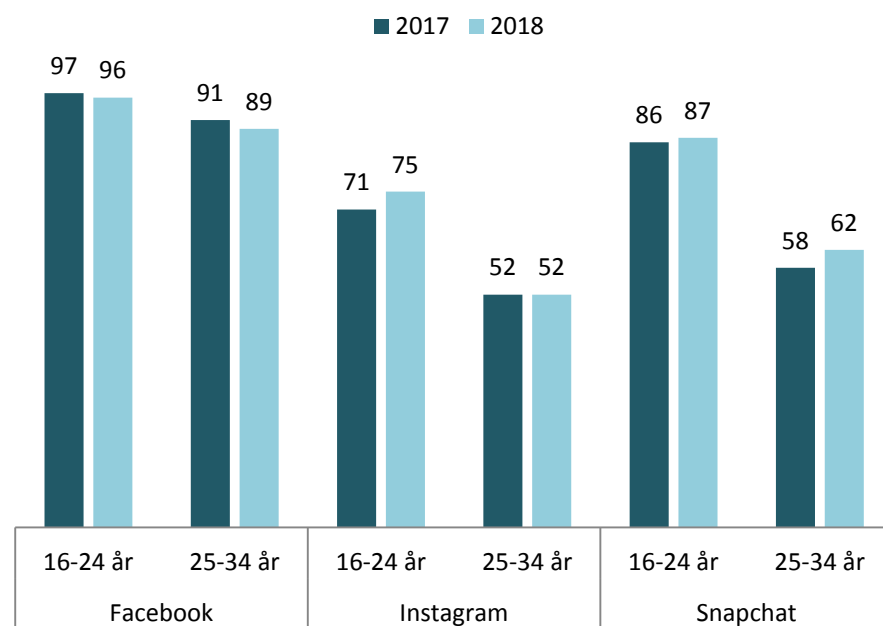


Udviklingen i andelen af unge på Facebook er knækket

Med årene er sociale medier i almindelighed og Facebook i særdeleshed, blevet mere og mere populære. Udbredelsen af Facebook er steget i en sådan grad, at kun 2 pct. af de 16-24-årige og 6 pct. af de 25-34-årige internetbrugere ikke brugte det sociale medie i 2017. I 2018 er der dog sket et skifte i den udvikling. For hverken de 16-24-årige eller 25-34-årige, er der fra 2017 til 2018 målt en stigning i antallet, der har brugt Facebook. Denne udvikling er ganske særegen for Facebook, da de øvrige større sociale medier som Instagram og Snapchat i 2018 enten opretholder niveauet i de yngre aldersgrupper eller fortsat oplever fremgang.

Brug af sociale medier

Figur 1: Andel internetbrugere 16-89 år (pct.), der har brugt Facebook, Snapchat eller Instagram. 2017-2018.



Sociale medier i undersøgelsen: Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, Pinterest, Snapchat, LinkedIn og WhatsApp.
 Kilde: Danmarks Statistik - IT-anvendelse i befolkningen 2017-2018. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.
 Some1 – Some8: "Har du brugt...?"

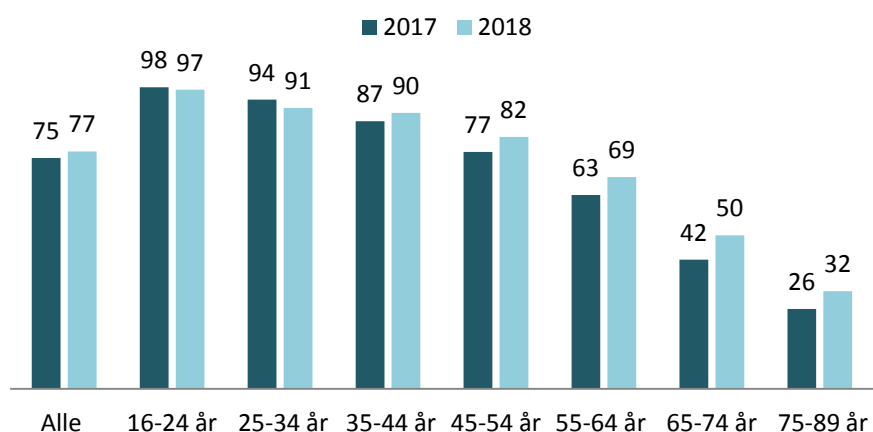
Udviklingen på Facebook udgør en væsentlig faktor i forhold til den samlede udvikling på sociale medier. Af figur 2 nedenfor fremgår det således, at udviklingen i andelen af de 16-24-årige og 25-34-årige internetbrugere, der har brugt sociale medier (fx oprettet en profil eller sendt beskeder via sociale medier, er stagneret eller ligefrem faldet en smule. Dette på trods af, at det – blandt de sociale medier, der indgår i undersøgelsen – næsten alene er på Facebook, at andelen i de to yngste aldersgrupper ikke er steget.

I de øvrige (ældre) aldersgrupper udgør brugere af sociale medier endnu en større og større andel – både på Facebook og på sociale medier i det hele taget. Fra 2017

til 2018 er de 65-74-årige og 75-89-årige, der bruger sociale medier, steget med henholdsvis 19 pct. og 22 pct.

Brug af sociale medier

Figur 2: Andel internetbrugere 16-89 år (pct.), der har brugt sociale medier (oprettet en profil, sendt beskeder, uploadet billeder osv.). 2017-2018.

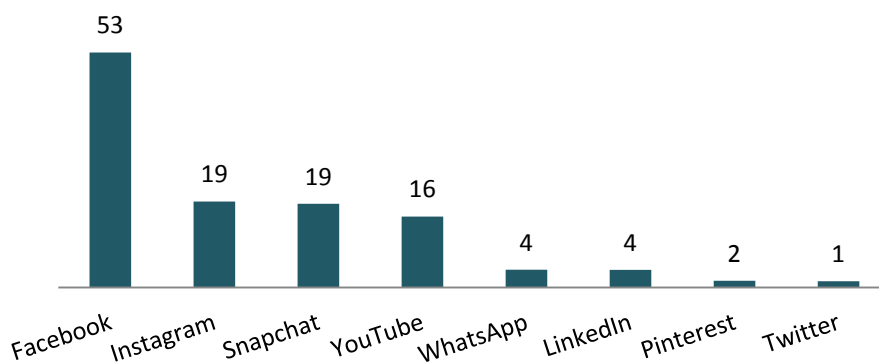


Sociale medier i undersøgelsen: Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, Pinterest, Snapchat, LinkedIn og WhatsApp.
Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2017-2018. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.
B5c: "Har du brugt internettet privat til sociale netværkstjenester (oprettet en profil, sendt beskeder fx på Facebook, Snapchat, Instagram, twitter, LinkedIn, osv.)?"

Det er dog ikke ensbetydende med, at Facebook er ved at afgive sin position som det største sociale medie blandt de danske internetbrugere. Som det fremgår af figur 3 nedenfor, bruger over halvdelen af internetbrugerne (53 pct.) Facebook dagligt. For samtlige øvrige socialer medier, der indgår i undersøgelsen, er det under en femtedel af internetbrugerne, der bruger medierne dagligt.

Daglig brug af sociale medier

Figur 3: Andel internetbrugere 16-89 år (pct.), der dagligt anvender følgende sociale medier. 2018.

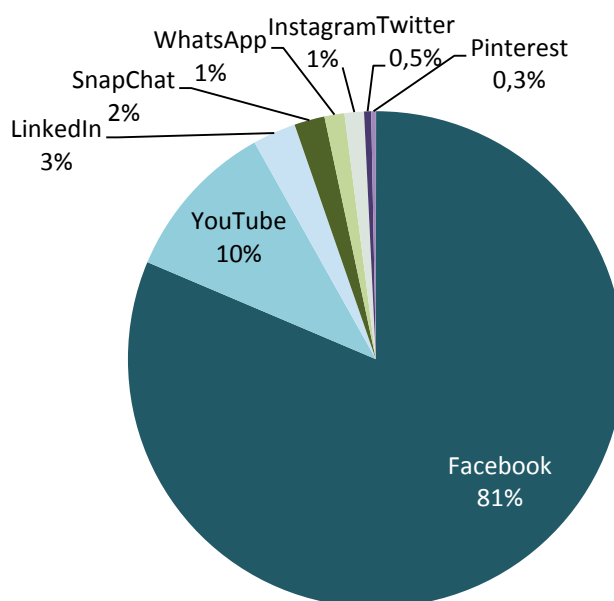


Sociale medier i undersøgelsen: Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, Pinterest, Snapchat, LinkedIn og WhatsApp.
Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2017-2018. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.
SoMe1f – SoMe8f: Hvor ofte bruger du følgende sociale netværkstjenester?

Facebook er i øvrigt i en klasse for sig, når det gælder brugere, der kun anvender ét socialt medie. Som det fremgår af nedenstående figur 4, er mere end 8 ud af 10 af de brugere, der kun bruger ét af de sociale medier, der indgår i undersøgelsen, Facebookbrugere. De øvrige 19 pct. fordeler sig i undersøgelsen mellem YouTube (10 pct.), LinkedIn (3 pct.), Snapchat (2 pct.), WhatsApp (1 pct.), Instagram (1 pct.), Twitter (0,5 pct.) og Pinterest (0,3 pct.).

Brug af ét socialt medie – fordelt på sociale medier

Figur 4: Fordeling af brugere, der kun anvender ét socialt medie 16-89 år (pct.). 2018.

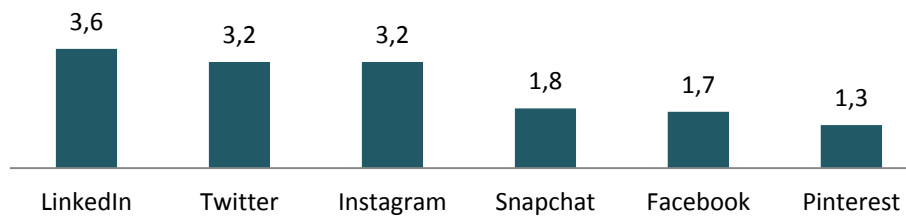


Sociale medier i undersøgelsen: Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, Pinterest, Snapchat, LinkedIn og WhatsApp.
Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2017-2018 – særkørsel. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

I forlængelse af den dominerende position, Facebook har, er det sociale medie til gengæld også mere "mættet" for potentiel brugertilgang, end flere af de øvrige sociale medier. Dette er også forventeligt, når så stor en andel af befolkningen allerede *har* en profil på Facebook. Som det fremgår af figur 5 nedenfor, er det således kun 1,7 pct. af befolkningen, der overvejer at oprette en profil på Facebook, mens godt det dobbelte overvejer at oprette en profil på LinkedIn (3,6 pct.) og 3,2 pct på henholdsvis Twitter og Instagram.

Overvejer at oprette profil – fordelt på sociale medier

Figur 5: Andel af befolkningen, der kender mediet og overvejer at oprette en profil på de respektive sociale medier, 12 år eller derover (pct.). 1. halvår 2018.



Note: Nærværende diagram stammer fra anden kilde (Index Danmark/Gallup), hvorfor der ikke er data tilgængeligt for nøjagtigt de samme sociale medier, som indgår i de øvrige diagrammer.

Kilde: Kantar Gallup – Index Danmark/Gallup 1H 2018. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

Sociale medier: Personer, der kender mediet, som overvejer en profil på det givne medie

SoMe-fakta

Befolkningens brug af forskellige sociale medier 2018

- Facebook er det mest anvendte sociale medie blandt de danske internetbrugere. 53 pct. af internetbrugerne i alderen 16-89 år har brugt Facebook dagligt. For Instagram og Snapchat er det tilsvarende 19 pct. De to sidstnævnte medier har imidlertid oplevet den største fremgang i daglig brug fra 2017 til 2018.
- YouTube følger lige efter med 16 pct. Dog er der en større andel, der bruger YouTube ugentligt (44 pct.), end det er tilfældet for Instagram og Snapchat (30 pct.)

Tabel 1: Andel internetbrugere 16-89 år (pct.), der dagligt bruger følgende sociale medier. 2018.

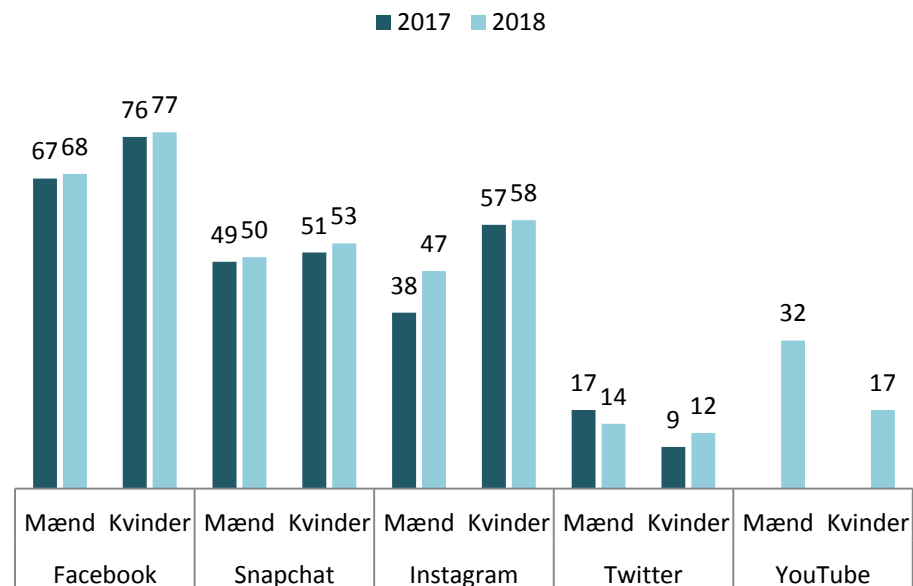
	I alt	16-24 år	25-34 år	35-44 år	45-54 år	55-64 år	65-74 år	75-89 år
Facebook	53	82	72	62	53	40	25	12
Instagram	19	56	35	20	9	4	2	0
Snapchat	19	65	36	11	6	4	1	1
YouTube	16	45	22	17	11	5	2	1
WhatsApp	4	3	8	7	3	2	2	0
LinkedIn	4	3	7	7	6	2	0	0
Pinterest	2	1	3	1	2	1	1	0
Twitter	1	3	3	1	1	1	0	0

Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2018. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.
SoMe1f – SoMe8f: Hvor ofte bruger du følgende sociale netværkstjenester?

Daglig brug af sociale medier – fordelt på køn

- Den største forskel på, hvor stor en andel af henholdsvis mænd og kvinder, der dagligt bruger de respektive sociale medier, skal i 2018 findes på YouTube. Næsten dobbelt så mange af de mandlige YouTube-brugere bruger det sociale medie dagligt sammenlignet med de kvindelige brugere. I 2017 gjaldt den samme fordeling på Twitter, men i 2018 er forskellen mellem mænd og kvinder i forhold til daglig brug af Twitter næsten udlignet.
- Den kønsmæssige udligning gør sig også gældende på Instagram. Det skyldes særligt, at en langt større andel af mediets mandlige brugere er begyndt at bruge Instagram dagligt. Forskellen er mindsket fra 19 procentpoint i 2017 til 11 procentpoint i 2018.

Figur 6: Andel daglige brugere af de respektive sociale medier fordelt på køn. 2017-2018. (Pct. er angivet som en andel af hvert socialt medies brugergrupper, fx 76 pct. af de kvindelige Facebook-brugere, brugte Facebook "Flere gange dagligt/dagligt" i 2017).

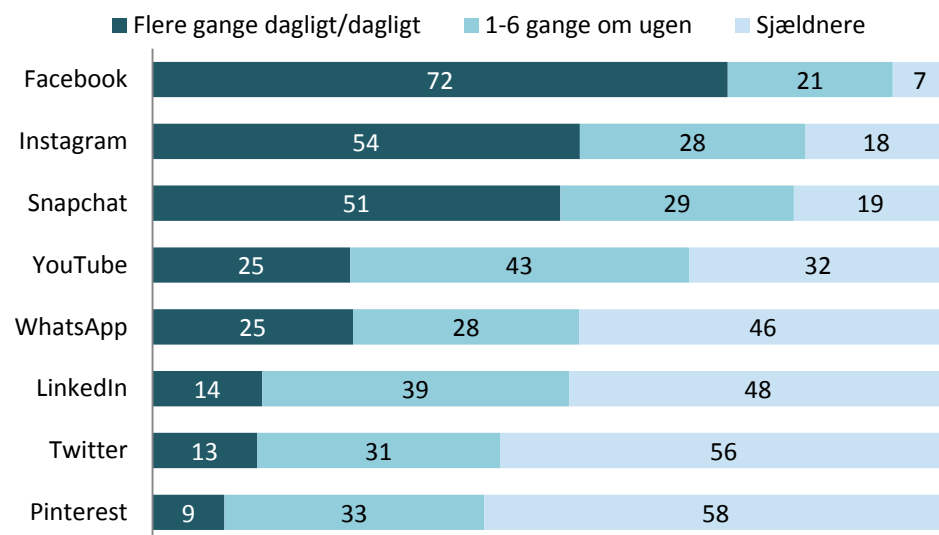


Note: YouTube indgår først i undersøgelsen fra og med 2018, hvorfor der ikke er sammenligneligt data fra 2017.
Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2017-2018 – særkørsel. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.
SoMe1f – SoMe8f: Hvor ofte bruger du følgende sociale netværkstjenester?

Brugsfrekvens for brugerne af forskellige sociale medier

- Facebook er det sociale medie, brugerne anvender hyppigst, idet 72 pct. bruger mediet dagligt. Kun 7 pct. af mediets brugere, anvender mediet sjældnere end én gang om ugen.
- Godt halvdelen af brugerne af henholdsvis Snapchat og Instagram bruger disse medier dagligt. Tilsvarende gælder det en fjerdedel af brugerne af henholdsvis YouTube og WhatsApp.
- Mere end halvdelen af brugerne af henholdsvis Twitter og Pinterest bruger disse medier sjældnere end én gang om ugen.

Figur 7: Andel brugere af forskellige sociale medier 16-89 år fordelt på brugsfrekvens. 2018. (pct. er angivet som en andel af hvert socialt medies brugergrupper, fx 72 pct. af Facebook-brugerne bruger Facebook "Flere gange dagligt/dagligt").



Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2018 – særkørsel. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. SoMe1f – SoMe8f: Hvor ofte bruger du følgende sociale netværkstjenester?

Om undersøgelsen

Undersøgelsens spørgsmål er udarbejdet i samarbejde mellem Danmarks Statistik og Slots- og Kulturstyrelsens "[Rapportering om mediernes udvikling i Danmark](#)". Resultaterne er baseret på 5.850 besvarelser fra telefoninterviews eller webskemaer og er indsamlet fra marts til maj 2018 blandt et repræsentativt udsnit af den danske befolkning fra 16-89 år.

Univers (16-89 år)	Stikprøve	Opregnet stikprøve
Alle	N = 5.850	4.716.424
Internetbrugere	N = 5.435	4.498.361
Brugere af sociale medier	N = 3.827	3.471.451
Facebook-brugere	N = 3.599	3.303.953
YouTube-brugere	N = 3.053	2.898.753
Instagram-brugere	N = 1.639	1.625.190
Snapchat-brugere	N = 1.608	1.659.821
LinkedIn-brugere	N = 1.434	1.300.822
Pinterest-brugere	N = 809	762.768
WhatsApp-brugere	N = 676	716.021
Twitter-brugere	N = 495	489.305

Kilde: Danmarks Statistik - It-anvendelse i befolkningen 2018. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen.

For øvrige tal om befolkningens anvendelse af it henvises til Danmarks Statistiks [tema-side](#) om it-anvendelse i befolkningen, [årspublikationen 2017](#) samt udgivelser om [streaming](#) og [nethandel](#). Se eventuelt også Slots- og Kulturstyrelsens nyhedsbrev fra sidste år om [danskernes brug af sociale medier i 2017](#).