

GLEDANOST TELEVIZIJSKIH PROGRAMA LIPANJ 2017.

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 2017. godine

Prema podacima o gledanosti AGB Nielsena u lipnju 2017. godine smo proveli 8,8% manje vremena konzumirajući TV u odnosu na lipanj prošle godine. Naime ATV* ili prosječan broj minuta gledanja TV sadržaja po pojedincu iz ciljne skupine 4+ za lipanj 2017. iznosio je 226 minute, usporedno s istim periodom prošle godine kada je ATV iznosio 248 minute.

* 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 2017.

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

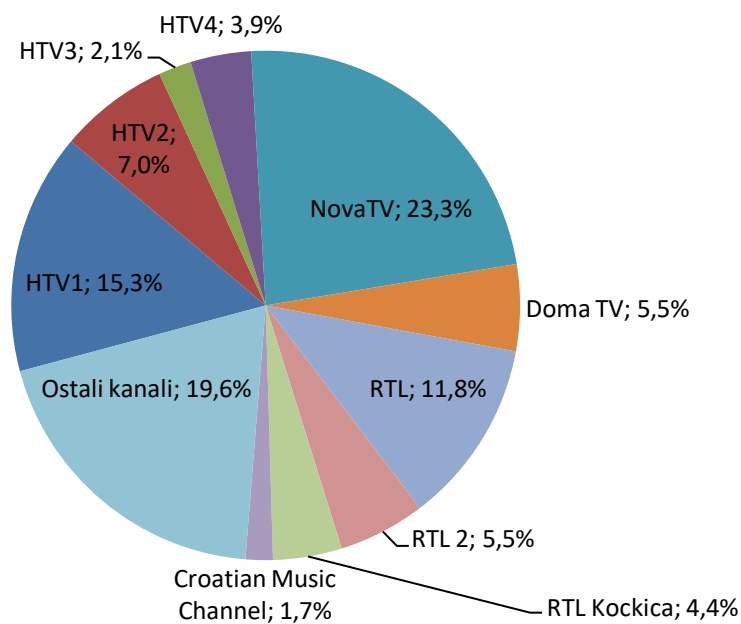
Ciljna skupina		4+	18-49	18-54
Cijeli dan	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
	HTV1	15,32%	9,21%	10,64%
	HTV2	7,00%	6,34%	6,74%
	HTV3	2,08%	1,48%	1,73%
	HTV4	3,86%	1,52%	1,92%
	NovaTV	23,30%	20,45%	21,29%
	Doma TV	5,50%	7,10%	6,89%
	RTL	11,75%	14,73%	14,03%
	RTL 2	5,53%	7,77%	7,36%
	RTL Kockica	4,37%	4,77%	4,20%
	Croatian Music Channel	1,73%	2,78%	2,50%

Ciljna skupina		4+	18-49	18-54
19 do 23h	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
	HTV1	13,19%	8,92%	9,98%
	HTV2	6,73%	6,21%	6,78%
	HTV3	1,44%	1,36%	1,40%
	HTV4	1,63%	1,07%	1,20%
	NovaTV	32,76%	25,50%	27,04%
	Doma TV	6,10%	7,60%	7,21%
	RTL	13,57%	17,51%	16,58%
	RTL 2	4,58%	7,79%	7,37%
	RTL Kockica	2,62%	3,11%	2,77%
	Croatian Music Channel	1,20%	2,36%	2,02%

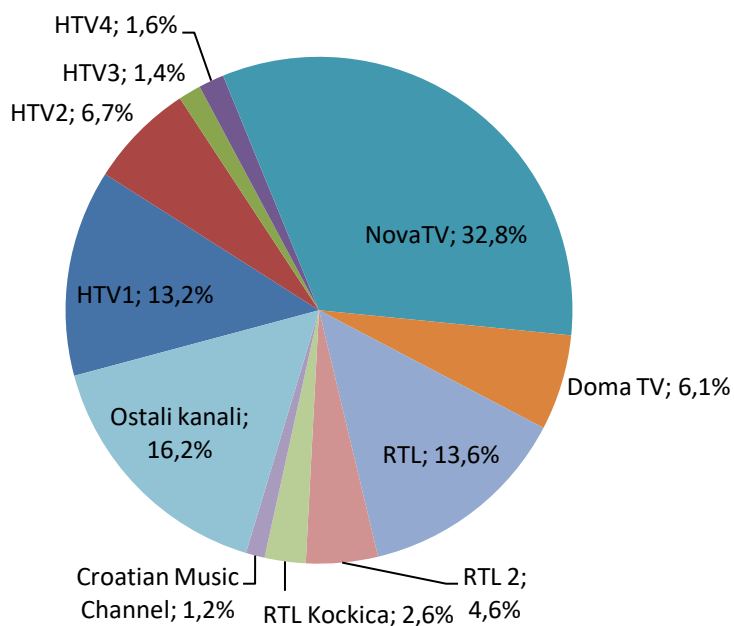
* SHR (share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.

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

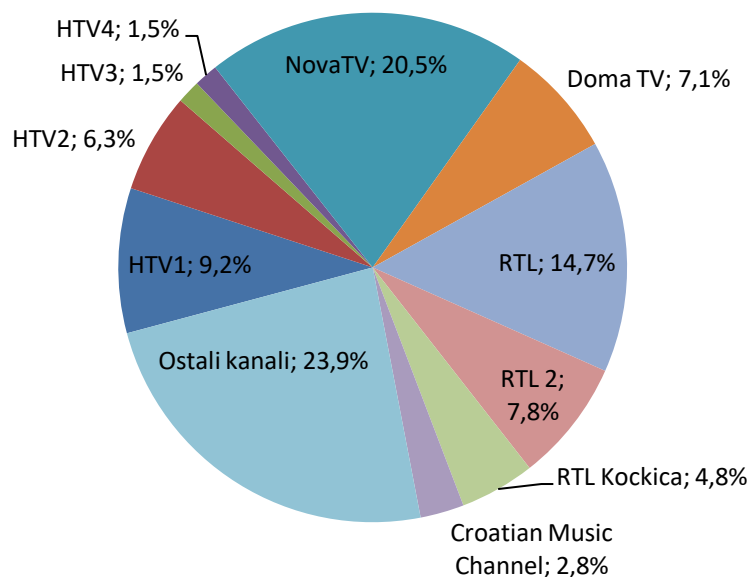


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

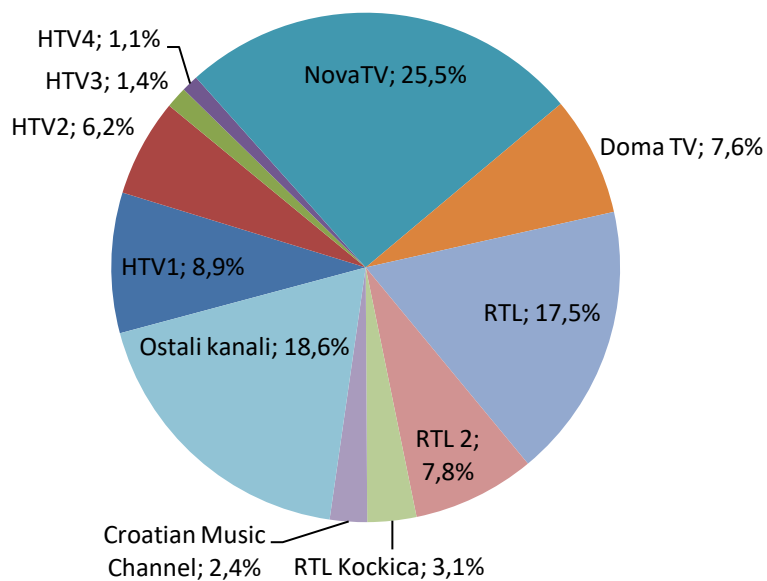


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-49.

Vremensko razdoblje cijeli dan

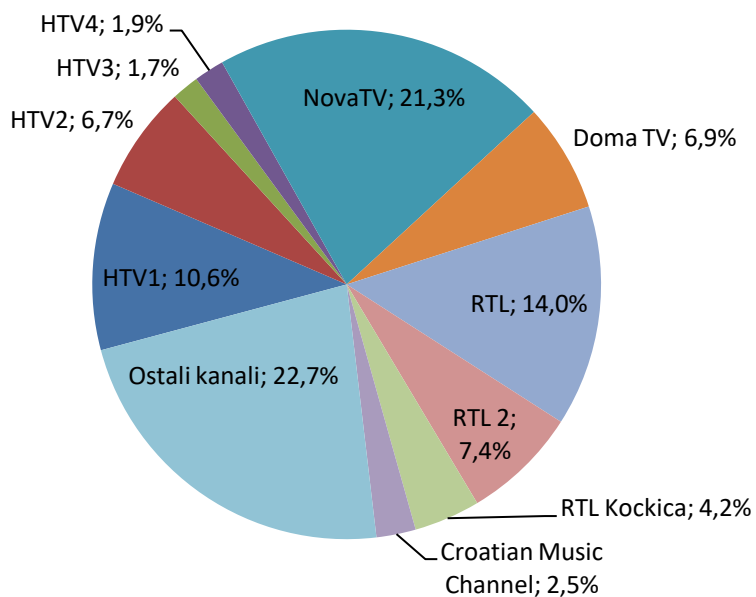


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

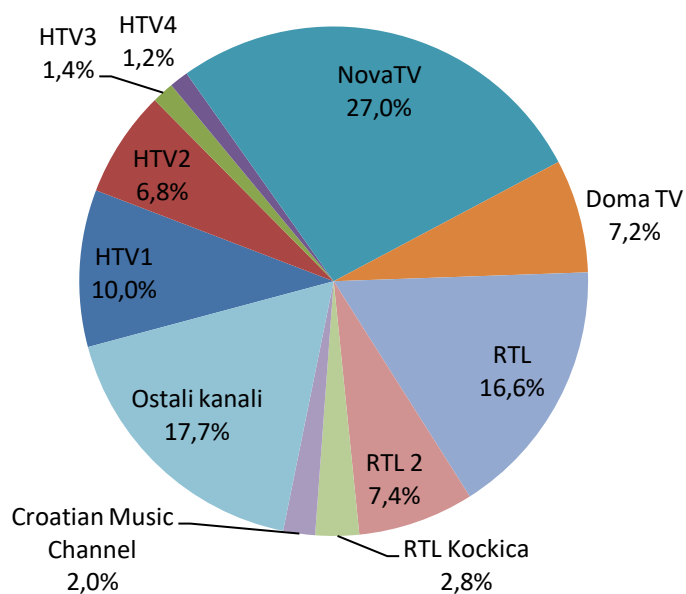


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-54.

Vremensko razdoblje cijeli dan



Vremensko razdoblje od 19 do 23h



Top 10 najgledanijih emisija u lipnju 2017.*
Ciljna skupina 4+

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	11.06.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (EUR) - PRIJENOS (ISLAND - HRVATSKA)	20:38	22:38	872.956	21,34%	52,75%
2	16.06.2017	NovaTV	TUDI ZIVOT - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:17	21:43	600.314	14,68%	41,13%
3	03.06.2017	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA - PRIJENOS (JUVENTUS - REAL MADRID)	20:40	22:44	600.193	14,67%	41,45%
4	30.06.2017	NovaTV	BIT CES MOJA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:16	22:01	589.690	14,42%	41,46%
5	16.06.2017	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:17	563.525	13,78%	45,82%
6	11.06.2017	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:29	13:20	536.267	13,11%	49,89%
7	11.06.2017	HTV1	DNEVNIK U PODNE	12:00	12:15	529.764	12,95%	54,95%
8	11.06.2017	HTV1	NEDJELJOM U DVA - POLITICKA EMISIJA	14:00	15:01	500.766	12,24%	45,07%
9	03.06.2017	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA - PROGLASENJE POBJEDNIKA	22:50	23:04	447.649	10,94%	36,13%
10	18.06.2017	NovaTV	VIJESTI NOVA TV	17:00	17:12	434.353	10,62%	38,93%

* U top listu su uključene emisije u trajanju od minimalno 10 minuta. 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 2017.*
Ciljna skupina 18-49

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	11.06.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (EUR) - PRIJENOS (ISLAND - HRVATSKA)	20:38	22:38	287.408	15,85%	51,51%
2	03.06.2017	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA - PRIJENOS (JUVENTUS - REAL MADRID)	20:40	22:44	177.572	9,79%	38,92%
3	08.06.2017	RTL	RTL DIREKT	22:15	22:46	169.076	9,32%	33,34%
4	30.06.2017	NovaTV	BIT CES MOJA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:16	22:01	165.614	9,13%	37,24%
5	26.06.2017	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	22:41	23:20	152.208	8,39%	35,58%
6	08.06.2017	RTL	ZVIJEZDE - GLAZBENI SHOW	22:57	23:25	146.150	8,06%	33,75%
7	03.06.2017	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA - PROGLASENJE POBJEDNIKA	22:50	23:04	139.949	7,72%	32,57%
8	30.06.2017	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:16	138.130	7,62%	35,80%
9	18.06.2017	NovaTV	VIJESTI NOVA TV	17:00	17:12	133.587	7,37%	37,15%
10	17.06.2017	NovaTV	2 IGRACA - AMERICKA AKCIJSKA KOMEDIJA	21:41	23:42	133.004	7,34%	29,11%

* U top listu su uključene emisije u trajanju od minimalno 10 minuta. 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 2017.*
Ciljna skupina 18-54

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	11.06.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (EUR) - PRIJENOS (ISLAND - HRVATSKA)	20:38	22:38	375.256	17,60%	51,82%
2	03.06.2017	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA - PRIJENOS (JUVENTUS - REAL MADRID)	20:40	22:44	254.637	11,94%	40,81%
3	30.06.2017	NovaTV	BIT CES MOJA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:16	22:01	214.796	10,08%	36,95%
4	08.06.2017	RTL	RTL DIREKT	22:15	22:46	206.306	9,68%	30,61%
5	25.06.2017	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	20:44	21:21	202.806	9,51%	33,61%
6	03.06.2017	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA - PROGLASENJE POBJEDNIKA	22:50	23:04	191.312	8,97%	32,62%
7	30.06.2017	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:16	187.766	8,81%	37,34%
8	18.06.2017	NovaTV	VIJESTI NOVA TV	17:00	17:12	181.017	8,49%	39,38%
9	17.06.2017	NovaTV	2 IGRACA – AMERICKA AKCIJSKA KOMEDIJA	21:41	23:42	179.728	8,43%	30,73%
10	08.06.2017	RTL	ZVIJEZDE - GLAZBENI SHOW	22:57	23:25	178.538	8,37%	31,08%

* U top listu su uključene emisije u trajanju od minimalno 10 minuta. U top listu ne ulaze duplicirani programi, a od sadržaja koji imaju više od 1 epizode ulazi samo najgledanija epizoda

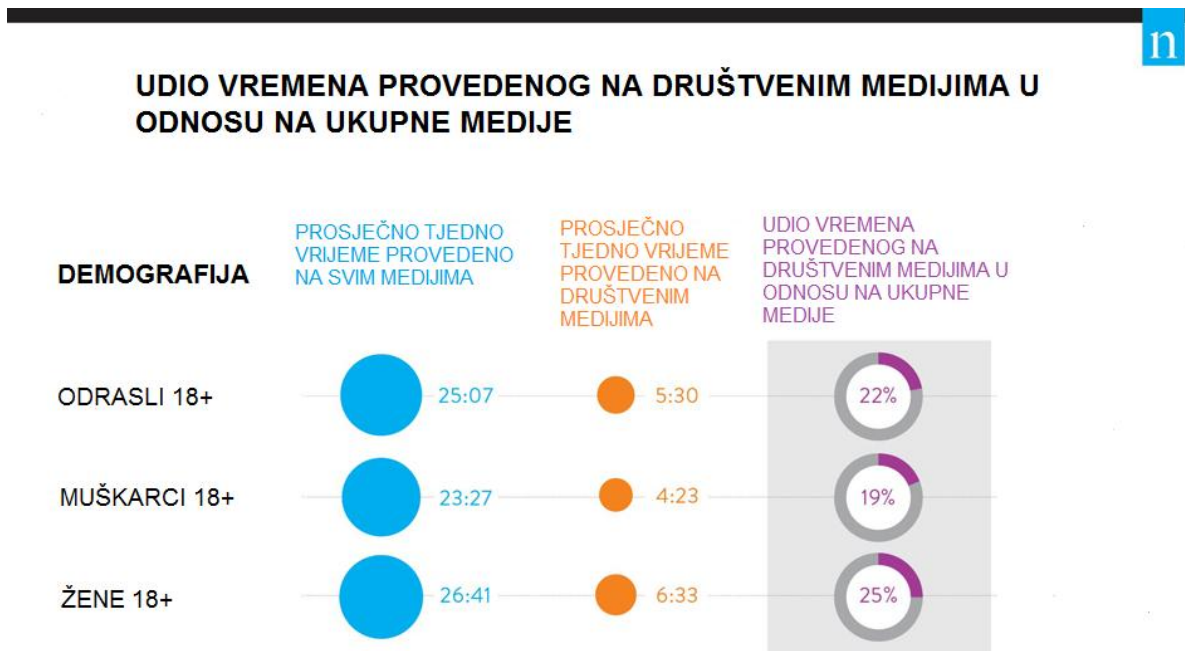
GLOBALNI TRENDovi

Analiza korisnika društvenih medija

Prema Nielsenovom izvještaju o društvenim medijima za 2016. godinu, identificirano je da su društveni mediji najveća prilika za poduzeća da se izravno povežu sa svojim potrošačima. Istraživanje je, također, pokazalo da su pojedinci koji često koriste društvene medije vrlo osjetljivi na mogućnost izravne komunikacije s poduzećima.

Iznenadujuće, Generacija X (35 – 49 godina) predstavlja demografsku skupinu koja provodi najviše vremena na društvenim medijima, preciznije sedam sati tjedno. Milenijalci (24 – 34 godina) su drugi po redu s malo više od šest sati tjedno provedenih na društvenim medijima. Od ukupnog vremena provedenog *online*, žene provedu 25% na društvenim medijima, a muškarci 19%.

Prema rezultatima istraživanja, 39% učestalih korisnika društvenih medija smatra da je traženje informacija o proizvodima i uslugama važan razlog za korištenje društvenih medija. Ekskluzivni popusti i ponude proizvoda ili usluga putem društvenih medija važni su za 35% korisnika, dok 29% korisnika bitnim smatra mogućnost izražavanja podrške omiljenim kompanijama i brandovima.



Izvor: Nielsen NPOWERE/National Panel; RADAR; Nielsen Netview; Nielsen VideoCensus and Nielsen Electronic Mobile Measurement

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).