

Papperstidningen har en självklar plats i vardagen

Det är till frukosten innan jobbet och på helgerna som papperstidningen har sin mest självklara plats hos svenska folket. Drygt 60 procent av svenska folket läser en papperstidning minst en gång om dagen. Det visar en ny undersökning som United Minds genomfört på uppdrag av den grafiska branschen.

Hemmet är den plats som är mest populär när det gäller tidningsläsning. Av undersökningen framgår att nästan sex av tio svenskar helst läser sin tidning vid köksbordet till frukosten. Så många som 17 procent kan bli hittade med byxorna nere läsandets en tidning, de tar den nämligen gärna med sig in på toaletten för att få läsa ostört. Många svenskar läser mer papperstidningar på helgen än på vardagar. Det handlar om att det finns mer tid på helgerna än i den stressiga vardagen då man ska upp tidigt, lämna barn på dagis, ta sig till jobbet osv.

Nättidningsläsandet är ungefär lika utbrett som läsandet av papperstidningar. En av skillnaderna ligger i att en nättidning oftare läses flera gånger om dagen och att de i större utsträckning läses på jobbet än hemma. Sju procent uppger att de läser en papperstidning under arbetstid medan hela 22 procent anger att de läser en nättidning under arbetstid.

En person som läser en tidning på nätet i 30 minuter påverkar miljön i ungefär lika hög grad som en person som får en dagstidning hem i brevlådan eller köper den i affären. Det visar en studie som gjorts vid KTH.

Så det är inte självklart att det är miljövänligare att byta sitt läsande på papper mot nätläsande vilket många idag tror, säger Maria Wikström, informationschef på Grafiska Företagens Förbund.

Papperstidningen uppskattas av många läsare och den förknippas med avkoppling. Att bläddra i en papperstidning är för många en självklarhet i det dagliga livet såväl på bussen på väg till jobbet som till helgfrukosten. Läsa på papper värdesätts och 80 procent menar att de föredrar det tryckta ordet framför läsande på bildskärm när det vill koncentrera sig och verkligen ta in det de läser.

Om undersökningen:

Undersökningen genomfördes av United Minds i mars 2009 bland drygt 1 000 svenskar i åldrarna 18–80 år. Urvalet är representativt för Sveriges totala befolkning utifrån kön, ålder och geografisk tillhörighet. Beställare av undersökningen är Power of Print, ett projekt som bedrivs inom den grafiska branschen.

För ytterligare information om Power of Print och undersökningen 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.