



Seer- og lytterundersøgelse 2016

Rapport

KNR - Kalaallit
Nunaata Radioa

Marts 2017



INDHOLDSFORTEGNELSE

1.	INDLEDNING	1
1.1	Baggrund og formål	1
1.2	Hovedkonklusioner	2
1.3	Læsevejledning	5
2.	MEDIEFORBRUG	6
3.	TV	8
3.1	Dagligt forbrug	8
3.2	TV- Nyheder	10
3.3	TV-programmer	12
3.4	Tv for børn	16
3.5	KNR-2	17
3.6	Fremtidens tv-programmer	18
3.7	Tekst-TV	18
4.	KNR.GL	21
5.	RADIO	23
5.1	Dagligt forbrug	23
5.2	Radionyheder	24
5.3	Radioprogrammer	25
5.4	Radio for børn	29
6.	KNRS BRUGERSEGMENTER	31
7.	BILAG	34

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 og 2015 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 30. januar til 18. februar 2017.

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

- 88% af befolkningen ser tv dagligt eller næsten dagligt og 74% lytter til radio dagligt eller næsten dagligt.
- 60% bruger internettet dagligt eller næsten dagligt, mens 27% aldrig benytter sig af internettet.
- 61% af befolkningen bruger Facebook dagligt eller næsten dagligt, mens 16% er på YouTube dagligt eller næsten dagligt. Under 10% af befolkningen bruger Snapchat, Twitter eller Instagram dagligt eller næsten dagligt.

TV

Dagligt forbrug

- 94% af befolkningen ser KNR-tv.
- Det samlede tv-forbrug er faldet fra 5,2 timer dagligt i 2015 til 4,5 i 2016. Forbruget af KNR er omtrent på niveau med 2015. I 2015 var det 2,6 timer dagligt, mens det i 2016 er 2,5 timer. Resultaterne indikerer derfor, at faldet i det samlede forbrug, skyldes et fald i forbruget af de andre kanaler (lokal-tv og udenlandske tv-kanaler) (2,6 timer i 2015 og 2,0 timer i 2016).
- De fleste (89%) ser tv i tidsrummet 19-22.

TV-nyheder

- Godt 4 ud af 5 ser dagligt nyhedsudsendelserne på KNR, mens kun 3% af befolkningen aldrig ser nyhedsudsendelserne.
- 79% af seerne er enten meget tilfreds eller tilfreds med nyhedsudsendelserne på KNR, hvilket er en stigning fra 64% i 2015.
- 66% får primært deres nyheder fra tv, mens 55% får dem fra radio og 35% får dem på internettet. Kun 15% får dem fra sociale medier og 7% får dem fra trykte medier som aviser.

Tv-programmer

- 65% af seerne er enten tilfreds eller meget tilfredse med tv-programmerne på KNR-TV. Det er en stigning i forhold til 2015, hvor 50% var tilfredse med programmerne på KNR.

- 68% af seerne vurderer, at programfladen er forbedret eller meget forbedret efter omlæggelsen af programfladen, som betød et større fokus på grønlandsk tv. I 2015 vurderede halvdelen af befolkningen at programfladen overordnet var forbedret.
- Tilfredsheden med de enkelte programmer er høj- uanset aldersgruppe.
- Den gennemsnitlige appel til KNRs tv-programmer er 2,6, og er faldet fra 2,9 i 2015. Programmerne appellerer generelt mest til den midaldrende- og ældste gruppe.
- Qanorooq er det program med den højeste appel i befolkningen, mens programmer fra arkivet har den højeste tilfredshed.

Tv for børn

- 29% af respondenterne har hjemmeboende børn under 18 år. Forældrene angiver, at deres børn generelt er tilfredse med programfladen, som henvender til børn og unge. Den højeste tilfredshed er ved arkivudsendelserne, hvor 87% af forældrene vurderer, at deres børn er tilfreds eller meget tilfreds.

KNR-2

- 85% af befolkningen kender til KNR-2. 70% af seerne er klar over, at der foretages simultantolkning af debatter på hhv. dansk og grønlandsk på kanalen.
- Seerne ønsker i højest grad, at programmer om nyheder og aktualitet skal prioriteres højere.

Tekst-tv

- 30% af seerne anvender tekst-tv dagligt eller næsten dagligt, mens 55% sjældent eller aldrig anvender tekst-tv.
- En større andel af de personer, som bor uden for Nuuk anvender tekst-tv. Den midaldrende og ældste gruppe bruger i højest grad tekst-tv.
- 81% af de personer, som anvender tekst-tv er tilfreds eller meget tilfreds med indholdet. Brugere anvender primært tekst-tv til programoversigt (49%), nyheder (45%) og flyinfo (33%).

KNR.gl

- 25% af befolkningen anvender KNRs hjemmeside KNR.gl mindst én gang om ugen. 78% af brugerne er enten tilfreds eller meget tilfreds med indholdet på hjemmesiden.
- 70% af brugerne er tilfreds eller meget tilfreds med indholdet af radio og tv på hjemmesiden.

Radio

Dagligt forbrug

- Det samlede radioforbrug er faldet fra 5,5 timer i 2015 til 4,9 timer om dagen. Radioforbruger af KNR-radio er på niveau med forbruget i 2015 (4,2 timer dagligt). Resultaterne indikerer derfor, at faldet i det samlede radioforbrug skyldes et fald i forbruget af lokalradio og udenlandsk radio (1,3 i 2015 og 0,6 i 2016).
- 95% af radiolytterne lytter til KNR.

Radionyheder

- 85% af KNRs lyttere lytter dagligt eller næsten dagligt til nyhedsudsendelser på grønlandsk, mens 28% af lytterne lytter til nyheder på dansk.
- 85% af lytterne er tilfreds eller meget tilfreds med de grønlandsksproget nyhedsudsendelser, mens 86% af lytterne er tilfreds med de danske.

Radioprogrammer

- 85% af radiolytterne er enten tilfreds eller meget tilfreds med radioprogrammer på KNR, hvilket er en stigning i forhold til 2015, hvor 70% var tilfredse eller meget tilfredse.
- Generelt er tilfredsheden til de enkelte radioprogrammer høj.
- Nunatta nipaa - ullaakut aallakaatinneqartartoq er det radioprogram som i højest grad appellerer til lytterne. Appellen er størst blandt de midaldrende- og ældste lyttere.
- Avalaappakkit er det program med den største tilfredshed blandt lytterne. Tilfredsheden varierer ikke på tværs af aldersgrupperne.
- 80% af lytterne er tilfreds eller meget tilfreds med musikvalget på KNR.
- 58% ønsker landstingsmøder i radioen.

Radio for børn

- 25% af børnene lytter til Junior wowow, mens 20% lytter til Senior wowow.
 - 76% af børnene, som lytter til Junior wowow er tilfreds eller meget tilfreds, mens 68% af børnene, som lytter til Senior wowow er tilfreds eller meget tilfreds.

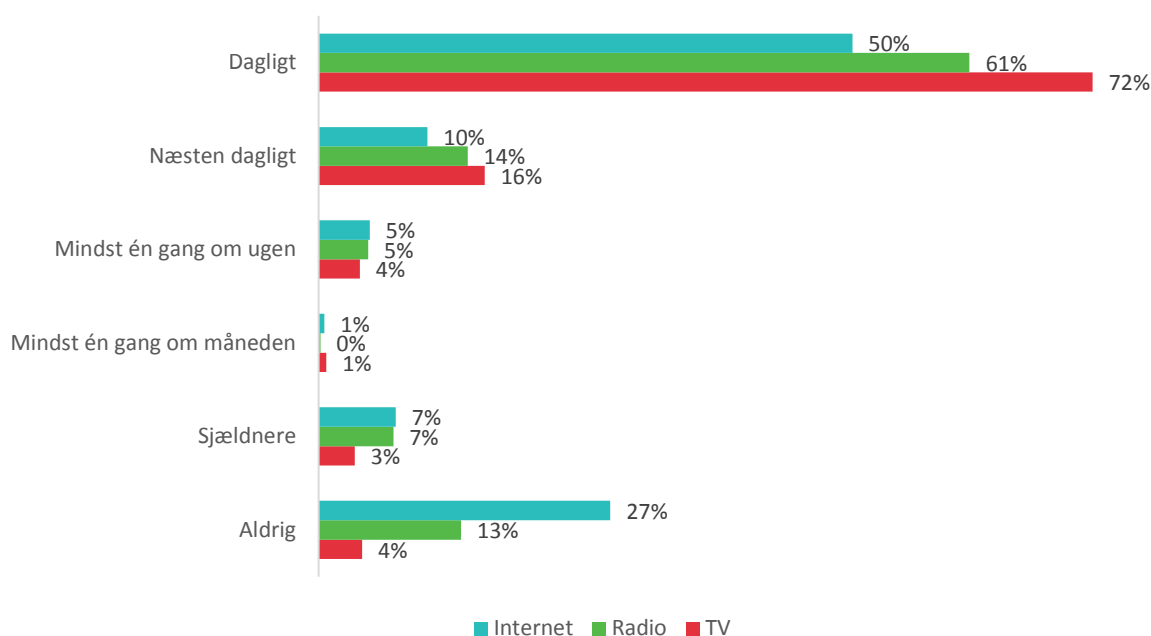
1.3 LÆSEVEJLEDNING

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 og internet. Af figur 1 neden for ses hvor hyppigt medierne tv, radio og internet benyttes. Figuren viser, at 88% af befolkningen ser tv dagligt eller næsten dagligt. Tilsvarende benytter 74% af befolkningen sig af radioen, mens 60% benytter sig af internettet daglig eller næsten daglig. 27% af befolkningen bruger aldrig internettet.

Figur 1: Medieforbrug i befolkningen



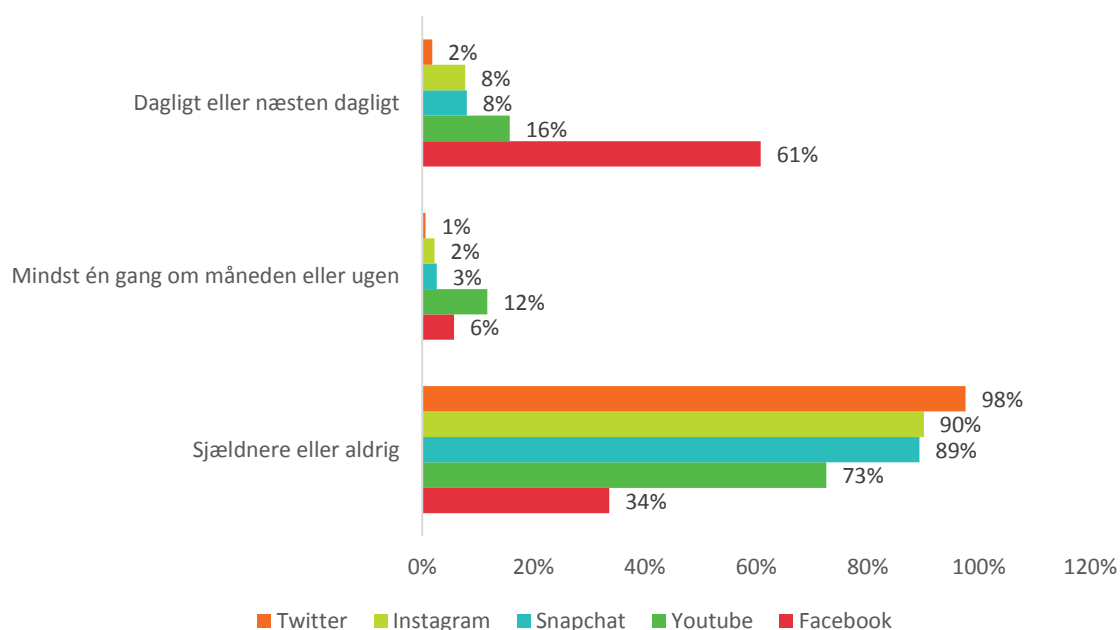
Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=701)

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 (90% udenfor Nuuk mod 83% i Nuuk) og hører radio (78% udenfor Nuuk mod 66 procent i Nuuk) dagligt eller næsten dagligt, bruger befolkningen i Nuuk i højere grad internettet (66% i Nuuk mod 55% udenfor Nuuk). Dernæst er der 15% befolkningen i Nuuk, der aldrig bruger internettet, mod det samme gælder for 32% udenfor Nuuk. For yderligere information henvises til tabel 1 i bilag.

Som noget nyt er der i denne undersøgelse blevet spurgt til brugen af sociale medier. Figur 2 viser forbruget af de sociale medier i form af Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat og

Youtube. 61% af befolkningen besøger Facebook dagligt eller næsten dagligt, og er således det mest populære sociale medie blandt befolkningen. 16% benytter sig af Youtube dagligt eller næsten dagligt, mens det for Snapchat, Instagram og twitter er under 10% af befolkningen, som benytter disse dagligt eller næsten dagligt. Befolkningen bosat i Nuuk anvender i højere grad dagligt eller næsten dagligt af 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 2016 (N=701)

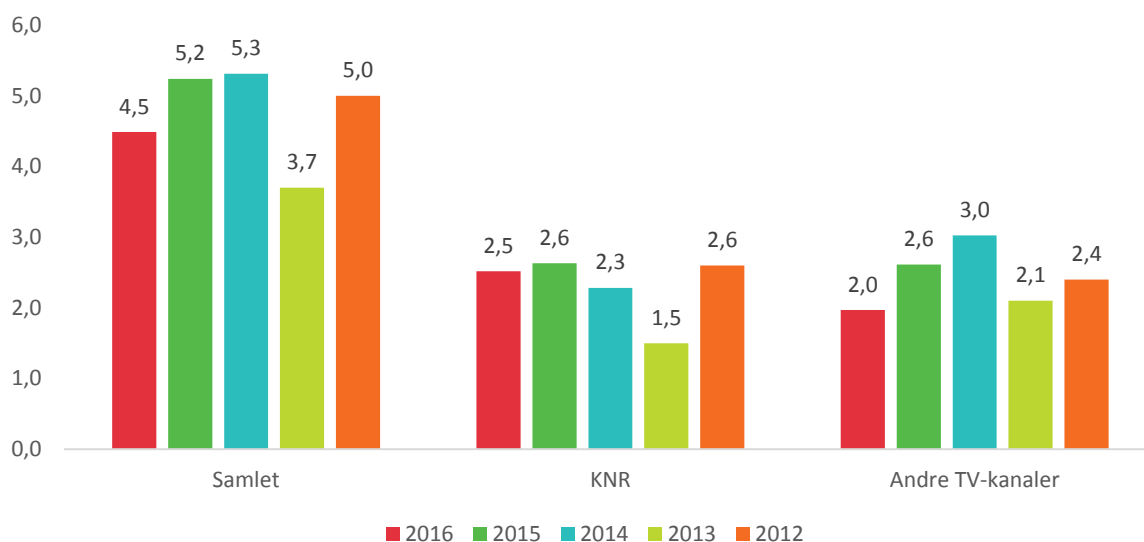
3. TV

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 og 2015.

Det samlede gennemsnitlige tv-forbrug for tv-seerne i befolkningen er 4,5 timer dagligt i 2017, hvilket er et fald sammenlignet med forbruget i 2015, mens forbruget af KNR i 2016 er på niveau med forbruget i 2015. Resultaterne indikerer derfor, at faldet i det samlede tv-forbrug til en hvis grad skyldes et fald i forbruget af andre tv-kanaler (lokal-tv og udenlandske kanaler). Her er forbruget faldet fra 2,6 timer i 2015 til 2,0 timer i 2016.

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

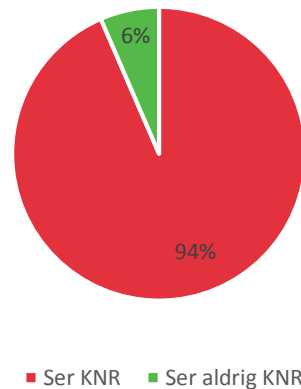


Kilde: KNRs Seer- og lytterundersøgelsen 2012 (N=594), 2013 (N=556), 2014 (N=665) og 2015 (N=681). Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=668)

Langt størstedelen af den grønlandske befolkning ser KNR (94%), mens kun 6% 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 (96% udenfor Nuuk mod 85% i Nuuk). Adspurgte der ikke ser KNR angiver, at de primære årsager hertil er, at de

ikke finder indholdet relevant for deres behov (46%) samt at der er for mange genudsendelser (19%).

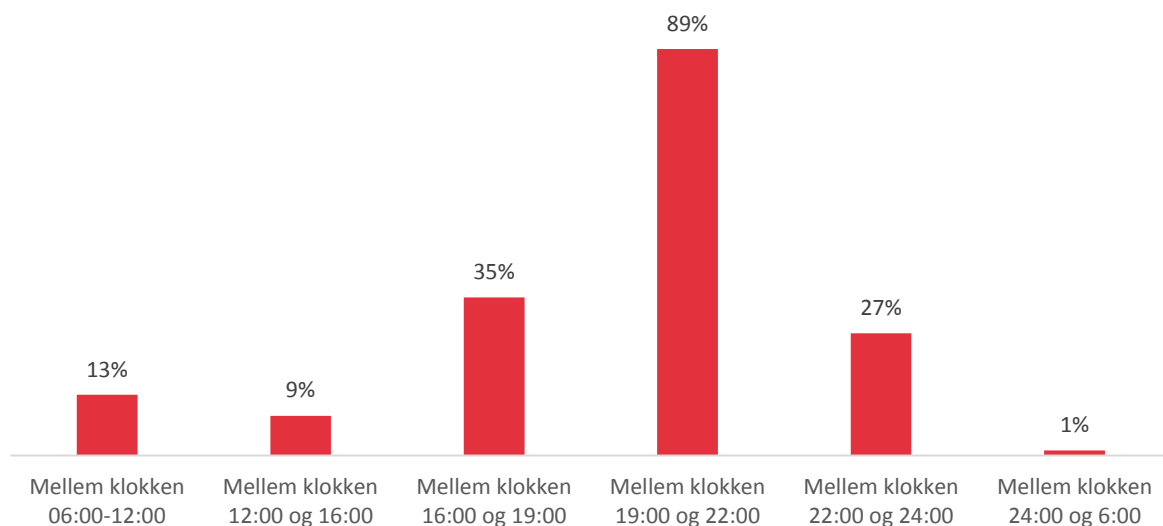
Figur 4: Andelen af befolkningen som ser KNR TV



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016. N=701

Der er i år yderligere blevet spurgt til, i hvilket tidsrum på dagen seerne typisk ser TV. Langt størstedelen af seerne ser TV mellem 19:00 og 22:00 (89%), mens 35% af seerne ser tv i tidsrummet mellem 16:00-19:00.

Figur 5: Hvornår ser du oftest TV?



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=330)

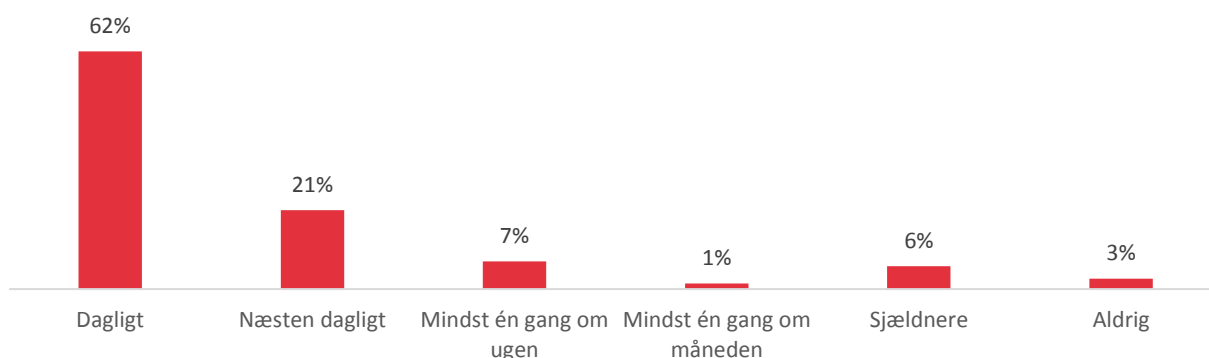
Det har været muligt at vælge flere tidspunkter på døgnet, hvilket er grunden til, at procentsatsen overstiger 100%.

3.2 TV- NYHEDER

83% af KNRs seere ser dagligt eller næsten dagligt nyhedsudsendelser, mens 9% sjældent eller aldrig ser nyhedsudsendelser på KNR.

Nedenstående figur viser forbruget af nyhedsudsendelser blandt KNRs seere.

Figur 6: Forbruget af nyhedsudsendelser blandt KNRs seere

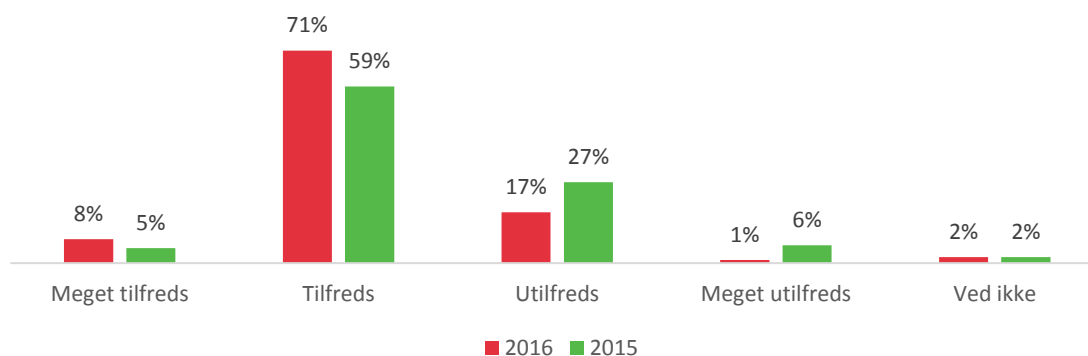


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=672)

Undersøgelsen viser tilmed, at henholdsvis 66% og 61% af de personer, som primært taler grønlandsk eller er dobbeltsprogede ser nyhedsudsendelser dagligt, mens det tilsvarende er 29% 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. Dette er en stigning sammenlignet med tilfredsheden blandt KNRs brugere i 2015; her var 64% af de adspurgte enten meget tilfredse eller tilfredse med nyhedsudsendelserne.

Figur 7: Tilfredsheden med nyhedsudsendelser på KNR-TV

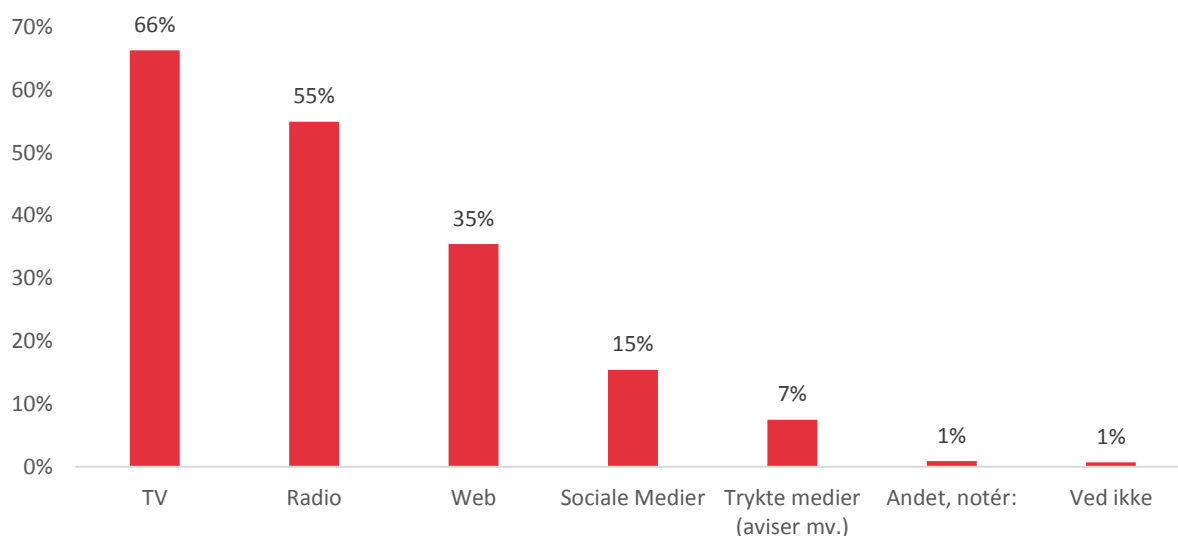


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=654) og 2015 (N=582)

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 (66%), mens 55% af befolkningen anvender radioen til at få nyhedsmedier og 35% bruger internettet. Kun 15% anvender sociale medier og 7% anvender trykte medier som nyhedskilde.

Figur 8: Hvilke platforme får du primært nyheder fra?

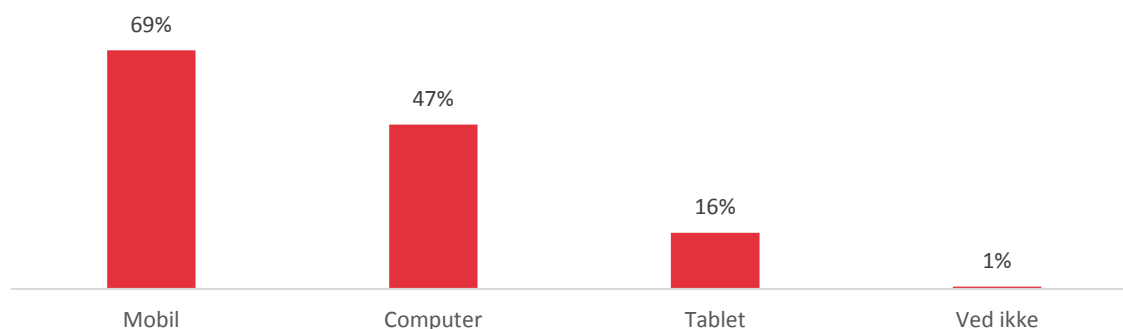


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=1269)

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, der anvendes hertil. Som nedenstående figur viser, er mobilen (69%) og computeren (47%) de mest populære devices, mens kun 16% anvender tablet.

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



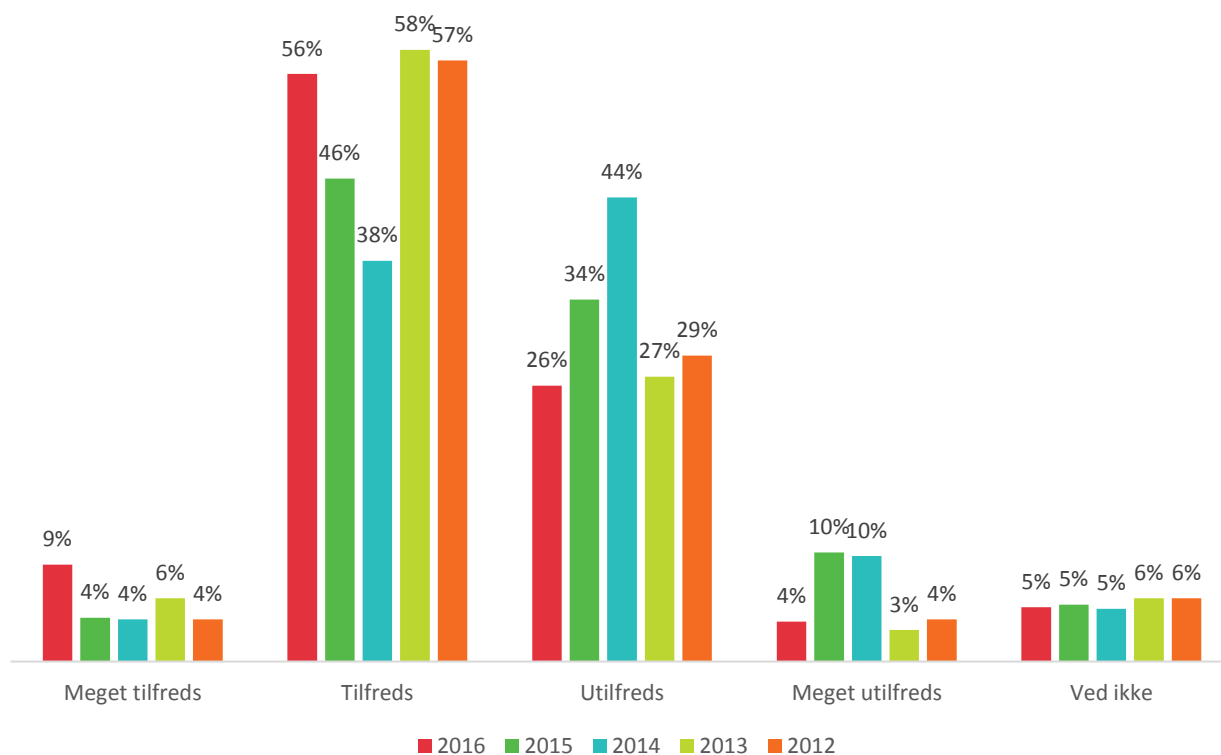
Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=219)

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. 65% af seerne er enten meget tilfredse eller tilfredse med tv-programmerne på KNR, hvilket er på niveau med resultaterne fra 2013. 30% af seerne er enten utilfredse eller meget utilfredse, hvilket ligeledes er på niveau med 2013. Resultaterne indikerer således en positiv udvikling i tilfredsheden med tv-programmerne efter et kraftigt fald i perioden 2013 til 2014.

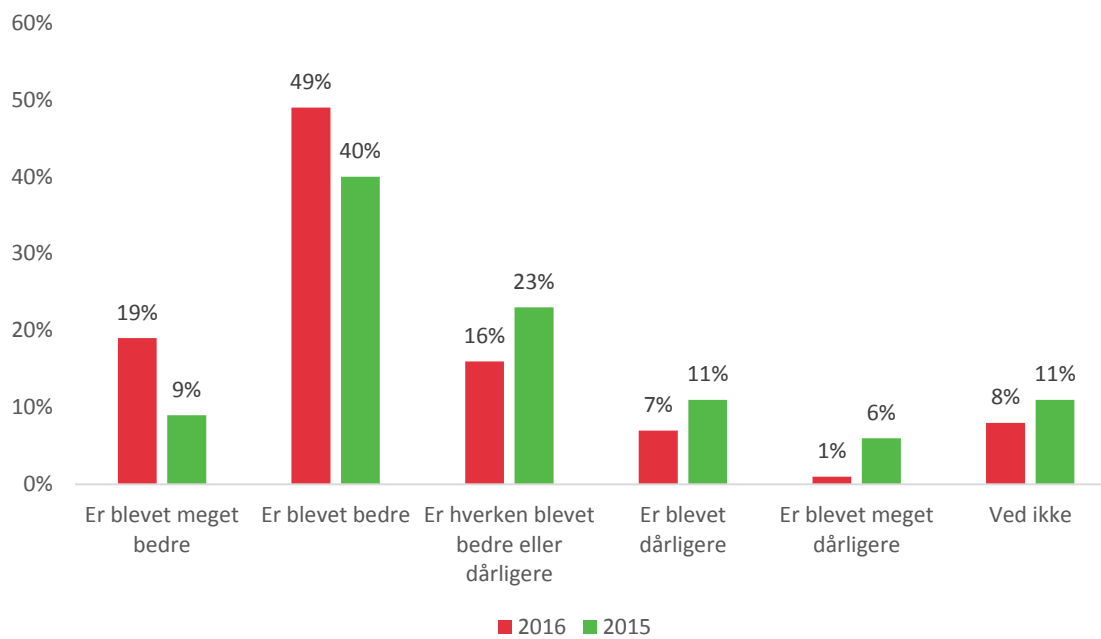
Figur 10: Hvor tilfreds eller utilfreds er du alt i alt med tv-programmerne på KNR-TV fordelt på årstal



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

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 (68%) er positive over for udviklingen af programfladen efter omlægningen. Andelen der svarede tilsvarende i undersøgelsen fra 2015 var 49%. Kun 8% af seerne vurderer, at programfladen er blevet forringet siden omlægningen. Se figuren på næste side.

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 2016 (N=672) og 2015 (N=681)

Seerne på KNR er blevet bedt om at vurdere 10 forskellige tv-programmer i forhold til hvorvidt programmet appellerer til dem, og hvorvidt de er tilfreds med programmet generelt. Seerne har vurderet programmerne enkeltvis, hvilket muliggør en undersøgelse af graden af appel og tilfreds i forhold til de enkelte programmer. 6 af de 10 tv-programmer blev ligeledes undersøgt i forhold til appel og tilfredshed i 2015. Analysen inddrager derfor også udviklingen fra 2015 til 2016, hvor det er muligt. Når det er relevant, vil der tilmed blive kommenteret på borgernes årsager til utilfredshed med de enkelte tvprogrammer.

Qanorooq er det program som i højest grad appellerer til seerne (3,1), hvilket ligeledes gjorde sig gældende i undersøgelsen fra 2015. Den gennemsnitlige tilfredshed med programmet er steget fra 2,9 i 2015 til 3,1 i 2016. Yderligere viser analysen, at tilfredsheden ikke varierer på tværs af aldersgrupper, men derimod appellerer programmet i højere grad til midaldrende og ældre. Dette resultat er i overensstemmelse med undersøgelse fra 2015. De utilfredse seere begrundet utilfredsheden med, at programmet har for mange genudsendelser, nyhederne er for overfladiske samt at nyhederne ofte har en negativ karakter.

Sinerissamiit har en appel på 2,7 og en tilfredshed på 3,1. Begge resultater er på samme niveau som i 2015-undersøgelsen. Programmet appellerer mest til de ældre seere, som også er den gruppe, som er mest tilfreds. Den primære årsag til, at seere er utilfredse med

programmet er, at de vurderer, at programmet mangler at afdække flere områder på Grønland.

Qulaarpaa har den laveste grad af appel (2,2) og tilfredshed (3,0) i 2016, hvilket var samme tendens som i 2015. Programmet appellerer i højest grad til de ældre seere, mens tilfredsheden ikke er varierende på tværs af aldersgrupperne. Størstedelen af de utilfredse seere begrundes utilfredsheden med, at de ikke har interesse for politiske emner.

Annuffiunng har en appel på 2,5 og en tilfredshed på 3,1. Både appellen og tilfredsheden er ikke varierende på tværs af aldersgrupperne. De utilfredse seere begrundes utilfredsheden med, at videoerne i programmet er for kedelige og uinteressante.

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

Suliffiga har en appel på 2,5 og en tilfredshed på 3,2. Programmet appellerer i højere grad til de ældste seere, mens der ikke er nogen variation på tilfredsheden i forhold til aldersgrupperne. Flere af de utilfredse seere nævner, at programmet er uinteressant eller kedeligt.

Sportsudsendelser har en appel på 2,5, hvilket er samme niveau som i 2015. Tilfredsheden er steget en smule fra 3,0 i 2015 til 3,1 i 2016. Appellen er som i 2015 undersøgelsen størst for den ældste målgruppe. Flere af de utilfredse seere mener, at sportsudsendelserne er for kortfattede.

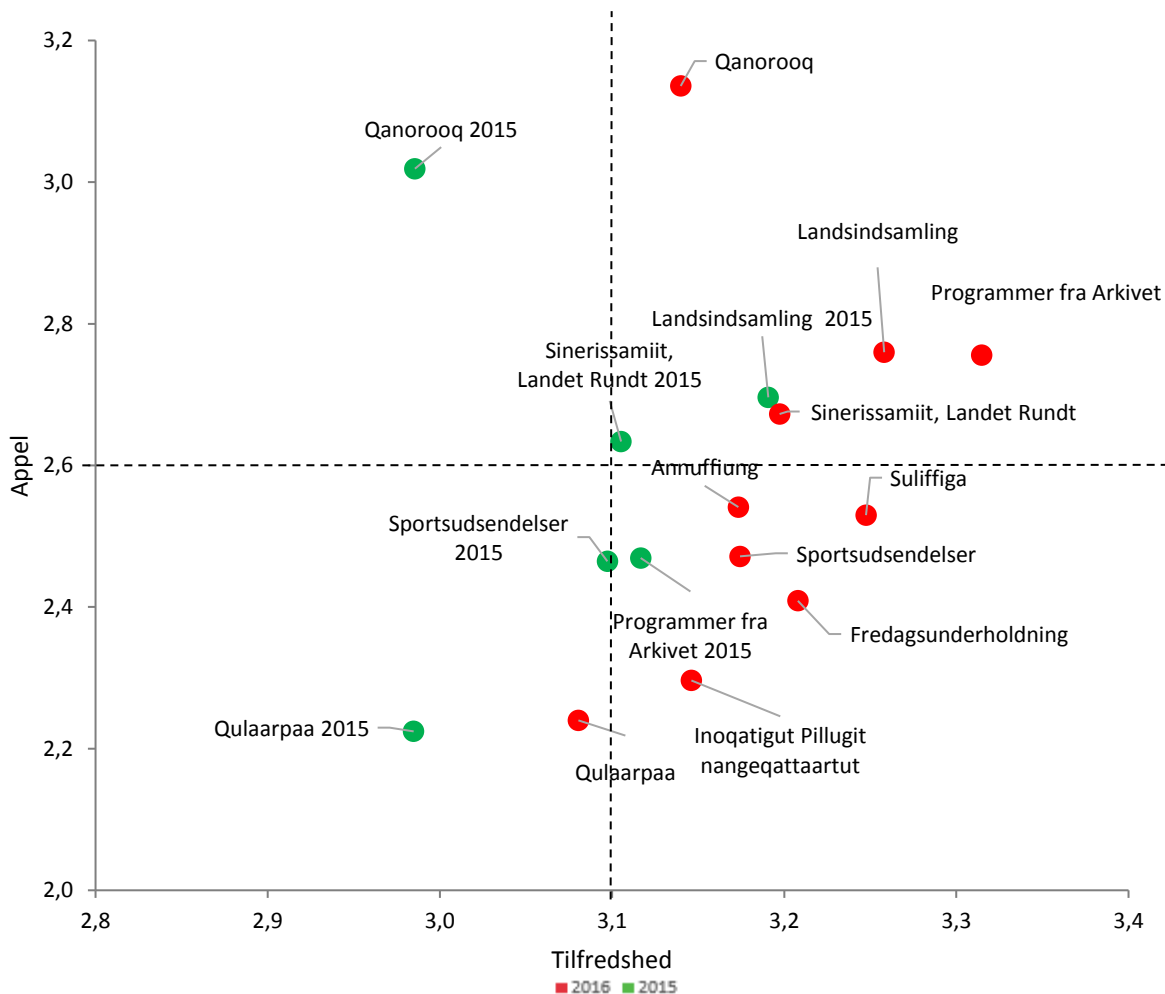
Landsindsamlingen har en appel på 2,8 og en tilfredshed på 3,2. I 2015 var appellen på 2,7 og tilfredsheden på 3,2. Både appellen og tilfredsheden er størst for den ældste gruppe af seerne. De utilfredse seere begrundes utilfredsheden med, at de efterspørger landsindsamlinger ift. andre emner (eksempelvis arbejdsløse eller hjemløse) samt at der er for mange genudsendelser.

Programmer fra arkivets appel er steget fra 2,5 i 2015 til 2,8 i 2016. Tilfredsheden er tilmed steget fra 3,1 til 3,3. For både appel og tilfredshed er det den største stigning fra 2015 til 2016. Programmet appellerer mest til den midaldrende og ældste gruppe, mens der ikke er nogen variation på tværs af aldersgrupperne ift. tilfredsheden. Flere af de utilfredse seere nævner, at programmerne er for gamle eller der er for mange gentagelser.

Tv-serier om vores medmennesker har en appel på 2,3 og en tilfredshed på 3,1. Programmet appellerer igen mest til den ældste gruppe af seerne. Den primære årsag til utilfredshed blandt seerne er for mange genudsendelser.

I nedenstående figur er vurderingen af de enkelte tv-programmer vist med appel på den lodrette akse, og tilfredshed på den vandrette akse. De stiplede linjer i figuren er gennemsnitsvurderingen af samtlige programmer.

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



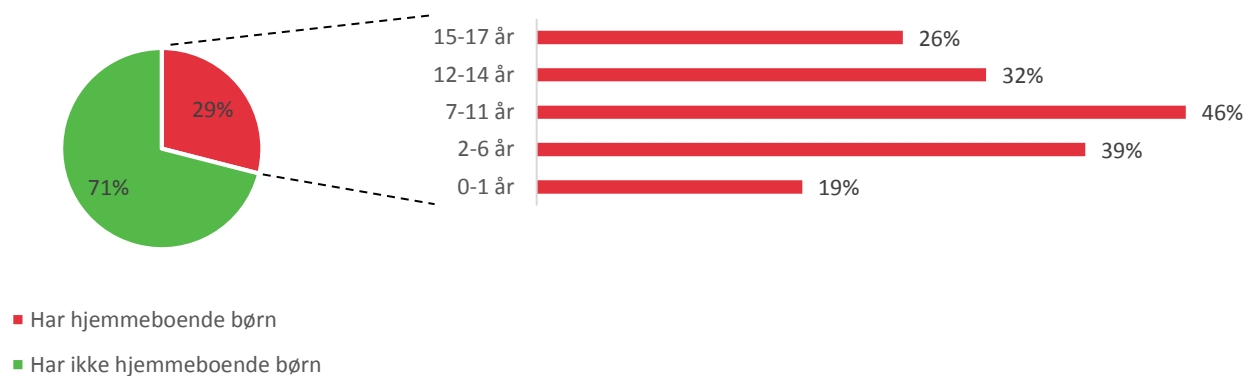
Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016. Appel N=529-655. Tilfredshed N= 407-639

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 29% 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

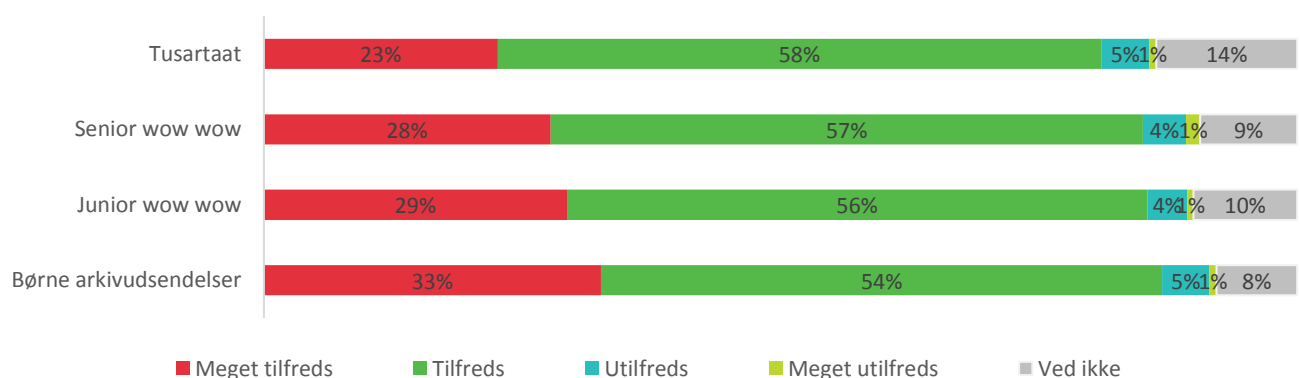


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=701)

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

Ifølge forældrene er børnene mest tilfredse med arkivudsendelserne til børn. 87% af forældrene angiver, at deres børn er enten meget tilfredse eller tilfreds med denne udsendelse. 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?

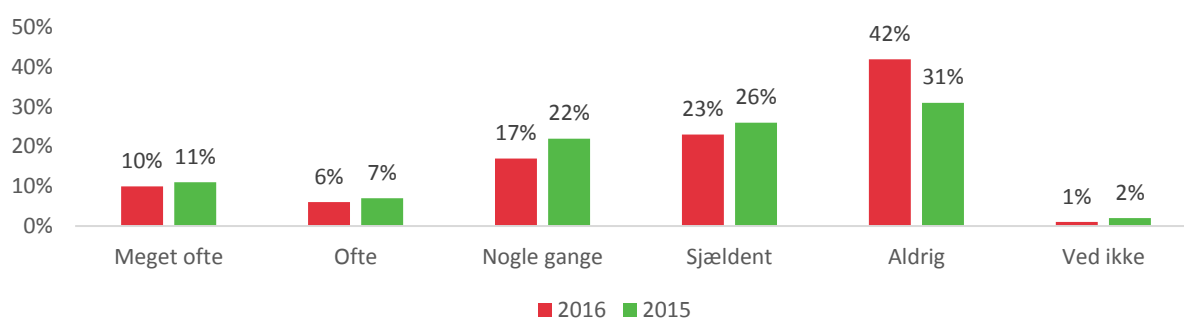


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N= 121-150)

3.5 KNR-2

85% af befolkningen kender KNR-2, hvilket er en forøgelse fra 80% i undersøgelsen fra 2015. Af de 85%, som har kendskab til KNR-2, ser 16% meget ofte eller ofte landstingsmøde debatterne, mens 42% aldrig ser debatterne. Andelen af befolkningen, som ofte eller meget ofte ser landstingsmøde debatterne er fortsat på niveau med 2015 (henholdsvis 18% og 16%), mens der dog er sket en stigning i andelen, der aldrig ser det (fra 31% i 2015 til 42% i 2016).

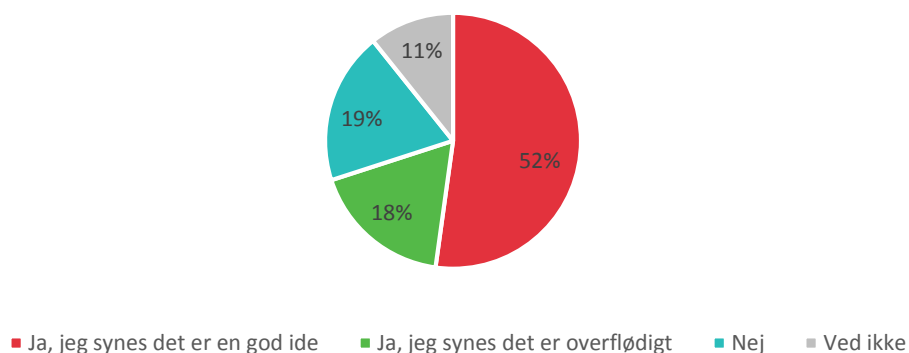
Figur 15: hvor ofte ser du landstingsmøde debatterne på KNR-2?



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

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. 70% af seerne, som ser KNR-2, har kendskab til simultantolkningen. 52% af seerne synes, at det er en god idé, mens de resterende 18%, som har kendskab til simultantolkningen, mener det er overflødigt.

Figur 16: Var du klar over at KNR laver simultantolkning af debatter på henholdsvis grønlandsk og dansk på KNR-2?



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=569)

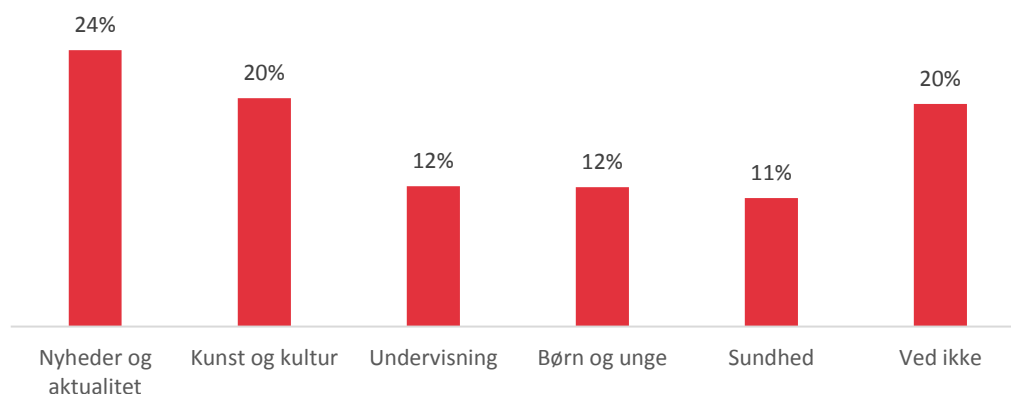
3.6 FREMTIDENS TV-PROGRAMMER

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.

24% af seerne mener, at nyheder og aktualitet skal have højere prioritering i KNRs programflade. Efterfølgende ønsker 20% af seerne, at KNR i højere grad prioriterer kunst og kultur.

I denne undersøgelse er der yderligere blevet spurgt 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. Desuden efterspørges til flere informerende programmer særligt sundhedsrelaterede oplysninger og informationsprogrammer som er henvendt til børn og unge efterspørges. Yderligere efterspørges flere sportsudsendelser samt underholdning heriblandt film. Resultaterne i denne undersøgelse er i overensstemmelse med de eksisterende seer- og lytterundersøgelser.

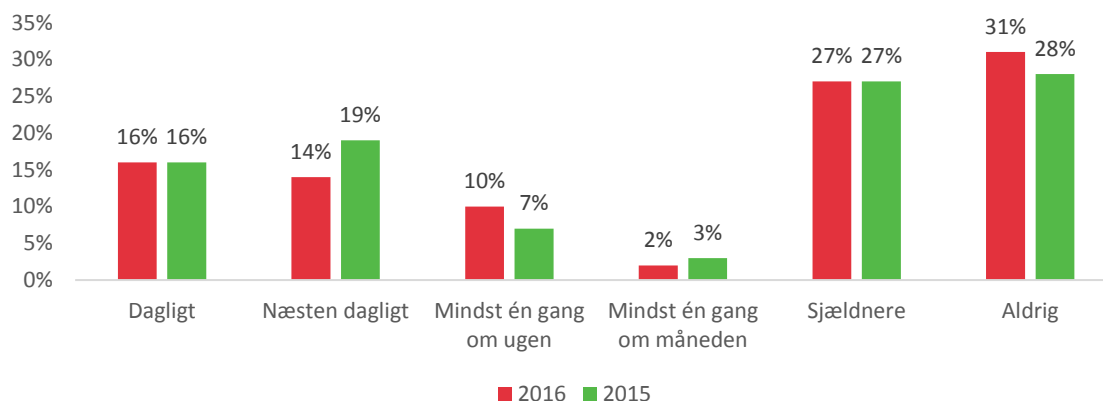
Figur 17: hvilken type tv-programmer synes du, at KNR-TV skal prioritere højere?



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

3.7 TEKST-TV

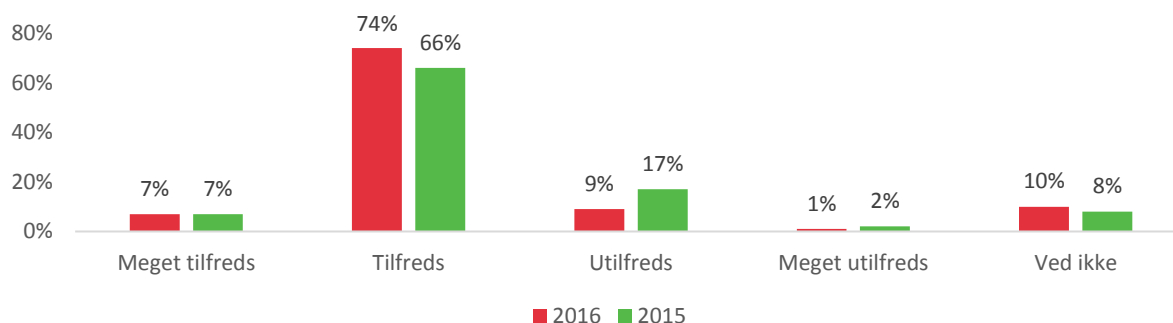
30% af KNRs seere anvender tekst-tv dagligt eller næsten dagligt. 10% af befolkningen bruger tekst-tv mindst én gang om ugen, 2% bruger tekst-tv mindst én gang om måneden, mens 55% af KNRs seere sjældent eller aldrig bruger tekst-tv. Sammenlignet med 2015 er der et fald på 5 procentpoint i andelen, der dagligt eller næsten dagligt anvender tekst-tv på KNR.

Figur 18: Hvor ofte anvender du tekst-tv på KNR tv?

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

33% af befolkningen som er bosat uden for Nuuk bruger i højere grad tekst-tv dagligt eller næsten dagligt, mens det tilsvarende gælder for 23% af befolkningen, der er bosat i Nuuk. Derudover viser undersøgelsen, at det er den ældste aldersgruppe (+ 55 år), som i højest grad bruger tekst-tv dagligt eller næsten dagligt (44%), efterfølgende er det personer mellem 35-54 år (33%), mens det er personer under 35 år som i lavest grad bruger tekst-tv dagligt eller næsten dagligt (17%).

81% af KNRs seere, som anvender tekst-tv, er enten tilfredse eller meget tilfredse med indholdet på KNRs tekst-tv, mens 10% er utilfreds eller meget utilfreds. Sammenlignet med 2015 ses der en stigning i andelen, der er tilfredse med KNR's tekst-tv.

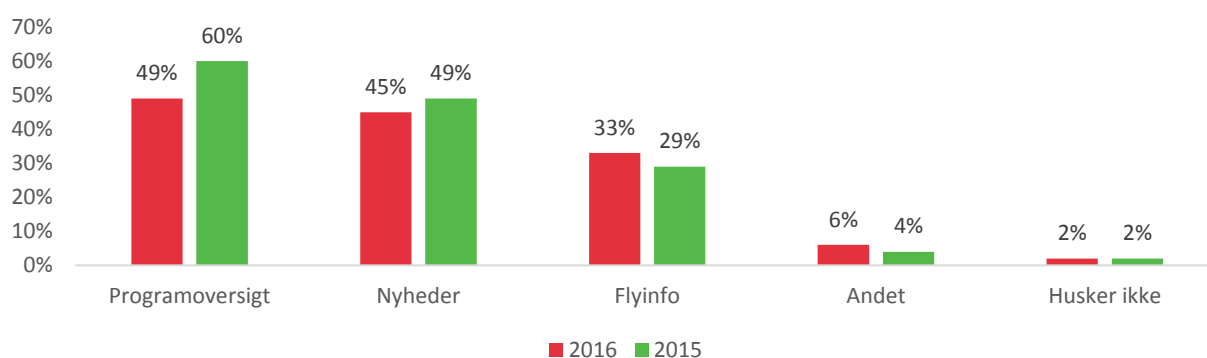
Figur 19: Hvor tilfreds eller utilfreds er du med indholdet på KNRs tekst-tv?

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

Yderligere er seerne blevet spurgt om der er nogle 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 (49%) og nyheder (45%), mens 33% af benytter sig af flyinfo på tekst-tv. Sammenlignet med 2015, er der sket et fald i andelen, der anvender tekst-tv til programoversigt fra 60% til 49%.

Figur 20: Hvad anvender du tekst-tv på KNR-TV til?

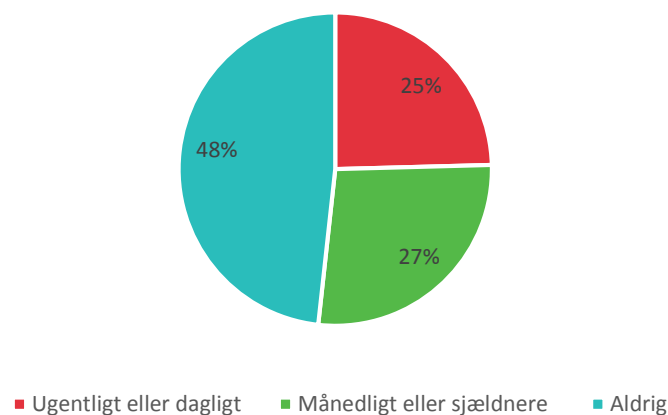


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=467) og 2015 (N=490)

4. KNR.GL

Et andet element i denne seer- og lytterundersøgelse omhandler brugen af KNRs hjemmeside. Af nedenstående figur fremgår det, at 48% af befolkningen aldrig benytter sig af KNRs hjemmeside knr.gl. 25% af befolkningen besøger hjemmesiden dagligt, næsten dagligt eller mindst én gang om ugen, mens 27% besøger hjemmesiden månedligt eller sjældnere.

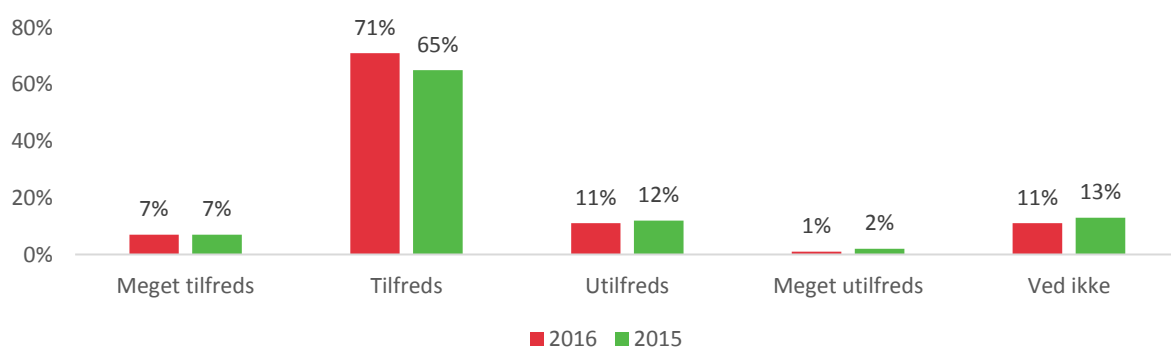
Figur 21: Hvor ofte besøger du hjemmesiden KNR.gl?



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

78% af de personer, som har besøgt hjemmesiden er enten meget tilfreds eller tilfreds med indholdet på KNR.gl.

Figur 22: hvor tilfreds eller utilfreds er du med indholdet generelt på hjemmesiden KNR.gl?

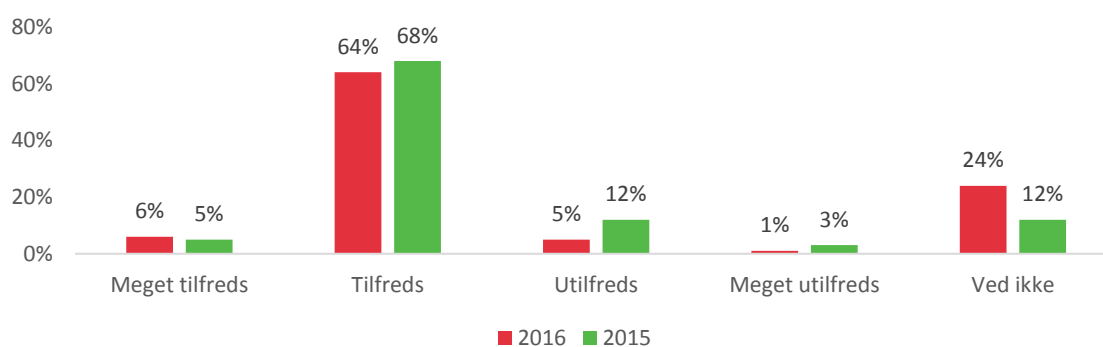


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=348) og 2015 (N=368)

Størstedelen af de adspurgte som enten er meget utilfreds eller utilfreds 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.

Der er tilmed blevet spurgt til brugernes tilfredshed med indholdet af tv og radio på KNR.gl. 73% af brugerne er meget tilfreds eller tilfreds med indholdet af tv og radio på hjemmesiden, mens 6% er meget utilfreds eller utilfreds. Andelen der er tilfredse hermed er på niveau med 2015.

Figur 23: Hvor tilfreds eller utilfreds er du med indholdet af tv og radio på hjemmesiden KNR.gl?



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

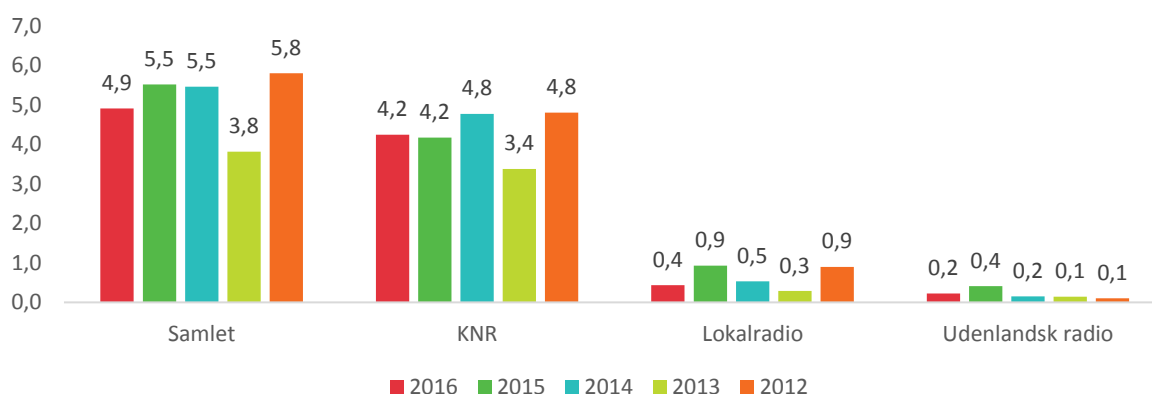
Efterfølgende er seerne blevet spurgt til om der er nogle specifikke programmer i tv og radio som de savner; her har flere nævnt, at de gerne vil kunne se flere lokale reportager om Grønland samt oplysningskampagner vedr. sundhed eller til børn og unge.

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 2016 er 4,9 timer dagligt, hvilket er en nedgang sammenlignet med forbruget i 2015, hvor det var 5,5. Det gennemsnitlige forbrug af KNR-radio er på 4,2 timer pr. døgn, og er samme forbrug som i 2015. Faldet i det samlede forbrug skyldes derfor et fald siden 2015 i lytternes forbrug af lokalradio.

Figur 24: 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) og 2016 (N=600)

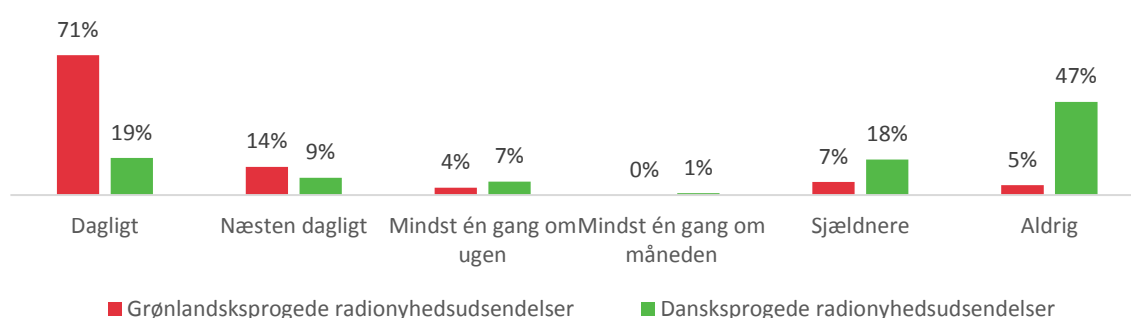
Note: For 2015 og 2016 indebærer udenlandsk radio øvrige danske eller udenlandske radiokanaler

95% af samtlige radiolyttere i befolkningen lytter til KNR-radio, mens kun 5% af radiolytterne har angivet, at de aldrig lytter til KNR. 97% af lytterne bruger primært FM-signalet, når de lytter radio. Desuden viser undersøgelsen, at også 97% af KNRs lyttere anvender FM-signal. I 2015 lyttede 95% af lytterne til KNR-radio via FM-signal. For lyttere af lokalradio er det 88%, som anvender FM-signal, mens det er 77% af lytterne til de danske og udenlandske radiokanaler, som anvender FM-signal.

5.2 RADIONYHEDER

85% af lytterne på KNR lytter til grønlandssprogede radionyhedsudsendelser dagligt eller næsten dagligt på KNR, mens 5% lytter aldrig til grønlandssprogede radionyheder. 28% af lytterne på KNR lytter dagligt eller næsten dagligt til dansksprogede nyhedsudsender, mens 47% aldrig lytter til dansksprogede radionyheder.

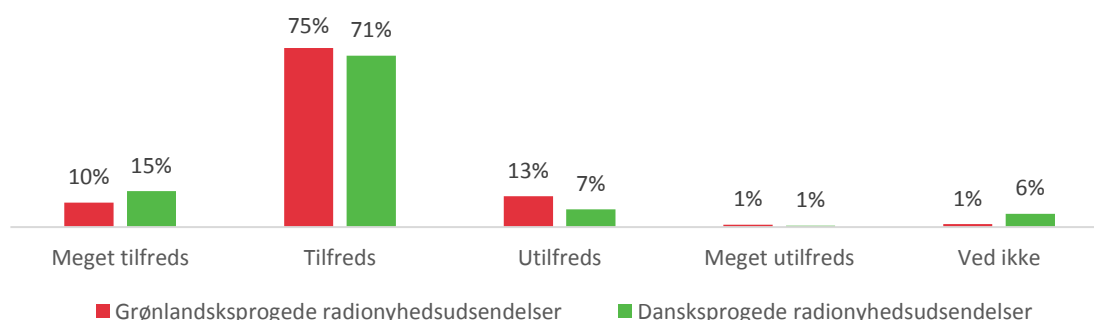
Figur 25: Forbruget af grønlandssprogede og dansksprogede radionyhedsudsendelser på KNR



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

85% af lytterne er tilfredse eller meget tilfredse med de grønlandske radionyhedsudsendelser. Det er en stigning i forhold til undersøgelsen i 2015, hvor 75% af lytterne var tilfredse med radionyhedsudsendelserne. 14% af lytterne er utilfreds eller meget utilfreds med de grønlandske radionyhedsudsendelser, hvilket er en nedgang sammenlignet med resultatet i undersøgelsen fra 2015 (22%). 86% af lytterne er tilfreds eller meget tilfreds med de danske radionyhedsudsendelser, mens 8% er utilfreds eller meget utilfreds. Resultaterne for tilfredsheden af de danske nyhedsudsendelser er i overensstemmelse med resultaterne i undersøgelsen fra 2015.

Figur 26: tilfredsheden med radionyhedsudsendelserne på KNR

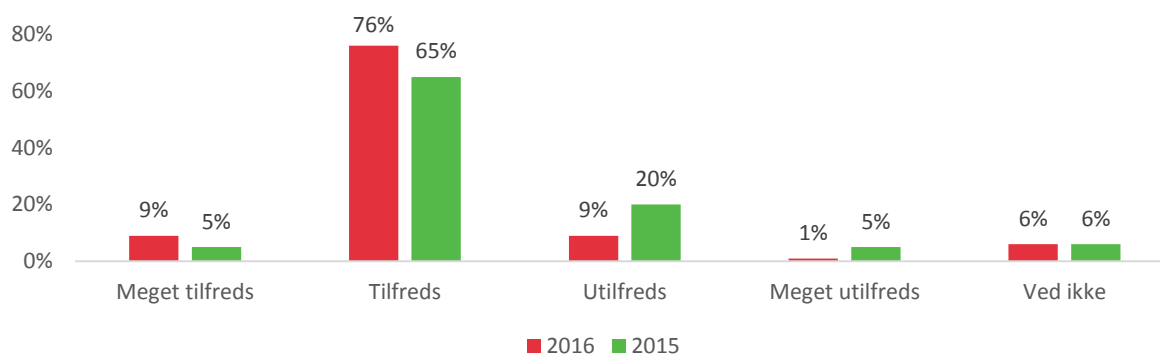


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (GL N = 537 & DK N=213)

5.3 RADIOPROGRAMMER

85% af lytterne er enten tilfreds eller meget tilfreds med radioprogrammerne på KNR, mens 10% af lytterne er enten utilfreds eller meget utilfreds. Tilfredsheden med radioprogrammerne alt i alt er steget siden 2015, hvor undersøgelsen viste, at 70% af brugerne var enten tilfreds eller meget tilfreds.

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



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 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 8 radioprogrammer, hvoraf et enkelt radioprogram også blev vurderet i undersøgelsen fra 2015.

Nunatta nipaa - ullaakkut aallakaatinneqartartoq er med en appel på 3,1 det program, som i højest grad appellerer til KNRs lyttere. Tilfredsheden med programmet er på 3,3. Hverken lytternes tilfredshed eller vurdering af programmets appel varierer tværs af aldersgrupperne.

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

Inuiaat tillernerat - nutaarsiassanik itisileriffik har en gennemsnitlig appel på 2,7, mens tilfredsheden er på 3,2. Programmet appellerer i højest grad til de midaldrende- og ældste lyttere.

Lokalradio udsendelser er de programmer, der har den laveste appel til lytterne i denne undersøgelse (1,9). Tilfredsheden med programmet er dog på 3,2. Der er ingen variation på tværs af aldersgrupperne ift. programmets appel eller tilfredshed.

Naalagiarneq har en gennemsnitlig appel på 2,7 og en tilfredshed på 3,2. Både appellen og tilfredsheden er størst for den midaldrende- og den ældste gruppe. Dette program er tilmed det program, som lytterne har det mindste kendskab til.

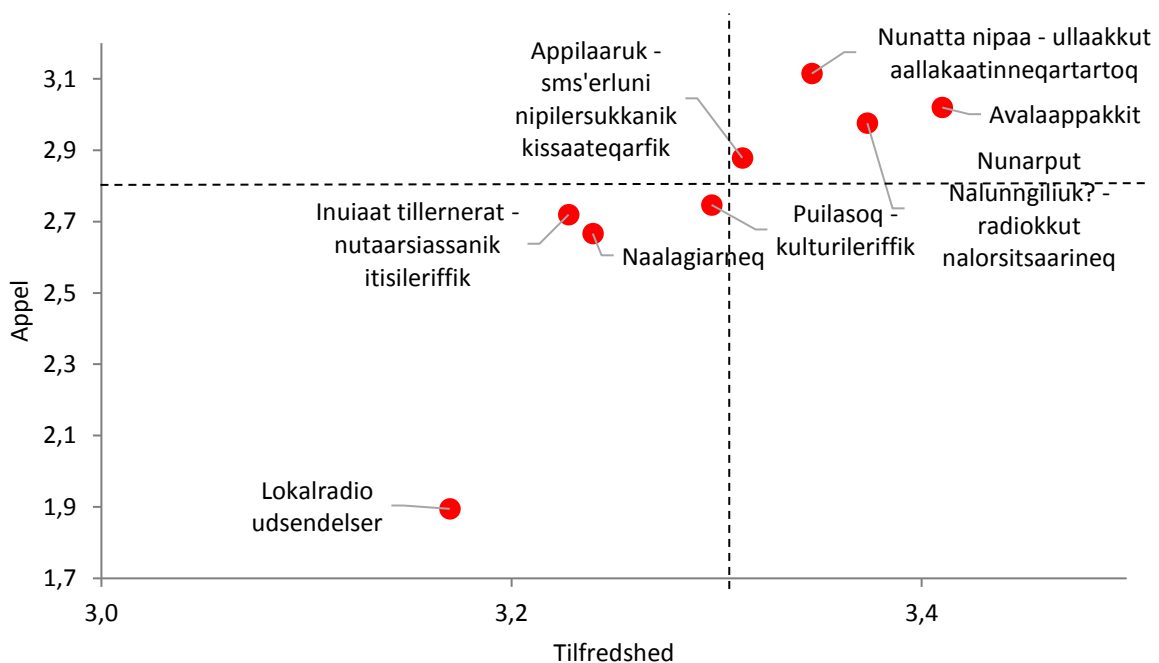
Avalaappakkit har den højeste tilfredshed (3,4) og den næsthøjeste appel til lytterne (3,0).

Appilaaruk - sms'eryluni nipilersukkanik kissaateqarfik har en appel på 2,9, mens tilfredsheden er 3,3. Hverken appellen eller tilfredsheden varierer på tværs af aldersgrupperne.

Nunarput Nalunngiliuk? - radiokkut nalorsitsaarineq har med en gennemsnitlig appel på 3,0, hvilket er den anden højeste appel. Tilmed er tilfredsheden til 3,4, hvilket er den højeste tilfredshed. Programmet appellerer i højest grad til den midaldrende og den ældste gruppe.

Den gennemsnitlige appel for alle radioprogrammerne ligger i denne undersøgelse på 2,8, mens tilfredsheden er på 3,3. Den nedenstående figur illustrerer seernes vurderinger af de enkelte programmer. De stiplede linjer i diagrammet viser gennemsnitsvurderingen af samtlige programmer i undersøgelsen.

Figur 28: Appel og tilfredshed målt på specifikke radioprogrammer på KNR

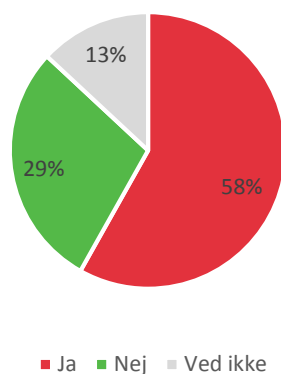


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016. Appel N=384-548. Tilfredshed N= 216-512

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.

Som noget nyt, er der i denne undersøgelse blevet spurgt til hvorvidt lytterne ønsker landstingsmøderne også skal sendes i radioen. Som det fremgår af nedenstående figur, ønsker 58% af lytterne, at landstingsmøderne også sendes i radioen. Det er i højest grad de ældste lytterne, som ønsker at landstingsmøderne også sendes i radioen.

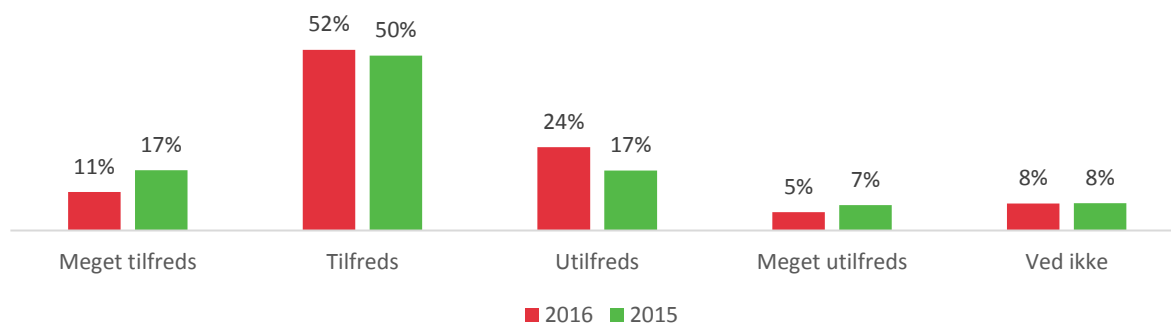
Figur 29: ønsker du, at landstingsmøder også sendes i radioen?



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=569)

Lytterne er yderligere blevet spurgt til hvor tilfredse de er med at KNR-Radio nu har nyhedsudsendelser hver time. 63% af lytterne svarer at de er tilfredse eller meget tilfredse med at der er nyhedsudsendelser hver time. 29% svarer derimod at de enten er utilfreds eller meget utilfreds.

Figur 30: Hvor tilfreds eller utilfreds er du med, at KNR-radio nu har nyhedsudsendelser hver time?

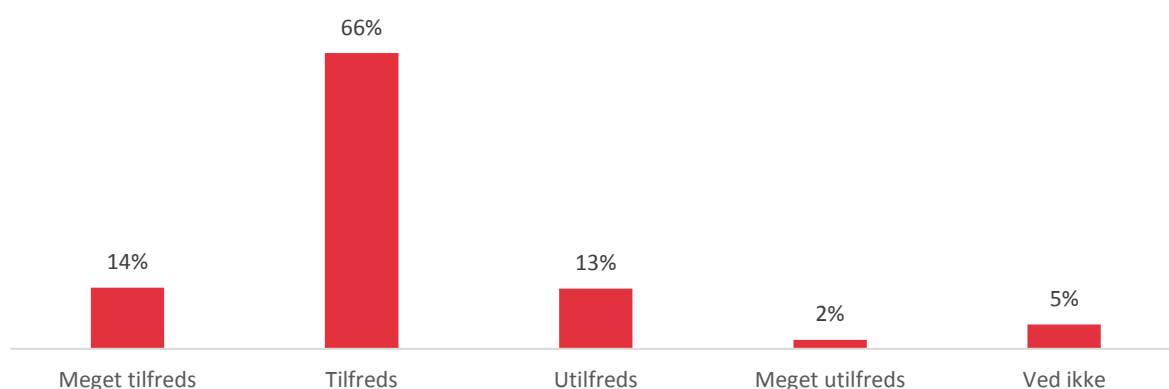


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=608) og 2015 (650)

I dette års undersøgelse er der tilmed 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 80% af lytterne enten er tilfreds eller meget tilfreds med musikvalget på KNRs radioprogrammer, mens 15% af lytterne er utilfreds eller meget utilfreds.

Figur 31: Hvor tilfreds er du alt i alt med musikvalget i KNRs radioprogrammer?

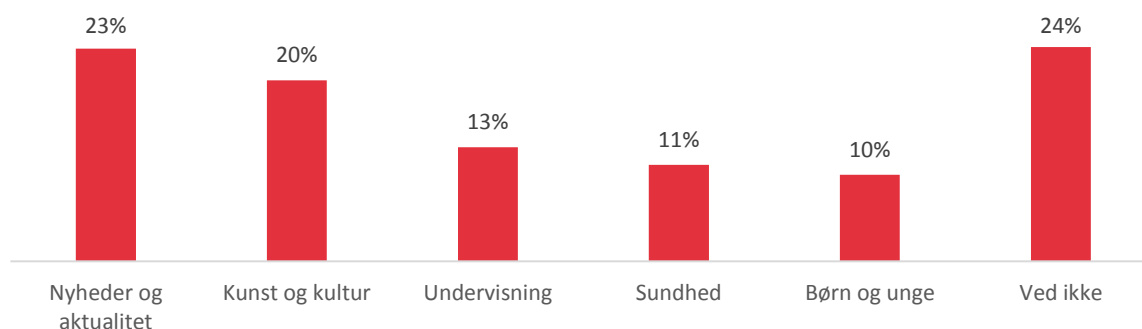


Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=608)

5% af lytterne lytter til de danske radioprogrammer tirsdag aften, mens yderligere 5% lytter til både de danske og engelsksprogede radioudsendelser. Ingen af lytterne lytter udelukkende til de engelsksprogede radioudsendelser tirsdag aften.

Lytterne er tilmed blevet spurgt til hvilken type af radioprogrammer, som de synes, at KNR skal prioritere højere. 23% af lytterne mener at nyheder og aktualitet skal prioriteres højere, mens 20% mener, at radioprogrammer inden for kunst og kultur skal prioriteres højere.

Figur 32: Hvilken type af radioprogrammer synes du, at KNR skal prioritere højere?



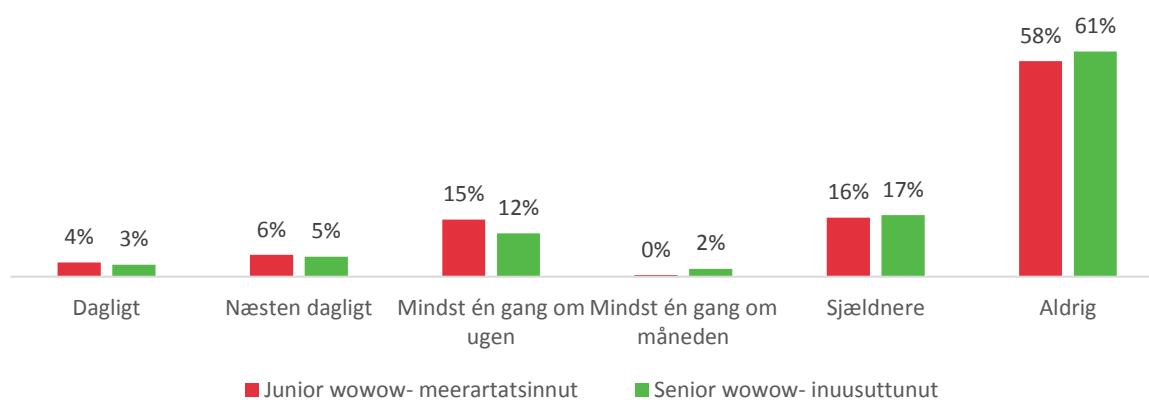
Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=608)

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. 29% af respondentgruppen har hjemmeboende børn under 18 år.

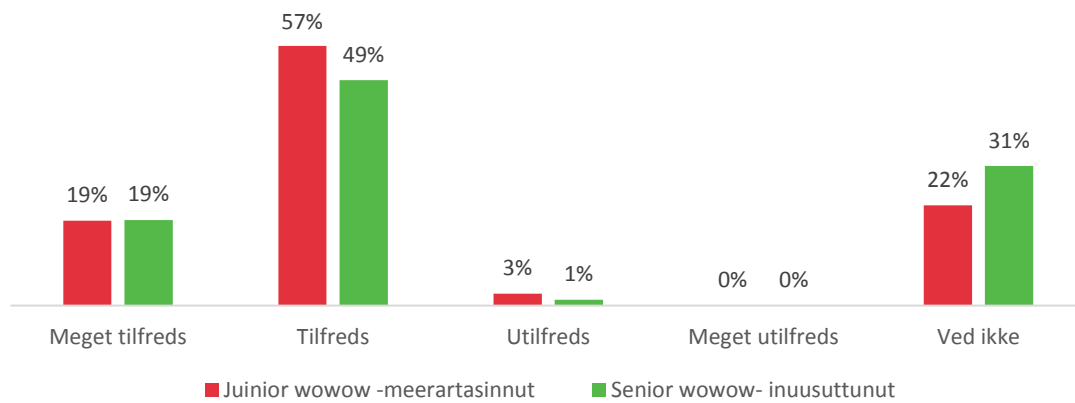
I denne undersøgelse er der blevet spurgt til radioprogrammerne Junior wowow - meerartatsinnut og Senior wowow - inuusuttunut. 25% af børnene under 18 år lytter til Junior wowow – meerartatsinnut mindst én gang om ugen eller oftere, mens 16% lytter til programmet mindst én gang om måneden eller sjældnere. 58% af børnene lytter aldrig til Junior wowow – meerartatsinnut. 20% af børnene lytter til Senior wowow - inuusuttunut mindst én gang om måneden eller oftere, mens 19% af børnene lytter til programmet mindst én gang om måneden eller sjældnere. 61% af børnene lytter aldrig til Senior wowow - inuusuttunut.

Figur 33: hvor ofte hører dine børn KNR Radio?



Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=179)

Lytterne 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 stor andel af forældrene ikke ved, hvorvidt deres børn er tilfredse eller utilfredse med radioprogrammerne.

Figur 34: hvor tilfreds eller utilfreds er de med følgende børne- og ungdomsprogrammer?

Kilde: Seer- og lytterundersøgelse 2016 (N=75)

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 39%, mens de øvrige udgør 54% og de potentielle seere 7%.

Kerneseere:

- 59% er mænd og 41% kvinder
- 27% er under 35 år, 37% er i alderen 35- 54 år, og 36% er over 55 år.
- 78% taler primært grønlandsk, 1% taler primært dansk og 21% er dobbeltsproget
- 32% af kerneseerne har hjemmeboende børn, mens 68% ikke har
- 12% bor i Nuuk og 88% bor uden for Nuuk
- 80% bor i en by og 20% bor i en bygd
- 76% er alt i alt meget tilfreds eller tilfreds med tv-programmerne på KNR

Øvrige seere:

- 52% er mænd og 48% kvinder
- 37% er under 35 år, 42% er mellem 35-54 år og 20% er 55 år eller derover
- 67% taler primært grønlandsk, 6% taler primært dansk og 27% er dobbeltsproget
- 30% har hjemmeboende børn, mens 70% ikke har
- 33% bor i Nuuk og 67% bor uden for Nuuk
- 88% bor i en by og 12% bor i en bygd
- 61% er alt i alt meget tilfreds eller tilfreds med tv-programmerne hos KNR

Potentielle seere:

- 41% er mænd og 59% kvinder
- 58% er under 35 år, 32% er mellem 35-54 år og 9% er 55 år eller derover
- 39% taler primært grønlandsk, 35% taler primært dansk og 25% er dobbeltsproget
- 24% har hjemmeboende børn og 76% har ikke hjemmeboende børn under 18 år
- 60% bor i Nuuk og 40% bor uden for Nuuk
- 95% bor i en by og 5% bor i en bygd



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 25% af befolkningen, mens de øvrige brugere består af 27% og de potentielle brugere 48%

Kernebrugere:

- 58% er mænd og 42% er kvinder
- 39% er under 35 år, 42% er mellem 35-54 år og 29% er 55 år eller derover
- 59% taler primært grønlandsk, 9% taler primært dansk og 32% er dobbeltsproget
- 35% har hjemmeboende børn, mens 65% ikke har
- 90% bor i en by og 10% bor i en bygd
- 41% bor i Nuuk og 59% bor uden for Nuuk
- 86% er generelt meget tilfreds eller tilfreds med indholdet på hjemmesiden KNR.gl

Øvrige brugere:

- 51% er mænd og 49% kvinder
- 41% er under 35 år, 45% er mellem 35-54 år og 14% er 55 år eller derover
- 68% taler primært grønlandsk, 5% taler primært dansk og 28% er dobbeltsproget
- 39% har hjemmeboende børn, mens 61% ikke har
- 26% bor i Nuuk og 74% bor uden for Nuuk
- 89% bor i en by og 11% bor i en bygd
- 70% er generelt meget tilfreds eller tilfreds med indholdet på hjemmesiden KNR.gl

Potentielle brugere:

- 53% er mænd og 47% kvinder
- 29% er under 35 år, 35% er mellem 35-54 år og 36% er 55 år eller derover
- 76% taler primært grønlandsk, 5% taler primært dansk og 19% er dobbeltsproget
- 23% har hjemmeboende børn, mens 77% ikke har
- 19% bor i Nuuk og 81% bor uden for Nuuk
- 81% bor i en by og 19% 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 34% af befolkningen kernelytterne, 48% er øvrige lyttere og 18% er potentielle lyttere.

Kernelyttere:

- 59% er mænd og 41% kvinder
- 27% er under 18-34 år, 37% er mellem 35-54 år og 36% er 55 år eller derover
- 75% taler primært grønlandsk, 2% taler primært dansk og 23% er dobbeltsproget
- 27% har hjemmeboende børn, mens 73% ikke har
- 18% bor i Nuuk og 82% bor uden for Nuuk
- 86% bor i en by og 14% bor i en bygd
- 92% er enten meget tilfreds eller tilfreds med radioprogrammerne alt i alt

Øvrige lyttere

- 51% er mænd og 49% kvinder
- 29% er under 35 år, 46% er mellem 35-54 år og 25% er 55 år eller derover
- 68% taler primært grønlandsk, 6% taler primært dansk og 26% er dobbeltsproget
- 30% har hjemmeboende børn, mens 70% ikke har
- 30% bor i Nuuk og 70% bor uden for Nuuk
- 84% bor i en by og 17% bor i en bygd
- 82% er enten meget tilfreds eller tilfreds med radioprogrammerne alt i alt

Potentielle lyttere:

- 50% er mænd og 50% kvinder
- 68% er under 35 år, 23% er mellem 35-54 år og 9% er 55 år eller derover
- 65% taler primært grønlandsk, 16% taler primært dansk og 19% er dobbeltsproget
- 32% har hjemmeboende børn, mens 69% ikke har
- 37% bor i Nuuk og 63% bor uden for Nuuk
- 91% bor i en by og 9% bor i en bygd

7. BILAG

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

		Nuuk		Uden for Nuuk	
		N	%	N	%
TV	Dagligt	132	70%	376	73%
	Næsten dagligt	25	13%	84	16%
	Mindst én gang om ugen	11	6%	16	3%
	Mindst én gang om måneden	3	2%	2	0%
	Sjældnere	7	4%	17	3%
	Aldrig	10	5%	18	4%
	Total	188	100%	513	100%
Radio	Dagligt	99	53%	328	64%
	Næsten dagligt	25	14%	72	14%
	Mindst én gang om ugen	12	6%	21	4%
	Mindst én gang om måneden	1	1%	0	0%
	Sjældnere	18	9%	31	6%
	Aldrig	32	17%	61	12%
	Total	188	100%	513	100%
Internet	Dagligt	128	68%	222	43%
	Næsten dagligt	13	7%	58	11%
	Mindst én gang om ugen	7	4%	27	5%
	Mindst én gang om måneden	2	1%	2	0%
	Sjældnere	10	6%	40	8%
	Aldrig	27	14%	164	32%
	Total	188	100%	513	100%

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

		Nuuk		Andet	
		N	%	N	%
Facebook	Dagligt	105	56%	221	43%
	Næsten dagligt	25	13%	75	15%
	Mindst én gang om ugen	9	5%	26	5%
	Mindst én gang om måneden	3	2%	2	0%
	Sjældnere	9	5%	22	4%
	Aldrig	37	19%	168	33%
	Total	188	100%	513	100%
Instagram	Dagligt	24	13%	17	3%
	Næsten dagligt	5	3%	7	1%
	Mindst én gang om ugen	4	2%	10	2%
	Mindst én gang om måneden	0	0%	2	0%
	Sjældnere	10	5%	22	4%
	Aldrig	144	77%	455	89%
	Total	188	100%	513	100%
Twitter	Dagligt	6	3%	4	1%
	Næsten dagligt	1	0%	2	0%
	Mindst én gang om ugen	0	0%	2	0%
	Mindst én gang om måneden	1	1%	1	0%
	Sjældnere	6	3%	6	1%
	Aldrig	174	93%	499	97%
	Total	188	100%	513	100%
Snapchat	Dagligt	29	15%	13	2%
	Næsten dagligt	7	4%	8	2%
	Mindst én gang om ugen	3	2%	8	2%
	Mindst én gang om måneden	2	1%	5	1%
	Sjældnere	8	4%	17	3%
	Aldrig	138	74%	463	90%
	Total	188	100%	513	100%
Youtube	Dagligt	31	17%	29	6%
	Næsten dagligt	17	9%	33	6%
	Mindst én gang om ugen	23	12%	44	9%
	Mindst én gang om måneden	6	3%	9	2%
	Sjældnere	35	18%	81	16%
	Aldrig	76	40%	317	62%
	Total	188	100%	513	100%

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

	Nuuk		Uden for Nuuk	
	N	%	N	%
Ser KNR	151	85%	483	95%
Ser aldrig KNR	26	15%	25	5 %

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	%
Hvor ofte ser du nyhedsudsendelser på KNR- TV?	Dagligt	90	51%	327	66%	307	66%	99	61%	12	29%
	Næsten dagligt	36	20%	103	21%	99	21%	32	20%	7	17%
	Mindst én gang om ugen	20	11%	29	6%	32	7%	12	7%	5	12%
	Mindst én gang om måneden	4	2%	5	1%	5	1%	2	1%	3	7%
	Sjældnere	18	10%	23	5%	19	4%	14	9%	7	17%
	Aldrig	10	6%	8	2%	7	2%	4	3%	7	17%
	Total	178	100%	495	100%	469	100%	163	100%	41	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
Appel	Qanarooq	2,9	3,2	3,4
	Sinerissamiit, Landet rundt	2,3	2,8	3,0
	Qulaarpaa	1,9	2,3	2,6
	Annuffiung	2,5	2,6	2,6
	Fredagsunderholdning	2,3	2,5	2,4
	Suliffiga	2,2	2,6	2,9
	Sportsudsendelser	2,2	2,5	2,8
	Landsindsamling	2,4	3,0	2,8
	Inoqatigut Pillugit nangeqattaartut	1,9	2,4	2,6
	Programmer fra arkivet	2,5	2,8	3,0
Tilfredshed	Qanarooq	3,0	3,1	3,2
	Sinerissamiit, Landet rundt	3,1	3,1	3,2
	Qulaarpaa	3,0	3,0	3,1
	Annuffiung	3,1	3,1	3,2
	Fredagsunderholdning	3,1	3,2	3,1
	Suliffiga	3,1	3,2	3,2
	Sportsudsendelser	3,1	3,1	3,2
	Landsindsamling	3,2	3,2	3,3
	Inoqatigut Pillugit nangeqattaartut	3,0	3,1	3,1
	Programmer fra arkivet	3,2	3,3	3,3

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	22	12%	83	17%	16	7%	46	17%	43	25%
	Næsten dagligt	18	10%	79	16%	22	9%	42	16%	33	19%
	Mindst én gang om ugen	18	10%	50	10%	29	12%	28	11%	11	6%
	Mindst én gang om måneden	4	2%	10	2%	8	3%	3	1%	3	2%
	Sjældnere	45	25%	139	28%	58	25%	83	31%	43	25%
	Aldrig	71	40%	134	27%	101	43%	64	24%	41	24%
	Total	178	100%	495	100%	234	100%	266	100%	174	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
		3,0	3,2	3,2
Appel	Nunatta nipaa - ullaakkut aallakaatinneqartartog			
	Puilasoq - kulturileriffik	2,5	2,7	3,0
	Inuiaat tillernerat - nutaarsiassanik itisileriffik	2,6	2,7	2,8
		1,9	1,9	1,9
	Lokalradio udsendelser			
	Naalagiarneq	2,1	2,7	3,1
	Avalaappakkit	2,8	3,1	3,1
		2,9	3,0	2,7
	Appilaaruk - sms'eryluni nipilersukkanik kissaateqarfik			
	Nunarput Nalunngiliuk? - radiokkut nalorsitsaarineq	2,7	3,0	3,1
Tilfredshed	Nunatta nipaa - ullaakkut aallakaatinneqartartog	3,3	3,4	3,4
		3,2	3,3	3,4
	Puilasoq - kulturileriffik			
	Inuiaat tillernerat - nutaarsiassanik itisileriffik	3,1	3,2	3,3
	Lokalradio udsendelser	3,1	3,2	3,2
	Naalagiarneq	3,1	3,3	3,3
	Avalaappakkit	3,3	3,4	3,4
	Appilaaruk - sms'eryluni nipilersukkanik kissaateqarfik	3,3	3,4	3,3
	Nunarput Nalunngiliuk? - radiokkut nalorsitsaarineq	3,3	3,4	3,4

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