

# KANTAR EMOR

## 600 000 lehelugejat

Kes nad on ja miks nad seda teevad?

Küllli Esko, Peeter Teedla

11.november 2016

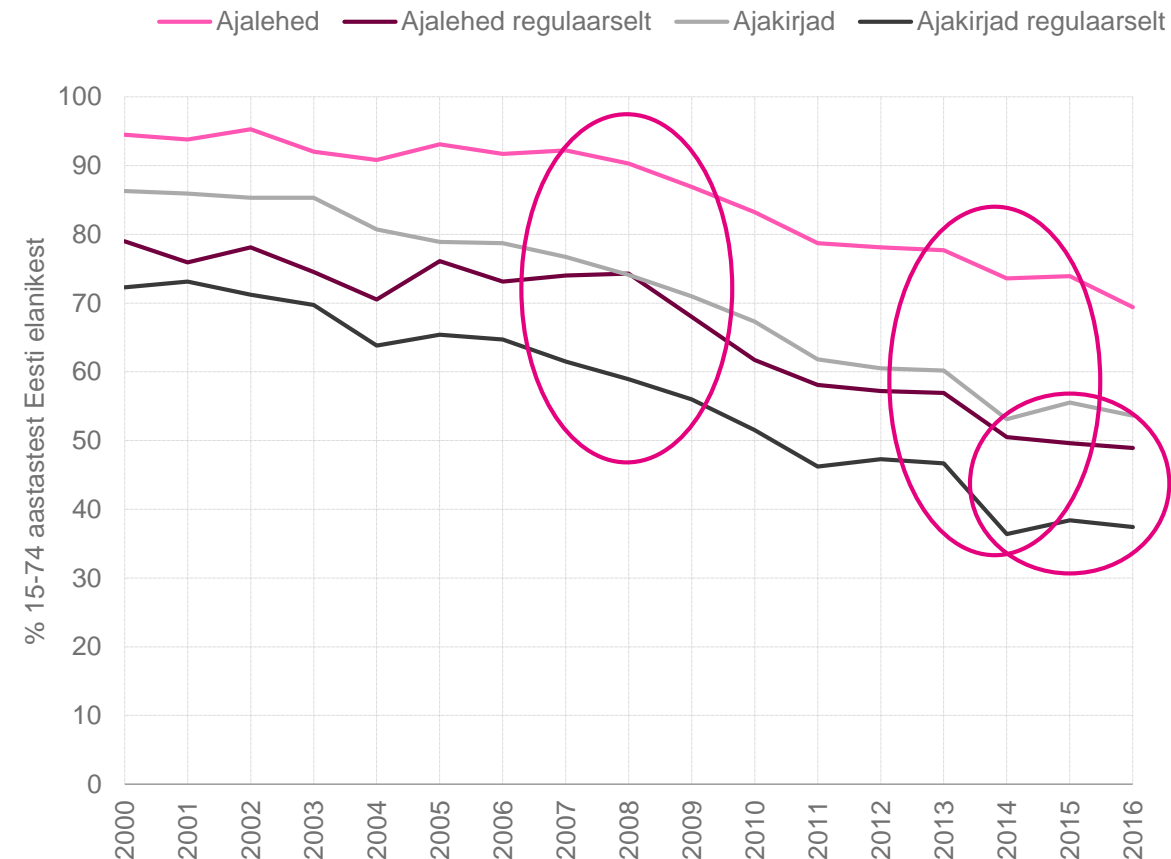
#PrintAttract



# 17 aastat prindituru elukõverat

Hea uudis: langus stabiliseerunud

- „Now and then“ võrdlus
  - 2000.aastal lugesid kõik!
  - nüüdseks loeb lehti 2/3, ajakirju veidi üle poole elanikkonnast
- Suuremad murrangud
  - 2007-2009
  - 2013-2014
- Viimasel kolmel aastal stabiilne seis



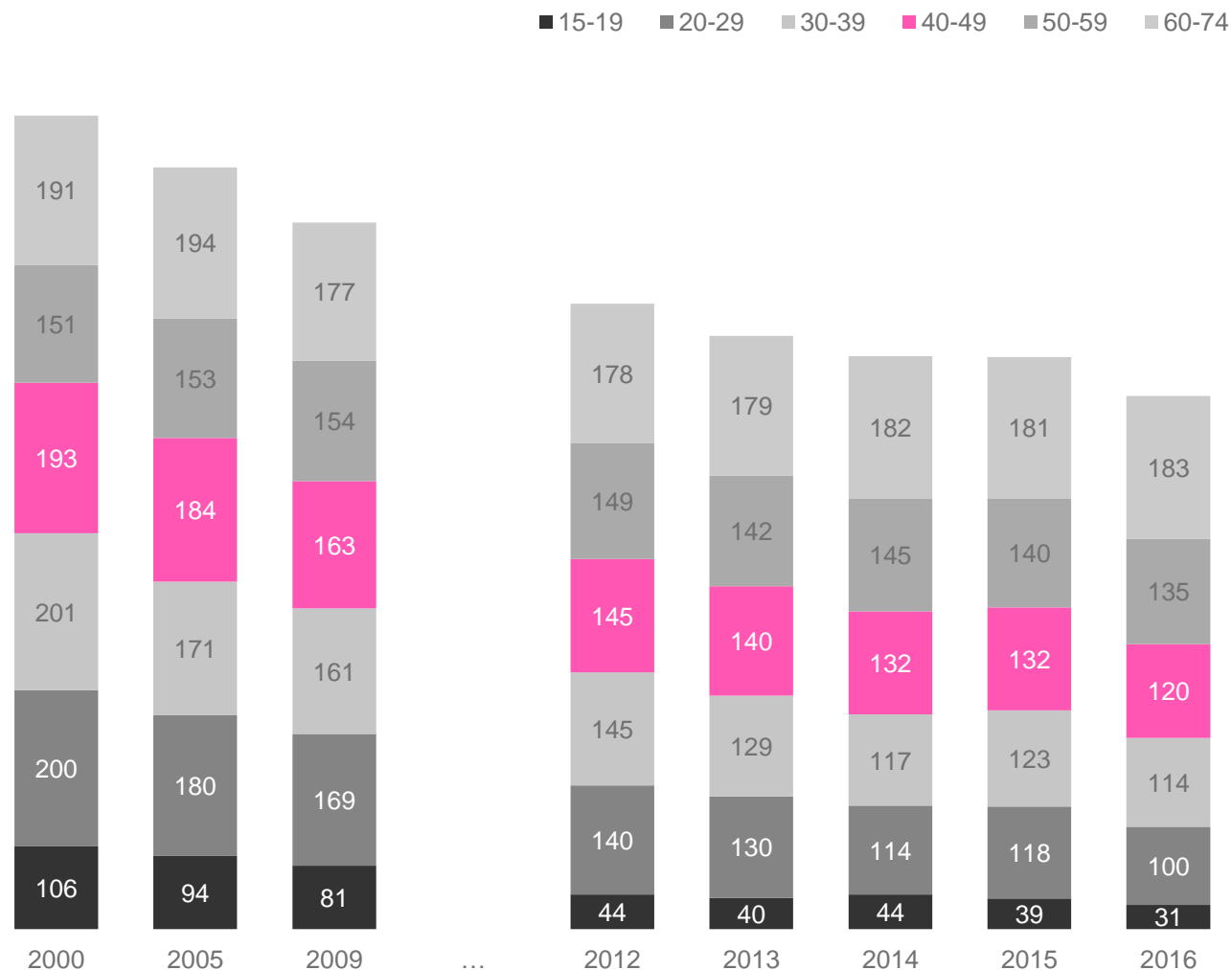
# Kes on lehtedele truuks jäänud?

## Lugejate vähenemine

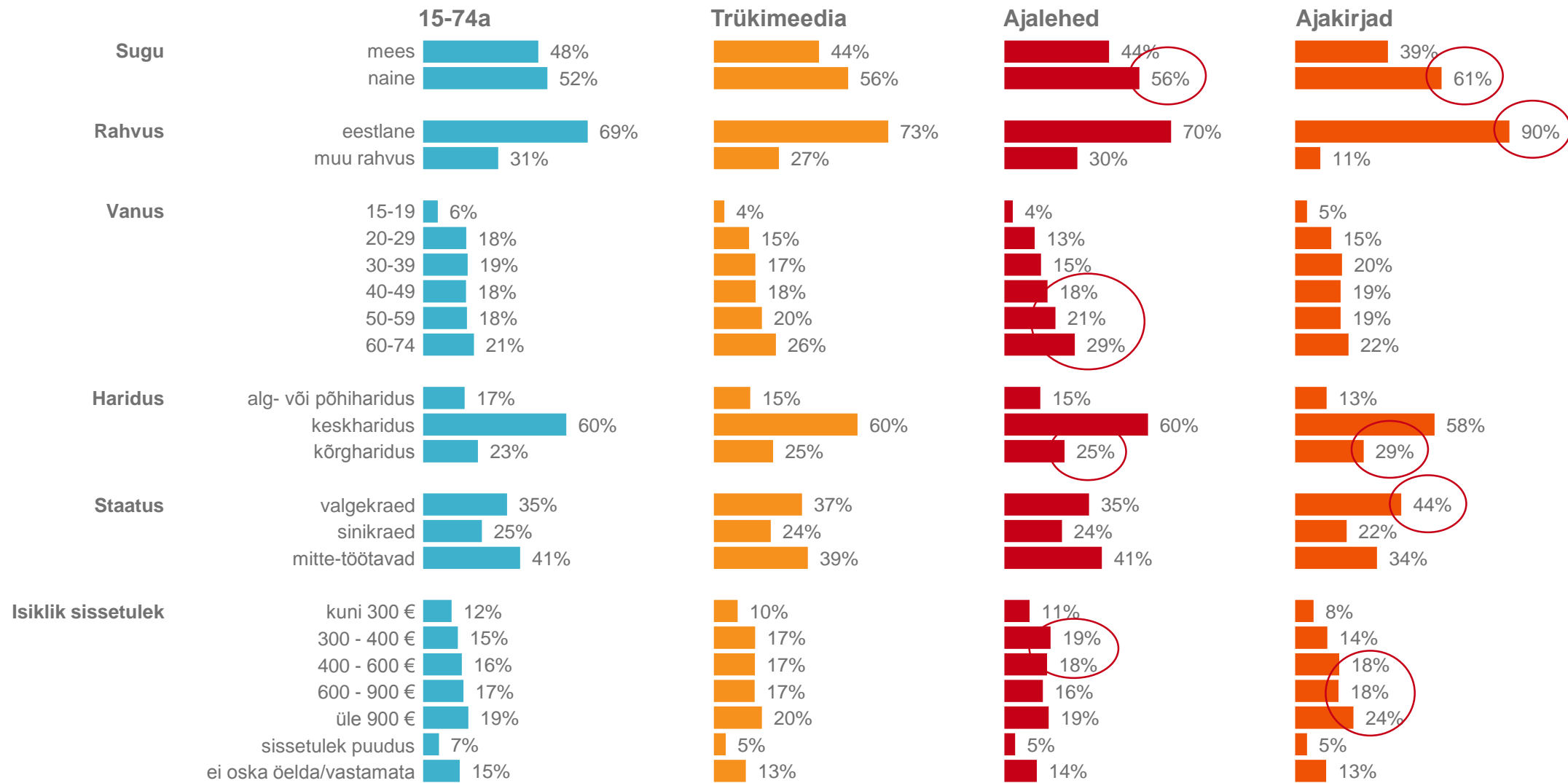
- senised lugejad loobuvad ja liiguvad muude platvormide peale
- sihtrühma suuruse vähenemine – noori lihtsalt ei sünni nii palju peale

Noori lugejaid on 2/3 võrra vähem

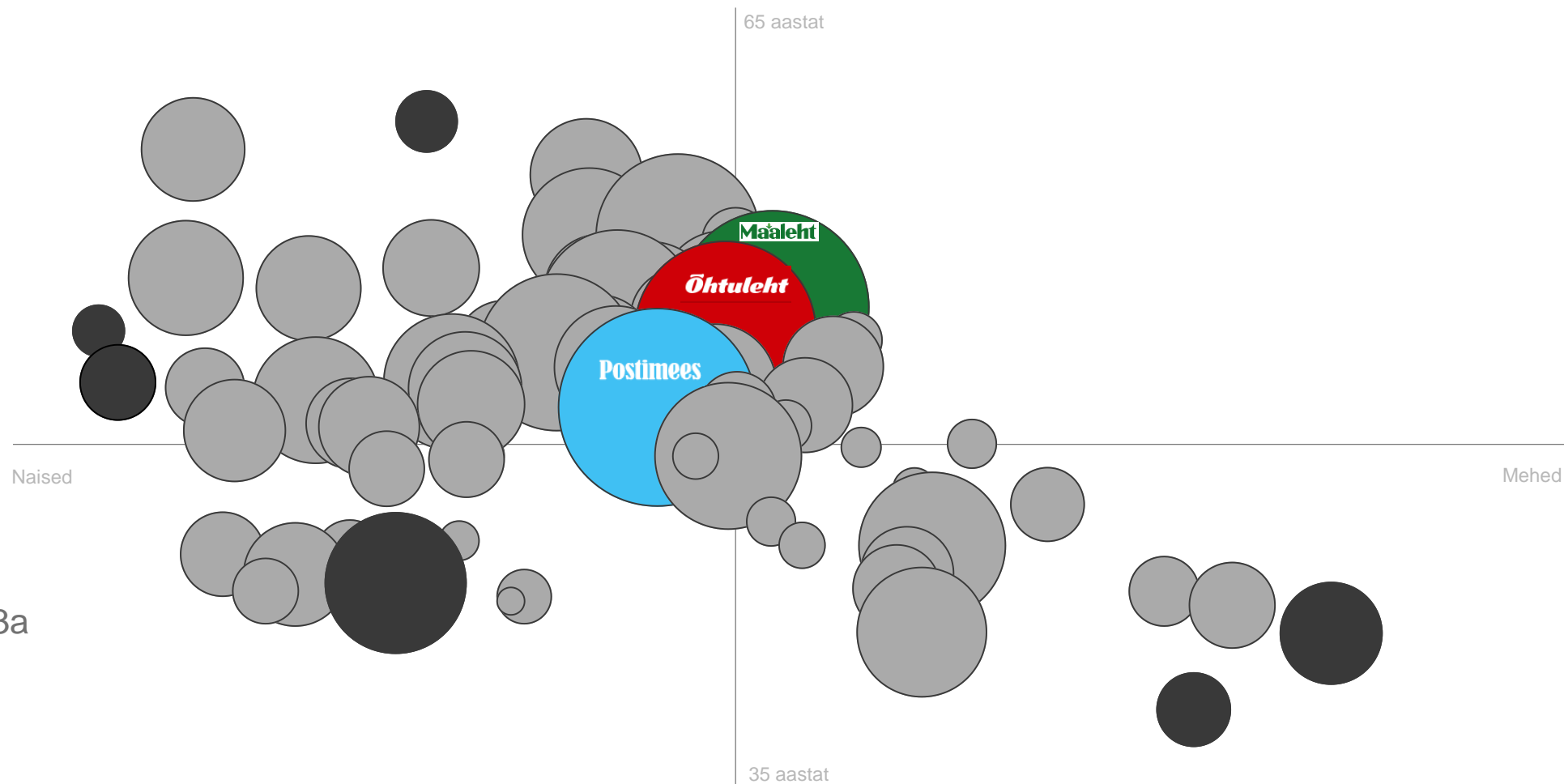
40+ osatähtsus liikunud ca 50% juurest 2/3 peale



# Lugeja „passipilt“



# Trükimeediaturg AD 2016



15-74 Eesti elanik - 44,33a

Trükimeedia - 47,04a

Ajaleht - 48,86a

Ajakiri - 45,49a

**KANTAR EMOR**

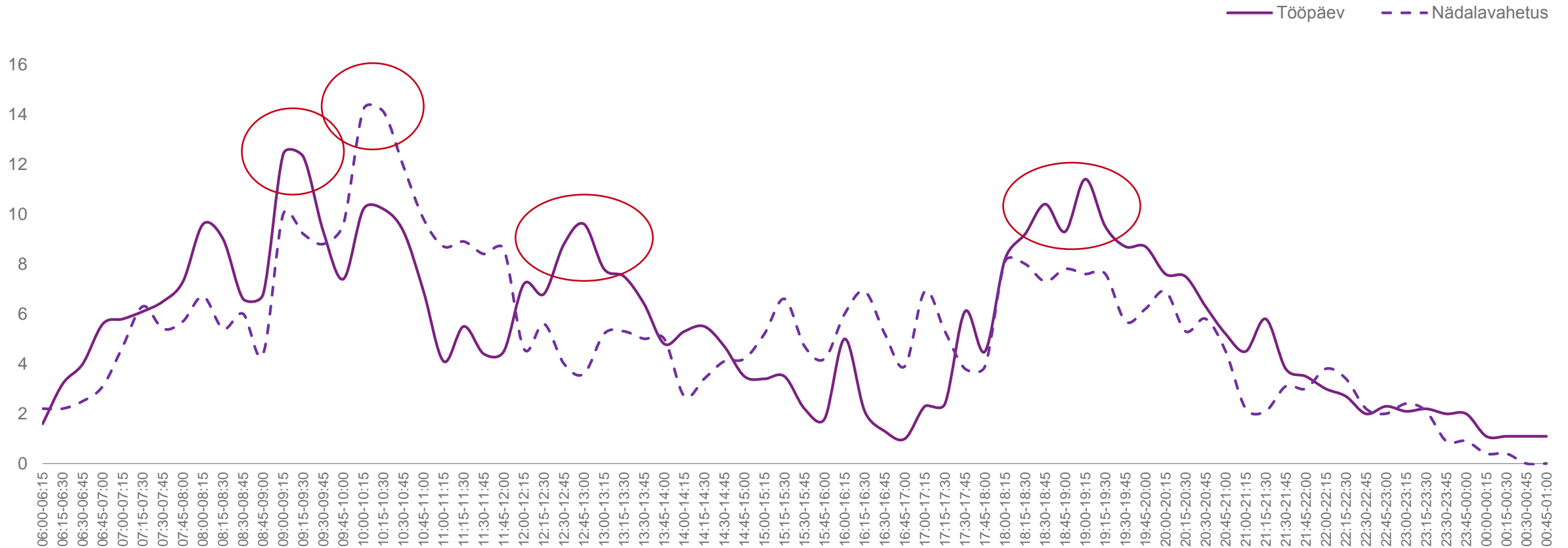
**Millal lehte loetakse?**

**Kui palju aega lehelugemisse panustatakse?**

**Kuidas see suhtestub teiste meediatega?**

# Lehelugeja meediapäev

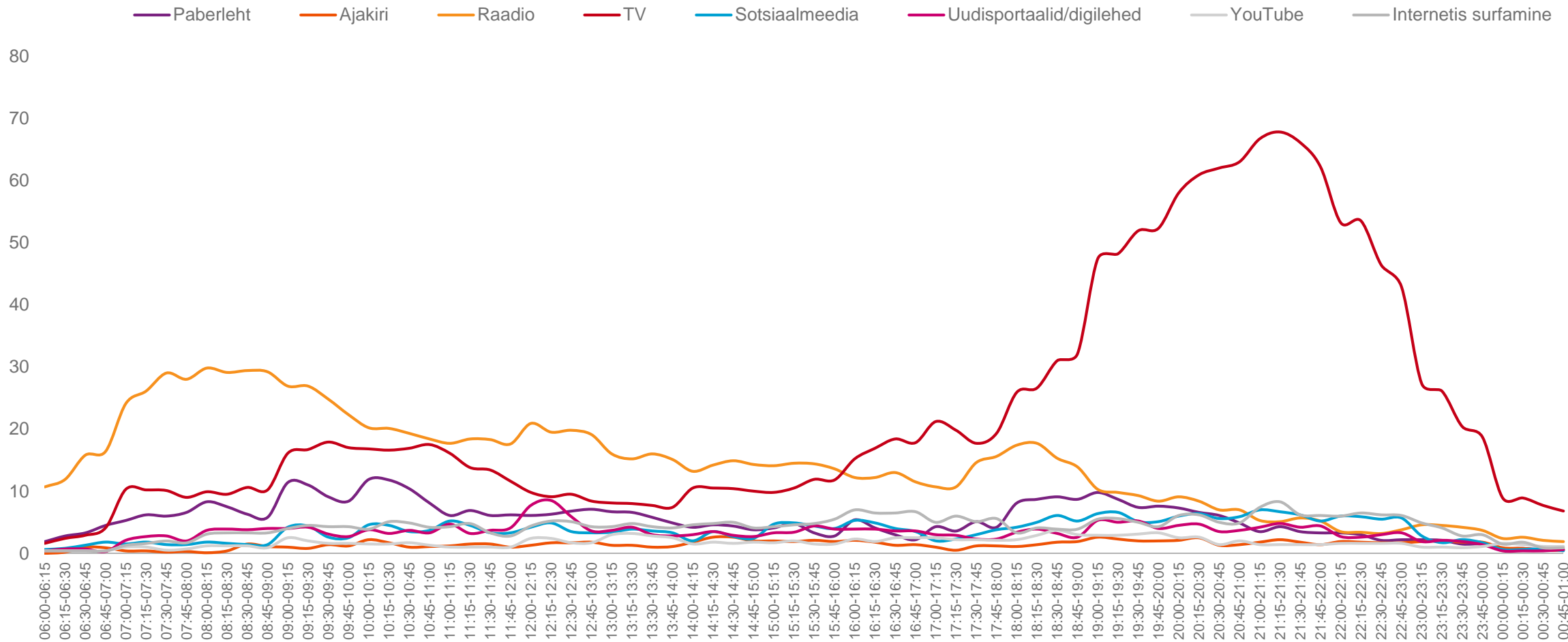
Argipäeval on lehelugejaga kohtumiseks 3 tipp hetke päevas





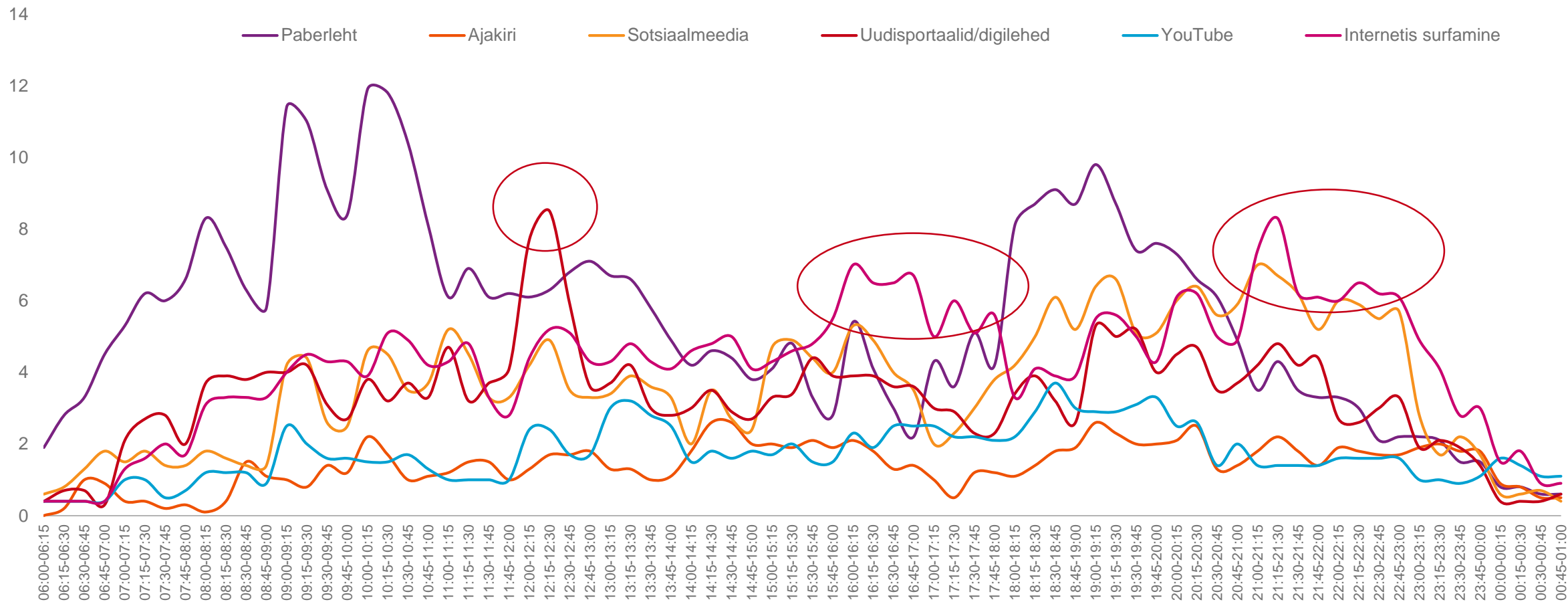
# Lehelugeja meediapäev

Ajaleht on tele ja raadio järel kindlalt kolmandal kohal



# Lehelugeja meediapäev

Paberväljaanne ja online käivad käsikäes – igal on oma aeg



# Erinevad meediaspektrid

Tunne oma klienti ja tea, kust teda otsida

Üha süvenev killustatus

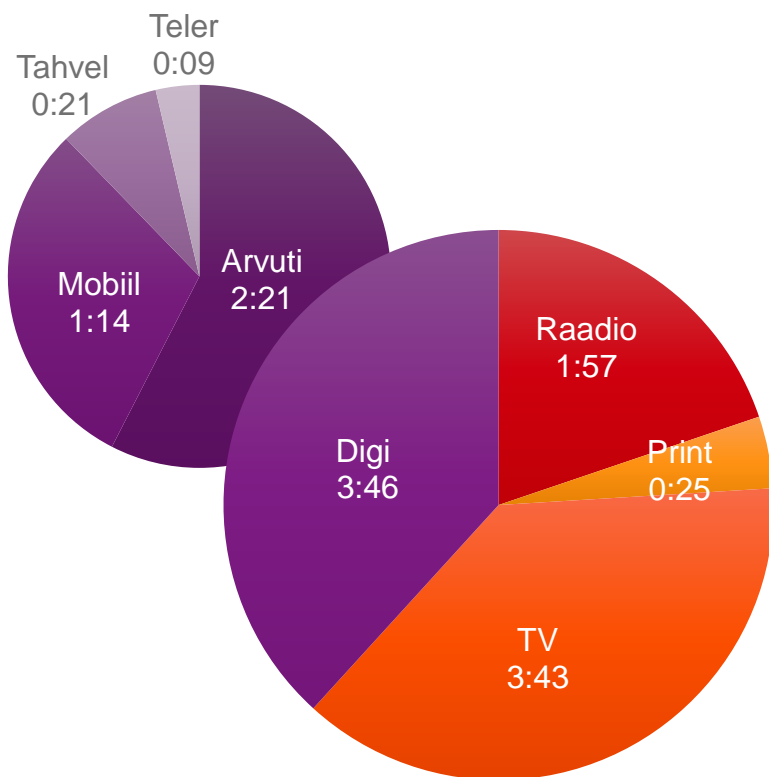
Igal meedial on oma koht suuremas pildis

	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-74
Raadio	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow
Trükimeedia	Red	Red	Orange	Yellow	Green	Green
TV	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow
Sotsiaalmeedia	Green	Green	Green	Yellow	Orange	Red
Uudisportaalid, digilehed	Yellow	Green	Green	Yellow	Yellow	Orange
Youtube	Green	Green	Green	Orange	Red	Red
Mängud	Green	Green	Yellow	Orange	Orange	Red
Muusikateenused	Green	Green	Orange	Orange	Orange	Red
Internetis surfamine	Green	Green	Green	Yellow	Orange	Orange

# Paberlehe lugeja on aktiivsem ja keskendunum meediatarbija

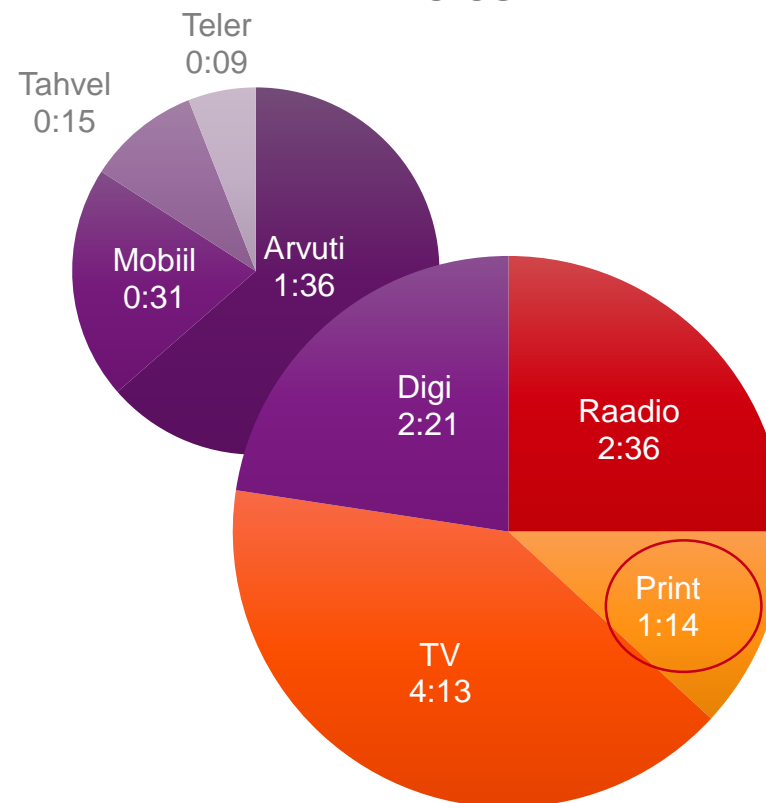
15-74 Eesti elaniku meediapäev

8:42



Paberlehe lugeja meediapäev

9:03



**KANTAR EMOR**

**Mis lugejat huvitab, mis talle oluline on?**

**Mida lugeja reklaamist arvab?**

**Kas ta on ostujõuline sihtmärk?**

# Lugeja pehmem pool

## Mida hindab ja oluliseks peab

### Sotsiaaldemograafia

- vanus 40-aastat ja peale
- kõrgharidus
- naine

### Ostukäitumine

- otsib parimat hinna-kvaliteedisuhet.
- ei naudi ostlemist, kuigi võimalused on olemas
- jälgib hindu ja sooduspakkumisi

### Kahe jalaga maa peal

- oma eluga üldiselt rahul
- naudib kodus olemist ja seal tegutsemist.
- austab traditsioone ja otsib stabiilsust

### Avar silmaring ja teadmishimu

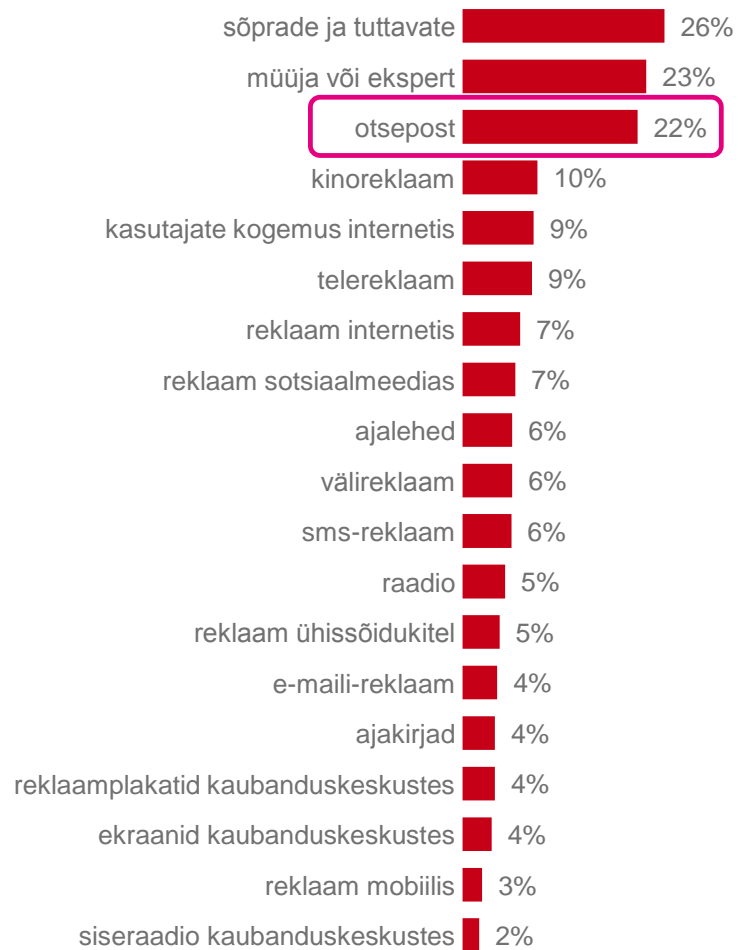
- väljakujunenud hoiakutega
- vaimseid väärtusi ja teadmisi tähtsustavad
- kirjandus, kunst ja ühiskonnaelus toimuv on oluline

### Keskkonnateadlik

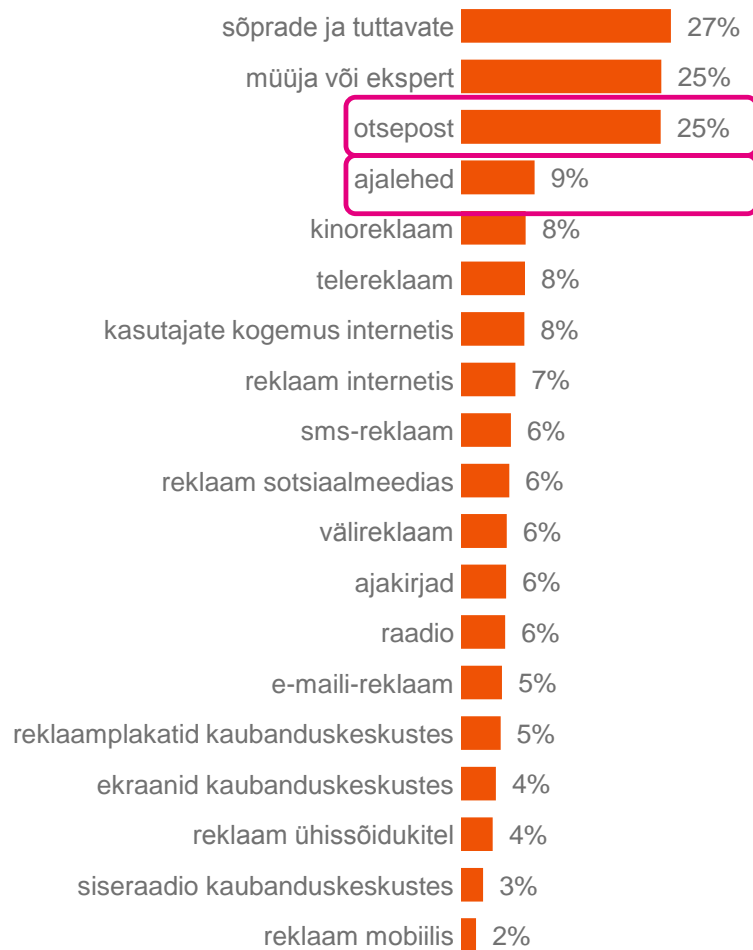
- tunneb muret keskkonna pärast, arvestab sellega
- võimalusel eelistab kodumaist ja/või oma aia toodangut

# Paberil reklaam on lugejate silmis hinnas

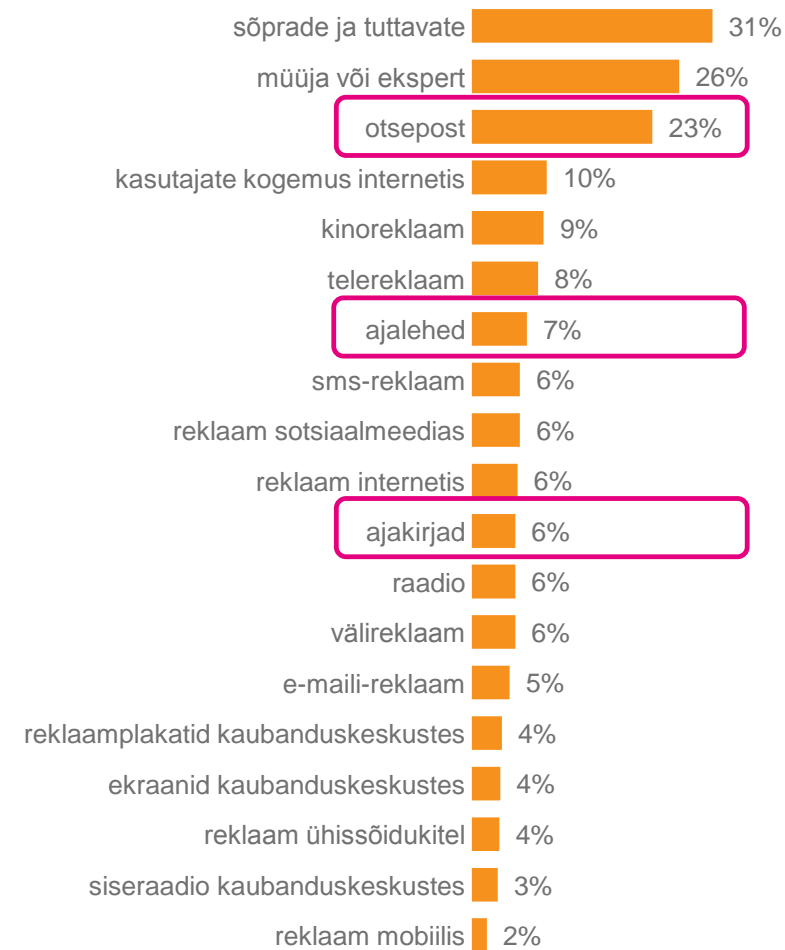
## 15-74 aastased



## Ajalehtede lugeja

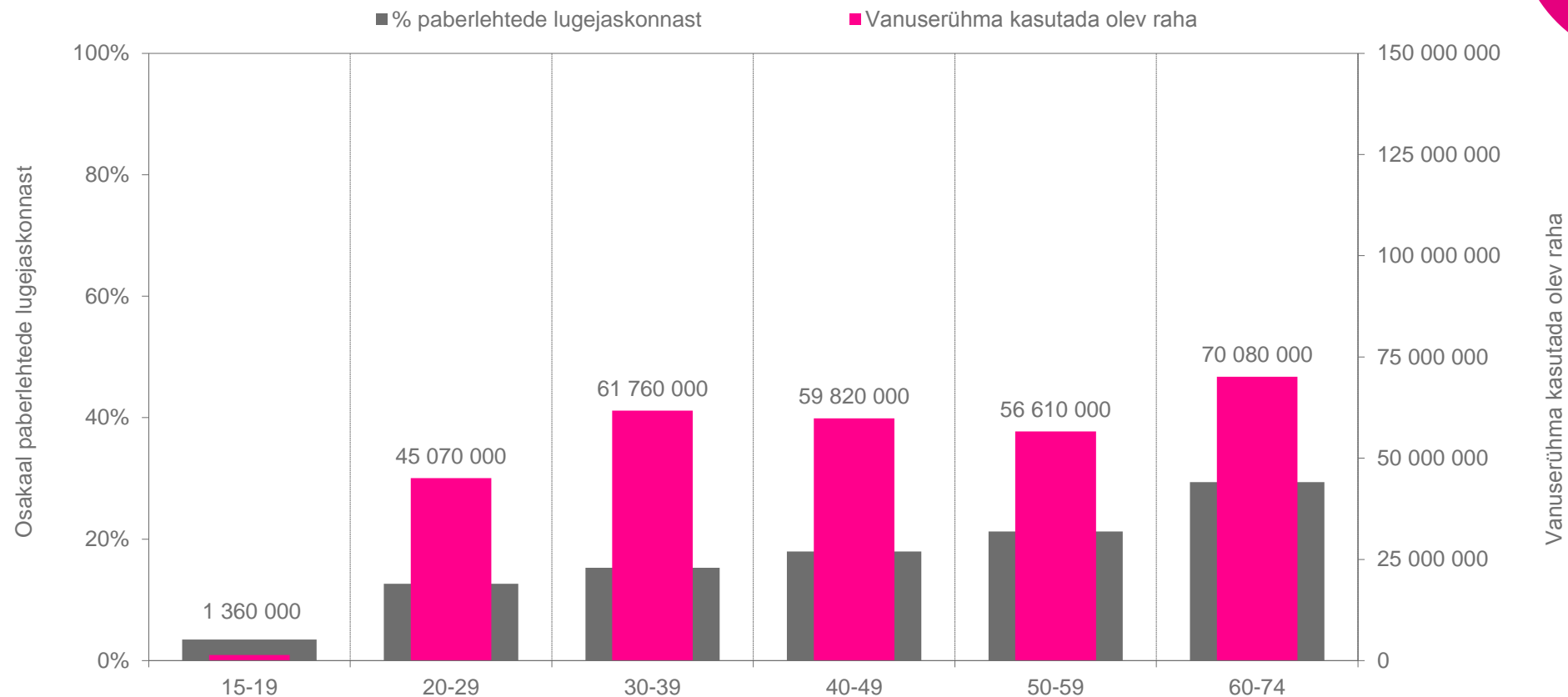
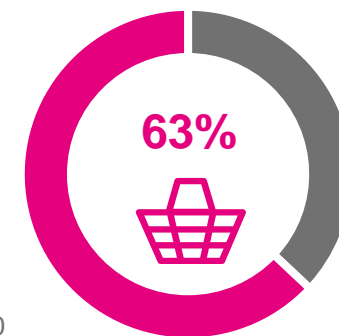


## Ajakirjade lugeja



# 295 miljonit, mida on võimalik ka lehe kaudu mõjutada

40+ sihtrühm: 63% lehelugeja rahalisest mahust





## Mõned faktiteadmised kaasavõtmiseks

1	Lugeja on täies elujõus tarbija, kel on ka rahalisi vahendeid ja võimalusi	295 miljonit
2	Lugeja pöörab ajalehereklaamile tähelepanu ja hindab seda	10%
3	Ka väljaandega kaasas olevad inserdid pälvivad lugeja tähelepanu – eriti, kui sisaldavad pakkumisi	25%
4	Ajalehe lugeja on vaid 4 aastat vanem, kui keskmine Eesti elanik	48,86
5	Ajakirja lugeja on pea sama vana, kui keskmine Eesti elanik	45,49
6	Trükimeedia ning uudisportaalid ja digilehed kombineerituna katavad hästi täiskasvanud elanikkonda	
7	Meediatarbimisele kulutab lugeja 9 tundi, sellest trükimeediale veidi üle tunni	1:14
8	Tööpäeviti on lugemise tippajad kell 9 ja õhtul 18-19, nädalavahetusel kell 10 hommikul	
9	Leht pakub lugejale stabiilsust, traditsioone ja lugemis- ning teadmishuvi rahuldamise võimalust	

Kõige tähtsam on lugemishuvi ja harjumus!  
Aitäh ja head lugemist!