

Raport RADIO 2023

podsumowanie wyników słuchalności



styczeń 2024

iloveradio.pl



Radio w 2023 roku

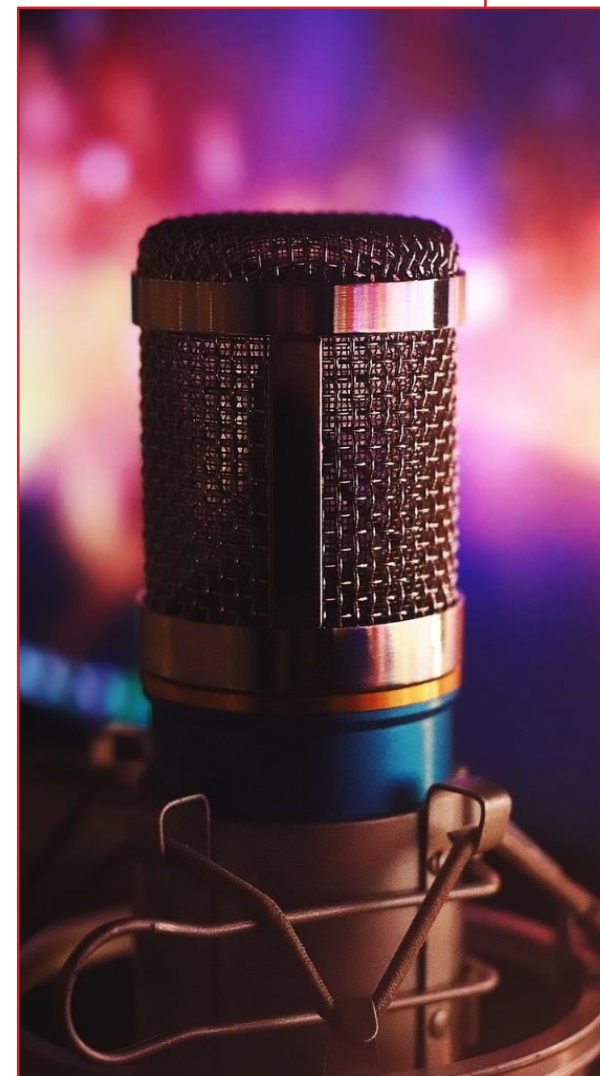
Audytoryum radia w Polsce to aż 25 mln słuchaczy w skali tygodnia i blisko 19 mln dziennie. To jedno z najpopularniejszych i najpowszechniejszych mediów w Polsce.

Pomimo rosnącej konkurencji ze strony innych mediów, w tym nowych mediów audio (serwisy streamingowe, podcasty, audiobooki), **radio – pomimo niewielkich korekt – wciąż utrzymuje bardzo wysoką słuchalność.**

Chętnie słuchane jest przez osoby **ze wszystkich grup wiekowych, również tych najmłodszych**, choć oczywiście największą popularnością cieszy się wśród dorosłych.

Polacy słuchają radia dużo (średnio powyżej 4 godzin dziennie), a aż **28% można zaliczyć do heavy userów** tego medium – spędzają z nim ponad 6 godzin dziennie.

Słuchalność utrzymuje się **na bardzo wysokim poziomie przez cały dzień** (nie tylko o poranku, jak zwykle się stereotypowo myśleć o tym medium). Dopiero wieczorem, po godz. 16.00, kiedy wiele osób kończy pracę i wraca do domu, a na znaczeniu zyskuje telewizja, zasięg radia zaczyna powoli spadać.



Audytoryum radia to blisko 25 mln osób

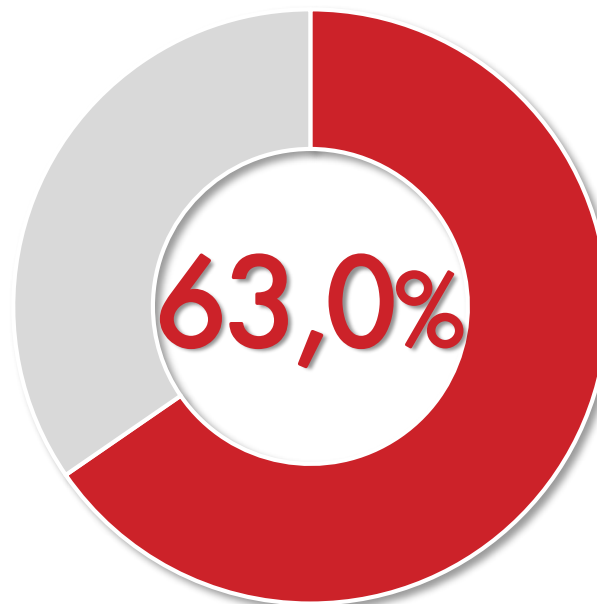
Radio jest jednym z najpowszechniejszych i najpopularniejszych mediów w Polsce oraz głównym źródłem treści audio.

Od kilku lat obserwujemy nieznaczne korekty poziomu słuchalności radia, wiążące się ze zmianą przyzwyczajeń Polaków oraz rosnącą liczbą innych mediów audio.

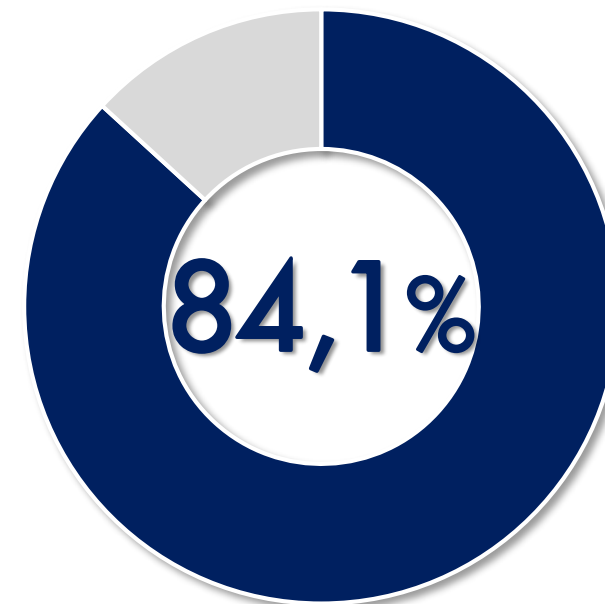
Pomimo to **audytoryum radia wciąż utrzymuje się na bardzo wysokim poziomie**, szczególnie w porównaniu z pozycją radia w innych krajach europejskich.

Codziennie radia słucha **63%** Polaków (18,6 mln osób), tygodniowo jest to już **84%** (24,8 mln).

ZASIĘG DZIENNY



ZASIĘG TYGODNIOWY



I dorośli, i młodzi słuchają radia

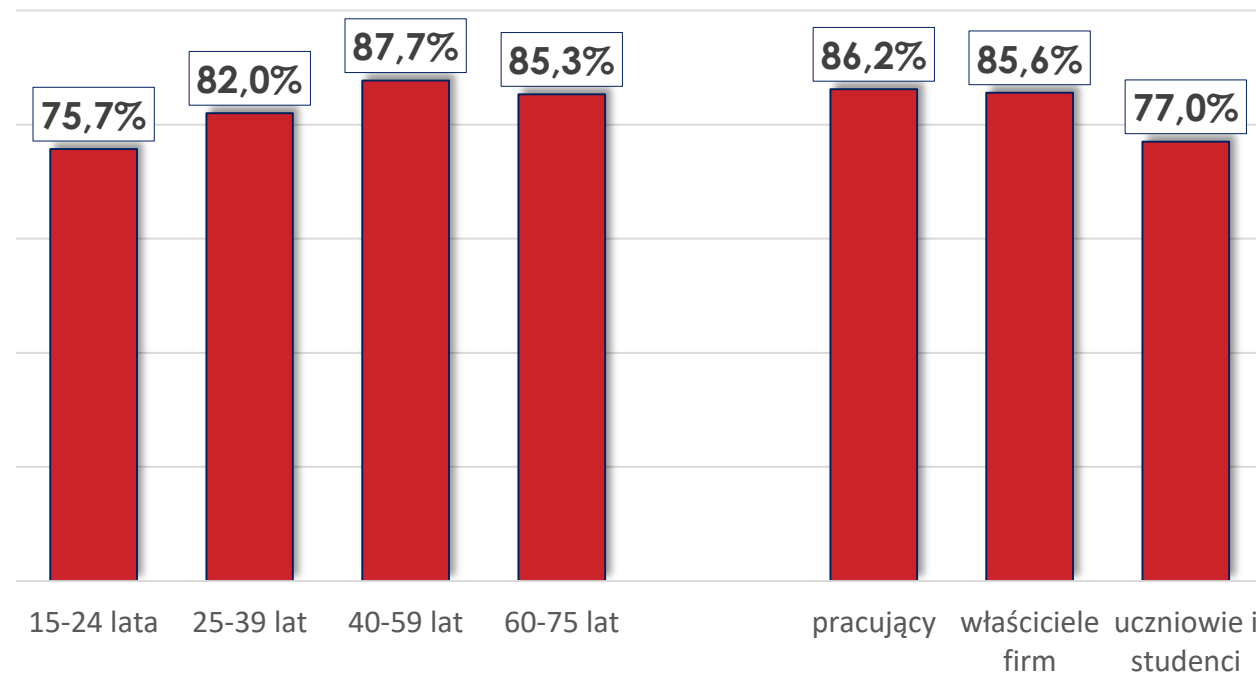
We wszystkich najważniejszych targetach radio notuje bardzo wysoką słuchalność – nawet w najmłodszych grupach.

Porównując grupy wiekowe, **radio jest najpopularniejsze wśród osób dorosłych** – blisko 88% Polaków w wieku 40–59 lat słucha radia.

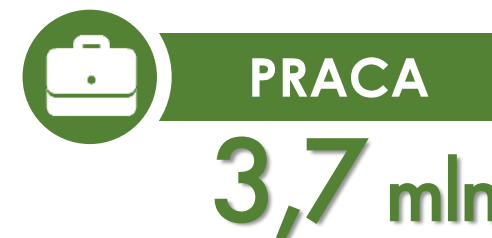
Ale nawet **w najmłodszej grupie jest to medium bardzo popularne** z wynikiem przekraczającym 75%.

Mężczyźni nieznacznie częściej słuchają radia niż kobiety (85,8% vs. 82,5%).

ZASIĘG TYGODNIOWY



Najwięcej słuchaczy – w **samochodzie**



Najwięcej słuchaczy radio gromadzi w samochodzie. Już piąty rok z rzędu jest to najpopularniejsze miejsce słuchania.

Biorąc pod uwagę udział w czasie słuchania (czyli procentowy udział każdego miejsca w ogólnym czasie poświęcanym na słuchanie radia przez Polaków), wciąż dominuje dom (40%). Praca jest na drugim miejscu (31%), a samochód – na trzecim (25%).

Wynika to z różnego czasu spędzanego w poszczególnych miejscach – w samochodzie przebywamy relatywnie krótko (np. w trakcie codziennych dojazdów do pracy), lecz radio towarzyszy w tym miejscu bardzo dużej grupie osób. Z kolei pobyt w domu czy w pracy z włączonym radiem to nawet kilka godzin dziennie, jednak nie każdy ma możliwość słuchania radia w tych miejscach.

Radio to medium całego dnia



ŚREDNI CZAS SŁUCHANIA

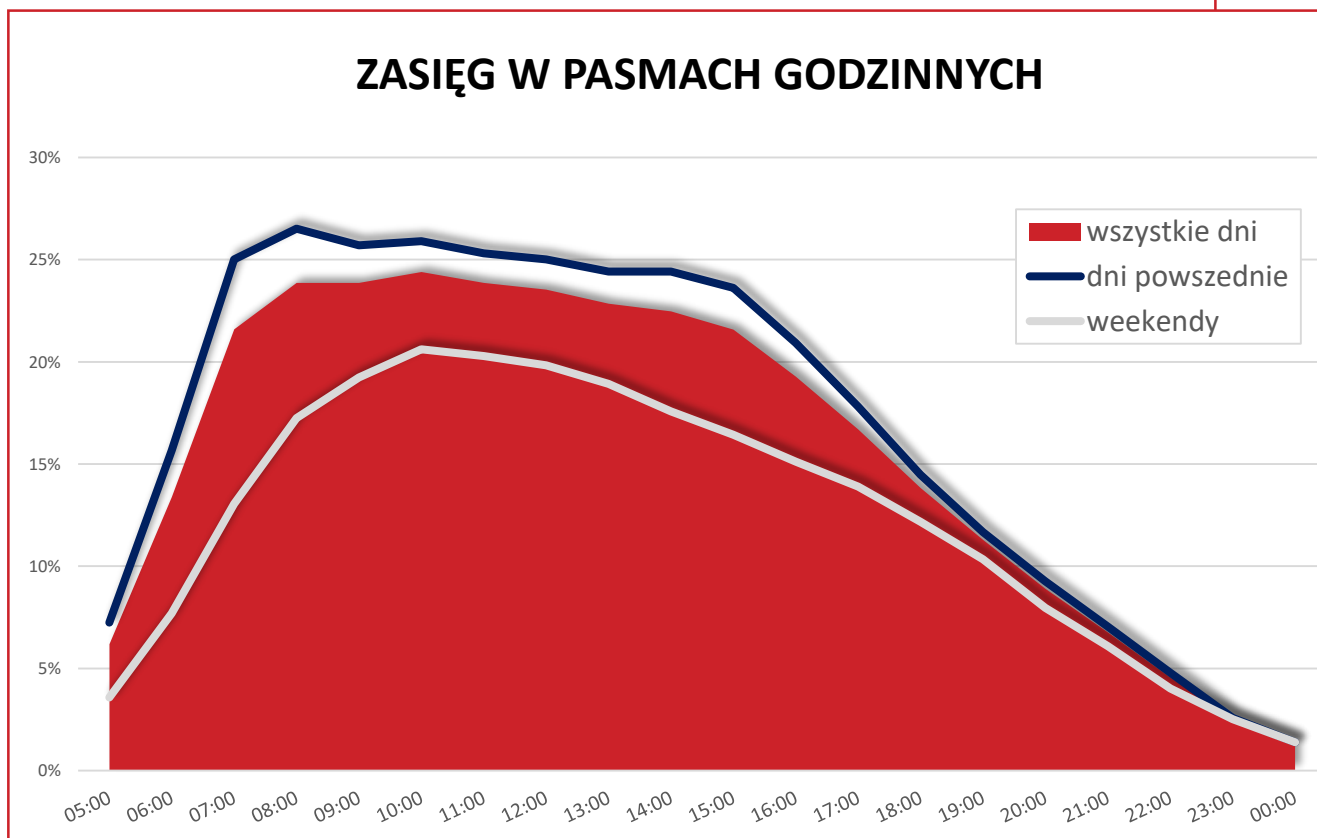
4 GODZ.
11 MINUT

Radio jest medium całego dnia – jest słuchane od rana do późnego popołudnia.

Poranny peak słuchalności zaobserwować można w dni powszednie ok. godz. 8.00, kiedy radio towarzyszy największej liczbie Polaków w trakcie przygotowań do wyjścia z domu i w drodze do pracy czy szkoły.

Ale **aż do 16.00 słuchalność utrzymuje się na wysokim poziomie** powyżej 20%. Dopiero wieczorem, w godzinach końca pracy, zasięg zaczyna powoli spadać.

ZASIĘG W PASMACH GODZINNYCH



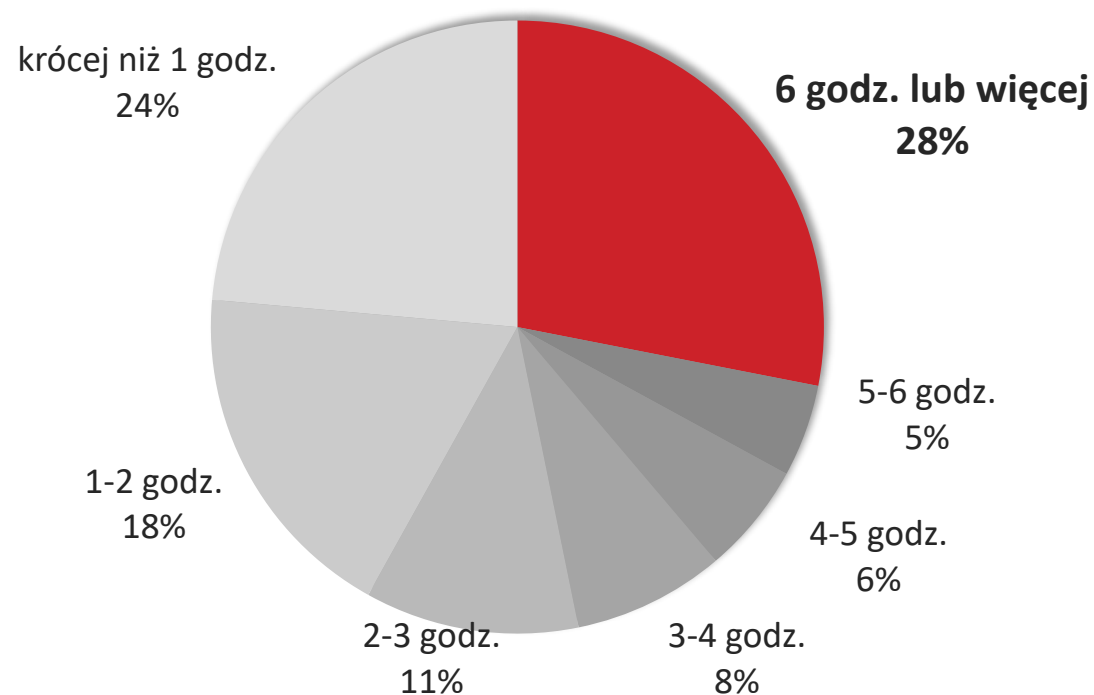
Polacy to **heavy userzy** radia

Polacy lubią słuchać radia dużo i długo. Co czwarty słuchacz spędza przy odbiorniku 6 godzin lub więcej.

Większość z heavy userów radia słucha go przede wszystkim **w pracy** – często są to pracownicy biur, urzędów czy sklepów.

Drugą największą grupą słuchaczy są osoby włączające odbiornik na krócej niż godzinę – to głównie ci, którzy słuchają radia **w samochodzie**.

LICZBA GODZIN POŚWIĘCONYCH NA SŁUCHANIE RADIA (DZIENNIE)



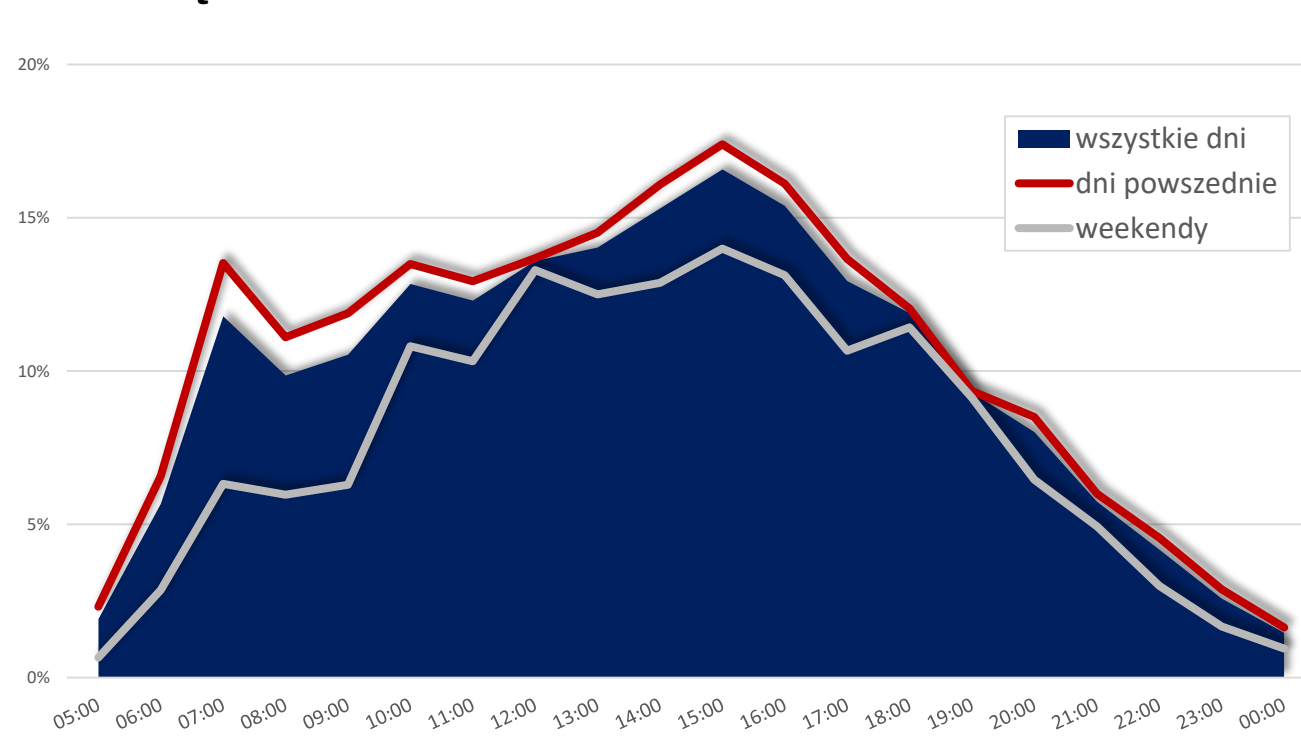
Młodzi słuchają popołudniami

W zależności od grupy wiekowej, różnią się wzorce zachowań w słuchaniu radia. Np. młodzież chętniej włącza radio popołudniami.

Peak poranny wśród osób z targetu 15–24 lata przypada już na godz. 7.00. Ale **najwięcej osób z tej grupy radio gromadzi popołudniami** – peak o godz. 15.00 znacząco przewyższa ten poranny.

Można to wiązać z ich nieco innym rytmem dnia niż dorosłych. Włączają oni radio najczęściej przed i po szkole czy zajęciach na studiach.

ZASIĘG W PASMACH GODZINNYCH W TARGECIE 15–24 LATA

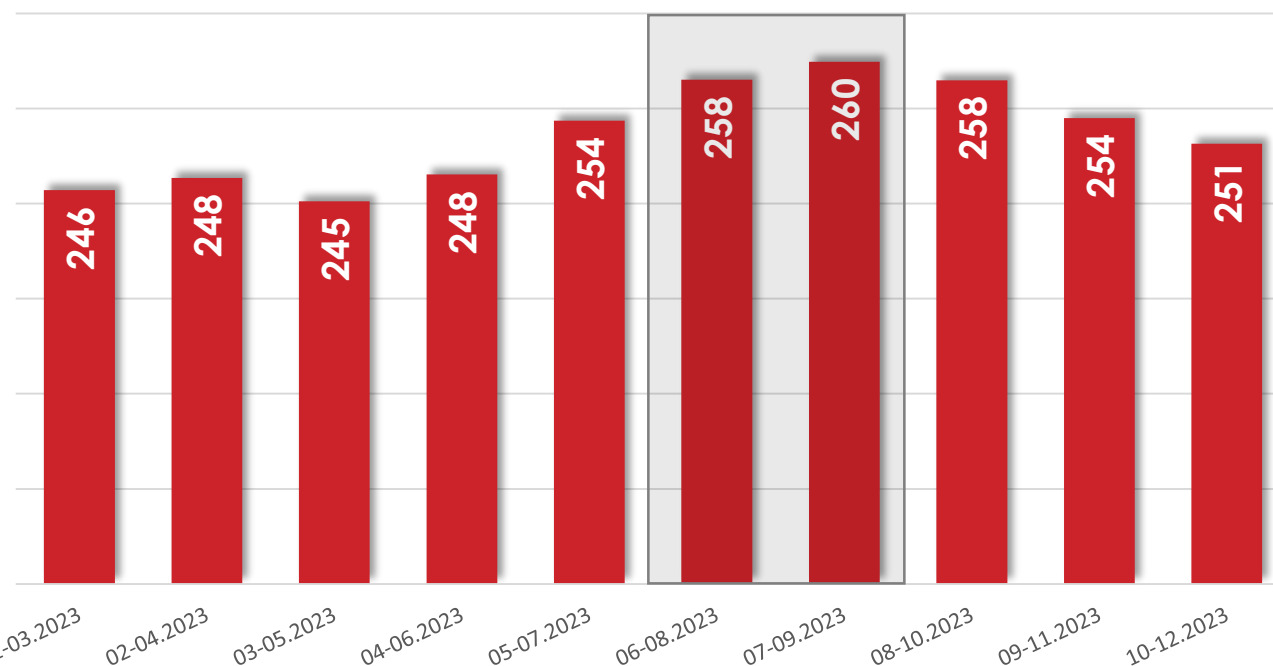


Latem radio dłużej słuchane

Audytorium radia w kolejnych miesiącach utrzymuje się na równomiernym poziomie, jednak czas słuchania zmienia się w ciągu roku – ze znaczącym wzrostem w czasie wakacji.

Jest to związane z nieco innym niż w pozostałych porach roku sposobem konsumpcji mediów – w tym radia – przez Polaków. Słuchacze mają więcej wolnego czasu, radio jest też tradycyjnym towarzyszem w trakcie podróży samochodowych, a tych jest znacznie więcej i są znacznie dłuższe w okresie urlopowym.

ŚREDNI DZIENNY CZAS SŁUCHANIA W 2023 ROKU (w minutach)



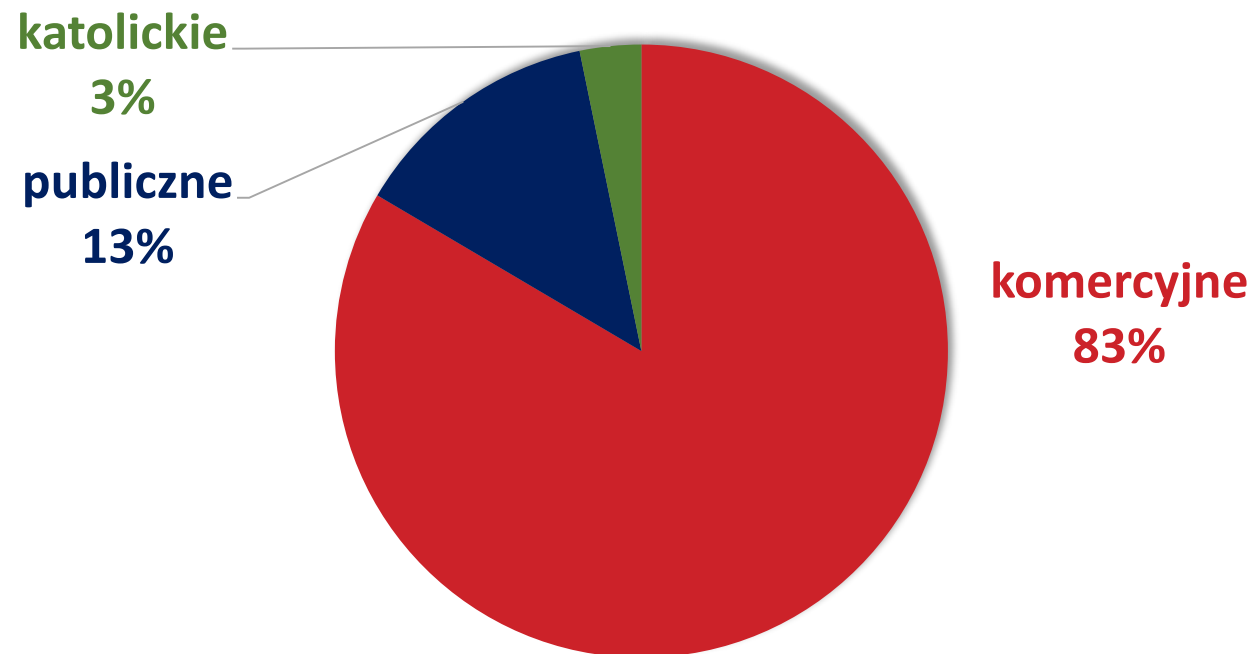
Stacje **komercyjne** najpopularniejsze

Niezmiennie od lat największą popularnością cieszą się w Polsce stacje komercyjne.

Przynajmniej raz w tygodniu **radia komercyjne włącza aż 23,7 mln osób**. Stacje publiczne gromadzą tylko 11,5 mln osób, a katolickie niezsieciowane – 4 mln.

Aż 83% czasu poświęconego na słuchanie radia przypada na rozgłośnie komercyjne.

UDZIAŁ W CZASIE SŁUCHANIA



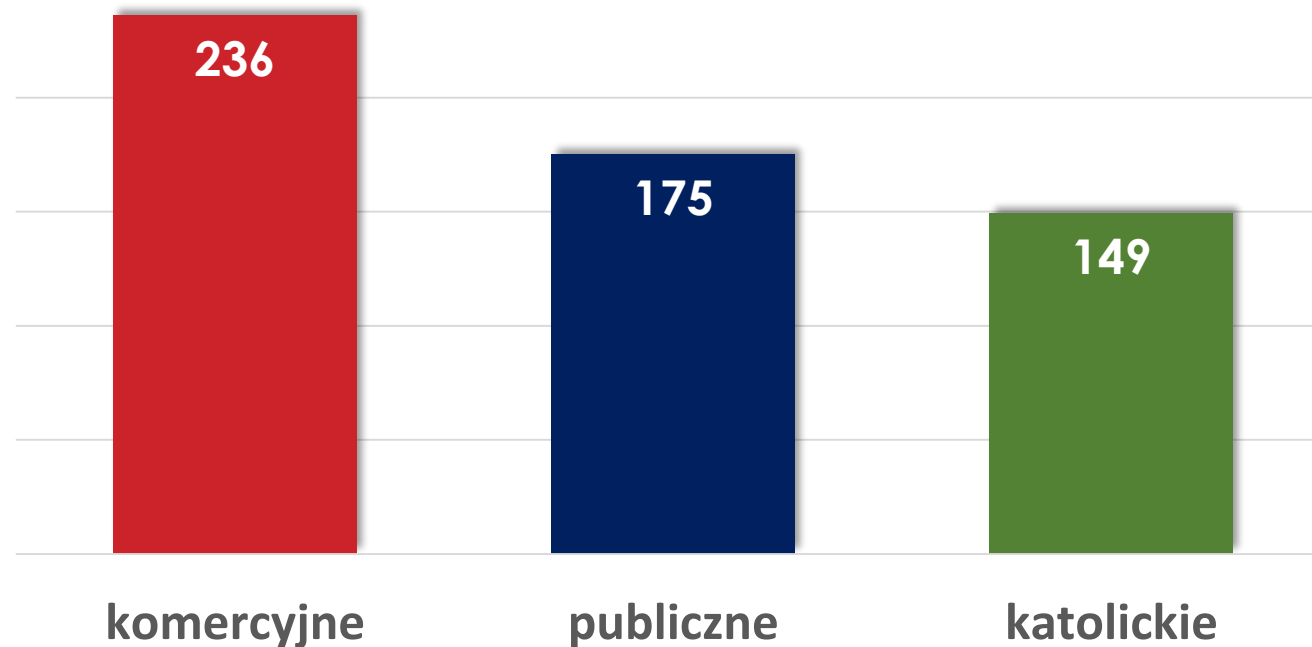
sprawdź **RADIO MAPE**, czyli strukturę rynku radiowego w Polsce z podziałem na nadawców i należące do nich rozgłośnie

Radia komercyjne **przykuwają uwagę**

Średnio ze stacjami komercyjnymi Polacy spędzają blisko 4 godziny. To znacząco więcej niż ze stacjami publicznymi czy katolickimi.

Stacje komercyjne – dzięki szczegółowym badaniom i analizom potrzeb słuchaczy – tak formatują swoje programy, by jak najlepiej odpowiadały one wymogom odbiorców. Dzięki temu słuchacze spędzają z nimi więcej czasu i są bardziej lojalni.

ŚREDNI DZIENNY CZAS SŁUCHANIA W 2023 ROKU (w minutach)



Formaty: AC, CHR i oldies na podium

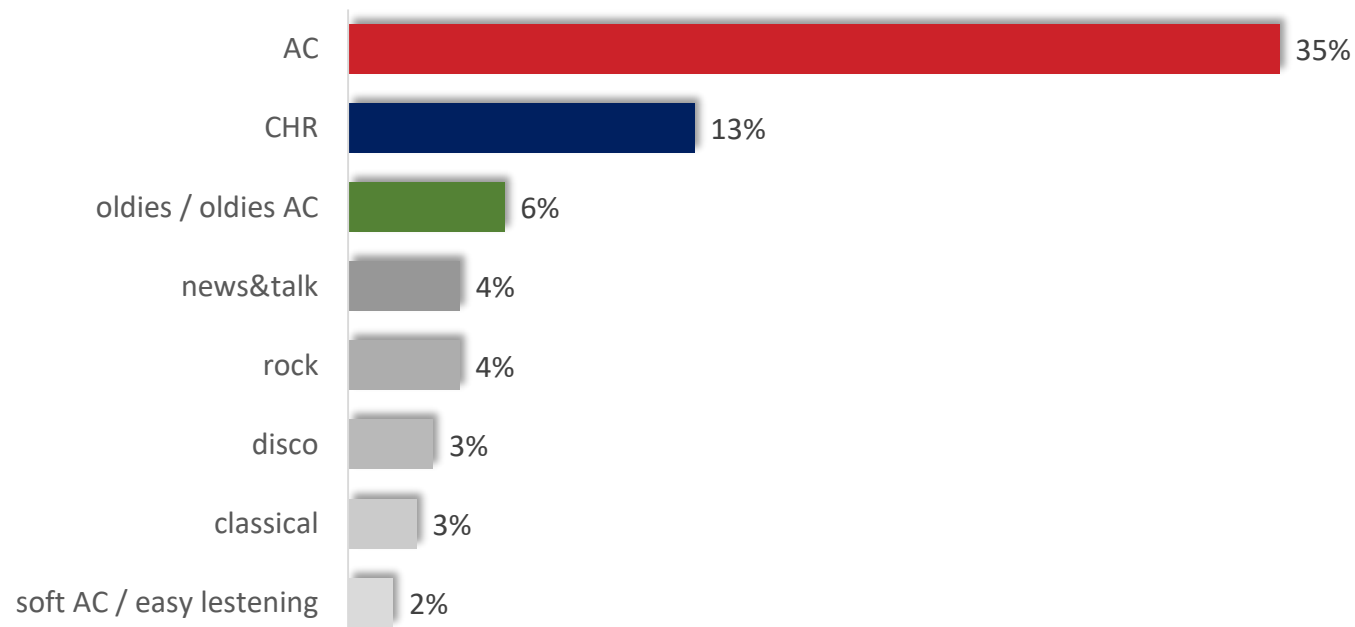
Najpopularniejszym formatem jest AC (czyli pop – współczesny i z ostatnich 3–4 dekad), jako format najbardziej mainstreamowy, wykorzystywany przez stacje ogólnopolskie o bardzo dużym zasięgu. Gromadzi 10,4 mln słuchaczy dziennie.

Najpopularniejszy wśród węższych formatów jest CHR – czyli stacje z dynamiczną, współczesną muzyką, adresowane głównie do młodszego odbiorcy. Ich zasięg to 13% – co daje aż 3,9 mln słuchaczy.

Kolejnym formatem jest **oldies**, skierowany do osób dojrzałych i starszych – to blisko 6% zasięgu, czyli 1,8 mln słuchaczy.

Porównując poszczególne formaty należy brać pod uwagę ich potencjał – w poszczególnych formatach nadaje różna liczba stacji o bardzo zróżnicowanym zasięgu technicznym.

ZASIĘG DZIENNY STACJI RADIOWYCH W PODZIALE NA FORMATY



sprawdź **PRZEWODNIK PO FORMATACH RADIOWYCH**
z definicjami wszystkich najpopularniejszych formatów w Polsce

Radio – zaufane źródło informacji

Radio to nie tylko źródło muzyki i rozrywki, ale też pewne źródło informacji.

Wg najnowszego dostępnego raportu „Trust in Media” aż **52% Polaków ufa radiu** i jest to wynik zbliżony do średniej unijnej.

Blisko połowa respondentów wskazuje, że zawsze słucha radia uważniej, gdy emitowane są wiadomości.



47%

Polaków deklaruje, że słucha radia uważniej w trakcie nadawania wiadomości

Radia słuchamy z odbiorników FM

Odbiornik FM (np. jako samodzielne urządzenie, w samochodzie, w telefonie komórkowym) jest wciąż najpopularniejszym źródłem sygnału radiowego.

Poprzez antenę FM radia słucha codziennie 17,4 mln osób. Na ten sposób odbioru przypada też 88% czasu poświęconego na słuchanie radia.

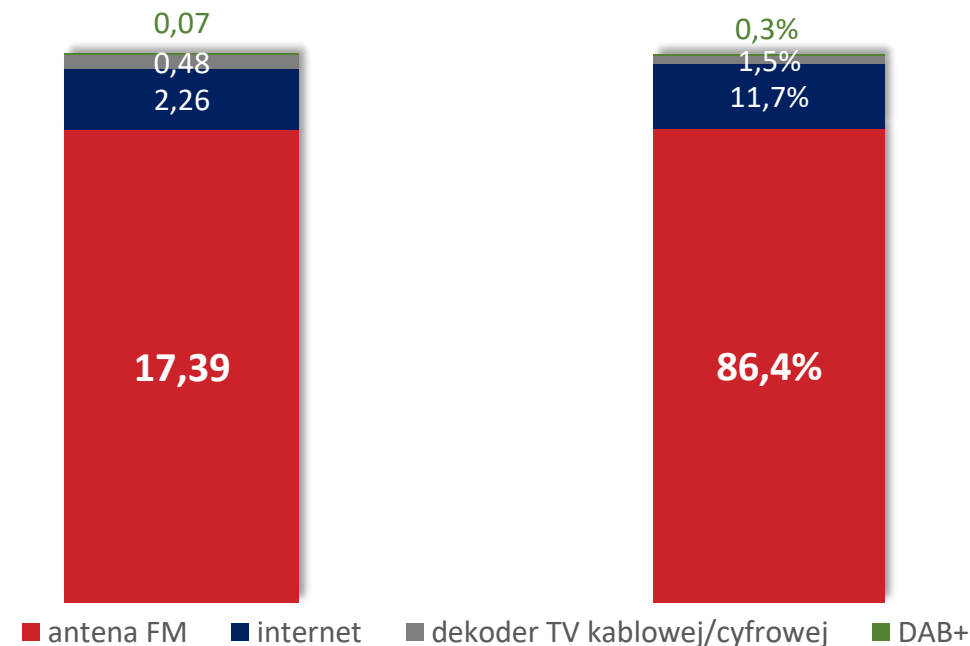
Rośnie słuchalność radia przez internet – od zeszłego roku przybyło ponad 150 tys. tego typu słuchaczy.

Ciągle śladowa jest słuchalność radia cyfrowego **DAB+**.

ŹRÓDŁO SYGNAŁU RADIOWEGO

LICZBA SŁUCHACZY (w mln)

UDZIAŁ W CZASIE SŁUCHANIA

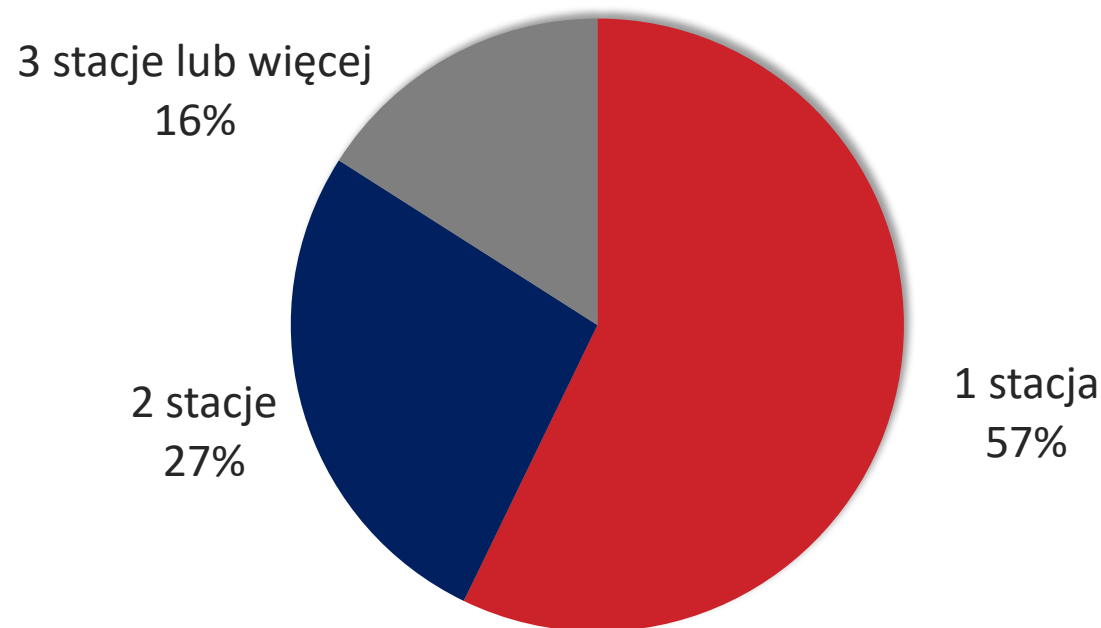


Polacy to lojalni słuchacze

Znacząca większość słuchaczy – 57% – słucha w ciągu dnia tylko jednej, wybranej stacji.

Szeroka oferta na polskim rynku i zróżnicowanie muzyczne, a także programowe stacji radiowych, pozwala większości Polaków wybrać jedną, odpowiadającą im stację i pozostanie z nią przez dłuższy czas, np. w pracy, gdzie radio jest naturalnym towarzyszem przez wiele godzin.

LICZBA SŁUCHANYCH STACJI W CIĄGU DNIA



Podcasty na fali

Rośnie popularność podcastów – słucha ich już 35% Polaków. To ponad 10,2 mln osób, aż o 1,4 mln więcej niż w 2022 roku.

Wzrost ten jest systematyczny i obserwowany od lat. Jeszcze w 2017 roku zaledwie 17% Polaków deklarowało słuchanie podcastów.

Należące do głównych nadawców radiowych serwisy mają bogatą ofertę zarówno produkcji *catch-up* (czyli audycji wcześniej wyemitowanych w radiu), jak i serii przygotowanych specjalnie do internetu.



35%

słucha
podcastów



33%

spośród nich
subskrybuje podcasty

Wydarzenia na rynku radiowym 2023

Agora oficjalnie przejęła Eurozet



W lutym sąd prawomocnie podtrzymał bezwarunkową zgodę na przejęcie kontroli nad Eurozetem przez Agorę. Po połączeniu Grupa EUROZET (czyli dotychczasowa Grupa Radiowa Agory i Eurozet) jest nadawcą 9 marek radiowych. Na rynek wprowadzono dwa pakiety handlowe w oparciu o te stacje: Audio ZET (wszystkie stacje połączonej grupy) i Audio ZET Boost (wzbogacony o Pakiet Niezależnych).

Wystartowała sieć reklamowa audioXI



audioXI to pierwsza sieć reklamy digital audio w Polsce. Za jej wprowadzenie na polski rynek odpowiada Grupa RMF. Platforma oferuje dostęp do potencjalnych klientów o cechach zdefiniowanych przez reklamodawcę, a nie obecność na danych stronach czy też kanałach radiowych online. Obecnie sieć skupia ponad 30 wydawców treści audio w radiu cyfrowym, strumieniowym przesyłaniu muzyki i podcastach.

Ewa Rosiewicz w Grupie ZPR Media



Ewa Rosiewicz dołączyła do Grupy ZPR Media, gdzie została prezesem Radia Eska S.A. i dyrektorem generalnym Grupy Radiowej Time. W tej pierwszej roli zastąpiła Katarzynę Białek, kierującą spółką od 2020 roku. Białek pozostaje prezesem Time S.A. Rosiewicz od 2015 roku była członkinią zarządu Eurozetu, a od września 2020 do marca 2022 roku – prezesem spółki. Równolegle pełniła funkcję dyrektorki biura reklamy.

Wystartowała ESKA2



Grupa ZPR Media zapowiedziała start nowej sieci radiowej – uruchomiona w styczniu 2024 roku ESKA2 zastąpiła w eterze Radio SuperNova. Stacja prezentuje wyłącznie polską muzykę według autorskiej koncepcji, zbliżonej do formatu Adult Contemporary pod hasłem „Najlepsze Polskie Hity”. Grupą docelową radia są osoby w wieku 30-49 lat. W skład sieci wchodzi 16 stacji lokalnych.

Wydarzenia na rynku radiowym 2023

Zmiany w mediach publicznych



Minister kultury postawił w stan likwidacji spółki mediów publicznych, by móc przeprowadzić zmiany personalne i zrestrukturyzować firmy. Likwidatorem Polskiego Radia został Paweł Majcher, były prezes Radia Wrocław i były wiceprezes Polskiego Radia. Zastąpił Agnieszkę Kamińską. Likwidatorem 17 regionalnych rozgłośni publicznych został warszawski adwokat Paweł Kusak.

Nowe stacje lokalne



Meloradio wystartowało w Tarnobrzegu (to 20. stacja sieci), a SuperNova, czyli obecnie już ESKA2 – Stalowej Woli (16. stacja). Do Kielc po ponadrocznej przerwie powróciło Radio FAMA, a w Krakowie wystartowało nowe radio akademickie – Radio Famka. Nowe stacje powstaną w Bydgoszczy (Rock FM Leszka Koziota), w Białymstoku (Radio Na Stoku) i Suwałkach (Radio z Wami FM Grupy ZPR Media).

UOKiK bez zastrzeżeń wobec Radio Tracka



UOKiK zamknął postępowanie ws. badania Radio Track uznając, że jest ono realizowane zgodnie ze wszystkimi obowiązującymi w branży standardami. Nie wykazano również, by miano osłabiać wyniki słuchalności konkurencyjnych do zleceńodawców badania stacji radiowych.

NIK krytycznie o państwowym KIM-ie



Najwyższa Izba Kontroli skierowała do prokuratury zawiadomienie o podejrzeniu popełnienia przestępstwa w związku z nieprawidłowościami, do jakich miało dochodzić w Krajowym Instytucie Mediów, który prowadzi pomiar konsumpcji radia i telewizji konkurencyjny do rynkowych standardów. NIK oceniła negatywnie działalność KIM-u we wszystkich zbadanych obszarach.



sprawdź **PRASÓWKĘ I LOVE RADIO**,
czyli comiesięczny przegląd najważniejszych wydarzeń radiowych

I Love Radio – już od 7 lat!

I Love Radio to **platforma wiedzy o rynku i reklamie radiowej** dla specjalistów i profesjonalistów. Celem projektu jest popularyzowanie radia w Polsce jako efektywnego medium reklamowego poprzez działania promocyjne, edukacyjne i badawcze.

Na portalu iloveradio.pl znajdują się m.in. case studies, eksperckie artykuły, dane na temat słuchalności radia, praktyczne porady dla media plannerów i marketerów.

Przedsięwzięcie realizowane jest wspólnie przez trzy grupy radiowe: Grupę EUROZET (Grupa Radiowa Agory i Eurozet), Grupę RMF i Grupę ZPR Media S.A.



www.iloveradio.pl

blisko 150 eksperckich tekstów, każdego miesiąca nowe analizy, raporty i podsumowania



[www.fb.me/ILoveRadioPL](https://www.facebook.com/ILoveRadioPL)

zawsze najświeższe informacje o reklamie radiowej, aktualne statystyki, eksperckie teksty, profil obserwuje ponad 5,4 tys. osób



[profil na LinkedIn](#)

eksperskie opracowania, infografiki, specjalistyczne analizy o reklamie radiowej



[newsletter](#)

co miesiąc podsumowanie najnowszych tekstów, analiz i raportów – wszystko w jednym mailu. Zapisz się na iloveradio.pl/newsletter

I  radio



kontakt:

Kacha Szaniawska, project managerka porozumienia I LOVE RADIO
kontakt@iloveradio.pl