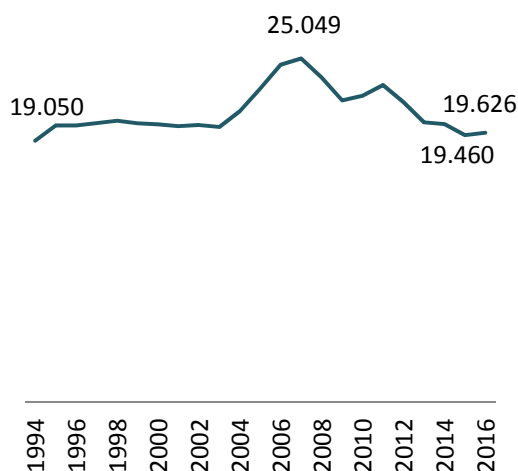


2 Hovedresultater

1. Lille vækst i forbruget

Stigning på 166 kr. i husstandenes samlede forbrug af medierelaterede produkter i 2016.

Årligt forbrug – medierelaterede poster

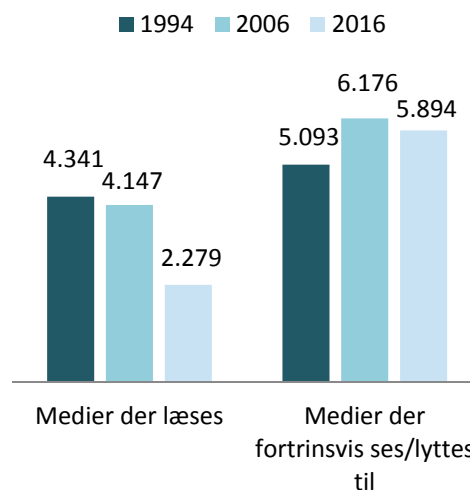


Kilde: Danmarks Statistik - Forbrugsundersøgelsen

3. Næsten halveret køb af læste medier

Husstandene bruger i 2016 markant mindre på medier der læses end tidligere og samtidig mere på de der fortrinsvis ses/lyttes til.

Husstandenes årlige forbrug

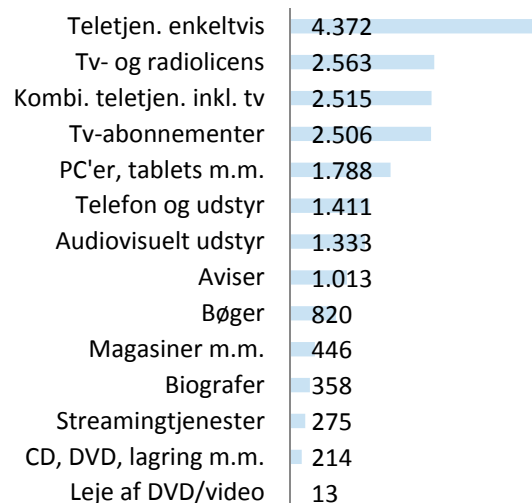


Kilde: Danmarks Statistik - Forbrugsundersøgelsen

2. Teletjenester og tv fylder mest

Husstandene bruger mest på teletjenester og tv - især i kombination. Indholdsbaserede forbrugsposter fylder mindre.

Forbrug i 2016 - medierelaterede poster

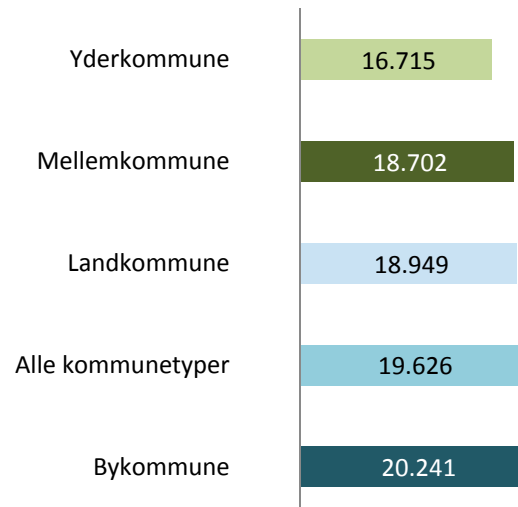


Kilde: Danmarks Statistik - Forbrugsundersøgelsen

4. Højeste forbrug i yderkommunerne

Der ses et 3.526 kr. højere forbrug i husstande i bykommuner end i yderkommuner i 2016.

Årligt forbrug – medierelaterede poster

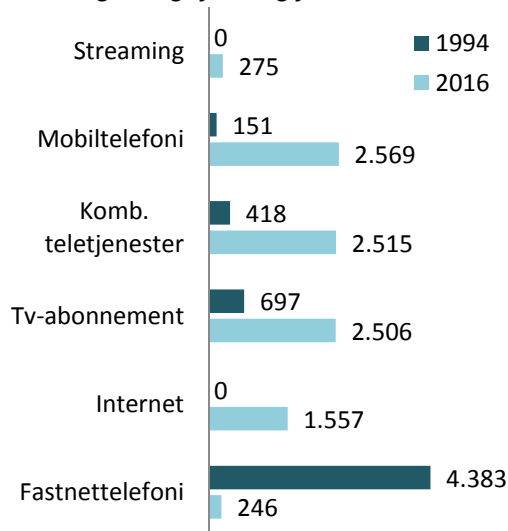


Kilde: Danmarks Statistik - Forbrugsundersøgelsen

5. Markant ændret forbrug på teletjenester

Husstandene øger forbruget af alle andre teletjenester end fastnettelefoni.

Udvikling i årligt forbrug fra 1994-2016

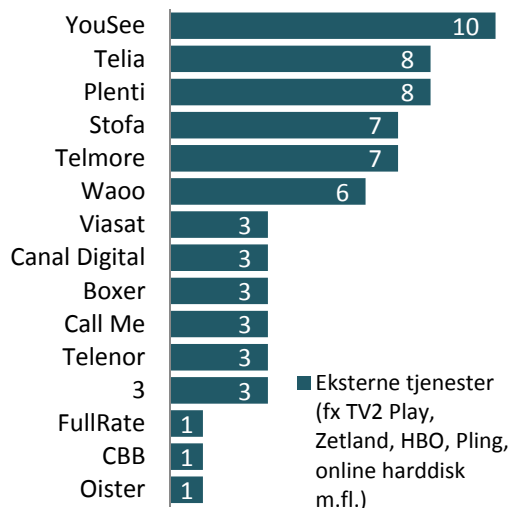


Kilde: Danmarks Statistik - Forbrugsundersøgelsen

6. Medietjenester hos tele- og tv-udbydere

Tele- og tv-udbydere inkluderer i stigende grad eksterne tjenester i deres produkter.

Antal medietjenester mv. pr. udbyder

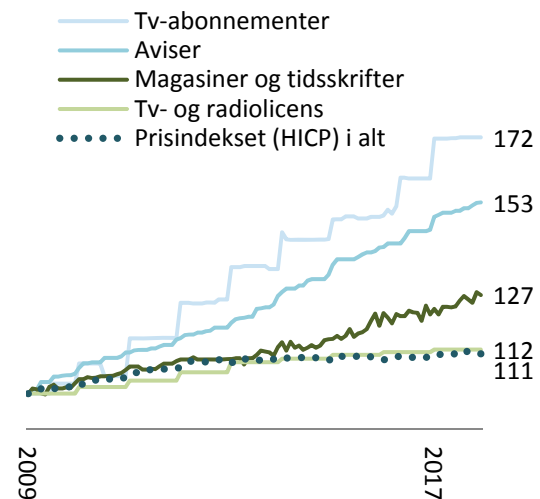


Kilde: Virksomhedernes hjemmesider

7. Indholdsmedier bliver dyrere...

Målt ud fra prisindekser (der tager højde for både ændringer i pris samt mængde og kvalitet) fordyres indholdsmedier over tid.

Prisindeksudvikling (2009=100)

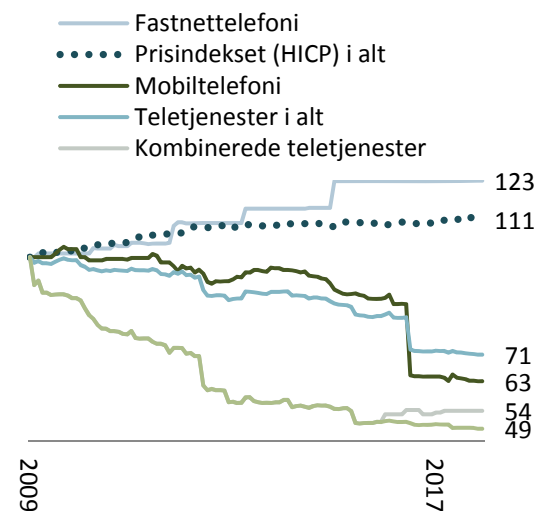


Kilde: Danmarks Statistik, EU-harmoniseret forbrugerprisindeks

8. ... og teletjenester bliver billigere

Især bedre produkter med eksempelvis højere hastighed får derimod prisindekserne for teletjenester til at falde

Prisindeksudvikling (2009=100)



Kilde: Danmarks Statistik, EU-harmoniseret forbrugerprisindeks