



2020-12-07 12:24 CET

Veckans radio- och poddbrev

På Bauer Media vill vi att våra kunder ska få effekt av sin marknadsföring. Därför är vi partners till tävlingen 100-wattaren som belönar just detta och på tisdag presenterar vi vilka bidrag som blivit nominerade. På temat effekt har vi även tagit fram ett planeringsverktyg för TV och radio tillsammans med OMD. Adam Alsing utses till "Årets Branschpersonlighet" och för fjärde veckan i rad når Bauer Media över 1 miljon unika digitala lyssnare. Detta kan du läsa om i veckans nyhetsbrev.

Gry Forssell presenterar de nominerade bidragen i 100-wattaren

Bauer Media är sedan många år tillbaka stolt partner till 100-wattaren, **Sveriges Annonsörers** reklamtävling som belönar kommunikation som fungerar, det vill säga kommunikation som gett bevisad effekt. Något som vi på **Bauer Media** också brinner för.

Den 8 december kl 10 är det dags att avslöja de nominerade bidragen för 2020 och det görs i ett digitalt mingel programlett av Gry Forssell, som till vardags programleder ” **Gry Forssell med Vänner**” på **Mix Megapol**. Klicka [här](#) och anmäl dig kostnadsfritt till 100-wattarens nomineringsmingel.



Jesper Cederäng, Business Development Director på **OMD**, och **Johnny Strömgren**, försäljningsdirektör på **Bauer Media**.

Unikt planeringsverktyg för radio och TV

Nu släpper **Bauer Media** och mediebyråen **OMD** ett gemensamt planeringsverktyg för radio och TV som ska hjälpa kunder och byråer att hitta den perfekta mixen mellan TV och radio vid en given investeringsnivå. Verktöget grundar sig i estimat utifrån en stor mängd data från **Omnicom**-kunder där TV och radio köpts parallellt och kalkylerar kombinerad räckvidd utifrån en lång rad kampanjspecifika förutsättningar.

- Vi tror starkt på radiomediets styrka i mediemixen givet dess möjlighet att driva hög räckvidd till en jämförelsevis låg kontaktkostnad. Genom att utveckla ett beslutsstöd grundat i faktiskt kampanjdata hoppas vi kunna synliggöra detta för både nya och befintliga radioköpande annonsörer. Internationellt sett finns många exempel på hur stora annonsörer sett positiv effekt av att addera radio som ett bestående inslag i mediemixen och vi är övertygade om att motsvarande potential finns på den svenska marknaden, säger **Johnny Strömgren**, försäljningsdirektör på **Bauer Media**.

- Vi jobbar ständigt för att utveckla affärsstöd som kan hjälpa våra kunder att ta så informerade beslut som möjligt och därigenom sätta den perfekta mediemixen utifrån deras specifika utmaningar. Här såg vi ett tomrum när det kom till just radio och vi bestämde oss därför för att göra gemensam sak med Bauer och ta fram ett verktyg som hjälper oss att holistiskt planera kampanjer inom två av de största traditionella medieslagen radio och TV, berättar **Jesper Cederäng**, Business Development Director på **OMD**.

Kontakta oss på **Bauer Media** om du vill veta mer om verktyget.

Adam Alsing vann "Årets Branschpersonlighet"

I förra veckan avgjordes **Stockholm Media Awards** och **Adam Alsing** utsågs till "Årets Branschpersonlighet". I motiveringen kunde man bland annat läsa "I radion kom hans röst, under många år, att väcka oss på morgnarna i Äntligen Morgon, RIX MorronZoo och NRJ Morgon. Han har gjort ett stort intryck på tittare och lyssnare inom både tv och radio i över 30 år. Han var en pionjär som med sin folklighet och sitt engagemang alltid var personlig, relevant och aktuell." Vi kan inget annat än att hålla med och saknaden efter Adam är fortsatt stor.

Bauer Media var nominerad i kategorin "Årets Säljorganisation", vi får nöja oss med nomineringen i år och istället gratulera **Mediekompaniet** som kammade hem priset.

Detta har hänt med lyssnandet

Vecka 49 var den totala radiolyssningen hög, 7 339 000 svenskar på radio (+4,2% jämfört med v 48). Ökningen låg hos **Sveriges Radio** och **Bauer Media**.

Vecka 49 hade **Bauer Media** totalt 3 861 000 unika radiolyssnare (+5,5% mot v 48) och hela 63,6% kommersiell lyssnarandel.

På onsdagar rapporterar **Poddindex** föregående veckas poddlyssning. Vecka 48 ökade **Bauer Media**, medan samtliga andra aktörer backade i räckvidd. På **Bauer Media** ökade vi vår poddräckvidd med +2,5% jämfört med vecka 47.

Vecka 48 hade **Bauer Media** totalt 1 038 776 unika digitala lyssnare, vilket är vår högsta digitala lyssning någonsin och en ökning med +2,6% jämfört med v 47 och hela +30,9% jämfört med samma vecka föregående år! Av den digitala lyssningen stod poddarna för 788 980 unika och digital radiolyssning för 249 796 unika.

Vecka 48 nådde **Bauer Media** 4 125 498 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