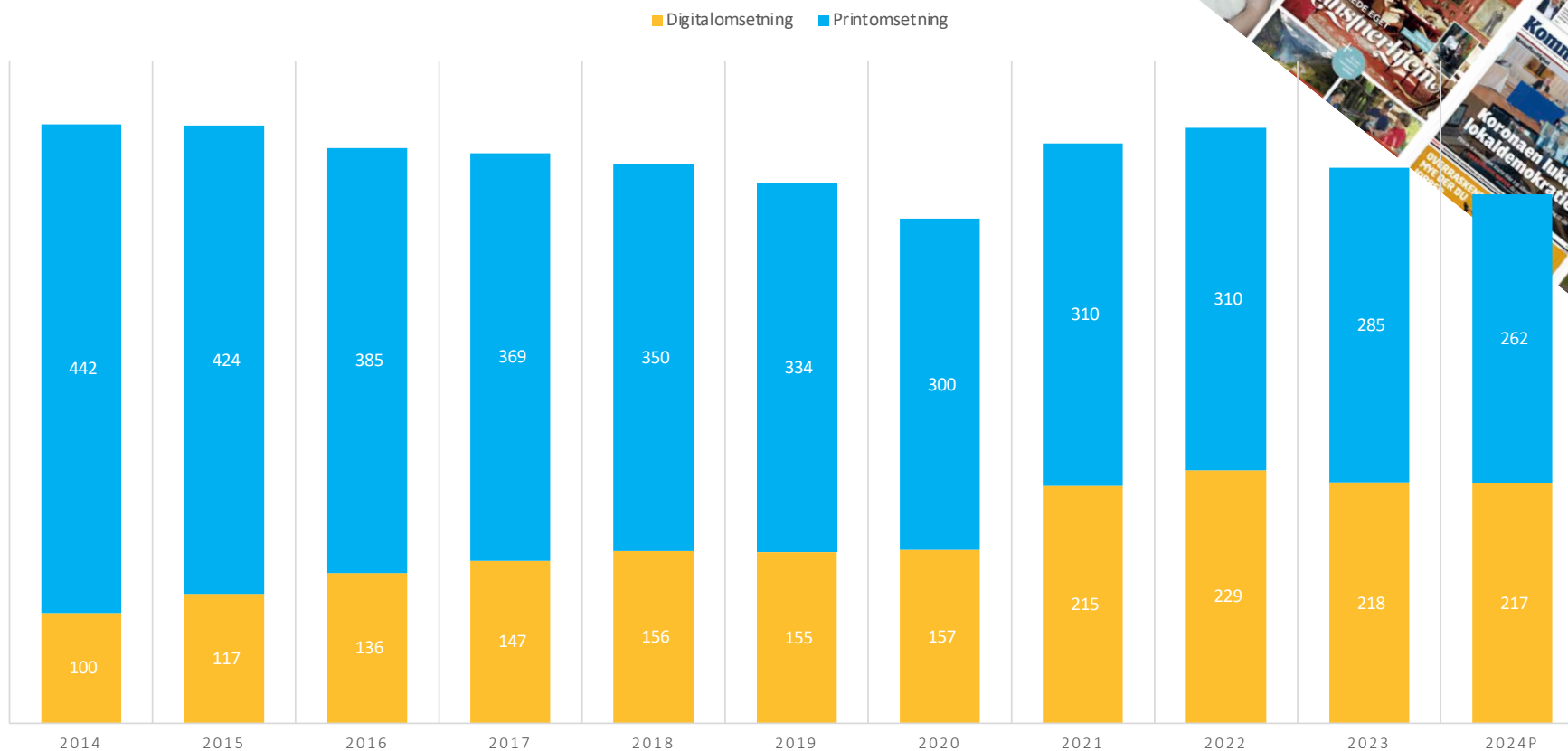
Printomsetning 2015 – 2024 prognose



Digitalomsetning 2015 – 2024 prognose



Fagpressens annonseomsetning 2015 – 2024 prognose



FAGPRESSEN

Trender -konferansen 2024
Per Brikt Olsen

Fagpressens planer for
digital annonsering

Digitalprosjektet i Fagpressen

Bakgrunnen for prosjektet:

Alle våre konkurrenter kan tilby markedet dybdeinnsikt og dedikerte målgrupper – både enkeltvis og inn i en sammenheng. Annonser tilbys på kjøpsplattformene som annonsørene bruker.

Det er avgjørende for å opprettholde og videreutvikle annonseomsetningen for norske nisjemedier, at vi også kan tilby et konkurransedyktig produkt.

Fagpressens mål:

Fagpressen skal legge til rette for at enkeltmediene og salgsselskapene som representerer fagmediene, skal kunne tilby annonsemarkedet tilsvarende digitale annonseprodukter.

Digitalprosjektet i Fagpressen

Digitalprosjektet ble startet i 2018.

Første del:

Fellesavtaler for å sikre større likhet i bruk av digitale verktøy:

Labrador CMS

Adnuntius annonsestyring

Kilkaya som standard måleverktøy

GDPR-kompatible, standardiserte samtykkeløsninger for den enkelte utgave og på tvers av nettutgavene

Status:

Stor andel nettsider er på compatible løsninger. Vi har lykket med å bli mer teknologisk enhetlige.

Digitalprosjektet i Fagpressen

Grunnleggende forutsetning for alle digitale medier:

Fundamentet for å kunne utøve kunnskapsdrevet digital journalistikk og kommersiell utvikling, er å ha en identifikator (ID).

Når mediet vet hvem leseren er, kan den enkelte redaksjon utvikle og personalisere journalistikken.

Grunnlaget for dette skapes når leseren registrerer seg (persondata) – alternativt gir sitt samtykke til innhenting av data relatert til sine maskiner (førsteparts-cookies).

Ved å etablere en «Fagpressen-ID» på tvers av mediegruppen, vil vi kunne utvikle redaksjonelt og kommersielt samarbeid på tvers, basert på innsikt i brukeratferden – på tvers av mediene som er med i grupperingen.

Digitalprosjektet i Fagpressen

Andre del: Digital annonseløsning startet opp i 2021/22.

- Opprettet Fagpressen-ID basert på førsteparts-cookies.
- Sikret samtykkeløsning på tvers for å muliggjøre deling av data mellom deltagende nettutgaver.
- Bygget relevante målgrupper som er salgbare og som faktisk etterspørres i annonsemarkedet.

Status: **Vi har på plass GDPR-sikret og utprøvd løsning som fungerer.**

Digitalprosjektet i Fagpressen

Dette bruker konkurrentene for å samle inn data

Selskap	Teknologi
Google	Google Analytics
Facebook	Facebook pixel
Schibsted	SPID
Amedia	aID

Faktisk eksempel på hvordan bildet ser ut i dag

Nettsted	Estimert mnd annonse visninger	Samtykke	Data	Adnuntius annonesys	Salgs nettverk	Medl. CALT	Nettverk salg
	-						
united.no	60 000 000	1	1		1	1	Ja
NHI.no	39 410 455				x		
Bygg.no	24 531 540			1	x		
forskning.no	20 353 050	1		1	x	1	
Frifagbevegelse.no	12 601 500						
Aperitif.no	9 126 834	1	1	1	1	1	Ja
tidskriftet.no	8 798 265			1	x		
khrono.no	7 785 588	1	1				
sykepleien.no	7 470 225		1	1	x		
Gamer.no	6 789 930				x		
TGN.no	6 599 621				x		
at.no	6 000 000			1	x	1	
Utdanningsnytt.no	5 582 976			1	x		
trav365.no	5 457 550				x		
forsvaretsforum.no	5 332 062	1	1	1	1	1	Ja
ut.no	4 800 000			1	x		
dagensmedisin.no	4 402 992	1	1	1	1		
rett24.no	3 932 257				x		
Journalisten.no	3 262 254	1	1	1	1	1	Ja
fagbladet.no	2 985 114	1	1		1		
subjekt.no	2 229 458	1	1		1	1	Ja
Universitetsavisa.no	2 188 662				x		
cupido.no	2 004 336						
bondebladet.no	2 000 000	1	1			1	
medier24.no	2 000 000	1	1	1	1		Ja
politiforum.no	2 000 000	1	1	1	1		

Digitalprosjektet i Fagpressen

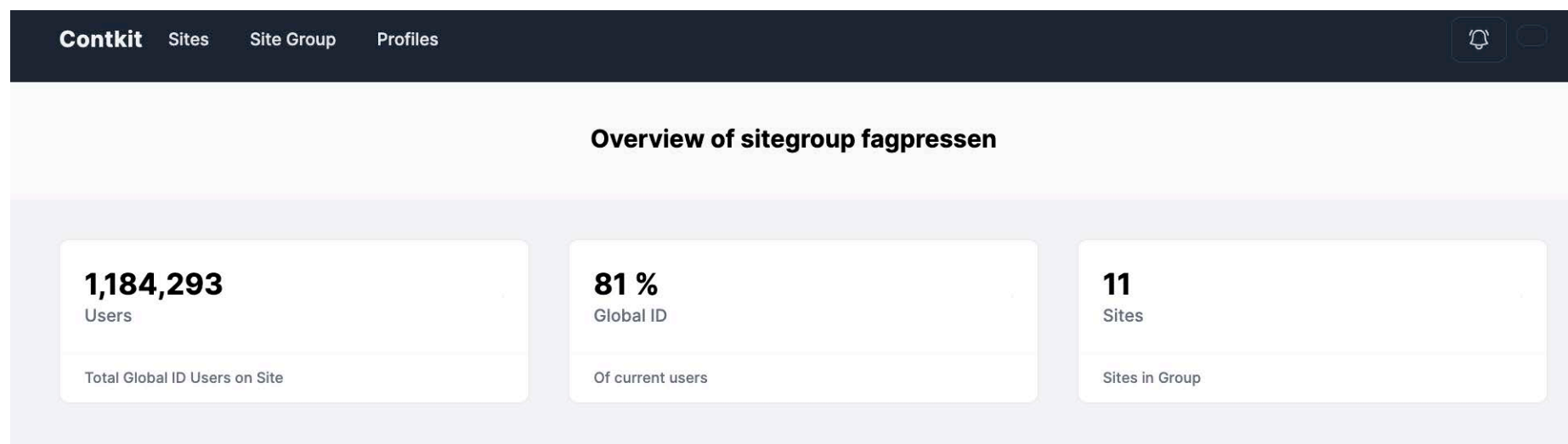
Test av automatisert salg av databerikede annonser

Tredje del: Vi har gjort en vellykket test av automatisert salg av data-berikede annonser mot mediebyrå er gjennomført i 1. kvartal 2024.

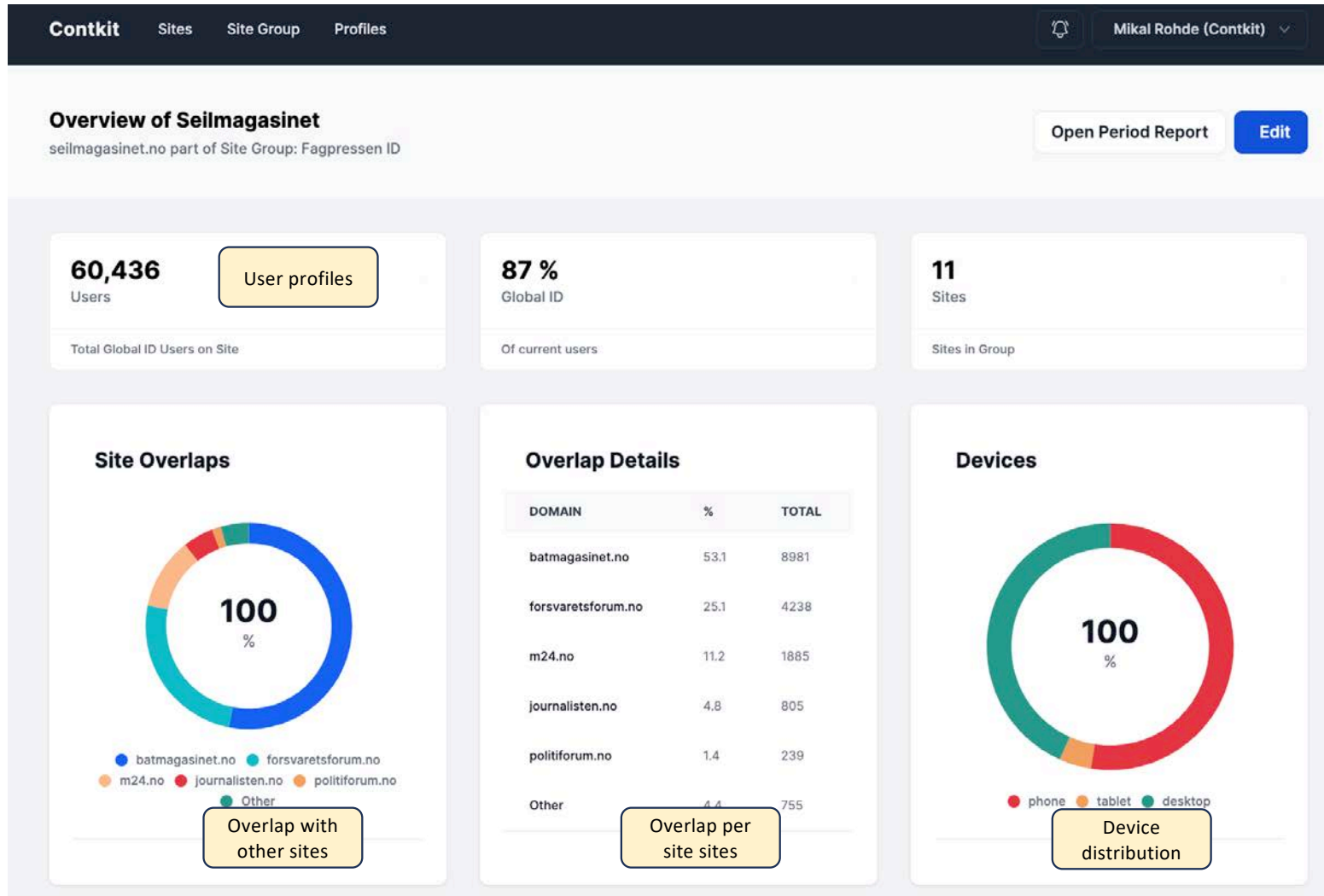
Status:

- Fagpressen har nå for første gang en total infrastruktur som fungerer.
- Det er identifisert 1,2 millioner unike adresser basert på førsteparts-cookies.
- Det er bygget enkle målgrupper basert på innhenting av data fra 12 medlemstitler.
- Det er automatisert salg av annonser overfor et mediebyrå.

Fagpressen-ID på tvers av nettsteder



Eksempel på bruk av Fagpressen-ID



Eksempel på våre enkle datasett pr i dag

Selections Copy from Targeting Templates Copy from Line Item

Show Reach Panel

- Ad Units
12 selected
- Sites
0 selected
- Site Groups
0 selected
- Ad Unit Matching Labels
0 selected
- Segments**
0 selected
- Categories
0 selected
- Geospatial Areas
0 selected
- Locations
0 selected
- Devices
0 selected
- Keywords
0 selected
- Key Values
0 selected
- Viewability
0 selected
- Retargeting Entries
0 selected
- Day Parts
0 selected
- Dates
0 selected
- URLs
0 selected
- Domain Names
0 selected
- IP Addresses
0 selected

Segments

> Copy from Targeting Template | > Save as Targeting Template |

Simple Complex (with AND and NOT)

No user segments are selected for targeting.

Available Segments

Search for and select segments from the table below.

Search Search User Segments

Name	ID	Description	Data Source	CPM	Active	Actions
Bil og båt	r5wz23zqqvwm6lm	Her finner du folk som er interessert i bil, båt og mc	Adnuntius	-	Active	+
Bygg og eiendom	6fxthd582sz25tdl	Brukere som er innenfor eiendomsutvikling, bygg, entreprenører og arkitekter	Adnuntius	-	Active	+
Familie	nwzbn95lbn8q0gm		Adnuntius	-	Active	+
Forskning	hg08p5hlbxd6wtb6		Adnuntius	-	Active	+
Gaming	jr5z7jy3yqqttyfl		Adnuntius	-	Active	+
Helse og velvære	9kkbzfpkrmntnxpw		Adnuntius	-	Active	+
Helsepersonell	vf6867x7166tkwb6	Sykepleiere, ambulanspersonell, helsefagarbeidere	Adnuntius	-	Active	+
Helsepolitikk	ltzsws691r3hv2d	Helsepolitikk, regulatoriske	Adnuntius	-	Active	+
Hus og hjem	2rtcf6v31z7g09n9		Adnuntius	-	Active	+
Jobb og stilling	8p2n1lbhn0qgxf6	Her finner du folk som er interessert i jobb og stillinger	Adnuntius	-	Active	+
Landbruk	q73r0yqwxv8v1d55	Folk som jobber innen lakdbruk	Adnuntius	-	Active	+
Leger	cpn0p8l0bs9jvtf	i denne kategorien finner vil sykhusedere, farmasøyerog leger	Adnuntius	-	Active	+
Mat og drikke	52c8syrzlsngcg5	Folk med interesse for mat og drikke	Adnuntius	-	Active	+
Mediebransje	cq6029sc121m0fbj	Folk som jobber innen eller mot mediebransjen	Adnuntius	-	Active	+
Mote og fashion	38wms3pbztqgw2pq		Adnuntius	-	Active	+
Økonomi og finans	hkh9l8xdb9pht2lz		Adnuntius	-	Active	+
Reise og ferie	y29rjhfdzbgghb00		Adnuntius	-	Active	+
Samfunn	7ndbc1prfn87v9h	Her finner du: Jus, politikk og forsvar	Adnuntius	-	Active	+
Seilbåt interesse	wb81xj3kzy1yrm8j	Folk med interesse for seilbåter	Adnuntius	-	Active	+
Shopping	0rd3s3mdhhw5d3h0		Adnuntius	-	Active	+

Reach

Determine how much traffic is available for your current targeting selections.

The reach analysis will provide an traffic estimate for the following 7 days based on historical data.

Run Reach Analysis

DISPLAY-ANNONSERING KORT FORTALT

Display-annonser brukes hovedsakelig på tre måter:

Direktekjøp:

Forhåndsbestemt kjøpsavtale med utvalgt publisist eller et nettsted med et bestemt antall annonsevisninger i en gitt periode

Programmatisk kjøp:

Helautomatiserte kjøp av annonseplasseringer på nettsteder og hos publisister, via digitale kjøp- og salgsplattformer.

Google Ads Display:

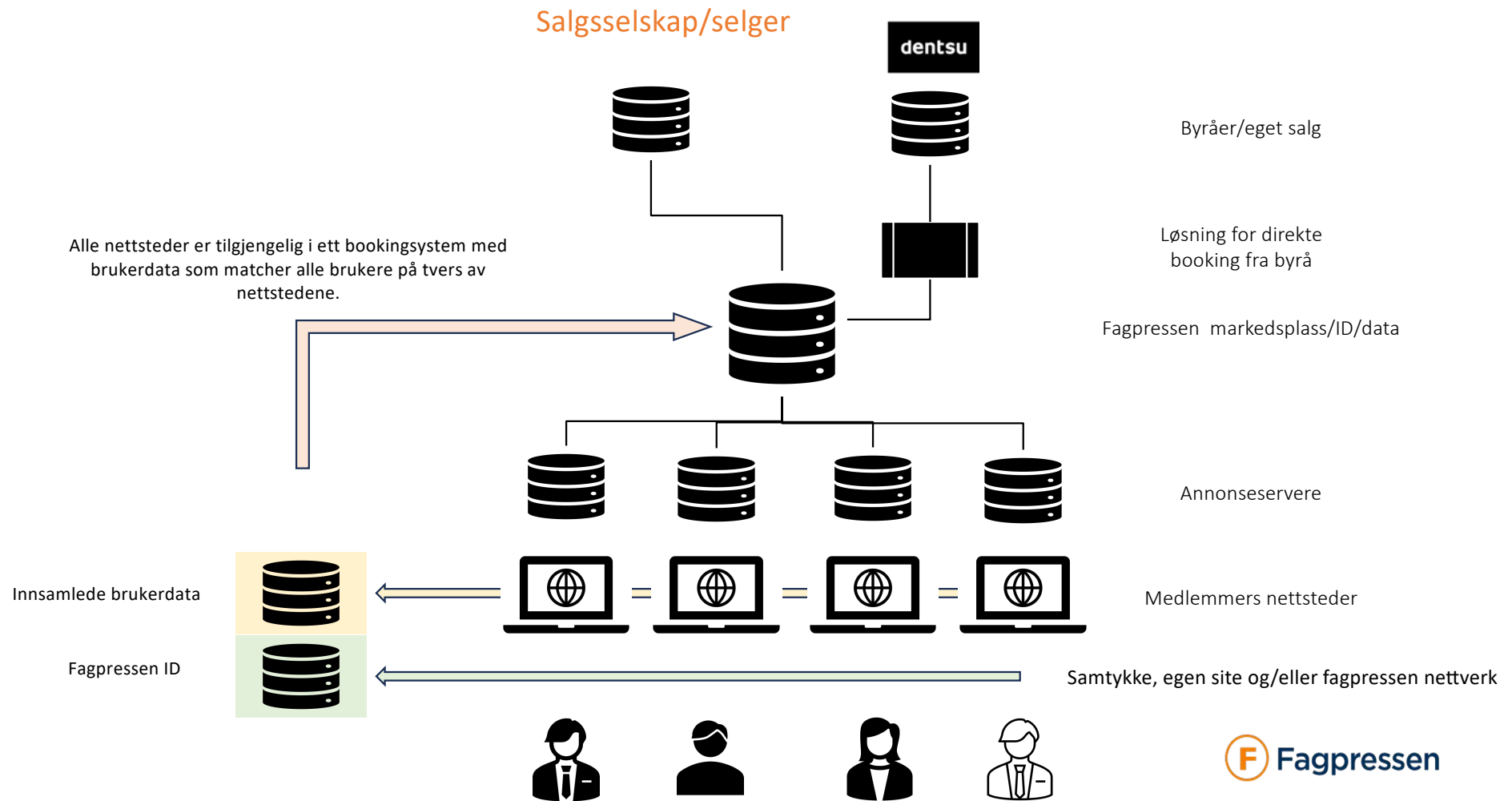
Helautomatiserte kjøp av bannerannonsering i Google Displaynettverket. Dette inkluderer millioner av nettsider, apper og Google-eide områder som YouTube og Gmail.

Viktig:

Det ene utelukker ikke utelukker det andre. De tre kjøpsmetodene har alle klare fordeler og ulemper. Hvilke man bør velge, avhenger av kampanjen man ønsker å annonsere for. Det er også vanlig å kombinere kjøpsmetodene slik at man treffer et relevant publikum i flere deler av kjøpsreisen.

For norske fagmedier er det avgjørende å være til stede i alle kategoriene, hvis vi ska markedsandelene.

Fagpressens økosystem



Digitalprosjektet i Fagpressen

De mest nærliggende trusler/årsaker til ikke å lykkes:

- For få medlemstitler blir med på å dele data, slik at produktet ikke blir sterkt nok.
- Nettsteder som ikke er kommersielt avhengig av annonsesalg, opplever ikke behovet for dybdeinnsikt via ID for sin redaksjonelle utvikling.
- Salgsselskapene arbeider mot prosjektet fremfor å se nødvendigheten og verdien av å jobbe for prosjektet.
- For svak organisering av nettverkssalget.
- For svak sentral styring av Fagpressen-ID
- Markedet krever persondata som grunnlag for Fagpressen-ID
- Parallelt løp med å bygge ut Fagpressen-ID

Digitalprosjektet i Fagpressen

Hva skal til for at vi kan lykkes?

- Vi må sikre god nok kommunikasjon til at alle fagmedier, og sette deres representanter i stand til å forstå hvorfor dette er klokt å gjøre.
- Vi må ha mange flere titler med i samarbeidet.
- Vi må utvikle et konkurransedyktig og interessant nok produkt, der volum og datakvalitet er avgjørende.
- Vi må organisere bruken av Fagpressen-ID på en måte som sikrer sentralisert kontroll.
- Vi må sikre forankring av salgsstrategien for norske nisjekanaler.
- Vi må sikre trygghet for eierskap og kontroll over egne data for hvert enkelt medium.
- Vi må få felles aksept for fordeling av inntekter relatert til deling av data.

Digitalprosjektet i Fagpressen

Fokusområder:

Invitere til informasjonsmøter i mai og juni, med mål om å få flere med i nettverket.

Videreutvikle kommersielt interessante målgrupper.

Øke aktiviteten med salg og testsalg.

Sikre rolleavklaring gjennom vanntett avtaleregulering av hele verdikjeden.

Vurdere organisering for å sikre nettverkssalg, bygging av målgruppedata og sentral kontroll over FagpressenID .

Oppstart av parallelt opplegg for innhenting av persondata til Fagpressen-ID.

(På vegne av fellesskapet har vi søkt innovasjons og utviklingsstøtte i samarbeid med forskning.no)

FAGPRESSEN

Faktabasert

Pålitelig

Ansvarlig

TAKK!

Faktabasert

Pålitelig

Ansvarlig