

DIGITALA PRENUMERATIONER ÖKAR – MEN VÄGEN DIT HAR VARIT LÅNG

ULRIKA ANDERSSON

Sammanfattning

Det som förr om åren var ett givet inslag i de flesta hushåll, den prenumererade morgontidningen, har under det senaste årtiondet blivit mer allt ovanligt i många hem. Stora delar av publiken har valt att istället rikta blicken mot olika nyhetssajter. Viljan att betala för den digitala nyhetsprodukten har dock inte varit särskilt stor. Under de senaste åren har dock kunnat skönjas en successiv ökning av antalet digitala morgontidningsprenumeranter. Det syns i morgontidningarnas egen statistik såväl som i resultaten från den nationella SOM-undersökningen. Ökningen gäller såväl bland yngre och äldre som bland boende på landsbygd och boende i storstad. Samtidigt visar analysen att det fortfarande är långt kvar innan digitala prenumerationer kommer att överstiga prenumerationen på papperstidningar. I det här kapitlet granskas förändringar i svenska folkets prenumerationsbenägenhet under perioden 2000–2019, med särskilt fokus på den digitala prenumerationsviljan. Därtill granskas också vilka huvudsakliga skäl som ligger bakom valet att avstå en digital morgontidningsprenumeration. Priset och tillgången till kostnadsfria nyheter i andra medier visar sig, inte helt förvånande, tillhöra de vanligaste svaren.

Hösten 2010 förutspådde den australiensiska medieforskaren Ross Dawson att de svenska papperstidningarna skulle ha spelat ut sin roll som nyhetsbärande medium år 2025. Då skulle istället läsplattan och dess efterföljande generationer utgöra det huvudsakliga gränssnittet för människors nyhetervanor (Dawson, 2010a, 2010b). Förutsägelsen baserades på en rad parametrar grundande på hur medieutvecklingen sett ut nationellt och internationellt under 1990- och tidigt 2000-tal. Ett par år senare, 2017 (samma år som papperstidningar i USA förutspåts ha förlorat sin betydelse), argumenterade Dawson för att papperstidningen förvisso kunde överleva längre än prognosticerats, givet att mediehusen lyckas skapa hållbara betalningsmodeller för den digitala utgivningen (Dawson, 2017). En stabil digital finansiering skulle då kunna bära kostnaden för pappersutgivningen.

Även om 2025 inte har passerat än, finns det skäl att tro att den prenumererade morgontidningen på papper kommer att finnas kvar i Sverige även under senare delen av 2020-talet, och kanske längre än så. Samtidigt är det stora problemet för de flesta mediehus – och har under lång tid varit – att få med prenumeranter och annonsörer på den digitala banan genom ökad villighet att betala för nyheter och annonsering online. Att nyhetssajterna har funnit en allt mer stabil plats i män-

niskors medievardag råder det ingen tvekan om, sett till den successivt ökande användningen. Men i vilken utsträckning kan vi se samma utveckling för människors prenumerationsbenägenhet? Denna fråga ligger i fokus för det här kapitlet.

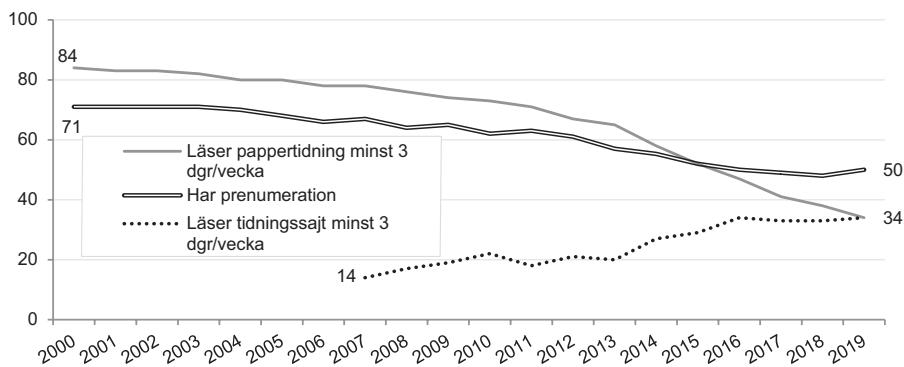
I kapitlet granskas hur den svenska befolkningens vilja att prenumerera på morgontidningar har förändrats under perioden 2000–2019 samt i vilken mån fördelningen mellan digitala respektive pappersprenumerationer har ändrats under 2010-talets sista år. Därtill kommer också skälen till varför människor väljer att avstå från att skaffa sig en digital morgontidningsprenumerations att synas i sömmarna.

En svår utmaning att ta betalt för digitala nyheter

Sverige har historiskt hört till ett av de länder i världen där den prenumererade morgontidningen haft en mycket stark ställning (Weibull, 1983). Åren runt 1990 bodde ungefär 80 procent av den vuxna befolkningen i ett hushåll där det fanns en morgontidningsprenumerations. Sedan dess har mycket vatten hunnit flyta under broarna. I takt med att allt mer av nyhetsutbudet har flyttat online och nya digitala plattformar har tillkommit, har också intresset för morgontidningen på papper blivit allt svalare. I början av 2000-talet prenumererade cirka 70 procent av svenskarna på en morgontidning och 80 procent läste också regelbundet någon tidning (figur 1). Knappa tjugo år senare, 2019, uppgav 50 procent att de hade någon form av prenumerations på en morgontidning, medan 37 procent regelbundet läste någon morgontidning på papper. Parallellt med nedgången i pappersläsningen har den regelbundna konsumtionen av tidningarnas nyhetssajter ökat, från 14 procent vid mitten av 2000-talet till 34 procent år 2019. Medan nedgången i pappersläsningen fortfarande inte tycks ha nått sin botten, har däremot kurvan för andelen prenumeranter stabiliserats något under de senaste åren, framför allt som följd av att tidningsbranschen sett en successiv ökning av antalet *digitala* prenumeranter.

Vägen dit har dock varit lång och präglats av otal försök att få läsare och prenumeranter att förbli tidningarna trogna. Äldre individer har sedan de första morgontidningarna gick online vid mitten av 1990-talet fortsatt tillhöra tidningarnas trofasta prenumerantgrupp, även om prenumerationsgraden förvisso gått ner också bland dessa. Att knyta yngre, och sedermera också medelålders, grupper till sig har däremot varit en utmaning. Många tidningar betraktade initialt webbtidningen som ett sätt att skapa band med och locka publik till papperstidningen (jfr Wesslau, 2002), vilket dock visade sig fungera dåligt i yngre åldersgrupper. De upprepade försöken att i perioder ta betalt för innehåll online föll inte heller i god jord hos publiken, ett resultat som även gällt internationellt (jfr Chyi, 2012). Svårigheterna har förklarats med de ökande möjligheterna att ta del av nyheter kostnadsfritt via gratistidningar, gratis nyhetssajter och radio/tv (Fletcher & Nielsen, 2017: 1176). Inom forskningen har situationen under 2000-talet bland annat beskrivits som det frenetiska misslyckandets tid (Arrese, 2016), då många tidningar försökte införa mikrobetalningar för enskilda artiklar, sälja tillgång till sina digitala arkiv, premiummaterial eller tidningen som pdf.

Figur 1 Läsning och prenumeration på morgontidningar, 2000–2019 (procent)



Kommentar: Frågorna om läsning lyder: "Läser eller tittar du regelbundet i någon morgontidning på papper?" respektive "Hur ofta brukar du ta del av nyheter från följande på internet? – "Dagens Nyheter"; "Svenska Dagbladet"; "Någon lokal morgontidning". Svarsskalan går från "Dagligen" till "Aldrig". Frågan om prenumeration lyder "Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på någon morgontidning?" Antal svar år 2000 var 3 546. År 2019 var antalet svar 5 164 (prenumeration), 10 068 (läsning på papper respektive internet). Sedan 2016 finns digital prenumeration som specificerat svarsalternativ i frågan om hushållsprenumeration.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2000–2019.

Successivt har allt fler svenska morgontidningar så småningom valt att införa någon form av betalvägg, exempelvis genom att låta delar av sajten vara låst eller genom att använda en totalmodell där i princip allt innehåller ligger bakom betalvägg (Weibull m.fl., 2018). För mediehusen är numera digitala konverteringar centralt, där icke-prenumererande läsare går över till att bli digitala prenumeranter. Under 2018 började en del mediehus se de digitala prenumerationerna kompensera för nedgången i tryckta tidningar (Jonzon, 2018), en utveckling som fortsatt även under 2019 och 2020. I april 2020 meddelade exempelvis *HD-Sydsvenskans* chefredaktör att tillströmningen av digitala prenumeranter numera överstiger tappet av pappersprenumeranter och därmed bidrar till positiva upplagesiffror (Lundquist, 2020). De nya digitala prenumeranterna har visat sig vara väsentligt yngre än de analoga prenumeranterna, och de är inte särskilt trogna. Skälen till att publiken väljer att börja betala online skiljer sig mellan olika medier: för *Dagens Nyheter* ger exempelvis kulturjournalistiken flest konverteringar, medan sporten tenderar att bidra till konverteringar hos lokala morgontidningar (Jonzon, 2018).

Huruvida det växande antalet digitala prenumeranter faktiskt bidrar till ökade intäkter varierar dock, bland annat beroende på prenumeraionspris och hur många digitala gratisabonnemang tidningen har. År 2019 bestod exempelvis *Göteborgs-Postens* totala digitala upplaga av 400 friexemplar och 37 700 betalda prenumerationer (se appendix, tabell i).¹ Motsvarande siffror för *Skånska Dagbladet*

var 4 300 gratisabonnemang och 1 000 betalande digitala prenumeranter. *Svenska Dagbladet* hade i sin tur 67 900 betalande digitala prenumeranter och ytterligare 12 600 digitala gratisabonnemang. Detta förhållande påverkar tidningarnas betalningsgrad, det vill säga hur stor andel av den totala upplagan som genererar intäkter från publiken. För *Skånska Dagbladet* var betalningsgraden 71 procent år 2019 och för *Svenska Dagbladet* 82 procent (TS Mediefakta/Kantar Sifo, 2020). *Göteborgs-Posten* hade i sin tur en betalningsgrad om 90 procent. Visserligen är det fortfarande annonsintäkterna som bidrar mest men för att få hjulen att fortsätta snurra krävs rimligen också en hög andel betalande prenumeranter.²

Svenska morgontidningsprenumeranter 2000–2019

Studier av befolkningens prenumerationsvanor har länge visat att benägenheten att prenumerera på någon morgontidning har tydliga kopplingar till individernas ålder, hushållsinkomst, geografisk belägenhet och graden av politiskt intresse. Medelålders, äldre, höginkomsttagare, boende i små och mellanstora städer respektive på landsbygd samt politiskt intresserade har traditionellt tillhört skaran av trogna prenumeranter (Andersson, 2017; Weibull, 1983). Före de digitala mediernas intåg på marknaden hade också utbildningsnivå en avgörande betydelse, då högutbildade var mer benägna att prenumerera än lågutbildade (Hedman, 2009). Graden av stabilitet i levnadsvanor och etablering i samhället har således varit viktiga förklaringsfaktorer.

Ålderns betydelse för valet att prenumerera på någon morgontidning kvarstår fortfarande och har också stärkts under 2000-talets två första årtionden (tabell 1). Även om andelen prenumeranter är lägre i samtliga åldersgrupper 2019 jämfört med 2000, har förändringen varit betydligt mildare i det äldsta ålderssegment. Fortfarande har 72 procent av 65–85-åringarna en prenumerant i hushållet, att jämföra med 84 procent för tjugo år sedan. I övriga åldersgrupper har andelen prenumeranter minskat drastiskt. Bland 30–49-åringar har exempelvis andelen med prenumerant sjunkit från 62 till 31 procent sedan 2000, och gruppen ligger numera på samma låga nivå som 16–29-åringar. Skillnaden mellan yngre och äldre har, beräknat i procentdifferenser, blivit allt större under årens lopp.

Mönstret med en högre andel prenumeranter på landsbygden jämfört med i storstadsområden har fortsatt hålla i sig (tabell 1). Detsamma gäller för inkomstfaktorn, där höginkomsttagare fortfarande har en högre andel prenumeranter än låginkomsttagare. I det senare fallet har dock differensen mellan de båda grupperna minskat något, vilket beror på att andelen prenumeranter har minskat betydligt mer bland höginkomsttagare än bland låginkomsttagare sedan 2000. Sett till samhällsengagemang är förhållandet mellan politiskt intresserade och icke-intresserade numera det omvända då andelen som bor i ett hushåll med en morgontidningsprenumeration år 2019 är högre bland individer som uppger att de inte är politiskt intresserade än bland dem som säger sig vara mycket eller åtminstone

ganska intresserade av politik. Det betyder dock inte att politiskt intresserade på ett generellt plan är mindre benägna att ta del av nyheter. Förhållandet är istället det motsatta (se t.ex. Andersson, 2019). Däremot har viljan att *betala* för nyheter kommit att bli avsevärt lägre i denna grupp.

Tabell 1 Morgontidningsprenumeration i olika grupper, 2000, 2010 och 2019 (procent)

	2000	2010	2019	Differens 2000– 2019		2000	2010	2019	Differens 2000– 2019
Samtliga	71	62	50	-21	Samtliga	71	62	50	-21
16–29 år	58	42	31	-27	Ren landsbygd	75	65	55	-20
30–49 år	64	52	31	-33	Mindre tätort	74	63	50	-24
50–64 år	82	70	52	-30	Stad/större tätort	72	64	51	-21
65–85 år	84	77	72	-12	Sthlm/Gbg/Malmö	65	52	42	-23
<i>Differens</i>	26	33	41		<i>Differens</i>	10	13	13	
Låg utbildning	75	66	54	-21	Låg hushållsinkomst	59	51	43	-16
Medel utbildning	68	58	46	-22	Medel hushållsink.	73	63	50	-23
Hög utbildning	76	65	55	-21	Hög hushållsink.	84	76	55	-29
<i>Differens</i>	1	1	1		<i>Differens</i>	25	25	12	
Ej politiskt intresserad	67	56	56	-11					
Politiskt intresserad	76	67	38	-38					
<i>Differens</i>	9	11	18						

Kommentar: Frågan lyder: "Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på någon morgontidning?" respektive "Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på någon morgontidning? Frågan gäller både papperstidningar och digitala prenumerationer". Svarsalternativen för första frågan är "Nej" respektive "Ja" samt för andra frågan "Nej", "Ja, papperstidningen" respektive "Ja, digital prenumeration". Minsta antal svarspersoner på gruppnivå är 506 år 2000 (boende i storstad) respektive 692 år 2019 (boende på landsbygd). Samtliga förändringar över tid är signifikanta om $p=0,000$. Sambandsmått (Kendall's tau-c) varierar mellan 0,12 (65–85 år) och 0,29 (30–49 år, hög hushållsinkomst).

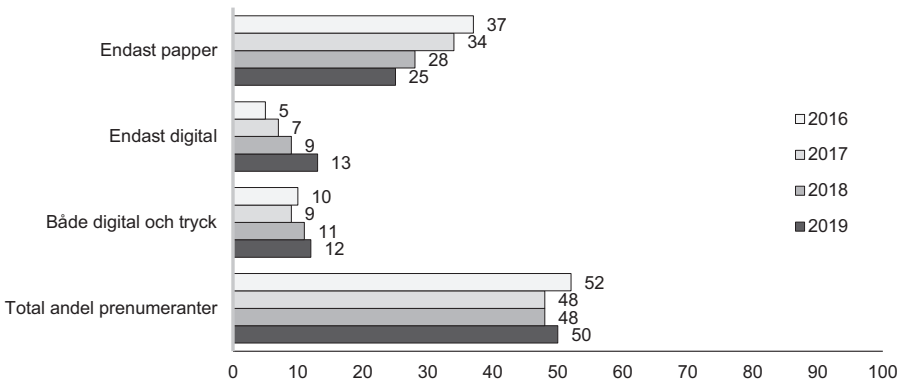
Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2000, 2010 och 2019.

Digitala prenumeranter ökar – men papperstidningen har fortfarande försprång

Den nationella SOM-undersökningen har sedan 2016 även frågat respondenterna om vilken slags prenumeration som finns i hushållet: renodlad pappersprenumeration, kombinerad digital och pappersprenumeration respektive renodlat digital prenumeration.³ Medan den samlade prenumerationsnivån förhållit sig relativt stabil under perioden 2016–2018, är det tydligt att det på några få år har skett förhållandevis stora förändringar i valet av prenumerationsform. 2016 uppgav 37

procent av respondenterna att det fanns en papperstidningsprenumeration i hushållet, en andel som 2019 har sjunkit till 25 procent (figur 2). Samtidigt har andelen med en kombinerad prenumeration (papper/digital) hållit sig på ungefär samma nivå, 10 respektive 12 procent. Det innebär att 47 procent av respondenterna fick en morgontidning på papper levererad till sin brevlåda 2016, att jämföra med 37 procent år 2019. Parallellt har andelen som bor i ett hushåll med en renodlat digital prenumeration ökat från 5 till 13 procent.

Figur 2 Prenumeration på tryckta och digitala morgontidningar, 2016–2019 (procent)



Kommentar: Frågan lyder: "Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på någon morgontidning? Frågan gäller både papperstidningar och digitala prenumerationer". Svartalternativen är "Nej", "Ja, papperstidningen" samt "Ja, digital prenumeration". I totalen ingår även frågan "Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på någon morgontidning?" med svartalternativen "Ja" och "Nej". Antal svarspersoner är 3 282 (2016), 3 619 (2017), 3 593 (2018) och 3 334 (2019).

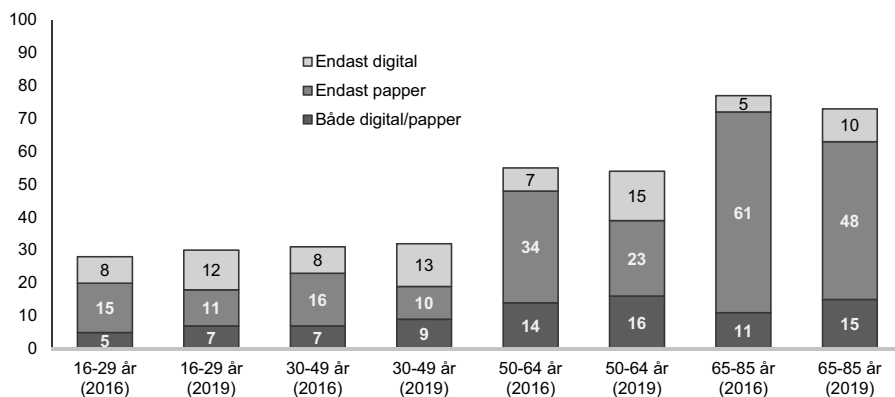
Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2016–2019.

Valet av prenumerationsalternativ skiljer sig framför allt efter ålder och boendeområde. Den traditionella pappersprenumerationen dominerar klart bland 65–85-åringar, även om det finns en viss andel som uppger sig ha en renodlat digital prenumeration (figur 3). Prenumeration på morgontidningen på papper är också det vanligaste alternativet bland 50–64-åringar respektive bland boende på landsbygd, i tätorter och städer (figur 4). Om även den kombinerade prenumerationsformen (papper/digital) inkluderas, är det tydligt att papperstidningen är det vanligaste inslaget hos samtliga jämförda grupper, också bland personer under 50 år och storstadsbor. Även om andelen digitala prenumeranter är ungefär lika stor i samtliga grupper, mellan 10–15 procent, utgör det digitala alternativet en större del av den samlade prenumerationen bland 16–49-åringar respektive storstadsbor jämfört med övriga åldersgrupper och boende i andra delar av Sverige. Bland 16–29-åringar utgör exempelvis de digitala prenumeranterna 40 procent av

det totala antalet prenumeranterna i åldersgruppen, att jämföra med 14 procent av det totala antalet prenumeranter bland 65–85-åringar. I samtliga ålders- och boendegrupper har det mellan 2016 och 2019 skett en förändring mot ökad andel digitala prenumeranter och minskad andel pappersprenumeranter. Bland personer under 65 år har tillskottet av digitala prenumerationer bidragit till att bibehålla prenumerationsnivån under perioden och bland yngre har andelen prenumeranter till och med ökat något. Mönstret med minskad pappersprenumeration och ökad digital prenumeration gäller också oavsett var i landet respondenterna är bosatta.

Även om en förändring kunnat skönjas i fördelningen mellan pappersprenumerationer och digitala prenumerationer, förefaller det fortfarande vara relativt lång tid kvar tills den digitala morgontidningsprenumerationen går upp i ledning.

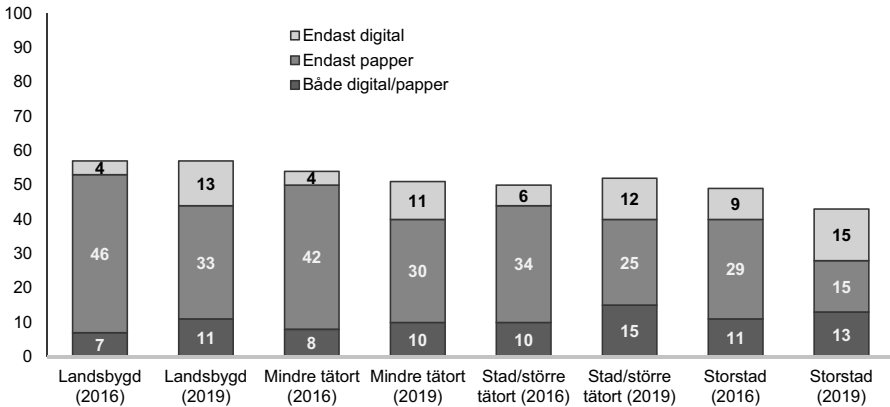
Figur 3 Prenumeration på tryckta och digitala morgontidningar efter ålder, 2016 och 2019 (procent)



Kommentar: Frågan lyder: "Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på någon morgontidning? Frågan gäller både papperstidningar och digitala prenumerationer". Svartalternativen är "Nej", "Ja, papperstidningen" samt "Ja, digital prenumeration". Minsta antal svarspersoner är 274 år 2016 och 520 år 2019 (16–29-åringar).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2019.

Figur 4 Prenumeration på tryckta och digitala morgontidningar efter boendeområde, 2016 och 2019 (procent)



Kommentar: Frågan lyder: "Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på någon morgontidning? Frågan gäller både papperstidningar och digitala prenumerationer". Svartalternativen är "Nej", "Ja, papperstidningen" samt "Ja, digital prenumeration". Minsta antal svarspersoner är 249 år 2016 och 436 år 2019 (landsbygd).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2019.

Med morgontidningarnas nyhetssajter och möjligheten till digitala abonnemang (inklusive plusabbonemang) finns en helt annan möjlighet än för tjugofem år sedan att ta del av nyheter från andra morgontidningar än den som ges ut i den egna boendekommunen. Den stora majoriteten av prenumeranterna, 88 procent, håller sig dock till den tidning som finns på orten, medan 12 procent prenumererar på en tidning från någon annan del av landet. I den senare gruppen finns en klar dominans av tidningar som *Dagens Nyheter*, *Svenska Dagbladet*, *Dagens Industri* och *Göteborgs-Posten*.

Valet av prenumerationsform skiljer sig dock tydlig åt mellan dem som håller sig med den lokala morgontidningen på orten och dem som håller sig med tidningar som ges ut på annat håll. Av dem som prenumererar på en tidning som ges ut i närområdet uppger drygt hälften, 53 procent, att de enbart har en pappersprenumeration medan 29 procent har en kombinerad prenumeration och resterande 18 procent en digital prenumeration (tabell 2). Bland dem som däremot prenumererar på en tidning som inte ges ut i närområdet är det närmare hälften, 48 procent, som har en digital prenumeration medan 30 procent har en traditionell pappersprenumeration. Av de digitala prenumeranterna i denna senare grupp, uppger fyra av fem att de prenumererar på någon av storstädernas morgontidningar.

Tabell 2 Prenumerationsform efter utgivningsort, 2019 (procent)

Prenumerationsform	Utgivningsort	
	Samma som boendeort	Annan än boendeort
Papper och digital prenumeration	29	22
Endast digital prenumeration	18	48
Endast pappersprenumeration	53	30
S:a	100	100
<i>Antal svar</i>	689	93

Kommentar: Frågan lyder: "Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på någon morgontidning? Frågan gäller både papperstidningar och digitala prenumerationer". Svartalternativen är "Nej", "Ja, papperstidningen" samt "Ja, digital prenumeration". Respondenterna har även fått namnge den eller de morgontidningar de prenumererar på.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2019.

Skäl till att avstå digital morgontidningsprenumeration

Äldre studier har visat att prenumerationspris och brist på tid att hinna läsa morgontidningen varit vanliga skäl till att många papperstidningsprenumeranter funderat på att säga upp sin prenumeration (Hedman, 2009). I takt med att andelen prenumeranter sjunkit har intresset istället riktats mot att förstå varför människor väljer att *inte prenumerera alls* på någon morgontidning. I 2016 års nationella SOM-undersökning ställdes frågor om vilka skäl som låg bakom respondenternas val att inte prenumerera och resultaten visade att de vanligaste orsakerna var kopplade till det stora utbudet av andra medier som bättre upplevdes fylla det personliga behovet av nyheter (Andersson, 2017). Omkring 70 procent av icke-prenumeranterna uppgav då att de fick de nyheter de behövde via radio/tv respektive gratisartiklar på nyhetssajter och därför inte hade behov av någon morgontidningsprenumeration. Även prenumerationspriset var en viktig faktor i sammanhanget. Likaså menade ungefär hälften av icke-prenumeranterna att de fick sitt nyhetsbehov täckt via sociala medier. Störst variation i vilka skäl som uppgavs var kopplat till ålder, där yngre var mest benägna att lyfta fram nyhetssajter med gratismaterial och sociala medier, medan äldre framför allt lyfte fram tillgång till nyheter via radio och tv samt prisnivå som viktiga skäl (Andersson, 2017).

I 2019 års nationella SOM-undersökning ombads de respondenter som uppgett att de *inte har digital prenumeration* på någon morgontidning att ange hur viktiga olika skäl är till deras val att avstå. Utfallet liknar till stor del resultaten från studien om betalningsvilja för papperstidningen. Det skäl som framför allt lyfts fram av respondenterna, 72 procent, är att man upplever sig få sitt nyhetsbehov tillgodosett via radio och tv (tabell 4). Vidare menar drygt hälften att det kostar för mycket, vilket är en något lägre andel om jämförelse görs med resultaten från 2016 års

SOM-undersökning. Resultatet är både väntat och oväntat. Väntat eftersom det under lång tid har varit svårt att få människor att vilja betala för nyheter online och samtidigt oväntat, eller möjligen förvånande, då en digital prenumeration är betydligt mindre kostsam jämfört med pappersprenumerationen. Som exempel kan nämnas att en prenumeration på *Svenska Dagbladet* år 2020 kostar från cirka 5 300 kr per år för tillgång till både papperstidningen och allt digitalt material, medan en digital prenumeration med tillgång till allt digitalt material inklusive e-tidningen och arkivmaterial kostar cirka 2 400 kr per år. Därtill finns även ett basalternativ som ger tillgång till nyhetssajtens lästa artiklar inklusive premiummaterial för cirka 1 200 kr per år.

Tabell 4 *Icke-prenumeranterns skäl till att avstå från digital morgontidningsprenumeration, 2019 (procent)*

	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Varken eller	Ganska oviktigt	Mycket oviktigt	S:a	Viktigt totalt
Jag får de nyheter jag behöver via radio/tv	40	31	16	5	8	100	72
Det kostar för mycket	33	24	19	10	14	100	57
Jag får de nyheter jag behöver via kostnadsfria artiklar på tidningssajten	25	29	22	7	17	100	54
Innehållet är inte tillräckligt bra	24	24	28	10	14	100	48
Jag får de nyheter jag behöver via sociala medier	22	24	23	11	20	100	46
Jag är inte intresserad av att ta del av nyheter	10	13	24	12	41	100	23
Jag har inte tid att ta del av nyheter	8	13	26	13	40	100	21
Jag får de nyheter jag behöver via papperstidningen	5	7	26	12	50	100	12

Kommentar: Frågan lyder: "Om du inte har en digital prenumeration på någon morgontidning, hur viktiga är följande skäl till varför du har valt att inte prenumerera digitalt?". Tabellen baseras på personer som har angett att de inte har någon morgontidningsprenumeration alls i hushållet, varken digital eller pappersprenumeration. Antal svarspersoner är 691.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2019.

Sett till bakgrundsfaktorer är det huvudsakligen ålder som är avgörande för att förklarar skillnader i vilka skäl som är mest avgörande för att avstå digital prenumeration. Som exempel kan nämnas att äldre över 65 år är mest benägna att instämma i att de får de nyheter de behöver från radio/tv, 89 procent, att jämföra

med 59 procent bland unga under 30 år (τ -c 0,22^{***})⁴. Äldre är också något mer priskänsliga än yngre. 68 procent av 65–85-åringarna anger priset som viktigt skäl, medan motsvarande andel bland 16–29-åringar är 49 procent (τ -c 0,11^{***}). Samtidigt hänvisar yngre i högre utsträckning än äldre till att man redan får sitt nyhetsbehov tillgodosett genom nyhetsflöden i sociala medier, 59 jämfört med 35 procent (τ -c -0,16^{***}). Däremot framträder inga signifikanta skillnader sett till utbildningsnivå, hushållsinkomst, eller boendeområde.

Ännu lever morgontidningen på papper, men digitala prenumerationer knappar in

Vilka slutsatser kan då dras av de resultat som har presenterats i det här kapitlet? Jo, att morgontidningen på papper fortfarande är dominerande bland dem som prenumererar på någon morgontidning, men att den digitala prenumerationen sakta men säkert håller på att knappa in. När eller om de digitala prenumeranterna kommer att vara i majoritet är inte alldeles enkelt att sja om. Det beror dels på morgontidningarnas position på mediemarknaden, hur relevanta de upplevs av publiken, dels på hur snabbt viljan att betala för nyheter online förändras. Fortfarande tycks en relativt stor andel av befolkningen vara av uppfattningen att den digitala journalistiken inte är värd sitt pris, åtminstone inte i en tid då nyheter via radio och tv respektive sociala medier upplevs som mer relevanta än morgontidningen.

Samtidigt har de digitala prenumerationerna bidragit till att stoppa nedgången i antalet prenumeranter bland unga vuxna och yngre medelålders. I takt med att dessa grupper blir äldre, och väljer att hålla fast vid sina prenumerationer också fortsättningsvis, samtidigt som det fylls på med yngre generationer som har vuxit upp i en tid då det är mer självklart än tidigare att betala för digitalt innehåll i form av exempelvis streamingtjänster för tv-serier, film och musik, finns det skäl att vara hoppfull om att också viljan att betala för tjänster som erbjuder nyhetsjournalistik kommer att växa sig starkare. Om sedan den samlade prenumerationer kommer att ligga kvar på dagens nivå eller om den kommer att ligga på en betydligt lägre, om än stabil nivå, återstår dock att se.

APPENDIX

Tabell i Upplageutveckling för ett urval av svenska morgontidningar, 2017–2019 (antal exemplar/utgivningsdag)

		Total upplaga ¹	Antal betalda prenumerationer	Varav: Digital upplaga	Plus-abonnemang
<i>Borås Tidning</i> 7 dgr/v	2019	34 200	33 400	5 700	-
	2018	36 400	35 500	5 700	-
	2017	36 900	36 000	3 900	-
<i>Dalarnas Tidningar</i> 7 dgr/v	2019	42 800	41 600	9 300	7 200
	2018	42 300	41 000	8 600	4 300
	2017	44 400	42 700	9 300	3 200
<i>Göteborgs-Posten</i> 7 dgr/v	2019	121 400	118 600	37 700 (+4 000 friex)	15 000
	2018	127 500	123 900	31 000	10 800
	2017	126 700	132 600	25 600	-
<i>Skånska Dagbladet</i> 6 dgr/v	2019	19 900	14 800	1 000 (+4 300 friex)	1 900
	2018	20 400	15 400	1 200 (+4 000 friex)	800
	2017	18 300	16 700	900 (+1 200 friex)	-
<i>Svenska Dagbladet</i> 7 dgr/v	2019	171 200	152 900	67 900 (+12 600 friex)	-
	2018	170 600	151 000	60 500 (+11 000 friex)	-
	2017	164 900	i.u.	63 100 (i.u.)	-
<i>Sundsvalls Tidning</i> 7 dgr/v	2019	22 900	22 200	4 600	4 100
	2018	22 800	22 200	3 800	3 000
	2017	23 800	23 100	3 900	2 300
<i>Västerbottens-Kuriren</i> 6 dgr/v	2019	28 200	27 700	4 200	5 300
	2018	27 300	26 500	2 600	3 000
	2017	27 700	26 800	3 700	300

Kommentar: ¹I den totala upplagan ingår även lösnummerförsålda tidningar samt gratisexemplar/-prenumerationer. Den numerära skillnaden mellan total upplaga och antal betalda prenumerationer utgörs således av lösnummer och friexemplar. För de tidningar där antal digitala friexemplar inte anges, varierar antalet mellan ca 100–200. Så kallade plusabonnemang innebär inloggning och tillgång till tidningarnas material online, men inte den redigerade e-tidningen. Ett streck (-) innebär att tidningen inte erbjöd plusabonnemang det aktuella året.

Källa: TS Mediefakta/Kantar Sifo 2019 och 2020.

Noter

- ¹ Ett undantag fanns dock tidigt i kvällstidningen *Aftonbladets* plustjänst.
- ² Därtill hade tidningen 15 000 plusabonnemang.
- ³ Trots att den digitala upplagan inte alltid är fullfinansierad väljer de flesta tidningar att kommunicera den högre prenumerantsiffran, dvs. inklusive de som inte betalar, eftersom det ger en fingervisning om hur stort intresset är för tidningens innehåll liksom hur många som tar del av den. Men det är alltså långt ifrån alla användare som faktiskt genererar prenumerations- eller abonnemangsinntäkter.
- ⁴ Den nationella SOM-undersökningen genomförs som sex parallella editioner, där frågan om prenumeration finns med i två. I den ena ombeds respondenterna specificera vilken slags prenumeration de har, medan frågan i den andra editionen fokuserar på prenumeration generellt utan att skilja mellan pappersprenumeration och digital prenumeration. I figur 1 redovisas samtliga respondenters svar på de båda frågorna, medan figur 2 endast redovisar svaren bland dem som fått den specificerade frågan.
- ⁵ Tau-c mäter styrkan och riktningen i sambanden. Måttet går från -1 till +1, där -1 innebär ett perfekt negativt samband (högt på ena variabeln motsvaras av lågt på andra) och +1 innebär ett perfekt positivt samband (högt på ena variabeln ger högt på andra). Koefficienten 0 innebär att det saknas samband.

Referenser

- Andersson, Ulrika (2017). Digitala plattformar allt viktigare – förutom när det gäller tidningsprenumeration. I Ulrika Andersson, Jonas Ohlsson, Henrik Oscarsson, & Maria Oskarson (red) *Larmar och gör sig till*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Andersson, Ulrika (2019). Stort samhällsengagemang spelar roll för nyhetsvanorna – särskilt bland unga. I Ulrika Andersson, Björn Rönnerstrand, Patrik Öhberg & Annika Bergström (red) *Storm och stiltje*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Arrese, Ángel (2016). From Gratis to Paywalls. A brief history of a retro-innovation in the press's business. *Journalism Studies* 18(8): 1051–1067.
- Chyi, Hsiang Iris (2012). Paying for what? How much? And why (not)? Predictors of paying intent for multiplatform newspapers. *International Journal of Media Management* 14(3): 227–250.
- Dawson, Ross (2010a). Launch of Newspaper Extinction Timeline for every country in the world. Hämtad 2020-05-18 från https://rossdawson.com/blog/launch_of_newsp/

- Dawson, Ross (2010b). Newspaper Extinction Timeline. Hämtad 2020-05-18 från <https://rossdawson.com/frameworks/newspaper-extinction-timeline/>
- Dawson, Ross (2017). Review of the Newspaper Extinction Timeline: What we got wrong and the future of news from here. Hämtad 2020-05-18 från <https://rossdawson.com/blog/review-newspaper-extinction-timeline-got-wrong-future-news/>
- Fletcher, Richard & Rasmus Kleis Nielsen (2017). Paying for online news. A comparative analysis of six countries. *Digital Journalism* 5(9): 1171–1191.
- Hedman, Ulrika (2009). Morgontidningen kostar för mycket. I Sören Holmberg & Lennart Weibull (red) *Svensk höst*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Jonzon, Ninni (2018). *Från gratis till betalinnehåll*. Göteborg: Medier & Demokrati, Lindholmen Science Park.
- Lundquist, Hanna (2020, 14 april). HD-Sydsvenskan når digital milstolpe. *Journalisten*. Hämtad 2020-05-18 från <https://www.journalisten.se/nyheter/hd-sydsvenskan-nar-digital-milstolpe>
- TS Mediafakta/Kantar Sifo (2020). TS-upplageredovisning för dagspress 2019. Hämtad 2020-05-18 från <https://www.kantarsifo.se/rapporter-undersokningar/audit-rapporter>
- TS Mediafakta/Kantar Sifo (2019). TS-upplageredovisning för dagspress 2018. Stockholm: TS Mediafakta/Kantar Sifo.
- Weibull, Lennart (1983). *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm: Liber.
- Weibull, Lennart, Wadbring, Ingela & Jonas Ohlsson (2018). *Det svenska medielandskapet. Traditionella och sociala medier i samspel och konkurrens*. Stockholm: Liber.
- Wesslau, Karl (2002). *Value added in electronic publishing*. Stockholm: Kungliga tekniska högskolan.