

Det tryckta mediet hör till må-bra-branschen

Det snabba är digitalt, men det riktigt viktiga är print. Så kan man sammanfatta resultatet av en nyligen presenterad trendrapport som undersökningsföretaget United Minds tagit fram på uppdrag av den grafiska branschen.

En intressant slutsats som dras i rapporten är att det tryckta mediet böcker, tidningar, tidskrifter hör till må-bra-branschen. I dagens samhälle med ett högt uppskruvat tempo letar människor efter ro och lycka och det visar sig att man förknippar det tryckta med avkoppling och återhämtning, säger Maria Wikström, informationschef på Grafiska Företagens Förbund och projektledare för Power of Print som har beställt undersökningen. En stark strävan är också att få en enklare vardag då det är svårt att få livspusslet att gå ihop. Det är många som uppger att de förknippar det tryckta med trygghet, koncentration och lärande.

Av trendrapporten framgår även att fyra av fem unga vill läsa mer. Många tror att den yngre generationen som alltid haft tillgång till dator och Internet väljer bort det tryckta, men enligt undersökningen vill 79 procent i åldrarna 18 till 22 år läsa mer böcker, tidningar och tidskrifter. Mitt i dator- och mobilbruset är det många som upptäcker bläddrandets glädje och njuter av det skrivna och tryckta ordet på papper.

Syftet med trendrapporten är att kartlägga allmänhetens relation till tryckta media med fokus på känslan i att konsumera det tryckta jämfört med det digitala. Trendrapporten baseras på en undersökning bland drygt 1 000 svenskar i åldrarna 18–80 år som genomfördes av United Minds i mars 2009. Urvalet är representativt för Sveriges totala befolkning utifrån kön, ålder och geografisk tillhörighet.

För ytterligare information om Power of Print och trendrapporten kontakta:

Maria Wikström, maria.wikstrom@grafiska.se

Maria Blomgren, maria.blomgren@grafiska.se

Projektet Power of Print lyfter fram det tryckta mediets roll i en allt mer digitaliserad värld. Bakom projektet står Grafiska Företagens Förbund (GFF), Grafiska Leverantörsföreningen (GL) och Papyrus. Läs mer på www.powerofprint.se.

Grafiska Företagens Förbund företräder företag inom den grafiska branschen och förpackningsindustrin. En av GFFs huvuduppgifter är att marknadsföra och positionera den grafiska industrin, dess produkter och dess samhällsnytta. I denna uppgift ingår att stärka det tryckta mediets ställning på lång sikt.