

**DET
DANSKE
FILMINSTITUT**



DEN DIGITALE FORBRUGER
Køb, leje og streaming i 2020

Marts 2021

METODE



Interviewperiode & dataindsamlingsmetode

Undersøgelsen er gennemført i primo december 2020 via internettet med udgangspunkt i YouGov Panelet i Danmark. Seneste undersøgelse blev gennemført i maj 2019.

Målgruppe

Undersøgelsen er gennemført blandt 15+ årige.



Der er udsendt invitationer via e-mail til personer, der opfylder disse krav i YouGov Panelet. Data er indsamlet, så det udgør et repræsentativt udsnit af den danske befolkning med udgangspunkt i 15+ årige.

I alt er der gennemført 2.500 interviews.

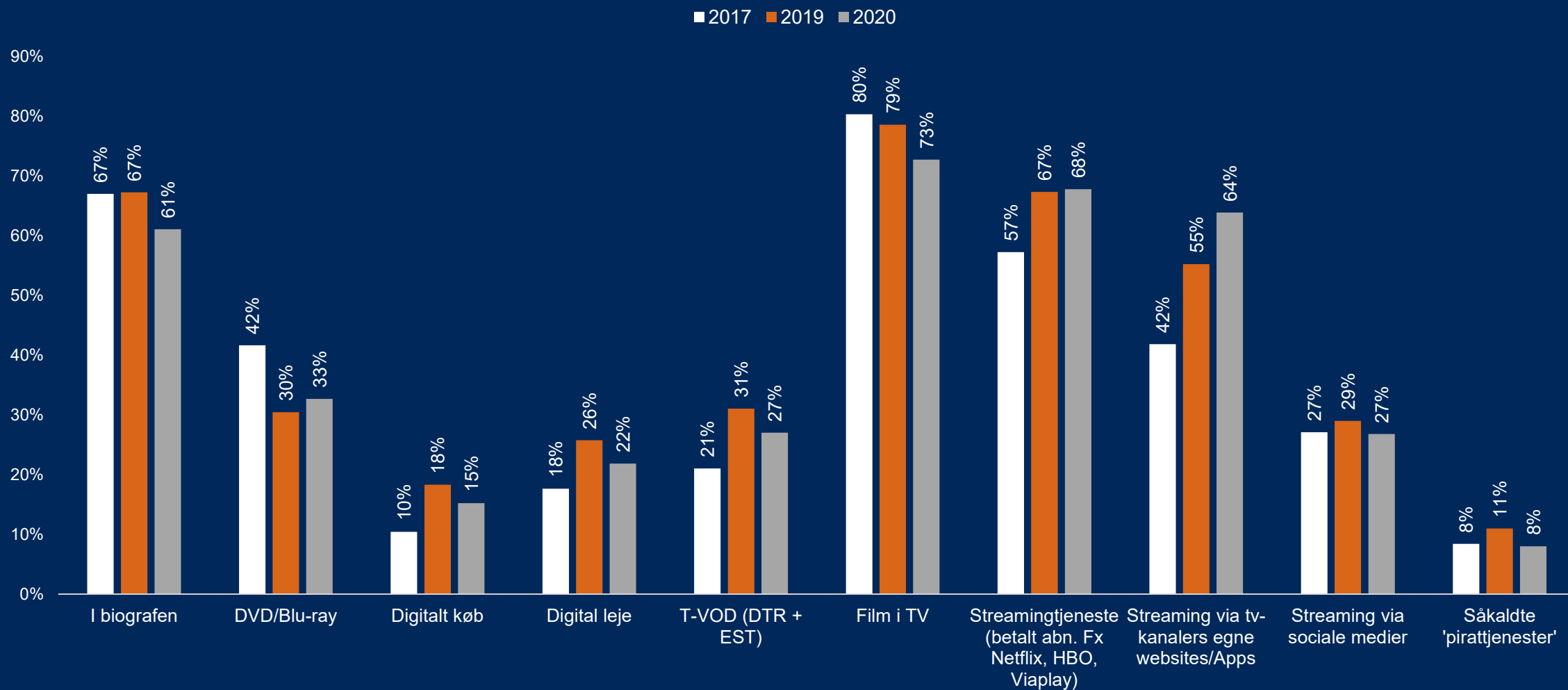


Vejning af data

Data er vejet på dimensionerne køn, alder og geografi på baggrund af et ideal fra Danmarks Statistik, således at resultaterne er repræsentative for befolkningen i relation til ovenstående målgruppe.

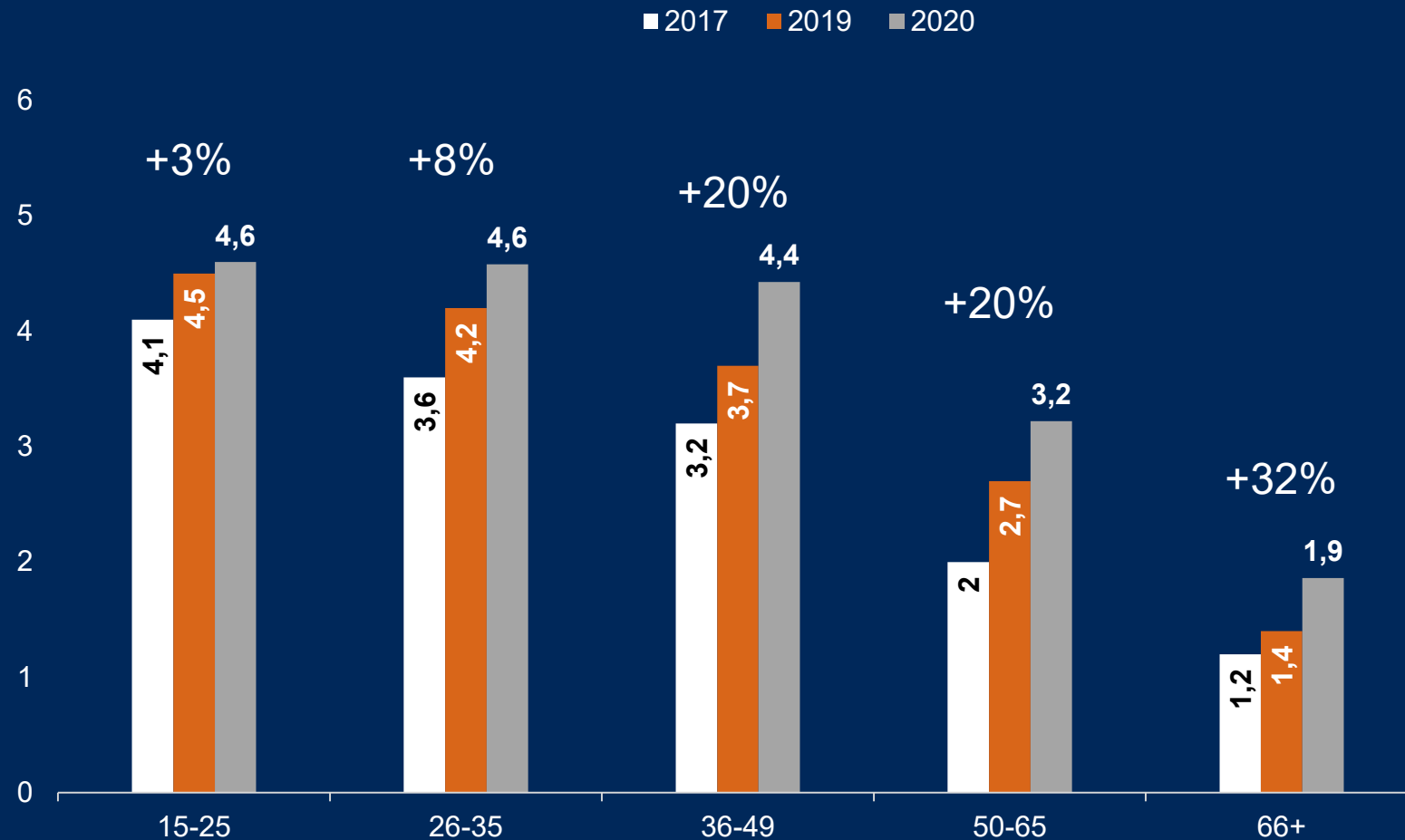


OVERBLIK – HVOR SER DANSKERNE **FILM**?



Base: Alle (2.562) / (2.501) / (2500)

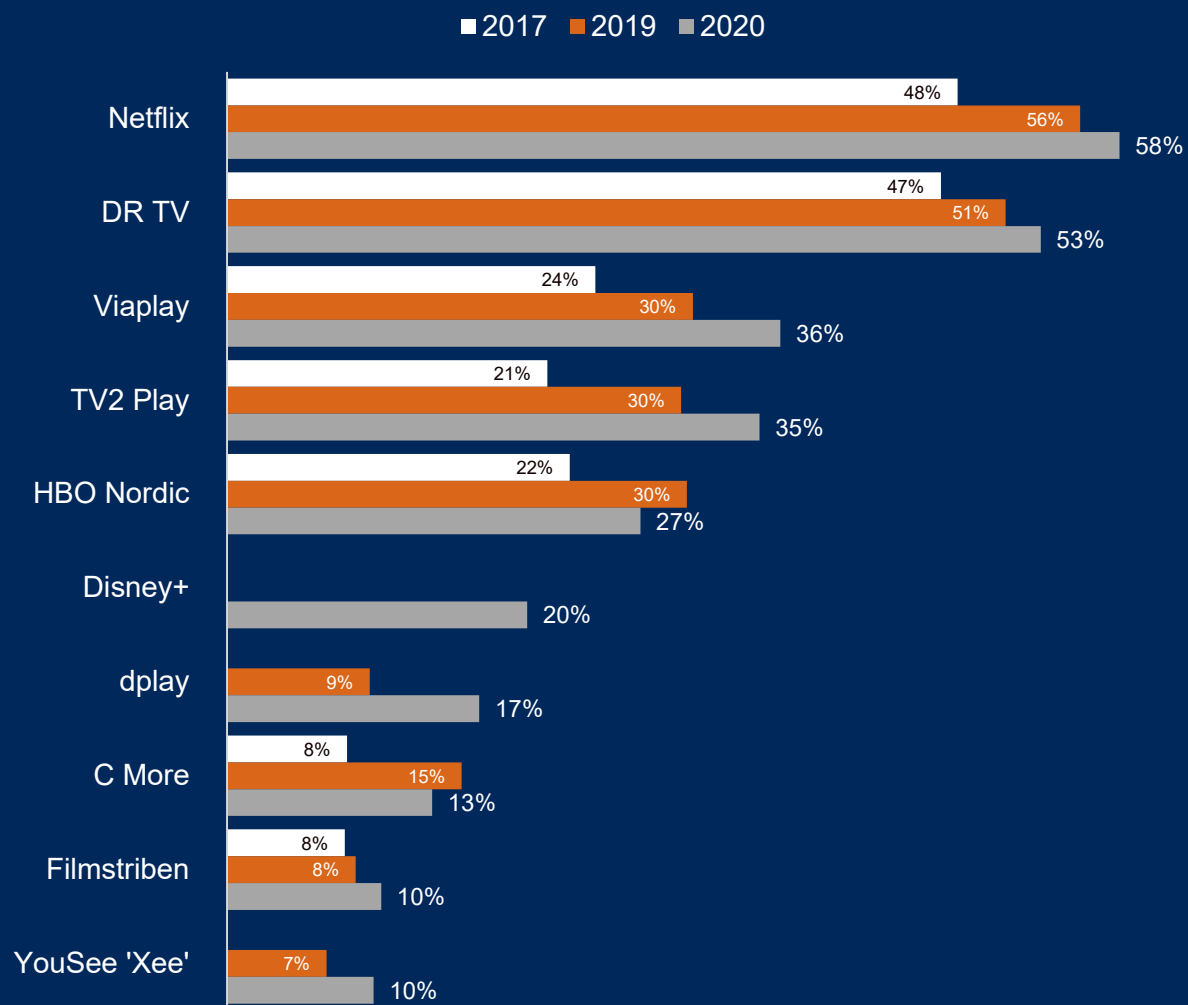
ANTALLET AF BENYTTETDE TJENESTER STIGER FORTSAT



Hver sjette dansker benytter ingen tjenester

Base: Alle (2.562) / (2.501) / (2500)

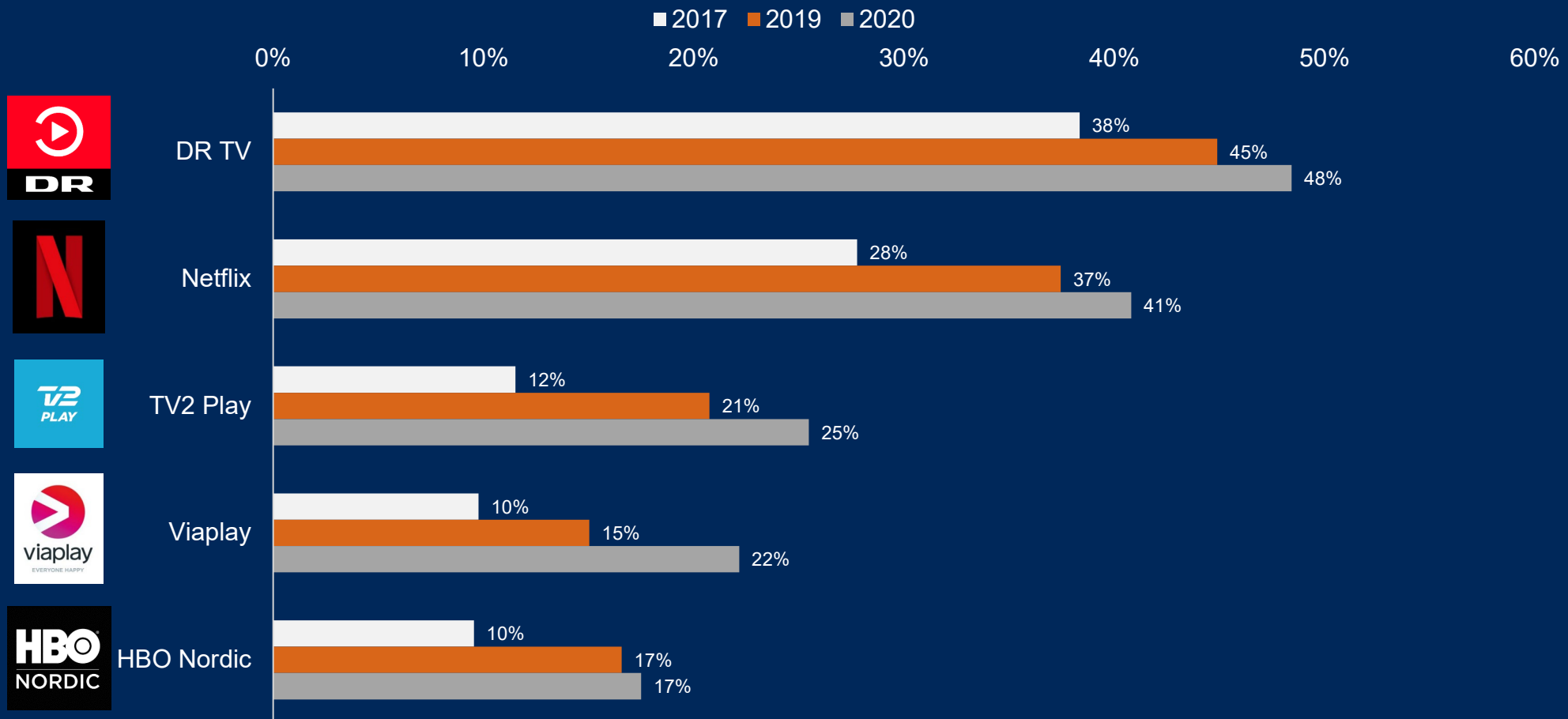
HVILKE TJENESTER BENYTTES DANSKERNE TIL AT SE FILM OG SERIER?



Base: Alle (2.562) / (2.501) / (2500)

Yderligere tjenester målt: YouTube Premium; Filmcentralen; Nordisk Film+; Facebook Watch; Minbio; Hayu; Wao Bio; 123movies; Rakuten TV; Altibox; YouTv; Playstation Store; Vimeo; SF Anytime; PopcornTime; Grand Hjemmebio; Plejmo; Mubi og SF Kids Play

GENERATIONSKLØFTEN BLIVER STADIG MINDRE... (50ÅR+)



MERE INFO OM ADFÆRD OG HOLDNINGER FINDER DU HER:



<https://www.dfi.dk/branche-og-stoette/publikationer-og-indsatser/publikationer/vidste-du-om-publikum-markedsudvikling>



PROFILER
KØB, LEJE OG STREAMING

DEFINITIONER AF BEGREBER – FX LIVSFASER LÆSEVEJLEDNING

Family Lifecycle - YouGov's Family Lifecycle.

Pre family

Personen er 18-45 år og har ingen børn.

Young family

Personen har hjemmeboende børn, hvor yngste barn er 0-6 år.

Adult family

Personen har hjemmeboende børn, hvor yngste barn er 7 år eller ældre.

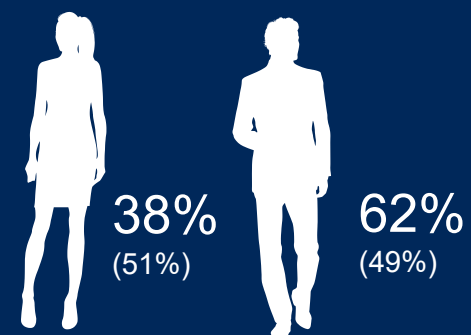
Active Empty Nesters

Personen er 46 år eller ældre uden hjemmeboende børn og er aktiv på arbejdsmarkedet.

Seniors Citizens/In-active Empty Nesters

Personen er 46 år eller ældre uden hjemmeboende børn og er ikke aktiv på arbejdsmarkedet.

Kønsfordeling



Børn i husstanden

Under 18 år

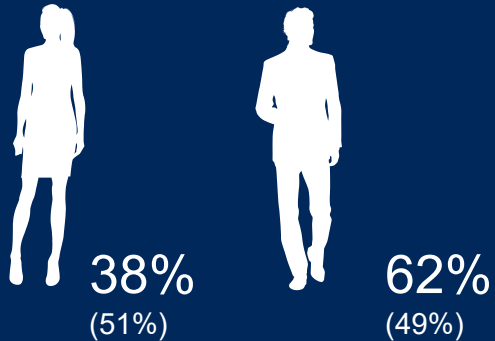


41% (27%)

PROFIL - DIGITAL KØB - 8%

Ser film købt digitalt mindst en gang i kvartalet (15 år+)

Kønsfordeling

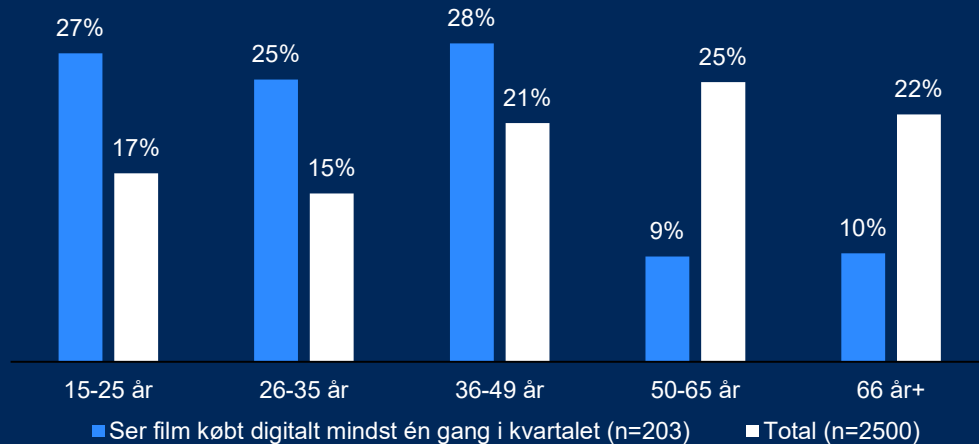


Børn i husstanden Under 18 år

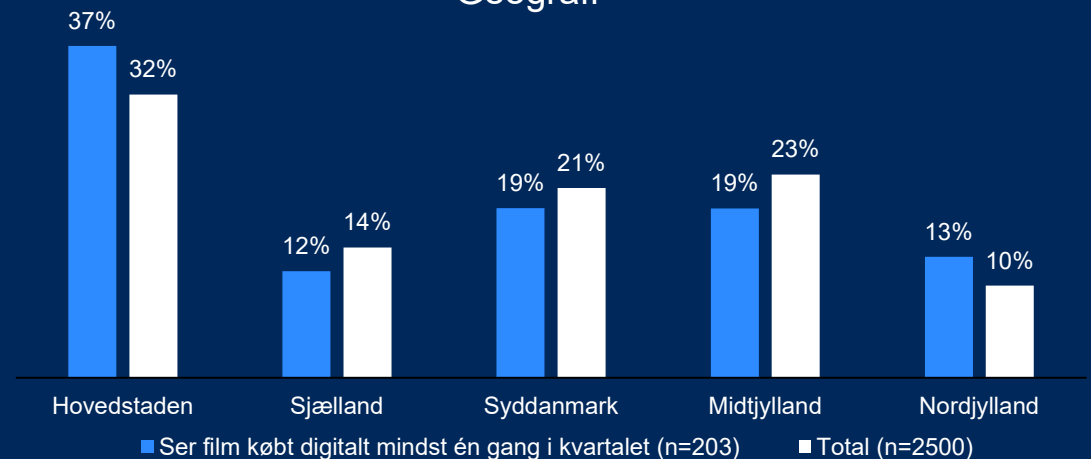


- Størst andele i segmenterne **pre family 41%** (31%), **young family 23%** (10%)
- Der er en stor andel hhv. **funktionærer 35%** (30%) og **studerende 22%** (15%) og signifikant flere i **hovedstadsområdet** end på landet

Aldersfordeling

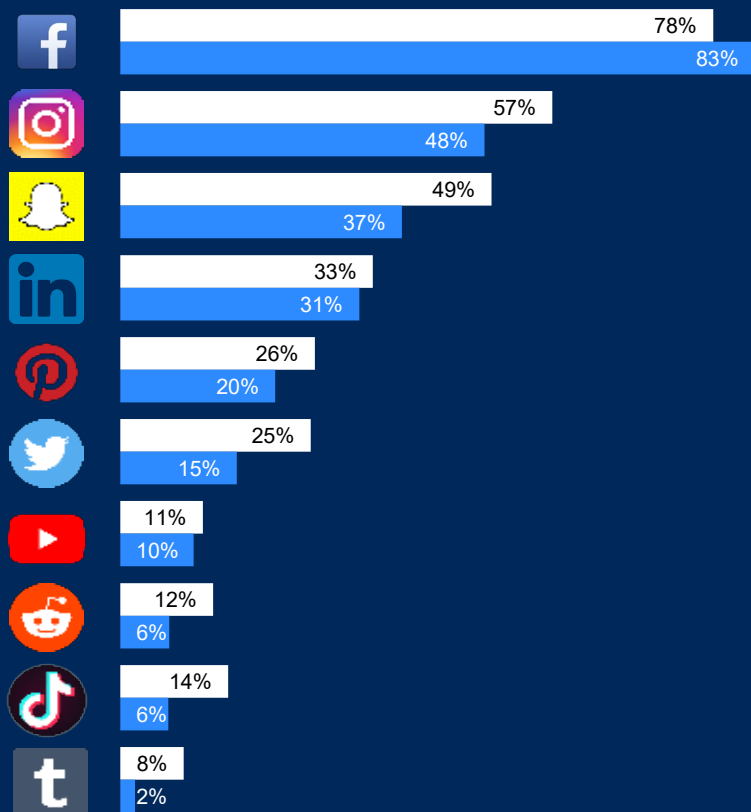


Geografi



GENERELT MEGET DIGITALT ORIENTEREDDE

SoMe – Bruger min. månedligt



ONLINE TIDSFORBRUG

(udover arbejdstid eller studier)

37% bruger mere end 21 timer om ugen online (28%)

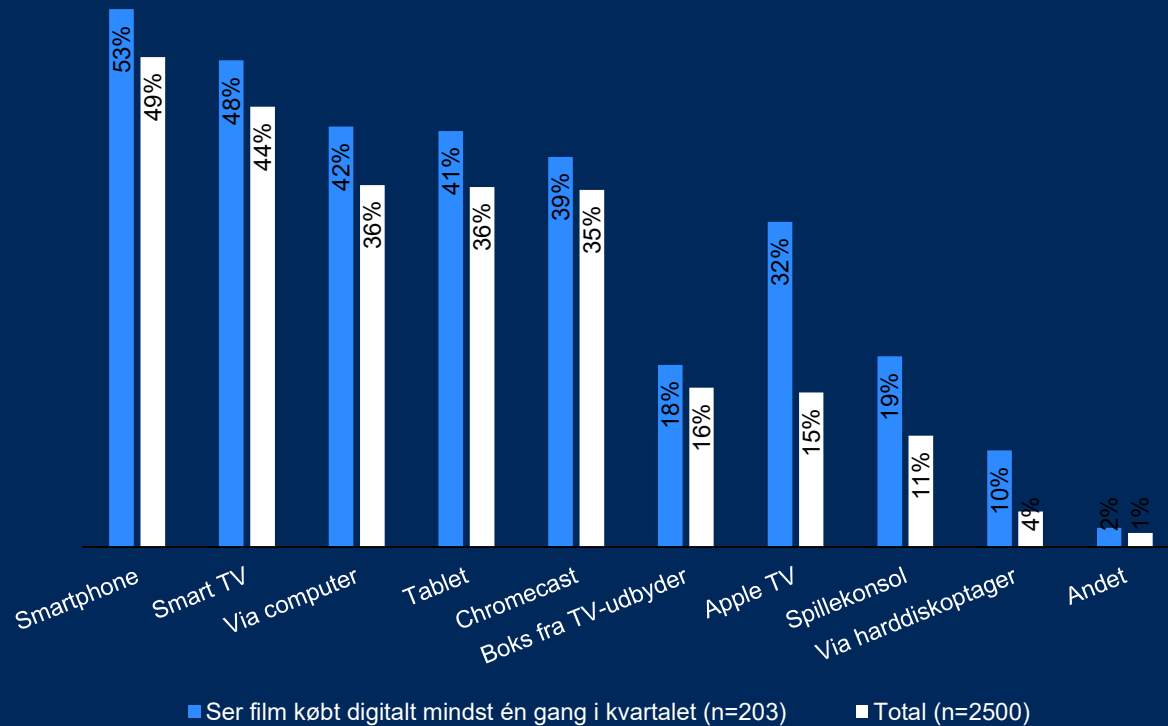
"Jeg er altid interesseret i at bruge nye teknologiske produkter, så snart de kommer på markedet" - 25% (9%)

"Jeg søger aktivt efter nye teknologiske enheder og services jeg kan købe" - 15% (5%)

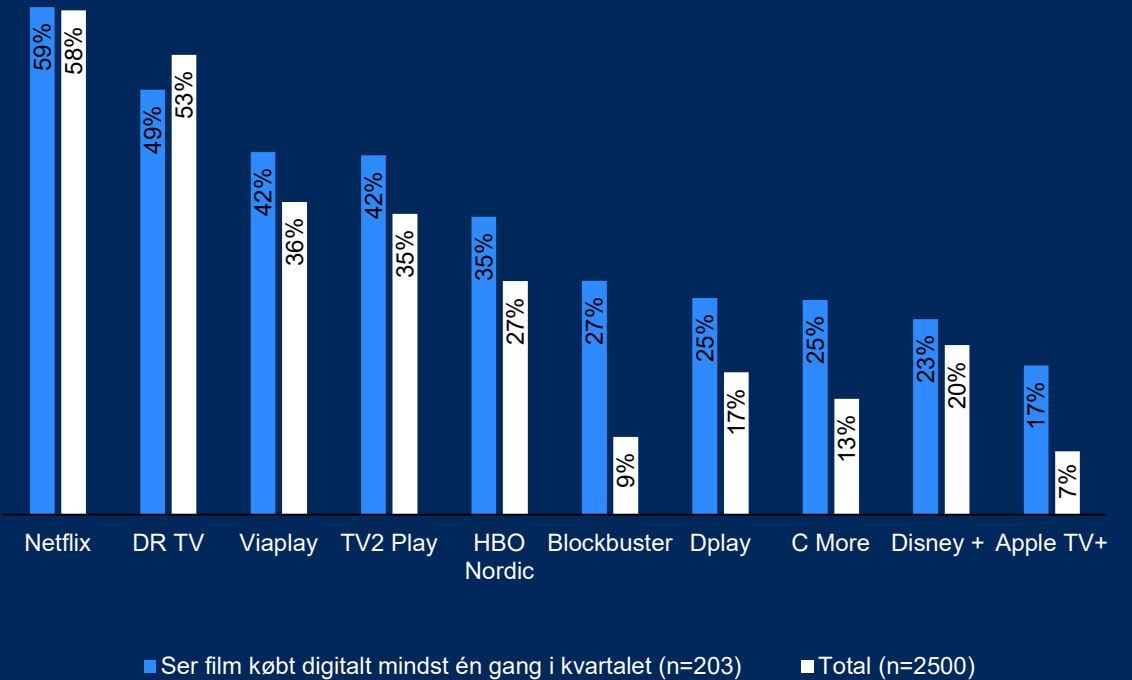
■ Ser film købt digitalt mindst én gang i kvartalet (n=203) ■ Total (n=2500)

BENYTTET FLERE TJENESTER PÅ FLERE DEVICES

Apparater
i husstanden der anvendes til streaming?

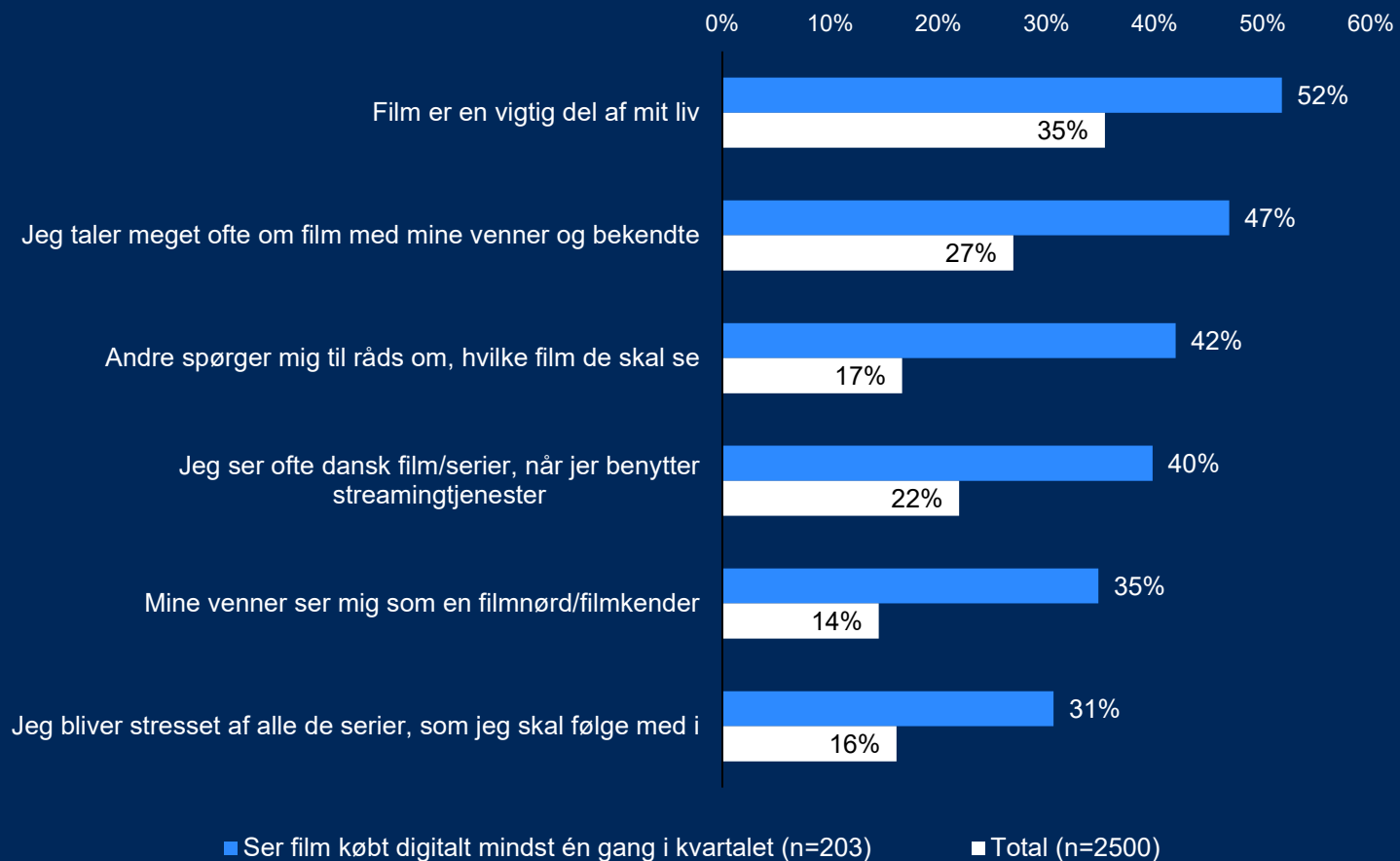


Top 10 - Tjenester anvendt til streaming
Inden for de seneste 12 måneder



OG DE ER RIGTIG GLADE FOR FILM!

Udsagn om film og serier (andel meget enig/Enig)

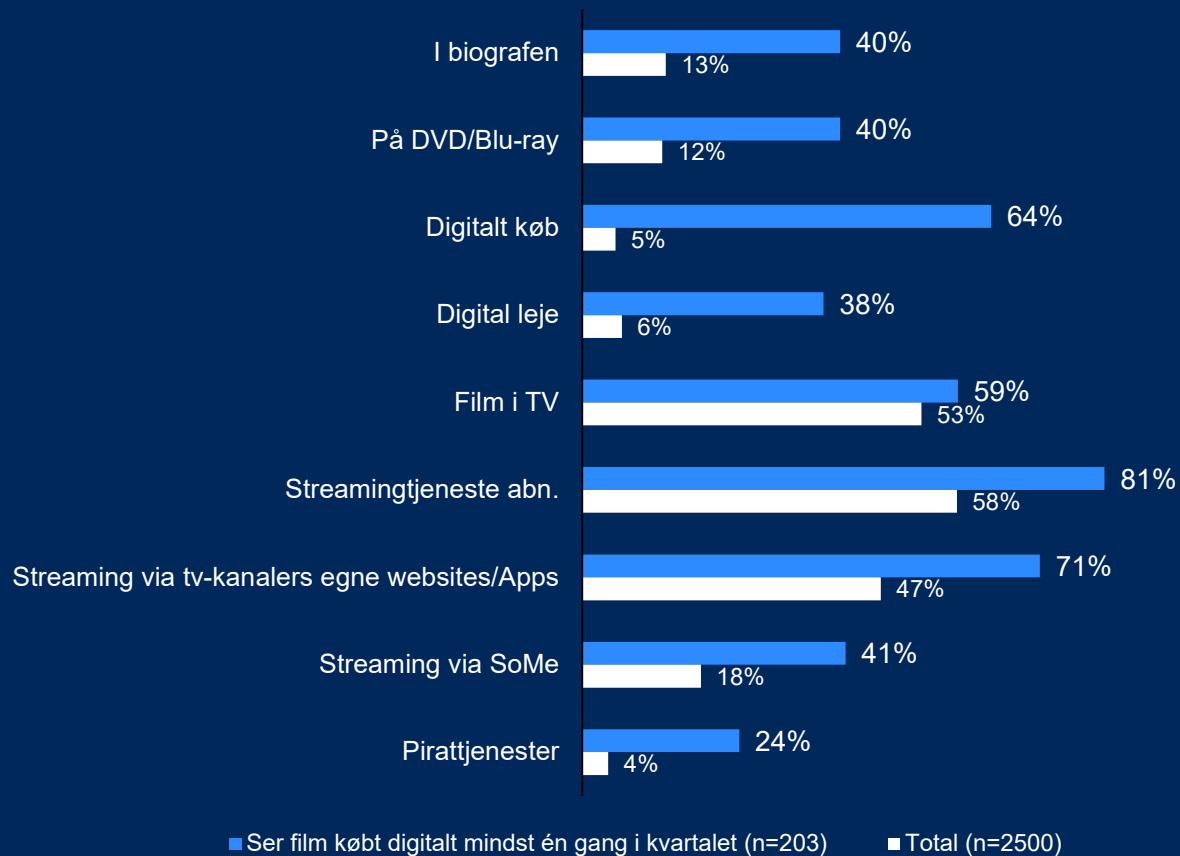


”Det påvirker min filmoplevelse positivt at se en film i biografen i forhold til at se den derhjemme” - 57% (49%)

OG SER DEM MANGE STEDER..

Filmforbrug på tværs

Andel der ser film på formatet min. månedligt



Genre - Top 5

1. Krimi 39% (44%)
2. Action 38% (35%)
3. Drama 35% (39%)
4. Thriller 32% (33%)
5. Komedie 32% (42%)

Foretrækker derudover sci-fi og horror/gys og arthouse mere end gennemsnittet

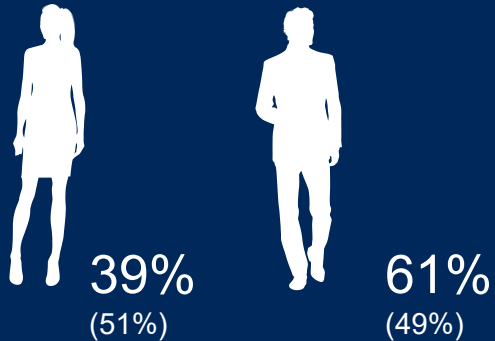
DIGITAL LEJE



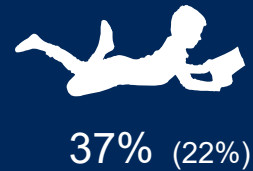
PROFIL - DIGITAL LEJE - 11%

Ser film lejet digitalt mindst en gang i kvartalet (15 år+)

Kønsfordeling



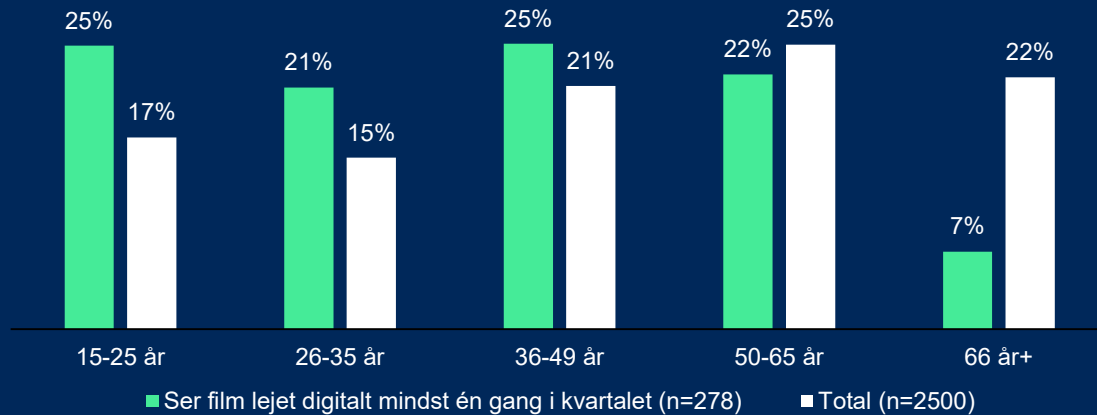
Børn i husstanden Under 18 år



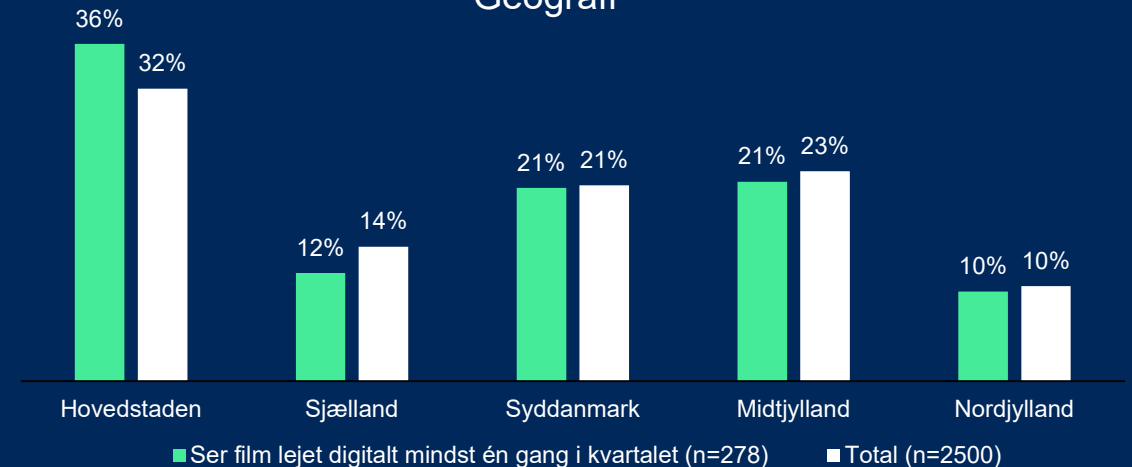
Flest i segmenterne **pre family 35%** (28%) og **adult family 25%** (18%) som lejer film digitalt

Stor andel **funktionærer 37%** (30%) og signifikant flere i **hovedstadsområdet** end på landet

Aldersfordeling

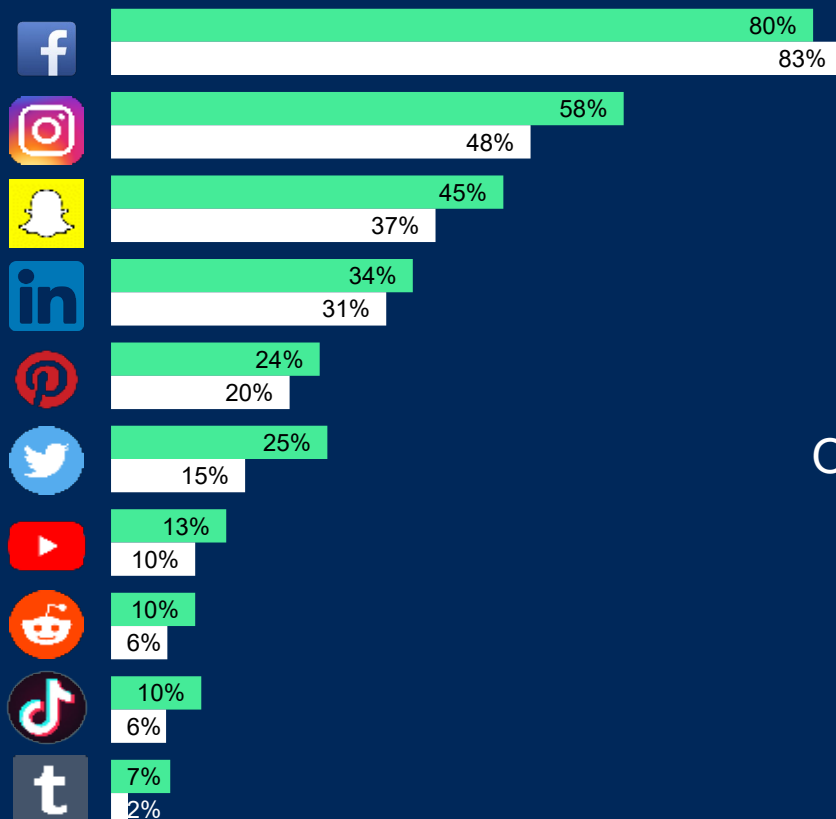


Geografi



OGSÅ LEJERNE ER DIGITALT ORIENTERED E

SoMe – Bruger min. månedligt



■ Ser film lejet digitalt mindst én gang i kvartalet (n=278) ■ Total (n=2500)



ONLINE TIDSFORBRUG

(udover arbejdstid eller studier)

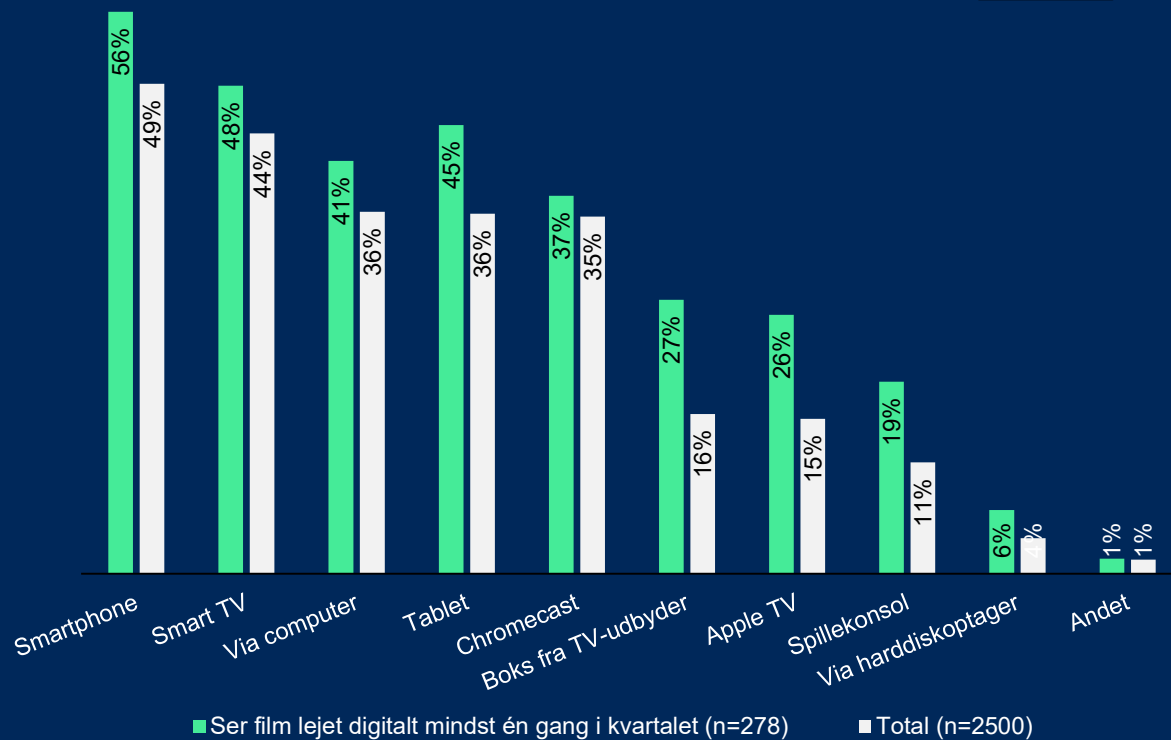
34% bruger mere end 21 timer om ugen online (28%)

"Jeg kan godt lide at få nye teknologiske produkter, efter de har været på markedet i et stykke tid" - 27% (22%)

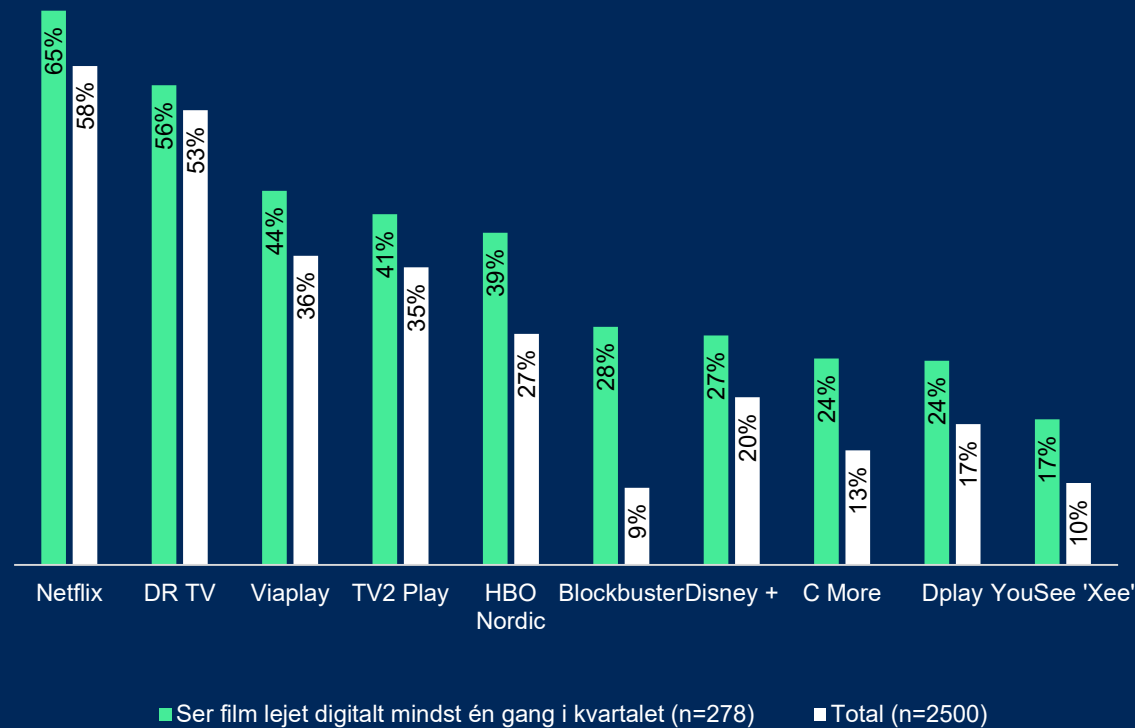
"Jeg søger aktivt efter nye teknologiske enheder og services jeg kan købe" - 14% (5%)

MIMER I HØJ GRAD KØBERNE

Apparater
i husstanden der anvendes til streaming?

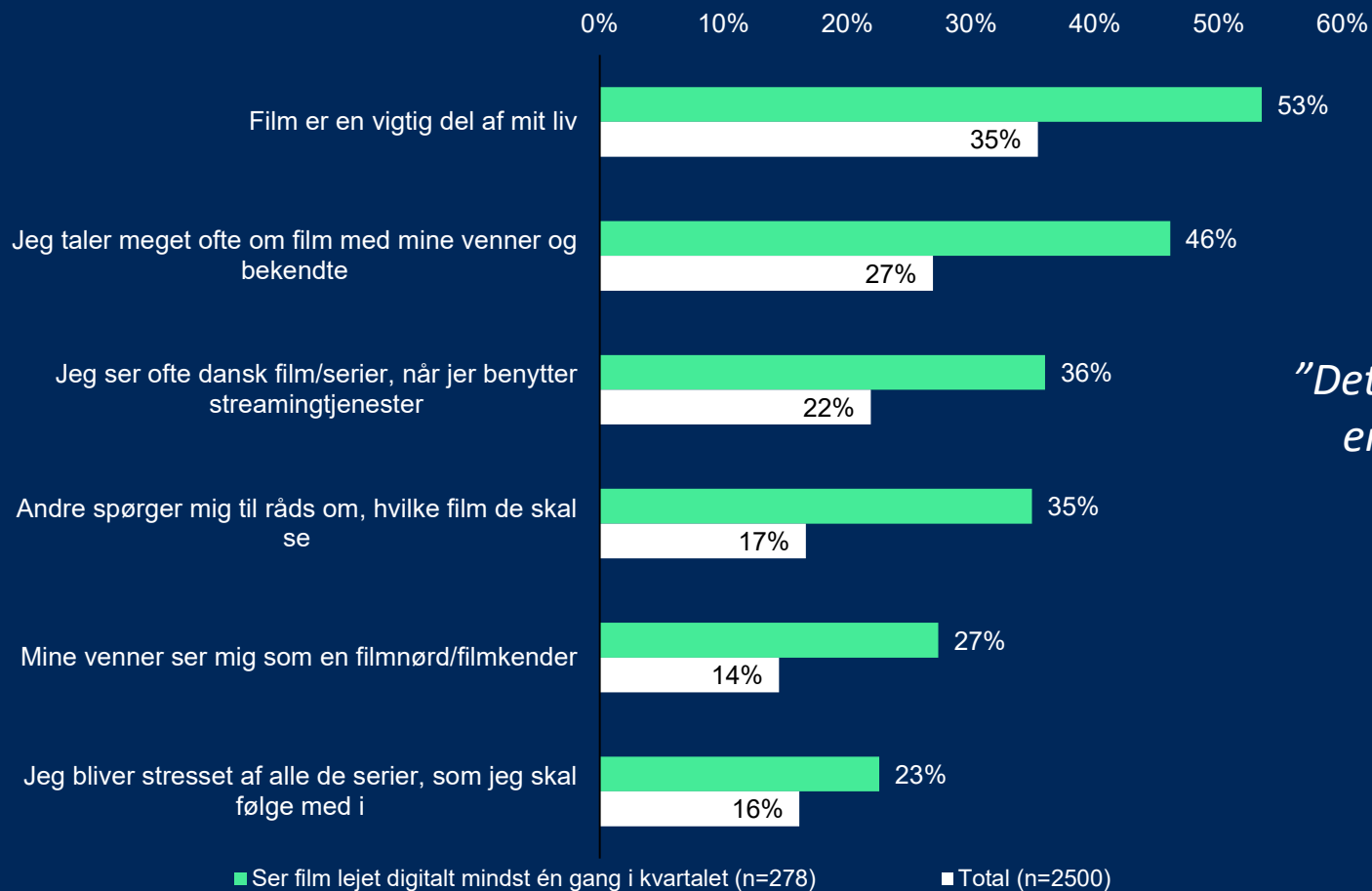


Top 10 - Tjenester anvendt til streaming
Inden for de seneste 12 måneder



OG DE ER OGSÅ RIGTIG GLADE FOR FILM!

Udsagn om film og serier (andel meget enig/Enig)



”Der er svært at overskue udbuddet af film og serier på de forskellige medier (streamingtjenester, internettet, TV, biograf, m.m.)” – 47% (45%)

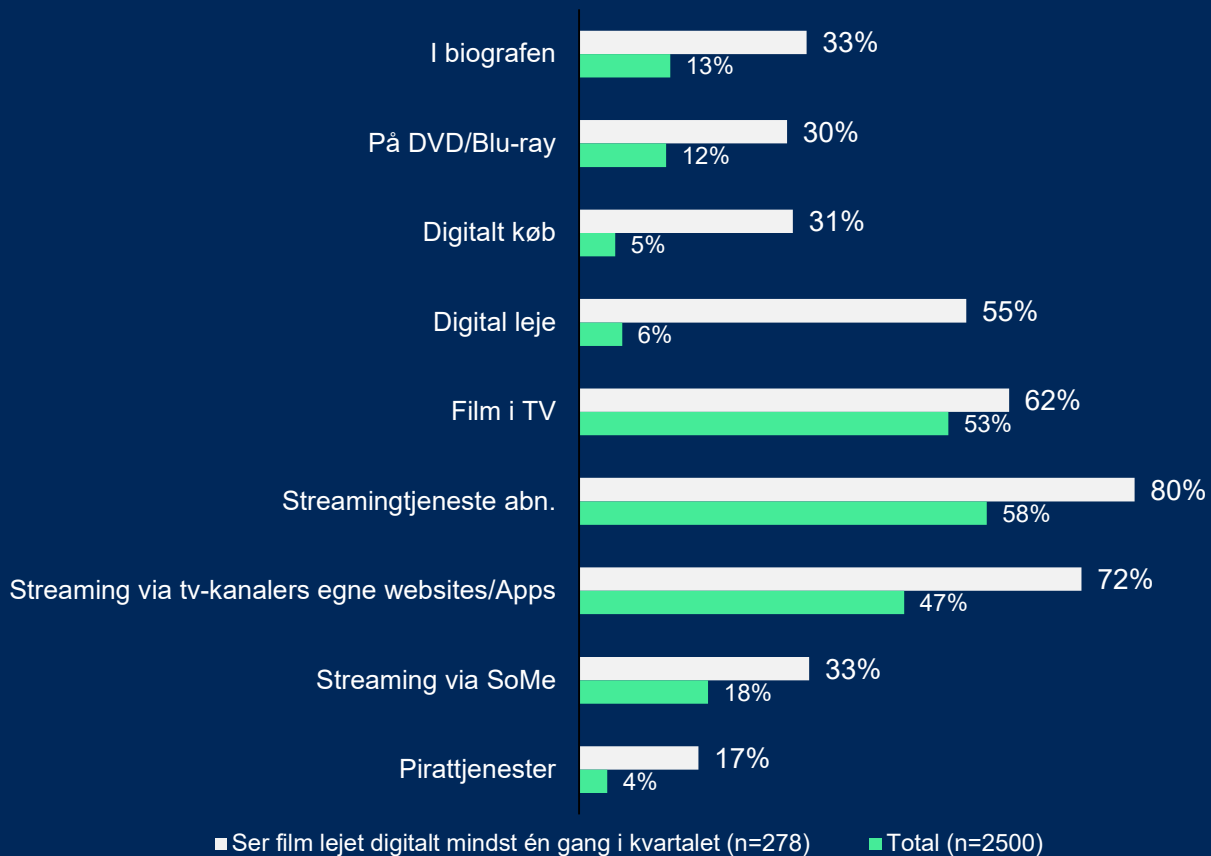
”Det påvirker min filmoplevelse positivt at se en film i biografen i forhold til at se den derhjemme” - 56% (49%)

” Mit forbrug af film og serier på streamingtjenester betyder, at jeg går sjældnere i biografen end før” - 46% (34%)

OG SER DEM ALLE STEDER..

Filmforbrug på tværs

Andel der ser film på formatet min. månedligt



Genre – top 5

1. Action 42% (35%)
2. Krimi 41% (44%)
3. Komedie 38% (42%)
4. Drama 38% (39%)
5. Thriller 36% (33%)

Foretrækker derudover superhelte og Sci-Fi og Gys mere end gennemsnittet

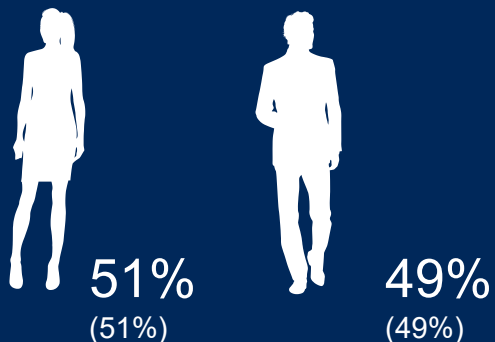
STREAMING



PROFIL – STREAMING - 64%

Ser film via abn. betalt streaming mindst en gang i kvartalet (15 år+)

Kønsfordeling



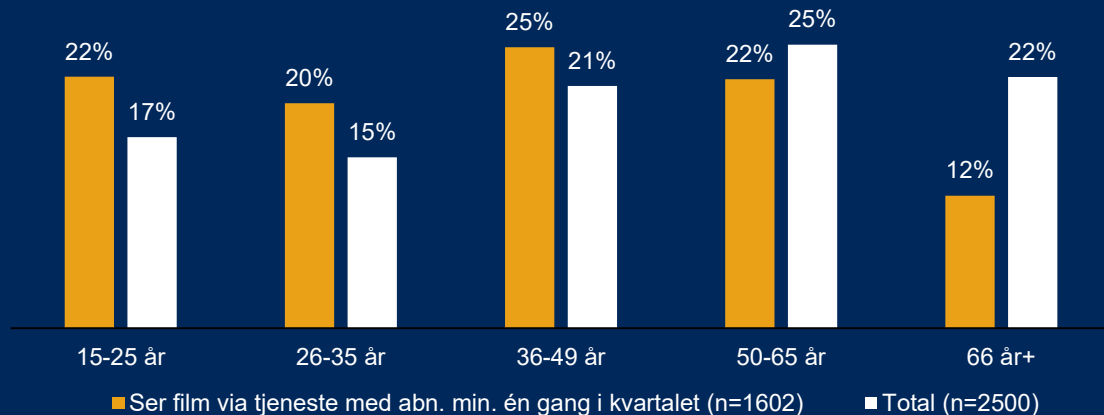
Børn i husstanden Under 18 år



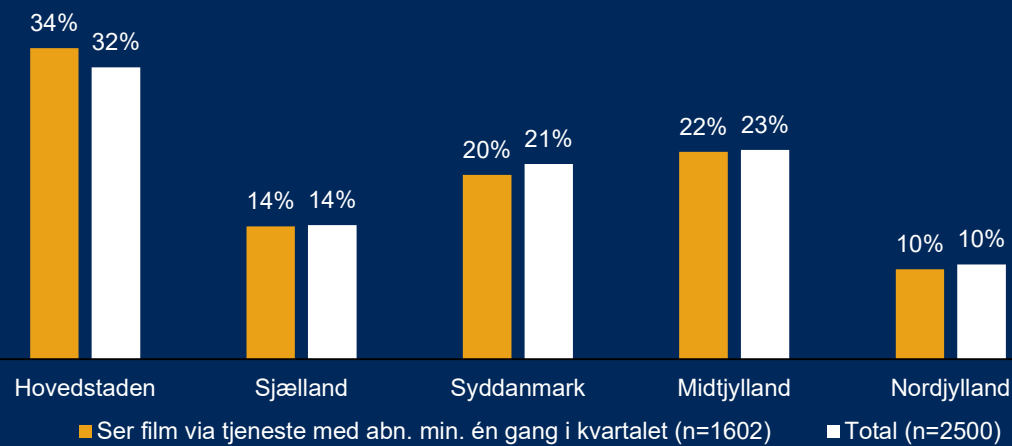
Flest **pre family 39%** (28%), **adult family 19%** (18%) og **young family 13%** (11%) som ser film via abn. betalt streaming

Stor andel **funktionærer 35%** (29%) og **studerende 19%** (15%)

Aldersfordeling

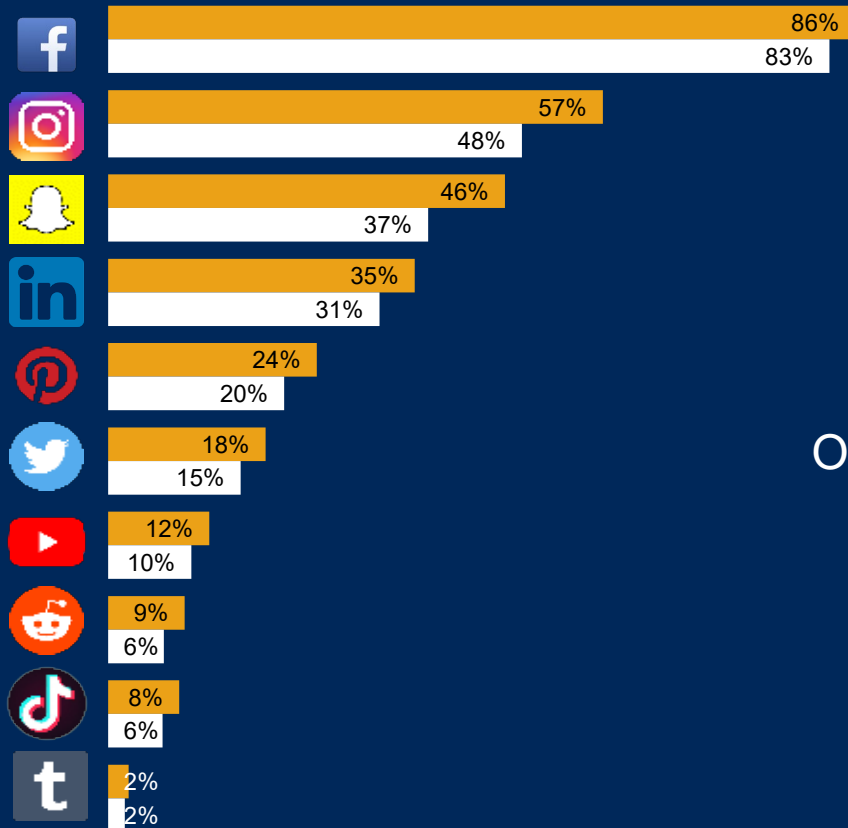


Geografi



IKKE FIRSTMOVERS IFT. TECH, MEN ER DIGITALT ORIENTERET

SoMe – Bruger min. månedligt



ONLINE TIDSFORBRUG

(udover arbejdstid eller studier)

32% bruger mere end 21 timer om ugen online (28%)

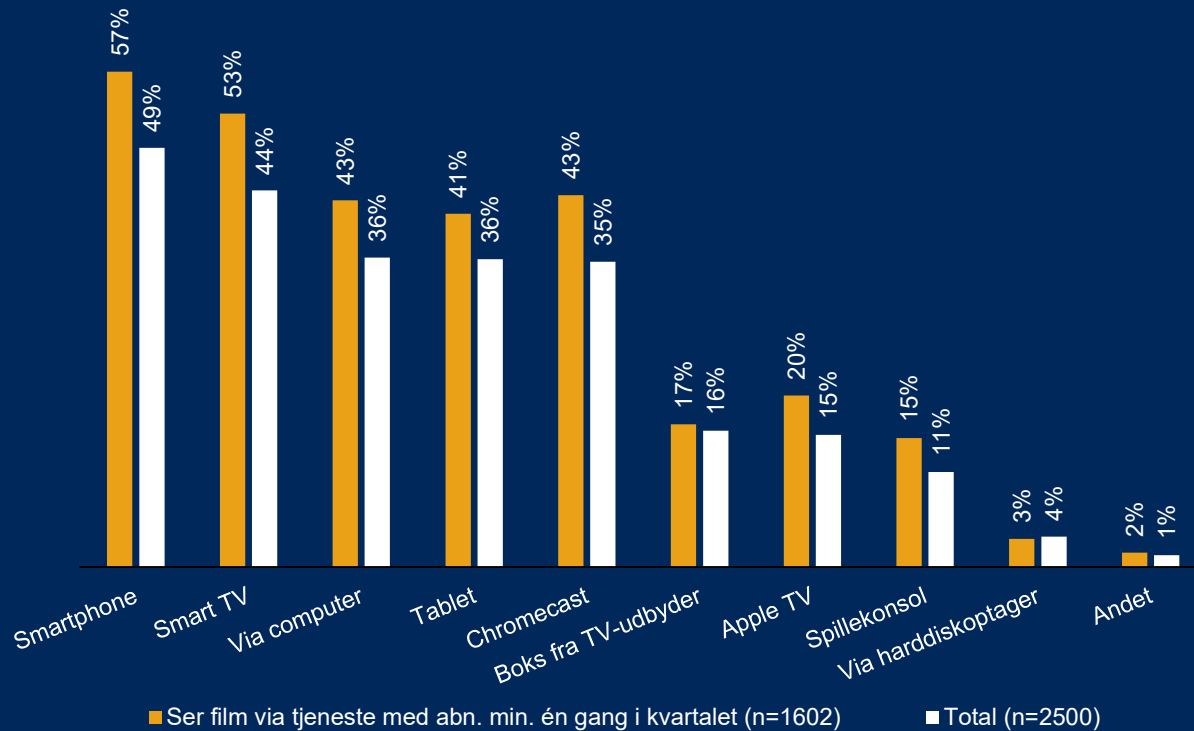
”Jeg udskifter kun teknologiske produkter, når der opstår fejl eller de går i stykker” - 30% (36%)

”Jeg søger aktivt efter nye teknologiske enheder og services jeg kan købe” - 6% (5%)

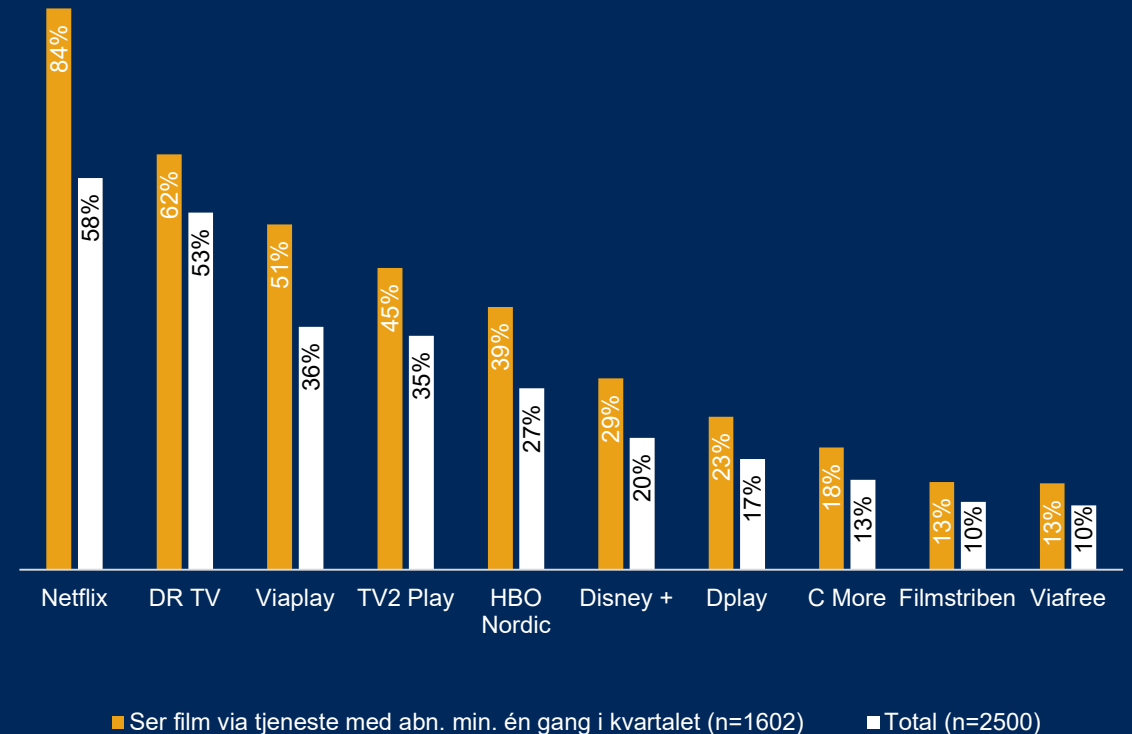
■ Ser film via tjeneste med abn. min. én gang i kvartalet (n=1602) ■ Total (n=2500)

APPARATER OG TJENESTER

Apparater
i husstanden der anvendes til streaming?

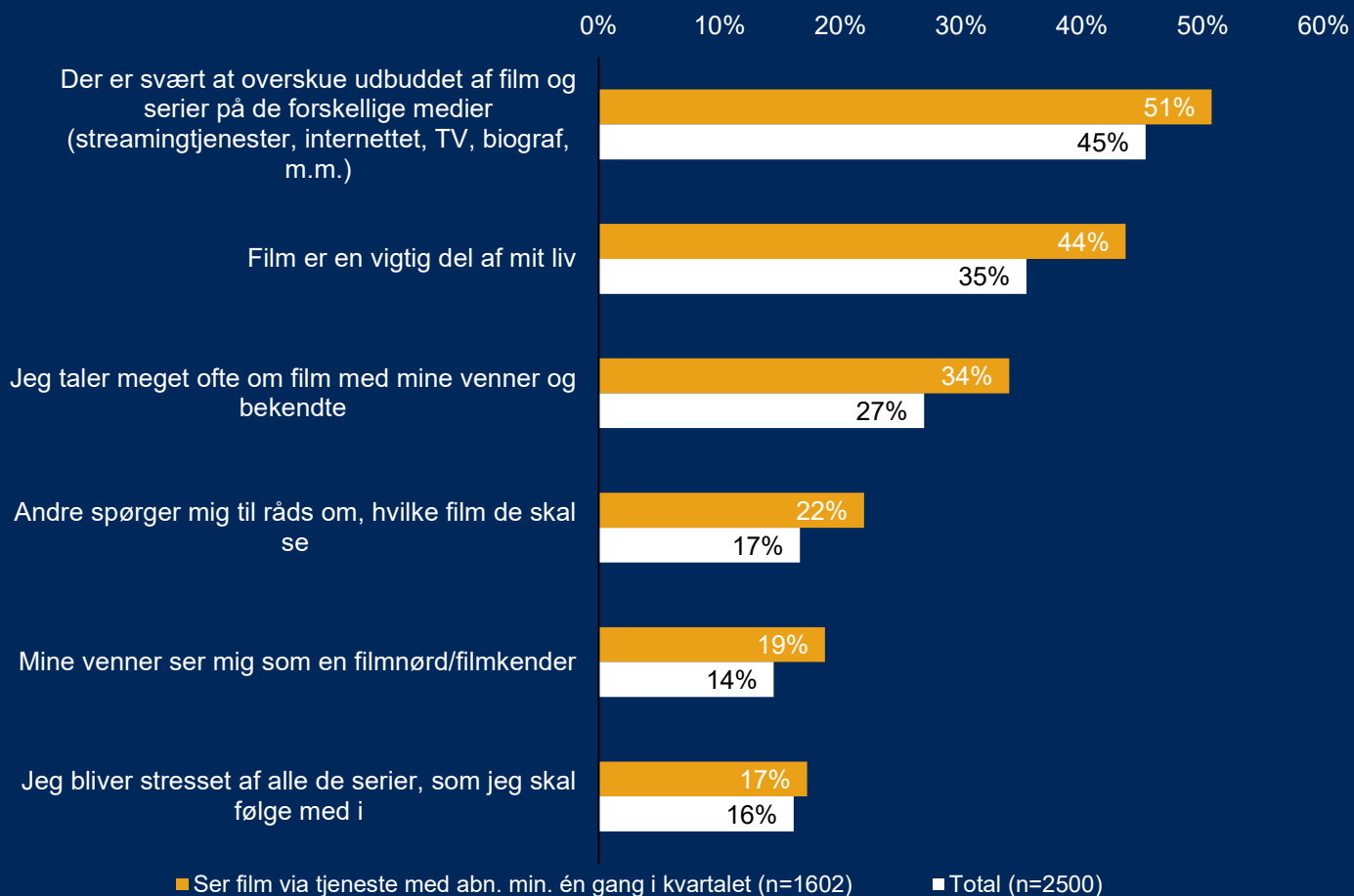


Top 10 - Tjenester anvendt til streaming
Inden for de seneste 12 måneder



FILM ER VIGTIGE FOR DEM, MEN IKKE PÅ NIVEAU MED KØBER/LEJERNE

Udsagn om film og serier (andel meget enig/Enig)



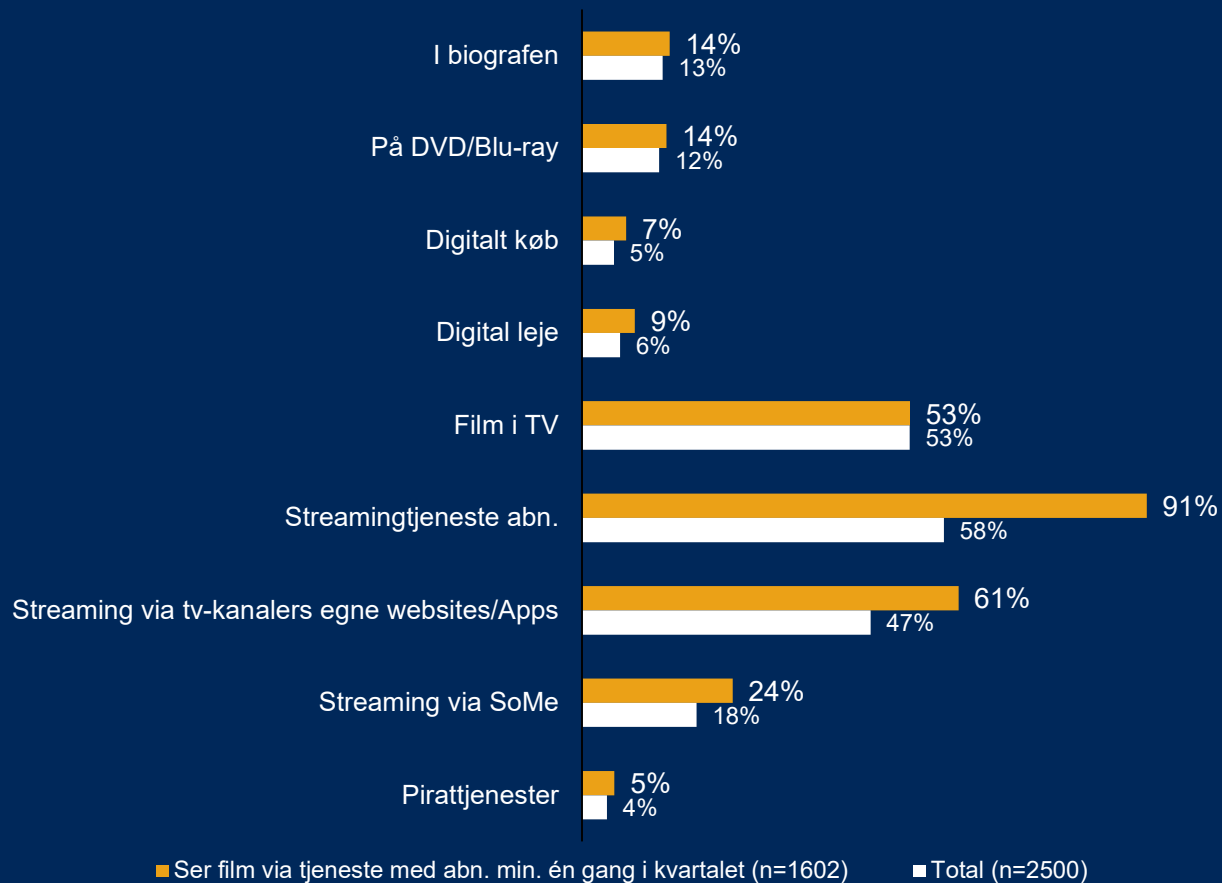
”Jeg ser ofte dansk film/serier, når jeg benytter streamingtjenester” – 27% (22%)

”Det påvirker min filmoplevelse positivt at se en film i biografen i forhold til at se den derhjemme” - 56% (49%)

FILMFORBRUGET ER MERE FOKUSERET PÅ STREAMING

Filmforbrug på tværs

Andel der ser film på formatet min. månedligt



Genre – top 5

1. Komedie 46% (44%)
2. Krimi 45% (44%)
3. Drama 42% (39%)
4. Action 41% (35%)
5. Thriller 38% (33%)

Foretrækker derudover historisk drama og romantisk komedie mere end gennemsnittet

TAK FOR OPMÆRKSOMHEDEN

ANALYSEKONSULENT
MARTIN KOFOED HANSEN
MARTINKH@DFI.DK