



KRAJOWA RADA  
RADIOFONII i TELEWIZJI

---

## Rynek telewizyjny w III kwartale 2013 r.

---

ANALIZA I OPRACOWANIE JUSTYNA REISNER

DEPARTAMENT MONITORINGU

WARSZAWA 2013

Prezentowana analiza została przeprowadzona na podstawie telemetrycznego badania widowni telewizyjnej prowadzonego systematycznie przez Nielsen Audience Measurement na reprezentatywnej próbie ludności Polski powyżej 4 roku życia

**Wielkość populacji - 35 733 tysiące osób; wielkość próby - 4 015 osób.**

### Wskaźniki wykorzystywane w analizie

- **AMR** – Average Minute Rating - dosł. średnia oglądalność minutowa - wskaźnik opisujący średnią wielkość widowni oglądającej konkretną audycję lub program telewizyjny w dowolnie określonym odcinku czasu. Widownia ta wyrażona jest w tys. osób. Wskaźnik może odnosić się do całej populacji lub do określonej grupy celowej.
- **ATV** – dobowy czas oglądania telewizji przypadający na statystycznego Polaka
- **ATS** – czas poświęcony na oglądanie danego programu przez widza w ciągu doby
- **SHR%** - udział w widowni - odsetek widzów, którzy oglądali audycję bądź program w stosunku do wszystkich widzów oglądających w tym czasie telewizję
- **RCH%** - zasięg, odsetek osób, które oglądały dany program przez co najmniej jedną minutę. Osoba, która oglądała program dłużej jest wliczana tylko raz.

W III kwartale 2013 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez 3 godziny 37 minut dziennie (o 4 minuty dłużej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego). Czas oglądania telewizji przypadający na statystycznego widza a więc populację pomniejszoną o dzieci poniżej 4 r.ż. był dłuższy i wynosił 5 godz. 25 minut, tj. o 11 minut więcej niż w analogicznym okresie 2012. Średnia wielkość widowni minutowej całej telewizji wyniosła 5 mln 390 tysięcy i odnotowała znaczny wzrost, bo o blisko 100 tysięcy w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Na pierwszym miejscu pod względem udziałów w widowni znalazł się Program 1 TVP w odróżnieniu od II kwartału, kiedy liderem rankingu była telewizja TVN (miejsce trzecie obecnie, z udziałami o 0,7 punktu procentowego niższymi w stosunku do TVP1). Drugie miejsce należało do Polsatu. Wymienione programy dzieliło niewiele bo 0,1 punktu proc. Na czwartej pozycji, podobnie jak w II kwartale, znajdowała się TVP2 (3 punkty procentowe do lidera rankingu).

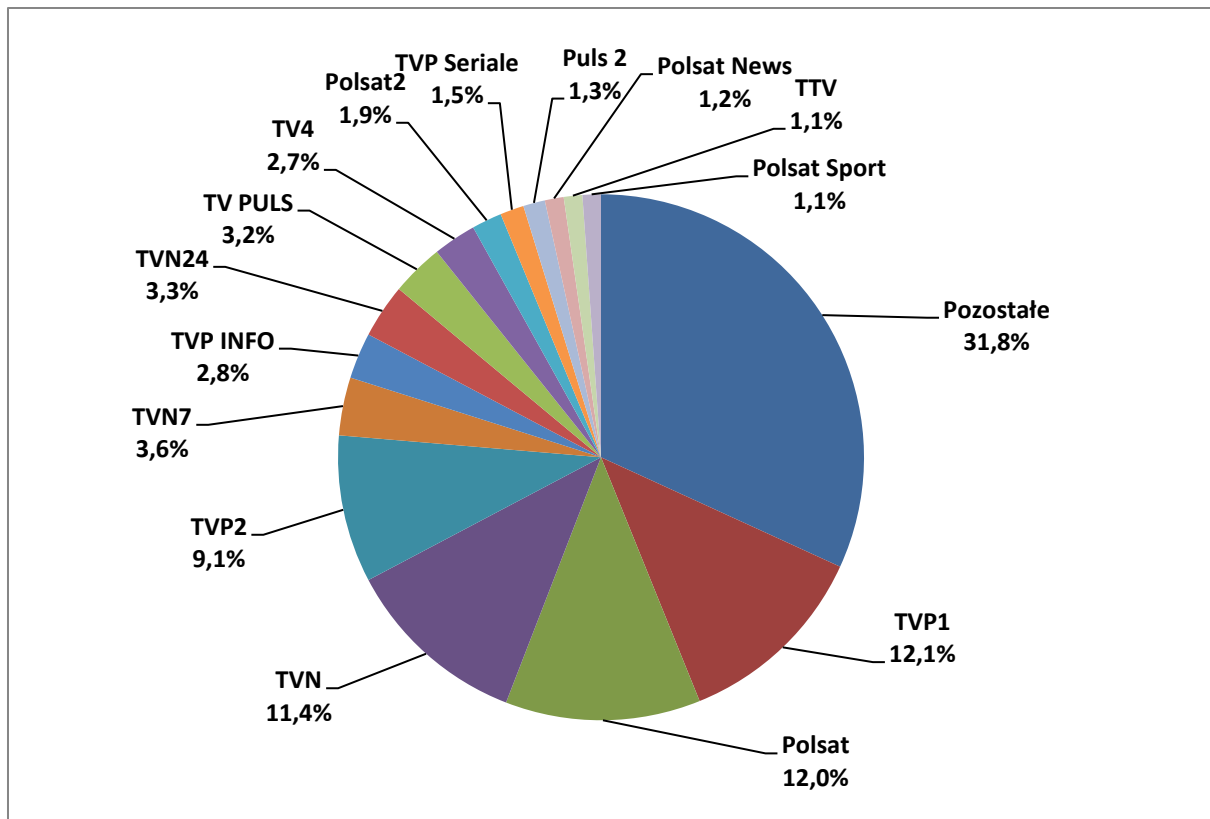
W dalszym ciągu spadało zainteresowanie widzów programami o dużym udziale rynkowym, które traciły w związku z rosnącym zasięgiem nowych programów dostępnych naziemnie. W największym stopniu dotyczyło to uniwersalnych programów publicznych TVP 1 i TVP 2.

Spośród programów niekoncesjonowanych spadki w szczególności dotyczyły programów dla dzieci Cartoon Network, Disney XD, Disney Channel oraz programu sportowego Eurosport.

Największe wzrosty odnotowywały natomiast programy koncesjonowane obecne na multipleksach, które dzięki naziemnej telewizji cyfrowej powiększyły swoje zasięgi, przede wszystkim Puls i Puls 2 oraz TVN 7. Spośród pozostałych programów koncesjonowanych znaczące wzrosty osiągnęły Polsat Sport, Polsat 2 oraz program tematyczny telewizji publicznej, TVP Seriale.

Szczegółowe informacje dotyczące poszczególnych programów ze szczególnym uwzględnieniem naziemnej telewizji przedstawiono w dalszej części pracowania oraz na wykresach i w tabelach.

Wykres 1. Podział rynku telewizyjnego w III kwartale 2013



\*Kategoria pozostałe zawiera sumę udziałów programów o jednostkowym udziale poniżej 1%.

Programy *wielkiej czwórki* - TVP1, TVP2, TVN, Polsat - zajmowały w sumie 44,5% rynku. Ich łączny udział w oglądalności zmniejszył się o 8,2 punktu procentowego w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego (wówczas 52,7%). Było to skutkiem przede wszystkim większego wyboru programów dostępnych dzięki naziemnej telewizji cyfrowej. Spadek oglądalności w większym stopniu dotyczył programów publicznych niż koncesjonowanych.

Tab. 1. Udziały programów ogólnopolskich w rynku telewizyjnym – porównanie

Program	III kwartał 2013	III kwartał 2012	Zmiana (w pkt.proc.)
TVP1	12,05%	15,08%	-3,03
Polsat	12,00%	13,23%	-1,23
TVN	11,39%	12,62%	-1,23
TVP2	9,06%	11,77%	-2,71

## Naziemna telewizja cyfrowa

**Dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej pod koniec III kwartału 2013 posiadało ponad 13,7 miliona Polaków. Wśród nich 9,1 miliona korzystało wyłącznie z oferty telewizji cyfrowej naziemnej a pozostali (tj. 4,6 miliona) mieli dostęp również do oferty kablowej bądź satelitarnej.**

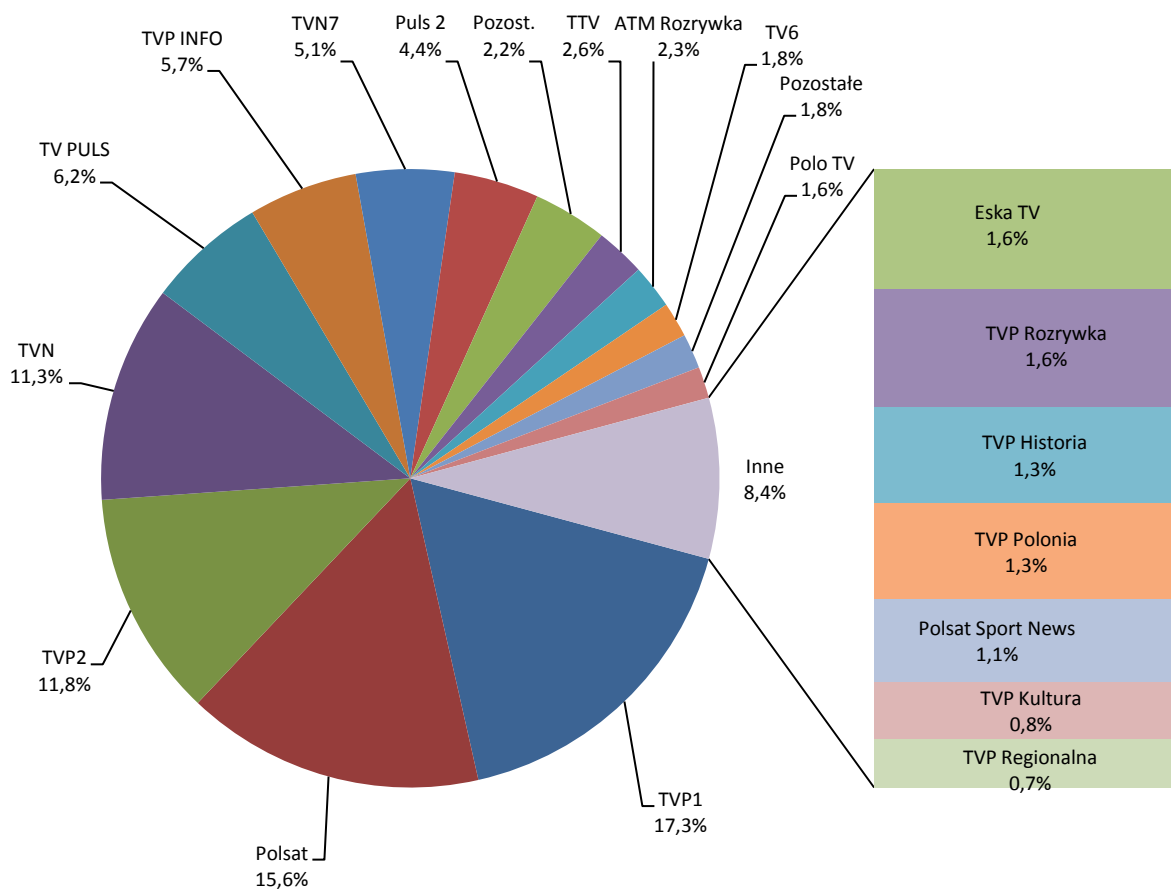
Wśród widzów odbierających wyłącznie telewizję cyfrową naziemną największe udziały uzyskiwały podobnie jak w pierwszej połowie roku TVP1, TVP2, Polsat i TVN. Mniejszą popularnością cieszyły się TV Puls, TVP INFO, TVN7, Puls2, TV4, TTV i ATM Rozrywka (udziały w przedziale 6-2%) i pozostałe 9 programów (udziały poniżej 2%). W porównaniu z poprzednim kwartałem najwięcej zyskały programy Puls 2 oraz TVP Rozrywka a także Puls, TVP Historia i TVP Polonia. Zmianę z podziałem na programy o największym, średnim i najmniejszym udziale rynkowym przedstawiono w tabeli poniżej.

**Tab. 2. Dostęp wyłącznie do oferty DT w III kwartale 2013 - zmiana**

	II kwartał	III kwartał	Zmiana (pkt. proc.)
<b>TVP1</b>	17,98%	<b>17,24%</b>	-0,74
<b>Polsat</b>	15,41%	<b>15,57%</b>	0,16
<b>TVP2</b>	12,72%	<b>11,81%</b>	-0,91
<b>TVN</b>	12,43%	<b>11,33%</b>	-1,10
<b>TV PULS</b>	5,59%	<b>6,22%</b>	0,63
<b>TVP INFO</b>	6,35%	<b>5,69%</b>	-0,66
<b>TVN7</b>	5,46%	<b>5,13%</b>	-0,33
<b>Puls 2</b>	3,59%	<b>4,43%</b>	0,84
<b>TV4</b>	4,56%	<b>3,87%</b>	-0,69
<b>TTV</b>	2,63%	<b>2,59%</b>	-0,04
<b>ATM Rozrywka</b>	2,02%	<b>2,30%</b>	0,28
<b>TV6</b>	1,60%	<b>1,83%</b>	0,23
<b>Pozostałe</b>	2,18%	<b>1,81%</b>	-0,37
<b>Polo TV</b>	1,65%	<b>1,64%</b>	-0,01
<b>Eska TV</b>	1,52%	<b>1,62%</b>	0,10
<b>TVP Rozrywka</b>	0,73%	<b>1,60%</b>	0,87
<b>TVP Historia</b>	0,82%	<b>1,31%</b>	0,49
<b>TVP Polonia</b>	0,84%	<b>1,30%</b>	0,46
<b>Polsat Sport News</b>	1,14%	<b>1,12%</b>	-0,02
<b>TVP Kultura</b>	0,51%	<b>0,78%</b>	0,27
<b>TVP Regionalna (dostępny od września)</b>		<b>0,65%</b>	0,65

Na wykresie 2 przedstawiono podział rynku telewizyjnego w sytuacji wyłącznego dostępu widowni do programów naziemnych. Programy tzw. pozostałe zajmowały ok. 2,2%. Kategoria ta zawiera udziały programów cyfrowych nadawanych naziemnie z terenu Niemiec, Czech i Słowacji, które są odbierane na terenach przygranicznych.

**Wykres 2. Podział rynku telewizyjnego w III kwartale 2013 - dostęp wyłącznie do oferty NTC**



## I. Programy telewizji publicznej

W III kwartale 2013 do sektora publicznego łącznie (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP Regionalna, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia, TVP Rozrywka) należało 29,11% rynku. Było to mniej o 4,7 punktu proc. w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Podobnie jak w pierwszym i drugim kwartale roku traciły udziały uniwersalne programy ogólnopolskie oraz TVP INFO (relatywnie najwięcej, bo ok. 1/3 swojej widowni), zyskiwały natomiast publiczne programy tematyczne (za wyjątkiem TVP Sport, którego udziały minimalnie spadły w porównaniu z analogicznym okresem 2012). Spośród programów tematycznych **największe udziały** w widowni (1,46%) i największy wzrost (o 0,68 punktu proc.) odnotował program **TVP Seriale**, który systematycznie powiększa swoją widownię. Znaczące udziały w rynku uzyskały również nowy program telewizji publicznej – **TVP Rozrywka** oraz program **TVP Historia** (wzrost o 0,39 punktu proc.). Pod koniec 3 kwartału rozpoczęła nadawanie **TVP Regionalna**, która w skali miesięcznej osiągnęła udziały ok.1 %. Szczegółowe dane dotyczące wszystkich programów publicznych wraz z zaznaczeniem zmiany zestawiono w tab. poniżej

Tab. 3. Udziały (SHR), zasięgi dzienne (RCH), oraz widownia minutowa (AMR) programów publicznych

Program	Wskaźniki	III kwart.2012	III kwart.2013	ZMIANA
TVP1	SHR %	15,08%	12,05%	-3,03pp
	RCH %	45,67%	40,56%	-5,11pp
	AMR	798377	649775	-148 602
TVP2	SHR %	11,77%	9,06%	-2,71pp
	RCH %	40,39%	35,45%	-4,94pp
	AMR	623007	488594	-134 413
TVP INFO	SHR %	4,36%	2,83%	-1,53pp
	RCH %	22,61%	16,15%	-6,46pp
	AMR	230682	152601	-78 081
TVP Polonia	SHR %	0,58%	0,80%	0,22pp
	RCH %	7,42%	9,46%	2,04pp

Program	Wskaźniki	III kwart.2012	III kwart.2013	ZMIANA
	AMR	30542	43025	12 483
TVP Seriele	SHR %	0,78%	1,46%	0,68pp
	RCH %	4,25%	6,65%	2,40pp
	AMR	41459	78918	37 459
TVP HD	SHR %	0,35%	0,40%	0,05pp
	RCH %	2,69%	3,38%	0,69pp
	AMR	18458	21504	3 046
TVP Sport	SHR %	0,37%	0,34%	-0,03pp
	RCH %	2,71%	2,70%	-0,01pp
	AMR	19492	18088	-1 404
TVP Kultura	SHR %	0,29%	0,49%	0,20pp
	RCH %	4,46%	7,38%	2,92pp
	AMR	15415	26648	11 233
TVP Historia	SHR %	0,20%	0,59%	0,39pp
	RCH %	2,66%	6,54%	3,88pp
	AMR	10611	31623	21 012
TVP Rozrywka*	SHR %		0,76%	0,76pp
	RCH %		7,28%	7,28pp
	AMR		40841	40 841
TVP Regionalna (dostępny od września)	SHR %		0,33%	0,33pp
	RCH %		3,25%	3,25pp
	AMR		17881	17 881



## II. Programy telewizyjne koncesjonowane

**Największe spadki udziałów wśród programów koncesjonowanych w III kwartale 2013 r. odnotowały Polsat i TVN. Największe wzrosty natomiast obserwowane były w grupie programów, które zwiększyły swój zasięg dzięki obecności na MUX-ach. Spośród nich w największym stopniu wzrosły udziały Puls, Puls 2 i TVN 7**

Udział programu **Polsat** wyniósł **12%**, t.j. o **1,2 punktu procentowego** mniej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (wówczas 13,2%). W przypadku Polsatu zmniejszył się zarówno czas oglądania przypadający na widza jak i zasięg dzienny programu. Widzowie poświęcali na jego oglądanie średnio 1 godzinę 9 minut dziennie, przed rokiem 1 godz. 11 minut. Program ten oglądało codziennie 37,6% populacji (rok temu 39,3%).

**Spadek o 1,2 punktu proc. miał również miejsce w przypadku TVN.** Program uzyskał 11,4% udziału w widowni, podczas kiedy w analogicznym okresie roku ubiegłego 12,6%. W przypadku tego programu spadek udziału wynikał głównie z ok. 6 minut krótszego dziennego czasu oglądania przez widza. Widzowie poświęcali na jego oglądanie średnio 1 godzinę 4 minuty dziennie. Wzrósł natomiast nieco zasięg dzienny programu - oglądało go 38,1% Polaków, przed rokiem w analogicznym okresie 37,8%.

**Udział programu Puls wzrósł o 1 punkt procentowy i wyniósł 3,2%.** Wzrost udziałów wynikał z większego zasięgu dziennego programu (wzrost o 2,7 punktu proc.) jak również z dłuższego czasu oglądania tego programu przez widza w ciągu dnia (o 7 min.). W analizowanym okresie program ten oglądało każdego dnia 17% populacji przez 40 minut dziennie.

**Natomiast udział w rynku programu Puls 2 zwiększył się o 1,1 punktu procentowego** w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego i **wyniósł 1,3%**. Każdego dnia program ten oglądało 8,6% ludności Polski (przed rokiem 2,1%). Widz poświęcał na jego oglądanie średnio 34 min. w ciągu doby tj. o 19 minut więcej niż przed rokiem

**Wzrost udziałów obserwowany był także w przypadku programu TVN 7. Jego udział zwiększył się o 0,9 punktu procentowego i wyniósł 3,6%** (przed rokiem 2,7%). Na wzrost wpłynęło zarówno wydłużenie się czasu oglądania programu jak i większy zasięg dzienny. Każdego dnia program ten oglądało 20,5% ludności Polski (o 3,9 punktu proc. więcej niż w roku ubiegłym). Widz poświęcał na jego oglądanie średnio 38 min. w ciągu doby tj. o 3 minuty więcej niż przed rokiem.

Udziały pozostałych programów wraz z zaznaczeniem zmiany przedstawiono w tabeli.

**Tab. 4. Udziały pozostałych programów zarówno koncesjonowanych jak i nie posiadających polskiej koncesji (uwzględniono programy, które osiągnęły co najmniej 0,2% udziału w III kw. 2013).**

<b>Program</b>	<b>III kwart. 2013</b>	<b>III kwart.2012</b>	<b>ZMIANA (pp)</b>
TVN24	3,32%	3,28%	0,04%
TV4	2,65%	2,55%	0,10%
Polsat2	1,85%	1,46%	0,39%
Polsat News	1,16%	0,96%	0,20%
TTV - Twoja Telewizja	1,14%	0,38%	0,76%
Polsat Sport	1,13%	0,62%	0,51%
Polo TV	0,88%	0,55%	0,33%
ATM Rozrywka	0,86%	0,32%	0,54%
Eska TV	0,83%	0,47%	0,36%
AXN	0,78%	0,92%	-0,14%
Disney Channel	0,77%	0,96%	-0,19%
MiniMini+	0,77%	0,67%	0,10%
Kino Polska	0,75%	0,78%	-0,03%
Eurosport	0,70%	0,91%	-0,21%
Discovery	0,70%	0,55%	0,15%
TV6	0,69%	0,22%	0,47%
TVN Style	0,66%	0,65%	0,01%
Nickelodeon	0,60%	0,63%	-0,03%
Disney Junior	0,60%	0,54%	0,06%
Cartoon Network	0,50%	0,78%	-0,28%
Polsat Play	0,50%	0,35%	0,15%
Polsat Sport News	0,50%	0,00%	0,50%
National Geographic	0,45%	0,54%	-0,09%
Disney XD	0,44%	0,61%	-0,17%
TLC	0,43%	0,55%	-0,12%
TVN Turbo	0,43%	0,48%	-0,05%
Comedy Central	0,40%	0,44%	-0,04%
Polsat Film	0,39%	0,28%	0,11%
Investigation Discovery	0,37%	0,18%	0,19%
TVS	0,34%	0,38%	-0,04%
Polsat Cafe	0,34%	0,31%	0,03%
Nickelodeon HD	0,32%	0,00%	0,32%
Polsat JimJam	0,30%	0,38%	-0,08%
Discovery Science	0,29%	0,28%	0,01%
4fun.tv	0,28%	0,36%	-0,08%
Superstacja	0,26%	0,26%	0,00%
VIVA Polska	0,25%	0,41%	-0,16%
13 Ulica	0,25%	0,36%	-0,11%
Animal Planet	0,25%	0,28%	-0,03%
HISTORY	0,25%	0,19%	0,06%
Polsat Sport Extra	0,24%	0,14%	0,10%
Tele5	0,23%	0,27%	-0,04%
Eurosport2	0,22%	0,12%	0,10%
Nick Jr	0,22%	0,00%	0,22%
Comedy Central Family	0,21%	0,21%	0,00%
Canal+ Sport	0,21%	0,17%	0,04%
Ale Kino+	0,20%	0,30%	-0,10%
HBO	0,20%	0,26%	-0,06%
teleTOON+	0,20%	0,20%	0,00%

**Załącznik 1**

<b>Ranking programów w III kwartale 2013<sup>1</sup></b>			
<b>LP</b>	<b>Program</b>	<b>Widownia (AMR)</b>	<b>Udział (SHR%)</b>
1.	TVP1	649 775	12,05%
2.	Polsat	646 987	12,00%
3.	TVN	613 753	11,39%
4.	TVP2	488 594	9,06%
5.	TVN7	192 666	3,57%
6.	TVN24	178 922	3,32%
7.	TV PULS	173 388	3,22%
8.	TVP INFO	152 601	2,83%
9.	TV4	142 765	2,65%
10.	Polsat2	99 480	1,85%
11.	TVP Seriale	78 918	1,46%
12.	Puls 2	72 135	1,34%
13.	Polsat News	62 796	1,16%
14.	TTV - Twoja Telewizja	61 339	1,14%
15.	Polsat Sport	61 011	1,13%
16.	Polo TV	47 696	0,88%
17.	ATM Rozrywka	46 537	0,86%
18.	Eska TV	44 654	0,83%
19.	TVP Polonia	43 025	0,80%
20.	AXN	42 070	0,78%
21.	MiniMini+	41 646	0,77%
22.	Disney Channel	41 475	0,77%
23.	TVP Rozrywka	40 841	0,76%
24.	Kino Polska	40 378	0,75%
25.	Eurosport	37 928	0,70%
26.	Discovery	37 915	0,70%
27.	TV6	37 392	0,69%
28.	TVN Style	35 662	0,66%
29.	Disney Junior	32 344	0,60%
30.	Nickelodeon	32 223	0,60%
31.	TVP Historia	31 623	0,59%
32.	Polsat Play	27 012	0,50%
33.	Cartoon Network	26 741	0,50%
34.	Polsat Sport News	26 708	0,50%
35.	TVP Kultura	26 648	0,49%
36.	National Geographic	24 458	0,45%
37.	Disney XD	23 918	0,44%

<sup>1</sup> Uwzględniono wszystkie programy badane przez Nielsen Audience Measurement o widowni (AMR) powyżej 1000 osób

Ranking programów w III kwartale 2013 <sup>1</sup>			
LP	Program	Widownia (AMR)	Udział (SHR%)
38.	TLC	23 429	0,43%
39.	TVN Turbo	23 214	0,43%
40.	Comedy Central	21 707	0,40%
41.	TVP HD	21 504	0,40%
42.	Polsat Film	21 229	0,39%
43.	Investigation Discovery	19 991	0,37%
44.	TVS	18 253	0,34%
45.	Polsat Cafe	18 221	0,34%
46.	TVP Sport	18 088	0,34%
47.	Nickelodeon HD	17 296	0,32%
48.	Polsat JimJam	16 384	0,30%
49.	Discovery Science	15 563	0,29%
50.	4fun.tv	15 033	0,28%
51.	Superstacja	13 941	0,26%
52.	HISTORY	13 646	0,25%
53.	VIVA Polska	13 413	0,25%
54.	13 Ulica	13 372	0,25%
55.	Animal Planet	13 212	0,25%
56.	Polsat Sport Extra	13 042	0,24%
57.	Tele5	12 222	0,23%
58.	Nick Jr	12 059	0,22%
59.	Eurosport2	11 821	0,22%
60.	Canal+ Sport	11 330	0,21%
61.	Comedy Central Family	11 066	0,21%
62.	teleTOON+	10 948	0,20%
63.	Ale Kino+	10 770	0,20%
64.	HBO	10 536	0,20%
65.	Canal+	10 379	0,19%
66.	Canal+ Family	10 217	0,19%
67.	nSport	10 049	0,19%
68.	Universal Channel	10 013	0,19%
69.	Nat Geo Wild	9 331	0,17%
70.	Orange Sport	8 610	0,16%
71.	kuchnia+	8 474	0,16%
72.	BBC Knowledge	7 888	0,15%
73.	FilmBox	7 883	0,15%
74.	MTV Polska	7 719	0,14%
75.	TVN Meteo	7 409	0,14%
76.	FOXLife	7 348	0,14%
77.	TCM	7 149	0,13%
78.	Domo+	6 993	0,13%
79.	Discovery World	6 965	0,13%
80.	Boomerang	6 750	0,13%
81.	BBC Entertainment	6 734	0,12%

Ranking programów w III kwartale 2013 <sup>1</sup>			
LP	Program	Widownia (AMR)	Udział (SHR%)
82.	Planete+	6 675	0,12%
83.	Polsat Crime & Investigation Network	6 551	0,12%
84.	Polsat Viasat History	6 425	0,12%
85.	Canal+ Film	6 400	0,12%
86.	CBS Europa	6 314	0,12%
87.	ITV	6 147	0,11%
88.	HBO2	6 086	0,11%
89.	BBC CBeebies	5 756	0,11%
90.	FOX	5 735	0,11%
91.	HBO Comedy	5 580	0,10%
92.	AXN White	5 577	0,10%
93.	Canal+ Family 2	5 054	0,09%
94.	CBS Reality	4 934	0,09%
95.	Canal+ Film 2	4 917	0,09%
96.	Polonia1	4 171	0,08%
97.	Travel Channel	4 135	0,08%
98.	TV.DISCO	3 958	0,07%
99.	TVN CNBC	3 765	0,07%
100.	Polsat Food	3 706	0,07%
101.	AXN Black	3 600	0,07%
102.	BBC Lifestyle	3 525	0,07%
103.	Polsat Biznes	3 487	0,06%
104.	Extreme Sports	3 301	0,06%
105.	Stars.tv	2 859	0,05%
106.	Discovery Historia	2 329	0,04%
107.	CBS Drama	2 207	0,04%
108.	Scifi Universal	2 194	0,04%
109.	Polsat Viasat Explorer	2 156	0,04%
110.	VH 1	2 110	0,04%
111.	MGM	2 086	0,04%
112.	CBS Action	1 824	0,03%
113.	Religia.tv	1 799	0,03%
114.	Rebel.tv	1 763	0,03%
115.	Cinemax	1 583	0,03%
116.	Polsat Viasat Nature	1 423	0,03%
117.	Discovery Turbo Xtra	1 331	0,02%
118.	TVR	1 304	0,02%
119.	Cinemax2	1 161	0,02%
120.	LOVE	1 159	0,02%
121.	Viacom Blink	1 063	0,02%

Analiza i oprac. Justyna Reisner