



MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

2018

AVIS/PRINT



AVIS/PRINT

Indhold

1	Introduktion	2
2	Hovedresultater og konklusion	3
3	Læsertal for printaviser – dagbladene og de lokale ugeaviser	7
3.1	Læsertal for dagbladene	7
3.2	Læsertal for dagbladsgrupperne	11
3.3	Læsertal for de lokale ugeaviser	17
4	Læserkarakteristika	21
4.1	Interesser	21
4.2	Politisk overbevisning.....	22
5	Online- og printudgivers udbredelse	23
6	Metode.....	25
6.1	Gruppering efter dagbladstype	26
7	Brug af data og resultater	29
8	Figurfortegnelse	30
9	Tabelfortegnelse	30

1 Introduktion

Kapitlet Avis/print er struktureret på følgende måde:

- **Hovedresultater**
Præsentation af hovedresultaterne med oversigtsgrafikker og kort ledsagende tekst.
- **Konklusion**
- **Læsertal for printaviser – dagbladene og de lokale ugeaviser**
Beskrivelse af udviklingen i danskernes læsevaner i forhold til dagblade og lokale ugeaviser. De mest læste titler i 2017, udviklingen fra 2010 til 2017 og fra 2016 til 2017.
- **Karakteristik af printavis-læsere – landsdækkende og provinsudgivelser**
- **Online- og printudgivelsernes geografiske dækning**
- **Metode og Brug af resultater**
Hvordan indsamles data, hvad hører til i de forskellige dagbladsgrupper osv. Hvad må du som bruger gøre med data, og hvad skal du oplyse i den forbindelse? Vigtigt at læse, hvis du vil benytte data.

Kapitlet om Avis/print er som udgangspunkt baseret på de officielle, brancheanerkendte målinger af avislæsningen i Danmark – henholdsvis Index Danmark/Gallup samt Lokal Index Danmark/Gallup. Der henvises til metodeafsnittet i slutningen af dette kapitel for en nærmere beskrivelse af metoderne.

2 Hovedresultater og konklusion

Kapitlet beskriver udviklingen i danskernes læsevaner i forhold til dagblade og lokale ugeaviser. Dels indeholder kapitlet længere tidsserier, hvor avislæsning analyseres med udgangspunkt i den historiske udvikling fra 2010 til 2017, dels beskrives det seneste års konkrete udvikling fra 2016 til 2017. Blandt andet vil kapitlet beskrive:

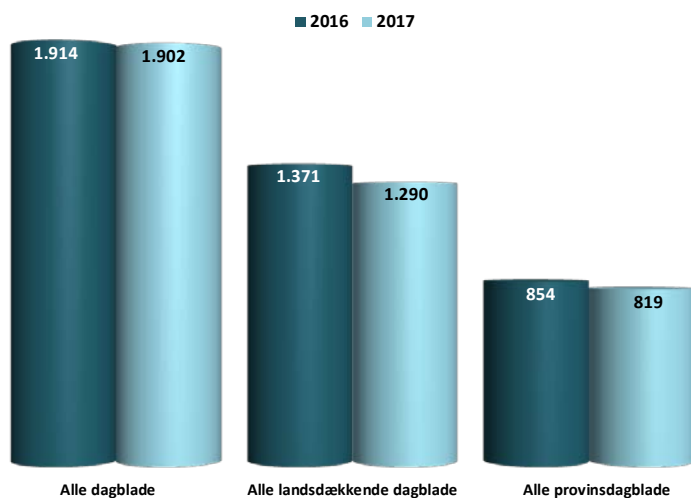
- **Dagblade:** De enkelte dagbladstitlers læsertal og dækning samt udviklingen heri på kort og længere sigt.
- **Dagbladsgrupper:** Udviklingen i læsertal inden for de samlede dagbladsgrupper på kort og længere sigt.
- **De lokale ugeaviser:** Læsertallene for lokale ugeaviser. Afsnittet beskriver blandt andet de lokale ugeavisers læsertal fordelt på regioner.
- **Læserkarakteristik:** Hvad interesserer den typiske dagbladslæser sig for, og hvilken politisk overbevisning er den mest forekommende blandt de dagbladslæsende danskere?
- **Online- og printudgivelser:** Hvor bredt dækker henholdsvis online- og printudgivelser geografisk?

Helt overordnet har medieudviklingen inden for de trykte dagblade fulgt samme nedadgående tendens i læsertal, som vi har set over en længere årrække. Men fra 2016 til 2017 er faldet ikke så udpræget, som vi tidligere har oplevet, og ikke alle dagbladsgrupper er gået tilbage. Med til historien om udviklingen inden for de trykte dagblade hører derudover, at en stor del af dagbladene – og i særlig grad tabloidaviserne – har opbygget stærke digitale tilbud, der fortsat udvikles og løbende tiltrækker et stort antal brugere. Læs mere om denne udvikling i [kapitlet Internettrafik](#).

I det følgende gennemgås kapitlets væsentligste konklusioner.

Mindre fald i læsertallet for dagbladene samlet set

Læsertal fordelt på dagbladsgrupper (i 1.000)



Kilde: Index Danmark/Gallup Helårsbase 2016 og 2017, 12 år og derover

- Læsertallet for de landsdækkende dagblade falder med 81.000 (-6 %) fra 2016 til 2017.
- Læsertallet for provinsdagbladene falder med 35.000 (-4 %) fra 2016 til 2017.

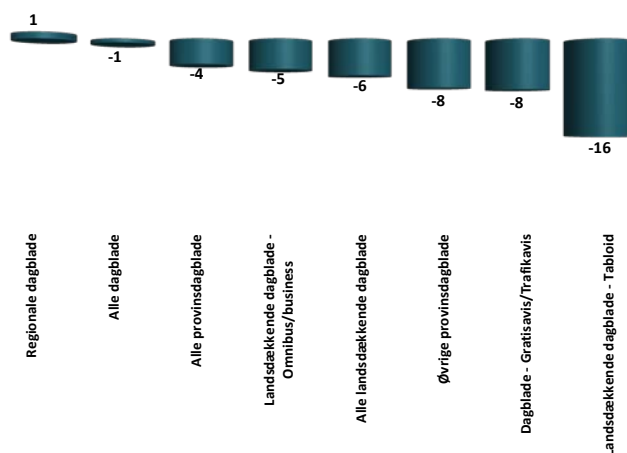
I 2017 læste lige over 1,9 mio. danskere (1.902.000) i alderen 12 år og derover dagligt et trykt dagblad, svarende til en andel på 38 %. Det er et fald på 12.000 læsere fra 2016, hvor andelen af avislæsende danskere var 39 %. Sammenlignet med tidligere år er det et rekordlavt fald. Til sammenligning faldt læsertallet med 120.000 fra 2015 til 2016.

Det er fortsat landets gratisavis MX/Metroxpress, der har flest læsere (456.000), og som det var tilfældet i 2016, efterfølges gratisavisen af Politiken med 267.000 læsere, Jyllands-Posten med 205.000 læsere og Berlingske med 165.000 læsere.

Fra 2016 til 2017 er det alene provinsdagblade, der har oplevet en fremgang i læsertallet. Den største fremgang skal findes hos Horsens Folkeblad, der er steget med 14 %. Herefter følger NORDJYSKE Stiftstidende med 4 %, Fyns Amts Avis også med 4 % og Fyns Stiftstidende med 2 % flere læsere.

Regionale dagblade oplever ikke tilbagegang

Læsertal fordelt på dagbladsgrupper (ændring i %)



Kilde: Index Danmark/Gallup Helårsbase 2016 og 2017, 12 år og derover

- Som den eneste dagbladsgruppe falder Regionale dagblade ikke i læsertal fra 2016 til 2017.
- Tabloid-dagbladene falder mest (-16 %). Det gælder også udviklingen fra 2010 til 2017, hvor dagbladsgruppen er faldet med 70 %.
- Samlet set falder dagbladene med 1 % fra 2016 til 2017.

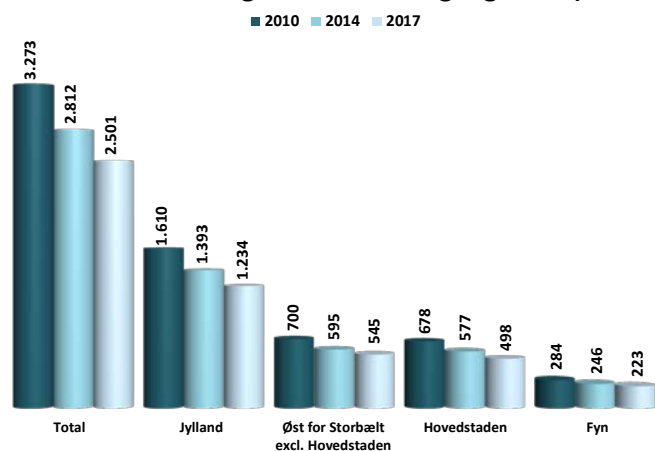
Regionale dagblade er den eneste samlede dagbladsgruppe, der ikke er faldet i læsertal fra 2016 til 2017. Stigningen dækker over, at to ud af de fire regionale dagblade er steget i læsertal (NORDJYSKE Stiftstidende og Fyens Stiftstidende), mens de to øvrige regionale dagblade (Jydske Vestkysten og Århus Stiftstidende) er gået tilbage med relativt beskedne 1 % og 5 %. Således er de regionale dagblade – som den eneste samlede dagbladsgruppe – steget i gennemsnitligt dagligt læsertal fra 364.000 i 2016 til 368.000 i 2017.

Tabloid-aviserne fortsætter derimod den nedadgående tendens. Ekstra Bladet har fra 2016 til 2017 oplevet et fald på 17 % og BT et fald på 15 % af læsertallet. Til sammenligning er det fald markant større, end det var tilfældet fra 2015 til 2016 (Ekstra Bladet -3 %; BT -7 %), men på niveau med faldet fra 2014 til 2015 (Ekstra Bladet -16 %; BT -13 %).

På den lidt længere bane er det fra 2010 til 2017 MX/Metroxpress, der som det eneste trykte dagblad har oplevet en læsertalsfremgang (4 %). Udover MX/Metroxpress er det alene Kristeligt Dagblad og Helsingør Dagblad, der ikke har mistet over hver femte læser i perioden fra 2010 til 2017.

Læsertallet for de lokale ugeaviser falder i alle regioner

Læsertal for lokale ugeaviser fordelt geografisk (i 1.000)



Kilde: Lokal Index Danmark/Gallup – Helårsbase 2010, 2014 og 2017, 12 år og derover

- Læsertallet for de lokale ugeaviser er samlet set faldet med 4 % fra 2016 til 2017.
- Det største procentvise fald er sket i Hovedstaden (-5 %).
- Det mindste procentvise fald er sket på Fyn (-1 %).

For så vidt angår de lokale ugeaviser, læste godt 2,5 mio. (2.501.000) danskere i alderen 12 år og derover i 2017 ugentligt en lokal ugeavis, svarende til halvdelen (50,1 %) af denne befolkningsgruppe. I 2017 har de lokale ugeaviser mistet 96.000 ugentlige læsere i forhold til 2016, hvor andelen var 53 %.

Udviklingen i læsertallet for de trykte dagblade skal ses i sammenhæng med udviklingen inden for de digitale tilbud, der fortsat udvikles og løbende tiltrækker et stort antal brugere. 16 ud af de 20 største sites i Dansk Online Index øgede antallet af månedlige brugere fra 2016 til 2017, og 8 af disse gjorde det med 20 % eller mere. Læs mere om denne udvikling i [kapitlet Internettrafik](#).

3 Læsertal for printaviser – dagbladene og de lokale ugeaviser

Udviklingen i dagbladsbranchen har i en årrække været præget af et mere eller mindre kontinuerligt fald i læsertallet for dagbladene. Det gælder for landsdækkende dagblade, regionale dagblade såvel som øvrige provinsdagblade.

I 2015 lykkedes det et flertal af dagbladene at standse faldet i læsertallet, og en række af dagbladene oplevede endda markant læserfremgang. Fremgangen i læsertallene er dog ikke fortsat ind i 2016 og 2017. Undtagelsen er de regionale dagblade, der fra 2016 til 2017 ikke er faldet i læsertal, men derimod har oplevet en – dog beskednen – læsertalsfremgang fra 364.000 til 368.000.

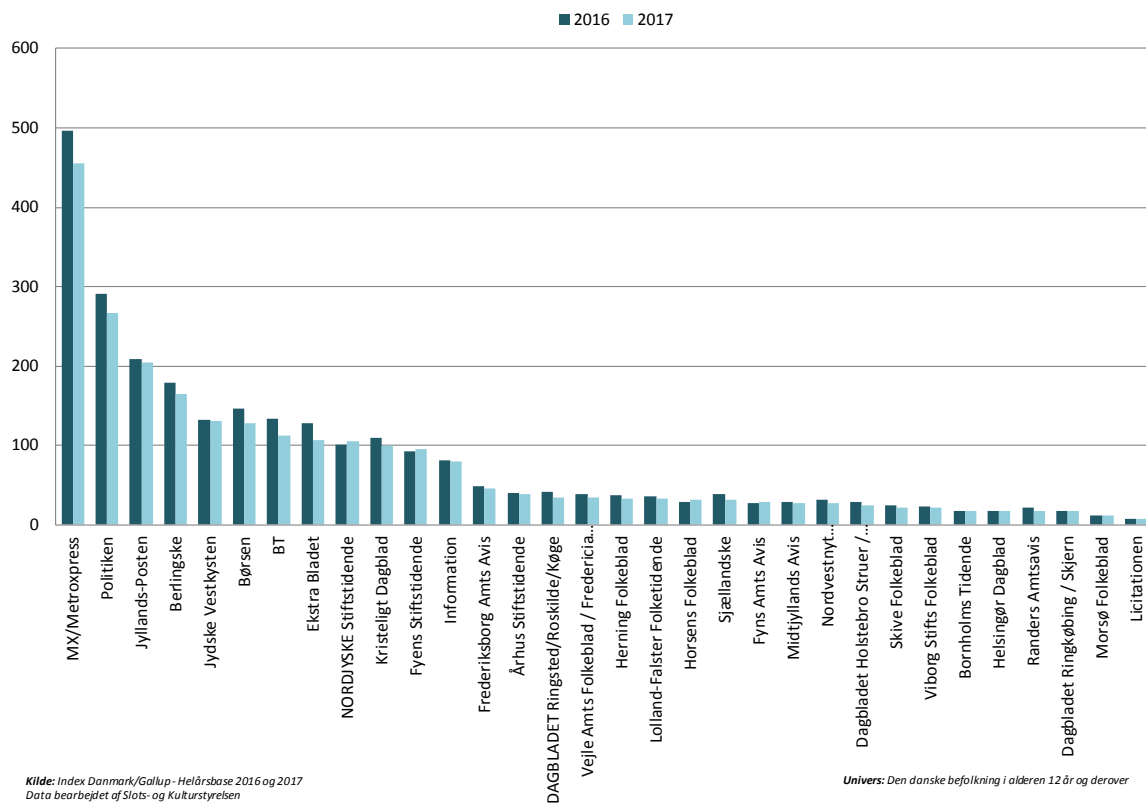
For at få et retvisende billede af udviklingen for dagbladene generelt skal læsertallene for de trykte udgaver ses i sammenhæng med den øgede brug af dagbladenes web-udgivelser. Dagbladene har opbygget stærke digitale tilbud, der fortsat udvikles på og kontinuerligt tiltrækker et stort antal brugere. Læs mere om denne udvikling i [kapitlet Internettrafik](#).

3.1 Læsertal for dagbladene

Det dagblad, der havde flest daglige læsere i 2017, var MX/Metroxpress med et gennemsnitligt dagligt læsertal for printudgivelsen på 456.000 læsere. MX/Metroxpress efterfølges af Politiken med 267.000 og Jyllands-Posten med 205.000 daglige læsere.

Det største regionale dagblad i 2017 er Jyske Vestkysten med et gennemsnitligt dagligt læsertal på 131.000 efterfulgt af Nordjyske Stiftstidende med 105.000 og Fyens Stiftstidende med 95.000 daglige læsere.

Figur 1 - Læsertal i 1.000 - hverdagsudgivelser/dagblade i 2016 og 2017



Fra 2016 til 2017 skal den største fremgang findes hos Horsens Folkeblad, der er steget med 14 %. Herefter følger NORDJYSKE Stiftstidende med 4 %, Fyns Amts Avis også med 4 % og Fyns Stiftstidende med 2 %.

I den modsatte ende af skalaen står Sjællandske for det største procentvise fald på 18 % fra 2016 til 2017. På næsten samme tilbagegangsniveau ligger Ekstra Bladet og DAGBLADET Ringsted/Roskilde/Køge, der begge er faldet med 17 %.

Imidlertid er det de regionale dagblade, der klarer sig bedst. 2 ud af de 4 dagblade, der er steget i læsertal, er regionale dagblade. Hvor NORDJYSKE Stiftstidende og Fyens Stiftstidende går frem med 4 % og 2 %, går de to øvrige regionale dagblade (Jydske Vestkysten og Århus Stiftstidende) tilbage med relativt beskedne 1 % og 5 %.

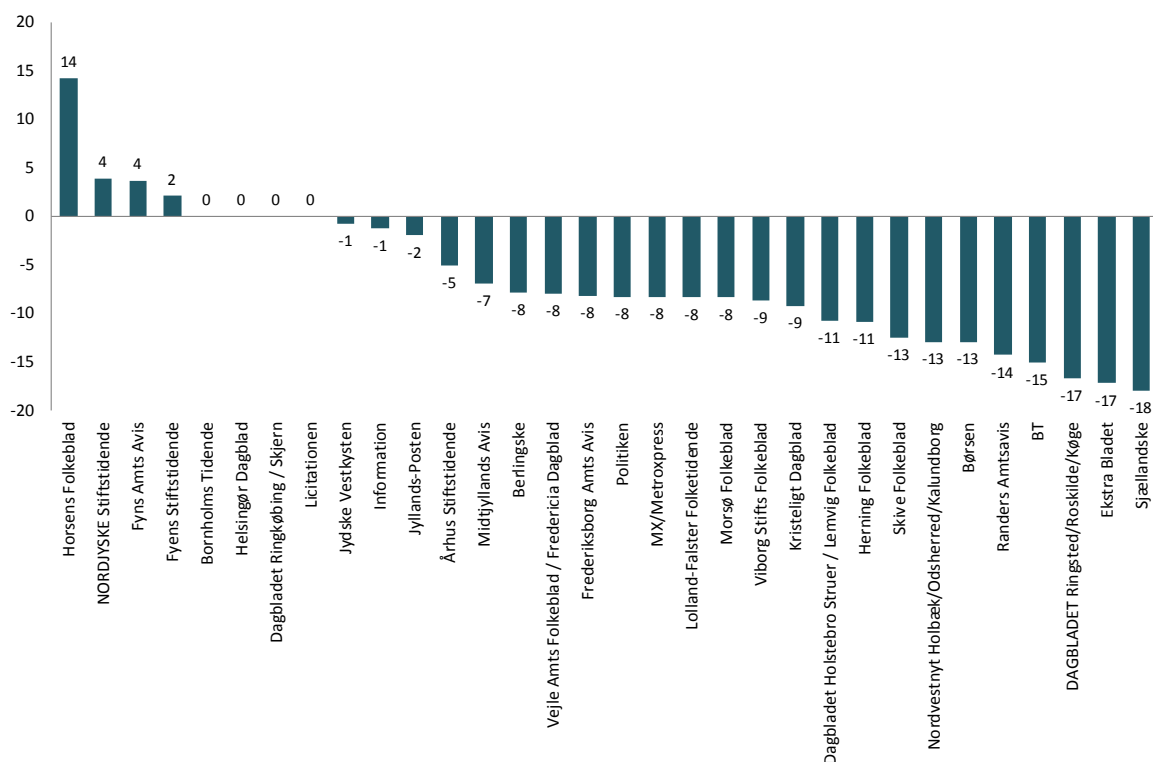
Dette er en udvikling, vi også ser på mediernes webudgaver. I 2017 oplevede især de regionale og lokale nyhedssites nemlig fremgang. Således steg deres ugentlige dækning fra 20 % i 2016 til 24 % i 2017. Blandt de regionale dagblade når tre sites tilhørende Jysk Fynske Medier flest brugere (fyens.dk, stiften.dk og jv.dk); dernæst følger nordjyske.dk (Nordjyske Medier) og sn.dk (Sjællandske Medier). Læs mere om denne udvikling i [kapitlet Internettrafik](#).

Ekstra Bladet har fra 2016 til 2017 oplevet et fald på 17 % og BT et fald på 15 % af læsertallet. Tendensen med faldende læsertal for tabloidaviserne ser dermed ud til at fortsætte. Til

sammenligning er faldet markant større, end det var tilfældet fra 2015 til 2016 (Ekstra Bladet - 3 %; BT -7 %), men på niveau med faldet fra 2014 til 2015 (Ekstra Bladet -16 %; BT -13 %).

Over en bred kam ser udviklingen for dagbladene knap så god ud som ved seneste helårsmålinger. Der er færre dagblade, der formår at holde status quo eller øge læsertallet i perioden 2016 til 2017 i forhold til perioderne fra 2014 til 2015 og fra 2015 til 2016.

Figur 2 - Procentmæssig ændring i læsertal - Hverdagsudgivelser/dagblade fra 2016 til 2017



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2016 og 2017
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

Set over en længere periode fra 2010 til 2017 har stort set alle landsdækkende dagblade, regionale dagblade og øvrige provinsdagblade oplevet en tilbagegang i læsertallet.

Gratisavisen MX/Metroxpress har som det eneste trykte dagblad oplevet læserfremgang fra 2010 til 2017. MX/Metroxpress har en læserfremgang på 4 % i perioden.

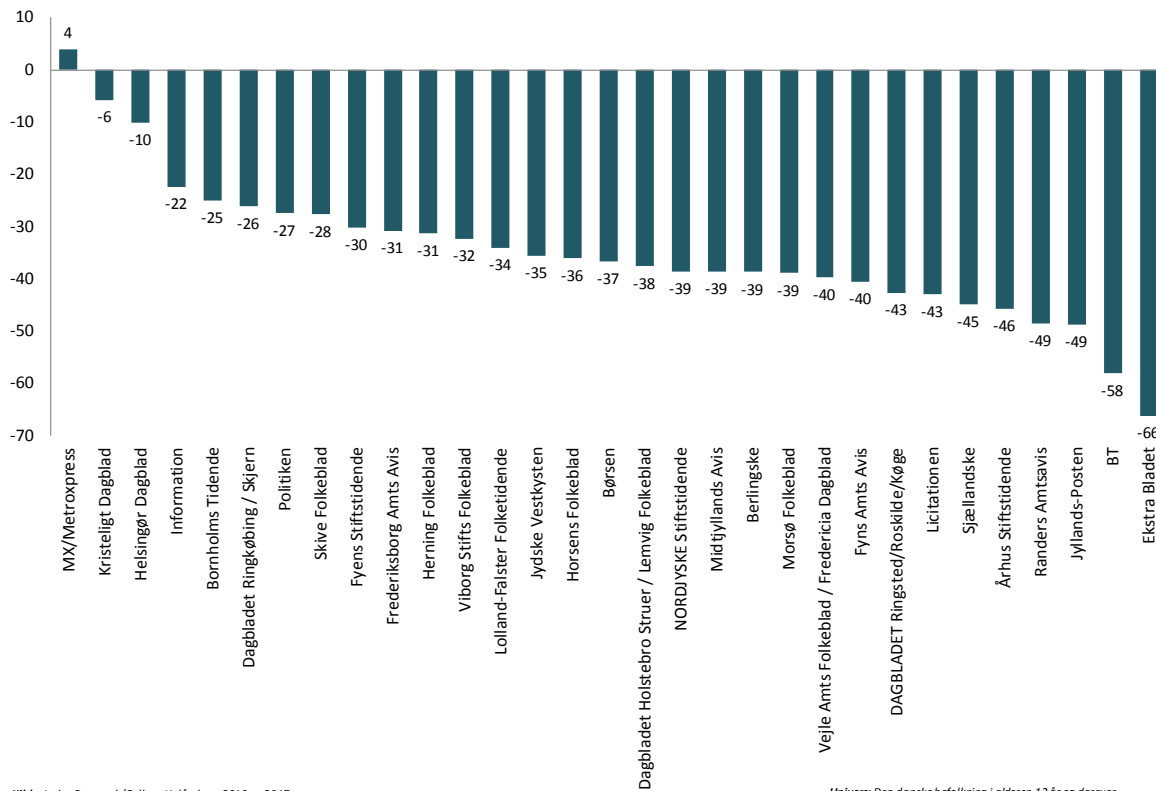
Det største procentvise fald er sket blandt tabloidaviserne. I perioden er det alene Ekstra Bladet og BT, der har mistet over halvdelen af deres læsere. De to tabloidavisere er faldet med henholdsvis 66 % og 58 %.

Udover MX/Metroxpress er det alene Kristeligt Dagblad og Helsingør Dagblad, der ikke har mistet over hver femte læser i perioden fra 2010 til 2017.

Udviklingen i læsertallet for de trykte dagblade skal ses i sammenhæng med, at en stor del af dagbladene – og i særlig grad tabloidaviserne – har opbygget stærke digitale tilbud, der fortsat

udvikles og løbende tiltrækker et stort antal brugere. Læs mere om denne udvikling i [kapitlet Internettrafik](#).

Figur 3 - Procentmæssig ændring i læsertal - Hverdagsudgivelser/dagblade fra 2010 til 2017

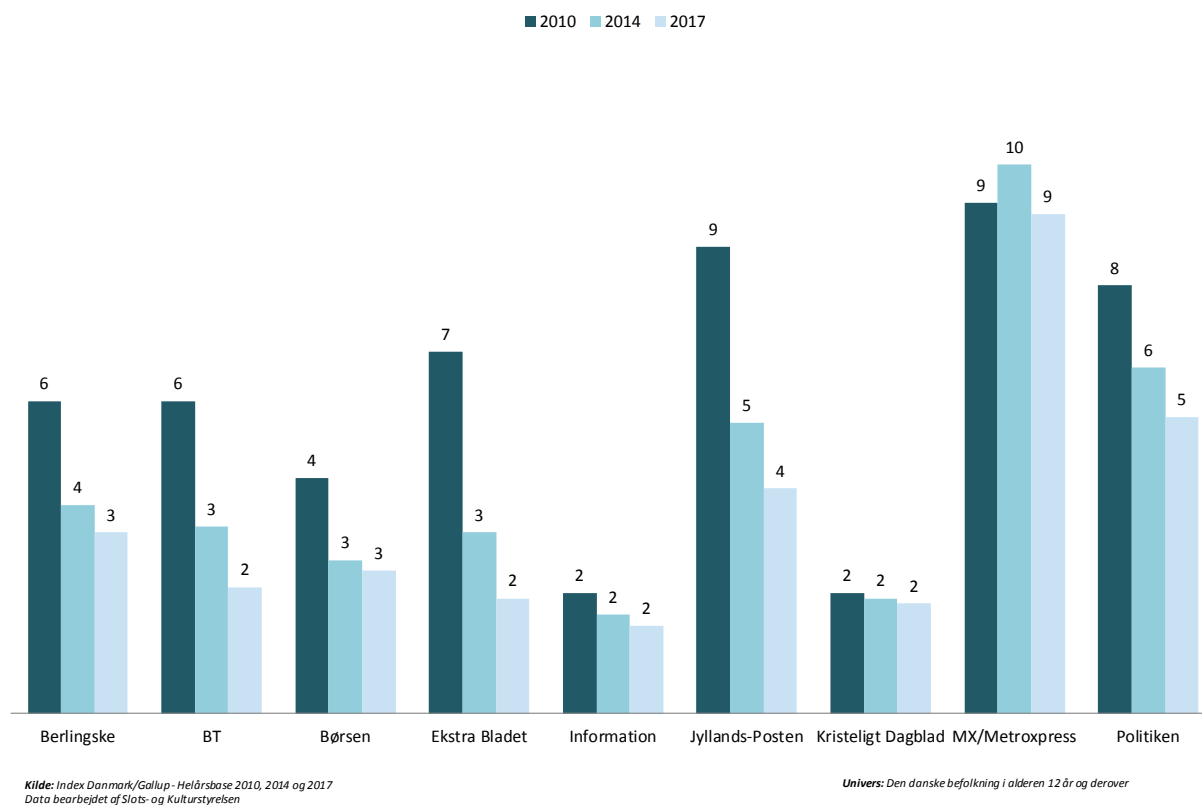


Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2010 og 2017
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

Udviklingen i de landsdækkende dagblades daglige dækning i perioden fra 2010 til 2017 viser, at særligt Jyllands-Posten, Ekstrabladet og BT har oplevet tilbagegang med fald på henholdsvis 5, 5, og 4 procentpoint. Information og Kristeligt Dagblad har i samme periode en relativt stabil daglig dækning på omkring 2 %.

Figur 4 - Gennemsnitlig daglig dækning i % - Hverdagsudgivelser/Landsdækkende dagblade, 2010, 2014, 2017

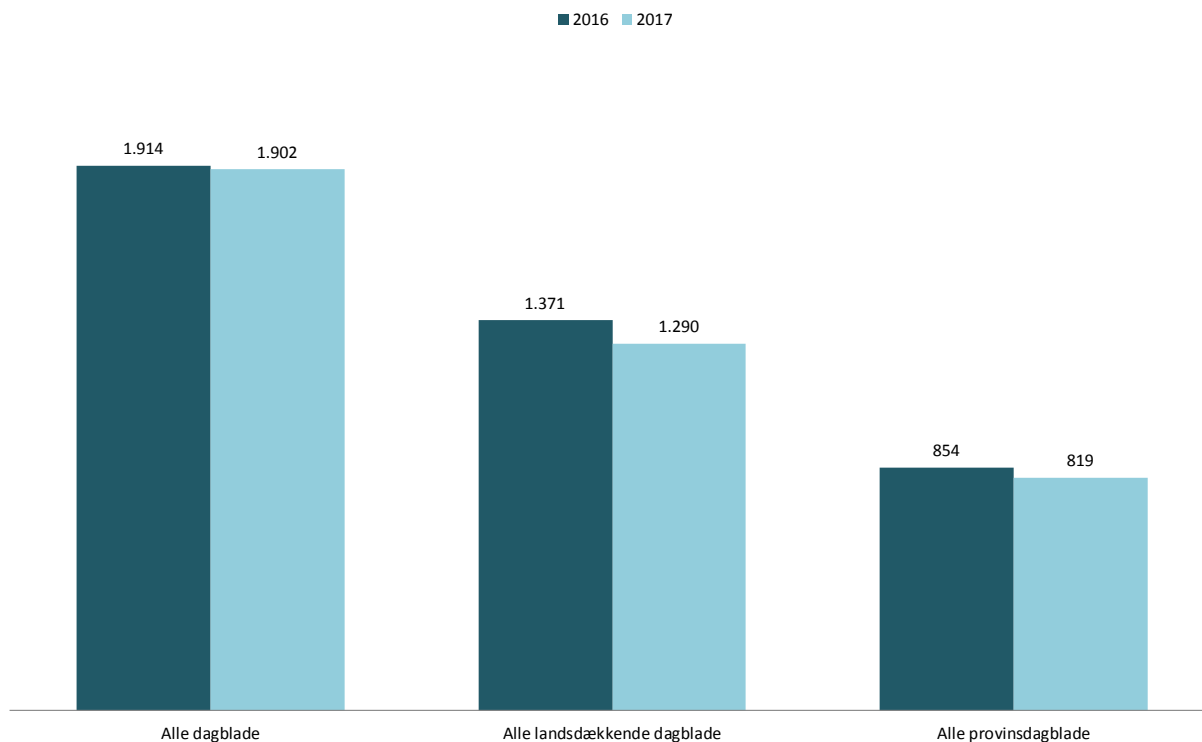


3.2 Læsertal for dagbladsgrupperne

I 2017 læste lige over 1,9 mio. danskere (1.902.000) i alderen 12 år og derover dagligt et trykt dagblad, svarende til en andel på 38 %. Det er et fald på 12.000 læsere fra 2016, hvor andelen af avislæsende danskere var 39 %. Sammenlignet med tidligere år er det et rekordlavt fald. Eksempelvis faldt læsertallet med 120.000 fra 2015 til 2016. Siden 2010, hvor den avislæsende andel af danskere var 59 %, er der sket et fald i det daglige læsertal på 861.000 læsere.

Tilbagegangen er gældende for både de landsdækkende dagblade og provinsdagbladene. Førstenævnte er gået fra et gennemsnitligt dagligt læsertal på 1.371.000 i 2016 til 1.290.000 i 2017, hvilket er et fald på 81.000 daglige læsere. Provisdagbladene er i samme periode gået fra et gennemsnitligt dagligt læsertal på 854.000 i 2016 til 819.000 i 2017, et fald på 35.000 daglige læsere.

Figur 5 - Gennemsnitligt dagligt læsertal i 1.000 – Dagbladsgupper. 2016 og 2017

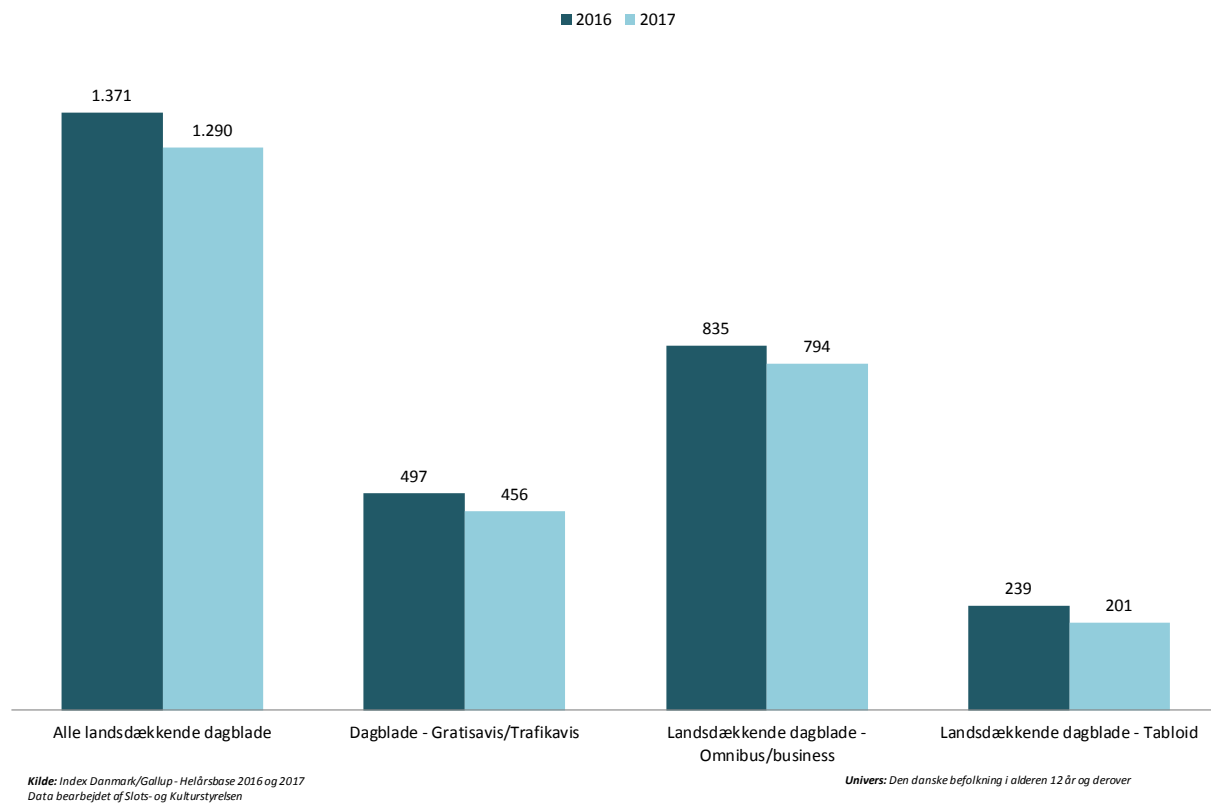


Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2016 og 2017
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

Alle de landsdækkende dagbladskategorier er faldende, og de mister omtrent lige mange læsere i perioden fra 2016 til 2017. Hvor "Gratis-/trafikavis" og "Omnibus/business" begge falder med 41.000 daglige læsere, falder Tabloidaviserne med 38.000 læsere. Der ses først en nævneværdig forskel i læsertalsfaldet, når vi måler på den procentvise tilbagegang. Faldet i læsertallene svarer til en tilbagegang på 5 % for Omnibus/Business, 8 % for Gratisavis/Trafikavis og et dobbelt så stort fald på 16 % for Tabloidaviserne.

Figur 6 - Gennemsnitligt dagligt læsertal i 1.000 - Landsdækkende dagbladsgupper. 2016 til 2017

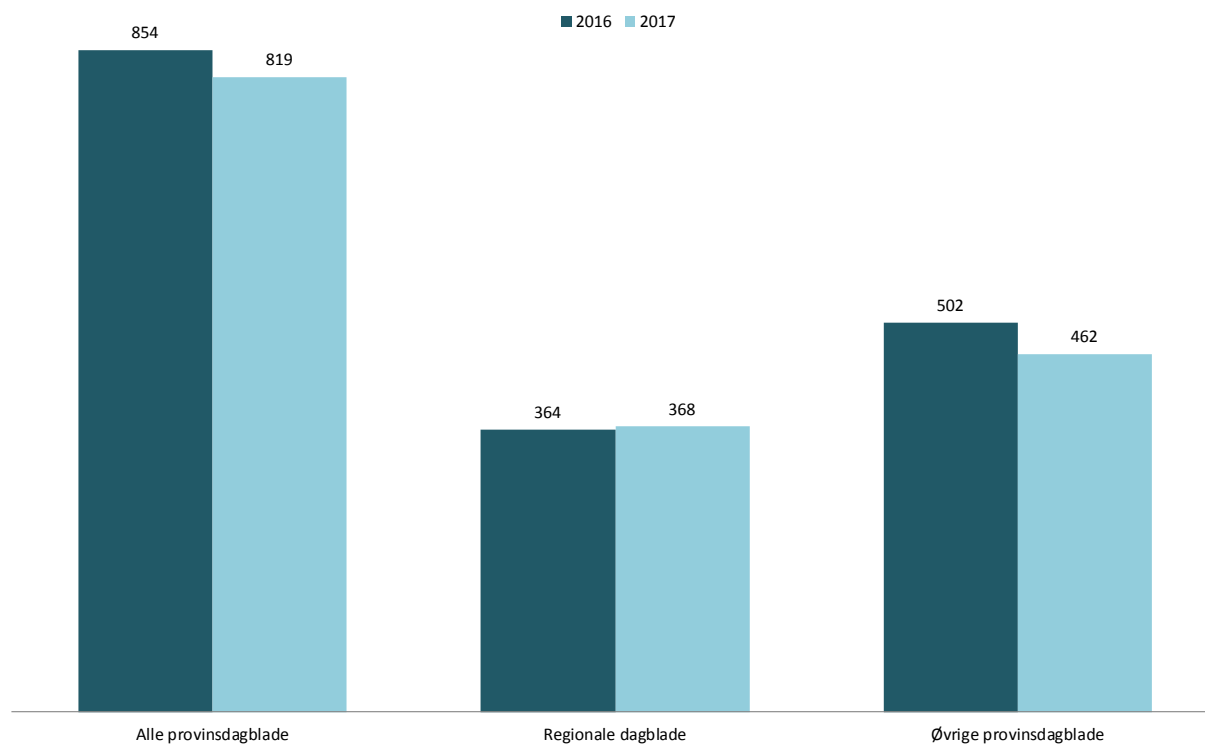


Provinsdagbladernes gennemsnitlige daglige læsertal er faldet fra 854.000 i 2016 til 819.000 i 2017. Det er imidlertid ikke begge kategorier under provinsdagblade, der er med til at trække det samlede provinsdagbladslæsertal ned. De regionale dagblade er nemlig – som den eneste dagbladskategori – steget i gennemsnitligt dagligt læsertal. Kategorien er gået fra 364.000 daglige læsere i 2016 til 368.000 i 2017 og udgøres af Fyens Stiftstidende, Jyske Vestkysten, Nordjyske Stiftstidende og Århus Stiftstidende.

Dermed er det de øvrige provinsdagblade, der er udslagsgivende for det samlede fald for provinsdagbladene. Kategorien "Øvrige provinsdagblade" er i samme periode faldet fra 502.000 læsere til 462.000, hvilket svarer til 40.000 færre læsere.

I perioderne fra 2014 til 2015 og 2015 til 2016 var det modsat de regionale dagblade, der stod for det største fald af provinsdagbladene.

Figur 7 - Gennemsnitligt dagligt læsertal i 1.000 - Provinsdagbladsgupper i 2016 og 2017



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2016 og 2017
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

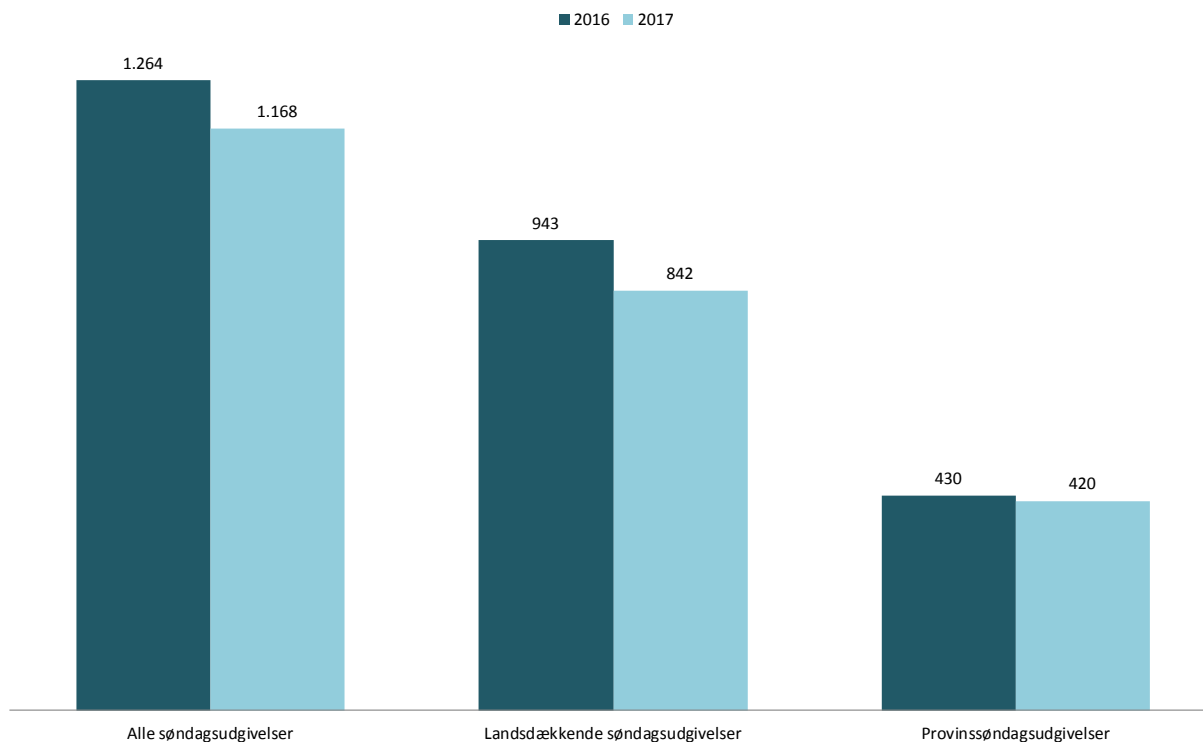
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

Søndagsaviserne har generelt oplevet en større læsertilbagegang end hverdagsaviserne. Særligt de landsdækkende søndagsudgivelser har været ramt af fald i læsertallet. Fra 2016 til 2017 er der for søndagsudgivelserne samlet set sket et fald i læsertallet på 96.000. Udviklingen fra forrige periode fra 2015 til 2016 tegnede samme billede. Her faldt søndagsudgivelsernes samlede læsertal med 152.000.

De landsdækkende søndagsudgivelser går tilbage fra samlet at have 943.000 læsere i 2016 til at have 842.000 læsere i 2017. Et fald på 101.000 læsere, svarende til 11 %.

Læsertallet for provinssøndagsudgivelserne er faldet noget mere beskedent. Denne kategori er faldet fra 430.000 i 2016 til 420.000 i 2017. Læsertalsfaldet på 10.000 svarer til en tilbagegang på 2 %.

Figur 8 - Gennemsnitligt dagligt læsertal i 1.000 - Søndagsavisdagbladsgrupper i 2016 og 2017



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2016 og 2017
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

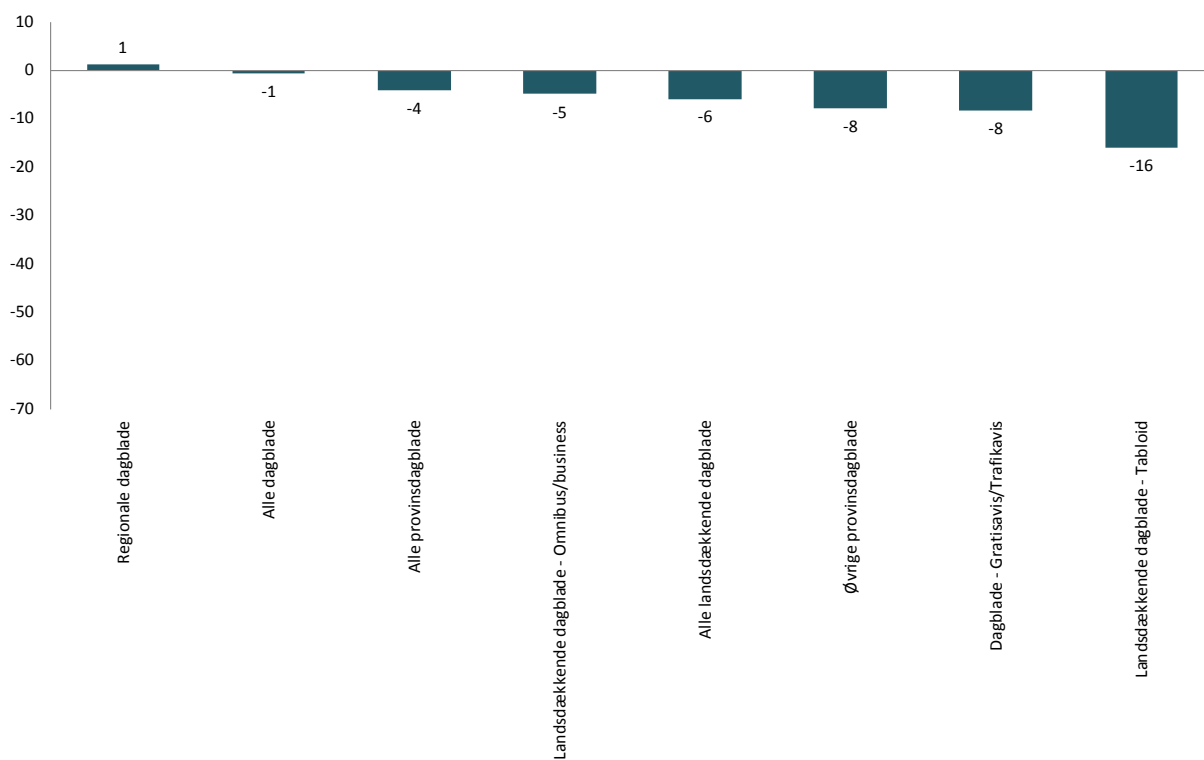
Fra 2016 til 2017 er det de landsdækkende tabloid-aviser, der har oplevet den største procentuelle tilbagegang i læsertal. Denne avis-gruppe er faldet med 16 %, hvilket er dobbelt så meget som nogen af de øvrige avis-grupper. Selv samme avis-gruppe er også faldet klart mest, når vi måler på den længere periode fra 2010 til 2017 (70 %).

Den næststørste procentuelle læsertilbagegang i begge perioder er sket hos "Gratisavis/Trafikavis". Denne avis-gruppe er faldet med 8 % fra 2016 til 2017 og 43 % fra 2010 til 2017.

Regionale dagblade er den eneste dagbladsgruppe, der ikke er faldet fra 2016 til 2017. Til gengæld er den fra 2010 til 2017 faldet med 36 % i læsertal, hvilket er et niveau der tilsvarende størstedelen af dagbladsgruppernes tilbagegang.

For flertallet af dagbladsgrupperne gør det sig gældende, at de i perioden fra 2010 til 2017 har mistet godt hver tredje læser. Dog ses som beskrevet en noget større læsertilbagegang for "Gratisavis/Trafikavis" og en markant større læsertilbagegang for tabloidaviserne i perioden.

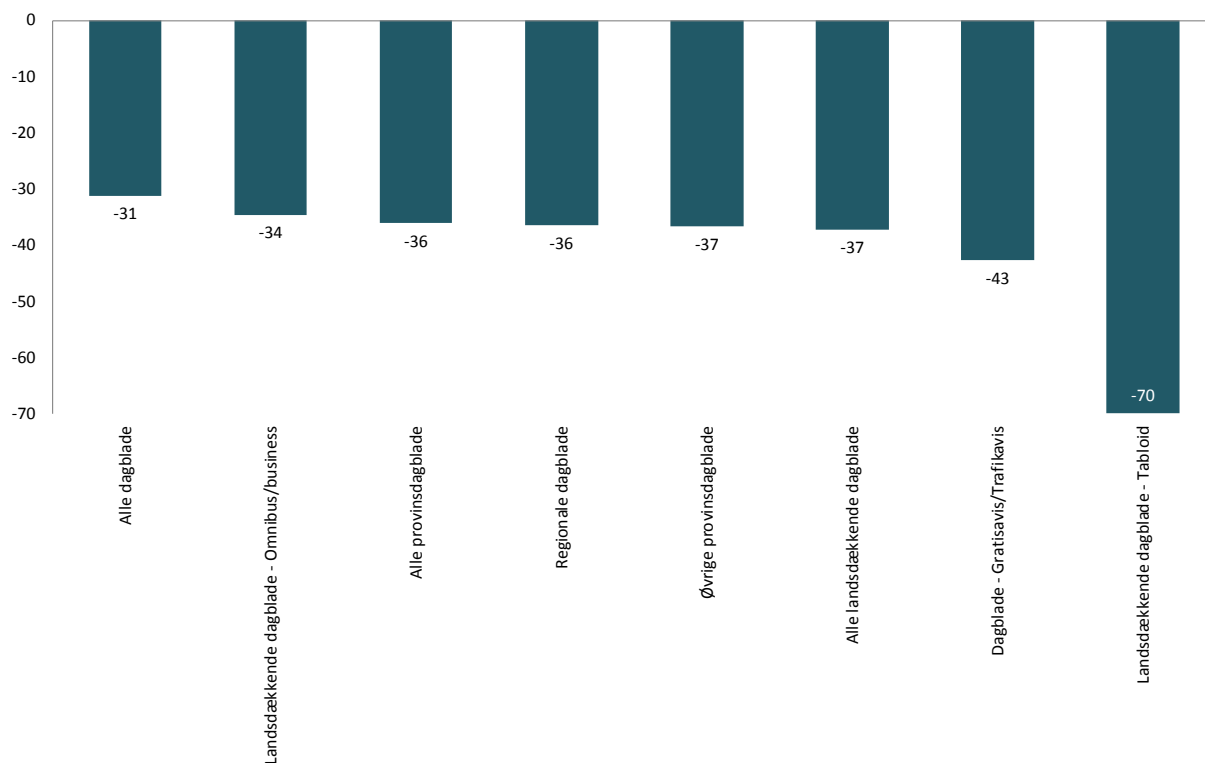
Figur 9 - Gennemsnitligt dagligt læsertal - Dagbladsgrupper - ændring i % fra 2016 til 2017



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2016 og 2017
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

Figur 10 - Gennemsnitligt dagligt læsertal - Dagbladsgrupper - ændring i % fra 2010 til 2017



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2010 og 2017
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

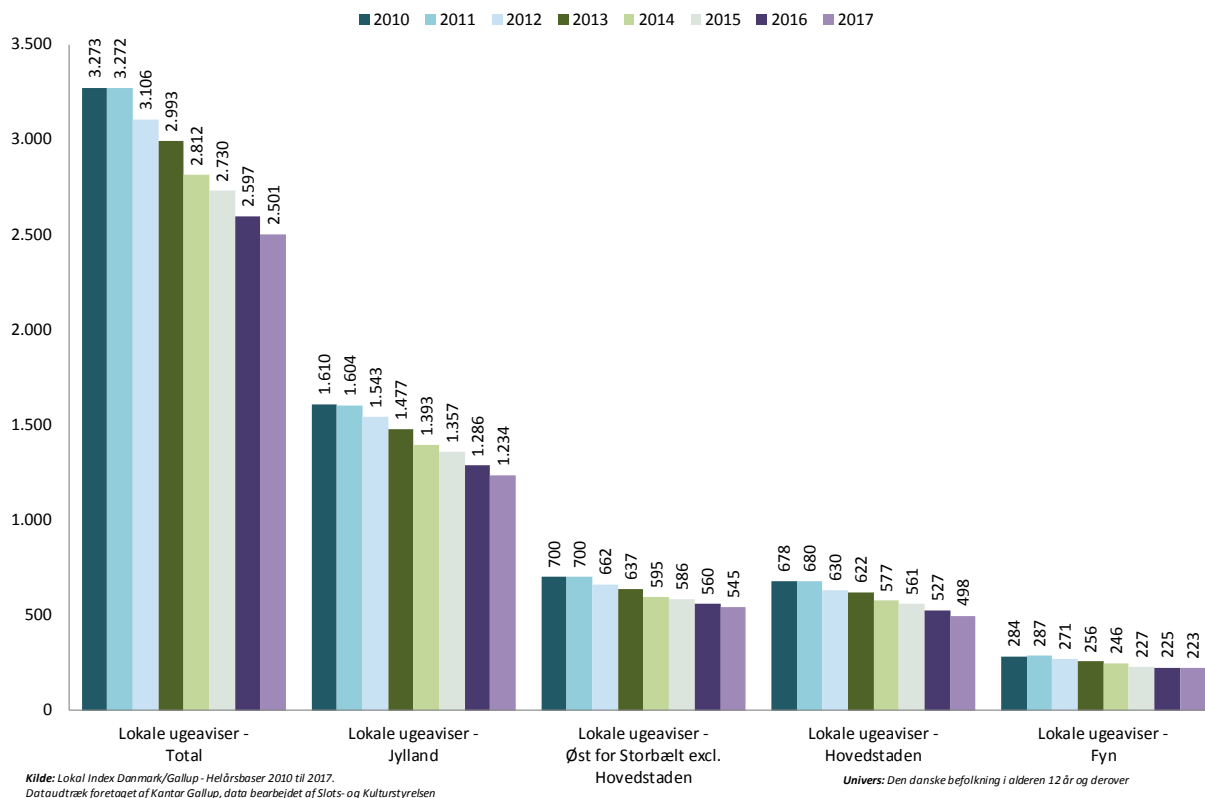
3.3 Læsertal for de lokale ugeaviser

Læsertallene for de lokale ugeaviser skildret i forhold til region.

I 2017 læste godt 2,5 mio. (2.501.000) danskere i alderen 12 år og derover ugentligt en lokal ugeavis, svarende til halvdelen (50,1 %) af denne befolkningsgruppe. I 2017 har de lokale ugeaviser mistet 96.000 ugentlige læsere i forhold til 2016, hvor andelen var 53 %.

Siden 2010, hvor den lokalavislæsende andel af befolkningen var 69 %, er der sket et fald i det gennemsnitlige, ugentlige læsertal på 772.000 læsere.

Figur 11 - Gennemsnitligt ugentligt læsertal i 1.000 - Lokale ugeaviser fra 2010 til 2017



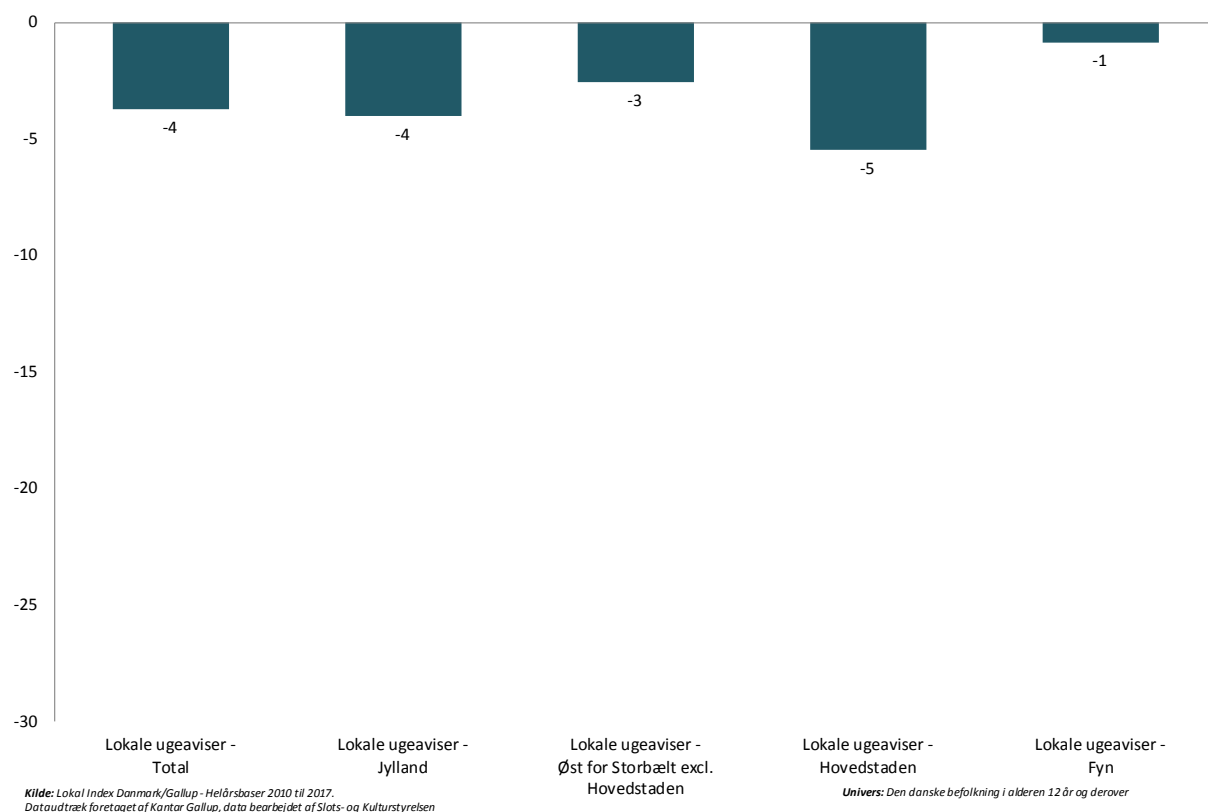
For de lokale ugeaviser ses den største tilbagegang i læsertallet fra 2016 til 2017 i Hovedstaden. Her er der tale om et fald i det gennemsnitlige ugentlige læsertal på 5 %. Fra 2010 til 2017 ses det største fald i læsertallet ligeledes i Hovedstaden, hvor læsertallet er faldet med 27 %.

Mens de lokale ugeaviser samlet set fra 2016 til 2017 har oplevet en læsertilbagegang på 4 %, skiller de lokale ugeaviser på Fyn sig ud ved at have en mere begrænset læsertilbagegang på kun 1 %. Denne udvikling er næsten identisk med udviklingen fra 2015 til 2016.

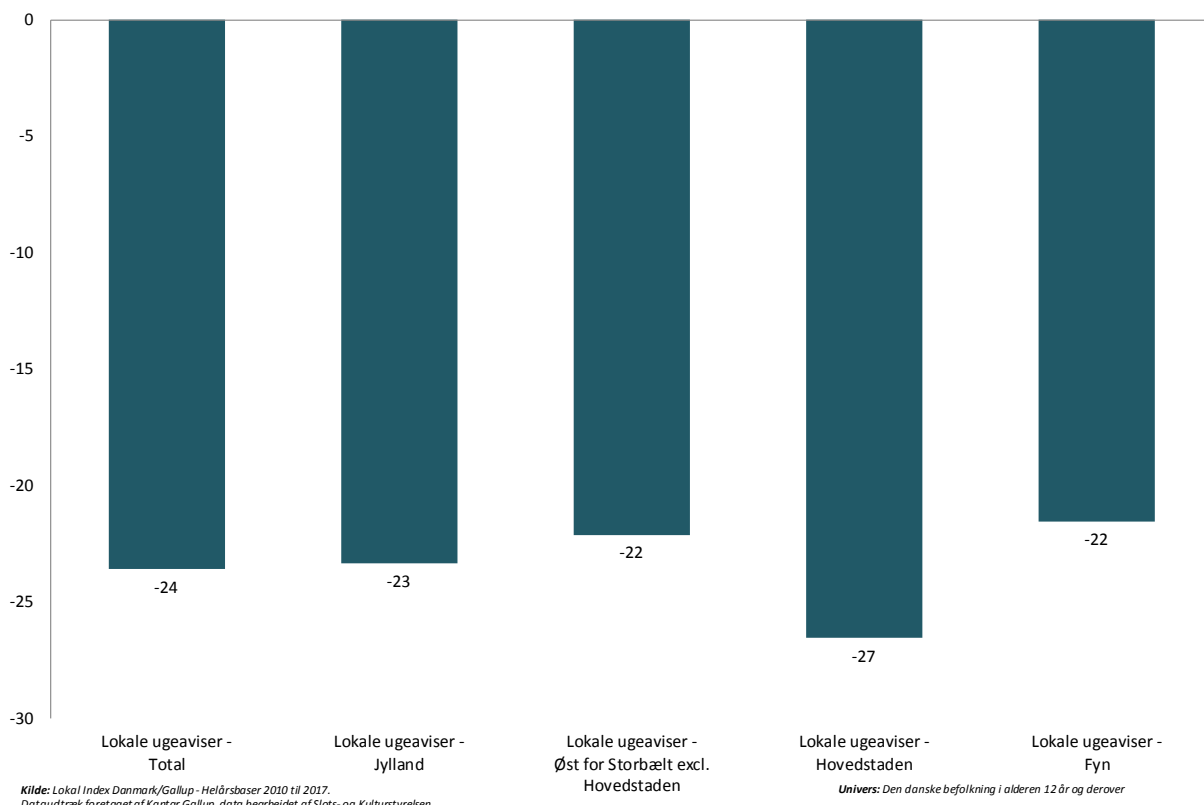
Fra 2010 til 2017 er det gennemsnitlige ugentlige læsertal i tre af de fire regioner faldet med omtrentligt det samme. Hvor læsertallet på Fyn og 'Øst for Storebælt excl. Hovedstaden' begge er faldet med 22 %, er det faldet med 23 % i Jylland. Læsertallet i den sidste region, Hovedstaden, har taget et større dyk og er faldet med 27 % i perioden fra 2010 til 2017.

Samlet set svarer dette til, at det gennemsnitlige ugentlige læsertal for de lokale ugeaviser er faldet med næsten en fjerdedel (24 %) fra 2010 til 2017.

Figur 12 - Gennemsnitligt ugentligt læsertal - Lokale ugeaviser - ændring i % fra 2016 til 2017



Figur 13 - Gennemsnitligt ugentligt læsertal - Lokale ugeaviser - ændring i % fra 2010 til 2017



Udviklingen i læsertallet for de lokale ugeaviser kan blandt andet hænge sammen med udviklingen i, hvor stor en andel der har et "Reklamer og gratisaviser nej tak"-skilt på døren eller postkassen. Andelen er fra 2010 steget fra 9,6 % til 16,5 % i 2017. Det er dog et lille fald i forhold til 2016.

Blandt de 19-34-årige er det næsten en tredjedel, der har et "Reklamer og gratisaviser nej tak"-skilt på døren.

Tabel 1 - Andel i % der har "Reklamer og gratisaviser nej tak" på dør/brevsprække/postkasse fra 2010 til 2017

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Har reklamer og gratisaviser nej tak på døren/postkassen	9,6	10,1	12	12,9	14,2	14,9	17,1	16,5
Har ikke reklamer og gratisaviser nej tak på døren/postkassen	87,1	86,4	84,5	84,4	83,1	81,1	79,7	80,9
Ubesvaret	3,3	3,5	3,5	2,6	2,8	3,9	3,2	2,6

Kilde: Index Danmark/Gallup – Helårsbaser 2010 til 2017. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover.

4 Læserkarakteristika

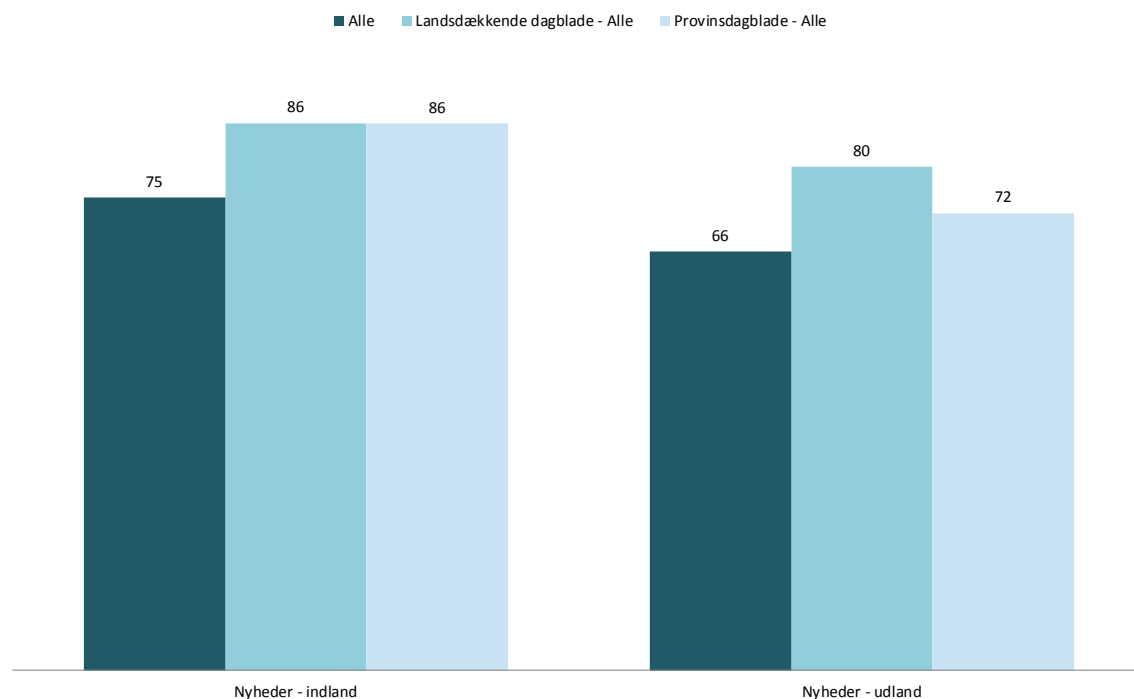
Der er en række variabler, der kendetegner dem, der læser henholdsvis landsdækkende dagblade og provinsdagblade. Eksempelvis er der forskel på, hvad læserne af hver af de to dagbladsgrupper interesserer sig for.

4.1 Interesser

Med udgangspunkt i nyheder gør det sig gældende for både læserne af de landsdækkende dagblade og provinsdagbladene, at den interesse, som den største andel interesserer sig meget eller ret meget for, er nyheder, der relaterer sig til indland. I begge tilfælde er det 86 % af læserne, der interesserer sig meget eller ret meget for emnet.

En mindre andel af læserne inden for begge dagbladsgrupper interesserer sig for udlandsnyheder, men på udlandsområdet er der 8 procentpoint flere af læserne af de landsdækkende dagblade (80 %), der har interessen, end det er tilfældet for den andel, der læser provinsdagblade (72 %).

Figur 14 – Andel læsere af dagbladsgrupperne i %, der interesserer sig 'meget' eller 'ret meget' for udvalgte emner. 2017



Kilde: Index Danmark/Edkup - Helårsbase 2017
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

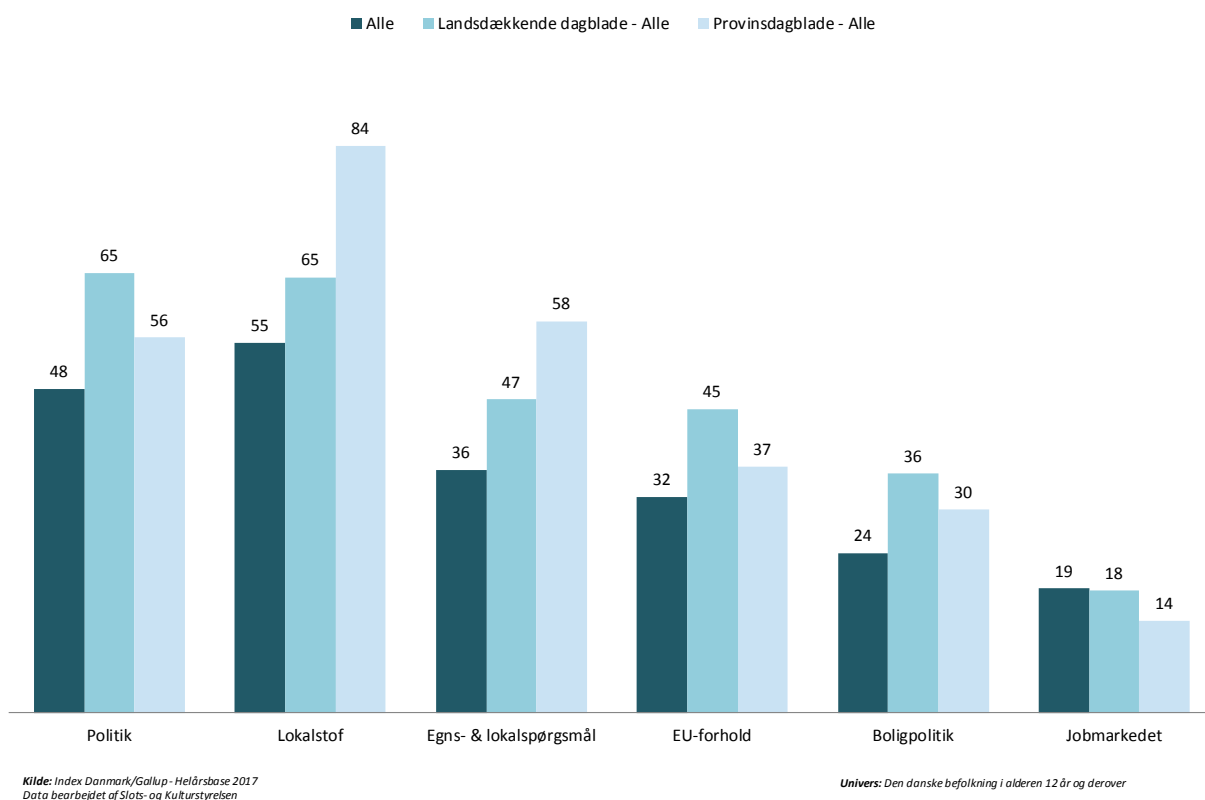
Også på andre interesseområder, er der forskel på læserne af henholdsvis landsdækkende dagblade og provinsdagblade. Generelt er andelen af læserne af de landsdækkende dagblade, der interesserer sig for samfundsrelevante emner, lidt højere end andelen af læserne af provinsdagbladene. Det gælder eksempelvis for politik, som 65 % af læserne af de

landsdækkende dagblade interesserer sig meget eller ret meget for, hvorimod det gælder for 56 % af læserne af provinsdagbladene.

Til gengæld er der markant flere af provinsdagbladslæserne (84 %), der interesserer sig for Lokalstof, end det er tilfældet for læserne af landsdækkende dagblade (65 %). Det svarer til en forskel på 19 procentpoint. Også når det kommer til Egns- & lokalspørgsmål, er andelen af provinsdagbladslæserne større (11 procentpoint).

Med fokus på andre udvalgte samfundsrelaterede emner (EU-forhold, Boligpolitik og Jobmarkedet), er der en lidt større andel, der har interessen, blandt læserne af de landsdækkende dagblade end blandt læserne af provinsdagbladene.

Figur 15 - Andel læsere af dagbladsgrupperne i %, der interesserer sig 'meget' eller 'ret meget' for udvalgte emner. 2017

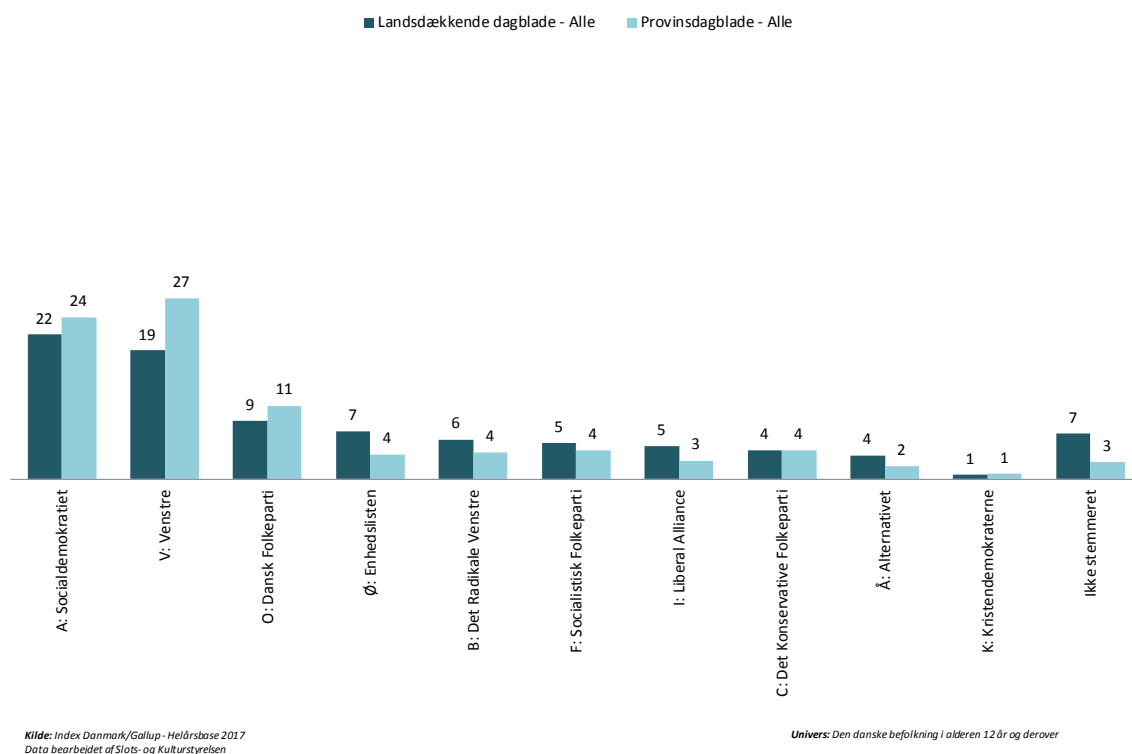


4.2 Politisk overbevisning

For så vidt angår læsernes politiske overbevisning, er der en større andel af læserne af provinsdagbladene, der ved sidste valg stemte på de større partier (Socialdemokratiet (24 %), Venstre (27 %) og Dansk Folkeparti (11 %)) end andelen af læserne af de landsdækkende dagblade. Til gengæld er andelen af provinsdagbladslæserne ikke størst ved nogen af de øvrige (mindre) partier.

Derudover er der markant forskel på, hvor stor en andel af henholdsvis læserne af de landsdækkende dagblade og provinsdagbladene, der ikke havde stemmeret, henholdsvis 7 % og 3 %.

Figur 16 - Andel læsere af dagbladsgupperne i %, der stemte på det navngivne parti ved seneste valg, 2017



5 Online- og printudgivers udbredelse

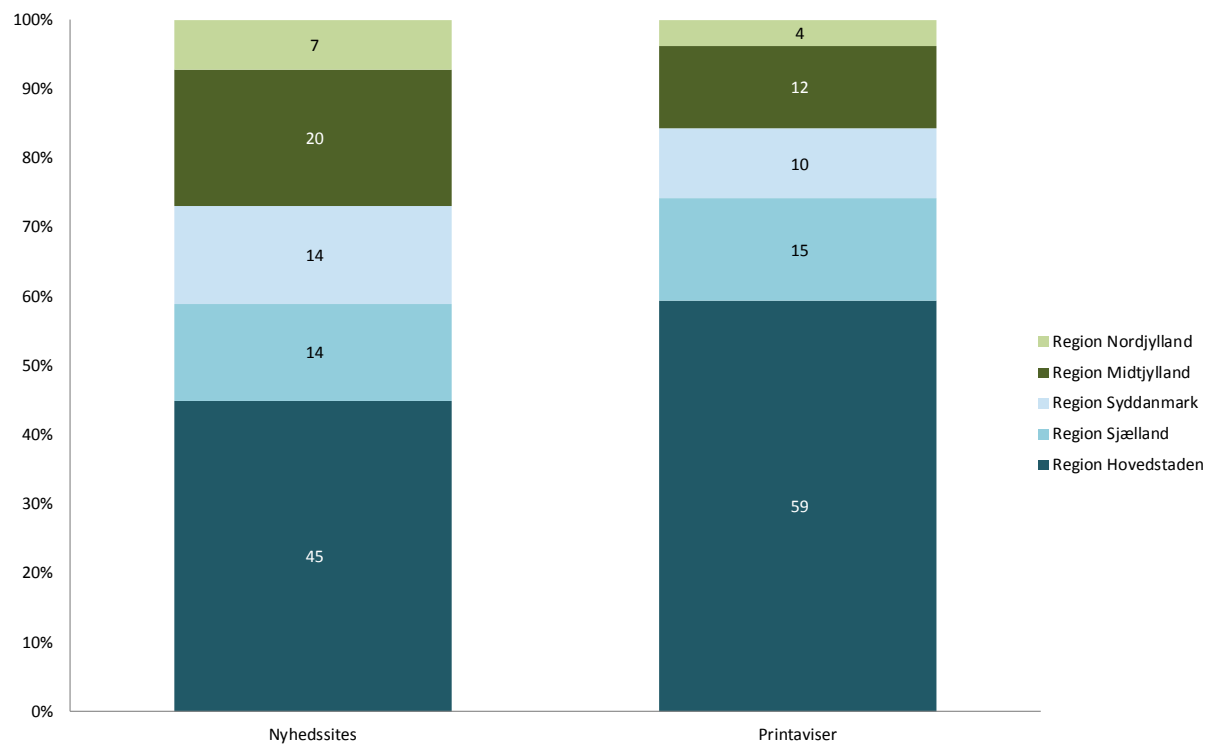
Hvis man er bruger af mediernes nyhedssites og bosat uden for mediets geografiske tilhørssted, er man mere tilbøjelig til at blive eksponeret for mediets indhold, end hvis man alene læser printudgaverne.

Berlingske, Information og Weekendavisen har alle over halvdelen af deres print-læsere bosat i Region Hovedstaden – samlet set 59 % i 2017. Det er imidlertid kun 45 % af avisernes læsere af deres nyhedssites, der er bosat i regionen. De 14 procentpoint forskel fordeles dermed bredere ud geografisk i landet, og i særdeleshed Region Midtjylland, hvis andel af brugerne på de tre nyhedssites med københavnerprofil er 20 % mod 12 % på print. Selvom andelen af online-brugere af de tre nyhedsmedier med københavnerprofil er forholdsvis lille i Region Nordjylland (7 %), er den næsten dobbelt så stor som på print (4 %).

Det vidner alt andet lige om, at mediernes online-sites dækker geografisk bredere, end det er tilfældet for printudgaverne.

Nyhedssites og printaviserne har næsten samme andel af deres læsere placeret i Region Sjælland, henholdsvis 14 % og 15 %.

Figur 17 - Brugerprofil for landsdækkende dagblade (se note) på hhv. internet-sites og på print med min. 50 % af printlæserne i Region Hovedstaden (i %, daglig dækning). 2017



Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup og Index Danmark/Gallup.
Note: Medierne er Berlingske, Information og Weekendavisen.
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

Univers: Hhv. danske internetbrugere og danskere i alderen 12 år og derover

Læs mere herom i [kapitlet Internettrafik](#), hvor der blandt andet også sættes fokus på, hvilke aldersgrupper der læser henholdsvis printudgaverne og bruger mediernes nyhedssites.

6 Metode

Kilden til resultaterne vedrørende læsertal og brugersegmenter i dette afsnit er Index Danmark/Gallup. Fra og med 2017 indgår også læsere af mediernes e-aviser i læsertallene. Kilden vedrørende de lokale ugeaviser er Lokal Index Danmark/Gallup.

Index Danmark/Gallup er en spørgeskemaundersøgelse, der gennemføres af Kantar Gallup for de trykte medier og reklamebranchen. Det er primært målgrupper og forbrugsmønstre inden for de trykte medier, der undersøges. Sekundært indeholder Index Danmark/Gallup i en vis udstrækning også oplysninger om anden mediebrug, herunder internet, radio og tv.

Herudover indeholder Index Danmark/Gallup også information om danskernes forbrug, adfærd, indkøb, kendskab og loyalitet over for langvarige eller kortvarige produkter/mærker samt Kantar Gallups segmenteringsværktøj, Gallup Kompas.

Index Danmark/Gallup blev i sin nuværende form etableret i 1995. Index Danmark/Gallup måler på alle danskere fra 12 år og opefter. Index Danmark/Gallup indeholder blandt andet informationer om læsertal for aviser og andre trykte medier. Hertil desuden tal for respondenternes egen vurdering af tidsforbrug på internettet samt søgevaner og brugen af e-handel og IT generelt.

Index Danmark/Gallup bygger på ca. 24.000 interviews årligt gennemført enten på et webbaseret eller postalt skema, der afdækker områder som demografi, geografi og forbruget af trykte medier. I sammensætningen af Index Danmark/Gallup-universet tilstræbes en meget høj grad af repræsentativitet. Før interviewene inddeles Danmark i geografiske strata, som svarer til en andel af den danske befolkning. Efter interviewene vejes de indsamlede data på geografi, køn, alder og antal personer i husstanden, så interviewene er repræsentative for den danske befolkning.

Til at beregne læsertallene i Index Danmark/Gallup anvendes en kombination af to forskellige måder at måle læsning på: frekvenstal og periodetal. Kriteriet for læserkontakt er minimum to minutters sanseposition, hvor sanseposition i praksis angiver, om respondenter har læst eller set i det pågældende medie mindst 2 minutter. Frekvenstallene baserer sig på spørgsmål om, hvor ofte man selv vurderer, at man læser den givne avis. Periodetal er baseret på spørgsmål om læserkontakt set i forhold til bladets udgivelsesfrekvens. De to typer tal tilsammen giver læsertallet.

Læsertal siger overordnet noget om hyppighed og dækning, altså hvor ofte respondenter er i kontakt med det pågældende medie. Hvor meget af den enkelte udgave af et trykt medie, der læses, i hvilken kontekst det læses, eller hvor grundig denne læsning er, siger tallene ikke noget om.

Ikke alle er fuldt bevidste om, hvor mange trykte medier de konsumerer, og hvor ofte de gør det. Læsertallene er derfor i et vist omfang præget af selvopfattede vaner og/eller ønsker om prestige (kulturel positionering). Dette betyder, at de beskrevne læsertal i en vis grad er en måling af respondenternes selvopfattede medieforbrug. Der er dog ikke nødvendigvis nogen væsentlig forskel på det reelle medieforbrug og det selvopfattede medieforbrug.

Ikke alle brugere ønsker at deltage i denne slags undersøgelser. For nogle af disse grupper af befolkningen, der er svære at rekruttere, vejes deres data en smule op for at øge deres tyngde i det samlede billede, så den modsvarer deres tyngde ude i befolkningen.

Der kan læses mere om de anvendte metoder i rapportering om mediernes udvikling i metodeafsnittet på hjemmesiden.

Data til Lokal Index Danmark/Gallup indsamles i forbindelse med det indledende telefoninterview på Index Danmark/Gallup. Der er tre spørgsmål særligt knyttet til lokalbasen:

1. Hvilke af følgende lokale ugeaviser modtages regelmæssigt i husstanden (oplæsning af samtlige lokale ugeaviser med udgivelse i respondentens postnummer)
2. Blandt de modtagne: Hvilke af følgende lokale ugeaviser har du læst eller set i mindst et par minutter inden for den seneste uge (oplæsning af samtlige lokale ugeaviser med modtagelse i respondentens husstand)?
3. Hvis læst mere end en titel: Hvilken af følgende lokale ugeaviser finder du er vigtigst, det vil sige den lokale ugeavis, som du nødigst vil undvære (oplæsning af samtlige lokale ugeaviser, der læses)?

Derudover er vejningen af Lokal Index Danmark/Gallup mere fintmasket end Index Danmark/Gallup CATI-delen. I Lokal Index Danmark/Gallup opdeles dækningsområdet for hver eneste lokale ugeavis i primært og sekundært dækningsområde (på baggrund af postnumre), og for hver eneste lokale ugeavis vejes disse områders størrelse, så de svarer til Danmarks Statistik.

6.1 Gruppering efter dagbladstype

Der arbejdes i rapportering om mediernes udvikling både på enkelttitelniveau og med en række avisgrupper. Ikke alle titler i tabellen over inkluderede titler er med alle år, da visse titler er kommet til, ophørt, eller ikke er blevet målt hele perioden. Der er således tale om en bruttoliste over de medier, der har været inkluderet i løbet af de undersøgte perioder.

Tabel 2 – Oversigt over dagbladsgrupper fra 2010 til 2017

Dagbladsgruppe	Enkeltmedier i gruppen (læsertal 2010-2017)
Dagblade – Alle	Jyllands-Posten, Politiken, Berlingske, Kristeligt Dagblad, Information, Børsen, B.T., Ekstrabladet, Metroxpress, Urban, 24timer, samt titlerne nævnt nedenfor under "Provinsdagblade – Alle"
Landsdækkende dagblade – Alle	Jyllands-Posten, Politiken, Berlingske, Kristeligt Dagblad, Information, Børsen, B.T., Ekstrabladet, Metroxpress, Urban, 24timer
Landsdækkende dagblade – Omnibus/business	Jyllands-Posten, Politiken, Berlingske, Kristeligt Dagblad, Information, Børsen
Landsdækkende dagblade – Tabloid	B.T., Ekstrabladet
Landsdækkende dagblade – Gratisaviser/Trafikaviser	Metroxpress, Urban, 24timer
Provinsdagblade – Alle	Århus Stiftstidende, Fyens Stiftstidende, Bornholms Tidende, Dagbladet Holstebro Struer / Lemvig Folkeblad, Frederiksborg Amts Avis, Fyns Amts Avis, Helsingør Dagblad, Herning Folkeblad, Horsens Folkeblad, Lolland-Falster Folketidende, Midtjyllands Avis, Morsø Folkeblad, Skive Folkeblad, Viborg Stifts Folkeblad, Jydske Vestkysten, Vejle Amts Folkeblad / Fredericia Dagblad (H), Dagbladet Ringkøbing / Skjern, DAGBLADET Ringsted/Roskilde/Køge, Randers Amtsavis, NORDJYSKE Stiftstidende, Sjællandske Næstved/Vordingborg/Slagelse, Nordvestnyt Holbæk/Odsherred/Kalundborg
Regionale dagblade	Århus Stiftstidende, Fyens Stiftstidende, Jydske Vestkysten, Nordjyske Stiftstidende
Øvrige provinsdagblade	Provinsdagbladene fratrukket de Regionale dagblade

Tabel 3 - Oversigt over søndagsudgivelsesgrupper fra 2010 til 2017

Søndagsudgivelsesgruppe	Enkeltmedier i gruppen (læsertal 2010-2017)
Alle søndagsudgivelser	Berlingske, Jyllands-Posten, Politiken, Ekstra Bladet, BT, Århus Stiftstidende, Fyens Stiftstidende, Jydske Vestkysten, Nordjyske Stiftstidende, Fyns Amts Avis
Landsdækkende søndagsudgivelser	Berlingske, Jyllands-Posten, Politiken, Ekstra Bladet, BT
Landsdækkende søndagsudgivelser – Omnibus	Berlingske, Jyllands-Posten, Politiken
Landsdækkende søndagsudgivelser – Tabloid	Ekstra Bladet, BT
Provins søndagsudgivelser	Århus Stiftstidende, Fyens Stiftstidende, Jydske Vestkysten, Nordjyske Stiftstidende, Fyns Amts Avis

Tabel 4 - Oversigt over lokale ugeaviser fra 2010 til 2017

Bladgruppe	Enkeltmedier i gruppen (læsertal 2010-2017)
Lokale ugeaviser	Albertslund Posten, Allerød Nyt, Allerød Nyt Weekend, Amager Bladet, Bagsværd/Søborg Bladet, Ballerup Bladet, Brønshøj-Husum Avis, City Avisen, Det Grønne Område, Det Grønne Område Weekend, Dragør Nyt, Folkebladet for Glostrup, Frederiksberg Bladet, Frederiksværk Ugeblad, Furesø Avis, Furesø Avis Weekend, Gladsaxe Bladet, Halsnæs Avis, Hareskov-Værløse Avis, Herlev Bladet, Hillerød Posten, Hillerød Posten Weekend, Hvidovre Avis, Køge Onsdag, Lokalavisen Egedal, Lokalavisen Frederiksberg, Lokalavisen Frederikssund, Lokalavisen Frederikssund/Egedal Weekend, Lokalavisen Nordsjælland, Lokalavisen Sydkysten, Lokalavisen Taastrup, Lokalavisen Vesterbro, Lørdagsavisen Køge, Midtsjællands Avis/Heden, Nørrebro/Nordvest Bladet, Roskilde Avis Onsdag, Roskilde Avis Weekend, Rudersdal Avis, Rudersdal Avis Weekend, Rødovre Lokal Nyt, Sydkysten Weekend, Ugebladet Hørsholm, Ugebladet Weekend, Uge-Nyt Fredensborg, Ugeposten Gribskov (tidl. Ugeposten Helsing), Ugeposten Helsing, Valby Bladet, Vanløse Bladet, Vestegnen, Vesterbro Bladet, Villabyerne, Villabyerne Weekend, Østerbro Avis, By & Land, By & Land Weekend, Det Ny Odsherred, Extra Posten Lolland (Nakskov), Faxe Bugten, Halsnæs Avis, Haslev Posten, Jyderup Posten, Kalundborg Nyt, Korsør Posten/Skælskør Avis, Lokalavisen for Hornsherred, Lokalavisen Hashøj Avis, Lokalbladet Ringsted, Lollands-Posten (Maribo), Midtsjællands Folkeblad, Næstved Bladet Tirsdag, Næstved Bladet Weekend, Næstved-Bladet, Næstved-Bladet Go'Weekend, Odsherreds-Kysten, Ringsted Weekend, Rytterknægten (Bornholm), Sækkjølbing Avis, Sorø Avis, Stevnsbladet, Stubbekøbing Avis, Susålandets Avis, Sydlollands Ugeavis, Sydsjællands Tidende, Ugeavisen Guldborgsund, Ugeavisen Kalundborg, Ugeavisen Odsherred (tidl. Odsherreds-Kysten), Ugeavisen Slagelse, Ugebladet for Møn, Ugebladet Næstved, Ugebladet Sydsjælland og Møn, Ugebladet Vestsjælland, UgeNyt Slagelse, Dalum-Hjallese Avis, Folkebladet i Assens Kommune, Kerteminde UgeAvis, Lokal Avisen Nyborg, Lokalavisen Assens, LokalAvisen NordVest, Melfar Posten, Midtfyns Posten, Skibhusavisen, Ugeavisen Faaborg, Ugeavisen Nordfyn, Ugeavisen Odense, Ugeavisen Svendborg, Ugeavisen Vestfyn, Ugeavisen Ærø, Ugeavisen Øboen

7 Brug af data og resultater

Alle rettigheder til de anvendte data tilhører original-kilderne/dataleverandørerne.

Ved enhver brug af data skal originalkilden (f. eks. Gallup/Index Danmark (og base), Danmarks Statistik (og tabel) eller lignende) oplyses. Endvidere skal Slots- og Kulturstyrelsens Rapportering om mediernes udvikling 2018 oplyses som kilde. Videre salg eller anden kommerciel udnyttelse/anvendelse af data er ikke tilladt i nogen form.

8 Figurfortegnelse

Figur 1 - Læsertal i 1.000 - hverdagsudgivelser/dagblade i 2016 og 2017.....	8
Figur 2 - Procentmæssig ændring i læsertal - Hverdagsudgivelser/dagblade fra 2016 til 2017 ...	9
Figur 3 - Procentmæssig ændring i læsertal - Hverdagsudgivelser/dagblade fra 2010 til 2017 .	10
Figur 4 - Gennemsnitlig daglig dækning i % - Hverdagsudgivelser/Landsdækkende dagblade. 2010, 2014, 2017	11
Figur 5 - Gennemsnitligt dagligt læsertal i 1.000 – Dagbladsgrupper. 2016 og 2017	12
Figur 6 - Gennemsnitligt dagligt læsertal i 1.000 - Landsdækkende dagbladsgrupper. 2016 til 2017.....	13
Figur 7 - Gennemsnitligt dagligt læsertal i 1.000 - Provinsdagbladsgrupper i 2016 og 2017	14
Figur 8 - Gennemsnitligt dagligt læsertal i 1.000 - Søndagsavisdagbladsgrupper i 2016 og 2017	15
Figur 9 - Gennemsnitligt dagligt læsertal - Dagbladsgrupper - ændring i % fra 2016 til 2017	16
Figur 10 - Gennemsnitligt dagligt læsertal - Dagbladsgrupper - ændring i % fra 2010 til 2017..	17
Figur 11 - Gennemsnitligt ugentligt læsertal i 1.000 - Lokale ugeaviser fra 2010 til 2017	18
Figur 12 - Gennemsnitligt ugentligt læsertal - Lokale ugeaviser - ændring i % fra 2016 til 2017	19
Figur 13 - Gennemsnitligt ugentligt læsertal - Lokale ugeaviser - ændring i % fra 2010 til 2017	20
Figur 14 – Andel læsere af dagbladsgrupperne i %, der interesserer sig 'meget' eller 'ret meget' for udvalgte emner. 2017.....	21
Figur 15 - Andel læsere af dagbladsgrupperne i %, der interesserer sig 'meget' eller 'ret meget' for udvalgte emner. 2017.....	22
Figur 16 - Andel læsere af dagbladsgrupperne i %, der stemte på det navngivne parti ved seneste valg. 2017.....	23
Figur 17 - Brugerprofil for landsdækkende dagblade (se note) på hhv. internet-sites og på print med min. 50 % af printlæserne i Region Hovedstaden (i %, daglig dækning). 2017	24

9 Tabelfortegnelse

Tabel 1 - Andel i % der har "Reklamer og gratisaviser nej tak" på dør/brevsprække/postkasse fra 2010 til 2017	20
Tabel 2 – Oversigt over dagbladsgrupper fra 2010 til 2017	27
Tabel 3 - Oversigt over søndagsudgivelsesgrupper fra 2010 til 2017	27
Tabel 4 - Oversigt over lokale ugeaviser fra 2010 til 2017	28