

GLEDANOST TELEVIZIJSKIH PROGRAMA LISTOPAD 2015.

Agencija za elektroničke medije u suradnji sa AGB Nielsenom, specijaliziranom agencijom za istraživanje gledanosti televizije, mjesečno će donositi analize gledanosti televizije u Hrvatskoj.

Istraživanje provodi AGB Nielsen, a svi podaci o gledanosti TV programa dobiveni su elektronskim mjerenjem gledanosti TV programa. Podaci su reprezentativni za kompletnu populaciju Republike Hrvatske stariju od 4 godine koja živi u kućanstvu s ispravnim TV prijemnikom (populacija od 4.090.004 stanovnika), dalje navedeno kao „ciljna skupina 4+“. Također u grafičkim prikazima nalaze se dodatne ciljne skupine, i to muškarci i žene 18-49 i 18-54.

Konsumacija TV-a u listopadu 2015. godine

Prema podacima o gledanosti AGB Nielsena u listopadu 2015. godine smo proveli 5,5% više vremena konzumirajući TV nego u istom razdoblju prošle godine. Naime ATV* ili prosječan broj minuta gledanja TV sadržaja po pojedincu iz ciljne skupine 4+ za listopad 2015. je iznosio 267 minute, usporedno s istim periodom prošle godine kada je ATV iznosio 253 minutu.

* ATV – Average Time Viewed – Prosječan broj minuta konzumacije TV sadržaja po pojedincu iz odabrane ciljne skupine (u prosjek ulaze i oni pojedinci iz ciljne skupine koji nisu gledali televiziju)

GLEDANOST TELEVIZIJSKIH KANALA - LISTOPAD 2015.

Lista 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) *

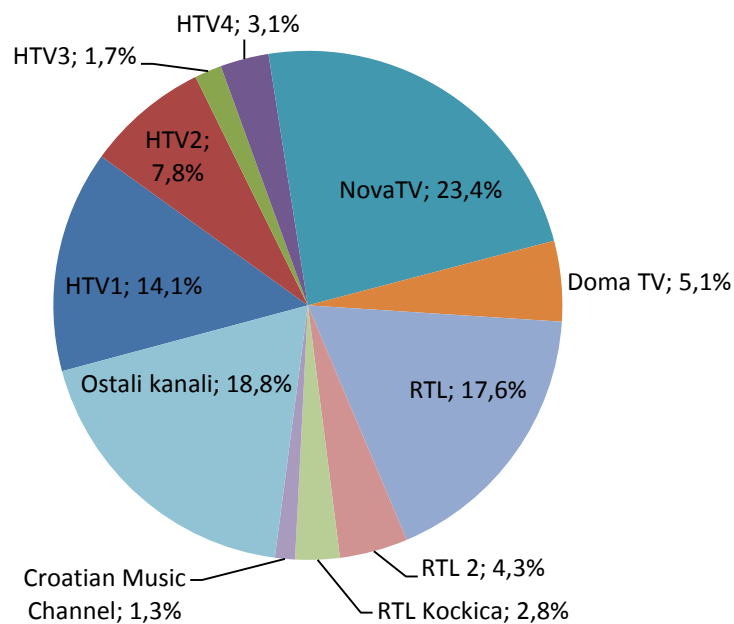
	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
Cijeli dan	HTV1	14,11%	10,07%	11,22%
	HTV2	7,78%	7,83%	7,92%
	HTV3	1,72%	1,47%	1,51%
	HTV4	3,08%	1,83%	1,99%
	NovaTV	23,39%	22,28%	22,94%
	Doma TV	5,11%	5,01%	5,27%
	RTL	17,62%	19,15%	18,46%
	RTL 2	4,34%	5,71%	5,43%
	RTL Kockica	2,82%	3,54%	2,99%
	Croatian Music Channel	1,27%	1,75%	1,57%

	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
19 do 23h	HTV1	11,08%	8,63%	9,41%
	HTV2	7,65%	8,90%	8,82%
	HTV3	1,10%	1,04%	1,10%
	HTV4	1,57%	1,30%	1,32%
	NovaTV	31,59%	28,59%	29,72%
	Doma TV	5,45%	5,58%	5,81%
	RTL	21,14%	22,84%	21,62%
	RTL 2	4,15%	6,13%	5,66%
	RTL Kockica	0,97%	1,26%	1,04%
	Croatian Music Channel	0,53%	0,68%	0,62%

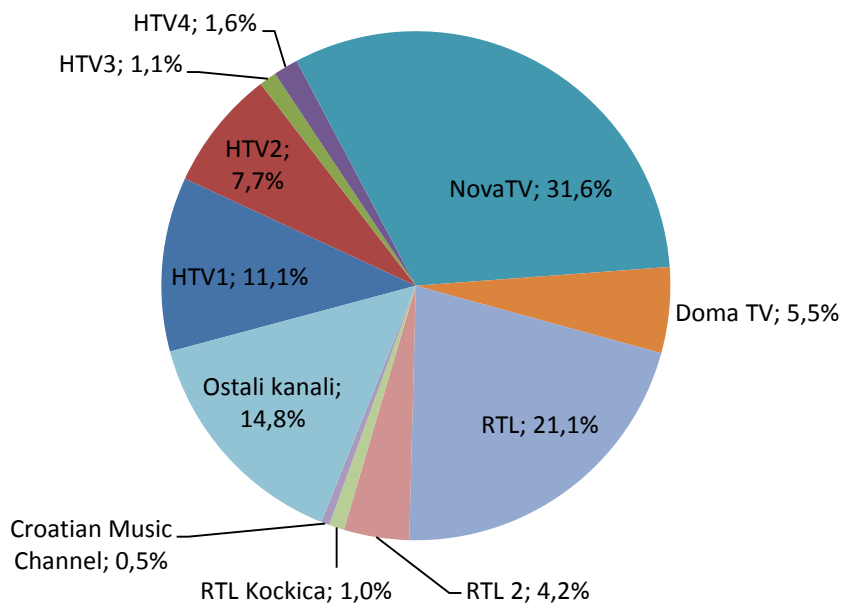
* SHR (share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.

Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 4+.

Vremensko razdoblje cijeli dan

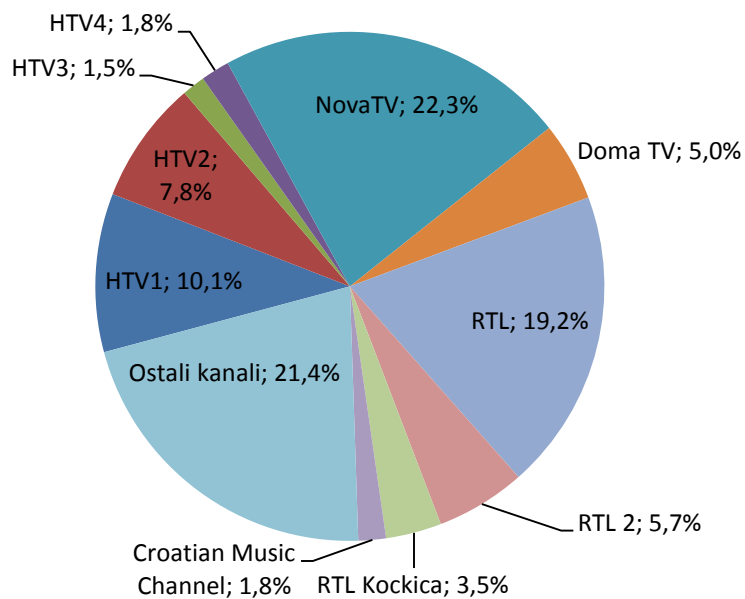


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

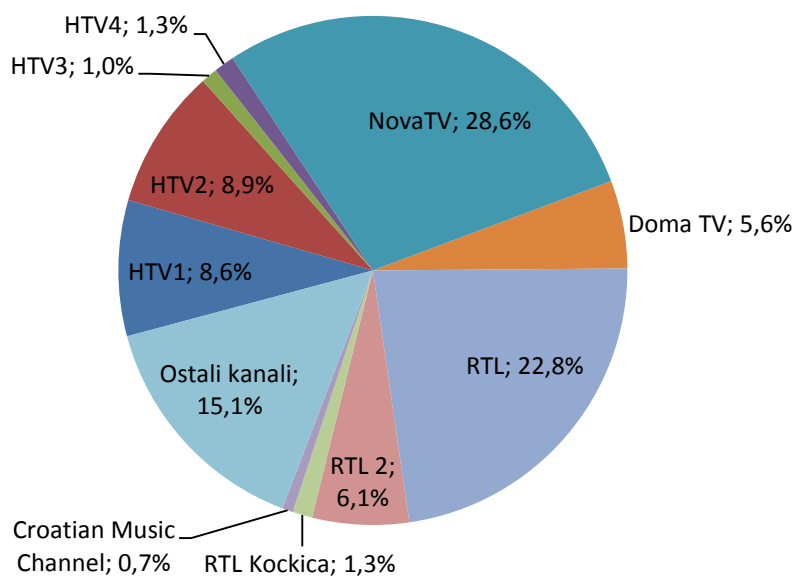


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-49.

Vremensko razdoblje cijeli dan

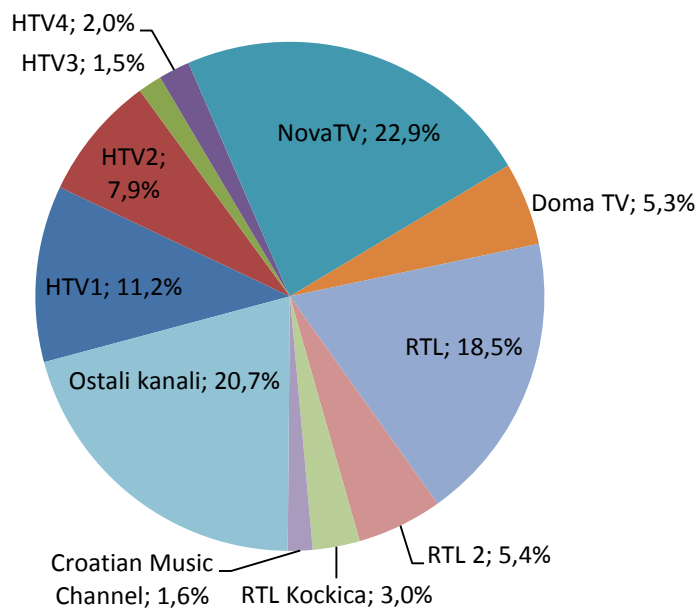


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

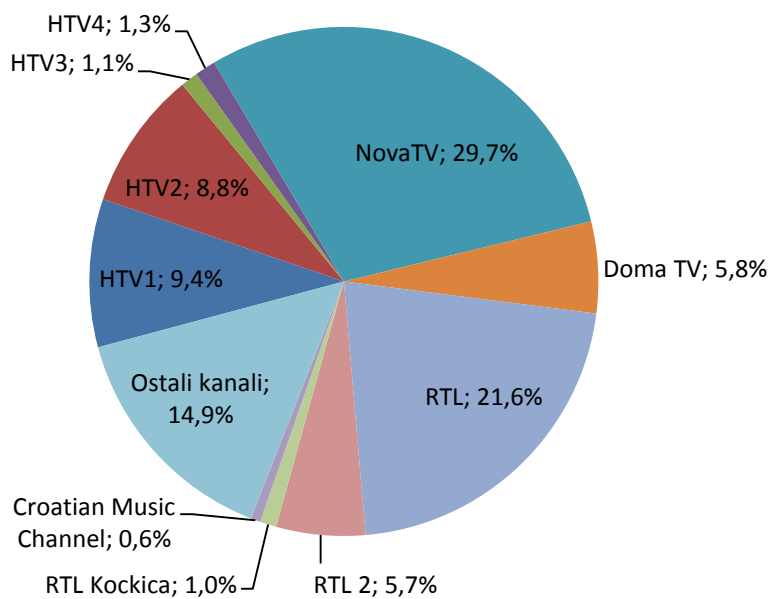


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-54.

Vremensko razdoblje cijeli dan



Vremensko razdoblje od 19 do 23h



Top 10 najgledanijih emisija u listopadu 2015.*

Ciljna skupina 4+

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	25.10.2015	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:11	771.967	18,87%	41,32%
2	13.10.2015	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA EP - PRIJENOS: MALTA - HRVATSKA	20:38	22:39	748.805	18,31%	39,14%
3	4.10.2015	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:13	22:55	730.089	17,85%	38,62%
4	6.10.2015	NovaTV	FARMA - DNEVNA EMISIJA	20:17	21:28	719.508	17,59%	38,76%
5	11.10.2015	HTV1	VRIJEME DANAS HTV	12:17	12:19	663.938	16,23%	54,10%
6	11.10.2015	HTV1	SPORT - EMISIJA POSLIJE DNEVNIKA U PODNE	12:13	12:17	661.617	16,18%	54,61%
7	10.10.2015	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA EP - PRIJENOS: HRVATSKA - BUGARSKA	20:38	22:39	623.031	15,23%	33,71%
8	11.10.2015	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:30	13:20	599.818	14,67%	47,19%
9	11.10.2015	HTV1	DNEVNIK U PODNE	12:00	12:13	594.558	14,54%	49,75%
10	11.10.2015	HTV1	NEDJELJOM U DVA - POLITICKA EMISIJA	14:00	15:00	584.178	14,28%	42,19%

* U top listu ne ulaze duplicirani programi, a od sadržaja koji imaju više od 1 epizode ulazi samo najgledanija epizoda

Top 10 najgledanijih emisija u listopadu 2015.*

Ciljna skupina 18-49

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	4.10.2015	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:13	22:55	326.429	18,00%	45,56%
2	13.10.2015	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA EP - PRIJENOS: MALTA - HRVATSKA	20:38	22:39	284.538	15,69%	40,72%
3	25.10.2015	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:11	230.192	12,70%	36,03%
4	4.10.2015	RTL	BIG BROTHER - IZ KUĆE	22:19	23:03	227.497	12,55%	33,30%
5	2.10.2015	RTL	BIG BROTHER - TJEDNA EMISIJA	21:00	23:21	217.548	12,00%	35,31%
6	28.10.2015	NovaTV	FARMA - DNEVNA EMISIJA	20:15	21:32	201.314	11,10%	34,53%
7	10.10.2015	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA EP - PRIJENOS: HRVATSKA - BUGARSKA	20:38	22:39	201.066	11,09%	32,30%
8	31.10.2015	RTL	ZVJEZDICE - GLAZBENI SHOW	20:09	23:05	197.390	10,89%	33,15%
9	4.10.2015	RTL	BIG BROTHER - DNEVNA EMISIJA	21:02	22:19	195.664	10,79%	26,26%
10	13.10.2015	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA EP - EMISIJA	21:36	21:44	193.561	10,68%	26,77%

* U top listu ne ulaze duplicirani programi, a od sadržaja koji imaju više od 1 epizode ulazi samo najgledanija epizoda

Top 10 najgledanijih emisija u listopadu 2015.*

Ciljna skupina 18-54

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	4.10.2015	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:13	22:55	404.543	18,98%	44,25%
2	13.10.2015	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA EP - PRIJENOS: MALTA - HRVATSKA	20:38	22:39	363.267	17,04%	41,41%
3	25.10.2015	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:11	312.844	14,67%	38,19%
4	28.10.2015	NovaTV	FARMA - DNEVNA EMISIJA	20:15	21:32	286.841	13,45%	37,24%
5	4.10.2015	RTL	BIG BROTHER - IZ KUĆE	22:19	23:03	276.267	12,96%	32,28%
6	10.10.2015	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA EP - PRIJENOS: HRVATSKA - BUGARSKA	20:38	22:39	269.690	12,65%	33,84%
7	26.10.2015	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:26	22:23	252.560	11,85%	32,66%
8	2.10.2015	RTL	BIG BROTHER - TJEDNA EMISIJA	21:00	23:21	252.357	11,84%	31,94%
9	13.10.2015	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA EP - EMISIJA	21:36	21:44	251.361	11,79%	27,86%
10	7.10.2015	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	22:22	23:05	247.184	11,59%	34,19%

* U top listu ne ulaze duplicirani programi, a od sadržaja koji imaju više od 1 epizode ulazi samo najgledanija epizoda

GLOBALNI TRENDOVI

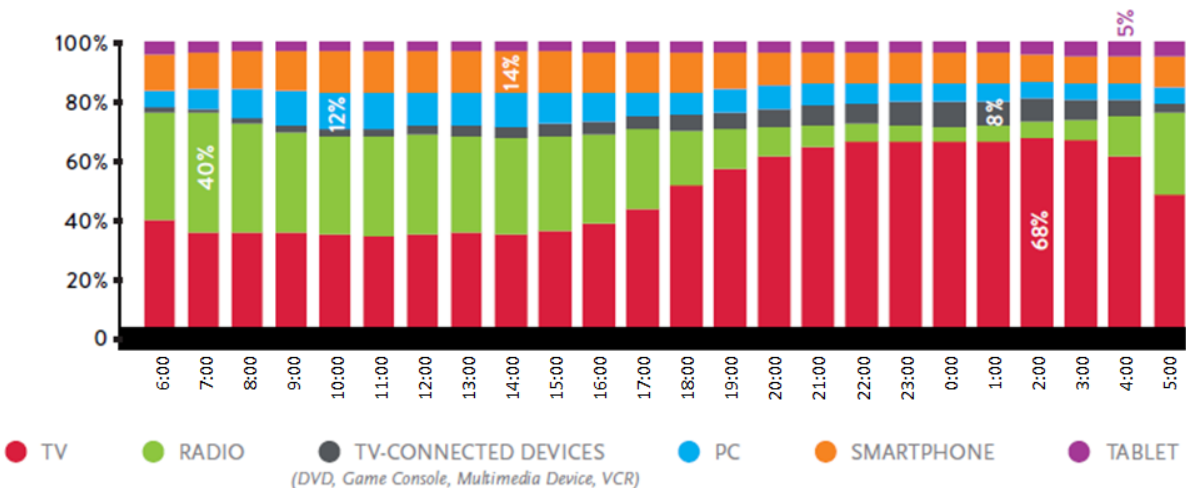
Total Audience Measurement

Kroz protekle dvije godine Nielsen je započeo s procesom razvoja i integracije [Total Audience Measurement-a](#) s ciljem otvaranja vrata mjerenju cjelokupnog spektra gledatelja koji konzumiraju video sadržaj, ne samo linearno putem TV-a, već i putem svih dodatnih platformi poput DVR-a, VOD-a, uređaja priključenih na TV (Xbox, Apple TV i Roku), mobitela, računala i tableta. Od rujna ove godine [televizijska kuća CBS](#) prvi je službeni korisnik usluge na području SAD-a čime osim dosadašnjih TV ratinga, sada ujedno prati i gledanost sadržaja konzumiranih putem digitalnih platformi.

Trendovi kretanja tržišta - TV, radio i digitalne platforme

Prema globalnim Nielsen podacima za svibanj 2015. godine, usporedbom televizijske gledanosti, konzumacije radio sadržaja kao i sadržaja ostalih digitalnih platformi (PC, mobitel i tablet) na području Sjedinjenih Američkih Država za populaciju 18+ godina, možemo uočiti da je:

- Najveća gledanost TV-a u razdoblju od 06,00 do 18,00 sati
- Udio uređaja priključenih na TV raste u kasno poslijepodne (nakon 18,00 sati)
- Najveća konzumacija radija bilježi se u periodu od 06,00 do 18,00 sati
- Konzumacija sadržaja putem računala raste u razdoblju dnevnog radnog vremena (09,00 do 16,00 sati)
- U prosjeku jedna od 6 osoba konzumira sadržaje putem mobitela i tableta



Metodologija

- Istraživanje provodi AGB Nielsen istraživanje medija d.o.o.
- Svi podaci o gledanosti TV programa dobiveni su elektronskim mjerenjem gledanosti TV programa na panelu televizijskih gledatelja koji je nacionalno reprezentativan. Ova mjerenja se svakodnevno obavljaju uz pomoć 1150 posebnih mjerača gledanosti (peoplemetar) koji su ugrađeni u ukupno 810 kućanstava širom Republike Hrvatske. Svako kućanstvo je pažljivo izabrano kako bi predstavljalo sva kućanstva sličnih karakteristika u cijeloj državi.
- Podaci su reprezentativni za kompletnu populaciju Republike Hrvatske stariju od 4 godine koja živi u kućanstvu s ispravnim TV prijemnikom (populacija od 4.090.004 stanovnika), dalje navedeno kao „ciljna skupina 4+“.
- Grafički prikazi također sadrže dodatne ciljne skupine, i to muškarci i žene 18-49 i 18-54.
- Pri analizi gledanosti TV programa prikazani su podaci na razinama:
 - cijeli dan – kao dan uzima se vremenski period od dva sata u noći do dva sata u noći sljedećeg dana (02:00-02:00). Razlog leži u činjenici što gledanje televizije u večernjim satima često prelazi ponoć, a ovakav pristup olakšava analize gledanosti TV programa.
 - 19 do 23h – prime time – udarni termin; dio dana sa najvećom gledanosti.
- Podaci o gledanosti izraženi su kroz:
 - AMR (%) – Average Minute Rating – označava prosječan broj (ili postotak %) pojedinaca određene ciljne skupine, koji su gledali određeni kanal, emisiju ili određeni vremenski interval.
 - SHR – Share – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala, emisije, ili vremenskog intervala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.
 - ATV – Average Time Viewed – Prosječan broj minuta konzumacije TV sadržaja po pojedincu iz odabrane ciljne skupine (u prosjek ulaze i oni pojedinci iz ciljne skupine koji nisu gledali televiziju).