



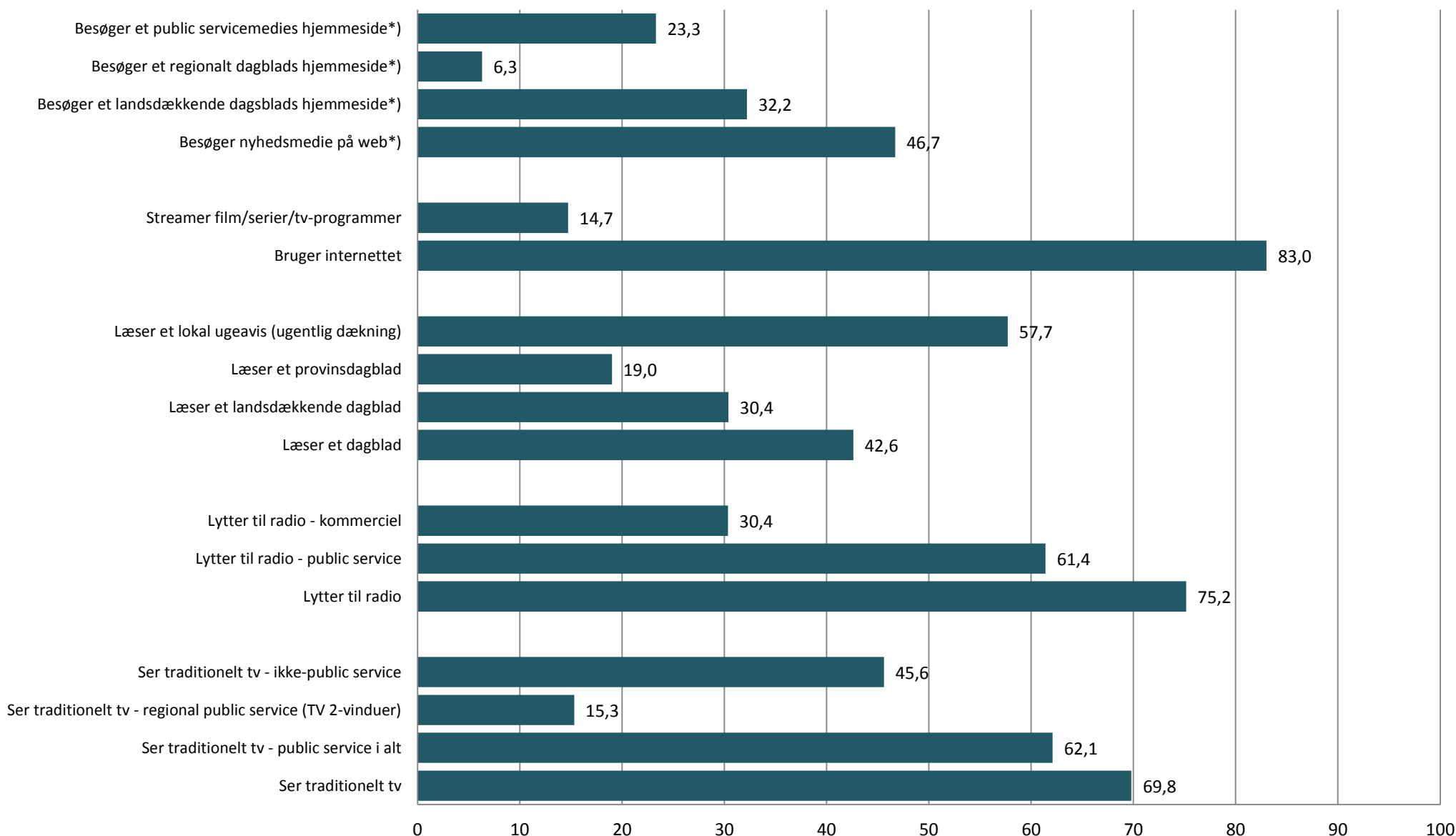
# MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

# 2016

## RESUMÉ GRAFER OG TABELLER



## Daglig tv-sening, radiolytning (daglig reach %) og avislæsning (daglig/ugentlig dækning i %), daglig/næsten daglig brug af internet og streaming (%), daglig brug af hjemmesider (daglig reach %)\* - 16-89-årige 2015



**Kilder:** TV: Gallup/TV-Meter, RADIO: Gallup/Radiometer, Dagblade: Index Danmark/Gallup - Helårsbaser, Lokale ugeaviser: Lokal Index Danmark/Gallup, Internetbrug og streaming: Danmarks Statistik - It-brug i befolkningen, Brug af mediehjemmesider: Gemius SA - gemiusAudience 2015-01 til 2015-12  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

**Univers:** 16-89-årige  
**Reach condition:** 5 minutes consecutive  
\*) Gennemsnit for hele året

**Daglig tv-sening, radiolytning (daglig reach %) og avislæsning (daglig/ugentlig dækning i %), daglig/næsten daglig brug af internet og streaming (%), daglig brug af hjemmesider (daglig reach %)\*) - 16-89-årige 2015**

	2013	2014	2015
Ser traditionelt tv	71,9	70,6	69,8
Ser traditionelt tv - public service i alt	63,6	62,8	62,1
Ser traditionelt tv - regional public service (TV 2-vinduer)	17,5	15,7	15,3
Ser traditionelt tv - ikke-public service	48,5	45,9	45,6
Lytter til radio	75,5	76,3	75,2
Lytter til radio - public service	62,6	62,6	61,4
Lytter til radio - kommerciel	30,3	31,2	30,4
Læser et dagblad	46,0	43,7	42,6
Læser et landsdækkende dagblad	31,8	30,9	30,4
Læser et provinsdagblad	22,0	20,0	19,0
Læser et lokal ugeavis (ugentlig dækning)	64,2	60,4	57,7
Bruger internettet	80,0	81,0	83,0
Streamer film/serier/tv-programmer		12,1	14,7
Besøger nyhedsmedie på web*)			46,7
Besøger et landsdækkende dagsblads hjemmeside*)			32,2
Besøger et regionalt dagblads hjemmeside*)			6,3
Besøger et public servicemedies hjemmeside*)			23,3

\*) gennemsnit for hele 2015

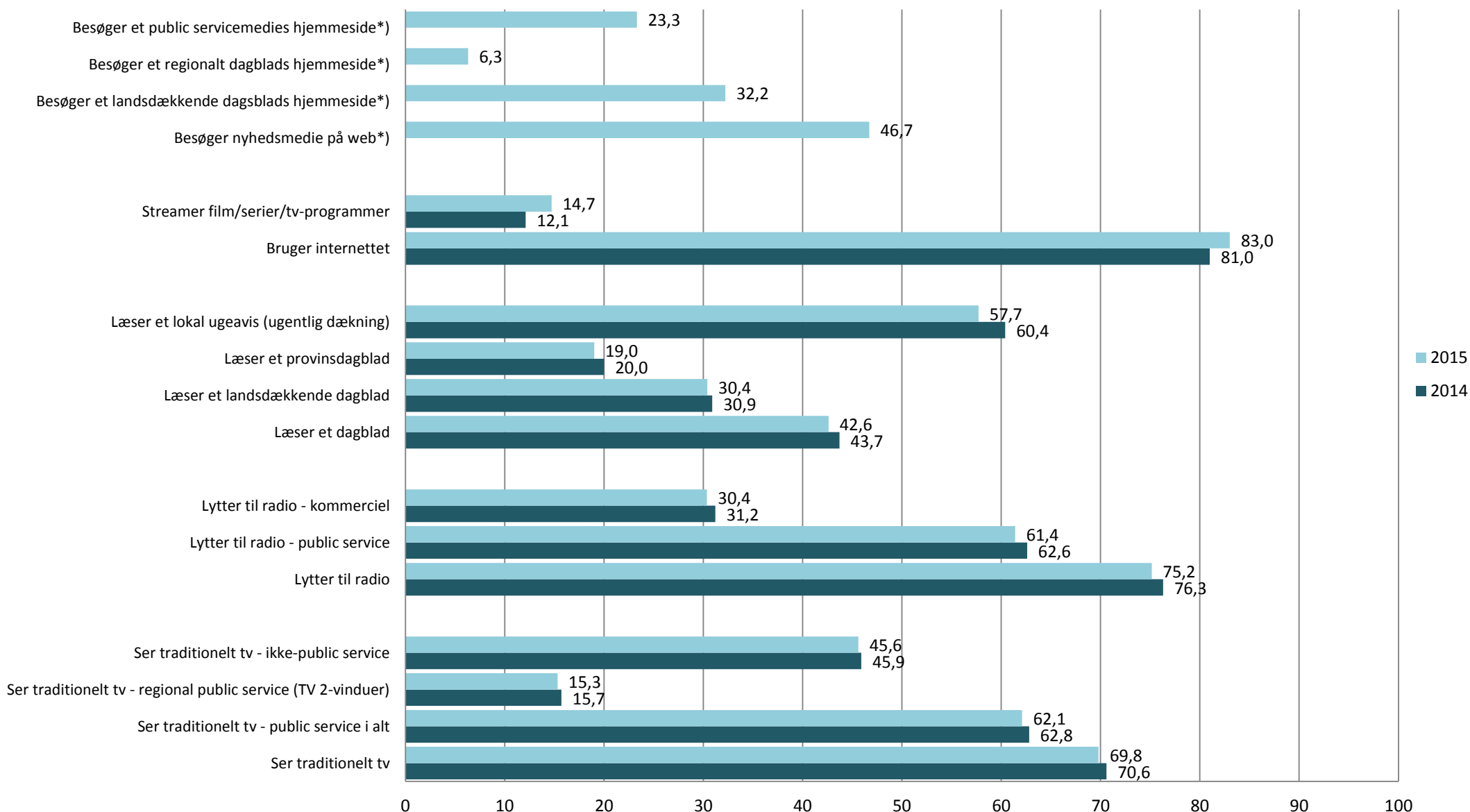
Univers: 16-89-årige

Reach condition : 5 minutes consecutive

Kilder: TV: Gallup/TV-Meter, RADIO: Gallup/Radiometer, Dagblade: Index Danmark/Gallup - Helårsbaser, Lokale ugeaviser: Lokal Index Danmark/Gallup, Internetbrug og streaming: Danmarks Statistik - It-brug i befolkningen, Brug af mediehjemmesider: Gemius SA - gemiusAudience 2015-01 til 2015-12

Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

## Daglig tv-sening, radiolytning (daglig reach %) og avislæsning (daglig/ugentlig dækning i %), daglig/næsten daglig brug af internet og streaming (%), daglig brug af hjemmesider (daglig reach %)\* - 16-89-årige 2014-2015



**Kilder:** TV: Gallup/TV-Meter, RADIO: Gallup/Radiometer, Dagblade: Index Danmark/Gallup - Helårsbaser, Lokale ugeaviser: Lokal Index Danmark/Gallup, Internetbrug og streaming: Danmarks Statistik - It-brug i befolkningen, Brug af mediehjemmesider: Gemius SA - gemiusAudience 2015-01 til 2015-12  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

**Univers:** 16-89-årige  
**Reach condition:** 5 minutes consecutive  
\*) Gennemsnit for hele året



**Daglig tv-sening, radiolytning (daglig reach %) og avislæsning (daglig/ugentlig dækning i %), daglig/næsten daglig brug af internet og streaming (%), daglig brug af hjemmesider (daglig reach %)\*) - 16-89-årige 2015**

	2013	2014	2015
Ser traditionelt tv	71,9	70,6	69,8
Ser traditionelt tv - public service i alt	63,6	62,8	62,1
Ser traditionelt tv - regional public service (TV 2-vinduer)	17,5	15,7	15,3
Ser traditionelt tv - ikke-public service	48,5	45,9	45,6
Lytter til radio	75,5	76,3	75,2
Lytter til radio - public service	62,6	62,6	61,4
Lytter til radio - kommerciel	30,3	31,2	30,4
Læser et dagblad	46,0	43,7	42,6
Læser et landsdækkende dagblad	31,8	30,9	30,4
Læser et provinsdagblad	22,0	20,0	19,0
Læser et lokal ugeavis (ugentlig dækning)	64,2	60,4	57,7
Bruger internettet	80,0	81,0	83,0
Streamer film/serier/tv-programmer		12,1	14,7
Besøger nyhedsmedie på web*)			46,7
Besøger et landsdækkende dagsblads hjemmeside*)			32,2
Besøger et regionalt dagblads hjemmeside*)			6,3
Besøger et public servicemedies hjemmeside*)			23,3

\*) gennemsnit for hele 2015

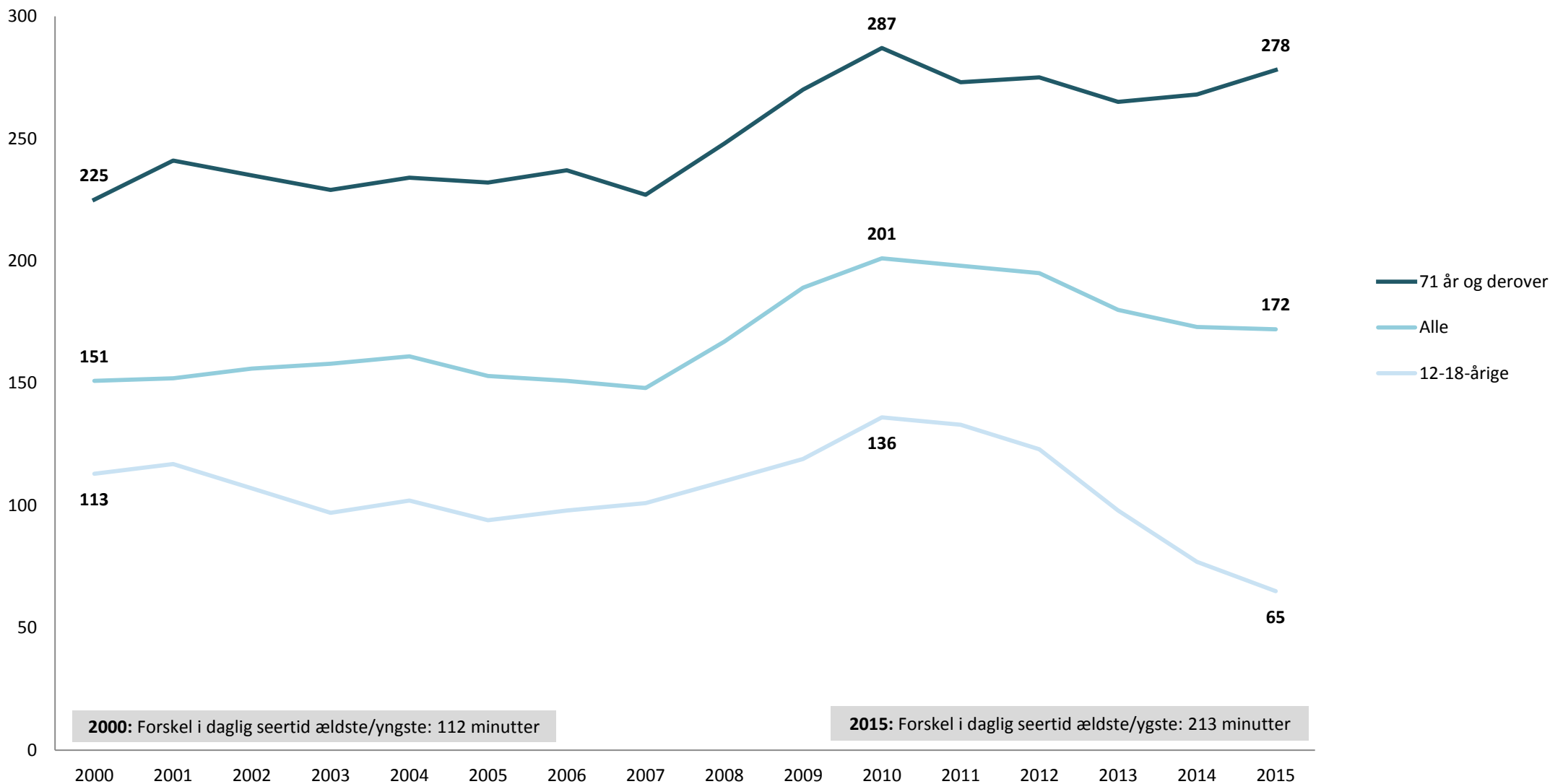
Univers: 16-89-årige

Reach condition : 5 minutes consecutive

Kilder: TV: Gallup/TV-Meter, RADIO: Gallup/Radiometer, Dagblade: Index Danmark/Gallup - Helårsbaser, Lokale ugeaviser: Lokal Index Danmark/Gallup, Internetbrug og streaming: Danmarks Statistik - It-brug i befolkningen, Brug af mediehjemmesider: Gemius SA - gemiusAudience 2015-01 til 2015-12

Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

## Tv-sening: Gennemsnitligt dagligt tidsforbrug på traditionelt tv i minutter - 2000-2015 og alder Alle, 12-18-årige og 71 år og derover



## Tv-sening: Gennemsnitlig dagligt tidsforbrug i minutter 1992-2015 og alder

	Alle	3-11-årige	12-18-årige	19-34-årige	35-54-årige	55-70-årige	71 år og ældre
1992	143	98	99	134	139	192	189
1993	147	98	99	130	136	203	222
1994	155	101	108	140	143	205	243
1995	157	100	114	148	144	202	247
1996	160	96	112	148	150	208	241
1997	155	97	123	143	141	205	231
1998	162	98	112	161	147	215	226
1999	158	96	114	160	144	202	231
2000	151	90	113	146	145	192	225
2001	152	81	117	157	146	184	241
2002	156	83	107	166	154	185	235
2003	158	84	97	163	157	192	229
2004	161	90	102	165	158	198	234
2005	153	84	94	153	147	194	232
2006	151	83	98	151	141	191	237
2007	148	82	101	146	141	186	227
2008	167	100	110	166	167	197	248
2009	189	112	119	194	191	223	270
2010	201	120	136	202	206	233	287
2011	198	112	133	197	206	234	273
2012	195	108	123	183	202	240	275
2013	180	98	98	157	182	240	265
2014	173	88	77	157	170	236	268
2015	172	81	65	151	167	240	278

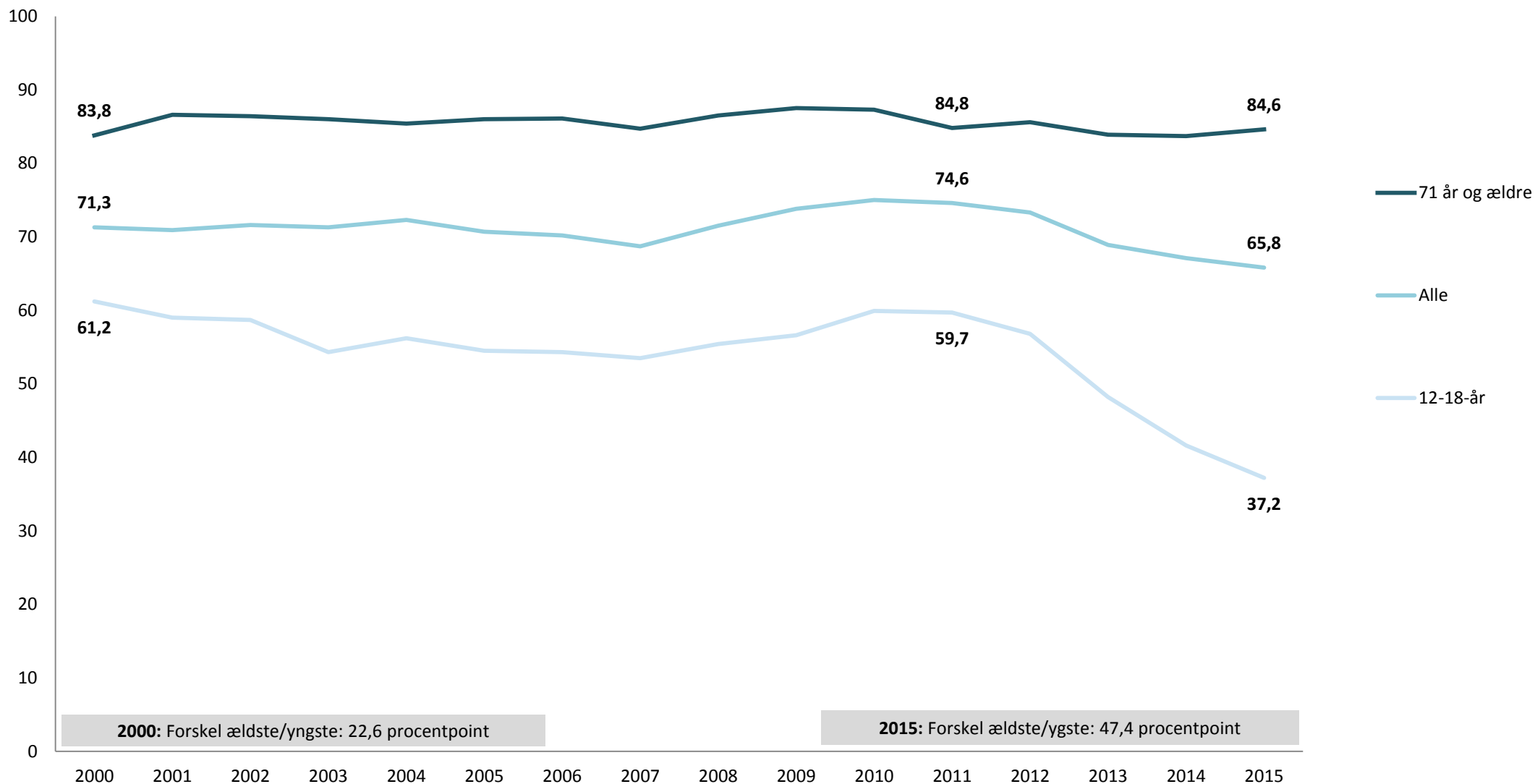
*Kilde: TNS Gallup/TV-Meter*

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover*

## Traditionel tv-sening: Gennemsnitlig daglig dækning (AvRch%) i % 2000-2015.

Alle, 12-18 år og 71 år og derover



**Traditionel tv-sening: Gennemsnitlig daglig dækning (AvRch%) i % 2000-2015. Alle, 12-18 år og 71 år og derover 2010 og 2015 - alle aldersgrupper**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
71 år og ældre	83,8	86,6	86,4	86	85,4	86	86,1	84,7	86,5	87,5	87,3	84,8	85,6	83,9	83,7	84,6
Alle	71,3	70,9	71,6	71,3	72,3	70,7	70,2	68,7	71,5	73,8	75	74,6	73,3	68,9	67,1	65,8
12-18-år	61,2	59	58,7	54,3	56,2	54,5	54,3	53,5	55,4	56,6	59,9	59,7	56,8	48,2	41,6	37,2

	2010	2015
Alle	75,0	65,8
3-11-år	65,7	49,1
12-18-år	59,9	37,2
19-34-år	73,5	59,7
35-54-år	76,7	68,9
55-70-år	81,1	79,2
71 år og ældre	87,3	84,6

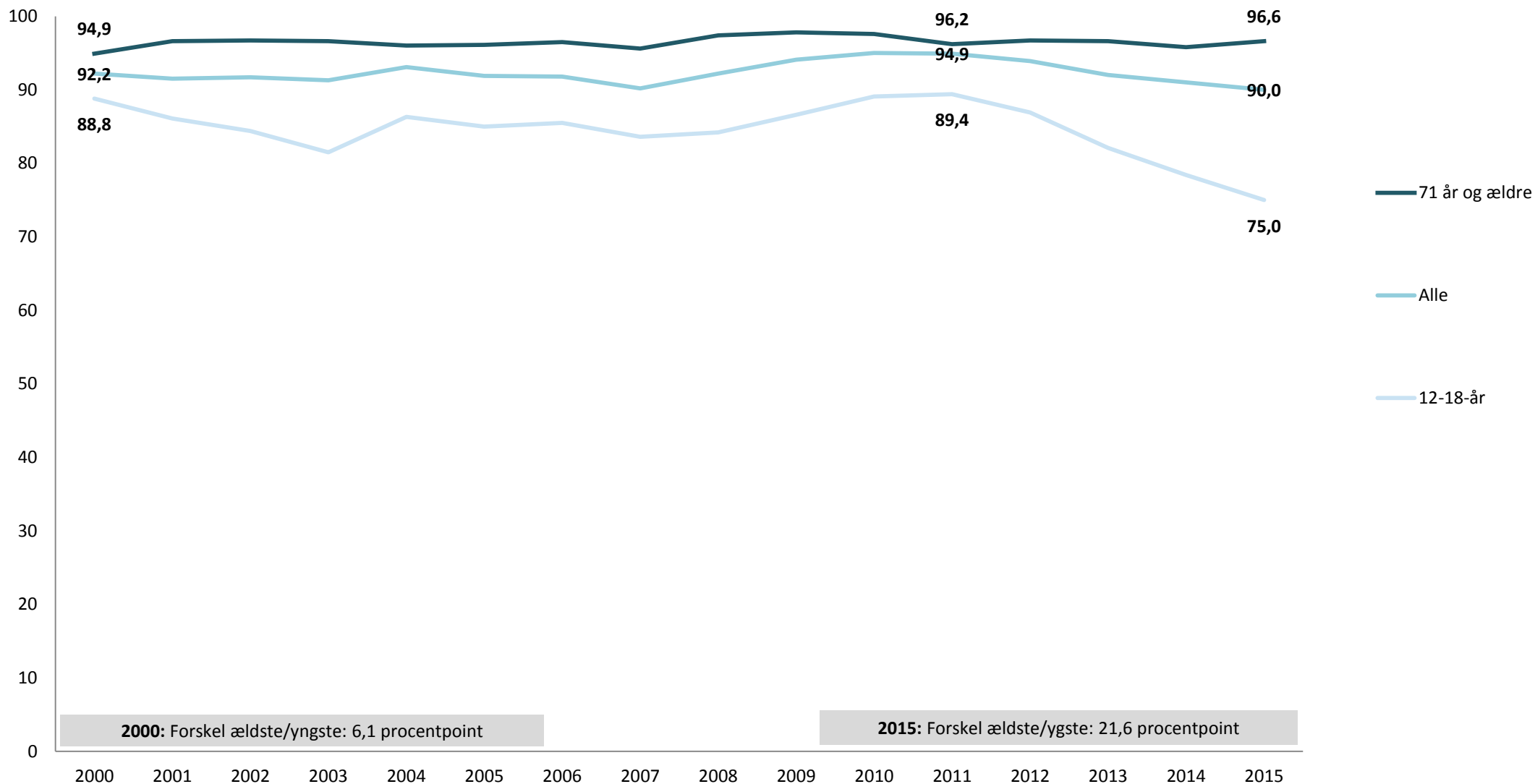
*Kilde: TNS Gallup/TV-Meter*

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover*

## Traditionel tv-sening: Gennemsnitlig ugentlig dækning (AvWkRch%) i % 2000-2015.

Alle, 12-18 år og 71 år og derover



**Traditionel tv-sening: Gennemsnitlig ugentlig dækning (AvWkRch%) i % 2000-2015. Alle, 12-18 år og 71 år og derover**  
**2010 og 2015 - alle aldersgrupper**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
71 år og ældre	94,9	96,6	96,7	96,6	96,0	96,1	96,5	95,6	97,4	97,8	97,6	96,2	96,7	96,6	95,8	96,6
Alle	92,2	91,5	91,7	91,3	93,1	91,9	91,8	90,2	92,2	94,1	95,0	94,9	93,9	92,0	91,0	90,0
12-18-år	88,8	86,1	84,4	81,5	86,3	85,0	85,5	83,6	84,2	86,6	89,1	89,4	86,9	82,1	78,4	75,0

	2010	2015
Alle	95,0	90,0
3-11-år	93,3	84,3
12-18-år	89,1	75,0
19-34-år	94,7	86,9
35-54-år	96,1	92,8
55-70-år	96,2	95,7
71 år og ældre	97,6	96,6

*Kilde: TNS Gallup/TV-Meter*

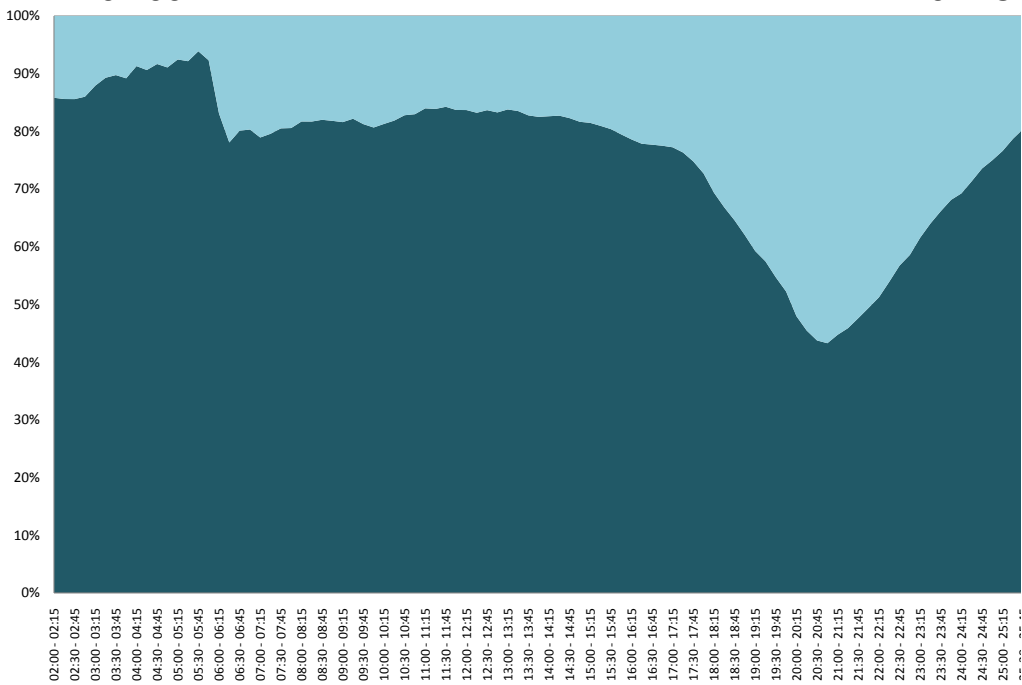
*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover*

Kl. 02.00



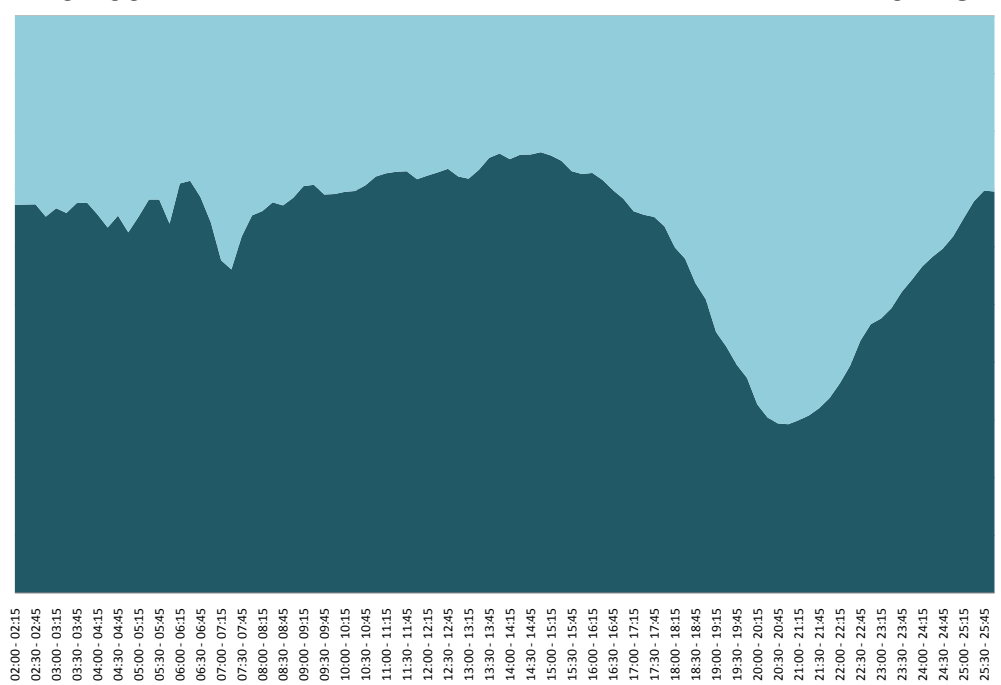
Kl. 01.45



Kl. 02.00



Kl. 01.45



Ser tv sammen med andre  
Ser tv alene

Kilde: TNS Gallup/TV-Meter  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover



**Traditionel tv-sening: Antal seere i 1.000 (Rtg(000)) og Andel af de 12-18-årige seere, der ser tv alene eller sammen med andre efter tidspunkt på døgnet i 2015 - Mandag-fredag**

Klokkeslet	MANDAG-FREDAG 2010				
	Antal seere i 1.000 (Rtg(000))			Andel i %	
	12-18-årige seere i alt	12-18-årige der ser tv alene i alt	12-18-årige der ser tv sammen med andre	Ser tv alene	Ser tv sammen med andre
02:00 - 02:15	14,1	12,1	2,0	85,82%	14,18%
02:15 - 02:30	12,5	10,7	1,8	85,60%	14,40%
02:30 - 02:45	11,1	9,5	1,6	85,59%	14,41%
02:45 - 03:00	10,0	8,6	1,4	86,00%	14,00%
03:00 - 03:15	9,1	8,0	1,1	87,91%	12,09%
03:15 - 03:30	8,4	7,5	0,9	89,29%	10,71%
03:30 - 03:45	7,8	7,0	0,8	89,74%	10,26%
03:45 - 04:00	7,4	6,6	0,8	89,19%	10,81%
04:00 - 04:15	6,9	6,3	0,6	91,30%	8,70%
04:15 - 04:30	6,4	5,8	0,6	90,63%	9,38%
04:30 - 04:45	6,0	5,5	0,5	91,67%	8,33%
04:45 - 05:00	5,6	5,1	0,5	91,07%	8,93%
05:00 - 05:15	5,3	4,9	0,4	92,45%	7,55%
05:15 - 05:30	5,1	4,7	0,4	92,16%	7,84%
05:30 - 05:45	4,9	4,6	0,3	93,88%	6,12%
05:45 - 06:00	5,2	4,8	0,4	92,31%	7,69%
06:00 - 06:15	7,1	5,9	1,2	83,10%	16,90%
06:15 - 06:30	11,4	8,9	2,5	78,07%	21,93%
06:30 - 06:45	18,6	14,9	3,7	80,11%	19,89%
06:45 - 07:00	25,4	20,4	5,0	80,31%	19,69%

Klokkeslet	MANDAG-FREDAG 2015				
	Antal seere i 1.000 (Rtg(000))			Andel i %	
	12-18-årige seere i alt	12-18-årige der ser tv alene i alt	12-18-årige der ser tv sammen med andre	Ser tv alene	Ser tv sammen med andre
02:00 - 02:15	5,5	3,7	1,8	67,27%	32,73%
02:15 - 02:30	5,2	3,5	1,7	67,31%	32,69%
02:30 - 02:45	4,9	3,3	1,6	67,35%	32,65%
02:45 - 03:00	4,6	3,0	1,6	65,22%	34,78%
03:00 - 03:15	4,2	2,8	1,4	66,67%	33,33%
03:15 - 03:30	4,1	2,7	1,4	65,85%	34,15%
03:30 - 03:45	3,7	2,5	1,2	67,57%	32,43%
03:45 - 04:00	3,4	2,3	1,1	67,65%	32,35%
04:00 - 04:15	3,2	2,1	1,1	65,63%	34,38%
04:15 - 04:30	3,0	1,9	1,1	63,33%	36,67%
04:30 - 04:45	2,6	1,7	0,9	65,38%	34,62%
04:45 - 05:00	2,4	1,5	0,9	62,50%	37,50%
05:00 - 05:15	2,3	1,5	0,8	65,22%	34,78%
05:15 - 05:30	2,2	1,5	0,7	68,18%	31,82%
05:30 - 05:45	2,2	1,5	0,7	68,18%	31,82%
05:45 - 06:00	2,5	1,6	0,9	64,00%	36,00%
06:00 - 06:15	3,1	2,2	0,9	70,97%	29,03%
06:15 - 06:30	4,9	3,5	1,4	71,43%	28,57%
06:30 - 06:45	8,6	5,9	2,7	68,60%	31,40%
06:45 - 07:00	13,7	8,8	4,9	64,23%	35,77%

**Traditionel tv-sening: Antal seere i 1.000 (Rtg(000)) og Andel af de 12-18-årige seere, der ser tv alene eller sammen med andre efter tidspunkt på døgnet i 2015 - Mandag-fredag**

Klokkeslet	MANDAG-FREDAG 2010				
	Antal seere i 1.000 (Rtg(000))			Andel i %	
	12-18-årige seere i alt	12-18-årige der ser tv alene i alt	12-18-årige der ser tv sammen med andre	Ser tv alene	Ser tv sammen med andre
07:00 - 07:15	33,7	26,6	7,1	78,93%	21,07%
07:15 - 07:30	37,7	30,0	7,7	79,58%	20,42%
07:30 - 07:45	31,3	25,2	6,1	80,51%	19,49%
07:45 - 08:00	21,1	17,0	4,1	80,57%	19,43%
08:00 - 08:15	16,4	13,4	3,0	81,71%	18,29%
08:15 - 08:30	15,3	12,5	2,8	81,70%	18,30%
08:30 - 08:45	15,0	12,3	2,7	82,00%	18,00%
08:45 - 09:00	15,4	12,6	2,8	81,82%	18,18%
09:00 - 09:15	16,3	13,3	3,0	81,60%	18,40%
09:15 - 09:30	17,4	14,3	3,1	82,18%	17,82%
09:30 - 09:45	17,6	14,3	3,3	81,25%	18,75%
09:45 - 10:00	18,1	14,6	3,5	80,66%	19,34%
10:00 - 10:15	18,7	15,2	3,5	81,28%	18,72%
10:15 - 10:30	20,4	16,7	3,7	81,86%	18,14%
10:30 - 10:45	21,5	17,8	3,7	82,79%	17,21%
10:45 - 11:00	22,9	19,0	3,9	82,97%	17,03%
11:00 - 11:15	23,1	19,4	3,7	83,98%	16,02%
11:15 - 11:30	24,2	20,3	3,9	83,88%	16,12%
11:30 - 11:45	25,4	21,4	4,0	84,25%	15,75%
11:45 - 12:00	27,0	22,6	4,4	83,70%	16,30%

Klokkeslet	MANDAG-FREDAG 2015				
	Antal seere i 1.000 (Rtg(000))			Andel i %	
	12-18-årige seere i alt	12-18-årige der ser tv alene i alt	12-18-årige der ser tv sammen med andre	Ser tv alene	Ser tv sammen med andre
07:00 - 07:15	17,0	9,8	7,2	57,65%	42,35%
07:15 - 07:30	17,3	9,7	7,6	56,07%	43,93%
07:30 - 07:45	12,3	7,6	4,7	61,79%	38,21%
07:45 - 08:00	8,1	5,3	2,8	65,43%	34,57%
08:00 - 08:15	6,8	4,5	2,3	66,18%	33,82%
08:15 - 08:30	6,5	4,4	2,1	67,69%	32,31%
08:30 - 08:45	6,7	4,5	2,2	67,16%	32,84%
08:45 - 09:00	7,3	5,0	2,3	68,49%	31,51%
09:00 - 09:15	7,8	5,5	2,3	70,51%	29,49%
09:15 - 09:30	8,2	5,8	2,4	70,73%	29,27%
09:30 - 09:45	8,4	5,8	2,6	69,05%	30,95%
09:45 - 10:00	8,1	5,6	2,5	69,14%	30,86%
10:00 - 10:15	8,2	5,7	2,5	69,51%	30,49%
10:15 - 10:30	8,9	6,2	2,7	69,66%	30,34%
10:30 - 10:45	9,2	6,5	2,7	70,65%	29,35%
10:45 - 11:00	9,7	7,0	2,7	72,16%	27,84%
11:00 - 11:15	9,9	7,2	2,7	72,73%	27,27%
11:15 - 11:30	10,0	7,3	2,7	73,00%	27,00%
11:30 - 11:45	10,4	7,6	2,8	73,08%	26,92%
11:45 - 12:00	10,6	7,6	3,0	71,70%	28,30%

**Traditionel tv-sening: Antal seere i 1.000 (Rtg(000)) og Andel af de 12-18-årige seere, der ser tv alene eller sammen med andre efter tidspunkt på døgnet i 2015 - Mandag-fredag**

Klokkeslet	MANDAG-FREDAG 2010				
	Antal seere i 1.000 (Rtg(000))			Andel i %	
	12-18-årige seere i alt	12-18-årige der ser tv alene i alt	12-18-årige der ser tv sammen med andre	Ser tv alene	Ser tv sammen med andre
12:00 - 12:15	28,2	23,6	4,6	83,69%	16,31%
12:15 - 12:30	29,2	24,3	4,9	83,22%	16,78%
12:30 - 12:45	30,0	25,1	4,9	83,67%	16,33%
12:45 - 13:00	31,1	25,9	5,2	83,28%	16,72%
13:00 - 13:15	32,7	27,4	5,3	83,79%	16,21%
13:15 - 13:30	35,2	29,4	5,8	83,52%	16,48%
13:30 - 13:45	38,3	31,7	6,6	82,77%	17,23%
13:45 - 14:00	42,3	34,9	7,4	82,51%	17,49%
14:00 - 14:15	46,6	38,5	8,1	82,62%	17,38%
14:15 - 14:30	51,5	42,6	8,9	82,72%	17,28%
14:30 - 14:45	55,9	46,0	9,9	82,29%	17,71%
14:45 - 15:00	59,4	48,5	10,9	81,65%	18,35%
15:00 - 15:15	62,6	51,0	11,6	81,47%	18,53%
15:15 - 15:30	65,1	52,7	12,4	80,95%	19,05%
15:30 - 15:45	66,8	53,7	13,1	80,39%	19,61%
15:45 - 16:00	68,7	54,6	14,1	79,48%	20,52%
16:00 - 16:15	70,1	55,1	15,0	78,60%	21,40%
16:15 - 16:30	73,6	57,3	16,3	77,85%	22,15%
16:30 - 16:45	75,3	58,5	16,8	77,69%	22,31%
16:45 - 17:00	77,8	60,3	17,5	77,51%	22,49%

Klokkeslet	MANDAG-FREDAG 2015				
	Antal seere i 1.000 (Rtg(000))			Andel i %	
	12-18-årige seere i alt	12-18-årige der ser tv alene i alt	12-18-årige der ser tv sammen med andre	Ser tv alene	Ser tv sammen med andre
12:00 - 12:15	11,2	8,1	3,1	72,32%	27,68%
12:15 - 12:30	11,8	8,6	3,2	72,88%	27,12%
12:30 - 12:45	11,7	8,6	3,1	73,50%	26,50%
12:45 - 13:00	11,5	8,3	3,2	72,17%	27,83%
13:00 - 13:15	11,7	8,4	3,3	71,79%	28,21%
13:15 - 13:30	12,0	8,8	3,2	73,33%	26,67%
13:30 - 13:45	12,2	9,2	3,0	75,41%	24,59%
13:45 - 14:00	13,0	9,9	3,1	76,15%	23,85%
14:00 - 14:15	14,1	10,6	3,5	75,18%	24,82%
14:15 - 14:30	15,8	12,0	3,8	75,95%	24,05%
14:30 - 14:45	17,9	13,6	4,3	75,98%	24,02%
14:45 - 15:00	19,9	15,2	4,7	76,38%	23,62%
15:00 - 15:15	21,9	16,6	5,3	75,80%	24,20%
15:15 - 15:30	24,3	18,2	6,1	74,90%	25,10%
15:30 - 15:45	27,5	20,1	7,4	73,09%	26,91%
15:45 - 16:00	29,2	21,2	8,0	72,60%	27,40%
16:00 - 16:15	30,5	22,2	8,3	72,79%	27,21%
16:15 - 16:30	31,3	22,4	8,9	71,57%	28,43%
16:30 - 16:45	31,8	22,2	9,6	69,81%	30,19%
16:45 - 17:00	31,9	21,8	10,1	68,34%	31,66%

**Traditionel tv-sening: Antal seere i 1.000 (Rtg(000)) og Andel af de 12-18-årige seere, der ser tv alene eller sammen med andre efter tidspunkt på døgnet i 2015 - Mandag-fredag**

Klokkeslet	MANDAG-FREDAG 2010				
	Antal seere i 1.000 (Rtg(000))			Andel i %	
	12-18-årige seere i alt	12-18-årige der ser tv alene i alt	12-18-årige der ser tv sammen med andre	Ser tv alene	Ser tv sammen med andre
17:00 - 17:15	79,5	61,4	18,1	77,23%	22,77%
17:15 - 17:30	82,4	62,9	19,5	76,33%	23,67%
17:30 - 17:45	82,9	62,0	20,9	74,79%	25,21%
17:45 - 18:00	82,4	59,9	22,5	72,69%	27,31%
18:00 - 18:15	80,0	55,5	24,5	69,38%	30,63%
18:15 - 18:30	79,9	53,4	26,5	66,83%	33,17%
18:30 - 18:45	79,9	51,6	28,3	64,58%	35,42%
18:45 - 19:00	81,6	50,6	31,0	62,01%	37,99%
19:00 - 19:15	84,2	49,9	34,3	59,26%	40,74%
19:15 - 19:30	89,1	51,2	37,9	57,46%	42,54%
19:30 - 19:45	95,6	52,3	43,3	54,71%	45,29%
19:45 - 20:00	102,8	53,7	49,1	52,24%	47,76%
20:00 - 20:15	115,7	55,5	60,2	47,97%	52,03%
20:15 - 20:30	128,0	58,2	69,8	45,47%	54,53%
20:30 - 20:45	136,2	59,6	76,6	43,76%	56,24%
20:45 - 21:00	142,1	61,5	80,6	43,28%	56,72%
21:00 - 21:15	142,8	63,9	78,9	44,75%	55,25%
21:15 - 21:30	143,6	65,9	77,7	45,89%	54,11%
21:30 - 21:45	141,3	67,3	74,0	47,63%	52,37%
21:45 - 22:00	137,0	67,7	69,3	49,42%	50,58%

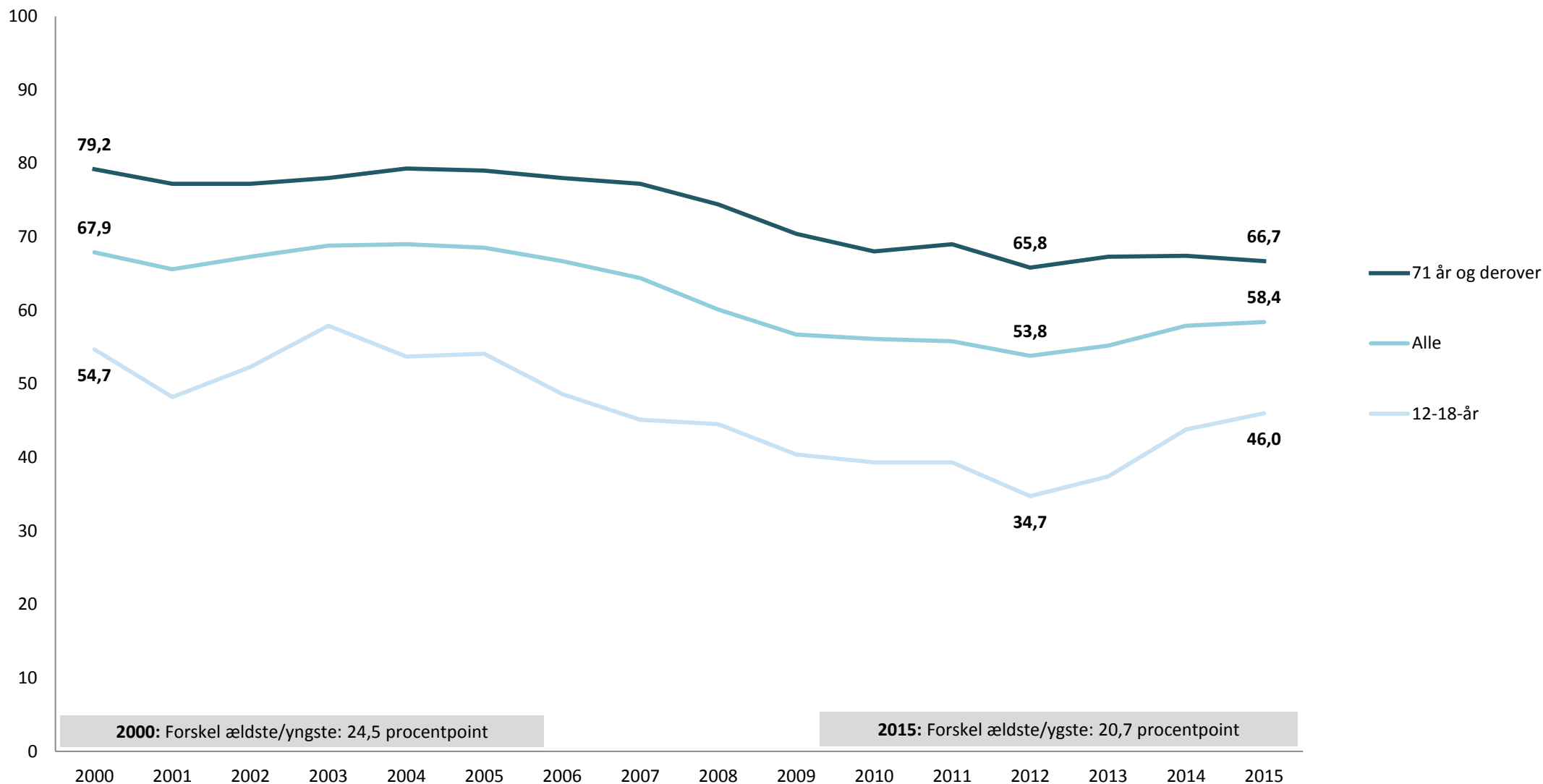
Klokkeslet	MANDAG-FREDAG 2015				
	Antal seere i 1.000 (Rtg(000))			Andel i %	
	12-18-årige seere i alt	12-18-årige der ser tv alene i alt	12-18-årige der ser tv sammen med andre	Ser tv alene	Ser tv sammen med andre
17:00 - 17:15	32,5	21,5	11,0	66,15%	33,85%
17:15 - 17:30	32,5	21,3	11,2	65,54%	34,46%
17:30 - 17:45	33,3	21,7	11,6	65,17%	34,83%
17:45 - 18:00	34,0	21,6	12,4	63,53%	36,47%
18:00 - 18:15	34,4	20,6	13,8	59,88%	40,12%
18:15 - 18:30	34,7	20,1	14,6	57,93%	42,07%
18:30 - 18:45	36,5	19,6	16,9	53,70%	46,30%
18:45 - 19:00	38,5	19,6	18,9	50,91%	49,09%
19:00 - 19:15	42,9	19,4	23,5	45,22%	54,78%
19:15 - 19:30	47,8	20,4	27,4	42,68%	57,32%
19:30 - 19:45	54,6	21,6	33,0	39,56%	60,44%
19:45 - 20:00	59,3	22,1	37,2	37,27%	62,73%
20:00 - 20:15	70,7	23,1	47,6	32,67%	67,33%
20:15 - 20:30	78,3	23,8	54,5	30,40%	69,60%
20:30 - 20:45	81,7	24,0	57,7	29,38%	70,62%
20:45 - 21:00	83,1	24,3	58,8	29,24%	70,76%
21:00 - 21:15	80,2	24,0	56,2	29,93%	70,07%
21:15 - 21:30	77,7	23,9	53,8	30,76%	69,24%
21:30 - 21:45	74,0	23,7	50,3	32,03%	67,97%
21:45 - 22:00	69,3	23,4	45,9	33,77%	66,23%

**Traditionel tv-sening: Antal seere i 1.000 (Rtg(000)) og Andel af de 12-18-årige seere, der ser tv alene eller sammen med andre efter tidspunkt på døgnet i 2015 - Mandag-fredag**

Klokkeslet	MANDAG-FREDAG 2010				
	Antal seere i 1.000 (Rtg(000))			Andel i %	
	12-18-årige seere i alt	12-18-årige der ser tv alene i alt	12-18-årige der ser tv sammen med andre	Ser tv alene	Ser tv sammen med andre
22:00 - 22:15	125,7	64,4	61,3	51,23%	48,77%
22:15 - 22:30	115,9	62,5	53,4	53,93%	46,07%
22:30 - 22:45	104,7	59,4	45,3	56,73%	43,27%
22:45 - 23:00	90,3	52,9	37,4	58,58%	41,42%
23:00 - 23:15	77,8	47,9	29,9	61,57%	38,43%
23:15 - 23:30	68,4	43,8	24,6	64,04%	35,96%
23:30 - 23:45	60,0	39,7	20,3	66,17%	33,83%
23:45 - 24:00	52,4	35,7	16,7	68,13%	31,87%
24:00 - 24:15	45,2	31,3	13,9	69,25%	30,75%
24:15 - 24:30	38,4	27,4	11,0	71,35%	28,65%
24:30 - 24:45	32,9	24,2	8,7	73,56%	26,44%
24:45 - 25:00	28,8	21,6	7,2	75,00%	25,00%
25:00 - 25:15	24,8	19,0	5,8	76,61%	23,39%
25:15 - 25:30	21,6	17,0	4,6	78,70%	21,30%
25:30 - 25:45	18,9	15,2	3,7	80,42%	19,58%
25:45 - 26:00	16,4	13,5	2,9	82,32%	17,68%
Mandag til fredag	48,9	32,3	16,6	66,05%	33,95%

Klokkeslet	MANDAG-FREDAG 2015				
	Antal seere i 1.000 (Rtg(000))			Andel i %	
	12-18-årige seere i alt	12-18-årige der ser tv alene i alt	12-18-årige der ser tv sammen med andre	Ser tv alene	Ser tv sammen med andre
22:00 - 22:15	61,4	22,3	39,1	36,32%	63,68%
22:15 - 22:30	55,6	21,9	33,7	39,39%	60,61%
22:30 - 22:45	47,8	20,9	26,9	43,72%	56,28%
22:45 - 23:00	40,8	19,0	21,8	46,57%	53,43%
23:00 - 23:15	34,9	16,6	18,3	47,56%	52,44%
23:15 - 23:30	30,0	14,8	15,2	49,33%	50,67%
23:30 - 23:45	25,5	13,3	12,2	52,16%	47,84%
23:45 - 24:00	22,1	12,0	10,1	54,30%	45,70%
24:00 - 24:15	18,2	10,3	7,9	56,59%	43,41%
24:15 - 24:30	15,1	8,8	6,3	58,28%	41,72%
24:30 - 24:45	12,9	7,7	5,2	59,69%	40,31%
24:45 - 25:00	11,0	6,8	4,2	61,82%	38,18%
25:00 - 25:15	9,4	6,1	3,3	64,89%	35,11%
25:15 - 25:30	8,4	5,7	2,7	67,86%	32,14%
25:30 - 25:45	7,6	5,3	2,3	69,74%	30,26%
25:45 - 26:00	6,9	4,8	2,1	69,57%	30,43%
Mandag til fredag	22,6	11,5	11,1	50,88%	49,12%

**Public service-tv: Share (%) og alder 2000-2015. Alle, 12-18-år, 71 år og derover**



**Public service-tv: Share (%) og alder 1992-2015**

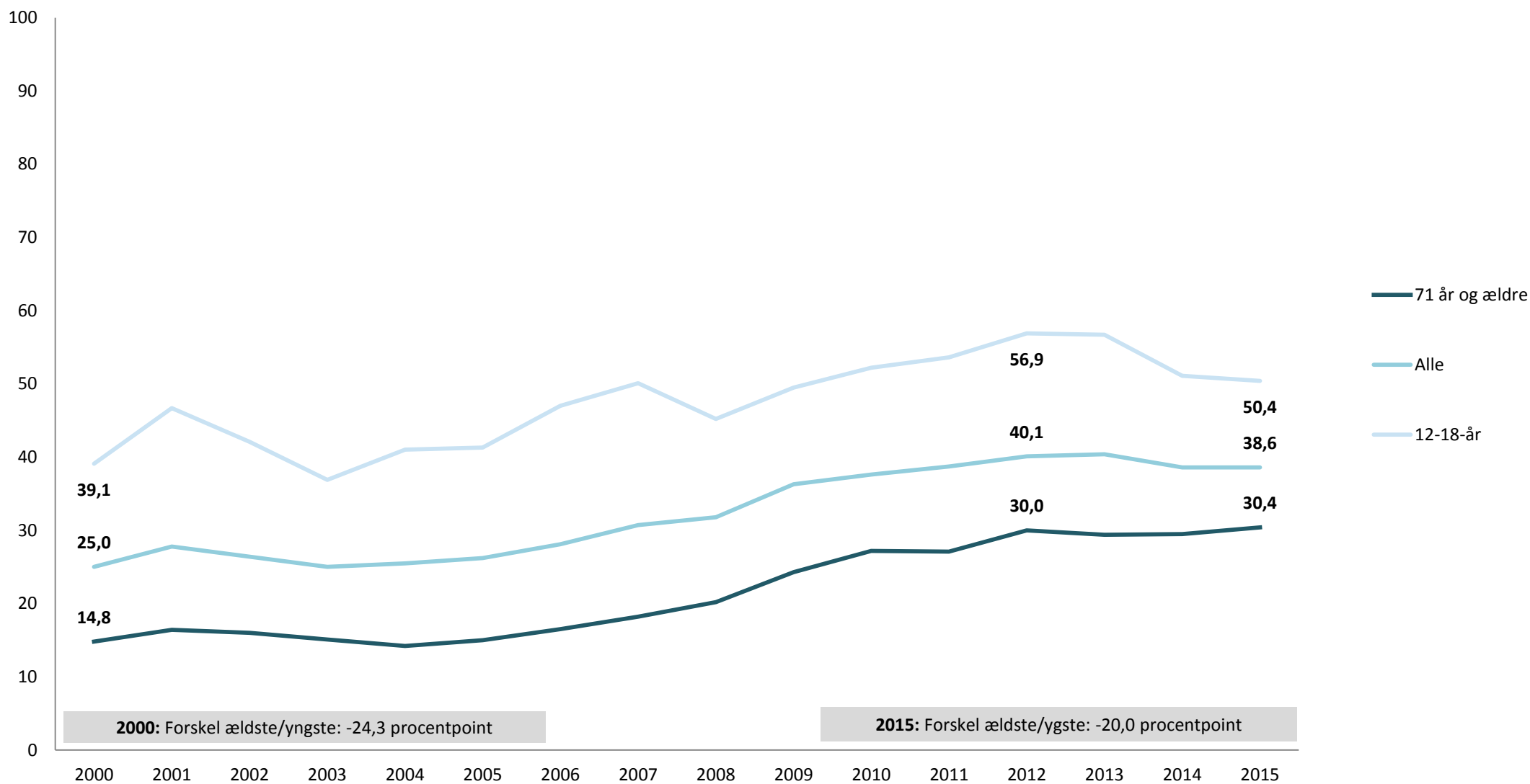
	Alle	3-11-år	12-18-år	19-34-år	35-54-år	55-70-år	71 år og ældre
1992	75,4	72,8	65,0	72,8	75,1	79,3	82,1
1993	74,8	71,3	62,2	71,0	76,7	78,5	77,8
1994	71,4	70,5	59,9	65,1	74,0	75,8	74,1
1995	70,0	72,0	62,1	61,6	72,0	74,3	75,3
1996	69,0	70,8	60,8	63,5	69,5	71,5	75,4
1997	68,6	69,8	58,3	61,6	70,3	70,9	77,7
1998	69,0	68,3	57,0	60,0	70,9	73,5	81,0
1999	66,8	65,5	56,8	54,8	69,5	72,9	79,1
2000	67,9	65,0	54,7	57,9	72,3	72,1	79,2
2001	65,6	62,5	48,2	53,6	70,3	72,2	77,2
2002	67,3	60,2	52,3	57,5	69,9	74,3	77,2
2003	68,8	61,5	57,9	58,2	70,8	75,6	78,0
2004	69,0	62,7	53,7	57,8	71,1	76,4	79,3
2005	68,5	62,6	54,1	54,9	71,6	76,0	79,0
2006	66,7	57,6	48,6	53,6	69,9	75,2	78,0
2007	64,4	54,4	45,1	52,3	66,4	72,8	77,2
2008	60,1	47,0	44,5	47,8	60,5	70,9	74,4
2009	56,7	44,5	40,4	45,0	56,7	67,2	70,4
2010	56,1	48,5	39,3	43,6	54,7	68,2	68,0
2011	55,8	52,5	39,3	42,3	54,8	65,7	69,0
2012	53,8	50,8	34,7	39,6	53,1	63,2	65,8
2013	55,2	51,5	37,4	41,4	53,9	62,5	67,3
2014	57,9	56,5	43,8	42,1	56,9	65,7	67,4
2015	58,4	55,3	46,0	42,3	56,4	66,1	66,7

*Kilde: TNS Gallup/TV-Meter*

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover*

## Ikke-public service-tv: Share (%) og alder 2000-2015. Alle, 12-18-år, 71 år og derover





**Ikke-public service-tv: Share (%) og alder 2000-2015**

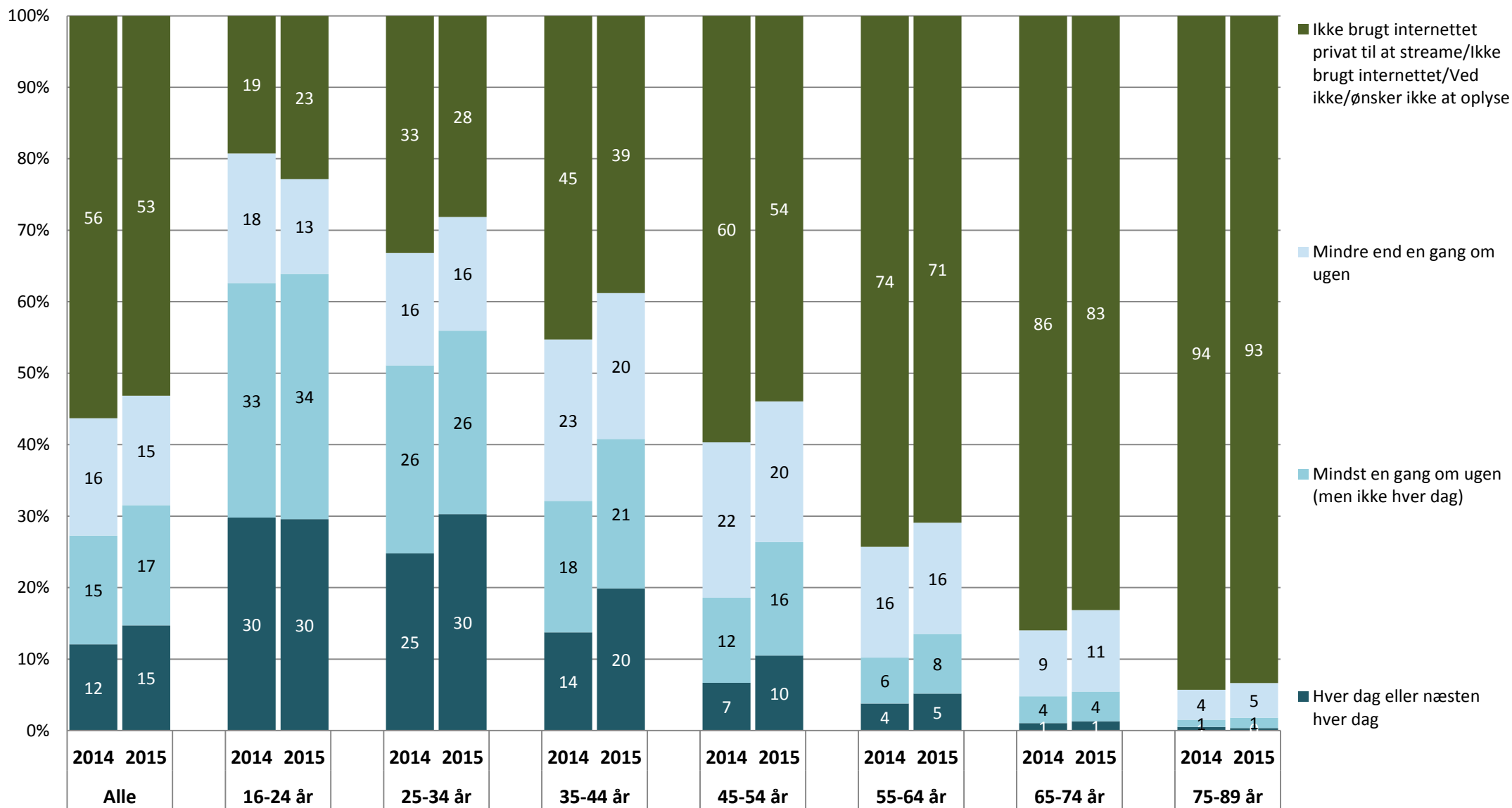
	Alle	3-11-år	12-18-år	19-34-år	35-54-år	55-70-år	71 år og ældre
1992	13,2	14,1	24,0	14,7	13,5	9,8	8,4
1993	14,5	17,0	26,6	17,1	13,4	10,6	12,7
1994	18,0	22,0	31,5	23,4	15,8	13,3	13,9
1995	19,4	21,0	29,6	26,1	17,4	14,2	15,2
1996	21,6	23,1	30,8	25,8	20,6	18,5	17,2
1997	22,2	24,0	32,8	29,1	19,6	19,1	15,1
1998	23,4	26,3	35,2	32,2	20,3	19,0	13,8
1999	25,6	26,0	36,7	38,2	21,2	19,6	15,4
2000	25,0	29,7	39,1	35,0	20,3	20,0	14,8
2001	27,8	31,5	46,7	39,9	23,3	20,1	16,4
2002	26,4	31,1	42,1	36,5	24,1	19,1	16,0
2003	25,0	31,3	36,9	36,1	23,0	17,9	15,1
2004	25,5	32,4	41,0	37,6	23,6	17,6	14,2
2005	26,2	30,0	41,3	40,8	23,7	18,2	15,0
2006	28,1	34,1	47,0	41,9	25,3	19,4	16,5
2007	30,7	38,2	50,1	43,5	28,9	22,3	18,2
2008	31,8	40,1	45,2	42,8	31,9	22,2	20,2
2009	36,3	43,9	49,5	46,8	37,1	27,1	24,3
2010	37,6	44,3	52,2	48,0	39,4	27,1	27,2
2011	38,7	40,5	53,6	50,5	39,6	30,0	27,1
2012	40,1	41,9	56,9	52,0	40,3	32,6	30,0
2013	40,4	43,1	56,7	52,7	41,2	34,2	29,4
2014	38,6	39,2	51,1	53,7	39,3	31,6	29,5
2015	38,6	40,6	50,4	54,2	40,3	31,4	30,4

*Kilde: TNS Gallup/TV-Meter*

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover*

## Hvor ofte streamer du film, serier eller tv-programmer? Fordeling i aldersgrupper (%) - 2014-2015



Kilde: Danmarks Statistik/It-anvendelsen i befolkningen 2014 og 2015  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 16-89 år

## Streaming af film, serier eller tv-programmer. Fordeling i aldersgrupper i % (lodret %), 2014-2015

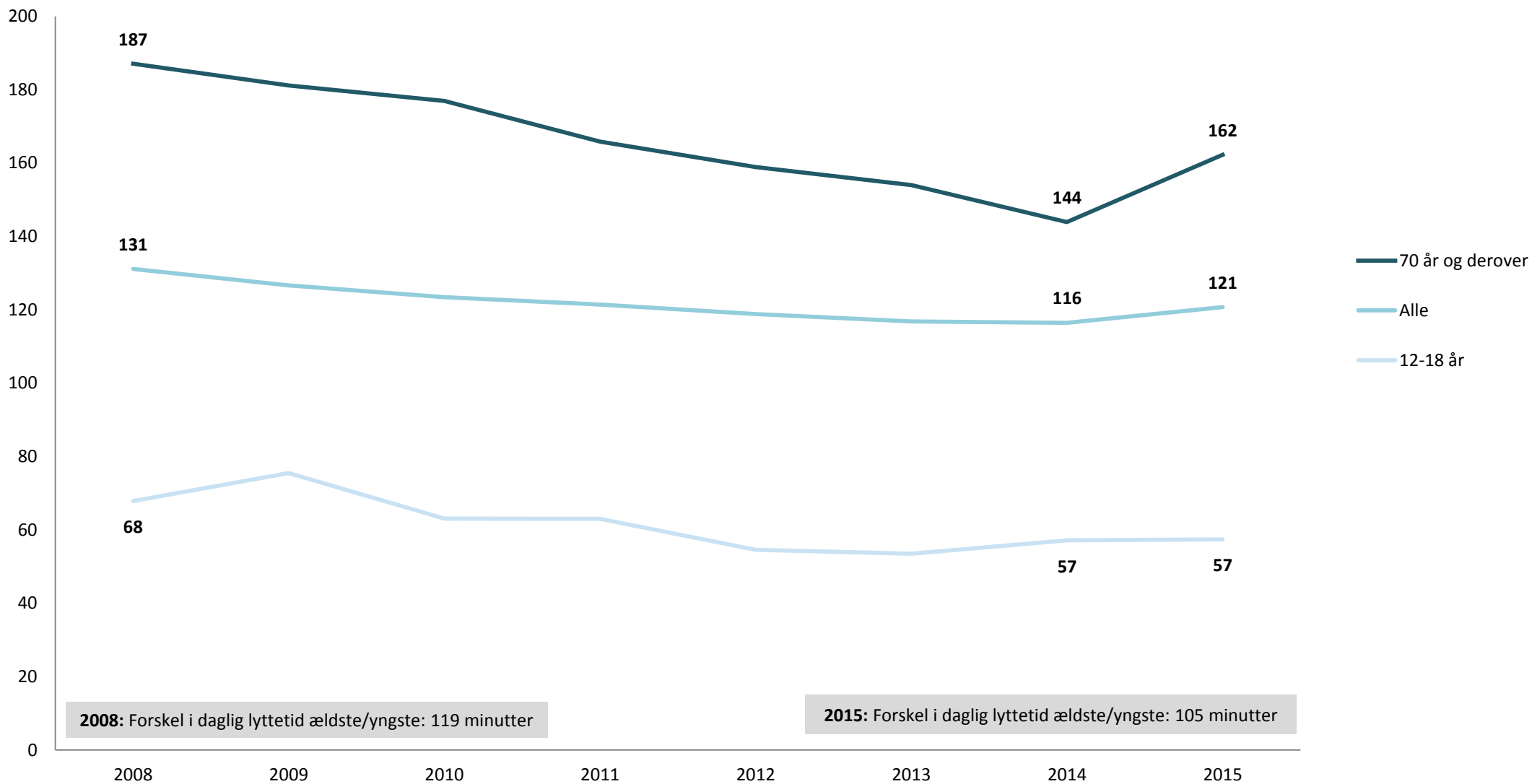
LODRET %	Hvor ofte streamer du film, serier eller tv-programmer ?															
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015		
	Alle		16-24 år		25-34 år		35-44 år		45-54 år		55-64 år		65-74 år		75-89 år	
Hver dag eller næsten hver dag	12,1	14,7	29,8	29,6	24,8	30,3	13,7	19,9	6,7	10,5	3,8	5,2	1,0	1,3	0,5	0,4
Mindst en gang om ugen (men ikke hver dag)	15,2	16,8	32,8	34,3	26,3	25,7	18,4	20,9	11,9	15,9	6,4	8,4	3,7	4,2	1,0	1,4
Mindre end en gang om ugen	16,4	15,3	18,2	13,3	15,7	15,9	22,6	20,4	21,7	19,7	15,5	15,6	9,2	11,4	4,2	4,8
Har ikke brugt internettet privat i. f. de sidste 3 mdr. til at streame film, serier eller tv-progr.	46,0	44,4	15,4	20,7	27,4	27,0	42,4	37,2	53,9	49,3	66,4	64,9	68,1	65,6	48,2	47,5
Har ikke brugt internettet i. f. de sidste 3 mdr.	7,4	7,1		0,3	0,2	0,4	0,6	0,7	2,5	2,1	6,1	3,7	16,1	16,2	45,0	44,7
Ved ikke/ønsker ikke at oplyse om eller hvor ofte de streamer	2,9	1,6	3,8	1,8	5,6	0,7	2,3	1,0	3,3	2,5	1,8	2,3	1,8	1,3	1,1	1,2

LODRET %	Hvor ofte streamer du film, serier eller tv-programmer ?															
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015		
	Alle		16-24 år		25-34 år		35-44 år		45-54 år		55-64 år		65-74 år		75-89 år	
Hver dag eller næsten hver dag	12,1	14,7	29,8	29,6	24,8	30,3	13,7	19,9	6,7	10,5	3,8	5,2	1,0	1,3	0,5	0,4
Mindst en gang om ugen (men ikke hver dag)	15,2	16,8	32,8	34,3	26,3	25,7	18,4	20,9	11,9	15,9	6,4	8,4	3,7	4,2	1,0	1,4
Mindre end en gang om ugen	16,4	15,3	18,2	13,3	15,7	15,9	22,6	20,4	21,7	19,7	15,5	15,6	9,2	11,4	4,2	4,8
Har ikke brugt internettet privat i. f. de sidste 3 mdr. til at streame/ Har ikke brugt internettet i. f. de sidste 3 mdr./ Ved ikke/ønsker ikke at oplyse	56,3	53,2	19,3	22,8	33,2	28,1	45,3	38,8	59,7	53,9	74,3	70,9	86,0	83,2	94,3	93,4

**Kilde:** Danmarks Statistik/It-anvendelsen i befolkningen 2014 og 2015, Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen, **Univers:** Den danske befolkning i alderen 16-89 år

## Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter fordelt på alder - 2008-2015

Alle, 12-18-årige og 70 år og derover



## Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter fordelt på alder - 2008-2015

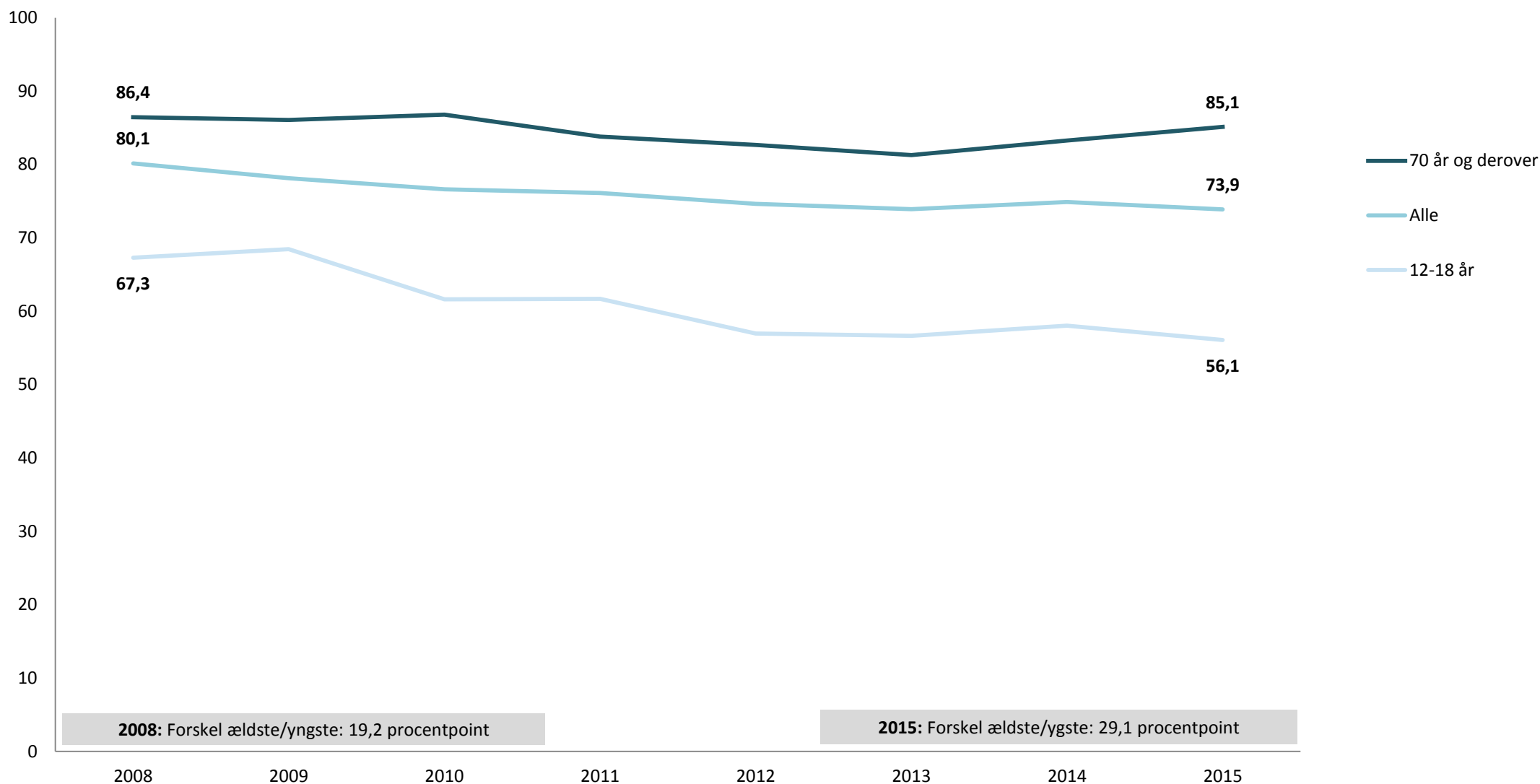
	Alle	12-18 år	19-34 år	35-54 år	55-69 år	70 år og derover
2008	131	68	108	134	153	187
2009	127	75	99	126	153	181
2010	123	63	101	119	154	177
2011	121	63	95	118	157	166
2012	119	55	94	119	153	159
2013	117	54	93	116	152	154
2014	116	57	90	120	154	144
2015	121	57	87	124	160	162

*Kilde: TNS Gallup Radio-Meter*

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover*

**Radiolytning: Gennemsnitlig daglig dækning (AvRch%) i % 2008-2015. Alle, 12-18 år og 70 år og derover**



### Radiolytning: Gennemsnitlig daglig dækning (AvRch%) i % 2008-2015 og alder

	Alle	12-18 år	19-34 år	35-54 år	55-69 år	70 år og derover
2008	80,1	67,3	73,2	83,1	85,8	86,4
2009	78,1	68,5	70,0	80,2	83,8	86,1
2010	76,6	61,6	71,9	77,3	82,1	86,8
2011	76,1	61,7	70,5	77,0	83,0	83,8
2012	74,6	57,0	70,3	76,5	80,2	82,6
2013	73,9	56,6	69,4	76,4	78,8	81,3
2014	74,9	58,0	68,2	78,2	80,5	83,3
2015	73,9	56,1	67,1	77,1	78,3	85,1

### Radiolytning: Gennemsnitlig ugentlig dækning (AvWkRch%) i % 2008-2015 og alder

	Alle	12-18 år	19-34 år	35-54 år	55-69 år	70 år og derover
2008	95,4	93,8	94,6	96,2	96,1	95,1
2009	94,5	92,8	92,3	95,6	95,4	95,9
2010	94,0	90,5	93,6	94,0	94,3	97,0
2011	93,7	90,8	93,6	93,7	94,6	94,9
2012	92,2	87,4	91,9	93,3	92,2	93,5
2013	92,3	88,3	92,2	94,1	92,2	91,6
2014	92,3	86,6	91,0	94,6	92,6	92,9
2015	91,6	86,2	90,5	93,4	91,2	94,2

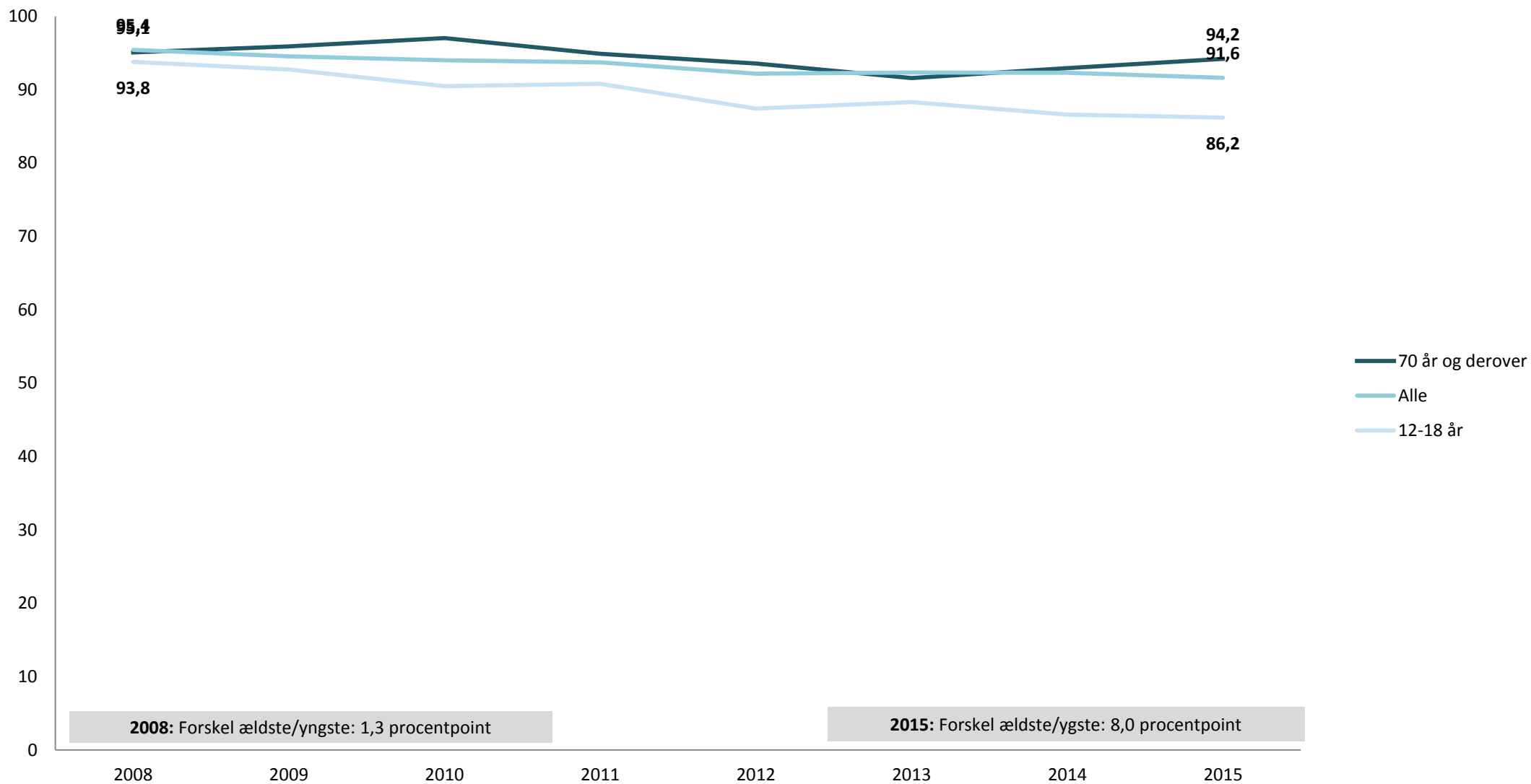
**Kilde:** TNS Gallup Radio-Meter

Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

**Univers:** Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

## Radiolytning: Gennemsnitlig ugentlig dækning (AvWkRch%) i % 2008-2015.

Alle, 12-18 år og 70 år og derover





### Radiolytning: Gennemsnitlig daglig dækning (AvRch%) i % 2008-2015 og alder

	Alle	12-18 år	19-34 år	35-54 år	55-69 år	70 år og derover
2008	80,1	67,3	73,2	83,1	85,8	86,4
2009	78,1	68,5	70,0	80,2	83,8	86,1
2010	76,6	61,6	71,9	77,3	82,1	86,8
2011	76,1	61,7	70,5	77,0	83,0	83,8
2012	74,6	57,0	70,3	76,5	80,2	82,6
2013	73,9	56,6	69,4	76,4	78,8	81,3
2014	74,9	58,0	68,2	78,2	80,5	83,3
2015	73,9	56,1	67,1	77,1	78,3	85,1

### Radiolytning: Gennemsnitlig ugentlig dækning (AvWkRch%) i % 2008-2015 og alder

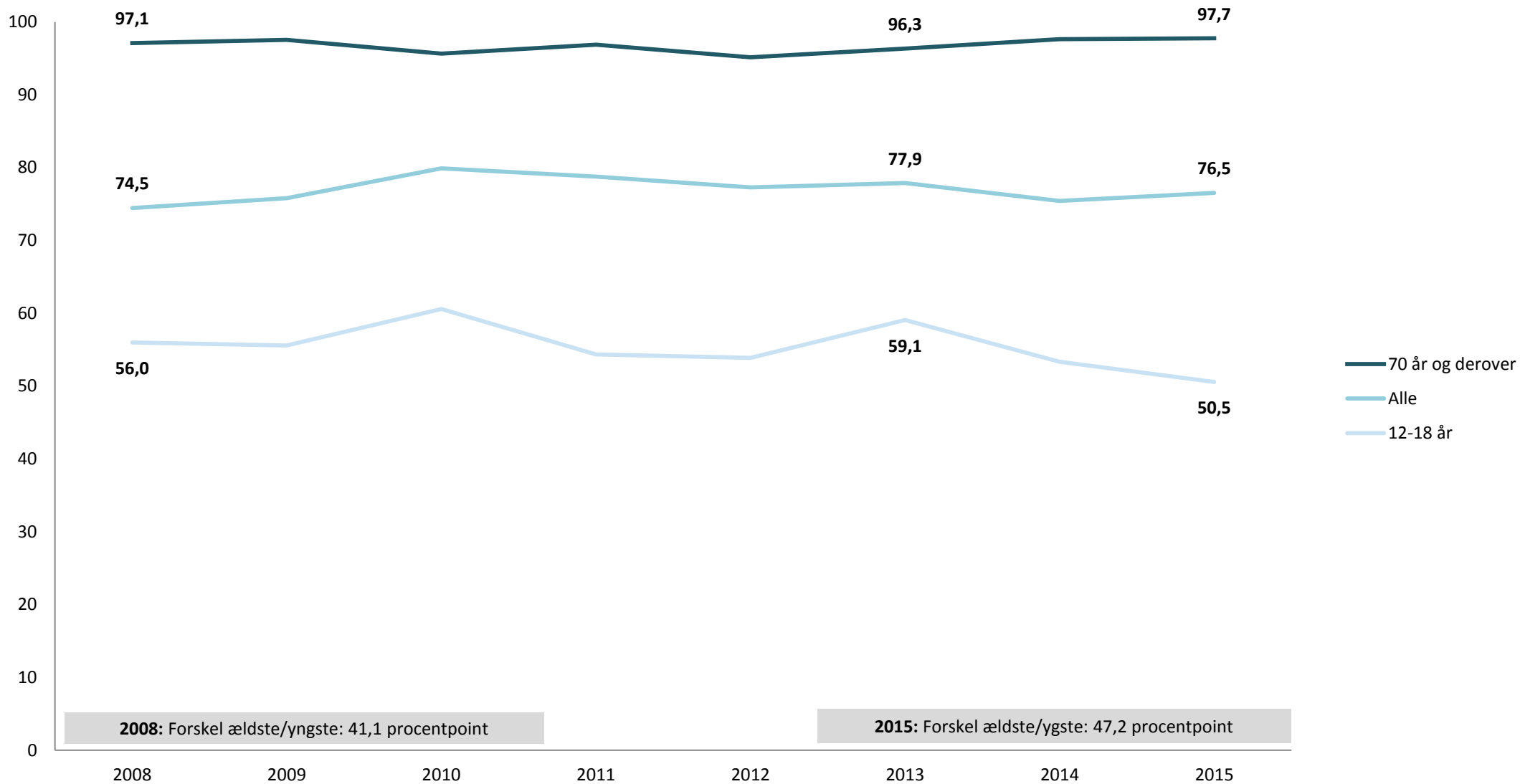
	Alle	12-18 år	19-34 år	35-54 år	55-69 år	70 år og derover
2008	95,4	93,8	94,6	96,2	96,1	95,1
2009	94,5	92,8	92,3	95,6	95,4	95,9
2010	94,0	90,5	93,6	94,0	94,3	97,0
2011	93,7	90,8	93,6	93,7	94,6	94,9
2012	92,2	87,4	91,9	93,3	92,2	93,5
2013	92,3	88,3	92,2	94,1	92,2	91,6
2014	92,3	86,6	91,0	94,6	92,6	92,9
2015	91,6	86,2	90,5	93,4	91,2	94,2

**Kilde:** TNS Gallup Radio-Meter

Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

**Univers:** Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

## Public service-radio: Share (%) og alder 2008-2015. Alle, 12-18-år, 70 år og derover



**Public service-radio: Share (%) og alder 2008-2015. Alle, 12-18-år, 70 år og derover**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>70 år og derover</b>	97,1	97,5	95,6	96,9	95,1	96,3	97,6	97,7
<b>Alle</b>	74,5	75,8	79,9	78,8	77,3	77,9	75,4	76,5
<b>12-18 år</b>	56,0	55,6	60,6	54,3	53,9	59,1	53,3	50,5

**Kommerciel radio: Share (%) og alder 2008-2015. Alle, 12-18-år, 70 år og derover**

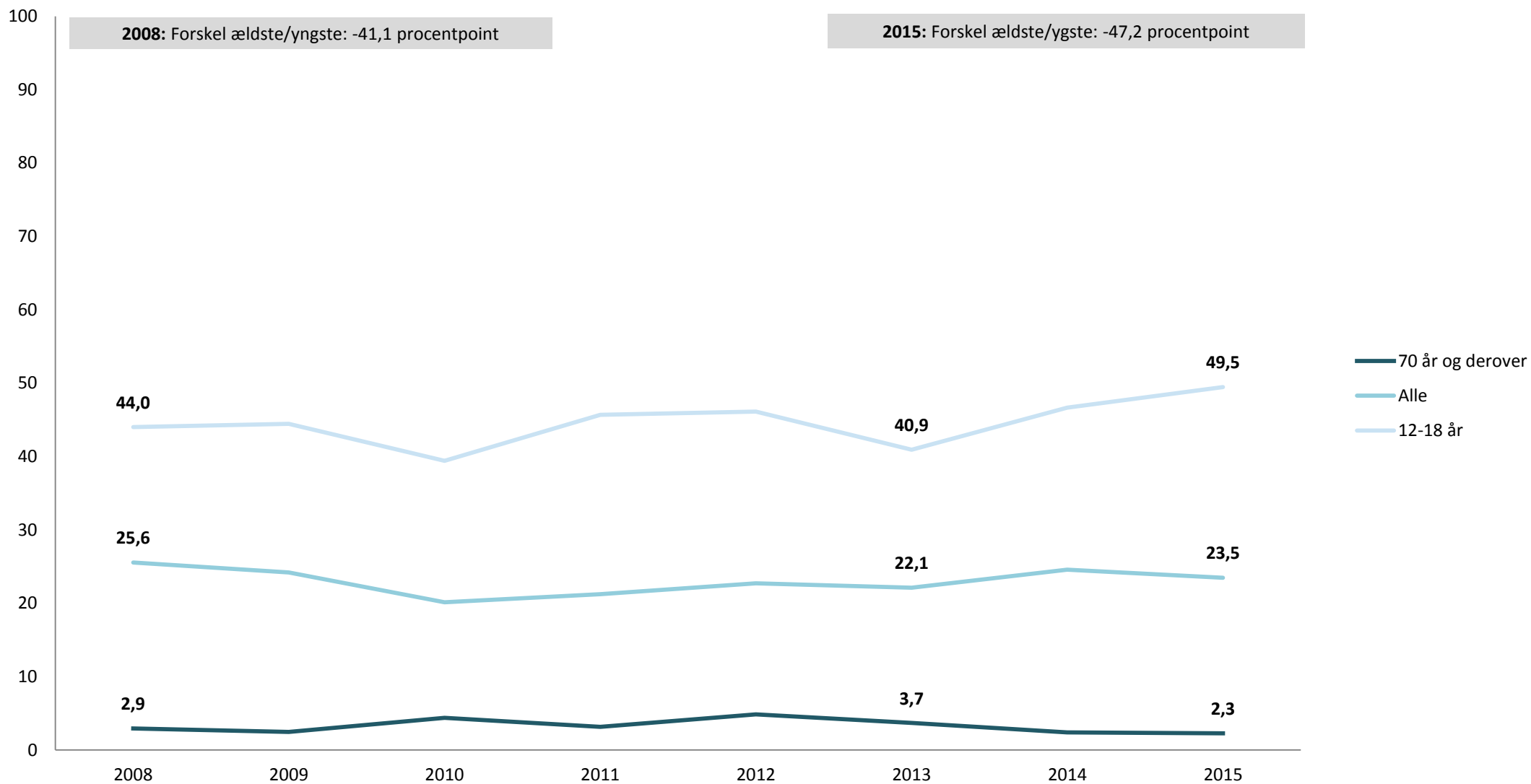
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>70 år og derover</b>	2,9	2,5	4,4	3,1	4,9	3,7	2,4	2,3
<b>Alle</b>	25,6	24,2	20,1	21,2	22,7	22,1	24,6	23,5
<b>12-18 år</b>	44,0	44,4	39,4	45,7	46,1	40,9	46,7	49,5

*Kilde: TNS Gallup Radio-Meter*

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover*

## Kommerciel radio: Share (%) og alder 2008-2015. Alle, 12-18-år, 70 år og derover



**Public service-radio: Share (%) og alder 2008-2015. Alle, 12-18-år, 70 år og derover**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>70 år og derover</b>	97,1	97,5	95,6	96,9	95,1	96,3	97,6	97,7
<b>Alle</b>	74,5	75,8	79,9	78,8	77,3	77,9	75,4	76,5
<b>12-18 år</b>	56,0	55,6	60,6	54,3	53,9	59,1	53,3	50,5

**Kommerciel radio: Share (%) og alder 2008-2015. Alle, 12-18-år, 70 år og derover**

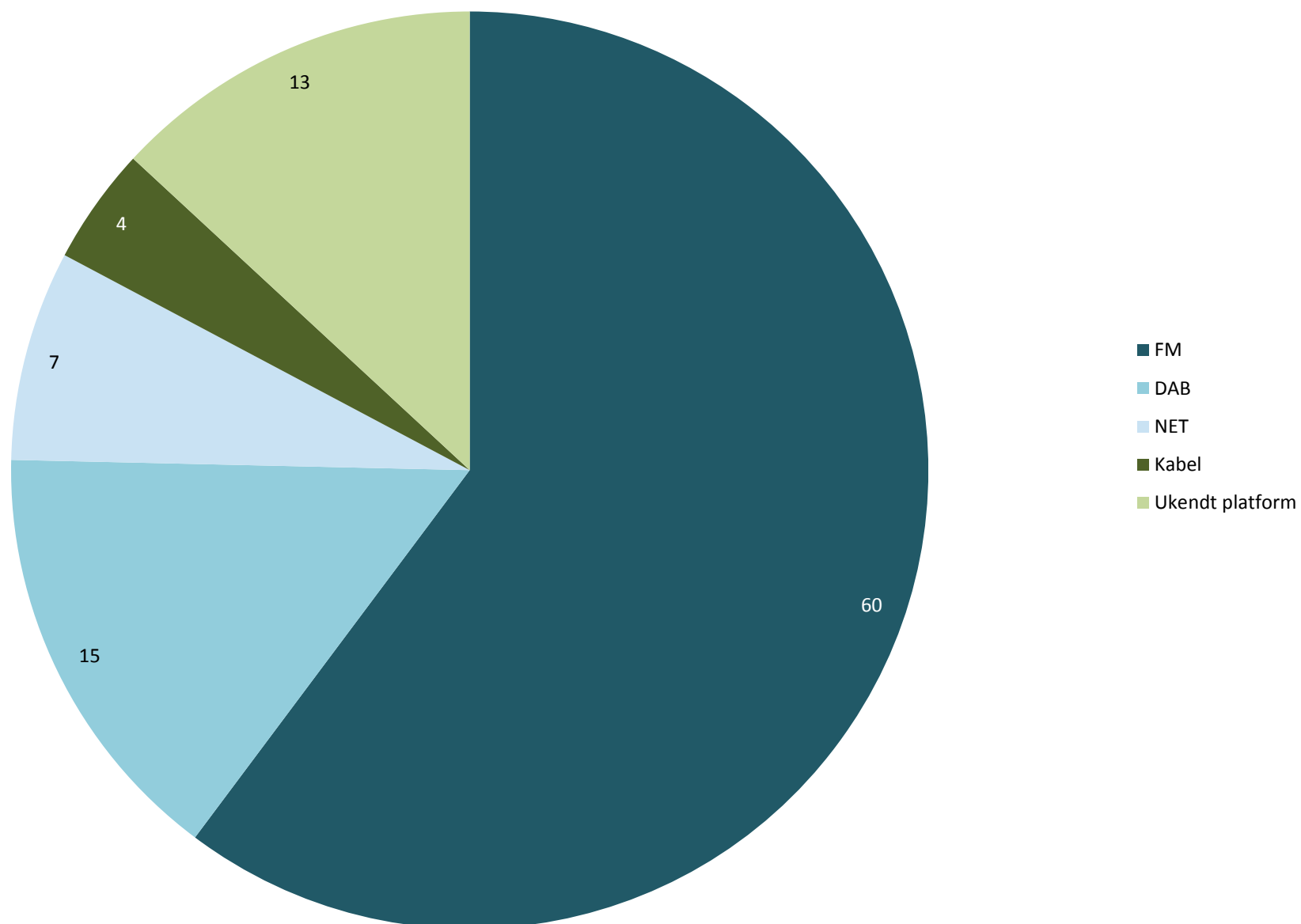
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>70 år og derover</b>	2,9	2,5	4,4	3,1	4,9	3,7	2,4	2,3
<b>Alle</b>	25,6	24,2	20,1	21,2	22,7	22,1	24,6	23,5
<b>12-18 år</b>	44,0	44,4	39,4	45,7	46,1	40,9	46,7	49,5

*Kilde: TNS Gallup Radio-Meter*

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover*

## Den totale radiolytning fordelt på platform (%) - 2015



### Den totale radiolytning fordelt på platform (%) - 2009-2015

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
FM	72,0	76,8	76,2	67,5	63,9	61,8	60,2
DAB	5,4	5,8	6,8	9,6	11,4	12,1	15,1
NET	1,7	2,2	2,3	3,6	4,1	6,2	7,4
Kabel	0,0	0,0	0,0	4,7	5,6	4,9	4,1
Ukendt platform	21,0	15,1	14,6	14,5	15,1	14,9	13,1

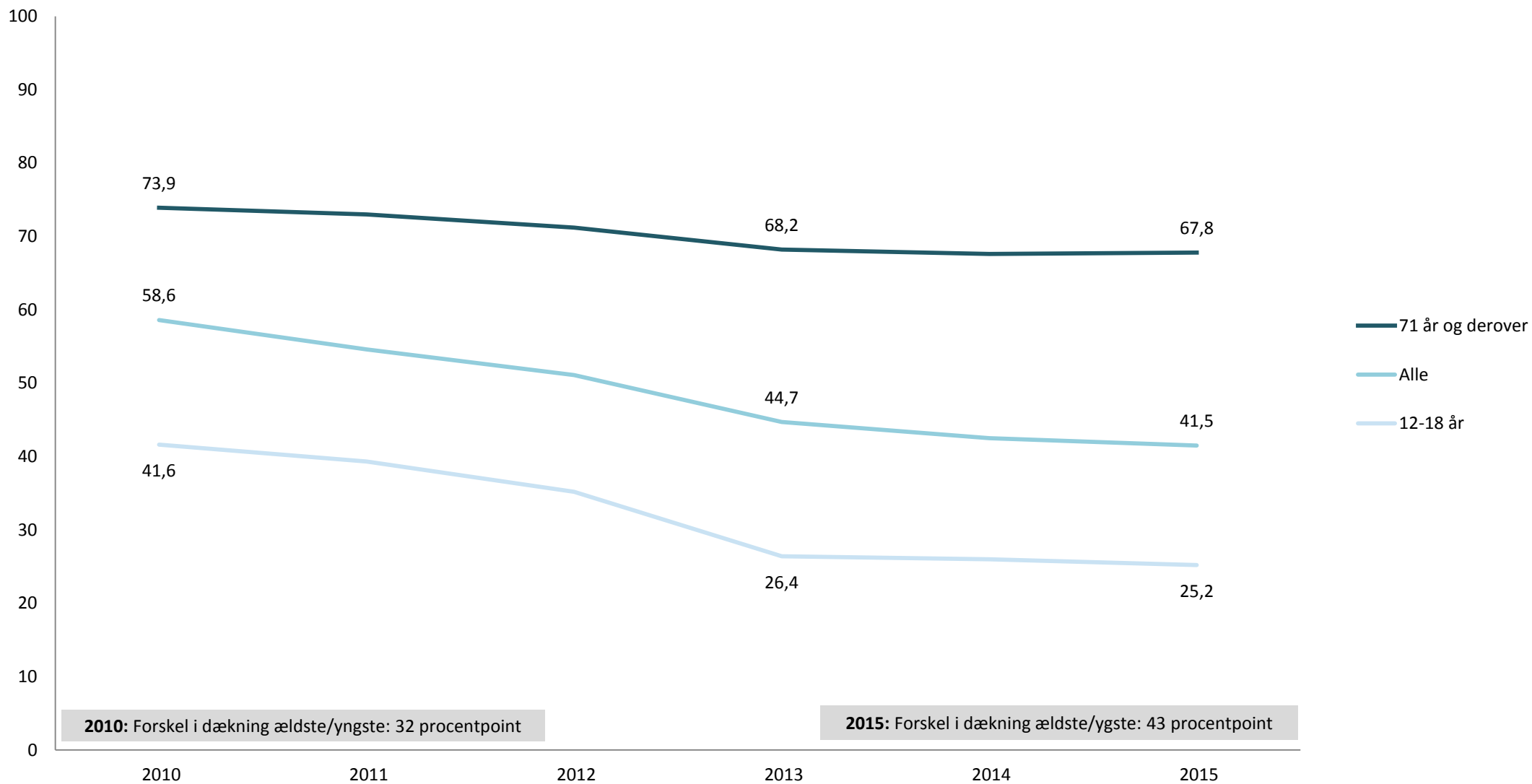
### Den totale radiolytning på DR's kanaler fordelt på platform (%) – 2009-2015

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
FM	90,8	89,9	89	79,7	75,5	72,4	67,1
DIGITAL LYTNING I ALT:	9,3	10,1	11	20,3	24,5	27,5	32,9
• DAB	7	7,3	8,3	10,2	12,4	13,4	18,4
• NET	2,3	2,8	2,7	4	4,7	7,4	9
• Kabel	0	0	0	6,1	7,4	6,7	5,5

*Kilde: TNS Gallup/Radio-Meter, Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen  
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover*

## Dækning i % for alle dagblade - fordelt på alder - 2010-2015

Alle, 12-18-årige og 71 år og derover





## Dækning i % for avisgrupper fordelt på alder - 2010-2015

Målgruppe	Mediegruppe	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Alle	Alle dagblade	58,6	54,6	51,1	44,7	42,5	41,5
Alle	Alle landsdækkende dagblade	43,5	39,9	37,1	31,0	30,1	29,8
Alle	Alle provinsdagblade	27,2	25,4	23,6	21,3	19,4	18,4
Alle	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	16,8	13,4	11,7	7,8	10,0	10,6
Alle	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	16,1	15,0	13,9	12,2	10,7	10,4
Alle	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	11,2	11,4	11,1	10,3	9,4	9,4
Alle	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	24,9	24,0	22,7	20,5	18,5	18,3
Alle	Landsdækkende dagblade - Tabloid	11,0	10,3	9,3	7,1	6,1	5,2
Alle	Regionale dagblade	12,3	11,6	10,5	9,4	8,8	8,0
Alle	Øvrige provinsdagblade	15,4	14,3	13,4	12,2	10,9	10,6
12-18 år	Alle dagblade	41,6	39,3	35,2	26,4	26,0	25,2
12-18 år	Alle landsdækkende dagblade	33,3	31,4	27,8	20,0	20,4	21,0
12-18 år	Alle provinsdagblade	15,2	14,0	13,1	9,5	8,3	7,1
12-18 år	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	13,2	9,5	7,7	4,5	9,4	9,4
12-18 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	9,6	9,4	8,2	5,8	5,0	4,6
12-18 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	7,7	8,4	6,5	5,1	4,8	5,3
12-18 år	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	15,9	16,0	13,5	10,3	9,0	9,2
12-18 år	Landsdækkende dagblade - Tabloid	12,2	13,1	12,3	8,2	5,1	5,9
12-18 år	Regionale dagblade	6,7	6,0	4,8	3,4	3,2	2,7
12-18 år	Øvrige provinsdagblade	8,8	8,2	8,5	6,2	5,2	4,5

**Dækning i % for avisgrupper fordelt på alder - 2010-2015**

Målgruppe	Mediegruppe	2010	2011	2012	2013	2014	2015
19-34 år	Alle dagblade	46,2	41,3	38,5	31,3	28,4	26,4
19-34 år	Alle landsdækkende dagblade	39,2	34,6	32,1	25,5	23,8	22,9
19-34 år	Alle provinsdagblade	13,3	12,4	11,6	8,8	7,2	5,6
19-34 år	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	20,7	15,1	12,9	9,6	11,9	11,3
19-34 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	11,0	10,2	9,3	8,0	5,9	5,9
19-34 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	8,0	8,2	8,7	7,6	5,9	6,0
19-34 år	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	17,1	16,5	15,9	13,9	10,8	10,9
19-34 år	Landsdækkende dagblade - Tabloid	10,9	10,5	10,0	7,0	5,3	4,2
19-34 år	Regionale dagblade	6,5	5,5	5,0	3,9	3,3	2,7
19-34 år	Øvrige provinsdagblade	7,0	7,1	6,8	5,1	4,0	3,1
35-54 år	Alle dagblade	56,9	52,2	47,4	39,4	36,4	35,0
35-54 år	Alle landsdækkende dagblade	43,1	39,1	34,7	27,8	26,2	25,5
35-54 år	Alle provinsdagblade	25,1	22,8	20,7	17,7	15,2	13,9
35-54 år	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	17,5	14,6	12,6	7,7	8,7	9,3
35-54 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	16,6	14,9	13,6	11,1	9,8	9,7
35-54 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	9,5	9,7	8,5	7,9	7,0	6,7
35-54 år	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	23,8	22,2	20,0	17,4	15,4	15,1
35-54 år	Landsdækkende dagblade - Tabloid	11,3	10,2	8,3	6,6	6,0	4,6
35-54 år	Regionale dagblade	11,2	10,1	9,2	7,7	7,0	5,9
35-54 år	Øvrige provinsdagblade	14,5	13,2	11,9	10,3	8,4	8,3

## Dækning i % for avisgrupper fordelt på alder - 2010-2015

Målgruppe	Mediegruppe	2010	2011	2012	2013	2014	2015
55-70 år	Alle dagblade	73,3	68,6	65,5	61,0	58,9	58,1
55-70 år	Alle landsdækkende dagblade	51,3	47,0	45,6	40,0	38,8	38,9
55-70 år	Alle provinsdagblade	40,7	37,9	34,9	33,5	32,1	30,9
55-70 år	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	16,6	13,4	12,1	8,1	10,5	12,1
55-70 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	20,7	19,3	18,4	17,1	14,6	14,3
55-70 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	16,3	15,9	16,4	15,3	14,5	14,4
55-70 år	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	33,6	32,2	31,6	29,5	26,7	26,6
55-70 år	Landsdækkende dagblade - Tabloid	11,8	10,3	9,7	7,9	7,5	6,5
55-70 år	Regionale dagblade	18,4	17,5	16,1	14,9	14,5	13,5
55-70 år	Øvrige provinsdagblade	23,1	21,0	19,3	19,1	18,2	17,8
71 år og derover	Alle dagblade	73,9	73,0	71,2	68,2	67,6	67,8
71 år og derover	Alle landsdækkende dagblade	46,7	45,9	45,2	41,3	43,9	43,2
71 år og derover	Alle provinsdagblade	44,5	43,4	41,9	40,6	38,5	38,4
71 år og derover	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	11,2	9,8	9,7	6,6	9,5	11,2
71 år og derover	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	21,2	21,1	20,0	19,1	19,2	17,9
71 år og derover	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	15,6	16,1	16,5	16,8	16,7	16,5
71 år og derover	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	34,0	34,4	33,9	32,9	33,2	32,0
71 år og derover	Landsdækkende dagblade - Tabloid	8,1	7,6	7,2	6,5	6,3	5,6
71 år og derover	Regionale dagblade	19,7	20,6	18,8	18,5	17,7	16,8
71 år og derover	Øvrige provinsdagblade	25,4	23,8	23,4	22,6	21,2	21,9

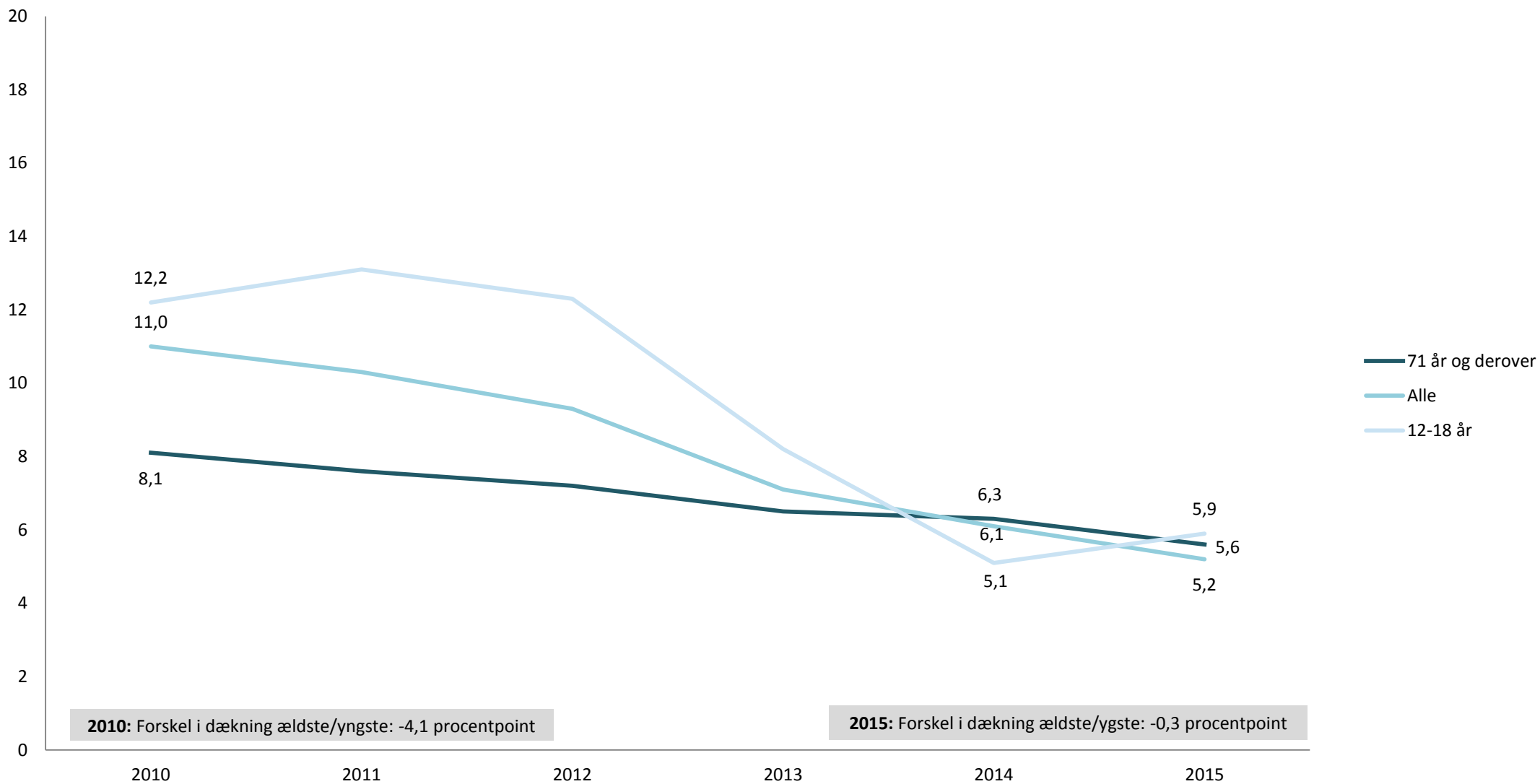
*Kilde* : Index Danmark/Gallup - Helårsbaser 2010-2015.

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers*: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

## Dækning i % for landsdækkende dagblade - TABLOIDAVISER - fordelt på alder - 2010-2015

Alle, 12-18-årige og 71 år og derover



## Dækning i % for avisgrupper fordelt på alder - 2010-2015

Målgruppe	Mediegruppe	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Alle	Alle dagblade	58,6	54,6	51,1	44,7	42,5	41,5
Alle	Alle landsdækkende dagblade	43,5	39,9	37,1	31,0	30,1	29,8
Alle	Alle provinsdagblade	27,2	25,4	23,6	21,3	19,4	18,4
Alle	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	16,8	13,4	11,7	7,8	10,0	10,6
Alle	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	16,1	15,0	13,9	12,2	10,7	10,4
Alle	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	11,2	11,4	11,1	10,3	9,4	9,4
Alle	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	24,9	24,0	22,7	20,5	18,5	18,3
Alle	Landsdækkende dagblade - Tabloid	11,0	10,3	9,3	7,1	6,1	5,2
Alle	Regionale dagblade	12,3	11,6	10,5	9,4	8,8	8,0
Alle	Øvrige provinsdagblade	15,4	14,3	13,4	12,2	10,9	10,6
12-18 år	Alle dagblade	41,6	39,3	35,2	26,4	26,0	25,2
12-18 år	Alle landsdækkende dagblade	33,3	31,4	27,8	20,0	20,4	21,0
12-18 år	Alle provinsdagblade	15,2	14,0	13,1	9,5	8,3	7,1
12-18 år	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	13,2	9,5	7,7	4,5	9,4	9,4
12-18 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	9,6	9,4	8,2	5,8	5,0	4,6
12-18 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	7,7	8,4	6,5	5,1	4,8	5,3
12-18 år	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	15,9	16,0	13,5	10,3	9,0	9,2
12-18 år	Landsdækkende dagblade - Tabloid	12,2	13,1	12,3	8,2	5,1	5,9
12-18 år	Regionale dagblade	6,7	6,0	4,8	3,4	3,2	2,7
12-18 år	Øvrige provinsdagblade	8,8	8,2	8,5	6,2	5,2	4,5

**Dækning i % for avisgrupper fordelt på alder - 2010-2015**

Målgruppe	Mediegruppe	2010	2011	2012	2013	2014	2015
19-34 år	Alle dagblade	46,2	41,3	38,5	31,3	28,4	26,4
19-34 år	Alle landsdækkende dagblade	39,2	34,6	32,1	25,5	23,8	22,9
19-34 år	Alle provinsdagblade	13,3	12,4	11,6	8,8	7,2	5,6
19-34 år	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	20,7	15,1	12,9	9,6	11,9	11,3
19-34 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	11,0	10,2	9,3	8,0	5,9	5,9
19-34 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	8,0	8,2	8,7	7,6	5,9	6,0
19-34 år	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	17,1	16,5	15,9	13,9	10,8	10,9
19-34 år	Landsdækkende dagblade - Tabloid	10,9	10,5	10,0	7,0	5,3	4,2
19-34 år	Regionale dagblade	6,5	5,5	5,0	3,9	3,3	2,7
19-34 år	Øvrige provinsdagblade	7,0	7,1	6,8	5,1	4,0	3,1
35-54 år	Alle dagblade	56,9	52,2	47,4	39,4	36,4	35,0
35-54 år	Alle landsdækkende dagblade	43,1	39,1	34,7	27,8	26,2	25,5
35-54 år	Alle provinsdagblade	25,1	22,8	20,7	17,7	15,2	13,9
35-54 år	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	17,5	14,6	12,6	7,7	8,7	9,3
35-54 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	16,6	14,9	13,6	11,1	9,8	9,7
35-54 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	9,5	9,7	8,5	7,9	7,0	6,7
35-54 år	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	23,8	22,2	20,0	17,4	15,4	15,1
35-54 år	Landsdækkende dagblade - Tabloid	11,3	10,2	8,3	6,6	6,0	4,6
35-54 år	Regionale dagblade	11,2	10,1	9,2	7,7	7,0	5,9
35-54 år	Øvrige provinsdagblade	14,5	13,2	11,9	10,3	8,4	8,3

## Dækning i % for avisgrupper fordelt på alder - 2010-2015

Målgruppe	Mediegruppe	2010	2011	2012	2013	2014	2015
55-70 år	Alle dagblade	73,3	68,6	65,5	61,0	58,9	58,1
55-70 år	Alle landsdækkende dagblade	51,3	47,0	45,6	40,0	38,8	38,9
55-70 år	Alle provinsdagblade	40,7	37,9	34,9	33,5	32,1	30,9
55-70 år	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	16,6	13,4	12,1	8,1	10,5	12,1
55-70 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	20,7	19,3	18,4	17,1	14,6	14,3
55-70 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	16,3	15,9	16,4	15,3	14,5	14,4
55-70 år	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	33,6	32,2	31,6	29,5	26,7	26,6
55-70 år	Landsdækkende dagblade - Tabloid	11,8	10,3	9,7	7,9	7,5	6,5
55-70 år	Regionale dagblade	18,4	17,5	16,1	14,9	14,5	13,5
55-70 år	Øvrige provinsdagblade	23,1	21,0	19,3	19,1	18,2	17,8
71 år og derover	Alle dagblade	73,9	73,0	71,2	68,2	67,6	67,8
71 år og derover	Alle landsdækkende dagblade	46,7	45,9	45,2	41,3	43,9	43,2
71 år og derover	Alle provinsdagblade	44,5	43,4	41,9	40,6	38,5	38,4
71 år og derover	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	11,2	9,8	9,7	6,6	9,5	11,2
71 år og derover	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	21,2	21,1	20,0	19,1	19,2	17,9
71 år og derover	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	15,6	16,1	16,5	16,8	16,7	16,5
71 år og derover	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	34,0	34,4	33,9	32,9	33,2	32,0
71 år og derover	Landsdækkende dagblade - Tabloid	8,1	7,6	7,2	6,5	6,3	5,6
71 år og derover	Regionale dagblade	19,7	20,6	18,8	18,5	17,7	16,8
71 år og derover	Øvrige provinsdagblade	25,4	23,8	23,4	22,6	21,2	21,9

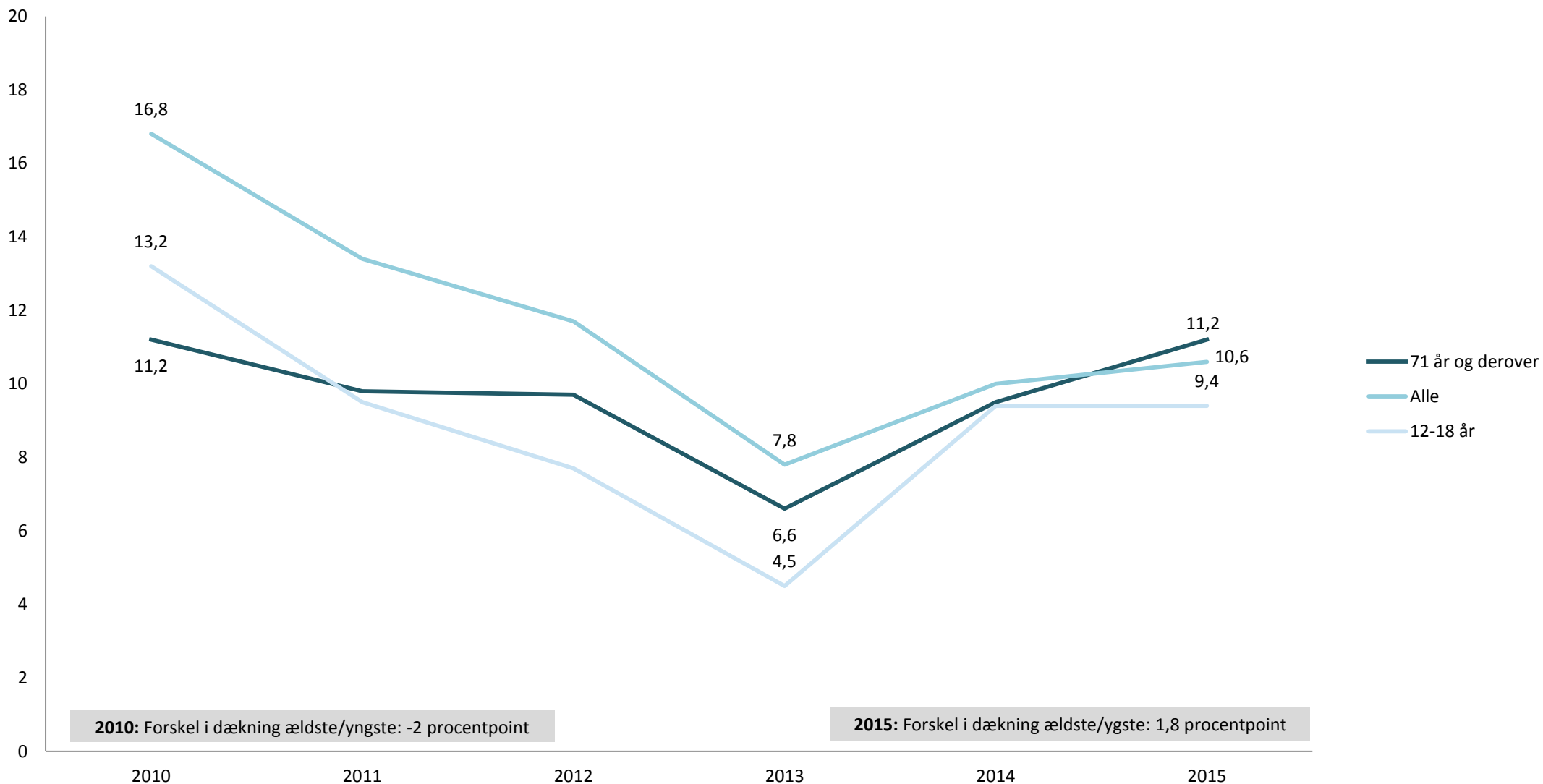
*Kilde* : Index Danmark/Gallup - Helårsbaser 2010-2015.

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers*: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

## Dækning i % for landsdækkende dagblade - GRATIS/TRAFIKAVISER - fordelt på alder - 2010-2015

### Alle, 12-18-årige og 71 år og derover





## Dækning i % for avisgrupper fordelt på alder - 2010-2015

Målgruppe	Mediegruppe	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Alle	Alle dagblade	58,6	54,6	51,1	44,7	42,5	41,5
Alle	Alle landsdækkende dagblade	43,5	39,9	37,1	31,0	30,1	29,8
Alle	Alle provinsdagblade	27,2	25,4	23,6	21,3	19,4	18,4
Alle	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	16,8	13,4	11,7	7,8	10,0	10,6
Alle	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	16,1	15,0	13,9	12,2	10,7	10,4
Alle	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	11,2	11,4	11,1	10,3	9,4	9,4
Alle	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	24,9	24,0	22,7	20,5	18,5	18,3
Alle	Landsdækkende dagblade - Tabloid	11,0	10,3	9,3	7,1	6,1	5,2
Alle	Regionale dagblade	12,3	11,6	10,5	9,4	8,8	8,0
Alle	Øvrige provinsdagblade	15,4	14,3	13,4	12,2	10,9	10,6
12-18 år	Alle dagblade	41,6	39,3	35,2	26,4	26,0	25,2
12-18 år	Alle landsdækkende dagblade	33,3	31,4	27,8	20,0	20,4	21,0
12-18 år	Alle provinsdagblade	15,2	14,0	13,1	9,5	8,3	7,1
12-18 år	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	13,2	9,5	7,7	4,5	9,4	9,4
12-18 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	9,6	9,4	8,2	5,8	5,0	4,6
12-18 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	7,7	8,4	6,5	5,1	4,8	5,3
12-18 år	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	15,9	16,0	13,5	10,3	9,0	9,2
12-18 år	Landsdækkende dagblade - Tabloid	12,2	13,1	12,3	8,2	5,1	5,9
12-18 år	Regionale dagblade	6,7	6,0	4,8	3,4	3,2	2,7
12-18 år	Øvrige provinsdagblade	8,8	8,2	8,5	6,2	5,2	4,5

**Dækning i % for avisgrupper fordelt på alder - 2010-2015**

Målgruppe	Mediegruppe	2010	2011	2012	2013	2014	2015
19-34 år	Alle dagblade	46,2	41,3	38,5	31,3	28,4	26,4
19-34 år	Alle landsdækkende dagblade	39,2	34,6	32,1	25,5	23,8	22,9
19-34 år	Alle provinsdagblade	13,3	12,4	11,6	8,8	7,2	5,6
19-34 år	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	20,7	15,1	12,9	9,6	11,9	11,3
19-34 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	11,0	10,2	9,3	8,0	5,9	5,9
19-34 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	8,0	8,2	8,7	7,6	5,9	6,0
19-34 år	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	17,1	16,5	15,9	13,9	10,8	10,9
19-34 år	Landsdækkende dagblade - Tabloid	10,9	10,5	10,0	7,0	5,3	4,2
19-34 år	Regionale dagblade	6,5	5,5	5,0	3,9	3,3	2,7
19-34 år	Øvrige provinsdagblade	7,0	7,1	6,8	5,1	4,0	3,1
35-54 år	Alle dagblade	56,9	52,2	47,4	39,4	36,4	35,0
35-54 år	Alle landsdækkende dagblade	43,1	39,1	34,7	27,8	26,2	25,5
35-54 år	Alle provinsdagblade	25,1	22,8	20,7	17,7	15,2	13,9
35-54 år	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	17,5	14,6	12,6	7,7	8,7	9,3
35-54 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	16,6	14,9	13,6	11,1	9,8	9,7
35-54 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	9,5	9,7	8,5	7,9	7,0	6,7
35-54 år	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	23,8	22,2	20,0	17,4	15,4	15,1
35-54 år	Landsdækkende dagblade - Tabloid	11,3	10,2	8,3	6,6	6,0	4,6
35-54 år	Regionale dagblade	11,2	10,1	9,2	7,7	7,0	5,9
35-54 år	Øvrige provinsdagblade	14,5	13,2	11,9	10,3	8,4	8,3

## Dækning i % for avisgrupper fordelt på alder - 2010-2015

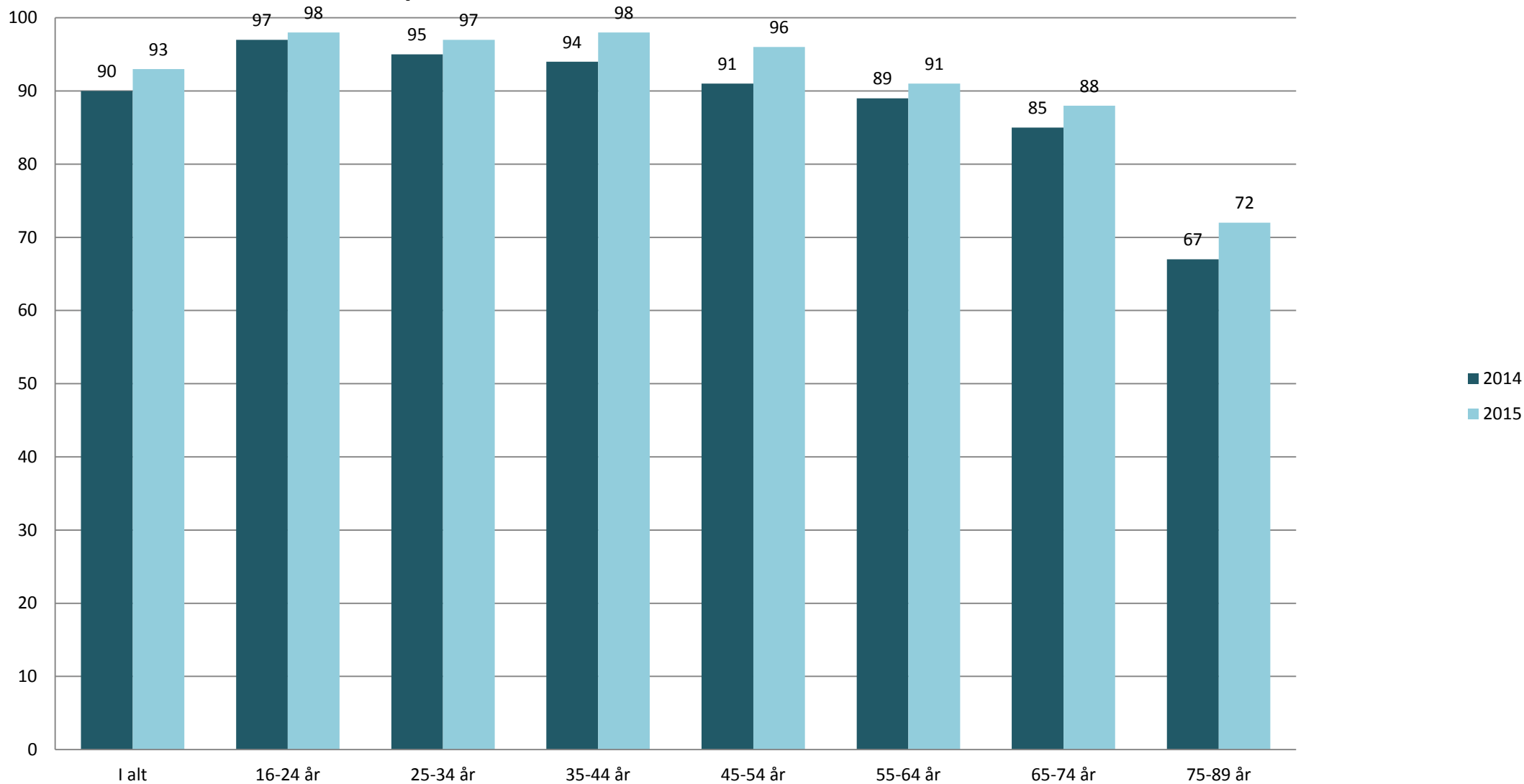
Målgruppe	Mediegruppe	2010	2011	2012	2013	2014	2015
55-70 år	Alle dagblade	73,3	68,6	65,5	61,0	58,9	58,1
55-70 år	Alle landsdækkende dagblade	51,3	47,0	45,6	40,0	38,8	38,9
55-70 år	Alle provinsdagblade	40,7	37,9	34,9	33,5	32,1	30,9
55-70 år	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	16,6	13,4	12,1	8,1	10,5	12,1
55-70 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	20,7	19,3	18,4	17,1	14,6	14,3
55-70 år	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	16,3	15,9	16,4	15,3	14,5	14,4
55-70 år	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	33,6	32,2	31,6	29,5	26,7	26,6
55-70 år	Landsdækkende dagblade - Tabloid	11,8	10,3	9,7	7,9	7,5	6,5
55-70 år	Regionale dagblade	18,4	17,5	16,1	14,9	14,5	13,5
55-70 år	Øvrige provinsdagblade	23,1	21,0	19,3	19,1	18,2	17,8
71 år og derover	Alle dagblade	73,9	73,0	71,2	68,2	67,6	67,8
71 år og derover	Alle landsdækkende dagblade	46,7	45,9	45,2	41,3	43,9	43,2
71 år og derover	Alle provinsdagblade	44,5	43,4	41,9	40,6	38,5	38,4
71 år og derover	Dagblade - Gratisaviser/Trafikaviser	11,2	9,8	9,7	6,6	9,5	11,2
71 år og derover	Landsdækkende dagblade - Gruppe A	21,2	21,1	20,0	19,1	19,2	17,9
71 år og derover	Landsdækkende dagblade - Gruppe B	15,6	16,1	16,5	16,8	16,7	16,5
71 år og derover	Landsdækkende dagblade - Omnibus/business	34,0	34,4	33,9	32,9	33,2	32,0
71 år og derover	Landsdækkende dagblade - Tabloid	8,1	7,6	7,2	6,5	6,3	5,6
71 år og derover	Regionale dagblade	19,7	20,6	18,8	18,5	17,7	16,8
71 år og derover	Øvrige provinsdagblade	25,4	23,8	23,4	22,6	21,2	21,9

*Kilde* : Index Danmark/Gallup - Helårsbaser 2010-2015.

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers*: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

**Andel af den danske befolkning (16-89 år) (%), der har brugt en mobiltelefon eller en smartphone i de seneste tre måneder – fordelt på alder. 2015**



**Andel af den danske befolkning (16-89 år) (%), der har brugt en mobiltelefon eller en smartphone i de seneste tre måneder – fordelt på alder. 2015**

	I alt	16-24 år	25-34 år	35-44 år	45-54 år	55-64 år	65-74 år	75-89 år
<b>2014</b>	90	97	95	94	91	89	85	67
<b>2015</b>	93	98	97	98	96	91	88	72

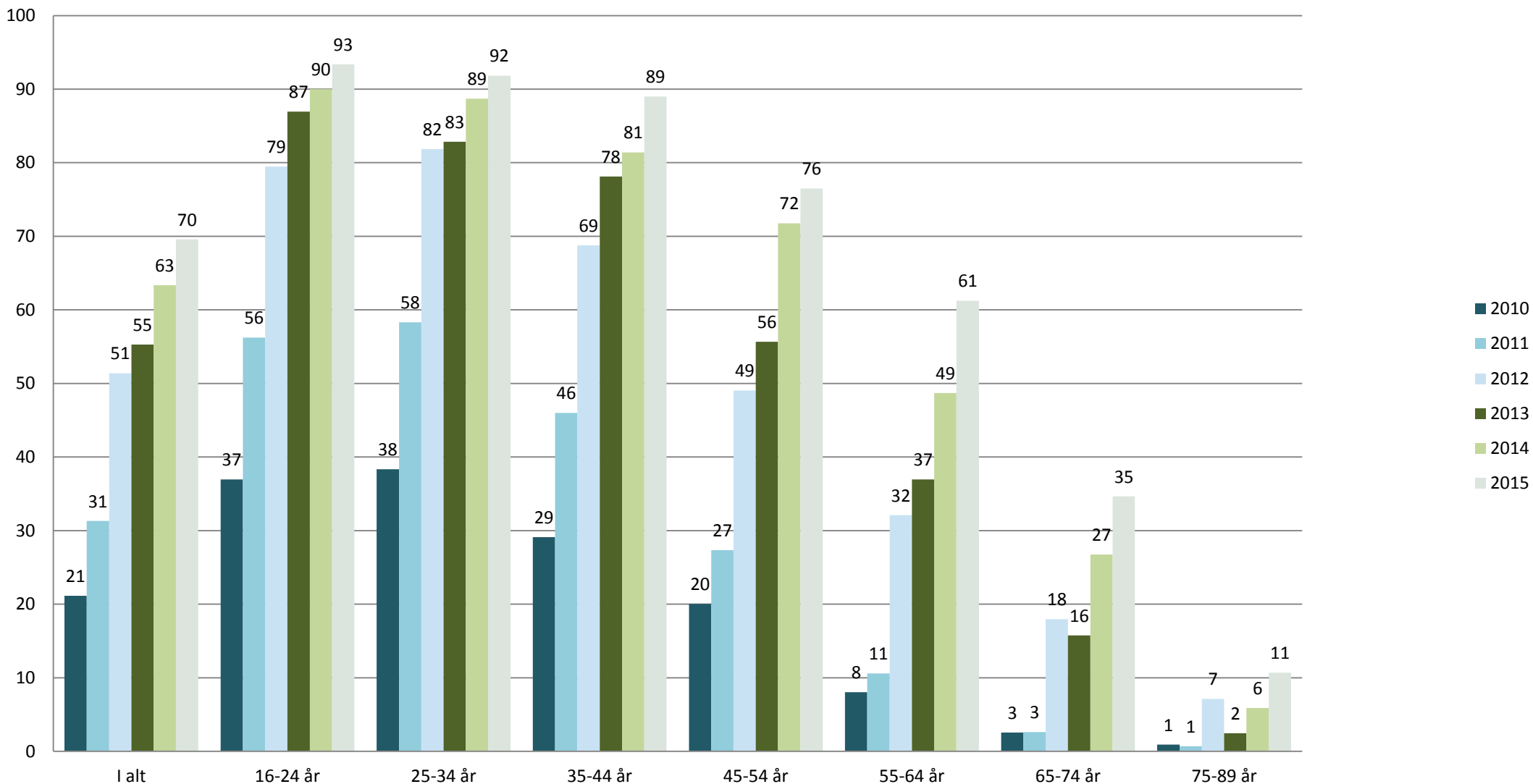
**Kilde:** Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2015

Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

**Univers:** Den danske befolkning 16-89 år

N = 5.385

## Andel af den danske befolkning (16-89 år) (%), der har brugt internet via mobilen i de seneste tre måneder – fordelt på alder. 2010-2015



**Andel af den danske befolkning (16-89 år) (%), der har brugt internet via mobilen i de seneste tre måneder – fordelt på alder. 2010-2015**

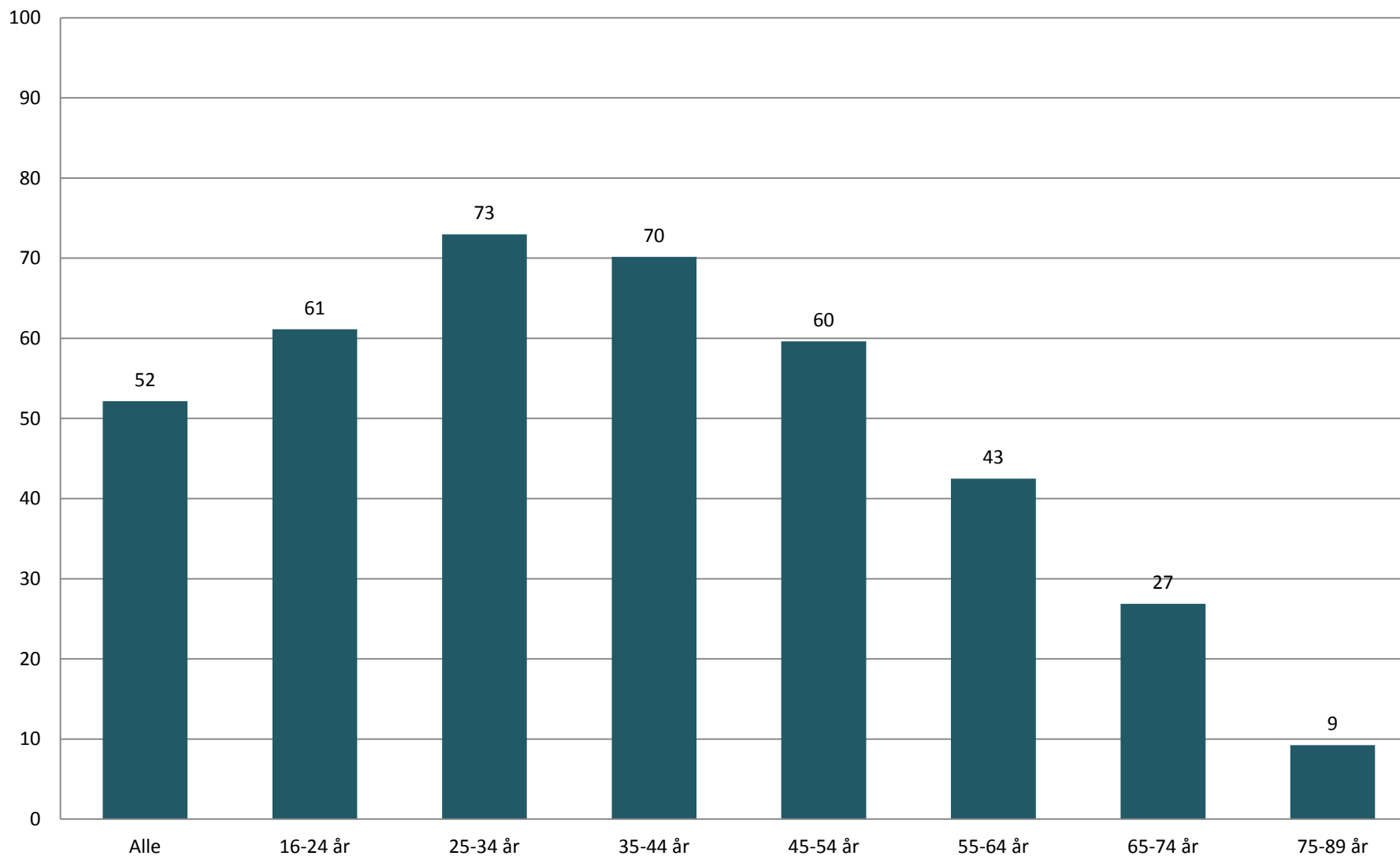
	I alt	16-24 år	25-34 år	35-44 år	45-54 år	55-64 år	65-74 år	75-89 år
<b>2010</b>	21,14	36,94	38,33	29,11	20,05	8,03	2,57	0,90
<b>2011</b>	31,30	56,22	58,32	45,99	27,34	10,57	2,63	0,68
<b>2012</b>	51,39	79,49	81,83	68,77	49,04	32,09	17,96	7,13
<b>2013</b>	55,30	86,95	82,85	78,12	55,66	36,94	15,74	2,45
<b>2014</b>	63,36	90,01	88,71	81,40	71,75	48,71	26,73	5,91
<b>2015</b>	69,58	93,38	91,83	89,00	76,49	61,22	34,65	10,66

*Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2015*

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers: Den danske befolkning 16-89 år*

**Andel af den danske befolkning (16-89 år) (%), der har brugt internet via mobil, tablet eller iPad inden for de seneste tre måneder til at læse eller downloade nyheder på internettet - fordelt på alder. 2015**





**Andel af den danske befolkning (16-89 år) (%), der har brugt internet via mobil, tablet eller iPad inden for de seneste tre måneder til at læse eller downloade nyheder på internettet - fordelt på alder. 2015**

Alle	16-24 år	25-34 år	35-44 år	45-54 år	55-64 år	65-74 år	75-89 år
52,16	61,12	72,98	70,17	59,63	42,50	26,88	9,23

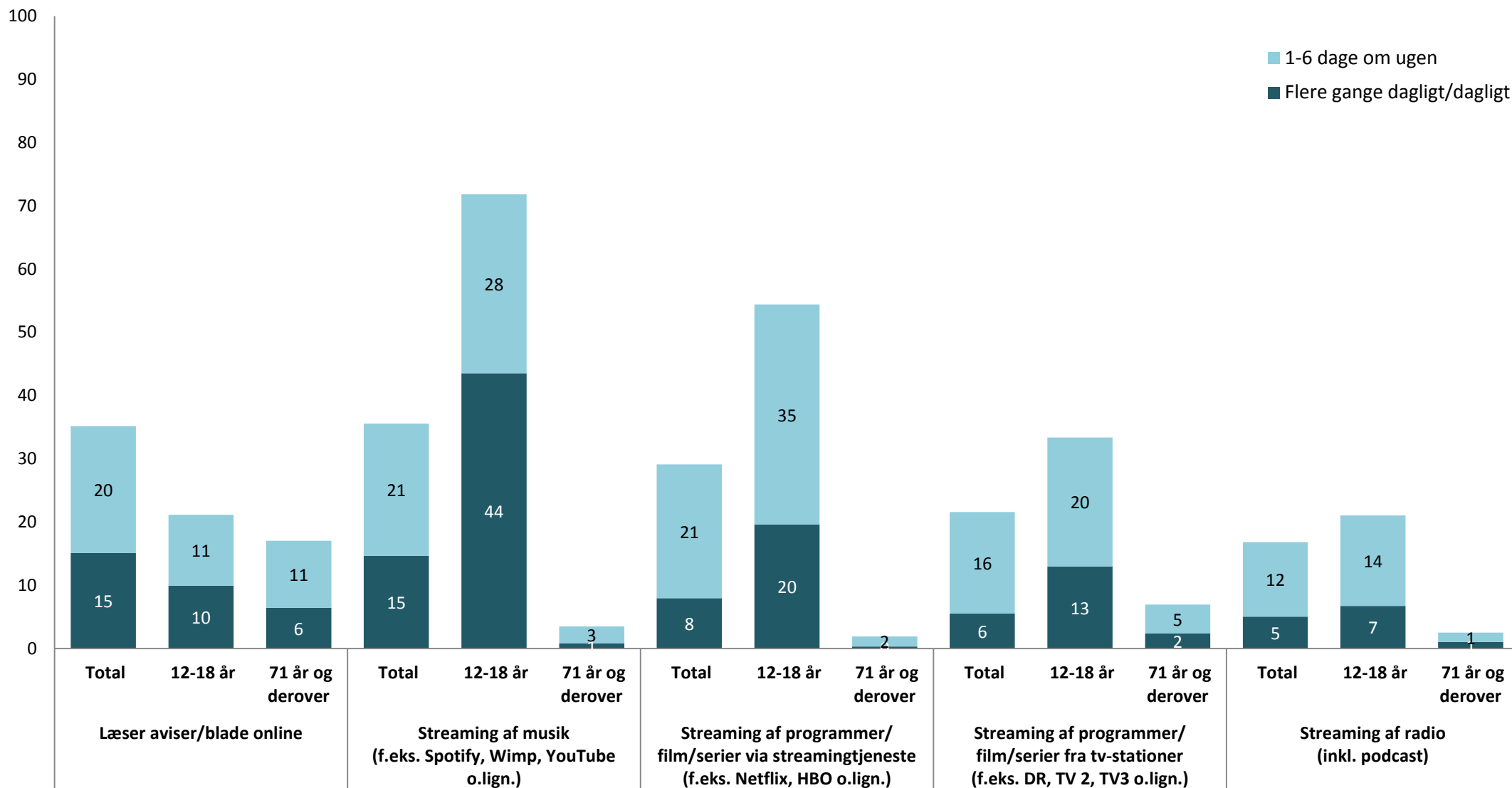
*Kilde:* Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2015

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers:* Den danske befolkning 16-89 år

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

Svarfordeling i %. Alle, 12-18 år og 71 år og derover - Streamer flere gange dagligt/dagligt eller 1-6 dage om ugen



**Hvor tit streamer du musik/radio/tv/film/serier eller læser aviser/blade på internettet?  
Svarfordeling i %. Alle, 12-18 år og 71 år og derover - Streamer flere gange dagligt/dagligt eller 1-6 dage om ugen**

		Total	Alder				
			12-18 år	19-34 år	35-54 år	55-70 år	71 år og derover
Streaming af programmer/film/serier fra tv-stationer (f.eks. DR, TV 2, TV3 o.lign.)	Flere gange dagligt/dagligt	5,5	13,0	8,9	4,6	1,7	2,4
	1-6 dage om ugen	16,0	20,4	26,3	17,2	7,3	4,6
	1-3 dage om måneden	17,3	22,6	23,0	20,6	10,5	4,2
	Sjældnere	21,1	19,9	22,5	24,9	19,5	11,1
	Aldrig	38,8	22,5	19,3	32,1	59,8	71,7
	Ubesvaret	1,2	1,7	0,0	0,5	1,1	6,0
Streaming af programmer/film/serier via streamingtjeneste (f.eks. Netflix, HBO o.lign.)	Flere gange dagligt/dagligt	7,9	19,6	14,9	6,8	1,0	0,3
	1-6 dage om ugen	21,1	34,8	40,5	20,9	5,0	1,6
	1-3 dage om måneden	11,0	14,0	15,3	13,3	6,3	2,2
	Sjældnere	12,8	10,5	11,5	16,6	12,5	6,8
	Aldrig	45,7	18,4	17,7	41,9	74,0	82,7
	Ubesvaret	1,4	2,6	0,0	0,5	1,1	6,4
Streaming af radio (inkl. podcast)	Flere gange dagligt/dagligt	5,0	6,7	7,8	6,0	2,0	1,0
	1-6 dage om ugen	11,8	14,3	19,9	13,8	4,5	1,5
	1-3 dage om måneden	11,7	16,5	18,8	12,7	5,7	2,1
	Sjældnere	20,7	23,1	25,7	25,2	14,3	7,3
	Aldrig	49,3	37,0	27,8	41,8	72,1	81,6
	Ubesvaret	1,4	2,4	0,1	0,5	1,4	6,5

**Hvor tit streamer du musik/radio/tv/film/serier eller læser aviser/blade på internettet?  
Svarfordeling i %. Alle, 12-18 år og 71 år og derover - Streamer flere gange dagligt/dagligt eller 1-6 dage om ugen**

		Total	Alder				
			12-18 år	19-34 år	35-54 år	55-70 år	71 år og derover
Streaming af musik (f.eks. Spotify, Wimp, YouTube o.lign.)	Flere gange dagligt/dagligt	14,6	43,5	29,1	9,1	1,8	0,8
	1-6 dage om ugen	20,9	28,3	37,2	23,4	6,3	2,7
	1-3 dage om måneden	12,3	8,4	15,3	17,5	8,3	2,5
	Sjældnere	13,8	4,7	9,5	19,6	16,3	8,2
	Aldrig	36,9	13,2	8,8	29,8	66,1	78,6
	Ubesvaret	1,4	1,9	0,1	0,5	1,2	7,1
Læser aviser/blade online	Flere gange dagligt/dagligt	15,1	9,9	15,4	20,5	13,4	6,4
	1-6 dage om ugen	20,1	11,2	27,0	23,2	16,8	10,6
	1-3 dage om måneden	13,8	22,9	17,3	13,2	10,4	6,8
	Sjældnere	18,9	18,7	20,6	19,5	18,9	13,9
	Aldrig	30,7	34,5	19,7	23,0	39,4	56,2
	Ubesvaret	1,4	2,7	0,0	0,5	1,1	6,2

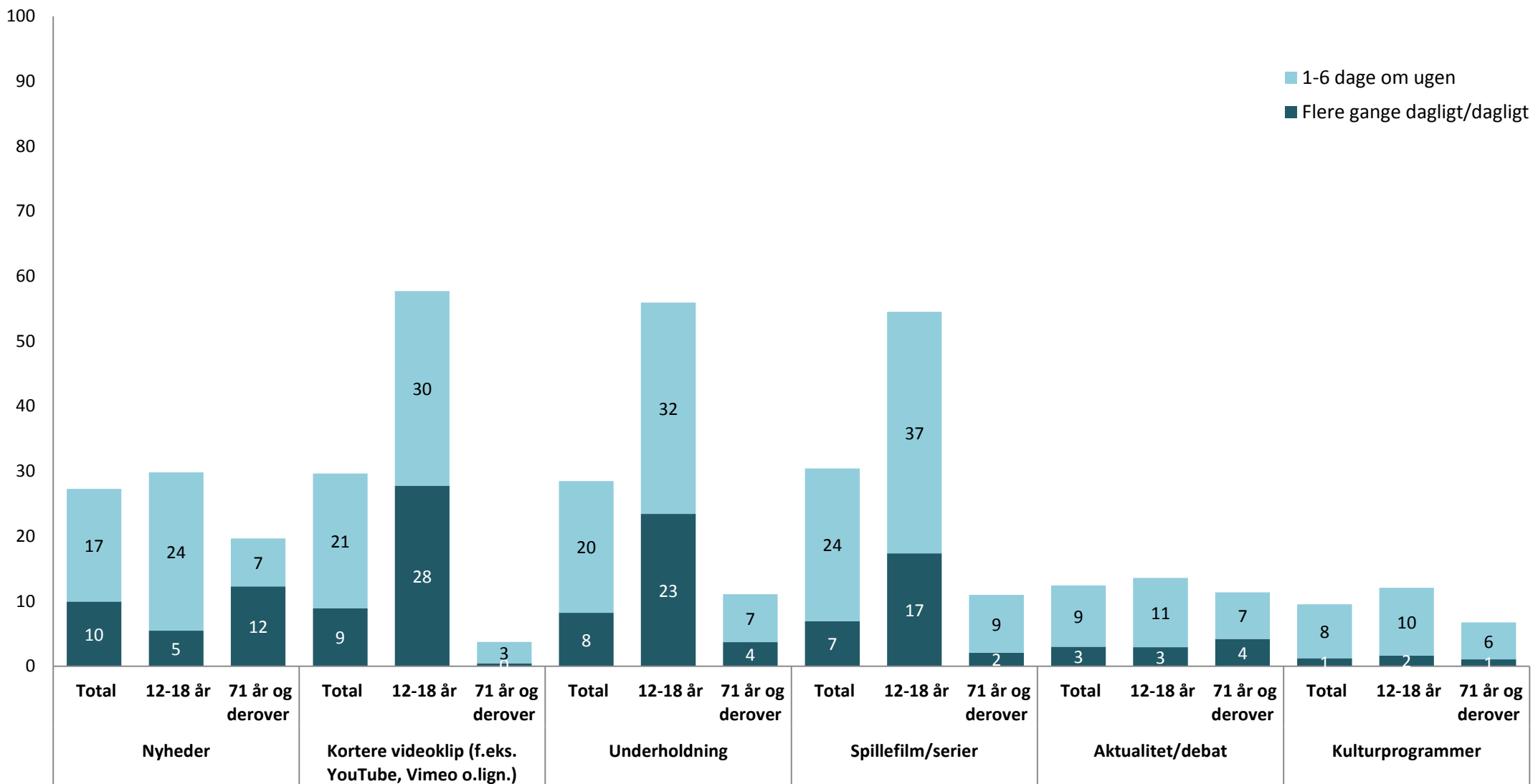
**Kilde:** Index Danmark/Gallup 1H2015 - Slots- og Kulturstyrelsens egne spørgsmål

Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

**Univers:** Den danske befolkning i alderen 12 år og derover med adgang til internet (97,4 % af hele befolkningen 12 år +)

**Stikprøve:** 11.611 respondenter

**Hvor tit streamer du dette indhold som tv/video via internettet (via pc, laptop, tablet eller mobiltelefon)?**  
**Svarfordeling i %. Alle, 12-18 år og 71 år og derover - Streamer flere gange dagligt/dagligt eller 1-6 dage om ugen**



*Kilde: Index Danmark/Gallup 1H2015 - Kulturstyrelsens egne spørgsmål  
Data bearbejdet af Kulturstyrelsen*

*Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover med adgang til internet (97,4 % af hele befolkningen 12 år +)  
Stikprøve: 11.611 respondenter*

Hvor tit streamer du dette indhold som tv/video via internettet (via pc, laptop, tablet eller mobiltelefon)?  
Svarfordeling i %. Alle, 12-18 år og 71 år og derover - Streamer flere gange dagligt/dagligt eller 1-6 dage om ugen

		Total	Alder				
			12-18 år	19-34 år	35-54 år	55-70 år	71 år og derover
Nyheder	Flere gange dagligt/dagligt	9,9	5,5	9,4	10,7	10,1	12,3
	1-6 dage om ugen	17,3	24,3	23,4	19,3	10,2	7,4
	1-3 dage om måneden	13,2	18,3	18,1	15,4	7,7	3,3
	Sjældnere	18,0	19,8	20,3	20,2	16,4	8,3
	Aldrig	37,7	27,6	28,1	32,6	50,6	55,5
	Ubesvaret	3,8	4,5	0,6	1,8	5,1	13,2
Aktualitet/debat	Flere gange dagligt/dagligt	3,0	2,9	3,3	2,6	2,6	4,2
	1-6 dage om ugen	9,4	10,7	12,1	10,2	6,2	7,1
	1-3 dage om måneden	11,4	12,5	15,5	12,9	7,6	5,4
	Sjældnere	21,4	19,3	26,0	25,8	17,4	8,9
	Aldrig	50,8	50,0	42,4	46,5	60,9	61,1
	Ubesvaret	3,9	4,5	0,7	2,0	5,3	13,4
Underholdning	Flere gange dagligt/dagligt	8,2	23,4	15,0	4,5	2,3	3,7
	1-6 dage om ugen	20,3	32,5	35,6	18,9	7,2	7,4
	1-3 dage om måneden	15,6	15,2	19,7	20,0	9,9	6,1
	Sjældnere	16,0	7,5	12,5	22,0	18,2	8,4
	Aldrig	36,0	17,0	16,6	32,5	57,1	60,9
	Ubesvaret	3,9	4,5	0,5	2,1	5,2	13,6

Hvor tit streamer du dette indhold som tv/video via internettet (via pc, laptop, tablet eller mobiltelefon)?  
Svarfordeling i %. Alle, 12-18 år og 71 år og derover - Streamer flere gange dagligt/dagligt eller 1-6 dage om ugen

		Total	Alder				
			12-18 år	19-34 år	35-54 år	55-70 år	71 år og derover
Kulturprogrammer	Flere gange dagligt/dagligt	1,2	1,6	2,1	1,0	0,7	1,1
	1-6 dage om ugen	8,3	10,4	12,8	7,8	4,7	5,7
	1-3 dage om måneden	12,1	12,8	16,9	12,9	8,3	7,0
	Sjældnere	23,9	25,9	28,1	28,6	18,2	10,6
	Aldrig	50,5	44,8	39,6	47,7	62,7	62,3
	Ubesvaret	3,9	4,5	0,5	2,1	5,3	13,3
Spillefilm/serier	Flere gange dagligt/dagligt	6,9	17,4	12,6	4,9	1,7	2,1
	1-6 dage om ugen	23,5	37,1	41,9	21,6	8,4	8,9
	1-3 dage om måneden	14,2	15,5	17,3	18,3	9,4	4,6
	Sjældnere	14,9	8,0	11,7	20,0	16,8	8,9
	Aldrig	36,5	17,5	15,9	33,2	58,4	61,9
	Ubesvaret	3,9	4,5	0,6	2,0	5,4	13,7
Kortere videoklip (f.eks. YouTube, Vimeo o.lign.)	Flere gange dagligt/dagligt	8,9	27,8	17,7	5,2	1,2	0,5
	1-6 dage om ugen	20,7	29,9	36,0	22,2	7,3	3,3
	1-3 dage om måneden	15,0	9,5	17,9	20,8	11,2	4,4
	Sjældnere	16,0	7,0	12,4	20,5	19,0	12,6
	Aldrig	35,3	20,7	15,4	29,4	56,1	65,6
	Ubesvaret	4,0	5,2	0,7	2,0	5,3	13,7

Hvor tit streamer du dette indhold som tv/video via internettet (via pc, laptop, tablet eller mobiltelefon)?  
Svarfordeling i %. Alle, 12-18 år og 71 år og derover - Streamer flere gange dagligt/dagligt eller 1-6 dage om ugen

		Total	Alder				
			12-18 år	19-34 år	35-54 år	55-70 år	71 år og derover
Web-tv (f.eks. fra aviser, banker m.m.)	Flere gange dagligt/dagligt	1,9	5,4	2,9	1,6	0,8	0,2
	1-6 dage om ugen	7,0	10,0	10,7	7,7	3,4	1,7
	1-3 dage om måneden	9,6	12,0	14,3	10,9	5,1	2,9
	Sjældnere	21,4	21,7	25,8	25,6	16,6	8,6
	Aldrig	56,0	45,7	45,6	52,0	68,8	72,9
	Ubesvaret	4,1	5,2	0,8	2,1	5,4	13,7
Andet	Flere gange dagligt/dagligt	2,8	6,9	5,5	2,1	0,5	0,2
	1-6 dage om ugen	5,5	12,2	9,0	5,6	1,3	0,8
	1-3 dage om måneden	7,3	12,7	10,6	8,4	2,8	1,6
	Sjældnere	19,5	13,0	23,4	25,2	15,2	8,3
	Aldrig	60,3	50,0	50,3	55,9	74,1	75,2
	Ubesvaret	4,6	5,2	1,2	2,8	6,1	14,0

**Kilde:** Index Danmark/Gallup 1H2015 - Slots- og Kulturstyrelsens egne spørgsmål

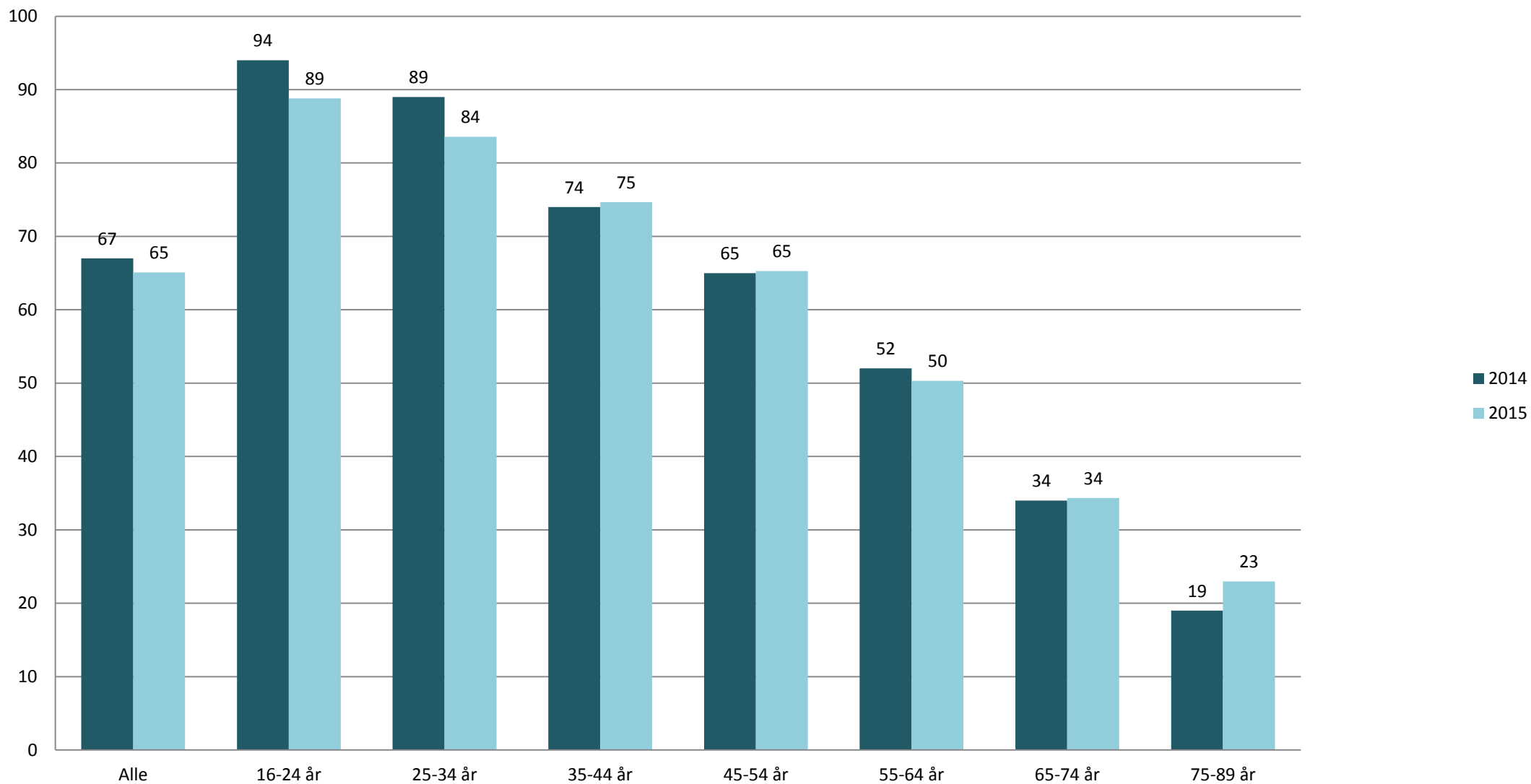
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

**Univers:** Den danske befolkning i alderen 12 år og derover med adgang til internet (97,4 % af hele befolkningen 12 år +)

**Stikprøve:** 11.611 respondenter



## Andel af internetbrugere (16-89 år) (%), der anvender sociale medier fordelt på alder. 2014-2015



## Andel af internetbrugere (16-89 år) (%), der anvender sociale medier fordelt på alder. 2014-2015

	Alle	16-24 år	25-34 år	35-44 år	45-54 år	55-64 år	65-74 år	75-89 år
2014	67,0	94,0	89,0	74,0	65,0	52,0	34,0	19,0
2015	65,1	88,8	83,6	74,7	65,3	50,3	34,3	23,0

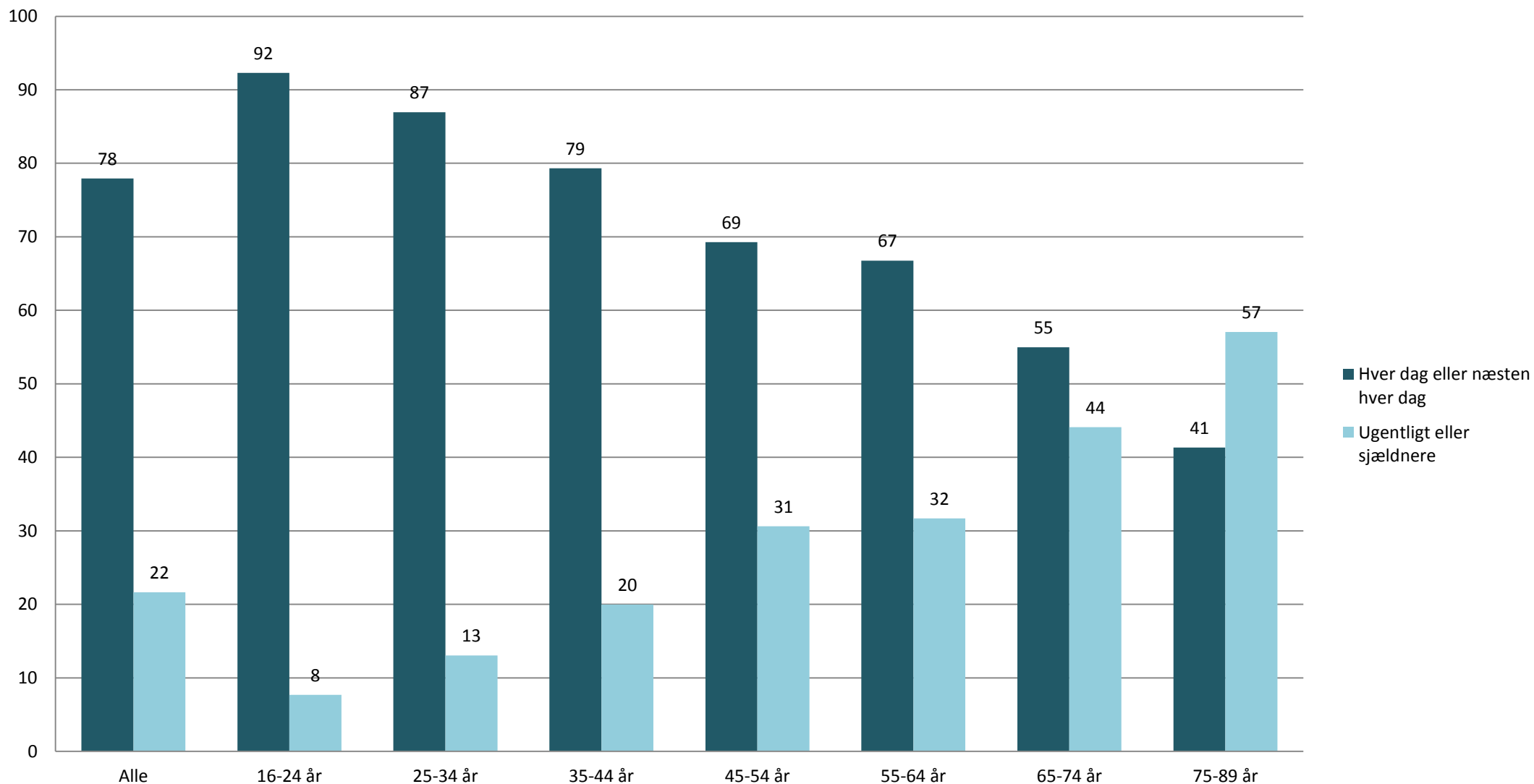
*Kilde:* Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2015

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers:* Danske internetbrugere 16-89 år

*N = 4.640*

## Andel af sociale netværksbrugere (16-89 år) (%), der bruger sociale medier - fordelt på hyppighed. 2015



## Andel af sociale netværksbrugere (16-89 år) (%), der bruger sociale medier - fordelt på hyppighed. 2015

	Alle	16-24 år	25-34 år	35-44 år	45-54 år	55-64 år	65-74 år	75-89 år
Hver dag eller næsten hver dag	77,9	92,3	86,9	79,3	69,3	66,7	55,0	41,3
Mindst en gang om ugen (men ikke hver dag)	15,3	6,2	10,3	15,5	22,4	20,6	25,0	32,4
Mindre end en gang om ugen	6,2	1,5	2,7	4,5	8,2	11,0	18,2	23,4
Ønsker ikke at svare	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9	1,2
Ved ikke	0,4	0,0	0,0	0,7	0,1	1,6	0,9	1,6
<b>Ugentligt eller sjældnere</b>	<b>21,6</b>	<b>7,7</b>	<b>13,1</b>	<b>20,0</b>	<b>30,6</b>	<b>31,7</b>	<b>44,1</b>	<b>57,1</b>

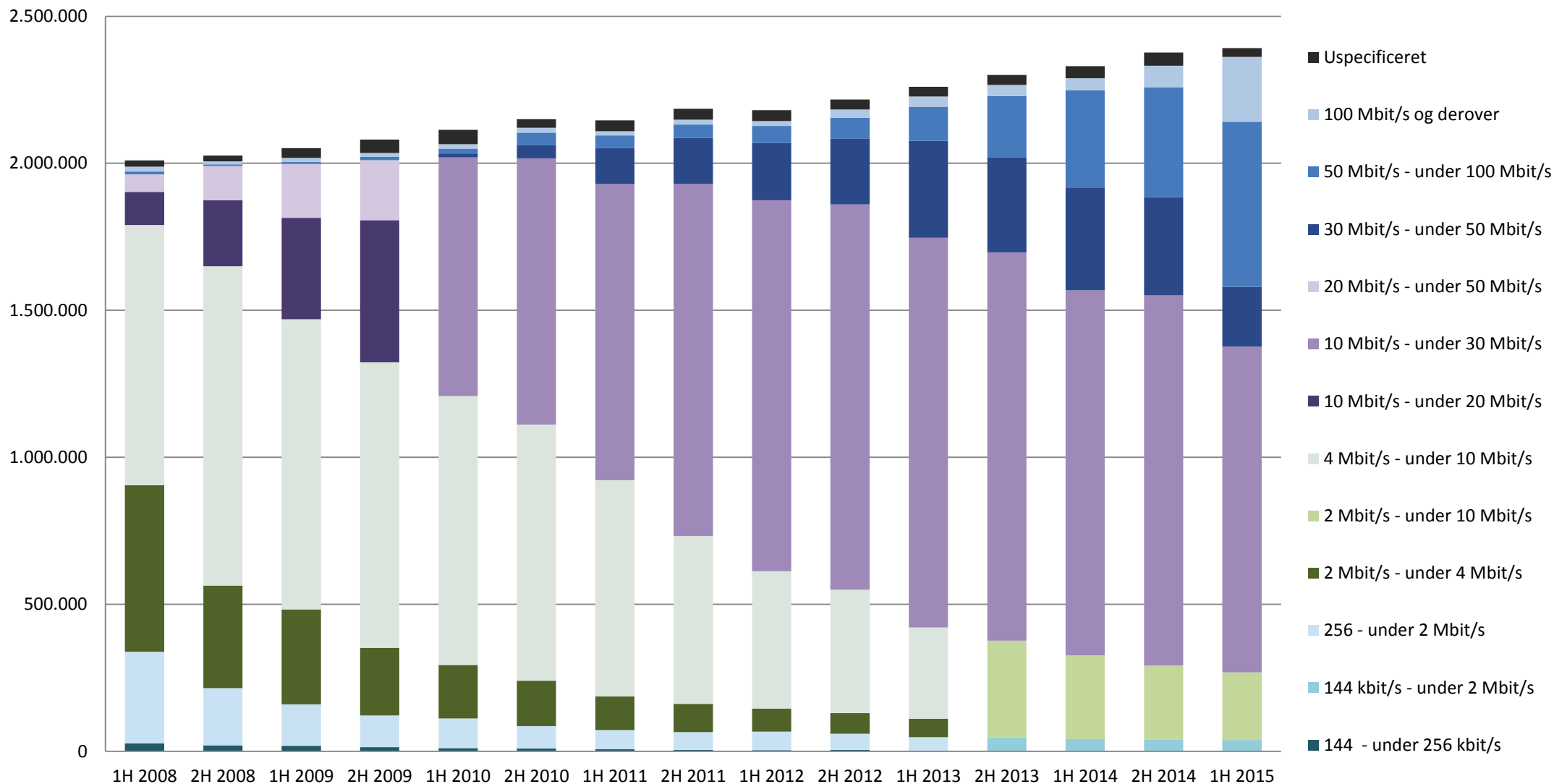
*Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelsen i befolkningen 2015*

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers: Danske sociale netværksbrugere 16-89 år*

*N = 2.670*

## Internet: Bredbåndsabonnementer efter downstreamkapacitet - udvikling fra 2008 - 2015



Kilde: Energistyrelsen - Telestatistik - første halvår 2015  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

**Internet: Bredbåndsabonnementer efter downstreamkapacitet - udvikling fra 2008 - 2015**

	1H 2008	2H 2008	1H 2009	2H 2009	1H 2010	2H 2010	1H 2011	2H 2011	1H 2012	2H 2012	1H 2013	2H 2013	1H 2014	2H 2014	1H 2015
144 - under 256 kbit/s	27.359	20.497	18.574	13.906	11.267	10.148	6.759	5.042	3.965	4.676	2.622				-
144 kbit/s - under 2 Mbit/s												47.618	41.575	39.105	38.547
256 - under 2 Mbit/s	311.279	194.845	141.119	108.325	100.188	75.680	65.932	60.262	63.364	55.233	45.657				-
2 Mbit/s - under 4 Mbit/s	566.307	348.868	323.171	229.938	182.240	154.776	113.928	96.333	78.186	69.677	62.942				-
2 Mbit/s - under 10 Mbit/s												328.645	285.094	253.164	230.163
4 Mbit/s - under 10 Mbit/s	885.024	1.085.280	986.915	970.661	914.679	870.693	735.223	571.042	467.372	420.014	309.919				-
10 Mbit/s - under 20 Mbit/s	113.054	224.853	344.924	484.011											-
10 Mbit/s - under 30 Mbit/s					811.830	905.591	1.007.631	1.197.306	1.261.758	1.310.239	1.325.308	1.321.004	1.241.054	1.258.086	1.107.699
20 Mbit/s - under 50 Mbit/s	59.239	116.616	183.645	203.328											-
30 Mbit/s - under 50 Mbit/s					13.574	45.835	122.409	156.548	194.507	224.710	329.869	323.667	349.795	333.936	203.601
50 Mbit/s - under 100 Mbit/s	9.545	5.251	6.225	11.680	16.503	41.179	43.091	45.616	58.038	70.353	116.115	207.542	330.834	373.267	561.444
100 Mbit/s og derover	16.594	10.494	13.780	13.321	14.256	16.602	14.159	16.140	16.437	27.984	34.941	38.119	40.986	74.272	220.160
Uspecificeret	21.125	19.481	32.897	45.171	49.474	29.716	37.195	37.182	37.035	33.964	33.105	33.711	41.221	45.008	30.004

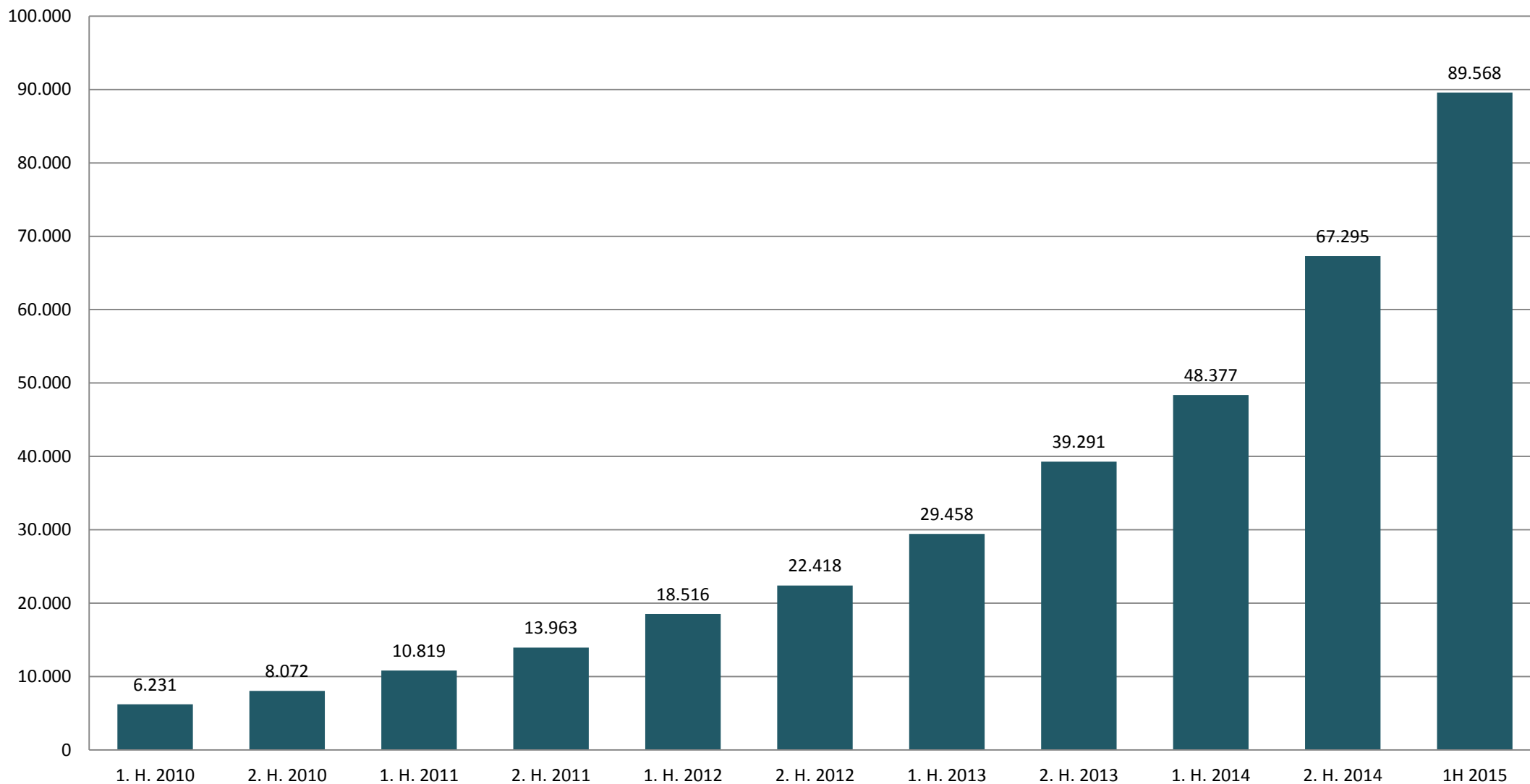
**Internet: Bredbåndsabonnementer efter downstreamkapacitet - udvikling fra 2008 - 2015 - fordeling i %**

	1H 2008	2H 2008	1H 2009	2H 2009	1H 2010	2H 2010	1H 2011	2H 2011	1H 2012	2H 2012	1H 2013	2H 2013	1H 2014	2H 2014	1H 2015
144 - under 256 kbit/s	1,4%	1,0%	0,9%	0,7%	0,5%	0,5%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%				-
144 kbit/s - under 2 Mbit/s												2,1%	1,8%	1,6%	1,6%
256 - under 2 Mbit/s	15,5%	9,6%	6,9%	5,2%	4,7%	3,5%	3,1%	2,8%	2,9%	2,5%	2,0%				-
2 Mbit/s - under 4 Mbit/s	28,2%	17,2%	15,8%	11,1%	8,6%	7,2%	5,3%	4,4%	3,6%	3,1%	2,8%				-
2 Mbit/s - under 10 Mbit/s												14,3%	12,2%	10,7%	9,6%
4 Mbit/s - under 10 Mbit/s	44,0%	53,6%	48,1%	46,7%	43,3%	40,5%	34,3%	26,1%	21,4%	18,9%	13,7%				-
10 Mbit/s - under 20 Mbit/s	5,6%	11,1%	16,8%	23,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%				-
10 Mbit/s - under 30 Mbit/s					38,4%	42,1%	46,9%	54,8%	57,9%	59,1%	58,6%	57,4%	53,3%	52,9%	46,3%
20 Mbit/s - under 50 Mbit/s	2,9%	5,8%	9,0%	9,8%											-
30 Mbit/s - under 50 Mbit/s					0,6%	2,1%	5,7%	7,2%	8,9%	10,1%	14,6%	14,1%	15,0%	14,0%	8,5%
50 Mbit/s - under 100 Mbit/s	0,5%	0,3%	0,3%	0,6%	0,8%	1,9%	2,0%	2,1%	2,7%	3,2%	5,1%	9,0%	14,2%	15,7%	23,5%
100 Mbit/s og derover	0,8%	0,5%	0,7%	0,6%	0,7%	0,8%	0,7%	0,7%	0,8%	1,3%	1,5%	1,7%	1,8%	3,1%	9,2%
Uspecificeret	1,1%	1,0%	1,6%	2,2%	2,3%	1,4%	1,7%	1,7%	1,7%	1,5%	1,5%	1,5%	1,8%	1,9%	1,3%

Kilde: Energistyrelsen - Telestatistik - første halvår 2015

Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

## Mobil datatrafik per halvår opgjort i terabyte (TB) - 1. halvår 2010-1. halvår 2015



## Mobil datatrafik per halvår opgjort i terabyte (TB) - 1. halvår 2010-1. halvår 2015

	1. H. 2010	2. H. 2010	1. H. 2011	2. H. 2011	1. H. 2012	2. H. 2012	1. H. 2013	2. H. 2013	1. H. 2014	2. H. 2014	1H 2015
<b>Mobil datatrafik per halvår (i TB)</b>	6.230,64	8.071,68	10.818,79	13.962,62	18.515,89	22.417,66	29.457,86	39.291,20	48.376,60	67.295,21	89.568,01

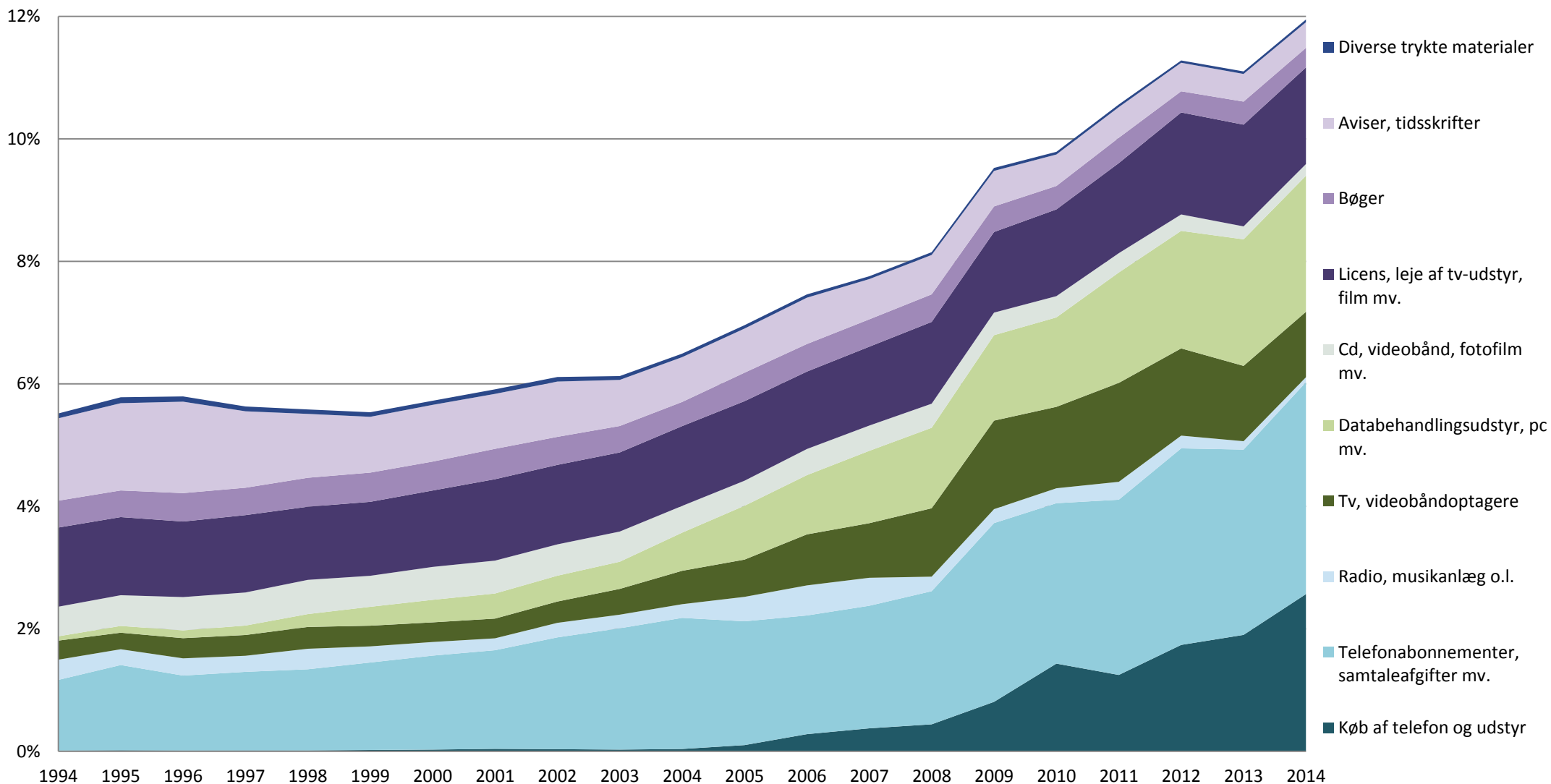
*Kilde: Energistyrelsen - Telestatistik 1. halvår 2015*

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

**1 TERABYTE = 1.048.576 MB**



## De medierelaterede forbrugsposters andel i % af husstandenes samlede forbrug (faste priser). 1994-2014



**Kilde:** Danmarks Statistik/www.statistikbanken.dk/FU5, Tabel FU5: Husstandenes årlige forbrug efter forbrugsart, husstandsgrupper og prisenhed  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

**Univers:** Danske husstande  
Faste priser, inkl. moms, data indsamlet over 3 år og omregnet til det midterste år

### Husstandenes forbrug i alt og på de medierelaterede forbrugsposter - i kr. (faste priser). 1994-2014

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>FORBRUG I ALT</b>	237.891,3	239.836,9	242.721,1	251.980,5	257.694,8	258.511,1	252.658,0	248.476,0	245.361,1	245.650,6	254.310,3	272.977,1	292.066,0	299.950,7	292.187,6	274.257,4	285.044,2	282.894,2	280.659,0	281.560,1	283.768,5
<b>Køb af telefon og udstyr</b>	32,6	41,4	35,7	38,8	39,5	56,6	72,7	101,1	86,5	70,8	98,4	278,7	820,0	1.127,1	1.289,9	2.216,1	4.082,9	3.528,1	4.877,1	5.353,1	7.284,3
<b>Telefonabonnementer, samtaleafgifter mv.</b>	2.742,4	3.338,0	2.966,8	3.231,7	3.414,3	3.693,2	3.876,0	4.001,1	4.479,1	4.864,7	5.442,8	5.516,0	5.658,8	6.002,3	6.349,8	8.003,5	7.464,4	8.093,7	9.004,6	8.517,0	9.814,9
<b>Radio, musikanlæg o.l.</b>	785,4	618,5	682,1	660,9	862,6	680,5	562,1	483,4	582,3	545,8	568,4	1.090,0	1.433,5	1.369,7	692,9	624,8	694,7	825,6	583,8	384,6	231,8
<b>Tv, videobåndoptagere</b>	740,4	647,6	800,7	855,1	916,9	873,2	809,8	799,5	852,8	1.034,0	1.386,4	1.660,3	2.432,9	2.673,1	3.262,1	3.964,0	3.789,3	4.567,9	3.996,8	3.464,3	3.030,3
<b>Databehandlingsudstyr, pc mv.</b>	168,3	264,6	308,8	388,0	541,5	796,6	928,9	1.017,9	1.035,2	1.089,2	1.582,9	2.399,9	2.824,3	3.542,7	3.839,3	3.825,4	4.161,5	5.098,8	5.384,8	5.816,1	6.301,8
<b>Cd, videobånd, fotofilm mv.</b>	1.148,1	1.204,0	1.318,4	1.360,8	1.439,4	1.309,0	1.357,5	1.334,0	1.254,6	1.210,4	1.111,3	1.115,7	1.245,9	1.237,3	1.149,4	1.009,9	989,8	893,1	752,1	594,1	542,4
<b>Licens, leje af tv-udstyr, film mv.</b>	3.074,3	3.058,0	2.994,3	3.182,6	3.077,1	3.121,6	3.151,6	3.301,7	3.184,3	3.172,4	3.312,2	3.544,4	3.691,0	3.861,8	3.899,8	3.609,6	4.036,6	4.158,6	4.673,9	4.676,2	4.476,5
<b>Bøger</b>	1.044,6	1.042,4	1.125,8	1.126,9	1.217,9	1.232,2	1.192,4	1.231,9	1.122,2	1.060,0	1.002,5	1.269,2	1.314,8	1.339,8	1.315,3	1.144,7	1.090,3	1.171,2	969,2	1.060,2	905,3
<b>Aviser, tidsskrifter</b>	3.197,4	3.417,3	3.622,6	3.144,1	2.686,8	2.355,5	2.340,2	2.229,2	2.214,8	1.849,2	1.860,6	1.966,7	2.209,0	1.971,2	1.879,6	1.589,8	1.464,3	1.415,1	1.308,0	1.270,3	1.189,3
<b>Diverse trykte materialer</b>	188,0	232,0	208,2	197,3	186,7	192,2	169,7	184,0	182,8	152,9	145,7	150,5	156,3	139,2	132,3	133,3	124,9	122,7	104,0	116,9	126,1

### De medierelaterede forbrugsposters andel i % af husstandenes samlede forbrug (faste priser). 1994-2014

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Køb af telefon og udstyr</b>	0,01%	0,02%	0,01%	0,02%	0,02%	0,02%	0,03%	0,04%	0,04%	0,03%	0,04%	0,10%	0,28%	0,38%	0,44%	0,81%	1,43%	1,25%	1,74%	1,90%	2,57%
<b>Telefonabonnementer, samtaleafgifter mv.</b>	1,15%	1,39%	1,22%	1,28%	1,32%	1,43%	1,53%	1,61%	1,83%	1,98%	2,14%	2,02%	1,94%	2,00%	2,17%	2,92%	2,62%	2,86%	3,21%	3,02%	3,46%
<b>Radio, musikanlæg o.l.</b>	0,33%	0,26%	0,28%	0,26%	0,33%	0,26%	0,22%	0,19%	0,24%	0,22%	0,22%	0,40%	0,49%	0,46%	0,24%	0,23%	0,24%	0,29%	0,21%	0,14%	0,08%
<b>Tv, videobåndoptagere</b>	0,31%	0,27%	0,33%	0,34%	0,36%	0,34%	0,32%	0,32%	0,35%	0,42%	0,55%	0,61%	0,83%	0,89%	1,12%	1,45%	1,33%	1,61%	1,42%	1,23%	1,07%
<b>Databehandlingsudstyr, pc mv.</b>	0,07%	0,11%	0,13%	0,15%	0,21%	0,31%	0,37%	0,41%	0,42%	0,44%	0,62%	0,88%	0,97%	1,18%	1,31%	1,39%	1,46%	1,80%	1,92%	2,07%	2,22%
<b>Cd, videobånd, fotofilm mv.</b>	0,48%	0,50%	0,54%	0,54%	0,56%	0,51%	0,54%	0,54%	0,51%	0,49%	0,44%	0,41%	0,43%	0,41%	0,39%	0,37%	0,35%	0,32%	0,27%	0,21%	0,19%
<b>Licens, leje af tv-udstyr, film mv.</b>	1,29%	1,28%	1,23%	1,26%	1,19%	1,21%	1,25%	1,33%	1,30%	1,29%	1,30%	1,30%	1,26%	1,29%	1,33%	1,32%	1,42%	1,47%	1,67%	1,66%	1,58%
<b>Bøger</b>	0,44%	0,43%	0,46%	0,45%	0,47%	0,48%	0,47%	0,50%	0,46%	0,43%	0,39%	0,46%	0,45%	0,45%	0,45%	0,42%	0,38%	0,41%	0,35%	0,38%	0,32%
<b>Aviser, tidsskrifter</b>	1,34%	1,42%	1,49%	1,25%	1,04%	0,91%	0,93%	0,90%	0,90%	0,75%	0,73%	0,72%	0,76%	0,66%	0,64%	0,58%	0,51%	0,50%	0,47%	0,45%	0,42%
<b>Diverse trykte materialer</b>	0,08%	0,10%	0,09%	0,08%	0,07%	0,07%	0,07%	0,07%	0,07%	0,06%	0,06%	0,06%	0,05%	0,05%	0,05%	0,05%	0,04%	0,04%	0,04%	0,04%	0,04%

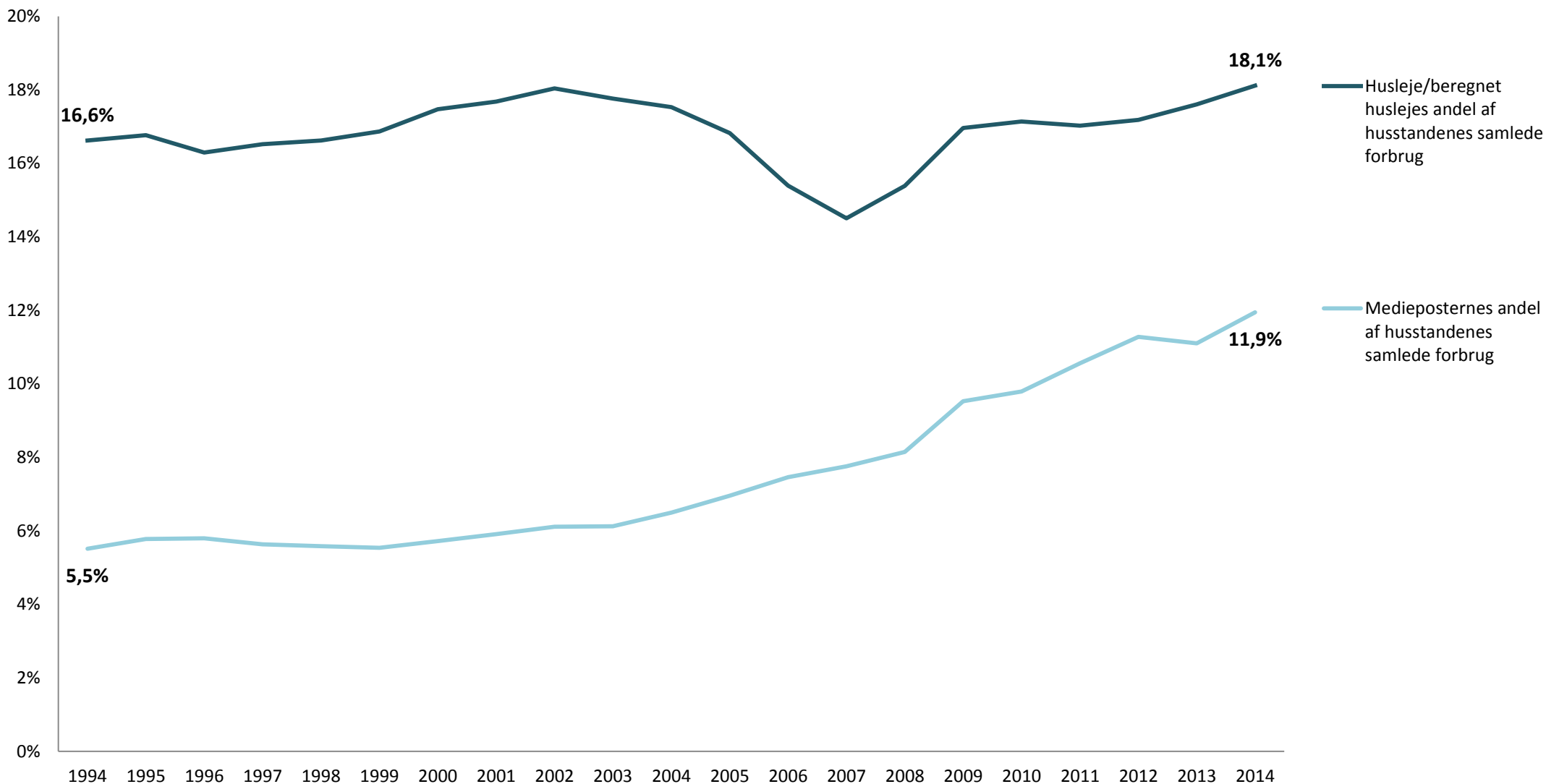
Kilde: Danmarks Statistik/www.statistikbanken.dk/FU5, Tabel FU5: Husstandenes årlige forbrug efter forbrugsart, husstandsgrupper og prisenhed

Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Danske husstande

Faste priser, inkl. moms, data indsamlet over 3 år og omregnet til det midterste år

## Udvalgte forbrugsposters andel i % af husstandenes samlede forbrug (faste priser) - 1994-2014



**Udvalgte forbrugsposters andel i kroner og i % af husstandenes samlede forbrug (faste priser) - 1994-2014**

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
<b>FORBRUG I ALT</b>	237.891,3	239.836,9	242.721,1	251.980,5	257.694,8	258.511,1	252.658,0	248.476,0	245.361,1	245.650,6	254.310,3

Husleje	17.792,6	17.535,8	16.918,3	17.114,2	17.586,8	18.222,6	18.516,7	18.733,6	19.317,7	19.222,7	19.782,5
Beregnet husleje mv., ejerbolig	21.748,5	22.674,3	22.621,9	24.503,8	25.235,6	25.369,5	25.628,5	25.185,7	24.943,7	24.402,6	24.784,4
<b>HUSLEJE/BEREGNET HUSLEJE MV., EJERBOLIG I ALT</b>	<b>39.541,1</b>	<b>40.210,1</b>	<b>39.540,2</b>	<b>41.618,0</b>	<b>42.822,4</b>	<b>43.592,1</b>	<b>44.145,2</b>	<b>43.919,3</b>	<b>44.261,4</b>	<b>43.625,3</b>	<b>44.566,9</b>

Køb af telefon og udstyr	32,6	41,4	35,7	38,8	39,5	56,6	72,7	101,1	86,5	70,8	98,4
Telefonabonnementer, samtaleafgifter mv.	2.742,4	3.338,0	2.966,8	3.231,7	3.414,3	3.693,2	3.876,0	4.001,1	4.479,1	4.864,7	5.442,8
Radio, musikanlæg o.l.	785,4	618,5	682,1	660,9	862,6	680,5	562,1	483,4	582,3	545,8	568,4
Tv, videobåndoptagere	740,4	647,6	800,7	855,1	916,9	873,2	809,8	799,5	852,8	1.034,0	1.386,4
Databehandlingsudstyr, pc mv.	168,3	264,6	308,8	388,0	541,5	796,6	928,9	1.017,9	1.035,2	1.089,2	1.582,9
Cd, videobånd, fotofilm mv.	1.148,1	1.204,0	1.318,4	1.360,8	1.439,4	1.309,0	1.357,5	1.334,0	1.254,6	1.210,4	1.111,3
Licens, leje af tv-udstyr, film mv.	3.074,3	3.058,0	2.994,3	3.182,6	3.077,1	3.121,6	3.151,6	3.301,7	3.184,3	3.172,4	3.312,2
Bøger	1.044,6	1.042,4	1.125,8	1.126,9	1.217,9	1.232,2	1.192,4	1.231,9	1.122,2	1.060,0	1.002,5
Aviser, tidsskrifter	3.197,4	3.417,3	3.622,6	3.144,1	2.686,8	2.355,5	2.340,2	2.229,2	2.214,8	1.849,2	1.860,6
Diverse trykte materialer	188,0	232,0	208,2	197,3	186,7	192,2	169,7	184,0	182,8	152,9	145,7
<b>MEDIERELATEREDE FORBRUGSPOSTER I ALT</b>	<b>13.121,5</b>	<b>13.863,8</b>	<b>14.063,4</b>	<b>14.186,2</b>	<b>14.382,7</b>	<b>14.310,6</b>	<b>14.460,9</b>	<b>14.683,8</b>	<b>14.994,6</b>	<b>15.049,4</b>	<b>16.511,2</b>

Husleje/beregnet huslejes andel af husstandenes samlede forbrug	16,6%	16,8%	16,3%	16,5%	16,6%	16,9%	17,5%	17,7%	18,0%	17,8%	17,5%
Medieposternes andel af husstandenes samlede forbrug	5,5%	5,8%	5,8%	5,6%	5,6%	5,5%	5,7%	5,9%	6,1%	6,1%	6,5%

*Kilde: Danmarks Statistik/www.statistikbanken.dk/FU5, Tabel FU5: Husstandenes årlige forbrug efter forbrugsart, husstandsgrupper og prisenhed*

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers: Danske husstande*

*Faste priser, inkl. moms, data indsamlet over 3 år og omregnet til det midterste år*

## Udvalgte forbrugsposters andel i kroner og i % af husstandenes samlede forbrug (faste priser) - 1994-2014

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>FORBRUG I ALT</b>	272.977,1	292.066,0	299.950,7	292.187,6	274.257,4	285.044,2	282.894,2	280.659,0	281.560,1	283.768,5
<b>Husleje</b>	19.980,3	19.827,5	19.693,8	20.105,4	20.390,0	21.369,4	20.890,3	21.339,7	20.457,5	20.963,8
<b>Beregnet husleje mv., ejerbolig</b>	25.935,8	25.134,0	23.815,0	24.857,2	26.125,5	27.471,8	27.269,4	26.885,4	29.099,3	30.438,8
<b>HUSLEJE/BEREGNET HUSLEJE MV., EJERBOLIG I ALT</b>	<b>45.916,1</b>	<b>44.961,5</b>	<b>43.508,8</b>	<b>44.962,6</b>	<b>46.515,5</b>	<b>48.841,2</b>	<b>48.159,7</b>	<b>48.225,1</b>	<b>49.556,8</b>	<b>51.402,6</b>
<b>Køb af telefon og udstyr</b>	278,7	820,0	1.127,1	1.289,9	2.216,1	4.082,9	3.528,1	4.877,1	5.353,1	7.284,3
<b>Telefonabonnementer, samtaleafgifter mv.</b>	5.516,0	5.658,8	6.002,3	6.349,8	8.003,5	7.464,4	8.093,7	9.004,6	8.517,0	9.814,9
<b>Radio, musikanlæg o.l.</b>	1.090,0	1.433,5	1.369,7	692,9	624,8	694,7	825,6	583,8	384,6	231,8
<b>Tv, videobåndoptagere</b>	1.660,3	2.432,9	2.673,1	3.262,1	3.964,0	3.789,3	4.567,9	3.996,8	3.464,3	3.030,3
<b>Databehandlingsudstyr, pc mv.</b>	2.399,9	2.824,3	3.542,7	3.839,3	3.825,4	4.161,5	5.098,8	5.384,8	5.816,1	6.301,8
<b>Cd, videobånd, fotofilm mv.</b>	1.115,7	1.245,9	1.237,3	1.149,4	1.009,9	989,8	893,1	752,1	594,1	542,4
<b>Licens, leje af tv-udstyr, film mv.</b>	3.544,4	3.691,0	3.861,8	3.899,8	3.609,6	4.036,6	4.158,6	4.673,9	4.676,2	4.476,5
<b>Bøger</b>	1.269,2	1.314,8	1.339,8	1.315,3	1.144,7	1.090,3	1.171,2	969,2	1.060,2	905,3
<b>Aviser, tidsskrifter</b>	1.966,7	2.209,0	1.971,2	1.879,6	1.589,8	1.464,3	1.415,1	1.308,0	1.270,3	1.189,3
<b>Diverse trykte materialer</b>	150,5	156,3	139,2	132,3	133,3	124,9	122,7	104,0	116,9	126,1
<b>MEDIERELATEREDE FORBRUGSPOSTER I ALT</b>	<b>18.991,4</b>	<b>21.786,5</b>	<b>23.264,2</b>	<b>23.810,4</b>	<b>26.121,1</b>	<b>27.898,7</b>	<b>29.874,8</b>	<b>31.654,3</b>	<b>31.252,8</b>	<b>33.902,7</b>
<b>Husleje/beregnet huslejes andel af husstandenes samlede forbrug</b>	16,8%	15,4%	14,5%	15,4%	17,0%	17,1%	17,0%	17,2%	17,6%	18,1%
<b>Medieposternes andel af husstandenes samlede forbrug</b>	7,0%	7,5%	7,8%	8,1%	9,5%	9,8%	10,6%	11,3%	11,1%	11,9%

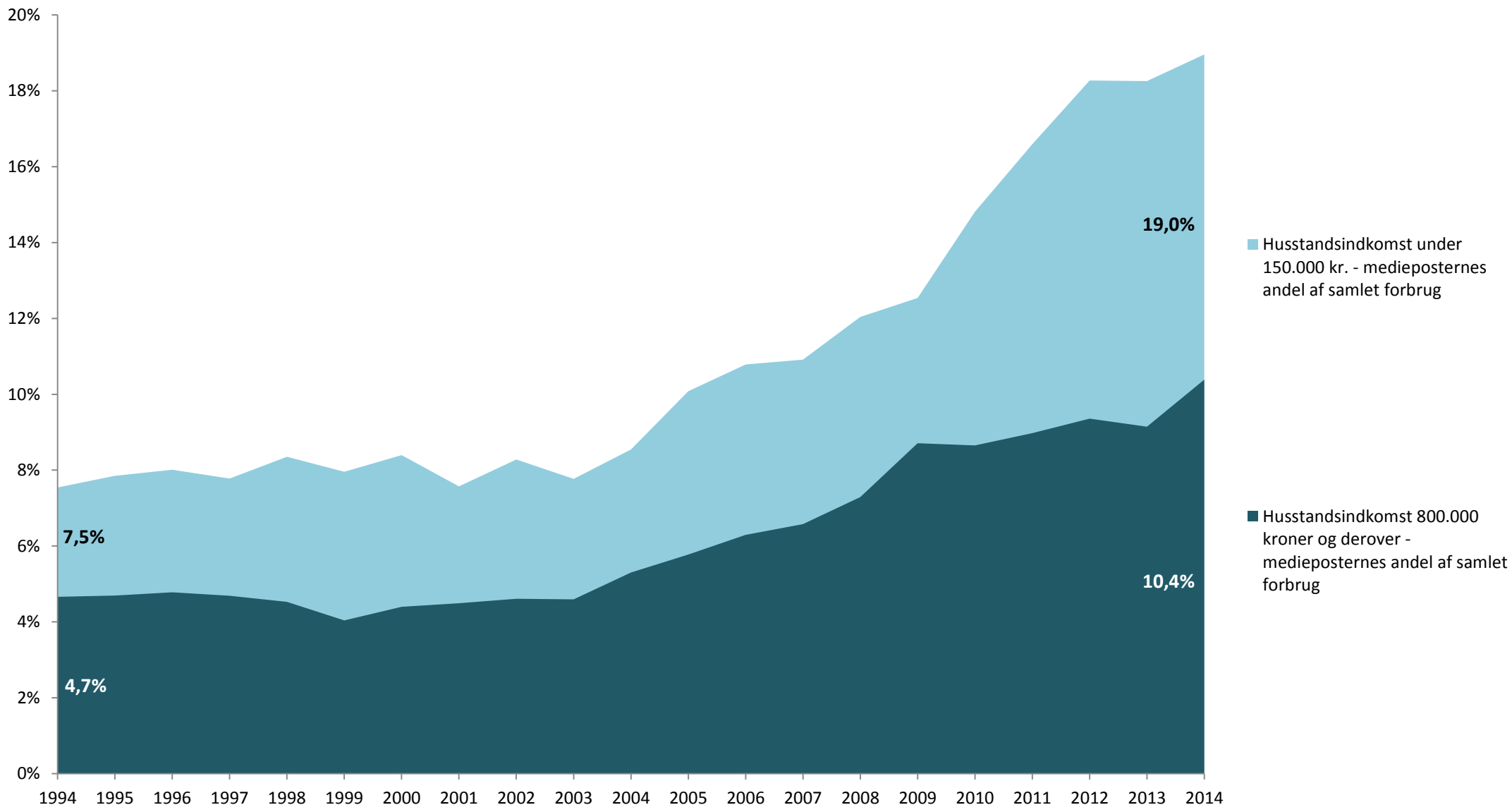
*Kilde: Danmarks Statistik/www.statistikbanken.dk/FU5, Tabel FU5: Husstandenes årlige forbrug efter forbrugsart, husstandsgrupper og prisenhed*

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers: Danske husstande*

*Faste priser, inkl. moms, data indsamlet over 3 år og omregnet til det midterste år*

**De medierelaterede forbrugsposters andel i % af husstandenes samlede forbrug (faste priser) efter husstandsindkomst. Husstandsindkomst henholdsvis under 150.000 kr. og 800.000 kr. og derover**



*Kilde: Danmarks Statistik/www.statistikbanken.dk/FU5, Tabel FU5: Husstandenes årlige forbrug efter forbrugsart, husstandsgrupper og prisenhed  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers: Danske husstande  
Faste priser, inkl. moms, data indsamlet over 3 år og omregnet til det midterste år*

## De medierelaterede forbrugsposter opgjort i kr. (faste priser) efter husstandsindkomst - 1994-2014

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Under 150.000 kr.	9.431,8	9.523,8	9.585,5	9.743,8	10.033,9	9.878,7	10.049,8	9.057,8	9.854,4	9.334,4	9.802,6
150.000-299.999 kr.	11.410,5	12.063,9	12.486,6	11.786,4	11.708,7	11.987,4	12.294,4	12.731,2	12.744,1	12.362,0	12.673,3
300.000-499.999 kr.	14.082,8	14.988,4	14.884,5	15.052,4	14.553,3	15.647,8	15.219,2	15.730,5	15.720,3	16.845,1	16.782,6
500.000-799.999 kr.	17.834,4	18.178,2	17.965,7	18.193,9	18.190,0	17.069,4	16.827,3	16.921,8	17.659,7	17.560,7	19.824,3
800.000 kroner og derover	22.027,7	22.324,7	21.889,1	23.099,7	23.417,9	20.259,4	20.820,8	21.313,7	21.022,4	20.492,2	23.088,7

## De medierelaterede forbrugsposter andel i % af husstandenes samlede forbrug (faste priser) efter husstandsindkomst - 1994-2014

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Under 150.000 kr.	7,5%	7,9%	8,0%	7,8%	8,4%	8,0%	8,4%	7,6%	8,3%	7,8%	8,5%
150.000-299.999 kr.	6,1%	6,6%	6,8%	6,5%	6,2%	6,5%	7,0%	7,4%	7,5%	7,3%	7,8%
300.000-499.999 kr.	5,1%	5,5%	5,5%	5,5%	5,4%	5,8%	6,0%	6,6%	6,7%	7,1%	7,1%
500.000-799.999 kr.	4,8%	5,0%	4,9%	4,8%	5,1%	4,7%	4,8%	5,0%	5,3%	5,3%	5,9%
800.000 kroner og derover	4,7%	4,7%	4,8%	4,7%	4,5%	4,0%	4,4%	4,5%	4,6%	4,6%	5,3%

*Kilde:* Danmarks Statistik/www.statistikbanken.dk/FU5, Tabel FU5: Husstandenes årlige forbrug efter forbrugsart, husstandsgrupper og prisenhed

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers:* Danske husstande

*Faste priser, inkl. moms, data indsamlet over 3 år og omregnet til det midterste år*

## De medierelaterede forbrugsposter opgjort i kr. (faste priser) efter husstandsindkomst - 1994-2014

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Under 150.000 kr.	12.183,9	13.507,9	14.629,5	14.596,6	15.481,1	20.954,1	24.038,9	25.047,3	20.548,5	20.955,9
150.000-299.999 kr.	14.101,7	15.760,9	16.606,4	15.099,9	15.970,4	16.540,4	18.110,0	20.497,4	21.463,6	22.630,7
300.000-499.999 kr.	18.119,3	20.597,5	20.754,0	21.248,7	24.497,8	26.408,8	29.371,3	29.879,1	27.492,6	28.684,9
500.000-799.999 kr.	22.341,3	23.920,1	25.733,1	25.669,0	29.006,4	31.444,1	33.035,8	35.245,3	35.180,5	36.991,3
800.000 kroner og derover	26.707,7	32.007,5	32.542,8	34.584,9	38.923,6	39.968,5	41.164,0	43.048,3	42.189,1	47.640,1

## De medierelaterede forbrugsposter andel i % af husstandenes samlede forbrug (faste priser) efter husstandsindkomst - 1994-2014

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Under 150.000 kr.	10,1%	10,8%	10,9%	12,0%	12,5%	14,8%	16,6%	18,3%	18,3%	19,0%
150.000-299.999 kr.	8,5%	9,2%	9,9%	9,3%	10,0%	10,3%	11,6%	13,1%	14,0%	14,4%
300.000-499.999 kr.	7,4%	8,2%	8,4%	9,2%	10,9%	11,1%	12,3%	12,9%	12,4%	12,9%
500.000-799.999 kr.	6,5%	7,0%	7,6%	7,9%	9,1%	9,6%	10,4%	11,4%	11,6%	12,3%
800.000 kroner og derover	5,8%	6,3%	6,6%	7,3%	8,7%	8,7%	9,0%	9,4%	9,1%	10,4%

*Kilde:* Danmarks Statistik/www.statistikbanken.dk/FU5, Tabel FU5: Husstandenes årlige forbrug efter forbrugsart, husstandsgrupper og prisenhed

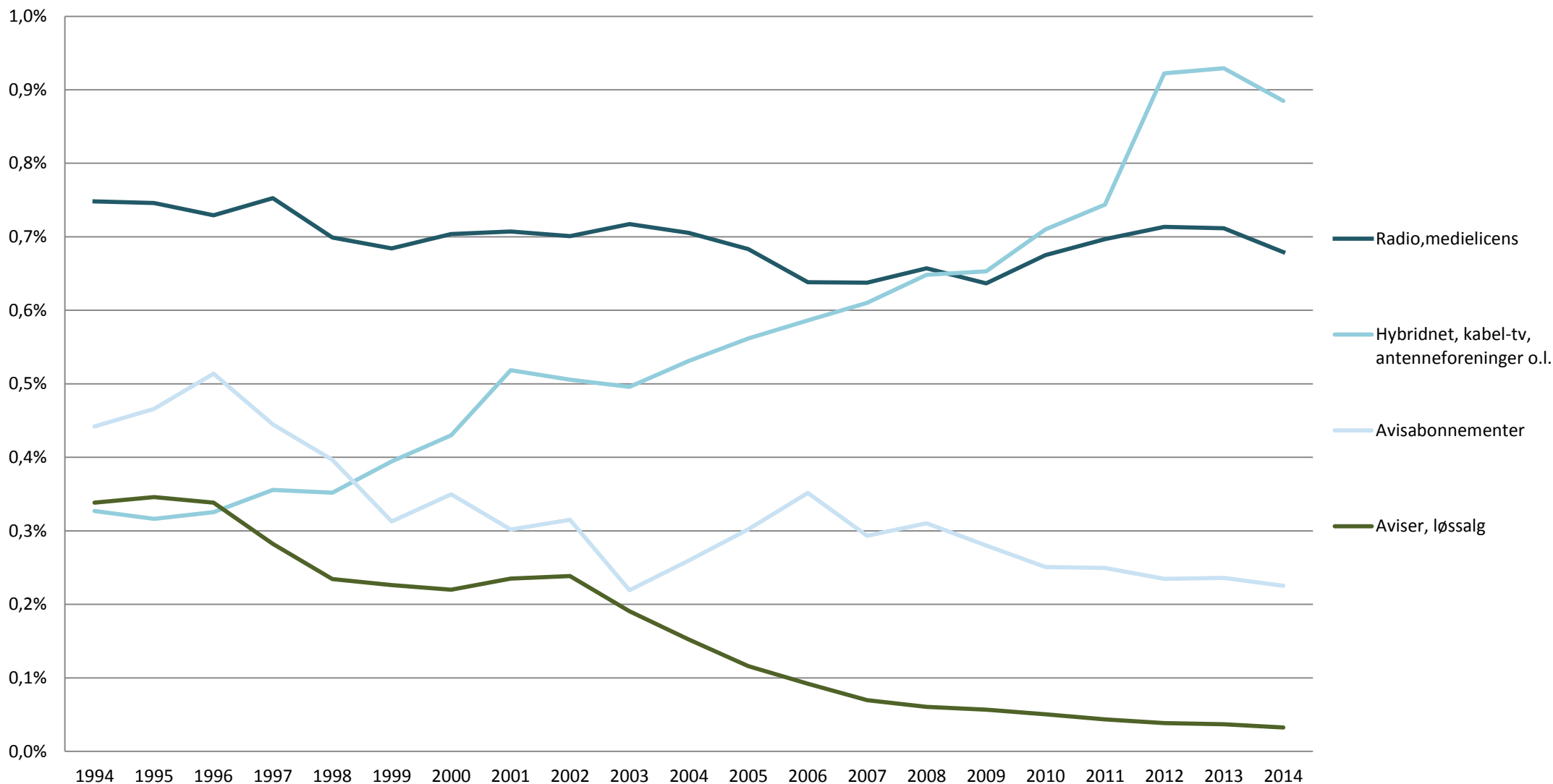
*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers:* Danske husstande

*Faste priser, inkl. moms, data indsamlet over 3 år og omregnet til det midterste år*



## Licens, hybridnet/kabel-tv/antenneforeninger o.l., Avisabonnementer samt Aviser i løssalg i % af husstandenes samlede forbrug (faste priser) - 1994-2014



### Husstandenes forbrug i alt i kr. (faste priser) samt på udvalgte medieposter - 1994-2014

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
<b>FORBRUG I ALT</b>	237.891,3	239.836,9	242.721,1	251.980,5	257.694,8	258.511,1	252.658,0	248.476,0	245.361,1	245.650,6	254.310,3
<b>Radio,medielicens</b>	1.780	1.789	1.770	1.896	1.802	1.769	1.778	1.757	1.720	1.762	1.793
<b>Hybridnet, kabel-tv, antenneforeninger o.l.</b>	778	758	790	896	907	1.020	1.086	1.288	1.241	1.218	1.351
<b>Avisabonnementer</b>	1.052	1.117	1.247	1.121	1.022	809	884	749	773	539	660
<b>Aviser, løssalg</b>	805	829	821	711	604	585	555	584	585	468	387

### Udvalgte medieposters andel i % af husstandenes samlede forbrug (faste priser) - 1994-2014

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Radio,medielicens</b>	0,75%	0,75%	0,73%	0,75%	0,70%	0,68%	0,70%	0,71%	0,70%	0,72%	0,71%
<b>Hybridnet, kabel-tv, antenneforeninger o.l.</b>	0,33%	0,32%	0,33%	0,36%	0,35%	0,39%	0,43%	0,52%	0,51%	0,50%	0,53%
<b>Avisabonnementer</b>	0,44%	0,47%	0,51%	0,44%	0,40%	0,31%	0,35%	0,30%	0,31%	0,22%	0,26%
<b>Aviser, løssalg</b>	0,34%	0,35%	0,34%	0,28%	0,23%	0,23%	0,22%	0,24%	0,24%	0,19%	0,15%

*Kilde: Danmarks Statistik/www.statistikbanken.dk/FU5, Tabel FU5: Husstandenes årlige forbrug efter forbrugsart, husstandsgrupper og prisenhed*

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers: Danske husstande*

*Faste priser, inkl. moms, data indsamlet over 3 år og omregnet til det midterste år*

### Husstandenes forbrug i alt i kr. (faste priser) samt på udvalgte medieposter - 1994-2014

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>FORBRUG I ALT</b>	272.977,1	292.066,0	299.950,7	292.187,6	274.257,4	285.044,2	282.894,2	280.659,0	281.560,1	283.768,5
<b>Radio,medielicens</b>	1.865	1.864	1.912	1.920	1.746	1.924	1.971	2.002	2.004	1.928
<b>Hybridnet, kabel-tv, antenneforeninger o.l.</b>	1.533	1.712	1.830	1.894	1.791	2.024	2.104	2.588	2.616	2.511
<b>Avisabonnementer</b>	825	1.027	880	906	768	715	706	658	664	639
<b>Aviser, løssalg</b>	316	268	209	176	156	144	123	108	104	92

### Udvalgte medieposters andel i % af husstandenes samlede forbrug (faste priser) - 1994-2014

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Radio,medielicens</b>	0,68%	0,64%	0,64%	0,66%	0,64%	0,67%	0,70%	0,71%	0,71%	0,68%
<b>Hybridnet, kabel-tv, antenneforeninger o.l.</b>	0,56%	0,59%	0,61%	0,65%	0,65%	0,71%	0,74%	0,92%	0,93%	0,88%
<b>Avisabonnementer</b>	0,30%	0,35%	0,29%	0,31%	0,28%	0,25%	0,25%	0,23%	0,24%	0,23%
<b>Aviser, løssalg</b>	0,12%	0,09%	0,07%	0,06%	0,06%	0,05%	0,04%	0,04%	0,04%	0,03%

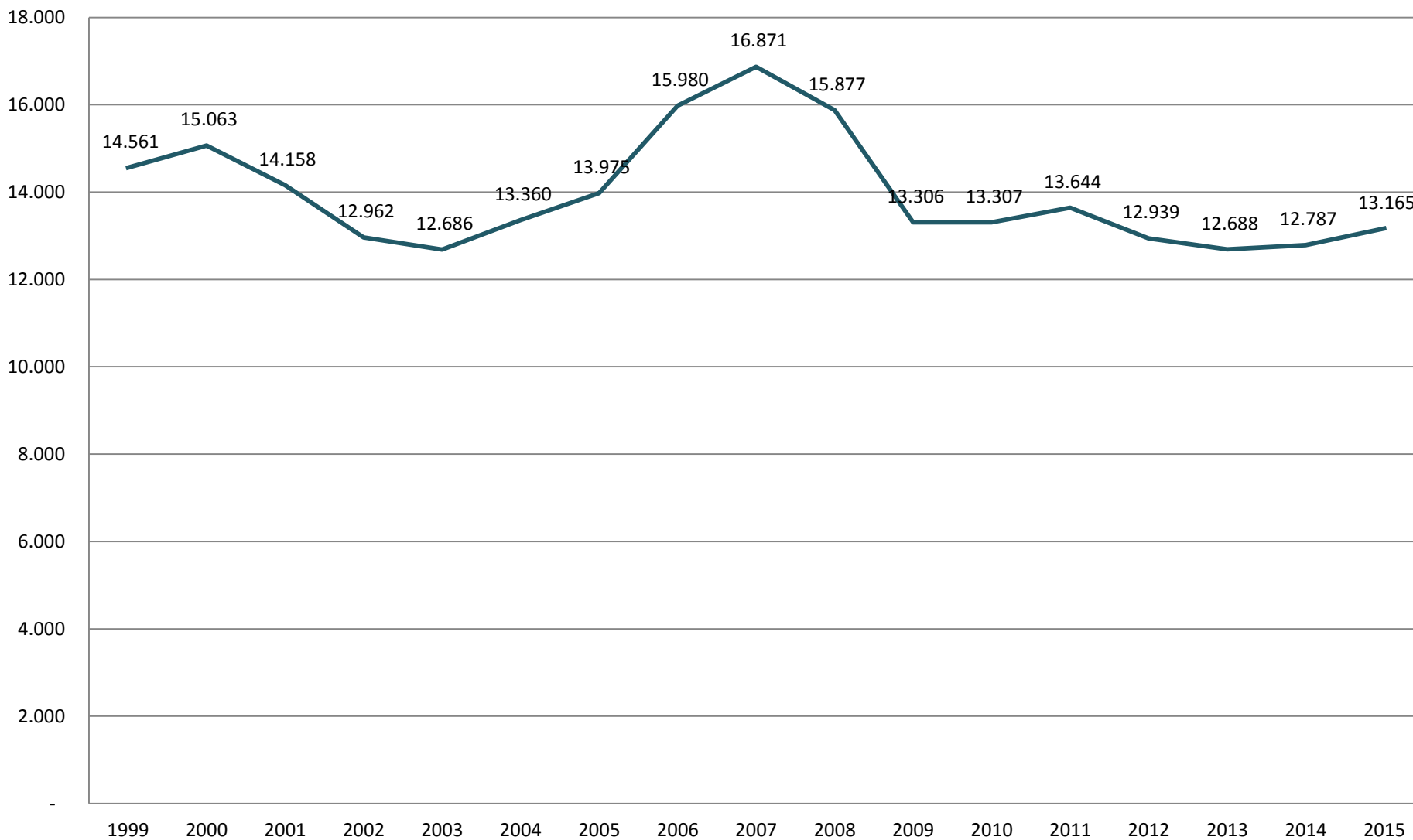
*Kilde: Danmarks Statistik/www.statistikbanken.dk/FU5, Tabel FU5: Husstandenes årlige forbrug efter forbrugsart, husstandsgrupper og prisenhed*

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*

*Univers: Danske husstande*

*Faste priser, inkl. moms, data indsamlet over 3 år og omregnet til det midterste år*

## Annonceomsætning i alt i faste 2015-priser (mio. kr.) 1999-2015.



### Annonceomsætning kr. efter medier og tid (i løbende priser) 1999-2015

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>ANNONCEOMSÆTNING I ALT</b>	10.790	11.478	11.043	10.357	10.352	11.022	11.739	13.679	14.695	14.305	12.135	12.415	13.085	12.706	12.561	12.736	13.165
<b>Dagblade</b>	3.334	3.355	2.983	2.697	2.647	2.854	3.139	3.493	3.229	2.735	2.065	1.946	1.908	1.699	1.509	1.349	1.239
<b>Lokale og regionale ugeaviser</b>	2.137	2.225	2.255	2.097	2.061	2.159	2.323	2.467	2.704	2.554	2.143	2.033	2.059	1.960	1.878	1.763	1.657
<b>Magasiner/Fagblade/Tidsskrifter</b>	1.769	1.801	1.800	1.537	1.434	1.505	1.616	1.804	1.871	1.849	1.336	1.298	1.281	1.165	1.077	1.083	996
- Købte magasiner										468	328	333	346	321	323	315	286
- Andre magasiner										382	266	258	250	221	192	187	165
- Fagblade og tidsskrifter										999	742	707	685	623	562	581	545
<b>Årlige publikationer</b>	1.242	1.361	1.321	1.305	1.181	1.176	945	911	873	829	624	468	310	192	145	127	101
<b>Plakat og trafik/Outdoor</b>	271	338	343	336	345	359	383	405	473	516	491	499	537	452	409	394	405
<b>Tv</b>	1.801	1.823	1.747	1.675	1.927	2.125	2.254	2.471	2.516	2.431	2.059	2.256	2.517	2.350	2.251	2.170	2.203
<b>Radio</b>	188	213	234	222	216	211	280	279	285	250	217	232	270	278	288	307	329
<b>Biograf</b>	48	46	50	70	55	51	57	55	56	56	53	59	59	67	80	85	97
<b>Internet</b>	..	316	310	418	486	582	742	1.794	2.688	3.085	3.147	3.624	4.144	4.543	4.924	5.458	6.138

### Annonceomsætning kr. efter medier og tid (omregnet til faste priser med 2015 som basisår) 1999-2015

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>ANNONCEOMSÆTNING I ALT</b>	14.561	15.063	14.158	12.962	12.686	13.360	13.975	15.980	16.871	15.877	13.306	13.307	13.644	12.939	12.688	12.787	13.165
<b>Dagblade</b>	4.499	4.403	3.824	3.375	3.244	3.459	3.737	4.081	3.707	3.036	2.264	2.086	1.990	1.730	1.524	1.354	1.239
<b>Lokale og regionale ugeaviser</b>	2.884	2.920	2.891	2.625	2.526	2.617	2.765	2.882	3.104	2.835	2.350	2.179	2.147	1.996	1.897	1.770	1.657
<b>Magasiner/Fagblade/Tidsskrifter:</b>	2.387	2.364	2.308	1.924	1.757	1.824	1.924	2.107	2.148	2.052	1.465	1.391	1.336	1.186	1.088	1.087	996
- Købte magasiner	-	-	-	-	-	-	-	-	-	519	360	357	361	327	326	316	286
- Andre magasiner	-	-	-	-	-	-	-	-	-	424	292	277	261	225	194	188	165
- Fagblade og tidsskrifter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.109	814	758	714	634	568	583	545
<b>Årlige publikationer</b>	1.676	1.786	1.694	1.633	1.447	1.425	1.125	1.064	1.002	920	684	502	323	196	146	128	101
<b>Plakat og trafik/Outdoor</b>	366	444	440	421	423	435	456	473	543	573	538	535	560	460	413	396	405
<b>Tv</b>	2.430	2.392	2.240	2.096	2.362	2.576	2.683	2.887	2.889	2.698	2.258	2.418	2.625	2.393	2.274	2.179	2.203
<b>Radio</b>	254	280	300	278	265	256	333	326	327	277	238	249	282	283	291	308	329
<b>Biograf</b>	65	60	64	88	67	62	68	64	64	62	58	63	62	68	81	85	97
<b>Internet</b>		415	397	523	596	705	883	2.096	3.086	3.424	3.451	3.884	4.321	4.626	4.974	5.480	6.138

### Annonceomsætning efter medier og tid (i faste 2015-priser) - fordeling af annonceforbruget efter medietyper 1999-2015 (andel af den samlede annonceomsætning i %)

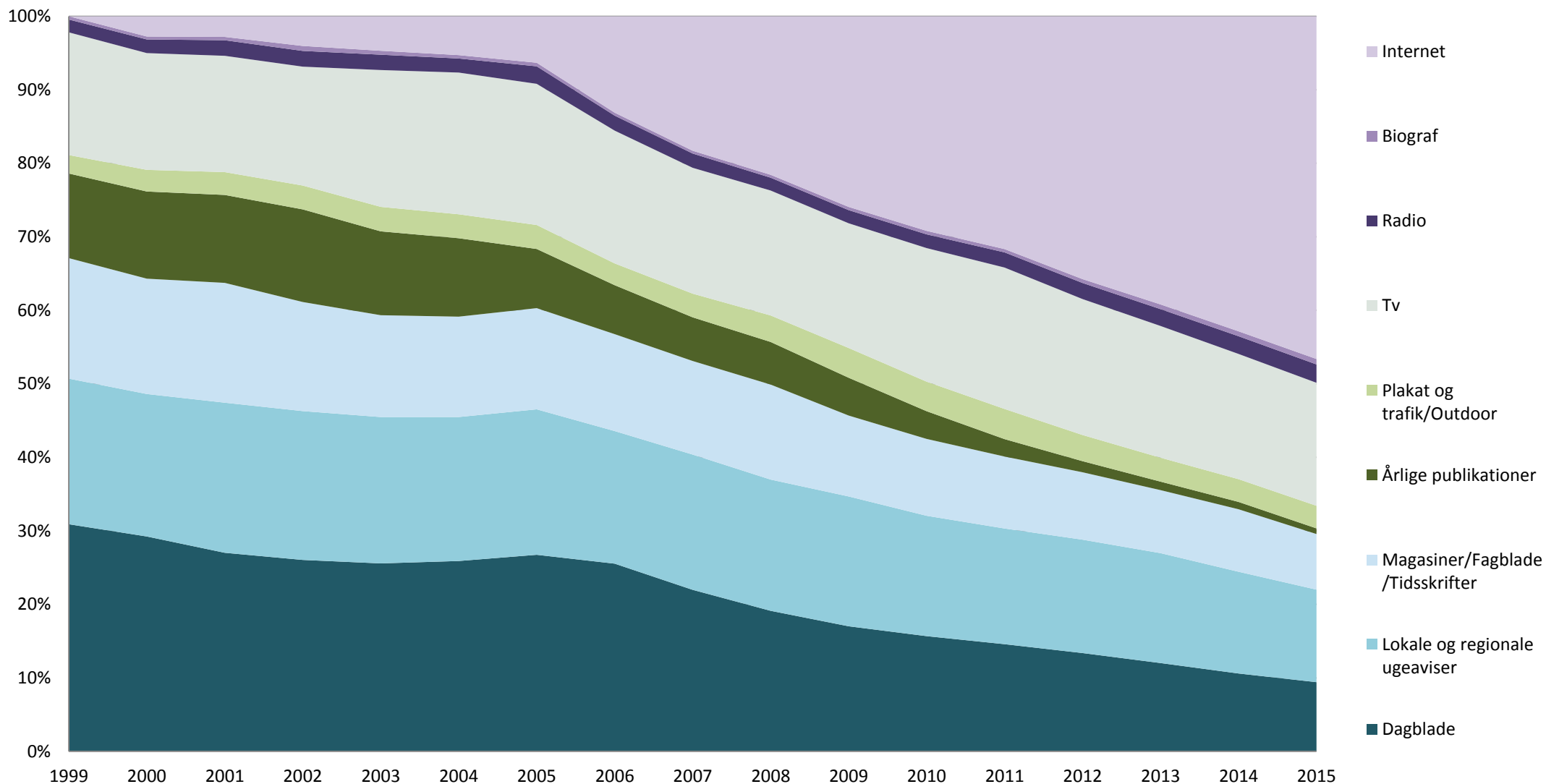
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Dagblade</b>	30,9%	29,2%	27,0%	26,0%	25,6%	25,9%	26,7%	25,5%	22,0%	19,1%	17,0%	15,7%	14,6%	13,4%	12,0%	10,6%	9,4%
<b>Lokale og regionale ugeaviser</b>	19,8%	19,4%	20,4%	20,2%	19,9%	19,6%	19,8%	18,0%	18,4%	17,9%	17,7%	16,4%	15,7%	15,4%	15,0%	13,8%	12,6%
<b>Magasiner/Fagblade/Tidsskrifter</b>	16,4%	15,7%	16,3%	14,8%	13,9%	13,7%	13,8%	13,2%	12,7%	12,9%	11,0%	10,5%	9,8%	9,2%	8,6%	8,5%	7,6%
<b>Årlige publikationer</b>	11,5%	11,9%	12,0%	12,6%	11,4%	10,7%	8,1%	6,7%	5,9%	5,8%	5,1%	3,8%	2,4%	1,5%	1,2%	1,0%	0,8%
<b>Plakat og trafik/Outdoor</b>	2,5%	2,9%	3,1%	3,2%	3,3%	3,3%	3,3%	3,0%	3,2%	3,6%	4,0%	4,0%	4,1%	3,6%	3,3%	3,1%	3,1%
<b>Tv</b>	16,7%	15,9%	15,8%	16,2%	18,6%	19,3%	19,2%	18,1%	17,1%	17,0%	17,0%	18,2%	19,2%	18,5%	17,9%	17,0%	16,7%
<b>Radio</b>	1,7%	1,9%	2,1%	2,1%	2,1%	1,9%	2,4%	2,0%	1,9%	1,7%	1,8%	1,9%	2,1%	2,2%	2,3%	2,4%	2,5%
<b>Biograf</b>	0,4%	0,4%	0,5%	0,7%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,7%	0,7%
<b>Internet</b>	0,0%	2,8%	2,8%	4,0%	4,7%	5,3%	6,3%	13,1%	18,3%	21,6%	25,9%	29,2%	31,7%	35,8%	39,2%	42,9%	46,6%

Kilde 1999-2014: Dansk Oplagskontrol, Reklameforbrugsundersøgelsen i Danmark,

Kilde 2015: Dansk Reklameforbrugsundersøgelse 2015

Kilde Forbrugerprisindeks: Danmarks Statistik

## Annonceomsætning efter medier og tid (i faste 2015-priser) - fordeling af annonceforsbruget efter medietyper 1999-2015 (andel af den samlede annonceomsætning i %)



**Kilde:** Reklameforbrugsundersøgelsen - Det danske reklamemarked, udarbejdet af Dansk Reklameforbrugsundersøgelse, Omregning til faste priser: Danmarks Statistik, Forbrugerprisindeks (Basisår: 2015)  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

**Annonceomsætning kr. efter medier og tid (i løbende priser) 1999-2015**

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>ANNONCEOMSÆTNING I ALT</b>	10.790	11.478	11.043	10.357	10.352	11.022	11.739	13.679	14.695	14.305	12.135	12.415	13.085	12.706	12.561	12.736	13.165
<b>Dagblade</b>	3.334	3.355	2.983	2.697	2.647	2.854	3.139	3.493	3.229	2.735	2.065	1.946	1.908	1.699	1.509	1.349	1.239
<b>Lokale og regionale ugeaviser</b>	2.137	2.225	2.255	2.097	2.061	2.159	2.323	2.467	2.704	2.554	2.143	2.033	2.059	1.960	1.878	1.763	1.657
<b>Magasiner/Fagblade/Tidsskrifter</b>	1.769	1.801	1.800	1.537	1.434	1.505	1.616	1.804	1.871	1.849	1.336	1.298	1.281	1.165	1.077	1.083	996
- Købte magasiner										468	328	333	346	321	323	315	286
- Andre magasiner										382	266	258	250	221	192	187	165
- Fagblade og tidsskrifter										999	742	707	685	623	562	581	545
<b>Årlige publikationer</b>	1.242	1.361	1.321	1.305	1.181	1.176	945	911	873	829	624	468	310	192	145	127	101
<b>Plakat og trafik/Outdoor</b>	271	338	343	336	345	359	383	405	473	516	491	499	537	452	409	394	405
<b>Tv</b>	1.801	1.823	1.747	1.675	1.927	2.125	2.254	2.471	2.516	2.431	2.059	2.256	2.517	2.350	2.251	2.170	2.203
<b>Radio</b>	188	213	234	222	216	211	280	279	285	250	217	232	270	278	288	307	329
<b>Biograf</b>	48	46	50	70	55	51	57	55	56	56	53	59	59	67	80	85	97
<b>Internet</b>	..	316	310	418	486	582	742	1.794	2.688	3.085	3.147	3.624	4.144	4.543	4.924	5.458	6.138

**Annonceomsætning kr. efter medier og tid (omregnet til faste priser med 2015 som basisår) 1999-2015**

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>ANNONCEOMSÆTNING I ALT</b>	14.561	15.063	14.158	12.962	12.686	13.360	13.975	15.980	16.871	15.877	13.306	13.307	13.644	12.939	12.688	12.787	13.165
<b>Dagblade</b>	4.499	4.403	3.824	3.375	3.244	3.459	3.737	4.081	3.707	3.036	2.264	2.086	1.990	1.730	1.524	1.354	1.239
<b>Lokale og regionale ugeaviser</b>	2.884	2.920	2.891	2.625	2.526	2.617	2.765	2.882	3.104	2.835	2.350	2.179	2.147	1.996	1.897	1.770	1.657
<b>Magasiner/Fagblade/Tidsskrifter:</b>	2.387	2.364	2.308	1.924	1.757	1.824	1.924	2.107	2.148	2.052	1.465	1.391	1.336	1.186	1.088	1.087	996
- Købte magasiner	-	-	-	-	-	-	-	-	-	519	360	357	361	327	326	316	286
- Andre magasiner	-	-	-	-	-	-	-	-	-	424	292	277	261	225	194	188	165
- Fagblade og tidsskrifter	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.109	814	758	714	634	568	583	545
<b>Årlige publikationer</b>	1.676	1.786	1.694	1.633	1.447	1.425	1.125	1.064	1.002	920	684	502	323	196	146	128	101
<b>Plakat og trafik/Outdoor</b>	366	444	440	421	423	435	456	473	543	573	538	535	560	460	413	396	405
<b>Tv</b>	2.430	2.392	2.240	2.096	2.362	2.576	2.683	2.887	2.889	2.698	2.258	2.418	2.625	2.393	2.274	2.179	2.203
<b>Radio</b>	254	280	300	278	265	256	333	326	327	277	238	249	282	283	291	308	329
<b>Biograf</b>	65	60	64	88	67	62	68	64	64	62	58	63	62	68	81	85	97
<b>Internet</b>		415	397	523	596	705	883	2.096	3.086	3.424	3.451	3.884	4.321	4.626	4.974	5.480	6.138

**Annonceomsætning efter medier og tid (i faste 2015-priser) - fordeling af annonceforbruget efter medietyper 1999-2015  
(andel af den samlede annonceomsætning i %)**

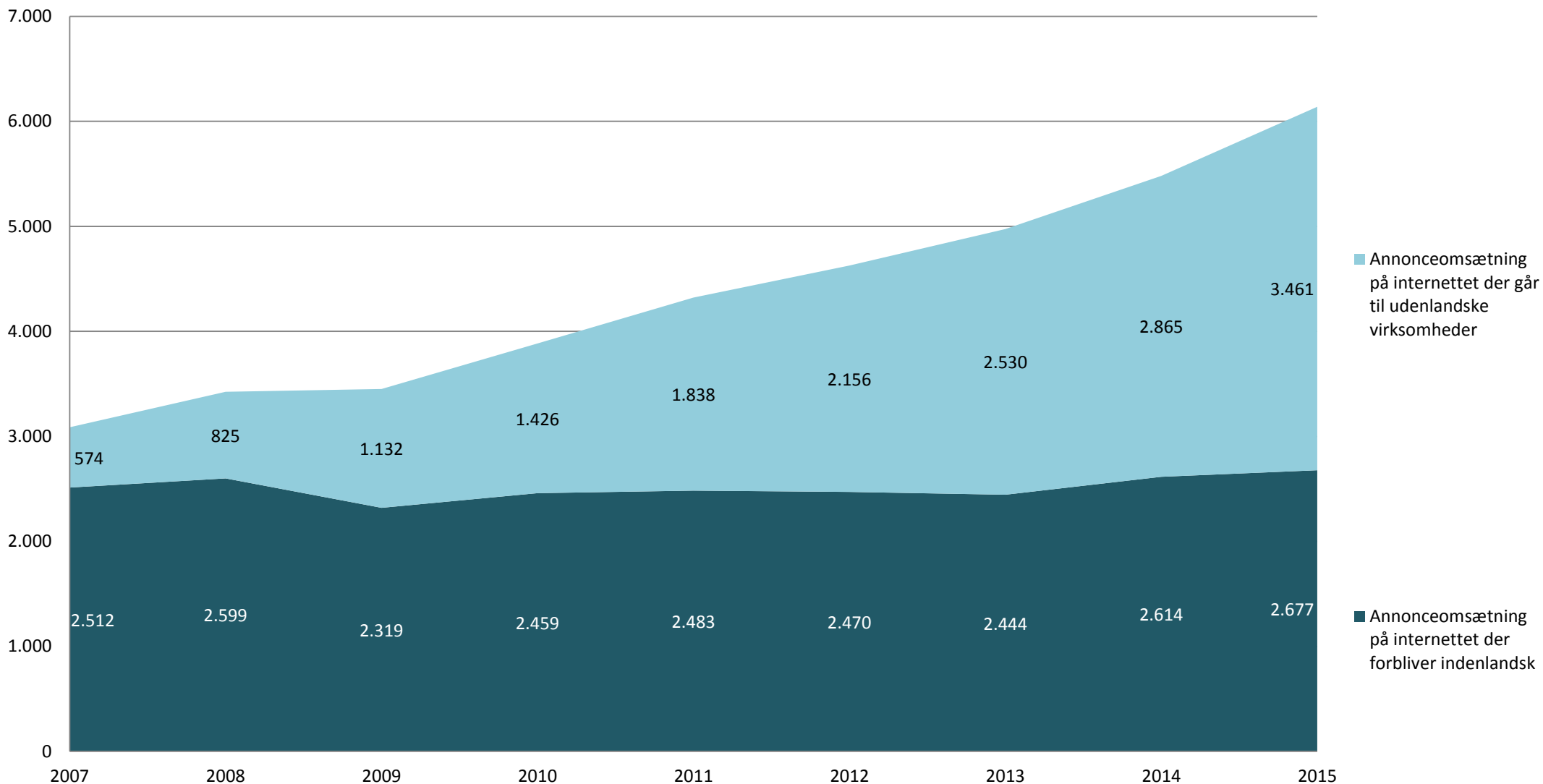
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Dagblade</b>	30,9%	29,2%	27,0%	26,0%	25,6%	25,9%	26,7%	25,5%	22,0%	19,1%	17,0%	15,7%	14,6%	13,4%	12,0%	10,6%	9,4%
<b>Lokale og regionale ugeaviser</b>	19,8%	19,4%	20,4%	20,2%	19,9%	19,6%	19,8%	18,0%	18,4%	17,9%	17,7%	16,4%	15,7%	15,4%	15,0%	13,8%	12,6%
<b>Magasiner/Fagblade/Tidsskrifter</b>	16,4%	15,7%	16,3%	14,8%	13,9%	13,7%	13,8%	13,2%	12,7%	12,9%	11,0%	10,5%	9,8%	9,2%	8,6%	8,5%	7,6%
<b>Årlige publikationer</b>	11,5%	11,9%	12,0%	12,6%	11,4%	10,7%	8,1%	6,7%	5,9%	5,8%	5,1%	3,8%	2,4%	1,5%	1,2%	1,0%	0,8%
<b>Plakat og trafik/Outdoor</b>	2,5%	2,9%	3,1%	3,2%	3,3%	3,3%	3,3%	3,0%	3,2%	3,6%	4,0%	4,0%	4,1%	3,6%	3,3%	3,1%	3,1%
<b>Tv</b>	16,7%	15,9%	15,8%	16,2%	18,6%	19,3%	19,2%	18,1%	17,1%	17,0%	17,0%	18,2%	19,2%	18,5%	17,9%	17,0%	16,7%
<b>Radio</b>	1,7%	1,9%	2,1%	2,1%	2,1%	1,9%	2,4%	2,0%	1,9%	1,7%	1,8%	1,9%	2,1%	2,2%	2,3%	2,4%	2,5%
<b>Biograf</b>	0,4%	0,4%	0,5%	0,7%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,7%	0,7%
<b>Internet</b>	0,0%	2,8%	2,8%	4,0%	4,7%	5,3%	6,3%	13,1%	18,3%	21,6%	25,9%	29,2%	31,7%	35,8%	39,2%	42,9%	46,6%

Kilde 1999-2014: Dansk Oplagskontrol, Reklameforbrugsundersøgelsen i Danmark,

Kilde 2015: Dansk Reklameforbrugsundersøgelse 2015

Kilde Forbrugerprisindeks: Danmarks Statistik

**Udviklingen i annonceomsætningen på internettet der henholdsvis forbliver indenlands og tilgår udlandet (mio. kr. i faste 2015-priser), 2007-2015**



*Kilde: Danske Medier Research for Slots- og Kulturstyrelsen, egne beregninger  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*



### Annonceomsætning i mio. kr. (faste 2015-priser) på internettet til hhv. danske og udenlandske virksomheder - 2007-2015

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Annonceomsætning på internettet der forbliver indenlandsk	2.512	2.599	2.319	2.459	2.483	2.470	2.444	2.614	2.677
Annonceomsætning på internettet der går til udenlandske virksomheder	574	825	1.132	1.426	1.838	2.156	2.530	2.865	3.461

### Andel af annonceomsætning i % der går til udlandet 2007-2015

Andel af annonceomsætning til udlandet

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Andel af samlet annonceomsætning på internettet i Danmark, der går til udlandet	19%	24%	33%	37%	43%	47%	51%	52%	56%
Andel af samlet annonceomsætning i Danmark, der tilgår udlandet	3%	5%	9%	11%	13%	17%	20%	22%	26%

### Udenlandsk internetannoncering fordel på aktører i % 2007-2015

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Google	100,0%	100,0%	100,0%	94,0%	90,8%	85,0%	83,4%	82,2%	81,3%
Facebook				6,0%	9,1%	14,2%	15,5%	16,8%	17,6%
LinkedIn					0,2%	0,8%	1,1%	1,0%	1,0%

### Internetannoncering og mobilannoncering - 2011-2015 i mio. kr. (faste 2015-priser) og %

	2011	2012	2013	2014	2015
Samlet internetannoncering	4.321	4.626	4.974	5.480	6.138
- heraf mobilannoncering	31,3	40,6	79,2	123	176,2
Mobilannonceringens andel af den samlede internetannoncering	0,7%	0,9%	1,6%	2,2%	2,9%
Internetomsætning der tilgår udlandet	1.838	2.156	2.530	2.865	3.461
- heraf mobilannoncering	9,4	12,2	23,8	36,9	54
Mobilannonceringens andel af den samlede internetannoncering til udlandet	0,5%	0,6%	0,9%	1,3%	1,6%

*Kilde: Danske Medier Research for Slots- og Kulturstyrelsen, egne beregninger*

*Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen*