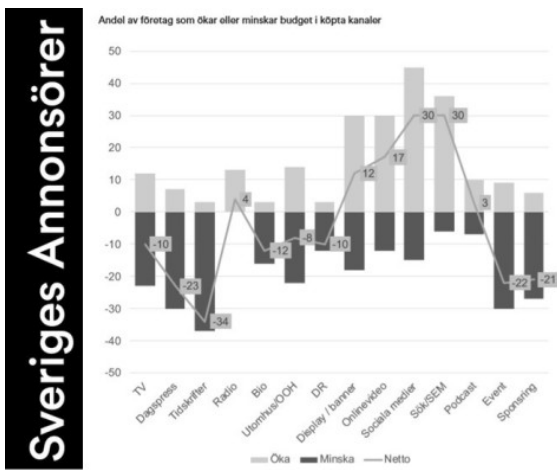




2020-11-23 15:07 CET

Veckans radio- och poddbrev

Vi har tagit del av Sveriges Annonserers Marknadsrapport där marknadscheferna säger att av de traditionella medierna avser de att öka investeringarna endast i radio och podd. Hanna Riberdahl, vd på Sveriges Annonserer, kommenterar varför radio och podd sticker ut i undersökningen. Och vill du maxa julstämningen, ska du lyssna på Mix Megapol som underhåller Sverige med 100% julmusik och exklusiva konserter.



Hanna Riberdahl, vd på Sveriges Annonssörer.

Marknadscheferna ökar investeringarna i radio och podd

2020 har varit ett minst sagt annorlunda år och de flesta medier har tappat intäkter. Radio och podd är i relation till andra mediaslag lindrigare drabbade. **IRM** släppte nyligen sin Q3-rapport och där visar det sig att radio är den kategori förutom internet som klarar sig lindrigast. Och i **Mediebyråbarometern** för oktober rapporteras att radio, online video och sociala medier är de enda kategorierna som inte minskar jämfört med oktober 2019.

Blickar vi framåt, så ser det fortsatt ljust ut för radio och podd. **Sverige Annonssörer** genomförde i Q2 2020 en undersökning där medlemmarna fick besvara frågor kring marknadsförarnas situation, utmaningar, hot, planer, budget och tankar om framtiden. En fråga som ställdes var hur de planerar att investera i olika mediekanaler - om medlemmarna avser att öka, minska eller behålla samma investeringsnivåer framåt. Det visade sig att av de traditionella mediaslagen avser man att öka i endast radio och podd. Vi bad **Hanna Riberdahl**, vd på **Sveriges Annonssörer**, kommentera resultatet.

-Radio som traditionell mediekanal sticker verkligen ut i undersökningen. Det är den enda kanalen som visar ett positivt netto och ännu mer unikt är att det är den enda mediekategorin som ingen planerar en minskning. Vi tror att en anledning till detta är att radion i sin kombination som räckviddskanal och samtidigt med goda möjligheter att skapa tydlig varumärkesbyggande reklam ses som en stor fördel av många. Då coronapandemin gjorde att många drog i bromsen och växlade över till de digitala kanalerna finns fortfarande ett stort behov av just

räckvidd i kombination med varumärkesbyggande och här verkar det som radion har tagit position då också lyssnandet är fortsatt högt.

Även medieinvesteringarna i podd har en positiv nettoökning. Som mediekanal har nu podd etablerat sig så pass att det nog ses som ett nytt räckviddsmedium som dessutom ökat i samband med coronapandemin. Lyssnandet har ökat med ökat hemmajobbande. Och det finns många nya möjligheter med poddannonsering som köparna är intresserade av, säger **Hanna Riberdahl**.



Mix Megapol bjuder på exklusiva konserter

Ikväll, den 23 november, kl 18:00 bjuder **Mix Megapol Unplugged** på en exklusiv spelning med en av Sveriges absolut bästa sångerskor, **Molly Sandén**, och artisten **Newkid**. Spelningen streamas live på **Mix Megapols Facebook**. Så klicka [här](#) och bänka er vid skärmen ikväll.

På fredag börjar **Mix Megapol** spela 100% julmusik december ut, för åttonde året i rad. Formatet har visat sig vara extremt populärt hos lyssnarna och **Mix Megapol** har haft sina bästa lyssnarsiffror just under december. Nytt för i år är att vi bjuder hela Sverige på en ljudlig klapp varje söndag då lyser vi upp i mörkret med adventskonserter med några av Sveriges främsta artister. Den 1:a advent kl 16:00 får vi njuta av **Peter Jöback**, **Robin Sternberg** och **Jill Johnson** på **Mix Megapol**. Det går även att se konserten på **Mix Megapols Facebook**.

För att få en extra boost i lyssnarsiffrorna, drar vi igång en tv-kampanj. [Här](#) kan du se **Mix Megapols** reklamfilm.

Detta har hänt med lyssnandet

Vecka 47 var totala radiolyssningen något lägre än veckan innan, totalt 7 178 000 unika (+1,2% jämfört med v 46). Vecka 47 hade **Bauer Media** totalt 3 717 000 unika radiolyssnare (+1,2% mot v 46) och hela 60,6% kommersiell lyssnarandel.

På onsdagar rapporterar **Poddindex** föregående veckas poddlyssning. Vecka 46 sjönk poddlyssnandet något. Samtliga aktörer, utom **Acast**, tappade i räckvidd. På **Bauer Media** minskade vi vår poddräckvidd med -3,5% jämfört med rekordveckan 45.

Vecka 46 hade **Bauer Media** totalt 1 012 956 unika digitala lyssnare, vilket är en minskning med -2,2% jämfört med rekordveckan 45 men en ökning med hela +27% jämfört med samma vecka föregående år! Av den digitala lyssningen stod poddarna för 778 217 unika och digital radiolyssning för 234 739 unika.

Vecka 46 nådde **Bauer Media** 4 061 148 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