



MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

SKREVNE NYHEDSMEDIER 2021



SKREVNE NYHEDSMEDIER 2021

INDHOLD

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 1 | Introduktion | 2 |
| 2 | Hovedresultater og konklusion | 5 |
| 3 | Danskeres nyhedsbrug..... | 7 |
| 3.1 | Nyhedsbrug..... | 7 |
| 3.2 | Nationale, lokale og internationale nyhedsmedier | 9 |
| 3.3 | Nyhedsindhold..... | 10 |
| 3.4 | Adgang til trykte aviser, netaviser og nyhedssider | 11 |
| 3.5 | Brug af nyhedssites..... | 12 |
| 4 | Trykte dagblade..... | 14 |
| 4.1 | Ugentlig dækning for trykte landsdækkende dagblade..... | 14 |
| 4.2 | Ugentlig dækning for trykte lokale og regionale dagblade..... | 16 |
| 4.3 | Udviklingen blandt lokale/regionale dagblade og landsdækkende dagblade..... | 17 |
| 5 | Trykte dagbladsgupper..... | 20 |
| 5.1 | Dagbladsgruppernes ugentlige dækning..... | 21 |
| 5.2 | Demografi..... | 23 |
| 5.2.1 | Geografi og uddannelse..... | 23 |
| 5.2.2 | Aldersforskelle..... | 26 |
| 6 | Trykte lokale ugeaviser..... | 29 |
| 6.1 | Geografi og alder..... | 31 |
| 7 | Metode..... | 33 |
| 7.1 | Kulturvaneundersøgelsen..... | 33 |
| 7.2 | Trykte dagblade og trykte lokale ugeaviser..... | 33 |
| 7.2.1 | Index Danmark/Gallup | 33 |
| 7.2.2 | Lokal Index Danmark/Gallup..... | 34 |
| 7.3 | Grupper af trykte dagblade og lokalaviser..... | 34 |
| 7.4 | Dansk Online Index..... | 35 |
| 8 | Brug af data og resultater | 36 |
| 9 | Figurfortegnelse | 37 |
| 10 | Tabelfortegnelse..... | 39 |

1 INTRODUKTION

Kapitlet beskriver danskernes brug af skrevne nyhedsmedier. Det vil sige primært de trykte dagblade (fx Politiken og Berlingske) og trykte lokale ugeaviser. Ligeledes beskrives forskellige befolkningsgruppers forskelligartede nyhedsbrug, herunder også brugen af de skrevne nyhedsmedier.

Analysen har i tidligere udgaver indeholdt afsnit omhandlende danskernes brug af nyhedsmediernes hjemmesider på baggrund af data fra Dansk Online Index. Denne måling har imidlertid været midlertidigt suspenderet i en stor del af 2020 på grund af udfordringer i forbindelse med den nye cookieforordning. Det er derfor ikke muligt at få data for brugen af nyhedsmediernes hjemmesider i 2020. I stedet henvises der til tidligere års analyser af [skrevne nyhedsmedier i regi af Rapportering om mediernes udvikling, herunder senest i 2020](#). Dansk Online Index kører igen pr. 1. juni 2021.¹

Kapitlet "Skrevne nyhedsmedier" er struktureret på følgende måde:

- **Hovedresultater og konklusion:**
Præsentation af hovedresultater med oversigtsgrafikker.
- **Danskernes nyhedsbrug:**
Beskriver frekvensen af danskernes nyhedsbrug, hvilke medieplatforme de bruger til nyheder, hvilken type medier og nyheder (lokale, nationale og udenlandske) de anvender og hvor stor en andel, der har abonnement på trykte aviser/netaviser.
- **Trykte dagblade:**
Beskriver de trykte dagblades dækning samt udviklingen heri.
- **Trykte dagbladsgupper:**
Beskriver udviklingen i forskellige grupper af dagblades dækning samt dagbladsguppernes demografi, herunder alder, geografi og uddannelse.
- **Trykte lokale ugeaviser:**
Beskriver de lokale ugeavisers dækning og udviklingen heri.
- **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.

For opgørelsen af dagbladenes og de trykte lokale ugeavisers dækning anvendes de brancheanerkendte målinger Index Danmark/Gallup og Lokal Index Danmark/Gallup. Undersøgelsernes univers er hele befolkningen i alderen 12 år og derover.

I de senere år har der været fire væsentlige ændringer i Index Danmark/Gallup og/eller de målte medier:

- Branchen ændrede i 2019 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 ved årsskiftet til 2020 blevet slået sammen til én titel**, der fortsætter under navnet B.T. For bedst muligt at afspejle den fortsættende titel opgøres B.T i årene 2018-2019, som var før sammenlægningen, på titelniveau ud fra **fem hverdagsudgaver af B.T.metro**

¹ Jf. [Nu åbner Toplisterne igen](#)

og **søndagsudgaven af B.T.** Fra 2020 og frem opgøres B.T. ud fra den fortsættende titel, som består af fem hverdagsudgaver, en lørdagsudgave og en søndagsudgave. Denne opgørelsesmetode følger branchens egne opgørelser. Fremgangsmåden har dog de konsekvenser, at det daværende B.T.metro ikke opgøres som selvstændig titel i denne analyse, ligesom det daværende B.T.s hverdagsudgaver ikke indgår i opgørelsen. Når der i analysen ses på de forskellige dagbladsgrupper, indgår begge titler imidlertid fuldt ud i 2018 og tidligere år, da grupperne har til hensigt at opgøre danskernes samlede dagblads-læsning 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 var det første hele år, hvor seks titler, alle regionale/lokale dagblade 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

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 den danske befolkning) en titel, et site eller en platform når ud til i den pågældende periode.

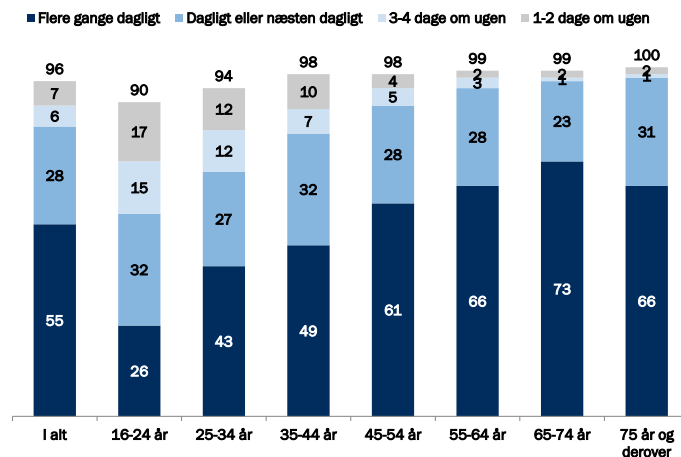
Skrevne nyhedsmedier

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

2 HOVEDRESULTATER OG KONKLUSION

Næsten alle danskere bruger nyheder ugentligt

"Hvor ofte har du inden for den sidste uge set, læst eller lyttet til nyheder?", andel af befolkningen i % efter alder, 4. kvartal 2020.



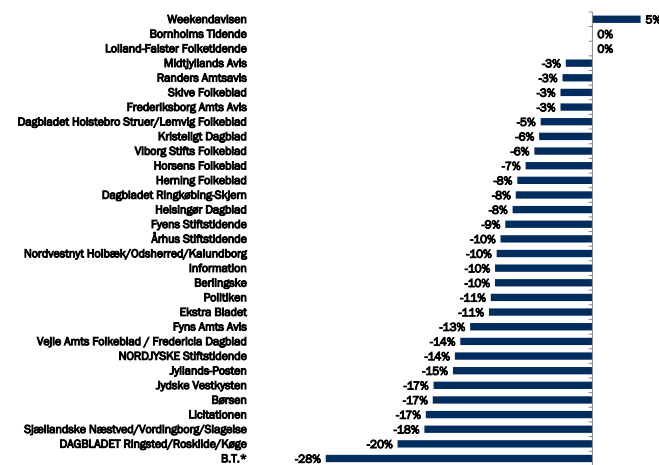
Kilde: Danmarks Statistik - Kulturvaneundersøgelsen, 16 år og derover.

- 96 % af danskerne i alderen 16 år og derover angiver, at de har set, læst eller lyttet til nyheder inden for den seneste uge.
- 55 % bruger nyheder flere gange dagligt, mens yderligere 25 % gør det dagligt/næsten dagligt.

Langt størstedelen af den danske befolkning ser, læser eller hører således nyheder mindst ugentligt. Andelen af ugentlig brugere stiger en smule med alderen, men er generelt på et meget højt niveau for alle aldersgrupper. Til gengæld er der væsentligt flere i de ældre aldersgrupper, der angiver, at de bruger nyheder flere gange dagligt: Eksempelvis er der 73 % af de 65-74-årige, der bruger nyheder flere gange dagligt, mens det drejer sig om 26 % af de 16-24-årige.

Stort set alle trykte dagblade fik færre læsere i 2020

Ændring i trykte dagblades ugentlige dækning i %, 2019-2020



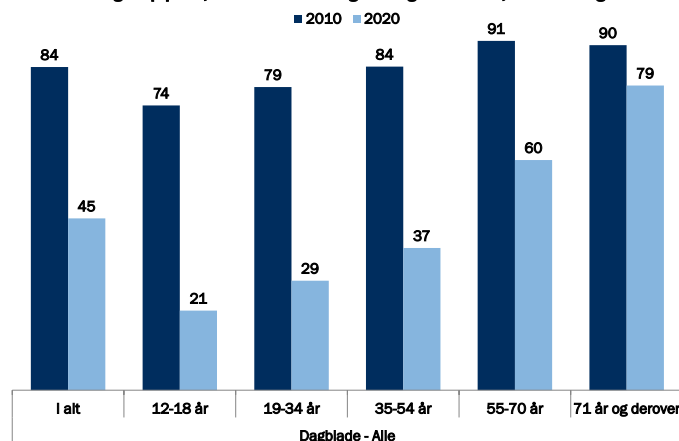
Kilde: Index Danmark/Gallup - helårsbase 2019-2020, 12 år og derover. *B.T. indgår i 2019 med fem hverdagsudgaver og en søndagsudgave og i 2020 med fem hverdagsudgaver, en lørdagsudgave og en søndagsudgave

- Fra 2019 til 2020 har i alt 28 af de trykte dagblade fået færre ugentlige læsere.
- Af de resterende dagblade har to holdt status quo, mens én har flere læsere.

Langt størstedelen af dagbladene har således fået færre læsere i 2020 end i 2019. Blandt de 28 titler, der har færre ugentlige læsere, har 12 titler haft en tilbagegang på under 10 %, mens 16 titler har haft en tilbagegang på 10 % eller mere.

Der er blevet væsentlig større forskel på unge og ældres læsning af dagblade

Trykte dagblades gennemsnitlige ugentlige dækning i % af aldersgrupper, inkl. søndagsudgivelser, 2010 og 2020



Kilde: Index Danmark/Gallup – Helårsbase 2010 og 2020, 12 år og derover.

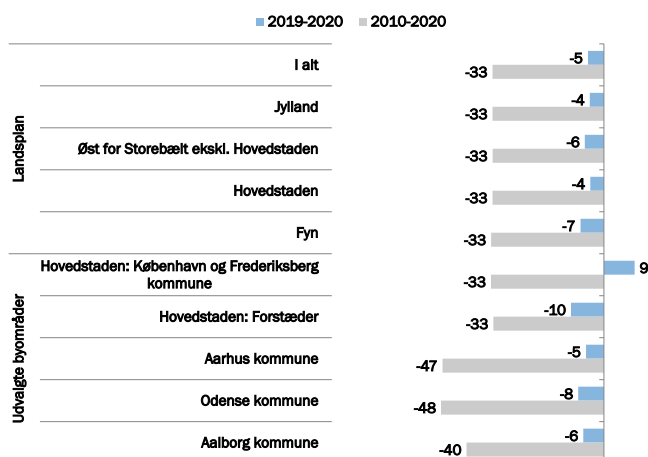
- I 2020 er der 21 % af de 12-18-årige, der ugentligt læser et trykt dagblad. I 2010 var det 74 %.
- I 2020 læser 79 % af de 71-årige og derover ugentligt et trykt dagblad mod 90 % i 2010.

Der er i 2020 45 % af den danske befolkning, der ugentligt læser et trykt dagblad, hvilket er et fald på 39 procentpoint i forhold til 2010. Det er især blandt den yngre del af befolkningen, andelen af dagbladslæsere er faldet.

Udviklingen medfører, at der er blevet væsentlig større forskel på aldersgruppernes læsning af trykte dagblade. Hvor der i 2010 således var en forskel på 17 procentpoint mellem de to aldersgrupper med henholdsvis den laveste og højeste dækning, er forskellen i 2020 steget til 58 procentpoint.

De trykte lokale ugeavisers dækning er faldet jævnt på tværs af landet

Ændring i trykte lokale ugeavisers ugentlige dækning i % 2010-2020



Kilde: Lokal Index Danmark/Gallup – helårsbaser 2010, 2019-2020, 12 år og derover.

- De lokale ugeavisers dækning er fra 2010-2020 faldet med 4-10 % i de forskellige geografiske områder.
- Den eneste undtagelse er Københavns og Frederiksberg Kommune, hvor dækningen er steget med 9 % fra 2010 til 2020.
- Fra 2010 til 2020 er dækningen faldet med 33 % på tværs af samtlige af de bredt definerede geografiske områder.

På den lange bane fra 2010 til 2020 er de trykte lokale ugeavisers dækning således faldet jævnt på tværs af hele landet. Ser man i stedet på en række udvalgte byområder, har udviklingen været lidt mere forskelligartet, dog med undtagelse af hovedstadskommunerne København og Frederiksberg samt forstæderne til Hovedstaden, hvor dækningen ligeledes er faldet med 33 %. De lokale ugeavisers dækning er således faldet med 48 % i Odense Kommune og 47 % i Aarhus Kommune, mens den i Aalborg Kommune er faldet med 40 % fra 2010 til 2020.

3 DANSKERNES NYHEDSBRUG

Denne analyse beskriver primært brugen af trykte dagblade og ugeaviser. Det er dog væsentligt at være opmærksom på, at den nedadgående udvikling i brugen af de trykte nyhedsmedier, der har været de seneste mange år, ikke er ensbetydende med, at færre danskere læser nyheder. Det sker i stedet blot på flere forskellige platforme og formater. For at perspektivere læsningen af de følgende afsnit om de trykte dagblade og lokale ugeavisers dækning opsummerer det følgende afsnit derfor danskernes generelle nyhedsbrug, herunder også på de forskellige platforme. Tallene kommer fra Danmarks Statistiks *Kulturvaneundersøgelse*. Undersøgelsen foretages kvartalsvis med et højt antal respondenter (ca. 3.000), hvorfor datakvaliteten vurderes at være høj.

Bemærk: Fire ud af fem af Kulturvaneundersøgelsens spørgsmål om nyheder stilles alene til et udvalg af respondenterne på baggrund af deres forudgående svar. Deres svar omregnes herefter til at gælde for hele befolkningen.

Fx stilles spørgsmålet "Hvordan får du adgang til nyheder" kun til de respondenter, der i det forudgående spørgsmål har svaret, at de har set, læst eller lyttet til nyheder inden for den seneste uge (96 %).

Denne fremgangsmåde betyder, at nogle af tallene potentielt set kan være underestimerede, idet ikke alle respondenter får alle spørgsmål. I praksis vurderes dette dog som mindre betydende for nærværende tal, idet det antages, at de mest relevante respondenter (her dem, der har et egentligt nyhedsbrug) får spørgsmålene.

3.1 Nyhedsbrug

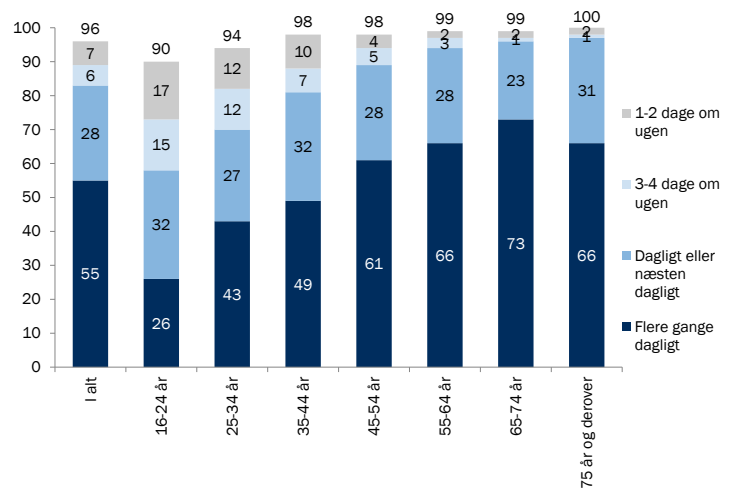
Næsten alle danskere bruger nyheder ugentligt og gør det typisk med en høj frekvens.

Således angiver 96 % i alderen 16 år og derover, at de har set, læst eller lyttet til nyheder inden for den sidste uge. 55 % bruger nyheder flere gange dagligt, mens yderligere 28 % gør det dagligt eller næsten dagligt.

Andelen af ugentlig brugere stiger en smule med alderen, men er generelt meget høj.

Derimod er der væsentlig flere i de ældre aldersgrupper, der angiver, at de bruger nyheder flere gange dagligt; fx 73 % af de 65-74-årige.

Figur 1: "Hvor ofte har du inden for den sidste uge set, læst eller lyttet til nyheder?", andel af befolkningen i % efter alder, 4. kvartal 2020.



Kilde: Danmarks Statistik - Kulturvaneundersøgelsen: www.statistikbanken.dk/KVUHYPO2. Data bearbejdet af Kulturministeriet
Univers: Den danske befolkning i alderen 16 år og derover

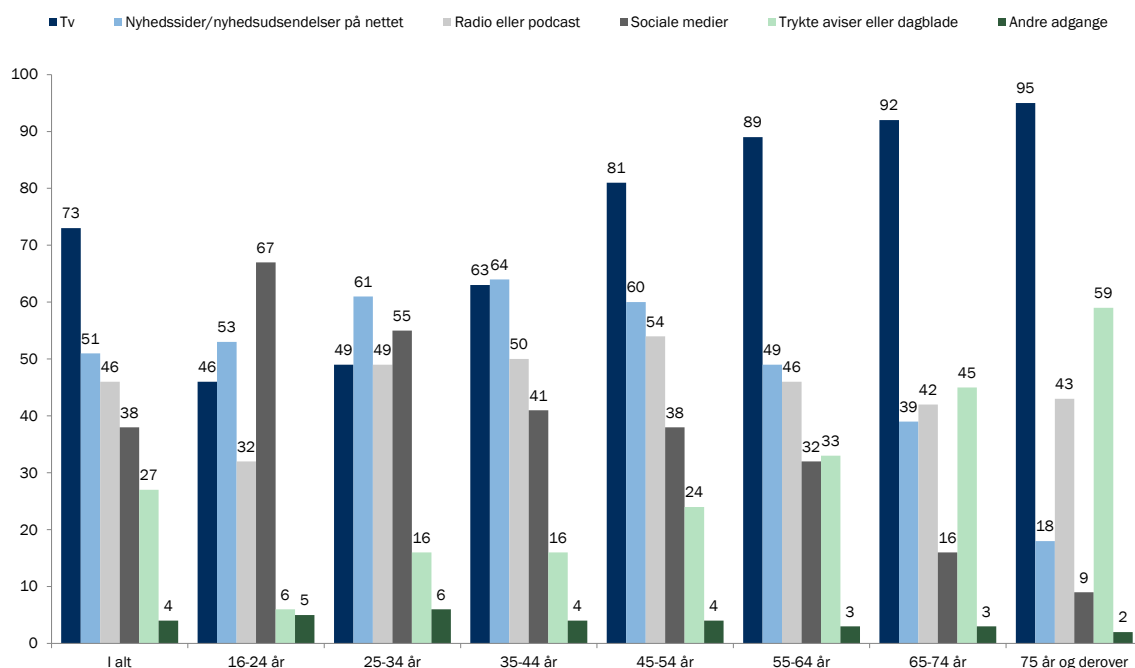
Der er stor forskel på, i hvor høj grad danskerne anvender platforme som tv, radio, dagblade og sociale medier i deres nyhedsbrug. Og forskellene er endnu mere udtalte mellem aldersgrupperne, som vist i Figur 2 nedenfor.

For hele befolkningen svarer 73 %, at de får adgang til nyheder via tv. Herefter følger nyhedssider/nyhedsudsendelser på nettet (51 %), radio eller podcast (46 %), sociale medier (38 %) og trykte aviser eller dagblade (27 %).

Der er imidlertid stor forskel på de forskellige aldersgruppers anvendelse af platformene, herunder især:

- **Brugen af Tv som adgang til nyheder øges med alderen:** Således er der 95 % i aldersgruppen 75 år og derover, der bruger tv som adgang til nyheder, mod 46 % blandt de 16-24-årige.
- **Nyhedssider/nyhedsudsendelser på nettet anvendes bredt:** Her er andelen på mellem 53 % og 64 % i aldersgrupperne fra 16 til 54 år; herefter falder andelen og er med 18 % lavest i aldersgruppen 75 år og derover.
- **Brugen af radio eller podcast til nyheder er også ganske jævn:** Her er det dog omvendt i den yngste aldersgruppe, at andelen er mindst. Det er på trods af, at podcast som platform i sig selv har en relativt set større udbredelse blandt de unge, jf. kapitlet "[Radio og podcast](#)".
- **Sociale medier er især de unges adgang til nyheder:** 67 % af de 16-24-årige får adgang til nyheder via sociale medier. Andelen er med 9 % lavest i aldersgruppen 75 år og derover.
- **Trykte dagblade og aviser har begrænset udbredelse blandt de unge:** Kun henholdsvis 6 %, 16 % og 16 % i de tre yngste aldersgrupper anvender trykte aviser eller dagblade til nyheder. Den største andel, på 59 %, findes i aldersgruppen 75 år og derover.

Figur 2: "Hvordan får du adgang til nyheder?", andel af befolkningen i % efter alder. 4. kvartal 2020. Spørgsmålet er alene stillet til dem, der har set, læst eller lyttet til nyheder inden for den sidste uge (Figur 1).



Kilde: Danmarks Statistik - Kulturvaneundersøgelsen: www.statistikbanken.dk/KVUNYH01
Data bearbejdet af Kulturministeriet

Univers: Den danske befolkning i alderen 16 år og derover

Analysens konklusioner om danskernes læsning af de trykte dagblade og de lokale ugeaviser skal altså ses i en kontekst af, at disse medier set over en bred kam ikke er blandt danskernes mest benyttede kilder til nyheder. Samtidig har de trykte dagblade og de lokale ugeaviser deres relativt set største udbredelse i de ældre aldersgrupper. Omvendt får en stor og aldersmæssigt bredt dækkende del af danskerne adgang til nyheder fra nyhedssider/nyhedsudsendelser på nettet. Her er det især de trykte dagblade, der sammen med DR og TV 2, står bag de mest benyttede nyhedssites, hvorfor dagbladsmedierne når væsentligt bredere ud end hvad tallene for trykmedierne indikerer.

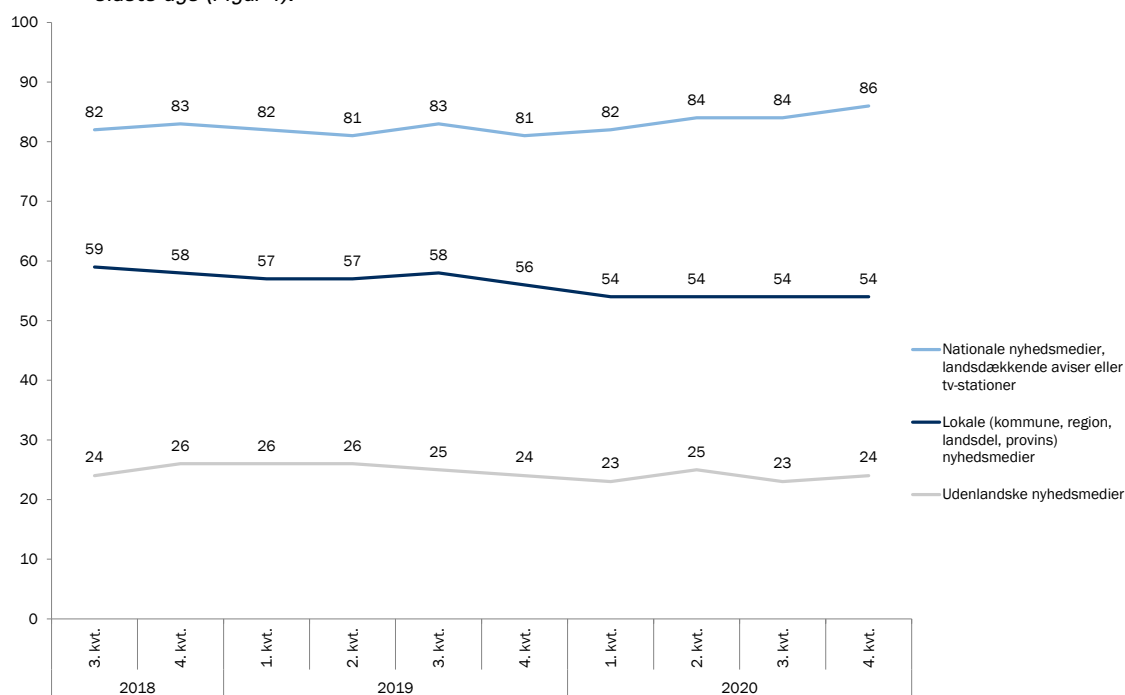
For de to yngste aldersgrupper er det imidlertid også de sociale medier, som mange anvender som adgang til nyheder, herunder især for de 16-24-åriges vedkommende. Læs eventuelt mere om danskernes nyhedsbrug på specifikt de sociale medier i rapporten "[Nyheder, baggrund og breaking news - hvilken rolle spiller de sociale medier i danskernes nyhedsbrug](#)".

3.2 Nationale, lokale og internationale nyhedsmedier

Når der i stedet ses på typen af nyhedsmedier, er danskerne især glade for nationale nyhedsmedier som Politiken, TV 2 og Ekstra Bladet. Danskernes præference er, som vist i Figur 3 nedenfor, kun blevet mere udtalt i 2020, hvor dækningen af COVID-19 formentlig har fyldt meget for mange danskere.

Således var der i 4. kvartal 2020 86 % af danskerne, der læste, så eller hørte nationale nyhedsmedier, mod 81 % i 4. kvartal året forinden. Omvendt er der i perioden fra 3. kvartal 2018 til 4. kvartal 2020 blevet færre, der anvender lokale nyhedsmedier som fx Århus Stiftstidende eller lokale ugeaviser. Af de tre typer er der færrest, der anvender udenlandske nyhedsmedier som CNN, BBC eller The Guardian; her har andelen imidlertid været forholdsvis konstant i perioden.

Figur 3: "Hvilke typer nyhedsmedier læser, ser eller hører du?", andel af befolkningen i %. 3. kvartal 2018 til 4. kvartal 2020. Spørgsmålet er alene stillet til dem, der har set, læst eller lyttet til nyheder inden for den sidste uge (Figur 1).



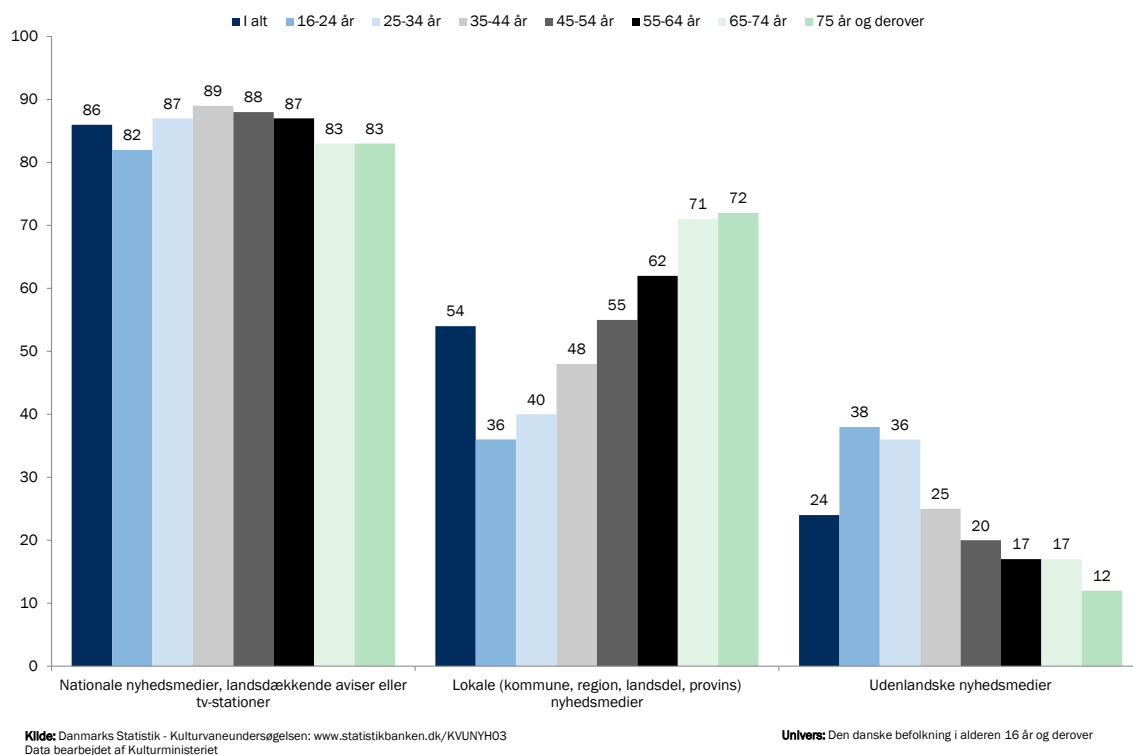
Kilde: Danmarks Statistik - Kulturvaneundersøgelsen: www.statistikbanken.dk/KVUNYH03
Data bearbejdet af Kulturministeriet

Univers: Den danske befolkning i alderen 16 år og derover

Når blikket i stedet vendes mod aldersgruppernes anvendelse af de tre typer af nyhedsmedier, er det tydeligt, at de nationale nyhedsmedier har en meget bred udbredelse i alle aldersgrupper. Derimod er der meget stor forskel på, hvor store andele af aldersgrupperne, der har læst, set eller hørt henholdsvis lokale og udenlandske nyhedsmedier. Således viser Figur 4 nedenfor:

- Omtrent ligelige andele af aldersgrupperne læser, ser eller hører nationale nyhedsmedier. Andelen er mindst blandt de 16-24-årige (82 %) og størst blandt de 35-44-årige (89 %); det vil sige en forskel på begrænsede 7 procentpoint mellem top og bund.
- Derimod er der stor forskel, når der ses på de lokale nyhedsmedier. Her stiger den andel, der læser, ser eller hører lokale nyhedsmedier, markant med alderen. Således er der 72 % i aldersgruppen 75 år og derover, der anvender lokale nyhedsmedier, mens andelen blandt de 16-24-årige på 36 % blot er halvt så stor.
- Omvendt er der væsentligt større andele blandt de yngre aldersgrupper, der læser, ser eller hører udenlandske nyhedsmedier. Således er andelen på 38 % blandt de 16-24-årige mere end tre gange så stor som andelen på 12 % i aldersgruppen 75 år og derover.

Figur 4: "Hvilke typer nyhedsmedier læser, ser eller hører du?", andel af befolkningen i % efter alder. 4. kvartal 2020. Spørgsmålet er alene stillet til dem, der har set, læst eller lyttet til nyheder inden for den sidste uge (Figur 1).



3.3 Nyhedsindhold

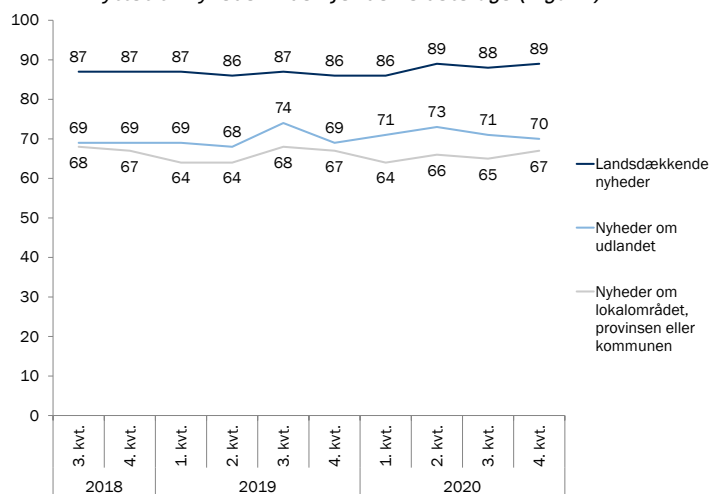
Mens der som nævnt er en ganske stor spredning i, hvilke typer nyhedsmedier danskerne orienterer sig imod, er der tilsyneladende en mere ligelig fordeling, når man i stedet ser på, hvilke typer nyheder danskerne læser, ser eller hører. Dette fremgår af Figur 5 nedenfor.

Således er der flest, 89 %, af danskerne, der læser, ser eller hører landsdækkende nyheder. Det er henholdsvis 19 og 22 procentpoint mere end nyheder om udlandet og nyheder om lokalområdet, provinsen eller kommunen.

Det er i sig selv væsentlige forskelle, men imidlertid noget mindre end det spring på 62 procentpoint, der er mellem den andel, der læser, ser eller hører henholdsvis nationale nyhedsmedier og udenlandske nyhedsmedier.

Tallene indikerer, at danskerne har en forholdsvis bred orientering i deres nyhedsbrug; også selvom klart flest gør det på nationale nyhedsmedier.

Figur 5: "Hvilke typer nyheder, fx artikler eller indslag, læser, ser eller hører du?", andel af befolkningen i %. 3. kvartal 2018 til 4. kvartal 2020. Spørgsmålet er alene stillet til dem, der har set, læst eller lyttet til nyheder inden for den sidste uge (Figur 1).



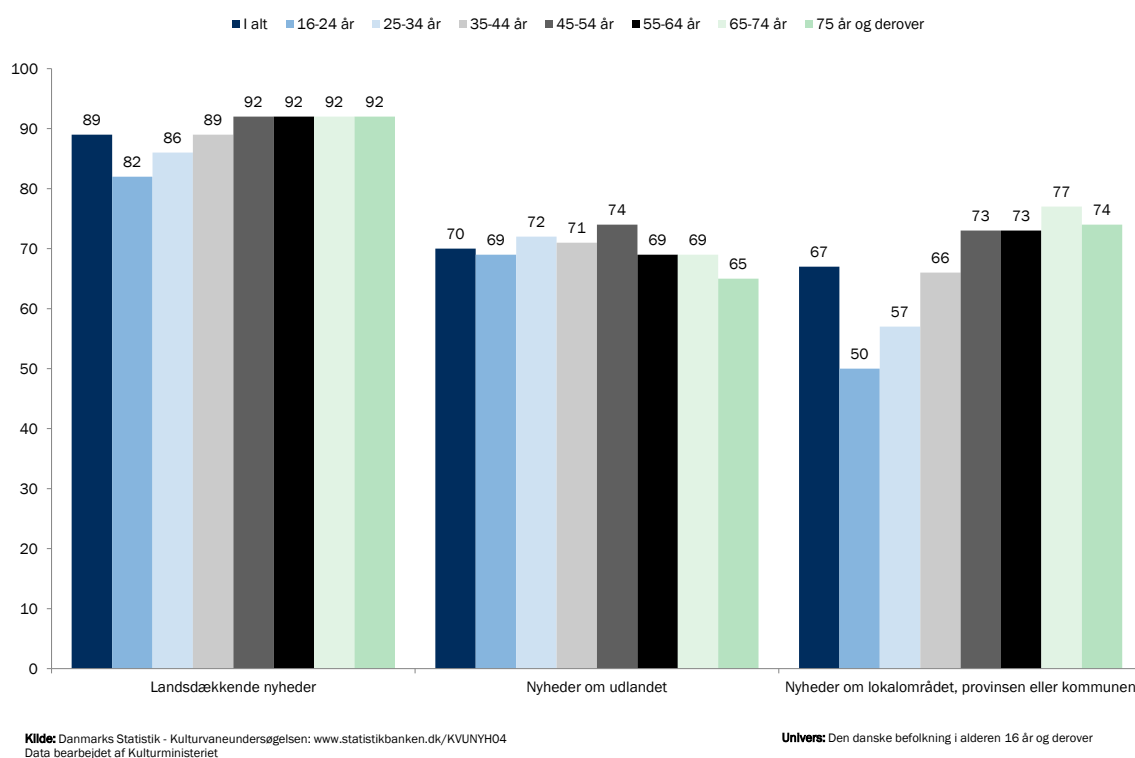
Kilde: Danmarks Statistik - Kulturvaneundersøgelsen: www.statistikbanken.dk/KVUNYH04. Data bearbejdet af Kulturministeriet

Univers: Den danske befolkning i alderen 16 år og derover

Omtrent lige store andele af aldersgrupperne læser, ser eller hører landsdækkende nyheder såvel som nyheder om udlandet. Her er de maksimale forskelle mellem aldersgrupperne på henholdsvis 10 og 9 procentpoint.

Imidlertid er springet fra top til bund væsentlig større, når man i stedet ser på, hvor stor en andel der læser, ser eller hører nyheder om lokalområdet, provinsen eller kommunen. Her er den største andel, 77 %, at finde blandt de 65-74-årige. Denne andel er 27 procentpoint større end andelen på 50 % blandt de 16-24-årige.

Figur 6: "Hvilke typer nyheder, fx artikler eller indslag, læser, ser eller hører du?", andel af befolkningen i % efter alder. 4. kvartal 2020. Spørgsmålet er alene stillet til dem, der har set, læst eller lyttet til nyheder inden for den sidste uge (Figur 1).



3.4 Adgang til trykte aviser, netaviser og nyhedssider

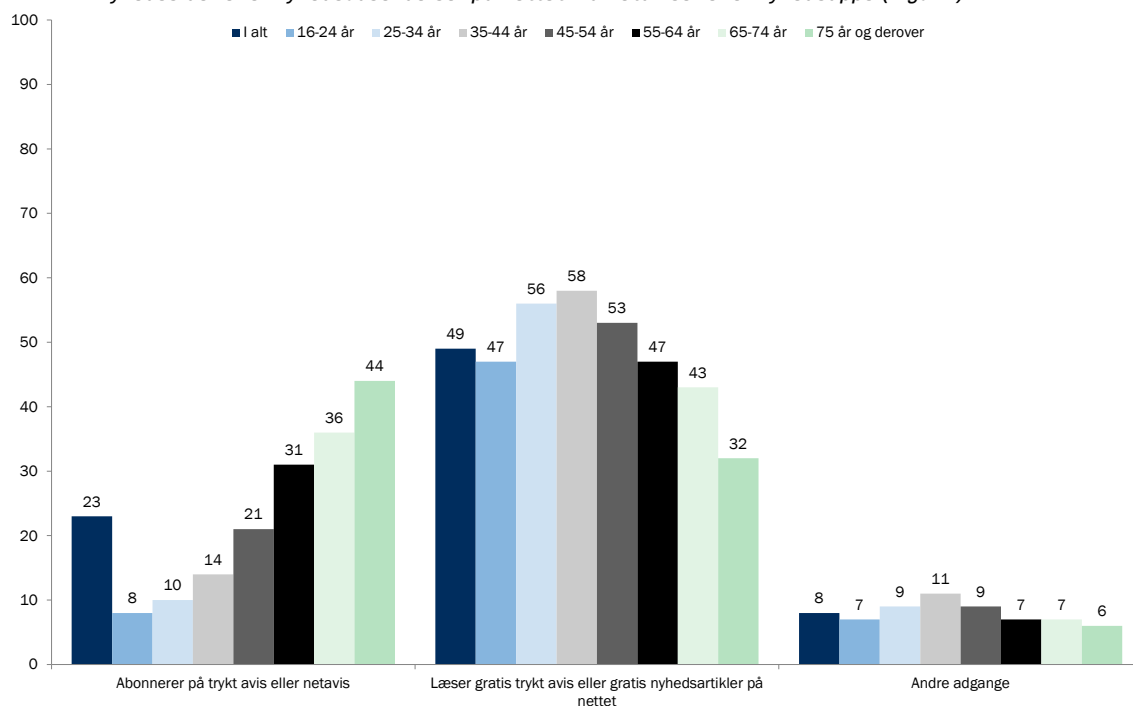
Når der alene fokuseres på de trykte aviser, netaviser og nyhedssider på nettet, har den andel, der får adgang til disse medier via abonnement, ifølge Kulturvaneundersøgelsen, været mere eller mindre konstant i de seneste par år. Formentlig er der tale om en udvikling bestående af to faktorer; færre abonnerer på den trykte udgave af en avis, mens flere abonnerer på netaviser, herunder også avisernes/dagbladernes egne.

Således angav 23 % i 4. kvartal 2020, at de får adgang til trykte aviser, netaviser eller nyhedssider på nettet ved at abonnere på en trykt avis eller en netavis. I perioden fra 3. kvartal 2018 og frem har tallet ikke været under 22 % eller over 24 % og har dermed været ganske konstant.

Den andel, der får adgang til trykte aviser, netaviser eller nyhedssider på nettet via abonnement, stiger i høj grad med alderen. Således viser Figur 7 nedenfor, at 44 % i aldersgruppen 75 år og derover får adgang til disse medier via abonnement mod fx blot 10 % blandt de 25-34-årige.

Derimod er den andel, der læser gratis trykte aviser eller gratis nyhedsartikler på nettet, størst i de midterste aldersgrupper. Herefter følger de yngste aldersgrupper, mens andelen er mindst blandt de ældste aldersgrupper.

Figur 7: "Hvordan får du adgang til trykte aviser, netaviser eller nyhedssider på nettet?", andel af befolkningen efter alder, 4. kvartal 2020. Spørgsmålet er alene stillet til dem, der har set, læst eller lyttet til nyheder inden for den sidste uge (Figur 1) samt har svaret at de læser trykte aviser eller dagblade og/eller læser nyhedssider eller nyhedsudsendelser på nettet via netaviser eller nyhedsapps (Figur 2).



Kilde: Danmarks Statistik - Kulturvaneundersøgelsen: www.statistikbanken.dk/KVUNYH02
Data bearbejdet af Kulturministeriet

Univers: Den danske befolkning i alderen 16 år og derover

3.5 Brug af nyhedssites

Da den brancheanerkendte måling af danskernes brug af nyhedsmediernes hjemmesider, Dansk Online Index, har været midlertidigt suspenderet², er det ikke muligt at få opdaterede tal om danskernes anvendelse af de mest benyttede nyhedssites herfra i 2020. Som alternativ gengives i Figur 8 nedenfor i stedet tal fra Index Danmark/Gallup for 2019 og 2020.

Ud fra denne opgørelse er dr.dk og tv2.dk de medier, som flest danskere benytter minimum ugentligt. Herefter følger de to store tabloidmedier ekstrabladet.dk og bt.dk. Blandt de store omnibusdagblades sites er politiken.dk størst efterfulgt af b.dk (Berlingske) og jp.dk (Jyllands-Posten).

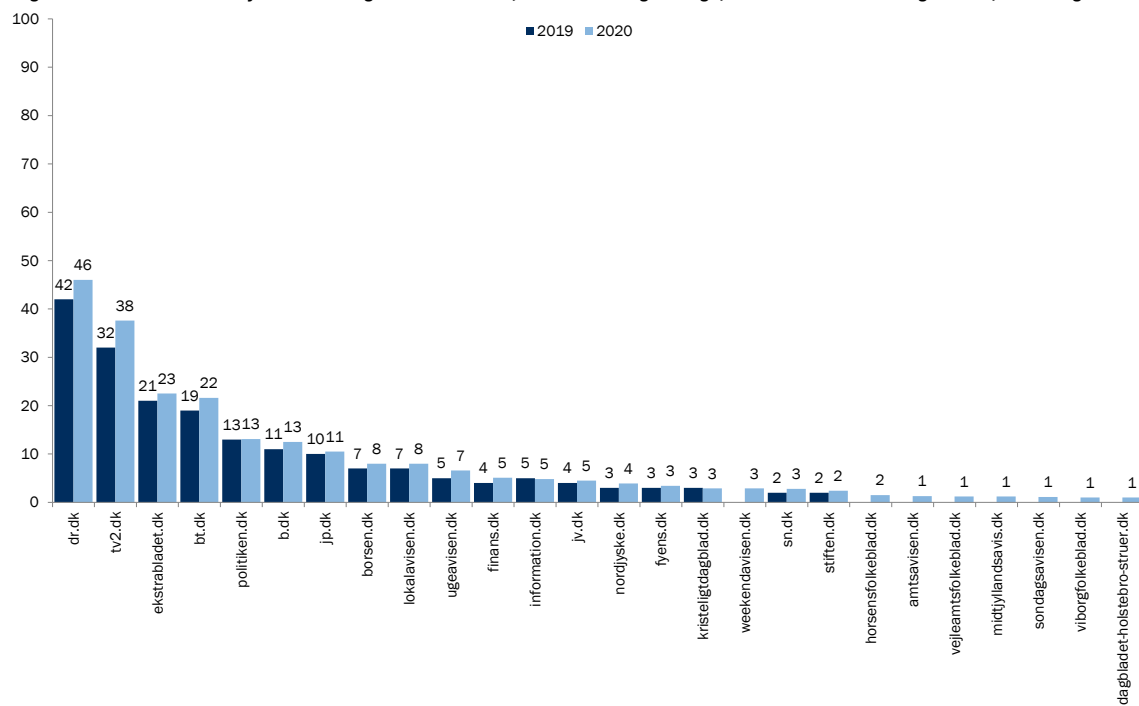
Lokalavisen.dk er det nyhedssite, som har eksplicit fokus på lokale og/eller regionale forhold, der når flest danskere. Herefter følger ugeavisen.dk, der ligesom lokalavisen.dk repræsenterer lokale ugeaviser. Dermed når begge sites også ud til flere ugentligt end andre regionale og lokale sites som fx jv.dk (Jydske Vestkysten), nordjyske.dk, fyens.dk (Fyens Stiftstidende), stiften.dk (Århus Stiftstidende) og sn.dk (Sjællandske Medier).

Af de sites, der fremgår af Figur 8 nedenfor, holdt alle status quo eller havde fremgang i den andel af befolkningen, der minimum ugentligt benyttede dem i 2020 i forhold til 2019. Blandt de største sites var der blandt andet fremgang for dr.dk (fra 42 til 46 %), tv2.dk (fra 32 til 38 %), ekstrabladet.dk (fra 21 til 23 %), bt.dk (fra 19 til 22 %), b.dk (fra 11 til 13 %) og ugeavisen.dk (fra 5 til 7 %).

Udover ovennævnte sites er der en række andre væsentlige nyhedssider, der ikke spørges ind til i Index Danmark/Gallup. Disse omfatter blandt andet avisen.dk, newsbreak.dk, zetland.dk, a1tinget.dk og Watch-medierne.

² Jf. [Nu åbner Toplisterne igen](#)

Figur 8: "Hvor ofte benytter du følgende medier", minimum ugentligt, andel af befolkningen i %, 2019 og 2020.



Kilde: Index Danmark/Gallup, helårsbase 2019 og 2020
Data bearbejdet af Kulturministeriet

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

4 TRYKTE DAGBLADE

Afsnittet beskriver danskernes læsning af trykte dagblade. Læsningen af de trykte dagblade har over en længere årrække været faldende, hvilket blandt andet kan henføres til følgende faktorer:

- **Ændrede medievaner og flere konkurrenter:** Stadig flere danskere får deres nyheder fra digitale kilder, herunder især websites, sociale medier og podcasts. Ud over disse medier skal dagbladene også konkurrere med underholdning i form af fx stadig flere danske og udenlandske streamingtjenester.
- **Færre og sammenlagte titler:** Indtil flere lokale dagblade og gratisaviser er forsvundet i de senere år eller er blevet integreret i fortsættende titler, hvilket påvirker den samlede dagblads-læsning i nedadgående retning.
- **Forhøjede priser:** Avispriserne er løbende steget. Fx er prisindekset for "Aviser" steget fra indeks 72 i 2009 til indeks 127 i 2020 (2015=100)³. Højere priser kan formodes at påvirke forbruget i nedadgående retning. Som det fremgår af rapporten "[Forbrug](#)", er særligt løssalget blevet væsentligt reduceret.

Endvidere har COVID-19-pandemien formentligt påvirket læsningen af de trykte udgaver på forskellig vis, herunder eksempelvis:

- **Mindre transport:** Danskerne har kørt mindre i tog og fløjet mindre, hvilket typisk er situationer, hvor mange læser trykte aviser, der ofte uddeles gratis. Eksempelvis var antallet af togrejser i marts-maj 2020 i indeks 39 i forhold til 2019⁴, hvilket formentligt påvirker en trafikomdelt avis som fx B.T.
- **Reduceret "ventelæsning":** COVID-19-pandemien har ligeledes reduceret mængden af situationer, hvor man sidder og venter, og hvor mange typisk læser i en avis eller et magasin, fx hos tandlægen eller ved frisøren.⁵

Til gengæld meldte flere medier om markant øgede trafiktal på deres nyhedssites i løbet af 2020, ligesom flere medier også har oplevet en stigning i salget af digitale abonnemeter.⁶ Villigheden til at betale for online nyheder steg således også i 2020, hvor 17 % af befolkningen har betalt for online nyheder, mens andelen fra 2016-2019 har ligget stabilt på 15 %.⁷

4.1 Ugentlig dækning for trykte landsdækkende dagblade

Fra 2019 til 2020 har ni ud af ti landsdækkende dagblade haft en tilbagegang i antallet af læsere til deres trykte udgaver. Kun Weekendavisen har haft fremgang og har med 209.000 ugentlige læsere i 2020 således 10.000 flere end i 2019.

Tilbagegangen blandt de øvrige landsdækkende dagblade har været klart størst for B.T., der har mistet 174.000 læsere. B.T. har i 2020 således 451.000 ugentlige læsere og er dermed ikke længere det trykte landsdækkende dagblad med flest læsere.

Den markante tilbagegang for B.T. betyder, at Politiken nu er det landsdækkende dagblad, der har flest læsere. Politiken har i 2020 således 497.000 ugentlige læsere, hvilket er 46.000 flere end B.T. I 2019 havde B.T. derimod 69.000 flere læsere end Politiken.

³ Jf. Danmarks Statistiks PRIS118

⁴ Beregnet på baggrund af DSBs månedlige rapportering til Transportministeriet

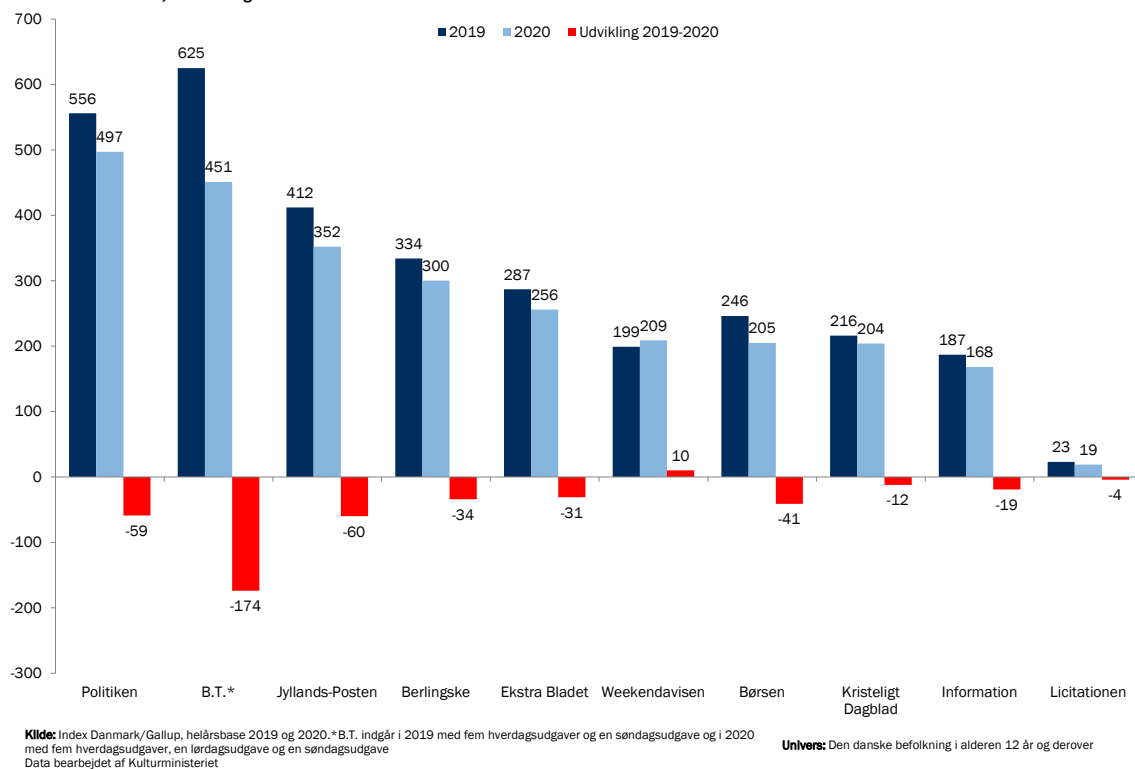
⁵ Se fx MediaWatch: [Læsertal: Avislæserne blev færre i 2020 trods stor nyhedsinteresse](#) og [Medier melder om boomende trafiktal for marts: "Det er helt enestående"](#)

⁶ Se fx MediaWatch: [Læsertal: Avislæserne blev færre i 2020 trods stor nyhedsinteresse](#) og [Medier melder om boomende trafiktal for marts: "Det er helt enestående"](#)

⁷ Se "[Danskernes brug af nyhedsmedier 2020](#)". Schrøder, K. C.; Blach-Ørsten, M.; Eberholst, M. K. Roskilde Universitet

Der er imidlertid også tale om en tilbagegang for Politiken, som har 59.000 færre ugentlige læsere i 2020 end i 2019. Det er nogenlunde ligeså meget som Jyllands-Posten, der har 60.000 færre læsere. Berlingske, Ekstra Bladet og Børsen har mellem 31.000-41.000 færre læsere, mens de tre mindste landsdækkende dagblade, Kristeligt Dagblad, Information og Licitationen, har mistet mellem 4.000-19.000 læsere.

Figur 9: Trykte landsdækkende dagblades gennemsnitlige ugentlige dækning i 1.000, inklusive søndagsudgivelser, 2019 og 2020



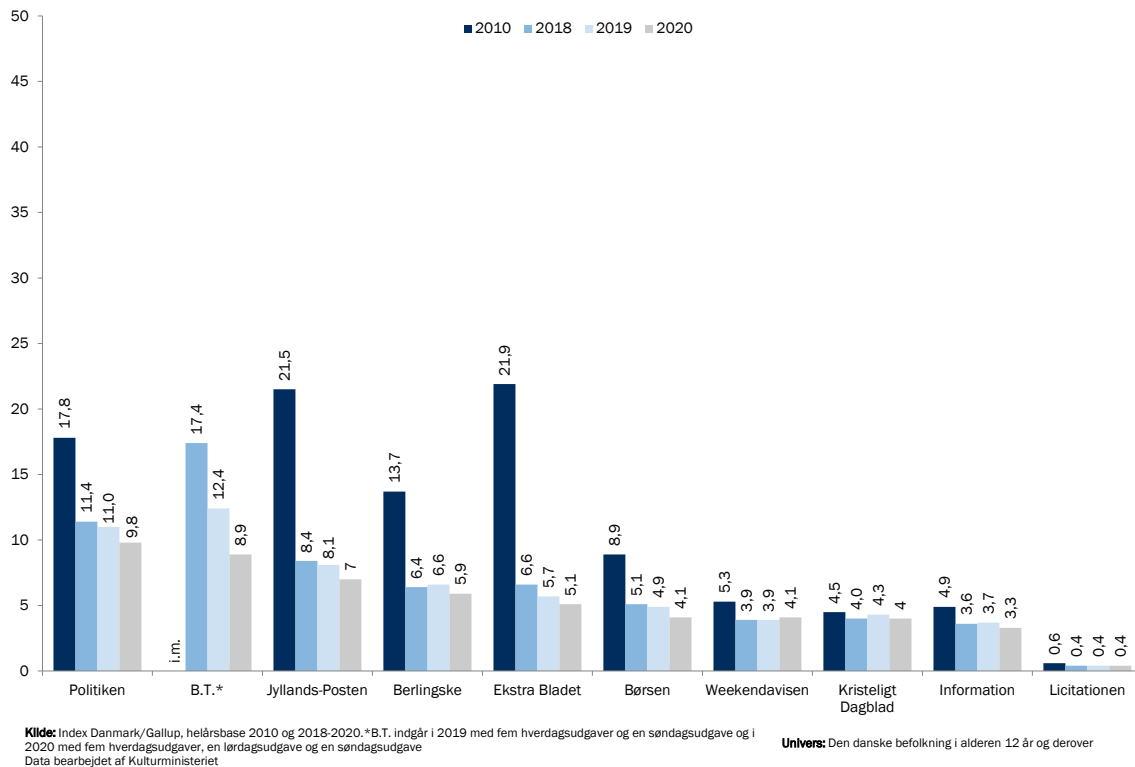
Der er i 2020 fem af de landsdækkende dagblade, der ugentligt dækker fem procent eller mere af befolkningen i alderen 12 år og derover. Af disse har Politiken den højeste dækning med 9,8 % efterfulgt af B.T. med 8,9 %. Herefter følger Jyllands-Posten med 7 %, Berlingske med 5,9 % og Ekstra Bladet med 5,1 %.

Disse niveauer står i klar kontrast til situationen i 2010, hvor dagbladenes trykte udgaver typisk nåede ud til langt større dele af befolkningen. Eksempelvis var den ugentlige dækning i 2010 højest for Ekstra Bladet og Jyllands-Posten:

- Ekstra Bladet havde i 2010 en ugentlig dækning på 21,9 % mod 5,1 % i 2020.
- Jyllands-Posten havde i 2010 en dækning på 21,5 % mod 7 % i 2020.

Det nuværende B.T. kan ikke retvisende opgøres som enkelttitel tilbage til 2010. Ligeledes er de nu lukkede trafikaviser Urban og 24timer, der begge havde en høj dækning, ikke en del af nedestående opgørelse.

Figur 10: Landsdækkende trykte dagblades gennemsnitlige ugentlige dækning i procent, inklusive søndagsudgivelser, 2010, 2018-2020



4.2 Ugentlig dækning for trykte lokale og regionale dagblade

Fra 2019 til 2020 har langt størstedelen af de trykte lokale og regionale dagblade mistet læsere. De eneste undtagelser er Lolland-Falster Folketidende og Bornholms Tidende, som begge har samme antal læsere som i 2019, mens de resterende 19 lokale og regionale dagblade har færre læsere.

Det største fald i antallet af læsere skal findes hos Jydske Vestkysten, som i 2020 har 181.000 ugentlige læsere, hvilket er en tilbagegang på 36.000, efterfulgt af NORDJYSKE Stiftstidende, som har 27.000 færre læsere og i 2020 ugentligt læses af 161.000. De to er sammen med Fyens Stiftstidende, der har 120.000 ugentlige læsere, hvilket er et fald på 12.000, de eneste, der i 2020 har mere end 100.000 ugentlige læsere.

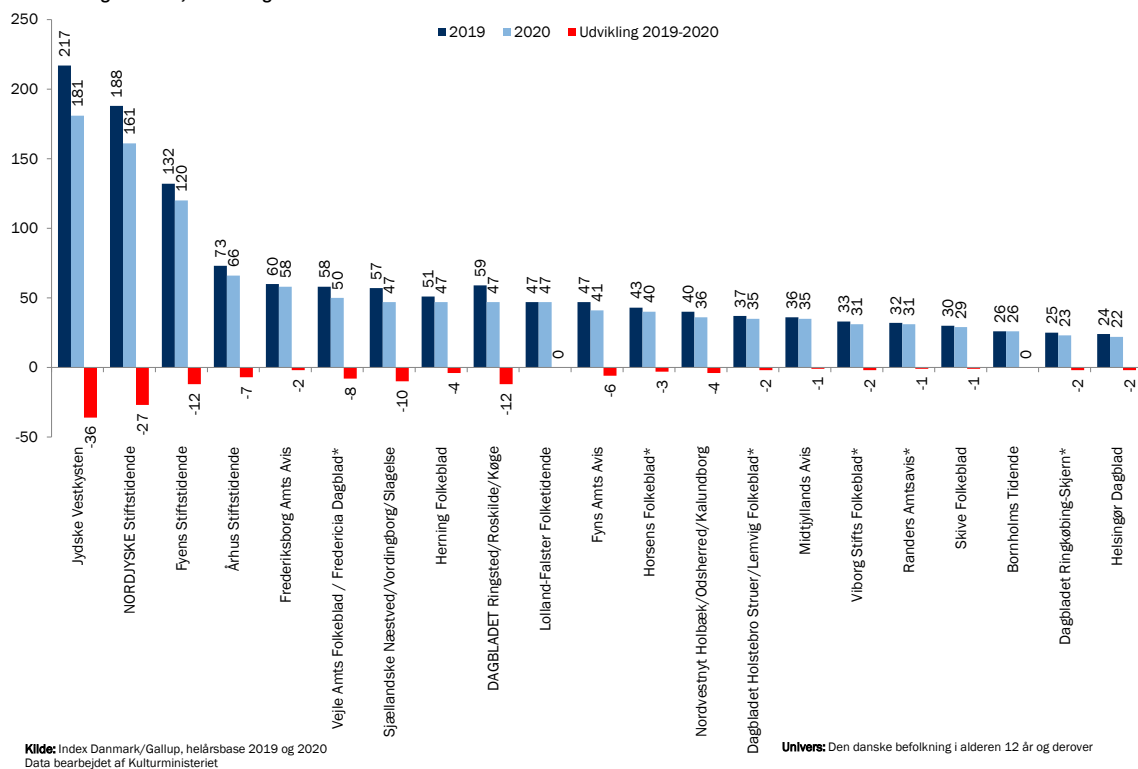
Der er i 2020 tre regionale/lokale dagblade, der har over 50.000 læsere, hvoraf Århus Stiftstidende er den største med 66.000 ugentlige læsere. De resterende 15 regionale/lokale dagblade har alle under 50.000 læsere. Af dem har DAGBLADET Ringsted/Roskilde/Køge haft den største tilbagegang med et fald på 12.000 læsere, efterfulgt af Sjællandske Næstved/Vordingborg/Slagelse, der har haft en tilbagegang på 10.000 læsere.

Hovedparten af de lokale og regionale dagblade udgives af regionale avishuse, der typisk udgiver to eller flere dagblade samt fx lokale ugeaviser. Af disse avishuse er Jysk Fynske Medier det største – ti ud af de 21 målte dagbladstitler fra Figur 11 nedenfor udgives således af Jysk Fynske Medier, og de ti målte titler dækker reelt set over 13 selvstændige dagblade, hvoraf flere indgår i en fælles måling. Blandt disse titler er der en vis synergi i indholdsproduktionen. Således har Jysk Fynske Mediers dagblades fællessektion ”Danmark”, ifølge Jysk Fynske Medier, 486.000 ugentlige læsere⁸. Det placerer sektionens udbredelse på niveau med B.T. og Politiken.

⁸ Baseret på en Index Danmark/Gallup-måling: <https://jfmedier.dk/da/annoncoerer/produkter-og-priser/danmark#anchor>

Tilsvarende synergieffekter ses hos flere regionale avishuse, fx ved at indholdet fra de lokale ugeaviser eller e-avis-udgaver af disse indgår på sites som sn.dk (Sjællandske Medier) og nordjyske.dk.

Figur 11: Trykte lokale og regionale dagblades gennemsnitlige ugentlige dækning i 1.000, inklusive søndagsudgivelser, 2019 og 2020



4.3 Udviklingen blandt lokale/regionale dagblade og landsdækkende dagblade

Figur 12 nedenfor opsummerer den procentvise udvikling i den ugentlige dækning blandt både landsdækkende dagblade og lokale/regionale dagblade. I alt har 28 af dagbladene færre ugentlige læsere i 2020 end i 2019, mens to holdt status quo og en fik flere læsere.

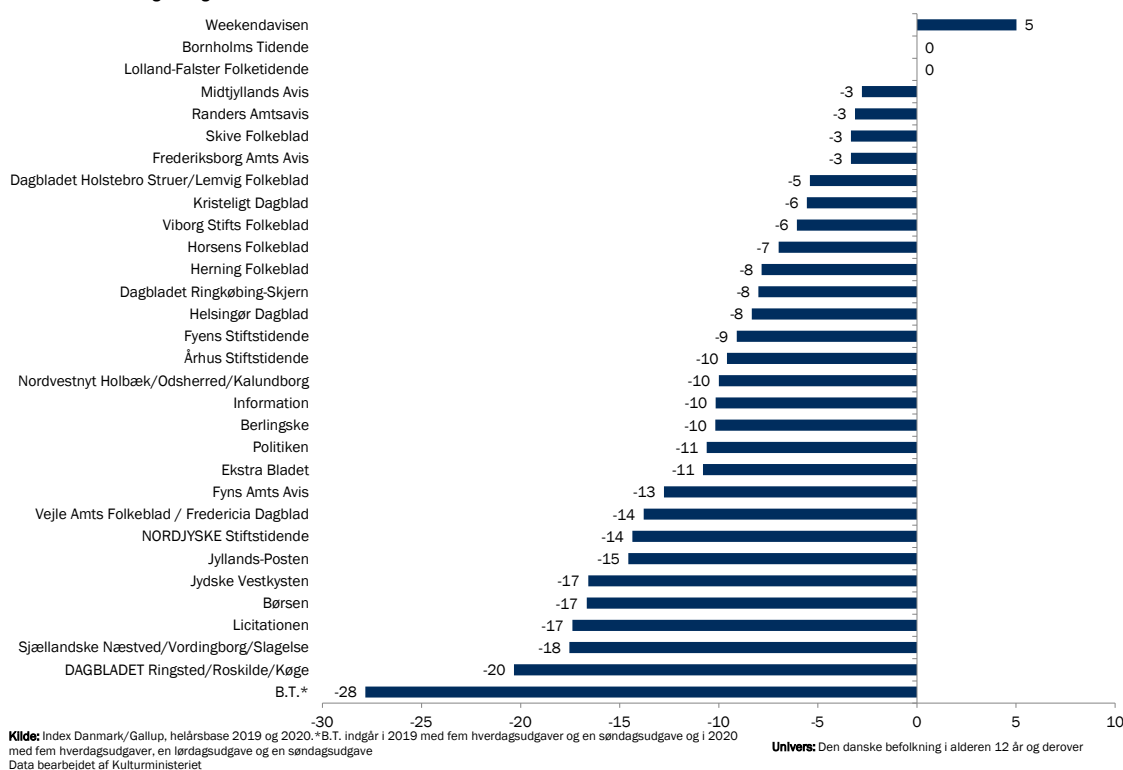
Blandt de 28 titler, der har færre ugentlige læsere, har:

- 12 titler haft en tilbagegang på under 10 %.
- 16 titler haft en tilbagegang på 10 % eller mere.

Blandt de 16 titler, der har tabt mindst 10 % af de ugentlige læsere, er der otte landsdækkende dagblade og otte lokale/regionale dagblade. B.T. står for det største fald med en tilbagegang på 28 %, efterfulgt af DAGBLADET Ringsted/Roskilde/Køge med en tilbagegang på 20 %.

Weekendavisen, som er den eneste af titlerne, der har fået flere læsere fra 2019 til 2020, har oplevet en læserfremgang på 5 %.

Figur 12: Procentvis ændring fra 2019 til 2020 i trykte dagblades gennemsnitlige ugentlige dækning inklusive søndagsudgivelser



Ser man derimod på den lange bane fra 2010 til 2020 har samtlige dagblade oplevet et faldt i deres ugentlige dækning. Der er imidlertid væsentlige forskelle på, hvor stor tilbagegangen har været.

Blandt de landsdækkende dagblade har Ekstra Bladet haft den største tilbagegang på 75 %, mens Jyllands-Posten med 65 % har haft det største fald blandt omnibus- og businessdagbladene.⁹ Herefter følger:

- Berlingske med en tilbagegang på 54 %
- Børsen med en tilbagegang på 51 %
- Politiken med en tilbagegang på 41 %
- Licitationen med en tilbagegang på 34 %
- Information med en tilbagegang på 28 %
- Weekendavisen med en tilbagegang på 16 %.

Kristeligt Dagblad er med en tilbagegang på 4 % den eneste titel, der ikke har haft en tocifret tilbagegang siden 2010.

For de landsdækkende dagblade gælder dermed, at det typisk er de lidt mindre dagblade, der har tabt relativt set færrest læsere. Omvendt har de største dagblade, herunder især Jyllands-Posten og Ekstra Bladet, haft den største tilbagegang.

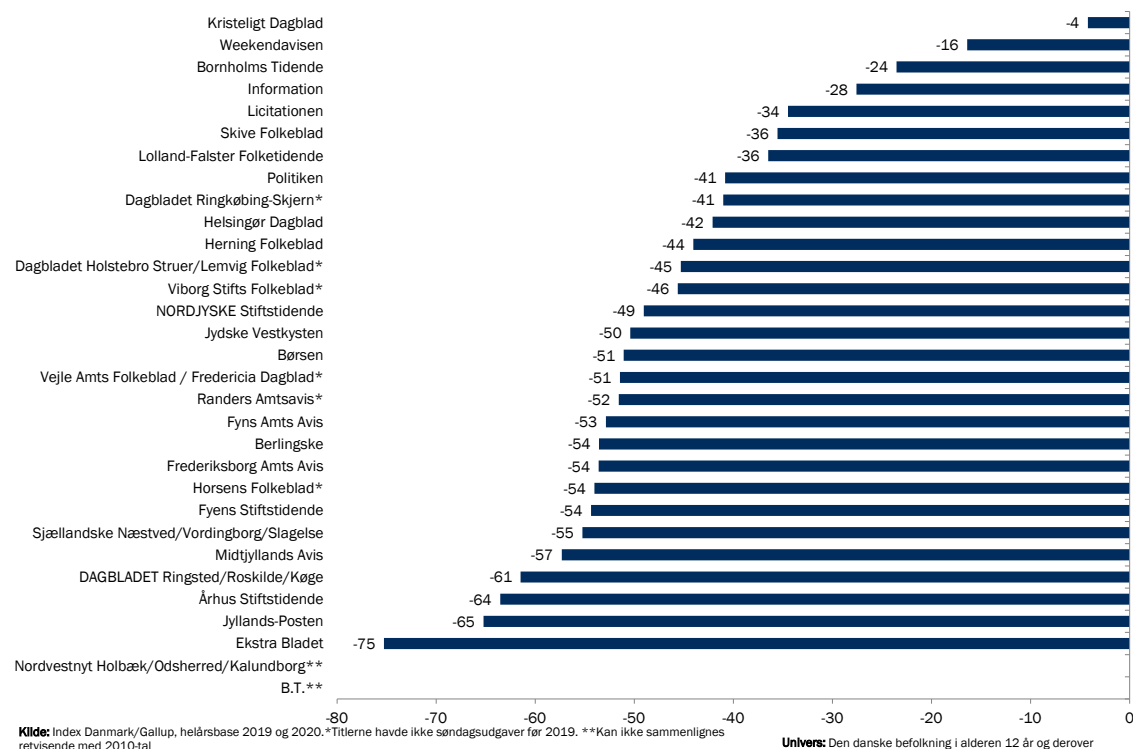
Mens ejerskabet af de landsdækkende dagblade har været kontinuerligt i hele perioden fra 2010 til 2020, har et stort antal lokale/regionale dagblade skiftet ejer undervejs. Det gælder især for det nuværende Jysk Fynske Mediers dagblade, der tidligere hørte under fire regionale avishuse, hvor blandt andet Berlingske Media var blandt ejerne. Denne udvikling har formentlig haft betydning for væsentlige forhold vedrørende dagbladene, herunder eksempelvis den ovenfor omtalte fællessek-

⁹ Det nuværende B.T. kan ikke opgøres retvisende i hele perioden fra 2010 til 2020

tion "Danmark", der udgives som en del af alle Jysk Fynske Mediers dagblade, samt den bagvedliggende salgsorganisation m.m. For et væsentligt antal lokale/regionale dagblade er det på flere områder derfor ikke ensartede størrelser, der sammenlignes over tid.

Med det in mente har også de lokale og regionale dagblade udviklet sig meget forskelligartet i perioden fra 2010 til 2020. Således har Århus Stiftstidende haft den største tilbagegang på 64 %, mens Bornholms Tidendes fald på 24 % har været mindst. I alt har 11 ud af de 21 lokale/regionale dagblade på Figur 13 haft en tilbagegang på mindst 50 %.

Figur 13: Procentvis ændring fra 2010 til 2020 i trykte dagblades gennemsnitlige ugentlige dækning, inklusive søndagsudgivelser



5 TRYKTE DAGBLADSGRUPPER

I de følgende afsnit beskrives udviklingen i læsertal for en række forskellige dagbladsgupper, ligesom læsningen af grupperne bliver brudt ned på forskellige målgrupper. En oversigt over de forskellige dagbladsgupper fremgår af metodeafsnittet.

For indledningsvist at sætte udviklingen i perspektiv, viser Figur 14 nedenfor den ugentlige dækning for henholdsvis alle trykte dagblade over for alle nyhedssites. Da målingen af internettrafik (DOI) som tidligere nævnt er midlertidigt suspenderet, viser figuren kun dækningen frem til 2019.

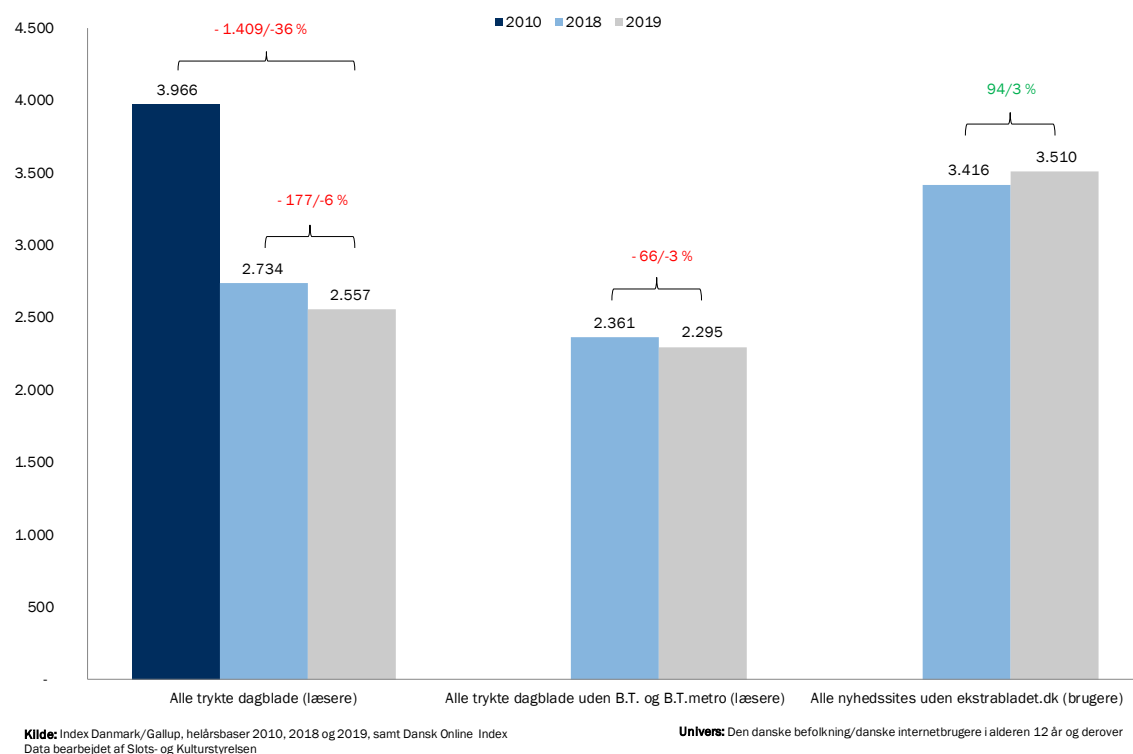
Helt overordnet gælder, at der er flere, der ugentligt bruger et af de målte nyhedssites, end der læser et trykt dagblad. Samtidig er der på både den korte bane (fra 2018 til 2019) og den lange bane (fra 2010 til 2019) blevet væsentlig færre læsere af de trykte dagblade, mens antallet af brugere af de målte nyhedssites er vokset hvert år siden 2016¹⁰.

Således var der i 2019 2.557.000 danskere i alderen 12 år og derover, der ugentligt læste et trykt dagblad. Det er 1.409.000, eller 36 %, færre end i 2010 og 177.000, eller 6 %, færre end i 2018. Hvis man korrigerer for B.T. og B.T.metro, i hvilke der har været væsentlige ændringer af udgivelsen (se s. 2), har tilbagegangen fra 2018 til 2019 dog været på 66.000 ugentlige læsere, svarende til 3 %.

Med 3.510.000 ugentlige brugere i 2019 (opgjort uden ekstrabladet.dk, der ikke indgår i målingen) er der godt en million flere danske internetbrugere i alderen 12 år og derover, der ugentligt besøger et af de målte sites i Dansk Online Index, end der læser et trykt dagblad. De 3.510.000 er 94.000, eller 3 %, flere end i 2018.

De følgende konklusioner skal derfor ses i lyset af en stadigt stigende brug af nyhedssitesene.

Figur 14: Gennemsnitlige ugentlig dækning/ugentlige brugere i 1.000 af henholdsvis alle trykte dagblade og alle nyhedssites i Dansk Online Index, 2010, 2018 og 2019



¹⁰ Den måling af internettrafik, der ligger til grund for Figur 14, blev påbegyndt i 2016, hvorfor det ikke er muligt at følge udviklingen tilbage til 2010.

5.1 Dagbladsgruppernes ugentlige dækning

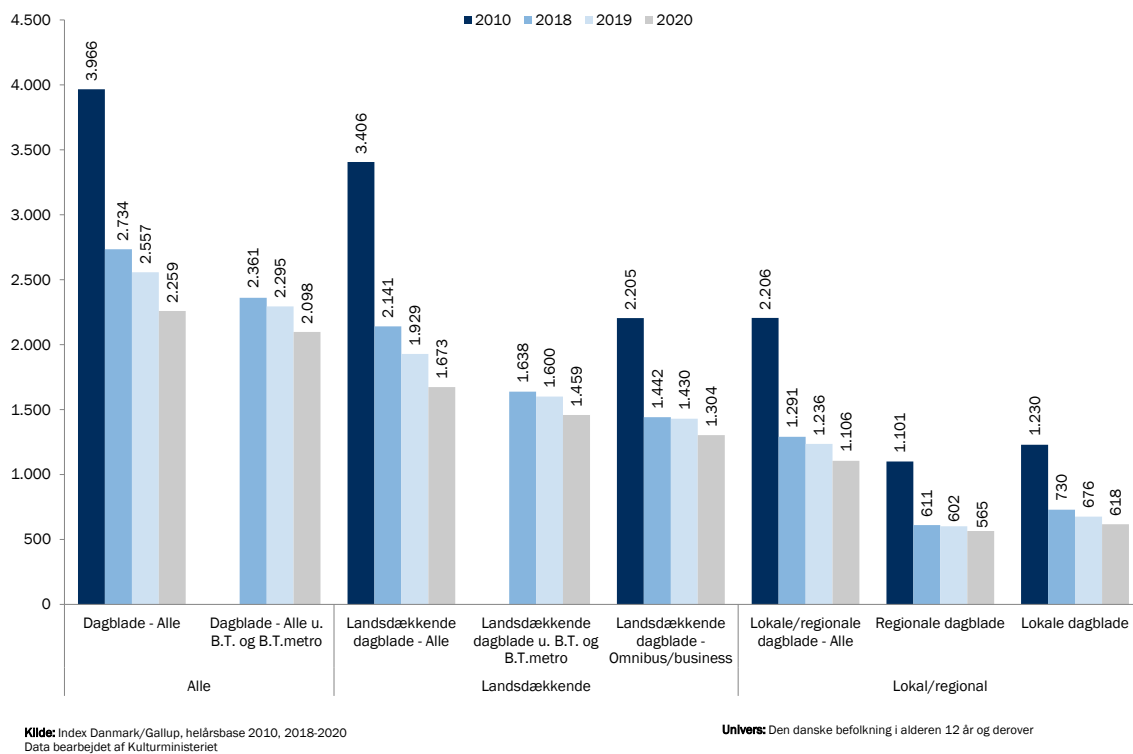
I 2020 er der samlet set 2.259.000 danskere i alderen 12 år og derover, der ugentligt læser et trykt dagblad. Det er 298.000 færre end i 2019 og 1.707.000 færre end i 2010, hvilket kan tilskrives både en generelt vigende læsning af de trykte dagblade samt konsekvensen af titellukninger og sammenslåede titler. Herunder senest B.T. og B.T.metro samt NORDJYSKE Stiftstidende og Morsø Folkeblad, og tidligere 24timer og Urban. Udviklingen dækker således også over, at der på tværs af alle de forskellige dagbladsgupper er færre ugentlige læsere i 2020 end i både 2010 og 2019.

Med 1.673.000 ugentlige læsere er der fortsat flest, der ugentligt læser et landsdækkende dagblad. Det er imidlertid et fald på 256.000 i forhold til 2019, hvor 1.929.000 læste et landsdækkende dagblad. Fraregner man B.T. og B.T.metro, er tilbagegangen på 141.000 og dermed væsentlig mindre.

De landsdækkende omnibus- og businessdagblade, der rummer alle landsdækkende dagblade undtaget B.T., Ekstra Bladet og Licitationen, har haft en tilbagegang fra 2019 til 2020 på 126.000 til 1.304.000 ugentlige læsere i 2020.

De lokale og regionale dagblade læses i 2020 samlet set af 1.106.000 danskere ugentligt, hvilket er 130.000 færre end i 2019. Tilbagegangen er mindst i dagbladsgruppen regionale dagblade, der udgøres af fire dagblade (hvh. Jydske Vestkysten, Fyens Stiftstidende, Århus Stiftstidende og NORDJYSKE Stiftstidende). De regionale dagblade har således 37.000 færre ugentlige læsere i 2020 end i 2019, mens gruppen med de lokale dagblade har 58.000 færre.

Figur 15: Trykte dagbladsgruppers gennemsnitlige ugentlige dækning i 1.000, inklusive søndagsudgivelser, 2010, 2018-2020



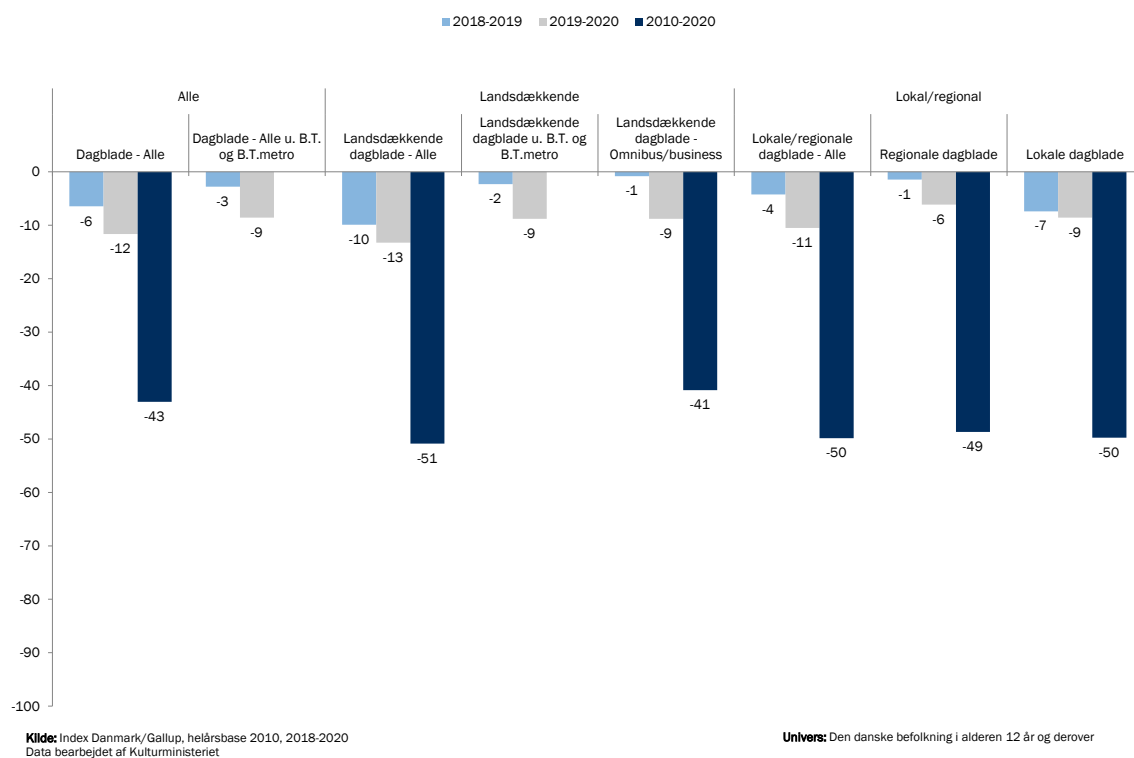
Figur 16 nedenfor opsummerer den procentvise udvikling i den ugentlige dækning fra henholdsvis 2018 til 2019, 2019 til 2020 og på den lange bane fra 2010 til 2020 i de forskellige dagbladsgupper.

Samlet set har der siden 2010 været en tilbagegang på 43 % i dagbladslæsningen. Herunder er dækningen faldet med 12 % fra 2019 til 2020, hvilket er dobbelt så meget som fra 2018 til 2019 (hvh. 9 % og 3 % korrigeret for B.T. og B.T.metro).

Hvor der fra 2018 til 2019 var forholdsvis store udsving mellem dagbladsgupperne, er udviklingen fra 2019 til 2020 mere ensartet. De landsdækkende dagblade har således haft en tilbagegang på 13 % fra 2019 til 2020, mens tilbagegangen for de lokale/regionale dagblade samlet set er på 11 %. De rent regionale dagblade har med 6 % haft den mindste tilbagegang.

På den længere bane fra 2010 til 2020 har udviklingen ligeledes været forholdsvis ensartet. De fleste dagbladsgupper har således haft en tilbagegang på 49-51 %. De landsdækkende omnibus- og businessdagblade har med et fald på 41 % haft den mindste tilbagegang.

Figur 16: Procentvis ændring i trykte dagbladsguppernes gennemsnitlige ugentlige dækning fra 2018 til 2019, 2019 til 2020 og 2010 til 2020, inklusive søndagsudgivelser



Figur 17 viser de forskellige dagbladsgruppers ugentlige dækning i procent. Som det fremgår, er det i 2020 under halvdelen af befolkningen (45 %), der ugentligt læser et trykt dagblad. Det er 6 procentpoint mindre end de 51 % i 2019, og samtidig markant mindre end i 2010, hvor 84 % af befolkningen læste et trykt dagblad ugentligt.

Det er især landsdækkende dagblade, som en mindre del af befolkningen læser. De 33 %, der i 2020 læser landsdækkende dagblade, er således 5 procentpoint mindre end i 2019 og 39 procentpoint mindre end i 2010.

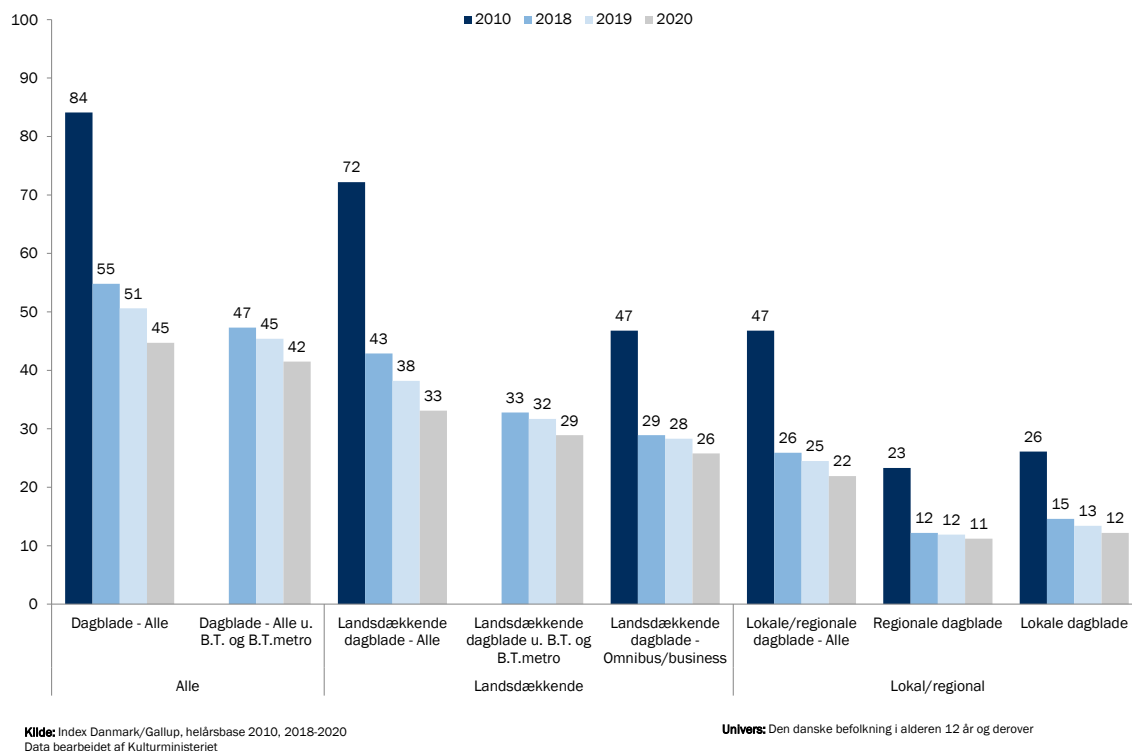
Andelen af befolkningen, der ugentligt læser lokale/regionale dagblade, er derimod faldet med 25 procentpoint fra 47 % i 2010 til 22 % i 2020. Fra 2019 til 2020 er andelen faldet med 3 procentpoint.

Blandt de to grupper af lokale/regionale dagblade er der i 2020 stort set lige store andele, der læser henholdsvis regionale dagblade og lokale dagblade:

- 11 % læser ugentligt et regionalt dagblad.
- 12 % læser ugentligt et lokalt dagblad.

I begge tilfælde er der tale om et mindre fald på 1 procentpoint i forhold til 2019. På den længere bane fra 2010 til 2020 er de regionale dagblades dækning faldet med 12 procentpoint, mens de lokale dagblades dækning er faldet med 14 procentpoint.

Figur 17: Dagbladsgruppers gennemsnitlige ugentlige dækning i %, inklusive søndagsudgivelser, 2010, 2018-2020



5.2 Demografi

De følgende afsnit beskriver væsentlige forhold vedrørende de trykte dagblades demografi, herunder læsernes geografiske fordeling, deres uddannelsesniveau samt læsningen i de forskellige aldersgrupper. Bemærk at afsnittet anvender dækningstal i procent (fx at alle trykte dagblade på ugebasis dækker 45 % af befolkningen i alderen 12 år og derover) og ikke dækningen i form af antal (fx 2.259.000 ugentlige dagbladslæsere).

5.2.1 Geografi og uddannelse

Ser man på de trykte dagblade samlet set, er deres dækning forholdsvist jævnt fordelt på tværs af de forskellige geografiske områder. Den ugentlige dagbladsdækning blandt danskere i alderen 12 år og derover svinger således mellem 43-47 % i de fem regioner. Region Hovedstaden har med 47 % den højeste dækning, mens dækningen med 43 % er lavest i Region Syddanmark og Region Nordjylland.

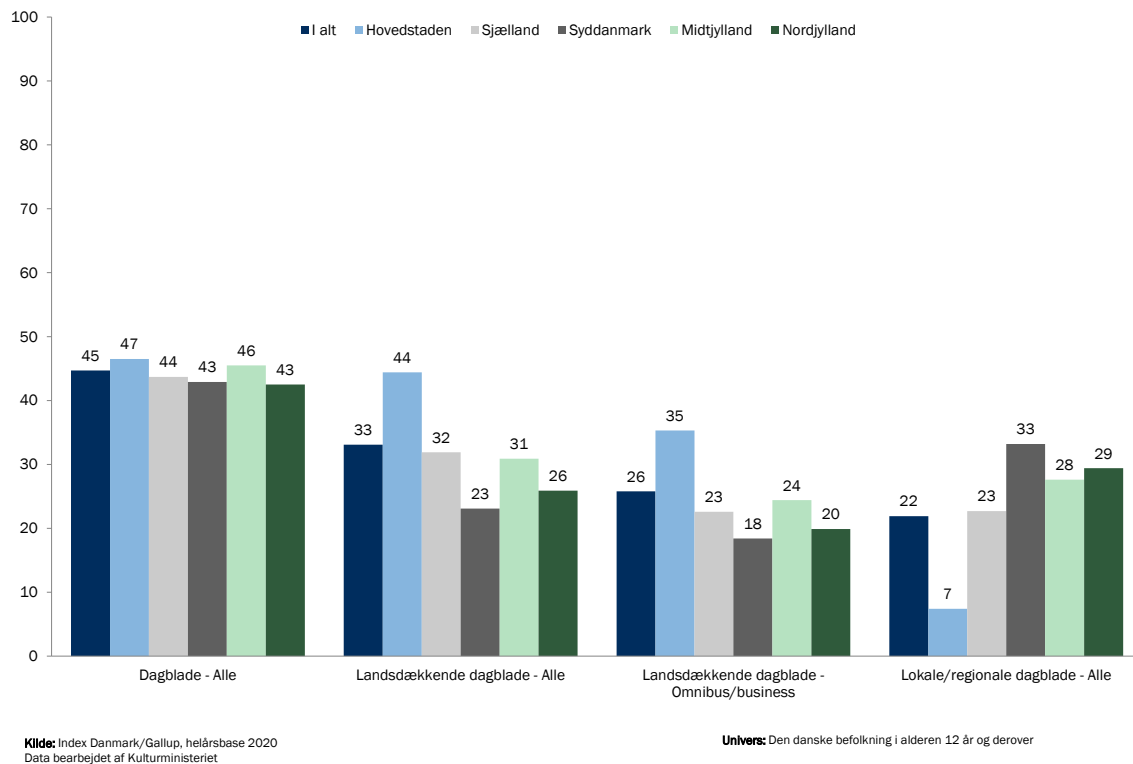
Dækningen er dog mere forskelligartet for de forskellige grupper af trykte dagblade. Eksempelvis har de landsdækkende dagblade, der alle undtagen Jyllands-Posten er placeret i København, med 44 % den højeste dækning i Region Hovedstaden, mens deres dækning på 23 % i Region Syddanmark er lavest. Forskellen på de to regioner med henholdsvis den laveste og højeste dækning for de landsdækkende dagblade er således på 21 procentpoint. En medvirkende årsag er formentlig, at det nuværende B.T. har titlens største trafikomdelte oplag i Region Hovedstaden.

Et tilsvarende mønster gælder for omnibus- og businessdagbladene. Her er dækningen i Region Hovedstaden på 35 %, hvilket er 17 procentpoint mere end i Region Syddanmark, hvor dækningen er 18 %. Dækningen er cirka lige stor i Region Sjælland og Region Midtjylland, hvor omnibus- og businessdagbladene dækker henholdsvis 23 % og 24 % af befolkningen, mens Region Nordjylland har en dækning på 20 %.

De lokale og regionale dagblades dækning er derimod væsentlig forskellig fra de landsdækkende dagblades. De lokale/regionale dagblade har med 33 % den højeste dækning i Region Syddanmark,

mens dækningen i Region Hovedstaden er markant lavere med 7 %. Det er en forskel på 26 procentpoint. En del af forklaringen kan være, at landets største regionale avishus, Jysk Fynske Medier, har sine væsentligste titler samt en lang række mindre titler i Syddanmark.

Figur 18: Dagbladsgruppers gennemsnitlige ugentlige dækning i % i regioner, inklusive søndagsudgivelser, 2020



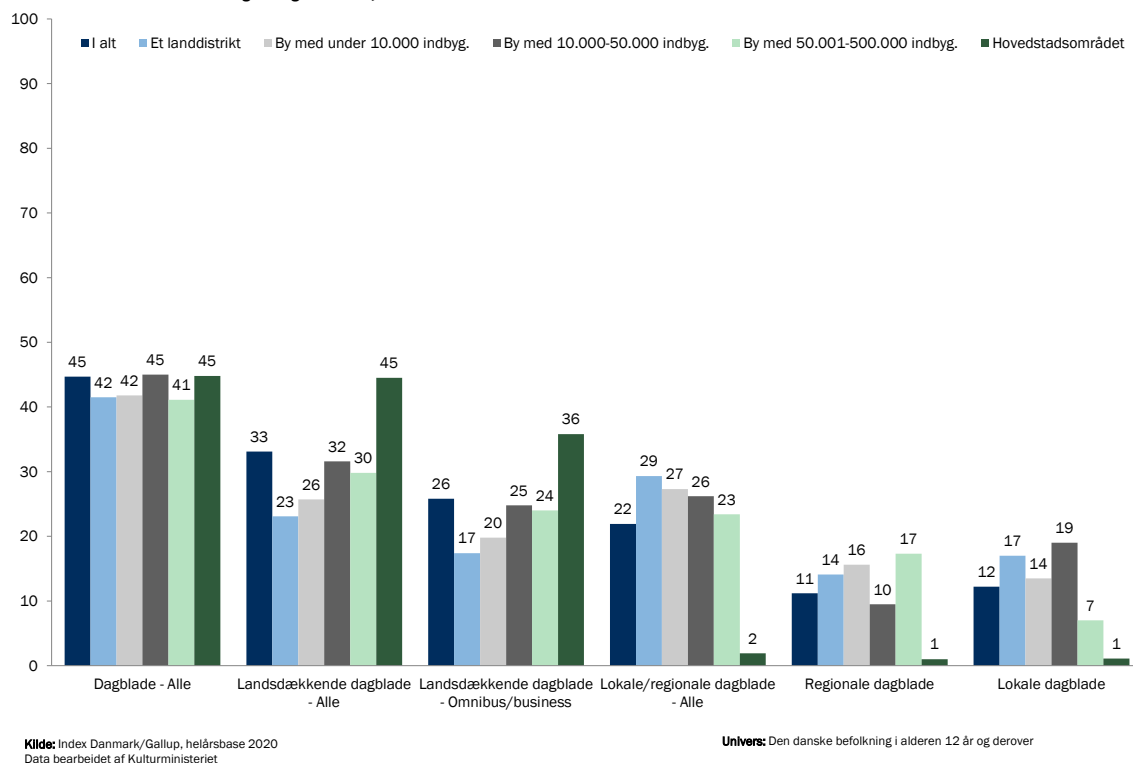
Ser man i stedet på de trykte dagblades dækning i forskellige urbaniseringsgrader, er der ligeledes væsentlige forskelle. De landsdækkende dagblade – både samlet set og omnibus- og business-dagbladene – har fortsat en væsentlig højere dækning i hovedstadsområdet end i de øvrige urbaniseringer. Omvendt er de lokale/regionale dagblades dækning i hovedstadsområdet markant lavere.

I de øvrige urbaniseringsgrader har de landsdækkende dagblade en dækning på mellem 23-32 %, med den højeste dækning i byer med 10.000-50.000 indbyggere (32 %), efterfulgt af byer med mere end 50.000 indbyggere (30 %). De lokale/regionale dagblades dækning er nogenlunde den samme og svinger mellem 23-29 %. For de lokale/regionale dagblade er dækningen dog højeste i landdistrikter (29 %), efterfulgt af byer med under 10.000 indbyggere (27 %) og byer med 10.000-50.000 indbyggere (26 %).

Dækningen for de to grupper af lokale/regionale dagblade, henholdsvis regionale dagblade og lokale dagblade, adskiller sig dog fra hinanden. De regionale dagblade har således den højeste dækning i byer med over 50.000 indbyggere med en andel på 17 %, efterfulgt af byer med under 10.000 indbyggere med 16 % og landdistrikter med 14 %. Ser man bort fra hovedstadsområdet, hvor de regionale dagblades dækning er 1 %, er den laveste dækning på 10 % i byer med 10.000-50.000 indbyggere.

De lokale dagblade har derimod med 19 % den højeste dækning i byer med 10.000-50.000 indbyggere, mens dækningen – foruden hovedstadsområdet – er lavest i byer med over 50.000 indbyggere med en andel på 7 %. De lokale dagblade har derudover en dækning på 17 % i landdistrikter og 14 % i byer med under 10.000 indbyggere.

Figur 19: Trykte dagbladsgruppers gennemsnitlige ugentlige dækning i % i forskellige urbaniseringsgrader, inklusive søndagsudgivelser, 2020

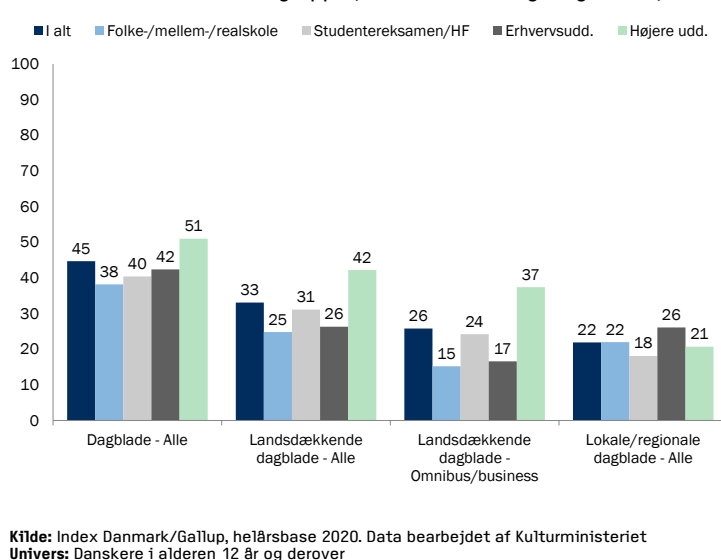


Generelt er danskere med en højere uddannelse mere tilbøjelige til ugentligt at læse et trykt dagblad end de øvrige uddannelsesgrupper. I 2020 er der således 51 % blandt dem med en højere uddannelse, der ugentligt læser et dagblad.

Til sammenligning drejer det sig om 42 % blandt dem med en erhvervsuddannelse, 40 % blandt dem med en studentereksamen/HF og 38 % blandt dem, der har taget en folke-/mellem-/real-uddannelse.

Forskellene er især større mellem dem med en højere uddannelse og de andre uddannelsesgrupper, når der alene ses på de landsdækkende dagblade og omnibus- og businessdagbladene. Her er der henholdsvis 11 og 13 procentpoints forskel blandt dem med en højere uddannelse og dem med en studentereksamen/HF, som har den næsthøjeste dækning.

Figur 20: Trykte dagbladsgruppers gennemsnitlige ugentlige dækning i % af uddannelsesgrupper, inklusive søndagsudgivelser, 2020



Billedet er imidlertid et helt andet, når der ses på de lokale/regionale dagblades dækning i uddannelsesgrupperne. Her er dækningen på 26 % højest blandt dem med en erhvervsuddannelse, hvilket er 5 procentpoint mere end dem med en højere uddannelse og 8 procentpoint mere end blandt dem med en studentereksamen/HF, der har den laveste dækning.

5.2.2 Aldersforskelle

Som det også fremgik af Figur 17, er de trykte dagblades ugentlige dækning faldet med 39 procentpoint fra 84 % i 2010 til 45 % i 2020.

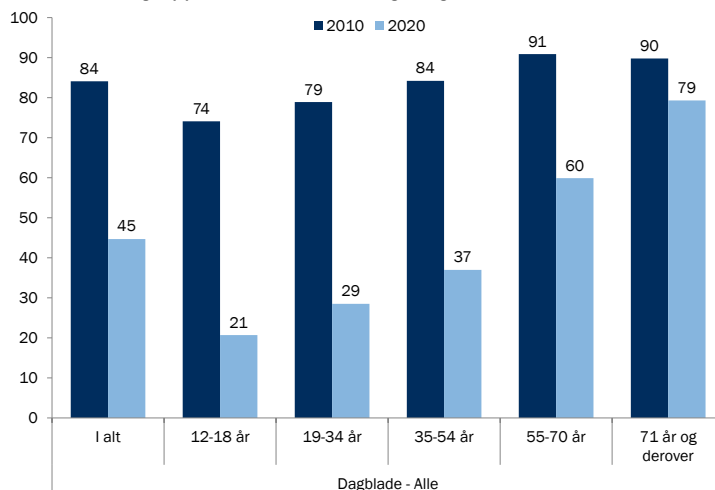
Udviklingen har især været udtalt blandt de 12-18-årige og 19-34-årige, hvor henholdsvis 21 % og 29 % ugentligt læser et dagblad i 2020.

Det svarer til fald på henholdsvis 53 og 50 procentpoint i forhold til 2010.

I den mellemste aldersgruppe på 35-54 år har faldet på 47 procentpoint været næsten lige så stort, mens tilbagegangen har været noget mindre blandt de 55-70-årige.

Her er der 31 procentpoint færre, der læser et dagblad ugentligt.

Figur 21: Trykte dagblades gennemsnitlige ugentlige dækning i % af aldersgrupper, inklusive søndagsudgivelser, 2010-2020



Kilde: Index Danmark/Gallup, helårsbase 2020. Data bearbejdet af Kulturministeriet
Univers: Danskere i alderen 12 år og derover

Den mindste tilbagegang ses blandt de ældste på 71 år og derover med et fald på 11 procentpoint fra 2010 til 2020.

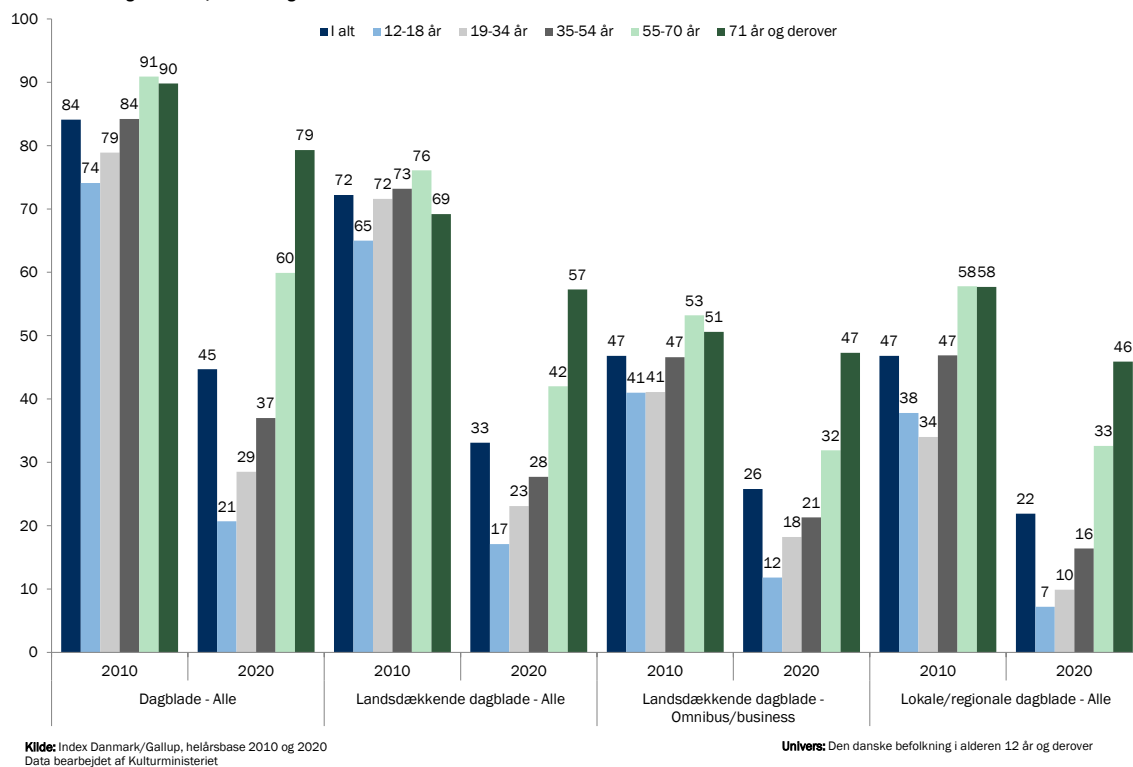
Udviklingen medfører, at der er blevet væsentlig større forskel på aldersgruppernes læsning af trykte dagblade. Hvor der i 2010 således var en forskel på 17 procentpoint mellem de to aldersgrupper med henholdsvis den laveste og højeste dækning, er forskellen i 2020 steget til 58 procentpoint.

Som det fremgår af Figur 22 nedenfor går den udvikling igen på tværs af de forskellige dagbladsgrupper:

- **Landsdækkende dagblade - Alle:** Forskellen på de to aldersgrupper med henholdsvis højest og lavest dækning er steget fra 11 procentpoint i 2010 til 40 procentpoint i 2020.
- **Landsdækkende dagblade – Omnibus- og businessdagblade:** Forskellen på de to aldersgrupper med henholdsvis højest og lavest dækning er steget fra 12 procentpoint i 2010 til 35 procentpoint i 2020.
- **Lokale/regionale dagblade - Alle:** Forskellen på de to aldersgrupper med henholdsvis højest og lavest dækning er steget fra 24 procentpoint i 2010 til 39 procentpoint i 2020.

I 2010 var det således de lokale/regionale dagblade, der havde den største forskel i aldersgruppernes dækning, mens de landsdækkende dagblade og de lokale/regionale dagblade i 2020 ligger på niveau med hinanden.

Figur 22: Trykte dagbladsgruppers gennemsnitlige ugentlige dækning i % af aldersgrupper, inklusive søndagsudgivelser, 2010 og 2020



Den store tilbagegang i dækningen blandt især de yngre aldersgrupper medvirker til, at der i de senere år er sket et markant skred i den aldersmæssige sammensætning af dagbladenes printlæsere. I 2020 er en langt større andel af læserne således i de ældste aldersgrupper end i 2010.

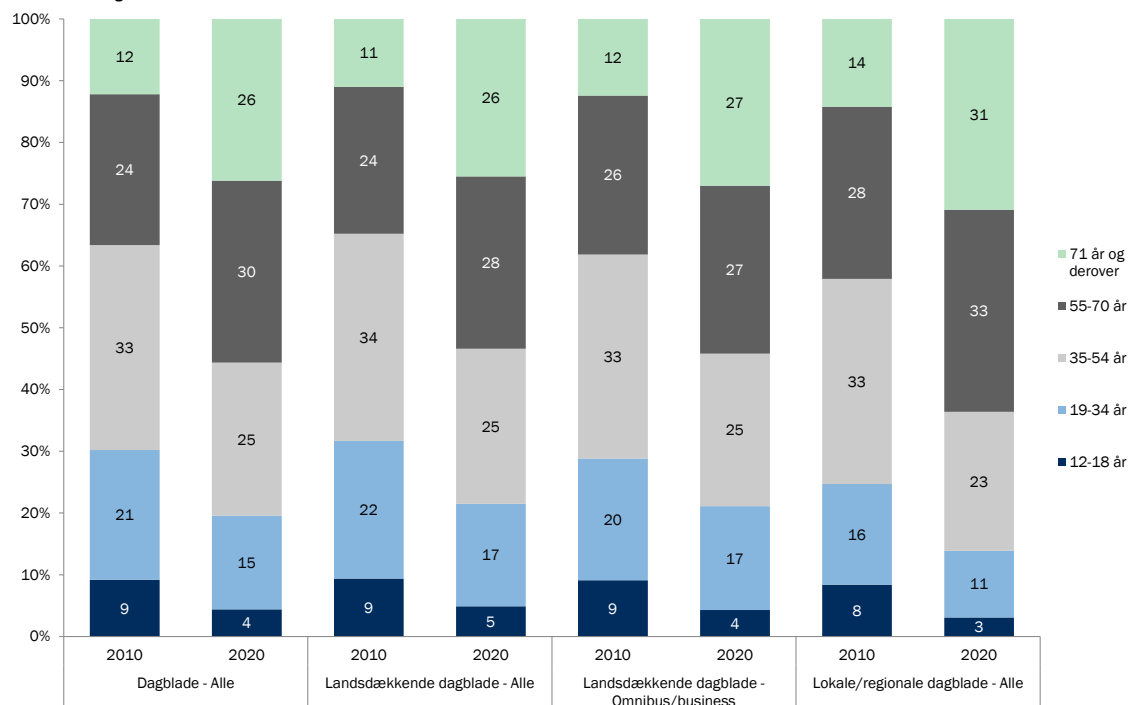
For de lokale/regionale dagblade gælder det eksempelvis, at 31 % af deres læsere er 71 år og derover, hvilket er 17 procentpoint mere end i 2010, hvor aldersgruppen udgjorde 14 % af læserne. Samtidig hører 5 procentpoint flere til i aldersgruppen 55-70 år, som i 2020 udgør 33 % af læserne. Udviklingen betyder, at 64 % af de lokale/regionale dagblades læsere er 55 år eller ældre i 2020 mod 42 % i 2010. Det er en stigning på 22 procentpoint.

For de landsdækkende dagblade har udviklingen været nogenlunde den samme. De ældste på 71 år og derover udgør i 2020 således 26 % af læserne, hvilket er 14 procentpoint mere end i 2010, mens de 55-70-årige udgør 4 procentpoint mere (28 %). Samlet set er 54 % af de landsdækkende dagblades læsere således 55 år og derover i 2020 mod 35 % i 2010, hvilket er en stigning på 19 procentpoint.

Blandt de landsdækkende omnibus- og businessdagblade udgør læserne på 55 år og derover ligeledes 54 % i 2020, hvilket er 16 procentpoint mere end i 2010, hvor de udgjorde 38 %. Både de 55-70-årige og de 71-årige og derover udgør 27 % af læserne i 2020.

De ældre aldersgruppers større andele gør, at de tre yngre aldersgrupper i 2020 udgør væsentlig mindre andele af dagbladenes læsere. Målt i procentpoint har den største tilbagegang været blandt de 35-54-årige, der i 2019 udgør en 8 procentpoint mindre andel af dagbladenes læsere end i 2010 – og herunder mest markant en 10 procentpoints mindre andel af de lokale/regionale dagblades læsere.

Figur 23: Aldersmæssig brugerprofil i %, ugentlige læsere af trykte dagblade, inklusive søndagsudgivelser, 2010 og 2020



Kilde: Index Danmark/Gallup, helårsbase 2010 og 2020
Data bearbejdet af Kulturministeriet

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

6 TRYKTE LOKALE UGEAVISER

Det følgende afsnit beskriver udviklingen i læsning af trykte lokale ugeaviser i Danmark. Afsnittet er baseret på Lokal Index Danmark, som dækker hovedparten af de lokale ugeaviser, mens et mindre antal, typisk små, titler ikke indgår.

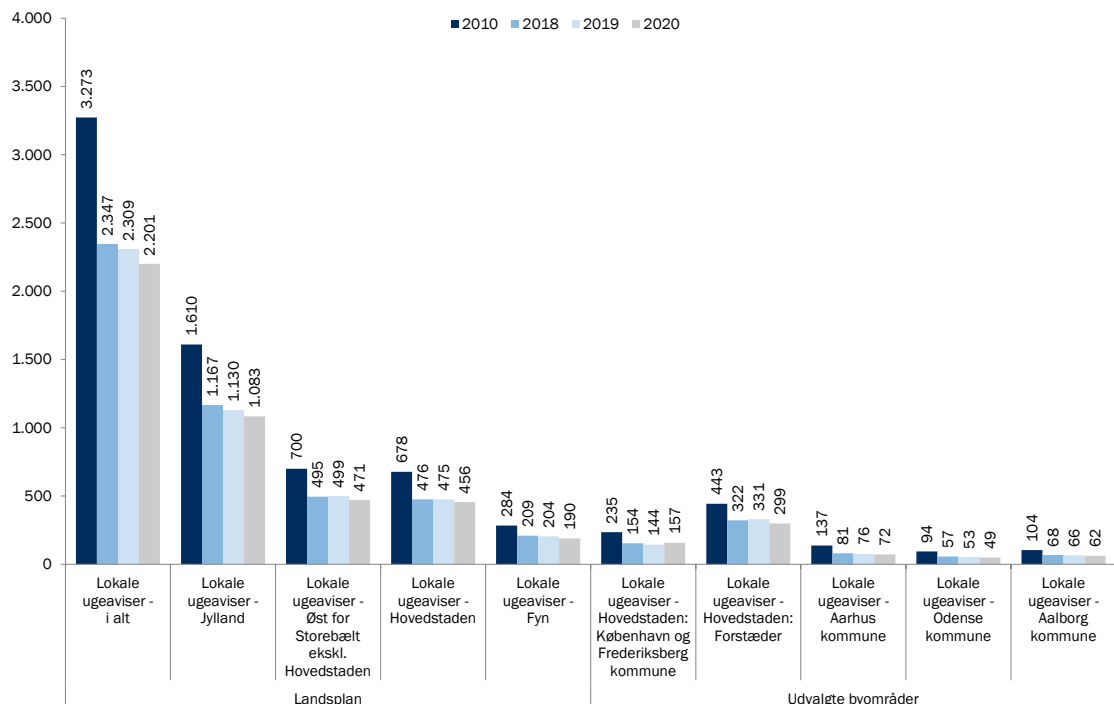
Bemærk: Udviklingen, der beskrives nedenfor, skal ses i lyset af et generelt faldende antal titler, både i Lokal Index Danmark/Gallup og generelt. En del af nedgangen i læsetallene er dermed et resultat af, at nogle titler er udgået af målingen/har ændret dækningsområde.

Udviklingen i læsertallene for de trykte lokale ugeaviser skal desuden ses i lyset af, at også de lokale ugeaviser er tilstede på de digitale platforme. Som det fremgik af Figur 8 ovenfor, er både lokalavisen.dk og ugeavisen.dk således blandt de ti sites i målingen, som den største andel af befolkningen anvender ugentligt (hhv. nr. ni og ti). Lokalavisen, der samler indhold fra Jyllands-Postens Lokalaviser, når således 8 % af befolkningen ugentligt i 2020, hvilket er en mindre stigning fra 7 % i 2019. Ugeavisen.dk, der samler indhold fra Jysk Fynske Mediers lokalaviser, når 7 % af befolkningen ugentligt i 2020 mod 5 % i 2019.

Som det fremgår af Figur 24 nedenfor, er der stadig færre, der ugentligt læser en trykt lokal ugeavis. I 2020 er der således 2.201.000 danskere i alderen 12 år og derover, som ugentligt læser en lokal ugeavis. Det er 108.000 færre end i 2019. Tilbagegangen fra 2019 til 2020 er dermed væsentlig større end fra 2018 til 2019, hvor faldet var 38.000. Set på den lange bane er antallet af læsere til de lokale ugeaviser faldet med 1.072.000 siden 2010, hvor 3.273.000 læste en lokal ugeavis ugentligt.

Udviklingen i læsertallet for de lokale ugeaviser kan – ud over et faldende antal titler – blandt andet hænge sammen med udviklingen i, hvor stor en andel der har et ”Reklamer og gratisaviser nej tak”-skilt på døren eller postkassen. Andelen er således steget fra 10 % i 2010 til 18 % i 2020.¹¹

Figur 24: Lokale ugeavisers gennemsnitlige ugentlige dækning i 1.000, 2010 og 2018 til 2020



Kilde: Lokal Index Danmark/Gallup - helårsbaser 2010 og 2018-2020
Data bearbejdet af Kulturministeriet

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

¹¹ Index Danmark/Gallup, helårsbaser 2010 og 2020

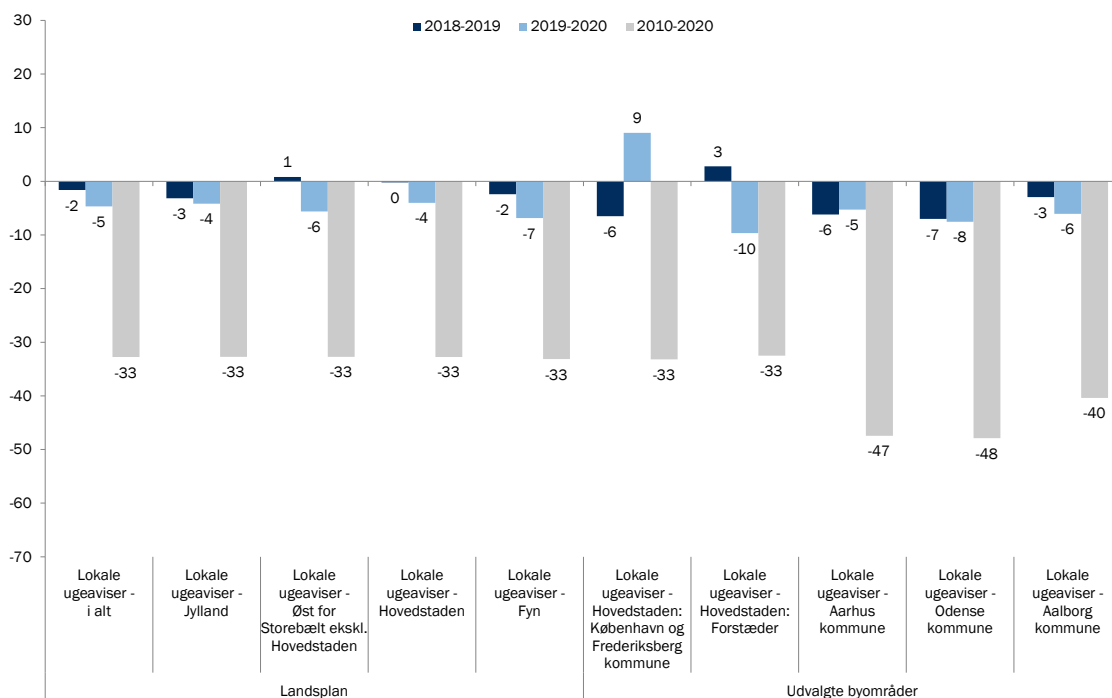
Figur 25 nedenfor viser den procentvise udvikling i de lokale ugeavisers læsertal for henholdsvis 2018-2019, 2019-2020 og på den lange bane fra 2010-2020. Som det fremgår, er de lokale ugeavisers dækning på landsplan faldet med 5 % fra 2019 til 2020. Det seneste års tilbagegang har dermed været en anelse større end fra 2018 til 2019, hvor faldet var på 2 %.

Tilbagegangen fra 2019 til 2020 har været størst i de københavnske forstæder, hvor de lokale ugeavisers dækning er faldet med 10 %. Det står i kontrast til udviklingen fra 2018-2019, hvor dækningen i området steg med 3 %. Omvendt er dækningen i hovedstadskommunerne København og Frederiksberg steget med 9 % fra 2019 til 2020 mod et fald på 6 % fra 2018 til 2019. I de øvrige geografiske områder er de lokale ugeavisers dækning faldet med mellem 4-8 % fra 2019 til 2020.

Ser man i stedet på den lange bane fra 2010 til 2020, er de lokale ugeavisers dækning på landsplan faldet med 33 %. Den udvikling er gældende på tværs af de mere bredt definerede geografiske områder, som alle har haft en tilbagegang på 33 % i antallet af ugentlige læsere fra 2010 til 2020.

Når der i stedet ses på en række udvalgte byområder, har udviklingen været lidt mere forskelligartet og typisk større, dog med undtagelse af hovedstadskommunerne København og Frederiksberg samt forstæderne til Hovedstaden, hvor dækningen ligeledes er faldet med 33 %. De lokale ugeavisers dækning er således faldet med 48 % i Odense Kommune og 47 % i Aarhus Kommune, mens den i Aalborg Kommune er faldet med 40 % fra 2010 til 2020.

Figur 25: Lokale ugeavisers gennemsnitlige ugentlige dækning, ændring i % fra 2018 til 2019, 2019 til 2020 og 2010 til 2020



Kilde: Lokal Index Danmark/Gallup - Helårsbaser 2010 og 2018-2020
Data bearbejdet af Kulturministeriet

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

Tilbagegangen i dækningen skal ses i lyset af et udfordret annoncemarked, der rammer de lokale ugeaviser særligt hårdt, da de alene er annoncefinansierede. Af primært denne årsag er der i de senere år en lang række titler og versioner, fx weekend-udgaver, der er lukket. I 2018 lukkede blandt andet North Media og Politikens Lokalaviser adskillige titler, ligesom Jysk Fynske Medier i 2017 lukkede syv titler umiddelbart efter virksomheden havde købt disse af Politikens Lokalaviser.

I 2019 og 2020 har der ikke været titellukninger i samme omfang. Imidlertid har et væsentligt antal titler skiftet hænder, herunder Sjællandske Mediers køb af Politikens Lokalaviseres nordsjællandske titler (ultimo 2019) og senest Jysk Fynske Mediers køb af North Media Aviser (titler i København og

Nordsjælland) i april 2020¹². Samtidig har annoncemarkedet været særligt udfordret under COVID-19-pandemien, hvilket blandt andet har ført til en kompensationsordning for tabt annonceomsætning i foråret 2020, og senest en kompensationsordning direkte målrettet lokale ugeaviser.¹³

6.1 Geografi og alder

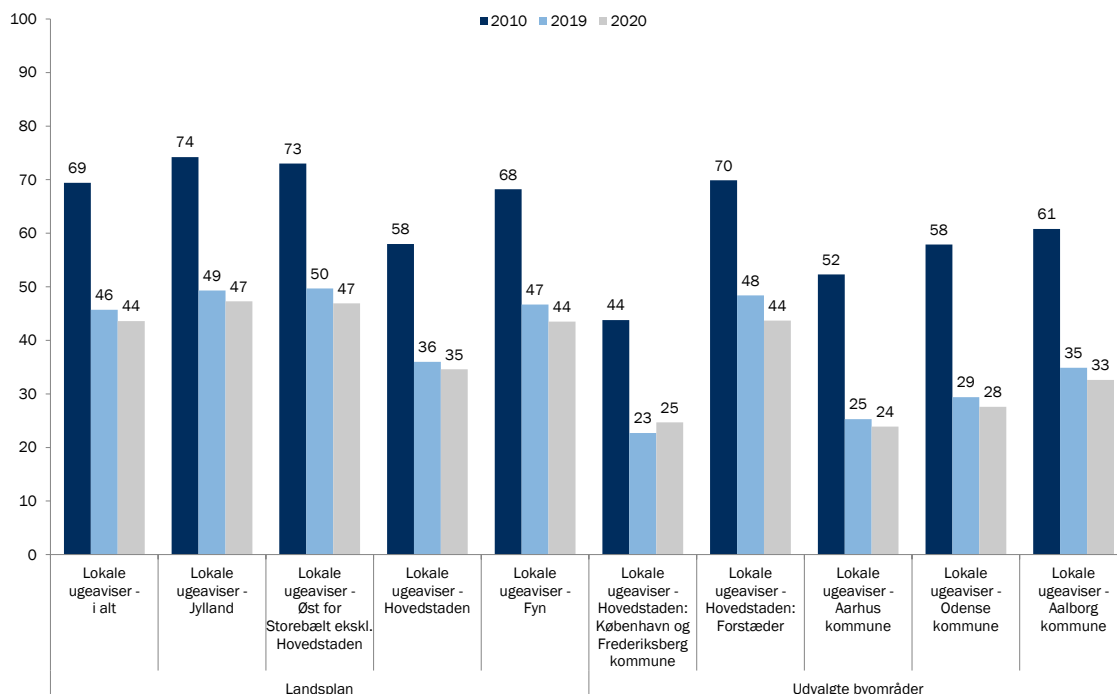
På landsplan er der i 2020 44 % af befolkningen i alderen 12 år og derover, som ugentligt læser lokale ugeaviser. Det er 2 procentpoint færre end i 2019 og 26 procentpoint mindre end i 2010, hvor mere end to tredjedele af befolkningen ugentligt læste en lokal ugeavis.

De lokale ugeavisers dækning er i 2020 størst i områderne Jylland og Øst for Storebælt ekskl. Hovedstaden, hvor der i begge områder er 47 % af befolkningen, der ugentligt læser en lokal ugeavis. Herefter følger Fyn, hvor 44 % læser lokale ugeaviser, mens Hovedstaden med 35 % har den laveste dækning.

I Hovedstaden er der dog forholdsvis stor forskel på dækningen i henholdsvis kommunerne København og Frederiksberg i forhold til forstæderne. I 2020 er der således 25 %, der ugentligt læser en lokal ugeavis i Københavns Kommune og Frederiksberg Kommune, mens der i forstæderne er 44 %. Forstæderne er dermed også det af byområderne, der har den højeste dækning, efterfulgt af Aalborg Kommune med 33 %. I Odense Kommune læser 28 % ugentligt en lokal ugeavis, mens dækningen på 24 % i Aarhus Kommune er lavest.

Som det fremgik oven for, er Hovedstaden det eneste geografiske område, der har haft en stigning i antallet af ugeavislæsere fra 2019 til 2020. Andelen af befolkning i kommunerne København og Frederiksberg, der ugentligt læser ugeblade, er således steget fra 23 % i 2019 til 25 % i 2020, mens dækningen i de øvrige geografiske områder er faldet med 1-4 procentpoint.

Figur 26: Lokale ugeavisers gennemsnitlige ugentlige dækning i % efter geografi, 2010, 2019 og 2020



Kilde: Lokal Index Danmark/Gallup - Helårsbaser 2010 og 2019-2020
Data bearbejdet af Kulturministeriet

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

¹² Jf. MediaWatch: [Jysk Fynske Medier køber North Media Aviser](#) og Sjællandske Medier: [Sjællandske Medier køber 13 nordsjællandske ugeaviser](#)

¹³ MediaWatch: [Ny hjælpepakke afsætter 40 millioner til trængte ugeaviser](#)

Der er forholdsvis store forskelle på de lokale ugeavisers dækning på tværs af aldersgrupperne. I 2020 er der således 12 % af de 12-18-årige og 13 % af de 19-34-årige, der ugentligt læser lokale ugeaviser.

Til sammenligning drejer det sig om 67 % af de 55-70-årige og 82 % af de 71-årige og derover. De 35-54-årige ligger derimod lige under befolkningsgennemsnittet med en andel på 42 %. Der er således en tydelig sammenhæng mellem alder og læsning af lokale ugeaviser.

Fra 2019 til 2020 er andelen, der læser lokale ugeaviser, primært faldet i aldersgrupperne 19-34 år og 35-54 år, som begge er faldet med 3 procentpoint. I de øvrige aldersgrupper er andelen af ugeavislæsere mere eller mindre uændret.

På den længere bane fra 2010 til 2020 har næsten alle aldersgrupper haft en tocifret tilbagegang.

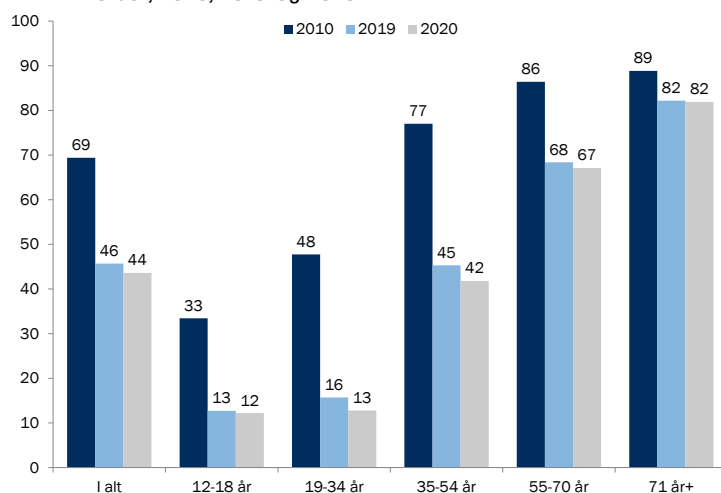
Tilbagegangen har ligeledes været størst i aldersgrupperne 19-34 år og 35-54 år, hvor dækningen er faldet med 35 procentpoint fra 2010 til 2020.

Herefter følger de 12-18-årige med et fald på 21 procentpoint og de 55-70-årige med 19 procentpoint.

I den ældste aldersgruppe på 71 år og derover har tilbagegangen derimod været mere begrænset.

Andelen af 71-årige og derover, som ugentligt læser lokale ugeaviser, er således faldet med 7 procentpoint siden 2010.

Figur 27: Lokale ugeavisers gennemsnitlige ugentlige dækning i % efter alder, 2010, 2019 og 2020



Kilde: Lokal Index Danmark/Gallup, helårsbaser 2010, 2019 og 2020. Data bearbejdet af Kulturministeriet
Univers: Danskere i alderen 12 år og derover

7 METODE

7.1 Kulturvaneundersøgelsen

Kulturvaneundersøgelsen er en stikprøvebaseret spørgeskemaundersøgelse, der har til formål at belyse befolkningens kultur-, fritids- og medievaner, herunder også nyheder. Undersøgelsens univers er den danske befolkning i alderen 16 år og derover, og interviewene foretages enten via internettet eller som telefoninterview.

Fra og med 3. kvartal 2018 er undersøgelsen blevet udført kvartalsvis af Danmarks Statistik. Hvert kvartal foretages der ca. 3.000 interviews.

[Læs mere om undersøgelsen hos Danmarks Statistik.](#)

7.2 Trykte dagblade og trykte lokale ugeaviser

Kilden til resultaterne vedrørende dækningen af de trykte dagblade er Index Danmark/Gallup. Fra og med 2017 indgår også læsere af mediernes e-aviser i tallene. Kilden vedrørende de lokale ugeaviser er Lokal Index Danmark/Gallup.

7.2.1 Index Danmark/Gallup

Index Danmark/Gallup er en spørgeskemaundersøgelse, der gennemføres af Kantar Gallup for de trykte medier og reklamebranchen. Det er primært målgrupper og forbrugsmønstre inden for de trykte medier, der undersøges. Sekundært indeholder Index Danmark/Gallup i en vis udstrækning også oplysninger om anden mediebrug, herunder internet, outdoor, radio og tv. Herudover indeholder Index Danmark/Gallup også information om danskernes forbrug, adfærd, indkøb, kendskab og loyalitet over for langvarige eller kortvarige produkter/mærker samt Kantar Gallups segmenteringsværktøj, Gallup Kompas.

Index Danmark/Gallup blev i sin nuværende form etableret i 1996. Index Danmark/Gallup måler adfærd for alle danskere fra 12 år og opæfter. Index Danmark/Gallup indeholder blandt andet informationer om dækning for aviser og andre trykte medier. Hertil desuden tal for respondenternes egen vurdering af tidsforbrug på mediegrupper samt søgevaner og brugen af e-handel og IT generelt.

Index Danmark/Gallup bygger på ca. 24.000 interviews årligt og er til og med 1. halvår 2019 gennemført med et indledende CATI-telefoninterview efterfulgt af enten et webbaseret eller postalt selvudfyldelsesskema, der afdækker områder som demografi, geografi og forbruget af trykte medier.

Fra og med 1. juli 2019 har der været en række ændringer i dataindsamlingen. Blandt andet er muligheden for at besvare selvudfyldelsesskemaet i et postalt papirskema bortfaldet, således at selvudfyldelsesskemaet nu alene er webbaseret. Som følge af den ændrede dataindsamling er der på data indsamlet fra og med 2. halvår 2019 implementeret en ny vejning af de indsamlede data. Antallet af interviews i den indledende CATI-fase er desuden reduceret med 5.000 interviews per år, til gengæld er der tilstræbt en bedre geografisk fordeling af de grundlæggende interviews. Derudover har der været en indholdsmæssig opdatering af spørgeskemaerne.

Foruden ændringerne i dataindsamlingen er opgørelsen af læsertal for dagbladene ligeledes blevet ændret. Dagbladenes officielle læsertal er med virkning fra 1. halvår 2019 således baseret på ugentlige læsere frem for daglige læsere, som hidtil har været de officielle læsertal for dagbladene.

[For yderligere information henvises til pressemeddelelsen om ændringen.](#)

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.

Til at beregne dækningen i Index Danmark/Gallup anvendes en kombination af to forskellige måder at måle læsning på: frekvenstal og periodetal. 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. Frekvenstallene baserer sig på spørgsmål om, hvor ofte man selv vurderer, at man læser det pågældende medie. Periodetal er baseret på spørgsmål om læserkontakt set i forhold til bladets udgivelsesfrekvens. De to typer tal giver kombineret dækningen.

Dækningen siger overordnet noget om, 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.

Ikke alle er fuldt bevidste om, hvor mange trykte medier de konsumerer, og hvor ofte de gør det. Tallene er derfor i et vist omfang præget af selvopfattede vaner og/eller ønsker om prestige (kulturel positionering). Dette betyder, at de beskrevne dækningstal i en vis grad er en måling af respondenternes selvopfattede medieforbrug. Der er dog ikke nødvendigvis nogen væsentlig forskel på det reelle mediebrug og det selvopfattede mediebrug.

Ikke alle personer ønsker at deltage i denne slags undersøgelser. For nogle af disse grupper af befolkningen, der er svære at rekruttere, vejes deres data en smule op for at øge deres tyngde i det samlede billede, så den modsvarer deres tyngde ude i befolkningen.

Index Danmark/Gallup anvendes i kapitlet også til at belyse de største skrevne nyhedsmediers samlede dækning på tværs af trykte udgivelser og sites. I den forbindelse anvendes der data om sites tilhørende trykte medier i Index Danmark/Gallup, der er baseret på kalibreringer af data fra Dansk Online Index. For sites uden tilknytning til trykte medier, fx dr.dk, anvendes alene Dansk Online Index.

7.2.2 Lokal Index Danmark/Gallup

Data til Lokal Index Danmark/Gallup indsamles i forbindelse med det indledende telefoninterview på Index Danmark/Gallup. Der er tre spørgsmål særligt knyttet til lokalbasen:

- Hvilke af følgende lokale ugeaviser modtages regelmæssigt i husstanden (oplæsning af samtlige lokale ugeaviser med udgivelse i respondentens postnummer)
- Blandt de modtagne: Hvilke af følgende lokale ugeaviser har du læst eller set i mindst et par minutter inden for den seneste uge (oplæsning af samtlige lokale ugeaviser med modtagelse i respondentens husstand)?
- Hvis læst mere end en titel: Hvilken af følgende lokale ugeaviser finder du er vigtigst, det vil sige den lokale ugeavis, som du nødigt vil undvære (oplæsning af samtlige lokale ugeaviser, der læses)?

Derudover er vejningen af Lokal Index Danmark/Gallup mere fintmasket end Index Danmark/Gallup CATI-delen. I Lokal Index Danmark/Gallup opdeles dækningsområdet for hver eneste lokale ugeavis i primært og sekundært dækningsområde (på baggrund af postnumre), og for hver eneste lokale ugeavis vejes disse områders størrelse, så de svarer til Danmarks Statistik.

7.3 Grupper af trykte dagblade og lokalaviser

Der arbejdes i Rapportering om mediernes udvikling både på enkelttitelniveau og med en række dagbladsgupper. Ikke alle titler i tabellen over inkluderede titler er med alle år, da visse titler er kommet til, ophørt, eller ikke er blevet målt hele perioden. Der er således tale om en bruttoliste over de medier, der har været inkluderet i løbet af de undersøgte perioder.

Bemærk: Ultimo 2019/primo 2020 er der sket betydelige ændringer i målingerne af B.T. og B.T.metro. B.T.metro, som er trafikomdelt, har skiftet navn til B.T. men er stadig en gratis trafikomdelt avis mandag til fredag. B.T. om lørdagen og søndagen er stadig betalingsavis, mens den tidligere hverdagsudgave af B.T. er ophørt. Imidlertid indgik både B.T. og B.T.metro til og med 2018 som selvstændige titler i Index Danmark/Gallup med udgivelser på seks hverdage og om søndagen (B.T.) og fem

hverdage (B.T.metro). Men i hele 2019 indgår titlerne alene med B.T.s fem hverdagsudgaver, der i målingen er en videreførelse af det tidligere B.T.metro, samt B.T.s søndagsudgave. Det står i kontrast til det forhold, at begge titler udkom som i 2018 i hele 2019. I forhold til nærværende dagbladsgrupper betyder det at læsningen af den "oprindelige" B.T. hverdag er underrepræsenteret idet seks af dagbladets udgivelsesdage (mandag til lørdag) ikke er en del af målingen. Af samme grund er de påvirkede gruppers dækning formentlig lidt mindre i 2019, end de ellers ville have været.

Tabel 1: Oversigt over dagbladsgrupper fra 2010 til 2020

| Dagbladsgruppe | Enkeltpublikationer i gruppen (2010-2020) |
|--|--|
| Dagblade - Alle | Alle titler nævnt nedenfor under "Landsdækkende dagblade - Alle" og "Lokale/regionale dagblade - Alle" |
| Landsdækkende dagblade - Alle | Jyllands-Posten, Politiken, Berlingske, Kristeligt Dagblad, Information, Weekendavisen, Licitationen, Børsen, B.T., Ekstra Bladet, B.T.metro (ophørt 2019), Urban (ophørt 2012), 24timer (ophørt 2013) |
| Landsdækkende dagblade - Omnibus/business | Jyllands-Posten, Politiken, Berlingske, Kristeligt Dagblad, Information, Børsen, Weekendavisen |
| Lokale/regionale dagblade - Alle | Århus Stiftstidende, Fyens Stiftstidende, Bornholms Tidende, Dagbladet Holstebro Struer / Lemvig Folkeblad, Frederiksborg Amts Avis, Fyns Amts Avis, Helsingør Dagblad, Herning Folkeblad, Horsens Folkeblad, Lolland-Falster Folketidende, Midtjyllands Avis, Morsø Folkeblad (ophørt 2019), Skive Folkeblad, Viborg Stifts Folkeblad, Jyske Vestkysten, Vejle Amts Folkeblad / Fredericia Dagblad, Dagbladet Ringkøbing / Skjern, DAGBLADET Ringsted/Roskilde/Køge, Randers Amtsaviser, NORDJYSKE Stiftstidende, Sjællandske Næstved/Vordingborg/Slagelse, Nordvestnyt Holbæk/Odsherred/Kalundborg |
| Regionale dagblade | Århus Stiftstidende, Fyens Stiftstidende, Jyske Vestkysten, Nordjyske Stiftstidende |
| Lokale dagblade | "Lokale/regionale dagblade - Alle" fratrukket de "Regionale dagblade" |

Tabel 2: Lokale ugeaviser

| Gruppe | Enkeltpublikationer i gruppen |
|-------------------------|---|
| Lokale ugeaviser | De til enhver tid aktive lokale ugeaviser i de respektive år jf. Lokal Index Danmark/Gallup |

7.4 Dansk Online Index

Analysen har i tidligere udgaver indeholdt afsnit omhandlende danskernes brug af nyhedsmediernes hjemmesider på baggrund af data fra Dansk Online Index (DOI). DOI er den officielle måling af danskernes brug af internettet via desktop, mobil og tablet og giver både et billede af den danske internettrafik og et indblik i danskernes brug af udvalgte internetsider i Danmark.

Dansk Online Index blev fra 2016 til 2019 leveret af Kantar Gallup på vegne af Danske Medier Research. Fra 2020 og frem varetages målingen imidlertid af Gemius. På grund af tekniske udfordringer i forbindelse med den nye cookie-forordning har målingen dog været midlertidigt suspenderet i en stor del af 2020, hvorfor det ikke er muligt at få data fra 2020. Pr. 1. juni 2021 kører målingen igen.¹⁴

¹⁴ Jf. [Nu åbner Toplisterne igen](#)

8 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 Kulturministeriet, Rapportering om mediernes udvikling 2021 oplyses. Videre salg eller anden kommerciel udnyttelse/ anvendelse af data er ikke tilladt i nogen form.

9 FIGURFORTEGNELSE

| | |
|--|----|
| Figur 1: "Hvor ofte har du inden for den sidste uge set, læst eller lyttet til nyheder?", andel af befolkningen i % efter alder, 4. kvartal 2020..... | 7 |
| Figur 2: "Hvordan får du adgang til nyheder?", andel af befolkningen i % efter alder. 4. kvartal 2020. <i>Spørgsmålet er alene stillet til dem, der har set, læst eller lyttet til nyheder inden for den sidste uge (Figur 1).</i> | 8 |
| Figur 3: "Hvilke typer nyhedsmedier læser, ser eller hører du?", andel af befolkningen i %. 3. kvartal 2018 til 4. kvartal 2020. <i>Spørgsmålet er alene stillet til dem, der har set, læst eller lyttet til nyheder inden for den sidste uge (Figur 1).</i> | 9 |
| Figur 4: "Hvilke typer nyhedsmedier læser, ser eller hører du?", andel af befolkningen i % efter alder. 4. kvartal 2020. <i>Spørgsmålet er alene stillet til dem, der har set, læst eller lyttet til nyheder inden for den sidste uge (Figur 1).</i> | 10 |
| Figur 5: "Hvilke typer nyheder, fx artikler eller indslag, læser, ser eller hører du?", andel af befolkningen i %. 3. kvartal 2018 til 4. kvartal 2020. <i>Spørgsmålet er alene stillet til dem, der har set, læst eller lyttet til nyheder inden for den sidste uge (Figur 1).</i> | 10 |
| Figur 6: "Hvilke typer nyheder, fx artikler eller indslag, læser, ser eller hører du?", andel af befolkningen i % efter alder. 4. kvartal 2020. <i>Spørgsmålet er alene stillet til dem, der har set, læst eller lyttet til nyheder inden for den sidste uge (Figur 1).</i> | 11 |
| Figur 7: "Hvordan får du adgang til trykte aviser, netaviser eller nyhedssider på nettet?", andel af befolkningen efter alder, 4. kvartal 2020. <i>Spørgsmålet er alene stillet til dem, der har set, læst eller lyttet til nyheder inden for den sidste uge (Figur 1) samt har svaret at de læser trykte aviser eller dagblade og/eller læser nyhedssider eller nyhedsudsendelser på nettet via netaviser eller nyhedsapps (Figur 2).</i> | 12 |
| Figur 8: "Hvor ofte benytter du følgende medier", minimum ugentligt, andel af befolkningen i %, 2019 og 2020..... | 13 |
| Figur 9: Trykte landsdækkende dagblades gennemsnitlige ugentlige dækning i 1.000, inklusive søndagsudgivelser, 2019 og 2020..... | 15 |
| Figur 10: Landsdækkende trykte dagblades gennemsnitlige ugentlige dækning i procent, inklusive søndagsudgivelser, 2010, 2018-2020..... | 16 |
| Figur 11: Trykte lokale og regionale dagblades gennemsnitlige ugentlige dækning i 1.000, inklusive søndagsudgivelser, 2019 og 2020..... | 17 |
| Figur 12: Procentvis ændring fra 2019 til 2020 i trykte dagblades gennemsnitlige ugentlige dækning inklusive søndagsudgivelser..... | 18 |
| Figur 13: Procentvis ændring fra 2010 til 2020 i trykte dagblades gennemsnitlige ugentlige dækning, inklusive søndagsudgivelser..... | 19 |
| Figur 14: Gennemsnitlige ugentlig dækning/ugentlige brugere i 1.000 af henholdsvis alle trykte dagblade og alle nyhedssites i Dansk Online Index, 2010, 2018 og 2019..... | 20 |
| Figur 15: Trykte dagbladsgruppers gennemsnitlige ugentlige dækning i 1.000, inklusive søndagsudgivelser, 2010, 2018-2020..... | 21 |
| Figur 16: Procentvis ændring i trykte dagbladsgruppers gennemsnitlige ugentlige dækning fra 2018 til 2019, 2019 til 2020 og 2010 til 2020, inklusive søndagsudgivelser..... | 22 |
| Figur 17: Dagbladsgruppers gennemsnitlige ugentlige dækning i %, inklusive søndagsudgivelser, 2010, 2018-2020..... | 23 |
| Figur 18: Dagbladsgruppers gennemsnitlige ugentlige dækning i % i regioner, inklusive søndagsudgivelser, 2020..... | 24 |
| Figur 19: Trykte dagbladsgruppers gennemsnitlige ugentlige dækning i % i forskellige urbaniseringsgrader, inklusive søndagsudgivelser, 2020..... | 25 |
| Figur 20: Trykte dagbladsgruppers gennemsnitlige ugentlige dækning i % af uddannelsesgrupper, inklusive søndagsudgivelser, 2020..... | 25 |
| Figur 21: Trykte dagblades gennemsnitlige ugentlige dækning i % af aldersgrupper, inklusive søndagsudgivelser, 2010-2020..... | 26 |
| Figur 22: Trykte dagbladsgruppers gennemsnitlige ugentlige dækning i % af aldersgrupper, inklusive søndagsudgivelser, 2010 og 2020..... | 27 |
| Figur 23: Aldersmæssig brugerprofil i %, ugentlige læsere af trykte dagblade, inklusive søndagsudgivelser, 2010 og 2020..... | 28 |
| Figur 24: Lokale ugeavisers gennemsnitlige ugentlige dækning i 1.000, 2010 og 2018 til 2020..... | 29 |

| | |
|--|----|
| Figur 25: Lokale ugeavisers gennemsnitlige ugentlige dækning, ændring i % fra 2018 til 2019, 2019 til 2020 og 2010 til 2020..... | 30 |
| Figur 26: Lokale ugeavisers gennemsnitlige ugentlige dækning i % efter geografi, 2010, 2019 og 2020 | 31 |
| Figur 27: Lokale ugeavisers gennemsnitlige ugentlige dækning i % efter alder, 2010, 2019 og 2020 | 32 |

10 TABELFORTEGNELSE

| | |
|--|----|
| Tabel 1: Oversigt over dagbladsgrupper fra 2010 til 2020 | 35 |
| Tabel 2: Lokale ugeaviser | 35 |