

# Figurer

## MedieKulturs temanummer om Medier og markeder 2006

Uppdaterad sommaren 2006

---

### Titel:

**Konsekvenser av dagliga gratistidningar på marknaden – svenska erfarenheter**

\*

### Författare:

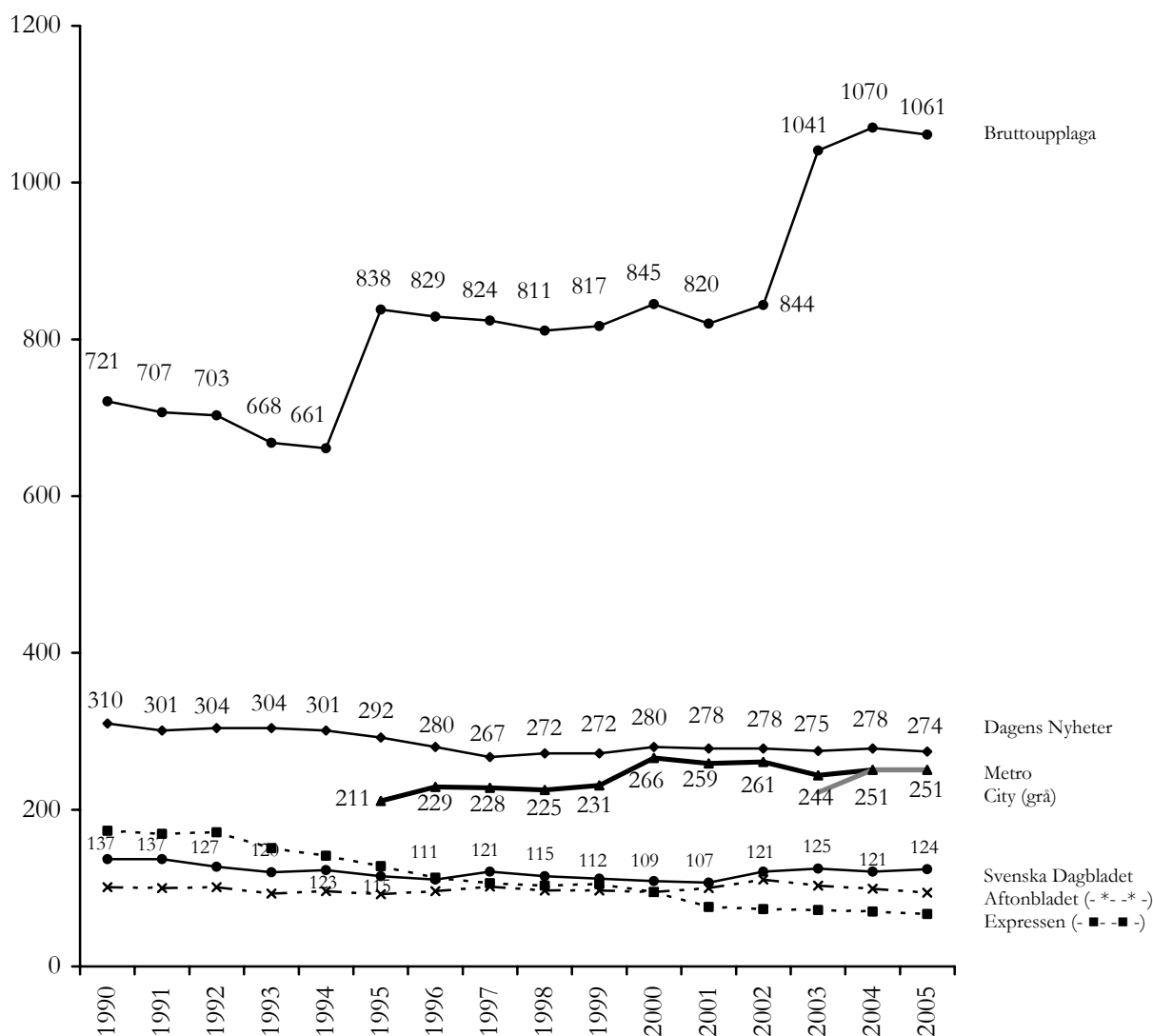
Ingela Wadbring  
Institutionen för journalistik och masskommunikation  
Göteborgs universitet  
Box 710  
SE 405 30 Göteborg  
Sverige

Telefon: +46 31 773 49 75

Mobil +46 79 333 27 16

E-post: [ingela.wadbring@jmg.gu.se](mailto:ingela.wadbring@jmg.gu.se)

Figur 1 Tidningsupplagor i Stockholmsregionen 1990-2005 (tusentals exemplar)

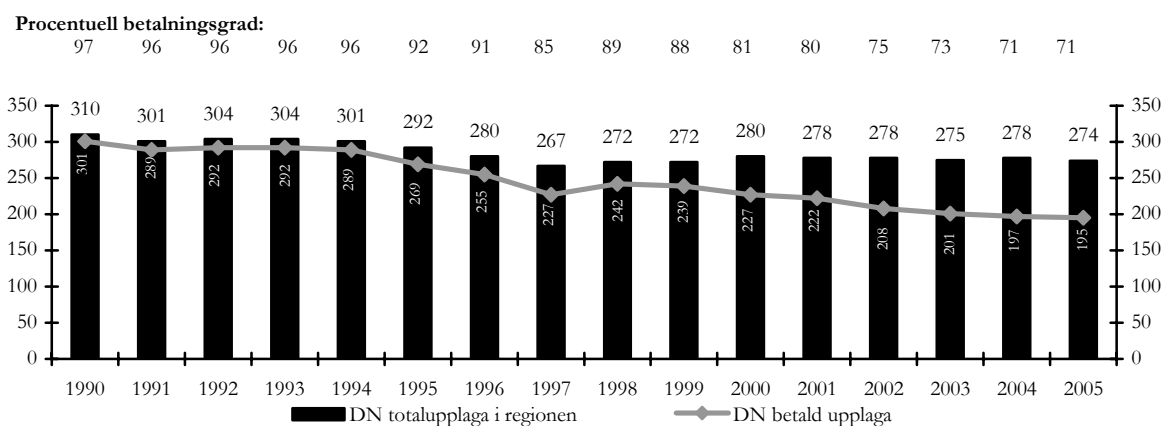


**Kommentar:** TS mätte till och med år 1994 upplagor för första halvåret respektive år, och från och med 1995 helårsvis. *Metro* och Stockholm City är mätta enligt RS, inte TS (se [www.ts.se](http://www.ts.se)). Siffror är endast utsatta på Dagens Nyheter, Metro och Svenska Dagbladet. De två senaste åren visar Metro och City exakt samma siffror. Bruttoupplaga innebär sammanlagd upplaga av samtliga i figuren ingående titlar.

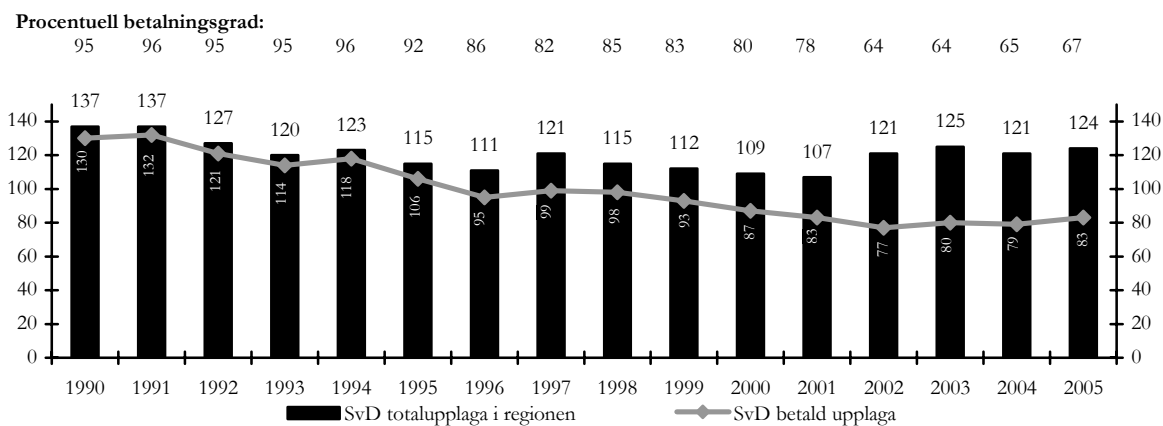
**Källa:** TS och RS respektive år.

**Figur 2** Total upplaga i förhållande till betald upplaga för morgontidningarna i Stockholms- och Göteborgsregionen, 1990-2005 (tusentals exemplar)

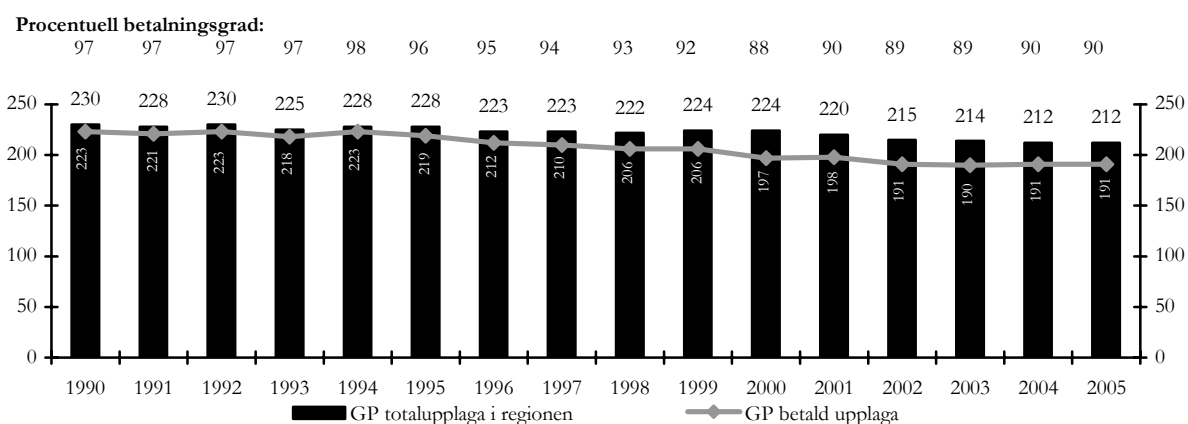
**a) Dagens Nyheter i Stockholmsregionen**



**b) Svenska Dagbladet i Stockholmsregionen**



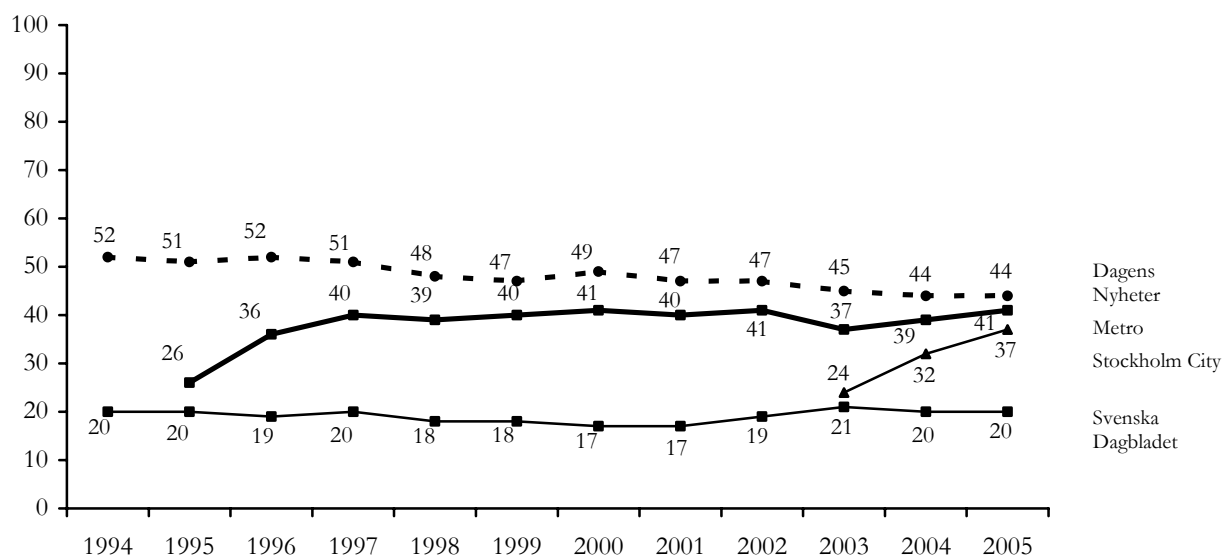
**c) Göteborgs-Posten i Göteborgsregionen**



**Källa:** TS-boken respektive år (bearbetning).

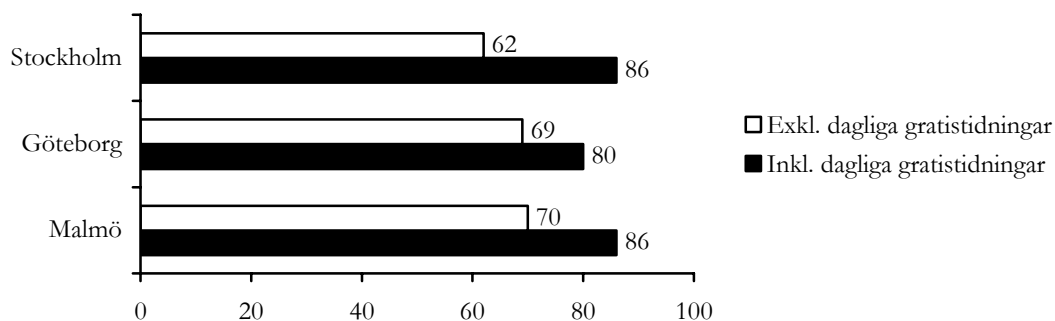
**Kommentar:** Staplarna visar den totala upplagan i respektive region, och kurvan visar en uppskattning av hur stor andel av denna upplaga som är fullbetald med maximalt 25 procents rabatt eller är lösnummerförsäld. För detaljer om hur beräkningen är gjord, se Wadbring (2003:239ff).

**Figur 3 Morgontidningars räckvidd i Stockholmsregionen, vardagar, 1994-2005 (procent)**



**Källa:** Orvesto respektive år.

**Figur 4** Andel av befolkningen i storstadsregionerna som regelbundet läser morgontidning om dagliga gratistidningar inkluderas respektive exkluderas, 2005 (procent)



**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen för Stockholms- och Malmöregionerna, den västsvenska SOM-undersökningen för Göteborgsregionen.

**Kommentar:** Med regelbunden läsning avses för Stockholms- och Malmöregionen läsning minst 3 dagar/vecka och för Göteborgsregionen 4 dagar/vecka (beroende av olika skalor i formulären). Antalet svarande är i Stockholmsregionen cirka 600 personer, i Göteborgsregion cirka 1800 och i Malmöregionerna cirka 200 personer.

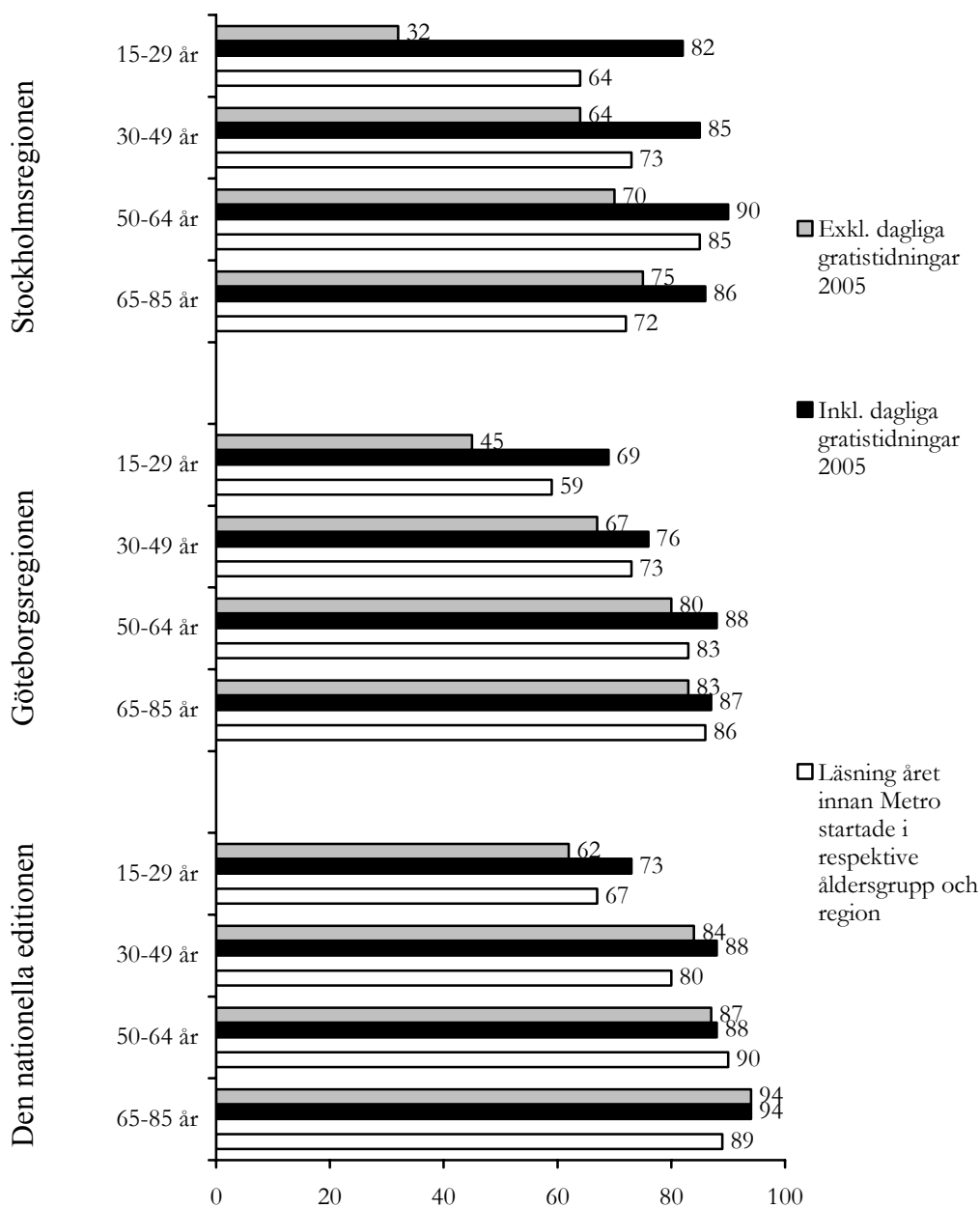
**Tabell 1 Regelbunden läsningen av dagliga gratistidningar och prenumererade morgontidningar i olika typer av boendeområden, Göteborgs kommun, 1997-2005 (procent)**

|   | Resursstarka områden |      |      | Medelresursstarka områden |      |      | Medelresurssvaga områden |      |      | Resurssvaga områden |      |      |
|---|----------------------|------|------|---------------------------|------|------|--------------------------|------|------|---------------------|------|------|
|   | 1997                 | 2000 | 2005 | 1997                      | 2000 | 2005 | 1997                     | 2000 | 2005 | 1997                | 2000 | 2005 |
| Läser någon morgontidning exklusive Metro | 88                   | 79   | 79   | 81                        | 75   | 71   | 74                       | 66   | 66   | 54                  | 55   | 53   |
| Läser någon morgontidning inklusive Metro | -                    | 84   | 88   | -                         | 85   | 80   | -                        | 79   | 84   | -                   | 77   | 80   |
| Differens                                 | -                    | 5    | 9    | -                         | 10   | 9    | -                        | 13   | 18   | -                   | 22   | 27   |
| -----                                     |                      |      |      |                           |      |      |                          |      |      |                     |      |      |
| Läser Göteborgs-Posten                    | 78                   | 76   | 77   | 74                        | 71   | 68   | 69                       | 63   | 62   | 49                  | 50   | 51   |
| Läser Metro                               | -                    | 11   | 20   | -                         | 20   | 25   | -                        | 23   | 36   | -                   | 37   | 45   |
| Antal svarande                            | 218                  | 253  | 242  | 331                       | 310  | 312  | 256                      | 273  | 256  | 205                 | 195  | 179  |

**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen respektive år.

**Kommentar:** Med regelbunden läsning avses läsning minst 4 dagar/vecka. Indexet, som är relativt, bygger på Göteborgs 21 stadsdelsnämnder som rangordnats efter medelinkomst, andel familjer med socialbidrag och andel invandrare.

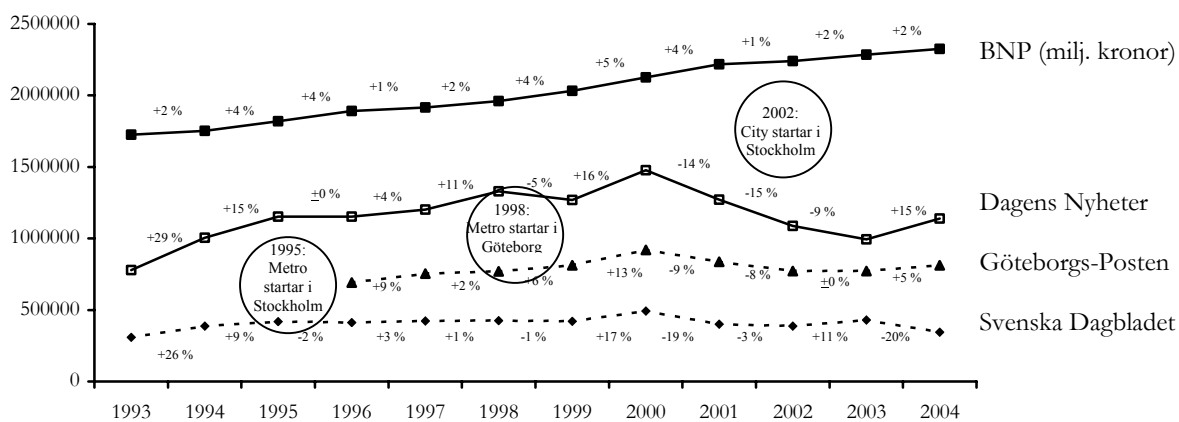
**Figur 5** Andel av befolkningen i olika regioner som regelbundet läser morgontidning om dagliga gratistidningar inkluderas respektive exkluderas, efter ålder, 2005 (procent)



**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen för Stockholmsregionen och den nationella editionen, den västsvenska SOM-undersökningen för Göteborgsregionen.

**Kommentar:** Med regelbunden läsning avses för Stockholmregionen och den nationella editionen läsning minst 3 dagar/vecka och för Göteborgsregionen 4 dagar/vecka (beroende av olika skalor i formulären). Antalet svarande är i Stockholmsregionen cirka 600 personer (dock endast 300 personer år 1994, vit stapel), i Göteborgsregionen cirka 1800 och avseende den nationella editionen cirka 700 personer.

**Figur 6** Annonstäckter för Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet och Göteborgs-Posten 1993-2004 (netto, fasta priser i 2001 års värde, tusentals kronor)



**Källa:** Respektive tidnings årsredovisning (bearbetning).

**Kommentar:** I GPs årsredovisningar finns inte annonserintäckter specificerade förrän 1997 (då även 1996 redovisas). Sedan 2002 särredovisas inte annonserintäckter i Dagens Nyheter årsredovisning; uppgifterna från Dagens Nyheter 2002-2004 är muntliga från tidningens medarbetare.

Figur 7 En skiss för dagstidningsföretags kärnprodukter i mitten av 2010-talet; mot ett nytt firebladssystem?

|                 |                             | <u>Kostnad</u>                       |   |
|-----------------|-----------------------------|--------------------------------------|---|
|                 |                             | Abonnemang/lösnummer                 | Gratis  |
| <u>Målgrupp</u> | Högstatus/<br>”up market”   | Traditionella lokala morgontidningar | Specialiserade tidningar/<br>digitala tidningar |
|                 | Lågstatus/<br>”down market” | Kvällstidningar på papper            | Dagliga gratistidningar                         |