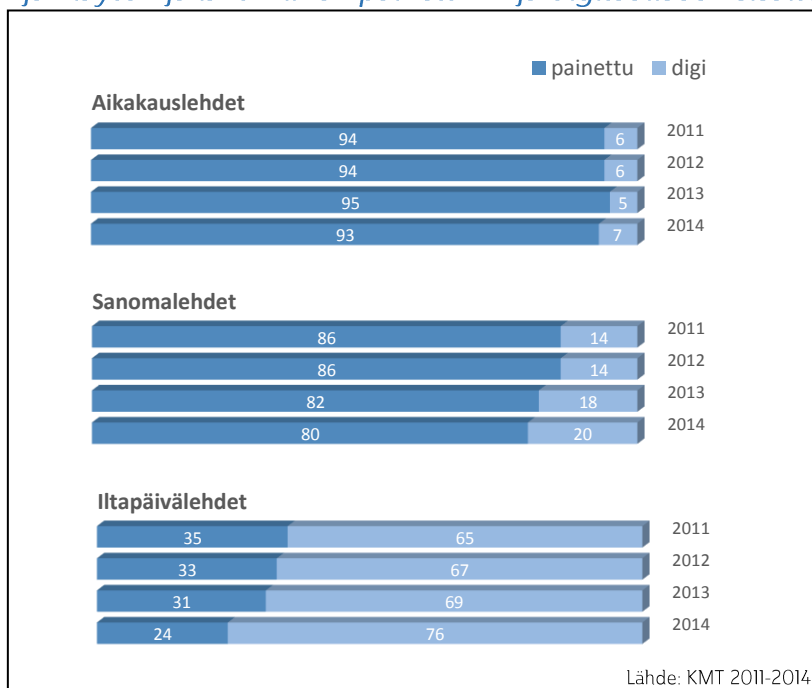




## Lehtien lukeminen monipuolistuu, KMT kokonaistavoittavuudet tuotetaan entistä tarkemmin

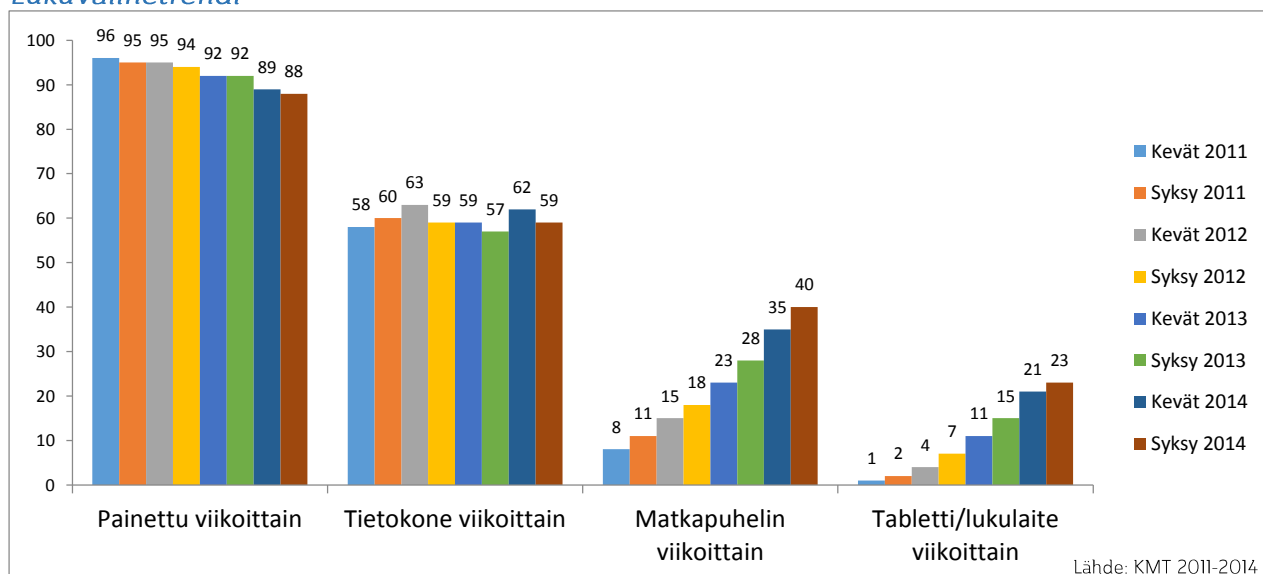
Ilta- ja aamulehtien parissa käytetystä ajasta jo kolme neljäsosaa kertyy digitaalisten välineiden kautta, kasvua on edellisen kolmen vuoden aikana kertynyt 11 prosenttiyksikköä. Sanomalehtien ja aikakauslehtien parissa käytetystä ajasta edelleen valtaosa on painettujen versioiden lukemista. Niissä muutos on ollut ilta- ja aamulehtiä hitaampaa.

### Ajankäytön jakautuminen painettuun ja digitaaliseen sisältöön



Lehtien lukeminen monipuolistuu digitalisoitumisen myötä. Nopean tiedon tarpeen kasvu näkyy erityisesti matkapuhelimen käytön kasvuna. Toki painettu käyttöliittymä on edelleen ylivoimaisesti suosituin.

### Lukuvälinetrendi



Alle 18-vuotiaista matkapuhelimella lukijoita on 70 prosenttia, yli 50-vuotiaista vain 17 prosenttia. Painetun lehden suosio on vakaampi: yli 55-vuotiaissa 96 prosenttia lukee painettua viikoittain ja alle 18-vuotiaissakin 73 prosenttia.

Kansallisen Mediatutkimuksen lehtien kokonaistavoittavuuden tulokset on tuotettu nyt ensimmäistä kertaa yhdistämällä painetun lehden lukijamäärät tuoreeseen TNS Metrix Paneelin tietoon. Samalla periaatteella sanomalehdille raportoidaan kuukausittaiset kokonaistavoittavuusluvut huhtikuusta 2015 alkaen. Uudet kokonaistavoittavuusluvut eivät ole vertailukelpoisia aiempiin tuloksiin.

Lukijamäärä ja medioiden digitaalisten sisältöjen seuraaminen kysytään KMT:ssä. Tuloksena saatu digitaalisten sisältöjen viikkotavoittavuusestimaatti täsmäytetään nyt ensimmäistä kertaa vastaamaan 5 000 hengen internetiä käyttävää väestöä edustavaa TNS Metrix Paneelia. "Lehtien digitaaliset viikkotavoittavuudet saadaan nyt aiempaa luotettavammin, koska paneelissa mitataan ihmisiä eikä vain laitteita kuten aiemmin. KMT:ssä mukana oleville lehdille tämä tarkoittaa, että kokonaistavoittavuudesta saadaan tarkka ja luotettava työkalu oman median yleisömäärän ja profiilin kuvaamiseen", sanoo TNS Gallupin Digi-yksikön johtaja Niina Sauvolainen.

Liitteenä KMT 2014 kokonaistavoittavuusluvut.

Lisätietoja:

MediaAuditFinland Oy  
Kaija Sinko puh. 0400 489 876  
Miikka Merikoski puh. 050 523 1596

TNS Gallup Oy  
Ville Rekula puh. 043 820 0750

#### **KMT-tutkimuksen perustiedot:**

Tutkimuksen toteuttaja: TNS Gallup Oy  
Tutkimuksen tilaaja: MediaAuditFinland Oy  
KMT Lukijan näytämäärä: 24 007  
KMT Kuluttajan näytämäärä: 8 754  
Tutkimuksen kohderyhmä: 12-vuotta täyttäneet mannersuomalaiset, joiden äidinkieli suomi tai ruotsi  
Kohderyhmän koko: 4 461 000  
Tutkimuksen tiedonkeruujakso: 8.1.–21.12.2014  
Tutkimuksen toteutustapa: tietokoneavusteinen puhelinhaastattelu (painettu) ja sitä seuraava nettikysely (digi)  
TNS Metrix Paneelin näytämäärä: n. 5 000