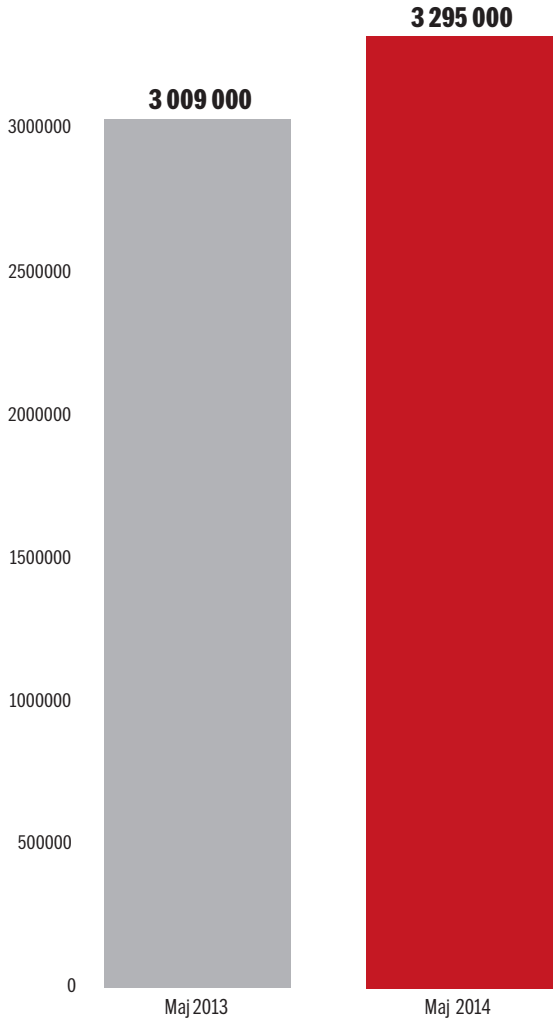
AFTONBLADET Maj 2014

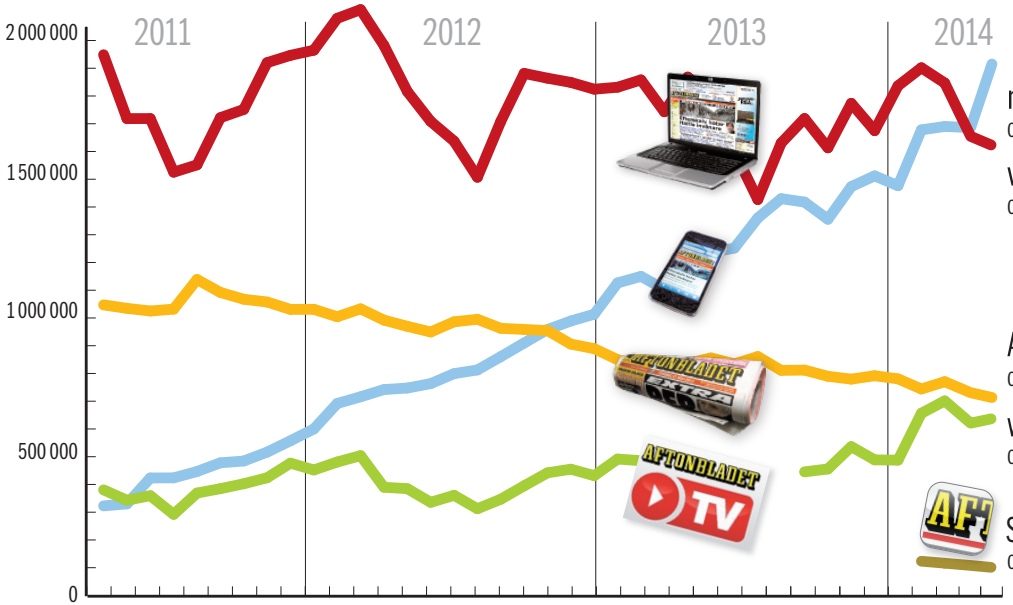
– först i framtiden

Aftonbladets totalräckvidd per dag

Maj 2014: Daglig nettoräckvidd för tidning, webbsajt och mobilsajt inkl Supernytt. (Orvesto Dag+Orvesto Internet)

Maj 2013: Daglig nettoräckvidd för tidning, webbsajt. (Orvesto Dag+Orvesto Internet)





Räckvidd per dag

Maj 2014 jämfört med maj 2013

mobil.aftonbladet.se Orvesto Internet	**1 887 000**	**(+55%)**
www.aftonbladet.se Orvesto Internet	**1 598 000**	**(–10%)**
Aftonbladet Orvesto Dag	**708 000**	**(–16%)**
www.aftonbladet.se/webbtv Orvesto Internet	**632 000**	**(n/a)**
Superappen Orvesto totalräckvidd	**106 000**	**(–12%)**



Fredrik Rogberg,
Aftonbladet analys

Nyhetskonsumtion och trender, maj 2014

Under maj 2014 hade Aftonbladet en total räckvidd på 3 295 000 läsare/tittare, varför Aftonbladet når 44 procent av alla svenskar i åldern 16-80 år. Räckvidden i mobilen ökade med 55 procent jämfört med maj förra året. Maj hade få trafikdragare och den mest lästa nyheten var om den tragiskt mördade åttaåringen i Karlskrona. Kompassen för EU-valet hade mer än en miljon besök. En lyckad Plus-satsning med start i maj har gjort att kundbasen ökat kraftigt. Den betalda digitala upplagan på 184 700 är nu högre än den tryckta betalda upplagan på 155 500.

MAJ 2014		FULLT BETALDA	RABATTERADE	FRIA
Tryckt upplaga	Utgivningsdag	150 300	5 200	14 100
Digital upplaga	Plus	169 000	15 700	3 900

Upplaga reviderad av PwC

HELÅR 2013		FULLT BETALDA	RABATTERADE	FRIA
Tryckt upplaga	Utgivningsdag	180 500	5 700	12 500
Digital upplaga	Plus	124 900	17 300	9 900

Upplaga reviderad av PwC