



# MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

# 2019

## RADIO OG PODCAST 2019 HOVEDRESULTATER OG KONKLUSIONER



# RADIO OG PODCAST 2019

---

## Introduktion

Kapitlet om radio er struktureret på følgende måde:

- **Hovedresultater og konklusion**  
Præsentation af hovedresultaterne med oversigtsgrafikker og kort ledsagende tekst.
- **Radiolytning i Danmark**  
Danskernes radiovaner og udviklingen heri fra 2008 til 2018 med nedbrydninger på forskellige målgrupper.
- **Public service-radio og landsdækkende kommerciel radio i Danmark**  
Udviklingen fra 2008-2018 i lytningen til public service og kommerciel radio med nedbrydninger på forskellige målgrupper.
- **Podcast**  
Udviklingen inden for podcastmediet med nedbrydninger på forskellige målgrupper.
- **Metode**  
Hvordan indsamles data, hvad hører til i de forskellige grupper af radiokanaler m.v.
- **Brug af data og resultater**  
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. Afsnittet om podcast er i stedet baseret på Kantar Gallup Lokalradio Index. Yderligere information om metode m.v. kan findes i metodeafsnittet.

## Hovedresultater og konklusion

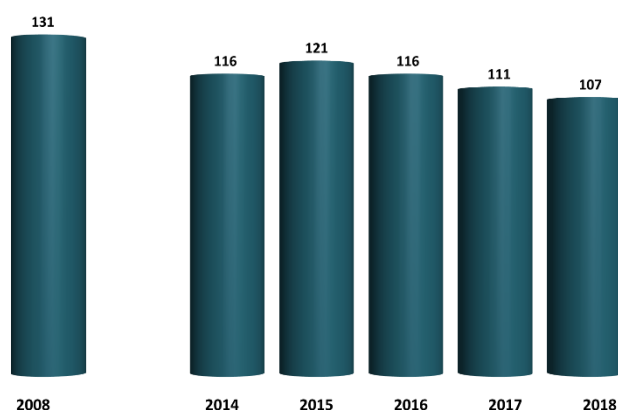
Kapitlet beskriver danskernes lytning til radio. Dels indeholder kapitlet længere tidsserier, hvor radiolytningen analyseres med udgangspunkt i den historiske udvikling, dels beskrives det seneste års konkrete udvikling fra 2017 til 2018. Kapitlet om radio vil blandt andet belyse:

- **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 hører mest.
- **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.
- **Nyere lydformater:** Dels branchens tiltag til nyere lytteroplevelser, dels hvor store dele af befolkningen, der benytter sig af dem.

I det følgende gennemgås kapitlets væsentligste konklusioner.

### Radiolytningen falder endnu engang

#### Gennemsnitlig daglig lyttetid (i minutter)



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

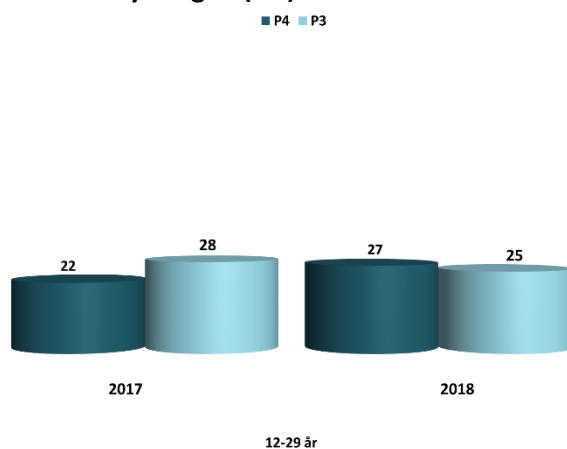
- Fra 2017 til 2018 faldt radiolytningen med 4 minutters daglig lytning.
- Fra 2008 til 2014 faldt lyttetiden gennemsnitligt med 2,5 minutter om året.
- Fra 2015 til 2018 faldt lytningen med gennemsnitligt 4,7 minutter om året.

I 2018 falder lytningen til radio endnu engang – denne gang med 4 minutter. Det betyder, at radiolytningen er godt og grundigt tilbage i sin nedadgående udvikling efter et 2015, hvor den daglige lyttetid steg og dermed brød med det kontinuerlige fald. Samtidig er det gennemsnitlige årlige fald på 4,7 minutter siden 2015 næsten dobbelt så stort som i perioden fra 2008 til 2014, hvor det kun var på 2,5 minutter.

Faldet i 2018 er et resultat af, at radiolytningen reduceres på tværs af langt de fleste forskellige befolkningsgrupper og på tværs af de fleste radiokanaler. Det fåtal af grupper og kanaler, som oplever en stigning i lyttetiden, er dermed ikke nok til at kompensere for det generelle fald.

## P4 overhaler P3 hos de unge

Andel af radiolytningen (i %)



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

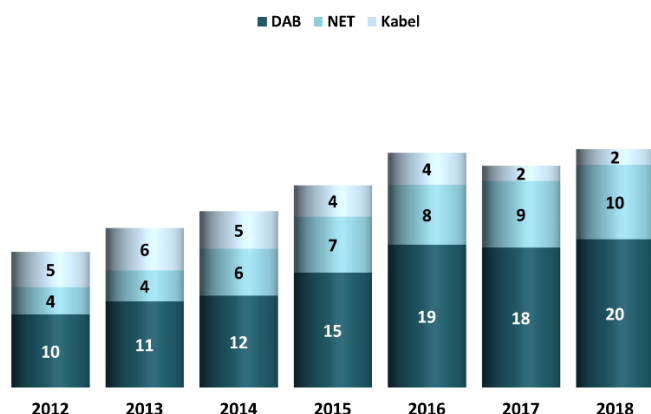
- P3 er faldet fra en andel på 28 % af de unges radiolytning til en andel på 25 % i 2018.
- P4 er steget fra en andel på 22 % af de unges radiolytning til en andel på 27 % i 2018.

P3 har traditionelt set stået for den største andel af de unges radiolytning. I 2018 bliver P3 dog overhalet af P4, som med en andel på 27 % af de unges radiolytning overstiger P3 med 2 procentpoint.

P3 og P4's andele af de unges radiolytning følger dermed den generelle udvikling for de to kanaler. P4 er således gået frem i lytterandele hos både mænd, kvinder og den samlede befolkning, mens P3 tilsvarende har mistet lytterandele hos samtlige grupper.

## Digital radio går igen frem

Andel af radiolytningen (i %)



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

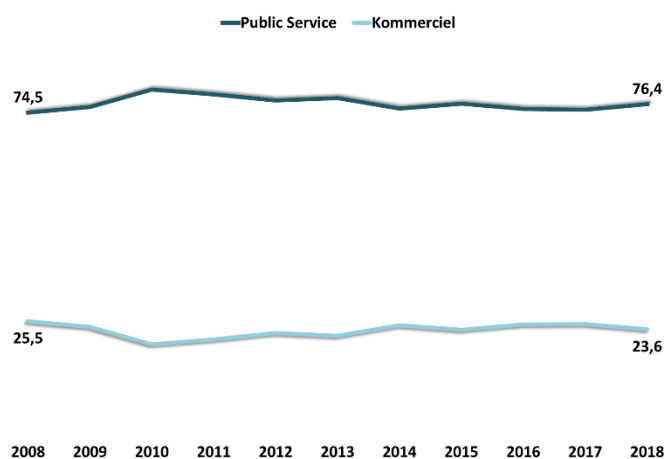
- Andelen af radiolytningen, der foregår på digital radio, stiger fra 29 % i 2017 til 32 % i 2018.

I 2018 stiger lytningen til digital radio igen efter et fald i 2017, som sandsynligvis var et resultat af, at YouSee slukkede for radio udsendt via kabel-tv-stikket, og at DAB blev omlagt til DAB+. Digital radios fremgang i 2018 er båret frem af en større andel lytning på både DAB og net, som begge er steget med 1-2 procentpoint sammenlignet med 2017. Fremgangen på DAB skal dog

ses i lyset af, at andelen af familier med en DAB-radio er faldet fra 38 % i 2017 til 33 % i 2018. Der er således færre DAB-radioer, som står for en større andel af radiolytningen i 2018.

## Public service øger terræn

### Andel af lyttetiden (i %)



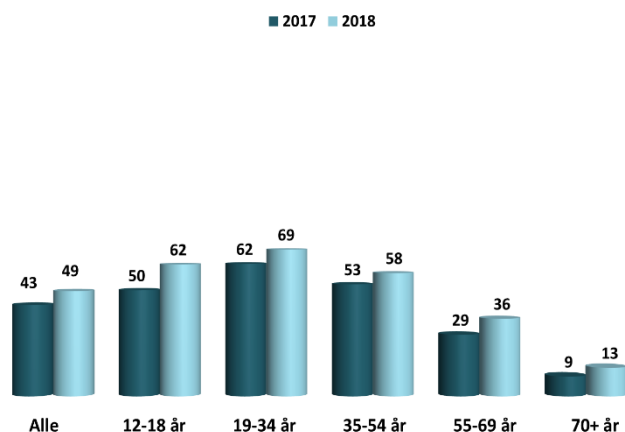
Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter, 12 år og derover

- Public service-kanalernes andel af radiolytningen stiger med 1,3 procentpoint til 76,4 % i 2018.

Efter en årrække, hvor de kommercielle kanaler har øget deres andel af radiolytningen, vender udviklingen i 2018, idet public service-kanalerne atter øger deres terræn. I 2018 foregår 76,4 % af radiolytningen dermed på public service-radio, mens de kommercielle kanalers andel falder fra 24,9 % til 23,6 %.

## Næsten halvdelen af danskerne har lyttet til podcast

### Andel, der har hørt podcast (i %)



Kilde: Kantar Gallup Lokalradio Index, 12 år og derover

- Andelen af befolkningen, der har prøvet at lytte til podcast stiger fra 43 % til 49 % i 2018.
- Andelen af befolkningen, der har prøvet at lytte til podcast stiger på tværs af alle aldersgrupper.

Podcasts etablerer sig efterhånden i flere af danskernes medievaner. I 2018 har knap halvdelen af befolkningen stiftet bekendtskab med det ”nye” lydmedie. Det er dog fortsat de yngre aldersgrupper, der har taget podcasts mest til sig, men også blandt de ældste er der en stigning.