



# MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

## INTERNETBRUG OG ENHEDER 2020



# INTERNETBRUG OG ENHEDER

---

## INDHOLD

<b>1</b>	<b>Introduktion .....</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Hovedresultater og konklusion .....</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Adgang til internettet.....</b>	<b>6</b>
3.1	Bredbåndsdækning for boliger i Danmark .....	6
3.2	Befolkningens adgang til internettet i hjemmet .....	7
<b>4</b>	<b>Besiddelse af enheder.....</b>	<b>9</b>
4.1	Hvilken elektronik har befolkningen i hjemmet?.....	9
<b>5</b>	<b>Befolkningens brug af internettet.....</b>	<b>13</b>
5.1	Hvor ofte og hvor længe er befolkningen på internettet .....	13
5.2	Døgnrytme: Hvornår bruger befolkningen deres smartphone?.....	16
5.3	Hvad bruger befolkningen internettet til?.....	18
5.4	Nyhedsbrug på internettet: Nyhedskategorier og kilder til nyheder.....	19
5.4.1	Befolkningens nyhedsforbrug fordelt på nyhedskategorier.....	19
5.4.2	Kilder til nyheder på internettet .....	21
5.5	Holdning til moderne teknologi og internettet.....	22
<b>6</b>	<b>Metode.....</b>	<b>27</b>
6.1	Danmarks Statistik.....	27
6.1.1	Familiernes besiddelser af elektronik i hjemmet efter forbrugsart.....	27
6.2	Energistyrelsen .....	27
6.3	Kantar Gallup .....	27
6.3.1	Index Danmark/Gallup .....	27
6.3.2	Digital Life-undersøgelserne.....	27
<b>7</b>	<b>Brug af data og resultater .....</b>	<b>29</b>
<b>8</b>	<b>Figurfortegnelse .....</b>	<b>30</b>
<b>9</b>	<b>Tabelfortegnelse.....</b>	<b>31</b>

# 1 INTRODUKTION

Kapitlet om internetbrug og enheder er struktureret på følgende måde:

- Hovedresultater og konklusion
- Adgang til internettet
- Besiddelse enheder
- Befolkningens brug af 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 2019 samt udviklingen over tid. Hvor det er relevant ses på forholdene i relation til befolkningens alder.

Tabeller og figurer er som udgangspunkt baseret på data fra Kantar Gallup, Energistyrelsen eller Danmarks Statistik og bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. 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.

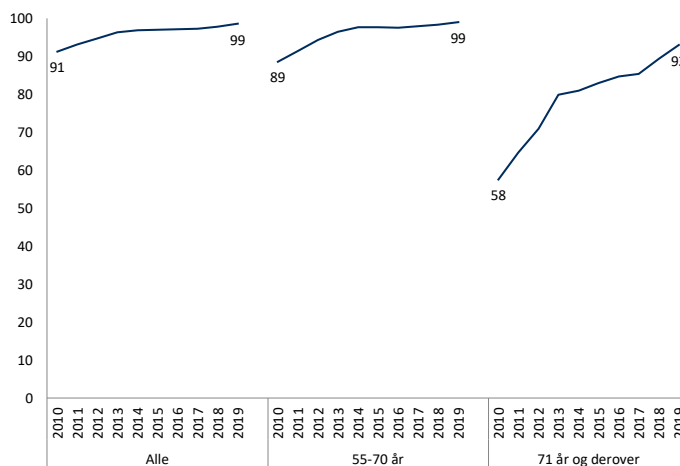
# 2 HOVEDRESULTATER OG KONKLUSION

## LÆSNING AF FIGURER

Tallene i grafikkerne er opgjort i **andele i procent (%) af målgruppen/universet**, der er angivet under figurene.

### I 2019 havde stort set alle adgang til internettet

Adgang til internet i hjemmet. Andel af aldersgrupper i %, 2010-2019

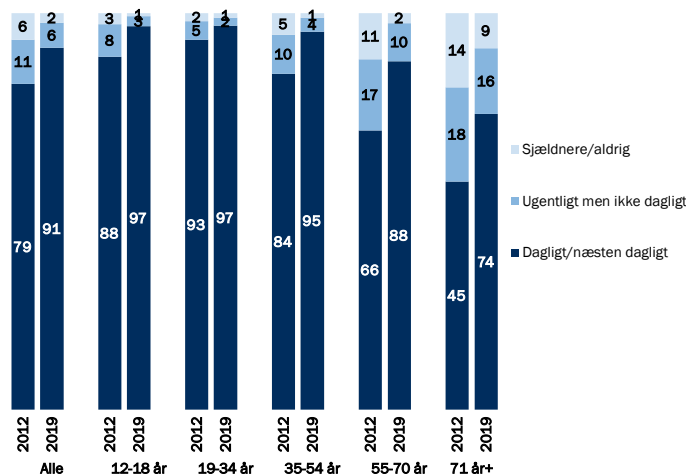


**Kilde:** Index Danmark/Gallup - Helårsbaser 2010-2019,  
**Univers:** Den danske befolkning i alderen 12 år og derover  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

- 99 % af alle personer i alderen 12 år og derover havde i 2019 adgang til internettet.
- Der har især været stigning i andelen med adgang til internettet blandt de ældste aldersgrupper de sidste 10 år.
- Blandt det 55-70-årige er andelen steget fra 89 % i 2010 til 99 % i 2019.
- Blandt de ældste på 71 år og derover er andelen steget fra 58 % i 2010 til 93 % i 2019.

### Internettet er blevet en uundgåelig del af befolkningens dagligdag, og næsten alle bruger det stort set dagligt

Udvikling fra 2012 til 2019 i hvor ofte forskellige aldersgrupper med adgang til internettet benytter internettet

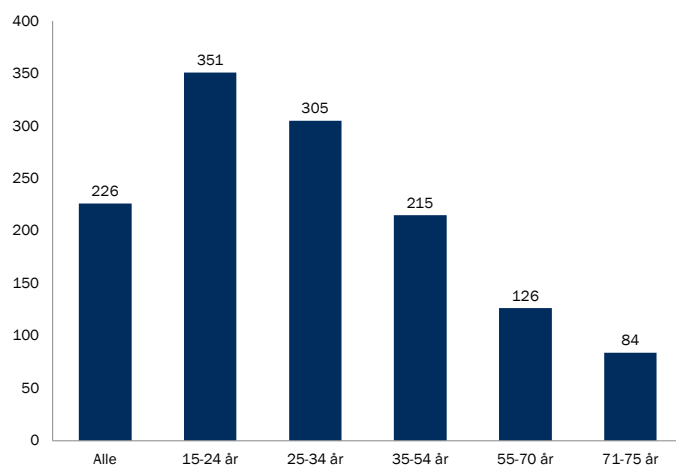


**Kilde:** Index Danmark/Gallup - Helårsbaser 2012 og 2019  
**Univers:** Den danske befolkning i alderen 12 år og derover med adgang til internettet  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

- 91 % af den danske befolkning i alderen 12 år og derover brugte i 2019 internettet dagligt eller næsten dagligt. Det er en stigning fra 79 % i 2012. Yderligere 6 % brugte det ugentligt i 2019.
- Blandt de 55-70-årige er andelen, der bruger internettet dagligt/næsten dagligt steget fra 66 % i 2012 til 88 % i 2019. Kun 2 % af denne aldersgruppe bruger det sjældnere end ugentligt.
- Blandt de ældste fra 71 år og derover er andelen af daglige/næsten daglige brugere steget fra 45 % i 2012 til 74 % i 2019. Det er en stigning på 29 procentpoint.

## Der er stor forskel på, hvor lang tid de forskellige aldersgrupper bruger mobilen til at være på internettet

### Aldersgruppernes gennemsnitlige ugentlige internetbrug i minutter via mobil/smartphone i 2019

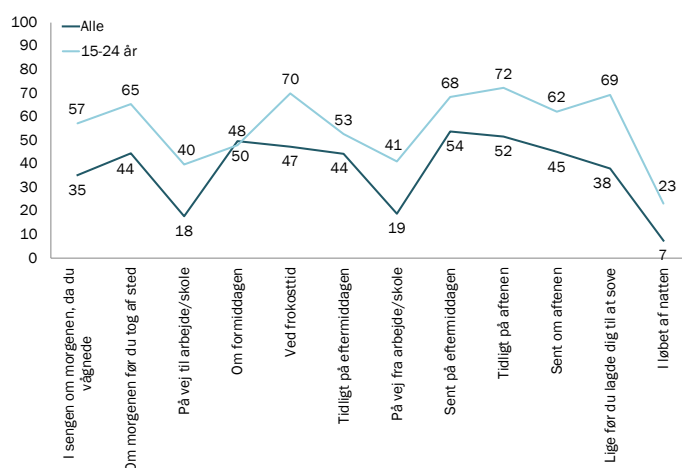


**Kilde:** Kantar Gallup/Digital Life – Digital Behavior 2019  
**Univers:** Den danske befolkning i alderen 15-75 år og bruger smartphone  
 Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

- Blandt de 15-75-årige personer, der bruger smartphone, blev der i 2019 i gennemsnit brugt 226 minutter ugentligt (svarende til 3 timer og 46 minutter) på internettet via mobil/smartphone.
- Der er en klar sammenhæng mellem tidsforbrug på internettet via mobil/smartphone og alder. Jo yngre, des længere tid bliver der brugt:
- De 15-24-årige smartphonebrugere brugte i 2019 351 minutter (5 timer og 51 minutter) på internettet via smartphone om ugen, og de 71-75-årige brugte 84 minutter (1 time og 24 minutter).

## 23 % af de 15-24-årige, der har en smartphone, bruger den i løbet af natten. Det er langt flere end i den øvrige befolkning.

### Døgnrhythme: Hvornår bruger befolkningen deres smartphone? Andel i %, befolkningen samlet set og 15-24-årige

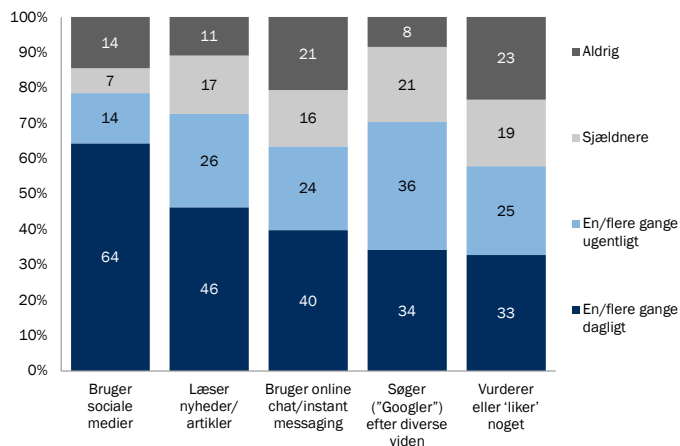


**Kilde:** Kantar Gallup/Digital Life 2019  
**Univers:** Den danske befolkning i alderen 15-75 år og har personligt en smartphone  
 Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

- I befolkningen samlet set er det 7 %, der svarer, at de bruger deres smartphone i løbet af natten.
- De 15-24-årige rækker også i stor udstrækning ud efter deres smartphone som noget af det første, når de slår øjnene op om morgenen. 57 % bruger deres smartphone i sengen om morgenen, når de vågner.
- På stort set alle tidspunkter af døgnet er det de yngste, der har den største andel, der bruger deres smartphone. Kun om formiddagen har befolkningen samlet set samme andel, der bruger smartphonen som de yngste: 50 % mod 48 % hos de 15-24-årige.

## Befolkningen bruger de sociale medier væsentligt oftere end de læser nyheder/artikler på internettet

### Top 5: Hvor ofte foretager befolkningen sig forskellige ting på internettet? Fordeling i %, 2019



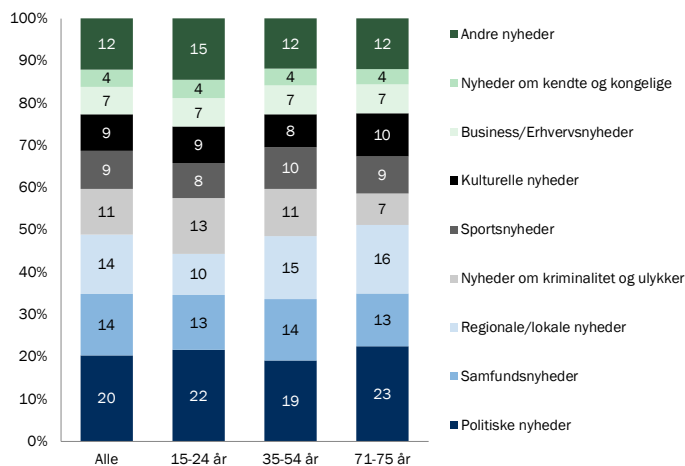
**Kilde:** Kantar Gallup/Digital Life 2019 - Content  
**Univers:** Den danske befolkning i alderen 15-75 år  
 Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

- 64 % af de 15-75-årige bruger sociale medier en eller flere gange dagligt. Yderligere 14 % bruger dem en eller flere gange ugentligt.
- Til sammenligning er det kun 46 %, der læser nyheder/artikler på internettet dagligt, mens 26 % gør det en eller flere gange om ugen.
- Også online chat/instant messaging har vundet indpas i befolkningen og bliver brugt en eller flere gange dagligt af 40 % af de 15-75-årige og ugentligt af 24 %.

Der er stort set lige mange, der på daglig basis søger efter diverse viden (34 %) og vurderer eller 'liker' noget på internettet (33 %).

## Der er forbausende små forskelle på, hvordan aldersgrupperne fordeler den tid, de bruger på nyhedsopdateringer på internettet, på forskellige typer af nyheder

### Fordeling af det ugentlige tidsforbrug på nyhedsopdatering på internettet på nyhedstype. Andel i %. Opgjort efter alder, 2019



**Kilde:** Kantar Gallup/Digital Life 2019 - Content  
**Univers:** Den danske befolkning i alderen 15-75 år, som læser/ser/tilgår nyheder på internet  
 Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

- I alle aldersgrupper er det de politiske nyheder, de personer, der tilgår nyheder på internettet, bruger mest tid på - cirka en femtedel af den tid, de bruger på nyheder.
- De to nyhedskategorier, hvor der er en synlig forskel på de yngste og ældste nyhedsbrugere på nettet, er **regionale og lokale nyheder**, som de ældste bruger mest tid på (16 % af deres nyhedstid mod 10 % blandt de 15-24-årige) og **nyheder om kriminalitet og ulykker**, som de 15-24-årige bruger 13 % af deres tid på og de 71-75-årige 7 % af deres tid.

Både i forhold til samfundsnyheder, sportsnyheder, kulturelle nyheder, business/erhvervsnyheder og nyheder om kendte og kongelige er der tale om mindre forskelle i aldersgruppernes fordeling af deres tidsforbrug.

# 3 ADGANG TIL INTERNETTET

I dette afsnit bliver udviklingen i befolkningens adgang til internettet beskrevet. Både i form af den konkrete dækning med bredbånd med forskellige downloadhastigheder, befolkningens adgang til internettet i hjemmet og i antallet af bredbåndsabonnementer fordelt på forskellige downstreamkapaciteter.

## 3.1 Bredbåndsdækning for boliger i Danmark

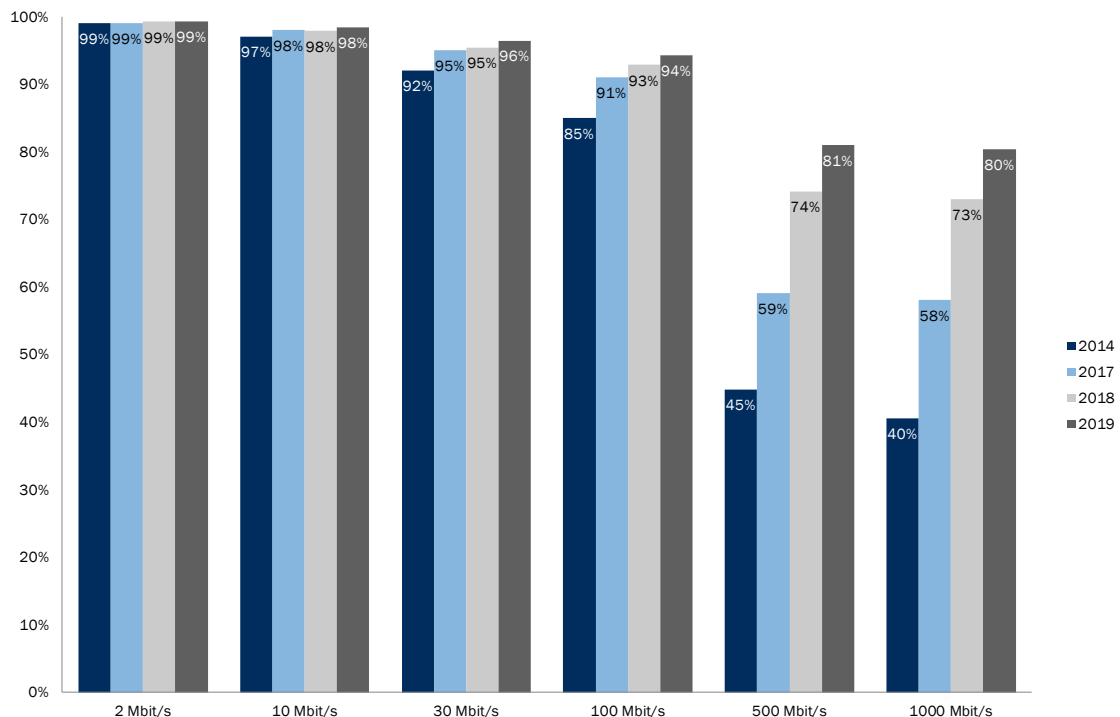
En væsentlig forudsætning for en medieudvikling, hvor medieforbruget over de sidste mange år er blevet mere og mere digitalt og web-baseret, er blandt andet, at en bredbåndsdækning med tilstrækkelig kapacitet er tilgængelig.

På landsplan er bredbåndsdækningen for boliger også i 2019 ganske høj. 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.

94 % af landets boliger har i 2019 adgang til bredbånd med en downloadhastighed på mindst 100 Mbit/s – for lavere hastigheder er dækningen helt op til 99 %. For de højeste hastigheder med en downloadkapacitet på enten 500 eller 1.000 Mbit/s er dækningen lavere, henholdsvis 81 % og 80 %.

Dækningen med de høje hastigheder har været i kraftig vækst og er steget fra 45 % i 2014 til 81 % i 2019 for 500 Mbit/s og fra 40 % i 2014 til 80 % i 2019 for 1.000 Mbit/s. Stigningen for disse to hastigheder er dog ikke så stor fra 2018 til 2019, som den har været de foregående år. For begge hastigheder var stigningen på 15 procentpoint fra 2017 til 2018, men på syv procentpoint fra 2018 til 2019.

Figur 1: Dækningen i % med bredbånd (downloadhastigheder) for boliger i 2014, 2017-2019 i Danmark

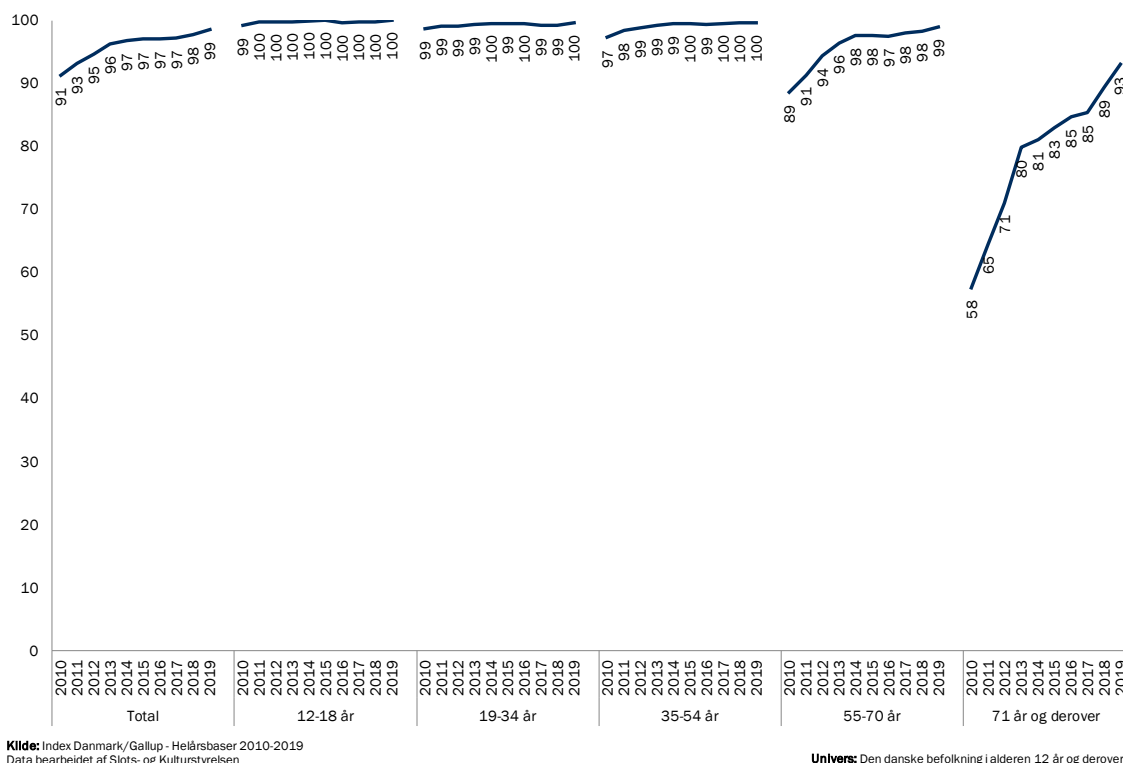


Kilde: Energistyrelsen - Tal på teleområdet - Bredbåndskortlægning - Tal for boliger  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

## 3.2 Befolkningens adgang til internettet i hjemmet

En anden forudsætning for fremgangen i det web-baserede medieforbrug er, at befolkningen har adgang til internettet – ikke mindst i hjemmet. 98,5 % af befolkningen havde i 2019 adgang til internettet i hjemmet. For alle aldersgrupperne til og med 70 år var andelen 100 % eller knap 100 %, mens det i aldersgruppen fra 71 år og derover var 93 %. Som det fremgår af Figur 2 nedenfor er det især i den ældste aldersgruppe, der har været en kraftig stigning i andelen over de seneste 10 år. Alene fra 2018 til 2019 var stigningen på 3,6 procentpoint (fra 89,4 % til 93 %).

Figur 2: Andel af den danske befolkning (12 år og derover) i % med adgang til internet i hjemmet. 2010-2019. Fordelt på alder.



I forhold til det mere og mere internetbaserede/-afhængige medieforbrug er det også relevant at se på udviklingen i antallet af bredbåndsabonnementer og ikke mindst udviklingen i de hastigheder, disse bredbåndsabonnementer har. Udviklingen på området fra 1. halvår 2008 til 2. halvår 2019 er vist i Figur 3 nedenfor.

Over hele perioden er antallet af bredbåndsabonnementer samlet set steget med 26,2 %, hvilket ikke i sig selv er en voldsom udvikling på dette område over en tiårig periode. Der har endda fra 1. halvår til 2. halvår 2019 været et fald i det samlede antal bredbåndsabonnementer på 12.326 svarende til -0,5 %.

Udviklingen over hele perioden fra 1. halvår 2008 og frem dækker imidlertid over nogle meget kraftige forskydninger indbyrdes mellem bredbåndsabonnementer med forskellige hastigheder. Antallet af bredbåndsabonnementer med mindst 50 Mbit/s op til under 300 Mbit/s downstreamkapacitet er således fra 1. halvår 2008 til 2. halvår 2019 steget med 5.232 % (fra 26.139 til 1.393.772 abonnementer).

Væksten var særlig markant fra 1. halvår 2010 til 2. halvår 2010 (87,9 %) og igen fra 2. halvår 2014 til 1. halvår 2015 (100,9 %) men er de seneste år stagneret vurderet ud fra tallene i den seneste opgørelse, der er fra 2. halvår 2019. Fra 1. halvår 2019 til 2. halvår 2019 har stigningen i antallet af abonnementer med denne hastighed således kun været på knap 1 %.

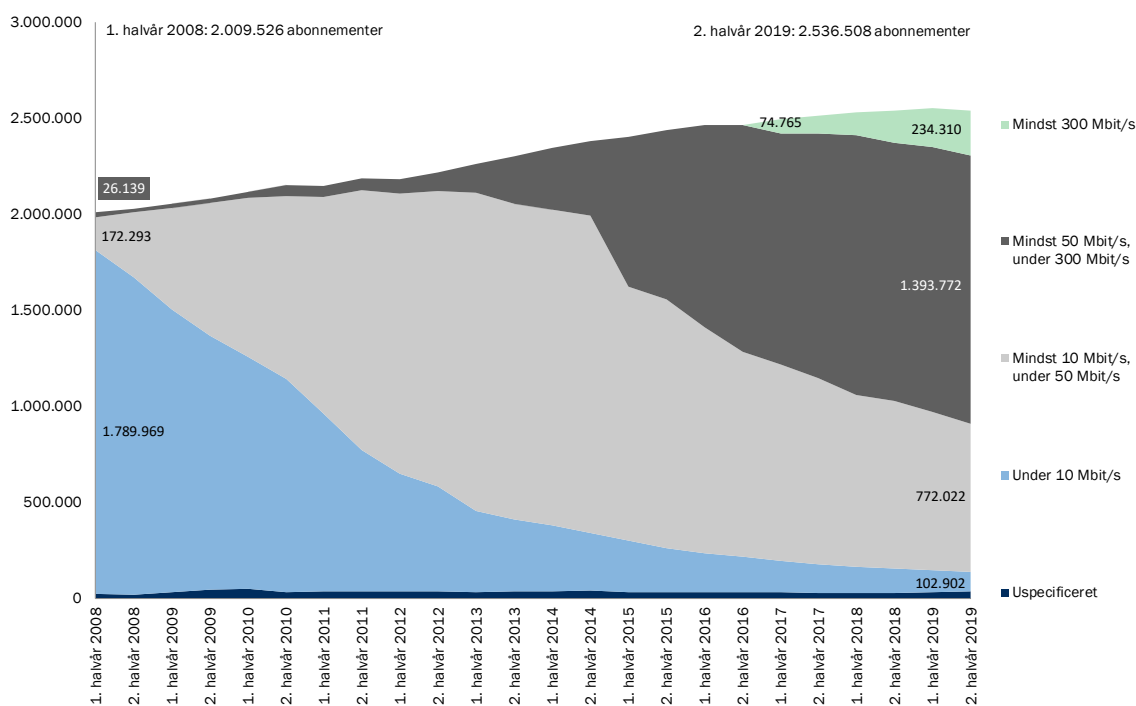


Stagnationen skyldes formentlig i stor udstrækning den udvikling, der sker for de allerhøjeste inter-nethastigheder på mindst 300 Mbit/s. Fra 1. halvår 2017 til 2. halvår 2019 var der for denne hastighed en stigning på 213,4 % i antallet af abonnemeter. I samme periode var der en stigning på 15,6 % i bredbåndsabonnemeter med mindst 50 Mbit/s op til under 300 Mbit/s downstreamkapacitet. Men væksten for de højeste hastigheder har med stigning på 17 % fra 1. halvår til 2. halvår 2019 ikke været lige så stor som fra 1. halvår til 2. halvår 2018, hvor der var en stigning på godt 38 %.

For bredbåndsabonnemeter fra 10 Mbit/s op til under 50 Mbit/s har stigningen over hele perioden fra 1. halvår 2008 til 1. halvår 2018 været på 348 %. Reelt er der dog for denne hastighed tale om et næsten konstant fald i antallet af abonnemeter, der har fundet sted siden 2. halvår 2014, hvor der var 1.649.059 abonnemeter, til 2. halvår 2019, hvor der var 772.022 abonnemeter. Det er dog stadig væsentlig flere end de 172.293 abonnemeter, der var i begyndelsen af den betragtede periode

Bredbåndsabonnemeter med downstreamkapacitet under 10 Mbit/s er faldet med godt 94 % i pe-rioden.

Figur 3: Internet – Bredbåndsabonnemeter fordelt på downstreamkapacitet (markedsførte hastigheder), 1. halvår 2008-2. halvår 2019



Kilde: Energistyrelsen - Telestatistik 2. halvår 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

# 4 BESIDDELSE AF ENHEDER

*I dette afsnit bliver det beskrevet, hvilken elektronik befolkningen har i hjemmet, som kan benyttes til internet- og medieforbrug. Bemærk, at kilderne til oplysningerne ikke er de samme i hele kapitlet, ligesom universet kan være henholdsvis husstande eller personer.*

## 4.1 Hvilken elektronik har befolkningen i hjemmet?

Figur 4 til Figur 7 nedenfor viser familiernes besiddelse af elektronik i hjemmet (Figur 6 og Figur 7 stammer ikke fra samme kilde som Figur 4 og Figur 5).

Et generelt billede på tværs af en stor del af de enheder, der er medtaget i figurerne nedenfor, er, at tidligere års vækstrater for flere af apparaternes vedkommende er bremset.

Det gælder for eksempel smartphonen, der i 2020 – ligesom i 2019 – er den mest udbredte enhed i de danske hjem blandt de enheder, der er medtaget i analysen (Figur 4 og Figur 5). 90 % af de danske husstande har en smartphone i 2020, hvilket er en ganske lille fremgang fra 88 % i både 2018 og 2019. Der er næste lige så stor en andel af husstandene – 88 % – der har en bærbar computer/laptop i 2020. Det er en lille fremgang fra 86 % i 2019, men ikke nok til at nå op på de 91 % i 2016, der lader til at have været maksimum for bærbar computer/lap-top.

Tablet pc/mini computer har haft en mindre fremgang fra 2019 til 2020 og når med en andel på 61 % af husstandene samme niveau som i 2016. 61 % er den højeste andel, der har været registreret for tablet pc/mini computer. En overvejelse har tidligere været, om de stadigt større smartphones presser de andre bærbare enheder på markedet. Dette kan de gøre i kraft af bedre og bedre skærme og en stigende andel af dagligdags-aktiviteter, der kan varetages via apps på smartphonen (f. eks. bank, kontakt med det offentlige etc.).

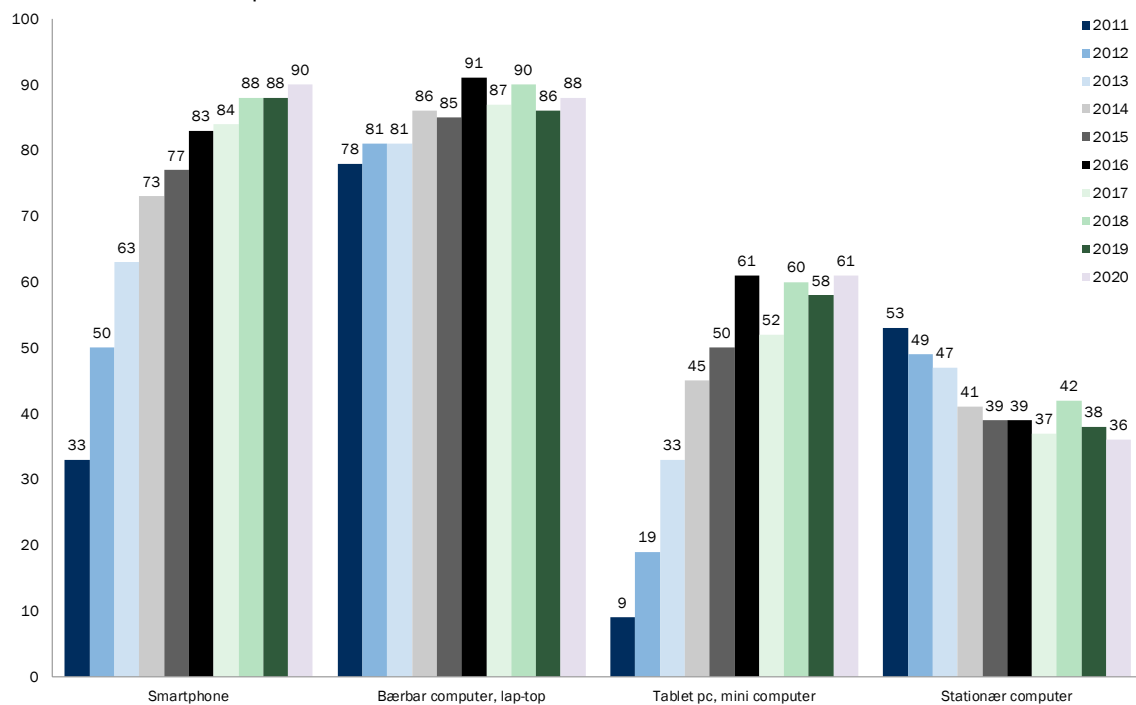
Når man ser på udviklingen i andelen af husstandene, der ejer henholdsvis smartphone, bærbar computer eller en tablet pc, er spørgsmålet dog, om priserne på smartphones efterhånden er blevet så høje, at de andre bærbare enheder klarer sig bedre i konkurrencen. Også i kraft af de lidt større skærme, der trods alt i forhold til visse befolkningsgrupper må give en fordel i forhold til brugervenlighed.

Den stationære computer er gået en anelse tilbage og bliver ejet af 36 % af husstandene i 2020 mod 38 % i 2019.

Smart-tv er stadig i fremgang, og 64 % af de danske husstande ejer nu et smart-tv. Fremgangen fra 2019 til 2020 er på tre procentpoint, hvilket er mindre end stigningen på otte procentpoint både fra 2016 til 2017 og fra 2018 til 2019.

Andelen af husstande med en DAB-radio er gået tre procentpoint frem til 34 % i 2020, men det lader til, at udviklingen for DAB-radioer er på et plateau på omkring en tredjedel af de danske husstande. I hele den betragtede periode fra 2011 til 2020 har niveauet for DAB-radio fluktueret mellem 31 % og 38 %.

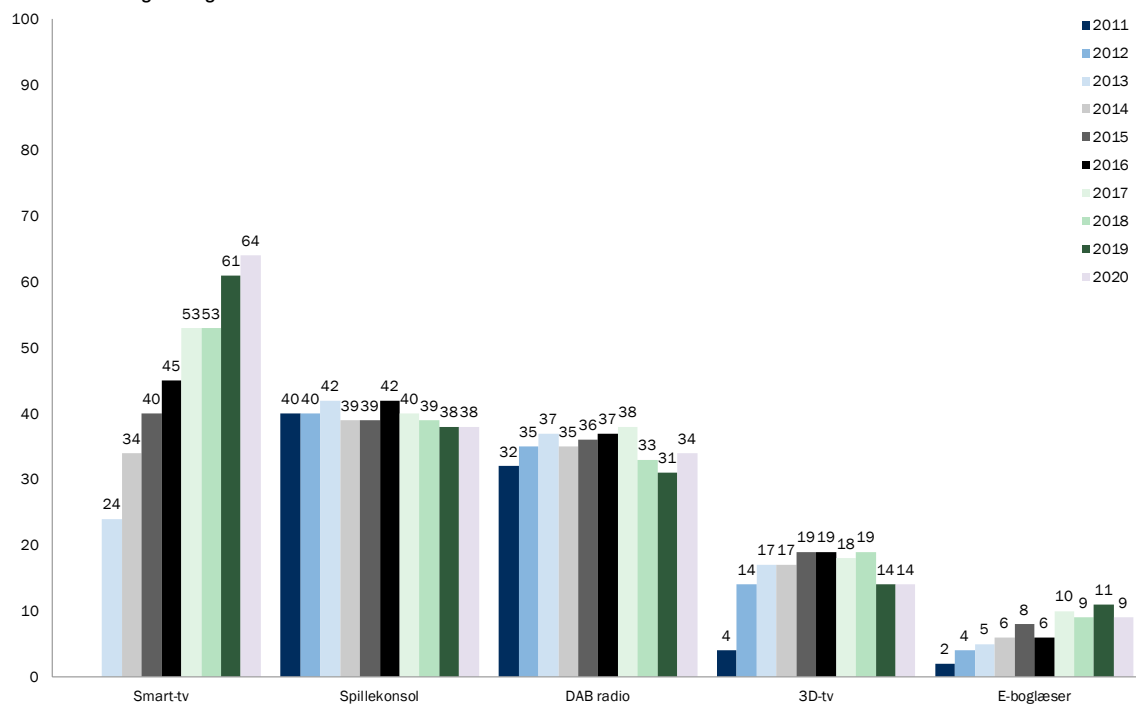
Figur 4: Familiernes besiddelse af elektronik i hjemmet fra 2011 til 2020. Smartphone, bærbar computer, tablet, stationær computer. Andel af familierne i %.



Kilde: <http://www.statistikbanken.dk/VARFORBR>: Familiernes besiddelse af elektronik i hjemmet efter forbrugsart  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Danske familier/husstande

Figur 5: Familiernes besiddelse af elektronik i hjemmet fra 2011 til 2020. Smart-tv, spillekonsol, DAB-radio, 3D-tv og E-bogslæser. Andel af familierne i %.



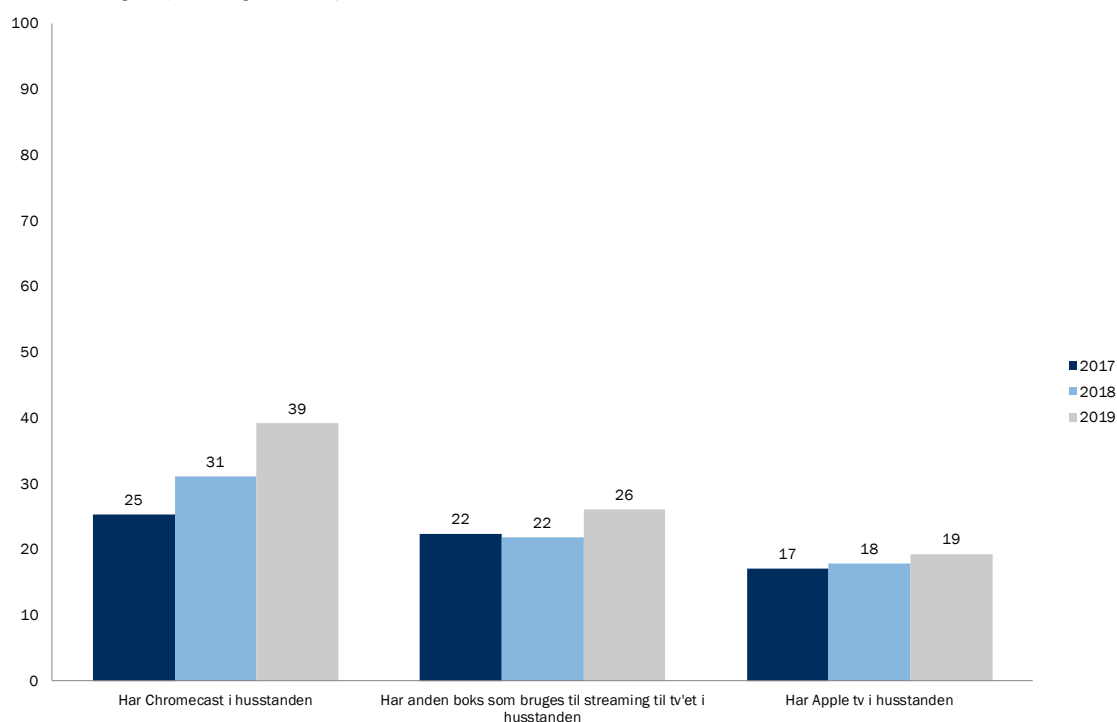
Kilde: <http://www.statistikbanken.dk/VARFORBR>: Familiernes besiddelse af elektronik i hjemmet efter forbrugsart  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Danske familier/husstande

Figur 6 og Figur 7 nedenfor viser, hvor stor en andel af den danske *befolkning* i alderen 12 år og derover, der har Apple-tv, Chromecast eller en anden boks, der kan bruges til streaming i husstanden i perioden fra 2017 til 2019 (bemærk at tallene i Figur 6 og Figur 7 er opgjort på *personniveau* og ikke på *husstands niveau/familieniveau*, som i Figur 4 og Figur 5 ovenfor. Derudover er nyeste tal i figurerne ovenfor fra 2020, mens de nyeste tal i de to figurer neden for er fra 2019).

I 2017 havde 25,3 % af den danske befolkning i alderen 12 år og ældre en Chromecast i husstanden, 22,3 % havde en anden boks, der kan bruges til streaming, mens 17,1 % havde Apple tv. Mens andelen for Apple tv er stort set uændret i 2019 i sammenligning med 2017 og 2018, er andelen af personer, der havde en Chromecast, steget til 39,2 % i 2019. Det er en stigning på otte procentpoint fra 2018 til 2019 og på 14 procentpoint fra 2017 til 2019. 'Anden boks som bruges til streaming' er gået fra en andel på 21,9 % i 2018 til en andel på 26,1 % i 2019, hvilket er en stigning på ca. fire procentpoint.

Figur 6: Besiddelse af Apple tv, Chromecast og anden boks til streaming til tv'et. 2017-2019. Andel af befolkningen (12 år og derover) i %.

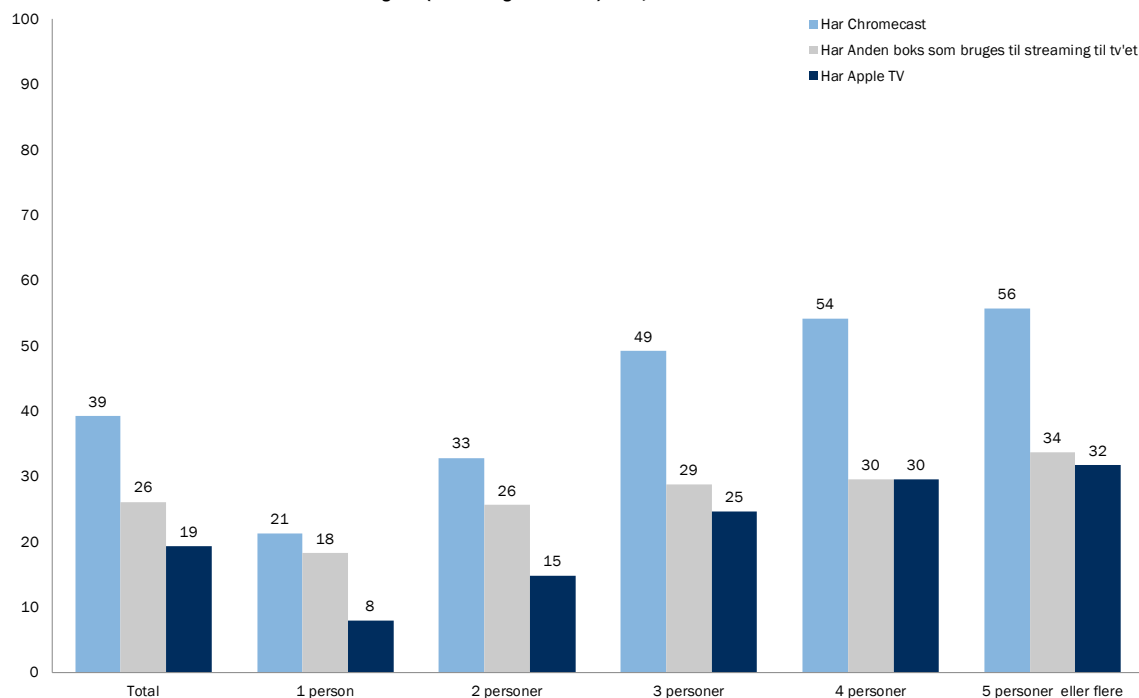


Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbaser 2017, 2018 og 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

Antallet af personer i den husstand, respondenterne bor i, har – baseret på tallene fra 2019 – betydning for, hvor stor en andel, der har Chromecast, Apple TV eller anden boks, der kan bruges til streaming. Det fremgår af Figur 7 nedenfor. Der er for de tre enheder en stort set entydig sammenhæng mellem husstandsstørrelse og andel, der har et af disse apparater. Jo flere personer i husstanden, des større andel. Uanset husstandsstørrelse er Chromecast den mest udbredte boks. Især i husstande fra tre personer og op er Chromecast at finde hos en væsentligt større andel af borgerne end de to andre apparater. 21,3 % af personerne i 1-personers husstande har en Chromecast stigende til 55,6 % blandt dem, der bor i 5-personershusstande. De tilsvarende tal for 'Anden boks' er henholdsvis 18,2 % og 33,6 % og for Apple tv henholdsvis 7,9 % og 31,7 %.

Figur 7: Har Apple TV/Chromecast/Anden boks til streaming i husstanden brudt ned på antal personer i husstanden. Andel af befolkningen (12 år og derover) i %, 2019



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbaser 2017, 2018 og 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

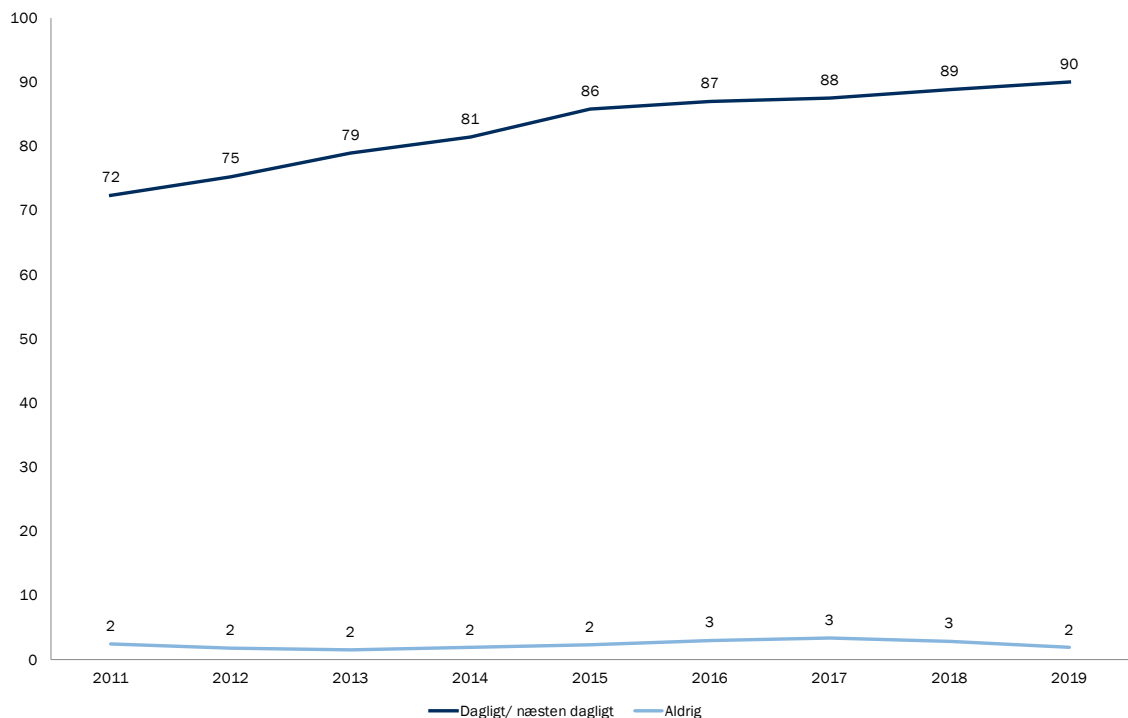
# 5 BEFOLKNINGENS BRUG AF INTERNETTET

I dette afsnit bliver der set på befolkningens konkrete brug af internettet. Både hvor ofte, befolkningen bruger internettet og hvilke aktiviteter, de begiver sig ud i på internettet. Der ses mere specifikt på, hvilke typer af nyheder, danskerne læser, ser eller lytter til, og hvad kilderne til disse nyheder er. Borgernes tryghed ved ny teknologi og internettet bliver også behandlet i kapitlet. Bemærk at kilder, aldersgrupper og universer varierer i figurer og tabeller.

## 5.1 Hvor ofte og hvor længe er befolkningen på internettet

Der er ingen tvivl om, at internettet spiller en central rolle i befolkningens hverdag: I 2019 var 90 % af den danske befolkning i alderen 12 år og derover på internettet dagligt eller næsten dagligt. Det er en andel, der er steget kontinuerligt fra 72,2 % i 2011. Andelen, der aldrig bruger internettet, har i samme periode ligget på stort set uændret niveau og svinger mellem 1,5 % og 3,4 %. I 2019 er andelen 1,9 %. Denne lave andel kan blandt andet være en følge af det pres, der er fra blandt andet det offentlige og bankerne, for at gøre befolkningen digital.

Figur 8: Hvor ofte er den danske befolkning (12 år og derover) på internettet? Hyppighed af brug i %. 2011-2019



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbaser 2011-2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

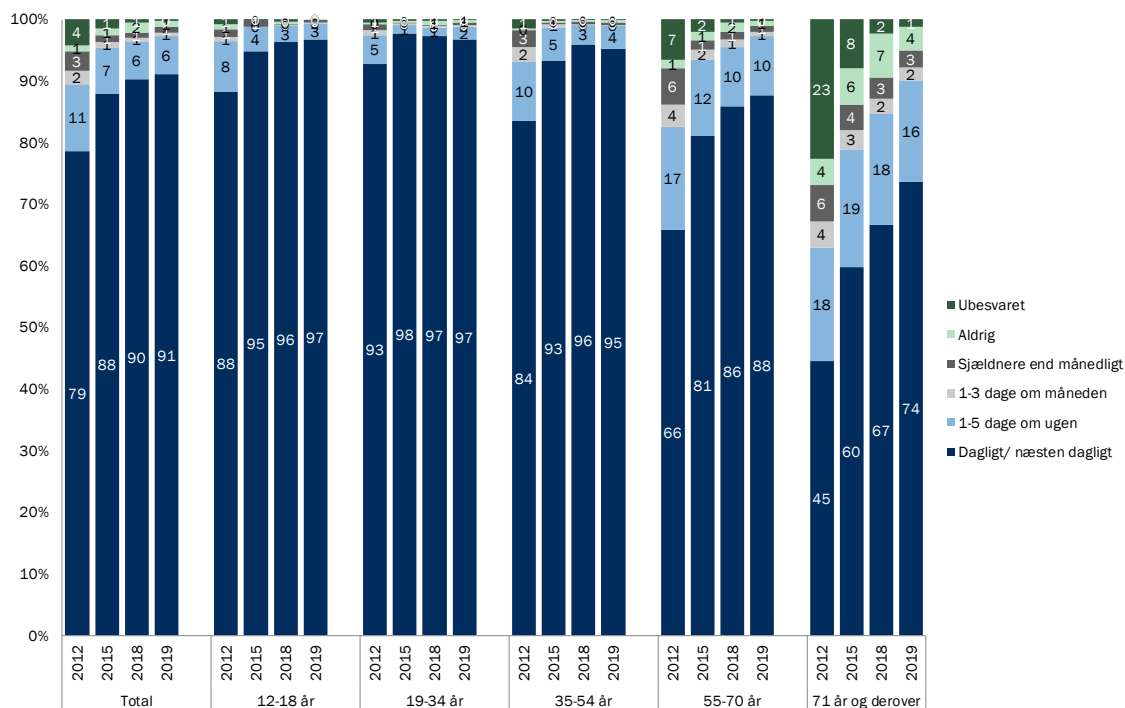
Der er sammenhæng mellem alder og hyppighed af internetbrug blandt personer med adgang til internettet. Men de forskelle, der er, bliver mindre og mindre i takt med, at de ældste aldersgrupper i stadigt stigende grad er på internettet dagligt eller næsten dagligt. Det kan man se i Figur 9 nedenfor.

I aldersgrupperne op til og med 54 år er det mindst 95 % af internetbrugerne, der er på internettet dagligt eller næsten dagligt. Andelen har ligget på dette høje niveau flere år og vil formentlig have svært ved at stige yderligere.

Blandt de 55-70-årige med adgang til internettet var 87,7 % på internettet dagligt eller næsten dagligt i 2019. Det er en lille ændring fra 85,9 % i 2018 (+1,8 procentpoint), men sammenlignet med 2012 er det en stigning på næsten 22 procentpoint.

I den ældste aldersgruppe fra 71 år og derover er der stadig forholdsvis store stigninger fra år til år i andelen, der går på internettet dagligt eller næsten dagligt. I 2019 var det tilfældet for 73,6 % af internetbrugerne, hvilket er syv procentpoint mere end i 2018, og godt 29 procentpoint mere end i 2012.

Figur 9: Hvor ofte benytter den danske internet-befolkning internettet? Brudt ned på alder. Hyppighed af brug i %, 2012, 2015, 2018 og 2019



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbaser 2012, 2015, 2018 og 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover med adgang til internettet

Der er en helt entydig sammenhæng mellem alder og den tid (opgjort som ugentligt brug i minutter), der bliver brugt på internettet. Både via alle apparater samlet set (smartphone, pc, tablet, Smart-tv eller spillekonsol) og på smartphone, pc eller tablet separat. Det fremgår af Figur 10 nedenfor. Bemærk, at minutopgørelserne er opgjort blandt brugerne af de respektive apparater. Jo yngre, man er, des flere minutter bruger man på internettet – uanset hvilket apparat, man bruger til internetadgang.

I målgruppen samlet set (15-75 år og bruger et eller flere af de nævnte apparater) var det ugentlige internetforbrug i minutter på tværs af alle apparater på 485 minutter, det vil sige godt otte timer. Men dette gennemsnitlige tal for hele målgruppen dækker over store forskelle mellem aldersgrupperne.

Således brugte de 15-24-årige samlet set 791 minutter om ugen (godt 13 timer) på internettet via et af de anvendte apparater, mens de 71-75-årige til sammenligning brugte 211 minutter (3,5 timer).

Tendensen er den samme, uanset om man ser på internetbrug via smartphone (i apps/browser), pc eller tablet (i apps/browser) blandt brugerne af de respektive enheder: De yngste bruger mest tid, og de ældste bruger mindst tid. Der er dog stor variation i, hvor store forskellene er mellem aldersgrupperne på tværs af de forskellige enheder.

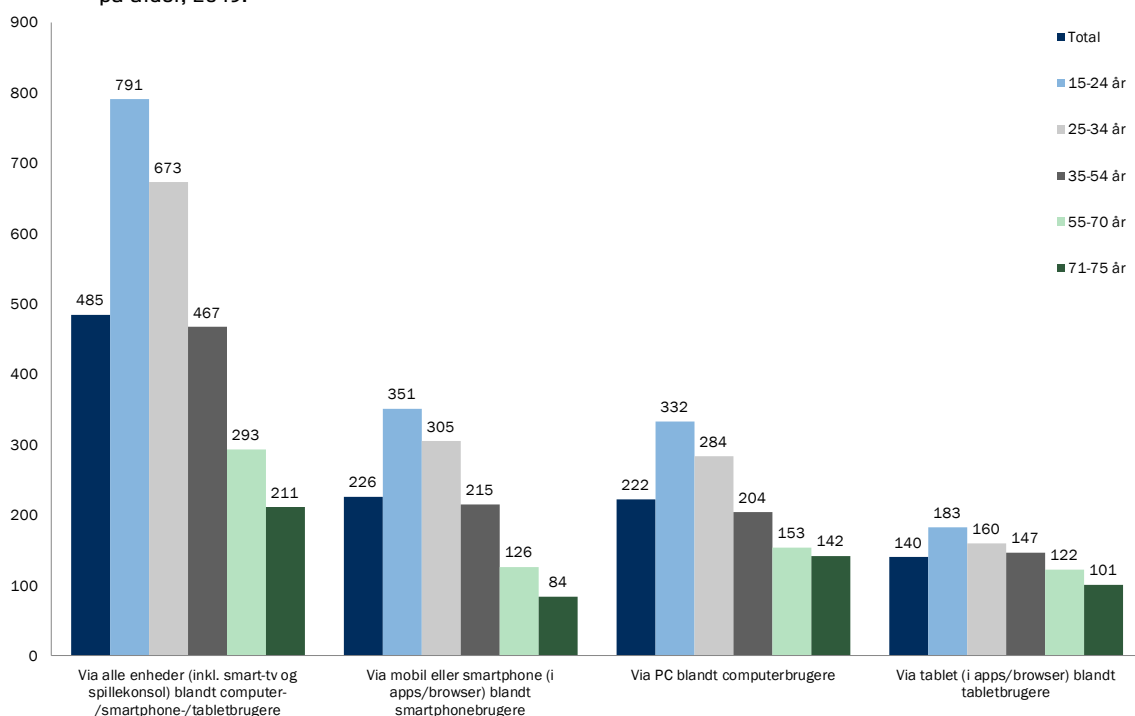
Størst er forskellen, når internetadgangen sker via mobil-/smartphone. Her bruger de 15-24-årige 351 minutter om ugen (knap seks timer), mens de 71-75-årige bruger 84 minutter (knap 1,5 time) på at være på internettet via smartphone.

Forskellen er mindst, når internetadgangen sker via tablet. Her bruger de 15-24-årige 183 minutter (godt tre timer), mens de 71-75-årige bruger 101 minutter (1,7 time).

Også når adgangen sker via PC er der forholdsvis stor forskel på de yngste og ældste brugeres tidsforbrug, men ikke helst så udtalt som når adgangen sker via smartphone.

Generelt bliver der brugt mest tid på internettet via smartphone (226 minutter om ugen blandt smartphonebrugere). Dette er dog kun en anelse mere end via PC, hvor PC-brugerne bruger 222 minutter om ugen. Tidsforbruget via tablet ligger en del under med 140 minutter om ugen.

Figur 10: Ugentligt internetbrug i minutter via forskellige enheder, blandt brugere af den type enheder. Fordelt på alder, 2019.



Kilde: Kantar Gallup/Digital Life - Digital Behaviour 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 15-75 år, bruger enten computer, mobil/smartphone eller tablet

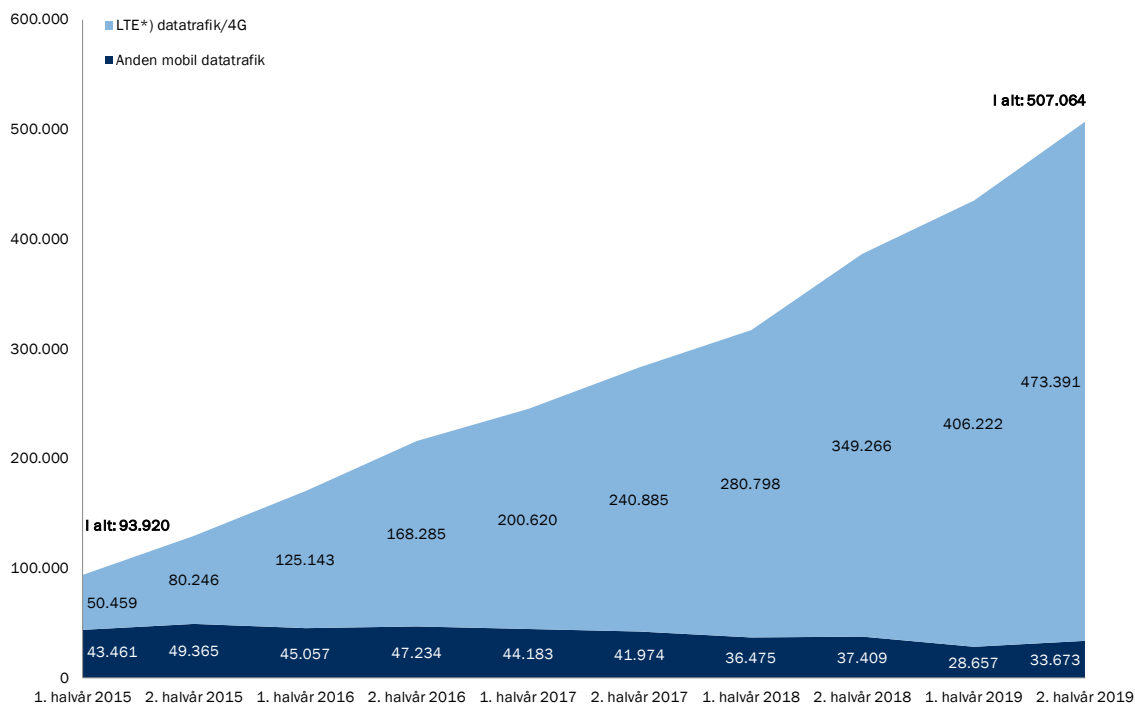
Som en understregning af, hvor mobile befolkningen er i internet- og medieforbruget via smartphones, tablets og bærbare pc'er, kan man se på udviklingen i den mobile datatrafik, som det er gjort i Figur 11 nedenfor. Figuren viser udviklingen i perioden fra 1. halvår 2015 til og med 2. halvår 2019.

I løbet af denne periode er den mobile datatrafik samlet set steget med 440 %. Det er hovedsageligt LTE/4G-datatrafik, der med en stigning på 838 % har drevet denne udvikling. Anden mobiltrafik er til sammenligning faldet med knap 23 %. Samlet set er der således tale om en relativt voldsom stigning i løbet af en kort periode.

Ser man på udviklingen fra halvår til halvår, kan man se, at væksten var størst i begyndelsen af den viste periode. Fra 1. til 2. halvår 2015 var stigningen i den mobile data trafik på 38 %. Størrelsen på væksten aftog gradvist – med en enkelt undtagelse fra 1. til 2. halvår 2017 – frem til 1. halvår 2018, hvor stigningen var på 12 % i forhold til det foregående halvår. Fra 1. til 2. halvår 2018 har der været en stigning på 22 % i den mobile datatrafik, og fra 1. til 2. halvår 2019 på 17 %.



Figur 11: Mobil datatrafik på bredbåndstype (Mio. MB), 1. halvår 2015 – 2. halvår 2019



Kilde: Energistyrelsen - Telestatistik 2. halvår 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

\*) LTE: Long Term Evolution/4. generations mobilnetværk

## 5.2 Døgnrytme: Hvornår bruger befolkningen deres smartphone?

Smartphonen er, som det fremgår af Figur 4 ovenfor, den mest udbredte bærbare enhed i de danske husstande, og formentlig også umiddelbart det apparat, der har den største 'fleksibilitet' i forhold til hurtigt at kunne findes frem og kunne bruges mange steder, hvor det måske kan være mere besværligt med en bærbar pc eller tablet. Derfor vil vi i dette afsnit se på, hvornår og i hvilke situationer, de personer, der personligt har en smartphone, bruger den.

I Figur 12 nedenfor bliver døgnrytmen blandt smartphoneejere vist for henholdsvis de yngste (15-24 år), de ældste (71-75 år) samt de 35-54-årige, der formentlig er den mest erhvervsaktive aldersgruppe af de tre viste aldersgrupper, samt for befolkningen samlet set (15-75 år).

Der er tydelig forskel på de yngste og ældstes vaner i forhold til, hvornår de bruger deres smartphone.

Blandt de 71-75-årige smartphoneejere er det tidspunkt på dagen, hvor den største andel benytter smartphonen, om formiddagen (36,2 %) og dernæst sent på eftermiddagen (24,1 %) og tidligt på aftenen (21,6 %). Aldersgruppen har generelt – uanset tidspunkt på døgnet – de laveste andele af alle aldersgrupper, der bruger deres smartphone.

De 15-24-årige, er – med en enkelt undtagelse – hele døgnet den aldersgruppe, der har de højeste andele af alle, der bruger deres smartphone. De tidspunkter, hvor man finder nogle af de laveste andele af aldersgruppen, der bruger deres smartphone, er, når de er på vej til og fra arbejde/skole (henholdsvis 39,7 % og 41,1 %).

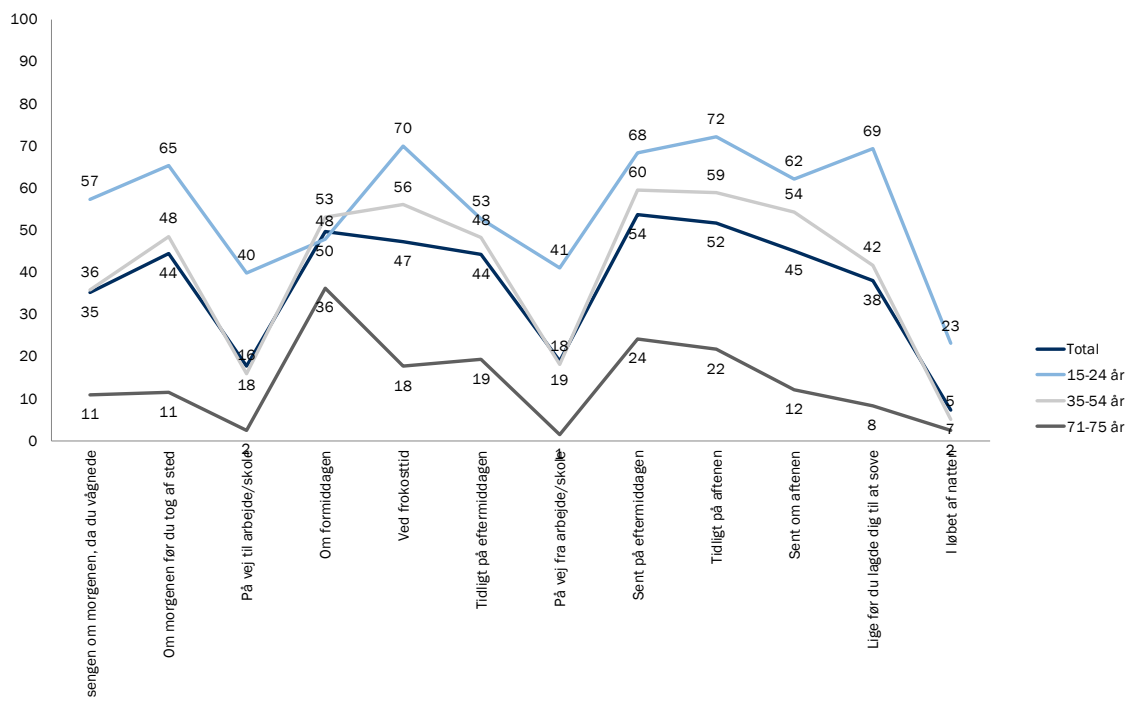
Selvom den allerlaveste andel er "om natten", er det stadig hele 23 % af de yngste, der giver dette svar, hvilket er langt over de øvrige aldersgrupper (aldersgruppen med næsthøjeste andel, der bruger deres smartphone om natten, er de 25-34-årige med en andel på 7,7 %).

Mere end halvdelen af de yngste – 57,2 % – griber også fat i deres smartphone i sengen om morgen, når de vågner, og igen lige inden de går ud af døren om morgenen (65,2 %). Ved frokosttid får de igen mulighed for at bøje sig over deres smartphone, hvilket 69,9 % benytter sig af. Den højeste andel af

brug ses tidligt på aftenen (72,1 %), men også lige inden de lægger sig til at sove har mange unge fat i smartphonen (69,2 %).

Blandt de 35-54-årige er transporttiden også de tidspunkter, hvor den laveste andel bruger deres smartphone – bortset fra "om natten", hvor 5 % svarer, at de bruger deres smartphone. Den største andel af denne aldersgruppe bruger deres smartphone sent på eftermiddagen (59,5 %) eller om aftenen (58,7 % tidligt på aftenen og 54,2 % sent på aftenen), men har også tid til at bruge den ved frokosttid (56 %). Se alle aldersgruppernes døgnrytme i Tabel 1 nedenfor.

Figur 12: Døgnrytme: Hvornår bruger de personer, der personligt har en smartphone, deres smartphone. Andel i %, der bruger smartphone i tidsrummet, befolkningen samlet set og i udvalgte aldersgrupper. 2019



Kilde: Kantar Gallup - Digital Life 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 15-75 år, som personligt har en smartphone

Tabel 1: Døgnrytme Hvornår bruger de personer, der personligt har en smartphone, deres smartphone. Andel i %, der bruger smartphone i tidsrummet. Befolkningen samlet set og fordelt på aldersgrupper. 2019

	Total	15-24 år	25-34 år	35-54 år	55-70 år	71-75 år
I sengen om morgenen, da du vågnede	35,2 %	57,2 %	55,2 %	35,8 %	15,7 %	10,9 %
Om morgenen før du tog af sted	44,4 %	65,2 %	57,6 %	48,4 %	28,6 %	11,5 %
På vej til arbejde/skole	17,7 %	39,7 %	27,1 %	15,9 %	6,8 %	2,5 %
Om formiddagen	49,6 %	47,8 %	54,2 %	53,1 %	46,0 %	36,2 %
Ved frokosttid	47,2 %	69,9 %	54,5 %	56,0 %	27,7 %	17,6 %
Tidligt på eftermiddagen	44,2 %	52,6 %	57,1 %	48,1 %	32,4 %	19,3 %
På vej fra arbejde/skole	18,9 %	41,1 %	28,1 %	18,1 %	7,5 %	1,3 %
Sent på eftermiddagen	53,6 %	68,2 %	65,0 %	59,5 %	38,8 %	24,1 %
Tidligt på aftenen	51,6 %	72,1 %	56,4 %	58,8 %	37,4 %	21,6 %
Sent om aftenen	45,0 %	62,0 %	63,2 %	54,2 %	20,3 %	12,0 %
Lige før du lagde dig til at sove	38,0 %	69,2 %	54,7 %	41,5 %	14,4 %	8,2 %
I løbet af natten	7,3 %	23,0 %	7,7 %	5,0 %	4,1 %	2,3 %
Ved ikke/benyttede ikke i går	7,1 %	3,3 %	6,5 %	3,9 %	10,4 %	18,3 %

Kilde: Kantar Gallup/Digital Life 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 15-75 år som personligt har en smartphone

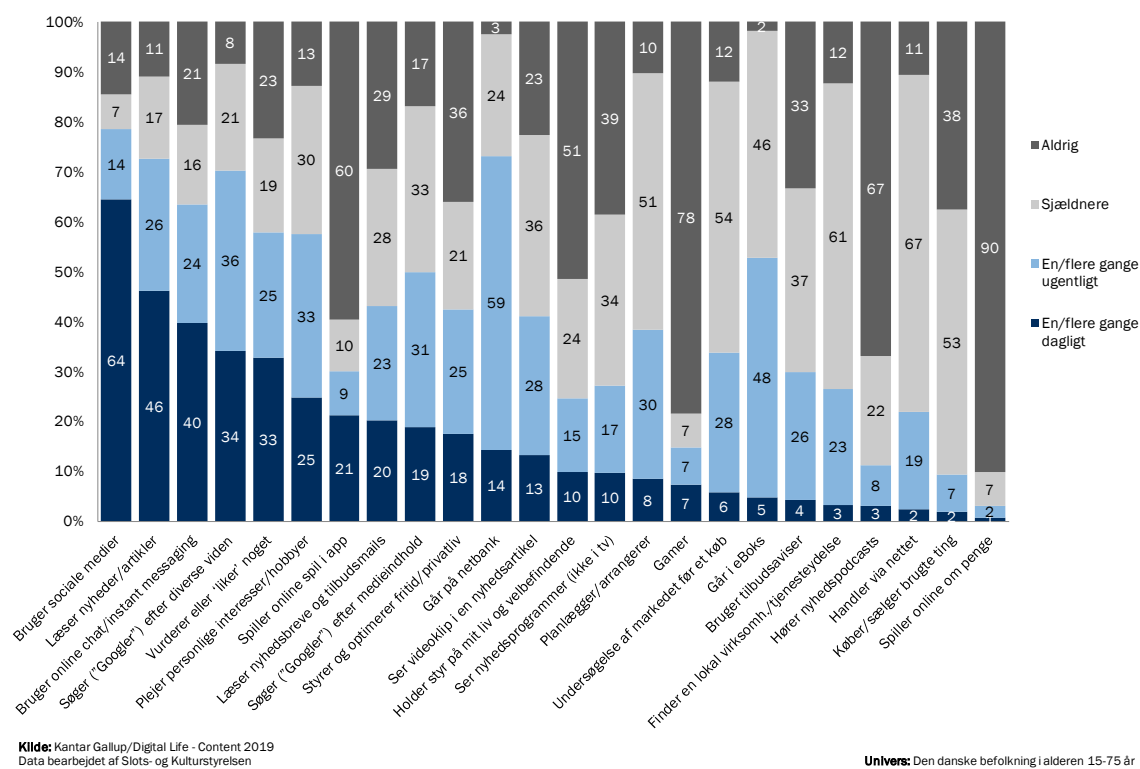
### 5.3 Hvad bruger befolkningen internettet til?

Ser man på de aktiviteter, man kan begive sig ud i på internettet, er brug af sociale medier den aktivitet, der bliver anvendt oftest. 64,4 % af befolkningen er på sociale medier en eller flere gange dagligt, og yderligere 14,2 % bruger dem en eller flere gange om ugen. Det fremgår af Figur 13 nedenfor.

Herefter følger at læse nyheder/artikler, som 46,2 % gør en eller flere gange dagligt, og brug af online chat/instant messaging, som 39,7 % bruger en eller flere gange dagligt.

En aktivitet som at lytte til nyhedspodcast befinder sig i den anden ende af spektret, hvor kun 3 % lytter en eller flere gange dagligt, og 67 % svarer, at de aldrig lytter.

Figur 13: Brugsfrekvens for 24 udvalgte aktiviteter på internettet, fordeling af frekvens i %, 2019



Kilde: Kantar Gallup/Digital Life - Content 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 15-75 år

Der er store forskelle i, hvor ofte de forskellige aldersgrupper benytter sig af de forskellige aktiviteter på internettet.

Det fremgår nedenfor af Tabel 2, der viser brugsfrekvensen for en række af de medierelaterede aktiviteter på internettet i forskellige aldersgrupper.

Blandt de yngste (15-24 år) er den daglige brug af både sociale medier og forskellige typer af online chats/instant messaging meget udbredt: 83,2 % af denne aldersgruppe er på sociale medier, og 79 % bruger online chats/instant messaging en eller flere gange dagligt.

Læs mere om brugen af sociale medier i rapporten "[Sociale medier. Brug, indhold og relationer](#)".

Selvom 40,4 % af de 71-75-årige svarer, at de aldrig er på de sociale medier (hvilket er højeste andel af alle aldersgrupper), er der 30,1 %, der er det en eller flere gange dagligt. Generelt har denne aldersgruppe for alle de udvalgte aktiviteter i tabellen den største andel, der svarer "Aldrig". Men det er ikke ensbetydende med, at aldersgruppen ikke bruger internettets muligheder. De gør det bare endnu ikke lige så ofte som de yngste.

For visse aktiviteter er brugen begrænsede i alle aldersgrupper. Det gælder især i forhold til det at lytte til nyhedspodcasts. De 25-34-årige er aldersgruppen med den største andel daglige lyttere –

men det gælder kun 5,3 % i aldersgruppen. I de øvrige aldersgrupper er det mellem 1,4 % og 3,3 %, der lytter dagligt. Blandt de yngste på 15-24 år er det 56,9 % der svarer, at de aldrig lytter til nyhedspodcasts, mens 11,7 % lytter en eller flere gange ugentligt. 'Aldrig'-andelen stiger med stigende alder og er på 83,3 % blandt de 71-75-årige. Andelen, der lytter en eller flere gange ugentligt, falder omvendt med stigende alder og er på 3,5 % blandt de ældste.

Også i forhold til at se nyhedsprogrammer på internettet (ikke tv) er andelen, der ser en eller flere gange dagligt, relativt ensartet på tværs af aldersgrupperne og ligger mellem 6,7 % (25-34-årige) og 11,3 % (71-75-årige og 54-70-årige).

Tabel 2: Brugsfrekvens for udvalgte medierelaterede aktiviteter på internettet fordelt på alder, 2019

		Total	15-24 år	25-34 år	35-54 år	55-70 år	71-75 år
<b>Bruger sociale medier (f. eks. Facebook, Instagram eller snapchat)</b>	En/flere gange dagligt	64 %	83 %	78 %	69 %	48 %	30 %
	En/flere gange ugentligt	14 %	7 %	13 %	14 %	18 %	20 %
	Sjældnere	7 %	5 %	5 %	7 %	9 %	10 %
	Aldrig	14 %	4 %	4 %	10 %	26 %	40 %
<b>Læser nyheder/artikler på internettet</b>	En/flere gange dagligt	46 %	36 %	45 %	53 %	46 %	29 %
	En/flere gange ugentligt	26 %	27 %	33 %	27 %	22 %	19 %
	Sjældnere	17 %	24 %	12 %	13 %	18 %	25 %
	Aldrig	11 %	13 %	9 %	6 %	13 %	27 %
<b>Bruger online chat/instant messaging (Skype, Messenger osv.)</b>	En/flere gange dagligt	40 %	79 %	64 %	37 %	15 %	5 %
	En/flere gange ugentligt	24 %	11 %	23 %	31 %	24 %	11 %
	Sjældnere	16 %	3 %	7 %	17 %	25 %	25 %
	Aldrig	21 %	6 %	6 %	15 %	35 %	59 %
<b>Læser nyhedsbreve og tilbudsmails i min indbakke/ fra SMS</b>	En/flere gange dagligt	20 %	13 %	19 %	20 %	25 %	22 %
	En/flere gange ugentligt	23 %	17 %	24 %	24 %	25 %	22 %
	Sjældnere	28 %	26 %	21 %	32 %	29 %	20 %
	Aldrig	29 %	44 %	36 %	25 %	21 %	35 %
<b>Søger ("Googler") efter medieindhold (f.eks. podcasts, serier, tv-programmer eller artikler)</b>	En/flere gange dagligt	19 %	29 %	18 %	19 %	16 %	11 %
	En/flere gange ugentligt	31 %	36 %	37 %	32 %	26 %	20 %
	Sjældnere	33 %	24 %	37 %	34 %	36 %	33 %
	Aldrig	17 %	11 %	8 %	15 %	23 %	36 %
<b>Ser videoklip i en nyhedsartikel</b>	En/flere gange dagligt	13 %	18 %	13 %	14 %	11 %	10 %
	En/flere gange ugentligt	28 %	23 %	32 %	33 %	24 %	14 %
	Sjældnere	36 %	37 %	35 %	37 %	36 %	32 %
	Aldrig	23 %	23 %	20 %	16 %	28 %	44 %
<b>Ser nyhedsprogrammer på internettet (ikke i tv)</b>	En/flere gange dagligt	10 %	11 %	7 %	9 %	11 %	11 %
	En/flere gange ugentligt	17 %	17 %	24 %	19 %	13 %	11 %
	Sjældnere	34 %	37 %	32 %	37 %	33 %	28 %
	Aldrig	39 %	35 %	37 %	35 %	43 %	50 %
<b>Hører nyhedspodcasts</b>	En/flere gange dagligt	3 %	3 %	5 %	3 %	1 %	2 %
	En/flere gange ugentligt	8 %	12 %	11 %	8 %	6 %	4 %
	Sjældnere	22 %	28 %	20 %	23 %	20 %	11 %
	Aldrig	67 %	57 %	63 %	66 %	72 %	83 %

Kilde: Kantar Gallup/Digital Life – Content 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 15-75 år

## 5.4 Nyhedsbrug på internettet: Nyhedskategorier og kilder til nyheder

En meget stor del af befolkningen bruger internettet til at tilgå nyheder i større eller mindre omfang. Det være sig i form af at læse nyheder og artikler på internettet, se videoklip i nyhedsartikler, se nyhedsprogrammer på internettet eller eventuelt lytte til nyhedspodcasts. Det fremgik af afsnit 5.3 ovenfor.

### 5.4.1 Befolkningens nyhedsforbrug fordelt på nyhedskategorier

De typer af nyheder, befolkningen tilgår på internettet, fremgår af Figur 14 nedenfor. Figuren viser, hvordan de personer, der læser, ser eller lytter til nyheder på internettet, fordeler deres nyhedsforbrug på forskellige typer af nyheder.

Blandt nyhedsbrugerne samlet set er politiske nyheder den type nyhed, der bliver brugt mest tid på. På ugentlig basis er det en femtedel af tiden (20,4 %), der går med de politiske nyheder, fulgt af henholdsvis samfundsnyheder (14,4 %), regionale/lokale nyheder (14 %) og nyheder om kriminalitet og ulykker (10,9 %). Der bliver brugt stort set lige meget tid på sportsnyheder (8,9 % af det ugentlige tidsforbrug) og kulturelle nyheder (8,7 %). Erhvervsnyheder ligger med 6,6 % af tiden en smule lavere, mens nyheder om kendte og kongelige tager 4 % af tiden.

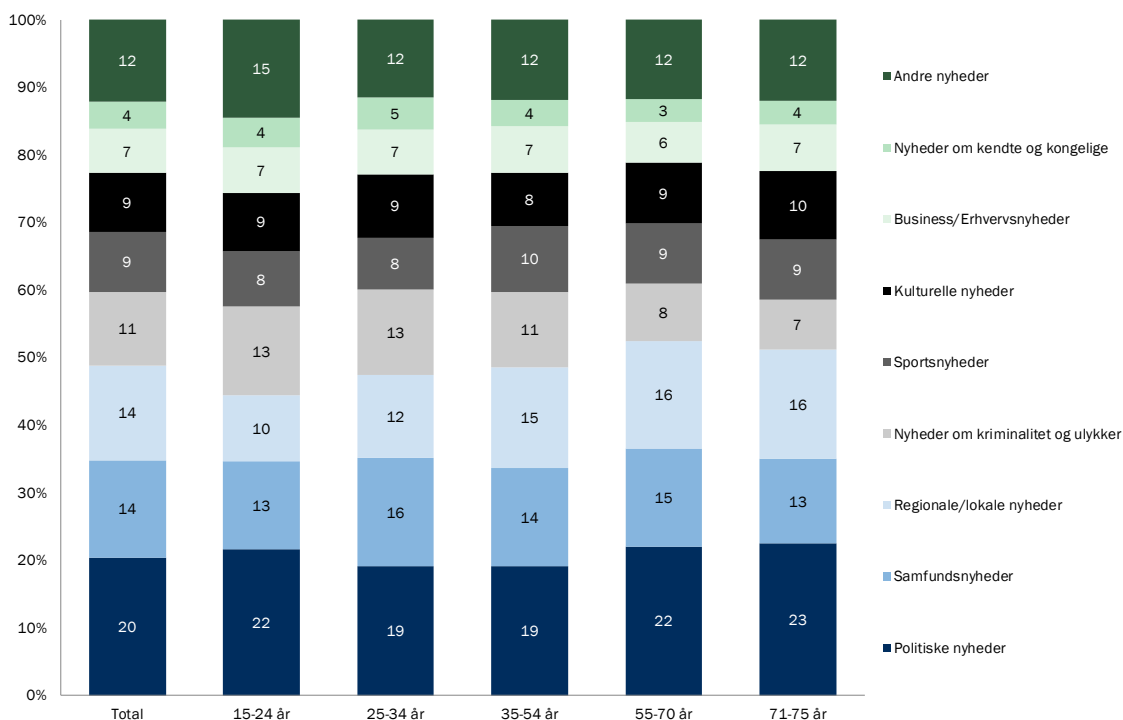
I forhold til hvilke typer af nyheder, befolkningen tilgår på internettet, er der for flere af nyhedstypernes vedkommende forholdsvis lille forskel mellem aldersgrupperne. Det gælder blandt andet de politiske nyheder, som udgør 19,1 % af både de 25-34-årige og 35-54-åriges ugentlige nyhedsbrug på internettet, hvilket er den laveste andel blandt de forskellige aldersgrupper, og 22,5 % af de 71-75-åriges nyhedsforbrug som højeste andel. Det samme billede gør sig gældende for samfundsnyheder, sportsnyheder, kulturelle nyheder, business/erhvervsnyheder samt nyheder om kendte og kongelige.

De eneste to typer af nyheder, hvor der er en vis forskel på aldersgruppernes ugentlige tidsforbrug, er nyheder om kriminalitet og ulykker samt regionale og lokale nyheder:

Jo yngre, man er, des større del af ens ugentlige nyhedsforbrug på internettet går til nyheder om kriminalitet og ulykker: Blandt de 15-24-årige er 13,1 % af tiden afsat til den type nyheder, mens de 71-75-årige bruger 7,4 % af tiden på denne nyhedskategori.

I forhold til regionale og lokale nyheder gør det omvendte forhold sig gældende: Jo yngre man er, des mindre andel af det ugentlige nyhedsforbrug går til disse nyheder: Blandt de 15-24-årige er det således 9,8 % af tiden, mens det blandt de 71-75-årige er 16,2 % af tiden, der går til de regionale og lokale nyheder.

Figur 14: Fordeling af det ugentlige tidsforbrug på nyhedsopdatering på internettet på nyhedstype. Andel i %. Opgjort efter alder, 2019.



Kilde: Kantar Gallup/Digital Life - Content 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 15-75 år som læser/ser/tilgår nyheder på internettet

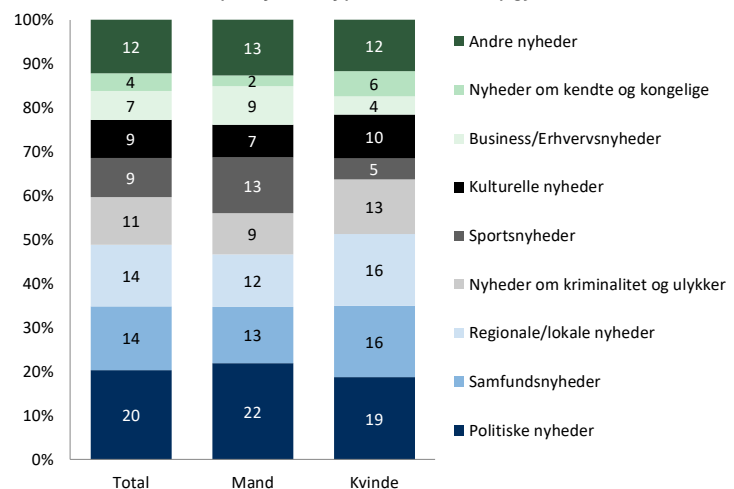
Opgjort på køn er der visse forskelle på, hvordan mænd og kvinder fordeler deres ugentlige tidsforbrug på forskellige nyhedskategorier på internettet.

Her falder måske især sportsnyhederne i øjnene:

Her bruger mændene 12,7 % af deres tid, mens kvinderne til sammenligning bruger 4,8 % af deres tid.

Også i forhold til Business/Erhvervsnyheder er der en vis forskel på kønnene: hvor mændene bruger 8,7 %, bruger kvinderne 4,2 % af deres tid på denne nyhedskategori på internettet.

Figur 15: Fordeling af det ugentlige tidsforbrug på nyhedsopdatering på internettet på nyhedstype. Andel i %. Opgjort efter køn, 2019.



Kilde: Kantar Gallup/Digital Life - Content 2019  
 Univers: Den danske befolkning i alderen 15-75 år som læser/ser/tilgår nyheder på internettet  
 Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Omvendt bruger kvinderne en lidt større andel af deres tid på regionale/lokale nyheder (16,3 %), end mændene gør (12 %).

#### 5.4.2 Kilder til nyheder på internettet

Der er mange mulige kilder til nyheder på internettet og også forskel på, hvilke kilder de forskellige aldersgrupper gør brug af for at få deres nyheder. Det fremgår af Figur 16 nedenfor.

Blandt de, der bruger internettet til nyheder, er TV-stationernes hjemmesider den kilde, der bliver nævnt af langt den største andel: 51,1 %. Herefter følger de sociale medier, der bliver nævnt af 36,9 % af nyhedsbrugerne, og de landsdækkende dagblades/nyhedsmediers hjemmesider, som 33,7 % gør brug af som kilde til nyheder. Herefter er der et spring ned til apps, pushbeskeder og lignende, der bliver brugt af 18,3 %, og de regionale eller lokale dagblades hjemmesider, der nævnes af 15,7 %.

Ser man på de forskellige aldersgruppers kilder til nyheder, er der på visse områder meget store forskelle mellem aldersgrupperne.

For de yngste mellem 15 og 24 år er den kilde til nyheder, som den største andel nævner, de sociale medier, som 58,5 % af aldersgruppen har angivet som kilde til nyheder, fulgt af TV-stationernes hjemmesider, der bliver nævnt af 45,9 %. Også apps, pushbeskeder og lignende spiller en rolle som nyhedskilde (26,2 %), ligesom de landsdækkende dagblades/nyhedsmediers hjemmesider gør (25,8 %). De 15-24-årige er den aldersgruppe, der har den største andel (19,3 %), der angiver udenlandske nyhedsmedier som kilde til nyheder.

Også blandt de 25-34-årige nævner en stor andel på 50,8 % de sociale medier som kilde til nyheder. Dette overgås dog lige netop af TV-stationernes hjemmesider, som 53,1 % af denne aldersgruppe nævner som nyhedskilde. Selvom podcasts ikke fylder meget som kilde til nyheder i nogen af aldersgrupperne, er der dog blandt de 25-34-årige 15,4 % der har svaret, at podcasts er en kilde til nyheder. Den er den største andel blandt alle aldersgrupperne.

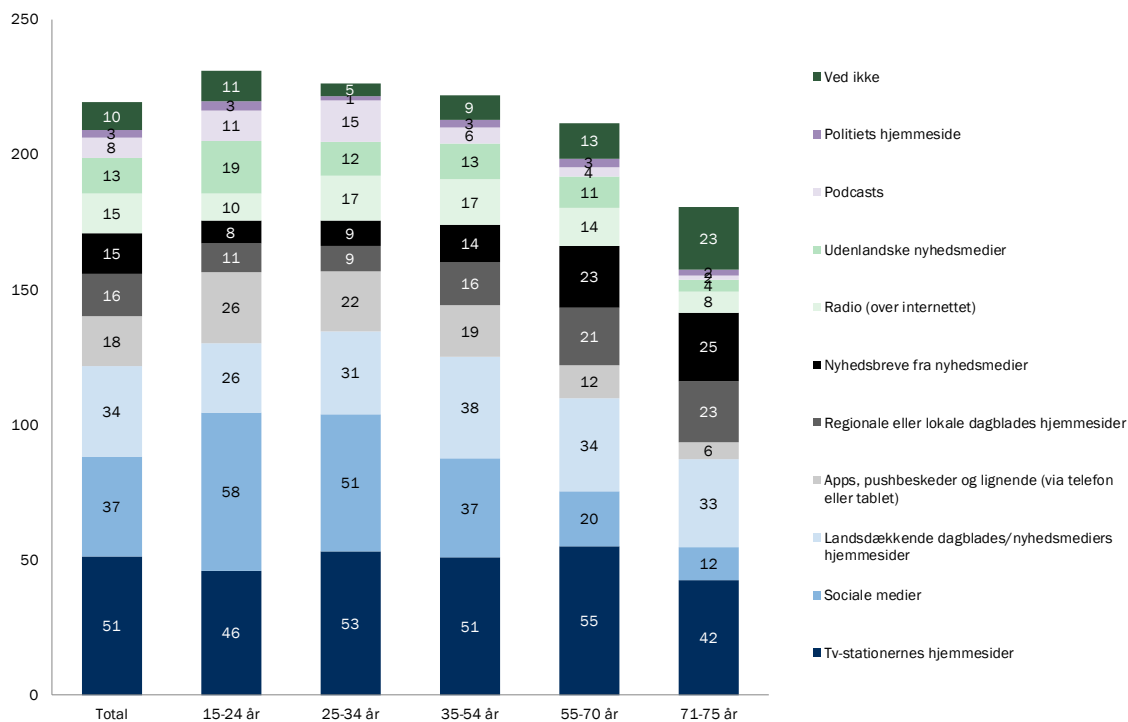
I de tre ældste aldersgrupper, der dækker aldersspændet fra 35-75 år, er TV-stationernes hjemmesiders rolle som den væsentligste kilde til nyheder meget mere fremtrædende end i de to yngste aldersgrupper.

Sammenligner man de 15-24-åriges svar med de 71-75-åriges, kan man se, at i den ældste aldersgruppe er det kun 12,2 %, der nævner sociale medier som kilde til nyheder, mens 42,4 % svarer TV-

stationernes hjemmesider. De 71-75-årige er også den aldersgruppe, der har den største andel (22,7 %), der har svaret, at de regionale eller lokale dagblades hjemmesider er kilde til nyheder på internettet, og at nyhedsbreve fra nyhedsmedier er en kilde til nyheder på internettet (25,4 %). Den ældste aldersgruppe har også den største andel (23,2 %), der har svaret "Ved ikke" til spørgsmålet om kilder til nyheder på internettet.

Læs mere om de forskellige medietypers rolle i nyhedsbrugen i rapporten "[Nyheder, baggrund og breaking news. Hvilken rolle spiller de sociale medier i danskernes nyhedsforbrug?](#)".

Figur 16: Kilde til nyheder på internettet. Andel af befolkningen i %, der nævner de forskellige typer af kilder. Flere svar mulige. Fordelt på alder, 2019.



Kilde: Kantar Gallup/Digital Life - Content 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 15-75 år der bruger internettet til nyheder

## 5.5 Holdning til moderne teknologi og internettet

I lyset af den udbredte brug af internettets muligheder i stort set alle aldersgrupper og det vedholdende pres fra blandt andet det offentlige og bankerne for at gøre befolkningen digital, er det relevant at se på befolkningens syn på og tryghed ved moderne teknologi og internettet.

I Figur 17 til Figur 19 nedenfor er holdningen til tre udsagn relateret til ny teknologi og internettet vist for befolkningen samlet og i forskellige aldersgrupper i henholdsvis 2010 og i 2019. Figur 20 viser ligeledes holdningen til et udsagn relateret til ny teknologi dog for årene 2016 og 2019. Bemærk, at kilden til figurerne samt aldersgrupper og univers adskiller sig fra afsnittene oven for.

Man kan i alle tre figurer se en sammenhæng mellem alder og den svarfordeling, der er for de enkelte udsagn.

De ældste aldersgrupper er generelt ikke helt så trygge ved og begejstrede for internettets og teknologiens muligheder. Dette skyldes formentlig i stor udstrækning, at de ældste aldersgrupper ikke er "vokset op" med internettet og den nye teknologi på samme måde som de yngste aldersgrupper, der aldrig har kendt til en tid uden internet og computere, og derfor er mere trygge og fortrolige med internet og ny teknologi.

Det er dog også tydeligt i figurerne, at der sker store ændringer i retning af mere tryghed og blik for fordele i de ældste aldersgrupper. Den yngste aldersgruppe er – trods tryghed ved computere og ny

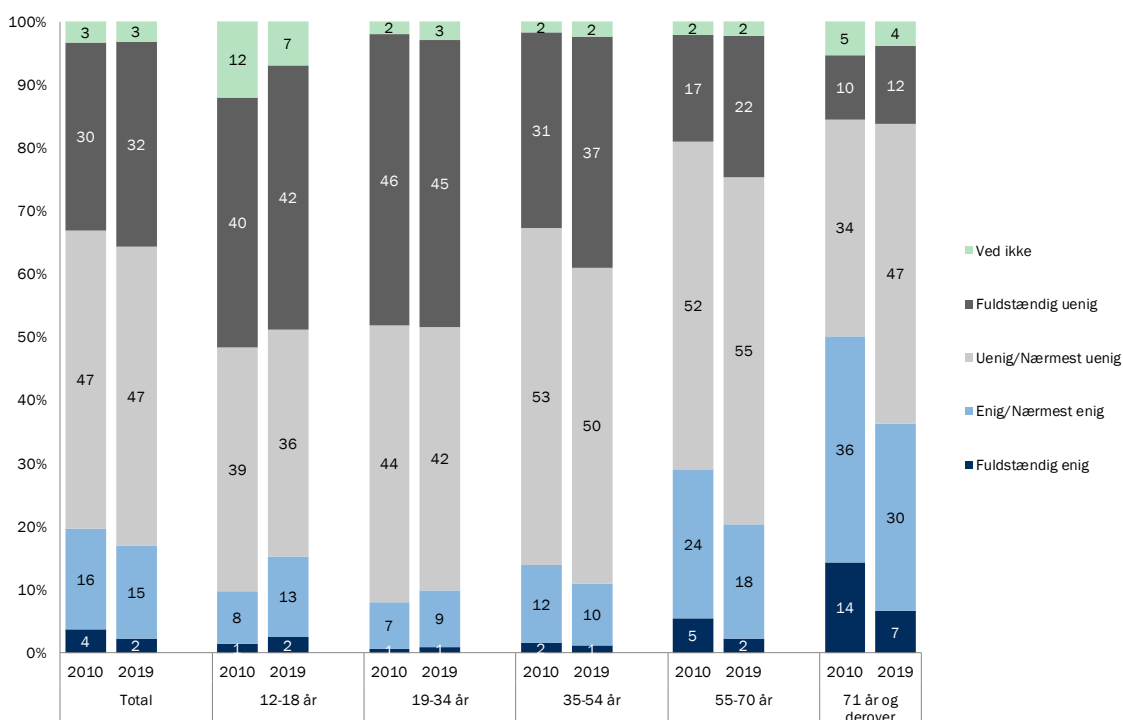
teknologi – både i 2010 og i 2019 kendetegnet ved at have den største andel af alle aldersgrupperne, der svarer "ved ikke" til de tre udsagn.

Alderssammenhængen er tydelig i besvarelserne på udsagnet "Moderne teknologi og computere virker skræmmende". Blandt de ældste på 71 år og derover er der i 2019 6,6 %, der er fuldstændigt enige, og yderligere 29,7 %, der enige/nærmest enige. Det vil sige, at samlet set 36,3 % er enige i, at moderne teknologi skræmmer dem i en eller anden udstrækning. Til sammenligning var der dog 50,2 % af aldersgruppen, der var enige i større eller mindre grad i 2010, hvilket er 13,8 procentpoint mere end i 2019. Kun 12,3 % er i 2019 fuldstændigt uenige (10,2 % i 2010) og 47,4 % uenige/nærmest uenige (34,3 % i 2010). Udviklingen går således i retning af en øget tryghed i forhold til moderne teknologi og computere i denne aldersgruppe.

I den modsatte ende af spektret er de 19-34-årige, hvor kun 1 % er fuldstændigt enige i udsagnet og 8,9 % enige/nærmest enige, dvs. samlet set 9,9 % i sammenligning med de 36,3 % blandt de ældste, der er enige i, at den moderne teknologi virker skræmmende. Derimod er 45,4 % af de 19-34-årige fuldstændigt uenige, og yderligere 41,8 % uenige/delvist uenige. Samlet set føler 87,2 % af de 19-34-årige sig altså ikke skræmte over den moderne teknologi. Svarene i 2019 er stort set magen til svarene i 2010 i denne aldersgruppe.

Trygheden ved den nye teknologi falder, som det fremgår af figuren, med stigende alder. De 12-18-årige er også ganske trygge ved den moderne teknologi med samlet set 77,7 %, der i 2019 er uenige i udsagnet i større eller mindre grad, men har også 7 %, der ikke ved, hvad de skal svare. I forhold til 2010 er der i denne aldersgruppe en smule flere, der i 2019 i en eller anden grad erklærer sig enig i udsagnet om, at moderne teknologi og computere virker skræmmende.

Figur 17: "Moderne teknologi og computere virker skræmmende"<sup>\*)</sup>, andel af befolkningen (12 år og derover) i %, der er enige eller uenige, 2010 og 2019



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2010 og 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

<sup>\*)</sup> Udsagnet var i 2010 formuleret "Teknik og datamaskiner virker skræmmende"

I forhold til udsagnet "Jeg er utryk ved betaling på internettet" falder det i øjnene, at den yngste aldersgruppe ikke virker ubetinget trygge ved denne aktivitet, som det fremgår af Figur 18 nedenfor. Trygheden er dog større i 2019 end i 2010. Godt nok er kun 2,2 % af de 12-18-årige i 2019 fuldstændigt



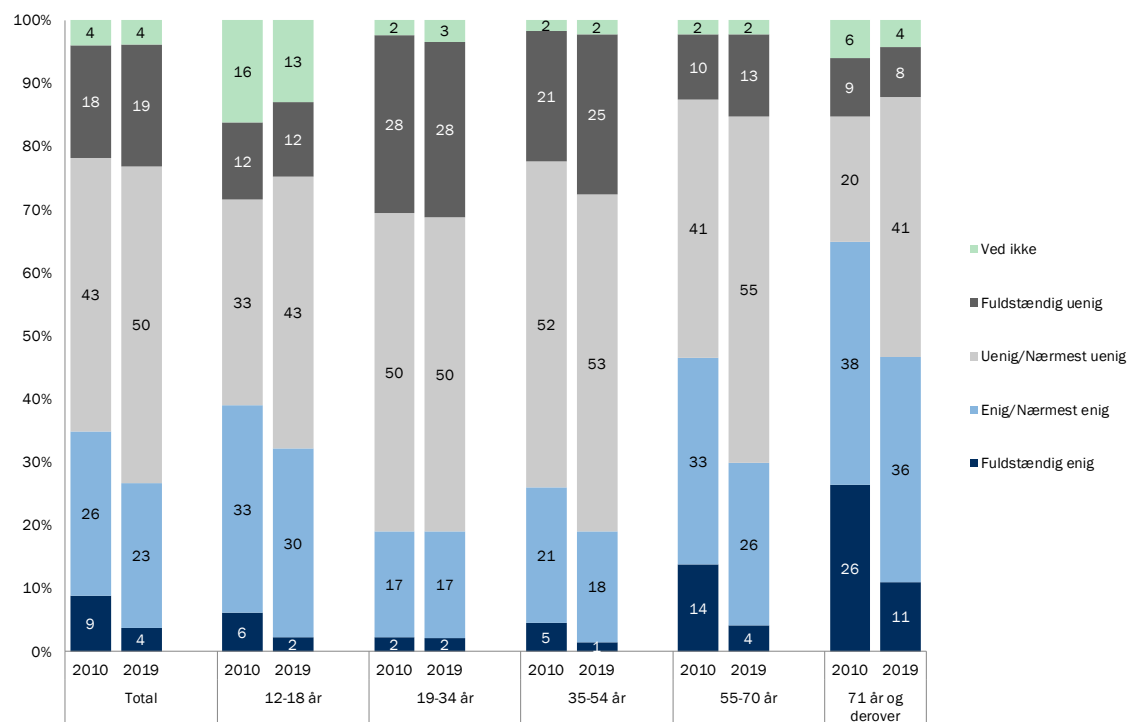
enige i udsagnet (6,2 % i 2010), men 29,9 % er enige eller nærmest enige (32,8 % i 2010). Det vil sige, at samlet set 32,1 % af denne aldersgruppe er utrygge ved internetbetaling i en eller anden udstrækning (et fald fra 39 % i 2010). Yderligere 13 % ved ikke, hvad de skal svare til udsagnet. En del af forklaringen på denne usikkerhed kunne være, at de yngste måske helt generelt endnu ikke har den samme erfaring og rutine med at købe ind med betalingskort og styre økonomi, som de ældre aldersgrupper har.

Billedet er helt andeledes blandt de 19-34-årige, hvor 27,8 % i 2019 er fuldstændigt uenige i udsagnet og 49,8 % uenige/delvis uenige. Tallene for denne aldersgruppe er uændrede i forhold til 2010.

Fra aldersgruppen 19-34 år og op falder andelen, der er fuldstændigt uenige, med stigende alder, mens andelen, der er enige, stiger, men forskellen mellem aldersgrupperne falder fra 2010 til 2019.

Blandt de 71+-årige er det således 11 %, der i 2019 er fuldstændigt enige i, at de er utrygge ved betaling på internettet, og yderligere 35,7 %, der er enige/nærmest enige, i alt 46,7 %. I 2010 var de tilsvarende tal 26,4 %, der var fuldstændigt enige, og yderligere 38,4 %, der var enige/nærmest enige, i alt 64,8 %. Det er et fald for den samlede andel enige på 18,2 procentpoint.

Figur 18: "Jeg er utryg ved betaling på internettet", andel af befolkningen (12 år og derover) i %, der er enige eller uenige, 2010 og 2019



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2010 og 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

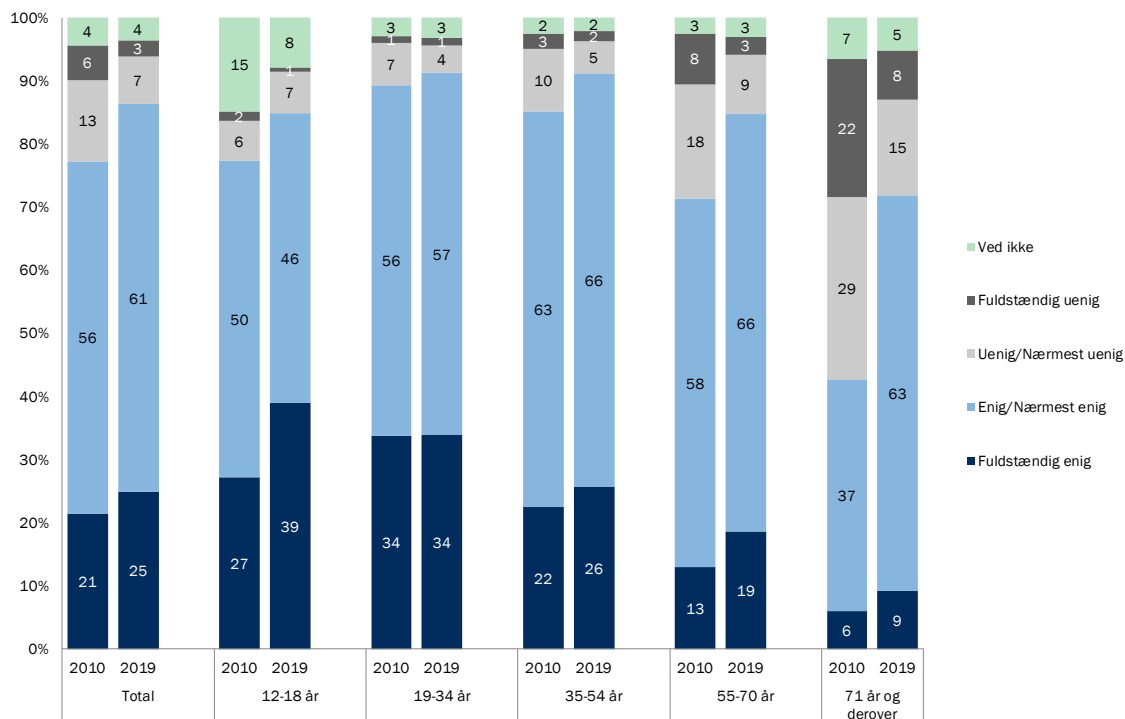
Enigheden i udsagnet om, at it og moderne teknologi giver mange fordele i hverdagen, er umiddelbart relativt høj i alle aldersgrupper i 2019. Det fremgår af Figur 19 nedenfor. Der er dog forskel på graden af begejstring i de forskellige aldersgrupper – men forskellen er væsentligt mindre i 2019, end den var i 2010.

Hvor der blandt de 12-18-årige i 2019 er 38,9 %, der er fuldstændigt enige i udsagnet, er denne andel kun på 9,2 % blandt de ældste. Der er dog fortsat 62,7 % af de ældste, der er enige/nærmest enige, så samlet set er 71,9 % af den ældste aldersgruppe enige i, at it og moderne teknologi giver mange fordele i hverdagen.

Ser man på svarene fra de ældste i 2010 var det i alt 42,6 %, der var enige i udsagnet i en eller anden udstrækning. Andelen, der kan se fordelene ved den moderne teknologi, er dermed steget med 29,9

procentpoint fra 2010 til 2019. Også blandt de 55-70-årige er udviklingen tydelig med en stigning i andelen, der er enige, fra samlet set 71,2 % i 2010 til 84,7 % i 2019 svarende til en stigning på 13,5 procentpoint.

Figur 19: "IT og moderne teknologi giver mig mange fordele i min hverdag", andel af befolkningen (12 år og derover) i %, der er enige eller uenige, 2019



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2010 og 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

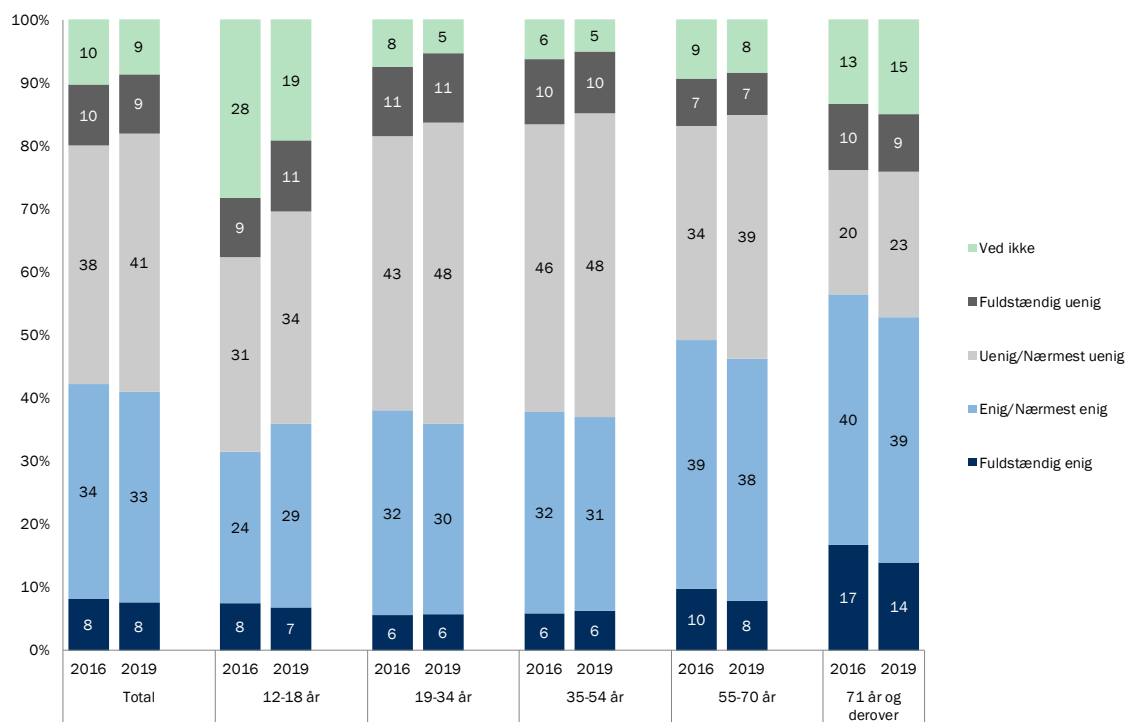
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

I forhold til udsagnet "Jeg sørger altid for, at andre ikke kan følge min færden på internettet (sletter cookies, private browsing o. lign.)" er de 12-18-årige den eneste aldersgruppe, hvor der fra 2016 til 2019 har været en stigning i andelen, der er enig i udsagnet i større eller mindre grad. Fra samlet set 31,5 % i 2016 til 35,9 % i 2019. Der er dog også sket en stigning i andelen, der er uenige i udsagnet (fra samlet set 40,2 % uenige i 2016 til 44,9 % i 2019). Derimod er andelen, der svarer 'Ved ikke' faldet fra 28,3 % i 2016 til 19,2 % i 2019. Dette kan være tegn på, at aldersgruppen er blevet mere bevidst og vidende om spørgsmålet.

I de to ældste aldersgrupper har der været et fald i andelen, der er enige i udsagnet – størst hos de ældste, der er gået tilbage fra samlet set 56,5 % i 2016 til 52,7 % i 2019 (et fald på 3,7 procentpoint). Blandt de 54-70-årige er tilbagegangen i andelen, der er enige, på 2,9 procentpoint (fra samlet set 49,1 % til 46,3 %).

Trods tilbagegangen er de to ældste aldersgrupper dog fortsat dem, hvor den største andel er enige i, at de sørger for at andre ikke kan følge deres færden på internettet.

Figur 20: "Jeg sørger altid for, at andre ikke kan følge min færden på internettet (sletter cookies, private browsing o. lign.)", andel af befolkningen (12 år og derover) i %, der er enige eller uenige, 2019



Kilde: Index Danmark/Gallup - Helårsbase 2010 og 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

# 6 METODE

Hoveddatakilderne til afsnittet om Internetbrug og enheder er Index Danmark/Gallup samt særkørsler fra Danmarks Statistik vedrørende It-anvendelse i befolkningen, samt udtræk fra Danmarks Statistiks tabeller om befolkningens besiddelser af langvarige forbrugsgoder m.fl.

## 6.1 Danmarks Statistik

På Danmarks Statistiks hjemmeside findes de generelle metodebeskrivelser for Danmarks Statistiks behandling af data: [Danmarks Statistik - Generelle metodebeskrivelser](#)

### 6.1.1 Familiernes besiddelser af elektronik i hjemmet efter forbrugsart

Læs Danmarks Statistiks dokumentation for statistikken om Familiernes besiddelser af elektronik i hjemmet efter forbrugsart, VARFORBR, [www.statbank.dk/VARFORBR](http://www.statbank.dk/VARFORBR), her:

[Danmarks Statistiks dokumentation for statistikken "Familiernes besiddelser af elektronik i hjemmet efter forbrugsart"](#)

## 6.2 Energistyrelsen

[Energistyrelsens beskrivelse af metoden bag bredbåndskortlægningen.](#)

## 6.3 Kantar Gallup

### 6.3.1 Index Danmark/Gallup

Index Danmark/Gallup er en spørgeskemaundersøgelse, der gennemføres af Kantar Gallup for de trykte medier og reklamebranchen. Der undersøges primært for målgrupper og forbrugsmønstre inden for de trykte medier (inklusive e-avisen). Sekundært indeholder Index Danmark/Gallup i en vis udstrækning også oplysninger om anden mediebrug, herunder internet, radio og tv.

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

Index Danmark/Gallup blev i sin nuværende form etableret i 1995. Index Danmark/Gallup måler på alle personer 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.

Index Danmark/Gallup bygger på ca. 24.000 interviews årligt gennemført enten på et webbaseret eller postalt skema, der afdækker områder som demografi, geografi og forbruget af trykte medier. 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.

Der henvises til den generelle metodebeskrivelse på [Slots- og Kulturstyrelsens Rapportering om mediernes udvikling i Danmark](#) for en mere detaljeret beskrivelse af Index Danmark/Gallup.

### 6.3.2 Digital Life-undersøgelserne

Digital Life er en spørgeskemaundersøgelse, som Kantar Gallup har gennemført årligt siden 2011. Undersøgelsen belyser befolkningens adfærd på internettet og dækker befolkningen i alderen 15-75 år, som bruger internettet.

Digital Life-undersøgelsen foretages online i Kantar Gallups danske internetpanel, GallupForum. Digital Life-undersøgelserne gennemføres i en række "dives" med forskellige temaer.

---

Stikprøven er et repræsentativt udsnit af danskere, som bruger internettet (15-75 år). Stikprøven vejes efterfølgende på køn x alder, landsdel samt uddannelse.

**Digital Life:** I 2019 blev data indsamlet i andet kvartal, og der blev i alt gennemført 2.006 online interviews.

**Digital Life – Content:** I 2019 blev data indsamlet i fjerde kvartal, og der blev i alt gennemført 2.376 online interviews.

**Digital Life – Digital Behaviour:** I 2019 blev data indsamlet i tredje kvartal, og der blev i alt gennemført 2.081 online interviews.

---

# 7 BRUG AF DATA OG RESULTATER

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

Ved enhver brug af data skal originalkilden (f. eks. Gallup/Index Danmark (og base), Danmarks Statistik (og tabel), Dansk Oplagskontrol (Kontrollerede oplagstal) el. lign.) samt Slots- og Kulturstyrelsen, Rapportering om mediernes udvikling 2019 oplyses. Videre salg eller anden kommerciel udnyttelse/anvendelse af data er ikke tilladt i nogen form.

# 8 FIGURFORTEGNELSE

Figur 1: Dækningen i % med bredbånd (downloadhastigheder) for boliger i 2014, 2017-2019 i Danmark.....	6
Figur 2: Andel af den danske befolkning (12 år og derover) i % med adgang til internet i hjemmet. 2010-2019. Fordelt på alder.....	7
Figur 3: Internet - Bredbåndsabonnementer fordelt på downstreamkapacitet (markedsførte hastigheder), 1. halvår 2008-2. halvår 2019.....	8
Figur 4: Familiernes besiddelse af elektronik i hjemmet fra 2011 til 2020. Smartphone, bærbar computer, tablet, stationær computer. Andel af familierne i %.....	10
Figur 5: Familiernes besiddelse af elektronik i hjemmet fra 2011 til 2020. Smart-tv, spillekonsol, DAB-radio, 3D-tv og E-bogslæser. Andel af familierne i %.....	10
Figur 6: Besiddelse af Apple tv, Chromecast og anden boks til streaming til tv'et. 2017-2019. Andel af befolkningen (12 år og derover) i %.....	11
Figur 7: Har Apple TV/Chromecast/Anden boks til streaming i husstanden brudt ned på antal personer i husstanden. Andel af befolkningen (12 år og derover) i %, 2019.....	12
Figur 8: Hvor ofte er den danske befolkning (12 år og derover) på internettet? Hyppighed af brug i %. 2011-2019.....	13
Figur 9: Hvor ofte benytter den danske internet-befolkning internettet? Brudt ned på alder. Hyppighed af brug i %, 2012, 2015, 2018 og 2019.....	14
Figur 10: Ugentligt internetbrug i minutter via forskellige enheder, blandt brugere af den typer enheder. Fordelt på alder, 2019.....	15
Figur 11: Mobil datatrafik på bredbåndstype (Mio. MB), 1. halvår 2015 - 2. halvår 2019.....	16
Figur 12: Døgnrytme: Hvornår bruger de personer, der personligt har en smartphone, deres smartphone. Andel i %, der bruger smartphone i tidsrummet, befolkningen samlet set og i udvalgte aldersgrupper. 2019.....	17
Figur 13: Brugsfrekvens for 24 udvalgte aktiviteter på internettet, fordeling af frekvens i %, 2019.....	18
Figur 14: Fordeling af det ugentlige tidsforbrug på nyhedsopdatering på internettet på nyhedstype. Andel i %. Opgjort efter alder, 2019.....	20
Figur 15: Fordeling af det ugentlige tidsforbrug på nyhedsopdatering på internettet på nyhedstype. Andel i %. Opgjort efter køn, 2019.....	21
Figur 16: Kilde til nyheder på internettet. Andel af befolkningen i %, der nævner de forskellige typer af kilder. Flere svar mulige. Fordelt på alder, 2019.....	22
Figur 17: "Moderne teknologi og computere virker skræmmende", andel af befolkningen (12 år og derover) i %, der er enige eller uenige, 2010 og 2019.....	23
Figur 18: "Jeg er utryk ved betaling på internettet", andel af befolkningen (12 år og derover) i %, der er enige eller uenige, 2010 og 2019.....	24
Figur 19: "IT og moderne teknologi giver mig mange fordele i min hverdag", andel af befolkningen (12 år og derover) i %, der er enige eller uenige, 2019.....	25
Figur 20: "Jeg sørger altid for, at andre ikke kan følge min færden på internettet (sletter cookies, private browsing o. lign.)", andel af befolkningen (12 år og derover) i %, der er enige eller uenige, 2019.....	26

---

## 9 TABELFORTEGNELSE

Table 1: Døgnrytme Hvornår bruger de personer, der personligt har en smartphone, deres smartphone. Andel i %, der bruger smartphone i tidsrummet. Befolkningen samlet set og fordelt på aldersgrupper. 2019

Table 2: Brugsfrekvens for udvalgte medierelaterede aktiviteter på internettet fordelt på alder, 2019.....19