

**KANTAR MEDIA**

# Statusrapport 2017

Knut-Arne Futsæter og Salve Jortveit, Kantar Media

22.01.17

# Innhold

1. Bakgrunn og formål
2. Tilgang og bruk av digitalt radioutstyr fra DigitalRadioUndersøkelsen (DRU)
3. De offisielle lyttertallene på nasjonalt nivå fra de elektroniske målingene (PPM)
4. De offisielle lyttertallene på regionalt nivå fra Forbruker & Media (CATI)
5. Oppsummering og kommentarer

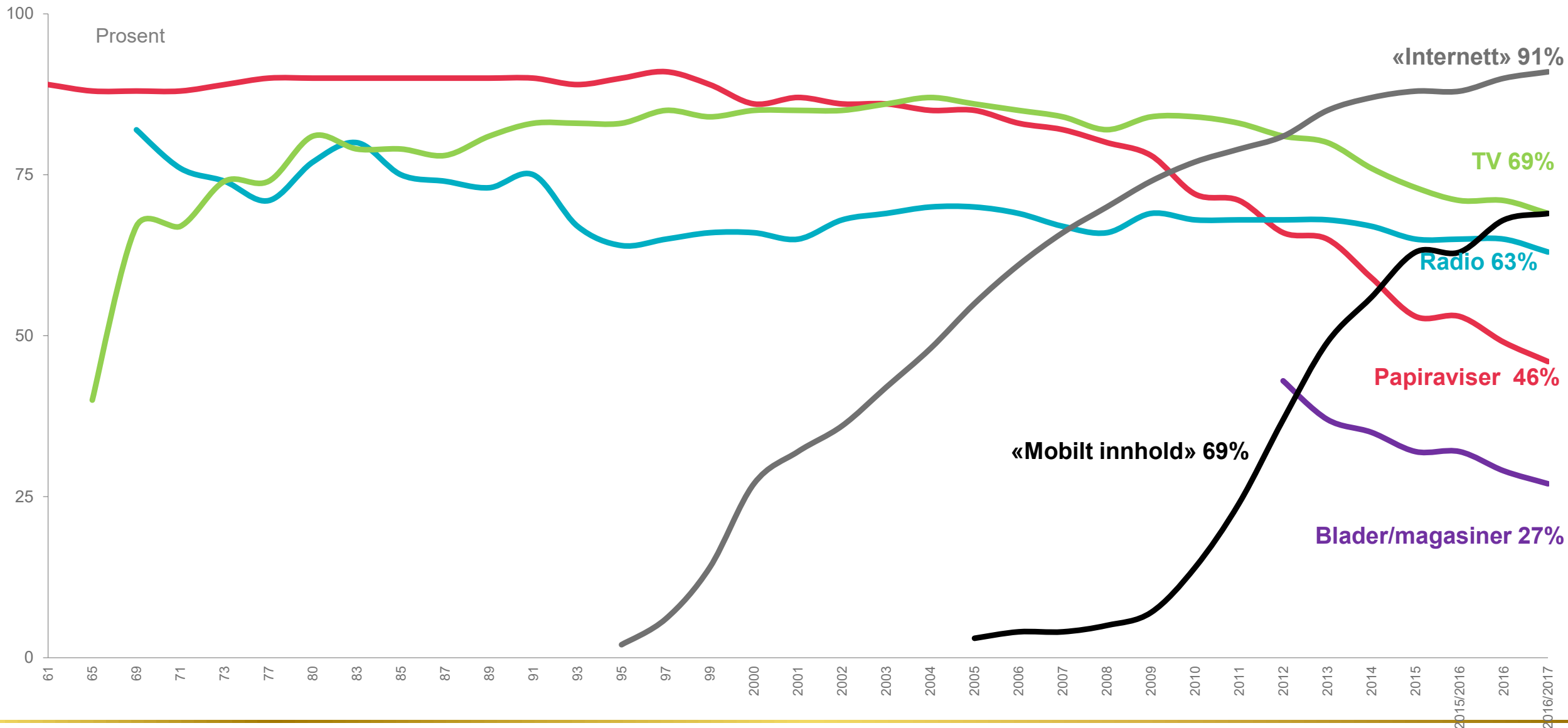
**1.**

**Bakgrunn og formål**

# Bakgrunn og formål for rapporten

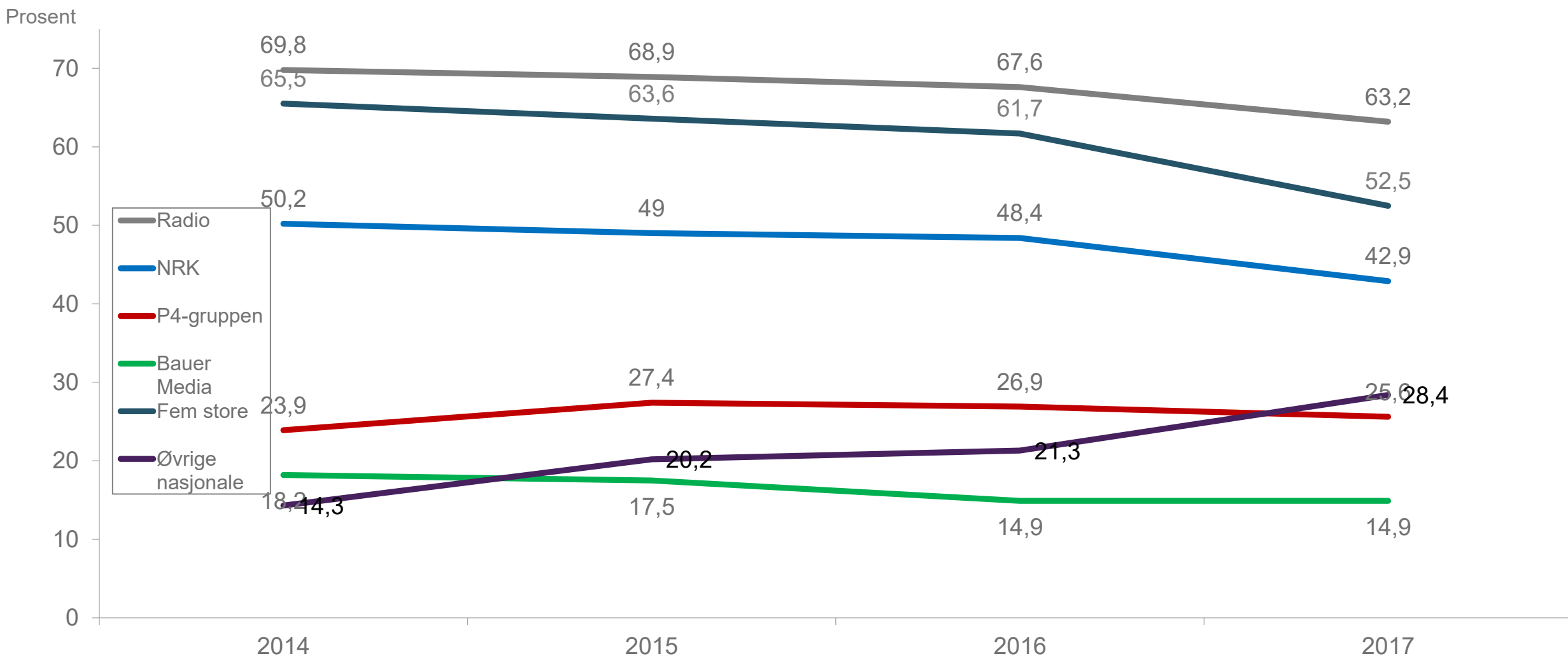
- Denne rapporten beskriver utviklingen i radiolytting på nasjonalt (PPM) og regionalt (F&M/CATI) nivå før og etter slukkingen av det riksdekkende FM-nettet. Kantar Media har på oppdrag fra Medietilsynet utarbeidet rapporten.
- Kantar er leverandør av de offisielle lyttertallene for radio i Norge:
  1. *PPM-målingene er de offisielle radiotallene på nasjonalt nivå.* Målingene foregår elektronisk ved hjelp av et landsrepresentativt panel, Mediepanelet, bestående av 1000 personer som bruker PPM-utstyr. Disse tallene blir rapportert ukentlig: <http://www.tns-gallup.no/medier/radio/nasjonale-lyttertall-ppm/>
  2. Kantar Media måler radiolytting på regionalt- og lokalt nivå med 45.000 årlige telefonintervju (CATI) i Forbruker & Media (F&M). *CATI-målingene representerer derfor de offisielle lyttertallene for norske lokalradioer og hvordan rikskanalenene gjør det lokalt.* <http://www.tns-gallup.no/medier/radio/> .
- På oppdrag fra Digitalradio Norge, har Kantar Media siden 2012 gjennomført Digitalradiundersøkelsen (DRU). DRU måler tilgang og bruk av radioutstyr (<https://radio.no/om-oss/digital-radiolytting> ).
- I løpet av 2017 blir det norske radiotilbudet digitalisert (<https://radio.no/digitalisering/hva-betyr-omleggingen-for-deg/>, <https://www.medietilsynet.no/> <https://radio.no/>).

# Medieutviklingen 1960 – 2016/2017



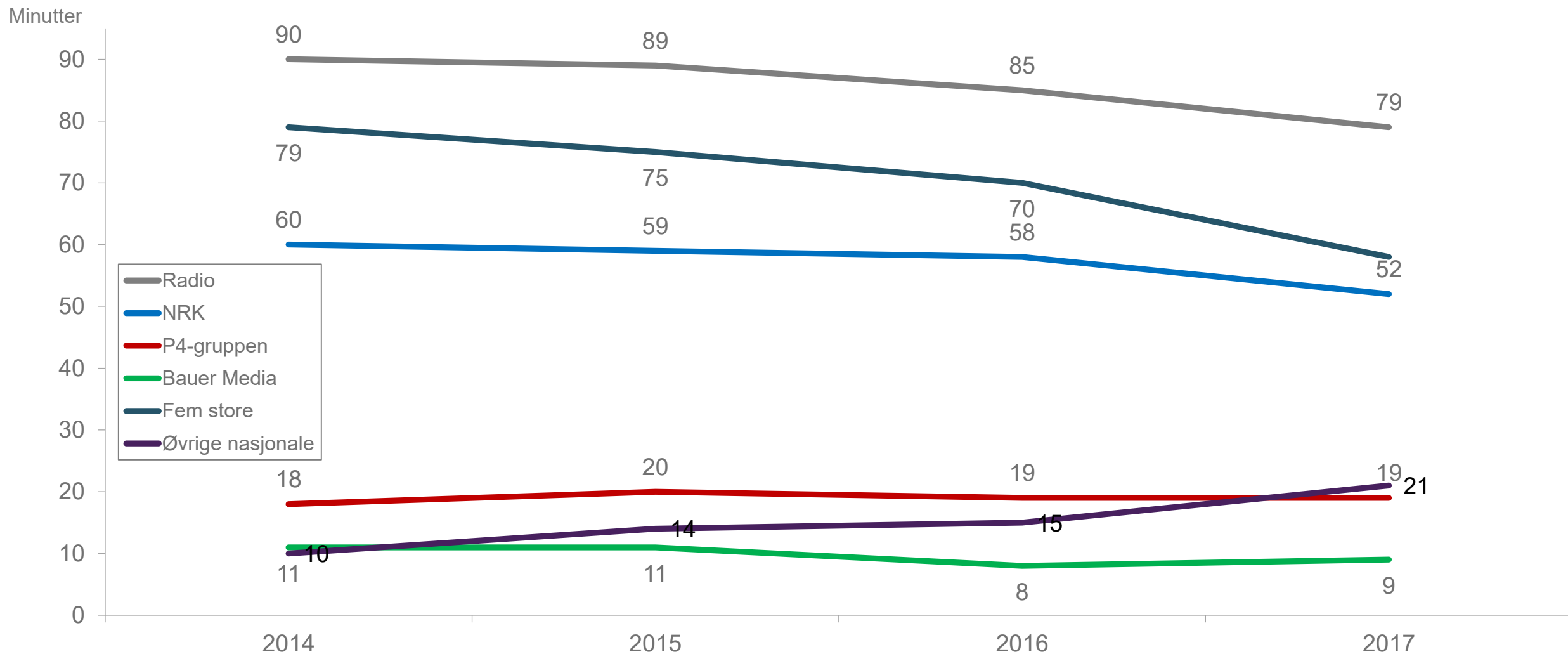
Kilde: Daglig oppslutning om avis, radio, fjernsyn, tekst-TV og Internett 1961-2016/2017.  
 Data fra Forbruker & Media fra 1994. Flerkanalsamfunnet (Lundby & Futsæter, 1993)  
 Fragmentering av medielandskapet og oppsplitting av publikum (Futsæter 1998).  
 Mobilt innhold gjelder alle norske mobile utgaver som er målt i F&M, både fra aviser, TV og andre.

# Dekning for hele Norge: *Lavere dekning* fra 2014 til 2017

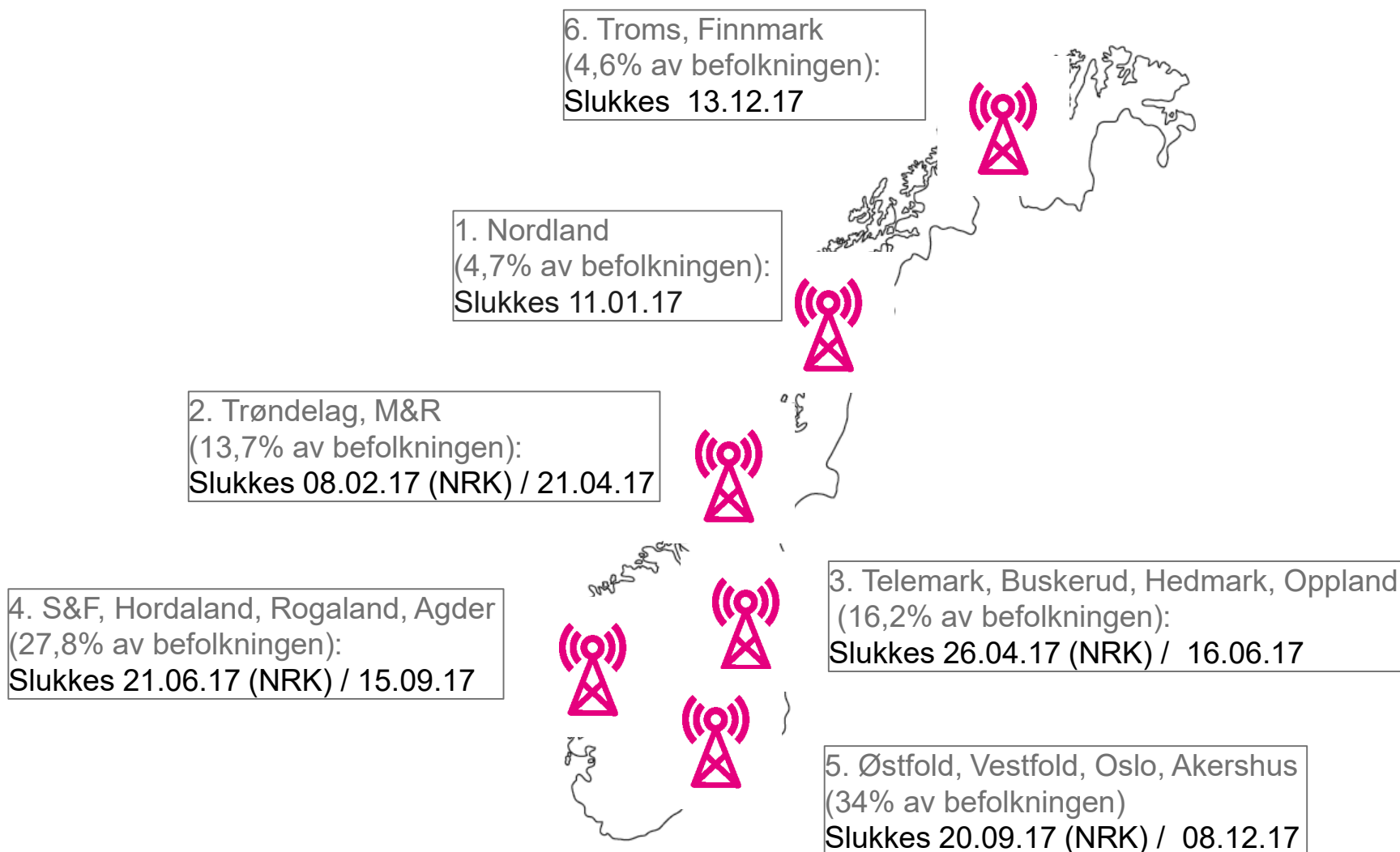


# Lavere lyttertid for de store kanalene fra 2014 til 2016

(blant hele befolkningen)



# FM-nettet (riks) slukkes i 2017

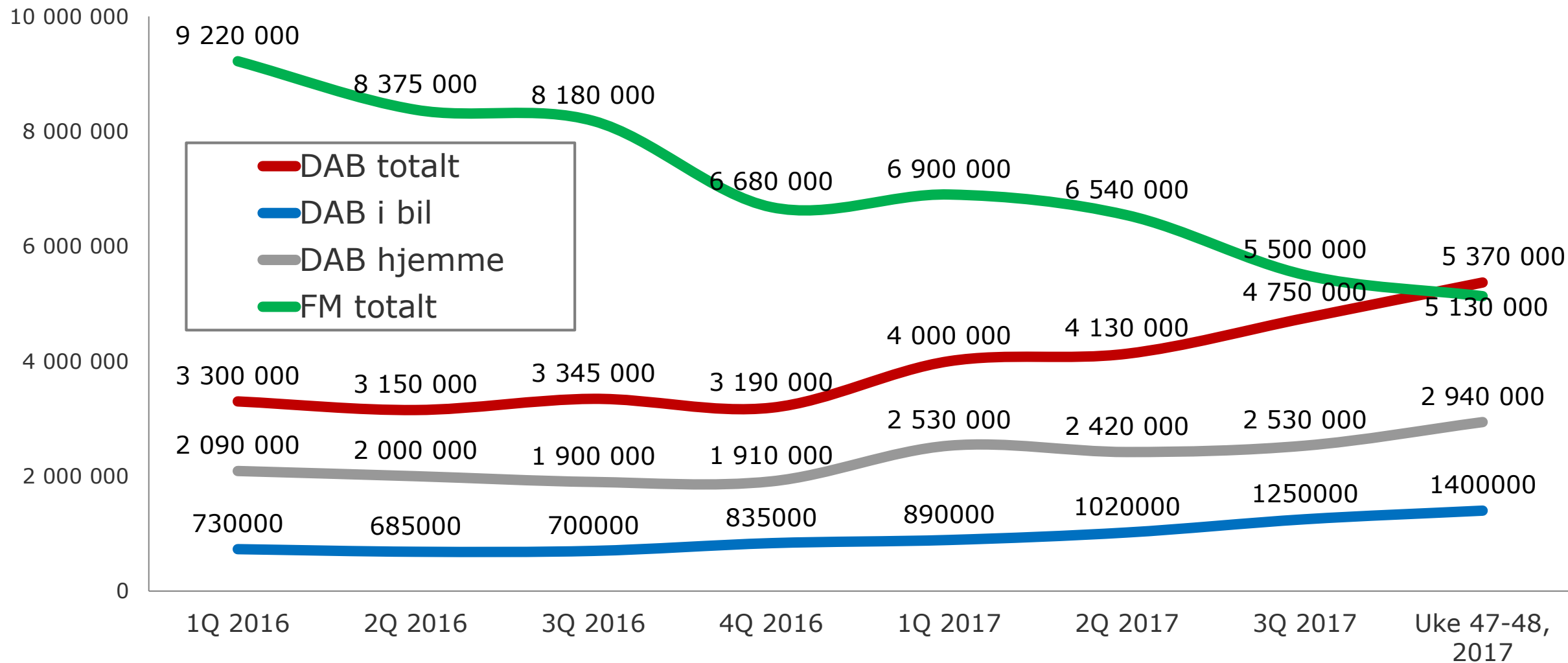




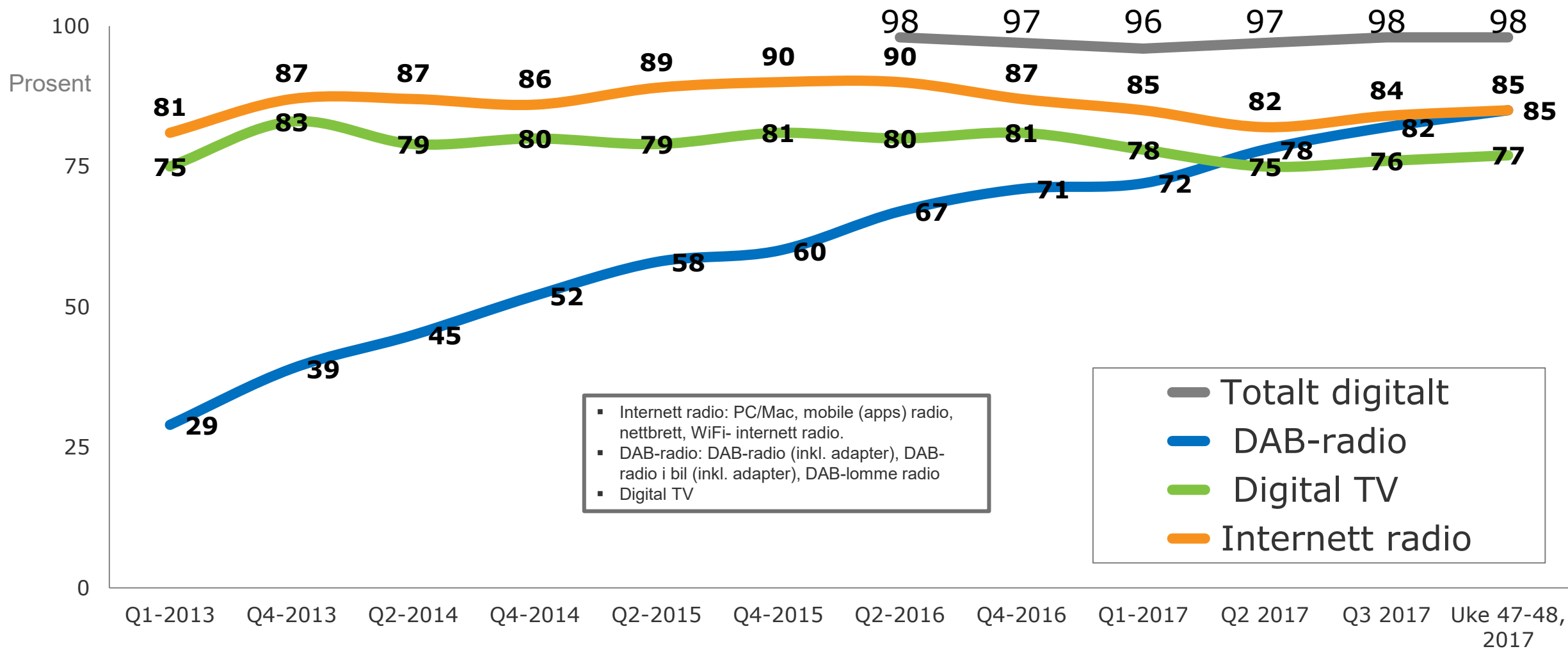
**2.**

**Tilgang og bruk av digitalt radioutstyr fra Digitalradiundersøkelsen (DRU)**

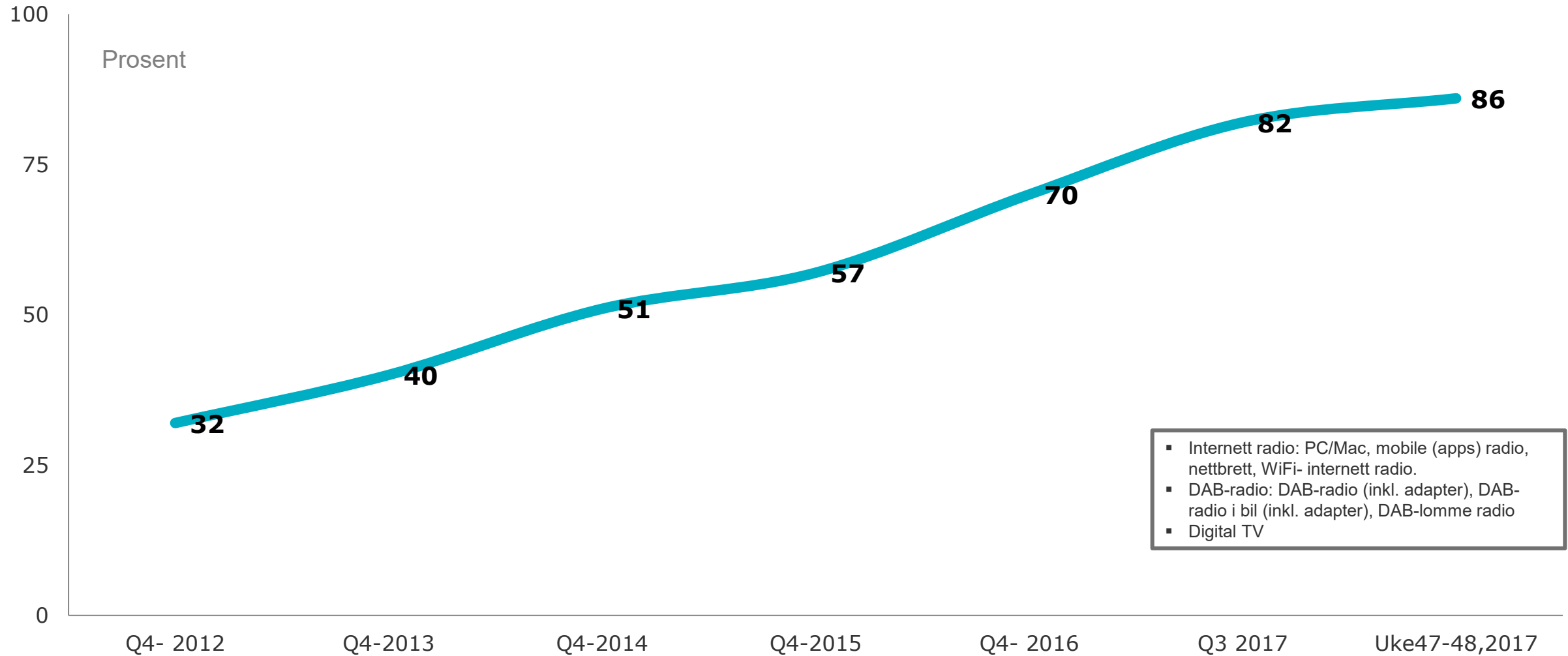
# Antall radioapparater i norske husstander



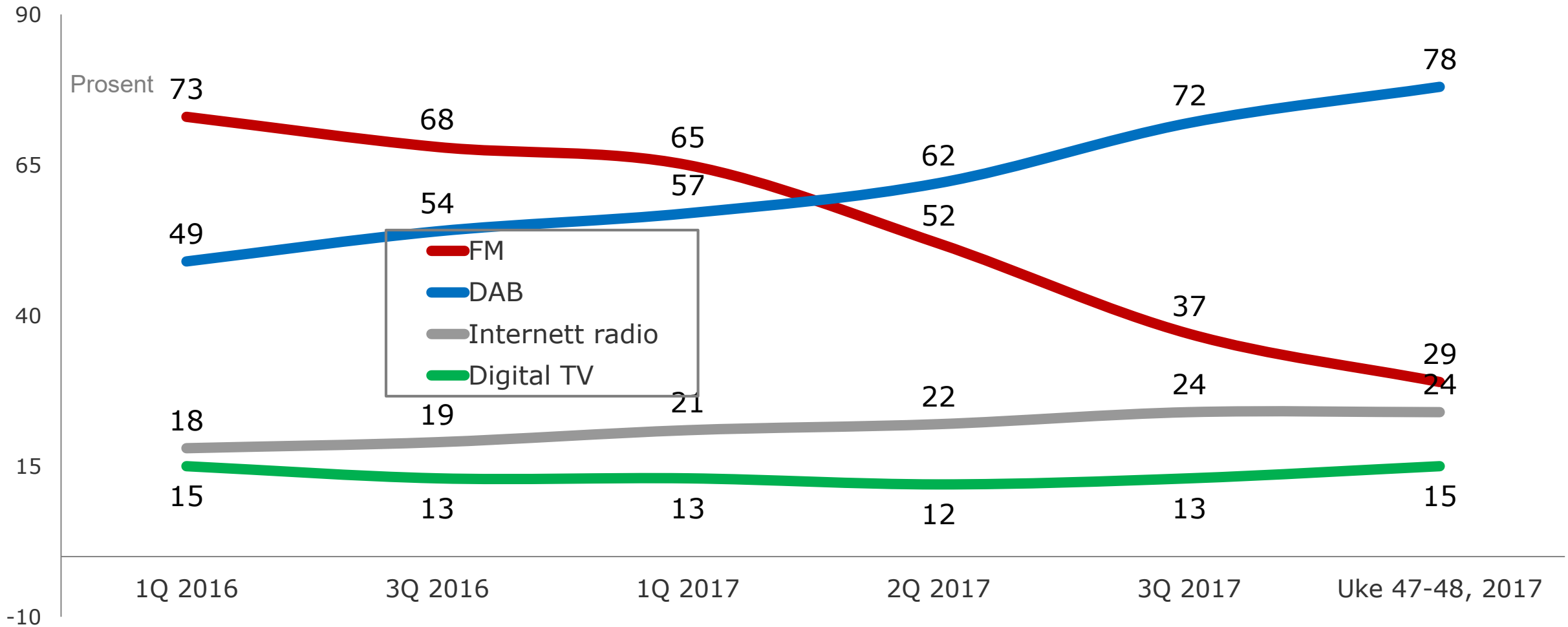
# Tilgang på *digital* radio i norske husstander



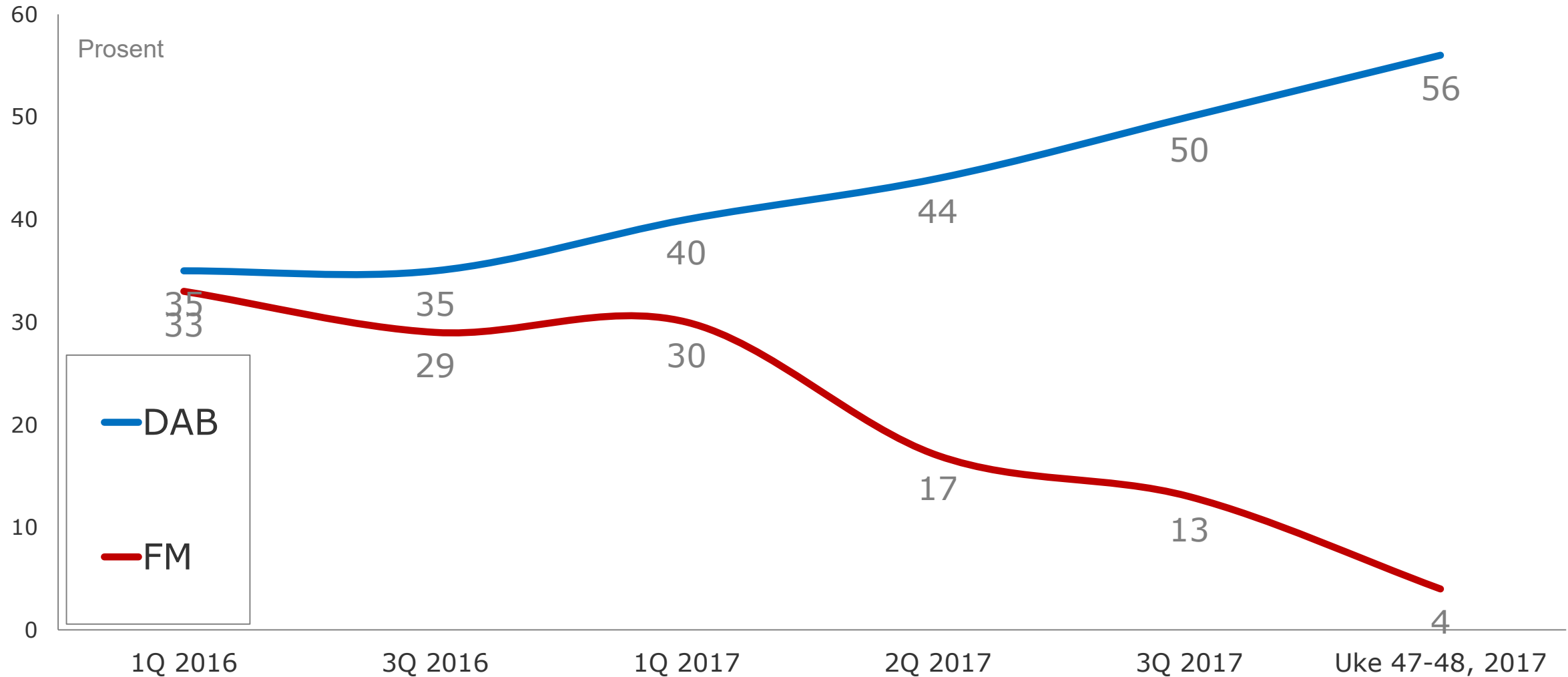
# Andelen av de daglige lytterne som lytter digitalt



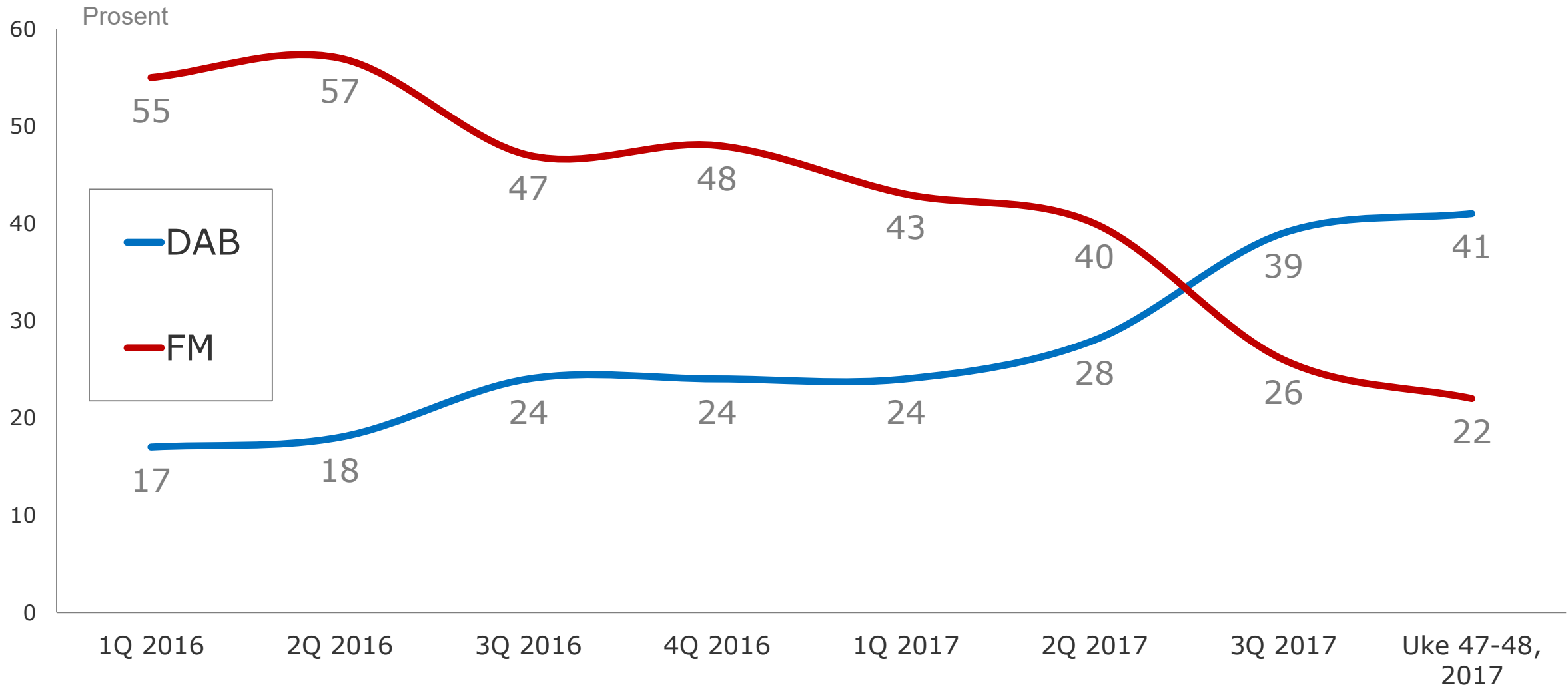
# Andelen av lytterne som bruker ulike plattformer blant de som lytter daglig



# Andelen av daglige radiolyttere som bruker FM og DAB *hjemme*



# Andelen av daglige radiolyttere som bruker FM og DAB i *bil*

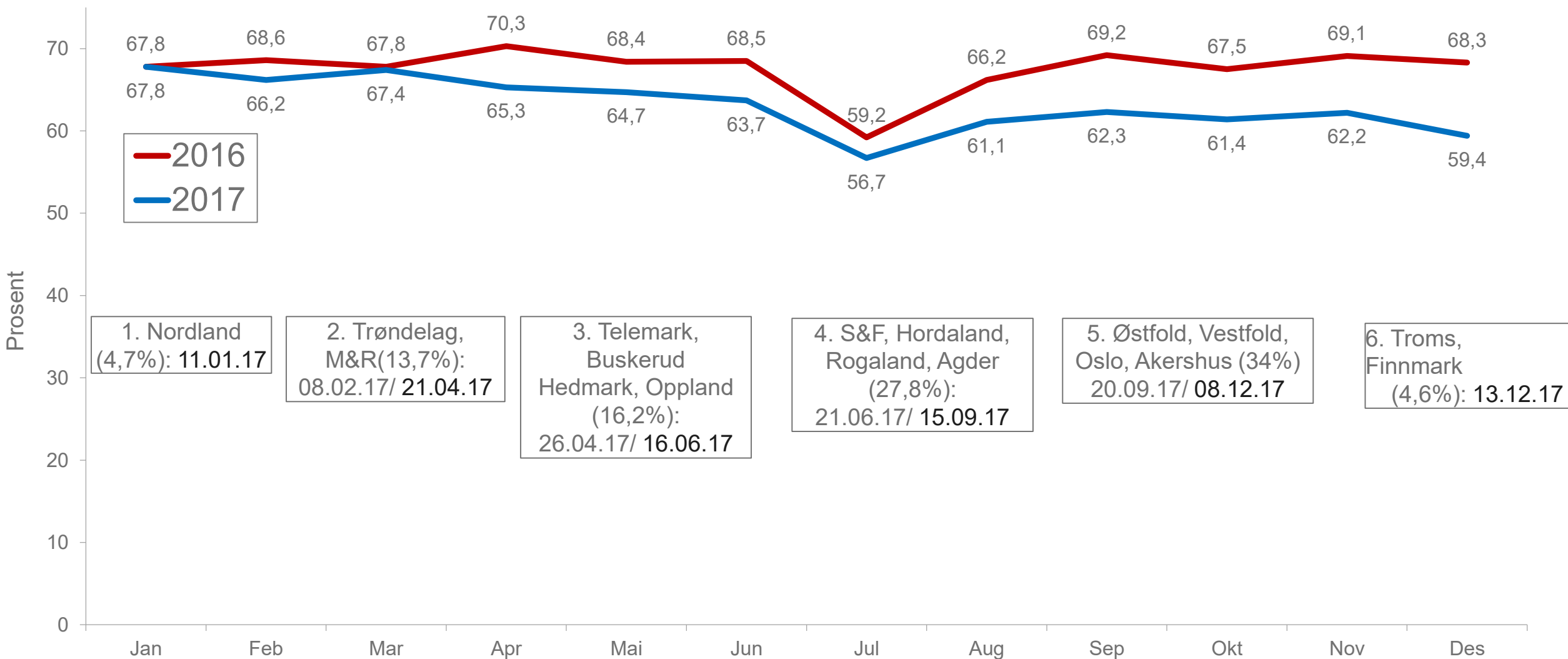


**3.**

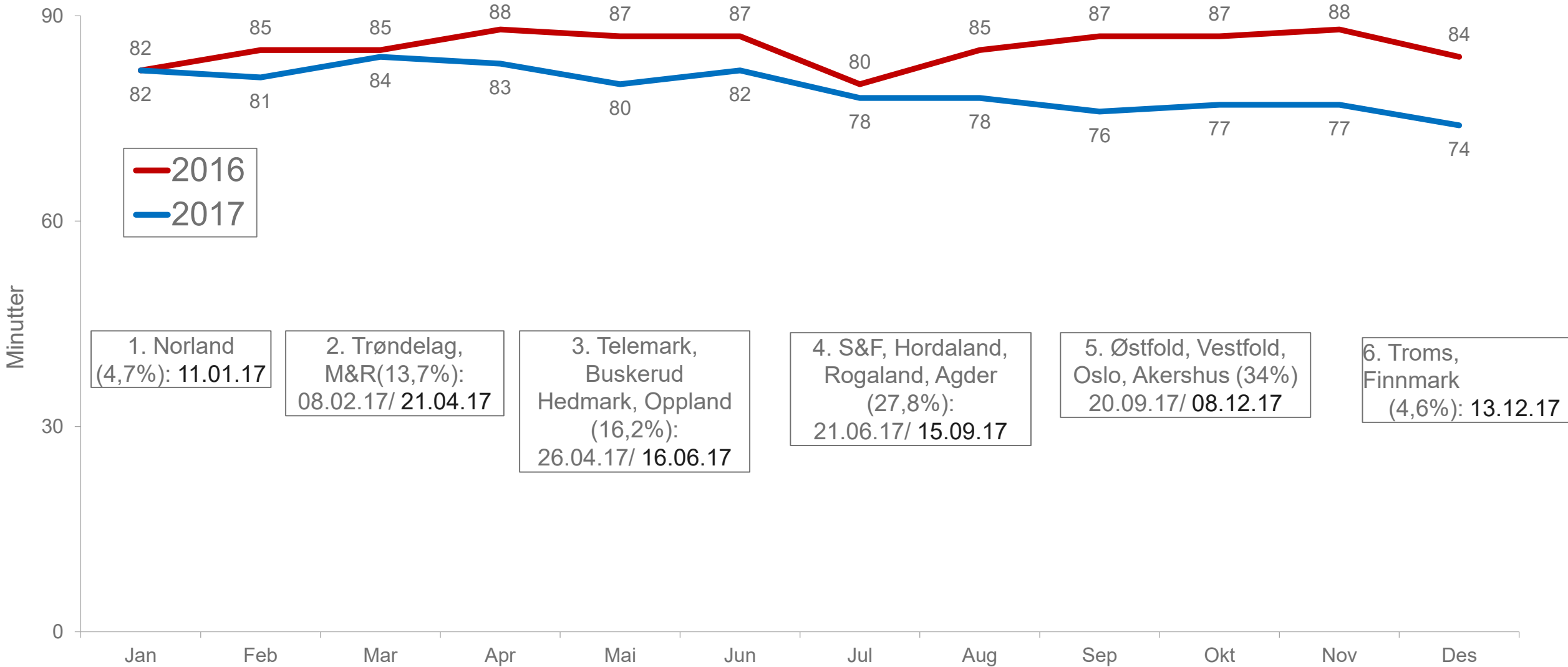
**De offisielle lyttertallene på nasjonalt nivå fra de elektroniske målingene (PPM)**



# Daglig dekning 2016 og 2017: Lavere dekning i 2017

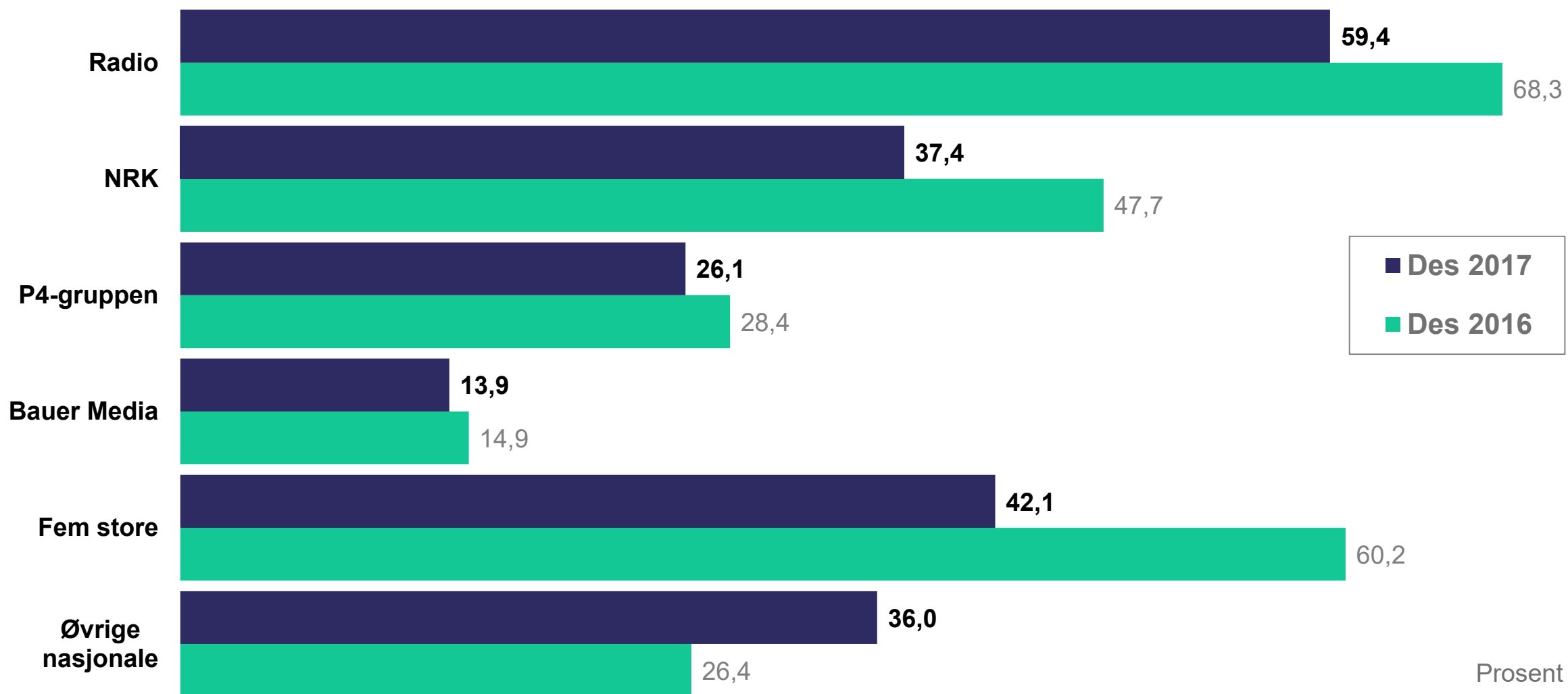


# Daglig lyttertid blant alle 2016 og 2017: Lavere lyttertid



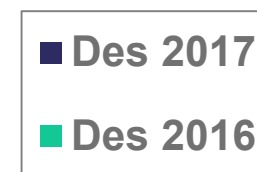
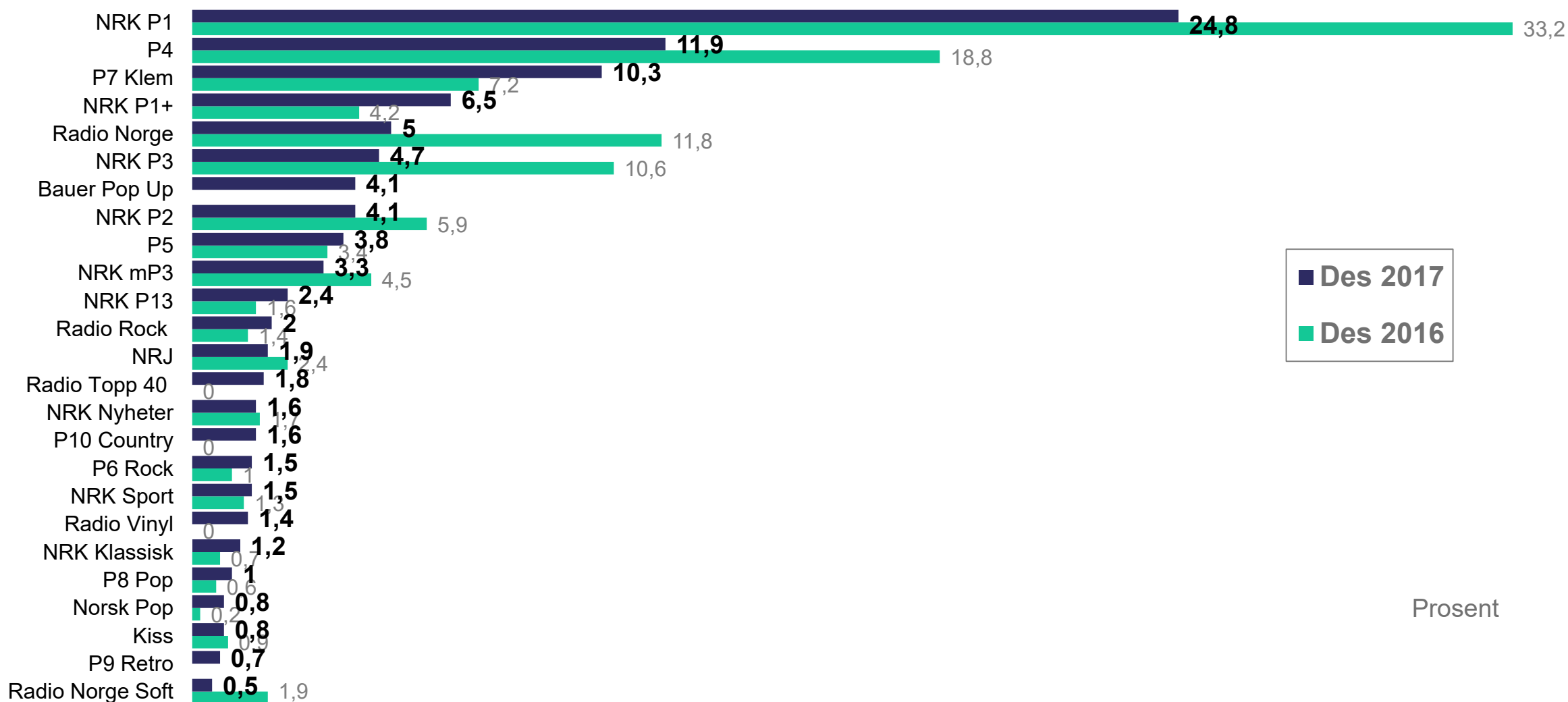
# Daglig dekning *desember*: 2016 vs. 2017:

## Lavere dekning for de fem store og høyere for de øvrige



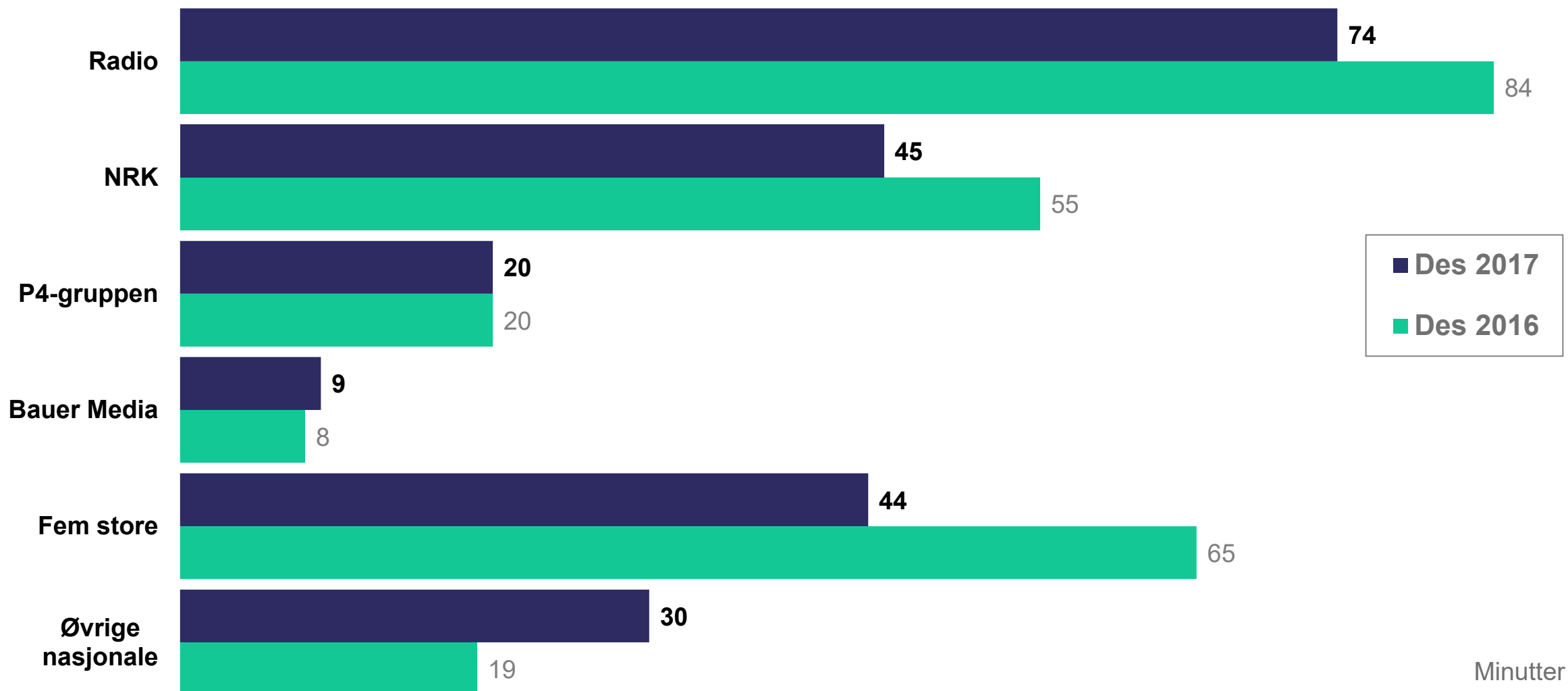
# Daglig dekning *desember*: 2016 vs. 2017:

## De store blir mindre og de mindre blir større



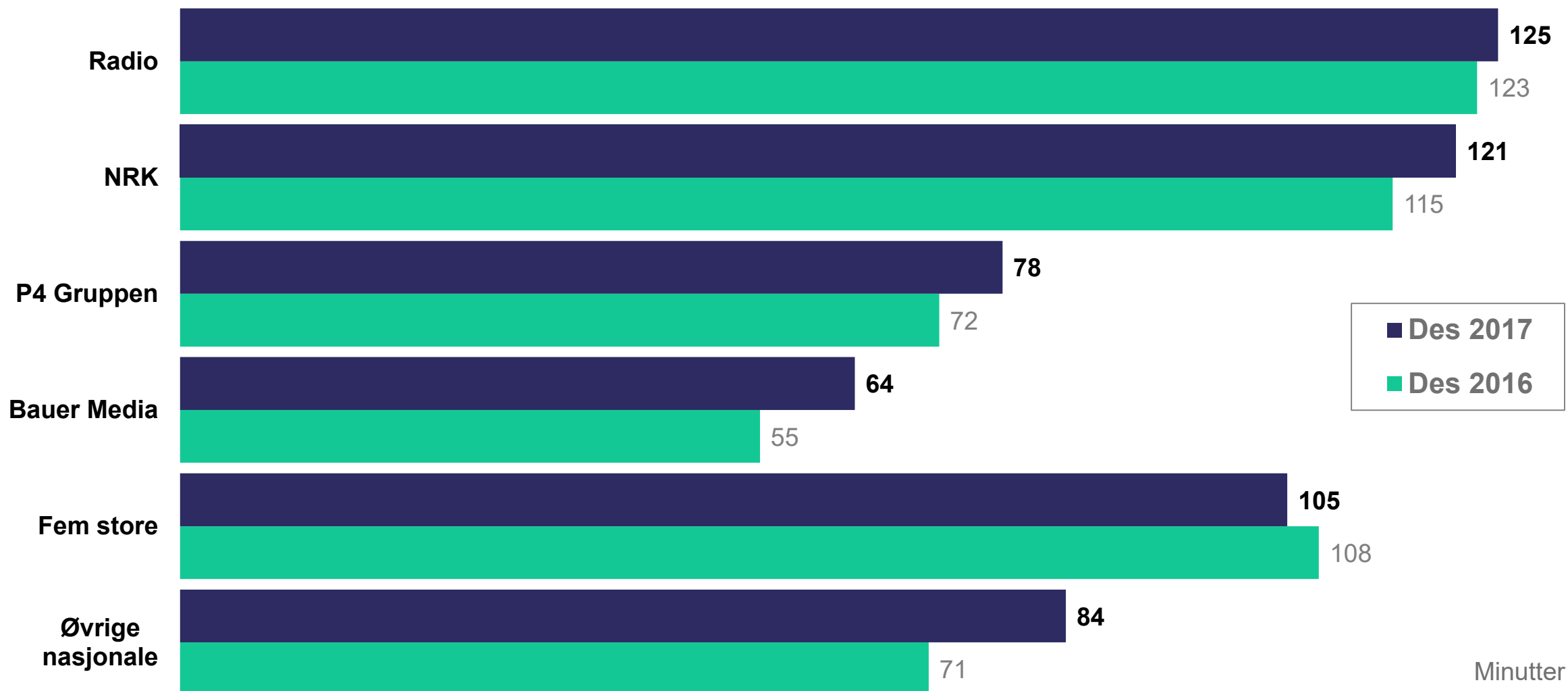
Prosent

# Daglig lyttertid blant alle *desember*: 2016 vs. 2017: Lavere lyttertid for NRK



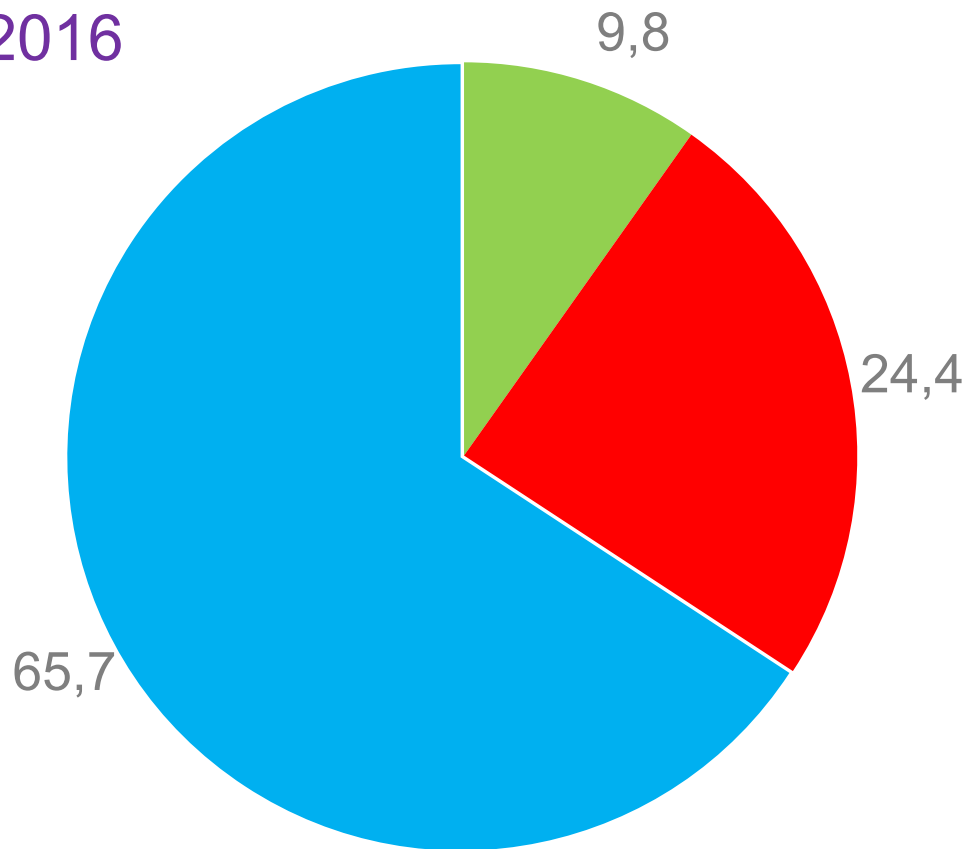
# Daglig lyttertid blant lyttere *desember*: 2016 vs. 2017

## Stabil lyttertid blant lytterne



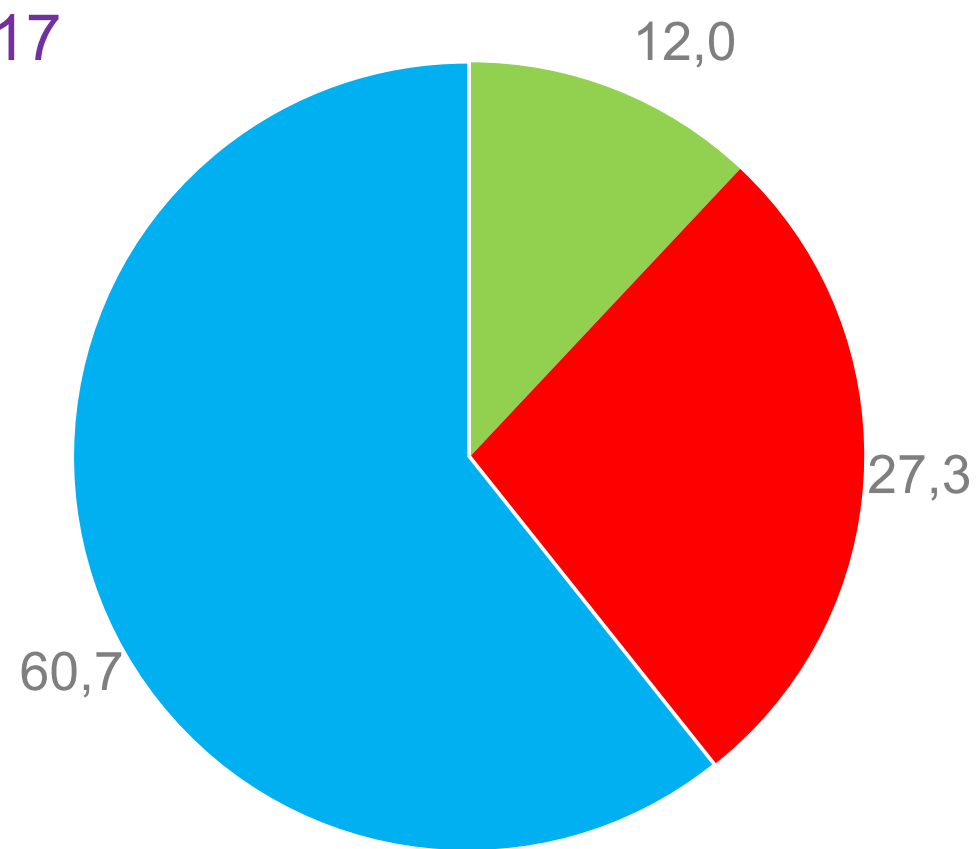
# Markedsandeler av lyttertiden *desember*: 2016 vs. 2017: NRK taper markedsandeler til P4-gruppen og Bauer Media

2016



■ Bauer Media ■ P4-gruppen ■ NRK

2017



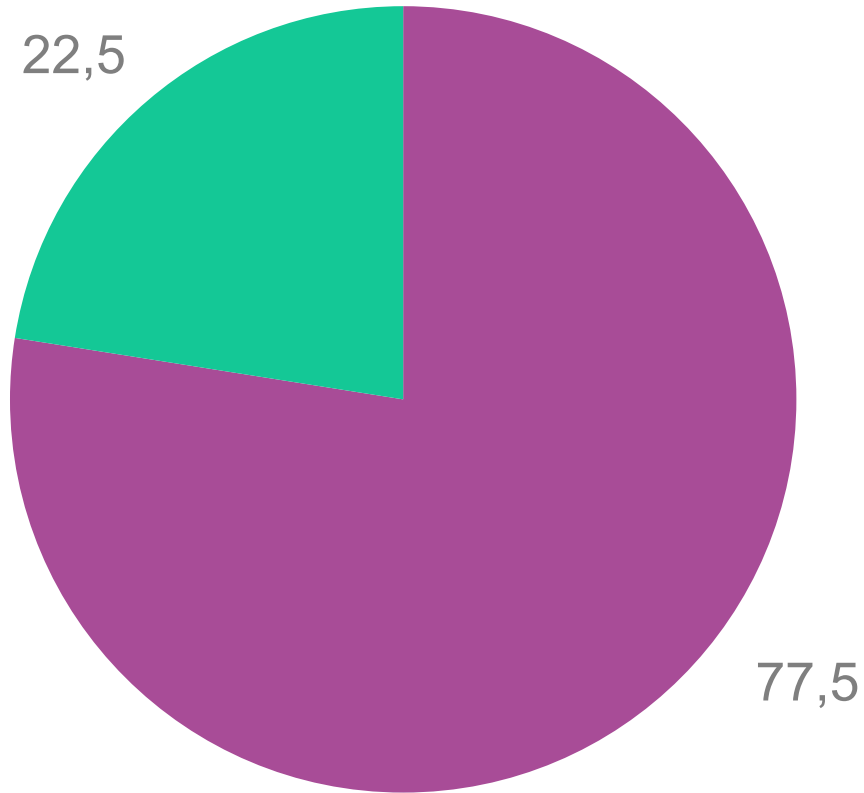
■ Bauer Media ■ P4-gruppen ■ NRK

Prosent

# Markedsandeler av lyttertiden *desember*: 2016 vs. 2017:

## De store blir mindre og de mindre blir større

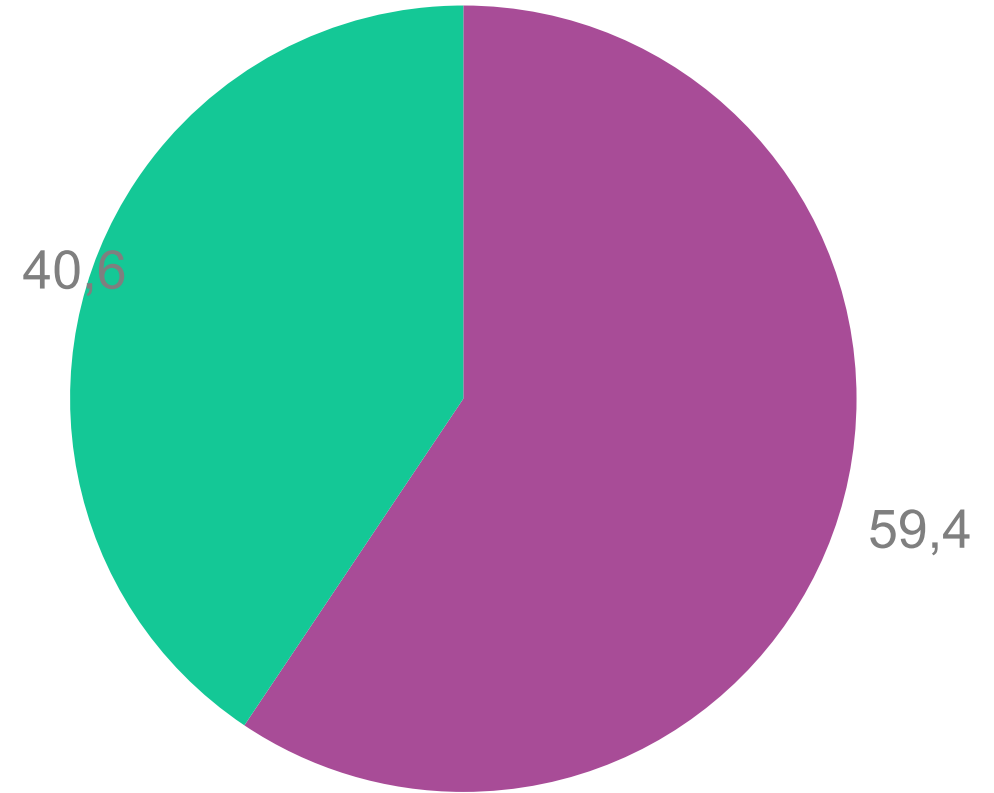
2016



■ Fem store

■ Øvrige

2017



■ Fem store

■ Øvrige

Prosent

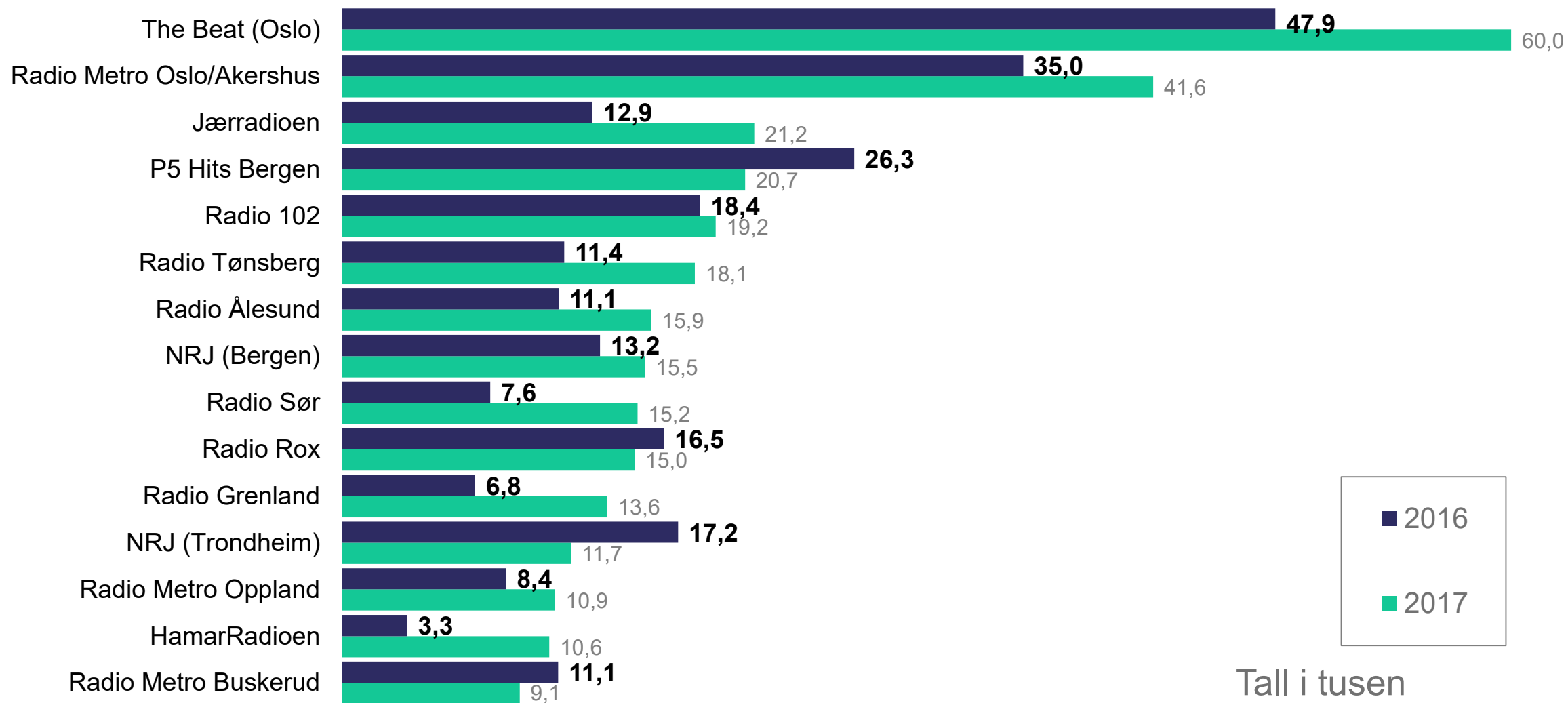


**4.**

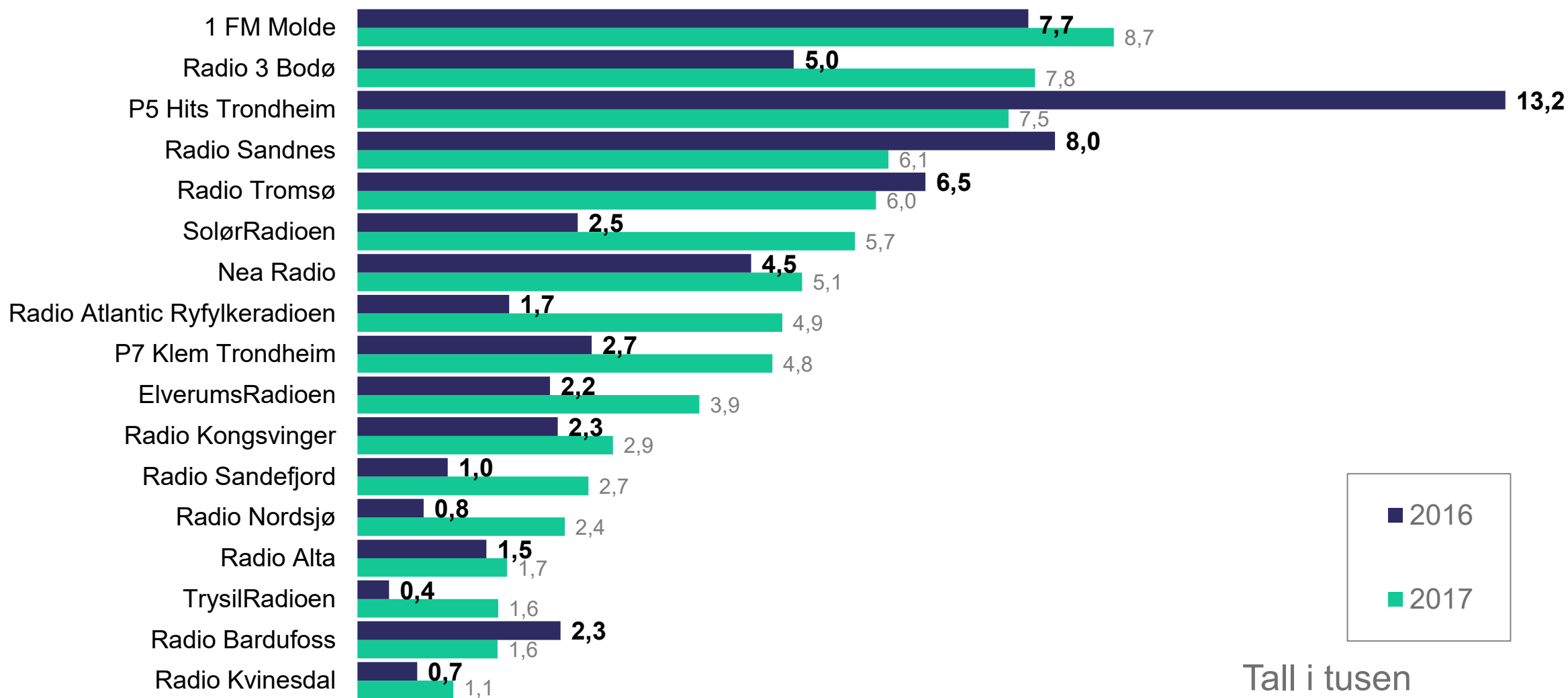
**De offisielle lyttertallene på regionalt nivå fra Forbruker & Media (CATI)**

# Topp 30 Norges største lokalradio stasjoner (1):

Daglig dekning med tall i tusen: *20% vekst for målte stasjoner*

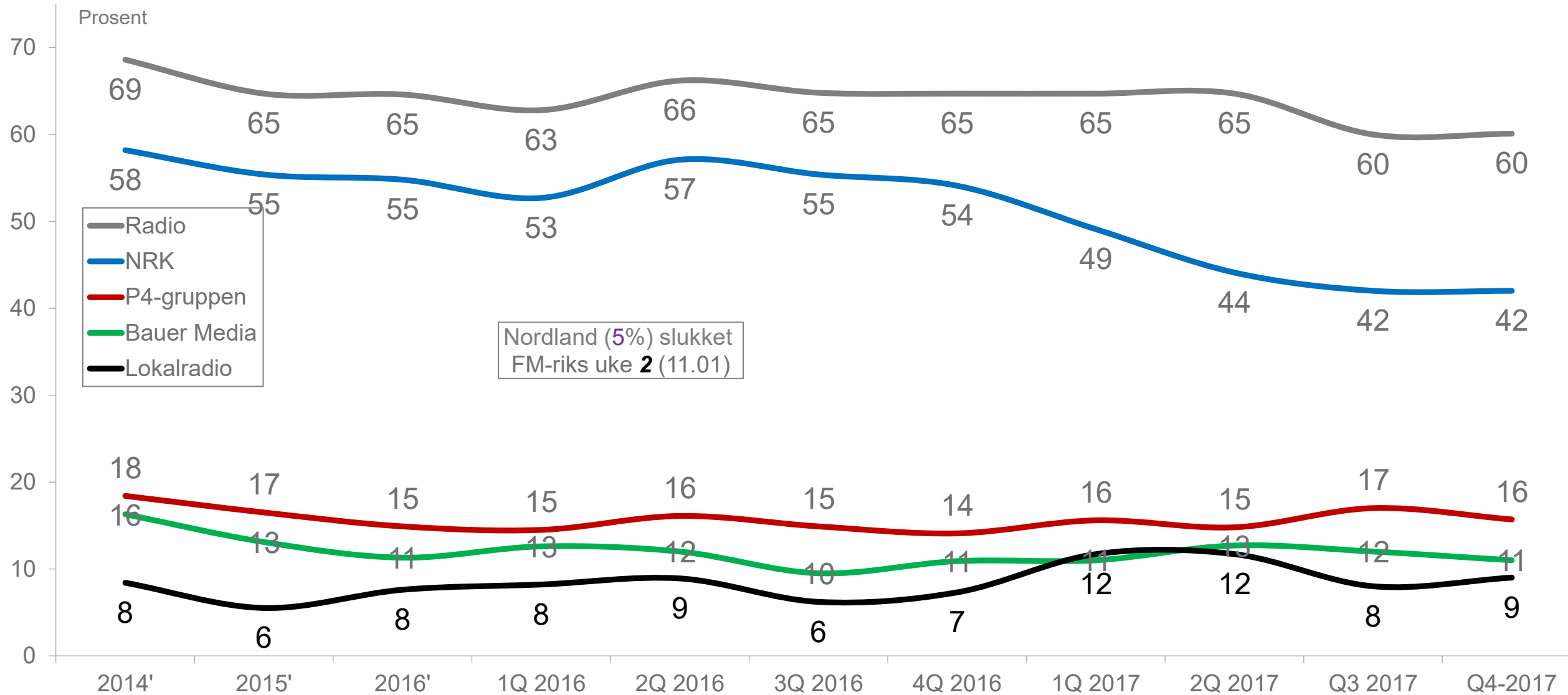


# Topp 30 Norges største lokalradio stasjoner (2): Daglig dekning med tall i tusen

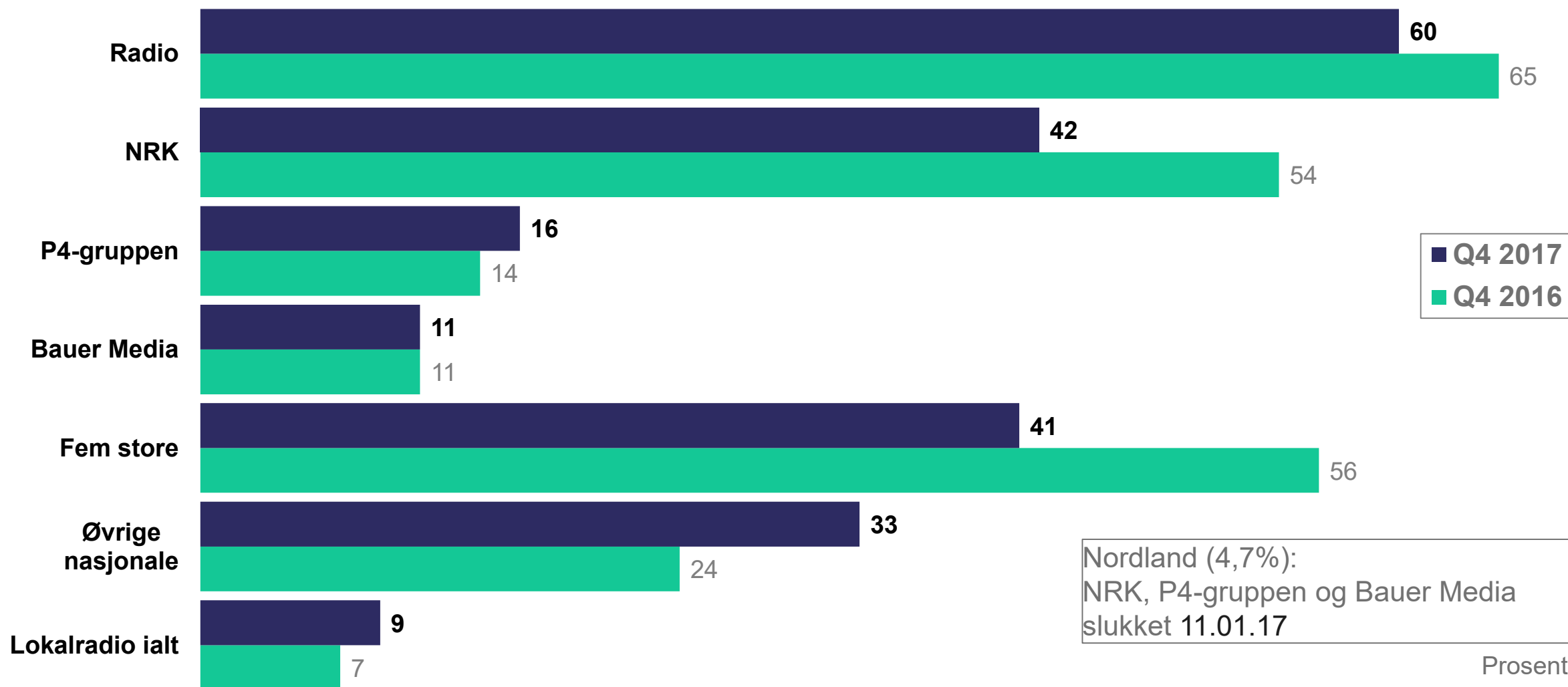


Tall i tusen

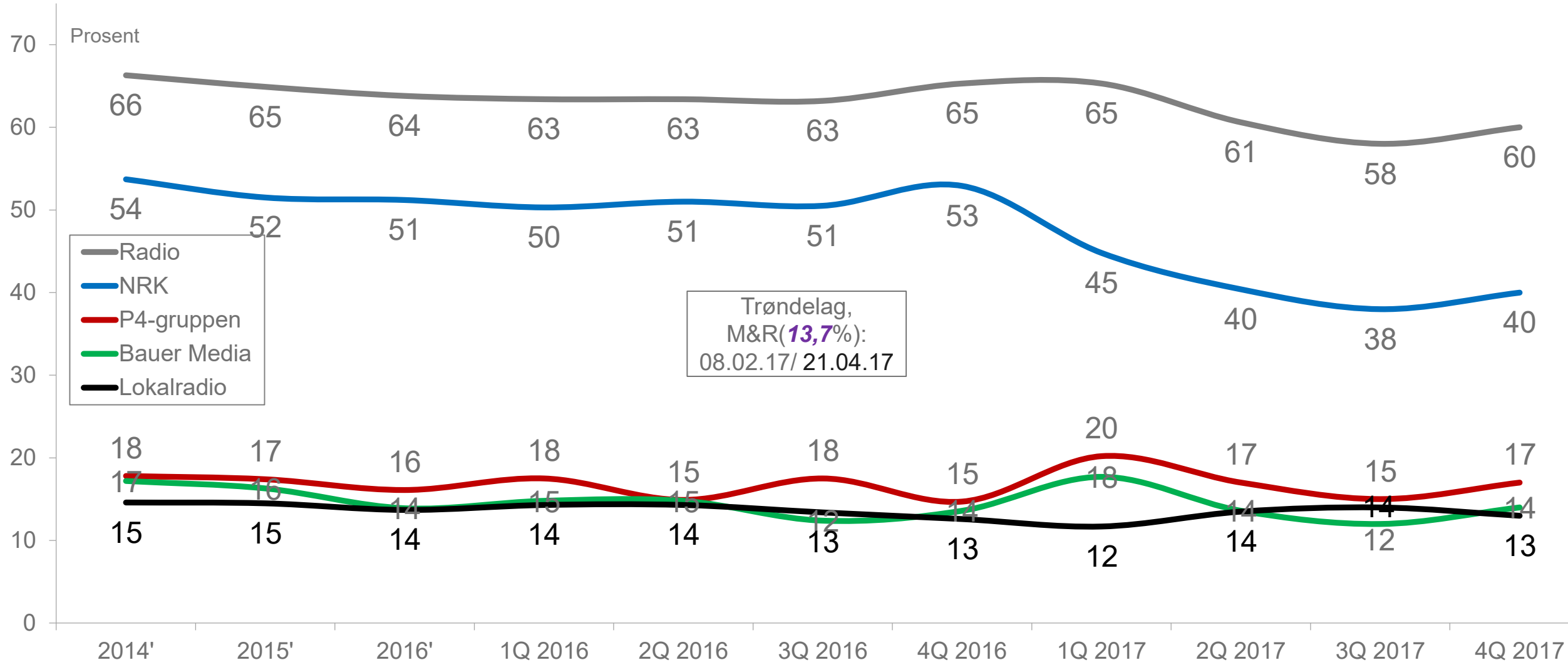
# Daglig dekning (CATI, alle ukedager) for slukkeregion 1: *Nordland*



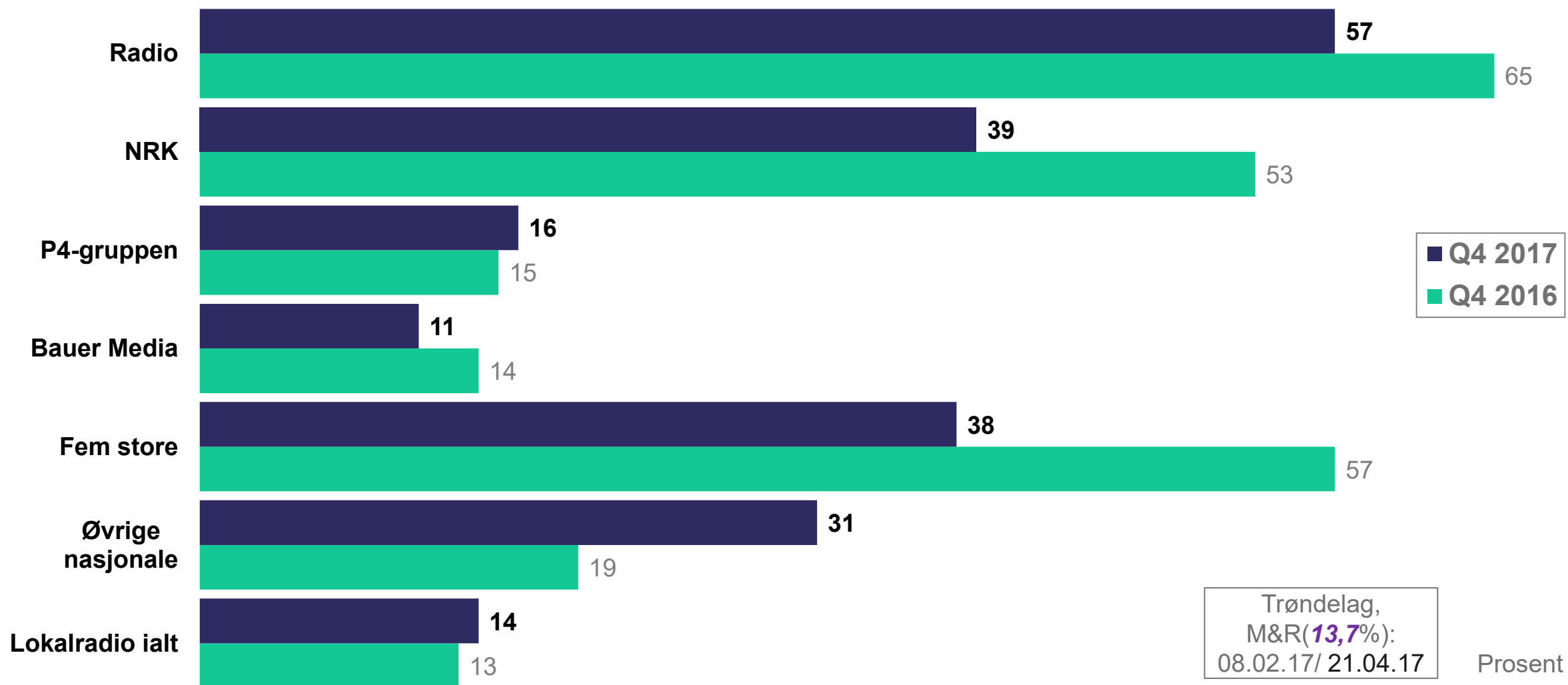
# Daglig dekning 4Q 2016 og 4Q 2017 (F&M CATI, alle ukedager): *Slukkeregion 1: Nordland*



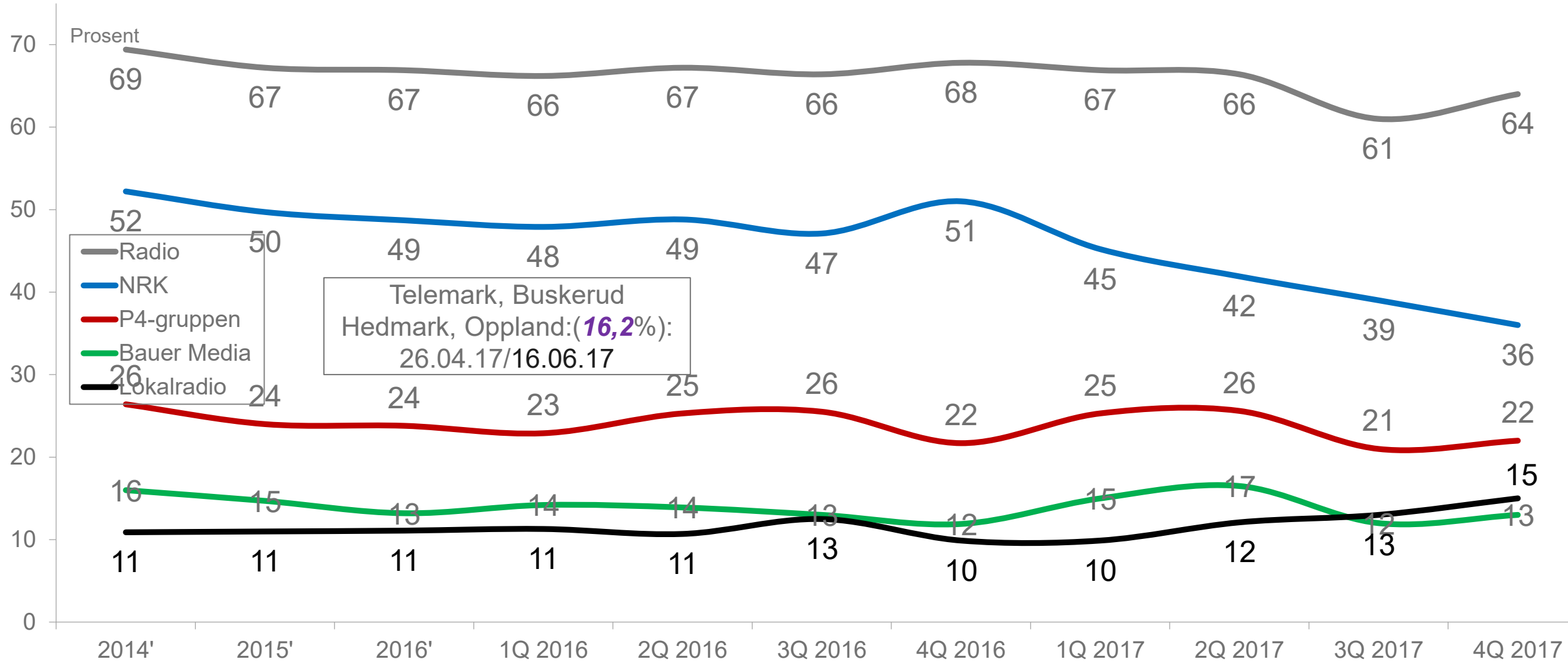
# Daglig dekning (CATI, alle ukedager) for slukkeregion 2: Trøndelag, Møre og Romsdal



# Daglig dekning 4Q 2016 og 4Q 2017 (F&M CATI, alle ukedager): *Slukkeregion 2: Trøndelag, Møre og Romsdal*

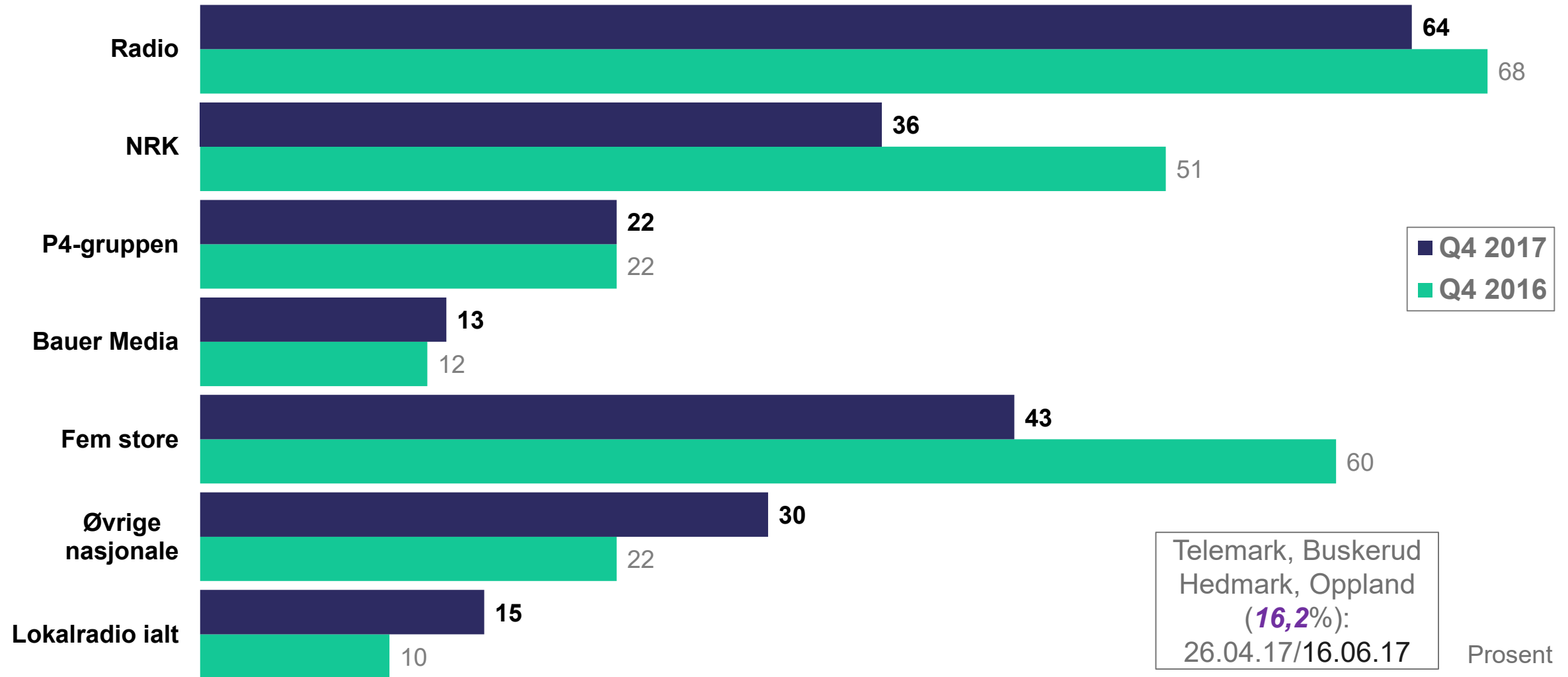


# Daglig dekning (CATI, alle ukedager) for slukkeregion 3: Telemark, Buskerud, Hedmark, Oppland

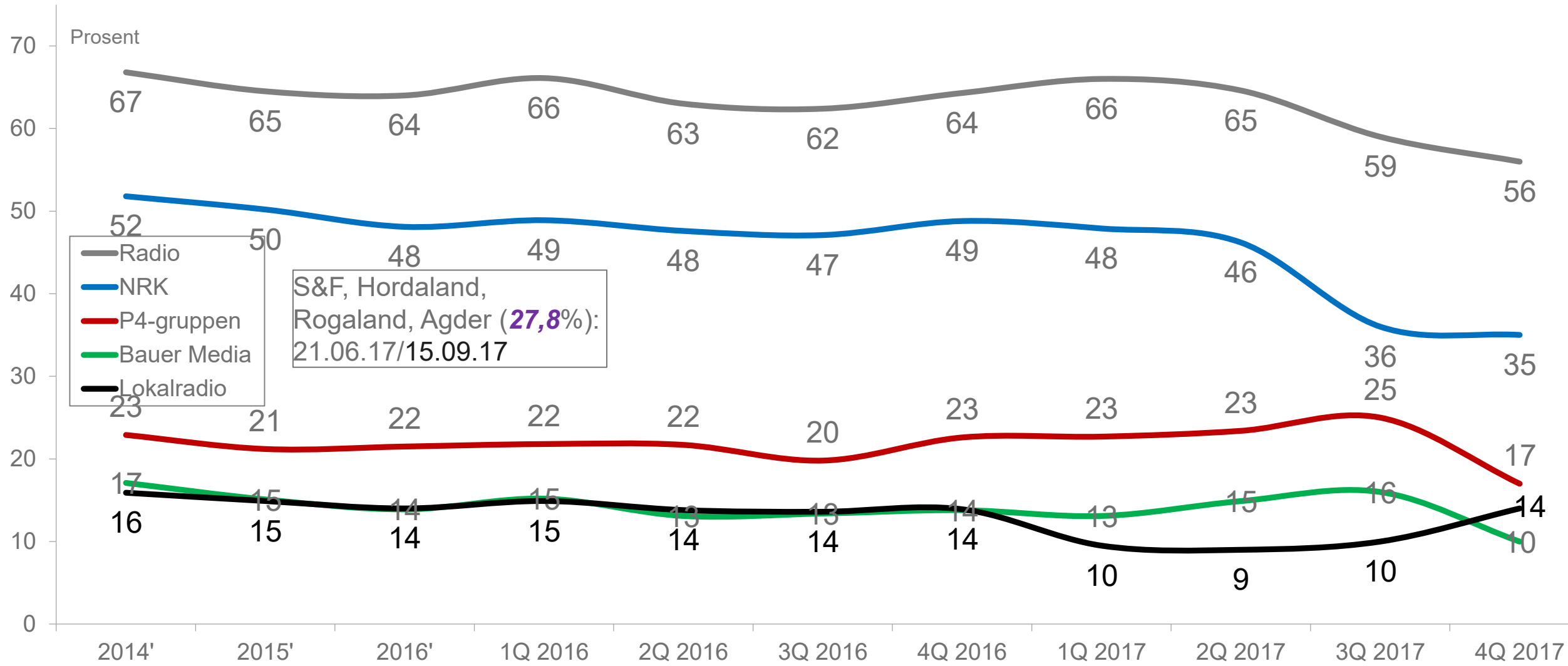




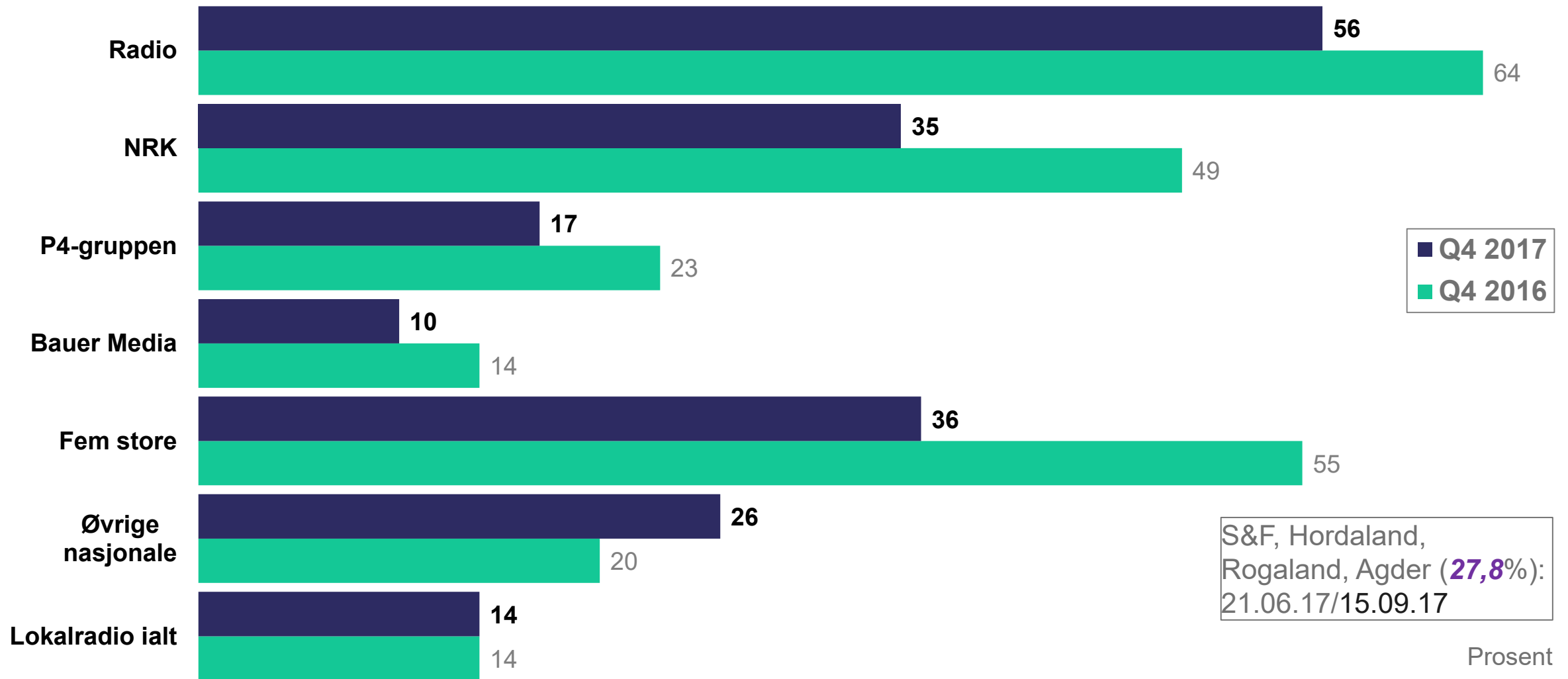
# Daglig dekning (CATI, alle ukedager) for slukkeregion 3: Telemark, Buskerud, Hedmark, Oppland



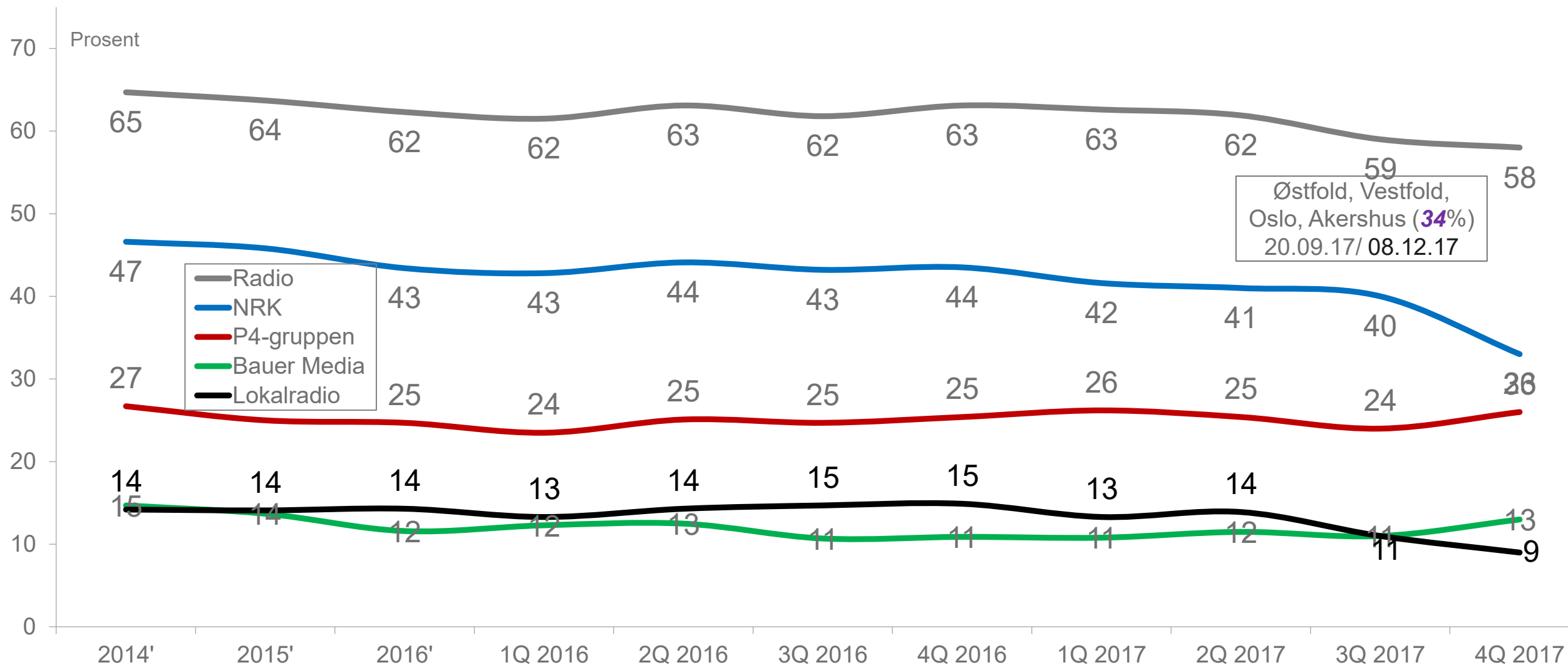
# Daglig dekning (CATI, alle ukedager) for slukkeregion 4: Sogn og Fjordane, Hordaland, Rogaland og Agder



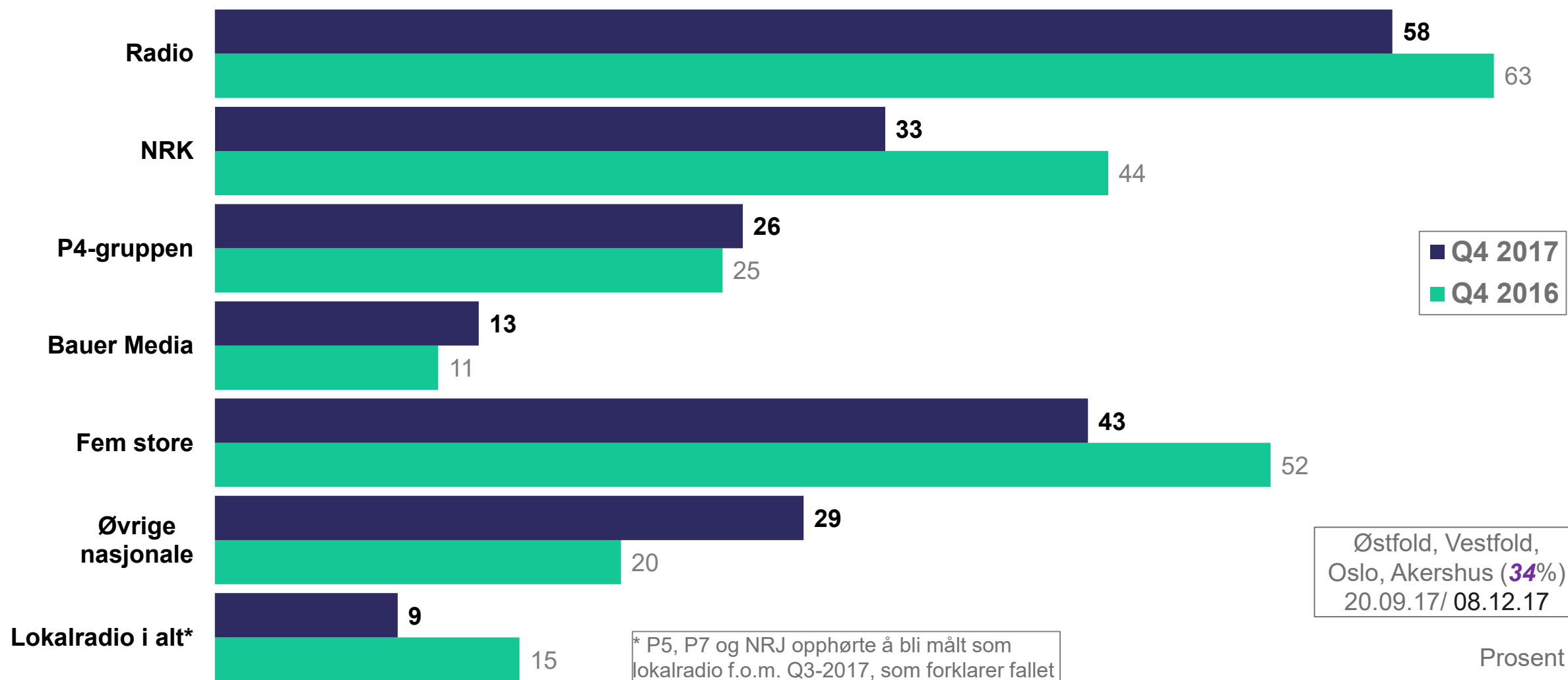
# Daglig dekning (CATI, alle ukedager) for slukkerregion 4: Sogn og Fjordane, Hordaland, Rogaland og Agder



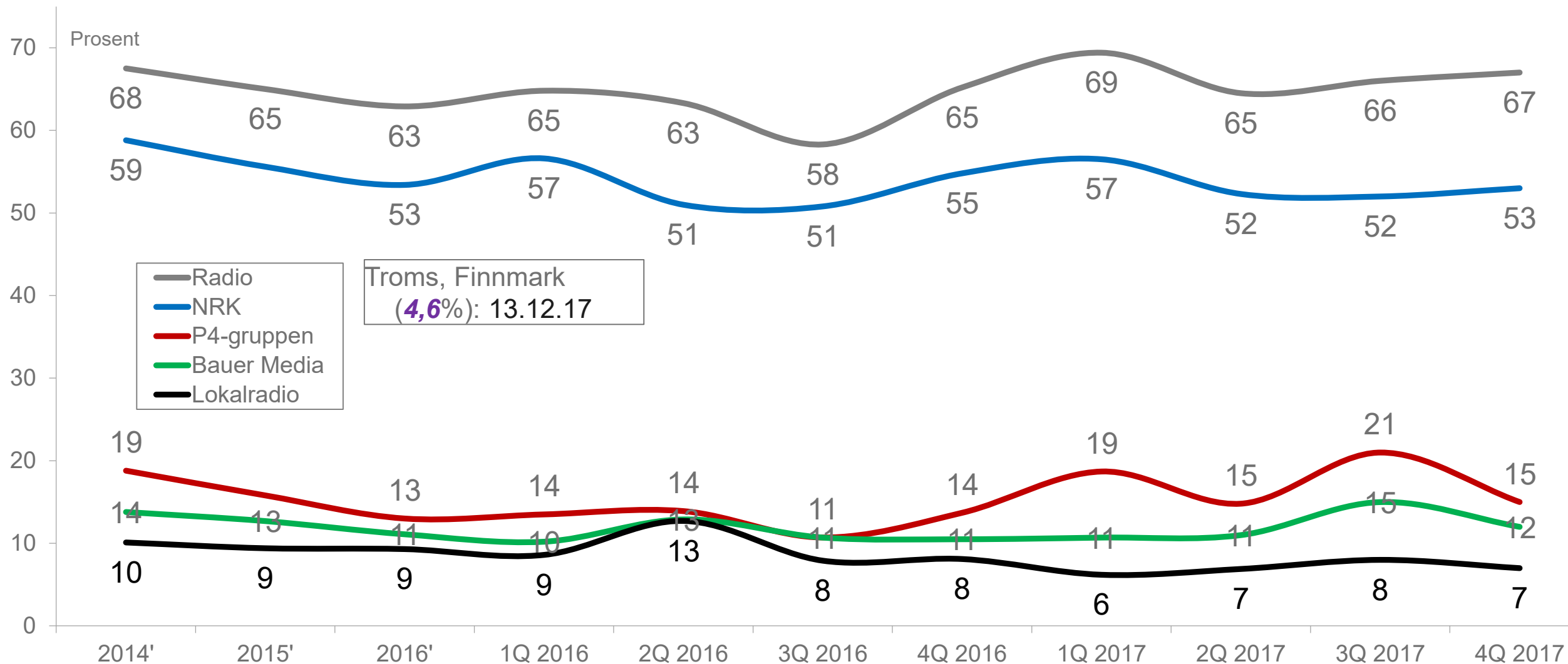
# Daglig dekning (CATI, alle ukedager) for slukkeregion 5: Østfold, Vestfold, Oslo, Akershus



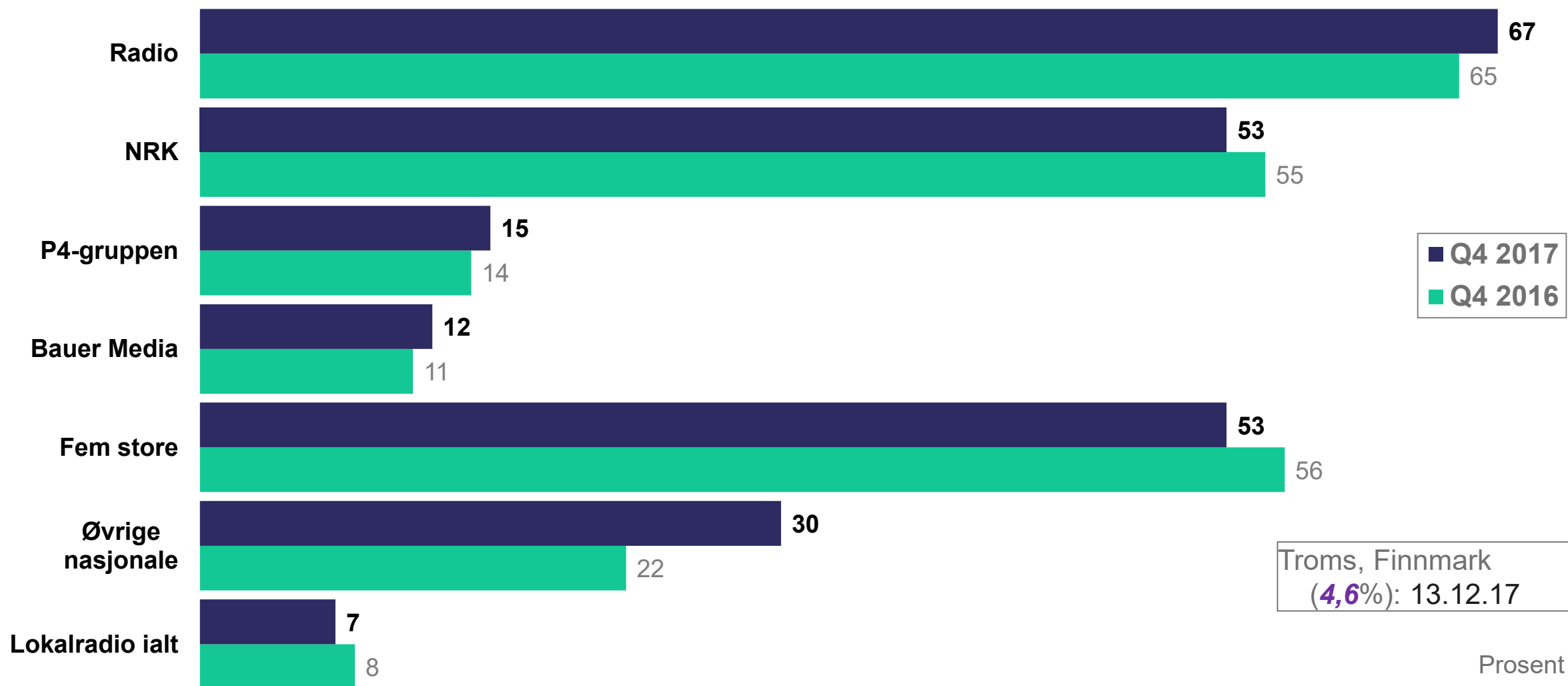
# Daglig dekning (CATI, alle ukedager) for slukkeregion 5: Østfold, Vestfold, Oslo, Akershus



# Daglig dekning (CATI, alle ukedager) for slukkeregion 6: Troms, Finnmark



# Daglig dekning (CATI, alle ukedager) for slukkeregion 6: Troms, Finnmark



**4.**

**De offisielle lyttertallene på regionalt nivå fra Forbruker & Media (CATI)**



# Oppsummering: Regionalt 4Q 2017 vs. 4Q 2016 (1)

## Region 1: *Nordland*

- Det er færre som lytter på radio i 4Q 2017 enn i 4Q 2016.
- Det er færre som lytter på NRK og de fem store nasjonale kanalene, mens det er flere som lytter på de øvrige nasjonale kanalene.
- P4-gruppen og Bauer Media har totalt sett en stabil utvikling.

## Region 2: *Trøndelag, Møre og Romsdal*

- Det er noen færre som lytter på radio i 4Q 2017 enn i 4Q 2016.
- Det er færre som lytter på NRK og de fem store nasjonale kanalene, mens det er flere som lytter på de øvrige nasjonale kanalene.

## Region 3: *Telemark, Buskerud, Hedmark, Oppland*

- Det er færre som lytter på radio i 4Q 2017 enn i 4Q 2016.
- Det er færre som lytter på NRK og de fem store nasjonale kanalene, mens det er flere som lytter på de øvrige nasjonale kanalene.
- P4-gruppen og Bauer Media har totalt sett en stabil utvikling.

## Region 4: *Sogn og Fjordane, Hordaland, Rogaland og Agder*

- Det er færre som lytter på NRK og de fem store nasjonale kanalene, mens det er flere som lytter på de øvrige nasjonale kanalene.
- Det er også færre som lytter til P4-gruppen og Bauer Media.

# Oppsummering: Regionalt 4Q 2017 vs. 4Q 2016 (2)

## Region 5: *Østfold, Vestfold, Oslo, Akershus*

- Det er færre som lytter på radio i 4Q 2017 enn i 4Q 2016.
- Det er færre som lytter på NRK og de fem store nasjonale kanalene, mens det er flere som lytter på de øvrige nasjonale kanalene.

## Region 6: *Troms, Finnmark*

- Det er flere som lytter på radio i 4Q 2017 enn i 4Q 2016.
- Det er flere som lytter på de mindre nasjonale kanalene.
- P4-gruppen og Bauer Media har totalt sett en stabil utvikling.

# Oppsummering: Regionalt: *Vekst på 20% for lokalradio*

## Regional oppsummering: 4Q 2017 vs. 4Q 2016

- Det er samlet sett en tilbakegang i daglig dekning.
- NRK taper lyttere i alle regioner.
- P4-gruppen og Bauer Media har stort sett en stabil utvikling.
- Det er færre som lytter på de fem store nasjonale kanalene, mens det er flere som lytter på de mindre nasjonale kanalene.
- Lokalradioene har samlet en stabil utvikling i noen regioner, tilbakegang i noen og vekst i noen.

## Vekst for mange målte lokalradioer

- De fleste målte lokalradioene har en stabil utvikling eller vekst, og samlet de *en vekst på 20%* mht daglig dekning fra 2016 til 2017.
- *Flere lokalradioer har opplevd en sterk vekst* etter at de riksdekkende nasjonale kanalene har slukket FM-sendingene (se bilde 26-27).

5.

**Oppsummering og kommentarer**

# Oppsummering nasjonalt: Færre lytter på radio, men flere lyttere på de nye mindre kanalene

- Alle de tradisjonelle mediekanalene TV, radio, papiraviser og magasiner har tapt brukere de siste årene (F&M).
  - Både daglig dekning og lyttertid ble redusert fra 2014 til 2016, altså før FM-slukningen startet.
  - Stadig flere husstander skaffer seg DAB hjemme og andre steder. 85% av dem har minst en DAB radio.
  - Hele 98% oppgir at de har mulighet til å lytte digitalt.
  - 86% av den daglig radiolyttingen foregår via digitale enheter.
  - Radiolyttingen hittil i år er *som forventet* lavere enn i 2016\*. Avstanden er størst i 4.kvartal, men man kan forvente økt vekst i løpet av 2018.
- Det er primært tap i daglig dekning som forklarer nedgangen i lyttertiden. Lyttertiden blant lyttere er går stort sett fram.
  - NRK har både færre lyttere og lavere lyttertid i desember 2017 sammenlignet med desember 2016. Dette er også som forventet siden NRK slukket sine FM-signal 2-3 måneder før P4-gruppen og Bauer Media.
  - NRK taper markedsandeler til P4-gruppen og Bauer Media.
  - De fem største kanalene har betydelig færre lyttere og andeler av den samlede lyttertiden, mens de øvrige nasjonale kanalene har sterk vekst, når vi sammenligner 2017 med 2016. Denne utviklingen opplevde vi også når TV-markedet ble digitalisert.