

RÄCKVIDDSPLATTFORMAR

Bruttoräckvidd / dag:	41 600 ORVESTO Konsument 2015:HELÅR genomsnittlig utgåva/ ORVESTO Internet 2015 genomsnittlig dag
	41 700 ORVESTO Konsument 2016:1 genomsnittlig utgåva/ ORVESTO Internet Terial 1 2016 genomsnittlig dag
Nettoräckvidd / dag:	37 000 ORVESTO Konsument 2016:1 genomsnittlig utgåva/ ORVESTO Internet Terial 1 2016 genomsnittlig dag
Bruttoräckvidd / vecka:	70 300 ORVESTO Konsument 2015:HELÅR genomsnittlig utgåva/ ORVESTO Internet 2015 genomsnittlig vecka
	83 300 ORVESTO Konsument 2016:1 genomsnittlig utgåva/ ORVESTO Internet Terial 1 2016 genomsnittlig vecka

Print - Folkbladet, Västerbotten



Mått	Källa och period
Räckvidd (helår):	30 000 ORVESTO Konsument 2015:HELÅR genomsnittlig utgåva
Räckvidd (terial):	30 000 ORVESTO Konsument 2016:1 genomsnittlig utgåva
TS-upplaga/utg (helår):	7 800 TS 2015 ⁽¹⁾
RPC:	3,8
Betalningsgrad:	90 %
HHT utgivningskommun:	6 % ⁽¹⁾
Utgåvor / vecka:	6

Webb - folkbladet.nu



Mått	Källa och period
Räckvidd / dag (helår):	11 600 ORVESTO Internet 2015 genomsnittlig dag
Räckvidd / vecka (helår):	40 300 ORVESTO Internet 2015 genomsnittlig vecka
Räckvidd / dag (terial):	8 500 ORVESTO Internet Terial 1 2016 genomsnittlig dag
Räckvidd / vecka (terial):	34 300 ORVESTO Internet Terial 1 2016 genomsnittlig vecka
Unika webbläsare / vecka:	30 700 OAS Analytics 2016 Terial 1 genomsnittlig vecka
Besök / vecka:	70 300
Sidvisningar / vecka:	169 300
Besök / unika webbläsare:	2,3
Sidvisningar / besök:	2,4
Viewability:	Nej Egen uppgift ⁽¹⁾
Annonsmöjlighet inloggade:	Nej ⁽¹⁾



	Mått	Källa och period
Räckvidd / dag (helår):		N/A
Räckvidd / vecka (helår):		N/A
Räckvidd / dag (tertiäl):	3 200	ORVESTO Internet Tertial 1 2016 genomsnittlig dag
Räckvidd / vecka (tertiäl):	19 000	ORVESTO Internet Tertial 1 2016 genomsnittlig vecka
Unika webbläsare / vecka:	31 000	TNS SIFO Analytics 2016 Tertial 1 genomsnittlig vecka
Besök / vecka:	49 400	
Sidvisningar / vecka:	99 400	
Besök / unika webbläsare:	1,6	
Sidvisningar / besök:	2,0	
Viewability:	Nej	Egen uppgift ⁽¹⁾
Annonsmöjlighet inloggade:	Nej	⁽¹⁾

LOKALA PARTNERS

Radio

	Mått	Källa och period
Mix Megapol 104,2 och Rix FM 106,2 Umeå	Lyssnare per dygn (mån-sön) :	23 000 TNS SIFO Radioundersökningar, Rapport II 2016, P4-området Västerbotten, 9-79 år
	Lyssnare/vecka (mån-sön):	65 000

ÖVRIGA ANNONSMÖJLIGHETER

Sociala medier

	Mått	Källa och period
Folkbladet Västerbotten Instagram	Följare:	500 2016-05-30
Folkbladet, Västerbotten Facebook	Likes (följare):	4 400 2016-05-02 ⁽¹⁾
	Engagemang:	500 Tertial 1 2016
Folkbladet, Västerbotten Twitter	Följare:	2 100 ⁽¹⁾

Samannons

	Mått	Källa och period
Mediekompaniet - Print	Räckvidd (helår):	2 826 000 ORVESTO Konsument 2015:HELÅR genomsnittlig utgåva ⁽¹⁾
	Räckvidd (tertiäl):	2 819 000 ORVESTO Konsument 2016:1 genomsnittlig utgåva ⁽²⁾
Mediekompaniet Ibladning	Räckvidd (helår):	3 227 000 ⁽¹⁾
	Räckvidd (tertiäl):	3 241 000 ⁽²⁾
MK Mobil	Räckvidd / dag (helår):	439 800 ORVESTO Internet 2015 genomsnittlig dag ⁽³⁾
	Räckvidd / vecka (helår):	1 447 600 ORVESTO Internet 2015 genomsnittlig vecka ⁽⁴⁾
	Räckvidd / dag (tertiäl):	598 500 ORVESTO Internet Teriäl 1 2016 genomsnittlig dag ⁽⁵⁾
	Räckvidd / vecka (tertiäl):	1 805 500 ORVESTO Internet Teriäl 1 2016 genomsnittlig vecka ⁽⁶⁾
MK Webb	Räckvidd / dag (helår):	874 000 ⁽³⁾
	Räckvidd / vecka (helår):	2 220 900 ⁽⁴⁾
	Räckvidd / dag (tertiäl):	759 800 ⁽⁵⁾
	Räckvidd / vecka (tertiäl):	1 999 500 ⁽⁶⁾
Norrgruppen	Räckvidd (helår):	257 000 ⁽¹⁾
	Räckvidd (tertiäl):	253 000 ⁽²⁾

Övriga publiceringar

	Mått	Källa och period
Totalt Umeå	Räckvidd (helår):	41 000 ORVESTO Konsument 2015:HELÅR genomsnittlig utgåva
	Räckvidd (tertiäl):	38 000 ORVESTO Konsument 2016:1 genomsnittlig utgåva
	RS-distribution/utg (helår):	63 900 TS 2015

VARUMÄRKESKORT

TS Mediefaktas uppdrag

TS Mediefakta har en tydlig uppgift.

TS verkar på medieköparnas uppdrag och ”Reviderar och Kvalitetssäkrar Överenskomna siffror för att skapa Jämförbarhet i Mediaalet.”

För att utveckla och säkerställa de branschöverenskommelser som ligger till grund för TS arbete så verkar TS i flera kommittéer och forum.

- TS Mediekommitté – med representanter från TU, Sveriges Tidskrifter, Sveriges Annonserer och Sveriges Mediebyråer.
- Sveriges Annonserers Verkställande utskott.
- Det forum för Mediebyråer som TS skapat och träffar och stämmer av med via återkommande möten.

Varumärkeskort

På en alltmer fragmentiserad mediemarknad – med många nya annonsmöjligheter, men också tydliga utmaningar i att skapa överblick och jämförbarhet – har TS, i samråd med branschen och våra kommittéer, tagit fram det nya verktyget Varumärkeskortet.

Kortet hjälper medieköparna att få överblick och att välja med jämförbara och kvalitetssäkrade siffror som grund. Kortet ger också medierna en unik, sammanfattande och jämförbar möjlighet att visa alla de plattformar som de agerar på.

Ett effektivt verktyg för medieköparna – och en unik möjlighet för medierna att visa sina styrkor i alla plattformar.



Definitioner

Nettoräckvidd

Antal personer, netto, i befolkningen 16-80 år som läst, tittat på, lyssnat på någon av de kanaler som mäts i Orvesto och Orvesto Internet och som finns redovisade i detta varumärkeskort. Dubbeltäckning mellan plattformarna förekommer inte.

Bruttoräckvidd

Antal personer, brutto, i befolkningen 16-80 år som läst, tittat på, lyssnat på någon av de kanaler som mäts i Orvesto och Orvesto Internet och som finns redovisade i detta varumärkeskort. Bruttot är därmed summan av respektive räckviddsplattform och inkluderar dubbeltäckning mellan plattformarna.

Räckvidd

Antal personer, netto, i befolkningen 16-80 år som läst, tittat på, lyssnat på den redovisade plattformen.

TS-upplaga

Genomsnittlig upplaga.

Varav digitala exemplar.

Andel digitala exemplar av TS-upplagan. De digitala exemplaren ska till mer än 50 % ha ett gemensamt redaktionellt innehåll med den tryckta tidningen och i övrigt uppfylla definitionen av tidning enligt TS bestämmelser.

RPC

"Readers Per Copy". Antal läsare per upplagexemplar för föregående år. $RPC = \text{Räckvidd} / \text{TS Upplaga}$.

Betalningsgrad

Hur stor andel av TS Upplagan som är betald till ordinarie fullt pris.

HHT Utgivningskommun

Andel hushåll tidningen når inom sin utgivningskommun.

Utgåvor/vecka

Antal utgåvor per vecka.

Unika Webbläsare

Ett genomsnitt av totalt antal unika webbläsare (t.ex. Internet Explorer, Safari) per vecka för den aktuella mätperioden.



Varav inloggade

Andel som har loggat in på sajten.

Besök

Ett genomsnitt av totalt antal besök per vecka för den aktuella mätperioden.

Sidvisningar

Genomsnittligt antal sidvisningar per vecka för den aktuella mätperioden. En sidvisning uppstår då besökaren genom aktiv handling väljer att besöka en sida.

Via mobil

Andel av besökare som kommer via mobil.

Varav IOS och Android

Andel av besökare som använder IOS respektive Android.

Time spent

Genomsnittlig tid per besök under aktuell mätperiod. Besökare som bara besöker en sida (s.k. single page visits) exkluderas ur mätningen.

Viewability (Ja/Nej)

Finns möjligheten att få information om hur stor andel av annonsen som har varit synlig.

Startade strömmar

Antalet visningar av webb-TV. TV-klippet måste ha startats genom en aktiv handling, vilket innebär att automatiskt startade webb-TV-klipp ej kan medräknas.



VAST-Complete

The IAB's Video Ad Serving Template (VAST) är en internationell XML specifikation/standard vid Webb-TV-annonsering. Redovisar trafik per kvartil.

Frekvensstyrning (Ja/Nej)

Finns möjlighet att styra hur ofta en annons syns i en återkommande besökares flöde.

Annonsmöjlighet inloggade

Finns möjlighet att annonsera på delar av sajten som endast syns för besökare som har loggat in.

RS-distribution

Antal distribuerade exemplar i genomsnitt under den aktuella mätperioden.

QRS-Index

Sammanvägt index över hur mycket, hur ofta och hur länge en tidskrift används. Genomsnittligt index för samtliga tidningar som ingick vid mättillfället är 100.

Facebook (page likes)

Totalt antal följare (gilla-markeringar) för en facebookside vid ett visst datum.

Facebook (Engagemang)

Genomsnittligt antal, per vecka, gilla-markeringar, delningar och kommentarer för den aktuella Facebooksidan för aktuell mätperiod.

Twitter (följare)

Totalt antal prenumeranter på meddelandeflöden vid ett visst datum.

CTR (Click-through rate) för e-post

Antalet klick relaterat till antalet utskickade email, dvs. hur stor andel klickar sig vidare från e-posten till en webbsida.

