

GLEĐANOST TELEVIZIJSKIH PROGRAMA

LIPANJ 2016.

Agencija za elektroničke medije u suradnji s 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 lipnju 2016. godine

Prema podacima o gledanosti AGB Nielsena u lipnju 2016. godine smo proveli otprilike 7% 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 lipanj 2016. je iznosio 248 minuta, usporedno s istim periodom prošle godine kada je ATV iznosio 230 minuta.

* 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 - LIPANJ 2016.

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

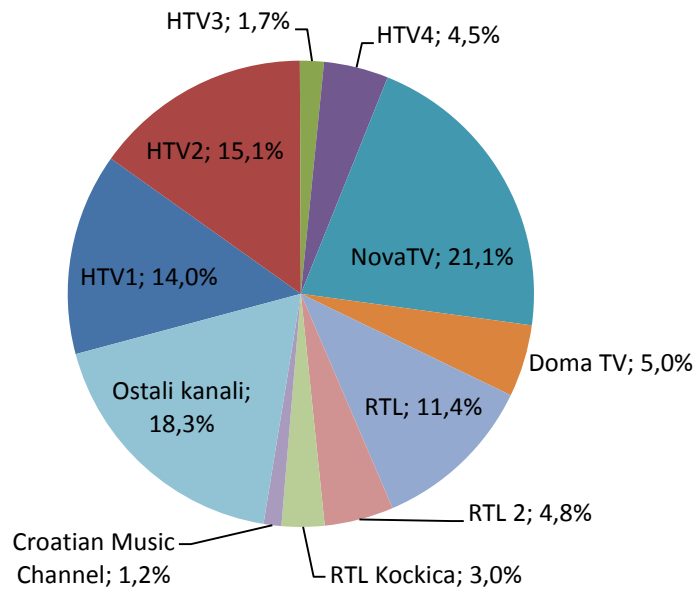
Ciljna skupina		4+	18-49	18-54
Cijeli dan	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
	HTV1	14,01%	9,07%	10,41%
	HTV2	15,09%	17,45%	16,80%
	HTV3	1,66%	1,54%	1,55%
	HTV4	4,48%	1,95%	2,37%
	NovaTV	21,09%	18,82%	18,97%
	Doma TV	5,00%	5,52%	5,73%
	RTL	11,40%	12,90%	12,75%
	RTL 2	4,80%	6,44%	6,18%
	RTL Kockica	2,97%	3,70%	3,12%
Croatian Music Channel	1,23%	1,60%	1,52%	

Ciljna skupina		4+	18-49	18-54
19 do 23h	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
	HTV1	10,89%	7,58%	8,58%
	HTV2	20,28%	24,57%	23,54%
	HTV3	1,15%	1,07%	1,08%
	HTV4	1,64%	0,97%	1,02%
	NovaTV	28,98%	23,61%	23,84%
	Doma TV	5,15%	5,38%	5,90%
	RTL	11,67%	12,77%	12,68%
	RTL 2	3,89%	6,23%	5,98%
	RTL Kockica	1,79%	2,64%	2,26%
Croatian Music Channel	0,74%	0,93%	0,90%	

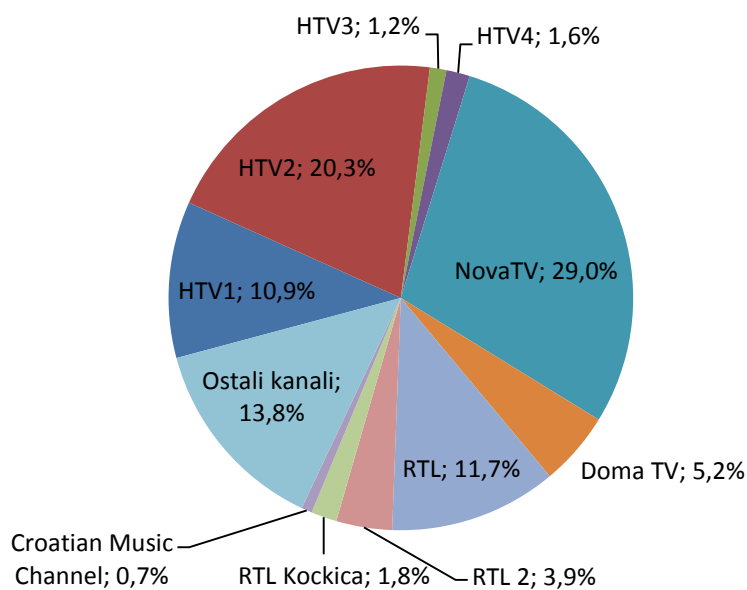
* SHR (share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.

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

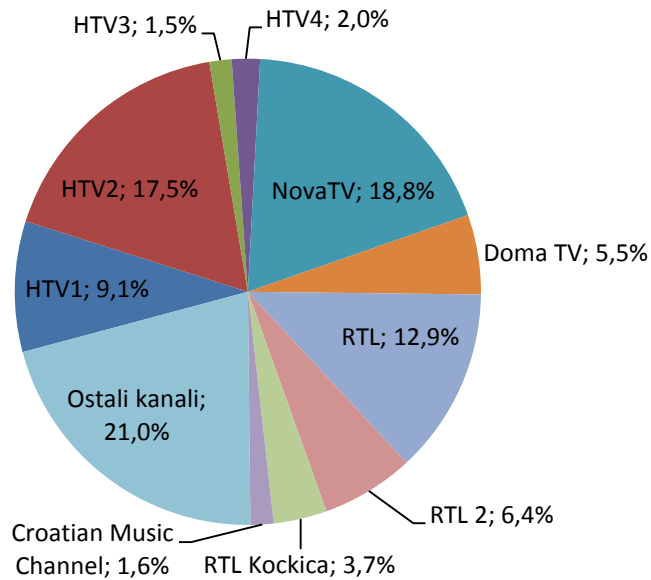


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

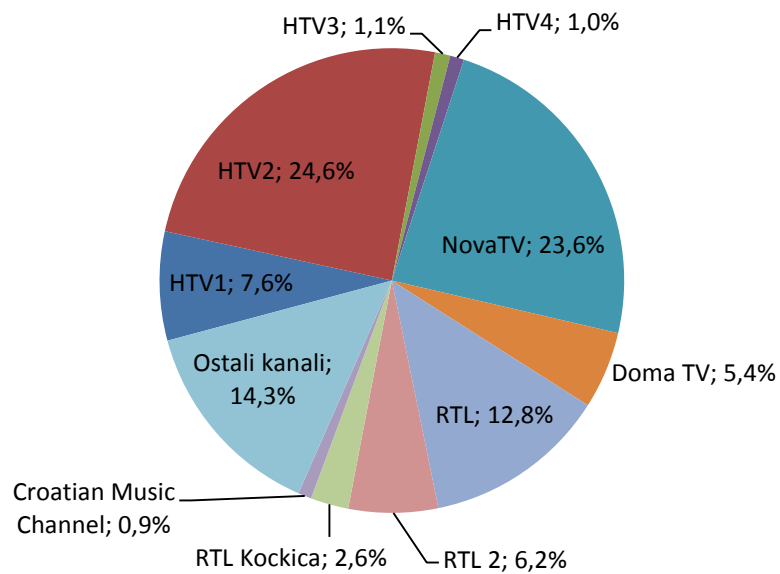


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-49.

Vremensko razdoblje cijeli dan

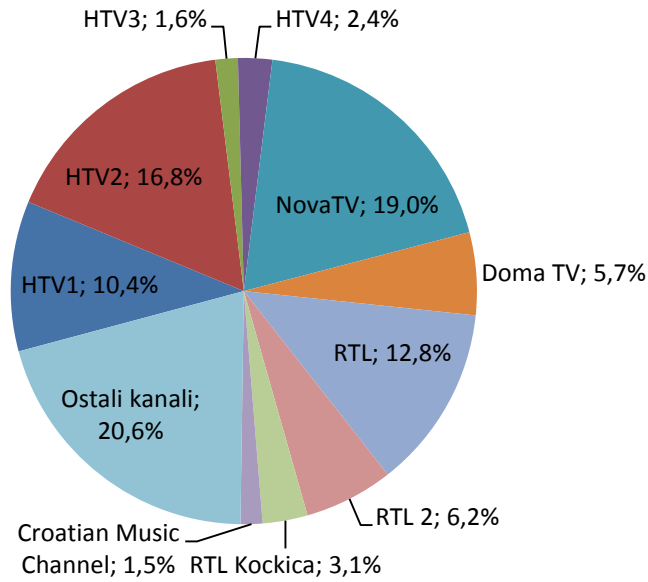


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

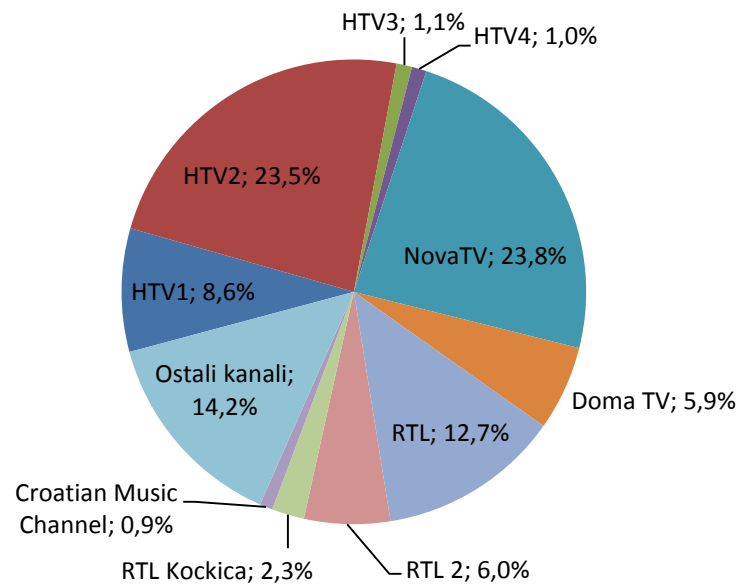


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-54.

Vremensko razdoblje cijeli dan



Vremensko razdoblje od 19 do 23h



Top 10 najgledanijih emisija u lipnju 2016.*

Ciljna skupina 4+

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	25.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (HRVATSKA - PORTUGAL)	20:49	23:38	1.353.348	33,09%	77,25%
2	21.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (HRVATSKA - ŠPANJOLSKA)	20:50	22:57	1.340.475	32,77%	71,52%
3	12.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (TURSKA - HRVATSKA)	14:50	16:57	1.340.000	32,76%	76,99%
4	17.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (ČESKA - HRVATSKA)	17:49	20:00	1.258.477	30,77%	78,07%
5	25.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - EMISIJA	21:52	22:00	1.219.036	29,81%	67,48%
6	08.06.2016	NovaTV	TUDI ZIVOT - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:17	21:45	679.478	16,61%	43,61%
7	19.06.2016	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:34	13:24	657.166	16,07%	54,45%
8	10.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (FRANCUSKA - RUMUNJSKA)	20:55	22:59	652.254	15,95%	39,95%
9	19.06.2016	HTV1	SPORT - EMISIJA POSLIJE DNEVNIKA U PODNE	12:16	12:19	632.934	15,48%	58,13%
10	09.06.2016	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:47	22:42	625.741	15,30%	39,30%

* 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 lipnju 2016.*

Ciljna skupina 18-49

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	12.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (TURSKA - HRVATSKA)	14:50	16:57	518.794	28,61%	80,37%
2	25.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (HRVATSKA - PORTUGAL)	20:49	23:38	508.799	28,06%	79,87%
3	21.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (HRVATSKA - ŠPANJOLSKA)	20:50	22:57	490.975	27,08%	77,18%
4	17.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (ČESKA - HRVATSKA)	17:49	20:00	471.648	26,01%	85,65%
5	25.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - EMISIJA	21:52	22:00	466.578	25,73%	70,49%
6	10.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (FRANCUSKA - RUMUNJSKA)	20:55	22:59	278.884	15,38%	48,63%
7	12.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (NJEMAČKA - UKRAJINA)	20:49	22:54	228.991	12,63%	34,40%
8	13.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (BELGIJA - ITALIJA)	20:49	22:55	221.848	12,24%	37,86%
9	11.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (ENGLESKA - RUSIJA)	20:50	22:52	214.579	11,83%	38,32%
10	06.06.2016	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:46	22:37	212.573	11,72%	33,85%

* 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 lipnju 2016.*

Ciljna skupina 18-54

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	12.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (TURSKA - HRVATSKA)	14:50	16:57	646.322	30,32%	78,81%
2	25.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (HRVATSKA - PORTUGAL)	20:49	23:38	639.106	29,98%	78,75%
3	21.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (HRVATSKA - ŠPANJOLSKA)	20:50	22:57	612.920	28,75%	75,31%
4	17.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (ČESKA - HRVATSKA)	17:49	20:00	594.744	27,90%	84,90%
5	25.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - EMISIJA	21:52	22:00	587.309	27,55%	69,79%
6	10.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (FRANCUSKA - RUMUNJSKA)	20:55	22:59	344.554	16,16%	46,36%
7	12.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (NJEMAČKA - UKRAJINA)	20:49	22:54	278.226	13,05%	32,10%
8	13.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (BELGIJA - ITALIJA)	20:49	22:55	277.181	13,00%	36,57%
9	06.06.2016	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:46	22:37	275.475	12,92%	34,58%
10	16.06.2016	HTV2	NOGOMET - EURO 2016 - PRIJENOS (NJEMAČKA - POLJSKA)	20:49	22:54	261.771	12,28%	34,73%

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

GLOBALNI TREND OVI

Konsumacija sportskih sadržaja je snažna unatoč fragmentaciji medija

Tijekom posljednjih 10 godina medijsko tržište doživjelo je drastičnu transformaciju što je pozitivno utjecalo na gledanje sporta na TV-u. Količina sportskih sadržaja dostupnih na televiziji u naglom je porastu baš kao i količina sati koje pojedinci provedu gledajući iste. U 2015. godini u SAD-u zabilježeno je više od 127.000 sati sportskih programa dostupnih na zemaljskoj i kabelskoj TV te više od 31 milijarde sati gledanja sportskih sadržaja što je za 160% odnosno 41% više u odnosu na 2005. godinu.

Dok je gledanje s vremenskim odmakom (*time-shifted viewing*) u porastu, te u velikoj mjeri mijenja trendove gledanosti za većinu žanrova, sport je i dalje najgledaniji uživo. Prema Nielsen podacima zadnjeg kvartala 2015. godine (Q4 2015) na području Sjedinjenih Američkih Država, 95% ukupnog gledanja sportskih sadržaja je bilo uživo (*live TV*). Za usporedbu, samo 66% gledatelja dramskih serija gleda te sadržaje uživo, vjerojatno kao posljedica povećanog broja opcija koje su danas dostupne za gledanje propuštenih epizoda (*catch up TV*).

93 od 100 najgledanijih TV programa uživo u 2015. godini činili su sportski programi u odnosu na 2005. godinu kada je istih bilo 14.



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).