



MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

2019

FORBRUG 2019 HOVEDRESULTATER OG KONKLUSIONER



FORBRUG

Introduktion

Kapitlet om forbrug er struktureret på følgende måde:

- **Hovedresultater og konklusion**
- **Udviklingen i husstandenes forbrug**
Udviklingen i husstandenes køb af medierelaterede forbrugsposter gennemgås fra 1994-2017.
- **Medieforbrugstendenser**
Beskriver hvorledes danske husstande bruger flere penge på kombinerede teletjenester, og illustrerer hvordan tele- og tv-udbydere i stigende grad giver kunderne mulighed for at tilkøbe/få inkluderet forskellige streaming- og medietjenester i deres tele-/tv-abonnement – tjenester, hvilket er muliggjort af teknologisk konvergens.
- **Demografiske forskelle**
Beskriver forskelle i forbruget på medierelaterede poster fordelt på forskellige demografisk karakteristika.
- **Metode**
- **Brug af data og resultater**

Kapitlet beskriver udviklingen i danskernes udgifter til medierelaterede produkter og tjenester. Rapporten beskriver danskernes medieforbrug fra en forbrugsmæssig vinkel og viser, at danskernes ændrede medievaner også slår igennem i husholdningsbudgettet. En mere detaljeret opgørelsesmetode har gjort det muligt at spore en række nye tendenser på mediemarkedet, herunder forbruget på streamingtjenester og såkaldte kombinerede teletjenester, det vil sige kombinerede produktpakker bestående af internet, telefoni og tv.

I forbindelse med analysen af de kombinerede teletjenester behandles også en tendens i medie-, it- og telebranchen, hvor branchernes produkter og markeder i stigende grad kombineres og sælges hos enkelte udbydere. Konkret afdækkes den konvergensudvikling, hvor man i stigende grad ser teleprodukter solgt i pakker, der ikke blot inkluderer internet og telefoni, men også tv, streamingtjenester, digitale aviser, magasiner m.m. Der er altså tale om, at ellers selvstændige produkter bundles til kunderne i salgsøjemed.

Derudover gennemgås også forbruget på medierelaterede forbrugsposter fordelt på forskellige demografiske karakteristika.

Kapitlet er primært baseret på Danmarks Statistiks Forbrugsundersøgelse samt Slots- og Kulturstyrelsens data om tilgængelige tjenester i mediebranchen. Læs mere om disse i kapitlets metodeafsnit.

Hovedresultater og konklusion

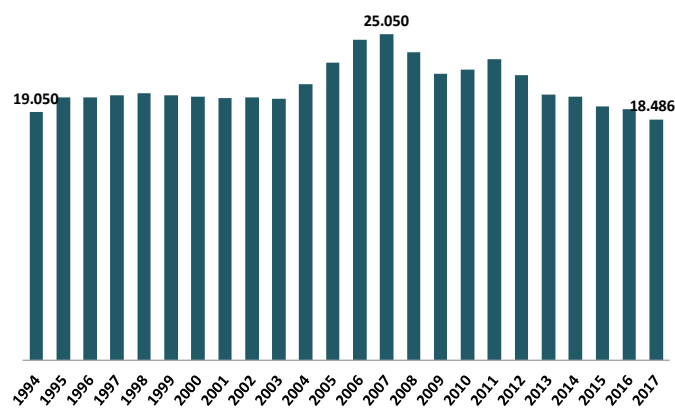
Analysen beskriver husstandenes forbrug på medierelaterede forbrugsposter, det vil sige, hvor mange penge en gennemsnitlig dansk husstand årligt bruger på medieprodukter. Både hvad angår de enkelte medieapparater som tv, mobiltelefoner mv., men også reelt medieindhold som streamingabonnementer, aviser og teletjenester. Blandt andet belyser analysen, hvordan forbruget på enkelte medieposter har udviklet sig sammenholdt med andre poster inden for medieområdet. Derudover skildrer analysen, hvordan forbruget fordeler sig på tværs af forskellige demografiske karakteristika (husstandstyper, urbanisering og indkomstgrupper).

Kapitlet giver ydermere et overblik over forbruget på medieposter sammenholdt med forbruget på andre områder som bolig, beklædning og fornøjelser.

I det følgende gennemgås kapitlets væsentligste hovedkonklusioner enkeltvis.

Husstandene sænker fortsat forbruget på medieposter

Årligt samlet forbrug på medierelaterede poster



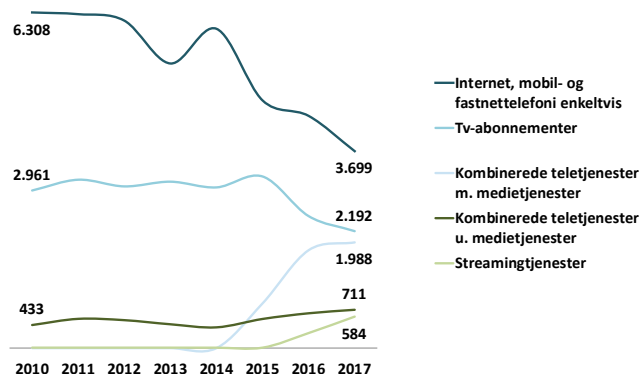
Kilde: Forbrugsundersøgelsen, Danmarks Statistik. Univers: Alle danske husstande. Note: Faste priser.

- Fra 2016 til 2017 brugte danske husstande en smule mindre (810 kr.) på medier samlet set.
- Forbruget har været faldende siden finanskrisen i 2008.

I 2017 brugte en dansk husstand i gennemsnit 18.486 kr. (alle tal i faste priser) på medierelaterede forbrugsposter som tv-abonnementer, streamingtjenester, aviser, licens, teletjenester, audiovisuelt udstyr og telefoner m.m. Det er 810 kr. mindre end i 2016. I tiden fra 1994 til 2017 udgør de 18.486 kr. dog et forholdsvis normalt niveau, om end noget lavere end da forbruget toppede i årene op til finanskrisen.

Store forskelle i forbruget på forskellige mediekategorier

Årligt forbrug fordelt på udvalgte mediekategorier



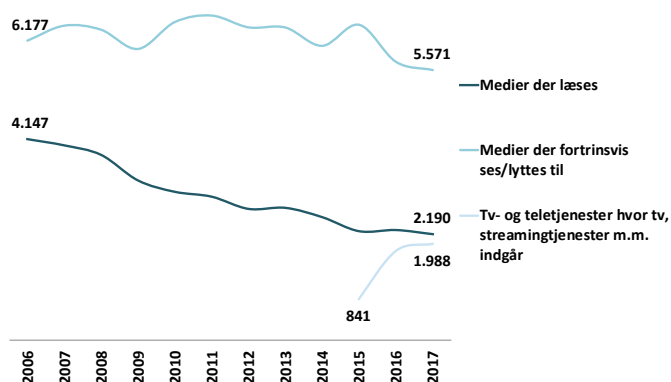
Kilde: Forbrugsundersøgelsen, Danmarks Statistik. Univers: Alle danske husstande. Note: Faste priser. Medietjenester dækker tv- og streamingudgifter.

- Husstandene bruger fortsat mere på teletjenester enkeltvis end på teletjenester der er kombineret.
- Det er imidlertid forbruget på kombinerede teletjenester og streaming, der er stigende.

I dag bruger husstandene dels færre penge på telefoni – og hvor pengene tidligere gik til fastnettelefoni, bruges de i dag i højere grad på mobiltelefoni og internet. Derudover er det forbruget på kombinerede teletjenester og streaming, der er stigende.

Danskerne prioriterer forbrug på sete over læste medier

Årligt forbrug fordelt på medietyper



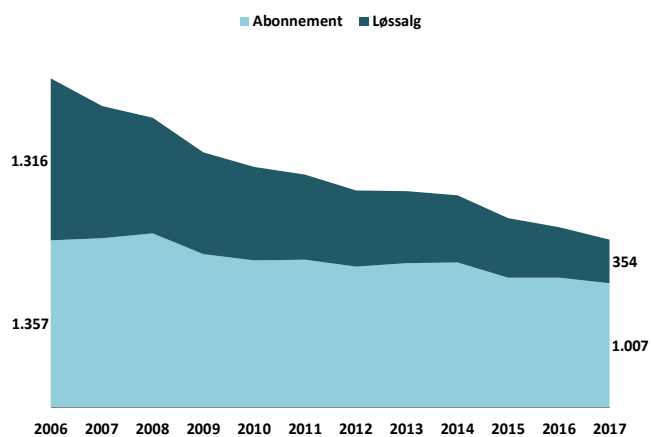
Kilde: Forbrugsundersøgelsen, Danmarks Statistik. Univers: Alle danske husstande. Note: Faste priser.

- I 2017 brugte en gennemsnitlig husstand 5.571 kr. på medier, der fortrinsvis ses eller lyttes til. Det er mere end dobbelt så meget som forbruget på medier, der læses (2.190 kr.).
- Forbruget på tv- og teletjenester, hvor tv og streaming indgår, er stigende.

Siden 2006 har forbruget på medier, der læses, kun været nedadgående. Fra 2006 til 2017 er forbruget faldet fra 4.147 kr. til 2.190 kr. hvilket næsten svarer til en halvering. Men det varierer i høj grad, hvor meget danske husstande vælger at nedprioritere forskellige medieprodukter. I samme periode er medier, der ses eller lyttes til, nemlig faldet fra 6.177 kr. til 5.571, hvilket er et markant mindre procentvis fald (10 %).

Løssalget er værst ramt af reduceret forbrug

Årligt forbrug på trykte aviser og magasiner



Kilde: Forbrugsundersøgelsen, Danmarks Statistik. Univers: Alle danske husstande. Note: Faste priser.

- Hvad angår medier, der læses, så er det altovervejende løssalgskonsumet, der er faldet.
- Derimod er forbruget på abonnementsløsninger langt mere stabilt.

For de trykte skrevne medier gælder det, at det er forbruget på løssalg, der over en række år er faldet kontinuerligt, hvor abonnementsforbruget derimod er langt mere stabilt.