

NU KOMMER DER LYTTERTAL HVER DAG

Fra nytår bliver metoden til at indsamle lyttertal i Danmark ændret markant. Hvor tallene for danskeres radiolytning for øjeblikket kun bliver gjort op en gang om måneden, vil de landsdækkende stationer fremover være klar med tal, dagen efter et program har været sendt. Nøjagtig som det er tilfældet med tv-seertallene i dag.

Det er en samlet radiobranche og TNS Gallup, der netop har underskrevet en kontrakt om at etablere lytterundersøgelserne på en ny måde fra den 1. januar 2008 og fem år frem.



På billedet ses bagest fra venstre: Jim Receveur, Adm. Direktør Radio 100FM, Steffen Stenbæk, Formand RADIOERNE, Karsten Lange, Commercial Manager Radio 100FM, Joachim Salamon, Senior Analysekonsulent TV 2 Radio. Forrest fra venstre Morten Kromann-Larsen, Direktør TNS Gallup, Tobias Nielsen, Brand Manager SBS Radio A/S, Tina Edelskov Frederiksen, Indkøbskonsulent DR Indkøb, Jens Rohde, Adm. Direktør TV2 Radio, Charlotte Löwenmark Rode, Chefkonsulent TNS Gallup, Marianne Bugge Zederkof, Sekretariatsleder, RADIOERNE, Thomas Sande, P3 Redaktør DR, Mads Aagaard Winther, Økonomidirektør TNS Gallup.



Ændringen betyder, at radiolytningen fra nytår bliver målt i en kombination af elektronisk måling på samme facon som tv-seningen samt en telefonbaseret indsamling, der sikrer lyttertal til de mindre regionale radiostationer.

I forbindelse med de nye målinger sætter radiostationerne fra nytår koder på deres signaler, som ikke vil kunne høres af det menneskelige øre. Koderne vil derimod kunne registres af nogle bærbare elektroniske målere - såkaldte PPM'ere, der bliver båret af et panel på 750 mennesker, som er udvalgt af TNS Gallup.

PPM'erne er i stand til at registrere de koder, som radiostationerne sætter i radiosignalet, og derved kan de registrere, hvilke radiostationer danskerne lytter til.

DRs radiodirektør Leif Lønsmann, der også er formand for lytterundersøgelsens styregruppe, glæder sig over, at det er lykkedes at få en aftale om daglige lyttertal.

"Det er noget, vi har arbejdet på i næsten 10 år, og det er blevet stadig mere aktuelt at få en kontrakt i hus, efterhånden som der er dukket flere landsdækkende kanaler op. Nu kan DR få mere præcis viden om, hvem og hvor mange der lytter til hvilke programmer. Danske radiolyttere er kritiske og kvalitetsbevidste, og derfor fortæller deres valg og fravalg os en hel del om, hvad der dur, og hvad der ikke er godt nok," siger Leif Lønsmann.

Den administrerende direktør for TV 2 Radio, Jens Rohde, kalder aftalen om et mere præcist og troværdigt målesystem for en landvinding af de helt store for kommerciel radio.

"Vi vil i langt højere grad kunne følge og tilfredsstille lytternes behov og få værktøjer til at være præcise i reklameplanlægning og dokumentation over for vores kunder. For kommerciel radio er der ganske enkelt tale om et historisk gennembrud for professionaliseringen af dansk radio. Man må ikke undervurdere værdien af denne aftale," siger han.

Den administrerende direktør for Radio 100FM og Det Danske Radiobureau, Jim Receveur, glæder sig også over, at stationerne fra 1. januar 2008 - allerede dagen efter en udsendelse - kan analysere lyttertallene ned på minutniveau og bruge dem fremadrettet i programplanlægningen.

"Den elektroniske måling af radio vil bidrage til at løfte det kommercielle radiomarked, fordi lyttertallene bliver mere præcise, og samtidig vil de kommercielle stationer kunne sikre en mere præcis kam-



pagnelevering og –evaluering. Annoncørerne kan se frem til, at radio vil blive planlagt og afviklet på den samme måde som tv,” siger han.

Den administrerende direktør for SBS Radio A/S, Frederik Meyer, tilslutter sig tilfredsheden med aftalen:

”Vi ser frem til at arbejde med det nye system, som giver vore kunder en mere præcis og sikker levering af kampagner på begge vore stationer, The Voice og Radio 2. Vi glæder os over, at teknologien samt det danske radiomarked endelig er klar til denne løsning med dagstal, der har så åbenlyse fordele for os selv, vore kunder og radiomarkedet i Danmark.”

Den administrerende direktør for TNS Gallup, Henrik Jørgen Hansen, glæder sig over, at samarbejdet om radio- og lytterundersøgelse i Danmark tager et stort skridt fremad:

”Den nye aftale er udtryk for et teknologisk kvantespring, der åbner helt nye muligheder for den danske radiobranche i form af program- og kampagneevalueringer, som vi kender det fra TV. Jeg er stolt over, at TNS Gallup er med i denne udvikling, og vi glæder os meget til samarbejdet under den nye aftale.”

Ønskes yderligere information kan nedenstående kontaktes:

Leif Lønsmann DR, Radiodirektør 20 12 03 12	Jim Receveur Radio 100FM, Adm. direktør 40 60 90 42	Jens Rohde TV 2 Radio, Adm. direktør 30 17 29 29	Frederik Meyer SBS Radio A/S, Adm. direktør 33 37 66 22	Marianne Bugge Zederkof RADIOERNE, Sekretariatsleder 20 76 50 99	Henrik Jørgen Hansen TNS Gallup, Adm. direktør 39 27 27 27
---	---	--	---	--	--