



2021-01-11 16:51 CET

Bauer Medias månadsbrev och årssammanfattning

2020 blev ett annorlunda år och innebar en stor omställning för många och vår vardag. 2020 har varit ett nyhetsintensivt år innehållandes av bland annat pandemi och USA-val och intresset för nyhetsbevakning har varit stort. Medan en del räckviddsmedier har haft svårt att uppnå samma räckviddsnivåer under 2020 som 2019 år så har konsumtionen av radio varit stabil under 2020 och endast tappat -0,6% på veckoräckvidden (7 417 000) jämfört med föregående år. Sveriges Radio hade även haft ett stabilt år 2020 med en 0% förändring av veckoräckvidden (6 124 000) jämfört med 2019.

I tider där efterfrågan av nyheter ökar så ökar SR ofta sina lyssnarandelar gentemot kommersiell radio vilket inte var ett undantag för året 2020. Att det totala radiolyssnandet står stabilt 2020 trots att SR har en oförändrad veckoräckvidd jämfört med föregående år och kommersiell radio har minskat sin veckoräckvidd under 2020 med -10% (5 465 000) jämfört med 2019, beror på att dubbellyssnandet mellan SR och kommersiell radio minskade under 2020 jämfört med föregående år.

Vidare har vi sett en ökad konsumtion av det digitala lyssnandet under 2020. Alla de kommersiella podcasthusen ökade sin unika räckvidd under 2020 jämfört med 2019. Bauer Media har under 2020 lanserat podcastplattform Podplay och ökade i digital räckvidd med hela +26% under året jämfört med 2019 och under november nådde Bauer Media hela 1 miljon unika digitala veckolyssnare.

Veckoräckvidd

7,2 miljoner människor lyssnade på radio under en snittvecka i december och kommersiell radio nådde 4,8 miljoner unika veckolyssnare. **Bauer Media** är fortsatt Sveriges största kommersiella ljudaktör och nådde under en snittvecka i december uppemot 4,3 miljoner unika lyssnare. Av dessa var uppemot 3,9 miljoner FM-lyssnare. Under december nådde **BauerMedia** i snitt +31% fler lyssnare än **NENT**.

Period (vecka 49-52)	Dec 2019	Dec 2020	Förändring i %
Bauer Media ink digitalt	5 507 538	4 267 278	-23%
Bauer	5 205 000	3 863 000	-26%
NENT	4 186 000	2 938 000	-30%

Under helår 2020 uppgick **BauerMedias** veckoräckvidd till 4,1 miljoner unika lyssnare och 3,6 miljoner för **NENT**. Under december nådde **MixMegapol** över 2,4 miljoner unika lyssnare och är Sveriges största kommersiella station även i december 2020. Samtliga kommersiella radiostationer minskade i veckoräckvidd i december 2020 jämfört med samma period 2019.

Period (vecka 1-52)	2019	2020	Förändring i %
---------------------	------	------	----------------

Bauer Media ink digitalt	4 787 000	4 128 000	-14%
Bauer	4 947 000	4 328 000	-13%
NENT	4 265 000	3 672 000	-14%

Veckoräckvidd

Period (vecka 49-52)	Dec 2019	Dec 2020	Förändring i %
Mix Megapol	3 323 000	2 431 000	-27%
NRJ	2 455 000	1 474 000	-40%
Rockklassiker	1 134 000	1 005 000	-11%
<i>RIX FM</i>	2 927 000	1 970 000	-33%
<i>Star FM</i>	1 804 000	1 120 000	-38%

Under helår 2020 har **MixMegapol** haft den högsta unika kommersiella veckoräckvidden. **Rockklassiker** är den enda kommersiella station som ökat sin genomsnittliga veckoräckvidd under 2020 jämfört med 2019.

Period (vecka 1-52)	2019	2020	Förändring i %
Mix Megapol	3 112 000	2 600 000	-16%
NRJ	2 387 000	1 984 000	-17%
Rockklassiker	1 027 000	1 056 000	3%
<i>RIX FM</i>	2 993 000	2 536 000	-15%
<i>Star FM</i>	1 806 000	1 393 000	-23%

Kommersiell lyssnarandel

Bauer Media är fortsatt marknadsledare som Sveriges största kommersiella ljudaktör. I december 2020 hade **BauerMedia** 63,9% av lyssnarandelarna, en ökning med +4% jämfört med samma period föregående år.

December	Bauer	NENT
2019	61,5	38,5
2020	63,9	36,1
Förändring i %	4%	-6%

Helår	Bauer	NENT
2019	55,0	45,0
2020	59,3	40,7
Förändring i %	8%	-10%

Under helår 2020 har samtliga av **BauerMedias** stationer ökat sin kommersiella lyssnarandel. **MixMegapol** har en kommersiell lyssnarandel på 30,1% och har således ökat med +2% jämfört med 2019 och är fortsatt Sveriges största kommersiella station. **NRJ** har ökat med +3% under 2020 jämfört med 2019 och **Rockklassiker** är den kommersiella radiostation som ökat sin lyssnarandel i högst utsträckning under 2020 hela +47%.

Kommersiell andel	Mix Megapol	NRJ	Rockklassiker	Bauer Övrigt	Rix FM	Star FM	NENT Övrigt
2019	29,5	13,4	5,9	6,2	23,1	13,6	8,4
2020	30,1	13,8	8,7	6,8	23,1	10,2	7,4
Förändring i %	2%	3%	47%	10%	0%	-25%	-12%

Total lyssnarandel

Under december 2020 hade **SR** en stark lyssnarandel på 75,8%, en ökning med +12% jämfört med samma period föregående år. **BauerMedia** hade under december 15,5% i lyssnarandel och **NENT** 8,7%. Båda de kommersiella aktörerna minskade i lyssnarandel i december i år jämfört med samma period 2019.

Total lyssnarandel /Mediehus

December	Bauer	NENT	SR
2019	19,8	12,4	67,8
2020	15,5	8,7	75,8
Förändring i %	-22%	-30%	12%

SR har under helår 2020 ökat sin lyssnarandel med +4% (72,9%) jämfört med 2019, **BauerMedia** har minskat med -1% (16,1%) och **NENT** minskat med -17%

(11%).

Total lyssnarandel /Mediehus

Helår	Bauer	NENT	SR
2019	16,3	13,3	70,4
2020	16,1	11,0	72,9
Förändring i %	-1%	-17%	4%

ATS (average time spent) är ett lyssnarmått som visar den genomsnittliga lyssnartid (minuter/dygn) som en lyssnare lyssnar på t.ex. en radiostation och måttet ger en inblick i lojaliteten hos lyssnarna. **MixMegapol** har den högsta genomsnittliga lyssnartiden av alla kommersiella radiostationer under december. I genomsnitt lyssnade man på **MixMegapol** i 65 minuter.

Rockklassiker är den enda kommersiella radiostationen som ökade i genomsnittlig lyssnartid under december 2020 jämfört med samma period 2019.

ATS / Genomsnittlig lyssnartid/dygn

Station	Dec 2019	Dec 2020	Procentuell förändring %
Mix Megapol	81	65	-20%
NRJ	52	41	-21%
Rockklassiker	52	54	4%
<i>RIX FM</i>	54	46	-15%
<i>Star FM</i>	57	50	-12%

MixMegapol är den station som hade den högsta genomsnittliga lyssnartiden under helår 2020, i snitt hela 71 min/dag. Den kommersiella radiostation som hade den högsta procentuella ökningen för lyssnartid var **Rockklassiker** på 57 min/dag, en ökning med +16%. **NRJ** ligger kvar på samma nivå som samma period föregående år.

ATS / Genomsnittlig lyssnartid/dygn

Station	2019	2020	Procentuell förändring %
---------	------	------	--------------------------

Mix Megapol	67	71	6%
NRJ	49	49	0%
Rockklassiker	49	57	16%
<i>RIX FM</i>	54	56	4%
<i>Star FM</i>	61	51	-16%

Digitalt lyssnande

Under december nådde **BauerMedias** digitala plattformar i genomsnitt 955 283 unika veckolyssnare, vilket är något lägre än rekordmånaden november i år. För många innebär december månad att man umgås mer med nära och kära (fysiskt eller digitalt) och podcasten är ett media som konsumeras i hög utsträckning ensam. Detta i kombination med att en hel del podcastkreatörer har haft juluppehåll kan vara en bidragande förklaring till varför nya rekord inte slås i december. **BauerMedia** ökar dock med dock kraftigt +30% i räckvidd i december 2020 jämfört med december 2019.

Digital veckoräckvidd

Dec (v. 49-52)	RadioPlay
2019	735 324
2020	955 283
Förändring i %	30%

Under 2020 har **Bauer Medias** digitala plattformar **Podplay** vuxit och i genomsnitt har veckoräckvidden för **Bauer Media** ökat med +26%.

Digital veckoräckvidd

Dec (v. 49-52)	RadioPlay
2019	627 064
2020	791 921
Förändring i %	26%

Under december 2020 hade **BauerMedias** poddar en genomsnittlig veckoräckvidd på nära 700 000 unika lyssnare. En ökning med +34% jämfört

med samma period föregående år.

Poddar veckoräckvidd

Dec (v. 49-52)	Acast	Podplay	Podspace	NENT poddar
Genomsnitt veckoräckvidd	1 380 667	685 217	773 462	134 966
Antal lyssningar (snittvecka)	4 508 961	1 961 991	1 948 079	*

*Det finns inte siffror för antal lyssningar/räckvidd per vecka för **NENT** på **Poddindex** och därför kan inte siffror redovisas.

Bauer Medias Poddnyheter

BauerMedia har haft ett starkt podcastår och den unika veckoräckvidden för **BauerMedias** podcastslyssnande har ökat med +28% under 2020 jämfört med 2019.

Podcast veckoräckvidd

Helår	Podplay
2019	487 611
2020	623 596
Förändring i %	28%

Bauer Media har under 2020 haft flera framgångsrika podcasts. Tre av **Bauer Medias** största podcaster under 2020 var: "*Framgångspodden*" med **Alexander Pärleros** är Nordens största intervju-podd och har under året haft en snittveckoräckvidd på 109 562 unika lyssnare. Följt av True crime-podcasten "*En Mörk Historia*" av **Joel Silberstein Hont** och **Carl Fridsjö** med snittveckoräckvidden på 61 791 unika lyssnare, samt den härliga podcasten "*Alla Våra Ligg*" med **Amanda Colldén** och **Anna Dahlbäck** med snittveckoräckvidden på 56 047 unika lyssnare.

Den stora nyheten på podcastsfronten under 2020 var lanseringen av **Bauer Medias** egen podcastplattform **Podplay**. Den nya plattformen inkluderar även **Podplay Studio** som möjliggör publicering, distribution, lyssnande och intäktsgenerering av podcastinnehåll. Detta gör att **Bauer Media** utökar sitt innehållsutbud för publiken och utökat digitalt lager för annonsörer. Dessutom nya möjligheter för digital ljudannonsering, både via

programmatiska köp och genom kreativa, redaktionella aktiviteter.

Källa: KantarSifo ROA /Advantage, LOOKER och Poddindex

Bauer Media är det självklara mediehuset för ljudbaserad underhållning. Vi ger dig plattformen, nätverket och möjligheterna att utveckla din talang, förverkliga dina idéer och göra din röst hörd. Med vårt breda utbud underhåller vi hela Sverige, on air, online och on demand med **Podplay** och **RadioPlay** - våra plattformar för tusentals populära podcasts.

Vi är en del av **Bauer Media Group**, finns i åtta länder; Sverige, Norge, Danmark, Finland, Polen, Slovakien, Irland och Storbritannien och når mer än 55 miljoner lyssnare varje vecka. Vi är störst i Europa i digital och kommersiell audio. Vi skapar innehåll som når fram och låter människor uppleva ljudets kraft och möjligheter. Vi kallar det ljudeffekten.

Kontaktpersoner



Maja Thomhave

Presskontakt

Press Manager

Bauer Media

maja.thomhave@bauermedia.se

070-556 47 30

08-450 33 00



Julia Forsberg

Analyschef

Bauer Media

julia.forsberg@bauermedia.se

0736565872