



BInAR

Badanie Internetowego Audytorium Radia



lato 2010

Badanie Internetowego Audytorium Radia



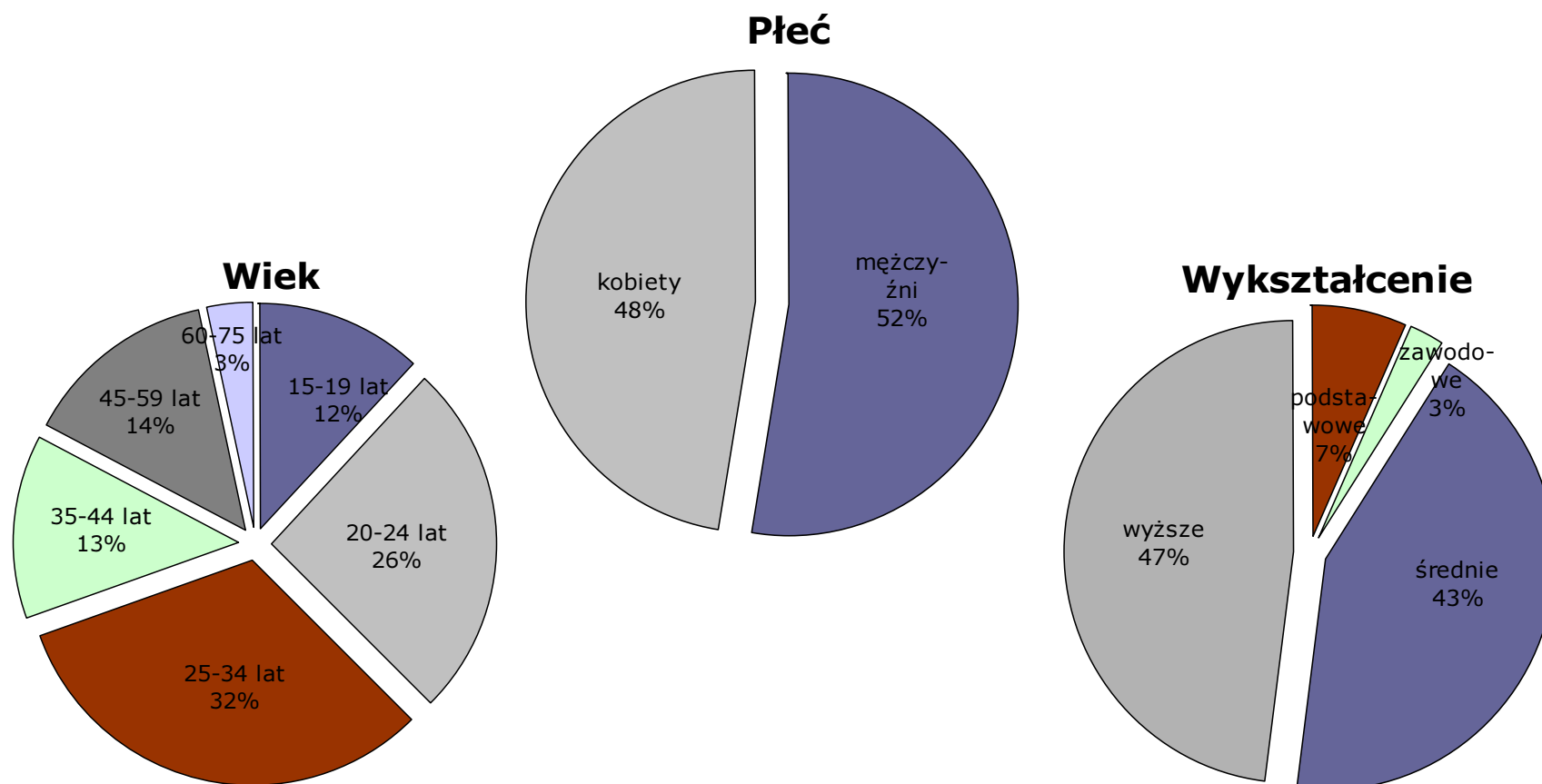
Cel: poznanie zwyczajów i postaw związanych z korzystaniem z radia w Internecie

Czas: 7-18 maja 2010

Sposób: ankieta internetowa (CAWI)

Badani: zaproszenie do badania zostało wysłane na 3100 adresów e-mail, które zostały zebrane w okresie od stycznia do kwietnia 2010 od respondentów badania Radio Track. Ankiety wypełniło **618** respondentów.

Ponad 2/3 respondentów stanowią słuchacze w wieku 15-34, niemal wszyscy mają średnie lub wyższe wykształcenie. Struktura próby odzwierciedla strukturę populacji internautów w Polsce.





Spośród badanych form słuchania materiału audio w sieci najczęściej wskazywane było **radio internetowe online**.

Prawie 2/3 słucha **stacji online dostępnej również w eterze**. Głównym powodem wyboru konkretnej stacji jest muzyka – jednocześnie słuchacze wolą **stację z określonym typem muzyki** niż z mieszanką stylów.

Radio online najczęściej **słuchane jest bezpośrednio ze strony www** oraz w mniejszym stopniu przy pomocy playera (WinAmp, WMP).

Większość respondentów ma styczność z reklamami w trakcie słuchania radia online, ale **nie są skłonni płacić za możliwość słuchania radia bez reklam**.

Prawie 2/3 respondentów korzysta z możliwości słuchania radia online ponad rok. Większość z nich słucha minimum raz w tygodniu – **z reguły w domu, w ciągu dnia i wieczorem**. Prawie 1/3 deklaruje słuchanie radia online w pracy. Zwyczaje konsumpcji radia online nie różnią się istotnie od konsumpcji radia eterowego.

Połowa respondentów deklaruje, że w trakcie słuchania radia online zajmuje się czynnościami innymi niż siedzenie przy komputerze jednakże najczęściej **medium to towarzyszy pracy na komputerze**.

Prawie 90% ankietowanych zadeklarowało słuchanie radia w Internecie. Co trzeci badany słucha radia w Internecie bardzo często. W dalszej części raportu prezentowane dane dotyczą osób, które słuchają radia w Internecie.

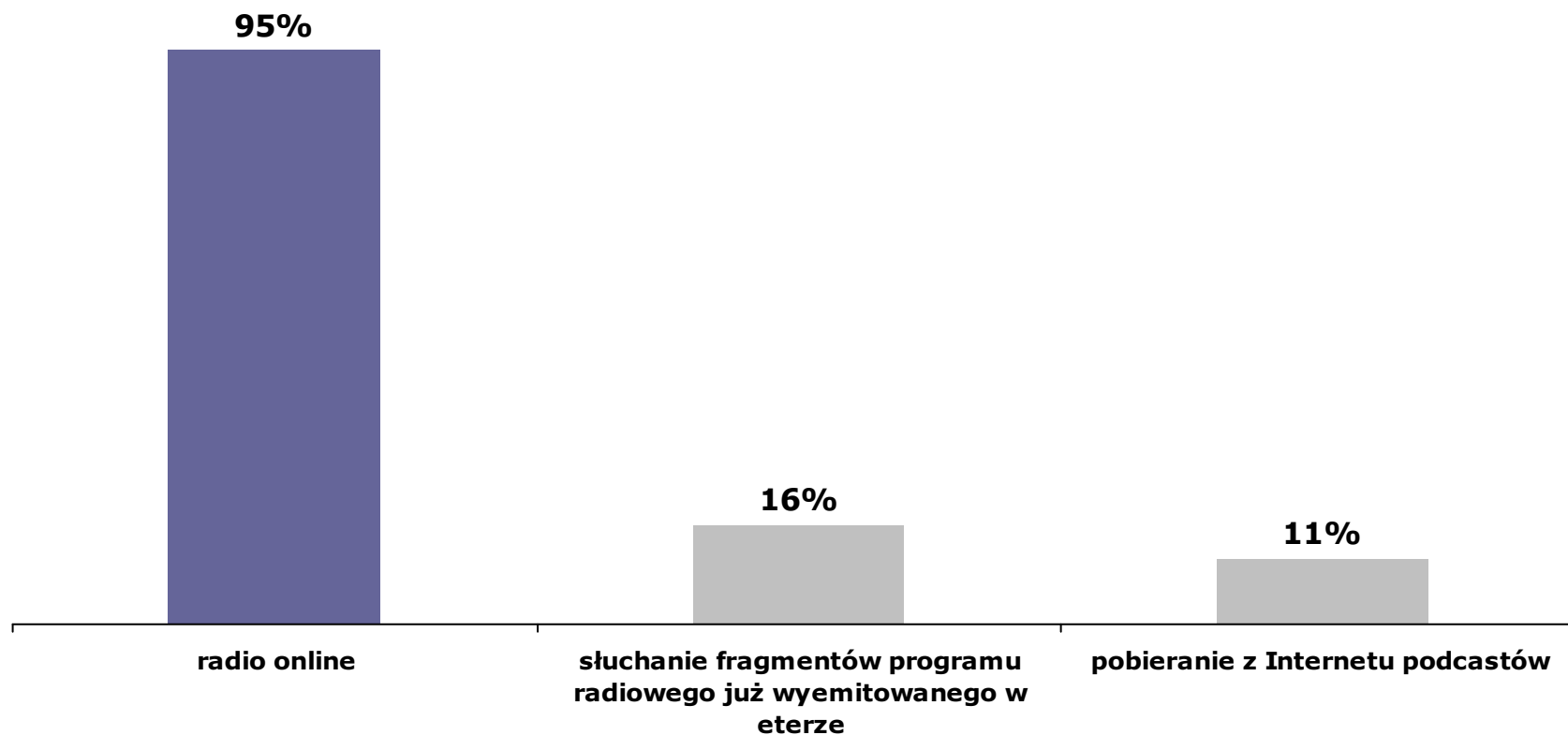
Słucha radia w Internecie



Sposób słuchania radia



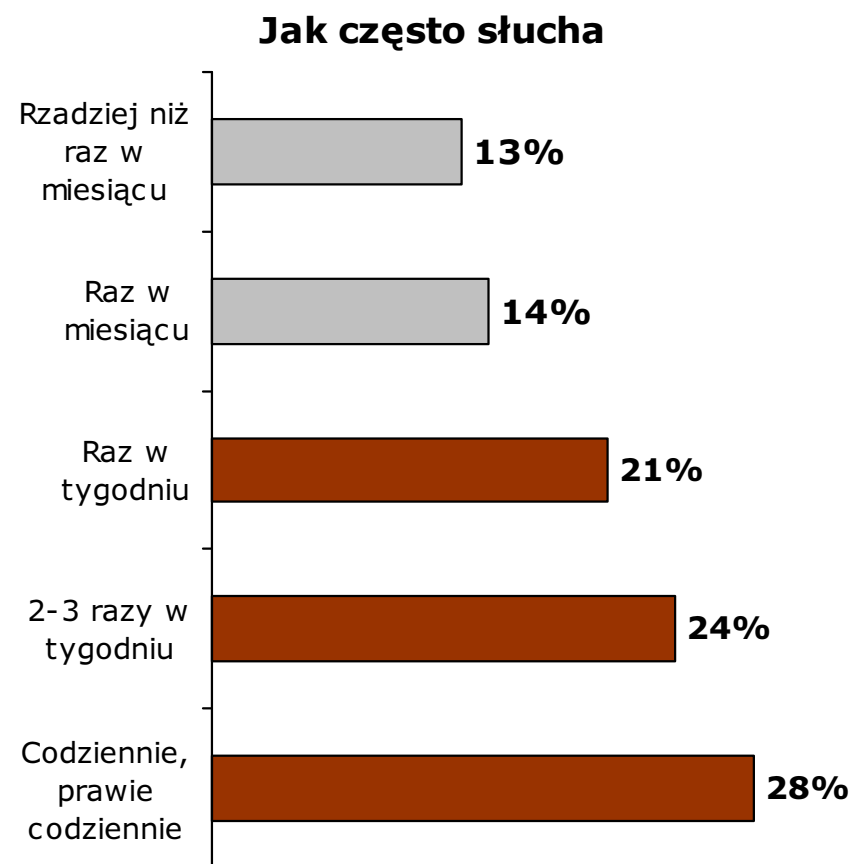
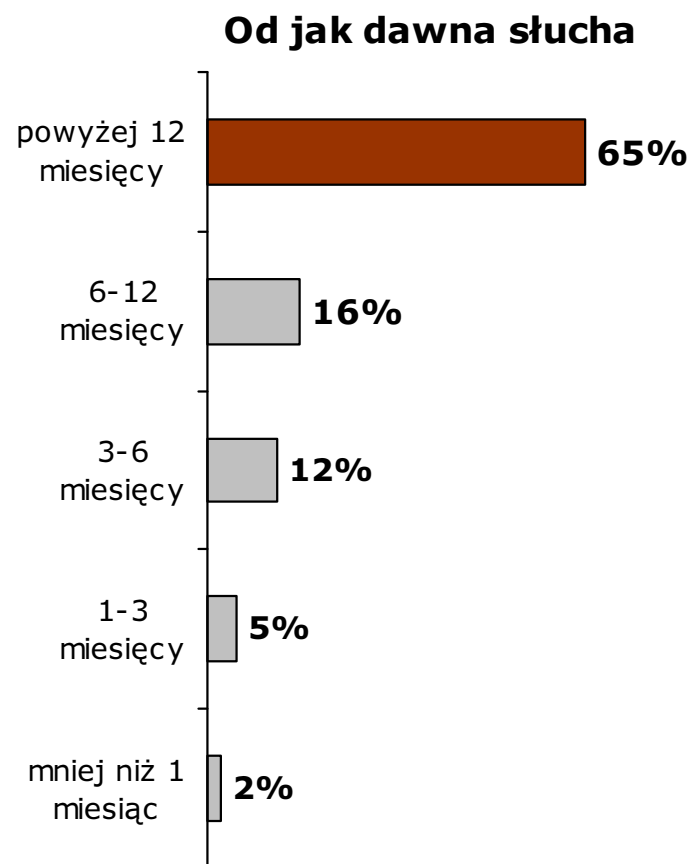
Spośród słuchających radia w Internecie niemal wszyscy deklarują słuchanie radia online. Zainteresowanie podcastami wyraziło nieco ponad 10% badanych.



Radio online – częstotliwość słuchania



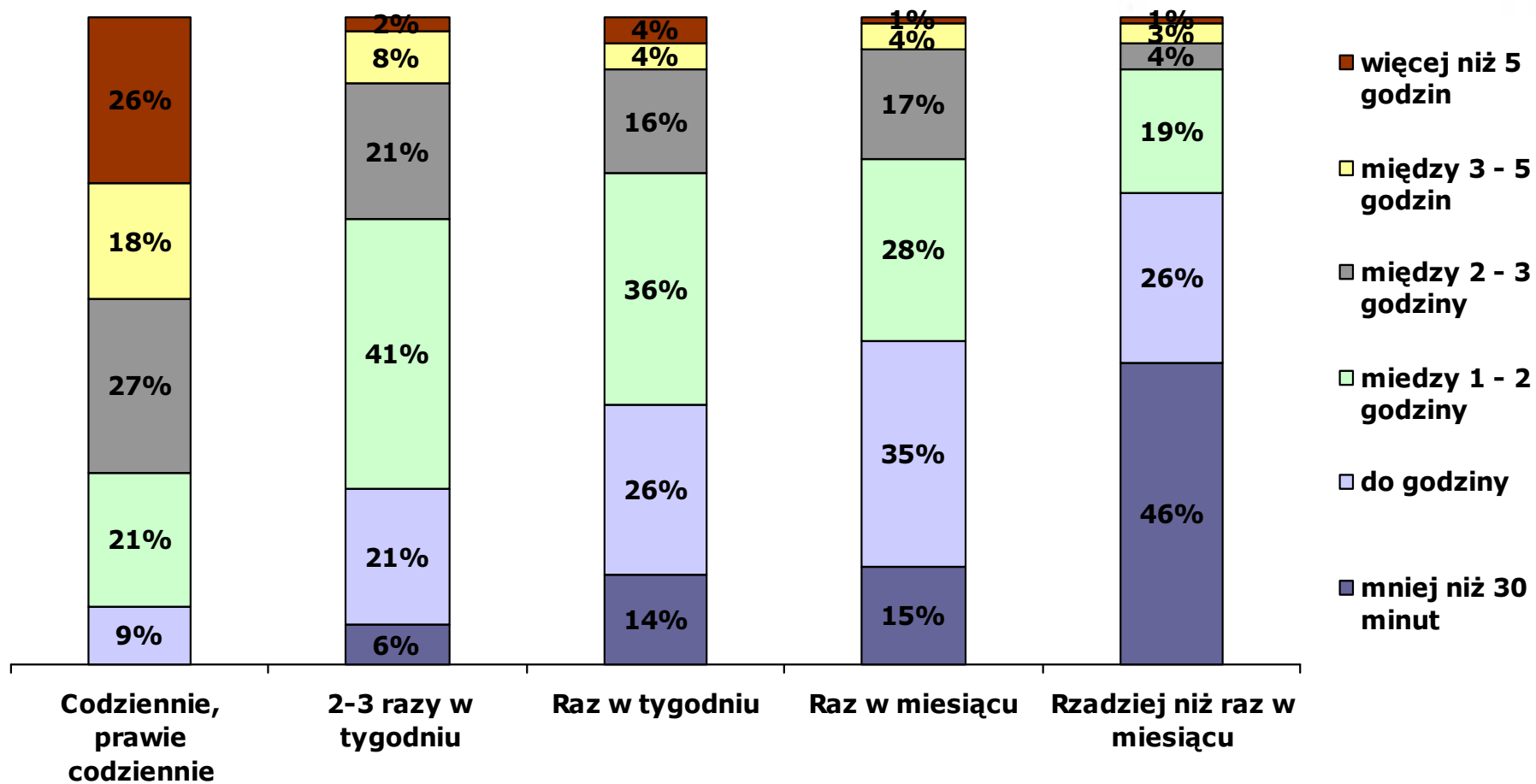
Prawie 2/3 respondentów słucha radia online ponad rok. Większość z nich słucha minimum raz w tygodniu.



Radio online – częstotliwość słuchania



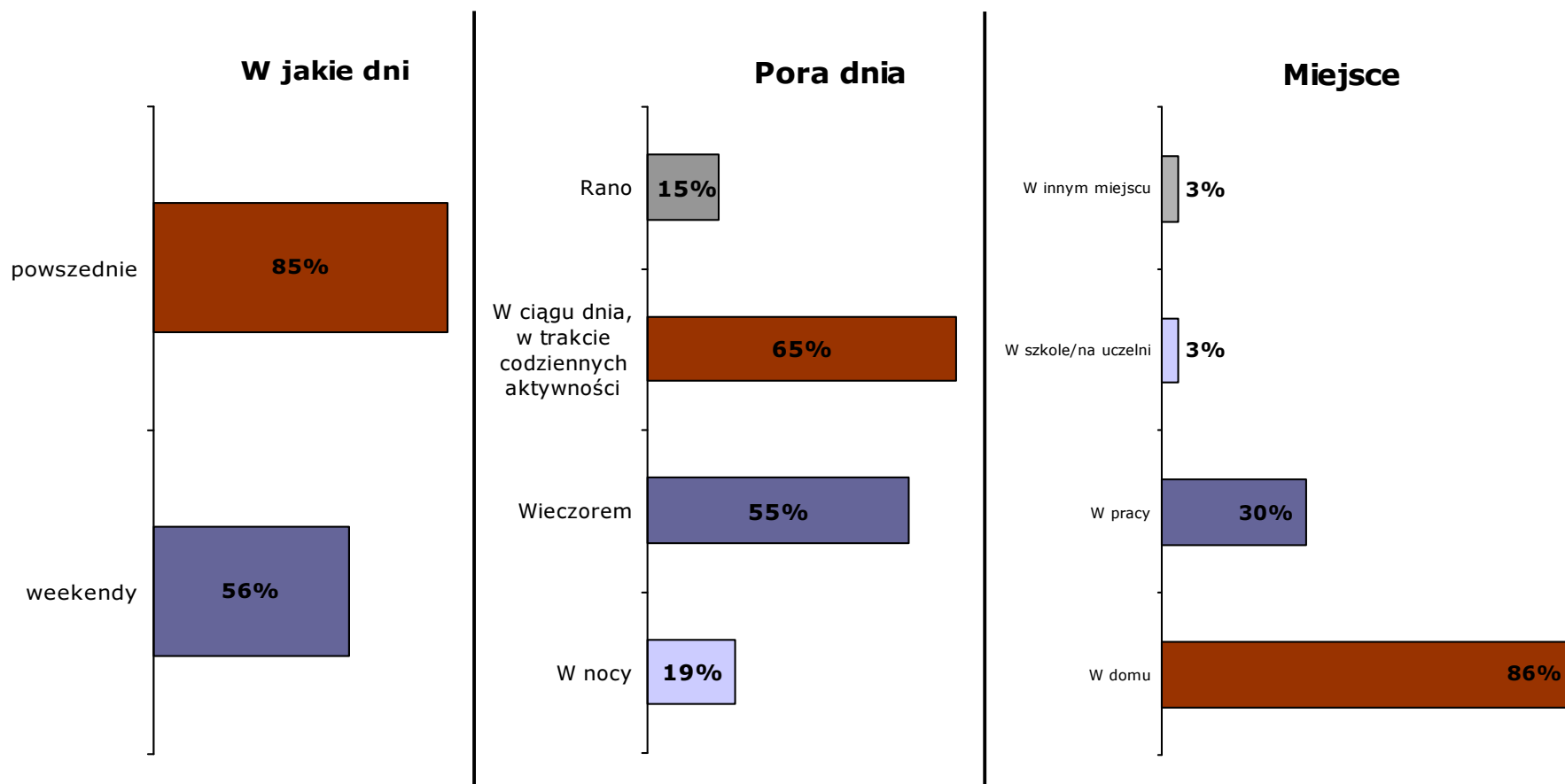
Im częściej – tym więcej - połowa respondentów, którzy słuchają radia online najczęściej, spędza przy nim ponad 3 godziny dziennie.



Radio online – częstotliwość słuchania



Większość badanych deklaruje, że radia online słucha zwykle w domu. Niecała 1/3 respondentów słucha radia online w pracy. Najczęściej radia w Internecie słuchamy w ciągu dnia i wieczorem – radio online uzupełnia radio FM, które króluje w pierwszej części dnia.

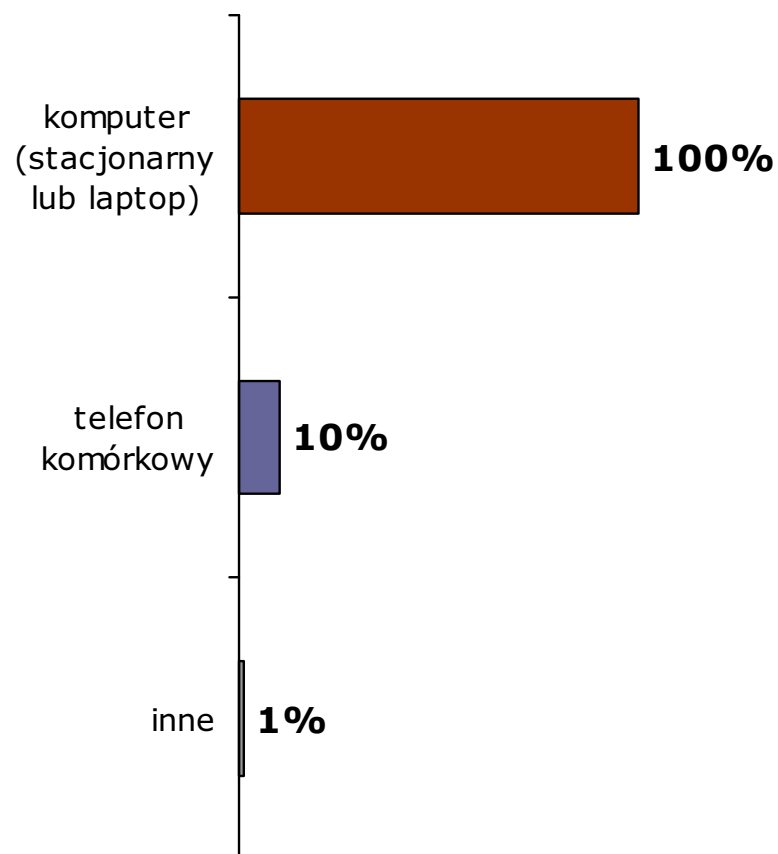


Radio online – źródła słuchania



Wszyscy słuchają radia online w komputera. Co 10 respondent korzysta też z możliwości swojej komórki w celu słuchania radia internetowego.

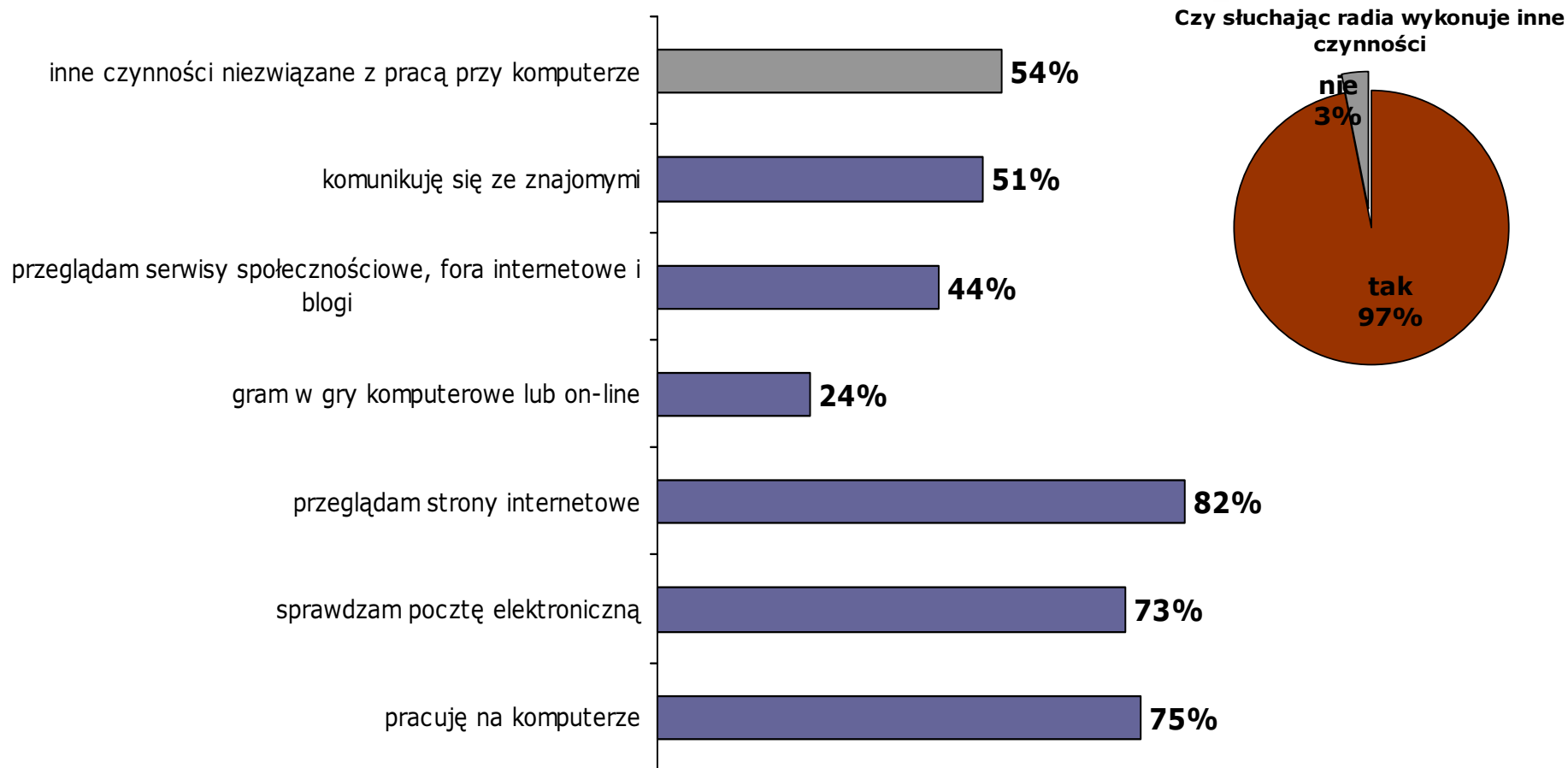
Z jakiego źródła słucha radia online



Radio online – czynności w trakcie słuchania



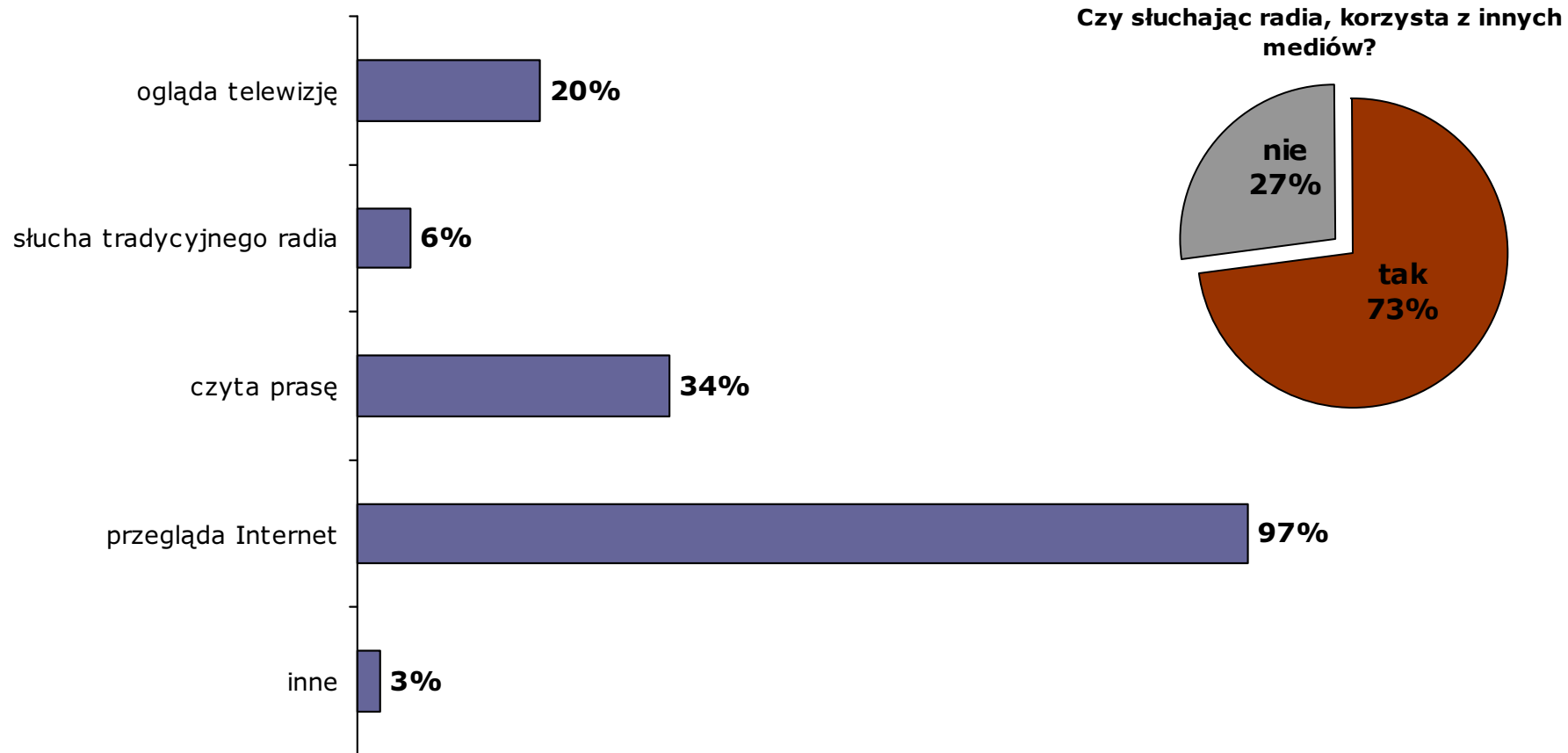
Radio online jest medium towarzyszącym - połowa respondentów deklaruje, że w trakcie słuchania radia online zajmuje się czynnościami innymi niż praca na komputerze, pozostali w trakcie słuchania korzystają z komputera.



Radio online – inne media podczas słuchania



Prawie wszyscy respondenci w trakcie słuchania radia online przeglądają Internet.



Radio online – zwyczaje słuchania



Ponad połowa respondentów słucha radia online co najmniej od roku. Większość słucha radia minimum raz w tygodniu.

Długość słuchania w ciągu dnia zwiększa się wraz z częstotliwością słuchania – słuchający radia online codziennie, spędzają przy nim w większości ponad 2 godziny.

Większość słucha radia online w domu – w ciągu dnia i wieczorem. Prawie 1/3 deklaruje słuchanie w pracy.

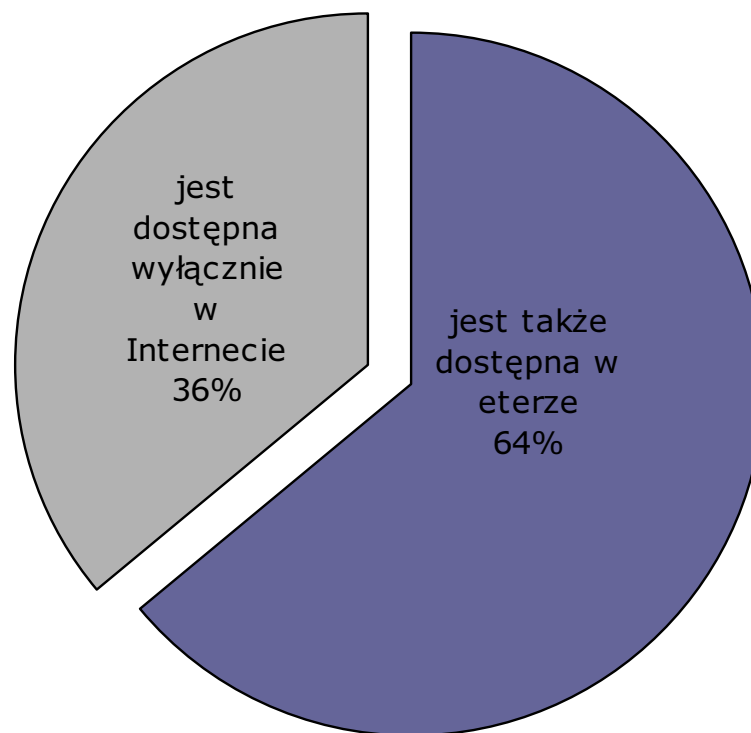
W większości przypadków radio online towarzyszy pracy na komputerze (przeglądanie stron www, pisanie maili, czynności związane z pracą zawodową). Połowa respondentów zadeklarowała, że radia online zdarza im się słuchać podczas czynności nie związanych z pracą na komputerze.

Radio online – najczęściej słuchana stacja



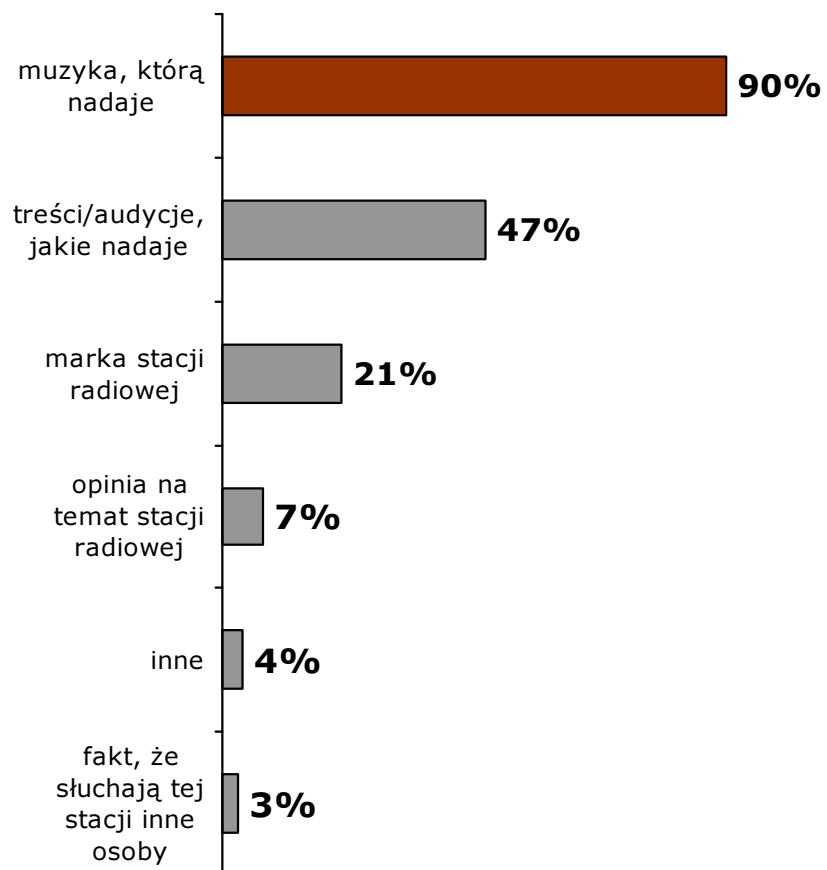
Prawie 2/3 respondentów deklaruje, że najczęściej przez nich słuchana w Internecie stacja radiowa jest dostępna także w eterze.

Najczęściej słuchana stacja radiowa w Internecie

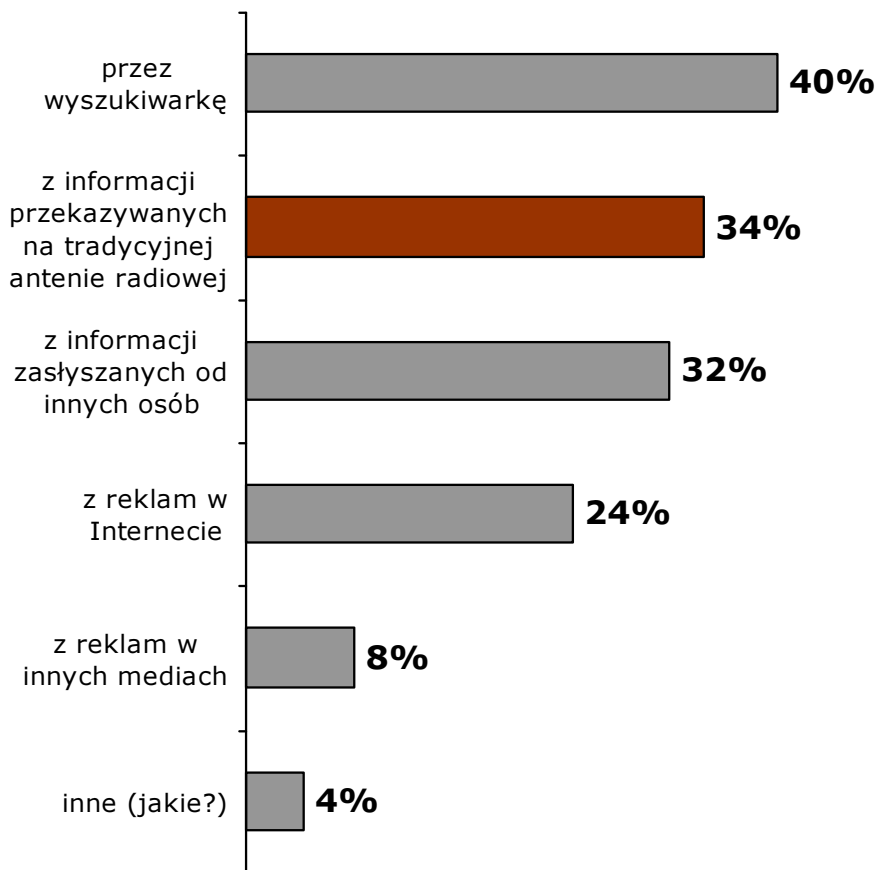


**Głównym czynnikiem decydującym o wyborze stacji jest muzyka.
Co trzeci respondent dowiedział się o stacji online z informacji nadawanej na tradycyjnej antenie radiowej.**

Co decyduje o wyborze



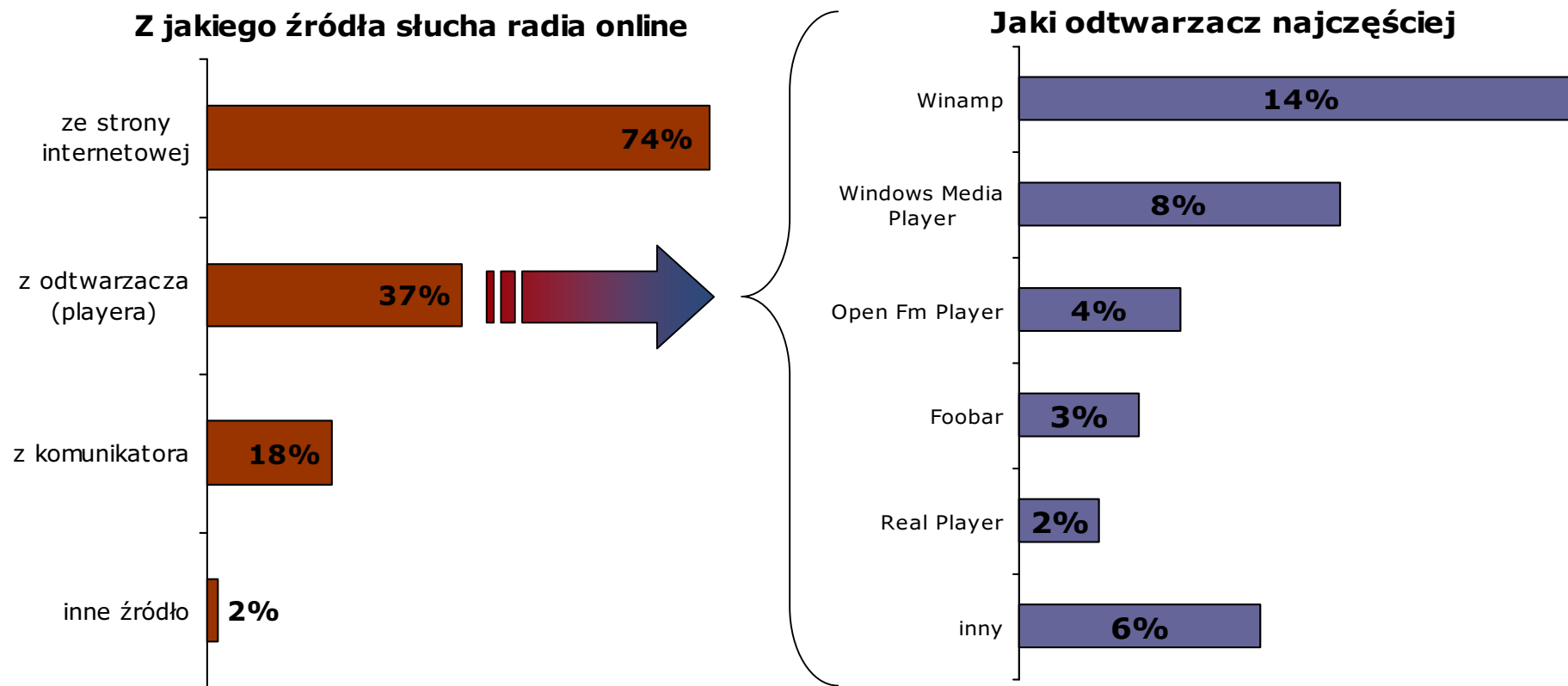
Skąd dowiedział się o stacji



Radio online - odtwarzanie



Większość respondentów słucha radia online wchodząc na stronę www stacji.



Radio – ulubiona stacja



W dużej części wspomiana jest muzyka:

- „Nadaje muzę mojej młodości”
- „Najlepsza muzyka”
- „Odpowiada mi profil muzyczny”

W przypadku portali szeroki wybór muzyki:

- „Ponieważ mam możliwość wyboru rodzaju muzyki, której w danym momencie mam ochotę słuchać”
- „Bardzo dużo podstacji grających określony typ muzyki”

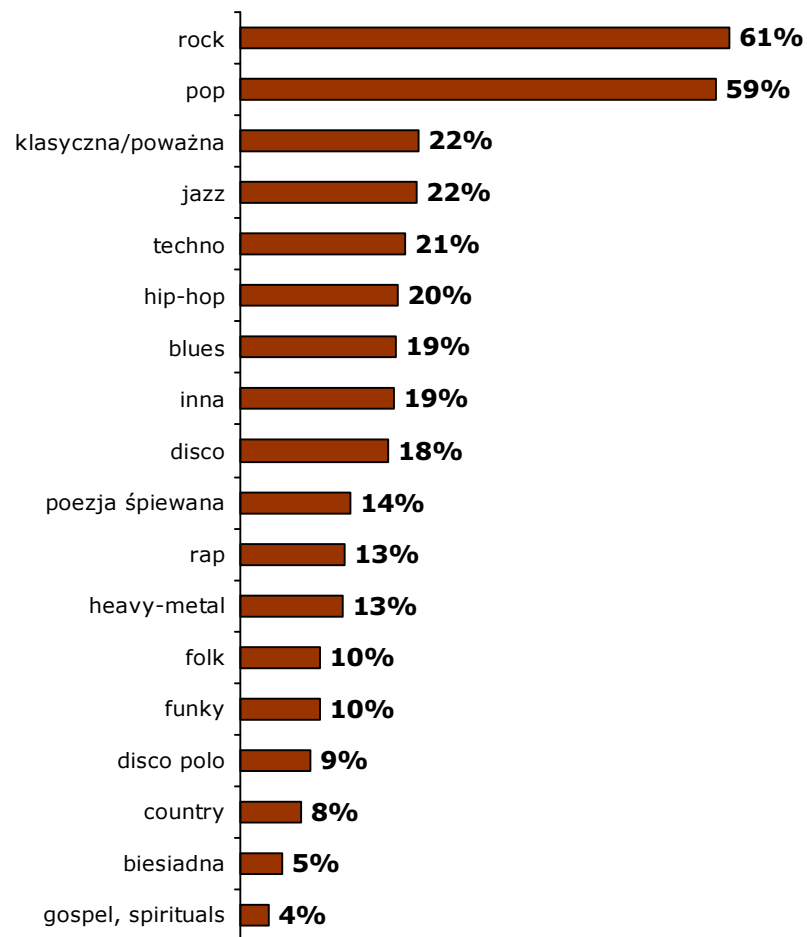
Dla części stacji – przyzwyczajenie:

- „Słucham jej od 20 lat”
- „Słucham od lat”
- „Towarzyszy mi od lat w codziennym życiu”

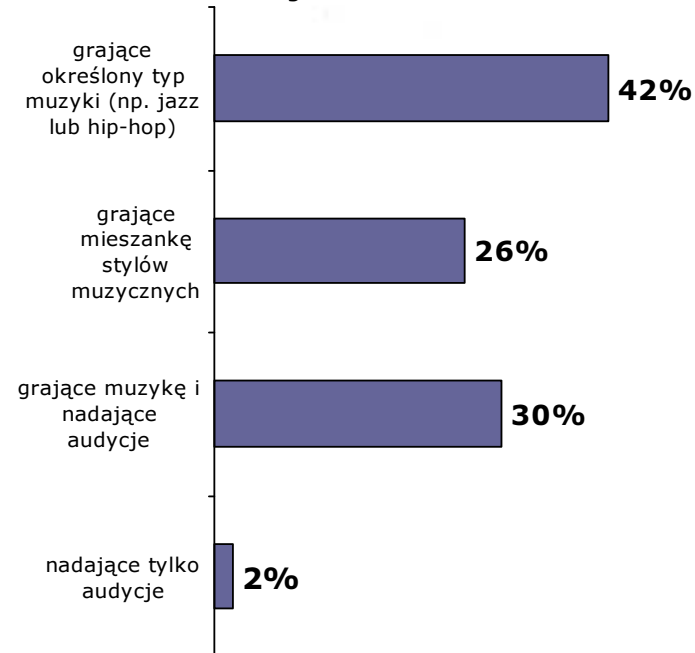


Prawie połowa respondentów woli gdy radio online gra określony typ muzyki.

Muzyka słuchana w Internecie



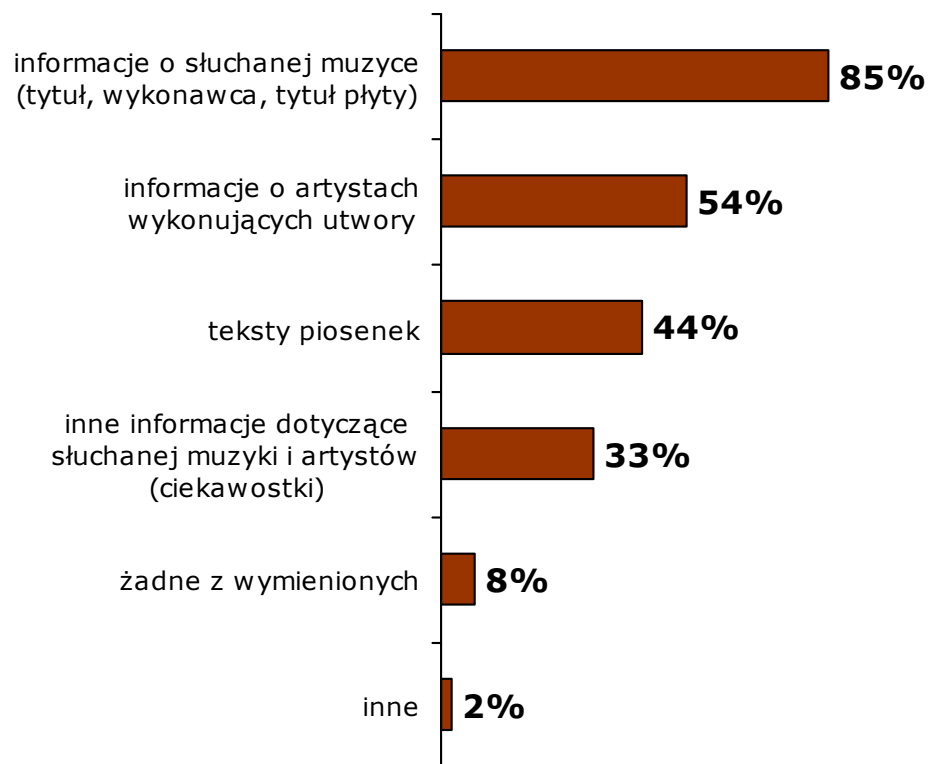
Preferuje radio w Internecie



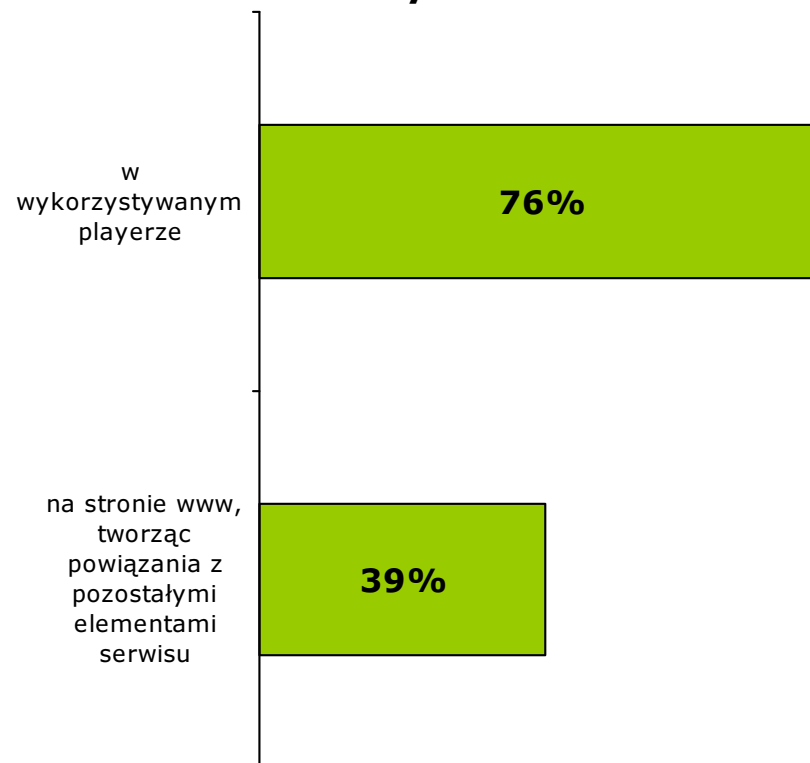


Większość respondentów preferuje gdy wyświetlane dodatkowe informacje dotyczą słuchanej muzyki.

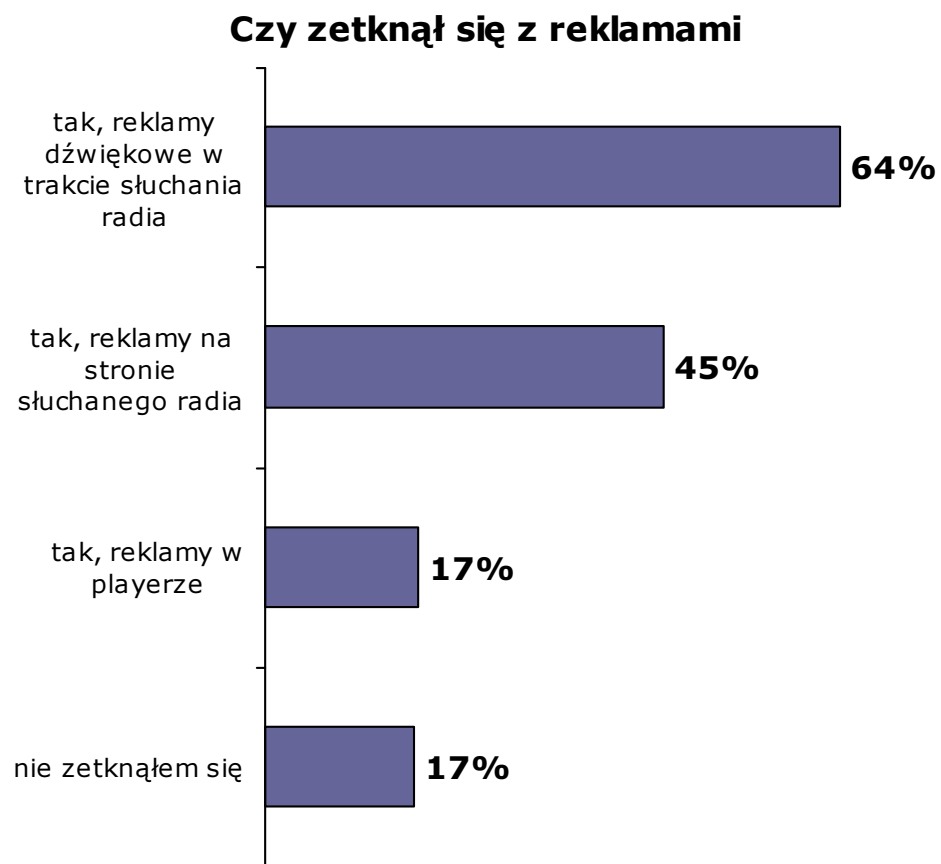
Jakie informacje



Gdzie wyświetlane



Większość słuchaczy radia online zetknęła się z reklamami w tym medium, ale jedynie 14 proc. z nich byłoby skłonnych płacić za możliwość słuchania bez reklam.





Co trzeci respondent deklaruje słuchanie stacji online dostępnej jedynie w Internecie. Większość badanych słucha w Internecie stacji dostępnej także w eterze.

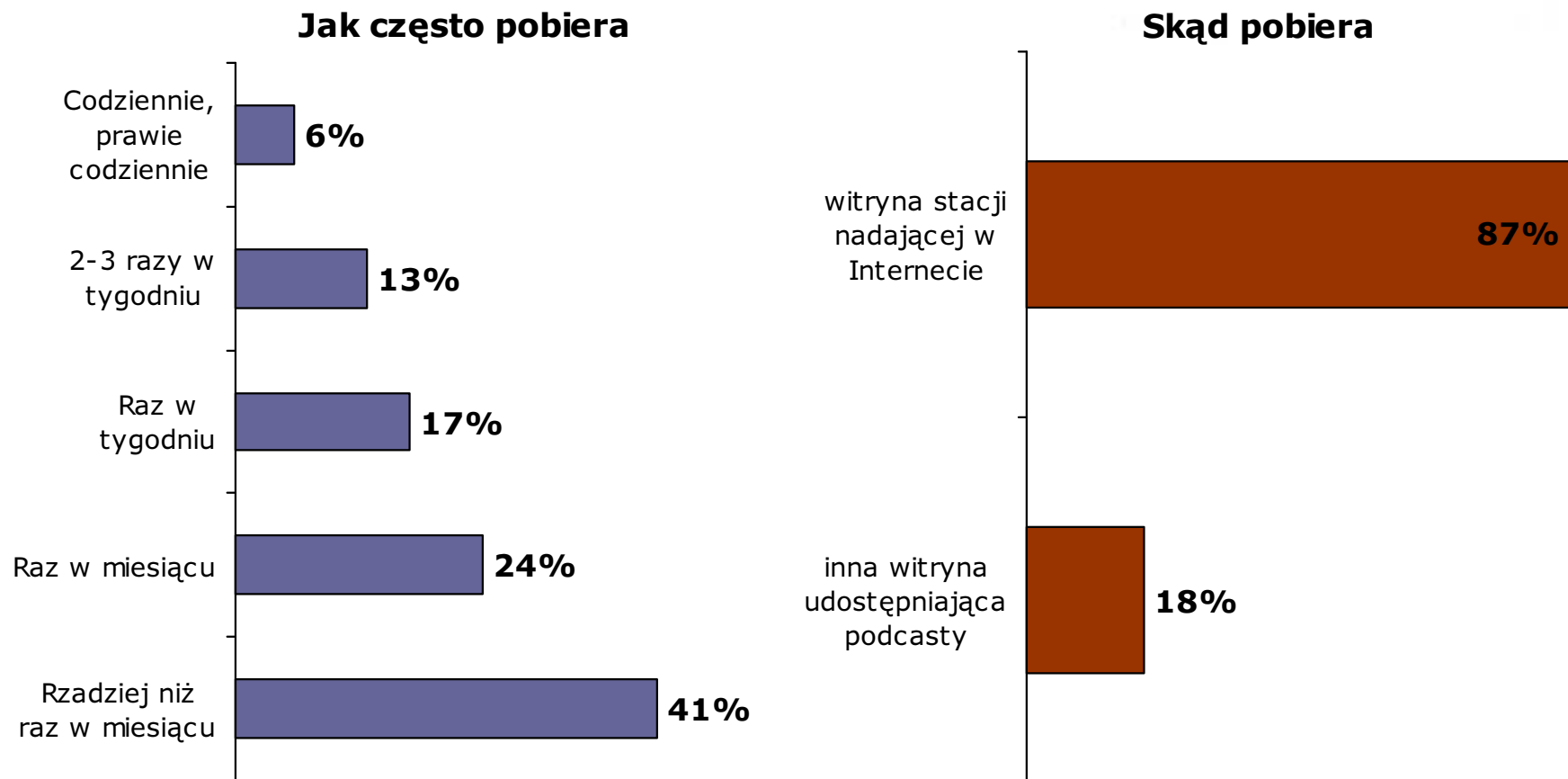
Zdecydowana większość wybiera stację ze względu na muzykę, jednak 1/5 respondentów bierze również pod uwagę markę stacji. Respondenci wolą gdy stacja gra określony typ muzyki niż mieszankę stylów muzycznych.

Najczęściej dowiadują się o stacji przez wyszukiwarkę oraz z informacji przekazywanej na antenie stacji nadającej w eterze. Co czwarty respondent dowiedział się o stacji z reklamy w Internecie.

Około 3/4 respondentów słucha stacji wchodząc na stronę www. Ponad 1/3 używa do tego playera – najczęściej WinAmpa i WMP.

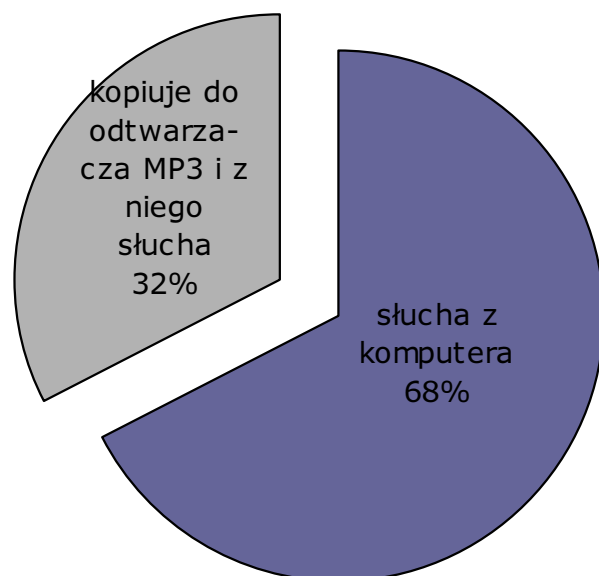
Większość respondentów ma styczność z reklamami w trakcie słuchania radia online, ale nie są skłonni płacić za możliwość słuchania radia bez reklam.

Podcasty najczęściej pobierane są z witryny stacji.

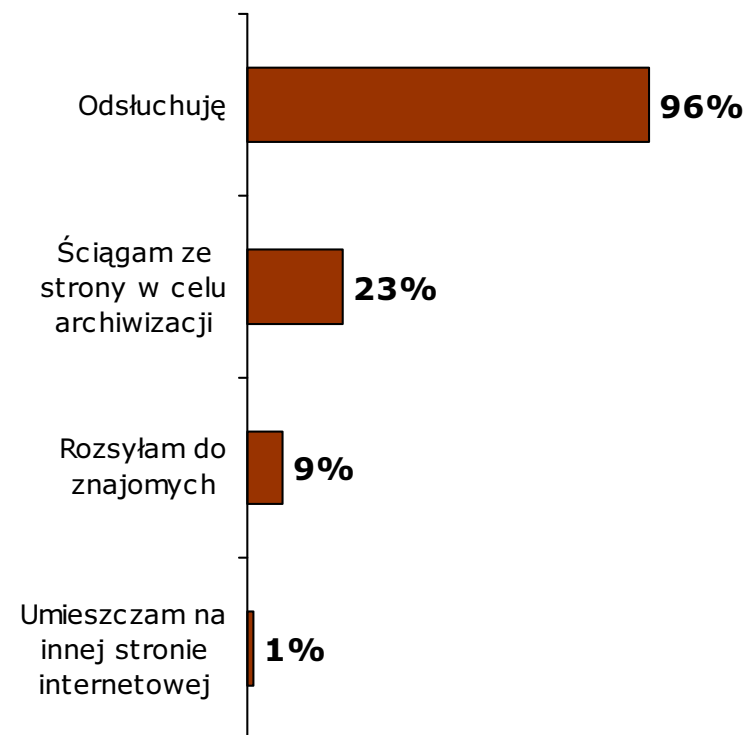


1/3 respondentów pobierających podcasty odtwarza je w urządzeniu przenośnym (odtwarzacz MP3).

Podcasty - słuchanie



W jakim celu pobiera





Niecałe 1/5 respondentów pobiera podcasty z Internetu – w większości przypadków ze strony www stacji.

Ponad połowa badanych deklaruje, że podcasty pobiera raz w miesiącu lub rzadziej.

Co trzeci respondent odsłuchuje podcasty na odtwarzaczu mp3.



BInAR

Badanie Internetowego Audytorium Radia

kontakt:

Krzysztof Głowiński
rzecznik prasowy Komitetu Badań Radiowych
krzysztof.glowinski@radiotrack.pl
kom. 505-566-446