



**Слушането на радио бележи ръст от 11%
през периода на извънредното положение**

Радиото затвърждава устойчиви позиции като канал за реклама

Проучване, направено от агенция “ГАРБ Аудиенс Межърмент България” по възлагане на АБРО за периода на пандемия, показва, че радио-слушаемостта се е повишила съществено спрямо същия период през изминалата година. ГАРБ провежда национално представително изследване на радио аудиториите, с обем на извадката над 1200 души на възраст между 15 и 69 години.

Данните за периода 13.03-13.04.2019 и 13.03-13.04.2020 ясно показват, че през периода на извънредните мерки доверието и интересът към традиционните медии са се увеличили и радиото бележи ръст сред потребителите във всички възрастови групи.

Данните от проучването показват 11% ръст в среднодневна радио аудитория в цялата страна, в изследваната група 15-69 години, както и увеличение на този показател във всички възрастови разрези. Увеличение се отчита и за уникалните слушатели на седмична база за целия изследван период, отново за всички възрастови групи.

В резултат на извънредните мерки слушането на радио у дома се е увеличило значително, което е очаквано, предвид факта, че повечето хора работят от дома си. Градската аудитория на възраст между 25 и 54 години е увеличила слушаемостта у дома със 71%.

Проучването отбелязва и увеличение в средното време, прекарано в слушане с близо 10% до повече от 2,30 часа.

Интересен факт е и промяната на обичайния времеви модел на слушане, като доскорошният модел праймтайм = драйв-тайм сега е преобразуван в



съществено удължен праймтайм и високи стойности на слушателите за целия период в часовете от 7:00 до 18:00, според изследването.

Радиото достига до 96% уникални слушатели за месец в конкретни целеви групи и с това тази традиционна медия бележи изключително стабилни позиции.

Според данните предпочитаните радиостанции, запазват позициите си. В условията на извънредни мерки и изолация и работа от вкъщи, радиото доказва силата си като изключително ценен източник на информация, компания и забавление. Слушането на радио е неизменна част от ежедневието на българите и хубав навик, който запазваме.

Радиото продължава да бъде една от най-доверените, достъпни и обичани медии. Традиционните медии се очертават като най-подходящия рекламен канал за достигане до широка аудитория в различни възрастови групи.

Повече детайли за разпределението на аудиторията в радио-програмите и във връзка с цитираните данни можете да видите в приложеното проучване на ГАРБ.