

## **GLEĐANOST TELEVIZIJSKIH PROGRAMA LIPANJ 2014.**

Agencija za elektroničke medije u suradnji sa AGB Nielsenom, specijaliziranom agencijom za istraživanje gledanosti televizije, svakog mjeseca donosi 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.

### **Lipanj 2014. obilježen početkom Svjetskog nogometnog prvenstva**

Prema podacima o gledanosti AGB Nielsena lipanj 2014. godine proveli smo u ozračju Svjetskog nogometnog prvenstva.

Usporedbom prve faze natjecanja na posljednja tri svjetska prvenstva u nogometu, prva faza natjecanja na svjetskom prvenstvu u Njemačkoj 2006. bila je u prosjeku gledanija od prve faze natjecanja u Brazilu. Također, utakmice hrvatske nogometne reprezentacije u grupnoj fazi 2006. bile su gledanije nego na svjetskom prvenstvu 2014. godine. No, pri tome treba uzeti u obzir i vrijeme emitiranja, jer su se utakmice na prvenstvu u Njemačkoj igrale u udarnim terminima, dok je utakmice u Brazilu hrvatska reprezentacija počinjala u 22 sata ili u ponoć. Dakako, utakmice hrvatske reprezentacije dosad su najgledaniji susreti na svjetskom prvenstvu u Brazilu, a nakon njih slijede utakmice skupine s kojom se skupina u kojoj je igrala Hrvatska „križala“ nakon prve faze. Otvaranje svjetskog prvenstva u Brazilu bilo je gledanije od otvaranja protekla dva svjetska prvenstva, vjerojatno stoga što je igrala hrvatska reprezentacija. Utakmicu Hrvatska – Brazil gledalo je tako ukupno 1.535.714 gledatelja, odnosno 37,55 %, dok je utakmicu s Meksikom pratilo 36,71 %, a s Kamerunom 28,12 % stanovništva.

Usporedbe radi, utakmice Svjetskog nogometnog prvenstva u Brazilu emitirane u lipnju 2014. godine nisu ušle u top 5 najgledanijih sportskih prijenosa od 2003. godine, od kad AGB Nielsen u Hrvatskoj mjeri gledanost.

## GLEDANOST TELEVIZIJSKIH KANALA - LIPANJ 2014.

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

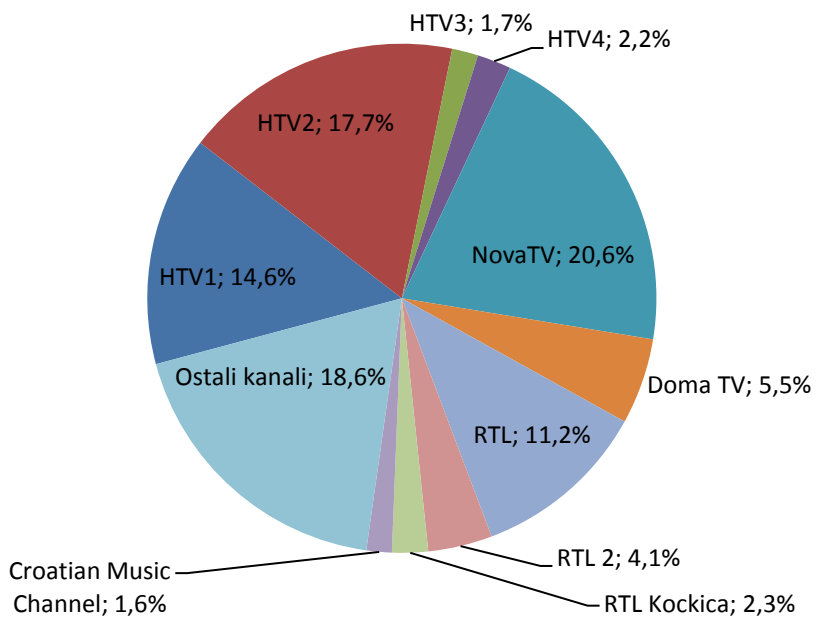
	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
<b>Cijeli dan</b>	HTV1	14,63%	9,75%	11,53%
	HTV2	17,71%	20,36%	19,84%
	HTV3	1,66%	1,32%	1,46%
	HTV4	2,15%	1,58%	1,73%
	NovaTV	20,60%	18,16%	18,57%
	Doma TV	5,46%	5,12%	5,09%
	RTL	11,22%	12,26%	12,60%
	RTL 2	4,08%	5,47%	5,09%
	RTL Kockica	2,28%	2,27%	1,97%
	Croatian Music Channel	1,61%	2,19%	2,01%

	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
<b>19 do 23h</b>	HTV1	10,44%	7,72%	8,95%
	HTV2	21,75%	25,93%	25,08%
	HTV3	0,98%	0,84%	0,90%
	HTV4	1,26%	0,90%	1,02%
	NovaTV	27,02%	22,16%	22,91%
	Doma TV	6,91%	6,57%	6,41%
	RTL	11,98%	13,24%	13,59%
	RTL 2	2,99%	4,61%	4,27%
	RTL Kockica	1,29%	1,33%	1,15%
	Croatian Music Channel	0,98%	1,48%	1,30%

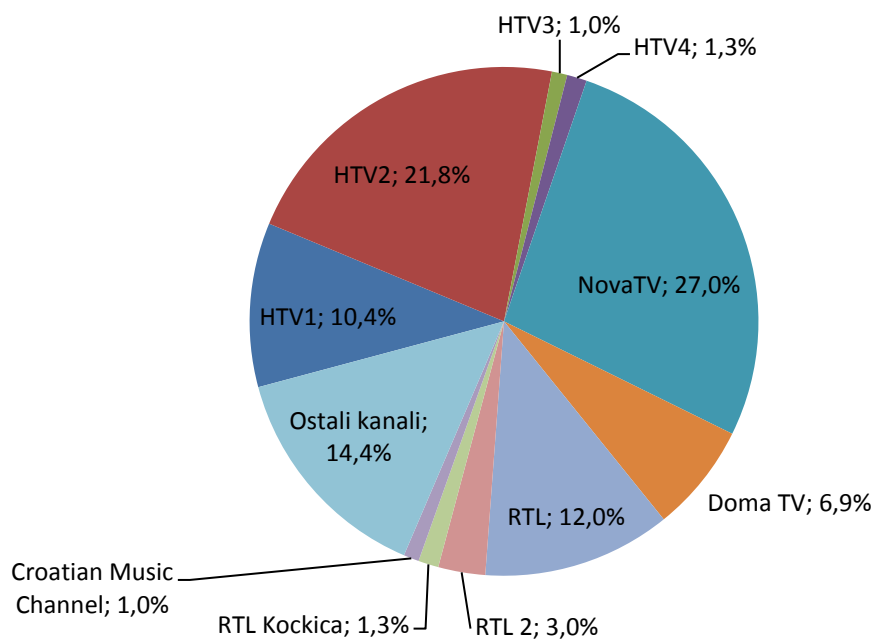
\* SHR (share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.

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

**Vremensko razdoblje cijeli dan**

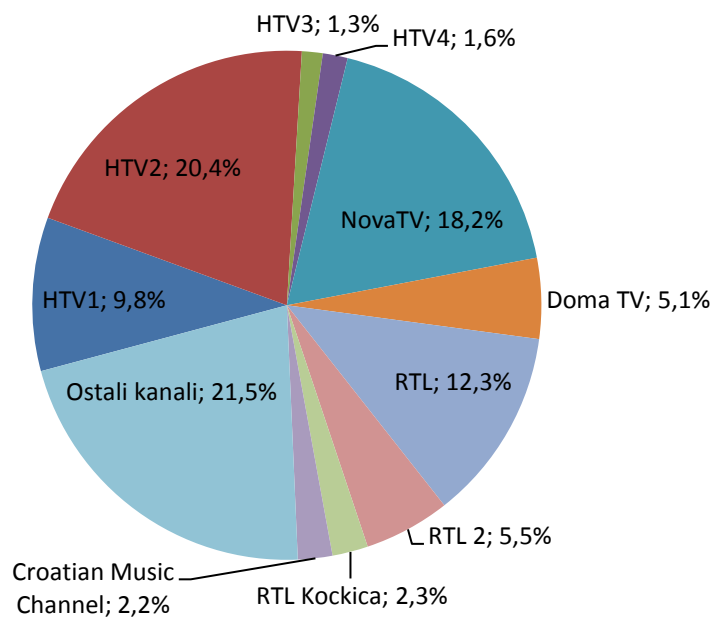


**Vremensko razdoblje od 19 do 23h**

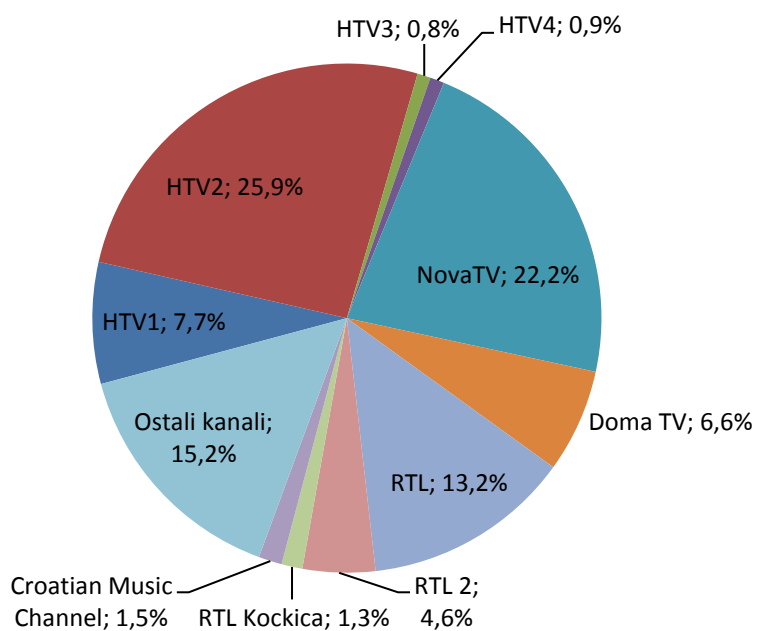


**Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-49**

**Vremensko razdoblje cijeli dan**

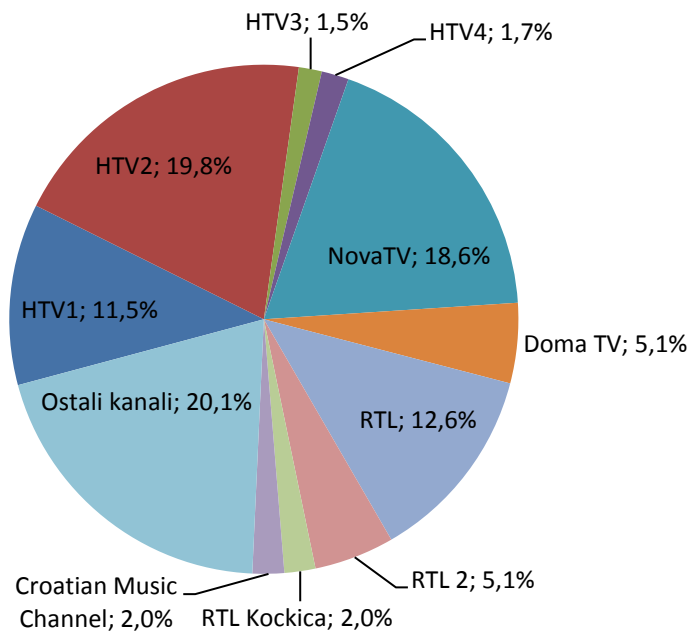


**Vremensko razdoblje od 19 do 23h**

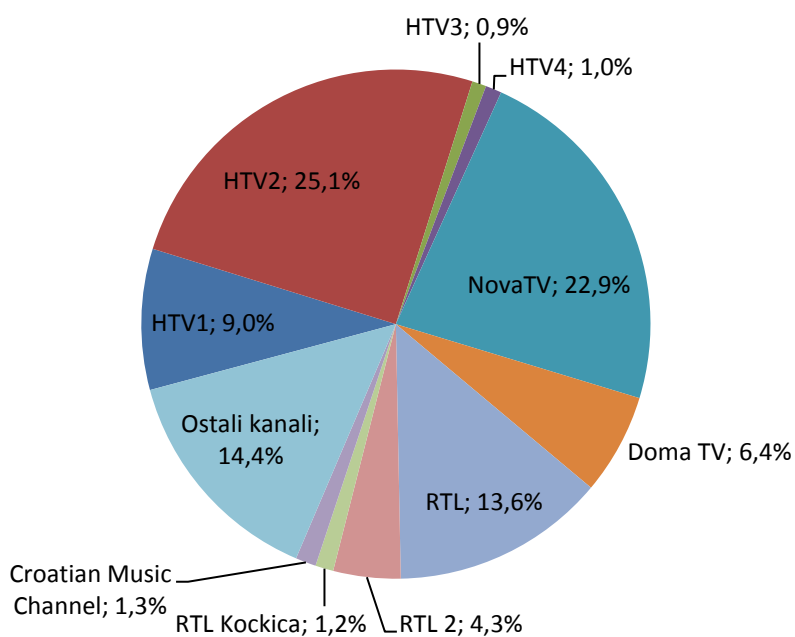


**Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-54**

**Vremensko razdoblje cijeli dan**



**Vremensko razdoblje od 19 do 23h**



## Top 10 najgledanijih emisija u lipnju 2014.

### Ciljna skupina 4+

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	12.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: BRAZIL - HRVATSKA	21:50	23:59	1.535.714	37,55%	81,29%
2	23.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: HRVATSKA - MEKSIKO	21:52	23:57	1.501.364	36,71%	79,89%
3	18.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: KAMERUN - HRVATSKA	23:53	25:53	1.149.910	28,12%	83,83%
4	17.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: BRAZIL - MEKSIKO	20:49	22:55	782.428	19,13%	44,41%
5	18.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: SPANJOLSKA - CILE	20:49	22:59	694.726	16,99%	42,58%
6	1.6.2014	HTV1	SPORT - EMISIJA POSLIJE DNEVNIKA U PODNE	12:15	12:18	685.363	16,76%	61,92%
7	1.6.2014	HTV1	VRIJEME DANAS HTV	12:18	12:20	677.811	16,57%	60,41%
8	1.6.2014	NovaTV	CELEBRITY MASTERCHEF HRVATSKA - REALITY SHOW	21:14	23:03	675.127	16,51%	38,22%
9	1.6.2014	HTV1	DNEVNIK U PODNE	12:00	12:15	650.874	15,91%	61,22%
10	1.6.2014	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:28	13:19	640.582	15,66%	54,02%

## Top 10 najgledanijih emisija u lipnju 2014.

### Ciljna skupina 18-49

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	12.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: BRAZIL - HRVATSKA	21:50	23:59	613.222	33,82%	83,97%
2	23.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: HRVATSKA - MEKSIKO	21:52	23:57	586.079	32,32%	84,38%
3	18.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: KAMERUN - HRVATSKA	23:53	25:53	514.225	28,36%	87,21%
4	17.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: BRAZIL - MEKSIKO	20:49	22:55	317.865	17,53%	49,96%
5	1.6.2014	NovaTV	CELEBRITY MASTERCHEF HRVATSKA - REALITY SHOW	21:14	23:03	270.405	14,91%	39,51%
6	19.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: URUGVAJ - ENGLESKA	20:49	22:57	269.478	14,86%	43,18%
7	18.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: SPANJOLSKA - CILE	20:49	22:59	269.199	14,85%	47,10%
8	15.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: ARGENTINA - BOSNA I HERCEGOVINA	23:49	25:55	261.817	14,44%	71,28%
9	30.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: NJEMACKA - ALZIR	21:50	24:37	251.351	13,86%	49,64%
10	13.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: SPANJOLSKA - NIZOZEMSKA	20:49	22:56	234.319	12,92%	39,72%

## Top 10 najgledanijih emisija u lipnju 2014.

### Ciljna skupina 18-54

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	12.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: BRAZIL - HRVATSKA	21:50	23:59	761.626	35,73%	83,11%
2	23.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: HRVATSKA - MEKSIKO	21:52	23:57	715.839	33,58%	81,20%
3	18.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: KAMERUN - HRVATSKA	23:53	25:53	641.765	30,10%	86,47%
4	17.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: BRAZIL - MEKSIKO	20:49	22:55	401.374	18,83%	49,18%
5	18.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: SPANJOLSKA - CILE	20:49	22:59	352.883	16,55%	47,76%
6	19.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: URUGVAJ - ENGLESKA	20:49	22:57	335.012	15,71%	42,59%
7	1.6.2014	NovaTV	CELEBRITY MASTERCHEF HRVATSKA - REALITY SHOW	21:14	23:03	331.954	15,57%	38,76%
8	30.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: NJEMACKA - ALZIR	21:50	24:37	304.172	14,27%	47,70%
9	15.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: ARGENTINA - BOSNA I HERCEGOVINA	23:49	25:55	302.453	14,19%	68,03%
10	13.6.2014	HTV2	NOGOMET - SP (BRAZIL) - PRIJENOS: SPANJOLSKA - NIZOZEMSKA	20:49	22:56	282.507	13,25%	38,88%



## 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 emisije.
  - 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.