



2020-09-28 12:49 CEST

Veckans radio- och poddbrev

Förra veckan lanserade vi vår nya podcastplattform Podplay. I detta nyhetsbrev kan du läsa mer om vår digitala satsning. Vi tipsar även om en ansiktsmask med inbyggd högtalare, vår nya gameshow-podd Utmaningspodden och ny säsong på populära podden Misslyckade Brott.



PODPLAY
Ditt hem för poddar

Mattias Björkman, Head of Digital Business Development på Bauer Media

Bauer Media lanserar Podplay

I torsdags lanserade vi vår nya podcastplattform **Podplay** i Sverige och Finland. **Mattias Björkman** är chef för **Bauer Medias** podcastverksamhet och vi ställde några frågor till honom om **Podplay**.

Vad är Podplay? *Podplay består av två delar. Podplay Studio som är en publiceringsplattform som gör det möjligt att enkelt publicera, följa upp och leverera annonslösningar i poddar oavsett plattform. Podplay är vår lyssningsplattform som gör det möjligt att lyssna på alla poddar som "finns där poddar finns", det blir också den huvudsakliga plattformen för våra poddar där vi kommer att erbjuda innehåll tidigare och exklusivt för inloggade användare. Givetvis fortfarande gratis med annonser.*

Varför lanserar vi Podplay? *Med lanseringen av Podplay tar vi på allvar upp kampen om podcastpubliken och tillväxten inom digitalt ljud. Inte bara i Sverige, vi ser stor potential för podcasts som en del av vårt totala ljuderbjudande i alla länder där vi är verksamma. Vi vet att innehållet driver räckvidden, men vi vet också att tekniken måste omsätta räckvidd i effektiva annonslösningar. Däribland programmatiska köp samt teknisk och kontextuell targeting. Där har vi arbetat målmedvetet under de senaste åren och Podplay är en del i det arbetet.*

Konkurrensen hårdnar inom podcasts, hur ser du på det? *Podcastlyssningen växer snabbt och det är inte konstigt att många bolag ser möjligheter i den tillväxten. Jag tror att ökad podcastaktivitet bland tech-bolagen har två huvudsakliga drivkrafter. 1) Man ser att innehåll i allt högre utsträckning styr valet av plattform och teknik. 2) Man ser att röststyrning i allt högre utsträckning*

styr teknik och robotar.

Men talat ljudinnehåll har stark förankring i lokala språk. Det gör att vi är betydligt bättre rustade än många av våra konkurrenter. Radion har ett DNA av innehåll på lokala språk och den erfarenheten och kulturen kan vi nu omsätta i podcasts. Det gör oss starka på innehållssidan och det är också det som kommer att driva tillväxten, både i räckvidd och annonsinvesteringar.



Foto: Vivozone

Ljudnyheter

På [Feber.se](https://feber.se) kan man läsa att företaget **Vivzone** som har utvecklat "Bone Conduction Audio Mask" vilket är en ansiktsmask som överför ljud via Bluetooth 4.0. Ljudet spelas sedan upp med hjälp av högtalarelement som skickar ljud genom ben i användarens ansikte. Priset på masken är ca 100 dollar. Läs hela artikeln [här](#).

I förra veckan lanserade vi första avsnittet av " *Utmaningspodden*". En gameshow-podd där tre kända deltagare ställs mot varandra i en humoristisk tävling där målet är att klara av ett stort antal utmaningar som skickas ut under poddens gång. Kan man föra ett allvarligt resonemang med munnen full av marshmallows? Kan man vara en livs levande mytoman utan att de andra spelarna upptäcker det? *Utmaningspodden* ger dig svaren! Lyssna på podden [här](#).

Denna vecka, närmare bestämt 30 september, kör vi igång två säsonger av **Misslyckade Brott** samtidigt. En som har kortare avsnitt som publiceras överallt och en med lika långa avsnitt som vanligt, som man enbart kan lyssna på via **Podplay**. Kul! En comedy/true crime podcast som görs av **Andreas Utterström** och **Mattias Bergman**. Lyssna på podden [här](#).

Detta har hänt med lyssnandet

Vecka 39 ökade radiolyssningen då totalt 7 351 000 svenskar på radio (+1,6% jämfört med v 38). **Sveriges Radio** stod för ökningen (+3,3% jämfört med veckan innan) medan PLR minskade något (-0,8%). Vecka 39 hade **Bauer Media** totalt 3 952 000 unika radiolyssnare (-0,4% mot v 38) och 55,8% kommersiell lyssnarandel.

Sveriges Radios poddräckvidd har nu stabiliserat sig efter den höga sommarlyssningen och nådde knappt 2 miljoner lyssnare v 38. De kommersiella aktörerna hade en bra poddvecka, men på **Bauer Media** tappade vi dessvärre ca 40 000 i poddräckvidd (jämfört med v 37), men vi förväntar oss en snabb återhämtning i om nya lanseringar och säsonger som drar igång nu.

Vecka 38 hade **Bauer Media** totalt 826 800 unika digitala lyssnare, vilket är en minskning med -5,6% jämfört med v 37 men en ökning med 17,2% jämfört med samma vecka föregående år! Av den digitala lyssningen stod poddarna för 601 979 unika och digital radiolyssning för 224 821 unika.

Vecka 38 nådde **Bauer Media** 4 321 168 unika lyssnare (FM + digitalt/podd) och vi är fortsatt störst på den kommersiella ljudmarknaden.

Vi hörs nästa vecka!

/Bauer Media

Källa: [Poddindex](#) & [Kantar Sifo PPM](#).

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