

Pressmeddelande. 1 november 2016.

Aftonbladet.se och DN.se – svenskarnas val i USA-valet

Presidentvalet i USA dominerar den svenska nyhetsbevakningen och den 8 november går amerikanska folket till val. Men vilken av de svenska dagspressajterna följer svenska folket helst bevakningen av valet på? En av fem säger sig föredra Aftonbladet.se, näst populärast är DN.se. Det framkommer i en färsk undersökning från Novus genomförd på uppdrag av intresseorganisationen Sveriges Annonörer.

Intresseorganisationen Sveriges Annonörer gör med hjälp av undersökningsföretaget Novus löpande studier av svenska folkets inställning till olika varumärken.

Inför USA-valet har Novus tagit tempen på svenska folket kring vilken dagspressajt man helst följer rapporteringen kring USA-valet på.

Högst upp på listan hamnar Aftonbladet.se och var femte säger sig helst följa rapporteringen där. Näst populäraste sajten är DN.se (12 %), följt av SVD.se (7 %).

I åldersgruppen 65-79 år skiljer dock endast en procentenhet mellan förstahandsvalen Aftonbladet.se (14 %) och SVD.se (13 %). I Stockholm har DN.se starkast fäste och föredras av 24 procent. Aftonbladet.se är förstahandsvalet, förutom i Stockholm, i hela landet och starkast fäste har tidningens webbsajt i Norrland (31 %).

Var fjärde, 26 procent, säger sig inte följa USA-valet på någon av de listade sajterna i undersökningen, och 14 procent svarar att de väljer någon annan sajt. Urvalet av sajter baseras på listade sajter på KIA-index (den officiella mätvalutan med besöksstatistik på över 700 webbplatser i Sverige) under kategorin "Dagspress Riks".

På vilken av följande sajter följer du helst USA-valet?

- | | |
|-------------------------------|------|
| • Aftonbladet.se | 21 % |
| • DN.se | 12 % |
| • SVD.se | 7 % |
| • Expressen.se | 3 % |
| • Omni.se | 3 % |
| • D1.se | 2 % |
| • Nyheter24.se | 1 % |
| • Metro.se | 0 % |
| • Någon annan sajt | 14 % |
| • Ingen av ovanstående sajter | 26 % |
| • Vet ej | 8 % |

För mer information och kommentarer, vänligen kontakta:

Tero Marjamäki

Pressansvarig

073 653 71 36

tero.marjamaki@annons.se

Om Sveriges Annonörer

Sveriges Annonörers medlemsföretag står för drygt hälften av de samlade reklam- och medieinvesteringarna i landet. Som intresseorganisation bidrar vi med att skapa bästa möjliga avkastning på medlemmarnas investeringar i reklam och media, samt får dem att arbeta mer effektivt och ansvarsfullt med sina varumärken. Sveriges Annonörer har funnits sedan 1924 och är idag världens största annonsörorganisation, med närmare 600 medlemsföretag. Genom att fokusera på effekt, bidra med inspiration och kunskap, samt bevaka och påverka omvärlden är vi marknadschefens bästa vän. Läs gärna mer på annons.se

Om Novus Omnibuss

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av Sveriges Annonörer. Målgruppen för undersökningen är den svenska allmänheten 18-79 år. Totalt har 1051 intervjuer genomförts under perioden 6-12 oktober 2016. Deltagfrekvensen är 58 %. Undersökningen är genomförd via webbintervjuer i Novus slumpmässigt rekryterade och representativa Sverigepanel.

Om KIA-index

KIA-index är den officiella mätvalutan för svenska webbplatser, med besöksstatistik över majoriteten av landets kommersiella sajter. På kiaindex.se publiceras statistik över unika webbläsare, antal besök och hur många sidvisningar sajterna haft, varje vecka. Idag listas närmare 700 sajter på KIA-index och statistiken används bland annat av annonsörer, mediebyråer, publicister och media.