[illegible] I EXPRESSEN

En Gallundersökning

11 - 19 maj 1950

Denna rapport tillhör

KVÄLLSTIDNINGEN EXPRESSEN

Den får ej, helt eller delvis, publiceras, utlånas eller delges utomstående utan medgivande från Svenska Gallupinstitutet AB.

SND
Svensk Nationell
Datatjänst

Detta digitala dokument är tillkommet inom ramen för projektet *”Vad tyckte de i folkhemmet? – digitalisering och tillgängliggörande av Svenska Gallups undersökningar 1942-1956”*.

Projektet finansierades av Riksbankens Jubileumsfond (In11-1179:1). Det har genomförts vid Svensk Nationell Datatjänst.

Digitalisering och efterbearbetning av de tryckta förlagorna har utförts av avdelningen för Digitala tjänster vid Göteborgs universitetsbibliotek.

snd.gu.se/gallup

CC BY

RIKSBANKENS JUBILEUMSFOND
STIFTELSEN FÖR HUMANISTISK OCH SAMHÄLLSVETENSKAPLIG FORSKNING

I. Undersökningens ändamål och utförande

Denna rapport avser en undersökning, som på uppdrag av Kvällstidningen Expressen utförts av Svenska Gallup Institutet AB. Undersökningens ändamål har varit dels att utröna vissa för Expressens läsning viktiga faktorer, dels att fastställa läsfrekvenserna för tidningens annonser, ställda i relation till resp. sidors läsvärden.

Undersökningen utfördes under tiden 11 - 19 maj 1950 i Stockholm och avsåg dagarna 11, 12, 15, 16, 19 maj. Sammanlagt utfördes 520 intervjuer, jämnt fördelade över de fem undersökningsdagarna.

Intervjuerna genomfördes som en vanlig läsvärdeundersökning med utgångspunkt från det dessa dagar utkomna numret av Expressen. De intervjuade, samtliga regelbundna läsare av Expressen, fick under ledning av speciellt tränade intervjuare systematiskt redogöra för vad de kände igen att de läst i dagens nummer av Expressen, med speciell inriktning på annonserna.

För att emellertid ej alltför ensidigt inrikta de intervjuade på annonsläsning och därigenom erhålla en skev bild av de verkliga läsvanorna ställdes för varje sida av Expressen, som intervjuaren gick igenom med den intervjuade, frågan: Känner Ni igen, att Ni läst något på den här sidan och i så fall vad? Så snart den intervjuade lämnat ett nöjaktigt svar, markerades sidan som "läst" eller "icke läst". För varje intervju användes ett nytt tidningsexemplar.

För varje sida den intervjuade uppgav sig ha läst, frågades sedan även i detalj beträffande annonserna på sidan och deras olika element. Resultaten av denna läsvärdeundersökning har redan överlämnats i form av särskilda exemplar med inklistrade

läsvärden från de fem undersökningsdagarna. Resultaten granskas och kommenteras i denna rapport.

Intervjuerna omfattade förutom läsvärdeundersökningarna även ett antal frågor om tidningsläsning, speciellt med inriktning på Expressen, och desse frågor ställdes efter ett särskilt formulär, som återfinnes i denna rapport.

Intervjuerna har genomförts under tiden 17.30 - 21.30 utgivningsdagarna. 86 procent av intervjuerna ha utförts först efter kl. 18.30, och före varje intervju har intervjuaren förvissat sig om, att den intervjuade läst dagens nummer av Expressen. Man måste emellertid under vissa förhållanden räkna med, att det kan förekomma, att enstaka intervjuer företagits innan vederbörande hunnit helt läsa igenom tidningen.

Genom direkta frågor i samband med intervjuerna har kunnat fastställas, att ungefär en tredjedel av de intervjuade skulle läsa mer i Expressen. Då emellertid denna ytterligare läsning skulle ske vid en ur intervjusynpunkt olämplig tidpunkt och det visade sig omöjligt att exakt fastställa hur mycket som återstod att läsa, och då var och en av denna grupp intervjuade dessutom ändå hade läst igenom tidningen, har i denna rapport ingen hänsyn tagits till sådana omständigheter.

II. Läsekretsens sociala struktur

Vid fördelningen av intervjuerna har Gallupinstitutet styrt på kön och åldersgrupper men i övrigt strävat efter att i görligaste mån följa de strukturssiffror, som erhållits vid tidigare undersökningar beträffande läsning av kvällstidningar.

I nedanstående uppställning lämnas en redogörelse för kriteriematerialet, som framkommit ur den nu aktuella läsvärdesundersökningen. Detta material jämföres i tillämpliga delar med de tidigare erhållna strukturssiffrorna.

Tidigare strukturssiffror			Nu erhållna struktur
	%	%	%
Kvinnor	41	44	49
Män	59	56	51
Ogifta	35	36	34
Gifta	61	58	56
F.d. gifta	4	6	10
Under 30 år	41	40	44
30 år och däröver	59	60	56
Bättre situerade	5	6	9
Medelklass	39	46	45
Arbetare	56	48	46
Företagare	12	11	9
Förvaltningspersonal	47	43	43
Arbetare	41	46	48
Sysselsatta inom:			
Industri och hantverk			37
Handel och samfärdsel			36
Allmän förvaltning och fria yrken			17

	Nu erhållna struktur %
Husligt arbete	2
(Obs: Husmödrarna hänföres till makens yrkeskategori)	
Självständiga yrkesidkare	8
Inkomstgrupper:	
1.000 kr. familjeinkomst och mindre	5
1.001 - 2.000 kr.	1
2.001 - 3.000 kr.	2
3.001 - 4.000 kr.	5
4.001 - 6.000 kr.	17
6.001 - 8.000 kr.	28
8.001 - 10.000 kr.	18
10.001 - 12.000 kr.	10
12.001 - 15.000 kr.	7
15.001 - 20.000 kr.	4
Över 20.000 kr.	3
Ensamstående	41
Husmoder	27
Husfader	32
Har barn i skolåldern	10
Har barn under skolåldern	20
Har barn både i och under skolåldern	4
Har inga minderåriga barn	66

Materialets fördelning på undersökningsdagar

	%
11 maj, torsdag	20
12 " , fredag	19
15 " , måndag	19
16 " , tisdag	20
19 " , fredag	22

Materialets fördelning på kön och socialgrupper

	Bättre sit. %	Medel klass %	Arbetare %
Män	60	51	49
Förvärvsarb. kvinnor	13	30	26
Övriga kvinnor	27	18	25

III. Sidans läsvärde

I tabellbilagan återfinnes en tabell för sidans läsvärde. Detta har dels angivits för varje sida i de undersökta tidningsnumren med indelning efter sidans innehåll. Dels har ett medelvärde för varje sidtyp i de fem tidningsexemplaren uträknats.

Av tabellen framgår, att första sidan utviser det högsta läsvärdet med totalt 93 procent läsare: 92 procent män och 87 procent kvinnor. Det fåtal läsare som inte läser något på första sidan uppsöker troligen andra avsnitt längre in i tidningen, t.ex. sportnyheterna, radioprogrammet eller eftertextannonserna.

Närmast efter första sidan kommer sidan 3 och sista sidan med totalt 83 resp. 82 procent läsare i medeltal. Andra sidor med relativt högt läsvärde är "senaste nytt" med 77 - 72 procent läsvärde, "Bekantas bekanta" med 76 - 72 procent läsvärde, Bildsidan med 72 procent och Spinnsidan med 73 procent kvinnligt läsvärde.

Ett uppslag som särskilt förtjäner beaktas men som inte kan jämföras med uppslag i något annat nummer är sid. 8-9 i Expressen för den 11 maj. Mordreferaten där har fångat intresset hos 94 resp. 90 procent läsare.

Sidor med goda läsvärden är också seriesidorna: 70 - 66 procent.

Det bör framhållas, att inga sidor i Expressen har exceptionellt låga läsvärden utom sidorna 2 och 4, "Redaktionellt" resp. "Kulturlivet". Medelvärdet för sidan 2 är totalt 32 procent: 37 procent män och 26 procent kvinnor. Medelvärdet för sidan 4 är också 32 procent: 30 procent män och 31 procent kvinnor.

Sportsidorna läsas, som redan tidigare undersökningar utvisat, av betydligt många fler män än kvinnor. 67-60 procent män läser dem men endast 27-22 procent kvinnor. Dessa sidor läsas också helt naturligt i större utsträckning av personer under 30 år än av folk i högre åldersgrupper.

Så är också fallet med seriesidorna och nöjesannonserna, där läsarnas åldersgrupper är klart markerade.

IV. Annonserna i Expressen

Läsvärden har vid undersökningen erhållits för 121 annonser förutom eftertextannonserna. Dessa läsvärden redovisas dels separat i med uppgifterna särskilt inklistrade exemplar, dels i följande tabeller.

Idealet för en annonsmätning hade varit att ha ett tillräckligt stort material av med varandra direkt jämförbara annonser. Under den förutsättningen hade man kunnat jämföra annonser ur olika branscher, identiskt lika annonser införda på olika platser i tidningen o.s.v.

Med det relativt begränsade material som nu finns tillgängligt är det därför i stort sett inte möjligt att göra annat än individuella studier.

Några direkt jämförbara annonser finnes emellertid. Däribland märkas särskilt annonserna för Findus lingonsylt och Findus äppelmos den 13 och 15 maj. De läsvärden som utvunnits för dessa annonser utgör dessutom genom sin överensstämmelse en garanti för metodens tillförlitlighet. De fyra annonsernas totala läsvärde företer endast smärre variationer. Det lägsta läsvärdet uppvisar den första annonsen på sidan 7 den 12 maj: 39 procent. Det högsta läsvärdet har annonsen på sidan 9 i samma nummer: 46 procent. Likaså har den andra Findus-annonsen den 15 maj ett något högre läsvärde än den två sidor tidigare införda annonsen. Detta skulle kunna tyda på att en annons som införes på uppslaget med "Bekantas bekanta" erhåller ett högre läsvärde än samma annons med annan placering. Nu är emellertid skillnaden i läsvärde mellan de i samma tidningsexemplar införda Findus-annonserna inte tillräckligt stor för att bestyrka denna tes.

Övriga annonser på uppslaget med "Bekantas bekanta" visar så gott som genomgående i förhållande till annonsernas storlek relativt höga läsvärden, men några andra med varandra direkt jämförbara annonser finnes inte med denna placering.

Redogörelse för läsvärdemarkeringen

Markeringarna för läsvärdet i de undersökta numren av Expressen har gjorts enligt följande principer.

För markeringen har använts två olika slags etiketter, röda och gula. De röda etiketterna användes dels för att ange läsvärdet för hela sidan, dels för att ange procenten av dem som läst något i annonserna.

De gula etiketterna användes vid markeringen av läsvärdet för annonsens olika element: läst rubriken, läst texten, sett bilden, sett firmanamnet.

De röda etiketterna, med vilka sidans läsvärde anges, är placerade mitt i sidans övre kant. De röda etiketter som anger "läst något" i annonserna, är placerade i omedelbar anslutning till annonserna.

De gula etiketterna är också placerade i omedelbar anslutning till de olika annonselement som de anger läsvärdet för.

Varje etikett innehåller sju olika läsvärden. De anger först det "totala" läsvärdet: procenten av samtliga läsare som läst eller observerat ifrågavarande sida, annons eller annonselement. Vidare sker redovisning på kön, socialkategorier och åldersgrupper.

Annonser med kvinnlig appell

I följande tabell har utvalts några annonser med speciellt kvinnlig inriktning och vilkas läsvärden även visat en högre procent för kvinnor än för män.

Bland dessa kan det vara av intresse att jämföra tvättmedelsannonserna. Det är Henko, Tusse Två och Persil. De två förra är införda den 11 maj på sidorna 6 resp. 19. Persil-annonsen är införd den 16 maj på sidan 6.

Det i förhållande till annonsstorleken högsta läsvärdet visar av de tre annonserna Persil-annonsen med 33 procent för kvinnor.

Annonser av olika storlek kan göras direkt jämförbara med användande av läsvärdeindex. Detta beräknas på så sätt att annonsens läsvärde divideras med antalet spaltmillimeter. Det erhållne talet multipliceras med 1.000. Detta index betecknar då antalet personer som "läst något" per annonsmillimeter och 100.000 ex i upplaga.

Med tillämpande av detta index framgår t.ex. att Persil-annonsen med endast 200 spaltmillimeter och index 165 bör vara mera lönsam för annonsören än t.ex. den tre gånger större Henko-annonsen med kvinnligt index 75.

Detta antagande kan emellertid inte bestyrkas. Tvärtom torde det förhålla sig så att en större annons både läses mera ingående och därigenom efterlämnar ett verktigare intryck än en mindre. Därför kan det inte rent generellt sägas, att den mindre annonsen med ett högre index har större värde än den större annonsen med ett lägre index.

Först när det procentuella läsvärdet hos en större annons överensstämmer med eller blott obetydligt överstiger läsvärdet för en mindre annons kan man misstänka, att den större annonsen på något sätt är felkonstruerad. Men inte ens detta behöver vara sant. Det kan nämligen i de bägge fallen röra sig om annonser för helt olika branscher, och det har vid tidigare läsvärdesundersökningar visat sig, att olika branscher har helt olika förmåga att intressera.

Jämför t.ex. de två annonserna på sid. 6 den 19 maj. Den för Kungstandborsten har ett vida högre läsvärde /18 %/ än den för Begravningsföreningen /3 %/, och Kungstandborstens annons är ändå något mindre. Kungstandborstens högre läsvärde kan förklaras dels genom att den har en mera tilltalande appell än den andra annonsen. Dels har den genom sin bild erhållit en intressantare utformning. Och slutligen är den annonsen placerad i ytterkant, medan Begravningsföreningens annons är placerad inne vid tidningens rygg. Många olika faktorer kan alltså ha samverkat till den markanta skillnaden i läsvärde mellan de två annonserna. Vilken av dem som dominerat är emellertid omöjligt att utreda.

Annonser med kvinnlig appell

Datum	Sida	Sidans läsvärde %	Annonsör	Storlek	Total %	Kvinnor %	Män %
11/5	5	71	Körsnär Iwan Peterssons	3x180	25	30	14
	6	70	Henko	2x300	42	45	33
	11	74	Sko-Pires strumpor	1x155	20	25	12
	14	64	Palmolive tvål	3x300	53	55	45
	19	55	Tusse två tvättmedel	2x305	32	60	18
12/5	9	75	Bryné margarin	1x80	8	12	4
15/5	8	69	Göta Hattlager	1x160	19	25	9
	9	74	Findus lingonsylt	1x250	41	55	40
	11	80	Findus äppelmos	1x250	43	52	32
16/5	3	90	Maldom	1x40	10	12	6
	6	82	Persil	1x200	29	33	11
			Ceylon Indie Thé	2x170	27	33	19
	8	80	Melka slipon	1x320	22	31	15
19/5	3	87	Felix äppelkonserver	1x190	25	35	22
	12	77	Roys strumpor	1x100	22	27	10

Annonser med manlig appell.

Några annonser med utpräglat manlig appell har utvalts ur materialet. Bland dessa märkas främst annonser för herrkonfektion och rakmedel. Kanske något oriktigt har även några annonser för bilar och cyklar medtagits, men dessa annonser visar högre läsvärde för män än för kvinnor.

Vid en jämförelse mellan tre större konfektionsannonser, Rydholms och Rytterkvist den 11 maj samt Carl Axel den 12 maj framgår det, att Carl Axels annons har det högsta läsvärdet. Den är ändå mindre än Rydholms.

Ytterligare en iaktagelse beträffande Carl Axels annons kan vara av intresse: nästan lika många kvinnor som män har läst annonsen.

De tre annonserna har alla ungefär samma placering i början av tidningen, högersida i ytterkanten.

Carl Axels högre läsvärde kan ha sin grund i flera omständigheter. Dels har bilden ett större intresse än de andra bilderna. Det är ett från tidigare läsvärdesundersökningar känt faktum, att en bild med aktion har högre läsvärde än en stereotyp bild. Rydholms och Rytterkvists annonser innehåller vardera en modell. Carl Axels annons innehåller både en man och en kvinna.

Det har vid amerikanska läsvärdesundersökningar påvisats, att redan detta faktum att två personer av olika kön finns tillsammans på annonsbilden höjer läsvärdet. Detta bottnar enligt reklampsykologer i en önskan att se sig själv kompletterad med det motsatta könet.

I Carl Axels annons är dessutom kvinnan i aktion: hon rättar till eller stoppar in en näsduk i fickan på blazern.

Vidare innehåller Carl Axels annons kanske ett något större aktualitetsmoment än de två andra. Blazern är ett populärt sommarplagg, och vid den tiden då annonsen stod införd var många inställda på att komplettera sin garderob med just en blazer.

Det högsta indexvärdet av annonserna med manlig appell har Bervini cykelmotor, införd den 12 maj sid.15.

Annonser med manlig appell

Datum	Sida	Sidans läsvärde %	Annonsör	Storlek	Total %	Män %	Kvinnor %
11/5	3	79	Aristokrat sko	3x300	56	57	58
	5	71	Rydholms	2x200	38	45	30
	7	71	Rytterkvist	3x345	60	53	43
	18	39	Husqvarna cyklar	1x360	10	20	8
			Speedway	2x70	7	14	2
12/5	3	76	Palmolive	1x200	20	29	16
	5	82	Carl Axel	2x340	64	57	61
	9	75	Barbol	1x80	12	14	6
	14	41	Speedway	2x70	13	22	2
	15	42	Berini	1x170	25	31	-
			Mercedes Benz	2x150	16	29	2
15/5	5	77	Austin	3x340	54	68	57
			Optimus	2x135	19	40	16
	6	68	Sturmey Archer	1x210	11	23	-
	7	78	Cykelbok	1x140	11	23	-
			Matador	1x150	7	15	2
	16	46	Speedway	2x50	3	19	2
	sista	88	Mona Lisa	1x110	9	13	4
16/5	3	90	Mercedes Benz	2x140	28	34	14
			Trelleborgs cykelringar	3x225	51	66	45
	18	46	AB Motorkraft	5x50	15	28	4
	19	47	Good Year	2x350	36	57	17

Annonser med höga läsvärden över "medelbältet", ordnade efter läsvärdeindex

/Läsvärdeindex är ett tal, som gör annonser av olika storleksordning jämförbara med varandra. Det erhålles genom att dividera procentsiffran för totala läsvärdet med annonsens antal spaltmillimeter och sedan multiplicera kvoten med 1000. Ex: En annons om 250 spaltmillimeter har ett totalt läsvärde av 39 procent. Läsvärdeindex = $\frac{39 \cdot 1000}{250} = 156$/

Införings-dag	Sida	Annons	Spaltxmm	Läsvärde %	Läsvärde-index
16/5	sista	Wilda margarin	1x100	24	240
19/5	sista	Svensk-Engelska	2x50	23	230
19/5	12	Roys strumpor	1x100	22	220
12/5	9	Findus äppelmos	1x250	46	184
15/5	11	" "	1x250	43	172
19/5	5	Gotland	1x170	29	171
15/5	9	Findus lingonsylt	1x250	41	164
19/5	12	Frågor och svar	2x110	36	164
12/5	7	Findus lingonsylt	1x250	39	156
16/5	11	Riksost	1x260	40	154
12/5	15	Berini cykelmotor	1x170	25	147
16/5	6	Persil	1x200	29	145
16/5	sista	LK-svalka	1x200	27	135
15/5	sista	Postorderfirma	2x100	27	135
19/5	3	Felix äppelkonserv	1x190	25	132
12/5	3	Klint båtfernisse	2x200	49	123
11/5	5	Rydholms	2x200	38	95
15/5	7	Nivea-crème	2x285	54	95
12/5	5	Carl Acel	2x340	64	94

Sidornas läsvärden.

Sid 1.	Medelvärde för 5 dagar %	11 maj %	12 maj %	15 maj %	16 maj %	19 maj %
Totalt	93	99	95	91	88	91
Män	92	100	92	87	91	92
Kvinnor	87	96	90	89	72	90
BS + M	94	100	94	96	86	94
A	90	96	96	85	89	86
Under 30	93	97	89	95	93	90
Över 30	89	98	92	81	89	84
Sid 2.						
Totalt	32	28	41	33	31	27
Män	37	31	47	36	36	35
Kvinnor	26	23	31	23	29	23
BS + M	43	38	54	45	42	33
A	21	19	26	21	17	20
Under 30	30	25	40	30	26	31
Över 30	32	27	38	30	36	28
Sid 3.						
Totalt	83	79	76	85	90	87
Män	78	74	76	70	87	82
Kvinnor	77	79	76	84	69	79
BS + M	83	82	72	88	88	83
A	84	77	80	81	91	92
Under 30	74	78	74	77	83	59
Över 30	80	76	77	75	89	84

Sid 4.	Medelvärde för 5 dagar	11 maj	12 maj	15 maj	16 maj	19 maj
	%	%	%	%	%	%
Totalt	32	31	35	24	37	32
Män	30	30	33	26	30	29
Kvinnor	31	34	31	23	38	31
BS + M	39	44	43	27	44	35
A	25	19	26	21	28	29
Under 30	28	36	26	21	26	33
Över 30	32	30	38	28	40	26
Sid 5. (utrikes nytt)						
Totalt	77	71	82	77	81	73
Män	75	71	65	74	83	74
Kvinnor	72	72	88	70	71	58
BS + M	79	70	85	88	82	74
A	74	71	80	67	80	71
Under 30	74	75	77	73	76	69
Över 30	74	70	87	72	76	64
Sid 6. (inrikes nytt)						
To alt	74	70	82	68	82	67
Män	71	65	80	58	83	71
Kvinnor	72	75	75	70	78	60
BS + M	73	72	83	69	78	65
A	74	67	80	67	87	69
Under 30	73	75	70	84	76	61
Över 30	71	68	83	66	82	54

Sid 7. (in- och utrikes nytt)	Medelvärde för 5 dagar %	11 maj %	12 maj %	15 maj %	16 maj %	19 maj %
Totalt	72	71	73	78	73	65
Män	70	65	78	72	79	54
Kvinnor	80	75	75	89	83	77
BS + M	72	66	76	76	78	64
A	72	75	70	81	67	67
Under 30	68	61	72	73	74	62
Över 30	76	68	79	85	86	62
Bekantas bekanta Vänster sida,						
Totalt	72	69	75	76	79	73
Män	68	61	73	66	74	65
Kvinnor	83	68	82	84	87	96
BS + M	75	70	67	88	77	74
A	75	67	85	65	83	73
Under 30	79	67	79	77	90	82
Över 30	72	64	77	72	75	70
Bekantas bekanta Höger sida,						
Totalt	76	74	75	80	83	68
Män	68	63	69	68	85	57
Kvinnor	85	77	82	84	93	88
BS + M	77	72	74	88	80	70
A	74	75	76	65	87	67
Under 30	76	75	68	77	86	74
Över 30	75	68	83	72	92	61

Spinn-sidan.	Medelvärde för 3 dagar	11 maj	12 maj	15 maj	16 maj	19 maj
	%	%	%	%	%	%
Totalt	51	55	53	45		
Män	28	33	24	26		
Kvinnor	73	81	78	59		
BS + M	54	58	48	55		
A	49	52	59	35		
Under 30	47	61	38	43		
Över 30	50	56	55	40		

Bild-sidan.	Medelvärde för 5 dagar	Motor-cykel	Ryssland lanserar elfisket	Då kungen kom hem	Hatten i år	Fotboll
	%	%	%	%	%	%
Totalt	72	63	77	80	71	67
Män	75	78	82	74	60	83
Kvinnor	67	49	75	80	87	46
BS + M	72	50	78	86	77	70
A	71	75	76	75	65	63
Under 30	75	69	81	77	74	74
Över 30	69	59	75	75	75	61

Första sport-sidan.	Medelvärde för 5 dagar	11 maj	12 maj	15 maj	16 maj	19 maj
	%	%	%	%	%	%
Totalt	47	33	45	52	49	57
Män	65	63	59	68	66	71
Kvinnor	26	11	29	25	38	27
BS + M	43	18	48	49	47	51
A	52	48	41	54	50	65
Under 30	54	42	49	59	57	64
Över 30	40	33	40	40	46	42
Andra sport-sidan.						
Totalt	45	44	44	45	43	51
Män	65	61	63	66	64	72
Kvinnor	22	19	25	16	24	25
BS + M	42	32	43	49	39	48
A	49	56	46	42	48	55
Under 30	52	42	49	50	55	64
Över 30	38	38	40	38	33	42

Tredje senaste sidan.	Medelvärde för 5 dagar	11 maj	12 maj	15 maj	16 maj	19 maj
	%	%	%	%	%	%
Totalt	43	39	41	46	43	46
Män	60	57	55	68	60	61
Kvinnor	23	21	27	16	28	21
B + M	41	30	46	49	41	39
A	47	56	35	44	46	55
Under 30	49	47	45	50	50	52
Över 30	37	33	38	40	36	37

Fjärde senaste sidan.	Medelvärde för 4 dagar				
Totalt	45	42	42	46	51
Män	67	65	58	72	65
Kvinnor	27	22	18	26	42
B + M	46	39	45	44	55
A	48	46	40	48	59
Under 30	52	43	48	52	67
Över 30	41	42	34	43	44

Riksen (Teater etc.)	Medelvärde för 5 dagar %	11 maj %	12 maj %	15 maj %	16 maj %	19 maj %
Totalt	54	43	57	50	71	51
Män	57	39	51	68	60	65
Kvinnor	61	55	63	77	74	42
BS + M	60	50	63	57	75	55
A	51	37	50	46	65	59
Under 30	6[illegible]	53	66	66	71	67
Över 30	49	44	49	43	65	44
Biografer						
Totalt	42	36	48	37	44	47
Män	33	27	43	36	28	31
Kvinnor	45	40	49	45	47	46
BS + M	43	40	50	35	46	43
A	43	33	46	40	41	55
Under 30	45	36	51	48	50	41
Över 30	34	32	42	34	30	32

Serierna vänstra sidan.	Medelvärde för 5 dagar	11 maj	12 maj	15 maj	16 maj	19 maj
	%	%	%	%	%	%
Totalt	70	70	70	68	75	68
Män	72	71	71	68	79	72
Kvinnor	70	70	63	68	74	75
BS + M	66	60	69	67	66	70
A	75	79	72	69	87	67
Under 30	77	72	70	80	83	82
Över 30	62	70	45	58	71	65
Serierna högra sidan,						
Totalt	66	64	72	64	68	60
Män	68	65	73	70	68	63
Kvinnor	67	64	69	75	66	63
BS + M	61	56	69	63	54	62
A	71	71	76	65	85	57
Under 30	72	67	79	68	76	69
Över 30	60	64	64	57	60	56

Sista siffran.	Medelvärde för 5 dagar	11 maj	12 maj	15 maj	16 maj	19 maj
	%	%	%	%	%	%
Totalt	82	77	78	88	81	87
Män	81	76	73	85	87	83
Kvinnor	80	70	78	82	83	85
BS + M	83	76	81	90	80	87
A	81	79	74	85	83	86
Under 30 år	82	67	83	86	86	87
Över 30 år	79	76	70	81	84	82

Textannonserna i Expressen den 11 maj 1950.

	Sidans läsvärde	Annonsör	Storlek	Läst något	Sett bilden	Läst texten	Läst rubriken	Läst firmanamnet
	%			%	%	%	%	%
Sid 3.	79	Nordisk resebyrå	2x 80 mm	18	9	6		9
		Det bästa	1x 30 mm	7				
		Åtvidabergs Bonvax	1x 35 mm	5				
		Aristokrat Sko	3x300 mm	56	53	16	17	10
Sid 4.	31	Bokannons	1x180 mm	13	13	3	11	
		Bokannons	1x 50 mm	4				
Sid 5.	71	Galon	1x 20 mm	1				
		Det bästa	1x 30 mm	4				
		Rydholms	2x200 mm	38	30	13	9	23
		Körsnär Ivan Pettersson	3x120 mm	25	15	9	14	12
Sid 6,	70	Hanko	2x300 mm	42	25	5	25	11
Sid 7.	71	Eucalyptus	1x165 mm	13	12	1	1	
		Rytte kvist	3x345 mm	60				
Sid 10.	69	Bokannons, Bonniers	1x100 mm	13	8			
		Stomatol	1x100 mm	19	15			9
Sid 11.	74	Sko Piras strumpor	1x155 mm	20	13	4	8	8
		Gröna Visboken	2x 80 mm	14			13	2

Textannonserna i Expressen den 11 maj 1950.

	Sidens läsvärde	Annonsör	Storlek	Läst något	Sett bilden	Läst texten	Läst rubriken	Läst firmanamnet
	%			%	%	%	%	%
Sid 14.	64	Palmolive tvål	3x300 mm	53	50	16	8	35
		Frågor och svar	2x150 mm	16				
Sid 15.	67	Austin-Hans Osterman	5x350 mm	66	17	12	55	44
Sid 17.	44	SAS-dagen	2x150 mm	14	10	8	10	10
Sid 18.	39	Husqvarna cyklar	1x360 mm	10	8	4	8	5
		Speedway-tävling	2x 70 mm	7				
Sid 19.	55	Tusse Två tvättmedel	2x305 mm	32	29	6	13	15
Sista sidan.	77	Rytterkvist	2½x40 mm	7	7			7
		Sjöbergs Kläder	2x200 mm	21		3		21
		Bauchet film	1 x 60mm	2				

Textannonserna i Expressen den 12 maj 1950.

	Sidans läsvärde	Annonsör	Storlek	Läst något	Sett bilden	Läst texten	Läst rubriken	Läst firmanamnet
	%			%	%	%	%	%
Sid 3.	76	Palmolive rakmedel	1x200 mm	20	15	9		15
		Klint båtfernissa	2x230 mm	49	46	6	20	12
		Bokförlaget Biopsykologi	2x270mm	26			15	11
Sid 4.	35	Bokannons, Ljus	1x100 mm	6				
Sid 5.	82	Cirkel Kaffe	1x175 mm	20	18	4		6
		Carl Axel konfektion	2x340 mm	64	60	11	22	27
Sid 6.	82	Funkis malgarderob	1x250 mm	19	14	4	7	3
		Året Runt	3x150 mm	37	24	11	11	20
Sid 7.	73	China Lack	2x 80 mm	9	3			5
		Findus Lingonsylt	1x250 mm	39	33	6	26	23
Sid 8.	75	Bonniers Nytt	1x165 mm	8				
		OP Aquavit	1x 80 mm	13				

Textannonserna i Expressen den 12 maj 1950.

	Sidens läsvärde	Annonsör	Storlek	Läst något	Sett bilden	Läst texten	Läst rubriken	Läst firmanamnet
	%			%	%	%	%	%
Sid 9.	75	Barbol raktvål	1x 80 mm	12				
		Brynä' margarin	1x 80 mm	8				
		Findus Äppelmos	1x250 mm	46	33	6	13	10
Sid 14.	41	Speedway-tävling	2x 70 mm	13				
Sid 15.	42	Berini cykelmotor	1x170 mm	25	8	15	12	4
		Bygg Bättre	1x120 mm	8		4		3
		Mercedes Benz	2x150 mm	16		11		12
Sista sidan.	78	Bäddsoff-fabriken	1x150 mm	15	10	6		6
		Cliff lim	1x100 mm	7				

Textannonserna i Expressen den 15 maj 1950.

	Sidans läsvärde	Annonsör	Storlek	Läst något	Sett bilden	Läst texten	Läst rubriken	Läst firmanamnet
	%			%	%	%	%	%
Sid 3.	85	Monark cykel	3x385 mm	63		24	41	59
		Beskows installationer	2x40 mm	3				
Sid 5.	77	Austin-Hans Osterman	3x340 mm	64	58	30	52	38
		Optimus cykellås	2x135 mm	19	18	5	10	13
Sid 6.	68	Bonniers Folk-bibliotek	2x175 mm	20		18	18	14
		Sturmey Archer cykelnav	1x210 mm	11	9	5	10	10
		Audium hörapparat	2x 60 mm	2				
Sid 7.	78	Nivea Creme	2x285 mm	54	54	13	34	33
		Cykel-bok	1x140 mm	11	10	9		9
		Matador rakblad	1x150 mm	7				

Textannonserna i Expressen den 15 maj 1950.

	Sidans läsvärde	Annonsör	Storlek	Läst något	Sett bilden	Läst texten	Läst rubriken	Läst firmanamnet
	%			%	%	%	%	%
Sid 8.	69	Göta hattlager	1x160 mm	19	16	12		13
		Otto Dahlins möbler	2x100 mm	16	13			12
		Året Runt	2x 60 mm	12				
		Jacobsson piano	1x200 mm	5	5	3		4
		Möbel-hörnan	2x140 mm	25	24			16
Sid 9.	74	Roys strumpor	1x 95 mm	13				10
		Anticimex	2x150 mm	25	21	9	20	18
		Findus Lingonsylt	1x250 mm	41	41	22	24	26
Sid 10.	76	Bonniers bokannons	1x140 mm	8	7	5		6
		Cykel och Sport	1x 90 mm	2				
Sid 11.	60	Ystad	1x 75 mm	4				
		Findus Äppelmos	1x250 mm	43	43	22	20	23
Sid 16.	46	Speedway	2x 50 mm	3				
Sista sidan.	88	Postorder-firma (Väskor)	2x100 mm	27	26	11		14
		Mona Lisa Rakmedel	1x110 mm	9	6	6	8	6
		Bauchet film	1x 60 mm	5				

Textannonserna i Expressen den 16 maj 1950.

	Sidans läsvärde	Annonsör	Storlek	Läst något	Sett bilden	Läst texten	Läst rubriken	Läst firmanamnet
	%			%	%	%	%	%
Sid 3.	90	Trelleborg cykelringar	3x225 mm	51	28	25	47	18
		Mercedes-Benz-Philipsons	2x140 mm	28				
		Expressen	1x 95 mm	14		13	28	16
		Maldon	1x 40 mm	10				
		Kungstandborsten	1x 70 mm	8				
Sid 4.	37	Bokannons, Norstedts	1x115 mm	8				
Sid 5.	81	Austin-Hans Osterman	3x350 mm	62	58	17	47	36
Sid 6.	82	Persil	1x200 mm	29	21	21		25
		Ceylon-India Thé	2x170 mm	27	23	15		23
		Bygg Bättre	1x150 mm	15			14	14
Sid 7.	73	Kindwalls Bil-Expo	3x230 mm	45		28	43	
		Rulles likör	1x 75 mm	11				
Sid 8.	80	Melka slipon	1x320 mm	22	22	13		6
		Bilå-bägaren	2x200 mm	24	23	6		9

Textannonserna i Expressen den 16 maj 1950.

	Sidans läsvärde	Annonsör	Storlek	Läst något	Sett bilden	Läst texten	Läst rubriken	Läst firmanamnet
	%			%	%	%	%	%
Sid 9.	69	Esso-service	5x270 mm	44	37	19		24
Sid 10.	79	Bonniers bokannons	1x105 mm	14		10		11
Sid 11.	83	St Raphaël vermouth	2x 40 mm	6				
		Riksost	1x260 mm	40	37	11	21	15
Sid 14.	55	Bryné	1x150 mm	14	13	4	9	
Sid 17.	43	Kyrketorps-loppet	2x 40 mm	5				
Sid 18.	46	AB Motor-kraft	5x 50 mm	15				
Sid 19.	47	Good Year	2x550 mm	36	31	8	22	22
		AB Cykel och Sport	1x100 mm	4				
Sista sidan.	81	Seborin	2x 50 mm	13				
		LK-Svalka	1x200 mm	27	19		24	
		Hilde-margarin	1x100 mm	24				

Textannonserna i Expressen den 19 maj 1950.

	Sidans läsvärde	Annonsör	Storlek	Läst något	Sett bilden	Läst texten	Läst rubriken	Läst firmanamnet
	%			%	%	%	%	%
Sid 3.	87	Felix Äppelkonserv	1x190 mm	25	22			
		Bauchet film	1x 60 mm	4				
		Rederi-Svea	3x105 mm	32	32	17	18	25
		Servalac	4x150 mm	38	25	11	13	16
Sid 4.	32	Bok, KF:s förlag	1x100 mm	13				
Sid 5.	73	Bryné margarin	1x 80 mm	9				
		Gotland	1x170 mm	29	19	15		19
		Hermes cykel	2x300 mm	49	49	13	27	23
Sid 6.	67	Kungstandborsten	1x 70 mm	18				
		Begravningsföreningen	1x 90 mm	3				
Sid 7.	65	Hattmodet	3x400 mm	52	43			
Sid 8.	73	Bonniers bok	1x110 mm	17				
		Skåne Akvavit	2x 50 mm	11				

Textannonserna i Expressen den 19 maj 1950.

	Sidans läsvärde	Annonsör	Storlek	Läst något	Sett bilden	Läst texten	Läst rubriken	Läst firmanamnet
	%			%	%	%	%	%
Sid 12.	77	Roys strumpor	1x100 mm	22				
		Frågor och svar	2x110 mm	36				
		Klintens fernissa	1x100 mm	13				
Sid 15.	46	Carl R. Larsson	1x 90 mm	7				
Sista sida.	87	Svensk-Engelska	2x 50 mm	23				
		Svenska Mässan	2x120 mm	28		13		18
		Bäddsoff-fabriken	2x 40 mm	12				
		Mona Lisa rakmedel	1x125 mm	20	17			

FORMULÄRETS FRÅGOR

Studerar Ni annonserna lika noggrant i både morgon- och kvällstidningen?

51 procent av de tillfrågade studerar annonserna mest noggrant i morgontidningen. 20 procent studerar annonserna lika noggrant både i morgon- och kvällstidningen, och endast 16 procent läser annonserna mest noggrant i kvällstidningen.

	%
Lika noggrant i bägge	20
Mest noggrant i morgontidningen	51
Mest noggrant i kvällstidningen	16
Läser dem ej alls	9
Vet inte	4

Såsom framgår av följande tabellbilaga återfinnes den minsta gruppen av dem som ej alls läser annonser bland dem som läser Dagens Nyheter som morgontidning.

Följest uppvisar frågan ingen större differentiering på de olika kriteriegrupperna. Åldrarna under 30 år säger sig i något större utsträckning än de högre åldrarna läsa annonserna mest noggrant i morgontidningen, men å andra sidan läser åldrarna över 30 år annonser lika noggrant i bägge i större omfattning.

Förvärvsarbetande kvinnor läser annonser något mindre än övriga kvinnor och män. Större procent medelklass och arbetare läser annonserna mera noggrant i kvällstidningen än bättre situerade.

Vilken morgontidning läser Ni dagligen?

Bland de intervjuade Expressen-läsarna läser inte mindre än 68 procent också Dagens Nyheter. 17 procent läser Stockholms-Tidningen, 11 procent Svenska Dagbladet och 10 procent Morgon-Tidningen. 9 procent läser ingen annan daglig tidning än Expressen.

	%
Dagens Nyheter	68
Morgon-Tidningen	10
Stockholms-Tidningen	17
Svenska Dagbladet	11
Ny Dag	1
Annan morgontidning, ej stockholms-tidning	1
Läser ingen morgontidning	9

Dagens Nyheters läsare återfinnas i alla åldersgrupper, medan enligt tabellbilagan Stockholms-Tidningens läsare utgör ett starkare inslag i lägre och högre åldersgrupper än i mellan-åldrarna.

De intervjuade med Dagens Nyheter som morgontidning fördela sig också ganska jämnt på socialgrupperna, medan för Stockholms-Tidningens del tyngdpunkten är förlagd till medelklassen.

Hur lång tid brukar Ni ägna åt att läsa Expressen?

52 procent av de intervjuade läser Expressen 11-40 minuter om dagen. En absolut minoritet, 6 procent, läser Expressen endast 10 minuter och mindre. Nära 40 procent av Expressens läsare ägnar däremot mer än 40 minuter dagligen åt sin tidning.

	%
10 minuter och mindre	6
11-20 minuter	18
21-30 minuter	19
31-40 minuter	15
41-50 minuter	10
51-60 minuter	14
Mer än en timme	15
Vet inte	2

Det bör observeras, att 50 procent fler män än kvinnor ägnar mer än 50 minuter åt sin läsning. Personer över 30 år ägnar också mer tid åt läsningen av Expressen än personer under 30 år.

Inkomstgrupperna företer inga större variationer i frågan. Däremot framgår tydligt ur tabellerna, att arbetare studerar Expressen längre tid än övriga socialgrupper. Detta kan hänga samman med att kvällstidningen för arbetarna ofta är den enda kvällsläsningen, medan de andra socialgrupperna i större omfattning även håller sig med annan lektyr.

När på dagen eller kvällen läser Ni Expressen?

75 procent av de intervjuade läser Expressen före kl. 19. Övriga 25 procent samt även några av den tidigare kategorin läser Expressen efter denna tidpunkt.

	%
Kl. 14-15	4
15-16	7
16-17	9
17-18	24
18-19	31
19-20	19
20-21	14
21-22	9
Efter kl. 22 på kvällen	9
Följande morgon och dag	2
Alltid olika tidpunkt	5

En större procent män än kvinnor läser Expressen före kl. 19. Detta beror förmodligen på att männen i allmänhet köper kvällstidningen på väg från arbetet och i mycket stor utsträckning läser tidningen under resan hem.

Ur tabellen med uppdelning på ensamstående, husmoder och husfader framgår också, att husmödrarna läser tidningen senare än både ensamstående och husfadern. Husmodern får alltså vanligtvis dröja med att läsa Expressen, tills husfadern läst den.

Flera av åldersgruppen över 30 år läser Expressen senare än de yngre.

Har Ni läst slut det här numret av Expressen, eller skall Ni läsa mera i det?

Varje intervju avslutades med frågan: Har Ni läst slut det här numret av Expressen, eller skall Ni läsa mera i det?

Svaren på denna fråga visar att 33 procent av de intervjuade inte har läst färdigt sin tidning. Som det redan i inledningen har påvisats, skulle det inte vara möjligt att genom intervjuer nå denna tredjedel, som ännu inte läst färdigt dagens exemplar av Expressen, eftersom de flesta av dem uppskjuter denna avslutande läsning till sent på kvällen eller i en del fall till påföljande dag. Då emellertid samtliga har läst igenom tidningen en gång, har intervjuer med personer av denna kategori inte särskilt avgränsats från de andra utan bearbetats i vanlig ordning.

	%
Har läst slut	23
Skall läsa mera	33
Ej svar och vet ej	44

"Ej svar" och "vet ej" utgör i denna fråga en relativt stor grupp. Det troligaste är emellertid att så gott som samtliga som vägrar ta ställning till frågan eller svarat "vet ej" inte kommer att läsa mer i tidningen. De som skall läsa mera är oftast fullt medvetna om detta.

TABELLBILAGA

Studerar Ni annonserna lika noggrant i både morgon- och kvällstidningen?

	%
Lika noggrant i bägge	20
Mest noggrant i morgontidningen	51
Mest noggrant i kvällstidningen	16
Läser den ej alls	9
Vet inte	4

Studerar Ni annonserna lika noggrant i både morgon- och kvällstidningarna?

	Män %	Förvärvsarbetande kv. %	Övriga kvinnor %
Lika noggrant i bägge	19	17	28
Mest noggrant i morgontidn.	51	52	45
Mest noggrant i kvällstidn.	18	15	14
Läser den ej alls	8	11	9
Vet inte	4	5	4

	Under 30 år %	30 år och mer %
Lika noggrant i bägge	18	22
Mest noggrant i morgontidn.	53	49
Mest noggrant i kvällstidn.	15	17
Läser den ej alls	9	9
Vet inte	5	3

	Företagare %	Förvaltn. personal %	Arbetspersonal %
Lika noggrant i bägge	18	18	23
Mest noggrant i morgontidn.	57	54	46
Mest noggrant i kvällstidn.	16	13	19
Läser den ej alls	6	9	9
Vet inte	2	5	4

Studerar Ni annonserna lika noggrant i både morgon- och kvällstidningarna?

	Ensamst. %	Husmoder %	Husfader %
Lika noggrant i bägge	17	21	24
Mest noggrant i morgontidn.	51	52	48
Mest noggrant i kvällstidn.	15	15	19
Läser den ej alls	10	9	7
Vet inte	7	4	2

	Gift %	Ogift %	Skild el. änka %
Lika noggrant i bägge	22	16	25
Mest noggrant i morgontidn.	50	55	35
Mest noggrant i kvällstidn.	16	15	17
Läser den ej alls	8	10	12
Vet inte	4	12	11

Studerar Ni annonserna lika noggrant både i morgon- och kvällstidningarna?

	Industri och hantverk	Handel	Allm.förv. o. fria yrken	Husligt arbete	Självständiga yrkesl.
	%	%	%	%	%
Lika noggrant i bägge	24	21	16	8	17
Mest noggrant i morgontidn.	46	50	60	67	45
Mest noggrant i kvällstidn.	17	17	14	25	10
Läser den ej alls	8	8	8	-	19
Vet inte	5	4	2	-	9

	Bättre sit.	Medelklass	Arbetare
	%	%	%
Lika noggrant i bägge	31	16	22
Mest noggrant i morgontidn.	54	54	46
Mest noggrant i kvällstidn.	4	16	19
Läser den ej alls	9	9	9
Vet inte	2	5	4

Studerar Ni annonserna lika noggrant i både morgon- och kvällstidningarna?

	6.000 o. mindre	6.001- -8.000	8.001- -10.000	10.001 o.mer
	%	%	%	%
Lika noggrant i bägge	23	22	16	17
Mest noggrant i morgontidn.	46	43	63	54
Mest noggrant i kvällstidn.	15	19	12	18
Läser dem ej alls	10	9	5	10
Vet inte	6	7	3	1

Studerar Ni annonserna lika noggrant i både morgon- och kvällstidningarna?

	1.000 kr. %	1.001- -2.000 %	2.001- -3.000 %	3.001- -4.000 %	4.001- -6.000 %	6.001- -8.000 %
Lika noggrant i bägge	4	-	8	42	27	22
Mest noggrant i morgontidn.	58	66	58	33	44	43
Mest noggrant i kvällstidn.	8	33	17	17	16	19
Läser den ej alls	15	-	17	4	9	9
Vet inte	15	-	-	4	4	7

	8.001- -10.000 %	10.001- -12.000 %	12.001- -15.000 %	15.000- -20.000 %	Över 20.000 %	Ej svar %
Lika noggrant i bägge	16	19	15	16	21	50
Mest noggrant i morgontidn.	63	57	38	74	58	50
Mest noggrant i kvällstidn.	12	17	32	5	-	-
Läser den ej alls	5	8	15	-	21	-
Vet inte	3	-	-	5	-	-

Studerar Ni annonserna lika noggrant i både morgon- och kvällstidningarna?	10 min. o.mindre	Hur lång tid brukar Ni ägna åt att läsa Expressen? 11-20 min.	21-30 min.	31-40 min.	41-50 min.	51-60 min.	Mer än 1 timme
	%	%	%	%	%	%	%
Lika noggrant i bägge	12	10	22	22	23	26	27
Mest noggrant i morgontidn.	60	57	55	48	56	39	45
Mest noggrant i kvällstidn.	-	9	12	25	15	29	19
Läser den ej alls	16	16	6	4	4	6	9
Vet inte	12	8	5	-	2	-	-

Studerar Ni annonserna lika noggrant i både morgon- och kvällstidningarna?

	Läsare av Dagens Nyheter. %	Läsare av Morgon-tidningen, %	Läsare av Stockholms-tidningen. %	Läsare av Svenska Dagbladet. %
Lika noggrant i bägge	23	25	20	17
Mest noggrant i morgontidn,	55	51	55	67
Mest noggrant i kvällstidn.	11	6	10	2
Läser dem ej alls	7	15	10	12
Vet inte	4	5	5	2

Vilken morgontidning läser Ni dagligen?

	%
Dagens Nyheter	68
Morgon-Tidningen	10
Stockholms-Tidningen	17
Svenska Dagbladet	11
Ny Dag	1
Annan morgontidning, ej Stockholms-tidning	1
Läser ingen morgontidning	9

Vilken morgontidning läser Ni dagligen?

	20–29 år	30–39 år	40–49 år	50 år och mera
	%	%	%	%
Dagens Nyheter	63	78	72	67
Morgon-Tidningen	10	8	17	8
Stockholms-Tidningen	19	12	11	23
Svenska Dagbladet	12	8	10	11
Ny Dag	1	2	2	
Svenska Morgonbladet				1
Annan morgontidning, ej stockholmstidning	1	1		1
Läser ingen morgontidning		9	10	6

	Bättre situerade	Medel-klass	Arbetare
	%	%	%
Dagens Nyheter	71	67	70
Morgon-Tidningen	11	9	12
Stockholms-Tidningen	16	21	14
Svenska Dagbladet	38	16	1
Arbetet	2		
Ny Dag		1	2
Svenska Morgonbladet	2		
Annan morgontidning, ej stockholmstidning			1
Läser ingen morgontidning	2	7	13

Vilken morgontidning läser Ni dagligen?

	Inkomstgrupper			
	6.000 o. mindre	6.001- -8.000	8.001- -10.000	Över 10.000 kr.
	%	%	%	%
Dagens Nyheter	56	71	79	67
Morgon-Tidningen	8	11	14	8
Stockholms-Tidningen	20	12	19	18
Svenska Dagbladet	12	3	13	17
Arbetet	-	-	1	-
Dagen	-	-	-	-
Ny Dag	1	2	-	2
Svenska Morgonbladet	-	-	1	-
Annan morgontidning, ej stockholmstidning	-	1	-	-
Läser ingen morgontidning	15	11	2	3

Hur lång tid brukar Ni ägna åt att läsa Expressen?

	%
10 minuter och mindre	6
11 - 20 minuter	18
21 - 30 "	19
31 - 40 "	15
41 - 50 "	10
51 - 60 "	14
Mer än en timme	15
Vet inte	2

Hur lång tid brukar Ni ägna åt att läsa Expressen?

	Män %	Kvinnor %
10 minuter och mindre	7	5
11-20 minuter	15	20
21-30 minuter	18	21
31-40 minuter	12	19
41-50 minuter	10	10
51-60 minuter	16	12
Mer än en timme	20	10
Vet inte	2	3

	20-29 år %	30-39 år %	40-49 år %	50 år och mera %
10 minuter och mindre	9	6	4	2
11-20 minuter	20	19	11	17
21-30 minuter	25	10	15	21
31-40 minuter	14	19	17	12
41-50 minuter	10	10	14	7
51-60 minuter	10	19	20	11
Mer än en timme	9	15	20	27
Vet inte	3	3		3

Hur lång tid brukar Ni ungefär åt att läsa Expressen?

	Bättre situerade %	Medel-klass %	Arbetare %
10 minuter och mindre	4	9	5
11-20 minuter	18	25	11
21-30 minuter	16	21	19
31-40 minuter	20	15	14
41-50 minuter	16	7	12
51-60 minuter	4	11	19
Mer än en timme	16	10	20
Vet inte	9	2	2

Hur lång tid brukar Ni ägna åt att läsa Expressen?

	Inkomstgrupper			
	6.000 o. mindre	6.001- -8.000	8.001- -10.000	10.000 och mera
	%	%	%	%
10 minuter och mindre	10	4	4	6
11 - 20 minuter	20	14	17	21
21 - 30 minuter	19	17	23	20
31 - 40 minuter	17	14	17	12
41 - 50 minuter	11	11	7	9
51 - 60 minuter	7	19	17	13
Mer än en timme	14	18	11	18
Vet inte	2	3	3	-

När på dagen eller kvällen läser Ni Expressen?

	%
Kl. 14 - 15	4
Kl. 15 - 16	7
Kl. 16 - 17	9
Kl. 17 - 18	24
Kl. 18 - 19	31
Kl. 19 - 20	19
Kl. 20 - 21	14
Kl. 21 - 22	9
Efter kl. 22 på kvällen	9
Följande morgon och dag	2
Alltid olika tidpunkt	5

När på dagen eller kvällen läser Ni Expressen?

	Män %	Kvinnor %
Kl. 14-15	5	4
Kl. 15-16	7	6
Kl. 16-17	8	9
Kl. 17-18	30	18
Kl. 18-19	34	29
Kl. 19-20	18	19
Kl. 20-21	14	13
Kl. 21-22	8	11
Efter kl. 22 på kvällen	9	9
Följande morgon och dag	1	3
Alltid olika tidpunkt	5	5

När på dagen eller kvällen läser Ni Expressen?

	20-29 år	30-39 år	40-49 år	50 år och mera
	%	%	%	%
Kl. 14-15	2	4	5	10
Kl. 15-16	7	6	5	8
Kl. 16-17	8	9	7	10
Kl. 17-18	26	26	26	16
Kl. 18-19	34	28	26	35
Kl. 19-20	16	22	23	17
Kl. 20-21	9	16	15	21
Kl. 21-22	6	10	17	11
Efter kl. 22 på kvällen	8	12	9	8
Följande morgon och dag	1	4		2
Alltid olika tidpunkt	8	5	2	1

När på dagen eller kvällen läser Ni Expressen?

	Bättre situerade %	Medel-klass %	Arbetare %
Kl. 14-15	4	5	4
Kl. 15-16	9	7	6
Kl. 16-17	4	8	10
Kl. 17-18	18	24	25
Kl. 18-19	35	28	34
Kl. 19-20	18	19	19
Kl. 20-21	9	13	15
Kl. 21-22	2	8	12
Efter kl. 22 på kvällen	13	9	8
Följande morgon och dag	2	2	2
Alltid olika tidpunkt	4	7	4

När på dagen eller kvällen läser Ni Expressen?

	Ensam stående	Husfader	Husmoder
	%	%	%
Kl. 14 - 15	3	6	5
Kl. 15 - 16	7	8	6
Kl. 16 - 17	9	11	7
Kl. 17 - 18	25	15	30
Kl. 18 - 19	32	27	35
Kl. 19 - 20	14	21	23
Kl. 20 - 21	9	15	18
Kl. 21 - 22	6	13	11
Efter kl. 22 på kvällen	7	13	8
Följande morgon och dag	-	4	2
Alltid olika tidpunkt	9	2	3

Har Ni läst slut det här numret av Expressen eller skall Ni läsa mera i det?

	%
Har läst slut	23
Skall läsa mera	33
Ej svar och vet ej	44

Har Ni läst slut det här numret av Expressen,

eller skall Ni läsa mera i det?

	Intervjuen gjord Kl.17.31-18.30	18.31-19.00	19.01-19.30	19.31-20.00	20.01-20.30	20.31-21.30.
	%	%	%	%	%	%
Läst slut	19	15	22	24	17	34
Skall läsa mera	37	42	35	32	32	25
Vet ej, ej svar	44	43	43	44	51	41