



MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

RADIO OG PODCAST 2021



RADIO OG PODCAST 2021

INDHOLD

1	Introduktion	3
2	Hovedresultater og konklusion	5
3	Lyd på flere platforme.....	8
4	Radiolytning i Danmark	10
4.1	Lyttetid	10
4.2	Hvem lytter til radio?.....	10
4.2.1	Alder.....	11
4.2.2	Mænd og kvinder	12
4.2.3	Uddannelse.....	13
4.2.4	Region.....	13
4.2.5	Livstilssegment.....	14
4.3	Radioens lytterflow	15
4.4	FM og digital radio.....	16
4.5	Radiolytningens placering	18
5	De mest lyttede kanaler	19
5.1	Mænd og kvinders lytning.....	19
5.2	Aldersgruppernes lytning.....	20
6	Public service og kommerciel radio.....	22
6.1	Public service-kanalerne.....	22
6.1.1	Public service-radios dækning.....	24
6.2	Hvem lytter til hvad?.....	24
6.2.1	Regionerne.....	25
6.2.2	Uddannelse.....	26
6.2.3	Livstilssegment.....	27
6.3	Nordisk public service-lytning.....	27
7	Podcast i Danmark.....	29
7.1	Podcastlytning	29
7.1.1	Aldersgruppernes brug af podcast.....	30
7.1.2	Mænd og kvinders brug af podcast.....	31
7.2	Platforme, der lyttes til podcast på.....	32
7.3	Podcastlytningens indhold og placering	33
7.3.1	Indhold, der lyttes til.....	33
7.3.2	Steder, der lyttes til podcast.....	34
8	Metode.....	36
8.1	Kantar Gallup Radio-Meter	36
8.2	Platformsdifferentieret måling.....	37
8.3	Kantar Gallup Lokalradio Index.....	38
8.4	Kantar Gallup Digital Life.....	38

8.5	Dansk Podcast Index.....	39
8.6	Gallup Kompas.....	39
9	Brug af data og resultater	40
10	Figurfortegnelse	41
11	Tabelfortegnelse.....	43

1 INTRODUKTION

Kapitlet om Radio og podcast 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 2020 med nedbrydninger på forskellige befolkningsgrupper.
- **De mest lyttede kanaler**
De ti mest lyttede radiokanaler i Danmark samt hvor stor en del af radiolytningen kanalerne udgør i forskellige befolkningsgrupper.
- **Public service-radio og kommerciel radio i Danmark**
Udviklingen fra 2008-2020 i lytningen til public service og landsdækkende kommerciel radio med nedbrydninger på forskellige målgrupper.
- **Podcast i Danmark**
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 baseret på Kantar Gallups Radio-Meter, som er den officielle brancheaner- kendte måling. Radio-Meter måler på radiolytningen på både FM, DAB, internet og kabel. Dog regi- streres tidsforskudt lytning ikke i Radio-Meter-målingen.

Afsnittet om podcast er som udgangspunkt 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 rele- vant suppleres med data fra Kantar Gallups Digital Life-undersøgelse, som dog kun måler brugen af podcasts blandt danskere i alderen 15-75 år, som benytter internettet. Brugen af de forskellige kil- der medfører, at populationen i tabeller, figurer og analyser skifter i løbet af kapitlet.

Kilde og population fremgår af figurerne.

Yderligere information om metode m.v. 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 lytteruniverset.

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

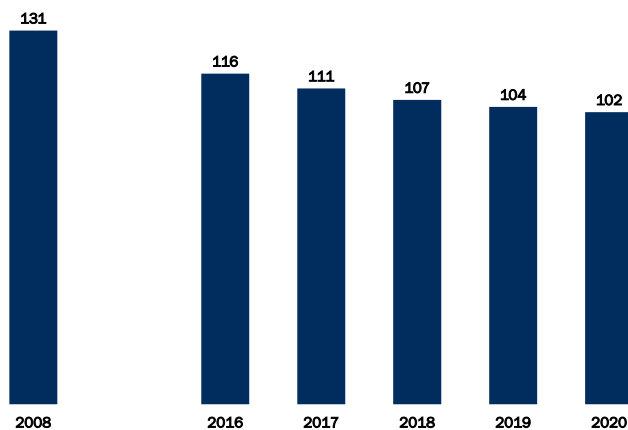
Podcast

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 OG KONKLUSION

Den daglige lyttetid er fortsat let faldende

Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter. 2008-2020



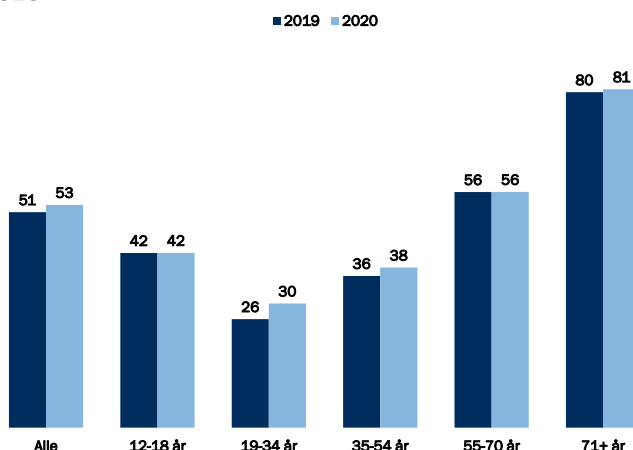
Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter, 12 år og derover. Data bearbejdet af Kulturministeriet

- Fra 2019 til 2020 er den daglige lyttetid faldet med 2 minutter fra 104 minutter til 102 minutter.
- Fra 2016 til 2020 faldt den daglige lyttetid samlet set med 14 minutter, mens lyttetiden på den lange bane fra 2008 til 2020 er faldet med 29 minutter.

Radiolytningen fortsætter sin nedadgående udvikling og er i 2020 på det laveste niveau, der er målt. Det ser imidlertid ikke ud til, at COVID-19-pandemien og øget hjemmearbejde har forstærket udviklingen. Siden 2008 er den daglige lyttetid således i gennemsnit faldet med 2,4 minutter om året, ligesom faldet fra 2018 til 2019 på 3 minutter var en anelse større end faldet fra 2019 til 2020.

En lidt større del af radiolytningen foregår hjemme

Andel af radiolytningen i %, der foregår hjemme. 2019-2020



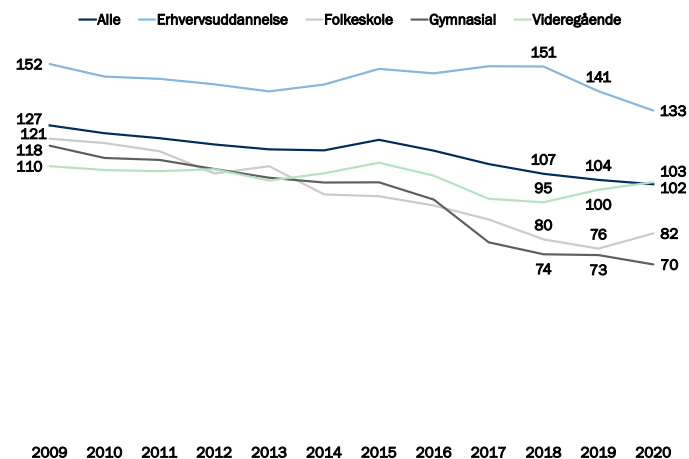
Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter, 12 år og derover. Data bearbejdet af Kulturministeriet

- 53 % af radiolytningen foregår i 2020 i hjemmet.
- I 2019 foregik 51 % af radiolytningen hjemme.

Selvom COVID-19-pandemien ikke umiddelbart har haft indflydelse på den daglige lyttetid, tyder det på, at nedlukningen af landet har medført en mindre forskydning i radiolytningens placering. Det er primært blandt de 19-34-årige og de 35-54-årige, at en større del af radiolytningen foregår hjemme i 2020 end i 2019, mens fordelingen blandt de øvrige aldersgrupper er mere eller mindre uændret.

Folkeskoleuddannede og personer med en videregående uddannelse øger radiolytningen

Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter fordelt på sidst afsluttet uddannelse. 2009-2020



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

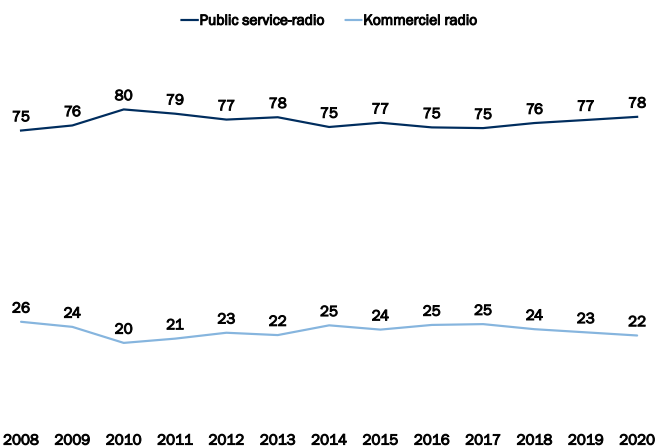
- Fra 2019 til 2020 har personer med folkeskole som sidst afsluttet uddannelse øget deres daglige lyttetid med 4 minutter, mens personer med en videregående uddannelse har øget lyttetiden med 3 minutter.
- I modsætning hertil har personer med en gymnasial uddannelse som sidst afsluttet reduceret den daglige lyttetid med 3 minutter, mens de erhvervsuddannede har reduceret med 8 minutter.

Fra 2019 til 2020 oplever både de folkeskoleuddannede og personer med en videregående uddannelse en stigning i den daglige lyttetid. For de folkeskoleuddannede står denne stigning i kontrast til den udvikling, uddannelsesgruppen har oplevet mere eller mindre siden 2009, mens det for personer med en videregående uddannelse er en fortsættelse af udviklingen fra 2018 til 2019, hvor gruppen øgede den daglige lyttetid med 5 minutter.

De to uddannelsesgrupper står dermed i modsætning til de gymnasieuddannede og de erhvervsuddannede, der begge har reduceret den daglige lyttetid fra 2019 til 2020. Specielt for de erhvervsuddannede er det en fortsættelse af udviklingen fra 2018 til 2019, hvor gruppen reducerede lyttetiden med 10 minutter.

Public service vinder fortsat terræn

Andel af radiolytningen i %. 2008-2020



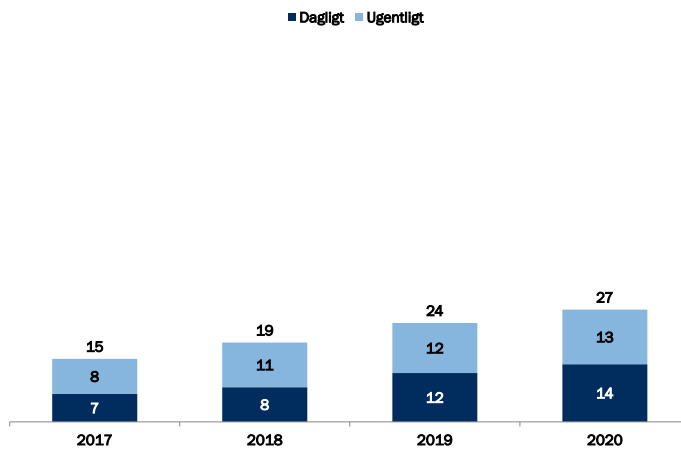
Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter, 12 år og derover. Data bearbejdet af Kulturministeriet

- Public service-radio står i 2020 for 78 % af radiolytningen.
- Kommerciel radio står i 2020 for 22 % af radiolytningen.

Public service-radio øger endnu engang deres andel af radiolytningen. Fra 2019 til 2020 har public service-kanalerne således øget deres andel fra 77 % til 78 %, mens de kommercielle kanaler tilsvarende har reduceret deres andel af radiolytningen fra 23 % til 22 %. Public service-radio fortsætter således den fremgang, der har været siden 2017.

En større del af befolkningen lytter til podcast ugentligt

Andel danskere, der lytter til podcast, efter frekvens, i %. 2017-2020



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

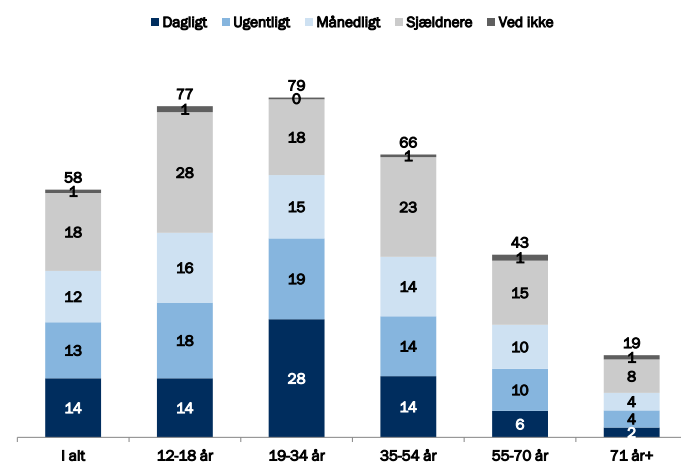
- I 2020 er der 27 % af den danske befolkning, der lytter til podcast mindst én gang om ugen.
- I 2019 drejede det sig om 24 %.

Podcast bliver stille og roligt en større del af danskernes hverdag, og i 2020 er der 27 % af befolkningen, der lytter til podcast mindst ugentligt. Det er en stigning på 3 procentpoint i forhold til 2019, hvor 24 % lyttede mindst en gang om ugen, og 12 procentpoint mere end i 2017.

Ser man i stedet alene på daglig basis, er andelen af podcastlyttere fordoblet siden 2017. I 2020 er der således 14 % af befolkningen, der dagligt lytter til podcast, mens andelen i 2017 var på 7 %.

Størstedelen af de unge lytter til podcast

"Hvornår har du sidst lyttet til podcast?", andel af befolkningen efter frekvens og alder, i %. 2020



Kilde: Kantar Gallup Lokalradio Index, data fra 2. halvår 2020. Data bearbejdet af Kulturministeriet

- I 2020 lytter 77 % af de 12-18-årige og 79 % af de 19-34-årige til podcast.
- Til sammenligning er det 58 % af den samlede befolkning, der har lyttet til podcast i 2020.

Det er i høj grad den yngre del af befolkningen, der bærer podcastmediet frem. Der er således næsten fire femtedele af de yngre aldersgrupper, der lytter til podcast, mens det drejer sig om cirka en femtedel af de ældste på 71 år og derover.

Samtidig er især de 19-34-årige forholdsvis højfrekvente podcastlyttere sammenlignet med de øvrige aldersgrupper. 28 % af de 19-34-årige lytter således til podcast dagligt, mens 19 % gør det ugentligt.

3 LYD PÅ FLERE PLATFORME

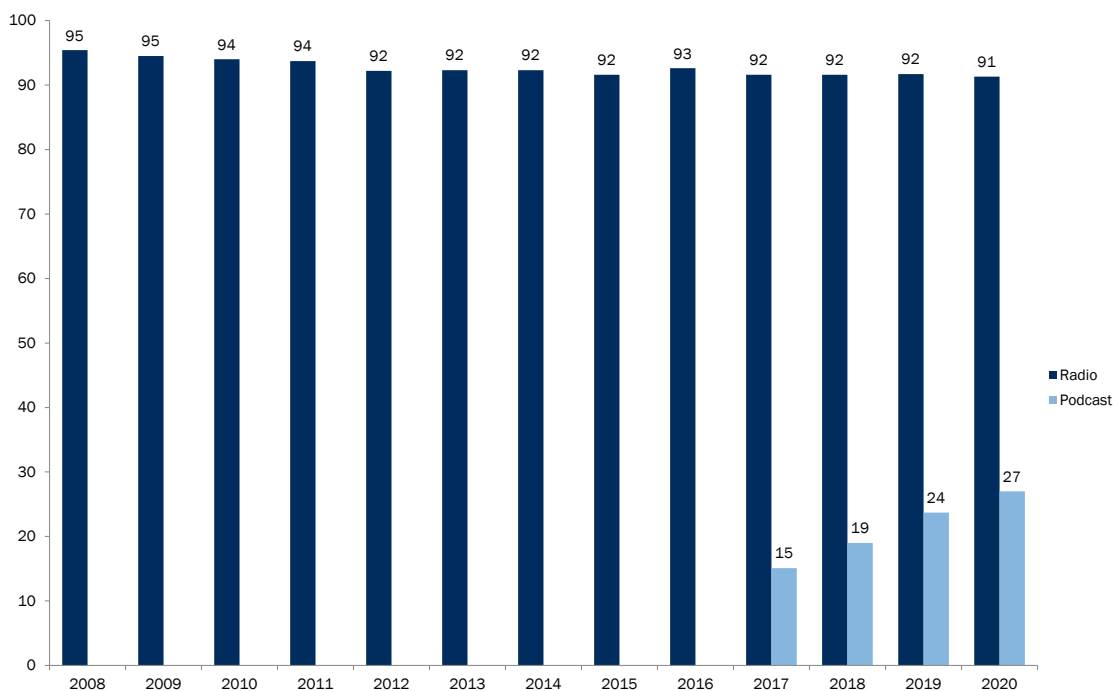
Danskerne lytter generelt mindre og mindre til traditionel radio, hvilket efterhånden har været udviklingen de seneste mange år. Ligesom tv-forbruget flytter sig til nye platforme, finder lyden også nye måder at nå ud til lytterne på.

Den nedadgående udvikling i radiolytningen er derfor ikke nødvendigvis et udtryk for, at danskerne lægger lydmediet bag sig. Tværtimod bliver udbuddet af eksempelvis podcasts kun større, og det er ikke længere kun de traditionelle radiostationer, der tilbyder lydindhold. Enkeltpersoner, medievirksomheder, organisationer og andre typer virksomheder laver podcasts, ligesom flere rene podcast-virksomheder har set dagens lys de seneste år. Hvor lytterne førhen var henvist til radioens planlagte flow, er det altså nu i højere grad muligt at lytte til et bestemt program, lige præcis når det passer ind i hverdagen.

Den teknologiske udvikling betyder dermed ikke, at danskerne stopper helt med at lytte til traditionel radio – de lytter blot ikke i lige så lang tid som tidligere. At flere danskere lytter til podcast kan derfor indikere, at danskerne i stigende grad supplerer deres radiolytning med podcasts.

For at sætte forbruget af lydindhold i et fælles perspektiv viser Figur 1 indledningsvist 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. 2008-2020



Kilde: Radio: Kantar Gallup Radio-Meter. Podcast: Kantar Gallup Lokalradio Index 2. halvår 2017, 2018, 2019 og 2020
Data bearbejdet af Kulturministeriet

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

Note: Andelen af danskere, der lytter til radio ugentligt, 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.

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.

Som det ses af Figur 1, er radio et forholdsvis stabilt medie målt på den ugentlige dækning. I 2020 når radio således fortsat ud til 91 % af befolkningen på ugentlig basis. Det er dog et mindre fald fra

92 % i 2019, og den ugentlige radiodækning er i 2020 dermed på det laveste niveau i målingen. Set over hele perioden fra 2008 til 2020 er radiodækningen dog kun faldet marginalt fra 95 % i 2008.

Ser man i stedet på brugen af podcast, er der i 2020 27 % af befolkningen, der ugentligt lytter til podcasts. Sammenlignet med radio er det dermed tydeligt, at podcast stadig er et forholdsvis nyt medie, der endnu ikke er bredt anvendt i befolkningen. Dækningen er dog stigende, og andelen af befolkningen, der lytter til podcast ugentligt, er siden 2017 steget fra 15 % til 27 %.

Den stigende andel af podcastlyttere skal blandt andet ses i lyset af et stigende udbud af podcasts fra både etablerede og nye aktører i branchen. Som rapporten "[Medievirksomheders omsætning og beskæftigelse](#)" viser, har der således også været en væsentlig vækst i både omsætningen og beskæftigelsen i dedikerede podcastvirksomheder de seneste år.

Det er imidlertid ikke kun de rene podcastvirksomheder, der udgiver podcasts, men derimod en række forskelligartede aktører:

- **Traditionelle radiostationer, der stiller deres radioprogrammer til rådighed som podcast:** Fx DR, Radio4, Radio LOUD og Bauer Media i Danmark samt fx WBEZ (This American Life, Serial) og BBC i udlandet.
- **Virksomheder og personer, der primært udgiver podcasts:** I Danmark fx Mørkeland, Mediano og Her går det godt. Senest er Podimo, som samler podcasts i abonnementsform, kommet til. I udlandet fx Wondery (Doctor Death m.m.).
- **Andre medievirksomheder:** Flere dagblade og netmedier, som fx Politiken og Zetland, udgiver podcasts. Ofte er der tale om versioneringer af eksisterende indhold. Også tv-, magasin- og lignende virksomheder udgiver podcasts. Fra udlandet er New York Times podcast The Daily en af de mest lyttede.
- **Ikke-medievirksomheder:** En del virksomheder og organisationer udgiver podcasts ved siden af andre aktiviteter; fx Koda og Folkekirken.

4 RADIOLYTNING I DANMARK

Som det fremgår af Figur 1 ovenfor, når radioen fortsat ud til en bred del af den danske befolkning. Men selvom langt de fleste danskere lytter til traditionel radio i løbet af en uge, er lyttetiden generelt set aftagende.

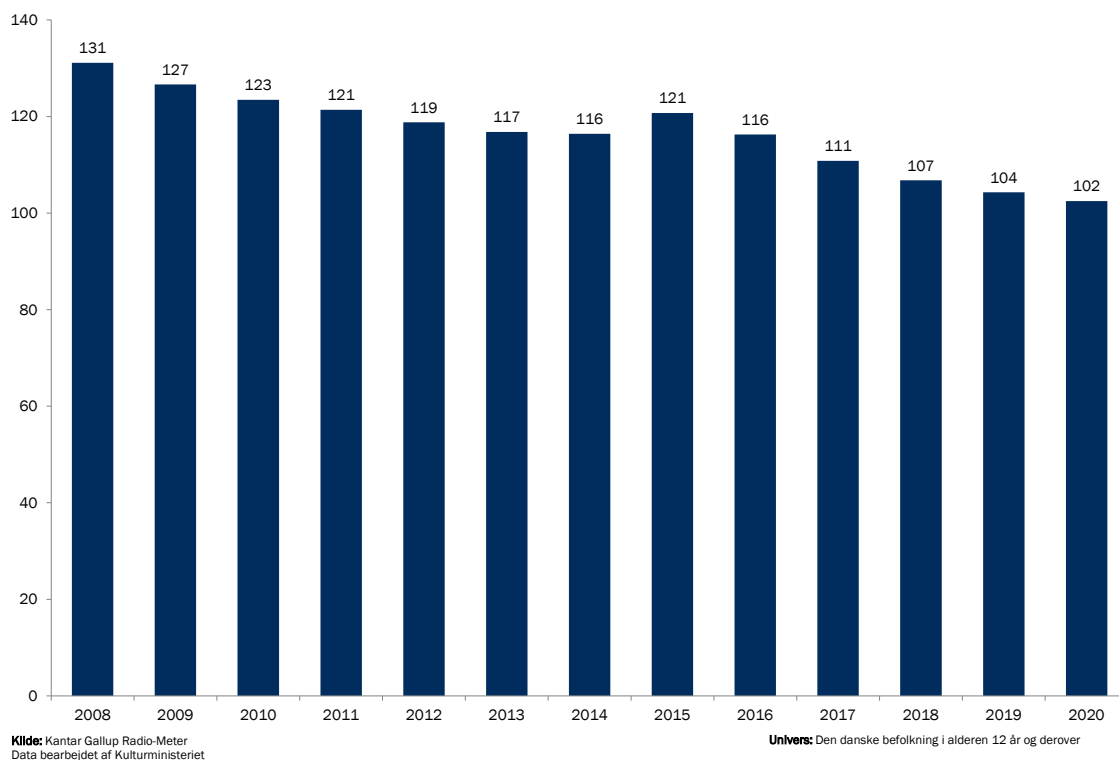
Danskerne bruger således mindre tid på at lytte til radio i 2020, end de gjorde i 2019. Den udvikling er der imidlertid ikke noget nyt i. Med undtagelse af et enkelt år har det nemlig været udviklingen, siden den brancheanerkendte måling begyndte i sin nuværende form i 2008.

4.1 Lyttetid

I 2020 lytter danskerne i gennemsnit til radio i 1 time og 42 minutter (102 minutter) dagligt, hvilket er et fald på 2 minutter siden 2019, hvor danskerne i gennemsnit brugte 1 time og 44 minutter (104 minutter) på radio dagligt.

Siden 2008 er den daglige lyttetid faldet med 29 minutter, svarende til et fald på 2,4 minutter om året i gennemsnit. Det ser således ikke ud til, at COVID-19-pandemien og nedlukningerne har sat yderligere skub i lytterfaldet, da faldet fra 2019 til 2020 ikke er større end tidligere år.

Figur 2: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter. 2008-2020



4.2 Hvem lytter til radio?

Der er generelt store forskelle i danskernes radiolytning: Nogle befolkningsgrupper er storforbrugere og lytter til radio i flere timer om dagen, mens andre kun i mindre omfang bruger tid på radiomediet. I det følgende bliver radiolytningen derfor opdelt ud fra en række demografiske faktorer for at give en forståelse for, hvem der lytter til radio.

4.2.1 Alder

Der er fortsat en tydelig sammenhæng mellem alder og radiolytning: Jo ældre man er, jo mere tid bruger man på at lytte til radio.

I 2020 bruger de to yngste aldersgrupper begge mindre end en time om dagen på at lytte til radio.

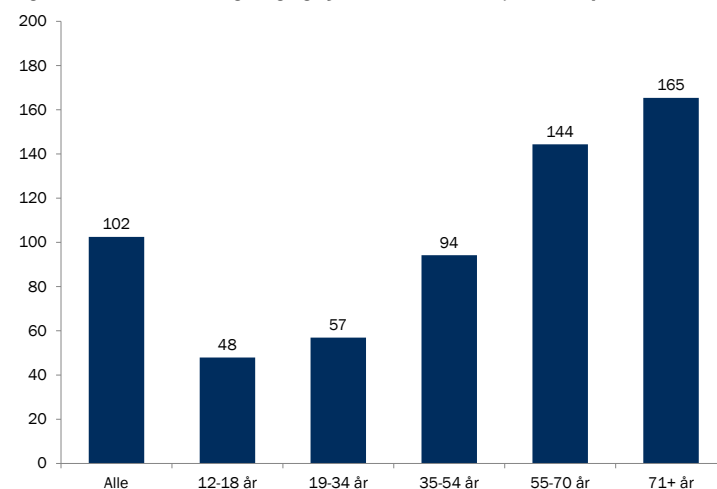
De 12-18-årige lytters således i 48 minutter, mens de 19-34-årige lytter i 57 minutter om dagen.

De 35-54-årige bruger godt halvanden time (94 minutter) dagligt, efterfulgt af de 55-70-årige, der bruger 2 timer og 24 minutter (144 minutter) på at lytte til radio dagligt.

De ældste på 71 år og derover lytter dagligt til radio i 2 timer og 45 minutter (165 minutter), hvilket er 117 minutter mere end de 12-18-årige.

De ældste bruger altså næsten 2 timer mere på at lytte til radio om dagen end de yngste.

Figur 3: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter, fordelt på alder. 2020



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

For de fleste af aldersgrupperne gælder det, at de lytter til radio i stort set lige så lang tid i 2020 som i 2019, idet den daglige lyttetid svinger med 1-2 minutter. Undtagelsen hertil er de 19-34-årige, der har reduceret deres daglige lyttetid med 6 minutter fra 63 minutter i 2019 til 57 minutter i 2020, svarende til et fald på 10 %.

De 19-34-årige fortsætter i 2020 dermed den udvikling, de har oplevet mere eller mindre siden 2008, hvor aldersgruppen lyttede til radio i 108 minutter om dagen. Siden 2008 har de 19-34-årige således reduceret den daglige lyttetid med 51 minutter, svarende til 47 %, og er den aldersgruppe, der har reduceret lyttetiden mest fra 2008 til 2020.

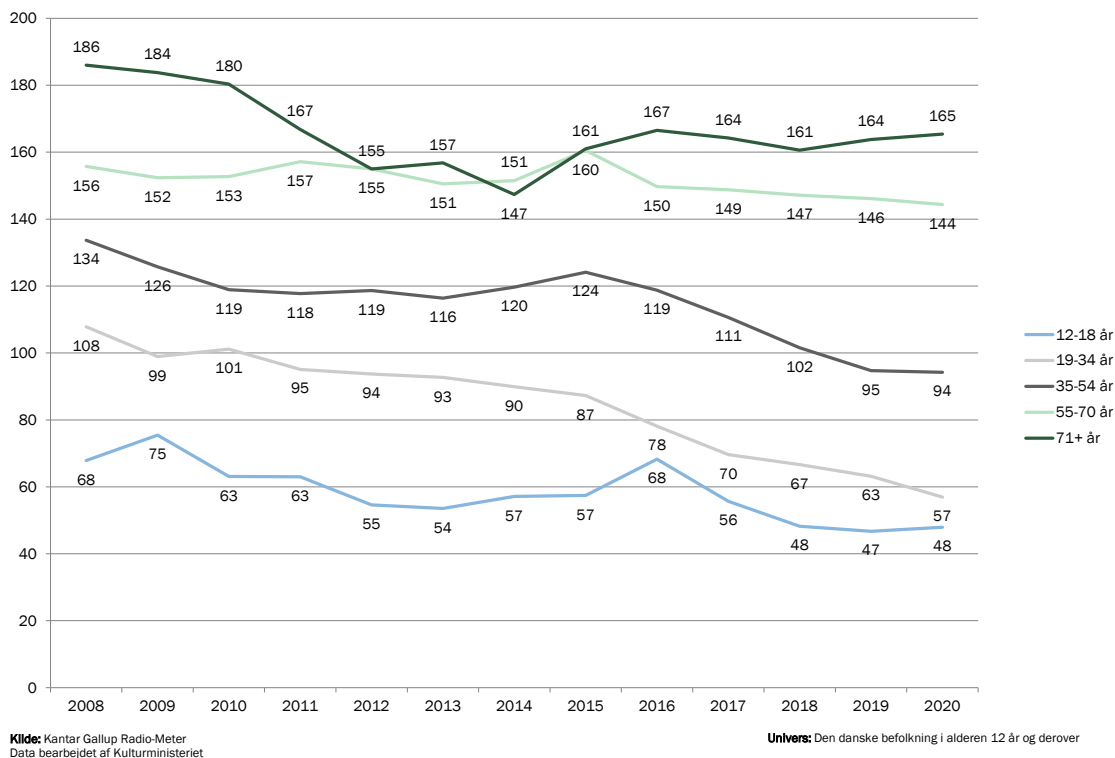
I samme periode har samtlige af de øvrige aldersgrupper dog ligeledes reduceret den daglige lyttetid:

- De 12-18-årige har reduceret lyttetiden med 20 minutter fra 68 minutter til 48 minutter, svarende til et fald på 29 %.
- De 35-54-årige har reduceret lyttetiden med 40 minutter fra 134 minutter til 94 minutter, svarende til et fald på 30 %.
- De 55-70-årige har reduceret lyttetiden med 12 minutter fra 156 minutter til 144 minutter, svarende til et fald på 7 %.
- De 71+-årige har reduceret lyttetiden med 21 minutter fra 186 minutter til 165 minutter, svarende til et fald på 11 %.

For især den ældste aldersgruppe på 71 år og derover dækker udviklingen på den lange bane fra 2008 til 2020 dog over et markant fald fra 2008 til 2014, hvor den daglige lyttetid faldt med 39 minutter, hvorefter de ældstes lyttetid siden 2014 er steget jævnt fra 147 minutter til 165 minutter i 2020.

Med undtagelse af de 19-34-årige har de øvrige aldersgrupper ligeledes oplevet en mindre stigning i lyttetiden i henholdsvis 2015 og 2016. I modsætning til de 71-årige og derover er lyttetiden herefter dog faldet igen.

Figur 4: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter, fordelt på alder. 2008-2020



4.2.2 Mænd og kvinder

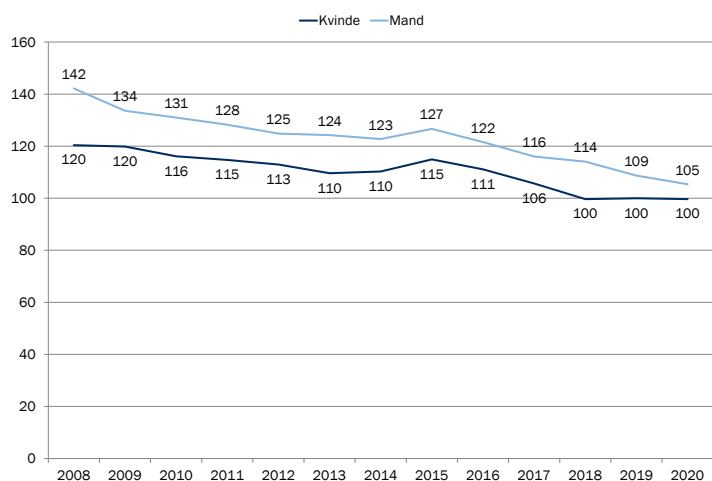
Forskellen på mænd og kvinders daglige lyttetid bliver mindre og mindre: Hvor mænd i 2008 brugte 22 minutter mere om dagen på at lytte til radio end kvinder, var forskellen i 2018 faldet til 14 minutter og er i 2020 på kun 5 minutter.

Forskellen mellem mænd og kvinder er især blevet indsnævet i perioden siden 2018, hvor kvindernes lyttetid har ligget stabilt på 100 minutter om dagen.

I samme periode har mændene reduceret deres daglige lyttetid med 5 minutter fra 2018 til 2019 og med yderligere 4 minutter fra 2019 til 2020. I 2020 lytter mænd således til radio i 105 minutter dagligt.

Ser man på den længere bane fra 2008 til 2020, har mænd i alt reduceret deres daglige lyttetid med 37 minutter, svarende til et fald på 26 %.

Figur 5: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter, fordelt på mænd og kvinder. 2008-2020



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

Kvinder har i samme periode reduceret deres daglige lyttetid med 20 minutter fra 120 minutter i 2008 til 100 minutter i 2020, svarende til et fald på 17 %.

4.2.3 Uddannelse

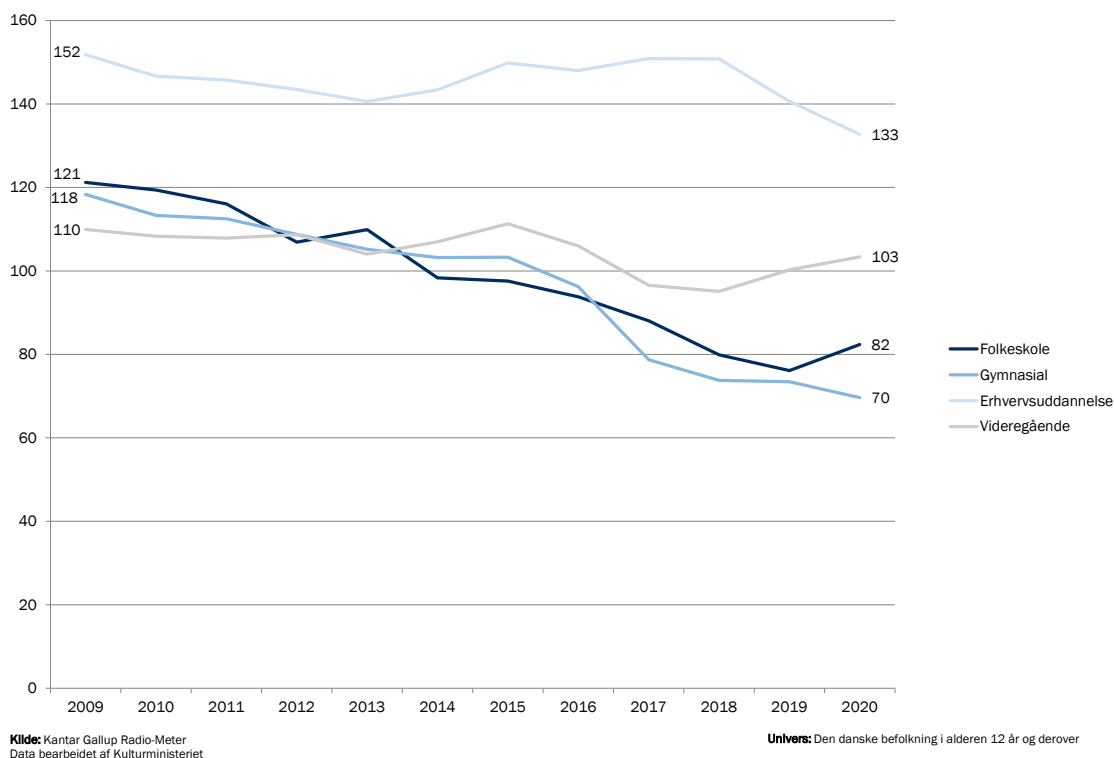
Ser man på radiolytningen fordelt på sidst afsluttede uddannelse, er udviklingen forholdsvis forskelligartet fra 2019 til 2020. Både den mest og mindst lyttende uddannelsesgruppe – personer med henholdsvis en erhvervsuddannelse som sidst afsluttet uddannelse og en gymnasial uddannelse som sidst afsluttet uddannelse – har reduceret deres daglige lyttetid fra 2019 til 2020:

- Lyttetiden for de erhvervsuddannede er faldet med 8 minutter fra 141 minutter i 2019 til 133 minutter i 2020, svarende til et fald på 6 %. De erhvervsuddannede fortsætter dermed udviklingen fra 2018 til 2019, hvor den daglige lyttetid faldt med 10 minutter (7 %).
- De gymnasieuddannede lytter 3 minutter mindre til radio i 2020 end i 2019, svarende til et fald på 5 %. De gymnasieuddannede har således genoptaget den nedadgående udvikling, efter status quo fra 2018 til 2019.

I modsætning hertil har både personer med folkeskolen som sidst afsluttet uddannelse og personer med en videregående uddannelse øget deres daglige lyttetid fra 2019 til 2020. Personer med en videregående uddannelse lytter således til radio i 3 minutter mere om dagen, mens de folkeskoleuddannede har øget lyttetiden med 6 minutter, svarende til en stigning på henholdsvis 3 % og 8 %.

Personer med en videregående uddannelse har dermed fortsat udviklingen fra 2018 til 2019, hvor uddannelsesgruppen øgede radiolytningen med 5 minutter. For de folkeskoleuddannede står stigningen fra 2019 til 2020 derimod i modsætning til den udvikling, uddannelsesgruppen har oplevet mere eller mindre siden 2009.

Figur 6: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter, fordelt på sidst afsluttede uddannelse. 2009-2020



4.2.4 Region

I 2020 har Syddanmark overhalet Vest-, Øst-, Sydsjælland og Bornholm som den region, der lytter til radio længst tid om dagen:

- Befolkningen i Syddanmark lytter til radio i 113 minutter om dagen i 2020.

- Befolkningen i Vest-, Øst-, Sydsjælland og Bornholm lytter til radio i 109 minutter om dagen i 2020.

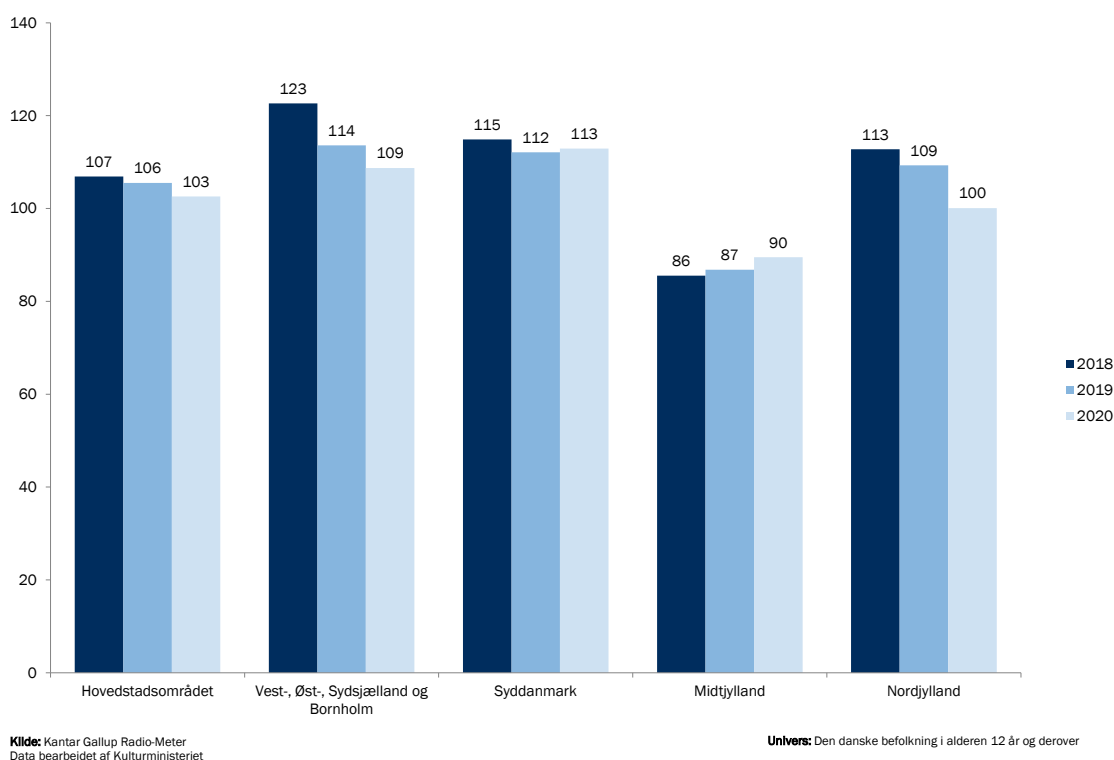
Skiftet er et resultat af, at befolkningen i Vest-, Øst-, Sydsjælland og Bornholm har reduceret deres daglige lyttetid med 5 minutter (4 %) fra 2019 til 2020, mens befolkningen i Syddanmark omvendt har øget lyttetiden en anelse med 1 minut om dagen (1 %).

Fra 2019 til 2020 har Hovedstaden ligeledes overhalet Nordjylland som den tredjemest lyttende region. Befolkningen i Hovedstadsområdet lytter således til radio i 103 minutter om dagen, hvilket er et fald på 3 minutter (3 %) i forhold til 2019. Befolkningen i Nordjylland har ligeledes reduceret den daglige lyttetid, men med 9 minutter (8 %) og bruger i 2020 100 minutter dagligt på radiomediet.

Midtjylland er fortsat den region, der lytter til radio i kortest tid om dagen. Den daglige lyttetid er fra 2019 til 2020 dog steget med 3 minutter, og regionen fortsætter dermed den lille stigning, der var fra 2018 til 2019.

Ser man på den lidt længere bane fra 2018 til 2020, er forskellen i lyttetid mellem den mest og mindst lyttende region faldet. I 2018 var forskellen således på 37 minutter mellem befolkningen i Vest-, Øst-, Sydsjælland og Bornholm og befolkningen i Midtjylland. I 2020 er forskellen mellem befolkningen i henholdsvis Syddanmark og Midtjylland derimod på 23 minutter.

Figur 7: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter, fordelt på region. 2018-2020



4.2.5 Livstilssegment

En anden måde at betragte radiolytterne på er ved at segmentere dem efter Gallup Kompas' livstilssegmenter¹.

Blandt livstilssegmenterne er de traditionelle-individorienterede og de traditionelle-fællesskabsorienterede de mest lyttende grupper. Begge segmenter lytter i 2020 til radio i 129 minutter om dagen, hvilket er en stigning på henholdsvis 2 og 3 minutter.

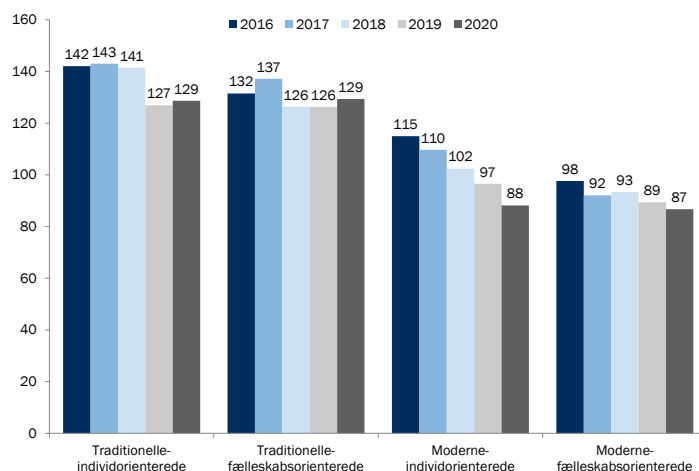
¹ Læs mere om Gallup Kompas i metodeafsnittet side 39.

De to mindst lyttende livsstils-segmenter bruger også stort set lige meget tid på radio om dagen. De moderne-individualorienterede lytter således til radio i 88 minutter om dagen, mens de moderne-fællesskabsorienterede dagligt lytter i 87 minutter.

For begge de moderne segmenter er der tale om et fald i lyttetiden fra 2019 til 2020.

De moderne-individualorienterede har således reduceret lyttetiden med 9 minutter, mens de moderne-fællesskabsorienterede har reduceret med 2 minutter.

Figur 8: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter, fordelt på livstilssegment. 2016-2020



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

4.3 Radioens lytterflow

Betragter man lytterflowet – antallet af personer, der lytter til radio på et givent tidspunkt på dagen – kan man se, at radiolytningen fordeler sig nogenlunde jævnt hen over dagtimerne, i modsætning til fx seerflowet på traditionelt tv, hvor der er et mere markant og tydeligt primetime². Der er således mellem ca. 500.000-700.000, der lytter til radio i tidsrummet fra kl. 7.00 til kl. 17.30.

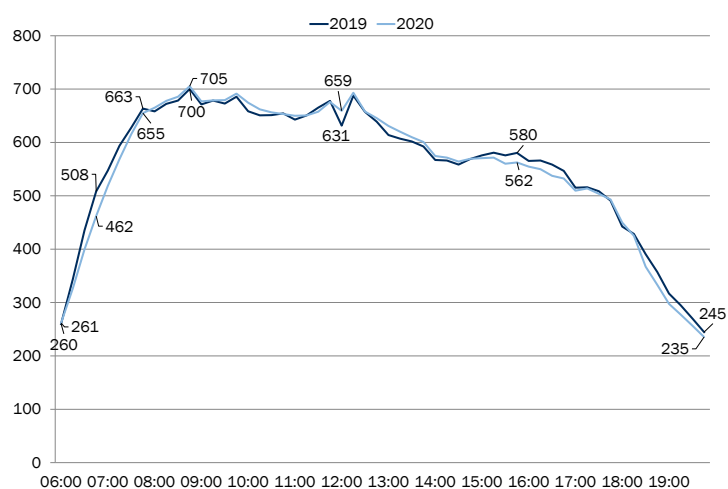
Det er især i morgentimerne fra ca. kl. 7.45 til kl. ca. 12.15, der er flest, der lytter til radio. Herefter falder andelen stille og roligt hen over eftermiddagen og først på aftenen. Sammenlignet med 2019 har COVID-19-pandemien og nedlukninger muligvis haft betydning på lytterflowet.

Eksempelvis er der fra kl. ca. 6.15-7.45 om morgenen færre, der lytter til radio i 2020 end i 2019. Fx er der kl. 6.45 således 462.000, der lytter til radio i 2020 mod 508.000 i 2019.

Faldet kan muligvis skyldes, at flere har arbejdet hjemmefra og derfor ikke har lyttet til radio på vej til arbejde.

På samme måde er der også en mindre andel, der lytter til radio i tidsrummet fra kl. 15-17, hvor folk ofte er på vej hjem fra arbejde. Eksempelvis er der 18.000 færre, der lytter til radio kl. 15.45 i 2020 sammenlignet med 2019.

Figur 9: Gennemsnitligt lytterflow i 1.000 efter tidspunkt. 2019-2020



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

Til gengæld er der færre, der slukker for radioen i frokostpausen i 2020, idet 659.000 lytter til radio kl. 12 i 2020 mod 631.000 i 2019. Det fald, der normalt har været i radiolytningen omkring kl. 12, er dermed ikke lige så markant i 2020 som i 2019.

² Se rapporten "[Tv og streaming 2021](#)"

Af Figur 10 nedenfor fremgår lytterflowet som en andel af de forskellige aldersgrupper. Især de ældstes lytterflow adskiller sig fra de øvrige aldersgrupper.

Det viser sig på flere måder:

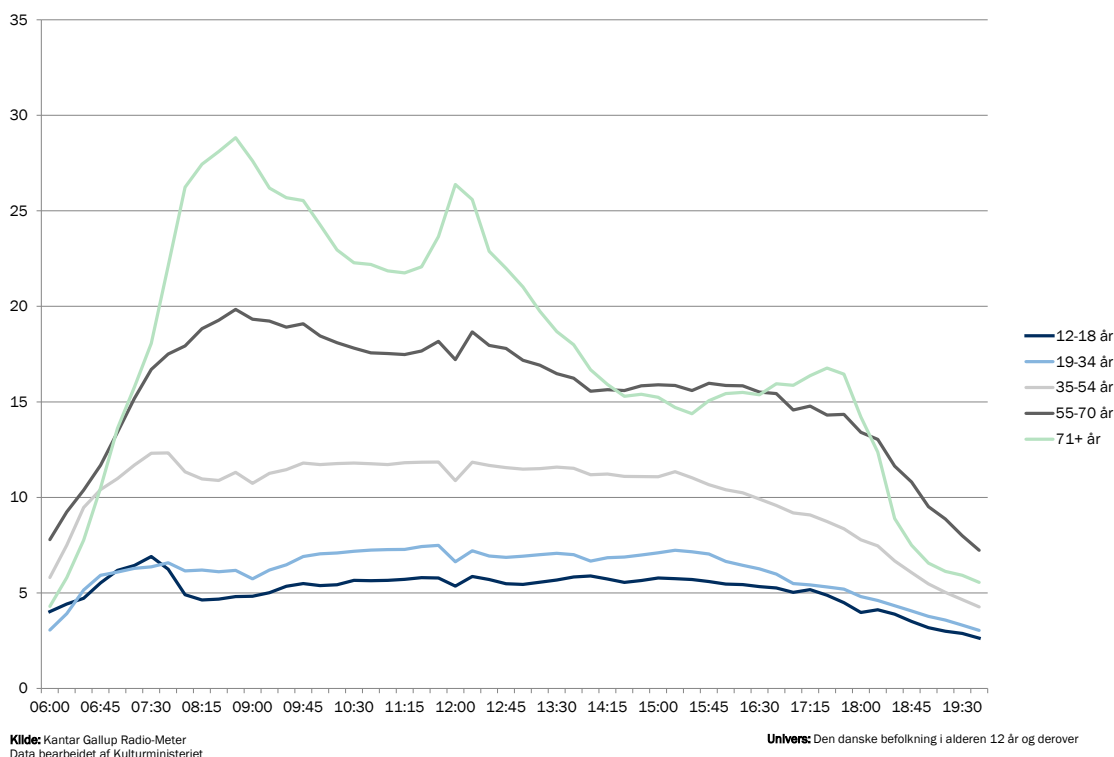
- Der er generelt en langt større del af de 71-årige og derover, der lytter til radio i løbet af dagen.
- 'Morgen-peaket' er markant større hos de 71-årige og derover end hos de øvrige aldersgrupper.
- De ældres lytterflow adskiller sig derudover særligt ved 12-tiden, hvor andelen af de 71-årige og derover, der hører radio, stiger, mens andelen i samtlige af de øvrige aldersgrupper falder.
- De 71-årige og derover har ligeledes et mere udtalt 'eftermiddags-peak' sammenlignet med de øvrige aldersgrupper.

I modsætning hertil er de øvrige aldersgruppers lytterflow væsentligt mere ensartet.

Det har tidligere år generelt været de 12-18-årige, der har haft den laveste andel, der har lyttet til radio i løbet af dagen. I modsætning hertil er der i 2020 flere tidspunkter i løbet af morgenen, hvor der er en større andel 12-18-årige, der lytter til radio, end 19-34-årige. Det gælder eksempelvis både kl. 6.00 og kl. 7.30.

Det kan dermed tyde på, at det især er de 19-34-årige, der har ændret på deres lyttervaner under COVID-19. Af Figur 4 så vi således også, at det især var de 19-34-årige, der havde reduceret deres radiolytning i 2020.

Figur 10: Gennemsnitligt lytterflow i % fordelt på alder og tidspunkt på dagen. 2020



4.4 FM og digital radio

Der findes flere forskellige måder, man kan lytte til radio på: enten via FM-båndet eller digitalt via DAB+, net eller kabel. For at man i målinger af radiolytningen kan opgøre lytningen på forskellige platforme, kræver det, at radiostationerne lydkoder deres indhold efter platform. Det er imidlertid

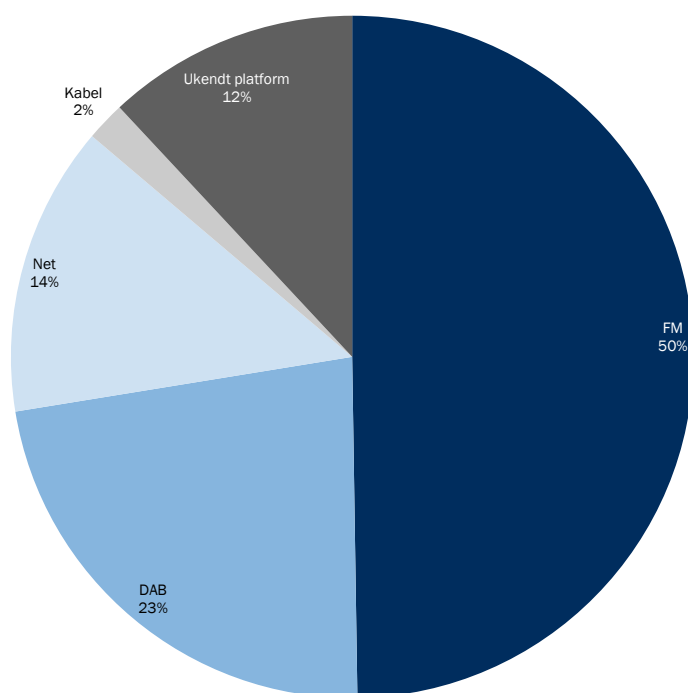
ikke alle radiokanaler, der foretager denne kodning. Samtidig er det kun DR, der udspecificerer kabellytningen, mens de øvrige platformsdifferentierede kanaler udelukkende opdeler i FM, DAB og net.

Den følgende Figur 11 skal derfor læses med et vist forbehold. Det skyldes, at den indeholder en mængde lytning på "ukendt platform", som kan gemme på både FM-, DAB-, net- og kabellytning fra de kanaler, der ikke lydkoder deres indhold. Lytningen på FM og de digitale platforme vil dog ikke være mindre end den andel, der fremgår af Figur 11. Der kan læses mere om kanalernes platformsdifferentiering i kapitlets metodeafsnit.

Som det fremgår af Figur 11 foregår halvdelen af radiolytningen i Danmark fortsat på FM-båndet. FM-lytningen udgør i 2020 således 50 % af den samlede radiolytning.

Til sammenligning står DAB for 23 %, mens net står for 14 % af lytningen. Kabellytningen udgør 2 %, hvilket betyder, at digital radio samlet set udgør 39 % af radiolytningen i 2020. 12 % af lytningen foregår på ukendt platform.

Figur 11: Radiolytningen fordelt på platform (%). 2020



Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter
Data bearbejdet af Kulturministeriet

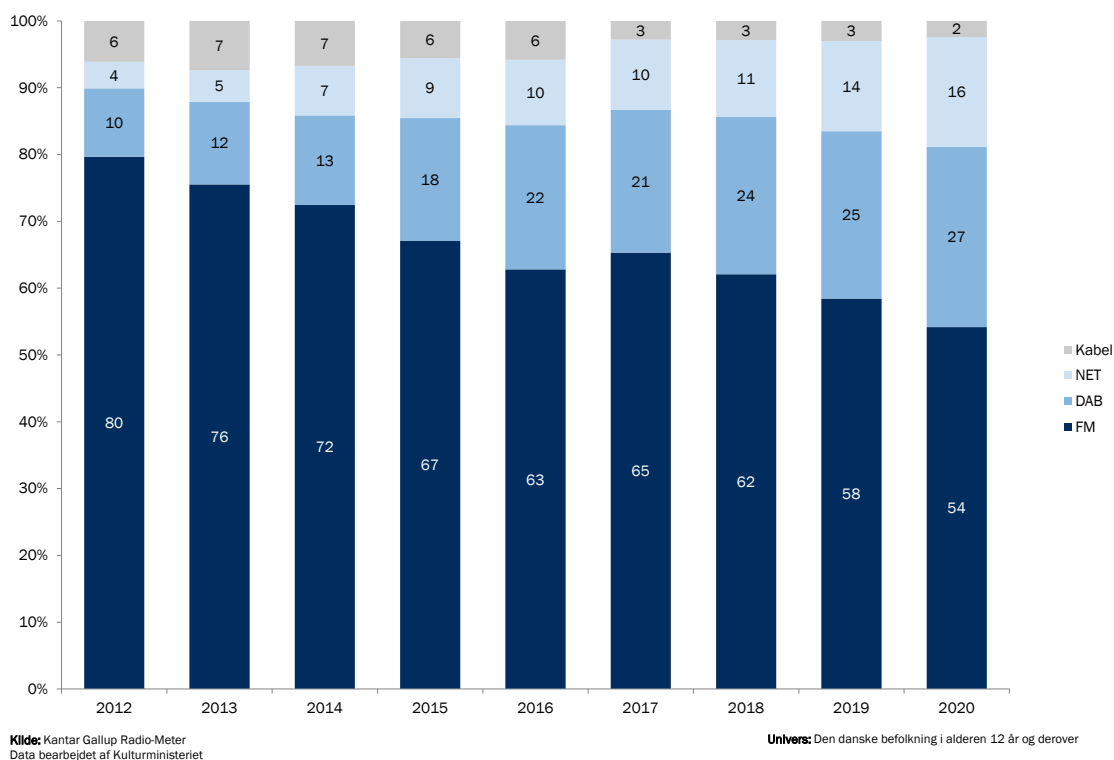
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

For at give en indikation af, hvordan kategorien "ukendt platform" fordeler sig på de forskellige platforme, kan DR anvendes som pejlemærke. Det skyldes, at DR som de eneste har lykkodet deres indhold på alle fire platforme, samtidig med at DR står for godt tre fjerdedele af radiolytningen i Danmark (jf. Figur 18). Nedenstående Figur 12 kan derfor bruges til at give en indikation af, hvordan udviklingen ser ud for de forskellige platforme, dog med det forbehold, at figuren ikke er repræsentativ for hele radiomarkedet, men kun for DR.

Som det fremgår af Figur 12 fortsætter den digitale lytning (DAB, net og kabel) sin fremgang. Digital radio er således gået fra en andel på 42 % af radiolytningen i 2019 til en andel på 46 % i 2020. Fremgangen er et resultat af, at DAB-lytningen er gået fra 25 % til 27 %, mens lytningen via net er steget fra 14 % til 16 % i 2020.

Lytningen via FM-båndet er tilsvarende faldet fra 58 % i 2019 til 54 % i 2020. Siden 2012 er FM-lytningen således faldet med gennemsnitligt 3 procentpoint om året.

Figur 12: Lytningen til DR's radiokanaler fordelt på platform (%). 2012-2020



4.5 Radiolytningens placering

Som tidligere nævnt har COVID-19-pandemien og nedlukningerne ikke umiddelbart påvirket den daglige lyttetid i 2020. Til gengæld har den øgede mængde hjemmearbejde for en stor del af den danske befolkning muligvis været medvirkende til en mindre forskydning i forholdet mellem den del af radiolytningen, der foregår henholdsvis ude og hjemme.

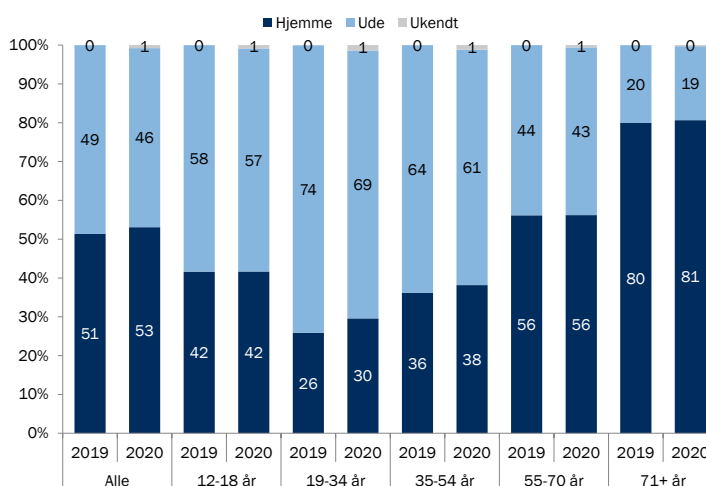
I 2020 foregår 53 % af radiolytningen således hjemme, mod 46 % ude. I 2019 var det 51 % hjemme over for 49 % ude.

Det er primært blandt de 19-34-årige og de 35-54-årige, der må antages at have den største andel erhvervsaktive, at en større del af radiolytningen foregår hjemme i 2020 end i 2019.

Blandt de 19-34-årige er andelen af radiolytningen, der foregår hjemme, således steget fra 26 % i 2019 til 30 % i 2020.

For de 35-54-årige er hjemmeradiolytningen i 2020 steget med 2 procentpoint til 38 %.

Figur 13: Radiolytningen fordelt på placering (%)*. 2019-2020



Fordelingen blandt de øvrige aldersgrupper er mere eller mindre uændret.

5 DE MEST LYTTEDE KANALER

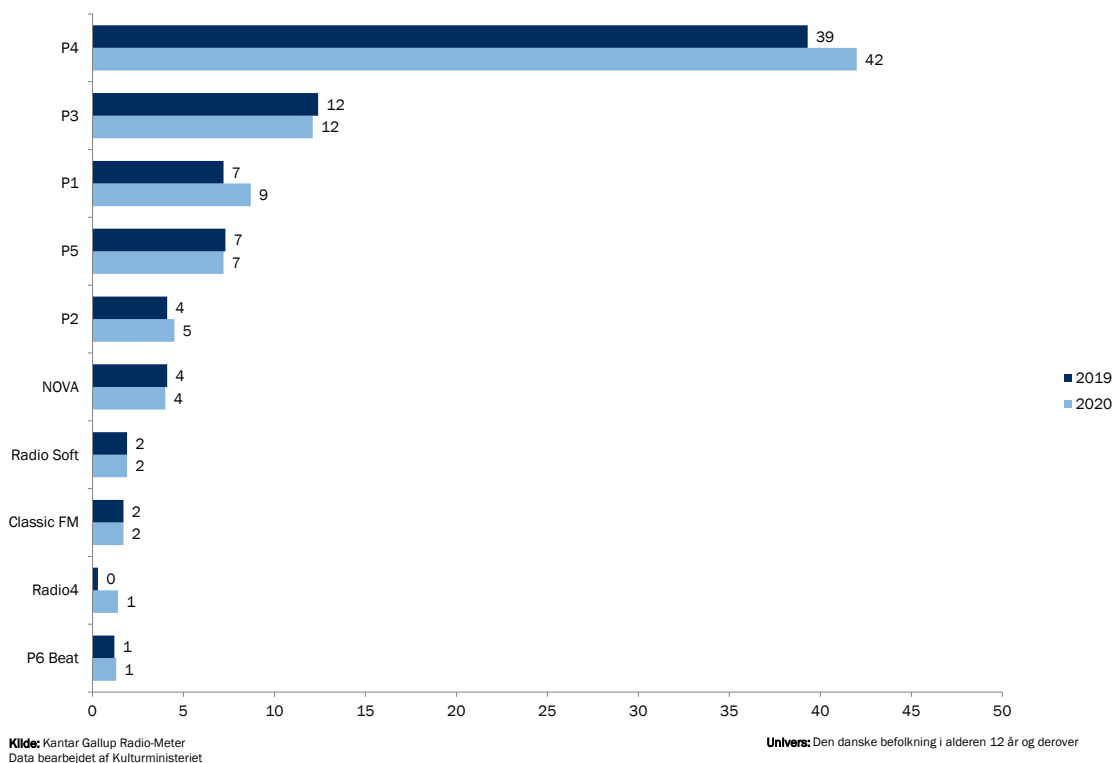
Ser man på de 10 mest lyttede radiokanaler i 2020, er der sket flere ændringer i forhold til 2019: Radio24syv og P7 Mix, som var at finde på listen i 2019, er begge lukket, hvilket har givet plads til Radio4 og P6 Beat. Lukningen af de to kanaler har desuden betydet, at Radio Soft er gået fra en 8. plads i 2019 til en 7. plads i 2020, mens Classic FM er steget fra 10. pladsen til 8. pladsen. Derudover har P2 og NOVA byttet plads, således at de fem mest lyttede kanaler i 2020 alle er fra DR.

Fra 2019 til 2020 er lytterandelene for flere af DR's radiokanaler desuden steget:

- P4 står i 2020 for 42 % af radiolytningen, hvilket er 3 procentpoint mere end i 2019, hvor kanalen havde en lytterandel på 39 %. P4 er dermed fortsat den mest lyttede radiokanal i Danmark.
- P1 står i 2020 for 9 % af radiolytningen, hvilket er en stigning fra 7 % i 2019.
- P2 står i 2020 for 5 % af radiolytningen, hvilket er en mindre stigning fra 4 % i 2019.

For de øvrige kanaler er lytterandelen derimod mere eller mindre den samme i 2020 som i 2019. Dog med undtagelse af Radio4, der startede i november 2019, og derfor havde en lytterandel på 0 % i 2019, men som i 2020 stod for 1 % af radiolytningen.

Figur 14: De 10 mest lyttede kanaler opgjort efter lytterandel, i %. 2019-2020



5.1 Mænd og kvinders lytning

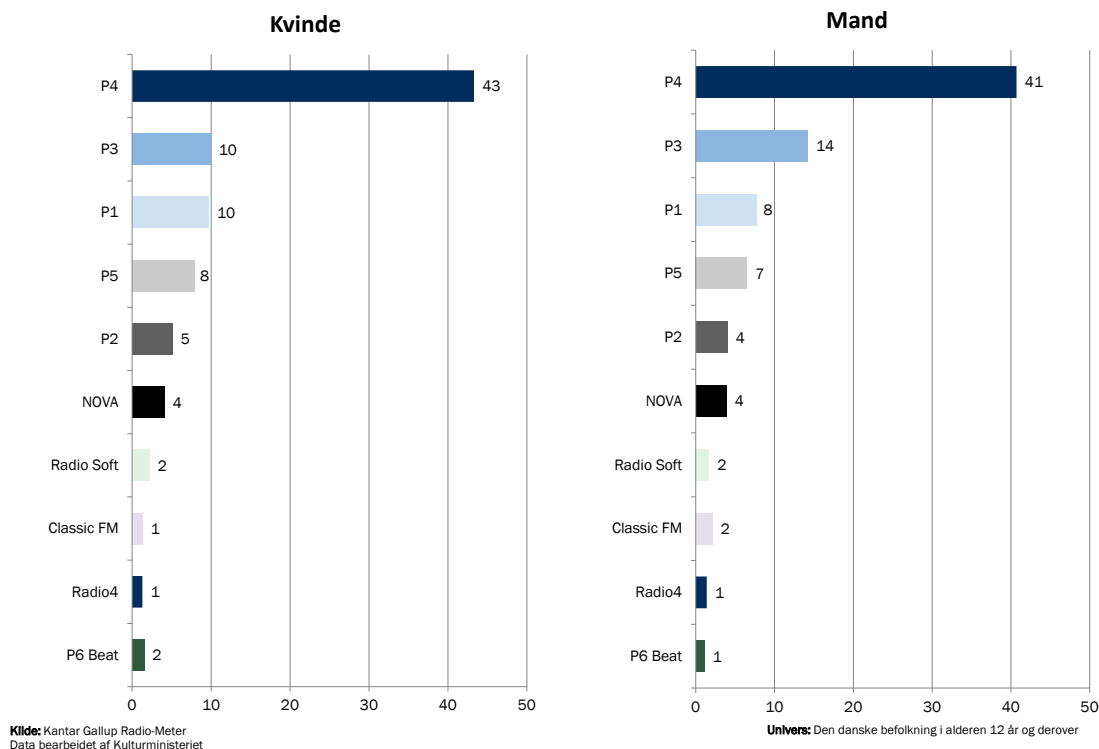
De 10 mest lyttede kanaler fra Figur 14 fordeler sig mere eller mindre på samme måde blandt henholdsvis mænd og kvinder. Dog står P6 Beat for en større del af kvinders radiolytning end Radio4 og Classic FM gør.

Blandt både mænd og kvinder er P4 den største radiokanal med en andel på henholdsvis 41 % af mænds radiolytning og 43 % af kvinders. Forskellen ned til den næste kanal på listen er lidt større hos kvinder, hvor der er en forskel på 33 procentpoint mellem P4 og P3, som udgør 10 % af kvinders

radiolytning. Hos mænd er forskellen på 27 procentpoint, idet P3 med en andel på 14 % af mænds radiolytning er større blandt mænd end hos kvinder. Ligeledes er Classic FM en anelse større hos mænd.

Omvendt står P1, P5, P2 og P6 Beat for en lidt større andel af kvinders radiolytning. Ligesom med Classic FM er forskellene dog kun på 1-2 procentpoint.

Figur 15: Top 10-kanalernes andel (%) af radiolytningen fordelt på mænd og kvinder. 2020



5.2 Aldersgruppernes lytning

Ser man i stedet på Top 10-kanalernes fordeling i forskellige aldersgrupper, adskiller den yngre del af befolkningen sig væsentligt fra resten af befolkningen.

Som det fremgår af Figur 16 nedenfor, er det dog stadig P4 og P3, der er de to mest lyttede radiokanaler, når man ser på de 12-29-årige. Til gengæld er de to kanaler næsten lige store:

- P4 udgør 29 % af de 12-29-åriges radiolytning.
- P3 udgør 26 % af de 12-29-åriges radiolytning.

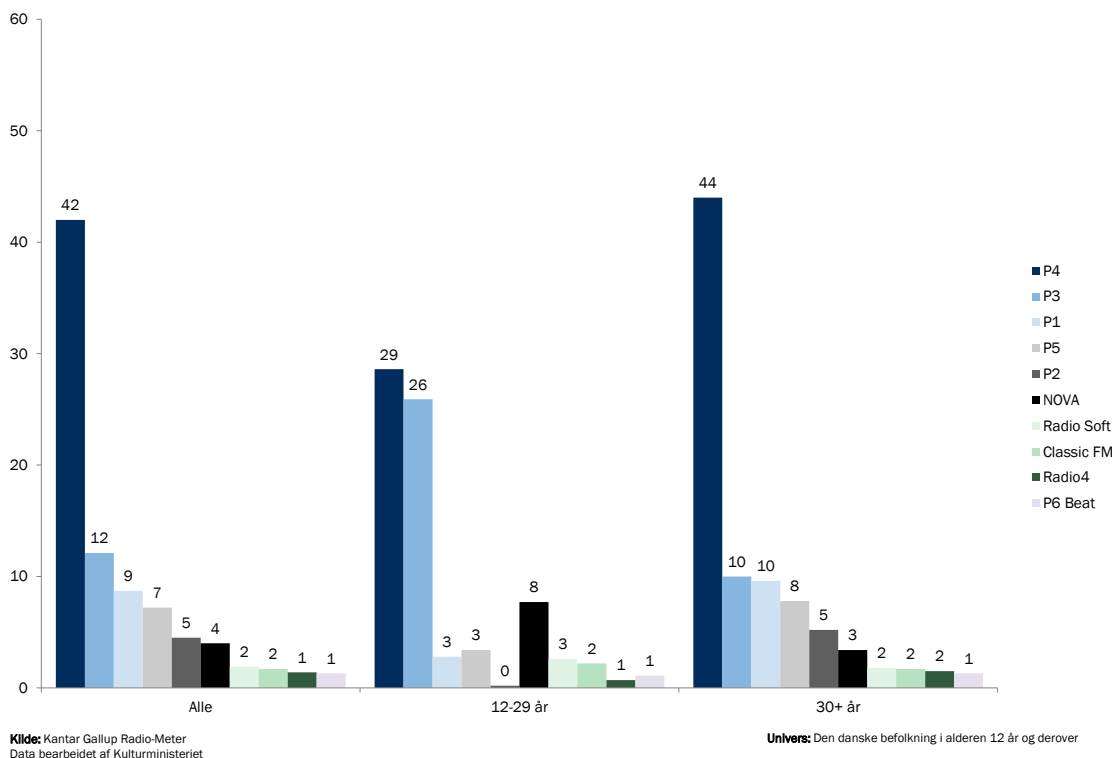
P4 er dermed væsentlig mindre blandt de unge end i resten af befolkningen, mens P3 omvendt er væsentlig større.

Ligeledes er P1, P5 og P2 væsentlig mindre blandt de 12-29-årige sammenlignet med resten af befolkningen:

- Blandt de 12-29-årige står P1 og P5 hver for ca. 3 % af radiolytningen, mens P2 står for 0 %.
- Blandt de 30-årige og derover står P1 for 10 % af radiolytningen, P5 for 8 % og P2 for 5 %.

Til gengæld lytter de unge væsentligt mere til NOVA, som udgør 8 % af de 12-29-åriges radiolytning, mens kanalen står for 3 % i aldersgruppen over 30 år.

Figur 16: Top 10-kanalernes andel (%) af radiolytningen fordelt på alder. 2020



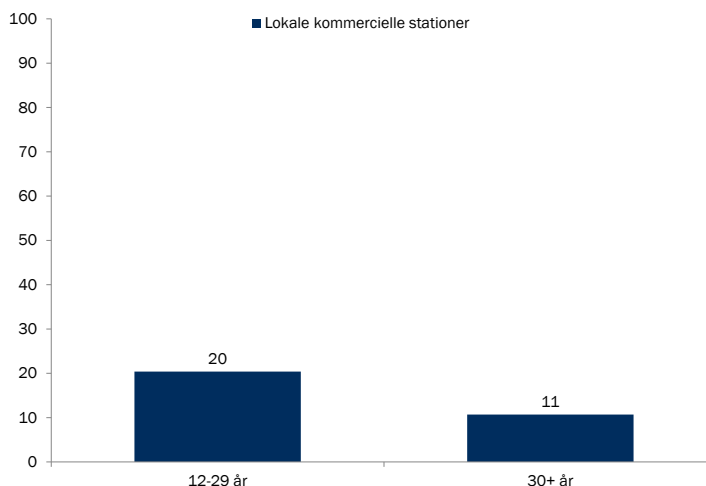
Samlet set står Top 10-kanalerne for 75 % af de 12-29-åriges radiolytning, mens de står for 86 % af radiolytningen blandt befolkningen på 30 år og derover.

Det er en forskel på 11 procentpoint. De unges radiolytning er dermed i højere grad spredt ud over flere forskellige kanaler end radiolytningen i den ældre del af befolkningen.

Eksempelvis står lokale kommercielle radiostationer samlet set for 20 % af radiolytningen hos de 12-29-årige.

Det er næsten dobbelt så stor en andel som blandt de 30-årige og derover, hvor de lokale kommercielle radiostationer står for 11 % af radiolytningen.

Figur 17: Lokale kommercielle stationers andel (%) af radiolytningen fordelt på alder. 2020



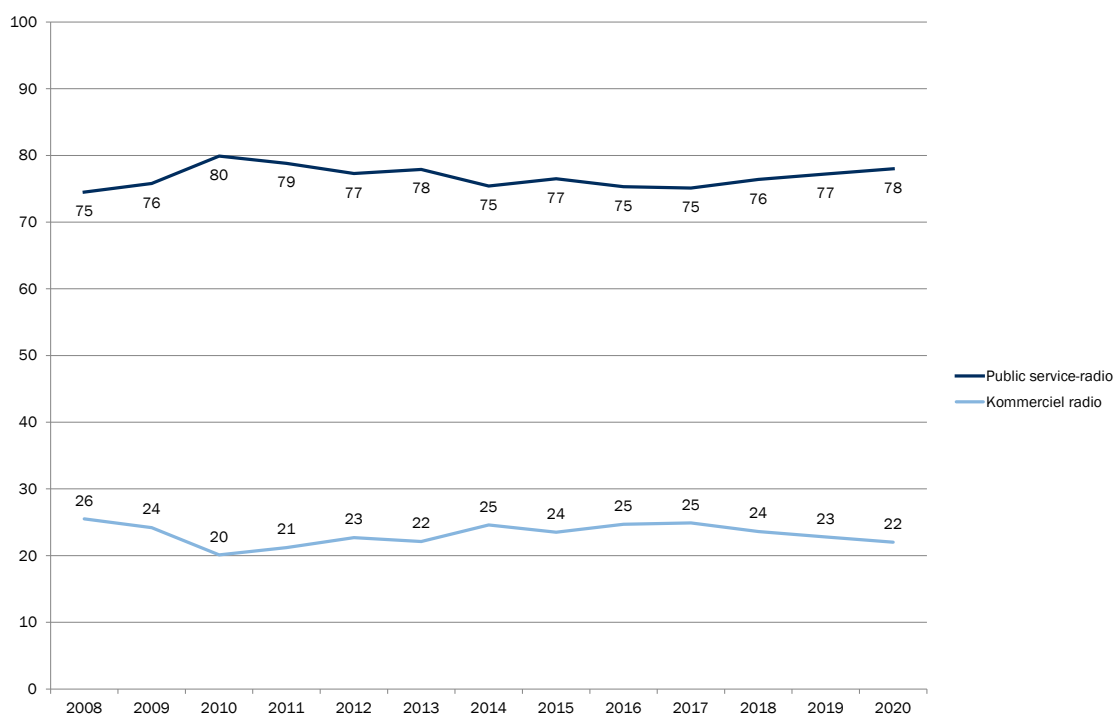
Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter. Data bearbejdet af Kulturministeriet
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

6 PUBLIC SERVICE OG KOMMER- CIEL RADIO

Langt størstedelen af radiolytningen i Danmark foregår på public service-radio, som i 2020 består af DR's radiokanaler, Radio4 (fra 1. november 2019) og Radio LOUD (fra 1. april 2020). Fra 1. november 2011 til 31. oktober 2019 var Radio24syv desuden en del af Danmarks udbud af public service-radio.

Public service-kanalerne udgør i 2020 78 % af radiolytningen, hvilket er en mindre stigning fra 77 % i 2019. Tilsvarende er de kommercielle radiokanalers andel af radiolytningen faldet fra 23 % til 22 % i 2020.

Figur 18: Radiolytningen fordelt på public service og kommerciel radio (%). 2008-2020



Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter
Data bearbejdet af Kulturministeriet

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

6.1 Public service-kanalerne

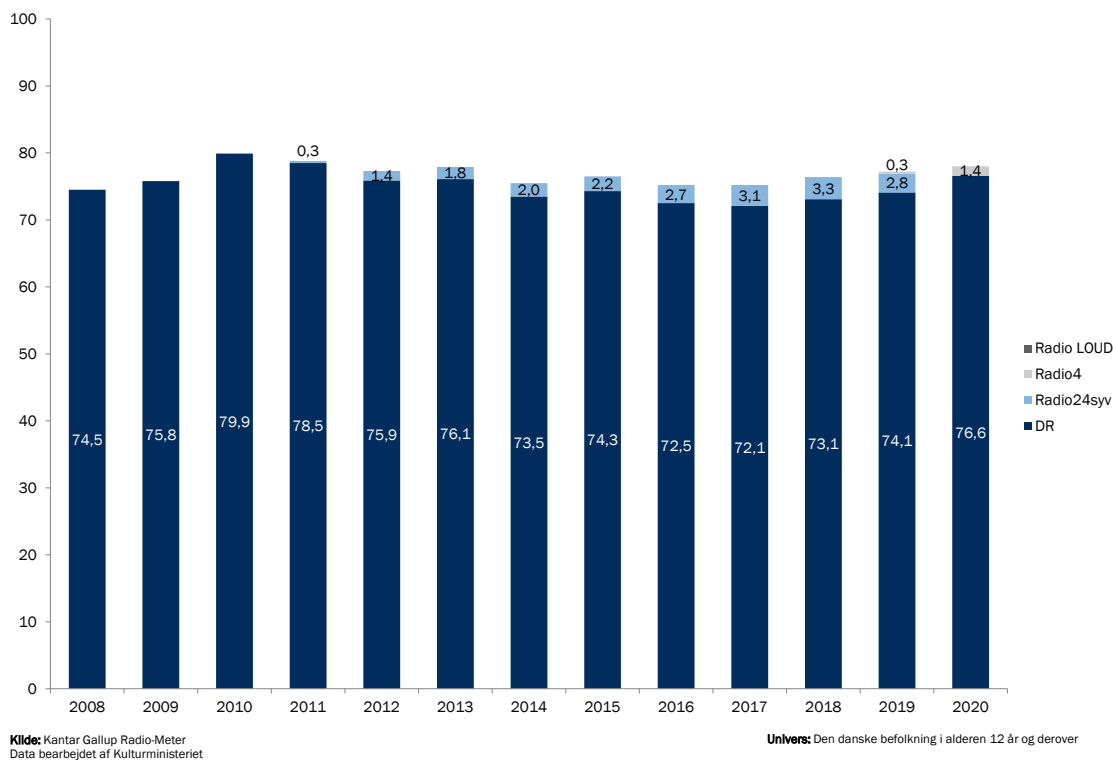
Langt størstedelen af public service-radios andel af radiolytningen udgøres af DR's kanaler, der i 2020 står for 76,6 % af danskernes radiolytning. Selvom DR med udgangen af 2019 lukkede kanalen P7 Mix, er det en stigning på 2,5 procentpoint i forhold til 2019, hvor DR stod for 74,1 %. DR's andel af radiolytningen er i 2020 dermed på det højeste niveau siden 2011, hvor DR stod for 78,5 % af radiolytningen.

Den generelle stigning i public service-radios andel af radiolytningen, som fremgik af Figur 17, er således et resultat af DR's øgede andel. I modsætning hertil står FM 4-frekvensen, som Radio4 overtog fra Radio24syv i november 2019, for en mindre del af radiolytningen i 2020 end i 2019:

- Radio4 har i 2020 en andel på 1,4 % af danskernes radiolytning
- Radio4 og Radio24syv havde i 2019 tilsammen en andel på 3,1 % (henholdsvis Radio24syv med 2,8 % og Radio4 med 0,3 %).

Sammenligner man Radio4's første sendeår med Radio24syvs første sendeår, følger de to kanaler den samme udvikling. Begge kanaler startede således med en andel på 0,3 % af radiolytningen i deres respektive begyndelsesår, hvor kanalerne sendte to måneder af året. I deres første hele sendeår, henholdsvis 2012 og 2020, er begge kanalers andel af radiolytningen steget til 1,4 %.

Figur 19: Public service-kanalernes andel (%) af radiolytningen. 2008-2020



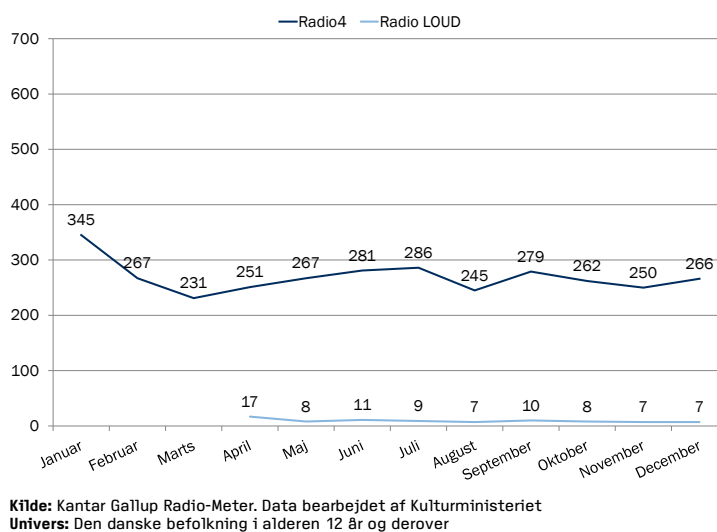
Som det fremgår af Figur 18 ovenfor, udgør Radio LOUD i 2020 0 % af radiolytningen. Kanalen har imidlertid ikke sendt hele året, da den først gik i luften 1. april 2020. Ser man i stedet på kanalens dækning, har Radio LOUD fra april til og med december 2020 i gennemsnit haft 11.000 ugentlige lyttere.

Dækningen var højest i kanalens første sendemåned, april, hvor der i gennemsnit var 17.000 lyttere ugentligt. Herefter er dækningen faldet til et niveau på omkring 7-11.000 lyttere ugentligt.

Til sammenligning har Radio4 i hele 2020 i gennemsnit haft 301.000 ugentlige lyttere.

Radio4's gennemsnitlige ugentlige dækning i 2020 dækker ligeledes over en væsentlig højere dækning i en enkelt måned, januar, mens det ugentlige lyttertal har ligget mellem 231.000 og 286.000 de øvrige måneder i 2020.

Figur 20: Ugentlig dækning i 1.000 for Radio4 og Radio LOUD, fordelt på måneder. 2020



Det er i den sammenhæng dog værd at bemærke, at Radio4 sender på en FM-frekvens, mens Radio LOUD er en DAB-kanal, hvilket kan have betydning for antallet af lyttere. Af kapitlet "[Internetbrug og](#)

[sociale medier](#) fremgår det eksempelvis, at det i 2020 er 36 % af de danske husstande, som har en DAB-radio, hvilket er en lille stigning fra 34% i 2019, men fortsat under niveauet i 2017, hvor 38 % havde en DAB-radio. Ligeledes fremgik det af Figur 11, at DAB-radio står for 23 % af radiolytningen i 2020, mens FM-radio står for 50 %.

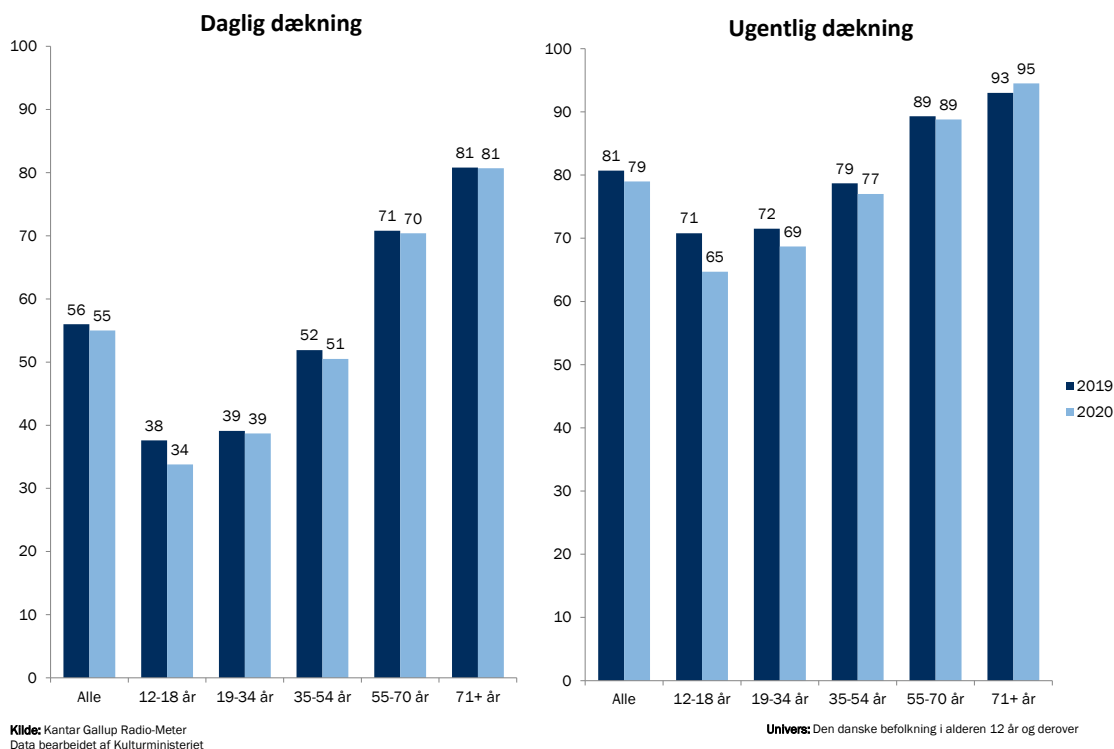
6.1.1 Public service-radios dækning

Public service-radio er i 2020 dagligt i kontakt med 55 % af befolkningen, hvilket er et mindre fald fra 56 % i 2019. På tværs af aldersgrupperne er det primært blandt de 12-18-årige, at public service-radios daglige dækning er faldet, idet 34 % af de unge dagligt er i kontakt med public service-radio i 2020 mod 38 % i 2019.

Der er fortsat en tydelig sammenhæng mellem alder og brugen af public service-radio. Blandt de 12-18-årige og de 19-34-årige er public service-kanalernes daglige dækning henholdsvis 34 % og 39 %. Til sammenligning er den daglige dækning på 81 % i aldersgruppen 71 år og derover. Også blandt de 55-70-årige har public service-kanalerne en relativt høj daglig dækning på 70 %, mens ca. halvdelen – 51 % – af de 35-54-årige hører public service-radio dagligt.

På ugentlig basis mindskes forskellene imidlertid, selvom der fortsat er en tydelig sammenhæng mellem alder og dækning. Dækningen falder dog i flere af aldersgrupperne fra 2019 til 2020: Public service-radios ugentlige dækning er således faldet med 6 procentpoint hos de 12-18-årige, 3 procentpoint hos de 19-34-årige og 2 procentpoint hos de 35-54-årige. Omvendt er den ugentlige dækning steget med 2 procentpoint blandt de ældste.

Figur 21: Public service-radios daglige og ugentlige dækning (%) fordelt på alder. 2019-2020



6.2 Hvem lytter til hvad?

Som det fremgår ovenfor er public service-radio i kontakt med en større andel af den ældre del af befolkningen på både daglig og ugentlig basis end af den yngre del. Ser man på fordelingen af radiolytningen mellem kommerciel og public service-radio i de forskellige aldersgrupper, fremgår det således også, at langt størstedelen af de ældres radiolytning foregår på public service-kanalerne:

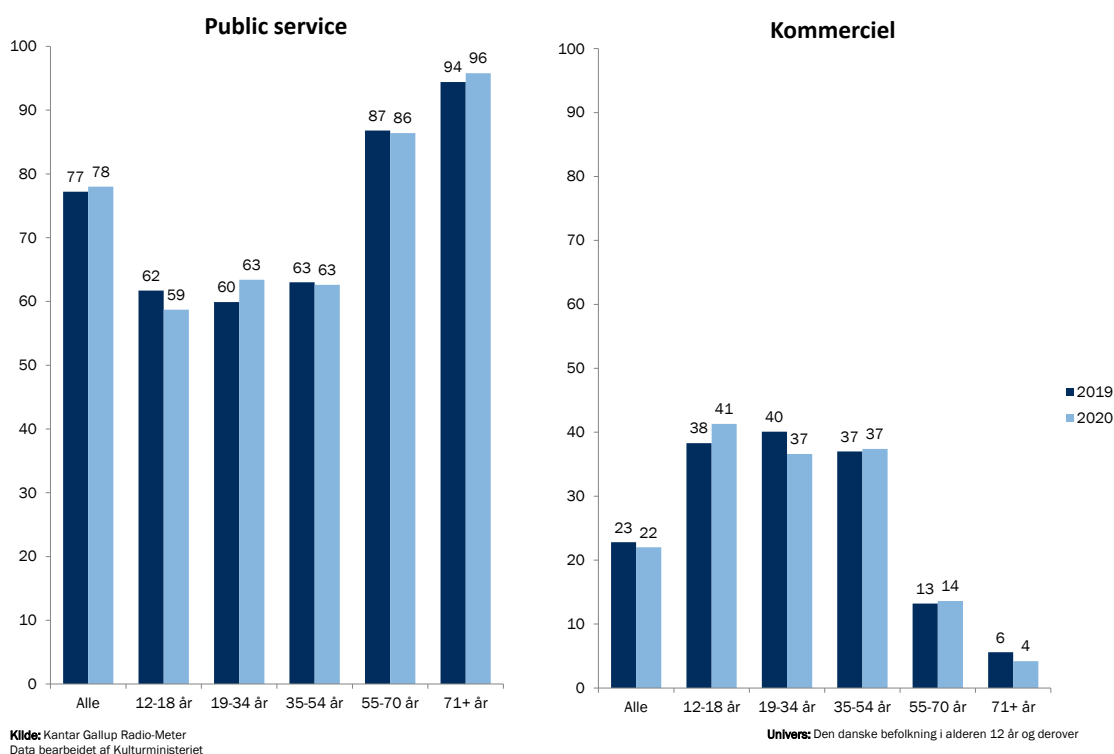
- 86 % af radiolytningen hos de 55-70-årige foregår på public service-radio i 2020
- 96 % af radiolytningen hos de 71-årige og derover foregår på public service-radio i 2020.

Til sammenligning står public service-radio for 59 % af de 12-18-åriges radiolytning og 63 % af både de 19-34-åriges og de 35-54-åriges. De 12-18-årige er dermed den aldersgruppe, der har den mindste andel af public service-lytning og den største andel af kommerciel lytning i 2020. Det er en ændring i forhold til 2019, hvor de 19-34-årige havde den største andel af kommerciel lytning.

Ændringen hænger sammen med, at de 19-34-årige har øget deres andel af public service-lytning med 3 procentpoint fra 60 % i 2019 til 63 % i 2020, mens de 12-18-årige derimod har reduceret public service-andelen med 3 procentpoint fra 62 % til 59 %.

Foruden de 19-34-årige har også den ældste aldersgruppe på 71 år og derover øget public service-andelen. De 71-årige og derover bruger således 2 procentpoint mere af deres radiolytning på public service i 2020 end i 2019.

Figur 22: Public service og kommerciel radios andel af radiolytningen (%) fordelt på alder. 2019-2020



6.2.1 Regionerne

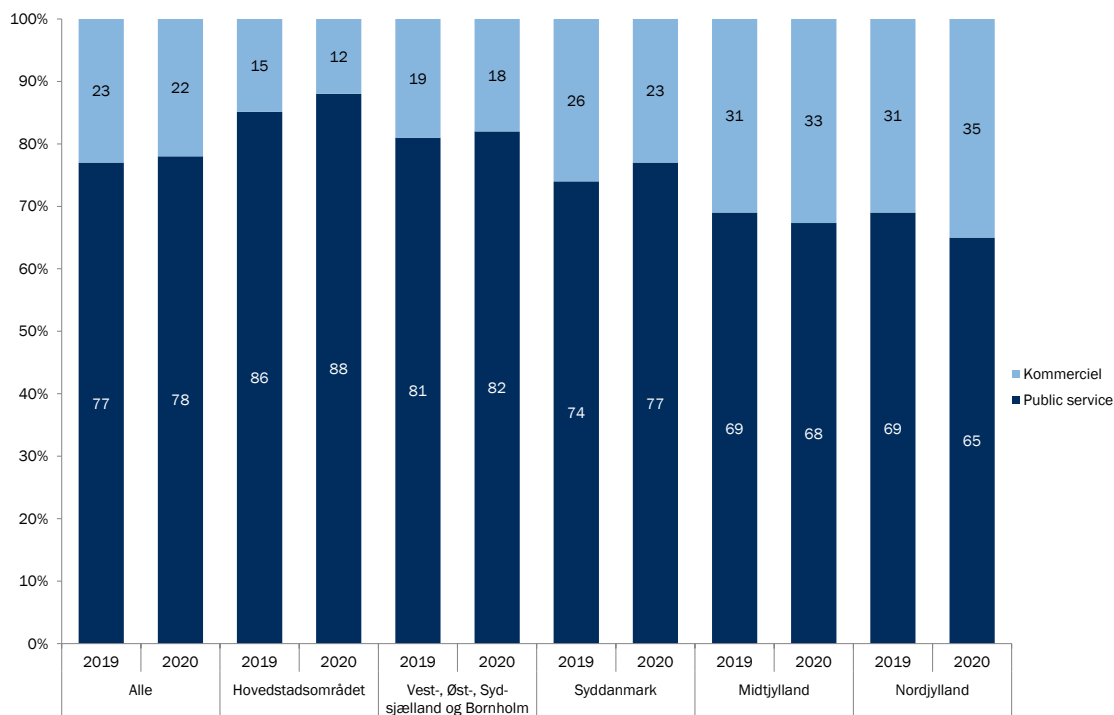
Det er befolkningen i Hovedstadsområdet, der bruger den største del af deres radiolytning på public service. Public service-radio står således for 88 % af lytningen i Hovedstadsområdet. Det er 6 procentpoint mere end i Vest-, Øst-, Sydsjælland og Bornholm, der med 82 % har den næsthøjeste andel public service-lytning, og 23 procentpoint mere end i Nordjylland, der har den laveste andel.

Fra 2019 til 2020 er public service-kanalernes lytterandel steget i flere af regionerne. Det gælder for:

- Hovedstadsområdet, hvor public service-radios lytterandel er steget fra 86 % til 88 %.
- Vest-, Øst-, Sydsjælland og Bornholm, hvor public service-radios lytterandel er steget fra 81 % til 82 %.
- Syddanmark, hvor public service-radios lytterandel er steget fra 74 % til 77 %.

Omvendt er kommerciel radios andel af radiolytningen steget i henholdsvis Midtjylland og Nordjylland, som er de to regioner, der har den laveste andel af lytning til public service-radio. Fra 2019 til 2020 er kommerciel radios lytterandel således steget fra 31 % til 33 % i Midtjylland, og fra 31 % til 35 % i Nordjylland.

Figur 23: Public service og kommerciel radios andel af radiolytningen (%), fordelt på region. 2019-2020



Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter
Data bearbejdet af Kulturministeriet

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

6.2.2 Uddannelse

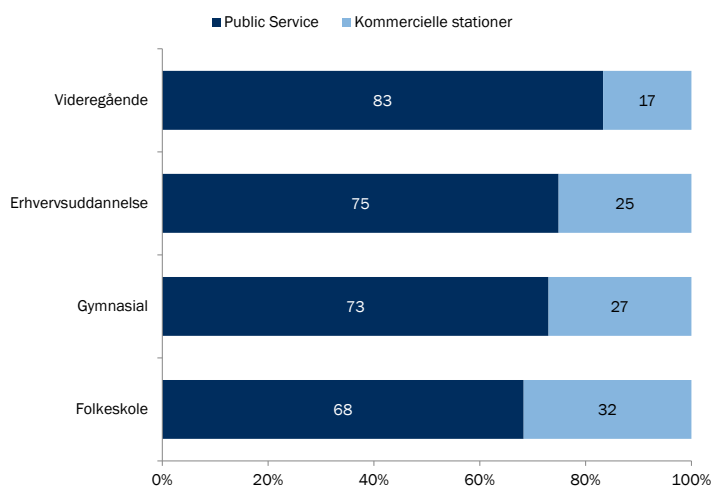
På tværs af de forskellige uddannelsesgrupper udgør kommerciel radio fra lidt under en femtedel til knap en tredjedel af radiolytningen.

Med en andel på 17 % bruger personer med en videregående uddannelse den mindste del af deres radiolytning på kommerciel radio.

Personer med folkeskole som sidst afsluttede bruger derimod den største andel, idet 32 % af deres radiolytning foregår på kommerciel radio.

Blandt dem med en gymnasial uddannelse som sidst afsluttet foregår 27 % af radiolytningen på kommerciel radio, mens andelen hos de erhvervsuddannede er 25 %.

Figur 24: Public service og kommerciel radios andel af radiolytningen (%) fordelt på sidst afsluttede uddannelse. 2020



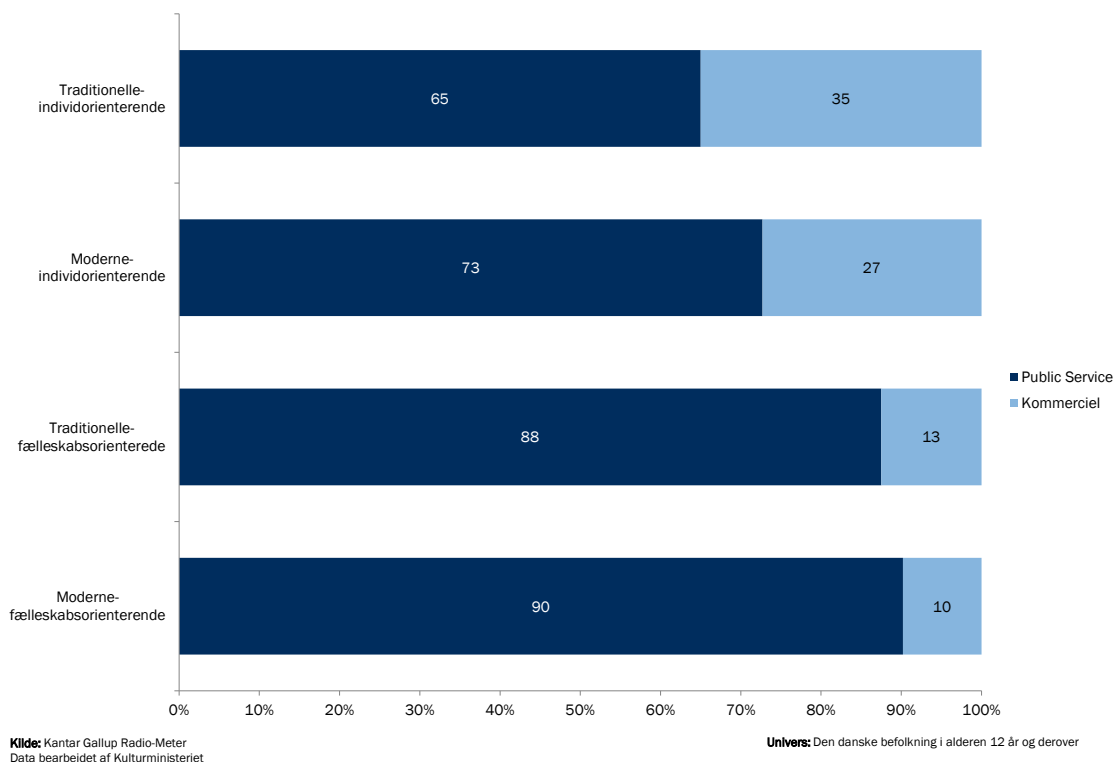
Kilde: Kantar Gallup Radio-Meter. Data bearbejdet af Kulturministeriet
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

6.2.3 Livstilssegment

Fordelet på de fire livstilssegmenter er det de to individorienterede segmenter, der har de største andele af kommerciel lytning. I 2020 foregår 35 % af de traditionelle-individorienteredes radiolytning således på kommercielle kanaler, mens det drejer sig om 27 % hos de moderne-individorienterede.

Blandt de to fællesskabsorienterede segmenter er kommerciel radios andel af radiolytningen derimod væsentlig lavere. 13 % af de traditionelle-fællesskabsorienteredes radiolytning foregår i 2020 på kommerciel radio. For de moderne-fællesskabsorienterede står kommerciel radio for 10 %.

Figur 25: Public service og kommerciel radios andel af radiolytningen (%), fordelt på segment. 2020



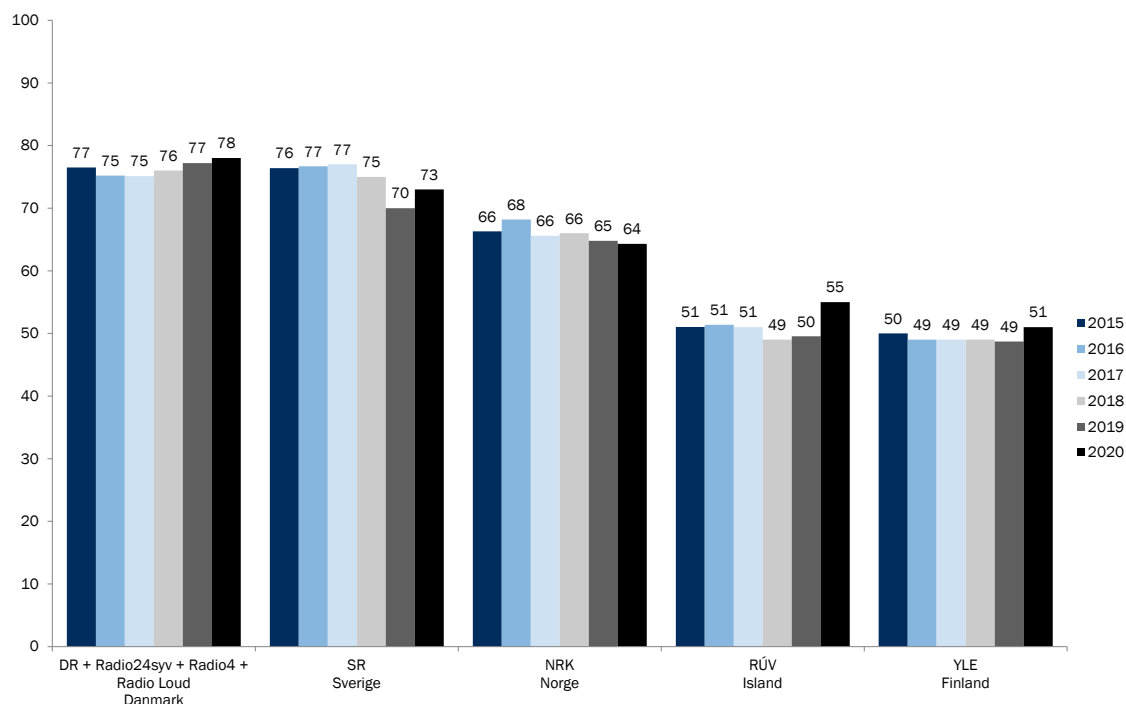
6.3 Nordisk public service-lytning

Som det fremgår af Figur 25 nedenfor, er det ikke kun i Danmark, at public service-radio fylder meget. I samtlige af de fem nordiske lande udgør public service-radio således mere end halvdelen af radiolytningen. Med en andel på 78 % er det fortsat Danmark, der har den største andel af public service-lytning, efterfulgt af Sverige, hvor SR står for 73 % af radiolytningen. Herefter følger Norge med en public service-andel på 64 % og Islandske RÚV med en andel på 55 %, mens public service-radio fylder mindst i Finland, hvor YLE står for 51 %.

Set over en længere periode placerer public service-lytningen sig forholdsvis stabilt på tværs af samtlige af de nordiske lande, og der er med få undtagelser kun små forskelle at finde fra år til år. Fra 2019 til 2020 er der imidlertid sket en stigning i public service-radios andel af lytningen på tværs af de fleste af landene. Kun i Norge er public service-radios andel faldet en anelse fra 2019 til 2020.

Blandt de øvrige nordiske lande har Island haft den største stigning, idet public service-radios andel er steget med 5 procentpoint fra 2019 til 2020, mens stigningen har været på 3 procentpoint i Sverige og 2 procentpoint i Finland. Stigningen har således været mindst i Danmark, hvor public service-radio står for 1 procentpoint mere af radiolytningen i 2020 end i 2019.

Figur 26: Public service-kanalernes andel i % af lytningen i de nordiske lande. 2015-2020



Kilde: Nordicom Mediestatistik, www.nordicom.gu.se/sv/statistik-fakta/mediestatistik
 Tabel: Public service radio audience shares 2015-2020
 Data bearbejdet af Kulturministeriet

Univers: Se tabeldokumentation via
www.nordicom.gu.se/sv/statistik-fakta/mediestatistik

7 PODCAST I DANMARK

Som det fremgår af de foregående afsnit, har tidsforbruget på traditionel radio generelt set været aftagende de seneste mange år. Den nedadgående udvikling i radiolytningen skal imidlertid ses i lyset af en stadig stigende udbredelse og brug af podcasts.

I det følgende beskrives udviklingen i brugen af podcasts derfor nærmere, ligesom det belyses, hvilke befolkningsgrupper der i størst grad har taget podcastmediet til sig, samt hvad og hvor der typisk lyttes.

Bemærk: I følgende afsnit bliver der brugt forskellige kilder til at belyse brugen af podcasts.

I afsnit 7.1 og 7.2 om den generelle brug af podcast bliver der taget udgangspunkt i Kantar Gallup Lokalradio Index, som måler brugen af podcasts blandt den danske befolkning i alderen 12 år og derover.

I afsnit 7.3 anvendes i stedet data fra Kantar Gallups Digital Life-undersøgelse til at belyse, hvilket indhold der lyttes til, samt hvor der lyttes. Digital Life måler dog kun brugen af podcasts blandt danskere i alderen 15-75 år, som bruger internettet.

Kilde og population fremgår af figurene.

7.1 Podcastlytning

Brugen af podcast stiger stille og roligt, og der er i 2020 27 % af befolkningen, der mindst én gang om ugen lytter til podcast.

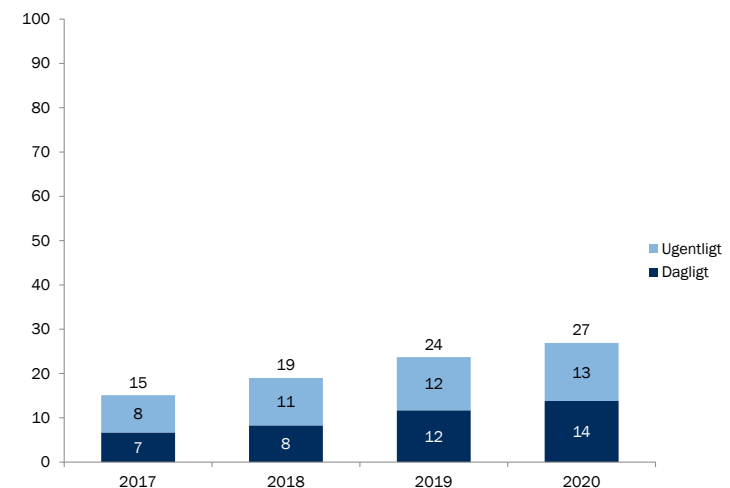
Det er en stigning på 3 procentpoint i forhold til 2019, hvor 24 % lyttede til podcast mindst ugentlig, og 12 procentpoint mere end i 2017.

Andelen af befolkningen, der lytter til podcast mindst ugentlig, er således steget jævnt siden 2017 med 4 procentpoint om året i gennemsnit.

På daglig basis er andelen af podcastlyttere fordoblet siden 2017.

I 2017 var der således 7 % af befolkningen, der dagligt lyttede til podcast. I 2020 er den andel steget til 14 %.

Figur 27: Andel af befolkningen i %, der lytter til podcast, fordelt efter lyttefrekvens. 2017-2020



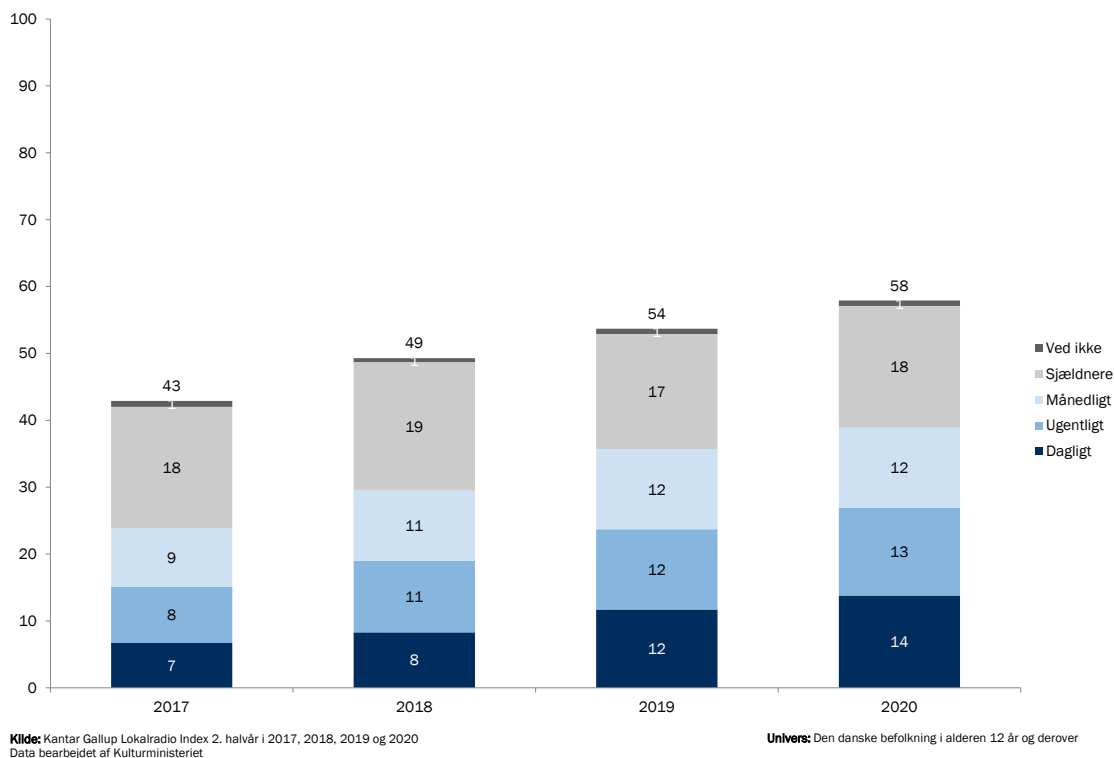
Kilde: Kantar Gallup Lokalradio Index, data fra 2. halvår i 2017, 2018, 2019 og 2020. Data bearbejdet af Kulturministeriet
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

Samtidig med at flere og flere lytter til podcast jævnligt, er der flere og flere, der generelt prøver podcastmediet af. Andelen af befolkningen, der har prøvet at lytte til podcast, er således steget fra 43 % i 2017 til 58 % i 2020. Det er en stigning på 15 procentpoint, hvilket vil sige, at der i gennemsnit hvert år er 5 procentpoint flere, der prøver at lytte til podcast.

Som det fremgår af Figur 27 nedenfor, har andelen, der lytter til podcast sjældnere end månedligt, været forholdsvis stabil siden 2017 på ca. 18 %. Det er altså både på daglig, ugentlig og månedlig

basis, der er sket en stigning i andelen af danskere, der lytter til podcast. Der er altså ikke kun flere, der lytter til podcast, men også flere, der lytter jævnligt.

Figur 28: "Hvornår har du sidst lyttet til podcast?", andel af befolkningen i %, fordelt efter lyttedefrekvens. 2017-2020



7.1.1 Aldersgruppernes brug af podcast

Som det fremgår af Figur 28, er det i særdeleshed den yngre del af befolkningen, der bærer podcast-mediet frem. Det står i klar kontrast til den traditionelle radiolytning, hvor det er den ældre del af befolkningen, der er storforbrugere.

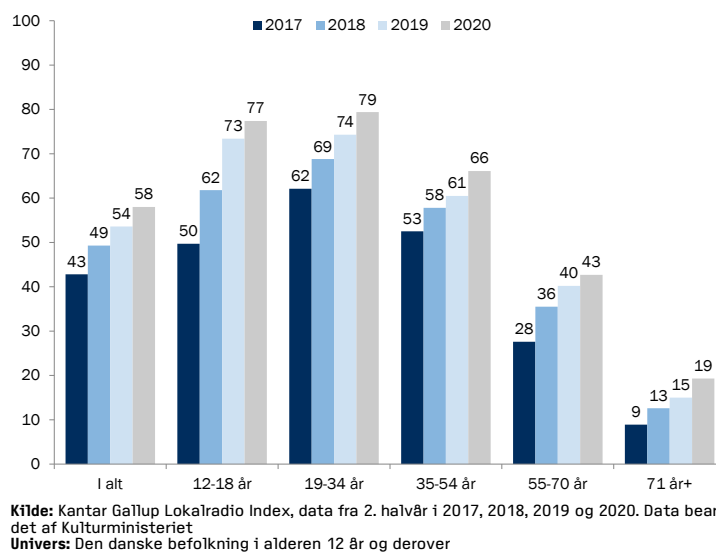
Det er med 79 % de 19-34-årige, der har den største andel, der har prøvet at lytte til podcast.

De 12-18-årige følger dog lige efter med 77 %, mens 66 % af de 35-54-årige har prøvet at lytte til podcast.

Blandt de 55-70-årige og de 71-årige og derover er det henholdsvis 43 % og 19 %, der har prøvet at lytte til podcast.

På tværs af samtlige aldersgrupper sker der en stigning i andelen af podcastlyttere – både på den korte bane fra 2019 til 2020 og på den lidt længere bane fra 2017 til 2020.

Figur 29: Andel af befolkningen i %, der nogensinde har lyttet til podcast, fordelt efter alder. 2017-2020



Fra 2019 til 2020 er der sket en stigning på 3-5 procentpoint i alle aldersgrupperne. Fra 2017 til 2020 er det derimod især blandt de 12-18-årige, der er sket en stigning i andelen af podcastlyttere, idet

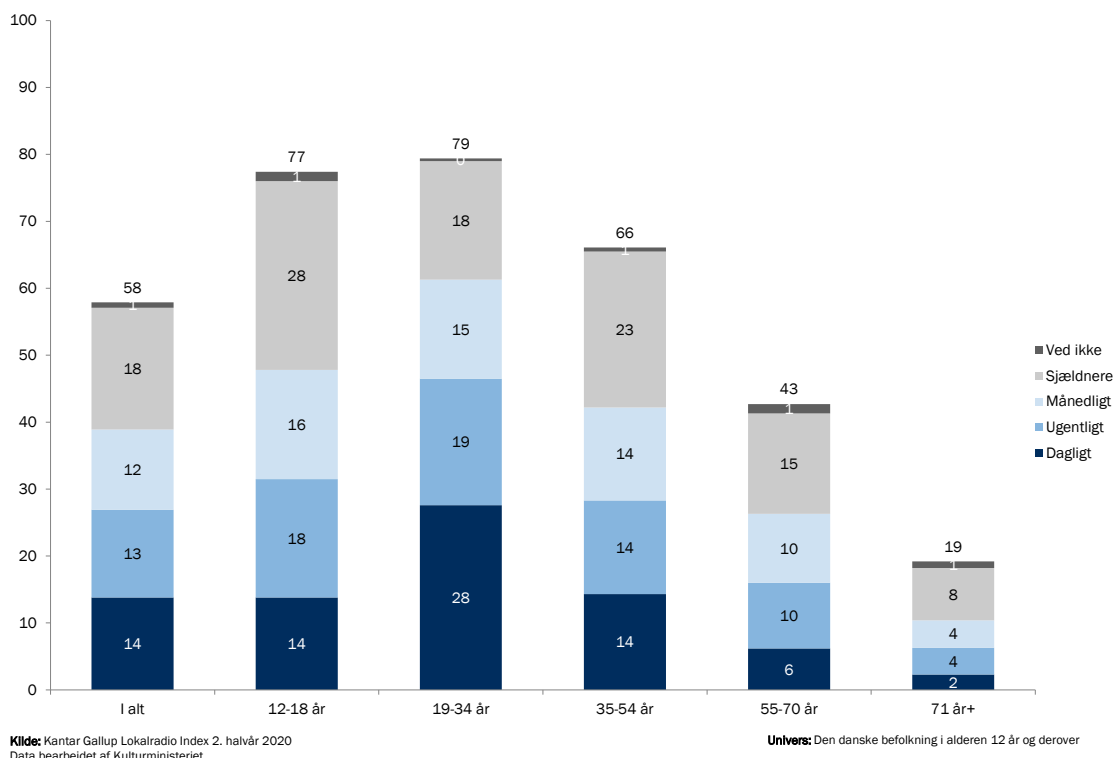
der er 27 procentpoint flere i aldersgruppen, der har prøvet at lytte til podcast i 2020 end i 2017. I de øvrige aldersgrupper har stigningen fra 2017-2020 været noget mindre:

- Andelen, der har lyttet til podcast, blandt de 19-34-årige er steget med 17 procentpoint.
- Andelen, der har lyttet til podcast, blandt de 35-54-årige er steget med 13 procentpoint.
- Andelen, der har lyttet til podcast, blandt de 55-70-årige er steget med 15 procentpoint.
- Andelen, der har lyttet til podcast, blandt de 71-årige og derover er steget med 10 procentpoint.

På samme måde som at de 19-34-årige har den største andel, der har prøvet at lytte til podcast, er aldersgruppen ligeledes den med flest hørfrekvente lyttere. I 2020 er der således 28 % af de 19-34-årige, der lytter til podcast dagligt. Til sammenligning drejer det sig om 14 % af både de 12-18-årige og 35-54-årige, 6 % af de 55-70-årige og 2 % af de ældste på 71 år og derover.

På trods af at de 12-18-årige har den næsthøjeste andel, der lytter til podcast mindst én gang om ugen (hhv. 14 % dagligt og 18 % ugentligt), er aldersgruppen dog også den, der i 2020 har den højeste andel, der lytter sjældnere end månedligt. 28 % af de 12-18-årige lytter således til podcast sjældnere end månedligt i 2020. Det er en stigning fra 20 % i 2019, mens de øvrige lytrefrekvenser ligger på niveau eller er let faldende fra 2019 til 2020. Der er altså færre af de 12-18-årige, der jævnligt lytter til podcast, mens der til gengæld er en væsentlig stigning i de lavfrekvente podcastlyttere.

Figur 30: "Hvornår har du sidst lyttet til podcast?", andel af befolkningen i %, fordelt efter alder og lytrefrekvens. 2020

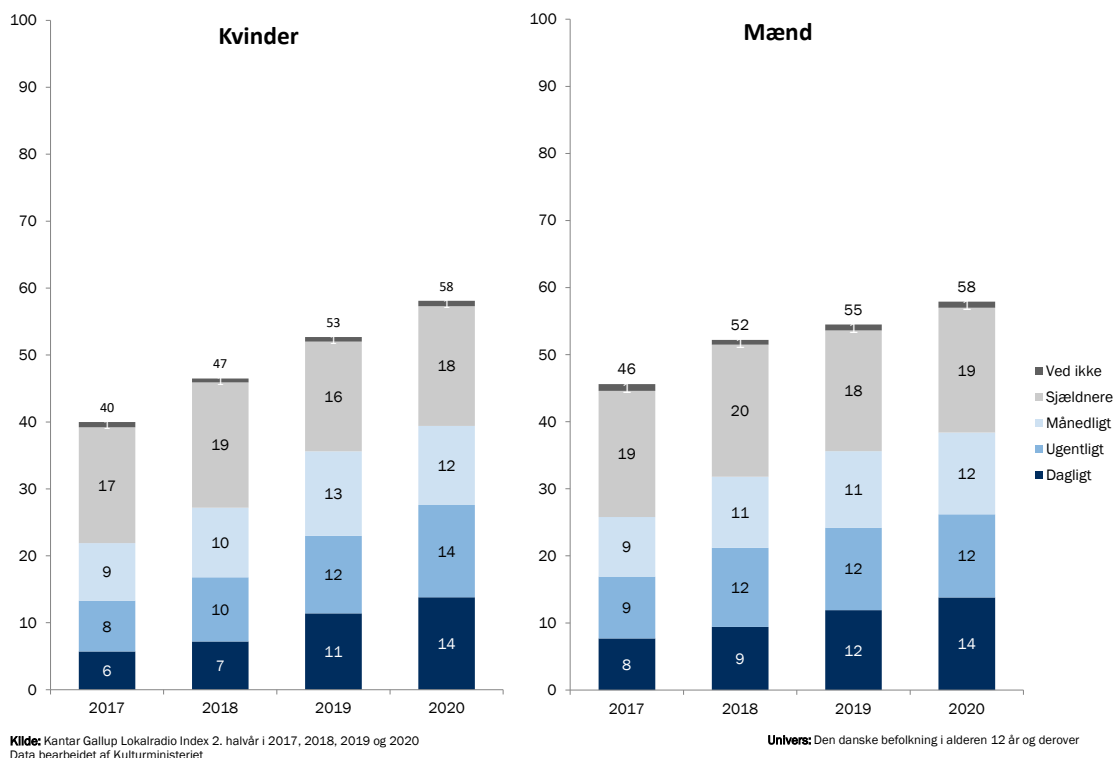


7.1.2 Mænd og kvinders brug af podcast

Hvor mænd de tidligere år har haft en højere andel podcastlyttere end kvinder, har kvinder i 2020 indhentet mændene. Der er således 58 % af både mænd og kvinder, der har lyttet til podcast i 2020. For mænd er det en stigning på 3 procentpoint i forhold til 2019, mens det for kvinder er en stigning på 5 procentpoint.

Derudover har kvinder i 2020 overhalet mænd i forhold til andelen, der lytter til podcast mindst ugentligt. I alt lytter 28 % kvinder således til podcast mindst én gang om ugen (hhv. 14 % dagligt og 14 % ugentligt), mens det drejer sig om 26 % af mændene (hhv. 14 % dagligt og 12 % ugentligt).

Figur 31: "Hvornår har du sidst lyttet til podcast?", andel af befolkningen i %, fordelt på køn og lyttedefrekvens. 2017-2020



7.2 Platforme, der lyttes til podcast på

Man kan i dag lytte til podcasts på mange forskellige platforme. Det kan være i udgiverens egne apps, hvor man alene kan lytte til udgiverens podcasts, som fx DR LYD (tdl. DR Radio), eller i apps, der samler podcasts fra forskellige udgivere ét sted, fx Apple Podcasts, Spotify og mereRadio.

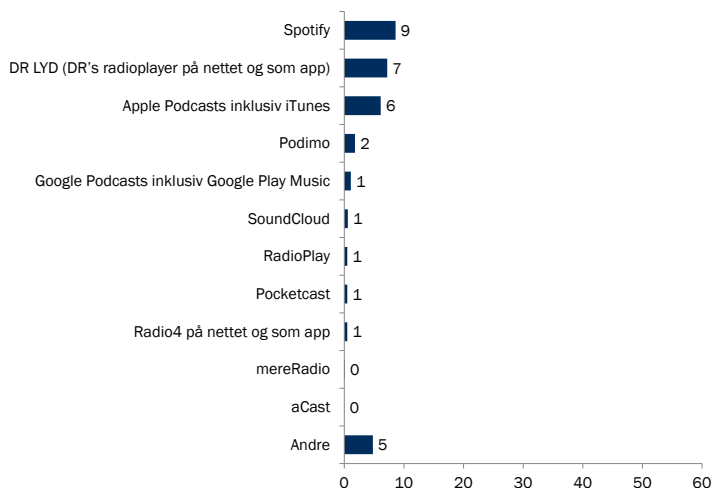
Samtidig er der også udgivere, som fx Podimo, der søger at skabe et forretningsgrundlag for podcasterne ved at få brugerne til at betale for indholdet gennem abonnementer.

Podimo tilbyder således både egenproducerede og andre udgiveres podcasts.

Som det fremgår af Figur 31, er det især på platformene Spotify, DR LYD og Apple Podcast (inkl. iTunes), danskerne finder deres podcasts.

9 % hører således podcasts på Spotify, 7 % på DR LYD og 6 % i Apple Podcast inkl. iTunes.

Figur 32: Andel af befolkningen i %, der har lyttet til podcast på platformen inden for den seneste uge. 2020



Kilde: Kantar Gallup Lokalradio Index, data fra 2. halvår 2020. Data bearbejdet af Kulturministeriet
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

Podimo, der startede i september 2019 og dermed kunne fejre 1 års fødselsdag i 2020, bliver derimod anvendt af 2 % af befolkningen.

7.3 Podcastlytningens indhold og placering

Som tidligere nævnt er det ikke kun traditionelle radiovirksomheder, der udbyder podcasts, men også andre medievirksomheder, enkeltpersoner, organisationer og andre typer virksomheder. Der findes derfor et mangfoldigt udbud af både forskellige udgivere og podcasts, der beskæftiger sig med alverdens forskellige emner, som kan være mere eller mindre nicheorienterede.

De følgende afsnit belyser derfor, hvilken type indhold, der lyttes til, samt hvor man typisk befinder sig, når man lytter til podcasts.

Bemærk: Populationen i det følgende er en anden end i det foregående afsnit, som dækkede danskere i alderen 12 år og derover. Følgende afsnit tager således udgangspunkt i danskere i alderen 15-75 år, som lytter til podcast. For læsevenlighedens skyld kaldes de blot for danske podcastlyttere.

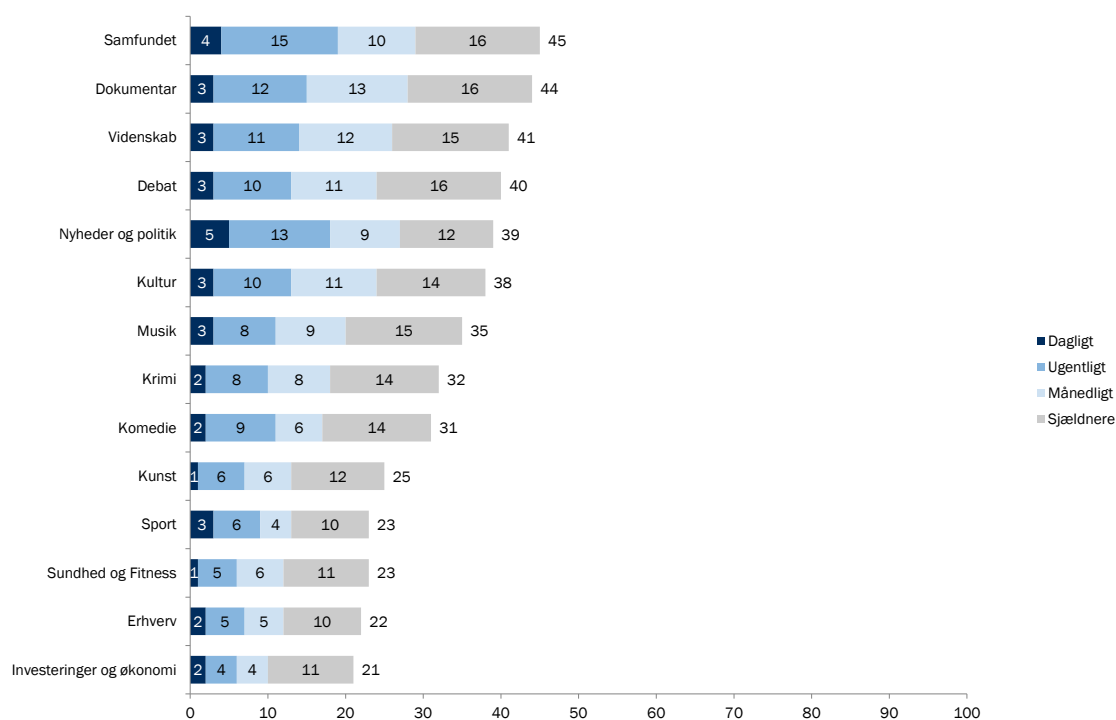
7.3.1 Indhold, der lyttes til

Podcastmediet rummer generelt et meget stort og forskelligartet udbud fra både danske og udenlandske udbydere, som omhandler alle mulige forskellige emner. Af Figur 32 nedenfor fremgår en række forskellige emner, som respondenterne har kunnet angive, hvor ofte de lytter til.

Figuren viser, at der er flest, der lytter til podcast inden for kategorien "Samfundet", som 45 % af podcastlytterne lytter til i større eller mindre omfang, og "Dokumentar", som 44 % lytter til. Herefter følger kategorierne "Videnskab" med 41 %, "Debat" med 40 %, "Nyheder og politik" med 39 % og "Kultur" med 38 %.

Selvom kategorien "Nyheder og politik" samlet set er den femtemest lyttede kategori, er det den kategori, der har den næststørste andel, der lytter mindst ugentligt. Der er således 18 % af podcastlytterne, der hører podcast om nyheder og politik mindst ugentligt, hvilket kun overgås af kategorien "Samfundet", som 19 % lytter til mindst ugentligt.

Figur 33: Andel af danskere podcastlyttere i %, der lytter til diverse emner, fordelt på frekvens. 2020



Kilde: Kantar Gallup Digital Life 2020 - Streaming
Data bearbejdet af Kulturministeriet

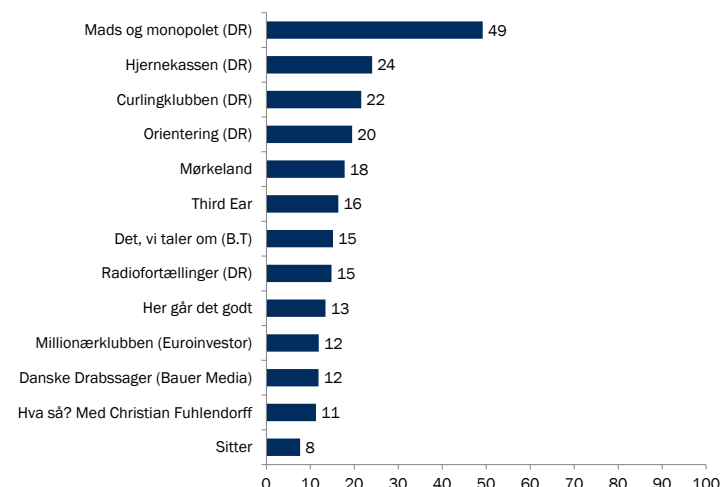
Unvers: Danskere i alderen 15-75 år, der hører podcast

Ser man i stedet på et udvalgt udsnit af podcasts, er der i 2020 flest, der lytter til Mads og mono-polet³, hvilket 49 % af podcastlytterne gør.

Det er ca. dobbelt så stor en andel, som den næste podcast på listen, Hjerne-kassen, som 24 % lytter til.

Af podcasts, der ikke udgives af DR, har true crime podcasten Mørkeland med 18 % den største andel af lyttere, efterfulgt af Third Ear med 16 % og B.T's Det, vi taler om, som 15 % af podcastlytterne hører.

Figur 34: Andel af podcastlyttere i %, der lytter til udvalgte podcasts. 2020



Kilde: Kantar Gallup Digital Life 2020 - Streaming. Data bearbejdet af Kulturministeriet
Univers: Danskere i alderen 15-75 år, der hører podcast

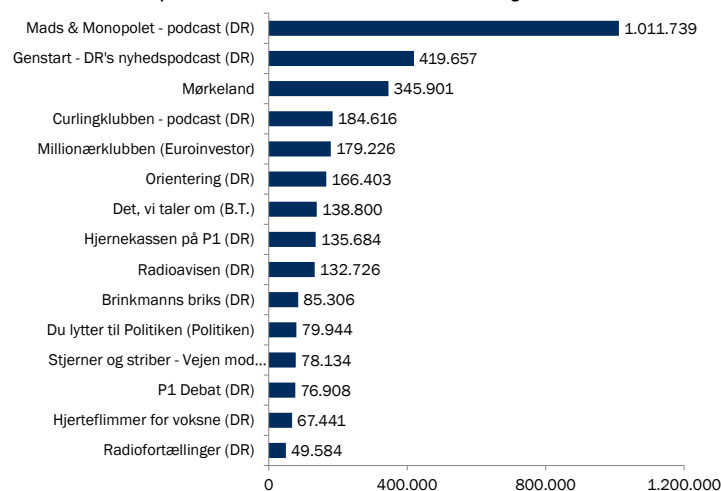
Det er imidlertid væsentligt at være opmærksom på, at der ikke findes én samlet måling af alle danske podcasts. Figur 33 ovenfor viser således alene et lille udsnit. Eksempelvis er DR's daglige nyhedspodcast Genstart, der startede i marts 2020, ikke med i målingen.

Ifølge Dansk Podcast Index⁴, som ugentligt offentliggør antal downloads/streams for en række forskellige podcasts, havde Genstart i uge 43 i 2020 knap 420.000 downloads/streams.

Genstart havde således næstflest downloads/streams i uge 43, mens Mads og mono-polet med godt 1 mio. havde flest. Mads og mono-polet er dermed den klart største podcast i begge målinger.

Til gengæld er Mørkeland, der på Figur 33 er den femtemest lyttede podcast, at finde på tredjepladsen i Dansk Podcast Index med ca. 346.000 downloads/streams i uge 43.

Figur 35: Antal downloads/streams for de 15 mest downloadede/streamede podcasts i Dansk Podcast Index. Uge 43 2020



Kilde: Dansk Podcast Index Data bearbejdet af Kulturministeriet
Univers: De 15 mest downloadede/streamede podcasts i uge 43 2020

7.3.2 Steder, der lyttes til podcast

Ser man på de forskellige steder, der lyttes til podcast, enkeltvist, er det især hjemme, der bliver lyttet til podcast. 52 % af de danske podcastlyttere angiver således, at de typisk lytter til podcast i hjemmet. Herefter følger kategorierne:

- "I bilen" med 27 %

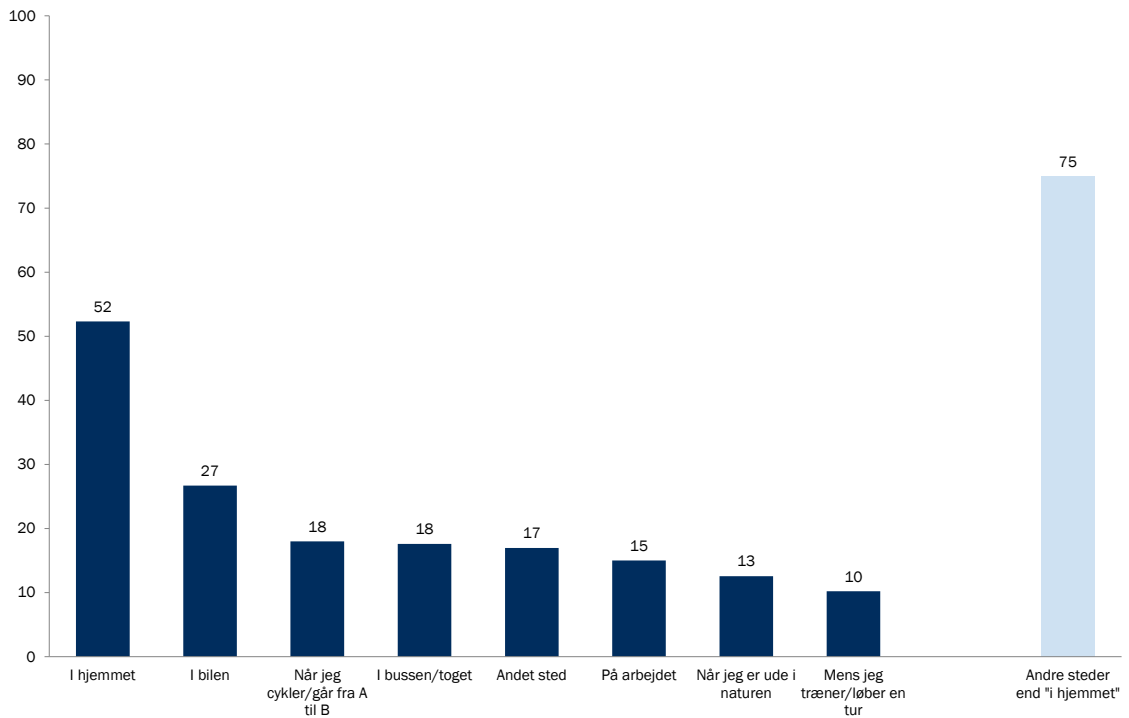
³ Mads og mono-polet har pr. 1. januar 2021 skiftet navn til Sara og mono-polet, da tidligere vært Mads Steffensen er stoppet på programmet og i stedet har startet podcasten Mads og A-holdet hos Podimo. Sara Bro har overtaget værtsrollen hos DR programmet (Læs mere her: MediaWatch: [Mads Steffensen forlader DR – populært radioprogram får ny vært](#))

⁴ Læs mere om Dansk Podcast Index i kapitlets metodeafsnit side 39.

- "Når jeg cykler/går fra A til B" med 18 %.
- "I bussen/toget" med 18 %

Samlet set er der imidlertid 75 % af podcastlytterne, der på tværs af kategorierne angiver, at de lytter til podcasts andre steder end i hjemmet. Podcast er således et medie, der også i høj grad anvendes, når man bevæger sig rundt uden for hjemmet.

Figur 36: "Hvor er du typisk, når du lytter til podcast?", andel af podcastlyttere i %. 2020



Kilde: Kantar Gallup Digital Life 2020 - Streaming
Data bearbejdet af Kulturministeriet

Univers: Danskere i alderen 15-75 år, der hører podcast

8 METODE

Kapitlet om radio og podcast er til 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. Samtidig er det i dag ikke kun radiostationer, der producerer podcasts, men derimod mange forskellige afsendere, som ligeledes ikke lydkoder deres indhold. Til at undersøge brugen af podcasts anvendes derfor i stedet data fra Kantar Gallup Lokalradio Index suppleret med data fra Kantar Gallups Digital Life undersøgelse.

8.1 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.

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, endnu ikke er sat på programmerne, når de lægges klar til on-demand-lytning på stationernes harddiske.

I Annual Survey, som Kantar Gallup udfører, undersøges blandt andet informationer om "radio-Danmarks" geografi samt lyttervaner, og undersøgelsen tjener til at kortlægge, hvordan "radio-Danmark" ser ud, således at den helt rette sammensætning af panelets respondenter sikres. I alt gennemføres 10.000 interviews i løbet af et år. Annual Survey fungerer endvidere som rekrutteringskilde for Radio-Meter-panelet.

Kantar Gallup har i oktober 2020 udvidet 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 12 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 1: 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, 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 Oline, DR P5000, DR politik, DR pop DK, DR Rock, DR R&B, DR Soft, DR Spillemand, DR Unga Bunga, DR World, DR Dansktop, DR Klassisk, Radio24syv, DR P7 Mix
Kommercielle kanaler	Eksisterende	Radio 100, myRock, Radio Soft, Radio Klassisk, NOVA, The Voice, Pop FM, , go!FM, Skala FM, VLR, Classic FM, Classic Rock, NRJ, Anden kommerciel lytning
	Ophørt	KLUBBEN, Radio City, Radio 2, TV 2 Radio, Ekstra Bladet Radio

8.2 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 fremgår, hvilke kanaler der platformsdifferentierer.

Tabel 2: 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 alene er udspecificeret for den kabeldistribution, der bliver foretaget via følgende operatører:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stofa: Alle kanaler inkl. regioner • Terracom/Waoo: Alle kanaler inkl. regioner • Viasat: P1, P2, P3 • Telenor: P1, P2, P3 <p>Andre operatører, der distribuerer indhold via kabel, er ikke udskilt. Henter en kabeloperatør eksempelvis DR's signaler fra internettet, vil dette fortsat 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.
Radio LOUD (Fra 1/4-2020)	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 platformsopdelt og derfor er opsamlet i "ukendt platform" eller FM.

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

Der kan således alene foretages en retvisende platformsoptdeling 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.

8.3 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 "7 Podcast i Danmark" anvendes tal for 2. halvår for 2017, 2018, 2019 og 2020.

8.4 Kantar Gallup Digital Life

Afsnittet om podcast suppleres med data fra Kantar Gallups Digital Life – Streaming. Digital Life 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. Digital Life-undersøgelsen foretages online i Kantar Gallups danske internetpanel, GallupForum, og består af en række deep dives med forskellige temaer. I 2020 blev data til Digital Life – Streaming indsamlet i første kvartal, og der blev i alt gennemført 2.112 online interviews.

I Digital Life – Streaming defineres en podcast som værende: *"Når man hører en podcast via en computer, bærbar, tablet eller mobil (podcast er et program i lydformat, du har mulighed for at downloade og afspille, når det passer dig)".*

Det er væsentligt at være opmærksom på, at svarkategorierne i relation til frekvensen af podcastlytningen er blevet ændret i 2019-undersøgelsen, hvilket kan have haft indflydelse på fordelingen af respondenternes svar. Svarkategorierne fremgår af nedenstående tabel:

Tabel 3: Oversigt over svarkategorierne i Digital Life i forhold til frekvens af podcastlytning i 2017/2018 og 2019/2020

	2017-2018	2019-2020
Dagligt	Flere gange dagligt Dagligt/næsten dagligt	Flere gange dagligt En gang om dagen
Ugentligt	4-5 dage om ugen 1-3 dage om ugen	En dag om ugen 2 dage om ugen 3 dage om ugen 4 dage om ugen 5 dage om ugen 6 dage om ugen
Sjældnere	2-3 dage om måneden 1 dag om måneden 1-5 dage per halve år Sjældnere	Sjældnere end en gang om ugen

8.5 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 podcastudgiver, som fx DR, Radio4, Bauer Media, Berlingske Media, Politiken mf. Udenlandske podcasts, samt podcasts fra fx Podimo indgår ikke i indexet.

8.6 Gallup Kompas

En måde at betragte radiolytterne på er ved at segmentere dem efter Gallup Kompas. Gallup Kompas er et segmenteringsværktøj, der på baggrund af de svar, respondenterne har givet på en lang række holdningsspørgsmål, inddeler respondenterne i ni segmenter, der fordeles ud fra de to hoveddimensioner:

1. "Moderne-Traditionel"
2. "Individ-Fællesskab"

Scorer man med de svar, man afgiver, f.eks. højt på "Traditionel" på den første dimension og neutralt på den anden dimension, placeres man i det kompassegment, der hedder "Traditionel". Scorer man derimod højt på både "Traditionel" i den første dimension og "Fællesskab" i den anden dimension, bliver man placeret i segmentet "Traditionel-Fællesskab" osv. Hvert af de ni segmenter har nogle karakteristika, der kan beskrives gennem bl.a. de segmenteringsspørgsmål, der er blevet besvaret. På baggrund af de svar, der er givet i den øvrige del af spørgeskemaet til Index Danmark/Gallup har man ligeledes viden om segmenternes mediebrug, forbrug og adfærd på en lang række områder. Læs mere om Gallup Kompas på deres hjemmeside (Kilde: Kantar Gallup Kompas).

9 BRUG AF DATA OG RESULTATER

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

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

10 FIGURFORTEGNELSE

Figur 1: Andel af danskere i %, der lytter til hhv. radio og podcast ugentligt. 2008-2020	8
Figur 2: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter. 2008-2020.....	10
Figur 3: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter, fordelt på alder. 2020.....	11
Figur 4: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter, fordelt på alder. 2008-2020.....	12
Figur 5: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter, fordelt på mænd og kvinder. 2008-2020	12
Figur 6: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter, fordelt på sidst afsluttede uddannelse. 2009-2020.....	13
Figur 7: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter, fordelt på region. 2018-2020	14
Figur 8: Gennemsnitlig daglig lyttetid i minutter, fordelt på livstilssegment. 2016-2020.....	15
Figur 9: Gennemsnitligt lytterflow i 1.000 efter tidspunkt. 2019-2020.....	15
Figur 10: Gennemsnitligt lytterflow i % fordelt på alder og tidspunkt på dagen. 2020.....	16
Figur 11: Radiolytningen fordelt på platform (%). 2020.....	17
Figur 12: Lytningen til DR's radiokanaler fordelt på platform (%). 2012-2020.....	18
Figur 13: Radiolytningen fordelt på placering (%)*. 2019-2020	18
Figur 14: De 10 mest lyttede kanaler opgjort efter lytterandel, i %. 2019-2020.....	19
Figur 15: Top 10-kanalernes andel (%) af radiolytningen fordelt på mænd og kvinder. 2020.....	20
Figur 16: Top 10-kanalernes andel (%) af radiolytningen fordelt på alder. 2020.....	21
Figur 17: Radiolytningen fordelt på public service og kommerciel radio (%). 2008-2020.....	22
Figur 18: Public service-kanalernes andel (%) af radiolytningen. 2008-2020.....	23
Figur 19: Ugentlig dækning i 1.000 for Radio4 og Radio LOUD, fordelt på måneder. 2020	23
Figur 20: Public service-radios daglige og ugentlige dækning (%) fordelt på alder. 2019-2020.....	24
Figur 21: Public service og kommerciel radios andel af radiolytningen (%) fordelt på alder. 2019-2020.....	25
Figur 22: Public service og kommerciel radios andel af radiolytningen (%), fordelt på region. 2019-2020.....	26
Figur 23: Public service og kommerciel radios andel af radiolytningen (%) fordelt på sidst afsluttede uddannelse. 2020	26
Figur 24: Public service og kommerciel radios andel af radiolytningen (%), fordelt på segment. 2020.....	27
Figur 25: Public service-kanalernes andel i % af lytningen i de nordiske lande. 2015-2020.....	28
Figur 26: Andel af befolkningen i %, der lytter til podcast, fordelt efter lyttrefrekvens. 2017-2020.....	29
Figur 27: "Hvornår har du sidst lyttet til podcast?", andel af befolkningen i %, fordelt efter lyttrefrekvens. 2017-2020.....	30
Figur 28: Andel af befolkningen i %, der nogensinde har lyttet til podcast, fordelt efter alder. 2017-2020.....	30
Figur 29: "Hvornår har du sidst lyttet til podcast?", andel af befolkningen i %, fordelt efter alder og lyttrefrekvens. 2020.....	31
Figur 30: "Hvornår har du sidst lyttet til podcast?", andel af befolkningen i %, fordelt på køn og lyttrefrekvens. 2017-2020	32
Figur 31: Andel af befolkningen i %, der har lyttet til podcast på platformen inden for den seneste uge. 2020.....	32
Figur 32: Andel af danskere podcastlyttere i %, der lytter til diverse emner, fordelt på frekvens. 2020.....	33
Figur 33: Andel af podcastlyttere i %, der lytter til udvalgte podcasts. 2020.....	34
Figur 34: Antal downloads/streams for de 15 mest downloadede/streamede podcasts i Dansk Podcast Index. Uge 43 2020	34
Figur 35: "Hvor er du typisk, når du lytter til podcast?", andel af podcastlyttere i %. 2020.....	35

11 TABELFORTEGNELSE

Tabel 1: Oversigt over kommercielle og public service-kanaler.....	37
Tabel 2: Oversigt over kanalernes platformsdifferentiering	37
Tabel 3: Oversigt over svarkategorierne i Digital Life i forhold til frekvens af podcastlytning i 2017/2018 og 2019/2020.....	39