

Korsordstidningar ökar när allt annat backar

Försäljningen av korsordstidningar ökar vilket är ett trendbrott på den svenska marknaden. Den övriga tidskriftsmarknaden minskade sin omsättning av sålda magasin under förra året. Det här visar distributören Tidsams senaste sammanställning, som alltså pekar på att korsordssegmentet går mot strömmen.

Omsättningen för tidskrifter som såldes i butik minskade under 2020 med totalt 12,5 procent. Tidsam, Sveriges största tidskriftsdistributör, har precis släppt sin statistik över totalmarknadens försäljning under förra året och sammanställningen visar alltså att det av totalt 16 kategorier endast är en kategori som inte backar: korsordstidningar, som till och med har en ökning på 0,4 procent. Näst bäst är "Hem/Design/Trädgård" tätt följt av "Serier/Barn"-segmentet. Siffrorna jämförs med året innan.

– Vi upplever ett starkt intresse för "hjärngympa". Korsord har nog aldrig varit så hett och efterfrågat som nu. Lusten för olika former av tankesport har under de senaste 3-5 åren varit stort, men under pandemin har suget skjutit i höjden då många människor haft mer tid än vanligt, menar Anders Juhlin, VD på Keesing Sverige, som både ger ut egna korsordstidningar och konstruerar åt andra.

Placering	Kategori	Omsättning av magasin-försäljning i butik 2020 mot 2019
1	Kryss-tidningar	+0,4%
2	Hem/Design/Trädgård	-3,6%
3	Serier/Barn	-4,1%
4	Familj	-11,1%
5	Jultidningar	-12,1%

Källa: Tidsam

Övriga segment:
Kändis, Mode/livsstil, Motor, Aktivitet/fritid, Vetenskap/historia, Hälsa/träning, Mat/dryck, Ekonomi/kultur, Teknik/IT, Erotik, Musik/Film.

Att den svenska korsordsmarknaden är helt unik är känt sedan tidigare. De bildkryss som dominerar i Sverige finns bara i undantagsfall ute i Europa, och då under namnet "Swedish crosswords". För tillfället finns det ett 60-tal olika korsordstidningar på den svenska marknaden, som var och en med sitt unika innehåll vänder sig till en viss målgrupp. Och nya titlar testas regelbundet. Historiskt har lösaren tillhört en äldre publik, men glädjande är att allt fler yngre börjar hitta sina favoriter – både i tidningsform och via digitala kryss i mobilen.

– Återväxten hos yngre korsordslösare är stark och flera av våra lösare har prenumererat i decennier. Faktum är att vi ser ut att öka antalet prenumeranter kraftigt i år! Bland de mest beställda titlarna finns mångåriga klassiker som Kryssset, Bra Korsord, Nybörjarkryss och Mästarkryss, säger Anders Juhlin.

Om Keesing Sverige:

Keesing är Sveriges marknadsledande företag med tjänster och produkter inom tankesport - i form av korsord, sudoku och andra logiska utmaningar. I över sex decennier har våra produkter levererat underhållande utmaningar till svenskar i alla åldrar - från barn och nybörjare till erfarna och experter. Vårt sortiment har idag över 60 magasinstitlar och inkluderar bland annat Kors & Tvärs, Veckokryss och Kryssset. Dessutom levererar vi innehåll till landets ledande mediehus. Genom vår långa tradition och ett unikt redaktionellt system har vi stor erfarenhet att skapa lustfyllda utmaningar med kvalitet till olika målgrupper, med olika behov och på skilda nivåer.