



KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

INFORMACJA O WIDOWNI TELEWIZYJNEJ W POLSCE W I KWARTALE 2023 ROKU

ZESTAWIENIA DANYCH POCHODZĄ Z BADANIA
FIRMY AGB NIELSEN MEDIA RESEARCH

ANALIZA I OPRACOWANIE
JUSTYNA REISNER
DEPARTAMENT MONITORINGU
WARSZAWA 2023

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 2023 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez prawie **4 godziny 7 minut dziennie**, tj. o blisko **15 minut krócej** w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Średnia wielkość widowni minutowej **zmniejszyła się o ponad 417 tys.** (do 6 mln 56 tysięcy). **Czas oglądania przypadający na statystycznego widza był krótszy o 12 minut** (wyniósł 6 godz. 32 minuty, w I kwartale 2022 natomiast 6 godz. 44 minuty).

Na pierwszym miejscu pod względem udziałów w widowni pozostawał program publiczny **TVP1**. Na drugie awansował **Program 2 TVP** (trzecie przed rokiem). Telewizja **TVN** zajmowała, podobnie jak w analogicznym okresie roku ubiegłego, pozycję trzecią w rankingu. Miejsce czwarte należało do **Polsatu** - *spadek w zestawieniu (z 2 miejsca przed rokiem)*.

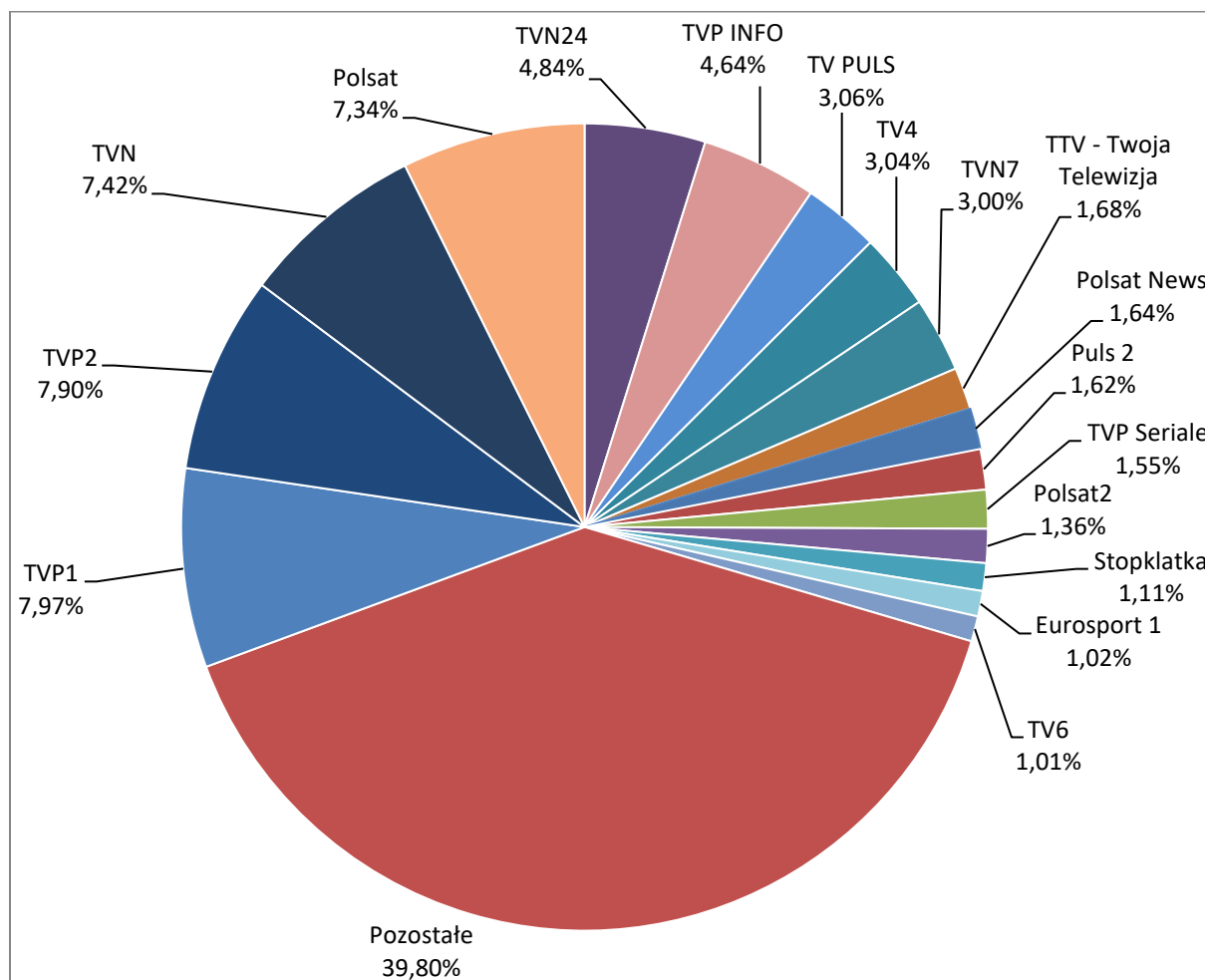
Łączny udział tych programów wyniósł w sumie **30,63%** i zwiększył się o 0,81 pp. kwartał do kwartału. **Najwięcej zyskała publiczna Dwójka, mniej TVN**. Straty odnotowały natomiast **TVP1 i Polsat**. Szczegółowe informacje nt. udziałów programów tzw. *wielkiej czwórki* zamieszczono w tabeli 1.

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

Program	I kw. 2022	I kw. 2023	Zmiana (pp.)
TVP1	8,19%	7,97%	-0,22
TVP2	7,02%	7,90%	+0,88
TVN	7,03%	7,42%	+0,39
Polsat	7,58%	7,34%	-0,24
Ogółem	29,82%	30,63%	+0,81

Z przedstawionego poniżej podziału rynku telewizyjnego wynika, że programy o niższych jednostkowych udziałach, w tym tematyczne, zajmowały blisko 40% (wzrost o 1,4 pp. w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego).

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w I kwartale 2023 roku



* 39,8% zajmowały ogółem programy, których udział nie przekraczał 1% (kategoria pozostałe na wykresie)

W analizowanym okresie, podobnie jak przed rokiem, w pierwszej dwudziestce rankingu pod względem oglądalności zdecydowaną **większość stanowiły programy naziemnej telewizji cyfrowej**. W czołówce znalazło się **15 programów NTC** i 5 dostępnych drogą satelitarną i kablową /**TVN24, TVP Seriale, Polsat 2, Polsat News, Eurosport 1**/. Wszystkie programy pierwszej dwudziestki, za wyjątkiem *Eurosport 1*, posiadały polską koncesję.

Eurosport 1 był **najwyżej notowanym programem niekoncesjonowanym**, zajmował 16 pozycję w rankingu, z udziałem na poziomie analogicznego kwartału roku ubiegłego (**1,02%**). Za nim znalazły się: filmowy **FOX** - **0,64%** (wzrost o **0,11 pp.**, 23 lokata w zestawieniu), skierowany do dzieci **Nick Jr** - **0,46%** (34 miejsce), **Discovery** z udziałem **0,37%** na 40 miejscu (spadek o 0,04 pp.) i emitujący europejskie seriale i filmy romantyczne **Romance TV** - **0,34%** (wzrost o 0,05 pp., 42 miejsce w zestawieniu).

Szczegółowe informacje dotyczące średniej widowni minutowej, udziałów i zasięgów programów NTC w I kwartale 2023 roku w sytuacji wyłącznego dostępu widzów do nich zestawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Widownia programów w gospodarstwach z NTC wyłącznie w I kwartale 2023

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
TVP1	183 947	12,42%	32,44%	2 893 877
TVP2	177 705	12,00%	29,67%	2 646 292
Polsat	131 024	8,85%	28,64%	2 554 901
TVP INFO	129 236	8,73%	20,05%	1 788 272
TVN	107 659	7,27%	28,27%	2 521 906
TV PULS	64 040	4,32%	18,08%	1 612 354
TV4	55 093	3,72%	17,81%	1 588 582
Puls 2	54 488	3,68%	15,40%	1 373 358
TVN7	50 436	3,41%	16,57%	1 477 920
TTV - Twoja Telewizja	36 919	2,49%	14,72%	1 312 881
TVP3	36 360	2,46%	19,14%	1 707 598
Super Polsat	31 023	2,09%	14,32%	1 277 741
TV6	30 939	2,09%	12,51%	1 116 333
Stopklatka	28 617	1,93%	11,25%	1 003 873
Fokus TV	28 007	1,89%	11,76%	1 049 225
TVP ABC	21 551	1,46%	6,40%	571 160
ANTENA TV	17 994	1,22%	9,75%	869 943
TV Trwam	17 780	1,20%	7,15%	637 417
TVP Historia	17 277	1,17%	9,72%	867 158
Wydarzenia 24	15 980	1,08%	6,19%	552 107
TVP Sport	14 537	0,98%	6,96%	621 175
Polo TV	13 424	0,91%	6,40%	570 960
TVP Kobieta	11 222	0,76%	5,62%	501 523
Nowa TV	9 936	0,67%	4,89%	436 315
WP	9 695	0,65%	4,47%	398 864
TVP Rozrywka	8 749	0,59%	5,73%	510 898
TVP Dokument	8 667	0,59%	5,90%	526 539
Eska TV	7 993	0,54%	6,49%	578 511

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
Metro	7 881	0,53%	4,35%	388 271
Zoom TV	7 069	0,48%	4,51%	402 217
TVP Kultura	5 863	0,40%	4,75%	423 753
TVP Polonia	4 715	0,32%	4,86%	433 221
TV Republika	1 607	0,11%	0,78%	69 889
TVS	1 113	0,08%	0,41%	36 213

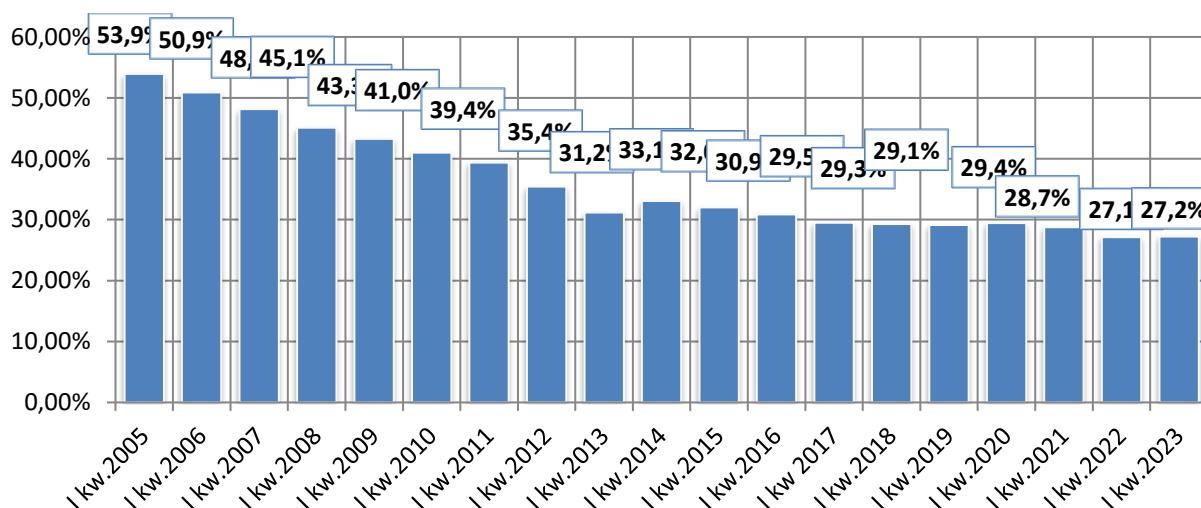
W tabeli uwzględniono programy o widowni powyżej 1 000 (AMR)

Telewizja publiczna

W analizowanym kwartale telewizja publiczna ogółem zanotowała nieco wyższy udział w widowni telewizyjnej w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego, przy spadku średniej widowni minutowej o ponad 107 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 27,2 % rynku**, podczas gdy przed rokiem 27,1%.

Szczegółowe dane obrazujące zmiany w ostatnich latach przedstawiono niżej na wykresie.

Wykres 2. Trend - udziały telewizji publicznej w I kwartale 2005 – 2023 r.



Z analizy wynika, że w I kwartale br. udziały czterech programów zmniejszyły się w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Spadki w zestawieniu notowały: TVP Info (-1,14 pp.), TVP1 (-0,22 pp.) oraz TVP ABC (-0,09 pp.) i TVP Historia (-0,06 pp.).

Natomiast większość programów publicznych zwiększyła swoje udziały w analizowanym okresie w mniejszym lub większym stopniu. **Wzrosty** dotyczyły **10 stacji**, w tym **TVP2 (+0,88 pp.)**, **TVP Dokument (+0,11 pp.)**, **TVP Rozrywka (+0,11 pp.)**, **TVP Sport (+0,1 pp.)**.

Nowy program tematyczny telewizji publicznej o charakterze edukacyjnym **TVP Nauka**, który rozpoczął nadawanie na początku października 2022 roku, zgromadził widownię na poziomie poprzedniego kwartału, tj. ponad **8,2 tys. widzów (0,14% udziału)**.

Uśrednione dane kwartalne wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kwartału 2022 r. zestawiono w tabeli 3.

Tabela 3. Średnia widownia i udziały programów telewizji publicznej w I kwartale 2023 r.

PROGRAM	WIDOWNIA	ZMIANA	UDZIAŁ	ZMIANA pp
TVP1	482 921	↓ -47 185	7,97%	↓ -0,22
TVP2	478 524	↑ 23 866	7,90%	↑ 0,88
TVP INFO	280 961	↓ -93 098	4,64%	↓ -1,14
TVP Seriale	93 954	↓ -4 998	1,55%	↑ 0,02
TVP3	55 771	↑ 2 278	0,92%	↑ 0,09
TVP Sport	48 318	↑ 2 872	0,80%	↑ 0,10
TVP HD	35 800	↑ 263	0,59%	↑ 0,04
TVP Historia	32 310	↓ -5 562	0,53%	↓ -0,06
TVP ABC	32 261	↓ -8 192	0,53%	↓ -0,09
TVP Rozrywka	30 188	↑ 5 224	0,50%	↑ 0,11
TVP Kultura	20 342	↓ -1 114	0,34%	↑ 0,01
TVP Kobieta	18 785	↑ 2 231	0,31%	↑ 0,05
TVP Polonia	15 980	↑ 1 261	0,26%	↑ 0,03
TVP Dokument	12 980	↑ 6 750	0,21%	↑ 0,11
TVP Nauka*	8 224	↑ 8 224	0,14%	↑ 0,14
Ogółem	1 647 319	↓ -107 180	27,19%	↑ 0,07

*program nadawany od października 2022

Telewizja koncesjonowana

Największe spadki udziałów (w pp.) obserwowano w przypadku koncesjonowanych programów informacyjnych TVN24 (-1,12 pp.), TVN24 BiŚ (-0,37 pp.), Polsat News (-0,62pp.) oraz telewizji Polsat (-0,24), TVN7 (-0,21), TTV (-0,21), TV6 (-0,21). Zwiększyły natomiast swoje udziały TVN (+0,39), TV4 (+0,42), Zoom TV (+0,15).

Szczegółowe zestawienie dla programów koncesjonowanych (z wyłączeniem koncesjonowanych programów publicznych, które zostały uwzględnione w tabeli 3) wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kwartału 2022 przedstawiono niżej.

Tabela 4. Średnia widownia i udziały programów koncesjonowanych w I kw. 2023 r.

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	TVN	449 539	↓ -5 355	7,42%	↑ 0,39
2.	Polsat	444 584	↓ -45 958	7,34%	↓ -0,24
3.	TVN24	292 847	↓ -92 941	4,84%	↓ -1,12
4.	TV PULS	185 056	↓ -9 428	3,06%	↑ 0,06
5.	TV4	184 392	↑ 14 996	3,04%	↑ 0,42
6.	TVN7	181 411	↓ -26 595	3,00%	↓ -0,21
7.	TTV	101 960	↓ -20 245	1,68%	↓ -0,21
8.	Polsat News	99 176	↓ -47 126	1,64%	↓ -0,62
9.	Puls 2	98 187	↓ -3 343	1,62%	↑ 0,05
10.	Polsat2	82 403	↓ -3 363	1,36%	↑ 0,04
11.	Stopklatka	67 268	↓ -9 088	1,11%	↓ -0,07
12.	TV6	61 465	↓ -17 272	1,01%	↓ -0,21
13.	Fokus TV	52 174	↓ -25 825	0,86%	↓ -0,34
14.	Super Polsat	49 759	↓ -5 762	0,82%	↓ -0,04
15.	Wydarzenia 24	39 089	↑ 2 863	0,65%	↑ 0,09
16.	Polsat Play	37 744	↑ 735	0,62%	↑ 0,05
17.	Zoom TV	37 043	↑ 7 085	0,61%	↑ 0,15
18.	WP	34 933	↑ 528	0,58%	↑ 0,05
19.	TVN Turbo	31 832	↓ -8 393	0,53%	↓ -0,09
20.	TVN 24 Bis	30 873	↓ -26 393	0,51%	↓ -0,37
21.	Polsat Film	29 273	↓ -6 279	0,48%	↓ -0,07
22.	Polsat Cafe	27 101	↑ 3 858	0,45%	↑ 0,09
23.	Polsat Seriale	25 983	↑ 4 693	0,43%	↑ 0,1
24.	TV Trwam	25 114	↓ -2 791	0,41%	↓ -0,02
25.	ANTENA TV	24 266	↑ 2 818	0,40%	↑ 0,07
26.	Polsat Sport	23 992	↑ 926	0,40%	↑ 0,04
27.	Nowa TV	23 905	↑ 5 271	0,39%	↑ 0,1
28.	Kino Polska	21 009	↓ -5 603	0,35%	↓ -0,06
29.	TVN Style	20 523	↓ -11 375	0,34%	↓ -0,15
30.	TVN Fabula	20 509	↓ -2 114	0,34%	↓ -0,01
31.	Metro	18 812	↑ 906	0,31%	↑ 0,03
32.	TVS	18 745	↑ 1 896	0,31%	↑ 0,05
33.	HGTV	17 958	↓ -3 029	0,30%	↓ -0,02
34.	Polo TV	17 939	↓ -3 376	0,30%	↓ -0,03
35.	Kino TV	14 601	↑ 618	0,24%	↑ 0,02
36.	Planete+	13 120	↓ -62	0,22%	↑ 0,02
37.	MiniMini+	12 476	↓ -1 354	0,21%	→ 0