



KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI

INFORMACJA O WIDOWNI TELEWIZYJNEJ W POLSCE W III KWARTALE 2021 ROKU

ZESTAWIENIA DANYCH POCHODZĄ Z BADANIA
FIRMY AGB NIELSEN MEDIA RESEARCH

ANALIZA I OPRACOWANIE
JUSTYNA REISNER
DEPARTAMENT MONITORINGU
WARSZAWA 2021

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, w 2020 r. próba liczyła 6000 gospodarstw z uwagi na epidemię.

Z początkiem lipca 2021 panel został powiększony do 3 050 gospodarstw domowych. Liczba określająca obecny wymiar panelu badawczego powstała przez stopniowe jego zwiększanie z powodu zmian zachodzących na rynku, tj. wzrostu liczby programów telewizyjnych i postępującej fragmentacji widowni telewizyjnej. Do 30 czerwca 2021 r. panel badawczy liczył 2 540 gospodarstw domowych (ponad 7 000 osób powyżej 4. roku życia) usytuowanych w 800 wsiach, 124 miastach liczących do 10 tys. mieszkańców, 111 miastach liczących od 20 do 49 tys. mieszkańców, 46 miastach liczących od 50 do 99 tys. mieszkańców, 22 miastach liczących od 100 do 199 tys. mieszkańców, 11 miastach liczących od 200 do 499 tys. mieszkańców oraz 5 miastach powyżej 500 tys. mieszkańców. Gospodarstwa wchodzące w skład panelu są rozlokowane w 990 gminach (2477 wszystkich gmin w Polsce). Do 1 czerwca 2020 w skład panelu wchodziło 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.

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 III kwartale 2021 roku Polacy poświęcili telewizji mniej czasu niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Statystyczny Polak oglądał programy telewizyjne przez blisko **3 godziny 39 minut dziennie**, tj. o ok. 5 minut krócej w porównaniu z analogicznym okresem 2020 roku, średnia wielkość widowni minutowej całej telewizji zmniejszyła się o ponad 117 tysięcy. Nieco dłuższy był natomiast czas oglądania przypadający na statystycznego widza, który wyniósł 6 godz. 6 minut (przed rokiem 6 godz. 4 min.).

Nie uległa zmianie czołówka stacji, na pierwszym miejscu pod względem udziałów w widowni pozostawał program publiczny **TVP1. Polsat** zajmował, podobnie jak w analogicznym okresie roku ubiegłego, pozycję drugą. **TVN** znalazł się na miejscu trzecim w rankingu, a **Program 2 TVP** zajmował czwartą lokatę.

Łączny udział **wymienionych programów** tzw. wielkiej czwórki tj. **TVP1, TVP2, TVN, Polsat** - **wyniósł w sumie 31,7%** i zwiększył się minimalnie, tj. o 0,04 pp., w porównaniu z III kwartałem 2020.

W analizowanym kwartale zauważalny wzrost **udziałów** w porównaniu z analogicznym okresem przed rokiem odnotował program publiczny **TVP2 (+0,23pp.)**. **Minimalnie zyskały TVN (+0,05pp.) i TVP1 (+0,01pp.)**, stracił natomiast **Polsat (-0,25 pp.)**, szczegółowa informacja w tabeli niżej.

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

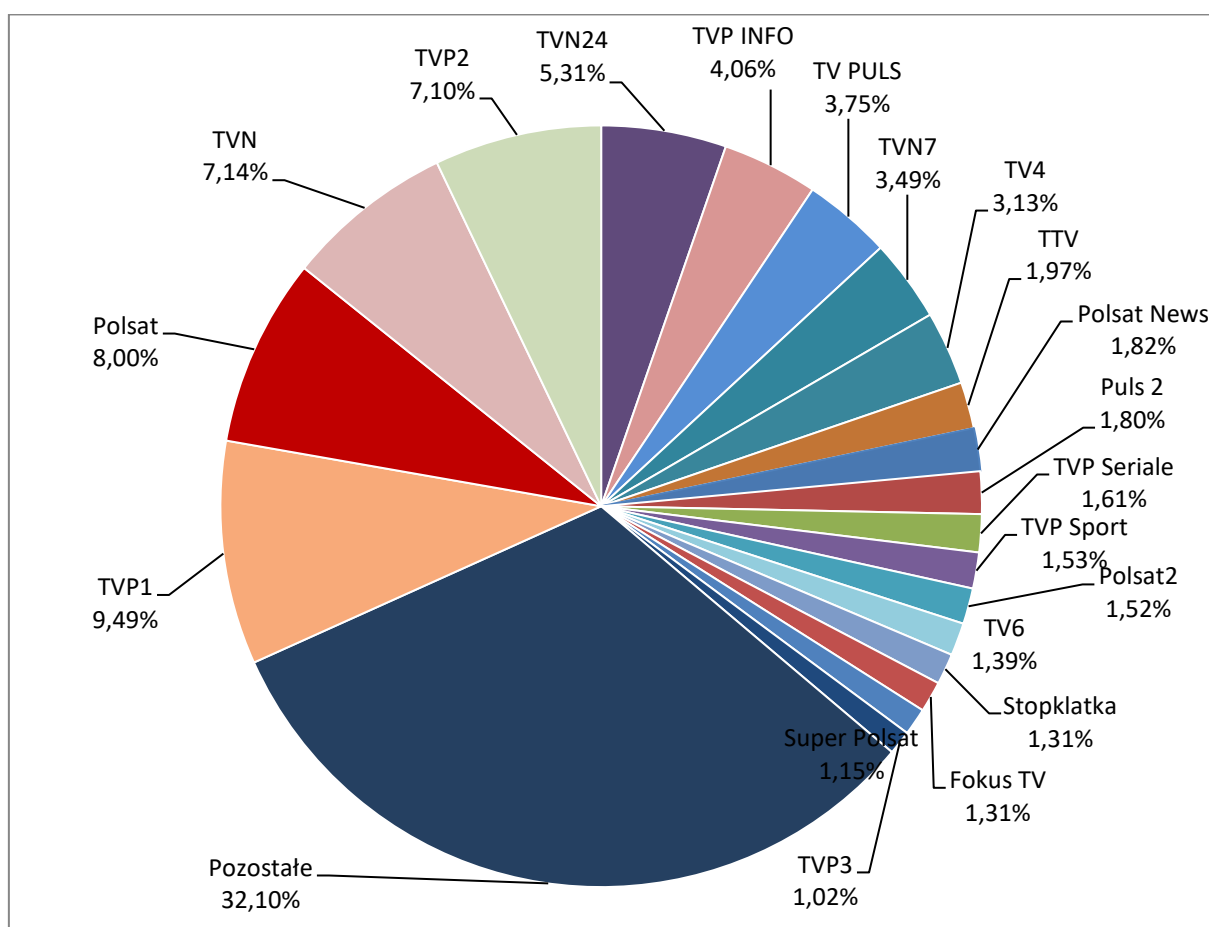
Program	III kw. 2021	III kw. 2020	Zmiana (pp.)
TVP1	9,49%	9,48%	+0,01
Polsat	8,00%	8,25%	-0,25
TVN	7,14%	7,09%	+0,05
TVP2	7,10%	6,87%	+0,23

Miejsca tuż za wielką czwórką zajmowały, tradycyjnie już, wyspecjalizowane programy informacyjne TVN 24 (5,3%) – minimalny spadek (-0,01) i TVP INFO (4,1%) – większa strata (-0,66 pp.) w porównaniu z rokiem ubiegłym.

Programy o charakterze informacyjnym nieco traciły kwartał do kwartału, zyskiwały natomiast wyspecjalizowane programy sportowe, jak np. Eurosport 1, TVP Sport, Polsat Sport, które ponosiły znaczne straty w roku poprzednim z uwagi na ograniczenia covidowe dotyczące imprez sportowych.

Z przedstawionego na wykresie podziału rynku wynika, że telewizje o najniższych udziałach jednostkowych zajmowały blisko jego 1/3 (32,1%) i ich udział ogółem zwiększył się w porównaniu z rokiem ubiegłym.

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w III kwartale 2021 roku



**ponad 32% (kategoria pozostałe na wykresie) zajmowały ogółem programy, których udział nie przekraczał 1%*

Najwyżej notowanym programem bez polskiej koncesji był **Eurosport 1 (23 miejsce z udziałem 0,67%)**, który powrócił do czołówki najbardziej oglądanych programów niekoncesjonowanych po dużych spadkach w pierwszym roku pandemii. Następne za nim były **FOX (0,48%)** i adresowany do dziecięcej widowni **Nick Jr (0,47%)**, odpowiednio **32 i 34** lokata, oraz **Discovery (0,42%)** - w analizowanym kwartale **na 38 pozycji**.

Wszystkie programy pierwszej dwudziestki rankingu pod względem oglądalności posiadały polskie koncesje i były to głównie programy naziemnej telewizji cyfrowej, za wyjątkiem **TVN24** (5 miejsce), **Polsat 2** (15), **TVP Seriale** (13), które są dostępne drogą satelitarną i kablową. Z analizy wskaźników wynika, że większość programów naziemnej telewizji cyfrowej notowała spadki widowni kwartał do kwartału.

Szczegółowe dane dotyczące średniej widowni minutowej, udziałów i zasięgów programów NTC w sytuacji **wyłączonego dostępu do nich w III kwartale 2021 roku** zestawiono w tabeli poniżej.

Tabela 2. Widownia programów w gospodarstwach z NTC wyłącznie w III kwartale 2021

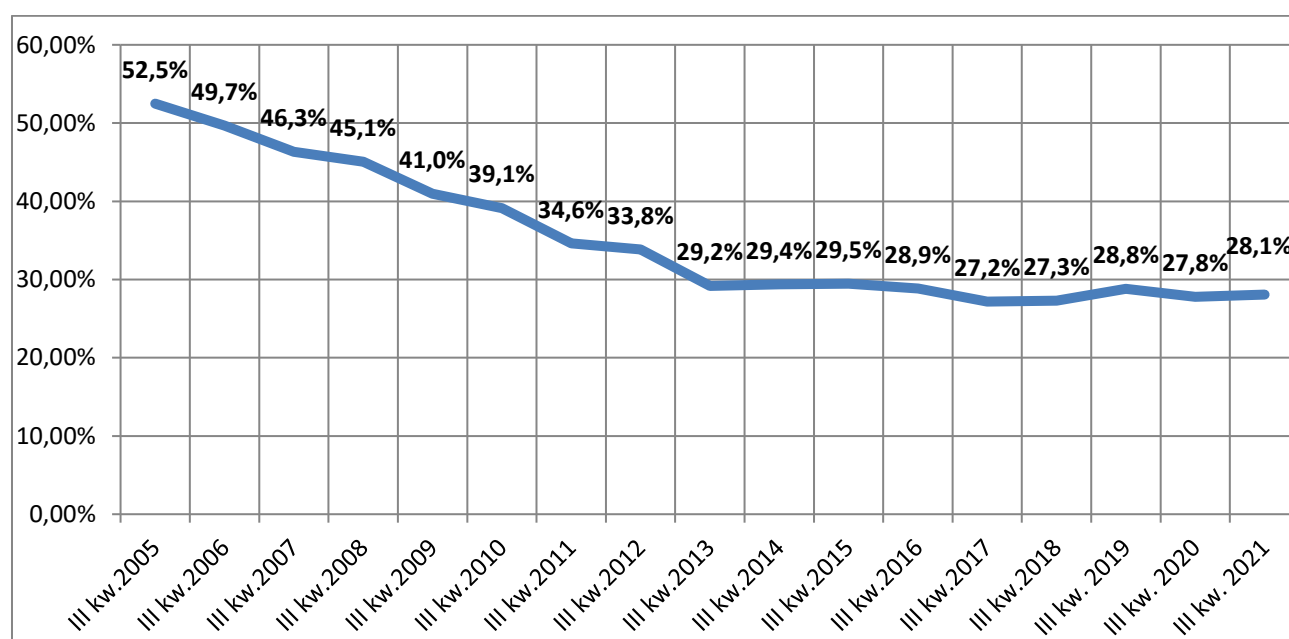
Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
TVP1	211 163	12,87%	31,72%	3 340 152
Polsat	160 501	9,79%	29,52%	3 109 406
TVP2	152 917	9,32%	28,09%	2 958 720
TVN	116 592	7,11%	26,85%	2 827 987
TVP INFO	107 015	6,52%	18,75%	1 974 465
TV PULS	106 140	6,47%	19,82%	2 087 314
Puls 2	70 862	4,32%	17,10%	1 800 737
TVN7	68 507	4,18%	17,83%	1 877 477
TV4	67 652	4,12%	18,34%	1 931 276
Super Polsat	45 339	2,76%	15,21%	1 601 707
TTV	45 178	2,75%	15,82%	1 666 561
TV6	45 004	2,74%	14,02%	1 476 362
Fokus TV	41 887	2,55%	13,42%	1 413 620
Stopklatka	41 482	2,53%	12,22%	1 287 182
TVP3	37 577	2,29%	18,23%	1 920 429
TVP Sport	32 943	2,01%	9,86%	1 038 777
TVP ABC	30 354	1,85%	7,54%	793 849
Polo TV	27 559	1,68%	7,60%	800 758
TVP Historia	24 536	1,50%	10,55%	1 111 420
TV Trwam	22 200	1,35%	6,88%	724 824
Eska TV	13 895	0,85%	6,64%	699 760
WP	11 418	0,70%	4,35%	458 378
Zoom TV	8 694	0,53%	4,16%	437 805

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
Nowa TV	7 981	0,49%	4,04%	425 648
TVP Kultura	7 382	0,45%	4,42%	465 452
Metro	6 638	0,40%	4,09%	430 502
Polsat News	5 088	0,31%	1,36%	142 820
Wydarzenia 24	1 703	0,10%	0,61%	64 325

Telewizja publiczna

Trzeci kwartał roku zakończył się dla telewizji publicznej niewielkim wzrostem udziału w rynku telewizyjnym względem analogicznego okresu 2020. Szczegółowe dane obrazujące zmianę w ostatnich latach przedstawiono na wykresie.

Wykres 2. Trend – łączne udziały telewizji publicznej w III kwartale 2005 – 2021 r.



Natomiast wielkość widowni telewizji publicznej ogółem była niższa o blisko 16 tysięcy. W analizowanym kwartale nastąpił spadek liczby widzów siedmiu programów telewizji publicznej - największy w przypadku TVP INFO (o ponad 41 tys.), następnie TVP ABC (o ponad 21 tys.), TVP1 (o blisko 11 tys.), TVP Rozrywka (o ponad 6 tys.), TVP Seriale (o 5,4 tys.), TVP3 (o 3,5 tys.), TVP Polonia (o 2,3 tys.).

Największy wzrost widowni, mierzony wskaźnikiem średniej oglądalności minutowej (AMR), uzyskał program TVP Sport (prawie 43 tys. widzów więcej), odrabiając straty spowodowane ograniczeniami transmisji na żywo wydarzeń i zawodów sportowych. Wzrosty

wielkości widowni pozostałych programów telewizji publicznej pozostawały na znacznie niższym poziomie.

Dwa nowe programy - TVP Kobieta i TVP Dokument, których nie było przed rokiem zgromadziły mniej widzów w porównaniu z pozostałymi. Szczegółowe dane wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego zaprezentowano w tabeli niżej.

Tabela 3. Średnia widownia i udziały programów telewizji publicznej w III kwartale 2021 r.

	WIDOWNIA	ZMIANA	UDZIAŁ	ZMIANA pp
TVP1	518 043	↓ -10 895	9,49%	↑ 0,01
TVP2	387 822	↑ 4 552	7,10%	↑ 0,23
TVP INFO	221 824	↓ -41 239	4,06%	↓ -0,66
TVP Seriale	88 163	↓ -5 396	1,61%	↓ -0,07
TVP Sport	83 523	↑ 42 778	1,53%	↑ 0,80
TVP3	55 434	↓ -3 502	1,02%	↓ -0,04
TVP ABC	40 078	↓ -20 562	0,73%	↓ -0,36
TVP Historia	39 768	↑ 9 597	0,73%	↑ 0,19
TVP HD	27 107	↑ 1 330	0,50%	↑ 0,04
TVP Rozrywka	23 779	↓ -6 138	0,44%	↓ -0,10
TVP Kultura	20 463	↑ 953	0,37%	↑ 0,02
TVP Polonia	11 677	↓ -2 276	0,21%	↓ -0,04
TVP Kobieta	9 293	↑ 9 293	0,17%	↑ 0,17
TVP Dokument	5 743	↑ 5 743	0,11%	↑ 0,11
Ogółem	1 532 717	↓ -15 762	28,07%	↑ 0,30

Telewizja koncesjonowana

Spośród programów koncesjonowanych największy spadek udziałów (w punktach procentowych) w III kwartale 2021 r. odnotował program TV4 (-0,74). Znaczące straty obserwowane były również w przypadku Puls2 (-0,28), Polsat (-0,25), Polsat News (-0,25) i TV6 (-0,22). Zauważalne wzrosty osiągały nieliczne programy naziemnej telewizji cyfrowej, jak Super Polsat (+0,23), TV Puls (+0,2), Fokus TV (+0,19), Stopklatka (+0,14), Polo (+0,13) a wśród programów satelitarno – kablowych Polsat Sport (+0,3).

Zestawienie programów koncesjonowanych o (z wyłączeniem koncesjonowanych programów publicznych, które zostały uwzględnione w tabeli 3, wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do III kwartału 2020, przedstawiono niżej (Tab. 4).

Tabela 4. Średnia widownia i udziały programów koncesjonowanych w III kw. 2021 r.

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	436 893	↓ -23 492	8,00%	↓ -0,25
2.	TVN	389 719	↓ -5 452	7,14%	↑ 0,05
3.	TVN24	289 835	↓ -6 812	5,31%	↓ -0,01
4.	TV PULS	204 514	↑ 6 256	3,75%	↑ 0,2
5.	TVN7	190 297	↓ -1 202	3,49%	↑ 0,06
6.	TV4	170 791	↓ -44 986	3,13%	↓ -0,74
7.	TTV	107 803	↓ -12 227	1,97%	↓ -0,18
8.	Polsat News	99 147	↓ -16 249	1,82%	↓ -0,25
9.	Puls 2	98 310	↓ -17 858	1,80%	↓ -0,28
10.	Polsat2	83 075	↓ -10 510	1,52%	↓ -0,16
11.	TV6	75 674	↓ -13 848	1,39%	↓ -0,22
12.	Stopklatka	71 549	↑ 6 346	1,31%	↑ 0,14
13.	Fokus TV	71 409	↑ 8 859	1,31%	↑ 0,19
14.	Super Polsat	62 669	↑ 11 231	1,15%	↑ 0,23
15.	Polsat Sport	34 721	↑ 15 593	0,64%	↑ 0,3
16.	Polo TV	33 135	↑ 6 519	0,61%	↑ 0,13
17.	Polsat Play	31 745	↑ 1 501	0,58%	↑ 0,04
18.	TVN Turbo	31 558	↓ -2 264	0,58%	↓ -0,03
19.	Polsat Film	30 298	↑ 1 448	0,55%	↑ 0,03
20.	TV Trwam	29 012	↓ -4 371	0,53%	↓ -0,07
21.	WP	28 635	↓ -1 640	0,52%	↓ -0,02
22.	TVP HD	27 107	↑ 1 330	0,50%	↑ 0,04
23.	Zoom TV	26 633	↓ -4 290	0,49%	↓ -0,06
24.	TVN24 Biznes i Świat	25 947	↓ -2 878	0,48%	↓ -0,04
25.	TVN Style	23 577	↓ -3 747	0,43%	↓ -0,06
26.	Kino Polska	23 406	↑ 3 290	0,43%	↑ 0,07
27.	Polsat Cafe	22 015	↓ -72	0,40%	→ 0
28.	HGTV	20 164	↓ -10 890	0,37%	↓ -0,19
29.	Eska TV	18 784	↓ -1 228	0,34%	↓ -0,02
30.	TVN Fabula	18 675	↓ -2 291	0,34%	↓ -0,04
31.	Nowa TV	16 895	↑ 2 952	0,31%	↑ 0,06
32.	TVS	15 690	↓ -4 542	0,29%	↓ -0,07
33.	Polsat Seriale	15 272	↑ 2 431	0,28%	↑ 0,05
34.	Nickelodeon	15 085	↓ -6 835	0,28%	↓ -0,11

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