

**Appendiks: Datatabel Figur 1: Traditionelle nyhedsmedier – brug efter aldersgruppe
(indenfor den seneste uge, i procent)**

Nyhedsmedie (online og offline)		Total	18-20	21-24	24-34	35-44	45-54	55-64	65+
DR Nyheder	Total Reach	67,8	61,9	52,0	56,3	60,4	68,7	77,5	77,6
	Unique online	8,4	15,5	13,6	11,4	10,0	7,9	6,7	4,1
TV 2 Nyheder	Total Reach	62,7	46,4	36,8	47,5	52,5	67,8	76,5	75,6
	Unique online	8,5	14,4	10,4	12,1	9,2	9,1	6,4	5,0
Politiken	Total Reach	16,4	29,9	20,8	19,6	16,7	15,2	15,1	11,6
	Unique Online	10,1	18,6	16,8	12,1	10,8	10,5	10,4	3,9
Berlingske	Total Reach	12,9	19,6	16,8	14,7	12,1	14,3	10,6	10,3
	Unique online	7,6	10,3	9,6	8,8	7,5	10,2	6,2	5,0
Jyllands Posten	Total Reach	14,3	18,6	14,4	12,9	17,9	13,5	14,1	13,6
	Unique online	7,7	7,2	8,0	7,0	10,8	9,6	7,7	5,2
B.T.	Total Reach	31,3	35,1	27,2	29,5	37,1	33,6	32,2	28,0
	Unique Online	20,3	24,7	16,0	19,1	25,0	23,7	20,8	16,2
Ekstra Bladet	Total Reach	32,8	30,9	28,8	31,8	41,7	35,4	37,9	24,6
	Unique online	22,9	25,8	18,4	22,7	32,5	25,1	24,8	15,5
Lokalt/ regionalt dagblad	Total Reach	17,3	14,4	8,0	10,9	15,4	13,2	20,3	27,2
	Unique online	6,1	7,2	1,6	4,9	8,3	6,1	6,9	6,3
N		2059	97	125	387	240	342	404	464

Kilde: Egne data, indsamlet i forbindelse med Reuters Digital News Report 2020.