

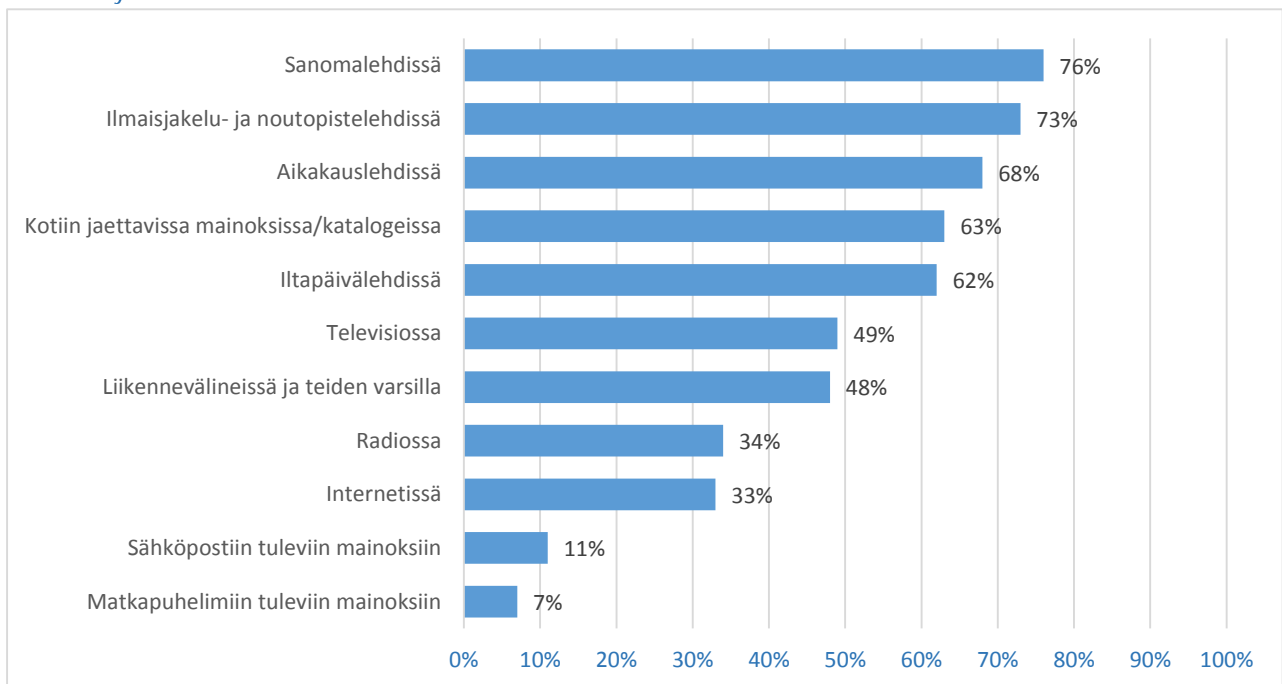


Mainontaan suhtaudutaan positiivisesti painetussa mediassa

Kansallisen Mediatutkimuksen painettujen lehtien lukemista mittaavat tulokset kertovat suomalaisten lukevan KMT-lehdistä keskimäärin 5,7 aikakauslehteä ja 1,7 sanomalehteä tai niiden liitettä.

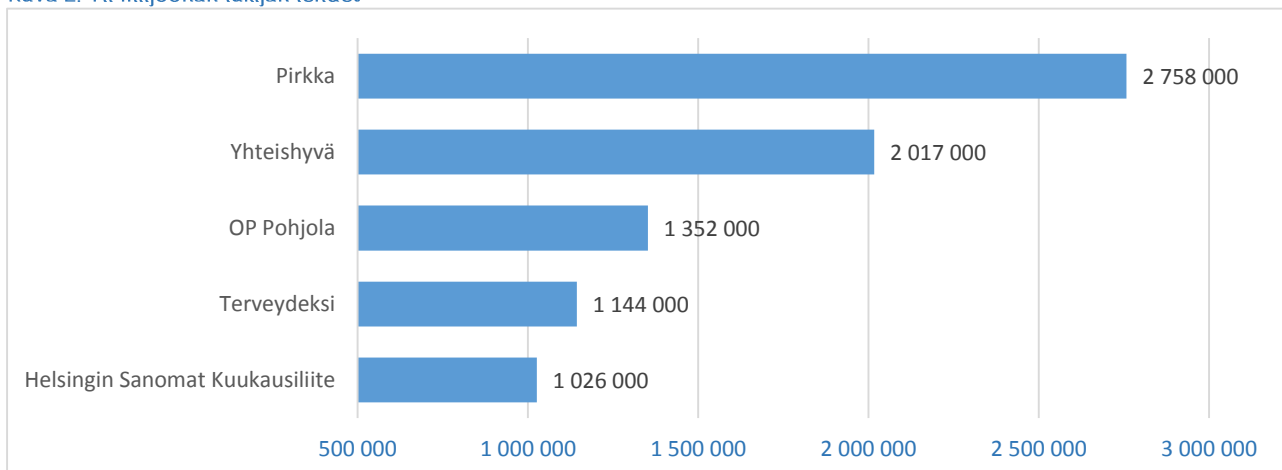
Suomalaiset maksavat edelleen lehtien sisällöstä, painettuna tai digitaalisena. Painetun sanomalehden ostaa tai tilaa 57 prosenttia vastaajista ja mainontaan sanomalehdissä suhtautuu myönteisesti 76 prosenttia suomalaisista. Painetun aikakauslehden ostaa tai tilaa 45 prosenttia ja aikakauslehtimainontaan myönteisesti suhtautuvia on 68 prosenttia vastaajista. Lehdissä julkaistuun mainontaan suhtaudutaan selvästi positiivisemmin kuin sähköisessä tai mobiilimediassa näkyvään mainontaan.

Kuva 1: Myönteisesti mainontaan eri medioissa suhtautuvien osuus suomalaisista



Painetut lehdet ovat massamedioita, joista isoimmat tavoittavat yli miljoona suomalaista. Alueelliset sanomalehdet peittävät oman alueensa väestöstä 47–71 prosenttia.

Kuva 2: Yli miljoonan lukijan lehdet





Painetut lehdet ovat kohderyhmämedioita. Erityisesti aikakauslehtien lukijakuntien rakenteessa on selviä eroja iän ja sukupuolen mukaan. Nuorten lukemisessa korostuvat aivan eri lehdet kuin suurten ikäluokkien lukemisessa ja tytöillä eri lehdet kuin pojilla. Sanomalehdillä on lukijoita varsin tasaisesti kaikissa ikäryhmissä.

Kuva 3: Lukijoiden osuus eri kohderyhmissä

TYTÖT 12-19 –v	Lukijoita kohderyhmässä	Tytöt 12-19: osuus lukijoista
Demi	97 000	66 %
Cosmopolitan	60 000	34 %
Elle	15 000	23 %
Trendi	22 000	19 %
Fit	11 000	11 %

NAISET 50-64 –v	Lukijoita kohderyhmässä	Naiset 50-64: osuus lukijoista
Oma Aika	20 000	42 %
Voi Hyvin	60 000	34 %
Kotiliesi Käsityö	34 000	33 %
Eeva	108 000	33 %
Maalla	26 000	31 %

POJAT 12-19 –v	Lukijoita kohderyhmässä	Pojat 12-19: osuus lukijoista
Jääkiekkolehti	28 000	23 %
Aku Anka	120 000	14 %
Urheilulehti	12 000	12 %
MB (Mikrobitti)	17 000	11 %
Urheilusanomat	10 000	10 %

MIEHET 50-64 –v	Lukijoita kohderyhmässä	Miehet 50-64: osuus lukijoista
Kippari	21 000	34 %
Vene	25 000	30 %
Mobilisti	32 000	29 %
Moottori	56 000	28 %
Konepörssi	54 000	27 %

KMT-tutkimuksen lukijamäärät perustuvat vuosittain 24 000 suomalaisen haastatteluun. Verrattuna edellisiin KMT Syksy 2013/Kevät 2014 tuloksiin painettujen sanomalehtien ja niiden liitteiden lukeminen väheni -3,3 prosenttia, aikakauslehtien -1,8 prosenttia ja ilmaisjakelu- ja noutopistelehtien lukeminen nousi 0,4 prosenttia.

KMT 2014 tulokset raportoidaan kahdessa osassa. Nyt raportoidaan printin luvut ja 30.3.2015 lehtien kokonaistavoittavuus sekä digitaalinen lukeminen, joiden osalta on odotettu verkon uuden virallisen valuutan, TNS Metrix Paneelin, tuoreiden tulosten vakiintumista.

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
Tutkimuksen tilaaja: MediaAuditFinland Oy
Tutkimuksen näytemäärä: 24 007
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 (CATI) ja sitä seuraava nettikysely
Tutkitut lehdet: 104 aikakauslehteä, 38 sanomalehteä, 4 sanomalehtien liitettä, 21 kaupunki- ja noutopistelehteä.