

Kamera-lehti on TUTKITUSTI VAIKUTTAVIN

Kamera-lehti on selvästi Suomen suurin valo- ja videokuvauksen erikoislehti. Se tavoittaa 69 000 harrastajaa ja ammattilaista sekä alan yritykset. Kirjastoissa Kamera-lehti kuuluu luetuimpiin lehtiin.

Tuoreen lukijatutkimuksen mukaan johtava kotimainen kertoo ajankohtaisimmat uutiset ja antaa lukijalle monipuolisia vinkkejä valo- ja videokuvaukseen sekä kuvankäsittelyyn. Kiinnostavimpina aihepiireinä pidetään luonto- ja matkakuvausta, välinetestejä sekä kuvankäsittelyopastusta ja uutisia. Lehden lukuisat kilpailut ovat erittäin suosittuja ja ne innostavat lukijoita luovaan kuvaamiseen.

Kansainvälinen vaikuttaja

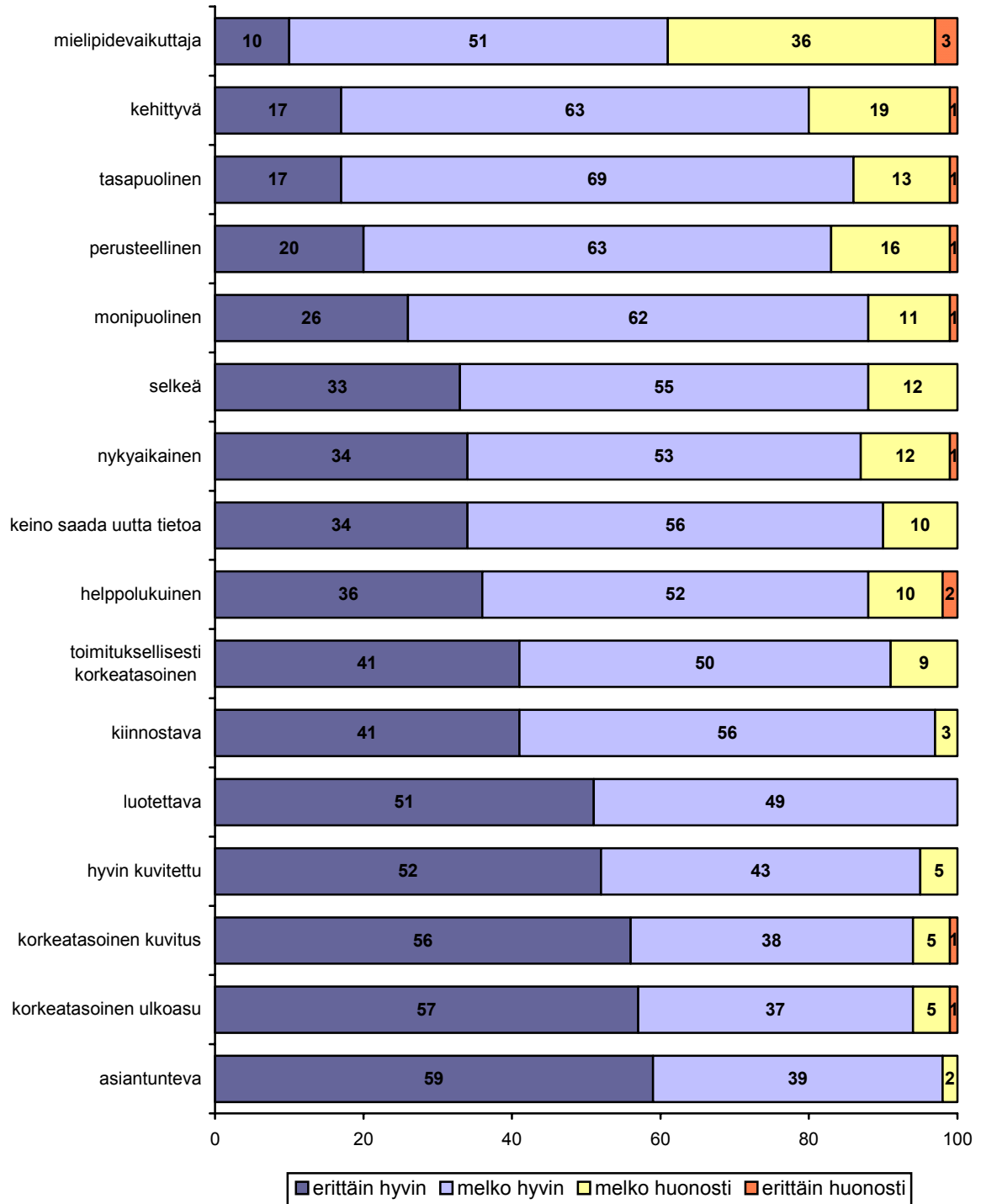
Kamera-lehti edustaa Suomea johtavien eurooppalaisten erikoislehtien muodostamassa [European Imaging and Sound Association](#) -järjestössä, jonka arvostetut EISA AWARDS -tunnustukset ohjaavat kuluttajia luotettavaan valintoihin.

Aktiivinen lukijakunta

- 85 % lukijoista kuvaa vähintään viikoittain ja keskimääräinen kuvausmäärä on reilut 5 300 otosta vuodessa. Otetuista kuvista keskimäärin 15 % tulostetaan tai teetetään kuviksi. Kuvien tulostaminen on yleisintä kotona.
- 42 % Kamera-lehden lukijoista omaa kuvausvälineistöä yli 5 000 euron arvosta ja reilu kolmannes kuluttaa valokuvaukseen yli tuhat euroa vuosittain.
- Digijärjestelmäkameran sekä valaisukaluston ohella uusien hankintasuunnitelmien kärkisijaa pitävät kotiteatterilaitteet, digiprojektori, skanneri sekä videokamera.
-
- 73 % lukee vähintään puolet koko lehdestä ja 80 % käyttää lukemiseen yli puoli tuntia. Yhtä lehteä luetaan tai selaillaan keskimäärin 4 kertaa.
- 65 % arkistoi ja säilyttää lehden kaikki vuosikerrat.
- 81 % on kiinnostunut lehden ilmoituksista ja kokee saavansa niistä hyödyllistä tietoa.
- 73 % käyttää Kamera-lehden Osto-Opasta apuna tuotteiden valinnassa.
- Yli 90 % pitää lehteä korkeatasoisena, asiantuntevana ja luotettavana uuden tiedon lähteenä.
-
- Koko lukijakuntaa käsittelevän Kansallisen Mediatutkimuksen mukaan Kamera-lehden lukijat ovat keskimääräistä paremmin koulutettuja ja toimeentulevia: 31 % on suorittanut korkeakoulututkinnon ja 20 % on ylempiä toimihenkilöitä tai johtavassa asemassa olevia.
- 53 % talouksista ansaitsee yli 35 000 € vuodessa ja 57 % lukijoista on kokopäivätyössä.
- Yli 30 vuotiaita on 75 %. Naisten osuus 27 % on nousussa.
- Noin 69 000 lukijasta 29 % asuu Suur-Helsingin alueella ja 30 % muissa yli 30 000 asukkaan kaupungeissa.
-
- Kamera-lehden tilaajakunnalle kohdistetussa lukijatutkimuksessa koulutus- ja ansiotasoluvut ovat vielä koko lukijakuntaa korkeampia. Yliopiston tai korkeakoulun on suorittanut 40%. 37 % lehden tilaajista on ylempiä toimihenkilöitä tai johtavassa asemassa työskenteleviä. Tilaajatalouksista 65% ansaitsee yli 35 000 € ja 38% yli 50 000 € vuodessa.

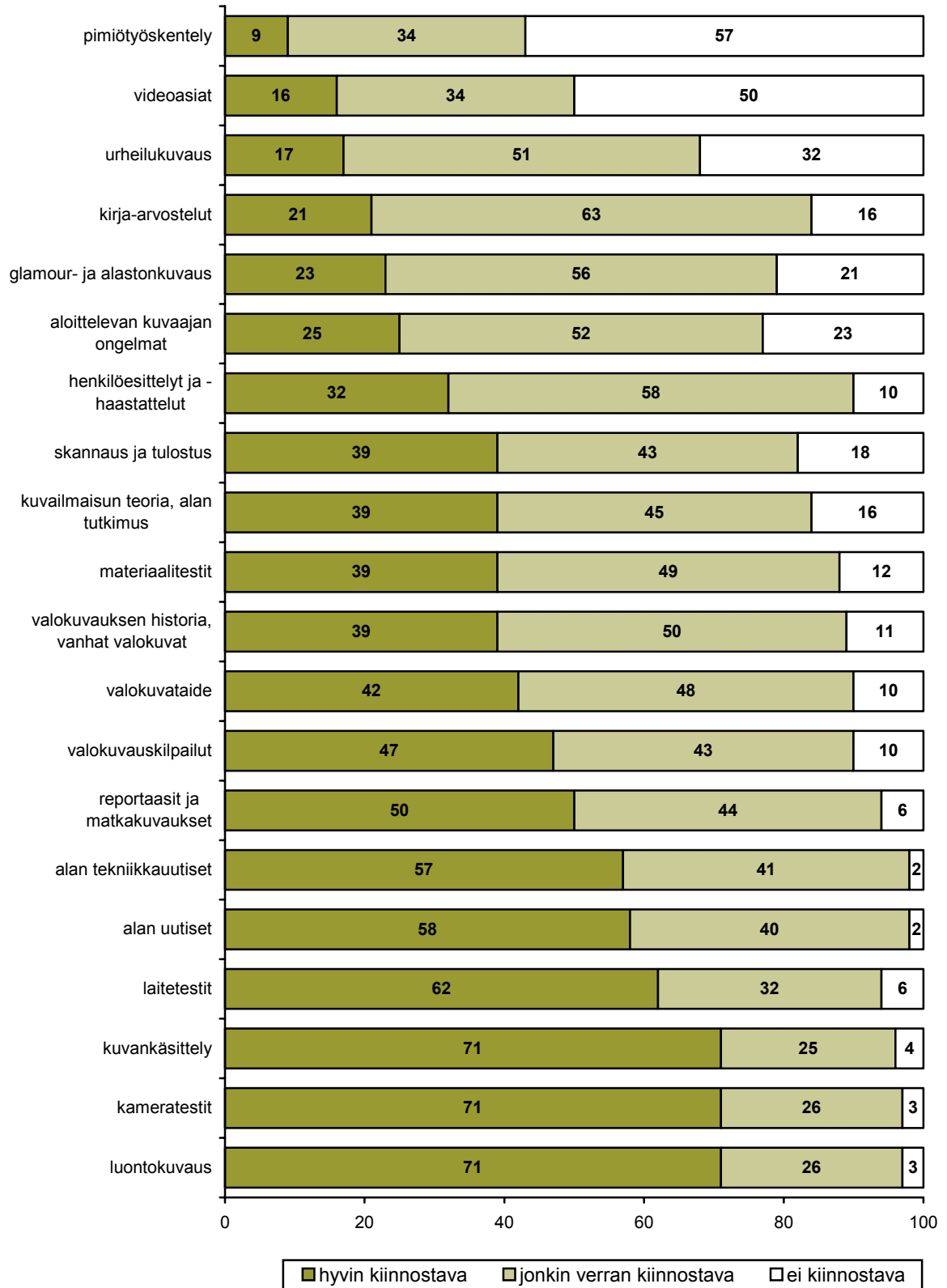
Tiedot Kamera-lehden lukijatutkimuksesta 2009 ja Kansallinen Mediatutkimus /KMT Lukija 2008.

5.3. Lehteä kuvaavat ominaisuudet



6. AIHEPIIRIKARTOITUS

6.1. Aihepiirien kiinnostavuus



Kamera-lehden lukijatutkimus toteutettiin lehden lukijoille kohdistettuna kirjekyselynä maaliskuuhuhtikuussa 2009. Tutkimuksen toteutti Kamera-lehden toimeksiannosta Focus Master Oy. Kysymyslomake postitettiin 700:lle tilaajarekisteristä tasaväliotannalla valitulle tilaajalle, jotka vastasivat kyselyyn kotonaan tai työpaikallaan ja palauttivat kysymyslomakkeen postitse Focus Master Oy:lle. Palautusprosentti oli 37 %.

Tutkimuksen tavoitteena oli

- kartoittaa lehden lukijaprofiilia
- kartoittaa lukijoiden kuvausharrastukseen liittyvää toimintaa ja välineistöä
- kartoittaa lehden lukutottumuksia
- kartoittaa lukijoiden mielipiteitä lehdestä ja sen sisällöstä
- kartoittaa eri aihepiirien kiinnostavuutta
- kerätä lukijoilta vapaamuotoista palautetta ja kehitysehdotuksia

Kamera-lehden lukijaprofiili on hyvin monipuolinen ja profiili edustaakin hyvin monenlaisia lukijoita. Jos pitäisi kuitenkin osoittaa kaikista tyypillisin lukija, olisi kyseessä 49-vuotias, korkeakoulutettu mies.

Kamera-lehdelle tyypillistä on, että eri lukijaryhmien väliset erot lehteä koskevien arvioiden tarkastelussa ovat hyvin pieniä. Lukijoiden asuinpaikka, ikä, koulutus tai työtehtävät eivät erottele lukijoiden mielipiteitä – kiinnostus valokuvasta kohtaan onkin niin vahva lukijoita yhdistävä tekijä, etteivät perinteisen demograafiset muuttujat erottele lukijoita. Keskeinen lukijoita erotteleva tekijä onkin edistyneisyys valokuvauksen parissa.

Tyypillinen lukija luokittelee itsenä joko edistyneeksi harrastajaksi (44 %) tai harrastajaksi (38 %). 70 % lukijoista kuvaa viikoittain, samalla kun aktiivisimpia, päivittäin kuvaavia lukijoita on 15 %. Luontokuvaus on säilyttänyt asemansa yleisimpänä kiinnostuksen kohteena. Sitä seuraavat matkakuvaukset, digitaalinen kuvankäsittely, henkilökuvaus ja tilannekuvaus.

Lukutottumuksiltaan Kamera-lehti edustaa harrastuslehtien parhaimmistoa. Lehden lukemiseen käytetään runsaasti aikaa ja lehdet arkistoidaan tai säilytetään aktiivisesti. Yksittäisistä lukutottumusten mittareista voisi nostaa esille yhden numeron luku- ja selailukerrat, joka saavuttaa keskiarvon 4.0 lukukertaa ja siten kohoaa poikkeuksellisen korkeaksi.

Lehden kehittymistä viimeksi kuluneen vuoden aikana kysyttiin omalla kysymyksellä. 21% kokee lehden muuttuneen parempaan suuntaan ja 73% kokee tason säilyneen ennallaan. Kehitykseen tyytymättömiä oli 6%.

Tutkijan näkökulmasta lehden ja lukijoiden välinen suhde vaikuttaa kaiken kaikkiaan niin toimivalta, ettei voida osoittaa selkeitä epäkohtia tai kehityskohteita.

Kansallinen Mediatutkimus KMT on printtimedia-alan yhdessä toteuttama tutkimuskokonaisuus. KMT Lukija 2008:n lukijatiedot perustuvat 28 011 puhelinhaastatteluun, jotka toteutettiin 15.1.–15.6. sekä 15.8.–15.12.2008. Tiedonkeruusta, aineiston käsittelystä, jakelusta ja raportoinnista vastaa TNS Gallup Oy. Yhteenvetoraportit ovat luettavissa osoitteessa <http://www.levikintarkastus.fi/>.