



KRAJOWA RADA  
RADIOFONII i TELEWIZJI

## INFORMACJA O WIDOWNI TELEWIZYJNEJ W POLSCE W IV KWARTALE 2023 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 jest wliczana tylko raz

## ANALIZA

**W IV kwartale 2023 roku** statystyczny Polak oglądał telewizję przez **3 godziny 59 minut dziennie**, średnio **o 4,5 minuty krócej** w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Wielkość widowni minutowej telewizji ogółem **zmniejszyła się o ponad 162,5 tys.** /do ok. 5 mln 203 tysięcy/. **Czas oglądania przypadający na widza wyniósł 6 godz. 28 min** i był krótszy o 2 min. w stosunku do ostatniego kwartału 2022.

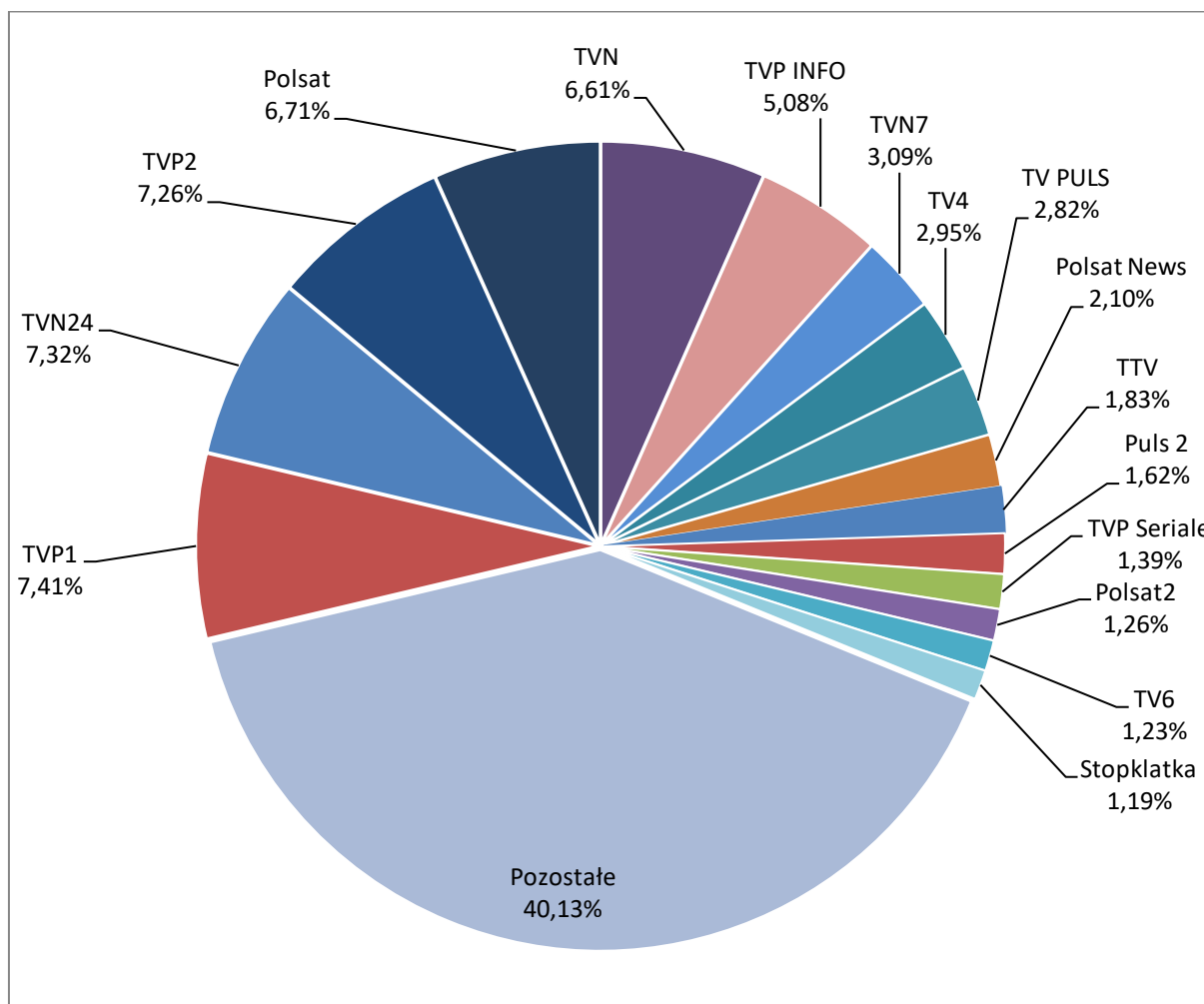
Na pierwszym miejscu **pod względem udziałów w widowni** pozostał program publiczny **TVP1**. Na miejsce drugie z piątego w analogicznym kwartale 2022 r. awansował **TVN 24** (z udziałem 7,32%), który zwykle znajdował się dalej w rankingu. Kolejne pozycje zajmowały: **Program 2 TVP, Polsat, TVN i TVP INFO**.

Łączny udział programów **tzw. wielkiej czwórki** (TVP1, TVP2, Polsat, TVN) wyniósł 28,99% i zmniejszył się o blisko 4 pp. (w stosunku do IV kwartału 2022). Straty dotyczyły wszystkich programów, w największym stopniu **TVP1** (-2,49 pp.). Szczegółową informację zamieszczono w tabeli niżej.

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

Program	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana (pp.)
TVP1	7,41%	9,90%	-2,49
TVP2	7,26%	7,47%	-0,21
Polsat	6,71%	7,33%	-0,62
TVN	6,61%	7,22%	-0,61
Ogółem	27,99%	31,92%	-3,93

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w IV kwartale 2023 roku



\* 40,13% zajmowały ogółem programy, których jednostkowy udział był niższy niż 1% (kategoria pozostałe na wykresie), przed rokiem było to 38,39%

**Najwyżej notowanym programem niekoncesjonowanym był filmowy FOX - 0,52%** (21 pozycja w rankingu). Za nim znalazły się: program sportowy **Eurosport 1** - 31 miejsce w zestawieniu - **0,40% udziału**, filmowy **Paramount Network** - **0,36%** (34 pozycja), adresowany do dziecięcej widowni **Nick Jr** - **0,35%** (35 lokata) i **Discovery** z udziałem **0,31%** na 42 miejscu. Wszystkie te programy odnotowały spadki, za wyjątkiem **Paramount Network** (wzrost o 0,03 pp.).

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 **16 programów NTC** i 4 dostępne drogą satelitarną i kablową **/TVN24, Polsat News, TVP Seriale, Polsat2/**. Ich łączny udział (63,2%) pozostawał na poziomie sprzed roku (analogiczny okres).

Szczegółowe dane dotyczące średniej widowni minutowej, udziałów i zasięgów programów NTC w IV kwartale 2023 roku w sytuacji wyłącznego dostępu do tych programów zestawiono w tabeli 2.

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

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

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

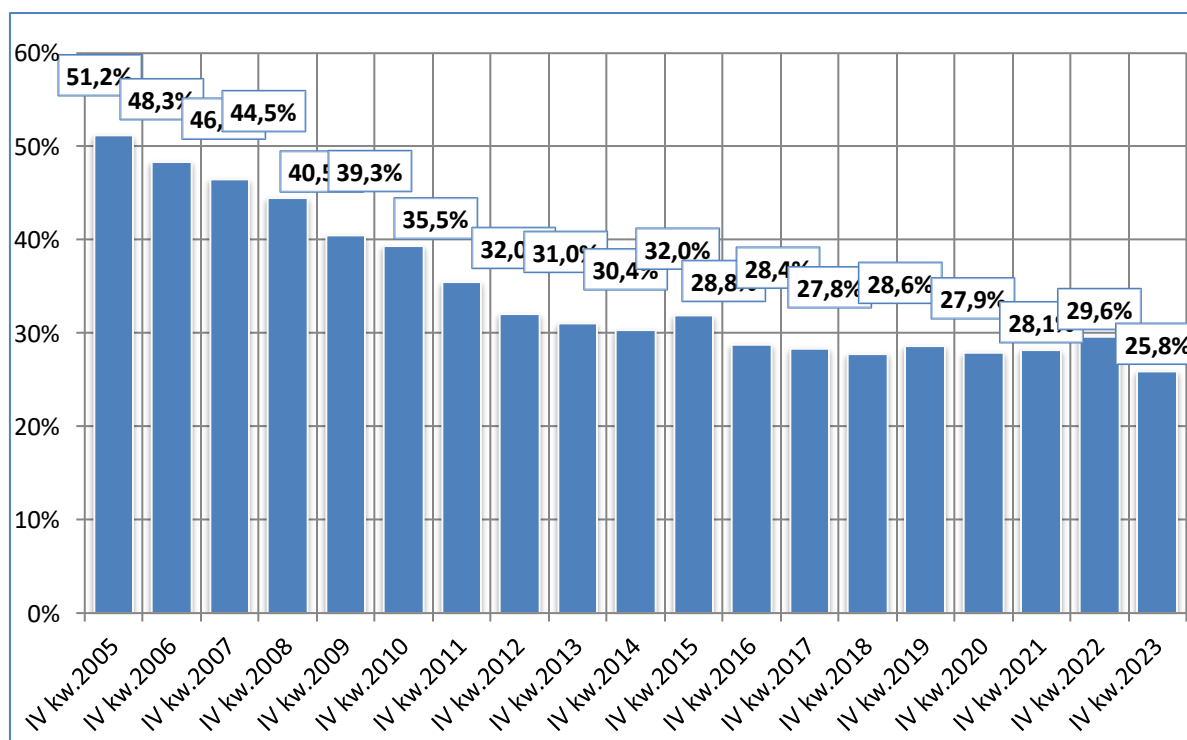
W tabeli uwzględniono programy o widowni powyżej 1 000 (AMR)

## Telewizja publiczna

W analizowanym kwartale telewizja publiczna ogółem odnotowała znacznie niższy udział w widowni telewizyjnej w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego. **Programy publiczne ogółem** (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, TVP 4K) **zajmowały 25,8% rynku.**

Szczegółowe dane obrazujące trend w ostatnich latach przedstawiono na wykresie.

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



Większość programów publicznych zmniejszyła swoje udziały. Spadki w zestawieniu dotyczyły głównie TVP1 (-2,49 pp.) i TVP Sport (-0,93 pp.) ale także TVP 2, TVP3, TVP ABC, TVP Seriale, TVP Historia i TVP Kultura. Wzrosły natomiast udziały dla kwartału TVP Info, mimo strat pod koniec grudnia spowodowanych czasowym wygaszeniem programu.

Uśrednione dane kwartalne dla analizowanych programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do IV kwartału 2022 r. zestawiono w tabeli 3.

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

PROGRAM	WIDOWNIA	ZMIANA	UDZIAŁ	ZMIANA pp	ZMIANA %
TVP1	435 267	↓ -162 142	7,41%	↓ -2,49	↓ -25,2%
TVP2	426 514	↓ -24 366	7,26%	↓ -0,21	↓ -2,8%
TVP INFO	298 260	↑ 23 866	5,08%	↑ 0,53	↑ 11,6%
TVP Seriale	81 655	↓ -6 478	1,39%	↓ -0,07	↓ -4,8%
TVP3	50 183	↓ -10 135	0,85%	↓ -0,15	↓ -15,0%
TVP Sport	40 325	↓ -57 738	0,69%	↓ -0,93	↓ -57,4%
TVP Rozrywka	28 864	↑ 872	0,49%	↑ 0,03	↑ 6,5%
TVP Historia	28 270	↓ -6 559	0,48%	↓ -0,10	↓ -17,2%
TVP HD	27 633	↓ -8 288	0,47%	↓ -0,13	↓ -21,7%
TVP Kobieta	19 265	↓ -148	0,33%	↑ 0,01	↑ 3,1%
TVP ABC	19 125	↓ -9 476	0,33%	↓ -0,14	↓ -29,8%
TVP Kultura	18 740	↓ -2 467	0,32%	↓ -0,03	↓ -8,6%
TVP Polonia	18 651	↑ 1 493	0,32%	↑ 0,04	↑ 14,3%
TVP Dokument	12 420	↑ 2 362	0,21%	↑ 0,04	↑ 23,5%
TVP Nauka	12 009	↑ 3 785	0,20%	↑ 0,06	↑ 42,9%
TVP 4K	0	↓ -10 704	0,00%	↓ -0,18	↓ -100,0%
<b>Ogółem</b>	<b>1 517 181</b>	<b>↓ -266 123</b>	<b>25,83%</b>	<b>↑ -3,72</b>	<b>↓ -12,6%</b>

Program TVP 4 K nadaje okazjonalnie w okresie ważnych rozgrywek sportowych (np. MŚ w piłce nożnej w Katarze w 2022 r.)

### Telewizja koncesjonowana

Wśród programów koncesjonowanych największe spadki wskaźnika (w pp.) w IV kwartale 2023 r. obserwowano w przypadku telewizji **Polsat** (-0,62) i **TVN** (-0,61).

Powiększyły natomiast swoje udziały głównie programy o charakterze informacyjnym, z uwagi na wydarzenia polityczne (wybory, zmiana władzy), np. **TVN24** o 2,09 pp., **Polsat News** (o 0,37 pp.), **Wydarzenia 24** (o 0,21 pp.) oraz **TV Republika** (o 0,4 pp.).

Szczegółowe zestawienie zamieszczono niżej. Tabela zawiera programy koncesjonowane badane przez NAM o udziale 0,2% i powyżej.

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

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	TVN24	430 202	↑ 114 724	7,32%	↑ 2,09
2.	Polsat	394 178	↓ -48 434	6,71%	↓ -0,62
3.	TVN	388 088	↓ -47 932	6,61%	↓ -0,61
4.	TVN7	181 347	↑ 10 174	3,09%	↑ 0,25
5.	TV4	173 415	↓ -10 967	2,95%	↓ -0,1
6.	TV PULS	165 704	↓ -9 828	2,82%	↓ -0,09
7.	Polsat News	123 168	↑ 18 922	2,10%	↑ 0,37
8.	TTV - Twoja Telewizja	107 302	↑ 15 304	1,83%	↑ 0,31
9.	Puls 2	95 447	↑ 12 274	1,62%	↑ 0,24
10.	Polsat2	74 104	↓ -2 786	1,26%	↓ -0,01
11.	TV6	72 434	↑ 14 406	1,23%	↑ 0,27
12.	Stopklatka	70 120	↑ 2 186	1,19%	↑ 0,06
13.	Wydarzenia 24	51 214	↑ 11 544	0,87%	↑ 0,21
14.	Fokus TV	49 821	↓ -5 838	0,85%	↓ -0,07
15.	Super Polsat	44 294	↓ -2 397	0,75%	↓ -0,02
16.	Zoom TV	36 369	↑ 3 049	0,62%	↑ 0,07
17.	WP	34 244	↑ 821	0,58%	↑ 0,03
18.	Polsat Play	32 380	↓ -4 884	0,55%	↓ -0,07
19.	TVN 24 Bis	32 278	↓ -1 116	0,55%	→ 0
20.	Polsat Sport	32 107	↑ 794	0,55%	↑ 0,03
21.	TV Republika	28 056	↑ 23 293	0,48%	↑ 0,4
22.	ANTENA HD	27 734	↑ 5 888	0,47%	↑ 0,11
23.	TVN Turbo	27 575	↓ -5 774	0,47%	↓ -0,08
24.	Polsat Cafe	24 701	↓ -7 061	0,42%	↓ -0,11
25.	Nowa TV	24 540	↑ 1 642	0,42%	↑ 0,04
26.	Polsat Film	24 516	↓ -4 747	0,42%	↓ -0,06
27.	TV Trwam	24 167	↓ -549	0,41%	→ 0
28.	Polsat Seriale	22 489	↓ -1 393	0,38%	↓ -0,02
29.	Polo TV	21 419	↑ 3 599	0,36%	↑ 0,06
30.	TVN Fabula	20 274	↑ 1 115	0,35%	↑ 0,03
31.	Kino Polska	18 260	↓ -4 571	0,31%	↓ -0,07
32.	Metro	17 383	↓ -2 348	0,30%	↓ -0,03
33.	TVN Style	17 191	↓ -3 481	0,29%	↓ -0,05
34.	TVS	14 431	↓ -4 729	0,25%	↓ -0,07
35.	Kino TV	13 926	↑ 391	0,24%	↑ 0,02
36.	HGTV	13 713	↓ -2 733	0,23%	↓ -0,04
37.	MiniMini+	13 574	↑ 2 692	0,23%	↑ 0,05
38.	Eska TV	12 554	↑ 1 763	0,21%	↑ 0,03
39.	Planete+	11 776	↑ 559	0,20%	↑ 0,01