



KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI



INFORMACJA O WIDOWNI TELEWIZYJNEJ W POLSCE W IV KWARTALE 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

W IV kwartale 2024 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez **3 godziny 53 minuty dziennie**, średnio **o ok. 6 minut krócej** w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Wielkość widowni minutowej telewizji ogółem **zmniejszyła się o prawie 350,8 tys.** /do ok. 5 mln 523 tysięcy/. **Czas oglądania przypadający na widza wyniósł 6 godz. 23 min.** i był krótszy o ponad 4,5 min. w stosunku do ostatniego kwartału 2023.

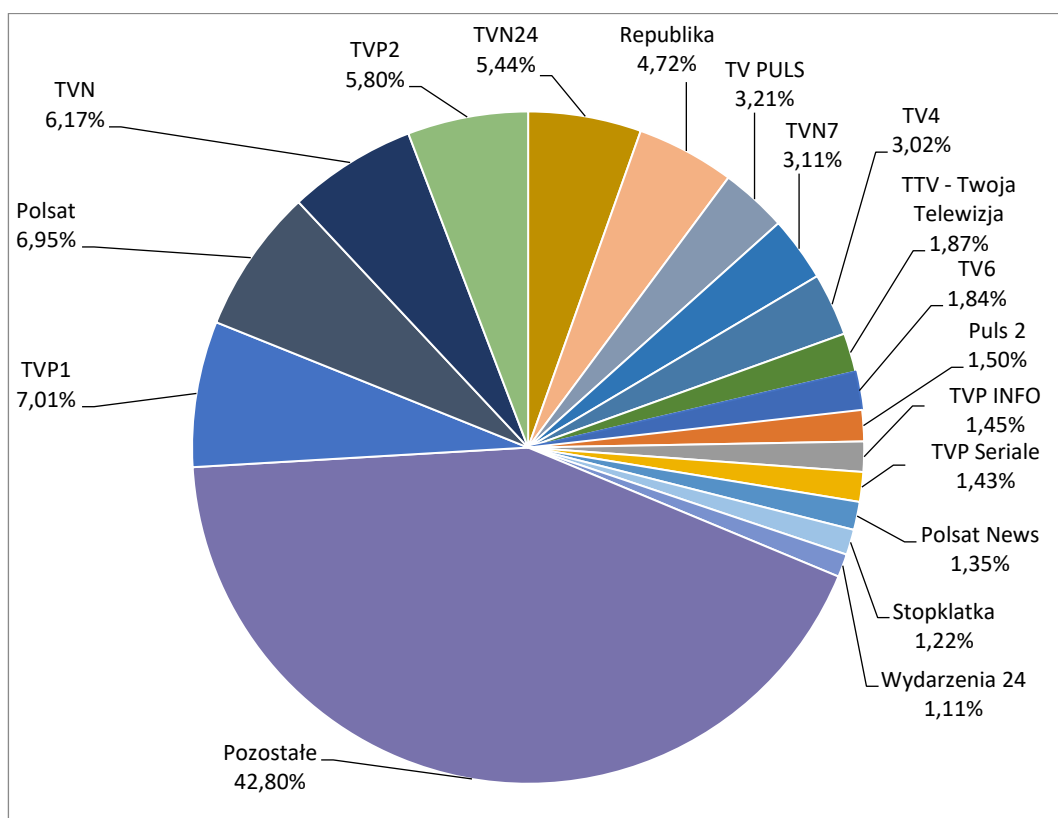
Na pierwszym miejscu **pod względem udziałów w widowni** pozostawał program publiczny **TVP1**. Na miejsce drugie z piątego w analogicznym kwartale 2023 r. awansował **Polsat**. Kolejne pozycje zajmowały: **TVN, Program 2 TVP, TVN 24, Republika**.

Łączny udział programów **tzw. wielkiej czwórki** (TVP1, TVP2, Polsat, TVN) wyniósł 25,93% i zmniejszył się o 2 pp. (w stosunku do IV kwartału 2023). Straty dotyczyły wszystkich programów za wyjątkiem Polsatu (+0,24 pp.), w największym stopniu **TVP2** (-1,46 pp.). Szczegółową informację zamieszczono w tabeli niżej.

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

Program	IV kw. 2024	IV kw. 2023	Zmiana (pp.)
TVP1	7,01%	7,41%	-0,40
Polsat	6,95%	6,71%	0,24
TVN	6,17%	6,61%	-0,44
TVP2	5,80%	7,26%	-1,46
Ogółem	25,93%	27,99%	-2,06

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w IV kwartale 2024 roku¹



Najwyżej notowanym programem niekoncesjonowanym był filmowy FOX - 0,54% (29 pozycja w rankingu). Za nim znalazły się: program sportowy **Eurosport 1** - 35 miejsce w zestawieniu z **0,44%** udziału, filmowy **Romance TV** - **0,34%** (42 pozycja) i serialowy premium **BBC First** - **0,34%** (43 lokata), **National Geographic** z udziałem **0,33%** na 45 miejscu, adresowany do dziecięcej widowni **Nick Jr** - **0,32%** (46 pozycja) i **Discovery** - **0,30%** na 49 miejscu. Wszystkie te programy, za wyjątkiem **Nick Jr** (-0,03) i **Discovery** (-0,01), odnotowały wzrosty.

Wśród programów o największych oglądalnościach zdecydowaną większość stanowiły telewizje z koncesją naziemną. W analizowanym okresie, w rankingu ułożonym pod względem wielkości udziałów w widowni telewizyjnej (pierwsza dwudziestka) znalazło się **17 programów NTC** i trzy dostępne drogą satelitarną i kablową **/TVN24, Polsat News, TVP Seriale/**. Ich łączny udział wyniósł blisko 60% (59,9%). W analogicznym okresie 2023 roku do pierwszej dwudziestki należało 63,36%.

¹ 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+

Szczegółowe dane dotyczące średniej widowni minutowej, udziałów i zasięgów programów NTC w IV kwartale 2024 roku w sytuacji wyłącznego dostępu do nich zestawiono w tabeli 2.

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

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
TVP1	151 658	11,37%	27,71%	2 354 784
Polsat	111 194	8,34%	24,65%	2 094 149
TVP2	106 655	8,00%	23,14%	1 966 211
TVN	78 786	5,91%	23,16%	1 967 910
Republika	73 324	5,50%	8,06%	684 797
TV PULS	65 009	4,87%	15,98%	1 357 882
TV4	58 731	4,40%	16,39%	1 392 367
TVN7	50 221	3,76%	14,97%	1 271 939
Puls 2	44 719	3,35%	13,12%	1 114 768
TV6	43 829	3,29%	10,56%	897 029
TTV - Twoja Telewizja	37 883	2,84%	12,88%	1 094 620
TVP INFO	36 339	2,72%	11,46%	973 596
TVP3	30 352	2,28%	16,57%	1 407 749
Fokus TV	28 300	2,12%	10,62%	902 657
Stopklatka	28 085	2,11%	9,45%	802 871
Wydarzenia 24	26 435	1,98%	8,86%	752 965
Super Polsat	23 094	1,73%	11,11%	943 630
ANTENA HD	17 999	1,35%	8,92%	757 841
Polo TV	16 928	1,27%	6,60%	560 782
wPolsce24	13 897	1,04%	4,72%	401 411
TVP Historia	12 864	0,96%	7,28%	618 692
TVP Rozrywka	11 322	0,85%	6,20%	527 241
TVP Sport	11 168	0,84%	5,34%	454 133
TVP Kobieta	10 692	0,80%	5,03%	427 200
TVP Dokument	10 496	0,79%	6,97%	592 554
TVP ABC	10 211	0,77%	3,51%	298 416
Eska TV	9 766	0,73%	6,29%	534 747
WP	8 345	0,63%	3,34%	283 537

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
TVP Polonia	7 910	0,59%	6,80%	577 885
TVP Kultura	7 623	0,57%	5,65%	480 398
Nowa TV	6 594	0,49%	3,59%	305 026
Zoom TV	6 543	0,49%	3,71%	315 523
Metro	3 555	0,27%	3,06%	260 181

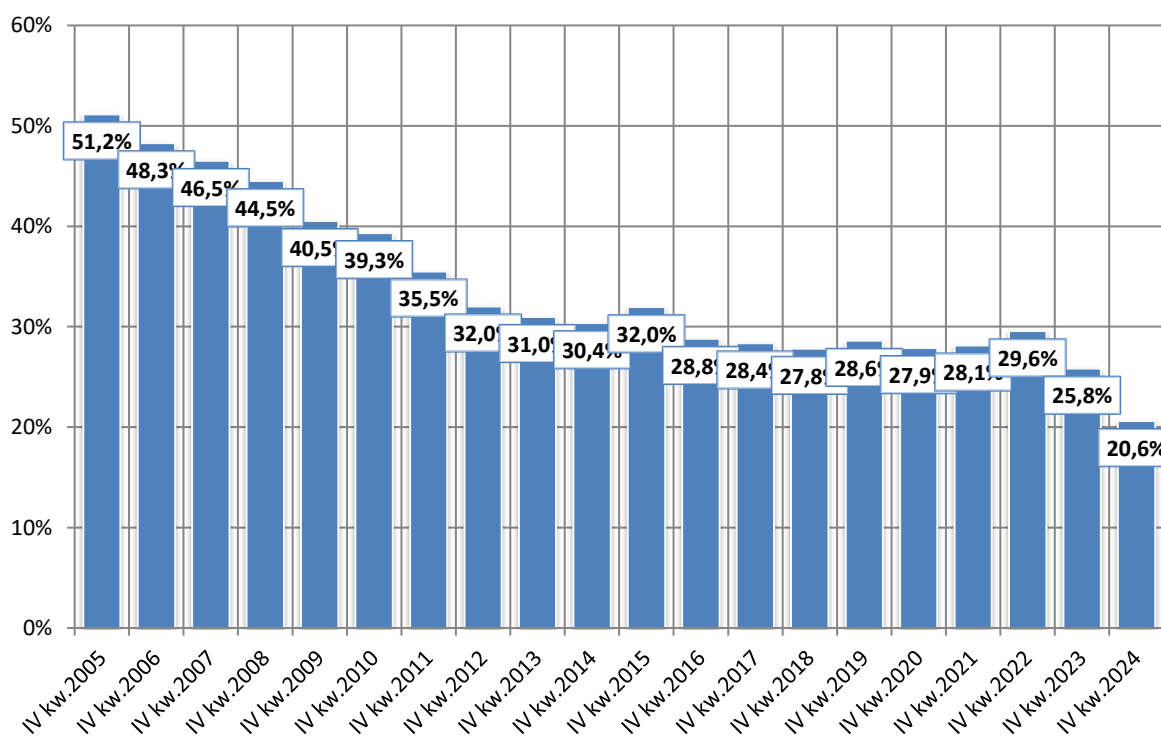
W tabeli uwzględniono programy o widowni powyżej 1 000 (AMR)

Telewizja publiczna

W analizowanym kwartale telewizja publiczna odnotowała znacznie niższy udział w widowni telewizyjnej w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. **Programy publiczne ogółem** (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, TVP 4K) **zajmowały 20,6% rynku.**

Szczegółowe dane obrazujące trend w ostatnich latach przedstawiono na wykresie.

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



Spadki w zestawieniu dotyczyły głównie TVP Info (-3,63 pp.), TVP2 (-1,46 pp.), TVP1 (-0,4 pp.) ale także TVP Sport, TVP ABC, TVP Historia, TVP Kobieta. Wzrosły natomiast udziały TVP Dokument, TVP Nauka, TVP Kultura, TVP Rozrywka, TVP HD, TVP3, TVP Seriele, TVP Polonia.

Uśrednione dane kwartalne dla analizowanych programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do IV kwartału 2023 r. zestawiono w tabeli poniżej.

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

PROGRAM	WIDOWNIA	ZMIANA	UDZIAŁ	ZMIANA pp	ZMIANA %
TVP1	386 973	↓ -48 294	7,01%	↓ -0,40	↓ -5,4%
TVP2	320 370	↓ -106 144	5,80%	↓ -1,46	↓ -20,1%
TVP INFO	80 316	↓ -217 944	1,45%	↓ -3,63	↓ -71,5%
TVP Seriele	78 981	↓ -2 674	1,43%	↑ 0,04	↑ 2,9%
TVP3	48 876	↓ -1 307	0,88%	↑ 0,03	↑ 3,5%
TVP Sport	36 027	↓ -4 298	0,65%	↓ -0,04	↓ -5,8%
TVP Rozrywka	30 856	↑ 1 992	0,56%	↑ 0,07	↑ 14,3%
TVP HD	30 812	↑ 3 179	0,56%	↑ 0,09	↑ 19,1%
TVP Historia	25 717	↓ -2 553	0,47%	↓ -0,01	↓ -2,1%
TVP Kultura	19 779	↑ 1 039	0,36%	↑ 0,04	↑ 12,5%
TVP Polonia	18 221	↓ -430	0,33%	↑ 0,01	↑ 3,1%
TVP Kobieta	17 350	↓ -1 915	0,31%	↓ -0,02	↓ -6,1%
TVP ABC	16 405	↓ -2 720	0,30%	↓ -0,03	↓ -9,1%
TVP Dokument	14 821	↑ 2 401	0,27%	↑ 0,06	↑ 28,6%
TVP Nauka	12 917	↑ 908	0,23%	↑ 0,03	↑ 15,0%
Ogółem	1 138 421	↓ -378 760	20,61%	↓ -5,22	↓ -20,2%

**Program TVP 4 K nadaje okazjonalnie w okresie ważnych rozgrywek sportowych (np. MŚ w piłce nożnej w Katarze w 2022 r.)*

Telewizja koncesjonowana

Wśród programów koncesjonowanych największe spadki wskaźnika (w pp.) w IV kwartale 2024 r. obserwowano w przypadku telewizji informacyjnych TVN 24 (-1,88) i Polsat News (-0,75).

Powiększyły natomiast swoje udziały głównie Republika (o 4,24), wPolsce24 (o 0,79), TV6 (o 0,61), TV Puls (o 0,39), Wydarzenia 24 (o 0,24), Polsat (o 0,24).

Szczegółowe zestawienie zamieszczono niżej. Tabela zawiera programy koncesjonowane badane przez NAM o udziale 0,2% i powyżej.

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

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	383 766	↓ -10 412	6,95%	↑ 0,24
2.	TVN	340 691	↓ -47 397	6,17%	↓ -0,44
3.	TVN24	300 314	↓ -129 888	5,44%	↓ -1,88
4.	Republika	260 884	↑ 232 828	4,72%	↑ 4,24
5.	TV PULS	177 386	↑ 11 682	3,21%	↑ 0,39
6.	TVN7	171 790	↓ -9 557	3,11%	↑ 0,02
7.	TV4	167 090	↓ -6 325	3,02%	↑ 0,07
8.	TTV - Twoja Telewizja	103 306	↓ -3 996	1,87%	↑ 0,04
9.	TV6	101 412	↑ 28 978	1,84%	↑ 0,61
10.	Puls 2	83 041	↓ -12 406	1,50%	↓ -0,12
11.	Polsat News	74 695	↓ -48 473	1,35%	↓ -0,75
12.	Stopklatka	67 300	↓ -2 820	1,22%	↑ 0,03
13.	Wydarzenia 24	61 229	↑ 10 015	1,11%	↑ 0,24
14.	Fokus TV	51 917	↑ 2 096	0,94%	↑ 0,09
15.	wPolsce24	46 216	↑ 43 157	0,84%	↑ 0,79
17.	Polsat2	40 135	↓ -33 969	0,73%	↓ -0,53
18.	WP	35 985	↑ 1 741	0,65%	↑ 0,07
19.	Polsat Play	33 821	↑ 1 441	0,61%	↑ 0,06
20.	Zoom TV	30 080	↓ -6 289	0,54%	↓ -0,08
21.	ANTENA HD	28 281	↑ 547	0,51%	↑ 0,04
22.	Polsat Sport 1	28 163	↓ -3 944	0,51%	↓ -0,04
23.	TVN 24 Bis	28 136	↓ -4 142	0,51%	↓ -0,04
24.	Polsat Film	25 012	↑ 496	0,45%	↑ 0,03
25.	TVN Turbo	24 084	↓ -3 491	0,44%	↓ -0,03
26.	Polo TV	23 502	↑ 2 083	0,43%	↑ 0,07
27.	Nowa TV	21 542	↓ -2 998	0,39%	↓ -0,03
28.	Polsat Cafe	21 370	↓ -3 331	0,39%	↓ -0,03
29.	Polsat Seriale	21 257	↓ -1 232	0,38%	→ 0
30.	TVN Fabula	16 076	↓ -4 198	0,29%	↓ -0,06
31.	Kino Polska	16 036	↓ -2 224	0,29%	↓ -0,02
32.	TVN Style	14 912	↓ -2 279	0,27%	↓ -0,02
33.	HGTV	13 793	↑ 80	0,25%	↑ 0,02
34.	TVS	13 441	↓ -990	0,24%	↓ -0,01
35.	Eska TV	13 294	↑ 740	0,24%	↑ 0,03
36.	Metro	11 390	↓ -5 993	0,21%	↓ -0,09