

Raport RADIO 2022

podsumowanie wyników słuchalności



styczeń 2023

iloveradio.pl



Radio w 2022 roku

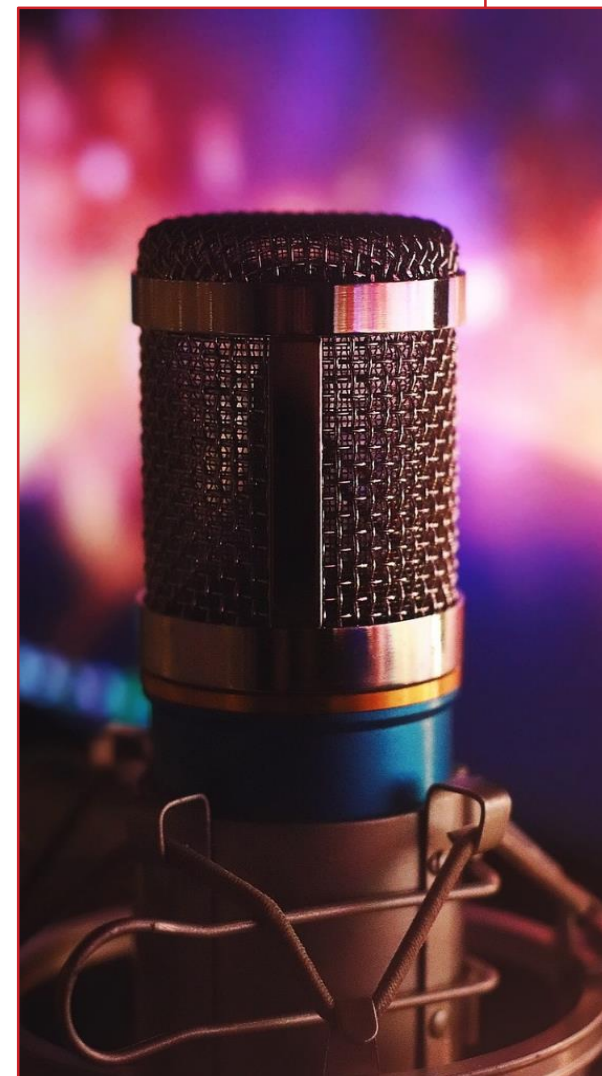
Radio w Polsce pozostaje niezmiennie jednym z najpopularniejszych mediów. Codziennie gromadzi 19,5 mln słuchaczy, czyli blisko 2/3 osób w wieku 15–75 lat.

W porównaniu do poprzednich lat, widać niewielki spadek zasięgu dziennego i tygodniowego, spowodowany m.in. zmianą sposobu konsumpcji treści audio w polskim społeczeństwie. Rośnie m.in. znaczenie słuchania **radia przez internet oraz podcastów**, które w Polsce są domeną przede wszystkim komercyjnych grup radiowych. Obecnie podcastów słucha 30% Polaków.

Radio jest **najpopularniejsze wśród dorosłych Polaków**, w wieku 25–59 lat. Ale nawet w najmłodszej grupie jest to medium bardzo popularne. Blisko 80% osób w wieku 15–24 lata włącza je minimum raz w tygodniu. Najwyższa słuchalność jest wśród osób pracujących (89%). Rado dociera jednak też bardzo skutecznie do emerytów i rencistów (84%); jest powszechne wśród uczniów i studentów (79%).

Radio słuchane jest **równomiernie przez cały dzień** – od wczesnych godzin porannych po popołudniowe, średnio przez 4 godz. i 14 minut dziennie. Wyraźny peak poranny widać w dni powszednie o godz. 8.00. Ale aż do 15.00 słuchalność utrzymuje się na poziomie powyżej 25%.

Polacy najchętniej słuchają stacji komercyjnych – aż 84% czasu poświęconego na słuchanie radia przypada na stacje komercyjne. Są one też najlepiej dostosowane do potrzeb słuchaczy – średni czas słuchania jest znacznie wyższy niż w przypadku rozgłośni publicznych czy katolickich.



87% Polaków słucha radia!

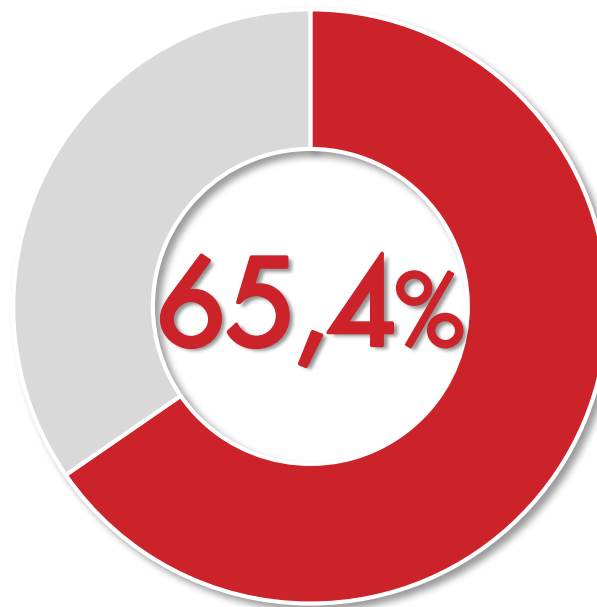
Radio pozostaje powszechnym i jednym z najpopularniejszych mediów w Polsce.

Co najmniej raz w tygodniu radia słucha blisko 87% Polaków, czyli **25,9 mln osób!**

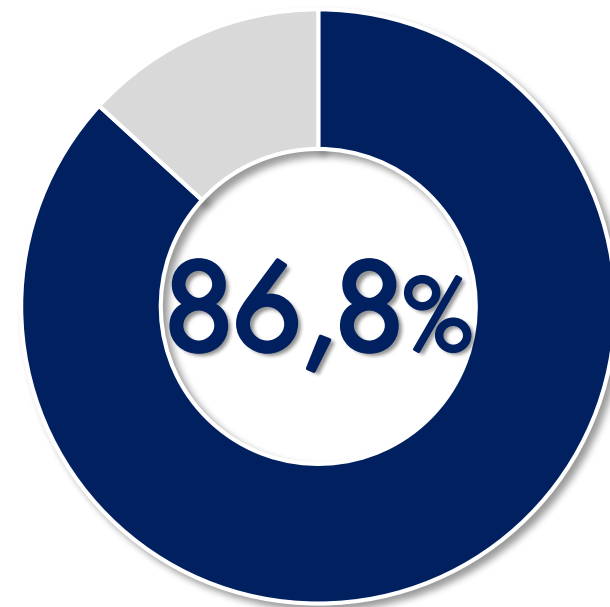
Raz dziennie lub częściej radio włącza dwie trzecie Polaków, co daje **19,5 mln** słuchaczy.

Pomimo niewielkiej korekty w porównaniu do ubiegłego roku, radio wciąż cieszy się dużą popularnością wśród Polaków.

ZASIĘG DZIENNY



ZASIĘG TYGODNIOWY



Wszyscy słuchają radia – **młodzi też**

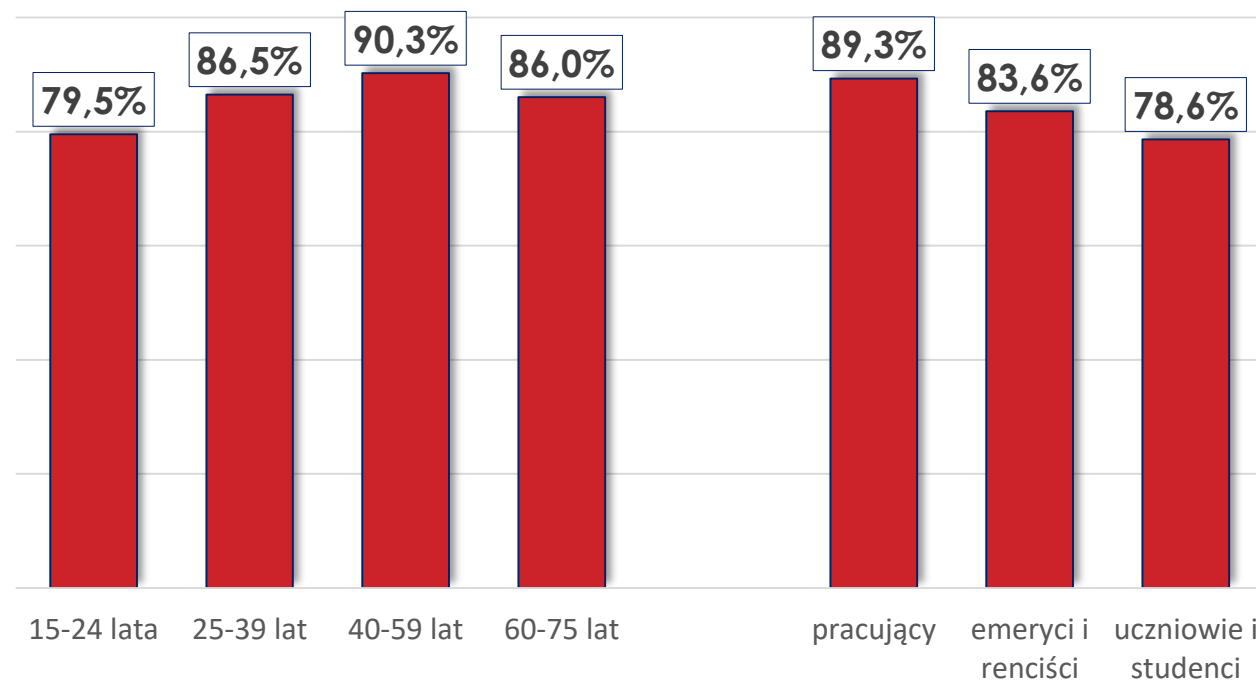
Radio jest najpopularniejsze wśród dorosłych Polaków, w wieku 25–59 lat.

Ale nawet w najmłodszej grupie jest to medium bardzo popularne. Blisko 80% osób w wieku 15–24 lata włącza je minimum raz w tygodniu.

Mężczyźni nieznacznie częściej słuchają radia niż kobiety (89,0% vs 84,8%).

Najwyższa słuchalność jest wśród osób pracujących (89,3%). Radio dociera jednak też bardzo skutecznie do emerytów i rencistów (83,6%); jest powszechne wśród uczniów i studentów (78,6%).

ZASIĘG TYGODNIOWY



Najwięcej słuchaczy – w samochodzie



Najwięcej słuchaczy radio gromadzi w samochodzie. Już czwarty 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 radio przez Polaków), wciąż dominuje dom (40%). Praca jest na drugim miejscu (30%), a samochód – na trzecim (26%).

Wynika to stąd, że różnie spędzamy czas w tych 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 radio w tych miejscach.

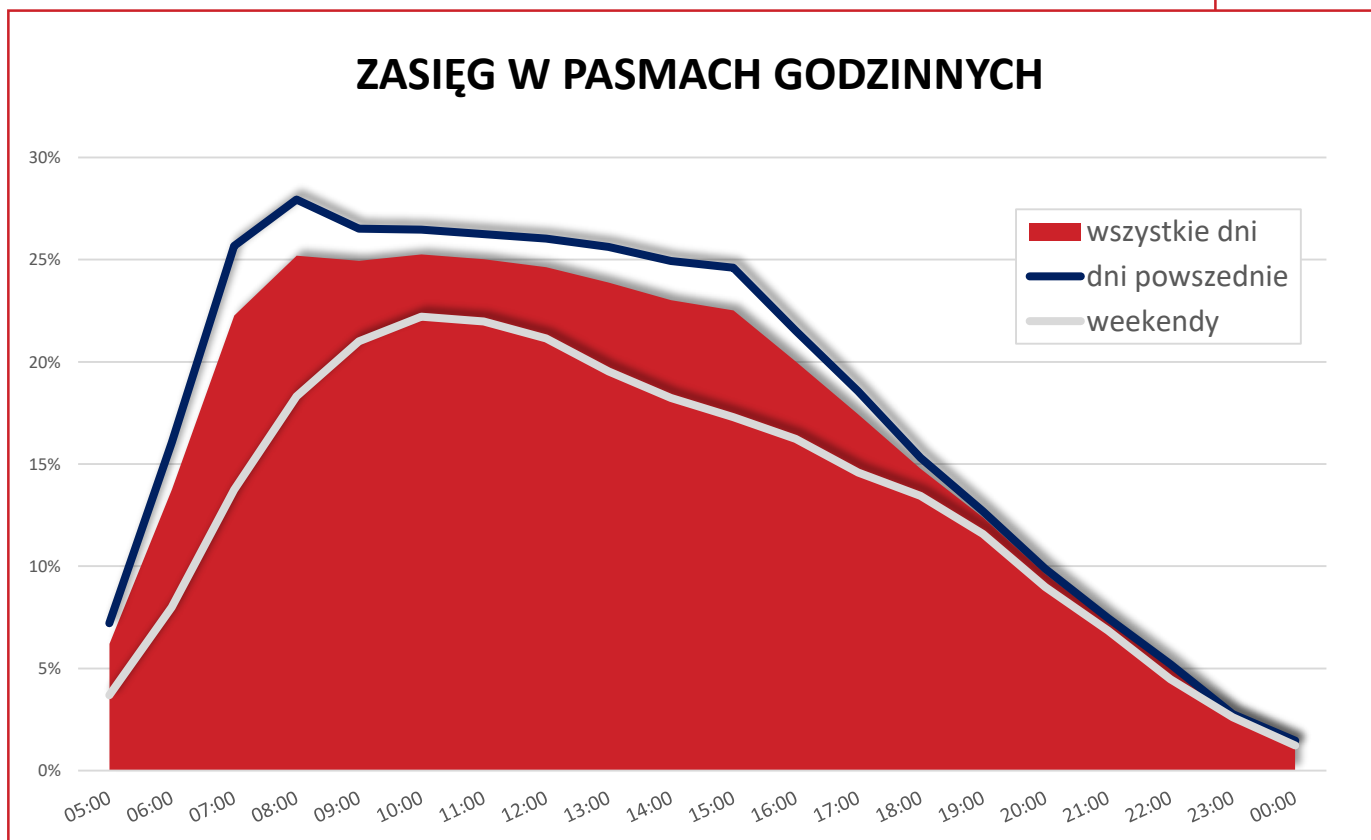
Radio słuchane przez cały dzień



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

Wyraźny **peak poranny** widać w dni powszednie o godz. 8.00. Ale aż do 15.00 słuchalność utrzymuje się na poziomie powyżej 25%. Dopiero wieczorem, w godzinach końca pracy, zasięg zaczyna powoli spadać.

ZASIĘG W PASMACH GODZINNYCH

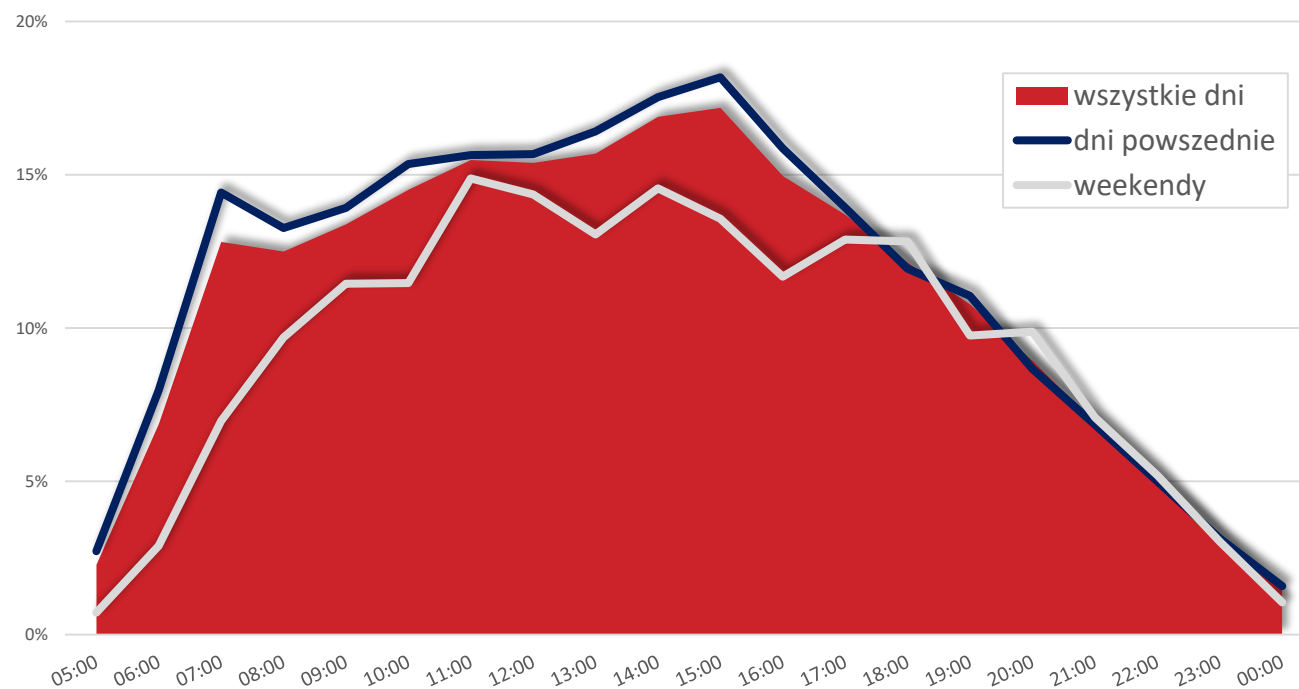


Młodzi najchętniej słuchają popołudniami

Najbardziej nietypowe wzorce słuchania radia można obserwować wśród słuchaczy z najmłodszej grupy.

Peak poranny wśród osób z targetu 15–24 lata przypada już na godz. 7.00, a najwyższa słuchalność – na pory popołudniowe. Można to wiązać z ich nieco innym rytmem życia niż dorosłych. Włączają oni radio najczęściej przed i po szkole czy zajęciach na studiach.

ZASIĘG W PASMACH GODZINNYCH W TARGECIE 15–24 LATA

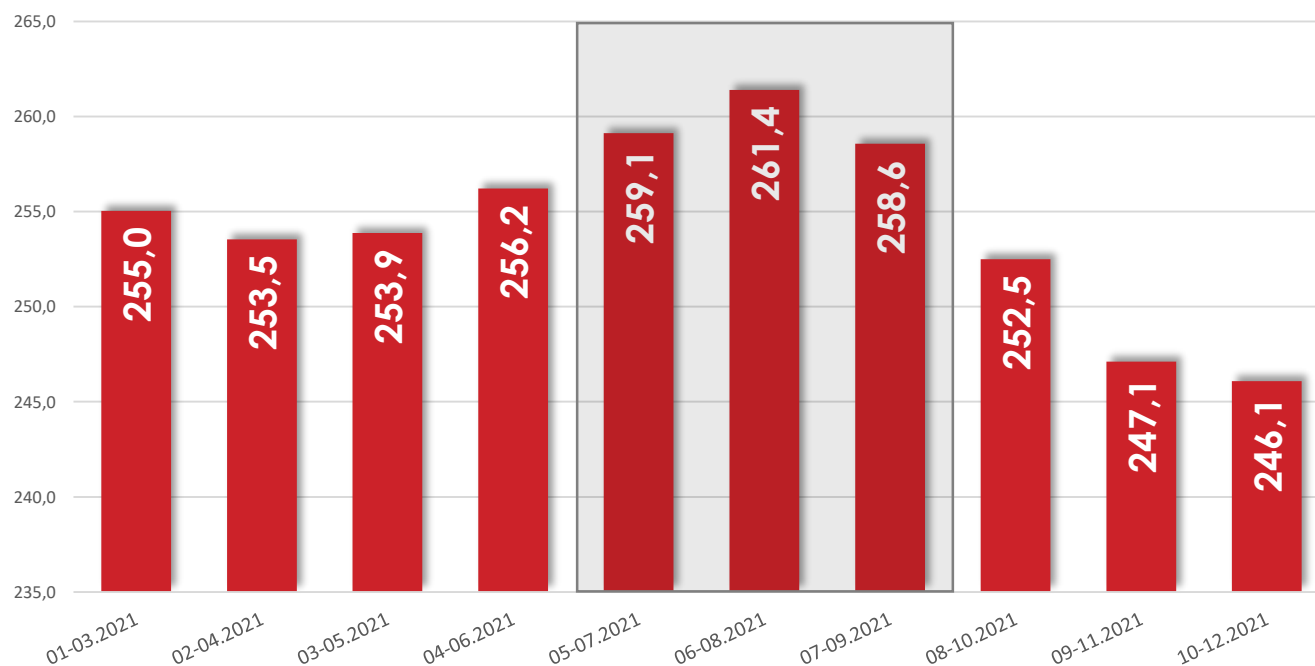


Wakacje z radiem

Jak co roku zauważalnym trendem jest wzrost średniego czasu słuchania w okresie letnim. W tym czasie każdy z nas słuchał radia średnio prawie 4,5 godz. dziennie.

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 2022 ROKU (w minutach)



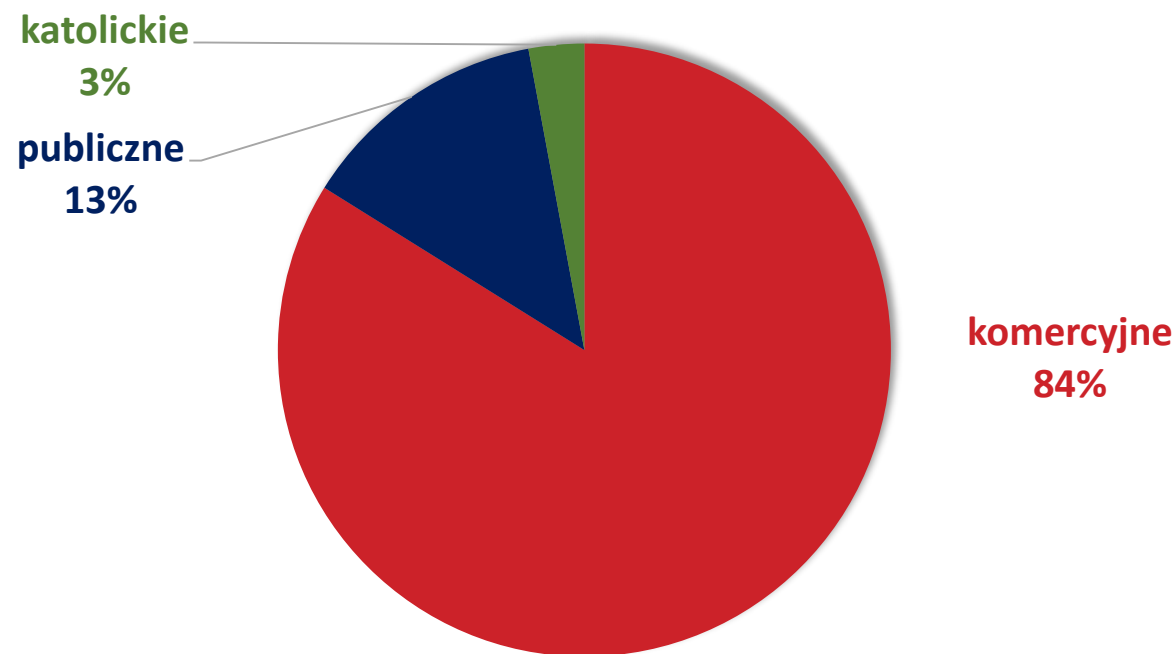
Polacy wybierają radia **komercyjne**

Polacy najchętniej słuchają stacji komercyjnych – aż 84% 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 76%.

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

UDZIAŁ W CZASIE SŁUCHANIA



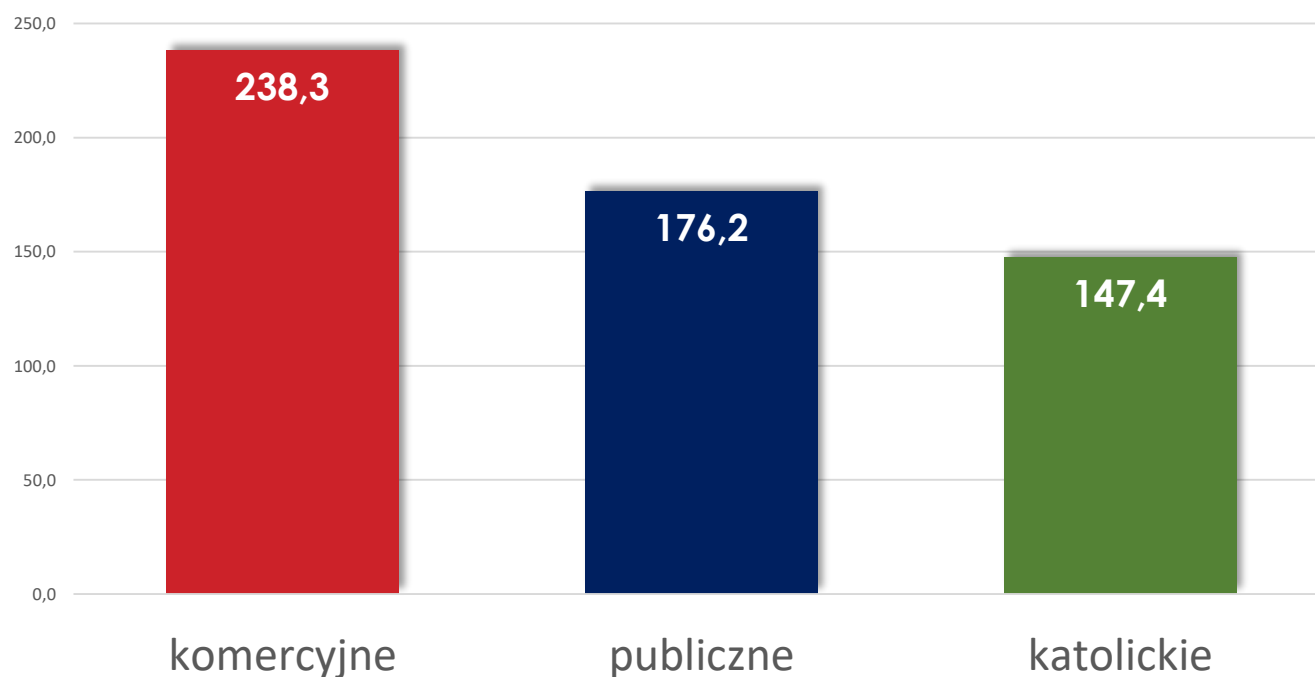
sprawdź **RADIO MAPE**, czyli strukturę rynku radiowego w Polsce z podziałem na nadawców i należące do nich rozgłośnie

Stacje komercyjne **słuchane najdłużej**

Stacje komercyjne są też najlepiej dostosowane do potrzeb słuchaczy – średni czas słuchania jest znacznie wyższy niż w przypadku rozgłośni publicznych czy katolickich.

Stacje komercyjne – dzięki szczegółowym badaniom i analizom potrzeb słuchaczy – tak formatują swoje programy, by jak najlepiej odpowiadały one wymogom odbiorców. Dzięki temu spędzają oni ze swoimi ulubionymi stacjami blisko 4 godz. dziennie.

ŚREDNI DZIENNY CZAS SŁUCHANIA W 2022 ROKU (w minutach)



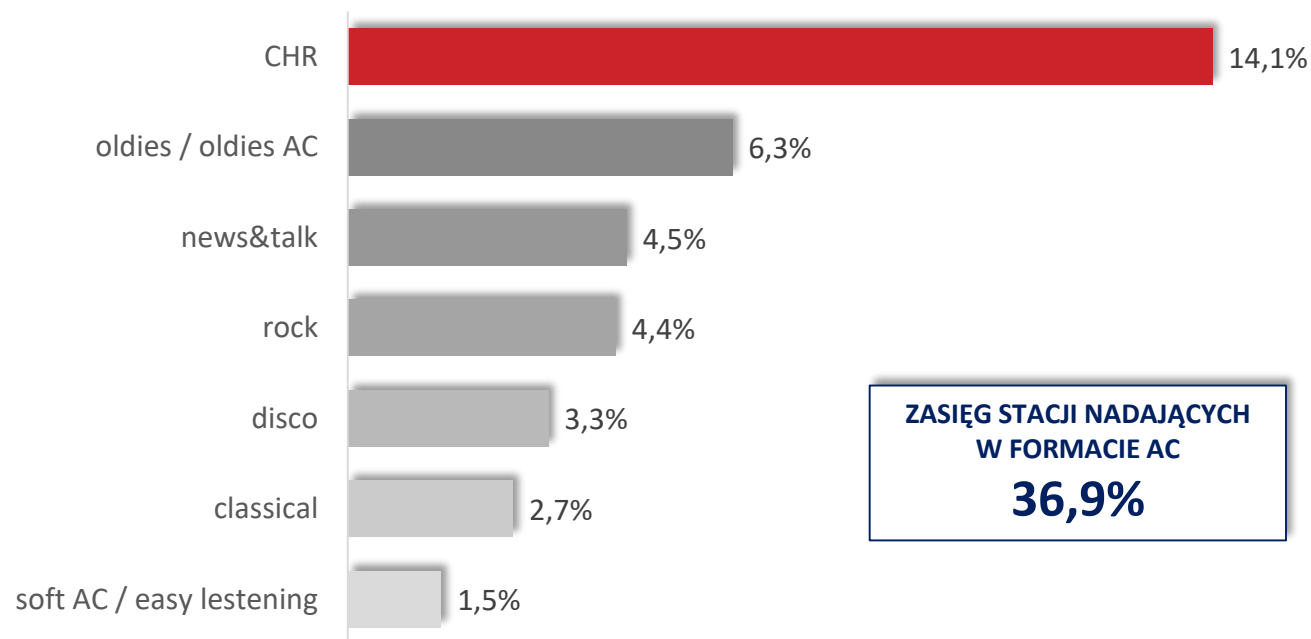
Popularne formaty radiowe

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

Najpopularniejszy wśród formatów (poza AC) jest **CHR** – czyli stacje z dynamiczną, współczesną muzyką, adresowane głównie do młodszego odbiorcy. Ich zasięg to 14% – co daje aż 4,2 mln słuchaczy. Kolejnym formatem jest **oldies**, skierowany do osób dojrzałych i starszych – to ponad 6% zasięgu, czyli prawie 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



ZASIĘG STACJI NADAJĄCYCH
W FORMACIE AC
36,9%



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

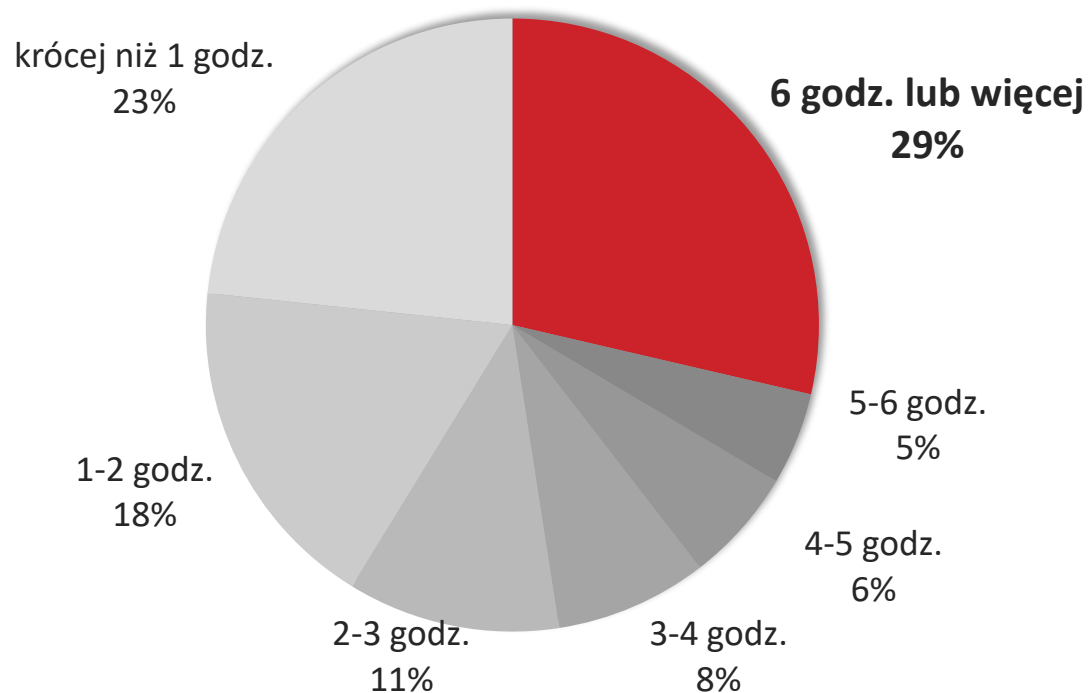
Polacy to **heavy userzy** radia

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)



Radio FM dominuje w Polsce

Polacy najchętniej słuchają radia poprzez zwykłe odbiorniki FM/UKF – bardzo powszechnie obecne w domach czy samochodach.

W ten sposób radia słucha codziennie 18,4 mln osób. Na **antenę FM** przypada też 88% czasu poświęconego ogólnie na słuchanie radia.

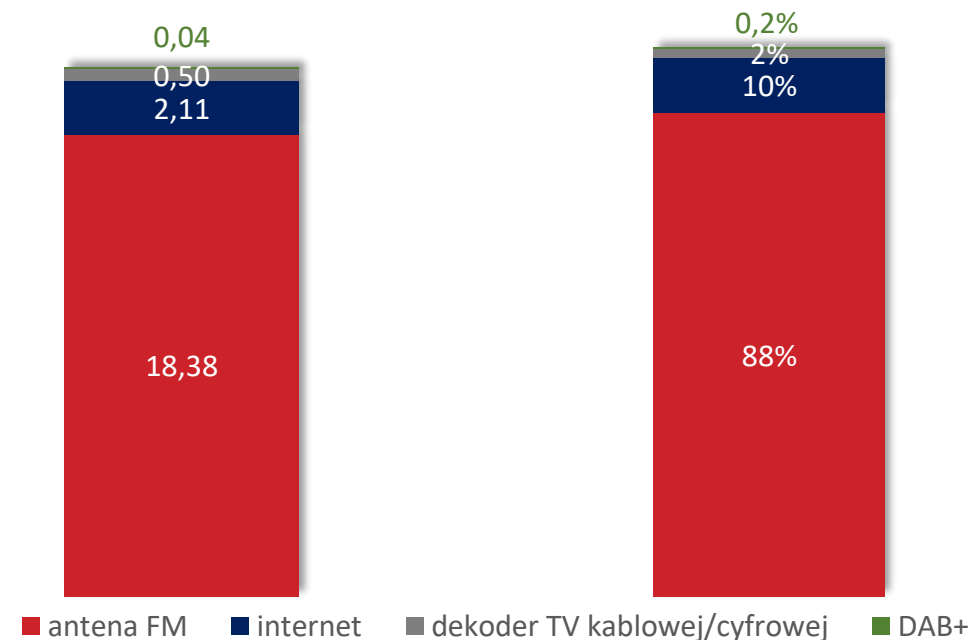
Rośnie słuchalność radia przez internet – od zeszłego roku przybyło 158 tys. tego typu słuchaczy. Już co 10 minuta poświęcona na słuchanie radia przypada na odbiór przez internet.

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

ŹRÓDŁO SYGNAŁU RADIOWEGO

LICZBA SŁUCHACZY (w mln)

UDZIAŁ W CZASIE SŁUCHANIA



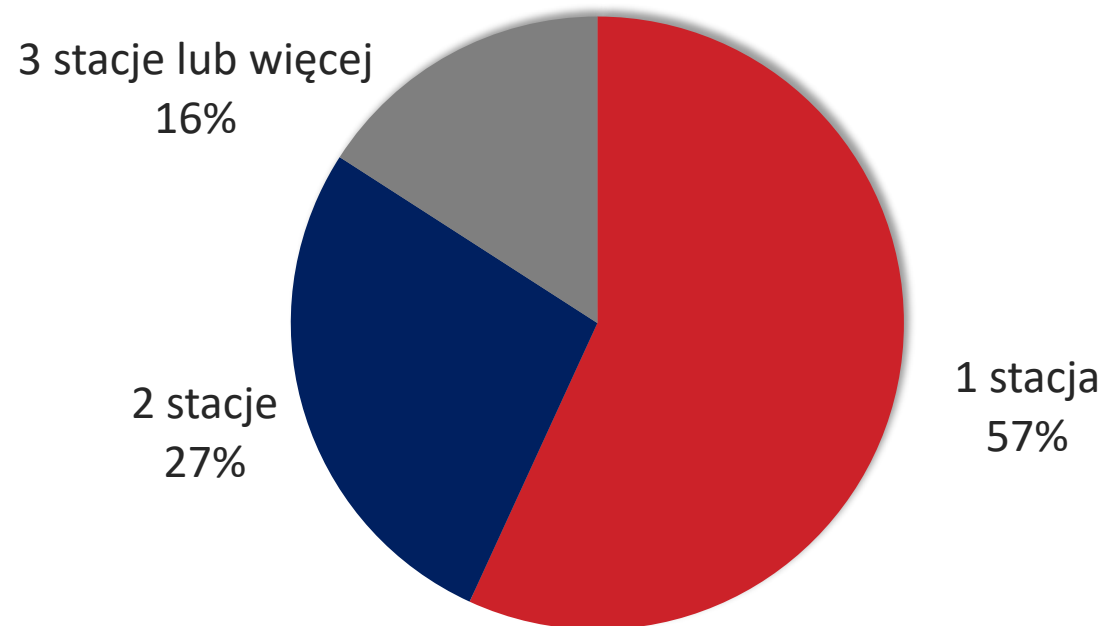
Polacy są **wierni** swoim stacjom

Większość Polaków słucha w ciągu dnia tylko jednej stacji.

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

Ale nawet wśród **nastolatków** (w wieku 15–19 lat) ten wskaźnik wynosi aż 57%.

LICZBA SŁUCHANYCH STACJI W CIĄGU DNIA



Rośnie popularność podcastów

Z roku na rok coraz więcej Polaków słucha podcastów, które w Polsce są domeną przede wszystkim komercyjnych grup radiowych.

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.

W pierwszych trzech kwartałach 2022 roku podcastów słuchało blisko 30% Polaków, podczas gdy w 2020 roku – 24%, a w 2. połowie 2019 – 17 proc.

**29%**

*słucha
podcastów*

**30%**

*spośród nich
subskrybuje podcasty*

Wydarzenia na rynku radiowym 2022

Powstał Tandem Audio Broker



Tandem Audio Broker zastąpił jednostkę Tandem Media. Oferuje reklamę oraz akcje specjalne na antenach, w streamach internetowych i podcastach rozgłośni Agory (TOK FM, Złote Przeboje, Rock Radio, Pogoda), a także w serwisie Tuba. Nowością jest oferta cyfrowych kampanii spotowych Audio Reach, oparta na treściach cyfrowych Grupy Radiowej Agory, Gazeta.pl oraz Onnetwork.tv.

Oferta Eurozetu i Radia Nowy Świat



Internetowe Radio Nowy Świat nawiązało współpracę z Grupą Eurozet. Oferta obejmuje sponsoring wybranych audycji stacji Eurozetu oraz programów RNŚ dostępnych dla wszystkich słuchaczy. Do dyspozycji są pakiety Moto, Business, Inspiracje i Pogoda. Wyłącznym brokerem jest Biuro Reklamy Eurozet, które odpowiada też za sprzedaż akcji niestandardowych RNŚ. Oferty są skierowane do domów mediowych i klientów bezpośrednich.

Time przejmuję Muzo FM



Grupa Radiowa Time przejęła od Polsat Media obsługę reklamową ponadregionalnego Radia Muzo FM. To konsekwencja zapowiedzi kupna tej stacji przez Time od Polsatu i przekształcenia jej w ponadregionalną Eskę ROCK (która nadaje obecnie tylko w Warszawie). Stacja jest dostępna w sprzedaży indywidualnej oraz weszła w skład pakietu Total Time.

Nowości w ofercie handlowej Grupy RMF



Grupa RMF wprowadziła szereg nowości: możliwość wyróżnienia ostatniej reklamy w bloku specjalnym jinglem, pozycjonowanie wskazania sponsorskiego, dodatkowy rabat za podpisywanie umów elektronicznie. Nową ofertą jest też RMF 4D (łączy kampanię radiową w pakiecie RMF 3D z kampanią audio digital w RMF ON), a nowym produktem – Wideo Podcasty.

Wydarzenia na rynku radiowym 2022

Nowe logotypy stacji radiowych



Radio Złote Przeboje z okazji 25. urodzin zmieniło całkowicie logo podkreślając charakter stacji jako nowoczesnej rozgłośni grającej energetyczną muzykę. W 2022 roku odświeżyły swoje logotypy wszystkie stacje Grupy RMF, a RMF MAXX zmodyfikował również zapis nazwy (teraz – przez dwie litery X). Logotyp odświeżyło też Meloradio – znak zyskał na czytelności i występuje w kilku wersjach kolorystycznych.

Zmodyfikowany format Super Novej



Radio Super Nova zdecydowało się poszerzyć bazę muzyczną po przeprowadzonych badaniach preferencji słuchaczy. Stacja stawia na miks pozytywnej i dynamicznie brzmiącej muzyki, zarówno starsze hity z lat 90. aż po utwory współczesne, melodyjny rock, pop i dance. Na antenie pojawiły się piosenki disco polo. Rozgłośnia zmodyfikowała też nieco ramówkę, m.in. rezygnując z pasma „SuperTemat”.

Nowa ramówka Radia ZET



Nowymi prowadzącymi porannego pasma „Dzień dobry bardzo” zostali Marek Starybrat i Robert Motyka. Nowym programem jest popołudniowy magazyn informacyjno-rozrywkowy „Dzieje się w Radiu ZET”, z relacjami reporterów stacji z całej Polski i świata oraz rozmowami ze słuchaczami. Wieczory to pasmo „Szczyt wszystkiego” oraz „Plus/minus lista”.

Nowi wywiadowcy w Radiu ZET i RMF FM



Bogdan Rymanowski z Polsatu został gospodarzem porannego „Gościa Radia ZET”. Dotychczasowa prowadząca Beata Lubecka pojawia się w popołudniowych wydaniach programu – o godz. 17. Natomiast do grona prowadzących „Popołudniową rozmowę w RMF FM” dołączyła Kazimiera Szczuka. Jej rozmów można słuchać w każdy poniedziałek o godz. 18.02 na antenie RMF FM i w internetowym Radiu RMF24.

Wydarzenia na rynku radiowym 2022

Rozgłośnie dla Ukrainy



I LOVE RADIO zorganizowało dwa Charytatywne Bloki Reklamowe – spoty nadało 168 stacji radiowych. Całkowity przychód z akcji – 300 tys. zł trafił do Polskiej Misji Medycznej. Nadawcy uruchomili też specjalne stacje dla uchodźców: RMF Ukraina, Radio ZET Ukraina, Radio Z Wami FM i Polskie Radio dla Ukrainy. W wielu stacjach pojawiły się też specjalne audycje czy serwisy w języku ukraińskim.

Audyt badania Radio Track



Badanie Radio Track przeszło niezależny audyt przeprowadzony przez międzynarodowy instytut CESP. W opinii przedstawicieli instytutu, Radio Track jest jednym z najlepiej zaprojektowanych badań radio i został określony mianem badania premium. W raporcie audytorzy piszą, że metodologia Track jest zgodna ze światowymi standardami i gwarantuje właściwe odzwierciedlenie poziomu słuchalności.

Koniec radia na falach FM?



KRRiT chce wyłączyć nadawanie na falach FM do końca 2030 roku i forsować cyfryzację radia w technologii DAB+, którą wszyscy najwięksi nadawcy komercyjni w Polsce uważają zgodnie za przestarzałą, nie dającą żadnych korzyści słuchaczowi i bardzo drogą zarówno dla odbiorców, jak i nadawców.

Zmiany na rynkach lokalnych



W 2022 roku wystartowały nowe stacje lokalne: Radio Włocławek Po Polsku i Radio Rekord Kielce. Zakończyły za to nadawanie: Radio Nysa FM, krakowska Radiofonia, Plus Lipiany i Plus Gryfice oraz Radio FAMA Kielce. To ostatnie wróci w eter, ale już na innej częstotliwości. Z kolei Radio Września zmieniło nazwę na Radio Warta.



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

I Love Radio – już od 6 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 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

blisko 150 eksperckich tekstów, każdego miesiąca kolejne 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 5,2 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



kontakt:

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