



KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

Udział w rynku i wielkość audytorium programów radiowych w IV kwartale 2013 r.

Analiza i opracowanie Monika Trochimczuk
Departament Monitoringu

Warszawa 2014

WSTĘP

Prezentowana analiza została przeprowadzona na podstawie badania audytorium radia *Radio Track* Millward Brown zrealizowanego na ogólnopolskiej próbie osób w wieku 15-75 lat. Wielkość próby dla IV kwartału 2013 r. wyniosła 21 069 respondentów. Badaniem objęte były programy radiowe publiczne i koncesjonowane nadawane przez całą dobę (262 programy).

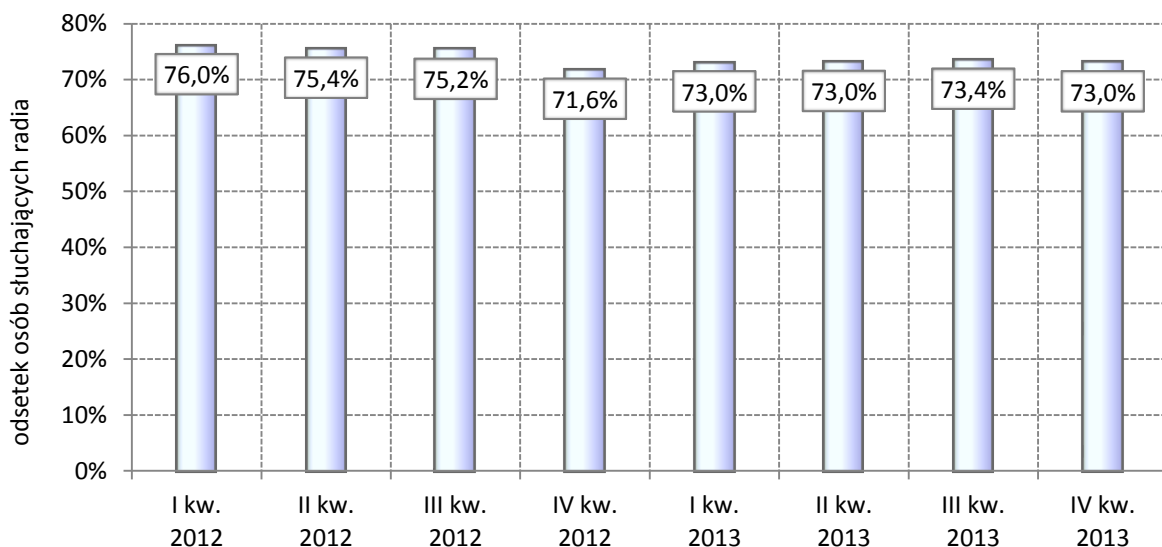
Wskaźniki wykorzystane w analizie to:

- **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 %**, inaczej 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 przeznaczali na słuchanie programu.

SŁUCHANIE RADIA

Odsetek mieszkańców Polski słuchających radia¹ zmniejszył się w stosunku do poprzedniego kwartału o 0,4 pkt. proc. i wyniósł **73,0%** wracając do wartości z pierwszych dwóch kwartałów tego roku. Na słuchanie radia respondenci poświęcali średnio 4 godz. i 33 min. w ciągu doby.

Wykres 1. Dzienny odsetek mieszkańców Polski słuchających radia¹.

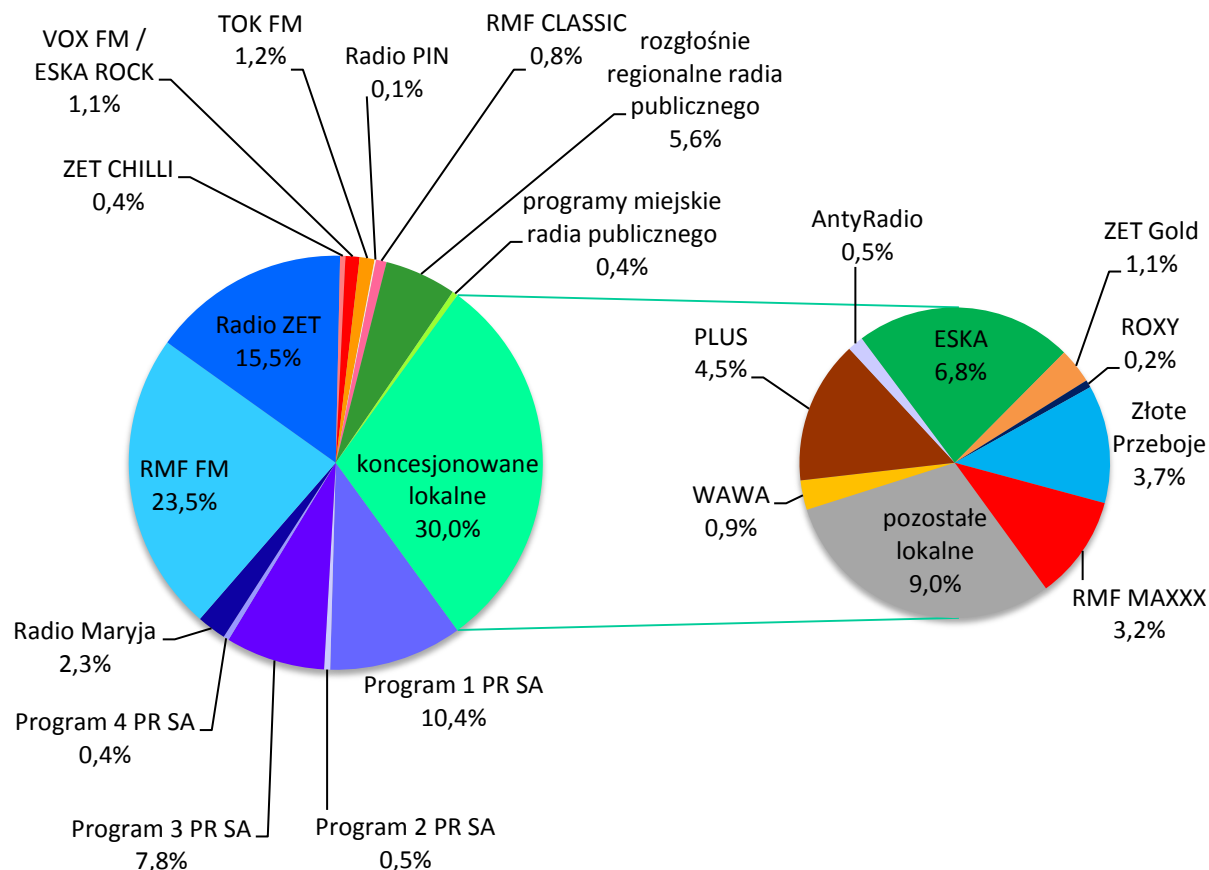


¹ Co najmniej jednego z programów objętych badaniem *Radio Track*.

RYNEK RADIOWY W POLSCE

Na Wykresie 2. zostały przedstawione udziały programów w czasie słuchania, w IV kwartale 2013 r.

Wykres 2. Rynek radiowy w Polsce – wrzesień-grudzień 2013.



Najwięcej czasu radiosłuchacze poświęcili na słuchanie programów o zasięgu ogólnokrajowym: RMF FM, Radia Zet, Programów 1 i 3 PR SA, Radia Maryja oraz Programów 2 i 4 PR SA. Szczególnie popularne były pierwsze cztery z nich, które są programami uniwersalnymi. Łącznie, udział w czasie słuchania programów ogólnokrajowych wyniósł **60,3%**. Programy ponadregionalne, których odbiór jest możliwy głównie w większych miastach: Zet Chilli, Eska Rock (od grudnia nadawane pod nazwą VOX FM), TOK FM, Radio PiN, RMF Classic, miały łącznie **3,6%** udziału w czasie słuchania. Programom regionalnym oraz programom miejskim radia publicznego przypadło łącznie **6,0%** udziału w czasie słuchania, zaś koncesjonowanym programom o zasięgu lokalnym łącznie **30,0%**.

WSKAŹNIKI SŁUCHALNOŚCI I ICH ZMIANY

Wskaźniki słuchalności programów radiowych w III kwartale 2013 r. zamieszczone zostały w Tabeli 1.

Tabela 1. Wskaźniki słuchalności programów radiowych w IV kwartale 2013 r. z zaznaczeniem kierunku ich zmiany w stosunku do poprzedniego kwartału.

	Zasięg dzienny	Udział w czasie słuchania (%)	Dzienny czas słuchania
WSZYSTKIE	73,0% ↓	100,0% →	4:32:33 ↓
PROGRAMY OGÓLNOPOLSKIE	54,2% ↑	60,3% ↑	3:41:16 ↓
Program 1 PR SA	10,9% ↓	10,4% ↓	3:09:45 ↓
Program 2 PR SA	0,7% ↓	0,5% ↑	2:12:35 ↑
Program 3 PR SA	7,7% ↑	7,8% ↑	3:19:44 ↑
Program 4 PR SA	0,7% ↑	0,4% →	2:07:50 ↓
Radio RMF FM	27,9% ↓	23,5% ↓	2:47:24 ↓
Radio ZET	19,3% ↑	15,5% ↑	2:39:01 ↑
Radio Maryja	3,4% ↑	2,3% ↑	2:14:43 ↑
PROGRAMY PONADREGIONALNE	5,0% ↓	3,6% ↓	2:23:13 ↓
TOK FM	1,6% →	1,2% ↑	2:22:08 ↑
VOX FM / ESKA ROCK	1,8% ↓	1,1% ↓	2:03:40 ↓
RMF CLASSIC	1,3% ↑	0,8% →	2:05:25 ↓
ZET CHILLI	0,6% →	0,4% ↑	2:22:18 ↑
Radio PIN	0,2% →	0,1% →	1:56:41 ↑
ROZGŁOŚNIE REGIONALNE RADIA PUBLICZNEGO	7,3% ↓	5,6% ↑	2:32:16 ↑
PROGRAMY MIEJSKIE RADIA PUBLICZNEGO	0,6% ↑	0,4% →	2:20:37 ↓
KONCESJONOWANE PROGRAMY LOKALNE	32,6% ↑	30,0% ↓	3:02:51 ↓
AntyRadio	0,9% ↑	0,5% →	1:48:20 ↓
ZET Gold	1,5% ↑	1,1% ↑	2:28:57 ↓
PLUS	4,6% →	4,5% ↓	3:13:29 ↓
ESKA	11,1% ↑	6,8% ↓	2:01:19 ↓
WAWA	1,6% ↑	0,9% →	1:58:17 ↓
ROXY	0,5% →	0,2% ↓	1:37:42 ↓
Złote Przeboje	5,1% ↑	3,7% →	2:22:30 ↓
RMF MAXXX	5,0% ↑	3,2% ↑	2:09:33 ↑
pozostałe lokalne	10,8% ↑	9,0% ↑	2:45:51 ↓

Udział w czasie słuchania

Łączny udział w czasie słuchania programów **ogólnopolskich** wzrósł w porównaniu do poprzedniego kwartału o 0,6 pkt. proc. Wzrostem tego wskaźnika cieszyły się Radio ZET (o 1,2 pkt. proc.), Program 3 PR SA (o 0,9 pkt. proc.) oraz Radio Maryja (o 0,4 pkt. proc.). Spadek odnotowały: radio RMF FM (o 1,2 pkt. proc.) oraz Program 1 PR SA (o 0,8 pkt. proc.).

Zmiany udziałów w czasie słuchania programów o zasięgu **ponadregionalnym** były w ostatnim kwartale niewielkie. Największa dotyczyła Radia ESKA Rock, które od grudnia nadawane jest pod nazwą Radio VOX FM. Zmiana nazwy związana jest też ze zmianą formatu muzycznego z active rocka granego przez ESKĘ Rock na disco z lat 80 i 90 nadawane przez VOX FM. W ostatnim kwartale udział w czasie słuchania ESKI Rock / VOX FM zmalał o 0,3 pkt. proc.

Łączny udział w czasie słuchania programów **regionalnych** radia publicznego wzrósł w stosunku do poprzedniego kwartału o 0,1 pkt. proc.

Programy koncesjonowane o zasięgu **lokalnym** odnotowały w ostatnim kwartale spadek udziału w czasie słuchania o 0,7 pkt. proc. Najwięcej, 0,9 pkt. proc., straciły programy nadawane pod marką ESKA. Programy nadawane pod marką PLUS po gwałtownym wzroście popularności w III kwartale 2013 r. w IV kwartale odnotowały spadek udziału w czasie słuchania. Programy te przeszły w grudniu kolejną zmianę formatu muzycznego wracając z muzyki disco do formatu oldies. Wzrostem udziału w czasie słuchania cieszyć się mogły programy spod marki RMF MAXXX (o 0,5 pkt. proc.).

Zasięg dzienny

Odsetek słuchaczy zwiększył się w ostatnim kwartale najbardziej w przypadku koncesjonowanych programów lokalnych (łącznie). Wśród nich najwięcej słuchaczy przybyło programom spod marki ZET Gold (o 0,5 pkt. proc.). Znaczniejszy wzrost audytorium odnotowały też Program 3 PR SA i Radio ZET (po 0,6 pkt. proc. każdy) oraz Radio Maryja (0,5 pkt. proc.). Spadek zasięgu dziennego dotknął przede wszystkim Radio RMF FM (o 1,0 pkt. proc.), Program 1 PR SA (o 0,9 pkt. proc.) oraz rozgłośnie regionalne radia publicznego (łącznie o 0,4 pkt. proc.).

Dobowy czas słuchania

Zmiany w dobowym czasie słuchania najbardziej popularnych programów / grup programów nie były duże. O 19 minut krócej słuchane były programy spod marki ESKA i marki PLUS, a o 17 minut spod marki Złote Przeboje.