

**Statistikdokumentation for  
Dagblade og tidsskrifter 2017**

## 1 Indledning

Formålet med statistikken for Dagblade og Tidsskrifter er at belyse udviklingen i de trykte medier og i dagbladenes læsertal. Statistikken har fra 2007-2014 afspejlet oplagstal fra Dansk Oplagskontrol, men længere tidsserier baseret på læsertal fra Index Danmark/Gallup er lanceret i 2017.

## 2 Indhold

Dagblade og Tidsskrifter er en årlig opgørelse af læsertallene for forskellige kategorier af dagblade og tidsskrifter opgjort i såvel antal titler som antal læsere. Statistikken opdeles på udgivelsesdag, udgivelsesfrekvens, læsertalsinterval, branche/emne og geografisk dækning.

### 2.1 Indholdsbeskrivelse

Statistikken indeholder fra og med 2007 oplysninger om antal, læsertal, kategorier, ugedag og geografisk dækning for danske dagblade og tidsskrifter. Frem til 2014 var statistikken baseret på oplagstal fra Dansk Oplagskontrol, og disse data kan findes i de nu afsluttede statistikbanktabeller DAGBLAD, DAGBLAD1 og MAGASIN. Fra 2017 er lanceret fire nye tabeller til belysning af de trykte mediers udbredelse baseret på de officielle, brancheanerkendte målinger fra Index Danmark/Gallup. Læsertallene for dagbladene er angivet efter udgivelsesdag og geografisk dækning (landsdækkende eller regionalt/lokalt) i vist i tabellen AVISLAES. Bruttodækningen angiver, hvor mange læsere den enkelte dagblads- eller tidsskriftsudgivelse har. For et enkelt medie er der sammenfald mellem læsertal og bruttodækning. Ved aggregering af flere medier, viser bruttodækningen det samlede antal læste enkelttitler. Det ikke et udtryk for det samlede antal læsere, da den enkelte læser kan læse mere end en udgivelse. For dagblade er antallet af individuelle titler samt deres bruttodækning fordelt på læsertalsintervaller angivet efter udgivelsesdag og geografiske dækning (landsdækkende eller regionalt/lokalt) i tabellen DAGBLAD2. For fagblade og magasiner er antallet af individuelle titler samt deres bruttodækning fordelt på læsertalsintervaller angivet efter brancher eller emner vist i tabellerne FAGBLAD og MAGASIN1. Formålet er at belyse udviklingen i de trykte medier. Statistikken indeholder for hvert halvår fra 2007 og frem oplysninger om antallet af individuelle dagblade, læsertal og bruttodækning fordelt på geografi og udgivelsesdag for dagblade. Desuden omfatter statistikken fagblade og magasiner fordelt på udgivelsesfrekvens, bruttodækning og kategori.

## 2.2 Grupperinger og klassifikationer

For fagblade og magasiner er hhv. branche og emne for de enkelte tidsskrifter baseret på (MEDIE-databasen/Danske Mediers)[<http://danskemedier.dk/branchefakta/mediedatabasen/>] kategorisering af de enkelte titler. Fagbladene er kategoriseret efter følgende brancher: 1.0 Landbrug, gartneri, skovbrug og fiskeri 2.0 Fremstilling og industriel virksomhed 3.0 Bygge og anlægsvirksomhed 4.0 En gros, detailhandel og indkøb 5.0 Transport og kommunikation 6.0 Tjenesteydelse, rådgivning og økonomi 7.0 Offentlig virksomhed og undervisning 8.0 Sundhed, behandling og pædagogik 9.0 Fritid, foreninger og ideel virksomhed

Magasinerne, som er i branchen 10.0 Forbrugerrettede medier, er kategoriseret i følgende emner: 10.1 Bil, båd og mc 10.2 Rejser, geografi & turisme 10.3 Privatøkonomi og populær videnskab 10.4 Mad, bolig og indretning 10.5 Kultur, storby og forlystelser 10.6 Mode, design og livsstil 10.7 Elektronik, foto og underholdning 10.8 Fritid, sport og hobby 10.9 Sundhed, velvære, familie og børn

Udgivelsesdag: Der skelnes mellem dagbladenes udgivelsesdag, dvs. om de udgives på hverdage eller søndage. Med hverdage er det mindst 5 ugentlige udgivelser. For søndagsaviser er der tale om én ugentlig udgivelse (primært på søndage), men fx Weekend-avisen som udgives fredag er med i denne kategori.

Udgivelsesfrekvens: For magasiner og fagblade angiver udgivelsesfrekvensen om de enkelte titler udgives 'ugentligt' eller 'sjældnere end ugentligt'

Læsertalsinterval: Dagblade og tidsskrifter er kategoriseret efter antallet af læsere opdelt i forskellige intervaller.

## 2.3 Sektordækning

Ikke relevant for denne statistik.

## 2.4 Begreber og definitioner

Bruttodækning: For hver af de relevante kategorier summeres antallet af personer over 12 år, der har læst i mindst 2 minutter i de enkelte titler. For det enkelte medie er der sammenfald mellem læsertal og bruttodækning. Bruttodækningen angiver, hvor mange læsere den enkelte dagblads- eller tidsskriftsudgivelse har. For et enkelt medie er der sammenfald mellem læsertal og bruttodækning. Ved aggregering af flere medier, viser bruttodækningen det samlede antal læste enkelttitler. Det ikke et udtryk for det samlede antal læsere, da den enkelte læser kan læse mere end en udgivelse.

Læsertal: Antallet af unikke personer over 12 år, der har læst i mindst 2 minutter i mindst ét af de trykte medier, der er omfattet af den relevante kategori.

## 2.5 Enheder

Statistikken omfatter antal og bruttodækning for dagblade og tidsskrifter samt læsertal for dagblade.

## **2.6 Population**

Statistikken omfatter de trykte medier i form af dagblade og tidsskrifter (fagblade og magasiner).

## **2.7 Geografisk dækning**

Danmark.

## **2.8 Tidsperiode**

Statistikken dækker perioden fra 2007 og frem. Ældre tidsserier kan findes i Statistisk Årbog.

## **2.9 Basisperiode**

Ikke relevant for denne statistik.

## **2.10 Måleenhed**

Bruttodækning og læsertal opgives i 1000 stk./personer. Dagblade angivesi antal dagblade.

## **2.11 Referencetid**

Perioderne H1 og H2 refererer til kalenderårets 1. og 2. halvår

## **2.12 Hyppighed**

Årlig.

## **2.13 Indsamlingshjemmel og EU regulering**

Data indsamles fra eksisterende kilder og kræver ikke en indsamlingshjemmel. Dataindsamlingen er ikke baseret på EU- eller anden regulering.

## **2.14 Indberetningsbyrde**

Indberetningsbyrden er ikke beregnet for denne statistik, da deltagelse i statistikken er frivillig.

## **2.15 Øvrige oplysninger**

Øvrige oplysninger kan findes på statistikens [emneside](#) eller fås ved henvendelse til Danmarks Statistik.

### 3 Statistisk behandling

Statistikken er baseret på de officielle, brancheanerkendte målinger af læsertal for de trykte medier, som Index Danmark/Gallup Media udarbejder. Data indsamles ved en stikprøveundersøgelse, der omfatter 12.000 repræsentativt udvalgte respondenter i alderen fra 12 år og derover. Danmarks Statistiks opgave ifm. læsertal for dagblade er kun at kvalitetssikre og viderebringe dataene udarbejdet af Index Danmark/Gallup Media. For fagblade og magasiner aggregerer Danmarks Statistik læsertallene til bruttodækningstal. Data tabelleres til de endelige resultater som offentliggøres i Statistikbanken.

#### 3.1 Kilder

Statistikken er baseret på de officielle, brancheanerkendte målinger af læsertal for de trykte medier i Danmark, som Index Danmark/Gallup Media udarbejder. Danmarks Statistik modtager specialkørsler for dagbladernes læsertal direkte fra Index Danmark/Gallup, men indsamler selv tal for bruttodækning mv. for dagblade, fagblade og magasiner fra Gallups hjemmeside [tns Gallup](#), hvor læsertal for enkelttitler offentliggøres halvårligt.

#### 3.2 Indsamlingshyppighed

De officielle læsertal fra Index Danmark/ Gallup offentliggøres hvert kvartal baseret på 6 måneders indsamling af oplysninger om læsefrekvens. I praksis betyder det, at de frekvensbaserede læsertal illustrerer den gennemsnitlige læsning for en periode på et halvt år.

#### 3.3 Indsamlingsmetode

Index Danmark/Gallup er en spørgeskemaundersøgelse, der bygger på ca. 24.000 årlige webbaserede eller postale interviews. Gennemført enten på et skema, der afdækker områder som demografi, geografi og forbruget af trykte medier. I sammensætningen af Index Danmark/Gallup-universet tilstræbes en meget høj grad af repræsentativitet. Før interviewene inddeles Danmark i geografiske strata, som svarer til en andel af den danske befolkning. Efter interviewene vejes de indsamlede data på geografi, køn, alder og antal personer i husstanden, så interviewene er repræsentative for den danske befolkning. Læsertal siger overordnet noget om hyppighed og dækning, altså hvor ofte respondenter er i kontakt med det pågældende medie. Hvor meget af den enkelte udgave af et trykt medie, der læses, i hvilken kontekst det læses, eller hvor grundig denne læsning er, siger tallene ikke noget om.

#### 3.4 Datavalidering

Data underkastets et kvalitetstjek, som omfatter en sammenligning af nye data med hidtidige tidsserie samt beregning af kontrolsummer, hvor disse også optræder i de indberettede data.

### 3.5 Databehandling

Danmarks Statistiks opgave ifm. læsertallene for dagblade er primært at kvalitetssikre og formidle resultaterne fra de specialkørsler, som Gallup leverer, og som er udvalgt, indsamlet og bearbejdet af Index Media/Gallup. Der henvises til [de originale kilder](#) for en detaljeret gennemgang af den statistiske behandling. I forbindelse med tal for bruttodækning for dagblade, magasiner og fagblade, koder Danmarks Statistik de enkelte titler efter udgivelsesfrekvens og geografisk dækning, samt efter branche/emne ved opslag i [MEDIEdatabasen/Danske Medier](#). Dernæst aggregeres læsetal for de enkelte titler til totaler (bruttodækning) for de forskellige grupperinger.

### 3.6 Korrektion

Der laves ikke korrektioner af data udover, hvad der allerede er beskrevet under datavalidering og databehandling.

## 4 Relevans

Statistikken forventes at opfylde flere brugergrupperes behov for en samlet og lettilgængelig oversigt over læsertal for dagblade og de trykte mediers udvikling.

### 4.1 Brugerbehov

Statistikken kan være relevant for ministerier, styrelser og en række interesseorganisationer foruden almindelige borgere.

### 4.2 Brugertilfredshed

Statistikken er etableret og udvikles løbende i samarbejde med Kulturministeriet.

### 4.3 Fuldstændighed af data

Ikke relevant for denne statistik.

## 5 Præcision og pålidelighed

Statistikken er baseret på de officielle, brancheanerkendte målinger af læsertal fra Index Danmark/Gallup. Læsertallene siger ikke noget om grundigheden i læsningen, og data afspejler respondenternes egen opfattelse af deres medieforbrug. Der er dog ikke nødvendigvis nogen forskel på det selvopfattede og det reelle medieforbrug.

### 5.1 Samlet præcision

Statistikken er baseret på de officielle, brancheanerkendte målinger af læsertal fra Index Danmark/Gallup. Der henvises til [de originale kilder](#) for en detaljeret gennemgang af den statistiske behandling.

## 5.2 Stikprøveusikkerhed

Ikke udarbejdet for denne statistik. Der henvises til [de originale kilder](#) for en detaljeret gennemgang af den statistiske behandling.

## 5.3 Anden usikkerhed

Ikke udarbejdet for denne statistik. Der henvises til (de originale kilder)[[http://www.tns-gallup.dk/da/reports?field\\_report\\_type\\_target\\_id\\_1=7&field\\_report\\_year\\_target\\_id=All&keys=](http://www.tns-gallup.dk/da/reports?field_report_type_target_id_1=7&field_report_year_target_id=All&keys=)] for en detaljeret gennemgang af den statistiske behandling.

## 5.4 Kvalitetsstyring

Danmarks Statistik følger anbefalinger vedrørende organisering og styring af kvalitet, der er givet i Adfærdskodeks for europæiske statistikker (Code of Practice, CoP) og den tilhørende implementeringsmodel Quality Assurance Framework (QAF). Læs mere om disse på [Adfærdskodeks for europæiske statistikker](#). Der er etableret en arbejdsgruppe for kvalitet og en central kvalitetssikringsfunktion, der løbende gennemfører tjek af produkter og processer.

## 5.5 Kvalitetssikring

Danmarks Statistik følger principperne i Adfærdskodeks for europæiske statistikker (Code of Practice, CoP) og bruger den tilhørende implementeringsmodel Quality Assurance Framework (QAF) ved implementeringen af disse principper. Dette indebærer løbende decentrale og centrale tjek af produkter og processer på baggrund af dokumentation, der følger internationale standarder. Den centrale kvalitetssikringsfunktion rapporterer til arbejdsgruppen for Kvalitet. Rapporteringen indeholder blandt andet forslag til forbedringer, som vurderes, beslutes og implementeres.

## 5.6 Kvalitetsvurdering

Der er ikke foretaget en egentlig kvalitetsmåling, men statistikken er baseret på de officielle, brancheanerkendte målinger af læsertal fra Index Danmark/Gallup.

## 5.7 Revisionspolitik

Danmarks Statistik foretager revisioner i offentliggjorte tal i overensstemmelse med [Danmarks Statistiks revisionspolitik](#). De fælles procedurer og principper i revisionspolitikken er for nogle statistikker suppleret med en specifik revisionspraksis.

## 5.8 Praksis for revisioner

Der offentliggøres kun endelige tal.

## 6 Aktualitet og punktlighed

Statistikken forventes at blive publiceret uden forsinkelse i forhold til det annoncerede tidspunkt. Med en udgivelsestid på ca. 4 måneder forventes de årlige statistikker at foreligge i maj.

## 6.1 Udgivelsestid for foreløbige og endelige tal

Statistikken offentliggøres 3-4 måneder efter referenceårets udløb.

## 6.2 Publikationspunktlighed

Statistikken forventes at blive publiceret uden forsinkelse i forhold til det annoncerede tidspunkt.

## 7 Sammenlignelighed

Statistikken er i sin nuværende form sammenlignelig siden 2007. Der findes sammenlignelig statistik for nordiske dagblade baseret på oplagstal i [den nordiske statistikbank](#). På europæisk niveau findes en sammenlignende undersøgelse af læsertal for dagblade hos [Eurostat](#).

### 7.1 International sammenlignelighed

En sammenligning af udviklingen for de nordiske dagblade baseret på oplagstal kan ses i [den nordiske statistikbank](#). På europæisk niveau kan en sammenligning af læsertal for dagblade ses hos [Eurostat](#).

### 7.2 Sammenlignelighed over tid

Der findes sammenlignelige data fra 2007 og frem. Ældre data baseret på oplagstal kan findes i Statistisk Årbog. I tabellen AVISLAES, indgår Søndagavisen ikke længere i opgørelsen fra og med 2. halvår 2016. Tal for antallet af læsere der læser søndagaviser efter 2. halvår 2016 kan derfor ikke sammenlignes direkte med læsertallet i perioden før 2. halvår 2016.

### 7.3 Sammenhæng med anden statistik

Statistik for dagblade og tidsskrifter indgår sammen med radio- og tv-området, biografer og film, samt litteratur og bøger i Danmarks Statistiks dækning af kulturområdet Film, bøger og medier.

### 7.4 Intern konsistens

Ikke relevant for denne statistik.

## 8 Tilgængelighed

Statistikken udgives i [Nyt fra Danmarks Statistik](#). I Statistikbanken offentliggøres tallene under emnet [Dagblade og tidsskrifter](#). Derudover indgår udvalgte resultater i publikationen [Kultur](#). Se mere på statistikens [emneside](#).

### 8.1 Udgivelseskalender

Udgivelsestidspunktet fremgår af udgivelseskalenderen. Datoen bekræftes i ugerne forinden.



## 8.2 Udgivelseskalender - adgang

Udgivelseskalenderen kan findes på følgende link: [Udgivelseskalender](#).

## 8.3 Udgivelsespolitik - brugeroplysning

Statistikker offentliggøres altid kl. 08:00 på dagen, der er annonceret i udgivelseskalender. Ingen uden for Danmarks Statistik ser statistikken før offentliggørelsestidspunktet.

## 8.4 NYT/Pressemeddelelse

Statistikken udgives i [Nyt fra Danmarks Statistik](#) Dagblade og tidsskrifter.

## 8.5 Publikationer

Udvalgte resultater fra denne statistik indgår i den årlige publikation [Kultur](#).

## 8.6 Statistikbanken

Statistikken offentliggøres i Statistikbanken under emnet [Dagblade og tidsskrifter](#) i følgende tabeller:

- [FAGBLAD](#): Fagblade efter nøgletal, udgivelsesfrekvens, branche, læsertalsinterval og tid
- [DAGBLAD2](#): Dagblade efter nøgletal, udgivelsesdag, geografisk dækning, læsertalsinterval og tid
- [MAGASIN1](#): Magasiner efter nøgletal, udgivelsesfrekvens, emne, læsertalsinterval og tid
- [AVISLAES](#): Læsertal efter udgivelse, geografisk område og tid

## 8.7 Adgang til mikrodata

Der er ikke adgang til Mikrodata.

## 8.8 Anden tilgængelighed

Ikke relevant for denne statistik.

## 8.9 Diskretioneringspolitik

[Datafortrolighedspolitik](#) i Danmarks Statistik.

## 8.10 Diskretionering og databehandling

Statistikken offentliggøres på et niveau der ikke nødvendiggør diskretionering.

## 8.11 Reference til metodedokumenter

Der henvises til TNS Gallups dokumentation af [metode](#) og [stikprøveusikkerhed](#).

## **8.12 Dokumentation af kvalitetssikring**

Resultater fra vurdering af beskrivelse af produkter og udvalgte processer foreligger i detaljeret form for hver statistik samt summarisk i rapporter til arbejdsgruppen for kvalitet.

## **9 Administrative oplysninger**

Statistikken er administrativt placeret i kontoret Erhvervslivets Udvikling. Den statistikansvarlige er Henrik Huusom, tlf. 39 17 38 66, e-mail: hhu@dst.dk

### **9.1 Organisation**

Danmarks Statistik

### **9.2 Kontor, afdeling**

Erhvervslivets udvikling, Erhvervsstatistik

### **9.3 Kontaktpersonens navn**

Henrik Huusom

### **9.4 Kontaktpersonens funktion**

Statistikansvarlig

### **9.5 Adresse**

Sejrøgade 11, 2100 København Ø

### **9.6 E-mailadresse**

hhu@dst.dk

### **9.7 Telefonnummer**

39 17 38 66

### **9.8 Faxnummer**

39 17 39 99