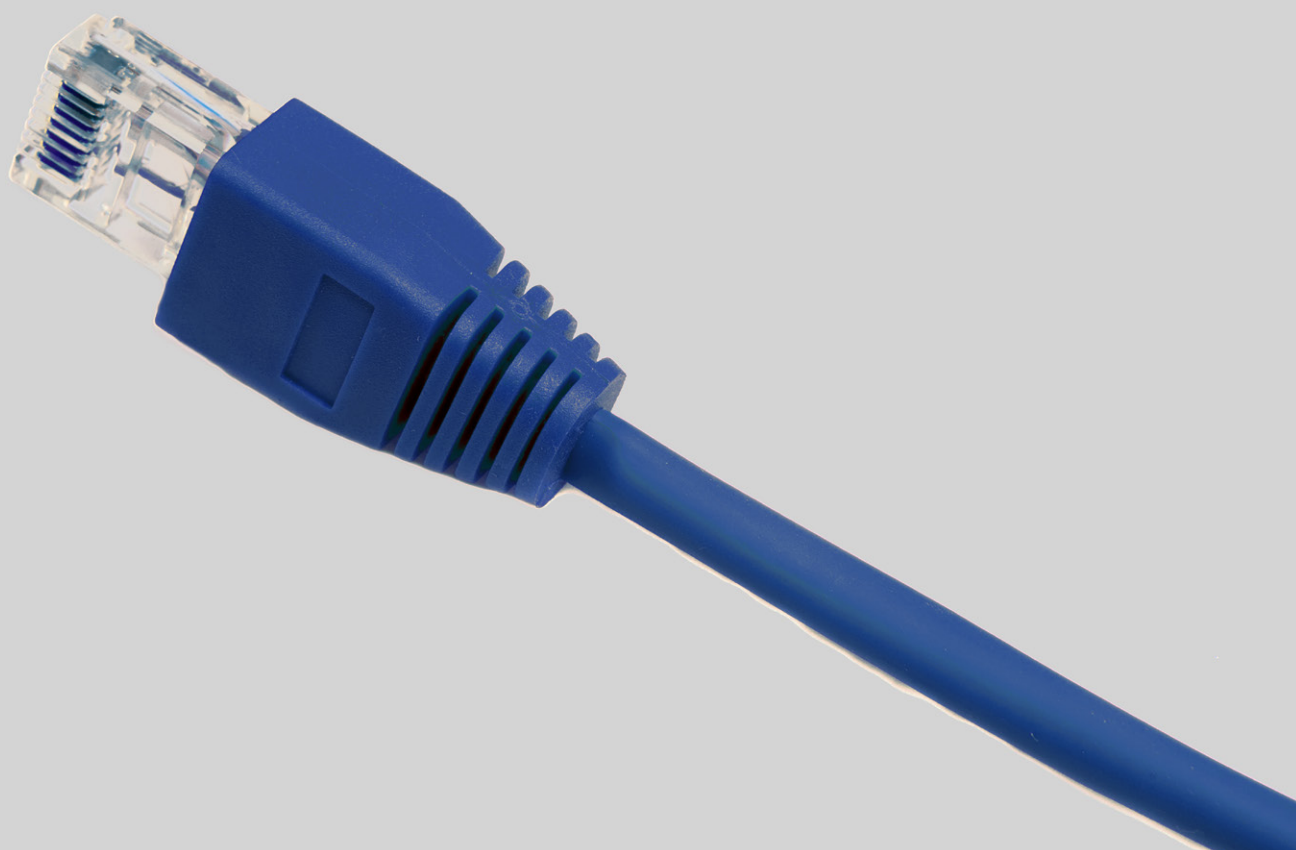




MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

2017

INTERNETTRAFIK



Internettrafik

Indhold

1	Introduktion	2
2	Hovedresultater	3
3	Konklusion	4
4	Trafikken på de digitale platforme	5
5	Trafikken på de digitale nyhedsmedier	13
5.1	Brugere	13
5.2	Sidevisninger	18
5.3	Besøg	20
6	Metode	23
7	Brug af data og resultater	24
8	Figurfortegnelse	25
9	Tabelfortegnelse	26

1 Introduktion

Kapitlet Internettrafik er struktureret på følgende måde:

- **Hovedresultater:**
Præsentation af hovedresultaterne med oversigtsgrafikker og kort ledsagende tekst.
- **Konklusion**
- **Trafikken på de digitale platforme**
- **Trafikken på de digitale nyhedsmedier**
- **Metode**
- **Brug af resultater**

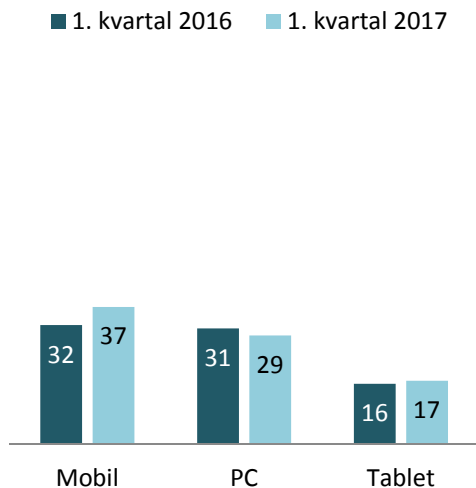
Analysen af trafikken på de digitale platforme og udvalgte online nyhedsmedier er baseret på Dansk Online Index (DOI). DOI er den officielle måling af danskernes brug af internettet via desktop, mobil og tablet og giver både et billede af den samlede danske internettrafik og et indblik i danskernes brug af udvalgte internetsider i Danmark. Kantar Gallup leverer Dansk Online Index på vegne af Danske Medier Research.

2 Hovedresultater

Mobilen bliver stadig mere populær

Mobil er den platform, der har øget sin dækning mest blandt de danske internetbrugere.

Gennemsnitlig daglig dækning i pct.

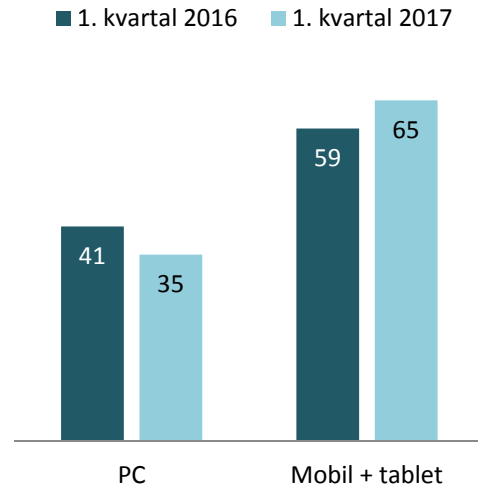


Kilde: DOI. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

Flest besøg fra mobile platforme

For en række nyhedsmedier er de mobile platforme ved at blive læsernes foretrukne indgang til digitale nyheder.

Platformens andel af besøg i pct.

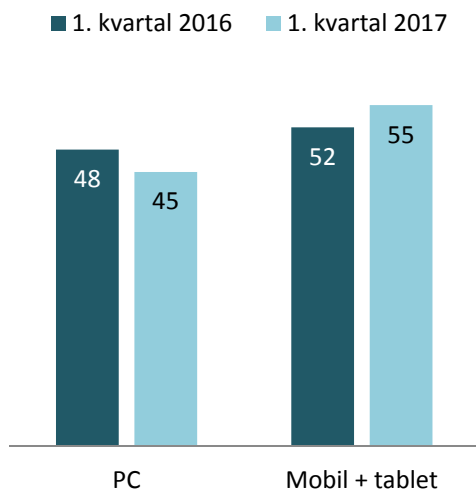


Kilde: DOI. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

Flest sidevisninger fra mobile platforme

De mobile platforme står i 1. kvartal 2017 samlet set for mere end halvdelen af sidevisningerne på de målte sites.

Platformens andel af sidevisninger i pct.

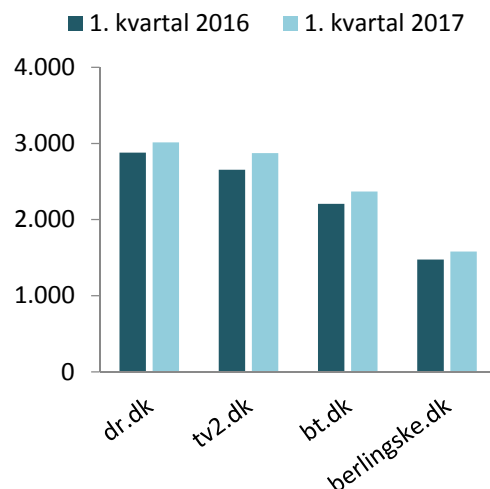


Kilde: DOI. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

Fremgang i brugertallet for nyhedssites

Størstedelen af de målte nyhedssites har fremgang i brugertallet. Af de tyve største nyhedssites har kun fire tilbagegang.

Brugere i 1.000 pr. måned – alle platforme



Kilde: DOI. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

3 Konklusion

Fra første kvartal 2016 til første kvartal 2017 er det blevet endnu tydeligere, at de mobile platforme som smartphone og tablet for en række digitale nyhedsmedier er ved at blive læsernes foretrukne indgang til nyheder online. På disse nyhedsmedier ses til gengæld en generelt faldende tendens i antallet af brugere, der tilgår dem via PC.

Mobil har som platform oplevet en stigning i den daglige dækning fra 32 pct. i første kvartal 2016 til 37 pct. i første kvartal 2017, og er dermed den platform, der i perioden har øget sin dækning mest blandt de danske internetbrugere på de målte sites. I samme periode er der sket et fald i den gennemsnitlige månedlige dækning for platformen PC. Platformen er i samme periode faldet fra at have en dækning på 76 pct. til en dækning på 71 pct.

Målingen af antal sidevisninger på platformene PC, mobil og tablet viser, at især internetbrug via mobilen i perioden har været i vækst på de sites, der måles i Dansk Online Index. Det gennemsnitlige månedlige antal sidevisninger i første kvartal 2017 er på mobil steget 24 pct. i forhold til første kvartal 2016.

Målingen af besøg på platformene PC, mobil og tablet fra januar 2016 til marts 2017 viser, at mobil lægger afstand til de andre platforme, når det gælder de sites, der indgår i Dansk Online Index. Det gennemsnitlige antal besøg pr. måned på mobil er steget med 39 pct. i første kvartal 2017 i forhold til første kvartal 2016.

De mobile platforme samlet (Mobil + Tablet) stod i første kvartal 2016 gennemsnitligt for 59 pct. af besøgene på sites, der indgår i Dansk Online Index. I første kvartal 2017 er den gennemsnitlige andel af besøg steget til 65 pct. for de mobile platforme.

For flere af de mellemstore og mindre nyhedssites gælder, at placeringen på toplistens ændres alt efter, om der er tale om månedlig, ugentlig eller daglig dækning. Eksempelvis borsen.dk kommer af de udvalgte sites ind på en tolvteplads i forhold til månedlig dækning, en elvteplads i forhold til ugentlig dækning og en syvendteplads i forhold til daglig dækning. De fire største sites (dr.dk, tv2.dk, bt.dk, berlingske.dk) har den samme topplacering uanset, om der måles på månedlig, ugentlig eller daglig dækning.

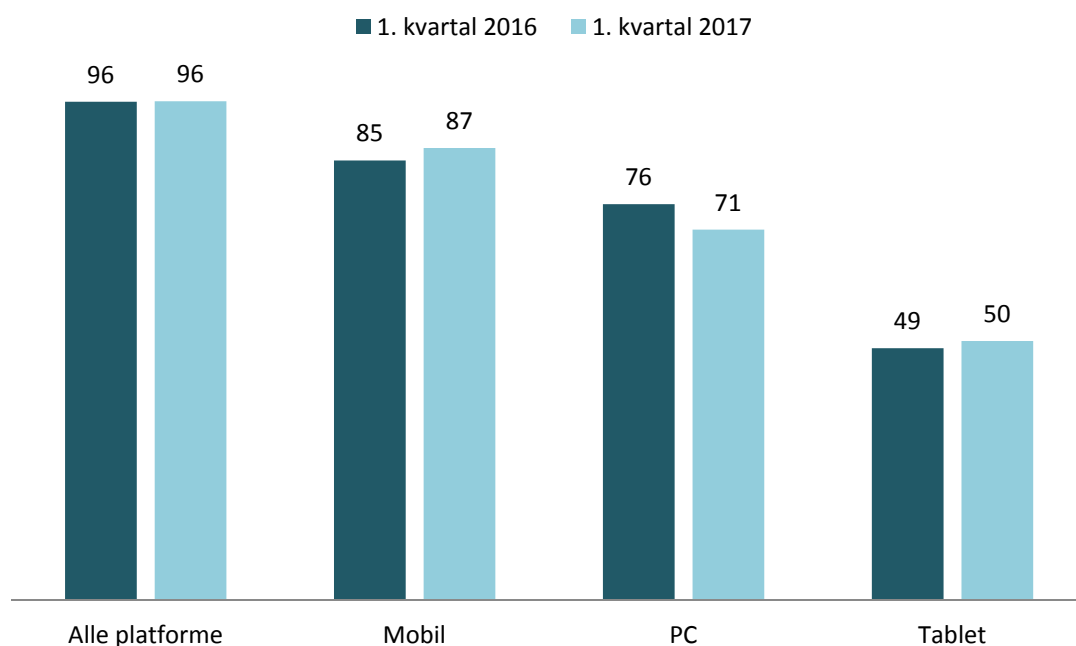
4 Trafikken på de digitale platforme

Målingen af danskernes internetbrug på tværs af platforme viser, at gennemsnitligt 96 pct. af de danske internetbrugere i løbet af en måned har besøgt et af de sites, der måles i Dansk Online Index, på enten PC, Mobil eller Tablet. Det gælder i første kvartal 2016 såvel som i første kvartal 2017.

Fra første kvartal 2016 til første kvartal 2017 er der sket et fald i den gennemsnitlige månedlige dækning for platformen PC. Platformen er faldet fra at have en dækning på 76 pct. i første kvartal 2016 til 71 pct. i første kvartal 2017.

I samme periode har de mobile platforme øget deres dækning blandt de danske internetbrugere. Mobil er gået fra en dækning på 85 pct. i første kvartal 2016 til 87 pct. i første kvartal 2017, og Tablet har i perioden øget sin dækning med et enkelt procentpoint til 50 pct.

Figur 1 - Gennemsnitlig dækning i pct. pr. måned pr. platform i 1. kvartal 2016 og 1. kvartal 2017

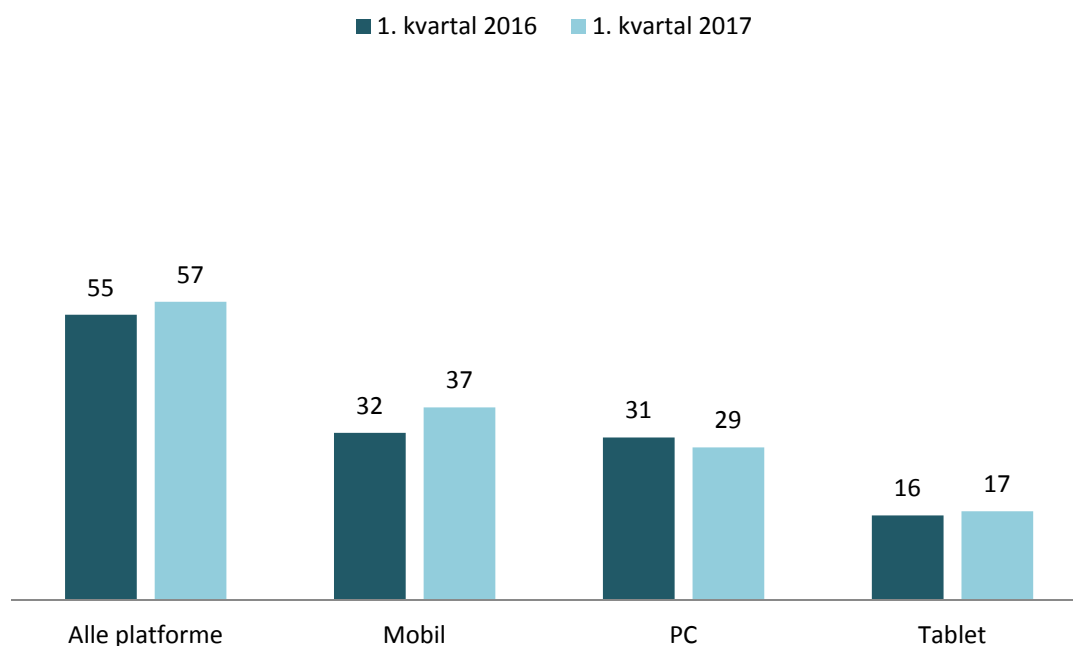


Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

I første kvartal 2017 besøgte 57 pct. af de danske internetbrugere dagligt internettet. Den daglige dækning er i forhold til første kvartal 2016 steget 2 procentpoint på tværs af platforme.

Mobil har som platform oplevet en stigning i den daglige dækning fra 32 pct. i første kvartal 2016 til 37 pct. i første kvartal 2017, og er dermed den platform, der i perioden har øget sin dækning mest blandt de danske internetbrugere.

Figur 2 - Gennemsnitlig dækning i pct. pr. dag pr. platform i 1. kvartal 2016 og 1. kvartal 2017

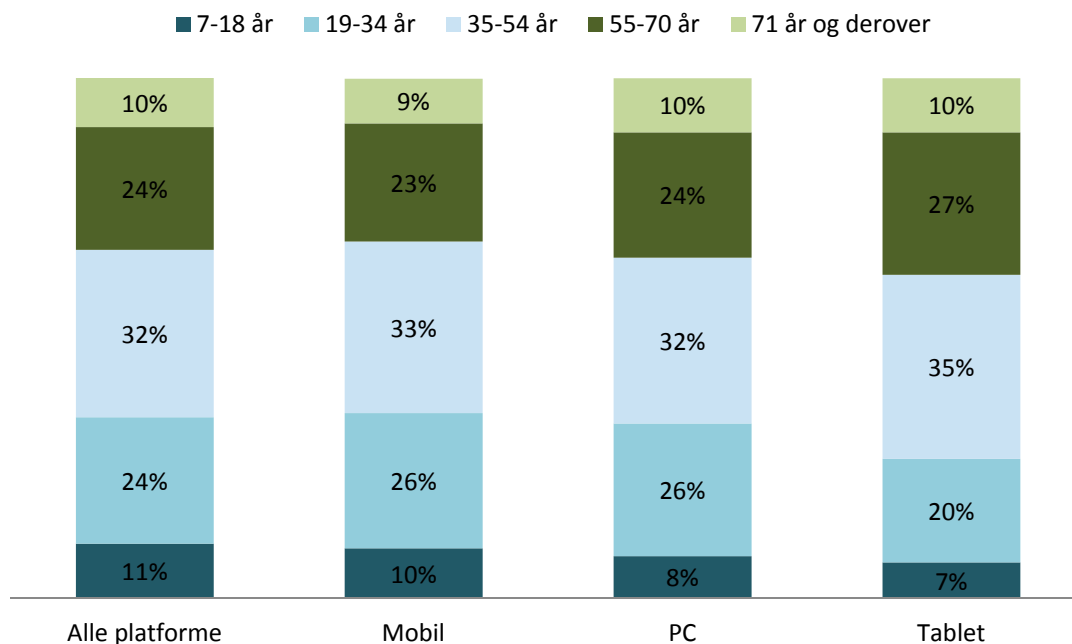


Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

Brugersammensætningen på de forskellige platforme på de målte sites viser, at unge i overvejende grad foretrækker mobilen frem for tablet, mens ældre i overvejende grad foretrækker tablet frem for mobilen:

- De 7-18-årige udgør 10 pct. af de brugere, der tilgår internettet via mobil, mens de udgør 7 pct. af de brugere, der tilgår internettet via tablet.
- De 19-34-årige udgør 26 pct. af de brugere, der tilgår internettet via Mobil og PC, men kun en andel på 20 pct., når det gælder Tablet.
- De 55-70 årige udgør 27 pct. af de brugere, der tilgår internettet via Tablet og 23 pct. af de bruger, der tilgår internettet via Mobil.

Figur 3 - Brugersammensætning for platformene - fordelt på alder i 1. kvartal 2017



Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

Målingen af antal sidevisninger på platformene PC, Mobil og Tablet viser, at især internetbrug via mobilen i perioden har været i vækst, når det gælder de sites, der indgår i Dansk Online Index.

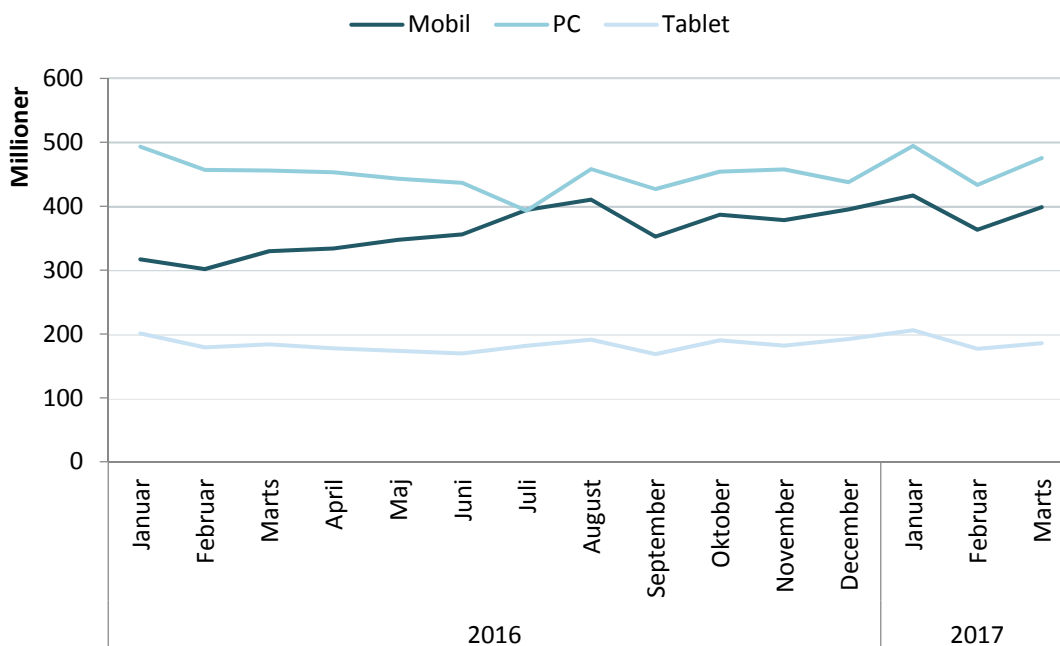
Det gennemsnitlige månedlige antal sidevisninger i 1. kvartal 2017 er på Mobil steget 24 pct. i forhold til 1. kvartal 2016.

Det gennemsnitlige månedlige antal sidevisninger er i 1. kvartal 2017 stort set det samme som i første kvartal 2016 for platformene PC og Tablet, dog med en lille tilbagegang for PC (0,2 pct.) og en lille fremgang for Tablet (0,8 pct.).

PC har i perioden været platformen med flest sidevisninger, dog var Mobil i juli 2016 med 394.266.746 sidevisninger platformen med flest sidevisninger.

Mobil er gået fra i månedligt gennemsnit at have 33 pct. af sidevisningerne i første kvartal 2016 til at have i gennemsnit 37 pct. af sidevisningerne i 1. kvartal 2017.

Figur 4 – Sidevisninger i millioner pr. platform fra januar 2016 til marts 2017



Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

Tabel 1 - Andel af sidevisninger pr. platform fra januar 2016 til marts 2017

	Sidevisninger	Mobil	PC	Tablet	Total	Mobil + Tablet
2016	Januar	31	49	20	100	51
	Februar	32	49	19	100	51
	Marts	34	47	19	100	53
	April	35	47	18	100	53
	Maj	36	46	18	100	54
	Juni	37	45	18	100	55
	Juli	41	41	19	100	59
	August	39	43	18	100	57
	September	37	45	18	100	55
	Oktober	38	44	18	100	56
	November	37	45	18	100	55
	December	39	43	19	100	57
2017	Januar	37	44	18	100	56
	Februar	37	45	18	100	55
	Marts	38	45	18	100	55

Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

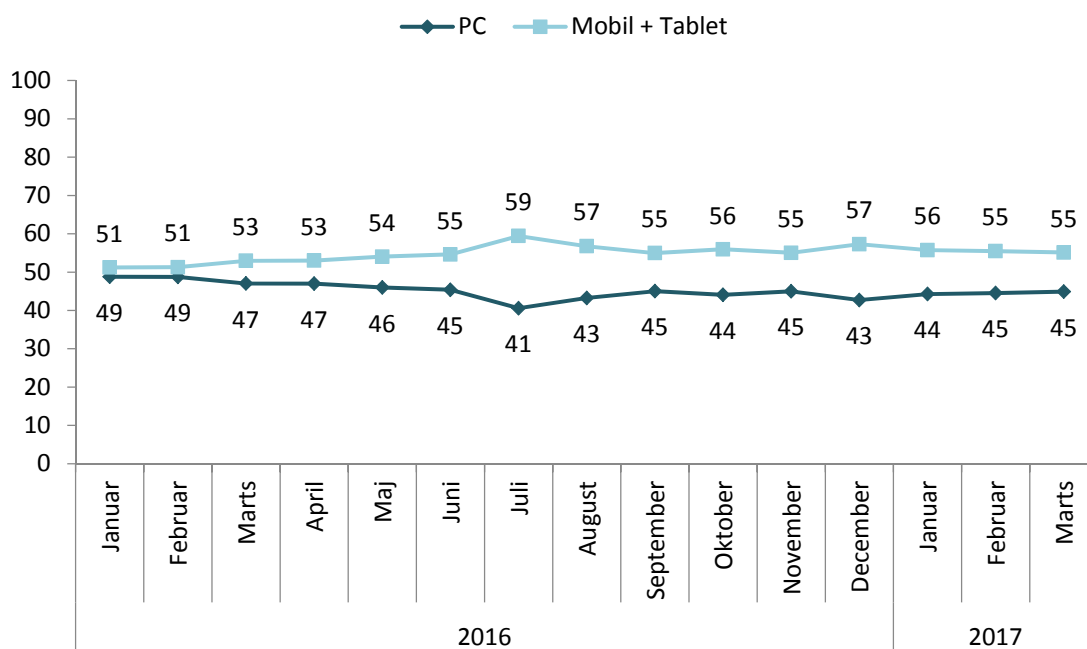
De mobile platforme (Mobil + Tablet) stod i 1. kvartal 2016 gennemsnitligt for 52 pct. af sidevisninger på sites, der indgår i Dansk Online Index. I 1. kvartal 2017 er den gennemsnitlige andel steget til 55 pct. for disse platforme.

Fra at henholdsvis PC og de mobile platforme i starten af 2016 stod for omkring hver deres halvdel af sidevisningerne, har de mobile platforme i løbet af perioden frem til marts 2017 øget andelen af sidevisninger på bekostning af PC.

I hele perioden fra januar 2016 til marts 2017 har de mobile platforme stået for en større andel af sidevisningerne end PC. Størst er forskellen i løbet af sommermånederne 2016, hvor de mobile platforme i juli 2016 står for hele 59 pct. af sidevisningerne, mens PC står for kun 41 pct.

Det er i denne forbindelse værd at bemærke, at måling af trafik i apps, der står for en betragtelig del af trafikken på de mobile enheder, ikke er inkluderet i denne måling.

Figur 5 – PC-plattformen og de mobile platformes (Mobil + Tablet) andel af sidevisninger i pct. fra januar 2016 til marts 2017



Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

Målingen af besøg på platformene PC, Mobil og Tablet fra januar 2016 til marts 2017 viser, at Mobil lægger afstand til de andre platforme, når det gælder de sites, der indgår i Dansk Online Index.

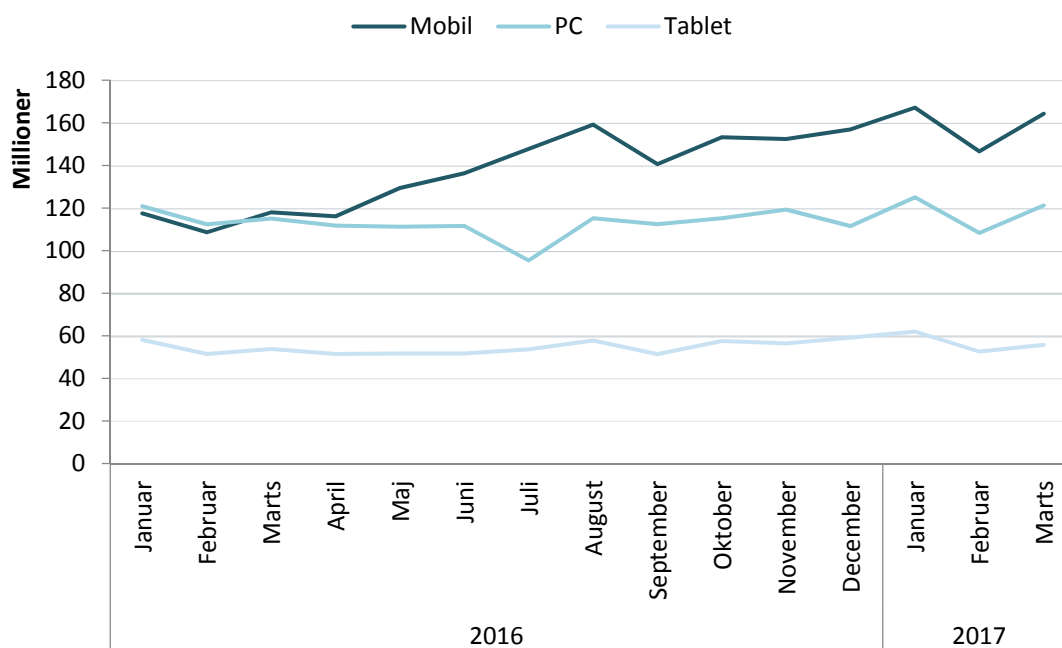
Det gennemsnitlige antal besøg pr. måned på Mobil er steget med 39 pct. i 1. kvartal 2017 i forhold til 1. kvartal 2016. Stigningen er til sammenligning 2 pct. for PC og 4 pct. for Tablet i samme periode. Mobilen står således for en meget stor andel af væksten i antallet af besøg.

I første kvartal 2016 lå PC og Mobil stort set på niveau i antal besøg, men fra april 2016 har Mobil for alvor trukket fra PC. Det højeste antal månedlige besøg i perioden fandt sted på Mobil i januar 2017 med 167.121.703 besøg.

Mobil er gået fra månedligt i gennemsnit at have 40 pct. af besøgene i første kvartal 2016 til at have i gennemsnit 48 pct. af besøgene i første kvartal 2017.

Til sammenligning er PC i samme periode gået fra at have 41 pct. af besøgene til at have 35 pct., og Tablet er gået fra at have 19 pct. til at have 17 pct.

Figur 6 - Besøg i millioner pr. platform fra januar 2016 til marts 2017



Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

Tabel 2 - Andel af besøg pr. platform fra januar 2016 til marts 2017

	Sidevisninger	Mobil	PC	Tablet	Total	Mobil + Tablet
2016	Januar	40	41	20	100	59
	Februar	40	41	19	100	59
	Marts	41	40	19	100	60
	April	42	40	18	100	60
	Maj	44	38	18	100	62
	Juni	46	37	17	100	63
	Juli	50	32	18	100	68
	August	48	35	17	100	65
	September	46	37	17	100	63
	Oktober	47	35	18	100	65
	November	46	36	17	100	64
	December	48	34	18	100	66
2017	Januar	47	35	17	100	65
	Februar	48	35	17	100	65
	Marts	48	36	16	100	64

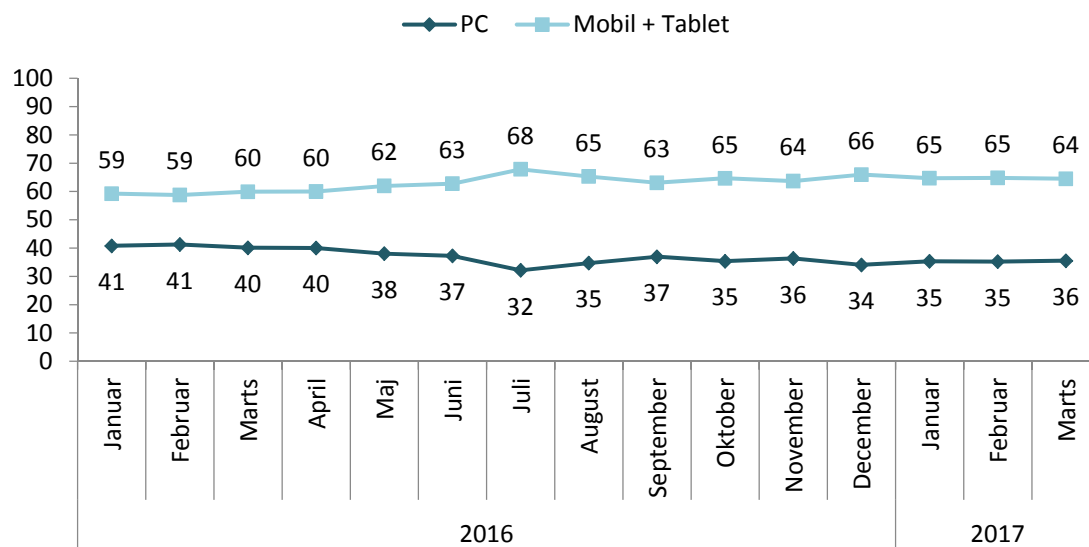
Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

De mobile platforme (Mobil + Tablet) stod i 1. kvartal 2016 gennemsnitligt for 59 pct. af besøgene på sites, der indgår i Dansk Online Index. I 1. kvartal 2017 er den gennemsnitlige andel af besøg steget til 65 pct. for de mobile platforme.

Fra at PC i gennemsnit i første kvartal 2016 stod for 41 pct. af besøgene er andelen i første kvartal 2017 faldet til 35 pct.

I hele perioden fra januar 2016 til marts 2017 har de mobile platforme stået for en større andel besøg end PC. Størst er forskellen i løbet af sommermånederne 2016, hvor de mobile platforme i juli 2016 stod for hele 68 pct. af besøgene, mens PC kun stod for 32 pct.

Figur 7 - PC-plattformen og de mobile platformes (Mobil + Tablet) andel af besøg i pct. fra januar 2016 til marts 2017



Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

5 Trafikken på de digitale nyhedsmedier

Nedenfor belyses udviklingen for en række digitale medier i Danmark. Fælles for de udvalgte medier er, at de alle er sites med et betydeligt fokus på nyhedsformidling.

De udvalgte sites er forskellige typer af nyhedssites. Nogle sites er digitale udgaver af de trykte landsdækkende, regionale eller lokale dagbladstitler, andre er sites for de store danske public service-udbydere, mens andre er rent internetbaserede nyhedsmedier.

En række danske sites har valgt at stå uden for den internetmåling, der foretages i Dansk Online Index. Det gælder eksempelvis titlerne i JP/Politiken-koncernen, hvorfor det ikke er muligt at vise trafiktallene for eksempelvis Ekstrabladet, Jyllands-Posten, Politiken m.fl. Endvidere er trafikken i apps ikke inkluderet i opgørelserne nedenfor, da disse data kun findes for et begrænset antal sites.

Opgørelserne fra internetmålingen i Dansk Online Index som beskrevet nedenfor giver således ikke det fulde billede af de danske internetbrugeres brug af digitale nyhedstilbud på de digitale platforme. Udviklingen for internettrafikken beskrives i nærværende analyse derfor ikke med udgangspunkt i dagbladsgrupper (som eksempelvis "Landsdækkende dagblade", "Regionale dagblade" etc.) som det ellers har været praksis i tidligere års Rapportering om mediernes udvikling i Danmark.

Målingen i Dansk Online Index er dog i sin nuværende form med til at give et godt billede af udviklingen i danske internetbrugeres brug af digitale platforme og online nyhedsbrug.

5.1 Brugere

Brugertallet angiver, hvor mange unikke brugere der har været forbi et givent site mindst én gang i måleperioden.

Af de målte nyhedssites var dr.dk med gennemsnitligt 3.014.000 brugere om måneden sitet med flest brugere i første kvartal 2017. Med 2.874.000 brugere var tv2.dk det næststørste site. I sammenligningen med dagbladenes nyhedssites er det værd at bemærke, at dr.dk og tv2.dk ikke kun er nyhedssites, men har en indholdsprofil, der blandt andet også rummer mulighed for streaming af tv.

Det største dagblad af de målte sites er bt.dk med gennemsnitligt 2.368.000 brugere om måneden i første kvartal 2017, efterfulgt af berlingske.dk med 1.580.000 brugere.

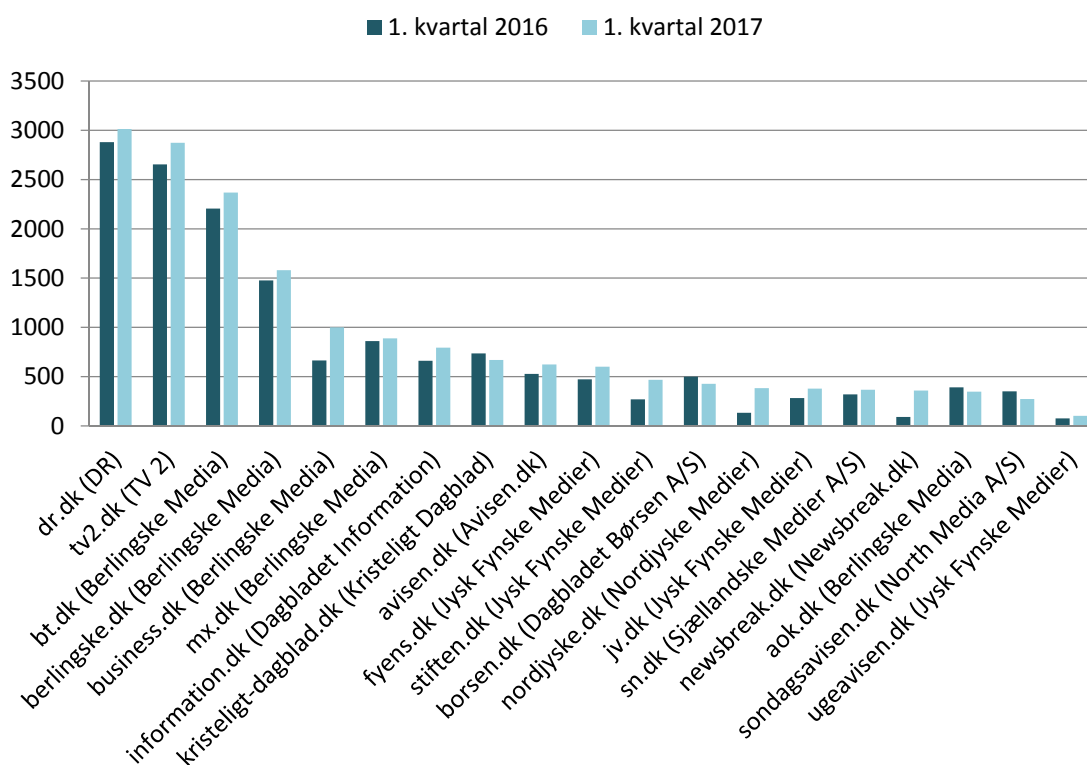
Gratisavisen mx.dk har i perioden 888.000 månedlige brugere, mens information.dk har 794.000 og kristeligt-dagblad.dk har 669.000.

Avisen.dk har i samme periode i gennemsnit 623.000 brugere og er dermed den af de rent internetbaserede nyhedsformidlere med flest brugere.

Af de regionale dagblade har fyens.dk flest brugere med i gennemsnit 601.000 brugere om måneden i første kvartal 2017.

En række danske sites har valgt at stå uden for den internetmåling, der foretages i Dansk Online Index. Det gælder eksempelvis titlerne i JP/Politiken-koncernen som eksempelvis Ekstrabladet, Jyllands-Posten og Politiken, der i tidligere målinger var blandt de største nyhedssites.

Figur 8 - Brugere i 1.000 pr. måned på tværs af platforme i 1. kvartal 2016 og 1. kvartal 2017 – alle platforme - 20 største nyhedssites målt på brugere



Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

Fra første kvartal 2016 til første kvartal 2017 er den procentvise fremgang i brugertallet stor for en række af de tyve største nyhedssites målt på brugere. Særligt newsbreak.dk (298 pct.) og nordjyske.dk (188 pct.) har i perioden stor brugertilgang.

De fem største sites målt på brugere i første kvartal 2016 (dr.dk, tv2.dk, bt.dk, berlingske.dk, mx.dk) er alle kendetegnet ved frem til første kvartal 2017 at have haft encifret vækst i brugertallet. For de resterende vækstende sites ses højere stigningstakter.

Af de tyve største sites målt på brugertal på tværs af platforme har kun fire sites nedgang i brugertallet i samme periode. Brugertallet falder i perioden 9 pct. for kristeligt-dagblad.dk, 11 pct. for aok.dk, 15 pct. for borsen.dk og 23 pct. for søndagsavisen.dk.

Tabel 3 - Udviklingen i gennemsnitligt antal brugere om måneden i tusinde og forskel i pct. fra 1. kvartal 2016 til 1. kvartal 2017 – alle platforme – 20 største nyhedssites målt på brugere

Nyhedsite	2016	2017	Forskel 2016-2017	Forskel i pct. 2016-2017
newsbreak.dk (Newsbreak.dk)	90	358	268	298
nordjyske.dk (Nordjyske Medier)	133	383	250	188
stiften.dk (Jysk Fynske Medier)	269	467	198	74
business.dk (Berlingske Media)	664	1001	337	51
altinget.dk (Altinget.dk)	245	333	88	36
ugeavisen.dk (Jysk Fynske Medier)	76	102	26	34
juv.dk (Jysk Fynske Medier)	282	378	96	34
fyens.dk (Jysk Fynske Medier)	472	601	129	27
information.dk (Dagbladet Information)	661	794	133	20
avisen.dk (Avisen.dk)	528	623	95	18
sn.dk (Sjællandske Medier A/S)	320	366	46	14
tv2.dk (TV 2)	2654	2874	220	8
bt.dk (Berlingske Media)	2206	2368	162	7
berlingske.dk (Berlingske Media)	1476	1580	104	7
dr.dk (DR)	2880	3014	134	5
mx.dk (Berlingske Media)	861	888	27	3
kristeligt-dagblad.dk (Kristeligt Dagblad)	736	669	-67	-9
aok.dk (Berlingske Media)	391	347	-44	-11
borsen.dk (Dagbladet Børsen A/S)	500	427	-73	-15
sondagsavisen.dk (North Media A/S)	351	272	-79	-23

Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

Af Figur 9, Figur 10 og Figur 11 nedenfor fremgår henholdsvis månedlig, ugentlig og daglig dækning for de 20-25 største nyhedssites målt på brugere.

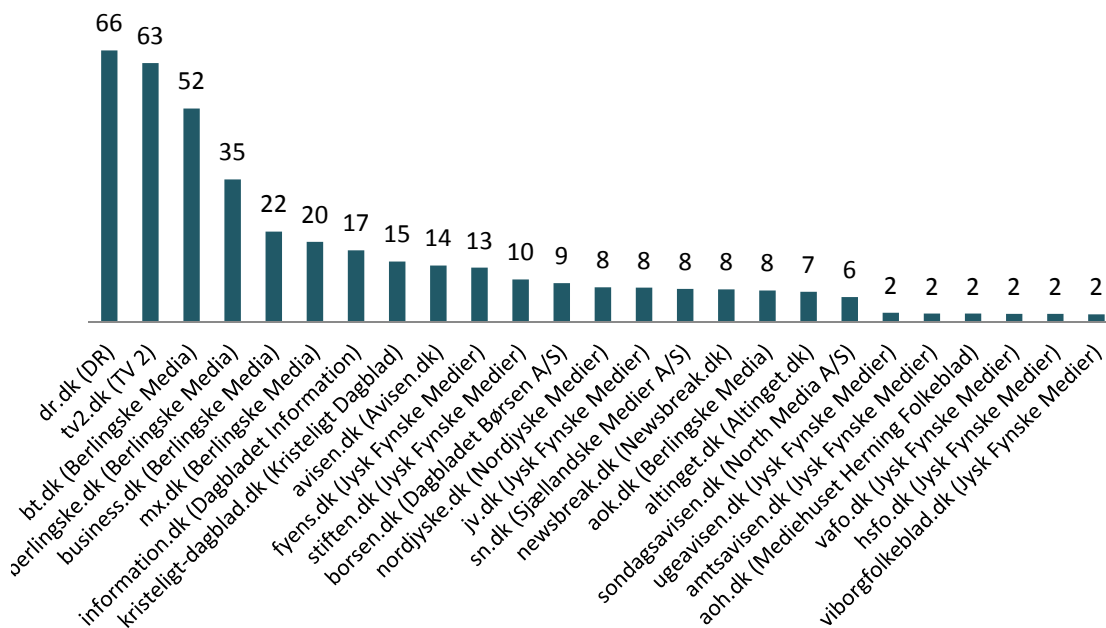
For flere af de mellemstore og mindre sites gælder, at placeringen på toplistens ændres alt efter, om der er tale om månedlig, ugentlig eller daglig dækning. Eksempelvis borsen.dk kommer af de udvalgte sites ind på en tolvteplads i forhold til månedlig dækning, en elvteplads i forhold til ugentlig dækning og en syvendteplads i forhold til daglig dækning.

De fire største sites (dr.dk, tv2.dk, bt.dk, berlingske.dk) har den samme topplacering uanset, om der måles på månedlig, ugentlig eller daglig dækning. 66 pct. af de danske internetbrugere besøger mindst én gang om måneden dr.dk, 38 pct. gør det mindst én gang ugentligt, og 16 pct. besøger dr.dk mindst én gang dagligt.

For tabloidavisen BT gælder, at 52 pct. af de danske internetbrugere besøger bt.dk mindst én gang om måneden, mens 29 pct. gør det ugentligt og 13 pct. dagligt.

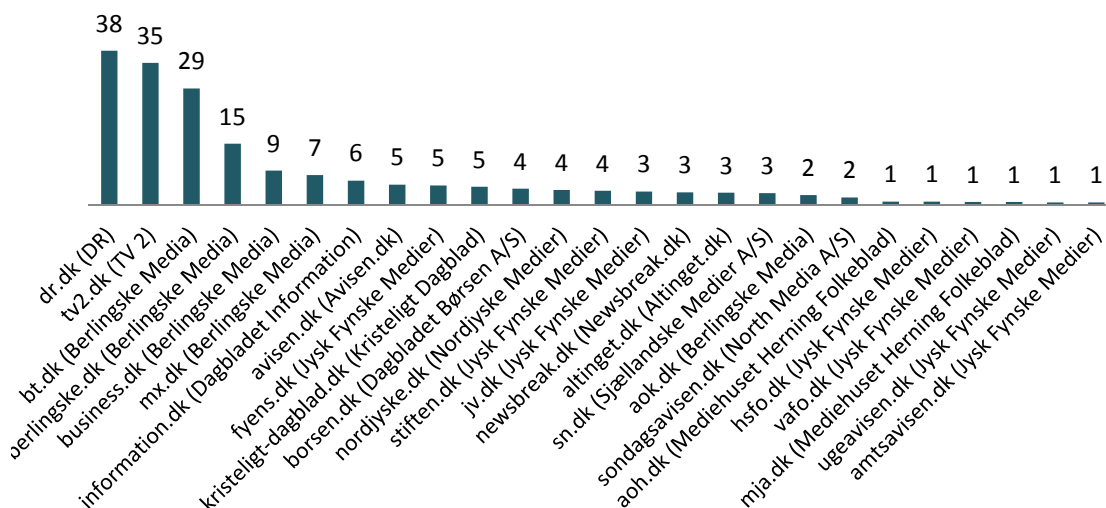
Berlingske.dk har månedligt besøg af 35 pct. af de danske internetbrugere, ugentligt af 15 pct. og dagligt af 5 pct. af de danske internetbrugere.

Figur 9 - Gennemsnitlig månedlig dækning i pct. i 1. kvartal 2017 - alle platforme - 25 største sites



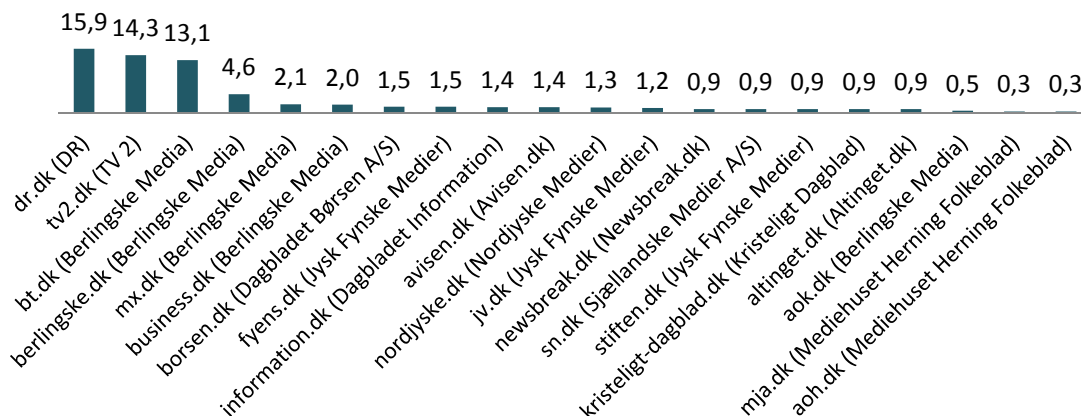
Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

Figur 10 - Gennemsnitlig ugentlig dækning i pct. i 1. kvartal 2017 - alle platforme - 25 største sites



Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

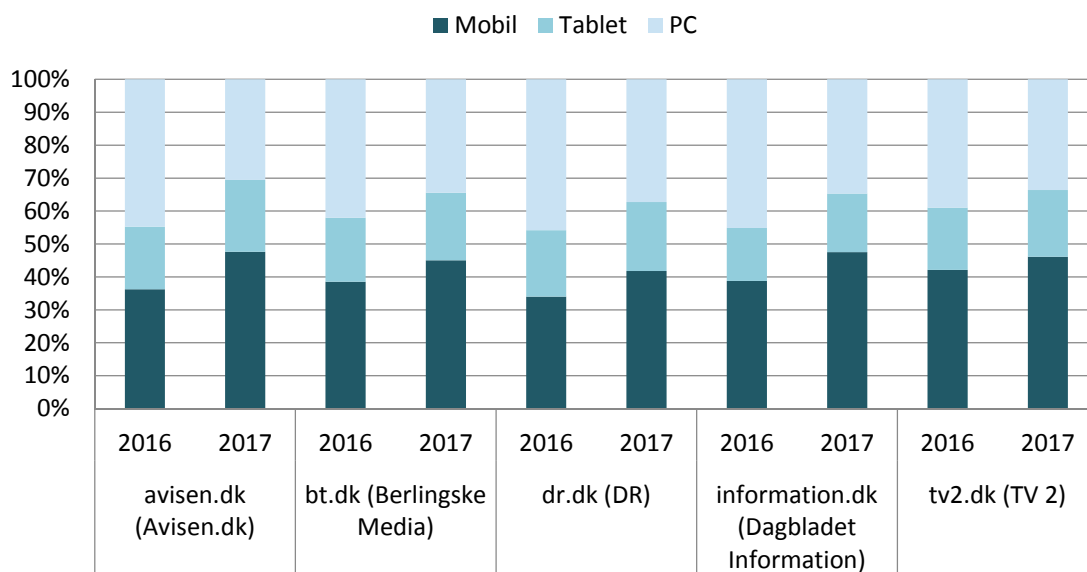
Figur 11 - Gennemsnitlig daglig dækning i pct. i 1. kvartal 2017 - alle platforme - 20 største sites



Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

Fra 1. kvartal 2016 til 1. kvartal 2017 er det blevet endnu tydeligere, at de mobile enheder Mobil og Tablet er ved at blive læsernes fortrukne indgang til nyhedsoverblikket online. På disse nyhedsmedier ses til gengæld en generelt faldende tendens i antallet af brugere, der tilgår de digitale nyhedsmedier via PC. En udvikling der kan skyldes den stigende trafik og henvisninger fra sociale medier.

Figur 12 - Udviklingen for andel af brugere på henholdsvis PC, Mobil og Tablet for udvalgte nyhedssites fra 1. kvartal 2016 til 1. kvartal 2017



Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

Note: Der kan forekomme et vist overlap mellem brugerne på de forskellige platforme

5.2 Sidevisninger

Antallet af sidevisninger viser, hvor mange sidevisninger et site har haft i den pågældende periode. Hver eneste side, brugeren klikker sig forbi, tæller med i opgørelsen af sidevisninger. Sidevisninger er et samlet tal, der angiver summen af sidevisninger, der har været på hver af de enkelte platforme for de enkelte sites.

Antallet af sidevisninger giver som supplement til brugertallet en øget forståelse af trafikmønstret for de enkelte sites. Et højt antal sidevisninger i forhold til brugertallet indikerer, at brugerne enten bliver og klikker rundt på sitet, eller at sitet besøges mange gange i løbet af perioden.

Særligt bt.dk skiller sig ud ved at have mange sidevisninger. Næsten 166 mio. sidevisninger har bt.dk i gennemsnit om måneden i første kvartal 2017.

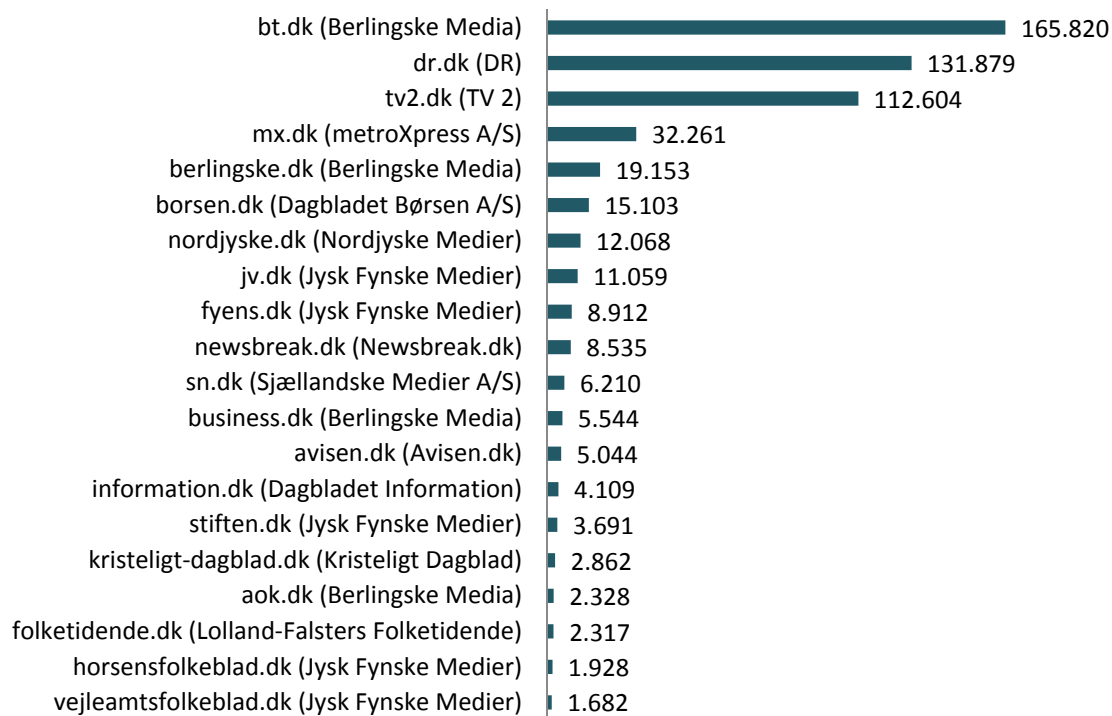
Herefter er der et spring ned til dr.dk med 132 mio. sidevisninger og tv2.dk med 113 mio. sidevisninger om måneden.

Mx.dk har 32 mio. sidevisninger om måneden, berlingske.dk 19 mio. og borsen.dk 15 mio. sidevisninger om måneden.

De regionale dagblade nordjyske.dk (12 mio.), jv.dk (11 mio. kr.) og fyens.dk (9 mio.) har hver i omegnen af 10 mio. sidevisninger om måneden i første kvartal 2017. Her skiller stiftens.dk sig ud ved kun at have omkring 4 mio. sidevisninger.

Det landsdækkende dagblad information.dk har omkring 4 mio. sidevisninger, mens kristeligt-dagblad.dk har omkring 3 mio. sidevisninger om måneden.

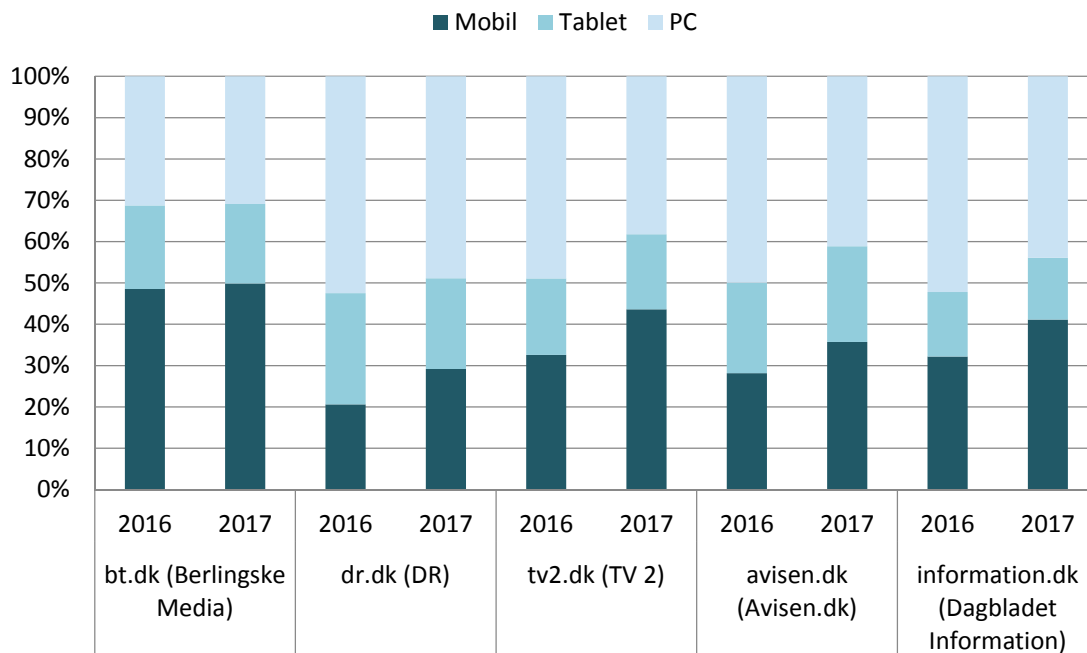
Figur 13 - Gennemsnitlig månedlig antal sidevisninger i tusinde i 1. kvartal 2017 - alle platforme - 20 største nyhedssites



Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

For en række nyhedssites ses fra første kvartal 2016 til første kvartal 2017 en tendens til, at andelen af sidevisninger, der finder sted på mobilen, er stigende. For eksempel ses bt.dk, dr.dk, tv2.dk, avisen.dk og information.dk udgør sidevisninger foretaget på mobile enheder (Mobil + Tablet) halvdelen eller mere af sidevisningerne i første kvartal 2017.

Figur 14 - Udviklingen for andel af sidevisninger på henholdsvis PC, Mobil og Tablet for udvalgte nyhedssites fra 1. kvartal 2016 til 1. kvartal 2017



Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

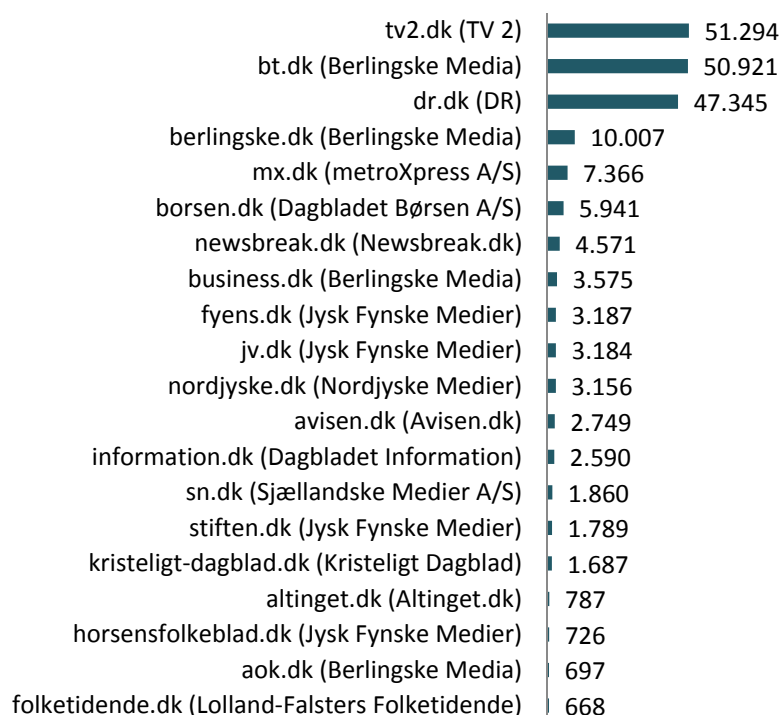
5.3 Besøg

Antallet af besøg viser, hvor mange besøg en mediegruppe har haft i den pågældende periode. Hvert besøg kan bestå af en række på hinanden følgende sidevisninger på det aktuelle site, og hver bruger kan bidrage med flere besøg inden for den målte periode. Det totale antal besøg er et samlet tal, der angiver summen af antal besøg foretaget på hver af de enkelte platforme, for det enkelte site.

Tv2.dk har i første kvartal 2017 i gennemsnit 51 mio. besøg om måneden. Bt.dk har 51 mio., mens dr.dk har 47 mio.

Herefter er der et stort spring ned til berlingske.dk, der i gennemsnit har 10 mio. besøg om måneden i perioden.

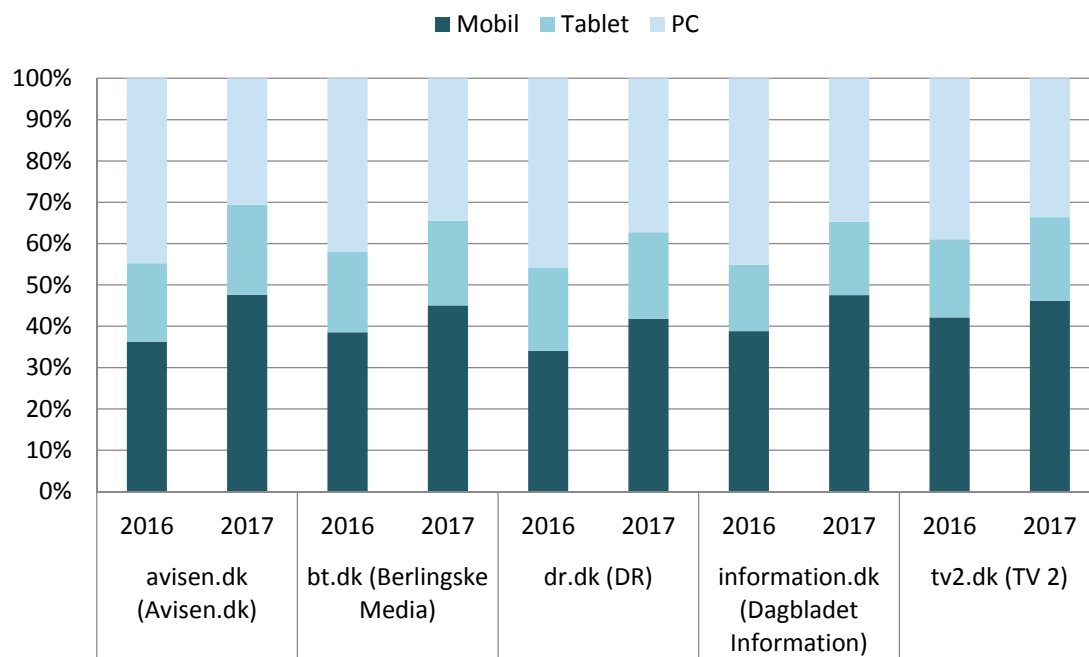
Figur 15 - Gennemsnitlig månedlig antal besøg i tusinde i 1. kvartal 2017 - alle platforme - 20 største nyhedssites



Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

For en række nyhedssites ses fra første kvartal 2016 til første kvartal 2017 en tendens til, at andelen af besøg, der finder sted på mobilen, er stigende. For eksempelvis bt.dk og tv2.dk udgør besøg foretaget på Mobil alene mere end halvdelen eller mere af besøgene i første kvartal 2017.

Figur 16 - Udviklingen for andel af besøg på henholdsvis PC, Mobil og Tablet for udvalgte nyhedssites fra 1. kvartal 2016 til 1. kvartal 2017



Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Univers: Danske internetbrugere i alderen 7 år og derover.

6 Metode

Analysen af trafikken på de digitale platforme og udvalgte online nyhedsmedier er baseret på Dansk Online Index (DOI). DOI er den officielle måling af danskernes brug af internettet via desktop, mobil og tablet og giver både et billede af den samlede danske internettrafik og et indblik i danskernes brug af udvalgte internetsider i Danmark. Kantar Gallup leverer Dansk Online Index på vegne af Danske Medier Research.

Detaljeret metodebeskrivelse for Dansk Online Indeks er tilgængelig via følgende link:

http://tns-gallup.dk/work/media/DOI_Metodebeskrivelse_1.4.pdf

7 Brug af data og resultater

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

Ved enhver brug af data skal originalkilden (f. eks. Dansk Online Index, Danmarks Statistik (og tabel) eller lignende) oplyses. Endvidere skal Slots- og Kulturstyrelsens Rapportering om mediernes udvikling 2017 oplyses som kilde. Videre salg eller anden kommerciel udnyttelse/anvendelse af data er ikke tilladt i nogen form.

8 Figurfortegnelse

Figur 1 - Gennemsnitlig dækning i pct. pr. måned pr. platform i 1. kvartal 2016 og 1. kvartal 2017.....	5
Figur 2 - Gennemsnitlig dækning i pct. pr. dag pr. platform i 1. kvartal 2016 og 1. kvartal 2017	6
Figur 3 - Brugsammensætning for platformene - fordelt på alder i 1. kvartal 2017	7
Figur 4 – Sidevisninger i millioner pr. platform fra januar 2016 til marts 2017	8
Figur 5 – PC-plattformen og de mobile platformes (Mobil + Tablet) andel af sidevisninger i pct. fra januar 2016 til marts 2017.....	9
Figur 6 - Besøg i millioner pr. platform fra januar 2016 til marts 2017	10
Figur 7 - PC-plattformen og de mobile platformes (Mobil + Tablet) andel af besøg i pct. fra januar 2016 til marts 2017	12
Figur 8 - Brugere i 1.000 pr. måned på tværs af platforme i 1. kvartal 2016 og 1. kvartal 2017 – alle platforme - 20 største nyhedssites målt på brugere.....	14
Figur 9 - Gennemsnitlig månedlig dækning i pct. i 1. kvartal 2017 - alle platforme - 25 største sites	16
Figur 10 - Gennemsnitlig ugentlig dækning i pct. i 1. kvartal 2017 - alle platforme - 25 største sites	16
Figur 11 - Gennemsnitlig daglig dækning i pct. i 1. kvartal 2017 - alle platforme - 20 største sites	17
Figur 12 - Udviklingen for andel af brugere på henholdsvis PC, Mobil og Tablet for udvalgte nyhedssites fra 1. kvartal 2016 til 1. kvartal 2017	18
Figur 13 - Gennemsnitlig månedlig antal sidevisninger i tusinde i 1. kvartal 2017 - alle platforme - 20 største nyhedssites	19
Figur 14 - Udviklingen for andel af sidevisninger på henholdsvis PC, Mobil og Tablet for udvalgte nyhedssites fra 1. kvartal 2016 til 1. kvartal 2017.....	20
Figur 15 - Gennemsnitlig månedlig antal besøg i tusinde i 1. kvartal 2017 - alle platforme - 20 største nyhedssites.....	21
Figur 16 - Udviklingen for andel af besøg på henholdsvis PC, Mobil og Tablet for udvalgte nyhedssites fra 1. kvartal 2016 til 1. kvartal 2017	22

9 Tabelfortegnelse

Tabel 1 - Andel af sidevisninger pr. platform fra januar 2016 til marts 2017	8
Tabel 2 - Andel af besøg pr. platform fra januar 2016 til marts 2017.....	11
Tabel 3 - Udviklingen i gennemsnitligt antal brugere om måneden i tusinde og forskel i pct. fra 1. kvartal 2016 til 1. kvartal 2017 – alle platforme – 20 største nyhedssites målt på brugere...	15