

Villaliv

Observations- och läsarundersökning

Morgan Sandström

19 Oktober 2016

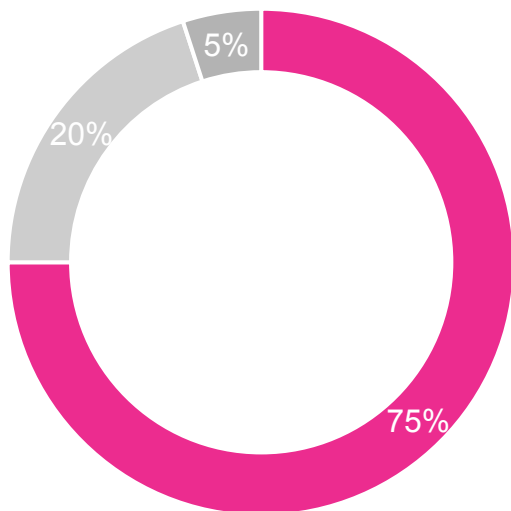
Om undersökningens genomförande

- Undersökningen har genomförts med hjälp av webbenkäter i Kantar Sifos riksrepresentativa internetpanel.
- 1000 personer i åldrarna 25 – 75 år boende i villa (inkluderar radhus, parhus och kedjehus) har besvarat frågorna.
- Intervjuerna genomfördes under perioden 12 – 17 oktober 2016.
- För att säkerställa att de som besvarat enkäten haft helt klart för sig vilken publikation undersökningen avser har tidningens logotyp samt en bild på tidningens framsida visats i samband med frågorna om läsning (nr 7 Oktober 2016).



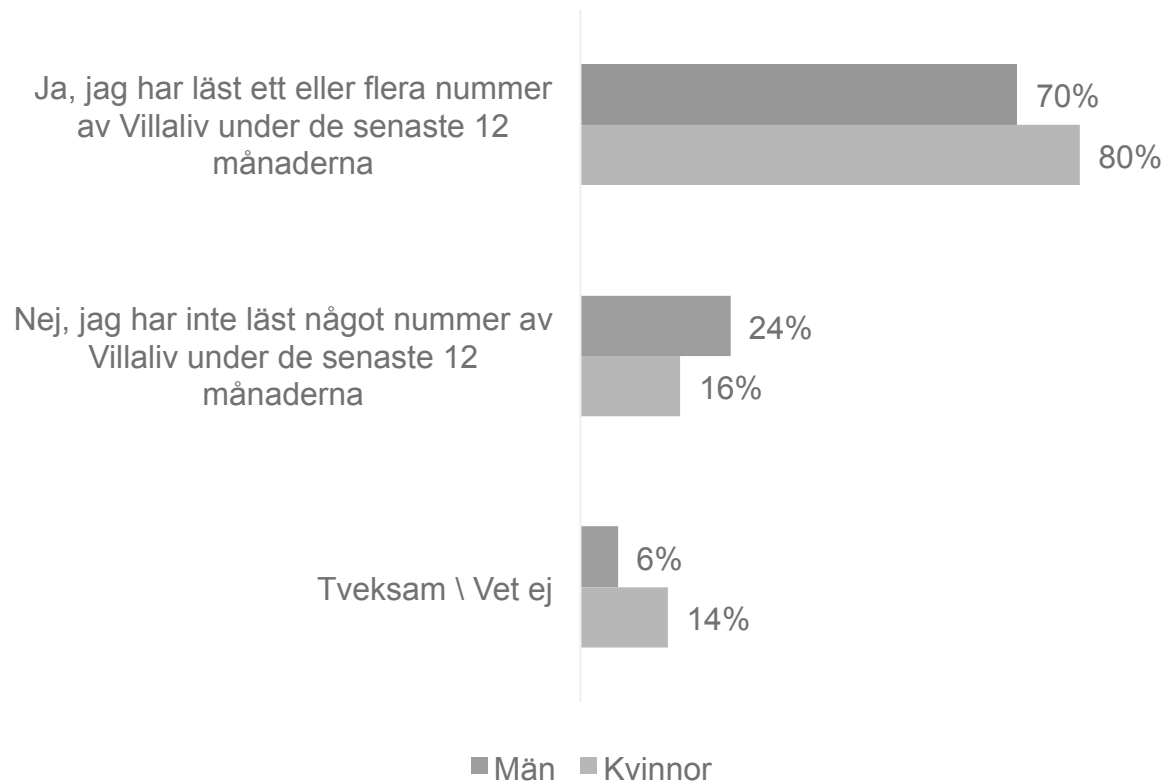
Läsning av Villaliv

Tidningen Villaliv kommer ut med 8 nummer per år och delas ut gratis i brevlådan till hushåll som bor i villa. Har du under de senaste 12 månaderna läst något nummer av tidningen Villaliv? Vi avser den tryckta tidningen, Inte tidningens hemsida.



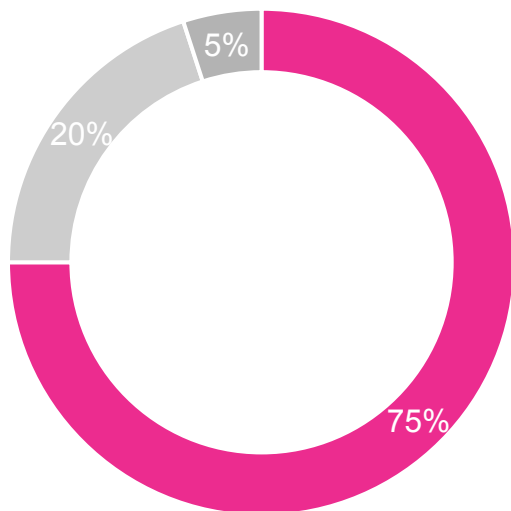
- Ja, jag har läst ett eller flera nummer av Villaliv under de senaste 12 månaderna
- Nej, jag har inte läst något nummer av Villaliv under de senaste 12 månaderna
- Tveksam \ Vet ej

Bas: 1000 intervjuer

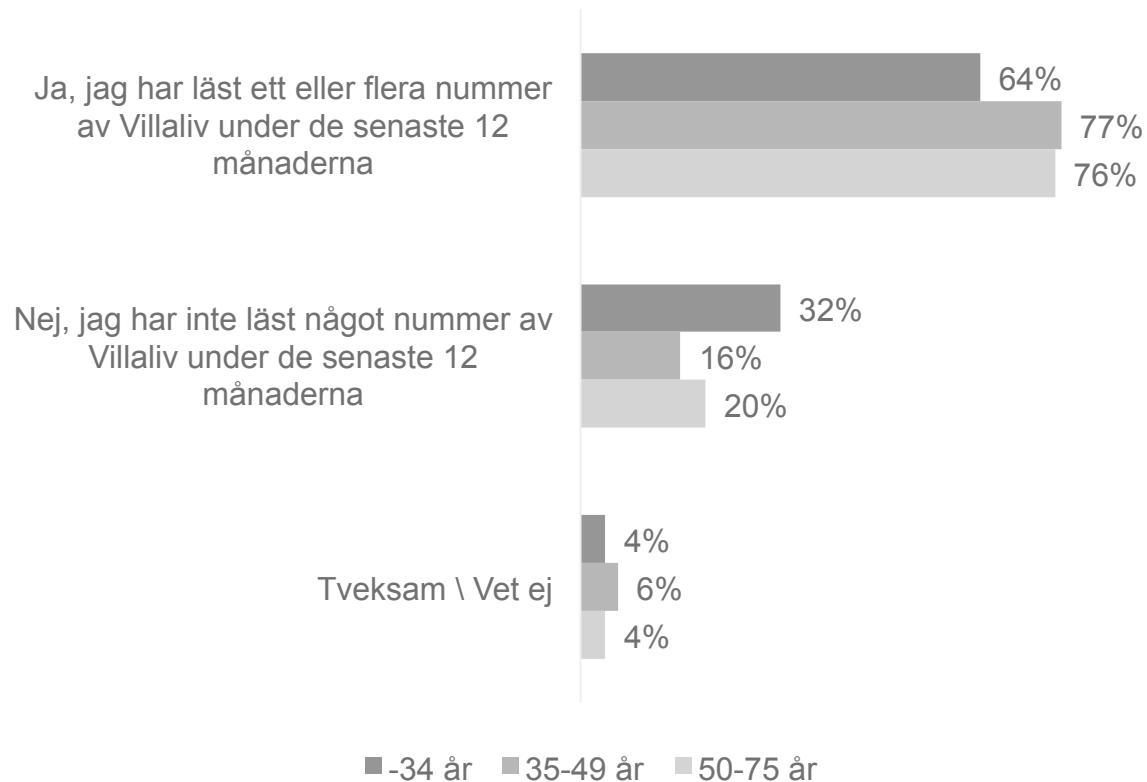


Läsning av Villaliv

Tidningen Villaliv kommer ut med 8 nummer per år och delas ut gratis i brevlådan till hushåll som bor i villa. Har du under de senaste 12 månaderna läst något nummer av tidningen Villaliv? Vi avser den tryckta tidningen, Inte tidningens hemsida.



- Ja, jag har läst ett eller flera nummer av Villaliv under de senaste 12 månaderna
- Nej, jag har inte läst något nummer av Villaliv under de senaste 12 månaderna
- Tveksam \ Vet ej



Bas: 1000 intervjuer

Observation och läsning av Villaliv nr 7, Oktober 2016

Det senaste numret av tidningen Villaliv delades ut i slutet av förra veckan, 4-5 oktober. Det är framsidan på detta nummer du ser på bilden. Har du sett eller läst detta nummer av Villaliv? Vi avser den tryckta tidningen, inte tidningens hemsida.



Ja, jag har sett detta nummer av Villaliv, men inte läst något av innehållet

33%

Ja, jag har sett och läst något av innehållet i detta nummer av Villaliv

41%

Nej, jag har inte sett eller läst något av innehållet i detta nummer av Villaliv

23%

Tveksam \ vet ej

4%

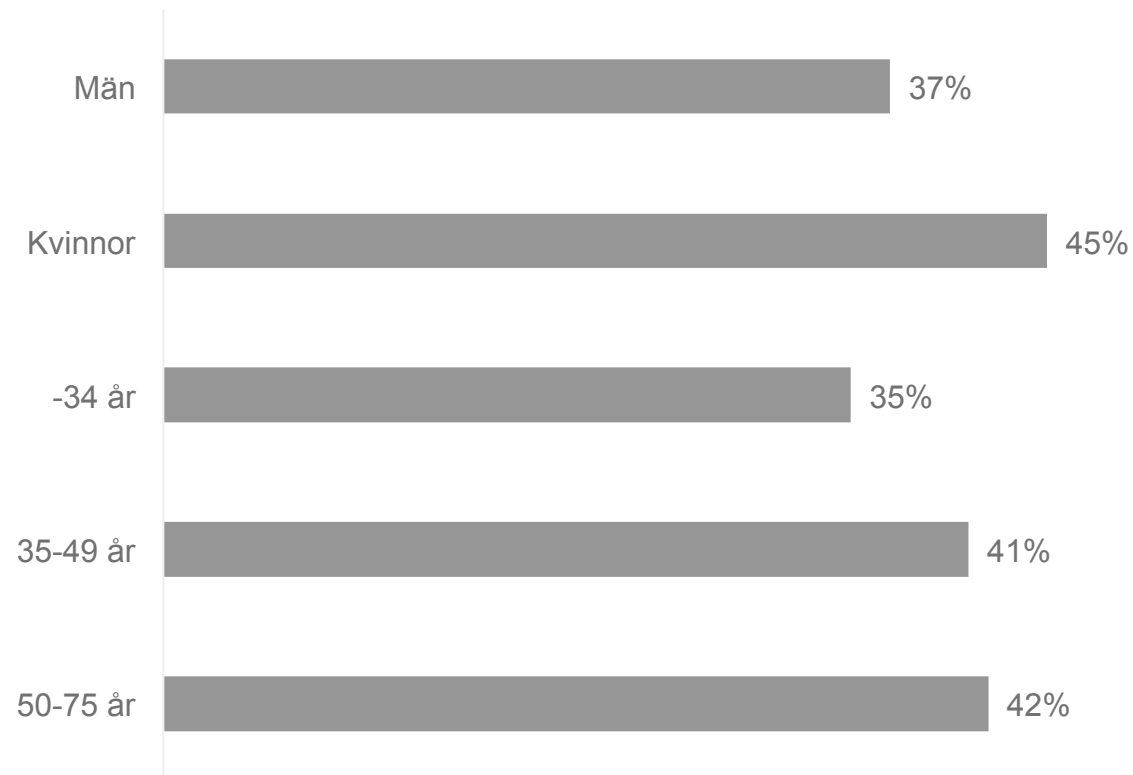
Bas: 1000 intervjuer

Observation och läsning av Villaliv nr 7, Oktober 2016

Det senaste numret av tidningen Villaliv delades ut i slutet av förra veckan, 4-5 oktober. Det är framsidan på detta nummer du ser på bilden. Har du sett eller läst detta nummer av Villaliv? Vi avser den tryckta tidningen, inte tidningens hemsida.



Sett och läst i detta nummer av Villaliv

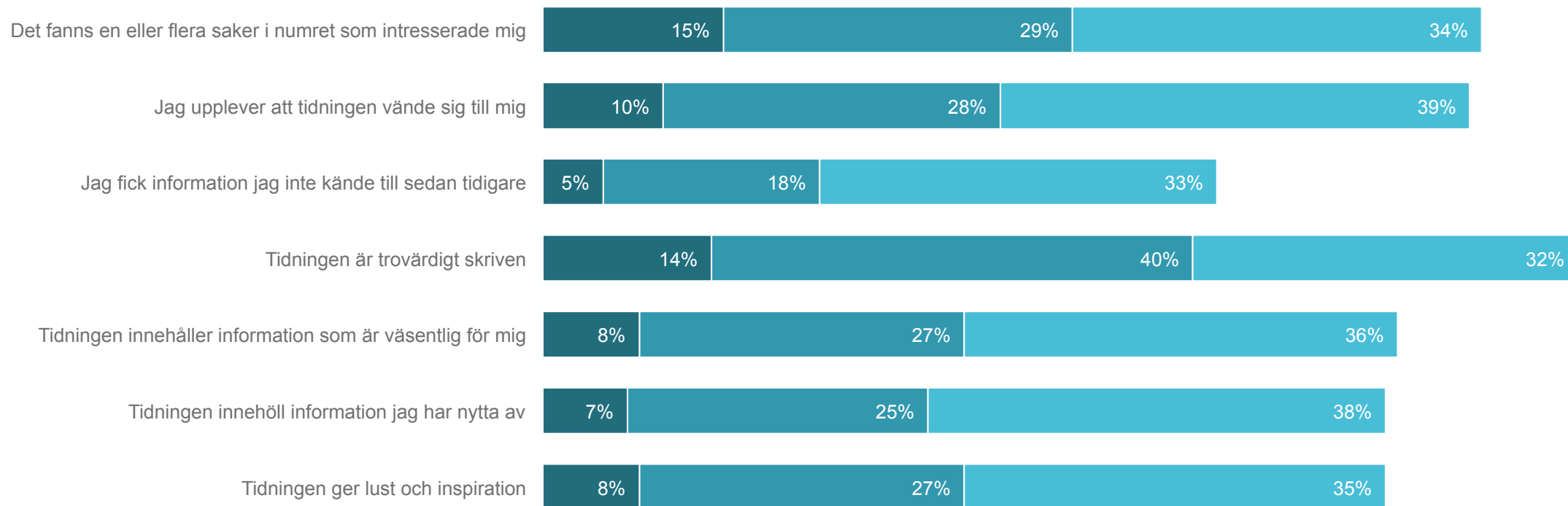


Bas: 1000 intervjuer

Värdering och upplevelse av Villaliv

Hur instämmer du i följande om det senaste numret av Villaliv?

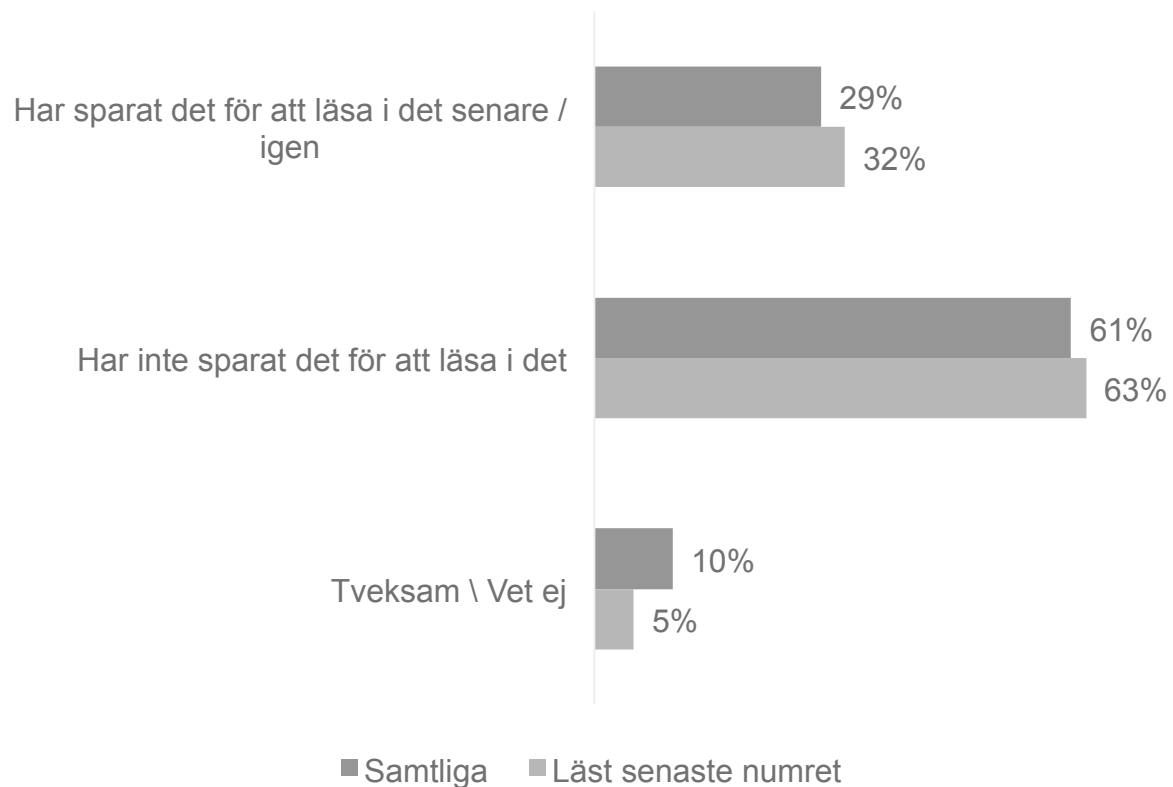
■ 5. 5 Instämmer helt och hållet ■ 4 ■ 3



Bas: Har läst det aktuella numret, 409 intervjuer

Upprepad och potentiell läsning

Har du sparat det aktuella numret av Villaliv, har du det kvar?

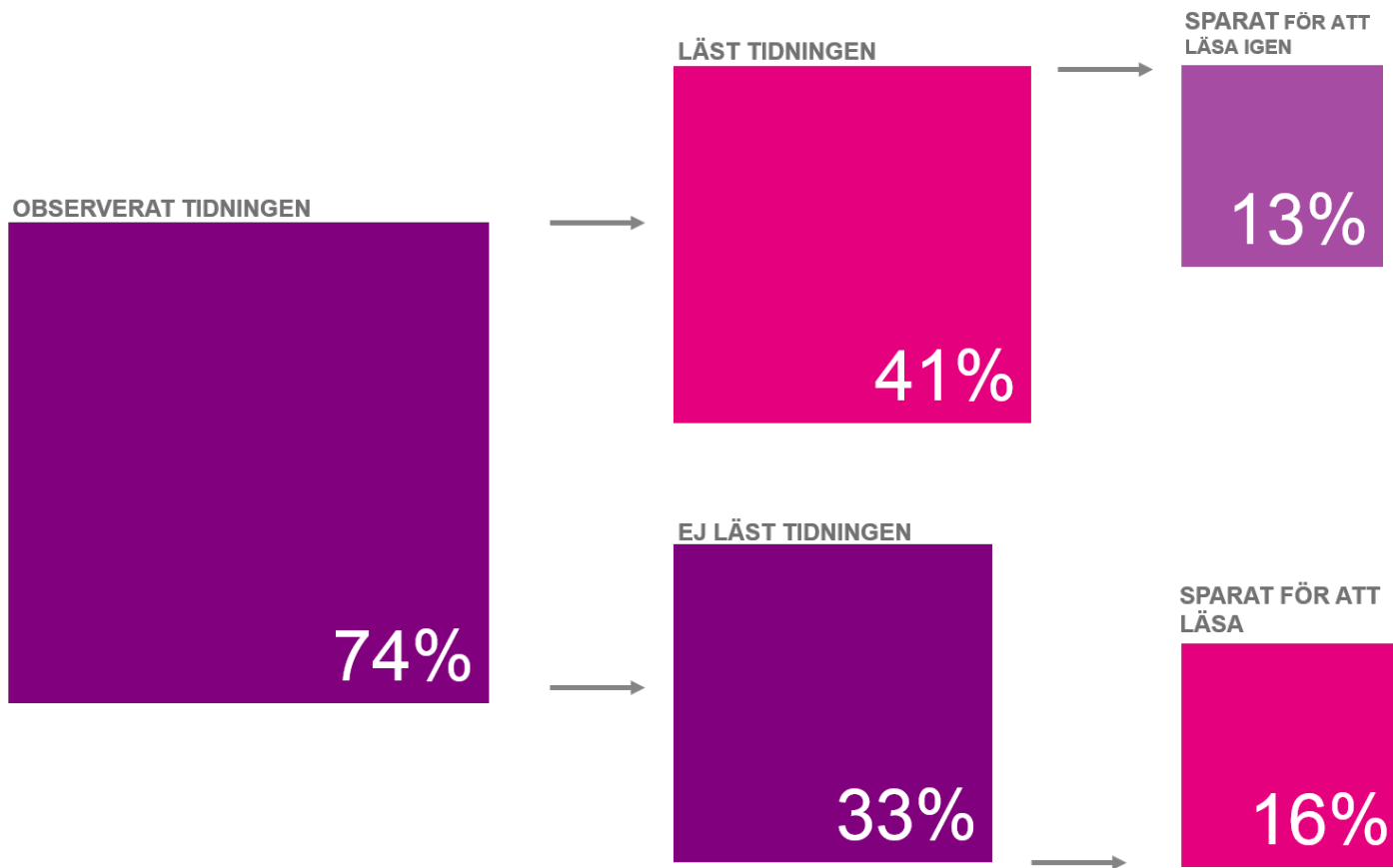


Bas: 1000 intervjuer



Upprepad och potentiell läsning = 57% som läser Villaliv

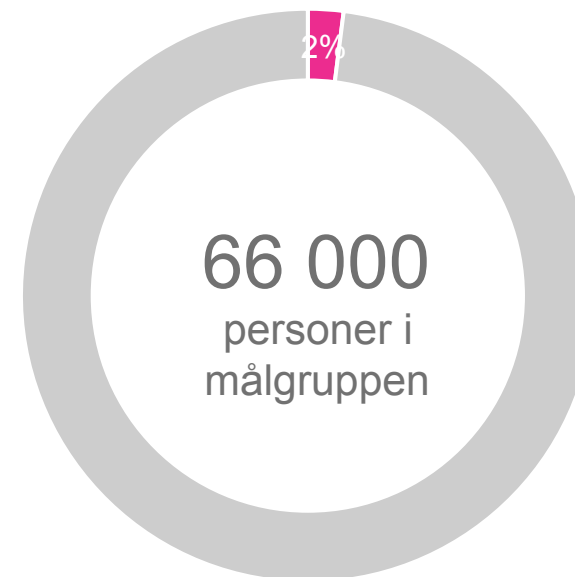
Andel av samtliga som observerat, läst och sparat det aktuella numret



Bas: 1000 intervjuer

Totalt läser 57% tidningen vilket innebär ca 2,6 miljoner personer boende i villa (SCB – 4,6 miljoner personer)

Agerat efter att ha läst det aktuella numret av Villaliv



■ Skickat in svar eller beställt information från det senaste numret ■

■ Köpt något från någon av annonsörerna efter att ha sett annons i senaste numret ■

Besöker villalivet.se

Villaliv finns också som en hemsida på Internet (www),www.villalivet.se. Hur ofta besöker du den sajten?



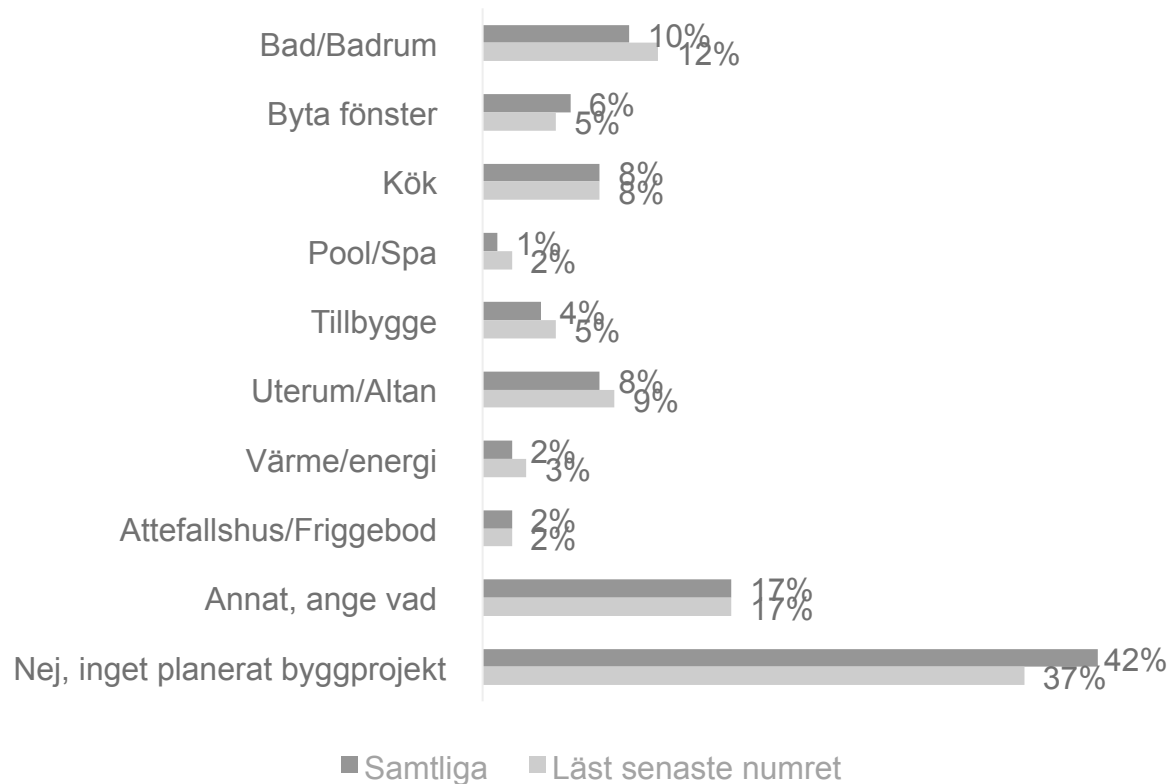
16%
av Villalivs
läsare
besöker villalivet.se

10%
av hela målgruppen
besöker
villalivet.se

Bas: 1000 intervjuer

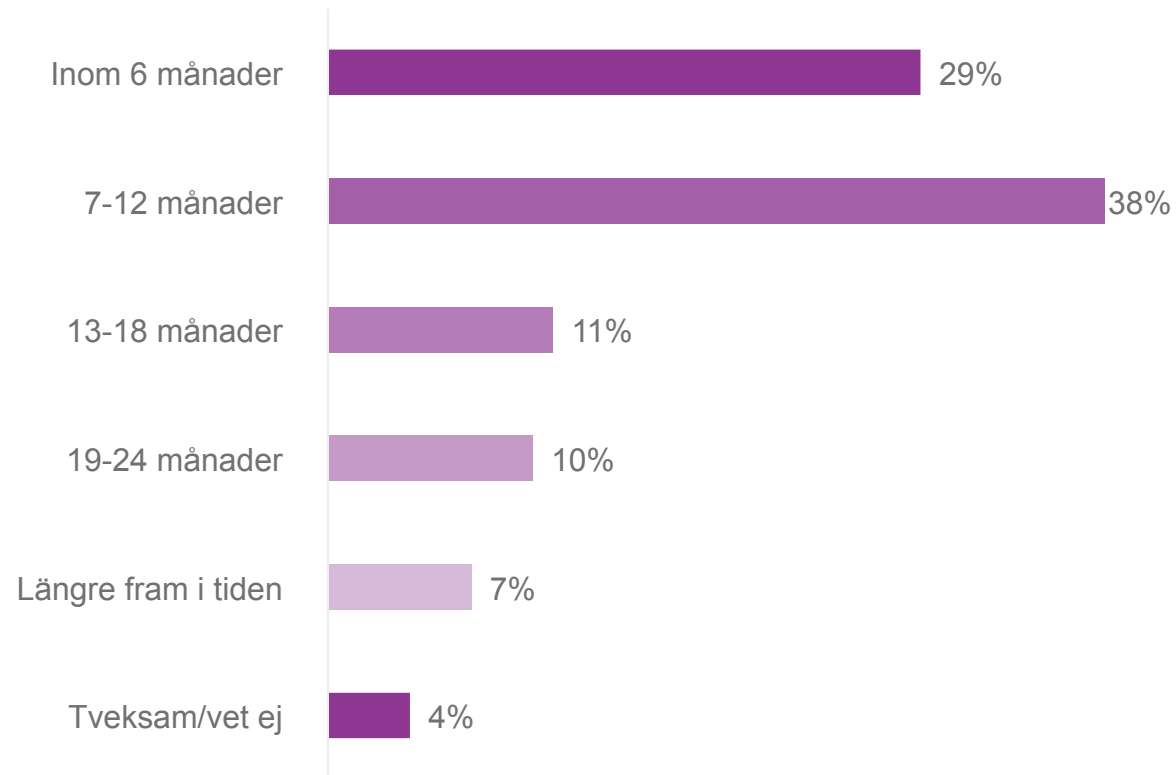
Byggplaner

Planerar ni något byggprojekt i ert hushåll, vad blir i så fall ert hushålls nästa byggprojekt?



Bas: 1000 intervjuer

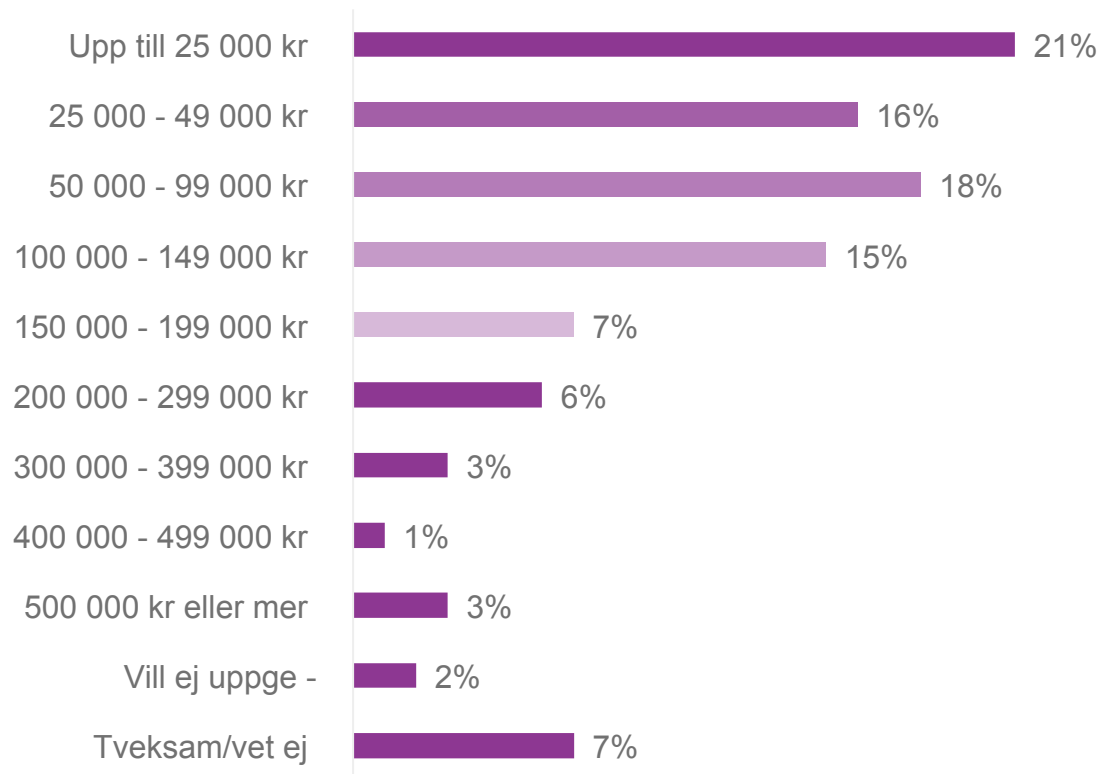
När i tiden kommer detta byggprojekt att infalla?



Bas: Planerar ett byggprojekt, 571 intervjuer

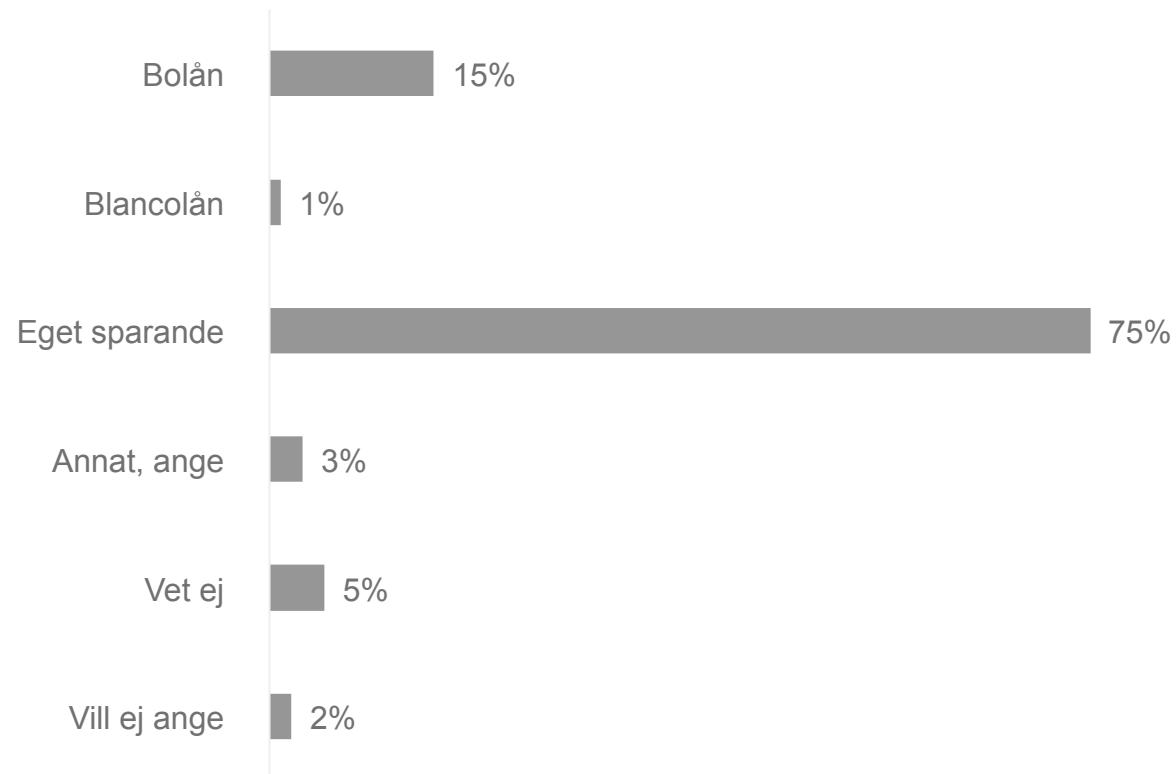
Byggplaner

Vilken investeringsnivå räknar hushållet att göra för detta byggprojekt, allt sammanräknat?



Bas: Planerar ett byggprojekt, 571 intervjuer

På vilket sätt finansieras byggprojektet?



Bas: Planerar ett byggprojekt, 571 intervjuer

Slutsatser

- Det är tydligt att Villaliv har ett gott mottagande bland de som tidningen distribueras till. Av de tillfrågade svarar 74% att de i någon grad är läsare av tidningen, mer eller mindre frekvent. Det indikerar att tidningen når mottagarna (såväl distribution som i hemmet), att den är väl känd och läses av många.
- Läsningen är något högre bland kvinnor mitt i livet, men skillnaderna i läsning över kön och åldersgrupper är relativt små.
- Att 4 av 10 läst det aktuella numret indikerar att läsning av tidningen är "Tema"-driven. Dvs. en betydande del av läsekretsen läser de nummer av tidningen som särskilt intresserar men hoppar över vissa nummer.
- Också läsmängden indikerar att tidningen konsumeras som ett "smörgåsbord", många läsare väljer att läsa utvalda delar i tidningen som särskilt intresserar dem. Läsmängden är i teknisk mening lägre än vad som ofta uppmätts för olika intresse eller specialtidsskrifter, men bland läsarna av det aktuella numret av tidningen visar undersökningen att hela tidningen trafikeras (och genererar exponeringar).
- Tidningen har ett gott anseende bland mottagare och läsare. Det är kanske särskilt intressant att notera att trovärdigheten i tidningens innehåll är högt och tillhör en av tidningens främsta styrkor. Det indikerar att tidningen skapar just den redaktionella kontext och det mervärde den är avsedd att skapa, också sett ur ett annonsörsperspektiv.
- Besöksfrekvensen på tidningens sajt, villalivet.se är relativt sett liten bland papperstidningsläsarna. Ur ett annonsörsperspektiv indikerar det att de båda kanalerna snarast kompletterar varandra genom att de når delvis olika målgrupper. Ur ett affärsutvecklings- och redaktionellt perspektiv kan det innebära att möjligheterna att fördjupa och förstärka de värden som skapas i papperstidningen idag är begränsade sett till antalet läsare man når på webben.
- Ur ett kommersiellt perspektiv är tidningens kanske främsta styrka att den når ut till konsumenter som just nu är i marknaden för de områden tidningen bevakar. Drygt 60% av tidningens läsare har konkreta planer på minst ett byggprojekt, och de allra flesta av dessa ligger i startgroparna "nu".