

Lukijamäärien laskusta huolimatta kuntoilu ja koti vahvistavat asemaansa aikakauslehtimarkkinoilla

Kansallisen Mediatutkimuksen mukaan printtilehtien lukijamäärät jatkavat yhä laskuaan. Laskusta huolimatta Allerin Fit ja Divaani ovat saaneet vahvistettua jalansijaansa naisille suunnattujen erikoislehtien markkinoilla.

Allerin lehdet noudattavat yleistä suuntausta, joskaan tuore Kansallinen Mediatutkimus ei juuri tuo tilastollisesti merkitseviä muutoksia.

Allerin lehdistä Fit ja Divaani kasvattivat vuodessa lukijamääräänsä. Divaenin lukijamäärä on nyt 91 000, mikä on 8 000 enemmän kuin edellisessä aineistossa. Fit oli ainoa lehti kategoriassaan, joka onnistui kasvattamaan lukijamääräänsä. Fitin lukijamäärä on nyt 96 000, joka 4 000 enemmän kuin edelliskerralla.

Seiska säilytti kuitenkin vakaan asemansa maan luetuimpana viikkolehtenä (512 000 lukijaa). Seiskan kokonaistavoittavuus on tutkimuksen mukaan 731 000, joka kertoo sekä verkkolukemisen yleistymisestä. Peräti 30 prosenttia lukijoista lukee Seiskaa ainoastaan verkossa.

Asumiseen keskittyvät Koti ja Keittiö sekä Divaani säilyttivät asemansa. Ensimmäistä kertaa virallisen lukijaluvun saa myös Costume, jolla on puolivuosisaineiston mukaan 45 000 lukijaa.

Aller Median toimitusjohtaja Pauli Aalto-Setälän mukaan Kansallisen mediatutkimuksen tulokset heijastavat hyvin aikakauslehtien yleistä tulonjakomuodostuksen muutosta: "Aikakauslehtien digitaalinen murros ja kuluttajien ajankäytön muutos näkyy. Meillä on erinomaiset brändit, laadukkaat lehtisisällöt ja vahvaa digitaalista osaamista. Aikakauslehtien tulevaisuuden ratkaisee perinteisen laadukkaan lehtiosaamisen lisäksi digitaalinen monimuotoisuus ja niiden perustalle luodut tiiviit lukijayhteisöt."

Kansallinen Mediatutkimus kattaa ajanjakson vuoden 2013 heinäkuun alusta kesäkuun 2014 loppuun. Lukijaestimaatti kertoo kuinka monta lukijaa lehden numerolla keskimäärin on. Kokonaistavoittavuus kertoo painetun lehden ja sen digitaalisten versioiden yhdessä tavoittamien henkilöiden määrän (yhtä painetun lehden numeroa lukeneiden ja/tai viikon aikana lehden digitaalisia versioita lukeneiden nettoyhteismäärä). Kokonaistavoittavuus on raportoitu vain niistä lehdistä, joiden digitaalisten versioiden havaintomäärä on riittävän korkea.

	Lukijaestimaatti '000	Kokonaistavoittavuus '000
Seiska	512	731
Katso	50	n/a
Costume (kevät 2014 puolivuosisaineistosta)	45	n/a
Elle	70	82
Olivia	95	126
Fit	96	103
Divaani	91	n/a
Koti ja Keittiö	164	166

Lähde: Kansallinen Mediatutkimus S2013/K2014

Lisätietoja: Eveliina Nera, tiedottaja, Aller Media Oy 044 020 3622

Aller Media Oy on innovatiivinen ja moderni mediatalo, joka on tunnettu vahvoista brändeistään. Uskomme vapaaseen sanaan, tiedon avoimuuteen ja vuorovaikutukseen. Aller Median ydinosuamista ovat viihde, lifestyle, digitaaliset mediakonseptit, sosiaalinen liiketoiminta ja sen kehittäminen. Vision ja uudistumiskyvyn ansiosta Aller Medialla on vahva markkina-asema. Aller tuottaa Suomen himotuimmat aikakausbrändit. Allerin tunnetuimmat tuotemerkit ovat Seiska, Katso, Oma Aika, ELLE, Olivia, Costume, Koti ja Keittiö, Divaani, Fit, TOPModel, Suomi24 ja All Over Press. Yritys työllistää Suomessa noin 280 henkilöä. www.aller.fi