TU

SVENSK DAGSPRESS 2010

FAKTA OM MARKNAD OCH MEDIER

2

Här hittar du alla grundläggande fakta om dagstidningsmarknaden – hur den ser ut i Sverige och i ett internationellt perspektiv. Här finns beskrivningar av dagstidningarnas funktion, både avseende läsarmarknaden och rollen som reklammedium. På www.tu.se finns uppdaterad branschfakta och på vår sajt www.mediekompass.se hittar du mer fakta kring ungas medievanor. För dig som behöver annonsinformation om dagstidningar har vi en särskild webbplats, www.dagspress.se.

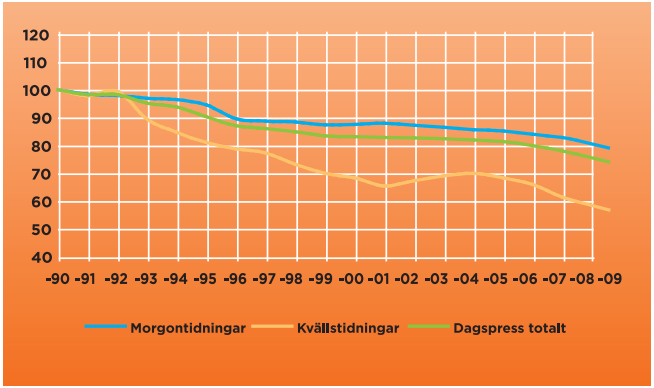
Trevlig läsning!

INNEHÅLL

SID

DAGSTIDNINGSMARKNADEN	Betalda dagstidningarnas upplagor	4
	Sveriges största dagstidningar	5
	Antal dagstidningar och anställda	6
	Antal besökare på dagtidningssajter	6
LÄSARNA	Läsmönster och läsvanor	7
	Räckvidder i tidningar på papper och nät	10
	Sysselsättning på internet	15
	Inställning till reklam	16
ANNONSMARKNADEN	Reklaminvesteringar i Sverige	17
	Dagstidningarnas annonsvolymer	18
	Varumärkesannonsering i olika medier	19
	Sveriges största annonsörer	20
MEDIERNA I VÄRLDEN	Dagstidningar världen runt	21
	Reklaminvesteringar i olika länder	23
	Ungas dagspressvanor	26

Upplageutveckling betalda dagstidningar 1990-2009
(index 100=1990)



Betalda dagstidningarnas upplagor 1997-2009
Antal ex i 1000-tal, vardagar

	Morgontidningar (utgivn 4-7 dagar)	Fådagarstidn. (utgivn 1-3 dagar)	Kvällstidningar	Dagspress
1997	3 002	360	869	4 231
1998	2 984	366	823	4 173
1999	2 934	379	787	4 100
2000	2 932	389	768	4 089
2001	2 950	388	735	4 073
2002	2 914	392	758	4 064
2003	2 892	386	777	4 055
2004	2 866	380	786	4 032
2005	2 835	395	768	3 998
2006	2 784	401	743	3 928
2007	2 738	403	692	3 833
2008	2 675	389	657	3 721
2009	2 581	385	625	3 591

Källa: TS

Sveriges största dagstidningar efter upplaga, helår 2009

STORSTADSTIDNINGAR – VARDAGAR	upplaga
Aftonbladet	358 600
Dagens Nyheter	316 200
Expressen inklusive GT	
och Kvällsposten	291 000
Göteborgs-Posten	236 400
Svenska Dagbladet	196 900
Sydsvenskan	121 200
Dagens Industri	102 200
Skånska Dagbladet	32 900
Dagen	18 900

LANDSORTSTIDNINGAR – VARDAGAR	upplaga
Helsingborgs Dagblad med Nordvästra	
Skånes Tidningar och	
Landskrona Posten	76 400
Dalarnas Tidningar	61 000
Nerikes Allehanda	60 700
Östgöta Correspondenten	54 500
Nya Wermlands-Tidningen	53 800
Upsala Nya Tidning	52 300
Borås Tidning	47 000
Barometern med	
Oskarshamns-Tidningen	43 000
Norrköpings Tidningar	42 900
VLT	40 100

GRATISTIDNINGAR – PER NUMMER	distribuerade ex
Lokaltidningen Mitt i (32 editioner)	877 700
Metro, Stockholm (må-fr)	272 400
Stockholm City	206 300
Metro Riks	114 400
Annonsbladet Dalarna	114 300
Metro, Skåne (må-fr)	109 900
Metro, Göteborg (må-fr)	105 300
Uppsalatidningen	98 000
Västerås Tidning	92 800
Linköpings-Posten	75 800
Kalmarposten	74 400
Sundsvalls Nyheter	70 600
Nacka Värmdö Posten	70 600

Källa:TS

Antal betalda dagstidningar efter utgivningsfrekvens 1990-2009

	7 dgr/vecka	4-6 dgr/vecka	1-3 dgr/vecka
1990	13	84	67
1995	14	86	70
2001	16	80	75
2002	15	78	75
2003	15	77	74
2004	15	78	74
2005	16	74	78
2006	16	71	79
2007	16	70	83
2008	16	69	83
2009	16	69	83

Abonnemang och lösnummer - morgontidningar 2009

Abonnerade exemplar	93%
Lösnummer	2%
Övriga exemplar	5%

Källa: TS

Antal anställda på TU:s medlemsföretag 2010

Journalister	5 200
Grafiker	2 600
Tjänstemän	4 900
Tidningsdistributörer	10 800
Övriga	500
Totalt	**24 000**

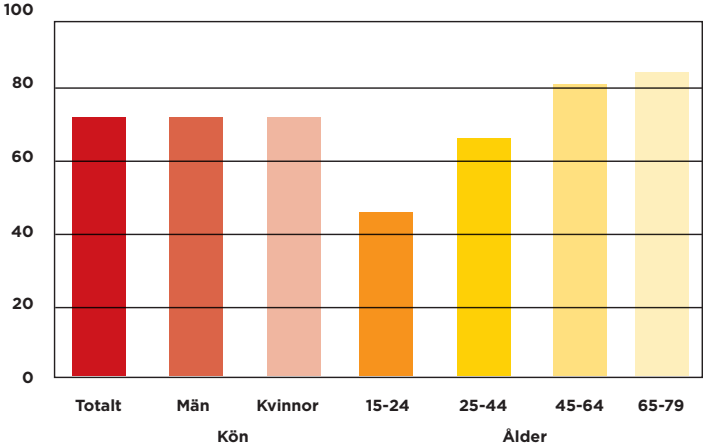
Källa: TU

Antal unika besökare (webbläsare) dagstidningssajter vecka 13 2010

aftonbladet.se	4 884 626
expressen.se	2 020 752
dn.se	1 259 387
di.se	806 783
svd.se	788 505
gp.se	387 083
sydsvenskan.se	329 041
hd.se	243 915
vk.se	206 020
dt.se	130 223
unt.se	127 108
na.se	122 513
nsd.se	102 208
corren.se	101 783
barometern.se	96 215

Källa: KIA Index

Morgontidningsläsare i procent 2009

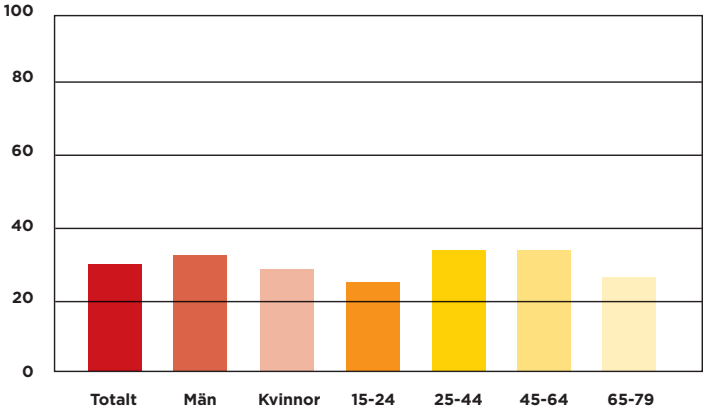


Läsning av morgontidningar 1993-2009
Läsare (15-79 år) i procent en genomsnittlig dag

		Kön		Ålder			
År	**Totalt**	**Män**	**Kvinnor**	**15-24**	**25-44**	**45-64**	**65-79**
1993	77	77	76	64	75	83	82
1994	76	76	77	65	71	82	86
1995	76	76	76	65	73	82	83
1996	76	77	74	66	71	82	83
1997	75	75	75	60	72	83	81
1998	80	78	81	70	78	83	86
1999	77	77	76	63	73	81	88
2000	77	78	76	61	71	84	84
2001	75	76	75	63	73	80	83
2002	77	76	77	62	71	83	85
2003	77	76	78	63	72	83	85
2004	74	73	75	55	70	80	84
2005	77	76	78	62	72	82	84
2006	76	76	76	55	70	84	86
2007	76	76	77	59	71	82	86
2008	73	72	74	51	67	81	87
2009	72	72	72	46	66	81	84

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2009.

Kvällstidningsläsare i procent 2009

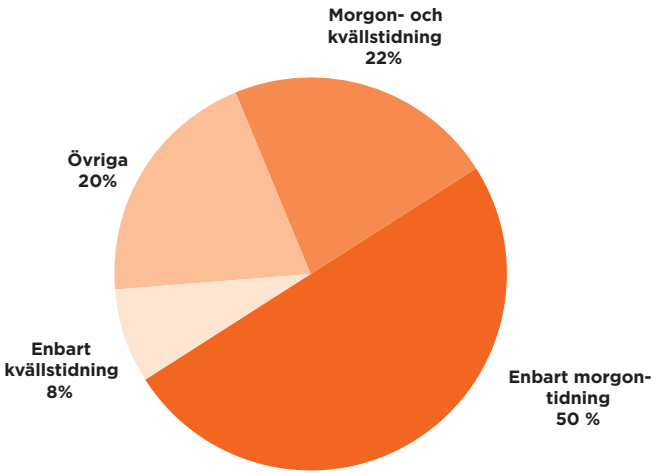


Läsning av kvällstidningar 1993-2009
Läsare (15-79 år) i procent en genomsnittlig dag

		Kön		Ålder			
År	**Totalt**	**Män**	**Kvinnor**	**15-24**	**25-44**	**45-64**	**65-79**
1993	31	34	28	33	33	32	22
1994	30	33	27	34	31	32	24
1995	28	32	24	30	29	31	18
1996	28	33	25	30	28	31	24
1997	29	32	26	29	29	31	21
1998	28	31	25	28	29	29	24
1999	29	31	27	30	30	31	22
2000	28	31	26	26	28	30	27
2001	30	33	27	30	32	32	24
2002	29	33	25	29	31	32	20
2003	31	35	28	28	34	32	28
2004	32	35	29	34	33	32	29
2005	32	34	31	27	33	35	27
2006	34	37	32	30	40	36	25
2007	33	36	30	30	39	34	26
2008	31	33	29	22	34	34	27
2009	30	33	28	25	34	32	27

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2009.

Total dagstidningsläsning en genomsnittlig dag 2009



Läsning av dagstidningar: Lästider bland läsarna (15-79 år) en genomsnittlig dag 2009

Tid	Totalt %	15-24 %	25-44 %	45-64 %	65-79 %
Morgontidning					
mindre än ¼ timme	22	52	31	18	8
¼ – ½ timme	42	38	50	45	32
½ – 1 timme	27	8	16	29	41
mer än 1 timme	8	2	2	7	19
genomsnitt minuter	*31*	*18*	*23*	*32*	*45*
Kvällstidning					
mindre än ¼ timme	37	52	44	36	15
¼ – ½ timme	40	34	39	40	44
½ – 1 timme	19	10	13	20	32
mer än 1 timme	5	4	3	4	8
genomsnitt minuter	*26*	*18*	*23*	*27*	*34*

Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2009.

Räckvidder i procent vardagar 2009 - betalda dagstidningar

		Kön		Ålder				Hushållsinkomst			Stor-	Övriga
	Samtliga	Män	Kvinnor	15-29	30-44	45-59	60-79	-168	168-300	300+	stad	riket
Dagspressen	**83**	**82**	**84**	**70**	**81**	**88**	**93**	**73**	**81**	**85**	**77**	**86**
Morgontidningar	**78**	**77**	**80**	**64**	**76**	**84**	**90**	**67**	**76**	**81**	**70**	**83**
Kvällstidningar	**30**	**31**	**29**	**28**	**28**	**32**	**32**	**27**	**31**	**30**	**30**	**30**
Aftonbladet	16	17	16	16	15	18	16	14	17	16	14	18
Dagens Nyheter	12	12	12	11	12	13	13	8	9	14	23	6
Expressen	14	15	14	13	13	15	16	13	15	14	15	14
Göteborgs-Posten	8	8	8	6	8	8	9	6	6	9	17	3
Svenska Dagbladet	7	8	7	5	7	7	9	4	5	8	13	4
Sydsvenskan	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	12	1
Population (1 000)	*7221*	*3631*	*3590*	*1772*	*1900*	*1743*	*1807*	*724*	*1257*	*4601*	*2612*	*4609*

Källa: Orvesto Konsument 2009

Räckvidder i procent söndagar 2009 - betalda dagstidningar

		Kön		Ålder				Hushållsinkomst				
	Samtliga	Män	Kvinnor	15-29	30-44	45-59	60-79	-168	168-300	300+	Stor-stad	Övriga riket
Dagspressen	**58**	**57**	**58**	**47**	**57**	**62**	**64**	**44**	**51**	**62**	**70**	**51**
Morgontidningar	**39**	**38**	**39**	**29**	**38**	**42**	**46**	**27**	**31**	**43**	**57**	**28**
Kvällstidningar	**29**	**28**	**30**	**26**	**28**	**32**	**30**	**23**	**29**	**30**	**28**	**30**
Aftonbladet	17	17	16	15	17	19	16	13	16	18	13	9
Dagens Nyheter	13	13	13	10	13	14	14	8	9	15	23	7
Expressen	16	16	16	13	16	17	18	13	16	16	17	16
Göteborgs-Posten	8	8	8	6	8	9	9	5	6	9	16	3
Svenska Dagbladet	7	8	7	5	7	8	9	5	4	9	13	4
Sydsvenskan	6	5	6	5	6	6	6	6	5	6	12	2
Population (1 000)	*7221*	*3631*	*3590*	*1772*	*1900*	*1743*	*1807*	*724*	*1257*	*4601*	*2612*	*4609*

Källa: Orvesto Konsument 2009

Räckvidder i procent vardagar 2009 - samannonspaket

		Kön		Ålder				Hushållsinkomst				
Räckvidd (1 införande)	**Samtliga**	**Män**	**Kvinnor**	**15-29**	**30-44**	**45-59**	**60-79**	**-168**	**168-300**	**300+**	**Stor-stad**	**Övriga riket**
Svea	65	63	66	49	60	71	78	53	62	68	54	71
Impact	53	54	52	51	54	55	52	46	52	54	49	55
Mediekompaniet	41	41	42	30	37	46	52	36	43	42	8	61
Riksmedia	34	33	34	26	32	36	39	30	32	35	30	35
Land & Rike	33	32	33	24	29	37	42	28	35	33	6	48
Mälardalen (Dn/Ek/St/N/Un/Vl/Bp)	18	18	18	15	17	19	20	13	15	20	23	15
Lokaltidningen Mitt i	13	12	14	9	15	14	13	9	10	14	35	0
Hela Skåne	11	11	11	9	10	11	12	10	11	11	14	9
Stormarknadspress	10	10	11	7	9	12	13	9	10	11	1	15
Lokaltidningen	10	10	11	7	10	11	13	10	11	10	8	12
Industrilandet	8	8	8	6	7	9	10	7	9	8	0	13
Direktpress/Innerstadspress	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	7	0
Nu-tidningarna	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	3
Dalarnas Tidningar (Fk/Bt/Sdt/Nlt/Mt)	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	0	3
Räckvidd (>1 införande)												
Dawn till Dusk (4Abv+4Metropol)	58	58	58	64	59	58	50	56	58	58	67	53
Citypaketet (3-Vvv)	32	32	32	30	33	33	32	25	26	35	60	16
Sthlm Trippel (Svd/Metro/Aftonbladet 1-2/4)	17	17	17	17	17	17	17	13	14	18	34	7
Supernöje (Metro Sthlm/Aftonbladet 1-2/4)	12	11	12	13	12	12	9	10	11	12	26	4
Population (1 000)	*7 221*	*3 631*	*3 590*	*1 772*	*1 900*	*1 743*	*1 807*	*724*	*1 257*	*4 601*	*2 612*	*4 609*

Källa: Orvesto Konsument 2009

Räckvidder i procent vardagar 2009 - gratistidningar

		Kön		Ålder				Hushållsinkomst			Stor-	Övriga
	Samtliga	Män	Kvinnor	15-29	30-44	45-59	60-79	-168	168-300	300+	stad	riket
Gratistidningar	**40**	**38**	**41**	**39**	**42**	**41**	**37**	**36**	**38**	**41**	**66**	**22**
Metro Stockholm, 6 nr/v	9	9	10	11	10	9	7	8	9	9	20	3
Stockholm City, 2 nr/v*	6	6	7	8	6	6	5	6	6	6	15	1
Metro Skåne, 6 nr/v	4	4	4	6	4	4	3	5	4	3	6	3
Metro Göteborg, 6 nr/v	4	4	4	6	4	4	3	6	4	4	9	1
Mitt i Söderort, 1 nr/v	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	6	0
City Malmö/Lund, 5 nr/v	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	4	1
Mitt i Södermalm, 1 nr/v	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	0
Södermalmsnytt, 1 nr/v	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	0
Nacka/Värmdöposten, 1 nr/v	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	0
Mitt i Huddinge, 1 nr/v	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	0
Västerås Tidning, 1 nr/v	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	2
Lokaltidningen Helsingborg	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
Population (1 000)	*7221*	*3631*	*3590*	*1772*	*1900*	*1743*	*1807*	*724*	*1257*	*4601*	*2612*	*4609*

Källa: Orvesto Konsument 2009

Veckoräckvidder (Riket) i procent 2010 - dagstidningssajter

		Kön		Ålder				Hushållsinkomst			Stor-	Övriga
	Samtliga	Män	Kvinnor	15-29	30-44	45-59	60-79	-168	168-300	300+	stad	riket
Tidningsnätet (nätverk)	31	32	29	30	37	36	21	25	27	35	16	40
aftonbladet.se	51	55	45	26	33	26	15	25	35	39	51	49
expressen.se	26	56	44	21	33	28	18	24	35	39	51	49
e24.se	14	70	30	24	35	25	15	24	28	46	57	43
dn.se	12	59	41	23	33	27	18	23	28	47	66	34
svd.se	10	60	40	19	32	28	22	24	29	46	65	35
gp.se	5	60	40	23	35	25	17	23	27	48	80	20
sydsvenskan.se	5	55	45	23	36	25	16	25	29	43	81	20
unt.se	2	56	44	20	37	23	21	22	27	49	70	30
vk.se	2	52	48	24	30	28	18	28	39	31	60	40
corren.se	2	60	40	23	35	25	17	23	30	44	63	37
vlt.se	2	57	43	29	30	25	16	28	34	37	63	37
nsd.se	2	57	43	21	34	30	15	25	33	40	21	80
nwt.se	2	64	36	22	37	27	14	21	35	43	23	77
dt.se	2	54	46	20	34	27	20	26	37	35	17	84
nt.se	1	57	43	28	37	22	14	31	32	35	73	27
Population (1 000)	*7 221*	*3 631*	*3590*	*1 772*	*1 900*	*1 743*	*1 807*	*724*	*1 257*	*4 601*	*2 612*	*4 609*

Källa: Orvesto Internet feb 2010

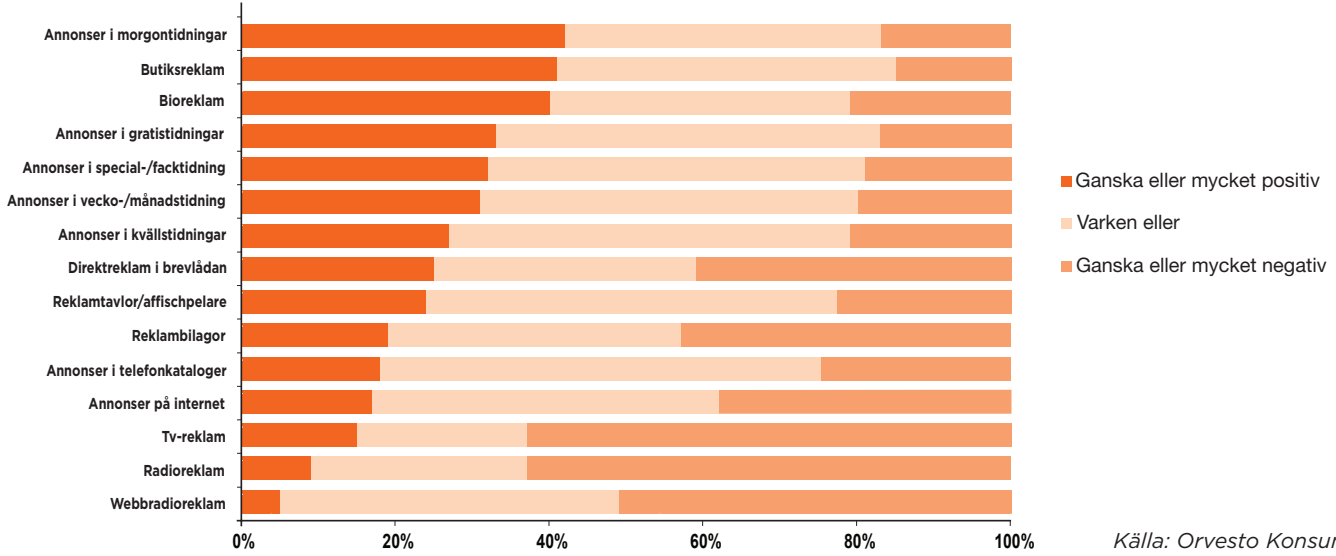
Sysselsättningar på internet 2009

Andel som anger att de ofta brukar göra något av följande på internet

		Kön		Ålder				Hushållsinkomst			Stor-	Övriga
	Samtliga	Män	Kvinnor	15-29	30-44	45-59	60-79	-168	168-300	300+	stad	riket
Betala Räkningar/Bankärend.	47	48	46	37	62	55	36	33	39	54	52	45
Telefonnr/Adresssökning	21	20	22	18	29	22	14	14	16	25	25	19
Musik	20	23	16	44	20	11	4	23	19	19	22	18
Info Specialintresse/Hobby	18	24	13	26	24	15	7	17	16	20	20	17
Väder	17	18	15	14	22	19	11	11	13	19	17	16
Köp/Sälj	15	19	12	16	22	16	6	11	14	17	13	16
Jämföra Priser	14	19	10	19	22	12	5	12	11	17	18	13
Riksnyheter	14	17	11	14	20	13	8	11	10	16	16	13
Info Om Resmål	13	11	14	10	14	16	10	7	9	15	15	11
Tv-Kanal/Tv-Program	12	13	12	20	15	8	5	14	12	12	15	11
Lokala Nyheter	12	13	11	11	15	12	8	11	12	13	10	13
Sport	11	19	3	14	14	10	6	8	9	12	11	11
Jobb	10	10	11	14	15	10	2	13	9	10	12	10
Bostad	10	9	12	10	16	10	5	7	7	12	14	8
Nedladdning/Fildelning	10	14	5	25	10	3	1	13	10	10	12	9
Population (1 000)	*7221*	*3631*	*3590*	*1772*	*1900*	*1743*	*1807*	*724*	*1257*	*4601*	*2612*	*4609*

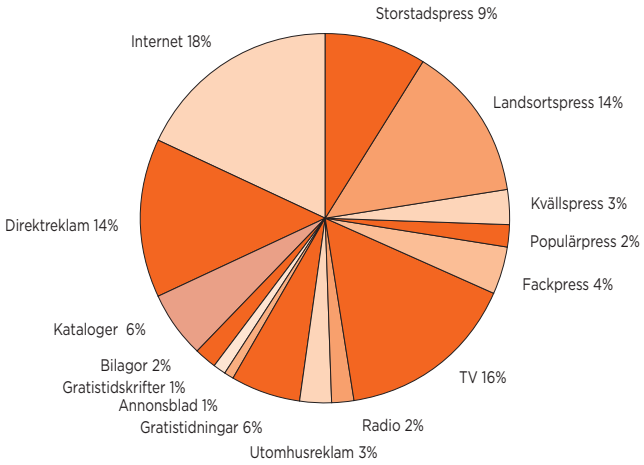
Källa: Orvesto Konsument 2009

Allmän inställning till reklam i olika medier 2009



Källa: Orvesto Konsument 2009

Reklaminvesteringar 2009, medie-utrymme totalt 28 299 milj kr



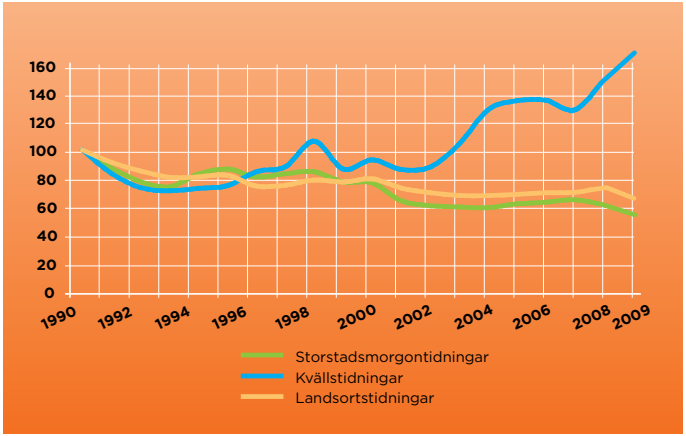
Reklaminvesteringarna, medieutrymme 2003-2009

(andelar i procent)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Dagspress	32,5	31,0	30,5	29,5	28,6	27,2	24,8
Storstadspress	13,1	11,6	11,4	11,3	11,2	10,1	8,9
Landsortspress	16,7	16,1	15,8	15,1	14,7	14,5	13,5
Kvällspress	2,7	3,3	3,3	3,2	2,7	2,7	2,5
Populärpress	2,7	2,7	2,5	2,6	2,5	2,8	2,4
Fackpress	6,1	5,7	5,7	5,4	5,3	5,0	4,1
Tv	14,7	14,8	15,4	15,3	14,7	15,4	15,5
Text-tv	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Radio	1,9	1,9	1,9	2,0	2,0	2,2	2,3
Bio	0,3	0,2	0,3	0,2	0,3	0,3	0,4
Utomhusreklam	3,5	3,7	3,7	3,6	3,3	3,3	3,4
Gratistidningar	4,9	6,1	6,3	6,3	6,2	5,9	5,9
Annonsblad	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,7
Gratistidskrifter	1,9	1,8	1,7	1,6	1,6	1,5	1,4
Bilagor	1,4	1,3	1,3	1,2	1,5	1,5	1,6
Kataloger	9,5	8,4	7,5	6,7	6,5	5,9	5,5
Direktreklam	15,2	15,7	15,6	14,8	13,9	13,3	14,0
Internet	4,8	5,7	7,2	10,0	12,8	14,9	17,6
Butiksmedia	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Mobilmarknadsföring				0,0	0,0	0,1	0,2
Totalt	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Källa: IRM

Utveckling annonsvolym 1990-2009
(index 100=1990)



Dagstidningarnas annonsvolymer samt fördelning på annonskategorier 2009

	Dagspress totalt	Storstads-morgon-tidningar	Kvälls-tidningar	Landsorts-tidningar
Textsida	58%	46%	-*	61%
Platsannonser	5%	5%	-*	6%
Övr. rubrikannonser	37%	49%	-*	33%
Totalt spaltmeter	729 647	143 756	79 857	506 035
Totalt Mkr	**7 095**	**2 541**	**700**	**3 854**

*Källa: TU, * Särredovisas ej*

Märkesannonseringens fördelning inom olika medier 2009

Storstadsmorgontidn.* 2009	
Bransch	**%**
Detaljhandel	31
Organisationer m m	24
Resor, transporter	9
Bilar, biltillbehör	6
Kontor, data mm	5
Finansiell reklam	5
Övrigt	20
Totalt	**100**

Kvällstidningar 2009	
Bransch	**%**
Detaljhandel	22
Bilar, biltillbehör	13
Finansiell reklam	11
Kontor, data mm	10
Resor, transporter	10
Livsmedel, drycker, tobak	6
Övrigt	28
Totalt	**100**

Landsortstidningar 2009	
Bransch	**%**
Detaljhandel	55
Organisationer m m	15
Bilar, biltillbehör	8
Resor, transporter	7
Finansiell reklam	3
Byggnadsindustri	2
Övrigt	10
Totalt	**100**

Populärpress 2009	
Bransch	**%**
Detaljhandel	17
Hygien, kosmetik	12
Livsmedel, drycker, tobak	10
Byggnadsindustri	10
Möbler, hushåll	8
Sjukvård, hälsa	7
Övrigt	36
Totalt	**100**

Fackpress 2009	
Bransch	**%**
Industri	16
Kontor, data mm	16
Organisationer m m	12
Böcker, medier	9
Detaljhandel	7
Livsmedel, drycker, tobak	6
Övrigt	34
Totalt	**100**

Tv 2009	
Bransch	**%**
Detaljhandel	19
Livsmedel, drycker, tobak	15
Kontor, data mm	12
Finansiell reklam	10
Hygien, kosmetik	9
Böcker, medier	6
Övrigt	29
Totalt	**100**

Radio 2009	
Bransch	**%**
Detaljhandel	33
Kontor, data mm	15
Finansiell reklam	11
Bilar, biltillbehör	8
Livsmedel, drycker, tobak	6
Organisationer m m	5
Övrigt	22
Totalt	**100**

Utomhusreklam 2009	
Bransch	**%**
Detaljhandel	24
Livsmedel, drycker, tobak	13
Böcker, medier	11
Kontor, data mm	10
Resor, transporter	10
Organisationer m m	7
Övrigt	25
Totalt	**100**

Bio 2009	
Bransch	**%**
Detaljhandel	20
Livsmedel, drycker, tobak	18
Organisationer m m	13
Kontor, data mm	12
Böcker, medier	9
Hygien, kosmetik	7
Övrigt	21
Totalt	**100**

TOTALT 2009	
Bransch	**%**
Detaljhandel	27
Organisationer m m	10
Kontor, data mm	9
Livsmedel, drycker, tobak	9
Finansiell reklam	7
Resor, transporter	6
Övrigt	32
Totalt	**100**

*Källa: TNS SIFO, *inkl gratistidningar*

Sveriges största annonsörer, annonseringens fördelning på medier 2009 (andelar i procent)

	Dags-press	Varav Storstad morgon	Kvälls-tidningar	Landsorts-tidningar	Populär-press	Fack-press	Utomhus-reklam	Tv	Radio	Totalt (milj kr)
Telia	35	18	12	5		2	7	54	2	611
ICA	73	11	1	61				25	2	558
P&G	1	1	1		6		1	91		436
Unilever	2	1	1		10		6	81		416
L'oreal	2	1	1		11		1	86		395
3	28	17	8	3		1	3	66	1	372
Svenska Spel	16	6	7	2			8	67	8	335
KF	79	22	0	57			1	20		315
McDonalds	7	3	1	3	2		13	60	17	302
Ikea	65	25	4	36	5		2	27	1	296
Tele2	25	18	5	1	1	1	6	61	7	251
Spendrups	3	1	2		3		2	92		241
Media Markt	72	30	8	34			5	21	2	236
Coca-Cola	1	0	1		1	1	5	84	3	233
Elgiganten	28	16	1	11				71	1	217
Volkswagen	57	32	13	12	4	1	4	31	3	199
GlaxoSmithkline	1		1		2		2	95		194
McNeil	1	1			1		3	90	4	187
Telenor	38	24	10	4		1	11	49		187
Fastighetsbyrån Swedbank	82	75		6				16	1	187

Märkesannonseringen 2009 (milj kr)*

Detaljhandel	9 646
Organisationer	3 659
Livsmedel, drycker, tobak	3 383
Kontor, data	3 174
Finansiell reklam	2 549
Resor, transporter	2 044
Bilar, biltillbehör	1 978
Hygien, kosmetik	1 837
Böcker, medier	1 799
Sjukvård, hälsa	1 293
Byggnadsindustri	928
Radio, TV, video, musik	861
Möbler, hushåll	778
Sport, fritid	554
Industri	466
Ej märkesannonsering	419
Kläder, textil	264
Övriga	670
S:A Totalt	**36 302**

**Belopp brutto, före rabatter*

Källa: TNS SIFO, RM

Betalda dagspressens upplagor 2008, vardagar

	Upplaga (1000-tal)
Sverige	3 334
Norge	2 185
Finland	2 127
Danmark	1 164

Betalda dagspressens räckvidder 2008, vardagar

Sverige	83%
Norge	82%
Finland	79%
Danmark	76%

Nordens största tidningar 2008, vardagar

	Upplaga
Helsingin Sanomat	412
Aftonbladet	378
Dagens Nyheter	340
Expressen/GT/KvP	304
Verdens Gang	284
Aftenposten, morgen	247
Göteborgs-Posten	244
Svenska Dagbladet	195
Ilta-Sanomat	162
Jyllands-Posten	129
Dagbladet	123

Största betalda dagstidningarna i världen 2008

Europa och USA	**Upplaga** (1 000-tal)
Bild, Tyskland	3 142
The Sun, Storbritannien	3 046
USA Today, USA	2 293
Daily Mail, Storbritannien	2 194
Wall Street Journal, USA	2 012
Daily Mirror, Storbritannien	1 400
New York Times, USA	1 001
Kronen Zeitung, Österrike	949
Asien	
Yomiuri Shimbun, Japan	10 020
Asahi Shimbun, Japan	8 149
Mainichi Shimbun, Japan	3 901
Times of India, Indien	3 433
Canako Xiaoxi, Kina	3 142
Nikkei, Japan	3 052
Peoples Daily, Kina	2 939
Chunichi Shimbun, Japan	2 761

Källa: WAN 2009

Antal dagstidningar i olika länder 2008
(utgivning minst fyra dagar/vecka)

USA	1408	Sverige	84
Kina	999	Tjeckien	82
Brasilien	667	Turkiet	79
Ryssland	495	Rumänien	75
Pakistan	400	Norge	74
Tyskland	358	Finland	52
Korea	277	Ukraina	51
Iran	183	Polen	49
Spanien	140	Australien	48
Japan	109	Grekland	41
Storbritannien	104	Danmark	32
Kanada	98	Ungern	29
Schweiz	87	Holland	29
Frankrike	85	Nigeria	28
Italien	84	Belgien	21

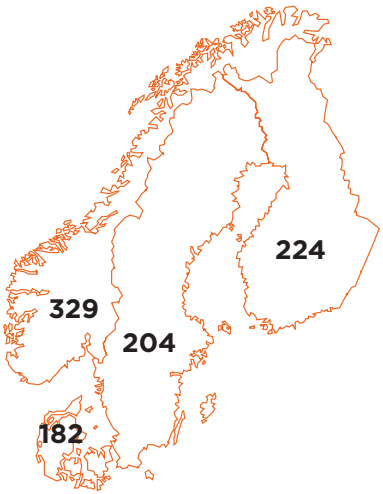
Dagstidningskonsumtionen i olika länder 2008
(antal ex per 1000 invånare)

Japan	612	USA	200
Norge	571	Tjeckien	174
Finland	483	Kanada	159
Sverige	436	Island	158
Schweiz	338	Slovenien	157
Österrike	332	Frankrike	152
Korea	326	Australien	147
Storbritannien	307	Ungern	133
Singapore	306	Kina	111
Tyskland	283	Spanien	106
Holland	270	Italien	103
Danmark	263	Turkiet	93
Malaysia	260	Brasilien	73
Irland	236	Sydafrika	51
Estland	229	Mozambique	1

Källa: WAN 2009

Reklaminvesteringar i olika länder, traditionella medier i Euro per capita 2008

Irland	375
Österrike	339
Norge	329
Schweiz	323
USA	302
Storbritannien	230
Finland	224
Belgien	223
Kanada	213
Holland	211
Portugal	205
Sverige	204
Japan	195
Danmark	182
Grekland	178
Tyskland	174
Spanien	156
Italien	145
Frankrike	136
Ungern	75
Tjeckien	70
Polen	53

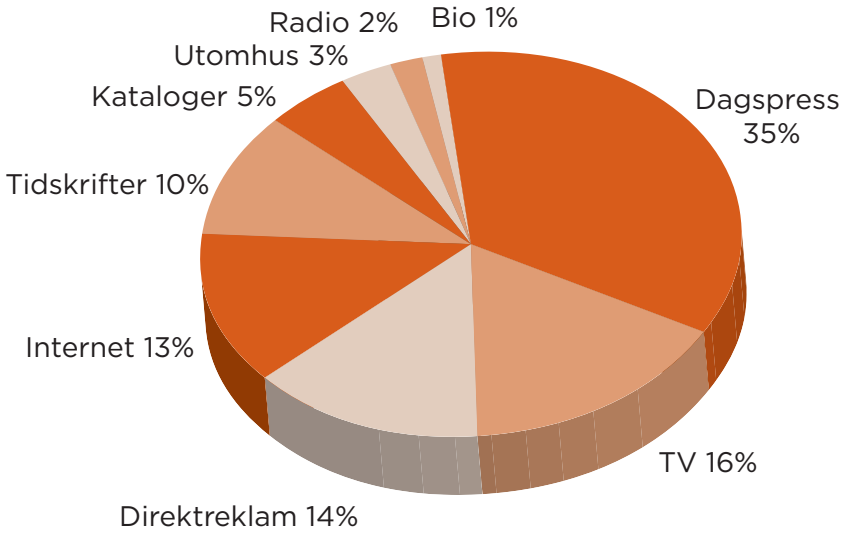


Reklaminvesteringar, fördelning på huvudmedier i procent - Europa, USA och Japan 2008

	Dags-press	Internet	Tid-skrifter	Tv	Radio	Bio	Utom-hus	Kata-loger	DR	Totalt (MEuro)
USA	18%	12%	10%	29%	9%	0%	4%	6%	11%	91 796
Japan	16%	11%	8%	37%	3%	-	15%	2%	9%	24 863
Tyskland	21%	12%	12%	19%	3%	0%	4%	5%	14%	14 297
Storbritannien	24%	19%	9%	22%	3%	1%	5%	5%	12%	13 986
Frankrike	12%	14%	15%	26%	6%	1%	9%	9%	-	8 712
Italien	15%	7%	13%	42%	4%	1%	2%	10%	6%	8 418
Kanada	24%	10%	8%	26%	11%	-	4%	9%	11%	7 077
Spanien	16%	6%	6%	30%	6%	0%	4%	4%	29%	6 309
Holland	32%	17%	17%	19%	6%	0%	4%	6%	-	3 519
Österrike	45%	7%	15%	19%	5%	0%	6%	2%	-	2 779
Schweiz	31%	1%	13%	12%	2%	1%	13%	4%	23%	2 449
Belgien	25%	9%	9%	27%	9%	1%	5%	7%	11%	2 316
Polen	14%	11%	12%	44%	8%	1%	7%	4%	-	2 053
Grekland	14%	2%	35%	41%	5%	-	-	3%	-	1 913
Sverige	23%	13%	7%	13%	2%	0%	3%	5%	29%	1 892
Irland	49%	1%	2%	22%	9%	1%	12%	5%	-	1 557
Norge	38%	10%	7%	18%	3%	1%	3%	4%	14%	1 530
Finland	35%	9%	12%	16%	3%	0%	3%	5%	12%	1 173
Danmark	16%	17%	8%	14%	1%	0%	3%	5%	17%	996
Ungern	15%	10%	19%	38%	5%	0%	11%	3%	-	741
Tjeckien	17%	7%	14%	45%	6%	0%	6%	5%	-	710

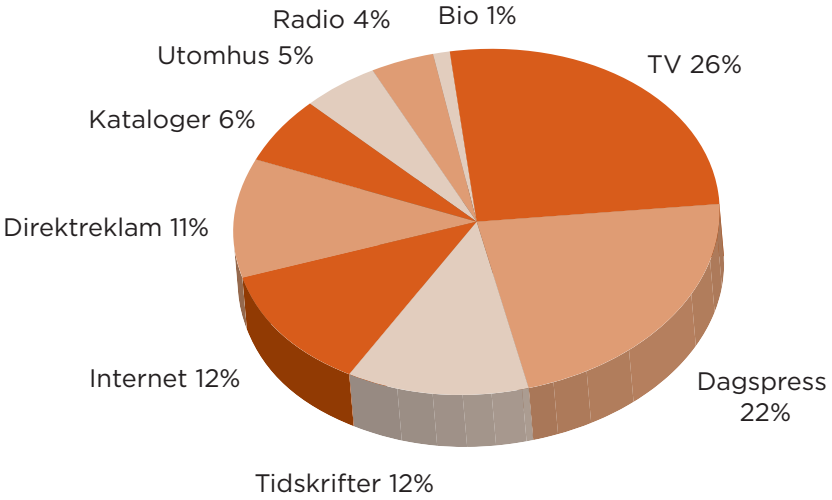
Källa: IRM

Den nordiska mediemixen 2008



Källa:IRM

Den europeiska mediemixen 2008



Ungas dagspressvanor

Räckvidden vardagar 15-29 år
Dagspressens samlade räckvidd är 70 procent.
Morgontidningarnas räckvidd är 64 procent.
Gratistidningarnas räckvidd är 39 procent.
Kvällspressens räckvidd är 28 procent.

Källa: Orvesto Konsument 2009

Internetanvändandet 15-24 år
85 procent använder internet en genomsnittlig dag.
64 procent använder sociala medier en genomsnittlig dag.
29 procent använder ”traditionella medier på internet” en genomsnittlig dag*.

*Källa: Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2009, *Med traditionella medier avses i undersökningen morgonpress, kvällspress, radio eller TV på nätet.*

Webbtidningar 16-29 år
23 procent läser morgontidningen på nätet minst 5 dagar per vecka.
39 procent läser kvällstidningen på nätet minst 3 dagar per vecka.

Källa: Dagspresskollegiet 2009

Nyhetssökande bland unga
Om de mellan 15-24 år bara fick använda en nyhetskälla skulle de välja medier enligt följande rangordning:

- Vanlig TV
- Morgontidning i pappersform
- Kvällstidning på nätet
- Gratis morgontidning i pappersform

Källa: Ungdomsbarometern 2009

54 procent av de mellan 12-16 år uppger att de läser nyheter på nätet.

Källa: Medierådet 2008

Sammanfattning

Dagspressen är det största huvudmediet för reklam i Sverige. Den betalda dagspressen står för 25 procent och gratistidningarna står för ytterligare 6 procent av allt medieutrymme som köps av annonsörer.

Det finns 168 betalda dagstidningar i Sverige och merparten av dessa har en dagstidningssajt.

Dagstidningsindustrin i Sverige sysselsätter ca 24 000 människor.

De betalda dagstidningarna har en sammanlagd upplaga på 3,6 miljoner exemplar.

93 procent av de betalda morgontidningarnas upplaga är prenumererade exemplar.

På vardagarna läser 83 procent av Sveriges befolkning mellan 15-79 år någon betald dagstidning.

På söndagarna, då de flesta lokala tidningar inte utkommer, är det 58 procent som läser en dagstidning.

40 procent av svenskarna läser en gratistidning en genomsnittlig dag. I storstäderna läser 66 procent en gratistidning en genomsnittlig dag.

42 procent av svenskarna är positiva till annonser i morgontidningen.

I de flesta av Europas länder är dagspress det största reklammediet.

USA är det land i världen med högst reklaminvestering i traditionella medier, både totalt och per invånare.

Sverige ligger på fjärde plats i världen när det gäller upplaga per invånare. Endast Japan, Norge och Finland har större upplaga per invånare.

Störst av alla dagstidningar är japanska Yomiuri Shimbun med en upplaga på 10 miljoner exemplar.

27

TU arbetar för fria konkurrenskraftiga medier, för ett öppet och demokratiskt samhälle. TU bevakar och analyserar utvecklingen på mediemarknaden.

Analyschef:
Fredrik Rogberg, telefon 08-692 46 00
e-post fredrik.rogberg@tu.se

Box 22500 104 22 Stockholm Industrigatan 2A
Tel: 08-692 46 00 Fax: 08-692 46 38
www.tu.se • www.dagspress.se • www.mediekompass.se

Tryckt på Österbergs & Sörmlandstryck i Nyköping 2010