



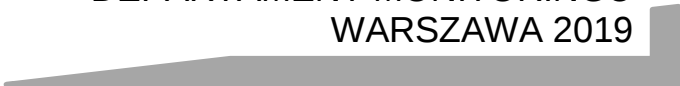
KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI



INFORMACJA O WIDOWNI TELEWIZYJNEJ W POLSCE W I KWARTALE 2019 ROKU

ZESTAWIENIA DANYCH POCHODZĄ Z BADANIA
FIRMY AGB NIELSEN MEDIA RESEARCH

ANALIZA I OPRACOWANIE
JUSTYNA REISNER
DEPARTAMENT MONITORINGU
WARSZAWA 2019



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 I kwartale 2019 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez ponad 4 godziny 41 minut dziennie, tj. o 9 minut krócej w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

O mniejszej uwadze widzów poświęconej telewizji w analizowanym kwartale świadczą też inne wskaźniki. Czas oglądania przypadający na statystycznego widza wyniósł 6 godz. 46 minut i zmniejszył o 3 minuty w stosunku do I kwartału 2018. Niższa o około 164 tysiące była też średnia widownia minutowa całej telewizji, która wyniosła ponad 6 mln 982 tysiące.

Pierwsze miejsce w rankingu pod względem udziałów, podobnie jak przed rokiem, zajmował program publiczny **TVP1**. Na drugim miejscu w dalszym ciągu znajdował się **Polsat** a program **TVN** na pozycji trzeciej. Czwarte miejsce należało niezmiennie do **Programu 2 TVP**.

Łączny udział **wymienionych programów** tzw. **wielkiej czwórki** (**TVP1, TVP2, TVN, Polsat**)- **wyniósł w sumie 37,63%** i zmniejszył się znacznie bo o 1,7 punktu procentowego w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego, przede wszystkim z uwagi na spadki większości programów

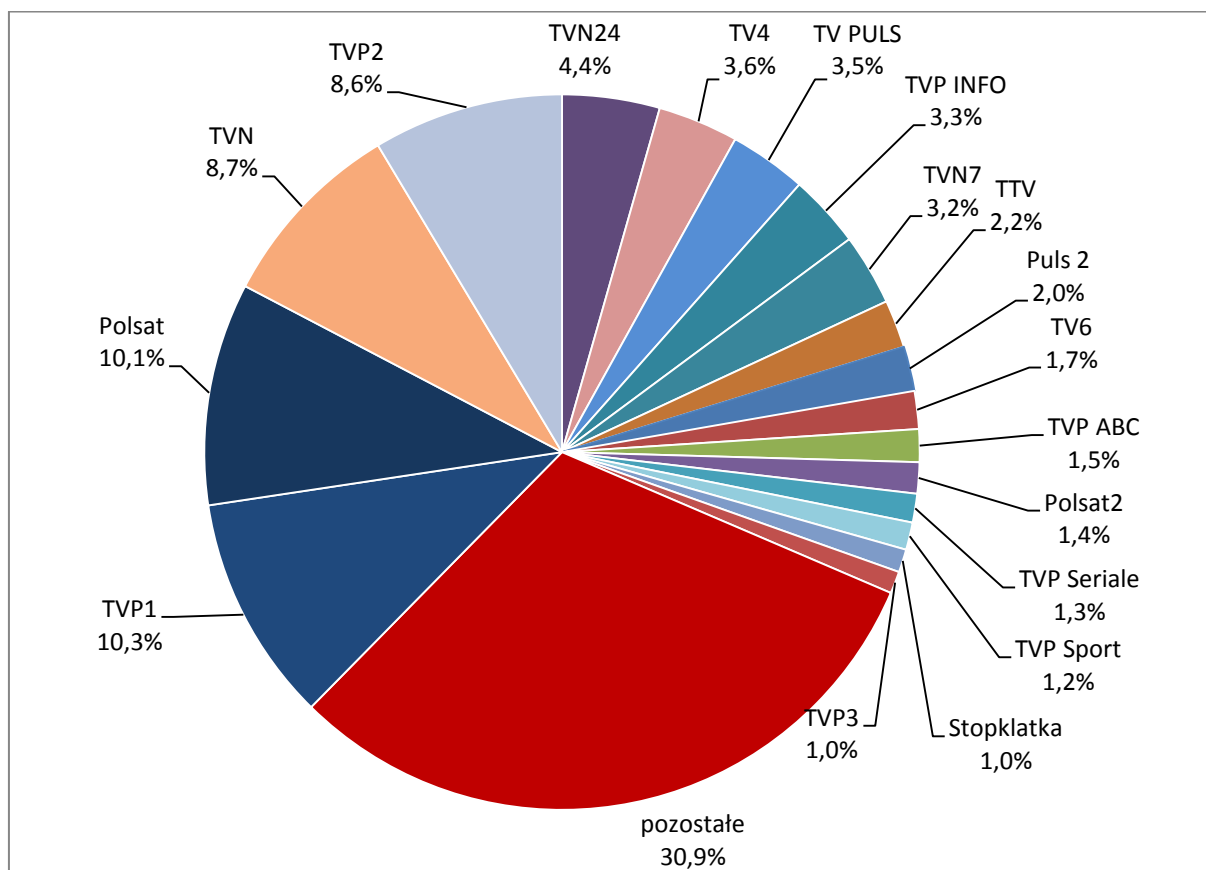
W analizowanym kwartale niższe udziały odnotowały **TVP1, Polsat i TVN**, nieco zyskał natomiast program **TVP2** (+0,1 pp.) – szczegółowa informacja w tabeli poniżej.

Tabela 1. Udziały w rynku telewizyjnym programów tzw. Wielkiej Czwórki– zmiana

Program	I kw. 2018	I kw. 2019	Zmiana (pp)
TVP1	10,74%	10,25%	-0,49
Polsat	10,58%	10,06%	-0,52
TVN	9,55%	8,72%	-0,83
TVP2	8,50%	8,60%	0,1

Informacje dotyczące oglądalności poszczególnych programów przedstawiono w dalszej części opracowania oraz na wykresach i w tabelach.

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w I kwartale 2019 roku



**blisko 31% (kategoria pozostałe na wykresie) zajmowały ogółem programy, których udział nie przekraczał 1%*

Programy o największej oglądalności były programami koncesjonowanymi w Polsce. Najwyżej notowany program niekoncesjonowany **Eurosport1** zajął 21 pozycję w rankingu z udziałem **0,79%**.

Największą widownię w dalszym ciągu gromadziły programy naziemnej telewizji cyfrowej. One zdominowały pierwszą dwudziestkę programów, w której znalazło się ich aż szesnaście¹.

Natomiast cztery pozostałe programy rankingu pierwszej dwudziestki dostępne były drogą satelitarną i kablową².

¹ TVP1, Polsat, TVN, TVP2, TV4, TV PULS, TVP INFO, TVN7, TTV, Puls2, TV6, TVP ABC, TVP Sport, Stopklatka, TVP3, Fokus TV,

² TVN24, TVP Seriale, Polsat News, Polsat2

Z analizy wskaźników wynika, że ponad połowa programów NTC notowała w dalszym ciągu przyrosty widowni.

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

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

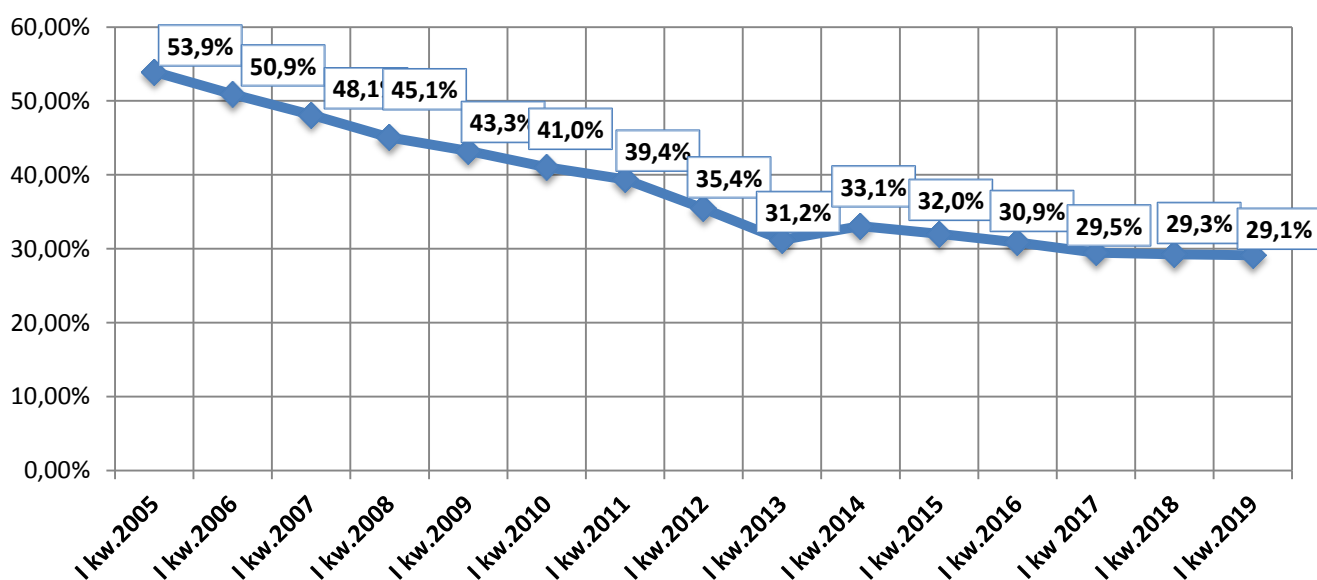
Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
TVP1	309 754	13,00%	40,91%	4 944 249
Polsat	299 473	12,57%	40,72%	4 922 016
TVP2	248 079	10,41%	38,71%	4 679 475
TVN	197 094	8,27%	37,59%	4 543 544
TVP INFO	145 552	6,11%	22,86%	2 763 181
TV PULS	136 390	5,72%	25,73%	3 110 145
TV4	109 606	4,60%	26,40%	3 191 474
Puls 2	101 115	4,24%	22,71%	2 745 386
TVN7	91 037	3,82%	23,69%	2 863 154
TV6	79 269	3,33%	19,26%	2 328 237
TVP ABC	76 924	3,23%	12,29%	1 485 111
TTV - Twoja Telewizja	74 375	3,12%	21,66%	2 618 092
TVP3	50 131	2,10%	23,13%	2 796 146
Stopklatka	46 056	1,93%	15,16%	1 832 948
Fokus TV	44 352	1,86%	15,13%	1 828 874
TVP Sport	42 461	1,78%	11,76%	1 421 369
Super Polsat	38 929	1,63%	16,57%	2 003 320
ATM Rozrywka	35 500	1,49%	12,80%	1 546 889
Polo TV	32 036	1,34%	8,89%	1 074 426
TVP Historia	29 498	1,24%	12,88%	1 557 055
TVP Kultura	17 794	0,75%	10,71%	1 294 883
Zoom TV	16 955	0,71%	5,77%	697 545
TV Trwam	15 869	0,67%	8,52%	1 029 900
Metro	15 735	0,66%	5,62%	678 785

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
Eska TV	15 432	0,65%	7,25%	875 958
WP	14 987	0,63%	5,94%	717 651
Nowa TV	11 492	0,48%	5,53%	668 153
TVP Rozrywka	7 315	0,31%	4,01%	484 684

Telewizja publiczna

W I kwartale 2019 roku telewizja publiczna ogółem zanotowała niewielki spadek udziału, tj. o 0,2 punktu proc. w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Szczegółowe dane obrazujące trend przedstawiono na wykresie poniżej.

Wykres 2. Trend - udziały telewizji publicznej w I kwartale 2005 – 2019



Do sektora publicznego łącznie (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP 3, TVP Rozrywka, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia, TVP ABC) należało **29,1%**, podczas gdy przed rokiem w analogicznym okresie - 29,3%.

Spadki widowni odnotowały zwłaszcza programy **TVP1** i **TVP Rozrywka**. Mniejsze udziały osiągnęły też **TVP INFO**, **TVP Seriale** i **TVP HD**. Zauważalne przyrosty obserwowane były natomiast w przypadku **TVP Sport** (o 0,9 pp.), **TVP 3** (o 0,17 pp.) i **TVP 2** (o 0,1 pp.)

Informacje o widowni i udziale poszczególnych programów nadawcy publicznego wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kwartału 2018 r. zestawiono w tabeli 3.

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

Program	Widownia	ZMIANA	Udział	ZMIANA pp
TVP1	715 816	↓ -51 933	10,25%	↓ -0,49
TVP2	600 806	↓ -6 854	8,60%	↑ 0,10
TVP INFO [TVP3]	230 547	↓ -14 222	3,30%	↓ -0,13
TVP ABC	103 400	↑ 1 839	1,48%	↑ 0,06
TVP Seriale	90 874	↓ -9 962	1,30%	↓ -0,11
TVP Sport	86 903	↑ 63 055	1,24%	↑ 0,91
TVP3 [TVP Regionalna]	69 674	↑ 10 184	1,00%	↑ 0,17
TVP Historia	42 291	↑ 478	0,61%	↑ 0,02
TVP Rozrywka	31 437	↓ -37 574	0,45%	↓ -0,52
TVP Kultura	28 698	↓ -544	0,41%	→ 0,00
TVP HD	27 368	↓ -8 862	0,39%	↓ -0,12
TVP Polonia	7 345	↓ -1 590	0,11%	↓ -0,02
Ogółem	2 035 159	↓ -55 985	29,14%	↓ -0,13

Telewizja koncesjonowana

Spośród programów koncesjonowanych największe spadki udziałów (w pp.) w I kwartale 2019 r. notowały programy uniwersalne Polsat i TVN oraz TV4. Największe wzrosty zaś TVN 24 i TV6.

Zestawienie programów koncesjonowanych (z wyłączeniem koncesjonowanych programów publicznych, które zostały uwzględnione w tabeli 3) wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kw. 2018 przedstawiono poniżej.

Tabela 4. Średnia widownia i udziały programów koncesjonowanych w I kw. 2019 r. – zmiana

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	702 285	↓ -54 133	10,06%	↓ -0,52
2.	TVN	608 816	↓ -73 526	8,72%	↓ -0,83
3.	TVN24	308 245	↑ 49 691	4,41%	↑ 0,79
4.	TV4	254 315	↓ -32 914	3,64%	↓ -0,38
5.	TV PULS	244 478	↑ 4 561	3,50%	↑ 0,14
6.	TVN7	225 427	↓ -10 175	3,23%	↓ -0,07
7.	TTV	151 004	↑ 4 463	2,16%	↑ 0,11
8.	Puls 2	140 747	↑ 10 677	2,02%	↑ 0,2
9.	TV6	119 281	↑ 23 442	1,71%	↑ 0,37
10.	Polsat2	98 301	↓ -9 221	1,41%	↓ -0,09
11.	Stopklatka	72 658	↑ 7 336	1,04%	↑ 0,13
12.	Polsat News	67 697	↓ -9 760	0,97%	↓ -0,11
13.	Fokus TV	64 261	↓ -164	0,92%	↑ 0,02
14.	Super Polsat	54 054	↓ -8 539	0,77%	↓ -0,11
15.	ATM Rozrywka	45 487	↓ -4 172	0,65%	↓ -0,04
16.	Polo TV	44 523	↑ 5 784	0,64%	↑ 0,1
17.	TVN Style	43 216	↓ -3 247	0,62%	↓ -0,03
18.	TVN Turbo	40 585	↓ -3 545	0,58%	↓ -0,04
19.	Polsat Play	38 289	↑ 3 009	0,55%	↑ 0,06
20.	HGTV	37 819	↑ 4 660	0,54%	↑ 0,08
21.	Zoom TV	35 694	↑ 11 171	0,51%	↑ 0,17
22.	Polsat Film	34 705	↓ -1 891	0,50%	↓ -0,01
23.	WP	31 127	↑ 4 360	0,45%	↑ 0,08
24.	TVN24 Biznes i Swiat	28 212	↑ 5 665	0,40%	↑ 0,08
25.	Metro	26 712	↑ 1 345	0,38%	↑ 0,03
26.	Eska TV	24 621	↓ -3 994	0,35%	↓ -0,05
27.	TV Trwam	23 979	↓ -1 028	0,34%	↓ -0,01
28.	Nowa TV	23 803	↑ 1 651	0,34%	↑ 0,03
29.	Polsat Cafe	22 259	↓ -223	0,32%	↑ 0,01
30.	TVN Fabula	22 082	↑ 3 155	0,32%	↑ 0,06
31.	Polsat Sport	19 267	↓ -2 951	0,28%	↓ -0,03
32.	MiniMini+	18 418	↓ -5 930	0,26%	↓ -0,08
33.	Kino Polska	17 529	↓ -5 041	0,25%	↓ -0,07
34.	TVS	16 862	↓ -5 251	0,24%	↓ -0,07

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