



KRAJOWA RADA  
RADIOFONII i TELEWIZJI

---

Udział w rynku i wielkość audytorium  
programów radiowych w II kwartale 2011 r.

---

Analiza i opracowanie Monika Trochimczuk  
DEPARTAMENT PROGRAMOWY

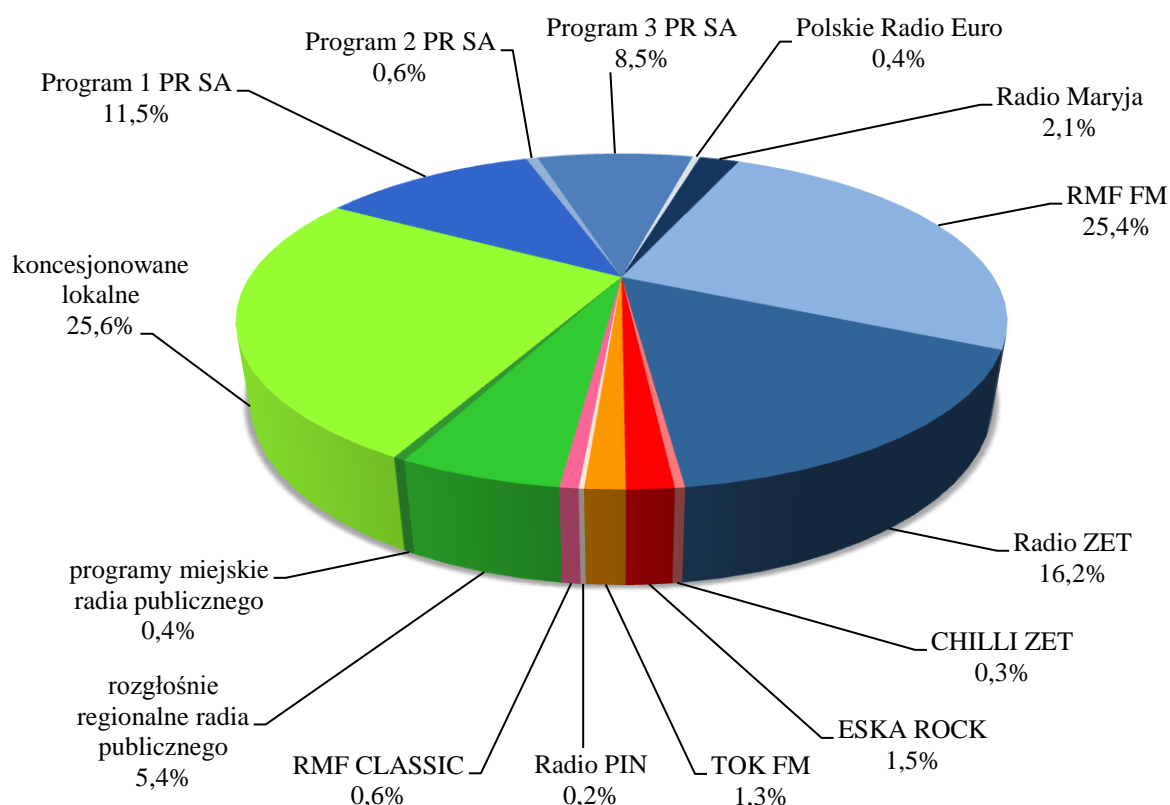
WARSZAWA 2011

Analiza została przeprowadzona na podstawie badania audytorium radia *Radio Track*, *SMG/KRC Millward Brown* zrealizowanego na ogólnopolskiej próbie osób w wieku 15-75 lat. Wielkość próby dla okresu kwiecień-czerwiec 2011 r. wyniosła 21 081 respondentów.

W II kwartale 2011 radia słuchało **76,6%** Polaków, średnio przez 4 godziny i 31 minut dziennie. Odsetek radiosłuchaczy zmalał o 1 pkt. proc. w stosunku do poprzedniego kwartału.

Na wykresie 1. została przedstawiona struktura rynku radiowego w Polsce w badanym okresie. Najpopularniejszą grupą programów były programy o zasięgu ogólnokrajowym (Program 1, 2, 3 i Radio Euro PR SA, Radio Maryja, RMF FM i Radio Zet). Ich łączny udział w rynku wyniósł **64,6%**. Programy ponadregionalne (Chilli Zet, Eska Rock, TOK FM, Radio PiN, RMF Classic) objęły łącznie **4,0%** udziału w rynku, programy regionalne radia publicznego, oraz programy miejskie radia publicznego łącznie – **5,8%**, natomiast koncesjonowane programy o zasięgu lokalnym miały łącznie **25,6%**.

**Wykres 1. Rynek radiowy w Polsce – kwiecień-czerwiec 2011.**



W Tabeli 1 przedstawione zostały podstawowe wskaźniki słuchalności programów radiowych. Ich omówienie znajduje się poniżej.

**Tabela 1. Wskaźniki słuchalności programów radiowych w II kwartale 2011 r.**

II kwartał 2011			
Programy	Zasięg dzienny	Udział w rynku (%)	Dzienny czas słuchania
wszystkie	76,7%	100,0%	4 godz. 31 min.
programy ogólnopolskie	59,5%	64,6%	3 godz. 45 min.
Program 1 PR SA	13,1%	11,5%	3 godz. 1 min.
Program 2 PR SA	1,2%	0,6%	1 godz. 50 min.
Program 3 PR SA	8,9%	8,5%	3 godz. 17 min.
Polskie Radio Euro	0,7%	0,4%	1 godz. 53 min.
Radio RMF FM	30,8%	25,4%	2 godz. 51 min.
Radio ZET	22,0%	16,2%	2 godz. 33 min.
Radio Maryja	3,1%	2,1%	2 godz. 25 min.
programy ponadregionalne	5,6%	4,0%	2 godz. 26 min.
TOK FM	1,9%	1,3%	2 godz. 22 min.
ESKA ROCK	2,3%	1,5%	2 godz. 18 min.
RMF CLASSIC	1,1%	0,6%	2 godz. 1 min.
CHILLI ZET	0,6%	0,3%	1 godz. 58 min.
Radio PIN	0,3%	0,2%	2 godz. 6 min.
rozgłośnie regionalne radia publicznego	8,5%	5,4%	2 godz. 11 min.
programy miejskie radia publicznego	0,6%	0,4%	2 godz. 13 min.
koncesjonowane programy lokalne	30,5%	25,6%	2 godz. 54 min.

#### **POLSKIE RADIO SA – PROGRAMY OGÓLNOPOLSKIE**

**Program 1** miał spośród programów Polskiego Radia SA najwyższą słuchalność. Jego udział w rynku spadł w stosunku do poprzedniego kwartału o 0,8 pkt. proc. i wyniósł **11,5%**. Słuchało go **13,1%** Polaków (o 1,2 pkt. proc. mniej niż w poprzednim kwartale) przez średnio 3 godz. 1 min. dziennie.

Wskaźniki słuchalności **Programu 2** były podobne jak w I kwartale 2011 r. Jego udział w rynku wyniósł **0,6%**, zasięg dzienny – **1,2%**, a średni dzienny czas słuchania – 1 godz. 50 min.

Udział **Programu 3** w rynku wyniósł **8,5%**, a więc spadł w ciągu ostatniego kwartału o 0,2 pkt. proc. *Trójki* słuchało **8,9%** Polaków (o 0,7 pkt. proc. mniej niż w poprzednim kwartale) przez, średnio, 3 godz. 17 min. dziennie.

**Polskie Radio Euro** miało **0,4%** udziału w rynku. Słuchało go **0,7%** respondentów, a średni dzienny czas słuchania tego programu był krótszy o 48 min niż w poprzednim kwartale i wyniósł 1 godz. 50 min.

#### ROZGŁOŚNIE REGIONALNE RADIA PUBLICZNEGO

W II kwartale 2011 r. udział w rynku rozgłośni regionalnych radia publicznego wyniósł łącznie **5,8%**, w tym 5,4% to udział programów o zasięgu regionalnym, a 0,4% programów miejskich. Wskaźnik ten był o 0,5 pkt. proc. niższy niż w poprzednim kwartale. Audytorium tych programów stanowiło, podobnie jak poprzednio, **9,1%** respondentów, a średni dzienny czas ich słuchania był o 10 min. krótszy i wyniósł 2 godz. 12 min.

#### OGÓLNOPOLSKIE PROGRAMY KONCESJONOWANE

Wskaźniki słuchalności najbardziej popularnego programu radiowego – **RMF FM** – były podobne jak w poprzednim kwartale. Jego udział w rynku wyniósł **25,4%**, słuchało go **30,8%** respondentów przez średnio 2 godz. 51 min. dziennie.

Niewiele zmieniła się też słuchalność **Radia ZET**, którego udział w rynku miał wartość **16,2%** (o 0,1 pkt. proc. mniej), zasięg dzienny – **22,0%** (o 0,1 pkt. proc. więcej), a średni dzienny czas słuchania – 2 godz. 33 min. dziennie.

**Radio Maryja** uzyskało w analizowanym okresie **2,1%** udziału w rynku (o 0,3 pkt. proc. mniej niż w poprzednim kwartale). Słuchało go **3,1%** respondentów (również o 0,3 pkt. proc. mniej) przeznaczając na to średnio 2 godz. 25 min. dziennie.

#### PONADREGIONALNE PROGRAMY KONCESJONOWANE

Najpopularniejszym programem ponadregionalnym była **ESKA ROCK**. Zwiększyła ona w ostatnim kwartale swój udział w rynku o 0,2 pkt. proc. do **1,5%**. Odsetek jej słuchaczy również był o 0,2 pkt. proc. większy i wyniósł **2,3%**. Słuchano jej średnio przez 2 godz. 18 min. dziennie (o 6 minut dłużej).

Kolejny z programów ponadregionalnych **TOK FM** miał **1,3%** udziału w rynku, słuchało go **1,9%** Polaków przez średnio 2 godz. 22 min. dziennie.

**RMF Classic** osiągnął **0,6%** udziału w rynku, jego audytorium wyniosło **1,1%**, a średni dzienny czas słuchania – 2 godz. 1 min. (o 18 min mniej niż w poprzednim kwartale).

Program **CHILLI ZET** zajął **0,3%** rynku radiowego. Słuchało go **0,6%** respondentów średnio przez 1 godz. 58 min. dziennie.

**Radio PiN** miało **0,2%** udziału w rynku, jego zasięg dzienny wyniósł **0,3%**, a średni dzienny czas słuchania – 2 godz. 6 min.

#### PROGRAMY KONCESJONOWANE O ZASIĘGU LOKALNYM

Wszystkie koncesjonowane programy lokalne łącznie zanotowały w ostatnim kwartale wyraźny wzrost udziału w rynku o 1,8 pkt. proc. Wskaźnik ten osiągnął **25,6%**. Odsetek słuchaczy tych programów wzrósł o 0,7 pkt. proc. do **30,5%**, a średni dzienny czas ich słuchania wyniósł 2 godz. 54 min.