





KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI



INFORMACJA O WIDOWNI TELEWIZYJNEJ W POLSCE W I KWARTALE 2022 ROKU

ZESTAWIENIA DANYCH POCHODZĄ Z BADANIA
FIRMY AGB NIELSEN MEDIA RESEARCH

ANALIZA I OPRACOWANIE
JUSTYNA REISNER
DEPARTAMENT MONITORINGU
WARSZAWA 2022



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, w 2020 r. próba liczyła 6000 gospodarstw z uwagi na epidemię.

Obecnie, tj. 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 jest wliczana tylko raz

ANALIZA

W I kwartale 2022 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez **4 godziny 21 minut dziennie**, tj. **o ponad 14 minut krócej** w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Średnia wielkość widowni minutowej **zmniejszyła się o ponad 404 tys.** (do 6 mln 474 tysięcy). **Czas oglądania przypadający na statystycznego widza był także krótszy o prawie 12 minut** (6 godz. 44 minuty, w I kwartale 2021 natomiast 6 godz. 56 minut).

Na pierwszym miejscu pod względem udziałów w widowni pozostawał program publiczny **TVP1. Polsat** zajmował, podobnie jak w analogicznym okresie roku ubiegłego, pozycję drugą. Na trzecie miejsce awansował **TVN**. Miejsce czwarte w rankingu należało do **Programu 2 TVP** (trzecie przed rokiem).

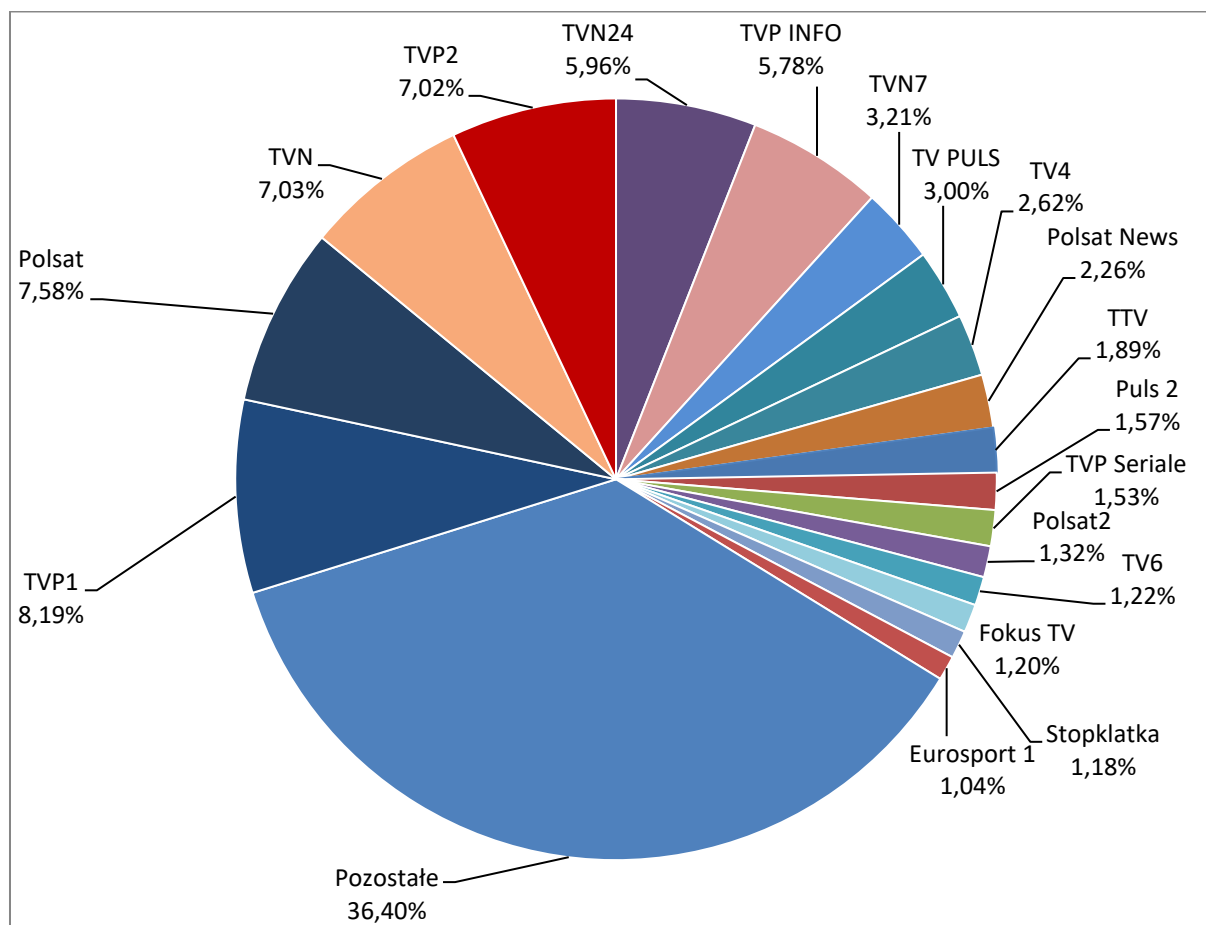
Łączny udział tych programów wyniósł w sumie 29,82% i zmniejszył się znacząco bo o ponad 4 pp. kwartał do kwartału. Straty odnotowały wszystkie programy, przy czym największe, programy publiczne - **TVP1 i TVP2**. Szczegółowa informacja nt. *wielkiej czwórki* w tabeli poniżej.

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

| Program | I kw. 2021 | I kw. 2022 | Zmiana (pp.) |
|---------|------------|---------------|--------------|
| TVP1 | 10,18% | 8,19% | -1,99 |
| Polsat | 8,29% | 7,58% | -0,71 |
| TVN | 7,05% | 7,03% | -0,02 |
| TVP2 | 8,51% | 7,02% | -1,49 |
| Ogółem | 34,03% | 29,82% | -4,21 |

Z przedstawionego na wykresie podziału rynku telewizyjnego wynika, że programy o niższych jednostkowych udziałach, w tym programy tematyczne, zajmowały większą jego część, wzrost o 4,4 pp. w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego.

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w I kwartale 2022 roku



* 36,4% zajmowały ogółem programy, których udział nie przekraczał 1% (kategoria pozostałe na wykresie)

Najwyżej notowany program niekoncesjonowany **Eurosport 1** zajmował 18 pozycję - **1,04%** (wzrost o **0,15 pp.** w stosunku do analogicznego kwartału roku ubiegłego). Za nim w rankingu znalazły się: filmowy **FOX** - udział **0,53%** - 31 miejsce w zestawieniu i adresowany do dziecięcej widowni, **Nick Jr** z udziałem **0,44%** na 34 miejscu (spadek o 0,19 pp.).

W analizowanym okresie, podobnie jak przed rokiem, w pierwszej dwudziestce rankingu pod względem oglądalności zdecydowaną większość stanowiły programy NTC. W czołówce znalazło się **15 programów naziemnej telewizji cyfrowej** i 5 dostępnych drogą satelitarną i kablową /**TVN24, TVP Seriale, Polsat 2, TVN24 BiS, Polsat News**/. Wszystkie programy pierwszej dwudziestki posiadały polską koncesję.

Szczegółowe dane dotyczące średniej widowni minutowej, udziałów i zasięgów programów NTC w I kwartale 2022 roku w sytuacji wyłącznego dostępu do tych programów zestawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Widownia programów w gospodarstwach z NTC wyłącznie w I kwartale 2022

| Program | AMR | SHR % | RCH % | RCH |
|-----------------------|------------|--------------|--------------|------------|
| TVP1 | 195 122 | 11,88% | 34,35% | 3 080 948 |
| TVP INFO | 177 555 | 10,81% | 25,94% | 2 326 046 |
| Polsat | 170 254 | 10,37% | 33,46% | 3 001 022 |
| TVP2 | 158 551 | 9,65% | 31,20% | 2 797 692 |
| TVN | 114 185 | 6,95% | 30,61% | 2 744 932 |
| TV PULS | 81 776 | 4,98% | 20,89% | 1 873 095 |
| TVN7 | 65 532 | 3,99% | 19,42% | 1 741 649 |
| Puls 2 | 64 715 | 3,94% | 17,50% | 1 569 612 |
| TV4 | 62 460 | 3,80% | 20,34% | 1 824 517 |
| TTV - Twoja Telewizja | 43 824 | 2,67% | 17,70% | 1 587 166 |
| Fokus TV | 41 557 | 2,53% | 15,20% | 1 363 217 |
| TV6 | 41 423 | 2,52% | 15,33% | 1 374 604 |
| Stopklatka | 41 358 | 2,52% | 14,13% | 1 267 390 |
| Super Polsat | 36 492 | 2,22% | 16,34% | 1 465 090 |
| TVP3 | 34 282 | 2,09% | 20,37% | 1 826 678 |
| TVP ABC | 30 190 | 1,84% | 8,62% | 773 300 |
| TVP Historia | 20 838 | 1,27% | 11,65% | 1 044 931 |
| TV Trwam | 19 469 | 1,19% | 8,14% | 729 946 |
| ANTENA TV | 16 603 | 1,01% | 11,18% | 1 002 896 |
| TVP Sport | 16 454 | 1,00% | 8,32% | 745 712 |
| Polo TV | 15 878 | 0,97% | 7,87% | 705 521 |
| Eska TV | 11 530 | 0,70% | 7,19% | 644 436 |
| TVP Kobieta | 11 251 | 0,69% | 6,50% | 583 053 |
| Wydarzenia 24 | 11 173 | 0,68% | 3,73% | 334 104 |
| WP | 10 826 | 0,66% | 5,38% | 482 181 |
| Nowa TV | 8 524 | 0,52% | 5,21% | 466 920 |
| Metro | 8 479 | 0,52% | 5,16% | 462 696 |
| Zoom TV | 7 826 | 0,48% | 5,11% | 458 481 |
| TVP Kultura | 7 580 | 0,46% | 5,77% | 517 765 |
| TVP Dokument | 2 784 | 0,17% | 1,75% | 156 593 |

| Program | AMR | SHR % | RCH % | RCH |
|--------------|-------|-------|-------|---------|
| TVP Rozrywka | 1 833 | 0,11% | 1,56% | 139 935 |
| TVS | 1 295 | 0,08% | 0,61% | 54 389 |
| TVP Polonia | 1 114 | 0,07% | 1,07% | 95 864 |
| TV Republika | 1 013 | 0,06% | 0,65% | 58 530 |

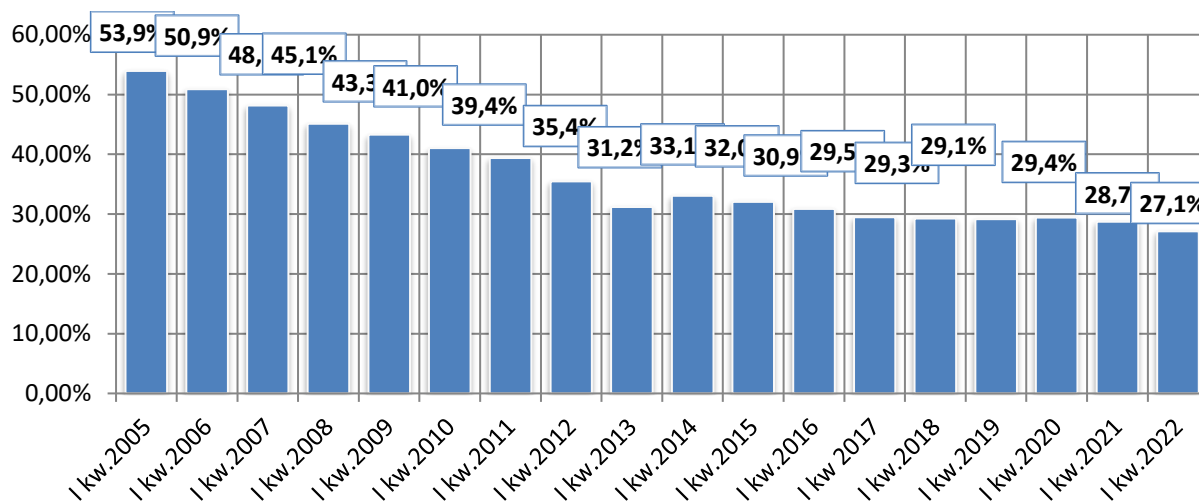
w tabeli uwzględniono programy o widowni powyżej 1 000 (AMR)

Telewizja publiczna

Do telewizji publicznej łącznie (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) należało **27,12 % rynku**, podczas gdy przed rokiem 28,7%.

W analizowanym kwartale telewizja publiczna ogółem zanotowała **niższy o 1,54 pp.** udział w widowni telewizyjnej oraz spadek średniej widowni minutowej o blisko 216 tys. w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Szczegółowe dane obrazujące trend w ostatnich latach przedstawiono niżej na wykresie.

Wykres 2. Trend - udziały telewizji publicznej w I kwartale 2005 – 2022 r.



Z analizy wynika, że w I kwartale br. udziały siedmiu programów zmniejszyły się w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego a jednego (TVP Kultura) pozostały na poziomie sprzed roku.

Największe spadki w zestawieniu notowały programy: TVP1 (-1,99 pp.) i TVP2 (-1,49 pp.) oraz **TVP Sport (-0,35 pp.), TVP ABC (-0,29 pp.) i TVP3 (-0,23 pp.)**. Znacznie mniejsze - TVP Historia i TVP Rozrywka.

Wzrosty odnotowano natomiast w przypadku sześciu programów. **Największy (+2,14 pp.)** obserwowano w przypadku programu **informacyjnego TVP INFO**. Na wysokie tegoroczne udziały kwartalne tego programu, podobnie jak innych programów o charakterze informacyjnym, wpłynął głównie wybuch wojny w Ukrainie i zwiększone zapotrzebowanie Polaków na treści informacyjne.

Dane uśrednione dla całego kwartału dotyczące wszystkich programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kwartału 2021 r. zestawiono w tabeli 3.

Tabela 3. Średnia widownia i udziały programów telewizji publicznej w I kwartale 2022 r.

| PROGRAM | WIDOWNIA | ZMIANA | UDZIAŁ | ZMIANA pp |
|---------------|------------------|-------------------|---------------|----------------|
| TVP1 | 530 106 | ↓ -170 070 | 8,19% | ↓ -1,99 |
| TVP2 | 454 658 | ↓ -130 394 | 7,02% | ↓ -1,49 |
| TVP INFO | 374 059 | ↑ 123 832 | 5,78% | ↑ 2,14 |
| TVP3 | 53 493 | ↓ -19 088 | 0,83% | ↓ -0,23 |
| TVP Sport | 45 446 | ↓ -26 433 | 0,70% | ↓ -0,35 |
| TVP HD | 35 537 | ↑ 7 929 | 0,55% | ↑ 0,15 |
| TVP ABC | 40 453 | ↓ -21 937 | 0,62% | ↓ -0,29 |
| TVP Historia | 37 872 | ↓ -7 915 | 0,59% | ↓ -0,08 |
| TVP Kultura | 21 456 | ↓ -986 | 0,33% | → 0,00 |
| TVP Rozrywka | 24 964 | ↓ -8 281 | 0,39% | ↓ -0,09 |
| TVP Seriale | 98 952 | ↑ 9 998 | 1,53% | ↑ 0,24 |
| TVP Polonia | 14 719 | ↑ 4 781 | 0,23% | ↑ 0,09 |
| TVP Dokument | 6 230 | ↑ 3 155 | 0,10% | ↑ 0,06 |
| TVP Kobieta | 16 554 | ↑ 14 040 | 0,26% | ↑ 0,22 |
| Ogółem | 1 754 499 | ↓ -215 780 | 27,12% | ↓ -1,54 |

Telewizja koncesjonowana

Spośród programów koncesjonowanych największe spadki udziałów (w pp.) obserwowano w przypadku programów: Polsat (-0,71), TVN7 (-0,49), TV4 (-0,49), TV Puls(-0,47). Zwiększyły natomiast swoje udziały programy informacyjne: TVN24 (o 1,15 pp.), Wydarzenia 24 (o 0,53 pp.), TVN 24 BiŚ (o 0,48pp.), Polsat News (o 0,41pp.).

Szczegółowe zestawienie programów koncesjonowanych (z wyłączeniem koncesjonowanych programów publicznych, które zostały uwzględnione w tabeli 3) wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kwartału 2021 przedstawiono niżej.

Tabela 4. Średnia widownia i udziały programów koncesjonowanych w I kw. 2022 r.

| Lp. | Program | AMR | ZMIANA | SHR % | ZMIANA /pp/ |
|-----|----------------|---------|-----------|-------|-------------|
| 1. | Polsat | 490 542 | ↓ -79 750 | 7,58% | ↓ -0,71 |
| 2. | TVN | 454 894 | ↓ -30 051 | 7,03% | ↓ -0,02 |
| 3. | TVN24 | 385 788 | ↑ 54 835 | 5,96% | ↑ 1,15 |
| 4. | TVN7 | 208 006 | ↓ -46 538 | 3,21% | ↓ -0,49 |
| 5. | TV PULS | 194 484 | ↓ -44 190 | 3,00% | ↓ -0,47 |
| 6. | TV4 | 169 396 | ↓ -44 263 | 2,62% | ↓ -0,49 |
| 7. | Polsat News | 146 302 | ↑ 18 949 | 2,26% | ↑ 0,41 |
| 8. | TTV | 122 205 | ↓ -16 827 | 1,89% | ↓ -0,13 |
| 9. | Puls 2 | 101 530 | ↓ -5 375 | 1,57% | ↑ 0,02 |
| 10. | Polsat2 | 85 766 | ↓ -12 334 | 1,32% | ↓ -0,11 |
| 11. | TV6 | 78 737 | ↓ -12 240 | 1,22% | ↓ -0,1 |
| 12. | Fokus TV | 77 999 | ↓ -10 618 | 1,20% | ↓ -0,09 |
| 13. | Stopklatka | 76 356 | ↓ -15 550 | 1,18% | ↓ -0,16 |
| 14. | TVN 24 Bis | 57 266 | ↑ 29 549 | 0,88% | ↑ 0,48 |
| 15. | Super Polsat | 55 521 | ↓ -14 470 | 0,86% | ↓ -0,16 |
| 16. | TVN Turbo | 40 225 | ↑ 898 | 0,62% | ↑ 0,05 |
| 17. | Polsat Play | 37 009 | ↓ -8 155 | 0,57% | ↓ -0,09 |
| 18. | Wydarzenia 24 | 36 226 | ↑ 34 106 | 0,56% | ↑ 0,53 |
| 19. | Polsat Film | 35 552 | ↓ -1 734 | 0,55% | ↑ 0,01 |
| 20. | WP | 34 405 | ↓ -3 407 | 0,53% | ↓ -0,02 |
| 21. | TVN Style | 31 898 | ↓ -1 089 | 0,49% | ↑ 0,01 |
| 22. | Zoom TV | 29 958 | ↓ -5 400 | 0,46% | ↓ -0,05 |
| 23. | TV Trwam | 27 905 | ↓ -8 314 | 0,43% | ↓ -0,1 |
| 24. | Kino Polska | 26 612 | ↓ -5 902 | 0,41% | ↓ -0,06 |
| 25. | Polsat Cafe | 23 243 | ↓ -2 946 | 0,36% | ↓ -0,02 |
| 26. | Polsat Sport | 23 066 | ↓ -1 895 | 0,36% | → 0 |
| 27. | TVN Fabula | 22 623 | ↓ -4 365 | 0,35% | ↓ -0,04 |
| 28. | TVP Kultura | 21 456 | ↓ -986 | 0,33% | → 0 |
| 29. | ANTENA TV | 21 448 | ↑ 21 448 | 0,33% | ↑ 0,33 |
| 30. | Polo TV | 21 315 | ↓ -10 053 | 0,33% | ↓ -0,13 |
| 31. | Polsat Seriale | 21 290 | ↑ 4 232 | 0,33% | ↑ 0,08 |
| 32. | HGTV | 20 987 | ↓ -7 506 | 0,32% | ↓ -0,09 |
| 33. | Nowa TV | 18 634 | ↑ 1 572 | 0,29% | ↑ 0,04 |
| 34. | Metro | 17 906 | ↑ 850 | 0,28% | ↑ 0,03 |
| 35. | TVS | 16 849 | ↑ 269 | 0,26% | ↑ 0,02 |
| 36. | Eska TV | 16 434 | ↓ -5 788 | 0,25% | ↓ -0,07 |
| 37. | Kino TV | 13 983 | ↓ -1 720 | 0,22% | ↓ -0,01 |
| 38. | MiniMini+ | 13 830 | ↓ -1 587 | 0,21% | ↓ -0,01 |