

ORVESTO Konsument 2017:1 är här!



Nu släpps ORVESTO Konsument 2017:1

Idag den 9 juni lanseras mediernas räckvidder enligt ORVESTO Konsument 2017:1. Undersökningen genomfördes under perioden 1 januari – 30 april och totalt deltog 13 206 personer i mätningen.

Förändringar i räckviddsfrågan för dagspress

För de tidningar som har söndagsutgivning så har det svarsalternativet tagits bort i undersökningen och istället ersatts av en fråga som mäter läsande en genomsnittlig veckodag.

Bakgrunden är helt enkelt att det blivit otidsenligt att separera söndagstidningen och att fortfarande mäta lördag som en "vardag". Dessutom är det tydligt att utvecklingen av e-tidningsläsande gör att begreppet en genomsnittlig dag blivit tydligare och mer lättförståeligt för respondenter.

Innan denna ändring gjordes genomfördes en pilotstudie på drygt 8000 respondenter.

Den nya frågan omfattar i princip endast storstadsmorgontidningarna och kvällspressen och innebär att direkta jämförelser med tidigare mätningar skall göras med försiktighet.

Totalräckvidder för printtitlar

Vi vill också uppmärksamma på att många printtitlar mäter både sin analog och sin digitala läsning. I ORVESTO Konsument 2017:1 redovisar vi räckviddsdata för både analog och digital läsning av printmedier för samma tidsperiod (januari–april 2017).

E-tidningsläsning inkluderad i print-räckvidden

Räckvidderna för print omfattar sedan undersökningen 2016:1 även e-tidningar (med e-tidning avses en digital kopia av hela papperstidningen). Skälet till detta är just att det är en exakt kopia av titeln och att den därför bör räknas in i den ordinarie räckvidden. Det betyder att printmedier nu kan tillgodogöra sig ytterligare en form av läsning som tidigare inte mätts.

Då detta innebär ett naturligt tillskott av läsare ska man ha detta i åtanke när man analyserar den nya datan och jämför den med mätningar gjorda före 2016:1. D.v.s. möjligheten till direkta jämförelser mellan mätningarna är begränsad.



Nya frågeområden i ORVESTO Konsument 2017:1

Nyheter i mediavärlden:

- Podcast och sociala medier finns nu med bland värderingen av olika medier.
- Sociala medier finns numera även med i utvärderingen av upplevd annonsnytta i olika medier.
- När det gäller utomhusreklam kan man numera också analysera tågstationer.
- Horse & Country TV är en ny TV-kanal.
- Fyra egenproducerade Netflix-serier mäts bland TV-programmen.
- BookBeat är en ny aktör bland digitala utgåvor.
- Nya Playtjänster: Dplay
- Nya Internetsajter: dplay.se, viafree.se
- Nya Podcasts: David Batras Podcast, Esportpodden, Offsides podcast, Relationspodden 2.0, Sommar & Vinter i P1

Nya målgrupper:

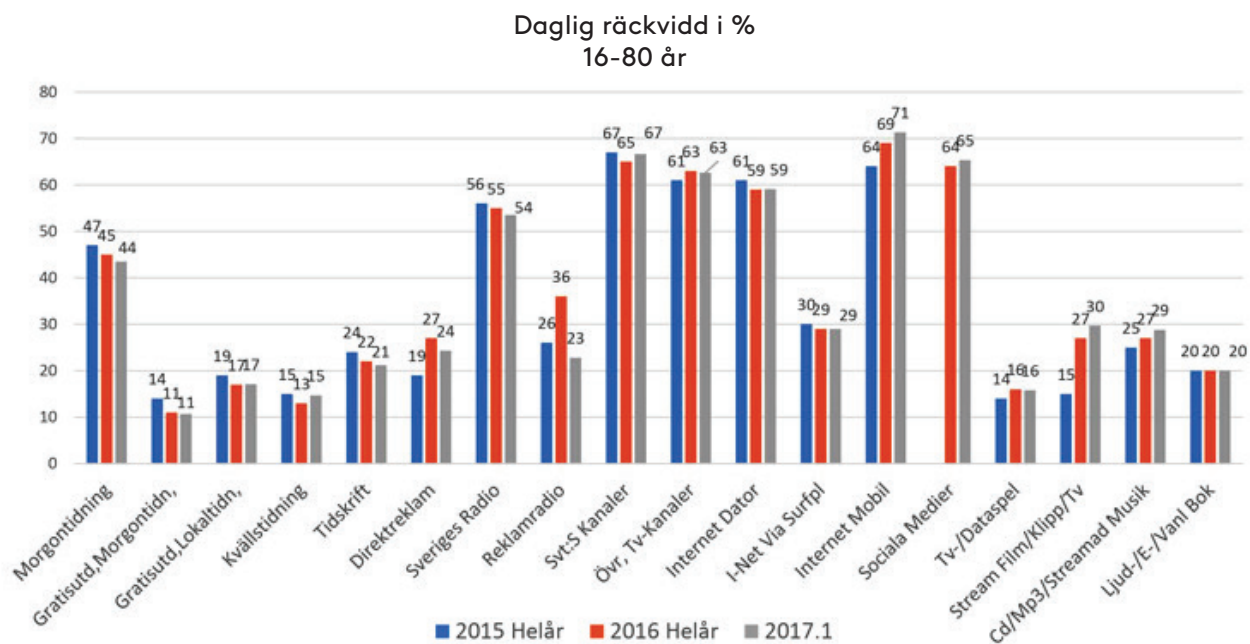
- Intresset för e-sport växer och nu kan man analysera både målgruppen som tittar på företeelsen och de som spelar själva.
- Bland aktiviteter finns nu även att Shoppa och att Utöva Parkour.
- Bland livsmedelsfrågorna finns nu en rad olika nya leverantörer av matkassar (Arla Kökets matkasse, Bra Mat Hemmas matkasse, Ecovivas matkasse, Gröna Kassens matkasse, Hemköps matkasse, Mat & Ros matkasse) och Citygross, Hemköp och Willys finns även med bland onlineköp av matvaror. Vi frågar också om undvikande av animaliska produkter och kött.
- Bilverkstad och Delikatessbutik/Saluhall/Bageri är nya platser som vi har besöksfrekvenser på.
- Akademibokhandeln och Naturkompaniet är nya butiker vi mäter.
- 365 (Naturkompaniet) är tillsammans med Vänner två nya kundklubbar som kartläggs.
- Varumärke och Totalekonomi finns nu med som valfaktorer vid val av hushållets bil.
- För studerande finns nu även svarsalternativet Annan eftergymnasialutbildning.
- EF är ny bland aktörer man har rest med.
- Nu mäter vi även intresse för resor av typen Språk/Utbildning och Volontärresor.
- Vattenskoter är nytillagd bland produkter man har i hushållet eller planerar att köpa.
- Nu finns möjlighet att analysera hushållsinnehav av Apple TV, Chromecast, Smart TV.
- Nytt Mobiltelefonmärke: Lenovo
- Ny Mobiloperatör: Vimla
- Dessutom kartlägger vi ett tjugotal helt nya kemtekniska varumärken.

Generell medieutveckling

Mobilen är den största mediekanelen.

Mobilen fortsätter att öka och är idag den största mediekanelen med en daglig räckvidd på 71 %, i målgruppen 16-80 år. En kraftig ökning sedan 2015 då internet via mobilen låg på 64 %.

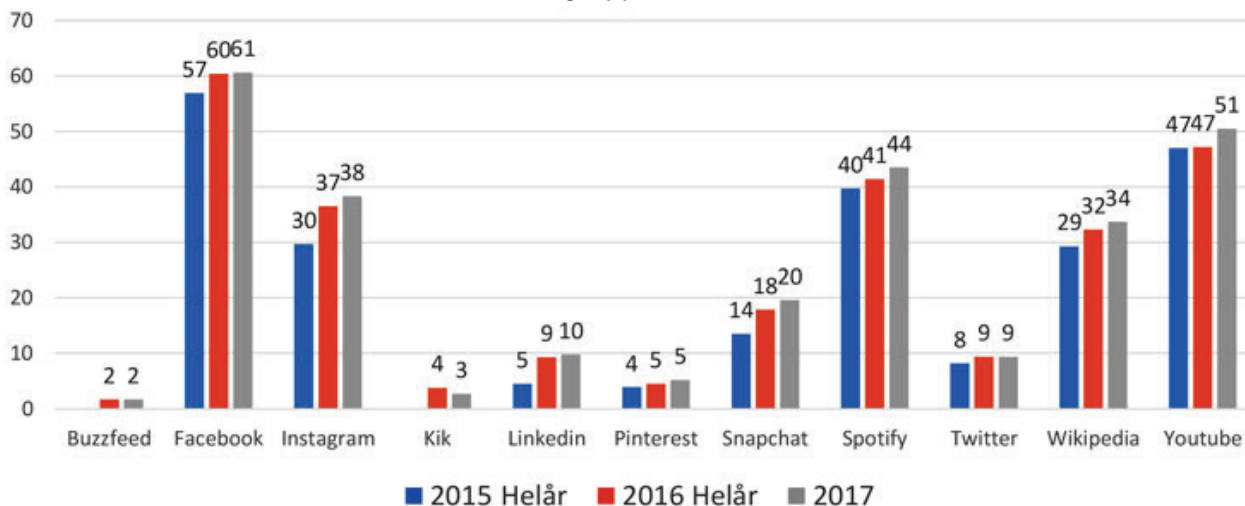
Morgontidningsläsningen fortsätter backa och den dagliga räckvidden ligger i 2017:1 på 44 %. Gratisutdelade morgontidningar och lokaltidningar ligger kvar på samma nivåer som i ORVESTO Konsument 2016 Helår men lägre än 2015 Helår.



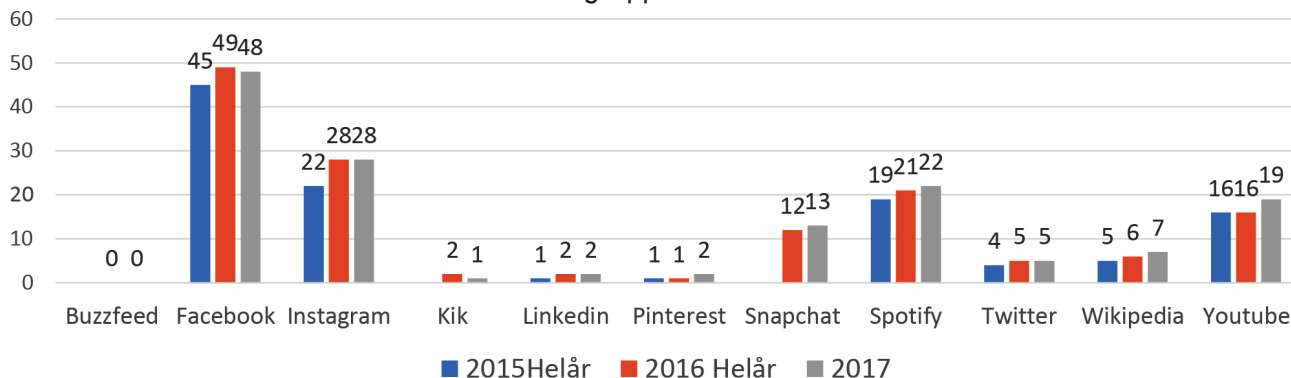
Daglig räckvidd på sociala medier ligger i 2017:1 på 65 %, vilket är tredje högsta mediekanelen efter internet via mobilen och SVTs kanaler.

Facebook är störst både på daglig användning samt veckoanvändning. 61 % av målgruppen 16-80 år använder Facebook varje vecka och 48 % varje dag. Den dagliga räckvidden minskar marginellt jämfört med 2016, från 49 % till 48 %. Användandet varierar självklart kraftigt i olika åldersgrupper.

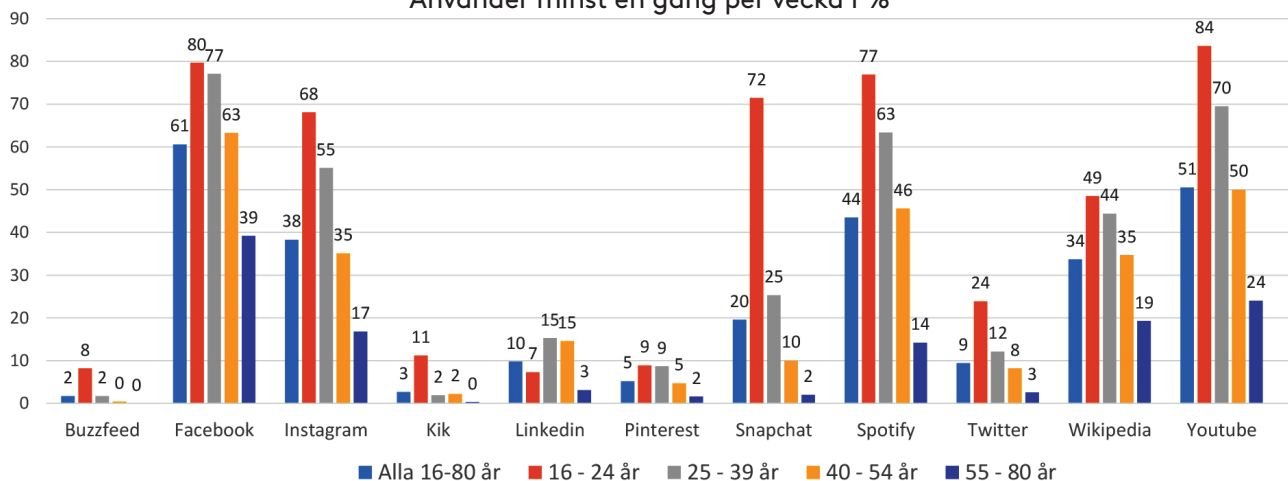
**Använder minst en gång per vecka i %
Målgrupp 16-80 år**



Använder minst en gång per dag i % Målgrupp 16-80 år



Använder minst en gång per vecka i %



Tittandet på linjär-tv ligger i stort sett kvar på samma nivåer som under 2015 och 2016. SVTs kanaler har en daglig räckvidd på 67 % och övriga kanaler 63 %.

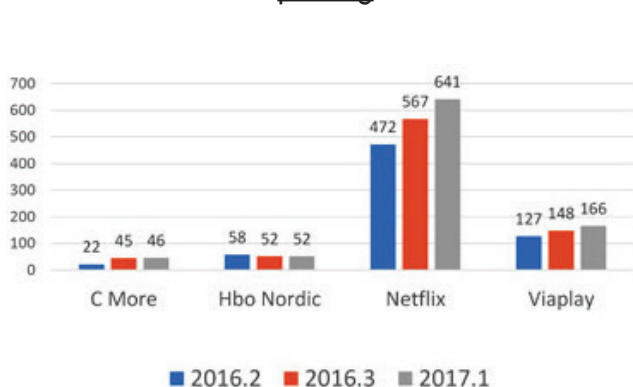
Radiolyssnandet minskar något i målgruppen 16-80 år. Sveriges Radio's kanaler ökar från 55 % till 54 % i daglig räckvidd mellan 2016: Helår och 2017:1. Reklamradion minskar från 26 % till 23 % i daglig räckvidd mellan 2015 Helår och 2017:1

När det gäller reklamradion ändrades benämningen från "Reklamradio" till "Övriga radiokanaler" under 2016, vilket gjorde att radioräckvidderna ökade under 2016-mätningarna. 2017:1 är formuleringen åter "Reklamradio". Även frågeställningen gällande Streamad film har ändrats och inkluderar nu även "film, klipp och tv-program etc" (tidigare DVD/Blu-ray/streamad film) vilket gör att vi inkluderar fler saker i alternativerna än under 2015.

Streamade betaltjänster ökar kraftigt – Netflix drar ifrån

I nya ORVESTO Konsument 2017:1 ser vi att användningen av streamade betaltjänster fortsätter att öka kraftigt. Över 2,2 miljoner människor i målgruppen 16-80 år använder Netflix varje vecka och 641 000 dagligen. Viaplay är snart uppe i 1 miljon användare per vecka och HBO och C More ligger strax under 500 000 användare per vecka.

Räckvidd per dag i tusental



Räckvidd per vecka i tusental

