

Ny metode bag læsertal i Index Danmark/Gallup

Parterne bag Index Danmark/Gallup har med virkning fra 1. januar 2009 implementeret en række ændringer til optimering af metoden bag læsertallene i Index Danmark/Gallup.

Ændringerne indebærer en ny tilgang på følgende områder:

1. Læsning af papirudgave og webudgave (alle medier)
2. Forskudt læsning af hverdagsaviser i weekend (kun hverdagsaviser)
3. Ændring af svar i spørgsmålet om læsefrekvens (alle medier)
4. Spørgsmål om læsning inden for filterperiode flyttet fra telefon til selvudfyldelseskema med visning af logo (kun ugeblade og magasiner)
Se vedhæftede bilag for en nærmere redegørelse af metodeændringerne.

Disse tiltag blev implementeret med virkning fra 1. januar 2009, og de netop offentliggjorte læsertal for 1. halvår 2009 er alle baseret på den "nye metode". Neden for ses en oversigt over de databaser, som er offentliggjort i overgangen mellem den nye og den gamle metode.

	<i>2. halvår 2008</i>	<i>4./1. kvartal 2009</i>	<i>1. halvår 2009</i>	<i>December 2008</i>	<i>Januar 2009</i>
Officielt halvårligt læsertal	Gamle metode	Rapporteret uden læsertal	Nye metode		
Månedligt AktualitetsIndex				Gamle metode	Nye metode

På grund af metodeændringerne er det ikke muligt at foretage direkte sammenligninger mellem læsertal udarbejdet efter "den gamle" henholdsvis "den nye" metode.

Med venlig hilsen

Claus Nyvold
Formand for Metodeudvalget

Morten Kromann-Larsen
TNS Gallup

Bilag 1 Ny metode bag læsertal i Index Danmark/Gallup januar 2009

Nedenfor følger en detaljeret beskrivelse af fire ændringer i metoden bag læsertal i Index Danmark/Gallup, som blev gennemført 1. den januar 2009.

Adskillelse af læsning af papirudgave og webudgave

Alle oplysninger i Index Danmark/Gallup om læsning inden for den seneste udgivelsesperiode (læst i går for hverdagsaviser, inden for seneste uge for ugeblade osv.) indsamles i forbindelse med telefoninterviewet. Inden svarpersonerne får lejlighed til at svare på spørgsmålene om deres læsevaner, understreges det, at de udelukkende skal tænke på læsning af papirudgaven, mens de bedes se bort fra eventuel læsning af det trykte medies website på internettet.

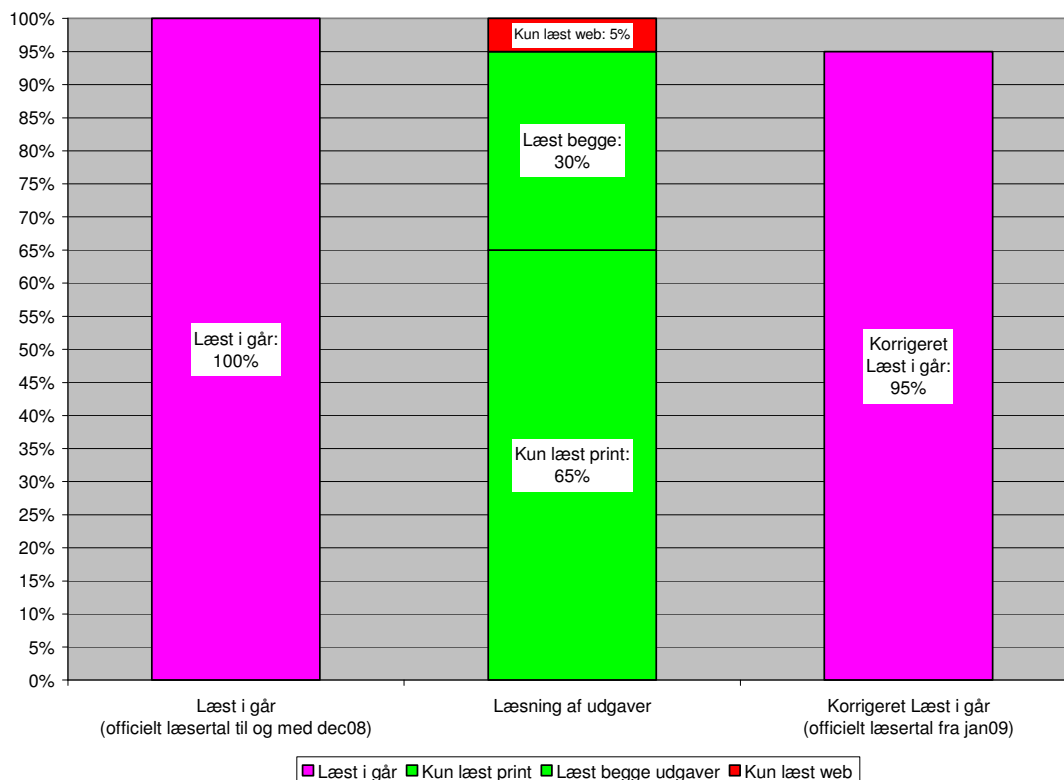
Metodeudvalget har gennem årene gennemført en række stikprøver for at kontrollere effekten af denne fremgangsmåde, og resultaterne har vist, at fremgangsmåden var tilfredsstillende. I stikprøvekontrollen blev svarpersonerne - udover den indledende formaning om kun at svare for læsning af de trykte mediers papirudgaver – efterfølgende bedt om besvare nedenstående spørgsmål for hver af de titler, som de havde læst i går.

Læst sidste udgivelsesdag	Hvis JA: Hvilke udgaver læste du?		
	Kun printudgave	Kun webudgave	Begge dele
JA			

Kontrollen i 2008 viste, at der generelt var en stigende tendens til at "glemme" den indledende formaning om kun at svare for læsning af papirudgaven. På den baggrund har Metodeudvalget besluttet, at den fremgangsmåde - som hidtil kun har været anvendt i forbindelse med stikprøvekontrol – med virkning fra 1. januar 2009 implementeres i de officielle målinger af læsertal i Index Danmark/Gallup – se nedenstående oversigt.

Basis for officielt læsertal (markeret med farve)	Læst seneste udgivelsesdag	Hvis JA: Hvilke udgaver læste du?		
		Kun printudgave	Kun webudgave	Begge dele
Til og med december 2008	JA			
Fra januar 2009	JA	JA	JA	JA

I diagrammet neden for er ændringen i metoden bag læsertal i Index Danmark/Gallup illustreret ved et tænkt eksempel for en hverdagsavis.



Første søjle repræsenterer de personer, der har svaret bekræftende på spørgsmålet om læst i går, og alle disse personer har hidtil indgået i de officielle læsertal i Index Danmark/Gallup.

I anden søjle er samme læsere fordelt på spørgsmålet om, de har læst print- eller webudgave. I eksemplet har 65% af læserne kun læst printudgaven, 30% har læst begge udgaver, mens 5% kun har læst webudgaven.

Index Danmark/Gallup's opgave er at dokumentere læserne af papirudgaven, og som følge deraf korrigeres læsertallet i Index Danmark/Gallup fremover ved at fraregne de personer, der kun angiver læsning af webudgaven (søjle 3).

Forskudt læsning af hverdagsaviser i weekend

Dataindsamlingen til Index Danmark/Gallup gennemføres løbende henover året med lige mange gennemførte interview hver eneste dag. For hverdagsavisernes vedkommende beregnes læsertallet på baggrund af et spørgsmål om læsning i går eller rettere læsning på seneste udgivelsesdag.

I forbindelse med interview gennemført søndag og mandag om læsning af hverdagsaviser er der ikke overensstemmelse mellem "i går" og "seneste udgivelsesdag". Som det fremgår af nedenstående oversigt, er der desuden forskel mellem hverdagsaviser med seks ugentlige udgivelser (man-lør), og hverdagsaviser med fem udgivelser (man-fre).

<i>Hverdagsavis</i>	<i>Interviewdag</i>	<i>Seneste udgivelsesdag</i>
6 udgaver: Man-lør	Mandag	Lørdag
5 udgaver: Man-fre	Søndag	Fredag
5 udgaver: Man-fre	Mandag	Fredag

For hverdagsaviser med seks ugentlige udgivelser (man-lør) vil seneste udgivelsesdag om mandagen være lørdag, mens det for fem ugentlige udgivelser (man-fre) vil være fredag. Tilsvarende vil seneste udgivelsesdag om søndagen også være fredag for aviser med fem ugentlige udgivelser (man-fre), mens der for øvrige aviser vil være overensstemmelse mellem "i går" og "seneste udgivelsesdag".

De dage, hvor der ikke er overensstemmelse mellem "i går" og "seneste udgivelsesdag", er der en risiko for, at den hidtidige anvendte metode bag læsertal i Index Danmark/Gallup ikke registrerer al avislæsning. Hvis læsningen ikke foretages på seneste udgivelsesdag, men udskydes til f.eks. søndag, vil den nuværende metode ikke "fange" denne læsning.

I løbet af 2008 har Metodeudvalget gennemført en række test, og på baggrund heraf er det besluttet, at der skal følges op med ekstra uddybende spørgsmål om forskudt læsning i weekenden i de tilfælde, hvor der ikke er overensstemmelse mellem "i går" og "seneste udgivelsesdag" – se neden for. Hvis der registreres forskudt læsning, bliver der efterfølgende fulgt op med spørgsmålene om læsning af papir- og webudgave.

Indgår i officielt læsertal (markeret med farve)	Læst seneste udgivelsesdag	Hvis seneste udgivelsesdag IKKE var i går:	Hvis JA: Hvilke udgaver læste du?		
		Læste du i går:	Kun printudgave	Kun webudgave	Begge dele
Til og med december 2008	NEJ				
Fra januar 2009	NEJ	JA	JA	JA	JA

Ændring af svarmuligheder i spørgsmålet om læsefrekvens

Ugeblade og magasiner er ofte karakteriseret ved en kerne af trofaste læsere på den ene side og et relativt stort antal personer med en forholdsvis sporadisk tilknytning til den enkelte titel på den anden. I oversigten neden for ses en gennemsnitlig fordeling (i 1.000 og i %) af svarene i spørgsmålet om læsefrekvens for ugeblade og magasiner.

<i>Læsefrekvens - gammel metode</i>	<i>Magasiner</i>		<i>Ugeblade</i>	
	<i>1.000</i>	<i>%</i>	<i>1.000</i>	<i>%</i>
Læser alle numre	47	1,0%	72	1,5%
Læser næsten alle numre	37	0,8%	55	1,2%
Læser ca. 3/4 af alle numre	23	0,5%	39	0,8%
Læser ca. 1/2 af alle numre	40	0,9%	65	1,4%
Læser ca. 1/4 af alle numre	97	2,1%	178	3,8%
Læser næsten ingen numre	303	6,5%	716	15,4%
Læser slet ingen numre	177	3,8%	101	2,2%
Læser aldrig	3.921	84,4%	3.420	73,6%

Som det fremgår, er der mange personer, der angiver sporadisk læsning i "bunden af læsefrekvensen". Besvarelser i denne ende af læsefrekvensen får en lav læsesandsynlighed i beregningen af det officielle læsertal, men da der er tale om rigtig mange personer, har denne gruppe af personer alligevel en stor indflydelse på den enkelte titels samlede læsertal. Det er derfor meget vigtigt at kunne tildele meget præcise læsesandsynligheder i denne ende af læsefrekvensen.

I 2008 har Metodeudvalget gennemført en række analyser med forskellige udformninger af læsefrekvensen, og på baggrund heraf er nedenstående ændringer blevet implementeret.

Læsefrekvens - gammel metode	Læsefrekvens - ny metode	Ny iff. gammel
Læser alle numre	Læser alle numre	Uændret
Læser næsten alle numre	Læser næsten alle numre	Uændret
Læser ca. 3/4 af alle numre	Læser ca. 3/4 af alle numre	Uændret
Læser ca. 1/2 af alle numre	Læser ca. 1/2 af alle numre	Uændret
Læser ca. 1/4 af alle numre	Læser ca. 1/4 af alle numre	Uændret
Læser næsten ingen numre	Læser færre numre	Ændret
Læser slet ingen numre	Læser næsten ingen numre, men læst inden for ...	Ændret
Læser aldrig	Har ikke læst inden for ...	Ændret

... læst inden for seneste <filterperiode> - filterperiodens længde afhænger af titlens udgivelsesfrekvens, se side 5.

Som det fremgår, er der udelukkende foretaget ændringer i "bunden af skalaen" eller sagt med andre ord i den del af skalaen, der er beregnet til de personer, der har en mere sporadisk tilknytning til den enkelte titel.

Den nye svarformulering "Læser færre numre" kiler sig ind mellem de oprindelige formuleringer "Læser ca. 1/4 af alle numre" og "Læser næsten ingen numre", og vil således bidrage til en mere præcis tildeling af læsesandsynligheder i "bunden af frekvensskalaen".

Filterspørgsmål flyttes fra telefoninterview til selvudfyldelse

Filterspørgsmålet er det spørgsmål, der afdækker, om den enkelte person overhovedet er inde i læser universet for den enkelte titel eller ej. Den filterperiode, der spørges til, er afhængig af den enkelte titels udgivelsesfrekvens – se neden for.

Mediegruppe	Spørgsmål om læsning inden for filterperiode
Hverdagsaviser	Læst inden for seneste 3 måneder
Søndagsaviser	Læst inden for seneste 3 måneder
Ugeblade	Læst inden for seneste 3 måneder
14-dages blade	Læst inden for seneste 6 måneder
Månedblade	Læst inden for seneste 12 måneder
2-måneders blade	Læst nogensinde
Kvartalsblade	Læst nogensinde

I den gamle metode blev filterspørgsmål stillet i forbindelse med telefoninterviewet, men i den nye metode er spørgsmålet om læsning inden for filterperioden flyttet fra telefon-

interviewet til selvudfyldelseskemaet. Filterspørgsmålet er blevet en integreret del af spørgsmålet om frekvenslæsning, som altid har været placeret i selvudfyldelseskemaet.

Baggrunden herfor er, at der i selvudfyldelseskemaet – i modsætning til telefoninterviewet – er mulighed for at præsentere de mange ugeblads- og magasintitler ved visning af såvel titelnavn som logo. I takt med flere og flere konkurrerende titler inden for samme emne univers (og ofte med titler der minder om hinanden) er visningen af logo en ekstra sikkerhed i forhold til at mindske risikoen for forveksling af titler.

I forbindelse med omlægningen af læsefrekvenserne for ugeblade og magasiner er der desuden gennemført en statistisk revurdering af de grupperinger af titler, der ligger til grund for læsesandsynlighederne. Denne statistiske revurdering har medført en udvidelse af antallet af grupperinger, ligesom sammensætningen af de enkelte grupper er ændret.