

## LYTTERTAL HVER DAG FRA DET NYE ÅR

Fra nytår er der ændret markant på måden, der bliver målt lyttertal på. Hvor tallene hidtil er blevet opgjort en gang om måneden, vil de landsdækkende radiostationer fremover kunne være klar med tal, dagen efter et program har været sendt.

Det er den samlede radiobranche og TNS Gallup, der har indgået en femårig aftale om den ny målemetode, og TNS Gallup planlægger at udsende ugentlige pressemeddelelser om radiolytningen i Danmark - nøjagtig, som det er tilfældet med seertallene i dag.

Danskernes radiolytning bliver fremover målt i en kombination af elektronisk måling samt en telefonbaseret indsamling, der skal være med til at sikre lyttertal til de mindre regionale radiostationer.

I forbindelse med ændringen er radiostationerne fra 1. januar begyndt at sætte koder på deres signaler. Det er signaler, som ikke kan høres af lytterne, men som vil kunne registreres af nogle elektroniske målere - såkaldte PPM'ere, som et panel på 750 mennesker vil bære. Én gang i døgnet vil TNS Gallup så indsamle oplysningerne og gøre op, hvad danskerne har lyttet til.

DRs radiodirektør Leif Lønsmann, der er formand for lytterundersøgelsens styregruppe, glæder sig over ikke længere at skulle vente mindst en måned for at høre om lytternes gøren og laden.

"Lytternes valg og fravalg fortæller os en hel del om, hvad der dur, og hvad der ikke er godt nok, og i DR glæder vi os til at få mere præcis og hurtigere viden om, hvem der har lyttet til hvad," siger Leif Lønsmann.

Koncerndirektør Flemming Rasmussen fra TV 2 ser også frem til de nye målinger.

"Vi er stolte over at være en part i denne professionalisering af lyttermålingerne. Vi har store forventninger til, hvad det kommer til at betyde for annoncørerne og hele radiobranchen. For om nogen har vi erfaring med den indflydelse, som professionelle målinger har på udviklingen og væksten for et kommercielt marked" siger han.

Den administrerende direktør for Radio 100FM, Radio 100 SOFT og Det Danske Radiobureau, Jim Receveur, ser frem til at modtage de nye og mere præcise lyttertal.



"Den nye målemetode gør det muligt for radiostationerne - på samme måde som TV-stationerne - at få lyttertal allerede dagen efter. Annoncørerne og mediebureauerne kan derfor se frem til at få en mere præcis kampagnelevering og evaluering, samtidig med at lytterne kan forvente radio afviklet til gavn for dem," siger Jim Receveur.

Også direktøren for SBS Radio A/S, Frederik Meyer, byder det nye, såkaldte PPM-system velkomment.

"Med systemet kan vi dokumentere effekten af radio i samme grad, som man hidtil har kunnet med TV. En sådan dokumentation er et vigtigt træk i forhold til at styrke radioen som seriøst annoncemedium. Med en blåstempling af vores rækkevidde over for annoncørerne er grundlaget lagt for fortsat større vækst og respekt omkring vort medie," siger SBS Radio-direktøren.

Den administrerende direktør for TNS Gallup, Henrik Jørgen Hansen glæder sig til samarbejdet under den nye aftale.

"Det er mig en stor glæde, at TNS Gallup fortsat er leverandør af lyttertal til et samlet radiomarked. Fra 1. januar nu med helt ny målemetode, som gør det muligt for den danske radiobranche at lave præcise program- og kampagneevalueringer, akkurat som vi kender det fra TV-Meter målingen", siger Henrik Jørgen Hansen.

Ønskes yderligere information kan nedenstående kontaktes:

Leif Lønsmann DR, Radiodirektør 20 12 03 12	Jim Receveur Radio 100FM, Adm. direktør 40 60 90 42	Flemming Rasmussen TV 2, Koncerndirektør 39 75 75 75	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
---	---	--	---	--	--