



MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

INTERNETBRUG OG SOCIALE MEDIER 2021

HOVEDRESULTATER OG KONKLUSIONER



1 INTRODUKTION

Rapporten om internetbrug og sociale medier er struktureret på følgende måde:

- Hovedresultater og konklusion
- Adgang til internettet
- Besiddelse af enheder
- Befolkningens brug af internettet
- Sociale medier
- Nyhedsbrug på internettet
- Holdning til moderne teknologi og internettet
- Metode
- Brug af data og resultater

I det følgende ser vi nærmere på en række forhold og overordnede udviklingstendenser i forhold til brugen af internet og enheder. Kapitlets fokus er på 2020 samt udviklingen over tid. Hvor det er relevant, ses på forholdene i relation til blandt andet befolkningens alder og køn.

Tabeller og figurer er som udgangspunkt baseret på data fra Kantar Gallup (Index Danmark/Gallup, Social Media Life eller Digital Life), Energistyrelsen (Bredbåndskortlægning, Telestatistik) eller Danmarks Statistik (Familiernes besiddelse af elektronik i hjemmet) og bearbejdet af Kulturministeriet. Oprindelsen af data vil fremgå af kildehenvisningen på den enkelte figur og tabel.

Bemærk, at universet for tabeller, figurer og analyser skifter i løbet af rapporten. Universet, der f.eks. kan være "Den danske befolkning", "Internetbrugere" el.lign., vil fremgå af de respektive tabeller og figurer.

Bemærk endvidere, at aldersgrupper og aldersspænd kan variere i de forskellige figurer og tabeller. Aldersspændet kan f.eks. være 12 år og derover eller 15-75 år afhængigt af de data, der har været tilgængelige – også på tværs af perioder/i tidsserier.

De data, der stammer fra Kantar Gallups Life-undersøgelser, er indsamlet via internettet og omfatter dermed kun den del af den danske befolkning, der har adgang til internettet. I 2020 vurderes det af Kantar Gallup, at ca. 97 % af befolkningen i aldersgruppen 12 år og derover, der har adgang til internettet i hjemmet¹, og derfor omtales målgruppen som "den danske befolkning".

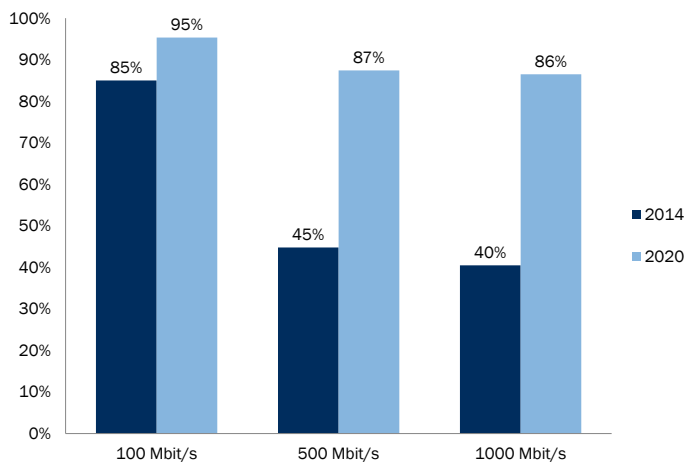
I rapportens kapitel om sociale medier indgår YouTube på linje med de øvrige sociale medier. YouTube kan dog siges at ligge i spændingsfeltet mellem på den ene side at være en streamingtjeneste og på den anden side et socialt medie. Af den grund behandles YouTube i nogle rapporter som en streamingtjeneste og i andre som et socialt medie. YouTube indgår i denne rapport som et socialt medie.

¹Tallene for adgang til og brug af internettet i 2020 baseret på datakørsler i Index Danmark/Gallup vurderes af Kantar Gallup at være en smule overvurderede. Det skyldes en metodeomlægning i dataindsamlingen, der fra og med 1. juli 2019 alene er internetbaseret. Datakørslerne viser en andel på 99 %, men Kantar Gallup vurderer, at det er cirka 97 %, der har adgang til internettet. Læs mere om dette i metodekapitlets 9.3.1 Index Danmark/Gallup

2 HOVEDRESULTATER OG KONKLUSION

Bredbåndsdækningen i Danmark er høj – også for de meget høje downloadhastigheder

Udvikling i dækningen*) med bredbånd for boliger fra 2014 til 2020 i Danmark (downloadhastigheder), %



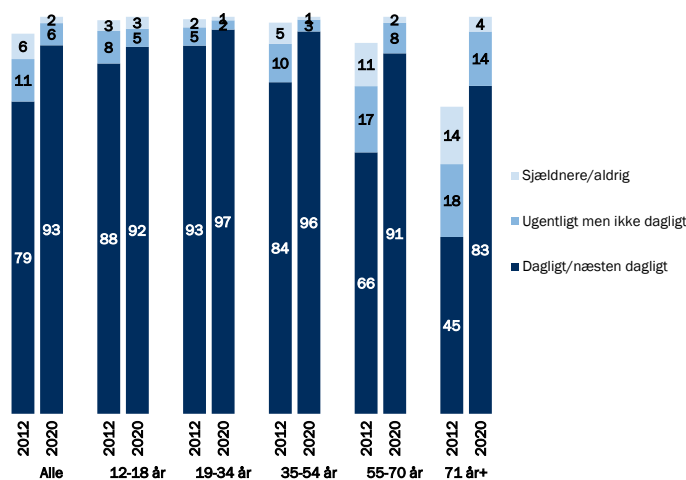
Kilde: Energistyrelsen - Tal på teleområdet - Bredbåndskortlægning - Tal for boliger
Data bearbejdet af Kulturministeriet

*) Bredbåndsdækningen opgøres af Energistyrelsen på baggrund af teleoperatørernes indberetninger af hastigheder, som de forventer, infrastrukturen reelt kan understøtte. De teknisk mulige hastigheder er de hastigheder, teleoperatørerne kan udbyde, såfremt de ønsker det

- 95 % af landets boliger har i 2020 adgang til bredbånd med en downloadhastighed på 100 Mbit/s. Det er en stigning fra 85 % i 2014.
- For de højere hastigheder har udviklingen været endnu mere markant i perioden fra 2014 til 2020:
 - 87 % af landets boliger har adgang til bredbåndshastigheder på 500 Mbit/s (download) i 2020. Det er en stigning på 42 procentpoint fra 45 % i 2014.
 - 86 % af landets boliger har adgang til bredbåndshastigheder på 1.000 Mbit/s. Det er en stigning på 46 procentpoint fra 40 % i 2014.

Næsten alle med adgang til internettet i hjemmet bruger det dagligt eller næsten dagligt

Udvikling fra 2012 til 2020 i hvor ofte forskellige aldersgrupper med adgang til internettet benytter internettet



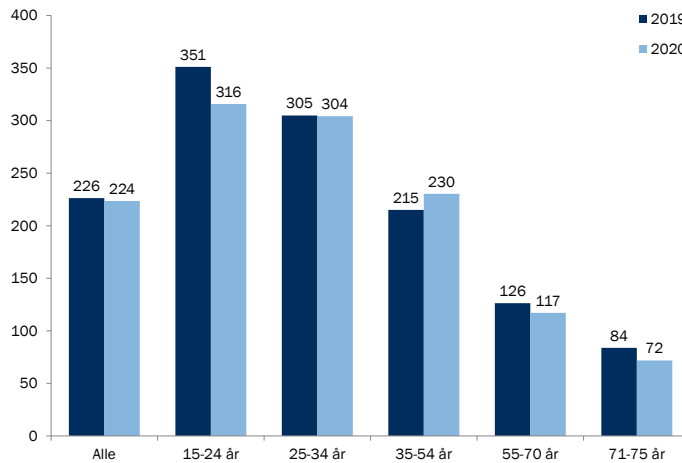
Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbaser 2012 og 2020

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover med adgang til internettet
Data bearbejdet af Kulturministeriet

- 93 % af dem, der har adgang til internettet i hjemmet, brugte internettet dagligt eller næsten dagligt i 2020. Det er en stigning fra 79 % i 2012.
- Især i de ældste aldersgrupper har der været en stor stigning fra 2012 til 2020 i andelen, der bruger internettet dagligt.
- I aldersgruppen 71 år og derover er andelen næsten fordoblet i perioden: Fra 45 % i 2012 til 83 % i 2020.
- Blandt de 55-70-årige har der været en stigning fra 66 % i 2012 til 91 % i 2020. Det er en stigning på 25 procentpoint.

De 15-24-årige har brugt mindre tid i 2020 på at være på internettet med mobilen, men de er stadig den aldersgruppe, der bruger mest tid på denne aktivitet

Aldersgruppernes gennemsnitlige ugentlige internetbrug i minutter via mobil/smartphone i 2019 og 2020



Kilde: Kantar Gallup/Digital Life – Digital Behavior 2019 og 2020
Univers: Den danske befolkning i alderen 15-75 år og bruger smartphone
 Data bearbejdet af Kulturministeriet

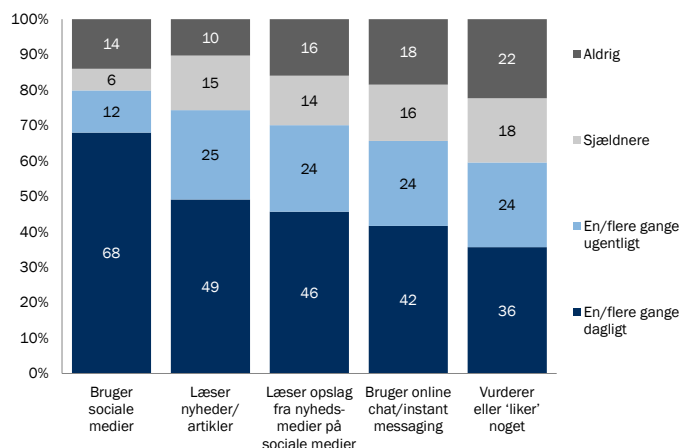
- De 15-75-årige smartphonebrugere brugte i 2020 224 minutter (tre timer og 44 minutter) om ugen på at være på internettet med deres smartphone. Det er stort set det samme som i 2019, hvor der blev brugt 226 minutter (tre timer og 46 minutter) om ugen.
- Selvom de yngste på 15-24 år stadig er den aldersgruppe, der bruger mest tid på internettet via smartphone, er de også den aldersgruppe, hvor der har været størst fald fra 2019 (351 minutter) til 2020 (316 minutter).

De 35-54-årige har som den eneste aldersgruppe haft et stigende tidsforbrug: Fra 215 minutter om ugen i 2019 til 230 minutter i 2020.

Jo ældre, man er, des mindre er ens ugentlige internetforbrug med en smartphone. De 71-75-årige brugte 72 minutter ugentligt i 2020, mod 84 minutter i 2019.

Befolkningen bruger de sociale medier væsentligt oftere end de læser nyheder/artikler på nettet. En stor del læser dog dagligt opslag fra nyhedsmedierne på sociale medier

Top 5: Hvor ofte foretager befolkningen sig forskellige ting på internettet? Fordeling i %, 2020



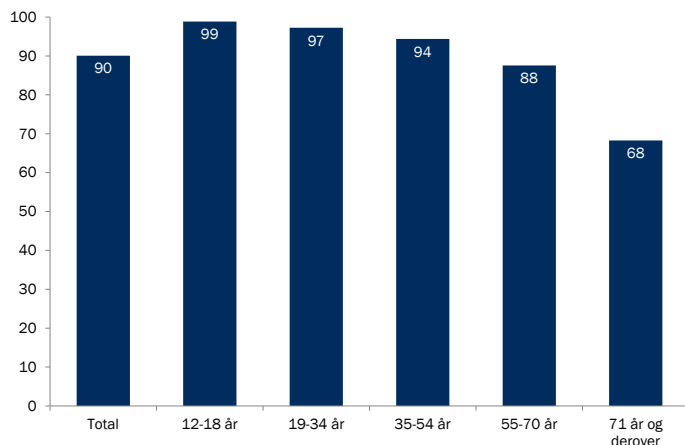
Kilde: Kantar Gallup/Digital Life 2019 - Content
Univers: Den danske befolkning i alderen 15-75 år
 Data bearbejdet af Kulturministeriet

- 68 % af befolkningen brugte i 2020 sociale medier en eller flere gange dagligt, 12 % brugte dem en eller flere gange om ugen.
- 49 % brugte internettet en eller flere gange dagligt til at læse nyheder/artikler, mens yderligere 25 % gjorde det en eller flere gange ugentligt.
- Næsten samme andele læste opslag fra nyhedsmedier på de sociale medier: 46 % læste en eller flere gang om dagen og 24 % en eller flere gange om ugen.

42 % bruger online chat/instant messaging en eller flere gange dagligt, mens 36 % vurderer eller "liker" noget en eller flere gange dagligt. For begge disse aktiviteter foretager 24 % sig aktiviteten en eller flere gange om ugen.

Næsten hele befolkningen har en profil på mindst ét socialt medie. Jo yngre, des større er andelen med en profil

Andel af befolkningen i % med en profil på mindst ét socialt medie. Fordelt på alder. 2020



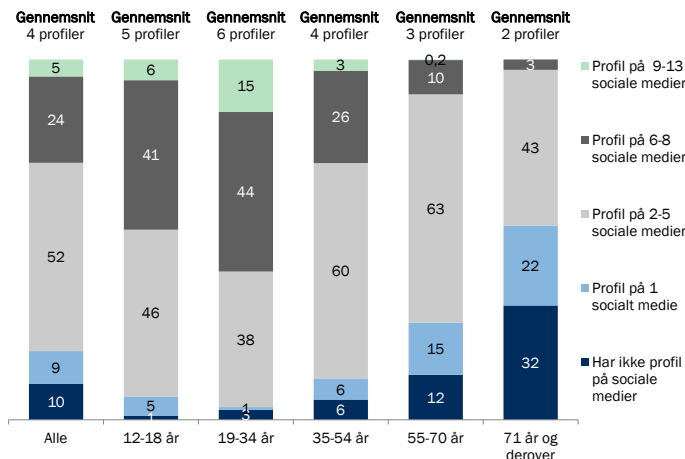
Kilde: Kantar Gallup/Social Media Life 2020
 Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover
 Data bearbejdet af Kulturministeriet

*) Sociale medier i undersøgelsen: Facebook, Instagram, Jodel, LinkedIn, Messenger, Pinterest, Reddit, Snapchat, TikTok, Tinder, Twitter, WhatsApp, YouTube

- 90 % af befolkningen i alderen 12 år og derover har en profil på mindst et af de 13 sociale medier, der er med i undersøgelsen*).
- Jo yngre, man er, des større er andelen, der har mindst én profil.
- 99 % af de 12-18-årige har en profil på mindst et socialt medie.
- 68 % af dem, der er 71 år og ældre, har en profil på mindst et socialt medie.

Befolkningen har i gennemsnit en profil på fire sociale medier. De 19-34-årige er helt oppe på seks profiler

Antal profiler på sociale medier. Andel af befolkningen i %. Fordelt på alder. 2020



Kilde: Kantar Gallup/Social Media Life 2020
 Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover
 Data bearbejdet af Kulturministeriet

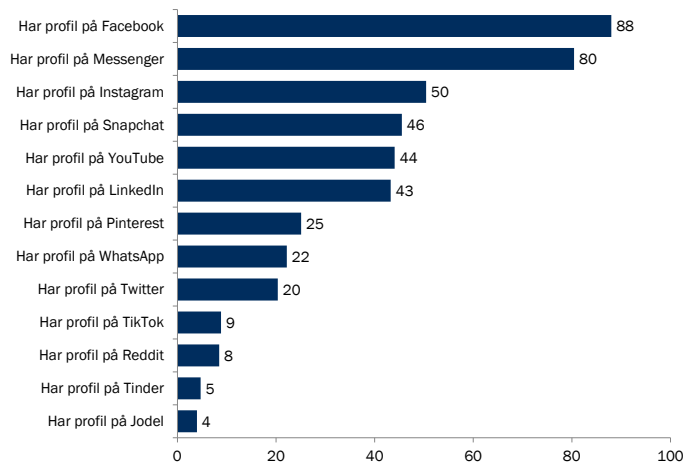
- 52 % af befolkningen har en profil på 2-5 sociale medier. I gennemsnit har danskerne profiler på fire sociale medier.
- Der er stor forskel på, hvor mange sociale medier, de forskellige aldersgrupper har profiler på.
- De 19-34-årige er den aldersgruppe, der har langt de fleste profiler. 15 % af denne aldersgruppe har profiler på mellem 9 og 13 sociale medier.
- I gennemsnit har de 19-34-årige profiler på seks sociale medier.

De ældste aldersgrupper har profiler på færrest sociale medier. I gennemsnit har de 71+-årige en profil på 2 sociale medier, mens de 55-70-årige i gennemsnit har på 3 sociale medier.

De yngste på 12-18 år har i gennemsnit en profil på 5 sociale medier. 46 % af denne aldersgruppe har mellem 2 og 5 profiler, mens 41 % har profiler på 6-8 sociale medier.

Ni ud af ti af dem, der har en profil på et socialt medie, har en profil på Facebook

Profiler på navngivne sociale medier. Andel i %. 2020



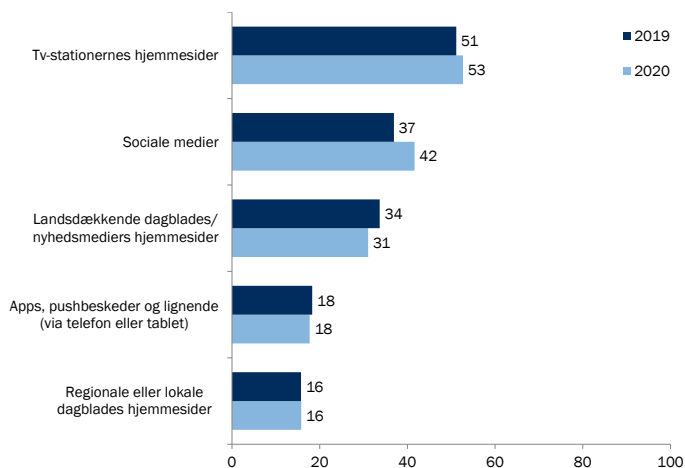
Kilde: Kantar Gallup/Social Media Life 2020
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover, der har profil på mindst et af de 13 sociale medier, der indgår i undersøgelsen
 Data bearbejdet af Kulturministeriet

- Facebook, Inc., der ejer Facebook, Messenger, Instagram og WhatsApp, er den absolut mest dominerende aktør:
- 88 % af de, der har en profil på mindst et af de 13 sociale medier, der indgår i undersøgelsen, har en profil på Facebook.
- 80 % har en profil på Messenger.
- 50 % har en profil på Instagram.
- 22 % har en profil på WhatsApp.
- I alt 95 % af de danskere, der bruger sociale medier, har en profil på mindst ét Facebook-ejet socialt medie.

Til sammenligning har 46 % en profil på Snapchat (ejet af Snap Inc.), 44 % på YouTube (ejet af Google) og 43 % på LinkedIn (ejet af Microsoft).

Sociale medier har stigende betydning som kilde til nyheder på internettet. TV-stationernes hjemmesider bliver dog nævnt af den største andel af nyhedsbrugerne

TOP 5: Kilde til nyheder på internettet. Andel af nyhedsbrugere på internettet i %, der nævner de forskellige kilder. 2019 og 2020



Kilde: Kantar Gallup/Digital Life Content 2019 og 2020
Univers: Den danske befolkning i alderen 15-75 år, der bruger internettet til nyheder minimum månedligt
 Data bearbejdet af Kulturministeriet

- 53 % af de, der bruger internettet til nyheder minimum månedligt, brugte i 2020 TV-stationernes hjemmesider som kilde til nyheder. Det er en lille stigning fra 51 % i 2019.
- 42 % af nyhedsbrugerne brugte de sociale medier som kilde til nyheder. Det er en fremgang fra 37 % i 2019.
- De landsdækkende dagblades/nyhedsmediers hjemmesider blev brugt af 31 % af nyhedsbrugerne. Det er en mindre tilbagegang fra 34 % i 2019.
- Apps, pushbeskeder og lignende blev brugt af 18 % både i 2019 og 2020.

De regionale eller lokale dagblades hjemmesider blev brugt som kilde til nyheder på internettet af 16 % i 2020. Der er samme andel som i 2019.

10 BRUG AF DATA OG RESULTATER

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

Ved enhver brug af data skal originalkilden (f. eks. Gallup/Index Danmark (og base), Danmarks Statistik (og tabel) eller lignende) samt Kulturministeriet, Rapportering om mediernes udvikling 2021 oplyses. Videre salg eller anden kommerciel udnyttelse/anvendelse af data er ikke tilladt i nogen form.