



Valgkampens medier  
Danskernes præferencer  
KMD Analyse



### **Om KMD Analyse**

KMD Analyse er en vidensenhed i KMD, som udarbejder analyser om de digitale muligheder i det offentlige og private Danmark. KMD Analyse har tidligere udgivet rapporterne "Digitalisering af ældreplejen - Potentialer og holdninger" og "Kronisk sygdom - en digital samfundsdiagnose". KMD Analyse samarbejder bl.a. med Center for Digital Forvaltning (CEDI) om udvikling af analyserne. Data til valganalysen er indhentet i samarbejde med Userneeds.

Læs mere om KMD Analyse og hent rapporterne på [www.kmd.dk/analyse](http://www.kmd.dk/analyse)

### **KMD er it med indsigt**

I 38 år har KMD leveret it-løsninger, der følger dig, fra du bliver født og gennem livet. Det giver os en indsigt, der nok er udsprunget af og forankret i det offentlige Danmark, men som i dag også kommer erhvervslivet til gavn. KMD har været den digitale hjørnesteen i den moderne velfærdsstat siden 1972, og har oparbejdet en unik viden og forståelse af det danske samfunds dna med produkter og forretning, der er baseret på understøttelsen af det danske velfærdssamfund. Vi skaber digitale genveje, der giver overblik, letter forretningsgange og sætter såvel menneskelige som økonomiske ressourcer fri.

KMD står bag helt centrale velfærdsydelser. KMD sørger bl.a. for udbetaling af børneydelser, barselspenge og i manges tilfælde løn. KMD sørger også for korrekt opskrivning til vuggestue, børnehave og skole, og vi er en integreret del af den demokratiske proces fra afsendelsen af valgkortet til registreringen ved stemmeboksen. KMD har udviklet løsninger som e-Boks og NemKonto og en lang række andre digitale løsninger, der understøtter det danske velfærdssamfund.

### **For yderligere oplysninger:**

Kommunikationsdirektør, Morten Langager: [mlr@kmd.dk](mailto:mlr@kmd.dk)

### **Udgivelser fra KMD Analyse**

Digitalisering af ældreplejen - potentialer og holdninger, udgivet januar 2011  
Kronisk sygdom - en digital samfundsdiagnose, udgivet maj 2011  
Det digitale valg - danskernes holdning til e-valg, udgivet september 2011  
Valgkampens medier - danskernes præferencer, udgivet september 2011

Ønsker du at abonnere på fremtidige udgivelser fra KMD Analyse, kan du sende en e-mail til [kmd-analyse@kmd.dk](mailto:kmd-analyse@kmd.dk).

# Indholdsfortegnelse

<b>Danskernes Mediepræferencer i Valgkampen.....</b>	<b>4</b>
Sociale medier vigtigere for unge storbyboere .....	4
Fjernsynet er fortsat det dominerende, politiske medie .....	6
Uddannelsesniveau og mediepræferencerne .....	7
Radio og trykte aviser mindre populære blandt de yngre vælgere.....	8
Om undersøgelsen .....	9
Bilag.....	10

## Danskerne mediepræferencer i valgkampen

Om få dage skal danskerne igen til stemmeurnerne for at vælge deres kandidater på tinge. Mediebilledet er fyldt med meningsmålinger og nyheder om politikerne og deres indbyrdes uenigheder i en grad, så det kan være svært at bevare overblikket. Senest er også de sociale medier som Facebook og Twitter gjort til slagmark mellem partierne, der via denne kanal håber at få nye vælgere i tale. Men hvad gør vælgerne rent faktisk for at holde sig oplyst og hvilke medier foretrækker de at modtage information om politikerne igennem? KMD Analyse har spurgt 1.000 danskere om deres mediepræferencer i valgkampen.

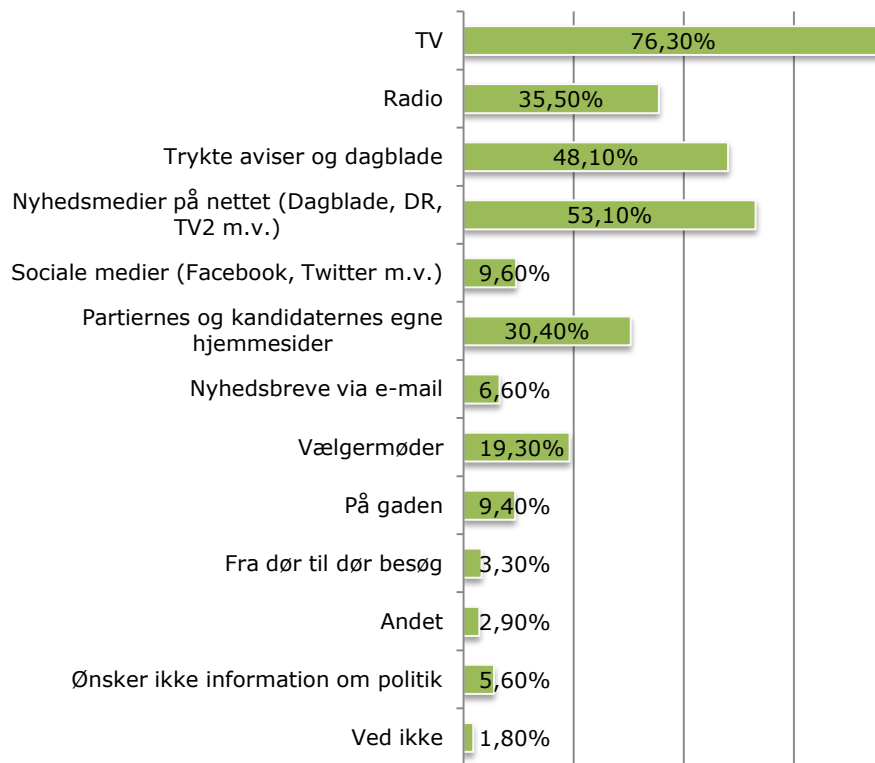
Hovedkonklusionerne i undersøgelsen er, at:

- Danskerne foretrækker kun i ringe grad at indhente information om deres politikere via sociale medier som Facebook og Twitter.
- Sociale medier som kilde til politisk information er mest udbredt blandt unge og københavnere
- Nyhedsmedier på nettet har overhalet trykte aviser, når danskerne skal søge information om valgkampen.
- Den foretrukne informationskanal om politikerne er for tre fjerdedele af befolkningen fortsat fjernsynet.
- Partiernes egne hjemmesider nævnes som en vigtig kilde til politisk information af knap en tredjedel af befolkningen.
- Flere unge bruger nyhedsmedier på nettet og sociale medier som kilde til politisk information, mens de foretrukne medier blandt ældre vælgere er TV og trykte aviser og dagblade.

## Sociale medier vigtigere for unge storbyboere

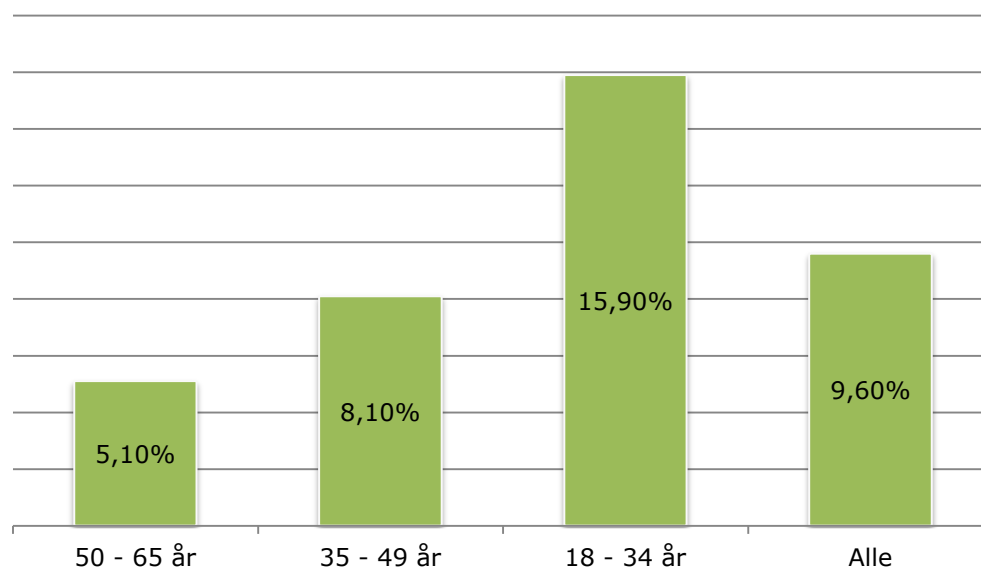
Danskerne er som led i undersøgelsen blevet spurgt om hvilke medier, de foretrækker at få deres politiske informationer fra i løbet af valgkampen. Her er det bemærkelsesværdigt, at kun knap ti procent oplyser, at de foretrækker at få deres oplysninger fra sociale medier som Facebook, Twitter og lignende, mens TV til sammenligning bliver nævnt af over 76% af deltagerne i undersøgelsen:

**Figur 1: I forbindelse med valgkampen møder man politikerne i TV, aviser og lignende. Hvilke medier foretrækker du at få dine politiske informationer fra i en valgkamp?**



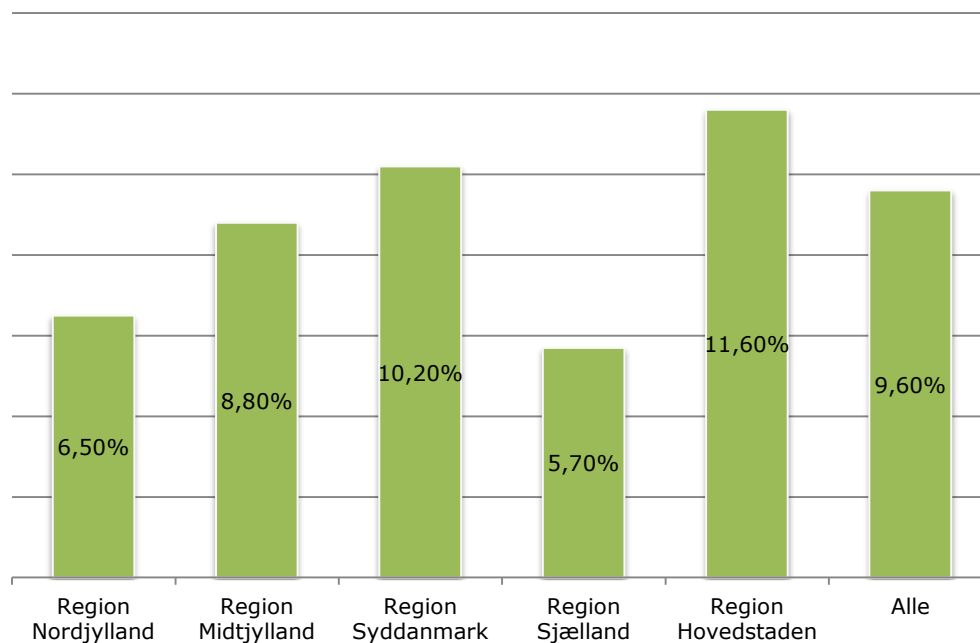
De sociale medier bliver brugt flittigst af de yngre vælgere og af dem med bopæl i Region Hovedstaden. I segmentet af vælgere mellem 18 – 34 år er det således 15,9% der oplyser, at de foretrækker at bruge sociale medier til at få politiske informationer i valgkampen, mens dette kun er 5,1% af vælgere mellem 50 – 65 år:

**Figur 2: Andelen af vælgere, der bruger sociale medier til at indhente politisk information fordelt på alder**



Tilsvarende oplyser 11,6% af vælgerne i Region Hovedstaden at have præference for at bruge sociale medier til politisk information, mens det kun gælder for 5,7% af vælgerne i Region Sjælland og 6,5% af vælgerne i Region Nordjylland:

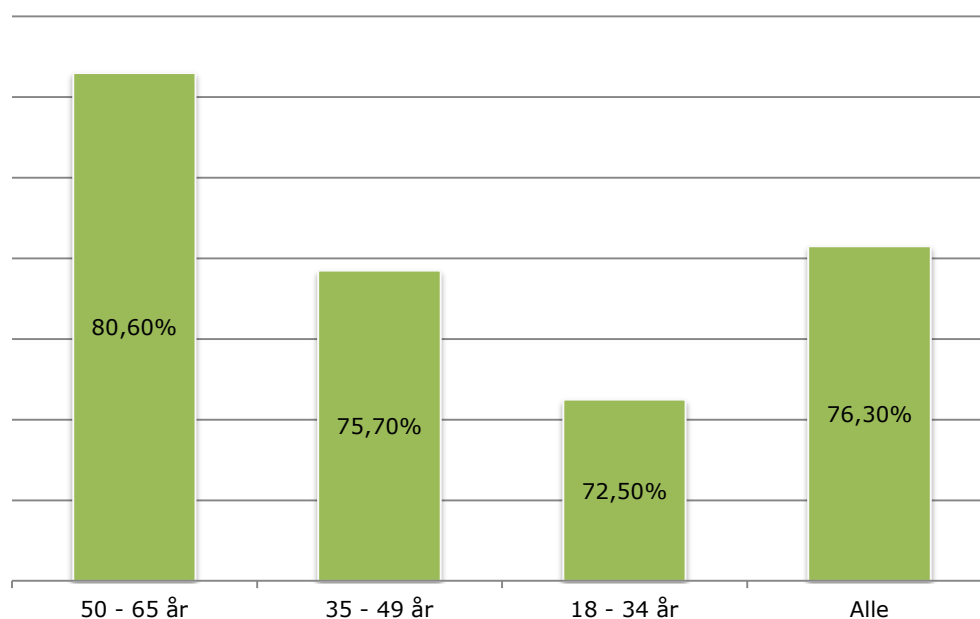
**Figur 3: Andelen af vælgere, der bruger sociale medier til at indhente politisk information fordelt på bopæl**



## Fjernsynet er fortsat det dominerende, politiske medie

Fjernsynet nævnes som medie, der bruges til at modtage politisk information af langt de fleste deltagere i undersøgelsen. Samlet set nævner 76,3% af de adspurgte således fjernsynet som et vigtigt medie, om end fordelingen varierer noget med alderen. Mens det således er 80,6% af de 50 – 65 årige, der oplyset, at de bruger fjernsynet til at få politisk information, gælder det kun for 72,5% blandt gruppen af de 18 – 34 årige vælgere:

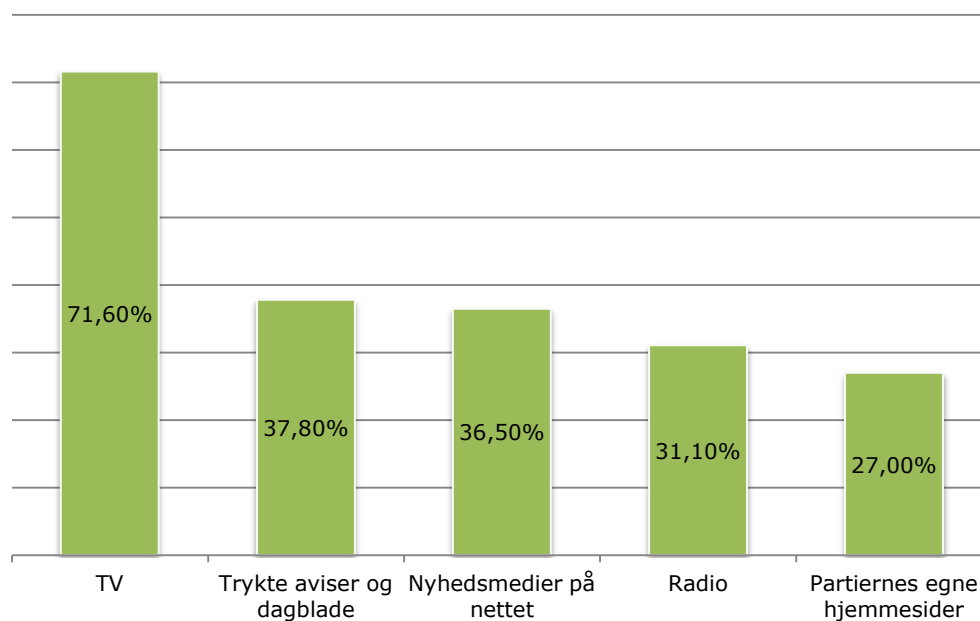
**Figur 4: Andelen af vælgere, der bruger fjernsynet til at indhente politisk information fordelt på alder**



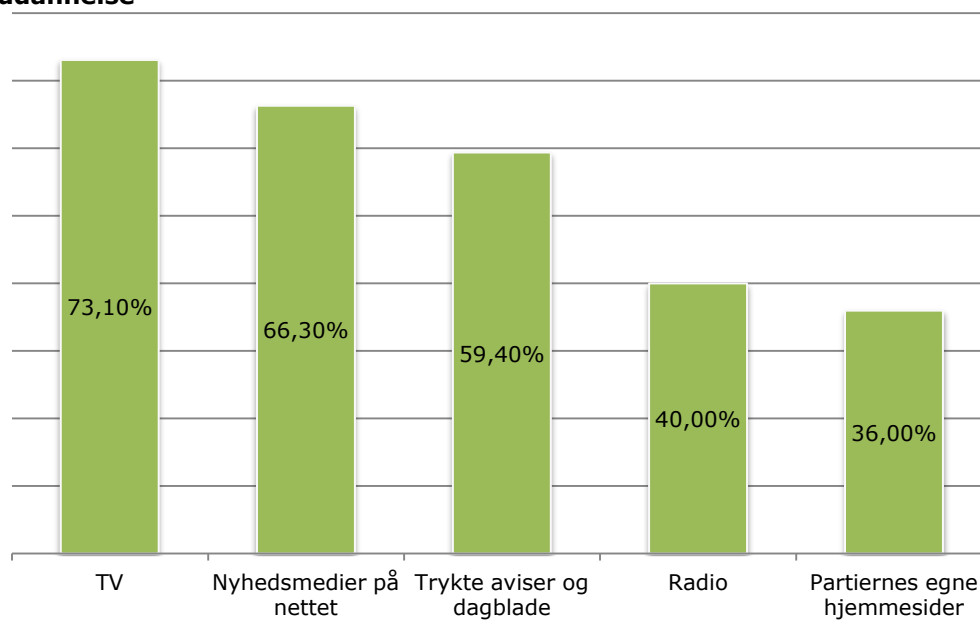
## Uddannelsesniveau og mediepræferencerne

Der er ikke stor forskel på listen over de fem mest populære politiske medier, når man sammenligner vælgere med en lang videregående uddannelse med vælgere, der har en folkeskoleuddannelse som den højest afsluttede. Forskellene viser sig ved i hvilket omfang, vælgerne oplyser, at de faktisk bruger mediet til at få politisk information. Her er det tydeligt, at de højt uddannede danskere i større omfang bruger en bred palette af medier til at orientere sig politisk, mens de lavt uddannede vælgere i højere grad bruger fjernsynet som primær kilde til politisk information.

**Figur 5: De fem mest populære medier til at få information om politik blandt vælgere med en folkeskoleuddannelse**



**Figur 6: De fem mest populære medier til at få information om politik blandt vælgere med en lang, videregående uddannelse**

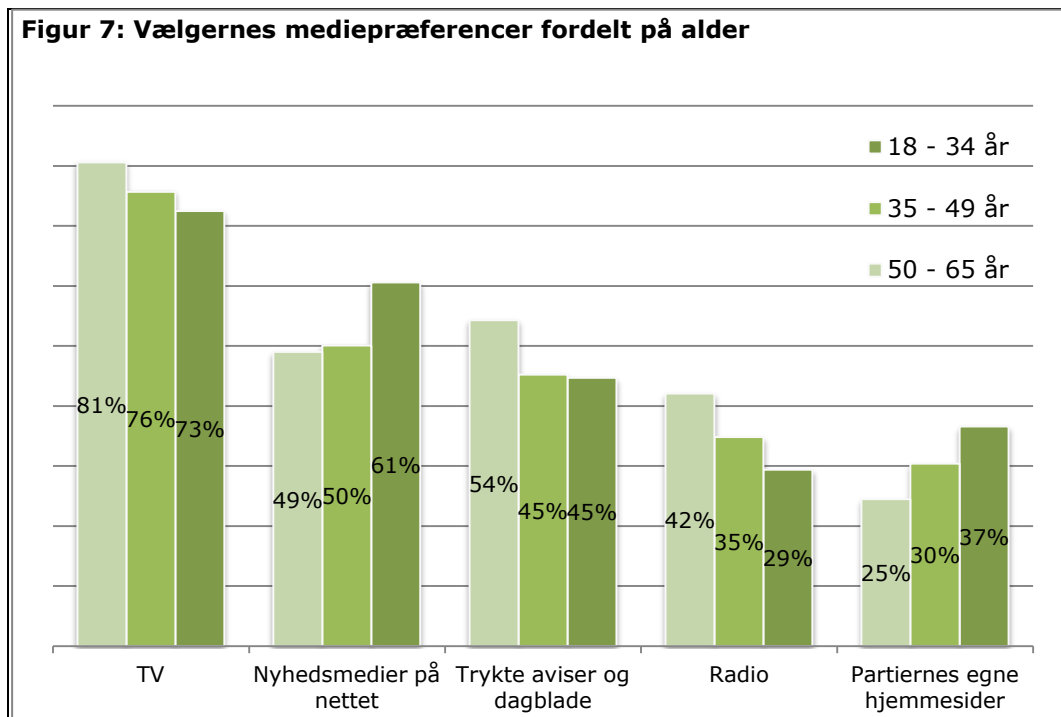


## Radio og trykte aviser mindre populære blandt de yngre vælgere

Ser man på forskydningen i mediernes popularitet som kilder til politisk information på tværs af aldersgrupper, tegner der sig et klart billede af, at radio og trykte aviser og dagblade fortrænges blandt de yngre vælgergrupper til fordel for nyhedsmedier på nettet, partiernes hjemmesider og i mindre omfang sociale medier som Facebook, Twitter og lignende.

Således er radioen med 40% væsentligt mere brugt blandt vælgere i aldersgruppen 50 – 65 år, mens den kun nævnes af 29,4% af de 18 – 34-årige vælgere. Det samme gælder i nogen grad for de trykte aviser og dagblade, der bruges som politisk informationskilde af 54,3% af vælgerne i aldersgruppen 50 – 65 år, mens de kun bruges af 44,7% af vælgerne i aldersgruppen 18 – 34 år. Omvendt nævnes partiernes egne hjemmesider som en væsentlig informationskilde for 36% af den yngre gruppe af vælgere, mens kun 24% af de ældre vælgere anfører denne som kilde til politisk information:

**Figur 7: Vælgernes mediepræferencer fordelt på alder**



## Om undersøgelsen

Undersøgelsen er gennemført på nettet blandt 1.000 repræsentativt udvalgte respondenter i Userneeds' Danmarkspanel i alderen 18 – 65 år. Undersøgelsen er gennemført i perioden 26. august til 5. september 2011.

## Bilag

I forbindelse med valgkampen møder man politikerne i TV, aviser og lignende. Hvilke medier foretrækker du at få dine politiske informationer fra i en valgkamp?	
	Antal
TV	76,3%
Radio	35,5%
Trykte aviser og dagblade	48,1%
Nyhedsmedier på nettet (Dagblade, DR, TV2 m.v.)	53,1%
Sociale medier (Facebook, Twitter m.v.)	9,6%
Partiernes og kandidaternes egne hjemmesider	30,4%
Nyhedsbreve via e-mail	6,6%
Vælgermøder	19,3%
På gaden	9,4%
Fra dør til dør besøg	3,3%
Andet	2,9%
Ønsker ikke information om politik	5,6%
Ved ikke	1,8%