

Version 2.0

Fakta och Fördom

Om Gratistidningar i Sverige



Läsare.

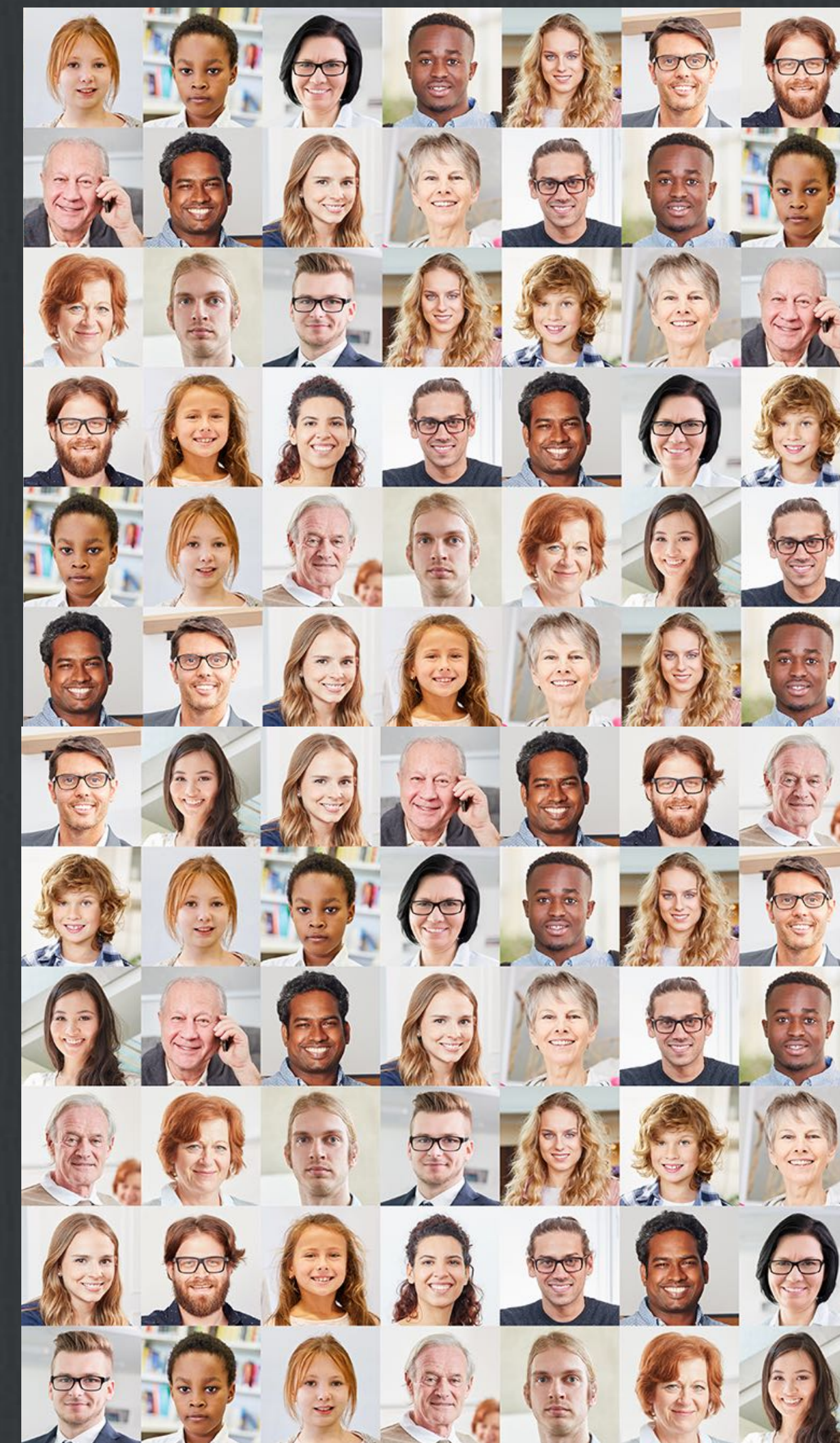
Läsare av gratistidningar är som folk i allmänhet.
Det visar undersökningsdata från Orvesto Konsument 2018:Helår.

Sammantaget visar siffrorna på hur Gratistidningen inte bara erbjuder nyheter demokratiskt till alla i givet område, utan även LÄSES av alla olika åldrar, olika ursprung, utbildning och boende.

Vi ser tre huvudsakliga orsaker till detta:

- 1.-demokratisk distribution till alla.
- 2.-lokala nyheter är relevanta.
- 3.-relativt kortfattade artiklar möjliggör en bredare läsarbas. (tillgänglighet)

Detta innebär att gratistidningen är utomordentligt effektiv för lokal kommunikation som man önskar skall nå en bred representation bland samhällets invånare. Tillsammans med en stark räckvidd erbjuder Gratistidningen en svårslagen lokal informationskanal.

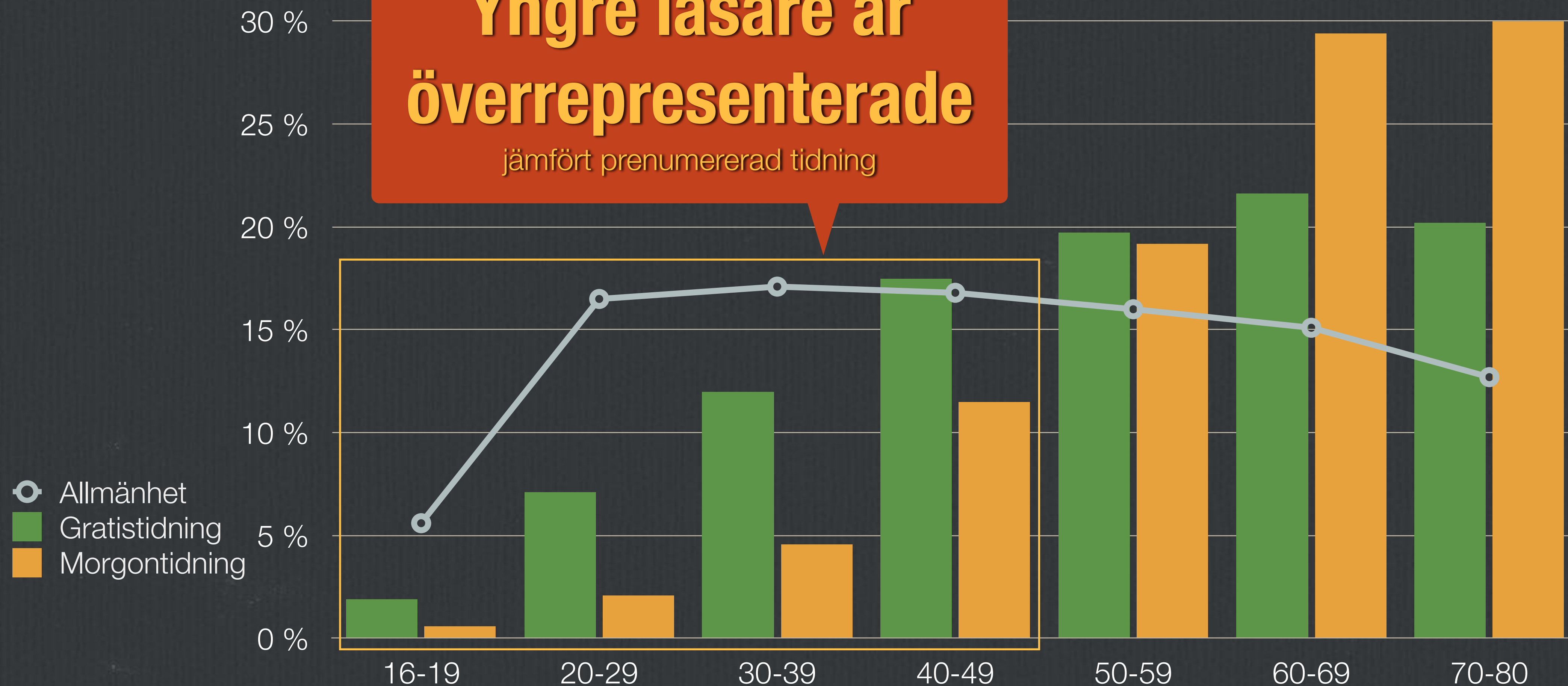


Läsarna är som folk i allmänhet (kön)

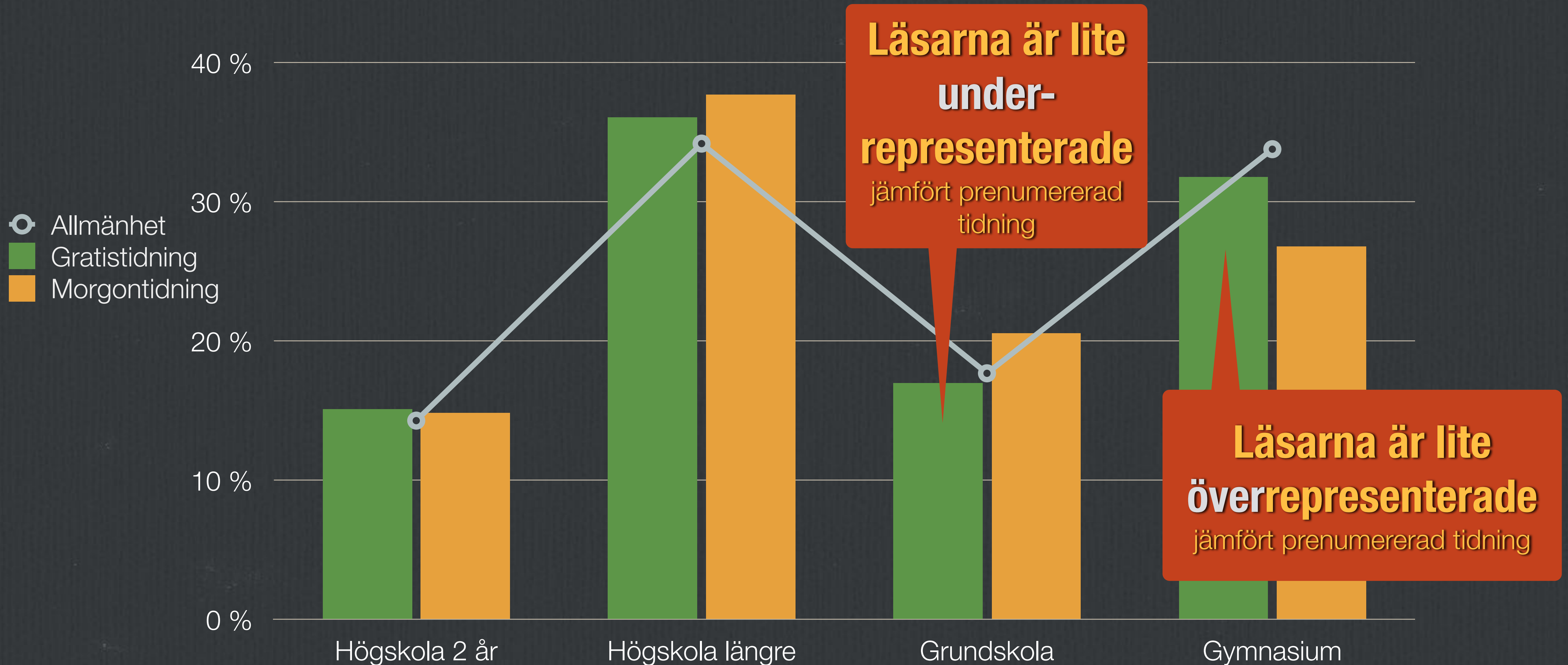


Läsarna är som folk i allmänhet (ålder)

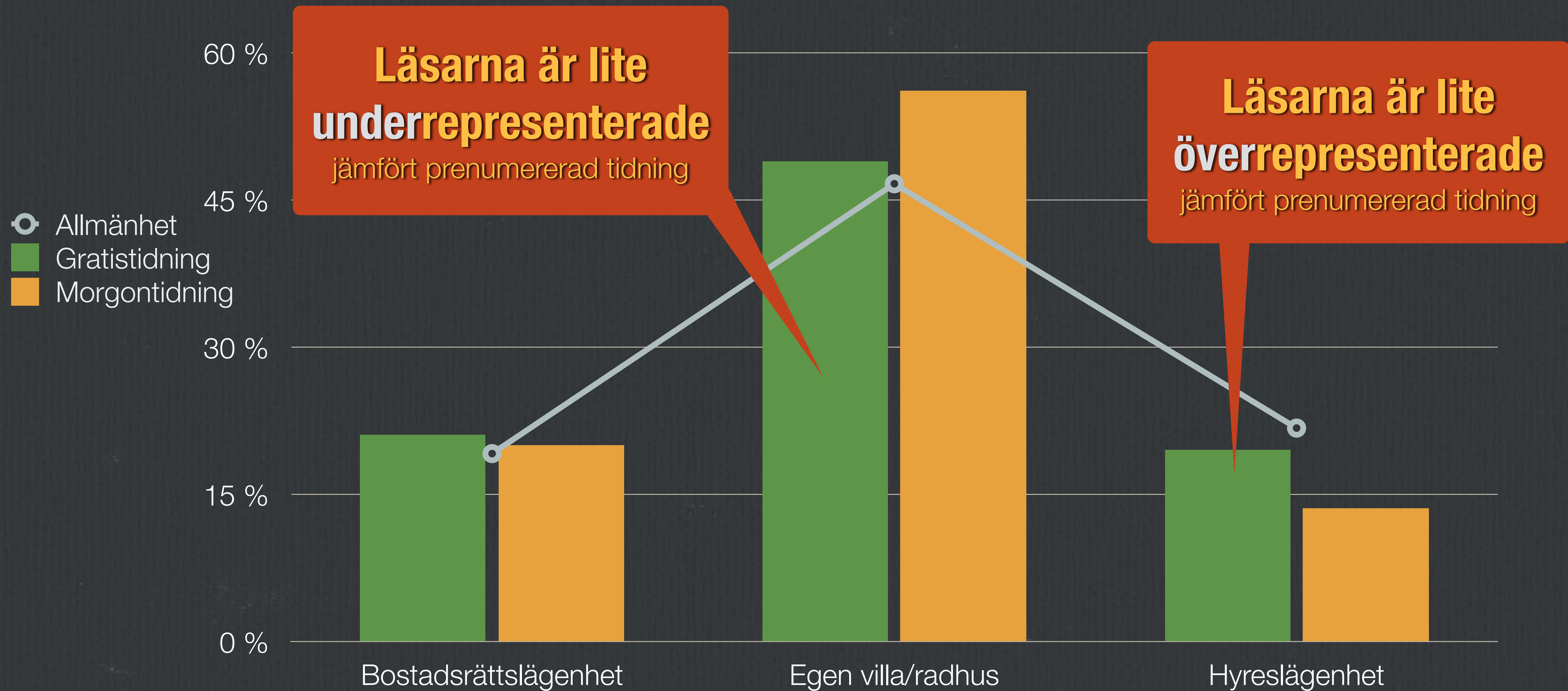
**Yngre läsare är
överrepresenterade**
jämfört prenumererad tidning



Läsarna är som folk i allmänhet (utbildning)



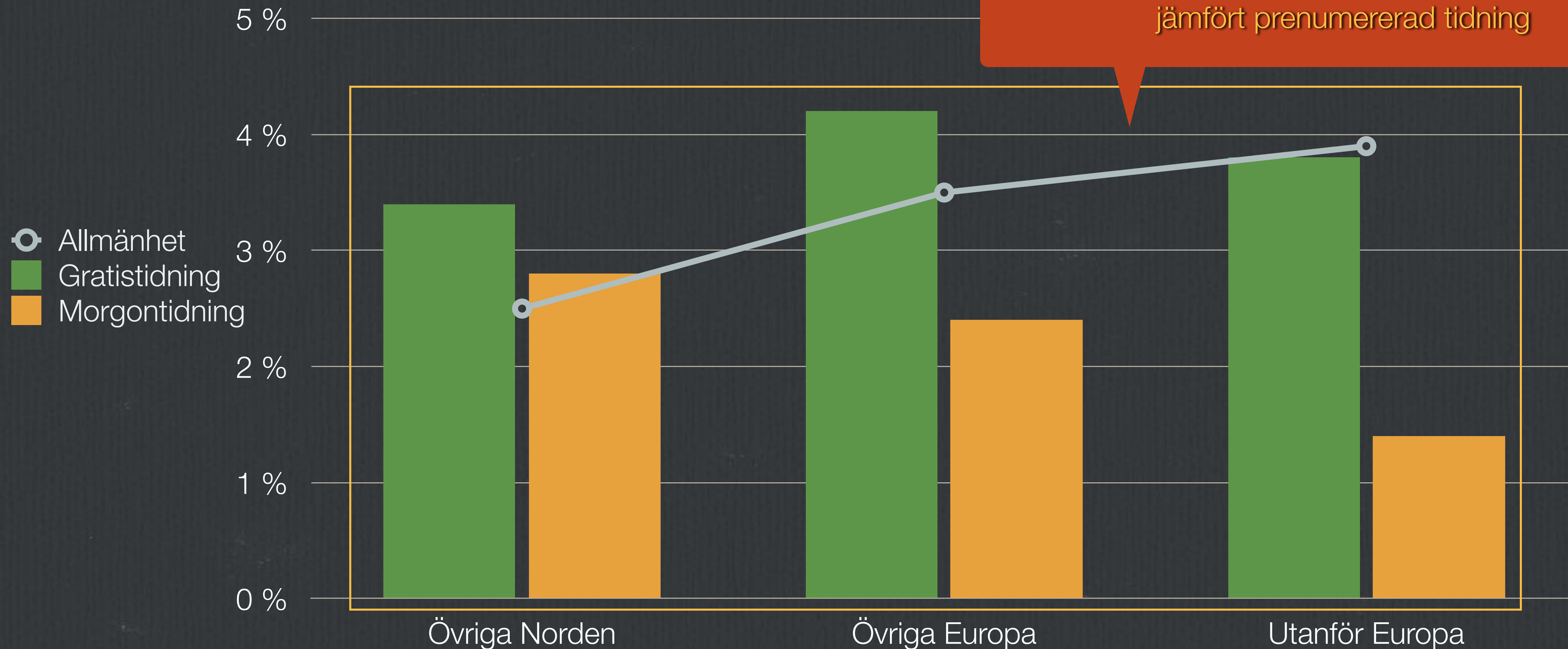
Läsarna är som folk i allmänhet (Boende)



Läsarna är som folk i allmänhet (Ursprung)

Läsarna är överrepresenterade

jämfört prenumererad tidning



Sammanfattning Läsare

Läsare av gratistidningar är som folk i allmänhet. De visar undersökningsdata från Orvesto Konsument 2018:Helår. Det är aningen **fler kvinnor** som läser gratistidningar än män. En teori kan vara att gratistidningen erbjuder mer erbjudanden och dessa attraherar kvinnor mer än män?

Åldersfördelningen visar att unga människor faktiskt läser tidningar och tar del av lokala nyheter. Ja det är fortfarande fler äldre so läser gratistidningen än yngre men fördelningen jämfört med dagstidningen är betydligt mer demokratisk och jämt fördelad.

Utbildningsnivån på läsare av gratistidning och dagstidning skiljer sig inte nämnvärt. Det är något fler som enbart har grundskoleutbildning som läser dagstidningen vilket sannolikt förklaras av den åldrade läsarskaran som många gånger enbart gick grundskola innan arbetslivet väntade.

Boende. Här ser vi att personer boende i villa läser mer tidningar överlag än boende i hyreslägenhet. Skillnaden är tydlig på dagstidningar men syns också i viss mån på gratistidningar.

Ursprung. Gratistidningen lockar invandrande läsare i väsentligt högre utsträckning än dagstidningen. Generellt är personer från övriga Norden och övriga Europa mer intresserade av Gratistidningen än folk i allmänhet medan människor från övriga världen (utanför Europa) läser som folk i allmänhet. Dagstidningen lockar nordiska läsare men inte läsare från övriga världen.

Sammantaget visar siffrorna på hur Gratistidningen inte bara erbjuder nyheter demokratiskt till alla i givet område, utan även läses av alla olika åldrar, olika ursprung, utbildning och boende. Vi ser tre huvudsakliga orsaker till detta: 1.- demokratisk distribution till alla. 2.-lokala nyheter är relevanta. 3. relativt kortfattade artiklar möjliggör en bredare läsarbaser. (tillgänglighet)





Engagement

Engagemang

Engagemang

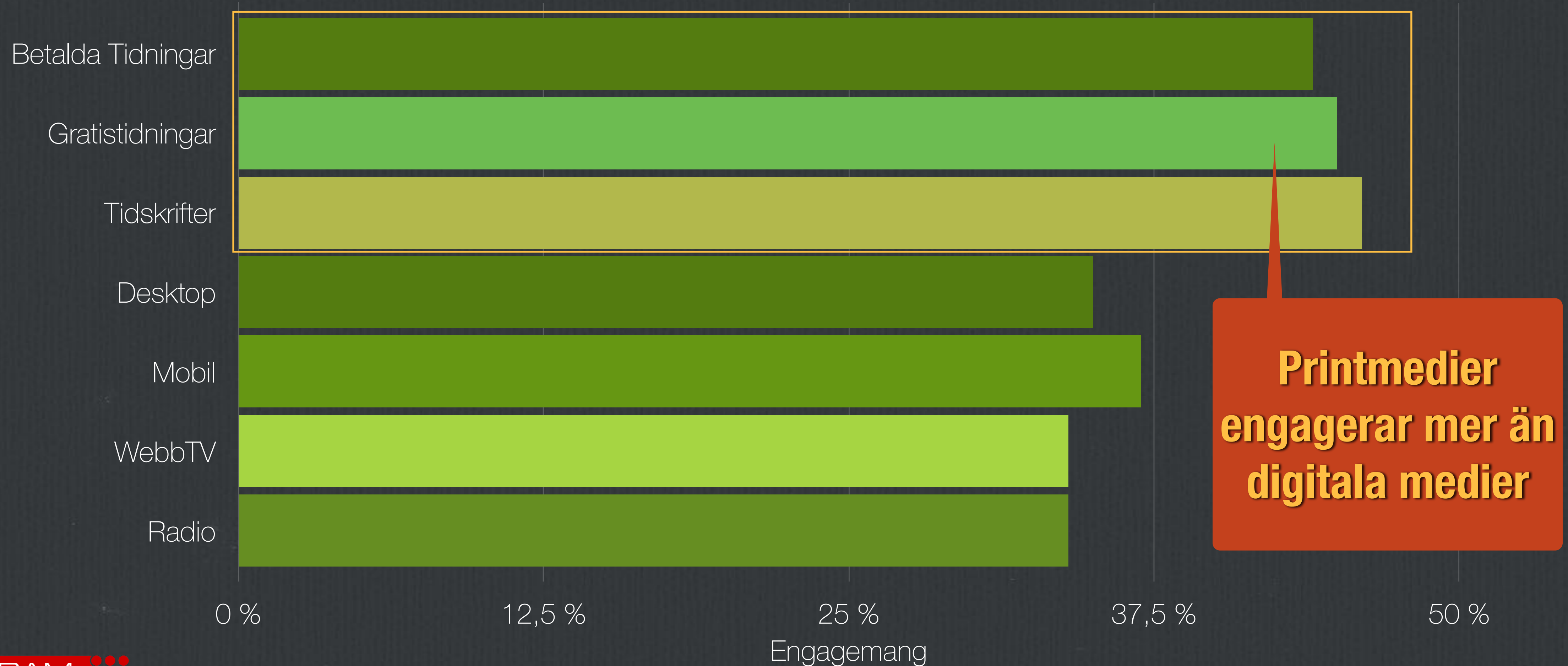
Förmågan ett media har att skapa engagemang för ett företag eller varumärke har stor inverkan på hur reklamen i mediekanalen kommer att presteras.

Överlag så presterar printkanaler bättre än digitala kanaler avseende förmågan att skapa engagemang.

Undersökning från Orvesto visar även här att Gratistidningens läsare har ett likvärdigt engagemang i lokalsamhället och de frågor inom politik som rör den kommun eller stadsdel de bor i.



Engagemang



Sammanfattning Engagemang

En del av undersökningen studerade olika mediers förmåga att bygga varumärke och action. Undersökningen delas upp i fyra olika frågeställningar:

Engagemang

Förmågan ett media har att skapa engagemang för ett varumärke eller företag har stor inverkan på hur reklamen i mediekanalen kommer att prestera. I undersökningen toppar tidskrifter klassen för engagemang, Vilket är förståligt med tanke på att tidskriften är köpt eller i de flesta fall läst utifrån ett intresse läsaren har, vilket i sin tur påverkar engagemanget för allt innehåll i mediekanalen. Överlag så presterar printkanaler bättre än digitala kanaler avseende förmågan att skapa engagemang.





Mediaavsnor

Mediavvanor

Gratistidningen blir ordentligt läst av läsarna, 71 procent av innehållet granskar den lokala läsaren.

76 procent har Gratistidningen som sin primära lokala nyhetskanal.

Många är rejält trötta på reklam - men inte i den lokala gratistidningen!



Mediavanor

Hur stor andel av din lokala gratistidning läste du den senaste gången du tittade/läste den?

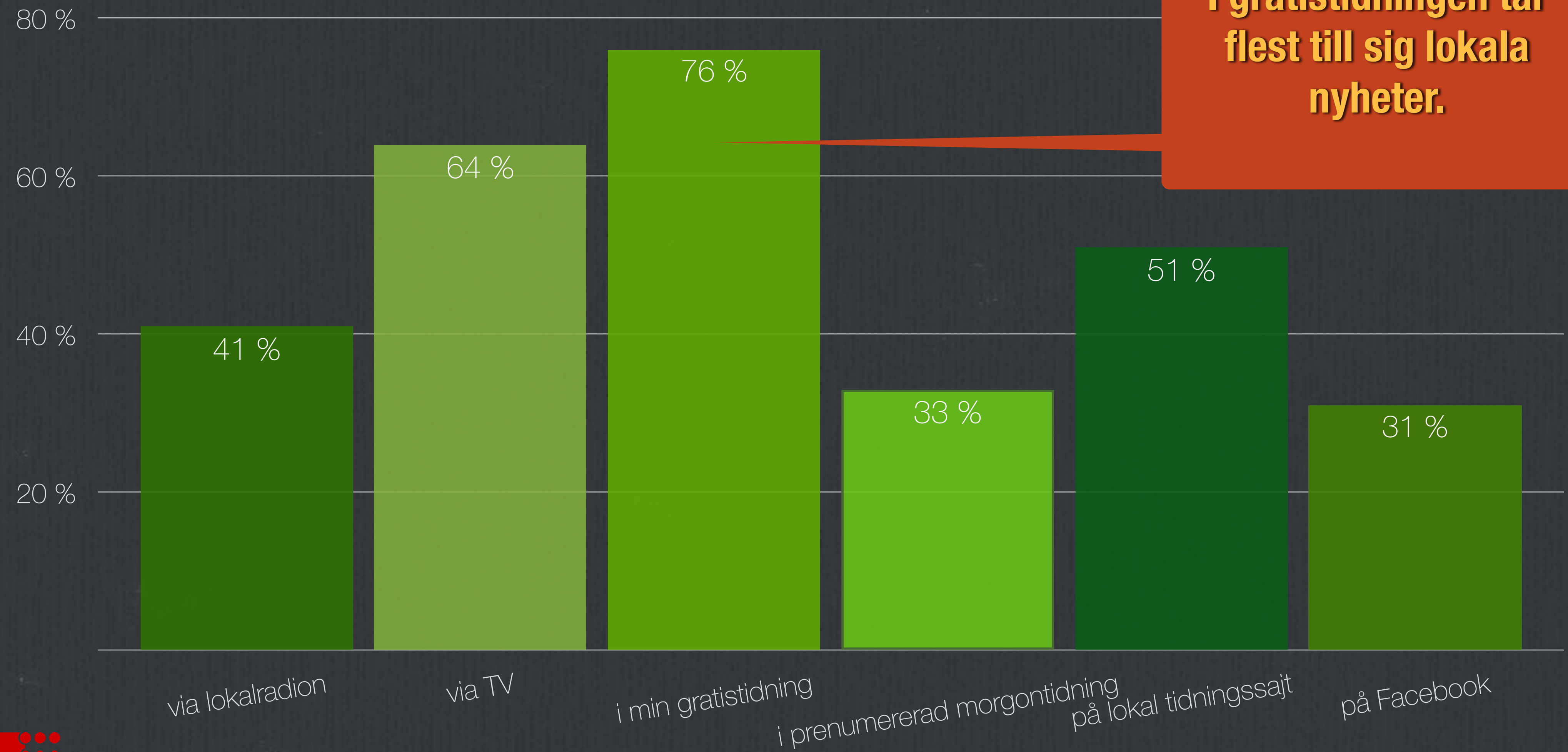


**Det mesta i
tidningen
blir läst!**

**Därför att det är
lokalt och därmed
relevant**

Mediavanor

Jag tar till mig lokala nyheter:



*” Lokala gratistidningar är de
som är mest lokala i sitt innehåll.*

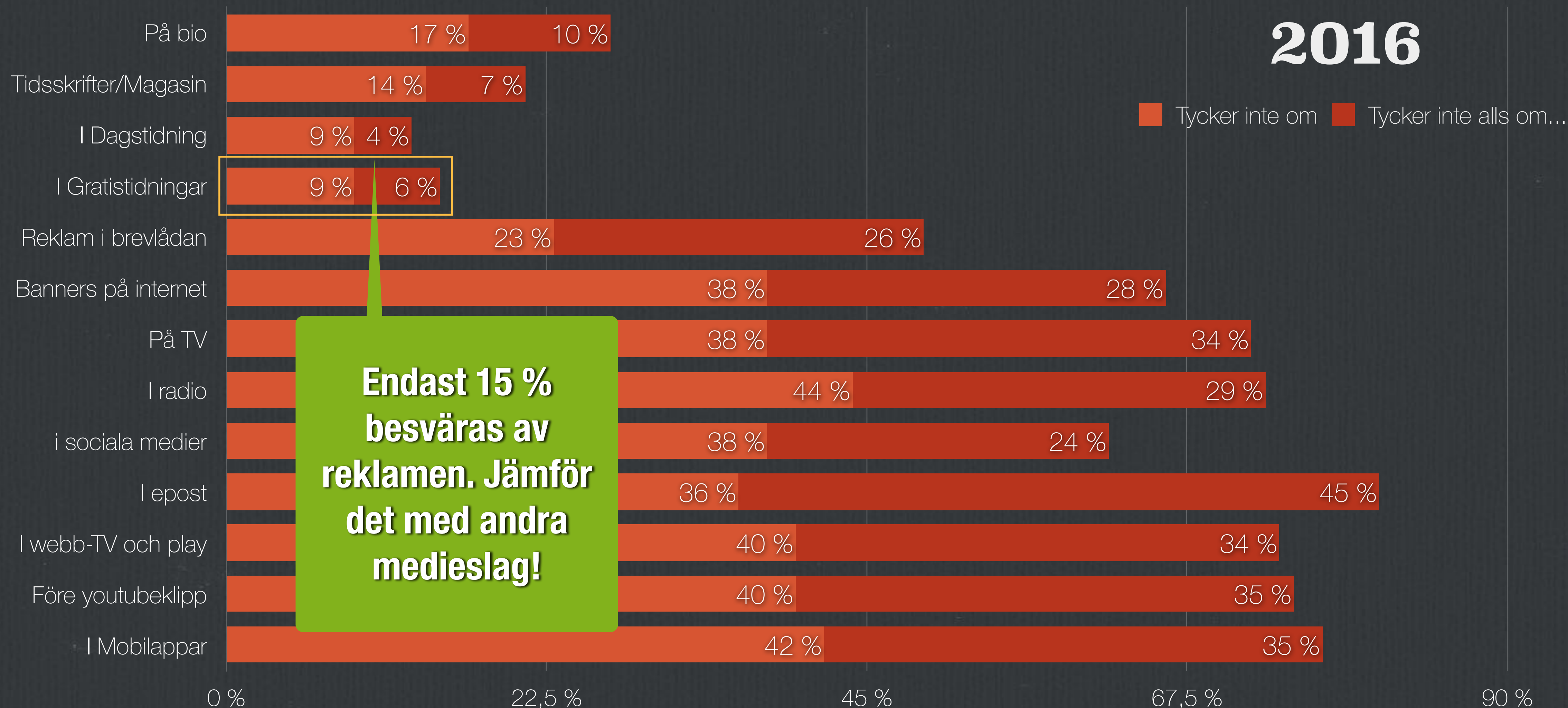
*Därnäst kommer de lokala radio-
och tv-kanalerna sett till andel av
sitt innehåll ”*

Medieutbud 2017, Nordicom

Inställning till reklam i olika medier

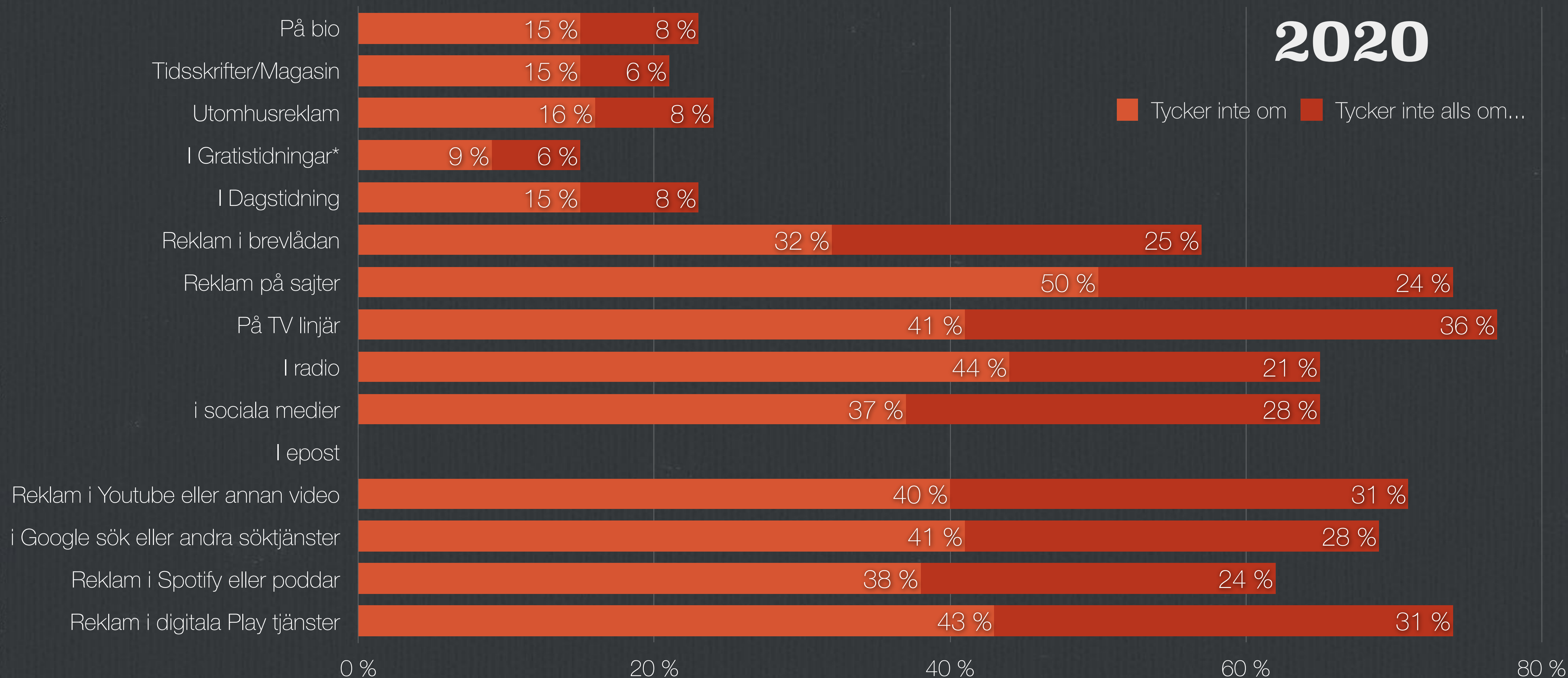
2016

Tycker inte om Tycker inte alls om...



Inställning till reklam i olika medier

2020



Sammanfattning Mediavanor

Läsaren tar till sig 71 procent av innehållet, vilket bygger på att tidningen är lokal och relevant. De 71 procenten omfattar faktiskt både det redaktionella innehållet och annonserna.

Att läsare av gratistidningar har sin lokala gratistidning som sin primära lokala nyhetskanal har också sin enkla förklaring i relevans. Men också genom tillgänglighet, i den mening att den distribueras demokratiskt till (nästan)* alla hushåll i givet område.

Användandet av medier ökar i tid mätt, men också i antalet olika kanaler som bidrar med budskap till oss människor varje dag. Idag utsätts vi för mellan 3000-20 000 reklambudskap varje dag. Vilket såklart tröttar ut oss både omedvetet och medvetet. Därför är det intressant att gratistidningarnas och tidskrifternas annonser endast verkar störa en liten andel till skillnad från de flesta andra kanaler där reklam stör de flesta.

*Undantaget de som tackar nej till gratistidning. 2018 mindre än 1 procent enligt uppgifter från PostNord.



Till sist...

Mediavanor

Vill du även i framtiden ha en lokal gratistidning i din brevlåda?

