

MEDIEBRUG PÅ INTERNETTET

STREAMING, INDHOLD OG ADGANG

KONKLUSION

En anden væsentlig konklusion i rapporten er, at danskerne er blevet en nation af internet-mediebrugere. Vi kan af undersøgelsen se, at en meget stor andel af befolkningen i en eller anden udstrækning streamer eller læser medieindhold på nettet. Faktisk er det kun knap 18 % af de, der har adgang til internettet, der konsekvent streamer eller læser medieindhold på nettet. (Forskellen mellem tv-stationer, på tværs af medietyper, og aviser/blade er mindre). I de nævnte aldersgrupper er det især de nævnte medietyper, der bruges oftest på nettet. I de nævnte aldersgrupper af de nævnte medietyper er det især aviser/blade, der bruges oftest på nettet. I de nævnte aldersgrupper er det især flere gange om dagen, at de nævnte medietyper bruges. I de nævnte aldersgrupper er det især musik en eller flere gange om dagen, der bruges. I de nævnte aldersgrupper er det især radio, der bruges oftest på nettet. I de nævnte aldersgrupper er det især internetbrug, der bruges oftest på nettet. I de nævnte aldersgrupper er det især aldrig streamer eller læser medieindhold på nettet, at de nævnte medietyper bruges oftest på nettet. I de nævnte aldersgrupper er det især Kulturstyrelsen, der bruges oftest på nettet. I de nævnte aldersgrupper er det især helt anden, der bruges oftest på nettet. I de nævnte aldersgrupper er det især været muligt, at de nævnte medietyper bruges oftest på nettet. Derfor er det især de danske, der bruges oftest på nettet. I de nævnte aldersgrupper er det især streamingtjenester, der bruges oftest på nettet. I de nævnte aldersgrupper er det især gør det ugentligt eller flere gange dagligt og 10 % gør det ugentligt. Ser man i forhold til de mere specifikke indholdskategorier, som danskerne streamer enten som tv/video eller radio/lyd, er nyheder generelt den indholdskategori, som flest – både på tv og radio – svarer at streame en eller flere gange om dagen (9,9 % som tv/video og 7,7 % som radio). Korte videoklip, underholdning og spillefilm/serier følger dog tæt efter, mens



1. Introduktion

Rapporten om streaming, typer af indhold og adfærd i forhold til betalingsmure på internettet er delt op i en række kapitler:

- **Hovedresultater:**
Præsentation af hovedresultaterne med oversigtsgrafikker med kort ledsagende tekst.
- **Hovedresultater**
Præsentation af hovedresultaterne med oversigtsgrafikker med kort ledsagende tekst.
- **Konklusion**
Sammenfatning af de væsentligste resultater fra rapportens kapitler
- **Brug af internet og udstyr brugt til internetadgang**
Her beskrives befolkningens brug af internet samt enheder brugt til internetadgang.
- **Medieadfærden på internettet**
Her beskrives hvor ofte danskerne streamer forskellige typer af indhold eller læser aviser/blade på nettet. Resultaterne vises for befolkningen generelt og i forskellige grupper, f.eks. aldersgrupper eller indkomstgrupper.
- **Adgang og betalingsmure på internettet**
Her beskrives hvordan danskerne har adgang til det indhold, der bruger på nettet og hvilken adfærd de har, når de støder på indhold, de skal betale for. Resultaterne vises for befolkningen generelt og i forskellige grupper, f.eks. aldersgrupper eller indkomstgrupper.
- **Metode**
En gennemgang af de anvendte dataindsamlingsmetoder fra henholdsvis Danmarks Statistik (kapitel 4) og TNS Gallup (kapitel 5 og 6).
- **Brug af resultater**
- **Figurfortegnelse**
- **Tabelfortegnelse**
- **Spørgeskemaer**

Rapporten er dels baseret på resultater fra Danmarks Statistiks "IT-anvendelsen i befolkningen" (kapitel 4), dels på Kulturstyrelsens egne spørgsmål på Index Danmark/Gallup 1. halvår 2015 (kapitel 5 og 6).

Vær opmærksom på, at resultaterne fra Danmarks Statistiks undersøgelse omfatter aldersgruppen 16-89 år, mens Index Danmark/Gallup omfatter aldersgruppen 12 år og derover. Der er altså tale om to forskellige universer. Dataindsamlingsmetoden i de to undersøgelser er heller ikke den samme.

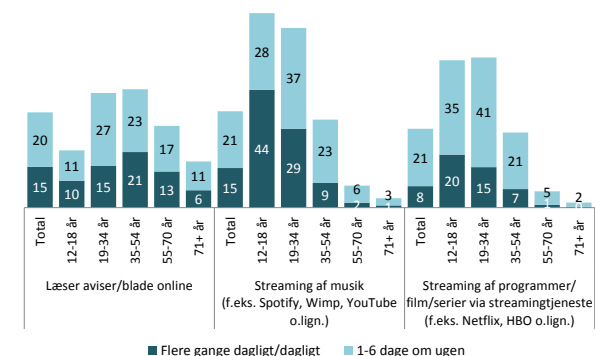
Der kan læses mere om de anvendte metoder i kapitel 7.

2. Hovedresultater

De yngste streamer mest

Særligt de unge streamer musik, programmer, film og serier, mens læsning af avis/blade online er mest populær blandt de 35-54-årige.

Hvor tit streamer du musik/radio/tv/film/serier eller læser aviser/blade på internettet? Svarfordeling i %

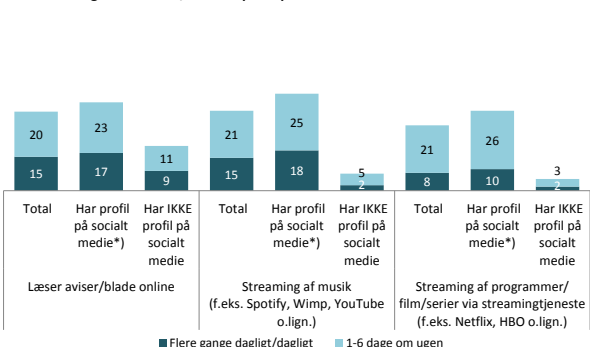


Kilde: Index Danmark/Gallup – 1. halvår 2015, Kulturstyrelsens egne spørgsmål, 12 år+

Mediebrug med/uden profil på socialt medie

Folk med en profil på et socialt medie er generelt større medieforbrugere på internettet end folk uden en profil på et socialt medie.

Hvor tit streamer du musik/radio/tv/film/serier eller læser aviser/blade på internettet? Svarfordeling i % efter har/har ikke profil på socialt medie

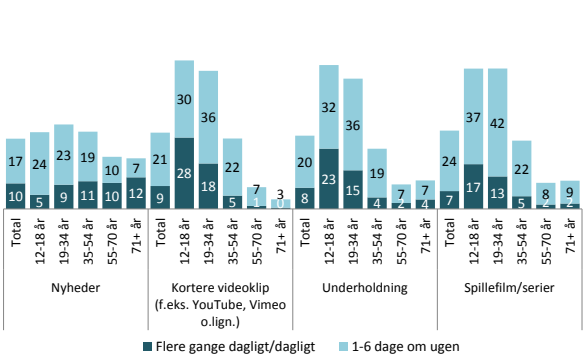


Kilde: Index Danmark/Gallup – 1. halvår 2015, Kulturstyrelsens egne spørgsmål, 12 år+

Alder afgørende for brug af indhold

De yngste er væsentligt større forbrugere end de ældre af kortere videoklip, underholdning og spillefilm/serier. For nyheder er de 19-34-årige de største forbrugere.

Hvor tit streamer du dette indhold som tv/video via internettet (via pc, laptop, tablet eller mobiltelefon)? Svarfordeling i %

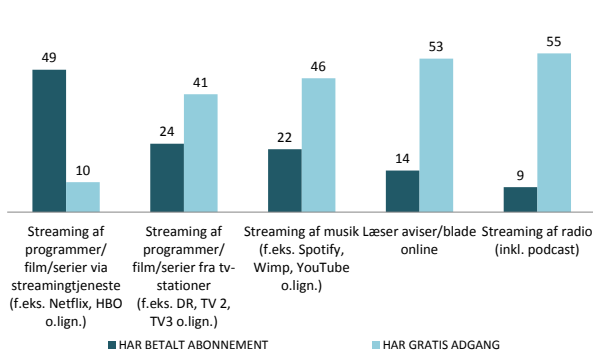


Kilde: Index Danmark/Gallup – 1. halvår 2015, Kulturstyrelsens egne spørgsmål, 12 år+

Adgang og betaling

49 % har betalt abonnement til streaming af programmer/film/serier via streamingtjenester, mens kun 14 % har betalt abonnement til at læse aviser/blade.

Hvordan har du adgang [til det indhold du streamer/læser på nettet]? Svar i % Flere svar mulige pr. medie

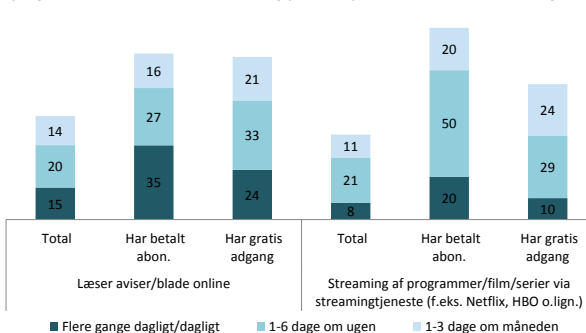


Kilde: Index Danmark/Gallup – 1. halvår 2015, Kulturstyrelsens egne spørgsmål, 12 år+

Adgang og brugsfrekvens

Når folk har betalt, så bruger de i udgangspunktet også deres abonnement.

Hvordan har du adgang, og hvor tit læser du aviser/blade og hvor tit streamer du programmer/film/serier via streamingtjenester på internettet? Svarfordeling i %

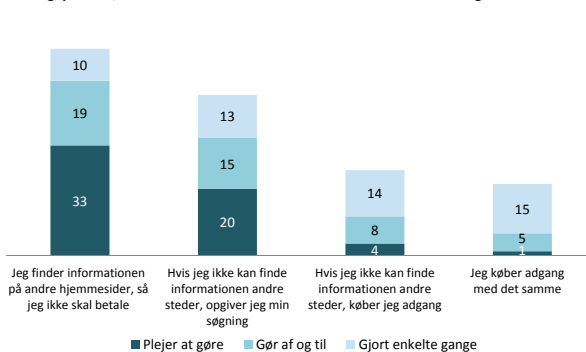


Kilde: Index Danmark/Gallup – 1. halvår 2015, Kulturstyrelsens egne spørgsmål, 12 år+

Betalingsvillighed

33 % plejer at finde informationer på andre, så de ikke skal betale, når de bliver mødt med krav om betaling. 19,9 plejer at opgive søgningen, og 3,6 % plejer at købe adgang, hvis de ikke kan finde informationen andre steder.

Hvad gør du, når du støder på at skulle betale for indhold på internettet, som er vigtigt for dig, på sider, hvor du ikke allerede har et abonnement? Svarfordeling i %



Kilde: Index Danmark/Gallup – 1. halvår 2015, Kulturstyrelsens egne spørgsmål, 12 år+

3. Konklusion

Kulturstyrelsen sætter med rapporten "Mediebrug på internettet – Streaming, indhold og adgang" fokus på danskernes

- brug af streaming
- typer af indhold, de bruger på internettet og
- adfærd i forhold til betalingsmure.

På baggrund af analyserne af de data, der dels er blevet indsamlet for Kulturstyrelsen i Index Danmark/Gallup, dels af Danmarks Statistik i undersøgelsen "IT-anvendelsen i befolkningen kan vi nu give et relevant, samlet overblik over området og være med til at af- eller bekræfter nogle af de forestillinger, man kan have om internetbrugen og -brugerne. Rapporten giver således flere fakta og mere reel viden at tage udgangspunkt i, når man skal beskrive danskernes medieadfærd på internettet. Hvor tit streamer vi forskellige typer af medier og indhold på nettet? Hvor mange er det egentlig, der har et abonnement på streamingtjenester som f.eks. Netflix og HBO? Og hvad gør vi, når vi støder på en betalingsmur på internettet?

Først det helt basale:

- **97,4 % af befolkningen i alderen 12 år og derover har adgang til internettet** enten hjemme, på arbejde, i skole/uddannelsesinstitution eller andet sted (Index Danmark/Gallup, 1H 2015).
- **93 % af de 16-89-årige har været på internettet i 2015, 6 % har aldrig brugt internettet** (Danmarks Statistik, IT-anvendelsen i befolkningen).
- Det **mest populære it-udstyr brugt til internetadgang** på tværs af alder er **bærbar pc**, der benyttes af **79 % af de 16-89-årige** i 2015 (Danmarks Statistik, IT-anvendelsen i befolkningen).
- **76 % af de 16-89 årige har brugt mobiltelefonen til internetadgang i 2015.** (Danmarks Statistik, IT-anvendelsen i befolkningen).
- **59 % af de 16-89-årige har brugt tablet til internetadgang i 2015.** (Danmarks Statistik, IT-anvendelsen i befolkningen).
- **76,7 % af befolkningen i alderen 12 år og derover har en profil på et socialt medie** (Facebook, Google+, LinkedIn, Twitter, Instagram, Snapchat, Tumblr, Vimeo) (Index Danmark/Gallup, 1H 2015).

Der er i rapporten næsten udelukkende arbejdet med den del af befolkningen, der har adgang til internettet. Når der skrives om danskerne eller befolkningen, er det altså som hovedregel den del af befolkningen, der har internetadgang, der er tale om. Det vil fremgå af tekst og grafikker i rapporten, hvilke dele af befolkningen der er tale om.

Alder er den faktor, der betyder absolut mest i forhold til adfærden på internettet

En af de væsentligste konklusioner, der går på tværs af stort set alle de områder, vi har set på i denne rapport, er, at alder er den faktor, der betyder absolut mest i forhold til adfærden på internettet.

Hverken køn, uddannelse, husstandsindkomst eller geografi er i stand til på samme måde at udløse så store forskelle i mediebrug på nettet, brugen af nye platforme og medieteknologier som alder er. *Generelt* er det sådan, at de yngste aldersgrupper har det største medieforbrug på internettet og at forbruget falder med

stigende alder – dog med visse undtagelser. Tendenserne mod øget brug af sociale medier er tydeligst i de yngste aldersgrupper men er betydelig i alle aldersgrupper.

Nogle eksempler i forhold til platforme og medieteknologier:

- 98 % af de 25-34-årige **anvender internettet dagligt eller næsten dagligt**. Det tilsvarende tal for de 75-89-årige er 67 % (Danmarks Statistik, IT-anvendelsen i befolkningen).
- 91 % af de 16-24-årige **har brugt smartphone til internetadgang i hjemmet**. Det tilsvarende tal for de 75-89-årige er 36 % (Danmarks Statistik, IT-anvendelsen i befolkningen).

Nogle eksempler i forhold til mediebrug på nettet:

- 44 % af de 12-18-årige **streamer musik f.eks. via Spotify, Wimp, YouTube el. lign.** flere gange dagligt/dagligt. Det tilsvarende tal for de 71+-årige er 1 % (Index Danmark/Gallup, 1H 2015).
- 28 % af de 12-18-årige **streamer kortere videoklip fra f.eks. YouTube eller Vimeo** flere gange dagligt/dagligt. Det tilsvarende tal for de 71+-årige er 0,5 % (Index Danmark/Gallup, 1H 2015).

Som ovenstående eksempler viser, er der tale om nogle ganske markante forskelle på de forskellige aldersgruppers adfærd på nettet.

For visse indholdstyper – f.eks. **nyheder, aktualitet og kulturprogrammer**, er forskellene på aldersgrupperne dog ikke så udtalte, og det er heller ikke de alleryngste (12-18 år), der er de største forbrugere, men i stedet de 19-34-årige. Dette gælder både, når det streames som tv/video og som radio/lyd.

På tv/video er de yngste langt de største forbrugere af underholdning, mens de 19-34-årige på radio/lyd er lidt større forbrugere af underholdning end de yngste.

Der ses også på flere områder ganske markante **forskelle på brugere og ikke-brugere af de sociale medier**, hvor de, der har en profil på et socialt medie, er større medieforbrugere på internettet end de, der ikke har en profil på et socialt medie. Alder kan dog være en af flere faktorer, der ligger bag de forskelle, vi kan se i medieforbruget på nettet, hos henholdsvis brugere og ikke brugere af de sociale medier.

Danskerne er blevet en nation af internet-mediebrugere

En anden væsentlig konklusion i rapporten er, at danskerne er blevet en nation af internet-mediebrugere.

Vi kan af undersøgelsen se, at en meget stor andel af befolkningen i en eller anden udstrækning streamer eller læser medieindhold på nettet. Faktisk er det **kun knap 18 % af de, der har adgang til internettet, der konsekvent svarer, at de aldrig streamer** hverken programmer/film/serier fra tv-stationer, programmer/film/serier via streamingtjenester, radio, musik, eller læser aviser/blade på internettet.

Igen er der stor forskel på de forskellige aldersgrupper:

- 3,6 % af de 19-34-årige streamer aldrig nogen af de nævnte medietyper
- Det tilsvarende tal for de 71+-årige er 48,3 %, der aldrig streamer nogen af de nævnte medietyper

I forhold til faktisk mediebrug på internettet er læsning af aviser/blade online sammen med musikstreaming de to typer af medier, der bruges oftest på nettet af de, der har adgang til internettet:

- 15,1 % af danskerne **læser aviser/blade online** en eller flere gange dagligt, mens 20,1 % gør det ugentligt.
- 14,6 % af danskerne **streamer musik** en eller flere gange dagligt, mens 20,9 % gør det ugentligt.

Mindst brugt er radio, der kun streames en eller flere gange dagligt af 5 % af de danske internetbrugere, og ugentligt af 11,8 %. Næsten halvdelen (49,3 %) svarer, at de aldrig streamer radio på nettet (inkl. podcast). Til sammenligning svarer kun 30,7 %, at de aldrig læser aviser/blade på nettet.

Som det er fremgået af radioafsnittet i Kulturstyrelsens Rapportering om mediernes udvikling i Danmark, har radio en helt anden historik end tv i forhold til det at være et mobilt medie. I årtier har det været muligt at tage radioen med sig og lytte via FM-båndet, når og hvor man vil. Derfor er behovet for at streamer radio via internettet måske knap så stort.

- 7,9 % af de danske internetbrugere **streamer programmer, film eller serier via streamingtjenester** som f.eks. Netflix og HBO en eller flere gange dagligt, og 21,1 % gør det ugentligt
- 5,5 % **streamer programmer, film eller serier fra tv-stationer** en eller flere gange dagligt og 16 % gør det ugentligt.

Ser man i forhold til de mere **specifikke indholdskategorier**, som danskerne streamer enten som tv/video eller radio/lyd, er **nyheder** generelt den indholdskategori, som flest – både på tv og radio – svarer at streamer en eller flere gange om dagen (9,9 % som tv/video og 7,7 % som radio).

Korte videoklip, underholdning og spillefilm/serier følger dog tæt efter, mens kategorierne aktualitet/debat, andet, web-tv fra f.eks. aviser og banker og kulturprogrammer ligger et niveau lavere i brug.

Danskerne ikke er uvillige til at betale for medieindhold på nettet ...men det afhænger i høj grad af, hvilken type indhold der er tale om

En tredje væsentlig konklusion i rapporten er, at danskerne ikke er uvillige til at betale for medieindhold på nettet – men det afhænger i høj grad af, hvilken type indhold der er tale om.

Når det drejer sig om:

- **streaming via streamingtjenester som Netflix og HBO** har 49,3 % af danskerne et betalt abonnement mens 10,4 % svarer at de har gratis adgang.

Drejer det sig i stedet om:

- **læsning af aviser/blade online** har 14,4 % af danskerne et betalt abonnement, mens 53,2 % svarer, at de har gratis adgang.

Når der bliver spurgt helt konkret til, hvad danskerne gør, når de støder på at skulle betale for indhold på internettet, der er vigtigt for dem, på sider, hvor de ikke allerede har et abonnement, er betalingsviljen ganske lille:

- **33 % plejer at finde informationen på andre sider, så de ikke skal betale.** Yderligere 19,3 % finder af og til informationen på andre sider.
- **19,9 % plejer at opgive søgningen, hvis de ikke kan finde informationen andre steder.** Yderligere 15,2 % opgiver af og til deres søgning.
- Kun **3,6 % plejer at købe adgang, hvis de ikke kan finde informationen andre steder.** Yderligere 8,2 % køber af og til adgang.
- Kun **1,3 % plejer at købe adgang med det samme.** Yderligere 5,4 % køber af og til adgang med det samme.

Det lader altså til, at når der er tale om mere **underholdningsprægede produkter**, så vil danskerne godt **betale for adgang**, men når det drejer sig om **aviser/blade og informationer på nettet**, så er betalingsviljen en helt anden.

Også i forhold til betaling for indhold på nettet er der forskel på aldersgrupperne:

- 44 % af de 19-34-årige plejer at finde informationen på andre sider, så de ikke skal betale, mens det kun gælder for 11 % af de 71+-årige.

Når man betaler for indhold på nettet, så bruger man det som udgangspunkt også

En sidste konklusion i rapporten er, at når man betaler for indhold på nettet, så bruger man det som udgangspunkt også.

For alle de forskellige mediebrugstyper – streaming af musik, læse aviser/blade online, streaming af programmer/film/serier via streamingtjenester som f.eks. Netflix og HBO, osv. – er det de, der har et betalt abonnement, der bruger dem hyppigst. Et par eksempler:

Streaming af musik:

- **Har betalt abonnement:** 40,7 % streamer musik en eller flere gange dagligt, 36,3 % streamer musik ugentligt.
- **Har adgang via andet abonnement:** 13,6 % streamer musik en eller flere gange dagligt, 29,8 % streamer musik ugentligt.

Læser aviser/blade online:

- **Har betalt abonnement:** 35,1 % læser aviser/blade online en eller flere gange dagligt, 27,1 % læser ugentligt.
- **Har adgang via andet abonnement:** 14,5 % læser aviser/blade online en eller flere gange dagligt, 27,5 % læser ugentligt.

Streamer programmer/film/serier via streamingtjenester som f.eks. Netflix og HBO:

- **Har betalt abonnement:** 20,2 % streamer via disse tjenester en eller flere gange dagligt, 50,4 % streamer ugentligt.
- **Har adgang via andet abonnement:** 7,4 % streamer via disse tjenester en eller flere gange dagligt, 29,5 % streamer musik ugentligt.

Der henvises i forhold til en analyse af de sociale medier til rapporten ” Sociale medier – Brug, interesseområder og debatlyst [LINK]” der også udgivet af Kulturstyrelsen i forbindelse med Rapportering om mediernes udvikling i Danmark (december 2015).

Resultaterne for Kulturstyrelsens egne spørgsmål på Index Danmark/Gallup i 1. halvår 2015 er tilgængelige til fri afbenyttelse for abonnenter på Index Danmark/Gallup. Resultaterne kan findes i mappen ”**Kulturstyrelsen - Medieudviklingen i Danmark**”.

Kilde ved brug af disse data skal anføres som:

Kilde: Index Danmark/Gallup 1. halvår 2015, Kulturstyrelsens rapportering om mediernes udvikling i Danmark 2015.