

MMS Årsrapport 2023

2023-01-02 – 2023-12-31



Innehåll

Förord	3
Tittarmått och andra begrepp	4
TV	5
TV - Kommentarer till TV-mätningen 2023	5
TV - Genomsnittlig tittartid i minuter 2013-2023 (MMS-år).....	6
TV - Tittandet månad för månad, genomsnittlig dag (MMS-månad)	7
TV - Tittandet på vardagar respektive helger	8
TV - Genomsnittlig daglig tittartid (min) i olika målgrupper 2021, 2022 och 2023.....	9
TV - Publikstorlek (rating %) timme för timme under olika veckodagar.....	9
TV - MMS loggkanaler översikt – Räckvidd per dag och vecka	9
TV - MMS loggkanaler översikt – Tittartid och tittartidsandel.....	11
TV - MMS loggkanaler - Tittartidsandel.....	12
TV -Daglig räckvidd (tusentals) för MMS loggkanaler och deras målgruppsprofil %	13
TV - Daglig räckvidd och tittartidsandel för mediehusen.....	14
TV - Programtopplistor i målgruppen Alla 3-99 år	15
TV - Programtopplistor per genre i målgruppen Alla 3-99 år	16
TV - Tittande på icke loggkanaler - Veckoräckvidd % i målgruppen Alla 3-99 år	18
Onlinevideo.....	19
Onlinevideo - Kommentarer till onlinevideomätningen 2023	19
Onlinevideo Uppmätta siter/tjänster	20
Onlinevideo Content - Översikt	21
Onlinevideo Content - Topplista program	22
Onlinevideo Content - Topplista övriga format.....	23
Onlinevideo Content - Topplistor program per genre, målgrupp och mediehus	24
Totalvideo	28
Totalvideo - Kommentarer till totalmätningen 2023.....	28
Totalvideo - Uppmätta siter/tjänster.....	29
Totalt - MMS mediehus översikt – Räckvidd % per dag och vecka samt tittartid (min)	30
Totalt - Daglig räckvidd (tusental) för MMS mediehus och deras målgruppsprofil.....	30
Reklam TV och Onlinevideo	31
Fördelningen TV TRP och Online Impressions 2023	31
TV- Antal aktiva annonsörer och produkter 2023	32
De tio största annonsörerna på TV och Onlinevideo under 2023.....	34
De tio största annonsörerna Totalt under det andra halvåret 2023.....	36

Förord

År 2022 kännetecknades av "ur-askan-i-elden", från en pandemi till en orolig omvärld med krig, resulterande i en ekonomi som vände neråt med inflation och ökande räntor. Under 2023 krympte svensk ekonomi och Institutet för Reklam- och Mediestatistik rapporterade att annonsmarknaden backade för fjärde kvartalet i rad. Detta påverkade broadcast-TV tvåsiffrigt negativt och Onlinevideo växte endast marginellt. Flera svenska mediebolag inom broadcast och video har tvingats till nerskärningar vilket man också ser bland produktionsbolagen som rapporterar färre uppdrag inför 2024. Trots detta sias det att marknaden sakta kommer att återhämta sig under 2024.

Hushållens intresse för betalda streamingtjänster håller i sig, trots lågkonjunkturen. Ökningstakten har avstannat och gränserna mellan reklamfinansierade och betalda VOD-tjänster suddas ut. Under året flyttade TV4 in CMores innehåll i TV4 Play+ och införde olika betalpaket, bland annat ett billigare med reklam.

Först ut i Sverige att erbjuda sådana hybridalternativ var Warner Bros.. Discovery 2022. Även betaltjänsterna Disney Plus och Amazon Prime Video aviserade reklamversioner för svenska abonnenter 2023, precis som Netflix provat på andra marknader under slutet av 2022.

Som förväntat minskade tittandet på TV-kanaler totalt, framför allt live. Detta år var det finalen av Melodifestivalen 2023 som fick den högsta publiksiffran med knappt 3,5 miljoner tittare. Andraplaceringen gick till "Kalle Anka och hans vänner" på julafton. Melodifestivalens deltävlingar hade också höga siffror, följt av På spåret.

Tittandet är fortsatt starkt på VOD-tjänster på TV-skärmen och digitala skärmenheter. Av de tjänster som idag ingår i Onlinevideovalutan var det SVT:s Julkalender Trolltider – legenden om bergatrollet som fick störst genomsnittlig publik, på över 1,7 miljoner tittare. Flest starter fick dock "Bolibompa: Draken och känslorna". Det klipp som fick flest starter var "Janne Andersson i het diskussion med Bojan Djordjic" från Viaplay Group.

Året bjöd, utöver de återkommande, på något färre större sportevenemang jämfört med 2022. Fotbolls-VM för damer i Australien och Nya Zeeland, som sändes på Viaplay Groups kanaler, blev en höjdpunkt mot slutet av sommaren. Trots att damlandslaget tog sig till semifinal och tog hem brons-medaljen, blev den totala räckvidden för turneringen lägre än tidigare år. Orsaken var tidsskillnaden som gjorde att matcherna visades på förmiddagarna för den svenska publiken.

2023 blev året då MMS lanserade en totalmätning av – och i nära samarbete med – våra mätkunder, något vi är oerhört stolta över. Idag kan man alltså få oduplicerade totalsiffror för kanal/site, program och reklam för de samarbetande aktörerna, oavsett var man tittat. Vi på MMS ser med spänning fram emot 2024 då vi jobbar för att vässa och utöka totalmätningen så att marknaden, när den är redo, kan använda den som valuta.

Danielle Aldén

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.

Mediehus: avser samlade tv-kanaler 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.

TV

TV - Kommentarer till TV-mätningen 2023

MMS har mätt TV-tittandet i Sverige sedan 1993. Tittarpanelen består av 3000 hushåll och alla panelhushåll har TV-mätare installerade till samtliga TV-apparater i sitt hem.

Varje halvår genomförs en stor kartläggning för att fånga upp relevanta förändringar. Baserat på detta resultat korrigeras panelen vid behov för att ständigt vara aktuell och representativ för Sveriges befolkning. Kartläggningen genomförs med hjälp av 9000 telefonintervjuer som baserat på ett slumpmässigt urval. I denna undersökning 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.

Varje panelhushåll har en specifik hushållsvikt som baseras på variabler som ålder, utbildningsnivå, familjesituation och uppskattad TV-konsumtion. Dessutom har varje hushållsmedlem en individuell vikt som speglar hur många i befolkningen som denna individs TV-tittande ska representera.

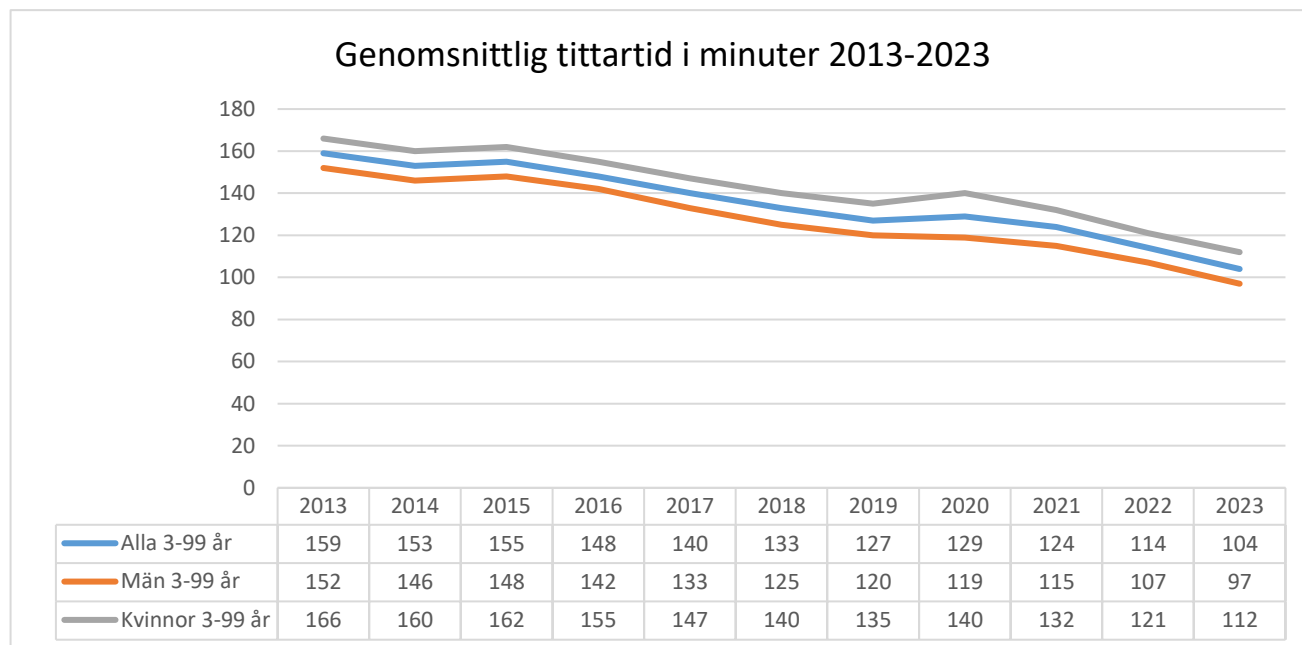
Den nya videopanelen lanserades vecka 40, 2022 och ersatte den tidigare TV-panelen. I den nya videopanelen har ett antal metodförändringar genomförts, den viktigaste förändringen är att videopanelen även inberäknar hushåll utan TV. Konsekvensen av denna förändring var att det rapporterade TV-tittandet 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.

Sammanlagt mäter MMS tittandet på 102 TV-kanaler, och av dessa är 28 loggkanaler. För loggkanalerna redovisas både vilken tid man tittade på kanalerna samt vilka program som sändes.

De tittarmått som är redovisade i denna årsrapport är rating, räckvidd, tittartid och tittartidsandel (share). Det går alltså att se hur många som i genomsnitt tittade på till exempel ett program, hur stor andel av tittandet som tillfaller en specifik kanal och hur stor del av populationen som kanalen nådde. Det räckviddsmått som presenteras är den dagliga, om inget annat anges. Det har skett en förändring i räckviddsvillkoren från 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.

Perioden för årsrapporten är 2023-01-02 – 2023-12-31. 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).

TV - Genomsnittlig tittartid i minuter 2013-2023 (MMS-år)

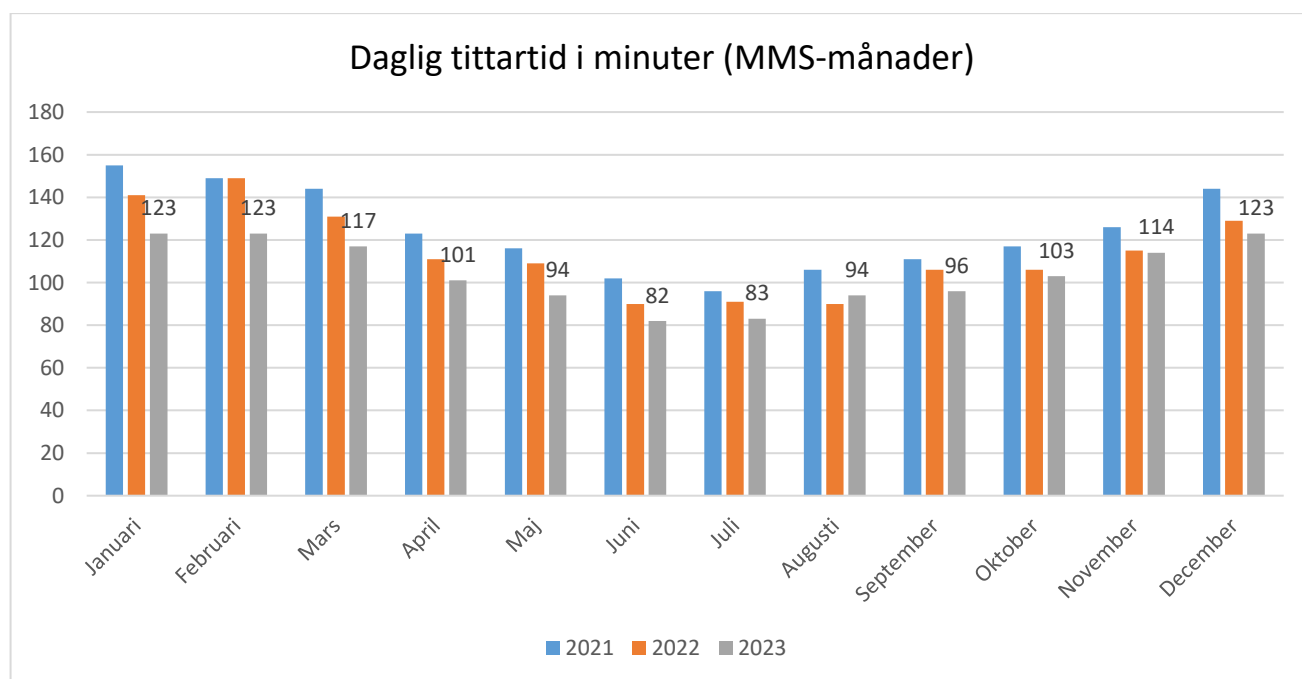


Not: Jämförelsestörande metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.

TV - Tittandet månad för månad, genomsnittlig dag (MMS-månad)

	Tittartid minuter			Räckvidd % (1 min)			Räckvidd tusental (1 min)		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Januari	155	141	123	59	57	52	5 927	5 760	5 216
Februari	149	149	123	60	59	53	5 970	5 941	5 384
Mars	144	131	117	60	58	52	5 942	5 770	5 257
April	123	111	101	57	54	50	5 720	5 424	5 019
Maj	116	109	94	55	53	48	5 442	5 349	4 807
Juni	102	90	82	50	47	43	5 005	4 672	4 319
Juli	96	91	83	46	44	40	4 631	4 436	4 109
Augusti	106	90	94	50	45	45	4 988	4 560	4 527
September	111	106	96	53	52	47	5 358	5 218	4 797
Oktober	117	106	103	55	51	50	5 557	5 107	5 054
November	126	115	114	56	52	52	5 636	5 211	5 280
December	144	129	123	63	58	56	6 284	5 831	5 744

Not: Jämförelsestörande metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.



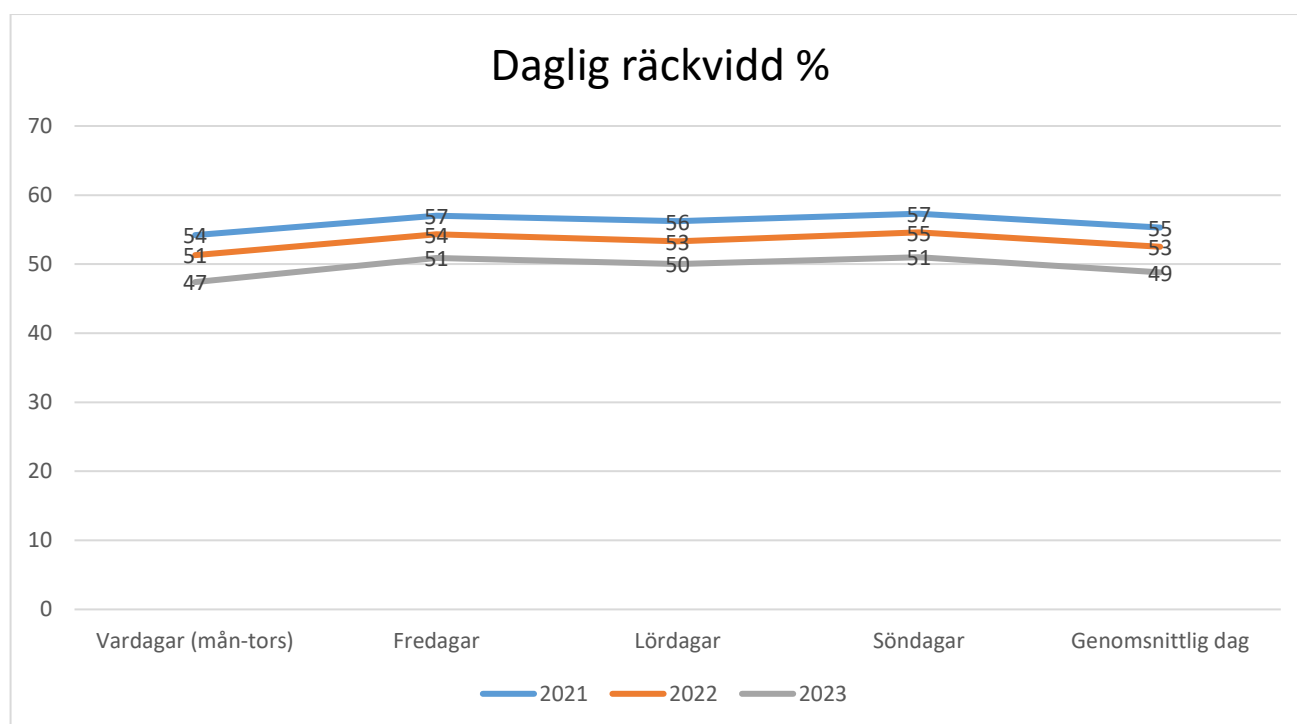
Not: Jämförelsestörande metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.

TV - Tittandet på vardagar respektive helger

Tittartid (min)

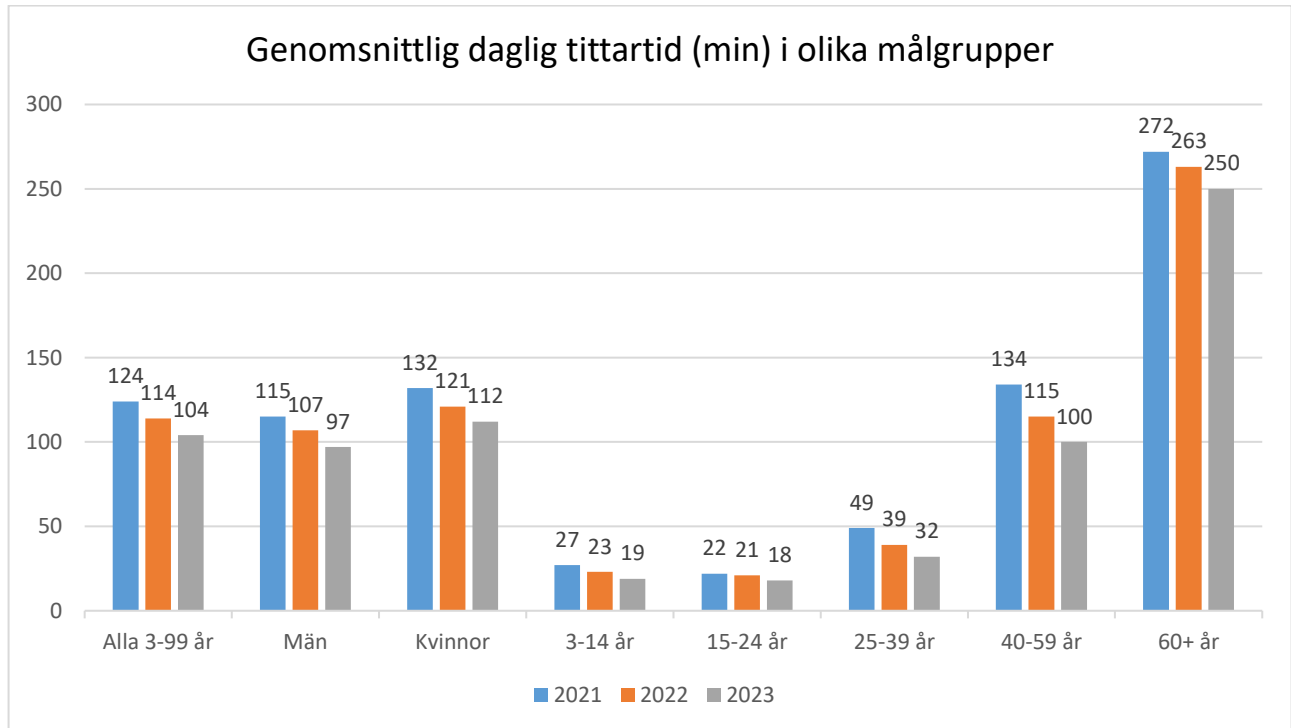
	2021	2022	2023
Vardagar (mån-tors)	117	107	97
Fredagar	126	117	107
Lördagar	135	124	115
Söndagar	138	128	119
Genomsnittlig dag	124	114	104

Not: Jämförelsestörande metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.



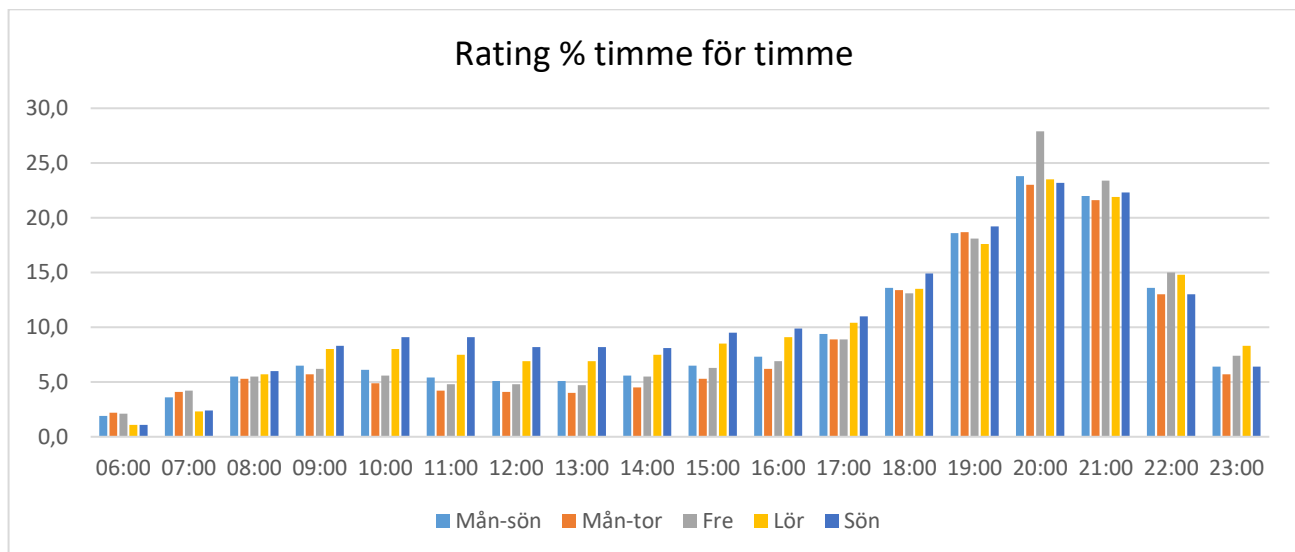
Not: Jämförelsestörande metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.

TV - Genomsnittlig daglig tittartid (min) i olika målgrupper 2021, 2022 och 2023



Not: Jämförelsestörande metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.

TV - Publikstorlek (rating %) timme för timme under olika veckodagar



Not: Metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.

TV - MMS loggkanaler

översikt – Räckvidd per dag och vecka

	Daglig räckvidd (%) 2022	Daglig räckvidd (%) 2023	Veckoräckvidd (%) 2022	Veckoräckvidd (%) 2023
SVT1	33,0	30,3	56,8	53,0
SVT2	18,3	15,9	41,2	36,4
TV3	10,1	9,3	27,9	26,2
TV4	29,9	27,5	52,9	48,3
Sjuan	9,3	8,4	25,3	22,6
Kanal 5	13,2	11,5	32,9	29,4
TV6	8,3	9,0	23,9	25,1
Eurosport	1,4	1,0	4,8	3,5
Discovery	2,7	2,3	8,7	7,5
TLC	1,9	1,9	6,3	6,2
National Geographic	1,7	1,5	5,8	5,1
SVTBarnkanalen	4,6	3,7	12,3	10,4
Kunskapskanalen	4,7	4,2	14,3	12,6
TV8	6,8	6,4	19,0	17,7
SVT24	1,9	1,7	9,0	8,0
Kanal 9	7,2	6,5	21,6	19,4
TV4 Guld	1,7	1,8	5,7	6,0
TV4 Film	2,0	1,6	7,3	6,1
TV4 Fakta	1,7	1,7	5,8	6,0
Disney Channel	0,1	0,0	0,6	0,2
History	1,0	1,0	3,8	3,6
TV12	6,9	6,2	20,5	18,3
TV10	4,1	3,9	13,1	12,3
Kanal11	6,0	4,5	17,7	14,0
Investigation Discovery	1,1	1,2	3,5	3,6
Sportkanalen	1,1	1,0	4,8	4,3
Eurosport 2	0,7	0,7	2,7	2,4
Godare	1,3	1,1	5,0	4,3
TotalTV	52,5	48,8	74,5	70,0

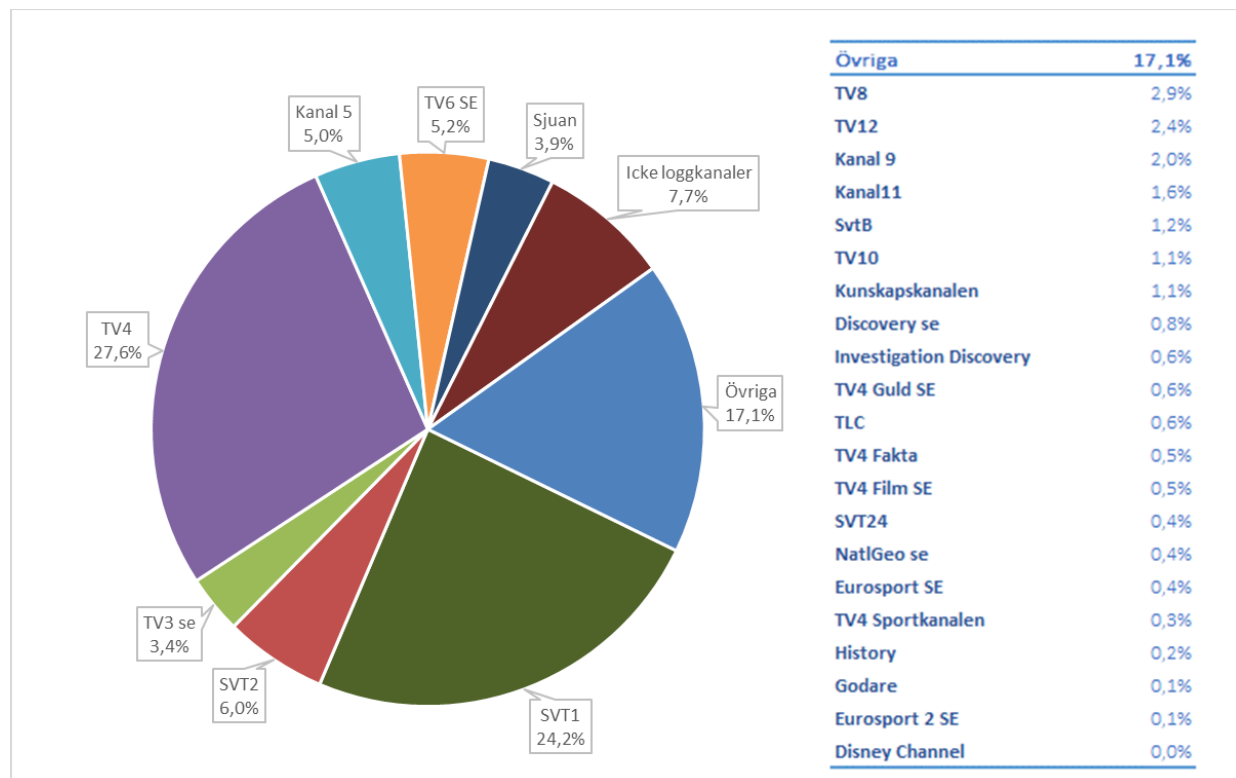
Not: Metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.

TV - MMS loggkanaler översikt – Tittartid och tittartidsandel

	Daglig tittartid (min) 2022	Daglig tittartid (min) 2023	Tittartidsandel (%) 2022	Tittartidsandel (%) 2023
SVT1	28,0	25,2	24,5	24,2
SVT2	7,5	6,2	6,6	6,0
TV3	3,9	3,6	3,4	3,4
TV4	29,7	28,7	26,0	27,6
Sjuan	4,2	4,1	3,7	3,9
Kanal 5	7,0	5,2	6,1	5,0
TV6	4,2	5,4	3,7	5,2
Eurosport	0,5	0,4	0,4	0,4
Discovery	0,9	0,7	0,8	0,7
TLC	0,7	0,6	0,6	0,6
National Geographic	0,5	0,4	0,4	0,4
SVTBarnkanalen	1,4	1,0	1,2	1,0
Kunskapskanalen	1,3	1,2	1,1	1,1
TV8	3,3	3,1	2,9	2,9
SVT24	0,4	0,4	0,4	0,4
Kanal 9	2,3	2,1	2,0	2,0
TV4 Guld	0,7	0,7	0,6	0,7
TV4 Film	0,5	0,4	0,5	0,4
TV4 Fakta	0,6	0,5	0,5	0,5
Disney Channel	0,0	0,0	0,0	0,0
History	0,3	0,2	0,2	0,2
TV12	2,8	2,6	2,4	2,5
TV10	1,3	1,2	1,1	1,1
Kanal11	1,8	1,5	1,6	1,5
Investigation Discovery	0,7	0,6	0,6	0,5
Sportkanalen	0,3	0,3	0,3	0,3
Eurosport 2	0,1	0,2	0,1	0,2
Godare	0,2	0,1	0,1	0,1
TotalTV	114,0	104,2	100,0	100,0

Not: Metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.

TV - MMS loggkanaler - Tittartidsandel



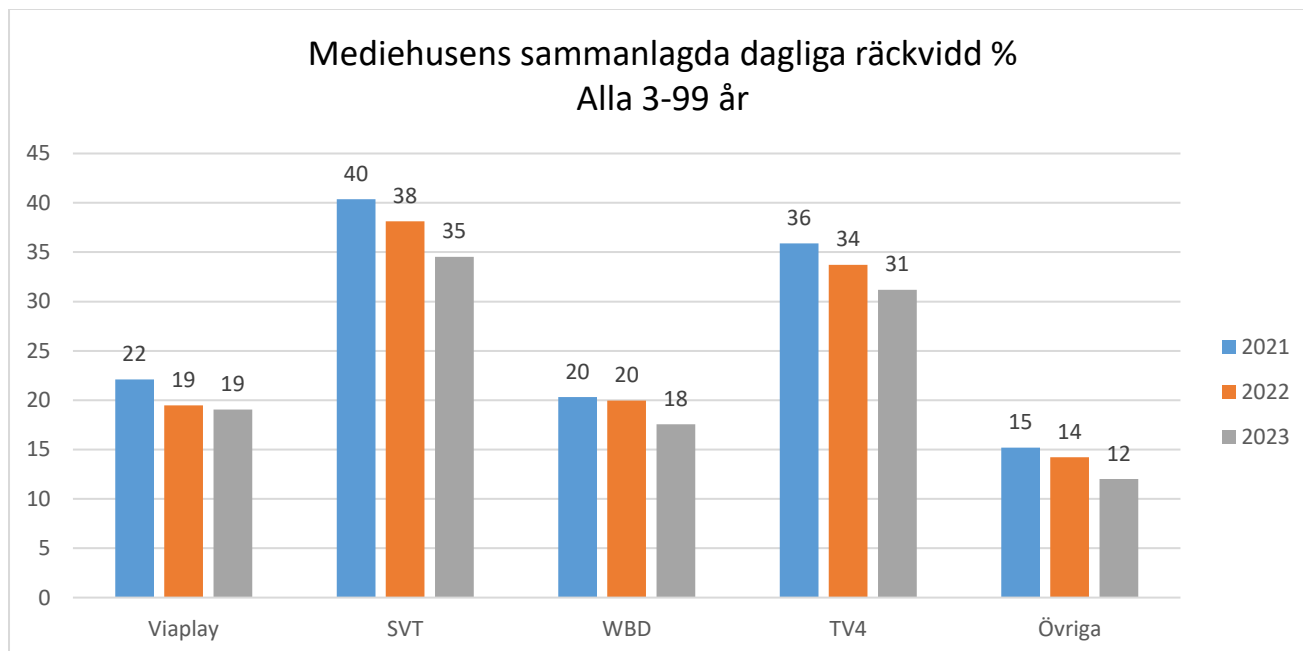
Not: Metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.

TV -Daglig räckvidd (tusental) för MMS loggkanaler och deras målgruppsprofil %

	Totalt	Män	Kvinnor	3-14	15-24	25-39	40-59	60+
SVT1	3 072	48%	52%	4%	3%	9%	27%	56%
SVT2	1 613	52%	48%	2%	2%	6%	27%	63%
TV3	944	48%	52%	2%	3%	8%	31%	57%
TV4	2 789	46%	54%	4%	3%	11%	29%	53%
Sjuan	857	42%	58%	2%	2%	6%	27%	63%
Kanal 5	1 164	48%	52%	3%	3%	9%	30%	55%
TV6	910	56%	44%	3%	3%	8%	32%	55%
Eurosport	105	66%	34%	2%	1%	6%	25%	65%
Discovery	230	66%	34%	2%	2%	7%	34%	54%
TLC	193	40%	60%	2%	2%	8%	32%	56%
National Geographic	148	64%	36%	2%	2%	5%	28%	63%
SVTBarnkanalen	371	50%	50%	46%	2%	25%	16%	11%
Kunskapskanalen	422	56%	44%	2%	1%	5%	23%	69%
TV8	653	45%	55%	1%	2%	4%	28%	65%
SVT24	172	54%	46%	5%	2%	11%	27%	54%
Kanal 9	656	56%	44%	2%	2%	7%	31%	58%
TV4 Guld	187	52%	48%	2%	2%	5%	29%	64%
TV4 Film	162	56%	44%	3%	2%	6%	35%	54%
TV4 Fakta	174	48%	52%	2%	2%	6%	28%	63%
Disney Channel	4	55%	45%	46%	6%	8%	24%	16%
History	103	67%	33%	3%	2%	8%	30%	58%
TV12	634	55%	45%	2%	2%	5%	28%	62%
TV10	395	62%	38%	2%	2%	5%	32%	58%
Kanal11	459	47%	53%	2%	2%	6%	32%	59%
Investigation Discovery	117	46%	54%	2%	1%	5%	28%	63%
Sportkanalen	103	69%	31%	3%	2%	7%	27%	60%
Eurosport 2	67	67%	33%	2%	2%	6%	26%	65%
Godare	112	51%	49%	3%	2%	7%	34%	55%
Total TV	4 951	48%	52%	9%	4%	15%	29%	42%

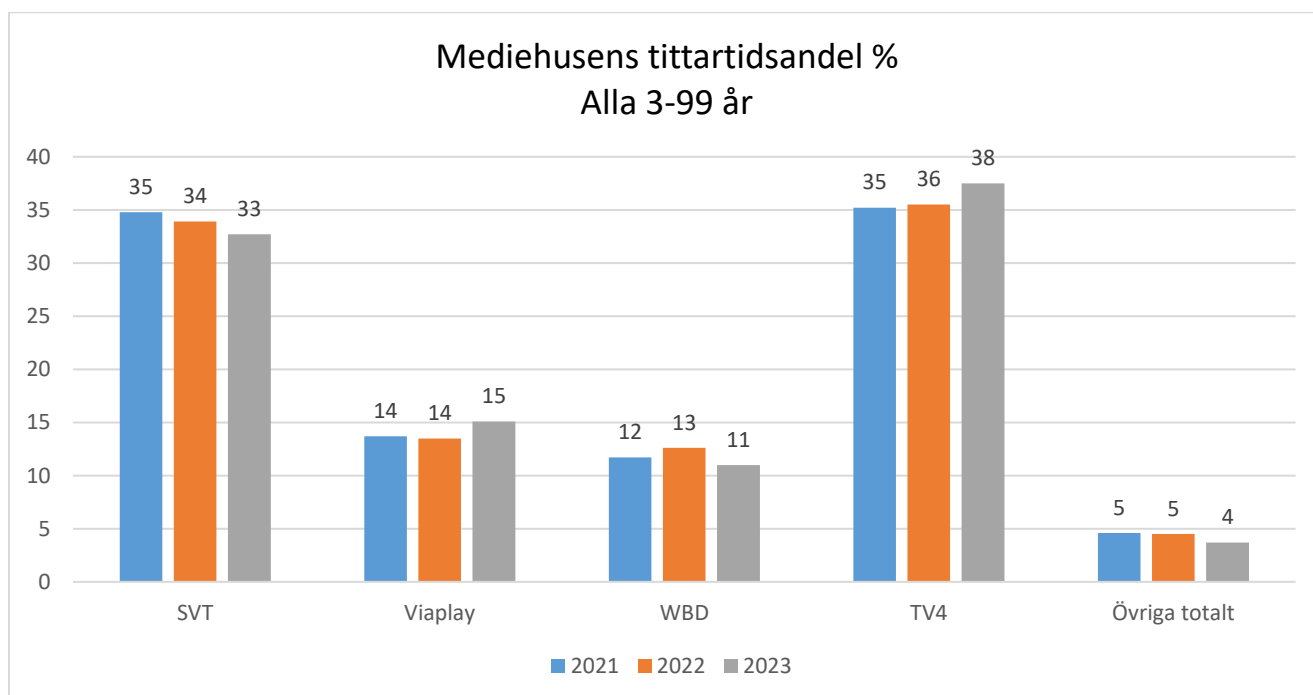
Not: Metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.

TV – Daglig räckvidd för mediehusen



Not: Jämförelsestörande metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.

TV - Tittartidsandel för mediehusen



Not: Jämförelsestörande metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.

TV - Programtopplistor i målgruppen Alla 3-99 år

Topplistan innehåller de tio mest sedda programmen med högst rating per program/serie med en programlängd som är minst 10 min.

Alla

	Programtitel	Veckodag	Datum	Kanal	Rating tusental
1	Melodifestivalen 23 final	Lördag	2023-03-11	SVT1	3 483
2	Kalle Anka och hans vänner	Söndag	2023-12-24	SVT1	2 915
3	På spåret	Fredag	2023-02-17	SVT1	2 741
4	ESC final	Lördag	2023-05-13	SVT1	2 402
5	Trolltider legenden om bergatrollet	Fredag	2023-12-01	SVT1	2 147
6	Bäst i test	Fredag	2023-03-03	SVT1	2 102
7	Bingolotto	Lördag	2023-12-23	TV4	2 102
8	Masked Singer Sverige	Fredag	2023-03-31	TV4	1 942
9	Historien om Sverige	Söndag	2023-11-05	SVT1	1 624
10	Skidskytte VM	Söndag	2023-02-19	SVT1	1 612

Män

	Programtitel	Veckodag	Datum	Kanal	Rating tusental
1	Melodifestivalen 23 final	Lördag	2023-03-11	SVT1	1 548
2	Kalle Anka och hans vänner	Söndag	2023-12-24	SVT1	1 369
3	På spåret	Fredag	2023-02-17	SVT1	1 270
4	ESC final	Lördag	2023-05-13	SVT1	1 054
5	Bäst i test	Fredag	2023-03-03	SVT1	997
6	Bingolotto	Lördag	2023-12-23	TV4	997
7	Trolltider legenden om bergatrollet	Fredag	2023-12-01	SVT1	967
8	Fotboll VM D Swe-Usa	Söndag	2023-08-06	TV6	896
9	Skidskytte VM	Söndag	2023-02-19	SVT1	831
10	Fotboll VM D Swe-Aus	Lördag	2023-08-19	TV6	829

Kvinnor

	Programtitel	Veckodag	Datum	Kanal	Rating tusental
1	Melodifestivalen 23 final	Lördag	2023-03-11	SVT1	1 935
2	Kalle Anka och hans vänner	Söndag	2023-12-24	SVT1	1 546
3	På spåret	Fredag	2023-02-17	SVT1	1 472
4	ESC final	Lördag	2023-05-13	SVT1	1 348
5	Trolltider legenden om bergatrollet	Fredag	2023-12-01	SVT1	1 180
6	Masked Singer Sverige	Fredag	2023-03-31	TV4	1 140
7	Bäst i test	Fredag	2023-02-24	SVT1	1 110
8	Bingolotto	Lördag	2023-12-23	TV4	1 105
9	Allsång på Skansen	Tisdag	2023-06-27	SVT1	935
10	Carina Bergfeldt	Fredag	2023-01-13	SVT1	884

Not: Metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.

TV - Programtopplistor per genre i målgruppen Alla 3-99 år

Topplistan innehåller de tio mest sedda programmen med högst rating per program/serie med en programlängd som är minst 10 min.

Barn

	Programtitel	Veckodag	Datum	Kanal	Rating i tusental
1	Kalle Anka och hans vänner	Söndag	2023-12-24	SVT1	2 915
2	Trolltider legenden om bergatrollet	Fredag	2023-12-01	SVT1	2 147
3	Jul med Astrid Lindgren	Söndag	2023-12-24	SVT1	1 140
4	Kan du vissla Johanna	Söndag	2023-12-24	SVT1	1 074
5	Karl-Bertil Jonssons julafton	Söndag	2023-12-24	SVT1	934
6	Tilde	Fredag	2023-06-30	TV4	605
7	Historien om Sverige med Farah	Lördag	2023-12-30	SVT1	400
8	Bakom Trolltider	Tisdag	2023-12-26	SVT1	397
9	En del av mitt hjärta	Lördag	2023-09-09	TV4	235
10	Jul med Billy Bilsson	Söndag	2023-12-24	SVT1	196

Sport

	Programtitel	Veckodag	Datum	Kanal	Rating i tusental
1	Skidskytte VM	Söndag	2023-02-19	SVT1	1 612
2	Fotboll VM D Jpn-Swe	Fredag	2023-08-11	TV6	1 606
3	Vasaloppet	Söndag	2023-03-05	SVT1	1 368
4	Friidrott VM 2023	Lördag	2023-08-26	TV4	1 282
5	Skidor VM längdskidor	Lördag	2023-02-25	TV6	1 229
6	Vinterstudion	Söndag	2023-02-19	SVT1	1 180
7	Tour de Ski	Söndag	2023-01-08	TV6	1 115
8	Skidskytte världscupen	Söndag	2023-12-10	SVT1	1 107
9	Handboll VM Swe-Egy	Onsdag	2023-01-25	TV6	1 099
10	Fotboll EM kval Swe-Aut	Tisdag	2023-09-12	TV6	1 070

Nyheter

	Programtitel	Veckodag	Datum	Kanal	Rating i tusental
1	Rapport	Söndag	2023-01-15	SVT1	1 350
2	TV4 nyheterna	Fredag	2023-12-01	TV4	882
3	Landet runt	Söndag	2023-01-15	SVT1	823
4	Rapports årskrönika	Måndag	2023-01-02	SVT1	798
5	Lokala nyheter	Fredag	2023-01-20	SVT1	780
6	Aktuellt	Måndag	2023-10-09	SVT2	773
7	Landet runt årskrönika 2022	Söndag	2023-01-08	SVT1	757
8	Kulturnyheter	Måndag	2023-01-16	SVT1	679
9	Special ovädret Hans	Onsdag	2023-08-09	SVT2	546
10	Pressträff Turkiet vi släpper in Sverige	Måndag	2023-07-10	SVT2	540

Not: Metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.

TV - Programtopplistor per genre i målgruppen Alla 3-99 år

Topplistan innehåller de tio mest sedda programmen med högst rating per program/serie med en programlängd som är minst 10 min.

Svenskproducerat

	Programtitel	Veckodag	Datum	Kanal	Rating i tusental
1	Melodifestivalen 23 final	Lördag	2023-03-11	SVT1	3 483
2	På spåret	Fredag	2023-02-17	SVT1	2 741
3	Trolltider legenden om bergatrollet	Fredag	2023-12-01	SVT1	2 147
4	Bäst i test	Fredag	2023-03-03	SVT1	2 102
5	Bingolotto	Lördag	2023-12-23	TV4	2 102
6	Masked Singer Sverige	Fredag	2023-03-31	TV4	1 942
7	Historien om Sverige	Söndag	2023-11-05	SVT1	1 624
8	Skidskytte VM	Söndag	2023-02-19	SVT1	1 612
9	Mästarnas mästare	Söndag	2023-03-26	SVT1	1 594
10	Allsång på Skansen	Tisdag	2023-06-27	SVT1	1 591

Svenska serier och filmer

	Programtitel	Veckodag	Datum	Kanal	Rating i tusental
1	Trolltider legenden om bergatrollet	Fredag	2023-12-01	SVT1	2 147
2	Leif och Billy	Lördag	2023-02-04	SVT1	1 223
3	Händelser vid vatten	Söndag	2023-01-15	SVT1	1 023
4	Sjölyckan	Lördag	2023-04-01	TV4	1 020
5	Svensson Svensson	Söndag	2023-12-24	SVT1	859
6	Morden i Sandhamn	Tisdag	2023-04-25	TV4	825
7	Maria Wern	Tisdag	2023-09-19	TV4	749
8	Solsidan	Söndag	2023-10-15	TV4	714
9	Vinna eller försvinna	Tisdag	2023-08-29	TV4	700
10	Sällskapsresan	Måndag	2023-12-25	TV4	651

Utländska serier och filmer

	Programtitel	Veckodag	Datum	Kanal	Rating i tusental
1	Grevinnan och betjänten	Söndag	2023-12-31	SVT1	1 209
2	Morden i Midsomer	Tisdag	2023-06-27	SVT1	1 042
3	Ett fall för Vera	Tisdag	2023-07-25	SVT1	935
4	Indiana Jones och kristalldödskallens rike	Fredag	2023-05-05	TV4	710
5	Shetland	Lördag	2023-03-18	SVT1	686
6	Grantchester	Lördag	2023-12-30	SVT1	673
7	Indiana Jones och jakten på den försvunna skatten	Fredag	2023-04-14	TV4	668
8	Morden i Helsingör	Söndag	2023-06-04	TV4	627
9	I vår herres hage	Måndag	2023-01-30	SVT1	615
10	Chelsea Detective	Lördag	2023-12-02	SVT1	612

Not: Metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.

TV - Tittande på icke loggkanaler - Veckoräckvidd % i målgruppen Alla 3-99 år

Kanal	2022	2023	Kanal	2022	2023
Al Jazeera	1,2	0,9	Travel Ch sat	0,3	0,2
AnimalPI	2,9	2,5	TV1 (FI)	0,7	0,7
ATG Live	2,0	2,0	TV2 (Denmark)	0,6	0,4
Axess TV	3,9	3,7	TV3	0,3	0,3
BBC Brit	3,5	1,0	TV3 dk	0,1	0,1
BBC Earth	2,4	0,7	TV3+	0,1	0,1
BBC Nordic	0,0	2,0	TV4 Fotboll	1,1	1,1
BBCWorld sat	2,5	1,6	TV4 Hits	3,0	2,8
C More First	4,2	2,0	TV4 Hockey	2,7	2,5
C More Series	3,4	1,4	TV4 Motor	1,0	0,7
Cartoon Network Nordic	0,5	0,6	TV4 Sport Live 1	1,2	1,3
Cartoon Network Sweden	0,6	0,2	TV4 Sport Live 2	1,0	1,2
Cartoonito	1,2	1,3	TV4 Sport Live 3	0,7	0,9
CBS Reality	0,0	0,0	TV4 Sport Live 4	0,6	0,6
CNBC Europe	0,3	0,3	TV4 Stars	3,0	2,6
CNN sat	1,9	1,2	TV4 Tennis	0,4	0,4
Discovery HD Showcase	0,0	0,0	TV5 Monde	0,1	0,1
Discovery Science	2,4	2,2	TVE SE	0,1	0,0
Disney JR	1,2	1,1	V film action	3,4	3,2
DR 1 dk	1,4	1,2	V film family	1,4	1,4
DR 2 dk	0,3	0,4	V film hits	2,4	2,0
DVD spelare (från 22/8)	2,6	2,4	V film premiere	2,9	2,5
France 2	0,1	0,1	V series	2,6	2,2
H2 HD	1,6	1,6	V sport 1	1,0	0,9
Horse & Country	0,5	0,5	V sport extra	2,3	1,8
Kanal 10	0,1	0,1	V sport football	1,0	1,0
MEZZO SE	0,2	0,2	V sport golf	1,0	0,9
Motorvision	0,5	0,6	V sport motor	1,7	1,3
MTV 00s	2,4	2,2	V sport premium	2,7	2,7
MTV Rocks	1,8	1,6	V Sport Vinter HD	1,0	0,9
MTV se	3,5	2,8	VH1 Classic uk	2,1	2,0
National Geographic Wild	3,8	1,7	Viasat Exp	1,9	1,9
Nick JR	1,3	1,3	Viasat History	1,6	1,8
Nickelodeon	1,2	0,9	Viasat Nature	1,5	1,5
Nicktoons	0,6	0,5	Video	0,2	0,1
NRK1	0,6	0,5	VideoGame	7,0	6,6
NRK2	0,5	0,3	Visjon Norge	0,1	0,1
RTL de	0,0	0,0	YLE 1	0,7	0,5
SF Kanalen	4,2	3,1	YLE 2	0,4	0,6
SkyNews sat	0,9	0,5	ZDF sat	0,2	0,1

Not: Metodförändringar har skett under den redovisade perioden. Läs mer på sidan 5.

Onlinevideo

Onlinevideo - Kommentarer till onlinevideomätningen 2023

Konsumtionen av onlinevideo ökar för varje år som går och det blir därför allt viktigare för branschen med en gemensam och stabil valuta. MMS har genomfört mätningar av onlinevideo sedan 2011 och mäter all rörlig bild online på ett antal playtjänster. Detta sker i samarbete med onlinevideoaktörer och ledande mätbolag.

Mätningen omfattar alla större plattformar inklusive webbläsare och appar för Android och iOS.

I dagsläget mäter MMS content (program och korta klipp) och reklam för onlinevideotjänsterna för SVT, Viaplay Group (endast sportklipp), TV4, Warner Bros., Discovery. I slutet av 2022 gick Aftonbladet ur mätningen och några månader senare även Expressen och ShowHeroes.

I samband med ett metodskifte 10 maj 2021 ingår inte (i valutan); tittande på premium-material, simulcast-kanaler, samt tittande på innehåll där MMS saknar metadata. Av den anledningen är onlinedata från 2021 inte helt jämförbar med tidigare år.

I september 2022 lanserades videopanelen vilket innebar ytterligare ett metodskifte. Detta innebär att räckviddsberäkningar och tidsmätning av målgrupper numera erhålls från samma panel som MMS mäter TV-tittandet. Dessutom mäts trafiken i videospelarna av en annan leverantör än tidigare. I samband med leverantörbytet har villkoret för vilka starter som ska räknas in ändrats, från tidigare 0,5 sekund till 1 sekund. Starter som är kortare rensas alltså bort.

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 vi exkluderar enskilda fall av orealistiskt många reklamexponeringar så att data blir mer korrekt.

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.

För att ändå möjliggöra viss jämförbarhet med tidigare år, har MMS valt att redovisa VOD-tjänsternas tekniska mått i Årsrapporten. För år 2022 och 2023 redovisas även tittarmått såsom rating och räckvidd.

Läs mer om måtten och hur undersökningen går till på

www.mms.se

Onlinevideo Uppmätta siter/tjänster

Varje aktör kan ha flera tjänster/siter vars rörliga innehåll mäts. Nedan redovisas de siter och tjänster som ingår under respektive aktör i mätningen under 2023.

För TV4, Warner Bros. Discovery och Viaplay Group ingår även återlagd reklam från operatörernas (Allente, Tele2, Telenor, Telia och Sappa) TVE-tjänster.

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

Onlinevideo Content - Översikt

I följande avsnitt redovisas resultatet från MMS onlinevideomätning avseende content i målgruppen Alla 3-99 år. I första delen redovisas data på total- och kanalnivå, genomsnittligt antal starter och spenderade timmar per dag. Rapporteringen avslutas med tittandet på program och andra format på titelnivå.

Antal starter per dag

	2021	2022	2023
SVT	7 535 285	7 656 700	7 052 033
Viaplay Group	197 296	148 079	217 986
TV4	1 592 277	1 764 566	1 766 349
Warner Bros. Discovery	233 018	42 883	126 916
UR	57 779	57 626	87 714
Aftonbladet	2 704 503	2 799 600	-
Expressen	2 226 135	2 830 428	-
ShowHeroes	1 584 908	824 514	-
Totalt	16 131 201	16 124 396	9 250 999

Not: Aftonbladet, Expressen och ShowHeroes är inte med i mätningen för 2023. Resultatet 2023 för Viaplay Group omfattar endast sportklipp.

Antal spenderade timmar per dag

	2021	2022	2023
SVT	1 368 025	1 391 813	1 710 002
Viaplay Group	33 611	33 611	4 279
TV4	488 905	536 726	702 245
Warner Bros. Discovery	73 088	13 476	39 084
UR	7 945	6 077	4 645
Aftonbladet	79 982	85 309	-
Expressen	54 633	44 764	-
ShowHeroes	22 339	22 680	-
Totalt	2 119 001	2 114 107	2 460 255

Not: Aftonbladet, Expressen och ShowHeroes är inte med i mätningen för 2023. Resultatet 2023 för Viaplay Group omfattar endast sportklipp.

Räckvidd per dag %

	2022	2023
SVT	15,9%	19,7%
Viaplay Group	0,9%	1,4%
TV4	5,3%	7,4%
Warner Bros. Discovery	0,1%	0,5%
UR	0,2%	0,3%
Totalt	22,4%	29,3%

Onlinevideo Content - Topplista program

Program med flest starter under 2023

Endast en titel per programserie redovisas i topplistorna.

	Publicerad	Tjänst	Titel	Avsnitt	Starter	Rating
1	2023-12-01	SVT	Trolltider - legenden om bergatrollet	1	1 911 078	1 557 768
2	2023-05-13	SVT	Eurovision Song Contest 2023	3	1 903 265	429 821
3	2023-03-11	SVT	Melodifestivalen	6	1 237 707	419 561
4	2023-11-05	SVT	Historien om Sverige	1	1 206 983	725 478
5	2023-01-12	SVT	Händelser vid vatten	1	809 142	548 844
6	2023-12-13	SVT	Luciamorgon från Kalmar slott	2023	785 857	424 312
7	2023-03-31	SVT	Bäst i test	6	783 513	669 140
8	2023-12-16	SVT	Musikhjälpen	42	773 506	39 089
9	2023-12-24	SVT	Jul med Astrid Lindgren	1	726 030	420 533
10	2023-12-07	TV4	Beck - Inferno	2023	710 576	440 590
11	2023-06-12	SVT	Gift vid första ögonkastet	9	657 784	507 349
12	2023-02-04	SVT	Leif & Billy	1	630 658	413 417
13	2023-06-09	SVT	Exit	8	611 808	482 699
14	2023-06-27	SVT	Allsång på Skansen	1	606 488	306 620
15	2023-11-07	SVT	Dokument inifrån: Stalker	3	605 608	466 521
16	2023-12-01	SVT	På spåret	5	569 524	522 354
17	2023-12-01	SVT	Bolibompa: Julkalender	1	537 002	436 967
18	2023-12-13	TV4	Bonde söker fru	12	531 088	395 260
19	2023-05-06	SVT	Kröningen av Kung Charles III	1	530 139	73 827
20	2023-05-25	SVT	Bolibompa: Draken och känslorna	1	526 215	360 733
21	2023-12-24	TV4	Sanningen	1	511 998	372 585
22	2023-03-05	SVT	Vasaloppet	2	496 937	84 354
23	2023-09-22	SVT	Taelgia	1	496 060	283 879
24	2023-06-12	SVT	Sommarlov	1	487 366	210 246
25	2023-12-23	TV4	Bingolotto	18	484 998	106 177

Olinevideo Content - Topplista övriga format

Övriga format och klipp med flest starter under 2023

	Publicerad	Tjänst	Titel	Starter	Rating
1	2023-03-27	Viaplay	Janne Andersson i het diskussion med Bojan Djordjic	1 589 561	1 028 773
2	2023-01-04	Viaplay	Återblick: Karlsson tog makalös seger – knäckte Pärämäkoski på sista varvet	415 020	151 878
3	2023-02-04	Viaplay	Ebba Andersson historisk – tredje raka distanssegern i världscupen	413 123	218 024
4	2023-08-02	Viaplay	Sverige gruppsegrare – vinner tredje raka	353 931	81 166
5	2023-02-25	Viaplay	Svensk jättesuccé – Ebba Andersson tar VM-guld före Frida Karlsson	350 008	119 660
6	2023-01-14	SVT	Mikaels kreativa lösning blev en snackis i Virsbo: "Ingen kan ta ifrån mig detta"	349 806	326 079
7	2023-03-25	Viaplay	Ilars fina gest – hjälper Dahlqvist vidare med mening	342 049	166 940
8	2023-01-15	Viaplay	Janmark öppnade målskyttet när Edmonton slog Vegas	307 228	92 782
9	2023-10-15	SVT	Lokala Nyheter Västerbotten	305 449	312 207
10	2023-09-13	Viaplay	Här kysser Luis Rubiales Spaniens stjärna Jennifer Hermoso	283 912	69 833
11	2023-02-23	Viaplay	JUST NU: Svensk succé i sprinten – Sundling tar sitt andra andra VM-guld	281 957	110 206
12	2023-07-26	SVT	Se björnen hoppa häck på E4 i Luleå: "Vilken fin upplevelse"	269 921	309 067
13	2023-03-27	SVT	Bild för bild: Ryska styrkor kör in i dödsfällan – gång på gång	269 195	295 854
14	2023-10-28	Viaplay	Anaheim körde över Philadelphia på bortais	264 354	51 607
15	2023-04-27	Viaplay	Isaks galna assist: "Han har lekstuga"	263 944	199 418
16	2023-10-16	SVT	TERRORATTACK: Bilder från sociala medier visar gärningsmannen	261 204	251 551
17	2023-01-25	Viaplay	Oroväckande bilder: Gottfridsson tvingas kliva av skadad	257 248	219 040
18	2023-01-14	Viaplay	JUST NU: Sverige tog andra raka VM-segern efter drömstart	254 011	69 108
19	2023-06-17	Viaplay	Norsk kollaps – Skottland nätar dubbelt i slutminuterna	232 678	94 428
20	2023-06-05	SVT	Se när björnhonan springer och ska attackera bilen	232 352	261 901
21	2023-06-18	Viaplay	William Karlssons tal under segerparaden	232 245	120 081
22	2023-01-21	TV4	Jonas von Essen ringer en vän under miljonfrågan – och bjuder honom på fest	229 110	171 687
23	2023-03-02	Viaplay	Norge tog guld i stafetten – efter att Östberg knäckte Karlsson	220 145	91 231
24	2023-08-11	SVT	Sverige klart för semifinal	219 475	202 087

25	2023-03-09	SVT	VIDEO1CHATT1	218 838	115 211
----	------------	-----	--------------	---------	---------

Onlinevideo Content - Topplistor program per genre, målgrupp och mediehus

Endast ett avsnitt per program/serie redovisas i topplistorna.

Listorna sorteras på antal starter.

Alla 3-99 år

	Publicerad	Tjänst	Titel	Avsnitt	Starter	Rating
1	2023-12-01	SVT	Trolltider - legenden om bergatrollet	1	1 911 078	1 557 768
2	2023-05-13	SVT	Eurovision Song Contest 2023	3	190 3265	429 821
3	2023-03-11	SVT	Melodifestivalen	6	123 7707	419 561
4	2023-11-05	SVT	Historien om Sverige	1	120 6983	725 478
5	2023-01-12	SVT	Händelser vid vatten	1	80 9142	548 844

Män 3-99-år

	Publicerad	Tjänst	Titel	Avsnitt	Starter	Rating
1	2023-05-13	SVT	Eurovision Song Contest 2023	3	946 745	209 076
2	2023-12-01	SVT	Trolltider - legenden om bergatrollet	1	882 142	292
3	2023-03-11	SVT	Melodifestivalen	6	638 921	220 143
4	2023-11-05	SVT	Historien om Sverige	1	606 197	360 608
5	2023-03-31	SVT	Bäst i test	6	398 274	337 529

Kvinnor 3-99 år

	Publicerad	Tjänst	Titel	Avsnitt	Starter	Rating
1	2023-12-01	SVT	Trolltider - legenden om bergatrollet	1	1 028 936	835 476
2	2023-05-13	SVT	Eurovision Song Contest 2023	3	956 520	220 746
3	2023-02-04	SVT	Melodifestivalen	6	636 384	158 846
4	2023-11-05	SVT	Historien om Sverige	1	600 786	364 870
5	2023-01-12	SVT	Händelser vid vatten	1	434 302	300 771

Barnprogram

	Publicerad	Tjänst	Titel	Avsnitt	Starter	Rating
1	2023-12-	SVT	Trolltider - legenden om bergatrollet	1	1 911 078	1 557 768

01						
2	2023-12-24	SVT	Jul med Astrid Lindgren	1	726 030	420 533
3	2023-12-01	SVT	Bolibompa: Julkalender	1	537 002	436 967
4	2023-05-25	SVT	Bolibompa: Draken och känslorna	1	526 215	360 733
5	2023-06-12	SVT	Sommarlov	1	487 366	210 246

Sportprogram

	Publicerad	Tjänst	Titel	Avsnitt	Starter	Rating
1	2023-03-05	SVT	Vasaloppet	2	496 937	84 354
2	2023-02-19	SVT	Vinterstudion	10	450 003	40 759
3	2023-05-25	SVT	ISHOCKEY VM SWE-LVA	91	417 509	80 815
4	2023-12-31	SVT	ISHOCKEY JVM SWE-FIN	11	374 952	76 413
5	2023-01-04	SVT	ISHOCKEY JVM CZE-SWE	15	345 711	74 197

Nyhetsprogram

	Publicerad	Tjänst	Titel	Avsnitt	Starter	Rating
1	2023-10-16	SVT	Nyheter Direkt	432	346 455	30 107
2	2023-12-27	SVT	SVT Nyheters årskrönika	1	203 016	122 083
3	2023-06-24	SVT	Rapport	25	135 935	119 947
4	2023-09-28	SVT	Aktuellt	120	104 298	77 119
5	2023-10-16	TV4	TV4 Nyheterna och Sporten	124	953 24	30 859

Svenskproducerade program

	Publicerad	Tjänst	Titel	Avsnitt	Starter	Rating
1	2023-12-01	SVT	Trolltider - legenden om bergatrollet	1	1 911 078	1 557 768
2	2023-03-11	SVT	Melodifestivalen	6	1 237 707	419 561
3	2023-11-05	SVT	Historien om Sverige	1	1 206 983	725 478
4	2023-01-12	SVT	Händelser vid vatten	1	809 142	548 844
5	2023-12-13	SVT	Luciamorgon från Kalmar slott	2023	785 857	424 312

Svenska filmer och serier

	Publicerad	Tjänst	Titel	Avsnitt	Starter	Rating
1	2023-12-01	SVT	Trolltider - legenden om bergatrollet	1	1 911 078	1 557 768
2	2023-01-12	SVT	Händelser vid vatten	1	809 142	548 844
3	2023-12-24	SVT	Jul med Astrid Lindgren	1	726 030	420 533
4	2023-12-07	TV4	Beck - Inferno	2023	710 576	440 590
5	2023-02-04	SVT	Leif & Billy	1	630 658	413 417

Utländska filmer och serier

	Publicerad	Tjänst	Titel	Avsnitt	Starter	Rating
1	2023-06-09	SVT	Exit	8	611 808	482 699
2	2023-12-24	SVT	Ett fall för Vera	1	444 691	316 261
3	2023-11-11	SVT	Saknad, aldrig glömd	5	424 504	397 163
4	2023-01-26	SVT	Sherwood	1	403 110	287 234
5	2023-11-25	SVT	Chelsea Detective	1	349 711	239 677

SVT Play

	Publicerad	Titel	Avsnitt	Starter	Rating
1	2023-12-01	Trolltider - legenden om bergatrollet	1	1 911 078	1 557 768
2	2023-05-13	Eurovision Song Contest 2023	3	1 903 265	429 821
3	2023-03-11	Melodifestivalen	6	1 237 707	419 561
4	2023-11-05	Historien om Sverige	1	1 206 983	725 478
5	2023-01-12	Händelser vid vatten	1	809 142	548 844

TV4 Play

	Publicerad	Titel	Avsnitt	Starter	Rating
1	2023-12-07	Beck - Inferno	2023	710 576	440 590
2	2023-12-13	Bonde söker fru	12	531 088	395 260
3	2023-12-24	Sanningen	1	511 998	372 585
4	2023-12-23	Bingolotto	18	484 998	106 177
5	2023-11-15	Robinson	35	471 340	399 020

UR Play

	Publicerad	Titel	Avsnitt	Starte r	Rating
1	2023-06-12	Geografens testamente – världen : Äventyret börjar	2023	27 002	14 738
2	2023-12-08	Lilla Aktuellt skola	2023	17 710	12 324
3	2023-04-20	Humlan Djoj : I klistret	2023	13 877	10 350
4	2023-06-14	Matteväktarna : Volym - större och mindre	2023	10 486	6 235
5	2023-03-09	Tripp och Trapp trollar med ord : Tandborste	2023	8 929	6 006

Warner Bros. Discovery

	Publicerad	Titel	Avsnitt	Starter	Onlinerating
1	2023-09-21	Wahlgrens värld	3	203 018	122 408
2	2023-09-19	Över Atlanten	3	138 093	83 143
3	2023-09-04	Alla mot alla med Filip och Fredrik	1	73 868	34 824
4	2023-11-01	Jag är huligan	1	57 583	31 933
5	2023-01-31	Välkommen Till Köping	1	56 971	32 246

Totalvideo

Totalvideo - Kommentarer till totalmätningen 2023

Sedan 16 december 2022 genomför MMS en totalmätning av och i samarbete med deltagande onlinevideoaktörer. Denna mätning är baserad på TV-mätningen och Onlinevideomätningen. Ett visst överlapp sker i mätningarna eftersom TV-mätningen fångar upp Onlinevideoaktörernas VOD-tjänsttittande när den streamas på TV-skärm. Totalmätningen har därför till syfte att ge ett oduplicerat mått på den totala publiken för de deltagande bolagen. I dagsläget redovisar MMS totalmått för mediehus totalt, VOD-tjänster och TV-kanaler, program samt reklam som visats hos mediehusen SVT, Viaplay Group, TV4, Warner Bros. Discovery och UR.

Till en början lanserades en tillfälligt framtagen metod som byggde på överlappsparametrar observerade i videopanelens konsumtion. Denna modell användes för att redovisa totalmått för program och för mediebolagen totalt (VOD-tjänster och TV-kanaler) fram till och med den 10:e december. Den 12 juni lanserades totalmätning för reklam baserat på en ny metod. 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 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.

Läs mer om måtten och hur undersökningen går till på

www.mms.se

Totalvideo - Uppmätta siter/tjänster

Varje aktör kan ha flera tjänster/siter vars rörliga innehåll mäts. Nedan redovisas de siter och tjänster som ingår under respektive aktör i mätningen under 2023. Observera att vissa aktörer inte ingått under hela mätperioden. För TV4, Warner Bros. Discovery och Viaplay Group ingår även återlagd reklam från operatörernas (Allente, Tele2, Telenor, Telia och Sappa) TVE-tjänster.

Mediehus	Ingående kanaler	Ingående siter
SVT	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	TV4, Sjuan, TV12, TV4 Fakta, TV4 film, 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 Sportkanalen, 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, Animal Planet, Eurosport Nordic, Eurosport 2 Sweden, Discovery Science, Travel Channel	Discovery+ AVOD
UR		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 mediehus (kanal/site) har ändrats under 2023.

Totalt - MMS mediehus översikt – Räckvidd (%) per dag och vecka samt tittartid (min) per dag

	Daglig räckvidd % 2023	Veckoräckvidd % 2023	Tittartid (min) 2023
SVT	43,9	70,6	41,7
TV4	33,7	56,5	38,3
Viaplay Group	18,8	39,8	12,9
Warner Bros. Discovery	17,9	37,9	11,5

Not: Definitionen av mediehus (kanal/site) har ändrats under 2023. Från 11 december ingår icke-loggkanaler i mätten.

Totalt - Daglig räckvidd (tusental) för MMS mediehus och deras målgruppsprofil

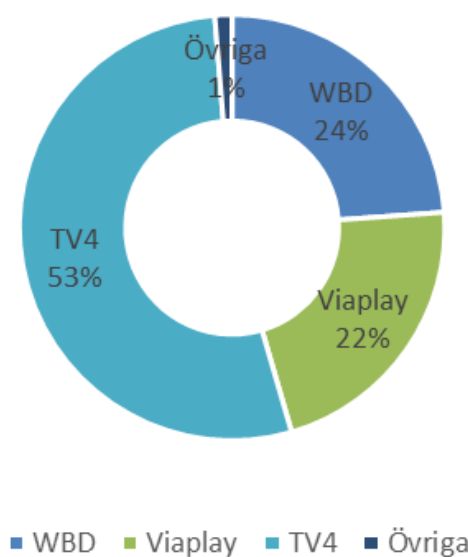
	Totalt	3-14 år	15-29 år	30-44 år	45-59 år	60+ år
SVT	4 454	11%	8%	16%	20%	45%
TV4	3 416	4%	8%	12%	24%	51%
Viaplay Group	1 905	3%	5%	11%	25%	56%
Warner Bros. Discovery	1 811	3%	6%	11%	25%	55%

Not: Definitionen av mediehus (kanal/site) har ändrats under 2023. Från 11 december ingår icke-loggkanaler i mätten.

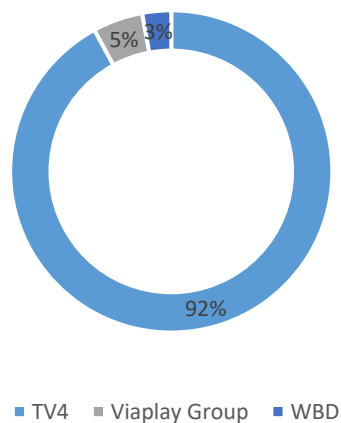
Reklam TV och Onlinevideo

Fördelningen TV TRP och Online Impressions 2023

Fördelning TRP TV reklam mediehus



Fördelning online impressions kommersiella aktörer



TV - Antal aktiva annonsörer och produkter 2023

Tabellerna visar de tio största annonsörerna under året för TV respektive onlinevideo.

Listan redovisar antal unika annonsörer 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 per produktkategori

	Produktkategori	2019	2020	2021	2022	2023
1	Livsmedel	99	107	114	110	105
2	Information, organisation	60	62	60	71	67
3	Finansiell reklam	82	74	71	74	66
4	Kontor, telekommunikation	53	47	50	50	47
5	Motor, bensin och tillbehör	47	39	48	41	41
6	Detaljister	31	34	42	44	40
7	Hygien, kosmetik	44	44	42	40	34
8	Jordbruk, skogsbruk, industri	25	24	27	24	33
9	Sjukvård, hälsovård och friskvård	38	37	37	37	33
10	Nöje, restaurang, hotell	37	28	27	33	30
11	Möbler, hushåll, hem	25	24	29	26	29
12	Resor, transporttjänster	28	22	23	20	23
13	Kläder, skor, lädervaror, accessoarer	23	21	23	28	22
14	Radio, audio, tv, video, data	26	36	30	27	21
15	Sport, fritid, trädgård, foto, mm	42	39	28	19	20
16	Böcker, medier	7	6	11	7	8
17	Hushålls & tvättprodukter	7	8	9	7	8
18	International	1	1	1	1	1
19	Utbildning	0	1	1	0	0
	Totalt antal annonsörer netto	556	541	566	548	531

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.

Nedan lista redovisar antal unika 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.

	Produktkategori	2019	2020	2021	2022	2023
1	Livsmedel	268	291	334	315	256
2	Finansiell reklam	223	176	166	177	132
3	Information, organisation	67	79	76	84	80
4	Sjukvård, hälsovård och friskvård	107	73	75	72	68
5	Detaljister	45	49	67	90	66
6	Nöje, restaurang, hotell	92	48	58	72	66
7	Hygien, kosmetik	77	73	69	64	61
8	Kontor, telekommunikation	74	73	92	87	60
9	Motor, bensin och tillbehör	61	49	55	59	56
10	Jordbruk, skogsbruk, industri	47	47	62	60	43
11	Möbler, hushåll, hem	37	38	49	44	39
12	Kläder, skor, lädervaror, accessoarer	28	25	31	37	28
13	Radio, audio, tv, video, data	51	41	36	35	26
14	Sport, fritid, trädgård, foto, mm	50	48	37	27	26
15	Resor, transporttjänster	39	27	32	29	25
16	Hushålls & tvättprodukter	16	20	18	13	14
17	Böcker, medier	7	6	12	8	9
18	International	1	1	1	1	1
19	Utbildning	0	1	2	0	0
	Totalt antal annonserade produkter	1 290	1 165	1 272	1 274	1 056

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

De tio största annonsörerna på TV och Onlinevideo 2023

Tabellerna visar de tio största annonsörerna under året för TV respektive onlinevideo.

TV

Listan med de 10 största enskilda annonsörerna (exkl. eventuella mediehus) innefattar de annonsörer med högst antal TRP %.

	Annonsör	Summa TRP %
1	Procter & Gamble AB	39 756
2	Mondelez	27 955
3	McDonalds	24 630
4	Ica Handlarnas AB	24 406
5	Glaxo Smithkline	22 837
6	Svenska spel AB	21 733
7	Tele 2	21 714
8	Arla	20 786
9	Max hamburgare	18 771
10	Reckitt benckiser	16 340

Onlinevideo

Listan med de 10 största annonsörerna 2023 innefattar de annonsörer med flest impressions (programmatic boktränat).

	Annonsör	Sum. Impression (000)		Sum. TRP %		Sum. TRP (000)	
		2022	2023	2022	2023	2022	2023
1	Tele 2	92 970	82 133	1 034	1 116	104 048	113 230
2	KINDRED	37 232	69 402	389	897	39 208	91 000
3	Svenska Spel AB	124 629	65 179	1 264	812	127 297	82 400
4	ICA Handlarnas AB	62 537	65 105	652	891	65 610	90 325
5	MAX Hamburgare	41 295	64 979	437	877	44 023	89 112
6	Spendrups Bryggerier AB	42 304	63 899	442	796	44 552	80 767
7	Coop Forum	62 619	63 115	656	803	66 060	81 399
8	Apotea	71 375	61 523	763	758	76 822	76 920
9	NOVAMEDIA	51 153	59 530	554	788	55 816	79 954
10	ATG	93 352	56 390	983	769	98 965	77 924

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 dessutom skett under september 2022 och därför är TRP-siffrorna inte fullständigt jämförbara med tidigare. Läs mer på sidan 19.

De tio största annonsörerna Totalt under andra halvåret 2023

Från 12 juni kan resultat för reklam redovisas totalt. Det är viktigt att notera att reklamkontakter i denna redovisning inte återläggs (konsolidieras) till sändningstillfället som för TV-mätningen, utan redovisas den dag då konsumtionen faktiskt skedde. Därmed kan olika mått skilja från det som redovisas i TV-mätningen.

Nedan listas de tio största enskilda annonsörerna totalt under andra halvåret 2023, samt hur de fördelar sig mellan TV och Online.

	Annonsör	Summa TRP% TV-del	Summa TRP% Online-del	Summa TRP% Totalvideo
1	Procter & Gamble AB	22 542	506	23 048
2	MONDELEZ	15 007	116	15 123
3	GLAXO SMITHKLINE	13 293	241	13 534
4	Svenska Spel AB	12 299	393	12 691
5	ICA Handlarnas AB	12 077	400	12 477
6	Tele 2	11 670	613	12 283
7	Arla	12 035	151	12 186
8	McDonalds	12 130	42	12 173
9	MAX Hamburgare	10 525	538	11 064
10	Spendrups Bryggerier AB	9 770	459	10 229

Not: redovisade TRP Online är exklusive eventuella programmatiska köp. Annonsering som delas av flera annonsörer, vilket registreras som "Kombiannonsör", är exkluderat. En metodförändring skedde 12 december som kan påverka jämförbarheten.