





KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI



INFORMACJA O WIDOWNI
TELEWIZYJNEJ W POLSCE
W III kwartale 2024 ROKU

ZESTAWIENIA DANYCH POCHODZĄ Z BADANIA
FIRMY AGB NIELSEN MEDIA RESEARCH

ANALIZA I OPRACOWANIE
JUSTYNA REISNER
DEPARTAMENT MONITORINGU
WARSZAWA 2024



WSTĘP

Analiza została przeprowadzona na podstawie danych pochodzących z badania realizowanego przez AGB Nielsen Media Research na próbie ludności Polski powyżej 4 roku życia. Badanie to jest obecnie jedynym dostępnym na polskim rynku ciągłym pomiarem telemetrycznym telewizji.

Struktura panelu badawczego konstruowana jest na podstawie danych GUS oraz wyników tzw. badania założycielskiego, realizowanego każdego roku w dwóch falach, na łącznej próbie 8000 gospodarstw domowych.

Od 1 stycznia 2022 panel badawczy liczy 3 500 gospodarstw domowych (ponad 9000 osób powyżej 4. roku życia) usytuowanych w: 1104 wsiach, 164 miastach liczących do 10 tys. mieszkańców, 129 miastach liczących od 10 do 19 tys. mieszkańców, 122 miastach liczących od 20 do 49 tys. mieszkańców, 46 miastach liczących od 50 do 99 tys. mieszkańców, 23 miastach liczących od 100 do 199 tys. mieszkańców, 9 miastach liczących od 200 do 499 tys. mieszkańców oraz 5 miastach powyżej 500 tys. mieszkańców. Liczba określająca obecny wymiar panelu badawczego powstała przez stopniowe jego zwiększanie z powodu zmian zachodzących na rynku.

WSKAŹNIKI

AMR (ang. AVERAGE MINUTE RATING) - średnia oglądalność minutowa - wskaźnik opisujący średnią wielkość widowni oglądającej konkretną audycję lub program telewizyjny

SHR% (ang. AUDIENCE SHARE) - udział w widowni - odsetek widzów, którzy oglądali audycję bądź program w stosunku do wszystkich widzów oglądających w tym czasie telewizję

ATV (ang. AVERAGE TIME VIEWING) - dobowy czas oglądania telewizji przypadający na statystycznego Polaka

ATS (ang. AVERAGE TIME SPENT) - czas poświęcony na oglądanie danego programu przez widza w ciągu doby

RCH% (ang. REACH) - zasięg dzienny, odsetek osób, które oglądały dany program przez co najmniej jedną minutę. Osoba, która oglądała program dłużej wliczana jest tylko raz

ANALIZA

W III kwartale 2024 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez blisko 3 godziny 27 minut dziennie, tj. o 3 minuty dłużej w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego, czas oglądania przypadający na statystycznego widza wzrósł o prawie 6 minut (do 5 godz. 58 min.). Zmniejszyła się natomiast o ok. 93 tys. średnia wielkość widowni minutowej (wyniosła 4 mln 909 tysięcy).

Na pierwszym miejscu pod względem udziałów w widowni znajdował się, podobnie jak przed rokiem w analogicznym okresie, program publiczny **TVP1**. **Pozycję drugą** zajmował **Polsat** (trzecia rok temu). Natomiast na **miejsce trzecie** awansował program informacyjny **TVN 24** (piąte przed rokiem) - wzrost o 0,32 pp. Czwarta lokata w rankingu należała niezmiennie do **TVN**. Na miejsce piąte z drugiego, przesunął się **Program 2 TVP** (największa strata w zestawieniu tj. -1,38 pp., -20%).

Łączny udział programów tzw. Wielkiej Czwórki (TVP1, TVP2, Polsat, TVN) wyniósł **25,2%** i zmniejszył się o ok. 2 pp. w stosunku do roku ubiegłego (analogiczny okres). Stratę odnotowano w przypadku programów **TVP2, TVN i Polsat**. Zyskała natomiast publiczna **Jedynka**.

Szczegółowe informacje nt. **Wielkiej Czwórki** oraz programu informacyjnego **TVN 24**, z uwagi na znaczny wzrost wskaźnika w tym czasie i wysokie miejsce w rankingu, zamieszczono w tabeli 1.

Tabela 1. Udziały programów TVP1, Polsat, TVN 24, TVN, TVP2 w rynku telewizyjnym – zmiana

Program	III kw. 2024	III kw. 2023	Zmiana (pp.)
TVP1	7,79%	7,40%	+0,39
Polsat	6,40%	6,57%	-0,17
TVN24	5,81%	5,49%	+0,32
TVN	5,56%	6,37%	-0,81
TVP 2	5,48%	6,86%	-1,38

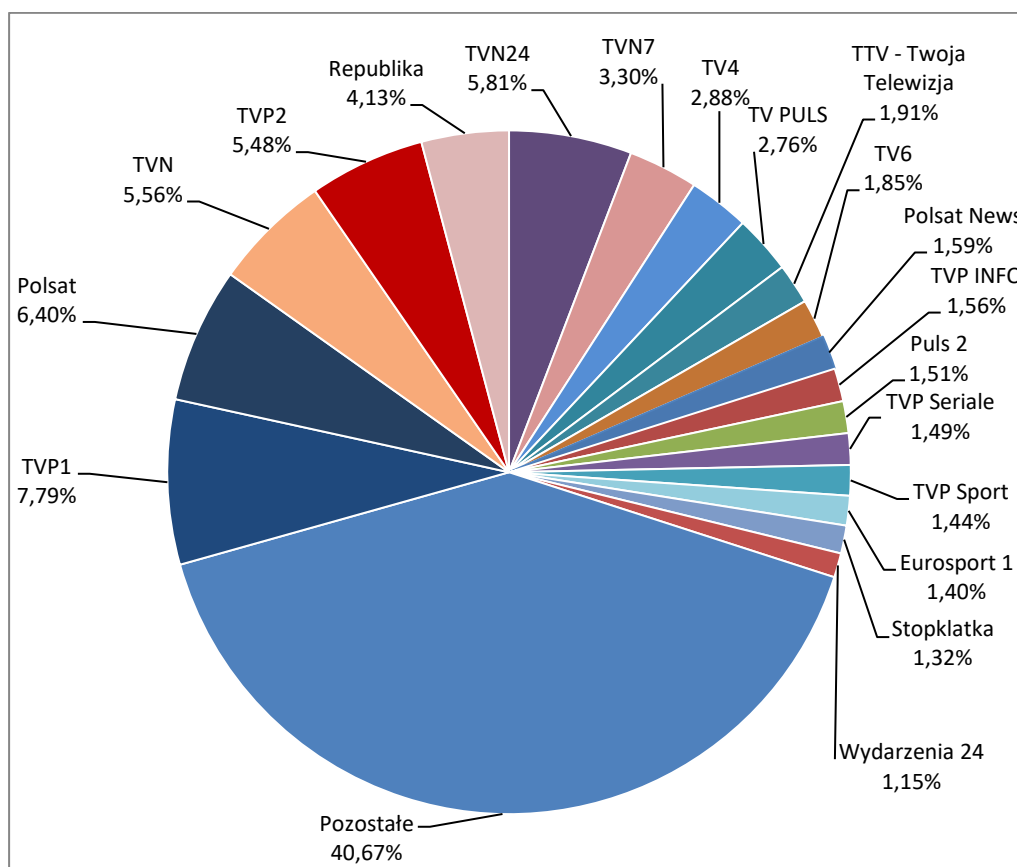
Źródło: Dane opracowane w Biurze KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research.

W analizowanym okresie, podobnie jak przed rokiem, w pierwszej dwudziestce rankingu pod względem oglądalności, zdecydowaną **większość stanowiły programy naziemnej telewizji cyfrowej** (szesnaście programów naziemnych i cztery dostępne drogą satelitarną i kablową - *TVN24, Polsat News, TVP Seriele, Eurosport 1*).

Wszystkie programy pierwszej dwudziestki, za wyjątkiem sportowego **Eurosport 1**, posiadały polską koncesję.

Eurosport 1, był najwyżej notowanym programem niekoncesjonowanym i zajmował 16 pozycję w rankingu - udział **1,4%** (wzrost o 0,89 pp.). Kolejne programy bez polskiej koncesji osiągały znacznie niższe udziały: **Eurosport 2 - 0,36%** (wzrost o 0,22 pp.), **Romance TV- 0,36%** (udział bez zmian) i **BBC First - 0,36%** (wzrost o 0,07 pp.), **Nick Jr - 0,32%** (spadek o 0,01 pp.).

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w III kwartale 2024 roku¹



Źródło: Dane opracowane w Biurze KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research.

¹ W kategorii pozostałe uwzględniono programy o udziale jednostkowym poniżej 1% oraz tzw. oglądalność niezidentyfikowaną pochodzącą z tradycyjnych źródeł telewizyjnych, jak i ze Smart TV (w tym treści non-tv na telewizorach podłączonych do internetu) i oglądalność rozpoznawaną, niedostępną odrębnie, jak np. HBO, niektóre programy C+

Podobnie jak w pierwszym i drugim kwartale bieżącego roku, w pierwszej dwudziestce rankingu pod względem oglądalności w układzie kwartalnym, znalazła się **TV Republika** z udziałem 4,13% (szóste miejsce).

Szczegółowe informacje dotyczące średniej widowni minutowej, udziałów i zasięgów programów naziemnej telewizji cyfrowej (NTC) w III kwartale 2024 roku wśród widzów, którzy mają dostęp wyłącznie do programów naziemnych zestawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Widownia programów w gospodarstwach z NTC wyłącznie w III kwartale 2024

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
TVP1	134 260	11,45%	25,54%	2 170 253
Polsat	92 145	7,86%	22,06%	1 874 829
TVP2	85 989	7,33%	20,58%	1 748 696
TVN	65 151	5,55%	20,64%	1 753 992
Republika	53 548	4,57%	6,59%	560 114
TV PULS	49 890	4,25%	13,49%	1 146 325
TVN7	49 059	4,18%	13,78%	1 170 564
TV4	48 040	4,10%	14,44%	1 226 675
TV6	44 874	3,83%	10,03%	852 371
Puls 2	43 480	3,71%	12,33%	1 047 836
TTV - Twoja Telewizja	34 228	2,92%	12,45%	1 057 871
TVP INFO	33 073	2,82%	10,93%	929 076
TVP3	29 783	2,54%	15,58%	1 323 472
Stopklatka	27 737	2,36%	8,59%	729 655
Fokus TV	24 857	2,12%	9,73%	826 954
Wydarzenia 24	23 833	2,03%	8,59%	729 716
Super Polsat	20 534	1,75%	10,09%	857 619
TVP Sport	18 980	1,62%	6,94%	590 064
ANTENA HD	17 472	1,49%	8,65%	735 167
Polo TV	14 273	1,22%	5,95%	505 605
TVP Rozrywka	11 204	0,96%	5,99%	508 664
TVP Historia	10 448	0,89%	6,66%	566 190
TVP ABC	10 432	0,89%	3,77%	320 428
TVP Kobieta	9 951	0,85%	4,68%	397 697

TVP Dokument	9 543	0,81%	6,15%	522 398
Nowa TV	9 526	0,81%	4,08%	346 605
Eska TV	8 626	0,74%	5,53%	469 861
TVP Kultura	7 202	0,61%	5,48%	465 505
TVP Polonia	6 818	0,58%	6,45%	547 734
WP	6 714	0,57%	2,95%	250 839
Zoom TV	5 881	0,50%	3,41%	289 511
wPolsce24	4 127	0,35%	1,51%	128 078

W tabeli uwzględniono programy o widowni powyżej 1 000 (AMR)

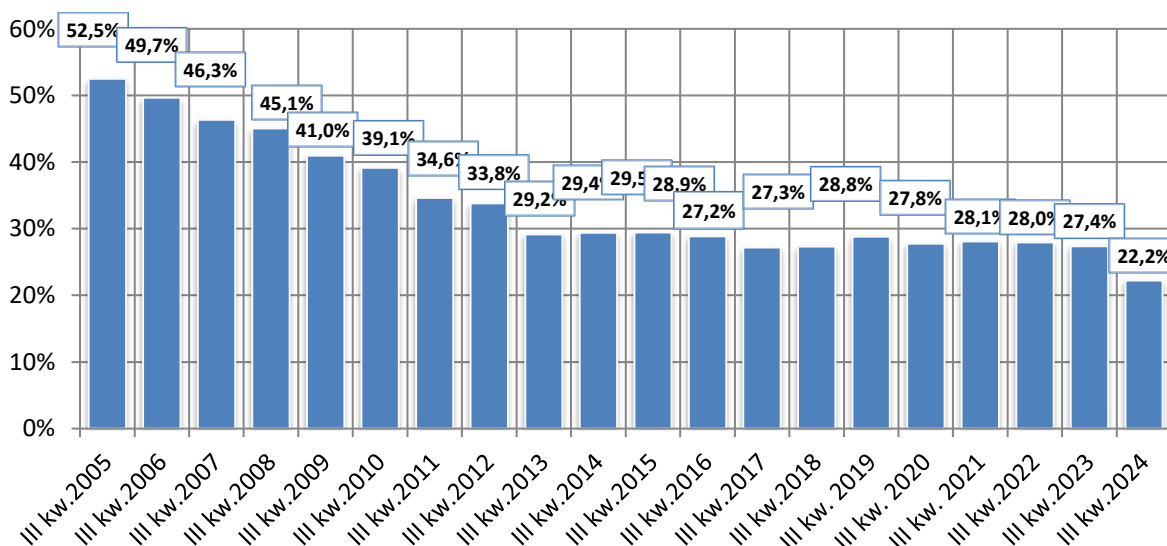
Źródło: Dane opracowane w Biurze KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research.

Telewizja publiczna

W analizowanym kwartale telewizja publiczna ogółem zanotowała znacznie niższy udział w widowni telewizyjnej w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego (mniej o 5,17 pp.), przy spadku średniej widowni minutowej o 278,6 tys. **Do telewizji publicznej** (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP 3, TVP Rozrywka, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia, TVP ABC, TVP Dokument, TVP Kobieta, TVP Nauka) **należało 22,21 % rynku**, podczas gdy przed rokiem 27,38%.

Szczegółowe dane obrazujące zmiany w ostatnich latach przedstawiono na wykresie.

Wykres 2. Trend - udziały telewizji publicznej w III kwartale 2005 – 2024 r.



Źródło: Dane opracowane w Biurze KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research.

Z analizy wskaźników wynika, że w III kwartale br. niższe udziały w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego, odnotowano w przypadku ośmiu programów tj. TVP2, TVP Info, TVP Seriale, TVP Sport, TVP3, TVP Historia, TVP Kobieta, TVP ABC.

Wzrosty natomiast uzyskały: TVP1, TVP Rozrywka, TVP HD, TVP Kultura, TVP Polonia, TVP Dokument, TVP Nauka.

Uśrednione dane kwartalne wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do III kwartału 2023 r. zestawiono w tabeli.

Tabela 3. Średnia widownia i udziały programów telewizji publicznej w III kwartale 2024 r.

PROGRAM	WIDOWNIA	ZMIANA	UDZIAŁ	ZMIANA pp	ZMIANA %
TVP1	382 387	↑ 12 144	7,79%	↑ 0,39	↑ 5,3%
TVP2	269 223	↓ -73 722	5,48%	↓ -1,38	↓ -20,1%
TVP INFO	76 803	↓ -188 452	1,56%	↓ -3,74	↓ -70,6%
TVP Seriale	73 016	↓ -7 246	1,49%	↓ -0,11	↓ -6,9%
TVP Sport	70 646	↓ -15 146	1,44%	↓ -0,28	↓ -16,3%
TVP3	46 400	↓ -9 204	0,95%	↓ -0,16	↓ -14,4%
TVP Rozrywka	27 654	↑ 1 824	0,56%	↑ 0,04	↑ 7,7%
TVP HD	26 555	↑ 380	0,54%	↑ 0,02	↑ 3,8%
TVP Historia	23 695	↓ -2 840	0,48%	↓ -0,05	↓ -9,4%
TVP Kultura	19 231	↑ 2 021	0,39%	↑ 0,05	↑ 14,7%
TVP Polonia	16 896	↑ 2 566	0,34%	↑ 0,05	↑ 17,2%
TVP Kobieta	16 661	↓ -1 270	0,34%	↓ -0,02	↓ -5,6%
TVP ABC	15 761	↓ -7 135	0,32%	↓ -0,14	↓ -30,4%
TVP Dokument	14 733	↑ 3 766	0,30%	↑ 0,08	↑ 36,4%
TVP Nauka	11 461	↑ 3 758	0,23%	↑ 0,08	↑ 53,3%
Ogółem	1 091 122	↓ -278 556	22,21%	↓ -5,17	↓ -18,9%

Źródło: Dane opracowane w Biurze KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research.

Telewizja koncesjonowana

Podobnie jak w pierwszym i drugim kwartale roku, największy przyrost udziałów (w pp.) obserwowany był w przypadku TV Republika (+ 4,04 pp.). Duże wzrosty notowały także telewizje: TV6 (+0,59 pp.) oraz TVN 24 (+0,32 pp.) i Wydarzenia 24 (+0,34 pp.).

Szczegółowe zestawienie dla programów koncesjonowanych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do III kwartału 2023 przedstawiono poniżej. W tabeli uwzględniono programy o udziale 0,2% i powyżej.

Tabela 4. Średnia widownia i udziały programów koncesjonowanych w III kw. 2024 r.

Lp.	PROGRAM	AMR	ZMIANA	SHR %	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	313 937	↓ -14 638	6,57%	6,40%	↓ -0,17
2.	TVN24	285 366	↑ 10 935	5,49%	5,81%	↑ 0,32
3.	TVN	272 937	↓ -45 495	6,37%	5,56%	↓ -0,81
4.	Republika	202 526	↑ 197 782	0,09%	4,13%	↑ 4,04
5.	TVN7	162 075	↓ -5 094	3,34%	3,30%	↓ -0,04
6.	TV4	141 487	↑ 2 792	2,77%	2,88%	↑ 0,11
7.	TV PULS	135 445	↓ -7 460	2,86%	2,76%	↓ -0,1
8.	TTV - Twoja Telewizja	93 643	↑ 4 311	1,79%	1,91%	↑ 0,12
9.	TV6	91 032	↑ 27 906	1,26%	1,85%	↑ 0,59
10.	Polsat News	77 940	↓ -7 673	1,71%	1,59%	↓ -0,12
11.	TVP INFO	76 803	↓ -188 452	5,30%	1,56%	↓ -3,74
12.	Puls 2	74 223	↓ -3 573	1,56%	1,51%	↓ -0,05
13.	Stopklatka	65 012	↑ 7 689	1,15%	1,32%	↑ 0,17
14.	Wydarzenia 24	56 231	↑ 15 622	0,81%	1,15%	↑ 0,34
15.	Fokus TV	45 103	↑ 3 932	0,82%	0,92%	↑ 0,1
16.	Polsat2	38 917	↓ -26 641	1,31%	0,79%	↓ -0,52
17.	Super Polsat	35 471	↓ -4 647	0,80%	0,72%	↓ -0,08
18.	WP	34 201	↑ 7 770	0,53%	0,70%	↑ 0,17
19.	Zoom TV	29 865	↑ 1 165	0,57%	0,61%	↑ 0,04
20.	Polsat Sport 1	28 159	↓ -39 046	1,34%	0,57%	↓ -0,77
21.	Nowa TV	25 302	↑ 5 062	0,40%	0,52%	↑ 0,12
22.	ANTENA HD	24 481	↑ 3 604	0,42%	0,50%	↑ 0,08
23.	TVN 24 Bis	24 370	↓ -1 808	0,52%	0,50%	↓ -0,05
24.	wPolsce24	24 286	↑ 22 705	0,03%	0,49%	↑ 0,46
25.	Polsat Play	23 675	↓ -2 634	0,53%	0,48%	↓ -0,05
26.	Pololo TV	22 251	↑ 3 588	0,37%	0,45%	↑ 0,08
27.	TVN Turbo	19 118	↓ -5 866	0,50%	0,39%	↓ -0,11
28.	Polsat Cafe	18 718	↓ -6 253	0,50%	0,38%	↓ -0,12
29.	Polsat Seriale	18 654	↓ -5 370	0,48%	0,38%	↓ -0,1
30.	Polsat Film	18 104	↓ -3 652	0,43%	0,37%	↓ -0,06
31.	TVN Style	15 865	↑ 95	0,32%	0,32%	→ 0
32.	TVN Fabula	14 968	↓ -3 388	0,37%	0,30%	↓ -0,07
33.	Kino Polska	13 171	↓ -3 604	0,34%	0,27%	↓ -0,07
34.	Kino TV	13 049	↑ 2 456	0,21%	0,27%	↑ 0,06
35.	Eska TV	12 377	↑ 339	0,24%	0,25%	↑ 0,01
36.	HGTV	11 977	↓ -1 127	0,26%	0,24%	↓ -0,02
37.	TVS	11451	↓ -2 799	0,28%	0,23%	↓ -0,05
38.	Metro	10726	↓ -3 530	0,28%	0,22%	↓ -0,06
39.	Planete+	9700	↑ 1 381	0,17%	0,20%	↑ 0,03

Źródło: Dane opracowane w Biurze KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research.