



MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

TV OG STREAMING 2020



TV OG STREAMING 2020

INDHOLD

1	Introduktion	2
2	Hovedresultater og konklusion	5
3	TV-forbrug på flere platforme	8
4	TV-husstande i danmark	11
5	Tv-forbruget i Danmark	13
5.1	Den gennemsnitlige tv-sening.....	13
5.2	Tv-seernes demografi.....	15
5.2.1	Alder.....	15
5.2.2	Uddannelse.....	17
5.3	Tv's døgnflow.....	18
5.4	De mest sete tv-kanaler.....	19
5.4.1	Hvem ser hvad.....	20
5.5	Kanalfamiliernes markedsandele.....	21
6	Public service-tv og ikke-public service-tv i Danmark	23
6.1.1	Public service-kanalerne.....	24
6.2	Demografi.....	26
6.2.1	Alder.....	26
6.2.2	Uddannelse.....	29
6.3	Public service i Norden.....	32
7	Streaming i Danmark.....	33
7.1	Alder.....	34
7.2	Indhold.....	35
7.3	Korte videoklip.....	36
8	Metode.....	38
8.1	Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen.....	38
8.1.1	Udvikling af målingen og universet	39
8.1.2	Public service-tv.....	41
8.2	Index Danmark/Gallup	41
9	Brug af data og resultater	42
10	Figurfortegnelse	43
11	Tabelfortegnelse.....	44

1 INTRODUKTION

Kapitlet om tv og streaming er struktureret på følgende måde:

- **Hovedresultater og konklusion**
Præsentation af hovedresultaterne.
- **Tv-husstande i Danmark**
Beskriver hvor mange tv-apparater de danske husstande har.
- **Tv-forbrug i Danmark**
Beskriver hvor meget tv, der ses i Danmark i alt samt segmenteret efter alder og uddannelse. Opgør desuden, hvilke kanaler der er de mest sette.
- **Public service-tv og ikke-public service-tv i Danmark**
Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af tv-forbruget, udviklingen over tid og i forskellige målgrupper. Public service-andel fordelt på kanaler og public service-andel i nordiske lande. Sening af de regionale TV 2-stationers hovedudsendelse kl. 19.30 i TV 2's sendeflade.
- **Streaming i Danmark**
Beskriver, hvor stor en andel af danskerne der streamer audiovisuelt indhold segmenteret efter alder og opdelt efter indholdstype (spillefilm, serier/programmer, live-tv, nyheder og korte videoklip).
- **Metode**
Om metoden bag kapitlet.
- **Brug af resultater**
Hvad du må gøre med data, og hvad du skal oplyse i den forbindelse. Vigtigt at læse, hvis du vil benytte data.

Kapitlet om tv er primært baseret på Seer-Undersøgelsen (tidligere Tv-meter-målingen), der drives af Kantar Gallup for TV 2, DR, NENT Group, Discovery Networks, Turner, Disney, Viacom og FOX.

Fra 1. januar 2017 er målingen ændret og forbedret, hvilket gør, at tal fra før 2017 ikke er direkte sammenlignelige med tal fra 1. januar 2017 og frem.

Ændringen består dels i, at Seer-Undersøgelsen fra 2017 og frem måler sening blandt hele befolkningen og ikke kun – som før 2017 – blandt personer i husstande med et tilsluttet tv-apparat. Seer-Undersøgelsen er desuden blevet bedre til at måle sening af tv-indhold set via streaming, og i seertallene inkluderes nu også sening i op til 7 dage efter visningen på broadcast tv.

I kapitlet er tallene før 2017 således opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted i op til 7 dage).

Hvor ovenstående er aktuelt, er det markeret med en note i figurer nedenfor.

ORDFORKLARING

Seertid

Seertid omfatter den gennemsnitlige daglige tid i minutter brugt på tv i hele universet.

Dækning (reach)

Dækning er et akkumuleret tal for, hvor mange seere den eller de givne kanaler har været i kontakt med i mindst fem sammenhængende minutter i den givne periode. Dækning angiver med andre ord det totale antal personer, der i løbet af den definerede periode har set programmet eller tv-kanalen.

Dækning kan opgøres akkumuleret i alt eller som et dagligt, ugentligt eller månedligt gennemsnit. Dækning kan desuden angives enten i absolutte tal, dvs. antal personer i tusinde, eller i procent af seeruniverset.

Seertal (rating)

Seertallet er et udtryk for, hvor mange seere der gennemsnitligt minut for minut har set en given kanal eller kanaler i et givent tidsrum. Der er altså ikke tale om, hvor mange personer der i alt har set fx kanalen, men derimod hvor mange der i gennemsnit har fulgt med minut for minut.

Seertallet kaldes også rating og kan angives i absolutte tal, dvs. antal personer i tusinde, eller i procent af seeruniverset.

Seerandel (share)

Seerandel er et udtryk for hvor stor en andel i procent af alle de personer, der ser tv i et givent tidsrum, der ser tv på den kanal eller de kanaler, man undersøger. Tallet afhænger således ikke kun af den enkelte kanal eller tidsudsnit, men også af, hvor mange der overhovedet ser tv på det tidspunkt, man måler på. Seerandelen bliver derfor ofte brugt som indikator for styrkeforholdet mellem forskellige kanaler inden for den undersøgte tidsperiode.

METODEÆNDRING

Kapitlet om tv omhandler primært traditionelt tv og er som udgangspunkt baseret på den officielle, brancheanerkendte måling af tv-forbruget i Danmark – Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen.

Traditionelt tv omfatter udelukkende programmer sendt af de broadcastere, som indgår i Seer-Undersøgelsen og derved ikke sening af streamingtjenester som f.eks. Netflix, HBO eller YouTube.

Seer-Undersøgelsen har fra 2016 til 2017 undergået en navneforandring fra Tv-Meter Undersøgelsen til Seer-Undersøgelsen. Navneforandringen afspejler en større metodeopdatering, som blandt andet indebærer:

- Overgang fra at være en single-source-måling (de officielle seertal stammede fra én kilde/samme måling) til en multisource-måling (data til de officielle seertal bliver nu sammensat ud fra flere kilder/målinger).
- Ændring af seertallet fra at inkludere "live-tv" og "tidsforskudt sening set samme dag som live" – ofte skrevet som "LIVE+VOSDAL" – til at inkludere "LIVE+VOSDAL" tillagt tidsforskudt sening i op til syv dage efter første udsendelse (TIMESHIFTED).
- Ændring af undersøgelsens univers. Før 2017 bestod universet af tv-husstande, det vil sige husstande, der havde et tv tilsluttet en antenne. Fra og med 2017 omfatter undersøgelsen alle husstande, det vil sige husstande både med og uden et tv-apparat tilsluttet tv-signal i husstanden.

Opdateringen er blandt andet udløst af, at en voksende andel af danskerne ikke længere har et tv tilsluttet en antenne, og derfor ikke indgik i undersøgelsen, samt af at en voksende andel af seningen foregår via streaming, som ikke indgik i de hidtidige brancheanerkendte seertal.

Den opdaterede metode afspejler bedre de aktuelle medievaner. Men opdateringen betyder også, at man skal være opmærksom på metodeændringen ved sammenligning af tallene for 2016 og tidligere med tal for 2017 og frem. Dels indgår der nu mere sening i de officielle seertal (tidsforskudt sening i op til syv dage efter første udsendelse), og tv-forbruget skal nu fordeles over en større population (alle husstande fremfor kun tv-husstande):

- Undersøgelsen før 2017 beskrev tv-forbrug i tv-husstande set "live" og "tidsforskudt samme dag som live" (LIVE og VOSDAL (Viewed On Same Day As Live)).
- Undersøgelsen fra 2017 og frem beskriver tv-forbrug i alle husstande set "live", "tidsforskudt samme dag som live" og "tidsforskudt i op til syv dage efter live" (LIVE, VOSDAL og TIMESHIFTED)

2 HOVEDRESULTATER OG KONKLUSION

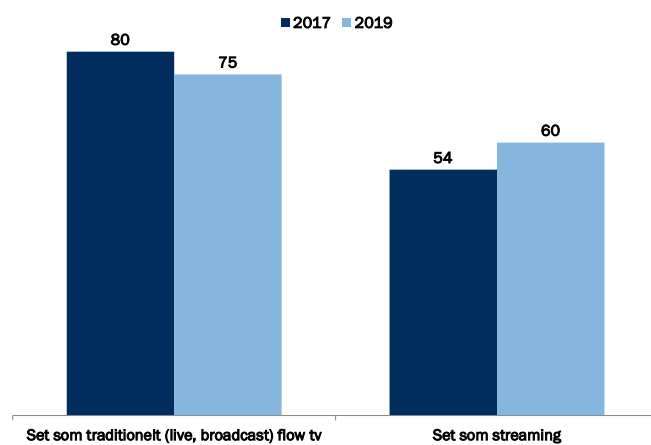
Kapitlet beskriver danskernes tv-forbrug og deres brug af streamingtjenester. På grund af metodeændringer i Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen beskriver kapitlet som hovedregel udviklingen til og med 2016 og niveauet fra 2017 og frem hver for sig.

- **Tv-forbrug:** Kapitlet beskriver danskernes tv-vaner og belyser blandt andet, hvor meget og hvor ofte danskerne ser tv, hvornår på døgnet flest ser tv, og hvilke kanaler der ses mest. Tv-forbruget bliver desuden beskrevet opdelt på alder og uddannelse.
- **Public service-tv over for ikke-public service-tv:** En beskrivelse af, hvordan det samlede tv-forbrug fordeler sig mellem public service- og ikke-public service-tv. Herunder hvilke befolkningsgrupper (alder og uddannelse), der ser hvad.
- **Streaming:** Udbredelsen af streaming bliver gennemgået for befolkningen som helhed og opdelt efter alder.

I det følgende gennemgås rapportens hovedresultater.

Tv-dækningen falder – streaming-dækningen stiger

Ugentlig dækning (%) af tv og streaming.



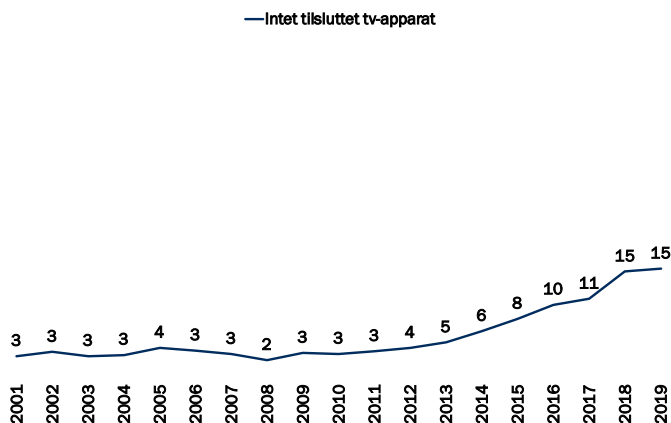
Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen samt Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2018 og 2019. Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

- Fra 2017 til 2019 er andelen af danskere, der ugentligt ser traditionelt tv, faldet med 5 procentpoint, svarende til et fald på 6 %.
- I samme periode er andelen af danskere, der streamer spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder minimum ugentligt, steget med 6 procentpoint, svarende til 11 %.

Selvom færre og færre ser traditionelt tv, er der ikke tale om, at seningen af audiovisuelt indhold nødvendigvis er nedadgående. Det fald, der er sket på traditionelt tv fra 2017 til 2019 (6 %) er procentvis mindre, end den stigning, der er sket på streamingområdet (11 %). Derudover var det i 2019 stadig 3 ud af 4 danskere, der så traditionelt tv på ugentlig basis.

Andelen af husstande uden et tilsluttet tv stagnerer

Andel (%) husstande uden et tilsluttet tv-apparat, 2001-2019



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen – Annual Survey/Establishment Survey. Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

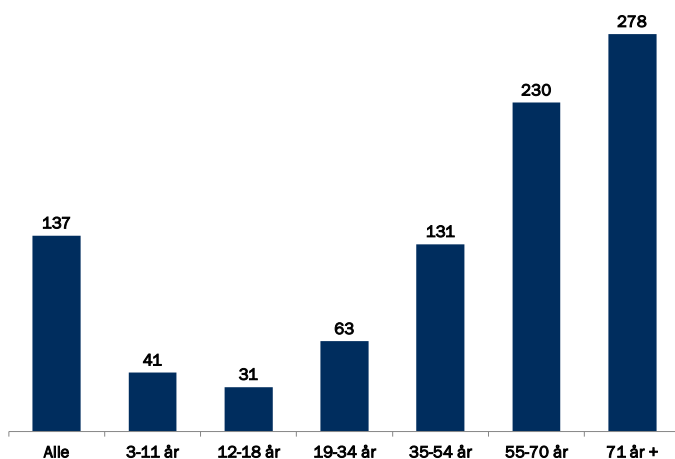
- Siden 2011 har flere og flere husstande fravalgt at have et tilsluttet tv-apparat.
- Fra 2018 til 2019 er andelen af husstande uden et tilsluttet tv imidlertid uændret.

Fra 2011 til 2017 steg andelen af husstande, der ikke har et tilsluttet tv-apparat, med 1-2 procentpoint om året. Fra 2017 til 2018 tog andelen imidlertid et hop på 4 procentpoint fra 11 % i 2017 til 15 % i 2018.

I modsætning hertil er andelen af husstande uden et tilsluttet tv uændret fra 2018 til 2019. I 2019 er der således fortsat 15 % af de danske husstande, der ikke har et tilsluttet tv, mens de resterende 85 % har.

Alder er udslagsgivende for seertiden

Daglig seertid (minutter) fordelt på alder, 2019



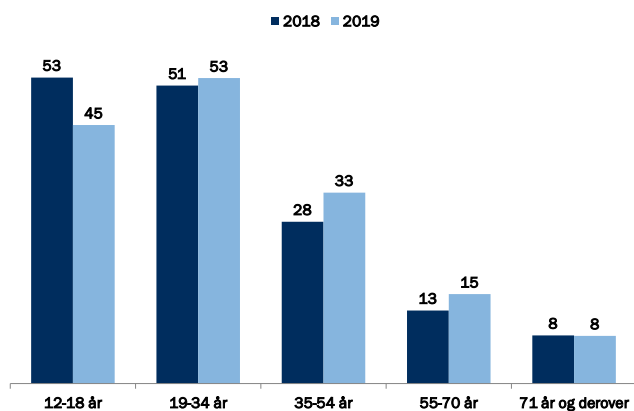
Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen. Univers: Den danske befolkning i alderen 3 år og derover. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

- Seertiden brugt på traditionelt tv varierer markant alt efter aldersgruppe.
- Hvor de 12-18-årige bruger 31 minutter på tv dagligt, er seertiden for de 71-årige eller derover på 278 minutter.

Jo ældre, jo mere tid bruges på traditionelt tv. Forskellene – som også har været der historisk – er blevet markant tydeligere de senere år. Det skyldes, at de unge har reduceret deres tv-forbrug markant, mens de ældre i vid udstrækning har fastholdt det høje niveau fra tidligere.

Færre unge streamer dagligt

Andel (%) som streamer dagligt/næsten dagligt, 2018 og 2019



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2018-2019. Univers: Alle husstande, personer i alderen 12 år og derover. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

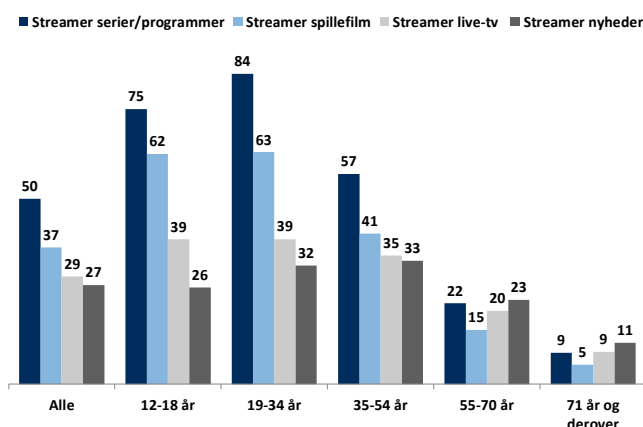
- I Danmark er der generelt flere og flere, der streamer oftere og oftere.
- Fra 2018 til 2019 er de 12-18-årige dog en undtagelse, da 8 procentpoint færre i aldersgruppen streamer på daglig basis.

På tværs af de fleste aldersgrupper gælder det, at der fra 2018 til 2019 er flere, der streamer dagligt, og færre, der aldrig streamer. Undtagelsen for dette er overraskende nok de unge fra 12-18 år. I denne aldersgruppe er andelen faldet fra 53 % i 2018 til 45 % i 2019. Faldet er et resultat af, at der er færre i aldersgruppen, som streamer serier/programmer på daglig basis, mens der til gengæld er en større del af aldersgruppen, der streamer hhv. spillefilm, live-tv og nyheder.

Den samme udvikling gør sig gældende for streaming af kortere videoklip på fx YouTube og Vimeo, hvor der også er færre af de 12-18-årige, der streamer dagligt.

Alder har betydning for, hvad der streames

Andel (%) som streamer ugentligt, 2019



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2019. Univers: Alle husstande, personer i alderen 12 år og derover. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

- Befolkningen under 55 år streamer hyppigst serier/programmer.
- Befolkningen på 55 år eller derover streamer oftest nyheder.

I befolkningen under 55 år gælder det generelt, at serier/programmer på DRTV, Netflix, YouSee, m.fl. er det, der streames hyppigst. Hos befolkningen på 55 år eller derover er det nyheder, som streames af flest ugentligt. Når de yngre streamer, er det således i højere grad fiktion, der streames, og når de ældre streamer – hvilket en langt mindre andel gør – er det i højere grad nyheder.

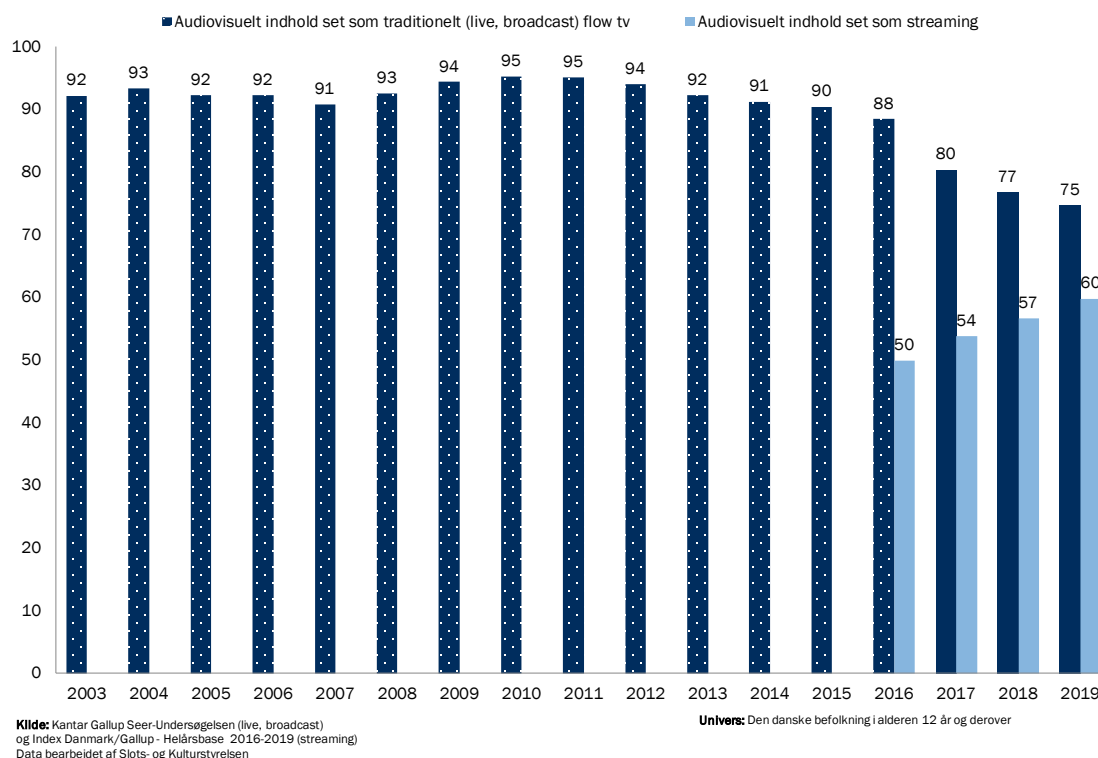
3 TV-FORBRUG PÅ FLERE PLAT-FORME

Debatten om danskernes tv-forbrug er de seneste år blevet mere og mere fremtrædende, hvilket er naturligt, da udviklingen på området er signifikant. I takt med den teknologiske udvikling er der nemlig blevet skabt nye måder at se audiovisuelt indhold på. Hvor vi tidligere var henvist til tv-kanalernes faste programplaner, har vi i dag i højere grad selv mulighed for at bestemme, hvor og hvornår vi vil se indhold.

Derfor er den nedadgående udvikling på traditionelt broadcast-tv – det vil sige klassisk tv set lineært via et traditionelt tv-signal – ikke nødvendigvis et udtryk for, at tv-seningen samlet set er nedadgående. Udbredelsen af streaming, hvor en række af de store aktører ikke måles, samt udbredelsen af smart-tv, spillekonsoller mv. kunne indikere, at danskerne bruger *mere* tid foran tv'et. Men sikkert og vist er det, at tv-seningen flytter sig og bliver tilgæet fra en stadig bredere palette af enheder.

For at sætte det samlede forbrug af audiovisuelt indhold i fælles perspektiv, forsøges – med forbehold for forskelle i opgørelsesmetode – indledningsvist at vise tv og streaming under ét.

Figur 1: Ugentlig dækning af traditionelt tv (live) samt streaming af spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder minimum ugentligt, befolkningen i alderen 12 år og derover, 2003-2019.



Note: Tallene for "flow tv" vedr. 2017 og frem er ikke direkte sammenlignelige med perioden for 2017 grundet metodeændring i Seer-Undersøgelsen. Tallene for tv er i ovenstående opgjort udelukkende som "live" sendt via "broadcast". Desuden bestod universet i Seer-Undersøgelsen frem til 2017 udelukkende af tv-husstande, mens universet fra 2017 og frem omfatter hele befolkningen.

De seneste år har tendensen været, at sening af traditionelt broadcast-tv har været nedadgående målt både på dækning og seertid.

I 2019 var den ugentlige dækning 75 % af befolkningen (personer i alderen 12 år og derover), jf. Figur 1. I 2010 var dækningen oppe på 95 %, dog dengang opgjort udelukkende for personer i tv-husstande.

Samtidig med at andelen af danskere, der ser broadcast-tv ugentligt, er blevet mindre, er andelen, der streamer audiovisuelt indhold ugentligt, blevet større. På ugebasis i 2019 var det 60 % af befolkningen (i alderen 12 år og derover), der enten streamede spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder- og udviklingen er opadgående. Således er andelen steget med 10 procentpoint siden 2016, hvor det var halvdelen af befolkningen, der streamede enten spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder minimum ugentligt.

Udviklingen afspejler, at tv-sening som aktivitet er under forandring. Hjulpet på vej af adgangen til høje internethastigheder, besiddelse af relevant digitalt udstyr samt ikke mindst en kraftig stigning i udbuddet af streamingtjenester og videodelingsplatforme er brugeradfærden i hastig udvikling – især i visse aldersgrupper.

Dette skal ses i lyset af, at der som konsekvens af konflikten mellem YouSee og Discovery kombineret med spare- og udviklingsplaner hos DR vil være mange danskere, der i 2020 vil opleve, at de har færre tv-kanaler at vælge mellem. Mindre volumen på tv-markedet vil formentligt få flere til at streame, og værdien af indholdet vil få stadig større betydning.

Samtidig er streamingtilbuddene tiltagende og udbydes i Danmark af en lang række forskelligartede aktører:

- Tv-stationer udbyder deres egne streamingtjenester – såsom DRTV, TV 2 Play, D Play og Viaplay. De indeholder typisk de samme tv-programmer som stationernes broadcast tv-kanaler (flow-tv-kanaler). I modsætning til det lineære-tv giver tv-stationernes streamingtjenester ofte også mulighed for en række Video on Demand (VoD)-funktioner, programarkiver og endog "snigpremierer" på udvalgte programmer, ligesom det er muligt blot at streame de lineære tv-kanaler fx på et smart-tv, en tablet eller en smartphone.
- Tv- og tele-distributørerne udbyder ligeledes deres egne streamingtjenester – såsom YouSee TV & Film. Funktionalitetsmæssigt består de typisk i forskellige VoD-funktioner i tilknytning til kundernes tv-pakke, men de indeholder ofte også leje af film og serier. Dertil kommer, at tv- og tele-distributørerne ofte tilbyder streamingtjenester i samarbejde med eksterne tredjeparter, fx Netflix eller TV 2 Play, som en del af kundernes samlede produktpakke (se også analysen [Forbrug 2019](#), som berører denne udvikling).
- I tillæg til streaming-udbuddet fra tv-stationer og tv- og tele-distributørerne har de danske forbrugere også stiftet bekendtskab med mere eller mindre selvstændige udbydere af streamingtjenester. De største af disse er primært udenlandske aktører som Netflix, Amazon Prime og HBO Nordic, men der er også danske og skandinaviske tjenester, eksempelvis Min Bio fra Nordisk Film.

Et overblik over udbuddet af digitale tjenester i Danmark kan findes på: <http://www.sharewithcare.dk/digitale-tjenester/>

Der findes ikke én fælles brancheanerkendt måling af danskernes brug af streaming eller af danskernes samlede brug af audiovisuelt indhold. Der er dog udbredt enighed om, at streaming af spillefilm, serier/programmer mv. for alvor fik sit gennembrud i slutningen af 2012, hvor amerikanske Netflix blev lanceret i Danmark, samt at nedgangen i danskernes brug af tv er relateret til streamingtjenesternes udbredelse.

Når næsten 3 ud af 5 danskere i alderen 12 år og derover allerede streamer spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder minimum ugentligt, er der således tale om en markant udvikling, som

på ganske få år har vundet stor udbredelse i befolkningen – formentlig til dels på bekostning af broadcast-tv.

I læsningen af afsnit 5 og 6 om danskernes tv-forbrug, er det derfor vigtig at være opmærksom på udviklingen beskrevet ovenfor og på den anvendte metode bag målingen af seertallene. Seer-Undersøgelsen – som er den primære datakilde i afsnit 5 og 6 – bruges til at belyse befolkningens tv-forbrug. Danskernes brug af streamingtjenester – både tv-stationernes, tv-distributørernes og de selvstændige aktørers – gennemgås særskilt i afsnit 7.

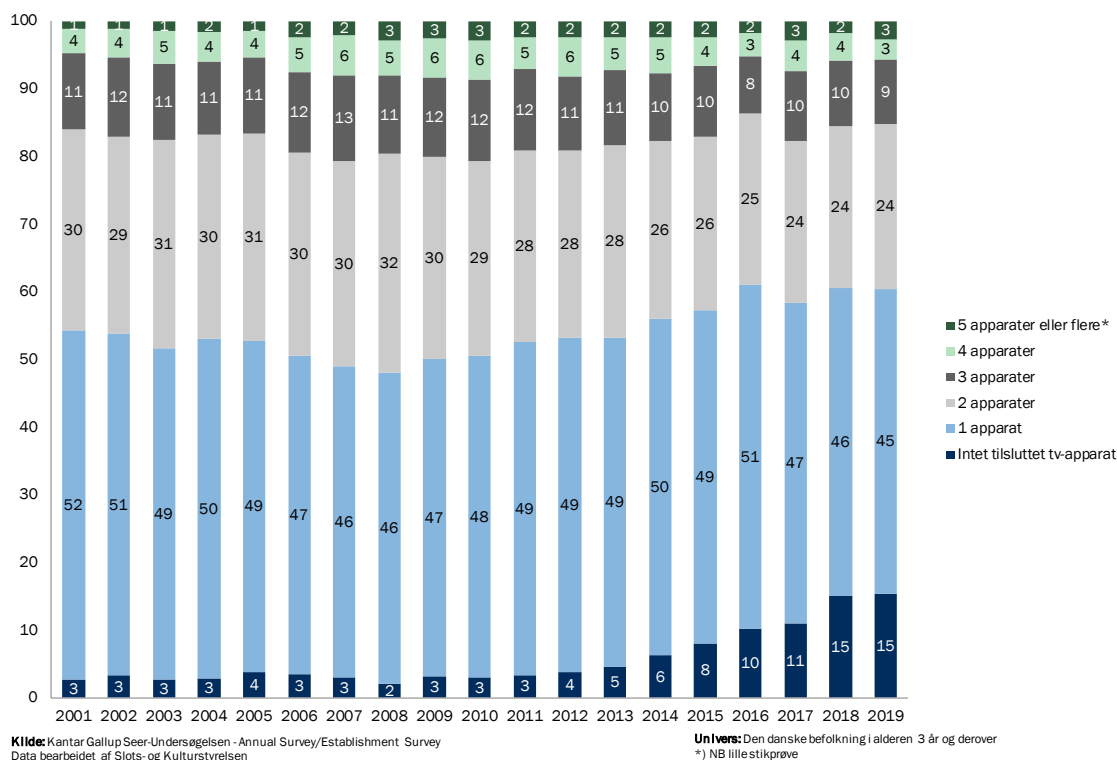
4 TV-HUSSTANDE I DANMARK

Andelen af tv-husstande – dvs. husstande som har minimum ét tv-apparat, som er *tilsluttet med tv-signal* (herefter et tilsluttet tv) – er faldet kontinuerligt fra 2011 til 2018. Flere og flere husstande har således fravalgt at have et tilsluttet tv.

Frem til 2017 var stigningen i andelen af husstande uden et tilsluttet tv dog ikke større end mellem 1 og 2 procentpoint fra år til år, men fra 2017 til 2018 tog andelen et hop på 4 procentpoint.

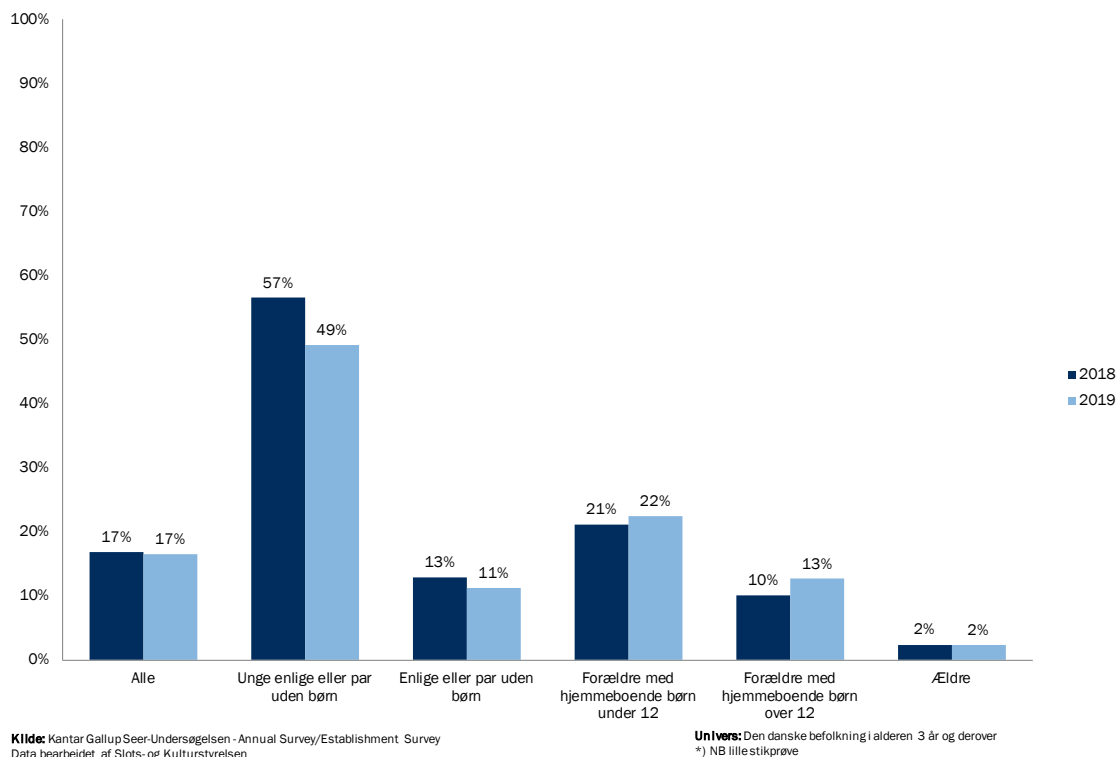
Imidlertid har der ikke været væsentlige forskydninger i niveauerne fra 2018 til 2019. I begge tilfælde var det således 85 % af husstandene i Danmark, som havde minimum ét tilsluttet tv i hjemmet, og dermed 15 %, som ikke havde. Til sammenligning var fordelingen i 2017 henholdsvis 89 % over for 11 %.

Figur 2: Andel af husstande (%) opdelt efter antal tilsluttede tv-apparater. 2001-2019.



Selvom andelen af danske husstande uden et tilsluttet tv ikke har ændret sig fra 2018 til 2019, er der alligevel forskydninger at spore, hvis vi ser nærmere på de forskellige livsfasesegmenter enkeltvis. Mest overraskende er det, at 8 procentpoint færre af de unge enlige eller par uden børn bor i et hjem uden et tilsluttet tv. De seneste år har denne andel ellers været stigende i takt med, at flere har opsagt deres traditionelle tv-pakke. Til gengæld ser vi en tendens til, at flere forældre med hjemmeboende børn har valgt ikke at have et tilsluttet tv i hjemmet, fx er andelen hos forældre med hjemmeboende børn over 12 år, der ikke har et tv tilsluttet i hjemmet, steget fra 10 % i 2018 til 13 % i 2019.

Figur 3: Andel af livsfasesegment (%) uden minimum ét tilsluttet tv. 2018 og 2019.



At en større andel af nogle livsfasesegmenter har valgt ikke at have et tilsluttet tv i hjemmet, er ikke nødvendigvis ensbetydende med, at færre danskere har et tv-apparat i hjemmet. Spørgsmålet i Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen/Annual Survey afdækker alene, hvorvidt respondenterne har et tv-apparat, der er tilsluttet et traditionelt tv-signal. De 17 % af befolkningen uden et tilsluttet tv kan således sagtens have et tv-apparat i husstanden, som de bruger til at se indhold via internettet i stedet for via broadcast-tv.

5 TV-FORBRUGET I DANMARK

5.1 Den gennemsnitlige tv-sening

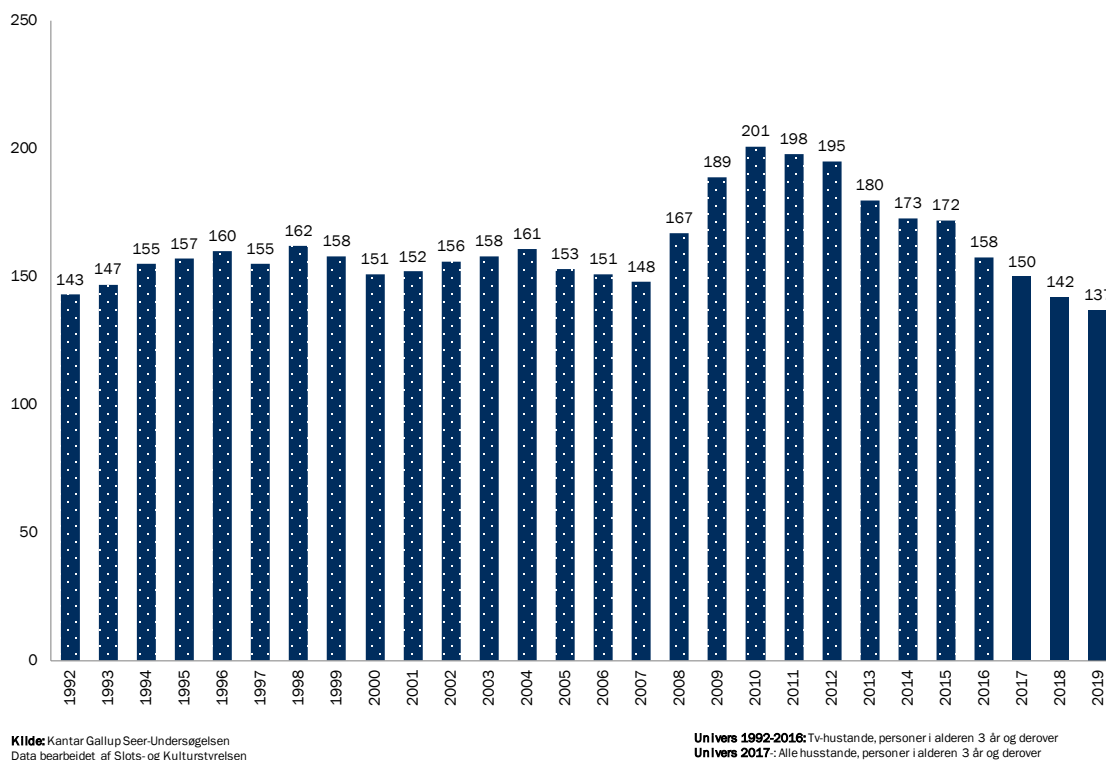
Fra 2018 til 2019 er den gennemsnitlige daglige tv-sening faldet med 5 minutter. Således så danskerne i 2019 i gennemsnit tv i 2 timer og 17 minutter dagligt (137 minutter), jf. Figur 4 nedenfor.

Selvom niveauet grundet metodeændringer i Seer-Undersøgelsen ikke direkte kan sammenlignes med 2016 eller tidligere, synes niveauet markant lavere end i 2010 (3 timer og 21 minutter), som var det år, hvor der blev set mest tv i den målte periode.

Ser vi på tv-mediets dækning – et udtryk for *andelen* eller *antallet* af danskere, som har set minimum 5 minutters sammenhængende tv på en gennemsnitlig dag, uge eller måned – var den daglige dækning i 2019 58 %, den ugentlig dækning 80 % og den månedlig dækning 90 %, jf. Figur 5 nedenfor.

Seertiden viser, at der fortsat ses langt over to timers tv om dagen. Og dækningen bevidner, at en stor andel af befolkningen fortsat ser tv dagligt (58 %) – og hvis ikke dagligt så ugentligt (80 %) eller månedligt (90 %). Men sammenligner vi niveauet for 2019 med perioden før 2008 – og dermed før den teknologiske udvikling gjorde tidsforskudt sening mainstream og før husstandene i stigende grad valgte tv-kanalerne fra – befinder seertiden sig på det laveste niveau, der er målt i Seerundersøgelsen, og udviklingen indikerer, at tv-mediet fortsat er nedadgående.

Figur 4: Gennemsnitligt dagligt tv-forbrug i minutter. 1992-2019.



Note: 2017 og frem er ikke direkte sammenligneligt med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 og frem er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

I sammenligning med perioden før 2008 – altså før årene karakteriseret af seertidsrekorder, streaming og faldende andel tv-husstande – kan seertidsniveauet for 2016 dog næsten ligne en "normalisering" af danskernes daglige tv-forbrug. Før 2008 så danskerne gennemsnitligt 150 til 160 minutters tv om dagen – det gjorde de også i 2016. I 2017 er niveauet tilsvarende (150 minutter) – om

end ikke direkte sammenligneligt med før 2017, da seertiden i 2017 opgøres blandt hele befolkningen og inklusiv tidsforskuet sening i op til syv dage. I 2019 blev seertiden (137 minutter) målt til det laveste niveau i den tid, målingen dækker (siden 1992).

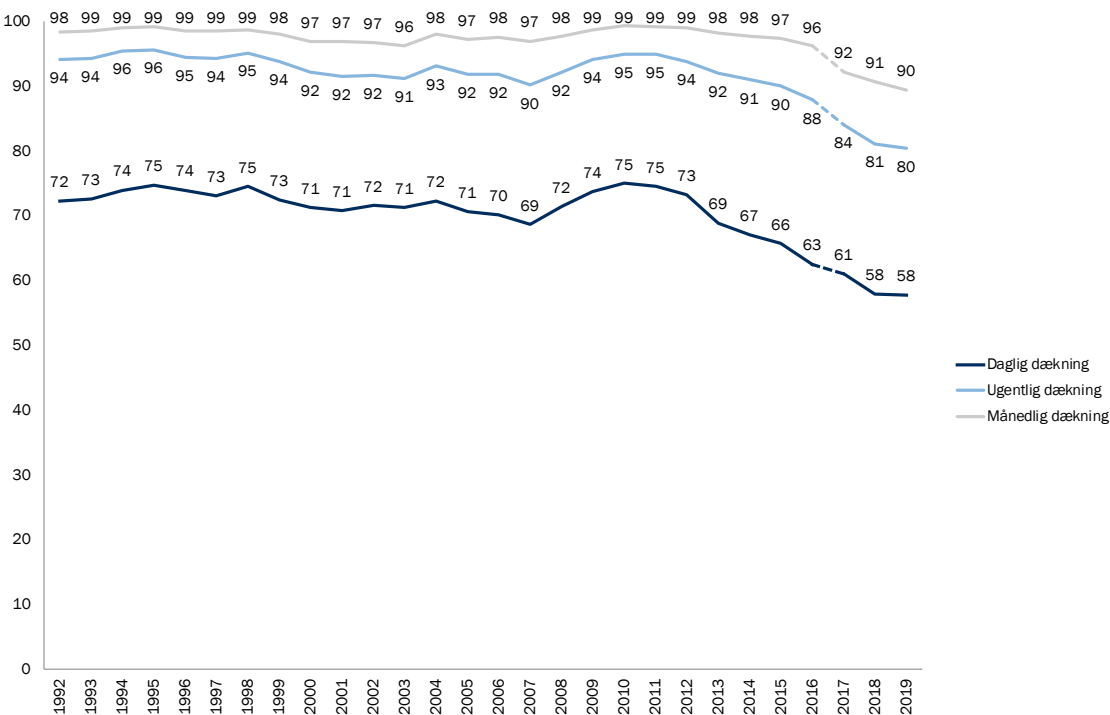
At der alligevel ikke er tale om en "normalisering" – udover at niveauet i 2018 ligger i underkanten af, hvad der tidligere har været "normalen" – ses måske tydeligst i tv-mediets dækning. En markant mindre andel har set tv dagligt, ugentligt og månedligt de senere år sammenlignet med 2008 – og dermed synes alt ikke bare, som det plejer, jf. Figur 5 nedenfor.

Udviklingen blandt tv-husstandene frem til 2016 – såvel som niveauet for hele befolkningen fra 2017 til 2019 – antyder, at tv-mediet favner smallere nu end tidligere.

Faldet i den daglige og ugentlige dækning frem til 2016 indikerer, at en større andel tv-seere er blevet mere lavfrekvente seere af tv. Nedgangen i den månedlige dækning kunne antyde, at en mindre andel tv-seere har valgt tv'et helt fra.

Niveauet for 2019 – som omfatter alle husstande – viser, at 58 % af danskerne ser tv på daglig basis, 80 % ser tv på ugentlig basis og 90 % på månedlig basis.

Figur 5: Gennemsnitlig dækning (%) fordelt på frekvens. 1992-2019.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 1992-2016: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover
Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

Note: 2017 og frem er ikke direkte sammenligneligt med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 og frem er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

Tendensen med faldende seertid og dækning efter 2010 betyder ikke nødvendigvis, at danskerne bruger *mindre* tid foran tv-apparatet. Nedgangen skal ses i sammenhæng med en hastig udbredelse af smart-tv'et i de danske hjem – fra 24 % i 2010 til 61 % i 2019 (hvilket der kan læses mere om i [kapitlet om Internetbrug og enheder 2020](#)) – samt med udbredelsen og brugen af streamingtjenester (eksempelvis Netflix, HBO m.fl.), hvilket der kan læses mere om i den seneste [specialrapport om Streaming](#). Disse tjenester har skabt nye muligheder for at se indhold, som kun delvist måles i Seer-Undersøgelsen.

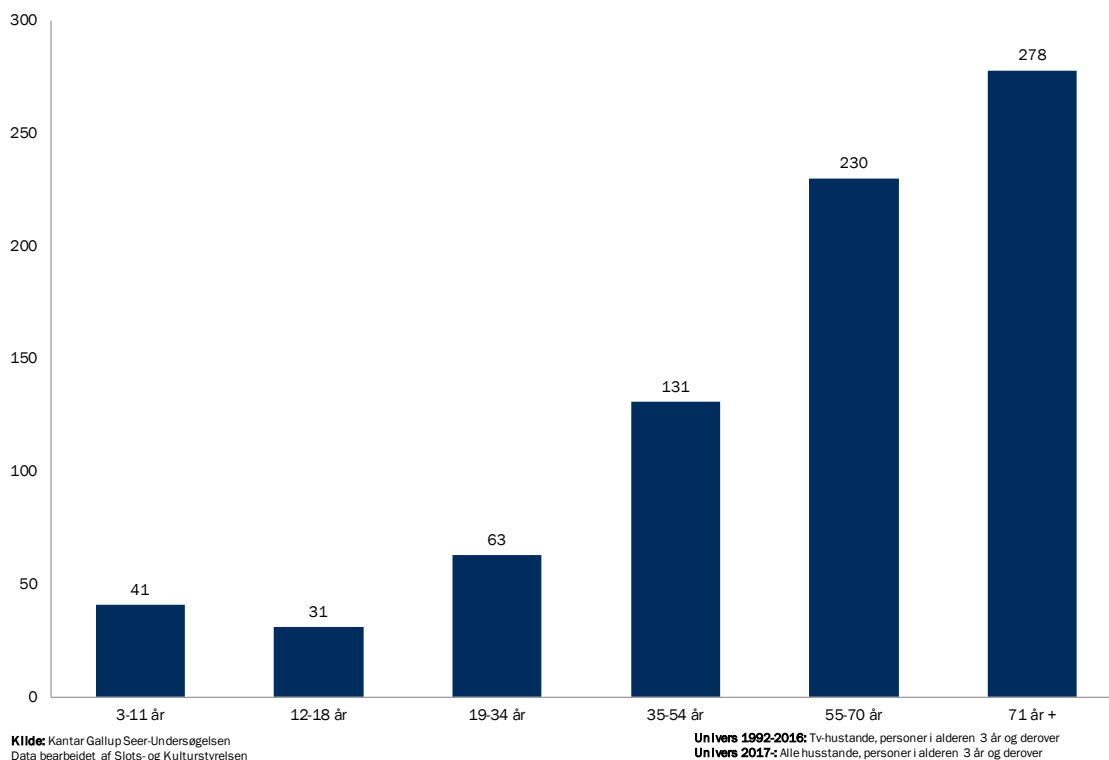
5.2 Tv-seernes demografi

I de følgende afsnit opdeles tv-forbruget ud fra alder og uddannelse. To faktorer som begge har indflydelse på danskernes tv-vaner.

5.2.1 Alder

Der har længe eksisteret en tydelig sammenhæng mellem tv-forbruget og alder: Jo ældre aldersgruppe, jo mere tid bruges på traditionelt tv. Som det fremgår af Figur 6 nedenfor, gør den sammenhæng sig fortsat gældende. Den overordnede udvikling i tv-forbrug, skal altså ses i lyset af, at ældre danskere, der har et mere traditionelt medieforbrug og tager nye tilbud til sig langsommere end de unge, fortsat udgør den største del af befolkningen.

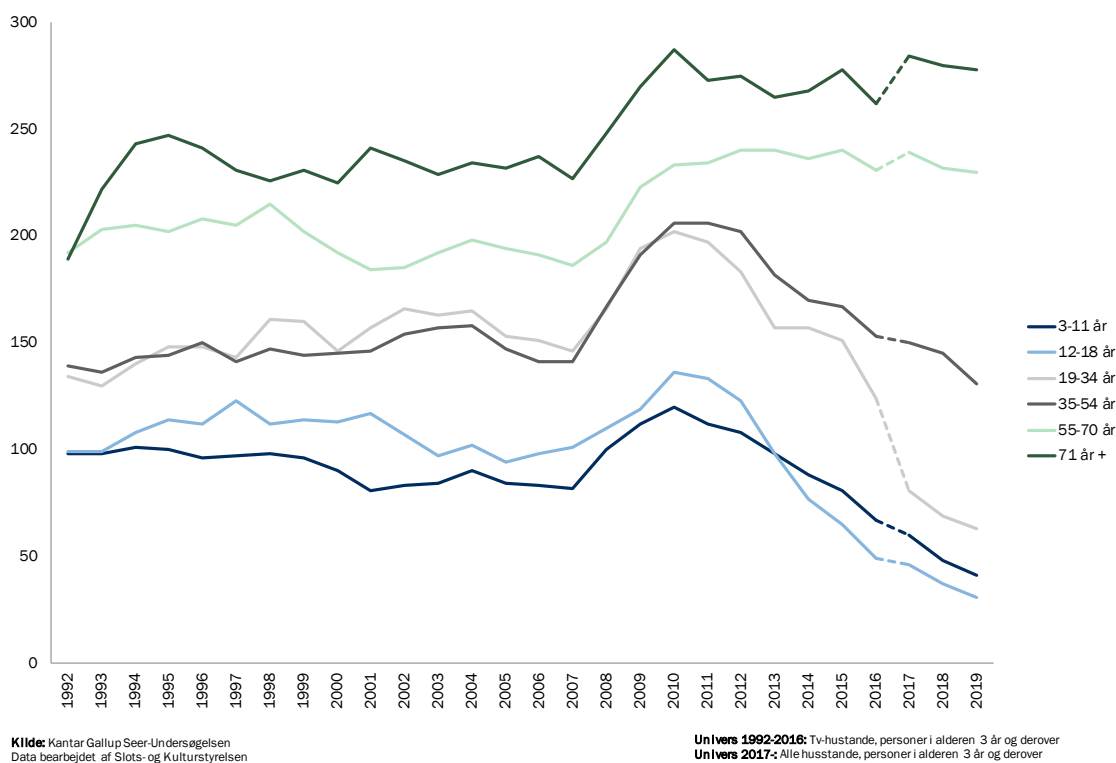
Figur 6: Gennemsnitligt dagligt tv-forbrug i minutter fordelt på alder. 2019.



Forskellene – som også har været der historisk – er blevet markant tydeligere de senere år. Det skyldes, at de unge har reduceret deres tv-forbrug markant, mens de ældre i vid udstrækning har fastholdt det høje niveau fra 2010. Dette ses af Figur 7, som viser udvikling i seertid blandt personer i tv-husstande fra 1992 til 2016 (live + VOSDAL) og niveauet for 2017 til 2019 blandt hele befolkningen (live + VOSDAL + TS).

Når de unge reducerer forbruget, mens de ældre fastholder forbruget, bidrager det til, at forskellene mellem unge og ældre vokser. Specifikt for udviklingen fra 2018 til 2019 er seertiden faldet i alle aldersgrupper, men mindst har faldet været i de ældste aldersgrupper, der i forvejen ser mest tv.

Figur 7: Gennemsnitligt dagligt tv-forbrug i minutter efter alder. 1992-2019.

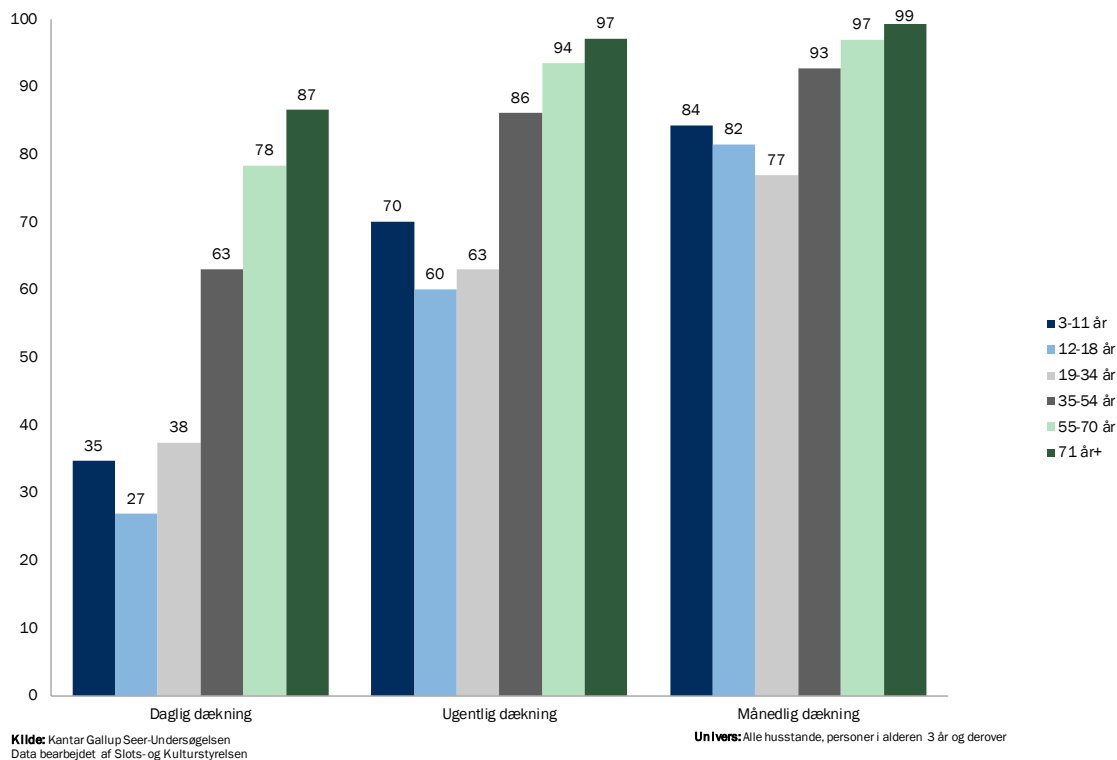


Note: 2017 og frem er ikke direkte sammenligneligt med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 og frem er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

Som vi netop har set det, er én ting forskellen i den *tid*, forskellige aldersgrupper bruger på at se tv, men forskellen aldersgrupperne imellem ses også i tv-mediets *dækning* – det vil sige, hvor stor en andel af befolkningen tv-mediet er i kontakt med på en gennemsnitlig dag, uge eller måned.

Af Figur 8 nedenfor, som viser dækningen fordelt på aldersgrupper for hele befolkningen i 2019, ses det, at de to ældste aldersgrupper har den klart højeste dækning, mens de 12-18-årige samt de 19-34-årige har den absolut laveste dækning – hvad enten der er tale om daglig, ugentlig eller månedlig dækning.

Figur 8: Daglig, ugentlig og månedlig dækning (%) i befolkningen fordelt på alder. 2019.



Som vi skal se i afsnit 7, er udviklingen modsat, når det drejer sig om streaming af spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder. Her er det blandt de 12-34-årige, at suverænt flest streamer.

Ved den gamle opgørelsesmetode – dvs. udelukkende blandt tv-husstandene og udelukkende programmer set live samt samme dag som live – steg den daglige, ugentlige og månedlige dækning moderat for samtlige aldersgrupper indtil 2009. Siden 2010 begyndte dækningen at falde for aldersgrupper under 55 år. Mest udtalt er udviklingen dog i befolkningen under 35 år.

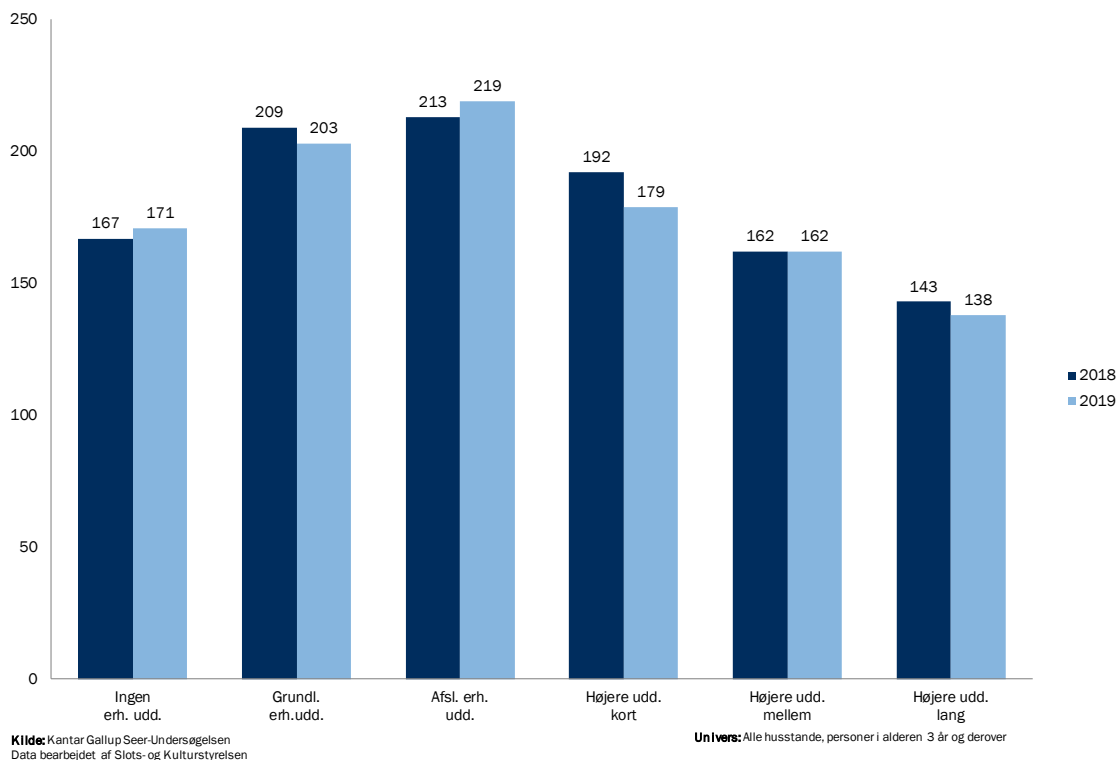
Udviklingen i daglig, ugentlig og månedlig dækning indikerer, at en større andel af de yngre seere er blevet mere lavfrekvente (faldet i den daglige og ugentlige dækning), end det er tilfældet blandt de ældre. Samtidig indikerer udviklingen, at en større andel end tidligere end ikke ser tv månedligt.

5.2.2 Uddannelse

Uddannelsesniveau synes også at spille en rolle i forhold til, hvor meget tv man ser. Generelt gælder det, at jo længere uddannelse, des lavere dagligt tidsforbrug på tv.

Den sammenhæng gør sig fortsat gældende, men hvor det tidligere var uddannelsesgruppen "Grundlæggende erhvervsuddannelse, der så mest tv, er denne udvikling tippet. Siden 2017 har uddannelsesgruppen reduceret tv-seningen med 17 minutter dagligt, hvilket er mere end de øvrige uddannelsesgrupper i samme periode. Således er det i 2019 uddannelsesgruppen "Afsluttet erhvervsuddannelse", der med 219 minutter dagligt er den uddannelsesgruppe, der ser mest tv. Denne gruppe er sammen med gruppen "Ingen erhvervsuddannelse" de eneste grupper, der har øget seertiden fra 2018 til 2019.

Figur 9: Gennemsnitligt dagligt tv-forbrug i minutter efter uddannelse. 2018 og 2019.



5.3 Tv's døgnflow

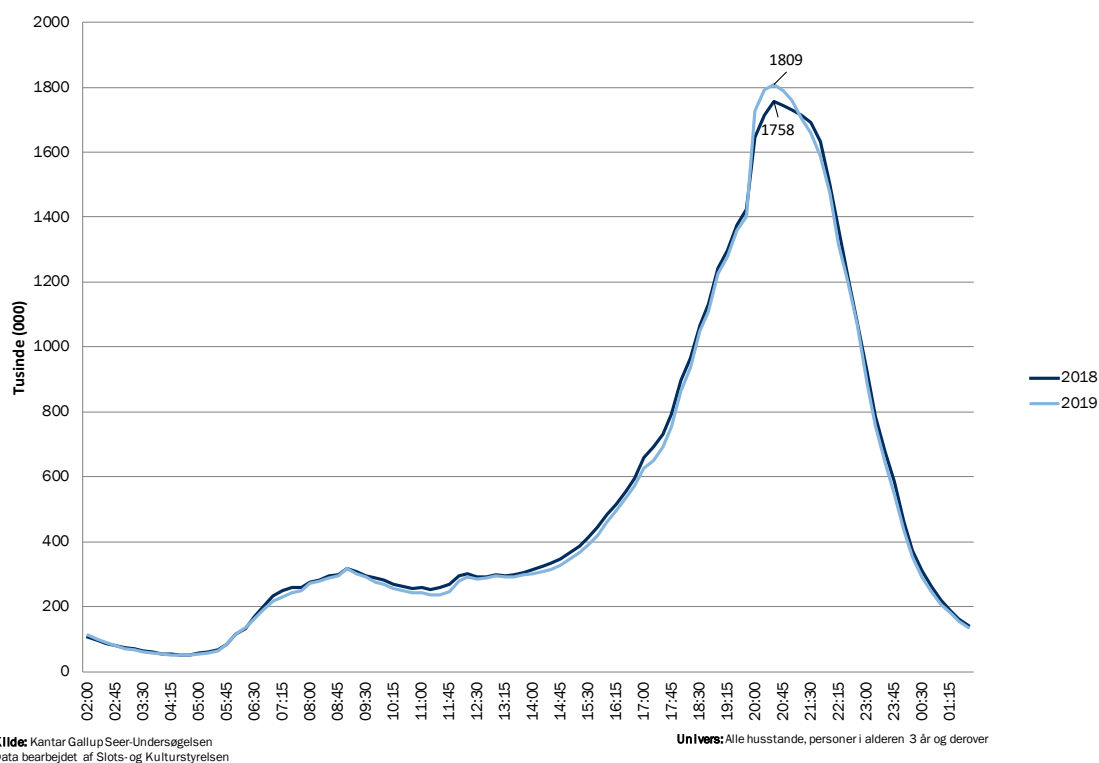
Forbruget af tv er langt fra ligeligt fordelt over døgnets timer. Betragter vi seerflowet – det vil sige, hvor mange der ser tv på et givent tidspunkt på døgnet – gælder det for langt størstedelen af døgnets timer, at en smule færre seere ser med i 2019, end det var tilfældet i 2018. Dette er fx tilfældet i tidsrummet fra kl. 03:00 til kl. 20:00.

Der er dog også særligt ét tidspunkt på døgnet, hvor denne udvikling afviger. I primetime fra kl. 20 til kl. 21 var der mellem 82.000 og 45.000 flere danskere, der havde sit tv tændt, end det var tilfældet i 2018.

Stigningen i primetime skyldes dog i høj grad, at den tidsforskudte sening bliver henført til det tidspunkt, hvor programmet blev sendt på flow-tv. Det betyder, at der ikke nødvendigvis er flere, der ser tv i tidsrummet fra kl. 20-21, men at der derimod er flere, der ser primetime-programmerne – bare ikke nødvendigvis lige, når de bliver sendt.

På den anden side af prime time, var der i 2018 marginalt flere seere, end i 2019. Denne udvikling underbygger, at der generelt er færre, der ser tv.

Figur 10: Gennemsnitlig seer-flow i tusinde efter tidspunkt på døgnet, mandag til fredag, 2018 og 2019.

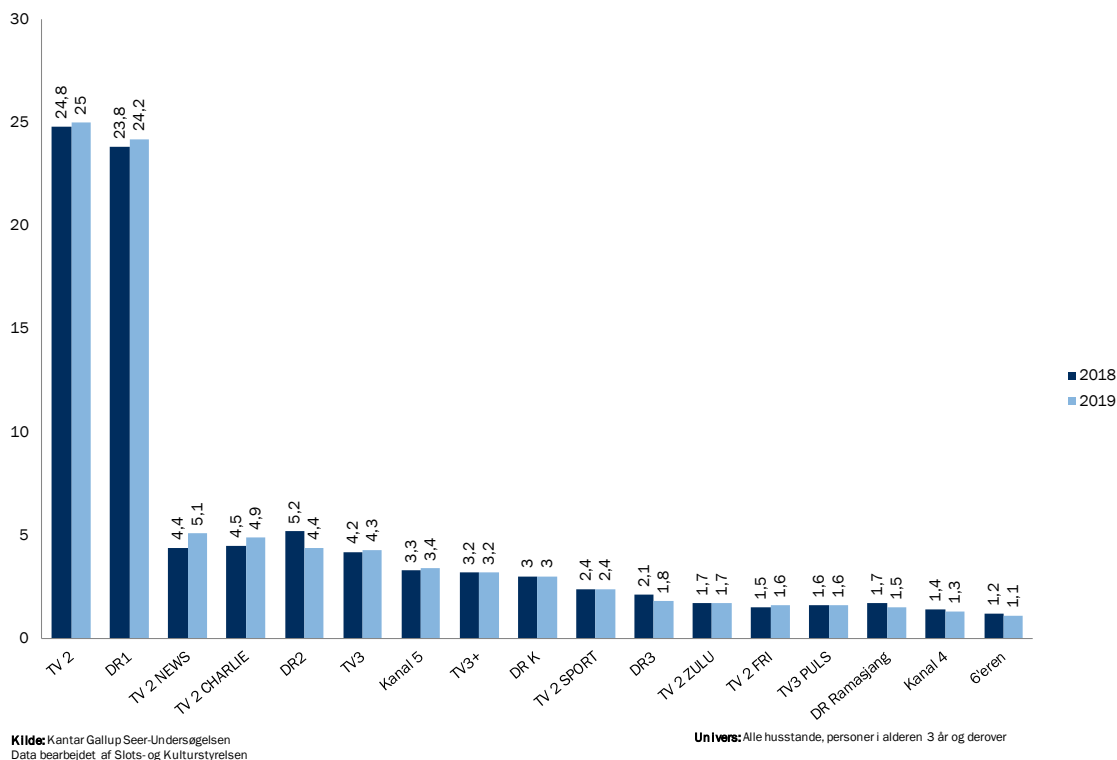


5.4 De mest sete tv-kanaler

De kanaler, som blev set absolut mest i 2019, var – i lighed med tidligere år – TV 2 (hovedkanalen), hvis seerandel (også kaldet share) var 25 %, og dernæst DR1, som stod for 24,2 % af det samlede tv-forbrug. De to kanaler stod altså samlet for lige knap halvdelen af den samlede tv-sening i 2019. Det forhold skal ses i lyset af, at der, som nævnt, generelt bliver set mindre tv fra år til år. I et faldende tv-marked, er det altså de store public service-kanaler, der er blandt de bedste til at holde på deres seere.

Fra TV 2 og DR1 er der et markant fald ned til de efterfølgende kanaler. I 2018 var DR2 den tredje mest sete kanal med en seerandel på 5,2 %. DR2 er i 2019 dog faldet til 4,4 % samtidig med, at TV 2 NEWS er steget med et halvt procentpoint. Dermed er TV 2 NEWS i 2019 den tredje mest set kanal efterfulgt af TV 2 Charlie og herefter DR2. Top 5 udgøres altså alene af kanaler, der tilhører DR- og TV 2-familierne.

Figur 11: De mest sete kanaler opgjort efter seerandel (%), 2019.



5.4.1 Hvem ser hvad

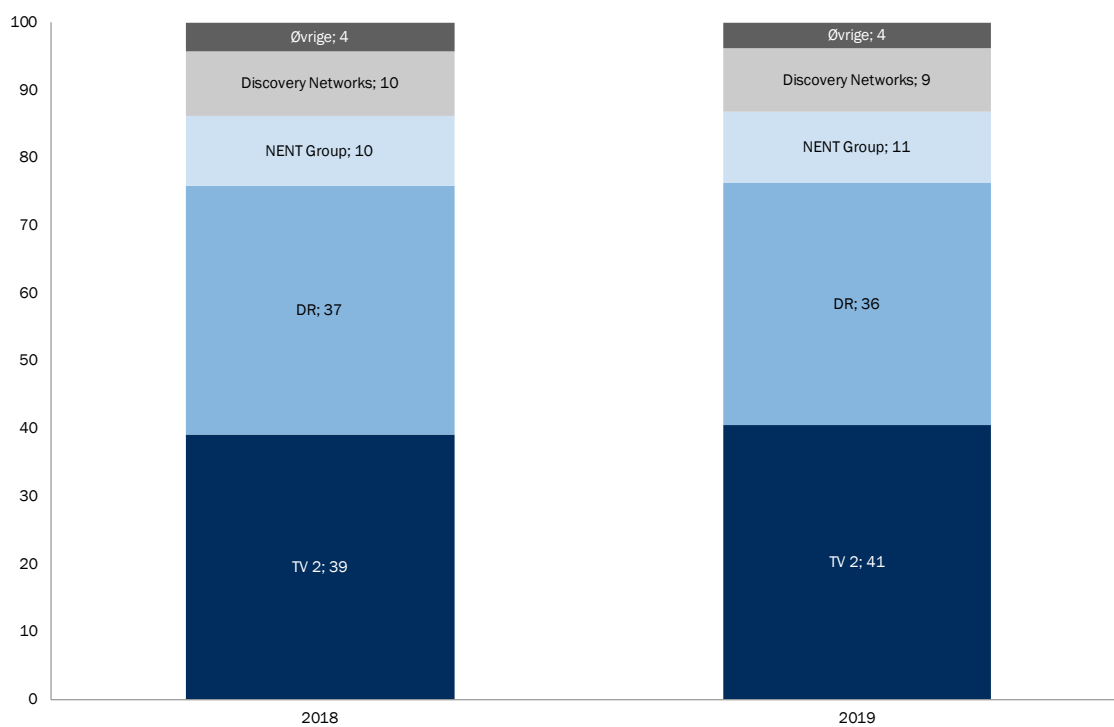
Figuren over de mest sete kanaler varierer en del alt efter aldersgruppe. Figur 12 nedenfor, viser de 10 mest sete tv-kanaler i befolkningen generelt og hos henholdsvis de 12-18-årige, de 19-34-årige, de 35-54-årige og for dem over 71 år.

Af figuren fremgår det, at DR1 og TV 2 fylder meget hos alle, dog er der en vis variation i, hvilke kanaler der er mest udbredte aldersgrupperne i mellem. Eksempelvis indgår TV 2 Charlie i top 10 hos personer over 71 år (fjerde største) og hos de 35-54-årige (ottende største), mens den ikke indgår hos personer yngre end 35 år. Modsat indgår eksempelvis Disney Channel og DR Ultra udelukkende i top 10 for de 12-18-årige. Tilsvarende er det alene i aldersgruppen over 71 år, at TV 2 ikke er den mest udbredte kanal – hos denne aldersgruppe er DR1 størst og udgør godt 29 % af seingen.

Samtidig fremgår det delvist af Figur 12 og mere detaljeret af Tabel 1 nedenfor, at der er stor forskel på, hvor stor en andel de 10 mest sete kanaler udgør af det samlede forbrug i de enkelte aldersgrupper.

Hos de 12-18-årige, 19-34-årige og 35-54-årige udgør de 10 mest sete kanaler henholdsvis 74 %, 77 % og 78 % af det samlede tv-forbrug i 2019. Hos de 55-70-årige og dem på 71 år og derover udgør de 10 mest sete kanaler henholdsvis 84 % og 88 %. Det indikerer, at yngre personer spreder deres tv-forbrug på flere tv-kanaler end de ældre. Og modsat: At de ældre koncentrerer deres tv-forbrug på færre tv-kanaler.

Figur 13: Kanalfamiliernes seerandel (%). 2018 og 2019.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

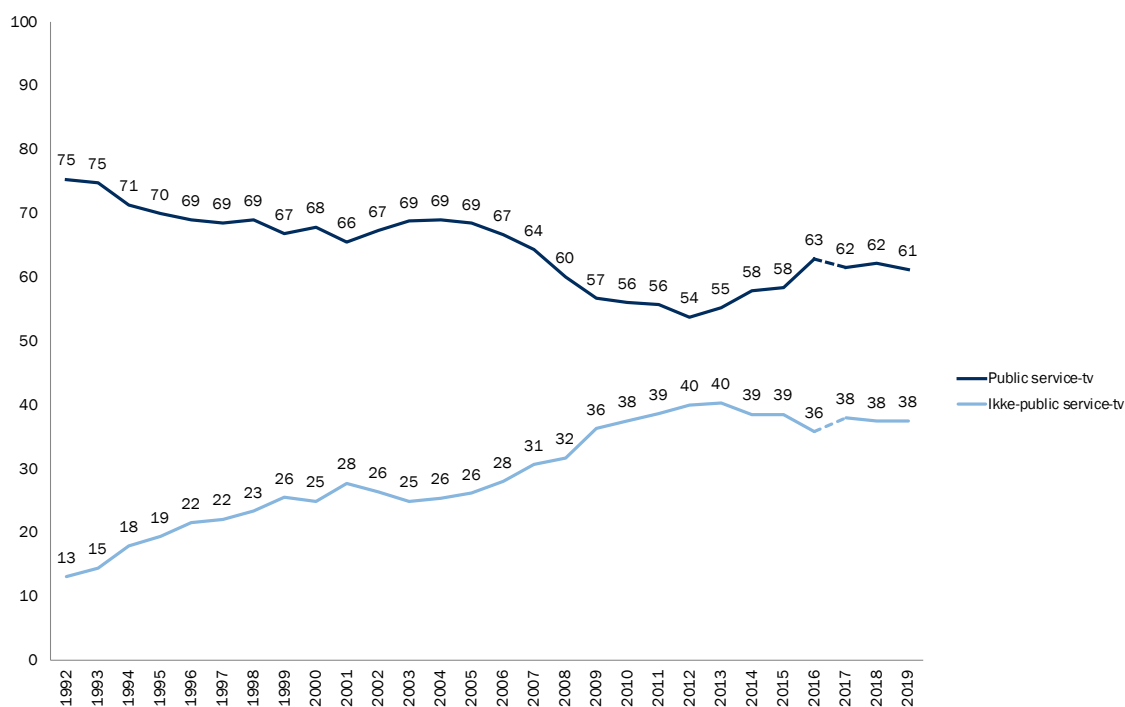
Univers: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

6 PUBLIC SERVICE-TV OG IKKE-PUBLIC SERVICE-TV I DANMARK

Fra 1992 og frem til 2012 har der været en generel tendens til, at public service-tv har udgjort en mindre og mindre andel af den samlede tv-sening.¹ Således er seerandelen for dansk public service-tv faldet fra tre fjerdedele i 1992 til godt halvdelen af tv-seningen i 2012. Herefter er udviklingen vendt, og i 2016 udgjorde public-service-andelen 63 % af den samlede sening. Denne udvikling skal dog ses i forhold til, at 2016 generelt var et godt år for public service-tv grundet blandt andet flere store sportsbegivenheder (VM og OL).

Siden den nye måling trådte i kraft fra 2017 og frem, har public service-andelen af den samlede sening udgjort mellem 61 % og 62 %.

Figur 14: Seerandel for dansk public service-tv og ikke-public service-tv (%). 1992-2019.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers 1992-2016: Tv-husstande, personer i alderen 3 år og derover
Univers 2017: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

Note: 2017 og frem er ikke direkte sammenligneligt med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene for 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 og frem er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

Note: At "Alle danske public service-kanaler" og "Ikke-public service-kanaler" ikke summer til 100 % skyldes blandt andet, at det alene er de danske public service-kanaler (DR, TV 2s hovedkanal samt de regionale TV 2-virksomheder), der indgår i "Public service-tv"-kategorien i dette kapitel. Med mindre andet er anført i figurer og tekst, er der således i kapitlet alene tale om dansk public service-tv, når der står "public service-tv". Derudover indgår "ukendt sening" heller ikke i kørslen.

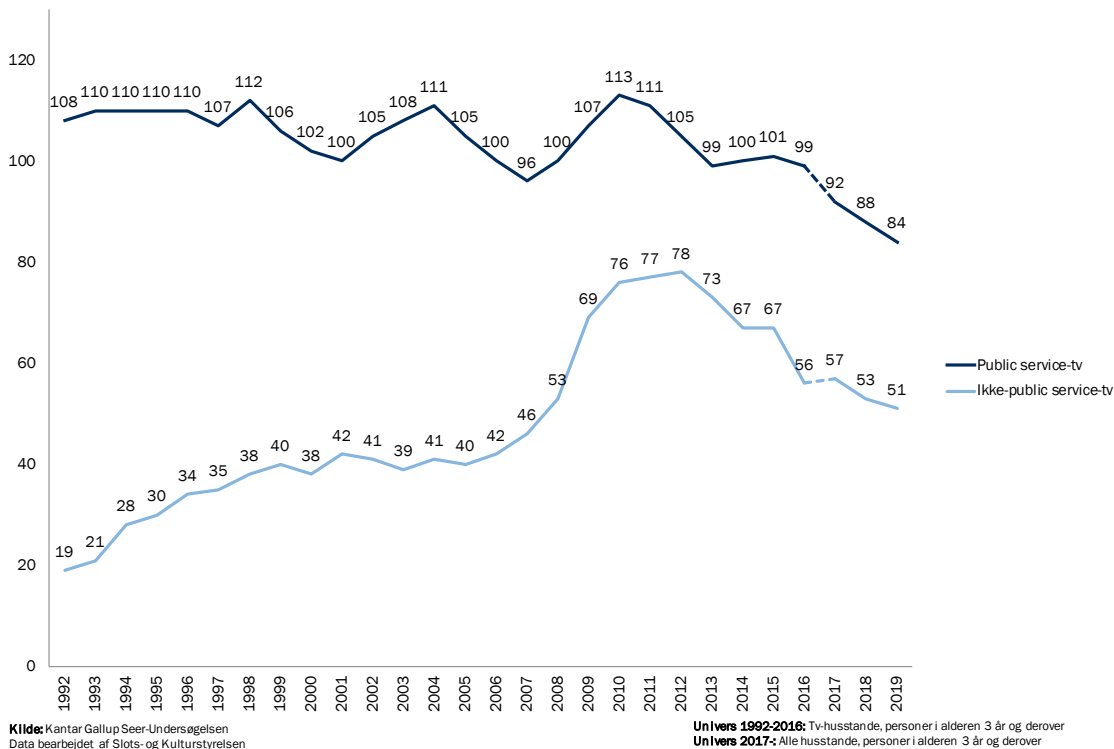
Når vi betragter udviklingen tilbage fra 1992, tabte public service-tv som skrevet terræn til ikke-public service-tv frem til 2012, hvor public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug var den laveste i hele den målte periode (54 %). Som det fremgår af Figur 15 nedenfor, var ikke-public service-tv's voksende seerandel primært et resultat af, at en stor del af væksten i den gennemsnitlige daglige seertid fra 1992 til 2012 gik til ikke-public service-tv.

Fra 2012 til 2016 stod public service-tv igen for en voksende andel af det samlede tv-forbrug, som det fremgår af Figur 14 ovenfor. Dette skyldes, at den relative nedgang i seertid for public-service-

¹ Af metodeafsnittet fremgår hvilke kanaler, som indgår i hhv. public service-tv og ikke-public service-tv.

tv var mindre end den relative nedgang for ikke-public service-tv. Siden 2017 har nedgangen været nogenlunde jævnbyrdig, hvorfor seerandelene til hhv. public service-tv og ikke-public service-tv har været stabile.

Figur 15: Gennemsnitlig daglig seertid for dansk public service-tv og ikke-public service-tv (%). 1992-2019.



Note: 2017 og frem er ikke direkte sammenligneligt med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 og frem er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

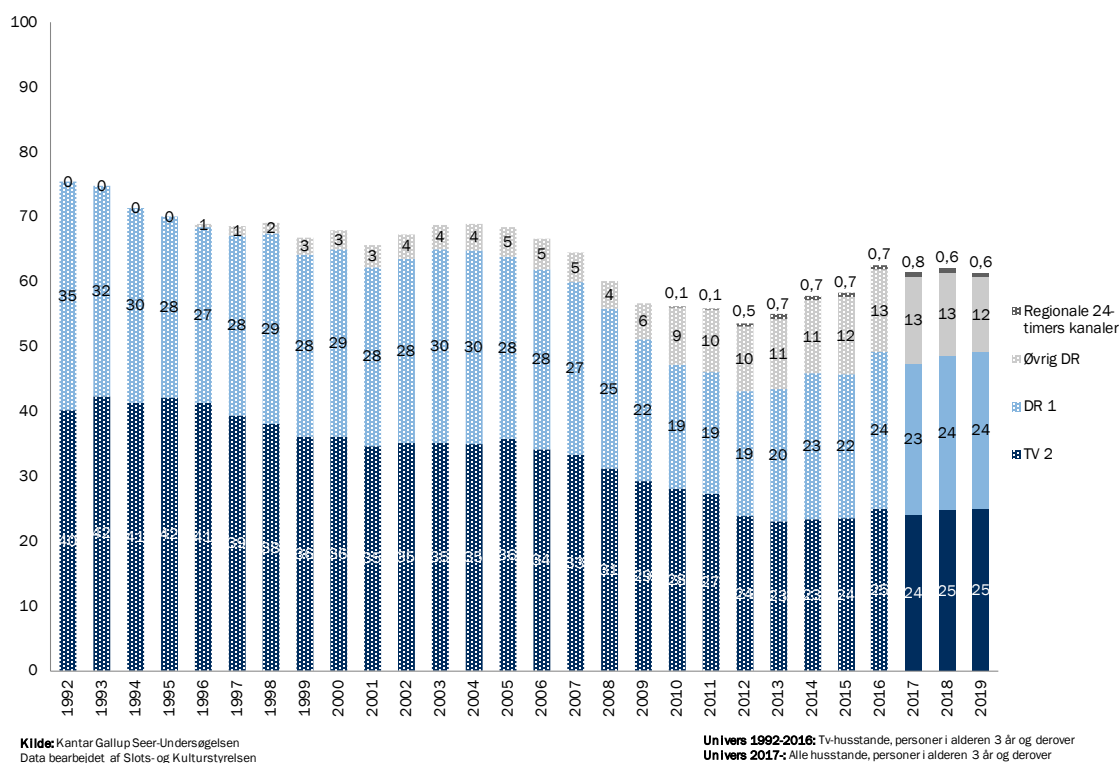
Note: "Public service-tv" består af DR, TV 2's hovedkanal samt de regionale TV 2-virksomheder.

6.1.1 Public service-kanalerne

Betragter vi de enkelte public service-kanaler adskilt, er det nogle få – men udslagsgivende – kanaler, der står for størstedelen af den samlede public service-sening. TV 2 (hovedkanalen, der er den eneste af TV 2's kanaler, der har public service-forpligtelser) og DR1 står for langt størstedelen af public service-tv's andel af den samlede tv-sening i 2019 med seerandele på hhv. 25 og 24 %, jf. Figur 16. DR's øvrige kanaler står for 12 %, mens de regionale TV 2-stationers 24-timers kanaler står for 0,6 %.

I forhold til 2012 har TV 2's andel af det samlede tv-forbrug været forholdsvis stabil. For TV 2 kan det derfor se ud til, at der de senere år er sket en stabilisering efter det fald, der fandt sted i 2012, hvor TV 2-kanalens penetration (dvs. hvor mange danske husstande, der har kanalen indstillet på deres fjernsyn) faldt fra 99,2 % i 2011 til 94,5 % i 2012 (Kilde: Gallup/TV-Meter, Annual Survey, årsrapport 2012), og kanalen mistede 3,4 procentpoint af sin seerandel. En af grundene til faldet i 2012 kan være, at TV 2 i 2012 overgik til at være en betalingskanal. Herudover har den generelle konkurrencesituation på markedet naturligvis også indflydelse på udviklingen.

Figur 16: Public service-kanalernes seerandel (%), 1992-2019.

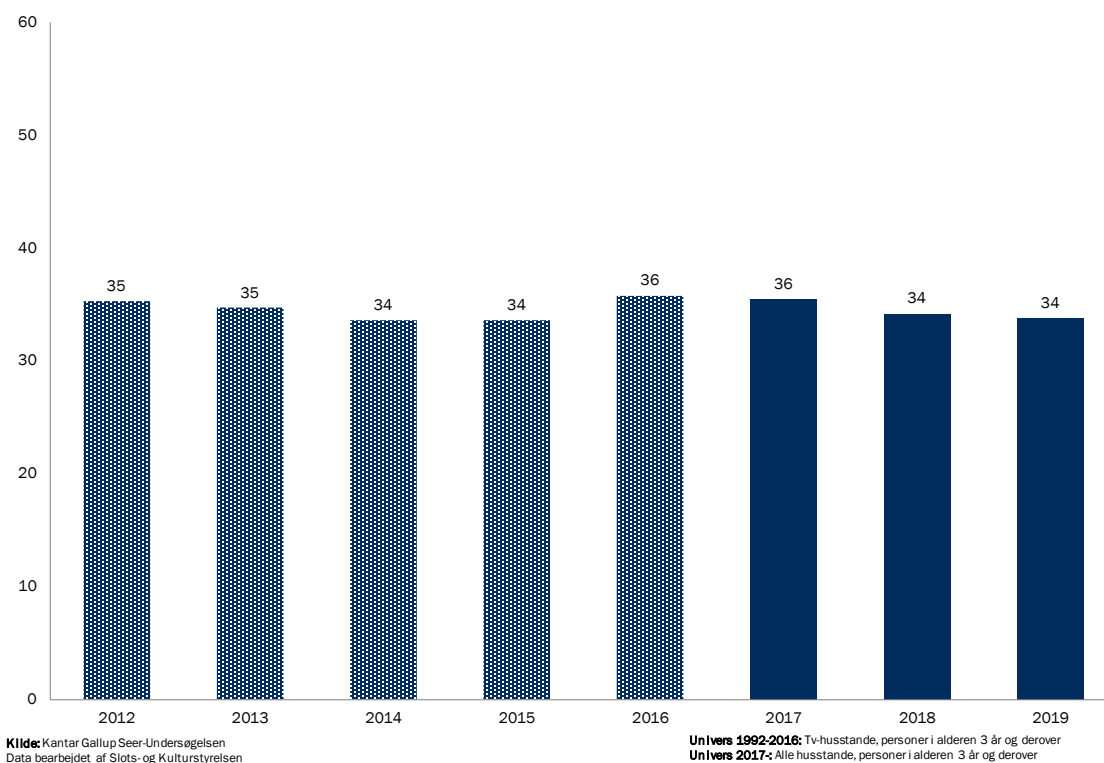


Note: 2017 og frem er ikke direkte sammenligneligt med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 og frem er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

De regionale TV 2-stationers 24-timers kanaler – som blev lanceret tilbage i februar 2012 – havde i 2019 en samlet andel af seeringen på 0,6 %, som også var niveauet i 2018. Seerandelen for de regionale 24-timers-kanaler er altså fortsat relativt lav.

De regionale TV 2-stationer har desuden forskellige vinduer i TV 2's sendeflade, heriblandt deres hovedudsendelse kl. 19.30. Ses der specifikt på hovedudsendelsen, er seerandelen markant højere end for de regionale 24-timers-kanaler generelt jf. Figur 17 nedenfor. 19.30-udsendelsen havde i 2019 en seerandel på 34 % af seeringen, som er på niveau med seerandelen, TV 2-stationernes 24-timers kanaler har haft på hovedudsendelsen siden deres lancering.

Figur 17: De regionale TV 2-stationers seerandel (%) – 19.30-udsendelsen. 2012-2019.



Note: 2017 og frem er ikke direkte sammenligneligt med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOUSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 og frem er opgjort som live + VOUSDAL + TS (Time Shifted).

6.2 Demografi

I de følgende afsnit opdeles forbruget af henholdsvis public service-tv og ikke-public service-tv ud fra alder og uddannelse.

6.2.1 Alder

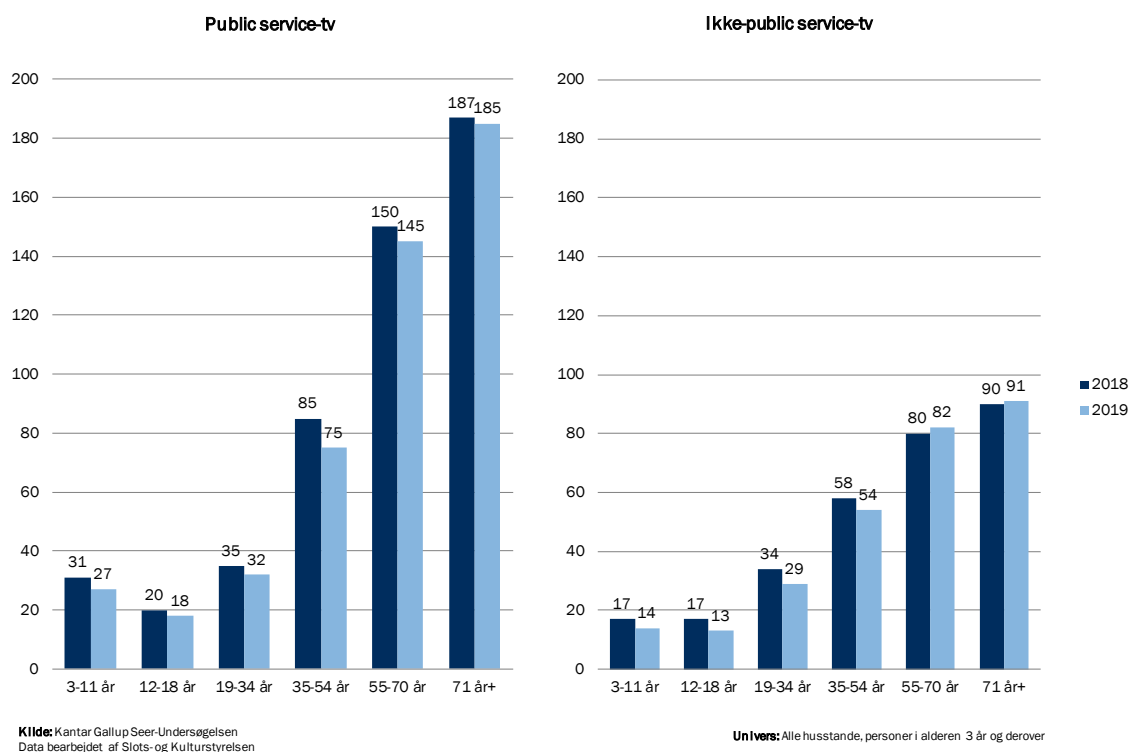
Den velkendte fordeling af seertid, hvor de ældre ser væsentligt mere tv end de yngre, gælder for både public service- og ikke-public service-tv, jf. Figur 18 nedenfor.

Den største forskel mellem aldersgruppernes seertid skal findes i public service-seningen. Det skyldes, at jo ældre aldersgruppe, der er tale om, desto mere stiger seertiden forholdsmæssigt i public service-tv's favør. Derimod bruger de 12-18-årige og 19-34-årige tilnærmelsesvis lige lang tid på de to kategorier.

Når vi ser på udviklingen fra 2018 til 2019, er den generelle tendens, at seertiden er nedadgående på tværs af alder – uanset om det gælder public service-tv eller ikke-public service-tv. Det er alene de 55+-årige seertid på ikke-public service-tv, der er steget en anelse i perioden.

Den generelle tendens – at jo ældre, jo højere dagligt tv-forbrug – gælder altså for både public service-tv og ikke-public service-tv. Undtagelsen er dog de 3-11-årige, da de ser mere public service-tv end de 12-18-årige.

Figur 18: Seertid brugt på public service-tv og ikke-public service-tv opdelt efter alder. 2018 og 2019.



Der er også store forskelle i, hvordan de ældre og de yngre disponerer den seertid, de hver især bruger på hhv. public service-tv og ikke-public service-tv.

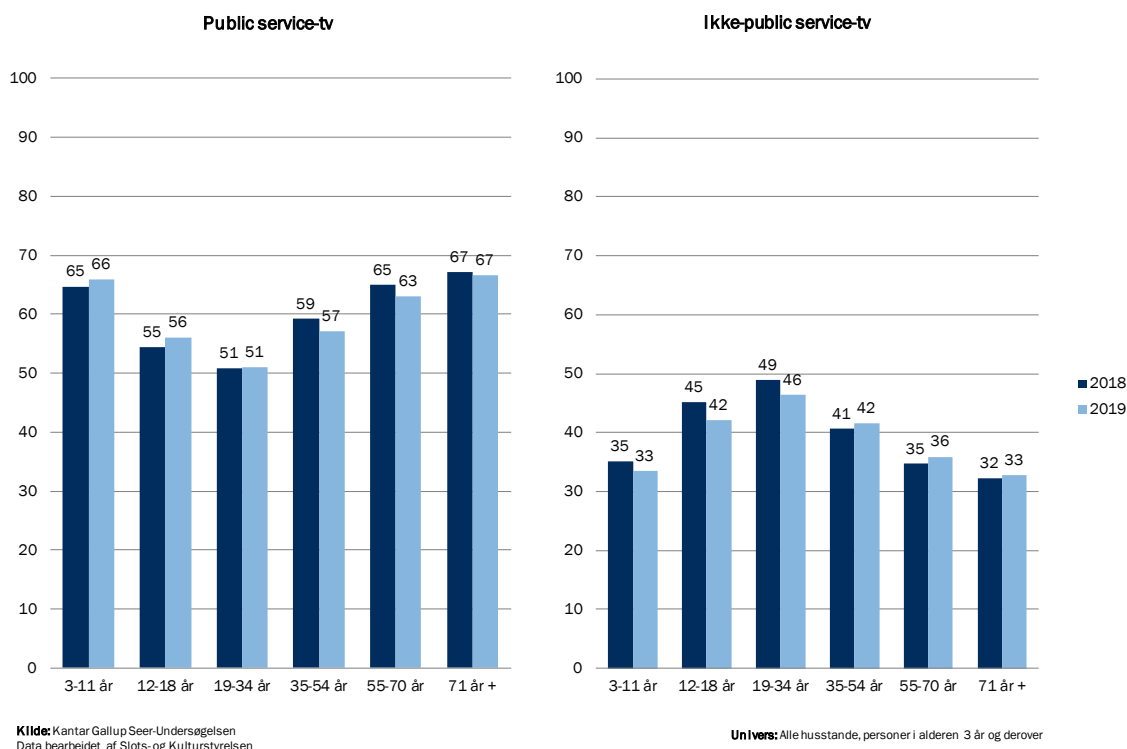
Med undtagelse af de yngste gælder det, at jo ældre, jo større *andel* af tv-seningen bruges på public service-tv:

- De 71+-årige brugte 67 % af deres seertid på public service-tv (185 minutter) og 33 % på ikke-public service tv (91 minutter) i 2019, jf. Figur 19.
- De 19-34-årige brugte tæt på 50 % på hver (32 minutter over for 29 minutter), jf. Figur 19.

Jf. Figur 14 er den overordnede fordeling mellem public service og ikke-public service-tv i 2019 henholdsvis 61 % over for 38 % – omtrentlig den samme fordeling som i 2017 og 2018. Det betyder dog ikke, at der ikke er sket forskydninger i de enkelte aldersgrupper, som det fremgår af Figur 19 nedenfor. Hvor de yngste bruger en anelse større andel af deres seertid på public service-tv, gør det modsatte sig gældende for de 35-årige eller derover.

Derimod bruger de 35-årige eller derover en lidt større andel på ikke-public service-tv. Alt i alt udligner aldersgrupperne altså hinandens forskydninger, så den overordnede fordeling er den samme.

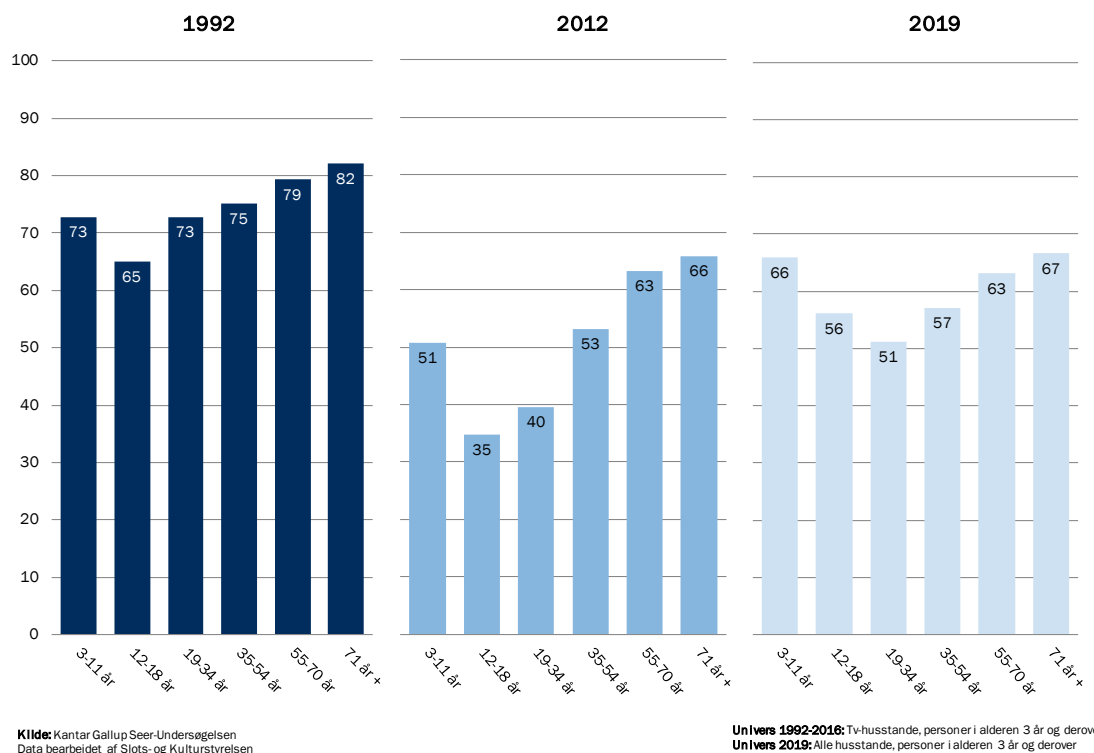
Figur 19: Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug opdelt efter alder. 2018 og 2019.



Figur 20 nedenfor viser, hvordan de forskellige aldersgrupper fordelte deres tv-sening mellem public-service-tv og ikke-public service-tv i hhv. 1992, 2012 og 2019.

- I 1992 brugte alle en meget stor andel af deres samlede tv-sening på public service-tv. Fra 65 % blandt de 12-18-årige til 82 % blandt de 71+-årige.
- I takt med at ikke-public service-tv etablerede sig i tv-landskabet, flyttede en andel af tv-seningen væk fra public service-tv til ikke-public service-tv. Det kommer til udtryk i Figur 20 ved, at public service-tv generelt stod for en lavere andel af den samlede tv-sening i 2012 sammenlignet med 1992. Fra 35 % blandt de 12-18-årige til 66 % blandt de 71+-årige.
- Samtidig tog de yngre seere hurtigere ikke-public service-tv til sig end de ældre seere. Herved opnåede ikke-public service-tv en større andel af tv-seningen blandt de yngre seere, hvilket medførte at forskellene aldersgrupperne i mellem var mere udtalte i 2012 end i 1992.
- De senere år er forskellen mellem yngre og ældre blevet en smule mindre udtalte (fra 2012 til 2019) ligesom public service-tv generelt står for en større andel af den samlede tv-sening. Det skyldes mestendels, at de yngre har reduceret forholdsmæssigt mere på ikke-public service-seningen, end de har på public service-seningen, og da de 55-70-årige og 71+-årige tilnærmelsesvis opretholder niveauet fra 2012, har public service-tv vundet seerandele fra ikke-public service-tv på tværs af aldersgrupperne.

Figur 20: Public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug opdelt efter alder. 1992, 2012 og 2019.



Note: 2017 og frem er ikke direkte sammenligneligt med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 og frem er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

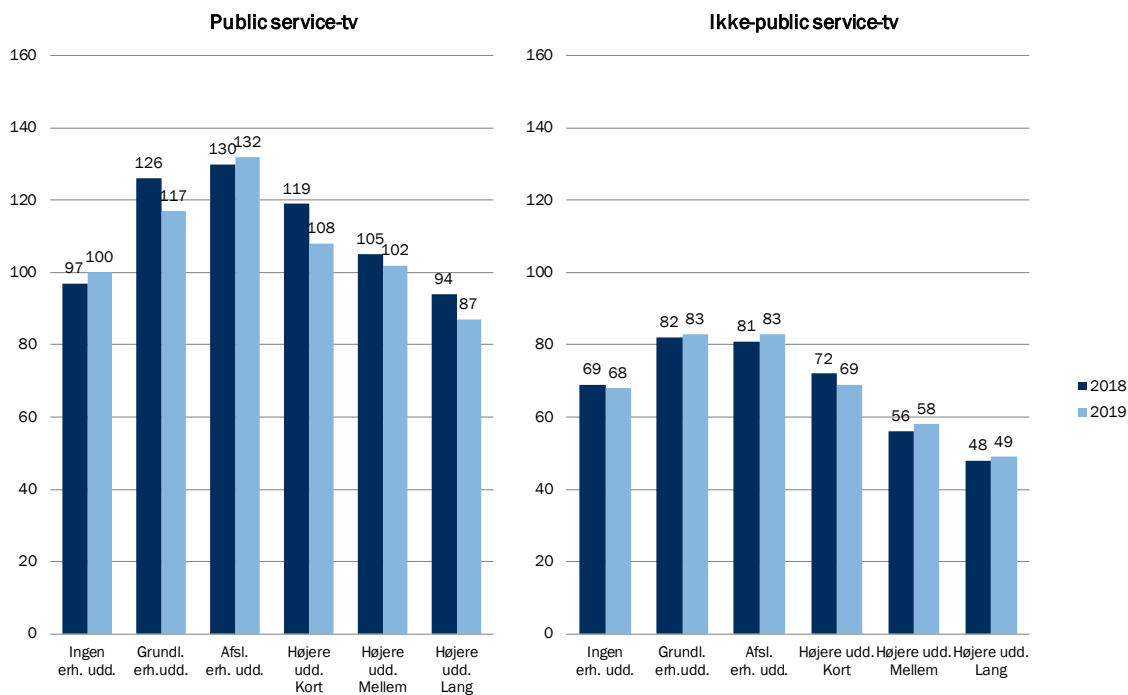
6.2.2 Uddannelse

Jo længere uddannelsesniveau (af dem, som har en uddannelse), jo mindre tid bruger man på at se tv. Det blev konstateret i afsnit 5.2.2 på side 17, og det gælder for både public service-tv og ikke-public service-tv, jf. Figur 21 nedenfor.

- Personer tilhørende uddannelsesgruppen "Grundlæggende erhvervsuddannelse" så eksempelvis public service-tv i 117 minutter dagligt og ikke-public service-tv i 83 minutter.
- Modsat så personer med en lang højere uddannelse "kun" public service-tv i 87 minutter dagligt og ikke-public service-tv i 49 minutter.

Udviklingen fra 2018 til 2019 er relativt forskelligartet de forskellige uddannelsesniveauer imellem. Mest markant er faldet til public service-tv-seningen hos personer med enten grundlæggende erhvervsuddannelse eller højere kort uddannelse, hvor seertiden er faldet med henholdsvis 9 minutter og 11 minutter. Udviklingen i seertid på ikke-public service-tv er mere stabil.

Figur 21: Seertid brugt på public service-tv og ikke-public service-tv opdelt efter uddannelsesniveau. 2018 og 2019.



Kilde: Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

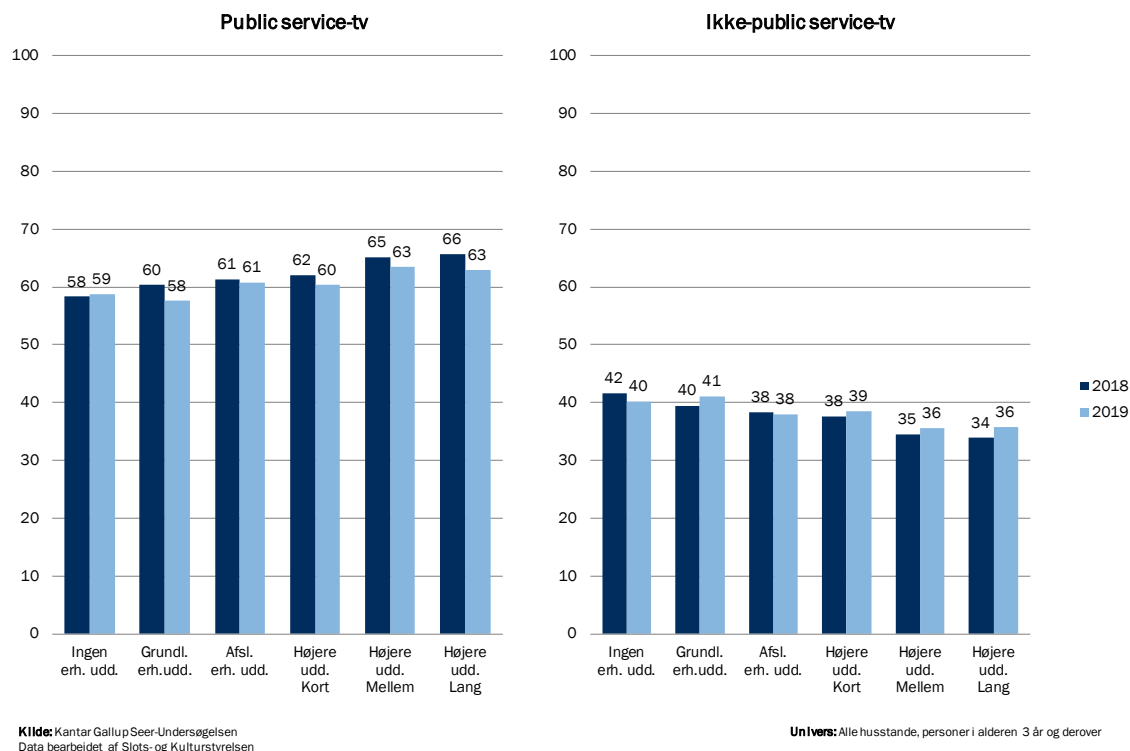
Univers: Alle husstande, personer i alderen 3 år og derover

Fælles for alle uddannelsesgrupper gælder det, at de bruger over halvdelen af deres seertid på public service-tv. Samtidig gælder det, at jo længere uddannelse, jo større andel udgør public service-tv af seertiden, jf. Figur 22 nedenfor.

- Personer med en lang højere uddannelse brugte 63 % af deres seertid på public service-tv (87 minutter) og 36 % på ikke-public service-tv (49 minutter), jf. Figur 21 og Figur 22.
- Personer tilhørende uddannelsesgruppen "Ingen erhvervsuddannelse" brugte 59 % af deres seertid på public service-tv (100 minutter) og 40 % på ikke-public service-tv (68 minutter), jf. Figur 21 og Figur 22.

Der er imidlertid tale om, at forskellen på fordelingen af seertiden mellem de forskellige uddannelsesniveauer er blevet mindre i 2019, end det var tilfældet i 2018.

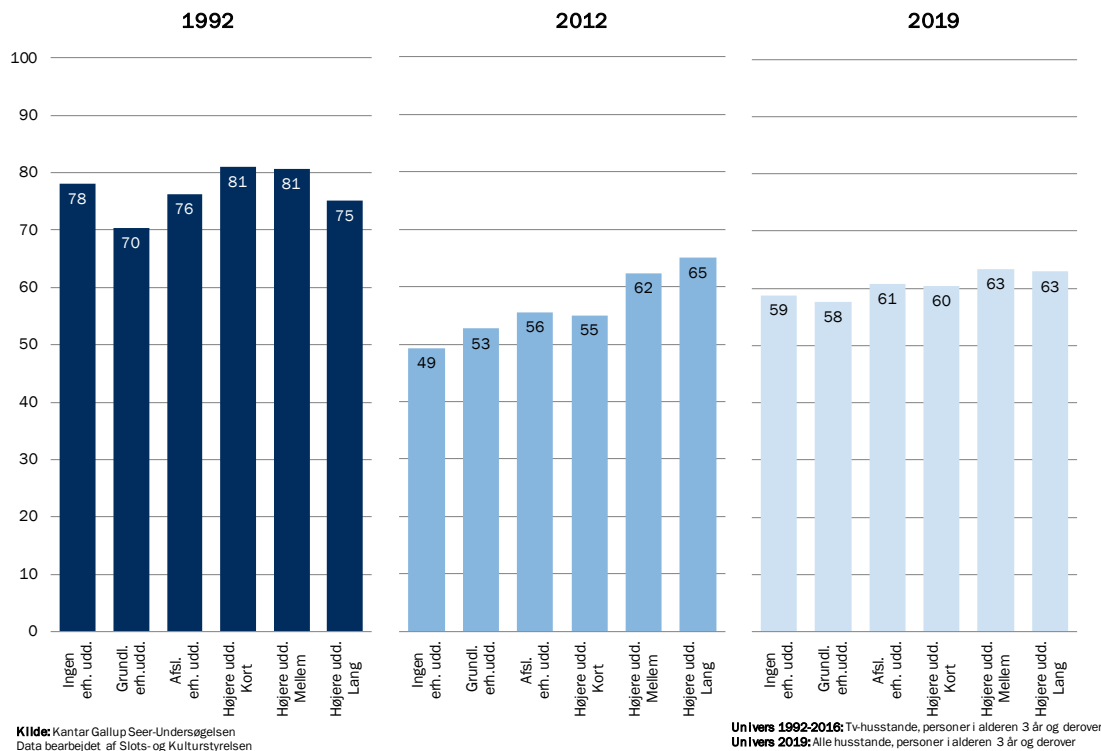
Figur 22: Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug opdelt efter uddannelsesniveau. 2018 og 2019.



Figur 23 nedenfor viser, hvordan de forskellige uddannelsesgrupper fordelte deres seertid mellem public-service-tv og ikke-public service-tv i hhv. 1992, 2012 og 2019.

- I 1992 brugte alle uddannelsesgrupper 70 % eller mere af deres samlede tv-sening på public service-tv.
- I takt med at ikke-public service-tv etablerede sig i tv-landskabet, flyttede en andel af tv-seningen fra public service-tv til ikke-public service-tv. Det kommer til udtryk i Figur 23 ved, at public service-tv generelt stod for en lavere andel af den samlede tv-sening i 2012 sammenlignet med 1992.
- Samtidig tog personer uden eller med kortere uddannelser hurtigere ikke-public service-tv til sig end de øvrige uddannelsesgrupper. Herved opnåede ikke-public service-tv en større andel af tv-seningen i disse uddannelsesgrupper, hvilket medførte, at forskellene uddannelsesgrupperne i mellem var mere udtalte i 2012 sammenlignet med 1992.
- De senere år er forskellen mellem uddannelsesgrupperne blevet en smule mindre udtalt (fra 2012 til 2019) ligesom niveauet af public service-tv generelt er højere. Det er blandt andet et resultat af, at public service-tv har vundet seerandele fra ikke-public service-tv på tværs af uddannelsesgrupperne.

Figur 23: Public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug opdelt efter uddannelsesniveau. 1992, 2012 og 2019.



Note: 2017 og frem er ikke direkte sammenligneligt med før 2017 grundet ændring af metode og univers i Seer-Undersøgelsen, jf. metodeafsnittet. Tallene før 2017 er opgjort som live + VOSDAL (Viewed On Same Day As Live), mens tallene for 2017 og frem er opgjort som live + VOSDAL + TS (Time Shifted).

6.3 Public service i Norden

På nordisk plan har public service-tv generelt en høj andel af tv-forbruget.

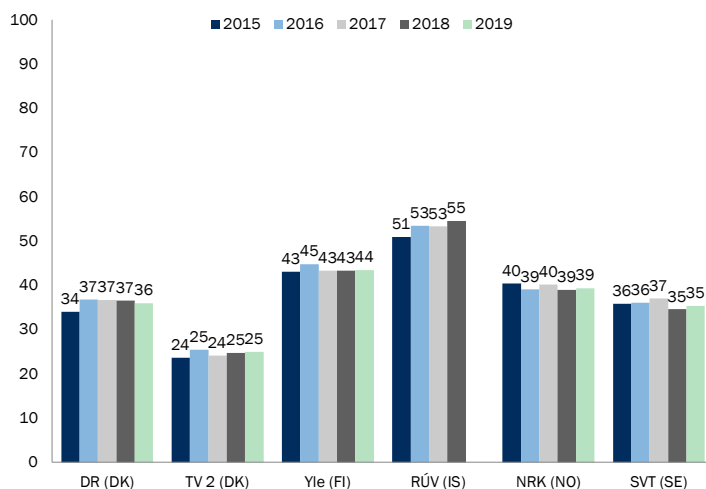
Af Figur 24 fremgår det, at de nordiske public service-stationers seerandele har været forholdsvis stabile over de senere år.

Fra 2018 til 2019 er der kun sket meget små forskydninger i public service-stationernes seerandele.

På tværs af de nordiske lande ligger stationerne dermed på niveau med sidste år.

Der mangler dog nye data fra Islands RÚV.

Figur 24: Public service-kanalernes seerandel (%) i Danmark, Norge, Sverige, Finland og Island. 2015-2019.



Kilde: Nordicom Mediestatistik, www.nordicom.gu.se/sv/statistik-fakta/mediestatistik

Tabel: Public service TV audience shares 2015-2020

Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Data: Se tabeldokumentation via www.nordicom.gu.se/sv/statistik-fakta/mediestatistik

Note: Af TV 2s kanaler er det alene hovedkanalen, der indgår. De øvrige TV 2-kanaler medregnes ikke, da de ikke er omfattet af public service-forpligtelser

7 STREAMING I DANMARK

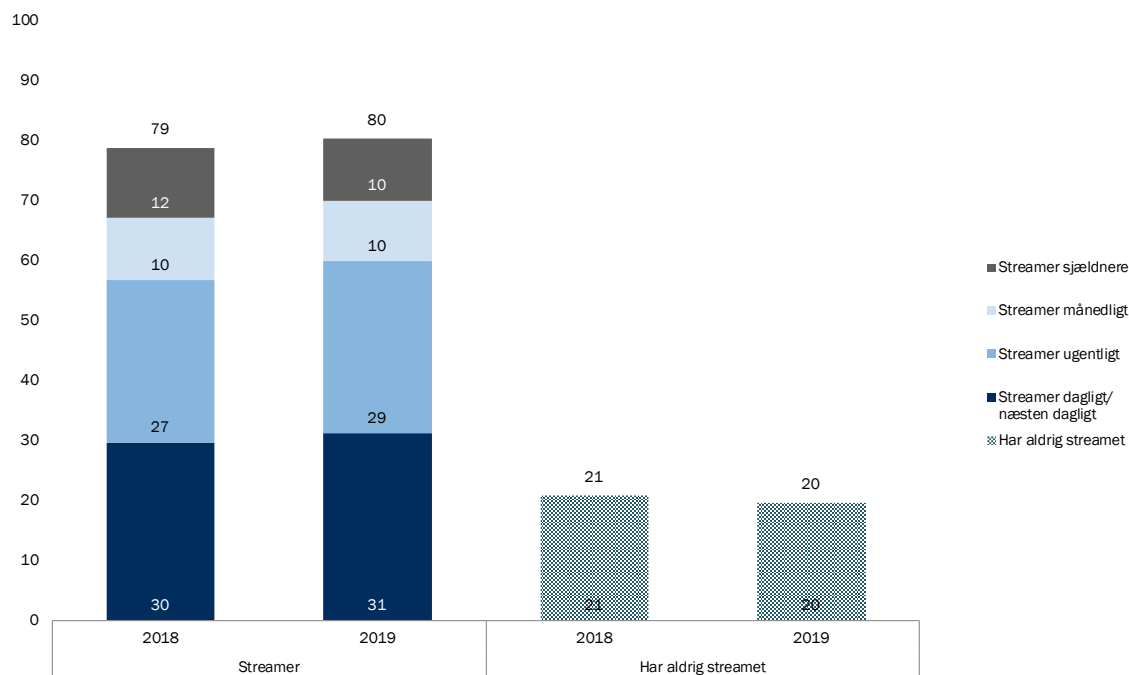
Udbuddet af streamingtjenester og videodelingsplatforme – både fra de danske udbydere af tv-kanaler og tv-pakker såvel som fra udenlandske aktører – er blevet større de senere år, og befolkningens brug er fulgt med.

Det store udbud, adgangen til høje internethastigheder samt besiddelsen af relevant digitalt udstyr udgør fundamentet for, at 60 % af danskerne (12 år og derover) streamede minimum ugentligt i 2019.

Når over halvdelen af danskerne streamer ugentligt, betyder det også, at den store nedgang i det traditionelle tv-forbrug, som er beskrevet i de foregående afsnit, bør ses i denne sammenhæng – forbruget på audiovisuelt indhold er ikke nødvendigvis dalende; men det flytter sig.

Den kontinuerlige udvikling fra år til år – herunder udviklingen fra 2018 til 2019 – er, at en større andel af danskerne har prøvet at streame; at de, der streamer, streamer oftere; og at en lidt mindre andel aldrig har prøvet at streame.

Figur 25: Andel af befolkningen, som streamer spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder. 2018 og 2019.



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsdatabase 2018 og 2019
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

I 2019 var det 80 % af befolkningen over 12 år, som havde prøvet at streame enten spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder. Denne andel har kun været stigende, siden streamingtjenesterne blev tilgængelige for danskerne.

Den andel af befolkningen, som *aldrig* har prøvet at streame, er tilsvarende faldet. Hvor andelen i 2016 var på 25 %, er den kontinuerligt faldet og ligger i 2019 på 20 %. En mindre andel har svaret *ved ikke*.

Ikke alene er det en større og større andel af befolkningen, der prøver at streame. Derudover gælder det dem, der streamer, at de tilsyneladende også gør det oftere og oftere. Således steg andelen, som streamer mindst ugentligt, fra 57 % i 2018 til 60 % i 2019. Denne stigning findes ikke blandt

dem, der streamer sjældnere end ugentligt. Faktisk er andelen, der streamer sjældnere end månedligt ligefrem reduceret:

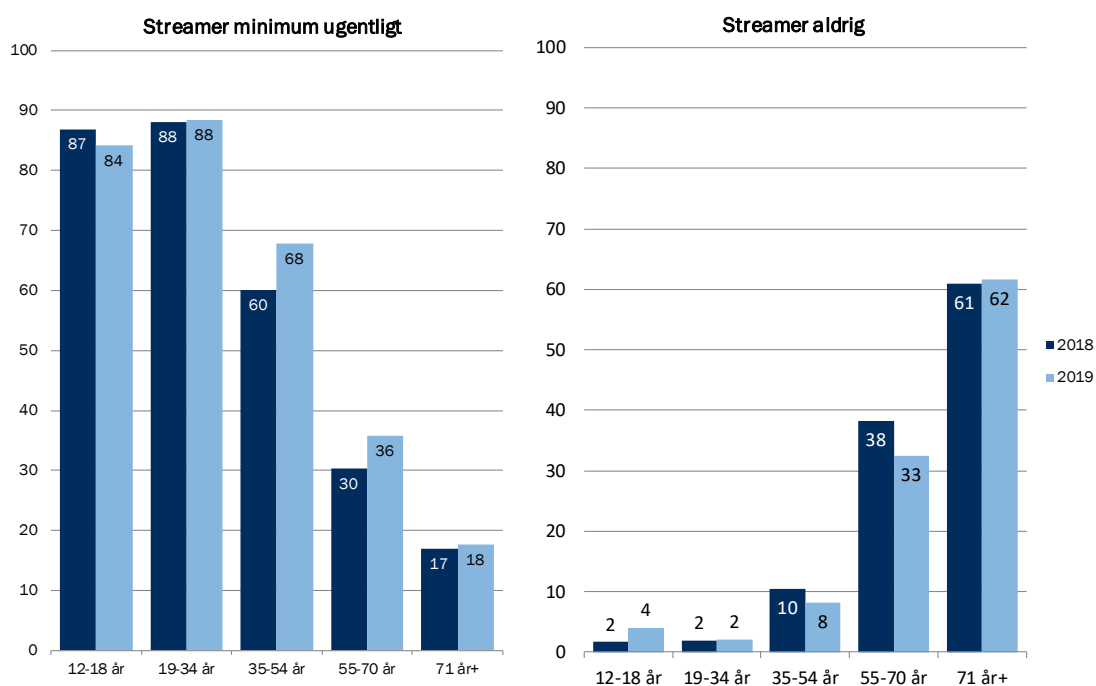
- Andelen, som streamer månedligt, er fortsat 10 % (samme niveau som i 2017 og 2018)
- Andelen, som streamer sjældnere end månedligt, faldt fra 12 % i 2018 til 10 % i 2019.

7.1 Alder

Ligesom for traditionelt tv er der også store forskelle i, hvor ofte de forskellige aldersgrupper streamer. Det ses tydeligt af Figur 26 nedenfor, som angiver, hvor stor en andel af de enkelte aldersgrupper, som hhv. streamer minimum ugentligt og aldrig streamer. Jo højere alder, jo mindre andel streamer minimum ugentligt, og jo højere andel har aldrig streamet.

På tværs af de fleste aldersgrupper gælder det til gengæld, at der fra 2018 til 2019 er flere, der streamer ugentligt, og færre, der aldrig har streamet. Undtagelsen for dette er overraskende nok de unge fra 12-18 år. I denne aldersgruppe er andelen faldet fra 87 % i 2018 til 84 % i 2019. Denne udvikling ses der nærmere på i det følgende.

Figur 26: Andel som streamer spillefilm, serie/programmer, live-tv eller nyheder (%) hhv. minimum ugentligt og aldrig opdelt efter alder. 2018 og 2019.

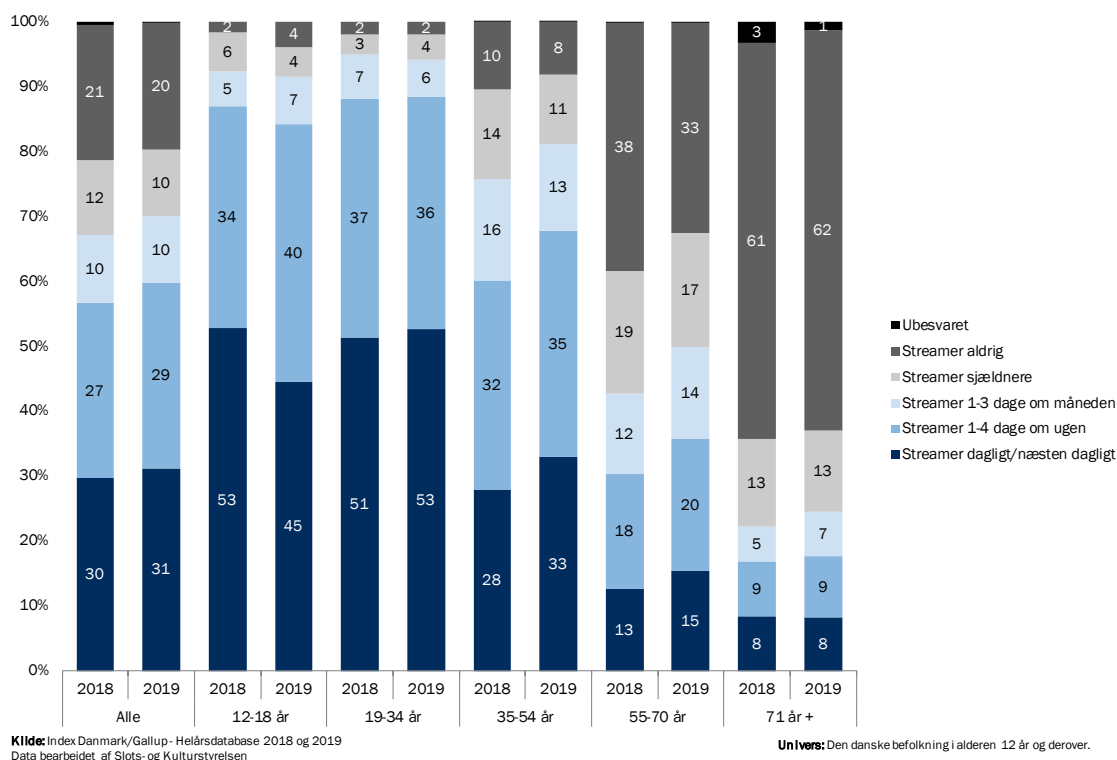


Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsdatabase 2018 og 2019
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

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

Figur 27 nedenfor viser udviklingen inden for de forskellige aldersgrupper på et mere detaljeret niveau.

Figur 27: Andel, som streamer spillefilm, serie/programmer, live-tv eller nyheder (%) opdelt efter alder. 2018 og 2019.



Udover, hvad der fremgik af Figur 26 ovenfor, kan følgende om udviklingen i de forskellige alderssegmenter konstateres:

- Det er alene blandt de **12-18-årige**, at andelen, der streamer mindst ugentligt, er faldet fra 2018 til 2019. Som det fremgår af figur 27, skyldes faldet, at andelen af aldersgruppen, der streamer dagligt eller næsten dagligt er faldet med 8 procentpoint. Det betyder, at en større andel af aldersgruppen ikke streamer så ofte i 2019, som det var tilfældet i 2018. Således streamer en større andel af aldersgruppen henholdsvis 1-4 dage om ugen eller 1-3 dage om måneden. Tilsvarende er der flere i aldersgruppen, der svarer, at de aldrig streamer. Faldet i andelen af aldersgruppen, der streamer dagligt/næsten dagligt, er et resultat af, at færre 12-18-årige streamer serier/programmer, mens der til gengæld er en større andel, der streamer henholdsvis spillefilm, live-tv og nyheder.
- De **19-34-årige** er i 2019 den aldersgruppe, hvor den største andel streamer dagligt eller næsten dagligt (53 %).
- Blandt de **35-54-årige** er der i 2019 en større andel, som streamer dagligt (33 % i 2019 mod 28 % i 2018) og 1-4 dage om ugen (35 % i 2019 mod 32 % i 2018). Her er der altså flere, som streamer, og som streamer oftere.
- For de **55-70-årige** er der også fremgang i andelen, som streamer dagligt (fra 13 % til 15 %). Andelen, der streamer ugentligt eller månedligt, er tilsvarende steget (fra 18 % til 20 %). Også her er der altså flere, som streamer, og som streamer oftere.
- Blandt de ældste – fra **71 år og ældre** – er niveauet i 2019 meget lig niveauet for både 2017 og 2018.

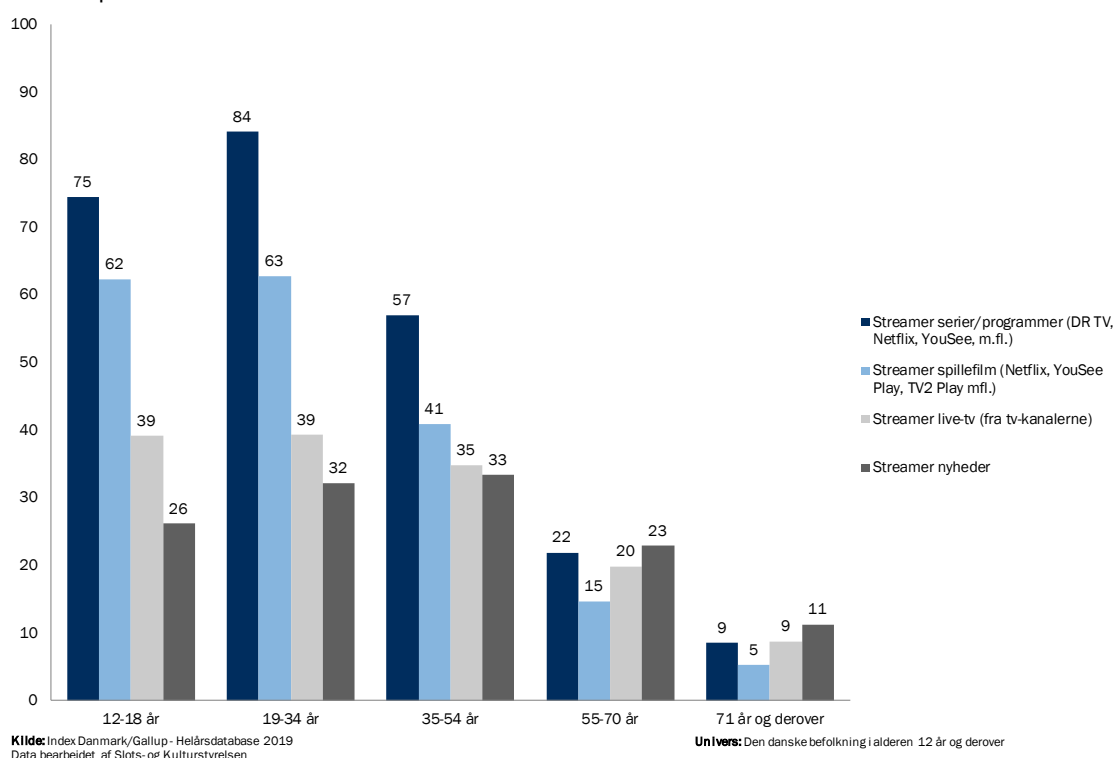
7.2 Indhold

Der er ikke kun store forskelle i, hvor *ofte* de forskellige aldersgrupper streamer, der er også store forskelle i, hvilken *type indhold* der streames.

- I befolkningen **under 55 år** gælder det generelt, at serier/programmer på DRTV, Netflix, YouSee, m.fl. er det, der streames hyppigst. Blandt de **12-18-årige** og de **19-34-årige** er det over 3 ud af 4, som streamer serier/programmer minimum ugentligt, mens det blandt de **35-54-årige** er godt halvdelen. Dernæst kommer spillefilm på Netflix, YouSee Tv & Film, TV 2 Play m. fl., så live-tv fra tv-kanalerne og til sidst nyheder.
- Hos befolkningen **over 55 år** er det nyheder, som streames af flest ugentligt. Dernæst kommer serier/programmer, efterfulgt af live-tv og slutteligt spillefilm. Niveauerne er dog markant lavere end for befolkningen under 55 år.

Når de yngre streamer, er det således i højere grad fiktion, der streames, og når de ældre streamer – hvilket en langt mindre andel gør – er det i højere grad nyheder, der streames.

Figur 28: Andel af befolkningen, som ugentligt streamer spillefilm, serie/programmer, live-tv eller nyheder (%) opdelt efter alder. 2019.



7.3 Korte videoklip

En stor og – for de fleste aldersgrupper også – stigende andel af befolkningen streamer også korte videoklip, eksempelvis på videodelingstjenester som YouTube og Vimeo eller på sociale medier som Facebook. Men også på dette område falder andelen af de højfrekvente brugere blandt den yngste målgruppe på 12-18 år betragteligt.

Overordnet set går det samme mønster igen, som gjaldt for streaming af spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder: Jo yngre aldersgrupper, jo større er andelen, som streamer korte videoklip, jf. Figur 29 nedenfor.

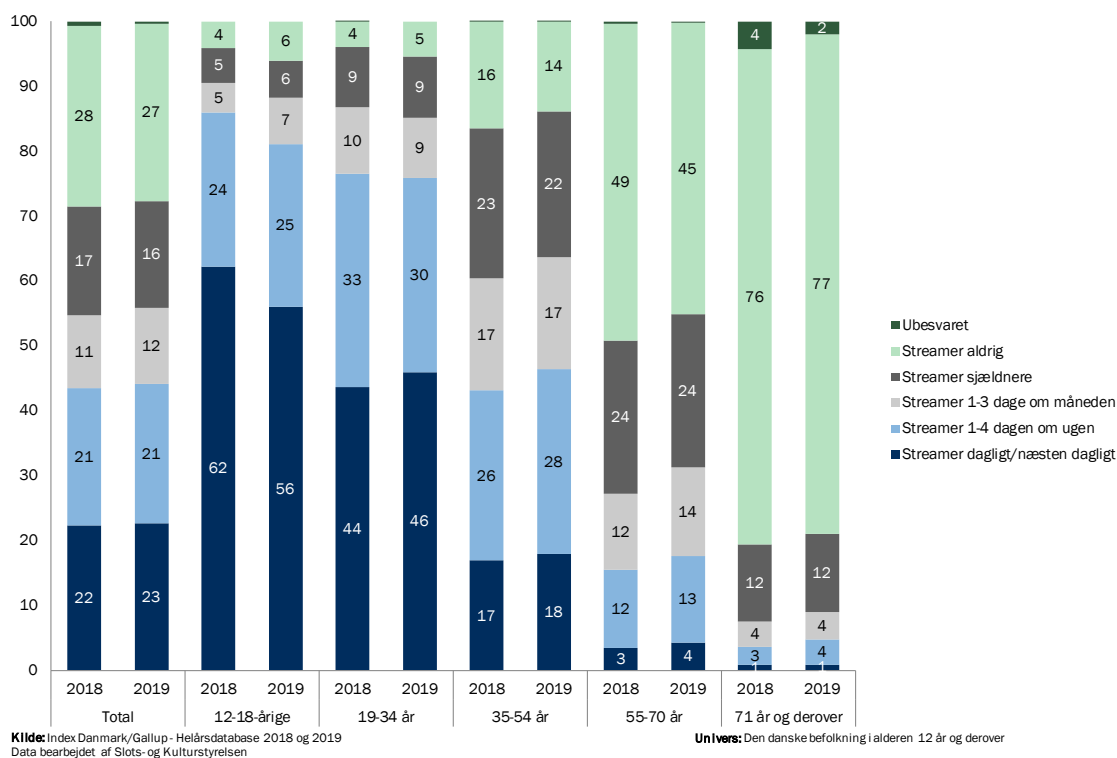
I modsætning til streaming af spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder – som i høj grad er produceret af den audiovisuelle branches traditionelle aktører – er korte videoklip på videodelingstjenester og sociale medier i højere grad en sammenblanding af audiovisuelt indhold produceret af mediebranchen, af virksomheder uden for mediebranchen og ikke mindst af brugerne selv, herunder af de såkaldte influencere. Influencere er en grundsten i markedsføringsdisciplinen "influencer marketing", som dækker over, at virksomheder gør brug af enkeltpersoners – dvs. influencers

- rækkevidde og evne til at nå et publikum med virksomhedens budskab ofte via videodelingsplatforme og sociale medier. [Læs i øvrigt mere om stigningen i influencer-virksomhedernes omsætning i nyhedsbrevet "Influencer-bureauer"](#).

I 2019 er det 56 % af de 12-18-årige og 46 % af de 19-35-årige, som streamer korte videoklip dagligt eller næsten dagligt. Til sammenligning er andelen blandt de 35-54-årige 18 %. Niveaulet blandt de 55-71-årige og i befolkningen fra 71 år og derover er niveauerne markant lavere, hhv. 4 % og 1 % ugentligt.

Når det drejer sig om korte videoklip på eksempelvis YouTube eller Vimeo, er den store forskel altså ikke mellem dem over eller under 55 år – som vi så det for streaming af spillefilm, serie/programmer, live-tv eller nyheder – men mellem dem over og under 35 år.

Figur 29: Andel, som streamer korte videoklip (%) opdelt efter alder og hyppighed. 2018 og 2019.



8 METODE

Kapitlet om tv er som udgangspunkt baseret på den officielle, brancheanerkendte måling af tv-seningen i Danmark – Kantar Gallups Seer-Undersøgelse (inklusive Establishment Survey-resultater). Dertil suppleres med tal fra bl.a. Danmarks Statistiks registre. I afsnittet om streaming suppleres endvidere med tal fra Index Danmark/Gallup.

8.1 Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen

Kantar Gallup Seer-Undersøgelsen er den overordnede betegnelse for det system, der bruges til at indsamle og analysere kvantitative seerdata i Danmark. Systemet blev indført i 1992 og har hele tiden været drevet af analyseinstituttet Kantar Gallup, der også står for Kantar Gallup/Radio-Meter og målingen af forbruget af trykte medier i Index Danmark/Gallup.

Det er tv-stationerne Danmarks Radio, TV 2/DANMARK, Nordic Entertainment Group (NENT), Discovery Networks Denmark, Turner Broadcasting System, The Walt Disney Company Nordic, FOX Network Group og Viacom International Media Networks der er parterne bag målingen af daglige seertal.

Tv-sening foregår på mange forskellige enheder i dag og gennem forskellige distributionsformer. Dette skaber udfordringer i forhold til målingen, fordi det traditionelle TV-Meter fastgjort til et tv-apparat ikke længere er tilstrækkeligt til at måle al tv-sening.

Parterne bag Seer-Undersøgelsen har sammen med Kantar Gallup derfor valgt at udvide målingen til at inkludere nye indsamlingsmetoder for online sening af tv-indhold. De nye datakilder består af to digitale paneler, Det Digitale Seerpanel og Webprofil-panelet, samt Census Data. Samtidig med at Seer-Undersøgelsen introducerer nye måder at gøre tingene på, fastholder den det hidtidige tv-panel til måling af traditionel tv-sening.

De fire datakilder, der udgør Seer-Undersøgelsen, fusioneres dagligt, så seertallene bliver rapporteret så præcist som muligt. Tilføjelsen af de digitale paneler betyder også, at universet rummer husstande og personer uden tv-apparater.

På baggrund af informationer fra de forskellige datakilder kan Kantar Gallup beregne antallet af seere til de enkelte programmer og reklamer. Systemet kan registrere, hvilken kanal den pågældende ser, og hvor længe det foregår, sekund for sekund. Kantar Gallup Seer-undersøgelsen kan også registrere tidsforskudt sening af programmer fra f.eks. video- eller harddiskoptagere, såfremt dette er kodet indhold.

Samlet betyder det, at undersøgelsen omfatter indhold sendt af de broadcastere, som indgår i Seer-Undersøgelsen, uagtet om det bliver sendt via traditionelt tv, via broadcasternes egne on-demand tjenester eller via tv-distributørernes tv-arkiv-funktioner. Seer-Undersøgelsen omfatter ikke sening af programmer på streamingtjenester som f.eks. Netflix, HBO eller YouTube.

I Seer-undersøgelsen indgår der data fra:

1. Basispanelet

Basispanelet består af 1.200 husstande svarende til 2.600 personer og måler den traditionelle tv-sening, der sker på tv-apparater og Smart TV. Dette panel er ryggraden i Seer-Undersøgelsen, da online-seningen bliver fusioneret med seningen i Basispanelet. Udvælgelsen og vedligeholdelse af Basispanelet følger internationale standarder for "guldstandard-paneler" og er derved repræsentativt for hele Danmarks befolkning både i forhold til geografi, alder, køn, men også hvad angår husstandenes sammensætning, tv-udstyr og kanalsammensætning.

Den reelle viden om danskernes tv-udstyr og tv-modtagelse på kanalplan kortlægges gennem en større, fortløbende interviewundersøgelse kaldet "Establishment Survey", som Kantar Gallup udfører. I alt gennemføres 10.000 telefoninterviews i løbet af et år. Establishment Survey fungerer som

rekrutteringskilde for Basispanelet, idet panelet udvælges herfra ved hjælp af stratificeret udvælgelse. Det vil sige, at der udvælges på en sådan måde, at panelet inden for forskellige befolkningsgrupper matcher Establishment Survey eller andre kendte befolkningsdata som eksempelvis Danmarks Statistik.

En husstand kan maksimalt være med i panelet i seks år, hvilket gør det muligt løbende at justere panelets demografiske sammensætning i forhold til at skulle repræsentere alle danskere.

Paneldeltagere på 12 år+ udfylder endvidere et spørgeskema årligt.

Alle fjernsyn i de udvalgte husstande er udstyret med måleudstyr, der registrerer hvilke kanaler og programmer, der kigges på. Der er desuden tilknyttet en fjernbetjening til hvert tv-apparat, hvor hver person i husstanden har en knap. Denne fjernbetjening benyttes af husstandens personer, når fjernsynet tændes, og når personerne går til og fra fjernsynet.

Også gæsters sening registreres, idet gæster skal indtastes på en særlig knap og angive køn og alder. Udstyret registrerer selv, når der skiftes kanal ved hjælp af Audio Encoding, hvor en unik kode med tidsstempel og kanalkode er lagt ind i lyden. På den måde kan det registreres nøjagtigt, hvor længe og på hvilken kanal den enkelte ser tv. Der foretages jævnlige kontroller fra Kantar Gallup for at holde øje med, at husstandens medlemmer følger anvisningerne om at trykke sig ind, når de ser fjernsyn og trykke sig ud, når de f.eks. forlader rummet.

Døgnets data indsendes hver nat automatisk til Kantar Gallup, hvor data sammenkøres med informationer fra tv-stationerne vedr. de udsendte programmer, reklamer, trailers m.m. som f.eks. titel, udsendelsestidspunkt, oprindelsesland samt blandt andet en elementær genreinddeling o. lign.). Data kan efterfølgende benyttes med oplysninger om køn, alder, medieforbrug m.v. som stammer fra spørgeskemaet, der udfyldes årligt af alle paneldeltagere.

2. Digitalt Seerpanel

Dette panel består af mindst 1.000 personer og måler al deres sening af tv-indhold på PC/laptop, tablets og smartphones. Deltagerne i panelet bliver løbende rekrutteret og panelet vedligeholdt med samme høje standard som Basispanelet. Det betyder, at panelet er repræsentativt for Danmarks online befolkning.

3. Webprofil Panel

Dette panel består af over 25.000 personer og er en cookiebaseret måling – den anvender førsteparts-cookies, som er stærke i forhold til identifikation af brugeren. Her registreres brugernes adfærd i forbindelse med online forbrug af tv-indhold.

4. Censusdata

Ordet "Census" bruges typisk i forbindelse med en totaltælling, f.eks. af en hel befolkning. Her bruger vi ordet i forbindelse med en totaloptælling af alt indhold, der er tagget. "Tagging" er et udtryk for at seningen kan identificeres korrekt og kan sammenlignes med et klistermærke, der bliver sat på den digitale fil. Totaloptællingen sker på enhedsniveau, dvs. til forskel fra det Digitale Seerpanel og Webprofil Panelet er det en ren trafikmåling. Censusdata er den fjerde og sidste kilde, der bruges i Seer-Undersøgelsen for at måle forbruget af tv-indhold set online.

Seertallene bliver skabt ved en datafusion, hvor sening fra de tre digitale online-kilder bliver "limet" oven på den traditionelle tv-sening. Datafusionen i Seer-Undersøgelsen bliver gjort ved hjælp af en statistisk anerkendt "donor" og "modtager" matching-metode, som også anvendes i andre seertalsundersøgelser internationalt.

8.1.1 Udvikling af målingen og universet

Målingen omfatter udelukkende programmer sendt af de broadcastere, som indgår i Seer-Undersøgelsen og ikke sening af streamingtjenester som f.eks. Netflix, HBO eller YouTube.

Seer-Undersøgelsen har i 2017 undergået en navneforandring fra Tv-Meter til Seer-Undersøgelsen. Navneforandringen afspejler en større metodeopdatering, som blandt andet indebærer overgang fra at være en single-source-måling til en multisource-måling, beskrevet ovenfor.

Metodeopdateringen giver en mere præcis måling af tv-sening på tværs af platforme (tv, mobil, tablet og PC) og distributionskanal (traditionelt flow-tv, tv-kanalernes egne apps, og tv-distributørernes catch-up-tjenester).

Med udgangspunkt i opdateringen er branchen blevet enige om, at justere definitionen af de officielle seertal:

- Før metodeopdateringen omfattede de brancheanerkendte seertal henholdsvis live-tv og tidsforskudt sening set inden for samme døgn – ofte skrevet som "LIVE+VOSDAL" (Live+Viewed On Same Day As Live).
- Efter metodeopdateringen omfatter de brancheanerkendte seertal nu "LIVE+VOSDAL" som den hidtidige definition tillagt tidsforskudt sening i op til syv dage efter første udsendelse (TIMESHIFTED).

Målingen er også blevet justeret tidligere:

- Fra 1992 til december 2013 omfattede undersøgelsen alene traditionelt broadcast-tv. Fra og med 1. december 2013 blev målingen udvidet til også at omfatte tv-sening på computere.

Samlet set betyder dette, at:

- 1992-2013: Målingerne indeholdt kun "traditionelt" lineært (flow-)tv set live via et klassisk tv-apparat (LIVE).
- 2014-2016: Målingerne inkluderer både lineært (flow-) tv set via et klassisk tv-apparat og via computer og indeholder både tv set "live" og set "samme dag som live" (LIVE+VOSDAL).
- 2017 og frem: Målingerne inkluderer al tv-sening af broadcasternes programmer i op til 7 dage fra udsendelsestidspunktet på tværs af platforme (tv, mobil, tablet og PC) og distributionskanaler, som beskrevet ovenfor (LIVE+VOSDAL+TIMESHIFTED).

Ud over ændringen i definitionen af de officielle seertal, omfatter metodeopdateringen også en ændring af undersøgelsens univers:

- Før 2017 bestod universet af tv-husstande, det vil sige husstande, der havde et tv tilsluttet en antenne.
- Fra og med 2017 omfatter undersøgelsen alle husstande, det vil sige husstande både med og uden et tv-apparat med antennenetilslutning i husstanden.

Ændringen er blandt andet udløst af, at en voksende andel af danskerne ikke har et tv tilsluttet en antenne. Konkret er universet steget fra 5.176.000 (alle personer 3 år eller ældre i tv-husstande) til ca. 5.540.000 (alle personer 3 år eller ældre i alle husstande).

Ændringerne i metode og univers påvirker de nøgletal, som beregnes med udgangspunkt i universet. På den ene side indgår mere sening i de officielle seertal (tidsforskudt sening i op til syv dage efter første udsendelse), men modsat skal tv-seningen fordeles over en større population. Sammenligninger på tværs af metodeændringen mellem 2016 og 2017 skal derfor ske med forsigtighed.

De ugentlige seertal kan ses i Kantar Gallups pressemeddelelser med seertal <http://tvm.gallup.dk/tvm/pm/>.

Det er vigtigt at have for øje, at den måde, hvorpå mediebrugen registreres, har betydning for de målinger og analyser, som systemet tilbyder.

Kilde: Kantar Gallup

8.1.2 Public service-tv

Public service-tv omfatter alle DR's kanaler, TV 2's moderkanal (men ikke de TV 2-kanaler, der ligger under Ikke-public service-tv, da disse ikke har nogen public service-forpligtelser) og de regionale TV 2-stationers 24-timers kanaler.

Nedenfor ses en oversigt over de kanaler, der indgår i de to mediegrupper:

Kanalgruppe	Medier i gruppen
Public service-kanaler	DR1, DR2, DR3, DR K, DR Ramasjang, DR Ultra, DR Update, TV 2, TV 2-regionerne
Ikke-public service-kanaler	TV 2 SPORT, TV 2 CHARLIE, TV 2 FILM, TV 2 FRI, TV 2 NEWS, TV 2 ZULU, 6'eren, 7'eren, Investigation Discovery, Animal Planet, Boomerang, Canal 8 Sport, Canal 9, Cartoon Network, Discovery Channel, Discovery HD Showcase, Discovery Science, Discovery Travel and Living, Discovery World, Disney, Disney Junior, Disney XD, DK4, Eurosport 2, Eurosport 1, Eurosport Scandinavia, Kanal 4, Kanal 5, Kanal Hovedstaden, Kanal København, Kanal Sport, MTV, NGC Danmark, NGC Skandinavien, NatGeo People, Nick Jr., Nickelodeon Danmark, NickelodeonSCAN, Sportn Norge, TCM, TLC Danmark, TNT, TV2 Film Norge, TV2 Norge, TV2 Nyhetskanalen Norge, TV 2 Zebra Norge, TV3, TV3 PULS, TV 3Sport 1, TV3 Sport 2, TV3+, VH-1 Danmark, VH-1 Europe, Viasat 4 Norge, BBC Entertainment, BBC Knowledge, BBC Lifestyle, Comedy Central, Folketings-TV

8.2 Index Danmark/Gallup

Index Danmark/Gallup er en spørgeskemaundersøgelse, der gennemføres af Kantar Gallup for de trykte medier og reklamebranchen. Der undersøges målgrupper og forbrugsmønstre inden for de trykte medier samt i en vis udstrækning også oplysninger om anden mediebrug, herunder internet, radio og tv.

Herudover indeholder Index Danmark/Gallup også information om danskernes forbrug, adfærd, indkøb, kendskab og loyalitet overfor langvarige eller kortvarige produkter/mærker samt Kantar Gallups segmenteringsværktøj, Gallup Kompas.

Index Danmark/Gallup blev i sin nuværende form etableret i 1995. Index Danmark/Gallup måler på alle danskere fra 12 år og opefter. Index Danmark/Gallup indeholder blandt andet informationer om læsertal for aviser og andre trykte medier. Hertil desuden tal for respondenternes egen vurdering af tidsforbrug på internettet samt søgevaner og brugen af e-handel og IT generelt, herunder også brugen af streamingtjenester.

Index Danmark/Gallup bygger på ca. 24.000 interviews årligt gennemført enten på et webbaseret eller postalt skema. I sammensætningen af Index Danmark/Gallup-universet tilstræbes en meget høj grad af repræsentativitet. Før interviewene inddeles Danmark i geografiske strata, som svarer til en andel af den danske befolkning. Efter interviewene vejes de indsamlede data på geografi, køn, alder og antal personer i husstanden, så interviewene er repræsentative for den danske befolkning.

9 BRUG AF DATA OG RESULTATER

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

Ved enhver brug af data skal originalkilden (f. eks. Index Danmark/Gallup (og base), Danmarks Statistik (og tabel) el. lign.) samt Slots- og Kulturstyrelsen, "Rapportering om mediernes udvikling 2020" oplyses. Videre salg eller anden kommerciel udnyttelse/anvendelse af data er ikke tilladt i nogen form.

10 FIGURFORTEGNELSE

Figur 1: Ugentlig dækning af traditionelt tv (live) samt streaming af spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder minimum ugentligt, befolkningen i alderen 12 år og derover, 2003-2019.....	8
Figur 2: Andel af husstande (%) opdelt efter antal tilsluttede tv-apparater. 2001-2019.....	11
Figur 3: Andel af livsfase-segment (%) uden minimum ét tilsluttet tv. 2018 og 2019.....	12
Figur 4: Gennemsnitligt dagligt tv-forbrug i minutter. 1992-2019.....	13
Figur 5: Gennemsnitlig dækning (%) fordelt på frekvens. 1992-2019.....	14
Figur 6: Gennemsnitligt dagligt tv-forbrug i minutter fordelt på alder. 2019.....	15
Figur 7: Gennemsnitligt dagligt tv-forbrug i minutter efter alder. 1992-2019.....	16
Figur 8: Daglig, ugentlig og månedlig dækning (%) i befolkningen fordelt på alder. 2019.....	17
Figur 9: Gennemsnitligt dagligt tv-forbrug i minutter efter uddannelse. 2018 og 2019.....	18
Figur 10: Gennemsnitlig seer-flow i tusinde efter tidspunkt på døgnet, mandag til fredag. 2018 og 2019.....	19
Figur 11: De mest sete kanaler opgjort efter seerandel (%). 2019.....	20
Figur 12: Topliste – de 10 mest sete kanaler opdelt efter alder baseret på seerandel (%). 2019.....	21
Figur 13: Kanalfamiliernes seerandel (%). 2018 og 2019.....	22
Figur 14: Seerandel for dansk public service-tv og ikke-public service-tv (%). 1992-2019.....	23
Figur 15: Gennemsnitlig daglig seertid for dansk public service-tv og ikke-public service-tv (%). 1992-2019.....	24
Figur 16: Public service-kanalernes seerandel (%). 1992-2019.....	25
Figur 17: De regionale TV 2-stationers seerandel (%) – 19.30-udsendelsen. 2012-2019.....	26
Figur 18: Seertid brugt på public service-tv og ikke-public service-tv opdelt efter alder. 2018 og 2019.....	27
Figur 19: Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug opdelt efter alder. 2018 og 2019.....	28
Figur 20: Public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug opdelt efter alder. 1992, 2012 og 2019.....	29
Figur 21: Seertid brugt på public service-tv og ikke-public service-tv opdelt efter uddannelsesniveau. 2018 og 2019.....	30
Figur 22: Public service-tv og ikke-public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug opdelt efter uddannelsesniveau. 2018 og 2019.....	31
Figur 23: Public service-tv's andel af det samlede tv-forbrug opdelt efter uddannelsesniveau. 1992, 2012 og 2019.....	32
Figur 24: Public service-kanalernes seerandel (%) i Danmark, Norge, Sverige, Finland og Island. 2015-2019.....	32
Figur 25: Andel af befolkningen, som streamer spillefilm, serier/programmer, live-tv eller nyheder. 2018 og 2019.....	33
Figur 26: Andel som streamer spillefilm, serie/programmer, live-tv eller nyheder (%) hhv. minimum ugentligt og aldrig opdelt efter alder. 2018 og 2019.....	34
Figur 27: Andel, som streamer spillefilm, serie/programmer, live-tv eller nyheder (%) opdelt efter alder. 2018 og 2019.....	35
Figur 28: Andel af befolkningen, som ugentligt streamer spillefilm, serie/programmer, live-tv eller nyheder (%) opdelt efter alder. 2019.....	36
Figur 29: Andel, som streamer korte videoklip (%) opdelt efter alder og hyppighed. 2018 og 2019.....	37

11 TABELFORTEGNELSE

Tabel 1: Samlet seerandel for aldersgruppernes Top 10-tv-kanaler, for "andre kanaler" samt antal kanaler med minimum 1 % seerandel i aldersgruppen. 2019.....21