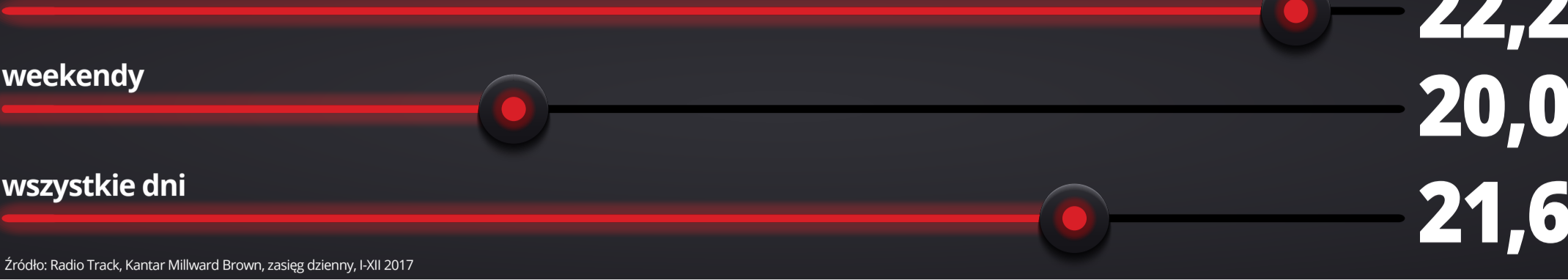




RADIOWIZJA

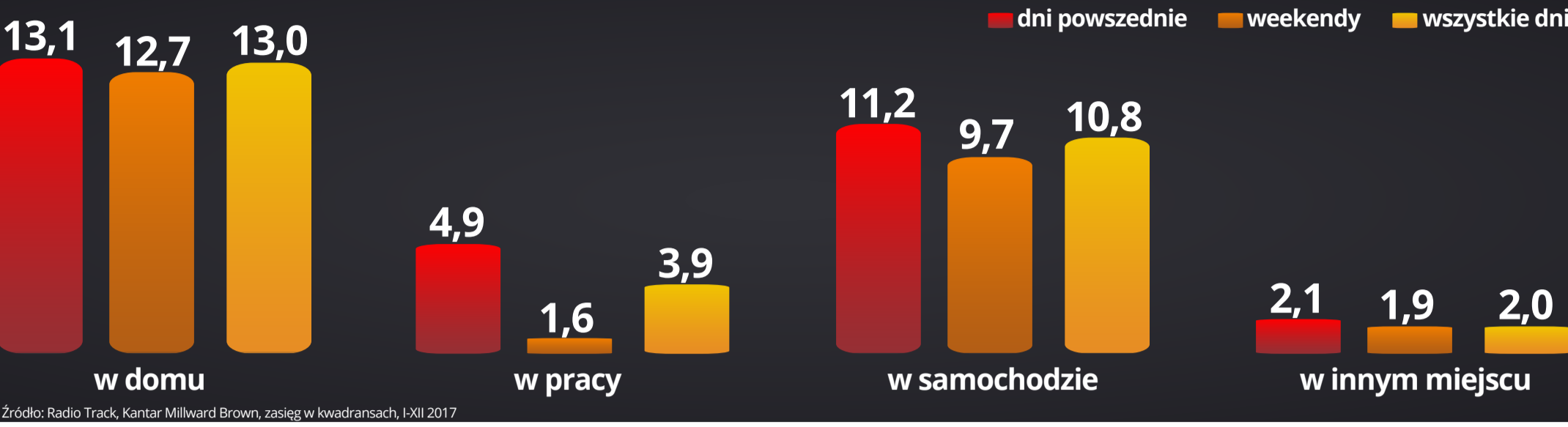
czyli słów kilka o radiu w 2017 roku

ZASIĘG DZIENNY (mln)



Źródło: Radio Track, Kantar Millward Brown, zasięg dzienny, I-XII 2017

MIEJSCE SŁUCHANIA (mln)



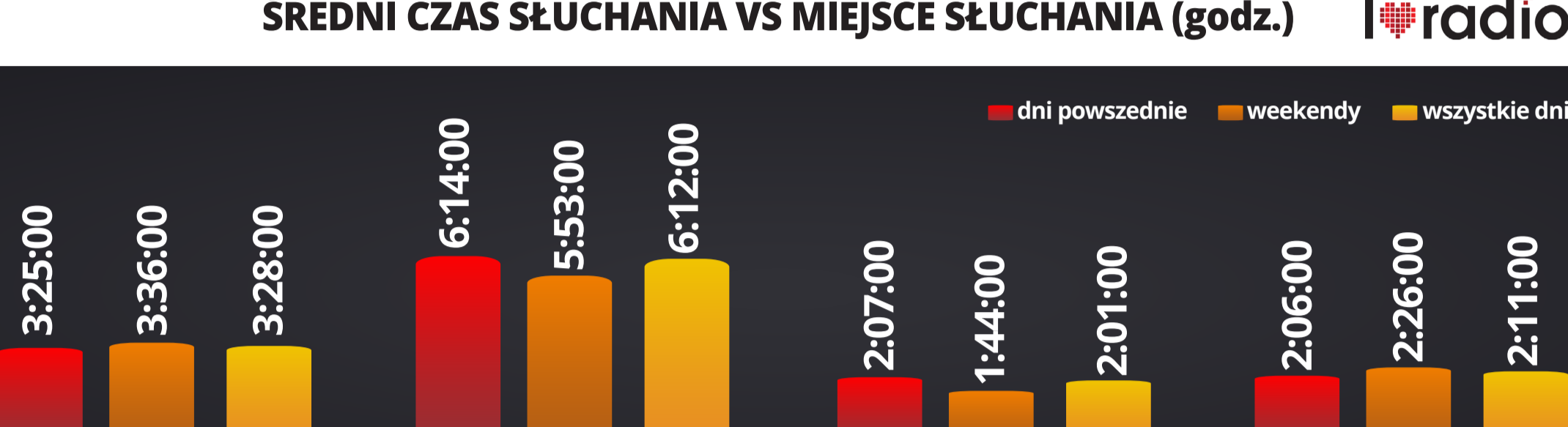
Źródło: Radio Track, Kantar Millward Brown, zasięg w kwadransach, I-XII 2017

ŚREDNI CZAS SŁUCHANIA



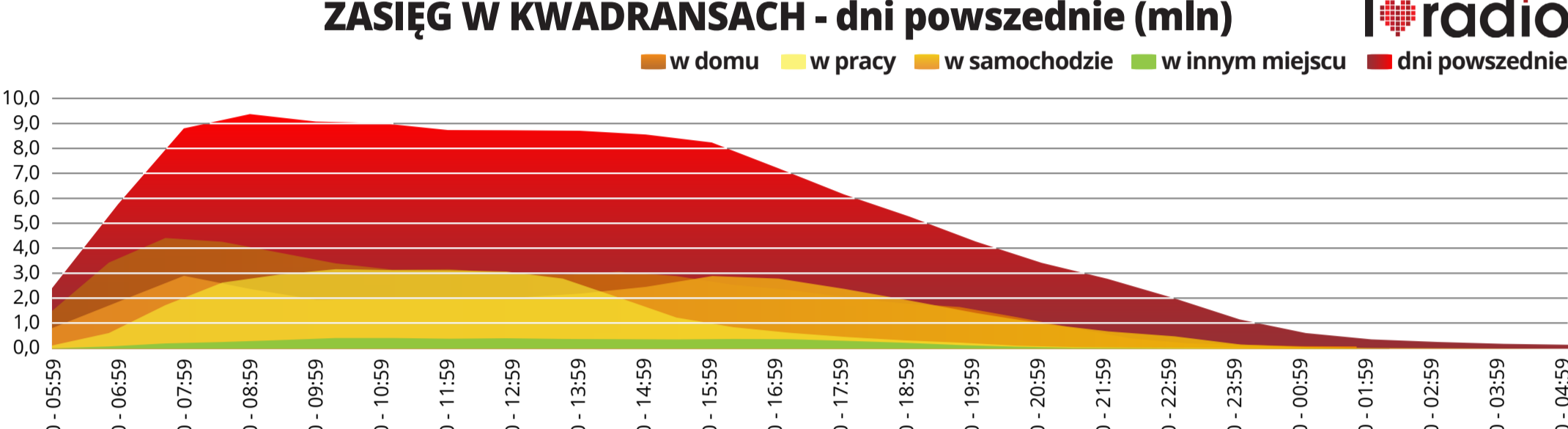
Źródło: Radio Track, Kantar Millward Brown, średni czas słuchania, I-XII 2017

ŚREDNI CZAS SŁUCHANIA VS MIEJSCE SŁUCHANIA (godz.)



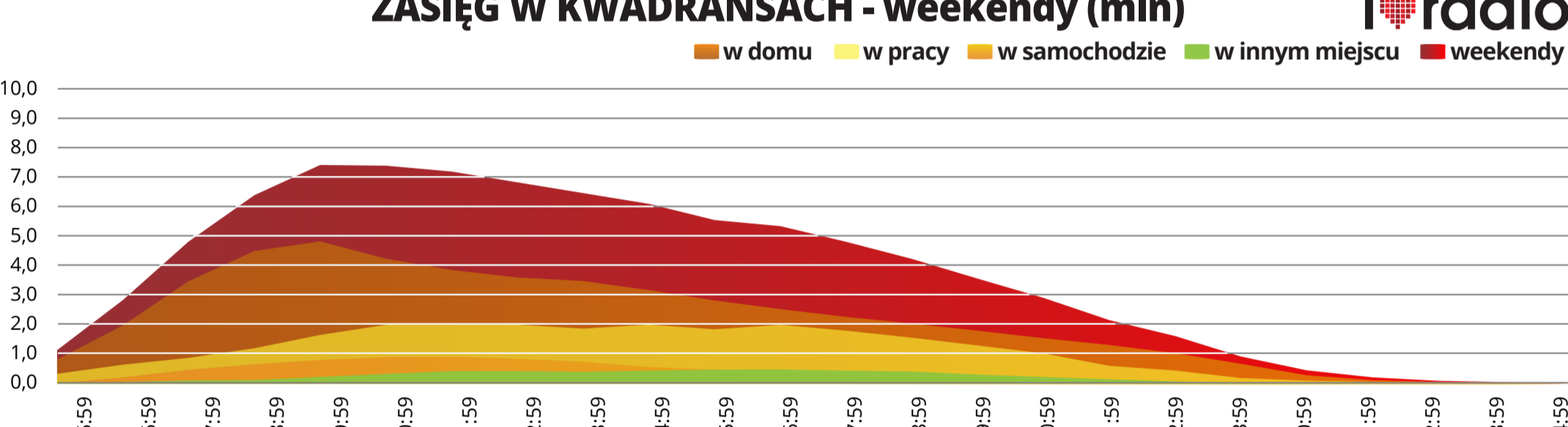
Źródło: Radio Track, Kantar Millward Brown, średni czas słuchania, I-XII 2017

ZASIĘG W KWADRANSACH - dni powszednie (mln)



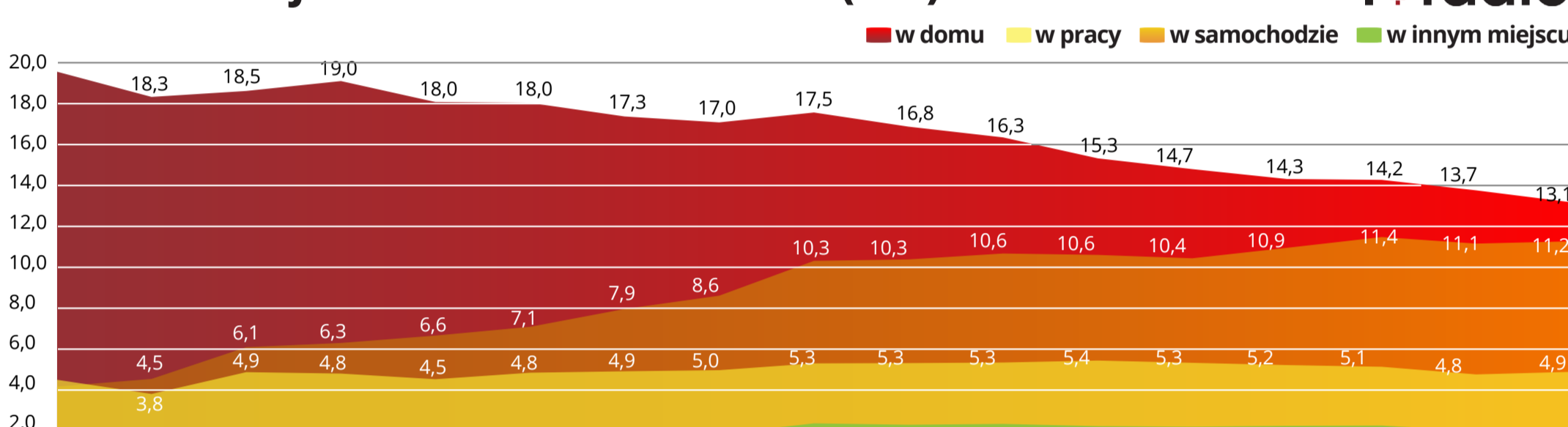
Źródło: Radio Track, Kantar Millward Brown, zasięg w kwadransach, uśrednienie godzinowe, dni powszednie, I-XII 2017

ZASIĘG W KWADRANSACH - weekendy (mln)



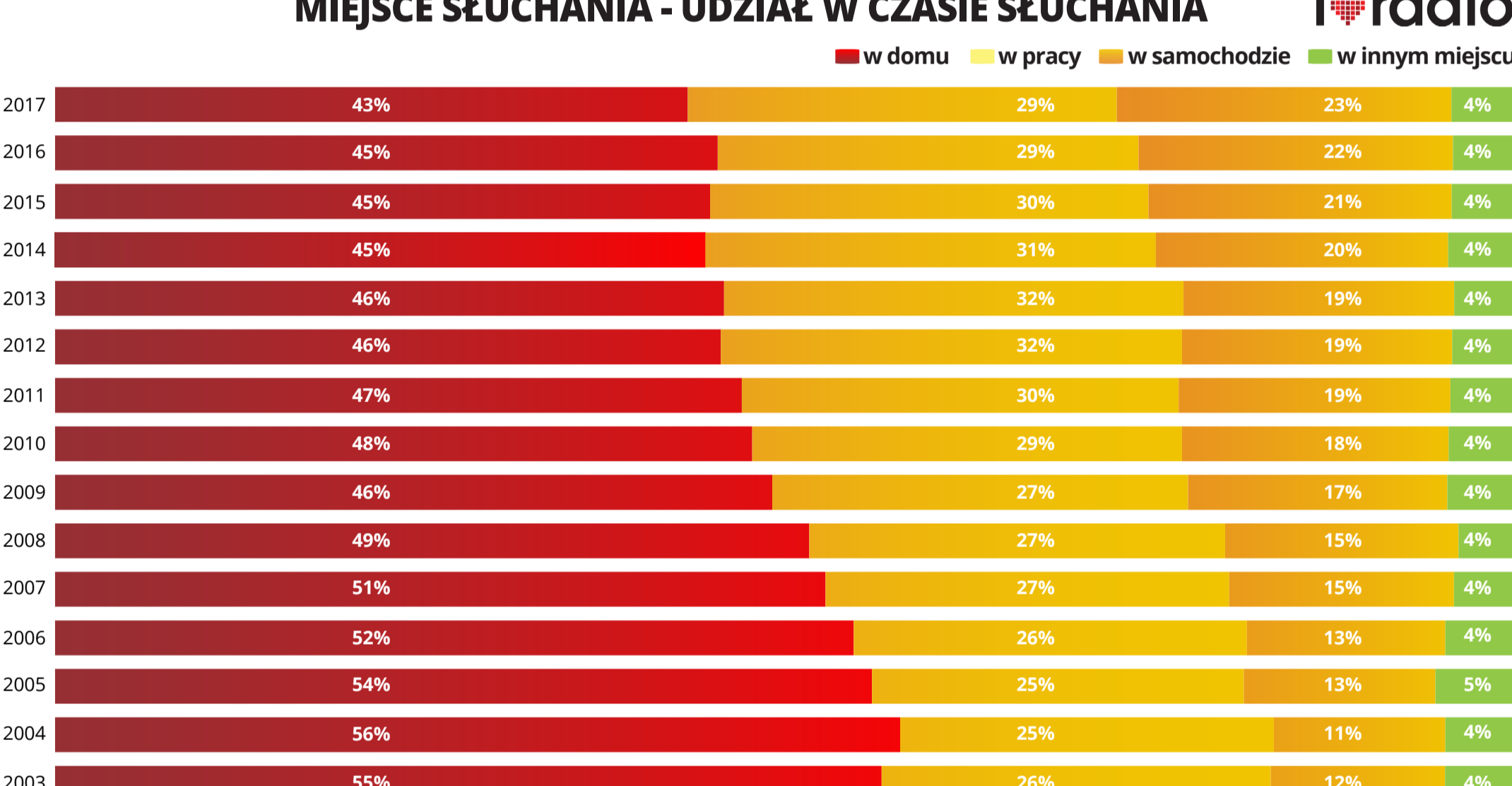
Źródło: Radio Track, Kantar Millward Brown, zasięg w kwadransach, uśrednienie godzinowe, weekendy, I-XII 2017

MIEJSCE SŁUCHANIA - DYNAMIKA (mln) W LATACH 2001-2017



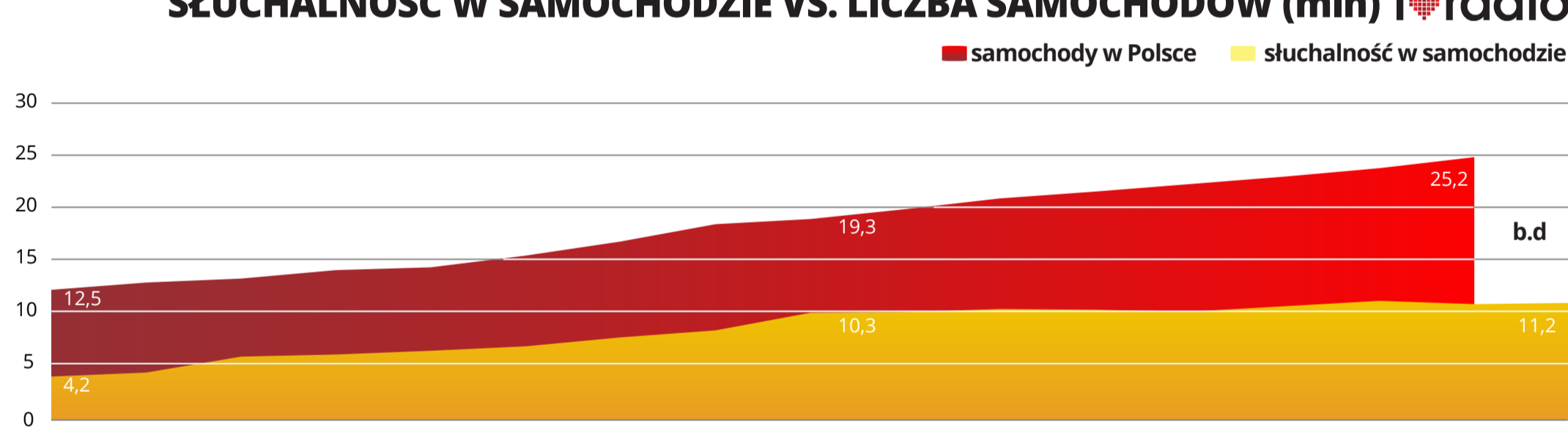
Źródło: Radio Track, Kantar Millward Brown, zasięg w kwadransach, dni powszednie I-XII 2001-2017

MIEJSCE SŁUCHANIA - UDZIAŁ W CZASIE SŁUCHANIA



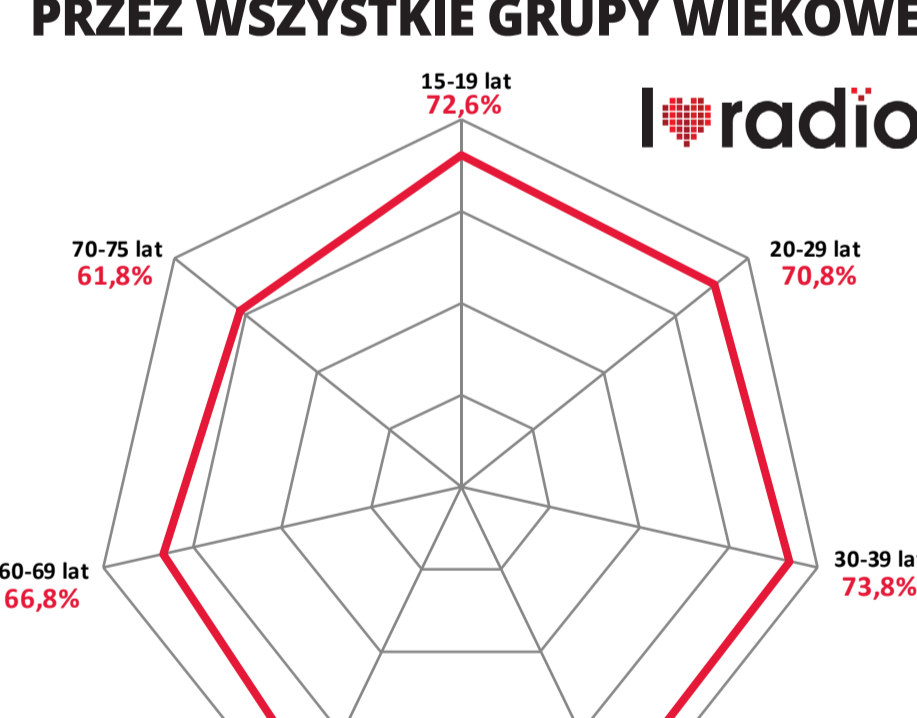
Źródło: Radio Track, Kantar Millward Brown, udział w czasie słuchania, dni powszednie I-XII 2001-2017

SŁUCHALNOŚĆ W SAMOCHODZIE VS. LICZBA SAMOCHODÓW (mln)



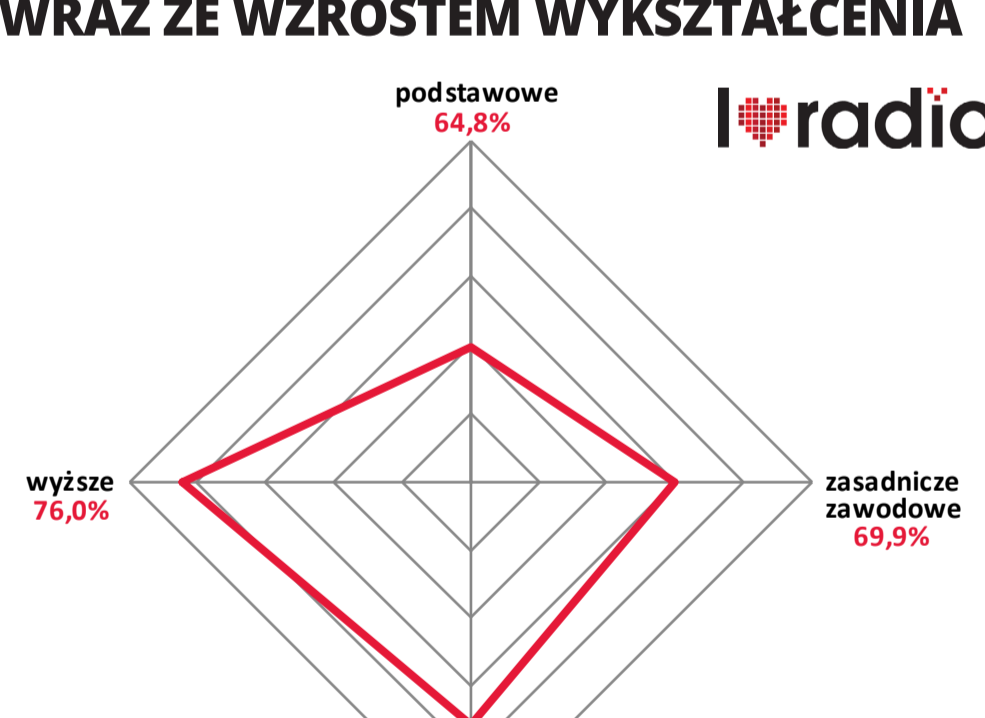
Źródło: Radio Track, Kantar Millward Brown, zasięg w kwadransach, dni powszednie I-XII 2001-2017; Centralna Ewidencja Pojazdów 2001-2016

RADIO JEST MASOWO SŁUCHANE PRZEZ WSZYSTKIE GRUPY WIEKOWE



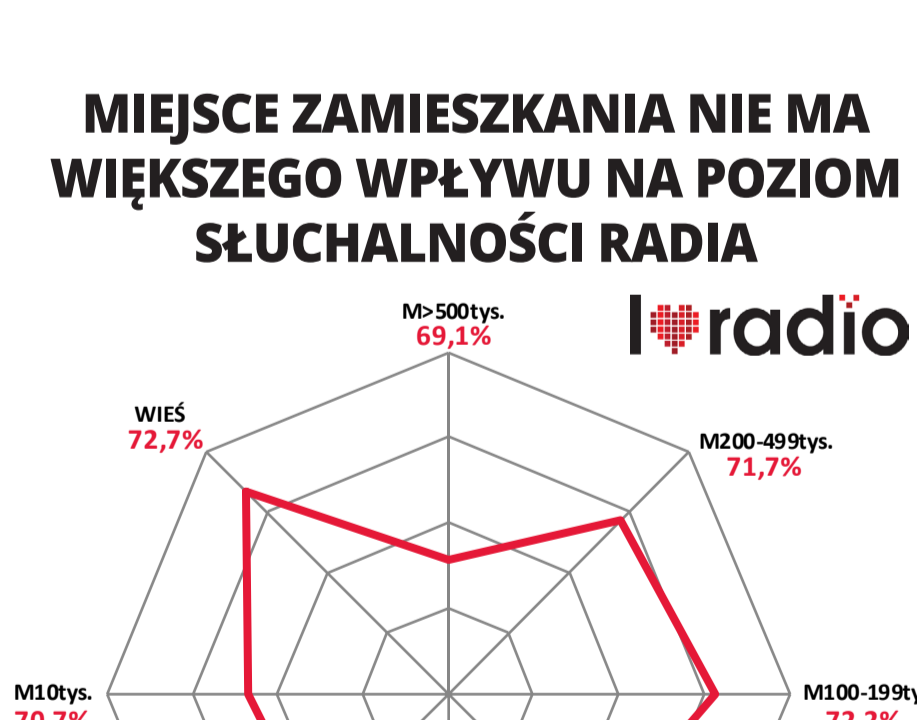
Źródło: Radio Track, Kantar Millward Brown, zasięg dzienny, I-XII 2017

KONSUMPCJA DZIENNA RADIA WZROSTA WRAZ ZE WZROSTEM WYKSZTAŁCENIA



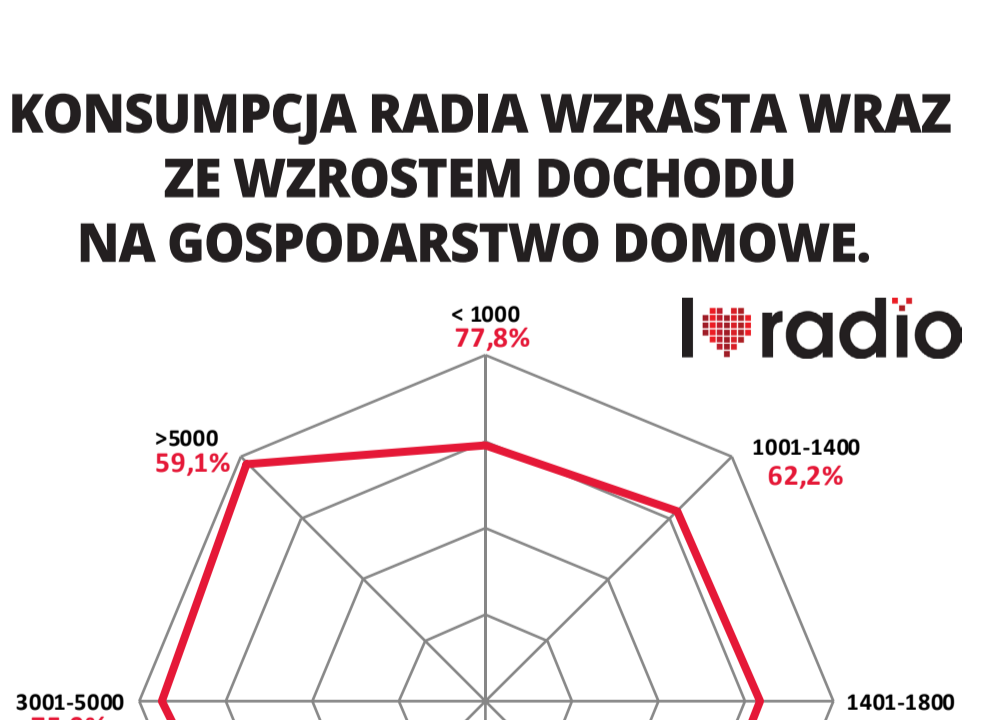
Źródło: Radio Track, Kantar Millward Brown, zasięg dzienny, I-XII 2017

MIEJSCE ZAMIESZKANIA NIE MA WIĘKSZEGO WPŁYWU NA POZIOM SŁUCHALNOŚCI RADIA



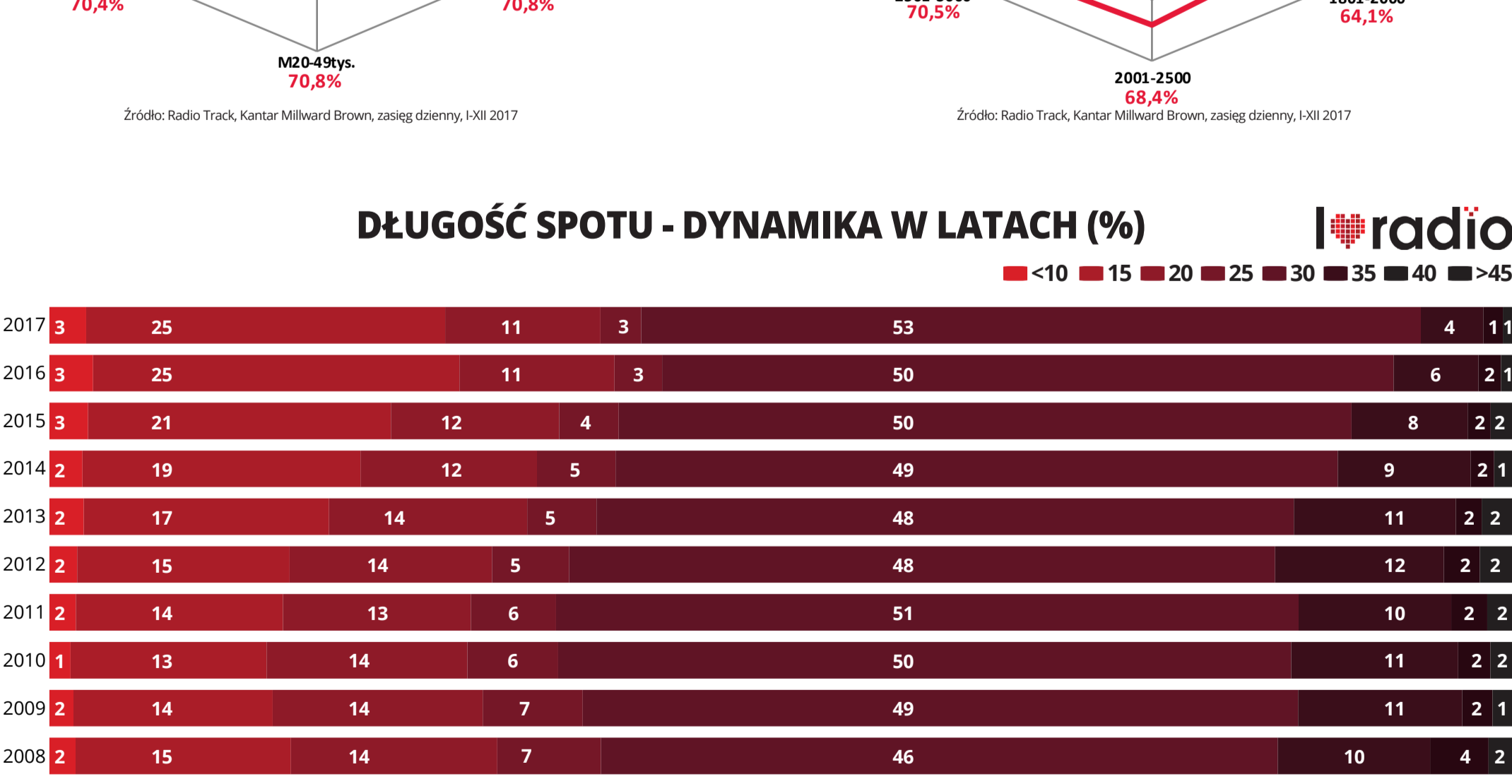
Źródło: Radio Track, Kantar Millward Brown, zasięg dzienny, I-XII 2017

KONSUMPCJA RADIA WZROSTA WRAZ ZE WZROSTEM DOCHODU NA GOSPODARSTWO DOMOWE.



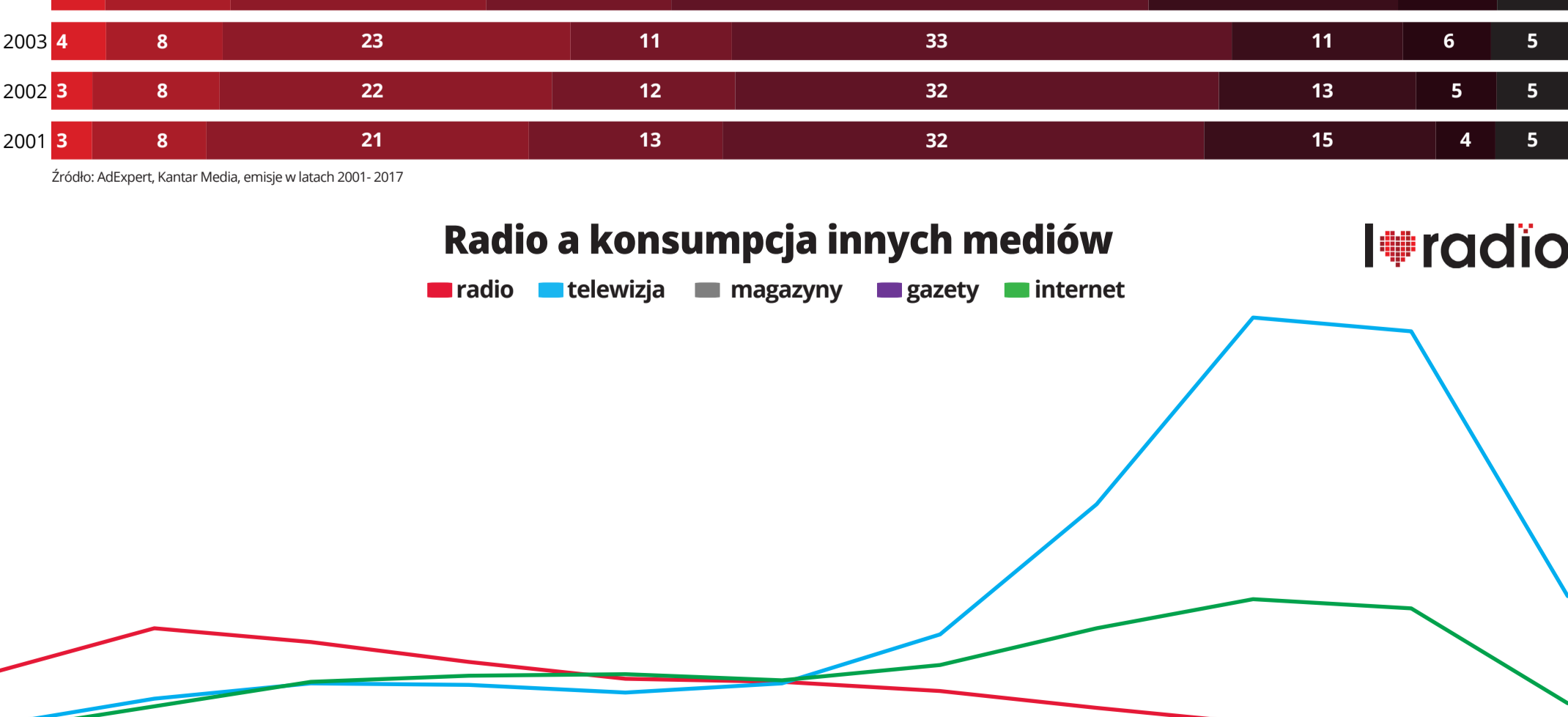
Źródło: Radio Track, Kantar Millward Brown, zasięg dzienny, I-XII 2017

DŁUGOŚĆ SPOTU - DYNAMIKA W LATACH (%)



Źródło: AdExpert, Kantar Media, emisje w latach 2001-2017

Radio a konsumpcja innych mediów



Źródło: Target Group Index, Kantar Millward Brown, procentowanie do grupy docelowej, dni powszednie, waga populacyjna, I-IX 2017