

Poddtoppen

2017:3



KANTAR SIFO

Poddtoppen i ORVESTO Konsument 2017:3

I delmätningen 2017:3 av ORVESTO Konsument redovisar vi räckvidder för 45 av Sveriges största podcasts. Undersökningen genomfördes under perioden september - december 2017.

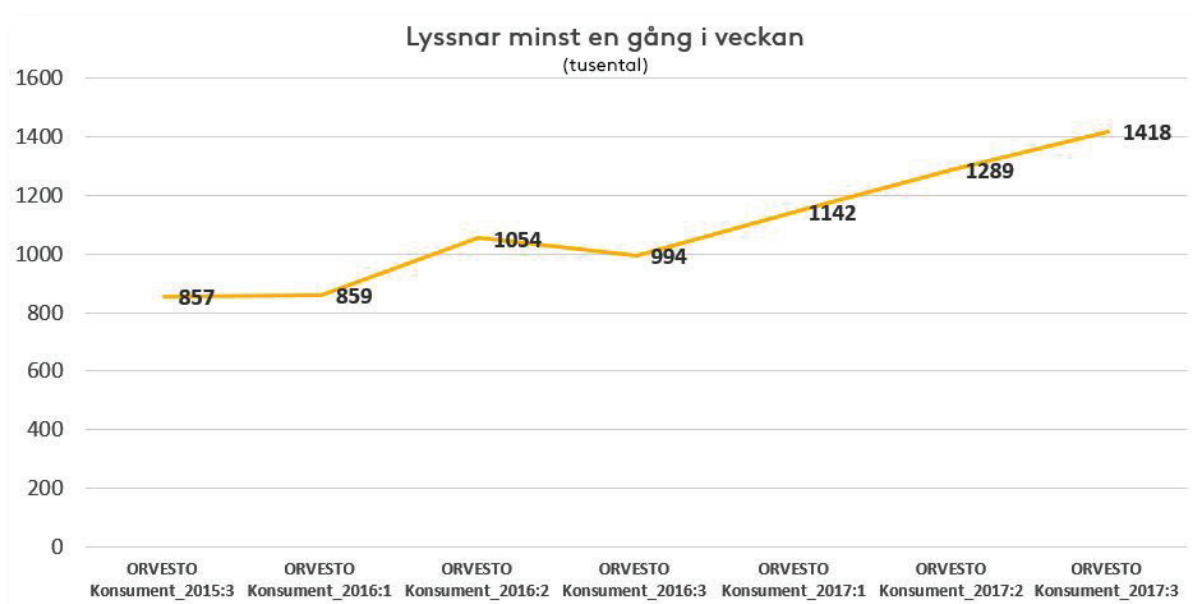
16 av de poddar vi mätte i förra mätningen (ORVESTO Konsument 2017:2) ökar i räckvidd och 29 poddar förblir stabila eller minskar något på veckonivå. De flesta poddar som minskar, minskar marginellt i jämförsele med förra mätningen.

Nya poddar i omgångens mätning är Mordpodden, Alla våra ligg, Fördomspodden, Sportbladets Premier League, My dad wrote a porno och Sanningens mammor.

Podcastlyssnande fortsätter öka.

Podcastmarknaden har utvecklats starkt under de senaste åren, något vi kunnat följa i Poddtoppen i ORVESTO Konsument sedan 2015. Jämför vi utvecklingen med förra mätningen (2017:2) ser vi en ökning på 10 % på veckolyssning. Tittar vi på veckolyssnandet för ett år sedan (2016:3) ser vi en ökning med hela 42 %. Lyssningen sker fortfarande till absolut största delen på mobilen.

Podcastmarknaden kan beskrivas som en fragmenterad marknad med oändligt många podcasts, där Poddtoppen endast mäter ett urval av marknaden, de flesta väletablerade. Ett tiotal av poddarna som mäts ligger på över 100 000 lyssnare varje vecka. Majoriteten av dessa tycks dessutom fortsätta växa i lyssnarantal. De flesta av poddarna som är med i mätningen ligger på över 25 000 lyssnare varje vecka, flera är betydligt större.



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. P3 och P1 Dokumentär fortsätter även att öka i lyssnarantal efter varje mätning. Även posten "övriga poddar" ökar varje mätning vilket indikerar en allt mer fragmenterad marknad.

Tätt efter jättarna hittar vi Alex & Sigge och sedan Creepypodden, vilket skapar exakt samma lista som i förra mätningen, 2017:2 och mätningen innan, 2017:1. Sedan följer Rättegångspodden, Historiepodden och bubblaren Mordpodden, alla med över 100 000 lyssnare varje vecka. Rättegångspodden tillhör en av de poddar som ökat mest, hela 64% sedan förra mätningen. Filip & Fredrik har däremot halkat ner något sedan 2017:2.

Trenden vi kan se är att förutom SR-jättarna och klassikern Alex & Sigge, så är det framför allt crimepoddar som toppar listan. Samtliga ökar eller är stabila sedan förra mätningen.

Ett antal poddar tappar lite i räckvidd under denna mätning, men lyssnartappet är i de allra flesta fall ytterst marginellt. Många ligger kvar på samma nivåer som i tidigare mätningar. Här intill sammanställs poddtoppen för ORVESTO Konsument 2017:3.

Poddtoppen ORVESTO Konsument 2017:3

(tusental, 16-80 år per genomsnittlig vecka)

P3 Dokumentär	570
Sommar & Vinter i P1	364
P1 Dokumentär	358
Alex & Sigge	152
Creepypodden	124
Rättegångspodden	123
Historiepodden	117
Mordpodden	112
Filip & Fredrik Podcast	107
Svenska Mordhistorier	105
Värvet	88
Framgångspodden	83
Spår	82
Fredagspodden med Hannah & Amanda	80
Lilla Drevet	73
Wahlgren & Wistam	71
Alla Våra Ligg	66
David Batras Podcast	64
Prata Pengar	53
Fördomspodden	52
Träningspodden	51
Allt Du Velat Veta	47
Tsknas - Till slut kommer någon att skratta	44
Relationspodden 2,0	43
Della Sport	43
Sportbladets Premier League	43
My Dad Wrote A Porno	41
22 Kvadrat i P3	39
Krull Och Kriminell	38
Säker Stil	36
Adam & Kompani	34
Läkarpodden	32
Lundh	32
Offsides Podcast	29
Veckans Bläcka	27
Lillelördag	27
Ångestpodden	25
Pillowtalk	24
Trettio Plus Trevar	23
Kära Barn	21
Stiljournalen	21
Sanningens Mammor	21
Den Friska Wargen	15
Schulman & Gårdinger	15
Pappapodden	13

Svart=Ny Grön=Ökat/Samma nivå Röd=Minskat
Jämförelse med ORVESTO Konsument 17:2



Vi vet vem podcastlyssnaren är!

Alla räckvidder samt dubbeltäckning mellan olika podcasts (och naturligtvis andra medier), går att ta fram i ORVESTO Konsument.

Naturligtvis är räckvidden och möjligheten för mediebyråer och annonsörer att sätta poddar i relation till konsumtion av andra medier en stor fördel med ORVESTO Poddtoppens mätning. Men med tanke på att poddarna ofta är starkt intressestyrda, kan vi inte nog understryka målgruppers värde. ORVESTOs målgruppsdata ger en möjlighet att skapa relevans i målgruppen med produkter, tjänster och varumärken. Dessutom skapar datan helt nya förutsättningar för produktionsbolagen att aktivt arbeta med djupare konsumentinsikt i det redaktionella utvecklingsarbetet.

I ORVESTO kan vi se att 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 målgruppsundersökningar, ORVESTO Konsument, med ca 42 000 intervjuer per år. I ORVESTO Konsument har vi frågat om faktiskt lyssnande på en frekvensskala, där vi sedan viktat fram en veckoräckvidd.

Här kan du läsa våra tidigare nyhetsbrev om Podcasts:

<https://www.kantarsifo.se/nyheter-och-press/poddtoppen-i-orvesto-konsument-20172>

<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