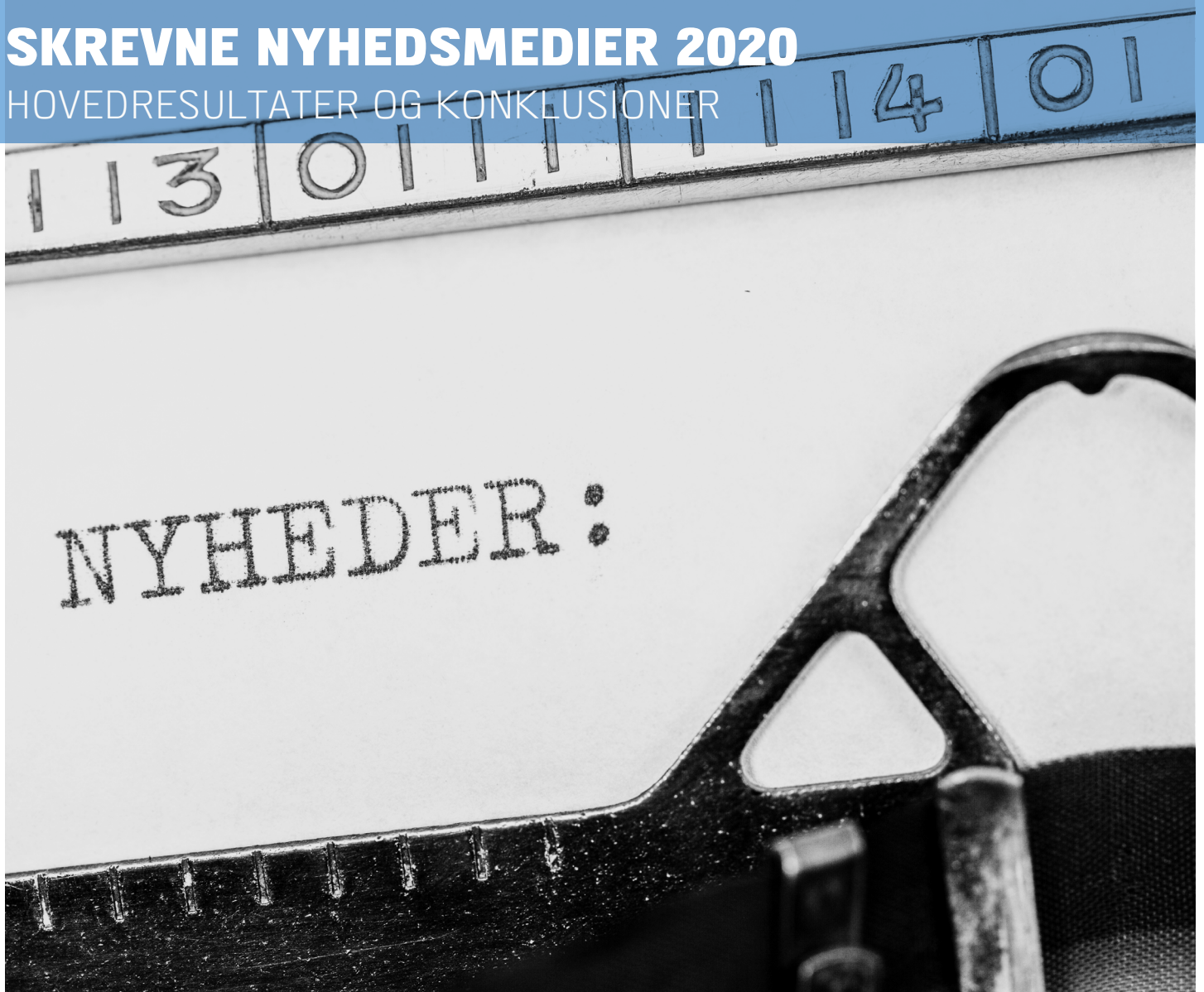




## MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

# SKREVNE NYHEDSMEDIER 2020

## HOVEDRESULTATER OG KONKLUSIONER



# 1 INTRODUKTION

Kapitlet beskriver danskernes brug af skrevne nyhedsmedier. Det vil sige trykte dagblade og aviser (fx Politiken), deres nyhedssites (fx stiften.dk) og nyhedssites uden tilknytning til trykte medier (fx newsbreak.dk og dr.dk). Medierne er ganske forskelligartede men har det til fælles, at de primært har fokus på nyheder og aktualitet. Flere medier, fx tv2.dk, er endvidere en del af virksomheder, der udgiver andre medietyper – det er dog kun deres skrevne nyhedsmedier, der behandles her.

Den parallelle analyse af trykte og digitale medier er relevant, fordi mediebrugen i stigende grad bevæger sig fra de trykte og over til de digitale platforme. Når læsningen af de trykte dagblade generelt går tilbage, skal udviklingen ses i lyset af, at de fleste nyhedssites går frem.

Kapitlet "Skrevne nyhedsmedier" er struktureret på følgende måde:

- **Hovedresultater og konklusion:** Præsentation af hovedresultater med oversigtsgrafikker.
- **Største nyhedsmedier på tværs af platforme:** De 20 største skrevne nyhedsmedier opgøres på tværs af udgivelsesplatform.
- **Læsning af trykte dagblade:** Beskriver de trykte dagblades dækning samt udviklingen heri.
- **Brug af nyhedssites:** Beskriver brugen af de 20 mest benyttede nyhedssites.
- **Mediegrupper:** Grupper af dagblade og nyhedssites.
- **Dagbladsgruppers demografi:** De forskellige mediegrupperes læserkarakteristika ud fra alder, geografi og uddannelse.
- **Læsning af trykte lokale ugeaviser:** Beskriver de lokale ugeavisers dækning.
- **Metode:** Om metoden bag kapitlet.
- **Brug af resultater:** Hvad du må gøre med data, og hvad du skal oplyse i den forbindelse. Vigtigt at læse, hvis du vil benytte data.

I kapitlet anvendes de brancheanerkendte målinger (se metodeafsnittet for mere herom):

- For de trykte dagblade anvendes Index Danmark/Gallup samt Lokal Index Danmark for de trykte lokale ugeaviser. Undersøgelsernes univers er **hele befolkningen** i alderen 12 år og derover.
- For nyhedssites anvendes primært Dansk Online Index suppleret af Index Danmark/Gallup. Universet, der anvendes, er **danske internetbrugere** i alderen 12 år og derover.

I 2019 har der været fire væsentlige ændringer i målingen/de målte medier:

- Branchen i 2019 ændret opgørelsen af læsertal fra **daglig til ugentlig dækning**, og nærværende analyse følger denne opgørelsesmetode. Bemærk, at ikke alle titler har samme forhold mellem de daglige og ugentlige tal. Således har fx de landsdækkende dagblade typisk forholdsmæssigt flere ugentlige læsere i forhold til daglige læsere end andre dagblade.
- **B.T. og B.T.metro** er på tryk ophørt med deres hidtidige udgivelsesfrekvens, og er blevet slået sammen til én titel, hvilket har flere konsekvenser: I nærværende analyse opgøres B.T. på titelniveau i 2018 og 2019 med B.T.metro's fem hverdagsudgaver kombineret med B.T.s søndagsudgave, mens B.T.metro ikke opgøres som selvstændig titel. Opgørelsesmetoden afspejler bedst muligt den fortsættende titel B.T.s udgivelse, og følger branchens egne opgørelser. Fremgangsmåden har dog den konsekvens, at alle hverdagsudgaver af det hidtidige B.T. på nær søndagsudgaven ikke indgår i opgørelsen. I de forskellige dagbladsgupper indgår begge titler fuldt ud i 2018 og tidligere år, da grupperne har til hensigt at opgøre danskernes samlede dagbladslæsning uden skelen til enkelttitler; men ikke i 2019, for hvilket data ikke foreligger. Bemærk herudover, at B.T.metro reducerede oplaget væsentligt i 2. halvår af 2018.
- 2019 er det første hele år, hvor seks titler, alle provinsdagblade tilhørende Jysk Fynske Medier, havde **søndagsudgaver**, hvilket alt andet lige påvirker deres dækning i opadgående retning.
- **Morsø Folkeblad** er pr. 1. september 2019 ikke længere en selvstændig titel og opgøres fra og med 2019 som en del af NORDJYSKE Stiftstidende.

# ORDFORKLARING

## **Brugere, besøg og sidevisninger**

Brugere angiver her hvor mange unikke brugere (personer), der har været forbi et givent site/plattform mindst én gang i måleperioden. Tallet beskriver dermed, hvor stor en del af internetbrugerne et site/plattform når ud til (dækning).

Brugertallet beregnes på baggrund af trafiktællinger, der foretages direkte på de sites, der måles, og ud fra registreret brugeradfærd i nationalt repræsentative paneler af danskere.

Besøg genereres, når en bruger går ind på et site med en given browser eller bruger en plattform. Hvert besøg kan bestå af en række på hinanden følgende sidevisninger. Hvert enkelt besøg genererer en eller flere sidevisninger; dvs. hvor mange sider, der er besøgt med browseren i en given periode.

Både besøg og sidevisninger måles ved hjælp af trafiktællinger. I Dansk Online Index måles på alle platforme, men den målte aktivitet i dedikerede apps er ikke offentlig tilgængelig.

## **Dækning**

Læsning beregnet ud fra frekvenstal og periodetal. Frekvenstallene baserer sig på spørgsmål om, hvor ofte man selv vurderer, at man læser den givne avis. Periodetal er baseret på spørgsmål om læserkontakt set i forhold til bladets udgivelsesfrekvens. De to typer tal tilsammen giver dækningen. Kriteriet for læserkontakt er minimum to minutters sanseposition, hvor sanseposition i praksis angiver, om respondenter har læst eller set i det pågældende medie mindst 2 minutter. Dækningen siger overordnet noget om hyppighed og dækning, altså hvor ofte respondenter er i kontakt med det pågældende medie. Hvor meget af den enkelte udgave af et trykt medie, der læses, i hvilken kontekst det læses, eller hvor grundig denne læsning er, siger tallene ikke noget om.

## **Dækning i %**

Beskriver hvor stor en del af en målgruppe (eksempelvis danske internetbrugere) en titel, et site eller en plattform når ud til i den pågældende periode.

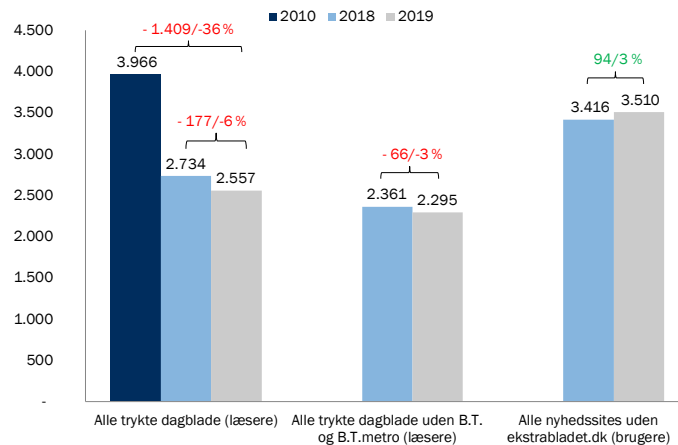
## **Skrevne nyhedsmedier**

I dette kapitel defineret som dagblade/aviser og sites, der har et overvejende eller væsentligt fokus på nyheder og aktualitet.

## 2 HOVEDRESULTATER OG KONKLUSION

Nyhedssites har væsentlig flere ugentlige brugere end de trykte dagblade har læsere

Ugentlige læsere (tryk) og brugere (sites), 12 år+



Kilde: Index Danmark/Gallup og Dansk Online Index/Kantar Gallup

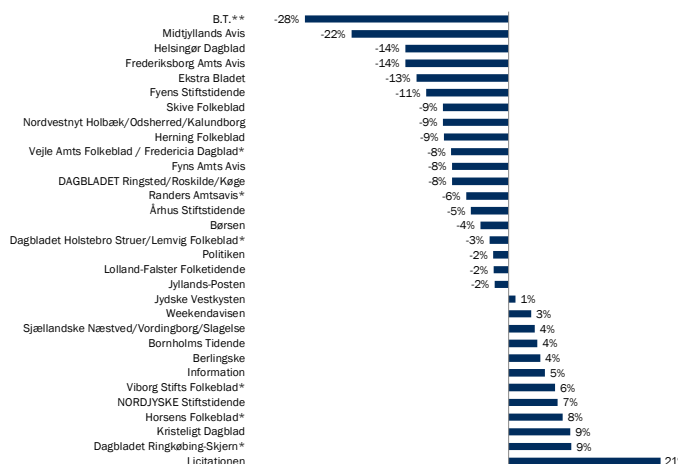
- I 2019 havde de målte nyhedssites 3.510.000 ugentlige brugere, hvilket udgør en stigning på 3 % i forhold til 2018.
- De trykte dagblade nåede dermed, med en ugentlig dækning på 2.557.000 læsere i 2019, næsten en million færre danskere end de målte nyhedssites.

Herudover fortsatte dagbladsdækningen den tilbagegang, der har været gældende i flere år. Således var deres ugentlige dækning i 2019 1.409.000 lavere end i 2010.

Dækningen var endvidere 66.000 lavere end i 2018, såfremt man fraregner titlerne B.T. og B.T.metro, i hvilke der både udgivelses- og målemæssigt har været væsentlige ændringer i 2019.

### Især provinsdagblade fik færre læsere i 2019

Ændring i trykte dagblades ugentlige dækning, 2018-2019, 12 år+

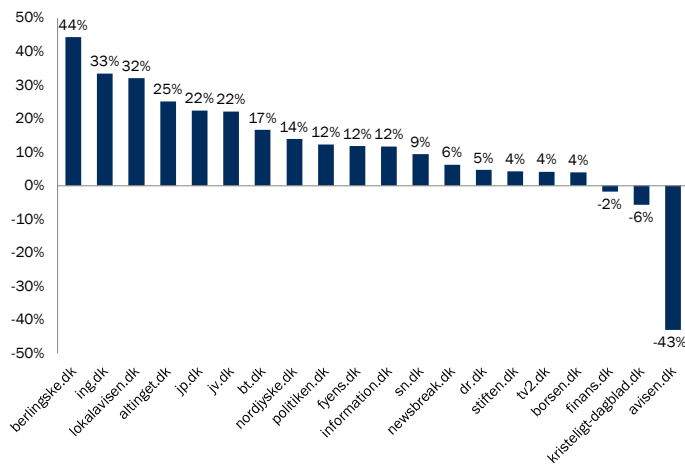


Kilde: Index Danmark/Gallup \*Titlerne havde ikke søndagsudgaver for 2019. \*\*B.T. indgår med fem hverdagsudgaver af B.T.metro samt B.T.s søndagsudgivelse

- I forhold til 2018 fik 19 trykte dagblade færre ugentlige læsere i 2019 mens 12 fik flere.
- Blandt de 14 titler, der tabte mindst fem procent af de ugentlige læsere fra 2018 til 2019, var de 12 provinsdagblade.
- Syv af provinsdagbladene havde dog fremgang fra 2018 til 2019.

## Næsten alle store nyhedssites havde vækst i 2019

### Ændring i ugentlige brugere af nyhedssites fra 2018-2019, 12 år+

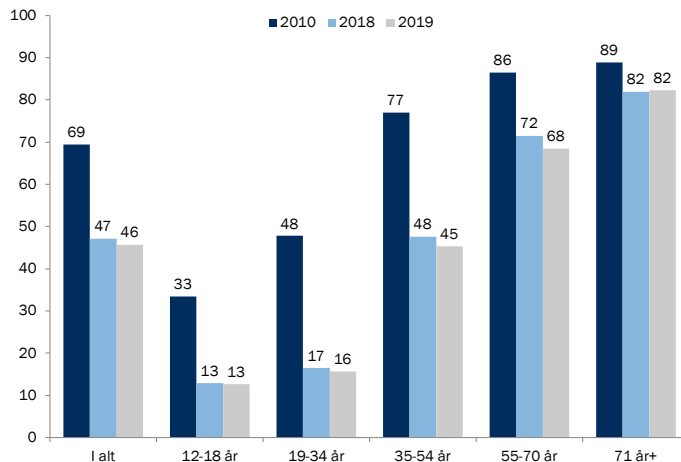


Kilde: Dansk Online Index/Kantar Gallup

- Langt hovedparten af de største målte nyhedssites fik flere ugentlige brugere fra 2018 til 2019 – og flertallet havde en vækst på 10 % eller derover.
- Kun tre sites fik færre ugentlige brugere. Blandt disse var avisen.dk, hvis tilbagegang primært skyldes en omlægning af mediet og ejerskifte.

## De trykte lokale ugeavisers dækning er faldet markant

### Trykte lokale ugeavisers ugentlige dækning i %, 12 år+



Kilde: Lokal Index Danmark/Gallup

- De lokale ugeavisers dækning er faldet med 23 procentpoint fra 2010 til 2019.
- Udviklingen er særligt udtalt blandt de 12-18-årige, 19-34-årige og de 35-54-årige.
- Derimod er dækningen blandt de to ældste aldersgrupper mere stabil, men dog stadig faldende.

Selvom udviklingen er betragtelig, skal den dog også ses i lyset af udviklingen i de nyhedssites, der bringer indhold fra de lokale ugeaviser. Således er lokalavisen.dk blandt de største nyhedssites, og havde i 2019 en væsentlig vækst i brugertallet. Ligeledes indgår indholdet fra de lokale ugeaviser på mange af provinsdagbladernes sites, hvoraf en del er blandt de største sites, og stort set alle har vækst.