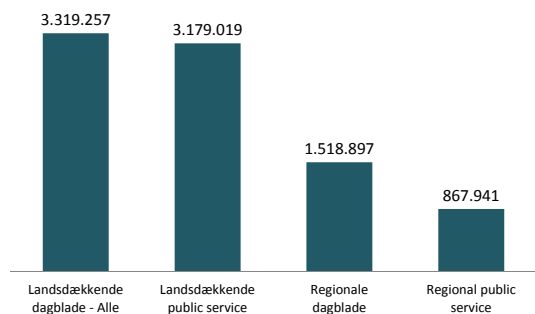


2 Hovedresultater

De landsdækkende medier har flest brugere

De landsdækkende dagblade og de landsdækkende public service-medier har hver over 3 mio. brugere om måneden. De regionale dagblade har tilsammen 1,5 mio. brugere om måneden.

Mediegrupper: Gennemsnitligt antal brugere pr. måned. 2015

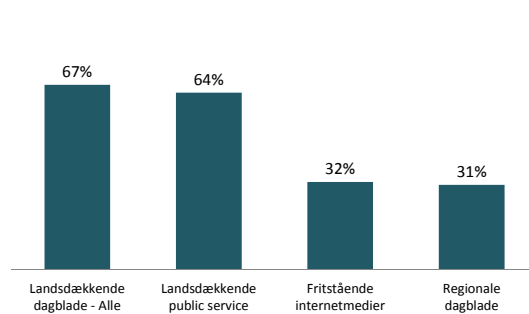


Kilde: Gemius 2015 (internetbrugere 7 år eller derover)

De to dominerende mediegrupper når næsten lige mange danskere om måneden

De landsdækkende dagblade har en månedlig reach på 67 %, mens de landsdækkende public service-medier har en månedlig reach på 64 %.

Mediegrupper: Gennemsnitlig månedlig reach. 2015

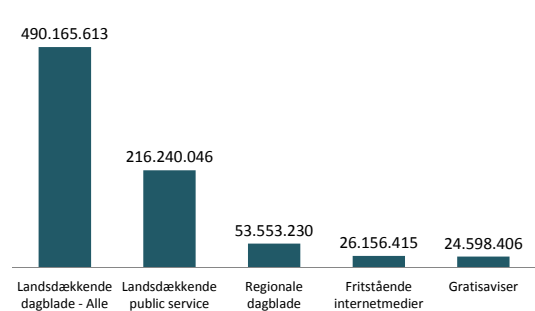


Kilde: Gemius 2015 (internetbrugere 7 år eller derover)

De landsdækkende dagblade har flere sidevisninger end nogen anden mediegruppe

De landsdækkende dagblade har i gennemsnit 490 mio. sidevisninger om måneden. Mere end dobbelt så mange sidevisninger som de landsdækkende public service-medier, der har 216 mio.

Mediegrupper: Gennemsnitligt antal sidevisninger pr. måned. 2015

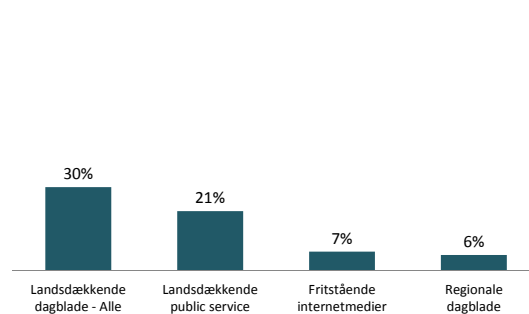


Kilde: Gemius 2015 (internetbrugere 7 år eller derover)

De landsdækkende dagblade når flest danskere på internettet i løbet af en dag

De landsdækkende dagblade har en gennemsnitlig daglig reach på 30 %, mens de landsdækkende public service-medier, der har en daglig reach på 21 %.

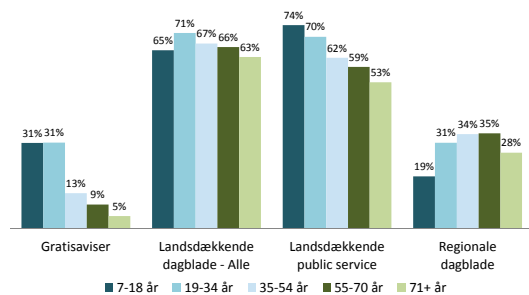
Mediegrupper: Gennemsnitlig daglig reach. 2015



Kilde: Gemius 2015 (internetbrugere 7 år eller derover)

De landsdækkende public service-medier har den største reach blandt de 7-18-årige
 Gratisaviserne når en større andel unge end ældre, mens de regionale dagblade omvendt når en større andel ældre end unge. De landsdækkende dagblade har en relativt ensartet reach i de forskellige aldersgrupper.

Mediegrupper: Gennemsnitlig månedlig reach - fordelt på alder. 2015

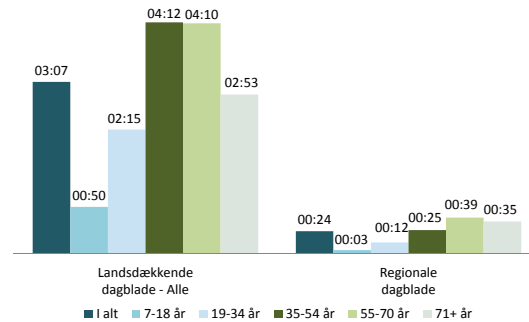


Kilde: Gemius 2015 (internetbrugere 7 år eller derover)

De unge bruger kortest tid på dagbladene

De 7-18-årige bruger 51 min. om måneden på de landsdækkende dagblade, mens de 35-54-årige og 50-70-årige bruger mere end 4 timer og 10 min. De ældre bruger også længere tid på de regionale dagblade end de unge.

Mediegrupper: Gennemsnitligt tidsforbrug pr. bruger pr. måned - fordelt på alder. 2015 (tt:mm)



Kilde: Gemius 2015 (internetbrugere 7 år eller derover)

3 Konklusion

Analysen af webtrafikken på de danske nyhedsmedier på internettet baserer sig på en multiplatformsmåling, der foruden brugen på desktop også indfanger brugen på mobil og tablet.

De største udenlandske sites, som eksempelvis Facebook og Google, omfatter hver for sig end større andel af brugernes tid end nogle af de største danske medier.

I 2015 tilgik næsten 1,5 mio. danskere i gennemsnit dagligt nyheder via et af de landsdækkende dagblades hjemmesider, svarende til 30 % af de danske internetbrugere på 7 år eller derover. Mere end 1 mio. brugere (21 %) besøgte dagligt et af de landsdækkende public service-mediers hjemmesider, mens de fritstående internetmedier (7 %) og de regionale dagblade (6 %) hver havde omkring 300.000 daglige brugere.

I 2015 nåede de landsdækkende dagblade i gennemsnit 67 % af de danske internetbrugere om måneden, mens de landsdækkende public service-medier nåede 64 %. For hver af disse dominerende mediegrupper svarer dette til mere end 3 mio. brugere i gennemsnit pr. måned i 2015. De landsdækkende dagblade og de landsdækkende public service-medier bruges af stort set lige mange danske internetbrugere i løbet af en gennemsnitsmåned. I løbet af en gennemsnitsdag har de landsdækkende dagblade dog næsten halvanden gang flere brugere end de landsdækkende public service-medier.

De landsdækkende dagblades hjemmesider skiller sig ud i forhold til de andre mediegrupper, når det kommer til antallet af sidevisninger, besøg og tidsforbrug. De landsdækkende dagblade har i gennemsnit mere end 490 mio. sidevisninger om måneden, hvilket er mere end dobbelt så meget som de landsdækkende public service-medier. Det høje antal sidevisninger for de landsdækkende dagblade skyldes blandt andet, at tabloidaviserne i stor udstrækning bidrager til antallet af sidevisninger.

Der findes en række strukturelle forskelle på, hvordan og i hvilket omfang de forskellige mediegrupper bruges. Køn og alder har afgørende betydning for, hvilke mediegrupper de danske internetbrugere tilgår, og i hvilket omfang de bruger dem.

Med undtagelse af de fritstående internetmedier har mænd et gennemsnitligt højere tidsforbrug på de enkelte mediegrupper end kvinder. Mest markant er forskellen for de landsdækkende dagblade, hvor mænd har et gennemsnitligt tidsforbrug på 4 timer og 11 min., hvilket er mere end 2 timer mere end kvinder i gennemsnit bruger på de landdækkende dagblade om måneden. Den relative forskel er også stor for de regionale dagblade, hvor mænd i gennemsnit bruger 29 minutter om måneden, mens kvinder bruger 19 minutter.

I gennemsnit har mænd 191 sidevisninger på de landsdækkende dagblade om måneden, mens kvinder har 100. For de fritstående internetmedier, gratisaviserne, lokale ugeaviser og regional public service er det gennemsnitlige antal sidevisninger stort set ens på tværs af køn.

Gratisaviserne har en markant højere månedlig reach blandt de 7-18-årige (31 %), end de har blandt brugerne på 71 år eller derover (5 %). Det samme gør sig gældende for de landsdækkende public service-medier, der har en reach blandt de unge på 74 % og blandt de ældre på 53 %. Samme mønster gør sig gældende for de fritstående internetmedier.

Til gengæld har de lokale ugeaviser, regionale public service-medier og de regionale dagblade en højere gennemsnitlig månedlig reach blandt de ældre end blandt de yngre internetbrugere. Størst er den relative forskel for de lokale ugeaviser, der har en månedlig dækning på 15 % blandt de ældre på 71 eller derover og 7 % blandt de 7-18-årige. For de regionale dagblade er dækningen 28 % blandt de ældre, mens den er 19 % blandt de yngre.

For de landsdækkende dagblade er den månedlig reach stort set ens i den yngste aldersgruppe (65 %) og i den ældste aldersgruppe (63 %). Brugere på 71 år eller derover har dog i gennemsnit 141 sidevisninger om måneden, mens de 7-18-årige med 45 har omkring en tredjedel så mange sidevisninger.

Med et gennemsnitligt tidsforbrug om måneden på 2 timer og 53 minutter på de landsdækkende dagblade, bruger internetbrugere på 71 år eller derover mere end 2 timer mere om måneden end de 7-18-årige (51 min.).

For de regionale dagblade gælder, at den ældste aldersgruppe i gennemsnit har 44 sidevisninger om måneden, mens den yngste aldersgruppe har 9. Hvor de ældre i gennemsnit bruger 35 minutter om måneden på de regionale dagblade, bruger de 7-18-årige mindre end 4 minutter.

De landsdækkende public service-medier og gratisaviserne skiller sig ud ved, at det gennemsnitlige månedlige tidsforbrug for de unge og ældre er stort set ens. For public service-medierne gælder, at de 7-18-årige i gennemsnit bruger 1 time 19 min. om måneden, mens de ældre bruger 1 time 23 min.

8 Brug af data og resultater

Alle rettigheder til de anvendte data tilhører original-kilderne/dataleverandørerne.

Ved enhver brug af data skal originalkilden (f. eks. Gallup/Index Danmark (og base), Danmarks Statistik (og tabel) samt Slots- og Kulturstyrelsen, Rapportering om mediernes udvikling 2016 oplyses. Videre salg eller anden kommerciel udnyttelse/anvendelse af data er ikke tilladt i nogen form.