

Müüdid ajalehtedest ja reklaami mõjust

1

Inimestel pole harjumust lugeda

Tegelikkus: 87% elanikkonnast loeb ajalehti ja 68% loeb neid regulaarselt.

(TNS Emor, EMU 2009, IV kv)

2

Noored on ainult internetis või vaatavad telekat

Tegelikkus: 15–19aastastest 84% ja üle 60aastastest 91% loevad lehti. Televisorit vaatavad üle 60aastased kaks korda rohkem kui noored.

(TNS Emor, Telemöödik 2009, IV kv)

3

Lehtede lugejaprofiili pole võimalik tuvastada

Tegelikkus: Nüüd on, vaata EE lugejaprofiili lk 3.

EESTI EKSPRESS

S Ö L T U M A T U N Ä D A L A L E H T

4

Ajalehtedele pühendatakse vähem aega

Tegelikkus: Ajalehtede lugemise aeg ei ole kolme aasta jooksul vähenenud. Jah, internetis veedetud aeg on suurenenud.

(TNS Emor, Meediapäev 2006 vs. 2009)



Kuidas säästa reklaamiraha?

Uuringufirma TNS Emor uuris kolme reklaamikampaniat, mis korraldati kõigis Eesti tähtsamates ajalehtedes.

Kõikides kanalites kasutati samu formaate ja kujundusi, päevalehtedes tehti **kolm ilmumist** ja nädalalehtedes **üks ilmumine**.

Emor mõõtis reklaamide märgatavust ja kolme kampaania keskmised tulemused olid järgmised:

Eesti Ekspress – iga reklaam ilmus **1 kord** ja reklaami märgatavus lugejate seas oli **34%**.

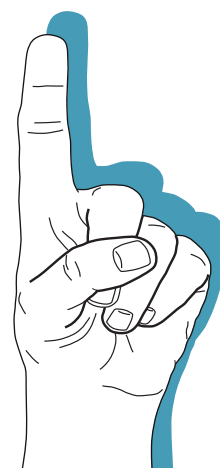
Õhtuleht – iga reklaam ilmus **3 korda** ja reklaami märgatavus lugejate seas oli **36%**.

Postimees – iga reklaam ilmus **3 korda** ja reklaami märgatavus lugejate seas oli **33%**.

Eesti Päevaleht – iga reklaam ilmus **3 korda** ja reklaami märgatavus lugejate seas oli **33%**.

EESTI EKSPRESS
S Ö L T U M A T U N Ä D A L A L E H T

1 = 3



Järeldus on, et nädalalehti loetakse pikemalt ja põhjalikumalt kui päevalehti ning ühe nädalalehe reklaami märgatavus on sama mis kolmel päevalehe reklaamil.

1

Nädalalehe pikk lugemistsükkel

Suur osa Eesti Ekspressi lugejaid (50% lugejatest) loeb ühte lehenumbrit mitmel päeval.

Võrdluseks: päevalehti võtab mitu korda kätte keskmiselt 29%. Ekspressi loetakse peamiselt kodus (67% lugejatest), seega põhjalikumalt.

2

Ilmub vahetult enne peamist ostuaega

Eesti Ekspress ilmub vahetult enne nädalavahetust ehk enne peamist ostuaega, mistõttu reklaam Eesti Ekspressis mõjutab lugejat otseselt ostetava kauba või tarbitava teenuse valikul.

3

Kindlale sihtgrupile suunatud eriväljaanded

Ekspressi erilehed aitavad suunata reklaami just sobivale sihtgrupile.

Regulaarselt ilmuvad erilehed:

- elustiiliajakirjad EE Naine ja EE Mees
- sisustus-, remondi- ja ehitusväljaanne EE Kodu
- pereajakiri Terve Pere

Eesti Ekspressi paberlehe lugejaprofiil

- keskmisest haritum ja jõukam
- optimistliku maailmavaatega ja oma eluga rahul olev
- hea keeleoskusega
- aktiivne ja mitmekülgne ajalehtede lugeja
- ühiskondlikult aktiivne
- kultuurne: huvitub kirjandusest, teatrist ja muusikast
- kõrge keskkonnateadlikkusega
- orienteeritud tarbimisele (hindab kvaliteeti)

Vaba aeg

Vabal ajal tegeleb Eesti Ekspressi lugeja enese arendamisega (58% lugejatest): koolitab ja täiendab ennast, teeb sporti (35% lugejatest väidab, et sport on neile elus olulisel või väga olulisel kohal). 54% lugejatest tegeleb spordiga vähemalt ühel korral nädalas.

Samuti on talle tähtis kodune keskkond, huvitub aiatööst ja kodu kaunistamisest. 43% lugejatest

Finantsseis

Oma raha investeerib ta keskmisest enam investeerimisfondidesse, osakutesse ja väärtpaberitesse (14%), pensionikindlustusse (18%) või hoiustab pangas (24%). 31% paigutab raha eluasemesse, 16% on teinud kinnisvarainvesteeringu.

Reisimine ja puhkamine

Eesti Ekspressi lugeja on keskmisest aktiivsem reisija. 35% lugejatest kogub raha eesmärgiga minna reisile. 65% on viimase aasta jooksul käinud välismaal, 40% tegi seda lennukiga, 42% laevaga. Puhkust veedab Ekspressi lugeja Eestis ringi

EESTI EKSPRESS

S Ö L T U M A T U N Ä D A L A L E H T

85% lugejatest peab oma hobiks looduses liikumist, 83% raamatute lugemist. 72% lugejatest mainis vaba aja veetmisena ka ostlemist.



käib vähemalt kord kuus väljas söömas ja lõbutsemas. 29% külastab vähemalt kord kuus kultuurisündmusi (muuseumid, näitused, teatrid, kontserdid).

Suur hulk lugejaid peab oma hobiks looduses liikumist (85%), raamatute lugemist (83%), toidu valmistamist (54%). 72% lugejatest mainis vaba aja veetmisena ka ostlemist.

21% lugejatest arvas 2009. aastal, et nende finantsseis järgneva kahe aasta jooksul paraneb. 35%-l puudusid laenu-, liisingu- või järelmaksukohustused.

reisides (42%) või välismaal (32%). Puhkusereisi valikul eelistab kultuurireise (58%) ja välismaist rannapuhkust (41%). 19% ühildab puhkusereisi sportimisvõimalustega (golf, suusatamine, sukeldumine, matkamine jne).

Alates märtsist 2010 ilmub Eesti Ekspress uuel moodsal kujul!

Kuulutasime kriidijastu lõppenuks, trükkisime lehe loodushoidlikule paberile, uuendasime sisu ning tegime formaadi käepärasemaks.

Ekspress on uurivat ajakirjandust, kvaliteetset lugemist ja väga head ajakirjanduslikku stiili pakkuv väljaanne. Põhilehe olulise osa moodustab kultuurilisa Areen, mis on üks tähtsaim kultuurimõtte väljund Eestis.

Ekspress ei vaatle kõrvaltseisjana, vaid sekub ühiskonda aktiivselt ja võitlevalt. Ta otsib ühiskonnast varjatud valupunkte, kisub sigatsejad ja silmakirjateenrid valguse kätte ning paljastab nad avalikkuse silme all.

EESTI EKSPRESS

S Ö L T U M A T U N Ä D A L A L E H T

Ekspressi tugevuse ja unikaalsuse tagavad isikupärased ajakirjanikud: Madis Jürgen, Tarmo Vahter, Sulev Vedler, Krister Kivi, Janar Filippov, Pekka Erelt, Siim Nestor, Andrei Hvostov ja paljud teised.

Just nemad on Ekspressile võitnud viis uuriva ajakirjanduse auhinda – Bonnieri preemiat. Nende uurimused on Eesti ühiskonda tõsiselt raputanud ning nende töö heitnud valgust lausa uskumatutele afääridele.

Uus Eesti Ekspress kannab endas printmeedia parimaid omadusi:

1 Käepärasem formaat

Põhileht ja kultuurilisa Areen on nüüd kokku köidetud ning moodustavad ühe sidusa terviku. TV-Nädal on põhilehe vahelt lihtsasti eraldatav.

2 Loodushoidlik mattpaber

Kogu leht on nüüd säravvalgel ajalehepaberil ja kvaliteetses trükkis.

3 Uus kujundus

Paremini loetav. Kujundus võimaldab esile tõsta lehe ajakirjanduslikku sisu ja reklaamide kvaliteeti.

4 Uued rubriigid, uued tegijad



EESTI EKSPRESS
11 (1050) 18. märts 2010
S Ö L T U M A T U N Ä D A L A L E H T
Hind 19.80
9 771466 110006

Arvutame, kui palju maksab lapse üleskasvatamine
Avameelne usutlus **Mikkel Rauaga**
Jõusaalides käib äri eluohutlike steroididega
Eestlased seotud Hollandi kunstifondist varustatud 300 miljoni krooniga

United Motors
www.bmw.ee
Sõdurõõm

RÕÕM SÕITA OTSE TIPPU.
Täiuslikumale lihenel kui kunagi varem. Uus BMW 5. seeria: kajastub autotootmise uue ajaaju harmoonia, kus on ühendatud efektiivne dünaamika ja intelligentne disain. Iga väiksema detaili uus BMW 5. seeria on hoolikalt läbi mõeldud ning täis sõidurõõmi. Alusta OMA teed.

RÕÕM ON UUS BMW 5. SEERIA. ILU UUS STANDARD.

BMW EfficientDynamics
Väiksem kütusekulu, suurem sõidurõõm.

BMW 5. seeria hinnad alates 645 000 kr. BMW 520d hinnad 0-100 km/h: 8,1 s, keskmise kütusekulu 5,0 l/100 km, CO₂ 132 g/km. 5 aastat / 100 000 km sõit korraldised hooldused tasuta!

Lisaks on kogu Eesti Ekspressi paberlehte nüüd võimalik lugeda PDF-dokumendina internetis, kasutades selleks Ekspressi e-lugejat.