



Poddtoppen 2019:2

Poddtoppen i ORVESTO Konsument 2019:2

I den första delmätningen från ORVESTO Konsument 2019:2 redovisar vi räckvidder för 46 av Sveriges största podcasts. Undersökningen genomfördes under perioden maj-augusti 2019.

Under sommarmånaderna (när denna mätning är genomförd) kan vi traditionellt se att konsumtion av podcastlyssnande ökar, och kanske till viss del ersätter print och digital läsning. Det här avspeglar sig i mätningen då ökningarna i omgång 2 brukar vara mer betydande än i första delmätningen av året. Majoriteten av de största poddarna har ökat sedan förra mätningen, samtidigt minskar 20 stycken av framför allt de mindre poddarna sin veckoräckvidd.

25 % mellan 16-80 år lyssnade på podcast under en genomsnittlig vecka under sommaren 2019

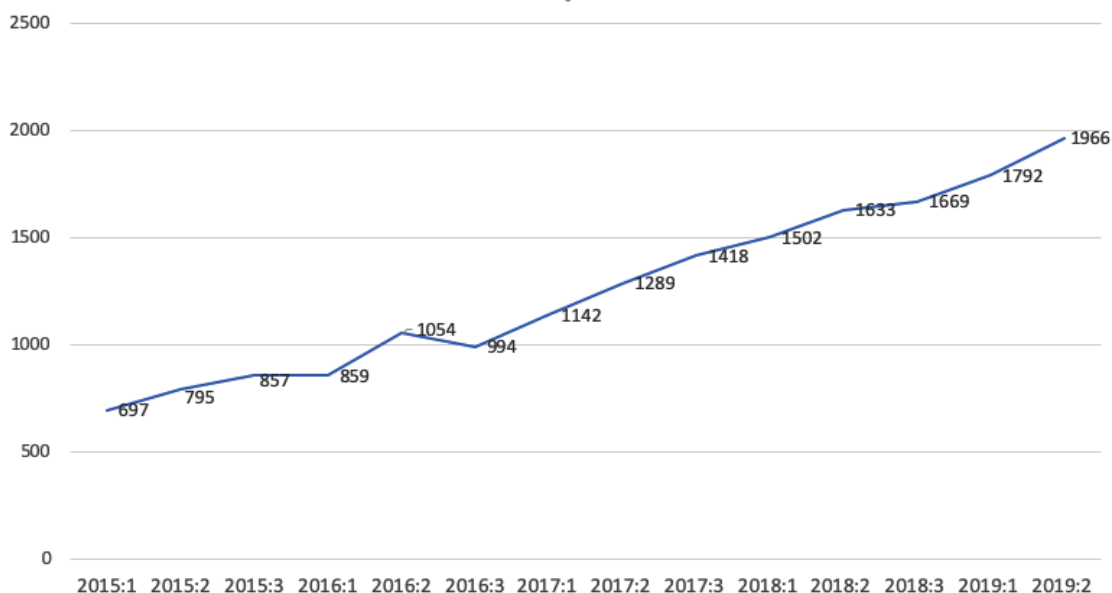
Sedan 2015 har vi kunnat följa en stadig ökning av podcastmarknadens utveckling i ORVESTO Konsument. Och ökningen av det generella lyssnandet på poddar fortsätter stadigt uppåt. Jämför vi utvecklingen 2019:2 med förra mätningen

(2019:1) ser vi en ökning på strax under 9 % på veckolyssning. Tittar vi på veckolyssnandet för ett år sedan (2018:2) ser vi en mer betydande ökning på 24 %. 1 966 000 människor eller 25 % mellan 16-80 år lyssnade på podcast under en genomsnittlig vecka under sommaren.

Poddtoppen kan givetvis inte mäta alla poddar som finns, därför frågar vi också om lyssnande på "övriga poddar" för att få en indikation på hur mycket lyssnande som görs i andra podcasts. Posten "övriga poddar" har vi sett öka för varje delmätning vilket indikerar en allt mer fragmenterad marknad och att fler människor lyssnar på poddar. 2019:2 var det strax under 1,2 miljoner människor som lyssnade på podcasts som ORVESTO inte frågar om.

Majoriteten av de som lyssnar på poddar veckovis säger att de regelbundet lyssnar på mellan 1-5 stycken podcasts (69 %). 20 % av veckolyssnarna säger att de lyssnar regelbundet på fler än 6 stycken poddar. I snitt lyssnar en veckolyssnare på ca 4 podcasts regelbundet. Cirka 60 % av lyssnarna prenumererar på sina podcastsavsnitt.

Veckovis lyssnande



Poddtoppen ORVESTO Konsument 2019:2

(tusental, 16-80 år, genomsnittlig vecka)

Sommar & Vinter I P1	650
P3 Dokumentär	613
P1 Dokumentär	309
Skäringer & Mannheimer	211
Historiepodden	171
Creepypodden	169
Rättegångspodden	165
Alex & Sigge	164
Mordpodden	158
Framgångspodden	157
Svenska Mordhistorier	114
Filip&Fredrik Podcast	104
Spår	96
En Mörk Historia	88
Spöktimmen	85
Alla Våra Ligg	82
Wahlgren & Wistam	77
Värvet	74
Fördomspodden	71
Mellan Himmel & Jord	65
Lilla Drevet	65
Relationspodden 2,0	53
David Batras Podcast	53
Fredagspodden Med Hannah&Amanda	50
Sportbladets Premier League	48
Träningspodden	47
Aktiepodden	45
Allt Du Velat Veta	43
Misslyckade Brottt	43
Adam & Kompani	42
Della Sport	42
My Dad Wrote A Porno	40
Pillowtalk	38
Säker Stil	37
Offsides Podcast	35
Nu Börjar Livet	33
Mitt I Livet	31
Lundh	31
Nemo Möter En Vän	29
Ångestpodden	26
Stiljournalen	24
Läkarpodden	21
Dilemma	19
22 Kvadrat I P3	18

Grön = Ökat/Samma nivå Röd = Minskat
Jämförelse med ORVESTO Konsument 19:1

13 podcasts som Poddtoppen mäter ligger runt 100 000 lyssnare varje vecka.

P3 Dokumentär, Sommar & Vinter i P1 och P1 Dokumentär har fortsatt en stabil ledning i ORVESTO Poddtoppen. Förutom de välkända formaten från Sveriges Radio kan vi fortfarande se trenden inom teman crime, historia och livsstil som ligger högt upp på listan över svenskarernas poddfavoriter. Bland Topp 10 -poddarna i Poddtoppen har i princip samtliga ökat eller har fortsatt stabila räckvidder.

Skäringer&Mannheimer är fortfarande omåttligt populär i toppen tillsammans med SR-poddarna och sina 211 000 lyssnare per vecka, vilket är i princip oförändrat i sedan förra mätningen (endast en marginell minskning med 2000 lyssnare). Även populära Rättegångspodden är fortsatt stabil trots några tusental i minskning sedan förra mätperioden. Filip&Fredrik är den podcasten med över 100 000 lyssnare som har minskat mest, med 30 000 lyssnare per vecka samma period.

I 2019:2-mätningen ser vi en del nykomlingar, Mellan Himmel & Jord (65 000 lyssnare) och Stiljournalen (24 000).

Det här vill svenskarna lyssna på

En ny fråga i ORVESTO Konsument 2019:2 handlar om i vilka medier man är intresserad av att konsumera olika typer av innehåll t ex intervjuer, samhälle/dokumentärer, kultur/underhållning, mat/dryck, resor, sport, mode/skönhet osv. (totalt 14 olika genrer). Frågan kan i Sesame analyseras på många olika sätt där man både kan utgå från medieslag men även från de olika genrererna.

En del genrer är enligt publiken mer intressant för konsumtion i vissa kanaler, och vi har de senaste åren kunnat se hur bra genrer som t ex crime, samhälle/dokumentärer och intervjuer har fungerat som ljudformat i podcasts. Topplistan på lyssnat innehåll (i både radio och podcasts) är musik, intervjuer, nyheter/politik och samhälle/dokumentärer (se hela listan nedan).



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 målgrupps värde. 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).

ORVESTOs målgruppsdata ger 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.

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.



För mer information kontakta Johanna Ollevik

johanna.ollevik@kantar.com