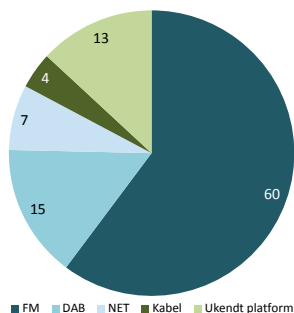


2 Hovedresultater

Lytning til platform

Langt størstedelen af radiolytningen foregår fortsat på FM-båndet (60 %), men mere og mere radiolytning bevæger sig fra FM og over på digitale platforme. I 2015 foregik 26 % af radiolytningen på en digital platform (DAB, Internet eller kabel).

Den totale radiolytning fordelt på platform (%) - 2015

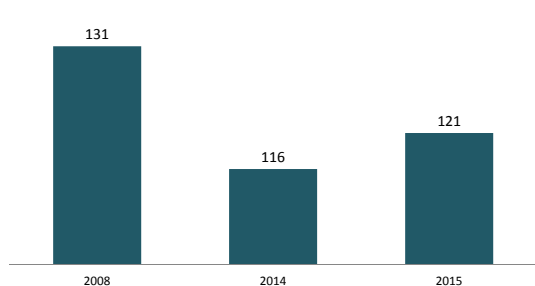


Kilde: TNS Gallup/Radio-Meter

Daglig lytning af radio

Fra 2008 til 2014 er den daglige lyttetid faldet med 15 minutter. Det svarer til et gennemsnitligt fald på 2½ minut pr. år. Siden 2008 er lyttetiden for første gang steget – fra 2014 til 2015 med godt 4 minutter.

Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter - 2008-2015

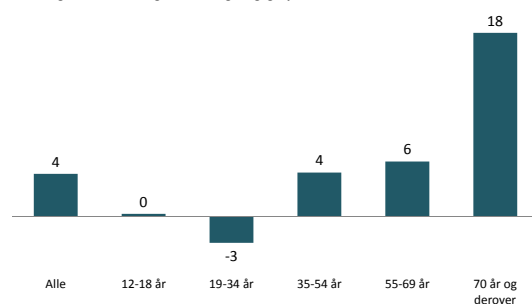


Kilde: TNS Gallup/Radio-Meter

Ændringen i lyttetiden

Den generelle stigning i lyttetid skyldes udelukkende alderskategorierne over 34 år. Blandt dem er den tiltagende lyttetid størst, jo ældre aldersgruppe der måles på.

Ændring i minutter i den gennemsnitlige daglige lyttetid - 2014-2015

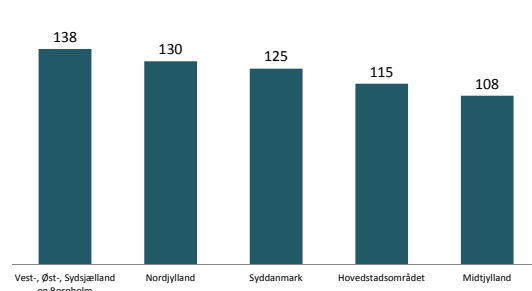


Kilde: TNS Gallup/Radio-Meter

Lyttetid i forhold til geografi

Der lyttes fortsat mest i region "Vest-, Øst-, Sydsjælland og Bornholm" (138 minutter i 2015), men hvor det i 2014 var i Syddanmark, der blev lyttet næstmest, er denne placering i 2015 overgået til Nordjylland (fra 107 minutter til 130 minutter).

Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter fordelt på regioner - 2015

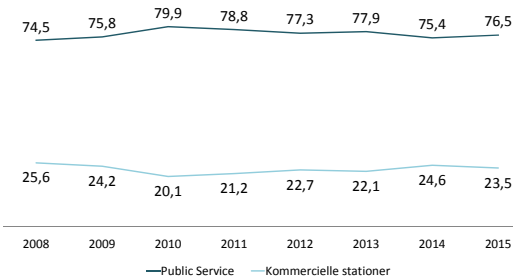


Kilde: TNS Gallup/Radio-Meter

Share public service og kommerciel radio

Andelen af lytningen til public service-radio steg fra 75,4 % i 2014 til 76,5 % i 2015. Tilsvarende er de kommercielle kanalers lytterandel faldet fra 24,6 % til 23,5 %.

Radiolytning - public service og kommercielle kanaler - 2008-2015

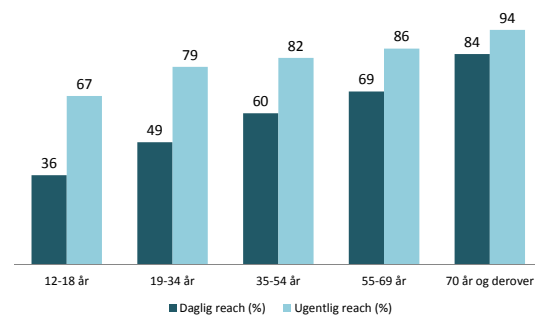


Kilde: TNS Gallup/Radio-Meter

Public service-kanalernes daglige og ugentlige dækning af aldersgrupper

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.

Daglig og ugentlig reach (%) for public service fordelt på alder - 2015



Kilde: TNS Gallup/Radio-Meter

3 Konklusion

Som noget særligt for radioåret 2015 er lyttetiden steget. En decideret fremgang i lytning til radio er ikke før blevet målt. Fra 2008 til 2013 er lyttetiden faldet gradvist med i alt 14 minutter. Fra 2013 til 2014 var lyttetiden næsten uændret, og i 2015 er den daglige lyttetid altså steget med godt 4 minutter.

Det er i højere grad de ældre lyttere, der traditionelt har lyttet mest radio, som lytter endnu flere minutter, end det er de unge, der er begyndt at søge mere mod radiomediet. Derfor er den i forvejen markante forskel i radiolytning mellem yngre og ældre radiobrugere blot blevet endnu større i 2015.

Det er fortsat mændene, der lytter mest til radio (12 minutter mere end kvinderne i 2015). Dét gælder, uanset om der måles på kommercielle eller på public service-stationer. Dog bruger mændene ikke længere en større andel af deres lyttetid på public service-kanaler (76 %) end kvinderne (77 %), hvilket ellers har været tilfældet hidtil.

Geografisk er det fortsat region "Vest-, Øst-, Sydsjælland og Bornholm", der med sine gennemsnitlige 138 daglige minutter er den region, der lytter mest til radio i 2015. Til gengæld har nordjydernes daglige radiolytning haft en vækst på over 20 % i forhold til 2014, og det er dermed den region, der er steget mest.

2015 bød også på flere strukturelle ændringer på radiomarkedet. Den største ændring på det kommercielle radiomarked var, at SBS Discovery Medias radioaktiviteter overgik til Bauer Media. Derudover er der foretaget kanalomlægninger, der er med til at antyde, at radiolytterne ér omstillingsparate. Det mest iøjefaldende eksempel er DR's flytning af udvalgte programmer fra P4 til P5. Resultatet af omlægningen er, at den daglige lyttetid på P5 er steget med lige over 4 minutter til godt 6 minutter dagligt. Stigningen i lyttetiden på P5 er imidlertid ikke sket på bekostning af et tilsvarende fald på P4, idet den daglige lyttetid på P4 kun er faldet med lidt under et halvt minut.

Langt den største del af lytningen foregår fortsat via FM-båndet, men andelen er faldende til fordel for lytning på eksempelvis internet og DAB. I 2015 foregik 26 % af den totale lytning til landsdækkende radio på digitale platforme.

Public service-radio er gået frem, mens kommerciel radio er gået tilbage målt på lytterandele. Public service-stationerne, det vil sige DR og Radio24syv, er steget fra at udgøre 75 % i 2014 til 77 % i 2015, hvor de kommercielle stationer er gået tilsvarende tilbage fra at udgøre 25 % til 23 %. Dermed udgør public service-radiokanalerne en endnu større del af danskernes lytning til landsdækkende radio.

7 Brug af data og resultater

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

Ved enhver brug af data skal originalkilden (f. eks. TNS Gallup Radio-Meter (og base), Danmarks Statistik (og tabel) el. lign.) samt Slots- og Kulturstyrelsen, Rapportering om mediernes udvikling 2016 oplyses. Videre salg eller anden kommerciel udnyttelse/anvendelse af data er ikke tilladt i nogen form.