



**Samochody
Dostawcze**

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 • npecca •

1 czerwca 2026 r.

Słuchają zamiast czytać. Audiobooki i podcasty podbijają świat dzieci

- Ponad 8 mln Polaków słucha podcastów co tydzień, zyskują one popularność wśród najmłodszych grup słuchaczy.
- Kategoria audiobooków dla dzieci i młodzieży odnotowała w ostatnich latach wzrost sprzedaży o ponad 25%.
- 77% rodziców sięga po audiobooki jako świadomą alternatywę dla czasu przed ekranem.

Poznań, 1 czerwca 2026 r. Kolejna godzina w samochodzie, zniecierpliwione pytania „kiedy dojedziemy?” i smartfon podawany jako remedium na nudę – to scenariusz znany wielu rodzicom. Tymczasem coraz częściej alternatywą dla ekranu stają się rozbrzmiewające z głośników głosy bohaterów bajek. Słuchanie staje się dla dzieci naturalnym i wartościowym sposobem na przyswajanie treści, a dane jasno pokazują, że rewolucja audio dociera do najmłodszych.

Według najnowszego raportu Komitetu Badań Radiowych ponad 93% Polaków sięga po co najmniej jedną formę treści audio w ciągu miesiąca. Dominuje radio, jednak podcasty dynamicznie zyskują – ich słuchalność wzrasta rok do roku, a ponad połowa badanych deklaruje, że sięga po nie co najmniej raz w miesiącu. Podcasty i audiobooki cieszą się przy tym szczególną popularnością wśród najmłodszych słuchaczy. Ostatnia edycja badania „Słuchacz podcastów w Polsce” pokazuje, że co tydzień podcastów słucha już 8,4 miliona Polaków, a miesięczny zasięg tego medium sięga niemal 11 milionów.

Dzieci i młodzież najszybciej rosnącą publicznością

Globalny rynek potwierdza ten trend twardymi liczbami. Sprzedaż audiobooków dla dzieci i młodzieży wzrosła w ostatnich latach o 26%, plasując tę kategorię na drugim miejscu wśród najszybciej rosnących gatunków. Rynek audiobooków dziecięcych, wyceniony na 500 milionów dolarów w 2025 roku, ma rosnąć w tempie 15% rocznie.

Wśród rodziców słuchających audiobooków 53% przyznaje, że ich dzieci również po nie sięgają. Co równie ważne, 77% opiekunów traktuje ten format jako świadomą alternatywę dla czasu spędzonego przed ekranem.

Bez ekranu, z wyobraźnią

Treści audio naturalnie wpisują się w momenty, w których ekran jest niedostępny lub niepożądany, przykładowo podczas jazdy samochodem czy wieczornego zasypiania. Format słuchany nie emituje światła niebieskiego, nie rozprasza i nie wysila wzroku. Angażuje za to wyobraźnię oraz, co istotne z perspektywy rodziców, buduje nawyki uważnego słuchania. Z danych Edison Research wynika, że prawie połowa dzieci w wieku 6-12 lat słyszała kiedykolwiek podcast, a 29% sięga po tę formę regularnie, co najmniej raz w miesiącu. Co wymowne, aż 68% słucha ich razem z rodzicami.

Dobra zabawa i poznawanie historii

Na rosnące zapotrzebowanie odpowiadają twórcy, w tym marki takie jak Volkswagen Samochody Dostawcze. Głównym bohaterem podcastu „Droga do Marzeń” jest Dziadek Bulli – klasyczny VW T1, który wyrusza w podróż na legendarny wyścig Le Mans Classic. Towarzyszy mu barwna paczka dostawczych przyjaciół: energiczny Baby Buzz (ID. Buzz), podróżniczka Cali (California), niezawodny Kuzyn T. (T4) i potężny Crafty (Crafter). Każda postać wnosi do opowieści własną osobowość i wartości – empatię, odwagę czy współpracę. Podcast skierowany jest przede wszystkim do dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym, ale dzięki przemyślanej narracji i ekspresyjnej warstwie dźwiękowej z powodzeniem trafia też do starszych słuchaczy – tych, którzy Bulliki, Ogórki i Kanciaki pamiętają z własnego dzieciństwa. To historia stworzona przez miłośników marki dla całych rodzin.

„Dzieci uczą się przez narrację – to jeden z najstarszych mechanizmów przekazywania wiedzy. Podcast jako format odpowiada na tę potrzebę w nowoczesny sposób: jest dostępny zawsze i wszędzie, nie wymaga ekranu i angażuje wyobraźnię. Cieszę się, że możemy tworzyć treści dla najmłodszych fanów marki i przekazywać im wartości świata, którym sami jesteśmy zafascynowani od lat” – mówi Tomasz Pękała, Kierownik ds. PR, Volkswagen Samochody Dostawcze.

Podcast „Droga do Marzeń” jest dostępny bezpłatnie na [platformie Spotify](#).

Kontakt:

Tomasz Pękała

Kierownik ds. PR

Volkswagen Samochody Dostawcze

tomasz.pekala@volkswagen.pl