

# RAPORT RADIO 2021

podsumowanie wyników słuchalności



styczeń 2022

[iloveradio.pl](http://iloveradio.pl)



# Radio w 2021 roku

**Radio codziennie gromadzi ponad 20 milionów słuchaczy i jest jednym z najpopularniejszych mediów w Polsce.**

W minionym roku wzrost słuchalności widać w miesiącach letnich, co można wiązać z powrotem Polaków do tradycyjnego sposobu życia i pracy po okresie obostrzeń luzowanych od maja i z samochodowymi wyjazdami na wczasy, wakacje i weekendy – auto jest tym miejscem, w którym radia słucha najwięcej Polaków.

Na wysokim poziomie pozostaje średni czas słuchania – 4 godz. i 19 min. Prawie co trzeciego odbiorcę można zaliczyć do grupy heavy userów radia – osób, które mają włączony odbiornik przez co najmniej 6 godzin dziennie.

Najpopularniejsze są w Polsce rozgłośnie komercyjne, których udział w czasie słuchania wynosi aż 85%.

Oprócz stacji mainstreamowych, nadających w formacie AC, bardzo popularne są rozgłośnie wąsko sformatowane, które codziennie gromadzą blisko 12-milionowe audytorium.



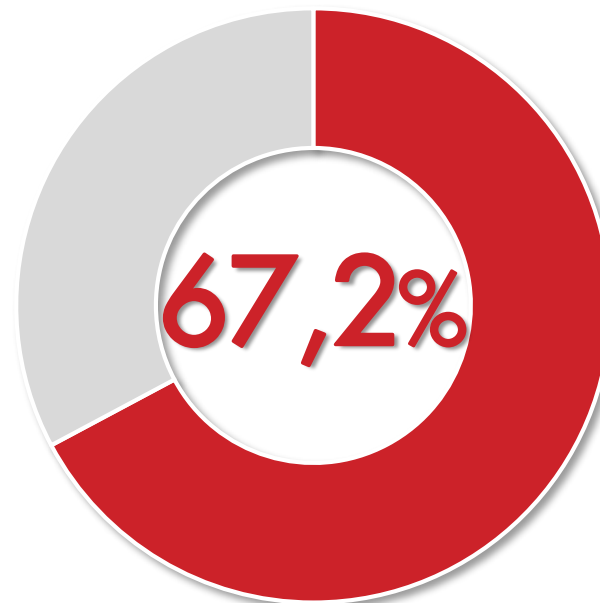
# Codziennie ponad **20 mln** słuchaczy

**Radio jest jednym z najpopularniejszych mediów w Polsce.**

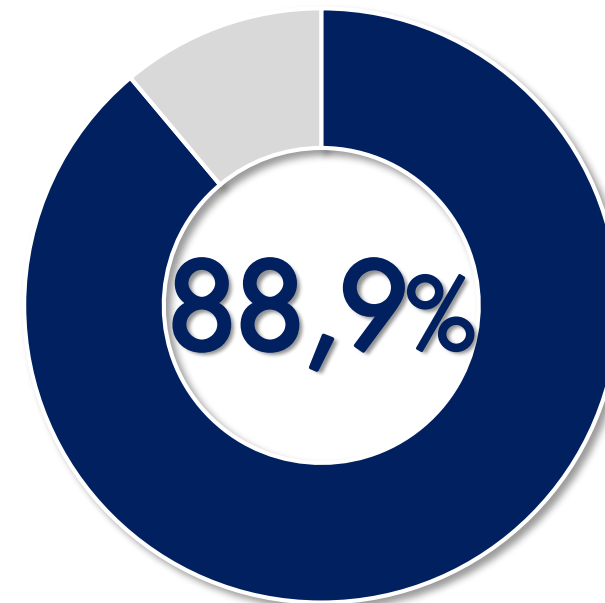
Co najmniej raz w tygodniu radia słucha blisko 90% Polaków, czyli **26,6 mln!**

Raz dziennie lub częściej radio włącza dwie trzecie Polaków, co daje **20,1 mln** słuchaczy.

ZASIEG DZIENNY



ZASIEG TYGODNIOWY



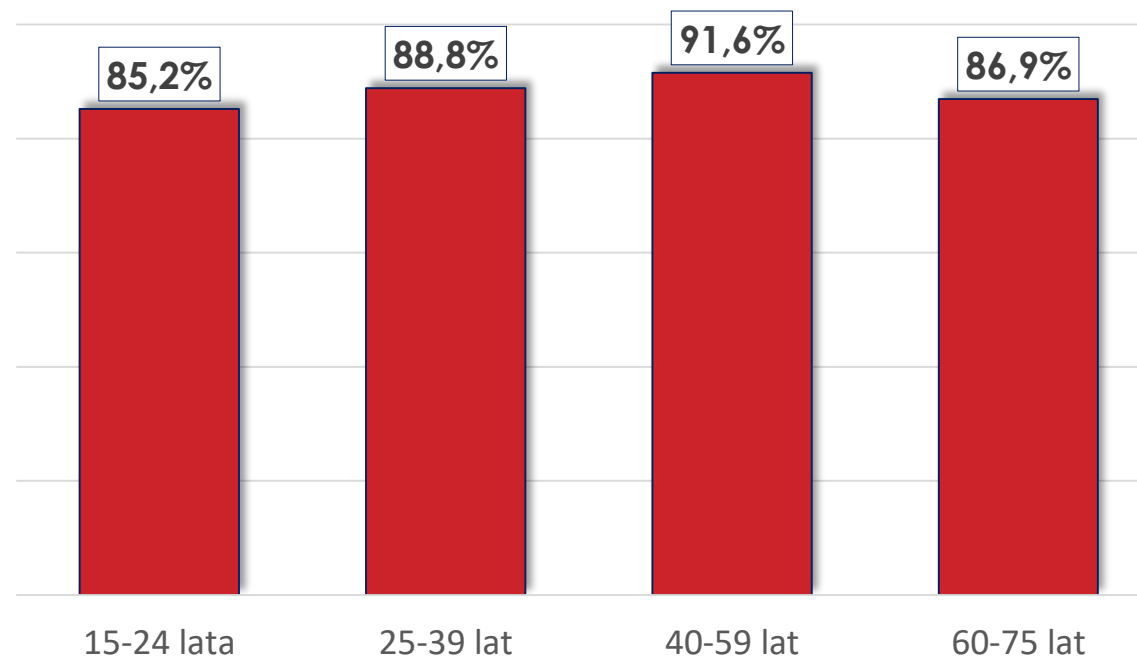
# Wysoka słuchalność we **wszystkich** targetach

**We wszystkich grupach wiekowych radio notuje bardzo wysoką słuchalność tygodniową, na poziomie 85-92%.**

Najwyższą słuchalność radio ma wśród osób dorosłych, ale nawet wśród młodych, w wieku 15-24 lata, zasięg tygodniowy przekracza 85%.

Słuchalność wśród mężczyzn jest nieznacznie wyższa niż wśród kobiet (91,0% vs 86,8%).

### ZASIĘG TYGODNIOWY W GRUPACH WIEKOWYCH



# Wyższa słuchalność **latem**

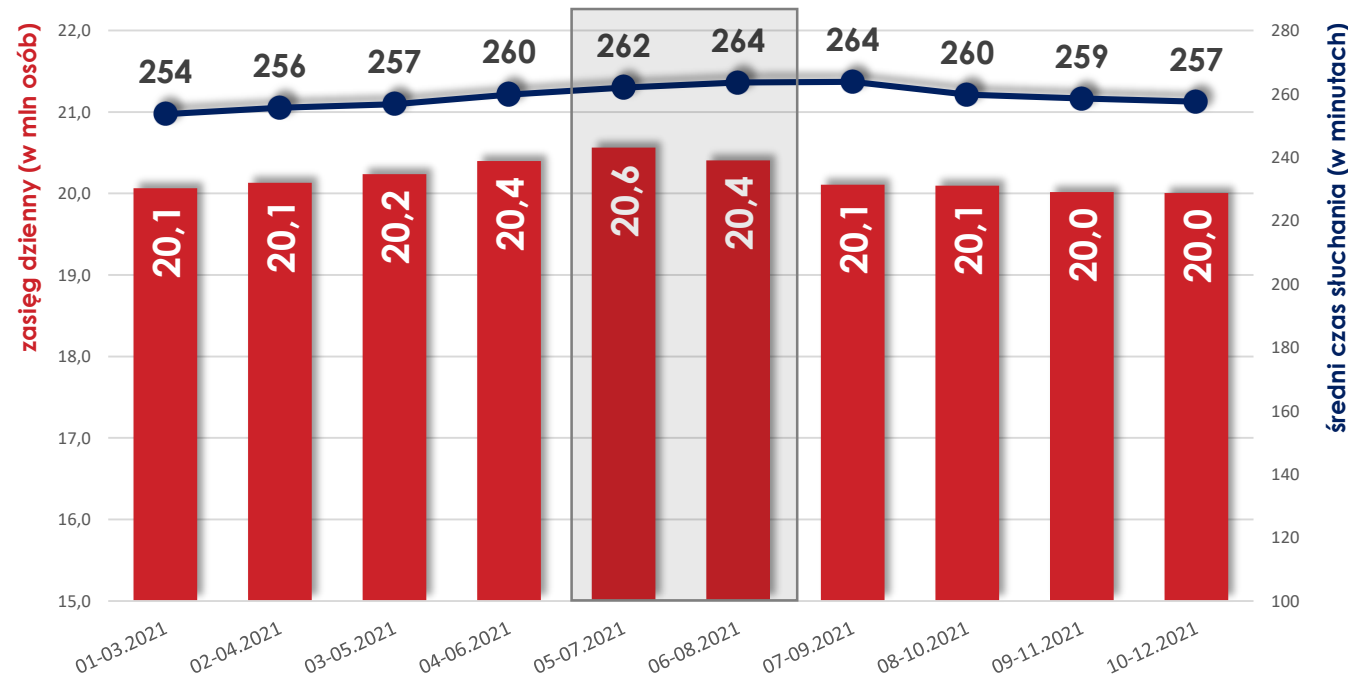
O ile słuchalność tygodniowa utrzymywała się na stabilnym poziomie 88-90% przez cały 2021 rok, o tyle widać wzrost zasięgu dziennego i średniego czasu słuchania w miesiącach letnich.

**Wzrost zasięgu** można wiązać ze zniesieniem restrykcji covidowych w maju (otwarcie restauracji, barów, punktów usługowych) i powrotem Polaków do w miarę normalnego rytmu życia i pracy, w tym pracy w biurach.

Innym powodem są wiosenne i letnie samochodowe wyjazdy na wakacje, wczasy i weekendy, a auto jest w Polsce najpopularniejszym miejscem słuchania radia.

**Wzrost czasu słuchania** w okresie wakacji to trend zauważalny co roku – słuchacze mają więcej wolnego czasu, radio tradycyjnie towarzyszy im w czasie urlopów.

## ZASIEG DZIENNY I ŚREDNI CZAS SŁUCHANIA W 2021 ROKU



# Najwięcej słuchaczy – w **samochodzie**



**Najwięcej słuchaczy radio gromadzi w samochodzie. Już trzeci 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 (30%), 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 bardzo wielu osobom towarzyszy tam radio przez cały czas podróży. Z kolei pobyt w domu czy w pracy z włączonym radiem to nawet kilka godzin dziennie.

# Radio słuchane przez **cały dzień**



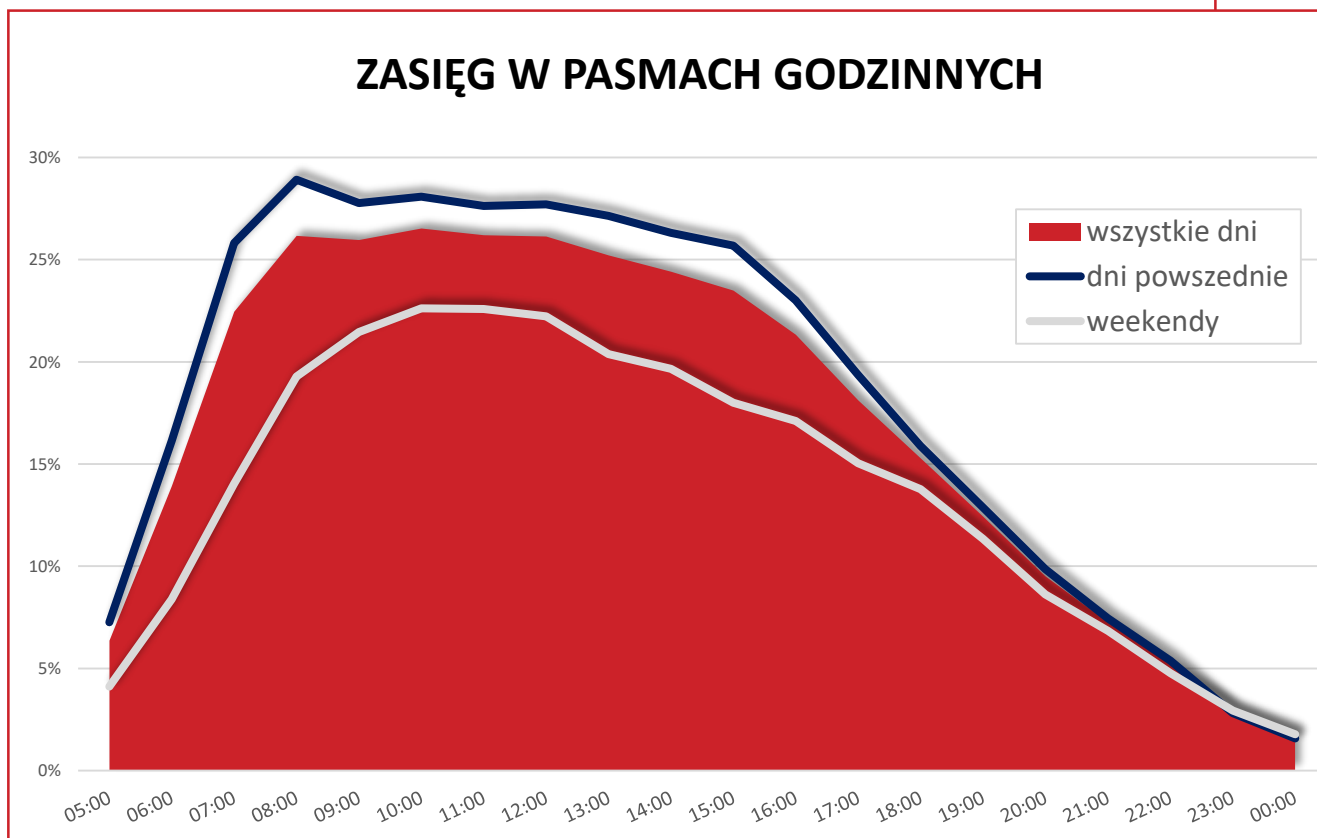
ŚREDNI CZAS SŁUCHANIA

**4** GODZ.  
**19** MINUT

**Radio słuchane jest równomiernie przez cały dzień – od wczesnych godzin porannych po popołudniowe.**

Dopiero wieczorem, w godzinach końca pracy, zasięg zaczyna powoli spadać.

## ZASIĘG W PASMACH GODZINNYCH



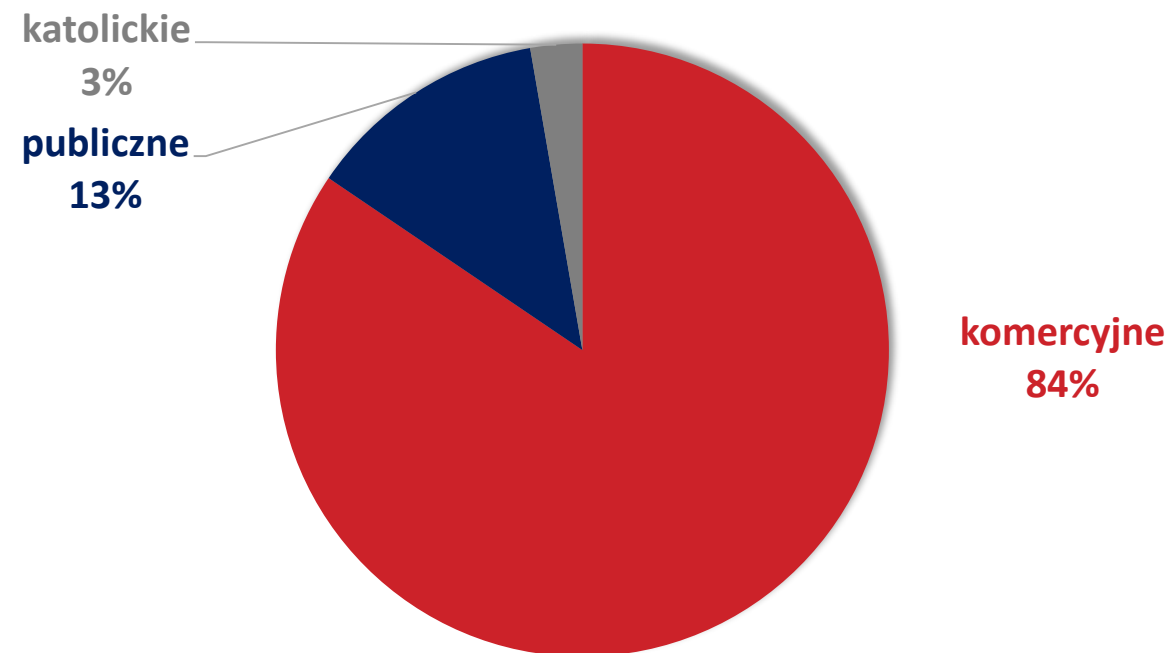
# Stacje **komercyjne** w czołówce

**Polacy najchętniej słuchają stacji komercyjnych – aż 85% czasu poświęconego na słuchanie radia przypada na stacje komercyjne.**

Biorąc pod uwagę wyłącznie stacje należące do czterech grup radiowych tworzących porozumienie **I Love Radio**, udział wynosi 75%.

Udział stacji katolickich to niecałe 3%, a rozgłośni publicznych (czyli stacji ogólnopolskich i regionalnych Polskiego Radia) wynosi niecałe 13%.

UDZIAŁ W CZASIE SŁUCHANIA



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



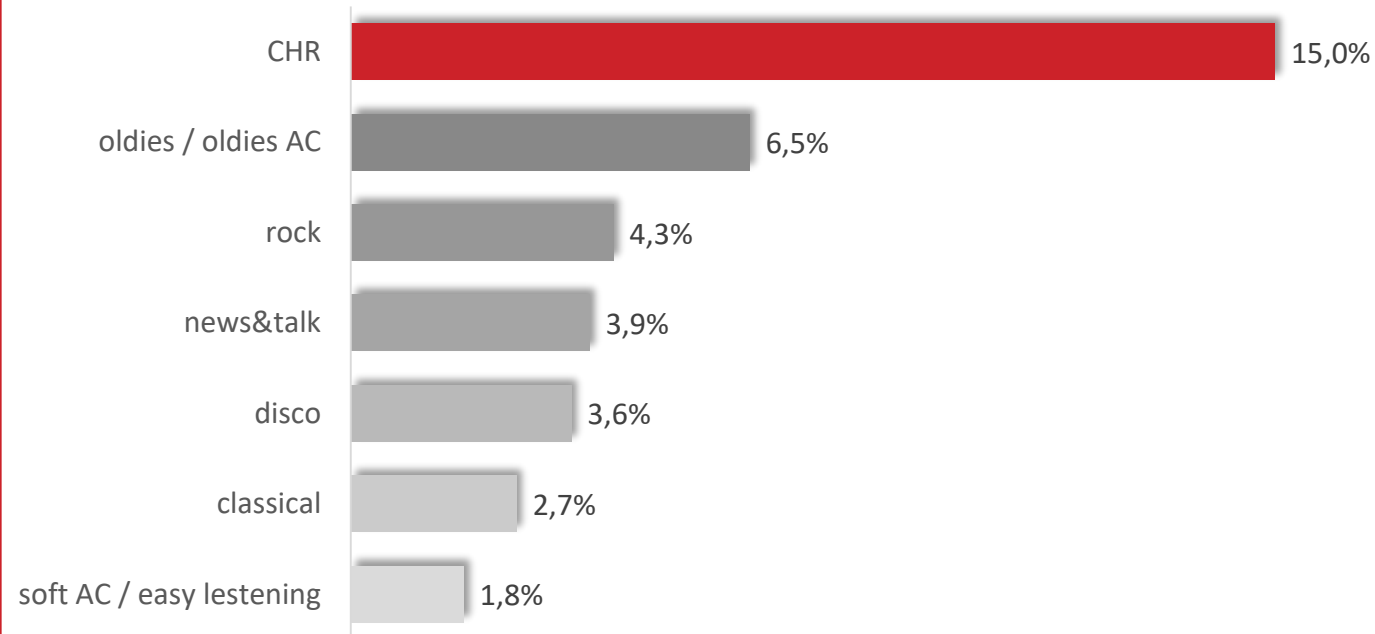
# Popularne formaty radiowe

Najpopularniejszy i najbardziej ogólny w Polsce format – AC gromadzi codziennie 11,2 mln osób. Stacje wąsko sprofilowanych, grających w innych formatach, słucha codziennie 11,8 mln osób.

Najpopularniejszy wśród formatów (poza AC) jest **CHR** – czyli stacje z dynamiczną, współczesną muzyką, adresowane głównie do młodszego odbiorcy. Ich zasięg to 15% - co daje aż 4,5 mln słuchaczy. Kolejnym formatem jest **oldies**, skierowany do osób dojrzałych i starszych – to blisko 7% zasięgu, czyli 2 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 WĄSKO SFORMATOWANYCH



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

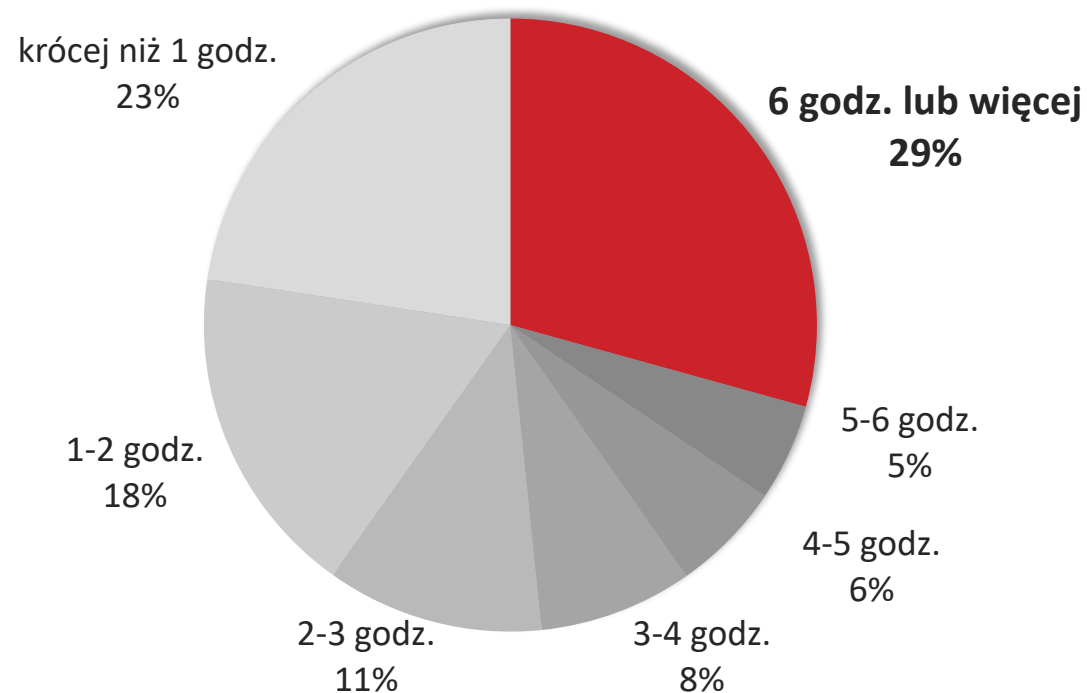
# Polacy to **heavy userzy** radia

**Blisko co trzeci Polak spędza z radiem codziennie aż 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)



# Antena FM głównym źródłem sygnału

## Tradycyjna antena FM/UKF jest wciąż głównym źródłem sygnału.

W ten sposób radio słucha codziennie 19 mln osób.

Na **antenę FM** przypada też 89% czasu poświęconego ogólnie na słuchanie radio.

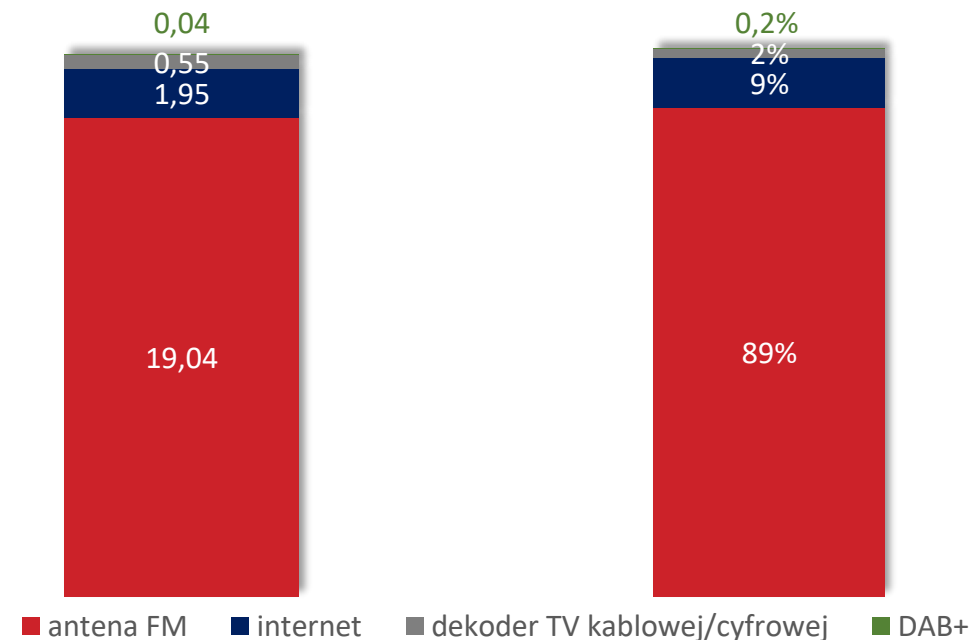
Na podobnym poziomie jak w ub.r. utrzymuje się słuchalność przez **Internet** – w ten sposób stacji radiowych (rozumianych jako rozgłośnie nadające na falach FM) słucha blisko 2 mln Polaków.

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

### ŹRÓDŁO SYGNAŁU RADIOWEGO

LICZBA SŁUCHACZY (w mln)

UDZIAŁ W CZASIE SŁUCHANIA



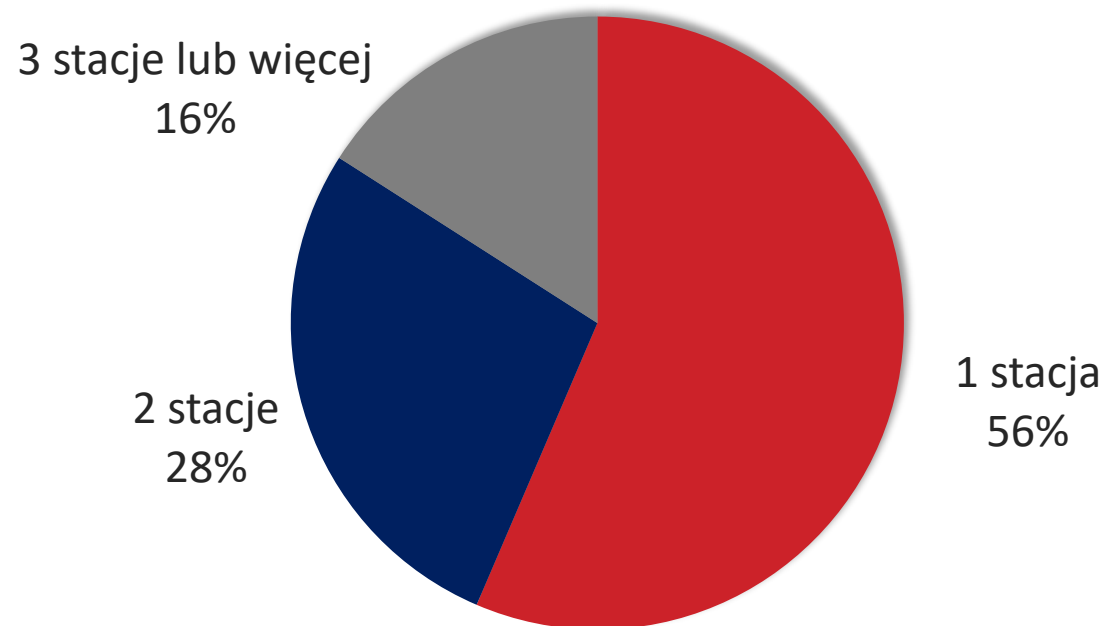
# Polacy są **wierni** swoim stacjom

**Większość Polaków słucha w ciągu dnia tylko jednej stacji.**

Najwierniejsze swojej rozgłośni są osoby **najstarsze**, w wieku 70-75 lat – 89% z nich słucha jednej stacji dziennie.

Ale nawet wśród **nastolatków** (w wieku 15-19 lat) ten wskaźnik wynosi aż 55%.

LICZBA SŁUCHANYCH STACJI W CIAGU DNIA



# Wydarzenia na rynku radiowym 2021

## Radio SuperNova zastąpiło Wawę



W 14 miastach Polski pojawiło się Radio SuperNova (ZPR Media). Liner nowej stacji to „Gramy po polsku”, ramówkę wypełniają współczesne polskie przeboje, a także utwory z lat 80., 90. i powstałe po roku 2000. Stacja stawia na promocję nowych brzmień i art popu. Oferuje też publicystykę, reporterską popołudniówkę, pasmo kulturalne czy sobotnią listę przebojów.

## Wystartowało Radio RMF24



Nadawanie rozpoczęło internetowe informacyjno-muzyczne Radio RMF24. Tworzą je dziennikarze i reporterzy „Faktów RMF FM” oraz prezenterzy rozgłośni. Na antenie przez cały dzień pojawiają się relacje reporterów, rozmowy z gośćmi, analizy ekspertów, reportaże, komentarze, sondy uliczne i przeglądy prasy.

## Agora walczy w sądzie o Eurozet



UOKiK zakazał Agorze przejęcia pozostałych 60 proc. udziałów w Eurozecie (nadawcy m.in. Radia ZET). Urząd uzasadnia to obawą o zbyt dużą koncentrację na rynku radiowym. Agora nie zgadza się z tą decyzją i skierowała do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów odwołanie. Spółka czeka na wyrok sądu w tej sprawie.

## Nowy redaktor naczelny Radia ZET



Mariusz Smolarek, dotychczasowy szef Antyradia i Chillizet, został naczelnym Radia ZET. Zastąpił Michała Celedę, który złożył rezygnację, ale nie rozstaje się z firmą – po kilkumiesięcznym urlopie wróci do rozgłośni na nowe stanowisko. Tymczasem nowym dyrektorem informacji został Marek Czyż, wcześniej związany m.in. z Nova TV, TVS i TVP.

# Wydarzenia na rynku radiowym 2021

## Koniec pakietu Joker FM



Zakończyła się sprzedaż pakietu handlowego Joker FM, który skupiał stacje radiowe Grupy Radiowej Agory, Grupy ZPR Media i Polskiego Radia SA. Jak wyjaśniał Maciej Moszczyński, dyrektor zarządzający Tandem Media (brokera Agory), była to decyzja wszystkich trzech stron: „Pakiet od dłuższego czasu był marginalnie wykorzystywany w kampaniach reklamowych przez rynek”.

## Powstał radiowy związek pracodawców



Powstał Związek Pracodawców Ogólnopolskich i Lokalnych Mediów Radiowych MOC FM. Powołany przez Grupę RMF, Grupę Eurozet, Grupę Radiową Agory oraz Grupę Radiową Time. Organizacja będzie wspólnym głosem nadawców w sprawach związanych z branżą radiową w Polsce. W pierwszej kolejności ma zająć się współpracą z podmiotami prowadzącymi badania mediowe.

## Nowa polityka handlowa Grupy RMF



Grupa RMF wprowadziła nową konstrukcję cenników – obowiązują osobne ceny na każdy dzień tygodnia. W okresach wzmożonego popytu (4-6 razy w roku) spółka stosuje dopłaty „high season”. Oprócz tego zmieniony się przeliczniki dla najkrótszych spotów.

## Rozgłośnie w akcji „Media bez wyboru”



Rozgłośnie radiowe włączyły się do ogólnopolskiego strajku niezależnych mediów i protestowały przeciwko planom rządu nałożenia nowego podatku od emisji reklam. Stacje zawiesiły lub ograniczyły emisję 10 lutego 2021. Wg badania Kantar 91% Polaków zauważyło strajk, a aż 62% go popierało.



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

# I Love Radio – już od 5 lat!

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

Na portalu [iloveradio.pl](http://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 cztery grupy radiowe: Grupę Eurozet, Grupę Radiową Agory, Grupę RMF i Grupę ZPR Media SA.



[www.iloveradio.pl](http://www.iloveradio.pl)

ponad 100 eksperckich tekstów, każdego miesiąca kolejne nowe analizy, raporty i podsumowania



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

zawsze najświeższe informacje o reklamie radiowej, aktualne statystyki, eksperckie teksty, profil obserwuje ponad 5,2 tys. osób



[profil na LinkedIn](#)

eksperskie opracowania, infografiki, specjalistyczne analizy o reklamie radiowej



[I Love Radio Podcast](#)

już ponad 20 rozmów o reklamie i słuchalności oraz comiesięczna „Prasówka”, czyli podsumowanie wydarzeń na rynku radiowym

I  radio

