



MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

2018

RADIO

HOVEDRESULTATER OG KONKLUSION



RADIO

Introduktion

Kapitlet om radio er struktureret på følgende måde:

- **Hovedresultater**
Præsentation af hovedresultaterne med oversigtsgrafikker med kort ledsagende tekst.
- **Konklusion**
- **Radiolytning i Danmark**
Danskernes radiovaner og udviklingen heri fra 2008 til 2017 med nedbrydninger på forskellige målgrupper.
- **Podcast**
Udviklingen inden for podcastmediet samt mediebrugen heraf.
- **Public service-radio og landsdækkende kommerciel radio i Danmark**
Udviklingen fra 2008-2017 i lytningen til public service og kommerciel radio med nedbrydninger på forskellige målgrupper.
- **Metode og Brug af data og resultater**
Hvordan indsamles data, hvad hører til i de forskellige grupper af radiokanaler m.v. Hvad må du som bruger gøre med data, og hvad skal du oplyse i den forbindelse? Vigtigt at læse, hvis du vil benytte data.

Afsnittet om radio er fortrinsvist baseret på Kantar Gallup Radio-Meter. Tidsforskudt lytning (on demand-lytning og podcast) registreres ikke i Kantar Gallup Radio-Meter-målingerne. Yderligere information om metode m.v. kan findes i metodeafsnittet.

Hovedresultater og konklusion

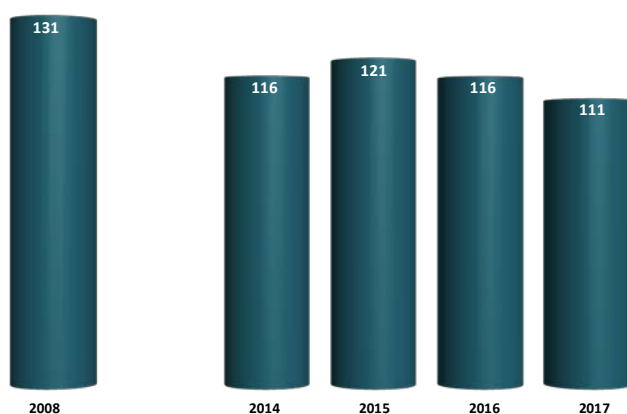
Kapitlet beskriver danskernes lytning til radio. Dels indeholder kapitlet længere tidsserier, hvor radiolytningen analyseres med udgangspunkt i den historiske udvikling, dels beskrives det seneste års konkrete udvikling fra 2016 til 2017. Blandt andet vil kapitlet om radio belyse:

- **Lyttetid:** Kapitlet beskriver, hvor lang tid forskellige befolkningsgrupper bruger på at lytte til radio, hvornår på døgnet de gør det, og ikke mindst hvilke kanaler de hver især lytter mest til.
- **Nyere lydformater:** Dels branchens tiltag til nyere lytteroplevelser, dels hvor store dele af befolkningen, der benytter sig af dem. Herunder udviklingen inden for podcast-genren.
- **Public service-kanalerne over for de kommercielle kanaler:** En beskrivelse af hvordan den samlede lytning fordeler sig mellem lytning til public service-kanaler og kommercielle kanaler. Herunder hvilke befolkningsgrupper der foretrækker hvad, og hvorledes udviklingen har været over tid.

I det følgende gennemgås kapitlets væsentligste konklusioner.

Radiolytningen falder fortsat

Gennemsnitlig daglig lyttetid (i minutter)



Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter, 12 år og derover

- Fra 2008 til 2016 er den daglige lyttetid faldet med gennemsnitligt 2 minutter om året.
- Fra 2016 (116 minutter) til 2017 (111 minutter) faldt radiolytningen med 5 minutters daglig lytning.

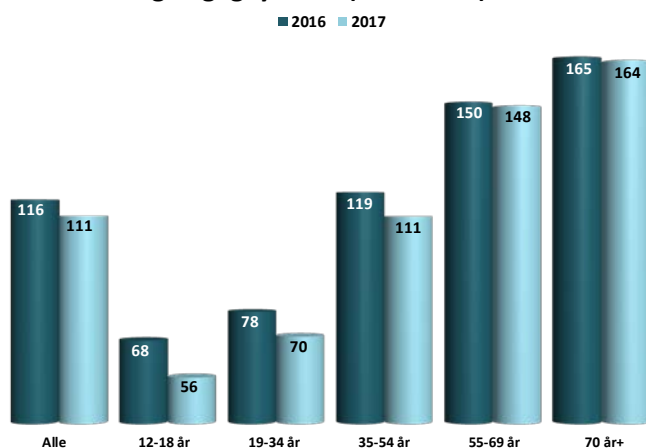
I 2017 er lytningen til radio faldet med 5 minutter. Det sker efter et 2015, hvor radiolytningen steg og dermed brød den kontinuert nedadgående udvikling og et 2016, hvor faldet primært var forårsaget af enkelte, men udslagsgivende, kanaler.

Fra 2016 til 2017 har et flertal af kanalerne mistet det momentum, de skabte i 2015 og tog med sig ind i 2016. Faldet fra 2016 til 2017 er således et resultat af, at størstedelen af de målte

kanaler er faldet i lyttetid. Samtidig er det seneste års tilbagegang på 5 minutter væsentligt større end det gennemsnitlige årlige fald på 2 minutter fra 2008 til 2016.

De ældre reducerer (næsten) ikke deres daglige lyttetid

Gennemsnitlig daglig lyttetid (i minutter)



Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter, 12 år og derover

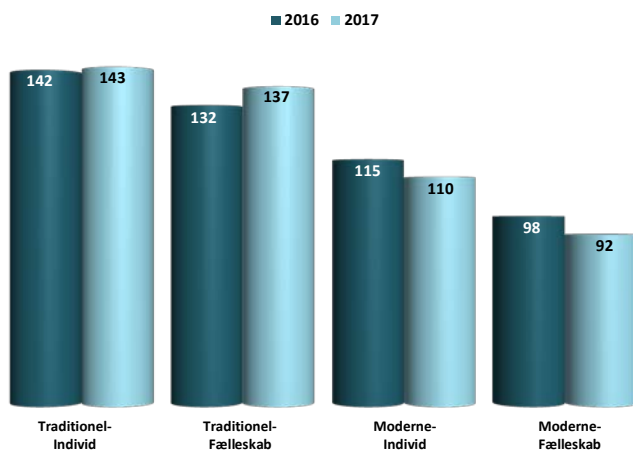
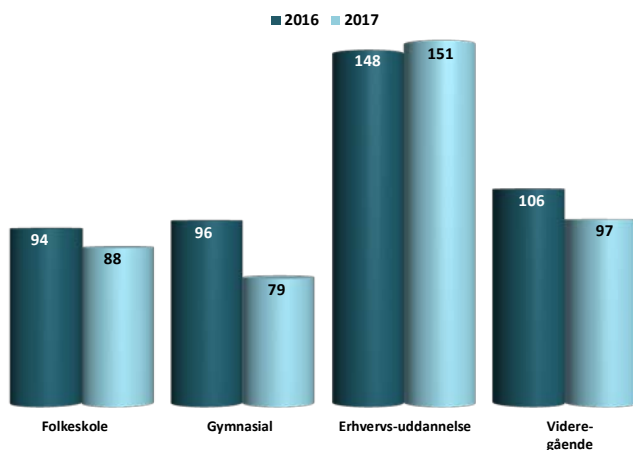
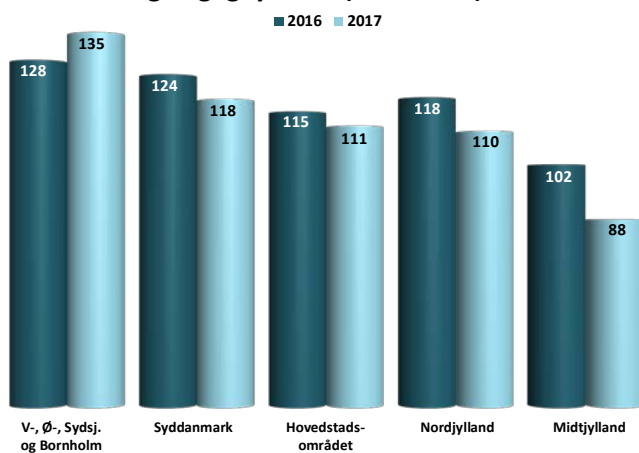
- De 55-69-årige og 70+-årige skærer henholdsvis 2 og 1 minut af deres lyttetid.
- De 12-18-årige reducerer med 12 minutter.
- Både de 19-34-årige og 35-54-årige skærer 8 minutter af deres lytning.

I 2017 er det de (yngre) aldersgrupper, der i forvejen lyttede mindst til radio, der har reduceret lytningen mest. Ingen af aldersgrupperne lytter dog mere til radio i 2017, end de gjorde i 2016, men de ældres radiolytning er næsten på niveau med 2016.

At alle aldersgrupper lytter mindre i 2017, er imidlertid ikke ensbetydende med, at alle dele af befolkningen lytter mindre til radio. Opdeles lytningen på region, uddannelsesniveau eller livsstilssegment er det tydeligt, at nogle bruger mere tid på den traditionelle radiolytning i 2017, end de gjorde i 2016. Det gennemgående mønster i radioudviklingen fra 2016 til 2017 er, at det er de i forvejen flittige radiolyttere, der nu lytter endnu mere.

Endnu større forskel på små- og storforbrugeren af radio

Gennemsnitlig daglig lyttetid (i minutter)



Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter, 12 år og derover

- Forskellen på den mest og den mindst lyttende region er steget fra 26 minutter i 2016 til 47 minutter i 2017.

- Forskellen på den mest og den mindst lyttende uddannelsesgruppe er steget fra 54 minutter i 2016 til 72 minutter i 2017.

- Forskellen på det mest og det mindst lyttende livsstilssegment er steget fra 44 minutter i 2016 til 51 minutter i 2017.

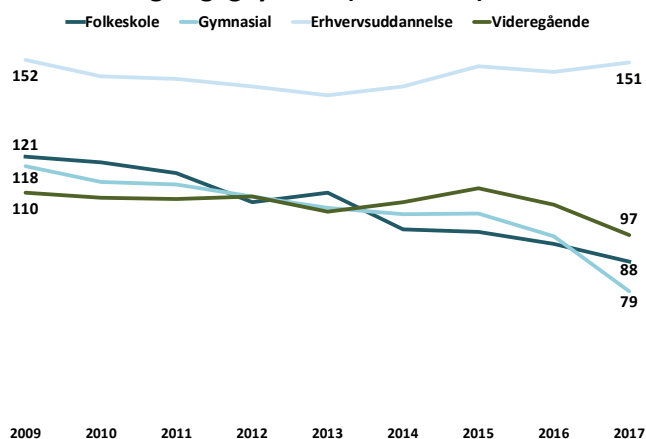
Mønsteret viser sig ved, at hvad enten vi fokuserer på geografi, uddannelse eller livsstilssegment, så er det de i forvejen mest lyttende grupper, der er steget endnu mere i lyttetid fra 2016 til 2017. Tilsvarende er det de mindst lyttende grupper, der er faldet.

Alt i alt er den tendens, vi ser i 2017, altså et udtryk for, at der på en række demografiske områder er blevet endnu større forskel på den tid, de henholdsvis mest og mindst lyttende grupper bruger på radiolytning.

Eksempelvis har den i forvejen mest lyttende region "Vest-, Øst-, Sydsjælland og Bornholm" øget den gennemsnitlige daglige lyttetid fra 128 minutter i 2016 til 135 minutter i 2017. De øvrige regioner har reduceret lytningen, og det største fald findes i region Midtjylland, der i forvejen lyttede mindst. I 2017 var den gennemsnitlige daglige lyttetid 47 minutter (54 %) højere i region "Vest-, Øst-, Sydsjælland og Bornholm", end den var i region Midtjylland.

De erhvervsuddannede opretholder en høj lyttetid

Gennemsnitlig daglig lyttetid (i minutter)

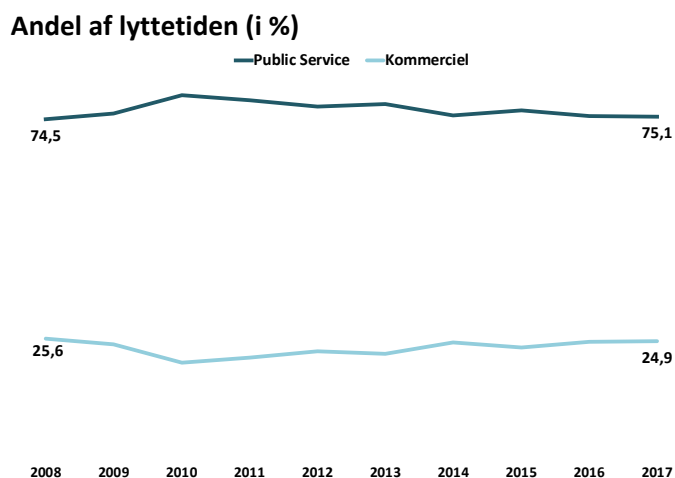


Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter, 12 år og derover

- De erhvervsuddannede har øget deres lyttetid fra 148 minutter i 2016 til 151 minutter i 2017.
- De øvrige uddannelsesretninger har reduceret deres lyttetid.

I øvrigt ser vi, at de erhvervsuddannede opretholder et langt mere intensivt lytterniveau end lytterne på nogen af de øvrige uddannelsesniveauer. Det har været tilfældet siden målingerne startede, men fra 2016 til 2017 har de erhvervsuddannede – som det eneste uddannelsesniveau – yderligere øget lyttetiden.

Den samlede lytning fordeles med ¾ public service-kanaler – ¼ kommercielle kanaler



Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter, 12 år og derover

- Den gennemsnitlige daglige lyttetid er faldet med 5 minutter, men fordelingen af lytningen mellem public service-kanaler og kommercielle kanaler er tilnærmelsesvis den samme, som den var i 2016.

De kommercielle kanalers lytterandel på 24,9 % i 2017 er den højeste i en årrække. Det skyldes primært aldersgruppen 30-49 år, der har reduceret lyttetiden til public service-radio mest. I aldersgruppen har mænd og kvinder skåret henholdsvis 15 % og 17 % af deres lyttetid til public service-kanaler i forhold til 2016. Det er til gengæld i samme aldersgruppe, at mange af de mest hørfrekvente podcast-lyttere nu befinder sig.