

Sociale medier

FDB Analyse

Lars Aarup

Analysechef

la@fdb.dk

Tlf: 39 47 00 66

Erhard Nielsen

Analytiker

en@fdb.dk

Tlf: 39 47 00 59

Mette Steenberg

Presse- og analysemedarbejder

ms@fdb.dk

Tlf: 39 47 00 71

Nanna Muus Steffensen

Journalist

nms@fdb.dk

Tlf: 39 47 00 56

FDB Analyse laver løbende målinger af danskernes kostvaner og holdning til FDB's mærkesager - forbrug, miljø, sundhed og klima.

Resultaterne bruges i foreningens arbejde med at fremme det ansvarlige forbrug.

FDB Analyse følger desuden danskernes forbrug via af salgstal fra Coop - Danmarks største dagligvarekæde.

Gennemgang af data for "Sociale medier" uge 16, 2010

Formålet er med denne survey er at afdække danskernes holdninger og vaner i forhold til brug af sociale medier.

Undersøgelsen omfatter 1001 respondenter

Den er gennemført i uge 16, 2010

Respondenterne er vægtet på alder, køn og geografi.

Undersøgelsen er repræsentativ i forhold til Danmarks befolkning 15-74 år.

Denne rapport:

Rapporten er lavet for Morten Gade, FDB.

Spørgsmål vedrørende analyse og fortolkning kan rettes til Lars Aarup (tlf.: 39 47 00 66)

Frekvenstabeller

Sp.1 Hvilke af følgende sociale medier har du besøgt inden for den seneste måned?

	Count	Column Response % (Base: Count)
Facebook	671	67%
Har ikke besøgt et socialt medie inden for den seneste måned	226	23%
LinkedIn	168	17%
Debatforum for forening eller lignende	118	12%
Andet socialt medie	72	7%
MySpace	51	5%
Twitter	45	4%
Dating-site	40	4%
Weblog	25	2%
Ved ikke	13	1%
Arto	5	0%
Total	1001	143%

Sp.2 Hvilke af følgende sociale medier har du bidraget aktivt til fx ved at skrive kommentarer eller lign. inden for den seneste måned?

	Count	Column Response % (Base: Count)
Facebook	542	72%
Har ikke bidraget aktivt til sociale medier inden for den seneste måned	154	21%
Debatforum for forening eller lignende	68	9%
LinkedIn	56	7%
Andet socialt medie	52	7%
Twitter	17	2%
Dating-site	16	2%
MySpace	9	1%
Weblog	8	1%
Ved ikke	5	1%
Arto	0	0%
Total	751	124%

Sp.3 Bruger du mere eller mindre tid på sociale medier i dag, end for to år siden?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Mere tid	480	47,9	47,9	47,9
Mindre tid	182	18,1	18,1	66,0
Bruger ikke tid på sociale medier	223	22,3	22,3	88,4
Ved ikke	117	11,6	11,6	100,0
Total	1001	100,0	100,0	

Sp.4 Hvor vil du tro, at den tid du bruger mere på sociale medier i dag end for to år siden er gået fra?

	Count	Column Response % (Base: Count)
TV	282	59%
Magasiner/blade	103	21%
Aviser	83	17%
Andet	78	16%
Tid med venner og familie	68	14%
Ved ikke	60	13%
Arbejde	58	12%
Total	480	153%

Sp. 5 Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn?

	1 - Helt uenig		2 - Delvist uenig		3 - Hverken/eller		4 - Delvist enig		5 - Helt enig		Ved ikke		Total	
	Antal	%	Antal	%	Antal	%	Antal	%	Antal	%	Antal	%	Antal	%
Virksomheder bør være til stede på Facebook og/eller andre sociale medier	263	26%	185	18%	285	28%	112	11%	51	5%	105	10%	1001	100%
Foreninger bør være til stede på Facebook og/eller andre sociale medier	159	16%	96	10%	296	30%	223	22%	119	12%	108	11%	1001	100%
Offentlige myndigheder, fx kommunen, bør være til stede på Facebook og/eller andre sociale medier	373	37%	189	19%	217	22%	92	9%	35	4%	95	10%	1001	100%
Politikere og politiske partier bør være til stede på Facebook og/eller andre sociale medier	204	20%	144	14%	281	28%	180	18%	93	9%	99	10%	1001	100%

Sp. 6 Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn?

	1 - Helt uenig		2 - Delvist uenig		3 - Hverken/eller		4 - Delvist enig		5 - Helt enig		Ved ikke		Total	
	Antal	%	Antal	%	Antal	%	Antal	%	Antal	%	Antal	%	Antal	%
Jeg forventer, at jeg kan involvere mig i min forening på sociale medier som fx Facebook	328	33%	138	14%	244	24%	145	14%	42	4%	104	10%	1001	100%
Jeg forventer, at kunne finde mine lokale butikker på sociale medier som fx Facebook	510	51%	174	17%	174	17%	40	4%	14	1%	89	9%	1001	100%
Man bør ikke skrive noget på Facebook, som man ikke vil skrive i et læserbrev i avisen	56	6%	45	5%	113	11%	123	12%	601	60%	62	6%	1001	100%
Når jeg skriver til fx en politiker, en virksomhed eller en forening på Facebook, forventer jeg, at de svarer tilbage	259	26%	117	12%	174	17%	146	15%	145	15%	160	16%	1001	100%