



2021-01-18 21:57 CET

Veckans radio- och poddbrev

I årets första nyhetsbrev summerar vi 2020, där ljudmedier klarade sig förhållandevis bra i såväl räckvidd som medieinvesteringar. Du får även ta del av åtta tips på hur du skapar den perfekta ljudspoten.



Ljudåret 2020

2020 var ett turbulent år vilket påverkade medieinvesteringarna. Enligt **Sveriges Mediebyråers Mediebyråbarometern**, backade de förmedlade investeringarna med i snitt -17,8%, vilket är den lägsta noteringen sedan 2010. Efterfrågan på radio var dock relativt hög under 2020, vilket resulterade i att radio var det mediaslag, efter online video och sociala medier, som klarar sig bäst och backade "endast" -11,4%. [Här](#) kan du läsa om **Mediebyråbarometern 2020**.

Omständigheterna under 2020 bidrog även till minskad räckvidd för många mediaslag. Det totala radiolyssnandet var dock stabilt och tappade endast -0,6% i veckoräckvidd (snitt 7 417 000) jämfört med föregående år. **Sveriges Radio** låg kvar på samma nivåer som 2019 (6 124 000 unika veckolyssnare). Kommersiell radios räckvidd var fortsatt väldigt hög (5 465 000 unika veckolyssnare), men minskade med -10% jämfört med 2019, vilket är förväntat i nyhetsintensiva perioder. Att det totala radiolyssnandet står stabilt 2020 trots att **SR** veckoräckvidd är oförändrad och PLR minskar, beror på att dubbellyssnandet mellan **SR** och kommersiell radio minskade under 2020 jämfört med föregående år.

Däremot ser vi en ökad konsumtion av det digitala lyssnandet under 2020. Samtliga kommersiella podcasthus ökade sin unika räckvidd under 2020 jämfört med 2019. **Bauer Media** lanserade podcastplattformen **Podplay** under 2020 och ökade i digital räckvidd med hela +26% under året jämfört med 2019 och under november nådde **Bauer Media** 1 miljon unika digitala veckolyssnare!



Foto: Voices.com

Den perfekta ljudspoten?

Sitter du och planerar din reklamspot? Världens största marknadsplats för audio och "voice over", **Voices.com**, delar med sig av åtta viktiga tips hur du skapar en effektiv spot.

1. Keep your audio ad simple.
2. Cut to your audio ad's value proposition as early as possible.
3. Appreciate the difference between audio ads and radio.
4. Conversational tone in your audio ad voice over can be powerful.
5. Slower voice over delivery forms a connection with the listener.
6. Loud background music is distracting.
7. Create a smooth transition for the listener.

[8. Make your call to action specific.](#)

Läs hela artikeln [här](#).

Detta har hänt med lyssnandet

Årets andra vecka ökade den totala radiolyssningen jämfört med veckan innan, totalt 7 213 000 svenskar på radio (+0,7% jämfört med v 1). Såväl **Sveriges Radio** (+4,4%) som kommersiell radio (+2,6%) ökade i lyssnande. Vecka 2 hade **Bauer Media** totalt 3 477 000 unika radiolyssnare (-0,1% mot v 1) men hela 63,6% kommersiell lyssnarandel.

Vecka 1 hade **Bauer Media** totalt 883 718 unika digitala lyssnare, vilket är en ökning med +11,5% jämfört med v 53 och en ökning med hela +43,1% jämfört med samma vecka föregående år! Av den digitala lyssningen stod poddarna för 648 318 unika och digital radiolyssning för 205 400 unika.

Vecka 1 nådde **Bauer Media** 3 863 508 unika lyssnare (FM + digitalt/podd) och vi är fortsatt störst på den kommersiella ljudmarknaden.

Vi hörs nästa vecka!

/Bauer Media

Källa: Poddindex och 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