



KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

INFORMACJA O WIDOWNI TELEWIZYJNEJ W POLSCE W III 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.

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 III kwartale 2023 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez **3 godziny 24 minuty dziennie**, tj. **o 11 minut krócej** w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Spadki wskaźników były wyższe niż w II kwartale – wówczas np. czas oglądania był krótszy o 18 minut rok do roku. W analizowanym okresie średnia wielkość widowni minutowej **zmniejszyła się o blisko 318 tys.** (do 5 mln 2 tysięcy) a **czas oglądania przypadający na widza wyniósł 5 godz. 52 minuty** i był krótszy o ok. 12 min. w stosunku do III kwartału 2022.

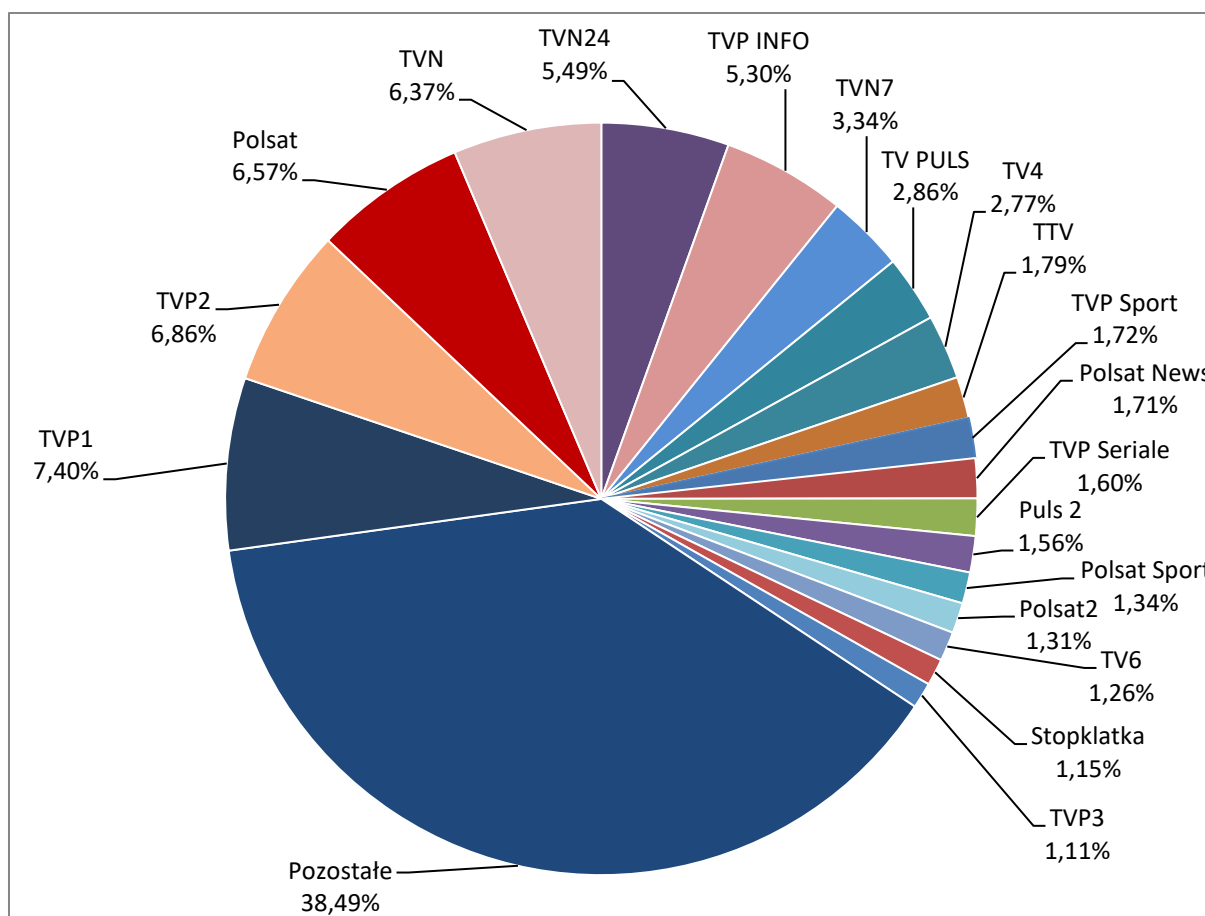
Na pierwszym miejscu **pod względem udziałów w widowni** pozostawał program publiczny **TVP1**. Na miejsce drugie z trzeciego awansował **Program 2 TVP. Polsat** zajmował pozycję trzecią (w analogicznym okresie roku ubiegłego drugą). Czwarte należało do telewizji **TVN**, która w analizowanym kwartale odnotowała nieco niższe wartości wskaźnika.

Łączny udział tych programów wyniósł w sumie 27,2% i zmniejszył się znacznie bo o blisko 1,7 pp. kwartał do kwartału. Straty odnotowały wszystkie programy, przy czym największą **TVP1** a najmniejszą - **TVP2**. Szczegółową informację nt. *wielkiej czwórki* zamieszczono się w tabeli niżej.

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

Program	III kw. 2023	III kw. 2022	Zmiana (pp.)
TVP1	7,40%	8,29%	-0,89%
TVP2	6,86%	6,93%	-0,07%
Polsat	6,57%	7,10%	-0,53%
TVN	6,37%	6,57%	-0,20%
Ogółem	27,20%	28,89%	-1,69%

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w III kwartale 2023 roku



* 38,49% zajmowały ogółem programy, których udział nie przekraczał 1% (kategoria pozostałe na wykresie)

Najwyżej notowanym programem niekoncesjonowanym był **Eurosport 1** (30 pozycja w rankingu). Za nim znalazły się: filmowy **FX - 0,50%** - 33 miejsce w zestawieniu, **Romance TV 0,36% udziału** (znaczny spadek o 0,26 pp.), adresowany do dziecięcej widowni **Nick Jr - 0,4%** (44 lokata) i **Discovery** z udziałem **0,36%** na 44 miejscu.

Wśród programów o największych oglądalnościach większość stanowiły telewizje z koncesją naziemną. W analizowanym okresie, w rankingu ułożonym pod względem oglądalności (pierwsza dwudziestka) znalazło się **15 programów NTC** i 5 dostępnych drogą satelitarną i kablową **/TVN24, Polsat News, TVP Seriale, Polsat 2, Polsat Sport/**. Wszystkie programy pierwszej dwudziestki były koncesjonowane w Polsce. Ich łączny udział nie zmienił się znacząco w stosunku do roku ubiegłego – spadek o 0,2 pp. (analogiczny okres).

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

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

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
TVP1	140 634	11,71%	27,60%	2 461 564
TVP2	129 915	10,82%	24,79%	2 211 132
TVP INFO	113 544	9,46%	17,52%	1 562 427
Polsat	93 555	7,79%	23,10%	2 060 791
TVN	73 155	6,09%	21,70%	1 935 581
TVN7	46 891	3,91%	13,16%	1 174 104
TV PULS	46 710	3,89%	13,92%	1 241 898
Puls 2	43 545	3,63%	11,96%	1 066 991
TV4	42 320	3,53%	14,19%	1 265 861
TVP3	34 159	2,85%	16,79%	1 497 603
TV6	33 674	2,81%	9,28%	827 355
TTV	27 514	2,29%	11,38%	1 015 445
TVP Sport	26 041	2,17%	8,07%	720 299
Super Polsat	23 958	2,00%	11,47%	1 023 257
Stopklatka	22 492	1,87%	9,01%	803 843
Fokus TV	20 135	1,68%	9,40%	838 790
Wydarzenia 24	17 564	1,46%	5,51%	491 822
TVP ABC	14 302	1,19%	4,13%	368 392
Polo TV	14 227	1,19%	5,50%	490 186
TV Trwam	13 904	1,11%	6,22%	555 112
ANTENA HD	13 057	1,09%	7,36%	656 834
TVP Historia	12 709	1,06%	7,75%	691 749
TVP Kobieta	11 706	0,98%	5,15%	458 996
Nowa TV	8 380	0,70%	3,64%	324 449
Eska TV	8 220	0,68%	5,37%	478 833
TVP Rozrywka	7 906	0,66%	5,22%	465 500
TVP Dokument	7 363	0,61%	5,48%	489 005
WP	6 395	0,53%	3,29%	293 144
Metro	5 766	0,48%	3,34%	297 938
Zoom TV	5 348	0,45%	3,67%	327 587

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
TVP Kultura	5 169	0,43%	4,32%	385 266
TVP Polonia	4 824	0,40%	4,54%	405 246
TVS	1 042	0,09%	0,37%	33 164
TV Republika	1 029	0,09%	0,50%	44 661

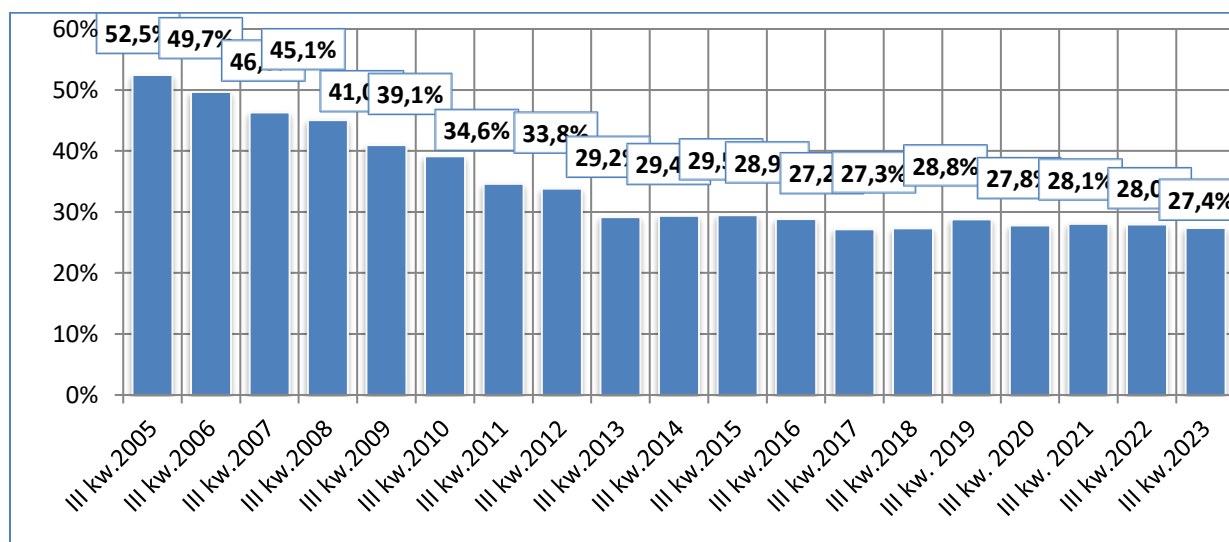
W tabeli uwzględniono programy o widowni powyżej 1 000 (AMR)

Telewizja publiczna

W analizowanym kwartale telewizja publiczna ogółem zanotowała niższy udział w widowni telewizyjnej w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. **Do telewizji publicznej (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) należało 27,4% rynku.**

Szczegółowe dane obrazujące trend w ostatnich latach (analogiczny kwartał) przedstawiono na wykresie.

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



Spadki w zestawieniu dotyczyły głównie TVP1 (-0,89 pp.), TVP Historia (-0,2 pp.), TVP HD (-0,14 pp.), TVP Kultura (-0,11 pp.) oraz TVP ABC (-0,09 pp.), TVP Seriele (-0,08 pp.) i TVP2 (-0,07 pp.).

Wzrosty odnotowano natomiast w przypadku ośmiu programów, w tym programu **informacyjnego TVP INFO (+0,37 pp.), TVP Sport (+0,27pp.), TVP 3 (+0,11pp.), TVP Dokument (+0,02%)**. W przypadku TVP Kobieta odnotowano spadek widowni przy zachowanym udziale na poziomie ubiegłego roku. Program tematyczny o charakterze edukacyjnym TVP Nauka, który rozpoczął nadawanie 3 października 2022 r. uzyskał w analizowanym okresie 0,15% udziału, gromadząc 7,7 tys. widzów.

Dane uśrednione dla całego kwartału dla analizowanych programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do III kwartału 2022 r. zestawiono w tabeli 3.

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

PROGRAM	WIDOWNIA	ZMIANA	UDZIAŁ	ZMIANA pp
TVP1	370 243	↓ -70 797	7,40%	↓ -0,89
TVP2	342 945	↓ -25 657	6,86%	↓ -0,07
TVP INFO	265 255	↑ 3 235	5,30%	↑ 0,37
TVP3	55 604	↑ 2 235	1,11%	↑ 0,11
TVP Sport	85 792	↑ 8 515	1,72%	↑ 0,27
TVP HD	26 175	↓ -8 826	0,52%	↓ -0,14
TVP ABC	22 896	↓ -6 310	0,46%	↓ -0,09
TVP Historia	26 535	↓ -12 461	0,53%	↓ -0,20
TVP Kultura	17 210	↓ -6 632	0,34%	↓ -0,11
TVP Rozrywka	25 830	↓ -643	0,52%	↑ 0,02
TVP Seriale	80 262	↓ -9 241	1,60%	↓ -0,08
TVP Polonia	14 330	↑ 2 790	0,29%	↑ 0,07
TVP Dokument	10 967	↑ 63	0,22%	↑ 0,02
TVP Kobieta	17 931	↓ -1 258	0,36%	→ 0,00
TVP Nauka	7 703	↑ 7 703	0,15%	↑ 0,15
Ogółem	1 369 678	↓ -117 284	27,38%	↓ -0,57

Telewizja koncesjonowana

Spośród programów koncesjonowanych największe spadki wskaźnika (w pp.) w III kwartale 2023 r. obserwowano w przypadku telewizji: Polsat (-0,53), TVN24 (-0,27), TVN (-0,2) Fokus TV (-0,2 pp.), Polsat News (-0,16), Polsat 2 (-0,13 pp.).

Powiększyły natomiast swoje udziały, między innymi, Polsat Sport (+0,4), TVN7 (+0,37), Puls2 (+0,24%), TV6 (+0,22).

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 III kw. 2023 r.

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	328 575	↓ -49 015	6,57%	↓ -0,53
2.	TVN	318 432	↓ -31 150	6,37%	↓ -0,2
3.	TVN24	274 431	↓ -32 182	5,49%	↓ -0,27
4.	TVN7	167 169	↑ 9 292	3,34%	↑ 0,37
5.	TV PULS	142 905	↓ -2 922	2,86%	↑ 0,12
6.	TV4	138 695	↓ -5 814	2,77%	↑ 0,05
7.	TTV - Twoja Telewizja	89 332	↓ -223	1,79%	↑ 0,11
8.	Polsat News	85 613	↓ -13 999	1,71%	↓ -0,16
9.	Puls 2	77 796	↑ 7 387	1,56%	↑ 0,24
10.	Polsat Sport	67 205	↑ 17 429	1,34%	↑ 0,4
11.	Polsat2	65 558	↓ -10 825	1,31%	↓ -0,13
12.	TV6	63 126	↑ 7 626	1,26%	↑ 0,22
13.	Stopklatka	57 323	↓ -238	1,15%	↑ 0,07
14.	Fokus TV	41 171	↓ -13 315	0,82%	↓ -0,2
15.	Wydarzenia 24	40 609	↑ 1 484	0,81%	↑ 0,07
16.	Super Polsat	40 118	↑ 1 213	0,80%	↑ 0,07
17.	Zoom TV	28 700	↓ -2 817	0,57%	↓ -0,02
18.	WP	26 431	↓ -6 364	0,53%	↓ -0,09
19.	Polsat Play	26 309	↓ -2 770	0,53%	↓ -0,02
20.	TVN 24 Bis	26 178	↓ -5 823	0,52%	↓ -0,08
21.	TVN Turbo	24 984	↓ -5 374	0,50%	↓ -0,07
22.	Polsat Cafe	24 971	↓ -7 953	0,50%	↓ -0,12
23.	Polsat Seriale	24 024	↑ 1 658	0,48%	↑ 0,06
24.	Polsat Film	21 756	↓ -3 258	0,43%	↓ -0,04
25.	ANTENA HD	20 877	↑ 6 026	0,42%	↑ 0,14
26.	Nowa TV	20 240	↓ -2 852	0,40%	↓ -0,03
27.	TV Trwam	19 718	↓ -3 501	0,39%	↓ -0,05
28.	Polo TV	18 663	↑ 787	0,37%	↑ 0,03
29.	TVN Fabula	18 356	↓ -1 222	0,37%	→ 0
30.	Kino Polska	16 775	↓ -4 350	0,34%	↓ -0,06
31.	TVN Style	15 770	↓ -5 823	0,32%	↓ -0,09
32.	Metro	14 256	↓ -4 129	0,28%	↓ -0,07
33.	TVS	14 250	↓ -2 811	0,28%	↓ -0,04
34.	HGTV	13 104	↓ -3 379	0,26%	↓ -0,05
35.	Eska TV	12 038	↑ 421	0,24%	↑ 0,02
36.	Polsat Sport Extra	11 920	↑ 2 371	0,24%	↑ 0,06
37.	MiniMini+	11 483	↑ 1 995	0,23%	↑ 0,05
38.	Kino TV	10 593	↓ -2 844	0,21%	↓ -0,04