

# Brugerne vil selv bestemme

Et stadig mere individualiseret medieforbrug og en stigende villighed hos forbrugerne til at betale for både musik-, tv- og filmstreaming. Det er blandt konklusionerne på en ny undersøgelse af danskernes medievaner, foretaget af YouGov på vegne af Koda.

## Musikstreaming:

### Flere betaler, men det gratis forbrug dominerer stadig

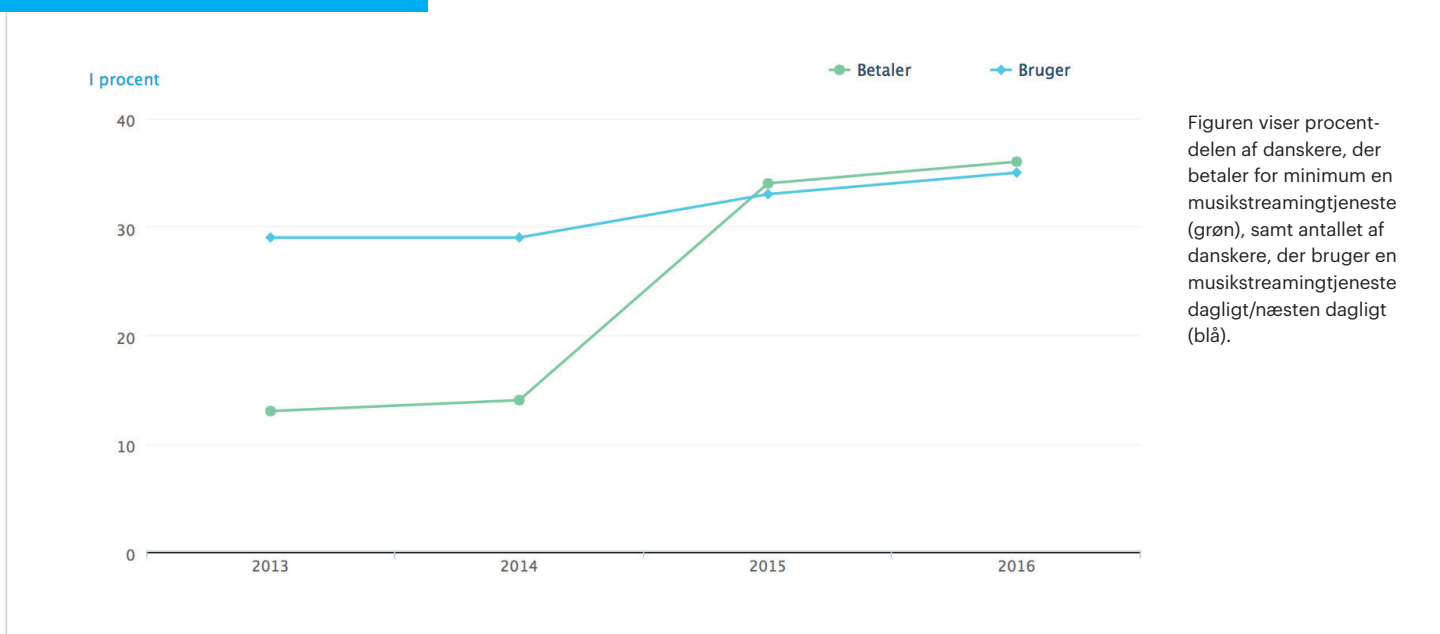
Mens det samlede musikstreamingforbrug ikke har udviklet sig væsentligt, og hyppigheden for, hvor ofte danskerne trykker play, kun er steget en smule siden 2013, er andelen af danskere, der betaler for at lytte til musik fra én eller flere streamingtjenester, steget markant i samme periode. Mere end en tredjedel af danskerne betaler i dag for minimum én streamingtjeneste mod 13 procent i 2013.

Betalingsvilligheden er højest i den yngre halvdel af befolkningen. Cirka 45 procent af brugerne i aldersgruppen 18-39 år, betaler for minimum én streamingtjeneste. Til sammenligning betaler kun knap en fjerdedel af brugerne fra 50-64 år.



For femte år i træk har Koda i forbindelse med udgivelsen af sin årsberetning taget temperaturen på danskernes forbrugsvaner indenfor musik, TV og film.

## Streaming: Betaling og brug



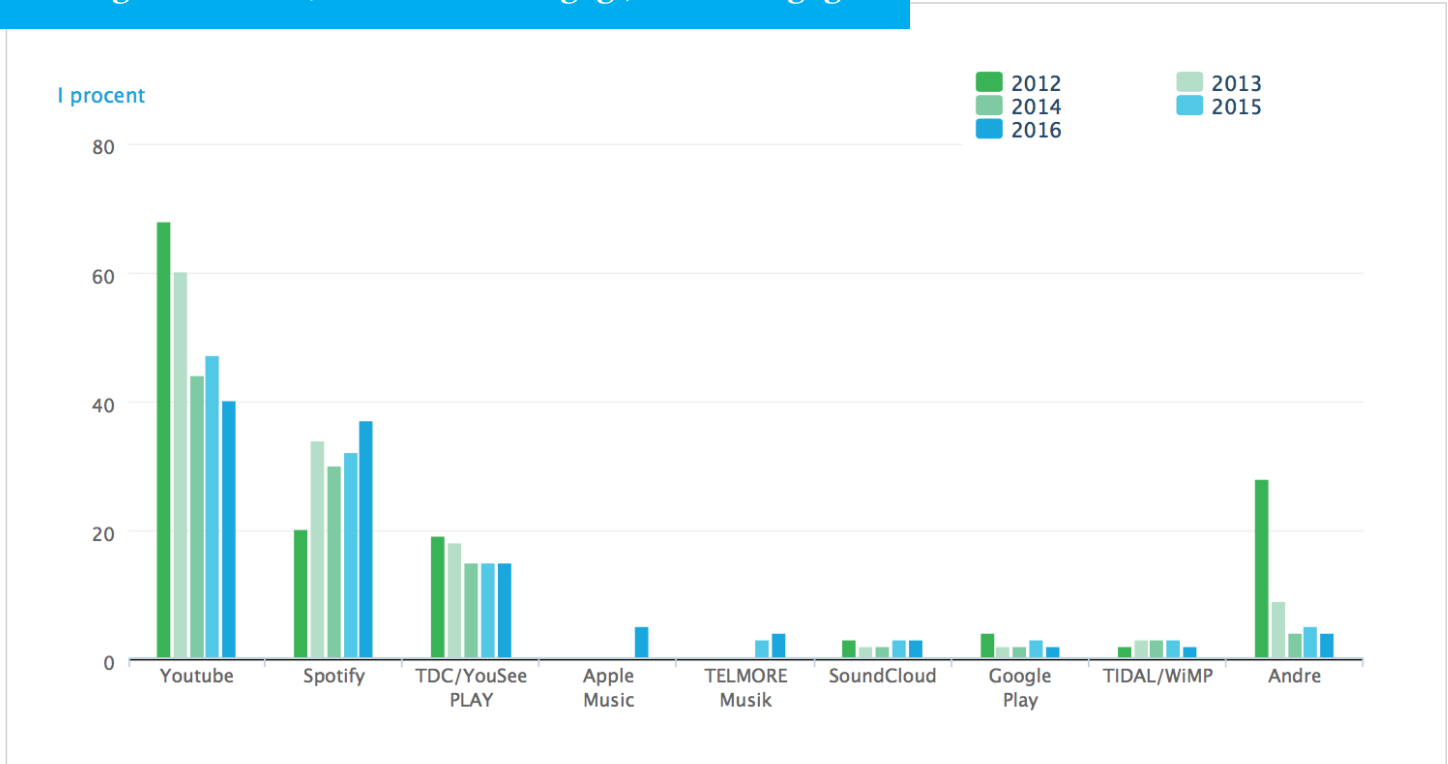
## Streaming er ungt – radio er gammelt

Den individualiserede musikmedieforbruger skal hovedsageligt findes blandt den yngre del af befolkningen. 67 procent af de 12-17-årige og 64 procent af de 18-29-årige benytter sig af minimum én af de abonnementsbaserede streamingtjenester, mens det kun er omtrent en fjerdedel af de 50-64-årige. Kigger man på fordelingen i forbindelse med brugen af de gratis musikstreamingtjenester som YouTube, Soundcloud og Vimeo, finder man derimod klart fleste brugere blandt de 12-17-årige, hvor 77 procent har benyttet sig af en af disse tjenester indenfor de seneste 30 dage. Omvendt er det kun to procent af de 18-29-årige, der udelukkende hører musik på radio og tv, mens dette gælder for mere end en fjerdedel af de 50-64-årige.

## YouTube stadig nummer et, men bruges mindre hyppigt.

YouTube er stadig den mest benyttede musikstreamingtjeneste, men på ét punkt er konkurrenterne begyndt at hale ind. Ser man på andelen af danskere, som bruger YouTube dagligt/næsten dagligt, er forbruget faldet med 18 procent siden 2012. Til sammenligning er antallet af daglige brugere på Spotify i samme periode steget fra 20 til 37 procent .

## Fordeling af danskere, der streamer dagligt/næsten dagligt

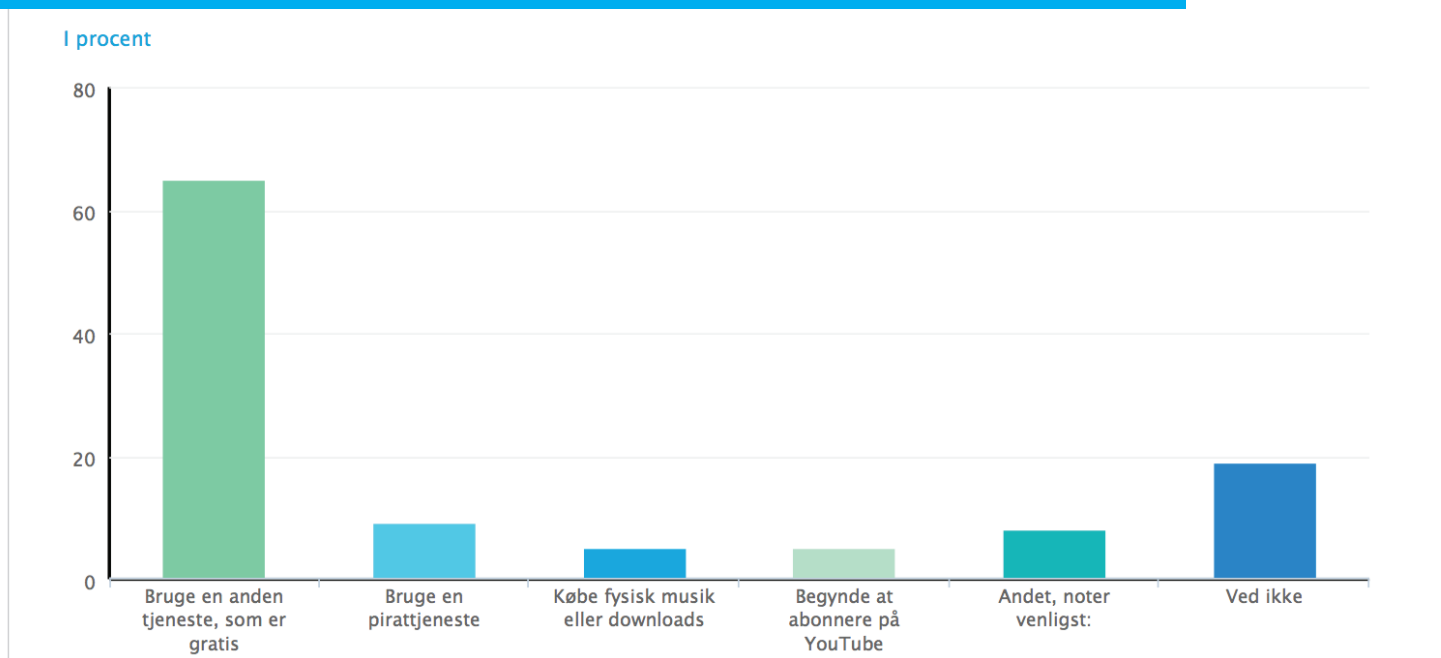


Kigger man derimod på, hvor mange af danskerne, der samlet set har benyttet sig af en af streamingtjenesterne indenfor de seneste 30 dage, har YouTube dog stadig et stykke ned til sin nærmeste konkurrent. I den periode har knap halvdelen af danskerne været en tur forbi YouTube for at høre musik, og der er dermed en god afstand ned til Spotify, som med 36 procent er den næste på listen.

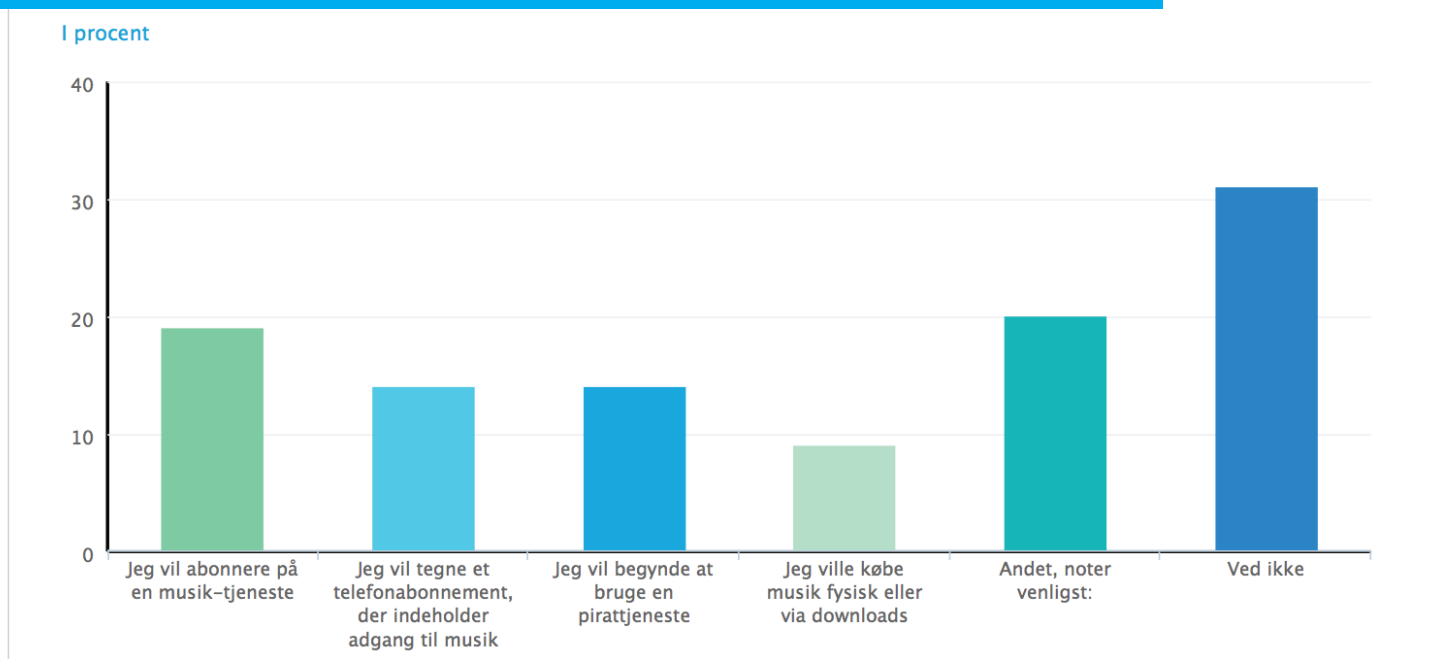
### Vanens magt

Meget tyder på, at den trofaste YouTube-bruger er blevet vænnet til den gratis brug af musik, som tjenesten tilbyder, for spørger man dem, hvad de ville gøre, hvis tjenesten begyndte at kræve betaling, ville langt de fleste lede efter et gratis alternativ. Den tendens gælder ikke for Spotify Free-brugeren, som i langt højere grad ville vælge en betalingstjeneste til, hvis gratismuligheden hos Spotify forsvandt.

### Hvad ville du gøre, hvis du ikke længere kunne høre musik gratis på YouTube?



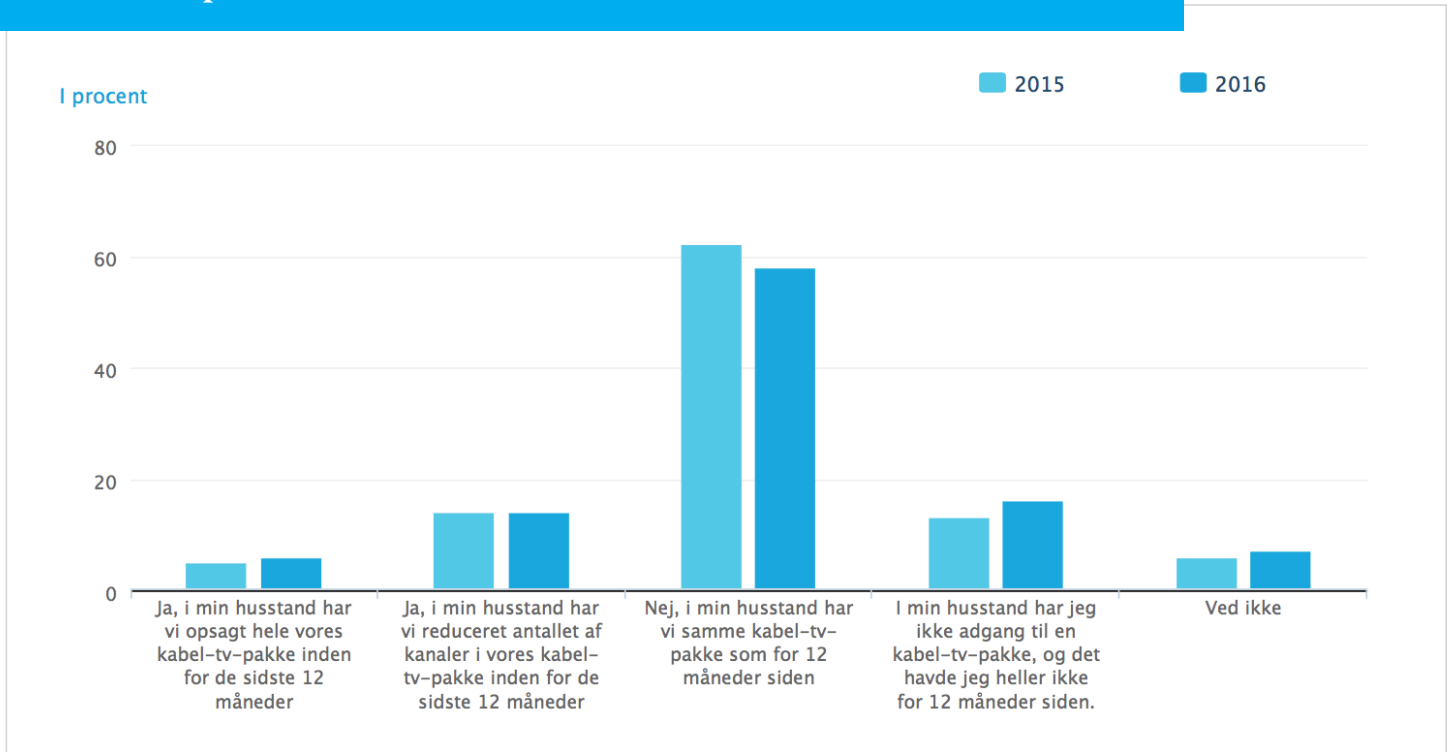
### Hvad ville du gøre, hvis du ikke længere kunne høre gratis musik på Spotify?



## Kabel-tv, nej tak, VoD, ja tak

På TV- og filmområdet peger fremtiden også i retning af mere streaming og øget individualisering. For andet år i træk har 14 procent af danskerne i løbet af det seneste år reduceret deres kabel-tv-pakke, og samtidig har knap en fjerdedel af danskerne i dag helt fravalgt en kabel-tv-pakke, hvilket er stigning på fire procent i forhold til året før. Baggrunden for danskernes fravalg og reducere skyldes i overvejende grad økonomi og nye forbrugsvaner. De fleste svarer, at de vil spare penge, og herefter er det næstmest hyppige svar, at de i stedet kan få opfyldt deres tv-behov med en video-on-demand-tjeneste som for eksempel Netflix og HBO.

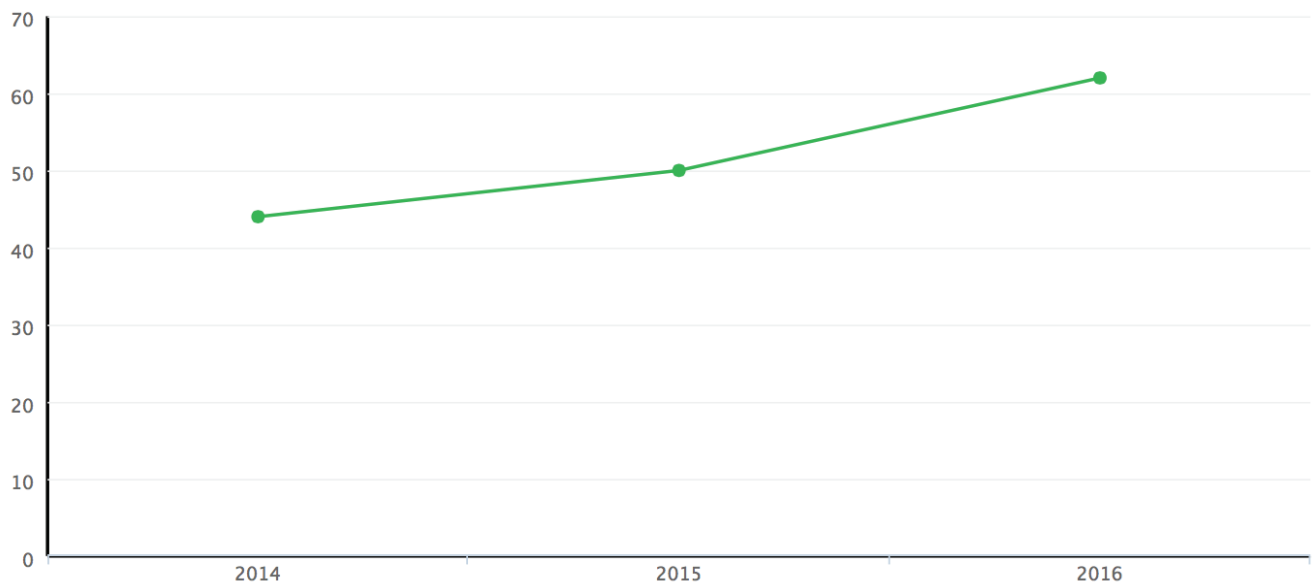
### Har du inden for de sidste 12 måneder opsagt eller reduceret dit abonnement på en kabel-tv-pakke?



Netop video-on-demand-tjenesterne oplevede sidste år en markant fremgang, og i dag har 62 procent af danskerne et abonnement hos en video-on-demand-tjeneste mod 50 procent det foregående år. Og her er det særligt én tjeneste, som har taget om danskerne, nemlig Netflix, hvor lige knap halvdelen af danskerne i dag har et abonnement.

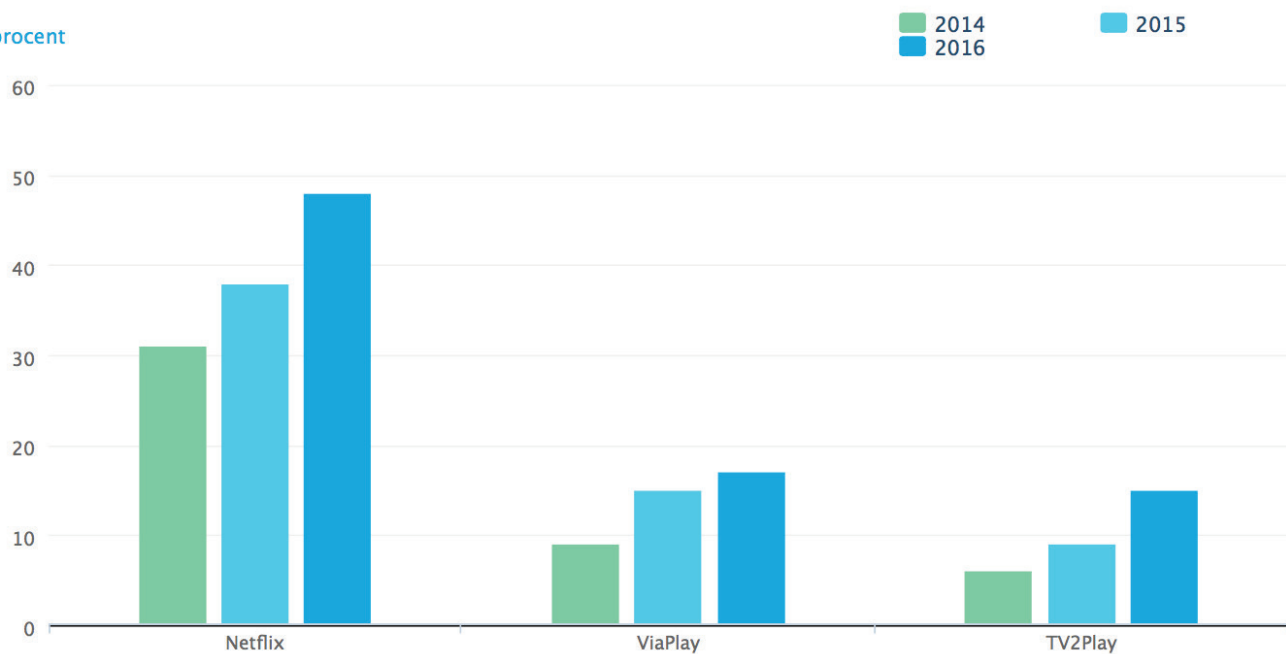
## Danskere, der abonnerer på en eller flere video-on-demand-tjenester

I procent



## Top 3 mest brugte video-on-demand-tjenester

I procent



### Fakta

For femte år i træk har Koda i forbindelse med udgivelsen af sin årsberetning taget temperaturen på danskernes forbrugsvaner indenfor musik, TV og film. Undersøgelsen er foretaget i marts 2016 af analysefirmaet YouGov på vegne af Koda.