



RADIO OG PODCAST 2024

RADIO OG PODCAST 2024

INDHOLD

1	Introduktion	2
2	Hovedresultater	4
3	Lyd på flere platforme.....	7
4	Danskeres lyttevener.....	10
4.1	Radio	10
4.1.1	Alder	10
4.1.2	Geografi.....	12
4.1.3	Uddannelse.....	13
4.1.4	Lytterflow.....	13
4.2	Podcast.....	14
4.2.1	Alder	15
4.2.2	Uddannelse.....	17
4.2.3	Geografi.....	18
4.2.4	Steder, der lyttes til podcast.....	19
5	Kanaler og indhold.....	21
5.1	De mest lyttede radiokanaler	21
5.2	Public service- og kommerciel radio	22
5.2.1	Public service-kanalerne.....	24
5.2.2	Nordisk public service-lytning	26
5.3	De mest lyttede podcasts.....	27
6	Platforme.....	29
6.1	FM og digital radio.....	29
6.2	Podcastplatforme.....	30
7	Metode.....	32
7.1	Kantar Gallup Radio-Meter	32
7.1.1	Platformsdifferentieret måling.....	33
7.2	Kantar Gallup Lokalradio Index.....	34
7.3	Kantar Gallup Life	35
7.4	Dansk Podcast Index.....	35
8	Brug af data og resultater	36
9	Figurfortegnelse	37
10	Tabelfortegnelse.....	38

1 INTRODUKTION

Rapporten om Radio og podcast er struktureret på følgende måde:

- **Hovedresultater**
Præsentation af hovedresultaterne med oversigtsgrafikker og kort ledsagende tekst.
- **Lyd på flere platforme**
Afsnittet sætter indledningsvist brugen af radio og podcasts overfor hinanden.
- **Danskernes lyttevane**
Afsnittet beskriver danskernes lytning til henholdsvis radio og podcasts i 2023 med nedbrydninger på forskellige befolkningsgrupper. Afsnittet beskriver desuden udviklingen over tid i brugen af de to medier.
- **Kanaler og indhold**
Afsnittet beskriver de mest lyttede radiokanalers andel af radiolytningen, samt de mest lyttede podcasts i 2023. Afsnittet beskriver desuden brugen af henholdsvis public service- og kommerciel radio.
- **Platforme**
Afsnittet belyser, hvilke platforme befolkningen anvender til at lytte til henholdsvis radio og podcasts.
- **Metode**
Hvordan indsamles data, hvad hører til i de forskellige grupper af radiokanaler m.v.
- **Brug af data og resultater**
Hvad må du bruge data til, og hvad skal du oplyse i den forbindelse. Vigtigt at læse, hvis du vil benytte data.

Der eksisterer ikke én samlet måling af brugen af radio og podcast i Danmark. Derfor er rapporten om radio og podcast baseret på flere forskellige kilder. Brugen af forskellige kilder medfører, at populationen i tabeller, figurer og analyser skifter i løbet af rapporten. Kilde og population fremgår af figurene.

Afsnittene om radio er baseret på Kantar Gallups Radio-Meter, som er den officielle branchekendte måling af radiolytning i Danmark. Radio-Meter målte i 2023 radiolytningen elektronisk ved brug af en PPM (se metodeafsnit [7.1](#) for beskrivelse) blandt den danske befolkning i alderen 12 år og derover på både FM, DAB/DAB+, internet og kabel. Tidsforskudt lytning er ikke en del af målingen. Det vurderes imidlertid, at den tidsforskudte lytning ikke er af væsentligt omfang.

Afsnittet om podcast er primært baseret på Kantar Gallup Lokalradio Index, som blandt andet måler brugen af podcast i den danske befolkning i alderen 12 år og derover. Hvor det er relevant, suppleres med data fra Kantar Gallups Life-undersøgelse, som dog kun måler brugen af podcasts blandt danskere i alderen 15-75 år, som benytter internettet. Både Lokalradio Indexet og Life-undersøgelsen er spørgeskemaundersøgelser og derfor baseret på respondenternes egne estimater af deres podcast-brug.

Yderligere information om kilder og metode kan findes i metodeafsnittet.

ORDFORKLARING

Lyttetid

Lyttetid omfatter den gennemsnitlige daglige tid i minutter brugt på radio i målgruppen.

Dækning (reach)

Dækning er et akkumuleret tal for, hvor mange lyttere den eller de givne kanaler har været i kontakt med i mindst fem sammenhængende minutter i den givne periode. Dækning angiver med andre ord det totale antal personer, der i løbet af den definerede periode har lyttet til programmet eller radiokanalen.

Dækning kan opgøres akkumuleret i alt eller som et dagligt, ugentligt eller månedligt gennemsnit. Dækning kan desuden angives enten i absolutte tal, dvs. antal personer i tusinde, eller i procent af målgruppen.

Lytterandel (share)

Lytterandel er et udtryk for hvor stor en andel i procent af alle de personer, der lytter til radio i et givent tidsrum, der lytter til radio på den eller de kanaler, man undersøger. Lytterandelen angiver dermed, hvor stor en andel af den samlede lyttetid på radio, en kanal står for. Tallet afhænger således ikke kun af antallet af lyttere til den enkelte kanal eller tidsudsnit, men også af, hvor mange der overhovedet lytter til radio på det tidspunkt, man måler på.

Lytterandelen bliver ofte brugt som indikator for styrkeforholdet mellem forskellige kanaler inden for den undersøgte tidsperiode.

Podcast

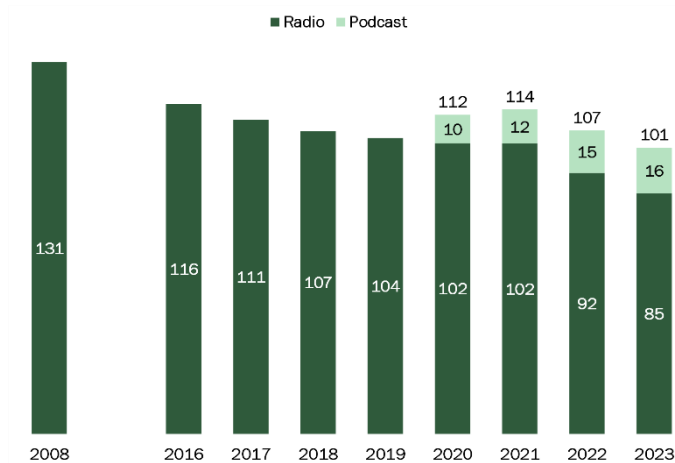
En podcast er et lydprogram, som kan høres på smartphones, tablets, computere eller andre elektroniske enheder, når det passer brugeren (on demand). En podcast er ikke knyttet til et bestemt tidspunkt i en sendeplan, men kan høres, når man har tid.

Podcasts kan både være radioprogrammer, som bliver gjort tilgængelige online som podcasts, efter at have været sendt live i radioen, eller det kan være programmer, der alene produceres som podcast og ikke bliver sendt i radioen. Podcasts produceres både af radiostationer, andre medievirksomheder, enkeltpersoner, ikke-medievirksomheder mv.

2 HOVEDRESULTATER

Nedgangen i radiolytningen fortsætter

Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter. 2008-2023



Kilde: Radio: Kantar Gallup Radio-Meter; Podcast: Index Danmark/Gallup helår 2020-2023. Data bearbejdet af Kantar Media for Kulturministeriet

Note: Den gennemsnitlige daglige lyttetid på radio er baseret på Radio-Meter, der måler radiolytningen elektronisk via en PPM. Målingen dækker over radiolytning på FM, DAB, net og kabel, men inkluderer ikke tidsforskudt lytning. Se metodeafsnit 7.1 for yderligere information om Radio-Meter målingen og skift til ROA-metre i 2023.

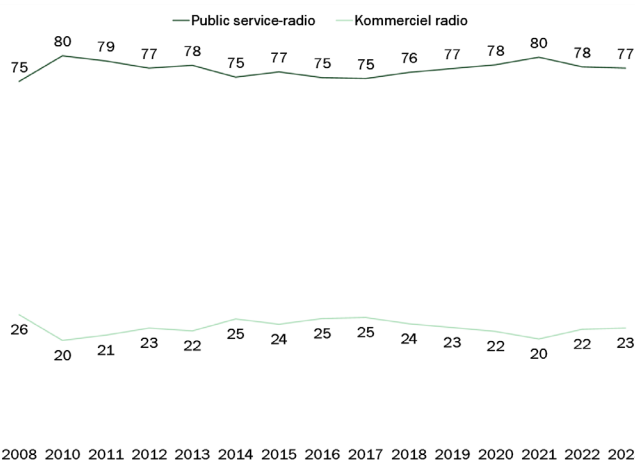
Den gennemsnitlige daglige lyttetid på podcast er baseret på Index Danmark/Gallup, som er en webbaseret spørgeskemaundersøgelse. Målingen er således baseret på respondenternes egne estimater af, hvor lang tid de har brugt på at lytte til podcast 'i går'.

- I 2023 lytter den danske befolkning på 12 år og derover til radio i 1 time og 25 minutter (85 minutter) om dagen.
- Der er sket et fald på 10 minutter i den daglige lyttetid fra 2021 til 2022 og et fald på 7 minutter fra 2022 til 2023.
- Podcast lytningen har været i fremgang de sidste år, og den gennemsnitlige daglige lyttetid er i 2023 på 16 minutter.

Den daglige lyttetid på radio har været faldende stort set alle årene siden 2008, hvor den elektroniske måling begyndte. Siden 2008 har der været et fald på 46 minutter om dagen – det svarer til et fald på 3,1 minutter om året i gennemsnit. Siden 2020, hvor podcast lytningen er målt, har der været en stigning i den gennemsnitlige daglige podcast lyttetid fra 10 minutter til 16 minutter.

Public service-radio er gået tilbage

Andel af radiolytningen i %. 2008-2023



Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter, 12 år og derover. Data bearbejdet af Kantar Media for Kulturministeriet

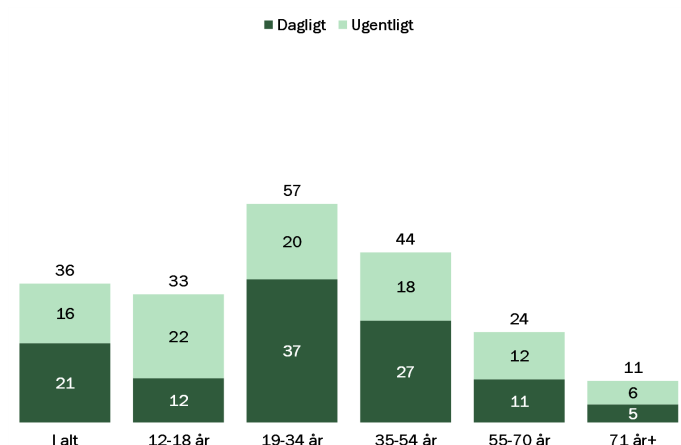
- Public service-radio udgør 77% af radiolytningen i 2023.
- Kommerciel radio udgør 23% af radiolytningen i 2023.

Public service-radio har tabt radiolytning til kommerciel radio de seneste to år og udgør i 2023 77% af danskernes radiolytning. Det er et fald på 3 procentpoint sammenlignet med 2021, hvor public service-radio andelen var på 80%. Det er primært DR-kanalen P3, der er årsag til public service-radios fald i andel af radiolytningen.

En oversigt over public service-radio fremgår af afsnit 5.2.

De 19-34-årige er de mest højfrekvente podcastlyttere

Andel af befolkningen i %, der har lyttet til podcast, efter frekvens og alder, i %. 2023



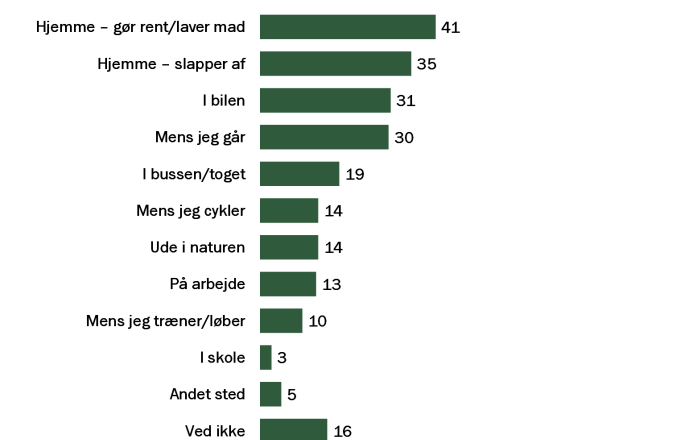
Kilde: Kantar Gallup Lokalradio Index, data fra 2. halvår, 12 år og derover. Data bearbejdet af Kantar Media for Kulturministeriet

- I 2023 lytter 36% af den danske befolkning på 12 år og derover til podcast mindst én gang om ugen.
- I aldersgruppen på 19-34 år drejer det sig om 57%.
- Den aldersgruppe der har mindst frekvent podcastlytning, er de 71+-årige. Det er samtidig den aldersgruppe, der lytter mest til radio.

De 19-34-årige er de langt mest højfrekvente podcastlyttere. 37% af de 19-34-årige lytter til podcast dagligt, og over halvdelen af aldersgruppen (næsten 6 ud af 10) lytter til podcast mindst én gang om ugen. Dette er 21 procentpoint mere end befolkningen som helhed. Aldersgruppen 35-54 år lytter ligeledes mere end gennemsnittet – her er der 27% der lytter til podcast dagligt, mens 44% lytter ugentligt.

Podcast lyttes både ude og hjemme

"Hvor er du typisk, når du lytter til podcast?", andel af podcastlyttere i %. 2023



Kilde: Kantar Gallup Life undersøgelse 2022 og 2023. Data bearbejdet af Kantar Media for Kulturministeriet

- I 2023 lytter 41% af podcastlytterne til podcasts derhjemme, mens de udfører andre sysler.
- 35% af podcastlytterne lytter ligeledes derhjemme, mens de slapper af.
- Lægges disse to sammen, svarer det til at 57% af podcastlytterne angiver at de lytter til podcasts derhjemme (man tæller kun én gang, hvis man har angivet begge).

Der er mange, der lytter til podcast, mens de er undervejs fra et sted til et andet. Der er således 31% af podcastlytterne, der lytter til podcast i bilen, 30% der lytter mens de går, 19% der lytter i bus-sen/toget og 14% lytter mens de cykler. Podcast er således i ørerne på danskerne i mange situationer.

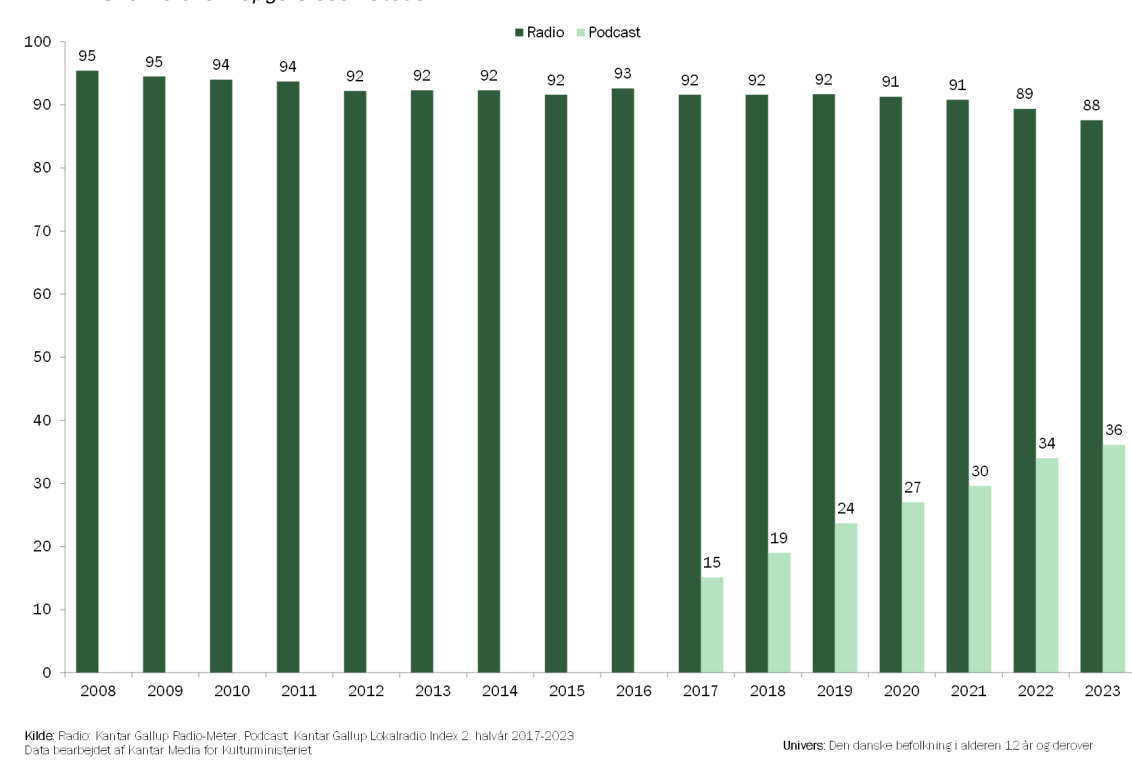
3 LYD PÅ FLERE PLATFORME

Lydmarkedet har gennemgået en stor udvikling de seneste år. Udover den traditionelle radiolytning er der opstået et helt nyt lydmedie – podcasten. Siden de første podcast udgivelser har der været en støt stigning i antallet af personer, der lytter til podcast, men for første gang ses der nu en opbremsning i hastigheden på væksten. Der er stadig en vækst, men den er i 2023 knap så stor som de tidligere år.

Selv om podcasten har indtaget lydmarkedet med stor succes, så er radio fortsat et massemedie, hvor langt størstedelen af Danmarks befolkning lytter til radio ugentligt.

For at sætte forbruget af lydindhold i et samlet perspektiv viser Figur 1 indledningsvis radio og podcast under ét – dog med forbehold for forskellige opgørelsesmetoder. Figur 1 nedenfor viser således andelen af danskere i alderen 12 år og derover, der ugentligt lytter til henholdsvis radio (målt i Kantar Gallup Radio-Meter) og podcast (målt i Kantar Gallup Lokalradio Index).

Figur 1: Andel af danskere i %, der lytter til hhv. radio og podcast ugentligt. 2008-2023
OBS: Forskel i opgørelsesmetoder.



Note: Andelen af danskere, der lytter til radio ugentligt, er baseret på Kantar Gallup Radio-Meter, der måler radiolytningen elektronisk via en PPM. Målingen dækker over radiolytning på FM, DAB, net og kabel, men inkluderer ikke tidsforskuet lytning. Se metodeafsnit 7.1 for yderligere information om Radio-Meter målingen og skift til ROA-metre i 2023.

Andelen af danskere, der lytter til podcast ugentligt, er baseret på Kantar Gallups Lokalradio Index, som indsamles via telefoninterviews. Målingen er således baseret på respondenternes egne estimater af, hvor ofte de lytter til podcast. Andelen af danskere, der lytter til podcast, er desuden baseret på data fra 2. halvår i de pågældende år.

Ses på udviklingen på den ugentlige dækning for radio, så er udviklingen faldende siden 2008. I 2023 var der 88% af befolkningen, der lyttede til radio i løbet af en uge. Dette svarer til et fald på 7 procentpoint sammenlignet med 2008, hvor 95 % af befolkningen lyttede til radio ugentligt.

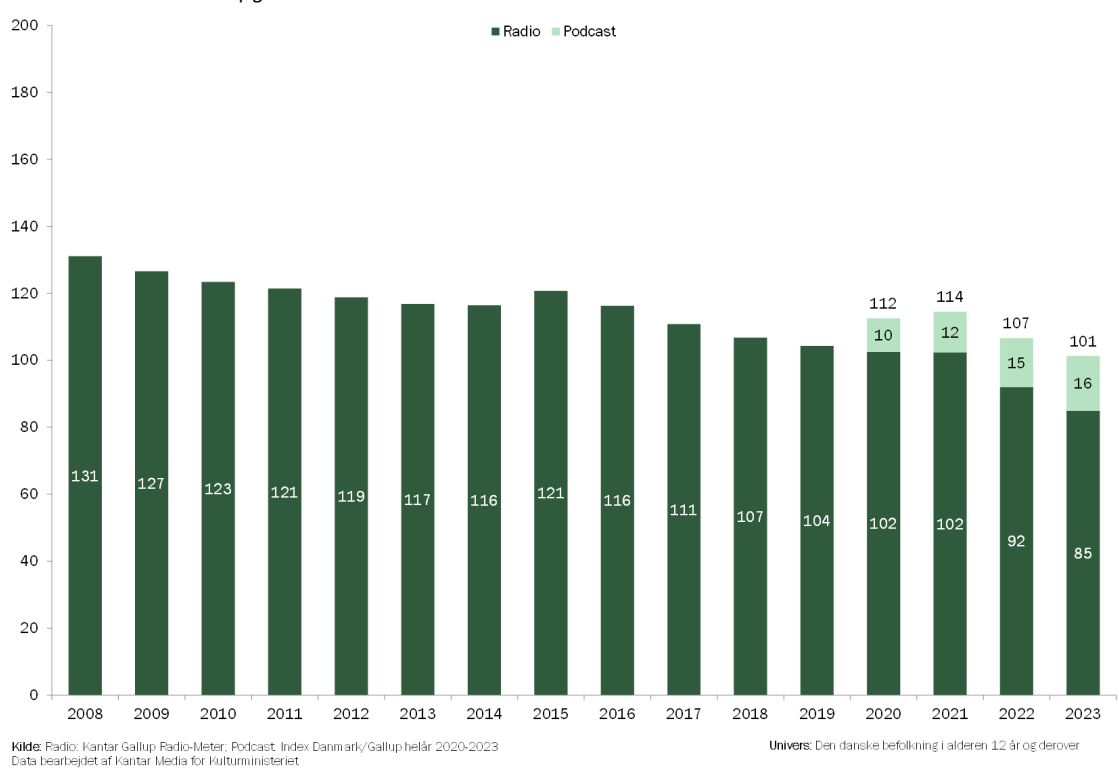
Omvendt er det for podcast, hvor det i 2023 er ca. hver tredje dansker over 12 år, der lytter til podcast ugentligt. Dette svarer til en stigning på 21 procentpoint sammenlignet med 2017, hvor kun 15% lyttede til podcast ugentligt.

Lige som antallet af ugentlige radiolyttere har været faldende, så er den tid, der bliver lyttet til radio, også faldet gennem de seneste år. I 2008 var den gennemsnitlige daglige lyttetid 131 minutter – dvs. mere end 2 timer pr. dag. I 2023 lyttede danskerne til radio i 85 minutter om dagen, hvilket svarer til et fald på 35% siden 2008. Dvs. der er færre der lytter til radio, og de lyttere der er tilbage de lytter i kortere tid end tidligere, når de tænder for radioen.

På samme måde som Figur 1 ovenfor, søger Figur 2 at vise *den daglige lyttetid* på radio og podcast under ét. Igen er det væsentligt at være opmærksom på, at der anvendes forskellige opgørelsesmetoder, hvor lyttetiden på radio måles elektronisk, mens lytningen til podcast er baseret på en spørgeskemaundersøgelse.

I figuren ses, at det specielt er i 2022 og 2023, at der er sket et stort fald i den daglige radio lyttetid. På to år er lyttetiden faldet fra 102 minutter til 85 minutter, hvilket svarer til et fald på 17%¹. Samtidig er der en fortsat stigning i lyttetiden for podcasts, som i 2023 er på 16 minutter dagligt. Denne stigning er dog så lille, at den ikke kan opveje faldet i radiolyttetiden, så den samlede daglige lyttetid er faldet til 101 minutter i alt i 2023.

Figur 2: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter på henholdsvis radio og podcast. 2008-2023
OBS: Forskel i opgørelsesmetoder.



Note: Den gennemsnitlige daglige lyttetid på radio er baseret på Radio-Meter, der måler radiolytningen elektronisk via en PPM. Målingen dækker over radiolytning på FM, DAB, net og kabel, men inkluderer ikke tidsforskudt lytning. Se metodeafsnit 7.1 for yderligere information om Radio-Meter målingen og skift til ROA-metre i 2023.

Den gennemsnitlige daglige lyttetid på podcast er baseret på Index Danmark/Gallup, som er en webbaseret spørgeskemaundersøgelse. Målingen er således baseret på respondenternes egne estimater af, hvor lang tid de har brugt på at lytte til podcast 'i går'.

Det er værd at bemærke, at det har været muligt at lytte til podcast i længere tid end blot de seneste år – ifølge nogle kilder opstod begrebet *podcast* fx omkring 2004². Det er imidlertid først i 2020, at tidsforbrug på podcast er kommet med i Index Danmark/Gallup, mens den ugentlige dækning for podcast fx er blevet målt siden 2017.

¹ Se metodeafsnit 7.1 for yderligere information om Radio-Meter målingen og skift til ROA-metre i 2023.

² Se fx [PodcastGuiden](#)

Ændringer på lydmarkedet 2020-2023

- DR-kanalerne **P6 Beat** og **P8 Jazz** kan efter en bevilling på finansloven køre videre til og med 2024. **P7 Mix** lukkede derimod med indgangen til 2020 som en del af besparelserne på DR.³
- Public service-radioen **Radio LOUD**, som startede i april 2020, har i 2022 skiftet navn til **24syv**, efter Berlingske Media overtog størstedelen af radioen.⁴ 24syv's sendetilladelse blev ikke forlænget, og radioen havde sidste sendedag d. 31. marts 2024.⁵
- **Den Uafhængige**, der startede med daglige live-interviews på Facebook under COVID-19-pandemien, er pr. d. 2. januar 2023 overtaget af Mediehuset Friheden A/S, der udgiver mediet Frihedsbrevet.⁶ Godt et halvt år efter blev det dog besluttet at lukke det ned.⁷
- I sommeren 2020 startede **R8dio** som en fiktiv radiostation i podcasten "Undskyld vi roder". I 2021 lancerede R8dio en app og en række nye programmer som led i at blive en digital taleradio. Radioen havde i december 2022 ca. 10.000 betalende medlemmer.⁸
- 2021 var ligeledes året, hvor både **Spotify** og **Apple** udrullede abonnementsløsninger for podcastproducenter i deres produkter.⁹ I Danmark findes desuden de to platforme, **Podimo** og **Talk Town**, som begge tilbyder podcasts gennem abonnement. I 2021 har Podimo bl.a. udvidet til Norge, mens Egmonts Talk Town har ændret fokus og er blevet et rent børneunivers.¹⁰
- I 2023 besluttede DR, at deres egen lyd-app DR LYD fremover skal være hovedindgang for lytterne til deres egne podcasts. Afsnittet af "Sara & Monopolet" fra d. 20. maj er den første podcast, der kun kan tilgås via DR LYD.¹¹

³ Se DR: "[Rød blok sikrer foreløbig fremtiden på P6 Beat og P8 Jazz: 'Det er fuldstændig vildt'](#)"

⁴ Se MediaWatch: "[Loud bliver til 24syv og visker tavlen ren med 15 nye programmer'](#)"

⁵ Se MediaWatch: "[Sidste kapitel for 24syv'](#)"

⁶ Se Frihedsbrevet

⁷ Se MediaWatch: "[Frihedsbrevet lukker En Uafhængig Morgen'](#)"

⁸ Se MediaWatch: "[R8dio fordoblede antallet af betalende medlemmer i december'](#)"

⁹ Se MediaWatch: "[Spotify udruller model for podcast-abonnementer i Danmark'](#)" og "[Apples betalingsunivers til podcast går i luften efter forsinkelse'](#)"

¹⁰ Se MediaWatch: "[Podimo udvider til Norge og kridter banen op til ny kapitalrejsning'](#)" og "[Egmonts Talk Town bliver rent børneunivers - indhold til voksne rykker til Apple'](#)"

¹¹ Se DR: "[DR LYD skal være hovedindgang til DR's podcasts'](#)"

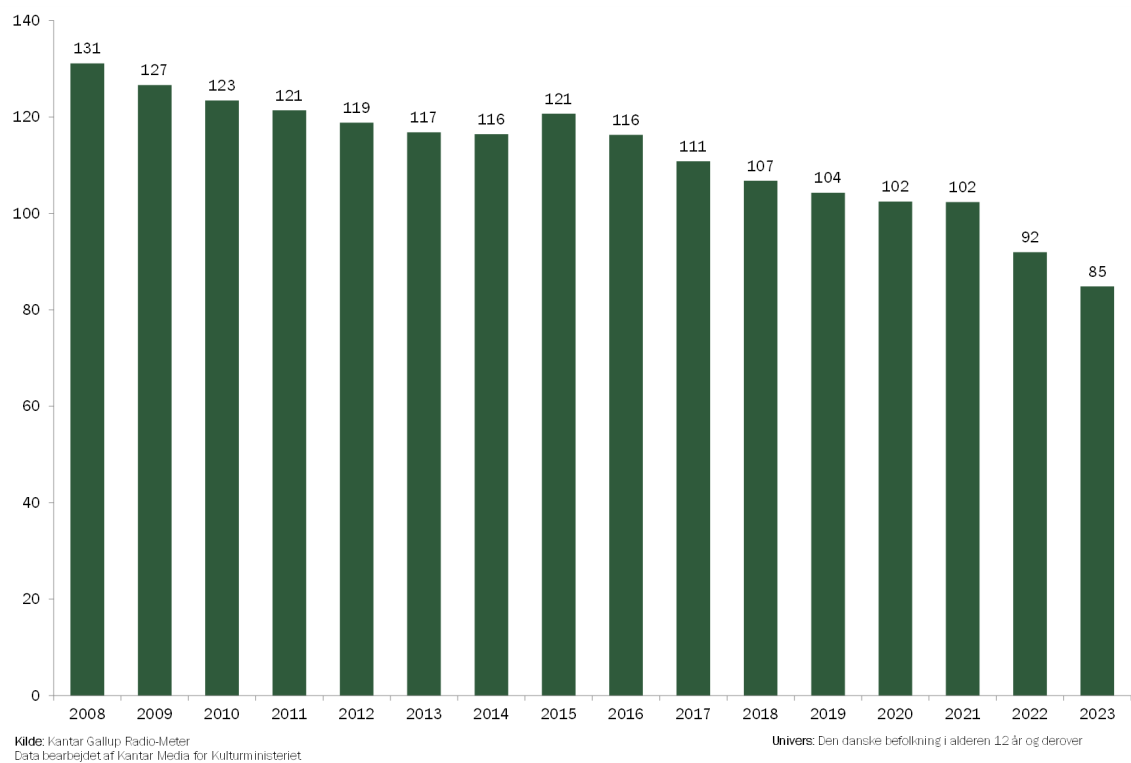
4 DANSKERNES LYTTEVANER

Radiolytningen har været faldende siden 2008, hvor målingen begyndte. Der er færre der lytter til radio, og dem der lytter, de lytter i kortere tid. Samtidig er podcast blevet en større og større del af danskernes mediebrug. I det følgende belyses brugen af henholdsvis radio og podcast nærmere, for at få en indsigt i hvem der lytter mindre til radio, og hvem der lytter til podcast.

4.1 Radio

I 2008 lyttede en dansker i gennemsnit til radio i 2 timer og 11 minutter hver eneste dag. Siden da har den gennemsnitlige daglige lyttetid været nedadgående, og specielt i de seneste to år har der været et større fald i lytningen. Det lille ophold i faldet i 2021 (måske pga. COVID-19-pandemien), ser dermed ud til at have slået igennem i 2022 og 2023 i stedet for. Den danske befolkning på 12 år og derover lytter således i gennemsnit til radio i 1 time og 25 minutter (85 minutter) om dagen i 2023. Dette svarer til et fald på 46 minutter om dagen siden 2008 – et fald på 3,1 minutter om året i gennemsnit.¹²

Figur 3: Gennemsnitlig daglig lyttetid på radio i minutter. 2008-2023



4.1.1 Alder

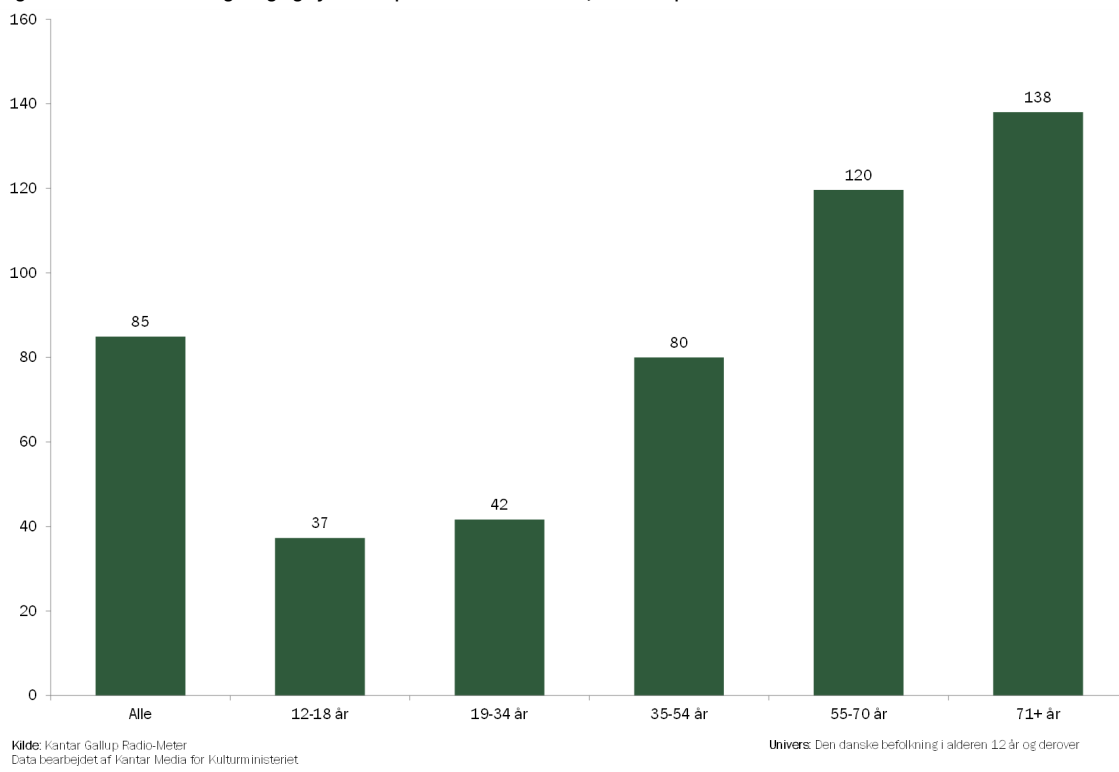
For at få en bedre indsigt i hvem det er, der lytter til radio, viser Figur 4 neden for, hvordan det gennemsnitlige daglige tidsforbrug på 85 minutter fordeler sig på de forskellige aldersgrupper. Som i de tidligere år ses det, at det er den ældre del af befolkningen, der bruger mest tid på at lytte til radio.

De ældste på 71 år og derover lytter således mest til radio med 2 timer og 18 minutter (138 minutter) om dagen i 2023, og de 55-70-årige lytter næstmest med 2 timer om dagen (120 minutter). De to yngste aldersgrupper (under 35 år) er dem der lytter mindst til radio. De 12-18-årige lytter mindst med 37 minutters daglig lytning, mens de 19-34-årige lytter til radio i 42 minutter dagligt. De 35-54-

¹² Se metodeafsnit 7.1 for yderligere information om Radio-Meter målingen og skift til ROA-metre i 2023.

årige placerer sig nogenlunde midt mellem aldersgrupperne på 19-34 år og 55-70 år og er tæt på gennemsnittet med en daglig radiolytning på 80 minutter i 2023.

Figur 4: Gennemsnitlig daglig lyttetid på radio i minutter, fordelt på alder. 2023



Forskellen i den daglige lyttetid mellem aldersgrupperne har været gældende siden 2008, hvor målingen begyndte, og de ældste aldersgrupper har altid haft en markant højere lyttetid end de 12-18-årige. De senere år er lyttetiden faldet blandt de 19-34-årige, således at deres lytning nu er næsten på samme lave niveau som de 12-18-årige. Det er imidlertid også de 19-34-årige, der lytter mest til podcast, som det kan ses i afsnit 4.2.

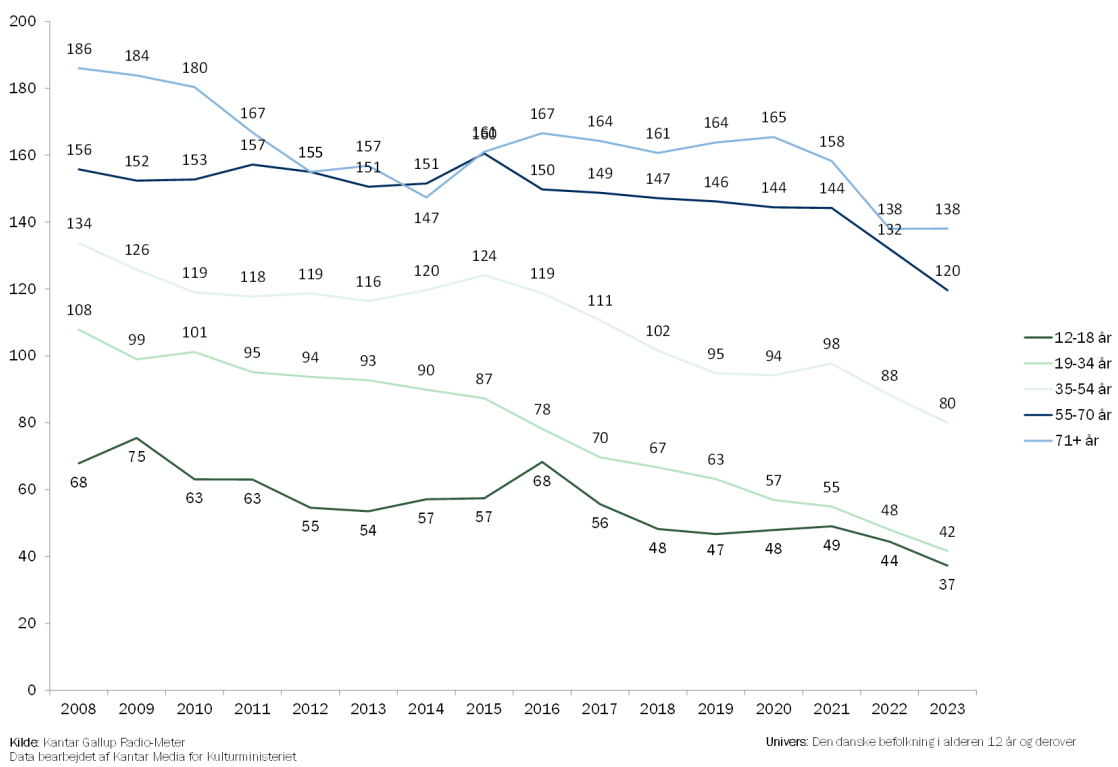
Den daglige lyttetid er faldet i alle aldersgrupper siden 2008 – det mest markante fald er blandt de 19-34-årige. Neden for ses hvor stor nedgangen har været for de enkelte aldersgrupper:

- De **12-18-årige** lytter 31 minutter mindre til radio, svarende til et fald på 45 % og 2 minutter om året i gennemsnit.
- De **19-34-årige** lytter 66 minutter mindre til radio, svarende til et fald på 61 % og 4,4 minutter om året i gennemsnit.
- De **35-54-årige** lytter 54 minutter mindre til radio, svarende til et fald på 40 % og 3,6 minutter om året i gennemsnit.
- De **55-70-årige** lytter 36 minutter mindre til radio, svarende til et fald på 23 % og 2,4 minutter om året i gennemsnit.
- De **71-årige og derover** lytter 48 minutter mindre til radio, svarende til et fald på 26 % og 3,2 minutter i gennemsnit om året.

Det større fald i den daglige lytning, der har været i de seneste to år, er gennemgående i alle aldersgrupper. For den ældste aldersgruppe ses faldet dog mest fra 2021 til 2022, hvor der for de øvrige aldersgrupper er sket et større fald i både 2022 og igen i 2023. Tidligere har lytningen ligget nogen-

lunde stabilt for de ældste aldersgrupper på 55 år eller derover, men nu ses der også et fald i lytningen i disse aldersgrupper, og det er en ny udvikling, at også de ældre radiolyttere har et mindre forbrug.

Figur 5: Gennemsnitlig daglig lyttetid på radio i minutter, fordelt på alder. 2008-2023



4.1.2 Geografi

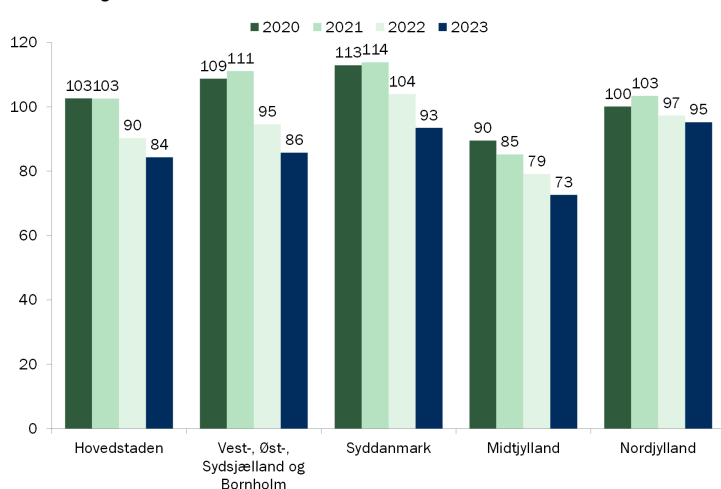
Den daglige lytning er faldet i alle dele af landet gennem de seneste to år. Nordjylland er den region, hvor lytningen er faldet mindst og er nu det sted i landet, hvor der lyttes mest til radio på daglig basis med gennemsnitligt 95 minutters radiolytning om dagen.

Syddanmark kommer ind på en tæt andenplads med 93 minutters daglig lytning – et fald på 21 minutter sammenlignet med 2021.

Den region hvor lytningen er faldet mest de seneste to år er Vest-, Øst-, Sydsjælland og Bornholm. Her er den gennemsnitlige daglige lytning faldet fra 111 minutter i 2021 til 86 minutter i 2023. Dette svarer til et fald på 23% over to år.

Midtjylland er fortsat den region hvor der lyttes mindst med 73 minutters daglig radiolytning i gennemsnit. Hovedstaden ligger tæt på gennemsnittet med 84 minutters daglig lyttetid.

Figur 6: Gennemsnitlig daglig lyttetid på radio i minutter, fordelt på region. 2020-2023



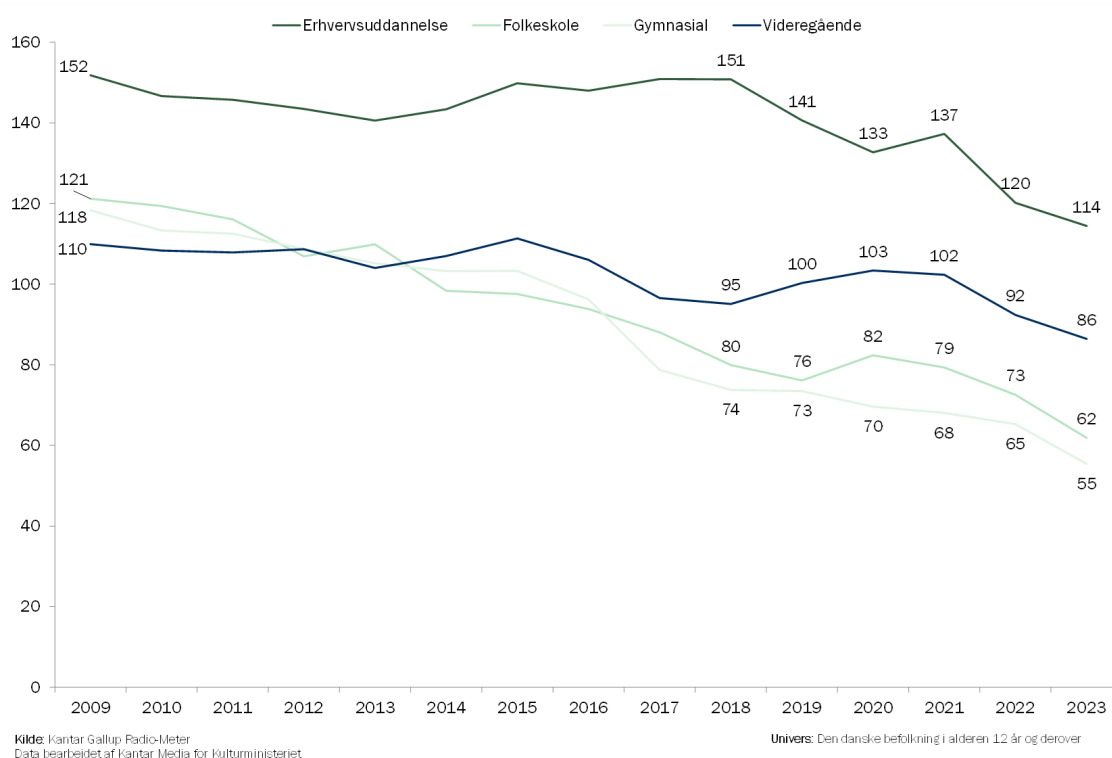
4.1.3 Uddannelse

Opdelt på sidst færdiggjorte uddannelse er den daglige lyttetid faldet i alle uddannelsesgrupper de seneste to år. Det største fald ses for personer med en erhvervsuddannelse. Efter en stigning i lyttetiden i 2021 i dette segment er den gennemsnitlige daglige lyttetid i 2023 nu på 114 minutter svarende til et fald på 23 minutter sammenlignet med 2021. Det er dog fortsat blandt personer med en erhvervsuddannelse, at der ses den højeste gennemsnitlige lyttetid.

Personer med en videregående uddannelse ligger tæt på gennemsnittet med 86 minutters daglig lyttetid i 2023 – dette er et fald på 16 minutter siden 2021 svarende til et fald på 16 procent.

For personer med henholdsvis folkeskole og gymnasial uddannelse ligger den gennemsnitlige daglige lyttetid under gennemsnittet for hele befolkningen med hhv. 62 minutter og 55 minutter. For begge grupper ses et mindre fald fra 2021 til 2022 efterfulgt af et større fald fra 2022 til 2023.

Figur 7: Gennemsnitlig daglig lyttetid på radio i minutter, fordelt på sidst afsluttede uddannelse. 2009-2023



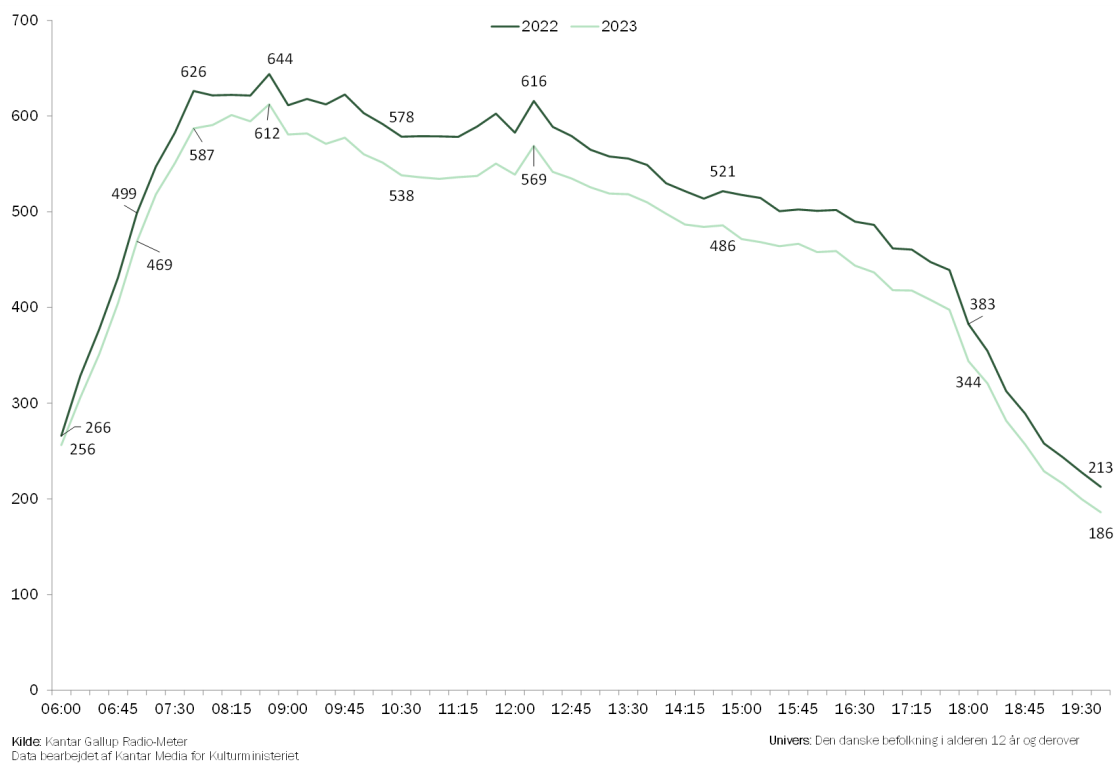
4.1.4 Lytterflow

Hvornår på dagen lyttes der så til radio? I Figur 8 nedenfor ses lytterflowet – antallet af personer, der lytter til radio på et givent tidspunkt på dagen – for hhv. 2022 og 2023. I alle dagtimerne har der været flere lyttere i 2022 end i 2023. Lytterflowet følger samme mønster begge år med flest lyttere om morgenen/formiddagen mellem kl.ca. 8-10, og falder herefter løbende i løbet af dagen med et lille peak op omkring frokosttid.

Begge år ses nogenlunde det samme antal lyttere kl. 6 om morgenen (ca. 260.000 lyttere), men efter morgenlytningen er der flere, der falder fra i 2023, end der var i 2022. Forskellen mellem 2022 og 2023 er størst mellem kl. ca. 9 om morgenen til kl. ca. 18 om aftenen. Allerstørst er forskellen omkring frokosttid, hvor der er ca. 50.000 færre, der hører radio i frokostpausen i 2023.

I 2023 er lyttertallet kun over 600.000 om morgenen - det største peak er kl. 08.45, hvor 612.000 personer lyttede til radio.

Figur 8: Gennemsnitligt lytterflow for radio i 1.000 efter tidspunkt. 2022-2023



4.2 Podcast

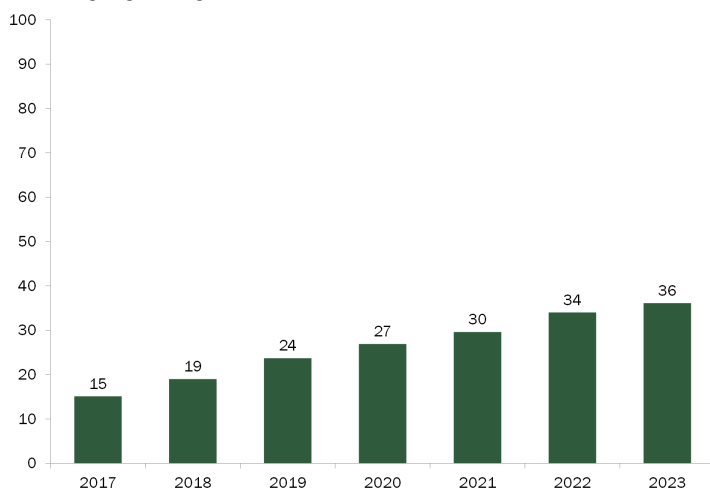
Flere og flere danskere lytter til podcasts i løbet af en gennemsnitlig uge.

Fra 2017 til 2023 er andelen af danskere, der lytter til podcast mindst én gang om ugen, steget fra 15% til 36%.

Det svarer til en stigning på 21 procentpoint, og det er samtidig over en fordobling siden 2017.

Sammenlignet med de tidligere år har der ikke været helt den samme vækst i 2023, som i de øvrige år. Fra 2022 til 2023 ses en stigning på 2 procentpoint, hvor der de tidligere år har været en stigning på 3-5 procentpoint.

Figur 9: Andel af befolkningen i %, der har lyttet til podcast mindst én gang om ugen. 2017-2023



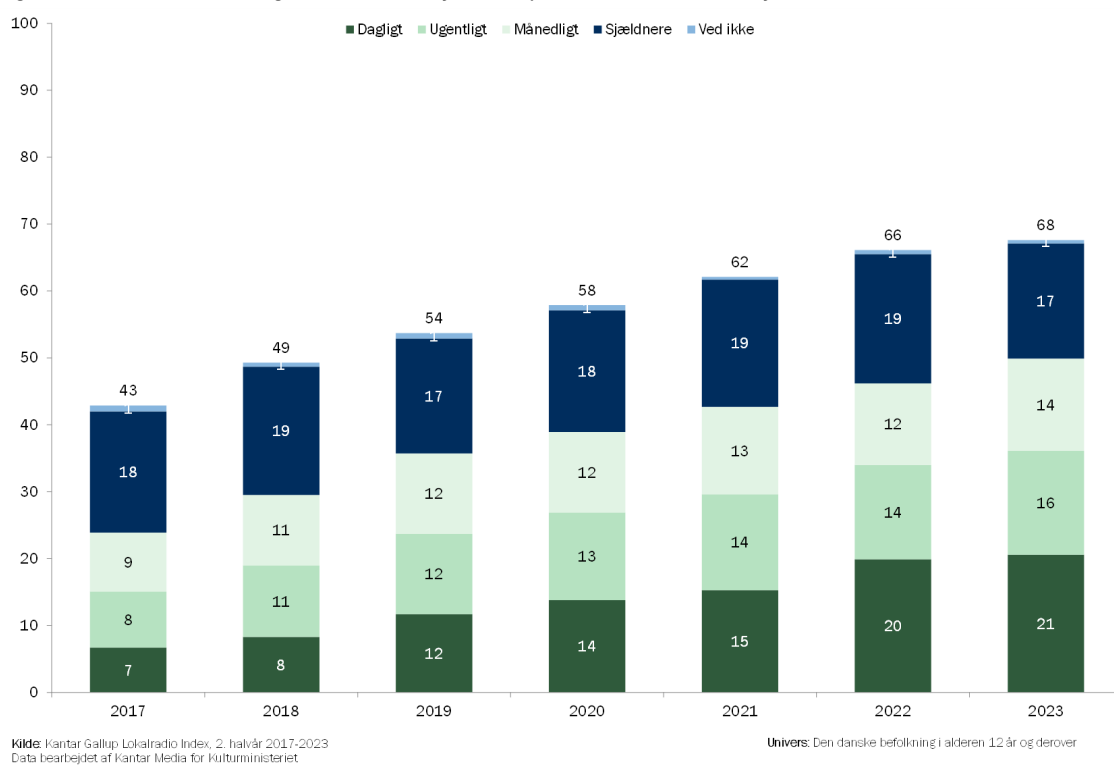
Kilde: Kantar Gallup Lokalradio Index, 2. halvår 2017-2023. Data bearbejdet af Kantar Media for Kulturministeriet

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

Den samme tendens, med en lille opbremsning i stigningen, er også gældende når man ser på andelen af befolkningen der har lyttet til podcast overhovedet. Her var der i 2017 43% der havde prøvet at lytte til podcasts, og gennem de seneste år har der været en stigning på mindst 4 procentpoint pr. år. Fra 2022 til 2023 har stigningen ikke været helt så høj – kun 2 procentpoint. Der er således i 2023 68% af befolkningen, der har prøvet at lytte til podcast. Samlet set en stigning på 25 procentpoint fra 2017 til 2023.

Fordelingen på lyttfrekvens har ændret sig de seneste to år sammenlignet med 2021. Der er kommet flere daglige lyttere, og færre der lytter sjældnere end månedligt. Der er således 21% af befolkningen der lytter til podcasts dagligt i 2023 – 3 gange så mange som i 2017, hvor 7% af danskerne lyttede til podcasts dagligt.

Figur 10: Andel af befolkningen i %, der har lyttet til podcast, fordelt efter lyttfrekvens. 2017-2023



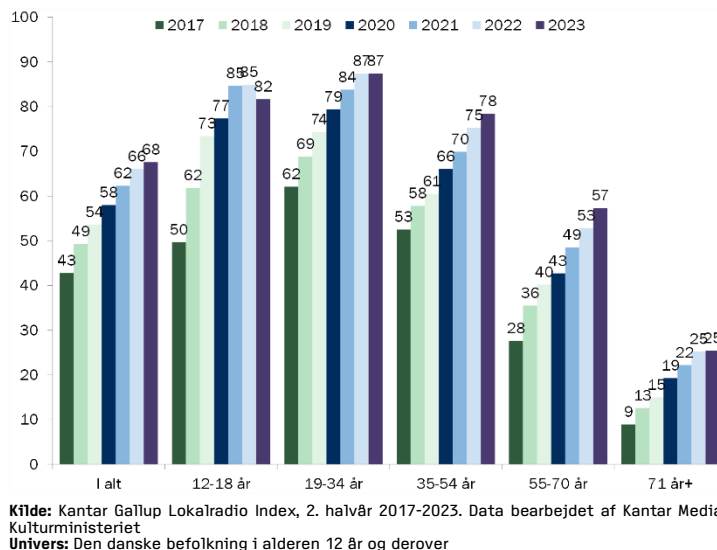
4.2.1 Alder

Gennemsnitligt er der 68% af den danske befolkning 12 år eller derover der har prøvet at lytte til podcast, men det er ikke ligeligt fordelt, når der brydes ned på forskellige aldersgrupper. Her ses et klart mønster - det er den yngre del af befolkningen, der driver podcastmediet frem. Specielt de 19-34-årige, hvor der er 87%, som har prøvet at lytte til podcasts i 2023.

Andelen af de 12-18-årige der har lyttet til podcasts, er fortsat over 80%, og denne aldersgruppe har dermed den næsthøjeste andel der har lyttet til podcasts. I 2017 var det halvdelen i aldersgruppen der havde lyttet til podcast, og det er dermed den samlede største stigning på 32 procentpoint siden 2017.

Blandt de 35-54-årige er det næsten 8 ud af 10 (78%), der har prøvet at lytte til podcasts. Dette svarer til en stigning på 25 procentpoint siden 2017, hvor lige over halvdelen i aldersgruppen havde prøvet at lytte til podcast.

Figur 11: Andel af befolkningen i %, der nogensinde har lyttet til podcast, fordelt efter alder. 2017-2023



For de ældste på 71 år og derover har niveauet været stabilt på 25% i de sidste to år, mens det for de 55-70-årige er steget til 57% i 2023. Det er blandt de 55-70-årige, at der har været den største stigning fra 2022 til 2023 på 4 procentpoint, og ligeledes en stor stigning siden 2017 med en fordobling af podcastlyttere.

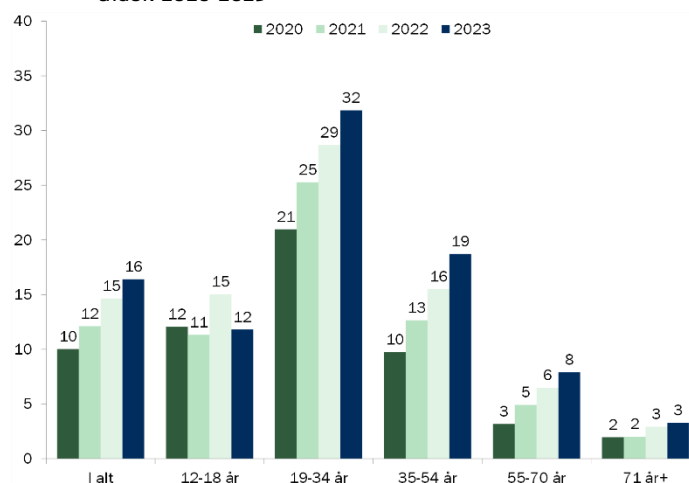
Den gennemsnitlige daglige lyttetid til podcast er steget henover de sidste år og er i 2023 på 16 minutter i alt, se Figur 12. Siden 2020 har der været en stigning fra 10 minutter til 16 minutters daglig lytning, hvilket svarer til en stigning på 60%.

Den aldersgruppe der lytter mest, er de 19-34-årige med 32 minutter om dagen. Det er samtidig den aldersgruppe der har haft den største stigning siden 2020 med 11 minutter om dagen.

Herefter følger de 35-54-årige med 19 minutters daglig lytning til podcast og en stigning på 9 minutter siden 2020.

Den ældste aldersgruppe er dem der lytter mindst. Deres lytning har ligget nogenlunde stabilt på 2-3 minutter om dagen.

Figur 12: Gennemsnitlig daglig lyttetid til podcast i minutter, fordelt efter alder. 2020-2023



Kilde: Kantar Gallup Lokalradio Index, 2. halvår 2017-2023. Data bearbejdet af Kantar Media for Kulturministeriet
 Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

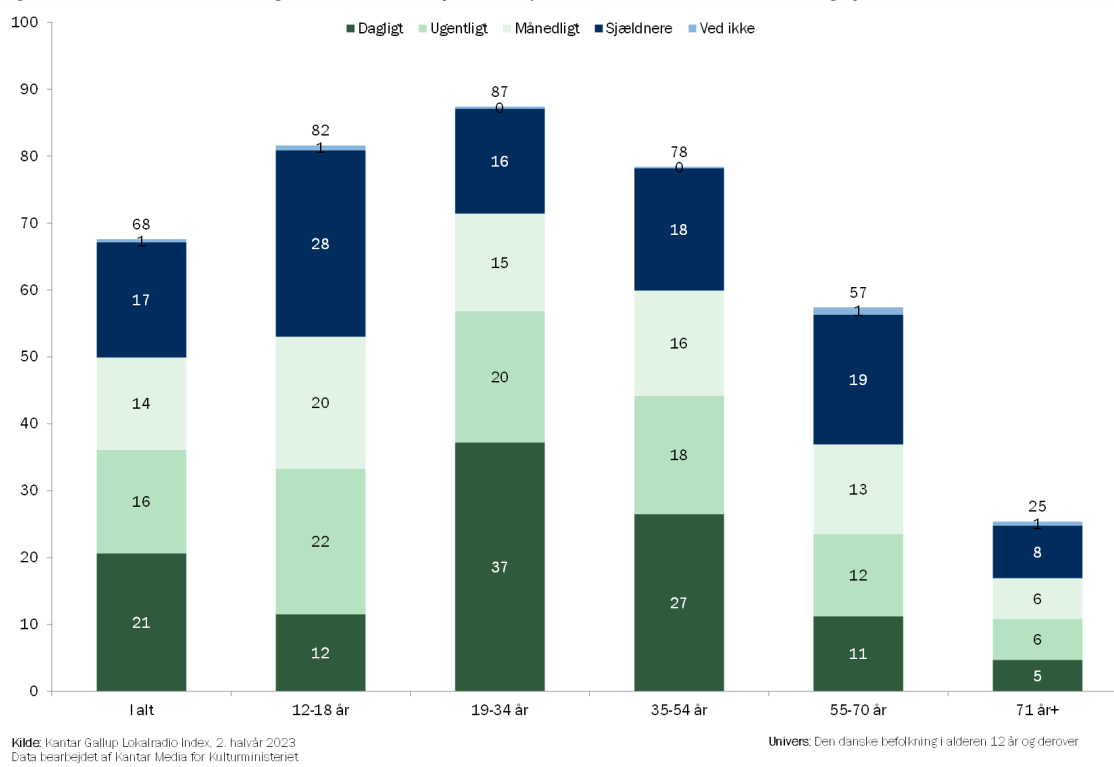
Brydes lytningen op i hvor ofte man lytter, ses et meget forskelligt billede i forhold til aldersgrupper. Her ses det at det er de 19-34-årige, der har den største andel daglige podcastlyttere (37%), efterfulgt af de 35-54-årige hvor 27% lytter til podcast dagligt.

De helt unge teenagere og de to ældste aldersgrupper har en noget mindre andel, der lytter til podcast dagligt. Blandt de 12-18-årige er det 12% der lytter dagligt – denne aldersgruppe har samtidig langt den største andel, der lytter sjældnere end månedligt (28%), så der er altså en stor andel blandt de yngste, der har prøvet at lytte til podcast, men det har ikke helt fundet så stor interesse, at de er blevet mere vanemæssige podcastlyttere.

De 19-34-årige er klart de mest højfrekvente podcastlyttere, hvor 57% i aldersgruppen lytter til podcast mindst én gang om ugen. De er efterfulgt af de 35-54-årige, hvor 44% er ugentlige podcastlyttere.

Danskerne over 70 år halter fortsat langt bagefter. Det er kun 25% der har prøvet at lytte til podcast – 5% lytter dagligt og 11% lytter mindst ugentligt.

Figur 13: Andel af befolkningen i %, der har lyttet til podcast, fordelt efter alder og lyttefrekvens. 2023



4.2.2 Uddannelse

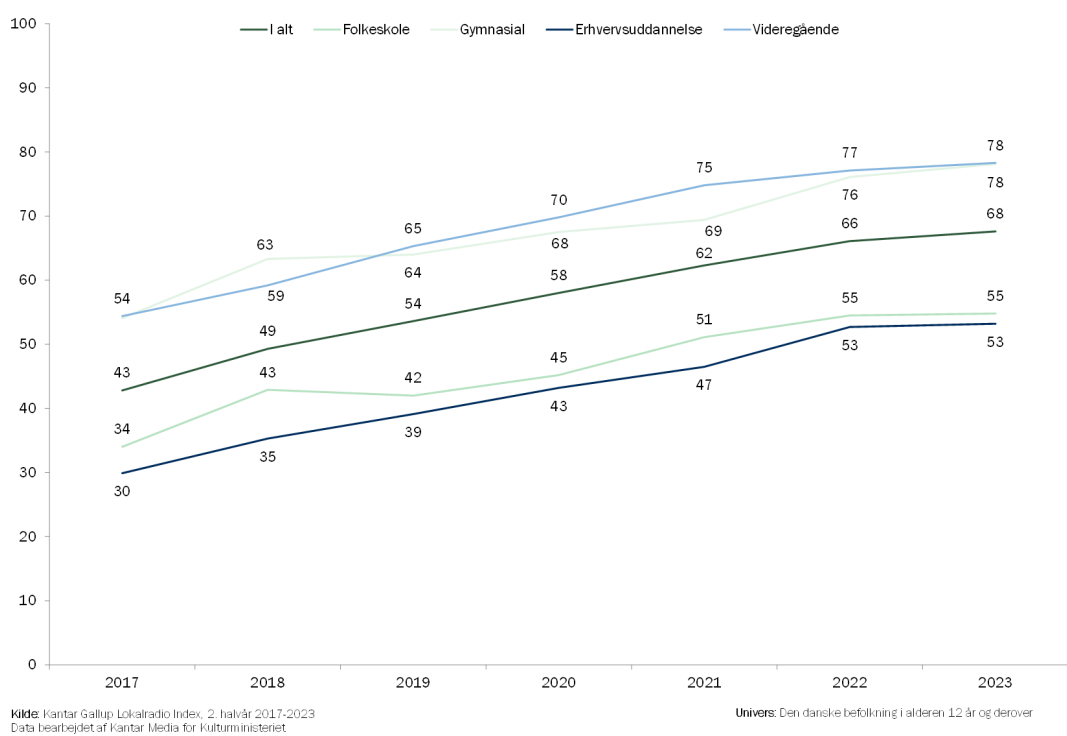
For alle uddannelsesgrupper har der været en mindre stigning i andelen, der har prøvet at lytte til podcast fra 2022 til 2023 sammenlignet med stigningen fra 2021 til 2022. Den største stigning de seneste to år har været blandt personer med gymnasial uddannelse, hvor 78% nu har prøvet at lytte til podcast svarende til en stigning på 9 procentpoint siden 2021.

Personer med en videregående uddannelse har ligeledes en andel på 78%, der har prøvet at lytte til podcasts. Her er stigningen fladet ud sammenlignet med tidligere år, og stigningen har kun været på 4 procentpoint siden 2021.

Den uddannelsesgruppe, der har færrest, der har prøvet at lytte til podcast, er personer med en erhvervsuddannelse. I denne gruppe er der 53%, der har prøvet at lytte til podcast i 2023. Dette svarer til en stigning på 23 procentpoint siden 2017, hvor 30% med en erhvervsuddannelse havde prøvet at lytte til podcast. Stigningen har været størst fra 2021 til 2022 med en stigning på 6 procentpoint.

Personer med en folkeskoleuddannelse, som den sidst afsluttede uddannelse, har haft den mindste stigning siden 2017. Her var der 34% der havde prøvet at lytte til podcast, hvor der i 2023 er 55% der har prøvet at lytte til podcast svarende til en stigning på 21 procentpoint.

Figur 14: Andel af befolkningen i %, der nogensinde har lyttet til podcast, fordelt efter sidst afsluttede uddannelse. 2017-2023



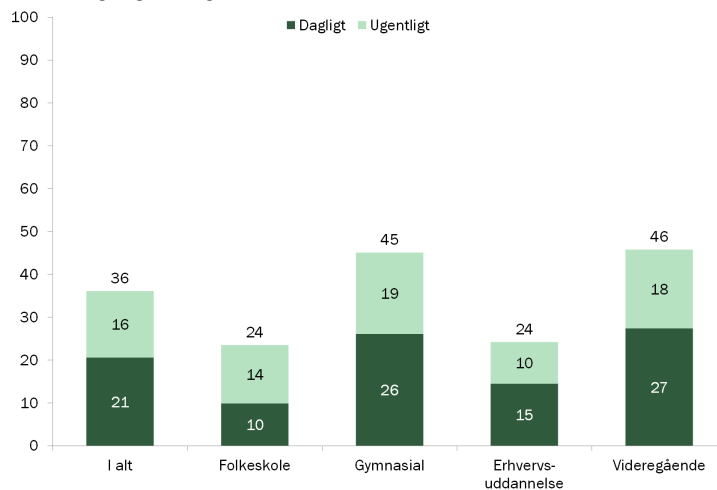
Opdeles podcastlytningen på frekvens er det personer med en gymnasial eller en videregående uddannelse, der er de mest loyale podcastlyttere.

Det er ca. hver fjerde i disse uddannelsesgrupper, der lytter dagligt til podcasts, og næsten halvdelen der lytter til podcasts mindst én gang om ugen.

Blandt personer med erhvervsuddannelse er det 15% der lytter mindst én gang om dagen, og 24% der lytter ugentligt til podcasts.

Det er den samme andel blandt folkeskoleuddannede der lytter ugentligt (24%), men alene 10% i denne gruppe lytter dagligt til podcasts.

Figur 15: Andel af befolkningen i %, der har lyttet til podcasts mindst én gang om ugen, fordelt efter sidst afsluttede uddannelse. 2023



Kilde: Kantar Gallup Lokalradio Index, 2. halvår 2023. Data bearbejdet af Kantar Media for Kulturministeriet
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

4.2.3 Geografi

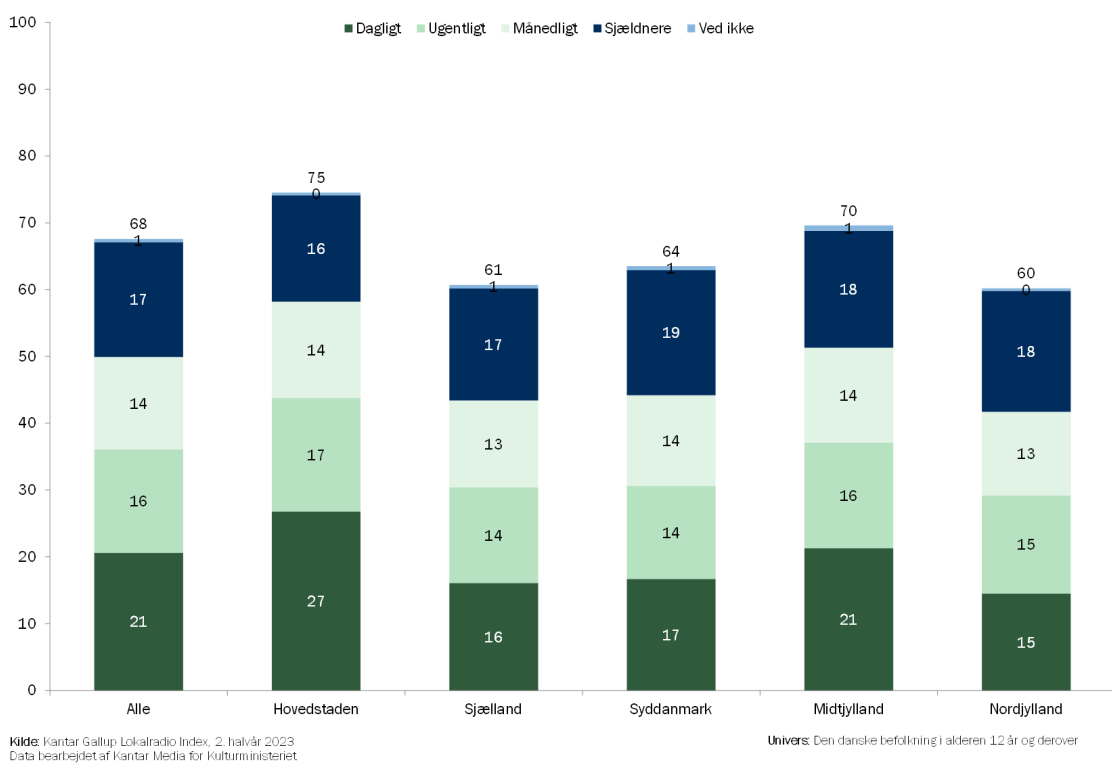
Vender vi blikket mod geografiske forskelle i podcastlytningen, så er det i region Hovedstaden, at der er flest, der har prøvet at lytte til podcast. I 2023 er der således 75% af befolkningen i region Hovedstaden, der har prøvet at lytte til podcast. Det er 15 procentpoint mere end i region Nordjylland, som med 60 % har den laveste andel.

Region Midtjylland har den næsthøjeste andel af podcastlyttere med 70%, efterfulgt af region Sydjylland med 64% og region Sjælland med 61%.

Personer i region Hovedstaden har ligeledes den højeste andel af daglige podcastlyttere – her er der 27% der lytter til podcast mindst én gang om dagen. Den næsthøjeste andel af daglige lyttere er i region Midtjylland, hvor 21% lytter dagligt svarende for gennemsnittet for hele Danmark. Region Sjælland, region Syddanmark og region Nordjylland ligger under landsgennemsnittet med mellem 15-17% daglige podcastlyttere.

Samme mønster er gældende i forhold til den ugentlige podcastlytning. Der er 44% af befolkningen i region Hovedstaden, der lytter til podcast mindst én gang om ugen. Region Midtjylland matcher landsgennemsnittet, mens de 3 øvrige regioner ligger under landsgennemsnittet.

Figur 16: Andel af befolkningen i %, der har lyttet til podcast, fordelt efter region og lytrefrekvens. 2023



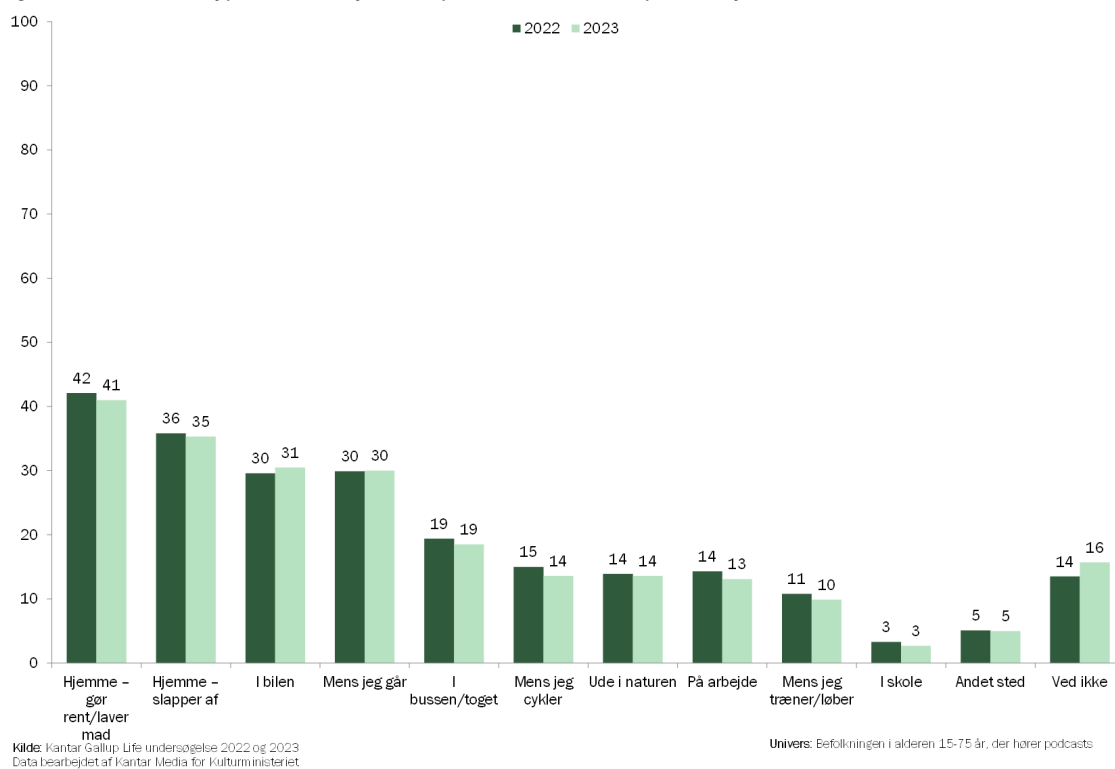
4.2.4 Steder, der lyttes til podcast

Der er flest der lytter til podcast, mens de er derhjemme. I 2023 angiver 41% af podcastlytterne, at de lytter til podcasts, mens de er hjemme og samtidig laver andre sysler f.eks. gør rent eller laver mad. 35% angiver, at de lytter til podcast derhjemme, mens de slapper af. Lægges disse to sammen, svarer det til, at 57% af podcastlytterne angiver, at de lytter til podcasts derhjemme (man tæller kun én gang, hvis man har angivet begge svarmuligheder).

31% af podcastlytterne angiver, at de typisk lytter til podcast i bilen, mens 30% angiver, at de lytter, mens de går. Ca. hver femte podcastlytter udnytter tiden i bussen eller i toget til at lytte til podcast.

Sammenlignes 2022 og 2023 er der ikke sket den store udvikling. Rækkefølgen i lyttesituationer er den samme, og der er maksimalt en ændring på +/- 1 procentpoint.

Figur 17: "Hvor er du typisk, når du lytter til podcast?", andel af podcastlyttere i %. 2022-2023



5 KANALER OG INDHOLD

I det følgende belyses de mest lyttede radiokanalers andel af radiolytningen samt de mest lyttede podcasts i 2023. Afsnittet beskriver desuden brugen af public service- og kommerciel radio.

5.1 De mest lyttede radiokanaler

P4 er fortsat den klart mest lyttede radiokanal, hvor hele 44% af lytningen i 2023 foregår på P4. Dette er 1 procentpoint mere end i 2022, hvor kanalen udgjorde 43%. P4's lytterandel er dermed steget 5 procentpoint fra 2019, hvor lytterandelen lå på 39%.

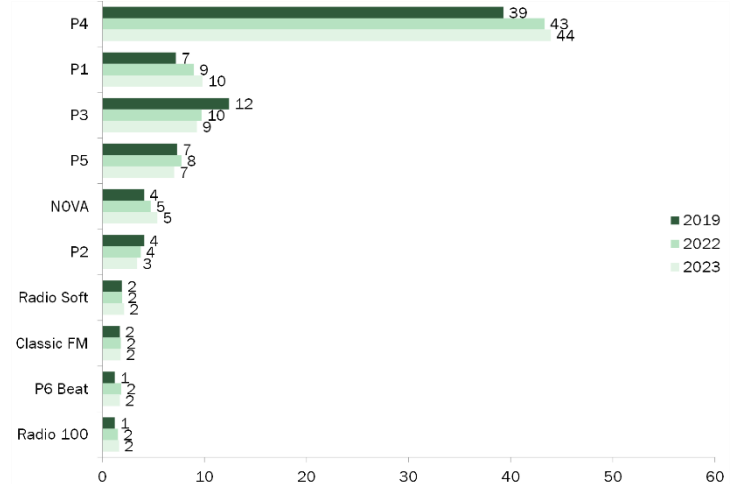
I 2023 er der sket nogle skift i rækkefølgen for de for 10 mest lyttede radiokanaler. P1 har overhalet P3, og P1 er nu den næstmest lyttede radiokanal med 10% af lytningen efterfulgt af P3, som har 9% af lytningen i 2023.

P5 ligger fortsat på en fjerdeplads med 7% af radiolytningen på trods af et fald på 1 procentpoint fra 2022.

I bunden af Top 10 har Classic FM overhalet P6 Beat – de ligger dog fortsat meget tæt og begge har en lytterandel på 2%.

Radio 100 er kommet med i Top 10 med en lytterandel på 2%, og har dermed skubbet Radio4 ud af top 10 listen i 2023, hvor Radio4's lytterandel er 1,4%.

Figur 18: De 10 mest lyttede kanaler opgjort efter lytterandel, i %. 2019, 2022-2023



Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter. Data bearbejdet af Kantar Media for Kulturministeriet
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

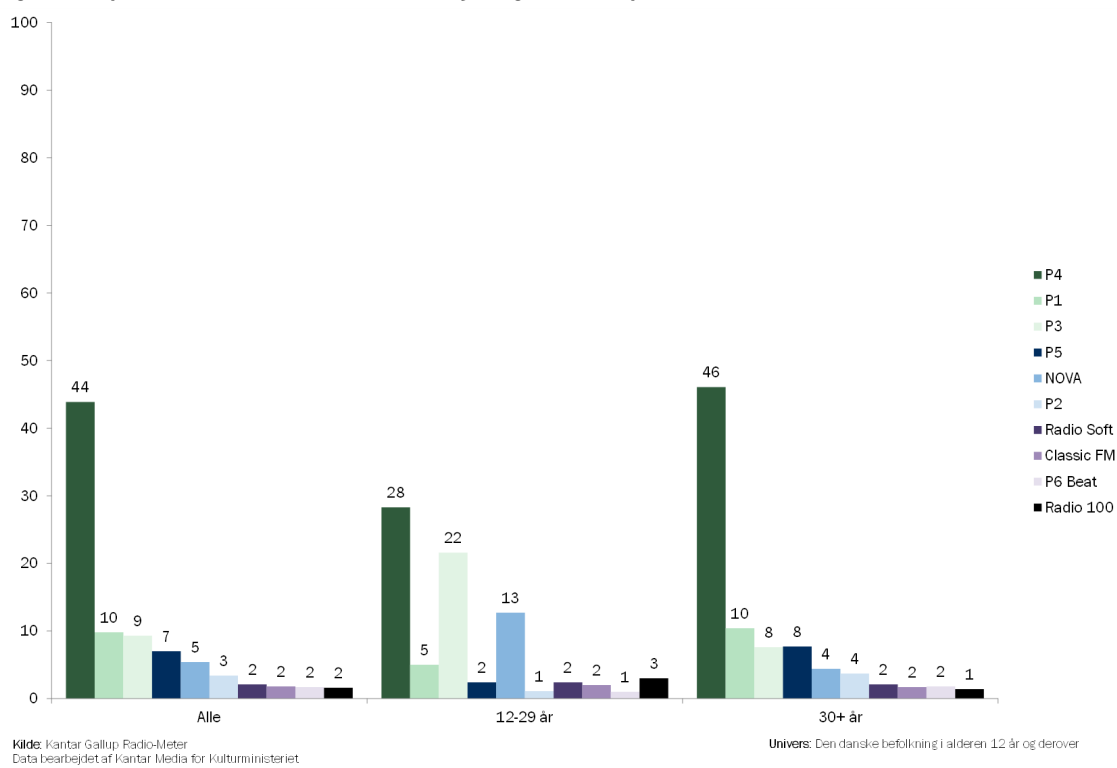
Brydes ned på aldersgrupperne 12-29-årige og 30 år eller derover, er der væsentlige forskelle i lytterandelene for de 10 mest lyttede radiokanaler. For P4's vedkommende er lytterandelen "kun" 28% blandt de 12-29-årige mod 46% blandt dem over 30 år. P1, P2 og P5 står ligeledes stærkere blandt de 30+-årige end blandt de 12-29-årige. P1 har en lytterandel på 10% blandt de 30+-årige mod 5% blandt de 12-29-årige, og P5 har en lytterandel på 8% blandt de 30+-årige mod 2% blandt de 12-29-årige.

Omvendt er P3 væsentlig større blandt de unge, som bruger 22% af deres lyttetid på kanalen, mens P3 udgør 8% af radiolytningen blandt de 30-årige og derover. Radiokanalerne NOVA og Radio 100 har ligeledes en større del af de unges radiolytning end af de ældre. NOVA har en lytterandel på 13% af de 12-29-åriges radiolytning mod 4% blandt de 30+-åriges, og Radio 100 har en lytterandel på 3% af de 12-29-åriges radiolytning mod 1% blandt de 30+-åriges.

I alt står de ti mest lyttede radiokanaler for 86% af radiolytningen i Danmark i 2023 – dette er uændret fra 2021. I aldersgruppen 12-29 år udgør Top 10-kanalerne i alt 80% af radiolytningen, mens de udgør 87% blandt befolkningen på 30 år og derover. De unges radiolytning er dermed i lidt højere grad spredt ud over flere forskellige kanaler end radiolytningen i den ældre del af befolkningen.

F.eks. lytter de yngre langt mere til lokale kommercielle radiostationer, som samlet set har en lytterandel på 15% hos de 12-29-årige mod 9% blandt de 30+-årige.¹³

Figur 19: Top 10-kanalernes andel i % af radiolytningen fordelt på alder. 2023



5.2 Public service- og kommerciel radio

Andelen af radiolytningen, der foregår på de danske public service-kanaler, er faldet de sidste to år og ligger nu på 77%. I 2023 er de danske public service-kanaler:

- DR's radiokanaler
- **Radio4**, som har sendt på FM4-frekvensen siden november 2019
- **24syv** (tidl. Radio LOUD), som har sendt på DAB siden april 2020

Fra november 2011 til og med oktober 2019 var **Radio24syv** desuden en del af udbuddet af public service-radio i Danmark.

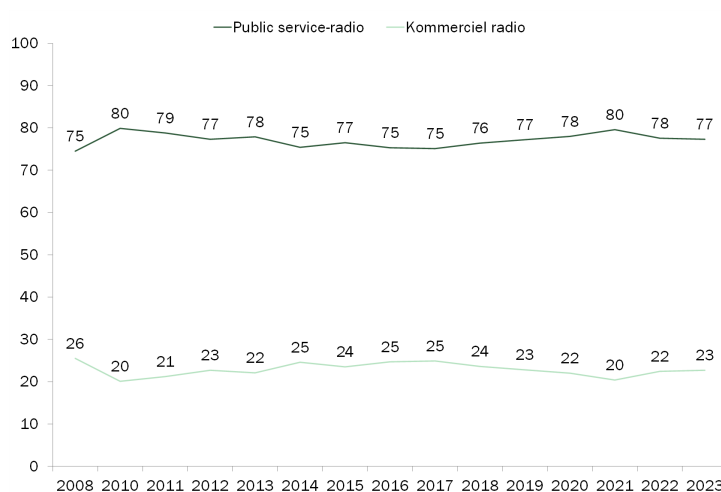
¹³ Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter. Data bearbejdet af Kulturministeriet. Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover.

Public service-radios andel af radiolytningen har ligget mellem 75-80% siden 2008.

De seneste to år har der været et fald i public service-radios andel på 3 procentpoint fra 80% i 2021 til 77% i 2023.

Det betyder samtidig, at der har været en tilsvarende stigning i de kommercielle radiokanalers andel af radiolytningen. I 2023 havde de kommercielle radiokanaler således en lytterandel på 23%.

Figur 20: Radiolytningen fordelt på public service og kommerciel radio i %. 2008-2023



Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter. Data bearbejdet af Kantar Media for Kulturministeriet
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

Af Tabel 1 nedenfor fremgår fordelingen mellem public service- og kommerciel radio fordelt på forskellige demografiske nedbrydninger. Blandt andet ses det, at public service-radios andel er langt højere i de ældste aldersgrupper end i de yngre aldersgrupper. I aldersgruppen 71+ år har public service således en lytterandel på 93% mod 53% blandt de 12-18-årige. Public service-kanalerne udgør desuden en lavere del af de 12-18-åriges radiolytning i 2023, end de gjorde i 2022. Public service-andelen blandt de yngste er således faldet fra 57% i 2022 til 53% i 2023. Dette betyder samtidig at kommerciel radios andel i denne aldersgruppe har haft en stigning fra 43% i 2022 til 47% i 2023, hvilket er den højeste kommercielle andel blandt grupperne i Tabel 1.

I forhold til uddannelse er der ligeledes forskel på de forskellige uddannelsesgrupper. Her er det personer med en videregående uddannelse, som public service-kanalerne har godt fat i. Hele 85% af radiolytningen i denne gruppe bruges på at lytte til public service-kanaler. Dette er en stigning på 2 procentpoint fra 2022, hvor public service-andelen var på 83%.

Geografisk set har public service-kanalerne den største lytterandel i Hovedstaden, hvor 87% af radiolytningen foregår på public service-kanaler. Det øvrige Sjælland har ligeledes en høj lytterandel til public service-kanalerne med 81%. De kommercielle stationers største lytterandel er i Midtjylland, hvor 32% af radiolytningen bruges på at lytte til kommercielle stationer.

Tabel 1: Public service-radio og kommerciel radios andel af radiolytningen i %, fordelt på alder, uddannelse og geografi. 2022-2023

			2022	2023	
	Alle	Public service-radio	78	77	
		Kommerciel radio	22	23	
Alder	12-18 år	Public service-radio	57	53	
		Kommerciel radio	43	47	
	19-34 år	Public service-radio	66	66	
		Kommerciel radio	34	34	
	35-54 år	Public service-radio	62	61	
		Kommerciel radio	38	39	
	55-70 år	Public service-radio	87	86	
		Kommerciel radio	13	14	
	71+ år	Public service-radio	94	93	
		Kommerciel radio	6	7	
	Uddannelse	Folkeskole	Public service-radio	69	67
			Kommerciel radio	31	33
Gymnasial uddannelse		Public service-radio	74	73	
		Kommerciel radio	26	27	
Erhvervsuddannelse		Public service-radio	74	73	
		Kommerciel radio	26	27	
Videregående uddannelse		Public service-radio	83	85	
		Kommerciel radio	17	15	
Geografi	Hovedstaden	Public service-radio	87	87	
		Kommerciel radio	13	13	
	Vest-, Øst-, Sydsjælland og Bornholm	Public service-radio	83	81	
		Kommerciel radio	17	19	
	Syddanmark	Public service-radio	73	72	
		Kommerciel radio	27	28	
	Midtjylland	Public service-radio	68	68	
		Kommerciel radio	32	32	
	Nordjylland	Public service-radio	71	74	
		Kommerciel radio	29	26	

Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter
Data bearbejdet af Kantar Media for Kulturministeriet

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

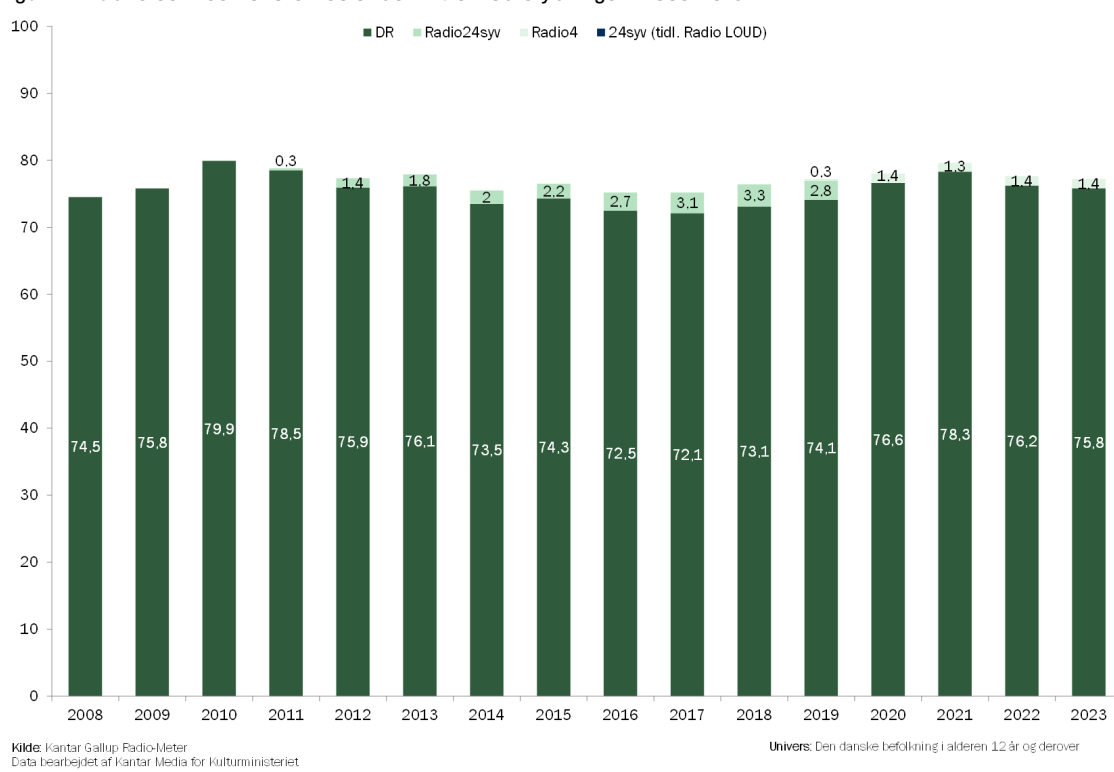
5.2.1 Public service-kanalerne

DR's radiokanaler har altid haft langt størstedelen af radiolytningen i Danmark. De sidste to år har andelen dog været faldende og udgør i 2023 75,8%. Det er et fald på 2,5 procentpoint i forhold til 2021, hvor DR's kanaler udgjorde 78,3% af radiolytningen. DR's lytterandel er dog stadig højere end i 2014-2019, hvor Radio24syv stadig sendte og havde en lytterandel mellem 2,0% og 3,3%.

Det generelle fald i public service-radios andel af radiolytningen fra 2021 til 2023, som fremgik ovenfor, er således et resultat af DR's faldende andel. Nedbrydes på DR's kanaler skyldes faldet fra 2021 til 2023 primært et fald på DR-kanalen P3. Ser man på de øvrige public service-kanaler, er deres

lytterandel derimod stort set uændret i forhold til 2020. Radio4 udgør således 1,4% af radiolytningen i 2023, mens 24syv (tidl. Radio LOUD) fortsat udgør 0%.

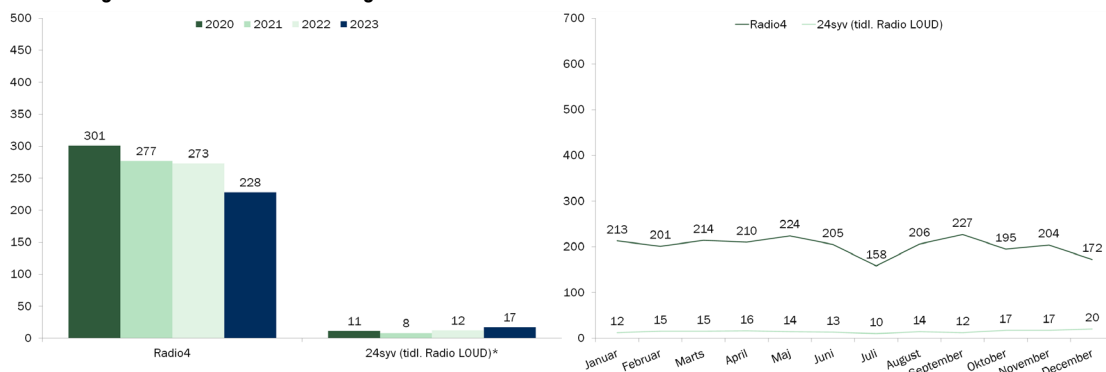
Figur 21: Public service-kanalernes andel i % af radiolytningen. 2008-2023



Som det fremgår af Figur 22 nedenfor, har Radio4 haft faldende antal lyttere siden 2020. Radio4 er således gået fra gennemsnitligt 301.000 ugentlige lyttere i 2020 til 228.000 ugentlige lyttere i 2023. Det er et fald på 73.000 ugentlige lyttere. Det største fald er sket fra 2022 til 2023, hvor Radio4 har mistet 45.000 ugentlige lyttere, hvilket svarer til et fald på 16%. Fordelt hen over året 2023 ses en tendens til faldende lyttertal, hvor såvel oktober som december måned er under 200.000 ugentlige lyttere.

DAB-kanalen 24syv (tidl. Radio LOUD) har derimod tendens til et stigende lyttertal hen over årene 2020-2023. I 24syv's sidste hele sendeår 2023 havde kanalen således i gennemsnit 17.000 lyttere om ugen. Det er 6.000 flere lyttere end i perioden fra 1. april til 31. december 2020, hvor kanalen havde 11.000 ugentlige lyttere. Set hen over året har kanalen svinget mellem 10.000 og 20.000 ugentlige lyttere.

Figur 22: Gennemsnitlig ugentlig dækning i 1.000 for Radio4 og 24syv (tidl. Radio LOUD), fordelt på hhv. årligt gennemsnit i 2020-2023 og måneder i 2023



Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter. Data bearbejdet af Kantar Media for Kulturministeriet
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover
 *Tallet for 2020 for 24syv (tidl. Radio LOUD) gælder alene for perioden fra 1. april til 31. december.

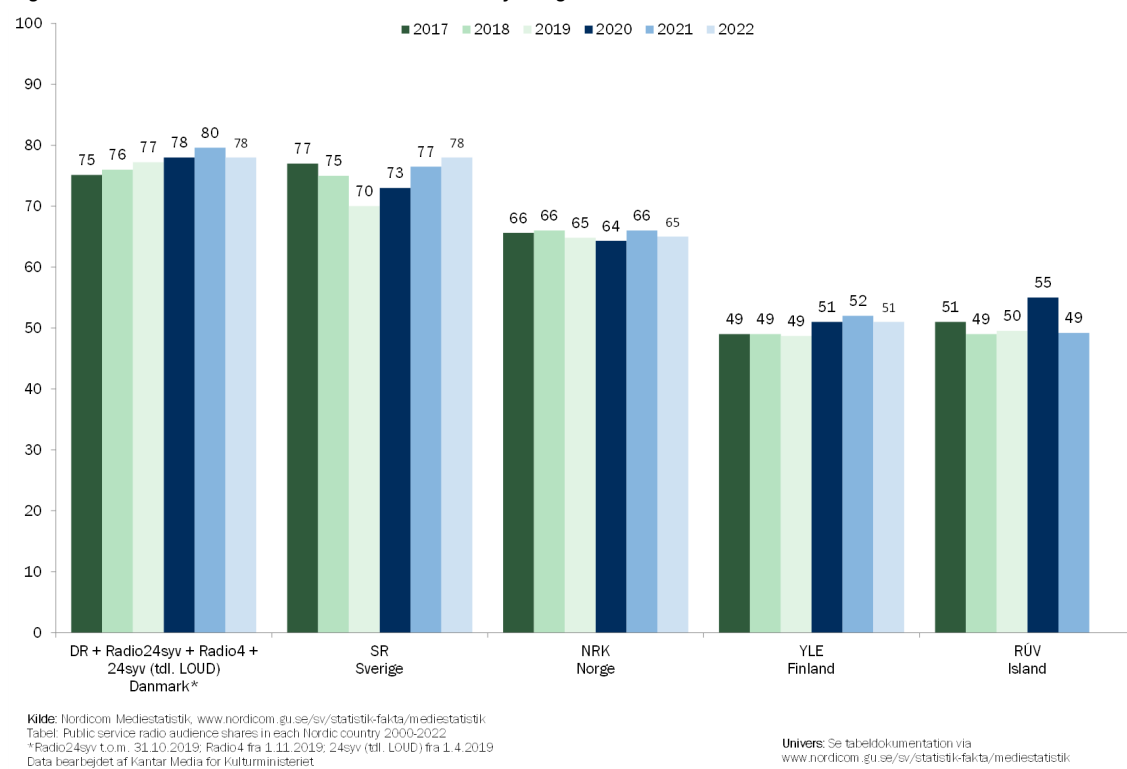
5.2.2 Nordisk public service-lytning

Sammenlignes public service-lytningen i de nordiske lande ses en tilbagegang i alle lande på nær Sverige, hvor public service-radioen SR er gået fra en andel på 77% af lytningen i 2021 til en andel på 78% i 2022. I Sverige har der været en støt stigning siden 2019, hvor public service-andelen var på 70%.

I både Norge og Finland har der været et fald på 1 procentpoint, så NRK i 2022 står for 65% af den norske radiolytning og finske YLE står for 51% af den finske radiolytning. Danmark har, nu sammen med Sverige, fortsat den højeste andel af public service-radiolytning med 78% af lytningen i 2022.

14

Figur 23: Public service-kanalernes andel i % af lytningen i de nordiske lande. 2017-2022



¹⁴ Det har ikke været muligt at fremskaffe 2022 tal fra Island.

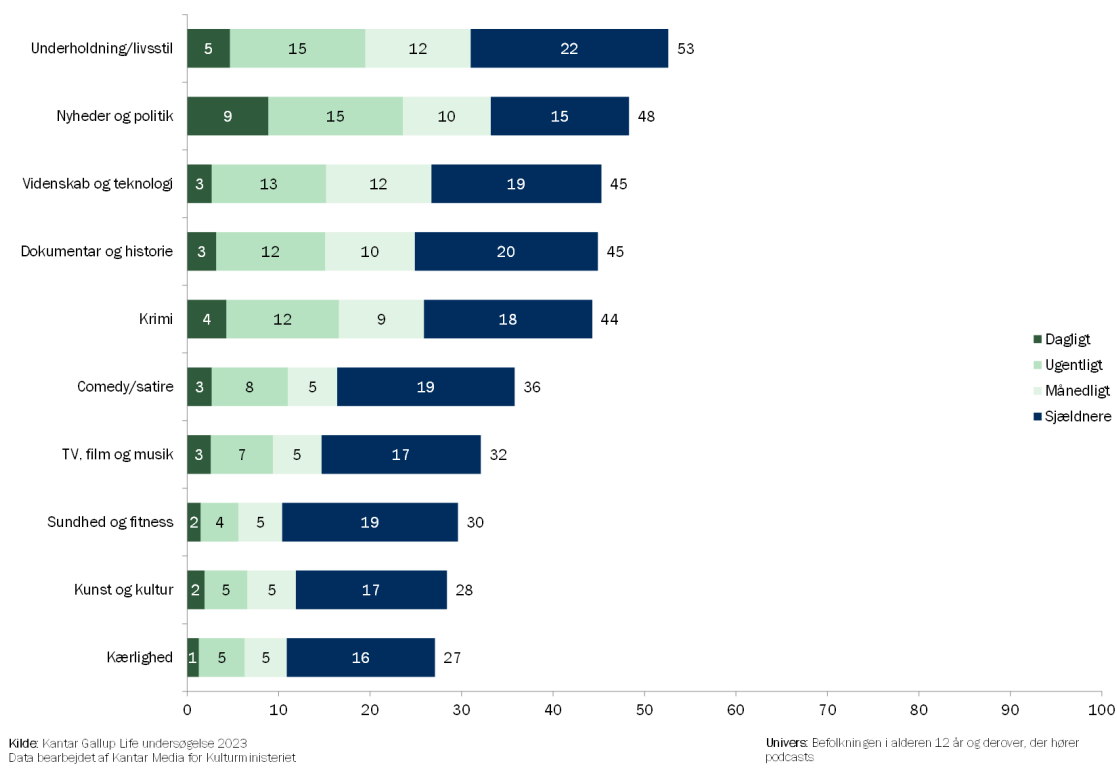
5.3 De mest lyttede podcasts

Udbydere på podcastmarkedet er ikke kun traditionelle radiovirksomheder, men også andre medievirksomheder, enkeltpersoner, organisationer og andre typer virksomheder. Podcastmarkedet består af et meget stort og diversit udbud med mange forskellige emner og formater. En undersøgelse fra Danmarks Medie- og Journalisthøjskole anslår eksempelvis, at det danske podcastmarked består af 2.529 aktive podcast-serier¹⁵. Ifølge undersøgelsen udgør public service-medier 18,5% af det danske podcastmarked, medievirksomheder 26,3% og uafhængige podcastere 26,2%, mens offentlige institutioner, civilsamfundsorganisationer og ikke-medievirksomheder udgør de resterende 29%.¹⁶

Af Figur 24 nedenfor fremgår en række forskellige emner, som respondenterne i Kantar Medias Life-undersøgelse har kunnet angive, hvor ofte de lytter til. Det emne som flest danskere har prøvet at lytte til er "Underholdning/livsstil", som 53% af *podcastlytterne* angiver at have lyttet til. Herefter følger kategorien "Nyheder og politik", hvor 48% af *podcastlytterne* har lyttet, efterfulgt af "Videnskab og teknologi" og "Dokumentar og historie" begge med 45%. Kategorien "Krimi" ligger tæt her efter med 44%. I bunden ligger kategorierne "Kærlighed" og "Kunst og kultur" med hhv. 27% og 28%.

Hvis man ser på den daglige podcastlytning, er kategorien "Nyheder og politik" den mest lyttede kategori, hvor 9% af podcastlytterne angiver at lytte til podcasts inden for "Nyheder og politik" dagligt. Kategorien "Underholdning/livsstil" er den næstmest lyttede kategori på daglig basis med 5%, efterfulgt af "Krimi" med 4%. På ugentlig basis er det ligeledes kategorien "Nyheder og politik" der er den mest lyttede kategori, hvor 24% af podcastlytterne angiver at lytte til podcasts inden for "Nyheder og politik" ugentligt. De forskellige udgivelsesfrekvenser for kategorierne påvirker naturligvis hyppigheden af lytningen af podcast kategorien, idet en større andel af podcasts i "Nyheder og politik" har daglige udgivelser.

Figur 24: Andel af danske podcastlyttere i %, der lytter til diverse emner, fordelt på frekvens. 2023



¹⁵ Aktive podcasts er i undersøgelsen defineret ved, at der er udgivet mindst én episode i løbet af kalenderåret 2020. Desuden er podcasts bestående af kun én episode udelukket fra undersøgelsen, da der er fokus på podcast-serier.

¹⁶ Kammer, A. & Sejersén, T.S. (2022, februar). "Forretningsmodeller og fremtidsudsigter for det danske podcastmarked". Danmarks Medie- og Journalisthøjskole, s. 21f.

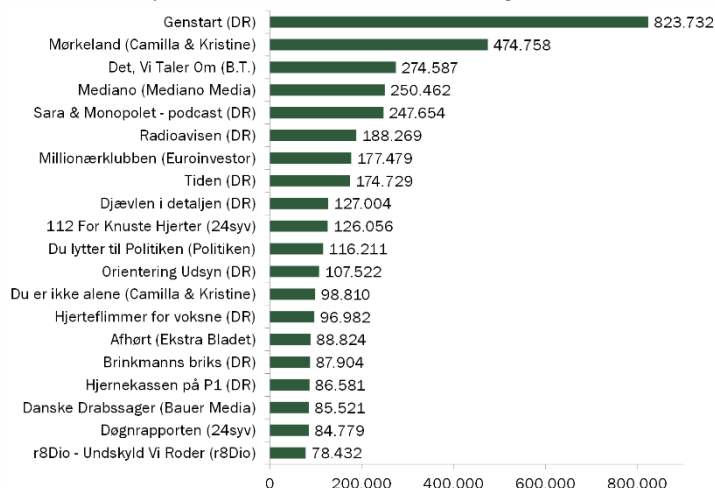
Der findes ikke en samlet måling af alle danske podcasts, men Dansk Podcast Index offentliggør ugentligt antal downloads/streams for en række podcasts primært fra de store mediehuse. I Figur 25 nedenfor ses således top-20-listen, på et udvalgt udsnit af podcasts, for de mest downloadede/streamede podcast i uge 45 2023 ifølge Dansk Podcast Index.¹⁷

DR's podcast "Genstart" er markant den mest downloadede/streamede podcast i uge 45 2023 med over 800.000 downloads/streams.

Den næstmest downloadede/streamede podcast er "Mørkeland", som med ca. 475.000 downloads/streams har god afstand ned til tredjepladsen hvor "Det, Vi Taler Om" havde ca. 275.000 downloads/streams.

Det er dog værd at bemærke, at "Mørkeland" og "Det, Vi Taler Om" kun udkommer én gang om ugen, mens "Genstart" har seks afsnit om ugen.

Figur 25: Antal downloads/streams for de 20 mest downloadede/streamede podcasts i Dansk Podcast Index. Uge 45 2023



Kilde: Dansk Podcast Index Data bearbejdet af Kantar Media for Kulturministeriet
Univers: De 20 mest downloadede/streamede podcasts i uge 45 2023

¹⁷ Læs mere om Dansk Podcast Index i kapitlets metodeafsnit side 33.

6 PLATFORME

I Danmark er det muligt at lytte til lydindhold på flere måder, fx via en FM- eller DAB-radio, på internettet som live-radio eller on demand på diverse forskellige podcast- og musiktjenester, som eksempelvis Podimo eller Spotify. I dette afsnit belyses dels, hvor stor en del af den daglige lyttetid på radio, der foregår digitalt eller via FM, og dels hvilke platforme danskerne benytter sig af, når de lytter til podcasts.

6.1 FM og digital radio

Radiolytningen kan opdeles på henholdsvis lytning via FM-båndet og lytning digitalt via DAB/DAB+, net eller kabel. For at gøre det muligt at opgøre radiolytningen på forskellige platforme, kræver det, at radiostationerne lydkoder deres indhold efter platform, så det indgår i målingen om lytningen er foregået via FM, DAB eller andet. Det er imidlertid ikke alle radiokanaler, der foretager denne differentierede kodning af lydsignalet. Samtidig er det kun DR, der udspecificerer kabellytningen, mens de øvrige platformsdifferentierede kanaler udelukkende opdeler i FM, DAB og net.

Den følgende Figur 26 skal derfor læses med et vist forbehold, da den indeholder en mængde lytning på "ukendt platform", som kan gemme på både FM-, DAB-, net- og kabellytning fra de kanaler, der ikke koder deres indhold. Lytningen på FM og digitalt vil dog ikke være mindre end den andel, der fremgår af Figur 26. Der kan læses mere om kanalernes platformsdifferentiering i metodeafsnittet.

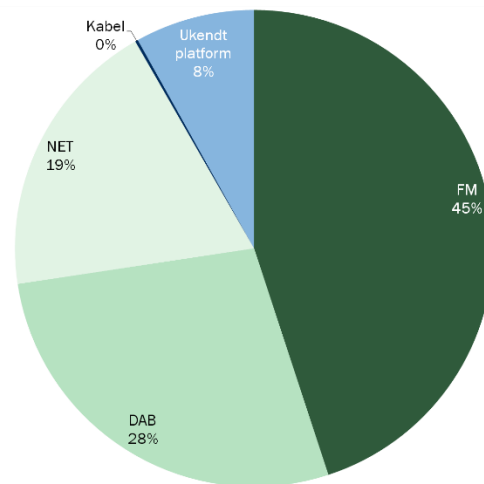
Radiolytningen via FM-båndet er i 2023 faldet og udgør nu 45% af den samlede radiolytning. Det er et fald på 3 procentpoint siden 2021, hvor andelen var på 48%.

8% af radiolytningen foregår dog fortsat på ukendt platform, hvilket også inkluderer en vis mængde FM-lytning.

Digital radio udgør samlet set 47% af lytningen i 2023, idet DAB står for 28%, mens net står for 19%.

Der er siden 2021 ikke længere noget af radiolytningen, der foregår på kabel.

Figur 26: Radiolytningen fordelt på platform i %. 2023



Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter. Data bearbejdet af Kantar Media for Kulturministeriet
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

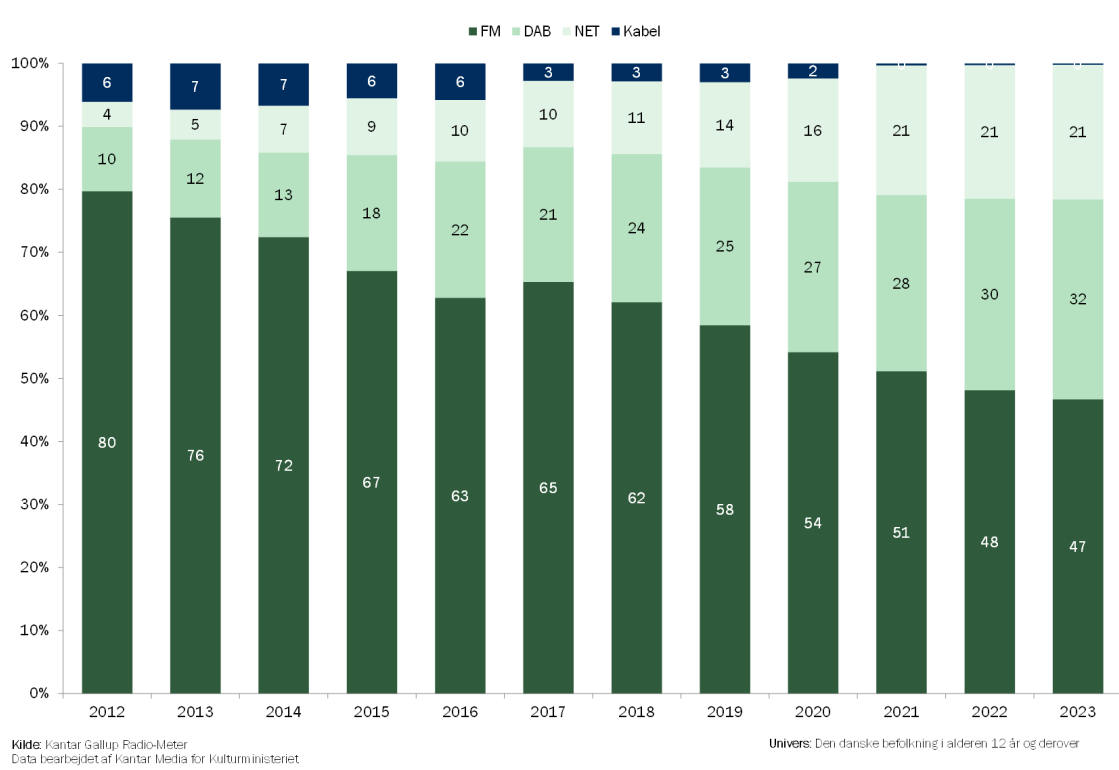
For at give en indikation af, hvordan kategorien "ukendt platform" på de 8% fordeler sig på de forskellige platforme, kan DR anvendes som pejlemærke. Det skyldes, at DR som de eneste har lydkodet deres indhold på alle fire platforme, samtidig med at DR står for godt tre fjerdedele (76%) af radiolytningen i Danmark (jf. Figur 21). Nedenstående Figur 27 kan derfor bruges til at give en indikation af, hvordan udviklingen kan se ud for de forskellige platforme.

Hvis man udelukkende ser på platformsdifferentieringen for DR, så sker 47% af lytningen via FM i 2023. Dette er et fald på 33 procentpoint siden 2012, hvor 80% af lytningen foregik via FM-båndet. Der har været en faldende tendens gennem hele perioden med et gennemsnitligt fald på 3 procentpoint om året.

Omvendt er den digitale lytning fortsat stigende, og i 2023 står digital radio således for 53% af lytningen til DR's radiokanaler. De seneste to år er det specielt en stigning i DAB-lytningen, som i

2023 har en lytterandel på 32%, der er medvirkende til den øgede digitale lytning. Lytningen via net har været stabil de seneste tre år med en andel på 21%.

Figur 27: Lytningen til DR's radiokanaler fordelt på platform i %. 2012-2023



I 2021 havde 36% af danske familier en DAB-radio i hjemmet, hvilket er en mindre stigning fra 34% i 2020. I 2022 og 2023 er andelen imidlertid faldet til 31% (Jf. Danmarks Statistik: [Familiernes besiddelse af elektronik i hjemmet efter forbrugsart](#)).

6.2 Podcastplatforme

Podcasts kan høres på flere forskellige platforme. Det kan eksempelvis være gennem udgiverens egne apps (fx DR LYD), eller via platforme, der samler podcasts fra forskellige udgivere ét sted (fx Apple Podcasts, Spotify eller mereRadio). Dertil kommer udgivere som fx Podimo, der tilbyder både egenproducerede og andre udgiveres podcasts gennem abonnement.

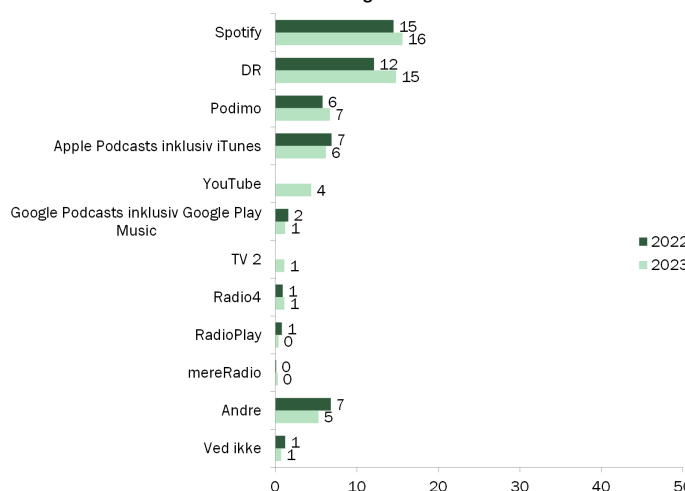
Som det fremgår af Figur 28, er der to primære platforme, danskerne bruger til at lytte til podcasts, og det er Spotify og DR LYD.

Spotify er den mest benyttede platform, hvor 16% har svaret at de har lyttet til podcast på Spotify inden for den seneste uge i 2023. Det er en stigning på 1 procentpoint fra 15% i 2022.

DR LYD er den næstmest benyttede platform med 15%. Dette er en stigning fra 2022, hvor 12% angav at de har lyttet til podcast via DR LYD inden for den seneste uge.

Podimo og Apple Podcasts ligger på en tæt tredje og fjerdeplads med hhv. 7% og 6% af befolkningen der har lyttet til podcast på deres platforme inden for den seneste uge.

Figur 28: Andel af befolkningen i %, der har lyttet til podcast på platformen inden for den seneste uge. 2022-2023



Kilde: Kantar Gallup Lokalradio Index, 2. halvår 2022-2023. Data bearbejdet af Kantar Media for Kulturministeriet
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

I maj 2023 trak DR sin første podcast ”hjem” til egen platform – det var et afsnit af ”Sara & Monopolet” fra d. 20. maj, som udelukkende blev gjort tilgængeligt på DR’s egen platform DR LYD.¹⁸ Efterfølgende er ”Sara & Monopolet” podcast nu udelukkende tilgængelig via DR LYD, og ikke via andre platforme, hvilket kan være en del af forklaringen på DR’s stigning fra 2022 til 2023.

¹⁸ Se DR: [»DR LYD skal være hovedindgang til DR’s podcasts»](#)

7 METODE

Rapporten om radio og podcast er delvist baseret på den officielle, brancheanerkendte måling af radiolytningen i Danmark, Kantar Gallup Radio-Meter, som måler de landsdækkende samt enkelte lokale radiostationer.

Radio-Meter måler imidlertid ikke tidsforskudt lytning, da radiostationerne ikke har påsat lydkode på deres podcasts på det tidspunkt i processen, hvor programmet lægges på harddisken. Det betyder, at den andel af lytningen, der består i lytning til podcasts, ikke måles i Radio-Meter. Samtidig er det i dag ikke kun radiostationer, der producerer podcasts, men derimod mange forskellige afsendere, som ligeledes ikke lydkode deres indhold. Til at undersøge brugen af podcasts anvendes derfor i stedet data fra Kantar Gallup Lokalradio Index suppleret med data fra Kantar Gallups Life-undersøgelse og Dansk Podcast Index.

7.1 Kantar Gallup Radio-Meter

Kantar 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.

Kantar Gallup Radio-Meter (der måler de landsdækkende stationer og enkelte lokalradiostationer) består af et panel, der døgnet rundt bærer på et lille måleapparat, et såkaldt PPM (Portable People Meter). Apparatet registrerer automatisk, hvilken kanal og hvilket broadcast-format, personen lytter til. Denne registrering sker ved, at apparatet kan registrere en 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 radiolytning med hovedtelefoner bruges en plug-in-funktion. I efteråret 2023 er PPM'erne løbende blevet udskiftet med nye måleapparater kaldet ROA (Rate On Air). ROA er et armbåndsur, der teknisk fungerer på samme måde som en PPM. Det skal bemærkes, at der i forbindelse med overgangen fra PPM til ROA har været et teknisk problem, der gjorde at radiopanelet som udgangspunkt målte for lidt lytning. Dette er dog afhjulpet i de endelige officielle lyttertal via en statistisk kalibreringsmodel, hvor historiske lyttertrends er blevet anvendt som basis for modellen.

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

Panelet til Radio-Meter er i 2019 løbende blevet øget fra 800 til 1.300 personer, og er pr. 1. januar 2021 udvidet til 1.650 personer. 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 on-demand-lytning ikke, da den lydkode, PPM'en skal opfange, ikke er sat på programmerne, når de lægges klar til on-demand-lytning på stationernes harddiske.

I Annual Survey, som Kantar Gallup udfører som grundlag til Radio-Meter, 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. Annual Survey fungerer endvidere som rekrutteringskilde for Radio-Meter-panelet.

Kantar Gallup udvidede i oktober 2020 radio-målingen med en måling af hovedtelefonlytning. I den forbindelse er der indsamlet hovedtelefonoplysninger fra PPM-panelet, så der kan ske en tilskrivning af lytning til personer, som har angivet, at de anvender hovedtelefoner. Tilskrivningen sker på baggrund af 24 måneders data fra Gallup Lokalradio Index, der indsamler data om hovedtelefonlytning på baggrund af 16.000 interviews årligt.

Tilskrivningen af hovedtelefonlytning sker dagligt, hvorfor der bliver tillagt PPM-databasen en del ekstra lytning. For at sikre en præcis tildeling af hovedtelefonlytning sker der en virtuel ekspanderen af panelet med en faktor 15, hvilket betyder, at andelen af nul-lytning vil falde. Andelen af hovedtelefonlytning, der tillægges de enkelte kanaler, varierer fra kanal til kanal og lægger i gennemsnit 3-4 % til den nuværende lyttetid. (Kilde: Kantar Gallup).

De kanaler, der indgår i rapporteringen via Kantar Gallup Radio-Meter, er:

Tabel 2: Oversigt over kommercielle og public service-kanaler

Kanalgruppe	Status	Medier i gruppen Inkluderer både eksisterende og udgåede kanaler, der ikke længere måles og/eller sender
Public service-kanaler	Eksisterende	P1, P2, P3, P4 Total, P5, P6 Beat, P8 Jazz, Radio4, 24syv (tidl. Radio LOUD)
	Ophørt	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 Olíne, 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, DR P7 Mix
Kommercielle kanaler	Eksisterende	Radio 100, myRock, Radio Soft, Radio Klassisk, NOVA, The Voice, Pop FM, Skala FM, VLR, Classic FM, Classic Rock, Anden kommerciel lytning
	Ophørt	KLUBBEN, Radio City, Radio 2, TV 2 Radio, Ekstra Bladet Radio, NRJ, MTV Radio

7.1.1 Platformsdifferentieret måling

Det er ikke alle radiokanaler, der lydkoder de udsendte programmer i forhold til, hvilken platform de sendes på, da der er omkostninger forbundet med selve lydkodningen. Derfor er der i opgørelserne af, hvordan radiolytningen er fordelt på forskellige platforme en vis andel "ukendt platform".

Af nedenstående Tabel 3 fremgår, hvilke kanaler der platformsdifferentierer.

Tabel 3: Oversigt over kanalernes platformsdifferentiering

Kanaler	Platformsdifferentiering
DR	<p>DR har opdelt alle DR-kanaler i 4 kategorier: FM, DAB, net og kabel. FM, DAB og net er fuldt dækkende, mens kabel i 2023 alene er udspecificeret for den kabeldistribution, der foregår via Stofa/Norlys.</p> <p>Kabeldistributionen har tidligere været udspecificeret for:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stofa/Norlys: Alle kanaler inkl. regioner • Cibicom/Waoo: Alle kanaler inkl. regioner • Viasat: P1, P2, P3 • Telenor: P1, P2, P3 <p>Andre operatører, der har distribueret indhold via kabel, har ikke været udskilt. Hentes DR's signaler eksempelvis fra internettet, vil dette være kodet som net selvom det videredistribueres i kabelnettet.</p> <p>YouSee slukkede i 2017 for FM-radiosignalet udsendt via kabel-tv-stikket, hvilket Stofa fulgte trop med i løbet af 2017 og 2018. Det er dog stadig muligt for Stofas kunder at høre radio gennem deres tv eller setup-boks, hvilket bliver opsamlet i "kabel" platformen. YouSee slukkede for al radio-transmission omkring årsskiftet 2020-2021.</p>
Radio24syv (Til og med 31/10-2019)	Radio24syv har ikke platformsdifferentieret målingen til og med 2015. Lytningen har været kodet som FM, uanset om det er FM, DAB, net eller kabel. Kanalen er platformsdifferentieret i forhold til FM, DAB og NET og er implementeret i målingerne fra 25/1-2016.
Radio4 (Fra 1/11-2019)	Radio4 er platformsdifferentieret i forhold til FM, DAB og Net fra 1. november 2019.
24syv (tidl. Radio LOUD) (Fra 1/4-2020)	24syv (tidl. Radio LOUD) er ikke platformsdifferentieret.
Bauer Media	Bauer Media har platformsdifferentieret i forhold til FM, DAB og net for MyRock, Radio 100, NOVA FM og Radio Soft. Kabellytningen er ikke udskilt. Kanalerne The Voice og Pop FM er opdelt i FM, DAB og net fra 2014, men har en del "ukendt" lytning i 2014, pga. en omlægning af platformsdifferentieringen i maj.
Lokalradio i PPM målingen	Danske Medier Research har oplyst, at de lokalradioer, der måles i PPM målingen, ikke er platformsoopdelt og derfor er opsamlet i "ukendt platform" eller FM.

Forskellen på kanalernes måleindberetninger gør, at en platformsoopdeling af den samlede danske radiolytning ikke vil være fuldstændigt retvisende.

Der kan således alene foretages en retvisende platformsoopdeling af lytningen på henholdsvis FM, DAB, net og kabel for DR's kanaler, samt på FM, DAB og net for Radio 100, MyRock, NOVA, Radio Soft, Radio24syv, The Voice og Pop FM. Dette bevirker, at der ikke kan foretages en komplet opgørelse af den digitale lytning i Danmark. Lytningen på de digitale platforme (DAB, net og kabel) vil imidlertid ikke være mindre end den andel, der vises i opgørelsen af den samlede lytning på platforme.

7.2 Kantar Gallup Lokalradio Index

Kantar Gallup Lokalradio Index kan blandt andet give svar på danskernes brug af lokalradio. Lytter-tallene indsamles via telefoninterviews, som afdækker danskernes radiolytning i går, nedbrudt på tidspunkter, steder og lokalradiostationer. Interviewene er individuelt tilpasset, således at der kun stilles spørgsmål om lytning til de radiostationer, der er tilmeldt i respondentens kommune.

Tallene fra Kantar Gallup Lokalradio Index rapporteres halvårligt med tal for henholdsvis 1. halvår og 2. halvår. I alt gennemføres omkring 8.000 interviews pr. halvår, og målingerne dækker alle (dansk-talende) personer fra 12 år og opefter.

Foruden at afdække danskernes lytning til de lokale radiostationer, afdækker målingen også danskernes brug af podcast. I afsnit om podcast anvendes tal for 2. halvår for 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 og 2023.

7.3 Kantar Gallup Life

Afsnittet om podcast suppleres med data fra Kantar Gallups Life undersøgelse. Life-undersøgelsen er en spørgeskemaundersøgelse, som Kantar Gallup har gennemført siden 2011. Undersøgelsen belyser befolkningens adfærd på internettet og dækker danskere i alderen 15-75 år, som bruger internettet. Life-undersøgelsen er fra 2011 til 2022 foretaget online i Kantar Gallups danske internetpanel, GallupForum. I 2023 blev data til Life-undersøgelsen indsamlet online sammen med Index Danmark Gallup i andet og tredje kvartal, og der blev i alt gennemført 3.285 online interviews i aldersgruppen 15-75 år.

7.4 Dansk Podcast Index

Dansk Podcast Index er den officielle liste over brugen af danske podcastudgivelser. I Dansk Podcast Index offentliggøres antal downloads/streams (hvor der er downloadet eller streamet min. 60 sekunder) for en række danske podcastudgivelser på ugentlig basis.

Antallet af downloads/streams er baseret på validerede indberetninger fra en række store danske podcastudgivere, som fx DR, Radio4, Bauer Media, Berlingske Media, Politiken mf. Udenlandske podcasts, samt podcasts fra fx Podimo indgår ikke i indexet.

8 BRUG AF DATA OG RESULTATER

Alle rettigheder til de anvendte data tilhører originalkilderne/dataleverandørerne.

Ved enhver brug af data skal originalkilden (f.eks. Kantar Gallup Radio-Meter (og base) eller Kantar Gallup Digital Life) samt Kulturministeriet, Rapportering om mediernes udvikling i Danmark oplyses. Viderealg eller anden kommerciel udnyttelse/anvendelse af data er ikke tilladt i nogen form.

9 FIGURFORTEGNELSE

Figur 1: Andel af danskere i %, der lytter til hhv. radio og podcast ugentligt. 2008-2023	7
Figur 2: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter på henholdsvis radio og podcast. 2008-2023	8
Figur 3: Gennemsnitlig daglig lyttetid på radio i minutter. 2008-2023	10
Figur 4: Gennemsnitlig daglig lyttetid på radio i minutter, fordelt på alder. 2023	11
Figur 5: Gennemsnitlig daglig lyttetid på radio i minutter, fordelt på alder. 2008-2023	12
Figur 6: Gennemsnitlig daglig lyttetid på radio i minutter, fordelt på region. 2020-2023	12
Figur 7: Gennemsnitlig daglig lyttetid på radio i minutter, fordelt på sidst afsluttede uddannelse. 2009-2023	13
Figur 8: Gennemsnitligt lytterflow for radio i 1.000 efter tidspunkt. 2022-2023	14
Figur 9: Andel af befolkningen i %, der har lyttet til podcast mindst én gang om ugen. 2017-2023	14
Figur 10: Andel af befolkningen i %, der har lyttet til podcast, fordelt efter lyttefrekvens. 2017-2023	15
Figur 11: Andel af befolkningen i %, der nogensinde har lyttet til podcast, fordelt efter alder. 2017-2023	15
Figur 12: Gennemsnitlig daglig lyttetid til podcast i minutter, fordelt efter alder. 2020-2023	16
Figur 13: Andel af befolkningen i %, der har lyttet til podcast, fordelt efter alder og lyttefrekvens. 2023	17
Figur 14: Andel af befolkningen i %, der nogensinde har lyttet til podcast, fordelt efter sidst afsluttede uddannelse. 2017-2023	18
Figur 15: Andel af befolkningen i %, der har lyttet til podcasts mindst én gang om ugen, fordelt efter sidst afsluttede uddannelse. 2023	18
Figur 16: Andel af befolkningen i %, der har lyttet til podcast, fordelt efter region og lyttefrekvens. 2023	19
Figur 17: "Hvor er du typisk, når du lytter til podcast?", andel af podcastlyttere i %. 2022-2023	20
Figur 18: De 10 mest lyttede kanaler opgjort efter lytterandel, i %. 2022-2023	21
Figur 19: Top 10-kanalernes andel i % af radiolytningen fordelt på alder. 2023	22
Figur 20: Radiolytningen fordelt på public service og kommerciel radio i %. 2008-2023	23
Figur 21: Public service-kanalernes andel i % af radiolytningen. 2008-2023	25
Figur 22: Gennemsnitlig ugentlig dækning i 1.000 for Radio4 og 24syv (tidl. Radio LOUD), fordelt på hhv. årligt gennemsnit i 2020-2023 og måneder i 2023	26
Figur 23: Public service-kanalernes andel i % af lytningen i de nordiske lande. 2017-2022	26
Figur 24: Andel af danske podcastlyttere i %, der lytter til diverse emner, fordelt på frekvens. 2023	27
Figur 25: Antal downloads/streams for de 20 mest downloadede/streamede podcasts i Dansk Podcast Index. Uge 45 2023	28
Figur 26: Radiolytningen fordelt på platform i %. 2023	29
Figur 27: Lytningen til DR's radiokanaler fordelt på platform i %. 2012-2023	30
Figur 28: Andel af befolkningen i %, der har lyttet til podcast på platformen inden for den seneste uge. 2022-2023	31

10 TABELFORTEGNELSE

Tabel 1: Public service-radio og kommerciel radios andel af radiolytningen i %, fordelt på alder, uddannelse og geografi. 2022-2023.....	24
Tabel 2: Oversigt over kommercielle og public service-kanaler.....	33
Tabel 3: Oversigt over kanalernes platformsdifferentiering	34