

# Trykte medier i en digital tidsalder



# Hvorfor print:

---

- ✓ Dekning
- ✓ Leserne
- ✓ Medieegenskaper
- ✓ Kontekst
- ✓ Modus
- ✓ Effekt

# DEKNING

A stack of newspapers is placed on a laptop. A pair of glasses is resting on top of the newspapers. In the background, there is a white cup of coffee on a saucer. The entire scene is set on a light-colored wooden desk.

**79% LESER MINST ÉN AVIS DAGLIG**

**1.240.000**

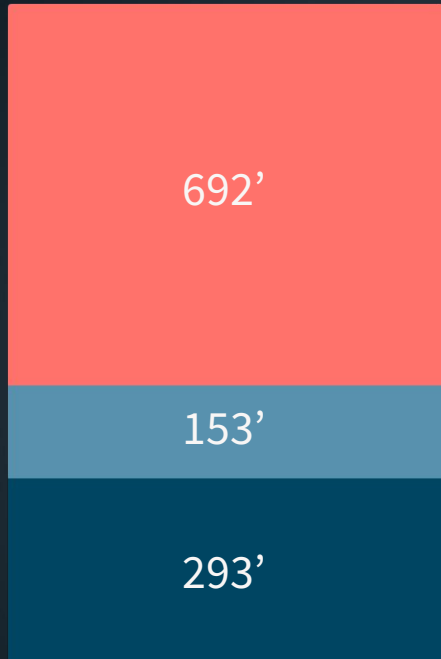
**27%**  
leser en  
papiravis



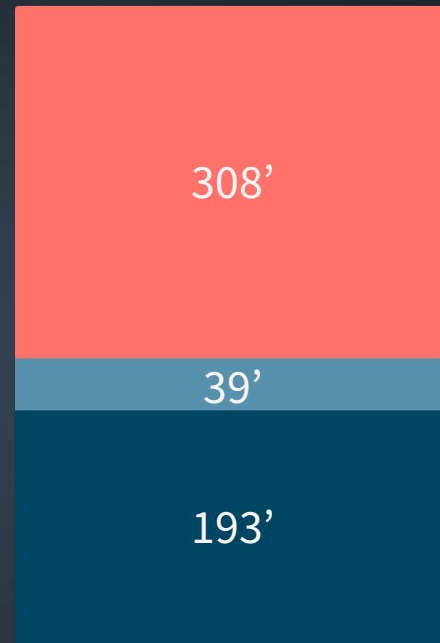
# Kombinasjonen papir og digital gir best dekning



1.138'



540'



Leser bare digitalt

Leser begge

Leser bare papir

308'

39'

193'

692'

153'

293'

# Leserne av papiravisen er de med høyest konsum

**74% av leserne er 40 +**

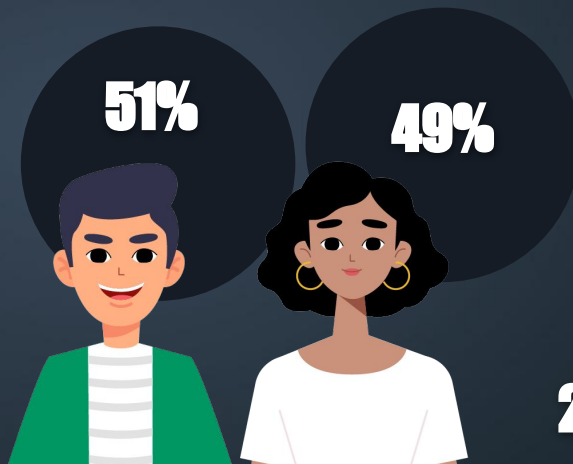
Jeff Bezos 59 år

Michelle Obama 59 år



**51%** har en personinntekt på over 500k

**64%** har høyere utdanning



**22%** Er i en husstand med barn





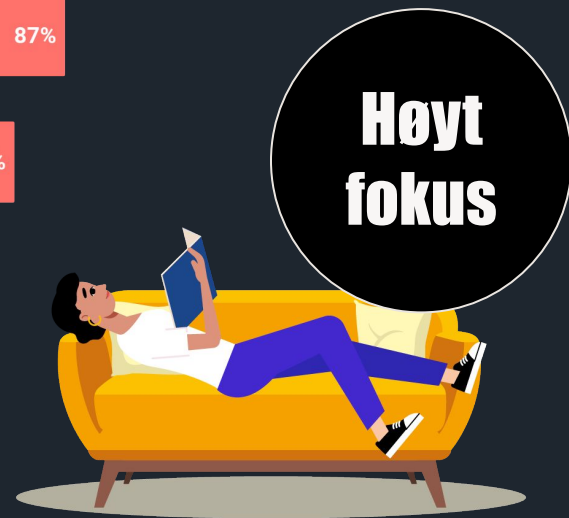
# Leserundersøkelse

- (april 2023)

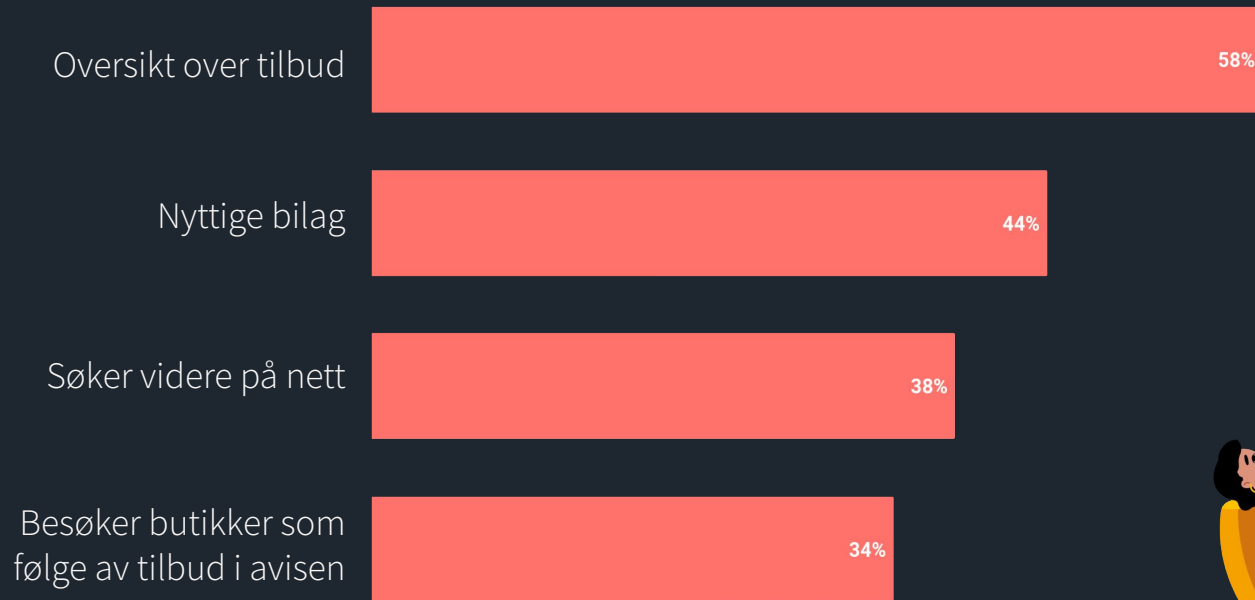




# Modus når vi leser papiravisen:



# Avis leses ikke kun for nyhetenes skyld



**Oversikt  
over  
tilbud**





**73%**

Leser mer enn halvparten  
av papirutgaven

Papiravis = lang lesetid

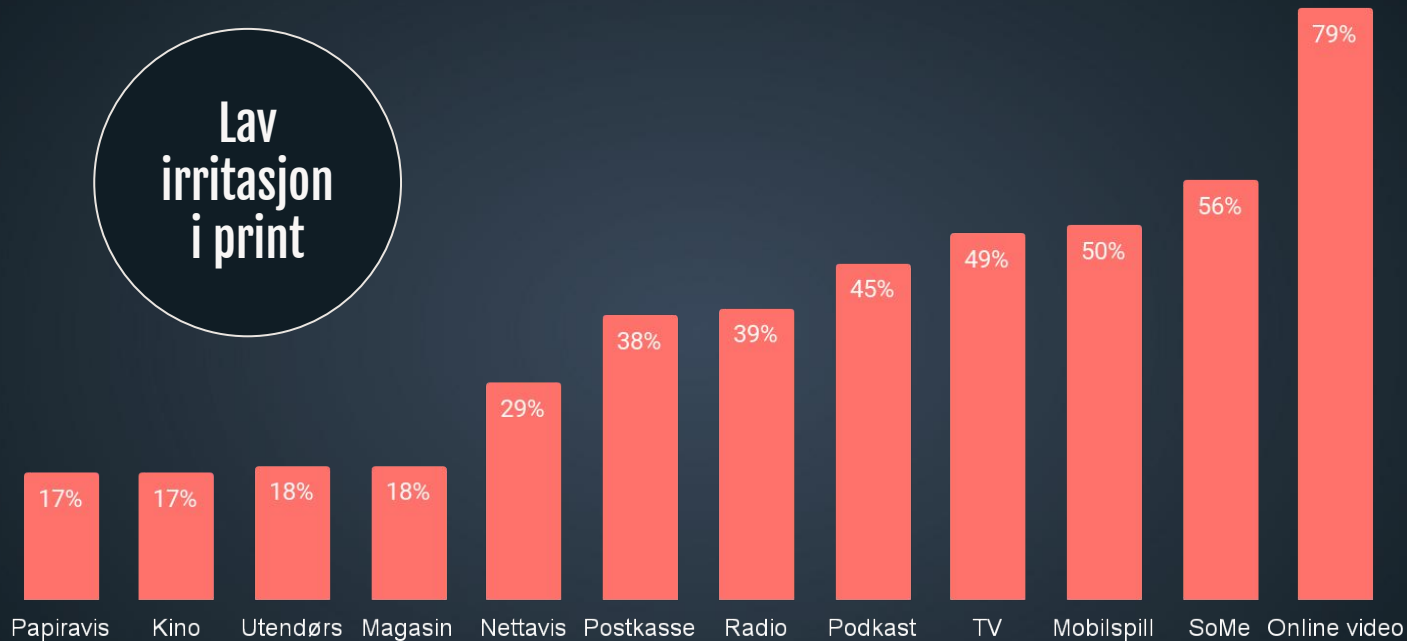
**I snitt ca.**  
**32 min.**





# Reklameirritasjon

## Irritasjon per mediekanal





# Uten effekt, er alt bortkastet!

*..til syvende og sist handler det om slag på kassa!*





Studie

# Effekten av nyhetsmedier i den digitale kundereisen



**BONNIER**  
News Sales



annalect

Schibsted

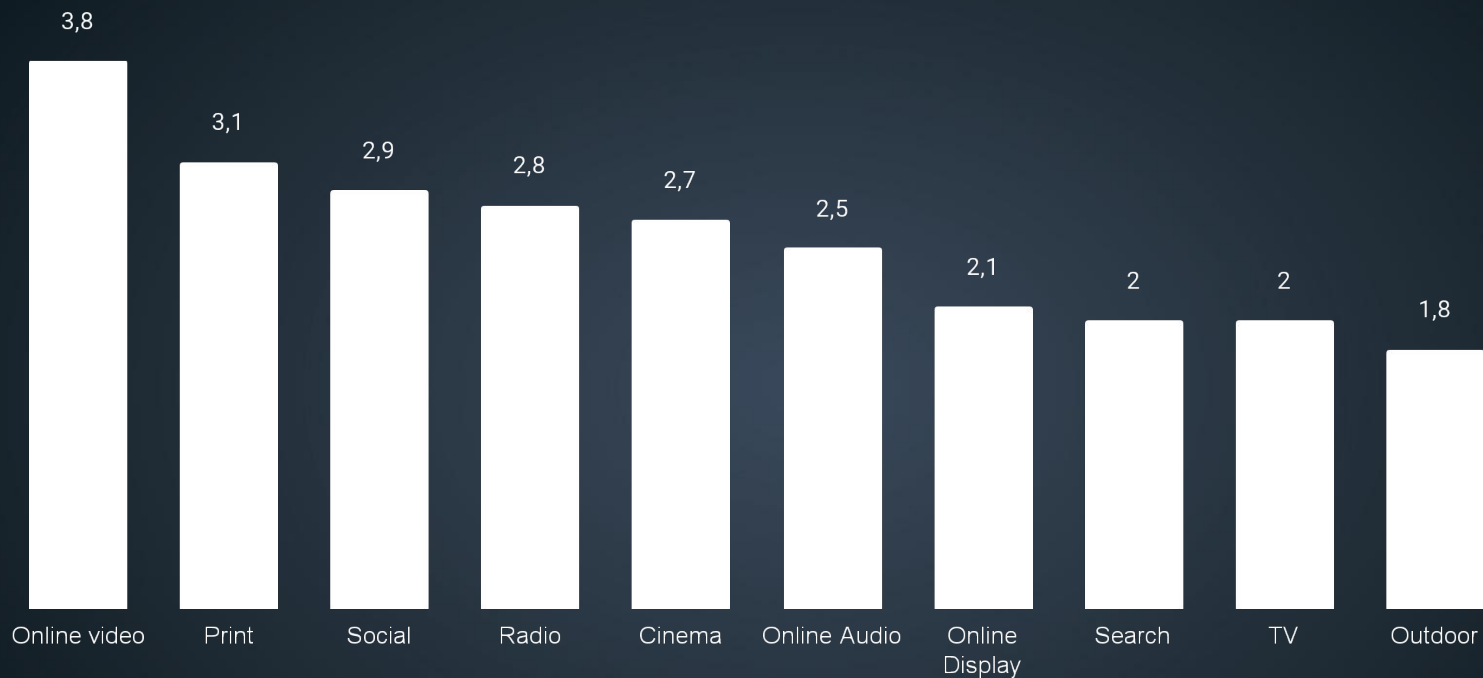
STAMPEN  
MEDIA.



Schibsted MARKETING SERVICES

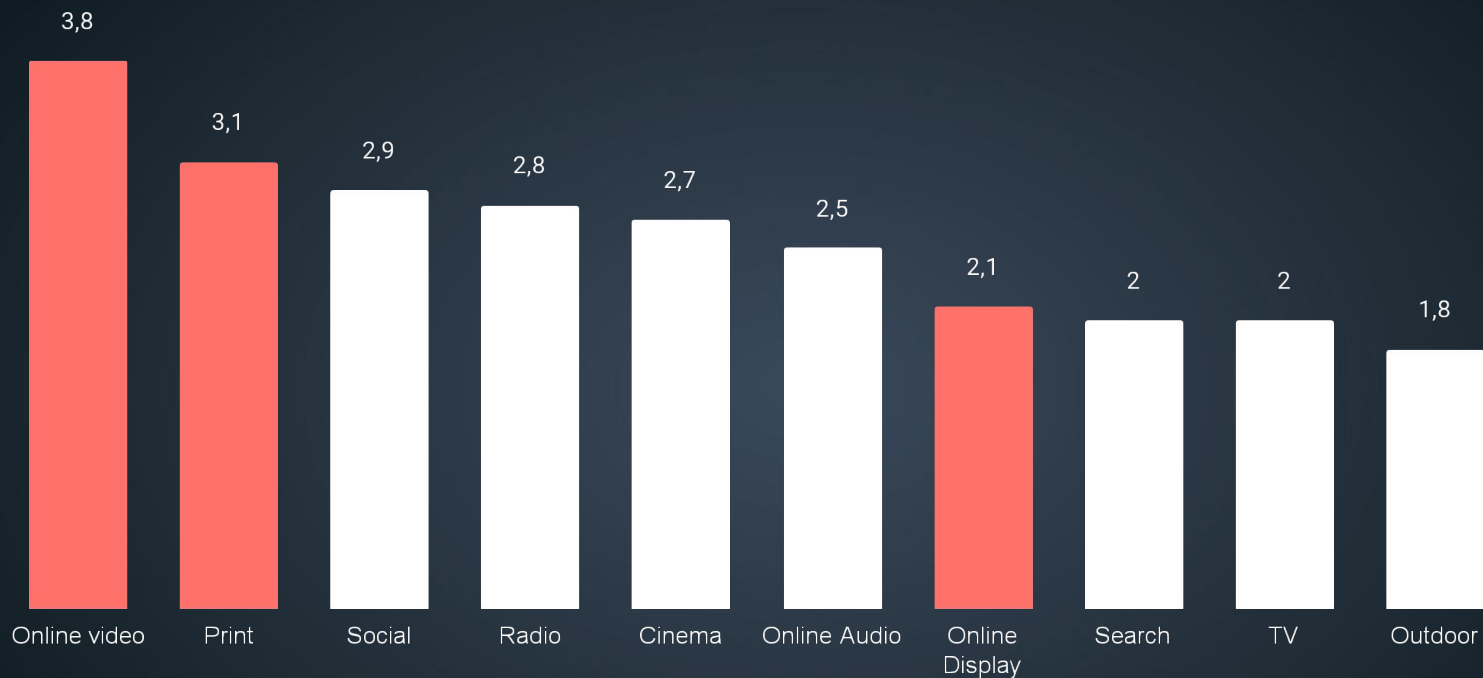


# ROI per mediekanal



Kilde: Effekten av nyhetsmedier i den digitale kundereise, 2022

# ROI per mediekanal



Kilde: Effekten av nyhetsmedier i den digitale kundereise, 2022

# Hovedfunn



**Nyhetsmedier  
er 20% mer  
effektiv enn  
andre medier**



**Print  
konverterer  
best**



**Online video  
har høyest ROI**



**Display i  
nyhetsmedier  
er mye mer  
effektiv enn  
annen display**

# Print presterer 24% bedre enn snittet av mediekkanaler

Print er  
salgs-  
utløsende

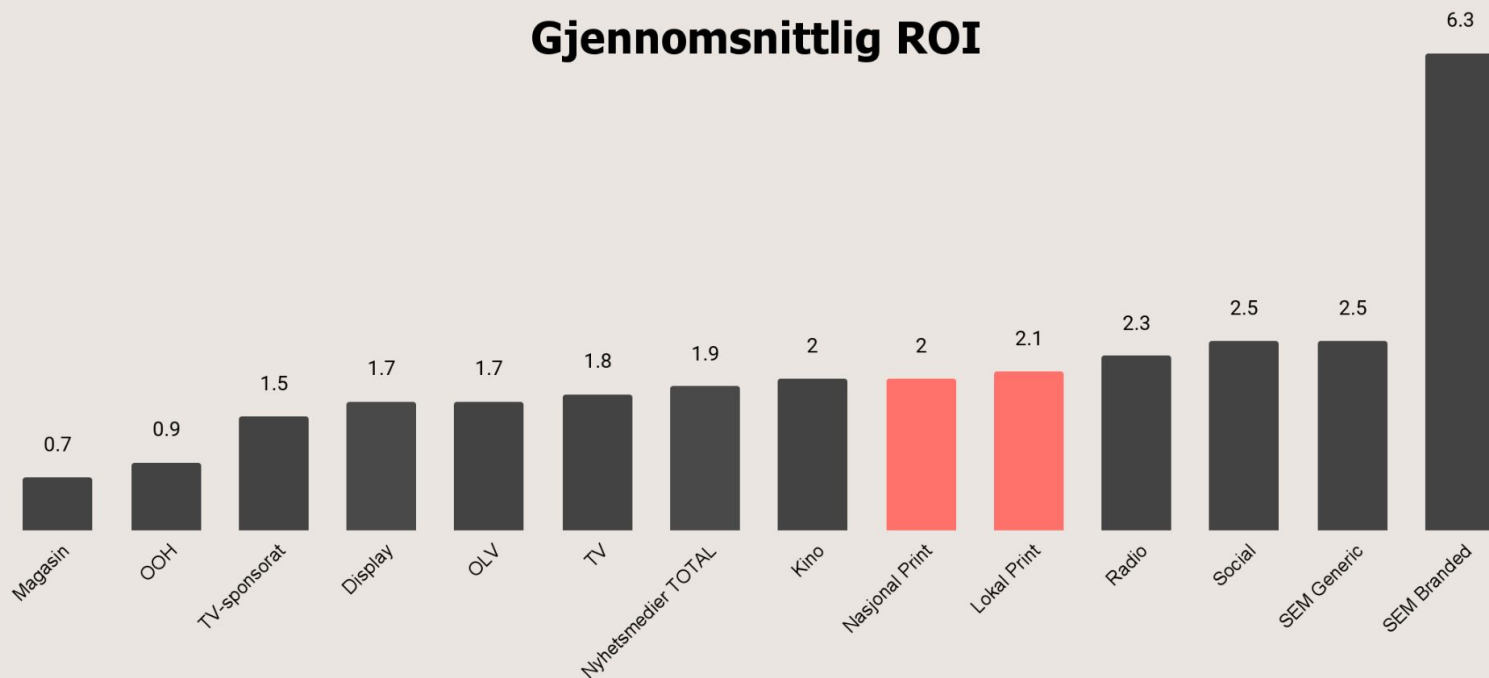


Nyhetsmediene har  
**33% høyere ROI**  
enn andre publister  
innenfor  
print-kategorien



# Print mest kostnadseffektiv for å bygge merkevare og øke salget

## Gjennomsnittlig ROI

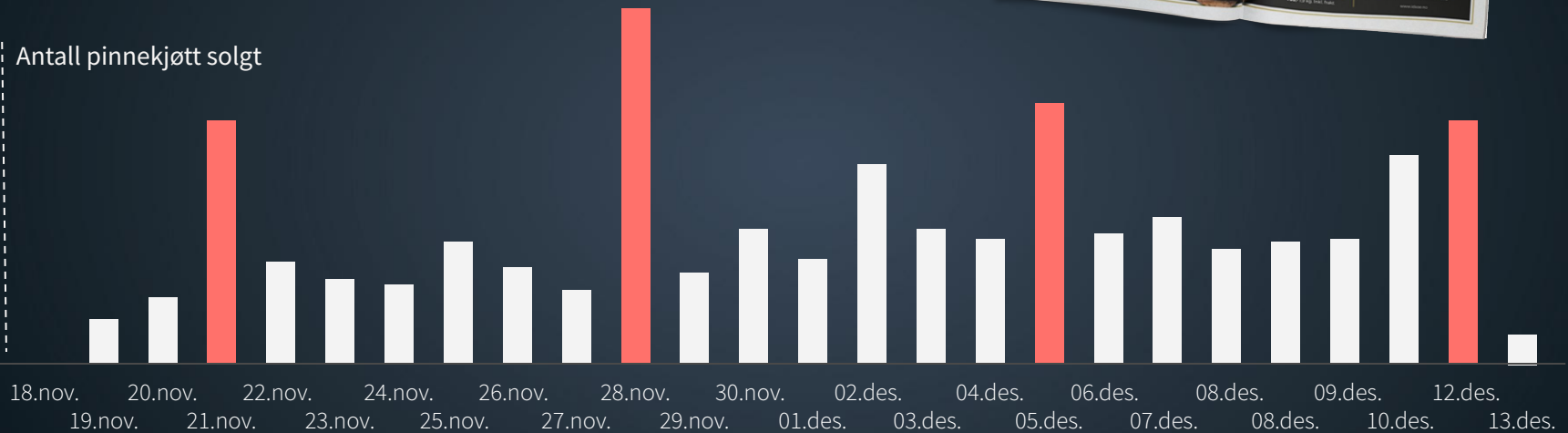


# Printannonsering **booster** salget



Printannonsering Panorama25B    Digitalannonsering hele perioden\*

Antall pinnekjøtt solgt



**A. IDSØE**

# Hvorfor print:

---

- ✓ Dekning: Treffer bredt
- ✓ Leserne: Kjøpesterk målgruppe
- ✓ Medieegenskaper: Høy oppmerksomhet og lang lesetid
- ✓ Kontekst: Positiv og troverdig
- ✓ Modus: Lav reklameirritasjon
- ✓ Effekt: Høy ROI