

Poddtoppen



Poddtoppen i ORVESTO Konsument 2017:2

I årets andra undersökning av ORVESTO Konsument redovisar vi räckvidder för 42 av Sveriges största podcasts. Undersökningen genomfördes under perioden maj – augusti 2017.

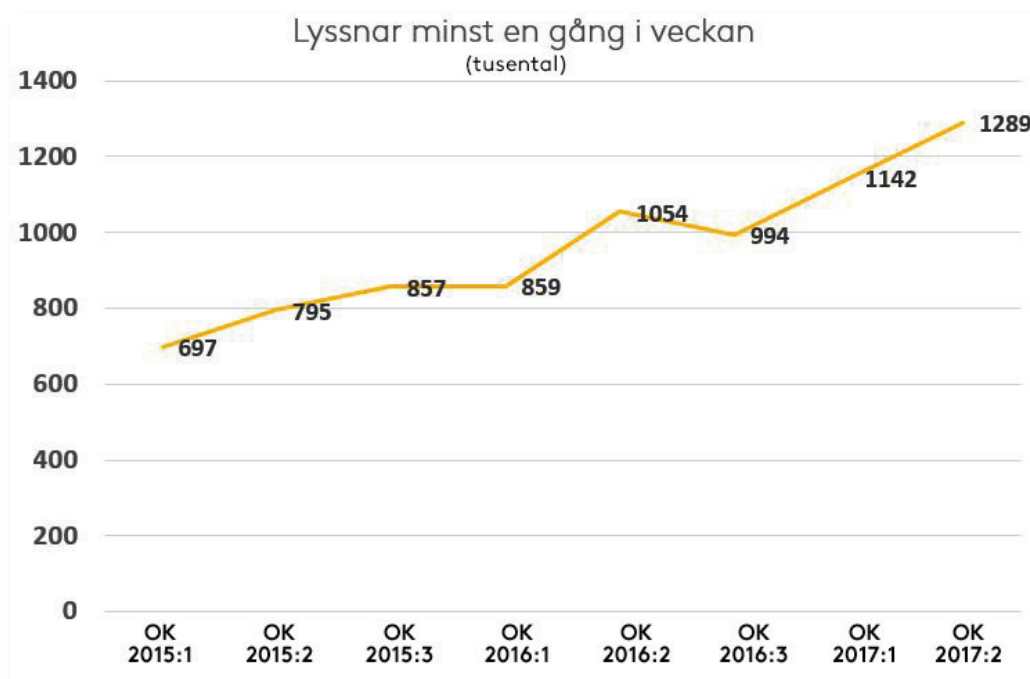
Majoriteten av de poddar vi mätte i förra mätningen (ORVESTO Konsument 2017:1) ökar eller förblir stabila på veckonivå, endast ett fåtal poddar minskar marginellt. Nya poddar i omgångens mätning är Pillowtalk, Schulman & Gårdinger och Trettio plus trevar.

Podcastlyssnande fortsätter öka med 22 % på veckonivå sedan förra året

Som vi visat i tidigare nyhetsbrev har podcastmarknaden utvecklats starkt under de senaste åren, något vi kunnat följa i Poddtoppen i ORVESTO Konsument. Jämför vi med förra

mätningen (2017:1) ser vi en ökning på 13 %. Tittar vi på veckolyssnandet för ett år sedan ser vi en ökning med hela 22 %. Lyssningen sker fortfarande till absolut största delen på mobilen.

Podcastmarknaden kan beskrivas som en så kallad "long tail", d v s en fragmenterad marknad med oändligt många podcasts, där Poddtoppen endast mäter ett urval av marknaden. En del av poddarna är väletablerade och ligger på ca 100 000 lyssnare varje vecka. Dessa tycks dessutom fortsätta växa i lyssnarantal. Men flera av poddarna som mäts är små med nischade lyssnarskaror.



Poddtoppen - veckoräckvidder

P3 Dokumentär, Sommar & Vinter i P1 och P1 Dokumentär har fortfarande en stabil ledning på listan av poddar som mättes i denna omgång. Tätt efter jättarna hittar vi de kanske lite mer klassiska poddformaten som Alex & Sigge, Creepypodden och The Filip and Fredrik podcast. Ordningen på de 6 största poddarna är exakt densamma som i förra mätningen.

Samtliga av de största poddarna har ökat sedan förra mätningen. Sommar & Vinter i P1 har ökat mest, med nästan 50 procent sedan förra mätningen. Traditionellt har vi sett en större ökning av lyssnande på podcasts i undersökningen som genomförs under perioden maj - augusti. Under sommarmånaderna kan vi se att konsumtion av podcastlyssnande ökar, och kanske istället till viss del ersätter print och digital läsning.

Ett fåtal mindre poddar tappat räckvidd under denna mätning, men lyssnartappet är i flera fall ytterst marginellt. Här intill sammanställs poddtoppen för ORVESTO Konsument 2017:2.

Grön markering indikerar att podden har ökat i jämförelse med 2017:1, röd markering indikerar en nedgång.

Poddtoppen ORVESTO Konsument 2017:2

(tusental, 16-80 år per genomsnittlig vecka)

P3 Dokumentär	542
Sommar & Vinter i P1	448
P1 Dokumentär	311
Alex & Sigge	181
Creepypodden	117
The Filip & Fredrik podcast	112
Historiepodden	109
Värvet	104
Fredagspodden med Hannah & Amanda	81
Rättegångspodden	75
Svenska mordhistorier	75
Lilla drevet	74
Allt du velat veta	70
Spår	67
Wahlgren & Wistam	67
David Batras podcast	65
Framgångspodden	58
22 Kvadrat i P3	50
Della Sport	48
Tsknas - Till slut kommer någon att skratta	48
Prata pengar	47
Relationspodden 2,0	45
Adam & Kompani	42
Träningspodden	39
Den fantastiska resan	38
Lundh	34
Läkarpodden	33
Säker stil	33
Pillowtalk	30
Krull och Kriminell	28
Veckans bläcka	27
Kära barn	26
Lillelördag	26
Offsides podcast	25
Styrkelabbet	25
Trettio plus trevar	25
Ängestpodden	25
Schulman & Gårdinger	23
Den friska Wargen	22
Stiljournalen	19
Pappapodden	14
Ihop med Josefin	8

Svart=Ny Grön=Ökat/Samma nivå Röd=Minskat
Jämförelse med ORVESTO Konsument 17:1



Vi vet vem podcastlyssnaren är!

Räckvidder, dubbeltäckning mellan podcasts (och naturligtvis andra medier), målgruppsdata på enskilda podcasts samt mycket mer går naturligtvis att ta fram och korsköra i ORVESTO Konsument. Det är mycket stora skillnader på vilka målgrupper som lyssnar på olika typer av podcasts och det är givetvis det som gör poddarna till intressanta annonslösningar.

Hur vi mäter räckvidder på individnivå

Hur man ska mäta lyssnande för unika individer istället för att hänvisa till nedladdningar och streams har varit en pågående diskussion i branschen under en längre tid. Kantar Sifo har valt en så kallad recall metod, vilket betyder att vi helt enkelt ställt frågan om hur ofta man lyssnar på olika typer av podcasts. Detta görs i en av världens största medie- och målgruppsundersökning, ORVESTO Konsument, med ca 42 000 intervjuer per år.

Det finns naturligtvis både för- och nackdelar med undersökningar som bygger på människors minne. Vi vill dock framhäva två fördelar med att mäta individlyssnande i ORVESTO:

- Poddtoppen möjliggör analys av de mätta poddarna i relation till tusentals målgruppsvariabler. Och med tanke på poddarnas ofta väldigt starka målgruppsanpassning så är just målgrupper intressant i ett annonseringsperspektiv. Dessutom skapar det helt nya förutsättningar för produktionsbolagen att aktivt arbeta med djupare konsumentinsikt i det redaktionella utvecklingsarbetet.

- Mediebyråer och annonsörer kan sätta Poddtoppen i relation till konsumtion av andra medier. Det vill säga möjligheten att skapa ännu bättre målgruppscentrerade multimediala kampanjer ökar ytterligare.

I ett försök att analysera skillnaderna mellan ORVESTO Poddtoppen och Poddindex gjorde vi en jämförelse mellan mätningarnas räckvidder och lyssningar. Vi är nyfikna på vad siffrorna egentligen säger oss och vilka skillnaderna är. Som vi tidigare har berättat är det ytterst komplicerat att mäta en unik räckvidd för podcasts. Att ORVESTO Poddtoppen kompletteras med en teknisk mätning (Poddindex) är såklart bara positivt. En teknisk mätning har ju exempelvis fördelen att den kan mäta "hur små" poddar som helst.

Det här är vad vi kan konstatera:

- Poddindex bygger på en teknisk mätning och Poddtoppen bygger på upplevt lyssnande. Det betyder att till skillnad från Poddindex-mätningen så ingår inte "omedvetet lyssnande" i ORVESTO Poddtoppen.

- Mätningarna mäter olika perioder där ORVESTO Poddtoppen mäter en snittvecka på ett tertial, och Poddindex mäter vecka för vecka. Direkta jämförelser blir svåra då de tekniska mätningarna visar mycket stora veckovisa variationer.

- I Poddindex redovisas dels räckvidd per enhet (dvs likt KIA-index så kommer en person som lyssnar från sin iPad och sin mobil att räknas som "två" unika lyssnare).

- I Poddindex mäts också "lyssningar" – I lyssningar ingår både startade (10 sekunder) strömmar och fullständigt nedladdade poddar (det är alltså ett tekniskt mått som inte behöver betyda reelt lyssnande).
- I ORVESTO Poddtoppen redovisas genomsnittligt antal lyssnande individer under en vecka för respektive podd (oavsett avsnitt eller om man delat upp lyssnandet på flera tillfällen).

Vår slutsats är med andra ord att rent intuitivt så borde ORVESTO-siffran ligga betydligt närmare Poddindex uppmätta räckvidd än antalet lyssningar. Dock blir direkta jämförelser för enskilda veckor inte representativt för de eventuella skillnader som finns. Det ska fortsättningsvis bli spännande att följa utvecklingen av den svenska podcast-marknaden i de båda undersökningarna.

Här kan du läsa våra tidigare nyhetsbrev om podcasts.

<https://www.kantarsifo.se/node/1001>

<https://www.kantarsifo.se/nyheter-och-press/poddtoppen-40-glodheta-poddar>

<https://www.kantarsifo.se/nyheter-och-press/podcastlyssnandet-okar>



För mer information kontakta:
Johanna Ollevik på johanna.ollevik@kantarsifo.com
Peter Callius på peter.callius@kantarsifo.com