

PRESSEMEDDELELSE

København d. 8. april 2009

Danskerne foretrækker stadig de traditionelle nyhedsmedier

Der er intet som en god avis. Det er konklusionen på en ny stikprøveundersøgelse, der har taget temperaturen på danskernes brug af nyhedskilder. Aviser og tv ligger klart i front, hvorimod internetmedierne mangler troværdighed, viser undersøgelsen.

“Vores undersøgelse bærer præg af, at vi der er opvokset med en god morgenavis, har svært ved blot at lade internettet dække vores nyhedsbehov. Det handler meget om indgroede vaner, men i den grad også om, at internetmedierne endnu har en bid vej før de bliver dominerende,” siger PR specialist Uffe Erup Larsen fra Samurai PR, der har bedt PB Marketing om at undersøge danskernes medievaner. Fire ud af ti danskerne har tv som den primære nyhedskilde. En tredjedel af danskerne foretrækker avisen og kun 28 ud af 100 angiver internettet som værende den primære kilde.

Selvom mange dagblade kæmper mod faldende oplags- og læsertal, så har de fortsat en høj stjerne hos danskerne, særligt når det kommer til troværdigheden.

“Aviserne oses af troværdighed og slår endda lige akkurat tv. Internetmedierne kommer derimod ind på en meget lille tredjeplads. En af de væsentligste årsager til det er formentlig, at internetnyheder ofte er meget korte,” siger Uffe Erup Larsen. Han forklarer de korte online nyheder med, at det er sværere at læse lange tekster på skærmen end i avisen. Men der er også andre årsager påpeger han.

Internettet mangler Cavling

“Vi mangler, at det er internetmedierne og ikke de etablerede aviser, der står bag de afslørende og Cavling-vindende historier. Det vil rykke læsernes forståelse for, at det journalistiske arbejde på online medierne er lige så højt som på aviserne,” siger PR specialisten.

Uffe Erup Larsen er dog ikke i tvivl om, at læsernes tillid til de digitale medier vil stige i de kommende år - og det tyder det også på ifølge undersøgelsen. Her fremgår det, at mere end seks ud af ti danskere tror på, at internetmedierne vil afløse aviserne på nyhedsdækningen og blive danskernes foretrukne nyhedskilde. Kun én ud af fire mener det modsatte.

“Online medierne har den afgørende fordel, at de er lettere at konsumere, når man har et ledigt øjeblik eller trænger til en mental pause fra sit arbejde. Dermed er vi godt på vej til at oparbejde en ny vane, der før eller siden vil fortrænge avislæsningen fra førstepladsen,” siger Uffe Erup Larsen fra Samurai PR.

Stikprøveundersøgelsen blev gennemført af PB Marketing og dækker over svar fra 211 respondenter, der er repræsentative for den danske befolkning i forhold til alder og geografi.

For yderligere oplysninger kontakt venligst:

Uffe Erup Larsen, PR specialist i Samurai PR på telefon 70 28 80 00 eller mobil 26 25 52 54.

Om Samurai PR

Samurai PR er specialiserede i public relations og public affairs ud fra et nordisk perspektiv og har kontor i København, Malmö og Stockholm samt repræsentation i Oslo. Samurai PR har desuden etableret et samarbejde med fritstående PR-bureauer i Finland, England og USA. Samurai betyder den som tjener sin herre/opdragsgiver. Samurai PR assisterer både danske og internationale virksomheder omkring forskellige former for pressecarbejde og strategisk kommunikation - herunder brugen af de nye digitale medier - web 2.0.

