

RADIO



Indholdsfortegnelse

1. Introduktion.....	2
2. Radio-husstande og radiolytning i Danmark	3
2.1 Radio-husstande i Danmark	3
2.2 Radio under forandring – radio på forskellige platforme.....	4
2.3 Platform, der lyttes radio på.....	5
2.4 Danskernes radiolytning – lyttetid	6
2.5 Danskernes radiolytning – tidspunkt på døgnet	9
2.6 De mest lyttede radiokanaler – Toplisten 2013	10
3. Sendetid og lyttetid på programkategorier	11
3.1 Udbuddet af forskellige typer af programmer – sendetiden fordelt på programkategorier	11
3.2 Danskernes radiolytning – lyttetiden fordelt på programkategorier	12
4. Public service-radio og landsdækkende kommerciel radio i Danmark	15
4.1 Public service-radio og landsdækkende kommerciel radios andel af danskernes radiolytning.....	15
4.2 Udvikling på kanaler over tid.....	19
6. Konklusion	20
7. Overvejelser om analyser i fremtidige rapporteringer.....	21
8. Metode	21
9. Brug af data og resultater.....	21

1. Introduktion

Kapitlet om radio er struktureret på følgende måde:

- Radio-husstande og radiolytning i Danmark: Danskernes radiovaner og udviklingen heri fra 2008 til 2013 – også inden for forskellige målgrupper.
- Sendetid og lyttetid på programkategorier: Typer af programmer, der er blevet udsendt fra 2010-2013 og typer af programmer, danskerne har lyttet til fra 2010-2013
- Public service-radio og landsdækkende kommerciel radio i Danmark: Udviklingen fra 2008-2013 i lytningen til public service-radio i forhold til landsdækkende kommerciel radio, også inden for forskellige målgrupper, tilkomsten af nye kanaler over tid
- Konklusion
- Fremadrettet/Analyser på vej: Hvilke undersøgelser der overvejes iværksat til 2015-rapporten – eller på længere sigt
- Metode og Brug af data og resultater: Hvordan indsamles data, hvad hører til i de forskellige grupper af radiokanaler osv. Hvad må du som bruger gøre med data og hvad skal du oplyse i den forbindelse. Vigtigt at læse, hvis du vil benytte data.

Det vil i den web-baserede udgave af rapporten være muligt at klikke grafer og tabeller frem bag hver figur.

Kapitlet om radio er som udgangspunkt baseret på den officielle, brancheanerkendte måling af radiolytningen i Danmark – Gallup/Radio-Meter. Dertil kommer tal fra Danmarks Statistiks registre.

I Gallup/Radio-Meter måles de landsdækkende radiostationer, mens lytningen til lokalradio måles via Gallup Lokalradio Index. Lokalradio indgår ikke i rapporteringen om mediernes udvikling i 2014.

I forhold til målingen af radiolytningen er der en række forhold at være opmærksom på:

Det er indtil videre alene DR, der lydkoder de udsendte programmer i forhold til, hvilken platform de sendes på, da der er omkostninger forbundet med at skulle lydkode. Derfor er der i opgørelserne af, hvordan lytningen er fordelt på platform en vis andel "ukendt lytning".

Podcast-lytning måles ikke, idet radiostationerne ikke har påsat lydkoder på deres pod casts på det tidspunkt i processen, hvor programmet lægges på harddisken. Det betyder, at den andel af lytningen, der består i lytning til pod casts, ikke måles. Denne "on demand"-lytningen indgår ikke i lyttermålingerne.

Det er kun DR og Radio24syv, der koder for programkategorier. Derfor kan sendefladens og lyttetidens fordeling på programkategorier kun ses for public service-kanalerne.

De kanaler, der indgår i rapporteringen er:

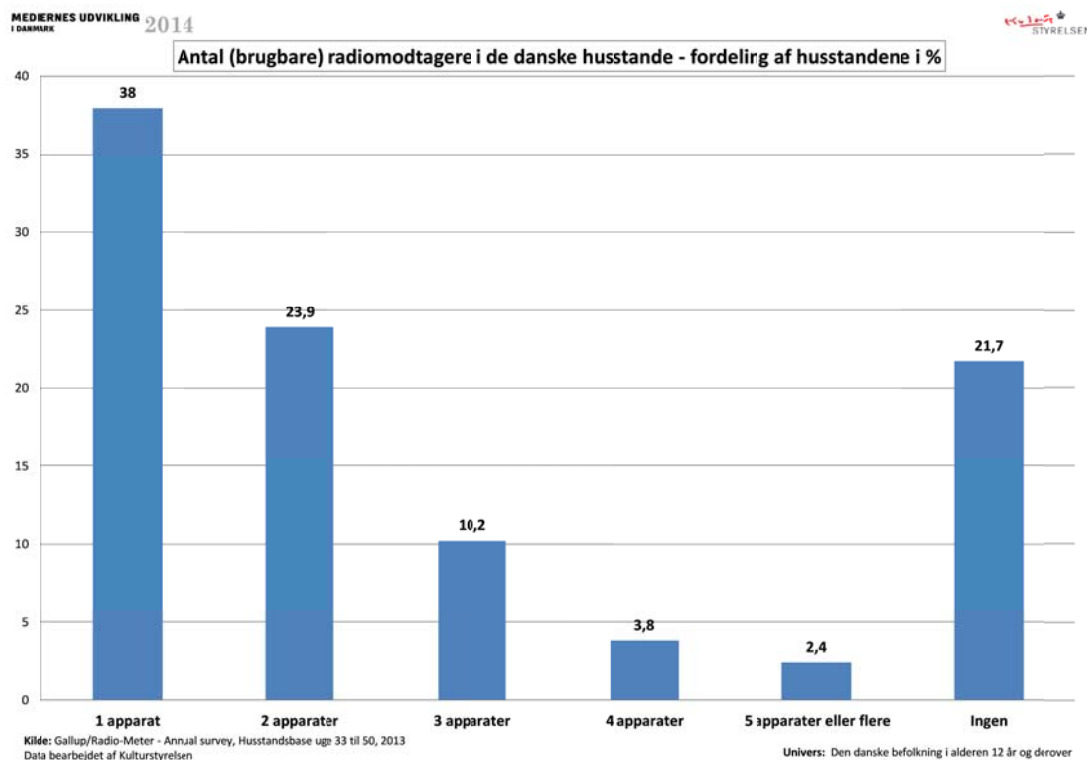
Kanalgruppe	Medier i gruppen
Public service-kanaler	Inkluderer både eksisterende og udgåede kanaler, der ikke længere måles og/eller sender P1, P2 Klassisk, P3, P4 Total, P5, P6 Beat, DR P7 Mix, DR P8 Jazz, DR Mama, DR Ramasjang Radio, DR Nyheder, DR Allegro, DR Barometer, DR Boogieradio, DR Coco, DR Country, DR Evergreen, DR Folk, DR Hip Hop, DR Hit, DR Jazz, DR MGP, DR Modern Rock, DR New Jazz Net, DR Oline, DR P5000, DR politik, DR pop DK, DR Rock, DR R&B, DR Soft, DR Spillemand, DR Unga Bunga, DR World, DR Dansktop, DR Klassisk, Radio24syv
Kommercielle kanaler	Radio 100, myRock, Radio Soft, Radio Klassisk, NOVA, The Voice, Pop FM, KLUBBEN, go!FM, Radio City, Radio 2, TV 2 Radio, Anden kommerciel lytning

2. Radio-husstande og radiolytning i Danmark

2.1 Radio-husstande i Danmark

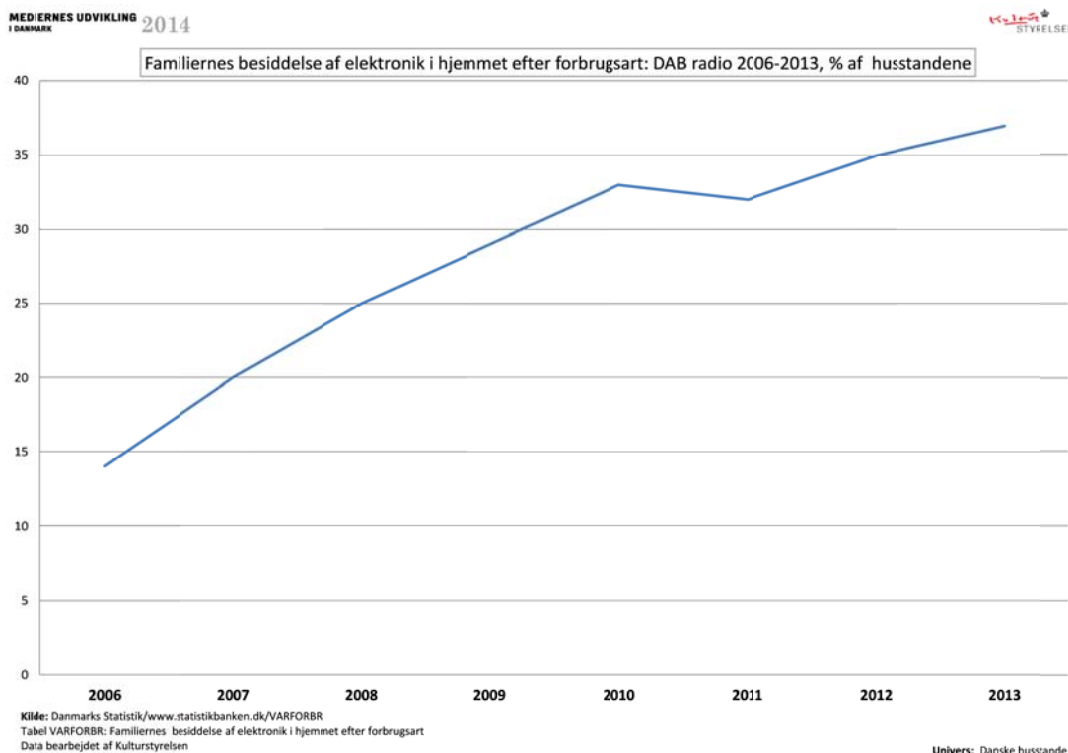
38 % af de danske husstande havde i slutningen af 2013 én brugbar radiomodtager i husstanden, mens knap 24 % havde to og godt 10 % tre. Umiddelbart ser en andel på lige under 22 %, der ikke har nogen radiomodtager i husstanden, ud til at være et højt tal. Det dækker imidlertid over, at spørgsmålet, der er stillet for at afdække antallet af radioapparater, vedrører de "traditionelle" radioapparater – transistorradio, stereoanlæg, radiovækkeur, men ikke computer, mobiltelefon osv. Da der givetvis er flere og flere, der bruger andet end de traditionelle radioapparater til at lytte radio på, giver det alt andet lige en relativt høj andel, der svarer "ingen" på det stillede spørgsmål.

Figur 1: Antal (brugbare) radiomodtagere i de danske husstande – fordeling af husstande i %, 2013



Ifølge Danmarks Statistiks opgørelser over familiernes besiddelse af elektronik i hjemmet (tabel VARFORBR) havde 37 % af de danske husstande en DAB-radio i 2013 – en stigning fra 14 % i 2006 jf. figur 2 nedenfor.

Figur 2: Familiernes besiddelse af elektronik i hjemmet efter forbrugsart: DAB radio 2006-2013, % af husstandene



2.2 Radio under forandring – radio på forskellige platforme

Radio har en helt anden historik end tv i forhold til det at være et mobilt medie. Man har i årtier kunnet tage radioen med sig og lytte via FM-båndet når og hvor man vil. Andre teknologier til udsendelse og modtagelse af radio har for år tilbage også gjort deres indtog på det danske marked. Det er muligt at høre et meget stort antal både danske og udenlandske radiokanaler via internettet på f.eks. sin pc, via kabel, som man også modtager tv-signalet igennem og via den digitale teknologi DAB.

DAB er en forkortelse for Digital Audio Broadcasting. Det er en digital teknologi til at udsende radio med på forskellige frekvenser, og kræver – ligesom digitalt tv – apparater der er særligt indrettet til at modtage DAB-signalet. Alternativt kan man modtage DAB-radio via en app på sin smart phone. DAB-frekvenserne opdeles i såkaldte blokke, der hver især består af et antal DAB-radio-kanaler.

DR påbegyndte forsøgsvirksomhed med DAB i 1995, og siden 2004 har DAB været udsendt i de to sendenet DAB-blok 1 og 2 (kilde: Kulturstyrelsens rapport om digital radio).

Ifølge rapporten fra Kulturstyrelsen er der ikke på samme måde som for tv en fordel for forbrugerne i form af forbedret signalkvalitet og mindre klodsede apparater ved en øget digitalisering (det er jo allerede nu muligt at lytte til radio med meget små, bærbare FM-apparater). Fordelen ligger i en øget kapacitet i sendenet og dermed mulighed for flere radiokanaler og øget mangfoldighed i udbuddet.

Politisk er der truffet beslutning om, at hvis minimum 50 % af radiolytningen i midten af 2018 foregår via DAB, vil FM-båndet blive slukket ved udgangen af 2019.

Det er også besluttet, at der skal ske en delvis overgang til den DAB-standard, der hedder DAB+. DAB+ er en forbedret version af DAB. Det er blandt andet hensigten, at det regionalt opdelte sendenet i DAB-blok 3 fra starten af 2015 skal kunne tages i brug til kommerciel radio i DAB+-formatet.

DR's P4, der endnu ikke kan modtages i DAB-format, skal udsendes i DAB+ ligeledes fra starten af 2015. Senest i 2018 bliver der gennemført et fuldt formatskifte til DAB+.

Læs mere om digital radio, køreplanen for overgangen til DAB og DAB+ og slukningen af FM-båndet her <http://www.kulturstyrelsen.dk/medier/radio1/digital-radio/>

DR begyndte i 2000 at paralleludsende sine FM-kanaler på internettet via dr.dk. Både DR og Radio24syv stiller desuden radioudsendelser til rådighed som pod cast, der kan downloades og lyttes til, når og hvor det måtte passe. Pod cast-lytningen måles dog ikke i branchemålingen af radiolytningen.

Der er ingen tvivl om, at radiomediet – ligesom tv – er under forandring. F.eks. ses jævnligt radioprogrammer, der nu også har fået en billedside. Nogle af DR's radioudsendelser kan f.eks. følges live via web-cam i radiostudiet (f.eks. Monte Carlo) og efterfølgende hentes via YouTube.

Mange radioprogrammer har ligeledes egne sider og debattråde på Facebook, Twitterprofiler, debatfora på hjemmesider o.lign., så der løbende kan være dialog og samspil med lytterne både live og uden for sendetid.

Ifølge DR's "Medieudviklingen 2013" (side 40-43) har det i en undersøgelse om de 15-29-åriges musiklytning (webbaseret undersøgelse gennemført af Epinion for DR Medieforskning) vist sig, at streamingtjenester som Spotify har overhalet radioen som den primære kilde til musiklytning. Samme undersøgelse har også vist, at teenagere opdager ny musik på YouTube – en funktion der før var knyttet til radiolytningen, og som befolkningen generelt stadig mest bruger radioen til.

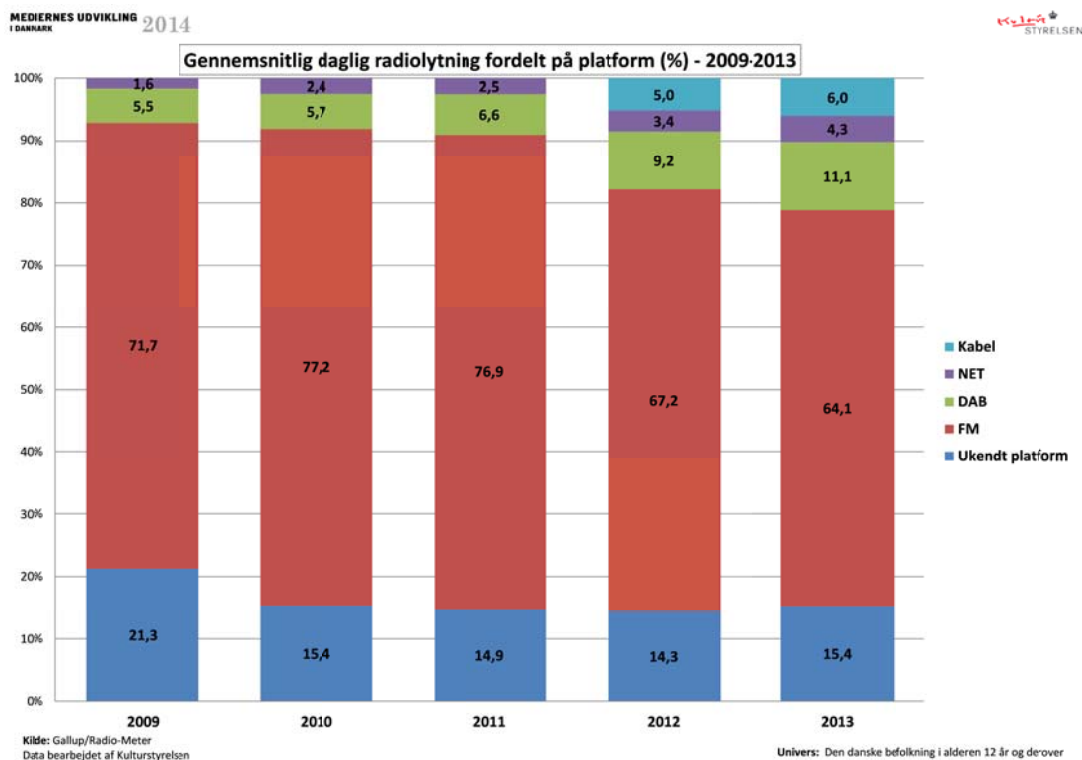
Et overblik over udbuddet af digitale tjenester i Danmark kan fås på <http://www.sharewithcare.dk/digitale-tjenester/>

2.3 Platform, der lyttes radio på

Som det fremgår af figur 3 nedenfor, foregår langt den største del af lytningen i Danmark via FM-båndet. FM-andelen udviser dog en faldende tendens, mens lytningen via især DAB men også net og kabel er i stigning – dog ikke med voldsomme stigningstakter. En andel af lytningen er på ukendt platform, hvilket blandt andet skyldes, at en række af radioaktørerne ikke lydkoder deres radiosignaler efter platform, da der er omkostninger forbundet hermed. Der kan derfor være både FM, DAB, net og kabel-lytning gemt under kategorien "ukendt platform".

Som omtalt i indledningen til kapitlet måles podcast-lytning ikke, idet radiostationer ikke har påsat lydkoder på deres pod casts på det tidspunkt i processen, hvor programmet lægges på harddisken. Den andel af lytningen, der består i "on-demand"-lytning til pod casts af udsendte programmer registreres derfor ikke.

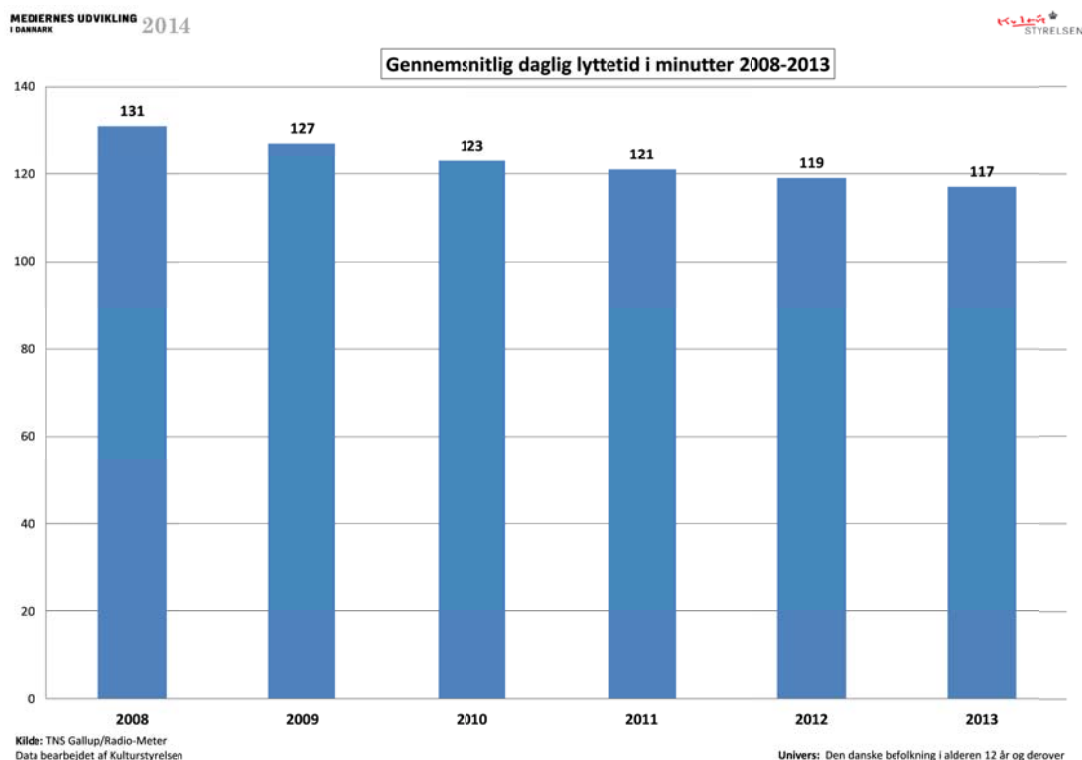
Figur 3: Gennemsnitlig daglig radiolytning fordelt på platform (%) – 2009-2013



2.4 Danskeres radiolytning – lyttetid

I 2013 lyttede danskerne i gennemsnit til radio en time og 57 minutter dagligt. Dette er et lille fald på to minutter i forhold til 2012. Der er generelt en faldende tendens i radiolytningen, og fra 2008 til 2013 er den daglige radiolytning faldet med 14 minutter. Mænd lytter generelt lidt mere radio end kvinder – i 2013 14 minutter mere om dagen. Forskellen mellem mænds og kvinders daglige lyttetid har med små udsving i hele perioden ligget på dette niveau – dog var den på 22 minutter i 2008.

Figur 4: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter fra 2008-2013

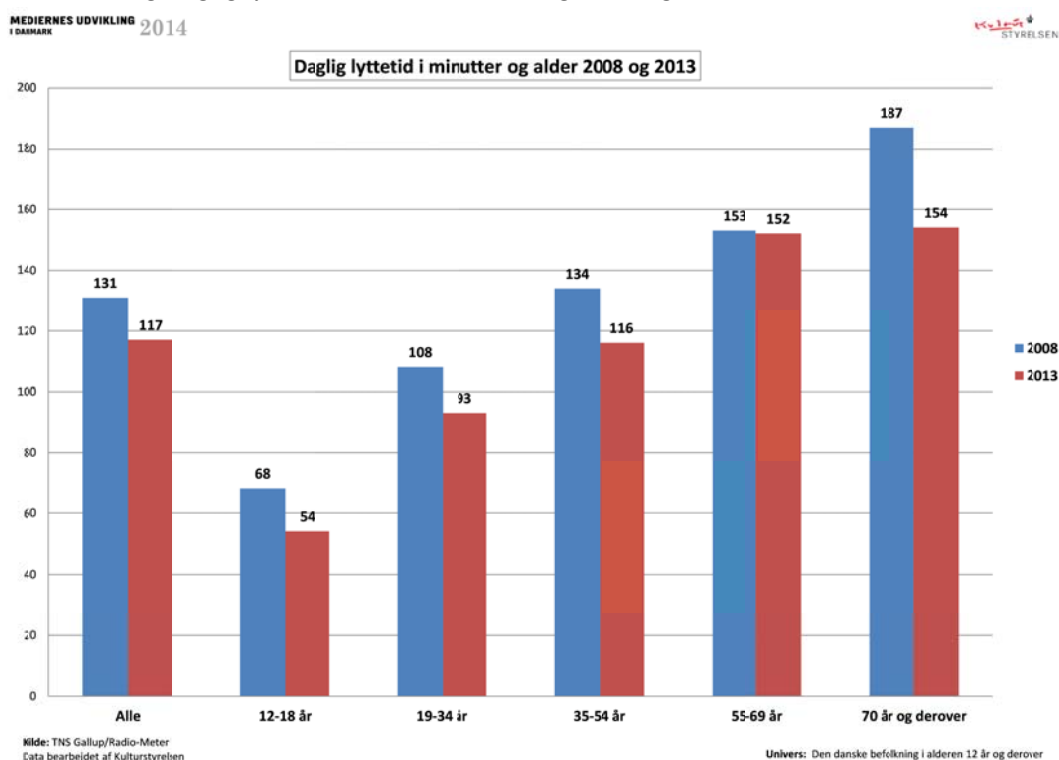


Ligesom ved tv-sening er der en sammenhæng mellem tidsforbrug og alder. Jo ældre, man er, des længere tid lytter man dagligt til radio. Dette billede var meget tydeligt i 2008, men udviklingen i den ældste aldersgruppe fra 70 år og derover har været relativt markant fra 2008 til 2013.

I 2008 lyttede de 70+-årige til radio 187 minutter dagligt. Dette er faldet til 154 minutter dagligt i 2013, det vil sige kun to minutter længere end aldersgruppen 55-69 år. Der er tale om et fald på 33 minutter dagligt for de 70+-årige, hvilket er væsentligt mere end for de andre aldersgrupper. Det næststørste fald ses hos de 35-54-årige, der har haft et fald på 18 minutter i den daglige lytning fra 2008-2013.

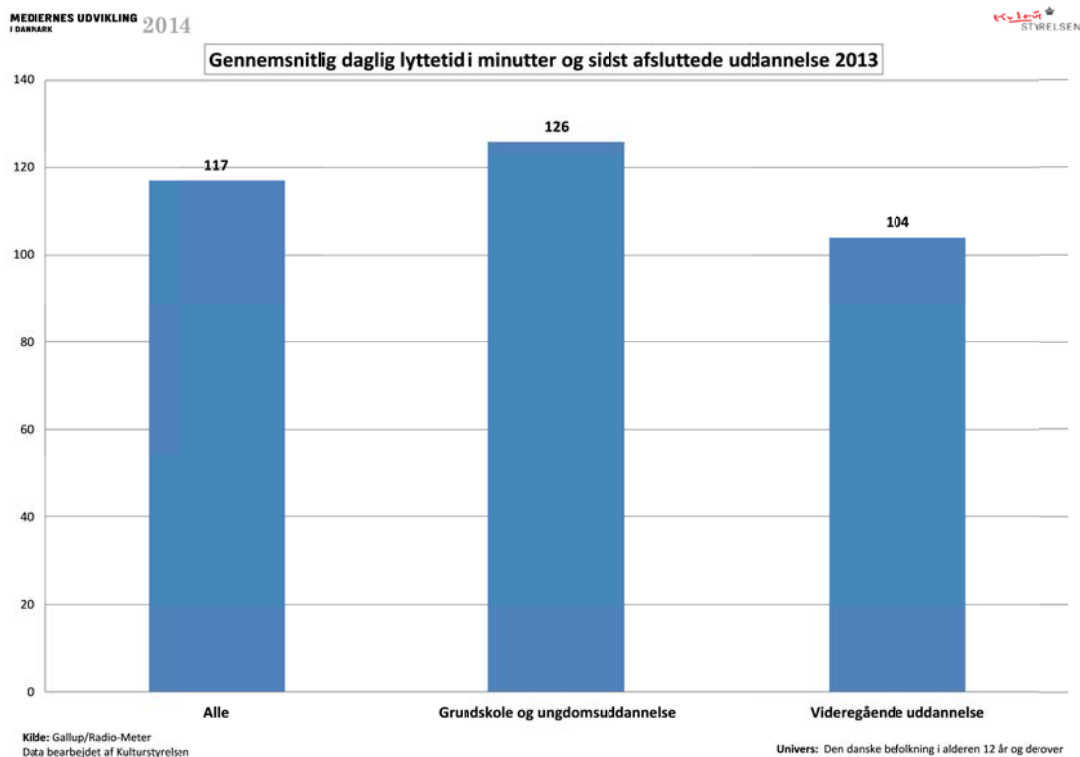
Det er især fra 2010-2011 og til dels fra 2011-2012, at der med fald på henholdsvis 11 minutter og 7 minutter har været relativt store fald i den daglige lyttetid for den ældste aldersgruppe. Der kunne måske være en vis sammenhæng med DR's afgivelse af FM4 i 2011, den nye kanalstrategi og omlægningen af P1 og P2, der efter afgivelsen af FM4 skulle dele en FM-frekvens eller eventuelt lyttes til via DAB.

Figur 5: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter i 2008 og 2013 og alder



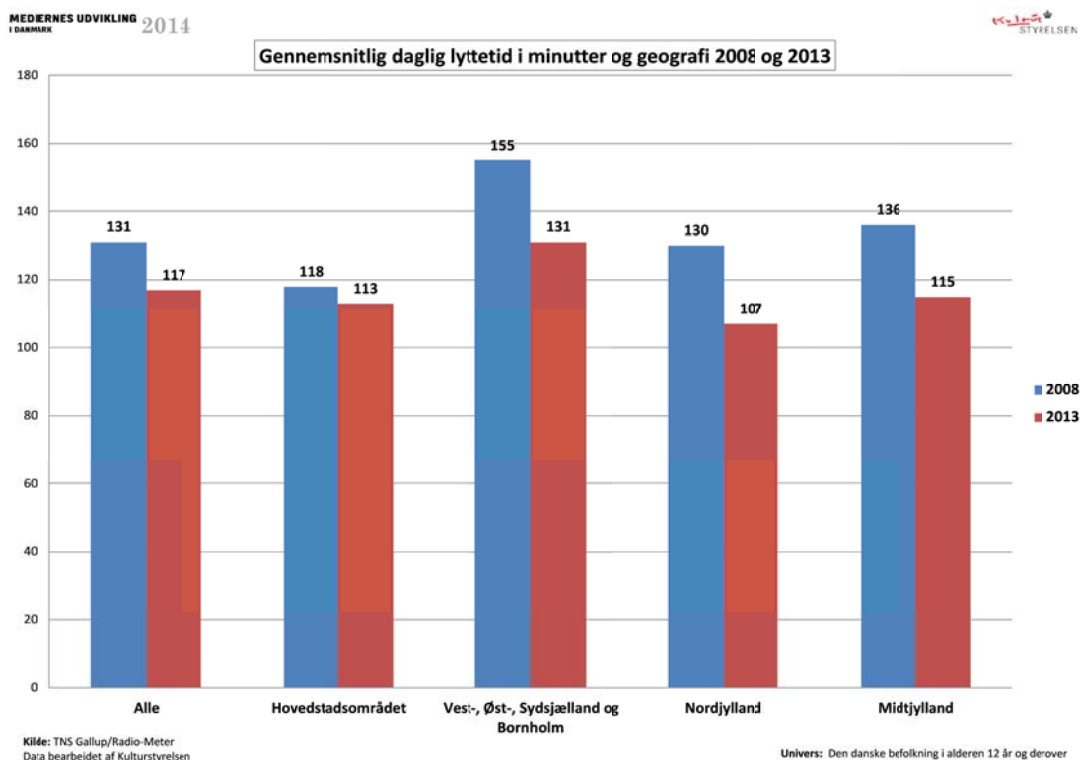
Personer med grundskole eller en ungdomsuddannelse som sidst afsluttede uddannelse lytter mere til radio dagligt end personer med en videregående uddannelse som sidst afsluttede uddannelse. Dette kan måske skyldes, at personer med de kortere uddannelser har lidt bedre mulighed for at lytte til radio på arbejdspladsen end personer med de videregående uddannelser. Forholdet mellem hjemme- og udelytning er dog det samme i begge grupper.

Figur 6: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter i 2013 og erhvervsuddannelse



Udviklingen i den gennemsnitlige daglige lyttetid har været relativt forskellig i de forskellige regioner. I Hovedstadsområdet og Syddanmark har der været de mindste fald i lyttetiden – dog fra de i forvejen laveste niveauer. Hovedstaden har haft fald på fem minutter i den daglige lyttetid og Syddanmark et fald på ni minutter. Til sammenligning har der i regionen "Vest-, Øst-, Sydsjælland og Bornholm" været et fald på 24 minutter i den daglige lyttetid fra 2008 til 2013, på 23 minutter i Nordjylland og på 21 minutter i Midtjylland. Dermed er de geografiske forskelle i lytningen blev udjævnet i en vis udstrækning men dog ikke fuldstændigt. Der lyttes fortsat mest til radio i "Vest-, Øst-, Sydsjælland og Bornholm" og mindst i Nordjylland.

Figur 7: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter i 2008 og 2013 og geografi

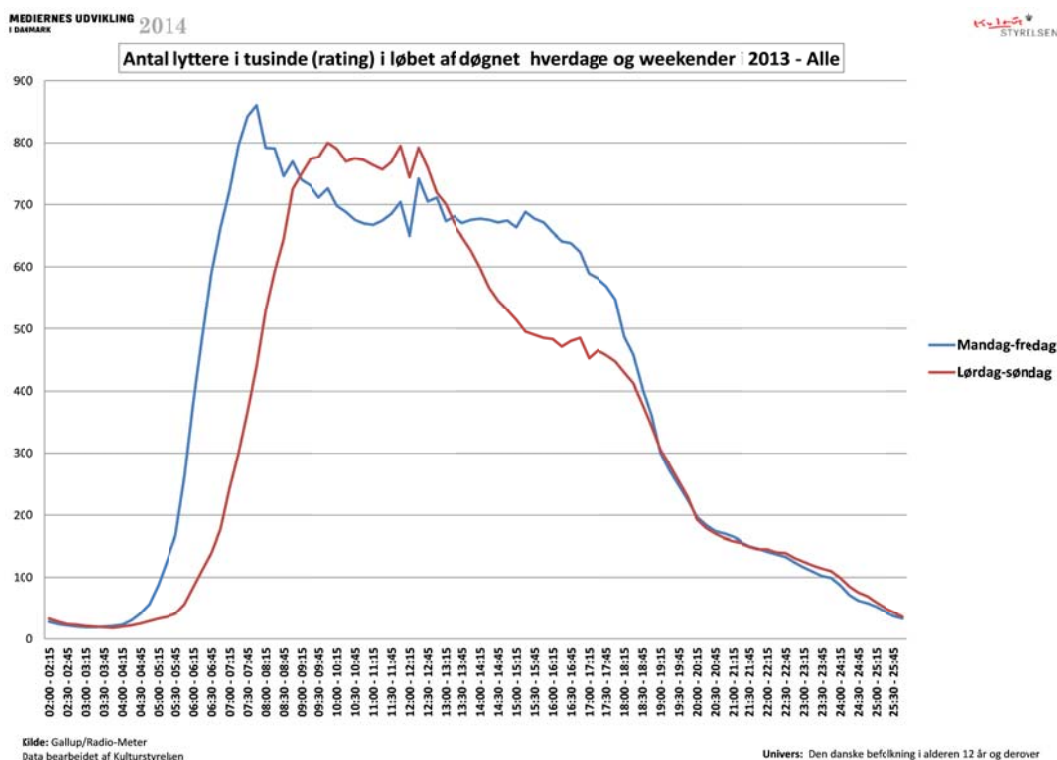


2.5 Danskernes radiolytning – tidspunkt på døgnet

Ser man på de tidspunkter på døgnet, hvor danskerne lytter mest til radio, er der forskydninger fra hverdage til weekenden. På hverdage topper lytningen ved ottetiden om morgenen – der ligger formentlig en vis del lytning under transport til arbejde eller skole/uddannelsesinstitution på dette tidspunkt, men mest lytning hjemme som en del af starten på dagen.

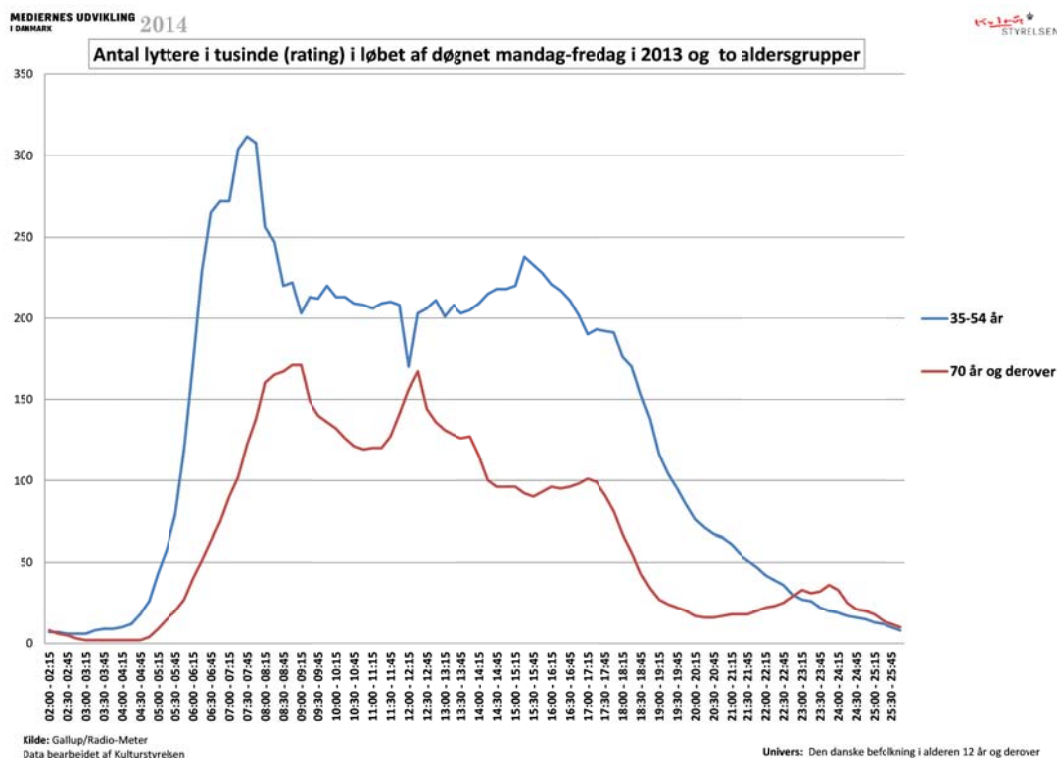
Der er ikke så overraskende en lidt senere start på lytningen i weekenderne og lidt flere lyttere i formiddagstimerne i weekenden. Til gengæld falder lytningen i weekenden væsentligt tidligere end til hverdag, hvor der er et relativt jævnt niveau af lytning i hele arbejdsdagens længde. Fra kl. 19 og døgnet ud er lytningen stort set identisk hverdage og weekender.

Figur 8: Antal lyttere i tusinde (rating) i løbet af døgnet hverdage og weekender i 2013 - Alle



Sammenligner man lyttemønsteret for henholdsvis de 35-54-årige, det vil sige en aldersgruppe med en høj erhvervsfrekvens, og aldersgruppen 70 år og derover, der må antages at have en relativt lav erhvervsfrekvens, er der stor forskel på de to aldersgrupper. I dagtimerne er der næsten tale om en spejlvending af lyttemønsteret. For eksempel er der midt på dagen et dyk i lytningen for de 35-54-årige, hvilket måske kan skyldes, at der her spises frokost med kolleger på arbejdspladsen, hvorfor lytningen falder. For de 70+-årige er der derimod en stigning i lytningen midt på dagen – måske fordi der lyttes til en middagsradioavis.

Figur 9: Antal lyttere i tusinde (rating) i løbet af døgnet mandag-fredag i 2013 – to aldersgrupper

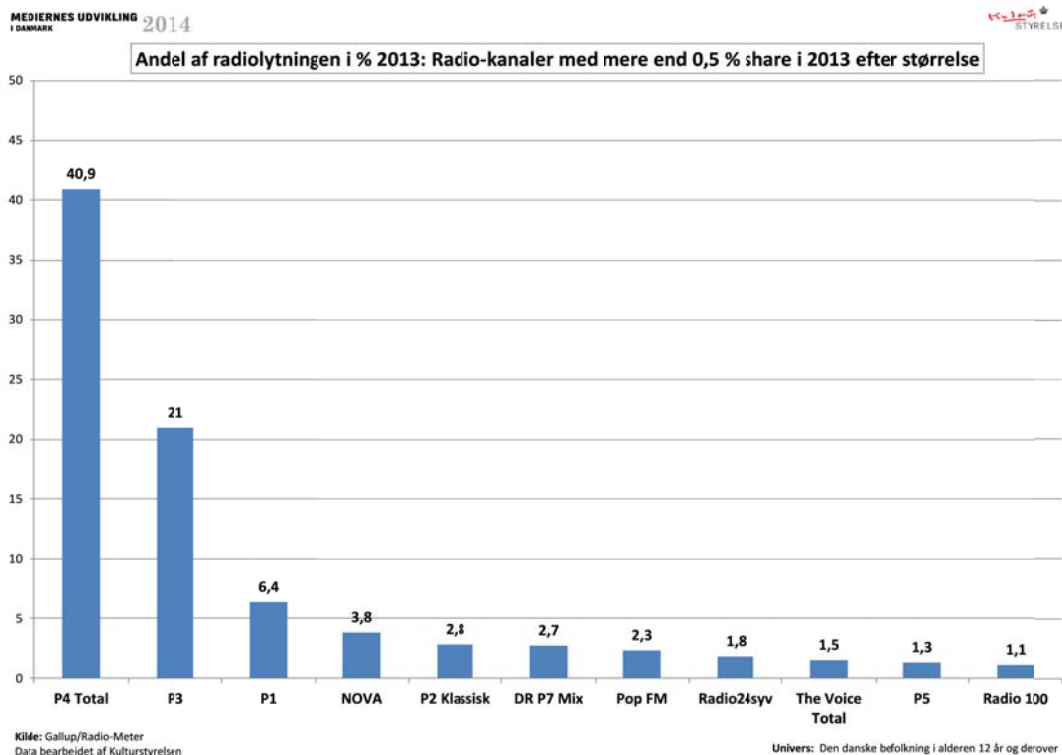


2.6 De mest lyttede radiokanaler – Toplisten 2013

De kanaler, der blev lyttet mest til i de danske radio-husstande i 2013 var DR's P4 (Total), der havde en andel (share) af lytningen på 40,9 %, efterfulgt af DR's P3 med 21 % af lytningen og DR's P1, der havde en share på 6,4 %. Herefter følger NOVA, der havde en share på 3,8 %.

DR's samlede andel af lytningen i 2013 var 76,1 %. Radio24syv, der startede sin udsendelsesvirksomhed den 1. november 2011, havde i 2013 en share på 1,8 %. Samlet set havde public service-radio en share på 77,9 % i 2013.

Figur 10: Top liste – de mest lyttede kanaler i 2013 i Danmark efter andel af den samlede radiolytning i %



3. Sendetid og lyttetid på programkategorier

3.1 Udbuddet af forskellige typer af programmer – sendetiden fordelt på programkategorier

I det følgende vil vi se på fordelingen af sendeflader på programkategorier. Der ses alene på public service-kanalerne, idet de øvrige udbydere på radiomarkedet ikke koder deres udsendelser i forhold til programkategori.

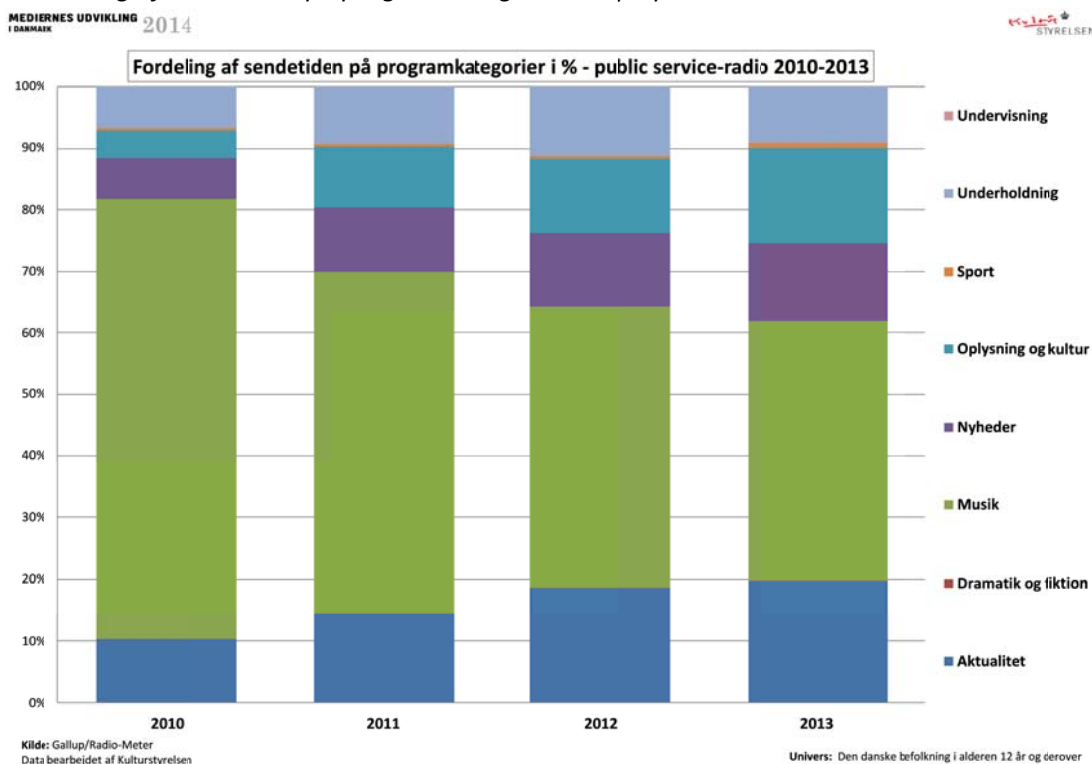
Hvis man ser på udviklingen fra 2010-2013 i programudbuddet på dansk public service-radio (fig. 11 neden for) kan man se, at der fra 2011 er sket en ændring i sammensætningen af udbuddet. Fra 2011 og frem er der sket en kraftig reduktion i den andel af sendetiden, som musik udgjorde. Musikandelen er i perioden faldet fra 71,4 % i 2010 til 42,1 % i 2013. I samme periode er der sket en næsten tilsvarende stigning i den andel, aktualitet, nyheder, oplysning og kultur udgør af de udsendte timer. Disse kategorier er steget fra samlet set at udgøre 21,5 % af de udsendte timer i 2010 til samlet set at udgøre 48 % i 2013.

Ændringen i sammensætningen af programudbuddet på public service-radio er sket efter lanceringen af Radio24syv i november 2011, hvor DR måtte afgive FM4-frekvensen, hvor DR hidtil havde sendt P2. I den forbindelse lancerede DR en ny kanalstrategi – *”Et skarpere DR”*, hvor antallet af radiokanaler blev reduceret fra 30 til 10 kanaler. En række af DR’s DAB-kanaler var tidligere såkaldte ”jukeboxkanaler”, men overgik efter lanceringen af den nye kanalstrategi til at være værtsbårne kanaler med formidling af det stof, der blev udsendt. Andre kanaler blev lukket.

P1 og P2 har siden afgivelsen af FM4-frekvensen delt den FM-radiofrekvens, som P1 hidtil havde sendt på alene (FM1). På DAB sender P1 og P2 fortsat som fulde kanaler. DR skal ifølge sin kontrakt udsende 12 navngivne kanaler, hvoraf de to børnekanaler DR Ramasjang og DR Ultra deler frekvens og DR Nyheder sender på en midlertidig tilladelse til at anvende ledig kapacitet i DAB blok 2, indtil denne kapacitet overtages af kommercielle radiostationer. DR har i marts måned 2014 meddelt, at stationen ønsker at lukke radiokanalen DR Mama, der har været et tilbud til de unge.

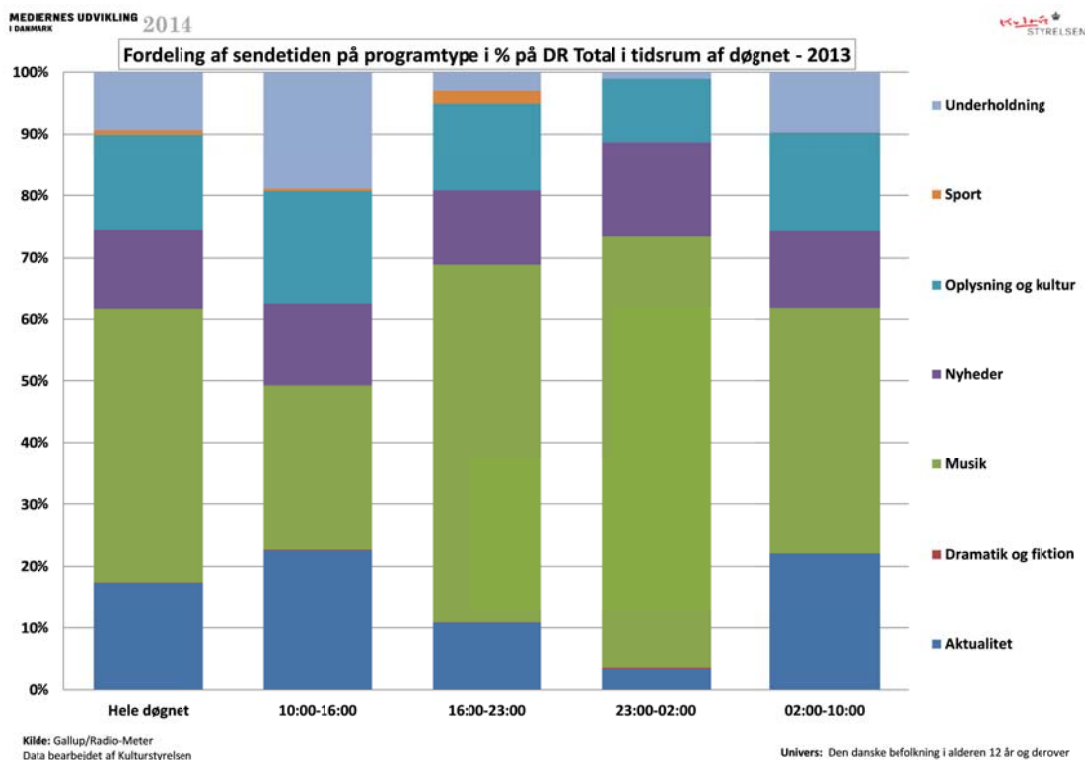
Selvom en meget stor del af Radio24syvs sendeflade består af aktualitet, nyheder, oplysning og kultur, har dette en kun en relativt lille effekt på den samlede public service-programflade. Det skyldes, at antallet af timer fra Radio24syv’s ene kanal udgør så lille en andel af det samlede antal public service-timer, at der ikke sker større påvirkninger af det samlede udbud, når kanalens timer lægges sammen med timerne fra DR’s kanaler.

Figur 11: Fordeling af sendetiden på programkategorier i % på public service-radio 2010-2013



Ved at se på programkategoriernes andele af sendefloden i forskellige tidsrum på døgnet, som det er gjort for DR Total i figur 12 nedenfor, kan man se, hvor meget sendefloden ligesom på tv ændrer sig i løbet af døgnet.

Figur 12: Fordeling af sendetiden på programkategorier i % på DR Total på tidspunkter af døgnet i 2013



3.2 Danskernes radiolytning – lyttetiden fordelt på programkategorier

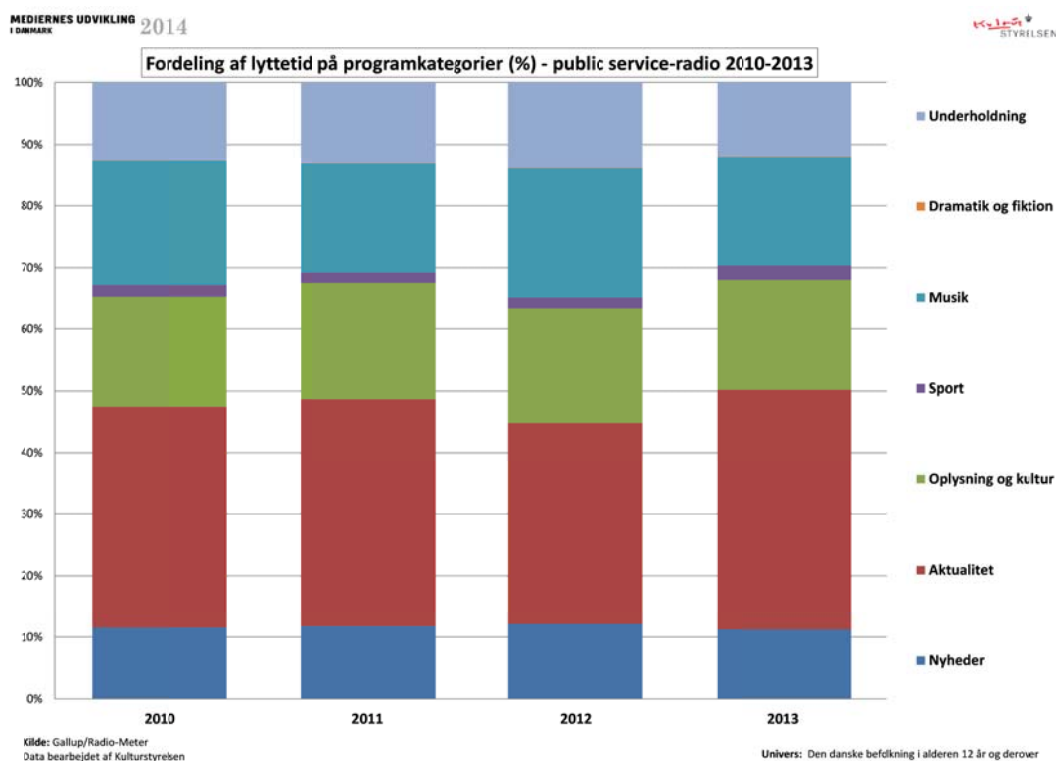
På samme måde, som vi oven for så på sendefloden fordelt på programkategorier, vil vi i det følgende se på, hvordan lytternes tidsforbrug på radiolytning fordeler sig på de forskellige programkategorier. Der vil også blive foretaget en sammenligning af sendetiden og lyttetidens fordeling på programkategorier for at

se, hvor stor forskel der er på det sendte og det lyttede. Som ovenfor under sendetid vil der alene blive set på public service-kanalerne, da disse kanaler er de eneste, der koder for programkategori på radio.

I 2013 udgjorde programkategorierne Aktualitet, Nyheder samt Oplysning og kultur samlet set 68 % af danskerne radiolytning.

Det skifte, der fandt sted fra 2010 til 2011 i de udsendte public service-timers fordeling på programkategorier (jf. figur 11 oven for) som følge af DR's ændrede kanalstrategi og -portefølje, har tilsyneladende ikke umiddelbart haft voldsom indflydelse på lyttetidens fordeling på programkategorier.

Figur 13: Fordeling af lyttetiden på programkategorier i % på public service-radio 2010-2013



Sammenligner man sendetidens fordeling på programkategorier med lyttetidens fordeling på programkategorier, som det er gjort i tabel 1 neden for, kan man se, at der i 2013 forholdsvis blev lyttet væsentligt mere til især sport og aktualitet, end disse programkategorier udgjorde af sendefloden, mens der omvendt blev sendt forholdsvis væsentligt mere musik, end der blev lyttet til. Radio er således i høj grad et indholdsmedie og ikke kun et musikmedie for brugerne.

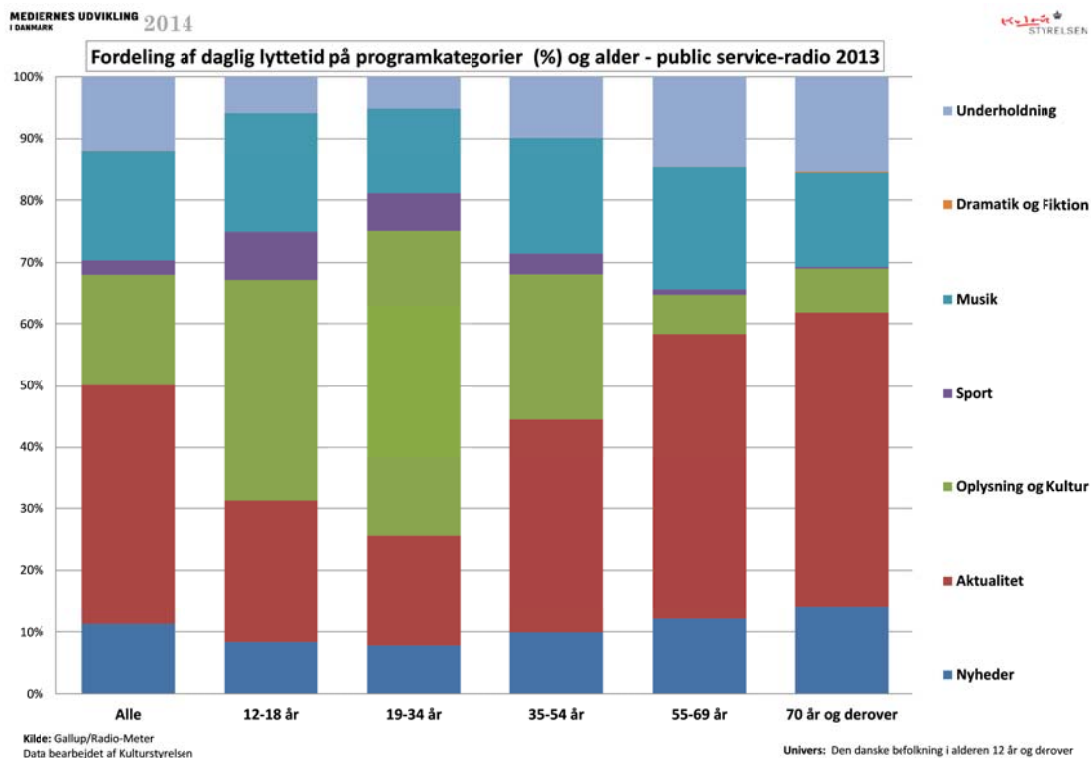
Tabel 1: Sendetidens og lyttetidens fordeling på programkategorier på public service-radio 2013

	PUBLIC SERVICE RADIO sendetidens fordeling i % 2013	PUBLIC SERVICE RADIO lyttetidens for- deling i % 2013	Ratio sendt/lyttet *)
Nyheder	12,8 %	11,2 %	88,0
Aktualitet	19,7 %	39,0 %	197,4
Oplysning og kultur	15,5 %	17,8 %	114,8
Sport	0,8 %	2,3 %	308,5
Musik	42,1 %	17,6 %	42,0
Dramatik og fiktion	0,1 %	0,1 %	92,3
Underholdning	9,1 %	11,9 %	131,5

*) Ratio = 100: Sendt det samme som der blev lyttet til af kategorien, Ratio > 100: Lyttet forholdsvis mere til end der blev sendt af kategorien, Ratio < 100: Lyttet forholdsvis mindre end der sendt af kategorien

Det er, som det ses af figur 14 nedenfor, muligt at se lyttetidens fordeling på programkategorier for forskellige aldersgrupper, og der er for flere af programkategoriernes vedkommende meget stor forskel på, hvor meget de udgør af den enkelte aldersgruppes radiolytning.

Figur 14: Fordeling af lyttetiden på programkategorier i % og alder - public service-radio 2013



4. Public service-radio og landsdækkende kommerciel radio i Danmark

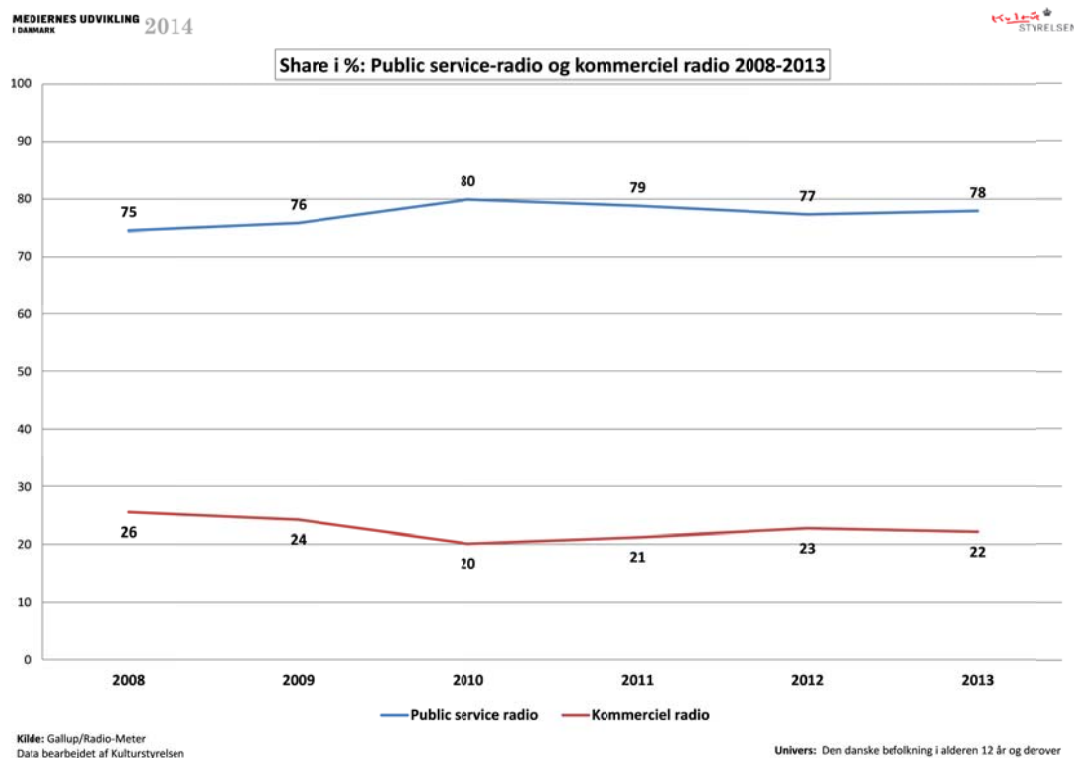
4.1 Public service-radio og landsdækkende kommerciel radios andel af danskernes radiolytning

Public service-radio udgør langt den største andel af danskernes radiolytning. I 2013 foregik 78 % af danskernes radiolytning på public service-kanalerne, hvoraf Radio24syv udgjorde 1,8 %. 22 % af lytningen foregik på de landsdækkende kommercielle kanaler. Lokalradio indgår ikke i målingen i Gallup/Radio-Meter men måles separat i Gallup Lokalradio Indeks. Lokalradio udgør naturligvis også en andel af den samlede radiolytning – det afspejles dog ikke i denne undersøgelse.

Som det fremgår af figur 15 nedenfor, er der meget små bevægelser i share fra 2008-2013. Siden 2008 har public service-radio siden 2008 haft en lille fremgang i share med en stigning fra 75 % til 78 %, når man ser over hele perioden. Dette er dog en svag tilbagegang fra 80 % i 2010.

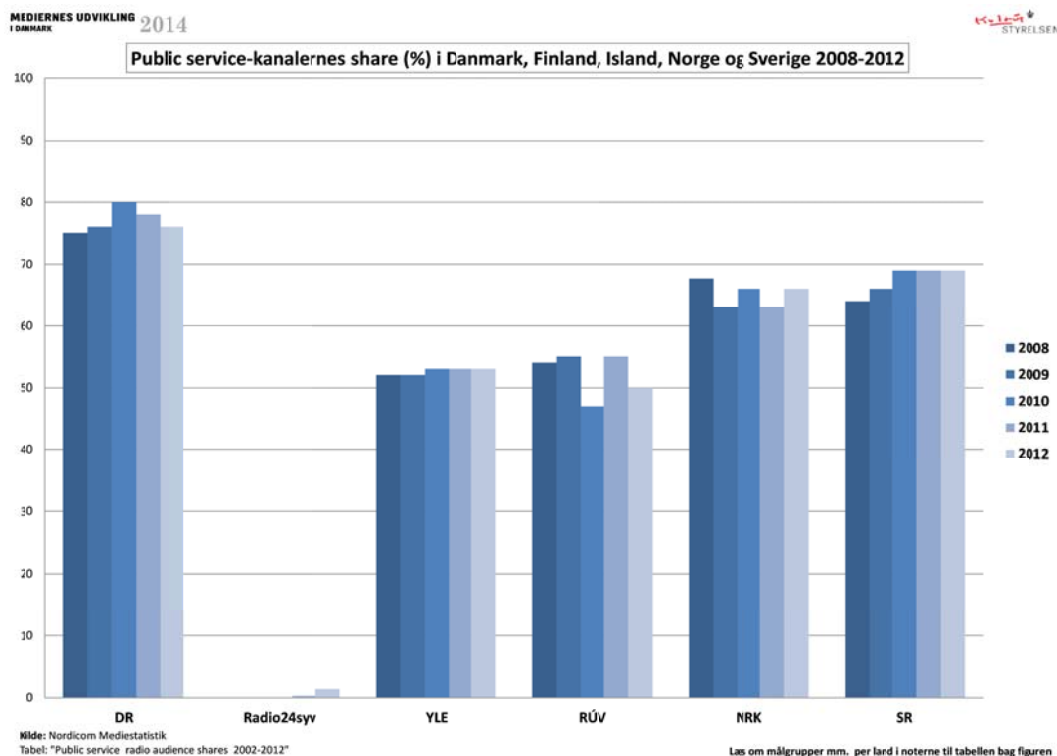
Kommerciel radio gik tilbage i 2010. Talpa, der var indehaver af FM 6-tilladelsen og her sendte kanalen 100 FM, gik konkurs i 2010 efter et samlet tab på over 300 mio. kr. siden etableringen i 2003. De sunde dele af selskabet blev efter en rekonstruktionsproces videreført med lokale tilladelser, mens den landsdækkende FM 6-programtilladelse på baggrund af en såkaldt skønhedskonkurrence i stedet blev givet til FM 6 A/S. FM 6 A/S, der er ejet af Berlingske Media som hovedaktionær (60 %) og SBS Radio som mindretalsaktionær (40 %), driver stationen under navnet POP FM og har sendt siden oktober 2010 (kilde: European Commission, State aid SA.33659 (2011/NN) – Denmark, Digital Audio Broadcasting transmission network in Denmark, Brussels, 25.07.2012, C(2012) 5056 final, s. 6-7).

Figur 15: Share (%) (andel af radiolytningen) for public service-radio og kommerciel radio 2008-2013



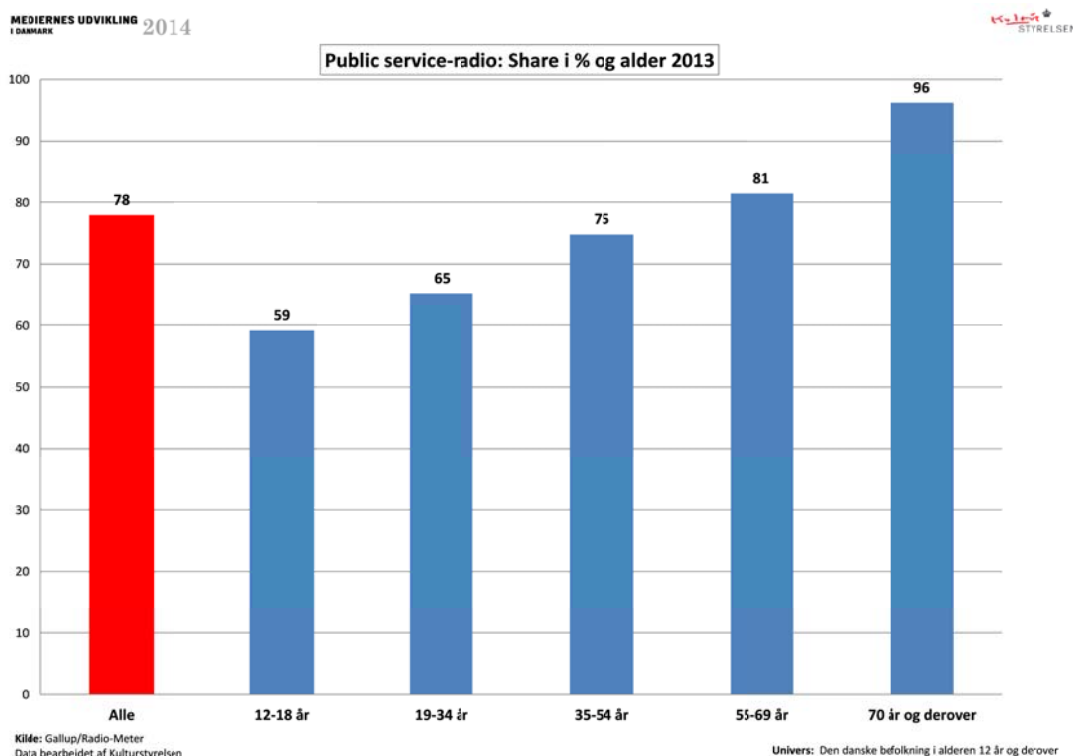
Sammenligner man public service-kanalernes andel af den samlede lytning i de nordiske lande, som det er gjort i figur 16 neden for, har DR samlet set haft den højeste share af alle de nordiske kanaler i hele perioden 2008-2012. Også i Norge og Sverige er share relativt høj for public service-kanalerne, mens der er et mindre spring ned til niveauerne i Finland og Island. Fælles for alle lande er dog, at share er relativt stabil i den betragtede periode uden de helt store bevægelser i markedet.

Figur 16: Public service-kanalernes share (%) i Danmark, Finland, Island, Norge og Sverige 2008-2012



Der er en tydelig sammenhæng mellem den andel, public service-radio udgør af ens lytning og alder. Jo ældre, man er, des større en andel udgør public service-radio af lytningen – for de 70+-årige hele 96 %. Aldersgruppen 55-69 år har med 81 % også en ganske høj public service-share. Der er dog tale om en tilbagegang fra knap 92 % i 2010. Denne aldersgruppe er den eneste, hvor der registreres en tilbagegang i den størrelsesorden for public service-radio. For de 19-34-årige og til dels de 35-54-årige er der – med mindre udsving – tale om en svag tendens til en stigende share for public service-radio.

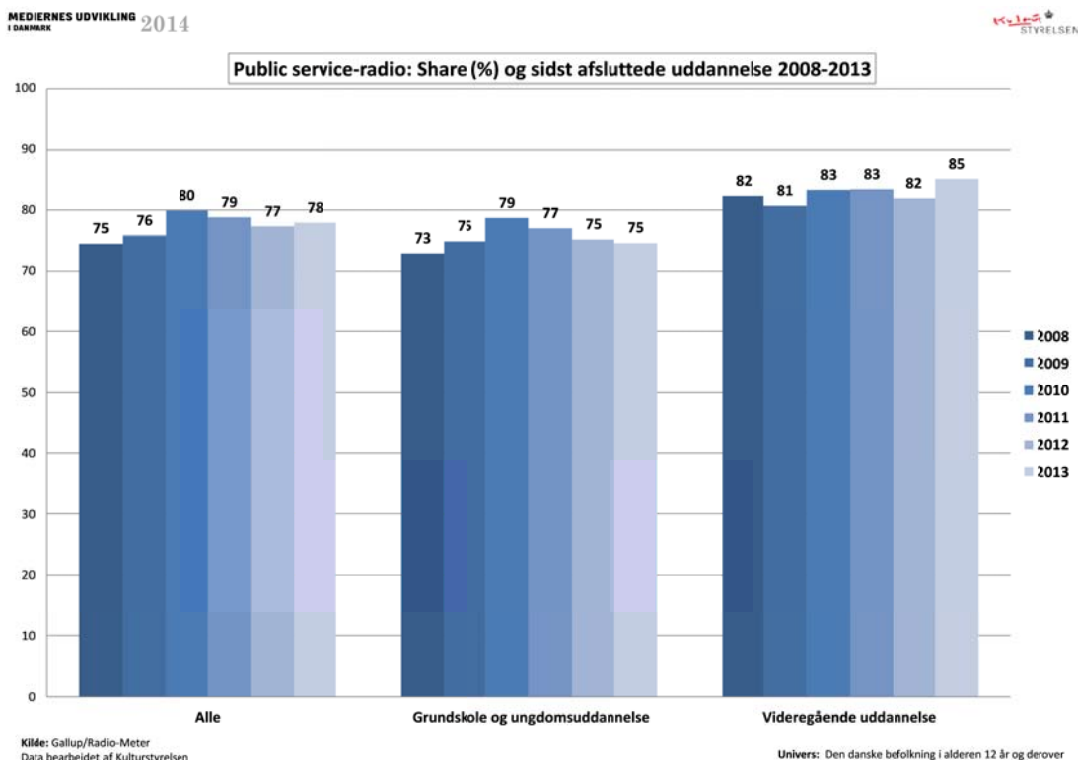
Figur 17: Public service-radio: Share (%) og alder 2013



I forhold til sidst afsluttede erhvervsuddannelse ser det for radio ligesom for tv ud til, at public service-radio udgør en større andel af lytningen ved et højere uddannelsesnivea. Det lader desuden til, at der for det

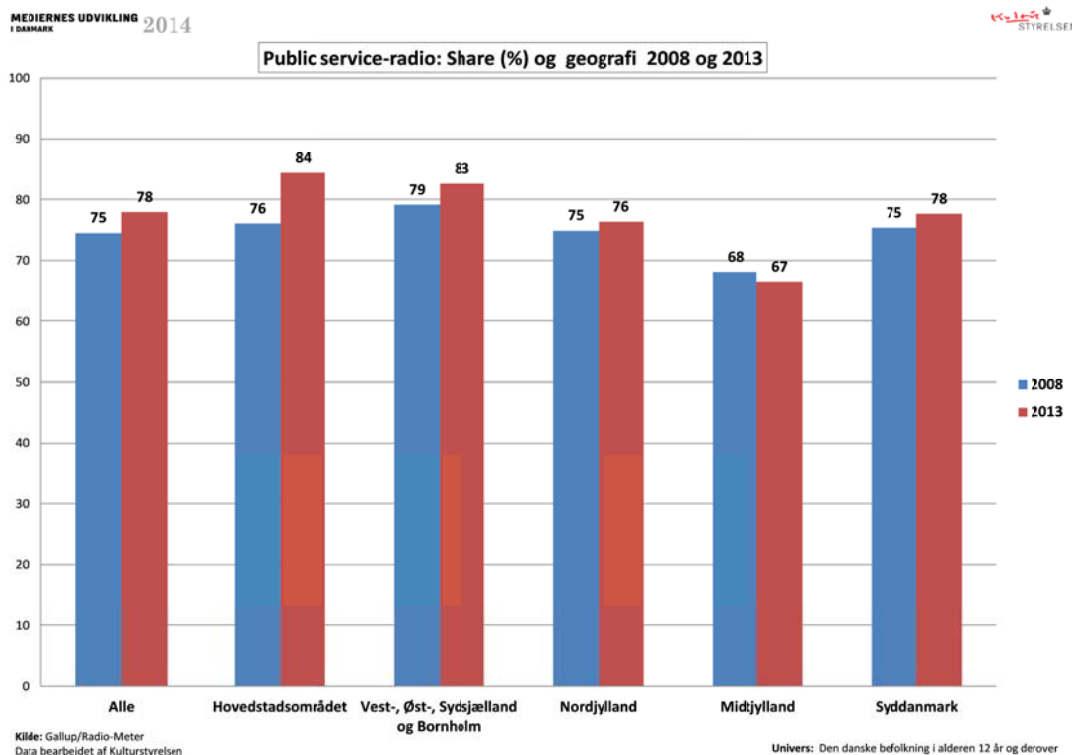
højere uddannelsesniveaue er en ganske svagt stigende tendens i denne andel, mens der for det lavere uddannelsesniveaue siden 2010 har været en svagt faldende tendens efter en periode med stigning. Afstanden mellem de to uddannelsesniveaue public service-share er altså de seneste år blevet forøget.

Figur 18: Public service-radio: Share (%) og sidst afsluttede erhvervsuddannelse 2008-2013



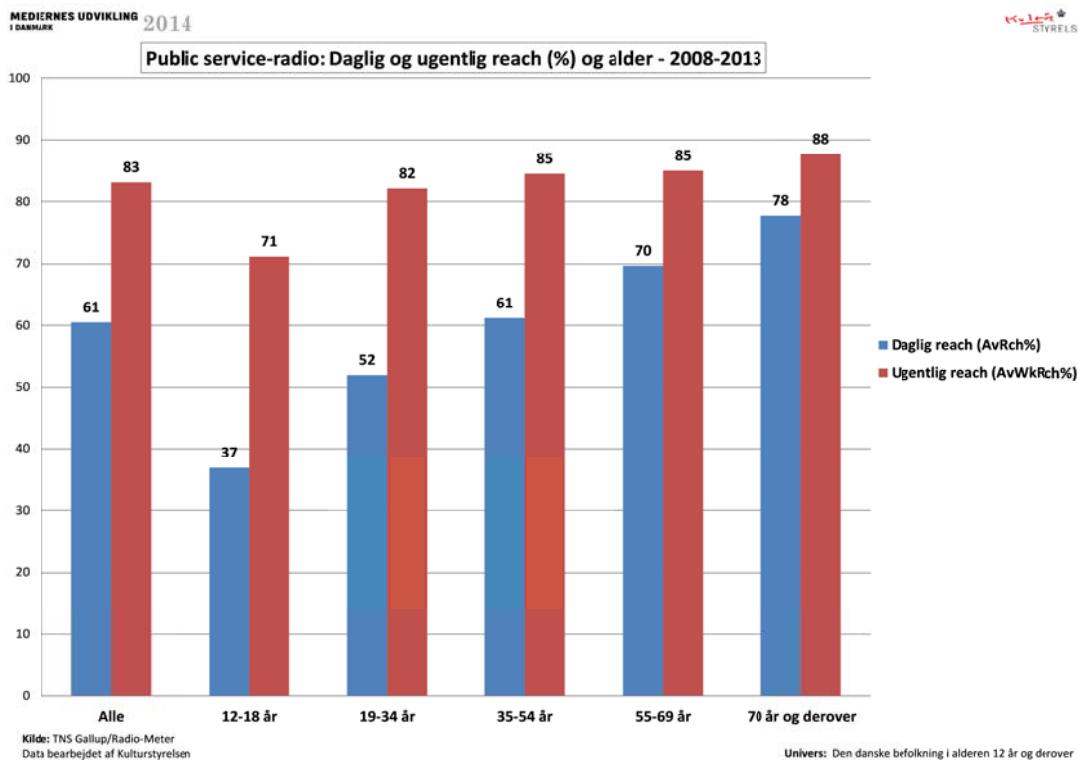
Ses på public service-radios andel af lytningen i forskellige geografiske områder, har der været fremgang i hovedstadsområdet fra 76 % i 2008 til 84 % i 2013. Forskellen mellem niveauerne i 2008 og 2013 i de øvrige geografiske områder er meget lille. Ser man på alle årene fra 2008-2013, har der dog i Midtjylland i 2010 været en public service-share på knap 74 %, hvorefter share er faldet til 67 % i 2013.

Figur 19: Udvikling i public service-radio: Share (%) og geografi 2008 og 2013



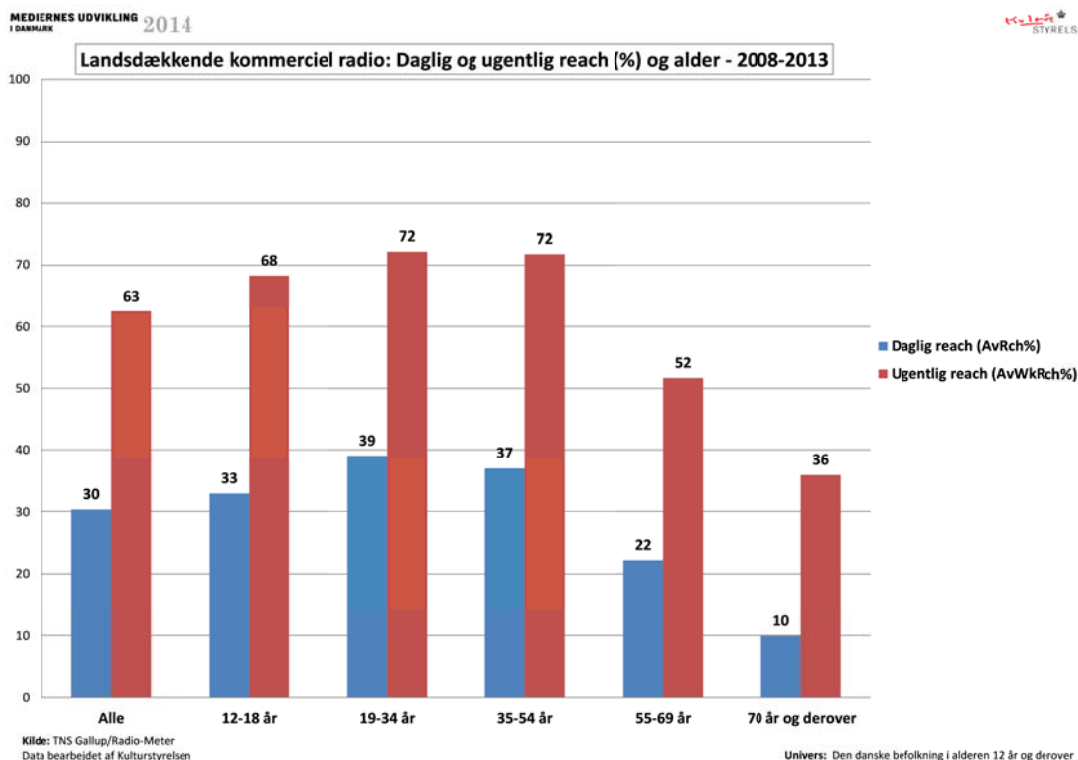
Ser man på reach-tallet for public service-kanalerne, der er et akkumuleret tal for, hvor mange der i løbet af enten en dag eller en uge lytter til mindst fem minutters sammenhængende public service-radio, kan man se, at en stor andel af danskerne uanset aldersgruppe er i kontakt med dansk public service-radio i løbet af en uge. Især på daglig basis ses, at jo ældre aldersgruppe, des højere er den andel af aldersgruppen, som public service-radio er i kontakt med. På ugeniveau udjævnes denne forskel på aldersgrupperne en del. Der er dog fortsat et spring ned til de 12-18-årige.

Figur 20: Daglig og ugentlig reach i % og alder for public service-radio 2013



Ser man på de tilsvarende tal for landsdækkende kommerciel radio i 2013, er forløbet af søjlerne noget anderledes end for public service-radio. Den laveste daglige og ugentlige reach for landsdækkende kommerciel radio ses hos de to ældste aldersgrupper, der ligger noget lavere end de øvrige tre aldersgrupper. Disse tre aldersgrupper er ikke meget afvigende fra hinanden i forhold til reach-niveau. For de 12-18-årige er reach-niveauerne for public service-radio og landsdækkende kommerciel radio relativt tæt på hinanden, mens public service-radio – især på daglig basis – ligger over landsdækkende kommerciel radio i de øvrige aldersgrupper.

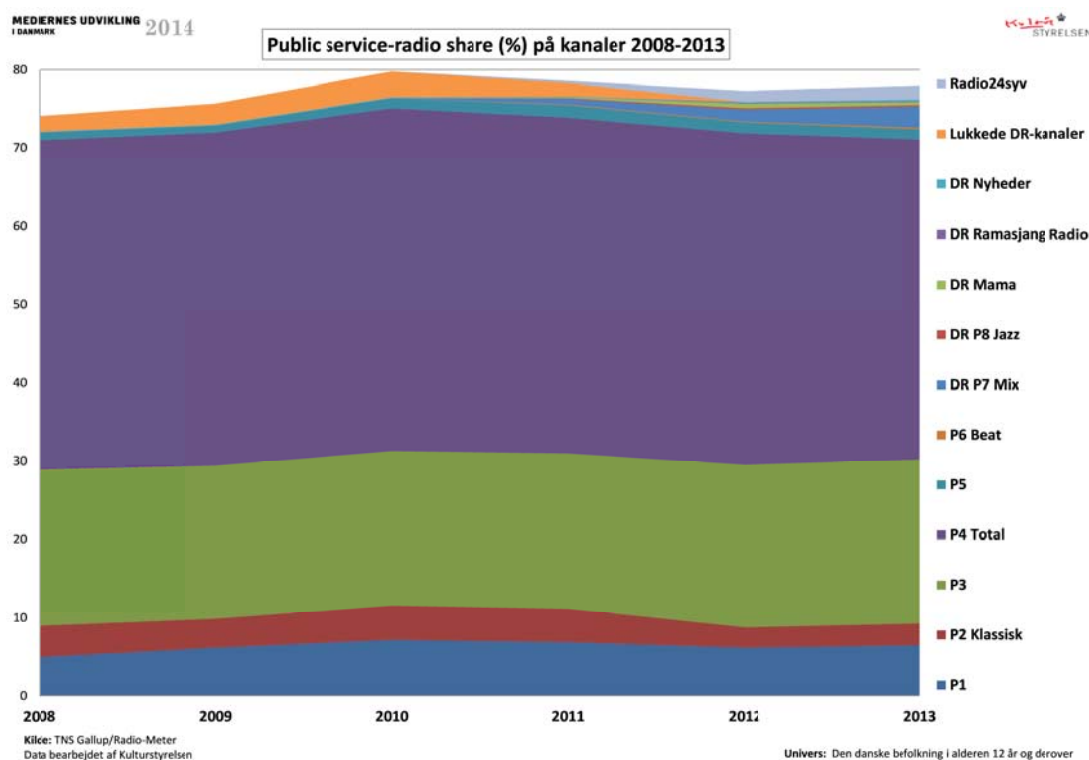
Figur 21: Daglig og ugentlig reach i % for landsdækkende kommerciel radio 2013



4.2 Udvikling på kanaler over tid

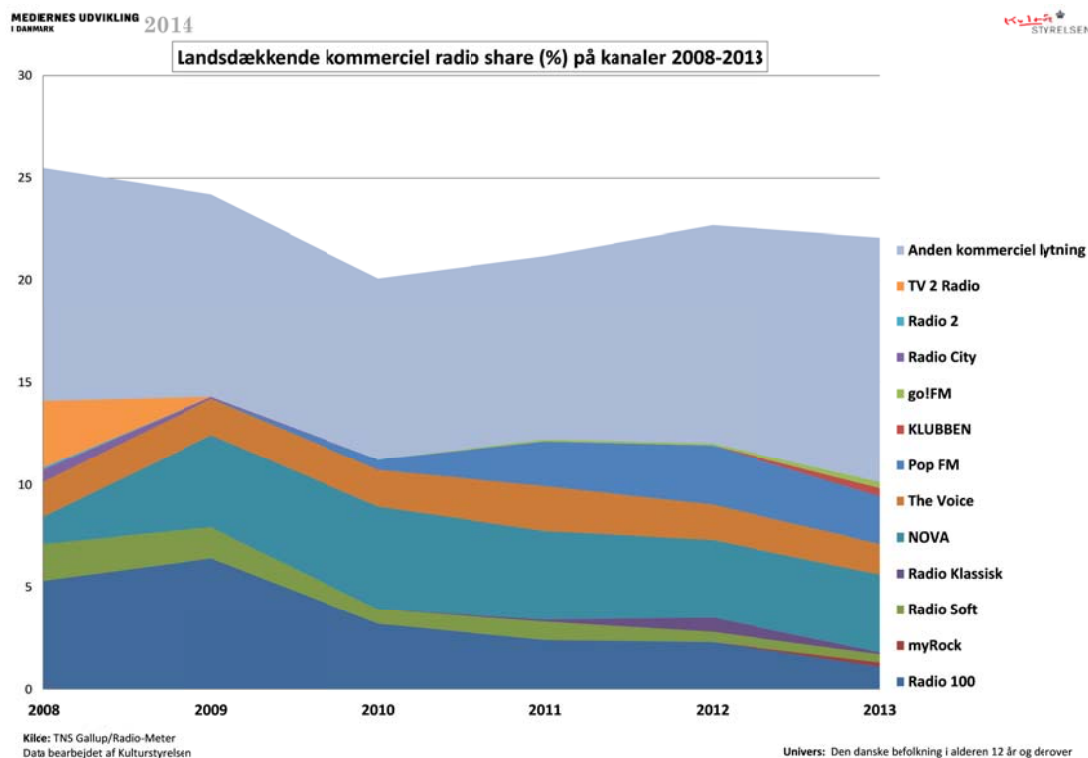
Vi ser i dette afsnit på udviklingen fra 2008 til 2010 i forhold til radiokanalerne andel af lytningen for henholdsvis public service-radio og kommerciel radio. Public service-radio er frem til Radio24syv's lancering i november 2011 synonymt med DR's radiokanaler. Især P4 Total og P3 er de helt dominerende kanaler og med meget lidt bevægelse i lytterandelene. P2 har med afgivelsen af FM4-frekvensen i 2011 mistet share efter overgangen til at skulle dele en FM-frekvens med P1 og i stedet kun sende som fuld kanal på DAB.

Figur 22: Public service-radio: share i % fordelt på kanaler 2008-2013



I forhold til landsdækkende kommerciel radio understreger figur 23, at 2010 som nævnt oven for var et hårdt år for kommerciel radio, med nyudbud af FM 6-tilladelsen, som NOVA FM fik tilladelse til at sende på i 2010 med sendestart i september dette år.

Figur 23: Landsdækkende kommerciel radio: share i % fordelt på kanaler 2008-2013



6. Konklusion

Radio har en helt anden historik end tv i forhold til at være et mobilt medie og undergår måske ikke på helt samme måde som tv gør så store forandringer i forbrugsmåde og -mønstre. Det betyder dog ikke, at radio ikke er et medie i forandring. Der ses jævnligt radioprogrammer, der f.eks. via et webcam opsat i studiet nu også har fået en billedside. Mange radioprogrammer har egne hjemmesider, Facebooksider, Twitterprofiler o.lign., så der løbende kan være dialog med lytterne, både live og uden for den oprindelige sendetid.

Der er fra politisk side besluttet, at hvis mindst halvdelen af lytningen i midten af 2018 foregår digitalt vil FM-båndet blive slukket ved udgangen af 2019.

Den del af radiolytningen, der måles i den officielle brancheanerkendte måling af lytningen til landsdækkende radio, viser, at radiolytningen umiddelbart er svagt faldende. Den gennemsnitlige daglige lyttetid faldt fra 119 minutter i 2012 til 117 minutter i 2013 – et mindre fald på knap 2 %. Den generelle trend er faldende og i 2008 lyttede vi radio 131 minutter om dagen.

Det ses også af målingen, at langt den største del af lytningen foregår på FM-båndet men også, at denne andel er faldende til fordel for lytning på andre platforme. Udviklingen går dog langsomt.

I radiomålingerne er det alene public service-stationerne, der koder deres programmer for programtype. Vi har derfor ikke et komplet billede af, hvilke typer af programmer danskerne har henholdsvis at lytte til og hvilke, de rent faktisk lytter til. Public service-radiokanalerne udgør dog langt den største del af danskernes lytning til landsdækkende radio, og på disse kanaler vælger danskerne i høj grad at lytte til nyheder, aktualitet, oplysning og kultur, men også musik og underholdning. Ligesom for tv er der for radio stor forskel på, hvad de forskellige aldersgrupper efterspørger af programmer.

7. Overvejelser om analyser i fremtidige rapporteringer

De kommercielle lokalradioer indgår ikke i årets rapportering men vil, da de udgør en ikke uvæsentlig del af såvel lytningen som af den generelle økonomi i radiobranchen, være relevante at inddrage i rapporteringen fremadrettet.

Kendskabet er endnu relativt begrænset i forhold til den adfærdsændring, der sker i forhold til radiolytningen. Det kan derfor være relevant fremadrettet at iværksætte en undersøgelse, der forsøger at afdække denne adfærdsændring nærmere.

Som det er fremgået af analysen oven for er der sammenhæng mellem radiolytning og alder. En tendens, der også ses for læsningen af de trykte dagblade og tv-seningen. Det kan derfor være relevant fremadrettet at undersøge, hvordan de yngre aldersgrupper får deres nyheder og informationer og holder sig opdaterede.

I forlængelse heraf kunne det ligeledes være interessant at afdække, om der kan findes forskelle i vidensniveauet blandt brugerne af forskellige typer af medier/mediegrupper.

Det kan også være relevant på sigt at iværksætte en undersøgelse af indvandrere og minoritetsgruppers mediebrug for herigennem at afdække, i hvilken udstrækning de er inkluderet i og tager del i den danske medievirkelighed og -debat.

8. Metode

Hoveddatakilden til afsnittet om tv-sening er TNS Gallup/Radio-Meter.

TNS Gallup/Radio-Meter kan blandt andet give svar på, hvilke radiostationer der lyttes til, hvor mange lyttere der er, hvornår og hvor længe der lyttes, og hvordan lytterne skifter mellem kanalerne eller til og fra radiomediet.

TNS Gallup/Radio-Meter (der måler de landsdækkende stationer) består af et panel på cirka 750 personer, der døgnet rundt bærer på et lille måleapparat, et såkaldt PPM (Portable People Meter). Apparatet registrer automatisk, hvilken kanal og hvilket broadcast-format, personen lytter til. Denne registrering sker ved, at apparatet kan registrere en højfrekvent lyd (ikke hørbar for det menneskelige øre), som er indlejret i hver enkelt radiokanals broadcast-signal. Bevægelsescensorer registrerer endvidere, hvor meget panelisten går med PPM'en. Ved bærbar radiolytning bruges en plug-in-funktion.

PPM'en registrerer lytningen minut for minut. Kriteriet for den ugentlige lytning er defineret som det antal personer, der har lyttet sammenhængende i mindst 5 minutter til en radiostation.

Målingerne dækker alle (dansktalende) personer fra 12 år og opefter og radiolytning på alle radioformater indgår i undersøgelsen, både FM, DAB, internet mv. Dog måles lytning til podcast endnu ikke, da den lydkode PPM'en skal opfange endnu ikke er sat på programmerne, når de lægges klar til podcast-lytning på stationernes harddiske. Respondenterne udvælges en smule disproportionalt, således, at også mindre kommuner repræsenteres med et vist antal respondenter. Efterfølgende vejes dog tilbage, så de forskellige geografiske områder indgår med proportional vægt. På denne måde sikres det, at også tyndere befolkede områder repræsenteres i undersøgelsen, uden at disse får en uforholdsmæssig vægt.

I Annual Survey, som TNS Gallup udfører, undersøges blandt andet informationer om "radio-Danmarks" geografi samt lyttervaner, og undersøgelsen tjener til at kortlægge, hvordan "radio-Danmark" ser ud, således at den helt rette sammensætning af panelets respondenter sikres. I alt gennemføres 10.000 interviews i løbet af et år, 80 % af dem foretages via telefoninterviews (CATI), 20 % via interview ansigt til ansigt (CAPI). Annual Survey fungerer endvidere som rekrutteringskilde for Radio-Meter-panelet.

Kilde: TNS Gallup

Der kan læses mere om de anvendte metoder i rapportering om mediernes udvikling i metodeafsnittet på hjemmesiden.

9. Brug af data og resultater

Alle rettigheder til de anvendte data tilhører original-kilderne/dataleverandørerne.

Ved enhver brug af data skal originalkilden (f. eks. Gallup/Radio Meter (og base), Danmarks Statistik (og tabel) el. lign.) samt Kulturstyrelsen, Rapportering om mediernes udvikling 2014 oplyses. Videre salg eller anden kommerciel udnyttelse/anvendelse af data er ikke tilladt i nogen form.