

Bilag

Bilag 1: Procesbeskrivelse

| Periode | Januar - februar | Februar - april | | April – juni |
|---------|---|---|---|---|
| Analyse | Teoretisk referenceramme | Kvalitative studier | Kvantitative studier | Tolkning, konklusioner, anbefalinger |
| Metode | Sekundær research Ekspert-interviews | Fokusgruppe, dybdeinterviews | Kvantitative analyser i SPSS og smart-PLS | Analyse af al materiale samt Ekspert-interviews |
| Formål | Indledende forståelse, opstilling af teoretisk referenceramme | Revidering af referenceramme. Udarbejdelse af spørgeskema | Test af modeller og hypoteser | Endelig forståelse |

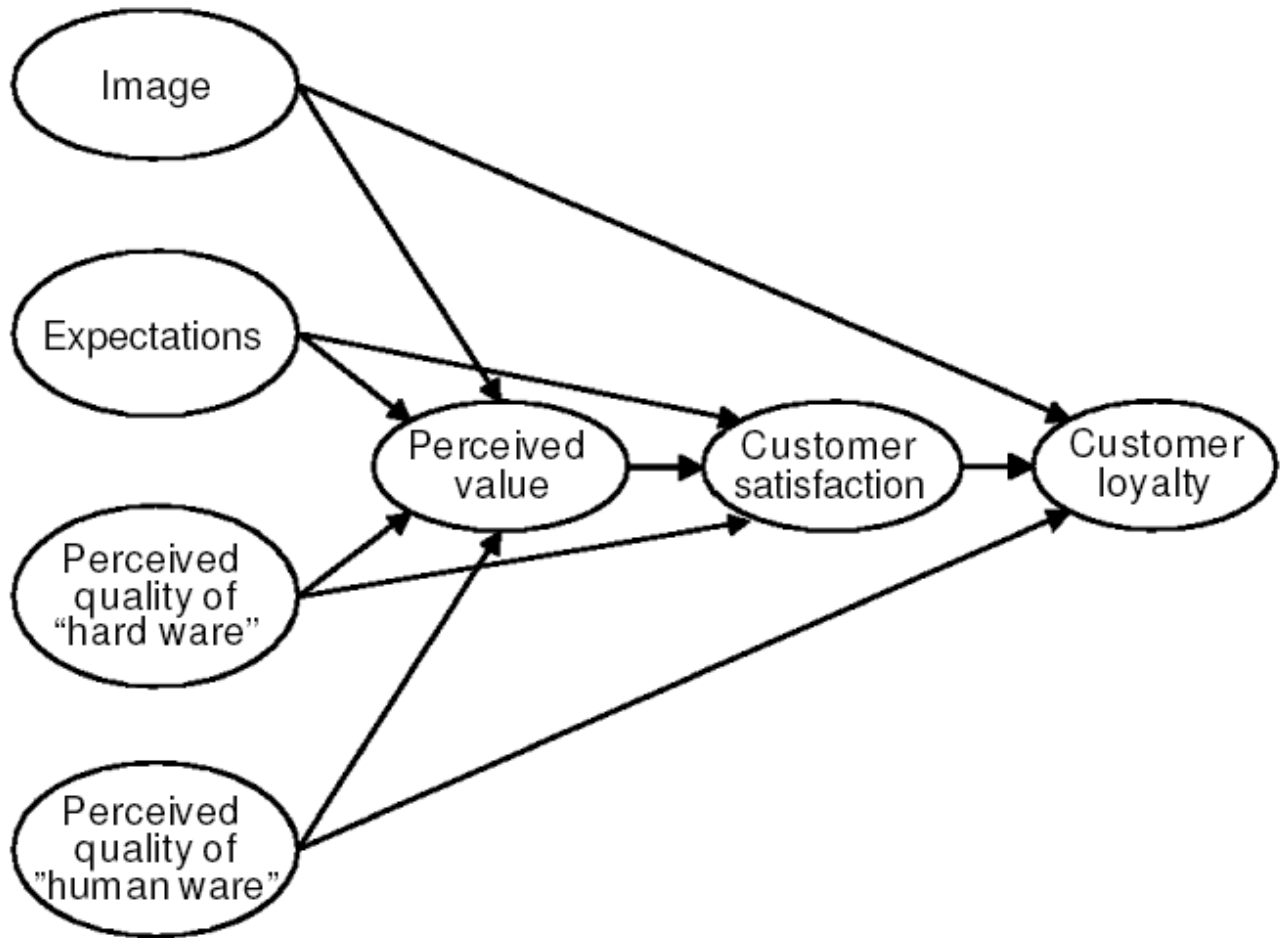
Kilde: Egen tilvirkning

Bilag 2: Oversigt over de primære distributører af gratisaviserne i Danmark

Der er tre hovedspillere på distributionen af gratisaviser.

- *Morgendistribution Danmark* blev etableret som et samarbejde mellem Nyhedsavisen og Post Danmark. Tanken omkring dette distributionsselskab var at gøre distributionen til et komplementerende forretningsområde, således at der kunne genereres indtægter fra distributionen af for eksempel adresseløse tryksager. Post Danmark er siden trådt ud af samarbejdet efter at have realiseret væsentlige tab.
- *Dansk Avis Omdeling* er et fælles distributionsselskab ejet af Syddanske Medier/Det Berlingske Officin og JP/Politikens Hus. Dette selskab varetager omdelingen af koncernens betalingsaviser samt af udgivelserne Urban, Dato og 24timer.
- *MetroXpress* har ansat egne omdelere der uddeler aviserne ved trafikknudepunkter samt leverer aviserne til standere opstillet på trafikknudepunkter, samme metode som Urban anvender.

Bilag 3: Model for European Customer Satisfaction Index (ECSI)



Kilde:

Kristensen K.; Juhl H.J.; Østergaard P (2001). Customer Satisfaction: Some results for European Retailing. *Total Quality Management*, 12(7+8), 890-897

Bilag 4: Profiler på respondenter til dybdeinterviews og fokusgruppe

Respondenter til fokusgruppe:

| Navn | Alder | Beskæftigelse | Læsertype |
|---------|-------|---------------------------------------|------------------------------------|
| Michael | 28 | stud.merc. Copenhagen Business School | 2 dage pr uge. Transport |
| Jesper | 27 | Projektassistent på reklamebureau | 2 dage pr uge. Transport |
| Maria | 26 | Analytiker hos TV 2 | 2 dage pr uge. Transport og hjemme |
| Marie | 25 | Grafisk designer | 1-5 dage pr uge. Transport |
| Jens | 27 | stud.polit. Københavns Universitet | 5 dage pr uge. Transport og hjemme |

Respondenter til dybdeinterviews:

| Navn | Alder | Beskæftigelse | Læsertype |
|----------|-------|----------------------|--|
| Line | 35 | Regnskabsmedarbejder | 5 dage pr uge. Transport |
| Morten | 28 | Psykologistuderende | 3 dage pr uge. Transport og på universitetet |
| Maya | 36 | Pædagog | 1 dag pr uge. Hjemme |
| Karina | 40 | Controller | 2 dage pr uge. Transport |
| Tue | 57 | Bibliotekar | 3 dage pr uge. Transport |
| Lisbeth | 43 | Pædagog | 3 dage pr uge. Transport |
| Flemming | 47 | Tømrer | 2 dage pr uge. Transport og hjemme |
| Karen | 58 | Sygeplejerske | 2 dage pr uge. Hjemme |

Note:

Respondenternes efternavne er opgavens forfattere bekendt.

Bilag 5: Fremgangsmåde for fokusgrubeanalysen

Fremgangsmåde for fokusgrube afholdt den 7. marts på Copenhagen Business School. Målet var at afdække driverne for læsning af gratisaviser samt segmenteringsvariable

1) Indledning (10 min)

Vi fortæller kort om projektet. Respondenterne bliver bedt at fortælle kort om sig selv; Hvad hedder de, hvornår læser de typisk gratisaviser og hvilken avis læser de oftest.

2) Drivere for avislæsning (45 min)

Først og fremmest ønsker vi at finde ud af hvad der gør, at folk vælger at læse gratisaviser. Vi ønsker derfor at skabe kendskab til de drivere der gør sig gældende. For at finde ud af det bruges teknikken hvor respondenterne uden at tale sammen nedskriver hvad der for dem gør at de vælger at læse en gratisavis. Herefter grupperes alle respondenters svar.

Vi spørger på følgende måde:

”Forestil dig at du har en gratisavis liggende foran dig. Hvad skal avisen indeholde for at du får en intention om at læse den? Skriv med et ord eller en sætning på hver af de gule lapper så mange gule lapper som muligt”

Efter respondenterne har skrevet på de gule lapper, bliver de bedt om at fortælle kort om deres punkter og lægge de gule lapper på bordet. Herefter tages endnu en runde for at få samlet op på nye idéer. Respondenterne skal herefter kategorisere lapperne, så de ligger i bunker, der har med den samme driver at gøre. Kategoriseringen skal laves uden at der tales sammen, og respondenterne lægger lapperne sammen i bunker sammen.

Vi vil herefter snakke om hver enkelte driver og gå i dybden med de ord/udsagn, der står på lapperne.

Det er muligt at disse to første runder ikke er udtømmende for drivere. Derfor spørges til om der er andre ting, der kunne gøre at respondenterne ville læse en avis/ikke læse en avis, nu hvor de har set de andres drivere og tænkt lidt mere over det.

Det er muligt nogen vil svare der kun er én avis de vil læse. I dette tilfælde giver det anledning til overvejelse om hvorvidt brandet er en latent variabel. Der spørges til, hvorfor der kun er én, er det distribution eller et aktivt valg, der gør sig gældende.

Når alle drivere er sat op og diskuteret skal respondenterne navngive de enkelte grupper. Dette gøres for at holde det i deres sprog. Herefter går vi videre til segmentering

3) Segmenteringsvariable (45 min)

Næste afsnit af fokusgruppen har til formål, at bestemme segmenteringsvariable. Der er tre etaper, som vi vil have respondenterne til at snakke om:

Situation

Hvornår læser du gratisaviser

Beskriv en typisk situation hvor en gratisavis passede ind?

Læsemønster

Hvor ofte læser du gratisavis?

Er der et mønster i din måde at læse gratisavis, samt hvilken gratisavis du vælger?

Hvilken rolle spiller gratisavisen i din hverdag?

Vigtigt at specificere at det er forholdet til gratisaviser vi spørger ind til. Specielt de rituelle læsere er en gruppe der knytter sig til betalingsaviser.

Behov

Hvilke behov dækker gratisaviser for dig?

Herefter analyseres respondentens MEC kæder, det vil sige, hvorfor søger du at dække disse behov, og hvad er det der kan være med til at disse behov bliver dækket.

Respondenten vælger hvor i kæden der begyndes og spørgsmålene bevæger sig vertikalt. Hvorfor gør du det? Hvordan får du dette behov opfyldt? Hvilke elementer bidrager specifikt til opfyldelse af dette?

Diskussionen af attribut-værdikæderne ovenfor køres videre. Her skal det diskuteres mere specifikt hvilke faktorer der influerer på tilbøjeligheden til at læse en gratisavis. Det er væsentligt at lægge vægt på at det er en situation hvor der er frit valg, dvs. hvor en avis faktisk er til rådighed.

Til sidst i fokusgruppen opfordres til mere åben diskussion for at få de sidste meninger samlet op.

4) Afrunding (10 min)

Hvad skal vi bruge deres besvarelse til. Tak fordi i kom osv.

Bilag 6: Referat af fokusgruppe

Fokusgruppe afholdt 7. marts 2007 på Copenhagen Business School

Indledningsvist præsenterer respondenterne sig selv samt hvornår de typiske læser gratisaviser. Herefter bliver de bedt om på gule lapper at nedskrive hvad der får dem til at læse gratisaviser.

Forestil jeg at I har en gratisavis liggende foran jer. Hvad skal der til, for at I læser den?

Der går ca. 20 min. Hvor respondenterne af to runder skriver drivere for læseintention ned. Imellem forklarer de om deres lapper hvilket skaber inspiration til en ny runde.

Herefter bliver de bedt om at gruppere lapperne og give hver gruppe en overskrift.

Indhold

- De starter med indhold, og snakker om at der er nogle "must have" såsom tv-program og andre faste ting
- "Der skal være en historie, det skal ikke bare være afskrift" (Jesper)

De snakker om, at denne skal deles op når de er færdige, da den er meget stor

- Indholdsgruppen beskriver de faktiske sektioner og afsnit der skal være i avisen.

Grafisk udtryk

- "Reklamer – vigtigt at der ikke er alt for mange reklamer på forsiden" (Maria)
- "Det er vigtigt at den fanger en" (Jesper)
- "Skal være tiltalende og konsistent i sit udtryk" (Marie)
- "Det er mega irriterende med de aviser som sælger hele deres forside til reklamer for så kan man ikke se hvad der ligger inde i avisen. Man ved ikke hvilken avis det er, og hvad overskriften er. Det pakker det de skal sælge ind, og det virker meget mærkeligt." (Maria)
- "Selvom det de faktisk sælger er reklamen" (Michael).
- "Men det de skal sælge er jo viden" (Maria)

Brand/kvalitet

- "Alle betalte aviser har et brand der blandt andet indeholder at de skal være velskrevne" (Jesper)
- "Fordybelse findes ikke i gratisaviser" (Jesper)
- "Stillingstagen – avisen skal tage en holdning og give udtryk for den, det er meget vigtigt" (alle)
- "Avisen må ikke være ren afskrift" (Michael) det diskuteres om referater fra Ritzau jo stadig kan være relevante, selvom det så er afskrift. "Det kan de godt, for det er jo stadig noget som giver nyheder bare uden fordybelse." (Jens)

- ”Ny vinkel på gennemdebateret stof - det må være branding for en avis vedkommende” (maria)
- Brandet er om de har en profil er velskrevne osv. (Michael)
- ”De skal kunne noget de andre ikke kan.” (Jesper)
- Respondenterne snakker om at denne kategori også kan betragtes som det holdningsudtryk avisen har
- ”Avisen skal være gennemarbejdet og velskrevet, dette er ekstremt vigtigt, jeg bliver irriteret hvis der er for mange stavfejl” (Marie)

Distribution

- ”Distributionen skal bare være i orden, det er altafgørende” (alle)
- ”Man skal ikke få avisen kastet i hovedet. Hvis man får den stukket i hovedet og ikke har lyst til at få den stukket i hovedet så bliver man sur, men hvis man har lyst til at få en avis og den er der, så er det perfekt. De skal kunne matche det specifikke behov” (Marie + Jens)
- ”Hvis man har oplevet at få den stukket i hovedet og ikke har lyst til at få det, så husker man det, og så gider man ikke tage den avis mere”. (Maria)
- ”Den skal lidt kunne det hele uanset hvilke situation man er” (Jens)

Funktion

Denne gruppe knytter sig til indholdet, og respondenterne laver denne gruppe for at beskrive hvad avisen skal kunne give dem. Senere snakker de om at dette er udtryk for de behov gratisaviser dækker

- ”Ny viden sådan helt overordnet, læsestof og adspredelse er det en gratisavis kan give og de behov den dækker. Dette hænger sammen med det indhold der skal være i avisen og det er vigtigt at indholdet afdækker de behov som læseren har”
- En respondent siger ”Jeg er fuldstændig ligeglad hvilken gratisavis jeg læser på nuværende tidspunkt, for jeg læser dem for at blive underholdt mens jeg spiser – hvis jeg skal læse noget for at få information vil jeg gå til et andet medie fx købe en avis” (Jens)
- ”Man læser kun gratisavisen fordi den lige passer ind når man har noget tid til overs, hvis det var Berlingske, Børsen eller en anden ville man læse den på en anden måde, så ville man tage sig tiden til at læse i dem” (Michael)
- ”Det er langt hen af vejen tidsfordriv” (Jesper)
- ”Distributionen er altafgørende for de behov der bliver dækket” (Jens)
- ”De behov den kan dække er 5 bulletpunkter af de vigtigste overskrifter, man får et omrids af hvad der sker i verden uden at få et dybere indblik. Man får en generel trivial pursuit viden” (Michael) ”lidt ligesom tekst-tv” (Jens)

- ”I henhold til inspiration, kan en gratisavis godt dække nogle behov her. De har fx nogle modetillæg og stilmæssige indslag som er inspirerende, uden at det er dybt, men samtidig godt kan være lidt sjovt at læse.” (Maria)

Da de har kategoriseret lapperne snakker de om hvorvidt der er nogle der overlapper. Grafisk udtryk og brand overlapper. Distribution er også med til at skabe en holdning, som er med til at skabe et brand. Man kan ikke undgå at de forskellige grupper påvirker hinanden.

Vi kommer ind i lokalet igen og fortsætter diskussion om lapperne på tavlen.

Var der nogle lapper i ikke kunne få til at passe ind?

Der var ikke nogle lapper de ikke kunne få til at passe ind, men de har lavet kategorierne så brede, så det hele passer ind. Hver enkelt gruppe diskuteres. Hvad der bliver sagt står under de enkelte punkter ovenfor.

Er der nogle gratisaviser man ville gå en omvej for at få fat på?

- Der er ingen der ville gå en omvej. (alle)
- ”Man ville måske vælge fx Urban i stedet for Metro hvis de lå lige ved siden af hinanden, men ikke gå en omvej. Man ville ikke tage to med, hvis der er to ville man bare tage den ene. Man tager den man kommer til først, så man ville for eksempel ikke gå ned i den anden ende af stationen for at hente et andet brand.” (Maria)

Hvor ofte læser i gratisaviser og i hvilken situation

Jens: 5 gange om ugen (hverdage). Hvis han er inde i en periode hvor hans liv ligger i et mønster så er der også et mønster i den måde han læser gratisaviserne på.

Michael: 1-2 gange om ugen. Svingende mønster men altid i forbindelse med transport

Maria: 1-2 gange om ugen primært ved transport. Det er sjældent at man får læst dem der ligger derhjemme, men har nogle gange læst Dato, det er dog primært overskriften

Jesper: 1-2 gange om ugen, altid under transport

Marie: Varierer alt efter hvordan hendes hverdag er. Kan være alt fra fem gange om ugen til slet ikke, kommer an på hvor meget transport hun har

Får i de husstandsdelte gratisaviser

Nogle gør slet ikke, andre er for nyligt begyndt at få dem, en får dem meget uregelmæssigt. Ingen har frameldt dem.

- ”Den bliver båret ud sammen med reklamerne.” (Michael)

Kan i finde på at tage en transportavis med hjem, hvis der er noget i gerne vil læse mere om

- ”Så hiver man det der er interessant ud af den” (Maria)

”Det er mest hvis der fx er en opskrift eller en annonce man gerne vil kigge mere på. Så bliver den revet ud og kommer med hjem og avisen ryger ud.” (Maria)

- ”Ja og jobannoncer” (Marie)

Vil der være nogle forskel på vægningen af de forskellige kategorier (på tavlen) om det er en avis man læser derhjemme eller under transport

- ”Holdningsudtrykket er vigtigere hvis man skal læse den derhjemme, fordi det er rent tidsfordriv når man læser under transport. Hvis man læser den derhjemme skal der være mere fyld i den, fordi så tager den tid fra hvad man ellers kunne foretage sig derhjemme” (Jesper)
- ”Hvis man læser den derhjemme bliver det en substitut for at gå ud og købe en anden avis, så helt enig i at holdningsudtrykket skal være stærkere” (Jens)

Kunne en gratisavis være en substitut til betalingsaviser

- ”Ikke som de ser ud i dag, men hvis der kommer mere dybde og tyngde i dem kunne de godt.” (Jens)
- ”Jeg tænker dem som to adskilte produkter eller kategorier, man kan ikke sammenligne en avis og en gratisavis” (Maria)
- ”De husstandsomdelte og trafikomdelte gratisaviser opfattes som det samme produkt. Det er bare et spørgsmål om hvor man får den” (Michael).
- ”Det ligger mere i distribution end i indhold.” (alle)

Hvad er alternativet til gratisaviser/ hvad ville i lave hvis der ikke fandt gratisaviser mere (hvad gjorde i før de kom)

- ”Læse noget der gik mere i dybden på et snævrere område” (Michael)
- ”Man ville ikke selv tage noget med, men måske er det kun fordi man ikke har et fast rejsemønster” (Jens)
- ”Mange ville sikkert høre radio i stedet” (Marie).
- ”Det gjorde jeg før der var gratisaviser i hvert fald – der var det musik i ørene og så et blad eller til tider en bog” (Maria)
- ”Det handler om at hvis man er på vej til og fra arbejde har man behov for noget der er lidt let tilgængeligt når man har siddet og koncentreret sig hele dagen så gider man ikke læse alt for fagligt” (Maria)

Har i nogensinde diskuteret noget fra en gratisavis med venner eller kolleger

- ”Det er nok mest de små sjove anekdoter der står i avisen eller de små sjove historier, dem kan man godt fortælle” (Marie)
- ”I mandags snakkede vi om Nyhedsavisens journalist der havde kastet med brosten, men det var mere journalisten end avisen” (Jesper)

- ”Selvfølgelig kan det blive ”talk of the day” hvis det er en god historie. Det kommer an på historien, så det kan godt lade sig gøre, men de er bare ofte ikke hurtige nok” (Jens)
- ”Problemet er vel at de ofte citerer fra andre aviser, og derfor bliver det second level nyheder. De går sjældent ud og dybdegraver efter egne historier så det er ikke materiale som enhver anden avis kunne have på forsiden på samme tidspunkt” (Michael)
- ”Jeg ser det lidt som en nyhedsspreder af de store nyheder, men det er ikke dem der skaber nyheden eller ”talk-of-the-day”. Men hvis den så er på forsiden, så gør det at alle dem som har siddet i toget og ikke har hørt radio stadig kan snakke med om det hvis det er en stor nyhed. Men det er ikke dem der skaber den, men det kan underbygge at der er flere der kender den.”(Maria)
- ”Nogle gange har de sådan nogle sjove undersøgelser på forsiden som ikke nødvendigvis er en stor nyhed, men kan give folk lyst til at snakke om noget mere seriøst fx sjove undersøgelser om sexvaner eller andet, så er det tit sådan noget som bliver diskuteret.” (Maria)
- Michael giver hende ret (”nu modsiger jeg jo sådan set mig selv”) ”sådan nogle historier kan godt blive talk of the day og være noget folk snakker om på arbejdet”. (Michael)

Hvis i skal sige noget om hver enkelt avis, hvad ville det så være?

24Timer

De ved intet om den. Diskuterer hvilke farver logoet har. En har engang bladret lidt i den, men ingen har læst den.

Nyhedsavisen

- ”Den eneste gratisavis, som andre medier har citeret fra og er noget som har skabt et lidt mere seriøst præg.” (Maria)
- ”Den eneste avis hvor chefredaktøren er med i ”chefredaktørernes klub” og er med til at diskutere ting og har nogle lidt mere markante holdninger. Han udtaler sig engang imellem.” (Jens)
- ”Jeg ved ikke om det at den er blevet citeret giver mig mere lyst til at læse den, men det gør i hvert fald at man ligger mærke til den på en anden måde” (Maria)

Dato

- Det er den med det gule logo er det ikke? (Michael)
- ”Jeg blev i det hele taget lidt træt af alt det her med gratisaviser, da de ville lancere alle de nye, og bestemte mig for, at dem ville jeg slet ikke have noget at gøre med. Derfor besluttede jeg at holde mig til Urban og MetroXpress, så jeg har ikke rigtig kigget på nogle af de nye. (Marie)

Urban

- "Virker yngre og fokuserer mere på de sjove ting, fx den sektion hvor de kigger på mærkelige modefænomener" (Maria)
- "De har også en masse om København, de har jo også Berlingske at læne sig op af, som har aok.dk" (Marie)
- "Det er da også dem der har bagsiden, hvor de får forskellige stand-up komikere osv. Til at skrive" (Marie)

MetroXpress

- "De har den der sjove statistik hvor de tager alle mulige underlige ting op på forsiden, fx "hvor er der flest aber i bur". Den er meget sjov." (Marie og Maria)
- "Urban og Metro ift. De andre er at det er dem man kan få på transport, det er derfor man kender dem bedre." (Michael)

Giver det mere lyst til at læse hvis den har en mere markant holdning

- "Jamen det er lige meget hvis den ikke er på stationen. Det kan godt være man ville vælge den, fx Nyhedsavisen, men jeg har ikke mødt den på min vej." (Maria)
- "Hvis man ved man skal køre 1 ½ time i tog vil man klart vælge den med mere markante holdninger og dybde hvis man har tid, men hvis man skal køre fra Nørreport til Vesterport vælger man klart den hvor det står i punktform. Det er situationen der afgør hvad man vælger." (Jens)
- "Man kan godt lide den mere skæve holdning når man er på vej hjem fra arbejde, for der har man siddet og læst overskrifter på nettet 100 gange i forvejen, så der er det ikke nyheder man har brug for." (Maria)

Til sidst er der fri snak omkring gratisaviser

- De kommer blandt andet ind på, at det godt kan være der er forskel på den måde man læser på ift. Hvilken type job man har. Hvis man fx har et job hvor man ikke sidder på kontor, kan det godt være man i højere grad har behov for at læse nyheder når man er på vej hjem fra arbejdet.
- Det kan også godt være at der er forskel på hvilken uddannelse man har i forhold til hvordan man ser på gratisaviser. "Ikke for at se ned på nogle der har fx servicejobs, men når man har en lang uddannelse, så kræver man måske også mere viden, og derfor er det bare ikke nok det der står i gratisaviserne. Det kan godt være at andre er helt tilfredse med gratisaviserne og bare ser det som en kæmpe fordel, at man får det gratis".

Forslag til nye features:

Det der gik galt med Metros aftenudgave var, at man jo har læst nyheder på nettet i løbet af dagen, så der var bare ikke så meget nyt i avisen. Det man skulle gøre i stedet var at lave en sjov avis til når man skulle hjem, for det er der man har brug for at afkoble og læse noget let.

Bilag 7: Fremgangsmåde for dybdeinterviews

Følgende spørgeramme er anvendt som udgangspunkt for dybdeinterviews afholdt i februar og marts 2007.

"Forestil dig at du har en gratisavis liggende foran dig. Hvad skal avisen indeholde for at du får lyst til at læse i den?"

"Hvilke behov dækker gratisaviser for dig? Hvorfor læser du gratisaviser? Hvad specifikt i gratisavisen bidrager til at du får dækket disse behov?"

(Der spørges vha. ladder-tekniik. Interviewet kan lede til at der tages forskellige udgangspunkter i kæderne, og ud fra dette udgangspunkt bevæges der vertikalt fra attributter til bagvedliggende behov.)

Ekstraspørgsmål/perspektivering:

"Hvad ville du ændre ved eksisterende gratisaviser for at det blev det helt ideelle produkt?"

"Hvad gjorde du før der eksisterede gratisaviser (i relation til at få dækket de ovenstående behov)?"

Bilag 8: Referat af dybdeinterviews

Respondent 1: Line

Baggrundsinformation:

- Regnskabsmedarbejder
- Bor i Solrød, ca. en halv times transport. Gratisaviser læses på både ud- og hjemturen
- Får ikke husstandsomdelte
- Læser cirka hver anden dag, kan være både ud- og hjemtur
- Har også en bog med i toget

Hvorfor læser du gratisaviser?

- Nyhedsopdatering
 - o De korte nyheder er gode at få i gratisaviserne
 - o Der skal være en god blanding af regionalt, nationalt og internationalt
 - o Nørrebro-uroligheder mere interessant end Irak-krig
- Tidsfordriv
 - o Havde en bog med i toget før der kom gratisaviser
- Underholdning
 - o Dengang Jeppesen skrev på bagsiden var det en vigtig grund til at vælge Urban.
- Jobannoncer også interessante
 - o Dengang for et år siden da hun søgte job vidste hun godt hvilke dage der var jobtillæg
- Nogle gange kan det være ok at den tilkendegiver en holdning; men oftest er det blot et spørgsmål om at få nyhedsopdatering
- Der tales om nyhederne på arbejdspladsen, i kantine etc.
 - o Kollegerne har også læst gratisaviser
- Forsiden skimmes, evt. bladres aviserne igennem
- Dem som ligger på sæderne læses, nogle gange tages de fra stativerne på stationen
 - o Hvis forsiden ser spændende ud kan man godt rejse sig og tage en anden avis
- Ingen holdning til hvilke dage der er hvad i aviserne, random hvilken der vælges

Respondenten vises Urban og MetroXpress. Umiddelbart ser Urbans forside lidt rodet ud; Metro mere attraktiv. Aviserne blades igennem fra ende til anden, der opsøges ikke specielle tillæg eller steder i avisen.

Respondent 2: Morten

Baggrundsinformation:

- Læser psykologi
- Bor på Østerbro, ca. en ti minutters transport. Cykler dog ofte.
- Får husstandsomdelte (24timer og dato) men læser ikke disse

Hvorfor læser du gratisaviser?

- Læser gratisaviser som alternativ til at kigge ud i luften og kede sig.
- De ligger som regel i kantinen på studiet så de er lette at få fat på
- Nyhedsopdatering – hvis ikke man ved hvad der foregår omkring så bliver man sat på b-holdet i samfundet. Det er vigtigt at kunne snakke med om hvad der foregår.
- Holder Weekendavisen hjemme – det er en meget anderledes avis og gratisaviserne giver ikke nær det samme
- Men troværdigheden er ikke nødvendigvis dårligere blot fordi de er gratis
- Udover nyhedsopdatering er oversigten over hvad der foregår i byen vigtig, kulturkalender etc. Jeg er meget glad for musik og går ofte til livekoncerter
- Det er tilfældigt hvilken avis jeg vælger, men oftest Urban eller Metro. Jeg kan godt lide den røde farve i logoet og den virker yngre. Men jeg ved ikke hvilke dage de beskæftiger sig med specifikke temaer så jeg tager egentlig bare den avis der ligger
- Jeg bladrer den igennem for at se hvad der lige fænger; udgangspunktet er nok forsiden og de overskrifter der lige fænger bliver jeg hængende ved.

Respondent 3: Maya

Baggrundsinformation:

- Pædagog
- Læser primært gratisaviser når på besøg hos moderen; en gang imellem under transport, men kører oftest i bil.

Hvor ofte læser du gratisaviser og hvilke?

Læser en gang imellem, Nyhedsavisen, Metro, Urban (

Hvorfor samle op?

Kedsomhed – fx i toget kan man lige se om der står noget spændende, overskrift der fanger, eller hvis man lige skal bruge et eller andet at læse i når man venter.

Hvad kan de give dig?

Information mens man venter, som jeg ellers ikke får – nyheder. Jeg læser ikke normalt avis til dagligt, ser kun tv-avis. Hos lægen læser jeg altid Metro og Urban for at se om der står noget spændende, for eksempel også jobannoncer, det er mest for sjovt

Nyheder – for at finde ud af hvad der sker i verden – det siger min kæreste jeg skal – jeg er startet på uddannelse, derfor interessant fx det her med Jagtvejen. Jeg læse over nettet – det er godt at man ikke lever i et tomt rum – synes det er rart at være med – så man kan snakke med andre mennesker – og følge med i Verden – godt at man kan danne en mening om de ting der sker – og gå med i debatter – samtaler som omhandler noget uden for egne 4 vægge – det er blevet vigtigt at vide hvad der foregår – hendes nye kæreste synes det er vigtigt – før var det ikke vigtigt – han er mere politisk – før så hun kun tv-avisen engang imellem – kæresten vil gerne diskutere

Overskriften er vigtig – hvis den er god læser jeg artiklen. Hvis jeg har hørt andre tale om det følger jeg op på det, for at se om der er sket noget nyt.

Hvad kan gratisaviser give?

Både informationer og holdninger, jeg læser fx også læserbreve hvor folk skriver ind engang imellem. Jeg læser alt andet end sporten. Læser først tegneserierne da man skal have lidt underholdning før de stærke nyheder. Meget med hvis der står en eller anden overskrift, fx flere soldater i Irak, en af de faste sider er der en leder om holdninger i avisen. Den plejer jeg at læse for at se om de er enige eller om jeg kan brokke mig bagefter.

Skal avisen have en holdning eller ikke?

Det kommer an på situationen. Hvis der er tilkendegivet holdning kan det være for meget, det er nogle gange bedre at danne sin egen holdning

Hvad læser du?

Alt – lige fra Jagtvejen til Irak, politikere fx efterløn, alt muligt. Der er ikke noget så godt som en god tegneserie. Jobannoncer er for skæg, men skimmer altid igennem for at se hvor og hvad der er.

Når hun læser læser hun som regel begge to (Metro og Urban), for at se om der står noget andet, men det gør der som regel ikke.

Hun kører bil selv, så det er ikke så tit hun kører toget. Læser mest når hun er ude, og fx hvis svigermor har fundet noget interessant tager hun den med og giver den til hende og hendes kæreste.

Sidste sted hun arbejdede var det fast rutine at læse på arbejdet. Hun snakkede ikke med sine kolleger om det, da hun ikke havde godt forhold til dem, men kunne godt forestille sig man kunne snakke om det på jobbet.

Skal der være forskel på aviser på farten eller hjemme?

Så længe de er gode til at formidle budskabet er der ingen forskel.

Får du dem hjemme?

Får Nyhedsavisen kl 3:15. Det er fint at få den ind. Læser den engang imellem når jeg har fem minutters ro. Hvis der er en overskrift der fanger læser jeg lidt mere nærlæsning.

Hvilken vil du vælge (aviser foran sig)?

Vil vælge ud fra overskrift. Jeg læser til pædagog derfor fanger overskriften med ”Red barnet vil stoppe pædofili trusler”. Jeg er ligeglad med rockerne, derfor ville hun ikke vælge den, med mindre hun lukkede den op og så at der var noget spændende indeni.

Urban og Metro har jeg læst mest. Men hun kan ikke sige hvad de plejer at gøre.

Læser du den samme igen?

Det kommer an på overskriften, hvis der er en spændende overskrift på en af de andre så tager hun hellere den. Det er ikke brandet der er afgørende det er de informationer der står på første side. Meget nærliggende at læse noget der har med min uddannelse at gøre. Bare fordi den ikke har noget indbydende på forsiden betyder det ikke at jeg ikke vil læse, jeg vil lige bladre igennem og så se om der er noget indeni.

Hvilke andre medier bruger du?

Primært tv-avisen, ellers får jeg information fra internettet eller fra venner og bekendte og familie. Mor sender ofte links på nettet. Nogle gange lukker jeg lidt af for nyheder for aviser, så gider jeg slet ikke se

nyheder på tv eller læse avis, det var altid det samme, og jeg har dannet min holdning, så jeg blev træt af at se det.

Hvis der ikke længere var gratisaviser?

Læse noget skoletekst eller et eller andet og så fordybe sig i det. Eller kigge på hvordan folk opfører sig. Kigge på landskabet. Ville ikke dø af at der ikke var gratisaviser, skulle nok slå tiden ihjel uden.

Ville du gå en omvej?

Ville ikke gå en omvej, for de ligger altid inde i toget, så det er ikke nødvendigt. Hvis jeg skulle med bussen ville jeg lige gå over og tage den. Men de er som regel altid et eller andet sted.

Er der forskel gratisaviserne imellem?

Ikke umiddelbart. De er nok mere lavet lidt hen af EB og BT. Det er den mere almindelige dansker der skal læse den, ikke en der har en børsnoteret virksomhed. Hr. Hansen nede på tredje skal kunne forstå det.

Læserbrevene læser jeg også, men det kommer an på hvad det handler om. Det er sjovt at høre folk brokke sig.

Følger du op på noget du har set tidligere?

Ja helt sikkert, fx ungdomshuset, men andre ting fx DR der har underskud, interesserer mig ikke, men hvis der er noget der har fanget min interesse.

Temaer?

Ved ikke om de kører temaer. Men det ville være smart hvis de gjorde det. Men det er ikke noget jeg har tænkt over.

Den perfekte avis?

Synes aviserne er gode som de er. Så jeg tror ikke jeg som sådan ville lave om. De er meget godt allround i det hele. Der er lige fra psykisk syge til griseøjne i klasseværelset. Det spænder fra det ene til det andet. Det viser at de gør det meget godt. Jo måske skulle der sættes flere tegneserier i. Der er nogle hvor der ikke er nogen i. En avis med respekt for sig selv skal have en tegneserie – bare en lille en. Ofte er de bagi, det er meget godt når man starter forfra, så får man lige et grin når man kommer om bag i til tegneserierne. Meget rart at man lige kan få sluppet de store bekymringer.

Hvorfor synes kæresten det er vigtigt?

Vil gerne holde sig orienteret – vil gerne diskutere – hun gider ikke diskutere, så han får altid ret – men de har også ret ens holdninger – men de har altid i hans familie været debatlystne – kunne tage en diskussion over søndagskaffen – men man må ofre sig for aftenkaffen.

Hvis man ikke blev opdateret?

Det ville betyde noget – hvis der er en periode uden nyheder skal hun lige opdateres – det er naivt at tro at der ikke foregår noget ude i Verden bare fordi man ikke hører om det.

Er gratisaviser nok?

Det vil jeg mene. Hvis der er et emne de tager op kan man jo altid søge mere information. Men det er nok til at holde det løbende over dagen. Det kommer an på om de skriver det samme om man skal have en eller flere. Ofte er det jo noget der bliver taget op senere i nyhederne.

Vil hellere læse gratisaviser end fx EB, BT og ugeblade. Gider ikke læse om de kendte. Godt at der ikke er noget royalt i – altså selvfølgelig store nyheder, men ikke alt det andet sladder. Ikke alt det om de kendte og kongelige.

Blev oversvømmet på et tidspunkt. Læser hvad der ligger der. De er så allround i deres informationer, så ingen præferencer. Det eneste jeg ikke gider læse er sporten.

Respondent 4: Karina

Baggrundsinformation:

- Controller
- Pendler cirka 15 minutter hver dag.

Hvornår og hvor mange læser du?

Jeg læser nogle af dem. Som regel når jeg kører tog, ca. 3-4 gange om ugen.

Hvad skal der til for at du vil læse?

Interessant – den jeg læser mest er Urban de andre kan jeg godt undvære. God bagside, der skal være sjov og information. Jobannoncer er også interessante. Urban er både seriøs og sjov.

Hvad får du ud af det?

Læser om der er noget der er interessant nok til at man skal gå mere i dybden – hvis der er en artikel hvor der står noget spændende, fx nyhedsstof.

Er det vigtigt med nyheder?

Ikke det største, men skimmer det lige igennem om der er noget interessant.

Hvorfor læse dem?

Opdatering – følge med i hvad der sker rundt omkring – det vil man gerne – få tiden til at gå (1/2 time – 1 avis er nok) . I nyhederne står der altid det samme – Hendes chef kender meget til politik, så det er lidt pinligt hvis man ikke kan snakke med. Generelt er det bare rart at være opdateret når man snakker andre mennesker.

Underholdt – så man har noget at lave – det er sjovt at få den der helt skæve vinkel på tingene – når hun vil underholdes læses primært de små sjove historier og bagsiden.

Hvor får du behovet for nyheder dækket henne?

Får dette behov opfyldt fra tv. Har kun været inde på Ekstra Bladets hjemmeside ikke nogen af gratisavisernes.

Urban: Altid den jeg tager. Bagsiden giver et godt indblik, det kan jeg godt lide. Også jobannoncer, da jeg er ved at søge job. Mandag og onsdag er især gode.

Dækker de behovet for opdatering?

Nogle gange kunne hun godt tænke sig lidt mere, hvis der er sket noget. Men det er jo gratisviser, så man skal ikke forvente det helt store. Kan ikke komme i tanker om noget. Nogle gange har jeg læst

noget og vil gerne vide lidt mere. Det er jo kun korte nyheder. Nogle gange er der større nyheder, det har jeg set i 24Timer. Jeg får de to af dem – 24Timer og Dato – ind af døren. Dem er jeg efterhånden begyndt at læse, selvom jeg har et skilt der siger jeg ikke vil have dem. Nu er jeg begyndt at kigge i dem, men det er ikke det store behov for at kigge i dem.

Ligner de hinanden (transport vs. Husstand)

Ja. Dato har noget halløj på bagsiden men det er ikke noget der fanger mig.

Det er ikke de samme ting der får mig til at læse derhjemme som i toget. Der tager jeg en som det første, det er mest for at få tiden til at gå.

Derhjemme er det mere hvis jeg ikke har noget andet at kigge i. Især onsdag hvor der er stillingsannoncer.

Hvad kan man ellers kigge på i gratisaviser?

Hvis der sker noget i København. Fx biografier, men også hvad der er af teater osv. Og så er der jo reklamerne. Det er nok ca. det samme antal reklamer der er som i alle andre aviser. Der er også mange reklamer i BT og Ekstra Bladet. Der er ikke for mange.

Hvis de ikke eksisterede?

Tager en bog med. Går ikke ned og køber en avis, køber stort set ikke aviser, kun hvis der står noget interessant på forsiden

Hvordan ville du vælge?

Forsiden, opsætningen altså hvordan det er sat op. Denne ene (dato) ville jeg ikke vælge, den ser ikke så spændende ud. Overskriften betyder meget. Urban kunne være interessant at læse mere om pga. overskriften. 24Timer er ikke lige hende. Metro – den har for meget tekst til en forside, der føler jeg at jeg skal læse det hele.

Hvordan bladrer du den igennem?

Starter altid fra en ende og læser. Tager overskrifterne og det der lige ser interessant ud.

Har de en holdning?

Nej, de er rimelig neutrale. De går ikke ind og prikker til noget. I hvert fald ikke lige det hun har læst. Meget godt at de er neutrale så folk selv kan danne en mening. De skal jo bare viderefremidle nyheder. Holdning kan fx komme på bagsiden, hvor de skriver mere hvad de mener og det er den person der har skrevet det hvis holdning kommer til udtryk.

Ville ikke bruge penge på en avis, men Ekstra Bladet ville hun bestemt kigge nærmere på hvis der var en fængende overskrift.

Har du oplevet at tage den med hjem?

Ja, men sjældent jeg får læst den. Primært hvis hun ikke er blevet færdig med den, så ligger jeg den i tasken. Men glemmer altid at læse den derhjemme.

Det er irriterende at få dem ind af døren som man ikke har bedt om. Det har jeg også sagt til dem. Jeg har nej tak skilt, men det respekterer de ikke. Væk i tre måneder og så skulle hun ind af bagdøren for bare aviser.

Synes ikke man bare skal aflevere dem til folk.

Følger de op på hvad der sker?

Har ikke læst så mange her på det sidste. Jeg tager ikke en Urban fx for at se om de følger op på det de skrev om i går.

Sproget – er der forskel på den måde de skriver på?

Meget ens sprogmæssigt. Næsten bedre end Ekstra Bladet. Der er en ind imellem der ikke kan stave. Men de skriver kort og præcist (gratisaviserne) og får sagt det de gerne vil frem med uden at det skal fylde 14 sider.

Det optimale produkt?

Bladrer...jamen det er jo reklamer det hele, det plejer der ikke at være...nå men så lidt mindre reklamer end der er i denne her. Jeg kan godt lide den måde den er sat op på. Og måden den er godt blandet uden at være for blandet. Der kommer også små billeder ind, det kan jeg også godt blive fanget af. Godt lige at se om der sker et eller andet.

Er det nok til at vide hvad der foregår?

Nej egentlig ikke. Man vil gerne have det mere uddybet.

Længere artikler – læser du dem?

Hvis det er noget der har interesse gør jeg, og de vælter jo ind af døren, så hvis der er noget der lige lyser i øjnene samler jeg den op. Der må gerne være en enkelt længere artikel imellem.

Adfærd?

Om morgenen kigger jeg bare igennem. Ikke så meget om det er korte eller lange, bare lige for at se om der er sket noget i verden.

Kunne du finde på at skifte til en af de andre?

Synes Nyhedsavisen ser røvkedelig ud, meget konservativ, den er mere tør end de andre. Der er så heller ikke lige så mange reklamer.

Ville ikke tage den hvis den lå i toget. Der er ikke noget som lige fanger og siger det er lige mig.

Hvad er det der er så godt ved Urban (den hun bedst kan lide)?

Der bliver sat billeder på de ting de skriver om. De andre er der mere tekst. Godt nok er der mange reklamer. Men hver dag er der et par stillingsannoncer og så står der også noget om forlystelser, både bio og restauranter. Om fredagen er der mere, så man kan se om der lige er et eller andet.

Respondent 5: Tue

Baggrundsinformation:

- 57 år
- Bibliotekar

”Forestil dig at du har en gratisavis liggende foran dig. Hvad skal avisen indeholde for at du får lyst til at læse I den?

Avisen skal helst have noget indhold som ingen andre har

Det er vigtigt at det er et indhold med eget syn på tingene, så det ikke er det samme som de alle sammen skriver

Generelt så det ikke bare ikke særlig godt hvis det kun er telegrammer. Der må også gerne være nogle sjove indslag

"Hvilke behov dækker gratisaviser for dig? Hvorfor læser du gratisaviser? Hvad specifikt i gratisavisen bidrager til at du får dækket disse behov?"

Det skal bare være læsestof – synes ikke de eksisterende er særligt gode – det betyder ikke så meget hvad der står i dem – **Tidsfordriv** – Det er det eneste der er at foretage sig når man sidder i toget – læser dem primært når jeg har glemt bogen – Læser for at slå tiden ihjel – for ikke at kede mig – eller for at finde ud af hvad der kommer i fjernsynet om aftenen – læser gratisaviser i stedet for og sidde og kigge ud af vinduet – så får man da et eller andet input når man alligevel ikke har andet at lave – det er lige meget hvad det er bare det er læsestof – så bliver man jo underholdt i stedet for at kede sig

"Hvad ville du ændre ved eksisterende gratisaviser for at det blev det helt ideelle produkt?"

Færre reklamer, det er irriterende med reklamer, de interesserer mig ikke og jeg synes det er spild af tid, men det er jo der de får pengene fra så de skal jo være der. Jeg bladrer hurtigt over dem.

Den måtte gerne indeholder nogle flere historier og noget fiktion, men det er bare fordi jeg har interesse for det. Jeg tror ikke gratisaviser nogensinde bliver rigtig noget for mig. Produktet siger mig bare ikke særligt meget. Men det er nok fordi de ikke har deres eget syn på tingene og giver en spændende vinkel. Jeg bruger dem kun til at fordrive tiden med.

"Hvad gjorde du for der eksisterede gratisaviser (i relation til at få dækket de ovenstående behov?"

Kiggede ud af vinduet i toget, læste i "Ud og se", ventede på bussen uden noget andet at foretage mig
Læser kun Urban og Metro, de andre rører jeg ikke.

Respondent 6: Lisbeth

Baggrundsinformation:

- 43 år
- Pædagog

"Forestil dig at du har en gratisavis liggende foran dig. Hvad skal avisen indeholde for at du får lyst til at læse i den?"

Korte artikler der fortæller det vigtigste der er sket i løbet af dagen

jobannoncer – de er sjove at læse

tv-program

Noget humoristisk (fx bagsiden med Jan Gintberg). Der skal være noget sjovt

”Hvilke behov dækker gratisaviser for dig? Hvorfor læser du gratisaviser? Hvad specifikt i gratisavisen bidrager til at du får dækket disse behov?”

Det er godt at vide hvad der er sket i og udenfor Danmark uden at man behøver at gå i dybden med det, fx er det rart at følge med i irakkrigen uden at man skal vide særlig meget om det – det er rart at få et kort overblik over politik og andre ting man ikke gider sætte sig dybt ind i - **Kort overblik over begivenheder** – det er med vigtigt korte nyheder for at kunne følge med – det er vigtigt at følge med for at holde sig ajour – det er godt med korte nyheder til at samtale med andre fx ”jeg læste lige i Urban at... bla bla”, det kan man ofte få brug for - det er meget rart hvis man ikke har andet at snakke om - mest hvis det er nogle man ikke kender så godt - så der ikke kommer pinlig tavshed - rart i fx en pause hvis de nærmeste venner/kolleger ikke er der – det kan godt være akavet hvis man ikke har noget at snakke om – det er bedre at snakke om fx vejret - Vejret er et meget brugt og klicheagtigt emne - det er mere vigtigt at der er noget indhold i det man siger – jeg vil gerne udstråle at jeg følger med i hvad der sker - det er vigtigt at holde samtalen i gang – så man ikke kommer ud i situationer hvor man ikke har noget at sige – det er ikke rart fordi det får mig til at føle mig dum hvis man bare står der uden at sige noget.

Historier med folk ude på landet, der har oplevet underlige ting er sjove – helst ikke for meget krig og ødelæggelse - sjove historier – ligegyldige historier - **Underholdning** – det er meget rart at få et smil på læben, på vej hjem fra lang dag på arbejdet – det kan sammenlignes med tv-serier – det er rart at koble af – det er rart at blive underholdt på et lettere plan – man vil ikke have en dårlig smag i munden efter man har læst den – man vil ikke tænke dybere over det – hvis man læser lange artikler skal man koncentrere sig meget – gratisaviser er overskuelige – man vil bare koble af

”Hvad ville du ændre ved eksisterende gratisaviser for at det blev det helt ideelle produkt?”

Urban + metro er gode og de tilfredsstillende mine behov, de tager ca. en halv time at læse og det er lige hvad man har når man sidder i toget. Jeg kan ikke forestille mig at de kan være bedre for jeg får de informationer jeg har brug for uden dybde.

Gratisaviser behøves ikke at være god journalistik og være specielt velskrevet eller unikt, det skal bare være nyheder serveret på kort form

Der er selvfølgelig nogle længere artikler som fanger ens opmærksom hvis det er et emne som har interesse, og så er det meget godt at de er der, men hvis det ikke har interesse er det ligemeget

Af ting der SKAL være i en gratisavis er indland + udland og politik, skæve historier. Ting der er oppe i tiden er det også rart at der står noget om så man kan følge med.

"Hvad gjorde du for der eksisterede gratisaviser (i relation til at få dækket de ovenstående behov?"

Læste en bog i toget, spil på telefon

Tilføjelser

Det er irriterende at man ikke selv kan bestemme om man vil have de husstandsomdelte. De respekterer ikke et "nej tak" skilt og smider dem ind af brevsprækken alligevel selvom det er lang tid siden vi satte skiltet op. Jeg gider ikke læse dem fordi det føles som tvang at jeg får dem. Metro og Urban er gode fordi dem tager man selv på stationen. Det skal være frivilligt, de får ikke noget positivt ud af at smide dem ind i folks brevsprækker. Jeg er fuldstændig holdt op med at læse de husstandsomdelte i protest.

Respondent 7: Flemming

Baggrundsinformation:

- 47 år
- Tømrer

Hvor ofte læser du gratisaviser og hvilke?

Læser dem nogen gange under transport til arbejde, men ikke hver dag. Han får dem derhjemme, bladrer nogen gange igennem, hvis han har tid.

Hvorfor samle op?

Hvis man ved der er sket et eller andet spændende, som man må læse om, eller der er en spændende forside. Han keder sig når han tager toget og derfor rart med en gratisavis. Han har ikke adgang til nyheder i løbet af dagen, derfor rart at få dem om morgenen. Bruger ofte tekst-tv om aftenen, det er meget rart, da det er opdateret med hvad der er sket i løbet af dagen.

Hvad kan de give dig?

En kort opdatering af hvad der sker ude i verden. Det er ofte bare det man har brug for, og ikke så meget pladder.

Hvor får du behovet for nyheder dækket henne?

Tekst-tv, gratisaviser og selvfølgelig fjernsyn. Det varierer lidt, men generelt er de tre medier nogen han har kontakt med i løbet af ugen.

Hvilke behov dækker gratisaviser for dig?

Når jeg keder mig er det godt de er der. Det er tidsfordriv på den gode måde. Turen går lidt hurtigere. Det bliver lidt sjovere at køre i tog. Det er lige som om det er blevet en fast rutine, han tager den altid når han tager toget. Sjovt at så mange sidder og læser, der er på en måde noget hyggeligt over det. Hans kolleger (håndværker) læser også i dem. Det er rart at man kan snakke lidt med om hvad der sker omkring en.

Skal avisen have en holdning eller ikke?

Nej det behøver den ikke, han vil gerne læse nyheder og så kan han selv tage stilling til hvad han synes om det. Det er godt der ikke er nogen holdning, for så kan alle være med.

Hvilken vil du vælge (aviser foran sig)?

MetroXpress. Den har en tiltalende forside som han synes appellerer til ham

Hvis der ikke længere var gratisaviser?

Ville ikke bruge et andet medie under transport, men derhjemme ville det bare blive erstattet af tekst-tv og tv. Har aldrig haft abonnement på en betalingsavis, så det kommer han nok heller ikke til.

Er der forskel gratisaviserne imellem?

Nej, det tror han egentlig ikke der er. Han kan i hvert fald ikke se forskellen. Men der er da sikkert tænkt over det.

Den perfekte avis?

Hmm...ved ikke, lidt mere om sport måske. Men det er nu ok, som det er

Respondent 8: Karen

Baggrundsinformation:

- 58 år
- Sygeplejerske

Hvor ofte læser du gratisaviser og hvilke?

En gang imellem. Det er ikke hver dag, men mest hvis der er en spændende historie på forsiden. Men det er ikke hver dag hun får dem. Fik dem en periode og så meldte hun sit abonnement på Politiken fra, men så gik der et stykke hvor hun ikke fik dem mere. Det var ret irriterende for så havde hun slet ikke nogen avis. De er ikke til at stole på, det er det værste. Ellers er det en god avis. Læser kun dem der kommer derhjemme, da hun ikke tager toget.

Hvorfor vælger du at læse den, der ligger i din postkasse?

Det er rart at få nyheder, hun har altid gerne ville følge med. Da hun holdt avis fik hun ikke læst begge dele, det var alt for meget, men efter hun har frmeldt den læser hun 24Timer. Det er en ok avis, den er ikke så dyb, men det giver det den skal.

Hvad kan de give dig?

Der skal være en oversigt over de vigtigste nyheder. Det er vigtigt at det er noget der rører sig. Nogle gange er der ligegyldige ting på forsiden. Hun er ligeglåd med alle tegneserierne og magasinerne, vil udelukkende have nyheder. Gerne en lidt anderledes historie eller måske en ny historie, som hun ikke har set i fjernsynet dagen før. Det kunne være rart.

Hvor får du behovet for nyheder dækket henne?

Fjernsynet er det jeg bruger mest. Ellers gratisaviser. Har prøvet at kigge nyheder på nettet, men synes det er lidt besværligt, fordi så skal man åbne computeren, men hendes søn sagde det var smart, så ville hun gerne prøve.

Hvilke behov dækker gratisaviser for dig?

De giver mig nyheder primært. Det skal man have. Har altid fulgt med i hvad der sker omkring hende. Det er vigtigt, så hun kan snakke med sine kolleger og patienter. Der er altid en der lige sige et eller andet, og så er det irriterende ikke at vide hvad de snakker om. Det er rart at

Skal avisen have en holdning eller ikke?

Den må godt have holdning, men ikke i retning af de store aviser. Det er ok med en neutral nyhedsformidler også

Hvilken vil du vælge (aviser foran sig)?

24Timer, det er den hun kender og har læst i.

Hvis der ikke længere var gratisaviser?

Så ville hun gå tilbage til sin betalingsavis

Den perfekte avis?

Svært at svare på. Synes egentlig de gør det godt nu. Måske lidt mere om de kendte, men det kan man jo også få andre steder. Det er ok det de gør nu.

Bilag 9: MEC kæder

Rådata:

| Attributter | Fysiske konsekvenser | Psykosociale | Instrumentale værdier |
|---|---|--|--|
| | Kedsomhed Lige få nyheder mens man ikke har andet at lave | | |
| Korte nyheder | Nyheder Hvad sker der i Verden | Lever ikke i et tomrum Min kæreste siger jeg skal | |
| Gode overskrifter Gode artikler | Informationer og holdninger | Naivt at tro at der ikke sker noget i verden bare fordi man ikke hører om det Rart at være med Kan snakke med andre mennesker/debatere | Danne en mening om de ting der sker Være i stand til at diskutere ting Føle sig ligeværdige |
| Korte artikler | Opdatering Følge med i hvad der sker omkring en | Pinligt hvis man ikke kan snakke med chefen om politik Generelt bare rart at være opdateret når man snakker med andre mennesker | |
| Den skæve vinkel på historierne Små sjove historier og bagsiden | Sjov Få tiden til at gå | Så man har noget at lave og sidder ikke bare og glør | |
| Ingen dydde Kort overblik over ting man ikke gider sætte sig ind i | Kort overblik over hvad der er sket Vigtigt for at følge med i hvad der sker | Holdte sig ajour Smalltalke med andre Undgå pinlig tavshed, kan være akavet hvis man ikke har noget at snakke om | Der skal være indhold i det man siger Føler sig dum hvis man ikke har noget at sige Udstråle at man følger med |
| Underlige sjove ting , som folk har oplevet Sjove, ligegyldige historier | Underholdning Ikke tænke dybere over tingene Smil på læben Koble fra og blive underholdt på et lavere plan | | |

Grupperede MEC kæder:

| Attributter | Fysiske konsekvenser | Psykosociale | Instrumentale værdier |
|--------------------------------|--|---|--|
| Korte nyheder | Holde sig opdateret Viden om hvad der sker i verden | 1. Kan snakke med og debattere | Evne til at være kritisk og danne mening Være i stand til at diskutere ting |
| | | 2. Kan snakke med folk man ikke kender Undgå pinlig tavshed Undgå akavede situationer | Udstråle at man følger med |
| Sjove historier, skæve vinkler | Få et smil på læben | Blive underholdt og koble fra | |
| Læsestof | Slå tiden ihjel | Så man ikke bare kigger ud af vinduet Undgå kedsomhed | |
| Tillæg (fx mode osv.) | Inspiration om for eksempel mode eller kultur | Følger med i de trends der rører sig | Evne til at være med på moden |

Kilde: Egen tilvirkning

Bilag 10: Spørgeskema



Spørgsmål 1 af 26

Kære paneldeltager

Dette spørgeskema omhandler gratisaviserne MetroXpress, Urban, Nyhedsavisen, 24Timer og Dato. Det tager ca. 10-15 minutter at besvare det. Som tak for din deltagelse modtager du 200 point.

Næste >>



Spørgsmål 2 af 26

Hvor ofte læser du i følgende gratisaviser:

| | 5 gange om ugen eller mere | 4 gange om ugen | 3 gange om ugen | 2 gange om ugen | 1 gang om ugen | Sjældnere/aldrig | Ved ikke |
|--------------|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Urban | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| MetroXpress | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 24Timer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Dato | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Nyhedsavisen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Næste >>

Hvilken af gratisaviserne foretrækker du?

MetroXpress

Urban

Nyhedsavisen

24Timer

Dato

Næste >>

Hvorfor foretrækker du denne avis?

Næste >>

Hvornår læser du oftest xxx?

På farten

Derhjemme

Næste >>



Hvor modtager du primært xxx?

På offentlige steder

Hjemme



Næste >>

På baggrund af dine samlede erfaringer med xxx, hvor tilfreds er du så med avisen alt i alt?

| |  Meget utilfreds 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |  Meget tilfreds 10 |
|--------------------|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--|
| Samlede erfaringer | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



Næste >>

Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale xxx til nogen i din omgangskreds?

| |  Meget lidt sandsynligt 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |  Meget sandsynligt 10 |
|------------------------------|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--|
| Sandsynlighed for anbefaling | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



Næste >>

I det følgende vil du se en række udsagn om xxx, og du bedes tage stilling til, i hvor høj grad du er uenig eller enig. 1 er meget uenig og 10 er meget enig.

| |  Meget uenig 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |  Meget enig 10 | Ved ikke |
|---|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| yyy lever op til mine samlede forventninger | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy er overordnet en god gratisavis | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy er velskrevet og gennemarbejdet | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har få faktuelle fejl | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har få sproglige fejl | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



Næste >>

I det følgende vil du se en række udsagn om xxx, og du bedes tage stilling til, i hvor høj grad du er uenig eller enig. 1 er meget uenig og 10 er meget enig.

| |  Meget uenig 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |  Meget enig 10 | Ved ikke |
|---|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| yyy skriver i et godt sprog | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har overordnet en god journalistisk profil | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har de samme holdninger som mig | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy beskæftiger sig med stof, der er relevant for mig | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy er en avis med holdninger | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy giver en ny vinkel på historierne | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy følger op på aktuelle historier | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



Næste >>

I det følgende vil du se en række udsagn om xxx, og du bedes tage stilling til, i hvor høj grad du er uenig eller enig. 1 er meget uenig og 10 er meget enig.

| |  Meget uenig 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |  Meget enig 10 | Ved ikke |
|--|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| yyy er forskellig fra de øvrige gratisaviser | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har et selvstændigt udtryk | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



Næste >>

I det følgende vil du se en række udsagn om xxx, og du bedes tage stilling til, i hvor høj grad du er uenig eller enig. 1 er meget uenig og 10 er meget enig.

| |  Meget uenig 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |  Meget enig 10 | Ved ikke |
|--|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| yyy er nem at få fat på, når jeg har tid og lyst til at læse den | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Den måde, som yyy bliver uddelt på, passer mig godt | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



Næste >>

I det følgende vil du se en række udsagn om xxx, og du bedes tage stilling til, i hvor høj grad du er uenig eller enig. 1 er meget uenig og 10 er meget enig.

| |  Meget uenig 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |  Meget enig 10 | Ved ikke |
|---|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| Mine venner og bekendte synes godt om at læse yyy | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mine venner og bekendte synes bedre om at læse yyy end om at læse en betalingsavis | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mine venner og bekendte synes bedre om at læse yyy end om at læse de andre gratisaviser | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



Næste >>

I det følgende vil du se en række udsagn om xxx, og du bedes tage stilling til, i hvor høj grad du er uenig eller enig. 1 er meget uenig og 10 er meget enig.

| |  Meget uenig 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |  Meget enig 10 | Ved ikke |
|---|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| Jeg forbinder overordnet yyy med noget positivt | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy passer godt ind i min dagligdag | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy opfylder et vigtigt behov i min dagligdag | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



Næste >>

I det følgende vil du se en række udsagn om xxx, og du bedes tage stilling til, i hvor høj grad du er uenig eller enig. 1 er meget uenig og 10 er meget enig.

| |  Meget uenig 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |  Meget enig 10 | Ved ikke |
|--|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| Det er sandsynligt at jeg ville vælge yyy, hvis jeg frit kunne vælge en gratisavis | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jeg forventer at læse yyy minimum en gang i den kommende uge | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



Næste >>

Du vil nu se en række udsagn om xxxs indhold og udseende, og du bedes stadig tage stilling til, i hvor høj grad du er uenig eller enig. 1 er meget uenig og 10 er meget enig.

| |  Meget uenig 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |  Meget enig 10 | Ved ikke |
|--|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| yyy har et passende antal reklamer på forsiden | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har en forside, der giver mig lyst til at læse avisen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har interessante overskrifter inde i avisen, som giver mig lyst at læse artiklerne | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy ser flot ud | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har som regel en interessant historie på forsiden | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har overordnet en passende mængde reklamer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Næste >>



Du vil nu se en række udsagn om xxxs indhold og udseende, og du bedes stadig tage stilling til, i hvor høj grad du er uenig eller enig. 1 er meget uenig og 10 er meget enig.

| |  Meget uenig 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |  Meget enig 10 | Ved ikke |
|--|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| yyy har generelt et godt indhold | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har gode faste sektioner og tillæg | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har en god tv-oversigt | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har interessante jobannoncer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har interessante anmeldelser af kultur (film, teater osv.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har en god dækning af, hvad der sker i byen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har interessante boligannoncer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har en underholdende bagside | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har underholdende tegneserier og/eller skæve historier | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har et godt rejsetillæg | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har et godt tillæg med mode- og/eller trends | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har et godt uddannelses- og jobtillæg | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Næste >>

Spørgsmål 18 af 26



Du vil nu se en række udsagn om xxxs indhold og udseende, og du bedes stadig tage stilling til, i hvor høj grad du er uenig eller enig. 1 er meget uenig og 10 er meget enig.

| |  Meget uenig 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |  Meget enig 10 | Ved ikke |
|--|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| yyy har en hjemmeside, der supplerer den trykte avis | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har en god hjemmeside | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Næste >>

Spørgsmål 19 af 26

Du vil nu se en række udsagn om xxxs indhold og udseende, og du bedes stadig tage stilling til, i hvor høj grad du er uenig eller enig. 1 er meget uenig og 10 er meget enig.

| |  Meget uenig 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |  Meget enig 10 | Ved ikke |
|--|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| yyy har en god dækning af sportsnyheder | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har en god dækning af erhvervsnyheder | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har en god dækning af politik | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har en god dækning af nyheder fra udlandet | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy dækker generelt de stofområder, jeg interesserer mig for | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy bringer som regel aktuelle nyheder | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| yyy har en god dækning af nyheder fra Danmark | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Næste >>



Spørgsmål 20 af 26



I hvilke situationer læser du typisk gratisaviser?

- Når jeg er derhjemme
- Under transport af kortere varighed
- Under transport af længere varighed
- På arbejdet
- I andre situationer

Næste >>

I det følgende bedes du angive, hvor uenig eller enig du er i udsagnene på en skala fra 1 til 10.
1 er meget uenig og 10 er meget enig.

Jeg læser gratisaviser for at...

| |  Meget uenig 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |  Meget enig 10 | Ved ikke |
|--|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|
| ...blive underholdt | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ...fordrive tiden | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ...få en kort nyhedsopdatering | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ...blive inspireret | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ...få ny viden om emner, der interesserer mig | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ...blive bredt opdateret på, hvad der foregår omkring mig | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ...få en dybere viden om mere specifikke emner | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| ...finde specifik information om fx jobs, rejser eller arrangementer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Næste >>

Hvor mange forskellige gratisaviser læser du cirka i om dagen?

Mindre end 1 avis om dagen

1 avis om dagen

2 aviser om dagen

3 aviser om dagen

4 aviser om dagen

5 aviser om dagen

Ved ikke

Næste >>

I det følgende bedes du angive, hvilken svarmulighed der passer bedst på dig med hensyn til din måde at vælge gratisavis på.

Jeg vælger bevidst altid den/de samme aviser



Jeg læser altid den/de samme aviser, fordi der ikke er andre, jeg kan få fat på

Det er tilfældigt, hvilken jeg vælger

Jeg synes det er rart med lidt afveksling, og læser derfor flere forskellige aviser

Næste >>

Forestil dig den perfekte gratisavis. Du bedes nu tage stilling til hvor tæt xxx er på denne

| |  Meget uenig 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |  Meget enig 10 | Ved ikke |
|---------------------------------------|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---|-----------------------|
| yyy er tæt på den perfekte gratisavis | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Næste >>

Har du yderligere kommentarer eller forslag?

Næste >>

Tak for din besvarelse.

Næste >>

Bilag 11: Spørgeskema grupperet

Nedenstående figur illustrerer spørgsmålene relateret til bestemmelse af driverne for læsning, grupperet efter hvilke latente variabler de knytter sig til.

| Latent variabel | Indikatorvariabel | Spørgsmåls nummer | Spørgsmål | |
|-----------------|-----------------------|-------------------|--|--|
| Indhold | Faste elementer | A17_12 | yyy har et godt uddannelses- og jobtillæg | |
| | | a17_10 | yyy har et godt rejsetillæg | |
| | | a17_11 | yyy har et godt tillæg med mode- og/eller trends | |
| | | a17_7 | yyy har interessante boligannoncer | |
| | | a17_4 | yyy har interessante jobannoncer | |
| | | a17_9 | yyy har underholdende tegneserier og/eller skæve historier | |
| | | a17_5 | yyy har interessante anmeldelser af kultur (film, teater osv.) | |
| | | | a17_2 | yyy har gode faste sektioner og tillæg |
| | | Stofområder | a19_3 | yyy har en god dækning af nyheder fra udlandet |
| | | | a19_7 | yyy har en god dækning af politik |
| | | | a19_4 | yyy har en god dækning af nyheder fra Danmark |
| | | | a19_2 | yyy bringer som regel aktuelle nyheder |
| | | Fejl | a9_5 | yyy har få sproglige fejl |
| | | | a9_4 | yyy har få faktuelle fejl |
| | Hjemmeside | a18_1 | yyy har en god hjemmeside | |
| | | a18_2 | yyy har en hjemmeside, der supplerer den trykte avis | |
| Brand | Image og journalistik | a9_2 | yyy er overordnet en god gratisavis | |
| | | a9_1 | yyy lever op til mine samlede forventninger | |
| | | a9_3 | yyy er velskrevet og gennemarbejdet | |
| | | a10_2 | yyy beskæftiger sig med stof, der er relevant for mig | |
| | | a17_1 | yyy har generelt et godt indhold | |
| | Differentiering | a10_7 | yyy giver en ny vinkel på historierne | |
| | | a11_1 | yyy er forskellig fra de øvrige gratisaviser | |
| | | a11_2 | yyy har et selvstændigt udtryk | |
| | | a10_3 | yyy er en avis med holdninger | |
| Subjektiv norm | | a13_1 | Mine venner og bekendte synes godt om at læse yyy | |
| | | a13_2 | Mine venner og bekendte synes bedre om at læse yyy end om at læse en betalingsavis | |
| | | a13_3 | Mine venner og bekendte synes bedre om at læse yyy end om at læse de andre gratisaviser | |
| Grafisk udtryk | | a16_3 | yyy har et passende antal reklamer på forsiden | |
| | | a16_5 | yyy har overordnet en passende mængde reklamer | |
| | | a16_1 | yyy ser flot ud | |
| | | a16_2 | yyy har en forside, der giver mig lyst til at læse avisen | |
| | | a16_4 | yyy har som regel en interessant historie på forsiden | |
| | | a16_6 | yyy har interessante overskrifter inde i avisen som giver mig lyst til at læse artiklerne | |
| Distribution | | a12_1 | yyy er nem at få fat på, når jeg har tid og lyst til at læse den | |
| | | a12_2 | Den måde, som yyy bliver uddelt på, passer mig godt | |
| Tilfredshed | | 7_1 | På baggrund af dine samlede erfaringer med xxx, hvor tilfreds er du så med avisen alt i alt? | |
| | | 9_1 | yyy lever op til mine samlede forventninger | |
| | | 24_1 | Forestil dig den perfekte gratisavis. Du bedes nu tage stilling til hvor tæt xxx er på denne | |
| Attitude | | 14_3 | yyy opfylder et vigtigt behov i min dagligdag | |
| | | 14_2 | yyy passer godt ind i min dagligdag | |
| | | 14_1 | Jeg forbinder overordnet yyy med noget positivt | |
| Læseintention | | 15_1 | Det er sandsynligt at jeg ville vælge yyy, hvis jeg frit kunne vælge en gratisavis | |
| | | 8_1 | Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale xxx til nogen i din omgangskreds? | |
| | | 15_2 | Jeg forventer at læse yyy minimum en gang i den kommende uge | |

Kilde: Egen tilvirkning

Bilag 12: Frekvenstabeller

Venstre tabel viser tal fra egen undersøgelse; højre tabel viser tal fra IndeksDanmark, som repræsenterer befolkningen som helhed.

| Data fra egen undersøgelse | | | Fra IndexDanmark | | |
|---|-----------|---------------|---|-----------|---------------|
| Alder | | | Alder | | |
| Kategori | Frequency | Valid Percent | Kategori | Frequency | Valid Percent |
| 15 - 19 år | 2 | 0,2 | 12-19 år | 11 | 11 |
| 20 - 29 år | 87 | 10,3 | 20-29 år | 14 | 14 |
| 30 - 39 år | 257 | 30,3 | 30-39 år | 17 | 17 |
| 40 - 49 år | 271 | 32,0 | 40-49 år | 17 | 17 |
| 50 - 59 år | 162 | 19,1 | 50-59 år | 16 | 16 |
| 60 - 69 år | 62 | 7,3 | 60-69 år | 12 | 12 |
| 70+ år | 7 | 0,8 | 70 år eller derover | 12 | 12 |
| Total | 848 | 100,0 | Total | 100 | 100 |
| Køn | | | Køn | | |
| Kategori | Frequency | Valid Percent | Kategori | Frequency | Valid Percent |
| Mand | 432 | 50,9 | Mand | 49 | 49 |
| Kvinde | 416 | 49,1 | Kvinde | 51 | 51 |
| Total | 848 | 100,0 | Total | 100,0 | 100,0 |
| Husstandens samlede årlige indtægt | | | Husstandens samlede årlige indtægt | | |
| Kategori | Frequency | Valid Percent | Kategori | Frequency | Valid percent |
| Under 70.000 kr. | 9 | 1,1 | Indtil kr. 99.999 | 3 | 3 |
| 70.000 til 119.000 kr. | 22 | 2,6 | Kr. 100.000 - 199.999 | 13 | 13 |
| 120.000 til 149.999 kr. | 18 | 2,1 | Kr. 200.000 - 299.999 | 12 | 12 |
| 150.000 til 249.999 kr. | 66 | 7,8 | Kr. 300.000 - 399.999 | 11 | 11 |
| 250.000 til 299.999 kr. | 65 | 7,7 | Kr. 400.000 - 499.999 | 11 | 11 |
| 300.000 til 399.999 kr. | 99 | 11,7 | Kr. 500.000 - 599.999 | 12 | 12 |
| 400.000 til 499.999 kr. | 123 | 14,5 | Kr. 600.000 - 699.999 | 8 | 8 |
| 500.000 til 599.999 kr. | 122 | 14,4 | Kr. 700.000 - 799.999 | 6 | 6 |
| 600.000 til 699.999 kr. | 97 | 11,4 | Kr. 800.000 - 899.999 | 3 | 3 |
| 700.000 kr. eller derover | 126 | 14,9 | Kr. 900.000 - 999.999 | 2 | 2 |
| Ved ikke/vil ikke svare | 101 | 11,9 | Kr. 1.000.000 og derover | 3 | 3 |
| Total | 848 | 100,0 | Ved ikke/vil ikke svare | 15 | 15 |
| | | | Total | 100 | 100 |
| Uddannelsesniveau | | | Uddannelsesniveau | | |
| Kategori | Frequency | Valid Percent | Kategori | Frequency | Valid Percent |
| Folkeskole indtil 7. klasse | 6 | 0,7 | Folkeskole 7 år eller kortere | 10 | 10 |
| Folkeskole 8. - 9. klasse | 29 | 3,4 | Folkeskole 8 - 10 år | 13 | 13 |
| Mellemskole/realeksamen/10. klasse | 84 | 9,9 | Mellem/real/præl. | 1 | 1 |
| Studentereksamen/HH | 103 | 12,1 | Stud./ HF-/ HH-eksamen | 9 | 9 |
| Erhvervsuddannelse | 204 | 24,1 | Erhvervsuddannelse | 37 | 37 |
| Højere udd. (1-2 år efter HF-HH/student) | 67 | 7,9 | Høj udd. kort varighed (til og med 3 år) | 5 | 5 |
| Højere udd. (3-4 år efter HF-HH/student) | 194 | 22,9 | Høj udd. lang varighed (mere end 3 år) | 25 | 25 |
| Højere udd. (5 år eller mere efter HF-HH/student) | 161 | 19,0 | Ved ikke/ vil ikke svare | 0 | 0 |
| Total | 848 | 100,0 | Total | 100,0 | 100,0 |

Data fra egen undersøgelse

Bopæl i land- eller byområde

| Kategori | Frequency | Valid Percent |
|--|-----------|---------------|
| Hovedstadsområdet | 289 | 34,1 |
| Provinsby med mere end 50.000 indbygg. | 239 | 28,2 |
| Provinsby med 10.000 til 49.999 indbygg. | 137 | 16,2 |
| Provinsby med 2.000 til 9.999 indbygg. | 82 | 9,7 |
| Mindre by eller landområde | 101 | 11,9 |
| Total | 848 | 100,0 |

Foretrukken gratisavis

| Kategori | Frequency | Valid Percent |
|--------------|-----------|---------------|
| MetroXpress | 251 | 29,6 |
| Urban | 170 | 20,0 |
| Nyhedsavisen | 172 | 20,3 |
| 24Timer | 222 | 26,2 |
| Dato | 33 | 3,9 |
| Total | 848 | 100,0 |

Læsehypighed

| Kategori | Frequency | Valid Percent |
|----------------------------|-----------|---------------|
| 5 gange om ugen eller mere | 185 | 21,8 |
| 4 gange om ugen | 111 | 13,1 |
| 3 gange om ugen | 139 | 16,4 |
| 2 gange om ugen | 132 | 15,6 |
| 1 gang om ugen | 281 | 33,1 |
| Total | 848 | 100,0 |

Hvornår læses oftest

| Kategori | Frequency | Valid Percent |
|-----------|-----------|---------------|
| På farten | 437 | 51,5 |
| Derhjemme | 411 | 48,5 |
| Total | 848 | 100,0 |

Kilde: Egen undersøgelse og IndeksDanmark

Bilag 13: Krydstabeller

Sammenhæng mellem alder og foretrukken gratisavis

aldergruppering2 * Hvilken af gratisaviserne foretrækker du? : 1 Crosstabulation

| | | | Hvilken af gratisaviserne foretrækker du? : 1 | | | | Total |
|------------------|-------|---------------------------|---|-------|--------------|---------|--------|
| | | | MetroXpress | Urban | Nyhedsavisen | 24Timer | |
| aldergruppering2 | 15-29 | Count | 37 | 24 | 11 | 14 | 86 |
| | | % within aldergruppering2 | 43,0% | 27,9% | 12,8% | 16,3% | 100,0% |
| | 30-39 | Count | 64 | 57 | 60 | 67 | 248 |
| | | % within aldergruppering2 | 25,8% | 23,0% | 24,2% | 27,0% | 100,0% |
| | 40-49 | Count | 91 | 38 | 50 | 78 | 257 |
| | | % within aldergruppering2 | 35,4% | 14,8% | 19,5% | 30,4% | 100,0% |
| | 50-59 | Count | 44 | 32 | 38 | 45 | 159 |
| | | % within aldergruppering2 | 27,7% | 20,1% | 23,9% | 28,3% | 100,0% |
| | 60+ | Count | 15 | 19 | 13 | 18 | 65 |
| | | % within aldergruppering2 | 23,1% | 29,2% | 20,0% | 27,7% | 100,0% |
| Total | | Count | 251 | 170 | 172 | 222 | 815 |
| | | % within aldergruppering2 | 30,8% | 20,9% | 21,1% | 27,2% | 100,0% |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 28,746 ^a | 12 | ,004 |
| Likelihood Ratio | 29,528 | 12 | ,003 |
| Linear-by-Linear Association | 4,212 | 1 | ,040 |
| N of Valid Cases | 815 | | |

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,56.

Symmetric Measures

| | | Value | Approx. Sig. |
|--------------------|------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,188 | ,004 |
| | Cramer's V | ,108 | ,004 |
| N of Valid Cases | | 815 | |

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Sammenhæng mellem hvor avisen læses og foretrukken gratisavis

I hvilke situationer læser du typisk gratisaviser? : 8 * Hvilken af gratisaviserne foretrækker du? : 1 Crosstabulation

| | | | Hvilken af gratisaviserne foretrækker du? : 1 | | | | Total |
|---|---|---|---|-------|--------------|---------|--------|
| | | | MetroXpress | Urban | Nyhedsavisen | 24Timer | |
| I hvilke situationer læser du typisk gratisaviser? : 8 | Når jeg er derhjemme | Count | 38 | 25 | 102 | 122 | 287 |
| | | Expected Count | 88,4 | 59,9 | 60,6 | 78,2 | 287,0 |
| | | % within I hvilke situationer læser du typisk gratisaviser? : 8 | 13,2% | 8,7% | 35,5% | 42,5% | 100,0% |
| | Under transport af kortere varighed | Count | 70 | 60 | 23 | 17 | 170 |
| | | Expected Count | 52,4 | 35,5 | 35,9 | 46,3 | 170,0 |
| % within I hvilke situationer læser du typisk gratisaviser? : 8 | | 41,2% | 35,3% | 13,5% | 10,0% | 100,0% | |
| Under transport af længere varighed | Count | 44 | 34 | 24 | 20 | 122 | |
| | Expected Count | 37,6 | 25,4 | 25,7 | 33,2 | 122,0 | |
| | % within I hvilke situationer læser du typisk gratisaviser? : 8 | 36,1% | 27,9% | 19,7% | 16,4% | 100,0% | |
| På arbejdet | Count | 91 | 46 | 17 | 51 | 205 | |
| | Expected Count | 63,1 | 42,8 | 43,3 | 55,8 | 205,0 | |
| | % within I hvilke situationer læser du typisk gratisaviser? : 8 | 44,4% | 22,4% | 8,3% | 24,9% | 100,0% | |
| I andre situationer | Count | 8 | 5 | 6 | 12 | 31 | |
| | Expected Count | 9,5 | 6,5 | 6,5 | 8,4 | 31,0 | |
| | % within I hvilke situationer læser du typisk gratisaviser? : 8 | 25,8% | 16,1% | 19,4% | 38,7% | 100,0% | |
| Total | Count | 251 | 170 | 172 | 222 | 815 | |
| | Expected Count | 251,0 | 170,0 | 172,0 | 222,0 | 815,0 | |
| | % within I hvilke situationer læser du typisk gratisaviser? : 8 | 30,8% | 20,9% | 21,1% | 27,2% | 100,0% | |
| | | | | | | | |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|----------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 188,428 ^a | 12 | ,000 |
| Likelihood Ratio | 200,501 | 12 | ,000 |
| Linear-by-Linear Association | 52,236 | 1 | ,000 |
| N of Valid Cases | 815 | | |

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,47.

Symmetric Measures

| | | Value | Approx. Sig. |
|--------------------|------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,481 | ,000 |
| | Cramer's V | ,278 | ,000 |
| N of Valid Cases | | 815 | |

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Sammenhæng mellem køn og foretrukken gratisavis

Hvad er dit køn? Køn * Hvilken af gratisaviserne foretrækker du? : 1 Crosstabulation

| | | | Hvilken af gratisaviserne foretrækker du? : 1 | | | | Total |
|----------------------|-------------------------------|-------------------------------|---|-------|--------------|---------|--------|
| | | | MetroXpress | Urban | Nyhedsavisen | 24Timer | |
| Hvad er dit køn? Køn | Mand | Count | 119 | 82 | 96 | 117 | 414 |
| | | Expected Count | 127,5 | 86,4 | 87,4 | 112,8 | 414,0 |
| | | % within Hvad er dit køn? Køn | 28,7% | 19,8% | 23,2% | 28,3% | 100,0% |
| | Kvinde | Count | 132 | 88 | 76 | 105 | 401 |
| | | Expected Count | 123,5 | 83,6 | 84,6 | 109,2 | 401,0 |
| | | % within Hvad er dit køn? Køn | 32,9% | 21,9% | 19,0% | 26,2% | 100,0% |
| Total | Count | 251 | 170 | 172 | 222 | 815 | |
| | Expected Count | 251,0 | 170,0 | 172,0 | 222,0 | 815,0 | |
| | % within Hvad er dit køn? Køn | 30,8% | 20,9% | 21,1% | 27,2% | 100,0% | |

Chi-Square Tests

| | Value | df | Asymp. Sig. (2-sided) |
|------------------------------|--------------------|----|-----------------------|
| Pearson Chi-Square | 3,653 ^a | 3 | ,301 |
| Likelihood Ratio | 3,658 | 3 | ,301 |
| Linear-by-Linear Association | 2,280 | 1 | ,131 |
| N of Valid Cases | 815 | | |

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 83,64.

Symmetric Measures

| | | Value | Approx. Sig. |
|--------------------|------------|-------|--------------|
| Nominal by Nominal | Phi | ,067 | ,301 |
| | Cramer's V | ,067 | ,301 |
| N of Valid Cases | | 815 | |

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Kilde: Egen tilvirkning i SPSS

Bilag 14: Faktoranalyse til klyngeanalysen

Correlation Matrix^a

| | a21_1 | a21_3 | a21_4 | a21_5 | a21_6 | a21_7 | a21_8 | a21_2 | |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Correlation | a21_1 | 1,000 | ,202 | ,357 | ,266 | ,239 | ,213 | ,227 | ,457 |
| | a21_3 | ,202 | 1,000 | ,386 | ,493 | ,671 | ,299 | ,255 | -,079 |
| | a21_4 | ,357 | ,386 | 1,000 | ,776 | ,533 | ,656 | ,501 | -,026 |
| | a21_5 | ,266 | ,493 | ,776 | 1,000 | ,666 | ,713 | ,528 | -,140 |
| | a21_6 | ,239 | ,671 | ,533 | ,666 | 1,000 | ,520 | ,421 | -,152 |
| | a21_7 | ,213 | ,299 | ,656 | ,713 | ,520 | 1,000 | ,643 | -,117 |
| | a21_8 | ,227 | ,255 | ,501 | ,528 | ,421 | ,643 | 1,000 | -,039 |
| | a21_2 | ,457 | -,079 | -,026 | -,140 | -,152 | -,117 | -,039 | 1,000 |
| Sig. (1-tailed) | a21_1 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | a21_3 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,014 |
| | a21_4 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,238 |
| | a21_5 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | a21_6 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | a21_7 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,001 |
| | a21_8 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,138 |
| | a21_2 | ,000 | ,014 | ,238 | ,000 | ,000 | ,001 | ,138 | |

a. Determinant = ,019

KMO and Bartlett's Test

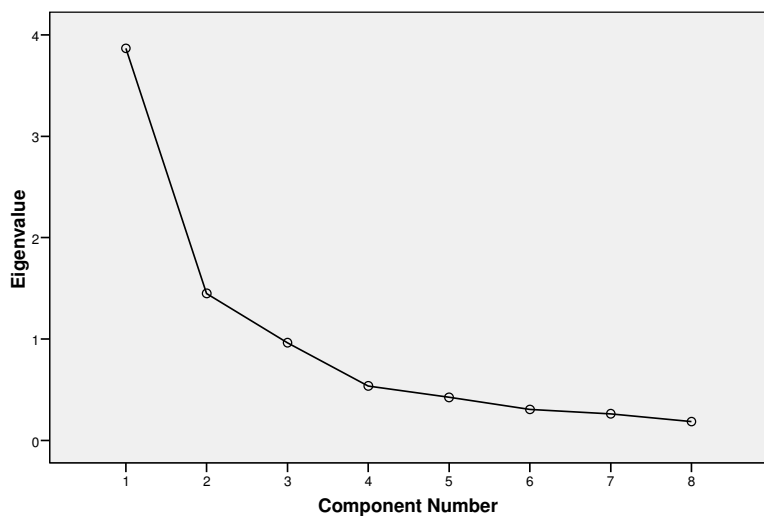
| | | |
|--|--------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | | ,802 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 3084,942 |
| | df | 28 |
| | Sig. | ,000 |

Communalities

| | Initial | Extraction |
|-------|---------|------------|
| a21_1 | 1,000 | ,774 |
| a21_2 | 1,000 | ,808 |
| a21_3 | 1,000 | ,863 |
| a21_4 | 1,000 | ,729 |
| a21_5 | 1,000 | ,810 |
| a21_6 | 1,000 | ,810 |
| a21_7 | 1,000 | ,811 |
| a21_8 | 1,000 | ,676 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Scree Plot



Total Variance Explained

| Component | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
|-----------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 1 | 3,866 | 48,328 | 48,328 | 3,866 | 48,328 | 48,328 | 3,834 | 47,927 | 47,927 |
| 2 | 1,450 | 18,126 | 66,454 | 1,450 | 18,126 | 66,454 | 1,482 | 18,527 | 66,454 |
| 3 | ,964 | 12,051 | 78,505 | | | | | | |
| 4 | ,538 | 6,722 | 85,227 | | | | | | |
| 5 | ,425 | 5,319 | 90,546 | | | | | | |
| 6 | ,306 | 3,829 | 94,374 | | | | | | |
| 7 | ,263 | 3,291 | 97,666 | | | | | | |
| 8 | ,187 | 2,334 | 100,000 | | | | | | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

| | Component | | |
|-------|-----------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 |
| a21_7 | ,882 | | |
| a21_8 | ,819 | | |
| a21_4 | ,764 | | |
| a21_5 | ,755 | | |
| a21_3 | | ,920 | |
| a21_6 | | ,792 | |
| a21_2 | | | ,878 |
| a21_1 | | | ,821 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 4 iterations.

Kilde: Egen tilvirkning i SPSS

Bilag 15: Reliabilitet og validitet i faktoranalysen

For at sikre at resultaterne fra faktoranalysen er brugbare i de følgende analyser testes reliabiliteten og validiteten. Reliabiliteten testes i faktoranalyser gennem Chronbachs alfa, og denne skal udføres på hver af faktorerne, det vil sige i alt tre gange. Følgende værdier for Chronbachs alfa opnås:

| | Faktor 1 | Faktor 2 | Faktor 3 |
|-----------------|----------|----------|----------|
| Chronbachs alfa | 0,797 | 0,795 | 0,628 |

Kilde: Egen tilvirkning på baggrund af spørgeskemaundersøgelse

Alle værdier er relativt høje, og under alle omstændigheder højere end minimumsgrænsen for Cronbachs alfa, som ligger på 0,6 jævnfør Birks & Malhotra (2006), hvilket betyder at reliabiliteten i faktoranalysen er høj. Der er ligeledes heller ikke tegn på, at Cronbachs alfa vil blive højere hvis en af variablene slettes, hvilket taler for at faktoranalysen er pålidelig som den er.

En brugt metode til at bestemme validiteten i faktoranalyser er ved at lave en split sample, og køre analysen igen på hver af de to stikprøver. Som vist herunder er der ikke nævneværdige forskelle på faktorerne og deres loadings i de to stikprøver. Derfor må vi konkludere at validiteten i faktoranalysen er høj.

Rotated Component Matrix – sample 1

| | Component | | |
|-------|-----------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 |
| a21_7 | ,885 | | |
| a21_4 | ,802 | | |
| a21_5 | ,791 | | |
| a21_8 | ,778 | | |
| a21_3 | | ,918 | |
| a21_6 | | ,793 | |
| a21_2 | | | ,864 |
| a21_1 | | | ,832 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
 a. Rotation converged in 4 iterations.

Rotated Component Matrix – sample 2

| | Component | | |
|-------|-----------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 |
| a21_7 | ,882 | | |
| a21_8 | ,819 | | |
| a21_4 | ,764 | | |
| a21_5 | ,755 | | |
| a21_3 | | ,920 | |
| a21_6 | | ,792 | |
| a21_2 | | | ,878 |
| a21_1 | | | ,821 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
 a. Rotation converged in 4 iterations.

Bilag 16: Tests udført i forbindelse med klyngeanalysen

Uafhængighed mellem respondenterne:

Hvad angår uafhængigheden mellem respondenterne er dette sikret igennem selve dataindsamlingen.

Test af normalfordeling i data:

| | Median | Middel-værdi | Skævhed | | | Kurtosis | | |
|----------|--------|--------------|---------|-----------|---------|----------|-----------|---------|
| | Værdi | Værdi | Værdi | Std.error | Z-værdi | Værdi | Std.error | Z-værdi |
| Factor 1 | 0,03 | 0,00 | 0,08 | 0,09 | 0,98 | -0,37 | 0,17 | -2,14 |
| Factor 2 | 0,07 | 0,00 | -0,79 | 0,09 | -9,25 | 1,29 | 0,17 | 7,49 |
| Factor 3 | 0,02 | 0,00 | -0,21 | 0,09 | -2,46 | -0,41 | 0,17 | -2,37 |

De kontinuerte variable, der indgår i klyngeanalysen testes for normalfordeling. Data lever ikke op til kriterierne for at være normalfordelte, idet der med en enkelt undtagelse gælder, at z-værdierne er større henholdsvis mindre end $\pm 1,96$. Vi vælger dog at gennemføre analysen alligevel, idet klyngeanalysen burde være robust selv uden dette kriterium opfyldt.

Variablenes uafhængighed:

Hvad angår variablenes uafhængighed testes dette gennem means produceren i SPSS. Der testes for sammenhænge mellem de spørgsmål, som ovenfor beskrevet indgår i analysen, med sp. 20 som uafhængig variabel og de øvrige som afhængige variable. Sammenhængen måles gennem r^2 og for alle variablene gælder, at meget lidt af variationen kan forklares af den uafhængige variabel – med undtagelse af, hvor der primært læses, og hvor avisen modtages ($r^2 = 18,6\%$), hvilket ikke er overraskende. Da dette dog stadig er en acceptabelt lav r^2 gennemføres segmenteringen med inklusionen af denne variabel også. (data ikke vist).

Bilag 17: Klyngeanalyse: Valg af klynger

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Factor 1 (interesselæsning) | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Factor 2 (bred nyhedsopdatering) | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Factor 3 (adspredelse) | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Sp. 1 | | | x | x | x | | | x |
| Sp. 6 | | | | x | x | x | x | |
| Sp. 20 | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Sp. 22 | | | | | x | x | | x |
| Sp. 23 | | x | x | x | x | x | x | x |
| Antal klynger | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 |
| Forskellighed mellem klyngerne | Lille | Stor | Lille | Mellem | Mellem | Mellem | Mellem | lille |
| Ant. respondenter korrekt klassificeret | 46% | 67% | 40% | 56% | 54% | 57% | 69% | 76% |
| Wilks lambda (sidste) | 0,932 | 0,971 | 0,957 | 0,882 | 0,935 | 0,863 | 0,881 | 0,700 |
| Signifikans | 0,333 | 0,000 | 0,953 | 0,000 | 0,464 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| Stabilitet ved datasortering | Lille | Lille | Mellem | Mellem | Stor | Lille | Stor | Mellem |

Klynge 7 er overordnet det bedste resultat, hvorfor denne vælges som udgangspunkt for de videre analyser.

Bilag 18: Beskrivelse af klyngerne

| | | Klynge 1 (n=524) | Klynge 2 (n=287) | Sig. | |
|---|----------------|---------------------|---------------------|-------|-------|
| Hvilken af gratisaviserne foretrækker du? | | | | | |
| MetroXpress | Count | 212,0 | 38,0 | 0,000 | |
| | Expected Count | 161,5 | 88,5 | | |
| | % | 84,8 | 15,2 | | |
| Urban | Count | 143,0 | 25,0 | | |
| | Expected Count | 108,5 | 59,5 | | |
| | % | 85,1 | 14,9 | | |
| Nyhedsavisen | Count | 69,0 | 102,0 | | |
| | Expected Count | 110,5 | 60,5 | | |
| | % | 40,4 | 59,6 | | |
| 24Timer | Count | 100,0 | 122,0 | | |
| | Expected Count | 143,4 | 78,6 | | |
| | % | 45,0 | 55,0 | | |
| Total | Count | 524,0 | 287,0 | | |
| | Expected Count | 524,0 | 287,0 | | |
| | % | 64,6 | 35,4 | | |
| Hvor modtager du primært xxx? | | | | | |
| På offentlige steder | Count | 468,0 | 99,0 | 0,000 | |
| | Expected Count | 366,3 | 200,7 | | |
| | % | 82,5 | 17,5 | | |
| Hjemme | Count | 56,0 | 188,0 | | |
| | Expected Count | 157,7 | 86,3 | | |
| | % | 23,0 | 77,0 | | |
| Total | Count | 524,0 | 287,0 | | |
| | Expected Count | 524,0 | 287,0 | | |
| | % | 64,6 | 35,4 | | |
| I hvilke situationer læser du typisk gratisaviser? | | | | | |
| Når jeg er derhjemme | Count | 0,0 | 287,0 | | 0,000 |
| | Expected Count | 185,4 | 101,6 | | |
| | % | 0,0 | 100,0 | | |
| Under transport af kortere varighed | Count | 169,0 | 0,0 | | |
| | Expected Count | 109,2 | 59,8 | | |
| | % | 100,0 | 0,0 | | |
| Under transport af længere varighed | Count | 122,0 | 0,0 | | |
| | Expected Count | 78,8 | 43,2 | | |
| | % | 100,0 | 0,0 | | |
| På arbejdet | Count | 203,0 | 0,0 | | |
| | Expected Count | 131,2 | 71,8 | | |
| | % | 100,0 | 0,0 | | |
| I andre situationer | Count | 30,0 | 0,0 | | |
| | Expected Count | 19,4 | 10,6 | | |
| | % | 100,0 | 0,0 | | |
| Total | Count | 524,0 | 287,0 | | |
| | Expected Count | 524,0 | 287,0 | | |
| | % | 64,6 | 35,4 | | |

| | | Klynge 1 (n=524) | Klynge 2 (n=287) | Sig. |
|--|----------------|---------------------|---------------------|-------|
| I det følgende bedes du angive, hvilken svarmulighed der passer bedst på dig med hensyn til din måde at vælge gratisavis på | | | | 0,004 |
| Jeg vælger bevidst altid den/de samme aviser | Count | 244,0 | 111,0 | |
| | Expected Count | 229,4 | 125,6 | |
| | % | 68,7 | 31,3 | |
| Jeg læser altid den/de samme aviser, fordi der ikke er andre | Count | 116,0 | 97,0 | |
| | Expected Count | 137,6 | 75,4 | |
| | % | 54,5 | 45,5 | |
| Det er tilfældigt, hvilken jeg vælger | Count | 97,0 | 47,0 | |
| | Expected Count | 93,0 | 51,0 | |
| | % | 67,4 | 32,6 | |
| Jeg synes det er rart med lidt afveksling, og læser derfor forskellige | Count | 67,0 | 32,0 | |
| | Expected Count | 64,0 | 35,0 | |
| | % | 67,7 | 32,3 | |
| Total | Count | 524,0 | 287,0 | |
| | Expected Count | 524,0 | 287,0 | |
| | % | 64,6 | 35,4 | |
| Hvad er dit køn? | | | | 0,249 |
| Mand | Count | 259,0 | 154,0 | |
| | Expected Count | 266,8 | 146,2 | |
| | % | 62,7 | 37,3 | |
| Kvinde | Count | 265,0 | 133,0 | |
| | Expected Count | 257,2 | 140,8 | |
| | % | 66,6 | 33,4 | |
| Total | Count | 524,0 | 287,0 | |
| | Expected Count | 524,0 | 287,0 | |
| | % | 64,6 | 35,4 | |
| Alder | | | | 0,000 |
| 15 - 19 år | Count | 2,0 | 0,0 | |
| | Expected Count | 1,3 | 0,7 | |
| | % | 100,0 | 0,0 | |
| 20 - 29 år | Count | 72,0 | 11,0 | |
| | Expected Count | 53,6 | 29,4 | |
| | % | 86,7 | 13,3 | |
| 30 - 39 år | Count | 173,0 | 75,0 | |
| | Expected Count | 160,2 | 87,8 | |
| | % | 69,8 | 30,2 | |
| 40 - 49 år | Count | 164,0 | 93,0 | |
| | Expected Count | 166,1 | 90,9 | |
| | % | 63,8 | 36,2 | |
| 50 - 59 år | Count | 85,0 | 71,0 | |
| | Expected Count | 100,8 | 55,2 | |
| | % | 54,5 | 45,5 | |
| 60 - 69 år | Count | 27,0 | 31,0 | |
| | Expected Count | 37,5 | 20,5 | |
| | % | 46,6 | 53,4 | |
| 70+ år | Count | 1,0 | 6,0 | |
| | Expected Count | 4,5 | 2,5 | |
| | % | 14,3 | 85,7 | |
| Total | Count | 524,0 | 287,0 | |
| | Expected Count | 524,0 | 287,0 | |
| | % | 64,6 | 35,4 | |

| | | Klynge 1 (n=524) | Klynge 2 (n=287) | Sig. |
|---|----------------|---------------------|---------------------|-------|
| Hvor stor er husstandens samlede indtægt årligt? | | | | 0,438 |
| Under 70.000 kr. | Count | 7,0 | 2,0 | |
| | Expected Count | 5,8 | 3,2 | |
| | % | 77,8 | 22,2 | |
| 70.000 til 119.000 kr. | Count | 17,0 | 5,0 | |
| | Expected Count | 14,2 | 7,8 | |
| | % | 77,3 | 22,7 | |
| 120.000 til 149.999 kr. | Count | 10,0 | 8,0 | |
| | Expected Count | 11,6 | 6,4 | |
| | % | 55,6 | 44,4 | |
| 150.000 til 249.999 kr. | Count | 42,0 | 22,0 | |
| | Expected Count | 41,4 | 22,6 | |
| | % | 65,6 | 34,4 | |
| 250.000 til 299.999 kr. | Count | 38,0 | 25,0 | |
| | Expected Count | 40,7 | 22,3 | |
| | % | 60,3 | 39,7 | |
| 300.000 til 399.999 kr. | Count | 61,0 | 34,0 | |
| | Expected Count | 61,4 | 33,6 | |
| | % | 64,2 | 35,8 | |
| 400.000 til 499.999 kr. | Count | 83,0 | 36,0 | |
| | Expected Count | 76,9 | 42,1 | |
| | % | 69,7 | 30,3 | |
| 500.000 til 599.999 kr. | Count | 75,0 | 41,0 | |
| | Expected Count | 74,9 | 41,1 | |
| | % | 64,7 | 35,3 | |
| 600.000 til 699.999 kr. | Count | 57,0 | 37,0 | |
| | Expected Count | 60,7 | 33,3 | |
| | % | 60,6 | 39,4 | |
| 700.000 kr. eller derover | Count | 67,0 | 50,0 | |
| | Expected Count | 75,6 | 41,4 | |
| | % | 57,3 | 42,7 | |
| Ved ikke/vil ikke svare | Count | 67,0 | 27,0 | |
| | Expected Count | 60,7 | 33,3 | |
| | % | 71,3 | 28,7 | |
| Total | Count | 524,0 | 287,0 | |
| | Expected Count | 524,0 | 287,0 | |
| | % | 64,6 | 35,4 | |

To krydstabuleringer har expected count < 5: Indtægt (1 celle = 4,5%) samt alder (4 celler = 28,6%)

| | | Klynge 1 (n=524) | Klynge 2 (n=287) | Sig. |
|---|----------------|---------------------|---------------------|-------|
| Alder | | | | 0,000 |
| 15 - 19 år | Count | 2,0 | 0,0 | |
| | Expected Count | 1,3 | 0,7 | |
| | % | 100,0 | 0,0 | |
| 20 - 29 år | Count | 72,0 | 11,0 | |
| | Expected Count | 53,6 | 29,4 | |
| | % | 86,7 | 13,3 | |
| 30 - 39 år | Count | 173,0 | 75,0 | |
| | Expected Count | 160,2 | 87,8 | |
| | % | 69,8 | 30,2 | |
| 40 - 49 år | Count | 164,0 | 93,0 | |
| | Expected Count | 166,1 | 90,9 | |
| | % | 63,8 | 36,2 | |
| 50 - 59 år | Count | 85,0 | 71,0 | |
| | Expected Count | 100,8 | 55,2 | |
| | % | 54,5 | 45,5 | |
| 60 - 69 år | Count | 27,0 | 31,0 | |
| | Expected Count | 37,5 | 20,5 | |
| | % | 46,6 | 53,4 | |
| 70+ år | Count | 1,0 | 6,0 | |
| | Expected Count | 4,5 | 2,5 | |
| | % | 14,3 | 85,7 | |
| Total | Count | 524,0 | 287,0 | |
| | Expected Count | 524,0 | 287,0 | |
| | % | 64,6 | 35,4 | |
| Hvor stor er husstandens samlede indtægt årligt? | | | | 0,438 |
| Under 70.000 kr. | Count | 7,0 | 2,0 | |
| | Expected Count | 5,8 | 3,2 | |
| | % | 77,8 | 22,2 | |
| 70.000 til 119.000 kr. | Count | 17,0 | 5,0 | |
| | Expected Count | 14,2 | 7,8 | |
| | % | 77,3 | 22,7 | |
| 120.000 til 149.999 kr. | Count | 10,0 | 8,0 | |
| | Expected Count | 11,6 | 6,4 | |
| | % | 55,6 | 44,4 | |
| 150.000 til 249.999 kr. | Count | 42,0 | 22,0 | |
| | Expected Count | 41,4 | 22,6 | |
| | % | 65,6 | 34,4 | |
| 250.000 til 299.999 kr. | Count | 38,0 | 25,0 | |
| | Expected Count | 40,7 | 22,3 | |
| | % | 60,3 | 39,7 | |
| 300.000 til 399.999 kr. | Count | 61,0 | 34,0 | |
| | Expected Count | 61,4 | 33,6 | |
| | % | 64,2 | 35,8 | |
| 400.000 til 499.999 kr. | Count | 83,0 | 36,0 | |
| | Expected Count | 76,9 | 42,1 | |
| | % | 69,7 | 30,3 | |
| 500.000 til 599.999 kr. | Count | 75,0 | 41,0 | |
| | Expected Count | 74,9 | 41,1 | |
| | % | 64,7 | 35,3 | |
| 600.000 til 699.999 kr. | Count | 57,0 | 37,0 | |
| | Expected Count | 60,7 | 33,3 | |
| | % | 60,6 | 39,4 | |
| 700.000 kr. eller derover | Count | 67,0 | 50,0 | |
| | Expected Count | 75,6 | 41,4 | |
| | % | 57,3 | 42,7 | |
| Ved ikke/vil ikke svare | Count | 67,0 | 27,0 | |
| | Expected Count | 60,7 | 33,3 | |
| | % | 71,3 | 28,7 | |
| Total | Count | 524,0 | 287,0 | |
| | Expected Count | 524,0 | 287,0 | |
| | % | 64,6 | 35,4 | |

To krydstabuleringer har expected count < 5: Indtægt (1 celle = 4,5%) samt alder (4 celler = 28,6%)

Kilde: Egen tilvirkning

Bilag 19: Outputs fra klyngeanalysen fra SPSS

Cluster Distribution

| | N | % of Combined | % of Total |
|-----------|-----|---------------|------------|
| Cluster 1 | 524 | 64,6% | 64,6% |
| Cluster 2 | 287 | 35,4% | 35,4% |
| Combined | 811 | 100,0% | 100,0% |
| Total | 811 | | 100,0% |

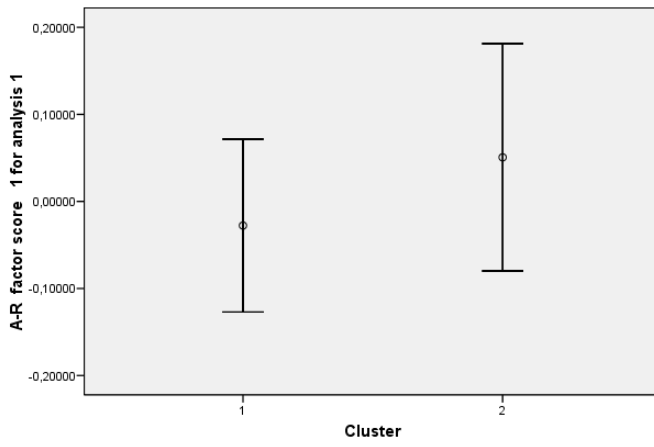
Hvor modtager du primært xxx? : 6

| | På offentlige steder | | Hjemme | |
|-----------|----------------------|---------|-----------|---------|
| | Frequency | Percent | Frequency | Percent |
| Cluster 1 | 468 | 82,5% | 56 | 23,0% |
| Cluster 2 | 99 | 17,5% | 188 | 77,0% |
| Combined | 567 | 100,0% | 244 | 100,0% |

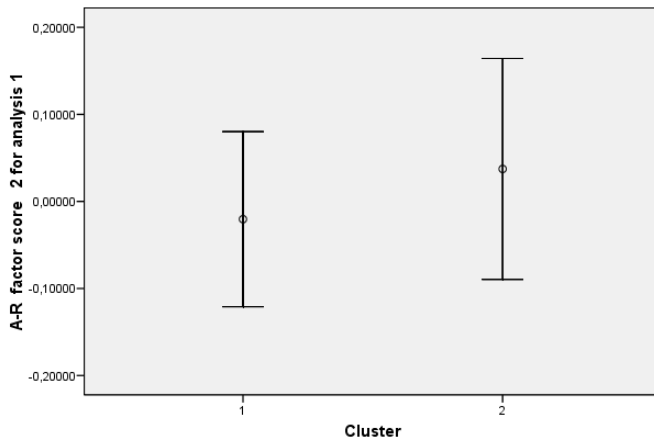
I hvilke situationer læser du typisk gratisaviser? : 8

| | Når jeg er derhjemme | | Under transport af kortere varighed | | Under transport af længere varighed | | På arbejdet | | I andre situationer | |
|-----------|----------------------|---------|-------------------------------------|---------|-------------------------------------|---------|-------------|---------|---------------------|---------|
| | Frequency | Percent | Frequency | Percent | Frequency | Percent | Frequency | Percent | Frequency | Percent |
| Cluster 1 | 0 | ,0% | 169 | 100,0% | 122 | 100,0% | 203 | 100,0% | 30 | 100,0% |
| Cluster 2 | 287 | 100,0% | 0 | ,0% | 0 | ,0% | 0 | ,0% | 0 | ,0% |
| Combined | 287 | 100,0% | 169 | 100,0% | 122 | 100,0% | 203 | 100,0% | 30 | 100,0% |

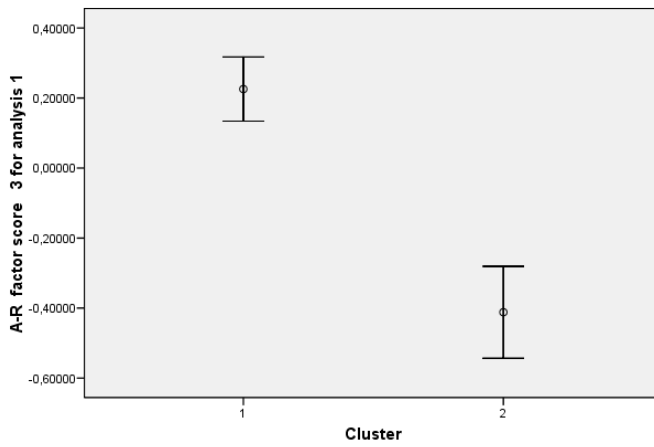
Simultaneous 95% Confidence Intervals for Means



Simultaneous 95% Confidence Intervals for Means



Simultaneous 95% Confidence Intervals for Means



Bilag 20: På farten læserne

Hvilken af gratisaviserne foretrækker du? : 1

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid MetroXpress | 212 | 40,5 | 40,5 | 40,5 |
| Urban | 143 | 27,3 | 27,3 | 67,7 |
| Nyhedsavisen | 69 | 13,2 | 13,2 | 80,9 |
| 24Timer | 100 | 19,1 | 19,1 | 100,0 |
| Total | 524 | 100,0 | 100,0 | |

Læsehypighed - generelt

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 5 gange om ugen eller mere | 100 | 19,1 | 19,1 | 19,1 |
| 4 gange om ugen | 65 | 12,4 | 12,4 | 31,5 |
| 3 gange om ugen | 82 | 15,6 | 15,6 | 47,1 |
| 2 gange om ugen | 74 | 14,1 | 14,1 | 61,3 |
| 1 gang om ugen | 203 | 38,7 | 38,7 | 100,0 |
| Total | 524 | 100,0 | 100,0 | |

I hvilke situationer læser du typisk gratisaviser? : 8

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Under transport af kortere varighed | 169 | 32,3 | 32,3 | 32,3 |
| Under transport af længere varighed | 122 | 23,3 | 23,3 | 55,5 |
| På arbejdet | 203 | 38,7 | 38,7 | 94,3 |
| I andre situationer | 30 | 5,7 | 5,7 | 100,0 |
| Total | 524 | 100,0 | 100,0 | |

det følgende bedes du angive, hvilken svarmulighed der passer bedst på dig med hensyn til din måde at vælge gratisavis på. : 11

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Jeg vælger bevidst altid den/de samme aviser | 244 | 46,6 | 46,6 | 46,6 |
| Jeg læser altid den/de samme aviser, fordi der ikke er andre | 116 | 22,1 | 22,1 | 68,7 |
| Det er tilfældigt, hvilken jeg vælger | 97 | 18,5 | 18,5 | 87,2 |
| Jeg synes det er rart med lidt afveksling, og læser derfor f | 67 | 12,8 | 12,8 | 100,0 |
| Total | 524 | 100,0 | 100,0 | |

Hvad er dit køn? Køn

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Mand | 259 | 49,4 | 49,4 | 49,4 |
| Kvinde | 265 | 50,6 | 50,6 | 100,0 |
| Total | 524 | 100,0 | 100,0 | |

Bor du i land eller byområde? Boligområde

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Hovedstadsområdet | 183 | 34,9 | 34,9 | 34,9 |
| | Provinsby med mere end 50.000 indbyggere | 121 | 23,1 | 23,1 | 58,0 |
| | Provinsby med 10.000 til 49.999 indbyggere | 95 | 18,1 | 18,1 | 76,1 |
| | Provinsby med 2.000 til 9.999 indbyggere | 58 | 11,1 | 11,1 | 87,2 |
| | Mindre by eller landområde | 67 | 12,8 | 12,8 | 100,0 |
| | Total | 524 | 100,0 | 100,0 | |

Bilag 21: Hjemmelæserne

Hvilken af gratisaviserne foretrækker du? : 1

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid MetroXpress | 38 | 13,2 | 13,2 | 13,2 |
| Urban | 25 | 8,7 | 8,7 | 22,0 |
| Nyhedsavisen | 102 | 35,5 | 35,5 | 57,5 |
| 24Timer | 122 | 42,5 | 42,5 | 100,0 |
| Total | 287 | 100,0 | 100,0 | |

Læsehypighed - generelt

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 5 gange om ugen eller mere | 77 | 26,8 | 26,8 | 26,8 |
| 4 gange om ugen | 43 | 15,0 | 15,0 | 41,8 |
| 3 gange om ugen | 54 | 18,8 | 18,8 | 60,6 |
| 2 gange om ugen | 53 | 18,5 | 18,5 | 79,1 |
| 1 gang om ugen | 60 | 20,9 | 20,9 | 100,0 |
| Total | 287 | 100,0 | 100,0 | |

I hvilke situationer læser du typisk gratisaviser? : 8

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Når jeg er derhjemme | 287 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

det følgende bedes du angive, hvilken svarmulighed der passer bedst på dig med hensyn til din måde at vælge gratisavis på. : 11

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Jeg vælger bevidst altid den/de samme aviser | 111 | 38,7 | 38,7 | 38,7 |
| Jeg læser altid den/de samme aviser, fordi der ikke er andre | 97 | 33,8 | 33,8 | 72,5 |
| Det er tilfældigt, hvilken jeg vælger | 47 | 16,4 | 16,4 | 88,9 |
| Jeg synes det er rart med lidt afveksling, og læser derfor f | 32 | 11,1 | 11,1 | 100,0 |
| Total | 287 | 100,0 | 100,0 | |

Hvad er dit køn? Køn

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Mand | 154 | 53,7 | 53,7 | 53,7 |
| Kvinde | 133 | 46,3 | 46,3 | 100,0 |
| Total | 287 | 100,0 | 100,0 | |

Bor du i land eller byområde? Boligområde

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Hovedstadsområdet | 87 | 30,3 | 30,3 | 30,3 |
| | Provinsby med mere end 50.000 indbyggere | 110 | 38,3 | 38,3 | 68,6 |
| | Provinsby med 10.000 til 49.999 indbyggere | 38 | 13,2 | 13,2 | 81,9 |
| | Provinsby med 2.000 til 9.999 indbyggere | 22 | 7,7 | 7,7 | 89,5 |
| | Mindre by eller landområde | 30 | 10,5 | 10,5 | 100,0 |
| | Total | 287 | 100,0 | 100,0 | |

Bilag 22: Faktoranalyse til uafhængige variabler

KMO and Bartlett's Test

| | | |
|--|--------------------|-----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | | ,948 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 30402,047 |
| | df | 1275 |
| | Sig. | ,000 |

Bilag 23: Endelige faktorer og uafhængige variabler PLS analyse

| | | Indhold | | | | Brand | | Grafisk udtryk | Subj. norm | Distrib. |
|--------|---|-----------------|--------------|------|-------------|--------------------|------------------|----------------|------------|----------|
| | | Faste elementer | Stof-områder | Fejl | Hjemme-side | Image/journalistik | Differen-tiering | | | |
| A17_12 | yyy har et godt uddannelses- og jobtillæg | 0,83 | | | | | | | | |
| a17_10 | yyy har et godt rejsertilæg | 0,83 | | | | | | | | |
| a17_11 | yyy har et godt tillæg med mode- og/eller trends | 0,83 | | | | | | | | |
| a17_7 | yyy har interessante boligannoncer | 0,76 | | | | | | | | |
| a17_4 | yyy har interessante jobannoncer | 0,74 | | | | | | | | |
| a17_9 | yyy har underholdende tegneserier og/eller skæve historier | 0,60 | | | | | | | | |
| a17_5 | yyy har interessante anmeldelser af kultur (film, teater osv.) | 0,59 | | | | | | | | |
| a17_2 | yyy har gode faste sektioner og tillæg | 0,472* | | | | | | | | |
| a19_3 | yyy har en god dækning af nyheder fra udlandet | | 0,81 | | | | | | | |
| a19_7 | yyy har en god dækning af politik | | 0,80 | | | | | | | |
| a19_4 | yyy har en god dækning af nyheder fra Danmark | | 0,75 | | | | | | | |
| a19_2 | yyy bringer som regel aktuelle nyheder | | 0,68 | | | | | | | |
| a19_1 | yyy dækker generelt de stofområder, jeg interesserer mig for | | 0,62 | | | | | | | |
| a9_2 | yyy er overordnet en god gratisavis | | | | | 0,83 | | | | |
| a9_1 | yyy lever op til mine samlede forventninger | | | | | 0,76 | | | | |
| a9_3 | yyy er velskrevet og gennemarbejdet | | | | | 0,74 | | | | |
| a10_2 | yyy beskæftiger sig med stof, der er relevant for mig | | | | | 0,57 | | | | |
| a17_1 | yyy har generelt et godt indhold | | | | | 0,54 | | | | |
| a10_4 | yyy skriver i et godt sprog | | | | | | | 0,75 | | |
| a16_3 | yyy har et passende antal reklamer på forsiden | | | | | | | 0,71 | | |
| a16_5 | yyy har overordnet en passende mængde reklamer | | | | | | | 0,69 | | |
| a16_1 | yyy ser flot ud | | | | | | | 0,68 | | |
| a16_2 | yyy har en forside, der giver mig lyst til at læse avisen | | | | | | | 0,61 | | |
| a16_4 | yyy har som regel en interessant historie på forsiden | | | | | | | 0,60 | | |
| a16_6 | yyy har interessante overskrifter inde i avisen som giver mig lyst til at læse artiklerne | | | | | | | 0,72 | | |
| a10_7 | yyy giver en ny vinkel på historierne | | | | | | | 0,70 | | |
| a11_1 | yyy er forskellig fra de øvrige gratisaviser | | | | | | | 0,70 | | |
| a11_2 | yyy har et selvstændigt udtryk | | | | | | | 0,60 | | |
| a10_3 | yyy er en avis med holdninger | | | | | | | 0,60 | | |
| a10_1 | yyy har overordnet en god journalistisk profil | | | | | | | | | |
| a10_5 | yyy følger op på aktuelle historier | | | | | | | | | |
| a13_1 | Mine venner og bekendte synes godt om at læse yyy | | | | | | | | 0,86 | |
| a13_3 | Mine venner og bekendte synes bedre om at læse yyy end om at læse de andre gratisaviser | | | | | | | | 0,86 | |
| a9_5 | yyy har få sproglige fejl | | | 0,77 | | | | | | |
| a9_4 | yyy har få faktuelle fejl | | | 0,76 | | | | | | |
| a18_1 | yyy har en god hjemmeside | | | | | | | | | 0,95 |
| a18_2 | yyy har en hjemmeside, der supplerer den trykte avis | | | | | | | | | 0,94 |
| a12_1 | yyy er nem at få fat på, når jeg har tid og lyst til at læse den | | | | | | | | | 0,89 |
| a12_2 | Den måde, som yyy bliver uddelt på, passer mig godt | | | | | | | | | 0,87 |

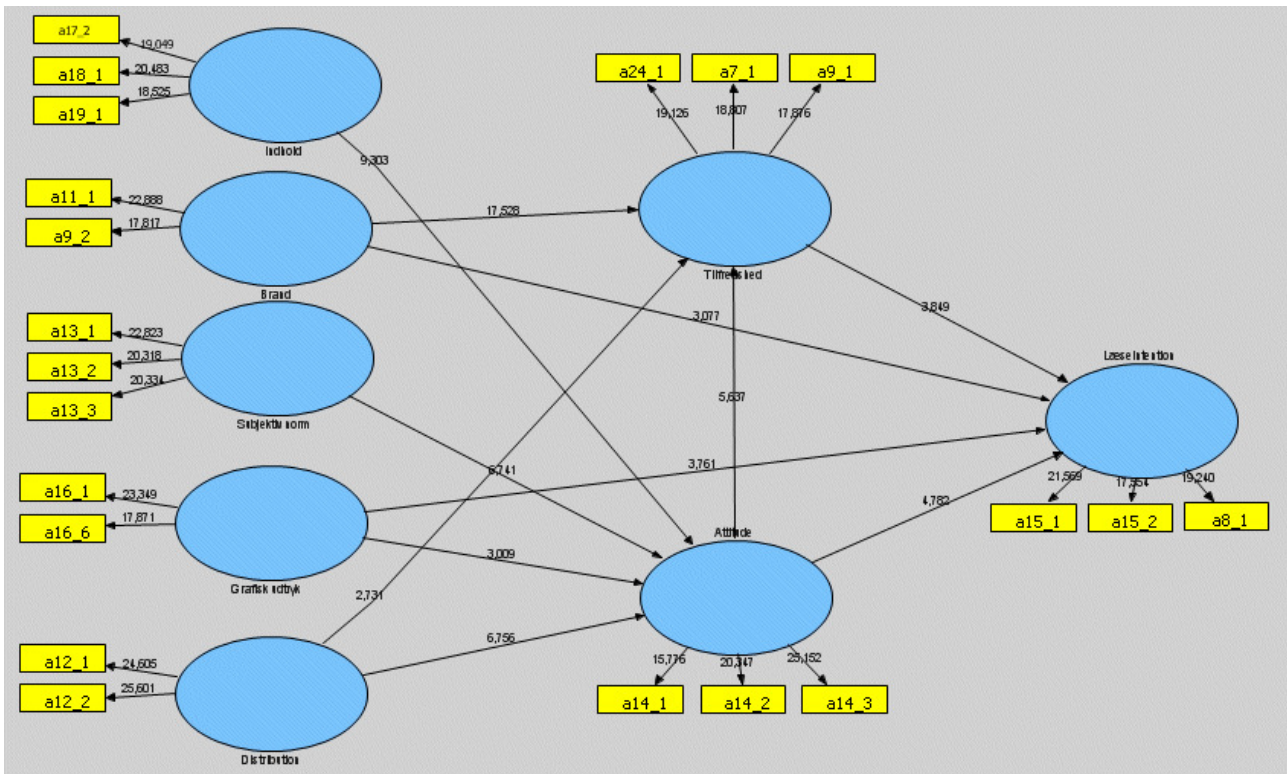
* Denne variabel har vi valgt at lade stå, idet dens konceptuelle mening vejer højere end det at den loader lavere end 0,5 på faktor 1.

Bilag 24: Endelige faktorer og afhængige variable PLS analyse

| Tilfredshed | Attitude | Læseintention |
|--|---|--|
| På baggrund af dine samlede erfaringer med x, hvor tilfreds er du så med avisen alt i alt? | x opfylder et vigtigt behov i min dagligdag | Det er sandsynligt at jeg ville vælge x, hvis jeg frit kunne vælge en gratisavis 2 |
| x lever op til mine samlede forventninger | x passer godt ind i min dagligdag | Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale x til nogen i din omgangskreds? |
| Forestil dig den perfekte gratisavis. Du bedes nu tage stilling til hvor tæt x er på denne | Jeg forbinder overordnet x med noget positivt | Jeg forventer at læse x minimum en gang i den kommende uge |

Kilde: Egen tilvirkning

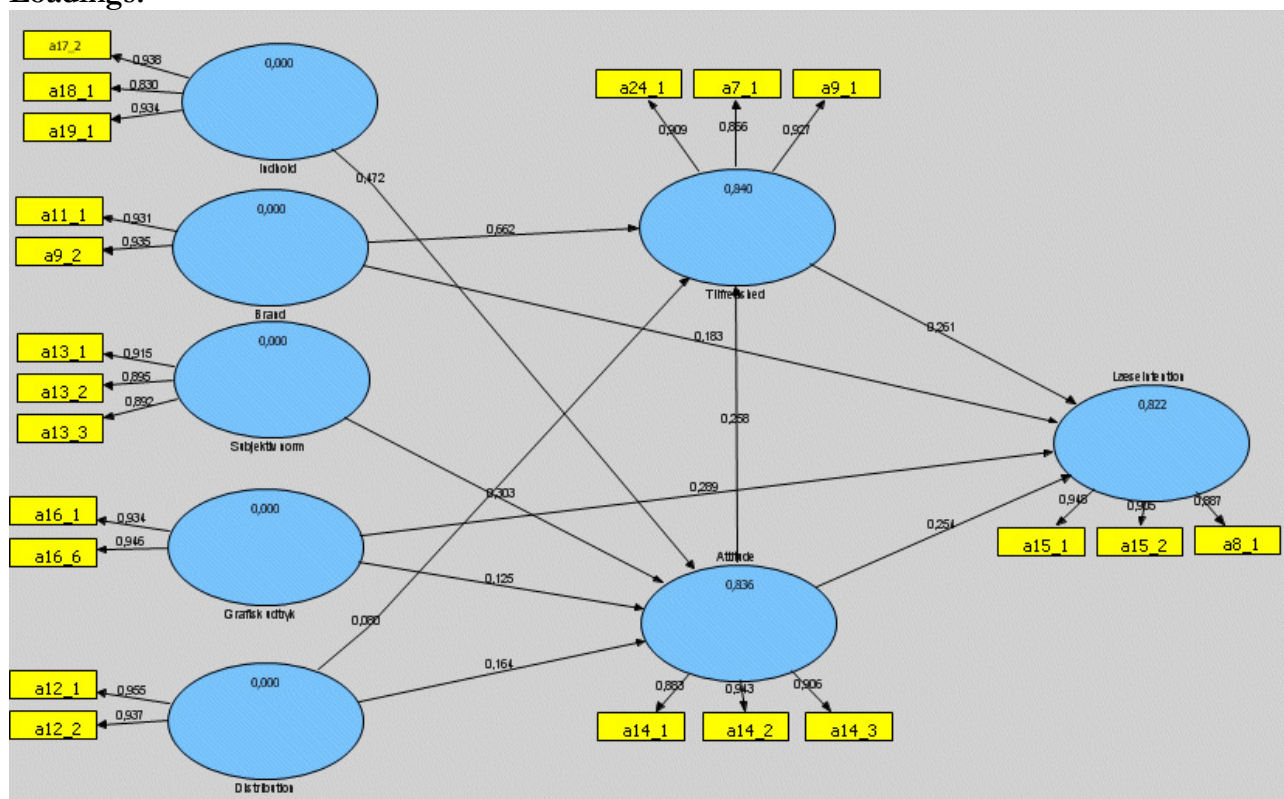
Bilag 25: PLS model: Bootstrapping analyse



Kilde: Egen tilvirkning udført i smartPLS

Bilag 26: Teststatistikker til PLS model

Loadings:



Average variance extracted (AVE):

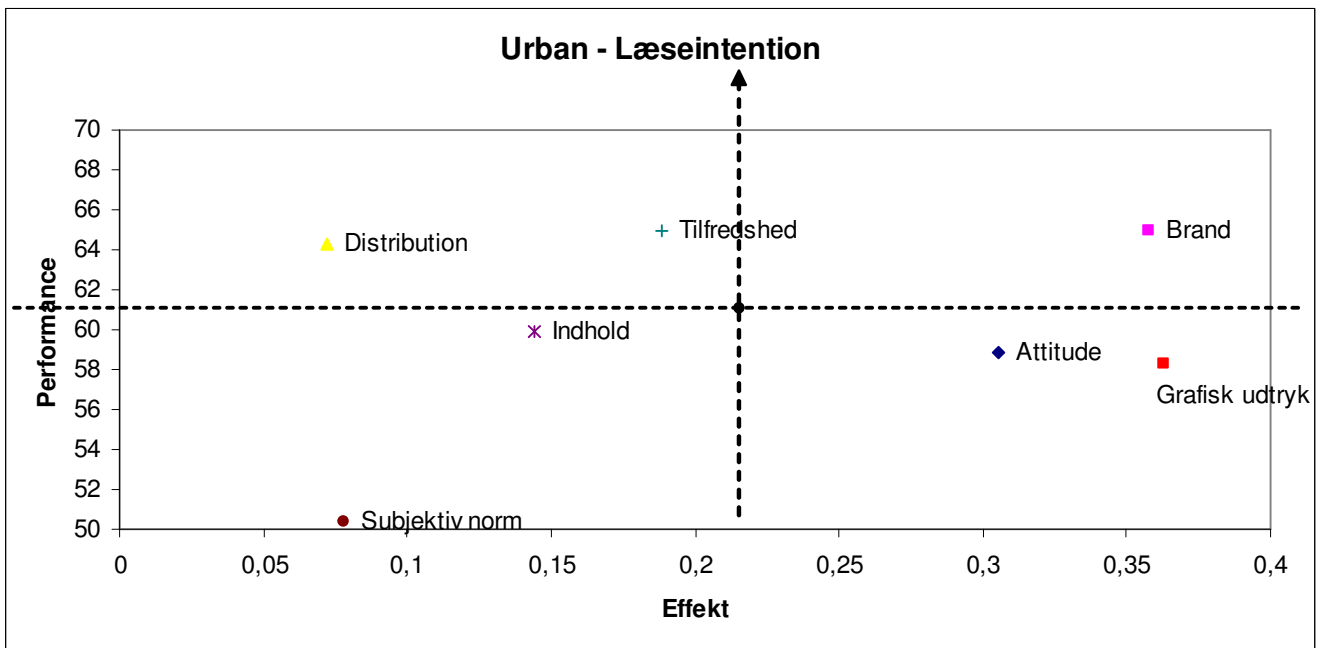
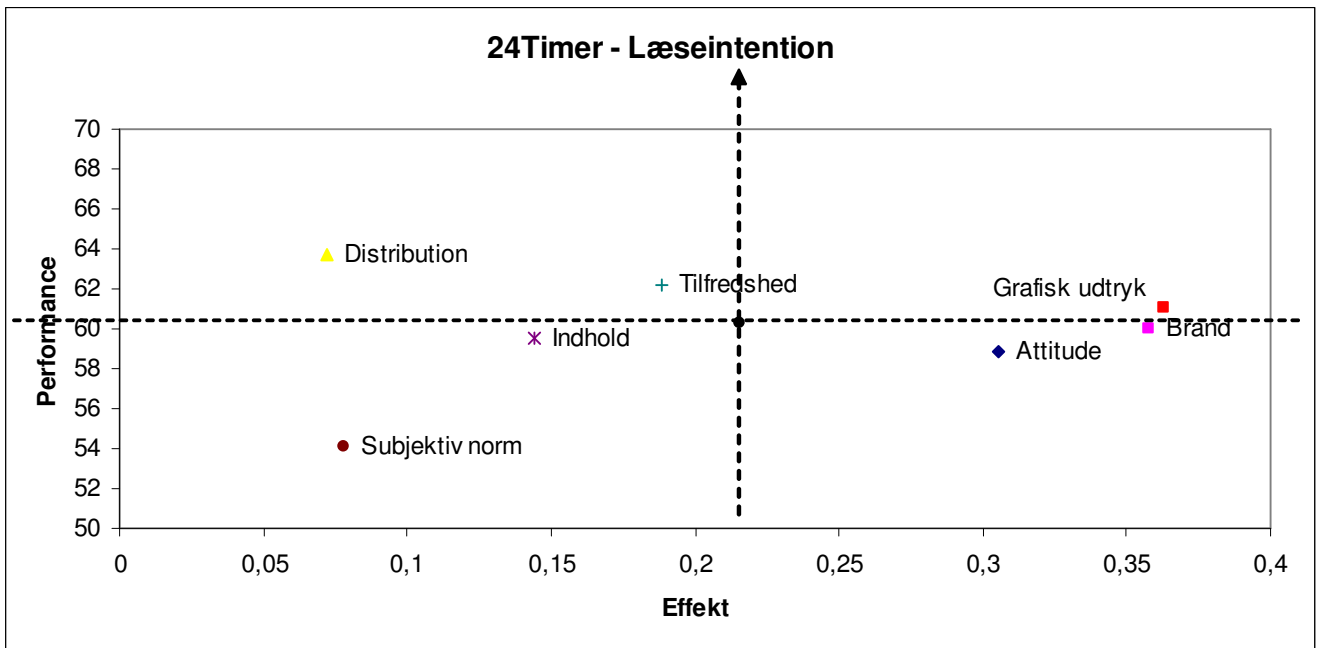
| | Average variance extracted |
|----------------|----------------------------|
| Attitude | 0,834 |
| Brand | 0,868 |
| Distribution | 0,898 |
| Grafisk udtryk | 0,887 |
| Indhold | 0,806 |
| Læseintention | 0,838 |
| Subjektiv norm | 0,861 |
| Tilfredshed | 0,811 |

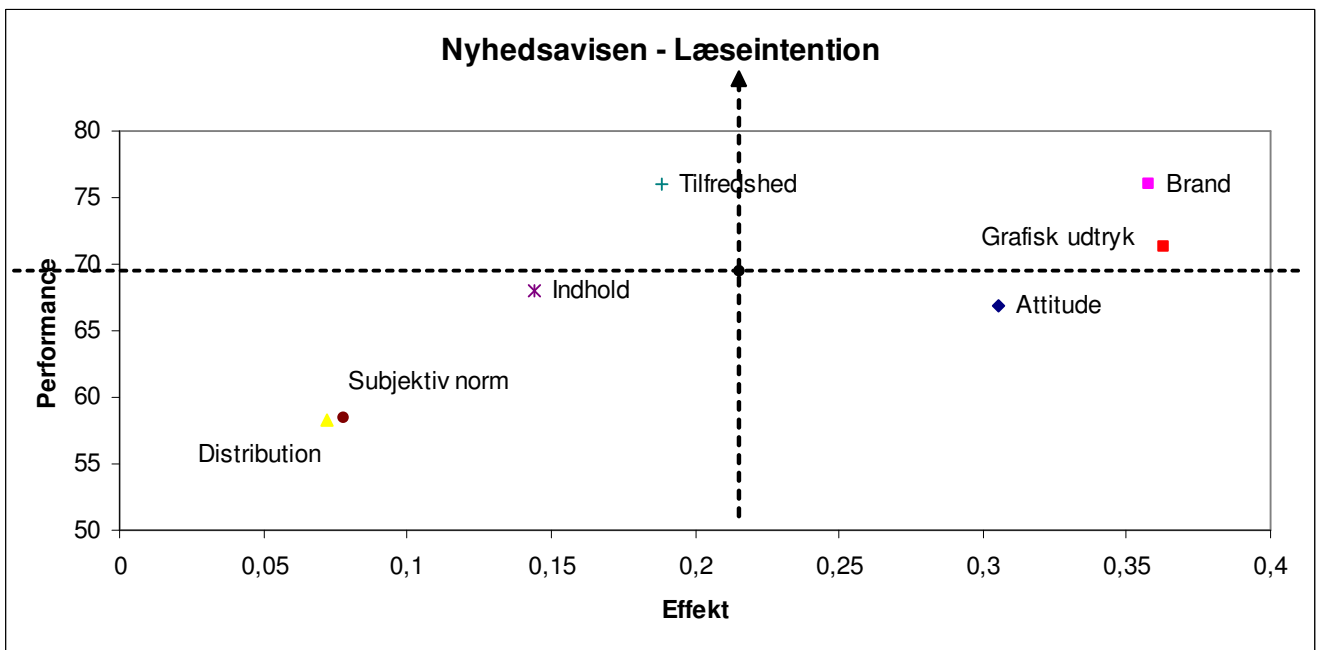
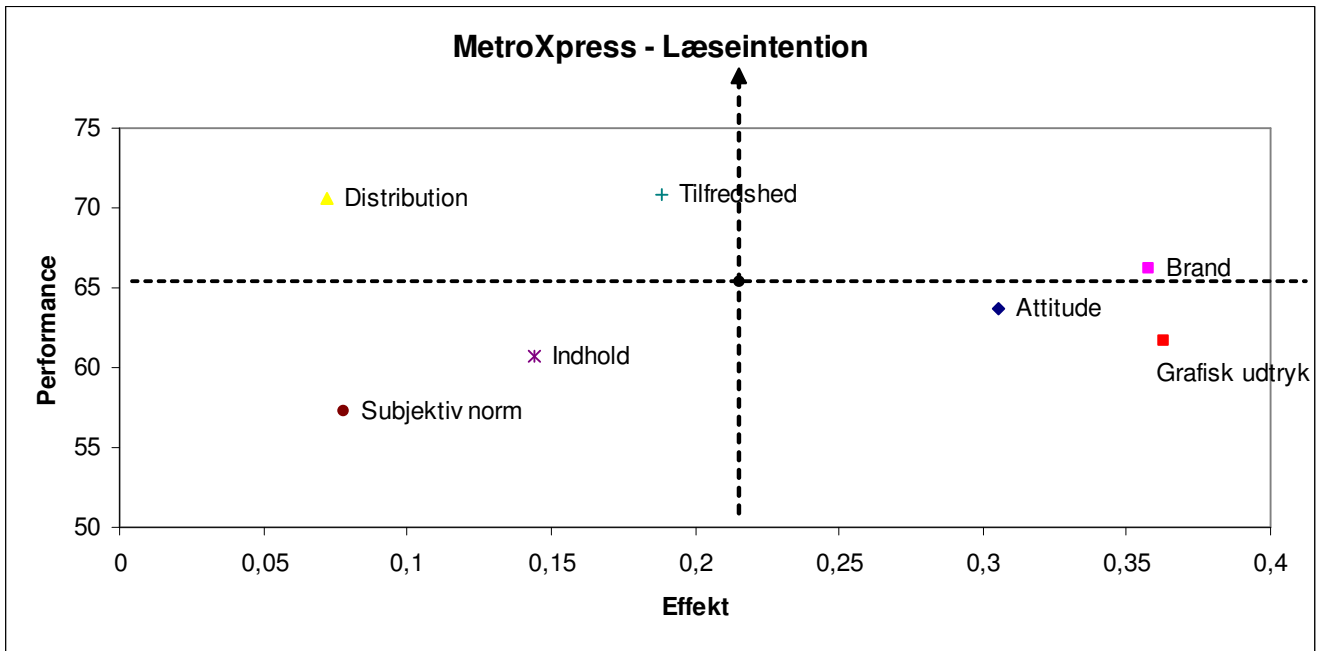
Kvadratroden af AVE versus korrelationer:

| | Attitude | Brand | Distribution | Grafisk udtryk | Indhold | Læseintention | Subjektiv norm | Tilfredshed |
|----------------|--------------|--------------|--------------|----------------|--------------|---------------|----------------|--------------|
| Attitude | 0,913 | | | | | | | |
| Brand | 0,778 | 0,932 | | | | | | |
| Distribution | 0,488 | 0,356 | 0,947 | | | | | |
| Grafisk udtryk | 0,787 | 0,742 | 0,305 | 0,942 | | | | |
| Indhold | 0,872 | 0,832 | 0,411 | 0,823 | 0,898 | | | |
| Læseintention | 0,839 | 0,827 | 0,426 | 0,827 | 0,833 | 0,915 | | |
| Subjektiv norm | 0,787 | 0,707 | 0,349 | 0,690 | 0,749 | 0,701 | 0,928 | |
| Tilfredshed | 0,817 | 0,894 | 0,434 | 0,763 | 0,834 | 0,852 | 0,733 | 0,900 |

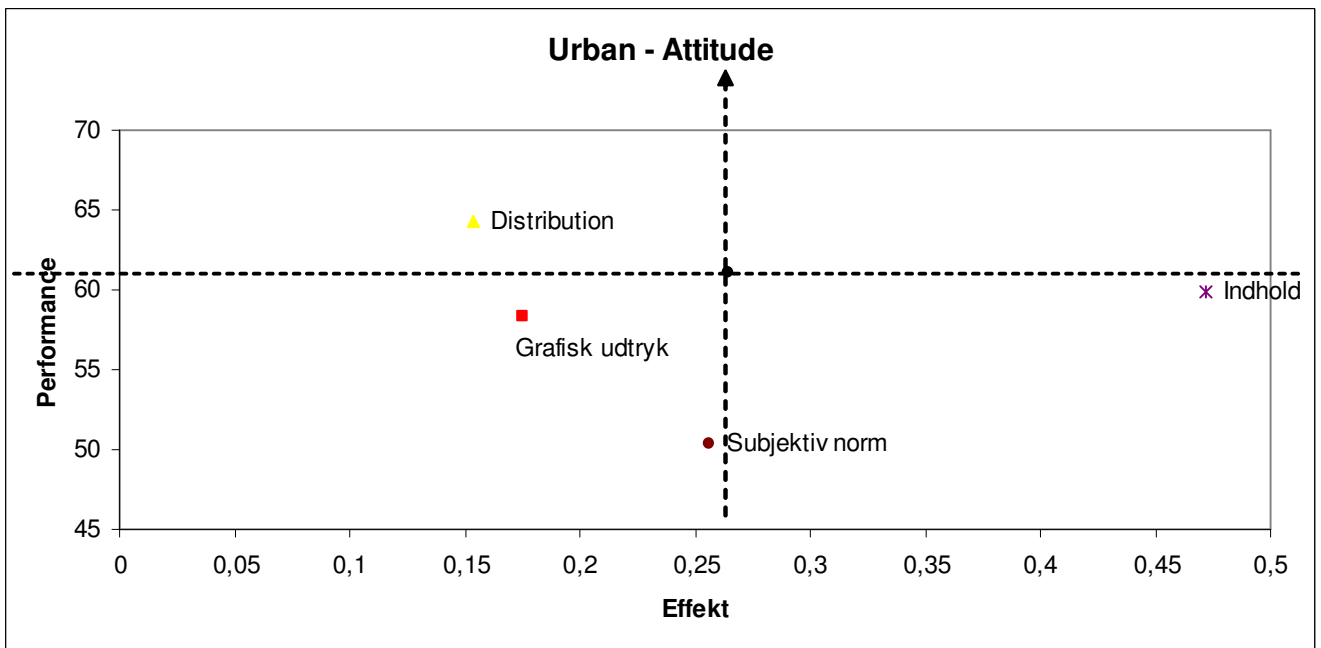
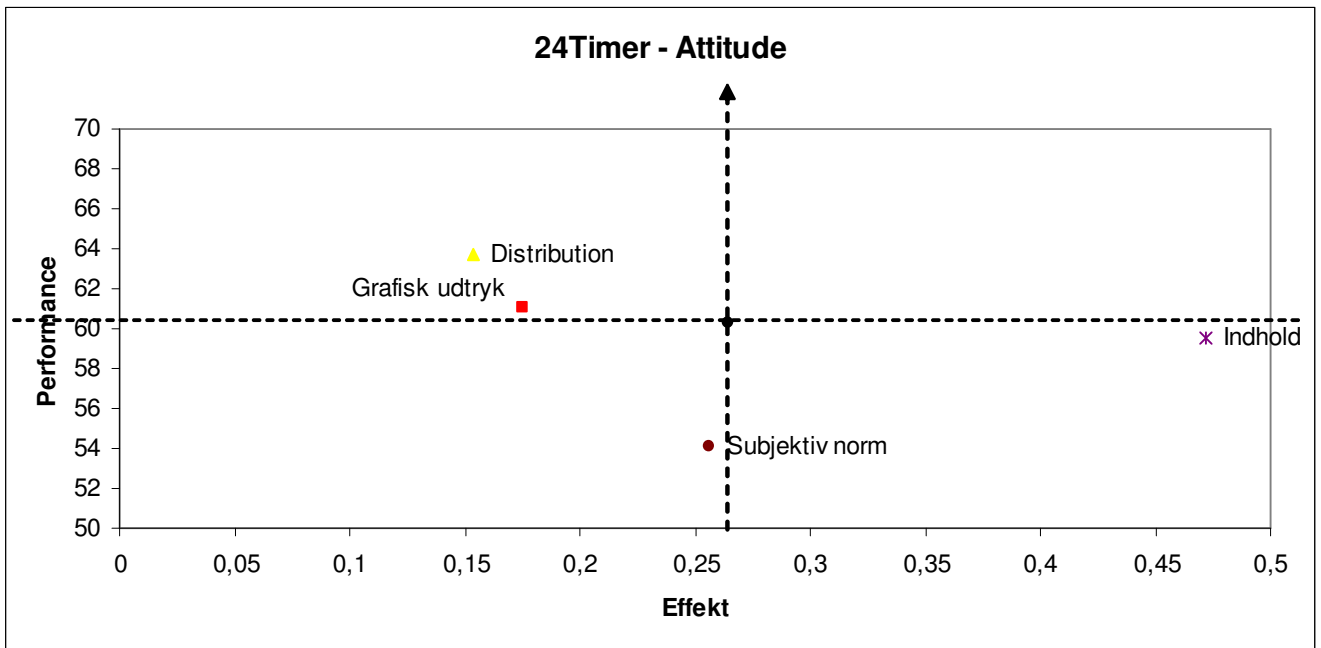
Kilde: Egen tilvirkning

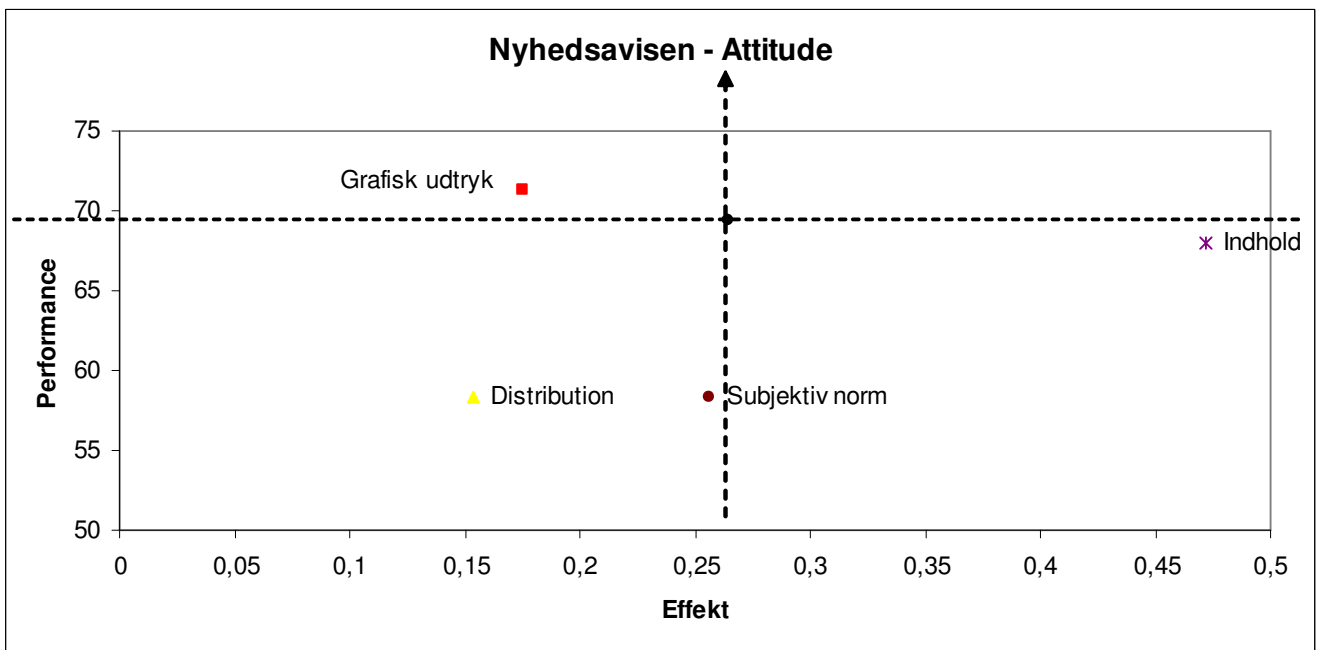
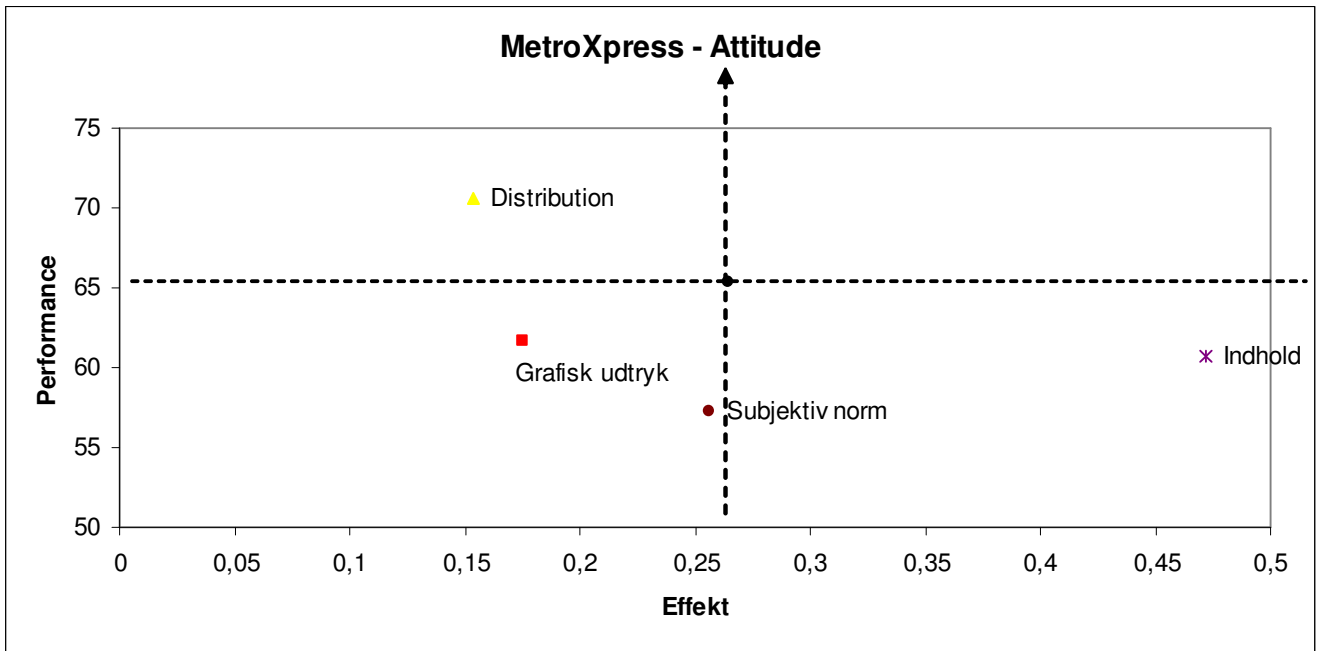
Bilag 27: Prioriteringskort for læseintention alle udgivelser





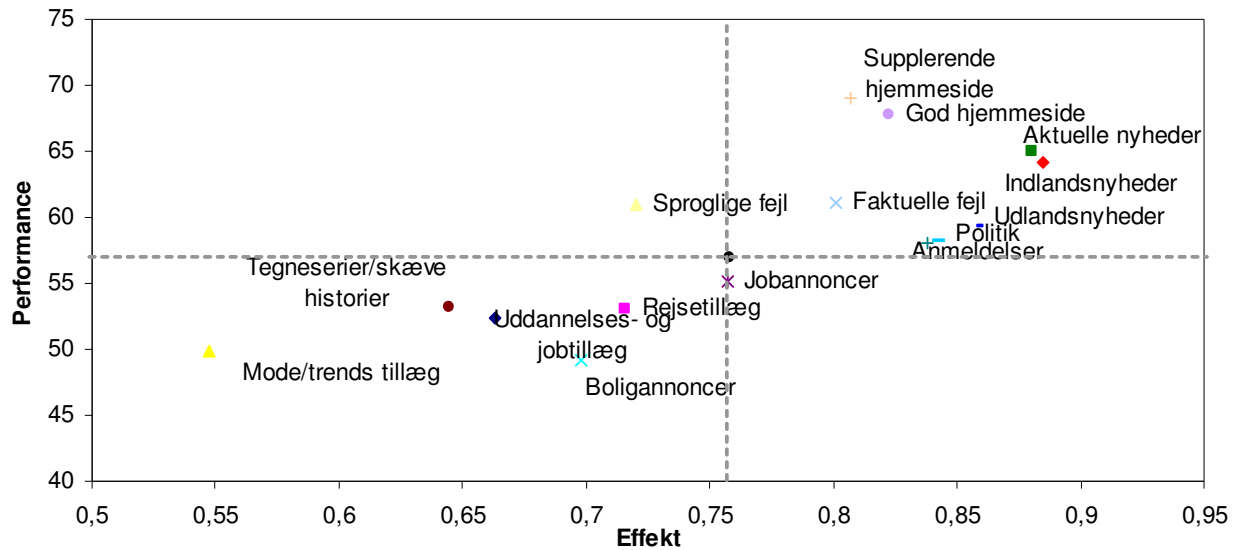
Bilag 28: Prioriteringskort for attitude alle udgivelser



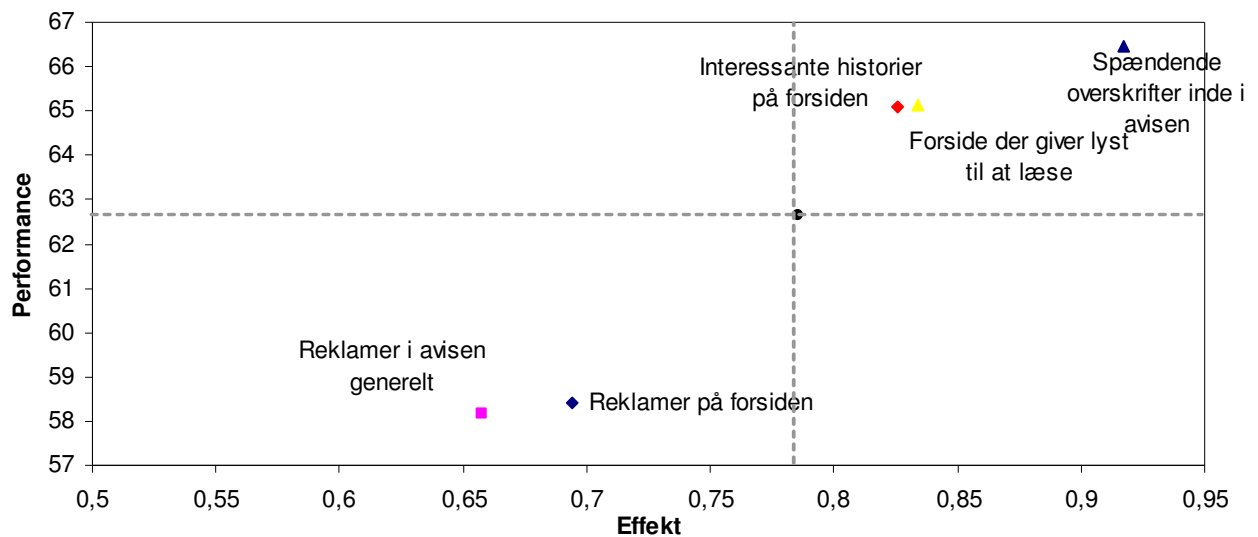


Bilag 29: Prioriteringskort 24Timer og MetroXpress

Indsatsområde for styrkelsen af indholdet for 24Timer:

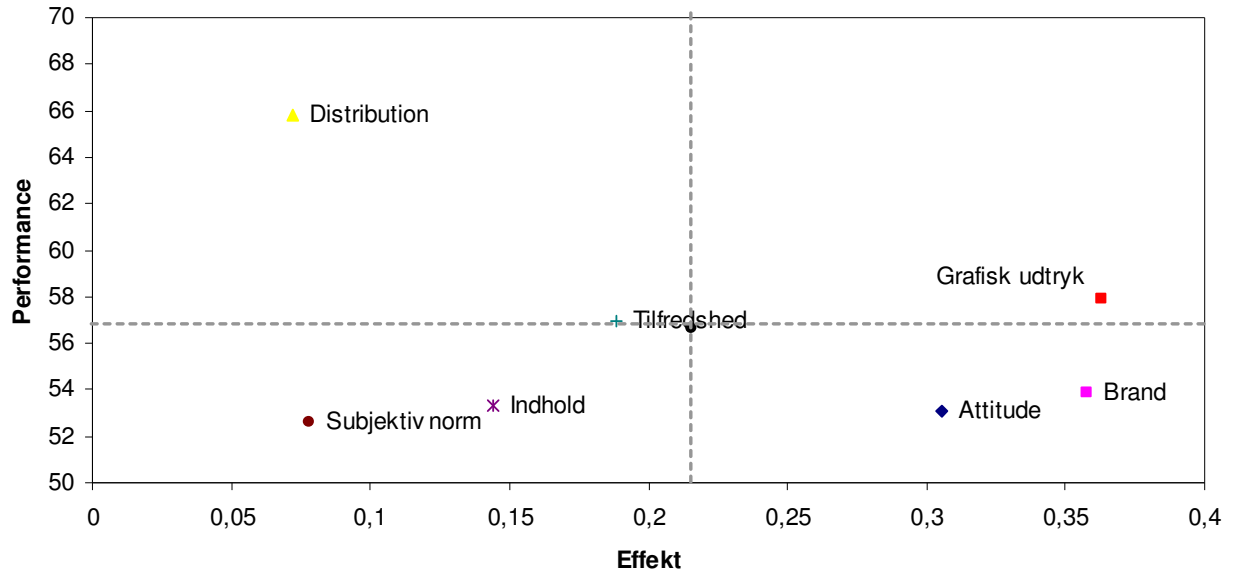


Indsatsområde for styrkelsen af det grafiske udtryk for MetroXpress:

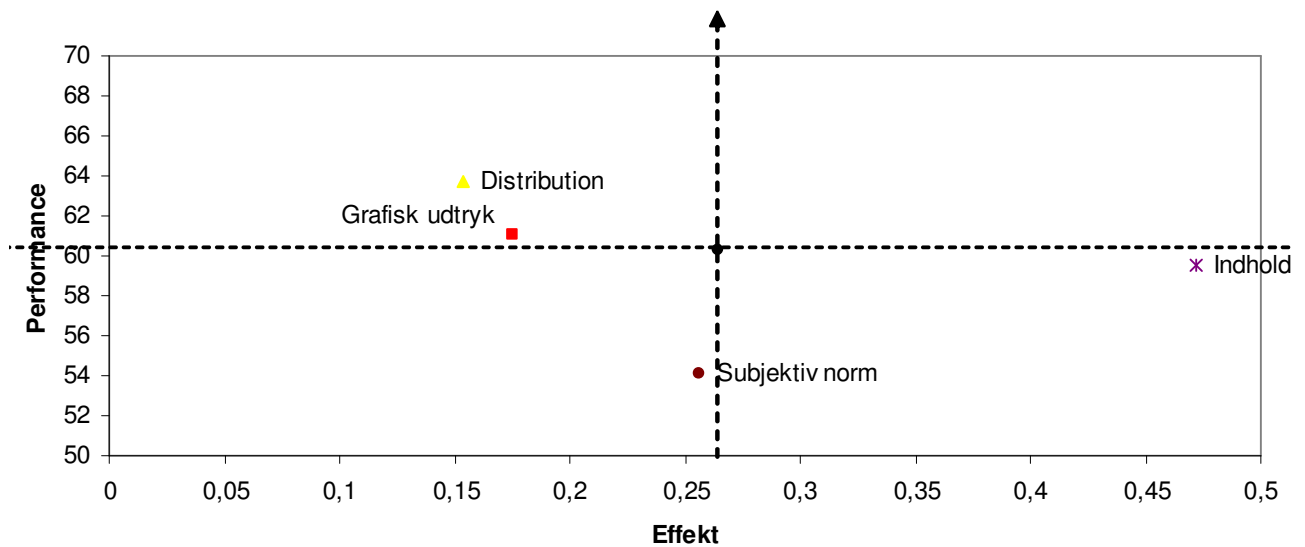


Bilag 30: Prioriteringskort for attitude for 24Timers På farten læsere

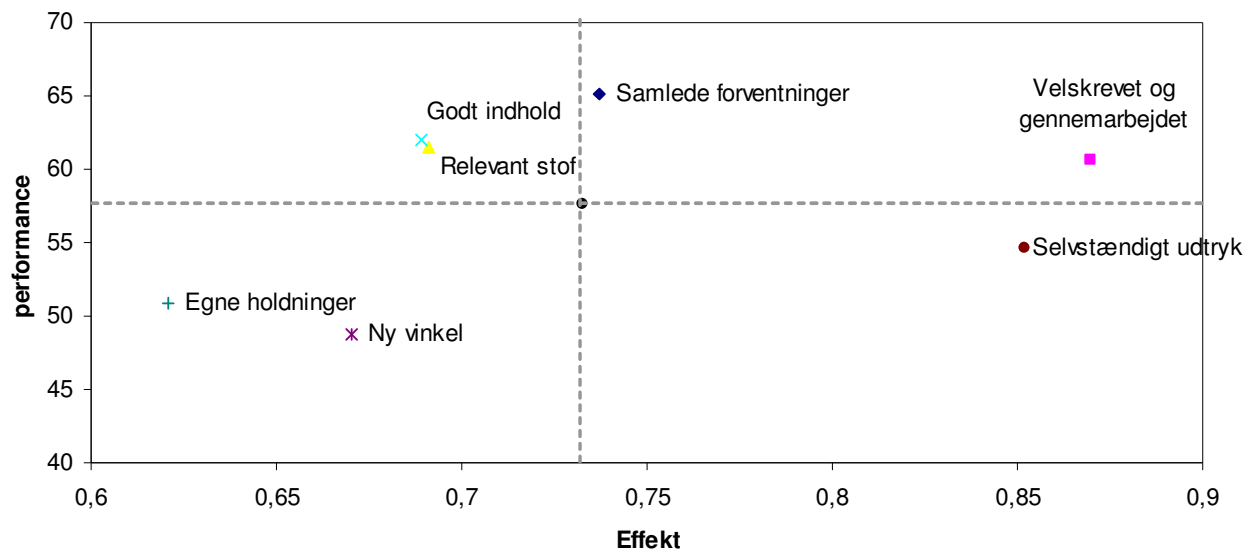
Generelt indsatsområde:



Prioritering af attituden:



Prioritering af brand:



Bilag 31: Andre overvejelser vedrørende latente variable

Udover de opstillede teoretisk funderede latente variable er følgende elementer overvejet i de kvalitative studier.

En variabel der går igen i studier af medier er nødvendigheden af brugergenereret indhold for at tilfredsstille forbrugeren i dag, hvilket vi også har beskæftiget os med i den indledende karakteristik af dagens mediemarked samt i afsnit 5.4.7. Specifikt i relation til gratisaviser er det vanskeligt at vurdere betydningen af dette. Indtil videre lader vi den være omfattet af variablene journalistik (måden og formen der tales til læseren på kan omfatte at det er genereret af andre brugere) og brand (relevansen af dette kan afhænge af om det er genereret af andre brugere).

En anden variabel, som går igen, er graden af personalisering i budskabet. Såvel hvad angår reklamerne i avisen som det specifikke indhold er det i stigende grad nødvendigt at personalisere indholdet og højne relevansen for det enkelte individ – ikke mindst givet alternativerne som læseren har gennem andre nyhedsstrømme og -medier. I samme spor som ovenfor ser vi denne variabel indtil videre reflekteret i såvel brandet som journalistikken og går mere specifikt ind i det i udformningen af spørgeskemaet i det omfang de kvalitative studier indikerer nødvendigheden af dette.

Derudover lader en online strategi til at være af stor betydning for interessen for nyhedsmedier, specielt i forhold til unge forbrugere. Hvordan dette specifikt skal inddrages i forhold til gratisaviser – en mediekategori med meget lidt udviklede online udbud – er uklart, men er trods alt en variabel, vi anser som relevant at behandle. Denne variabel vil derfor behandles under Indhold.