

## Dokumentation

<b>Grundtabel</b>	<b>FOR441: Radiolyttartal pr. station</b>
<b>Hovedgruppe</b>	Forbrug
<b>Emne</b>	Brugsadfærd
<b>Tabelreference</b>	for441
<b>Enhed</b>	Antal (000), minutter
<b>Kilde</b>	TNS Gallup, Gallup Radio Index
<b>Ophavsret</b>	Ved al brug af data fra denne database skal MedieStatistikBanken og originalkilderne angives.

Videresalg af data må ikke finde sted.

### Anm.

Tabellen viser Radiolyttartal pr. station og indeholder antal/minutter og andele i procent.

"Antal lyttere på hverdage" er kun fra og med 1. kvartal 2002.

"Gennemsnitlig ugentlig lyttetid blandt lyttere (i min.)" er fra og med 1. kvartal 2004.

### Noter

DR klassisk er med i Gallups Radio Index som selvstændig station fra 1. kvartal 2004.

DR Soft, DR Boogie, DR Rock og DR X er DAB-kanaler og sendes ikke over det analoge sendenet. Kanalerne er også tilgængelige på [www.dr.dk](http://www.dr.dk). DR soft, DR Boogie, DR Rock er med i Gallups Radio Index fra 2. kvartal 2004 og DR X fra 2. kvartal 2006.

Sky Radio startede sending i Danmark 1. kvartal 2002 og sluttede d.14. november 2005. Stationen sendte derfor kun i en del af 4. kvartal 2005.

Radio 100FM og Det Danske Radiobureau er med i Gallups Radio Index fra 1. kvartal 2004. Det Danske Radiobureau er et salgssamarbejde af Radio 100FM og en række dagbladsejede lokale radiostationer. Se nedenfor eller se på:

[www.detdanskeradiobureau.dk](http://www.detdanskeradiobureau.dk) for mere information.

SBS Radio er med i Gallups Radio Index fra 3. kvartal 2003. Tallene i tabel 441 og 442 for SBS Radio er fra og med 2. kvartal 2004 lig SBS Radio plus (se definition nedenfor).

Nordisk Radio Reklame er med i Gallups Radio Index til og med 3. kvartal 2003. Nordisk Radio Reklame er et salgssamarbejde mellem de to SBS stationer Radio 2 og The Voice og en række kommercielle jyske radiostationer (se definition nedenfor).

*Radio Jylland* er med i Gallups Radio Index til og med 3. kvartal 2003. Radio Jylland er en sammenslutning af kommercielle jyske radiostationer (se definition nedenfor).

## **Definitioner på radiostationer**

### Det Danske Radiobureau

- er i 2. og 3. kvartal 2006 defineret ved:

ANR Total, Holstebro Hit FM, Holstebro Guld FM, Nordvestjylland Guld, Ringkøbing Guld FM, Midtjylland Hit FM, Midtjylland Guld FM, Radio 3 Fyn, Radio ABC, Radio Alfa, Radio ABC – Solo FM, Radio Horsens, Radio Horsens Classic, Radio Køge, Radio Mojn, Radio Skive, Radio SLR, Radio Sydhavsøerne, Radio Viborg, Viborg Guld FM, Radio Victor, Skala FM og Radio 100FM.

- er i 1. kvartal 2006 defineret ved:

ANR Total, Holstebro Hit FM, Holstebro Guld FM, Nordvestjylland Guld, Ringkøbing Guld FM, Midtjylland Hit FM, Midtjylland Guld FM, Radio 3 Fyn, Radio ABC, Radio Alfa, Radio ABC – Solo FM, Radio Horsens, Radio Køge, Radio Skive, Radio SLR, Radio Sydhavsøerne, Radio Viborg, Viborg Guld FM, Radio Victor,

Skala FM og Radio 100FM (For definitioner i tidligere perioder se nedenstående links).

The Voice Total er i hele 2006 defineret ved:

The Voice (kabel/satellit/internet) The Voice Sjælland, The Voice Fyn, The Voice Århus, The Voice Trekanten, The Voice Esbjerg og The Voice Nordjylland (For definitioner i tidligere perioder se nedenstående links).

Radio 2 Total er i hele 2006 defineret ved:

Radio 2 (kabel/satellite/internet), Radio 2 Sjælland, Radio 2 Fyn, Radio 2 Østjylland, Radio 2 Nordjylland, Radio 2 Randers og Radio 2 Trekanten (For definitioner i tidligere perioder se nedenstående links).

### SBS Radio

- er i 2. og 3. kvartal 2006 defineret ved:

Radio 2 Total, The Voice Total, VLR Vejle, VLR Fredericia, VLR Kolding, Radio Silkeborg og Radio Silkeborg Guld.

- er i 1. kvartal 2006 defineret ved:

Radio 2 Total, The Voice Total, VLR, VLR Fredericia, Radio Silkeborg og Radio Silkeborg Guld (For definitioner i tidligere perioder se nedenstående links).

Nordisk Radio Reklame er i 3. kvartal 2003 defineret ved:

Radio 2 Total, Pop FM Total, The Voice Total, Uptown Total, Power FM og Radio Jylland (For definitioner i tidligere perioder se nedenstående links).

Radio Jylland er i 3. kvartal 2003 defineret ved:

ANR Hit, ANR Guld, ANR Hjørring, ANR Frederikshavn, Radio Viborg, Viborg Guld FM, VLR – Hit FM, VLR - Classic, Radio Victor, Radio Victor Plus, Radio Holsted, Radio ABC, Radio Alfa, ABC – Solo FM, Radio Skive, Radio Silkeborg, Silkeborg Guld, The Voice Århus, Pop FM Århus, Easy FM, Midtjylland Guld FM og Midtjylland Hit FM (For definitioner i tidligere perioder se nedenstående links).

ANR Total er i hele 2006 defineret ved:

ANR Hit FM og ANR Guld FM (For definitioner i tidligere perioder se nedenstående links).

Radionet Hit FM er hele 2006 defineret ved:

ANR Hit FM, Radio Viborg, Midtjylland Hit FM og Holstebro Hit FM (For definitioner i tidligere perioder se nedenstående links).

Radionet Guld FM er hele 2006 defineret ved:

ANR Guld FM, Viborg Guld, Midtjylland Guld FM, Holstebro Guld FM, Nordvestjylland Guld FM og Ringkøbing Guld FM (For definitioner i tidligere perioder se nedenstående links).

## **Kommercielle radiostationer**

- er i 3. kvartal 2006 defineret ved:

Det Danske Radiobureau, SBS Radio, Energy/NRJ, MixFM, Radio Charlie, Radio Limfjord, Radio MEGA Hillerød, Radio MEGA Roskilde, Radio Silkeborg, Silkeborg Guld, Radio Valde, VLR Vejle, VLR Fredericia, VLR Kolding, Yes2Day103,6 FM samt eventuelle respondent påførte stationer.

- er i 2. kvartal 2006 defineret ved:

Samme radiostationer som i 3. kvartal 2006, bortset fra MixFM som ikke er del af "Kommercielle radiostationer" i 2. kvartal 2006.

- er i 1. kvartal 2006 defineret ved:

Sky Radio, Det Danske Radiobureau, SBS Radio, MixFM, Energy/NRJ, Radio Limfjord, Radio Mega, Radio Mojn, Radio Silkeborg, Silkeborg Guld, VLR, VLR Fredericia, Yes2Day samt eventuelle respondent påførte stationer (For definitioner i tidligere perioder se nedenstående links).

For definitioner og mere baggrundsinformation se nedenstående link til TNS Gallup:

<http://www.gallup.dk/vores-markedsfokus/medier/radio.aspx>

<http://www.gallup.dk/nyhedscenter/statistik/radio-lyttertal.aspx>

## **Metode/definitioner**

Tallene er baseret på et antal personer (se antal ved at følge ovenstående links og finde pressemeddelelserne for de enkelte år), der hver har udfyldt en radiodagbog i en uge. I løbet af ugen har lytterne noteret al deres radiolytning kvarter for kvarter og station for station.

*Antal lyttere dagligt* (daglige dækning) angiver antallet (i tusind) eller andelen (i pct.) af forskellige personer, der i løbet af en dag lytter minimum 5 minutter til en given radiostation.

*Antal lyttere på hverdage* angiver antallet (i tusind) eller andelen (i pct.) af forskellige personer, der i løbet af en hverdag lytter minimum 5 minutter til en given radiostation.

*Antal lyttere pr. uge* (ugentlige dækning) angiver antallet (i tusind) eller andelen (i pct.) af forskellige personer, der i løbet af en uge lytter minimum 5 minutter til en given radiostation.

*Den gennemsnitlige ugentlige lyttetid pr. dansker 12 år+,* angiver den gennemsnitlige tid i minutter, en given dansker over 12 år lytter i en uge til en given radiostation.

*Den gennemsnitlige ugentlige lyttetid blandt lyttere,* angiver den gennemsnitlige tid i minutter, en lytter på en given uge lytter til en given radiostation.

En radiostations *share* udtrykker stationens markedsandel og er stationens gennemsnitlige ugentlige lyttetid (pr. dansker 12 år+) i forhold til alle stationernes samlede gennemsnitlige ugentlige lyttetid.

/April 2010