



## Seer- og lytterundersøgelse 2018

Rapport

KNR - Kalaallit  
Nunaata Radioa

Maj 2018



## INDHOLDSFORTEGNELSE

<b>1.</b>	<b>INDLEDNING</b>	<b>2</b>
1.1	Baggrund og formål	2
1.2	Hovedkonklusioner	3
1.3	Læsevejledning	9
<b>2.</b>	<b>MEDIEFORBRUG</b>	<b>10</b>
<b>3.</b>	<b>TV</b>	<b>12</b>
3.1	Dagligt forbrug	12
3.2	TV- Nyheder	14
3.3	TV-programmer	16
3.4	Tv for børn	20
3.5	KNR-2	22
3.6	Fremtidens tv-programmer	23
3.7	Tekst-TV	24
<b>4.</b>	<b>KNR.GL</b>	<b>26</b>
<b>5.</b>	<b>RADIO</b>	<b>28</b>
5.1	Dagligt forbrug	28
5.2	Radionyheder	30
5.3	Radioprogrammer	31
5.4	Radio for børn	36
<b>6.</b>	<b>KNRS BRUGERSEGMENTER</b>	<b>39</b>
<b>7.</b>	<b>BILAG</b>	<b>42</b>

# 1. INDLEDNING

## 1.1 BAGGRUND OG FORMÅL

Formålet med denne undersøgelse er, at afdække befolkningens forbrug og holdninger til KNRs produkter: tv-programmer, radio-programmer, hjemmeside og tekst-tv. I undersøgelsen ses der bl.a. nærmere på befolkningens vurdering af appel og tilfredshed med et udvalg af programmer fra den nuværende programflade på KNR. Desuden er der spurgt til ideer og præferencer i forhold til fremtidige programmer og programflade. Der er desuden, når det er relevant, blevet inddraget resultater fra de tidligere seer- og lytterundersøgelser fra 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 og 2018 for at undersøge en udvikling over tid.

Rapporten er blevet udarbejdet på baggrund af 700 telefoninterviews fra et repræsentativt udsnit af den grønlandske befolkning over 18 år. Der er tilmed blevet spurgt til børn og unges holdninger til den del af programfladen som henvender sig hertil. Her har forældrene afgivet besvarelse på barnets vegne. Interviewene er foretaget fra 19. marts til 15. april 2018.

Datafremstillingen i rapporten er via figurer, som viser resultaterne som frekvenser, dvs. andele af befolkningen eller andele af relevante undergrupper af befolkningen.

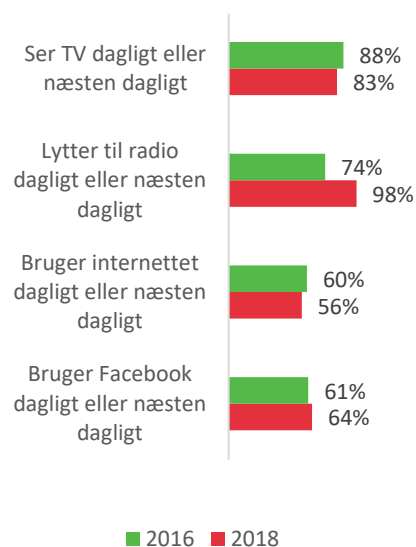
Epinion står til rådighed i forbindelse med yderligere analyser og forespørgsler, hvis KNR ønsker særlige analyser inden for bestemte områder. Derudover står Epinion til rådighed, hvis KNR ønsker udtalelser mv. til videre formidling og publicering af rapportens resultater.

## 1.2 HOVEDKONKLUSIONER

I dette afsnit præsenteres rapportens hovedkonklusioner for hvert emne i undersøgelsen.

### Medieforbrug

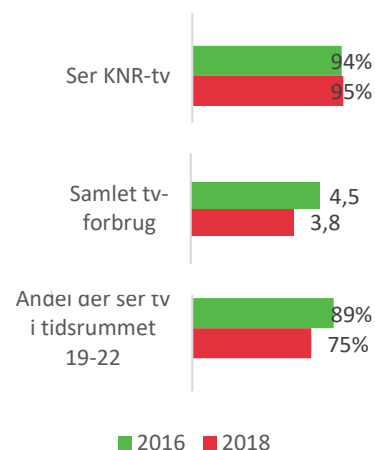
- 83% af befolkningen ser tv dagligt eller næsten dagligt og 98% lytter til radio dagligt eller næsten dagligt enten via internet eller via FM-signal.
- 56% bruger internettet dagligt eller næsten dagligt, mens 27% aldrig benytter sig af internettet.
- 64% af befolkningen bruger Facebook dagligt eller næsten dagligt, mens 31% er benytter sig af YouTube dagligt eller næsten dagligt. Snapchat (16%), Twitter (4%) og Instagram (15%) er de medier, som færrest bruger dagligt eller næsten dagligt.



### TV

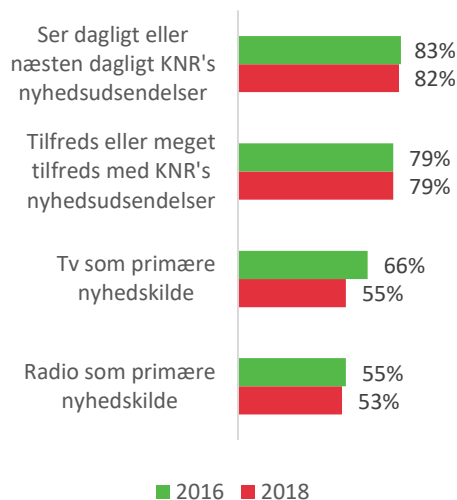
#### Dagligt forbrug

- Langt størstedelen af den grønlandske befolkning ser TV (96%), mens 4% har angivet, at de aldrig ser TV
- 95% af tv-seerene, ser KNR-tv.
- Det samlede tv-forbrug er faldet fra 4,5 timer dagligt i 2016 til 3,8 i 2018. Dette skyldes, at forbruget af KNR er faldet fra 2,5 timer dagligt i 2016 til 2,2 timer dagligt i 2018, mens også forbrugt af øvrige TV-kanaler er faldet fra 2,0 timer dagligt i 2016 til 1,6 timer dagligt i 2018.
- De fleste (75%) ser tv i tidsrummet 19-22.



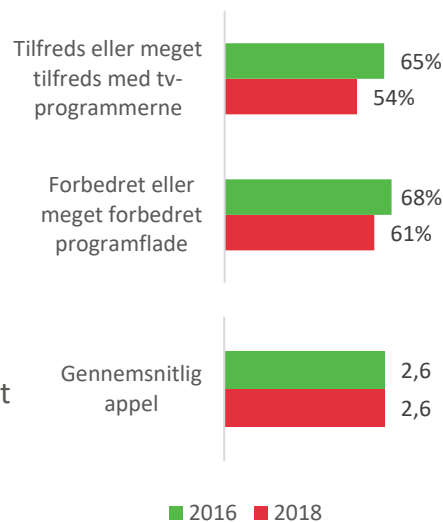
### TV-nyheder

- Godt 4 ud af 5 ser dagligt nyhedsudsendelser på KNR, mens kun 4% af befolkningen aldrig ser nyhedsudsendelser.
- 81% af seerne er enten meget tilfredse eller tilfredse med nyhedsudsendelserne på KNR, hvilket er omtrent på samme niveau som resultatet i 2016 (79%).
- 55% får primært deres nyheder fra tv, mens 53% får dem fra radio og 20% får dem på internettet. Kun 20% får dem fra sociale medier og 4% får dem fra trykte medier som aviser.



### Tv-programmer

- 54% af seerne er enten tilfreds eller meget tilfredse med tv-programmerne på KNR-TV. Det er et fald i forhold til 2016, hvor 65% var tilfredse med programmerne på KNR.
- 61% af seerne vurderer, at programfladen er forbedret eller meget forbedret efter omlæggelsen af programfladen, som betød et større fokus på grønlandsk tv.
- Tilfredsheden med de enkelte programmer er høj - uanset aldersgruppe.
- Den gennemsnitlige appel af KNRs tv-programmer har en score på 2,6 og er på niveau med 2016. Programmerne appellerer generelt mest til den midaldrende- og ældste gruppe.
- Landsindsamlingen er det program, der har den højeste appel i befolkningen, mens tilfredsheden ikke er varierende på tværs af programmerne.

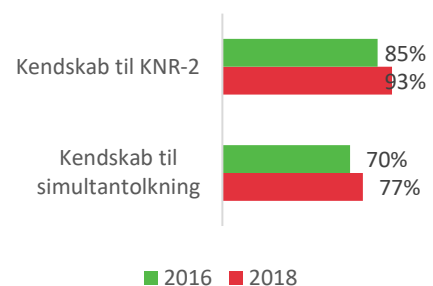


### Tv for børn

- Forældre til hjemmeboende børn angiver, at deres børn generelt er tilfredse med programfladen, som henvender til børn og unge. Den højeste tilfredshed er ved arkivudsendelserne, hvor 89% af forældrene vurderer, at deres børn er tilfreds eller meget tilfreds.
- 72% af forældrene angiver, at deres børn bruger TV, når de ser Senior Wowow.

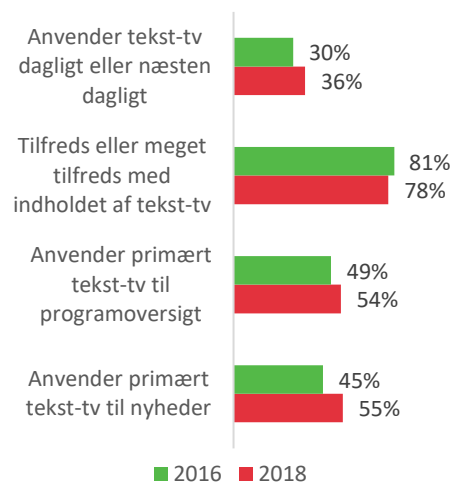
### KNR-2

- 93% af befolkningen kender til KNR-2, hvilket er en stigning siden 2016, hvor andelen var 85%.
- 77% af seerne er klar over, at der foretages simultantolkning af debatter på hhv. dansk og grønlandsk på kanalen. Dette er en stigning siden 2016, hvor andelen var på 70%.
- Seerne ønsker i særligt, at programmer om nyheder og aktualitet bliver prioriteret højere.



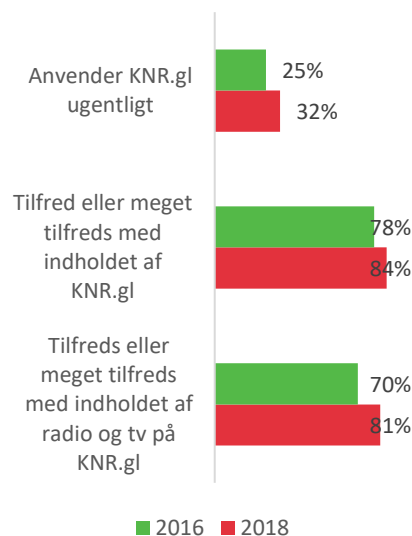
### Tekst-tv

- 36% af seerne anvender tekst-tv dagligt eller næsten dagligt, mens 48% sjældent eller aldrig anvender tekst-tv.
- En større andel af de personer, som bor uden for Nuuk, anvender tekst-tv. Forbruget af tekst-tv er desuden størst i den midaldrende og ældste gruppe.
- 78% af de personer, som anvender tekst-tv er tilfredse eller meget tilfredse med indholdet. Brugere anvender primært tekst-tv til programoversigt (54%) og nyheder (55%).



## KNR.gl

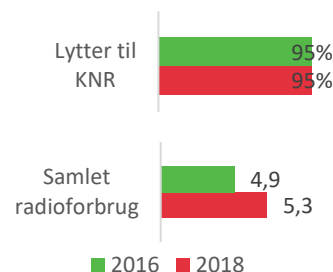
- 32% af befolkningen anvender KNRs hjemmeside KNR.gl mindst én gang om ugen, mens andelen i 2016 var 25%. Det er en stigning på 7 procentpoint.
- 84% af brugerne er enten tilfreds eller meget tilfreds med indholdet på hjemmesiden. Dette er en stigning siden 2016, hvor andelen var på 78%.
- 81% af brugerne er tilfredse eller meget tilfredse med indholdet af radio og tv på hjemmesiden. Dette er en stigning siden 2016, hvor andelen var på 70%.



## Radio

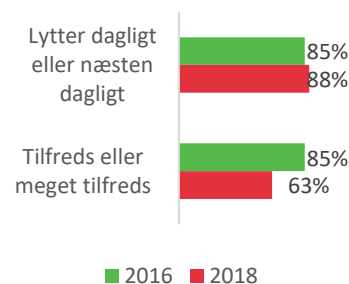
### Dagligt forbrug

- 95% af radiolytterne lytter til KNR.
- Det samlede radioforbrug er steget fra 4,9 timer dagligt i 2016 til 5,3 timer dagligt i 2018. Radioforbrug af KNR-radio er på niveau med forbruget i 2016 (4,5 timer dagligt). Derudover lytter de adspurgte i gennemsnit 0,8 timer dagligt til andre radiokanaler, hvilket er en mindre stigning sammenlignet med 2016 (0,6 timer dagligt).



### Radionyheder

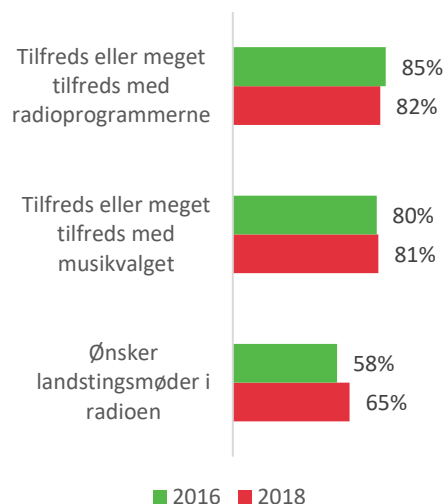
- 88% af KNRs lyttere lytter dagligt eller næsten dagligt til nyhedsudsendelser enten på grønlandsk eller dansk.
- 63% af lytterne er tilfredse eller meget tilfredse med nyhedsudsendelserne.





### Radioprogrammer

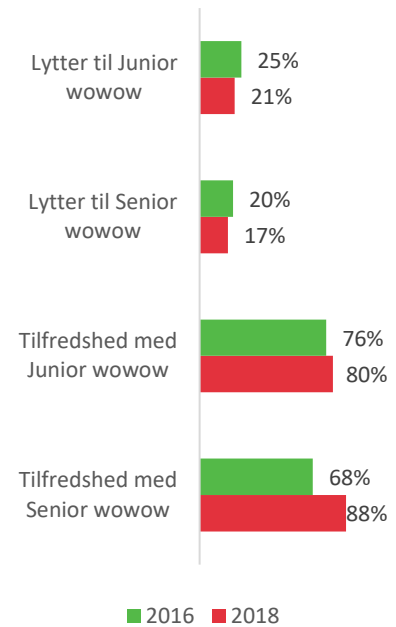
- 82% af radiolytterne er enten tilfreds eller meget tilfreds med radioprogrammer på KNR. Det er omtrent på niveau med resultaterne fra 2016.
- Generelt er tilfredsheden til de enkelte radioprogrammer høj.
- Nunatta nipaa - ullaakkut aallakaatinneqartartoq er det radioprogram som i højest grad appellerer til lytterne. Appellen er størst blandt de midaldrende- og ældste lyttere. Det er samtidig det program med den største tilfredshed blandt lytterne. Tilfredsheden varierer ikke på tværs af aldersgrupperne.
- 81% af lytterne er tilfredse eller meget tilfredse med musikvalget på KNR, hvilket er på niveau med resultaterne fra 2016.
- 65% ønsker landstingsmøder i radioen.
- 1 ud af 5 ønsker, at der kommer flere programmer om hhv. kunst og kultur (22%) samt nyheder og aktualitet (22%).





## Radio for børn

- 21% af børnene lytter til Junior wowow, mens 17% lytter til Senior wowow.
- 80% af børnene, som lytter til Junior wowow er tilfreds eller meget tilfreds, mens 88% af børnene, som lytter til Senior wowow er tilfreds eller meget tilfreds.
- 80% af lytterne til Junior wowow bruger FM-signal, hvorimod dette er tilfældet for 77% af lytterne til Senior wowow.



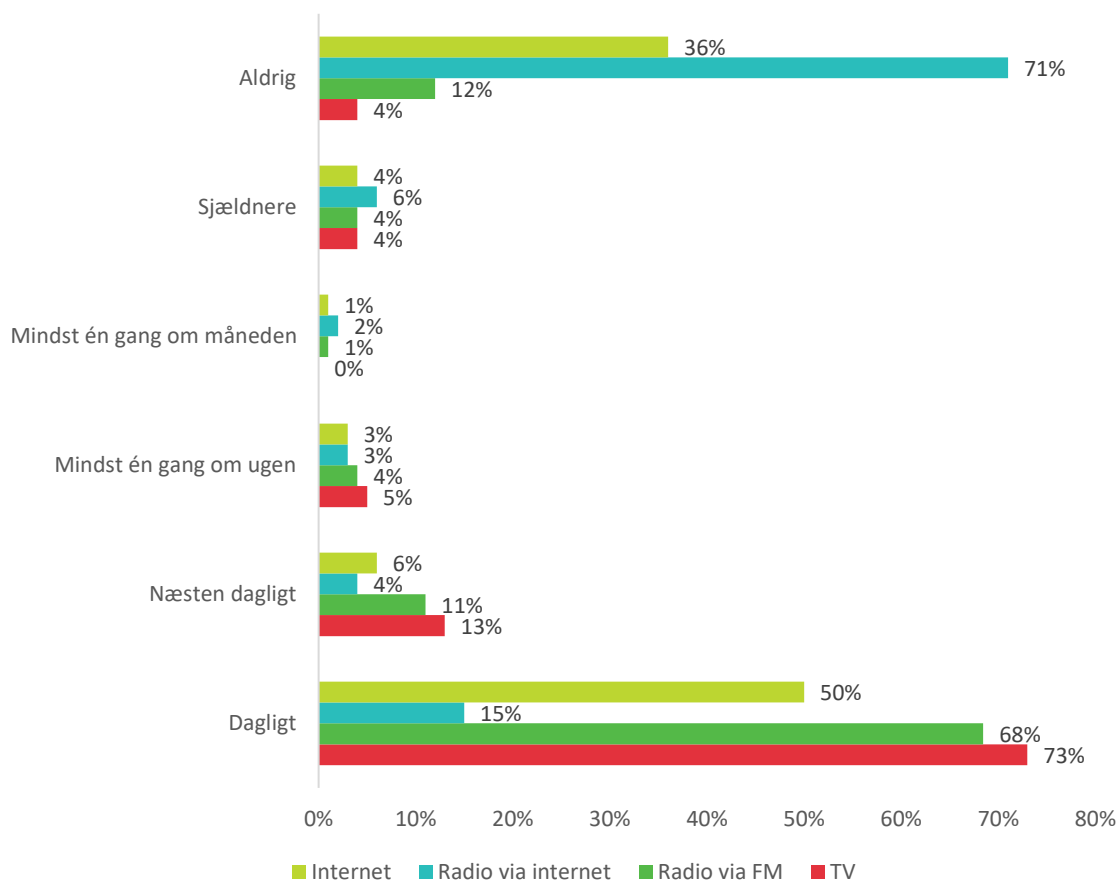
## 1.3 LÆSEVEJLEDNING

Rapporten er inddelt i 5 forskellige kapitler: Kapitel 2 handler om befolkningens medieforbrug. Kapitel 3 indeholder en analyse af seernes tv-forbrug og holdninger til tv-nyhederne, programfladen, børne fjernsyn, tekst-tv. I kapital 4 analyseres forbruges og holdninger til KNRs hjemmeside KNR.gl. I kapital 5 analyseres lytternes forbrug af radiotjenester samt deres holdninger til radionyhederne og programfladen. Kapitel 6 er en oversigt over KNRs brugersegmenter.

## 2. MEDIEFORBRUG

Medieforbruget for befolkningen er undersøgt ved at spørge til brugen af tv, radio via FM, radio via internet og internet. Af figur 1 nedenfor ses, hvor hyppigt medierne tv, radio via FM, radio via internet og internet benyttes. Figuren viser, at 73% af befolkningen ser tv dagligt eller næsten dagligt. Tilsvarende benytter 68% af befolkningen sig af radioen via FM, og 15% af befolkningen benytter radio via internet dagligt, mens 60% benytter sig af internettet daglig eller næsten daglig. 36% af befolkningen bruger aldrig internettet.

**Figur 1: Medieforbrug i befolkningen**



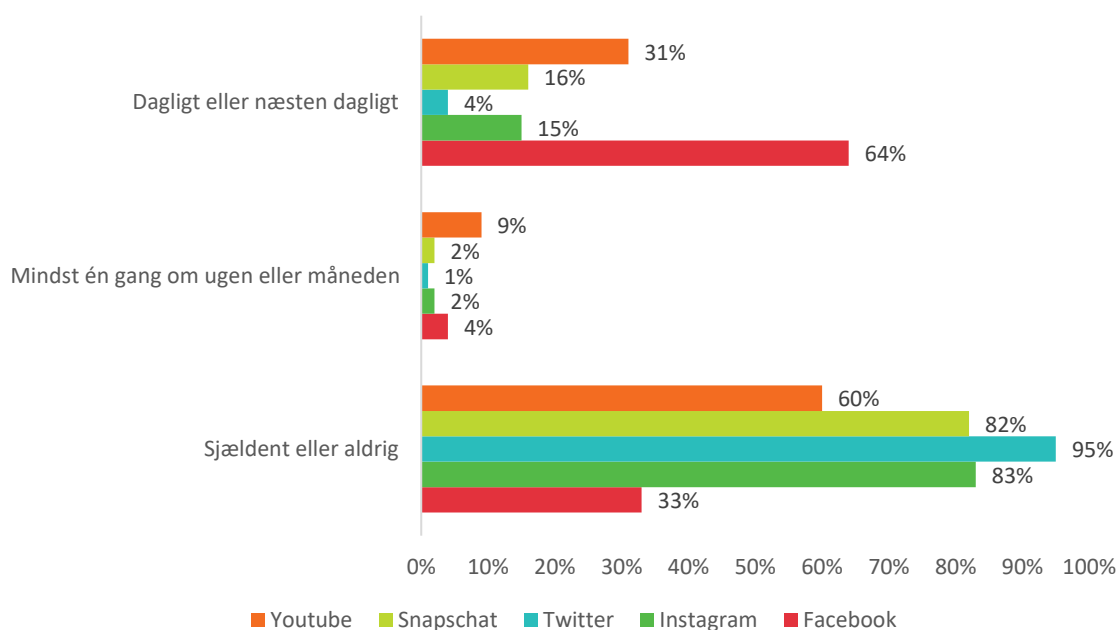
Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=700)

Ses der på befolkningen som bor hhv. i og udenfor Nuuk, viser resultaterne, at der er forskel i medieforbruget. Mens befolkningen bosat udenfor Nuuk i højere grad ser tv (89% udenfor Nuuk mod 82% i Nuuk) og hører radio via FM (80% udenfor Nuuk mod 77% i Nuuk) dagligt

eller næsten dagligt, bruger befolkningen i Nuuk i højere grad internettet (60% i Nuuk mod 53% udenfor Nuuk) og hører radio via internettet (15% udenfor Nuuk mod 23% i Nuuk) dagligt eller næsten dagligt. Dernæst er der 33% af befolkningen i Nuuk, der aldrig bruger internettet, mod det samme gælder for 38% udenfor Nuuk. For yderligere information henvises til tabel 1 i bilag.

Figur 2 viser forbruget af de sociale medier i form af Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat og Youtube. 64% af befolkningen besøger Facebook dagligt eller næsten dagligt, og er således det mest populære sociale medie blandt befolkningen. 31% benytter sig af Youtube dagligt eller næsten dagligt, mens det for Snapchat, Instagram og twitter er under 20% af befolkningen, som benytter disse dagligt eller næsten dagligt. Befolkningen bosat i Nuuk anvender i højere grad sociale medier sammenlignet med befolkningen, der er bosat uden for Nuuk. For yderligere information henvises til tabel 2 i bilag.

**Figur 2: Forbrug af sociale medier i befolkningen**



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=700)

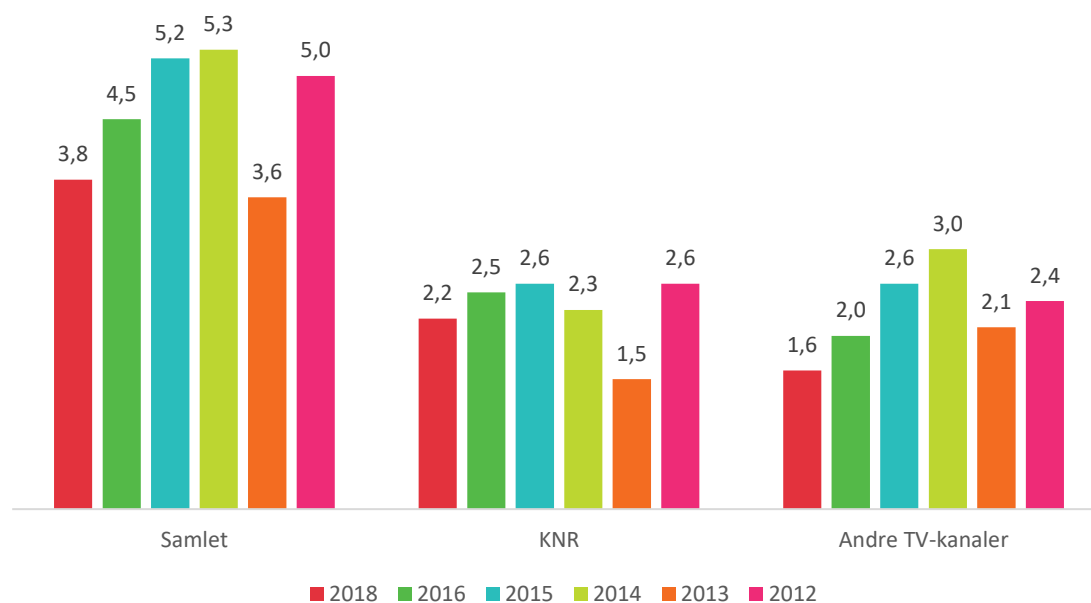
## 3. TV

### 3.1 DAGLIGT FORBRUG

Tv-forbruget i antal timer blandt den grønlandske befolkning er undersøgt flere gange siden 2005. Udviklingen over tid belyses ved at sammenligne resultaterne fra denne undersøgelse bliver derfor sammenlignet med *Analysen af KNR* fra 2012 samt KNR's *Seer- og lytterundersøgelse* fra 2013, 2014, 2015 og 2016.

Det samlede gennemsnitlige tv-forbrug for tv-seerne i befolkningen er 3,8 timer dagligt i 2018, hvilket er et fald sammenlignet med forbruget i de forgangne år. Det daglige forbrug af KNR er ligeledes faldet siden 2016 fra 2,5 timer dagligt til 2,2 timer i 2018, men også forbruget af andre TV-kanaler er faldet fra 2,0 timer dagligt i 2016 til 1,6 timer dagligt i 2018. Resultaterne indikerer derfor, at faldet i det samlede tv-forbrug skyldes et samlet fald i forbruget af både KNR og andre TV-kanaler.

**Figur 3: Det daglige tv-forbrug i timer fordelt på KNR, lokal-tv og udenlandske kanaler**

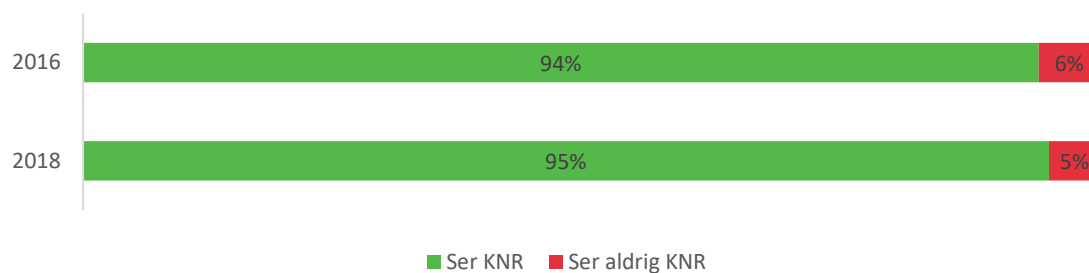


Kilde: KNRs Seer- og lytterundersøgelsen 2012 (N=594), 2013 (N=556), 2014 (N=665), 2015 (N=681) og 2016 (N=668). Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=670)

Langt størstedelen af den grønlandske befolkning ser TV (96%), mens kun 4% har angivet, at de aldrig ser TV. Blandt TV-seerne ser 95% KNR-tv, mens kun 5% har angivet, at de aldrig ser

KNR. Dette resultat er på niveau med resultaterne fra de tidligere seer- og lytterundersøgelser. Procentdelen af KNR-seere er størst udenfor Nuuk (97% udenfor Nuuk mod 91% i Nuuk). Adspurgte, der ikke ser KNR, angiver i 2016, at de primære årsager til, at de ikke ser KNR, er, at de ikke finder indholdet relevant for deres behov (46%) samt at der er for mange genudsendelser (19%).

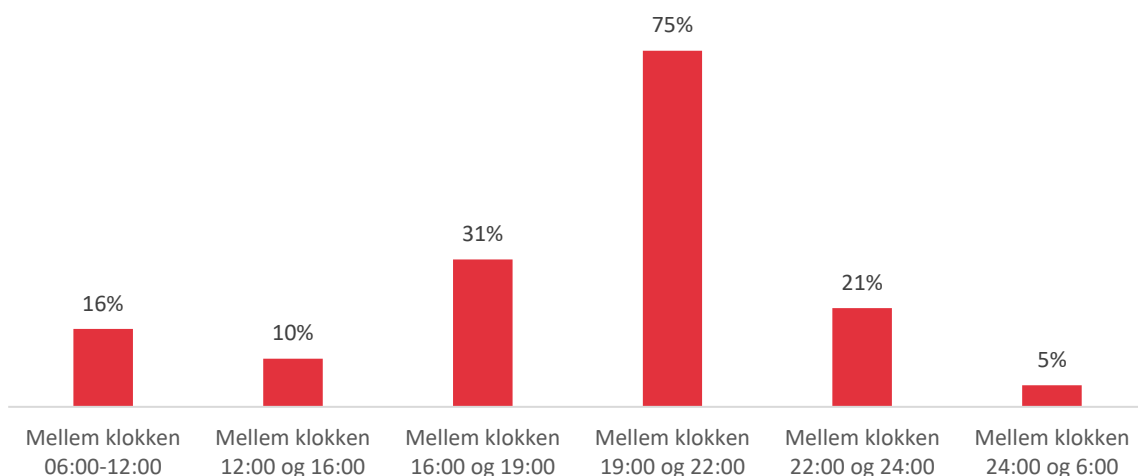
**Figur 4: Andelen af TV-seere som ser KNR TV**



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018. N=700 og 2016 (N=701)

Der er igen i år blevet spurgt til, hvilket tidsrum på dagen seerne typisk ser TV. Langt størstedelen af seerne ser TV mellem 19:00 og 22:00 (75%), mens 31% af seerne ser tv i tidsrummet mellem 16:00-19:00.

**Figur 5: Hvornår ser du oftest TV?**



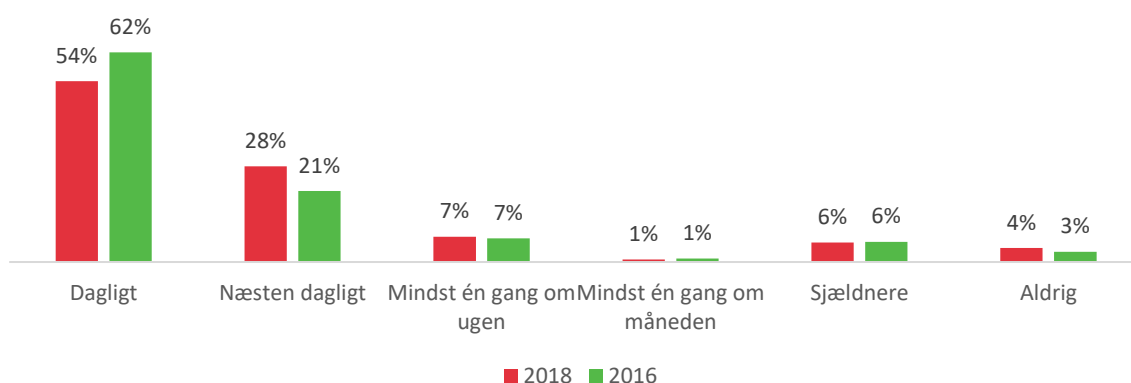
Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=670)

Det har været muligt at vælge flere tidspunkter på døgnet, hvilket er grunden til, at procentsatsen overstiger 100%.

## 3.2 TV- NYHEDER

82% af KNR's seere ser dagligt eller næsten dagligt nyhedsudsendelser, mens 10% sjældent eller aldrig ser nyhedsudsendelser på KNR. Disse resultater er overordnet på niveau med resultaterne fra 2016, mens der dog er sket et fald i andelen der ser nyhedsudsendelser dagligt og en stigning i andelen, der ser dem næsten dagligt.

**Figur 6: Forbruget af nyhedsudsendelser blandt KNRs seere**

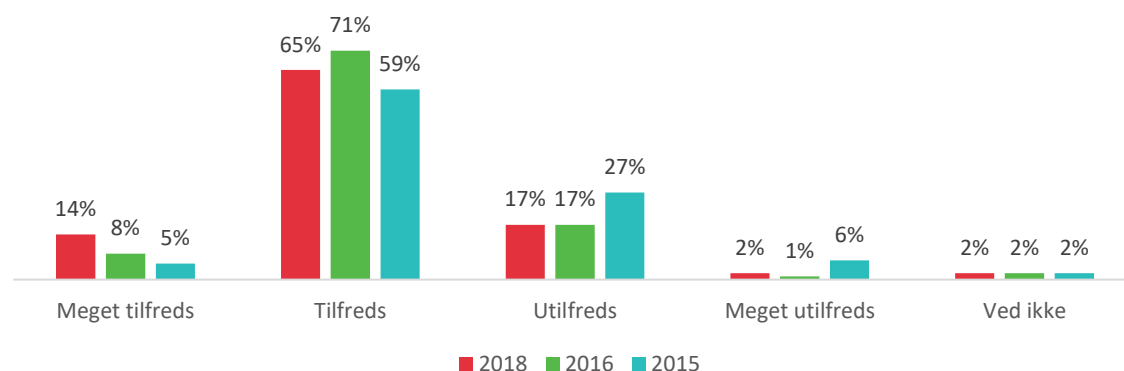


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=670)

En supplerende analyse, viser desuden, at henholdsvis 84% og 79% af de personer, som primært taler grønlandsk eller er dobbeltsprogede ser nyhedsudsendelser dagligt eller næsten dagligt, mens det tilsvarende er 55% af de personer som primært taler dansk.

79% af de adspurgte, som ser KNR, er enten meget tilfredse eller tilfredse med nyhedsudsendelserne på KNR-TV. Disse resultater er på niveau med resultaterne fra 2016.

**Figur 7: Hvor tilfreds eller utilfreds er du generelt med nyhedsudsendelserne på KNR-TV?**



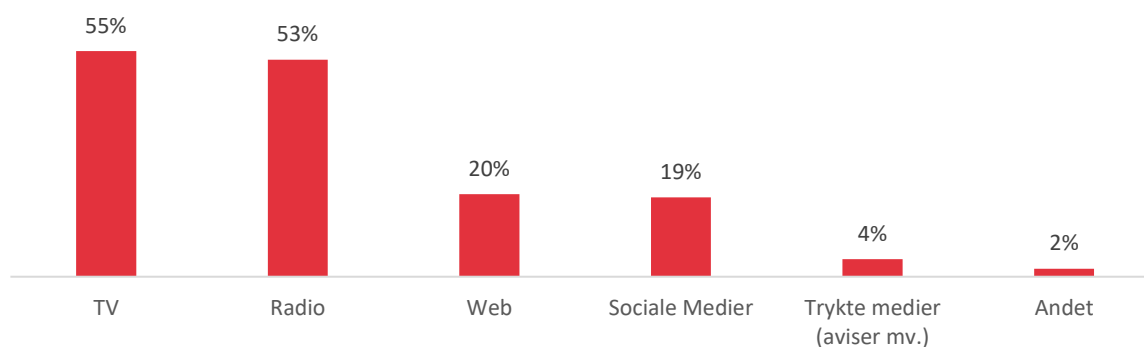
Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2015 (N=582), 2016 (N=654) og 2018 (N=642)



Der er yderligere blevet spurgt til hvilke nyhedskilder de adspurgte primært får deres nyheder fra samt hvilke devices, som anvendes til at få nyheder.

Tv'et er den mest populære platform at få nyheder fra (55%) tæt efterfulgt af radioen (53%). 20% bruger internettet, 19% anvender sociale medier og blot 4% anvender trykte medier som nyhedskilde.

**Figur 8: Hvilke platforme får du primært nyheder fra?**

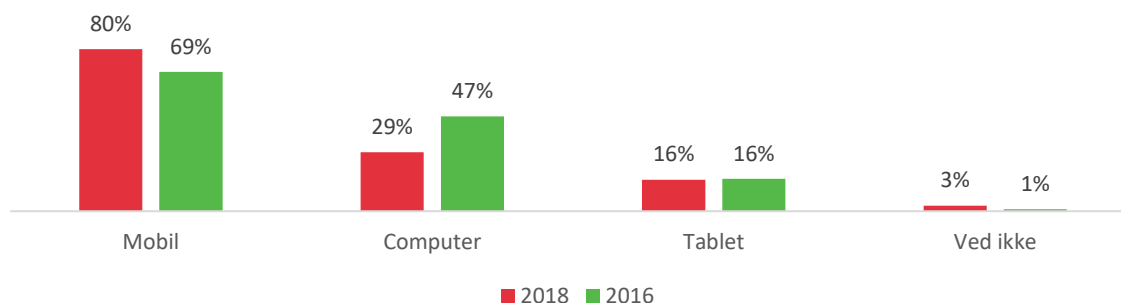


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=700)

Da respondenterne har haft mulighed for at vælge flere svarkategorier, overstiger procentsatsen 100%.

Adspurgte der får nyheder via internettet, er blevet spurgt nærmere ind til hvilke devices, de anvender hertil. Som nedenstående figur viser, er mobilen (80%) og computeren (29%) de mest populære devices, mens kun 16% anvender tablet. Sammenlignet med resultaterne fra 2016, er andelen af personer, som anvender deres mobil frem for computer steget, mens forbruget af tablet er på samme niveau som tidligere.

**Figur 9: Hvilke devices bruger du til at få dine nyheder fra?**



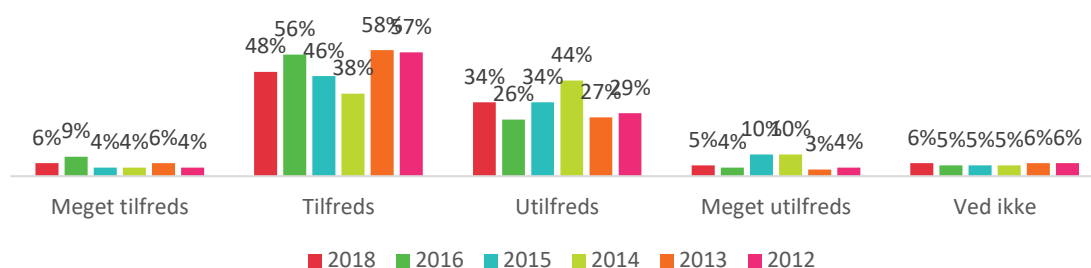
Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=129) og 2016 (N=219)

Da respondenterne har haft mulighed for at vælge flere svarkategorier, overstiger procentsatsen 100%.

### 3.3 TV-PROGRAMMER

Der er spurgt til, hvor tilfredse eller utilfredse seerne er med tv-programmerne på KNR alt i alt. 54% af seerne er enten meget tilfredse eller tilfredse med tv-programmerne på KNR, hvilket er et fald sammenlignet med 2016, hvor 65% af seerne enten var meget tilfredse eller tilfredse. 39% af seerne er enten utilfredse eller meget utilfredse, hvilket er en stigning fra 2016, hvor dette gjaldt for 30%. Tilfredsheden med programmerne er således igen på omtrent samme niveau som i 2015 og stigningen fra 2016 er således ikke fastholdt.

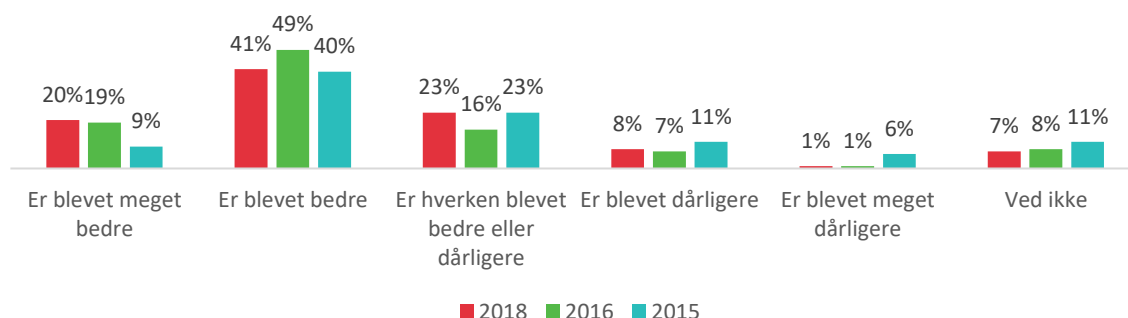
**Figur 10: Hvor tilfreds eller utilfreds er du alt i alt med tv-programmerne på KNR-TV?**



KNRs Seer- og lytterundersøgelsen 2012 (N=594), 2013 (N=556), 2014 (N=703), 2015 (N=681), 2016 (N=672) og 2018 (N=670)

Samtidig er der sket en stigning i andelen, der mener, at KNR er blevet bedre efter omlægningen i 2013, hvor der kom større fokus på grønlandske programmer. Størstedelen af seerne (61%) er positive over for udviklingen af programfladen efter omlægningen. 49% mener, at det er blevet bedre, hvilket er tilsvarende med resultaterne fra 2015 som også var på 49%. Kun 9% af seerne vurderer, at programfladen er blevet forringet siden omlægningen.

**Figur 11: I 2013 blev KNR omlagt, så der kom større fokus på grønlandske programmer og mindre fokus på danske programmer. Hvordan synes du overordnet set at programfladen har udviklet sig de seneste år?**



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=670), 2016 (N=672) og 2015 (N=681)

Seerne på KNR er blevet bedt om at vurdere 7 forskellige tv-programmer i forhold til, hvorvidt programmet appellerer til dem, og hvorvidt de er tilfreds med programmet generelt. Dette er tre programmer færre, end der blev spurgt ind til i 2016. Seerne har vurderet programmerne enkeltvis, hvilket muliggør en undersøgelse af graden af appel og tilfreds i forhold til de enkelte programmer. De 7 programmer blev ligeledes undersøgt i 2016, så tallene derfra er ligeledes inddraget i tabellen. Når det er relevant, vil der tilmed blive kommenteret på borgernes årsager til utilfredshed med de enkelte tv-programmer. Opgørelsesmetoden er den samme som ved undersøgelsen i 2016.

**Sinerissamiit** har en appel på 2,8 og en tilfredshed på 3,4. Programmet appellerer mest til de ældre seere (56 år og over), som ellers er den aldersgruppe, der er mindst tilfreds. Undersøgelsen i 2016 viste, at den primære årsag til, at seere er utilfredse med programmet er, at de vurderer, at programmet mangler at afdække flere områder på Grønland.

**Annuffiunng** har en appel på 2,5 og en tilfredshed på 3,4. Både appellen og tilfredsheden er ikke varierende på tværs af aldersgrupperne. Undersøgelsen i 2016 viste, at de utilfredse seere begrundet primært utilfredsheden med, at videoerne i programmet er for kedelige og uinteressante.

**Fredagsunderholdning** har en appel på 2,7 og en tilfredshed på 3,4. Både appellen og tilfredsheden er ikke varierende på tværs af aldersgrupperne. Undersøgelsen i 2016 viste, at flere af de utilfredse seere mener, at indholdet er for kedeligt eller film ikke er interessant.

**Sportsudsendelser** har en appel på 2,6 og tilfredshed på 3,4 i 2018. Appellen er som i 2016 undersøgelsen størst for den ældste målgruppe. Undersøgelsen i 2016 viste, at flere af de utilfredse seere mener, at sportsudsendelserne er for kortfattede.

**Landsindsamlingen** har en appel på 3,0 og en tilfredshed på 3,4, og er dermed programmet med størst appel. Både appellen er størst for den ældste gruppe af seerne, mens tilfredsheden har samme niveau på tværs af aldersgrupper. Undersøgelsen i 2016 viste, at de utilfredse seere begrundet primært utilfredsheden med, at de efterspørger landsindsamlinger ift. andre emner (eksempelvis arbejdsløse eller hjemløse) samt at der er for mange genudsendelser.

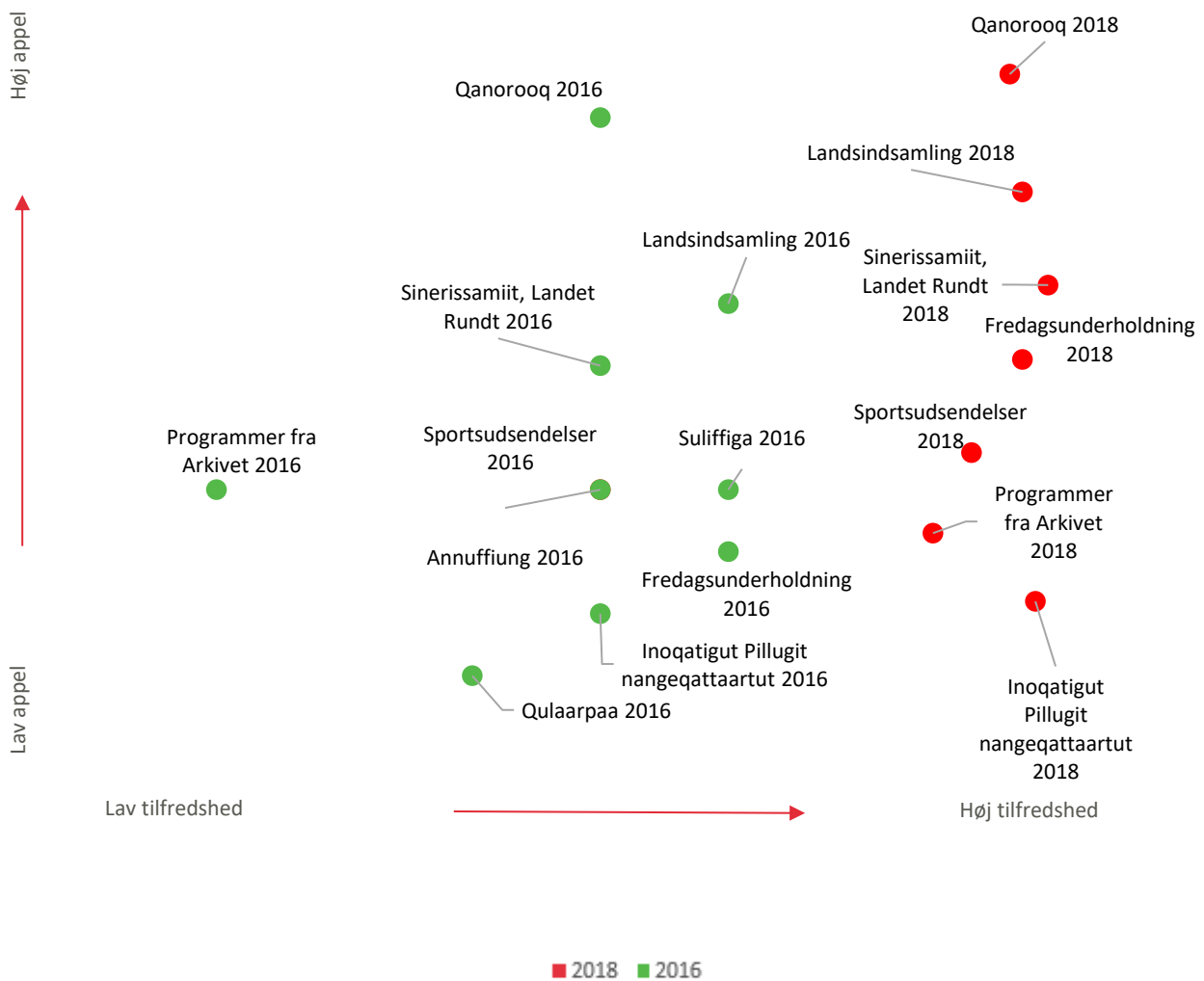
**Programmer fra arkivets** appel er på 2,4, hvorimod tilfredsheden er på 3,4. Programmet appellerer mest til den midaldrende og ældste gruppe, mens der ikke er nogen variation på tværs af aldersgrupperne ift. tilfredsheden. Undersøgelsen i 2016 viste, at flere af de utilfredse seere nævner, at programmerne er for gamle eller der er for mange gentagelser.

**Inoqatigut Pillugit nangeqattaartut** har en appel på 2,3 og en tilfredshed på 3,4. Programmet appellerer igen mest til den ældste gruppe af seerne. Undersøgelsen i 2016 viste, at den primære årsag til utilfredshed blandt seerne er for mange genudsendelser.

Det som primært kan udledes er, at de 7 programmer appellerer mest til den ældre del af den grønlandske befolkning, som ligeledes har den højeste tilfredshed med programmerne, hvorimod den yngre del af befolkningen er mindre tilfredse med udvalget af programmer.

I figuren på næste side viser de enkelte tv-programmer med appel på den lodrette akse, og tilfredshed på den vandrette akse. Den gennemsnitlige appel er på niveau med 2016, hvor den ligeledes var på 2,6, hvorimod den gennemsnitlige tilfredshed er steget fra 3,1 i 2016 til 3,4 i 2018.

Figur 12: Appel og tilfredshed målt på specifikke tv-programmer på KNR



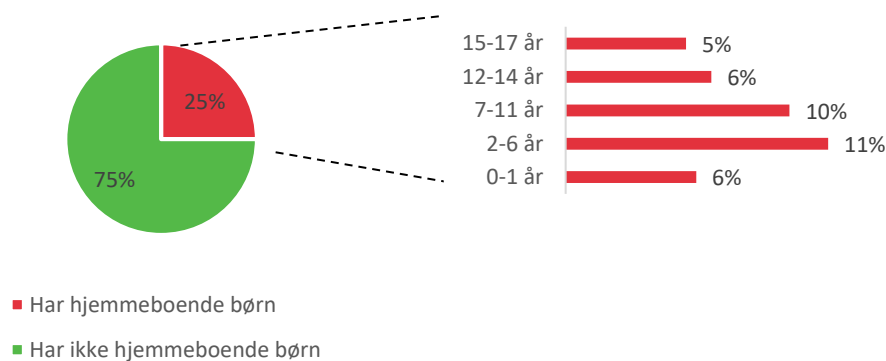
Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016. Appel N=529-655. Tilfredshed N= 407-639

Note: svarkategorierne for appel er: slet ikke (1), I nogen grad (2), I høj grad (3) og i meget høj grad (4). For tilfredshed er svarkategorierne: Meget utilfreds (1), utilfreds (2), tilfreds (3) og meget tilfreds (4). Respondenter som hverken har kendskab til programmet eller har besvaret spørgsmålet med "ved ikke" er ikke inkluderet i denne analyse.

### 3.4 TV FOR BØRN

For dette tema om TV for børn, er forældrene blevet spurgt til, hvad deres børn synes om de enkelte programmer. Af nedenstående figur kan det udledes, at 25% af de adspurgte har hjemmeboende børn. Af figur 13 ses andelen af børn i de angivne aldersgrupper. Procentsatsen overgår 100%, da nogle forældre har børn i flere aldersgrupper.

**Figur 13: Forældre med børn**

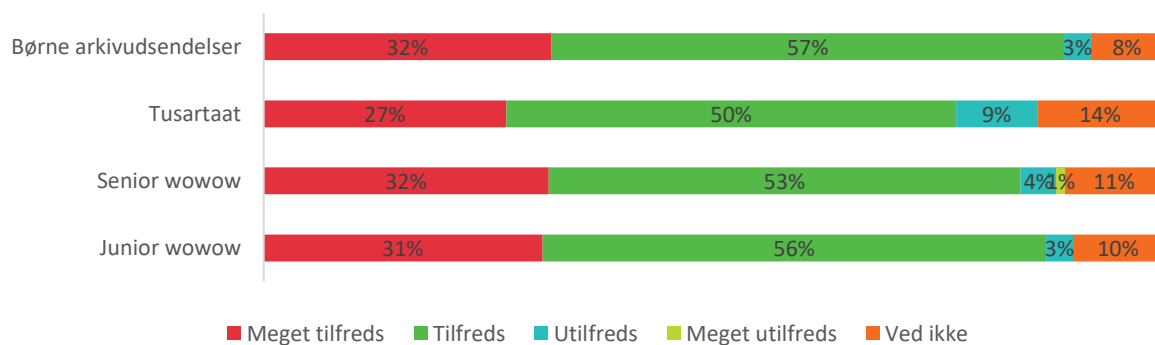


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=701)

Procentsatsen overgår 100%, da nogle forældre har børn i flere aldersgrupper.

Ifølge forældrene er børnene mest tilfredse med arkivudsendelserne til børn. 89% af forældrene angiver, at deres børn er enten meget tilfredse eller tilfreds med denne udsendelse. 68% af de børn, som er meget tilfredse med Børne arkivudsendelser ser det dagligt. Generelt er der en høj tilfredshed blandt børnene på nedenstående programmer som henvender sig til børn.

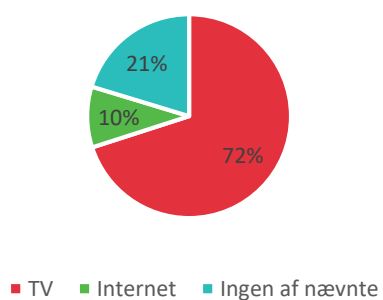
**Figur 14: Hvor tilfreds eller utilfreds er dine børn med følgende børne- og ungdomsprogrammer?**



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N= 66-112)

Dette år har undersøgelsen ligeledes spurgt ind til, hvilken platform forældre/børnene primært bruger, når de ser Senior Wowow, som sendes hver onsdag aften. Her svarede 72% af forældrene, at de ser programmet på TV, mens 10% ser det over internettet.

**Figur 15: Hvilken platform bruger du/dine børn normalt til at se Senior Wowow, som sendes hver onsdag aften?**



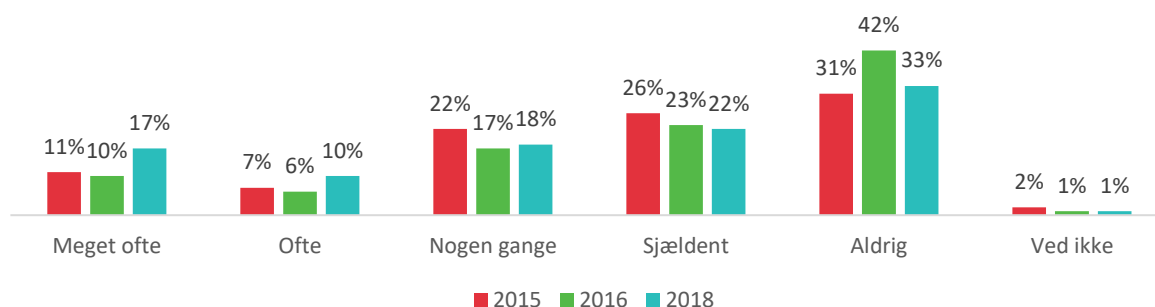
Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N= 175)



### 3.5 KNR-2

93% af befolkningen kender KNR-2, hvilket er en forøgelse fra 85% i undersøgelsen fra 2016. Af de 93%, som har kendskab til KNR-2, ser 27% meget ofte eller ofte landstingsmøde debatterne, mens 33% aldrig ser debatterne. Der har dermed været en stigning i andelen af personer, som meget ofte eller ofte ser debatterne sammenlignet med 2016, hvor andelen var på 16%. Andelen af befolkningen, som aldrig ser landstingsmøde debatterne er faldet siden 2016, og er nu på niveau med 2015 (fra 31% i 2015 til 42% i 2016).

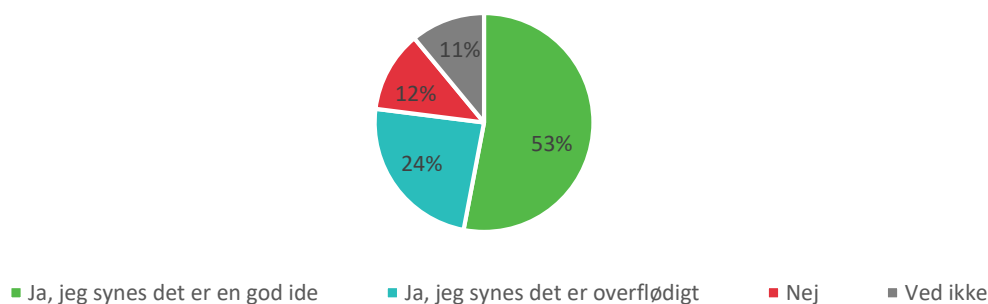
**Figur 16: Hvor ofte ser du landstingsmøde debatterne på KNR-2?**



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2015 (N=534), 2016 (N=569) og 2018 (N=622)

Yderligere er seerne, som har kendskab til KNR-2, blevet spurgt til, om de vidste, at der gennemføres simultantolkning af debatter på hhv. grønlandsk og dansk på KNR-2. 77% af seerne, som ser KNR-2, har kendskab til simultantolkningen. 53% af seerne synes, at det er en god idé, mens de resterende 24%, som har kendskab til simultantolkningen, mener det er overflødigt.

**Figur 17: Var du klar over at KNR laver simultantolkning af debatter på henholdsvis grønlandsk og dansk på KNR-2?**



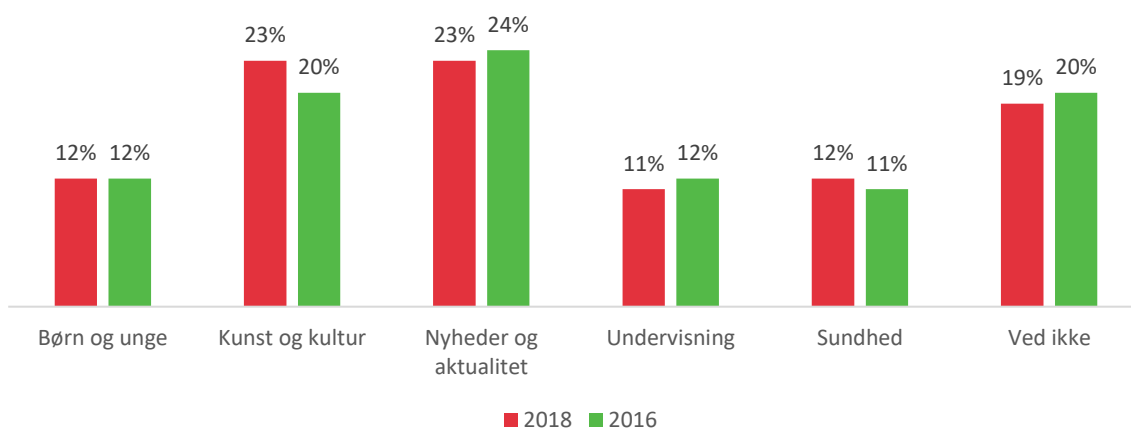
Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=670)

### 3.6 FREMTIDENS TV-PROGRAMMER

I undersøgelsen er seernes ønsker og prioriteringer også afdækket ved, at seerne er blevet spurgt til, hvilke typer af programmer, som de vurderer, skal prioriteres højere.

23% af seerne mener, at nyheder og aktualitet skal have højere prioritering i KNRs programflade. Efterfølgende ønsker 23% af seerne, at KNR i højere grad prioriterer kunst og kultur. Dette er på niveau med undersøgelsen fra 2016.

**Figur 18: Hvilken type tv-programmer synes du, at KNR-TV skal prioritere højere?**



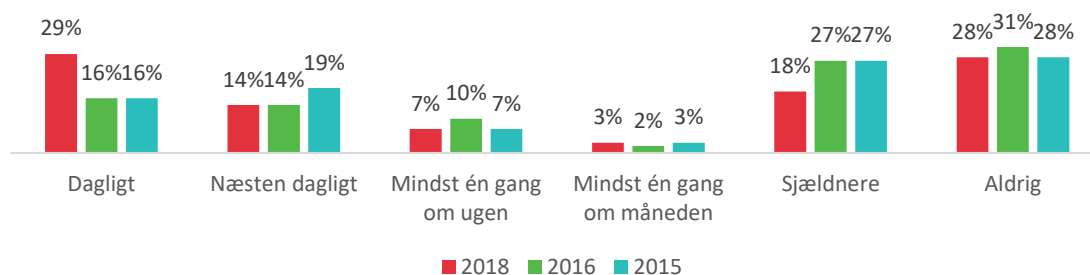
Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=670) og 2016 (N=672)

I undersøgelsen er der yderligere blevet spurgt ind til, hvilke nye typer af programmer, som bør vises på KNR i fremtiden. Størstedelen svarer, at de gerne vil se flere programmer om livet på Grønland og grønlandsk kultur, og særligt udsendelser der ikke kun vedrører Nuuk med hele Grønland. Desuden efterspørges til flere informerende programmer - særligt sundhedsrelaterede oplysninger og informationsprogrammer som er henvendt til børn og unge. Yderligere efterspørges flere sportsudsendelser samt underholdning heriblandt film. Resultaterne i herfor er i overensstemmelse med de eksisterende seer- og lytterundersøgelser.

### 3.7 TEKST-TV

43% af KNRs seere anvender tekst-tv dagligt eller næsten dagligt. 7% af befolkningen bruger tekst-tv mindst én gang om ugen og 3% bruger tekst-tv mindst én gang om måneden, mens 46% af KNRs seere sjældent eller aldrig bruger tekst-tv. Sammenlignet med 2016 er der en stigning på 13 procentpoint i andelen, der dagligt eller næsten dagligt anvender tekst-tv på KNR.

**Figur 19: Hvor ofte anvender du tekst-tv på KNR tv?**

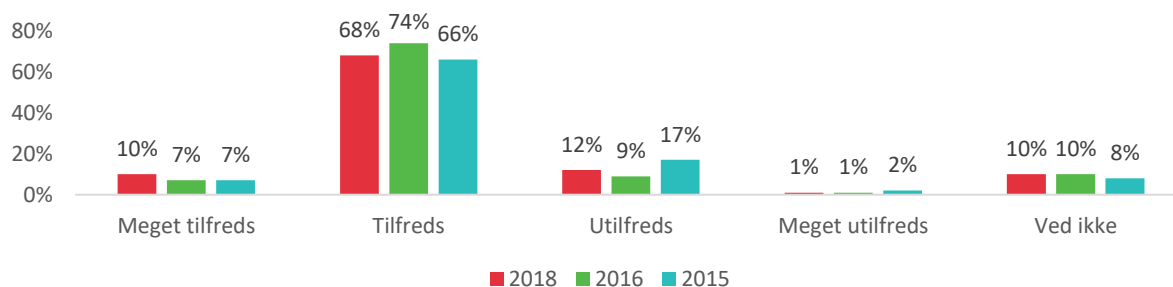


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=670), 2016 (N= 672) og 2015 (N=681)

47% af befolkningen som er bosat uden for Nuuk bruger tekst-tv dagligt eller næsten dagligt, mens det tilsvarende gælder for 38% af befolkningen, der er bosat i Nuuk. Derudover viser undersøgelsen, at det er personer i alderen 35-54 år (51%), som i højest grad bruger tekst-tv dagligt eller næsten dagligt, efterfølgende er det personer i den ældste aldersgruppe (+ 55 år) (49%), mens det er personer under 35 år som i lavest grad bruger tekst-tv dagligt eller næsten dagligt (30%).

78% af KNRs seere, som anvender tekst-tv, er enten tilfredse eller meget tilfredse med indholdet på KNRs tekst-tv, mens 9% er utilfredse eller meget utilfredse. Andelen af personer, der er tilfredse med KNR's tekst-tv, er på niveau med andelen i 2016.

**Figur 20: Hvor tilfreds eller utilfreds er du med indholdet på KNRs tekst-tv?**

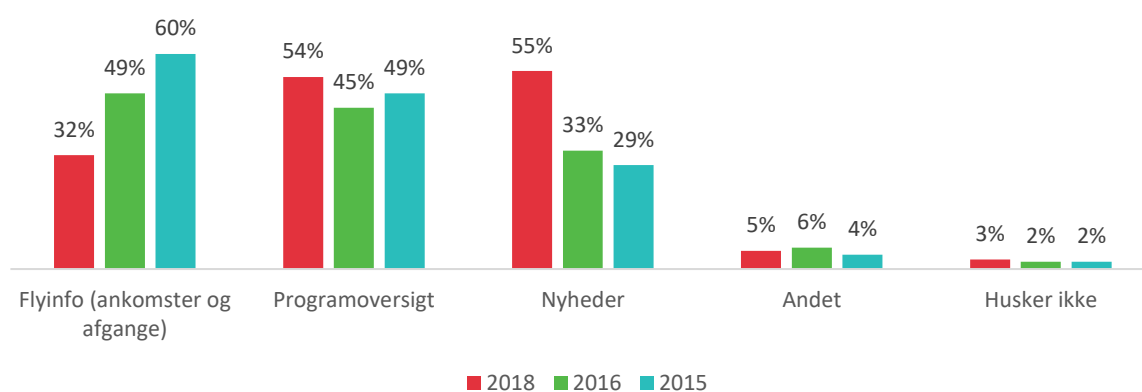


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=481), 2016 (N=467) og 2015 (N=490)

Yderligere er seerne blevet spurgt om der er specifikke informationer, som de savner på KNRs tekst-tv. Her efterspørger flest seere flere nyheder, sportsnyheder, vejrudsigter samt en bedre opdatering af tekst-tv.

Brugerne af tekst-tv anvender særligt tekst-tv til programoversigt (54%) og nyheder (55%), mens 32% af benytter sig af flyinfo på tekst-tv. Sammenlignet med 2015, er der sket et fald i andelen, der anvender tekst-tv til fly-info fra 60% til 32%.

**Figur 21: Hvad anvender du tekst-tv på KNR-TV til?**

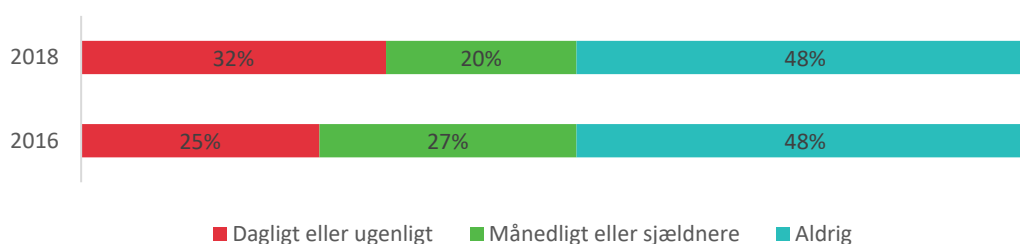


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=689), 2016 (N=467) og 2015 (N=490)

## 4. KNR.GL

Et andet element i denne seer- og lytterundersøgelse omhandler brugen af KNR's hjemmeside. Af nedenstående figur fremgår det, at 48% af befolkningen aldrig benytter sig af KNR's hjemmeside knr.gl. 32% af befolkningen besøger hjemmesiden dagligt, næsten dagligt eller mindst én gang om ugen, mens 20% besøger hjemmesiden månedligt eller sjældnere.

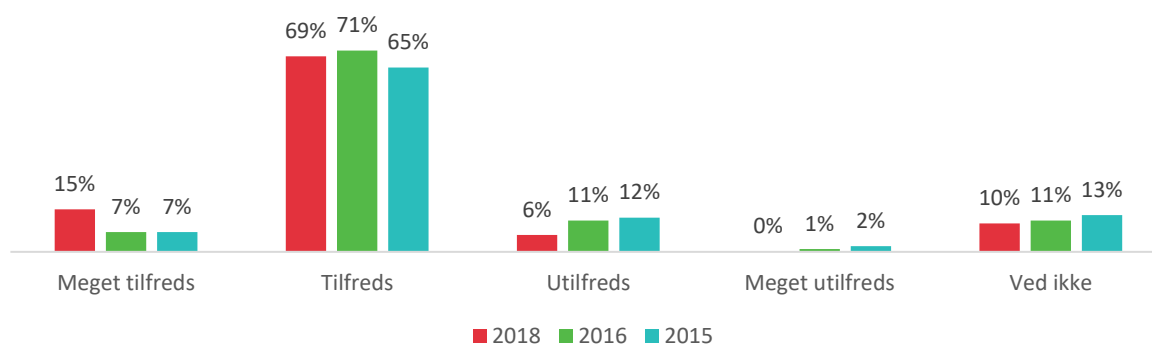
**Figur 22: Hvor ofte besøger du hjemmesiden KNR.gl?**



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=670) og 2016 (N=672)

84% af de personer, som har besøgt hjemmesiden, er enten meget tilfredse eller tilfredse med indholdet på KNR.gl. Det er en stigning sammenlignet med 2016, hvor 78% var tilfredse med indholdet.

**Figur 23: Hvor tilfreds eller utilfreds er du med indholdet generelt på hjemmesiden KNR.gl?**

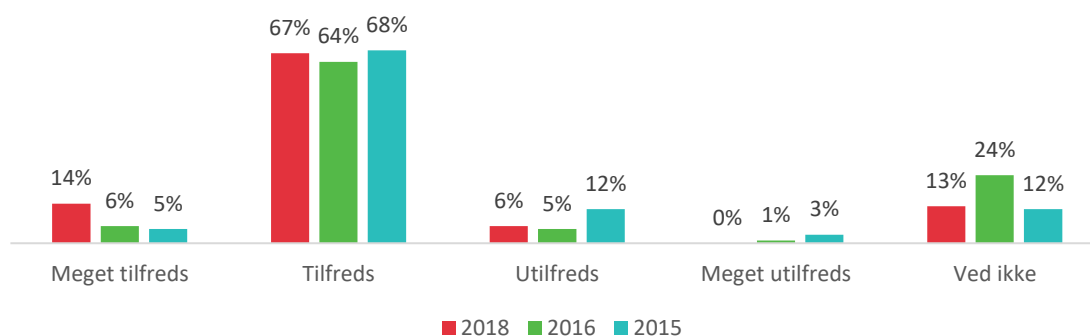


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=349) 2016 (N=348) og 2015 (N=368)

Størstedelen af de adspurgte, som enten er meget utilfredse eller utilfredse med indholdet på hjemmesiden, har haft forslag til forbedring af hjemmesiden. Her har flere angivet, at hjemmesiden både er forvirrende og bliver opdateret for sjældent. Derudover efterspørger brugerne, at grønlandske nyheder sendes før de danske.

Der er desuden blevet spurgt til brugernes tilfredshed med indholdet af tv og radio på KNR.gl. 81% af brugerne er meget tilfredse eller tilfredse med indholdet af tv og radio på hjemmesiden, mens 6% er meget utilfredse eller utilfredse. Andelen, der er tilfredse, er hermed en smule højere end i 2016 og 2015.

**Figur 24: Hvor tilfreds eller utilfreds er du med indholdet af TV og radio på hjemmesiden KNR.gl?**



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=349), 2016 (N=348) og 2015 (N=306)

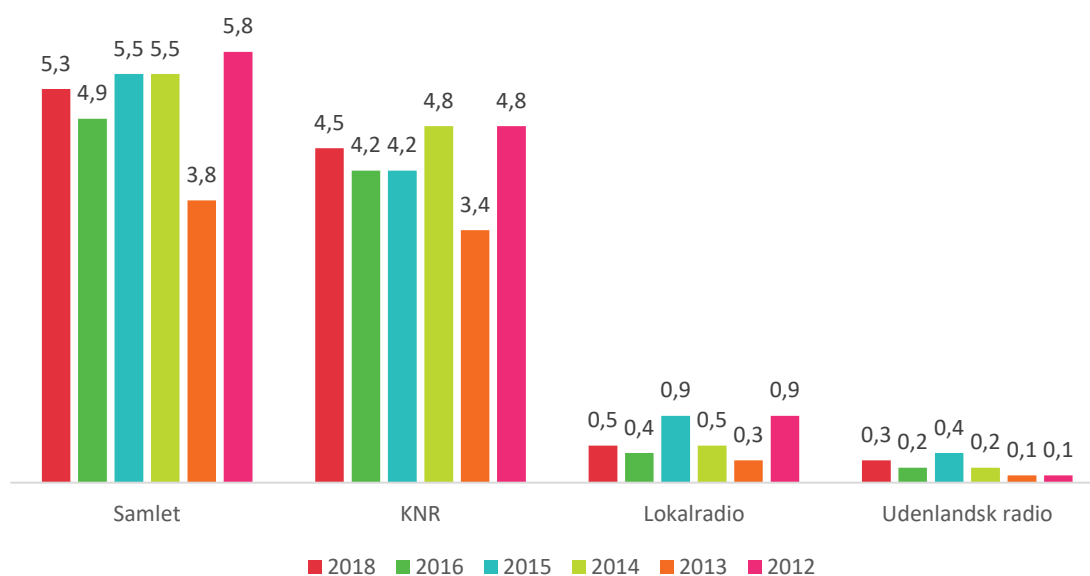
Efterfølgende er seerne blevet spurgt til om der er nogle specifikke programmer i tv og radio som de savner på hjemmesiden; her har flere nævnt, at de gerne vil kunne se flere lokale reportager om Grønland, samt at der forekommer flere af de gamle grønlandske fortællinger.

## 5. RADIO

### 5.1 DAGLIGT FORBRUG

Radioforbruget er blevet undersøgt gentagne gange, hvormed udviklingen i forbruget af radio over tid belyses i dette afsnit. Befolkningens samlede radioforbrug i 2018 er 5,3 timer dagligt, hvilket er en lille stigning sammenlignet med forbruget i 2016, hvor det var 4,9. Det gennemsnitlige forbrug af KNR-radio er på 4,5 timer dagligt, og er ligeledes lidt højere end 2016. Forbruget af lokalradio og udenlandsk radio er på omtrent samme niveau som i 2016. Stigningen i det samlede forbrug skyldes derfor primært en stigning i forbruget af KNR-radio.

**Figur 25: Det daglige grønlandske radioforbrug i timer fordelt på KNR, lokalradio og øvrige kanaler**



Kilde: Analysen af KNRs seer- og lytterundersøgelse fra 2012 (594), 2013 (N=586), 2014 (N=653), 2015 (N=681), 2016 (N=600) og 2018 (N=700)

Note: For 2015 og 2016 indebærer udenlandsk radio øvrige danske eller udenlandske radiokanaler

96% af samtlige radiolyttere i befolkningen lytter til KNR-radio, mens kun 4% af radiolytterne har angivet, at de aldrig lytter til KNR. I 2016 brugte 97% af lytterne primært FM-signalet, når de lytter radio, og det var også 97% af KNR's lyttere som lyttede via FM-signal. I 2015 lyttede 95% af lytterne til KNR-radio via FM-signal. For lyttere af lokalradio var det 88%, som anvendte

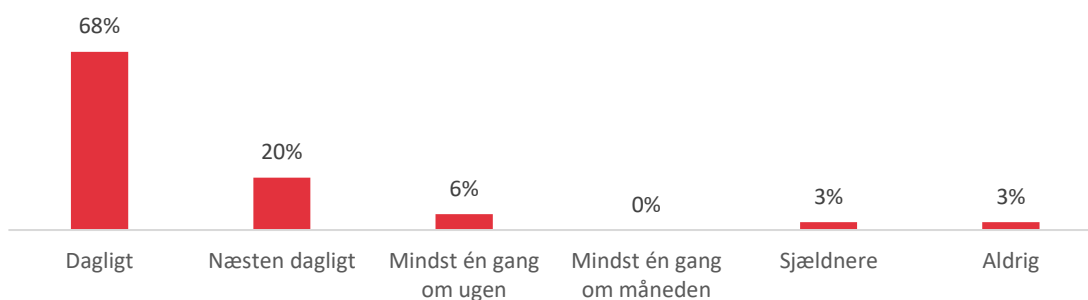


FM-signal i 2016, mens det var 77% af lytterne til de danske og udenlandske radiokanaler, som anvender FM-signal.

## 5.2 RADIONYHEDER

88% af befolkningen lytter dagligt eller næsten dagligt til enten dansksprogede eller grønlandssprogede radionyhedsudsendelser på KNR. Af de adspurgte var der 6% som sjældent eller aldrig lytter til radionyhedsudsendelser på KNR.

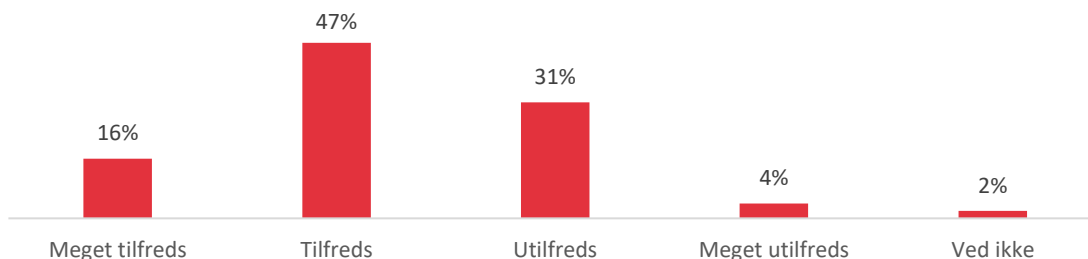
**Figur 26: Forbruget af grønlandssprogede og dansksprogede radionyhedsudsendelser på KNR**



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=618)

63% af lytterne er tilfredse eller meget tilfredse med radionyhedsudsendelser. Det er et fald i forhold til undersøgelsen i 2016, hvor 85% af lytterne var tilfredse med radionyhedsudsendelserne. 35% af lytterne er utilfreds eller meget utilfreds med de radionyhedsudsendelser, hvilket er en stigning sammenlignet med resultatet i undersøgelsen fra 2016.

**Figur 27: Hvor tilfreds eller utilfreds er du alt i alt med radioprogrammerne på KNR?**

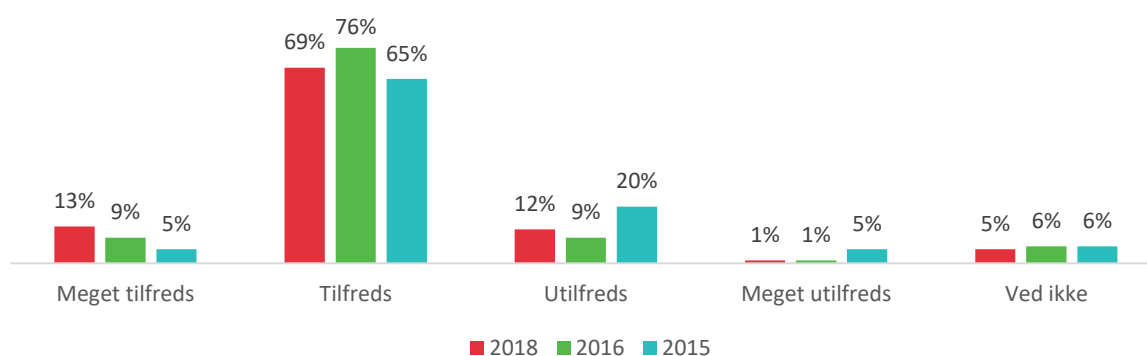


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=597)

### 5.3 RADIOPROGRAMMER

82% af lytterne er enten tilfredse eller meget tilfredse med radioprogrammerne på KNR, mens 13% af lytterne er utilfredse eller meget utilfredse. Tilfredsheden med radioprogrammerne alt i alt på niveau med 2016.

**Figur 28: Hvor tilfreds eller utilfreds er du alt i alt med radioprogrammerne på KNR?**



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=618), 2016 (N=608) og 2015 (N=650)

Lytterne er yderligere blevet bedt om at vurdere de enkelte radioprogrammer i forhold til appel og tilfredshed. Respondenterne har i denne undersøgelse vurderet 9 radioprogrammer, hvilket er ét mere end undersøgelsen fra 2016. Opgørelsesmetoden er den samme som i 2016.

**Nunatta nipaa - ullaakkut aallakaatinneqartartoq** er med en appel på 3,5 det program, som i højest grad appellerer til KNR's lyttere, og samtidig det program med højest tilfredshed (3,2). Programmet appellerer særligt til de ældre over 56 år, og tilfredsheden varierer i begrænset omfang på tværs af aldersgrupperne.

**Puilasoq – kulturileriffik** har en appel til lytterne på 3,5 og en tilfredshed på 2,7. Programmet appellerer i højest grad til de ældste lyttere, mens tilfredsheden ikke varierer mellem aldersgrupperne.

**Inuiaat tillernerat - nutaarsiassanik itisileriffik** har en gennemsnitlig appel på 3,4, mens tilfredsheden er på 2,8. Programmet appellerer i højest grad til de midaldrende- og ældste lyttere.

**Lokalradio udsendelser** har en appel på 3,4. Programmet har en tilfredshed på 2,0, hvilket dog er et fald siden forrige undersøgelse. Appellen varierer ikke over aldersgrupper, hvorimod tilfredsheden er størst blandt de middelaldrene og ældre.

**Naalagiarneq** har en gennemsnitlig appel på 3,4 og en tilfredshed på 2,7. Både appellen og tilfredsheden er størst for den midaldrende- og den ældste gruppe.

**Avalaappakkit** har en tilfredshed på 3,0 og en appel på 3,5, hvilket er på niveau med 2016. Programmet appellerer mest til de ældre, men har den højeste tilfredshed blandt de middelaldrende.

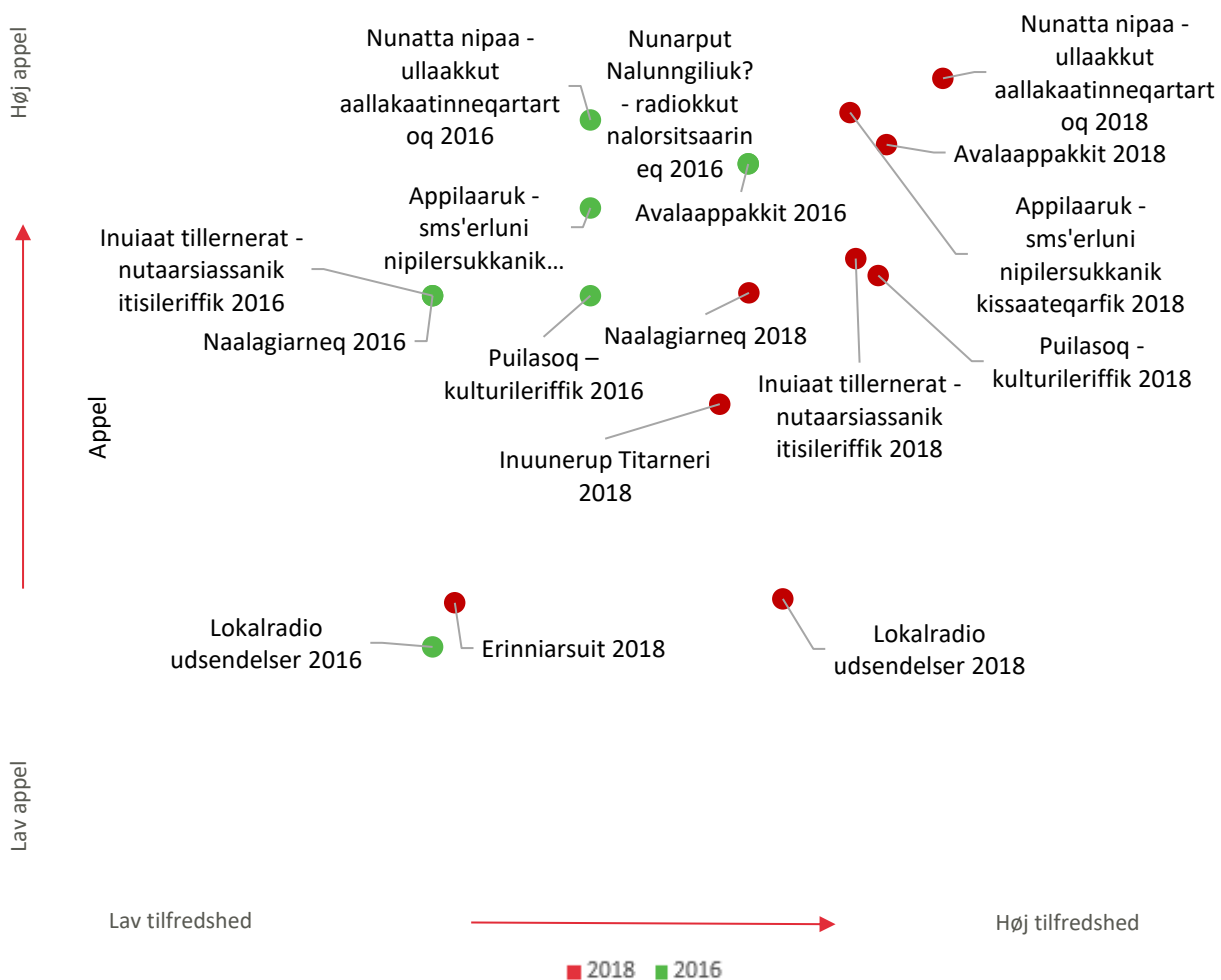
**Appilaaruk - sms'ertuni nipilersukkanik kissaateqarfik** har den næsthøjeste appel på 3,5, mens tilfredsheden er 3,1. Programmet appellerer mest til de middelaldrende, mens tilfredsheden ikke varierer på tværs af aldersgrupperne.

**Inuunerup Titarneri** er et nyt program, og har en tilfredshed på 2,5 og en appel på 3,4. Programmet appellerer mest til de ældre, mens tilfredsheden ikke varierer på tværs af aldersgrupperne.

**Erinniarsuit** er ligeledes et nyt program, som har den laveste tilfredshed (2,0) og appel (3,2). Programmet appellerer mest til de ældre.

Den gennemsnitlige appelscore for alle radioprogrammerne ligger i denne undersøgelse på 2,7, mens den gennemsnitlige tilfredshedsscore er på 3,4. Figuren på næste side illustrerer seernes vurderinger af de enkelte programmer.

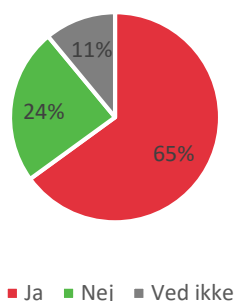
Figur 29: Appel og tilfredshed målt på specifikke radioprogrammer på KNR



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018. Appel N=384-548. Tilfredshed N= 216-512

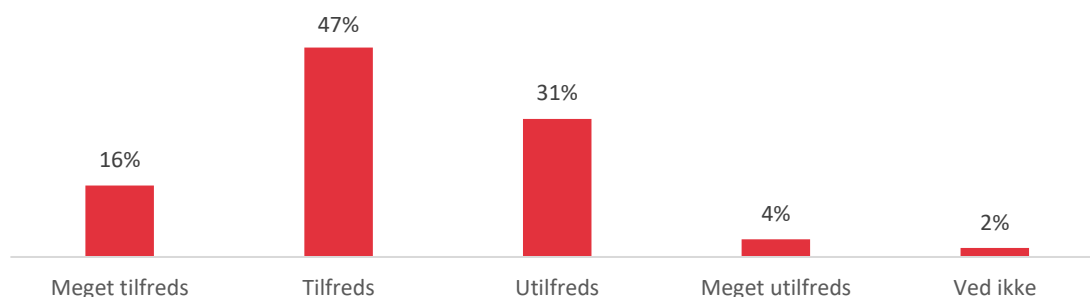
Note: svarkategorierne for appel er: slet ikke (1), I nogen grad (2), I høj grad (3) og i meget høj grad (4). For tilfredshed er svarkategorierne: Meget utilfreds (1), utilfreds (2), tilfreds (3) og meget tilfreds (4). Respondenter som hverken har kendskab til programmet eller har besvaret spørgsmålet med "ved ikke" er ikke inkluderet i denne analyse.

I undersøgelsen er der spurgt ind til, hvorvidt lytterne ønsker, at landstingsmøderne også sendes i radioen. Som det fremgår af nedenstående figur, ønsker 68% lytterne, at landstingsmøderne også sendes i radioen. Det er 10 procentpoint højere end i 2016. Resultatet fremgår af figuren på næste side.

**Figur 30: Ønsker du, at landstingsmøder også sendes i radioen?**

Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=622)

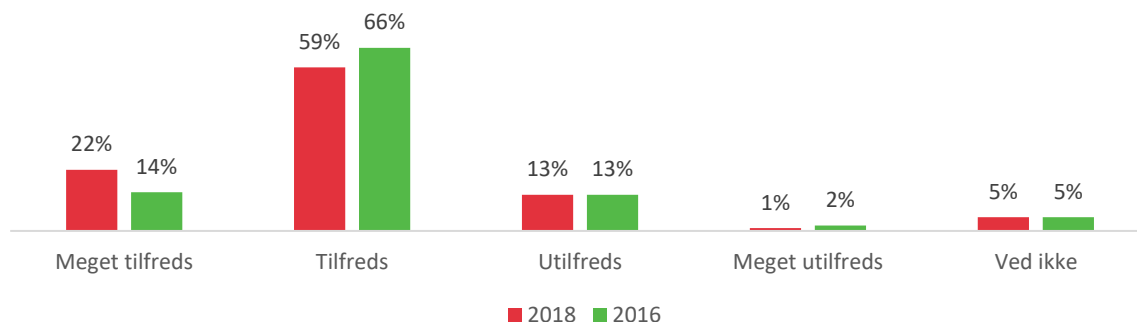
Lytterne er yderligere blevet spurgt til, hvor tilfredse de er med indholdet af nyhedsudsendelserne, som KNR-Radio sender hver time. 63% af lytterne svarer, at de er tilfredse eller meget tilfredse med, at der er nyhedsudsendelser hver time. 35% svarer derimod at de enten er utilfreds eller meget utilfreds.

**Figur 31: Hvor tilfreds eller utilfreds er du med indholdet af KNR-radio nyhedsudsendelser hver time?**

Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=597)

I dette års undersøgelse er der igen blevet spurgt til lytternes tilfredshed med musikvalget i KNRs radioprogrammer, samt om man lytter til de danske eller engelske radioudsendelser tirsdag aften.

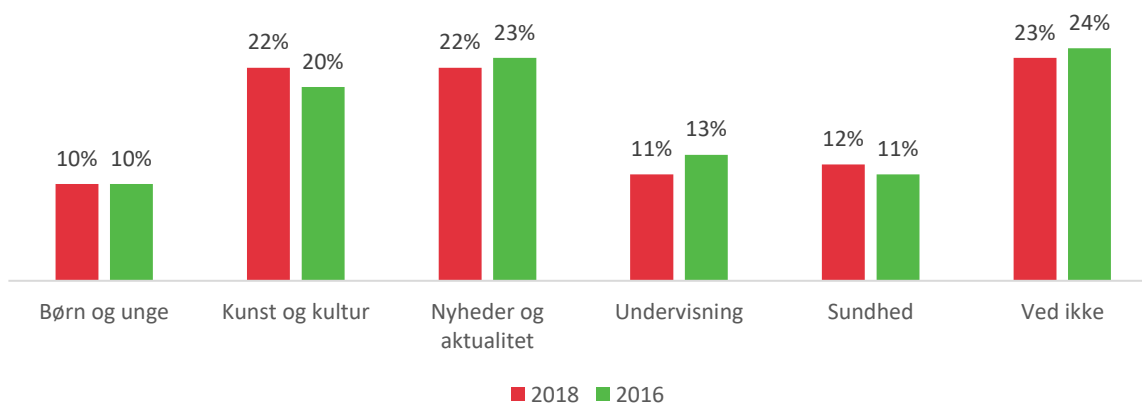
Undersøgelsen viser, at 81% af lytterne enten er tilfredse eller meget tilfredse med musikvalget på KNRs radioprogrammer, mens 14% af lytterne er utilfreds eller meget utilfreds. Resultaterne fra 2018 er på niveau med resultaterne fra 2016.

**Figur 32: Hvor tilfreds er du alt i alt med musikvalget i KNRs radioprogrammer?**

Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=618) og 2016 (N=608)

4% af lytterne lytter til de danske radioprogrammer tirsdag aften, mens yderligere 8% lytter til både de danske og engelsksprogede radioudsendelser. Under 1% af lytterne lytter udelukkende til de engelsksprogede radioudsendelser tirsdag aften.

Lytterne er blevet spurgt til, hvilken type af radioprogrammer, som de synes, at KNR skal prioritere højere. 22% af lytterne mener at nyheder og aktualitet skal prioriteres højere, mens der også er 22%, der mener, at radioprogrammer inden for kunst og kultur skal prioriteres højere. Dette er på niveau med resultaterne fra 2016.

**Figur 33: Hvilken type af radioprogrammer synes du, at KNR skal prioritere højere?**

Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=688) og 2016 (N=608)

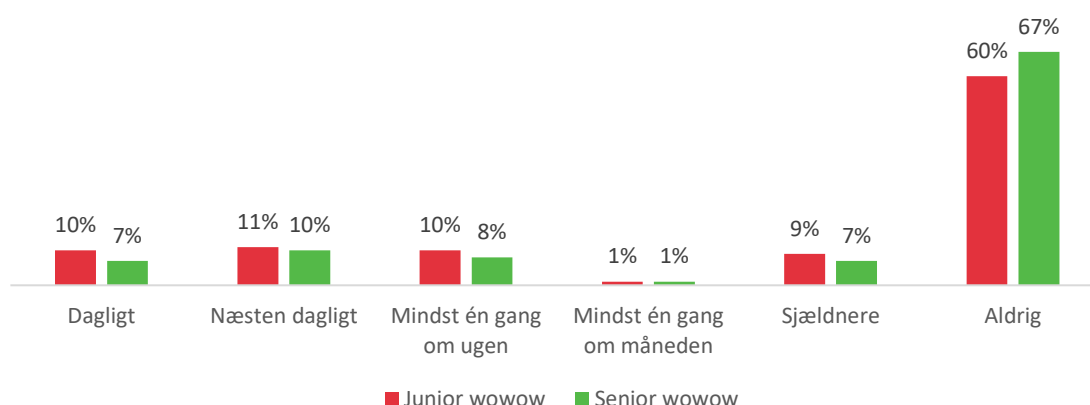


## 5.4 RADIO FOR BØRN

For at få en vurdering af, hvad børnene synes om radioprogrammerne, som er henvendt til børn, er forældrene igen blevet spurgt. 25% af respondentgruppen har hjemmeboende børn under 18 år.

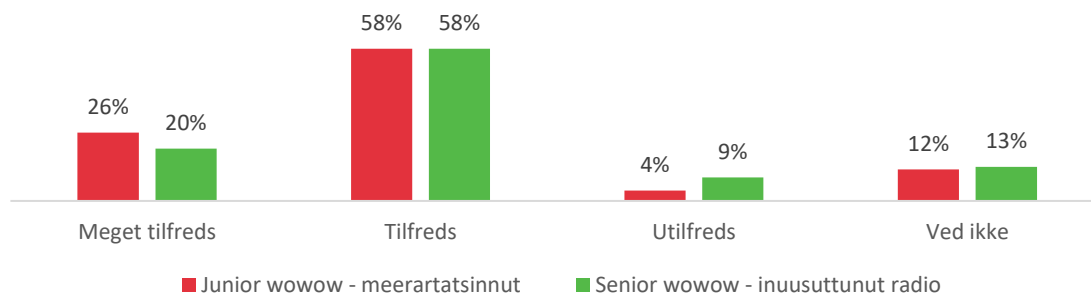
I denne undersøgelse er der blevet spurgt til radioprogrammerne Junior wowow - meerartatsinnut og Senior wowow - inuusuttunut. 31% af børnene under 18 år lytter til Junior wowow – meerartatsinnut mindst én gang om ugen eller oftere, mens 10% lytter til programmet mindst én gang om måneden eller sjældnere. 60% af børnene lytter aldrig til Junior wowow – meerartatsinnut. 25% af børnene lytter til Senior wowow - inuusuttunut mindst én gang om ugen eller oftere, mens 8% af børnene lytter til programmet mindst én gang om måneden eller sjældnere. 67% af børnene lytter aldrig til Senior wowow-inuusuttunut.

**Figur 34: Hvor ofte hører dine børn KNR Radio?**



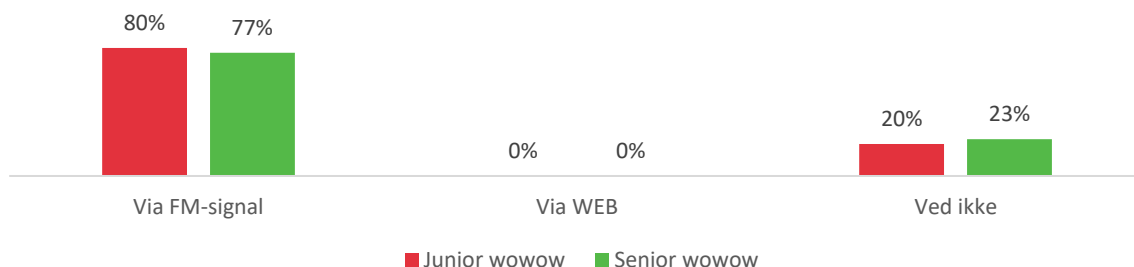
Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=152)

Lytterne er blevet spurgt til børnenes tilfredshed med radioprogrammerne. Af de forældre, som angiver, at deres børn lytter til Junior wowow - meerartatsinnut, har 76% svaret, at deres børn enten er tilfredse eller meget tilfredse med programmet, mens 3% vurderer, at børnene er utilfredse. 68% vurderer, at deres børn er tilfredse eller meget tilfredse med Senior wowow - inuusuttunut, men kun 1% vurderer, at børnene er utilfredse. I nedenstående figur, ses det yderligere, at en andel af forældrene ikke ved, hvorvidt deres børn er tilfredse eller utilfredse med radioprogrammerne.

**Figur 35: Hvor tilfreds eller utilfreds er de med følgende børne- og ungdomsprogrammer?**

Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=50 & 61)

I denne undersøgelse er der som noget nyt spurgt ind til, hvordan respondenternes børn normalt lytter til Junior wowow og Senior wowow. Langt størstedelen hører det via FM-signal, hvilket gør sig gældende for 80% af lytterne til Junior wowow og 77% af lytterne til Senior wowow. Ingen af forældrene har angivet, at deres børn lytter til hverken Junior wowow eller Senior wowow via WEB. Resultatet fremgår i nedenstående figur.

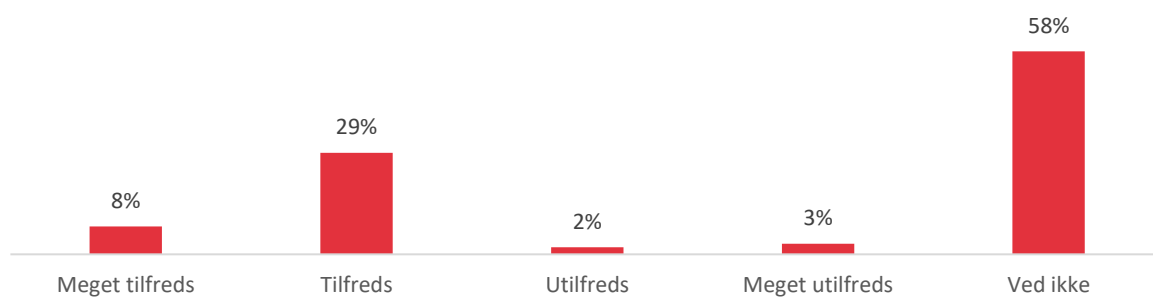
**Figur 36: Hvordan lytter dine børn normalt til Junior wowow og Senior wowow?**

Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=50 & 61)

Derudover er der for første gang spurgt ind til tilfredsheden med sendetidspunktet for Junior wowow. Her er 37% enten meget tilfredse eller tilfredse, mens det kun er 5%, som er utilfredse eller meget utilfredse med sendetidspunktet for programmet.

**Figur 37: Hvor tilfreds eller utilfreds er du med sendetidspunktet for Junior wowow?**

## KNRs seer- og lytterundersøgelse 2018



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2018 (N=152)

## 6. KNRS BRUGERSEGMENTER



KNR's kerneseere er defineret ud fra de personer, som har et større forbrug af KNR-TV end gennemsnittet og ser nyheder på KNR mindst én gang om ugen. Seere som ikke ser nyheder på KNR mindst én gang om ugen – eller har et lavere forbrug af KNR end gennemsnittet - er defineret som øvrige seere, mens de potentielle seere er de personer, som aldrig ser KNR-TV. Kerneseerne udgør 25%, mens de øvrige udgør 70% og de potentielle seere 5%.

Kerneseere:

- 51% er mænd og 49% kvinder
- 27% er under 35 år, 37% er i alderen 35-54 år, og 36% er over 55 år.
- 85% taler primært grønlandsk og 14% er dobbeltsproget. Der er ingen, der primært taler dansk.
- 26% af kerneseerne har hjemmeboende børn, mens 74% ikke har
- 27% bor i Nuuk og 73% bor uden for Nuuk
- 62% bor i en by og 38% bor i en bygd
- 62% er alt i alt meget tilfredse eller tilfredse med tv-programmerne på KNR

Øvrige seere:

- 56% er mænd og 44% kvinder
- 37% er under 35 år, 40% er mellem 35-54 år og 23% er 55 år eller derover
- 67% taler primært grønlandsk, 4% taler primært dansk og 29% er dobbeltsproget
- 25% har hjemmeboende børn, mens 75% ikke har
- 41% bor i Nuuk og 59% bor uden for Nuuk
- 74% bor i en by og 26% bor i en bygd
- 54% er alt i alt meget tilfredse eller tilfredse med tv-programmerne hos KNR

Potentielle seere:

- 42% er mænd og 58% kvinder
- 57% er under 35 år, 31% er mellem 35-54 år og 11% er 55 år eller derover
- 54% taler primært grønlandsk, 31% taler primært dansk og 11% er dobbeltsproget
- 28% har hjemmeboende børn og 72% har ikke hjemmeboende børn under 18 år
- 67% bor i Nuuk og 33% bor uden for Nuuk
- 84% bor i en by og 16% bor i en bygd
- 25% er alt i alt meget tilfredse eller tilfredse med tv-programmerne hos KNR



Kernebrugere af KNRs hjemmeside KNR.gl er defineret som de brugere som minimum har angivet, at de besøger hjemmesiden én gang om ugen. De øvrige brugere er de personer, som besøger hjemmesiden mindre end én gang om ugen, mens de potentielle brugere er dem som aldrig anvender KNRs hjemmeside. På baggrund af dette består kernebrugerne af hjemmesiden af 32% af befolkningen, mens de øvrige brugere består af 20% og de potentielle brugere 48%

#### Kernebrugere:

- 53% er mænd og 47% er kvinder
- 41% er under 35 år, 46% er mellem 35-54 år og 13% er 55 år eller derover
- 59% taler primært grønlandsk, 7% taler primært dansk og 34% er dobbeltsproget
- 28% har hjemmeboende børn, mens 72% ikke har
- 73% bor i en by og 27% bor i en bygd
- 47% bor i Nuuk og 53% bor uden for Nuuk
- 92% er generelt meget tilfredse eller tilfredse med indholdet på hjemmesiden KNR.gl

#### Øvrige brugere:

- 56% er mænd og 44% kvinder
- 40% er under 35 år, 42% er mellem 35-54 år og 18% er 55 år eller derover
- 73% taler primært grønlandsk, 2% taler primært dansk og 25% er dobbeltsproget
- 34% har hjemmeboende børn, mens 66% ikke har
- 38% bor i Nuuk og 62% bor uden for Nuuk
- 72% bor i en by og 28% bor i en bygd
- 71% er generelt meget tilfredse eller tilfredse med indholdet på hjemmesiden KNR.gl

#### Potentielle brugere:

- 52% er mænd og 48% kvinder
- 28% er under 35 år, 34% er mellem 35-54 år og 38% er 55 år eller derover
- 80% taler primært grønlandsk, 1% taler primært dansk og 20% er dobbeltsproget
- 20% har hjemmeboende børn, mens 80% ikke har
- 33% bor i Nuuk og 67% bor uden for Nuuk
- 70% bor i en by og 30% bor i en bygd



Kernelytterne af KNR-radio er defineret på baggrund af lyttere, som lytter til KNRs radio i flere timer om dagen end gennemsnittet. De øvrige lyttere er dem som angiver, at de lytter til KNRs radio i færre timer end gennemsnittet, mens potentielle lyttere er dem som ikke lytter til KNRs radio. På baggrund af dette er 39% af befolkningen kernelytterne, 50% er øvrige lyttere og 12% er potentielle lyttere.

#### Kernelyttere:

- 52% er mænd og 48% kvinder
- 26% er under 18-34 år, 40% er mellem 35-54 år og 34% er 55 år eller derover
- 74% taler primært grønlandsk, 1% taler primært dansk og 25% er dobbeltsproget
- 18% har hjemmeboende børn, mens 82% ikke har
- 37% bor i Nuuk og 63% bor uden for Nuuk
- 71% bor i en by og 29% bor i en bygd
- 83% er enten meget tilfredse eller tilfredse med radioprogrammerne alt i alt

#### Øvrige lyttere

- 56% er mænd og 44% kvinder
- 36% er under 35 år, 41% er mellem 35-54 år og 23% er 55 år eller derover
- 67% taler primært grønlandsk, 5% taler primært dansk og 28% er dobbeltsproget
- 29% har hjemmeboende børn, mens 71% ikke har
- 39% bor i Nuuk og 61% bor uden for Nuuk
- 71% bor i en by og 29% bor i en bygd
- 81% er enten meget tilfredse eller tilfredse med radioprogrammerne alt i alt

#### Potentielle lyttere:

- 47% er mænd og 53% kvinder
- 64% er under 35 år, 25% er mellem 35-54 år og 11% er 55 år eller derover
- 77% taler primært grønlandsk, 6% taler primært dansk og 16% er dobbeltsproget
- 30% har hjemmeboende børn mens 70% ikke har
- 47% bor i Nuuk og 53% bor uden for Nuuk
- 76% bor i en by og 24% bor i en bygd

## 7. BILAG

Tabel 1: Medieforbruget i den grønlandske befolkning fordelt på geografi.

		Nuuk		Uden for Nuuk	
		N	%	N	%
TV	Dagligt	193	71%	320	75%
	Næsten dagligt	31	12%	58	14%
	Mindst én gang om ugen	17	6%	21	5%
	Mindst én gang om måneden	0	0%	2	0%
	Sjældnere	18	6%	10	2%
	Aldrig	14	5%	16	4%
	Total	273	100%	427	100%
Radio via FM	Dagligt	184	67%	295	69%
	Næsten dagligt	28	10%	47	11%
	Mindst én gang om ugen	10	4%	18	4%
	Mindst én gang om måneden	3	1%	2	0%
	Sjældnere	10	4%	21	5%
	Aldrig	38	14%	43	10%
	Total	273	100%	427	100%
Radio via internet	Dagligt	52	19%	52	12%
	Næsten dagligt	12	4%	13	3%
	Mindst én gang om ugen	10	4%	12	3%
	Mindst én gang om måneden	10	4%	4	1%
	Sjældnere	14	5%	26	6%
	Aldrig	175	64%	321	75%
	Total	273	100%	427	100%
Internet	Dagligt	150	55%	198	46%
	Næsten dagligt	13	5%	27	6%
	Mindst én gang om ugen	7	2%	15	3%
	Mindst én gang om måneden	5	2%	1	0%
	Sjældnere	8	3%	23	5%
	Aldrig	89	33%	163	38%
	Total	273	100%	427	100%

**Tabel 2: Forbrug af sociale medier i den grønlandske befolkning fordelt på geografi.**

		Nuuk		Andet	
		N	%	N	%
Facebook	Dagligt	172	63%	232	54%
	Næsten dagligt	15	6%	27	6%
	Mindst én gang om ugen	11	4%	9	2%
	Mindst én gang om måneden	3	1%	2	0%
	Sjældnere	11	4%	17	4%
	Aldrig	61	22%	140	33%
	Total	273	100%	427	100%
Instagram	Dagligt	48	18%	45	10%
	Næsten dagligt	5	2%	7	2%
	Mindst én gang om ugen	5	2%	5	1%
	Mindst én gang om måneden	2	1%	0	0%
	Sjældnere	14	5%	14	3%
	Aldrig	200	73%	356	83%
	Total	273	100%	427	100%
Twitter	Dagligt	13	5%	10	2%
	Næsten dagligt	3	1%	1	0%
	Mindst én gang om ugen	2	1%	3	1%
	Mindst én gang om måneden	2	1%	1	0%
	Sjældnere	9	3%	13	3%
	Aldrig	244	90%	398	93%
	Total	273	100%	427	100%
Snapchat	Dagligt	46	17%	49	11%
	Næsten dagligt	8	3%	7	2%
	Mindst én gang om ugen	6	2%	7	2%
	Mindst én gang om måneden	2	1%	1	0%
	Sjældnere	10	3%	17	4%
	Aldrig	201	74%	347	81%
	Total	273	100%	427	100%
Youtube	Dagligt	78	29%	90	21%
	Næsten dagligt	29	11%	23	5%
	Mindst én gang om ugen	23	8%	33	8%



Mindst én gang om måneden	2	1%	6	1%
Sjældnere	22	8%	46	11%
Aldrig	118	43%	229	54%
Total	273	100%	427	100%

**Tabel 3: andel af befolkningen som ser KNR TV fordelt på geografi.**

	Nuuk		Uden for Nuuk	
	N	%	N	%
Ser KNR	236	91%	400	97%
Ser aldrig KNR	23	9%	11	3%

**Tabel 4: Forbruget af grønlandske og tekstede nyhedsudsendelser blandt KNRs seere fordelt på geografi og sprog.**

		Geografi				Sprog					
		Nuuk		Uden for Nuuk		Grønlandsk		Både grønlandsk og dansk		Dansk	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<b>Hvor ofte ser du nyhedsudsendelser på KNR- TV?</b>	Dagligt	120	46%	238	58%	250	52%	101	59%	8	40%
	Næsten dagligt	70	27%	120	29%	154	32%	33	20%	3	15%
	Mindst én gang om ugen	28	11%	22	5%	33	7%	14	8%	3	15%
	Mindst én gang om måneden	3	1%	3	1%	4	1%	1	1%	0	0%
	Sjældnere	24	9%	14	3%	25	5%	9	6%	4	21%
	Aldrig	14	5%	14	3%	15	3%	11	7%	2	9%
	Total	259	100%	411	100%	481	100%	170	100%	19	100%

**Tabel 5: Appel og tilfredshed målt på specifikke tv-programmer fordelt på alder (skala 1-4, hvor 4 er i høj grad/meget tilfreds).**

		Under 35 år	35-54 år	55 + år
<b>Appel</b>	Qanarooq	3,9	4,3	4,4
	Sinerissamiit, Landet rundt	3,5	3,9	4,1
	Qulaarpaa	2,7	3,4	3,6
	Annuffiung	3,3	3,5	3,3
	Fredagsunderholdning	3,5	3,8	3,7
	Suliffiga	3,0	3,3	3,5
	Sportsudsendelser	3,2	3,6	3,8
	Landsindsamling	3,8	4,0	4,1
	Inoqatigut Pillugit nangeqattaartut	2,9	3,2	3,3
	Programmer fra arkivet	3,2	3,5	3,6
<b>Tilfredshed</b>	Qanarooq	3,3	3,5	3,4
	Sinerissamiit, Landet rundt	3,3	3,5	3,4
	Qulaarpaa	3,4	3,5	3,4
	Annuffiung	3,4	3,5	3,3
	Fredagsunderholdning	3,4	3,5	3,4
	Suliffiga	3,3	3,5	3,4
	Sportsudsendelser	3,3	3,5	3,3
	Landsindsamling	3,4	3,5	3,4
	Inoqatigut Pillugit nangeqattaartut	3,4	3,5	3,4
	Programmer fra arkivet	3,3	3,4	3,4

**Tabel 6: Hvor ofte anvender du tekst-tv på KNR-TV? Fordelt på alder og geografi.**

		Nuuk		Uden for Nuuk		Under 35 år		35-54 år		55+ år	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Hvor ofte anvender du tekst-tv på KNR-TV?	Dagligt	74	29%	122	30%	35	15%	101	38%	60	34%
	Næsten dagligt	25	10%	69	17%	34	15%	34	13%	26	15%
	Mindst én gang om ugen	19	7%	31	7%	18	8%	16	6%	15	8%
	Mindst én gang om måneden	10	4%	8	2%	11	5%	2	1%	5	3%
	Sjældnere	49	19%	75	18%	45	19%	58	22%	21	12%
	Aldrig	83	32%	106	26%	89	38%	52	20%	48	28%
	Total	259	100%	411	100%	232	100%	263	100%	175	100%

**Tabel 7: Appel og tilfredshed målt på specifikke radio-programmer fordelt på alder (skala 1-4, hvor 4 er meget tilfreds/appellerer i høj grad).**

		Under 35 år	35-54 år	55+år
Appel	Nunatta nipaa - ullaakkut aallakaatinneqartartoq	4,0	4,2	4,4
	Puillasoq - kulturileriffik	3,5	3,6	4,0
	Inuiaat tillernerat - nutaarsiassanik itisileriffik	3,4	3,8	4,0
	Lokalradio udsendelser	3,0	2,9	3,0
	Naalagiarneq	3,2	3,8	4,1
	Avalaappakkit	3,7	4,1	4,2
	Appilaaruk - sms'eryluni nipilersukkanik kissaateqarfik	4,0	4,2	4,1
	Nunarput Nalunngiliuk? - radiokkut nalorsitsaarineq	3,1	3,3	3,6
Tilfredshed	Nunatta nipaa - ullaakkut aallakaatinneqartartoq	2,7	2,9	3,3
	Puillasoq - kulturileriffik	3,4	3,6	3,6
	Inuiaat tillernerat - nutaarsiassanik itisileriffik	3,3	3,5	3,6
	Lokalradio udsendelser	3,4	3,5	3,5
	Naalagiarneq	3,3	3,5	3,5
	Avalaappakkit	3,3	3,4	3,5
	Appilaaruk - sms'eryluni nipilersukkanik kissaateqarfik	3,3	3,5	3,6
	Nunarput Nalunngiliuk? - radiokkut nalorsitsaarineq	3,4	3,5	3,5

# EPINION

## OM OS

Vi er et af Skandinaviens største konsulent- og analysefirmaer med kontorer i Danmark, Grønland, Norge, Storbritannien, Sverige, Tyskland, Vietnam og Østrig.

Vi er en mangfoldig arbejdsplads med internationalt perspektiv og samarbejdspartnere i hele verden og beskæftiger mere end 150 fastansatte medarbejdere og 500 interviewere.

Vi leverer skræddersyede undersøgelser, der sikrer et solidt grundlag for optimale beslutninger. Vores mål er altid at præsentere analyseresultater og yde rådgivning af højeste kvalitet.

### EPINION KØBENHAVN

RYESGADE 3F  
2200 KØBENHAVN N  
T: +45 87 30 95 00  
E: TYA@EPINION.DK  
W: WWW.EPINION.DK

### EPINION AARHUS

HACK KAMPMANNS PLADS 1-3  
8000 AARHUS C  
T: +45 87 30 95 00  
E: TV@EPINION.DK  
W: WWW.EPINION.DK