

GLEDANOST TELEVIZIJSKIH PROGRAMA OŽUJAK 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 ožujku 2016. godine

Prema podacima o gledanosti AGB Nielsena u ožujku 2016. godine smo proveli otprilike 1% 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 ožujak 2016. je iznosio 288 minuta, usporedno s istim periodom prošle godine kada je ATV iznosio 285 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 - OŽUJAK 2016.

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

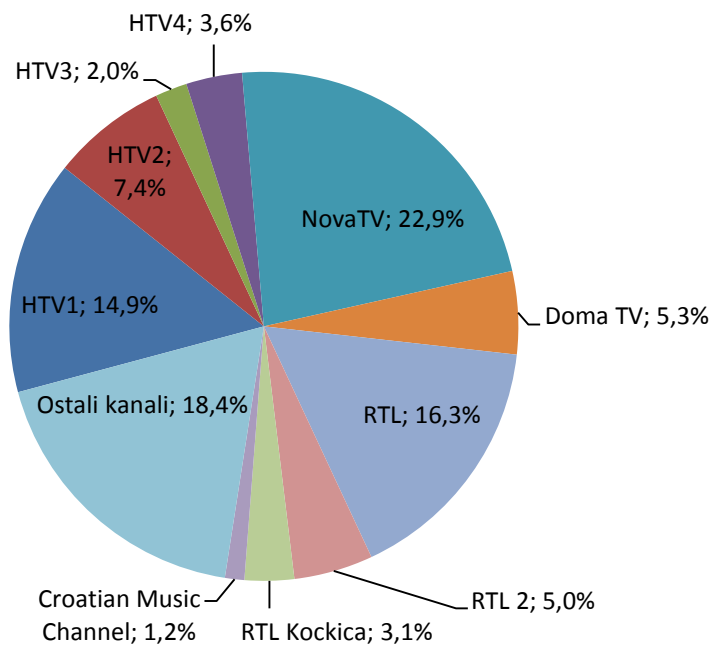
Ciljna skupina		4+	18-49	18-54
Cijeli dan	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
	HTV1	14,87%	10,29%	11,40%
	HTV2	7,35%	7,30%	7,35%
	HTV3	2,02%	1,84%	1,89%
	HTV4	3,56%	1,99%	2,20%
	NovaTV	22,87%	20,88%	21,52%
	Doma TV	5,27%	5,79%	5,85%
	RTL	16,28%	18,35%	17,96%
	RTL 2	5,03%	6,92%	6,43%
	RTL Kockica	3,14%	4,31%	3,53%
	Croatian Music Channel	1,23%	1,74%	1,57%

Ciljna skupina		4+	18-49	18-54
19 do 23h	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
	HTV1	12,75%	9,25%	10,08%
	HTV2	6,25%	6,92%	6,97%
	HTV3	1,24%	1,18%	1,22%
	HTV4	1,42%	1,08%	1,14%
	NovaTV	31,83%	27,36%	28,23%
	Doma TV	5,27%	6,08%	6,15%
	RTL	19,85%	22,35%	21,71%
	RTL 2	4,15%	6,58%	6,05%
	RTL Kockica	2,08%	3,29%	2,68%
	Croatian Music Channel	0,51%	0,72%	0,63%

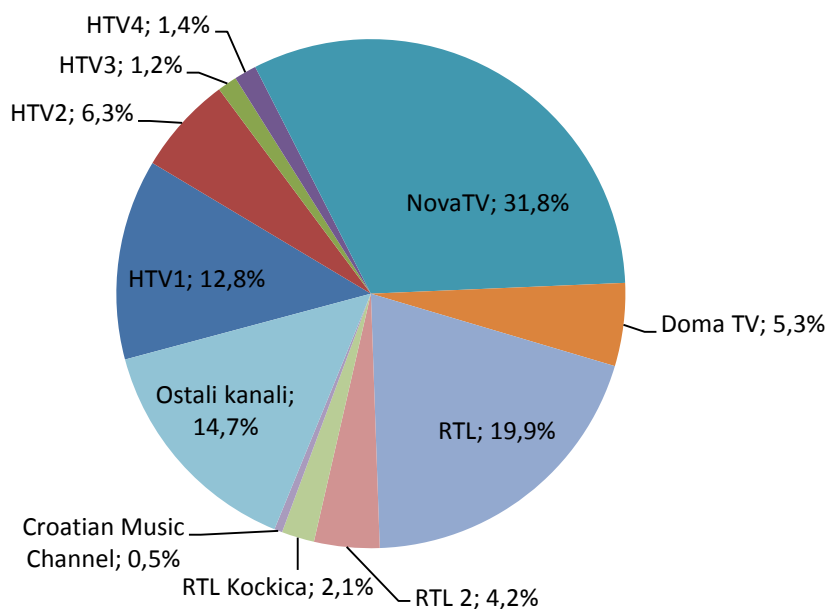
* SHR (share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.

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

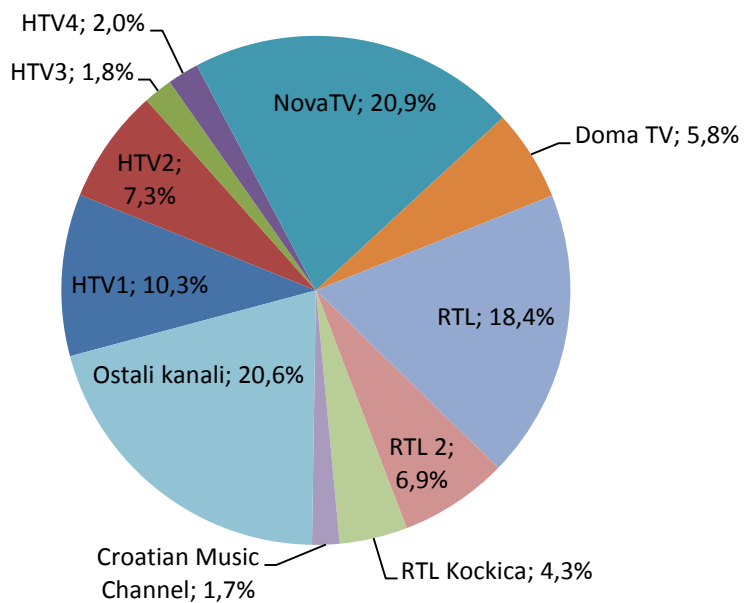


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

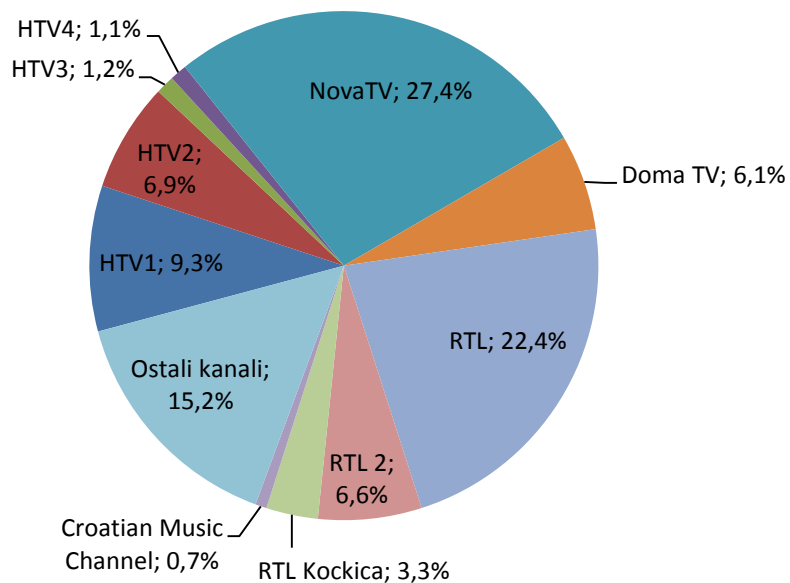


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-49.

Vremensko razdoblje cijeli dan

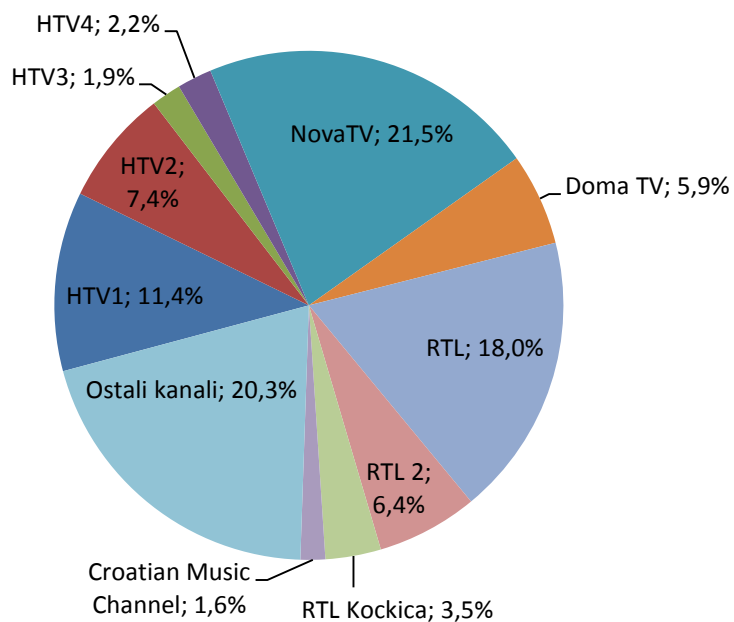


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

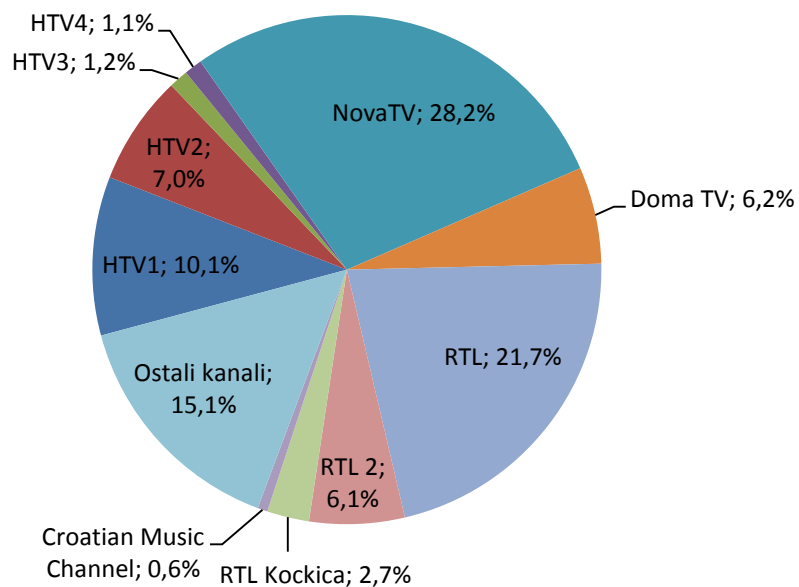


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-54.

Vremensko razdoblje cijeli dan



Vremensko razdoblje od 19 do 23h



Top 10 najgledanijih emisija u ožujku 2016.*
Ciljna skupina 4+

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	13.3.2016	NovaTV	SUPER TALENT - TALENT SHOW	20:11	21:45	870.747	21,29%	43,30%
2	13.3.2016	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:11	790.954	19,34%	41,74%
3	30.3.2016	NovaTV	TUDI ZIVOT - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:16	21:31	752.724	18,40%	40,41%
4	13.3.2016	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:31	13:20	731.891	17,89%	52,29%
5	21.3.2016	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:30	22:22	694.880	16,99%	38,48%
6	13.3.2016	HTV1	SPORT - EMISIJA POSLIJE DNEVNIKA U PODNE	12:14	12:16	650.157	15,90%	49,58%
7	13.3.2016	HTV1	VRIJEME DANAS HTV	12:17	12:19	633.156	15,48%	47,78%
8	13.3.2016	HTV1	DNEVNIK U PODNE	12:00	12:14	608.336	14,87%	46,74%
9	7.3.2016	NovaTV	TRAGOVI - DOKUMENTARNA EMISIJA	22:19	23:09	589.262	14,41%	37,59%
10	6.3.2016	HTV1	NEDJELJOM U DVA - POLITICKA EMISIJA	14:00	15:00	561.027	13,72%	41,69%

* 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 ožujku 2016.*
Ciljna skupina 18-49

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	13.3.2016	NovaTV	SUPER TALENT - TALENT SHOW	20:11	21:45	324.923	17,92%	44,78%
2	21.3.2016	RTL	LJUBAV JE NA SELU - DOKUMENTARNA SAPUNICA	20:08	21:16	226.794	12,51%	34,21%
3	21.3.2016	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:30	22:22	224.979	12,41%	33,70%
4	10.3.2016	NovaTV	PROVJERENO	22:06	23:07	218.880	12,07%	34,88%
5	13.3.2016	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:11	215.127	11,86%	33,41%
6	7.3.2016	NovaTV	TRAGOVI - DOKUMENTARNA EMISIJA	22:19	23:09	214.161	11,81%	34,77%
7	13.3.2016	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:31	13:20	203.448	11,22%	43,61%
8	6.3.2016	NovaTV	MAMURLUK 3 - AMERICKA KOMEDIJA	21:06	22:56	199.197	10,99%	29,56%
9	24.3.2016	NovaTV	TUDI ZIVOT - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:17	21:13	193.324	10,66%	31,34%
10	6.3.2016	RTL	UMRI MUSKI 5: DOBAR DAN ZA UMIRANJE - AMERICKI AKCIJSKI FILM	20:06	21:52	190.183	10,49%	26,92%

* 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 ožujku 2016.*
Ciljna skupina 18-54

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	13.3.2016	NovaTV	SUPER TALENT - TALENT SHOW	20:11	21:45	394.305	18,50%	42,64%
2	13.3.2016	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:11	295.364	13,85%	35,60%
3	21.3.2016	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:30	22:22	294.299	13,80%	34,83%
4	7.3.2016	NovaTV	TRAGOVI - DOKUMENTARNA EMISIJA	22:19	23:09	287.705	13,50%	36,12%
5	10.3.2016	NovaTV	PROVJERENO	22:06	23:07	280.207	13,14%	34,05%
6	13.3.2016	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:31	13:20	277.379	13,01%	45,40%
7	21.3.2016	RTL	LJUBAV JE NA SELU - DOKUMENTARNA SAPUNICA	20:08	21:16	271.353	12,73%	32,09%
8	10.3.2016	NovaTV	TUDI ZIVOT - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:15	21:10	266.605	12,51%	30,87%
9	6.3.2016	NovaTV	MAMURLUK 3 - AMERICKA KOMEDIJA	21:06	22:56	243.855	11,44%	28,30%
10	6.3.2016	RTL	UMRI MUSKI 5: DOBAR DAN ZA UMIRANJE - AMERICKI AKCIJSKI FILM	20:06	21:52	239.937	11,25%	26,18%

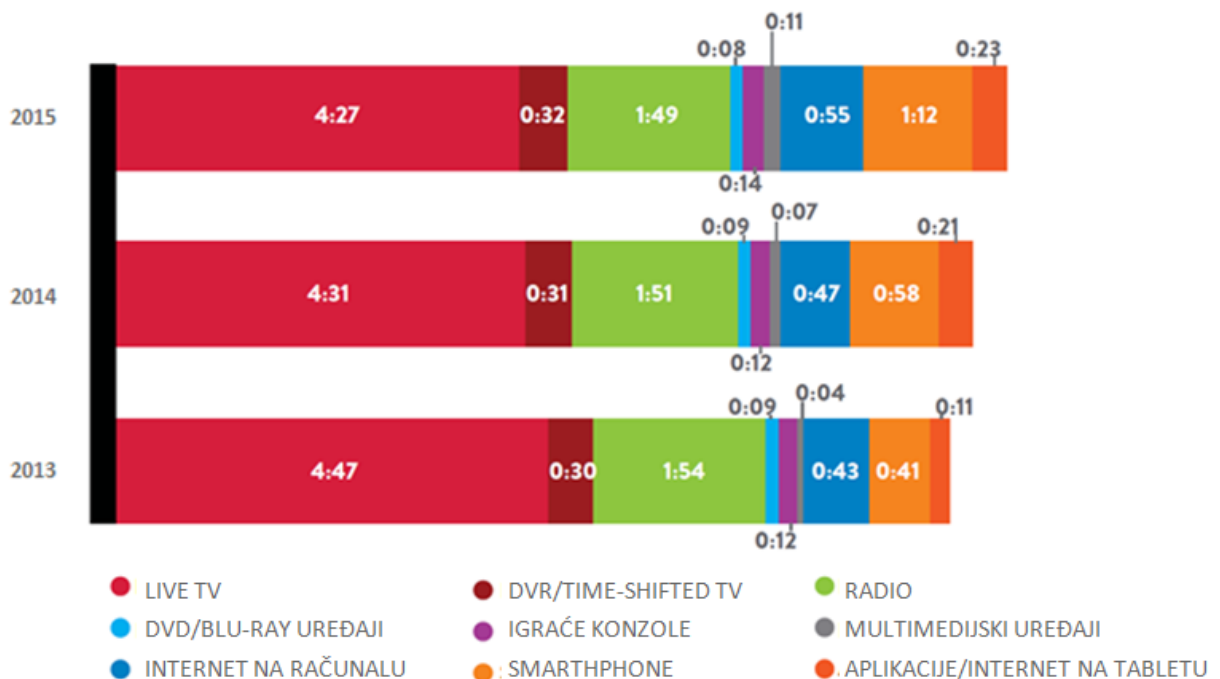
* U top listu ne ulaze duplicirani programi, a od sadržaja koji imaju više od 1 epizode ulazi samo najgledanija epizoda

GLOBALNI TRENDVI

Vrijeme pred televizijskim ekranima

Prema Nielsen podacima za zadnji kvartal protekle tri godine, usporedbom televizijske gledanosti, konzumacije radio sadržaja kao i sadržaja ostalih digitalnih platformi na području Sjedinjenih Američkih Država za populaciju 18+ godina, možemo uočiti da:

- U populaciji gledatelja televizijskog programa prosječno vrijeme gledanja TV sadržaja u 2015. godini iznosi 4 sata i 27 minuta
- Nakon gledanja TV sadržaja, najviše vremena provodi se slušajući radio čija je dnevna konzumacija od 2013. lagano pada
- U odnosu na 2013. godinu vrijeme provedeno na mobilnim uređajima u 2015. godini povećalo se za sa 41 minutu na 1 sat i 12 minuta dnevno što čini povećanje od čak 76%
- Vrijeme provedeno na Internetu na računalu se povećalo za 12 minuta dnevno u odnosu na 2013. godinu
- U odnosu na 2013. godinu, vrijeme provedeno na multimedijским uređajima povećalo se za 7 minuta dnevno, a vrijeme provedeno na Internetu ili aplikacijama na tabletu za 12 minuta dnevno



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).