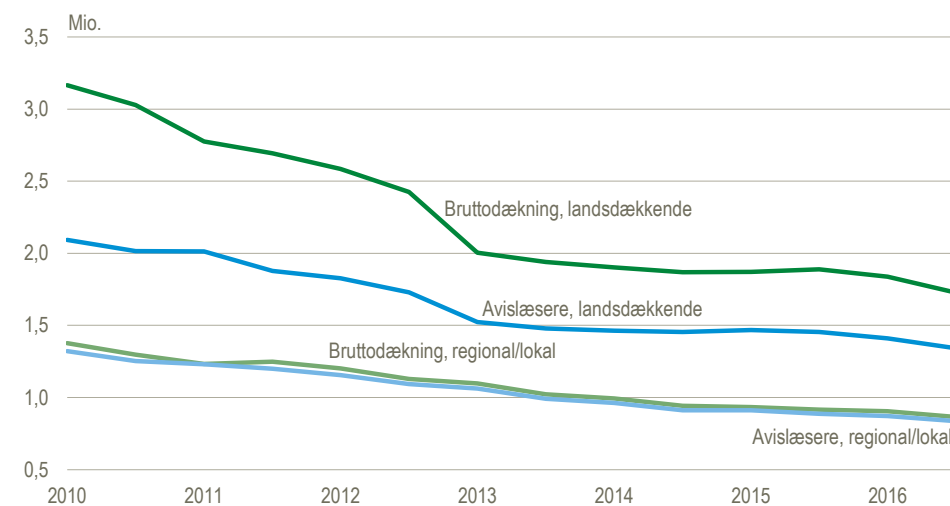


Færre avislæsere og færre læste aviser

Interessen for trykte dagblade er støt aftagende, og det afspejler sig i såvel antallet af læsere som i antallet af læste aviser. Antal læsere af hverdags-udgaverne af de landsdækkende aviser er faldet fra 2,1 mio. i starten af 2010 til 1,3 mio. ved udgangen af 2016. Det svarer til et fald på 36 pct. I samme periode er de landsdækkende dagblades bruttodækning på hverdage faldet med 45 pct. fra 3,2 mio. til 1,7 mio. Dagbladenes bruttodækning er summen af de enkelte avisers læsertal, dvs. et mål for antallet af læste aviser. For de landsdækkende dagblade er antallet af læste aviser på hverdage således faldet relativt mere end antallet af avislæsere. Hvis vi ser på de regionalt og lokalt dækkende dagblade, så er både læsertallet og bruttodækningen faldet med 37 pct. i perioden.

Læsertal og bruttodækning for dagblade på hverdage



Lokale læsere holder fast

Hvor mange trykte dagblade den enkelte avislæser læser, kan illustreres ved at sammenligne bruttodækningen med antallet af avislæsere. For de landsdækkende dagblade på hverdage gælder, at det gennemsnitlige antal læste aviser pr. læser er faldet fra 1,5 aviser pr. læser i starten af 2010 til 1,3 ved udgangen af 2016. Læserne af de regionale og lokale dagblade på hverdage har derimod ligget konstant på 1,0 aviser pr. læser.

Antallet af aviser falder kun svagt

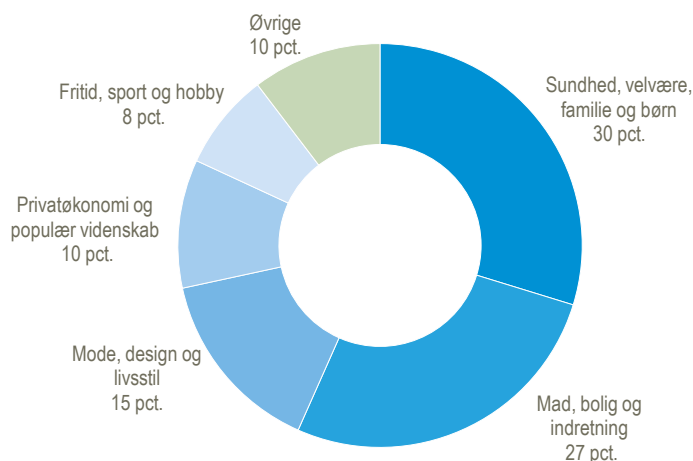
Antallet af forskellige trykte aviser følger ikke samme fald som avislæserne og avisernes bruttodækning. Antallet af dagblade er i perioden faldet fra 46 til 43, svarende til et fald på knap 7 pct. At antallet af dagblade ikke er faldet mere kan skyldes, at faldet i de trykte avisers læsertal opvejes af en stigning i læsningen af de digitale udgaver af aviserne. Det indeholder denne statistik ikke information om, men i statistikken *It-anvendelse i befolkningen* angiver 84 pct. af befolkningen over 16 år, at de anvender nettet til at læse nyheder. Det er en stigning fra 63 pct. i 2008.

Magasiner om mad, bolig og sundhed er populære

Magasinernes bruttodækning er faldet fra 12,6 mio. i 2010 til 11,3 mio. i 2016. De tre mest populære kategorier af magasiner og ugeblade dækker tilsammen 72 pct. af det samlede læsertal. Kategorien 'mad, bolig og -indretning', der omfatter uge-

blade som Idényt og Bo Bedre, udgør 30 pct. af læsertallet, mens kategorien *sundhed, velvære, familie og børn*, hvor fx Se og Hør og Helse hører til, står for 27 pct. af det samlede læsertal. Alt for Damerne, Femina mv. hører under kategorien *mode, design og livsstil*, der repræsenterer 15 pct. af magasinernes samlede læsertal.

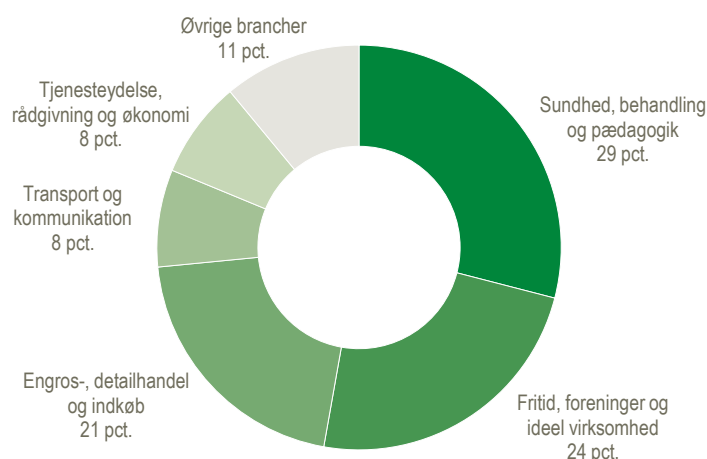
Samlede læsertal for magasiner efter emne. 2016



Fagblade inden for sundhed og omsorg læses af flest

Fagbladenes bruttodækning har ligget nogenlunde konstant omkring 6 mio. siden 2010. Fagblade inden for *sundhed, behandling og pædagogik*, som fx inkluderer Ældresagen NU, Sygeplejersken og Fagbladet FOA, udgør 29 pct. af det samlede læsertal for fagbladene. Beboerbladet, Natur & Miljø og andre fagblade inden for *fritid, foreninger og ideel virksomhed* står for 24 pct. af læserne, mens fagblade inden for *tjenesteydelse, rådgivning og økonomi* udgør 21 pct. Til sidstnævnte hører fx Djøf-Bladet og Ingeniøren.

Samlede læsertal for fagbladene efter branche. 2016



Mere information: Mere detaljerede oplysninger om dagblade og tidsskrifter kan ses i Statistikbanken på www.dst.dk/stattabel/1514.

Kilder og metoder: Statistikken er baseret på IndexDanmark/Gallups målinger af læsertal. Læs mere om kilder og metode i [statistikdokumentationen](#).

Begreber: Bruttodækningen er summen af de enkelte avisers læsertal og afspejler antallet af læste aviser.

Næste offentliggørelse: *Dagblade og tidsskrifter 2017* udkommer uge 17 i 2018.

Henvendelse: Claus W Andersen, tlf. 39 17 34 33, cwa@dst.dk