

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

	TOTAL	Kön		Ålder					
		Man	Kvin	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-79
Antal intervjuer	48071	22503	25568	6518	6961	8022	8503	9424	8643
Population 1.000-tal	6901	3455	3446	1073	1165	1263	1180	1155	1065

Storstadstidningar med paket

		Man	Kvin	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-79
Dagens Industri	6	9	4	2	6	7	9	9	4
Dagens Nyheter vard	13	13	13	11	14	14	13	15	11
Svenska Dagbl. vard	7	7	7	5	7	6	8	8	8
Metro (Sth) må-fr	9	9	10	11	11	11	9	9	6
Stockholm City	7	7	7	9	9	8	7	6	4
Mitt i-tidningarna	13	12	14	9	14	15	14	14	13
Innerstadspress	3	2	3	1	4	3	2	3	2
Dagens Nyheter sönd	13	13	13	11	13	14	14	15	12
Svenska Dagbl. sönd	7	7	6	4	7	6	7	8	8
Metro (Sth) lörd	4	4	4	6	6	4	4	3	3
Göteborgs-Post vard	8	8	8	7	8	8	9	9	9
Metro (Gbg) må-fr	4	4	4	6	5	4	3	3	3
Göteborgs-Post sönd	8	8	8	6	8	8	9	9	9
Sydsvensk.Plus vard	6	6	6	5	5	6	6	7	7
Metro (Skå) må-fr	3	3	3	4	4	3	3	3	2
Malmömagasinet	1	1	1	1	1	1	1	2	2
Sydsvensk.Plus sönd	6	6	6	5	6	6	6	7	7
Citypaketet 3-vvv	35	35	34	33	37	36	35	36	30
Citypaketet 3-vvs	36	36	36	34	38	37	37	38	32
Metro Metropol må-fr	16	16	16	20	19	17	15	14	10
Näringsliv vard	6	6	5	2	5	5	6	7	7
Stockholmspaketet	19	19	19	19	21	21	19	20	15
Stockholm Trippel	17	17	17	17	19	18	17	18	15

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Research International
Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

	TOTAL	Kön		Ålder					
		Man	Kvin	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-79
Antal intervjuer	48071	22503	25568	6518	6961	8022	8503	9424	8643
Population 1.000-tal	6901	3455	3446	1073	1165	1263	1180	1155	1065

Morgonpress - övriga paket

Mälardalen	20	20	20	17	19	20	20	22	19
Citypaketet+	40	40	39	40	44	41	40	40	33
Citypaketet Weekend	25	24	26	17	27	27	27	28	24
FLT Riks	23	23	23	18	17	22	25	26	28
FLT Riks Trippel	27	27	27	24	22	26	29	29	30
FLT 25	21	20	21	16	16	20	23	24	25
FLT 25 Trippel	24	24	24	21	20	23	26	27	27
FLT 15	17	17	17	13	13	16	19	19	20
FLT 15 Trippel	20	20	20	18	16	19	21	22	22
Riksmedia Stora Riks	29	29	29	21	23	28	32	34	35
Riksmedia Lilla Riks	26	26	26	19	21	24	28	30	31
Stormarknadspress	12	12	12	9	10	11	12	13	13
Storm.press Trippel	15	15	15	13	14	14	15	16	15
Hela Landet Mat	74	74	74	68	70	75	77	78	76
Svea	65	65	65	60	63	66	67	69	66
Metro Metropol Tripp	25	25	25	31	30	27	24	21	16
Nya Skåne vard	3	3	3	2	2	3	3	3	3
Nya Skåne sönd	3	3	3	2	2	3	3	3	3
Industrikusten	4	4	4	3	3	4	5	5	5
Stora Norrland	5	5	5	4	4	5	6	6	6
Dalarnas Tidningar	2	2	2	2	2	2	2	3	3
Addmera	9	9	9	7	7	9	10	11	11
Addmera Trippel	11	11	11	9	9	10	12	12	12

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Research International
Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

	TOTAL	Kön		Ålder					
		Man	Kvin	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-79
Antal intervjuer	48071	22503	25568	6518	6961	8022	8503	9424	8643
Population 1.000-tal	6901	3455	3446	1073	1165	1263	1180	1155	1065

Kvällspress

Aftonbladet	vard	21	22	20	23	21	22	21	21	17
AB (AR01-02,04)	vard	5	5	5	5	6	6	5	5	4
Expr. Sth/Mål	vard	4	4	4	4	4	5	4	4	3
Expressen *	vard	17	18	17	19	16	17	17	18	15
GT	vard	3	4	3	4	3	3	3	4	3
Kvällsposten	vard	3	3	3	4	3	3	3	3	3
Aftonbladet	sönd	20	21	19	20	21	21	21	21	15
AB (AR01-02,04)	sönd	5	5	5	4	6	6	5	5	3
Expr. Sth/Mål	sönd	4	4	4	3	4	5	4	4	3
Expressen *	sönd	19	19	18	19	18	20	20	20	16
GT	sönd	4	4	4	4	4	4	4	4	3
Kvällsposten	sönd	4	4	4	4	4	4	4	4	3
AB Sportbladet		15	20	9	18	16	15	14	14	12
Expressen Sporten *		10	14	7	12	10	10	10	11	10

Kvällspress - paket

Impact (3v,1s)	61	63	60	65	64	64	62	60	51
Stand Up (4v,2s)	69	70	67	73	73	72	70	67	57
Impact Magasin	19	18	20	17	22	22	20	18	12
Impact TV	26	26	27	27	25	30	27	26	23

* Avser paketet EX/GT/KVP

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Research International
Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

	TOTAL	Kön		Ålder					
		Man	Kvin	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-79
Antal intervjuer	48071	22503	25568	6518	6961	8022	8503	9424	8643
Population 1.000-tal	6901	3455	3446	1073	1165	1263	1180	1155	1065

Tidskrifter m.m.

Över 75 % kvinnl. läsare

	TOTAL	Man	Kvin	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-79
Allas	6	2	9	4	4	6	7	7	6
Allers	9	4	13	5	5	7	8	12	16
Amelia	6	2	10	6	10	8	6	4	2
Cosmopolitan	3	1	4	10	4	1	1		
Damernas Värld	4	1	7	4	6	5	4	4	3
Elle	4	1	7	9	7	4	3	2	1
Elle a la Carte	2	1	3	2	3	2	2	1	1
Elle Interiör	3	2	5	3	6	4	3	3	1
Femina	4	1	7	3	4	4	5	4	2
Frida	1		2	6	1	1	1		
Frida Story Magazine	1		1	3	1				
FriskisPressen	4	2	6	4	5	4	4	3	1
Förskolan	2		3	1	2	2	2	2	
Hemmets Journal	8	4	13	3	4	6	8	12	18
Hemmets Veckotidning	7	3	11	3	4	6	7	10	15
Hennes	2	1	4	6	5	2	1		
I Form	3	1	4	3	4	4	3	2	1
IKEA Family	10	5	15	6	15	14	11	8	5
Mama	1	1	2	1	5	1			
Må Bra	6	3	10	3	5	7	9	8	6
Plaza Kvinna	2		3	4	3	1	1		
PS!	1		1	1	1	1	1	1	
Skandinavien Direkt	1		2		2	2	2	1	
Solo	2		3	7	3	1			
Svensk Damtidning	5	2	9	4	5	4	5	6	8
Tara	3	1	6	2	2	3	5	4	2
Veckans Vimmel	1		2	3	2	1			
Vecko-Revyn	4	2	6	13	4	2	2	1	1
Vårdfacket	2	1	4	1	2	3	4	3	1

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Research International
Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

	TOTAL	Kön		Ålder					
		Man	Kvin	15- 24	25- 34	35- 44	45- 54	55- 64	65- 79
Antal intervjuer	48071	22503	25568	6518	6961	8022	8503	9424	8643
Population 1.000-tal	6901	3455	3446	1073	1165	1263	1180	1155	1065
60-75 % kvinnl. läsare									
AB Kropp&Hälsa	6	4	8	7	8	7	7	6	3
Allers Trädgård	4	3	5	1	2	3	4	7	6
Allt i Hemmet	6	4	8	2	8	8	7	7	5
Allt om Mat	9	6	12	3	7	9	11	12	9
Allt om Trädgård	5	3	6	1	3	5	6	7	5
Chili	2	1	2	9	2	1			
EX/GT/KVP Leva&Bo	6	5	7	4	7	7	7	6	3
Fitness	2	1	2	3	3	2	1	1	
Föräldrar & Barn	2	1	3	1	5	2	1	1	
Hem Ljuva Hem	3	2	4	2	4	4	3	2	1
Hem Lj Hem Trädgård	2	1	2	1	1	2	2	2	2
Hundsport	3	2	4	2	3	3	3	3	2
Hus & Hem	9	7	12	4	11	13	10	9	6
Hälsa	4	2	6	2	3	4	5	6	4
Hänt Bild	2	1	3	4	3	2	1	1	
Hänt Extra	7	4	10	9	8	7	5	6	5
HästMagazinet	1		1	1	1	1	1		
Ica-Kuriren	12	9	16	8	8	11	14	16	18
Kommunalarbetaren	9	6	12	3	7	10	13	13	8
Kyrkans Tidning	1	1	2		1	1	1	2	4
Lantliv	2	1	3	1	2	2	2	2	1
Läkartidningen	2	1	2	1	1	2	2	2	1
Lärarnas Tidning	4	2	6	2	4	4	6	5	2
Lön & Jobb	2	2	3	1	2	3	3	2	1
Matmagasinet	3	2	4	1	3	3	3	4	2
Mersmak	11	6	16	4	9	12	13	13	15
Okej	1	1	1	3	1	1			
Plaza Interiör	2	1	3	2	4	2	2	1	
PRO-Pensionären	4	4	5					3	25
Residence	1	1	2	1	2	2	2	1	1
Se & Hör	6	4	9	9	8	6	5	5	5
Skolvärlden	2	1	2	1	2	2	2	3	1
SKTF-tidningen	3	2	4	1	1	2	4	4	3
Sköna Hem	7	4	10	3	9	8	8	8	5
Studentliv	3	2	3	8	5	2	1		
Svensk Hotellrevy	1		1	1	1	1	1	1	
Veckans Nu	2	1	3	6	4	2	1		
Veteranposten	3	2	3					1	16
Vi Föräldrar	3	2	4	2	9	4	1	1	
Vi Föräldrar Gravid	1		1	1	3	1			
Året Runt	7	4	11	3	4	5	7	11	16
Äntligen Hemma	3	2	4	2	4	4	3	2	1

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Research International
Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

	TOTAL	Kön		Ålder					
		Man	Kvin	15- 24	25- 34	35- 44	45- 54	55- 64	65- 79
Antal intervjuer	48071	22503	25568	6518	6961	8022	8503	9424	8643
Population 1.000-tal	6901	3455	3446	1073	1165	1263	1180	1155	1065
40-60 % kvinnl. läsare									
AB Resa	8	8	9	7	10	10	10	8	4
AB Söndagstidn.	14	14	15	13	17	16	15	13	9
AB TV	20	19	20	21	19	22	20	18	15
Allt om Fritidshus	2	2	2		1	3	3	4	3
Allt om Resor	3	2	3	2	3	3	3	4	3
Allt om Vin	2	2	2	1	2	2	2	3	2
Antik & Auktion	4	3	5	1	2	3	4	7	8
Civilekonomen	1	1	1	1	2	1	1	1	
Connoisseur	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Dagen	1	1	1	1	1	1	1	1	1
EX/GT/KVP Fredag	4	4	4	4	5	5	4	4	3
EX/GT/KVP Korsord	5	4	6	3	4	4	5	7	7
EX/GT/KVP TV	9	8	9	8	8	10	10	10	9
Friluftsliv	1	1	1	1	1	2	2	2	1
Gods och Gårdar	2	2	2	1	1	2	2	3	2
Gourmet	2	1	2	1	2	2	2	2	1
Gör så Här	3	4	3	1	3	4	4	4	2
Husvagn & Camping	2	3	2	1	1	2	3	5	3
Illustr. Vetenskap	10	12	9	13	13	10	11	9	6
Kupé	2	2	3	4	4	2	2	1	1
Land	9	9	10	4	5	7	10	14	16
National Geographic	4	4	4	4	4	4	4	4	3
Nöjesguiden	3	3	3	5	6	3	2	1	1
Res	2	2	2	2	3	2	2	2	1
Shortcut					1				
Siftidningen	5	5	4	1	4	6	6	6	4
Sparöversikt	1	1			1	1	1	1	1
Turist	3	3	4	1	2	3	4	5	5
Vagabond	2	2	2	2	4	3	2	2	
Vi	3	2	3	1	1	2	3	4	5
Vi i Villa	32	32	33	6	24	40	40	44	39
Vår Bostad	18	15	21	5	16	18	21	23	22

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Research International
Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

	TOTAL	Kön		Ålder					
		Man	Kvin	15- 24	25- 34	35- 44	45- 54	55- 64	65- 79
Antal intervjuer	48071	22503	25568	6518	6961	8022	8503	9424	8643
Population 1.000-tal	6901	3455	3446	1073	1165	1263	1180	1155	1065
60-80 % manl. läsare									
AB Bil	5	8	2	5	6	6	6	5	2
Affärsvärlden	2	2	1	1	2	2	2	2	1
Aktiespararen	2	3	1	1	2	1	2	4	4
Allt om DigitalFoto	1	1			1	1	1	1	
ATL Lantbr. Aff.tidn	2	4	1	2	2	3	3	3	2
Byggnadsarbetaren	2	3	1	1	2	3	2	3	2
Båtbörsen	2	2	1	1	2	2	2	2	1
Båtnytt	2	3	1	1	2	2	3	3	2
Café	3	4	1	7	5	2	1		
Canal+	9	11	7	10	10	12	11	8	4
Chef	3	3	2		2	4	4	3	1
Computer Sweden	2	3	1	1	3	3	2	1	
Dagens Arbete	4	6	3	2	4	6	5	5	3
DigitalFoto	1	1		1	1	1	1	1	
DigitalFoto för alla	1	2	1	1	1	1	1	2	1
Dyk	1	1		1	1	1			
Foto	2	2	1	2	2	2	2	2	1
Goal	1	1		3	1	1	1		
Golf Digest	1	2	1	1	1	2	1	2	1
Gula Tidningen	3	3	2	2	2	3	3	3	2
Internet World	2	3	1	2	2	3	2	2	
Jaktm.o Fiskevatten	2	4	1	2	2	2	3	3	3
Journalisten	1	1			1	1	1	1	
Land Lantbruk	4	5	3	2	2	3	4	5	6
Lantmannen	1	1		1	1	1	1	1	1
Mobil	1	1		2	1	1	1		
Ny Teknik	4	6	2	2	6	4	4	3	2
PC för Alla	4	6	2	4	4	5	4	3	2
PC Hemma	2	3	1	2	2	3	2	2	1
Plaza	1	1	1	2	2	1	1		
Populär Historia	2	2	1	1	2	2	2	2	1
Praktiskt Båtägande	1	1			1	1	1	1	1
Privata Affärer	4	5	3	1	3	4	5	6	5
Pro Hockey	1	1		2	1	1	1		
På Kryss	1	1	1	1	1	1	1	2	1
Segling	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Seko-magasinet	2	3	2	1	1	2	3	3	3
Sportmagasinet	4	5	2	7	6	4	3	1	1
Sunt Förnuft	2	3	1		1	1	2	4	5
Svensk Golf	7	9	4	4	7	7	8	8	5
Svensk Jakt	4	7	2	3	4	4	5	6	5
Upp och Ner	1	2	1		1	2	2	2	1
Ute Magasinet	1	2	1	1	2	1	1	1	
V75-guiden	1	2	1		1	1	2	2	1
Veckans Affärer	2	3	1	1	2	2	2	2	1
Vi Bilägare	7	11	3	3	4	6	8	11	9

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Research International
Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

	TOTAL	Kön		Ålder					
		Man	Kvin	15- 24	25- 34	35- 44	45- 54	55- 64	65- 79
Antal intervjuer	48071	22503	25568	6518	6961	8022	8503	9424	8643
Population 1.000-tal	6901	3455	3446	1073	1165	1263	1180	1155	1065
60-80 % manl. läsare									
Vi Båtägare	2	3	1	1	1	2	2	3	2
Vi Skogsägare	3	4	1	1	1	2	3	4	4
Åka Skidor	1	2	1	2	2	2	1	1	
Över 80 % manl. läsare									
Allt om DVD	1	1		1	1	1			
Allt om Jakt & Vapen	1	2		1	2	2	2	2	1
Allt om MC	2	3	1	2	3	3	3	2	
Automobil	1	2		2	1	1	1	1	
Auto Motor & Sport	2	4		3	3	3	2	2	1
Bilsport	4	7	1	9	5	4	3	2	1
Bilsport Börsen	1	3		3	2	2	1	1	
Bilsport Classic	2	3	1	3	2	3	3	2	1
Classic Motormagasin	2	3	1	2	1	2	3	2	1
Dator Magazin	1	2		2	2	1	1	1	
Fiske för Alla	2	3		2	2	2	2	2	1
Fiskejournalen	2	3		1	1	2	2	2	1
4-Wheel Drive	1	2		1	1	1	1	1	
Fyndbörsen	4	6	2	6	5	5	4	3	1
Jaktjournalen	1	2	1	1	1	2	2	2	2
Ljud & Bild	1	2		1	1	1	1	1	
M3	1	2		2	2	1	1		
MC-Guiden	1	2		2	2	2	1	1	
Motor	3	5	1	2	2	2	3	4	5
Motorbörsen	4	7	1	6	6	5	4	3	1
Nostalgia	2	4	1	2	2	3	3	2	1
PC Gamer	1	2		4	2	1	1		
Slitz	3	5	1	11	6	2	1		
Street Xtreme	1	2		3	1	1			
Super Play	1	2		4	1	1			
Teknikens Värld	5	8	1	5	5	5	5	5	3
Trailer	1	2		2	1	1	2	1	
Wheels Magazine	1	2		2	1	2	1	1	

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Research International
Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

	TOTAL	Kön		Ålder					
		Man	Kvin	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-79
Antal intervjuer	48071	22503	25568	6518	6961	8022	8503	9424	8643
Population 1.000-tal	6901	3455	3446	1073	1165	1263	1180	1155	1065

Tidskrifter - paket

Common People	22	11	32	11	12	17	22	29	39
Unga Män	2	4	1	7	3	2	1		
Unga Män Trippel	4	6	1	12	5	4	2		
Raka Spåret	8	8	8	2	7	9	11	11	6
Raka Spåret Trippel	10	10	10	3	10	12	13	14	7
Big Pack	20	15	25	11	18	22	22	24	22

Serietidningar

Agent X9	1	2	1	1	2	3	2	1	
Ernie	1	2	1	3	2	2	1	1	
Fantomen	2	3	1	3	3	3	3	1	1
Hälge	4	5	3	7	4	4	4	4	3
Kalle Anka & Co	6	7	5	14	6	7	4	2	2
Knasen	2	3	1	4	2	2	2	1	1
91:an	3	4	2	5	3	3	3	2	2

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Research International
Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

	TOTAL	Kön		Ålder					
		Man	Kvin	15- 24	25- 34	35- 44	45- 54	55- 64	65- 79
Antal intervjuer	48071	22503	25568	6518	6961	8022	8503	9424	8643
Population 1.000-tal	6901	3455	3446	1073	1165	1263	1180	1155	1065

Internetsajter - Veckoräckvidd

di.se	4	7	2	3	6	6	5	4	1
dn.se	8	10	7	7	15	11	8	6	2
gp.se	3	3	2	3	4	3	2	2	1
hd.se	1	1	1	1	1	1	1	1	
svd.se	4	5	3	3	6	4	4	3	1
sydsvenskan.se	1	2	1	1	2	2	1	1	
aftonbladet.se	30	35	24	39	46	36	30	19	6
expressen.se	14	17	11	15	22	18	15	10	3
computersweden.se	1	2		1	3	2	1	1	
golf.se	1	2	1	1	2	2	2	1	
idg.se	1	3		2	4	2	1	1	
internetworld.se	1	1		1	1	1	1		
macworld.se				1					
pcforalla.se	1	1		1	1	1	1		
privataaffarer.se	1	2	1	1	2	2	2	2	1
tv4.se	8	9	8	12	11	10	8	6	2
spray.se	7	7	7	11	11	8	6	4	1
posten.se	2	2	2	2	3	2	3	1	

Internetsajter - Månadsräckvidd

di.se	7	11	3	4	10	10	8	7	2
dn.se	14	17	12	14	23	18	14	11	4
gp.se	5	6	4	5	8	6	5	4	1
hd.se	1	2	1	2	2	2	1	2	
svd.se	7	9	5	6	11	8	7	7	3
sydsvenskan.se	3	4	3	3	5	4	3	2	1
aftonbladet.se	43	49	37	59	62	52	44	30	9
expressen.se	23	26	19	27	33	28	24	17	5
computersweden.se	3	5	1	2	5	4	3	2	
golf.se	3	5	1	2	4	4	4	3	1
idg.se	3	5	1	3	6	4	3	1	
internetworld.se	2	3	1	2	3	2	2	1	
macworld.se	1	1		1	1	1	1		
pcforalla.se	1	2		1	2	2	2	1	1
privataaffarer.se	3	4	1	1	3	3	3	3	2
tv4.se	19	21	18	29	28	24	19	12	4
spray.se	12	13	12	20	18	15	11	7	2
posten.se	5	5	4	5	7	6	5	4	1

Tabellerna visar sajternas räckvidd i % av olika målgrupper.

Research International
Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

	TOTAL	Kön		Ålder					
		Man	Kvin	15- 24	25- 34	35- 44	45- 54	55- 64	65- 79
Antal intervjuer	48071	22503	25568	6518	6961	8022	8503	9424	8643
Population 1.000-tal	6901	3455	3446	1073	1165	1263	1180	1155	1065

TV - Daglig räckvidd 15+ minuter/dag

SVT1	46	48	44	25	36	45	49	56	62
SVT2	44	47	41	21	34	44	48	56	62
TV3	24	23	24	34	32	24	20	16	16
TV4	49	49	49	43	47	49	49	51	54
TV4+	8	9	7	8	8	8	8	8	8
Kanal 5	22	22	22	35	32	23	18	13	11
TV6 Action/Nature	2	2	2	1	1	2	2	2	2
TV8	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ZTV	6	7	5	16	8	4	3	2	3
MTV	3	4	3	13	5	2	1		
Eurosport	6	10	3	5	4	4	6	8	11

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

		Ej								
		Areg	Areg	Areg	Stor	stor	Skå	Väst	Mälardalen	
		01	28	33	stad	stad	-ne	Sv.	dalen	
TOTAL		----	----	----	----	----	---	----	-----	
Antal intervjuer	48071	4424	2000	4117	1054	1375	30	5009	8552	11735
Population 1.000-tal	6901	1393	416	665	2475	4426	887	1262	2186	

Storstadstidningar med paket

Dagens Industri	6	10	7	7	9	5	7	6	8
Dagens Nyheter vard	13	44	4	3	26	6	4	3	32
Svenska Dagbl. vard	7	21	4	3	13	3	4	2	15
Metro (Sth) må-fr	9	39	2	2	23	2	1	1	27
Stockholm City	7	32			18	1			21
Mitt i-tidningarna	13	65			37				42
Innerstadspress	3	13			7				8
Dagens Nyheter sönd	13	42	4	3	25	6	3	3	31
Svenska Dagbl. sönd	7	20	4	3	13	3	3	2	15
Metro (Sth) lörd	4	17	1	1	10	1	1	1	12
Göteborgs-Post vard	8		1	67	18	3	1	42	
Metro (Gbg) må-fr	4	1	1	33	9	1	1	19	1
Göteborgs-Post sönd	8	1	1	64	18	3	1	42	1
Sydsvensk.Plus vard	6	1	68	1	12	2	41	1	1
Metro (Skå) må-fr	3	1	36	1	6	1	22		
Malmömagasinet	1		22		4		11		
Sydsvensk.Plus sönd	6	1	69	1	12	3	42	1	1
Citypaketet 3-vvv	35	56	79	79	66	17	51	55	42
Citypaketet 3-vvs	36	56	81	79	67	19	54	56	43
Metro Metropol må-fr	16	40	37	34	38	4	23	20	27
Näringsliv vard	6	17	3	2	10	3	3	2	12
Stockholmspaketet	19	68	4	4	40	8	4	3	50
Stockholm Trippel	17	63	6	4	38	6	5	4	46

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Storstad=AR01+28+33; Skåne=AR24-30; Västs. =AR32-40; Mälardalen=AR01-07, 45, 48-51

Research International

Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

	TOTAL	Ej								
		Areg 01	Areg 28	Areg 33	Stor stad	stor stad	Skå -ne	Väst Sv.	Mälar dalen	
Antal intervjuer	48071	4424	2000	4117	1054	1375	30	5009	8552	11735
Population 1.000-tal	6901	1393	416	665	2475	4426	887	1262	2186	

Morgonpress - övriga paket

Mälardalen	20	45	4	4	27	16	4	3	50
Citypaketet+	40	77	79	79	78	18	51	55	57
Citypaketet Weekend	25	40	71	62	51	11	41	41	30
FLT Riks	23			4	1	35		24	10
FLT Riks Trippel	27		1	7	2	40	1	29	12
FLT 25	21			3	1	32		23	8
FLT 25 Trippel	24		1	6	2	36	1	27	10
FLT 15	17			3	1	26		21	6
FLT 15 Trippel	20			6	2	30	1	26	7
Riksmedia Stora Riks	29	27	5	24	22	33	10	25	27
Riksmedia Lilla Riks	26	27	5	24	22	28	10	23	24
Stormarknadspress	12	2	1	1	2	17	1	1	17
Storm.press Trippel	15	4	1	2	3	21	1	2	21
Hela Landet Mat	74	58	84	82	69	77	87	78	67
Svea	65	58	79	80	67	64	52	73	66
Metro Metropol Tripp	25	58	55	52	56	8	35	32	41
Nya Skåne vard	3		1			4	21		
Nya Skåne sönd	3		1			4	20		
Industrikusten	4					7			
Stora Norrland	5					8			
Dalarnas Tidningar	2					3			
Addmera	9		10	2	2	13	18	14	
Addmera Trippel	11		15	4	3	15	23	17	

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Storstad=AR01+28+33; Skåne=AR24-30; Västs. =AR32-40; Mälardalen=AR01-07, 45, 48-51

Research International

Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

		Ej								
		Areg	Areg	Areg	Stor	stor	Skå	Väst	Mälardalen	
		01	28	33	stad	stad	-ne	Sv.	dalen	
TOTAL		----	----	----	----	----	---	----	-----	-----
Antal intervjuer	48071	4424	2000	4117	1054	1375	30	5009	8552	11735
Population 1.000-tal	6901	1393	416	665	2475	4426	887	1262	2186	

Kvällspress

Aftonbladet	vard	21	22	11	14	18	22	12	17	23
AB (AR01-02,04)	vard	5	22			13	1			16
Expr. Sth/Mäl	vard	4	15			9	1			12
Expressen *	vard	17	16	21	22	18	16	21	21	15
GT	vard	3	1	1	17	5	2	1	15	1
Kvällsposten	vard	3	1	17	1	4	3	17	1	1
Aftonbladet	sönd	20	20	10	12	16	22	11	16	22
AB (AR01-02,04)	sönd	5	20			11	1			15
Expr. Sth/Mäl	sönd	4	15			8	1			12
Expressen *	sönd	19	16	24	25	19	18	24	24	16
GT	sönd	4	1	1	19	6	3	1	17	1
Kvällsposten	sönd	4	1	19	2	4	4	20	1	1
AB Sportbladet		15	15	8	10	12	16	9	13	16
Expressen Sporten *		10	9	14	14	11	10	14	13	9

Kvällspress - paket

Impact (3v,1s)	61	58	56	60	58	63	58	63	59
Stand Up (4v,2s)	69	65	64	68	66	70	65	70	67
Impact Magasin	19	17	13	15	16	20	14	17	19
Impact TV	26	28	16	20	24	28	18	24	29

* Avser paketet EX/GT/KVP

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Storstad=AR01+28+33; Skåne=AR24-30; Västs. =AR32-40; Mälardalen=AR01-07,45,48-51

Research International

Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

		Ej							
		Areg	Areg	Areg	Stor	stor	Skå	Väst	Mälardalen
		01	28	33	stad	stad	-ne	Sv.	dalen
TOTAL		----	----	----	----	----	---	----	-----
Antal intervjuer	48071	4424	2000	4117	1054	1375	5009	8552	11735
Population 1.000-tal	6901	1393	416	665	2475	4426	887	1262	2186

Tidskrifter m.m.

Över 75 % kvinnnl. läsare

Allas	6	3	6	5	4	7	7	6	4
Allers	9	5	8	6	6	10	10	8	6
Amelia	6	7	7	7	7	6	6	6	7
Cosmopolitan	3	4	4	3	4	2	3	3	3
Damernas Värld	4	6	5	5	6	3	4	4	5
Elle	4	7	6	6	6	3	5	5	5
Elle a la Carte	2	3	2	2	3	1	2	2	3
Elle Interiör	3	6	4	5	5	2	4	4	5
Femina	4	5	6	5	5	3	5	4	4
Frida	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Frida Story Magazine	1	1	1	1	1	1	1	1	1
FriskisPressen	4	5	6	4	5	3	5	4	5
Förskolan	2	1	2	2	2	1	1	2	1
Hemmets Journal	8	4	10	6	6	10	11	8	6
Hemmets Veckotidning	7	4	8	6	5	9	9	7	5
Hennes	2	3	3	3	3	2	3	3	2
I Form	3	3	3	3	3	3	3	3	3
IKEA Family	10	12	14	11	12	9	13	9	11
Mama	1	2	2	1	2	1	1	1	1
Må Bra	6	6	7	7	7	6	7	6	6
Plaza Kvinna	2	2	2	2	2	1	2	2	2
PS!	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Skandinavien Direkt	1	1	2	1	1	1	2	1	1
Solo	2	2	2	2	2	1	2	2	2
Svensk Damtidning	5	6	8	5	6	5	7	5	6
Tara	3	4	3	3	4	3	3	3	4
Veckans Vimmel	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Vecko-Revyn	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Vårdfacket	2	2	2	2	2	3	2	2	2

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Storstad=AR01+28+33; Skåne=AR24-30; Västs. =AR32-40; Mälardalen=AR01-07, 45, 48-51

Research International

Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

	TOTAL	Ej							
		Areg 01	Areg 28	Areg 33	Stor stad	Stor stor stad	Skå -ne	Väst Sv.	Mälardalen
Antal intervjuer	48071	4424	2000	41171	10541	37530	5009	8552	11735
Population 1.000-tal	6901	1393	416	665	2475	4426	887	1262	2186
60-75 % kvinnl. läsare									
AB Kropp&Hälsa	6	7	4	5	6	6	4	5	7
Allers Trädgård	4	3	4	3	3	4	5	4	3
Allt i Hemmet	6	7	5	6	6	6	5	6	6
Allt om Mat	9	10	11	10	10	8	10	9	9
Allt om Trädgård	5	4	5	4	4	5	5	4	4
Chili	2	2	2	1	2	2	2	2	2
EX/GT/KVP Leva&Bo	6	6	8	7	7	6	7	7	6
Fitness	2	2	2	2	2	1	1	2	2
Föräldrar & Barn	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Hem Ljuva Hem	3	3	2	3	2	3	2	2	3
Hem Lj Hem Trädgård	2	1	2	1	1	2	2	1	2
Hundsport	3	2	3	3	2	3	3	3	3
Hus & Hem	9	10	10	9	10	9	10	9	10
Hälsa	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Hänt Bild	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Hänt Extra	7	6	7	7	6	7	8	7	6
HästMagazinet	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ica-Kuriren	12	10	11	11	11	13	12	12	12
Kommunalarbetaren	9	5	8	7	6	11	10	9	7
Kyrkans Tidning	1	1	2	1	1	2	2	1	1
Lantliv	2	2	2	1	2	2	2	2	2
Läkartidningen	2	2	2	2	2	1	2	1	2
Lärarnas Tidning	4	3	4	4	3	4	3	4	3
Lön & Jobb	2	2	3	3	3	2	2	2	2
Matmagasinet	3	2	3	3	3	3	4	3	2
Mersmak	11	19	11	8	15	9	8	7	17
Okej	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Plaza Interiör	2	2	2	2	2	2	2	2	2
PRO-Pensionären	4	3	4	3	3	5	4	4	4
Residence	1	3	2	2	3	1	2	1	2
Se & Hör	6	5	7	6	6	6	8	6	5
Skolvärlden	2	2	2	2	2	2	2	1	2
SKTF-tidningen	3	2	3	2	2	3	3	3	2
Sköna Hem	7	9	8	8	9	6	8	7	8
Studentliv	3	3	4	3	3	2	3	2	3
Svensk Hotellrevy	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Veckans Nu	2	2	3	3	3	2	3	2	2
Veteranposten	3	3	3	2	3	3	3	3	3
Vi Föräldrar	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Vi Föräldrar Gravid	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Året Runt	7	5	6	6	5	9	7	7	6
Äntligen Hemma	3	2	2	2	2	3	2	2	3

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Storstad=AR01+28+33; Skåne=AR24-30; Västs. =AR32-40; Mälardalen=AR01-07, 45, 48-51

Research International

Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

	TOTAL	Ej								
		Areg 01	Areg 28	Areg 33	Stor stad	stor stad	Skå -ne	Väst Sv.	Mälardalen	
Antal intervjuer	48071	4424	2000	4117	1054	1375	30	5009	8552	11735
Population 1.000-tal	6901	1393	416	665	2475	4426	887	1262	2186	
40-60 % kvinnl. läsare										
AB Resa	8	10	5	7	8	9	5	7	10	
AB Söndagstidn.	14	13	6	9	11	16	7	11	15	
AB TV	20	20	8	13	16	21	10	17	21	
Allt om Fritidshus	2	3	2	2	2	2	2	2	3	
Allt om Resor	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
Allt om Vin	2	2	2	2	2	1	2	2	2	
Antik & Auktion	4	4	4	3	4	4	5	3	4	
Civilekonomen	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Connoisseur	1	2	1	1	2		1	1	2	
Dagen	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
EX/GT/KVP Fredag	4	5	5	5	5	4	5	5	5	
EX/GT/KVP Korsord	5	5	6	6	5	5	6	6	5	
EX/GT/KVP TV	9	10	9	9	10	9	10	10	10	
Friluftsliv	1	2	1	1	1	1	1	1	2	
Gods och Gårdar	2	2	2	1	2	2	2	2	2	
Gourmet	2	2	2	2	2	1	2	1	2	
Gör så Här	3	2	3	3	2	4	3	3	3	
Husvagn & Camping	2	1	1	2	1	3	2	2	2	
Illustr. Vetenskap	10	11	12	10	11	10	12	10	11	
Kupé	2	3	3	3	3	2	2	2	3	
Land	9	4	4	4	4	12	7	8	6	
National Geographic	4	5	6	4	5	3	5	4	5	
Nöjesguiden	3	6	6	4	5	1	4	3	4	
Res	2	3	2	3	3	2	2	2	3	
Shortcut		1			1					
Siftidningen	5	4	5	5	5	5	5	5	4	
Sparöversikt	1	1	1	1	1	1	1		1	
Turist	3	3	3	4	3	3	3	3	4	
Vagabond	2	3	3	3	3	2	2	2	3	
Vi	3	3	2	2	3	2	2	2	3	
Vi i Villa	32	20	25	26	22	38	33	33	24	
Vår Bostad	18	22	20	21	22	16	18	17	20	

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Storstad=AR01+28+33; Skåne=AR24-30; Västs. =AR32-40; Mälardalen=AR01-07, 45, 48-51

Research International

Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

	TOTAL	Ej								
		Areg 01	Areg 28	Areg 33	Stor stad	Stor stor stad	Skå -ne	Väst Sv.	Mälardalen	
Antal intervjuer	48071	4424	2000	4117	1054	1375	30	5009	8552	11735
Population 1.000-tal	6901	1393	416	665	2475	4426	887	1262	2186	
60-80 % manl. läsare										
AB Bil	5	5	3	3	4	6	3	4	6	
Affärsvärlden	2	3	2	2	3	1	2	1	2	
Aktiespararen	2	2	2	2	2	2	3	2	2	
Allt om DigitalFoto	1	1	1	1	1		1	1	1	
ATL Lantbr. Aff.tidn	2	1	1	1	1	3	2	2	1	
Byggnadsarbetaren	2	2	2	2	2	3	3	2	2	
Båtbörsen	2	2	1	2	2	1	1	2	2	
Båtnytt	2	3	1	3	3	2	1	3	3	
Café	3	4	3	3	3	2	3	3	3	
Canal+	9	9	7	7	8	10	8	8	9	
Chef	3	3	2	3	3	2	2	2	3	
Computer Sweden	2	4	2	2	3	1	2	1	3	
Dagens Arbete	4	1	2	4	2	6	3	4	3	
DigitalFoto	1	1	1	1	1		1	1	1	
DigitalFoto för alla	1	1	2	1	1	1	1	1	1	
Dyk	1	1	1	1	1		1		1	
Foto	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Goal	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Golf Digest	1	2	2	2	2	1	1	1	2	
Gula Tidningen	3	5	2	1	3	2	2	1	4	
Internet World	2	3	2	2	2	2	2	2	2	
Jaktm.o Fiskevatten	2	1	1	1	1	3	1	2	1	
Journalisten	1	1	1	1	1		1		1	
Land Lantbruk	4	1	2	1	1	5	3	3	2	
Lantmannen	1		1			1	1	1	1	
Mobil	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Ny Teknik	4	5	4	5	5	3	3	4	4	
PC för Alla	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
PC Hemma	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Plaza	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Populär Historia	2	2	3	2	2	1	2	1	2	
Praktiskt Båtagande	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Privata Affärer	4	6	4	4	5	3	4	4	5	
Pro Hockey	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
På Kryss	1	2		2	2	1		2	1	
Segling	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
Seko-magasinet	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
Sportmagasinet	4	4	2	3	3	4	3	3	4	
Sunt Förnuft	2	3	2	2	3	2	2	2	3	
Svensk Golf	7	9	9	8	9	6	8	7	8	
Svensk Jakt	4	2	2	2	2	6	3	3	3	
Upp och Ner	1	2	2	1	2	1	1	1	2	
Ute Magasinet	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
V75-guiden	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Veckans Affärer	2	4	3	2	3	1	2	1	3	
Vi Bilägare	7	6	5	4	5	8	5	5	7	

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Storstad=AR01+28+33;Skåne=AR24-30;Västsv.=AR32-40;Mälardalen=AR01-07,45,48-51

Research International

Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

	TOTAL	Ej							
		Areg 01	Areg 28	Areg 33	Stor stad	stor stad	Skå -ne	Väst Sv.	Mälardalen
Antal intervjuer	48071	4424	2000	4117	1054	1375	5009	8552	11735
Population 1.000-tal	6901	1393	416	665	2475	4426	887	1262	2186
60-80 % manl. läsare									
Vi Båtägare	2	3	1	2	2	1	1	2	2
Vi Skogsägare	3	1		1	1	4	1	2	1
Åka Skidor	1	2	1	2	2	1	1	1	2
Över 80 % manl. läsare									
Allt om DVD	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Allt om Jakt & Vapen	1	1		1	1	2	1	1	1
Allt om MC	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Automobil	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Auto Motor & Sport	2	3	3	3	3	2	2	2	2
Bilsport	4	3	3	3	3	5	4	4	4
Bilsport Börsen	1	1	1	1	1	2	1	1	1
Bilsport Classic	2	1	1	1	1	3	2	2	2
Classic Motormagasin	2	1	1	1	1	2	1	2	2
Dator Magazin	1	2	1	1	2	1	1	1	1
Fiske för Alla	2	1	1	1	1	2	1	2	1
Fiskejournalen	2	1	1	1	1	2	1	1	1
4-Wheel Drive	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Fyndbörsen	4	3	3	3	3	5	4	4	3
Jaktjournalen	1	1		1	1	2	1	1	1
Ljud & Bild	1	1	1	2	1	1	1	1	1
M3	1	2	1	1	1	1	1	1	1
MC-Guiden	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Motor	3	3	5	3	3	3	4	3	3
Motorbörsen	4	3	3	3	3	5	4	4	3
Nostalgia	2	2	1	2	2	3	2	2	2
PC Gamer	1	1	2	1	1	1	2	1	1
Slitz	3	4	4	3	4	3	4	3	3
Street Xtreme	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Super Play	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Teknikens Värld	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Trailer	1	1	1	1	1	2	1	1	1
Wheels Magazine	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Storstad=AR01+28+33; Skåne=AR24-30; Västs v. =AR32-40; Mälardalen=AR01-07, 45, 48-51

Research International

Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

		Ej							
		Areg	Areg	Areg	Stor	stor	Skå	Väst	Mälar
		01	28	33	stad	stad	-ne	Sv.	dalen
	TOTAL	----	----	----	----	----	---	----	-----
Antal intervjuer	48071	4424	2000	4117	1054	1375	5009	8552	11735
Population 1.000-tal	6901	1393	416	665	2475	4426	887	1262	2186

Tidskrifter - paket

Common People	22	13	20	17	15	25	24	21	16
Unga Män	2	2	3	2	2	2	2	2	2
Unga Män Trippel	4	4	4	3	4	4	4	3	4
Raka Spåret	8	8	9	9	9	8	8	8	8
Raka Spåret Trippel	10	11	11	12	11	9	10	10	10
Big Pack	20	19	20	19	19	20	20	19	20

Serietidningar

Agent X9	1	2	1	1	1	1	2	1	2
Ernie	1	2	2	1	2	1	2	1	2
Fantomen	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Hälge	4	2	2	2	2	6	4	3	3
Kalle Anka & Co	6	5	6	5	5	6	6	5	5
Knasen	2	2	2	2	2	2	2	2	2
91:an	3	2	2	2	2	4	3	3	2

Tabellerna visar tidningarnas räckvidd i % av olika målgrupper.

Storstad=AR01+28+33; Skåne=AR24-30; Västs. =AR32-40; Mälardalen=AR01-07, 45, 48-51

Research International

Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

		Ej							
		Areg	Areg	Areg	Stor	stor	Skå	Väst	Mälardalen
		01	28	33	stad	stad	-ne	Sv.	
	TOTAL	----	----	----	----	----	---	----	-----
Antal intervjuer	48071	4424	2000	4117	1054	1375	30	8552	11735
Population 1.000-tal	6901	1393	416	665	2475	4426	887	1262	2186

Internetsajter - Veckoräckvidd

di.se	4	8	5	4	7	3	4	4	6
dn.se	8	21	6	5	14	5	5	4	16
gp.se	3	1		18	5	1	1	11	1
hd.se	1		1			1	5		
svd.se	4	10	4	2	7	2	3	2	7
sydsvenskan.se	1		15		3	1	9		
aftonbladet.se	30	36	26	28	32	28	25	27	34
expressen.se	14	20	10	11	16	13	9	11	18
computersweden.se	1	3	2	2	2	1	1	1	2
golf.se	1	2	2	1	2	1	2	1	2
idg.se	1	3	1	2	2	1	1	1	2
internetworld.se	1	1	1	1	1	1	1	1	1
macworld.se									
pcforalla.se	1	1	1	1	1	1	1	1	1
privataaffarer.se	1	2	1	1	2	1	1	1	2
tv4.se	8	10	8	8	9	8	7	8	9
spray.se	7	8	7	7	7	7	7	6	8
posten.se	2	3	2	2	3	2	2	2	2

Internetsajter - Månadsräckvidd

di.se	7	13	7	8	10	5	7	6	10
dn.se	14	35	9	9	24	9	9	8	27
gp.se	5	2	1	33	10	2	1	21	1
hd.se	1	1	1		1	2	9		
svd.se	7	17	9	4	12	4	6	4	13
sydsvenskan.se	3	1	29	1	6	1	18	1	1
aftonbladet.se	43	50	39	42	46	41	37	40	48
expressen.se	23	31	16	19	25	21	16	18	29
computersweden.se	3	5	3	4	5	2	3	3	4
golf.se	3	4	3	3	4	2	3	3	4
idg.se	3	5	3	4	4	2	3	3	4
internetworld.se	2	3	2	2	3	1	2	2	2
macworld.se	1	1	1	1	1	1	1	1	1
pcforalla.se	1	2	2	2	2	1	2	2	1
privataaffarer.se	3	4	3	3	4	2	3	3	3
tv4.se	19	21	19	20	20	19	19	19	20
spray.se	12	14	12	12	13	12	12	11	14
posten.se	5	6	5	6	6	4	5	4	5

Tabellerna visar sajternas räckvidd i % av olika målgrupper.

Storstad=AR01+28+33; Skåne=AR24-30; Västs. =AR32-40; Mälardalen=AR01-07, 45, 48-51

Research International

Sifo Media

2005-02-21

ORVESTO KONSUMENT 2004 HELÅR

Räckvidd %

		Ej							
		Areg	Areg	Areg	Stor	stor	Skå	Väst	Mälar
		01	28	33	stad	stad	-ne	Sv.	dalen
	TOTAL	----	----	----	----	----	---	----	-----
Antal intervjuer	48071	4424	2000	4117	1054	1375	30	5009	8552
Population 1.000-tal	6901	1393	416	665	2475	4426	887	1262	2186

TV - Daglig räckvidd 15+ minuter/dag

SVT1	46	44	43	45	44	46	44	46	45
SVT2	44	43	42	44	43	45	42	44	43
TV3	24	26	29	25	27	22	26	23	26
TV4	49	45	47	47	46	51	48	50	46
TV4+	8	7	8	8	8	8	8	8	8
Kanal 5	22	25	27	23	25	20	24	21	24
TV6 Action/Nature	2	2	2	2	2	2	2	1	2
TV8	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ZTV	6	7	9	7	7	5	7	6	7
MTV	3	4	4	4	4	3	4	3	4
Eurosport	6	6	7	7	6	6	6	6	7

Storstad=AR01+28+33; Skåne=AR24-30; Västs. =AR32-40; Mälardalen=AR01-07, 45, 48-51

Research International

Sifo Media