

BILTORVET A/S · BL - DANMARKS ALMENE BOLIGER · BLIK - U
LIGEJERNES VIDENCENTER · BONNIER PUBLICATIONS A/S · BORNHOLMS TIDEN
SEN A/S · BÅDMAGASINET APS · CENTRALTRYKKERIE VORDINGBORG · CO · INDUSTRI
RGANISATION DLO DANMARKS APOTEKERFORENING · DANMARKS BIBLIOTEKSFORENING
METEOROLOGISKE INSTITUT DANMARKS NATURFREDNINGSFORENING DANMARKS
FORENING DANSK ARBEJDSGIVERFORENING DANSK AVISTRYK A/S · DANSK BYGGERI
ERNVARME · DANSK FORENING FOR KVALITET DANSK FORMANDS FORENING · DANSK
ISK INDKØBS- OG LOGISTIK FORUM DANSK JOURNALISTFORBUND · DANSK KANO OG
K METAL · DANSK MUSIKER FORBUND · DANSK PSYKOLOG FORENING · DANSK
SPILLERFORBUND · DANSK SOCIALRÅDGIVERFORENING · DANSK TANDPLEJERFORENING
LOGISTIK · DANSK UNIX-SYSTEM BRUGER GRUPPE DANSK VANDRELAUG · DANSKE
HANDLERE · DANSKE DØVES LANDSFORBUND · DANSKE FODTERAPEUTER · DANSKE
G LANDSKABSINGENIØRER DANSKE TRANSPORT MEDIER APS · DANSKE TURSEJLERE ·
TCH · DAP · DANSKE PSYKOMOTORISKE TERAPEUTER DEN DANSKE DYRLÆGEFORENING
ERVSDRIVENDE FOND SERMITSAQAQ DEN KORTE AVIS · DEN SELVEJENDE INSTITUTION
DANSK INDUSTRI · DIF | DANMARKS IDRÆTS-FORBUND · DJØF · DKNYT APS · DOFK
· EBAY CLASSIFIEDS SCANDINAVIA APS EDC-GRUPPEN A/S · EFTERSKOLEFORENINGEN
NINGEN · FAGBLADET 3F · FAGBLADET FOLKESKOLEN APS · FAGLIGT SELSKAB FOR
DANSKE MOTOREJERE FEHA · FFC MEDIA · FINANSFORBUNDET · FLENSBOG AVIS AG
NS KOMMUNE FOLKEHØJSKOLERNES FORENING · FOLKETIDENDE GRUPPEN · FONDEN
TTE · FORBUNDET KOMMUNIKATION OG SPROG FORENINGEN AF MEJERILEDERE OG
N · FORENINGEN NYT ASPEKT · FORENINGEN RADIO BALLERUP · FRIE FUNKTIONÆRER
NFF · GAFFA DK APS · GB HOLDING GALTEN A/S · GENTOFTE KOMMUNALFORENING ·
AVIS · GYMNASIESKOLERNES LÆRERFORENING · HAN HERREDS LOKALRADIO FORENING
ANMARK · HKKF · HÆRENS KONSTABEL- OG KORPORALFORENING HOD · HOVEDORG.
NINGEN I KJØBENHAVN · INDRÆ MISSION · INFORMATION A/S · INGENIØRFORENINGEN
DGER I DANMARK · JOBINDEX A/S · JORDEMODERFORENINGEN · JP/POLITIKENS HUS
EMINDE AVIS | JUBILÆUMSFONDEN · KL · KOLONIHAVEFORBUNDET FOR DANMARK
OST & ERNÆRINGSFORBUNDET · KRISTELIG DAGBLAD · KTC · KOMMUNALTEKNISK
UGSMEDIERNE · LANDSFORENINGEN AF MENIGHEDSRÅD LANDSFORENINGEN FOR
HOVEDORGANISATION · LEGRO GARTNERI A/S · LOCAL EYES FONDET · LOKALRADIO ·
APS · MAGASINET KUNST · MAGASINET SUNDHED APS · MAGASINHUSET · MAGMEDIA
TOURING CLUB DANMARK · MEDICINSKE TIDSSKRIFTER · MEDIECENTER SVENDBORG
EBLAD MIDTVEJENDESYSEL AVIS · MIN MAVEN APS · MOVE ON COMMUNICATIONS A/S ·
ET APS · NORDJYSKE MEDIER A/S · NORTH MEDIA A/S · NP INVESTOR A/S · ODSE
ERUNNE · DENMARK APS PROSA · RADIO ABC A/S · RADIO DIABLO · RADIO GLOBUS
ZAUS BUREAU · RÆSON MEDIER · SALLING BOGTRYKKERI APS · SCHULTZ INFORMATION
A FM · SKIVE FOLKEBLAD · SKJERN-TARM UGEBLAD A/S · SKOLE OG FORÆLDRE
FORBUND SOUNDVENUE A/S · SPF.SOCIALURIN · SPILDEVANDSTEKNISK FORENING
STALLATØRERNES ORGANISATION TEKNISK LANDSFORBUND · TEKNOVATION APS ·
DNNELSESFORBUNDET UDENRIGSMINISTERIET DANIDA PUBLIKATIONER UGEAVISEN
D · VIDEBÆK BOGTRYKKERI A/S · VIDENCENTER FOR ARBEJDSMILJØ VIDENSKAB.DK/
ÆLDRE SAGEN · ØKONOMISK UGEBREV A/S · ØSTBIRK AVIS ØSTJYDSK AVIS APS ·
A/S BLADKOMPAGNIET · ADVOKATSAMFUNDET · AKADEMISK ARKITEKTFORENING ·
ERGI DANMARK · ATO | ANSATTE TANDLÆGERS ORGANISATION AUDIO MEDIA A/S ·
NDITORMESTRE I DANMARK BERLINGSKE MEDIA A/S · BIBLIOTEKARFORBUNDET ·
ET · BOLD.DK · SPORT PUBLISH · BOLLIGS · DEN A/S · BOLLIGS BOLIGEJERNES VIDENCENTER
RENE A & O JOHANSEN A/S · BUPI · BØRN I BYEN APS · BØRSEN A/S · BÅDMAGASINET
BA | FORENINGSSKRETTATET DAGINSTITUTIONERNES LANDSORGANISATION DLO
ISKERIFORENING PD · DANMARKS JÆGERFORBUND · DANMARKS METEOROLOGISKE
FORENING DANMARKS TEKNISKE UNIVERSITET · DANSK AKTIONÆRFORENING DANSK
UNION · DANSK CENTER FOR LYS · DANSK EL-FORBUND · DANSK FJERNVARME · DANSK
G · DANSK HANDELSBLAD A/S · DANSK HANDICAP FORBUND · DANSK INDKØBS- OG
JD DANSK MAGISTERFORENING DANSK MARKEDSFØRING · DANSK METAL · DANSK
NING · DANSK SEILUNION · DANSK SKOVFORENING · DANSK SKUESPILLERFORBUND ·
ÅD · DANSK TOLD- OG SKATTEFORBUND · DANSK TRANSPORT OG LOGISTIK · DANSK
I PROVERTE A/S · DANSKE BIOANALYTIKERE · DANSKE BLOMSTERHANDLERE · DANSKE
SKE MALERMESTRE · DANSKE SENIORER · DANSKE SKOV- OG LANDSKABSINGENIØRER
DANVA | DANSK VAND- OG SILDVANDSFORENING DANWATCH · DAP · DANSKE
IDNERS EKTØRFORENING · DEN DANSKE PRÆSTEFØRENING · DEN ERHVERVSDRIVENDE
DEN DER NORDSCHLESWIGER · DGI · DGU ERHVERV A/S · DI BUSINESS · DANSK INDUSTRI
GROUP · DS | DANSK SYGPLEJERÅD · DÆKBRANCHEN DANMARK · EBAY CLASSIFIEDS
NGEN DANMARK · ENIRO DANMARK A/S ERGOTERAPEUTFORENINGEN · FAGBLADET
ARMAKON · JFORENINGEN · FARSO AVIS · FDM | FORENEDE DANSKE MOTOREJERE
JDE · FOLK SOCIAL · OG SUNDHEDSAFDELINGEN FOLKEBLADET | ASSENS KOMMUNE
T · FORBRUGER RÅDET · FORBUNDET AF KIRKE- OG KIRKEGÅRDSANSATTE · FORBUNDET
FORENINGEN DANSKE REVISORER · FORENINGEN KANTINE & KØKKEN · FORENINGEN
LÆRERFORENING · FSR DANSKE REVISORER · FØDEVAREFORBUNDET NFF · GAFFA DK
NGEN · GOLFMUSEN APS · GRAKOM ARBEJDSGIVERE · GRÅSTEN AVIS/BOV AVIS ·
HAVESELSKABET · HEDESELSKABET · HELSINGØR STIFT · HERNING FOLKEBLAD · HK/
OVEDORG · AF ØHLENER I DK · HORIZONT GRUPPEN A/S · HVIDOVRE AVIS ·
INGENIØRFORENINGEN · IDA · INSTITUTTE FOR FREMTIDSFORSKNING · IWGIA · JA · JID
· JP/POLITIKENS HUS A/S · JYSK FYNK · MEDIER P/S · KINO.DK · KIRKEMINISTERIETS
ORBUNDET FOR DANMARKS KOMMUNIKATIONSFORUM A/S · KONCENTRAT APS ·
· KTC · KOMMUNALTEKNISKEFF · FORENING KØBENHAVNS UNIVERSITET · LANDBRUG
LANDSFORENINGEN FOR SOCIALPÆDAGOGER · LANDSKLUBBEN FOR DELTIDANSATTE
ET · LOKALRADIO · RADIO ØST · MLÆGEFORENINGEN LÆGEMIDDELINDUSTRIFORENINGEN
ET · MAGMEDIA · MALLING PUBLICATIONS APS · MANOVA A/S · MASKINMESTRENS
ECENTER SVENDBORG APS · MEDIETRUPPEN A/S · MEDIEHUSET INGENIØREN A/S
COMMUNICATIONS A/S · NETDOKTOR MEDINA A/S · NEWSBREAK.DK · NIBE BOGTRYK
· NP INVESTOR A/S · ODSEGARD A/S · PARASPORT · DANMARK PHARMADANMARK
· RADIO DIABLO · RADIO GLOBUS · RADIO LIMFJORD · RADIO MAX · RADIOSELSKABET
TRYKKERI APS · SCHULTZ INFORMATION A/S · SCLEROSEFORENINGEN · SJOVFORBØRN ·
EVANDSTEKNISK FORENING SUNDHEDSGUIDEN MEDIA APS TANDLÆGEFORENINGEN
IND · TEKNOVATION APS · THINK GLORIOUS APS · TINGLEV BOGTRYKKERI APS · TRAFIK
A PUBLIKATIONER UGEAVISEN ESBJERG K/S · UGEAVISEN PÅ SYDHAVSØERNE APS
FOR ARBEJDSMILJØ VIDENSKAB.DK/DANMARKS MEDIE- OG JOURNALISTHØJSKOLE
STBIRK AVIS ØSTJYDSK AVIS APS · ØSTVENDSYSEL FOLKEBLAD A/S · AARS AVIS OG
KADEMISK ARKITEKTFORENING · ALTINGET · AMNESTY INTERNATIONAL · ARBEIDEREN
ANISATION AUDIO MEDIA A/S · AUTOBRANCHEN I/S | C/O DANSK DÆKBRANCHERÅD
S · BIBLIOTEKARFORBUNDET · BILTORVET A/S · BL · DANMARKS ALMENE BOLIGER ·
· BOLLIGS BOLIGEJERNES VIDENCENTER · BONNIER PUBLICATIONS A/S · BORNHOLMS
YEN APS · BØRSEN A/S · BÅDMAGASINET APS · CENTRALTRYKKERIE VORDINGBORG ·
ONERNES LANDSORGANISATION DLO DANMARKS APOTEKERFORENING · DANMARKS
D · DANMARKS METEOROLOGISKE INSTITUT DANMARKS NATURFREDNINGSFORENING
NSK AKTIONÆRFORENING DANSK ARBEJDSGIVERFORENING DANSK AVISTRYK A/S ·
RBUND · DANSK FJERNVARME · DANSK FORENING FOR KVALITET DANSK FORMANDS
AP FORBUND · DANSK INDKØBS- OG LOGISTIK FORUM DANSK JOURNALISTFORBUND
ØRING · DANSK METAL · DANSK MUSIKER FORBUND · DANSK PSYKOLOG FORENING ·
G · DANSK SKUESPILLERFORBUND · DANSK SOCIALRÅDGIVERFORENING · DANSK
DANSK TRANSPORT OG LOGISTIK · DANSK UNIX-SYSTEM BRUGER GRUPPE DANSK
KERE · DANSKE BLOMSTERHANDLERE · DANSKE DØVES LANDSFORBUND · DANSKE
ENIORER · DANSKE SKOV- OG LANDSKABSINGENIØRER DANSKE TRANSPORT MEDIER
LDEVANDSFORENING DANWATCH · DAP · DANSKE PSYKOMOTORISKE TERAPEUTER
DANSKE PRÆSTEFØRENING · DEN ERHVERVSDRIVENDE FOND SERMITSAQAQ DEN
JGER · DGI · DGU ERHVERV A/S · DI BUSINESS · DANSK INDUSTRI · DIF | DANMARKS
ANSK SYGPLEJERÅD · DÆKBRANCHEN DANMARK · EBAY CLASSIFIEDS SCANDINAVIA
RK · ENIRO DANMARK A/S ERGOTERAPEUTFORENINGEN · FAGBLADET 3F · FAGBLADET
ORENINGEN · FARSO AVIS · FDM | FORENEDE DANSKE MOTOREJERE FEHA · FFC MEDIA
G SUNDHEDSAFDELINGEN FOLKEBLADET | ASSENS KOMMUNE FOLKEHØJSKOLERNES
· FORBUNDET AF KIRKE- OG KIRKEGÅRDSANSATTE · FORBUNDET KOMMUNIKATION
EVISORER · FORENINGEN KANTINE & KØKKEN · FORENINGEN NYT ASPEKT · FORENINGEN



DANSKE MEDIER

Fakta om danske medier

Mediernes betydning for samfundet, borgerne og økonomien
2018

Forord

Danske Medier ønsker med denne publikation at vise nogle væsentlige træk ved udviklingen af medierne i Danmark.

Danmark er et højt udviklet demokrati med en veluddannet befolkning, stor deltagelse i folketings- og kommunalvalg og stolte traditioner for folkeoplysning. En afgørende forudsætning herfor er Danmarks omfattende og mangfoldige mediedækning.

Danmarks befolkning har tradition for at være storforbruger af medier. Men forbrugsmønstret er i hastig forandring. Det gælder både med hensyn til teknologiske platforme og medietyper (5.3). Kilderne til nyhederne er mange, lige fra de utallige specialmedietitler, som langt de fleste danskere får nogle stykker af (5.4), til den brede nyhedsfortælling gennem regionale og lokale medier, som hovedparten af befolkningen følger med i (5.11).

I det store hele ser borgerne medierne som troværdige (5.5 OG 7), og de har et godt blik for, at de sociale netværk i højere grad end medierne kan være formidlere af falske nyheder.

Tiden er kendetegnet af digitaliseringen, og i medierne sker en fundamental omstilling fra trykte og andre analoge medier til digital medievirksomhed under mange former. Den omstilling rummer store muligheder. Men samtidig en række udfordringer.

Blandt tidens spørgsmål for medierne er at få borgerne til at betale for deres digitale mediebrug. Det er en træg proces (5.14), men den er nødvendig, da annoncerne som finansieringskilde løber langsommere i den digitale økonomi (5.12 OG 13), ikke mindst fordi udenlandske aktører tager en kæmpe stor markedsandel uden at levere journalistik til gengæld. Det betyder, at den økonomiske udvikling for danske private medier svækkes (5.9), og dette indebærer ikke blot risiko for forsyningen af nyheder og baggrund for dem, men også for beskæftigelsen (5.8).

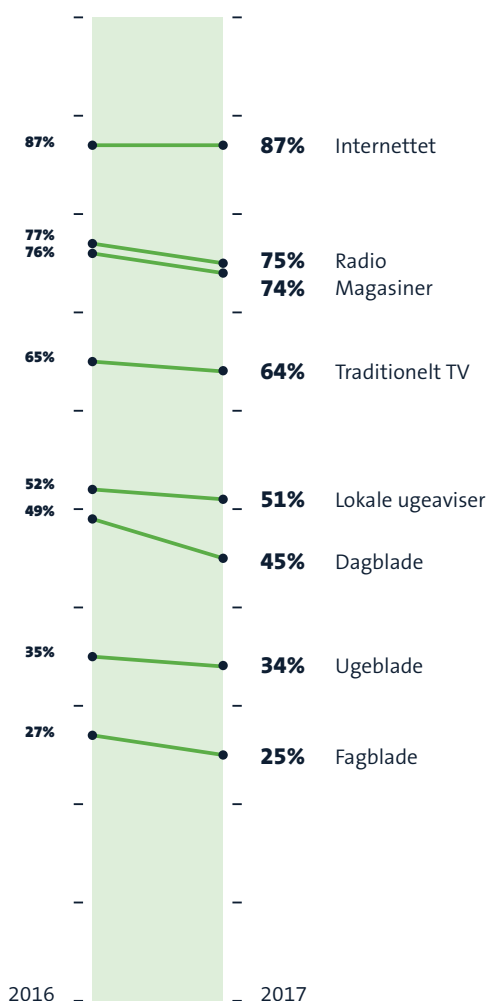
Den seneste helt dominerende trend er, at mobiltelefonen tager over som centrum for danskerens nyhedsforbrug (5.13 OG 15). Men udviklingen fortsætter, og om få år kan helt andre linjer i medieforbruget vise sig. Danske Medier vil følge udviklingen fremover og dele den indsamlede viden gennem publikationer som denne.

God fornøjelse
Danske Medier
Februar 2018

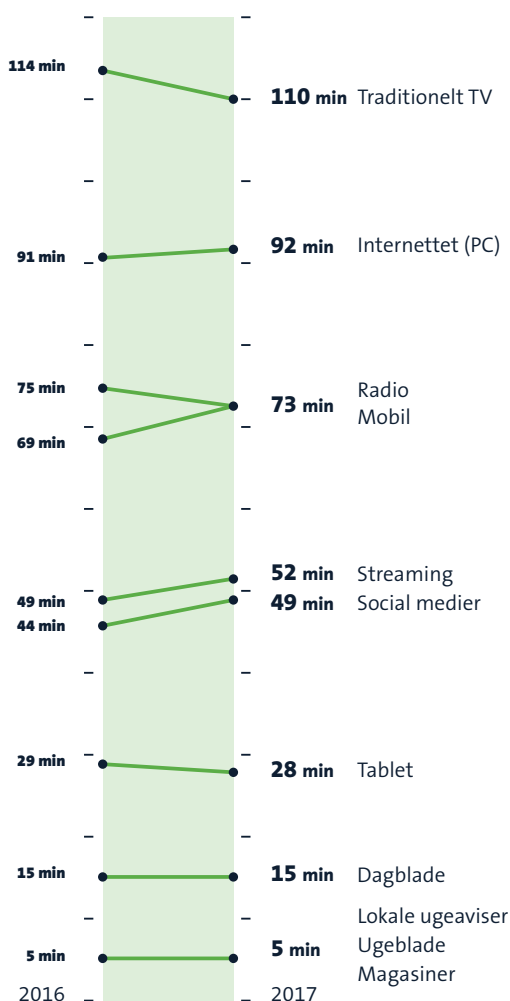
Danskerne forbruger medier på alle platforme

9 ud af 10 bruger nettet, 3 ud af 4 lytter til radio og halvdelen læser lokale ugeaviser.

Andel af danskere, der dagligt benytter



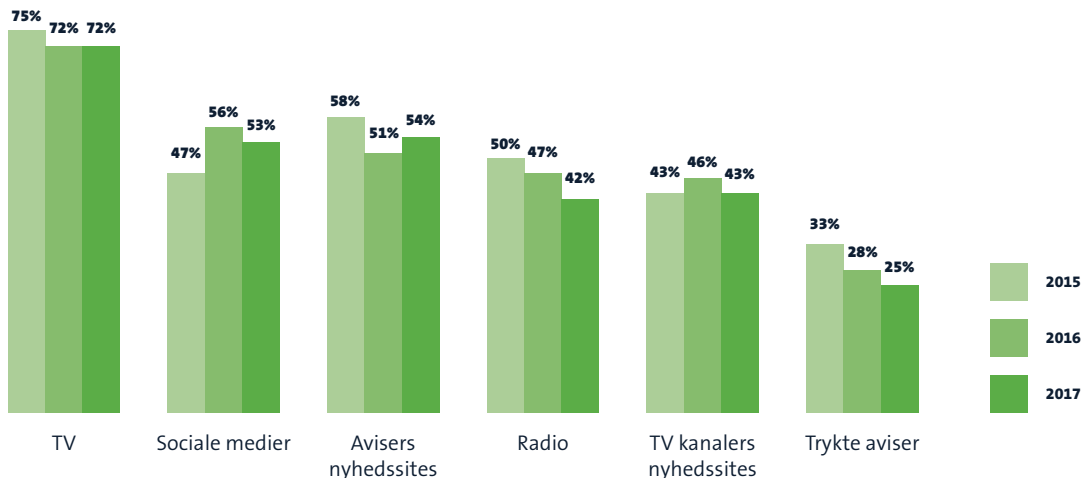
Dagligt tidsforbrug på udvalgte medier/platforme



KILDE Index DK/Gallup, Gallup Radio Meter, Gallup TV Meter, Dansk Online Index. Radio og TV er hhv. 1H16 og 1H17, AvRch%. Dagblade, magasiner, fagblade, ugeaviser og ugeblade er fra Index DK/Gallup 1H16 og 1H17.
NOTE Bruger internettet – er at benytte internet til at tilgå danske medier. Fagblade er i denne sammenhæng de 21 titler, der måles i Index DK.

KILDE Index DK/Gallup 1H17, bearbejdet af Danske Medier Research
NOTE "Hvor lang tid brugte du på".

Kilder til nyheder



KILDE RUC, Danskernes brug af nyhedsmedier 2016 og 2017.

NOTE "Hvilke om nogen af følgende har du brugt som kilde til nyheder i den seneste uge?"

Udover de brede nyhedsmedier illustreret ovenfor sker en betydelig del af nyhedsformidlingen gennem ugeaviserne (se s. 10) og fag- og nichemedier. I Danmark udkommer mere end 3.000 fagmedier, der spænder lige fra fagforeningsblade som Sygeplejersken og Magisterbladet, interesseorganisationsblade som Døvebladet og Gigtforeningens LedSager til erhvervsrelaterede fællesskaber som Logistikmagasinet og Landbrugsavisen.

Det samlede oplag for specialmedier er svært at estimere, men Danske Mediers Oplagskontrol registrerer det gennemsnitlige oplag for mere end 120 titler, der samlet kommer i mere end 5,5 mio. eksemplarer.

I en analyse lavet af YouGov for Danske Medier i 2018 angiver 64% af danskerne at modtage mindst et trykt specialmedie hver måned. Gennemsnitligt modtager de 2,58 specialmedier hver måned. Andelen af danskere, der angiver at modtage et trykt specialmedie, er signifikant

mindre for de 18-29 årige end de øvrige aldersgrupper. De 50-59-årige er de, der modtager flest specialmedier i trykt form med gennemsnitligt 3,61 pr. måned.

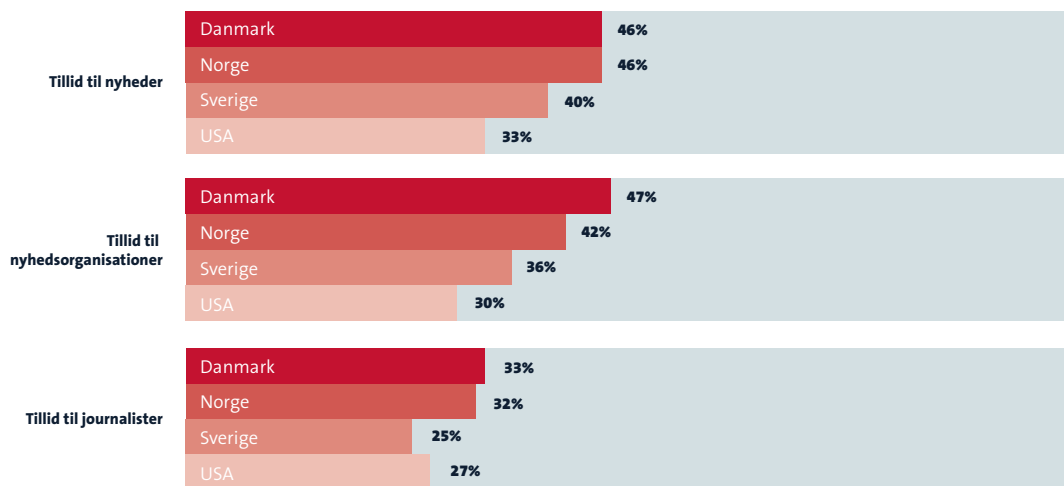
34% af danskerne angiver at modtage mindst et digitalt specialmedie hver måned. Gennemsnitligt modtager de 2,2 specialmedier. Også her angiver de 50-59-årige flest med 2,94 i gennemsnit.

Uanset distributionsform angiver 69% af danskerne, at de hver måned modtager mindst et specialmedie. I gennemsnit modtager de 4,78, og mere end hver femte angiver at modtage mere end 5 specialmedier pr. måned.

Den samlede ugentlige læsetid er større for de trykte specialmedier end for de digitale. Mere end hver femte angiver at bruge over 20 minutter på de trykte medier, mens det kun er 9%, der angiver samme tidsforbrug på de digitale.

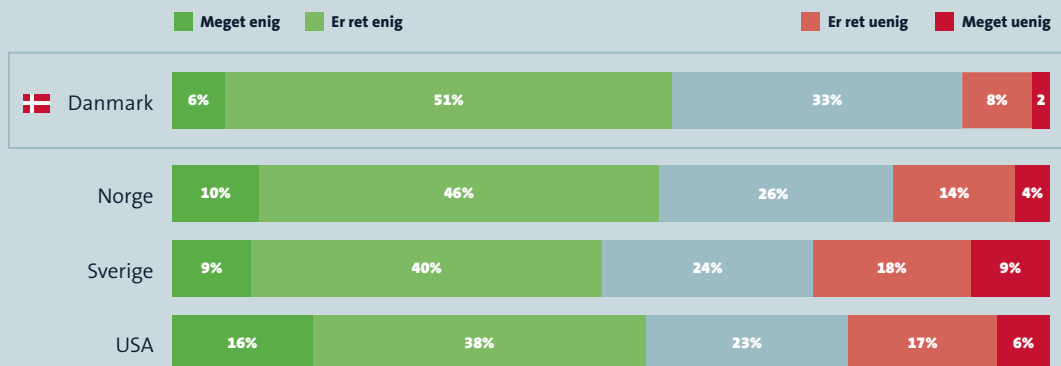
Tillid, troværdighed og falske nyheder

Falske nyheder – fake news – er ikke nyt, men har fået stor opmærksomhed i disse år. I Danmark er tilliden til professionelle medier dog relativt høj. For medierne kan deres tilbud om at sortere og skabe orden i nyhedsstrømmen være en mulighed både i forhold til organiseret misinformation og vilkårligheden i de sociale netværks nyhedsstrømme.



KILDE RUC, Danskernes brug af nyhedsmedier 2016, side 41, figur 19.

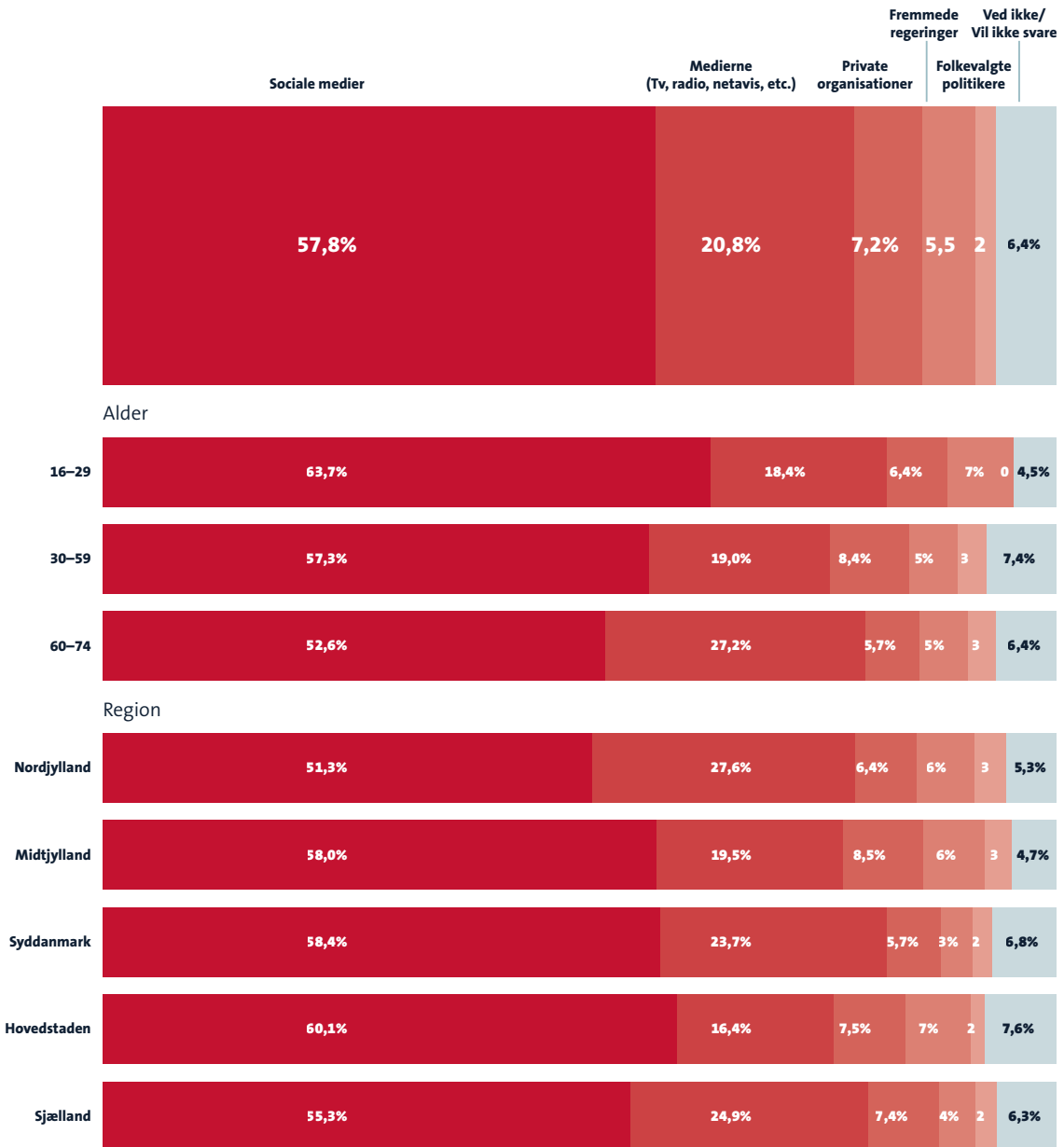
”Jeg tror, at jeg for det meste kan stole på de fleste af de nyheder, som jeg forbruger”



KILDE Udvalgte lande, fra publikation: RUC, Danskernes brug af nyhedsmedier 2017, side 32, figur 14.

Også når befolkningen spørges om, hvem den ser som primær kilde til falske nyheder, er bevidstheden om, at de sociale netværk ikke har noget filter, tydelig.

Danskerne om ansvaret for fake news

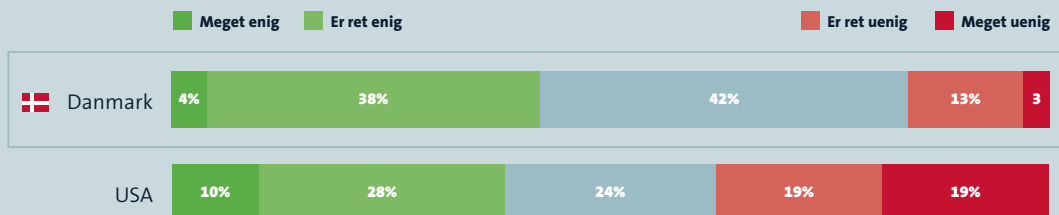


KILDE Danske Medier i samarbejde med Danmarks Statistik

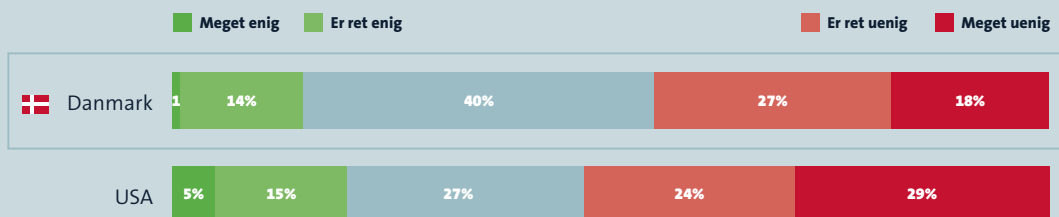
NOTE "Hvem tror du er størstedelen af falske nyheder i Danmark?"

”...gør et godt stykke arbejde med at hjælpe mig med at skelne fakta fra opspind?”

Nyhedsmedier



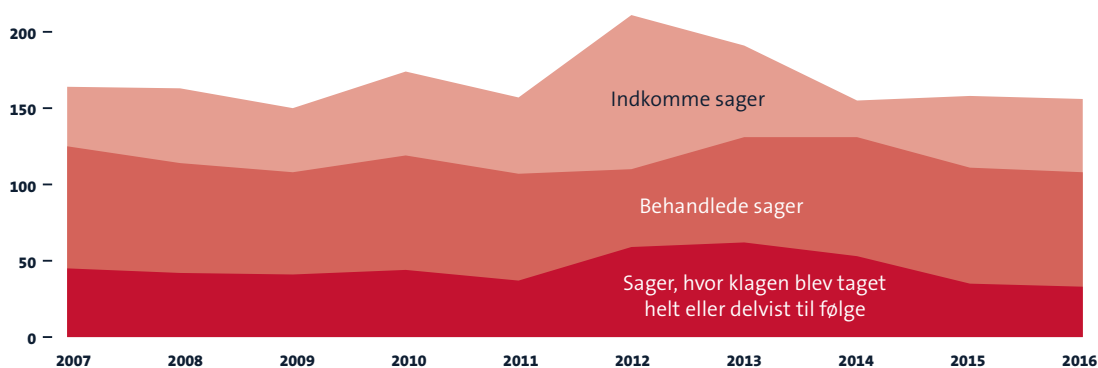
Sociale medier



KILDE Udvalgte lande fra publikation: RUC, Danskernes brug af nyhedsmedier 2017, side 35, figur 17+18.

Antallet af pressenævnsager

Mens diskussionen om mediernes troværdighed og arbejdsmetoder bølger over tid, viser Pressenævnets statistik, at der er en overordentlig stabil tilgang af sager set over det seneste tiår. I gennemsnitligt under 50 sager om året udtales hel eller delvis kritik. Der er over 70.000 nyheder i medierne – om ugen¹.



KILDE Pressenævnets årsberetning 2016

¹ Hvor kommer nyhederne fra? Anker Brink Lund m.fl.

Mediebranchens økonomi

Mediebranchen omsætter for mere end 14 mia. kr. og beskæftiger mere end 18.000 personer (fraregnet tv, der er ufuldstændigt dokumenteret). Figuren viser branchens økonomiske bidrag til samfundet i både omsætning og arbejdspladser. De reelle tal er væsentligt højere, men Danmarks Statistik indsamler ikke komplette data for f.eks. foreningsblade og interesseorganisationer.

Uanset branchens samlede størrelse står de enkelte aktører med enorme udfordringer med bl.a. faldende indtjening på trykte medier, med et digitalt salg, der ikke modsvarer faldet, samt et annoncesalg, der i stor udstrækning forsvinder til internationale aktører i udlandet.

Beskæftigelse i mediebranchen fordelt på delbrancher 2012-2016

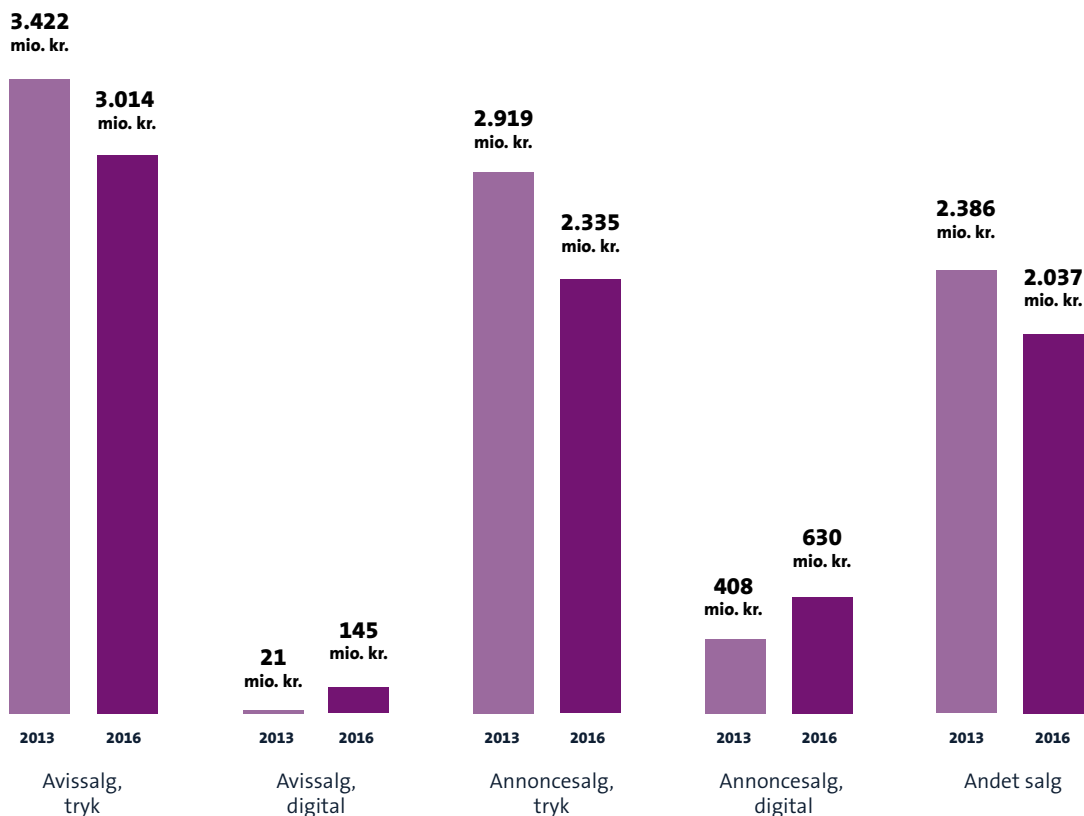
	Beskæftigede antal			Omsætning i mio. kr.			Udgifter til løn/gage i mio.kr		
	2012	2014	2016	2012	2014	2016	2012	2014	2016
TV	6.205	6.586		N/A	N/A		N/A	N/A	
Udgivelse af dagblade	9.164	8.899	10.113	6.144	5.572	5.797	2.535	2.329	2.608
Magasiner og ugeblade	2.466	2.424	2.454	3.230	3.070	2.760	1.143	1.107	1.012
Distrikts og annonceblade	2.819	2.738	1.672	2.631	2.789	2.022	1.058	1.049	777
Uafhængig foto-journalistvirksomhed	2.133	2.252	2.385	1.353	1.423	1.802	286	297	370
Pressebureauer	366	407	480	676	462	471	205	155	177
Uafhængig journalist virksomhed	1.099	1.371	1.662	532	547	677			
Radio	375	343	364	478	378	410	149	131	118
Branchen samlet set (ekskl. TV)	18.422	18.434	19.130	15.044	14.239	13.939	5.376	5.069	5.062

KILDE Specialkørsel fra Danmarks Statistik, bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen og Danske Medier Research. Beskæftigede (inkl. ejer), Omsætningen i mio. kr. (løbende priser) og udgifter til lønninger og gager, pensionsudgifter og anden social sikring (løbende priser).

NOTE TV opgøres efter andre modeller i Danmarks Statistik.

Zoomer man ind på dagbladenes økonomiske nøgletal, er det tydeligt, at den digitale økonomi ikke kompenserer faldet inden for de trykte medier. På fire år er det digitale dagbladssalg vokset med ca. 125 mio. kroner, mens der er tabt lidt over 400 mio. kr. på salget af den trykte avis. På annoncemarkedet er stigningen på digitalt annoncesalg i samme periode ca. 225 mio. kr., mens tabet på trykte annoncer er næsten 600 mio. kr. Priserne på digitalt indholds- og annoncesalg ligger langt under de trykte mediers priser.

Dagbladenes økonomi



Dagbladenes udvikling er den bedst dokumenterede, men hele mediebranchen oplever, at digitalt annoncesalg præges af, at priserne er lavere og at majoriteten af digital annonceomsætning går til Google og Facebook.

Lokale og regionale medier

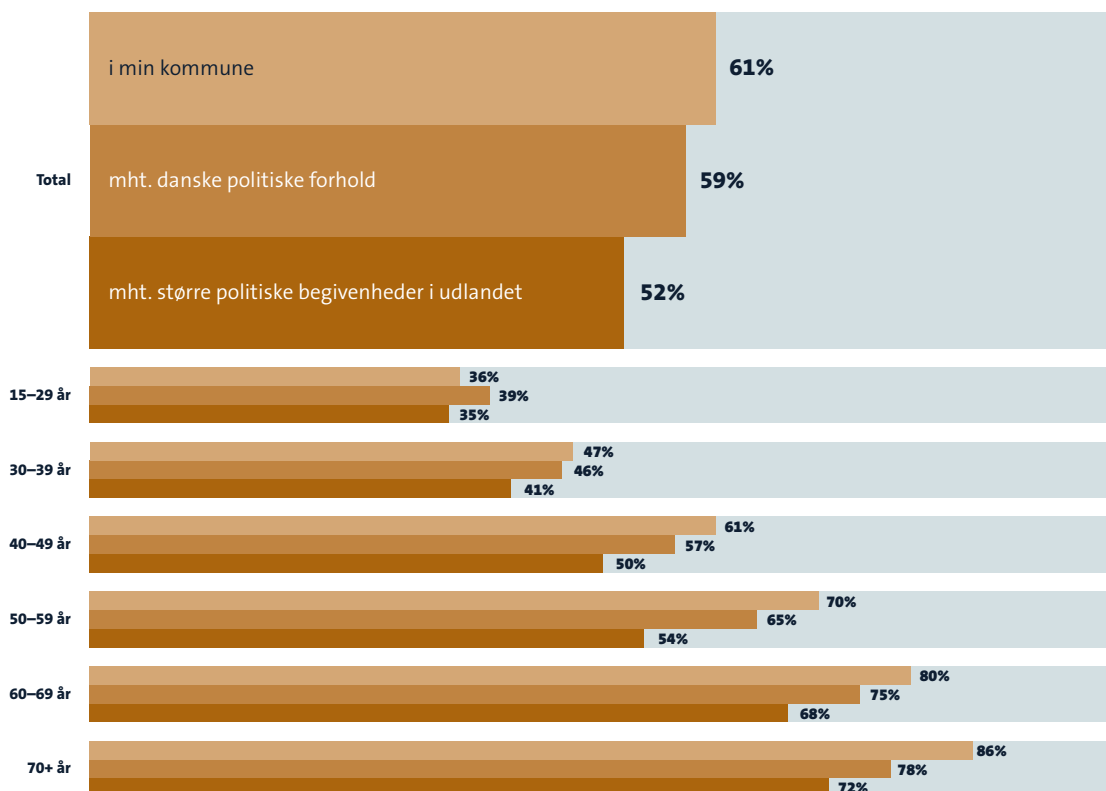
Danskerne elsker deres lokale medier

Lokale og regionale medier spiller en særlig rolle i det danske demokrati. På hver sin måde når de ud til danskerne i løbet af en gennemsnitlig uge. Mere end 2.5 mio. danskere læser mindst en lokal ugeavis hver uge. Mere end 1.4 mio. læser et lokalt eller regionalt dagblad hver uge, og mere end 1.4 mio. danskere lytter til lokal kommerciel radio. I tillæg hertil når de regionale TV2 stationer og DRs regioner ud til alle dele af landet.

Danskerne synes, det er vigtigt at følge med i, hvad der sker i deres kommune, og de benytter de lokale medier til at holde sig orienteret.

Danskernes behov for lokalt indhold

”Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker...”



Danmark er speciel med sine mere end 225 lokale ugeaviser. Næsten 9 ud af 10 danskere modtager mindst én gratis husstandsomdelt ugeavis hver uge. Med et samlet oplag på knap 5 mio. ugeaviser hver uge har danskerne en unik mulighed for at orientere sig i lokalt stof, hvad enten det er redaktionelt eller kommercielt. Læsertallet for samtlige danske lokale ugeaviser overstiger 7 mio., der er således masser af danskere, der læser flere lokale ugeaviser hver uge.

Ugentlig dækning (000 og %)

Nordjylland	Sjælland	Østjylland	Fyn	Midt- og Vestjylland	Sønderjylland	HT-området			
Lokale ugeaviser									
267.000	280.000	329.000	231.000	383.000	426.000	755.000			
59%	54%	46%	54%	63%	57%	44%			
Lokale dagblade									
159.000	176.000	137.000	186.000	245.000	307.000	207.000			
35%	34%	32%	43%	48%	41%	11%			
Landsdækkende dagblade									
168.000	237.000	188.000	155.000	203.000	283.000	1082.000			
37%	46%	44%	36%	40%	38%	59%			
Lokale radiostationer									
249.000	124.000	259.000	132.000	204.000	378.000	55.000			
55%	24%	41%	31%	48%	51%	3%			
TV regionerne, daglig dækning									
177.000	226.000	251.000	182.000	210.000	328.000	776.000			
40%	42%	36%	38%	45%	42%	37%			
P4 regionerne									
Nordjylland	Sjælland	Østjylland	Fyn	Midt- og Vest	Syd	Kbh	Trekanten	Esbjerg	Bornholm
187.000	175.000	275.000	194.000	179.000	94.000	699.000	62.000	83.000	28.000
41%	46%	36%	45%	42%	47%	40%	28%	40%	77%

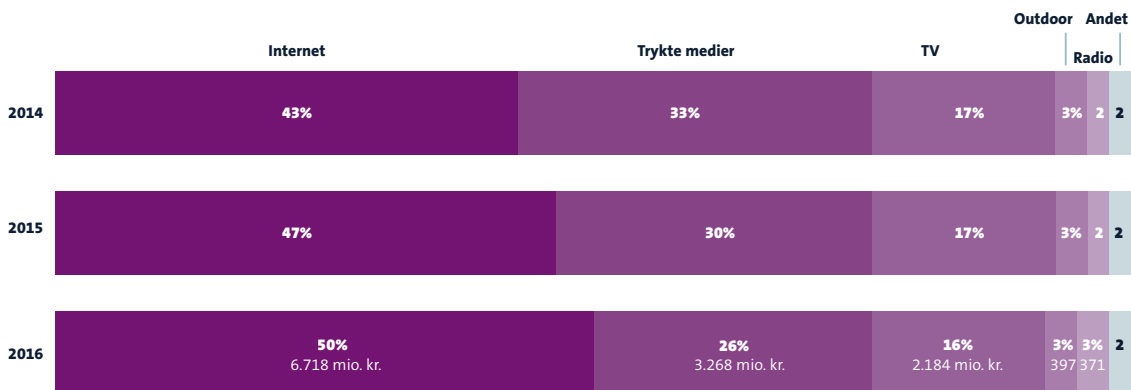
KILDE TV-Seerundersøgelsen 1H17, Index DK 1H17, GU 1H17

NOTE TV2 regionernes seertal er fra 3 år+, dagbladenes og de lokale ugeaviser læsertal er fra 12+ Læserdækningen i regionerne er tilnærmet TV2 regionernes sendeområder · P4 regionerne er inddelt i egne områder

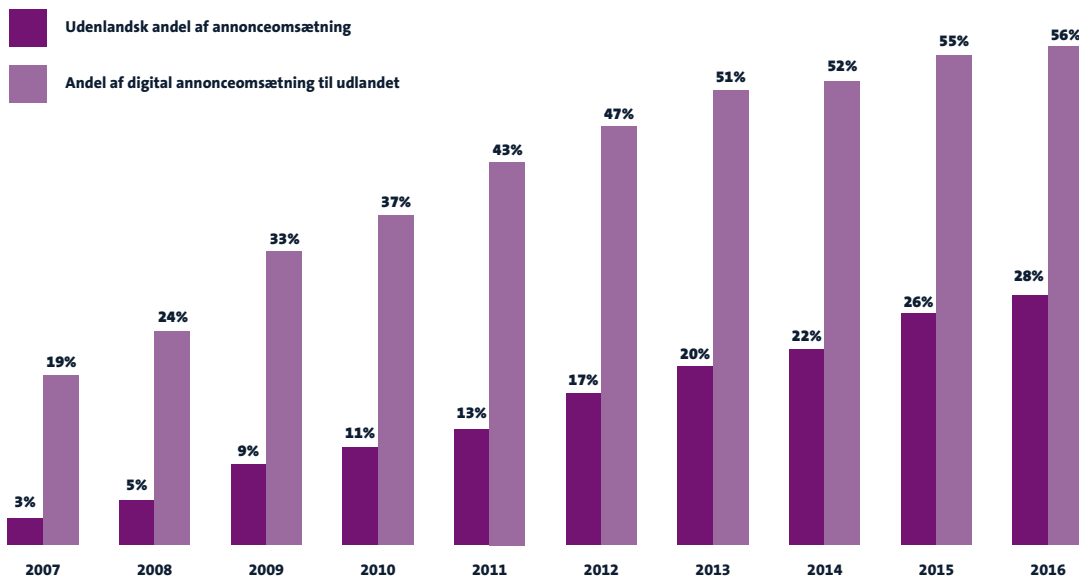
Finansiering

I 2016 annoncerede annoncører i Danmark for mere end 13 mia. kr. 2016 var samtidig året, hvor halvdelen af den samlede annonceomsætning gik til digitale medier. Heraf tilfalder en betydelig del de etablerede medier på deres digitale platforme, men en hastigt voksende andel går til udlandet.

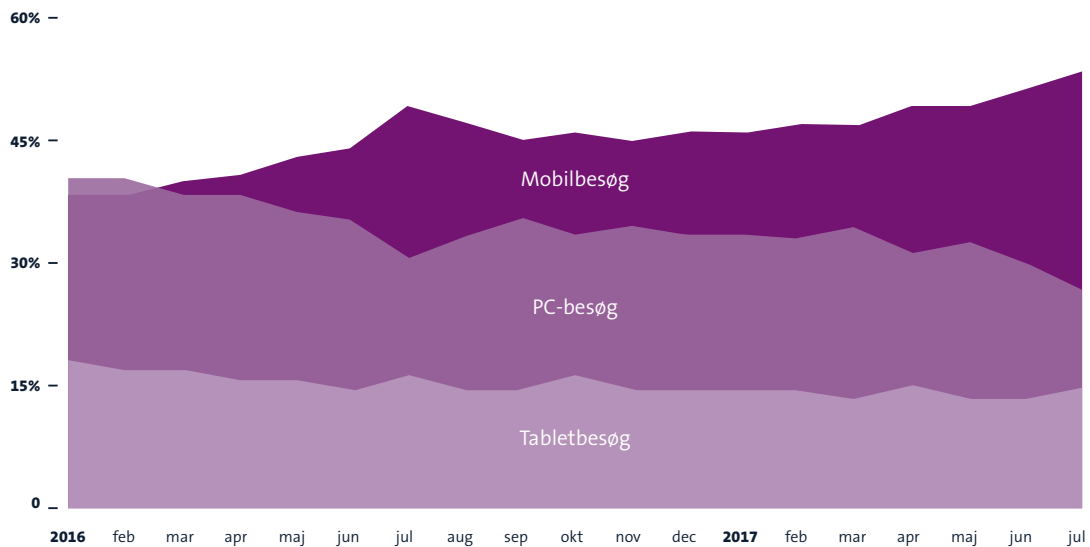
Annonceomsætning



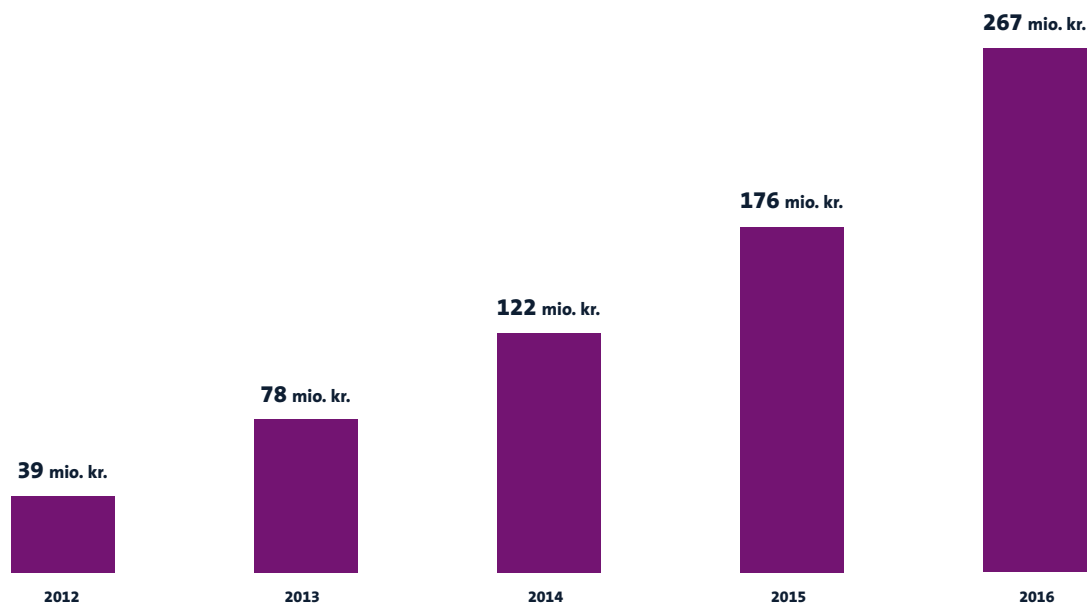
Op mod en tredjedel af de danske annoncørkroner går derfor nu til udlandet uden at blive investeret i indholdsproduktion og uden at resultere i skattebetaling i Danmark.



Ikke blot rykker reklamerne til udlandet. En stor del af annoncerne rykker også over på mobiltelefonen. Desværre følger omsætningen ikke med, idet kun 267 mio. kr. af den samlede internet omsætning på mere end 6 mia. kr. i 2016 gik til mobilannoncering. Det hænger på ingen måde sammen med danskernes brug af mobil, der i 2017 udgjorde mere end 50% af det samlede antal besøg.



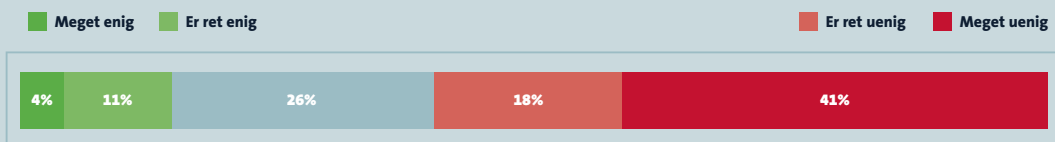
Mobilannoncering omsætning



Danskernes betalingsvillighed

Mange medietyper har på traditionel vis baseret økonomien på en kombination af brugerbetaling og annoncørbetaling. Verden over var de trykte medier tilbageholdende med at kræve brugerbetaling, da netmedierne kom frem, fordi de ønskede at tiltrække det størst mulige publikum. Fremkomsten af internationale annonceaktører, særligt Google og Facebook, var uforudset, den svage prisdannelse på digitale annoncer ligeledes. Annoncerne har derfor ikke vist sig at kunne bære en større del af medieøkonomien alene, hvorfor brugerbetaling på nettet er blevet en nødvendighed for de fleste medier med stor indholdsproduktion. Det er først de seneste år, at brugerne viser stigende villighed til at betale for digitalt indhold.

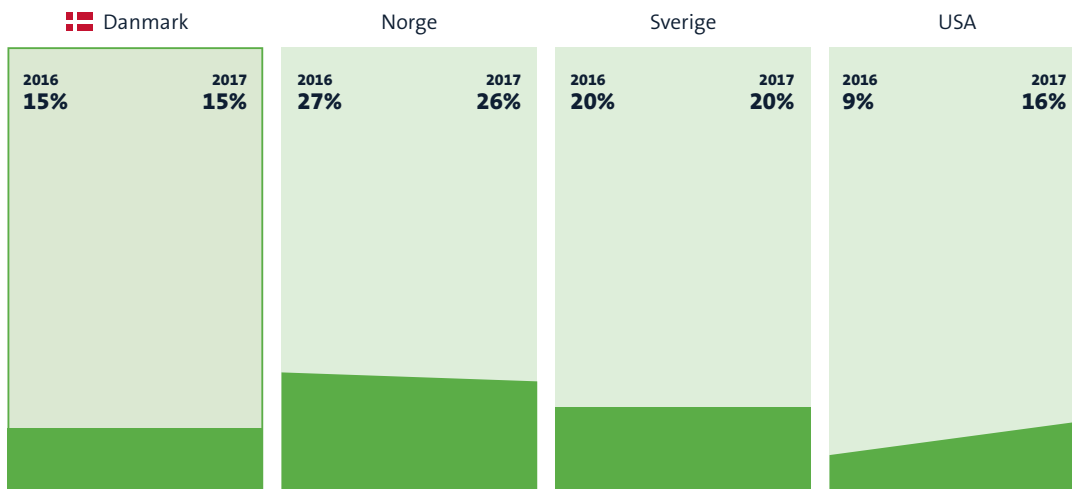
”Jeg vil gerne betale for godt nyhedsstof på nettet”



KILDE Borgernes kilde til viden og nyheder samt sammensætning af medierepertoire, Kulturstyrelsen, bearbejdet af Mindshare og Danske Medier Research 2016.

En af danske mediers største udfordringer er at få danskerne til at betale for digitalt indhold. Sammenligner man landene, er der en klar sammenhæng mellem udbredelsen af trykte betalingsaviser og befolkningens villighed til at betale for digitalt indhold.

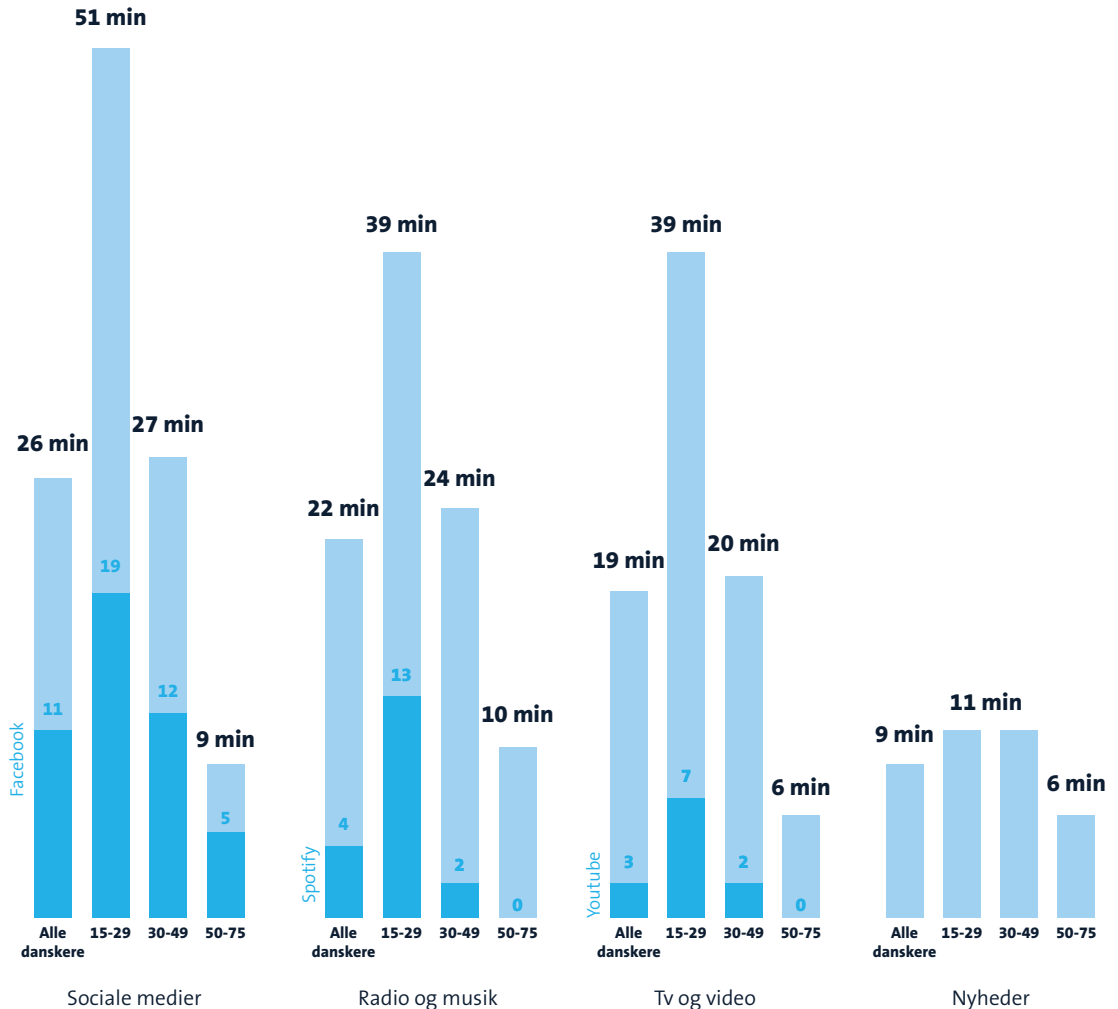
Andelen, der betalte for online nyhedsindhold det seneste år



KILDE RUC, Danskernes brug af nyhedsmedier, side 30, Figur 12., Udvalgte lande

Danskerne og deres smartphone

Danskerne er tæt knyttet til deres smartphones. 40% af samtlige målte sidevisninger i 1. halvår 2017 faldt på mobilen. 4,3 mio. danskere ejer en smartphone og bruger den intensivt.



KILDE Mobile Life 2017

Nyhedsforbruget på mobilen er generelt stigende. For de yngre er det steget fra 8 til 11 minutter fra 2016 til 2017. Forbrug af TV og video er gennemsnitligt steget fra 13 til 19 minutter. For de yngre er det steget fra 26 til 39 minutter. Forbrug af radio og musik er steget fra 16 til 22 minutter, og for de yngre fra 29 til 39 minutter. Kigger man på de yngstes brug af Sociale Medier bruger de samlet set 51 minutter, heraf 19 minutter på Facebook. Tilsvarende er deres forbrug af Spotify noget højere end alle andre med 13 minutter ud af samlet 39 minutter på radio & musik om dagen.

Danske Medier er de private mediers organisation. Alle større private medieforetagender og hundredvis af små og mellemstore medier er medlemmer. De laver dagblade, ugeaviser, specialmedier, magasiner, digitale medier og radio lokalt, regionalt og nationalt.

DANSKE MEDIER
Pressens Hus
Skindergade 7
3397 4000
mail@danskemedier.dk

BAGER- OG KONDITORMESTRE I DANMARK BERLINGSKE MEDIA A/S - BIBLIOTEK RØRARBEJDERFORBUNDET - BOLD.DK - SPORT PUBLISH - BOLIGSIDEN A/S - BOLIVS BRANDE BLADET APS - BRØDRENE A & O JOHANSEN A/S - BUPL - BØRN I BYEN APS - BØR
- CO SØFART - COOP AMBA | FORENINGSSEKRETARIATET DAGINSTITUTIONERNES LANDS
- DANMARKS FISKERIFORENING PO - DANMARKS JÆGERFORBUND - DANMARKS
SPORTSHANDLER-FORENING DANMARKS TEKNISKE UNIVERSITET - DANSK AKTIONÆR
- DANSK CAMPING UNION - DANSK CENTER FOR LYS - DANSK EL-FORBUND - DANSK FJ
FRISKOLEFORENING - DANSK HÅNDELSBLAD A/S - DANSK HANDICAP FORBUND - DAN
KAJAK FORBUND - DANSK MAGISTERFORENING - DANSK MARKEDSFØRING - DANSK
PSYKOTERAPEUTFORENING - DANSK SEILUNION - DANSK SKOVFORENING - DANSK SKUE
- DANSK TAXI RÅD - DANSK TOLD- OG SKATTEFORBUND - DANSK TRANSPORT OG
ANLÆGSGARTNERE | PROVERTE A/S DANSKE BIOANALYTIKERE - DANSKE BLOMSTER
FYSIOTERAPEUTER - DANSKE MALERMESTRE - DANSKE SENIORER - DANSKE SKOV- OG
DANSKE VANDVÆRKER - DANVA | DANSK VAND- OG SPILDEVANDSFORENING DANVA
- DEN DANSKE LANDINSPEKTØRFORENING - DEN DANSKE PRÆSTEFØRING - DEN ERHV
| UDFORDRINGEN DER NORDSCHLESWIGER - DGI - DGU ERHVERV A/S - DI BUSINES
- DOTHOUSE MEDIA GROUP - DSR | DANSK SYGGELEJRERÅD - DÆKBRANCHEN DANMARK
EJENDOMSFORENINGEN DANMARK - ENIRO DANMARK A/S ERGOTERAPEUTFORENING
SUNDHEDSPEJERSKER FARMAKONOMIFORENINGEN - FARFØ AVIS - FDM | FORENED
- FOA FAG OG ARBEJDE - FOA SOCIAL- OG SUNDHEDSAFDELINGEN FOLKEBLADET I
HERLEV BLADET - FORBRUGERRÅDET - FORBUNDET AF KIRKE- OG KIRKEGÅRDSANS
FUNKTIONÆRER FORENINGEN DANSKE REVISORER - FORENINGEN KANTINE & KØKK
- FRIE SKOLERS LÆRERFORENING - FSR DANSKE REVISORER - FØDEVAREFORBUNDET
GIGTFORENINGEN - GOLFAVISEN APS - GRAKOM ARBEJDSGIVERE - GRÅSTEN AVIS/BOV
HAVESELSKABET - HEDESELSKABET - HELSINGØR STIFT - HERNING FOLKEBLAD - HK/D
AF OFFICERER I DK - HORISONT GRUPPEN A/S - HVIDOVRE AVIS - HAANDVÆRKERFOR
IDA - INSTITUTTET FOR FREMTIDSFORSKNING - IWGIA - JA - JID - JORDBRUGSTEKNOL
A/S - JYSK FYNISKE MEDIER P/S - KINO.DK - KIRKEMINISTERIETS IT-KONTOR - KIERT
KOMMUNIKATIONSFORUM A/S KONCENTRAT APS KONSTRUKTØRFORENINGEN - K
CHEFFORENING KØBENHAVNS UNIVERSITET - LANDBRUG & FØDEVARER LANDBR
SOCIALPÆDAGOGER LANDSKLUBBEN FOR DELTIDSANSATTE BRANDFOLK LEDERNES
RADIO ØST FM LÆGEFORENINGEN LÆGEMIDDELINDUSTRIFORENINGEN - MAGACIN A
- MALLING PUBLICATIONS APS - MANOVA A/S - MASKINMESTRENS FORENING - MC
APS MEDIEGRUPPEN A/S - MEDIEHUSET INGENIØREN A/S MIDTHIMMERLANDS FOLK
NETDOKTOR MEDINA A/S - NEWSBREAK.DK - NIBE BOGTRYK & OFFSET A/S - NICH
A/S - PARASPORT DANMARK PHARMADANMARK POLITIFORBUNDET I DANMARK PH
RADIO LIMFIORD - RADIO MAX - RADIOSELSKABET DANMARK APS REJSEPLANEN A/S - RIT
A/S SCLEROSEFORENINGEN - SJOVFORBØRN.DK - SJÆLLANDSKE MEDIER A/S - SK
SKOLELEDERFORENINGEN - SMARTCLIP NORDICS AB SOCIALPÆDAGOGERNES LAN
SUNDHEDSGUIDEN MEDIA APS TANDLÆGEFORENINGEN - TB MEDIER APS - TEKNIQ
THINK GLORIOUS APS - TINGLEV BOGTRYKKERI APS - TRAFIK OG VEJE - TVR MEDIA - U
ESBJERG K/S - UGEAVISEN PÅ SYDHAVSØERNE APS URBANGUIDE - VAMDRUP UGEBLA
DANMARKS MEDIE- OG JOURNALISTFORBUND - ØJSKOLE VORES MEDIER A/S - ZETLAND APS
ØSTVENDSYSSEL FOLKEBLAD A/S - AARS AVIS OG CENTRALTRYKKERIEET - ABFNVT APS
ALTINGET - AMNESTY INTERNATIONAL - ARBEJDEREN - ARBEJDSGIVERNE - ASTMA-AL
AUTOBRANCHEN I/S | C/O DANSK BIBLIOTEKFORBUND - AAVISEN.DK APS - BAGER- OG
BILTORVET A/S - BL - DANMARKS ALMENE BOLLIGER - BLIK- OG RØRARBEJDERFORBUN
- BONNIER PUBLICATIONS A/S - BORNHOLMS TIDENDE - BRANDE BLADET APS - BRØ
APS - CENTRALTRYKKERIEET VORDINGBORG - CO - INDUSTRI - CO SØFART - COOP AM
DANMARKS APOTEKERFORENING - DANMARKS BIBLIOTEKSFORENING - DANMARKS
INSTITUT DANMARKS NATURFREDNINGSFORENING DANMARKS SPORTSHANDLER F
ARBEJDSGIVERFORENING DANMARK AVISTRYK A/S - DANSK BYGGERI - DANSK CAMPIN
FORENING FOR KVALITET DANSK FORMANDS FORENING - DANSK FRISKOLE FORENING
LOGISTIK FORUM DANSK JOURNALISTFORBUND - DANSK KANO OG KAJAK FORBUN
MUSIKER FORBUND - DANSK PSYKOLOG FORENING - DANSK PSYKOTERAPEUTFOR
DANSK SOCIALRÅDGIVERFORENING - DANSK TANDPLEJERFORENING - DANSK TAXI
UNIX-SYSTEM BRUGERGRUPPE DANSK VANDRELUG - DANSKE ANLÆGSGARTNERE
DØVES LANDSFORBUND - DANSKE FODTERAPEUTER - DANSKE FYSIOTERAPEUTER - DAN
DANSKE TRANSPORT MEDIER APS - DANSKE TURSEJLERE - DANSKE VANDVÆRKER -
PSYKOMOTORISKE TERAPEUTER DEN DANSKE DYRLÆGEFORENING - DEN DANSKE LAN
FOND SERMITIAQAC DEN KORTE AVIS - DEN SELVJEJENDE INSTITUTION | UDFORDRING
- DIF | DANMARKS IDRÆTSFORBUND - DJØF - DKNYTT APS - DOFK - DOTHOUSE MEDIA G
SCANDINAVIA APS EDC-GRUPPEN A/S - EFTERSKOLEFORENINGEN EJENDOMSFORENI
- FAGBLADET FOLKESKOLEN APS - FAGLIGT SELSKAB FOR SUNDHEDSPLEJERSKER I
FEHA - FCC MEDIA - FINANSFORBUNDET - FLENSBORG AVIS AG - FOA FAG OG ARBE
FOLKEHØJSKOLERNES FORENING - FOLKETIDENDE GRUPPEN - FONDEN HERLEV BLADE
KOMMUNIKATION OG SPROG - FORENINGEN AF MEJERILEDERE OG FUNKTIONÆRER F
NYT ASPEKT - FORENINGEN RADIO BALLERUP - FRIE FUNKTIONÆRER - FRIE SKOLERS I
APS - GB HOLDING GALTEN A/S - ENTOFTE KOMMUNALFORENING - GIGTFOREN
GYMNASIESKOLERNES LÆRERFORENING - G - HAN HERREDS LOKALRADIO FORENING H
DANMARK - HKKF - HÆRENS KONSTABEL- OG KORPORALFORENING HOD - H
HAANDVÆRKERFORENINGEN I KØBENHAVN - INDRE MISSION - INFORMATION A/S - I
- JORDBRUGSTEKNOLOGER I DANMARK - JØINDEX A/S - JORDBRUGERFORENINGEN
IT-KONTOR - KIERTEMINDE AVIS | JUBILÆUMSFONDEN - KL - KOLONIAHVERV
KONSTRUKTØRFORENINGEN - KOST & ERNÆRING - FORBUNDET - KRISTELIGT DAGBLAD
& FØDEVARER LANDBRUGSMEDIERNE - LANDSFØRENINGEN AF MENIGHEDSRÅD LA
BRANDFOLK LEDERNES HOVEDORGANISATION - LEGR - GALTNERI A/S - LOCALAVISE FONDI
- MAGACIN APS - MAGASINET KUNST - MAGASINET SUNDHED APS - MAGASINHU
FORENING - MC TOURING CLUB DANMARK - MEDICINSKE TIDSSKRIFTER - MEDI
MIDTHIMMERLANDS FOLKEBLAD MIDTVENDSYSSEL AVIS - MIN MAVE APS - MOVE ON
& OFFSET A/S - NICHEHUSET APS - NORDJYSKE MEDIER A/S - NORTH MEDIA A/S
POLITIFORBUNDET I DANMARK PRICERUNNER DENMARK APS PROSA - RADIO ABC A/S
DANMARK APS REJSEPLANEN A/S - RITZAUS BUREAU - RÆSON MEDIER - SALLING BOG
DK - SJÆLLANDSKE MEDIER A/S - SKAGA FM - SKIVE FOLKEBLAD - SKJERN-TARM UGEB
SOCIALPÆDAGOGERNES LANDSFORBUND SOUNDVENUEN A/S - SPF.SOSIALURIN - SPILD
- TB MEDIER APS - TEKNIQ INSTALTATØRERNES ORGANISATION TEKNISKE LANDSFORBL
OG VEJE - TVR MEDIA - UDDANNELSESFORBUNDET UDENRIGSMINISTERIET DANID
URBANGUIDE - VAMDRUP UGEBLAD - VIDEBÆK BOGTRYKKERI A/S - VIDENSCENTER
VORES MEDIER A/S - ZETLAND APS - ÆLDRE SAGEN - ØKONOMISK UGEBREV A/S - Ø
CENTRALTRYKKERIEET - ABFNVT APS A/S BLADKOMPAGNIET - ADVOKATSAMFUNDET - A
- ARBEJDSGIVERNE - ASTMA-ALLERGI DANMARK - ATO | ANSATTE TANDLÆGERS ORG
AVISEN.DK APS - BAGER- OG KONDITORMESTRE I DANMARK BERLINGSKE MEDIA A
BLIK- OG RØRARBEJDERFORBUNDET - BOLD.DK - SPORT PUBLISH - BOLIGSIDEN A/S -
TIDENDE - BRANDE BLADET APS - BRØDRENE A & O JOHANSEN A/S - BUPL - BØRN I B
CO - INDUSTRI - CO SØFART - COOP AMBA | FORENINGSSEKRETARIATET DAGINSTITUT
BIBLIOTEKSFORENING - DANMARKS FISKERIFORENING PO - DANMARKS JÆGERFORBUN
DANMARKS SPORTSHANDLER-FORENING DANMARKS TEKNISKE UNIVERSITET - DAN
DANSK BYGGERI - DANSK CAMPING UNION - DANSK CENTER FOR LYS - DANSK EL-FO
FORENING - DANSK FRISKOLEFORENING - DANSK HÅNDELSBLAD A/S - DANSK HANDI
- DANSK KANO OG KAJAK FORBUND DANMARKS MAGISTERFORENING DANMARKS MAR
DANSK PSYKOTERAPEUTFORENING - DANSK SEILUNION - DANSK SKOVFORENING
TANDPLEJERFORENING - DANSK TAXI RÅD - DANSK TOLD- OG SKATTEFORBUND - DAN
VANDRELUG - DANSKE ANLÆGSGARTNERE | PROVERTE A/S DANSKE BIOANALYTIK
FODTERAPEUTER - DANSKE FYSIOTERAPEUTER - DANSKE MALERMESTRE - DANSKE SE
APS - DANSKE TURSEJLERE - DANSKE VANDVÆRKER - DANVA | DANSK VAND- OG SP
DEN DANSKE DYRLÆGEFORENING - DEN DANSKE LANDINSPEKTØRFORENING - DEN
KORTE AVIS - DEN SELVJEJENDE INSTITUTION | UDFORDRINGEN DER NORDSCHLESW
IDRÆTS-FORBUND - DJØF - DKNYTT APS - DOFK - DOTHOUSE MEDIA GROUP - DSR | DA
APS EDC-GRUPPEN A/S - EFTERSKOLEFORENINGEN EJENDOMSFORENINGEN DANMAR
FOLKESKOLEN APS - FAGLIGT SELSKAB FOR SUNDHEDSPEJERSKER FARMAKONOMIF
- FINANSFORBUNDET - FLENSBORG AVIS AG - FOA FAG OG ARBEJDE - FOA SOCIAL- OG
FORENING - FOLKETIDENDE GRUPPEN - FONDEN HERLEV BLADET - FORBRUGERRÅDET
OG SPROG FORENINGEN AF MEJERILEDERE OG FUNKTIONÆRER FORENINGEN DANSKE