

Analys/Jonas Ohlsson

Läsning print och digitalt
– region för region 2

Annonsaffären fungerar allt sämre. Så framtiden bygger på läsarfinsansiering. Men mediehusens framgångar med att fånga in nya läsare, i print eller digitalt, varierar betydligt mellan respektive regioner, visar Jonas Ohlssons analys.

» Hur journalistiken ska finansieras är den stora knäckfrågan för dagens tidningsföretag, oavsett storlek och målgrupp. Konkurrensen från nätbaserade aktörer som Facebook och Google har åderlåtitt den svenska dagspressens annonsaffär under snart ett decennium nu. Det gäller i synnerhet de tidningsföretag som ägnar sig åt lokal journalistik, och för vilka annonsmarknaden under gott och väl 100 år varit den bärande intäktskällan. Den takt med vilken de globala nätjättarna flyttar fram sina positioner på världens annonsmarknader, inte minst mobilt, visar inga tecken på att avta, varför intäkterna från annonseringen framstår som en allt snårigare väg när det gäller att hitta en långsiktigt bärkraftig affärsmodell för den lokala journalistiken.

Återstår publiken. I takt med att annonsintäkterna faller blir det allt tydligare att om vi också i framtiden ska ha en självständig, kvalificerad lokaljournalistik, vilket vi i Sverige varit jämförelsevis bortskämda med, måste läsarna vara med och finansiera den.

Analysen knyter an till frågan om lokalpressens ställning på publikmarknaden genom att undersöka den regelbundna användningen av tryckta och digitala lokaltidningar under höstvintern 2015. Det handlar för det första om att studera skillnader mellan olika regioner, med vilket avses geografiskt avgränsade områden som domineras av olika tidnings grupper; för det andra om att undersöka skillnader mellan och inom olika generationer. Rapporten är en uppföljning av en motsvarande analys som presenterades i Medievärlden Premium i maj i fjol.

Till vår hjälp tar vi de nationella SOM-undersökningarna från 2014 och 2015. Undersökningarna riktades till ett slumpmässigt urval av 13 600 respektive 17 000 personer i åldrarna 16 till 85 år. Det stora underlaget erbjuder goda möjligheter att analysera nyhetskonsumtionen i Sverige, också på regional nivå. SOM-undersökningarna genomförs på hösten varje år och majoriteten av svaren kommer in mellan slutet på september och början på november.

SOM-undersökningen

Att SOM-undersökningarna genomförs under mer eller mindre identiska förutsättningar från ett år till ett annat är i sig en förutsättning för att kunna uttala sig om förändringar över tid. Likafullt är det viktigt att vara vaksam vid jämförelser mellan enskilda år.

2014 års undersökning genomfördes i efterdyningarna av valrörelsen under supervalåret 2014. Vi vet att intresset för vad som händer i omvärlden generellt får sig en extra skjuts i samband med de politiska valen. Även exponeringen för nyhetsjournalistik brukar karakteriseras av den positiva "valårseffekt" som på flera sätt gör avtryck i svenskarnas beteenden och bedömningar. Hösten 2015 präglades den politiska dagordningen av flyktning- och invandringsfrågan, med omfattande rapporter kring flyktingsströmmar genom Europa och den stora dramatiken i och omkring Medelhavet.

Skillnaderna i nyhetsagendan under hösten 2014 och hösten 2015 gör att direkta jämförelser mellan de båda åren ska göras med viss varsamhet. De yttre betingelserna för såväl nyhetsrapportering som nyhetsexponering var mycket olika under de båda mätperioderna. Rimligen ska dock inte dessa skillnader ha någon avgörande betydelse för komparationen mellan vare sig olika regionala tidningsmarknader eller olika generationer. Både valrörelsen och flyktingkrisen var i hög utsträckning nationella (och i det senare fallet även internationella) angelägenheter, inte företrädesvis regionala eller lokala.

JONAS OHLSSON



Civilekonom och fil. dr i journalistik, medier och kommunikation. Arbetar som undersökningsledare vid SOM-institutet och som medieforskare vid Nordicom, båda vid Göteborgs universitet.

**Medie
världen
Premium**

REGIONERNA:

» När det gäller den regionala indelning som används i analysen utgår den från strukturen på de lokala tidningsmarknaderna. Vi undersöker tidningsläsningen i sammanlagt tio olika områden, varav en omfattar de kommuner där tidningsmarknaden domineras av mindre lokala aktörer, för vilka det statistiska underlaget är för litet för att tillåta regionala analyser.

Läsaren ska göras uppmärksam på att formulärfrågornas konstruktion inte bygger på enskilda titlar. Resultaten för exempelvis "Mittmedia" ska därför inte tolkas som räckvidden för av Mittmedia utgivna tidningar, utan som den samlade räckvidden för lokalpressen i av Mittmedia dominerade kommuner. Givet den monopolsituation som råder på de flesta av landets lokala tidningsmarknader är vår bedömning att resultaten ändå ska fungera som en tillfredsställande indikator också på tidningsgruppernas ställning på sina respektive huvudmarknader.

I tre fall delas tidningsmarknaden mellan två olika aktörer. Det handlar om Stockholm (DN/Svenska Dagbladet), Malmöområdet (Sydsvenskan/Skånska Dagbladet) och Värmland (NWT/Värmlands Folkblad). När det gäller Stockholmsområdet har vi gjort en avgränsning till Stockholms län. I Malmö och Värmland stöter vi på problemet att första- och andratidningarna verkar över delvis olika utgivningsområden. Här har vi valt att utgå från de marknader som domineras av Sydsvenskan/HD respektive NWT-koncernen som helhet. I det senare fallet ingår följaktligen också de kommuner i Västergötland, Dalsland och Uppland där NWT ger ut tidningar (men där VF inte finns representerad).

Mellan de båda mätpunkterna genomfördes en större tidningsaffär. Den gällde Promedia, som under våren 2015 övergick från att majoritetsägas av Stampen till att majoritetsägas av MittMedia. För att göra en rättvis bedömning av förändringen mellan åren särredovisas tidningsläsningen i region "Promedia" för både 2014 och 2015.

Mellan hösten 2014 och hösten 2015 genomfördes också en hel del förändringar gällande tidningarnas prismodeller. Medan vissa tidningar valde att kraftigt höja sina priser på print-prenumerationer valde andra att installera betalväggar och andra typer av betalningskrav på nätet. Samtliga mer betydande förändringar av förutsättningarna för publiken att ta del av tidningarnas innehåll har förstås en potentiell inverkan på den regelbundna användningen av dagspressens produkter. Förändrade betalningsmodeller förklarar sannolikt en del av de i vissa fall dramatiska skillnader vi ser mellan de två mätpunkterna. Den sortens mer detaljerade förklaringsanspråk angående utvecklingsmönstren för tidningsläsningen i olika regioner faller dock utanför ramen för den här rapporten.



ÅLDERSGRUPPERNA: PENSIONÄRERNA

» Låt oss börja med de äldsta, gruppen 65 plus – "pensionärerna". Det här är dagspressens lojala kärntrupper. Sveriges pensionärer står i dag för en betydande andel av tidningsföretagens publikintäkter. Utfallet i fråga om den regelbundna tidningsläsningen i den här gruppen kan sammanfattas enligt följande:

- Tidningsläsningen i gruppen 65–85 ligger relativt stabilt, med en samlad regelbunden räckvidd i intervallet 72 (Stockholm) till 87 ("Herenco") procent under 2015. Tendensen jämfört med 2014 är dock svagt sjunkande. Den genomsnittliga nedgången (på regionnivå) landar på -3 procent.
- De renodlade papperstidningsläsarna är alltså i klar majoritet bland Sveriges pensionärer. Men antalet sjunker – i genomsnitt 6 procent sedan 2014. Nedgången har varit mer markant i vissa regioner än andra. I regionerna "Stampen", "Promedia" och "Skåne" minskade den rena papperstidningspublikumet med mellan 12 och 14 procentenheter mellan 2014 och 2015. I regionerna "NTM", "Herenco" och i Stockholm var andelen istället oförändrad.
- Nedgången för pappret kompenseras i viss mån av en tillväxt i tidningsläsningen online. Vi ser här en ökning över hela linjen jämfört med ett år tidigare. Dock handlar det om små värden och från blygsamma nivåer. Även i fråga om nätläsningen finns det skillnader mellan regionerna. I regionerna "Stampen" och "MittMedia" läser 9 procent av pensionärerna tidningen enbart på nätet. I "Gota Media" och "NWT/VF" är andelen endast 3 procent.

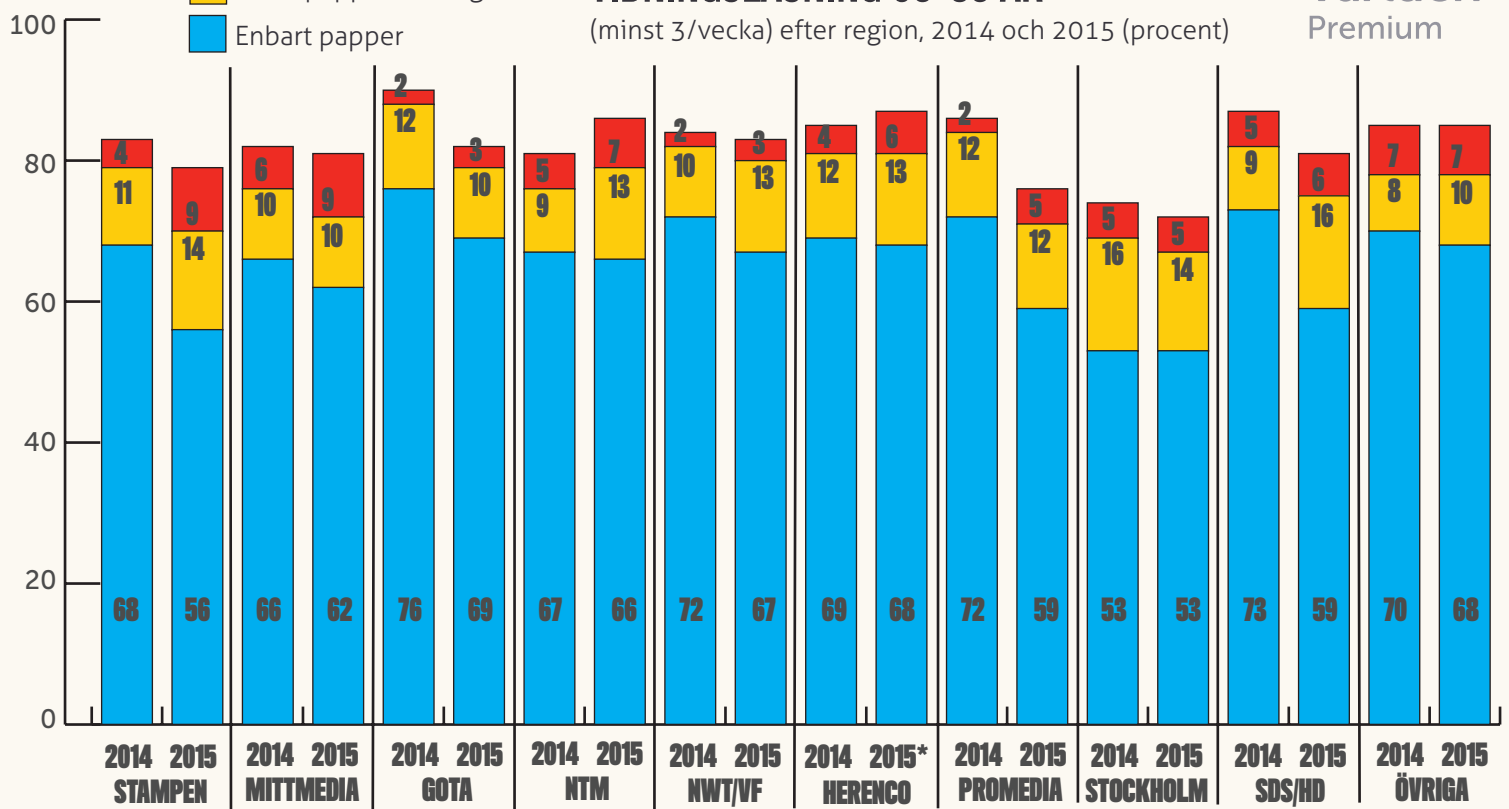


- Enbart digitalt
- Både papper och digitalt
- Enbart papper

TIDNINGSLÄSNING 65–85 ÅR

(minst 3/vecka) efter region, 2014 och 2015 (procent)

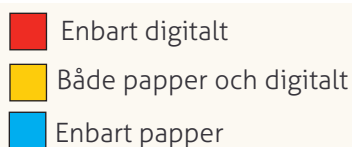
Medie
världen
Premium



DE MEDELÅLDERS

» Bland gruppen 40 till 64 – som vi här valt att kalla "medelålders" – rör det sig också om relativt små förskjutningar mellan 2014 och 2015 om vi ser till den aggregerade nivån. Men under ytan döljer sig dramatiska förändringar i enskilda regioner. De huvudsakliga resultaten kan sammanfattas så här:

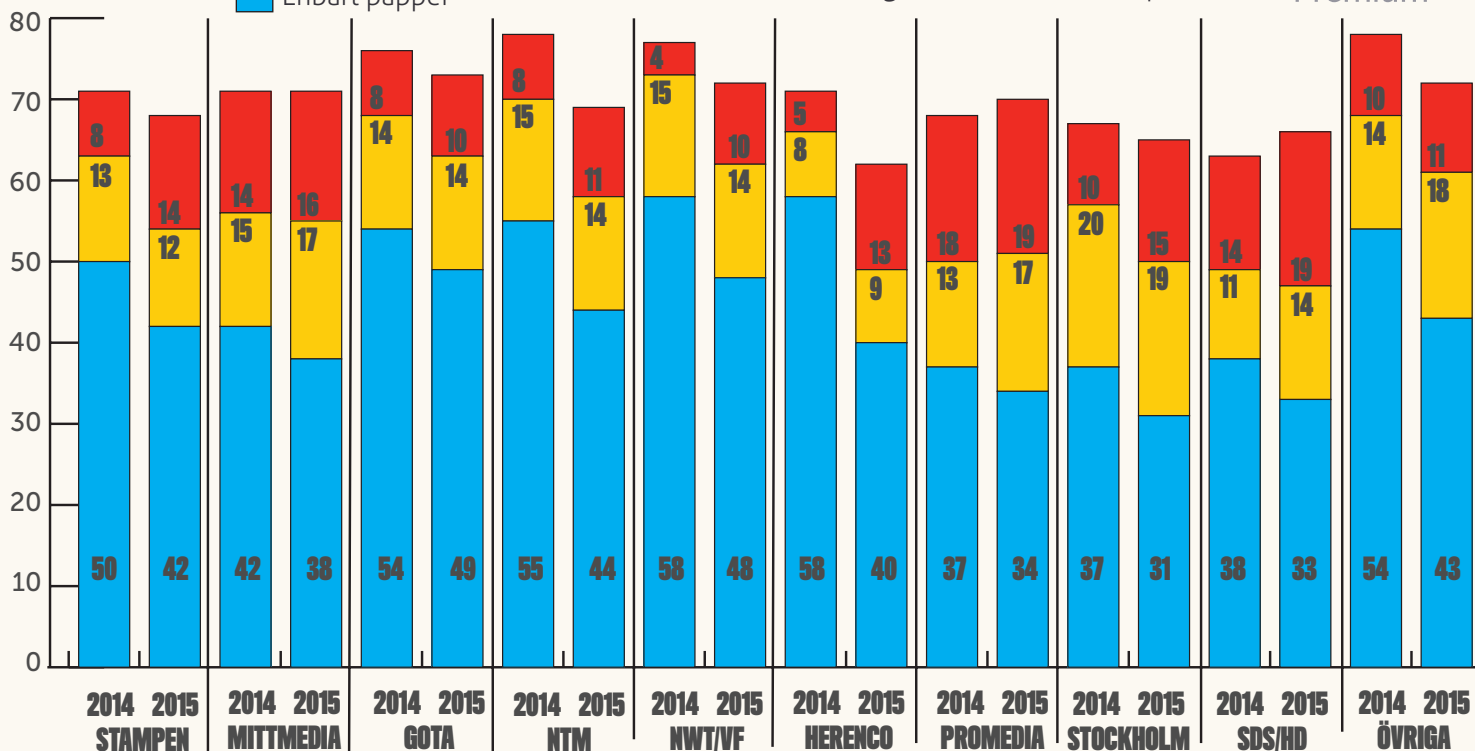
- På samma sätt som bland pensionärerna ser vi en svag nedgång (-3 procent i genomsnitt på regionsnivå) i den regelbundna tidningsläsningen mellan 2014 och 2015. Den samlade räckvidden för papper och nät i den här gruppen varierade under 2015 mellan 62 ("Herenco") och 73 ("Gota Media") procent. Den svenska lokalpressen når alltså, alltjämt, två av tre medelålders svenskar på en regelbunden basis.
- De rena papperstidningsläsarna är fortfarande i majoritet bland de medelålders, men de minskar i snabb takt – i regionen "Herenco" med hela 18 procent sedan 2014. I regionerna "NTM", "NWT/VF" och "Övriga" slutade nedgången på mellan 10 och 11 procent. I regionerna "Promedia" och "Mittmedia" var tappet mer måttligt: -3 respektive -4 procent.
- Samtidigt med nedgången i print ökade de rena nätläsarna, från i genomsnitt 10 procent under 2014 till 14 procent 2015. Allra starkast var utvecklingen i regionen "Herenco", där andelen rena nätläsare ökade från 5 till 13 procent.
- Den högsta andelen renodlade nättidningsläsare – 19 procent – har "Sydsvenskan/HD" och "Promedia". Lägst andel – 10 procent – hittar vi i regionerna "Gota Media" och "NWT/VF".



TIDNINGSLÄSNING 40-64 ÅR

(minst 3/vecka) efter region, 2014 och 2015 (procent)

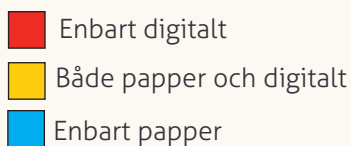
Medie världen Premium



DE UNGA VUXNA

» Den svenska lokalpressen har sin svagaste ställning i gruppen 16 till 39 år – här kallad "unga vuxna". Gräver vi lite djupare i resultaten hittar vi följande:

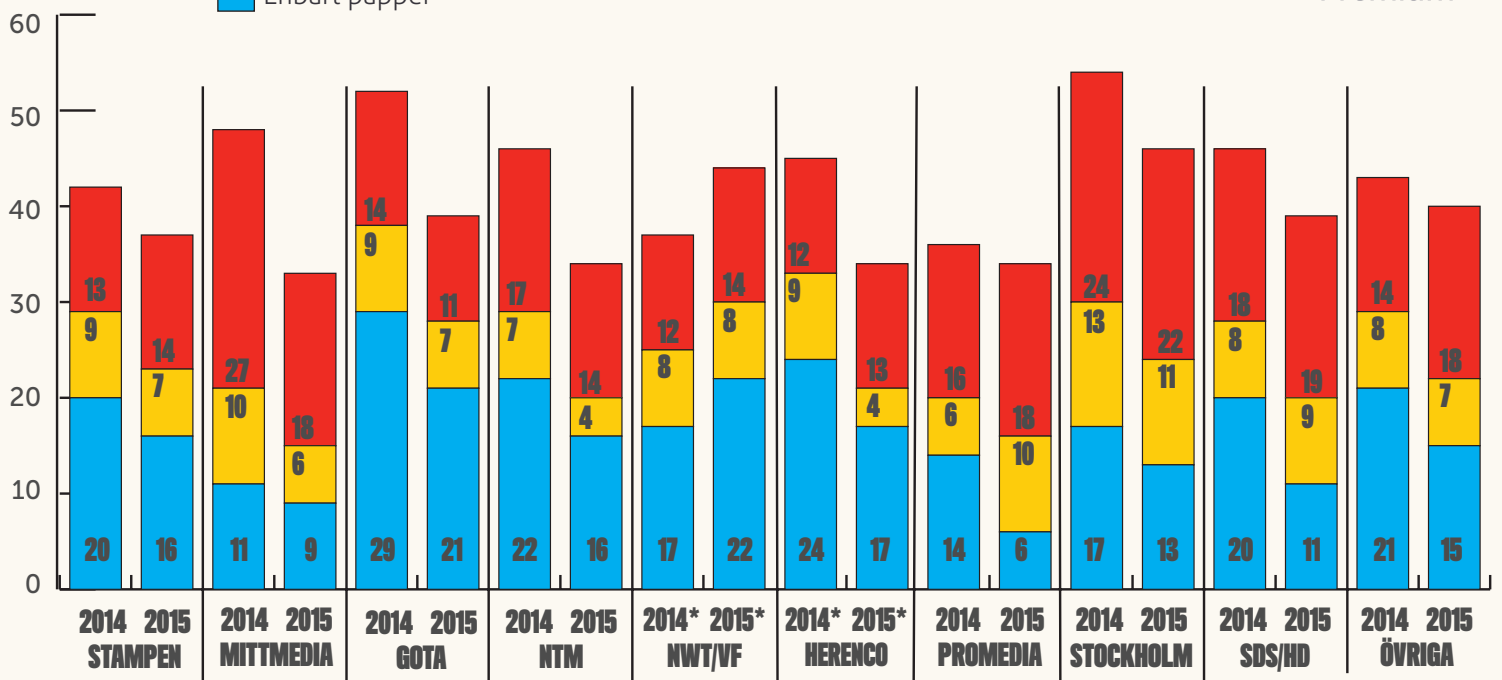
- Den svenska dagspressen fick mellan 2014 och 2015 vidkännas en tydlig nedgång – minus 7 procent i snitt – bland de unga vuxna. Det innebär en samlad regelbunden räckvidd under 2015 i spannet 33 ("Mittmedia") till 46 ("Stockholm") procent. Det här är den åldersgrupp där skillnaderna i regelbunden användning mellan regionerna är som mest påtaglig.
- Fyra regioner rapporterar betydande tapp. "Mittmedia", "Gota Media", "NTM" och "Herenco", minskar mellan 11 och 15 procent på aggregerad basis (papper+digitalt). "NWT/VF" går mot strömmen med en ökad läsning (+7 procent). Små svarstal gör dock att det resultatet ska tolkas med försiktighet.
- Andelen renodlade papperstidningsläsare minskade med i genomsnitt 5 procent. Även här döljer sig dock en betydande variation; från "Sydsvenskan/HD:s", "Gota Medias", och "Promedias" tapp på mellan 8 och 9 procent till "NWT/VF:s" ökning med 5 procent.
- När det gäller nätläsningen saknas ett entydigt mönster visavi 2014. Fyra regioner redovisar en positiv tillväxt hos den rent digitala publiken och sex en minskning. För den största förändringen svarar region "Mittmedia"; här minskade den regelbundna nätläsningen från 27 till 18 procent mellan 2014 och 2015. För den starkaste tillväxten – plus 4 procent – svarade regionen "Övriga".
- Den relativa andelen rena nätläsare varierar från över eller omkring 50 procent ("Mittmedia", "Promedia", "Stockholm" och "Sydsvenskan/HD") till under eller omkring 30 procent ("Gota Media" och "NWT/VF"). Noterbart är att andelen renodlade tidningsläsare i region "Promedia" år 2015 var nere på 6 procent. I grannregionen "NWT/VF" var andelen som jämförelse 22 procent.



TIDNINGSLÄSNING 16-39 ÅR

(minst 3/vecka) efter region, 2014 och 2015 (procent)

Medie
världen
Premium



Sammanfattning:

I den här rapporten har vi analyserat förändringen i den regelbundna tidningsläsningen på papper och nät mellan 2014 och 2015. Analysen har gjorts utifrån två bakgrundsfaktorer: tidningsregion och generation. De huvudsakliga resultaten kan sammanfattas enligt följande:

» Den samlade regelbundna läsningen av lokaltidningar minskade mellan 2014 och 2015. På regionnivå uppgick nedgången till i snitt 3 procent i åldersgrupperna 65–85 (till 82 procent) och 40–64 (till 70 procent), och med 7 procent i gruppen 16–39 (till 41 procent). Utfallet innebär att åldersklyftorna i fråga om regelbunden tidningsläsning fortsatte att öka i Sverige. Den mer trogna tidningspubliken blir allt äldre, också när nätläsningen vägs in.

» Två av tre "pensionärer" läser fortfarande morgontidningen uteslutande på papper. En av tjugo läser tidningen enbart digitalt.

» I gruppen "medelålders" läser i genomsnitt två av fem enbart en pappers-tidning. Tre av tio läser regelbundet en lokaltidning på nätet, varav hälften i kombination med att också läsa tidningen på papper. Det här är den ålders-grupp där lokalpressen har sin starkaste ställning online.

» I gruppen "unga vuxna" är tidningsläsningen relativt jämt fördelat mellan papper och nät. I genomsnitt en av sex i den här gruppen läser en lokaltidning uteslutande på nätet. Lika stor andel läser enbart en tidning på papper. Tre av fem unga vuxna väljer att inte läsa någon lokaltidning regelbundet alls.

» Det finns stora skillnader i såväl samlad läsning som relationen print/online mellan de olika tidningsregionerna. Det gäller inte minst Stockholm, som å ena sidan är den region där tidningsläsningen bland de äldsta är som lägst, å andra sidan är den region där tidningsläsningen bland de yngsta är som högst. Tidningarna i Stockholm har därmed den yngsta publiken i landet.

» I enskilda fall rör det sig om dramatiska förändringar av den regelbundna tidningsläsningen mellan 2014 och 2015. Hit hör till exempel betydande minskningar av de renodlade nätläsarna i gruppen unga vuxna i region "Mittmedia" och de renodlade medelålders papperstidningsläsarna i region "Herenco". Det här är räckviddstapp vars förklaring rimligen måste spåras till förändringar i de produkter som erbjuds läsarna på de lokala tidningsmarknaderna.

» Avslutningsvis konstaterar vi att de små tidningskedjorna och solitärerna, i analysen hopbuntade kategorin "Övriga", tycks klara sig bra i jämförelse med de stora kedjorna. Utfallet ligger här ungefär kring genomsnittet i samtliga tre åldersgrupper.

Så här gjordes undersökningen

Analysen bygger på två enkätfrågor, där den ena avser läsningen av morgontidning på papper och den andra i vilken utsträckning respondenten tar del av nyheter från en lokal dagstidning via internet. I båda fallen handlar det om frågor med fasta svarsskalor, med svarsalternativ från "Dagligen" till "Aldrig".

I rapporten undersöker vi den regelbundna användningen, med vilket vi avser läsning minst tre dagar i veckan. "Restkategorin" består alltså av både de som aldrig tar del av dagspressen överhuvudtaget och de som gör det mer sällan (än 3 dagar/vecka). De siffror som presenteras i rapporten ska alltså inte förväxlas med samlad räckvidd. Vi tillämpar ett tuffare kriterium än så.

När det gäller tidningsläsning i olika generationer har vi valt att dela in befolkningen i tre åldersgrupper. Det handlar om grupperna 16–39 år, 40–64 år och 65–85 år. Det innebär att vi för varje enskild analysenhet (det vill säga antal svarande för varje generation och region) har svarsgrupper på som mest 688 och som minst 59 personer.

Värden som bygger på färre än 100 svarande har markerats med asterisk i figurerna. Dessa ska tolkas med tillbörlig försiktighet.

LÄS OCKSÅ:

