



KRAJOWA RADA  
RADIOFONII I TELEWIZJI

INFORMACJA O WIDOWNI  
TELEWIZYJNEJ W POLSCE  
W I kwartale 2024 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 I kwartale 2024 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez prawie 4 godziny 2 minuty dziennie, tj. o 4 minuty krócej w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Średnia wielkość widowni minutowej zmniejszyła się o ponad 306 tys. (do 5 mln 750 tysięcy) Natomiast czas oglądania przypadający na statystycznego widza zmalał o minutę (do 6 godz. 31 minut).

Na pierwsze miejsce pod względem udziałów w widowni awansował program informacyjny **TVN 24** (piąte przed rokiem) - wzrost o 2,14 pp. tj. 44%.

Programy tzw. wielkiej czwórki zajmowały kolejne lokaty a ich łączny udział wyniósł **26,6%** i zmniejszył się o ok. 4 pp. Najwięcej straciły programy publiczne - *Jedynka* i *Dwójka*, mniej *Polsat* i *TVN*.

Program **TVP 2** znajdował się w dalszym ciągu na miejscu drugim w rankingu. Na trzecim **TVN** (podobnie przed rokiem), w analizowanym kwartale ex aequo z **TVP1** (pierwsza lokata w analogicznym okresie roku ubiegłego). Telewizja **Polsat** utrzymała czwarte miejsce w zestawieniu.

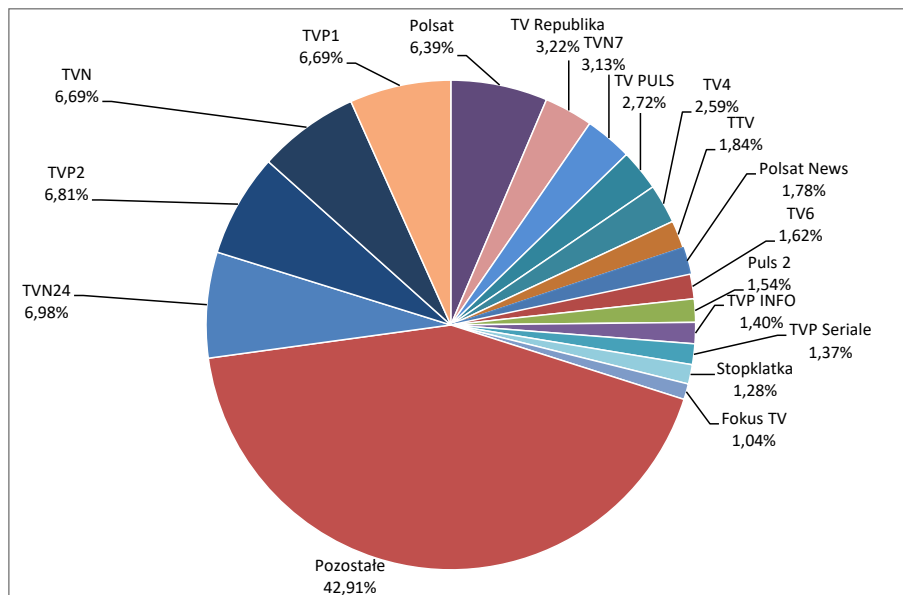
Szczegółowe informacje nt. udziałów programów *Wielkiej Czwórki* oraz lidera rankingu TVN 24 - zamieszczono w tabeli 1.

**Tabela 1. Udziały programów TVN 24, TVP1, TVP2, Polsat, TVN w rynku telewizyjnym – zmiana**

Program	I kw. 2024	I kw. 2023	Zmiana (pp.)
TVN 24	6,98%	4,84%	+2,14
TVP2	6,81%	7,90%	-1,09
TVP1	6,69%	7,97%	-1,28
TVN	6,69%	7,42%	-0,73
Polsat	6,39%	7,34%	-0,95

Źródło: Dane opracowane w Biurze KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research.

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w I kwartale 2024 roku<sup>1</sup>



Źródło: Dane opracowane w Biurze KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research.

W analizowanym okresie, podobnie jak przed rokiem, w pierwszej dwudziestce rankingu pod względem oglądalności zdecydowaną **większość stanowiły programy naziemnej telewizji cyfrowej (NTC)**.

W czołówce znalazło się **15 programów NTC** i 5 dostępnych drogą satelitarną i kablową /**TVN24, TV Republika, TVP Seriale, Polsat 2, Eurosport 1**/. Wszystkie programy pierwszej dwudziestki, **za wyjątkiem Eurosport 1**, posiadały polską koncesję. W pierwszej dwudziestce programów o największych oglądalnościach w układzie kwartalnym po raz pierwszy znalazła się **TV Republika** z udziałem 3,22 % (wzrost o 3,12 pp., 3120%). **Eurosport 1** był natomiast **najwyżej notowanym programem niekoncesjonowanym**, zajmował 20 pozycję w rankingu, z udziałem 0,86% (spadek o 0,16 pp.). W znacznej odległości za nim znalazły się: filmowy **FOX** - 0,45% (spadek o 0,19 pp., 36 lokata), **BBC First** - **0,4%** (wzrost o 0,23 pp., 39 miejsce), **National**

<sup>1</sup> W kategorii pozostałe – uwzględniono programy o udziale jednostkowym poniżej 1 % oraz tzw. oglądalność niezidentyfikowaną pochodzącą z tradycyjnych źródeł telewizyjnych, jak i ze Smart TV (w tym treści non-tv na telewizorach podłączonych do internetu) i oglądalność rozpoznawaną, niedostępną odrębnie, jak np. HBO, niektóre programy C+

**Geographic** - 0,37% (wzrost o 0,03 pp., 42 pozycja w zestawieniu), **Paramount Network** - 0,34% (wzrost o 0,05 pp., 47 miejsce).

Szczegółowe informacje dotyczące średniej widowni minutowej, udziałów i zasięgów programów naziemnej telewizji cyfrowej (NTC) w I kwartale 2024 roku wśród widzów, którzy mają dostęp wyłącznie do programów naziemnych zestawiono w tabeli 2.

Z komentarzem [TM1]: Tego nie rozumiem?

Z komentarzem [RJ2R1]: Napisałam teraz opisowo

**Tabela 2. Widownia programów w gospodarstwach z NTC wyłącznie w I kwartale 2024**

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
TVP1	144 006	10,73%	27,20%	2 311 324
TVP2	124 709	9,29%	24,00%	2 039 344
Polsat	104 732	7,81%	25,79%	2 191 688
TVN	85 175	6,35%	24,56%	2 086 662
TVN7	54 595	4,07%	15,80%	1 342 249
TV PULS	54 513	4,06%	15,68%	1 332 602
Puls 2	51 961	3,87%	14,22%	1 208 523
TV4	50 961	3,80%	16,50%	1 402 327
TV6	46 754	3,48%	11,37%	966 412
TV Republika	45 483	3,39%	3,92%	333 439
TTV - Twoja Telewizja	39 138	2,92%	13,96%	1 186 404
TVP INFO	37 862	2,82%	12,63%	1 072 998
TV Trwam	35 414	2,59%	10,40%	884 102
Stopklatka	32 890	2,45%	10,71%	909 905
Fokus TV	32 720	2,44%	12,00%	1 019 731
TVP3	28 464	2,12%	16,08%	1 366 708
Super Polsat	24 526	1,83%	12,18%	1 035 247
Wydarzenia 24	23 272	1,73%	8,18%	695 038
ANTENA HD	19 673	1,47%	9,41%	799 487
Polo TV	13 427	1,00%	5,54%	470 891
TVP ABC	12 468	0,93%	4,25%	361 180
TVP Kobieta	12 098	0,90%	6,04%	512 960
TVP Historia	11 953	0,89%	7,43%	631 637
TVP Sport	10 721	0,80%	5,44%	462 413
TVP Rozrywka	10 716	0,80%	6,84%	580 952
TVP Dokument	10 544	0,79%	7,53%	639 862

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
Eska TV	9 940	0,74%	6,45%	548 073
Nowa TV	9 316	0,69%	3,98%	337 970
WP	8 078	0,60%	3,86%	327 949
TVP Kultura	8 055	0,60%	5,84%	496 239
TVP Polonia	7 176	0,53%	5,83%	495 642
Zoom TV	6 514	0,49%	4,22%	358 364
Metro	4 862	0,36%	3,47%	295 212
Stars.tv	1 206	0,09%	0,49%	41 483

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

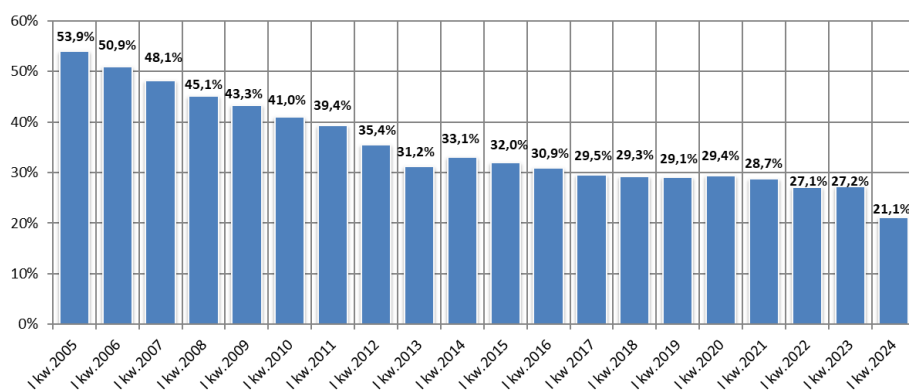
*Źródło: Dane opracowane w Biurze KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research.*

### Telewizja publiczna

W analizowanym kwartale telewizja publiczna ogółem zanotowała znacznie niższy udział w widowni telewizyjnej w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego (mniej o 6,1 pp. tj. ponad 22%), przy spadku średniej widowni minutowej o ponad 434 tys. **Do telewizji publicznej** (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) **nalegało 21,1 % rynku**, podczas gdy przed rokiem 27,2%.

Szczegółowe dane obrazujące zmiany w ostatnich latach przedstawiono niżej na wykresie.

**Wykres 2. Trend - udziały telewizji publicznej w I kwartale 2005 – 2024 r.**



*Źródło: Dane opracowane w Biurze KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research.*

Z komentarzem [TM3]: Na tym wykresie nie mogę dopasować etykiet do słupków.

Z komentarzem [RJ4R3]: Zamienię wykresy

Z komentarzem [RJ5R3]:

Z analizy wynika, że w I kwartale br. zmniejszyły się, w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego, udziały dziesięciu programów (TVP1, TVP2, TVP Info, TVP3, TVP Sport, TVP HD, TVP ABC, TVP Historia, TVP Rozrywka, TVP Seriale). Wzrosty natomiast odnotowano w przypadku pięciu telewizji (TVP Kultura, TVP Polonia, TVP Dokument, TVP Nauka, TVP Kobieta).

Uśrednione dane kwartalne wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kwartału 2023 r. zestawiono w tabeli.

Tabela 3. Średnia widownia i udziały programów telewizji publicznej w I kwartale 2024 r.

PROGRAM	WIDOWNIA	ZMIANA	UDZIAŁ	ZMIANA pp	ZMIANA %
TVP2	391 753	↓ -86 771	6,81%	↓ -1,09	↓ -13,8%
TVP1	384 450	↓ -98 471	6,69%	↓ -1,28	↓ -16,1%
TVP INFO	80 624	↓ -200 337	1,40%	↓ -3,24	↓ -69,8%
TVP Seriale	78 832	↓ -15 122	1,37%	↓ -0,18	↓ -11,6%
TVP3	45 483	↓ -10 288	0,79%	↓ -0,13	↓ -14,1%
TVP Sport	38 856	↓ -9 462	0,68%	↓ -0,12	↓ -15,0%
TVP HD	29 491	↓ -6 309	0,51%	↓ -0,08	↓ -13,6%
TVP Historia	27 344	↓ -4 966	0,48%	↓ -0,05	↓ -9,4%
TVP Rozrywka	27 002	↓ -3 186	0,47%	↓ -0,03	↓ -6,0%
TVP Kultura	21 704	↑ 1 362	0,38%	↑ 0,04	↑ 11,8%
TVP Kobieta	19 666	↑ 881	0,34%	↑ 0,03	↑ 9,7%
TVP ABC	18 202	↓ -14 059	0,32%	↓ -0,21	↓ -39,6%
TVP Polonia	18 574	↑ 2 594	0,32%	↑ 0,06	↑ 23,1%
TVP Nauka	16 594	↑ 7 024	0,29%	↑ 0,13	↑ 81,3%
TVP Dokument	15 744	↑ 2 764	0,27%	↑ 0,06	↑ 28,6%
<b>Ogółem</b>	<b>1 214 319</b>	<b>↓ -434 346</b>	<b>21,12%</b>	<b>↓ -6,09</b>	<b>↓ -22,4%</b>

Źródło: Dane opracowane w Biurze KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research.

#### Telewizja koncesjonowana

Największe wzrosty udziałów (w pp.) obserwowano w przypadku TV Republika (+ 3,12) oraz TVN24 (+2,14).

Szczegółowe zestawienie dla programów koncesjonowanych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kwartału 2023 przedstawiono poniżej.

W tabeli 4 uwzględniono badane programy o udziale 0,2% i powyżej.

Tabela 4. Średnia widownia i udziały programów koncesjonowanych w I kw. 2024 r.

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	TVN24	401 404	↑ 108 557	6,98%	↑ 2,14
2.	TVN	384 468	↓ -65 071	6,69%	↓ -0,73
3.	Polsat	367 500	↓ -77 084	6,39%	↓ -0,95
4.	TV Republika	185 050	↑ 179 200	3,22%	↑ 3,12
5.	TVN7	180 042	↓ -1 369	3,13%	↑ 0,13
6.	TV PULS	156 374	↓ -28 682	2,72%	↓ -0,34
7.	TV4	149 042	↓ -35 350	2,59%	↓ -0,45
8.	TTV - Twoja Telewizja	105 771	↑ 3 811	1,84%	↑ 0,16
9.	Polsat News	102 328	↑ 3 152	1,78%	↑ 0,14
10.	TV6	93 025	↑ 31 560	1,62%	↑ 0,61
11.	Puls 2	88 620	↓ -9 567	1,54%	↓ -0,08
12.	Stopklatka	73 853	↑ 6 585	1,28%	↑ 0,17
13.	Fokus TV	59 854	↑ 7 680	1,04%	↑ 0,18
14.	Polsat2	54 696	↓ -27 707	0,95%	↓ -0,41
15.	Wydarzenia 24	54 474	↑ 15 385	0,95%	↑ 0,3
16.	Super Polsat	43 830	↓ -5 929	0,76%	↓ -0,06
17.	Zoom TV	33 611	↓ -3 432	0,58%	↓ -0,03
18.	TVN 24 Bis	33 429	↑ 2 556	0,58%	↑ 0,07
19.	WP	33 308	↓ -1 625	0,58%	→ 0
20.	ANTENA HD	32 732	↑ 8 466	0,57%	↑ 0,17
21.	Polsat Play	28 957	↓ -8 787	0,50%	↓ -0,12
23.	Polsat Sport	28 294	↑ 4 302	0,49%	↑ 0,09
24.	TVN Turbo	28 034	↓ -3 798	0,49%	↓ -0,04
25.	Nowa TV	27 734	↑ 3 829	0,48%	↑ 0,09
26.	Polsat Cafe	27 507	↑ 406	0,48%	↑ 0,03
27.	Polsat Film	23 726	↓ -5 547	0,41%	↓ -0,07
28.	Polsat Seriale	23 207	↓ -2 776	0,40%	↓ -0,03
29.	TVN Fabula	21 358	↑ 849	0,37%	↑ 0,03
30.	Telewizja WPOLSCIE.PL	19 829	↑ 18 234	0,34%	↑ 0,31
31.	Kino Polska	19 829	↓ -1 180	0,34%	↓ -0,01
32.	Polo TV	19 792	↑ 1 853	0,34%	↑ 0,04
33.	TVN Style	17 078	↓ -3 445	0,30%	↓ -0,04
34.	Kino TV	16 460	↑ 1 859	0,29%	↑ 0,05
35.	HGTV	16 111	↓ -1 847	0,28%	↓ -0,02
36.	Planete+	15 315	↑ 2 195	0,27%	↑ 0,05
37.	Metro	15 157	↓ -3 655	0,26%	↓ -0,05
38.	TVS	13 762	↓ -4 983	0,24%	↓ -0,07
39.	Eska TV	12 463	↑ 54	0,22%	↑ 0,02
40.	CANAL+ SPORT	11 933	↑ 1 613	0,21%	↑ 0,04

Źródło: Dane opracowane w Biurze KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research.