



KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI



INFORMACJA O WIDOWNI TELEWIZYJNEJ W POLSCE W 2024 ROKU

ZESTAWIENIA DANYCH POCHODZĄ Z BADANIA
FIRMY AGB NIELSEN MEDIA RESEARCH

ANALIZA I OPRACOWANIE
JUSTYNA REISNER
DEPARTAMENT MONITORINGU
WARSZAWA 2025



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

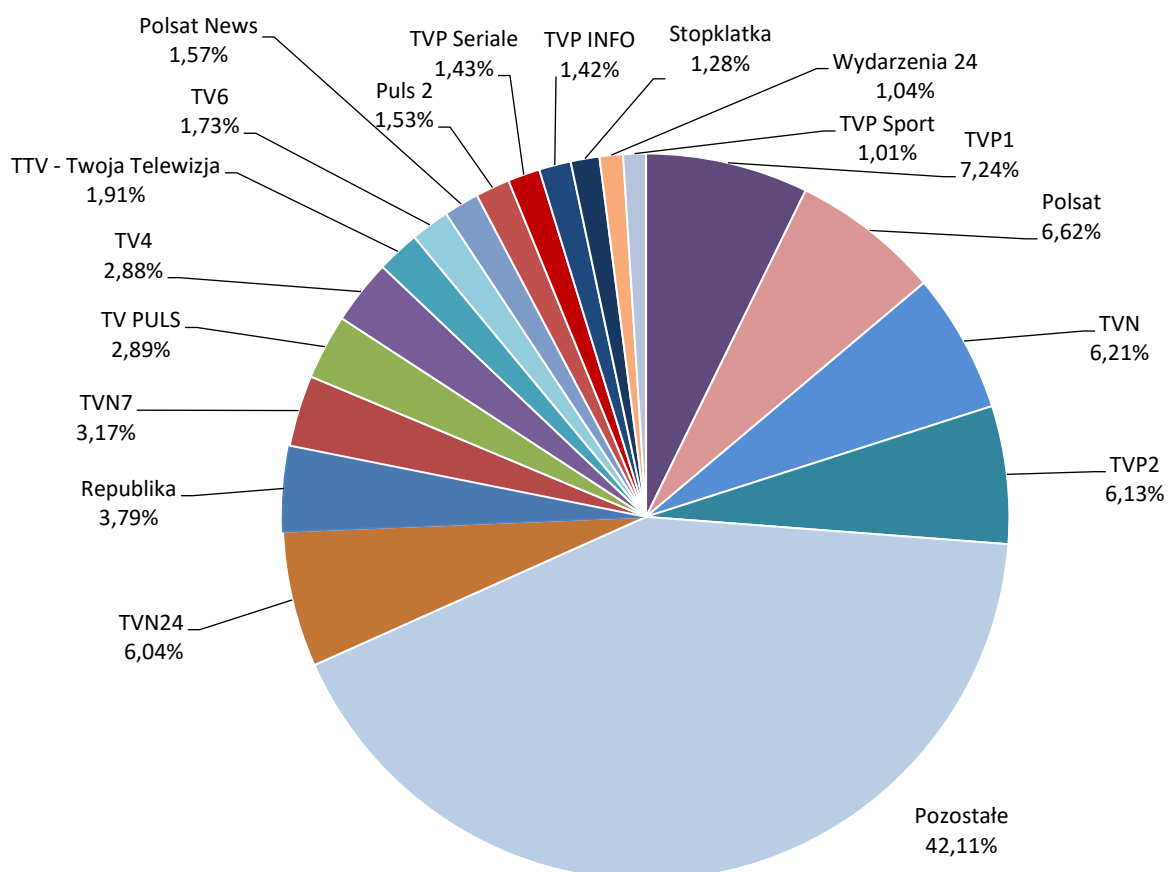
ATS (ang. AVERAGE TIME SPENT) - czas poświęcony na oglądanie danego programu przez widza w ciągu doby

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

Polacy coraz mniej uwagi poświęcają telewizji. W roku 2024 spędzali przed telewizorem średnio ok. 3 godziny 42 minuty na dobę.¹ Stopniowo zmniejsza się zasięg co oznacza, że mniej osób ogląda telewizję choćby przez jedną minutę w ciągu dnia (20,5 mln w 2024 r. wobec 21,4 w 2023). Zmianie w analizowanym okresie uległa także średnia widownia minutowa osiągając wartość 5,3 mln (5,5 mln w 2023).

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w 2024 r.²



Wśród programów o największych oglądalnościach zdecydowaną większość stanowiły telewizje z koncesją naziemną. W analizowanym okresie, w rankingu ułożonym pod względem

¹ Krótszy był czas oglądania (3 godz. 15,5 minuty) przez tych którzy oglądają telewizję wyłącznie na żywo. Jego określenie umożliwia nowy parametr BSHR, który nie obejmuje udziału tzw. treści niezidentyfikowanych, czyli przede wszystkim pochodzących z platform streamingu wideo, z których widzowie korzystają na odbiornikach typu smart TV

² 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

oglądalności (pierwsza dwudziestka) znalazło się 17 programów naziemnej telewizji cyfrowej i 3 dostępne drogą satelitarną i kablową (*TVN24, Polsat News, TVP Seriale*). Ich łączny udział (59,72%) był niższy niż przed rokiem w analogicznym okresie o 2,68 pp.

Udział programów uniwersalnych tzw. *wielkiej czwórki* zmniejszył się ogółem o ponad 2,5 pp. do 26,2% (z 28,73% w 2023). Spadki dotyczyły wszystkich programów, w największym stopniu TVP2 i telewizji TVN następnie TVP1 i Polsatu (Tab.1).

Pod względem udziału w widowni telewizja TVP1 pozostała na pierwszym miejscu, z czwartego na drugie awansował Polsat, miejsce trzecie należało do TVN, spadek na czwarte z drugiego odnotowano w przypadku TVP2.

Tab. 1. Udziały programów TVP1, TVP2, Polsat, TVN w rynku telewizyjnym – porównanie

Program	2023	2024	Zmiana (pp.)	Zmiana (%)
TVP1	7,69%	7,24%	-0,45	-5,85%
Polsat	6,94%	6,62%	-0,32	-4,61%
TVN	6,78%	6,21%	-0,57	-8,41%
TVP2	7,32%	6,13%	-1,19	-16,26%
Razem	28,73%	26,20%	-2,53	-8,81%

Spośród programów tzw. zdelokalizowanych, tzn. takich, które nie posiadają polskiej koncesji a kierowane są do polskiego widza, największy udział w widowni telewizyjnej w 2024 roku uzyskały: Eurosport 1 (0,82%), FX (0,49%), BBC First (0,4%), National Geographic (0,33%), Romance (0,33%), Paramount Network (0,31%), Nick Jr (0,31%). Jednostkowe udziały pozostałych nie przekraczały 0,3%.

Liczba gospodarstw z dostępem do telewizji w Polsce w 2024 r.³ była oceniana na 13,54 miliona⁴ (wobec 13,77 przed rokiem). Ponad ¼ z nich (26,9%, w 2023 - 26,7%) korzystała wyłącznie z oferty naziemnej.

Tab. 2. Podział gospodarstw domowych (HH) ze względu na źródło sygnału telewizyjnego
ES 2024 NAM

Rodzaj gospodarstwa	HH	HH%
ETEROWE <i>gospodarstwa wyłącznie z dostępem do telewizji naziemnej, bez dostępu do kablówki, IPTV czy satelity.</i>	3 640 640	26,90%
SATELTARNE <i>gospodarstwa z dostępem do telewizji satelitarnej, niezależnie od pozostałych źródeł telewizji</i>	3 668 3	27,10%
KABLOWE <i>gospodarstwa z dostępem do telewizji kablowej, IPTV (w tym oglądanie przez internet bez żadnej anteny), niezależnie od dostępu do telewizji naziemnej</i>	6 234 317	46,00%

Telewizja publiczna

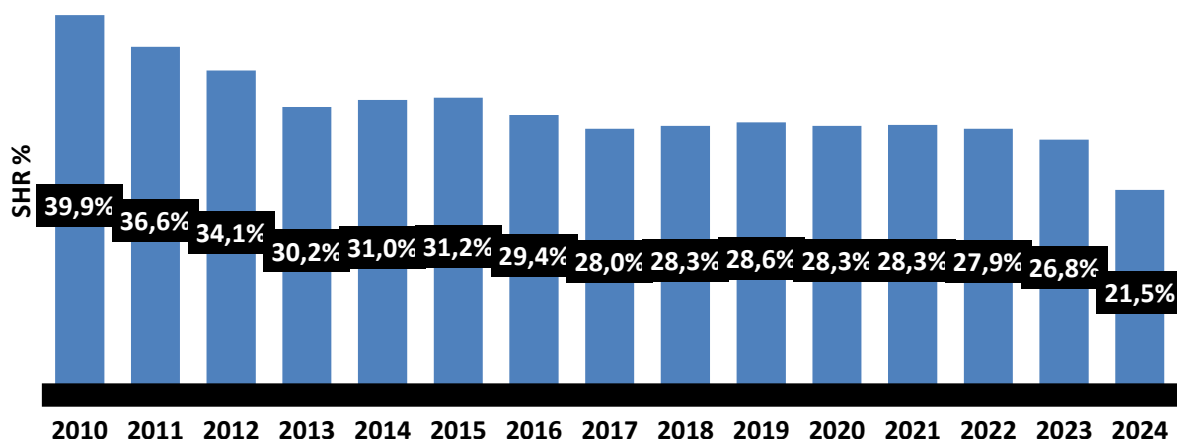
W 2024 roku do sektora publicznego łącznie /TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP Regionalna, TVP Rozrywka, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia, TVP ABC, TVP kobieta, TVP Dokument, TVP Nauka /należało 21,5% rynku (przed rokiem 26,8%). Udziały telewizji publicznej ogółem zmniejszyły się w stosunku do poziomu sprzed roku o 5,29pp. **Spadki w zestawieniu dotyczyły głównie TVP Info (-3,51 pp.), TVP2 (-1,19 pp.), TVP1 (-0,45 pp.)** ale także TVP Seriale, TVP ABC, TVP3, TVP Historia. Wzrosły natomiast udziały TVP Dokument, TVP Nauka, TVP Kultura, TVP Sport, TVP Rozrywka, TVP Polonia.

³ Nielsen Audience Measurement - na podstawie badania ES 2024 i aktualizacji uniwersów w panelu telemetrycznym; dane na temat gosp. domowych pochodzą z *Prognozy gosp. domowych na lata 2016-2050 opartej o dane Narodowego Spisu Powszechnego 2011*. Dane na temat ludności pochodzą z publikacji GUS *Ludność. Stan i struktura ludności oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym*, aktualizowanych raz na pół roku.

Gospodarstwo domowe w definicji ekonomicznej stanowi zespół osób zamieszkujących razem i wspólnie się utrzymujących

⁴ W tym tzw. Web TV, gdy żaden telewizor nie jest podłączony do tradycyjnej anteny (ani satelita, ani kabel, ani eter), natomiast w gospodarstwie jest dostępny szerokopasmowy internet i SmartTV lub urządzenie podłączone do TV umożliwiające oglądanie treści wideo przez Internet, np. komputer, tablet, smartfon, konsola, streaming device

Wykres. 2. Łączne udziały telewizji publicznej w latach 2010 – 2024



Dane dot. wielkości widowni i udziałów poszczególnych programów publicznych w 2024 roku wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do roku 2023 przedstawiono niżej (tabela zawiera średnie dla roku).

Tab. 3. Średnia widownia i udziały programów telewizji publicznej w 2024 r.

Lp	Program	Widownia	ZMIANA	Udział	ZMIANA pp
1.	TVP1	383 853	↓ -41 858	7,24%	↓ -0,45
2.	TVP2	325 091	↓ -79 972	6,13%	↓ -1,19
3.	TVP Seriale	75 924	↓ -10 415	1,43%	↓ -0,13
4.	TVP INFO	75 241	↓ -197 663	1,42%	↓ -3,51
5.	TVP Sport	53 429	↓ -922	1,01%	↑ 0,03
6.	TVP3	46 330	↓ -6 865	0,87%	↓ -0,09
7.	TVP HD	27 965	↓ -1 515	0,53%	→ 0,00
8.	TVP Rozrywka	27 754	↓ -387	0,52%	↑ 0,01
9.	TVP Historia	25 419	↓ -3 611	0,48%	↓ -0,04
10.	TVP Kultura	19 484	↑ 1 117	0,37%	↑ 0,04
11.	TVP Kobieta	18 169	↓ -687	0,34%	→ 0,00
12.	TVP Polonia	17 927	↑ 1 272	0,34%	↑ 0,04
13.	TVP ABC	16 842	↓ -7 976	0,32%	↓ -0,13
14.	TVP Dokument	14 982	↑ 2 889	0,28%	↑ 0,06
15.	TVP Nauka	13 234	↑ 3 536	0,25%	↑ 0,07
	Ogółem	1 141 644	↓ -343 057	21,53%	↓ -5,29

Telewizja koncesjonowana

Spośród programów koncesjonowanych największe spadki wskaźnika (w pp.) w 2024 roku obserwowano w przypadku telewizji: TVN (- 0,57), Polsat2 (-0,52), Polsat (-0,32),), Polsat News (-0,21 pp.), PolsatSport1 (-0,11),

Powiększyły natomiast swoje udziały głównie Republika (o 3,59), wPolsce24 (o 0,79), TV6 (o 0,57), Wydarzenia 24 (o 0,29 pp.), TVN24 (o 0,28 pp.).

Informacje o widowni i udziale programów koncesjonowanych w 2024 roku wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do roku 2023 zestawiono w tabeli.

Tabela zawiera programy koncesjonowane badane przez NAM o udziale 0,2% i powyżej /programy publiczne zostały uwzględnione w zestawieniu dotyczącym telewizji publicznej/.

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

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	350 787	↓ -33 347	6,62%	↓ -0,32
2.	TVN	329 026	↓ -46 026	6,21%	↓ -0,57
3.	TVN24	320 024	↑ 1 497	6,04%	↑ 0,28
4.	Republika	200 955	↑ 190 097	3,79%	↑ 3,59
5.	TVN7	167 941	↓ -6 582	3,17%	↑ 0,02
6.	TV PULS	153 003	↓ -10 142	2,89%	↓ -0,06
7.	TV4	152 669	↓ -12 220	2,88%	↓ -0,1
8.	TTV - Twoja Telewizja	101 208	↑ 4 326	1,91%	↑ 0,16
9.	TV6	91 440	↑ 27 520	1,73%	↑ 0,57
10.	Polsat News	83 456	↓ -15 072	1,57%	↓ -0,21
11.	Puls 2	80 907	↓ -6 819	1,53%	↓ -0,06
12.	Stopklatka	67 959	↑ 3 996	1,28%	↑ 0,12
13.	Wydarzenia 24	54 975	↑ 13 375	1,04%	↑ 0,29
14.	Fokus TV	50 871	↑ 4 112	0,96%	↑ 0,12
15.	Polsat2	43 152	↓ -30 699	0,81%	↓ -0,52
16.	WP	33 328	↑ 2 885	0,63%	↑ 0,08
17.	Polsat Sport 1	32 439	↓ -7 385	0,61%	↓ -0,11
18.	Zoom TV	31 306	↓ -2 269	0,59%	↓ -0,02
19.	ANTENA HD	27 935	↑ 3 845	0,53%	↑ 0,09
20.	Polsat Play	27 536	↓ -4 358	0,52%	↓ -0,06
21.	TVN 24 Bis	27 426	↓ -1 979	0,52%	↓ -0,01
23.	wPolsce24	27 148	↑ 25 232	0,51%	↑ 0,48
24.	Nowa TV	24 715	↑ 2 261	0,47%	↑ 0,06
25.	TVN Turbo	23 395	↓ -5 024	0,44%	↓ -0,07
26.	Polo TV	21 903	↑ 2 951	0,41%	↑ 0,07
27.	Polsat Film	21 838	↓ -3 131	0,41%	↓ -0,04
28.	Polsat Cafe	21 330	↓ -3 921	0,40%	↓ -0,06
29.	Polsat Seriale	20 647	↓ -3 521	0,39%	↓ -0,05
30.	TVN Fabula	17 409	↓ -1 517	0,33%	↓ -0,01
31.	Kino Polska	16 063	↓ -2 660	0,30%	↓ -0,04
32.	TVN Style	15 528	↓ -1 786	0,29%	↓ -0,02
33.	HGTV	13 845	↓ -1 246	0,26%	↓ -0,01
34.	Polsat News Polityka	13 191	↑ 13 191	0,25%	↑ 0,25
35.	Eska TV	12 526	↑ 484	0,24%	↑ 0,02
36.	TVS	12 493	↓ -3 660	0,24%	↓ -0,05
37.	Metro	12 190	↓ -4 459	0,23%	↓ -0,07
38.	Planete+	11 747	↑ 968	0,22%	↑ 0,03