



KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

Wskaźniki słuchalności i audytorium programów radiowych w 2015 r.

Analiza i opracowanie Monika Trochimczuk
Departament Monitoringu

Warszawa 2016

SPIS TREŚCI

Zmiany wśród programów w 2015 r.	2
Rynek radiowy w Polsce	3
Wskaźniki słuchalności i ich zmiany	4
⊙ Zasięg dzienny.....	4
⊙ Udział w czasie słuchania.....	6
⊙ Zmiany udziału w czasie słuchania w latach 2006-2015	6
⊙ Dobowy czas słuchania	8
Audytoryum programów radiowych – wiek słuchaczy.....	9
⊙ Programy najbardziej popularne w grupie starszych słuchaczy.....	11
⊙ Programy najbardziej popularne w grupie 40-59 lat.....	11
⊙ Programy najbardziej popularne w grupie 25-39 lat.....	11
⊙ Programy najbardziej popularne w grupie młodych słuchaczy.....	11
Radio cyfrowe.....	11

Dane o wskaźnikach słuchalności programów radiowych pochodzą z badania audytorium radia *Radio Track* firmy Millward Brown zrealizowanego na ogólnopolskiej próbie osób w wieku 15-75 lat w roku 2015. Wielkość próby to 83 940 respondentów. W badaniu zostały uwzględnione programy radia publicznego oraz programy koncesjonowane nadawane 24 godziny na dobę (279 programów).

Wskaźniki wykorzystane w analizie to:

- **Udział** programu/grupy programów **w czasie słuchania**: stosunek całkowitego czasu, jaki słuchacze poświęcili na słuchanie określonego programu radiowego/grupy programów do całkowitego czasu słuchania wszystkich objętych badaniem programów radiowych.
- **Zasięg dzienny** w %, czyli wielkość audytorium: odsetek osób w danej populacji, które słuchały programu przynajmniej raz w ciągu dnia.
- **Dobowy czas słuchania**: średni czas, jaki w ciągu doby respondenci przeznaczyci na słuchanie programu.
- **Zasięg w kwadransach** programu/grupy programów: odsetek osób z danej populacji słuchających tego programu/grupy programów w określonym kwadransie w ciągu doby.

ZMIANY WŚRÓD PROGRAMÓW W 2015 R.

W 2015 r. zaszły następujące zmiany na liście programów radiowych objętych badaniem:

Styczeń 2015

- Zmiana nazwy Radio 98,1 na Radio ZET Gold.

Luty 2015

- Zmiana nazwy (i profilu muzycznego) Radio ZET Gold na Radio ZET Chilli.
- Zmiana nazwy (i profilu muzycznego) Radio ZET Chilli na Antyradio.
- Zmiana nazwy (i profilu muzycznego) Antyradio 94 FM na Radio ZET Gold.
- Zmiana nazwy (i profilu muzycznego) Antyradio 101,3 FM na Radio ZET Gold 101,3 FM.

Marzec 2015

- Nowy program Trendy Radio (Krosno).
- Nowy program Radio WAWA Nowy Sącz.

Kwiecień 2015

- Nowy program Radio Wrocław Kultura.
- Nowy program Złote Przeboje 93,2 FM.
- Zmiana nazwy Radio Mazury na Radio ZET Gold Mazury.

Maj 2015

- Nowy program Off Radio Kraków.
- Nowy program Radio Września.
- Zmiana nazwy Radio Konin na Radio RMF MAXXX Konin.

Czerwiec 2015

- Nowy program Radio Złote Przeboje 92,8 FM.

Lipiec 2015

- Zmiana nazwy KRK fm na Radio Pogoda 102,4 FM.
- Zmiana nazwy Radio Blue FM 103,4 na Radio Pogoda 103,4 FM.

Sierpień 2015

- Zmiana nazwy Radio Nostalgia na Radio Pogoda 88,4 i 99,5 FM.
- Zmiana nazwy Radio Złote Przeboje Pogoda 100,1 FM na Radio Złote Przeboje 100,1 FM.

Wrzesień 2015

- Nowy program Radio Pogoda 104,1 FM.
- Nowy program Radio WAWA Gdańsk.

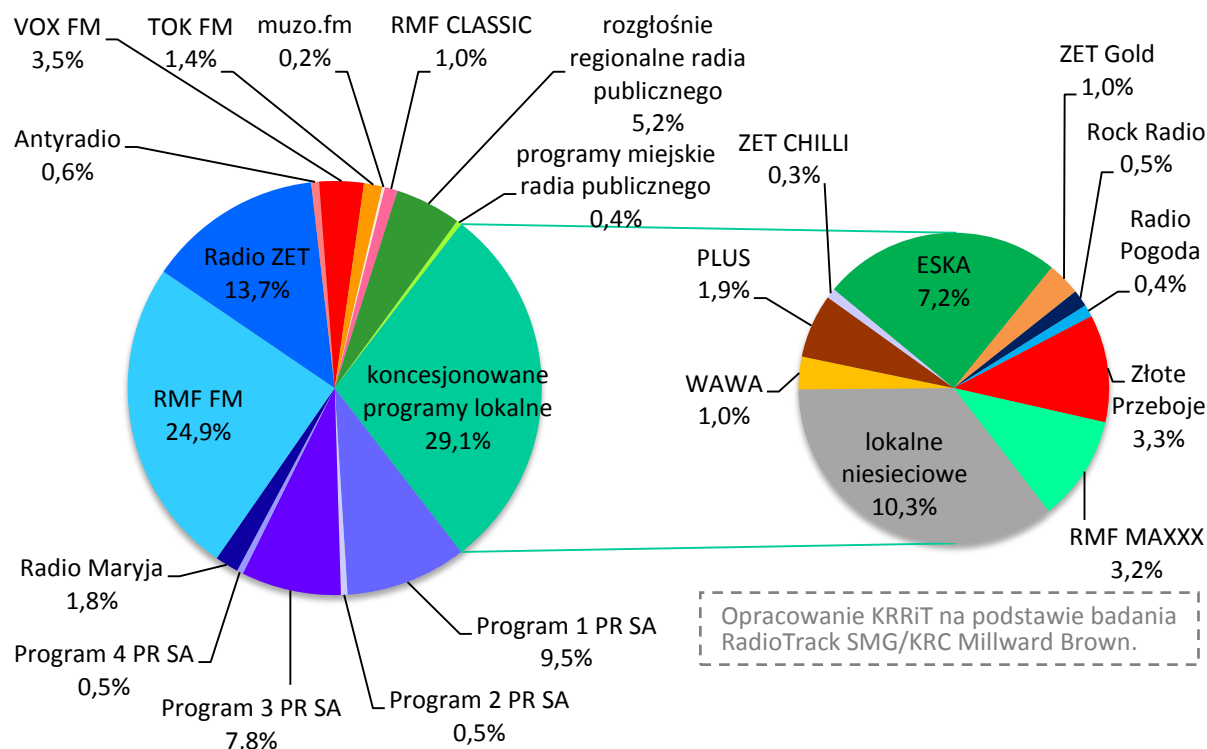
Listopad 2015

- Nowy program Radio Norda 88 FM.
- Nowy program Radio GO FM.
- Zmiana nazwy RMF MAXXX Wrocław na Radio Gra Wrocław.

Ponadto w przypadku niektórych z programów zachodziły zmiany lokalizacji i warunków technicznych stacji nadawczych, co skutkowało zmianami zasięgu technicznego tych programów.

RYNEK RADIOWY W POLSCE

Wykres 1. Struktura rynku radiowego w 2015 roku – udziały w czasie słuchania.



W Polsce nadawane są programy o zasięgu ogólnopolskim (rozpowszechniane na znacznej części terytorium naszego kraju), programy ponadregionalne, rozpowszechniane na kilku, bądź kilkunastu obszarach (głównie w większych miastach), programy regionalne rozpowszechniane na obszarach odpowiadających województwom oraz programy lokalne docierające do słuchaczy w obrębie niewielkich obszarów. Największy udział w czasie słuchania miały skierowane do szerokiego grona słuchaczy, uniwersalne programy o zasięgu ogólnopolskim: Radio RMF FM, Radio Zet oraz Programy 1 i 3 PR SA (Wykres 1.). Wrz

z pozostałymi wyspecjalizowanymi programami ogólnopolskimi: Radiem Maryja, Programem 2 i Programem 4 PR SA programy **ogólnopolskie** zdobyły ponad połowę rynku radiowego. Miały one łącznie **58,6%** udziału w czasie słuchania. Programy **ponadregionalne**: Antyradio, VOX FM, TOK FM, muzo.fm i RMF Classic osiągnęły łącznie **6,7%** udziału w czasie słuchania, programy radia publicznego **regionalne** – **5,2%** (a wraz z programami miejskimi radia publicznego łącznie 5,5%), natomiast koncesjonowane programy **lokalne** – łącznie **29,1%**. Wśród tych ostatnich dominowały programy nadawane pod marką ESKA z **7,2%** udziału w czasie słuchania (mniejsze kółko na wykresie).

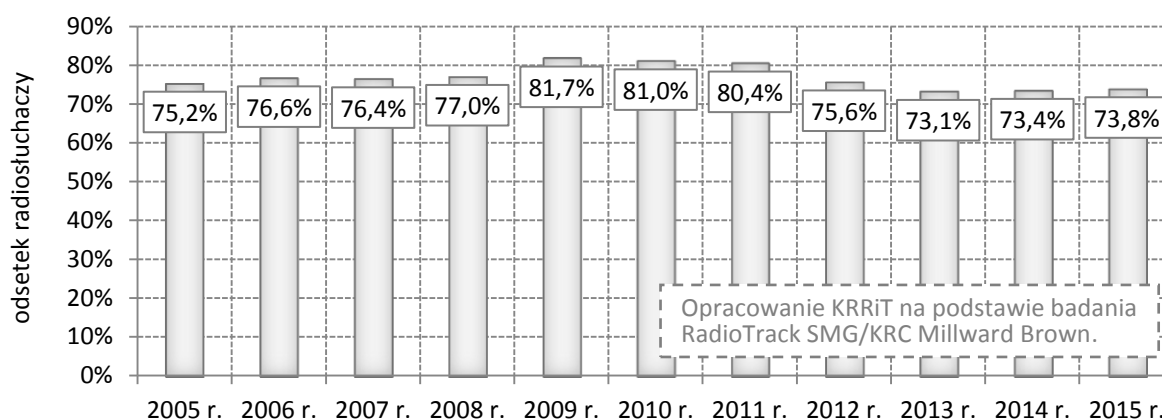
WSKAŹNIKI SŁUCHALNOŚCI I ICH ZMIANY

Wielkość udziału w czasie słuchania, a także zasięg dzienny i średni dzienny czas słuchania programu oraz kierunek zmiany tych wskaźników w porównaniu z poprzednim rokiem zostały zamieszczone w *Tabeli 1.* (na następnej stronie).

© Zasięg dzienny

Wielkość audytorium programów radiowych w 2015 r. była o 0,4 pp. (punkty procentowe) większa niż w roku ubiegłym (*Wykres 2.*). Radia słuchało codziennie średnio **73,8%** mieszkańców Polski

Wykres 2. Odsetek mieszkańców Polski słuchających radia.



Szczególnie duży wzrost zasięgu dziennego dotyczył pięciu programów ponadregionalnych, z których każdy notował wzrost. Łącznie odsetek ich słuchaczy był o 1,8 pp. większy niż przed rokiem. Oznacza to, że programów tych słuchało o ponad pół miliona więcej osób niż przed rokiem. Wśród nich liderem był VOX FM, którego zasięg dzienny wzrósł o 0,9 pp. (co przekłada się na ok. 290 tysięcy słuchaczy). Taki sam wzrost (0,9 pp.) zanotowano dla ogólnopolskiego programu RMF FM. W grupie programów ogólnopolskich wzrostem audytorium cieszył się też nadawca Programu 3 PR SA (o 0,7 pp.), natomiast spadek zasięgu dziennego nastąpił dla Radia ZET (o 1,0 pp.) i dla publicznej *Jedynki* (o 0,5 pp.). W efekcie, łączne audytorium programów ogólnopolskich pozostało na poziomie z przed roku. Wśród pozostałych programów odnotować należy wzrost o 0,7 pp. łącznego audytorium nie sieciowych programów lokalnych (niezwiązanych do sieci programowych).

Tabela 1. Wskaźniki słuchalności programów radiowych w 2015 r. z zaznaczeniem kierunku ich zmiany w porównaniu z rokiem poprzednim.

	Zasięg dzienny	Udział w czasie słuchania (%)	Dzienny czas słuchania
WSZYSTKIE	73,8% ↑	100,0% →	4:33:13 ↑
PROGRAMY OGÓLNOPOLSKIE	53,3% →	58,6% ↓	3:41:38 ↑
Program 1 PR SA	10,4% ↓	9,5% ↓	3:04:22 ↓
Program 2 PR SA	0,8% →	0,5% →	2:04:44 ↓
Program 3 PR SA	8,0% ↑	7,8% ↑	3:15:19 ↑
Program 4 PR SA	0,8% ↑	0,5% →	2:02:34 ↓
Radio RMF FM	28,6% ↑	24,9% ↑	2:55:21 ↑
Radio ZET	18,4% ↓	13,7% ↓	2:29:47 ↓
Radio Maryja	2,7% ↓	1,8% ↓	2:15:39 ↓
PROGRAMY PONADREGIONALNE	8,3% ↑	6,7% ↑	2:44:26 ↑
TOK FM	2,0% ↑	1,4% ↑	2:21:50 ↑
VOX FM	3,9% ↑	3,5% ↑	2:59:25 ↓
RMF CLASSIC	1,6% ↑	1,0% ↑	2:05:41 ↓
Antyradio	0,9% ↑	0,6% ↑	2:16:39 ↑
muzo.fm	0,3% ↑	0,2% ↑	2:47:47 ↑
ROZGŁOŚNIENIE REGIONALNE RADIA PUBLICZNEGO	7,2% ↑	5,2% ↓	2:25:07 ↓
PROGRAMY MIEJSKIE RADIA PUBLICZNEGO	0,5% →	0,4% →	2:26:24 ↑
KONCESJONOWANE PROGRAMY LOKALNE	33,0% ↑	29,1% ↓	2:57:50 ↑
ZET CHILLI	0,4% ↓	0,3% ↓	2:17:54 ↑
ZET Gold	1,5% →	1,0% →	2:18:11 ↑
PLUS	2,5% ↓	1,9% ↓	2:36:53 ↓
ESKA	11,7% →	7,2% ↓	2:04:59 ↓
WAWA	1,5% ↑	1,0% ↑	2:14:50 ↑
Rock Radio	0,8% ↑	0,5% →	2:10:27 ↓
Złote Przeboje	4,6% ↓	3,3% ↓	2:21:53 ↓
Radio Pogoda	0,4% ↑	0,4% ↑	2:48:04 ↑
RMF MAXXX	5,3% ↑	3,2% ↓	2:02:16 ↓
lokalne niesieciowe	12,4% ↑	10,3% ↑	2:46:58 ↑

Opracowanie KRRiT na podstawie badania RadioTrack SMG/KRC Millward Brown.

© Udział w czasie słuchania

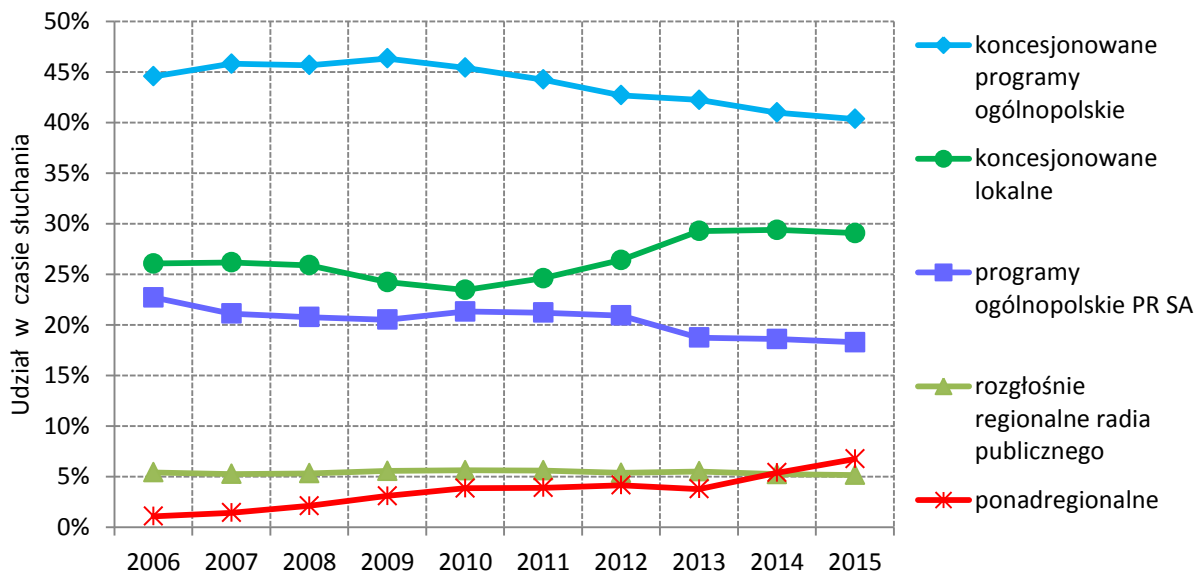
Wzrostowi słuchalności programów ponadregionalnych towarzyszył wzrost ich udziału w czasie słuchania (łącznie o 1,4 pp.) (zob. Wykres 3.). Tu również wiodącym okazało się radio VOX FM, dla którego wskaźnik ten wzrósł o 0,7 pp. Wzrost udziału w czasie słuchania programów ponadregionalnych odbył się kosztem spadku tego wskaźnika dla programów ogólnopolskich. Straciły one łącznie 1,0 pp. udziału. Szczególnie duży spadek popularności nastąpił dla Radia ZET, które straciło 1,4 pp. oraz Programu 1 PR SA (strata 0,9 pp.). Zyskały natomiast program RMF FM (1,0 pp.) oraz Program 3 PR SA (0,6 pp.) (Wykres 4.).

Koncesjonowane programy lokalnie miały łączny udział w czasie słuchania mniejszy o 0,3 pp. niż przed rokiem, ale wśród nich zyskały programy niezrzeszone w sieciach programowych (łącznie 0,5 pp.). Straty zaś odnotowały programy nadawane pod marką ESKA (0,5 pp.), a także programy w sieci Złote Przeboje (0,3 pp.) i sieci Radia Plus (0,3 pp.) (Wykres 5.).

© Zmiany udziału w czasie słuchania w latach 2006-2015

Od 2009 r. trwa systematyczny spadek słuchalności koncesjonowanych programów o zasięgu ogólnopolskim spowodowany przede wszystkim malejącymi notowaniami Radia ZET przy jednoczesnym wzroście słuchalności koncesjonowanych programów lokalnych i programów ponadregionalnych (Wykres 3.).

Wykres 3. Udział w czasie słuchania programów ogólnopolskich, ponadregionalnych, regionalnych oraz lokalnych w latach 2006-2015.

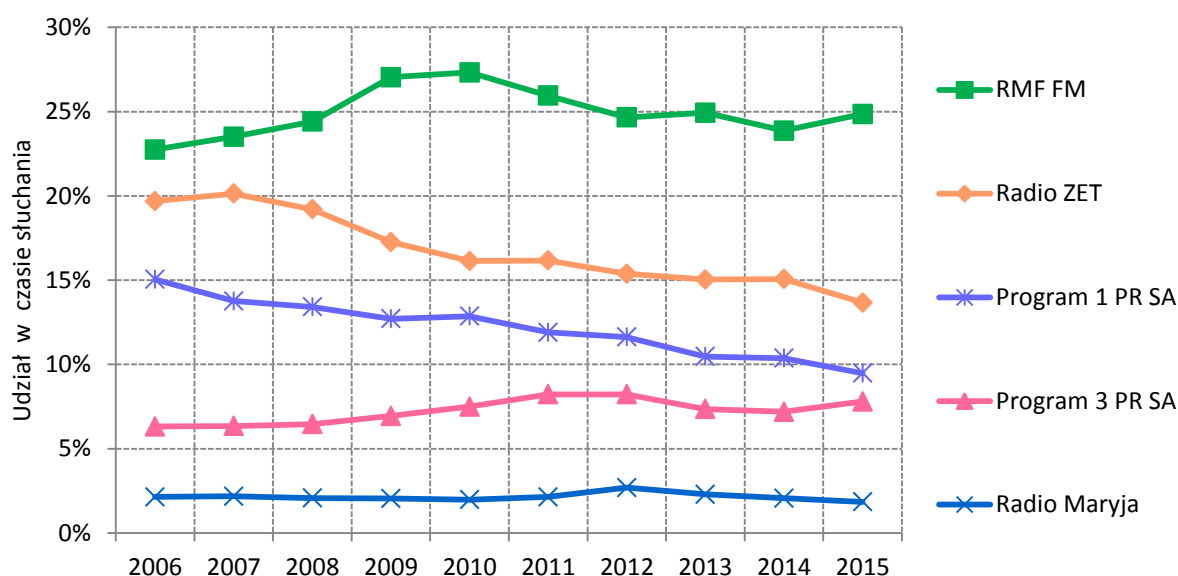


Opracowanie KRRiT na podstawie badania RadioTrack SMG/KRC Millward Brown.

Ogólnopolskie programy Polskiego Radia w ostatnich trzech latach utrzymywały swój łączny udział w czasie słuchania na stałym poziomie nieco ponad 18%, jednak na cały dziesięcioletni okres, ujawnia tendencję spadkową. W stosunku do roku 2006 obecny udział tych programów w czasie słuchania jest mniejszy o 4,5 pp. Przyczynia się do tego głównie stale malejąca popularność Programu 1 PR SA (Wykres 4.).

Największy udział w czasie słuchania, ze znaczącą przewagą nad pozostałymi programami ogólnopolskimi utrzymuje RMF FM. Mimo wahnięcia w dół tego wskaźnika w ubiegłym roku, program ten w ostatnich czterech latach utrzymywał stały, wysoki udział w czasie słuchania na poziomie ok. 25%. Radio ZET, podobnie jak *Jedynka*, systematycznie traci popularność. Program 3 PR SA nieco zwiększył w ostatnim roku swoją słuchalność, jednak patrząc z dłuższej perspektywy można stwierdzić, że od 2010 roku jego udział w czasie słuchania oscyluje wokół wartości 7,7%. Słuchalność społeczno-religijnego Radia Maryja nie ulegała dużym wahaniom w czasie.

Wykres 4. Udział w czasie słuchania ogólnopolskich programów radiowych publicznych i koncesjonowanych w latach 2006-2015¹.

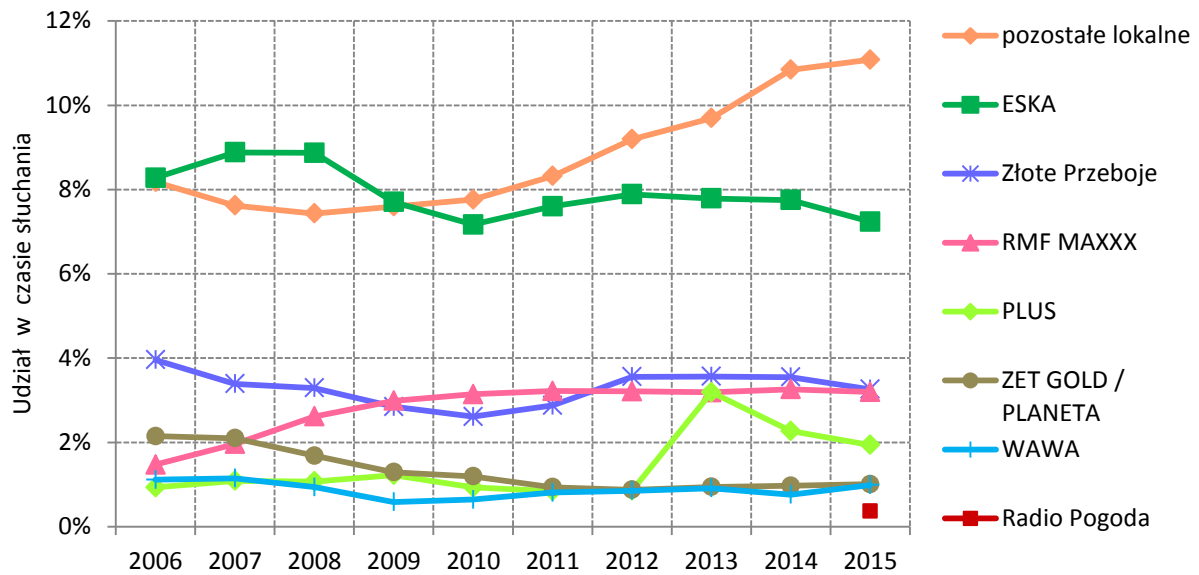


Opracowanie KRRiT na podstawie badania RadioTrack SMG/KRC Millward Brown.

Od 2008 r. obserwowany jest wzrost słuchalności programów oznaczonych na wykresie jako *pozostałe programy lokalne* (Wykres 5.). Grupa ta, to przede wszystkim programy lokalne niesieciowe (w 2015 r. 10,3% udziału w czasie słuchania), a także programy z sieci ZET Chilli i Rock Radio mające łącznie 0,8% udziału (2015 r.). W tym okresie udział w czasie słuchania *pozostałych programów lokalnych* wzrósł o 3,7 pp. Dla najbardziej popularnej sieci programów radiowych ESKA, po kilku latach stałego poziomu słuchalności, w ostatnim roku nastąpił spadek udziału w czasie słuchania do poziomu z 2010 r. Złote Przeboje, RMF MAXX i Zet Gold oraz Radio WAWA utrzymują ostatnich latach stały poziom udziału w czasie słuchania. Wskaźnik ten dla sieci Radia PLUS, ponownie zmalał po dużym skoku słuchalności w 2013 r., kiedy w programach tych grano muzykę taneczną / disco – polo. Obecnie programy te powróciły do formatu *classic hits*.

¹ Ze względu na małą wartość udziału w rynku radiowym, w zestawieniu na wykresie nie zostały uwzględnione Programy 2 i 4 PR SA.

Wykres 5. Udział w czasie słuchania koncesjonowanych programów o zasięgu lokalnym w latach 2006-2015.

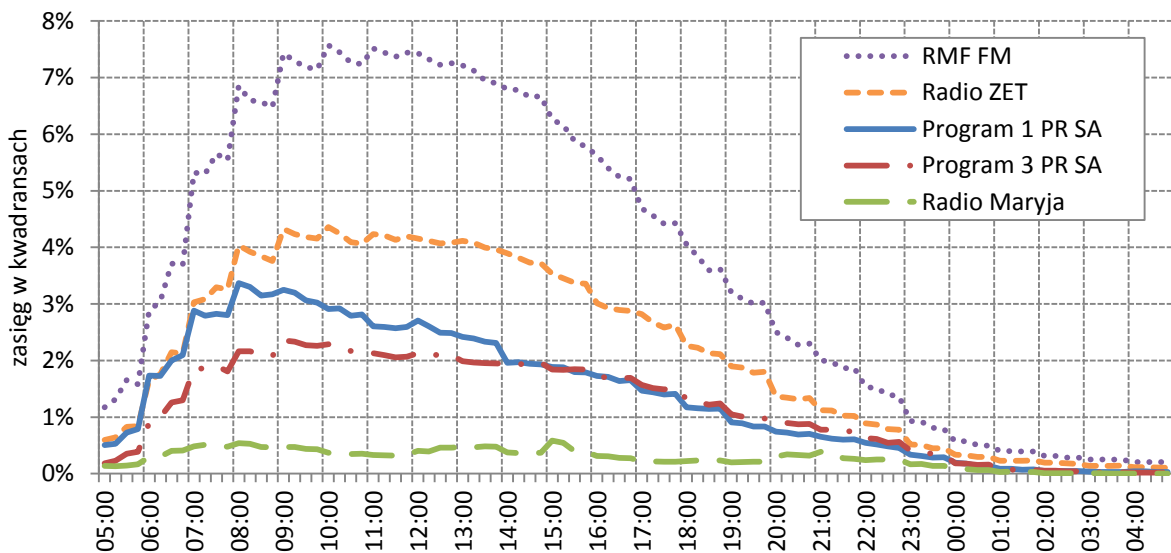


Opracowanie KRRiT na podstawie badania RadioTrack SMG/KRC Millward Brown.

© Dobowy czas słuchania

Respondenci przeznaczali nasłuchanie radia średnio 4 godziny 33 minuty dziennie. Zmiany w dobowym czasie słuchania większości najbardziej popularnych programów i grup programów były niewielkie.

Wykres 6. Dzienny rozkład słuchalności programów ogólnopolskich w 2015 r.²



Opracowanie KRRiT na podstawie badania RadioTrack SMG/KRC Millward Brown.

Charakterystyczne dla radiosłuchaczy w Polsce jest, że medium to towarzyszy im cały dzień, a nie tylko rano i w drodze do pracy, co jest normą w większości innych krajów. Zjawisko to

² Ze względu na małą wartość udziału w rynku radiowym, w zestawieniu na wykresie, nie zostały uwzględnione Programy 2 i 4 PR SA.

obrazuje Wykres 6., na którym przedstawiono krzywą dzienną słuchalności ogólnopolskich programów radiowych, tak zwany zasięg w kwadransach, czyli odsetek słuchaczy danego programu w danym kwadransie. Ogólnie widać, że wysoka słuchalność programów radiowych utrzymuje się od godzin porannego wstawania do popołudniowych powrotów z pracy i włączenia telewizora.

Oba uniwersalne ogólnopolskie programy koncesjonowane, RMF FM i Radio ZET, utrzymywały wysoki, niemal stały poziom audytorium między godziną 8:00 a 15:00. Później liczba ich słuchaczy stopniowo malała. Program 1 PR SA miał najwięcej słuchaczy około godz. 8:00. W następnych godzinach jego audytorium powoli systematycznie malało. Program 3 PR SA utrzymywał swoją wysoką słuchalność najdłużej, bo od godz. 7:00 do ok. 16:00. Społeczno-religijne Radio Maryja przyciągało większą liczbę słuchaczy podczas pasm modlitewnych (7:00 – Msza Święta, 12:30 – różaniec, 15:00 – Koronka do Bożego Miłosierdzia i 21:00 – Apel Jasnogórski), przy czym najwięcej słuchaczy włączało program o godzinie 15:00.

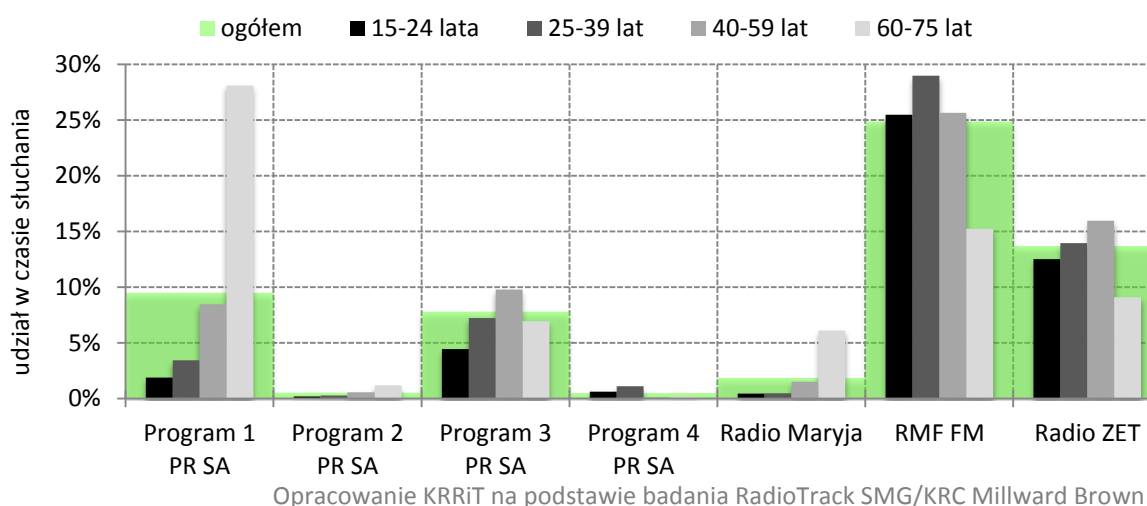
AUDYTORIUM PROGRAMÓW RADIOWYCH – WIEK SŁUCHACZY.

Na kolejnych wykresach pokazany został udział programów radiowych w czasie słuchania wyznaczony dla czterech grup wiekowych odbiorców:

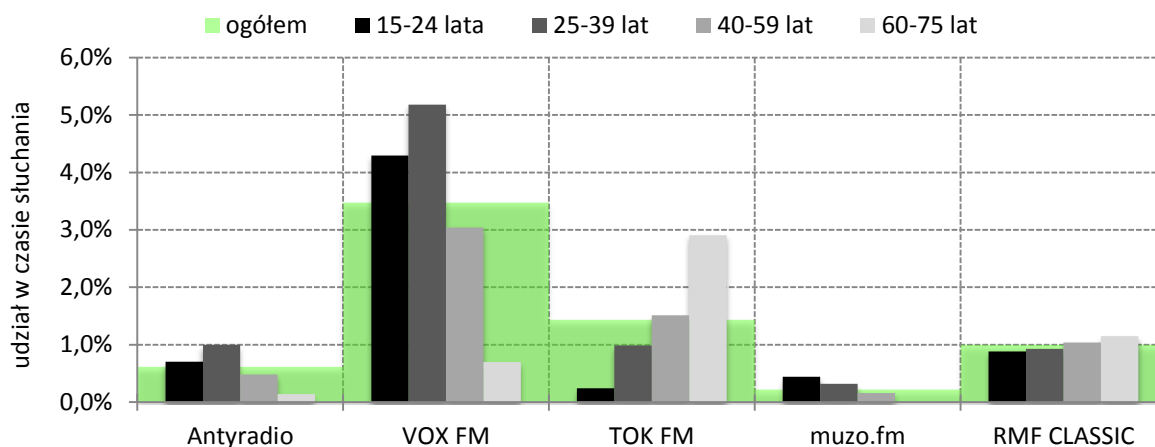
- 15-24 lata – młodzież i młodzi dorośli,
- 25-39 lat – dorośli na etapie początku kariery zawodowej i wychowania dzieci,
- 40-59 lat – dorośli,
- 60-75 lat – kończący karierę zawodową i emeryci.

Zielonym kolorem w tle wykresów zaznaczono wielkość udziału w czasie słuchania obliczoną dla ogółu słuchaczy.

Wykres 7. Udział w czasie słuchania programów ogólnopolskich w 2015 r. w czterech grupach wiekowych słuchaczy.

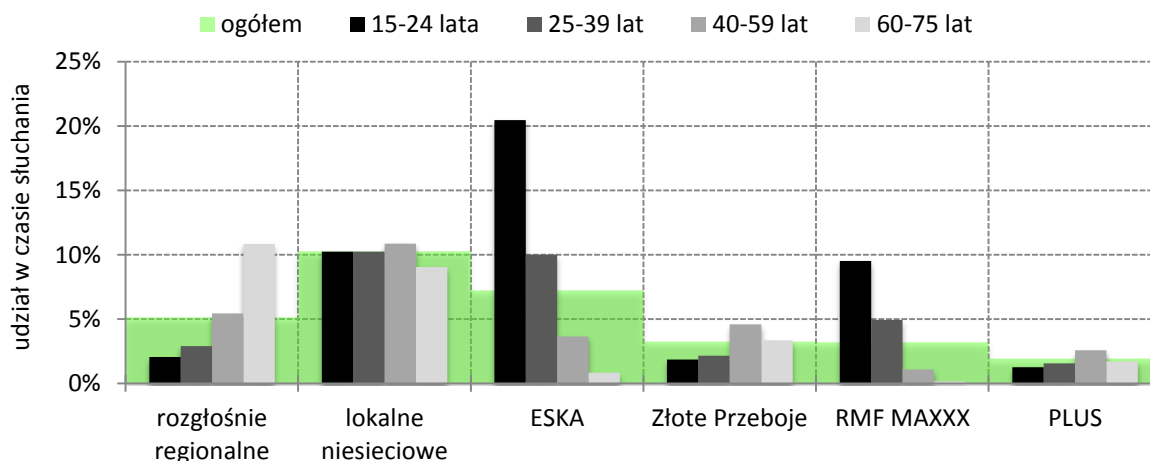


Wykres 8. Udział w czasie słuchania programów ponadregionalnych w 2015 r. w czterech grupach wiekowych słuchaczy.



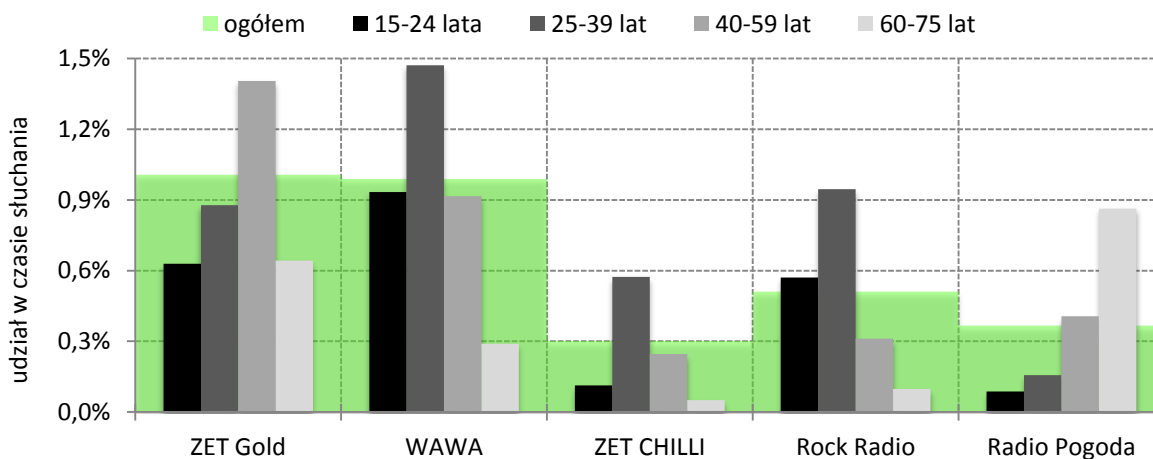
Opracowanie KRRiT na podstawie badania RadioTrack SMG/KRC Millward Brown.

Wykres 9. Udział w czasie słuchania grup programów lokalnych w 2015 r. w czterech grupach wiekowych słuchaczy.



Opracowanie KRRiT na podstawie badania RadioTrack SMG/KRC Millward Brown.

Wykres 10. C.d. udział w czasie słuchania grup programów lokalnych w 2015 r. w czterech grupach wiekowych słuchaczy.



Opracowanie KRRiT na podstawie badania RadioTrack SMG/KRC Millward Brown.

© Programy najbardziej popularne w grupie starszych słuchaczy.

Trzy z programów o zasięgu ogólnopolskim charakteryzowały się wzrostem słuchalności wraz z wiekiem słuchaczy osiągając największą popularność w grupie 60-75 lat. W przypadku Radia Maryja i Programu 1 PR SA udział w czasie słuchania zmierzony w tej grupie słuchaczy był około trzykrotnie wyższy niż dla ogółu słuchaczy, a dla Programu 2 PR SA dwukrotnie większy. Podobny wiekowy profil słuchalności mają: ponadregionalny TOK FM, rozgłośnie regionalne radia publicznego, Radio Pogoda oraz RMF Classic, przy czym dla RMF Classic zależność udziału w czasie słuchania od wieku słuchaczy jest słaba.

© Programy najbardziej popularne w grupie 40-59 lat.

Wśród programów ogólnopolskich znalazły się dwa takie programy: Radio ZET i publiczna *Trójka*, a spośród programów lokalnych najbardziej popularne w tej grupie wiekowej były grające klasyczne przeboje programy z sieci ZET Gold i Złoty Przebojów, społeczno-religijna sieć Radia Plus oraz niesieciowe programy lokalne.

© Programy najbardziej popularne w grupie 25-39 lat.

W tej grupie słuchaczy swój największy udział w czasie słuchania osiągały programy wyspecjalizowane: adresowany do młodzieży, grający mieszankę muzyki pop, elektronicznej, klubowej i hip-hopu Program 4 PR SA, Antyradio z rockiem alternatywnym, VOX FM nadający muzykę taneczną i disco-polo, Chilli ZET z muzyką chilloutową i jazzową, rockowe Rock Radio oraz specjalizujące się w popularnej muzyce polskiej Radio WAWA.

© Programy najbardziej popularne w grupie młodych słuchaczy.

Programami o największej popularności w najmłodszej badanej grupie wiekowej 15-24 lata były grające muzykę klubową, taneczną programy z sieci ESKA i RMF MAXXX a także nadające popularną muzykę rockową radio muzo.fm.

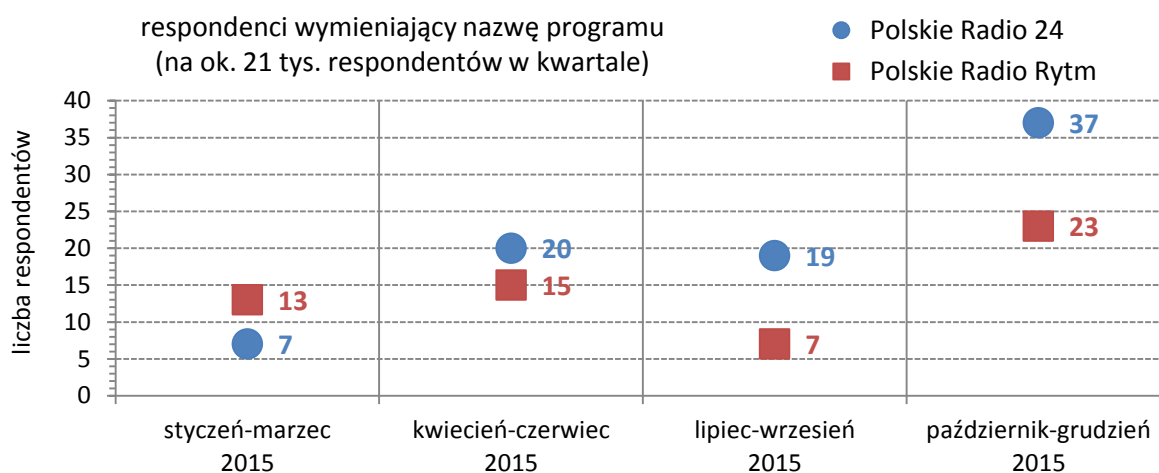
RADIO CYFROWE

W październiku 2013 r. Polskie Radio rozpoczęło nadawanie swoich programów w technologii cyfrowej DAB³. Początkowo z nadajników w Katowicach i Warszawie i stopniowo zwiększając ich zasięg. Wśród programów nadawanych cyfrowo znajdują się wiodące programy Polskiego Radia, nadawane też tradycyjnie: Programy 1, 2, 3 i 4, programy regionalne oraz programy nadawane tylko cyfrowo i w internecie. Od 2014 r. do badania słuchalności radia *Radio Track* zostały włączone dwa programy Polskiego Radia nadawane wyłącznie w standardzie cyfrowym DAB+: Polskie Radio 24 oraz Polskie Radio Rytm. Stwarza to możliwość pozyskania informacji o popularności radia cyfrowego (badanie *Radio Track* nie pozwala stwierdzić, czy słuchacz korzystał z odbiornika cyfrowego, czy analogowego, dlatego nie można wnioskować o słuchalności programu nadawanego cyfrowo w przypadku programów nadawanych równolegle w obu standardach, np. w przypadku publicznej *Jedynki*).

³ <http://dab.polskieradio.pl/>

Okazuje się, że bardzo niewielu respondentów badania zadeklarowało, że słuchało Polskiego Radia 24 (dwunastu respondentów w 2015 r.) oraz Polskiego Radia Rytm (dziesięciu respondentów w 2015 r.). Trudno na tej podstawie zaobserwować jakiegokolwiek tendencje. Natomiast większa liczba respondentów wymieniła spontanicznie (bez podpowiedzi ankietera) nazwy tych programów w odpowiedzi na pytanie o znajomość stacji radiowych. Na poniższym wykresie została przedstawiona dla kolejnych kwartałów 2015 r. liczba respondentów spontanicznie wymieniających nazwy programów: Polskie Radio 24 lub Polskie Radio Rytm

Wykres 11. Znajomość spontaniczna (liczba respondentów) programów nadawanych wyłącznie cyfrowo.



Opracowanie KRRiT na podstawie badania RadioTrack SMG/KRC Millward Brown.

Poziom znajomości obu tych programów jest bardzo mały. Na 21 tysięcy respondentów w jednym kwartale, maksymalnie 37 zadeklarowało znajomość Polskiego Radia 24, co stanowi zaledwie dwa promile. Dla porównania, znajomość programu TOK FM w ciągu kwartału deklaruje ok. 2,5 tys., czyli ok. 12% respondentów. Widać natomiast, że w ostatnim kwartale 2015 nastąpił mniej więcej dwukrotny wzrost tego wskaźnika dla obu omawianych programów. Ten skok świadomości respondentów o obecności na rynku radiowym programów cyfrowych mógł być efektem przeprowadzanej jesienią kampanii promocyjnej radia cyfrowego.