

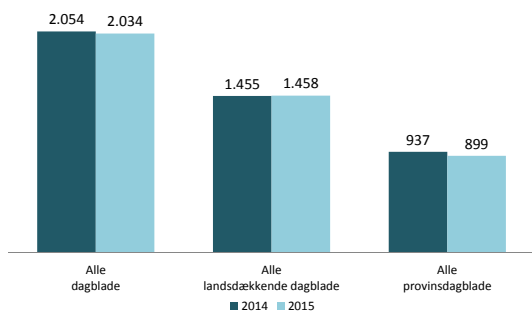
2 Hovedresultater

Dagbladene holder fra 2014 til 2015 samlet status quo i forhold til det daglige læsertal

Mere end 2,034 mio. danskere læste dagligt et dagblad i 2015.

1.458 mio. læste dagligt et landsdækkende dagblad, mens 0,899 mio. dagligt læste et provinsdagblad.

Gennemsnitligt dagligt læsertal i 1.000 - Dagbladsgupper - 2014-2015

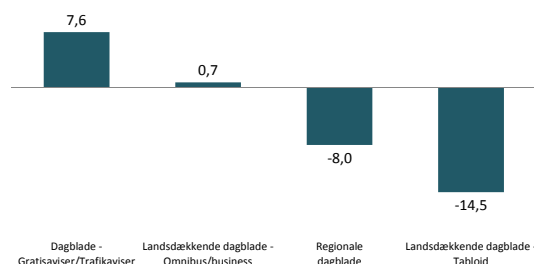


Kilde: Index Danmark/Gallup

Fra 2014 til 2015 går tabloidaviserne og de regionale dagblade tilbage

I perioden 2014 til 2015 har tabloidaviserne haft en læsertilbagegang på 14,5 % i det daglige læsertal. De regionale dagblade er gået 8 % tilbage, omnibusaviserne holder stort set status quo, mens gratisaviserne oplever en læserfremgang på 7,6 %.

Gennemsnitligt dagligt læsertal - Dagbladsgupper - ændring i % 2014-2015

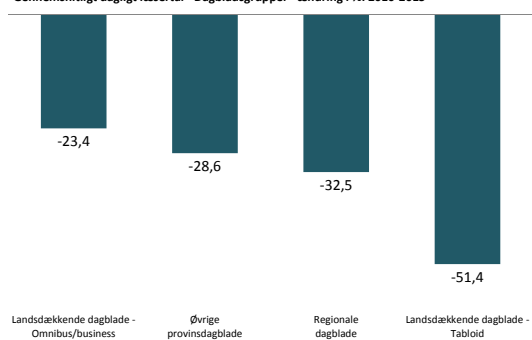


Kilde: Index Danmark/Gallup

Læsertallet mere end halveret for de trykte tabloidavis fra 2010 til 2015

De landsdækkende tabloidavis har fra 2010 til 2015 oplevet et fald i læsertallet på 51,4 %. Læsertallet for de regionale dagblade er i perioden faldet med 32,5 %, mens det for omnibusaviserne er faldet med 23,4 %.

Gennemsnitligt dagligt læsertal - Dagbladsgupper - ændring i % 2010-2015

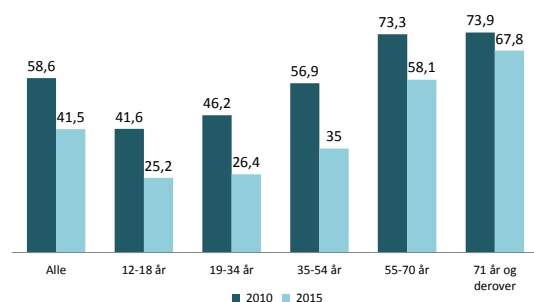


Kilde: Index Danmark/Gallup

Fra 2010 til 2015 ses det største fald i dagbladenes dækning blandt de yngre aldersgrupper

Dækningen blandt de 19-34-årige faldt i perioden fra 46,2 % til 26,4 %. Blandt de ældre på 71 år eller derover ses et mindre fald i dækningen fra 73,9 % til 67,8 %.

Dækning i % for alle dagblade - fordelt på alder 2010 og 2015



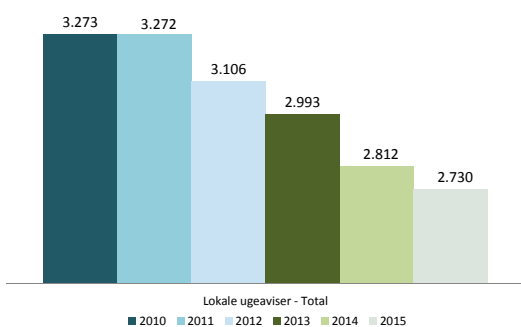
Kilde: Index Danmark/Gallup

De lokale ugeaviser mister læsere

Fra 2014 til 2015 har de lokale ugeaviser oplevet et samlet fald fra 2,812 mio. til 2,730 mio. ugentlige læsere.

I forhold til 2010 er det ugentlige læsertal faldet fra 3,273 mio. læsere – et fald på 543.000 ugentlige læsere.

Gennemsnitligt ugentligt læsertal i 1.000 - Lokale ugeaviser. 2010-2015

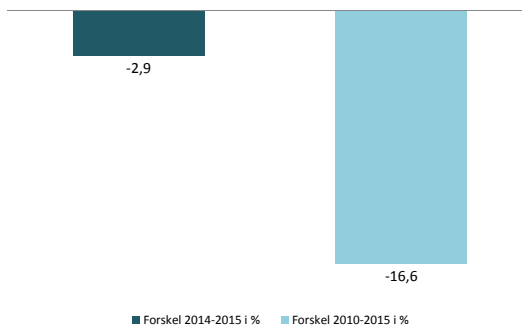


Kilde: Lokal Index Danmark/Gallup

Udviklingen i de lokale ugeavisers læsertal

De lokale ugeaviser har fra 2014 til 2015 samlet haft en læsertilbagegang på 2,9 % i det gennemsnitlige ugentlige læsertal. Set over perioden 2010 til 2015 har de lokale ugeaviser haft en læsertilbagegang på 16,6 %.

Gennemsnitligt ugentligt læsertal - Lokale ugeaviser - ændring i %. 2010-2015 og 2014-2015



Kilde: Lokal Index Danmark/Gallup

3 Konklusion

Udviklingen for de trykte dagblade har i perioden 2010 til 2015 været præget af en kontinuerlig tilbagegang i læsertallene. En tendens, der kan tilskrives den teknologiske udvikling med et øget og digitaliseret medieudbud i kombination med ændrede mediebrugsvaner hos borgerne.

I perioden 2014 til 2015 tegner sig imidlertid for første gang i en årrække en tendens, hvor et flertal af dagbladene enten har sat en stopper for eller oplever et mere begrænset fald i læsertallet end tidligere år. En række dagblade har ligefrem læserfremgang fra 2014 til 2015.

I 2015 læste lidt over 2 millioner danskere (2.034.000) i gennemsnit dagligt et dagblad, svarende til 41,5 % af befolkningen (12+ år). Det er et fald på 20.000 læsere fra 2014, hvor andelen af avislæsende danskere udgjorde 42,5 %. I forhold til tidligere år er der tale om et begrænset fald i læsertallet. Fra 2013 til 2014 faldt læsertallet til sammenligning med 105.000 læsere. I 2010 udgjorde den avislæsende andel af danskere knap 59 % af befolkningen og frem til 2015 ses et fald i det gennemsnitlige daglige læsertal på 729.000, svarende til et fald på godt 26 %.

Fra 2010 til 2015 ses for de landsdækkende dagblade et fald i læsertallet på næsten 29 %, hvoraf tabloidaviserne i perioden har oplevet den største tilbagegang med mere end en halvering af læsertallet. Tilbagegangen i det gennemsnitlige daglige læsertal for provinsdagbladene ligger på næsten 30 %. I samme periode har de lokale ugeaviser haft en tilbagegang i det gennemsnitlige ugentlige læsertal på knap 17 %.

De landsdækkende dagblade holder samlet set med en lille fremgang fra 2014 til 2015 stort set status quo i forhold til gennemsnitlige daglige læsertal. Heraf oplever særligt gratisaviserne (7,6 %) fremgang i læsertallet, mens tabloidaviserne skiller sig ud med et fald på 14,5 %. Provisdagbladene oplever samlet set en tilbagegang på 4,1 %. De lokale ugeaviser har fra 2014 til 2015 en tilbagegang på 2,9 % i det gennemsnitlige ugentlige læsertal.

Læsertalsudviklingen viser, at den trykte avis ikke længere spiller den samme centrale rolle som hovedmedie i alle aldersgruppers nyhedsformidling. Mediehusene er med en lang række digitale tilbud i tillæg til de trykte aviser dog fortsat centrale nyhedsproducenter i det danske medielandskab. Set i forhold til mediebrugerne er der tale om en udviklingstendens, hvor særligt de yngre generationer i dag ikke har et lige så nært forhold til den trykte avis som tidligere. De ældste generationer læser dog fortsat trykte aviser som tidligere, om end der også her over de seneste år ses et mindre fald i læsertallene.

De trykte dagblades dækning i forskellige aldersgrupper over tid viser denne sammenhæng. For dagbladene samlet set ses det største relative fald i dækningen fra 2010 til 2015 for de 19-34-årige. Dækningen i denne aldersgruppe er i perioden faldet med 43 %, mens den for de 12-

18-årige er faldet med 39 %. Til sammenligning ses et fald på kun 8,3 % i den daglige dækning blandt læserne på 71 år og derover.

I et år, hvor et flertal af de landsdækkende dagblade ellers stort set holder status quo i forhold til læsertallene, er annonceomsætningen imidlertid fortsat med at falde og lægger pres på dagbladenes omsætning. Fra 2014 til 2015 faldt dagbladenes annonceomsætning på print 9 % (faste priser) på det danske marked.

8 Brug af data og resultater

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

Ved enhver brug af data skal originalkilden (f. eks. Gallup/Index Danmark (og base), Danmarks Statistik (og tabel) eller lignende) oplyses. Endvidere skal Slots- og Kulturstyrelsens Rapportering om mediernes udvikling 2016 oplyses som kilde. Videre salg eller anden kommerciel udnyttelse/anvendelse af data er ikke tilladt i nogen form.