



KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

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

Analiza i opracowanie Monika Trochimczuk
DEPARTAMENT MONITORINGU

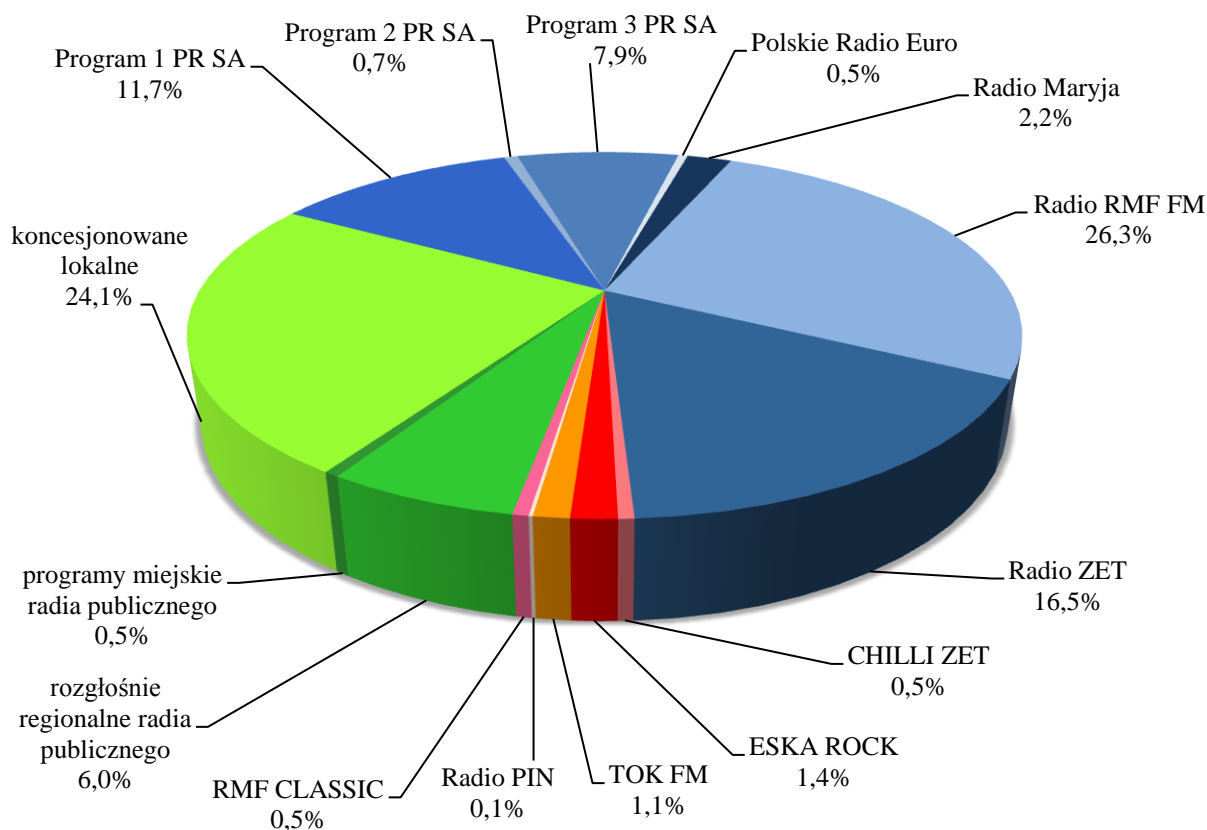
WARSZAWA 2011

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 lipiec-wrzesień 2011 r. wyniosła 21 040 respondentów.

W III kwartale 2011 radia słuchało **76,8%** Polaków, średnio przez 4 godziny i 35 minut dziennie.

Na wykresie 1. przedstawiono strukturę rynku radiowego w Polsce w badanym okresie. Najchętniej słuchaną 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 **65,7%**. Programy ponadregionalne (Chilli Zet, Eska Rock, TOK FM, Radio PiN, RMF Classic) objęły łącznie **3,7%** udziału w rynku, programy regionalne radia publicznego, oraz programy miejskie radia publicznego łącznie – **6,4%**, natomiast koncesjonowane programy o zasięgu lokalnym miały łącznie **24,1%**.

Wykres 1. Rynek radiowy w Polsce – lipiec-wrzesień 2011.



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

Tabela 1. Wskaźniki słuchalności programów radiowych w III kwartale 2011 r.

| III kwartał 2011 | | | |
|---|----------------|--------------------|------------------------|
| Programy | Zasięg dzienny | Udział w rynku (%) | Dzienny czas słuchania |
| wszystkie | 76,8% | 100,0% | 4 godz. 35 min. |
| programy ogólnopolskie | 60,2% | 65,7% | 3 godz. 51 min. |
| Program 1 PR SA | 13,8% | 11,7% | 3 godz. 00 min. |
| Program 2 PR SA | 1,0% | 0,7% | 2 godz. 18 min. |
| Program 3 PR SA | 9,1% | 7,9% | 3 godz. 4 min. |
| Polskie Radio Euro | 0,8% | 0,5% | 2 godz. 2 min. |
| Radio RMF FM | 31,9% | 26,3% | 2 godz. 55 min. |
| Radio ZET | 22,6% | 16,5% | 2 godz. 35 min. |
| Radio Maryja | 3,4% | 2,2% | 2 godz. 15 min. |
| programy ponadregionalne | 5,3% | 3,7% | 2 godz. 25 min. |
| TOK FM | 1,7% | 1,1% | 2 godz. 22 min. |
| ESKA ROCK | 2,3% | 1,4% | 2 godz. 13 min. |
| RMF CLASSIC | 0,9% | 0,5% | 2 godz. 4 min. |
| CHILLI ZET | 0,8% | 0,5% | 2 godz. 17 min. |
| Radio PIN | 0,3% | 0,1% | 1 godz. 31 min. |
| rozgłośnie regionalne radia publicznego | 8,8% | 6,0% | 2 godz. 24 min. |
| programy miejskie radia publicznego | 0,6% | 0,5% | 2 godz. 44 min. |
| koncesjonowane programy lokalne | 30,1% | 24,1% | 2 godz. 50 min. |

POLSKIE RADIO SA – PROGRAMY OGÓLNOPOLSKIE

Najchętniej słuchany spośród programów Polskiego Radia SA **Program 1** miał **11,7%** udziału w rynku, a więc o 0,3 pkt. więcej niż w poprzednim kwartale. Słuchało go **13,8%** Polaków (o 0,7 pkt. proc. więcej) przez średnio 3 godz. dziennie.

Wskaźniki słuchalności **Programu 2** nie uległy w ostatnim kwartale dużym zmianom. Jego udział w rynku wyniósł **0,7%**, a zasięg dzienny – **1,0%**. Średni dzienny czas słuchania był o 28 min. dłuższy niż w II kwartale i wyniósł 2 godz. 28 min.

Program 3 osiągnął **7,9%** udziału w rynku. Było to o 0,5 pkt. proc. mniej niż w II kwartale 2011. Słuchało go **9,1%** Polaków (o 0,2 pkt. proc. więcej) przez, średnio, 3 godz. 4 min. dziennie.

Polskie Radio Euro miało **0,5%** udziału w rynku. Słuchało go **0,8%** respondentów, a średni dzienny czas słuchania tego programu wyniósł 2 godz. 2 min.

ROZGŁOŚNIE REGIONALNE RADIA PUBLICZNEGO

W III kwartale 2011 r. udział w rynku rozgłośni regionalnych radia publicznego wyniósł łącznie **6,45%**, czyli o 0,7 pkt. proc. więcej niż w kwartale II. 6,0% udziału w rynku przypadło programom o zasięgu regionalnym, natomiast 0,5% programom miejskim. Audytorium rozgłośni regionalnych wzrosło w ostatnim kwartale o 0,2 pkt. proc. i wyniosło **9,3%**, a średni dzienny czas ich słuchania wzrósł o 15 min. do 2 godz. 27 min. dziennie.

OGÓLNOPOLSKIE PROGRAMY KONCESJONOWANE

Najpopularniejszym programem radiowym było **RMF FM**. Jego wskaźniki słuchalności wzrosły w ciągu ostatniego kwartału – udział w rynku o 0,9 pkt. proc. do **26,3%**, zasięg dzienny o 1,1 pkt. proc. do **31,9%**. Średni dzienny czas słuchania tego programu wyniósł 2 godz. 55 min.

Zwiększyła się również słuchalność **Radia ZET**, którego udział w rynku miał wartość **16,5%** (o 0,4 pkt. proc. więcej niż w ubiegłym kwartale), zasięg dzienny – **22,6%** (o 0,6 pkt. proc. więcej), a średni dzienny czas słuchania wyniósł 2 godz. 35 min.

Wskaźniki słuchalności **Radia Maryja** pozostały na poziomie z poprzedniego kwartału. Uzyskało ono **2,2%** udziału w rynku, jego audytorium wyniosło **3,4%** a średni czas słuchania tego programu w ciągu dnia – 2 godz. 15 min.

PONADREGIONALNE PROGRAMY KONCESJONOWANE

Zmiany wskaźników słuchalności programów ponadregionalnych w III kwartale 2011 r. były niewielkie. Najchętniej słuchano programu **ESKA ROCK**, którego udział w rynku wyniósł **1,4%**. Miał on też największe w tej grupie programów audytorium, wynoszące **2,3%**. Słuchano go średnio przez 2 godz. 13 min. dziennie.

Radio **TOK FM** osiągnęło **1,1%** (o 0,2 pkt. proc. mniej niż w ubiegłym kwartale). Programu tego słuchało **1,7%** respondentów (o 0,3 pkt. proc. mniej) przez średnio 2 godz. 22 min. dziennie.

RMF Classic miał **0,5%** udziału w rynku, jego audytorium wyniosło **0,9%** (o 0,2 pkt. proc. mniej niż w poprzednim kwartale), a średni dzienny czas słuchania – 2 godz. 4 min.

Zarówno udział w rynku, jak zasięg dzienny programu **CHILLI ZET** wzrosły w stosunku do ubiegłego kwartału o 0,2 pkt. proc. Pierwszy z tych wskaźników do **0,5%**, a drugi do **0,8%**. Słuchano go średnio przez 2 godz. 17 min. dziennie (o 19 min. dłużej niż w poprzednim kwartale).

Radio PiN miało **0,1%** udziału w rynku, jego zasięg dzienny wyniósł **0,3%**, a średni dzienny czas słuchania – 1 godz. 31 min.

PROGRAMY KONCESJONOWANE O ZASIĘGU LOKALNYM

Łączny udział koncesjonowanych programów lokalnych w rynku spadł w ostatnim kwartale o 1,5 pkt. proc. do wartości **24,1%**. Odsetek słuchaczy tych programów był mniejszy o 0,4 pkt. proc. i wyniósł **30,1%**, a średni dzienny czas ich słuchania wyniósł 2 godz. 50 min.