

## RÄCKVIDDSPLATTFORMAR

<b>Bruttoräckvidd / dag:</b>	<b>200 900</b> ORVESTO Konsument 2015:HELÅR genomsnittlig utgåva/ ORVESTO Internet 2015 genomsnittlig dag
	<b>195 900</b> ORVESTO Konsument 2016:1 genomsnittlig utgåva/ ORVESTO Internet Tertial 1 2016 genomsnittlig dag
<b>Nettoräckvidd / dag:</b>	<b>139 000</b> ORVESTO Konsument 2016:1 genomsnittlig utgåva/ ORVESTO Internet Tertial 1 2016 genomsnittlig dag
<b>Bruttoräckvidd / vecka:</b>	<b>363 700</b> ORVESTO Konsument 2015:HELÅR genomsnittlig utgåva/ ORVESTO Internet 2015 genomsnittlig vecka
	<b>409 400</b> ORVESTO Konsument 2016:1 genomsnittlig utgåva/ ORVESTO Internet Tertial 1 2016 genomsnittlig vecka

### Print

	Mått	Källa och period
Folkbladet, Västerbotten	<b>Räckvidd (helår):</b>	<b>30 000</b> ORVESTO Konsument 2015:HELÅR genomsnittlig utgåva <sup>(1)</sup>
	<b>Räckvidd (tertiäl):</b>	<b>30 000</b> ORVESTO Konsument 2016:1 genomsnittlig utgåva <sup>(2)</sup>
	<b>TS-upplaga/utg (helår):</b>	<b>7 800</b> TS 2015 <sup>(3)</sup>
	<b>RPC:</b>	<b>3,8</b>
	<b>Betalningsgrad:</b>	<b>90 %</b>
	<b>HHT utgivningskommun:</b>	<b>6 %</b> <sup>(3)</sup>
Västerbottens-Kuriren	<b>Utgåvor / vecka:</b>	<b>6</b>
	<b>Räckvidd (helår):</b>	<b>71 000</b> <sup>(1)</sup>
	<b>Räckvidd (tertiäl):</b>	<b>68 000</b> <sup>(2)</sup>
	<b>TS-upplaga/utg (helår):</b>	<b>29 200</b> <sup>(3)</sup>
	<b>Varav digitala ex (helår):</b>	<b>1 700</b> <sup>(3)</sup>
	<b>RPC:</b>	<b>2,4</b>
VK Media (VK + F)	<b>Betalningsgrad:</b>	<b>93 %</b>
	<b>HHT utgivningskommun:</b>	<b>40 %</b> <sup>(3)</sup>
	<b>Utgåvor / vecka:</b>	<b>6</b>
	<b>TS-upplaga/utg (helår):</b>	<b>37 000</b> <sup>(3)</sup>
	<b>Betalningsgrad:</b>	<b>92 %</b>
	<b>HHT utgivningskommun:</b>	<b>46 %</b> <sup>(3)</sup>

## Webb

	Mått	Källa och period
folkbladet.nu	Räckvidd / dag (helår):	11 600 ORVESTO Internet 2015 genomsnittlig dag <sup>(1)</sup>
	Räckvidd / vecka (helår):	34 000 ORVESTO Internet 2016 genomsnittlig vecka <sup>(2)</sup>
	Räckvidd / dag (tertiäl):	8 500 ORVESTO Internet Tertiäl 1 2016 genomsnittlig dag <sup>(3)</sup>
	Räckvidd / vecka (tertiäl):	34 300 ORVESTO Internet Tertiäl 1 2016 genomsnittlig vecka <sup>(4)</sup>
	Unika webbläsare / vecka:	30 700 OAS Analytics 2016 Tertiäl 1 genomsnittlig vecka
	Besök / vecka:	70 300
	Sidvisningar / vecka:	169 300
	Besök / unika webbläsare:	2,3
	Sidvisningar / besök:	2,4
	vk.se	Räckvidd / dag (helår):
Räckvidd / vecka (helår):		147 500 <sup>(2)</sup>
Räckvidd / dag (tertiäl):		53 600 <sup>(3)</sup>
Räckvidd / vecka (tertiäl):		138 800 <sup>(4)</sup>
Unika webbläsare / vecka:		145 200
Besök / vecka:		490 900
Sidvisningar / vecka:		1 764 100
Besök / unika webbläsare:		3,4
Sidvisningar / besök:		3,6
vk.se + folkbladet.nu		Unika webbläsare / vecka:
	Besök / vecka:	548 000
	Sidvisningar / vecka:	1 995 400
	Besök / unika webbläsare:	3,2
	Sidvisningar / besök:	3,6

## Mobil

	Mått	Källa och period
folkbladet.nu mobil	Räckvidd / dag (tertiäl):	3 200 ORVESTO Internet Tertiäl 1 2016 genomsnittlig dag <sup>(1)</sup>
	Räckvidd / vecka (tertiäl):	19 000 ORVESTO Internet Tertiäl 1 2016 genomsnittlig vecka <sup>(2)</sup>
	Unika webbläsare / vecka:	31 000 TNS SIFO Analytics 2016 Tertiäl 1 genomsnittlig vecka
	Besök / vecka:	49 400
	Sidvisningar / vecka:	99 400
	Besök / unika webbläsare:	1,6
	Sidvisningar / besök:	2,0
vk.se mobil	Räckvidd / dag (helår):	21 500 ORVESTO Internet 2015 genomsnittlig dag
	Räckvidd / vecka (helår):	81 200 ORVESTO Internet 2015 genomsnittlig vecka
	Räckvidd / dag (tertiäl):	32 600 <sup>(1)</sup>
	Räckvidd / vecka (tertiäl):	119 300 <sup>(2)</sup>
	Unika webbläsare / vecka:	164 900
	Besök / vecka:	515 800
	Sidvisningar / vecka:	1 557 100
	Besök / unika webbläsare:	3,1
	Sidvisningar / besök:	3,0

## Radio

	Mått	Källa och period
Mix Megapol 104,2 och Rix FM 106,2 Umeå	Lyssnare per dygn (mån-sön) :	23 000 TNS SIFO Radiundersökningar, 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 <sup>(1)</sup>
	Engagemang:	500 Tertial 1 2016 <sup>(2)</sup>
Folkbladet, Västerbotten Twitter	Följare:	2 100 <sup>(1)</sup>
Västerbottens-Kuriren Facebook	Likes (följare):	20 900 <sup>(1)</sup>
	Engagemang:	7 800 <sup>(2)</sup>
Västerbottens-Kuriren Instagram	Följare:	1 100 <sup>(1)</sup>
Västerbottens-Kuriren Twitter	Följare:	2 800 <sup>(1)</sup>

### Samannons

	Mått	Källa och period
Mediekompaniet - Print	Räckvidd (helår):	2 826 000 ORVESTO Konsument 2015:HELÅR genomsnittlig utgåva <sup>(1)</sup>
	Räckvidd (tertiäl):	2 819 000 ORVESTO Konsument 2016:1 genomsnittlig utgåva <sup>(2)</sup>
Mediekompaniet Ibladning	Räckvidd (helår):	3 227 000 <sup>(1)</sup>
	Räckvidd (tertiäl):	3 241 000 <sup>(2)</sup>
MK Mobil	Räckvidd / dag (helår):	439 800 ORVESTO Internet 2015 genomsnittlig dag <sup>(3)</sup>
	Räckvidd / vecka (helår):	1 706 500 ORVESTO Internet 2016 genomsnittlig vecka <sup>(4)</sup>
	Räckvidd / dag (tertiäl):	598 500 ORVESTO Internet Tertial 1 2016 genomsnittlig dag <sup>(5)</sup>
	Räckvidd / vecka (tertiäl):	1 805 500 ORVESTO Internet Tertial 1 2016 genomsnittlig vecka <sup>(6)</sup>
MK Webb	Räckvidd / dag (helår):	874 000 <sup>(3)</sup>
	Räckvidd / vecka (helår):	2 165 500 <sup>(4)</sup>
	Räckvidd / dag (tertiäl):	759 800 <sup>(5)</sup>
	Räckvidd / vecka (tertiäl):	1 999 500 <sup>(6)</sup>
Norrgruppen	Räckvidd (helår):	257 000 <sup>(1)</sup>
	Räckvidd (tertiäl):	253 000 <sup>(2)</sup>

	Mått	Källa och period
Totalt Umeå	Räckvidd (helår):	41 000 ORVESTO Konsument 2015:HELÅR genomsnittlig utgåva
	Räckvidd (tertia):	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 Annonsörer och Sveriges Mediebyråer.
- Sveriges Annonsörers 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.*

