

MEDIERNES UDVIKLING 2014
I DANMARK

Kultur
STYRELSEN

MOBIL / TABLET



Indholdsfortegnelse

1	Introduktion.....	2
2	Generelt om brug af mobiltelefoner og tablets	2
2.1	Adgang og brug.....	3
2.2	Brug af mobilfunktioner og -tjenester	3
2.3	Brug af internet på mobilen uden for hjemmet eller arbejdspladsen	8
2.4	Dagligt brug af internet på mobil eller tablet uden for hjemmet eller arbejdspladsen.....	11
2.5	Udvalgte formål med brug af internet på mobil	13
2.5.1	Nyheder	14
2.5.2	Sociale netværkstjenester	16
2.5.3	Streaming.....	18
3	Udbuddet.....	21
3.1	De mest anvendte mediesites via mobiltelefon/smartphone – Toplisten februar 2014.....	21
3.2	De mest anvendte mediesites via tablet – Toplisten februar 2014	22
3.3	De mest anvendte mediesites fordelt på platform – Toplisten februar 2014:	24
4	Konklusion	24
5	Overvejelser om analyser af fremtidige rapporteringer	25
6	Metode	25
6.1	Danmarks Statistik.....	25
6.1.1	It-anvendelse i befolkningen	26
7	Brug af data og resultater.....	26

1 Introduktion

Kapitlet om mobil og tablet er struktureret på følgende måde:

- Introduktion
- Generelt om brug af mobiltelefoner og tablets
 - Adgang og brug
 - Brug af mobilfunktioner og -tjenester
 - Brug af internet på mobilen uden for hjemmet eller arbejdspladsen
 - Dagligt brug af internet på mobil uden for hjemmet eller arbejdspladsen
 - Udvalgte formål med brug af internet på mobil
 - Nyheder
 - Sociale netværkstjenester
 - Streaming
- Udbuddet
 - De mest anvendte mediesites via mobiltelefon/smartphone - Toplisten februar 2014
 - De mest anvendte mediesites via tablet - Toplisten februar 2014
 - De mest anvendte mediesites fordelt på platform - Toplisten februar 2014
- Konklusion
- Overvejelser om analyser af fremtidige rapporteringer
- Metode
 - Danmarks Statistik
 - It-anvendelse i befolkningen
- Brug af data og resultater

Kapitlet om mobil og tablet er som udgangspunkt baseret på særkørsler fra Danmarks Statistik, rapporter om It-anvendelse i befolkningen fra Danmarks Statistik samt gemiusExplorer, der står for den brancheanerkendte måling af internettrafikken i Danmark. Data er bearbejdet af Kulturstyrelsen.

Der er i årets rapport kun meget begrænsede målinger i forhold til webtrafik på mobil og tablet. Gemius har i foråret 2014 lanceret første fase af nye og mere præcise målinger af danskernes digitale mediebrug, hvor det er muligt at aflæse brug fra henholdsvis computer, tablet og mobiltelefon. Det er dog endnu ikke muligt at præsentere demografisk data fra Gemius fra mobil- og tabletplatformene. De data, der i afsnittet viser brugen i forskellige demografiske grupper stammer fra Danmarks Statistiks rapport om It-anvendelse i befolkningen samt særkørsler fra Danmarks Statistik og således ikke fra Gemius.

2 Generelt om brug af mobiltelefoner og tablets

Udviklingstendenser i forhold til brugen af mobil og tablets er centrale i dette kapitel. Fokus er på 2013 og udviklingen over de seneste fem år. Hvor det er relevant, ser vi også på forholdene i relation til brugernes køn, alder uddannelse og region (geografi).

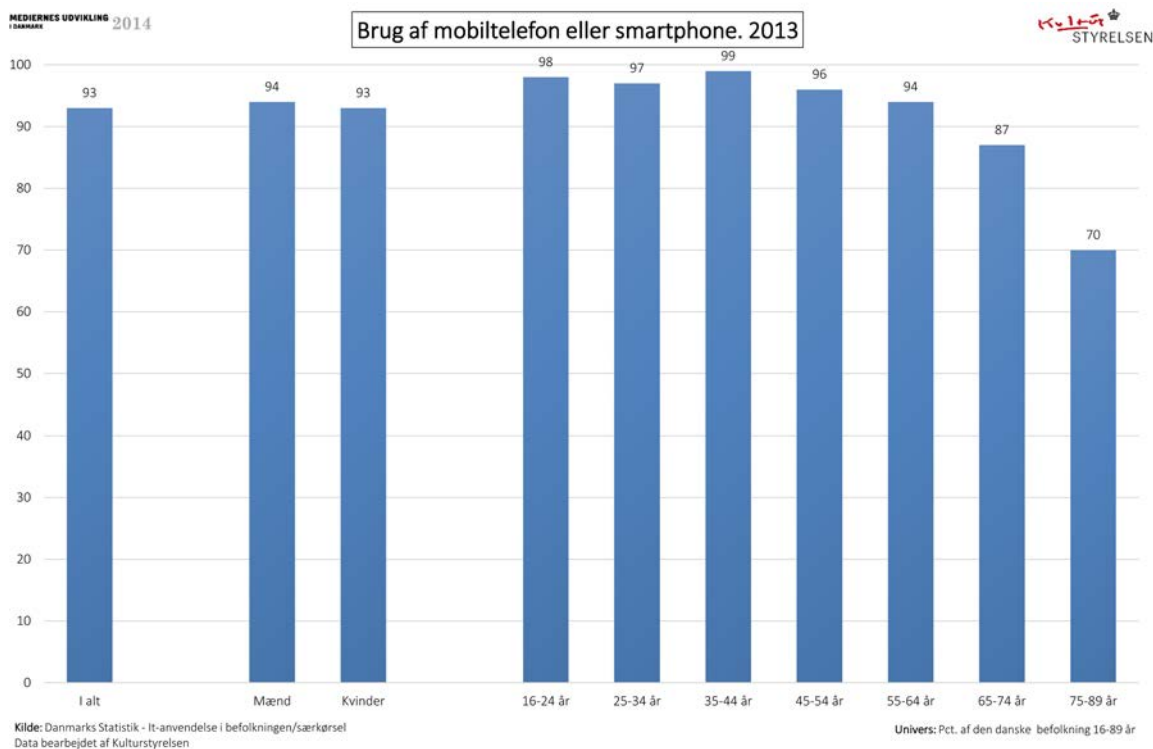
Med mindre andet er angivet, er tabeller og grafer baseret på data og særkørsler fra Danmarks Statistik og er bearbejdet af Kulturstyrelsen. Bemærk at universet for undersøgelsen ikke nødvendigvis er det samme

for alle grafer. Nogle grafer viser den procentuelle andel af "mobil-/tabletbrugere" og andre andele af "befolkningen". Universet fremgår af den enkelte graf.

2.1 Adgang og brug

93 % af danskerne har brugt en mobiltelefon eller smartphone inden for de seneste tre måneder. Der er ikke signifikante forskelle på andelen af mænd og kvinders brug. Mobiltelefoner er populære i alle aldersgrupper – også hos de ældre. For de 65-78-årige (87 %) og 75-89-årige (70 %) er det dog en noget mindre andel, der har anvendt mobil eller smartphone inden for de seneste tre måneder end i de yngre aldersgrupper, hvor andelen er mere end 90 % - i flere aldersgrupper over 95 %.

Figur 1 - Brug af mobiltelefon eller smartphone. 2013:



2.2 Brug af mobilfunktioner og -tjenester

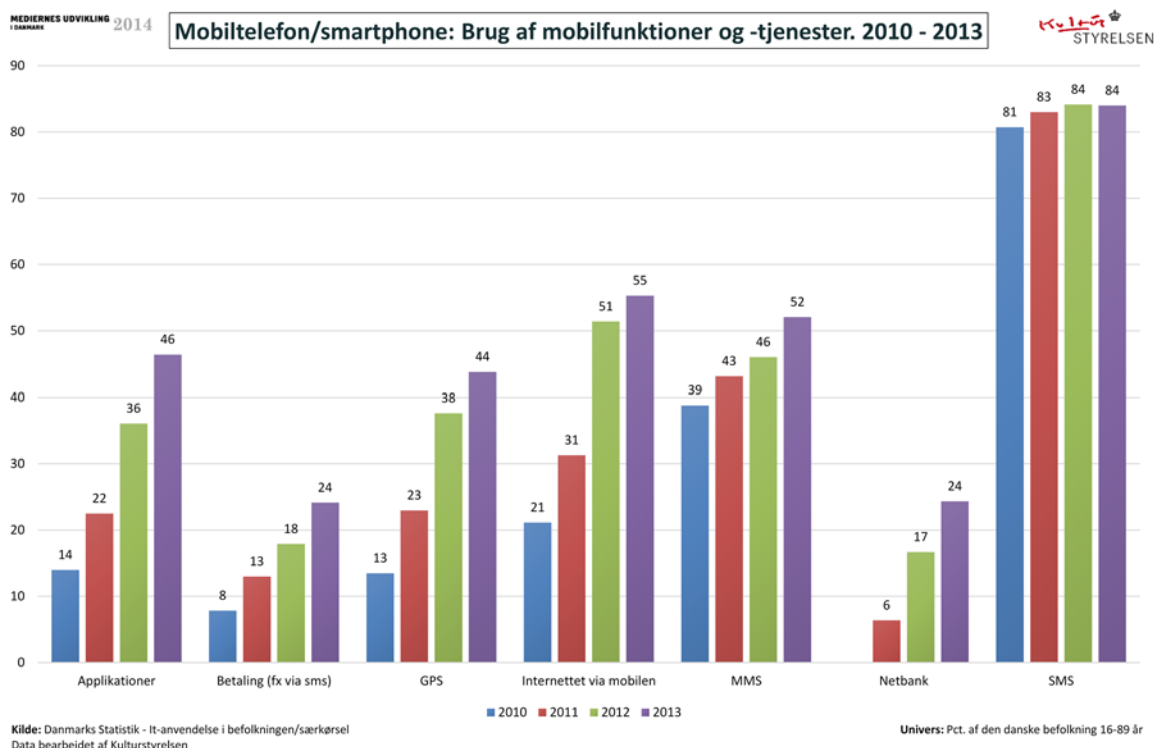
Som vi kan se ovenfor er mobiltelefoner eller smartphones populære i alle aldersgrupper, men der er stor forskel i anvendelsen af de enkelte mobilfunktioner og -tjenester. Særligt den stigende udbredelse af smartphones gennem i de seneste år har gjort, at mobilen i stigende grad bliver brugt til formål, der er afhængige af internetadgang eller til formål, hvor det tidligere var nødvendigt at anvende en computer.

Udviklingen fra 2010 til 2013 fremgår af figur 2 nedenfor. Her kan vi se, at der særligt er sket en stigning i brugen af mobil til internetadgang og brugen af de funktioner, hvor internetadgang via mobilen er en forudsætning.

For alle årene i perioden 2010 til 2013 har mere end 80 % af befolkningen i alderen 16-89 år anvendt SMS på deres mobil. SMS kan betegnes som en "klassisk" funktion for mobiltelefoner, og udbredelsen er høj i befolkningen allerede fra starten af perioden. Til trods for, at der i perioden er introduceret en række nye funktioner og tjenester, der knytter sig til mobilbrugen, er SMS stadig den mest anvendte funktion i

befolkningen. En lidt nyere funktion som at sende MMS, der dog også kan betegnes som en relativt "klassisk" funktion på mobilen, anvendes i 2013 af mere end halvdelen af befolkningen (52 %), en stigning fra 39 % i 2010.

Figur 2 - Mobiltelefon/Smartphone: Brug af mobilfunktioner og -tjenester. 2010 - 2013:



Siden 2010 er der, som det fremgår af figuren ovenfor sket en stor stigning i anvendelsen af mobil til internetadgang som en selvstændig funktion. Omkring 21 % af befolkningen anvendte mobil til dette formål i 2010, mens det gør sig gældende for mere end halvdelen af befolkningen (55 %) i 2013. Internetadgang via mobil er nu den funktion næst efter SMS, der benyttes af den største andel af befolkningen.

Den kraftigt stigende mobile brug af internet kan blandt andet tillægges en rivende teknologisk udvikling på området i disse år. Avancerede smartphones og tablets får større og større udbredelse, muligheden for hurtigt mobilt internet bliver kontinuerligt forbedret i takt med, at mobilselskaberne opgraderer og udbygger deres 3G og 4G (LTE) netværk. Mulighederne for opkobling til gratis eller betalt trådløst internet via WIFI i det offentlige rum er blevet flere, og der er i mediebranchen stort fokus på at udvikle applikationer, tjenester og services særligt målrettet smartphones, tablets og den mobile brug generelt.

Brugen af applikationer på mobil er steget markant i perioden. Fra 14 % af befolkningen i 2010 til 46 % i 2013, hvilket er mere end en tredobling. Brugen af mobilernes GPS-funktion har i samme periode også oplevet mere end en tredobling i anvendelse i befolkningen. Dette skyldes formegentligt den øgede udbredelse og brug af kortapplikationer og applikationer, der i stigende grad benytter sig af geolokationsdata, hvilket gør sig gældende for eksempelvis visse søgemaskiner og sociale netværkstjenester.

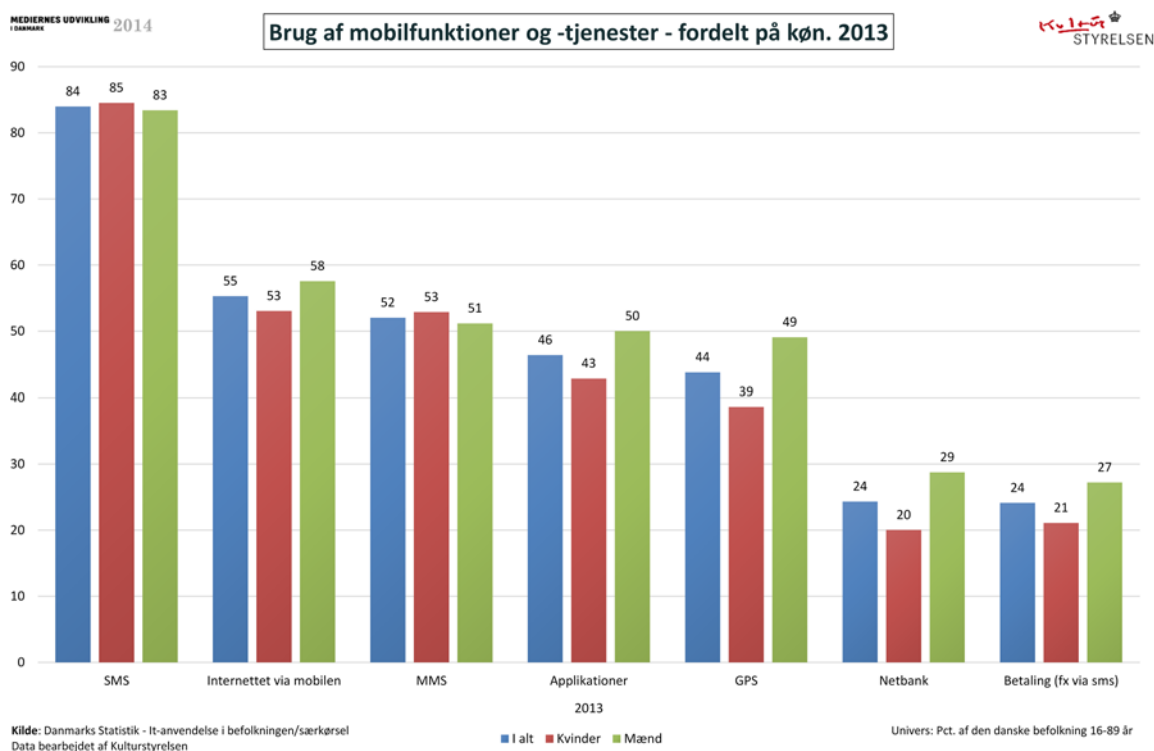
For betalingsrelaterede tjenester på mobil, som betaling via f.eks. SMS og adgang til Netbank, er der i perioden sket en stor stigning i anvendelsen i befolkningen. Omkring en fjerdedel af befolkningen anvender

i 2013 denne type tjenester. Der er i 2013 tre gange så stor en andel af befolkningen, der anvender betaling via f.eks. SMS som i 2010, mens anvendelsen af Netbank via mobil i befolkningen er steget fra 6 % i 2011 til 24 % i 2013 (bemærk at der ikke findes tal for brug af Netbank via mobil i 2010).

Køn spiller en rolle i forhold til brugen af mobilfunktioner og -tjenester. De "nye" mobilfunktioner og -tjenester som GPS, netbank, mobilbetaling, applikationer og internetbrug via mobilen anvendes typisk i højere grad af mænd end kvinder. For de "klassiske" funktioner som SMS og MMS er der i 2013 stort set ingen forskel på kønnene i forhold til, hvor stor en andel, der anvender disse funktioner. Det er der imidlertid for samtlige af de mobilfunktioner og -tjenester, hvor internetadgang via mobil er en forudsætning.

I forhold til brugen af internettet via mobilen som en selvstændig funktion er der en forskel mellem mænd (58 %) og kvinder (53 %) på 5 procentpoint. Forskellen mellem kønnene er dog typisk større for andre mobilfunktioner og -tjenester, hvor internetadgang via mobilen er en forudsætning.

Figur 3 - Mobiltelefon/smartphone: Brug af mobilfunktioner og -tjenester - fordelt på køn. 2013:

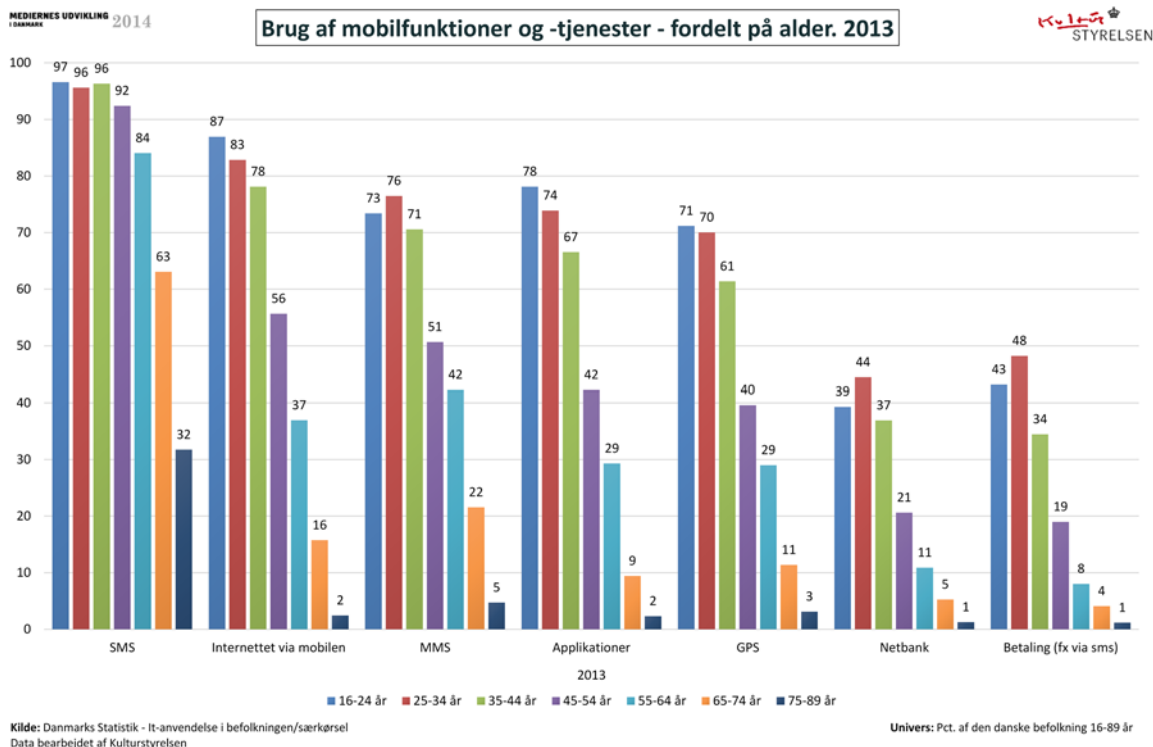


For samtlige udvalgte mobilfunktioner og -tjenester gælder, at der er en høj grad af sammenhæng mellem alder og brug. SMS er den af de udvalgte mobilfunktioner, der i forhold til alder har den mest ensartede brug. Her har aldersgrupperne 16-24 år, 25-34 år, 35-44 år og 45-54 år alle en anvendelse på over 90 %. Herefter falder anvendelsen i takt med alderen, og de ældre over 75 år har kun en anvendelse på omkring 32 %.

For de øvrige mobilfunktioner og -tjenester gælder, at aldersgrupperne 16-24 år, 25-34 år har den klart største anvendelse, mens aldersgruppen 35-44 år følger efter ligeledes med en relativt høj anvendelse. Herefter sker et markant fald i anvendelsen i takt med, at alderen stiger. For eksempel ligger de tre yngste

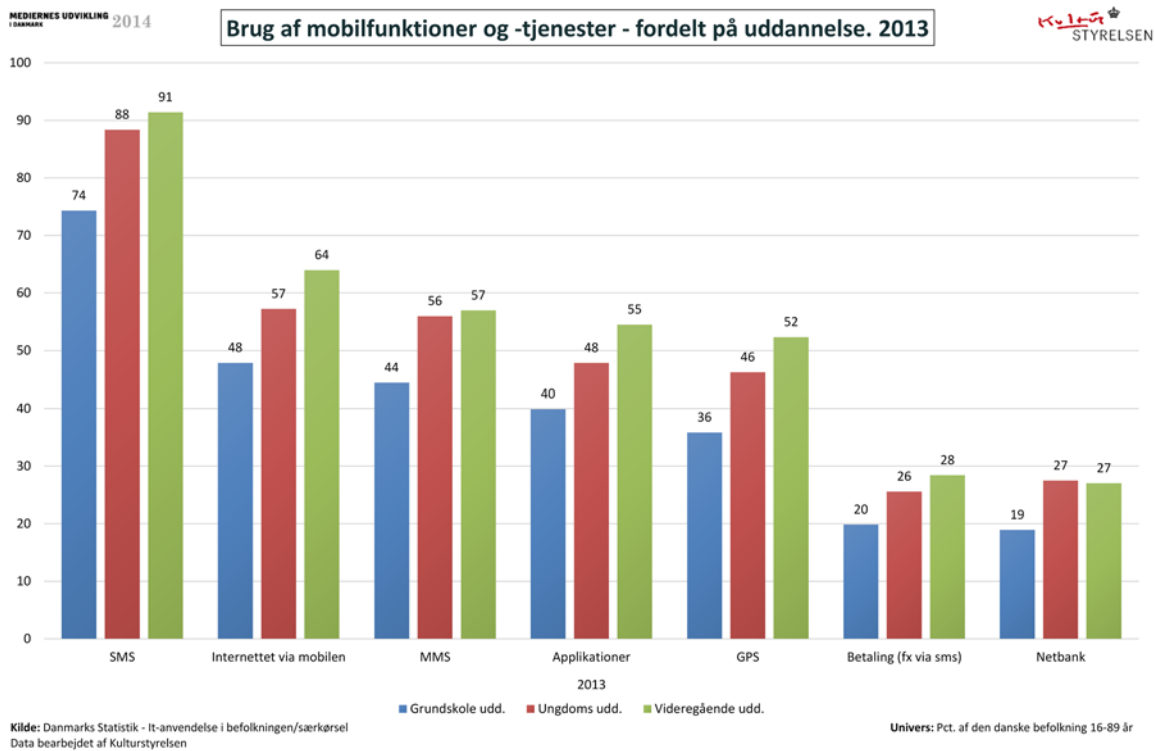
aldersgrupper anvendelse af internet på mobil på omkring 80 %, mens anvendelsen i de ældste aldersgrupper er gradvist faldende fra 56 % i aldersgruppen 45-54 år ned til 2 % af ældre over 75 år.

Figur 4 - Mobiltelefon/Smartphone: Brug af mobilfunktioner og -tjenester - fordelt på alder. 2013:



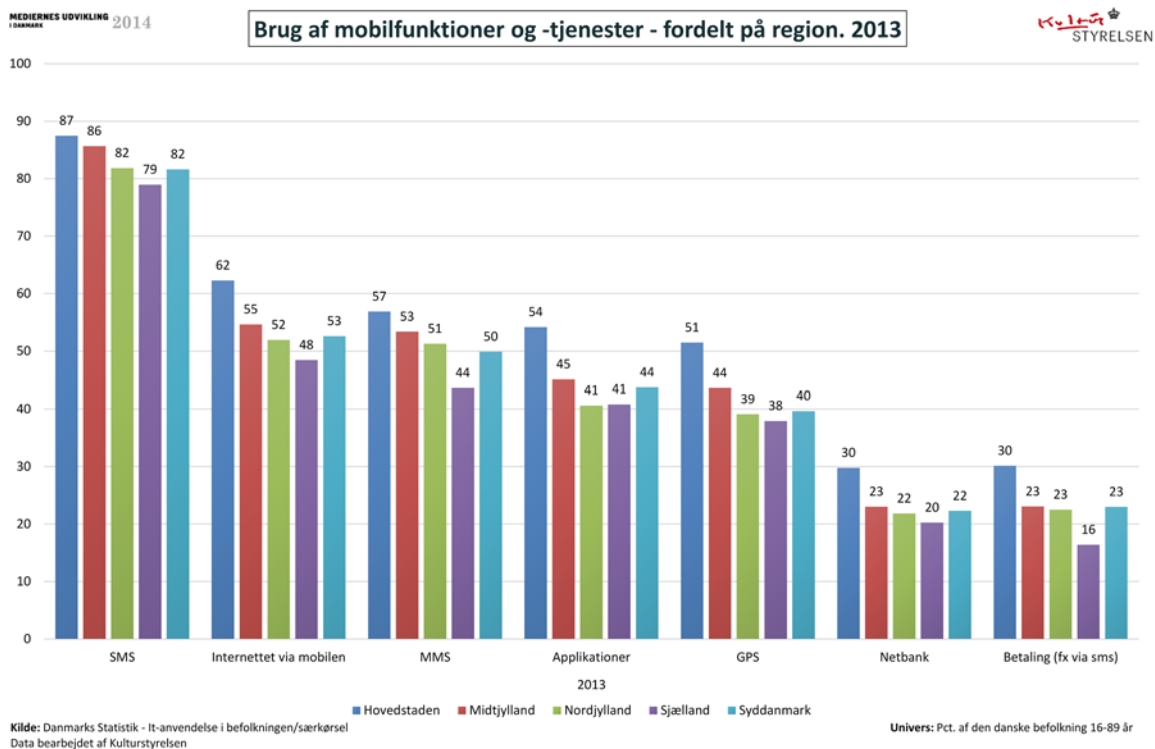
Anvendelsen af samtlige udvalgte mobilfunktioner og -tjenester er størst i den del af befolkningen, der har en videregående uddannelse eller en ungdomsuddannelse. Personer med en videregående uddannelse har den største brug af internettet via mobilen som selvstændig funktion samt brug af applikationer og GPS. Anvendelsen af mobilfunktioner og -tjenester i den del af befolkningen, der har en grundskoleuddannelse som højeste uddannelse, er generelt lavere end i resten af befolkningen.

Figur 5 - Mobiltelefon/smartphone: Brug af mobilfunktioner og -tjenester - fordelt på uddannelse. 2013:



I forhold til en opdeling af befolkningen på regioner er den mest iøjnefaldende tendens, at brugen af samtlige mobilfunktioner og -tjenester generelt er højere i Hovedstadsregionen end i de andre regioner.

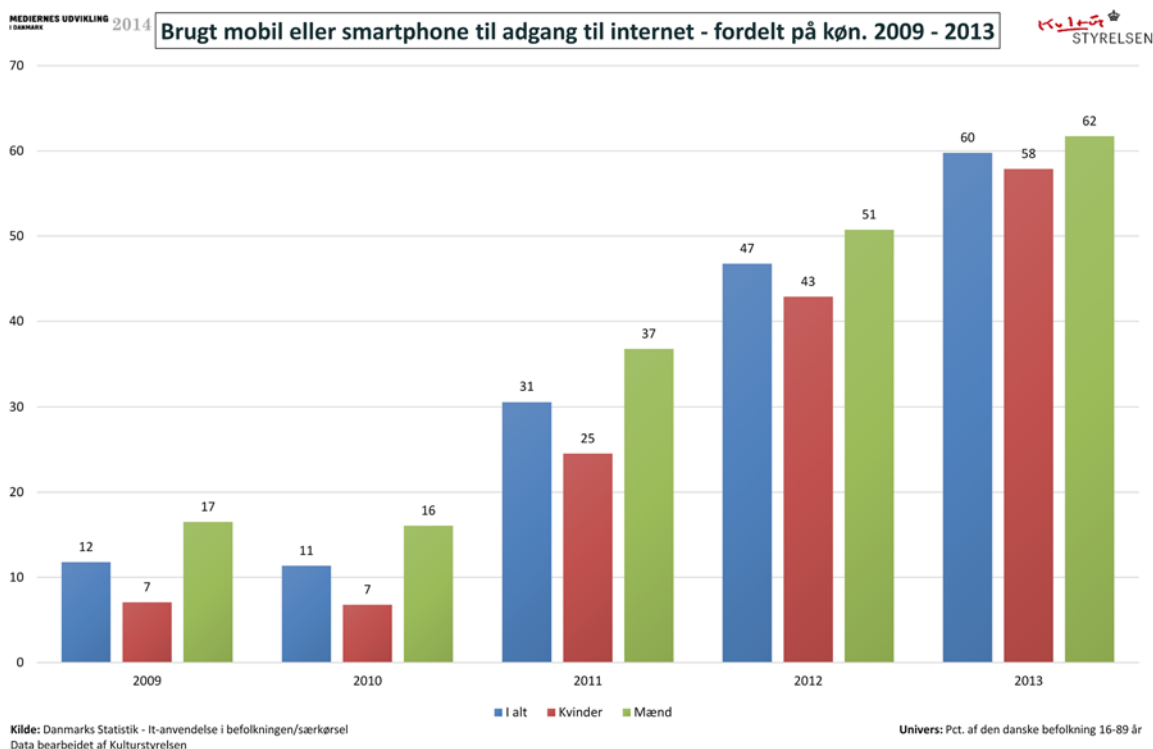
Figur 6 - Mobiltelefon/smartphone: Brug af mobilfunktioner og -tjenester - fordelt på region. 2013:



2.3 Brug af internet på mobilen uden for hjemmet eller arbejdspladsen

Omkring 60 % af befolkningen har i 2013 brugt mobiltelefon eller smartphone til mobil eller trådløs adgang til internettet uden for hjemmet eller arbejdspladsen inden for de seneste tre måneder. Der er stort set ikke nogen forskel på andelen af mænd og kvinder, der har benyttet mobil til dette formål i 2013. Hvis vi ser på perioden 2009 til 2013 har forskellen de forudgående år været større, og det lader til at kvinderne nu er ved at have indhentet mændenes forspring fra de tidligere år.

Figur 7 - Har brugt mobil eller smartphone til adgang til internet uden for hjemmet eller arbejdspladsen - fordelt på køn. 2009 - 2013:

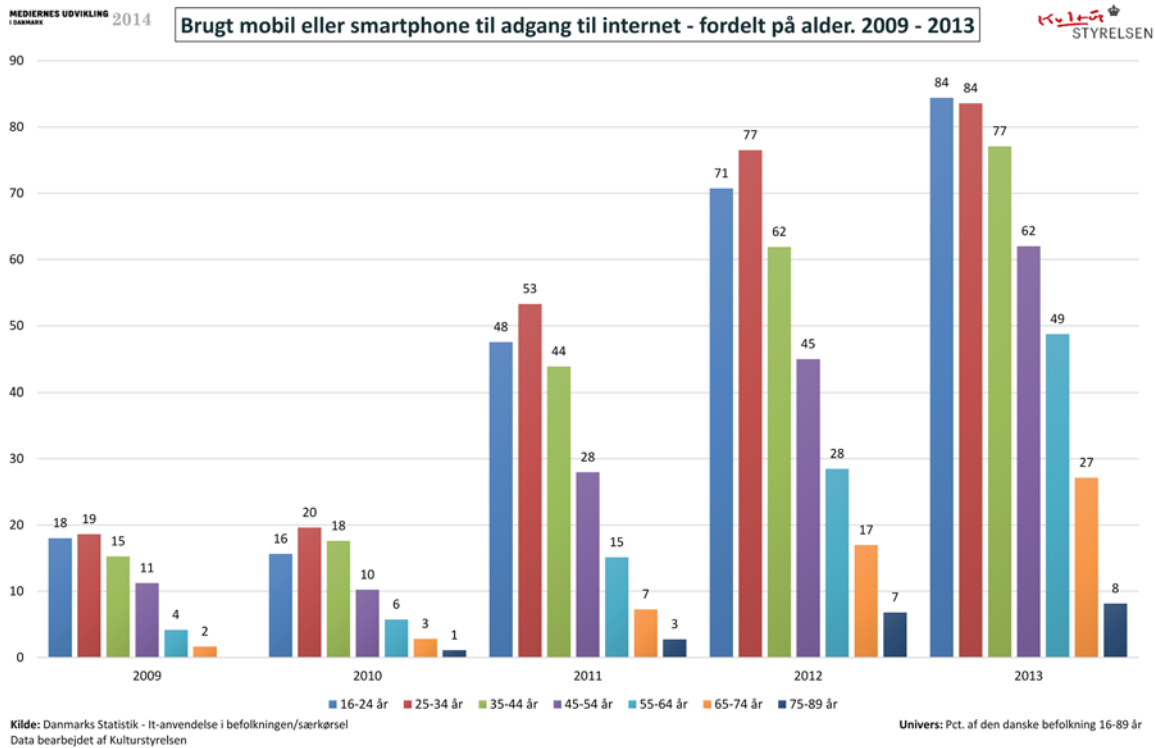


Alder spiller en helt afgørende rolle i forhold til anvendelsen af mobil til adgang til internettet uden for hjemmet eller arbejdspladsen. Hvis vi ser på perioden 2009 til 2013 er der sket en markant stigning i anvendelsen for alle aldersgrupper.

Der er dog meget store forskelle på, hvor meget de forskellige aldersgrupper anvender mobil til adgang til internettet uden for hjemmet eller arbejdspladsen. De 25-34-årige har i hele perioden en stor andel brugere, men også de 16-24-årige følger godt med. I 2013 er anvendelsen i disse to aldersgrupper lige stor med omkring 84 %, mens de 35-44-årige har 77 %. Disse tre aldersgrupper har i hele peiroden haft den største andel af brugere, der anvender mobil til internetadgang uden for hjemmet eller arbejdspladsen, og der er sket mere end en firdobling i anvendelsen fra 2009 til 2013 i hver af disse aldersgrupper.

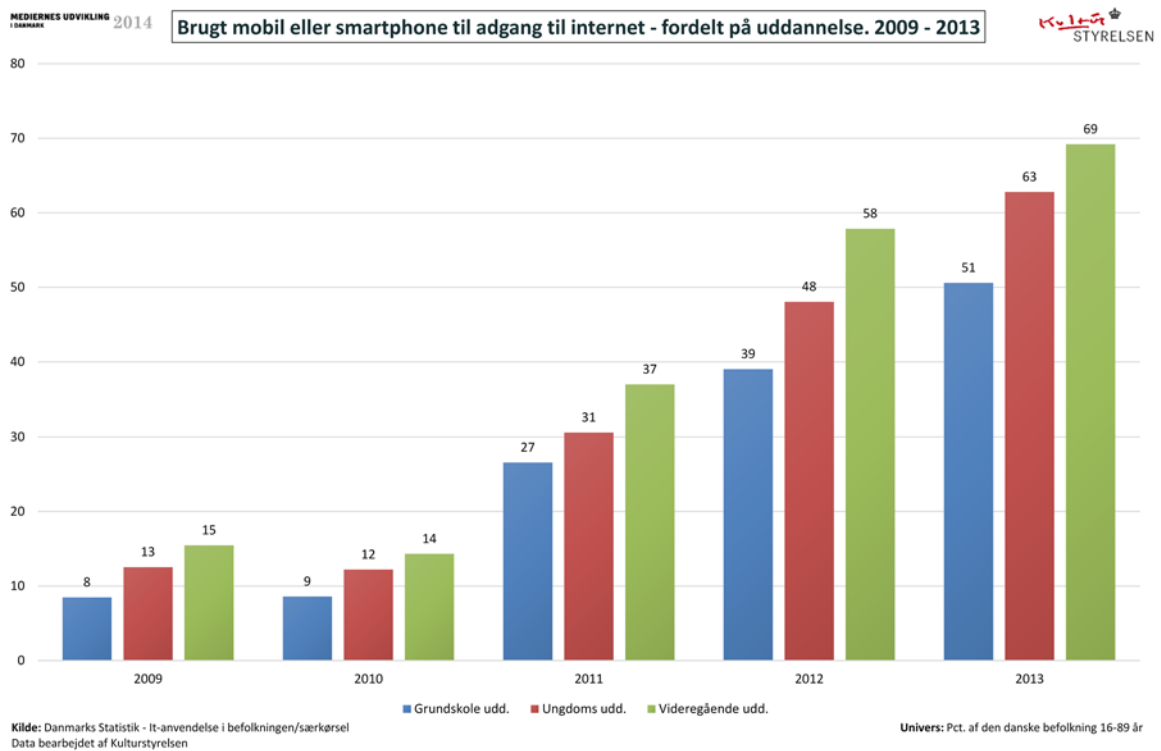
For de øvrige aldersgrupper er udbredelsen ikke på samme niveau, men væksten i anvendelsen af mobil eller smartphone til internetadgang uden for hjemmet eller arbejdspladsen er i disse aldersgrupper i samme periode til gengæld stor. For de 55-64-årige og de 65-74-årige er anvendelsen mere end tidoblet i perioden.

Figur 8 - Har brugt mobil eller smartphone til adgang til internet uden for hjemmet eller arbejdspladsen - fordelt på alder. 2009 - 2013:



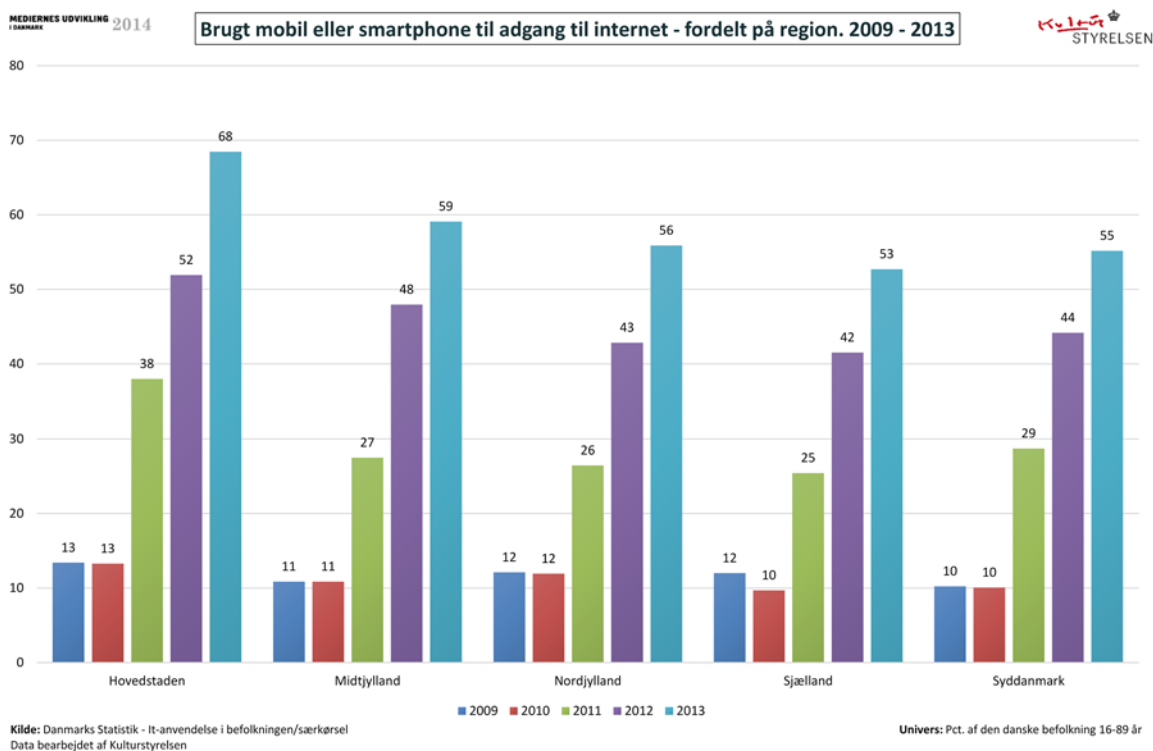
Uddannelsesniveau har også betydning for brugen af mobil til adgang til internettet uden for hjemmet eller arbejdspladsen. Over perioden 2009 til 2013 er billedet generelt det, at jo højere det gennemførte uddannelsesniveau er, jo større er andelen af gruppen, der benytter mobil til disse formål. Der er i perioden sket en markant stigning for de tre uddannelsesgrupper. Samtidig er forskellen mellem de tre uddannelsesgrupper øget i forhold til, hvor stor en andel af de enkelte uddannelsesgrupper, der anvender mobil til adgang til internettet. I 2010 anvendte 9 % af befolkningen med en grundskoleuddannelse og 14 % af befolkningen med en videregående uddannelse mobil til adgang til internettet. Tallet for ungdomsuddannelse er 51 % og for videregående uddannelse 69 % i 2013. I 2013 er der en forskel på 18 procentpoint imellem de to uddannelsesgrupper.

Figur 9 - Har brugt mobil eller smartphone til adgang til internet uden for hjemmet eller arbejdspladsen - fordelt på uddannelse. 2009 - 2013:



I 2009 og 2010 er der stort set ingen regionale forskelle i anvendelsen af mobil til adgang til internettet uden for hjemmet eller arbejdspladsen. I 2011 sker mere end en fordobling i anvendelsen i samtlige regioner i forhold til de tidligere år og særligt Hovedstadsregionen skiller sig ud med mere end en tredobling i anvendelsen til 38 %. Regionen med den næsthøjeste anvendelse i 2011 er Region Syddanmark med 29 %. Generelt er der store stigninger i anvendelsen i alle regioner både i 2012 og 2013. Hovedstadsregionen skiller sig dog ud ved at have en markant højere anvendelse end i de andre regioner. Generelt benytter mere end halvdelen af befolkningen i samtlige regioner i 2013 mobil til adgang til internettet. I Hovedstadsregionen gælder det for 68 %, efterfulgt af Region Midtjylland med 59 % af befolkningen. For regionerne generelt er der i perioden fra 2009 til 2013 sket omkring en femdobling af befolkningens anvendelse af mobil eller smartphone til adgang til internettet.

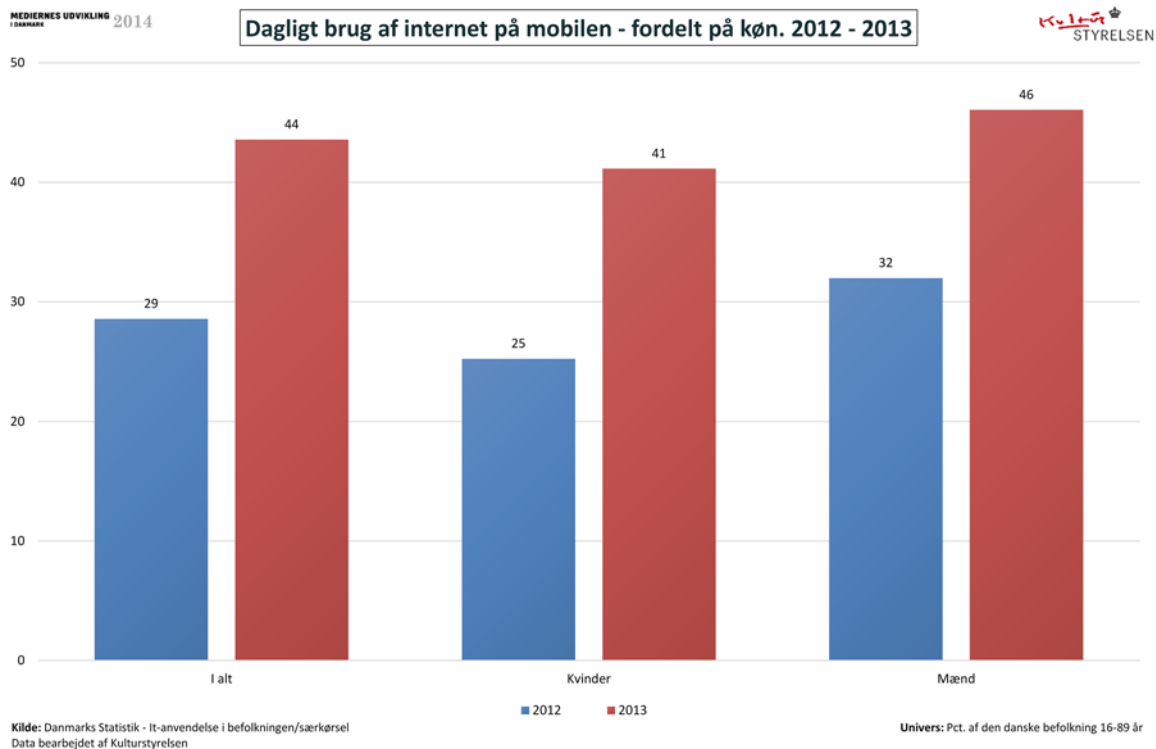
Figur 10 - Har brugt mobil eller smartphone til adgang til internet uden for hjemmet eller arbejdspladsen - fordelt på region. 2009 - 2013:



2.4 Dagligt brug af internet på mobil eller tablet uden for hjemmet eller arbejdspladsen

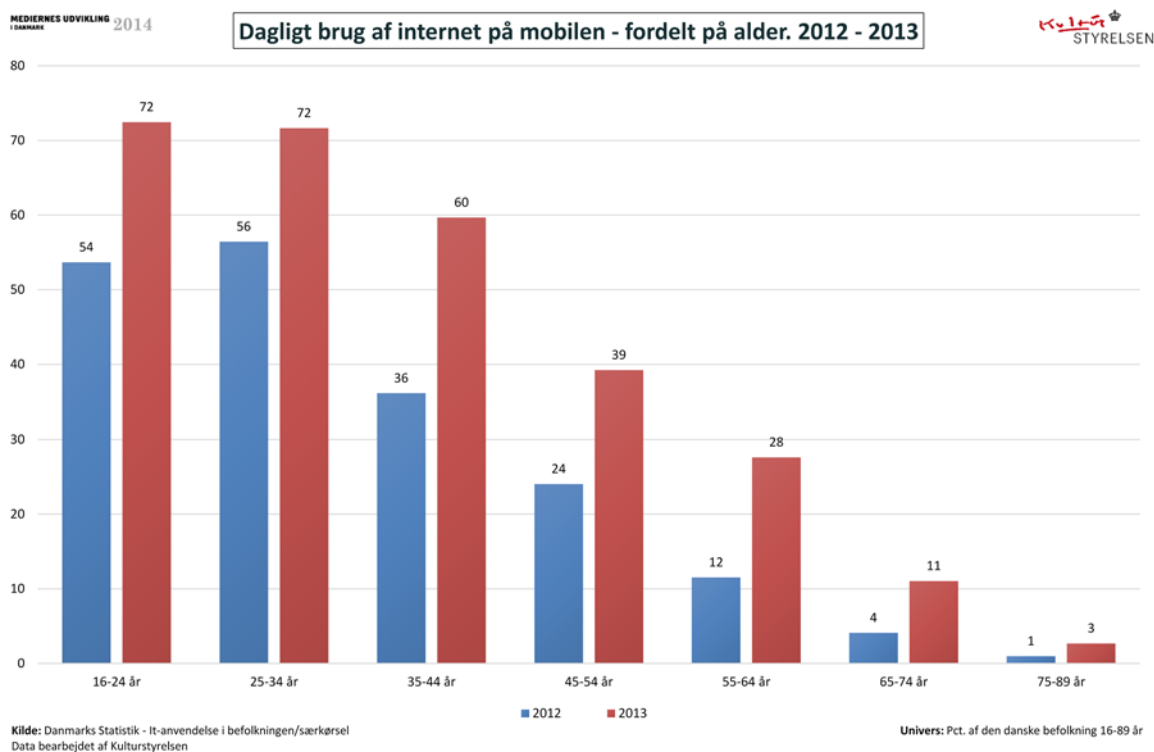
Omkring 44 % af befolkningen i alderen 16-89 år anvender dagligt internet på mobilen, tablet eller lignende håndholdt udstyr uden for hjemmet eller arbejdspladsen. Dette er en markant stigning i forhold til 2012, hvor andelen af befolkning udgjorde 29 %. Der er flere mænd end kvinder, der dagligt gør brug af internet på mobilen. I 2013 gør dette sig gældende for 46 % af mændene og 41 % af kvinderne. For begge køn gælder, at der er langt flere, der dagligt gør brug af internet på mobilen uden for hjemmet eller arbejdspladsen i 2013 i forhold til i 2012, og den relative forskel i kønnes brug er mindsket over perioden.

Figur 11 - Dagligt brug af internet på mobilen uden for hjemmet eller arbejdspladsen - fordelt på køn. 2012 - 2013:



Andelen af befolkningen, der gør brug af internettet dagligt på mobilen uden for hjemmet eller arbejdspladsen er faldende med alderen. For de 16-24-årige drejer det sig i 2013 om 72 %, mens det kun gør sig gældende for 39 % af de 45-54-årige og 11 % af de 65-74-årige. Til trods for at de ældre ikke bruger mobilen til adgang til internet lige så ofte som de yngre aldersgrupper, er det i de ældre aldersgrupper, den største stigning siden 2012 har fundet sted. For de 55-64-årige, 65-74-årige og for de ældre over 75 år er det sket mellem en fordobling og tredobling i perioden 2012 til 2013 i forhold til, hvor stor en andel af disse aldersgrupper, der gør dagligt brug af internet på mobilen. For de ældre over 75 år ligger andelen i 2013 dog ikke på mere end 3 %, hvilket sammenlignet med de øvrige aldersgrupper er et lavt niveau.

Figur 12 - Dagligt brug af internet på mobilen uden for hjemmet eller arbejdspladsen - fordelt på alder. 2012 - 2013:



I forhold til uddannelse gælder, at jo højere uddannelsesniveau, jo større en andel bruger dagligt internet på mobilen uden for hjemmet eller arbejdspladsen. Cirka 50 % af gruppen med en videregående uddannelse brugte i 2013 dagligt mobilen til internet uden for hjemmet eller arbejdspladsen, mens det kun gælder for 37 % af befolkningen med en grundskoleuddannelse i 2013.

Væksten i brugen fra 2012 til 2013 har været størst i gruppen med en ungdomsuddannelse, men for alle tre grupper er der i 2013 i forhold til 2012 cirka halvanden gang så mange, der dagligt gør brug af internet på mobilen.

Den samme udvikling gør sig gældende i forhold til en opdeling på regioner. I de fleste regioner har der fundet en vækst sted, så forbruget i 2013 er cirka halvanden gang så stort som i 2012. Dog er væksten størst i Region Nordjylland. Region Hovedstaden skiller sig i 2013 ud ved, at mere end halvdelen af befolkningen gør daglig brug af internet på mobilen. Dette er over landsgennemsnittet på 44 % og andelen i de andre regioner.

2.5 Udvalgte formål med brug af internet på mobil

Vi vil i dette afsnit se på brugen af mobil eller tablet til en række private formål som nyheder, sociale netværks- og streaming-tjenester. Afsnittet omhandler således kun den private brug og ikke den arbejdsrelaterede brug.

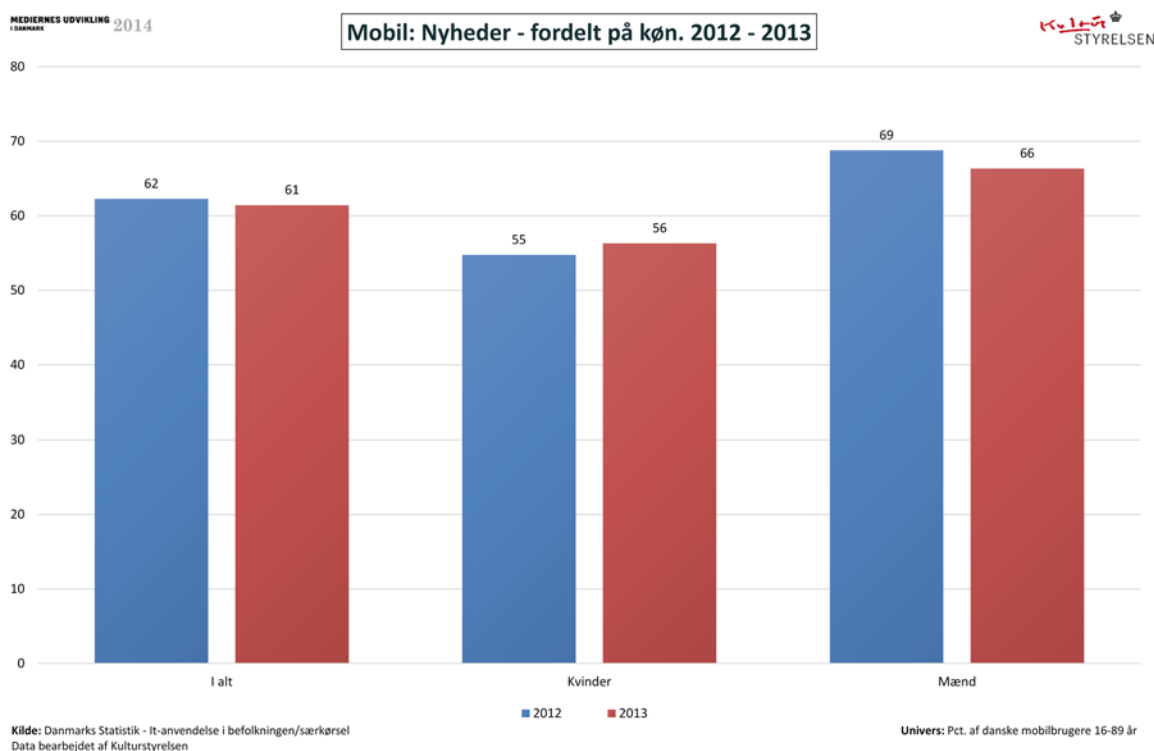
Der tages i denne del af analysen ikke udgangspunkt i anvendelsen i den samlede befolkning i alderen 16-89 år, men i anvendelsen blandt mobilbrugere i alderen 16-89 år, der har benyttet mobiltelefon, smartphone

eller andet håndholdt udstyr til adgang til internettet uden for hjemmet eller arbejdspladsen inden for de seneste tre måneder.

2.5.1 Nyheder

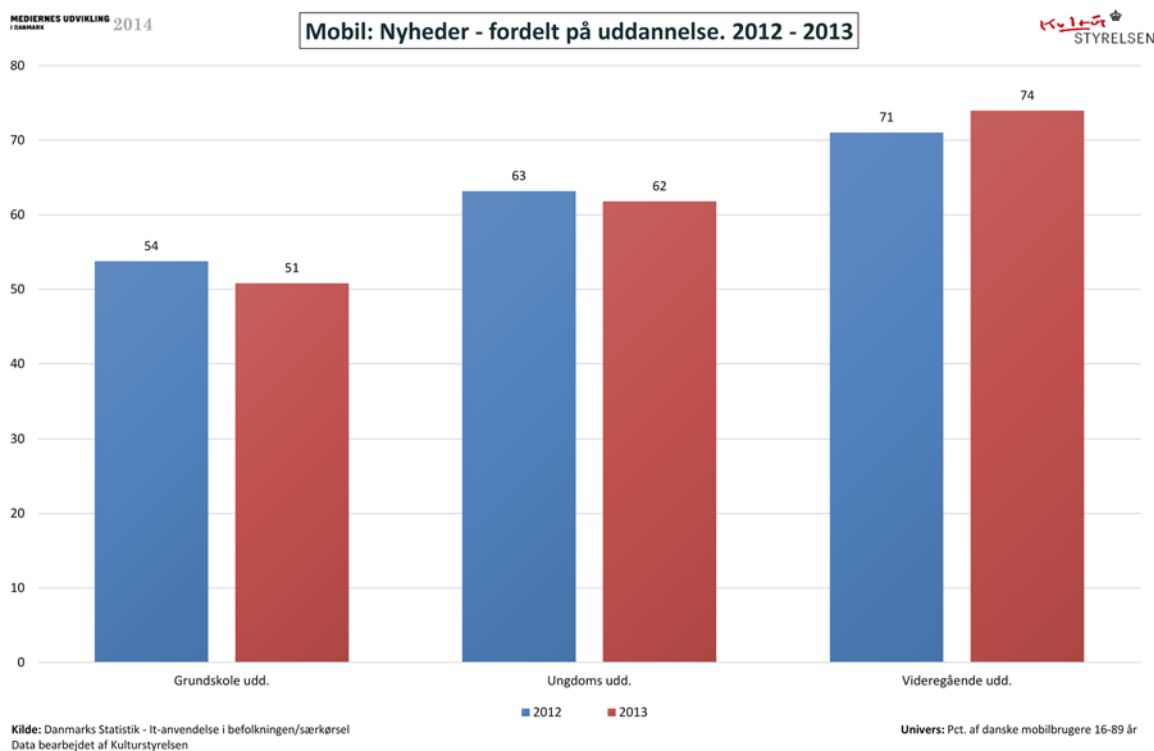
Andelen af mobilbrugere i alderen 16-89 år, der anvender mobiltelefon eller smartphone til at læse eller downloade online nyheder og aviser er godt 60 % i både 2012 og 2013. Andelen af mænd, der benytter mobilen til dette formål er 66 %, mens det gælder for 56 % af kvinderne i 2013.

Figur 13 - Mobil/Tablet: Andel der privat har læst eller downloadet online nyheder eller aviser inden for de tre seneste måneder - fordelt på køn. 2012 - 2013:



I forhold til en opdeling af mobilbrugere efter højest gennemførte uddannelse er der fra 2012 til 2013, som i tilfældet med opdelingen på køn, ikke sket den store udvikling i forhold til brugen af nyheder på mobilen. Status er fortsat i 2013, at brugen af nyheder på mobil er højere, jo højere uddannelsesniveaue er. Omkring 74 % af mobilbrugere med en videregående uddannelse anvender mobilen til nyheder, mens dette kun gør sig gældende for 51 % af mobilbrugere med en grundskoleuddannelse.

Figur 14 - Mobil/Tablet: Andel der privat har læst eller downloadet online nyheder eller aviser inden for de tre seneste måneder - fordelt på uddannelse. 2012 - 2013:



Hvis vi ser på en opdeling af mobilbrugere på alder, og i hvor stort et omfang de benytter mobil til at læse eller downloade online nyheder og aviser, er der interessante forskelle i forhold til brugen i de forskellige aldersgrupper samt udviklingen i perioden 2012 til 2013.

I aldersgrupperne 25-34 år og 35-44-år er der med omkring 70 % den største andel af mobilbrugere, der anvender mobil til at læse eller downloade nyheder og aviser. Denne brug falder i takt med, at alderen stiger, og i 2013 udgjorde andelen 37 % i aldersgruppen 75-89 år.

Der er markante forskelle i udviklingen fra 2012 til 2013 på de forskellige aldersgruppers brug af mobilen til privat at læse eller downloade online nyheder og aviser. For den yngre del af mobilbrugere i alderen 16-24 år og 25-34 år er der sket et fald på mellem 5 og 8 procentpoint. For mobilbrugere i alderen 35-44 år og 45-54 år er der tale om status quo eller en lille stigning, mens der for de ældre aldersgrupper er tale om markante stigninger, hvor tendensen er, at jo ældre aldersgruppe, jo større er stigningen.

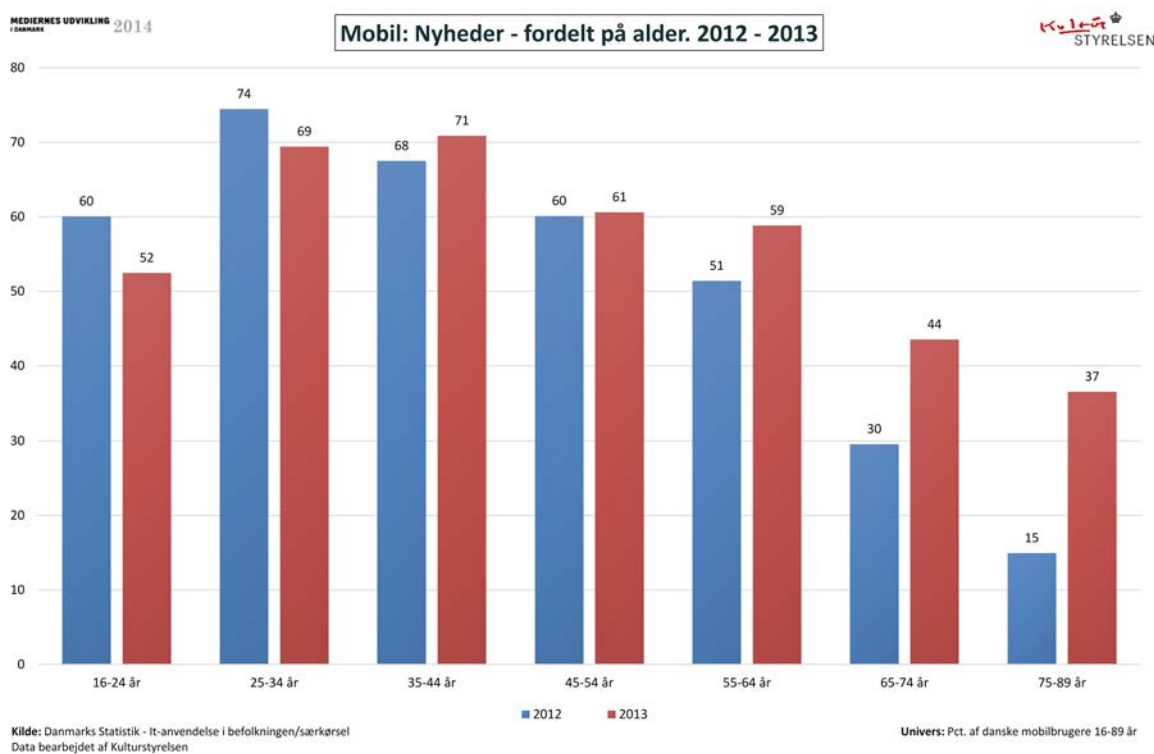
En stigende andel af befolkningen anvender som tidligere beskrevet dagligt internet på mobilen. Samme tendens gør sig gældende, når universet er *mobilbrugere*, der har benyttet mobil til adgang til internettet uden for hjemmet eller arbejdspladsen inden for de seneste tre måneder.

Et formål med internetbrug på mobilen er blandt andet at læse eller downloade online nyheder og aviser. En antagelse kunne derfor være, at der ville være tale om en stigning i brugen af mobil også til dette formål for alle aldersgrupper. Men når vi ser på anvendelsen blandt *mobilbrugere*, der har benyttet mobil til adgang til internettet uden for hjemmet eller arbejdspladsen inden for de seneste tre måneder, er dette ikke tilfældet.

De ældste mobilbrugere har oplevet den største vækst, når det kommer til at anvende mobil til at læse eller downloade online nyheder og aviser, hvilket er i overensstemmelse med det billede, vi ser for udviklingen for det daglige brug af internet på mobilen. Mobilbrugere i alderen 16-24 år og 25-34 år skiller sig imidlertid ud ved, at der sker et fald i brugen af mobil til at læse eller downloade online nyheder og aviser.

Tendensen kan muligvis tilskrives, at flere af de store medie- og avishuse i perioden har indført betalingsmodeller for adgang til deres indhold. Dette kan i særlig grad tænkes at give udslag i forhold til de yngre aldersgrupper, der generelt er mere prisfølsomme end de ældre og i højere grad har været vant til, at avisindhold og lignende på internettet har været gratis. Det kan også skyldes, at de unge har andre prioriteter i forhold til forbrug af penge. Det kan også være en tendens, der viser, at mediehusene måske kan få vanskeligt ved at holde fast i de yngre mobilbrugere på internettet, men til gengæld i stigende omfang får bedre fat i de ældre aldersgrupper online. Der skal dog tages det forbehold, at der er relativt få ældre i stikprøven, hvilket kan have indflydelse på resultatet og de udsving, der ses i perioden.

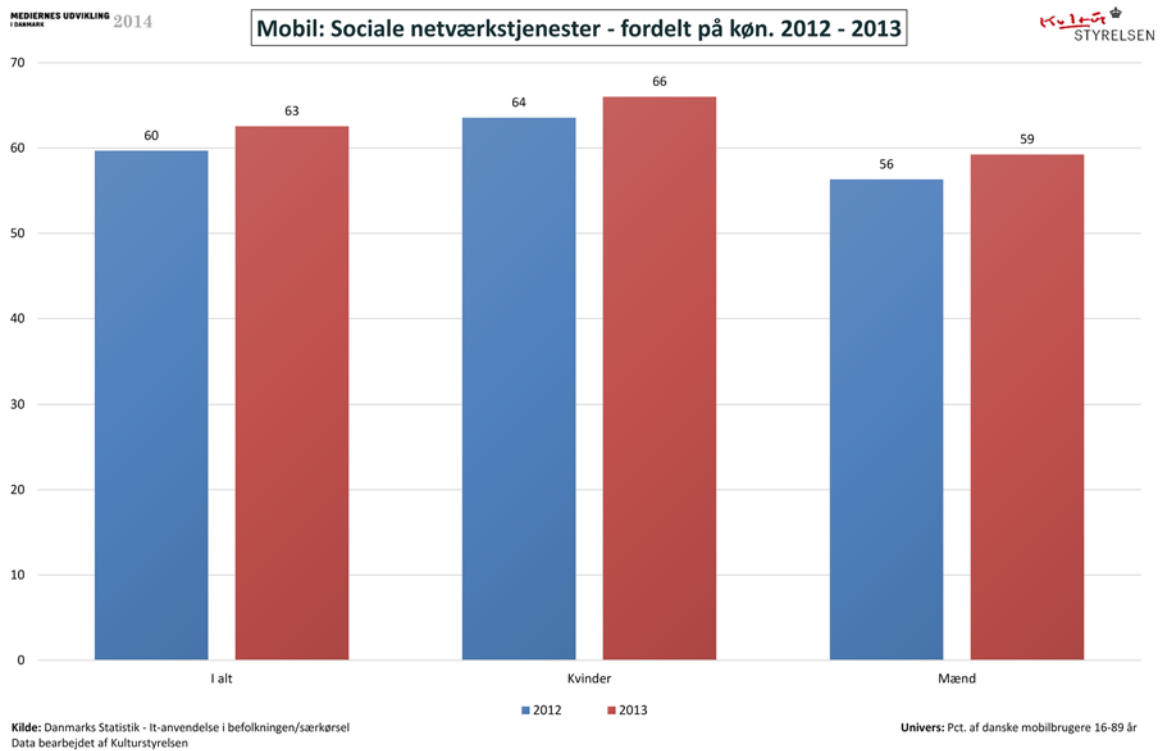
Figur 15 - Mobil/Tablet: Andel der har læst eller downloadet online nyheder eller aviser inden for de tre seneste måneder - fordelt på alder. 2012 - 2013:



2.5.2 Sociale netværkstjenester

Mere end 60 % af mobilbrugerne i alderen 16-89 år gør brug af sociale netværkstjenester som f.eks. Facebook eller Twitter på mobilen. Fra 2012 til 2013 er der ikke sket den store ændring i andelen af mobilbrugere, der gør brug af disse tjenester på mobilen, heller ikke hvis vi ser på andelen opdelt på køn. Dog er billedet for både 2012 og 2013, at kvinder generelt benytter sig i større omfang af disse tjenester end mænd. Omkring 66 % af de kvindelige mobilbrugere benyttede sig i 2013 af disse tjenester på mobilen, mens det tilsvarende tal for mandlige mobilbrugere var 59 %.

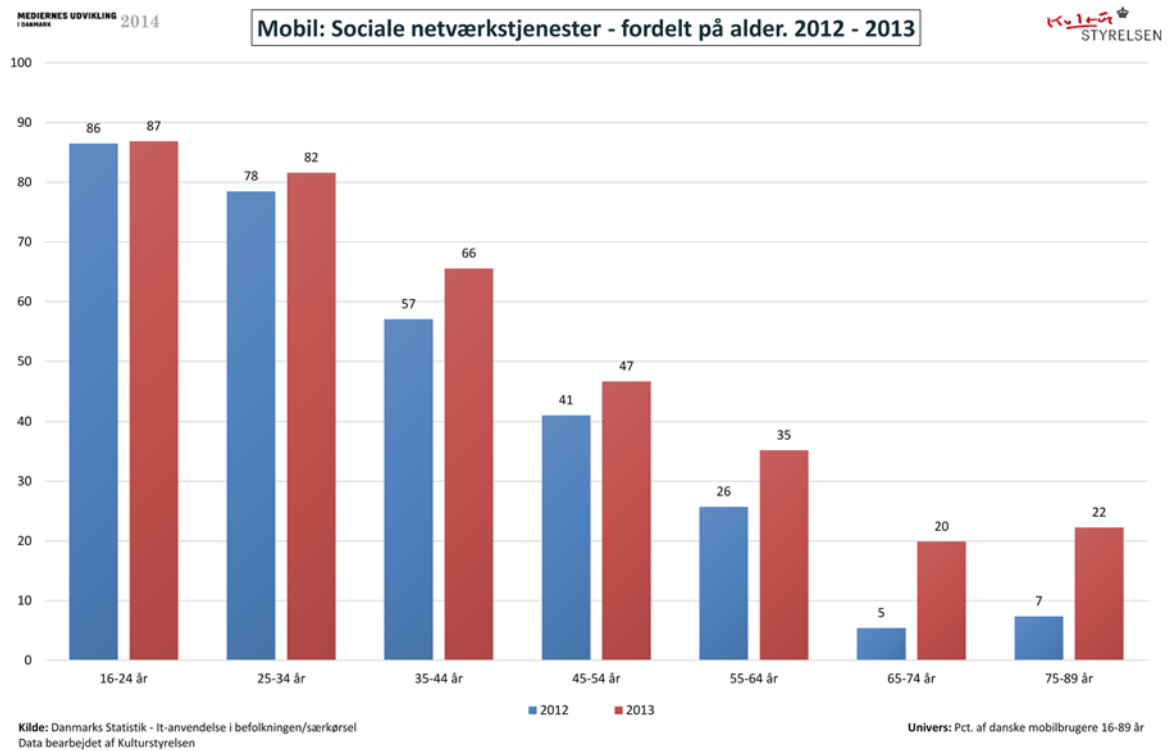
Figur 16 - Mobil/Tablet: Sociale netværkstjenester - fordelt på køn. 2012 - 2013:



Der er en klar sammenhæng mellem alder og brugen af sociale netværkstjenester via mobilen, idet de unge mobilbrugere i langt højere grad anvender sociale netværkstjenester end de ældre mobilbrugere. For de unge mobilbrugere i alderen 16-24 år drejer det sig i 2013 om cirka 87 %, mens det for mobilbrugere i alderen 75-89 år er 22 %.

De yngste aldersgrupper har i perioden 2012 til 2013 stort set ikke oplevet nogen vækst i forhold til brugen af sociale netværkstjenester via mobil. For de 65-74-årige er andelen imidlertid fire gange større i 2013 end i 2012, og for de ældre over 75 år er der tale om en tredobling i andelen i samme periode.

Figur 17 - Mobil/Tablet: Sociale netværkstjenester - fordelt på alder. 2012 - 2013:

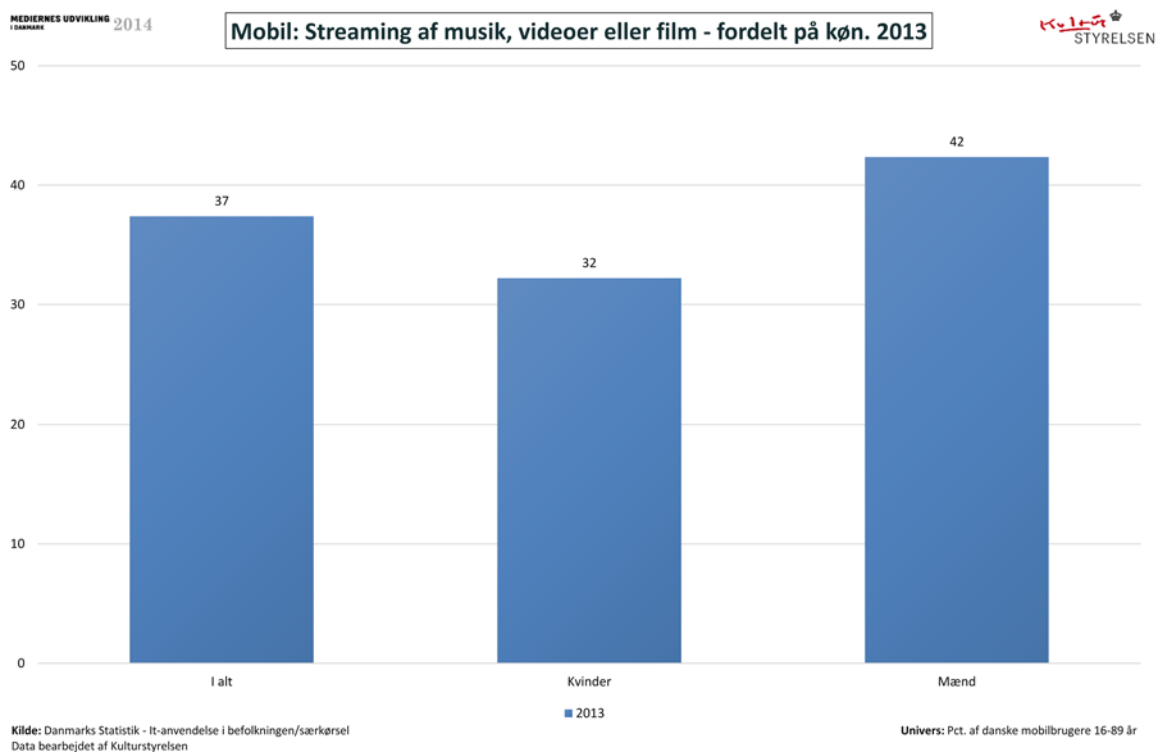


I forhold til højest gennemførte uddannelse ses det, at mobilbrugere med en grundskoleuddannelse skiller sig ud ved, at 68 % af denne gruppe anvender sociale netværkstjenester via mobil. Dette er en højere andel end er tilfældet i forhold til mobilbrugere med en ungdomsuddannelse eller videregående uddannelse, hvor andelen for begge grupper udgør omkring 60 %.

2.5.3 Streaming

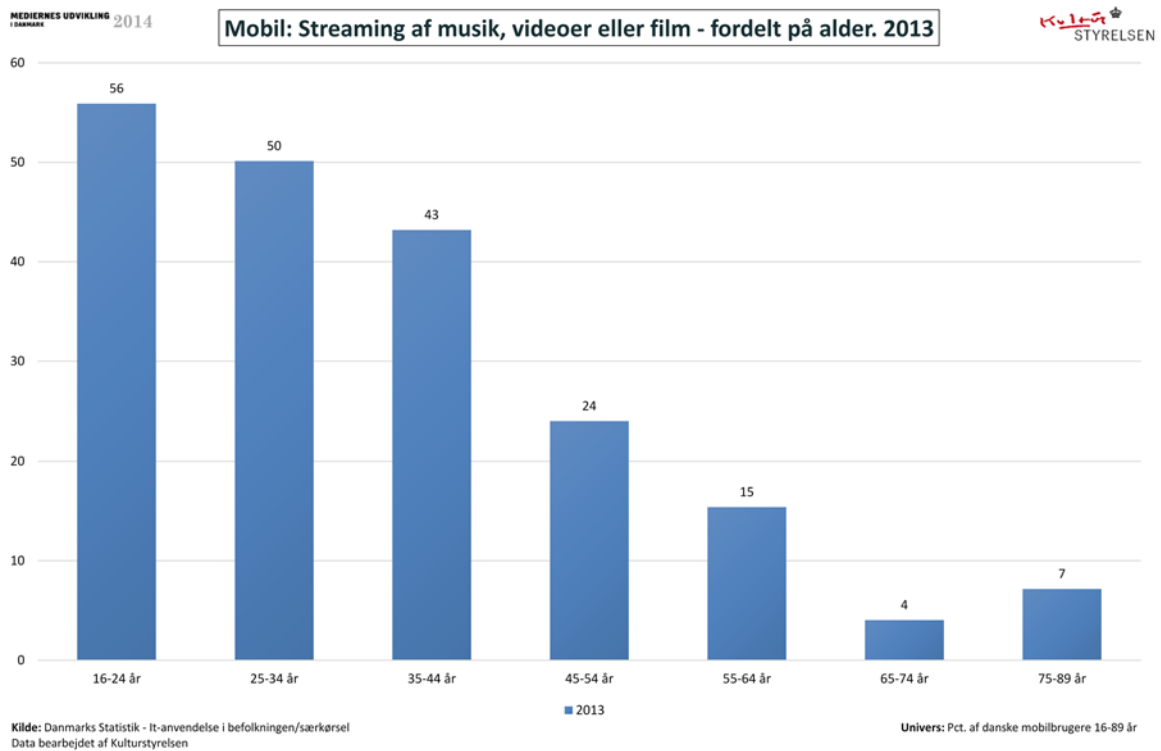
Omkring 37 % af mobilbrugere i alderen 16-89 år anvender mobil til streaming af musik, videoer eller film. 42 % af mandlige mobilbrugere anvender disse tjenester, hvilket er en noget større andel end andelen af kvindelige mobilbrugere med en andel på 32 %.

Figur 18 - Mobil/Tablet: Streaming af musik, videoer eller film - fordelt på køn. 2013:



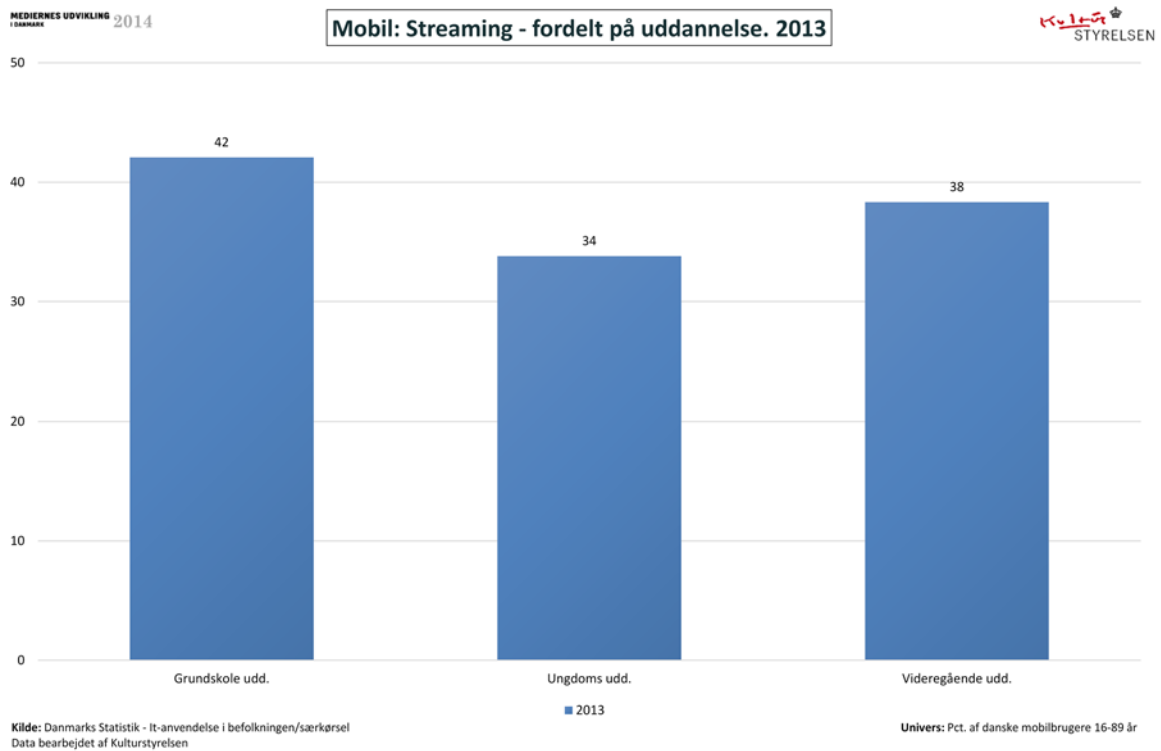
Der er en klar sammenhæng mellem at anvende mobil til streaming og alder med undtagelse af den ældste aldersgruppe – jo yngre mobilbrugerne er, jo mere anvender mobilbrugerne mobil til streaming. Med en andel på 7 % af mobilbrugere i alderen 75-89 år, anvender denne aldersgruppe dog streaming-tjenester i samme eller lidt større omfang end mobilbrugere i alderen 65-74 år. Mere end halvdelen af mobilbrugere i alderen 16-24 år og 25-34 år benytter mobil til streaming-tjenester, mens det kun gør sig gældende for cirka en fjerdel af mobilbrugere i alderen 45-54 år og endnu mindre for de ældre aldersgrupper.

Figur 19 - Mobil/Tablet: Streaming af musik, videoer eller film - fordelt på alder. 2013:



Omkring 42 % af mobilbrugere i alderen 16-89 år med en grundskoleuddannelse anvender mobil til streaming og er dermed i forhold til en opdeling på uddannelse den gruppe, der i størst omfang anvender denne type tjenester. For mobilbrugere med en videregående uddannelse er andelen 38 %, mens det kun er 34 % af mobilbrugere med en ungdomsuddannelse, der anvender mobil til streaming.

Figur 20 - Mobil/Tablet: Streaming - fordelt på uddannelse. 2013:

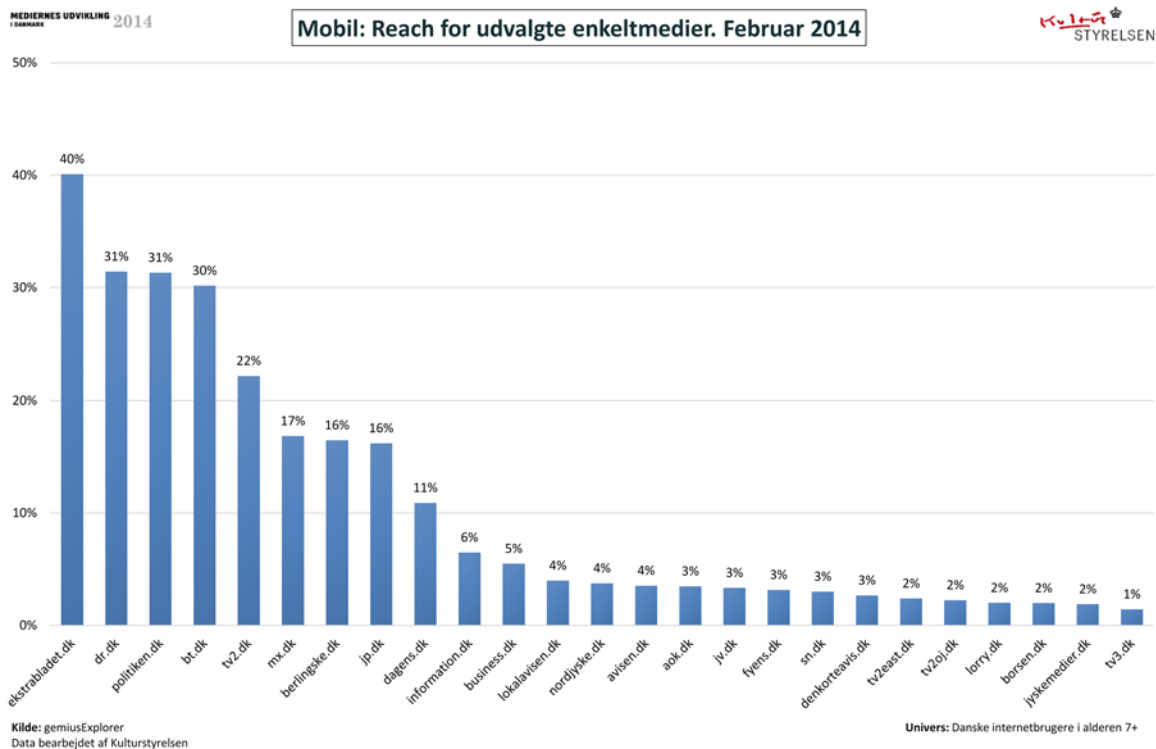


3 Udbuddet

3.1 De mest anvendte mediesites via mobiltelefon/smartphone – Toplisten februar 2014

Hvis vi ser på enkeltmediernes dækning i 2013 på *mobil*, skiller ekstrabladet.dk (40 %) sig ud ved at have en markant højere dækning end de andre medier på denne platform. Herefter kommer dr.dk, politiken.dk og bt.dk med en dækning på omkring 30 %. TV2.dk har en dækning på omkring 22 %, og herefter har avishusene med siderne mx.dk, berlingske.dk og jp.dk en dækning på omkring 16 %.

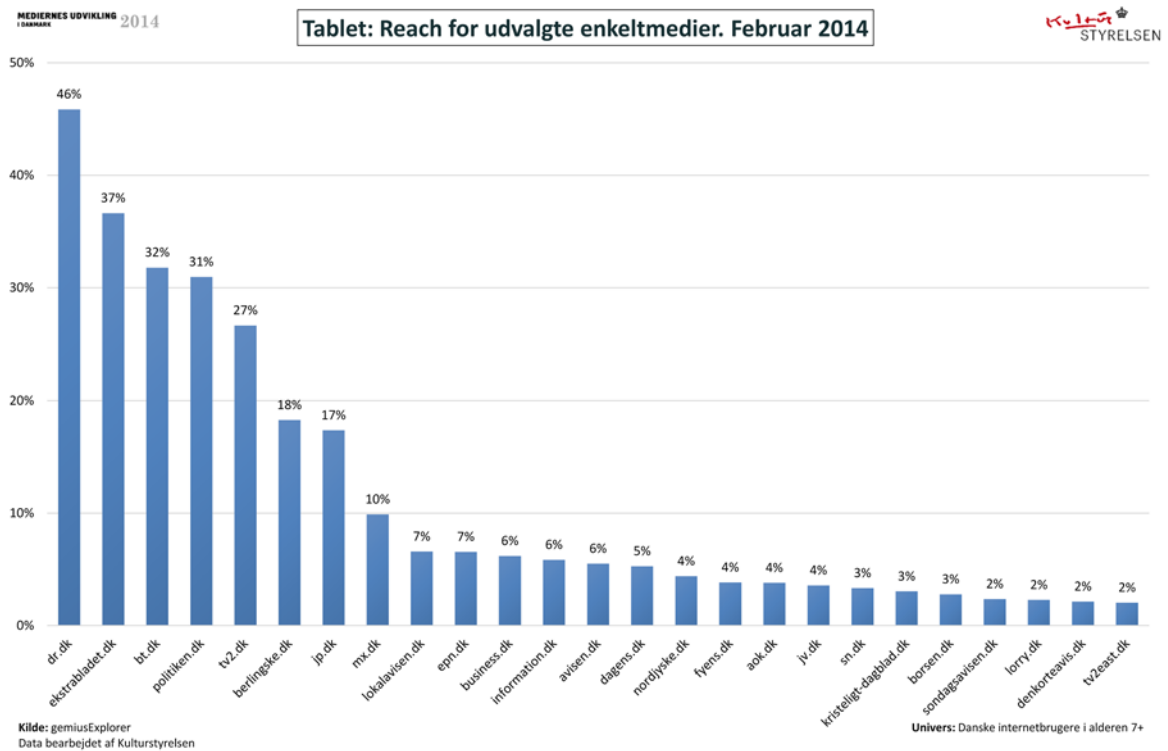
Figur 21 - Mobil: Reach for udvalgte enkeltmedier. Februar 2014:



3.2 De mest anvendte mediesites via tablet – Toplisten februar 2014

Hvis vi ser på enkeltmediernes dækning i 2013 på *tablet* ser dækningen for de enkelte medier noget anderledes ud end for platformen *mobil*. Her er det dr.dk (46 %), der skiller sig ud ved at have en noget højere dækning end de andre medier på denne platform. Hvor enkeltmediernes for mobil til en vis grad kan grupperes i forhold til deres dækning, er der tale om et mere jævnt fald i mediernes dækning på toplisten for *Tablet*. Ekstrabladet.dk har den andenstørste dækning på 37 % efterfulgt af bt.dk og politiken.dk med en dækning på omkring 31-32 %.

Figur 22 - Tablet: Reach for udvalgte enkeltmedier. Februar 2014:



3.3 De mest anvendte mediesites fordelt på platform – Toplisten februar 2014:

Tabel 1 - Reach for de mest anvendte mediesites efter platform. Februar 2014:

Nr.	Computer		Mobil		Tablet	
	Udgivelse	Reach	Udgivelse	Reach	Udgivelse	Reach
1	dr.dk	40%	ekstrabladet.dk	40%	dr.dk	46%
2	ekstrabladet.dk	33%	dr.dk	31%	ekstrabladet.dk	37%
3	politiken.dk	28%	politiken.dk	31%	bt.dk	32%
4	tv2.dk	28%	bt.dk	30%	politiken.dk	31%
5	bt.dk	27%	tv2.dk	22%	tv2.dk	27%
6	jp.dk	16%	mx.dk	17%	berlingske.dk	18%
7	berlingske.dk	16%	berlingske.dk	16%	jp.dk	17%
8	mx.dk	11%	jp.dk	16%	mx.dk	10%
9	ept.dk	10%	dagens.dk	11%	lokalavisen.dk	7%
10	business.dk	8%	information.dk	6%	ept.dk	7%
11	lokalavisen.dk	8%	business.dk	5%	business.dk	6%
12	information.dk	7%	lokalavisen.dk	4%	information.dk	6%
13	avisen.dk	6%	nordjyske.dk	4%	avisen.dk	6%
14	dagens.dk	6%	avisen.dk	4%	dagens.dk	5%
15	borsen.dk	5%	aok.dk	3%	nordjyske.dk	4%
16	aok.dk	5%	fv.dk	3%	fyens.dk	4%
17	kristeligt-dagblad.dk	5%	fyens.dk	3%	aok.dk	4%
18	nordjyske.dk	4%	sn.dk	3%	fv.dk	4%
19	fyens.dk	4%	denkorteavis.dk	3%	sn.dk	3%
20	tv3.dk	3%	tv2east.dk	2%	kristeligt-dagblad.dk	3%
21	sn.dk	3%	tv2oj.dk	2%	borsen.dk	3%
22	fv.dk	3%	lorry.dk	2%	sondagsavisen.dk	2%
23	sondagsavisen.dk	3%	borsen.dk	2%	lorry.dk	2%
24	lorry.dk	2%	jyskemedier.dk	2%	denkorteavis.dk	2%
25	tv2east.dk	2%	tv3.dk	1%	tv2east.dk	2%

4 Konklusion

Den stigende udbredelse af mobil og tablets skal blandt andet ses som en konsekvens af den mediekonvergens, der er fulgt af den teknologiske udvikling og internettets høje penetration, og de muligheder det har givet i forhold til at forbruge medier på nye måder.

Mediebrugerne kan nu i stigende grad benytte sig af en lang række medietilbud, mens de er på farten og/eller uden for hjemmet eller arbejdspladsen.

For smartphones har udviklingen høj fart. I 2011 havde 33 % af de danske familier en smartphone, et tal der i 2013 var steget til 63 %. Brugen af mobiltelefoner eller smartphones er meget høj i Danmark, og 93 % af danskerne har i 2013 inden for de seneste tre måneder brugt mobiltelefon eller smartphone. I forhold til brug af mobil- eller smartphone er der nogen forskel i forhold til aldersgrupperne. Op til og med 64 år er det over 90 %, der har brugt mobil- eller smartphone, faldende til 70 % af de 75-89-årige.

Den mest anvendte funktion var den klassiske mobil-funktion SMS, som 84 % havde brugt, mens den næst hyppigst anvendte funktion var at gå på internettet via sin mobil/smartphone, hvilket 55 % havde gjort i 2013. I 2010 var det kun 21 %, der havde gjort dette. Brugen af apps, GPS, netbank og betaling via mobiltelefon er også i stigning.

Der er dog for de fleste mobilfunktioner og -tjenesters vedkommende ganske stor forskel på, om de forskellige aldersgrupper har gjort brug af dem. Tendensen er uden undtagelse, at de yngste aldersgrupper i langt højere grad end de ældste bruger de forskellige mobilfunktioner og -tjenester.

Den daglige brug af internet på mobilen uden for hjemmet eller arbejdspladsen er ligeledes steget fra 29 % af befolkningen mellem 16-89 år i 2012 til 44 % i 2013.

Der er i det hele taget store forskelle på, hvordan og i hvilket omfang mobil, tablets og mobilfunktioner og -tjenester anvendes i forhold til mediebrugernes køn, alder, uddannelsesniveau og geografi. For streaming via mobil gælder eksempelvis, at 56 % af 16-24-årige mobilbrugere gør brug af dette, mens det kun er tilfældet for 4 % af de 65-74-årige.

5 Overvejelser om analyser af fremtidige rapporteringer

Det vil i kommende rapporteringer være relevant at inddrage resultater fra målingerne af internetbrug på mobil og tablet. Når de brancheanerkendte målinger af internetbrug på disse platforme bliver fuldt realiseret, så det er muligt at få et tal for den samlede mediebrug, vil disse målinger naturligt kunne være en del af rapporteringen.

Som det er fremgået af analysen ovenfor, er rækkevidden for mobil og tablet i den yngre del af befolkningen væsentligt højere end i den ældre del af befolkningen. Det kan derfor være relevant fremadrettet at undersøge, hvordan henholdsvis yngre og ældre aldersgrupper får deres nyheder og informationer og holder sig opdaterede.

I forlængelse heraf kunne det ligeledes være interessant at afdække, om der kan findes forskelle i vidensniveauet blandt brugerne af forskellige typer af medier/mediegrupper.

Derudover kan det på sigt være relevant at foretage en nærmere analyse af, hvilke faktorer, der påvirker internetbrugen og valg af platform, både på det helt overordnede niveau og i forhold til mere konkrete valg og adfærd mm. hos brugerne.

6 Metode

Hoveddatakilden til afsnittet om Mobil/Tablet er særkørsler fra Danmarks Statistik vedrørende It-anvendelse i befolkningen.

6.1 Danmarks Statistik

På Danmarks Statistiks hjemmeside findes de generelle metodepapirer for Danmarks Statistiks behandling af data: <http://www.dst.dk/da/Statistik/dokumentation/metode.aspx>

6.1.1 It-anvendelse i befolkningen

Tabellerne er kørt på forskellige datagrundlag, f.eks. "alle i alderen 16-89 år" eller "kun internetbrugere eller kun mobilbrugere i alderen 16-89 år.

Undersøgelserne om it-anvendelse i befolkningens og efterfølgende særkørsler er baseret på besvarelser fra følgende antal respondenter mellem 16 og 89 år med bopæl i Danmark i de enkelte år.

År	Respondenter
2009	4.303
2010	4.588
2011	4.988
2012	5.224
2013	5.696

Dataindsamlingen er for 2013 foretaget i marts-maj ved hjælp af telefoninterviews eller web-skema blandt et repræsentativt udsnit af den danske befolkning i alderen 16-89 år. Stikprøven er dannet ved tilfældig udvælgelse fra Det Centrale Personregister (CPR). Undersøgelsens population er befolkningen i alderen 16-89 år i Danmark (ekskl. Grønland og Færøerne), således som den er opgjort i CPR. Personer uden registreret bopæl i CPR indgår ikke i undersøgelsen.

Efter indsamling af data grupperes stikprøven efter køn, alder, civilstand, familiesammensætning og bruttoindkomst. Inden for hver gruppe opregnes ved at gange med en personvægt. Personvægten udregnes ved at se på forholdet mellem det samlede antal personer i CPR og antallet af respondenter i gruppen. Denne vægt bliver så justeret op og ned alt efter sammensætningen i opregningspopulation med et regressionsestimat. Anvendelsen af denne metode korrigerer delvist for skævt bortfald i stikprøven. Hermed sikres repræsentativitet i tallene, og der tages bl.a. højde for forskelle i antallet af besvarelser fra de enkelte grupper.

Undersøgelsens resultater er opregnede, dvs. vægtet ud fra baggrundsvariable svarende til en 100 % dækning af de undersøgte befolkningsgrupper.

På Danmarks Statistiks hjemmeside findes en mere omfattende beskrivelse af kilder og metoder vedrørende It-anvendelse i befolkningen: www.dst.dk/varedeklaration/88078

Undersøgelserne samt tidligere års resultater er tilgængelige på: www.dst.dk/it

Der kan læses mere om de anvendte metoder i rapportering om mediernes udvikling i metodeafsnittet på hjemmesiden.

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 Kulturstyrelsen, Rapportering om mediernes udvikling 2014 oplyses. Viderealg eller anden kommerciel udnyttelse/anvendelse af data er ikke tilladt i nogen form.