



PODCAST BOOM



STANY ZJEDNOCZONE

2008 r. co 10 osoba „w ostatnim miesiącu” słuchała podcastów



2014 r. co 6 osoba



2018 r. co 4 osoba



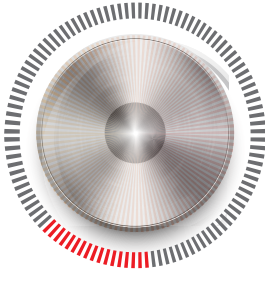
AKTUALNIE

100%

28% czasu poświęcanego na konsumpcję treści audio stanowią podcasty

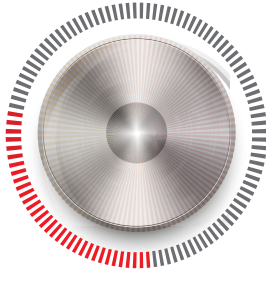
MIEJSCE SŁUCHANIA ORAZ SPOSÓB KONSUMPCJI PODCASTÓW W 2018 r.

12%



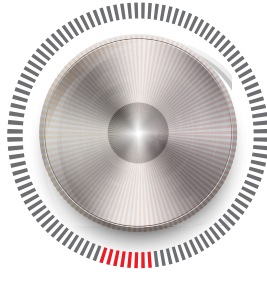
w pracy

26%



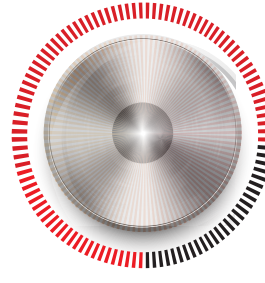
w samochodzie

4%



podczas ćwiczeń fizycznych

76% urządzenia przenośne



24% komputer



61% słuchaczy reaguje pozytywnie na sponsorski branding reklamowy



WIELKA BRYTANIA

2017 r.

23% osób „w ostatnim miesiącu” słuchała podcastów



30%

użytkowników odsłuchuje od 3 do 5 audycji w miesiącu

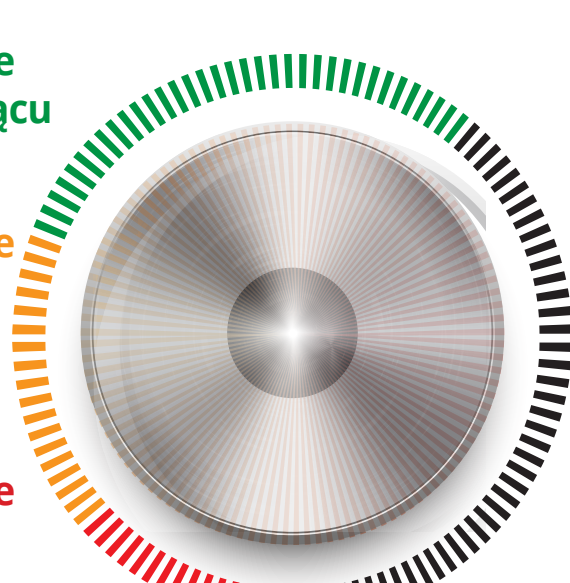
14%

użytkowników odsłuchuje od 6 do 10 audycji miesięcznie

14%

użytkowników odsłuchuje powyżej 10 podcastów miesięcznie

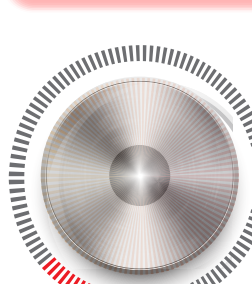
42% inne



76% słuchaczy deklaruje interakcje na reklamę



NIEMCY



15%

osób słucha podcastów przynajmniej „raz w tygodniu”



56% osób miała kontakt z podcastami „w okresie 12 ostatnich miesięcy”



87% osób słuchających podcasty akceptuje reklamy



A JAK JEST W POLSCE?

20% użytkowników internetu deklaruje korzystanie z podcastów



Źródła:

Edison Research, The Podcast Consumer 2018, CATI, N=2000 (wyniki ważone na populację US 12+, 01-02 2018; cała populacja 12+

Edison Research, Triton Digital, “The Infinite Dial 2018”

IAB z wykorzystaniem Maru/Matchbox’s Springboard America Online Panel, reprezentatywna próba 18+ korzystających z internetu, styczeń 2018

IAB-Edison Research Podcast Advertising Study 2016

ACAST UK, Today’s Podcast Listener, CAWI, N=1335 (wyniki ważone na populację użytkowników online UK), 12.2017

SPOT ON PODCAST LISTENERS AND USAGE IN GERMANY, CAWI, N=3000 (1100 słuchających podcastów), 06-07 2017

Kantar MillwardBrown, Badanie Internetowego Audytorium Radia, CAWI N=1500, próba reprezentatywna dla użytkowników Internetu w PL, 03.2018