

MMS Årsrapport 2025
2024-12-30 – 2025-12-28

Innehåll

Förord	4
Om rapporten	5
Tittarmått och andra begrepp	6
Totalvideo	7
Totalvideo – Kommentarer till totalmätningen 2025	7
Totalvideo – Uppmätta kanaler och tjänster	8
Totalvideo – Tittandet samlat månad för månad, genomsnittlig dag (MMS-månad)	9
Totalvideo – Tittandet samlat per genomsnittlig veckodag 2024 och 2025	9
Totalvideo – Topplista över datum med högst daglig räckvidd (tusental) 2025	10
Totalvideo – Mediebolag översikt – Räckvidd (%) per dag och vecka samt tittartid (min) per dag 2024 och 2025	10
Totalvideo – Mediebolag översikt – Räckvidd (tusental) per dag samt respektive åldersgrupps andel av räckvidden (%) 2025	11
Totalvideo – Programtopplistor i målgruppen Alla 3-99 år 2025	12
Totalvideo – Mest sedda program respektive månad i målgruppen Alla 3-99 år 2025	16
Totalvideo – Programtopplistor per genre i målgruppen Alla 3-99 år 2025	17
TV	20
TV – Kommentarer till TV-mätningen 2025	20
Uppmätta TV-kanaler och Onlinevideotjänster	21
TV – Genomsnittlig tittartid (minuter) och daglig räckvidd (tusental) uppdelat på live- och tidsförskjutet tittande 2010-2025 (MMS-år)	22
TV – Genomsnittlig tittartid (minuter), daglig räckvidd (tusental och %) och veckoräckvidd (tusental) livetittande månad för månad 2023-2025 (MMS-månad)	23
TV – Genomsnittlig tittartid (minuter), daglig räckvidd (tusental) och daglig räckvidd (%) livetittande uppdelat på veckodag 2023-2025 (MMS-år)	23
TV – Genomsnittlig tittartid (minuter) livetittande bland män, kvinnor och olika åldersgrupper 2023-2025 (MMS-år)	24
TV – Genomsnittlig publikstorlek (rating %) livetittande per timme 06-24 under olika veckodagar 2025 (MMS-år)	25
TV – Enskilda loggkanaler översikt – Genomsnittlig daglig räckvidd (%) och veckoräckvidd (%) livetittande 2024-2025	26
TV – Enskilda loggkanaler översikt – Genomsnittlig tittartid (minuter) och tittartidsandel (%) livetittande 2024-2025	27
TV – Genomsnittlig daglig räckvidd (tusental) för enskilda loggkanaler samt respektive målgrupps andel av räckvidden (%) 2025 (MMS-år)	28
TV – Genomsnittlig daglig räckvidd (%) för mediebolag samlat 2025 (MMS-år)	29
TV – Genomsnittlig tittartidsandel (%) för mediebolag samlat 2025 (MMS-år)	30
TV – Programtopplistor i målgruppen Alla 3-99 år under 2025 (MMS-år)	31
TV – Programtopplistor per genre i målgruppen Alla 3-99 år under 2025 (MMS-år)	32
TV – Enskilda icke-loggkanaler översikt – Genomsnittlig veckoräckvidd (%) livetittande 2024-2025 (MMS-år)	35
Onlinevideo	36

Onlinevideo – Kommentarer till onlinevideomätningen 2025.....	36
Onlinevideo – sites/tjänster	36
Onlinevideo – Mediebolag översikt – Genomsnittligt antal starter, antal spenderade timmar per dag och daglig räckvidd (%) 2023-2025 (MMS-år).....	37
Onlinevideo – Mediebolag översikt – Räckvidd (tusental) per dag samt respektive åldersgrupps andel av räckvidden (%) 2025	38
Onlinevideo – Programtopplistor i målgruppen Alla 3-99 år under 2025 (MMS-år)	39
Onlinevideo – Programtopplistor övriga format/klipp i målgruppen Alla 3-99 år under 2025 (MMS-år)	40
Onlinevideo – Programtopplistor per genre i målgruppen Alla 3-99 år under 2025 (MMS-år)....	41
Reklam i Totalmätningen, TV- och Onlinevideomätningen.....	44
Totalvideo – Tio största annonsörerna i antal TRP% under 2025 (MMS-år).....	44
TV – Tio största annonsörerna i antal TRP% under 2023-2025 (MMS-år)	45
Onlinevideo – Tio största annonsörerna i antal TRP% under 2023-2025 (MMS-år)	45
TV – Antal aktiva annonsörer och produkter under 2020-2025 (MMS-år)	46
MMS mätningar och metoder	48
Om MMS och dess uppdrag	48
Videopanelen	48
Basundersökningen	48
TV-mätningens metod 2025	49
Onlinevideomätningens metod 2025	49
Totalmätningens metod 2025	51

Förord

Transformationen inom videoannonsering fortsatte under 2025. Annonsmarknaden växte flera procent under året, liksom under det föregående året, efter en svag period under åren 2022–2023. Onlinevideo och social video har varit speciellt drivande i den totala ökningen för annonsmarknaden, båda med tvåsiffrig tillväxt. Broadcast-TV har å andra sidan sett stora tapp, dock inte tvåsiffriga. Totalt sett växte kategorin rörlig bild något under 2025, trots tappen för annonsering inom linjär TV.

De ökade intäkterna går hand i hand med den ökade tillgången till streamingtjänster som innehåller videoreklam, s.k. HVOD-tjänster. Analyser av kompletterande undersökningar visar att ungefär 4 av 10 av de som har minst en betald streamingtjänst har minst ett HVOD-paket, att jämföra med drygt 10% två år tidigare. Ökningen i antal reklampaket ökar för samtliga tjänster.

Tittandet på TV-sändningar minskade enligt trend senaste åren efter pandemin och tittande på sändningar vid utsatt tid ersätts med tittande i efterhand på streamingtjänster. Ändå fortsätter många av de större underhållningsprogrammen att locka många tittare, exempelvis de återkommande Melodifestivalen, Eurovision Song Contest, På Spåret och Masked Singer. ESC nådde flest tittare med 4,6 miljoner unika personer sett över en vecka.

Detta var året då MMS lanserade ett nytt dataset, kallat Video In Home, vilket redovisar det totala tittandet på TV-sändningar och streamade tjänster i hemmen, på mediebolagsnivå. Data visar att totala videotittandets nivåer är förhållandevis stabila, utan förflyttningen snarare handlar om transformationen mellan linjärt och streaming, där video på sociala nätverk tar andelar vid sidan av streamade tjänster.

MMS tillkännagav 2025 att man valt en annan mätleverantör, Fifty5Blue (f.d. Kantar Media), för det mätkontrakt som startar nyåret 2027. Mätlösningen innebär en ökad flexibilitet kring val av källa för censusdata, vilket MMS hoppas leder till sänkta trösklar för internationella aktörer att delta i mätningen. En ny leverantör innebär att videopanel, mätutrustning och modeller helt behöver bytas ut, även om metoden i grunden är densamma. År 2026 innebär ett intensivt arbete för MMS att sätta beräkningar, modeller och se till att alla mätningar är implementerade i god tid till att de kan parallelltestas i november – allt i nära samarbete med marknaden. Vi ser fram emot ett produktivt år!

Danielle Aldén,

COO

Om rapporten

Syftet med denna årsrapport är att sammanställa de huvudsakliga utfallen för de respektive mätningarna och, om möjligt, jämföra dem med tidigare år. I rapporten utgår redovisningen från den nya totalmätningen som kombinerar TV- och Onlinevideo och ger en bild av mediebolagens totala, oduplicerade tittande. Även TV- och Onlinevideomätningen redovisas men har fått ett något mindre utrymme. Det bör också nämnas att flera delar av redovisningen av TV-mätningen fokuserar på tittandet vid sändningsögonblicket.

Årsrapport 2025 avser perioden 2024-12-30 – 2025-12-28. MMS årsrapporter är alltid baserade på hela veckor (mån-sön), i syfte att minimera kalendereffekter. MMS-året startar alltså alltid en måndag och slutar på en söndag. Den data som redovisas på månadsbasis i rapporten är också framtagen på hela veckor (MMS-månader).

Ingående veckor i MMS-år och MMS-månader			
	2023	2024	2025
Januari	1-4	1-4	1-5
Februari	5-8	5-9	6-9
Mars	9-13	10-13	10-13
April	14-17	14-17	14-17
Maj	18-21	18-22	18-22
Juni	22-26	23-26	23-26
Juli	27-30	27-30	27-31
Augusti	31-35	31-35	32-35
September	36-39	36-39	36-39
Oktober	40-43	40-44	40-44
November	44-48	45-48	45-48
December	49-52	49-52	49-52
Hela året	1-52	1-52	1-52

De tittarmått som är redovisade i denna årsrapport är rating, räckvidd, tittartid och tittartidsandel (share). Man kan läsa om måtten i det kommande avsnittet. Rapporten fokuserar på tittandet i den totala målgruppen 3-99 år, men redovisar även tittandet i vissa målgrupper i några fall.

Det räckviddsmått som presenteras är den dagliga, om inget annat anges. Det har skett en förändring i räckviddsvillkoren fr o m augusti 2022 till att både daglig räckvidd och veckoräckvidd definieras av att man ska ha sett minst 1 sammanhängande minut på kanalen under dagen eller veckan för att räknas som tittare, redovisningen av räckvidd i rapporten följer därför detta nya villkor även för tidigare perioder för jämförbarhetens skull.

Tittarmått och andra begrepp

I detta avsnitt redovisar vi några av de vanligaste tittarmåtten som även används i rapporten, samt några viktiga begrepp för att kunna förstå innehållet.

Daglig räckvidd: andel i procent som tittat minst en sammanhängande minut på tv, kan antingen redovisas per kanal eller på totalnivå, det vill säga allt tittande på alla kanaler.

Loggkanal: tv-kanal som förser MMS med information om vilka program och vilken reklam som har sänts på tv-kanalen. Tittardata kan då analyseras på program- och reklamfilmsnivå.

Mediebolag: avser samlade tv-kanaler och/eller onlinevideotjänster inom en mediekoncern.

PUT: people using television, begrepp som avser det totala tv-tittandet, det vill säga det genomsnittliga antalet tittare för en bestämd tidsperiod. Oftast uttrycks PUT-nivån i procent av alla personer inom en grupp, till exempel en målgrupp som har tillgång till en viss tv-kanal. PUT kan också beräknas som andel, i tusental eller som genomsnittlig tittartid.

Rating: tittarsiffra, anger hur många individer som har tittat på ett visst program eller under en viss tidsperiod, och beräknas som det genomsnittliga antalet tittare under programmets eller periodens längd. Rating kan uttryckas både i absoluta tal och i procent och är ett publikmått.

Räckvidd tv: det antal tv-tittare som har sett ett specificerat minsta antal sammanhängande minuter under en tidsperiod, eller en viss procent av programtid. Sen 2022 är MMS standard för räckvidd på tv att man ska ha sett minst 1 minut på ett program, en dag eller vecka. Varje tittare medräknas bara en gång. Räckvidd kan uttryckas som ett absolut tal eller som ett procenttal.

Räckvidd onlinevideo: beräkning av antal unika individer som tittat på ett specifikt program, klipp eller site är att man ska ha sett minst 15 sekunder sammanhängande alternativt 50% av innehållets längd. För reklam är standarden 5 sekunder sammanhängande eller 50% av reklamfilmens längd. Räckvidd kan uttryckas som ett absolut tal eller som ett procenttal.

Tittartid: mått som i minuter berättar hur lång tid totalt det tittats på tv eller på en specifik kanal.

Tittartidsandel: share of viewing, andel av den totala tittartiden som under en given tidsperiod tillfaller ett visst program eller kanal. Share uttrycks alltid som en procentsats. Oavsett hur många som totalt ser på tv blir summan av andelarna alltid 100 % eftersom man bara tar hänsyn till de som ser på tv just för tillfället.

Totalvideo

Totalvideo – Kommentarer till totalmätningen 2025

I totalmätningen redovisar MMS totalmått för mediehus totalt, streamingtjänster och TV-kanaler, program samt reklam som visats hos mediebolagen SVT, Viaplay Group, TV4, Warner Bros. Discovery och UR. I denna rapport redovisas av utrymmesskäl endast totalmått för respektive mediebolag eller programtitlar.

Mätningen har sedan lanseringen i 2023 haft en metodförändring i hur överlappet i mätningarna hanteras och beräknas, men det har även skett definitionsförändringar som påverkar jämförelser på mediebolagsnivå, varav den viktigaste är att definitionen av mediehus totalt från december 2023 även inbegriper reklam på streamingtjänster, för att mer likna definitionen av TV-kanal. Innan detta datum kunde inte en samlad total för alla mediebolagen beräknas och därför saknas dessa mått för perioden Jan-Nov 2023 i avsnittets redovisning. Vidare inräknas TV-kanaler utan program- och reklamdata, s.k. icke-loggkanaler i definitionen av mediehus från december 2023. Från vecka 1, 2025 lanserade MMS ett antal modell- och metodförbättringar för onlinevideo som framförallt fick en effekt på resultat för målgruppsnivå – med en förändrad åldersfördelning. Det blev också skillnader på nivåer i totala målgruppen 3-99 år, men oftast mer marginella. Därmed finns det metodskillnader mellan helåren 2024 och 2025 som stör jämförelsen. Läs mer om måtten och hur undersökningen går till på www.mms.se.

I denna rapportdel redovisas samlad total för mediebolagen och dess utveckling över årets månader, nedbrutet på veckodagar samt helårstotaler för mediebolagen och deras publikfördelning.

I programtopplistor redovisas endast program som har sänts eller publicerats under året, konsumtion av tidigare publicerade eller sända program är exkluderade – dessa ingår dock i det inledningsvis samlade totala tittandet och på mediebolagsnivå totalt. Samlat och per mediebolag redovisas alla unika avsnitt, även om det t.ex. innebär att olika avsnitt från samma programserie förekommer i listan. I programtopplistor som avser genres redovisas däremot endast det bästa avsnittet t.ex. för programserier eller sportsändningar som är i delar.

Totalvideo – Uppmätta kanaler och tjänster

Varje mediebolag kan ha flera tjänster/kanaler vars innehåll mäts. Nedan redovisas de siter och tjänster som ingår under respektive aktör i mätningen under 2025. För TV4, Warner Bros.

Discovery och Viaplay Group ingår även återlagd reklam från Telekombolagens/distributörers (Allente, Tele2, Telenor, Telia och Sappa) TVE-tjänster.

Mediebolag	TV-kanaler med loggar	TV-kanaler utan loggar	Onlinevideotjänster
Sveriges Television	SVT1, SVT2, Kunskapskanalen, SVT24, SVTB	-	SVT Play, Bolibompa, SVT Barn, SVT Nyheter, SVT Sport, SVT Duo
Viaplay Group	TV3, TV6, TV8, TV10	V film Action, V film family, V film hits, V film premiere, V series, V sport 1, V sport extra, V sport football, V sport golf, V sport motor, V sport premium, V sport vinter HD, Viasat Explorer, Viasat History, Viasat Nature	Viaplay Sport Video Network
TV4 Media	TV4, Sjuan, TV12, TV4 Fakta, TV4 film, TV4 Guld, TV4 Sportkanalen	TV4 Guld, TV4 Fotboll, TV4 Hits, TV4 Hockey, TV4 Motor, TV4 Sport Live 1, TV4 Sport Live 2, TV4 Sport Live 3, TV4 Sport Live 4, TV4 Stars, TV4 Tennis, SF-kanalen, C More First, C More Series	TV4 Play, TV4 Play+ (fd Cmore), Fotbollskanalen, TV4 Nyheterna, Köket.se
Warner Bros. Discovery	Kanal 5, Kanal 9, Kanal 11, Discovery, TLC, Investigation Discovery, Eurosport Nordic, Eurosport 2 Sweden	Animal Planet, Discovery Science, Travel Channel	Discovery+ AVOD*
Utbildningsradion	-	-	Ur Play, UR Tripp Trapp Träd

Not: Warner Bros. Discovery redovisas i totalmätningen, men innehåller endast konsumtion från TV tills vidare. Konsumtion från onlinemätningen är exkluderad då det saknas teknisk information för att kunna identifiera dubbelmätning, vilket är en förutsättning för att beräkna totalmått. Observera att definitionen av mediebolag (kanal/site) har ändrats under 2023 då jämförelser görs.

Totalvideo – Tittandet samlat månad för månad, genomsnittlig dag (MMS-månad)

	Tittartid minuter		Daglig Räckvidd 000		Daglig Räckvidd %		Veckoräckvidd %	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Januari	136,7	130,6	6 020	5 722	59,1	55,9	81,4	78,2
Februari	128,6	129,6	5 969	5 840	58,6	57,1	82,1	79,3
Mars	119,4	122,5	5 773	5 650	56,7	55,2	80,2	77,4
April	112,8	107,4	5 857	5 466	57,5	53,4	80,8	76,5
Maj	95,7	106,2	5 435	5 470	53,4	53,5	78,6	76,7
Juni	96,6	89,0	5 219	5 057	51,2	49,4	75,8	73,4
Juli	91,0	82,1	5 056	4 703	49,4	46,0	74,6	69,8
Augusti	98,2	89,7	5 301	5 074	51,8	49,6	75,9	71,4
September	97,0	101,3	5 378	5 330	52,6	52,1	76,7	74,2
Oktober	107,8	108,2	5 503	5 534	53,8	54,1	78,8	76,5
November	117,5	115,6	5 823	5 654	56,9	55,3	79,6	77,3
December	129,9	129,9	6 147	6 091	60,1	59,6	81,4	80,1
Hela året	110,7	109,2	5 618	5 458	55,0	53,4	78,8	75,8

Not: Jämförelsestörande metodförändringar har skett under den redovisade perioden avseende tittartid. Läs mer i avsnittet "MMS mätningar och metoder" i slutet av rapporten.

Totalvideo – Tittandet samlat per genomsnittlig veckodag 2024 och 2025

	Tittartid minuter		Daglig Räckvidd 000		Daglig Räckvidd %	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Måndag	105,3	103,1	5 622	5 424	55,1	53,0
Tisdag	103,4	102,7	5 556	5 389	54,4	52,7
Onsdag	103,1	101,4	5 561	5 368	54,5	52,5
Torsdag	103,7	102,3	5 487	5 349	53,8	52,3
Fredag	112,1	110,4	5 652	5 482	55,4	53,6
Lördag	120,5	121,1	5 560	5 544	54,5	54,2
Söndag	126,7	123,1	5 888	5 646	57,7	55,2
Genomsnittlig dag	110,7	109,2	5 618	5 458	55,0	53,4

Not: Jämförelsestörande metodförändringar har skett under den redovisade perioden avseende tittartid. Läs mer i avsnittet "MMS mätningar och metoder" i slutet av rapporten.

Totalvideo – Topplista över datum med högst daglig räckvidd (tusental) 2025

Nedan redovisas tio datum med höst daglig räckvidd samlat under 2025. För varje datum i listan har programmet med högst total räckvidd redovisats.

	Datum	Daglig räckvidd	Mest sedda program	Mediebolag	Programräckvidd
1	2025-12-23	6 616	Bingolotto	TV4	3 474
2	2025-03-08	6 616	Melodifestivalen 25 Final	SVT	4 411
3	2025-12-24	6 607	Kalle Anka och hans Vänner	SVT	3 405
4	2025-02-15	6 443	Melodifestivalen 25 Del 3	SVT	3 306
5	2025-12-13	6 395	Julkalendern 2025 Tidstjuven	SVT	2 512
6	2025-05-17	6 393	Eurovision Song Contest Final	SVT	4 617
7	2025-02-01	6 387	Melodifestivalen 25 Del 1	SVT	3 713
8	2025-12-07	6 371	Julkalendern 2025 Tidstjuven	SVT	2 698
9	2025-03-01	6 352	Melodifestivalen 25 Del 5	SVT	3 823
10	2025-12-14	6 341	Julkalendern 2025 Tidstjuven	SVT	2 214

Not: Programräckvidd avser enskilt avsnitt som publicerats eller sänts aktuell dag, men en del av tittandet som ingår i redovisad räckvidd kan ha skett en senare dag, eftersom tittande som skedde på innehållet aktuellt datum samt de följande sju dagarna inräknas. Vanligen sker dock huvuddelen av konsumtion under det angivna datumet.

Totalvideo – Mediebolag översikt – Räckvidd (%) per dag och vecka samt tittartid (min) per dag 2024 och 2025

	Tittartid minuter		Daglig Räckvidd 000		Daglig Räckvidd %		Veckoräckvidd %	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
SVT	40,6	40,9	4 263	4 166	41,8	40,6	67,6	65,9
TV4	42,8	44,2	3 583	3 527	35,1	34,4	59,3	58,0
UR	0,0	0,1	28	32	0,3	0,3	1,5	1,5
Viaplay	13,8	12,9	1 926	1 807	18,9	17,6	40,2	38,2
WBD	13,4	11,1	1 787	1 618	17,5	15,8	36,5	34,1
Alla	110,7	109,2	5 618	5 458	55,0	53,4	78,8	75,8

Not: Jämförelsestörande metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer i avsnittet "MMS mätningar och metoder" i slutet av rapporten.

Totalvideo – Mediebolag översikt – Räckvidd (tusental) per dag samt respektive åldersgrupps andel av räckvidden (%) 2025

Nedan redovisas daglig räckvidd för mediebolagen som ingår i totalmätningen under en genomsnittlig dag 2024. Måtten för målgrupper avser deras andel av mediebolagets räckvidd, och är tänkt att ge en bild av respektive mediebolags publikprofil.

	Totalt	Män	Kvinnor	3-14 år	15-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år
SVT	4 166	48,1%	51,9%	10,2%	7,0%	15,4%	20,2%	47,2%
TV4	3 527	46,9%	53,1%	5,4%	8,0%	14,0%	23,2%	49,3%
UR	32	44,4%	55,6%	22,3%	19,5%	32,8%	19,1%	6,3%
Viaplay	1 807	53,0%	47,0%	3,1%	4,7%	10,4%	24,0%	57,7%
WBD	1 618	48,6%	51,4%	2,8%	4,0%	9,4%	24,1%	59,7%
Alla	5 458	48,2%	51,8%	10,0%	9,3%	17,4%	22,0%	41,2%

Totalvideo – Programtopplistor i målgruppen Alla 3-99 år 2025

Topplistorna innehåller de tio mest sedda enskilda programavsnitten utifrån ackumulerad räckvidd samlat alla ingående mediebolag eller för mediebolag enskilt under 2025.

Kriterium för att räknas in i räckvidden är att man sett minst 1 minut på TV eller minst 15 sekunder/50% av innehållets längd via streamingtjänsten. I räckvidden inräknas allt tittande som skett på sändnings- eller publiceringsdagen och ytterligare sju dagar framåt, motsvarande KO(8) som används i TV-mätningen.

Alla mediebolag

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Mediebolag	Räckvidd tusental
1	Eurovision Song Contest Final	2025/3	2025-05-17	20	SVT	4 617
2	Melodifestivalen 25 Final	2025/6	2025-03-08	10	SVT	4 411
3	Melodifestivalen 25 Del 5	2025/5	2025-03-01	9	SVT	3 823
4	Melodifestivalen 25 Del 1	2025/1	2025-02-01	5	SVT	3 713
5	Melodifestivalen 25 Del 4	2025/4	2025-02-22	8	SVT	3 648
6	Melodifestivalen 25 Del 2	2025/2	2025-02-08	6	SVT	3 610
7	Bingolotto	2025/18	2025-12-23	52	TV4	3 474
8	Kalle Anka och hans vänner	2025/1	2025-12-24	52	SVT	3 405
9	Melodifestivalen 25 Del 3	2025/3	2025-02-15	7	SVT	3 306
10	Eurovision Song Contest 1	2025/1	2025-05-13	20	SVT	2 993
11	På spåret	35/10	2025-01-03	1	SVT	2 969
12	På spåret	35/14	2025-01-31	5	SVT	2 942
13	På spåret	35/15	2025-02-07	6	SVT	2 918
14	Julkalendern 2025 Tidstjuven	1/1	2025-12-01	49	SVT	2 909
15	På Spåret	36/5	2025-11-21	47	SVT	2 899
16	Masked Singer Sverige	2025/2	2025-04-04	14	TV4	2 885
17	Masked Singer Sverige	2025/1	2025-03-28	13	TV4	2 883
18	På spåret	35/12	2025-01-17	3	SVT	2 881
19	Vasaloppet	2025/2	2025-03-02	9	SVT	2 877
20	Masked Singer Sverige	2025/9	2025-05-23	21	TV4	2 815

SVT

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Räckvidd tusental
1	Eurovision Song Contest Final	2025/3	2025-05-17	20	4 617
2	Melodifestivalen 25 Final	2025/6	2025-03-08	10	4 411
3	Melodifestivalen 25 Del 5	2025/5	2025-03-01	9	3 823
4	Melodifestivalen 25 Del 1	2025/1	2025-02-01	5	3 713
5	Melodifestivalen 25 Del 4	2025/4	2025-02-22	8	3 648
6	Melodifestivalen 25 Del 2	2025/2	2025-02-08	6	3 610
7	Kalle Anka Och Hans Vänne	2025/1	2025-12-24	52	3 405
8	Melodifestivalen 25 Del 3	2025/3	2025-02-15	7	3 306
9	Eurovision Song Contest 1	2025/1	2025-05-13	20	2 993
10	På Spåret	35/10	2025-01-03	1	2 969
11	På Spåret	35/14	2025-01-31	5	2 942
12	På Spåret	35/15	2025-02-07	6	2 918
13	Julkalendern 2025 Tidstju	1/1	2025-12-01	49	2 909
14	På Spåret	36/5	2025-11-21	47	2 899
15	På Spåret	35/12	2025-01-17	3	2 881
16	Vasaloppet	2025/2	2025-03-02	9	2 877
17	På Spåret	35/11	2025-01-10	2	2 791
18	På Spåret	36/1	2025-10-24	43	2 775
19	På Spåret	36/3	2025-11-07	45	2 766
20	Julkalendern 2025 Tidstju	1/7	2025-12-07	49	2 698

TV4

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Räckvidd tusental
1	Bingolotto	2025/18	2025-12-23	52	3 474
2	Masked Singer Sverige	2025/2	2025-04-04	14	2 885
3	Masked Singer Sverige	2025/1	2025-03-28	13	2 883
4	Masked Singer Sverige	2025/9	2025-05-23	21	2 815
5	Masked Singer Sverige	2025/3	2025-04-11	15	2 584
6	Masked Singer Sverige	2025/7	2025-05-09	19	2 474
7	Masked Singer Sverige	2025/6	2025-05-02	18	2 451
8	Masked Singer Sverige	2025/5	2025-04-25	17	2 429
9	Masked Singer Sverige	2025/8	2025-05-16	20	2 403
10	Masked Singer Sverige	2025/4	2025-04-18	16	2 343
11	Tv4 Nyheterna Och Sporten	2025/63	2025-12-23	52	2 321
12	Lets Dance	2025/1	2025-03-15	11	2 301
13	Tv4S Nyårskarameller	2024	2025-01-01	1	2 284
14	Tv4 Vädret	2025/63	2025-12-23	52	2 210
15	Bäst I Test	2025/1	2025-10-17	42	2 094
16	Lets Dance	2025/4	2025-04-05	14	2 071
17	Lets Dance	2025/3	2025-03-29	13	2 047
18	Lets Dance	2025/8	2025-05-03	18	1 968
19	Förrädarna	2025/1	2025-04-24	17	1 910
20	Förrädarna	2025/7	2025-06-05	23	1 882

Viaplay Group

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Räckvidd tusental
1	Ishockey VM Swe-Cze		2025-05-22	21	1 671
2	Fis Crosscountry		2025-03-09	10	1 659
3	Ishockey VM Fin-Swe		2025-05-12	20	1 590
4	Ishockey VM Swe-Can		2025-05-20	21	1 500
5	Ishockey VM Lva-Swe		2025-05-14	20	1 371
6	Ishockey JVM Swe-Lva		2025-01-02	1	1 197
7	Ishockey VM Swe-Usa		2025-05-24	21	1 193
8	Fis Crosscountry		2025-03-08	10	1 167
9	Tour De Ski		2025-01-01	1	1 136
10	Vm Längdåkning Stafett		2025-03-07	10	1 127
11	Skidor VM Längdskidor		2025-03-02	9	1 120
12	Tour De Ski		2025-01-03	1	1 042
13	Skidor VM Längdskidor		2025-03-04	10	1 041
14	Tour De Ski		2025-01-05	1	1 027
15	Fotboll EM D Pol-Swe		2025-07-08	28	1 014
16	Tour De Ski		2025-01-04	1	1 014
17	Ishockey VM Swe-Aut		2025-05-10	19	1 007
18	Wc Längdskidor		2025-01-25	4	1 006
19	Skidor VM Längdskidor		2025-03-05	10	1 005
20	Skidor VM Längdskidor		2025-02-27	9	972

Warner Bros. Discovery

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Räckvidd tusental
1	Över Atlanten		2025-02-11	7	1 464
2	Tareq och Sofias skärgård		2025-02-05	6	1 436
3	Över Atlanten		2025-02-04	6	1 353
4	Över Atlanten		2025-09-02	36	1 342
5	Över Atlanten		2025-03-18	12	1 336
6	Över Atlanten		2025-03-25	13	1 325
7	Över Atlanten		2025-04-01	14	1 311
8	Över Atlanten		2025-02-18	8	1 308
9	Superstars 2025		2025-02-03	6	1 292
10	Över Atlanten		2025-09-30	40	1 278
11	Över Atlanten		2025-03-11	11	1 268
12	Över Atlanten		2025-04-15	16	1 262
13	Över Atlanten		2025-09-16	38	1 224
14	Över Atlanten		2025-04-08	15	1 216
15	Över Atlanten		2025-09-09	37	1 211
16	Över Atlanten		2025-09-23	39	1 194
17	Över Atlanten		2025-04-22	17	1 178
18	Över Atlanten		2025-10-07	41	1 130
19	Gränsbevakarna Sverige		2025-04-08	15	1 124
20	Kompani Svan		2025-09-29	40	1 115

Not: Räckvidd avser endast TV.

UR

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Räckvidd tusental
1	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-10-10	41	34
2	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-09-26	39	31
3	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-10-03	40	27
4	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-05-16	20	26
5	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-10-17	42	24
6	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-09-19	38	24
7	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-05-23	21	22
8	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-05-09	19	17
9	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-09-12	37	16
10	Räkna Med Djuren På Djuris	2025	2025-03-27	13	16
11	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-03-28	13	16
12	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-02-07	6	15
13	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-03-14	11	15
14	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-11-07	45	14
15	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-11-28	48	14
16	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-01-31	5	14
17	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-11-14	46	13
18	Lilla Aktuellt Skola	2025	2025-09-05	36	12
19	Björnis: Adventskransen	2026	2025-12-15	51	12
20	Ben Rangels Bokstavsklubb: En Spetsig!	2025	2025-03-19	12	12

Totalvideo – Mest sedda program respektive månad i målgruppen Alla 3-99 år 2025

Topplistan innehåller det mest sedda enskilda programavsnittet utifrån akumulerad räckvidd för de samlade ingående mediebolagen respektive månad under 2025.

Kriterium för att räknas in i räckvidden är att man sett minst 1 minut på TV eller minst 15 sekunder/50% av innehållets längd via streamingtjänsten. I räckvidden inräknas allt tittande som skett på sändnings- eller publiceringsdagen och ytterligare sju dagar framåt, motsvarande KO(8) som används i TV-mätningen.

Alla mediebolag

Månad	Programtitel	Säsong/ Episod	Publicering datum	Vecka	Mediebolag	Räckvidd tusental
Jan	Melodifestivalen 25 Del 1	1	2025-02-01	5	SVT	3 713
Feb	Melodifestivalen 25 Del 5	5	2025-03-01	9	SVT	3 823
Mar	Melodifestivalen 25 Final	6	2025-03-08	10	SVT	4 411
Apr	Masked Singer Sverige	2025/2	2025-04-04	14	TV4	2 885
Maj	Eurovision Song Contest Final	3	2025-05-17	20	SVT	4 617
Jun	Allsång på Skansen	1	2025-06-24	26	SVT	2 148
Jul	Fotboll EM D SWE-ENG	2025/33	2025-07-17	29	SVT	2 865
Aug	Allsång på Skansen	8	2025-08-12	33	SVT	2 079
Sep	Friidrotts VM	14	2025-09-21	38	SVT	1 830
Okt	På spåret	36/1	2025-10-24	43	SVT	2 775
Nov	På spåret	36/5	2025-11-21	47	SVT	2 899
Dec	Bingolotto	2025/18	2025-12-23	52	TV4	3 474

Totalvideo – Programtopplistor per genre i målgruppen Alla 3-99 år 2025

Topplistorna innehåller de mest sedda enskilda titlarna inom respektive genre utifrån akumulerad räckvidd bland de ingående mediebolagen under 2025. Om programtiteln är en serie avsnitt eller i delar (t.ex. en sportsändning) visas endast det avsnitt/den del som har högst räckvidd.

Kriterium för att räknas in i räckvidden är att man sett minst 1 minut på TV eller minst 15 sekunder/50% av innehållets längd via streamingtjänsten. I räckvidden inräknas allt tittande som skett på sändnings- eller publiceringsdagen och ytterligare sju dagar framåt, motsvarande KO(8) som används i TV-mätningen.

Barn

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Mediebolag	Räckvidd tusental
1	Kalle Anka och hans vänner	2025/1	2025-12-24	52	SVT	3 405
2	Julkalendern 2025 Tidstjuven	1/1	2025-12-01	49	SVT	2 909
3	Vi på Saltkråkan	1/1	2025-11-01	44	SVT	2 043
4	Jul med Astrid Lindgren	2023/1	2025-12-24	52	SVT	1 952
5	Kan du vissla Johanna	1/1	2025-12-24	52	SVT	1 750
6	Karlbertil Jonssons julafton	2005/1	2025-12-24	52	SVT	1 203
7	Detektiverna	2/3	2025-03-29	13	SVT	1 105
8	Ronja Rövardotter	1/4	2025-01-11	2	SVT	1 006
9	Ice Age	2025/1	2025-08-09	32	SVT	752
10	Håkan Bråkan 2	2025/1	2025-02-16	7	SVT	741

Sport

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Mediebolag	Räckvidd tusental
1	Vasaloppet	2025/2	2025-03-02	9	SVT	2 877
2	Fotboll EM D Swe-Eng	2025/33	2025-07-17	29	SVT	2 865
3	Ishockey JVM SWE-FIN	2025/14	2025-01-04	1	SVT	2 062
4	Ishockey JVM SWE-SUI	2025/9	2025-12-28	52	SVT	2 033
5	Vinterstudion	14/10	2025-02-23	8	SVT	1 961
6	Friidrotts-VM 2025	2025/14	2025-09-21	38	SVT	1 830
7	Fotboll EM D Den-Swe	2025/8	2025-07-04	27	SVT	1 795
8	Skidskytte-VM	60/10	2025-02-22	8	SVT	1 768
9	Fis Crosscountry		2025-03-09	10	Viaplay	1 659
10	Skidskytte Världscupen	2025/24	2025-03-09	10	SVT	1 493

Nyheter

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Medie-bolag	Räckvidd tusental
1	TV4 Nyheterna Och Sporten	2025/63	2025-12-23	52	TV4	2 321
2	TV4 Vädret	2025/63	2025-12-23	52	TV4	2 210
3	Rapport	2025/58	2025-03-09	10	SVT	1 584
4	Aktuellt	2025/19	2025-02-04	6	SVT	1 501
5	Lokala Nyheter	32	2025-02-07	6	SVT	1 465
6	Rapports Årskrönika 2024	2024/1	2024-12-30	1	SVT	1 244
7	Nyhetsdagen	2025/21	2025-02-04	6	TV4	1 219
8	Flera skadade efter allvarlig skjutning i Örebro	1	2025-02-04	6	SVT	1 205
9	Polisen i Örebro håller pressträff	2025/66	2025-02-04	6	SVT	1 171
10	TV4 Nyheterna	2025/23	2025-02-04	6	TV4	1 168

Underhållningsprogram exkl. reality

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Medie-bolag	Räckvidd tusental
1	Eurovision Song Contest	2025/3	2025-05-17	20	SVT	4 617
2	Melodifestivalen	2025/6	2025-03-08	10	SVT	4 411
3	Bingolotto	2025/18	2025-12-23	52	TV4	3 474
4	På spåret	35/15	2025-02-07	6	SVT	2 918
5	Masked Singer Sverige	2025/1	2025-03-28	13	TV4	2 883
6	Förfest Eurovision	1	2025-05-17	20	SVT	2 324
7	Let's Dance	2025/1	2025-03-15	11	TV4	2 301
8	TV4:s Nyårskarameller	2024	2025-01-01	1	TV4	2 284
9	Bäst i test	2025/1	2025-10-17	42	TV4	2 094
10	Mästarnas Mästare	17/1	2025-03-09	10	SVT	2 071

Realityprogram

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Medie-bolag	Räckvidd tusental
1	Förrädarna	2025/1	2025-04-24	17	TV4	1 910
2	Bonde Söker Fru	2025/12	2025-12-10	50	TV4	1 742
3	Elitstyrkans hemligheter	2025/2	2025-08-26	35	TV4	1 726
4	Allt för Sverige	13/8	2025-12-08	50	SVT	1 723
5	Gift vid första ögonkaste	12/9	2025-06-09	24	SVT	1 663
6	Elitstyrkans hemligheter	2025/3	2025-09-02	36	TV4	1 649
7	Hotell Romantik	3/1	2025-01-12	2	SVT	1 622
8	Spelet	1/1	2025-09-14	37	SVT	1 595
9	Marko & Irma	2025/7	2025-04-02	14	TV4	1 479
10	Förrädarna - Gravkammaren	2025/6	2025-06-05	23	TV4	1 409

Fakta

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Mediebolag	Räckvidd tusental
1	Nobel 2025 Banketten	1	2025-12-10	50	SVT	2 687
2	Husdrömmar	12/1	2025-01-27	5	SVT	2 105
3	Året med kungafamiljen 2025	50/1	2025-12-21	51	SVT	1 922
4	Antikrundan	36/1	2025-01-09	2	SVT	1 834
5	Så byggdes Sverige	1/1	2025-10-30	44	SVT	1 825
6	Sverige och kriget	2025/1	2025-05-11	19	SVT	1 733
7	Dokument Inifrån Hatet	1/1	2025-12-02	49	SVT	1 678
8	Siw	1/1	2025-12-15	51	SVT	1 628
9	Det sitter i väggarna	11/2	2025-08-31	35	SVT	1 596
10	Mauri och Morberg på en liten resa	2025/1	2025-04-29	18	TV4	1 542

Svenska TV-serier

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Mediebolag	Räckvidd tusental
1	Julkalendern 2025 Tidstjuven	1/1	2025-12-01	49	SVT	2 909
2	Gränsfall	1/1	2025-02-01	5	SVT	2 176
3	Vi på Saltkråkan	1/1	2025-11-01	44	SVT	2 043
4	Jag for ner till bror	1/1	2025-12-27	52	SVT	1 836
5	Vargasommar	2024/1	2025-01-08	2	TV4	1 384
6	Stenbeck	1/1	2025-03-10	11	SVT	1 373
7	Parterapi i Gagnef	1/1	2025-11-10	46	SVT	1 366
8	Whiskey on the rocks	1/6	2024-12-30	1	SVT	1 208
9	Morden i Sandhamn	2025/3	2025-09-07	36	TV4	1 114
10	Terese i kassan	3/1	2025-01-09	2	SVT	1 063

Utländska TV-serier

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Mediebolag	Räckvidd tusental
1	Karen Pirie Kalla Fall	2/3	2025-08-12	33	SVT	1 533
2	Ett fall för Vera	14/1	2025-06-24	26	SVT	1 527
3	The Split: Barcelona	4/1	2025-01-03	1	SVT	1 264
4	Morden i Helsingör	2025/1	2025-06-15	24	TV4	1 230
5	Vit sand	2025/1	2025-08-11	33	TV4	1 223
6	Grace	5/3	2025-07-22	30	SVT	1 190
7	Nora Sand - Kärlekens snara	2025/1	2025-10-05	40	TV4	1 182
8	Kommissarie Ellis	1/1	2025-01-12	2	SVT	1 167
9	Ember Manning: Fallet vid bryggan	1/1	2025-01-04	1	SVT	1 162
10	Patience	2025/1	2025-06-18	25	TV4	1 083

TV

TV – Kommentarer till TV-mätningen 2025

I TV-mätningen redovisar MMS tittandet för alla mätta TV-kanaler på minutnivå, men en dryg fjärdedel av dessa TV-kanaler rapporterar också detaljer som program och reklam. Dessa s.k. loggkanaler utgör en mycket stor del av det totala TV-tittandet. Loggkanalerna återfinns främst hos mediebolagen SVT, Viaplay Group, TV4, Warner Bros. Discovery, men även Disney, Schibsted, A&E Networks och National Geographic har kanaler med detaljer.

Det har inte skett några metodförändringar i TV-mätningen under 2025, så jämförelser är relevanta med 2024 – dock skedde metodförändringen med videopanelen under hösten 2022 vilket gör att data för perioder innan 2023 inte är fullständigt jämförbart.

I denna rapportdel redovisas en samlad total för alla TV-kanaler (s.k. PUT) och dess utveckling historiskt, över årets månader, nedbrutet på veckodagar, i målgrupper och över dygnets timmar. Även helårstotaler för de större mediebolagen som har loggkanaler och deras publikfördelning redovisas, samt även icke-loggkanalers tittande på veckonivå.

I programtopplistor redovisas endast program som har sänts eller publicerats under året, konsumtion av tidigare publicerade eller sända program är exkluderade – dessa ingår dock i det inledningsvis samlade totala tittandet och på mediebolagsnivå totalt. Samlat och per mediebolag redovisas alla unika avsnitt, även om det t.ex. innebär att olika avsnitt från samma programserie förekommer i listan. I programtopplistor som avser genre redovisas däremot endast det bästa avsnittet t.ex. för programserier eller sportsändningar som är i delar.

Uppmätta TV-kanaler och Onlinevideotjänster

Nedan redovisas de TV-kanaler som ingår mätningen under 2025, där mediebolag som ingår i Onlinevideomätningen särredovisas.

	TV-kanaler med program och/el. reklamdata	TV-kanaler utan program och/el. reklamdata
SVT	SVT1, SVT2, SVTB, Kunskapskanalen*, SVT24	
Viaplay Group	TV3, TV6, TV8, TV10	V Film Action, V Film Family, V Film Hits, V Film Premiere, V Series, V Sport 1, V Sport Extra, V Sport Football, V Sport Golf, V Sport Motor, V Sport Premium, V Sport Vinter HD, Viasat Explorer, Viasat History, Viasat Nature
TV4	TV4, Sjuan, TV12, TV4 Fakta, TV4 Film, TV4 Guld, TV4 Sportkanalen	TV4 Fotboll, TV4 Hits, TV4 Hockey, TV4 Motor, TV4 Sport Live 1, TV4 Sport Live 2, TV4 Sport Live 3, TV4 Sport Live 4, TV4 Stars, TV4 Tennis, SF-Kanalen
Warner Bros. Discovery	Kanal 5, Kanal 9, Kanal 11, Discovery Channel, Eurosport Nordic, Eurosport 2 Sweden, Investigation Discovery, TLC	Discovery Science, Travel Channel, Animal Planet, Cartoonito
UR		
Övriga	Disney Channel, Godare, History, National Geographic	Al Jazeera, ATG Live, Axess TV, BBC Nordic, BBC World News, C More First, C More Series, Cartoon Network Nordic, Cartoon Network Sweden, CNBC Europe, CNN International, Disney Junior, DR1, DR2, Esports TV, France 2, H2 HD, Horse & Country, Kanal 10, Mezzo, Motorvision, MTV, MTV 00s, MTV 80s, MTV Rocks, National Geographic Wild, Nick Jr, Nickelodeon, Nicktoons, NRK 1, NRK 2, RTL, Sky News, TV ComHem, TV Finland, TV2 (DK), TV3 (DK), TV3 (NO), TV3+ (DK), TV5 Monde, TVE, Visjon Norge, Yle 1, Yle 2, ZDF

Not: Kunskapskanalen samägs av SVT och UR men redovisas inom SVT.

TV – Genomsnittlig tittartid (minuter) och daglig räckvidd (tusental) uppdelat på live- och tidsförskjutet tittande 2010–2025 (MMS-år)

Nedan redovisas utvecklingen av tittartid och daglig räckvidd för samtliga mätta TV-kanaler samlat sedan 2010 vad gäller tittandet vid sändningstillfället (live), tidsförskjutet tittande (som återläggs till sändningstillfället) och TV-valutan totalt.

	Tittartid minuter			Daglig Räckvidd 000	
	Live	Tidsförskjutet tittande	Totalt	Live	Totalt
2010	163,4	2,5	165,9	6 441	6 501
2011	157,7	4,4	162,1	6 426	6 538
2012	158,6	5,0	163,6	6 501	6 629
2013	153,4	5,5	158,9	6 331	6 470
2014	146,4	6,4	152,7	6 063	6 240
2015	147,1	7,8	154,9	5 996	6 242
2016	139,7	8,7	148,4	5 876	6 168
2017	130,4	9,5	140,0	5 762	6 142
2018	123,0	9,5	132,5	5 371	5 853
2019	115,3	12,0	127,2	5 087	5 751
2020	115,6	13,8	129,4	4 935	5 733
2021	112,5	11,2	123,7	4 807	5 535
2022	103,1	10,9	114,0	4 502	5 281
2023	93,7	10,6	104,2	4 128	4 951
2024	87,1	10,7	97,8	3 930	4 823
2025	80,2	11,7	91,9	3 695	4 680

Not: Jämförelsestörande metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer i avsnittet "MMS mätningar och metoder" i slutet av rapporten.

TV – Genomsnittlig tittartid (minuter), daglig räckvidd (tusental och %) och veckoräckvidd (tusental) livetittande månad för månad 2023-2025 (MMS-månad)

Nedan redovisas genomsnittlig tittartid, daglig räckvidd och veckoräckvidd för samtliga mätta TV-kanaler samlat per månad för 2023-2025 vad gäller tittandet vid sändningstillfället (live).

	Tittartid minuter			Daglig Räckvidd 000			Daglig Räckvidd %			Veckoräckvidd %		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Januari	112,3	110,7	99,4	4 493	4 343	4 120	44,5	42,6	40,3	64,7	62,5	60,6
Februari	110,8	102,2	97,3	4 591	4 294	4 143	45,4	42,2	40,5	68,6	65,4	63,9
Mars	104,4	94,2	92,6	4 438	4 082	3 982	43,9	40,1	38,9	66,2	61,5	60,4
April	89,3	87,6	80,6	4 144	4 022	3 784	41,0	39,5	37,0	62,6	59,4	57,0
Maj	85,4	76,0	79,7	4 078	3 750	3 767	40,4	36,8	36,8	62,7	57,4	58,3
Juni	74,1	77,5	64,8	3 630	3 673	3 313	35,9	36,1	32,4	56,5	57,4	51,0
Juli	75,1	72,0	60,2	3 472	3 452	3 046	34,1	33,8	29,6	51,9	53,2	48,4
Augusti	86,1	78,9	64,4	3 885	3 702	3 297	38,1	36,2	32,1	58,0	55,4	50,5
September	86,1	75,3	72,9	4 017	3 711	3 521	39,4	36,3	34,2	59,5	55,5	53,5
Oktober	91,8	82,2	77,3	4 176	3 891	3 685	41,0	38,0	35,8	60,9	57,7	55,8
November	101,7	90,5	82,3	4 267	4 028	3 754	41,9	39,4	36,5	62,0	59,4	56,5
December	108,9	99,7	91,2	4 411	4 225	3 970	43,3	41,3	38,6	64,6	62,3	59,6
Hela året	93,7	87,1	80,2	4 128	3 930	3 695	40,7	38,5	36,0	61,4	58,9	56,3

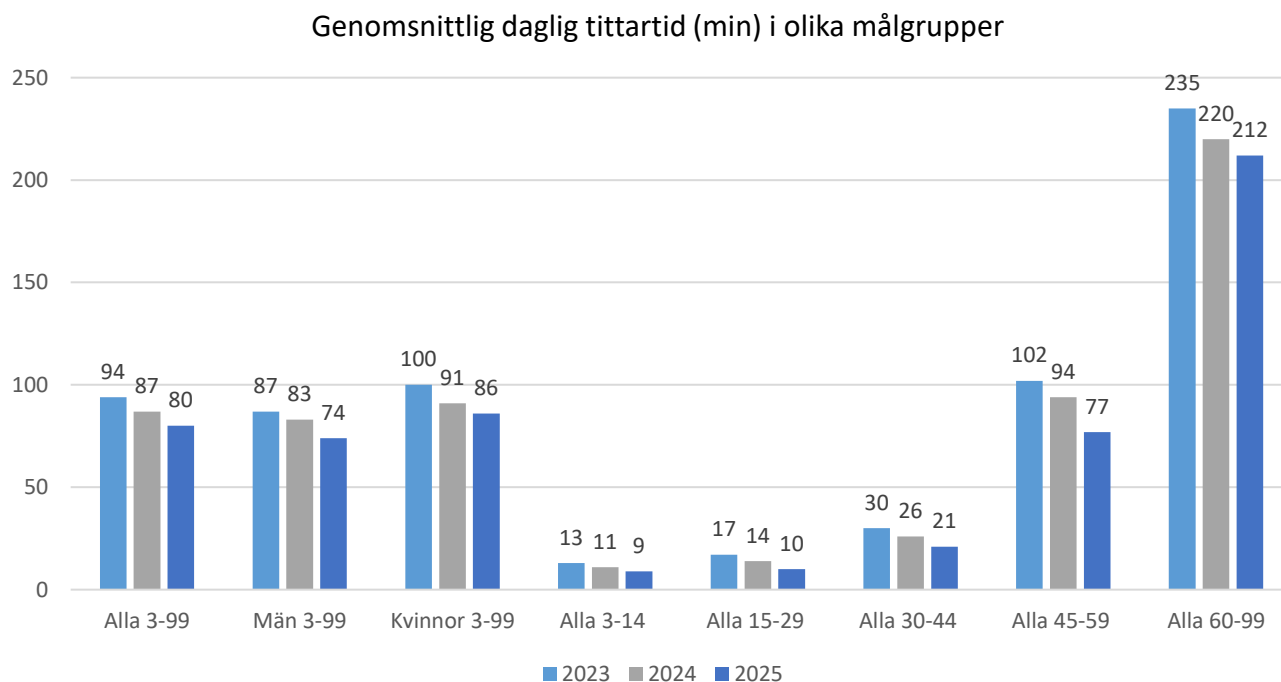
TV – Genomsnittlig tittartid (minuter), daglig räckvidd (tusental) och daglig räckvidd (%) livetittande uppdelat på veckodag 2023-2025 (MMS-år)

Nedan redovisas genomsnittlig tittartid, daglig räckvidd och veckoräckvidd för samtliga mätta TV-kanaler samlat per veckodag för 2023-2025 vad gäller tittandet vid sändningstillfället (live).

	Tittartid minuter			Daglig Räckvidd 000			Daglig Räckvidd %		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Måndag	87,4	82,2	75,3	4 042	3 840	3 611	39,8	37,6	35,2
Tisdag	88,0	81,8	76,3	4 053	3 874	3 653	40,0	38,0	35,6
Onsdag	86,2	81,0	75,1	3 995	3 825	3 594	39,4	37,5	35,1
Torsdag	87,7	81,5	75,9	3 991	3 781	3 580	39,3	37,1	34,9
Fredag	94,5	87,8	80,7	4 183	3 980	3 743	41,2	39,0	36,5
Lördag	104,4	95,0	88,6	4 288	4 067	3 861	42,3	39,9	37,7
Söndag	107,4	100,3	89,2	4 340	4 138	3 824	42,8	40,5	37,3
Genomsnittlig dag	93,7	87,1	80,2	4 128	3 930	3 695	40,7	38,5	36,0

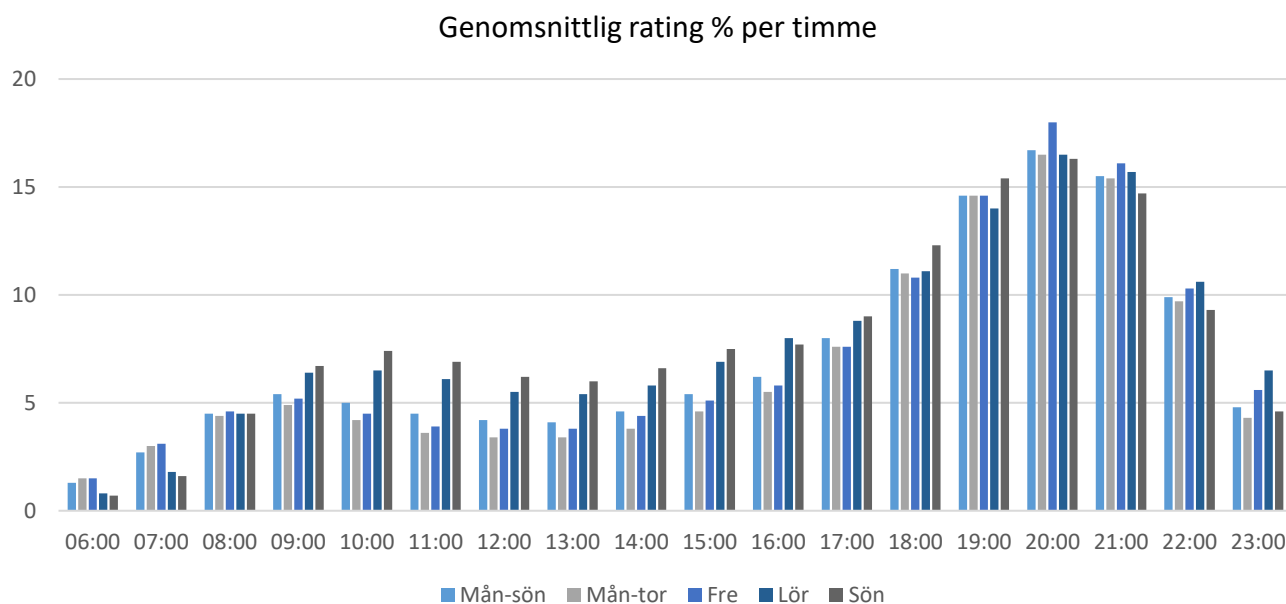
TV – Genomsnittlig tittartid (minuter) livetittande bland män, kvinnor och olika åldersgrupper 2023-2025 (MMS-år)

Nedan graf redovisar genomsnittlig tittartid, för samtliga mätta TV-kanaler samlat i olika målgrupper för 2023-2025 vad gäller tittandet vid sändningstillfället (live).



TV – Genomsnittlig publikstorlek (rating %) livetittande per timme 06-24 under olika veckodagar 2025 (MMS-år)

Nedan graf redovisar genomsnittlig publikstorlek per timme (06:00-24:00) som tittar vid sändningstillfället (live) under olika veckodagar, för samtliga mätta TV-kanaler samlat under 2025.



TV – Enskilda loggkanaler översikt – Genomsnittlig daglig räckvidd (%) och veckoräckvidd (%) livetittande 2024-2025

Nedan redovisas daglig räckvidd och veckoräckvidd för alla enskilda TV-kanaler med program- och reklamdata under en genomsnittlig dag 2024 och 2025 vad gäller tittandet vid sändningstillfället (live). Observera att övriga icke-loggkanaler inte redovisas i tabellen, men att totalen inkluderar övriga TV-kanaler.

	Daglig räckvidd (%) 2024	Daglig räckvidd (%) 2025	Veckoräckvidd (%) 2024	Veckoräckvidd (%) 2025
SVT1	24,4	22,6	42,9	40,1
SVT2	14,1	12,5	32,2	29,5
SvtB	1,4	1,1	4,7	3,7
SVT24	1,3	1,1	6,2	5,2
Kunskapskanalen	3,6	3,4	11,4	10,3
TV4	22,9	21,2	41,4	38,1
TV12	5,1	4,8	15,7	15,0
TV4 Sportkanalen	0,8	0,7	3,4	3,3
TV4 Guld	1,4	1,2	4,9	4,4
TV4 Film	1,4	1,3	5,6	5,5
TV4 Fakta	1,5	1,6	5,6	6,0
Sjuan	7,0	6,2	19,1	17,4
TV3	8,0	7,2	22,6	20,7
TV6	7,2	6,3	20,9	17,8
TV8	5,4	5,0	15,0	14,1
TV10	3,4	3,1	11,0	10,1
Viaplay Sport	0,0	0,9	0,0	3,7
Kanal 5	10,5	8,7	26,3	23,0
Kanal 9	6,0	5,3	17,5	15,7
Kanal11	4,0	3,5	12,4	10,9
Discovery Channel	1,9	1,7	6,4	6,0
Investigation Discovery	1,0	1,0	3,3	3,6
TLC	1,6	1,4	5,2	5,0
Eurosport	1,1	0,9	3,7	3,2
Eurosport 2	0,6	0,7	2,4	2,6
National Geographic	1,2	1,2	4,6	4,6
Disney Channel	0,0	0,0	0,1	0,1
History	0,7	0,7	2,6	2,7
Godare	1,2	1,4	4,3	4,7
BBC Nordic	1,1	1,2	3,2	3,8
Total TV	38,5	36,0	58,9	56,3

TV – Enskilda loggkanaler översikt – Genomsnittlig tittartid (minuter) och tittartidsandel (%) livetittande 2024-2025

Nedan redovisas tittartid och tittartidsandel för alla enskilda TV-kanaler med program- och reklamdata under en genomsnittlig dag 2024 och 2025 vad gäller tittandet vid sändningstillfället (live). Observera att övriga icke-loggkanaler inte redovisas i tabellen, men att totalen inkluderar övriga TV-kanaler.

	Daglig tittartid (min) 2024	Daglig tittartid (min) 2025	Tittartidsandel (%) 2024	Tittartidsandel (%) 2025
SVT1	20,7	19,2	23,7	24,0
SVT2	5,8	4,9	6,7	6,1
SvtB	0,7	0,4	0,8	0,6
SVT24	0,3	0,2	0,4	0,3
Kunskapskanalen	1,0	1,0	1,2	1,3
TV4	23,9	24,0	27,4	29,9
TV12	1,9	1,6	2,2	2,0
TV4 Sportkanalen	0,2	0,1	0,2	0,2
TV4 Guld SE	0,5	0,4	0,5	0,5
TV4 Film SE	0,3	0,3	0,4	0,3
TV4 Fakta	0,4	0,4	0,5	0,5
Sjuan	3,4	2,9	3,9	3,6
TV3 se	2,9	2,6	3,4	3,3
TV6 SE	3,8	3,3	4,4	4,1
TV8	2,6	2,4	3,0	3,0
TV10	0,9	0,8	1,0	1,0
Viaplay Sport	0,0	0,5	0,0	0,7
Kanal 5	6,0	3,7	6,9	4,6
Kanal 9	1,9	1,8	2,2	2,3
Kanal11	1,6	1,7	1,8	2,1
Discovery se	0,6	0,5	0,6	0,6
Investigation Discovery	0,5	0,4	0,5	0,5
TLC	0,5	0,5	0,5	0,6
Eurosport SE	0,4	0,3	0,4	0,4
Eurosport 2 SE	0,2	0,1	0,2	0,2
NatGeo se	0,3	0,3	0,4	0,4
Disney Channel	0,1	0,0	0,1	0,0
History	0,2	0,2	0,3	0,2
Godare	0,2	0,3	0,2	0,3
BBC Nordic	0,4	0,4	0,4	0,5
Total TV	87,1	80,2	100,0	100,0

TV – Genomsnittlig daglig räckvidd (tusental) för enskilda loggkanaler samt respektive målgrupps andel av räckvidden (%) 2025 (MMS-år)

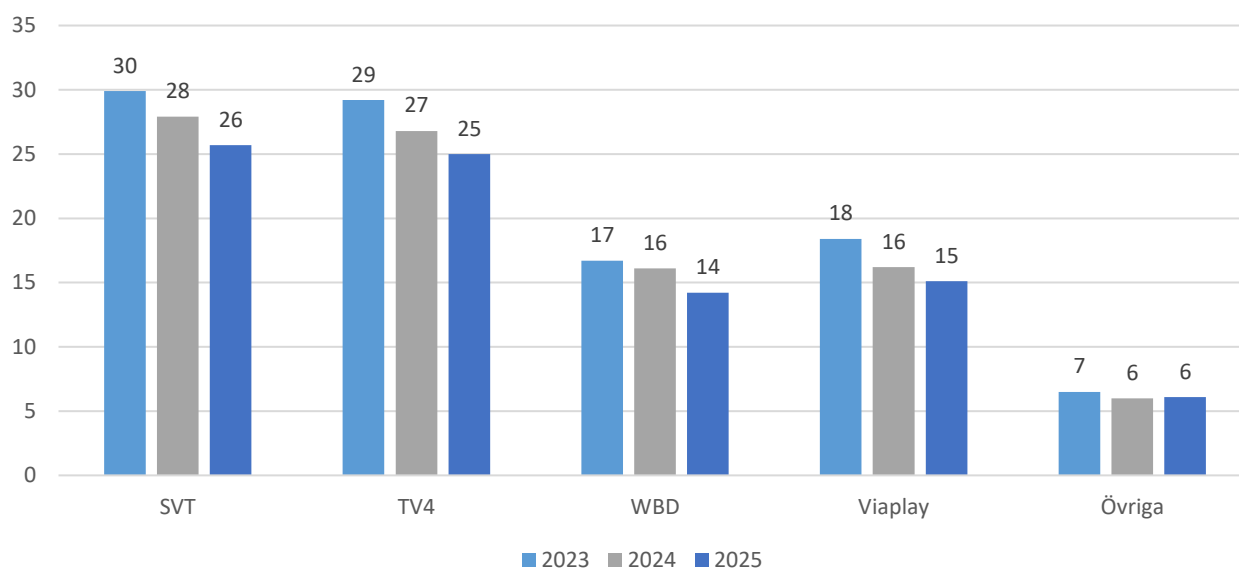
Nedan redovisas daglig räckvidd för alla enskilda TV-kanaler med program- och reklamdata under en genomsnittlig dag 2025 vad gäller tittandet vid sändningstillfället (live). Måtten för målgrupper avser deras andel av TV-kanalens räckvidd, och är tänkt att ge en bild av respektive kanals publikprofil.

	Totalt	Män	Kvinnor	3-14	15-29	30-44	45-59	60+
SVT1	2 321	48%	52%	2%	3%	6%	20%	69%
SVT2	1 283	51%	49%	1%	2%	5%	19%	72%
SvtB	110	52%	48%	30%	3%	16%	16%	34%
SVT24	112	54%	46%	4%	3%	9%	18%	66%
Kunskapskanalen	348	53%	47%	1%	1%	4%	14%	79%
TV4	2 175	46%	54%	2%	4%	8%	23%	63%
TV12	494	55%	45%	2%	2%	6%	19%	71%
TV4 Sportkanalen	74	69%	31%	4%	4%	8%	16%	68%
TV4 Guld SE	123	46%	54%	2%	2%	7%	19%	70%
TV4 Film SE	138	55%	45%	2%	3%	8%	23%	63%
TV4 Fakta	167	47%	53%	2%	3%	7%	20%	68%
Sjuan	637	42%	58%	1%	2%	5%	18%	74%
TV3 se	741	49%	51%	2%	2%	7%	23%	66%
TV6 SE	642	57%	43%	2%	3%	8%	23%	64%
TV8	511	45%	55%	1%	2%	5%	19%	74%
TV10	315	62%	38%	2%	2%	6%	23%	67%
Viaplay Sport	96	61%	39%	4%	6%	11%	21%	58%
Kanal 5	890	49%	51%	2%	3%	7%	21%	67%
Kanal 9	543	54%	46%	2%	2%	6%	24%	66%
Kanal11	362	42%	58%	2%	2%	5%	21%	70%
Discovery se	176	62%	38%	2%	2%	6%	23%	66%
Investigation Discovery	105	48%	52%	2%	3%	7%	25%	63%
TLC	147	40%	60%	2%	3%	8%	24%	63%
Eurosport SE	92	66%	34%	2%	2%	7%	17%	72%
Eurosport 2 SE	67	64%	36%	2%	3%	8%	19%	67%
NatGeo se	125	65%	35%	2%	3%	7%	23%	65%
Disney Channel	3	65%	35%	16%	7%	41%	19%	17%
History	67	56%	44%	2%	4%	10%	25%	58%
Godare	139	52%	48%	2%	2%	5%	24%	66%
BBC Nordic	119	49%	51%	2%	3%	6%	30%	59%
Total TV	3 695	48%	52%	5%	5%	11%	24%	55%

TV – Genomsnittlig daglig räckvidd (%) för mediebolag samlat 2025 (MMS-år)

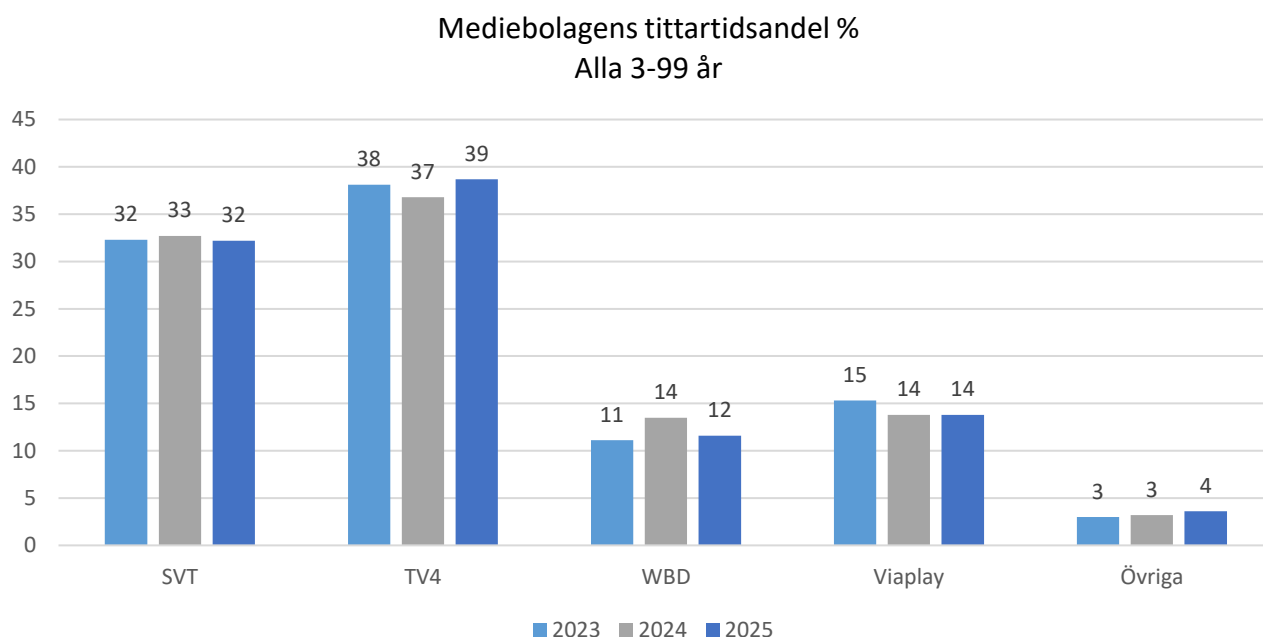
Nedan redovisas daglig räckvidd för de mediebolag som mäts i Onlinevideo under en genomsnittlig dag 2025 vad gäller tittandet vid sändningstillfället (live). Alla TV-kanaler, oavsett om de redovisar program- och reklam data eller ej, ingår.

Mediebolagens sammanlagda dagliga räckvidd %
Alla 3-99 år



TV – Genomsnittlig tittartidsandel (%) för mediebolag samlat 2025 (MMS-år)

Nedan redovisas tittartidsandel för de mediebolag som mäts i Onlinevideo under en genomsnittlig dag 2025 vad gäller tittandet vid sändningstillfället (live). Alla TV-kanaler, oavsett om de redovisar program- och reklam data eller ej, ingår.



TV – Programtopplistor i målgruppen Alla 3-99 år under 2025 (MMS-år)

Topplistorna innehåller de tjugo mest sedda enskilda programavsnitten utifrån räckvidd för tittande som skedde på TV-skärm vid sändningstillfället samt även den ackumulerade räckvidden (kallat TV-total) exklusive tittande via streamingtjänsten samlat alla ingående mediebolag under 2025.

Kriterium för att räknas in i räckvidden är att man sett minst 1 minut. I räckvidden live inräknas endast tittande som skett på sändningstillfället oavsett distribution. I liveräckvidden inkluderas gästtittande.

I räckvidden för ackumulerat tittande inräknas allt tittande som skett på sändningstillfället och ytterligare sju dagar framåt, motsvarande KO(8) som används i TV-mätningen. I ackumulerade räckvidden inkluderas dock inte gästtittande. Trots att den ackumulerade räckvidden täcker fler dagar, kan den i många fall rapportera en lägre publik eftersom tittande på streamingtjänsten exkluderas och att gäster inte inberäknas.

Alla

	Titel	Tid	Datum	Vecka	Medie-bolag	Räckvidd LIVE	Räckvidd TV-total
1	Eurovision Song Contest Final	21:00	2025-05-17	20	SVT	4 111	4 152
2	Melodifestivalen 25 Final	20:01	2025-03-08	10	SVT	3 805	3 971
3	Melodifestivalen 25 Del 5	20:01	2025-03-01	9	SVT	3 255	3 469
4	Kalle Anka och hans vänner	15:06	2025-12-24	52	SVT	3 237	3 281
5	Melodifestivalen 25 Del 1	20:00	2025-02-01	5	SVT	3 208	3 404
6	Melodifestivalen 25 Del 4	20:01	2025-02-22	8	SVT	3 104	3 304
7	Bingolotto	19:30	2025-12-23	52	TV4	3 102	2 667
8	Melodifestivalen 25 Del 2	20:00	2025-02-08	6	SVT	3 076	3 261
9	Melodifestivalen 25 Del 3	20:01	2025-02-15	7	SVT	2 826	2 979
10	Bingolotto	22:17	2025-12-23	52	TV4	2 725	2 373
11	Julvärden	15:01	2025-12-24	52	SVT	2 709	2 615
12	Vasaloppet	07:30	2025-03-02	9	SVT	2 531	2 389
13	Eurovision Song Contest 1	21:00	2025-05-13	20	SVT	2 525	2 716
14	TV4 Nyheterna och Sporten	22:00	2025-12-23	52	TV4	2 333	2 311
15	Fotboll EM D SWE-ENG	22:02	2025-07-17	29	SVT	2 248	2 421
16	TV4 Vädret	22:09	2025-12-23	52	TV4	2 232	2 209
17	Julvärden	16:12	2025-12-24	52	SVT	2 232	2 133
18	Förfest Eurovision	20:00	2025-05-17	20	SVT	2 225	2 177
19	Nobel 2025 Banketten	20:00	2025-12-10	50	SVT	2 145	2 383
20	På Spåret	20:01	2025-01-03	1	SVT	1 978	2 470

TV – Programtopplistor per genre i målgruppen Alla 3-99 år under 2025 (MMS-år)

Topplistorna innehåller mest sedda enskilda titlarna inom respektive genre utifrån räckvidd för tittande som skedde på TV-skärm vid sändningstillfället samt även den ackumulerade räckvidden (kallat TV-total) exklusive tittande via streamingtjänsten samlat alla ingående mediebolag under 2025. Om programtiteln är en serie avsnitt eller i delar (t.ex. en sportsändning) visas endast det avsnitt/den del som har högst räckvidd.

Kriterium för att räknas in i räckvidden är att man sett minst 1 minut. I räckvidden live inräknas endast tittande som skett på sändningstillfället oavsett distribution. I liveräckvidden inkluderas gästtittande. I räckvidden för ackumulerat tittande inräknas allt tittande som skett på sändningstillfället och ytterligare sju dagar framåt, motsvarande KO(8) som används i TV-mätningen. I ackumulerade räckvidden inkluderas dock inte gästtittande. Trots att den ackumulerade räckvidden täcker fler dagar, kan den i många fall rapportera en lägre publik eftersom tittande på streamingtjänsten exkluderas och att gäster inte inberäknas.

Barn

	Titel	Tid	Datum	Vecka	Medie-bolag	Räckvidd LIVE	Räckvidd TV-total
1	Kalle Anka och hans vänne	15:06	2025-12-24	52	SVT	3 237	3 281
2	Jul med Astrid Lindgren	14:00	2025-12-24	52	SVT	1 943	1 754
3	Kan du vissla Johanna	16:21	2025-12-24	52	SVT	1 903	1 750
4	Karlbertil Jonssons julafton	19:06	2025-12-24	52	SVT	1 030	1 078
5	Ronja Rövardotter	21:00	2025-01-11	2	SVT	957	1 002
6	Vi på Saltkråkan	20:01	2025-11-01	44	SVT	870	1 337
7	Julkalendern 2025 Tidstjuven	18:47	2025-12-24	52	SVT	848	1 302
8	Ice Age	20:01	2025-08-09	32	SVT	735	730
9	Håkan Bråkan 2	16:15	2025-02-16	7	SVT	721	729
10	Detektiverna	20:00	2025-03-29	13	SVT	717	993

Sport

	Titel	Tid	Datum	Vecka	Medie-bolag	Räckvidd LIVE	Räckvidd TV-total
1	Vasaloppet	07:30	2025-03-02	9	SVT	2 531	2 389
2	Fotboll Em D Swe-Eng	22:02	2025-07-17	29	SVT	2 248	2 083
3	Ishockey JVM Swe-Fin	21:00	2025-01-04	1	SVT	1 911	1 820
4	Ishockey JVM Swe-Sui	20:00	2025-12-28	52	SVT	1 695	1 676
5	Fis Crosscountry	11:29	2025-03-09	10	Viaplay	1 541	1 659
6	Friidrotts VM	10:35	2025-09-21	38	SVT	1 483	1 563
7	Fotboll EM D Den-Swe	19:10	2025-07-04	27	SVT	1 441	1 319
8	Vinterstudion	14:34	2025-02-23	8	SVT	1 431	1 433
9	Skidskytte VM	15:01	2025-02-22	8	SVT	1 404	1 414
10	Fotboll NL D Swe-Den	20:00	2025-06-03	23	SVT	1 361	1 367

Nyheter

	Titel	Tid	Datum	Vecka	Medie- bolag	Räckvidd LIVE	Räckvidd TV-total
1	Tv4 Nyheterna Och Sporten	22:00	2025-12-23	52	TV4	2 333	2 311
2	Tv4 Vädret	22:09	2025-12-23	52	TV4	2 232	2 209
3	Lokala Nyheter	19:55	2025-02-07	6	SVT	1 412	1 465
4	Rapport	19:30	2025-03-09	10	SVT	1 410	1 485
5	Aktuellt	21:00	2025-02-04	6	SVT	1 265	1 303
6	Flera skadade efter allvarlig skjutning i Örebro	20:00	2025-02-04	6	SVT	1 120	1 205
7	Rapports Årskrönika 2024	20:01	2024-12-30	1	SVT	1 093	1 170
8	Polisen i Örebro håller pressträff	17:55	2025-02-04	6	SVT	1 092	1 171
9	Tv4 Nyheterna	22:00	2025-03-15	11	TV4	1 088	1 130
10	Landet runt	18:15	2025-02-09	6	SVT	1 083	1 166

Underhållningsprogram exkl. reality

	Titel	Tid	Datum	Vecka	Medie- bolag	Räckvidd LIVE	Räckvidd TV-total
1	Eurovision song contest f	21:00	2025-05-17	20	SVT	4 111	4 152
2	Melodifestivalen 25 final	20:01	2025-03-08	10	SVT	3 805	3 971
3	Bingolotto	19:30	2025-12-23	52	TV4	3 102	3 029
4	Förfest eurovision	20:00	2025-05-17	20	SVT	2 225	2 177
5	På spåret	20:01	2025-01-03	1	SVT	1 978	2 470
6	Masked singer sverige	20:00	2025-05-23	21	TV4	1 929	2 323
7	Idrottsgalan	20:01	2025-01-20	4	SVT	1 834	1 914
8	Melodifestivalen 25 efter	22:15	2025-03-08	10	SVT	1 821	1 596
9	Lets dance	20:00	2025-03-15	11	TV4	1 793	2 032
10	Allsång på skansen	20:00	2025-06-24	26	SVT	1 627	1 868

Realityprogram

	Titel	Tid	Datum	Vecka	Medie- bolag	Räckvidd LIVE	Räckvidd TV-total
1	Allt för Sverige	20:00	2025-12-08	50	SVT	1 319	1 462
2	Hotell Romantik	20:01	2025-01-12	2	SVT	1 063	1 269
3	Bonde söker fru	20:01	2025-10-01	40	TV4	1 054	1 278
4	Idol 2025	20:00	2025-10-11	41	TV4	1 012	1 350
5	Marko & Irma	21:00	2025-04-02	14	TV4	895	1 155
6	Hjälp vi har köpt en bondgård	20:01	2025-04-03	14	SVT	864	1 107
7	Elitstyrkans hemligheter	20:00	2025-08-26	35	TV4	847	1 220
8	Bonde söker fru Andra sommaren	20:01	2025-05-07	19	TV4	833	1 100
9	Suddenly Royal	20:01	2025-03-11	11	SVT	832	879
10	Gift vid första ögonkastet	21:00	2025-06-09	24	SVT	813	929

Fakta

	Titel	Tid	Datum	Vecka	Medie-bolag	Räckvidd LIVE	Räckvidd TV-total
1	Nobel 2025 Banketten	20:00	2025-12-10	50	SVT	2 145	2 190
2	Antikrundan	20:00	2025-01-09	2	SVT	1 485	1 664
3	Husdrömmar	20:00	2025-01-27	5	SVT	1 314	1 669
4	Det Sitter I Väggarna	20:00	2025-08-31	35	SVT	1 239	1 366
5	Veckan Årskrönika Med Cam	21:00	2025-01-02	1	SVT	1 201	1 392
6	Trädgårdstider	20:00	2025-05-13	20	SVT	1 195	1 403
7	Siw	20:00	2025-12-15	51	SVT	1 194	1 457
8	Året Med Kungafamiljen 20	20:01	2025-12-21	51	SVT	1 179	1 576
9	Året Var 1975	20:00	2025-01-02	1	SVT	1 149	1 787
10	Så Byggdes Sverige	20:01	2025-10-30	44	SVT	1 091	1 305

Svenska TV-serier

	Titel	Tid	Datum	Vecka	Medie-bolag	Räckvidd LIVE	Räckvidd TV-total
1	Gränsfall	21:30	2025-02-01	5	SVT	1 695	1 894
2	Svensson Svensson	18:16	2025-12-24	52	SVT	1 005	1 038
3	Vargasommar	21:01	2025-01-08	2	TV4	991	1 122
4	Ronja Rövardotter	21:00	2025-01-11	2	SVT	957	1 002
5	Jag for ner till bror	21:00	2025-12-27	52	SVT	867	1 123
6	Julkalendern 2025 Tidstjuven	18:47	2025-12-24	52	SVT	848	1 302
7	Morden i Sandhamn	21:01	2025-09-28	39	TV4	847	964
8	Vi på Saltkråkan	20:00	2025-11-08	45	SVT	800	916
9	Solsidan	21:30	2025-10-15	42	TV4	786	920
10	Utvandrarna	22:18	2025-05-23	21	TV4	774	770

Utländska TV-serier

	Titel	Tid	Datum	Vecka	Medie-bolag	Räckvidd LIVE	Räckvidd TV-total
1	Ett fall för Vera	21:00	2025-06-24	26	SVT	1 131	1 231
2	The Split Barcelona	21:01	2025-01-03	1	SVT	1 089	1 150
3	Karen Pirie Kalla fall	21:00	2025-08-12	33	SVT	1 078	1 222
4	Grace	21:01	2025-07-22	30	SVT	903	1 000
5	Mord i Paradiset	21:00	2025-08-21	34	TV4	898	986
6	Vit sand	21:00	2025-08-11	33	TV4	888	940
7	Lynley	21:01	2025-12-07	49	TV4	846	1 009
8	Bortom paradiset	21:00	2025-09-17	38	TV4	841	902
9	Morden i Pembroke	21:01	2025-04-06	14	SVT	824	896
10	Nora Sand - Kärlekens snara	21:00	2025-10-26	43	TV4	816	857

TV – Enskilda icke-loggkanaler översikt – Genomsnittlig veckoräckvidd (%) livetittande 2024-2025 (MMS-år)

Kanal	2024	2025	Kanal	2024	2025
Al Jazeera	0,7	0,9	TV3 (Norway)	0,4	0,3
AnimalPI	1,4	1,0	TV3 dk	0,1	0,2
ATG Live	2,3	2,2	TV3+	0,3	0,2
Axess TV	3,6	3,9	TV4 Fotboll	1,4	1,0
BBC Brit	0,0	0,0	TV4 Hits	3,4	3,2
BBCWorld sat	1,4	1,6	TV4 Hockey	2,7	2,5
Cartoon Network Nordic	0,4	0,5	TV4 Motor	0,5	0,5
Cartoon Network Sweden	0,1	0,0	TV4 Sport Live 1	1,3	1,3
Cartoonito	0,9	0,7	TV4 Sport Live 2	1,3	1,3
CNBC Europe	0,3	0,4	TV4 Sport Live 3	0,9	0,9
CNN sat	1,0	1,1	TV4 Sport Live 4	0,8	0,9
Discovery Science	1,0	1,0	TV4 Stars	2,9	2,3
DR 1 dk	1,3	1,2	TV4 Tennis	0,4	0,4
DR 2 dk	0,5	0,3	TV5 Monde	0,1	0,0
France 2	0,1	0,1	TVE SE	0,1	0,1
H2 HD	1,0	1,0	V film action	3,1	2,6
Horse & Country	0,5	0,4	V film family	1,7	1,7
Kanal 10	0,1	0,1	V film hits	1,6	1,5
Love Nature TV	0,0	0,5	V film premiere	2,1	1,7
MEZZO SE	0,2	0,2	V series	1,7	1,2
MTV 00s	2,0	2,0	V sport 1	0,8	0,9
MTV 90s	1,6	1,8	V sport extra	1,6	1,3
MTV se	2,6	2,0	V sport football	1,0	0,9
National Geographic Wild	1,3	1,1	V sport golf	0,8	0,9
Nick JR	1,3	1,2	V sport motor	1,1	1,2
Nickelodeon	0,6	0,5	V sport premium	2,4	2,1
Nicktoons	0,3	0,3	V Sport Vinter HD	1,0	1,0
NRK1	0,5	0,7	VH1 Classic uk	2,2	2,3
NRK2	0,4	0,5	Viasat Exp	1,8	1,5
RTL de	0,0	0,1	Viasat History	1,8	1,5
SF Kanalen	3,3	3,3	Viasat Nature	1,6	1,2
SkyNews sat	0,5	0,6	Visjon Norge	0,1	0,1
Travel Ch sat	0,2	0,3	YLE 1	0,8	0,8
TV1 (FI)	0,8	0,8	YLE 2	0,5	0,5
TV2 (Denmark)	0,6	0,5	ZDF sat	0,3	0,2

Onlinevideo

Onlinevideo – Kommentarer till onlinevideomätningen 2025

I onlinevideomätningen redovisar MMS mått för mediehus streamingtjänster, program och reklam som visats hos mediebolagen SVT, Viaplay Group, TV4, Warner Bros. Discovery och UR.

Det har skett metodförändringar i onlinevideomätningen under 2024, där den viktigaste är att även reklam räknas in i tjänsternas tittande. Det innebär att det inte blir fullt jämförbart bakåt då redovisning av tjänster endast avsåg programinnehåll. Vecka 1, 2025 lanserade MMS ett antal modell- och metodförbättringar för onlinevideo som framförallt fick en effekt på resultat för målgruppsnivå – med en förändrad åldersfördelning. Det blev också skillnader på nivåer även i totala målgruppen 3-99 år, men oftast mer marginella. Därmed finns det metodskillnader mellan helåren 2024 och 2025 som stör jämförelsen.

I denna rapportdel redovisas samlad total på tjänstenivå för mediebolagen. I programtopplistor redovisas endast program som har publicerats under året, konsumtion av tidigare publicerade program är exkluderade – dessa ingår dock i det inledningsvis samlade totala tittandet och på mediebolagsnivå samlat och per mediebolag redovisas alla unika avsnitt, även om det t.ex. innebär att olika avsnitt från samma programserie förekommer i listan. I programtopplistor som avser genre redovisas däremot endast det bästa avsnittet t.ex. för programserier eller sportsändningar som är i delar.

Onlinevideo – siter/tjänster

Varje aktör kan ha flera tjänster vars rörliga innehåll mäts. Nedan redovisas de siter och tjänster som ingår under respektive aktör i mätningen under 2024. För TV4, Warner Bros. Discovery och Viaplay Group ingår även återlagd reklam från Telekombolagens/distributörers (Allente, Tele2, Telenor, Telia och Sappa) TVE-tjänster.

	Ingående tjänster/Siter	Kommentar
Sveriges Television	SVT Play, Bolibompa, SVT Barn, SVT Nyheter, SVT Sport, SVT Duo	
Viaplay Group	Viaplay Sport Video Network	Endast sportklipp
TV4	TV4 Play, TV4 Play+ (fd Cmore), Fotbollskanalen, TV4 Nyheterna, Köket.se	
Warner Bros. Discovery	Discovery+ AVOD*	
Utbildningsradion	Ur Play, UR Tripp Trapp Träd	

Onlinevideo – Mediebolag översikt – Genomsnittligt antal starter, antal spenderade timmar per dag och daglig räckvidd (%) 2023-2025 (MMS-år)

Nedan redovisas övergripande utfall från MMS onlinevideomätning avseende målgruppen Alla 3-99 år. Data avser tittande på tjänstenivå. Mediebolag som inte längre ingår i mätningarna har exkluderats ur redovisningen för jämförbarhet.

Den första tabellen avser genomsnittligt antal starter, vilket är ett tekniskt mått. De följande tabellerna avser publikmått: spenderade timmar per dag och daglig räckvidd %.

Genomsnittligt antal starter per dag

	2023	2024	2025
SVT	7 064 732	6 584 671	8 239 629
TV4	1 766 349	2 981 377	3 352 714
UR	87 714	101 169	104 164
Viaplay Group	217 986	222 120	135 446
Warner Bros. Discovery	126 916	69 662	17 871
Totalt	9 263 698	9 958 999	11 849 823

Not: Jämförelsestörande metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer i avsnittet "MMS mätningar och metoder" i slutet av rapporten.

Genomsnittligt antal spenderade timmar per dag

	2023	2024	2025
SVT	1 710 002	1 774 323	2 163 096
TV4	702 245	1 317 954	1 667 236
UR	4 645	4 941	11 853
Viaplay Group	4 279	4 169	2 626
Warner Bros. Discovery	39 084	18 489	8 138
Totalt	2 460 254	3 119 875	3 852 950

Not: Jämförelsestörande metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer i avsnittet "MMS mätningar och metoder" i slutet av rapporten.

Daglig räckvidd (%)

	2023	2024	2025
SVT	19,6	19,1	20,7
TV4	7,4	11,7	13,7
UR	0,3	0,3	0,3
Viaplay Group	1,4	1,3	0,7
Warner Bros Discovery	0,5	0,2	0,1
Totalt	26,7	28,9	30,4

Not: Jämförelsestörande metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer i avsnittet "MMS mätningar och metoder" i slutet av rapporten.

Olinevideo – Mediebolag översikt – Räckvidd (tusental) per dag samt respektive åldersgrupps andel av räckvidden (%) 2025

Nedan redovisas daglig räckvidd för alla mediebolagen som ingår i Onlinevideomätningen under en genomsnittlig dag 2025. Måtten för målgrupper avser deras andel av mediebolagets räckvidd, och är tänkt att ge en bild av respektive kanals publikprofil.

	Totalt	3-14 år	15-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år
SVT	2 124	16,1%	10,3%	22,9%	19,6%	31,0%
TV4	1 408	9,0%	13,9%	22,4%	24,3%	30,4%
UR	32	22,3%	19,5%	32,8%	19,1%	6,3%
Viaplay Group	72	0,9%	4,7%	16,7%	25,9%	51,8%
Warner Bros. Discovery	6	9,3%	19,2%	19,4%	30,1%	22,1%
Alla	3 116	13,7%	12,0%	22,7%	21,5%	30,1%

Onlinevideo – Programtopplistor i målgruppen Alla 3-99 år under 2025 (MMS-år)

Topplistan innehåller de tjugo mest sedda programtitlarna på streamingtjänsten utifrån ackumulerad räckvidd samlat alla mätta mediebolag eller för mediebolag enskilt under 2025. Om programtiteln är en serie avsnitt eller i delar (t.ex. en sportsändning) visas endast det avsnitt/den del som har högst räckvidd. Listan avser bara program, inte klipp och andra format.

Kriterium för att räknas in i räckvidden är att man sett minst 15 sekunder/50% av innehållets längd via streamingtjänsten. I räckvidden inräknas allt tittande som skett på publiceringsdagen och ytterligare sju dagar framåt, motsvarande KO(8) som används i TV-mätningen.

	Titel	Säs/Ep.	Datum	Vecka	Mediebolag	Räckvidd tusental
1	Julkalendern: Tidstjuven	1/1	2025-12-01	49	SVT	1 810
2	Melodifestivalen	65/6	2025-03-08	10	SVT	1 066
3	Eurovision Song Contest Final	69/3	2025-05-17	20	SVT	1 058
4	Jag for ner till bror	1/1	2025-12-25	52	SVT	1 018
5	Luciamorgon från Visby	2025/1	2025-12-13	50	SVT	983
6	Vi på Saltkråkan	1/1	2025-10-31	44	SVT	950
7	Förrädarna	2025/5	2025-05-21	21	TV4	935
8	Vasaloppet: Mot alla odds i Vasaloppet	2025/1	2025-03-02	9	SVT	931
9	Gift vid första ögonkastet	12/6	2025-05-19	21	SVT	845
10	Dokument inifrån: Hatet	1/1	2025-12-02	49	SVT	820
11	Beck - Ur askan	2025/	2025-12-04	49	TV4	814
12	Beck - Den osynlige mannen	2025/	2025-06-20	25	TV4	807
13	Masked Singer Sverige	2025/1	2025-03-28	13	TV4	771
14	Solsidan	2025/1	2025-09-30	40	TV4	757
15	På spåret	36/1	2025-10-24	43	SVT	746
16	Bäst i test	2025/1	2025-10-16	42	TV4	720
17	Robinson	2025/36	2025-05-15	20	TV4	720
18	Bäst i test julspecial	2025/	2025-12-24	52	TV4	702
19	Vasaloppet	2025/2	2025-03-02	9	SVT	683
20	FOTBOLL EM D SWE-ENG	2025/33	2025-07-17	29	SVT	678

Onlinevideo – Programtopplistor övriga format/klipp i målgruppen Alla 3-99 år under 2025 (MMS-år)

Topplistan innehåller de tjugofem mest sedda klippen på streamingtjänsten utifrån ackumulerad räckvidd samlat alla ingående mediebolag eller för mediebolag enskilt under 2025.

Kriterium för att räknas in i räckvidden är att man sett minst 15 sekunder/50% av innehållets längd via streamingtjänsten. I räckvidden inräknas allt tittande som skett på publiceringsdagen och ytterligare sju dagar framåt, motsvarande KO(8) som används i TV-mätningen.

	Titel	Publicerat	Vecka	Site	Räckvidd tusental
1	Se kyrkflytten på 45 sekunder	2025-08-19	34	SVT	295
2	Se film inifrån skolan när skottlossningen bryter ut: "De skjuter!"	2025-02-04	6	SVT	280
3	Familjen betalade 12 500 för att gå på Liseberg – fick inte komma in	2025-07-03	27	TV4	255
4	Kanye Wests fru Bianca Censori bjöd på nakenchock under Grammygalan	2025-02-03	6	SVT	247
5	Oväntade mötet i svampskogen - här fångar Daniella, 20, pytonormen i Åkulla bokskogar	2025-07-30	31	SVT	243
6	Här syns en av de misstänkta skyttarna avvärjas på Bondi Beach	2025-12-14	50	SVT	235
7	Sänder live mitt i tumultet – då skjuts hon i benet av polis	2025-06-09	24	SVT	232
8	Vad är mest överskattat med att turista i Sverige?	2025-08-03	31	SVT	226
9	Hur mår den ryska ekonomin – och står den inför kollaps?	2025-08-05	32	SVT	219
10	Sam Hallam gästar studion efter förlusten mot USA	2025-05-24	21	Viaplay	215
11	Så här lät Sundlings bragd i norsk tv: "Stämmer det här!?"	2025-03-07	10	SVT	213
12	PL-special: Höstens nyförvärv, flopp och svensk i Premier League	2025-12-16	51	TV4	212
13	Sverige: KAJ – Bara bada bastu	2025-05-13	20	SVT	210
14	Här slår blixten ner på fotbollsplanen – mitt under Gothia cup	2025-07-16	29	SVT	208
15	Det här vet vi om Ukrainas drönarattack mot ryska flygbasen Belaja	2025-06-02	23	SVT	207
16	Här sätter Armand Duplantis nytt världsrekord i VM-finalen	2025-09-15	38	SVT	199
17	Den stora älgvandringen	2025-04-15	16	SVT	198
18	Bor på vattentorn - se det galna bygget	2025-01-18	3	SVT	197
19	Oskar byggde en egen jetbåt – kallar den en mix av stridsvagn och gokart	2025-07-26	30	SVT	196
20	60 sekunder: Skolskjutningen i Örebro	2025-02-05	6	SVT	196
21	Här ljuger ryska ambassadören om krigsbrotten i Butja	2025-09-11	37	SVT	195
22	Se Melwin Lycke Holms akrobatiska nummer	2025-06-27	26	SVT	194
23	Här slukas kajakpaddlaren Adrián av en knölval	2025-02-14	7	SVT	193
24	Smältande glaciärer i Italien avslöjar kvarlevor från första världskriget	2025-10-12	41	SVT	190
25	Tre Kronors första förlust i VM – Kanada gruppsegrare	2025-05-20	21	Viaplay	190

Onlinevideo – Programtopplistor per genre i målgruppen Alla 3-99 år under 2025 (MMS-år)

Topplistorna innehåller de mest sedda enskilda titlarna inom respektive genre på streamingtjänsten utifrån ackumulerad räckvidd samlat alla ingående mediebolag eller för mediebolag enskilt under 2025. Om programtiteln är en serie avsnitt eller i delar (t.ex. en sportsändning) visas endast det avsnitt/den del som har högst räckvidd. Listorna avser bara program, inte klipp och andra format.

Kriterium för att räknas in i räckvidden är att man sett minst 15 sekunder/50% av innehållets längd via streamingtjänsten. I räckvidden inräknas allt tittande som skett på publiceringsdagen och ytterligare sju dagar framåt, motsvarande KO(8) som används i TV-mätningen.

Barn

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Mediebolag	Räckvidd tusental
1	Julkalendern: Tidstjuven	1/1	2025-12-01	49	SVT	1 810
2	Vi på Saltkråkan	1/1	2025-10-31	44	SVT	950
3	Julkalendern 2025: Lucköppning	2025/1	2025-12-01	49	SVT	468
4	Detektiverna	2/1	2025-03-14	11	SVT	215
5	Strula	9/1	2025-03-05	10	SVT	195
6	Tsm	2/4	2025-08-27	35	SVT	175
7	Fixarjulen	4/1	2025-11-01	44	SVT	171
8	Bolibompa Mini	1/2	2025-01-20	4	SVT	168
9	Bluey	4/22	2025-03-30	13	SVT	167
10	Vaiana	2025/1	2025-12-12	50	SVT	143

Sport

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Mediebolag	Räckvidd tusental
1	Vasaloppet: Mot alla odds i Vasaloppet	2025/1	2025-03-02	9	SVT	931
2	Vasaloppet	2025/2	2025-03-02	9	SVT	683
3	FOTBOLL EM D SWE-ENG	2025/33	2025-07-17	29	SVT	678
4	Bordtennis: WTT Europe Smash	2025/45	2025-08-24	34	SVT	558
5	Friidrotts-VM 2025	2025/14	2025-09-21	38	SVT	435
6	FOTBOLL EM D DEN-SWE	2025/8	2025-07-04	27	SVT	409
7	ISHOCKEY JVM SWE-SUI	2025/9	2025-12-28	52	SVT	336
8	ISHOCKEY JVM SWE-FIN	2025/14	2025-01-04	1	SVT	327
9	Vinterstudion	14/10	2025-02-23	8	SVT	315
10	Skidskytte-VM	60/6	2025-02-18	8	SVT	309

Nyheter

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Medie-bolag	Räckvidd tusental
1	SVT Nyheter Direkt	2025/66	2025-02-04	6	SVT	495
2	Aktuellt	2025/19	2025-02-04	6	SVT	222
3	Rapport	2025/148	2025-06-22	25	SVT	198
4	TV4 Nyheterna	2025/23	2025-02-04	6	TV4	176
5	Nyhetsdagen	2025/21	2025-02-04	6	TV4	121
6	Minneshögtid för Örebro	2025/1	2025-02-11	7	SVT	102
7	Nyhetsåret 2025 - bilderna vi minns	2025/1	2025-12-14	50	SVT	88
8	Kulturnyheter special	2025/1	2025-03-25	13	SVT	84
9	Vädret 07.00	2025	2025-08-01	31	TV4	70
10	Trump 100 dagar	1/1	2025-04-27	17	SVT	56

Underhållningsprogram exkl. reality

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Medie-bolag	Räckvidd tusental
1	Melodifestivalen	65/6	2025-03-08	10	SVT	1 066
2	Eurovision Song Contest Final	69/3	2025-05-17	20	SVT	1 058
3	Masked Singer Sverige	2025/1	2025-03-28	13	TV4	771
4	På spåret	36/1	2025-10-24	43	SVT	746
5	Bäst i test	2025/1	2025-10-16	42	TV4	720
6	Sveriges mästarkock	2025/15	2025-11-29	48	TV4	587
7	Bingolotto	2025/18	2025-12-23	52	TV4	580
8	Sveriges dummask	2025/6	2025-09-17	38	TV4	575
9	Spelet	1/7	2025-10-24	43	SVT	566
10	Stjärnorna på slottet	19/2	2025-01-04	1	SVT	551

Realityprogram

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Medie-bolag	Räckvidd tusental
1	Förrädarna	2025/5	2025-05-21	21	TV4	935
2	Gift vid första ögonkastet	12/6	2025-05-19	21	SVT	845
3	Robinson	2025/36	2025-05-15	20	TV4	720
4	Bonde söker fru	2025/12	2025-12-09	50	TV4	670
5	Gravkammaren	2025/7	2025-06-11	24	TV4	594
6	Elitstyrkans hemligheter - Sverige	2025/3	2025-09-01	36	TV4	585
7	Gränslandet	2025/30	2025-05-18	20	TV4	576
8	Idol	2025/8	2025-10-10	41	TV4	514
9	Elitstyrkans hemligheter Sverige	2025/7	2025-09-29	40	TV4	509
10	Robinson 2025 - bakom kulisserna med Anders Lundin	2025/1	2025-05-22	21	TV4	485

Fakta

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Mediebolag	Räckvidd tusental
1	Dokument inifrån: Hatet	1/1	2025-12-02	49	SVT	820
2	Så byggdes Sverige	1/1	2025-10-30	44	SVT	643
3	Mauri och Morberg - på en liten resa	2025/1	2025-04-28	18	TV4	584
4	Husdrömmar	12/3	2025-02-10	7	SVT	561
5	Sverige och kriget	2025/1	2025-05-11	19	SVT	552
6	Den stora kyrkflytten	2025/1	2025-08-19	34	SVT	515
7	Joakim - ett övergivet barn	2025/1	2025-02-12	7	TV4	509
8	Året med kungafamiljen	50/1	2025-12-21	51	SVT	421
9	Lisas förlossning	2025/1	2025-09-07	36	SVT	380
10	Clock - Socialist Burgers Inc.	2025/1	2025-02-02	5	SVT	363

Svenska TV-serier

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Mediebolag	Räckvidd tusental
1	Julkalendern: Tidstjuven	1/1	2025-12-01	49	SVT	1 810
2	Jag for ner till bror	1/1	2025-12-25	52	SVT	1 018
3	Vi på Saltkråkan	1/1	2025-10-31	44	SVT	950
4	Solsidan	2025/1	2025-09-30	40	TV4	757
5	Stenbeck	1/1	2025-03-07	10	SVT	667
6	Parterapi i Gagnef	1/1	2025-11-07	45	SVT	599
7	Sanningen	2025/1	2025-12-24	52	TV4	579
8	Vargasommar	2024	2025-01-21	4	TV4	540
9	Morden i Sandhamn	2025/5	2025-08-23	34	TV4	519
10	Terese i kassan	3/1	2025-01-09	2	SVT	482

Utländska TV-serier

	Titel	Säs/Ep.	Publ. datum	Vecka	Mediebolag	Räckvidd tusental
1	Ember Manning: Fallet vid bryggan	1/1	2025-01-04	1	SVT	514
2	Kråkflickan	1/1	2025-03-12	11	SVT	492
3	Shetland	9/5	2025-04-26	17	SVT	480
4	Mordet på ön	1/1	2025-02-05	6	SVT	448
5	Saknad, aldrig glömd	6/5	2025-06-21	25	SVT	431
6	Kommissarie Ellis	1/1	2025-01-12	2	SVT	427
7	Ett fall för Vera	14/1	2025-06-24	26	SVT	392
8	Morden i Helsingör	2025/1	2025-06-14	24	TV4	386
9	Karen Pirie: Kalla fall	2/3	2025-08-12	33	SVT	378
10	Bergerac	1/1	2025-04-02	14	SVT	376

Reklam i Totalmätningen, TV- och Onlinevideomätningen

Totalvideo – Tio största annonsörerna i antal TRP% under 2025 (MMS-år)

Nedan listas de tio största enskilda annonsörerna totalt under 2025, samt hur de fördelar sig mellan TV och Online, vad gäller TRP%, dvs. bruttokontakter uttryckta i procent av målgruppen 3-99 år. Observera att denna redovisning endast inkluderar reklam som visats hos de mediebolag som ingår i totalmätningen.

Det är viktigt att notera att reklamkontakter i denna redovisning inte återläggs (konsolideras) till sändningstillfället, som i TV-mätningen, utan redovisas den dag då konsumtionen faktiskt skedde. Därmed kan olika mått skilja från det som redovisas i TV-mätningen.

	Annonsör	Summa TRP% TV-del	Summa TRP% Online-del	Summa TRP% Totalvideo
1	Procter & Gamble AB	38 682	172	38 854
2	Svenska Spel AB	31 329	2 848	34 176
3	Mondelez	25 466	17	25 484
4	Glaxo Smithkline	23 357	1 058	24 415
5	ICA handlarnas AB	23 061	1 084	24 145
6	Ikea	22 237	449	22 687
7	Arla	19 829	729	20 558
8	Mcdonalds	18 606	25	18 630
9	Spendrups bryggerier AB	17 255	848	18 103
10	Reckitt benckiser	16 988	455	17 444

Not: redovisade TRP Online är exklusive eventuella programmatiska köp. Annonsering som delas av flera annonsörer, vilket registreras som "Kombiannonsör", är exkluderat.

TV – Tio största annonsörerna i antal TRP% under 2023-2025 (MMS-år)

Listan med de 10 största enskilda annonsörerna inom TV (exkl. eventuella mediebolags egenannonsering) avser de med högst antal TRP % under 2025 med jämförelsetal för 2023-2024.

Observera att denna mätning innefattar återläggning av tittande och beräknas därmed inte på samma sätt som i totalmätningen – i och med det kommer antal bruttokontakter skilja sig.

Annonssör		Sum. TRP %		
		2023	2024	2025
1	Procter & Gamble AB	39 756	41 859	39 367
2	Svenska Spel AB	21 836	28 826	31 465
3	Mondelez	27 955	31 464	26 045
4	Glaxo smithkline	22 837	22 398	23 876
5	ICA Handlarnas AB	24 406	21 480	23 255
6	Ikea	15 904	18 591	22 547
7	Arla	20 786	13 595	19 876
8	Mcdonalds	24 631	23 439	19 310
9	Reckitt benckiser	16 340	15 223	16 963
10	Spendrups bryggerier AB	14 994	15 482	16 385

Onlinevideo – Tio största annonsörerna i antal TRP% under 2023-2025 (MMS-år)

Listan med de 10 största enskilda annonsörerna för de mediebolag inom Onlinevideo (exkl. eventuella mediebolags egenannonsering) avser de med högst antal TRP %. Redovisningen exkluderar programmatic, där enskilda annonsörer inte kan brytas ur.

Annonssör		Sum. TRP %		
		2023	2024	2025
1	SVENSKA SPEL AB	815	1 602	2 847
2	ATG	769	682	1 488
3	AMAZON	170	193	1 482
4	TELE 2	1 116	1 249	1 476
5	FOLKSPEL	550	577	1 211
6	TELIA	463	518	1 194
7	ICA HANDLARNAS AB	891	1 031	1 084
8	GLAXO SMITHKLINE	475	564	1 058
9	APOTEA	758	775	1 043
10	WILLYS AB	596	677	1 031

Not: Det finns en stor del av reklamkontakter som inte alltid kan härledas till en annonsör då bokningen sker automatiserat, s.k. programmatiska köp, dessa redovisas alltså inte i ovanstående topplista. Metodförändringar har skett från 2025 och därför är TRP-siffrorna inte fullständigt jämförbara med tidigare.

TV – Antal aktiva annonsörer och produkter under 2020-2025 (MMS-år)

Nedan listor redovisar antal unika annonsörer och produkter som haft något kommersiellt budskap under perioden, uppdelat på de övergripande produktkategorier som deras produkter ingår i. Som annonsering räknas både reklamfilmer och sponsringsmeddelanden.

Antal annonsörer i TV per produktkategori

	Produktkategori	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	Livsmedel	110	114	110	103	92	87
2	Information, organisation	62	60	71	66	63	62
3	Finansiell reklam	75	71	74	66	66	59
4	Kontor, telekommunikation	48	50	50	46	43	37
5	Motor, bensin och tillbehör	39	48	41	41	33	27
6	Detaljister	34	42	44	38	46	36
7	Hygien, kosmetik	44	42	40	34	32	23
8	Jordbruk, skogsbruk, industri	24	27	24	33	26	25
9	Sjukvård, hälsovård och friskvård	37	37	37	31	44	49
10	Nöje, restaurang, hotell	28	27	32	27	31	26
11	Möbler, hushåll, hem	25	29	26	29	25	24
12	Resor, transporttjänster	22	22	20	23	25	20
13	Kläder, skor, lädervaror, accessoarer	21	23	28	21	23	18
14	Radio, audio, tv, video, data	31	25	23	17	15	13
15	Sport, fritid, trädgård, foto, djur	39	28	19	20	17	16
16	Böcker, medier	6	11	7	8	8	6
17	Hushålls & tvättprod	8	9	7	8	9	9
18	International	1	1	1	1	1	1
19	Utbildning	1	1	0	0	0	0
	Totalt antal annonsörer netto	655	667	654	612	599	493

Not: Notera att en annonsör kan ingå i olika produktkategorier, det totala antalet annonsörer redovisas dock netto längst ner i tabellen. I vissa fall kan ett kommersiellt budskap delas av flera annonsörer vilket registreras som "Kombiannonsör" i de fall man vill summera reklamkontakter totalt, dessa förekomster har delats upp så respektive annonsör räknas.

Antal produkter i TV per produktkategori

	Produktkategori	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	Livsmedel	294	334	315	255	233	232
2	Information, organisation	79	76	84	80	74	79
3	Finansiell reklam	178	166	177	132	137	134
4	Kontor, telekommunikation	75	92	87	60	61	50
5	Motor, bensin och tillbehör	49	55	59	55	45	40
6	Detaljister	50	67	90	66	58	51
7	Hygien, kosmetik	73	69	64	61	52	45
8	Jordbruk, skogsbruk, industri	47	62	60	43	42	42
9	Sjukvård, hälsovård och friskvård	73	75	72	68	71	82
10	Nöje, restaurang, hotell	48	58	70	62	63	53
11	Möbler, hushåll, hem	39	49	44	39	34	34
12	Resor, transporttjänster	27	31	29	25	28	30
13	Kläder, skor, lädervaror, accessoarer	25	31	37	28	29	24
14	Radio, audio, tv, video, data	36	30	31	22	21	18
15	Sport, fritid, trädgård, foto, djur	48	37	27	26	24	18
16	Böcker, medier	6	12	8	9	9	10
17	Hushålls & tvättprod	20	18	13	13	15	14
18	International	1	1	1	1	1	1
19	Utbildning	1	2	0	0	0	0
	Totalt antal annonserade produkter netto	1 169	1 265	1 268	1 045	997	957

Not: Produkter kan endast ingå i en produktkategori, det totala antalet produkter överensstämmer därmed med summa produktkategorier.

MMS mätningar och metoder

Om MMS och dess uppdrag

MMS är ett icke vinstdrivande oberoende branschorgan vars uppgift är att säkerställa att marknaden, för aktuell tid, har de bästa mätningarna av rörlig bild. MMS ägs av de större svenska mediebolagen SVT AB, TV4 Media AB, Warner Bros. Discovery och Viaplay Group samt Sveriges Annonssörer och Sveriges Mediebyråer. MMS huvuduppdrag är att periodiskt upphandla mätningar hos underleverantörer, för närvarande Nielsen Media och GfK, och däremellan säkerställa att mätningar och data håller avsedd kvalitet.

MMS har mätt TV-tittandet i Sverige sedan 1993. Sedan 2010 har man mätt s.k. tidsförskjutet tittande, t.ex. när man tittar i efterhand efter att ha spelat in ett program eller via operatörstjänster eller på mediebolagets streamingtjänst. Under 2011 började tittandet på videotjänster på nätet mätas tekniskt för första gången och 2022 lanserades den metod som används idag. I slutet av december 2023 lanserades totalmätningen som kombinerar TV- och Onlinevideomätningen.

Videopanelen

Som bas för att beräkna tittandet i olika målgrupper använder MMS en s.k. videopanel, vilken består av 3000 hushåll – omkring 6 300 individer – och alla hushåll som ingår i panelen har en eller flera mätare installerade i sitt hem för att mäta deras tittande, beroende på vilken typ och mängd utrustning hushållet har.

Varje panelhushåll har en specifik hushållsvikt som baseras på variabler som ålder, utbildningsnivå, familjesituation och uppskattad konsumtion. Dessutom har varje hushållsmedlem en individuell vikt som speglar hur många i befolkningen som denna individs tittande ska representera. I dagens mätning representerar en genomsnittlig panelmedlem omkring 2000 svenskar. Vikterna för en panelmedlem förändras dock mellan dagar, beroende på hur många av panelhushållen som rapporterar tittande.

Den nya videopanelen lanserades vecka 40, 2022 och ersatte den tidigare s.k. TV-panelen. I den nya videopanelen har ett antal strukturförändringar genomförts, den viktigaste förändringen är att videopanelen även inberäknar hushåll utan en TV-skärm. Konsekvensen av denna förändring var att det rapporterade TV-tittandet minskade med ca 3%, totalt sett. Det berodde på att TV-hushållens vikter minskade med motsvarande de vikter som tillkom för icke-TV-hushållen. Då metoden skiljer sig något är tittande som sker efter vecka 40, 2022 inte helt och hållet jämförbart med tidigare data, vilket man bör ta med sig i analyser och slutsatser kring förändringar under den här perioden.

Basundersökningen

Varje halvår genomförs en stor kartläggning kallad basundersökningen för att fånga upp relevanta förändringar i befolkningsstruktur och tekniktillgång. Baserat på detta resultat i

kombination med uppgifter från SCB korrigeras panelen vid behov för att ständigt vara aktuell och representativ för Sveriges befolkning.

Basundersökningen genomförs med hjälp av 9000 telefonintervjuer som baserat på ett slumpmässigt urval. I undersökningen får respondenterna svara på frågor om teknisk utrustning i hemmet, konsumtionen av rörlig bild samt bakgrundsfrågor om samtliga boende i hushållet. Det är från denna basundersökning som även rekryteringen av nya panelhushåll görs.

TV-mätningens metod 2025

TV-mätningens syfte är att mäta TV-skärmstittandet på innehåll som har sänts på en TV-kanal. Det spelar dock ingen roll hur innehållet har distribuerats då man tittade, det kan ha skett live vid sändningstillfället eller i efterhand upp till 7 tittardagar efter sändningsdagen t.ex. via TV-operatörs reguljära sändningar, catch-up-tjänst, egen inspelning eller via TV-bolagets egen streamingtjänst. Om en tittare sett innehållet vid ett senare tillfälle än sändningstillfället (s.k. tidsförskjutet tittande) återläggs detta tittande till sändningstillfället. En vecka efter sändningsdagen återläggs inget mer tittande, det är konsoliderat, och detta är innehållets officiella TV-tittande.

Sammanlagt mäter MMS tittandet på 102 TV-kanaler, och av dessa är 30 s.k. loggkanaler. För loggkanalerna redovisas både vilken tid man tittade på kanalerna samt vilka program eller reklam som sändes, något som kräver samarbete mellan MMS och sändande mediebolag. Förutom att MMS validerar minuttittande så granskas och dubbelkollas de uppgifter som mediebolagen skickar till MMS.

Varje panelhushåll har en s.k. People Meter kopplad samtliga TV-skärmar som används i hemmet. Mätaren känner av om TV:n är påslagen och har en fjärrkontroll där var och en som befinner sig i samma rum då TV:n är påslagen loggar in på. Även gäster kan registreras. People Metern fångar upp och spelar in den audiosignal av det som panellisterna för tillfället tittar på. Audiosignaturen från alla TV-kanalernas utsändning bandas dagligen, vilket möjliggör att kunna matcha hushållens audiofiler som fångats av People Meters till rätt TV-sändnings audiosignatur. Eftersom audiosignaturer från tidigare sändningsdagar finns sparade kan ev. tidsförskjutet tittande identifieras.

Onlinevideomätningens metod 2025

Onlinevideomätningens syfte är att mäta tittandet på streamingtjänsters videospelare då det skett på en digital enhet, t.ex. en smartphone, en mediaspelare eller en smart-TV. Mätningen innefattar inte tittande på livekanaler i streamingtjänsten som är samma som TV-sändningen, även kallat simulcastsändningar. Allting i övrigt som ses på tjänsten mäts och redovisas, även innehåll som t.ex. lagts upp på streamingtjänsten tre år tidigare. Konsumtionen redovisas den tittardag då den skedde och återläggs inte till sändningstillfället som tittandet gör för TV-mätningen.

MMS har genomfört mätningar av onlinevideo sedan 2011. Metoden innebär att mätningen behöver ske i samarbete med onlinevideoaktörerna. I dagsläget mäter MMS redaktionellt innehåll och i vissa fall reklam för onlinevideotjänsterna inom SVT AB, Viaplay Group (endast sportklipp), TV4 Media AB, Warner Bros. Discovery, Utbildningsradion samt Telia, Allente, Telenor, Tele2 och Sappa i de fall de ersätter reklam digitalt då man ser program i efterhand i deras egna catch-up- och streamingtjänster. Nu omfattas mätningen av större delar av utbudet hos samarbetande mediebolag, till exempel har TV4 från och med augusti tagit steget att även mäta konsumtion av innehåll som sker på betalversioner av sina VOD-tjänster.

Mätningen sker genom att en mätкод, kallad SDK, lagts in i streamingtjänstens olika videospelare. Samma streamingtjänst kan ha flera tiotals olika videospelare beroende på vilken enhet som spelar upp innehållet och hur det spelas upp, t.ex. för olika webbläsare som Chrome, Safari eller Edge, för Smart-TV:s, mediaspelare som Chromecast eller appar för iOS eller Android. Då en digital enhet spelar upp streamingtjänstens innehåll skickas samtidigt information till MMS leverantör om enhetens ID, information kring innehållets detaljer och om det skett start/stopp eller paus i tittandet och hur länge det pågick. Denna data innehåller konsumtion på digitala enheter och kallas censusmätning, eftersom den täcker i stort sett all trafik bland svenskar på streamingtjänstens videospelare. Det går alltså inte att få reda på vem som tittat eller t.ex. om samma person växlat mella två olika enheter.

Varje videopanelhushålls samtliga privata digitala enheter kartläggs, bl.a. registreras vem som är primär- och sekundäranvändare. Skol- och arbetsgivarägda enheter är dock frivilliga att registreras. Vid kartläggningen tar man reda på enhetens unika ID så den kan kännas igen i insamlad censusdata. Genom att använda videopanelisternas tittande på sina digitala enheter som fångats upp i census kan en profilering av övrig censustrafik göras. Man klonar en panel på ca 45 000 virtuella panellister varifrån målgrupper kan beräknas, en sådan panellist representerar betydligt färre, omkring 100-200 svenskar.

En av fördelarna med en gemensam videopanel är att MMS nu kan mäta tillsammanstittande dvs. då flera personer tittar samtidigt på ett program, klipp eller reklam online, vilket gör att publikmått som till exempel tittartid, rating och räckvidd numera är högre än de skulle ha varit med tidigare metod. Men det innebär också att resultaten efter bytet inte är direkt jämförbara med tidigare mätning.

Även under 2023 har vissa förändringar i mätningen genomförts som påverkar utfallen i Onlinevideo. För att harmonisera med TV-mätningen nu när konsumtionen räknas samman till en total, har viktningen anpassats. Mätningen har förfinats genom att MMS exkluderar enskilda fall av orealistiskt många reklamexponeringar så att data blir mer korrekt.

Vecka 1, 2025 lanserades en modell- och metodförbättring av onlinevideo som påverkar jämförbarheten med tidigare resultat. Det modellförändringen påverkar är framförallt nivåer och fördelning mellan målgrupper, i synnerhet vad gäller barns och ungas tittande. Resultaten påverkar även nivåer i 3-99 år, både vad gäller räckviddsmått och tittartid, speciellt vad gäller enskilda titlar. Men skillnaderna mot tidigare år kommer inte vara lika stora som i mindre målgrupper.

Totalmätningens metod 2025

Ett visst överlapp sker i de två mätningarna eftersom TV-mätningen fångar upp Onlinevideoaktörernas streamingtjänsttittande när de streamas på TV-skärm. Totalmätningen har därför till syfte att ge ett oduplicerat mått på den totala publiken för de deltagande bolagen. Konsumtionen som redovisas avser den tittardag då den skedde, precis som för Onlinevideomätningen, vilket innebär att tittande för ett visst innehåll som sänts på TV-kanal inte kommer visa samma nivåer som i TV-mätningen där tittandet återläggs.

I dagsläget redovisar MMS totalmått för mediebolag totalt, VOD-tjänster och TV-kanaler, program samt reklam som visats hos mediehusen SVT, Viaplay Group, TV4, Warner Bros. Discovery och UR. Mätningen baseras på TV-mätningen och Onlinevideomätningen.

Metoden går ut på att skapa ett gemensamt dataset där videopanellister (TV) kombineras med virtuella panellister (Onlinevideo) till ca 66 000 virtuella panellistkombinationer. Detta gör det möjligt att göra mer flexibla analyser och tittarmått. Innan TV- och Onlinevideokonsumtionen kombineras sker en exkludering av överlappade mätning genom att identifiera de fall där en panellists tittarsession på TV matchar med Onlinevideo i tidpunkt, samma TV-skärm och samma innehåll. Man kan i vissa fall använda domäninformation från Streaming Meters för att se att TV-konsumtion matchar mediebolagets tjänst.

Denna innebär att videopanellister (TV) kopplas samman med AAM-panellister (Onlinevideo), för att skapa ett dataset på ca 66 000 virtuella panellistkombinationer, vilket gör det möjligt att mer flexibelt beräkna totalmått. Sedan dess har det skett ytterligare utveckling av den nya så kallade totalpanelmetoden. Exempel på det är att exkludera den överlappande konsumtionen som TV-mätningen tillför till totalen, samt att inkludera de deltagande mediehusens icke-loggkanaler. Denna utveckling ledde till att MMS från den 11 december 2023 kunde börja redovisa mediehus totalt, program och reklam med enbart den nya metoden.

Metodskiftet i december innebär att totalvideomått som publicerats tidigare under 2023 inte är helt jämförbara. Definitionen av mediehus totalt inbegriper nu även reklam för VOD-tjänster, för att mer likna definitionen av TV-kanal. Dessutom inräknas TV-kanaler utan program- och reklamdata, s.k. icke-loggkanaler i definitionen av mediehus.

Det skedde en modell- och metodförbättring från vecka 1, 2025 för onlinevideo vilket påverkar nivåerna för totalmätningen. Läs mer under avsnittet om Onlinevideo. Förändringen gör att nivåer, och framförallt målgruppsfördelningar, inte är helt jämförbara med tidigare resultat.

Läs mer om måtten och hur undersökningen går till på www.mms.se.