



PRESSEMELDING

Oslo 19.02.13

Opplag- og lesertall for Magasin- og Ukepressen 2012:

Interiørbladene er opplagsvinnerne

Interiørbladene trosser opplagsnedgangen og er blant de bladene som øker mest. Hele seks av ti blader med størst opplagsfremgang er interiørblader. Det er også blant denne gruppen vi finner opplagsvinneren: **Boligdrøm** med en vekst på hele 5.875 eks. Det samlede kjøp av blader og magasiner falt med knappe 8 prosent i 2012. Opplagsmessig er Hjemmet nå landets største ukeblad, mens Se & Hørs tirsdagsutgave fortsatt er det ukebladet som leses mest. I dag presenteres for første gang helårs lesertall fra det nye målesystemet, disse kan ikke sammenlignes med tidligere lesertall.

Opplagstillene

Magasin- og ukepressen opererer både med tall for gjennomsnittlig opplag og med totalkonsum (gjennomsnittsoplag x antall utgivelser).

Snittopplaget 2012 for sammenlignbare titler havnet på knappe 2,7 mill. eks. – en minus på knappe 240.000 eks. (-8,2 prosent). Totalkonsumet gikk tilbake med 8,6 prosent. Utviklingen er svært identisk med den vi hadde i 2011. 8 nye titler kom til i fjor, mens 5 titler opphørte. Trekker vi inn disse titlene, er tilbakegangen for snittopplaget 4,6 prosent.

Tross opplagsnedgangen er kvinnebladene fortsatt størst og har hele 41 prosent av det totale magasinmarkedet. Aktualitet har 29 prosent av markedet, mens de mest stabile og andelsmessig økende bladgruppene er interiørbladene og sport/reise/fritidsbladene som hver har 6 prosent av totalmarkedet.

Opplagsvinnerne i 2012 ble **Boligdrøm** (+ 5.875), **Elle** (+ 3.642) og **I form** (+ 2.644).

Rangnr.	Tittel rangert etter opplagsøkning
1	BoligDrøm (EHM) + 5.875
2	Elle(EMH) + 3.642
3	iForm (BPI) +2.644
4	D! (AM) +1.604
5	Elle Decoration (EHM) +1.187
6	Vagabond (VF) +494
7	Gjør det selv (BPI) +453
8	Rom123 (EHM) +437
9	Bo Bedre (BM) +390
10	Boligpluss (BM) +354

Størst tilbakegang hadde aktualitetsbladene **Se og Hør Weekend** (- 29.159), **Se og Hør tirsdag** (- 20.672) og **Her og Nå** (- 13.316). Andre aktualitetsblader klarer seg langt bedre, ikke minst **"D"** som har en opplagsvekst på 1.604 eks.

Rangering av kvinneblader

Rangnr.	Kvinneblader etter opplagsstørrelse
1	Tara (BM) 52.066
2	KK (AM) 44.017
3	Costume (BM) 41.478
4	Kamille (EHM) 41.295
5	Elle (EHM) 31.373

Lesertallene

I 2012 skiftet magasin- og ukepressen analyseinstitutt og målemetode. . Undersøkelsen er en ny, forbedret og en mer dynamisk medieindeks for alle bladene. Som første land i verden introduseres en helt ny "valuta" for denne mediekanaalen, en "valuta" som blir langt mer lik den de fleste andre mediekanaaler benytter. Endringene er så mange og totale at magasin- og ukepressen på denne måten starter en helt ny epoke. Et slikt "nullpunkt" umuliggjør sammenligning med tidligere lesertall.

Det nye "valutatallet" inneholder tre komponenter:

- Selve lesertallet
- Antall ganger en gjennomsnittlig leser en utgave
- Andel av bladet lest – sist gang du leste/tittet i bladet

Det nye valutatallet kalles GEP. I vedlegget er både lesertallet og GEP-verdien presentert for hver tittel som er målt.

Undersøkelsen omfatter også langt flere titler enn de som det finnes opplagstall for, bl.a. en del medlemsblader og avismagasiner.

Ser vi på de tradisjonelle magasin og ukebladene som er medlem av magasingrupperingen i MBL, er de 10 største titlene rangert etter lesertall og GEP-verdi disse:

Rangnr.	Rangert etter lesertall	Rangert etter GEP-verdi
1	Se og Hør tirsdag	Hjemmet
2	Hjemmet	Tegneseriebladet PONDUS
3	Illustrert Vitenskap	Illustrert Vitenskap
4	Tegneseriebladet PONDUS	Se og Hør tirsdag
5	Donald Duck & Co.	Familien
6	Her og Nå	Donald Duck & Co.
7	Familien	Vi over 60
8	Vi menn	Vi menn
9	Vi over 60	Norsk Ukeblad
10	Norsk Ukeblad	Allers

Mediehus

I den nye undersøkelsen måles også nettutgavene. Disse tallene er ikke klare før om fjorten dager. Da vil magasin- og ukepressen, i likhet med avisene, få tall for samlet dekning i sine respektive markeder.

Vedlegg

- Opplagstall for magasin- og ukepressen 2012 – for sammenlignbare titler og totalt:
 - Opplag pr. utgivelse
 - Totalkonsum (opplag * frekvens)
- Opplagstall 2012 pr. kategori
- Lesertall (AiR: Gjennomsnittlig lesing pr. utgave) for magasin- og ukebladene 2012 og Brottoeksponeringstall (GEP) for magasin- og ukebladene 2012

Kontaktpersoner:

Helge Holbækk-Hanssen, fagsjef marked MBL

Tlf: 908 20 267