



KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

INFORMACJA O WIDOWNI TELEWIZYJNEJ W POLSCE W IV KWARTALE 2022 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.

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 IV kwartale 2022 roku statystyczny Polak oglądał telewizję średnio **o 8 minut krócej** w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego, tj. przez **4 godziny 4 minuty dziennie**. Spadki wskaźników były większe niż w poprzednim kwartale (wówczas np. czas oglądania był krótszy o 4 minuty rok do roku). W analizowanym okresie wielkość widowni minutowej telewizji ogółem **zmniejszyła się o ponad 240 tys.** /do 6 mln 37 tysięcy/ **a czas oglądania przypadający na widza wyniósł 6,5 godz.** i był krótszy o ok. 9 min. w stosunku do ostatniego kwartału 2021.

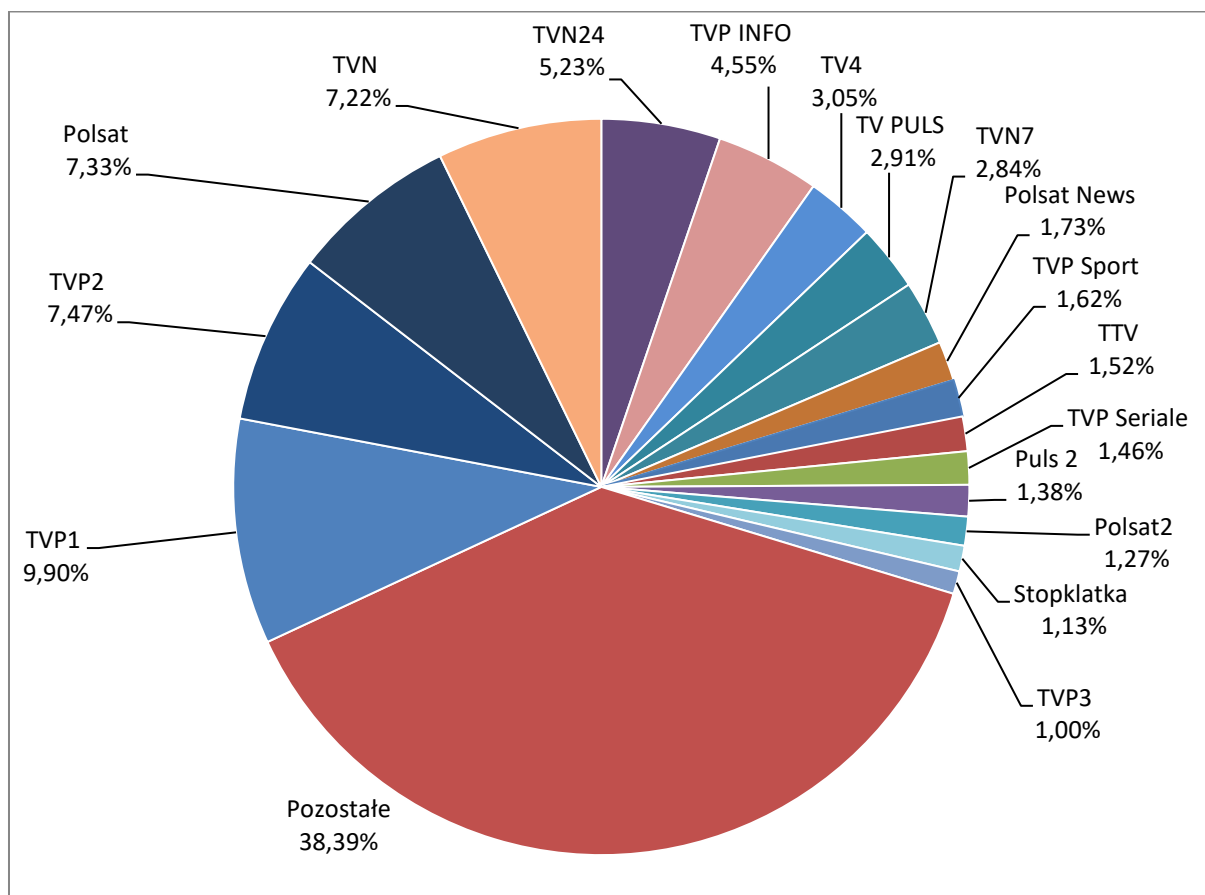
Na pierwszym miejscu **pod względem udziałów w widowni** pozostawał program publiczny **TVP1**. Na miejsce drugie, z czwartego przed rokiem, awansował **Program 2 TVP**. **Polsat** zajmował trzecią pozycję w rankingu (druga w analogicznym okresie roku ubiegłego), czwarta lokata należała do telewizji **TVN**, która w ostatnim kwartale roku odnotowała niższe wartości wskaźnika.

Łączny udział tych programów wyniósł 31,92% i zmniejszył się o 1,6 pp. kwartał do kwartału (w III kwartale zmiana na niekorzyść o 2,8 pp.). Straty dotyczyły wszystkich programów, za wyjątkiem **TVP1** - wzrost o 0,62 pp. Szczegółową informację dot. *wielkiej czwórki* zamieszczono się w tabeli niżej.

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

Program	IV kw. 2021	IV kw. 2022	Zmiana (pp.)
TVP1	9,28%	9,90%	0,62
TVP2	7,85%	7,47%	-0,38
Polsat	8,30%	7,33%	-0,97
TVN	8,08%	7,22%	-0,86
Ogółem	33,51%	31,92%	-1,59

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w IV kwartale 2022 roku



* 38,39% zajmowały ogółem programy, których jednostkowy udział był niższy niż 1% (kategoria pozostałe na wykresie)

Wśród programów o największych oglądalnościach zdecydowaną większość stanowiły telewizje z koncesją naziemną. W analizowanym okresie, w rankingu ułożonym pod względem oglądalności (pierwsza dwudziestka) znalazło się **17 programów NTC** i 3 dostępne drogą satelitarną i kablową /**TVN24, Polsat News, TVP Seriale**/.

Wszystkie programy pierwszej dwudziestki były koncesjonowane w Polsce. Ich łączny udział zmniejszył się o ponad 3,6 punktu procentowego w stosunku do roku ubiegłego (analogiczny okres). Z podziału rynku telewizyjnego wynika, że **programy o niższych jednostkowych udziałach**, w tym programy tematyczne, **zajmują coraz większą jego część**.

Najwyżej notowanym programem niekoncesjonowanym był filmowy FOX - 0,61% (23 pozycja w rankingu). Za nim znalazły się: program sportowy **Eurosport 1** - 35 miejsce w zestawieniu - **0,41% udziału**, adresowany do dziecięcej widowni **Nick Jr** - **0,4%** (36 lokata) i **Discovery** z udziałem **0,33%** na 44 miejscu (znaczący spadek o 0,16 pp.).

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

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

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
TVP1	198 182	13,61%	32,94%	2 954 385
TVP2	163 939	11,26%	29,57%	2 651 434
TVP INFO	128 534	8,83%	20,88%	1 872 912
Polsat	127 279	8,74%	27,03%	2 424 386
TVN	97 063	6,67%	25,46%	2 283 341
TV PULS	64 168	4,41%	17,13%	1 536 277
TV4	52 485	3,61%	16,36%	1 466 924
Puls 2	49 391	3,39%	13,94%	1 250 337
TVN7	43 342	2,98%	14,79%	1 326 589
TVP3	39 119	2,69%	18,80%	1 686 032
TTV	32 230	2,21%	13,61%	1 220 233
Super Polsat	28 925	1,99%	12,87%	1 154 406
Stopklatka	28 761	1,98%	10,64%	954 616
TV6	28 583	1,96%	11,45%	1 026 898
Fokus TV	28 328	1,95%	11,55%	1 035 534
TVP Sport	25 908	1,78%	9,04%	810 413
TVP ABC	21 563	1,48%	5,87%	526 213
TVP Historia	19 903	1,37%	10,10%	905 505
ANTENA TV	16 201	1,11%	9,18%	823 151
TV Trwam	15 982	1,10%	6,28%	562 913
Wydarzenia 24	15 288	1,05%	6,03%	540 859
TVP Kobieta	12 999	0,89%	5,65%	506 575
Polo TV	12 781	0,88%	6,27%	561 944
Nowa TV	10 338	0,71%	4,83%	433 088
WP	9 314	0,64%	4,28%	383 916
Metro	8 951	0,61%	4,42%	396 180
Zoom TV	7 080	0,49%	4,63%	415 363
TVP Rozrywka	6 961	0,48%	4,47%	400 566

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
TVP Dokument	6 872	0,47%	4,72%	423 560
TVP Kultura	6 774	0,47%	5,10%	457 200
Eska TV	6 632	0,46%	5,81%	521 470
TVP Polonia	4 299	0,30%	4,13%	370 357
TVP 4K	2 158	0,15%	1,13%	101 304

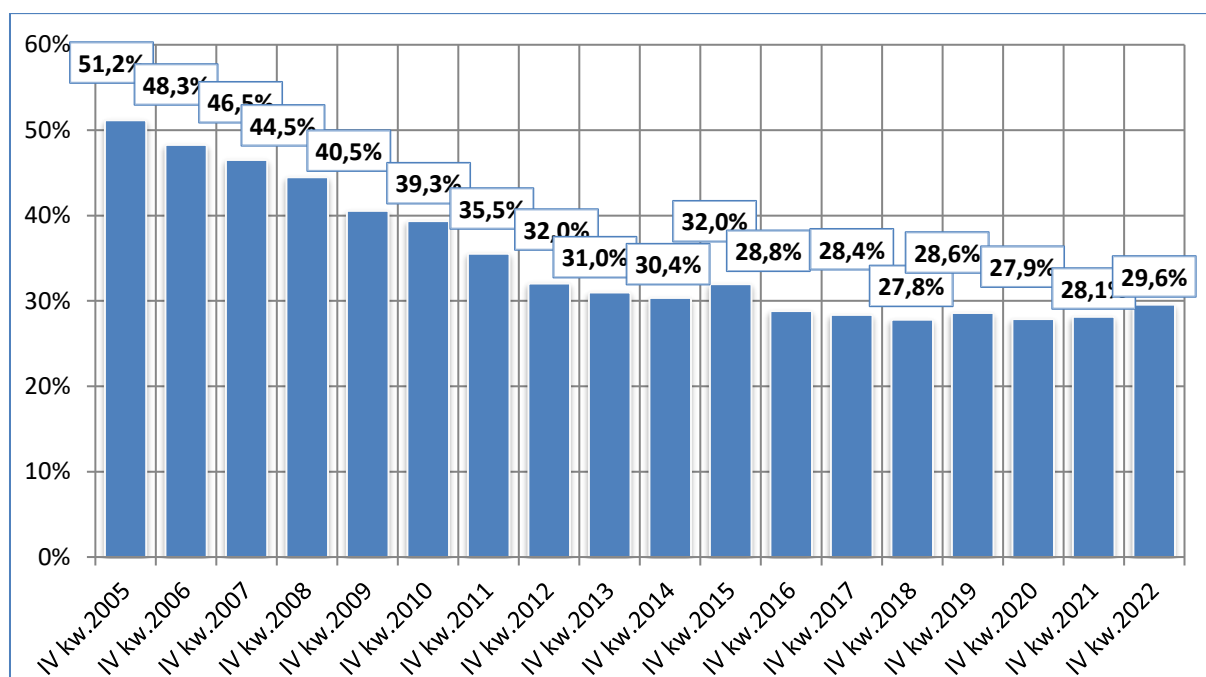
W tabeli uwzględniono programy o widowni powyżej 1 000 (AMR)

Telewizja publiczna

W analizowanym kwartale telewizja publiczna ogółem osiągnęła wyższy udział w widowni telewizyjnej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. **Programy publiczne ogółem** (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP 3, TVP Rozrywka, TVP Kultura, TVP Seriele, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia, TVP ABC, TVP Dokument, TVP Kobieta, TVP Nauka, TVP 4K) **zajmowały 29,6% rynku** i był to najwyższy wynik za IV kwartał od 2016 roku.

Szczegółowe dane obrazujące trend w ostatnich latach przedstawiono na wykresie.

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



Większość programów publicznych zwiększyła swoje udziały. **Spadki w zestawieniu dotyczyły głównie TVP2 (-0,38 pp.), TVP ABC (-0,29 pp.) i TVP Seriele (-0,13 pp.).** Straty odnotowano jeszcze dla TVP Historia i TVP Kultura.

Największe wzrosty natomiast miały miejsce w przypadku **TVP Sport (+0,91 pp.) i TVP1 (+0,62 pp.).** Wpłynęły na nie wysokie wskaźniki oglądalności transmisji *Mistrzostw Świata w*

Piłce Nożnej (Katar 2022). Również program **TVP 4K** dostępny w ramach multipleksu testowego oraz u niektórych operatorów płatnej telewizji, nadający w okresie ważnych rozgrywek sportowych, uzyskał znaczny udział w związku z *Mistrzostwami* w Katarze. Nowy program tematyczny telewizji publicznej o charakterze edukacyjnym **TVP Nauka**, który rozpoczął nadawanie na początku października 2022 roku, zgromadził ponad **8,2 tys. widzów (0,14% udziału)**. Uśrednione dane kwartalne dla analizowanych programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do IV kwartału 2021 r. zestawiono w tabeli 3.

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

PROGRAM	WIDOWNIA	ZMIANA	UDZIAŁ	ZMIANA pp
TVP1	597 409	↑ 14 888	9,90%	↑ 0,62
TVP2	450 880	↓ -41 958	7,47%	↓ -0,38
TVP INFO	274 394	↓ -9 450	4,55%	↑ 0,03
TVP Sport	98 063	↑ 53 423	1,62%	↑ 0,91
TVP Seriale	88 133	↓ -11 493	1,46%	↓ -0,13
TVP3	60 318	↑ 2 439	1,00%	↑ 0,08
TVP HD	35 921	↑ 4 491	0,60%	↑ 0,10
TVP Historia	34 829	↓ -3 637	0,58%	↓ -0,03
TVP ABC	28 601	↓ -18 858	0,47%	↓ -0,29
TVP Rozrywka	27 992	↑ 1 787	0,46%	↑ 0,04
TVP Kultura	21 207	↓ -3 103	0,35%	↓ -0,04
TVP Kobieta	19 413	↑ 3 221	0,32%	↑ 0,06
TVP Polonia	17 158	↑ 3 637	0,28%	↑ 0,06
TVP 4K	10 704	↑ 10 704	0,18%	↑ 0,18
TVP Dokument	10 058	↑ 2 999	0,17%	↑ 0,06
TVP Nauka	8 224	↑ 8 224	0,14%	↑ 0,14
Ogółem	1 783 304	↑ 17 314	29,55%	↑ 1,41

Telewizja koncesjonowana

Spośród programów koncesjonowanych największe spadki wskaźnika (w pp.) w IV kwartale 2022 r. obserwowano w przypadku telewizji: **Polsat** (-0,97), **TVN** (-0,86), **TV Puls** (-0,75), **TVN7** (-0,6), **TTV** (-0,55), **Fokus TV** (-0,31), **TV6** (-0,28), **Puls2** (-0,27%), **TV4** (-0,25).

Powiększyły swoje udziały natomiast głównie programy informacyjne jak **Wydarzenia 24** (o 0,29 pp.), **TVN24** (o 0,26 pp.), **Polsat News** (o 0,24 pp.) oraz **TVN 24 BiŚ** (o 0,12 pp.) a także **Polsat Sport** (o 0,15 pp.) i **Polsat Cafe** (o 0,14 pp.).

Szczegółowe zestawienie zamieszczono niżej. Tabela zawiera programy koncesjonowane badane przez NAM o udziale 0,2% i powyżej /programy publiczne posiadające koncesję zostały uwzględnione w zestawieniu dotyczącym telewizji publicznej/.

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

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	442 612	↓ -78 312	7,33%	↓ -0,97
2.	TVN	436 020	↓ -71 210	7,22%	↓ -0,86
3.	TVN24	315 478	↑ 3 712	5,23%	↑ 0,26
4.	TV4	184 382	↓ -22 574	3,05%	↓ -0,25
5.	TV PULS	175 532	↓ -54 080	2,91%	↓ -0,75
6.	TVN7	171 173	↓ -44 854	2,84%	↓ -0,6
7.	Polsat News	104 246	↑ 10 630	1,73%	↑ 0,24
8.	TTV - Twoja Telewizja	91 998	↓ -37 891	1,52%	↓ -0,55
9.	Puls 2	83 173	↓ -20 584	1,38%	↓ -0,27
10.	Polsat2	76 890	↓ -9 801	1,27%	↓ -0,11
11.	Stopklatka	67 934	↓ -14 964	1,13%	↓ -0,19
12.	TV6	58 028	↓ -19 934	0,96%	↓ -0,28
13.	Fokus TV	55 659	↓ -21 443	0,92%	↓ -0,31
14.	Super Polsat	46 691	↓ -9 850	0,77%	↓ -0,13
15.	Wydarzenia 24	39 670	↑ 16 561	0,66%	↑ 0,29
16.	Polsat Play	37 264	↓ -208	0,62%	↑ 0,02
17.	TVN Turbo	33 349	↓ -10 227	0,55%	↓ -0,14
18.	WP	33 423	↓ -570	0,55%	↑ 0,01
19.	Zoom TV	33 320	↑ 5 008	0,55%	↑ 0,1
20.	TVN 24 Bis	33 394	↑ 6 448	0,55%	↑ 0,12
21.	Polsat Cafe	31 762	↑ 7 041	0,53%	↑ 0,14
22.	Polsat Sport	31 313	↑ 8 150	0,52%	↑ 0,15
23.	Polsat Film	29 263	↓ -2 839	0,48%	↓ -0,03
24.	TV Trwam	24 716	↓ -6 193	0,41%	↓ -0,08
25.	Polsat Seriale	23 882	↑ 5 488	0,40%	↑ 0,11
26.	Kino Polska	22 831	↓ -3 492	0,38%	↓ -0,04
27.	Nowa TV	22 898	↑ 3 959	0,38%	↑ 0,08
28.	ANTENA TV	21 846	↑ 737	0,36%	↑ 0,02
29.	TVN Style	20 672	↓ -9 083	0,34%	↓ -0,13
30.	Metro	19 731	↓ -61	0,33%	↑ 0,01
31.	TVN Fabula	19 159	↓ -419	0,32%	↑ 0,01
32.	TVS	19 160	↑ 2 272	0,32%	↑ 0,05
33.	Polo TV	17 820	↓ -13 589	0,30%	↓ -0,2
34.	HISTORY	17 628	↓ -627	0,29%	→ 0
35.	HGTV	16 446	↓ -3 667	0,27%	↓ -0,05
36.	Kino TV	13 535	↓ -968	0,22%	↓ -0,01