

TIEDOTUSVÄLINEILLE

EMBARGO,
JULKAISTAVISSA
16.09.2014 klo 00.05

Kansallinen Mediatutkimus KMT®
KMT Syksy 2013/Kevät 2014

Tilaaaja: MediaAuditFinland Oy
Toteuttaja: TNS Gallup Oy

KMT -tieto ajankohtaistuu: syyskuusta alkaen raportoidaan kuukausittaiset lukijamäärät ja kokonaistavoittavuudet

KMT:sta julkaistaan 16.9. lähtien kuukausittaiset lukijamäärät ja kokonaistavoittavuudet kahdesti vuodessa tapahtuvan perusraportoinnin lisäksi. Suomen Kansallinen Mediatutkimus tekee tässä maailmanennätyksen lukujen julkaisutiheyden suhteen, tinkimättä kuitenkaan tilastollisesta luotettavuudesta. Kuukausittaiset luvut tuotetaan täysin samalla menetelmällä kuin KMT:n viralliset lukijamäärät, käyttäen painetusta lehdestä kolmen viimeisimmän kuukauden keskimääräistä lukijamäärää ja lehtien digitaalisista versioista viimeisimmän kuukauden viikkokeskiarvoa.

Nyt julkaistavissa kuukausitilastoissa ovat mukana kaikki Kärkimedialehdet, Ilta-Sanomat ja muutama muu lehti. Kaikkien vähintään 10 kertaa vuodessa ilmestyvien KMT lehtien on mahdollista tulla mukaan. Kuukausittaiset lukijamäärät julkaistaan takautuvasti vuoden 2013 alusta ja aikasarja osoittaa, kuinka vakaata painettujen lehtien lukeminen on kuukaudesta toiseen. Tasainen lehtien kuukausittainen kokonaistavoittavuus todistaa lehtien digitaalisten versioiden pitävän lehtibrändin kokonaisyleisön ennallaan painettujen lehtien lievistä laskusta huolimatta.

”Kuukausittaiset luvut tarjoavat lehdille oivan työkalun levikkimarkkinoinnin toimenpiteiden seuraamiseen ja niiden realisoitumiseen uusina lukijoina. Niin ikään saadaan luotettava lisätyökalu digitaalisen lukemisen kasvun seurantaan. Mainostajalle on nyt tarjolla nopeammin päivittyvä mittari lehden tavoittamista kuluttajista. Seuraava kehitysaskel on viikonpäiväkohtaisten lukijaestimaattien tuottaminen”, toteaa Kärkimedian toimitusjohtaja Kimmo Laaksonen.

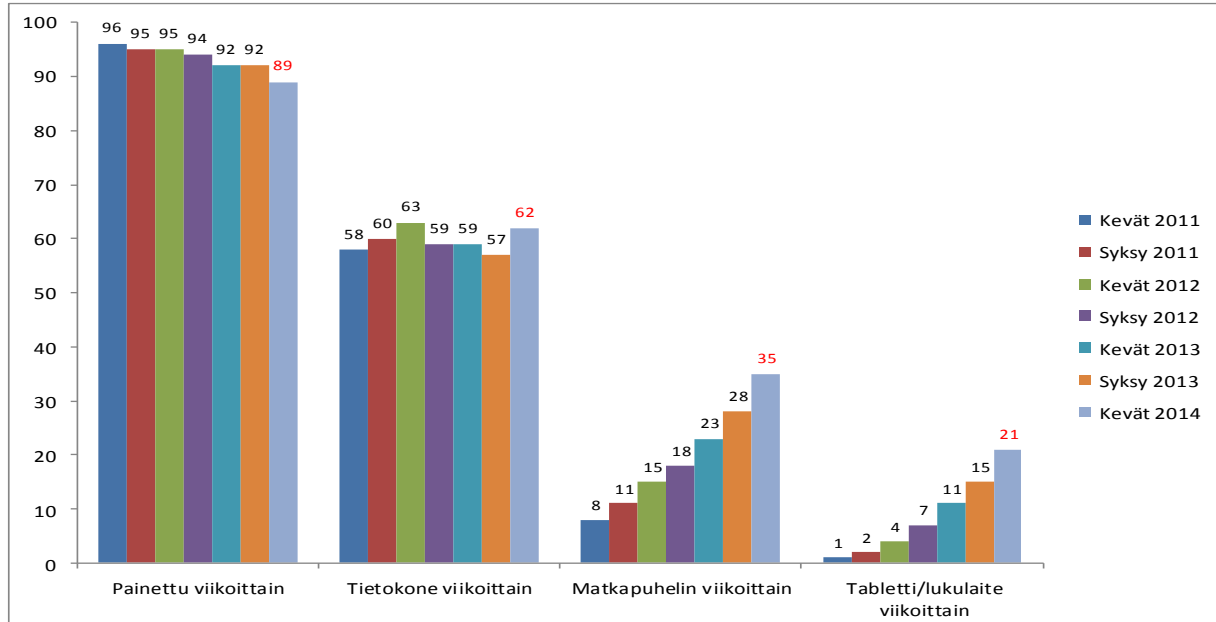
Lehtien yhteenlaskettu kokonaistavoittavuus on noussut 1,3 % edellisestä mittauskerrasta. Tietokoneella, matkapuhelimella tai tabletilla lehtiä lukevien määrä on noussut 12,7 %. Lehtien digitaalisten versioiden lukemisen kasvu näkyy voimakkaasti nyt myös aikakauslehdissä, erityisesti naisten- ja perhelehtien lukijoissa (jopa 30 % kasvua). Painettujen lehtien lehtikohtaiset lukijamäärät ovat laskeneet keskimäärin -2,5 %. Sanomalehtien lasku on -4,5 % ja aikakauslehtien -2,1 %. Kaupunki- ja noutopistelehdet puolestaan ovat nousseet 3,7 %.

Median digitaalisesta murroksesta huolimatta painettu versio on edelleen ylivoimaisesti suosituin tapa lehtien sisällön seuraamiseen, sillä peräti 89 % suomalaisista lukee jotain painettua lehteä viikoittain. Tietokoneella, matkapuhelimella tai tabletilla lehtiä lukee viikoittain 70 % suomalaisista. Lehtien monipuolistunut lukeminen mobiililaitteilla kasvaa erittäin

voimakkaasti, sillä nyt jo 35 % suomalaisista lukee lehteä viikoittain matkapuhelimella ja 21 % tabletilla tai lukulaitteella. Niiden määrät ovat lähes kaksinkertaistuneet vuodessa.

Sanoma- ja aikakauslehtien lukeminen eri lukuvälineillä 2011-2014:

Lähde: KMT Kuluttaja 2011-2014



Lehtikohtaiset lukijamäärät, kokonaistavoittavuudet sekä kuukausitilasto liitteenä.

Lisätietoja:

Kaija Sinko

kaija.sinko@mediaauditfinland.fi

0400 489 876

Ville Rekula

ville.rekula@tmsglobal.com

043 8200 750

Kansallinen Mediatutkimus (KMT)

- Kansallinen Mediatutkimus (KMT) on lehtikustantajien, Aikakausmedian ja Sanomalehtien Liiton, Kärkimedia Oy:n ja Markkinointiviestinnän Toimistojen Liiton yhteinen tutkimuskokonaisuus. MediaAuditFinland Oy organisoii tutkimuksen toteutuksen yhdessä TNS Gallupin kanssa.
- KMT Lukija-osuudesta saadaan printtimedian virallinen valuutta eli lukijaestimaatti. Virallisen valuutan tunnusmerkkinä on yhteisesti sovittu toteutustapa, toteutuksen läpinäkyvyys ja se, että siihen voivat osallistua kaikki ne lehdet, jotka täyttävät tutkimuksen edellyttämät peruskriteerit.
- Lukijaestimaatti ilmaisee, kuinka monta tuhatta lukijaa kunkin lehden numerolla on keskimäärin.
- Kokonaistavoittavuusluku on lehden keskimääräisen numeron lukijamäärä lisätynä keskimääräisen viikon aikana lehden eri digitaalisia versioita käyttäneiden määrällä (netto, eli vastaaja voi olla mukana vain kerran).
- Tutkimuksen kohderyhmä on 12 vuotta täyttäneet suomalaiset, joiden äidinkieli on suomi tai ruotsi, Ahvenanmaa pois lukien. Kohderyhmän koko on 4 461 000. Tiedonkeruujakso oli 1.7.2013–30.6.2014.
- KMT:ssä lukemis- ja taustatiedot (KMT Lukija) kerätään tietokoneavusteisina puhelinhaastatteluina. Haastatteluja tehtiin tasaisena kertymänä eri puolilla Suomea tässä aineistossa yhteensä 24 006. Tulokset raportoidaan kaksi kertaa vuodessa, maalisi- ja syyskuussa. KMT-tietoa syvennetään puhelinhaastatteluihin liittyvällä nettikyselyllä (KMT Kuluttaja).
- KMT Lukija Syksy 2013/Kevät 2014 -aineistossa on mukana yhteensä 159 lehteä: 38 sanomalehteä, 4 sanomalehtien liitettä, 106 aikakauslehteä ja 9 muuta lehteä.