



KRAJOWA RADA
RADIOFONII i TELEWIZJI

INFORMACJA O WIDOWNI TELEWIZYJNEJ W POLSCE W I 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.

Obecnie, tj. od 1 czerwca 2020 panel badawczy liczy 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 10 do 19 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). 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. Do 1 czerwca panel badawczy liczył mniej bo 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. 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 2021 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez **ponad 4 godziny 35 minut dziennie**, tj. **o 6 minut krócej** w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. **Zmniejszyła się również o prawie 135 tysięcy** wielkość widowni minutowej całej telewizji /do 6 mln 878 tysięcy/. **Czas oglądania przypadający na statystycznego widza był także krótszy o 6 minut** (6 godz. 56 minut, w I kwartale 2020 - 7 godz. 2 minuty).

Na wysokie wartości analizowanych wskaźników w analogicznym kwartale przed rokiem, do których przyrównano bieżące wartości, wpłynęły gwałtowne wzrosty w marcu, związane ogłoszeniem stanu epidemii w naszym kraju.

Na pierwszym miejscu pod względem udziałów w widowni pozostawał program publiczny **TVP1. Polsat** zajmował, podobnie jak w analogicznym okresie roku ubiegłego, pozycję drugą. Na trzecim miejscu, po awansie przed rokiem, w dalszym ciągu utrzymywał się **Program 2 TVP. TVN** zajmował miejsce czwarte w rankingu.

Łączny udział tych programów wyniósł w sumie 34,03% i nie zmienił się znacząco kwartał do kwartału. W ubiegłym roku straty były większe z powodu zaburzonych wzorców oglądania programów telewizyjnych.

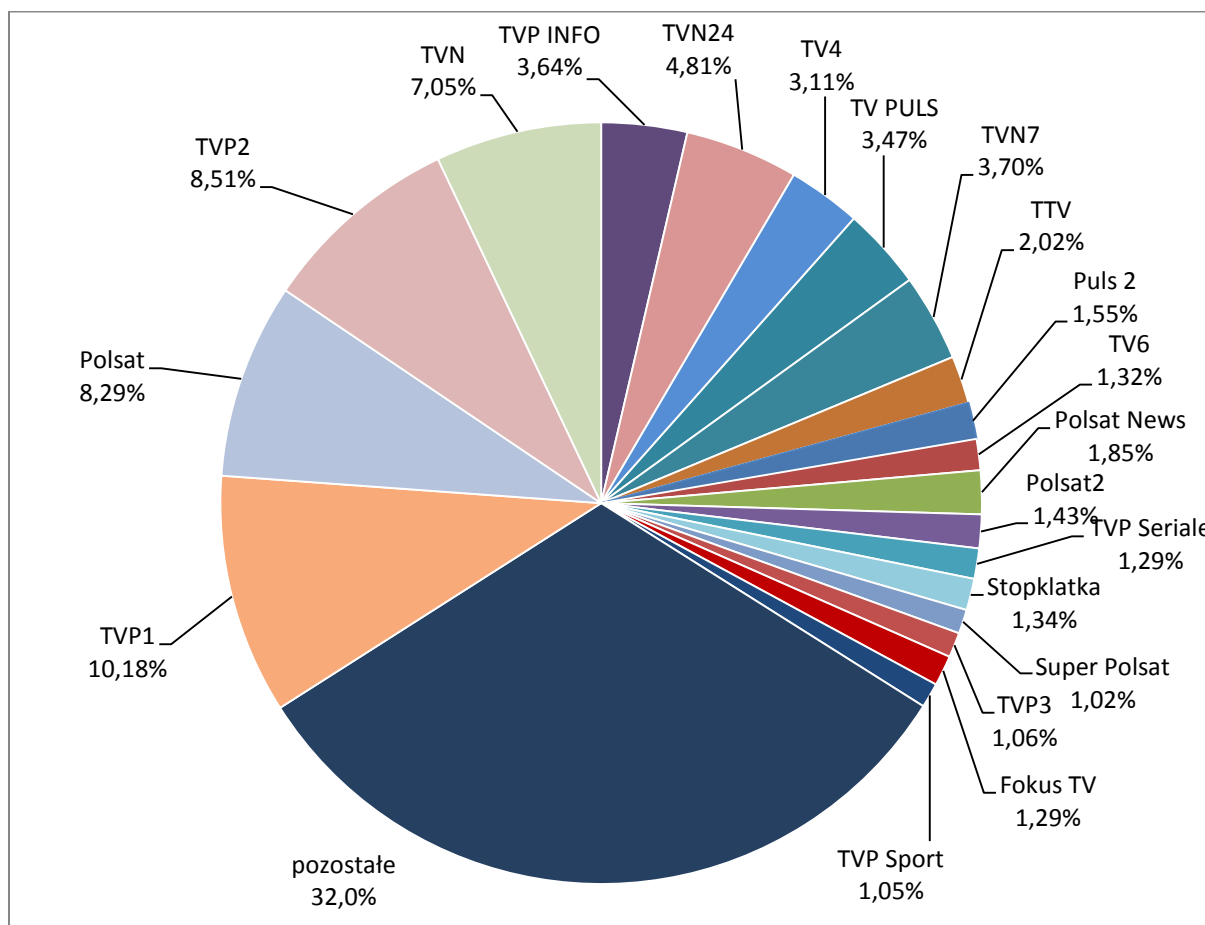
W analizowanym kwartale **niższe udziały** niż w analogicznym okresie przed rokiem odnotowały **Polsat i TVN**. Wzrosty obserwowano natomiast w przypadku programów publicznych **TVP1 i TVP2** – szczegółowa informacja nt. *wielkiej czwórki* w tabeli poniżej.

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

Program	I kw. 2021	I kw. 2020	Zmiana (pp.)
TVP1	10,18%	9,87%	0,31
Polsat	8,29%	8,59%	-0,30
TVP2	8,51%	8,42%	0,09
TVN	7,05%	7,55%	-0,50%

Z przedstawionego na wykresie podziału rynku telewizyjnego wynika, że programy o niższych jednostkowych udziałach, w tym programy tematyczne, zajmują coraz większą jego część.

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w I kwartale 2021 roku



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

W analizowanym okresie, podobnie jak przed rokiem, w pierwszej dwudziestce rankingu pod względem oglądalności znalazło się **16 programów naziemnej telewizji cyfrowej** i 4 dostępne drogą satelitarną i kablową: **TVN24, TVP Seriale, Polsat 2, Polsat News¹**. Wszystkie programy pierwszej dwudziestki posiadały polską koncesję. **Najwyżej notowany program niekoncesjonowany Eurosport 1** zajmował 22 pozycję - **0,89% (wzrost o 0,27 pp.** w stosunku do analogicznego kwartału roku ubiegłego). Za nim w rankingu znalazły się: na 25 miejscu, adresowany do dziecięcej widowni, **Nick Jr** z udziałem **0,63%** i filmowy **FOX** - **udział 0,57%** - 27 miejsce w zestawieniu. Szczegółowe dane dotyczące średniej widowni minutowej, udziałów i zasięgów programów NTC w sytuacji wyłącznego dostępu do tych programów w I kwartale 2021 roku zestawiono w tabeli poniżej. Z analizy wskaźników wynika, że w przypadku ponad połowy programów naziemnej telewizji cyfrowej obserwowano w tym okresie spadki widowni w stosunku do roku 2020 (I kwartał).

¹ w I kwartale bieżącego roku w dalszym ciągu również naziemna emisja tego programu na multipleksie czwartym

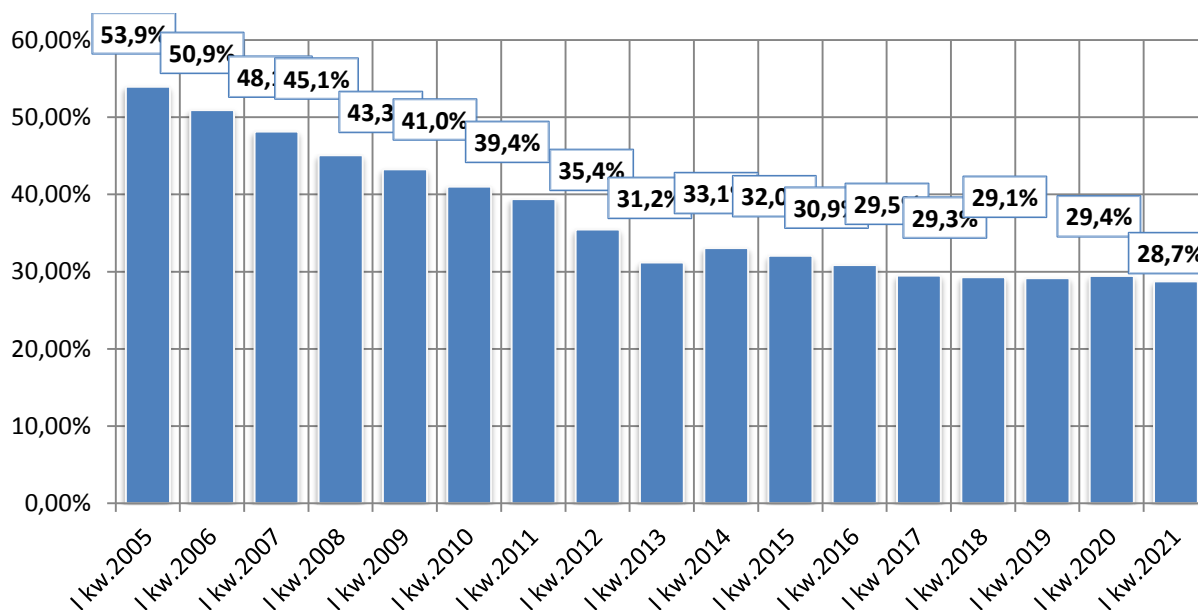
Tabela 2. Widownia programów w gospodarstwach z NTC wyłącznie w I kwartale 2021

Program	AMR	SHR %	RCH %	RCH
TVP1	291 721	14,19%	39,48%	4 158 157
TVP2	230 657	11,22%	35,98%	3 789 499
Polsat	206 979	10,07%	36,15%	3 807 678
TVN	136 164	6,62%	32,49%	3 421 329
TVP INFO	131 071	6,38%	23,23%	2 446 027
TV PULS	118 384	5,76%	23,32%	2 456 413
TVN7	88 591	4,31%	22,46%	2 365 658
TV4	83 616	4,07%	22,30%	2 348 654
Puls 2	74 077	3,60%	19,49%	2 052 642
TTV	58 844	2,86%	19,67%	2 071 806
Stopklatka	55 750	2,71%	15,85%	1 669 688
TV6	55 685	2,71%	17,03%	1 793 380
TVP3	48 935	2,38%	22,67%	2 387 254
Super Polsat	47 520	2,31%	17,46%	1 838 477
TVP ABC	46 065	2,24%	10,57%	1 113 651
TVP Sport	30 071	1,46%	10,07%	1 060 228
TVP Historia	28 787	1,40%	12,49%	1 315 449
TV Trwam	26 300	1,28 %	8,95 %	943 071
Polo TV	22 207	1,08%	9,12%	960 361
ATM Rozrywka	17 397	0,85%	7,71%	812 288
WP	17 327	0,84%	5,51%	580 451
Eska TV	16 885	0,82%	8,31%	874 836
Polsat News	15 453	0,75%	3,55%	374 075
Zoom TV	14 411	0,70%	5,22%	549 536
Nowa TV	8 697	0,42%	5,02%	528 703
TVP Rozrywka	8 281	0,40%	4,21%	443 716
Metro	7 978	0,39%	5,03%	529 886
TVP Kultura	7 835	0,38%	5,31%	559 269

Telewizja publiczna

W I kwartale 2021 roku telewizja publiczna ogółem zanotowała **niższy o 0,7 pp.** udział w widowni telewizyjnej oraz spadek średniej widowni minutowej o ok. 88 tys. w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Szczegółowe dane obrazujące trend w ostatnich latach (I kwartał) przedstawiono niżej na wykresie.

Wykres 2. Trend - udziały telewizji publicznej w I kwartale 2005 – 2021 r.



Do telewizji publicznej łącznie (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) **należało 28,7% rynku**, podczas gdy przed rokiem 29,4%.

Z analizy wynika, że w I kwartale br. nastąpił wzrost wielkości udziałów dziewięciu programów telewizji publicznej (w tym uwzględniono dwa nowe programy TVP Kobieta i TVP Dokument, których nie było przed rokiem). Udziały pozostałych pięciu zmniejszyły się w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Największy spadek udziału w widowni (-1,38 pp.) obserwowano w przypadku programu **informacyjnego TVP INFO z uwagi na fakt, że program ten** w początkowej fazie epidemii (ostatni miesiąc pierwszego kwartału 2020 i kolejne drugiego) notował ponadnormatywne wzrosty z powodu zwiększonego zapotrzebowania Polaków na treści informacyjne w tym okresie. Na wysokie ubiegłoroczne udziały kwartalne, do których przyrównujemy tegoroczne, wpłynęła więc rekordowa zmiana w marcu, miesiącu ogłoszenia stanu epidemii w Polsce, kiedy udział tego programu wynosił 6,5%.

Niższe udziały w analizowanym okresie odnotowano ponadto dla programów TVP Seriale i TVP ABC oraz TVP3 i TVP HD.

Największe wzrosty w zestawieniu uzyskały natomiast programy: TVP1 (+0,31 pp.) i TVP Sport (+0,28 pp.), który w ubiegłym roku, podobnie jak inne programy wyspecjalizowane programy sportowe, w ostatnim miesiącu kwartału notował bardzo duże spadki z uwagi na związane z epidemią ograniczenia dotyczące rozgrywek sportowych i transmisji na żywo.

Pogłębiona informacja nt. widowni programów publicznych, z uwzględnieniem średnich miesięcznych za styczeń, luty, marzec przedstawiona została w opracowaniu pt. *Udział TVP SA i głównych grup telewizyjnych w I kwartale roku.*

Dane uśrednione dla całego kwartału dotyczące wszystkich programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kwartału 2020 r. zestawiono w tabeli 3.

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

PROGRAM	WIDOWNIA	ZMIANA	UDZIAŁ	ZMIANA pp
TVP1	700 176	↑ 7 900	10,18%	↑ 0,31
TVP2	585 052	↓ -5 313	8,51%	↑ 0,09
TVP INFO	250 227	↓ -101 565	3,64%	↓ -1,38
TVP Seriale	88 954	↓ -10 108	1,29%	↓ -0,12
TVP3	72 581	↓ -2 932	1,06%	↓ -0,02
TVP ABC	62 390	↓ -10 148	0,91%	↓ -0,12
TVP Sport	71 879	↑ 17 754	1,05%	↑ 0,28
TVP Historia	45 787	↑ 4 421	0,67%	↑ 0,08
TVP Rozrywka	33 245	↑ 1 185	0,48%	↑ 0,02
TVP HD	27 608	↓ -2 482	0,40%	↓ -0,03
TVP Kultura	22 442	↑ 6 635	0,33%	↑ 0,10
TVP Polonia	9 938	↑ 1 473	0,14%	↑ 0,02
TVP Dokument	3 075	↑ 3 075	0,04%	↑ 0,04
TVP Kobieta	2 514	↑ 2 514	0,04%	↑ 0,04
Ogółem	1 975 868	↓ -87 591	28,74%	↓ -0,69

Telewizja koncesjonowana

Spśród programów koncesjonowanych największe spadki udziałów (w pp.) w I kwartale 2021 r. odnotowano w przypadku programów: TV4 (-0,79), TVN (-0,5), Polsat TV6 (-0,43) i Puls2 (-0,34). Znaczne wzrosty, osiągały natomiast w dalszym ciągu niektóre programy koncesjonowane dostępne w naziemnej telewizji cyfrowej tj. TVN7 (+0,3),

Stopklatka (+0,21), Fokus TV (+0,25), Kino Polska (+0,16). W analizowanym okresie zwiększył się również udział kanału informacyjnego Polsat News (o 0,13pp.).

Zestawienie programów koncesjonowanych (z wyłączeniem koncesjonowanych programów publicznych, które zostały uwzględnione w tabeli 3) wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do I kwartału 2020 przedstawiono poniżej.

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

Lp.	Program	AMR	ZMIANA	SHR %	ZMIANA /pp/
1.	Polsat	570 292	↓ -32 131	8,29%	↓ -0,3
2.	TVN	484 945	↓ -44 674	7,05%	↓ -0,5
3.	TVN24	330 953	↓ -9 103	4,81%	↓ -0,04
4.	TVN7	254 544	↑ 16 139	3,70%	↑ 0,3
5.	TV PULS	238 674	↓ -11 203	3,47%	↓ -0,09
6.	TV4	213 659	↓ -59 522	3,11%	↓ -0,79
7.	TTV	139 032	↓ -12 896	2,02%	↓ -0,15
8.	Polsat News	127 353	↑ 6 572	1,85%	↑ 0,13
9.	Puls 2	106 905	↓ -25 450	1,55%	↓ -0,34
10.	Polsat2	98 100	↓ -5 121	1,43%	↓ -0,04
11.	Stopklatka	91 906	↑ 13 007	1,34%	↑ 0,21
12.	TV6	90 977	↓ -31 630	1,32%	↓ -0,43
13.	Fokus TV	88 617	↑ 15 870	1,29%	↑ 0,25
14.	Super Polsat	69 991	↓ -6 227	1,02%	↓ -0,07
15.	Polsat Play	45 164	↑ 8 845	0,66%	↑ 0,14
16.	TVN Turbo	39 327	↑ 2 136	0,57%	↑ 0,04
17.	WP	37 812	↓ -5 159	0,55%	↓ -0,06
18.	Polsat Film	37 286	↓ -2 575	0,54%	↓ -0,03
19.	TV Trwam	36 219	↑ 5 386	0,53%	↑ 0,09
20.	Zoom TV	35 358	↓ -4 569	0,51%	↓ -0,06
21.	TVN Style	32 987	↑ 45	0,48%	↑ 0,01
22.	Kino Polska	32 514	↑ 10 555	0,47%	↑ 0,16
23.	Polo TV	31 368	↑ 625	0,46%	↑ 0,02
24.	HGTV	28 493	↓ -3 072	0,41%	↓ -0,04
25.	TVN24 Biznes i Swiat	27 717	↓ -5 464	0,40%	↓ -0,07
26.	TVN Fabula	26 988	↑ 2 324	0,39%	↑ 0,04
27.	Polsat Cafe	26 189	↑ 2 378	0,38%	↑ 0,04
28.	Polsat Sport	24 961	↑ 1 804	0,36%	↑ 0,03
29.	ATM Rozrywka	23 537	↓ -13 102	0,34%	↓ -0,18
30.	Eska TV	22 222	↑ 2 330	0,32%	↑ 0,04
31.	Nickelodeon	19 778	↓ -10 347	0,29%	↓ -0,14
32.	Planete+	17 638	↑ 5 860	0,26%	↑ 0,09
33.	Metro	17 056	↓ -7 290	0,25%	↓ -0,1
34.	Nowa TV	17 062	↓ -5 152	0,25%	↓ -0,07
35.	Polsat Seriale	17 058	↑ 7 187	0,25%	↑ 0,11
36.	TVS	16 580	↓ -6 298	0,24%	↓ -0,09
37.	MiniMini+	15 417	↓ -1 043	0,22%	↓ -0,01

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