



KRAJOWA RADA  
RADIOFONII i TELEWIZJI

---

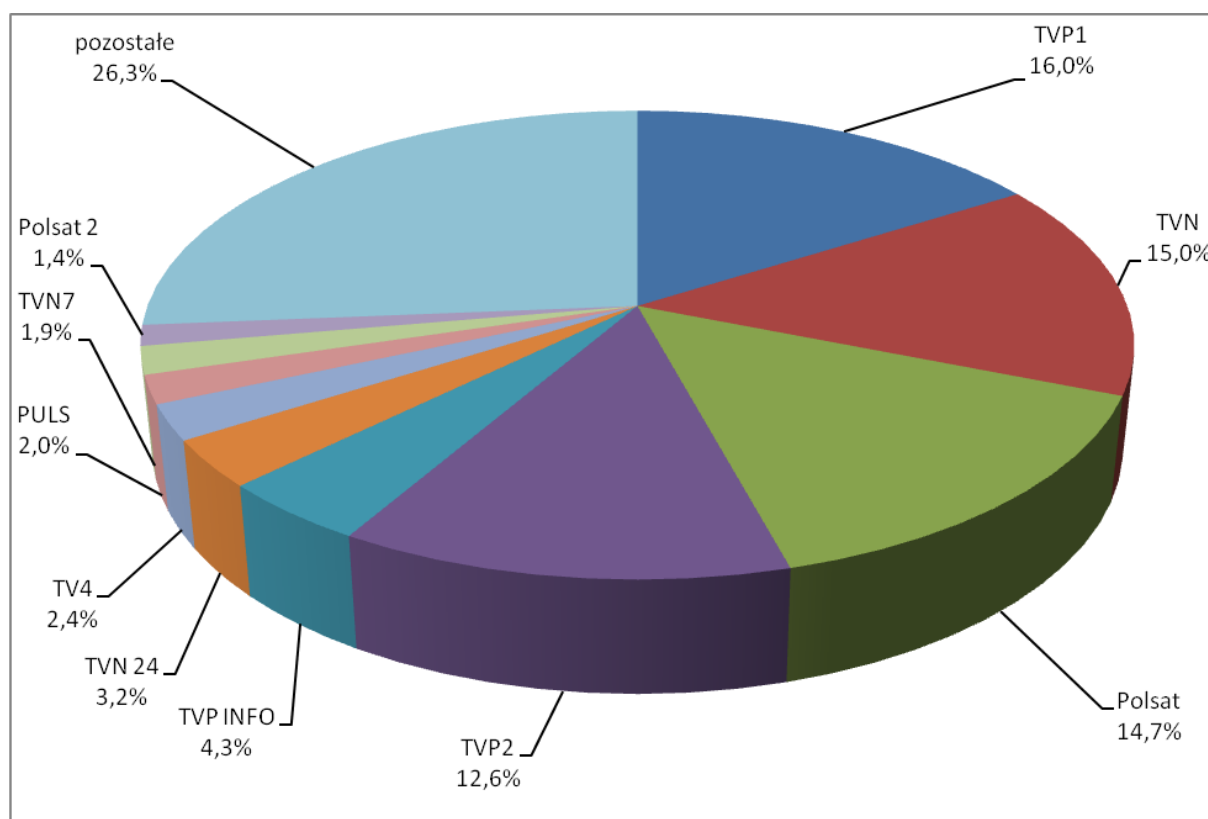
Udział w rynku, wielkość i struktura widowni  
(wiek, wykształcenie, płeć) programów telewizji  
publicznej (TVP 1, TVP 2, TVP Info, TVP Polonia)  
i koncesjonowanej (TVN, Polsat, TV4, Puls)  
w II półroczu 2011 r.

---

Analiza i opracowanie Justyna Reisner  
DEPARTAMENT MONITORINGU

W II połowie 2011 roku kolejność największych pod względem udziału programów była podobna jak w I półroczu, jednocześnie zmniejszył się dystans dzielący telewizje komercyjne i TVP1.<sup>1</sup> Przewaga Programu 1 Telewizji Polskiej SA (na pierwszym miejscu w rankingu pod względem udziału w rynku) nad zajmującymi drugie i trzecie miejsce telewizjami komercyjnymi TVN i Polsatem była niewielka (1 punkt procentowy mniej miał TVN i 1,3 punktu Polsat). Czwarte miejsce w rankingu zajmował Program 2 TVP (3,4 punktu procentowego do TVP1). Następne miejsca pod względem zainteresowania widzów, mimo spadku widowni, zajmowały tradycyjnie już, choć z mniejszym udziałem niż przed rokiem, wyspecjalizowane programy informacyjne TVP INFO i TVN 24. Szczegółowe dane o udziale poszczególnych programów przedstawiono na wykresach.

**Wykres nr 1. Podział rynku telewizyjnego w II półroczu 2011**



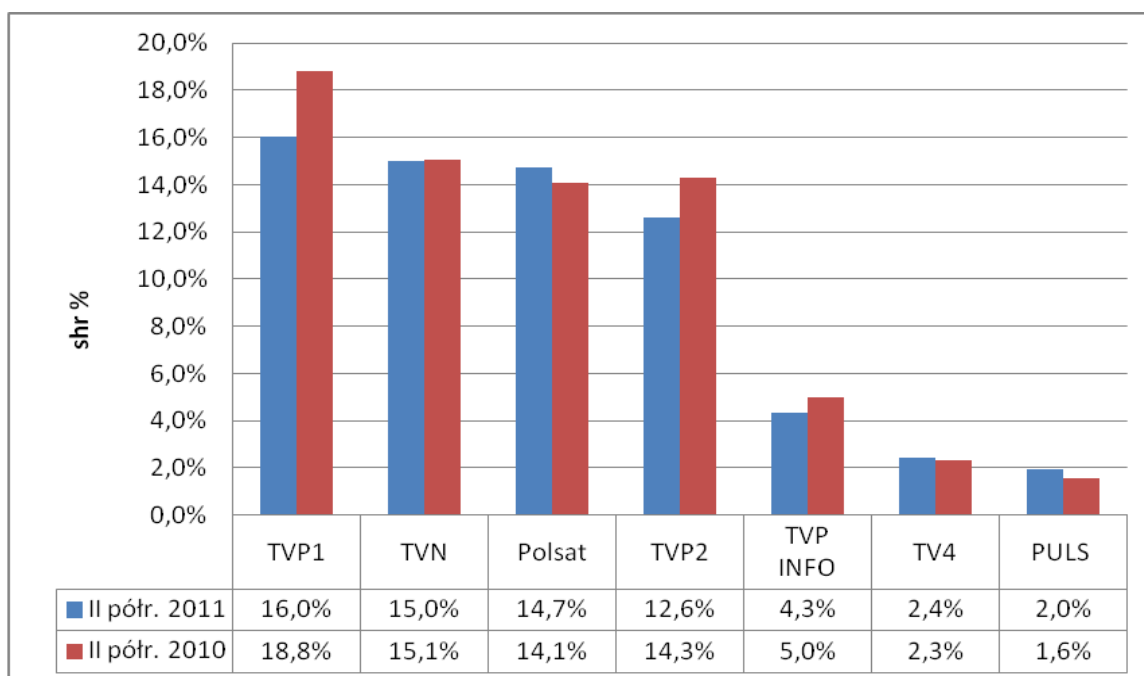
\*w kat. pozost. sat. kab. mieszczą się programy, których udział nie przekroczył 1%

<sup>1</sup> Analiza na podstawie danych telemetrycznych Nielsen Audience Measurement – badanie na reprezentatywnej próbie ludności Polski pow. 4 r.ż.

W II półroczu 2011 roku oglądanie wszystkich programów naziemnych (TVP1, TVP2, TVP INFO, TV Polsat, TVN, TV 4, Puls) zajmowało widzom łącznie 67,1% czasu przeznaczanego na oglądanie programu telewizyjnego, podczas kiedy w analogicznym okresie roku ubiegłego było to 71,1%<sup>2</sup> (spadek o 4 punkty proc., w I półroczu o 1,7 punktu proc.)

Podobnie jak w I półroczu rosły udziały naziemnych programów koncesjonowanych Polsatu, TV 4, Pulsu oraz TVN, malały natomiast udziały programów publicznych TVP1, TVP 2, TVP Info.

**Wykres nr 2. Udziały w widowni programów naziemnych w II półroczu 2011 i 2010.**



W II połowie 2011 roku zmniejszył się czas oglądania telewizji - statystyczny Polak spędzał przed telewizorem średnio 3 godziny i 53 minuty dziennie tj. o 3 minuty mniej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego.

## I. Programy telewizji publicznej

W badanym okresie do sektora publicznego łącznie (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia) należało ponad 1/3

<sup>2</sup> SHR % (ang. share) - udział w widowni telewizji ogółem, odsetek czasu spędzonego na oglądaniu konkretnego programu w stosunku do całkowitego czasu spędzonego na oglądaniu telewizji w ogóle.

ryнку (34,7%). Było to mniej o 4,5 punktu proc niż rok temu (wówczas 39,2%). Z analizy danych za II półrocze wynika, że telewizja publiczna nadal traciła udziały mimo wzbogacenia oferty o nowe programy tematyczne, które jednak nie rekompensują strat widowni, jakie ponoszą programy uniwersalne. Spośród publicznych programów tematycznych największy udział w widowni uzyskał program TVP Seriale (0,45%).

Udział w rynku **TVP1 (16%) zmniejszył się o 2,8 punktu procentowego w stosunku do II półrocza roku ubiegłego**. O mniejszym zainteresowaniu widowni tym programem świadczy również wartość zasięgu dziennego. W II półroczu 2011 odsetek oglądających wynosił 49,4%<sup>3</sup> i był niższy niż przed rokiem (wówczas 52,4%). Jak wynika z badania, znacznie krótszy był również (o 9 minut) czas oglądania tego programu przypadający na widza, który wyniósł 1 godz. 15 min.

**Spadek udziału w rynku o 1,7 punktu procentowego** w stosunku do analogicznego okresu roku 2010 **odnotowała również TVP2**. Udział tego programu w drugim półroczu 2011 wyniósł 12,6%, podczas gdy przed rokiem - 14,3%. Podobnie jak w przypadku TVP1 zmniejszył się zarówno zasięg dzienny programu, jak i czas oglądania. W analizowanym okresie każdego dnia program TVP2 oglądało 45% Polaków. W II półroczu 2010 roku odsetek oglądających był wyższy: 47,7%. Widzowie poświęcili na oglądanie programu TVP2 średnio 1 godz. 4 min. dziennie, tj. 5 minut mniej niż przed rokiem.

**Mniejszy udział w widowni odnotował także informacyjny program publiczny TVP INFO**. Wyniósł on 4,3%, czyli o 0,7 punktu proc. mniej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (wówczas 5%). W analizowanym okresie krótszy niż przed rokiem był czas oglądania przypadający na widza, niższy był również odsetek oglądających program. TVP INFO oglądało 24,3% Polaków przez średnio 41 minut dziennie, w 2010 r. (II półrocze): 27,3% przez 43 minuty dziennie.

**Na poziomie sprzed roku (0,7%) natomiast pozostawały udziały TVP Polonia**. Widz poświęcał programowi 19 min. w ciągu doby (w II półroczu 2010 r. - 18 min.). Zasięg dzienny TVP Polonia w analizowanym półroczu wyniósł 7,8% (przed rokiem 8,8%).

---

<sup>3</sup> RCH% - odsetek osób, które oglądały dany program przez co najmniej jedną minutę. Osoba, która oglądała program dłużej jest wliczana tylko raz.

## II. Programy telewizyjne koncesjonowane

**Spośród programów koncesjonowanych wzrost udziału w II półroczu 2011 r. odnotował Polsat.** Udział tego programu wyniósł 14,7%, czyli o **0,6 punktu procentowego więcej** niż w analogicznym okresie roku 2010 (wówczas 14,1%). Wartości innych wskaźników, jak zasięg dzienny oraz średni czas oglądania tego programu, świadczą również o większym zainteresowaniu widowni telewizyjnej w porównaniu z rokiem ubiegłym. Średnio w II półroczu 2011 program ten oglądało codziennie 43,4% Polaków. Widzowie poświęcali na jego oglądanie średnio 1 godzinę 19 minut dziennie. W II półroczu 2010 niższy był zarówno odsetek widzów Polsatu (42,6%), jak i czas oglądania tego programu przez widza (1 godz. 18 min. dziennie).

**Wzrostem udziałów w widowni zakończyło się również II półrocze tego roku dla programu Puls.** Udział w rynku programu Puls wyniósł 2% i **zwiększył się o 0,4 punktu procentowego** w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Zwiększył się zasięg dzienny programu, jak i czas jego oglądania przypadający na widza. W analizowanym okresie program ten oglądało każdego dnia 13,4% populacji, podczas gdy przed rokiem 12,7%. Czas oglądania programu przypadający na widza programu wyniósł 33 minuty i był o 3 minuty dłuższy niż w analogicznym okresie roku ubiegłego.

**W II półroczu 2012 nieco wzrósł w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego udział programu TV4.** Program ten osiągnął 2,4% udziału w widowni tj. o **0,1 punktu proc. więcej niż przed rokiem.** Każdego dnia TV4 oglądało 19,7% Polaków a widz poświęcał temu programowi średnio 29 min. w ciągu doby. Przed rokiem niższy był odsetek oglądających program (19%), na tym samym poziomie pozostawał natomiast czas oglądania przez widza (29 min. dziennie).

**Niewielki wzrost udziału w analizowanym okresie odnotował program TVN.** W II półroczu 2011 r. TVN uzyskał 15,1% udziału w widowni, czyli **nieco więcej** niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (wówczas 15%). W analizowanym okresie czas oglądania przypadający na widza programu wyniósł 1 godzinę 24 minut, czyli tyle co przed rokiem. Program ten oglądało natomiast nieco mniej widzów niż przed rokiem (41,5%; natomiast w II półroczu 2010 - 41,8%).

Udziały pozostałych programów przedstawiono w tabeli.<sup>4</sup>

**Tab.1.** Udziały pozostałych programów (zarówno koncesjonowanych jak i nie posiadających polskiej koncesji) w II półroczu 2011 r. w porównaniu do II półrocza 2010.<sup>5</sup>

Nazwa programu	II półrocze 2011 (shr %)	II półrocze 2010 (shr %)
TVN24	3,24%	3,57%
TV4	2,44%	2,34%
TVN7	1,91%	1,62%
<b>Polsat2</b>	<b>1,43%</b>	<b>0,99%</b>
Disney Channel	0,99%	1,15%
<b>Polsat News</b>	<b>0,86%</b>	<b>0,67%</b>
Cartoon Network	0,84%	0,90%
<b>Polsat Sport</b>	<b>0,81%</b>	<b>0,56%</b>
Disney XD	0,81%	0,98%
Discovery	0,70%	0,63%
AXN	0,69%	0,71%
MiniMini	0,63%	0,66%
Nickelodeon	0,60%	0,41%
Eurosport	0,55%	0,44%
VIVA Polska	0,55%	0,67%
<b>Disney Junior</b>	<b>0,50%</b>	<b>0,00%</b>
<b>National Geographic</b>	<b>0,50%</b>	<b>0,24%</b>
<b>TLC</b>	<b>0,47%</b>	<b>0,11%</b>
TVN Turbo	0,46%	0,38%
<b>TVP Seriale</b>	<b>0,45%</b>	<b>0,00%</b>
TVS	0,42%	0,38%
Comedy Central	0,39%	0,47%
TVN Style	0,38%	0,37%
Kino Polska	0,36%	0,43%
Tele5	0,34%	0,30%
13th Street Universal	0,34%	0,32%
Ale Kino	0,32%	0,30%
Polsat Play	0,30%	0,20%
Polsat Film	0,29%	0,22%
Polsat JimJam	0,29%	0,22%
Polsat Cafe	0,28%	0,20%
4fun.tv	0,28%	0,23%
HBO	0,28%	0,31%
Discovery Science	0,26%	0,25%
Superstacja	0,24%	0,27%
Animal Planet	0,24%	0,29%

<sup>4</sup> W tabeli uwzględniono wszystkie programy, które uzyskały co najmniej 0,1% udziału

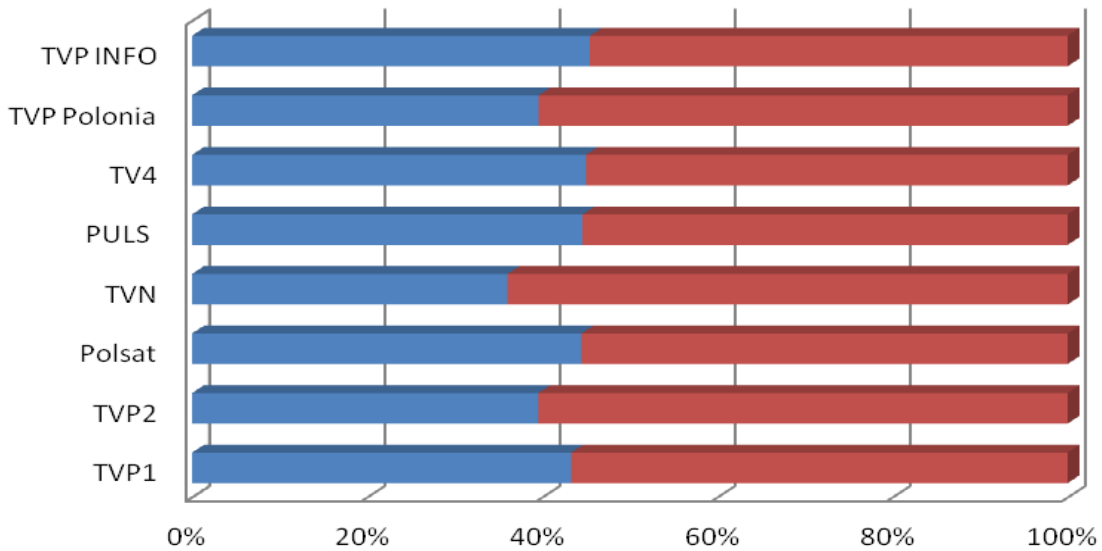
<sup>5</sup> Pogrubioną czcionką zaznaczono programy, które odnotowały największe przyrosty udziałów (w tym nowe programy)

Boomerang	0,23%	0,27%
Zone Reality	0,22%	0,16%
Discovery World	0,22%	0,23%
TVP Kultura	0,22%	0,24%
<b>Polo TV</b>	<b>0,21%</b>	<b>0,00%</b>
Comedy Central Family	0,21%	0,15%
Universal Channel	0,21%	0,17%
MTV Polska	0,21%	0,32%
TCM	0,20%	0,25%
<b>TVP HD</b>	<b>0,19%</b>	<b>0,00%</b>
AXN Crime	0,19%	0,15%
Planete	0,18%	0,12%
Canal+ Sport	0,18%	0,13%
Polsat Sport Extra	0,18%	0,17%
TVP Sport	0,18%	0,18%
Zone Europa	0,18%	0,18%
FOXLife	0,18%	0,20%
Eska TV	0,16%	0,10%
HBO2	0,16%	0,18%
FilmBox	0,14%	0,11%
Nat Geo Wild	0,14%	0,14%
Canal+	0,14%	0,16%
Zone Romantica	0,13%	0,08%
teleTOON+	0,13%	0,09%
TVN+1	0,12%	0,00%
BBC CBeebies	0,12%	0,45%
TVP Historia	0,11%	0,03%
Eurosport2	0,11%	0,06%
TV Trwam	0,11%	0,10%
TVN Meteo	0,11%	0,12%
kuchnia.tv	0,10%	0,06%
Extreme Sports	0,10%	0,07%
Travel Channel	0,10%	0,08%
Canal+ Film	0,10%	0,12%
HBO Comedy	0,10%	0,13%

### III. Struktura widowni analizowanych programów

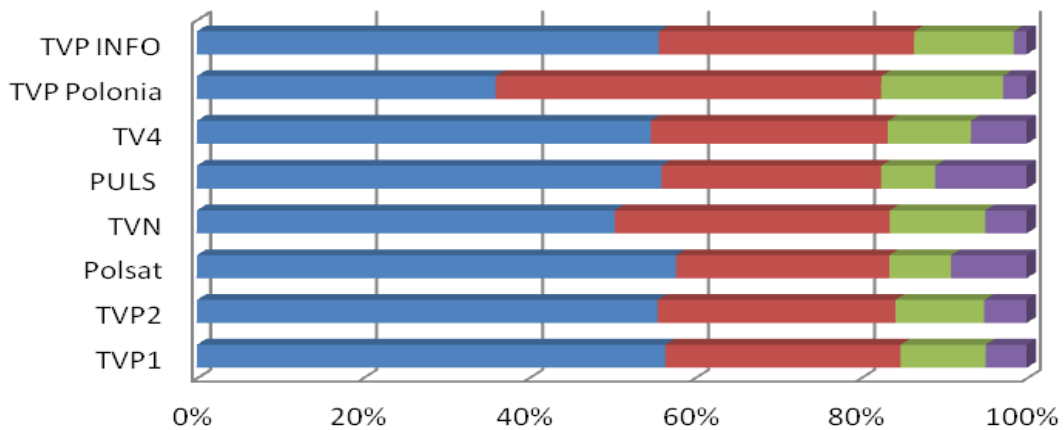
Struktura widowni analizowanych programów pod względem wieku, wykształcenia, płci przedstawiała się podobnie do analogicznego okresu roku ubiegłego. Graficzną interpretację danych przedstawiono poniżej.

### Struktura widowni w II półroczu - płeć



	TVP1	TVP2	Polsat	TVN	PULS	TV4	TVP Polonia	TVP INFO
■ Mężczyźni	43,3%	39,6%	44,5%	36,0%	44,6%	45,0%	39,6%	45,4%
■ Kobiety	56,7%	60,5%	55,5%	64,0%	55,4%	55,0%	60,4%	54,6%

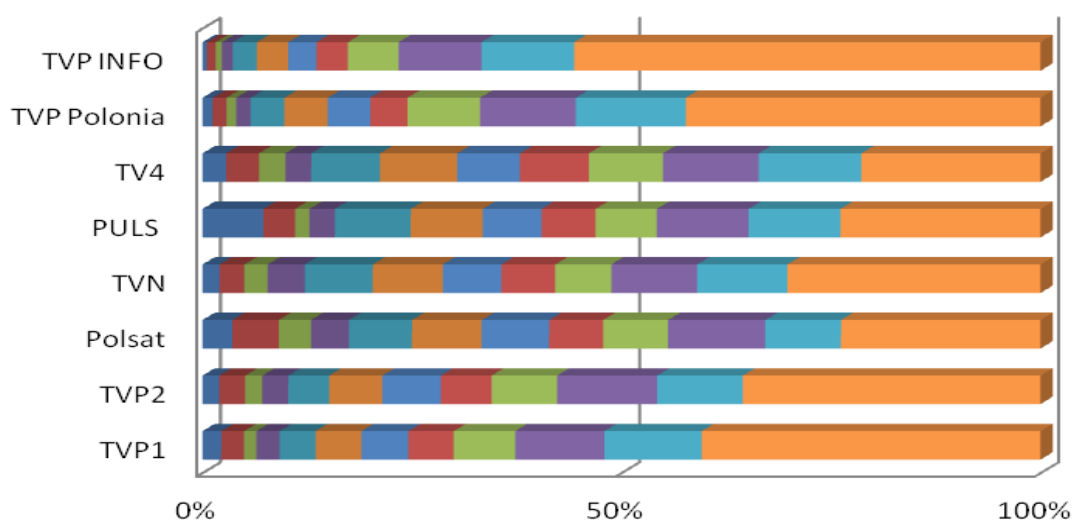
### Struktura widowni w II półroczu 2011 - wykształcenie



	TVP1	TVP2	Polsat	TVN	PULS	TV4	TVP Polonia	TVP INFO
■ Podstawowe	56,5%	55,5%	57,8%	50,4%	56,0%	54,7%	36,0%	55,7%
■ Średnie	28,4%	28,7%	25,7%	33,1%	26,5%	28,6%	46,5%	30,8%
■ Wyższe	10,3%	10,7%	7,4%	11,5%	6,5%	10,0%	14,7%	12,0%
■ Pozostali	5,0%	5,1%	9,1%	5,0%	11,0%	6,7%	2,9%	1,6%



### Struktura widowni w II półroczu 2011 - wiek



	TVP1	TVP2	Polsat	TVN	PULS	TV4	TVP Polonia	TVP INFO
■ 4-9.	2,2%	2,0%	3,6%	2,0%	7,3%	2,8%	1,2%	0,5%
■ 10-15.	2,7%	3,1%	5,6%	3,0%	3,8%	3,9%	1,6%	1,0%
■ 16 - 19	1,5%	2,0%	3,8%	2,8%	1,8%	3,2%	1,2%	0,8%
■ 20 - 24	2,8%	3,1%	4,5%	4,4%	3,0%	3,1%	1,7%	1,3%
■ 25 - 29	4,3%	4,9%	7,5%	8,1%	9,1%	8,2%	4,0%	2,9%
■ 30 - 34	5,5%	6,3%	8,3%	8,4%	8,6%	9,2%	5,2%	3,7%
■ 35 - 39	5,6%	7,0%	8,1%	7,0%	7,0%	7,5%	5,1%	3,4%
■ 40 - 44	5,4%	6,1%	6,4%	6,4%	6,4%	8,2%	4,4%	3,7%
■ 45 - 49	7,3%	7,8%	7,8%	6,7%	7,3%	8,9%	8,7%	6,1%
■ 50 - 54	10,6%	11,9%	11,6%	10,2%	10,9%	11,4%	11,4%	9,9%
■ 55 - 59	11,6%	10,2%	9,1%	10,8%	11,0%	12,3%	13,1%	11,0%
■ 60+	40,4%	35,6%	23,8%	30,2%	23,9%	21,4%	42,4%	55,7%

### Podsumowanie

W II półroczu 2011 w dalszym ciągu obserwowane było coraz mniejsze zainteresowania widzów naziemnymi programami publicznymi. Spadki odnotowały TVP1, TVP2 i TVP INFO. Spośród pozostałych programów naziemnych udziały w widowni telewizyjnej powiększyły Polsat, Puls, TV4 oraz TVN (w najmniejszym stopniu, po spadku w I połowie roku). W grupie programów satelitaro – kablowych największy przyrost odnotował program Polsat 2. Spadły natomiast udziały programu informacyjnego TVN 24. Podkreślić należy wzrosty udziałów tematycznych programów publicznych TVP Historia, TVP HD, TVP Seriele (0,3% udziału w widowni w I półroczu, natomiast 0,45% w drugim).