





KRAJOWA RADA  
RADIOFONII i TELEWIZJI



## INFORMACJA O WIDOWNI TELEWIZYJNEJ W POLSCE W IV KWARTALE 2019 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 IV kwartale 2019 roku** statystyczny Polak oglądał telewizję przez ponad 4 godziny 26 minut dziennie, tj. o 4 minuty krócej w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Niższa o ponad 44 tysiące była, w analizowanym kwartale, średnia wielkość widowni minutowej całej telewizji, która wyniosła 6 mln 617 tysięcy. Wzrósł natomiast o 4 minuty czas oglądania przypadający na statystycznego widza (6 godz. 36 minut w IV kwartale 2019). Przy malejącym zasięgu (o ponad 406 tysięcy) i wzroście czasu oglądania przez widzów, oznacza to więcej czasu poświęconego telewizji przez tych którzy ją oglądali.

Na pierwsze miejsce pod względem udziałów w widowni wysunął się program publiczny **TVP1** – z trzeciego w IV kwartale roku 2018. **Polsat** zajął miejsce drugie w rankingu (przed rokiem – pierwsze) a **Program 2 TVP** znalazł się na miejscu trzecim (awans z czwartego w analogicznym okresie przed rokiem). **TVN** spadł na pozycję czwartą w ostatnim kwartale roku, podczas gdy miejsce to należało dotychczas zwykle do TVP2.

Łączny udział **wymienionych programów tzw. wielkiej czwórki (TVP1, TVP2, TVN, Polsat)** - wyniósł w sumie **35,93%** i zmniejszył się o 1,7 punktu procentowego w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego, przede wszystkim z uwagi na znaczne spadki programów niepublicznych.

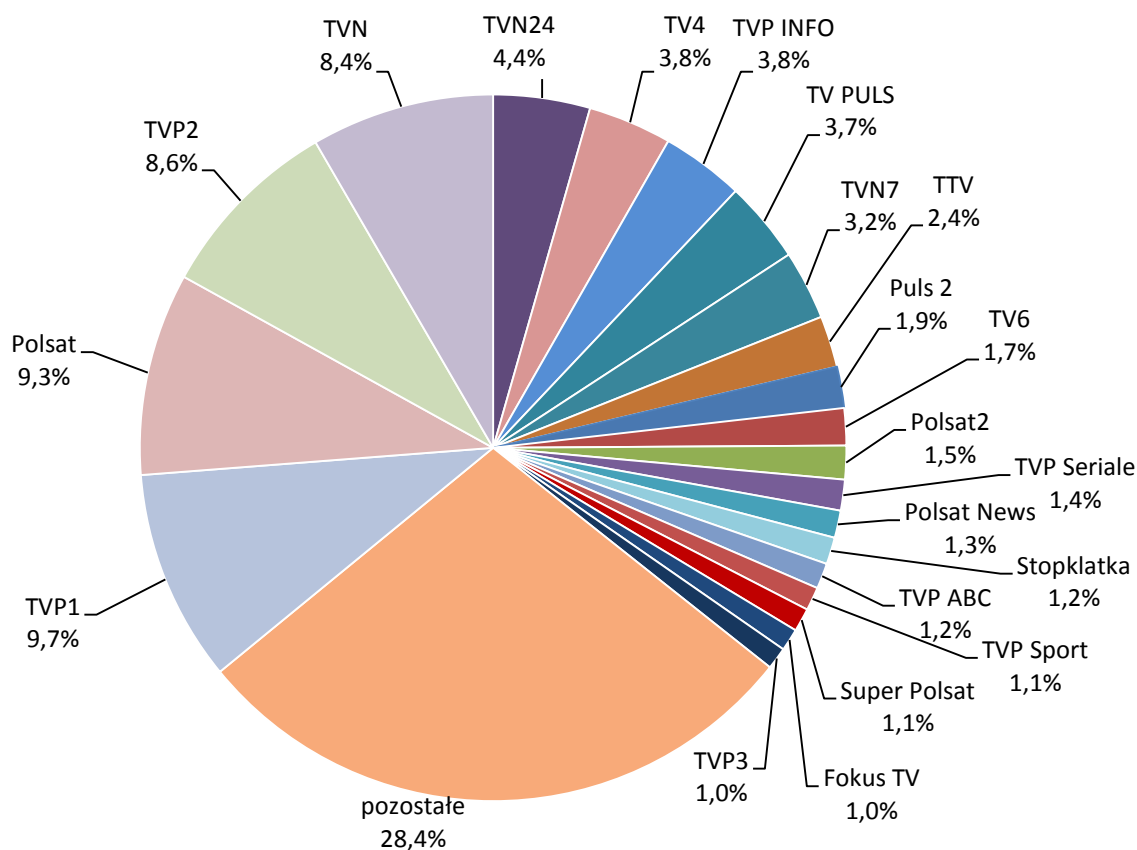
W analizowanym kwartale niższe udziały niż w analogicznym okresie przed rokiem odnotowały **TVN, Polsat** oraz **TVP2**, zyskał natomiast **Program TVP1** (+0,43 pp.) – szczegółowa informacja w tabeli poniżej.

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

Program	IV kw. 2018	IV kw. 2019	Zmiana (pp.)
TVP1	9,27%	<b>9,70%</b>	0,43
Polsat	9,89%	<b>9,27%</b>	-0,62
TVP2	8,69%	<b>8,58%</b>	-0,11
TVN	9,80%	<b>8,38%</b>	-1,42

Szczegółowe informacje dotyczące widowni poszczególnych programów przedstawiono w dalszej części opracowania oraz na wykresach i w tabelach

**Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w IV kwartale 2019 roku**



\*ponad 32% (kategoria pozostałe na wykresie) zajmowały ogółem programy, których udział nie przekraczał 1%

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**<sup>1</sup>. Wszystkie programy pierwszej dwudziestki były programami koncesjonowanymi w Polsce. Najwyżej notowany program niekoncesjonowany **Discovery** zajmował 30 pozycję w rankingu z udziałem 0,49%. Z analizy wskaźników wynika, że ponad połowa programów naziemnej telewizji cyfrowej notowała w dalszym ciągu przyrosty widowni.

<sup>1</sup> w analizowanym kwartale również naziemna emisja testowa tego programu na multipleksie czwartym

Szczegółowe dane dotyczące średniej widowni minutowej, udziałów i zasięgów programów NTC w sytuacji wyłącznego dostępu do tych programów w IV kwartale 2019 roku zestawiono w tabeli poniżej.

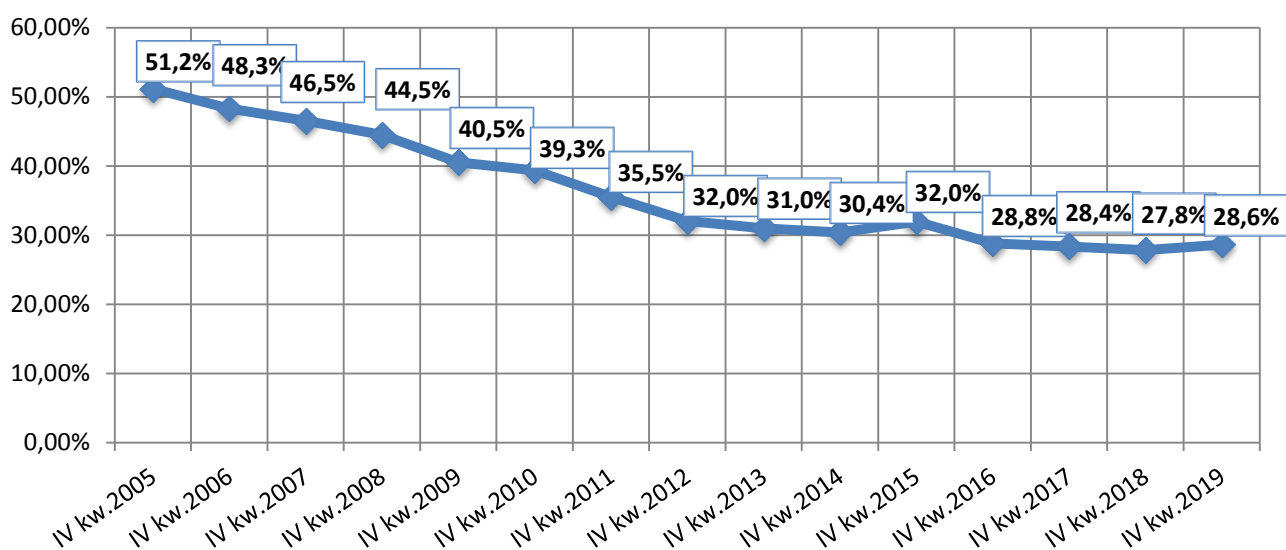
**Tabela 2. Widownia programów w gospodarstwach z NTC wyłącznie w IV kwartale 2019**

<b>Program</b>	<b>AMR</b>	<b>SHR %</b>	<b>RCH %</b>	<b>RCH</b>
TVP1	286 046	12,77%	39,23%	4 742 024
Polsat	244 647	10,92%	38,25%	4 623 345
TVP2	235 824	10,52%	36,72%	4 437 956
TVN	173 529	7,74%	35,38%	4 276 180
TVP INFO	151 701	6,77%	22,51%	2 720 646
TV PULS	137 876	6,15%	25,49%	3 080 510
TV4	105 313	4,70%	25,38%	3 068 078
Puls 2	95 889	4,28%	21,70%	2 623 359
TVN7	86 731	3,87%	22,64%	2 736 356
TTV	74 042	3,30%	21,80%	2 635 350
TV6	72 335	3,23%	18,26%	2 206 630
TVP ABC	61 088	2,73%	10,96%	1 324 709
Stopklatka	55 178	2,46%	15,70%	1 898 144
Super Polsat	50 964	2,27%	18,02%	2 178 127
TVP3	49 208	2,20%	22,82%	2 758 375
Fokus TV	45 731	2,04%	14,68%	1 774 326
Polo TV	32 628	1,46%	9,30%	1 124 312
ATM Rozrywka	31 380	1,40%	12,26%	1 482 243
TVP Historia	27 487	1,23%	12,41%	1 499 616
TV Trwam	19 217	0,86%	8,93%	1 079 299
Eska TV	16 841	0,75%	8,11%	979 784
WP	16 702	0,75%	5,76%	696 433
Zoom TV	15 986	0,71%	5,32%	642 851
Metro	13 694	0,61%	5,71%	690 430
Nowa TV	11 794	0,53%	5,30%	641 166
TVP Rozrywka	9 491	0,42%	4,76%	575 157
Polsat News	9 297	0,41%	3,33%	402 284
TVP Kultura	7 552	0,34%	5,25%	634 215

## Telewizja publiczna

W IV kwartale 2019 roku telewizja publiczna ogółem zanotowała wzrost udziału o **0,79 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 IV kwartale 2005 – 2019**



Do telewizji publicznej łącznie (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP 3, TVP Rozrywka, TVP Kultura, TVP Seriele, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia, TVP ABC) należało 28,6%, podczas gdy przed rokiem w analogicznym okresie 27,8%.

Większe wzrosty widowni odnotowały cztery programy: uniwersalny **TVP1**, informacyjny **TVP INFO**, sportowy **TVP Sport** i rozrywkowy **TVP Rozrywka**.

Minimalny wzrost obserwowany był jeszcze w przypadku TVP Polonia (o 0,01pp.) a udziały na tym samym poziomie zachowała TVP Historia. Pozostałe programy notowały spadki - największe TVP ABC i TVP2 .

Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do IV kwartału 2018 r. zestawiono w tabeli 4.

**Tabela 3. Średnia widownia i udziały programów telewizji publicznej w IV kwartale 2019 r.**

Program	Widownia	ZMIANA	Udział	ZMIANA pp
TVP1	641 784	↑ 24 327	9,70%	↑ 0,43
TVP2	567 494	↓ -11 404	8,58%	↓ -0,11
TVP INFO [TVP3]	250 908	↑ 21 255	3,79%	↑ 0,34
TVP3 [TVP Regionalna]	67 054	↑ 5 082	1,01%	↑ 0,08
TVP ABC	77 174	↓ -12 630	1,17%	↓ -0,18
TVP Sport	70 667	↑ 15 549	1,07%	↑ 0,24
TVP Historia	38 467	↓ -86	0,58%	→ 0,00
TVP Seriale	93 473	↑ 4 933	1,41%	↑ 0,08
TVP HD	26 741	↓ -3 817	0,40%	↓ -0,06
TVP Rozrywka	32 495	↑ 7 237	0,49%	↑ 0,11
TVP Kultura	16 895	↓ -10 251	0,26%	↓ -0,15
TVP Polonia	8 938	↑ 86	0,14%	↑ 0,01
<b>Ogółem</b>	<b>1 892 090</b>	<b>↑ 40 281</b>	<b>28,60%</b>	<b>↑ 0,79</b>

### Telewizja koncesjonowana

Spośród programów koncesjonowanych największy spadek udziałów (w pp.) w IV kwartale 2019 r. odnotował program TVN (-1,4), następnie Polsat (-0,6) i TV4 (-0,4). Znaczne wzrosty osiągały natomiast w dalszym ciągu programy koncesjonowane obecne na MUX-ach, między innymi: TV Puls, TTV, TV6, Stopklatka, Super Polsat, Fokus TV. Zwiększył się również znacząco udział informacyjnego Polsatu News w związku z naziemną emisją testową tego programu w analizowanym kwartale.

Zestawienie programów koncesjonowanych (z wyłączeniem koncesjonowanych programów publicznych, które zostały uwzględnione w tabeli 4) wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do IV kw. 2018 przedstawiono poniżej.

Tabela 4. Średnia widownia i udziały programów koncesjonowanych w IV kw. 2019 r.

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	613 565	↓ -45 201	9,27%	↓ -0,62
2.	TVN	554 824	↓ -98 183	8,38%	↓ -1,42
3.	TVN24	293 169	↓ -178	4,43%	↑ 0,03
4.	TV4	253 472	↓ -27 351	3,83%	↓ -0,39
5.	TV PULS	247 388	↑ 21 843	3,74%	↑ 0,35
6.	TVN7	209 745	↓ -6 011	3,17%	↓ -0,07
7.	TTV	155 491	↑ 16 250	2,35%	↑ 0,26
8.	Puls 2	125 114	↑ 2 084	1,89%	↑ 0,04
9.	TV6	112 177	↑ 11 270	1,70%	↑ 0,19
10.	Polsat2	101 764	↑ 5 077	1,54%	↑ 0,09
11.	Polsat News	82 759	↑ 15 426	1,25%	↑ 0,24
12.	Stopklatka	81 665	↑ 11 100	1,23%	↑ 0,17
13.	Super Polsat	70 615	↑ 9 928	1,07%	↑ 0,16
14.	Fokus TV	67 562	↑ 9 288	1,02%	↑ 0,15
15.	Polsat Play	44 391	↑ 5 430	0,67%	↑ 0,09
16.	Polo TV	43 090	↓ -3 768	0,65%	↓ -0,05
17.	ATM Rozrywka	39 618	↓ -4 985	0,60%	↓ -0,07
18.	Polsat Film	38 980	↑ 3 589	0,59%	↑ 0,06
19.	TVN Turbo	35 306	↓ -6 606	0,53%	↓ -0,1
20.	Zoom TV	34 621	↑ 2 178	0,52%	↑ 0,03
21.	WP	34 017	↑ 4 119	0,51%	↑ 0,06
22.	TVN Style	31 761	↓ -9 294	0,48%	↓ -0,14
23.	Polsat Sport	31 514	↑ 7 027	0,48%	↑ 0,11
24.	Nickelodeon	29 466	↓ -8 323	0,45%	↓ -0,12
25.	HGTV	29 398	↓ -5 578	0,44%	↓ -0,09
26.	TV Trwam	27 735	↑ 5 018	0,42%	↑ 0,08
27.	TVS	25 739	↑ 4 530	0,39%	↑ 0,07
28.	TVN24 Biznes i Swiat	25 506	↑ 567	0,39%	↑ 0,02
29.	Polsat Cafe	24 701	↑ 1 628	0,37%	↑ 0,02
30.	TVN Fabula	24 023	↑ 1 716	0,36%	↑ 0,03
31.	Metro	23 116	↑ 2 380	0,35%	↑ 0,04
32.	Eska TV	23 043	↓ -2 861	0,35%	↓ -0,04
33.	Kino Polska	21 234	↓ -593	0,32%	↓ -0,01
34.	Nowa TV	20 037	↓ -3 227	0,30%	↓ -0,05
35.	MiniMini+	18 103	↑ 148	0,27%	→ 0

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