

Radio on-line wyprze tradycyjne?

Autor: Piotr Piewski

Raport Money.pl

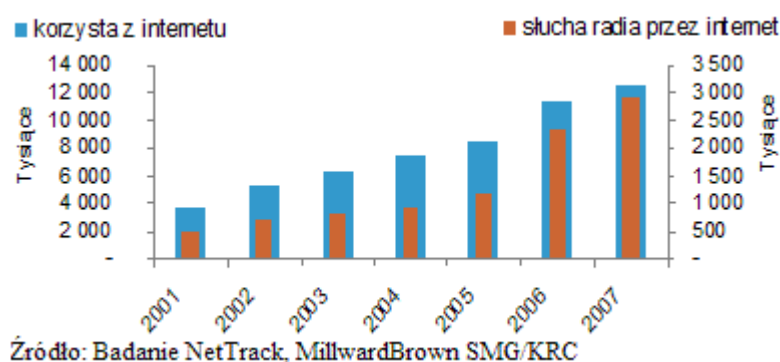
Już prawie 3 miliony osób regularnie słucha radia przez internet.

Już co czwarty internauta wykorzystuje sieć do słuchania radia. W internecie znajdziemy ponad 200 polskich stacji grających przeróżne rytmy, nawet takie dla kilkumiesięcznych bobasów. Liczba rozgłośni i słuchaczy z pewnością będzie rosła. Radio on-line najlepsze czasy ma dopiero przed sobą.

W grudniu tego roku radio internetowe obchodzić będzie swoje 10 urodziny. Od czasu pierwszej rozgłośni - Radia Net, która działa do dziś - wiele się zmieniło. W internecie znajdziemy radia grające tylko jeden gatunek muzyki np. szanty, hip-hop, czy rock. Ba, nawet takie, które grają piosenki tylko i wyłącznie jednego zespołu np. Lady Pank.

O wzroście zainteresowania tą formą odbioru radia świadczy również fakt, że praktycznie nie ma tradycyjnej rozgłośni FM, która nie udostępniaby swojego sygnału w internecie.

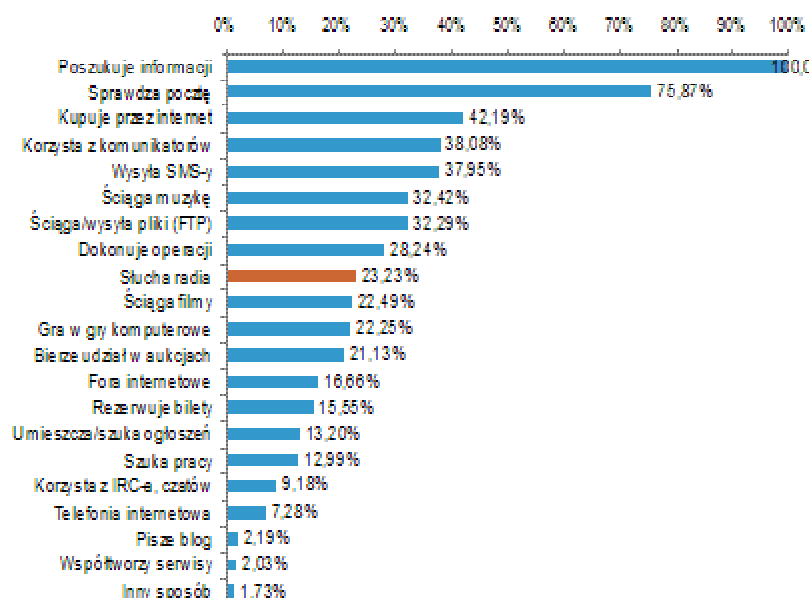
Od 2001 roku liczba osób słuchających radia w sieci cały czas rośnie. Z ostatnich badań wynika, że w minionym roku rozgłośni stricte internetowych oraz tradycyjnych stacji FM, które dają możliwość słuchania radia przez sieć, słuchało 2,9 miliona internautów. Warto podkreślić, że dynamika przyrostu słuchaczy jest większa aniżeli ogólnej liczby internautów.



Według ostatnich badań NetTrack MillwardBrown SMG/KRC z internetu korzysta obecnie 41,5 proc. Polaków. Aż 65,5 proc. z nich robi to codziennie lub prawie codziennie.

Internauci częściej wykorzystują internet do słuchania radia niż ściągania filmów lub poszukiwania pracy.

W jakim celu wykorzystywany jest internet?



Źródło: Badanie Badanie: NetTrack, MillwardBrown SMG/KRC

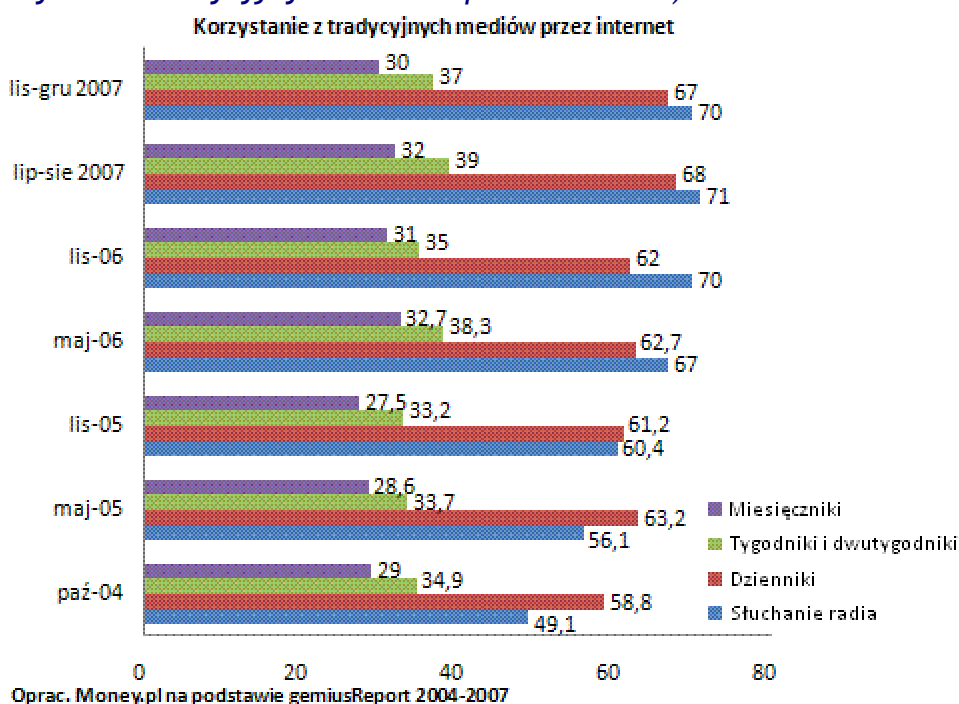
Z danych Megapanel PBI/Gemius (wykorzystywanie tradycyjnych mediów przez internet - wykres poniżej) przeprowadzonych w okresie listopad - grudzień 2007 r. (próbę 14 tys. osób) wynika, że 31 proc. internautów słucha radia od 3 do 6 razy w tygodniu lub codziennie. 10 proc. włącza stacje on-line 1 - 2 razy w tygodniu, 46 proc. 1-3 na miesiąc, a 13 proc. słuchało radia tylko raz.

Internauci częściej tylko czytają dzienniki. 44 proc. z nich robi to od 3 do 6 razy w tygodniu lub codziennie. 13 proc. czyta prasę 1 - 2 razy w tygodniu. 39 proc. robi to 1-3/miesiąc, a jedynie 5 proc. zrobiło to tylko raz.

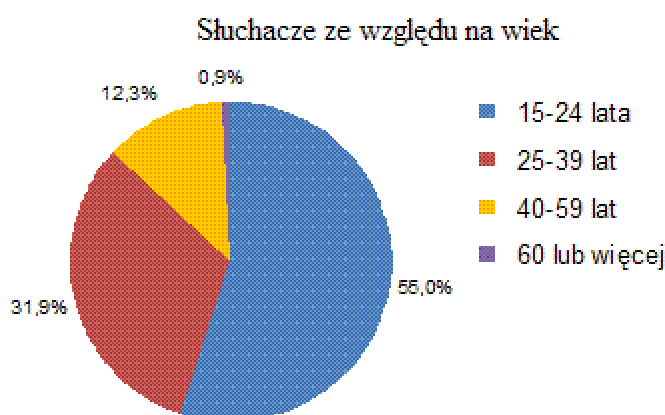
Dane, które opracowaliśmy na podstawie badań Megapanel PBI/Gemius z ostatnich trzech lat, potwierdzają wzrost zainteresowania radiem on-line.

Raport Money.pl

(Średnia próba roczna=13 700 osób. Respondenci, którzy kiedykolwiek korzystali z tradycyjnych mediów przez internet)



Internetowi radiosłuchacze to przede wszystkim mężczyźni. Według raportu wraz z wiekiem internautów rośnie odsetek osób, które kiedykolwiek czytały prasę przez internet. Spada natomiast odsetek internautów słuchających radia on-line. Te wyniki potwierdza również inne badanie zgodnie z którym osoby w wieku 15-24 słuchają radia znacznie częściej.



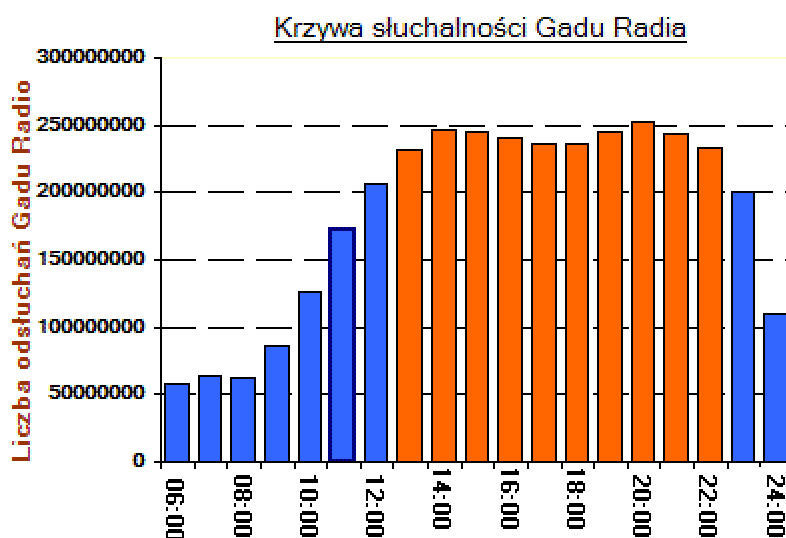
Źródło: Badanie: NetTrack, MillwardBrown SMG/KRC

Net vs FM czyli walka o słuchacza

Wiele wskazuje na to, że walka o słuchaczy przeniesie się do internetu.

Powodów jest kilka. Radia on-line chętniej słuchane są przez internautów wieczorami. W tym właśnie czasie spada natomiast liczba osób słuchających stacji w tradycyjny sposób. I odwrotnie. Słuchaczy stacji naziemnych najwięcej jest w godzinach rannych i południowych. Wtedy internauci słuchają radia zdecydowanie rzadziej.

Trend ten potwierdzają wewnętrzne badania przeprowadzone przez Gadu - Gadu, gdzie krzywa słuchalności jest największa w godzinach 14:00 - 22:00.



Źródło: Gadu-Gadu

Radio internetowe ma swoje dobre i złe strony. Dla jednych minusem jest to, że nie jest radiem tradycyjnym i emituje przede wszystkim muzykę. To jednak, właśnie ze względu na emitowanie konkretnych gatunków jest paradoksalnie jednym z jego najważniejszych plusów.

Przygotowując ten raport byliśmy zaskoczeni, gdy natrafiliśmy na pierwsze w sieci radio internetowe dla Bobasów.

Na [stronie babyradio.pl](http://stroniebabyradio.pl) usłyszymy bajki, opowiadania, piosenki Fasolek lub innych dziecięcych zespołów. "Baby Radio - jedyne radio dla Twojego dziecka" - słyszymy ciepły głos na antenie.

Raport Money.pl

Mimo to, w sieci pojawiają się również stacje, które oprócz muzyki stawiają na audycje autorskie. Na antenę niektórych z nich zaprasza się gości. Jednak sam internet daje wiele dodatkowych możliwości.

Jednym z przykładów ich wykorzystania jest zorganizowane przez Gadu Radio ogólnopolskie dyktando z udziałem prof. Jerzego Bralczyka. Za pomocą komunikatora GG wzięło w nim udział kilkanaście tysięcy osób.

Mimo to właściciele największych stacji FM oraz niektóre portale dopiero nie dawno doceniły radio on-line.

W październiku Grupa Radiowa Agory uruchomiła [portal Tuba.fm](#), który obecnie oferuje możliwość słuchania 13 stacji - zarówno FM jak i strictly internetowych.

Miesiąc później z serwisem radiowym [ruszyła Wirtualna Polska](#) na której znajdziemy dzisiaj 4 stacje gatunkowe oraz 6 rozgłośni tematycznych.

Chyba najlepszym przykładem ekspansji radia do internetu jest grupa RMF. W styczniu ruszyła z kampanią reklamową 18 stacji na 18 lecie RMF FM. Obecnie [miastomuzyki.pl](#) skupia aż 30 rozgłośni. Wśród nich są tradycyjne stacje naziemne oraz te strictly internetowe np. RMF Lady Pank, czy eLO RMF - radio z autorskimi audycjami tworzone przez krakowskich licealistów.

- Radia naziemne są najlepiej słuchanymi na portalu. Uruchamiamy kolejne stacje, bo takie są wymagania użytkowników. Słuchane one są właśnie ze względu na ścisłe dopasowanie ich profilu muzycznego do upodobań słuchaczy - mówi nam Filip Lenart, szef Działu Nowych Mediów RMF FM

Swój projekt (w grudniu 2007 r.) uruchomiła również Grupa Radiowa Time. Na [stronach internetowych Radia Eska](#) można posłuchać siedmiu stacji tematycznych oraz dwóch naziemnych - warszawskiej Eski oraz Eski Rock.

Radio on-line - kto silniejszy?

Mimo że w przypadku radia internetowego słuchaczy da się policzyć, grupy radiowe skupiają się raczej na liczbie unikalnych użytkowników i odston witryn należących do danej stacji.

Problem w tym, że oprócz możliwości odbioru radia poprzez internet, portale mają charakter przede wszystkim informacyjny (jak w przypadku strony Radia Tok FM) lub rozrywkowo-informacyjny (witryny Radia Zet, RMF FM, czy Radia Eska) i zachęcają internautów dodatkowymi treściami.

Inaczej jest w przypadku komunikatora Gadu-Gadu, gdzie liczbę słuchaczy oblicza się na podstawie numerów GG (żeby posłuchać radia trzeba się zalogować) a także w przypadku portali, które promują własne stacje lub są zbiorem linków do publicznych i komercyjnych rozgłośni udostępniających swój sygnał w sieci.

Tak jest w przypadku kolejno portalu polskastacja.pl oraz radio.biz.pl. Ten pierwszy oferuje aż 34 stacje i - według danych opracowanych na podstawie logów poemisyjnych - generuje dzienny zasięg na poziomie 110 tysięcy unikalnych użytkowników.

Liczba odsłon lub unikalnych użytkowników samej witryny w tym przypadku nie jest miarodajna ponieważ wielu internautów często słucha radia bezpośrednio z poziomu playera (winamp, media player).

Inaczej jest natomiast w przypadku witryny radio.biz.pl, gdzie znajdują się linki do ponad 30 stacji radiowych - FM i internetowych. W październiku 2007 roku, kiedy witryna została uruchomiona zanotowała zaledwie 127 unikalnych użytkowników. Dwa miesiące później było ich ponad 6 tys. W marcu tego roku może już się pochwalić liczbą prawie 84 tys. unikalnych użytkowników.

Bardzo precyzyjnymi danymi dysponuje Gadu Gadu. Obecnie oferuje 19 stacji, których można słuchać przez za pomocą komunikatora lub pośrednictwem [strony gaduradio.pl](http://gaduradio.pl) (po podaniu numeru GG). Lada dzień ruszy z kolejnymi 5 kanałami: Hity kina, Kraina łagodności, Beata i Bajm, Classic Disco oraz Madonna.

Raport Money.pl

Poniższa tabela przedstawia słuchalność wszystkich stacji Gadu Radia na tle tradycyjnych rozgłośni. Badanie dotyczy słuchaczy w wieku 15+.

Gadu Radio na tle tradycyjnych stacji FM

Stacja	Zasięg miesięczny (w tysiącach)	Zasięg dzienny (w tysiącach)
RMF FM	22 690	8 655
ZET	20 612	7 460
PR-1	13 552	4 620
PR-3	11 742	2 196
ESKA Sieć	11 229	3 675
AGORA Sieć	8 596	1 877
Pakiet Złote Przeboje	7 429	1 349
RMF Maxxx	4 590	1 038
WAWA	3 367	528
Sieć Radia PLUS	2 908	307
PR KATOWICE	2 303	285
PR BIS	2 225	175
RADIOSTACJA	1 876	451
TOK FM	1 715	427
ESKA Warszawa	1 531	439
ESKA Wrocław	1 526	519
Pakiet katowicki	1 412	252
PR RAM Wrocław	1 384	181
Pakiet warszawski	1 380	271
PR KRAKÓW	1 327	106
Złote Przeboje Karolina Katowice	1 319	224
GADU RADIO	1 300	250
PR WROCŁAW	1 299	145
Złote Przeboje Pogoda Warszawa	1 291	246
PR MERKURY Poznań	1 289	194
PR KIELCE	1 272	213
CLASSMAN Łódź	1 232	178
Badania SMG/KRC		Próba
2007 październik - 2007 grudzień		23159
Target: All 15+		

Gadu Radio po raz pierwszy zaczęło nadawać we wrześniu 2006 r. Dzisiaj zasięgiem porównywane może być z naziemnymi stacjami ponadregionalnymi, a w przypadku rozgłośni strictly internetowych nie ma sobie równych.

Money.pl Sp. z o.o.

ul. Kościuszki 29, 50-011 Wrocław
tel. +48 (71) 3374-260, faks +48 (71) 3374-270
firma@money.pl, www.firma.money.pl

NIP 897-16-52-608, REGON 005983438