

Pressmeddelande 2011-09-06

TU INTERNETBAROMETER – Q2 2011

Nedgång för dagstidningarna på nätet

Morgontidningarnas annonsintäkter på nätet minskade med 2 procent under andra kvartalet 2011 jämfört med motsvarande period 2010. Annonsintäkterna uppgick till 136 Mkr, varav storstadssajterna stod för 89 Mkr, medan landsortssajternas stod för 47 Mkr. Det visar TU Internetbarometer som redovisar nettointäkter från mer än 60 morgontidningssajter. Kvällspressajterna ingår inte i statistiken.

- Det är stor spridning mellan olika sajters tillväxt. Vissa sajter sålde riktigt bra under andra kvartalet, men sammantaget utvecklades morgontidningssajternas annonsintäkter tyvärr negativt. Minskningen gäller för såväl storstadssajter som landsortssajter. Landsortssajternas tillbakagång inleddes redan under första kvartalet i år efter en lång period av tillväxt. Storstadssajterna växte däremot bra under första kvartalet, men nu minskar alltså annonseringen även för dem, säger Fredrik Rogberg, analyschef på TU.

Enligt IRM har hela den sammantagna internetannonseringen ökat med 14 procent under andra kvartalet.

- Förra året växte morgontidningssajterna med hela 23 procent under andra kvartalet. Både storstadssajter och landsortssajter växte då kraftigt. Det är de nivåerna sajterna nu jämförs med, säger Fredrik Rogberg, analyschef på TU.

Webbintäkter 2011	Annonsintäkter (netto)				År	Utveckling (%)				Ack År
	Q1	Q2	Q3	Q4		Q1	Q2	Q3	Q4	
Storstad	70	89			58	+11%	-1%			+ 4%
Landsort	40	47			45	-11%	-2%			- 7%
Morgonpress Total	110	136			103	+2%	-1%			+ 0%
<i>Internet Total (IRM)</i>	1 479	1 651				+12%	+14%			+ 13%



Fredrik Rogberg, Analyschef, 070-957 40 32, fredrik.rogberg@tu.se