



KRAJOWA RADA  
RADIOFONII i TELEWIZJI

---

Rynek telewizyjny w 2011 roku – analiza.  
Udziały, czas oglądania, struktura widowni  
programów telewizyjnych

---

DEPARTAMENT MONITORINGU

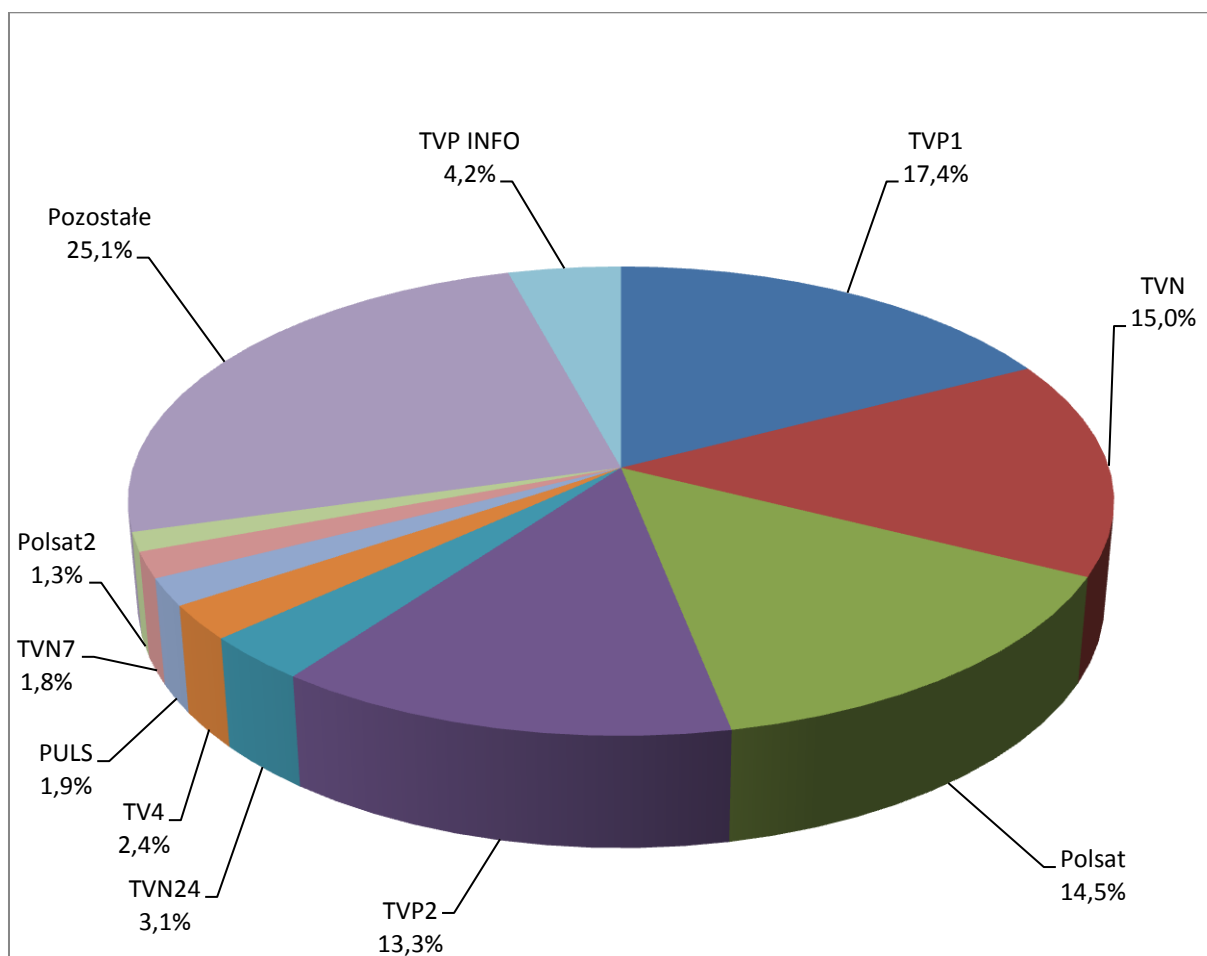
WARSZAWA 2012

W 2011 roku obserwowany był spadek zainteresowania telewizją w stosunku do roku ubiegłego<sup>1</sup>. Czas oglądania telewizji wyniósł 4 godziny 2 minuty dziennie, co oznacza że statystyczny Polak spędzał przed telewizorem średnio o 3 minuty mniej niż rok temu. Jak wynika z analizy danych najchętniej oglądanym programem w 2011 roku, mimo dalszego spadku udziału, był Program 1 Telewizji Polskiej SA. W niewielkiej odległości za TVP 1 na zbliżonym poziomie udziałów rywalizowały dwie stacje koncesjonowane: Polsat i TVN. Na drugim miejscu, podobnie jak w roku ubiegłym, znalazła się telewizja TVN, która miała nieco wyższe udziały w rynku<sup>2</sup> niż zajmujący trzecią pozycję Polsat (awans z miejsca czwartego w rankingu na trzecie).. W ciągu 2011 roku zmniejszył się dystans dzielący wymienione telewizje komercyjne i TVP1. Czwarte miejsce w rankingu zajmował Program 2 TVP (4,1 punktu procentowego do TVP1). Następne miejsca pod względem zainteresowania widzów, mimo spadku widowni, zajmowały tradycyjnie już, choć z mniejszym udziałem niż przed rokiem, wyspecjalizowane programy informacyjne TVP INFO i TVN 24.

Pozostałe stacje osiągały zdecydowanie mniejsze udziały, jednak co trzeba zaznaczyć ich łączny udział w rynku zwiększył się.

Szczegółowe dane dotyczące poszczególnych programów przedstawiono na wykresach

**Wykres nr 1. Podział rynku telewizyjnego w 2011 roku.**



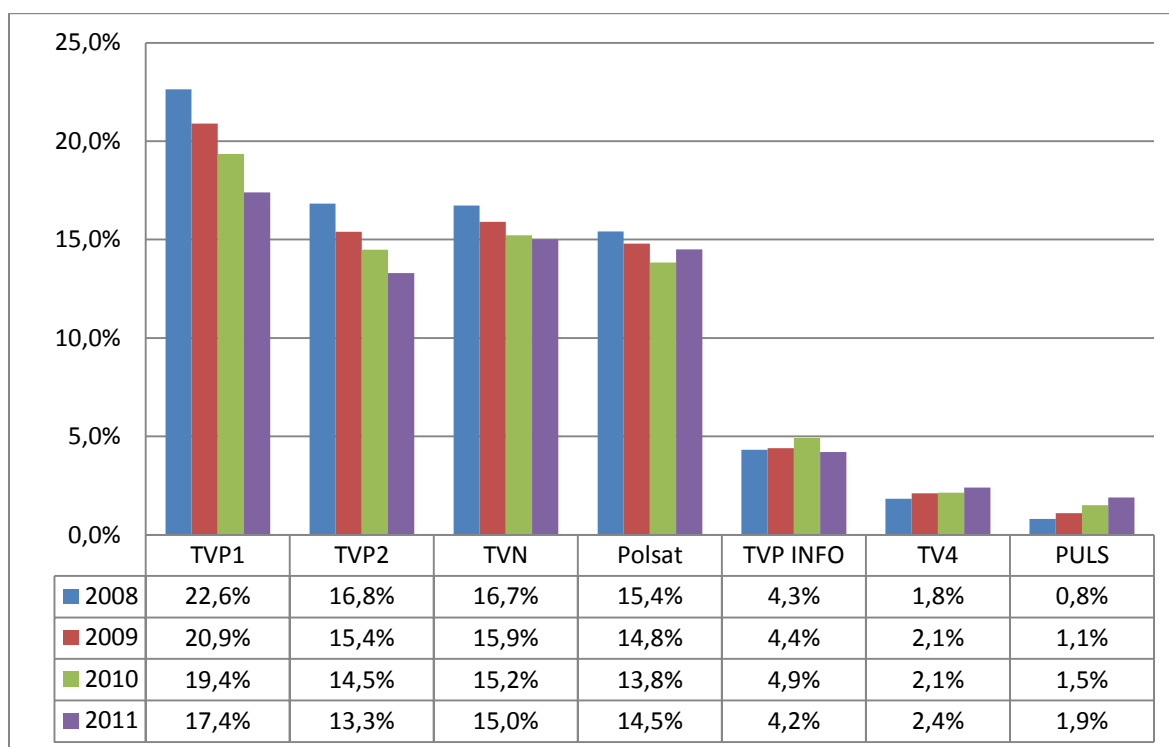
\*w kat. pozost. sat. kab. mieszczą się programy, których udział nie przekroczył 1%

<sup>1</sup> Na podstawie danych Nielsen Audience Measurement – badanie na reprezentatywnej próbie ludności Polski pow. 4 r.ż.

<sup>2</sup> Shr% - udział w łącznym czasie oglądania telewizji

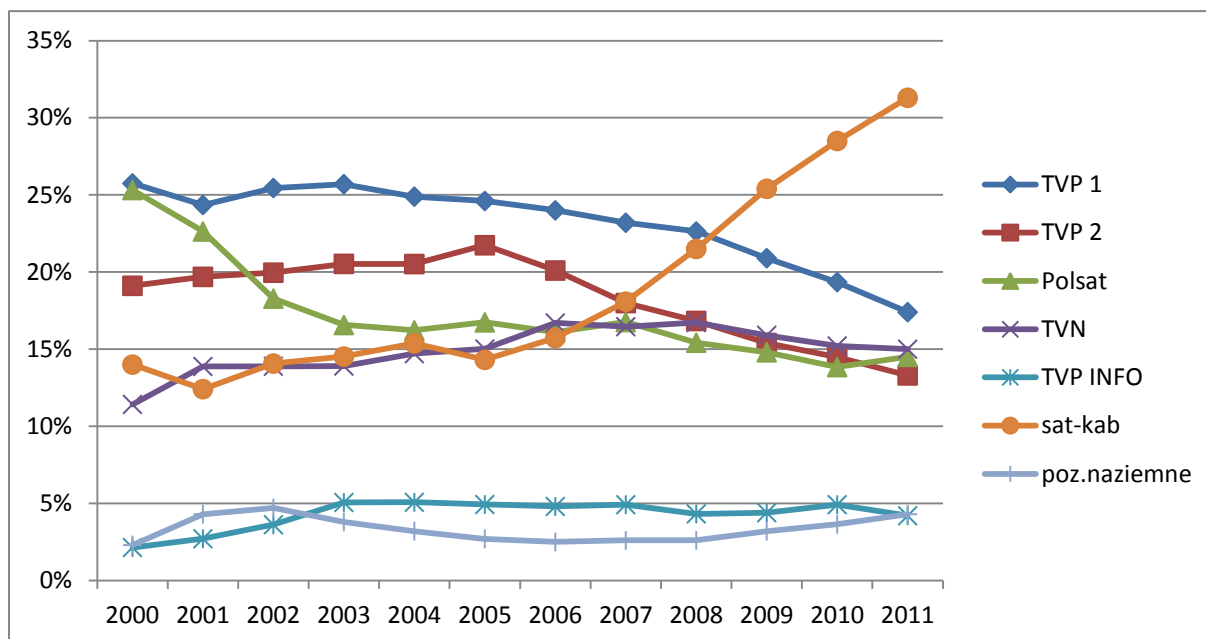
W 2011 roku największe stacje naziemne TVP 1, TVP 2, TVN i Polsat zajmowały łącznie 60,2 % rynku, podczas gdy przed rokiem 62,8%. Wymienione programy o charakterze uniwersalnym odgrywały nadal kluczową rolę na rynku telewizyjnym, chociaż ich udział ogółem z roku na rok sukcesywnie zmniejsza się na rzecz programów wyspecjalizowanych o mniejszym udziale i o ściśle sprofilowanym odbiorcy. Wzrosty odnotowują zarówno programy naziemne PULS czy TV 4 jak też programy tematyczne o relatywnie niskim udziale należące do kategorii programów tzw. satelitarno – kablowych

**Wykres nr 2. Udziały w widowni naziemnych programów telewizyjnych w latach 2008-2011.**



Podkreślić należy, że w 2011 roku jedna czwarta polskiego rynku telewizyjnego należała do programów o udziale poniżej 1%, w tym blisko połowę (12% udziału) stanowiły programy poniżej 0,3%. Były to zarówno programy posiadające polskie koncesje jak i programy tzw. zdelokalizowane.

Wykres nr 3. Udziały programów telewizyjnych w widowni w latach 2000 – 2011



Jak wynika z analizy obserwowany w ostatnich latach dynamiczny rozwój sektora telewizji satelitarno – kablowych i wzrost ich udziału w 2011 roku do poziomu 32% (prawie jedna trzecia rynku) dokonywał się przede wszystkim kosztem programów uniwersalnych, które traciły udziały.

Miniony rok był kontynuacją spadkowej tendencji dla ogólnopolskich programów publicznych – TVP1 i TVP2, widocznej dla Programu 1 od 2003 roku, dla Programu 2 od 2005 roku. Natomiast w przypadku największych programów komercyjnych można mówić o wyhamowaniu spadków (TVN) a nawet o wzroście udziałów (Polsat).

## Telewizja publiczna

W 2011 roku do sektora publicznego łącznie (TVP 1, TVP 2, TV Polonia, TVP INFO, TVP Kultura, TVP Historia, TVP Sport, TVP HD, TVP Seriale) należało 36,6% rynku, tj. 3,2 punktu proc. mniej przed rokiem (wówczas 39,8%). Z analizy udziałów telewizji publicznej w poprzednich latach wynika, że jest to kontynuacja tendencji spadkowej. Dla porównania 5 lat temu programy publiczne zajmowały połowę rynku. **Z danych za 2011 rok wynika, że telewizja publiczna nadal traciła udziały mimo wzbogacenia oferty o nowe programy tematyczne, które jednak nie rekompensowały strat widowni, jakie ponosiły programy uniwersalne.** Łączny udział publicznych kanałów tematycznych w 2011 roku wyniósł 1 %, natomiast udziały TVP1 i TVP2 w sumie zmniejszyły się o ponad 3 punkty proc.

**Udział Programu 1 TVP SA w widowni zmniejszył się w stosunku do 2010 roku o 1,9 pkt. proc.** O mniejszym zainteresowaniu widowni telewizyjnej świadczą również

wartości zasięgu dziennego<sup>3</sup> oraz dziennego czasu oglądania przez widza<sup>4</sup>. Średnio Program 1 TVP SA oglądało prawie 51,2% Polaków, poświęcając mu 1 godz. 21 min. dziennie. Przed rokiem wyższy był zarówno odsetek oglądających (53,6%) jak i czas oglądania (1 godz. 27 min.).

**Spadek udziału w rynku o 1,2 pkt. proc. w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego odnotowała również TVP2.** Podobnie jak w przypadku TVP1 zmniejszył się zasięg dzienny programu, jak również czas oglądania. W 2011 roku program ten oglądało 46,7% Polaków przez średnio 1 godzinę 7 minut dziennie. W 2010 - 48,8% przez 1 godzinę 11 minut).

**Niższym udziałem w widowni zakończył się również rok ubiegły dla programu TVP INFO.** Udział TVP INFO w rynku wyniósł 4,2%, czyli o 0,7 punktu proc. mniej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (wówczas 4,9%). W analizowanym okresie krótszy niż przed rokiem był czas oglądania przypadający na widza, niższy był również odsetek oglądających program. TVP INFO oglądało 25% Polaków, podczas gdy przed rokiem 26,7%. Krótszy był również o 2 minuty czas oglądania programu przez widza (41 minut).

**Nieco wyższy udział w widowni telewizyjnej odnotowała natomiast TVP Polonia.** W 2011 roku wyniósł on 0,7%, tj. o 0,1 punktu procentowego więcej w stosunku do roku ubiegłego. Program ten oglądało 8,3% Polaków. Widzowie poświęcali na jego oglądanie średnio 19 minut w ciągu doby. Chociaż w stosunku do roku ubiegłego zmniejszył się odsetek oglądających, to równocześnie wzrósł czas jaki widzowie poświęcali programowi.

**Należy podkreślić, że na tym samym poziomie utrzymywało się zainteresowanie programami tematycznymi TVP Kultura i TVP Sport.** Programy te odnotowały, podobnie jak przed rokiem, po 0,2 % udziału w widowni telewizyjnej. **Wzrosły natomiast udziały TVP Historia i TVP HD. Za udany należy uznać debiut publicznego kanału tematycznego Seriale (0,3% udziału w widowni w pierwszym roku nadawania programu).**

## **Telewizja koncesjonowana**

**Spośród programów koncesjonowanych wzrost udziału odnotował Polsat.** W 2011 roku udział w rynku programu Polsat wyniósł 14,5% czyli o 0,7 pkt. proc. więcej niż w 2010 roku. O większym zainteresowaniu widzów tym programem świadczą również wartości innych wskaźników, tj. zasięg dzienny jak również dzienny czas oglądania programu przez widza. Średnio w ciągu roku program ten oglądało 43,9% populacji (rok wcześniej 42,8%). Czas oglądania tego programu, przypadający na widza wyniósł 1 godzinę 20 minut w ciągu doby, czyli minutę więcej niż rok wcześniej.

**Program TVN natomiast odnotował niewielki spadek udziału w stosunku do 2010 roku.** W 2011 r. do TVN należało 15% rynku (w 2010 roku 15,2%). Zmniejszył się nieco zasięg dzienny programu (z 42,8% do 42,4 %), skróceniu uległ też czas oglądania przypadający na widza. Średnio w 2011 roku widz poświęcał na oglądanie programu TVN około godzinę 25 minut w ciągu doby (przed rokiem minutę dłużej).

---

<sup>3</sup> RCH% - odsetek osób, które oglądały dany program przez co najmniej jedną minutę

<sup>4</sup> ATS – średni czas oglądania danego programu przez widza

**Wzrostem udziałów w widowni zakończył się ubiegły rok dla programów Puls i TV4. TV4 przypadło 2,4 % udziału w rynku, czyli o 0,3 punktu proc. więcej niż w roku 2010.** Zwiększył się również zasięg dzienny jak i czas oglądania przypadający na widza. W analizowanym okresie program ten oglądało więcej osób, bo 19,8% populacji, w 2010:19 %. Średnio widz TV 4 poświęcał na oglądanie tego programu 29 minut w ciągu doby (przed rokiem 2 minuty mniej).

**Udział w rynku programu Puls wyniósł 1,9%, czyli znacznie więcej niż przed rokiem (o 0,4 pkt. proc.).** W stosunku do 2010 roku wzrosła zarówno liczba widzów programu Puls, jak i czas jego oglądania. Średnio program ten oglądało 13,4% populacji, przed rokiem 12%. Czas oglądania programu, przypadający na widza, wyniósł 34 minut w ciągu doby i wzrósł o 4 minuty w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego.

Poniżej zamieszczono tabelę, zawierającą porównanie wielkości udziału w rynku latach 2010 – 2011 pozostałych programów, posiadających polskie koncesje. W tabeli uwzględniono programy, których udział wyniósł co najmniej 0,1 %.

**Tabela nr 1. Porównanie wielkości udziału w rynku w latach 2010-2011 pozostałych programów posiadających polskie koncesje**

Lp.	Nazwa programu	2010	2011
1.	TVN24	3,5%	3,1%
2.	TVN7	1,6%	1,8%
3.	Polsat2	0,9%	1,3%
4.	MiniMini	0,7%	0,6%
5.	Polsat News	0,6%	0,8%
6.	Kino Polska	0,6%	0,3%
7.	Polsat Sport	0,5%	0,7%
8.	TVN Style	0,4%	0,4%
9.	TVN Turbo	0,4%	0,4%
10.	TVS	0,4%	0,4%
11.	Tele5	0,3%	0,3%
12.	Ale Kino	0,3%	0,3%
13.	Superstacja	0,2%	0,3%
14.	TVP Kultura	0,2%	0,2%
15.	4FunTV	0,2%	0,3%
16.	TVP Sport	0,2%	0,2%
17.	Polsat Play	0,2%	0,3%
18.	Polsat Film	0,2%	0,3%
19.	Polsat Sport Extra	0,2%	0,2%
20.	Polsat Cafe	0,2%	0,3%
21.	Canal+	0,2%	0,1%
22.	Planete	0,1%	0,2%
23.	TVN Meteo	0,1%	0,1%
24.	Canal+ Sport	0,1%	0,2%
25.	teleTOON+/ZigZap	0,1%	0,1%
26.	ITV	0,1%	0,1%
27.	Kuchnia.tv	0,1%	0,1%
28.	Eska TV	0,1%	0,1%
29.	TV TRWAM	0,1%	0,1%
30.	TVP HD	0,0%	0,2%

31.	TVP Seriale	-	0,3%
32.	TVN CNBC	0,0%	0,1%
33.	TVP Historia	0,0%	0,1%
34.	Polo TV	-	0,1%

## Struktura widowni

W strukturze widowni analizowanych programów nie zaszły istotne zmiany, zarówno w przypadku programów telewizji publicznej jak i koncesjonowanych struktura widowni pod względem wieku i wykształcenia przedstawiała się podobnie do analogicznego okresu roku ubiegłego. W programach publicznych wyższy był udział osób z wykształceniem wyższym niż w programach koncesjonowanych, za wyjątkiem programu TVN, który miał odsetek osób z wykształceniem wyższym na poziomie programów telewizji publicznej.

Programy koncesjonowane gromadziły młodszą widownię niż publiczne. Przy czym największy odsetek najmłodszych widzów, tj. poniżej 16 roku życia, miały programy koncesjonowane Puls i Polsat a najwyższy odsetek widzów najstarszych, tj. powyżej 60 roku życia, programy publiczne TVP Info i TVP 1. Widownia programów koncesjonowanych była równocześnie bardziej zróżnicowana pod względem wieku niż widownia programów publicznych.

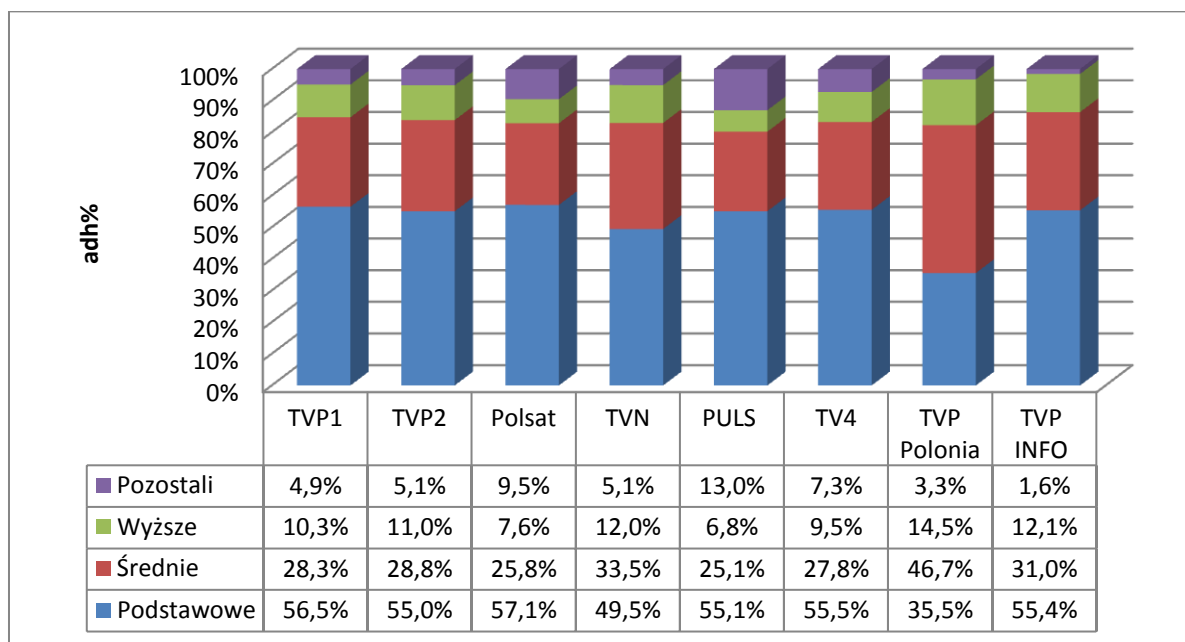
Program TVP 1, podobnie jak TVP 2 oglądało w analizowanym okresie więcej kobiet niż mężczyzn. Zainteresowane nimi były zwłaszcza osoby po 45 roku życia, przy czym najwyższe wskaźniki oglądalności uzyskiwały one wśród widzów po 60 roku życia, z wykształceniem podstawowym. Program informacyjny TVP INFO oglądało nieco więcej kobiet niż mężczyzn. Przyciągał on głównie widownię po 50 r.ż. z wykształceniem podstawowym i średnim.

Natomiast programem TVP Polonia zainteresowane były zwłaszcza osoby po 45 r.ż. przy czym najwyższą oglądalność osiągał on wśród widzów powyżej 55 lat oraz osób z wykształceniem średnim i wyższym.

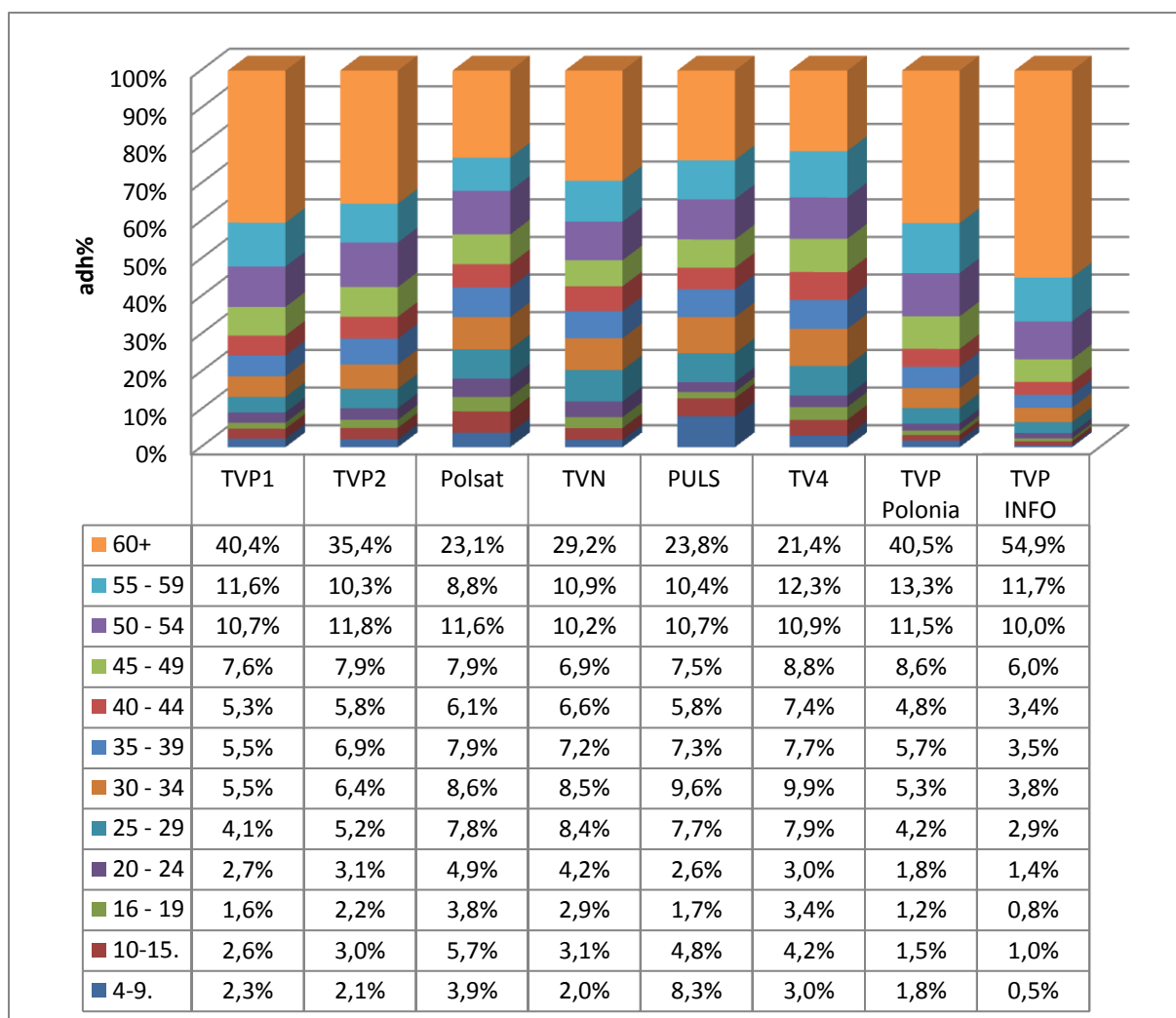
W odróżnieniu od programów publicznych, programy koncesjonowane oglądały osoby młodsze. Programem Polsatu była zainteresowana widownia po 30 roku życia, przy czym najwyższą oglądalność odnotowywał wśród widzów między 50 a 55 r.ż. Program ten przyciągał osoby z wykształceniem podstawowym. Podobnie programem TVN była zainteresowana widownia powyżej 30 lat, jednocześnie najwyższe wskaźniki oglądalności osiągał ten program wśród widzów po 55 r.ż.; z wykształceniem średnim i podstawowym. Program Puls także interesował przede wszystkim młodszą widownię po 30 r.ż. oraz najmłodsze dzieci w grupie wiekowej 4-9 lat., tj. widzów którzy nie ukończyli jeszcze szkoły podstawowej oraz z wykształceniem podstawowym. Puls oglądało więcej kobiet niż mężczyzn. Programem TV4 najbardziej zainteresowani byli również widzowie po 30 r.ż., przy czym najwyższą oglądalność uzyskiwał ten program wśród osób między 55 a 59 rokiem życia oraz osób z wykształceniem podstawowym.

Graficzną interpretację danych przedstawiono poniżej.

Wykres nr 5. Struktura widowni analizowanych programów ( wykształcenie%)

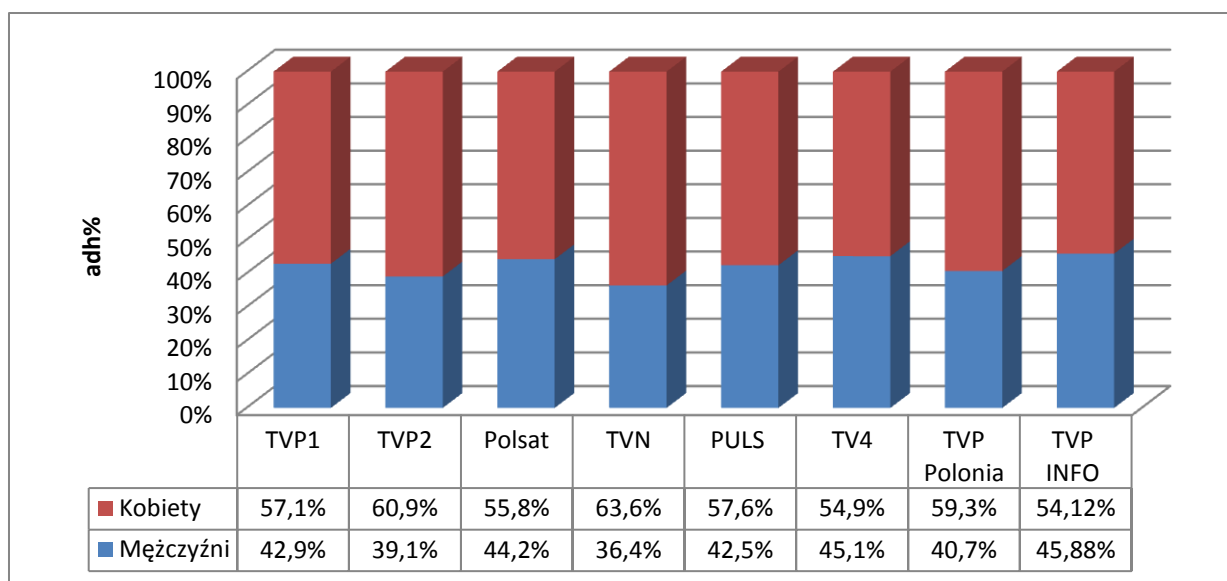


Wykres nr 6 Struktura widowni analizowanych programów ( wiek%)



Wykres nr 4. Struktura widowni analizowanych programów ( płeć %)





## Podsumowanie

W 2011 roku zmniejszał się nadal udział w widowni naziemnych programów telewizyjnych a rósł satelitarno-kablowych. W dalszym ciągu miało miejsce mniejsze zainteresowanie widzów programami uniwersalnymi o dużym udziale rynkowym. Spadki odnotowały TVP1, TVP2 i TVN. Wyjątkiem w tej grupie programów był wzrost udziałów programu Polsat. Spośród pozostałych programów naziemnych udziały w widowni telewizyjnej powiększyły Puls i TV4. W grupie programów satelitarno – kablowych największy przyrost odnotowały programy z grupy Polsat: Polsat 2, Polsat News, Polsat Sport oraz TVN 7 i TVP HD. Spadły natomiast udziały programów informacyjnych TVN 24, podobnie jak TVP Info. Spośród publicznych programów tematycznych największy udział uzyskał program TVP Seriale (0,3%), który rozpoczął nadawanie pod koniec 2010 r.

Jak wynika z analizy danych największy odsetek osób najstarszych miały w swojej strukturze programy publiczne. Zdecydowanie młodszą widownię skupiały programy koncesjonowane, przy czym największy odsetek widzów najmłodszych miał program Puls, który odnotował znaczny przyrost dziecięcej widowni, w stosunku do roku ubiegłego. Najmniej osób z wykształceniem podstawowym posiadały w swojej strukturze TVP Polonia i TVN. Z kolei największy odsetek osób z wykształceniem wyższym miały TVP Polonia, TVP INFO i TVN. Spośród analizowanych programów najbardziej damską widownię posiadał program TVN.

Analiza i oprac. Justyna Reisner