



KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

INFORMACJA O WIDOWNI TELEWIZYJNEJ W POLSCE W I KWARTALE 2020 ROKU

ZESTAWIENIA DANYCH POCHODZĄ Z BADANIA
FIRMY AGB NIELSEN MEDIA RESEARCH

ANALIZA I OPRACOWANIE
JUSTYNA REISNER
DEPARTAMENT MONITORINGU
WARSZAWA 2020

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 panel badawczy liczy 2 000 gospodarstw domowych (ponad 5000 osób powyżej 4. roku życia) usytuowanych w: 617 wsiach, 104 miastach liczących do 10 tys. mieszkańców, 96 miastach liczących od 10 do 19 tys. mieszkańców, 107 miastach liczących od 20 do 49 tys. mieszkańców, 48 miastach liczących od 50 do 99 tys. mieszkańców, 23 miastach liczących od 100 do 199 tys. mieszkańców, 12 miastach liczących od 200 do 499 tys. mieszkańców oraz 5 miastach powyżej 500 tys. mieszkańców. Paneliści biorący udział w badaniach zlokalizowani są w co trzeciej gminie w Polsce. Liczba określająca obecny wymiar panelu badawczego powstała przez stopniowe zwiększanie z powodu zmian zachodzących na rynku, tj. wzrostu liczby programów telewizyjnych i postępującej fragmentacji widowni telewizyjnej.

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 2020 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez **ponad 4 godziny 41 minut dziennie**, tj. **o 1 minutę dłużej** w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Są to uśrednione wartości wskaźnika, reprezentatywne dla całego okresu, na które wpłynęły gwałtowne wzrosty w marcu. W styczniu i lutym czas ten był niższy w stosunku do analogicznych miesięcy roku ubiegłego, **natomiast w marcu o 24 minuty wyższy**. W analizowanym kwartale **zwiększyła się również o prawie 31 tysięcy**, średnia wielkość widowni minutowej całej telewizji, która wyniosła ponad 7 mln 13 tysięcy. **Wzrósł także średnio o 15 minut czas oglądania przypadający na statystycznego widza, który wyniósł 7 godz. 2 minuty**. Na wynik ten również wpłynęła **zmiana w ostatnim miesiącu kwartału, kiedy statystyczny widz spędził przed telewizorem 7 godzin 18 minut**. Przy mniejszym zasięgu zarówno w styczniu, lutym jak i marcu i wzroście czasu oglądania przez widza, oznacza to więcej czasu poświęconego telewizji przez tych, którzy ją oglądali.

Na pierwszym miejscu pod względem udziałów w widowni pozostawał wciąż program publiczny **TVP1. Polsat** zajmował również, podobnie jak w analogicznym okresie roku ubiegłego, pozycję drugą. Na trzecie miejsce wysunął się **Program 2 TVP** (awans z czwartego dzięki najniższym spadkom w tej grupie). TVN zajmował miejsce czwarte w rankingu, przed rokiem – trzecie.

Udział **wymienionych programów tzw. wielkiej czwórki** tj. **TVP1, TVP2, TVN, Polsat**) - **wyniósł w sumie 34,43%** i zmniejszył się o ponad 3 punkty procentowe (3,2pp.), w stosunku do I kwartału 2019, przede wszystkim z uwagi na znaczne spadki programów niepublicznych.

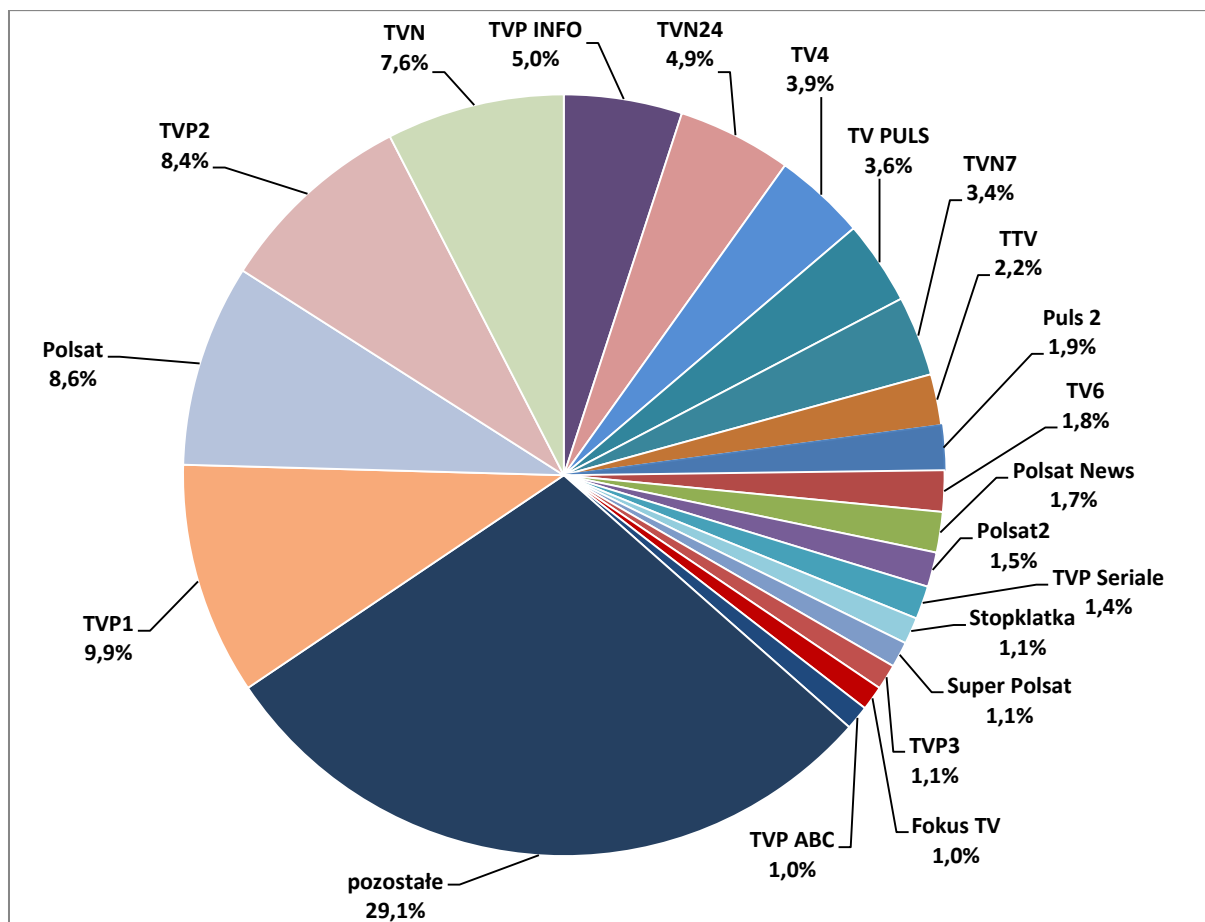
W analizowanym kwartale **niższe udziały** niż w analogicznym okresie przed rokiem odnotowały głównie **Polsat i TVN**. Skala spadków programów publicznych **TVP1 i TVP2 była znacznie mniejsza** – szczegółowa informacja nt. *wielkiej czwórki* w tabeli poniżej.

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

Program	I kw. 2019	I kw. 2020	Zmiana (pp.)
TVP1	10,25%	9,87%	-0,38
Polsat	10,06%	8,59%	-1,47
TVP2	8,60%	8,42%	-0,18
TVN	8,72%	7,55%	-1,17

Z przedstawionego na wykresie podziału rynku telewizyjnego wynika, że przy zmniejszających się wskaźnikach *wielkiej czwórki*, programy o niższych jednostkowych udziałach, w tym programy tematyczne, zajmują coraz większą jego część. Dotyczy to zwłaszcza programów NTC.

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w I kwartale 2020 roku



*ponad 29% (kategoria pozostałe na wykresie) zajmowały ogółem programy, których udział nie przekraczał 1%

W analizowanym okresie w pierwszej dwudziestce rankingów programów o największej oglądalności znalazło się 16 programów naziemnej telewizji cyfrowej i 4 dostępne drogą satelitarną i kablową: **TVN24**, **TVP Seriale**, **Polsat 2**, **Polsat News**¹. Wszystkie programy pierwszej dwudziestki były programami koncesjonowanymi w Polsce. **Najwyżej notowany program niekoncesjonowany Nick Jr**, adresowany do dziecięcej widowni, zajmował 22 pozycję w rankingu z udziałem **0,69% (wzrost o 0,29pp.)** natomiast tuż za nim, na 23 miejscu znalazł się wyspecjalizowany program sportowy **Eurosport** - **0,62%** (spadek o 0,17 pp.). Z analizy wskaźników wynika, że ponad połowa programów naziemnej telewizji cyfrowej notowała w dalszym ciągu przyrosty widowni. Szczegółowe dane dotyczące średniej

¹ w I kwartale roku w dalszym ciągu również naziemna emisja tego programu na multipleksie czwartym

widowni minutowej, udziałów i zasięgów programów NTC w sytuacji wyłącznego dostępu do tych programów w I kwartale 2020 roku zestawiono w tabeli poniżej.

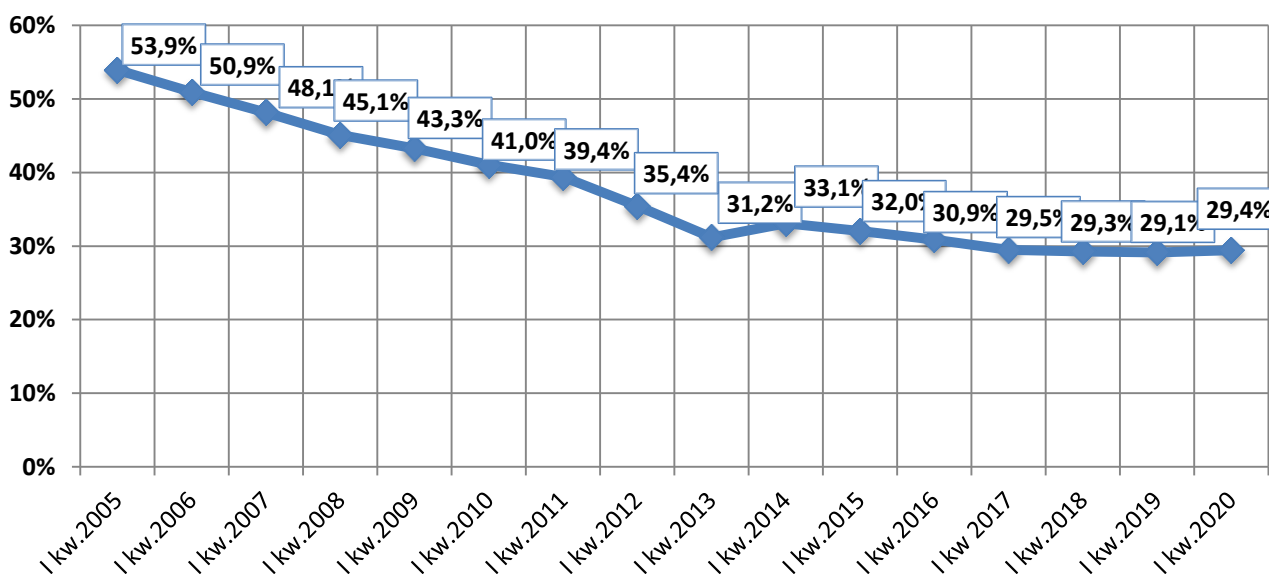
Tabela 2. Widownia programów w gospodarstwach z NTC wyłącznie w I kwartale 2020

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
TVP1	302 880	12,92%	40,41%	4 844 867
TVP2	251 879	10,74%	38,13%	4 571 400
Polsat	236 715	10,09%	38,27%	4 587 625
TVP INFO	198 278	8,45%	25,67%	3 076 924
TVN	170 502	7,27%	35,96%	4 310 753
TV PULS	138 918	5,92%	25,36%	3 040 101
TV4	123 982	5,29%	26,27%	3 149 543
Puls 2	101 055	4,31%	22,06%	2 644 474
TVN7	98 399	4,20%	24,08%	2 887 236
TV6	78 176	3,33%	18,70%	2 242 286
TTV - Twoja Telewizja	69 359	2,96%	20,88%	2 503 318
TVP3	55 009	2,35%	23,95%	2 870 726
TVP ABC	54 944	2,34%	10,78%	1 292 726
Super Polsat	53 623	2,29%	18,13%	2 173 481
Stopklatka	51 697	2,20%	15,21%	1 823 413
TV Trwam	34 015	1,25%	12,78%	1 532 276
ATM Rozrywka	30 217	1,29%	12,66%	1 517 088
TVP Historia	29 013	1,24%	13,09%	1 569 424
TVP Sport	25 022	1,07%	9,46%	1 134 594
Polo TV	23 783	1,01%	8,22%	985 047
WP	19 254	0,82%	6,33%	758 321
Zoom TV	18 235	0,78%	5,59%	670 093
Eska TV	15 127	0,65%	7,77%	931 064
Polsat News	14 014	0,60%	4,45%	532 946
Metro	13 825	0,59%	5,91%	707 926
Nowa TV	12 877	0,55%	5,32%	638 004
TVP Rozrywka	8 963	0,38%	5,08%	608 868
TVP Kultura	6279	0,27%	4,56%	546 961

Telewizja publiczna

W I kwartale 2020 roku telewizja publiczna ogółem zanotowała wzrost udziału o 0,29 punktu proc. w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Było to zahamowanie niekorzystnej tendencji, kiedy telewizja publiczna traciła udziały w rynku. Szczegółowe dane obrazujące trend przedstawiono na wykresie poniżej.

Wykres 2. Trend - udziały telewizji publicznej w I kwartale 2005 – 2020 r.



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) należało 29,4%, podczas gdy przed rokiem w analogicznym okresie 29,1%.

Największy wzrost widowni odnotował program informacyjny TVP INFO, na który wpłynęła rekordowa zmiana w marcu, miesiącu ogłoszenia stanu epidemii w Polsce, kiedy udział tego programu wyniósł 6,5% w porównaniu z 3,1% w marcu 2019 roku.

Ok. 2/3 udziałów w marcu w porównaniu z marcem roku ubiegłego stracił z kolei program sportowy TVP Sport, z uwagi na ograniczenia dotyczące rozgrywek sportowych i transmisji na żywo w tym okresie. Pogłębiona informacja nt. widowni programów publicznych została przedstawiona w opracowaniu pt. *Widownia programów TVP w okresie pandemii*.

Szczegółowe dane uśrednione dla całego kwartału dotyczące wszystkich programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kwartału 2019 r. zestawiono w tabeli 4.

Tabela 3. Średnia widownia i udziały programów telewizji publicznej w I kwartale 2020 r.

PROGRAM	WIDOWNIA	ZMIANA	UDZIAŁ	ZMIANA pp	ZMIANA %
TVP1	692 276	↓ -23 540	9,87%	↓ -0,38	↓ -3,7%
TVP2	590 365	↓ -10 441	8,42%	↓ -0,18	↓ -2,1%
TVP INFO	351 792	↑ 121 245	5,02%	↑ 1,72	↑ 52,1%
TVP Seriale	99 062	↑ 8 188	1,41%	↑ 0,11	↑ 8,5%
TVP3	75 513	↑ 5 839	1,08%	↑ 0,08	↑ 8,0%
TVP ABC	72 538	↓ -30 862	1,03%	↓ -0,45	↓ -30,4%
TVP Sport	54 125	↓ -32 778	0,77%	↓ -0,47	↓ -37,9%
TVP Historia	41 366	↓ -925	0,59%	↓ -0,02	↓ -3,3%
TVP Rozrywka	32 060	↑ 623	0,46%	↑ 0,01	↑ 2,2%
TVP HD	30 090	↑ 2 722	0,43%	↑ 0,04	↑ 10,3%
TVP Kultura	15 807	↓ -12 891	0,23%	↓ -0,18	↓ -43,9%
TVP Polonia	8 465	↑ 1 120	0,12%	↑ 0,01	↑ 9,1%
Ogółem	2 063 459	↑ 28 300	29,43%	↑ 0,29	↑ 1,0%

Telewizja koncesjonowana

Spośród programów koncesjonowanych największy spadek udziałów (w pp.) w I kwartale 2020 r. odnotował program Polsat (-1,5), następnie TVN (-1,2) i TV4 (-0,4). Znaczne wzrosty, osiągała natomiast w dalszym ciągu zdecydowana większość programów koncesjonowanych dostępnych w naziemnej telewizji cyfrowej (z nielicznymi wyjątkami takimi jak Puls 2, ATM Rozrywka, Polo TV, Eska TV, których udziały zauważalnie spadły).

W analizowanym okresie zwiększyły się również znacząco udziały kanałów informacyjnych: Polsatu News oraz w mniejszym stopniu TVN 24. Zmiany te były widoczne zwłaszcza w ostatnim miesiącu kwartału w związku z dużym zainteresowaniem treściami informacyjnymi z uwagi na ogłoszony na początku marca stan epidemii.

Zestawienie programów koncesjonowanych (z wyłączeniem koncesjonowanych programów publicznych, które zostały uwzględnione w tabeli 3) wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kwartału 2019 przedstawiono poniżej.

Tabela 4. Średnia widownia i udziały programów koncesjonowanych w I kw. 2020 r.

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	602 423	↓ -99 862	8,59%	↓ -1,47
2.	TVN	529 619	↓ -79 197	7,55%	↓ -1,17
3.	TVN24	340 056	↑ 31 811	4,85%	↑ 0,44
4.	TV4	273 181	↑ 18 866	3,90%	↑ 0,26
5.	TV PULS	249 877	↑ 5 399	3,56%	↑ 0,06
6.	TVN7	238 405	↑ 12 978	3,40%	↑ 0,17
7.	TTV	151 928	↑ 924	2,17%	↑ 0,01
8.	Puls 2	132 355	↓ -8 392	1,89%	↓ -0,13
9.	TV6	122 607	↑ 3 326	1,75%	↑ 0,04
10.	Polsat News	120 781	↑ 53 084	1,72%	↑ 0,75
11.	Polsat2	103 221	↑ 4 920	1,47%	↑ 0,06
12.	Stopklatka	78 899	↑ 6 241	1,13%	↑ 0,09
13.	Super Polsat	76 218	↑ 22 164	1,09%	↑ 0,32
14.	Fokus TV	72 747	↑ 8 486	1,04%	↑ 0,12
15.	WP	42 971	↑ 11 844	0,61%	↑ 0,16
16.	TV Trwam	49 285	↑ 10 579	0,59%	↑ 0,14
17.	Zoom TV	39 927	↑ 4 233	0,57%	↑ 0,06
18.	Polsat Film	39 861	↑ 5 156	0,57%	↑ 0,07
19.	TVN Turbo	37 191	↓ -3 394	0,53%	↓ -0,05
20.	ATM Rozrywka	36 639	↓ -8 848	0,52%	↓ -0,13
21.	Polsat Play	36 319	↓ -1 970	0,52%	↓ -0,03
22.	TVN24 Biznes i Swiat	33 181	↑ 4 969	0,47%	↑ 0,07
23.	TVN Style	32 942	↓ -10 274	0,47%	↓ -0,15
24.	HGTV	31 565	↓ -6 254	0,45%	↓ -0,09
25.	Polo TV	30 743	↓ -13 780	0,44%	↓ -0,2
26.	Nickelodeon	30 125	↓ -16 757	0,43%	↓ -0,24
27.	TVN Fabuła	24 664	↑ 2 582	0,35%	↑ 0,03
28.	Metro	24 346	↓ -2 366	0,35%	↓ -0,03
29.	Polsat Cafe	23 811	↑ 1 552	0,34%	↑ 0,02
30.	Polsat Sport	23 157	↑ 3 890	0,33%	↑ 0,05
31.	TVS	22 878	↑ 6 016	0,33%	↑ 0,09
32.	Nowa TV	22 214	↓ -1 589	0,32%	↓ -0,02
33.	Kino Polska	21 959	↑ 4 430	0,31%	↑ 0,06
34.	Eska TV	19 892	↓ -4 729	0,28%	↓ -0,07
35.	MiniMini+	16 460	↓ -1 958	0,23%	↓ -0,03

W tabeli uwzględniono programy koncesjonowane o udziale powyżej 0,2%