

GLEDANOST TELEVIZIJSKIH PROGRAMA OŽUJAK 2018.

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 2018. godine

Prema podacima o gledanosti AGB Nielsena u ožujku 2018. godine smo proveli 9,3% više vremena konzumirajući TV u odnosu na ožujak prošle godine. Naime ATV* ili prosječan broj minuta gledanja TV sadržaja po pojedincu iz ciljne skupine 4+ za ožujak 2018. iznosio je 293 minute, usporedno s istim periodom prošle godine kada je ATV iznosio 268 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 - OŽUJAK 2018.

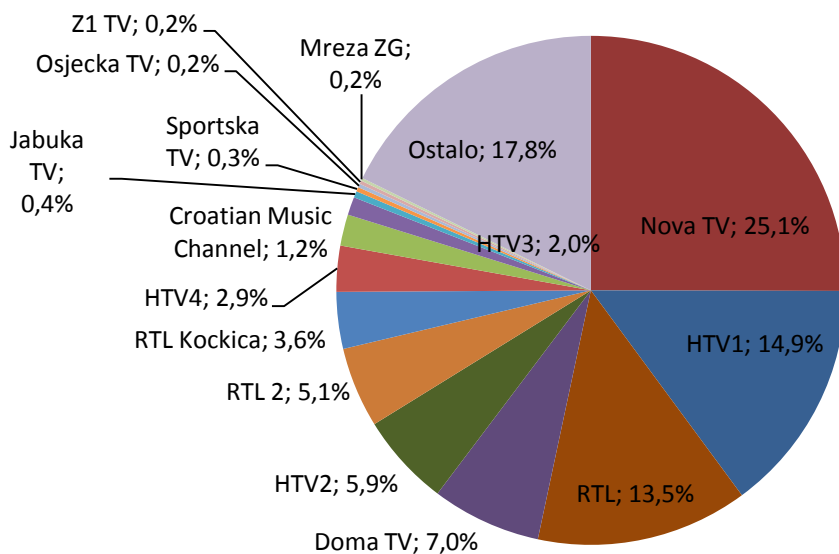
Lista 15 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) *

		Ciljna skupina	4+ (r)	18-49	18-54
Cijeli dan	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %	SHR %
		Nova TV	25,08%	23,25%	24,25%
		HTV1	14,88%	9,60%	10,61%
		RTL	13,48%	14,61%	14,46%
		Doma TV	6,96%	8,33%	8,24%
		HTV2	5,91%	4,98%	5,21%
		RTL 2	5,12%	6,92%	6,64%
		RTL Kockica	3,61%	4,15%	3,58%
		HTV4	2,92%	1,49%	1,58%
		HTV3	1,99%	1,52%	1,68%
		Croatian Music Channel	1,15%	1,32%	1,28%
		Jabuka TV	0,41%	0,21%	0,22%
		Sportska TV	0,28%	0,21%	0,21%
		Osjecka TV	0,23%	0,12%	0,11%
		Z1 TV	0,22%	0,09%	0,08%
	Mreza ZG	0,18%	0,11%	0,09%	
		Ciljna skupina	4+ (r)	18-49	18-54
19 do 23h	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %	SHR %
		Nova TV	35,90%	30,01%	31,99%
		RTL	16,01%	18,00%	17,45%
		HTV1	10,07%	7,26%	7,82%
		Doma TV	7,23%	8,47%	8,53%
		HTV2	5,24%	4,94%	5,18%
		RTL 2	4,58%	6,55%	6,12%
		RTL Kockica	2,27%	2,77%	2,43%
		HTV3	1,22%	1,01%	1,08%
		HTV4	1,22%	0,99%	0,95%
		Jabuka TV	0,62%	0,23%	0,32%
		Croatian Music Channel	0,55%	0,78%	0,72%
		Osjecka TV	0,43%	0,22%	0,19%
		Z1 TV	0,35%	0,15%	0,13%
		Mreza ZG	0,29%	0,08%	0,08%
	Sportska TV	0,23%	0,20%	0,20%	

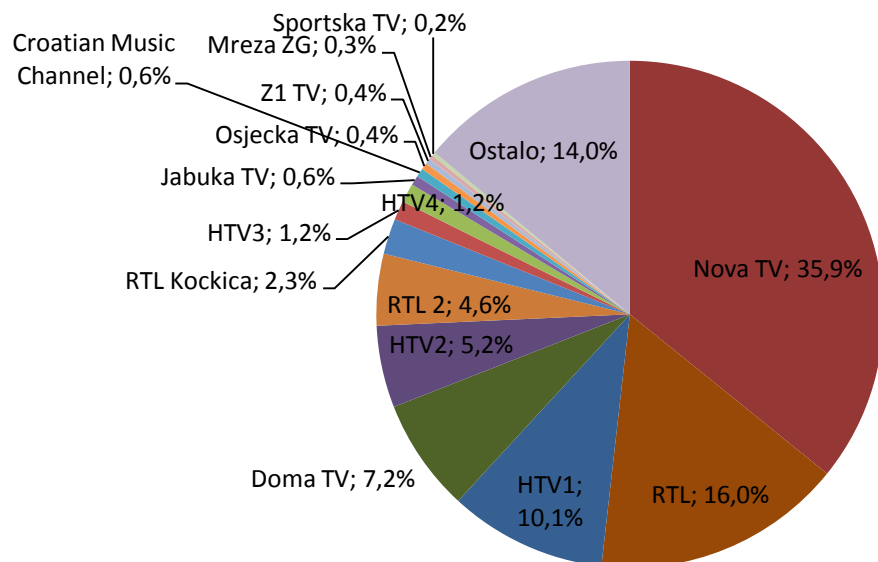
* SHR (share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala od određene ciljane skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.

Grafička komparativna analiza gledanosti 15 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 4+.

Vremensko razdoblje cijeli dan

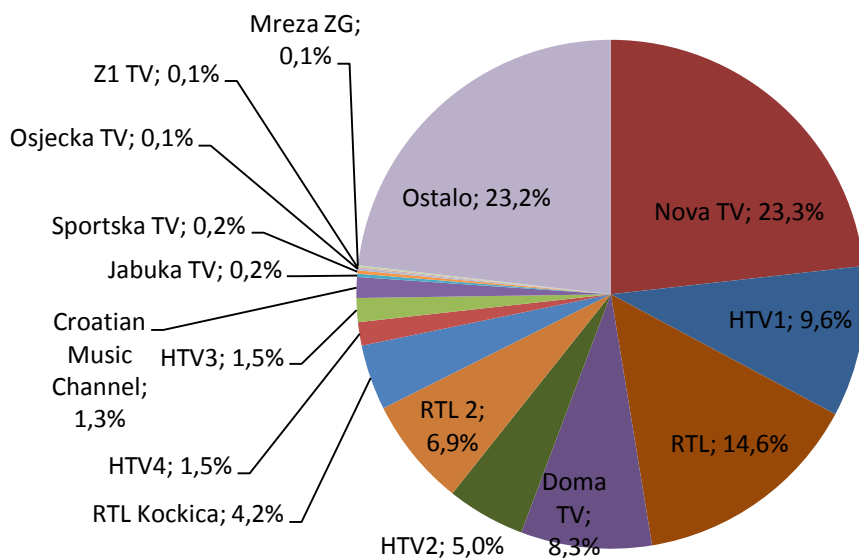


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

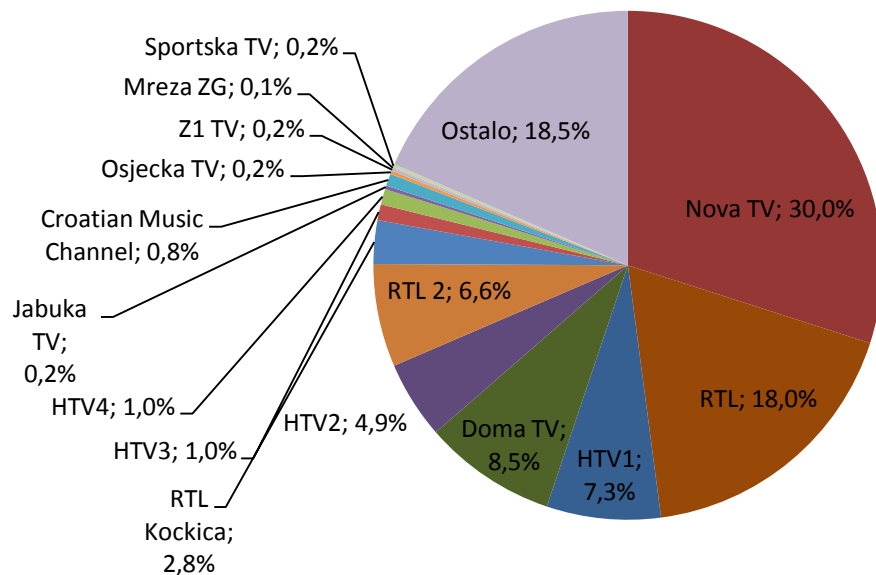


Grafička komparativna analiza gledanosti 15 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-49.

Vremensko razdoblje cijeli dan

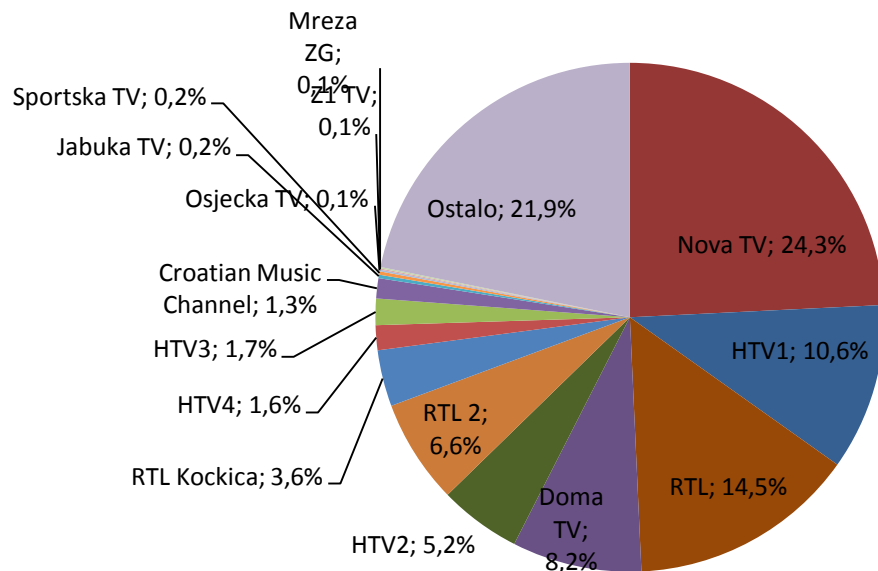


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

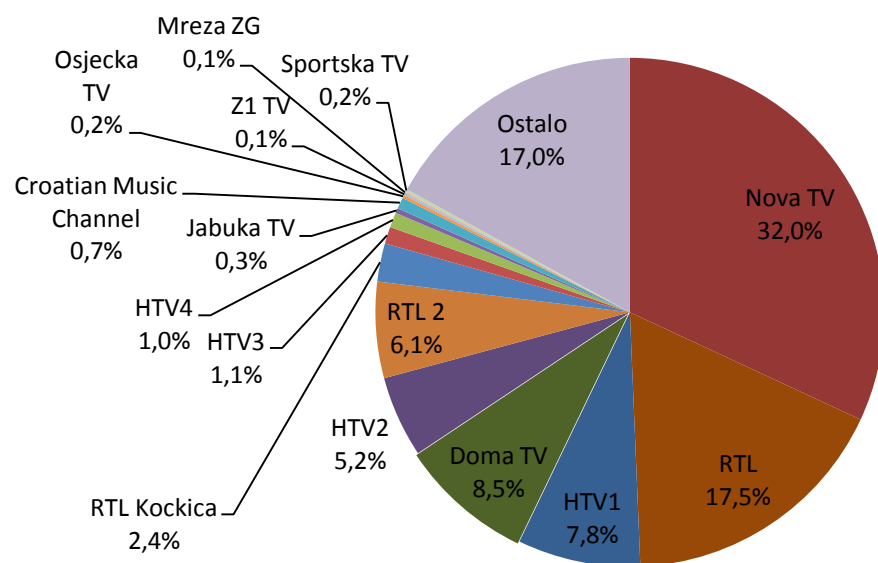


Grafička komparativna analiza gledanosti 15 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-54.

Vremensko razdoblje cijeli dan



Vremensko razdoblje od 19 do 23h



GLEDANOST TELEVIZIJSKIH KANALA - OŽUJAK 2018.

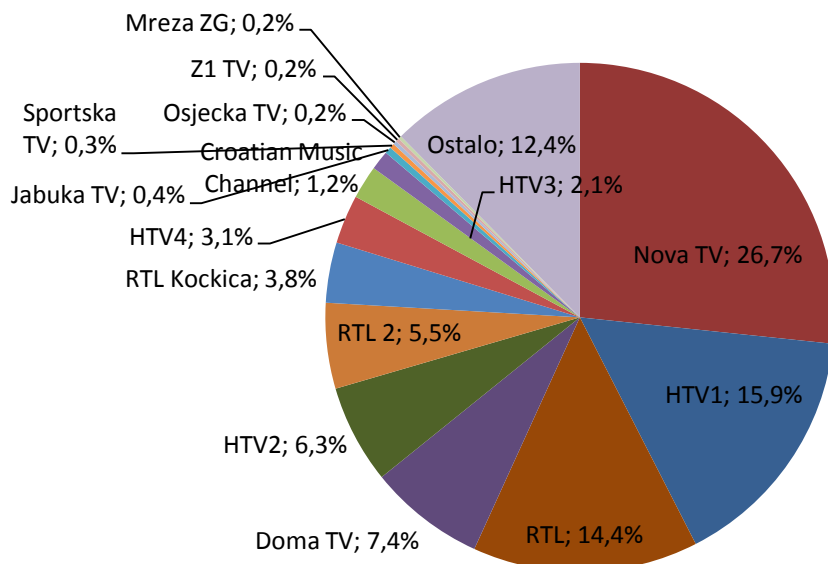
Lista 15 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (CSHR%)*

Ciljna skupina		4+ (r)	18-49	18-54
Cijeli dan	Kanal	CSHR %	CSHR %	CSHR %
	Nova TV	26,71%	25,48%	26,39%
	HTV1	15,85%	10,51%	11,55%
	RTL	14,36%	16,01%	15,74%
	Doma TV	7,41%	9,13%	8,97%
	HTV2	6,29%	5,46%	5,67%
	RTL 2	5,45%	7,58%	7,23%
	RTL Kockica	3,84%	4,55%	3,89%
	HTV4	3,11%	1,64%	1,71%
	HTV3	2,12%	1,67%	1,83%
	Croatian Music Channel	1,23%	1,44%	1,39%
	Jabuka TV	0,43%	0,23%	0,24%
	Sportska TV	0,30%	0,23%	0,23%
	Osjecka TV	0,24%	0,13%	0,11%
	Z1 TV	0,23%	0,10%	0,09%
Mreza ZG	0,20%	0,12%	0,10%	
Ciljna skupina		4+ (r)	18-49	18-54
19 do 23h	Kanal	CSHR %	CSHR %	CSHR %
	Nova TV	37,69%	32,13%	34,01%
	RTL	16,81%	19,27%	18,55%
	HTV1	10,57%	7,77%	8,31%
	Doma TV	7,59%	9,06%	9,07%
	HTV2	5,50%	5,28%	5,51%
	RTL 2	4,80%	7,01%	6,51%
	RTL Kockica	2,38%	2,97%	2,58%
	HTV3	1,28%	1,08%	1,15%
	HTV4	1,28%	1,06%	1,01%
	Jabuka TV	0,65%	0,24%	0,34%
	Croatian Music Channel	0,57%	0,83%	0,77%
	Osjecka TV	0,45%	0,24%	0,20%
	Z1 TV	0,36%	0,16%	0,14%
	Mreza ZG	0,30%	0,09%	0,08%
Sportska TV	0,24%	0,22%	0,21%	

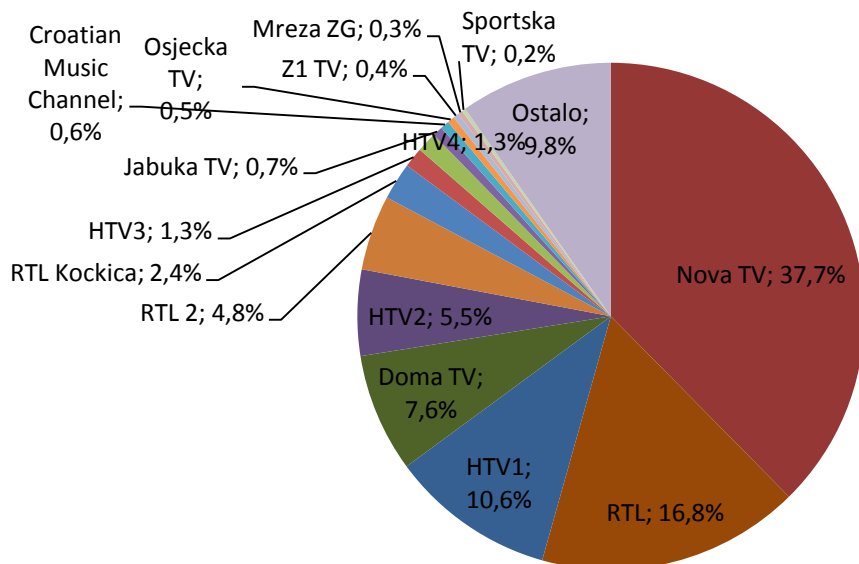
* CSHR (Consensus share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala, emisije ili vremenskog intervala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda jedan od referenciranih kanala u sustavu mjerenja.

Grafička komparativna analiza gledanosti 15 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (CSHR%) za ciljnu skupinu 4+.

Vremensko razdoblje cijeli dan

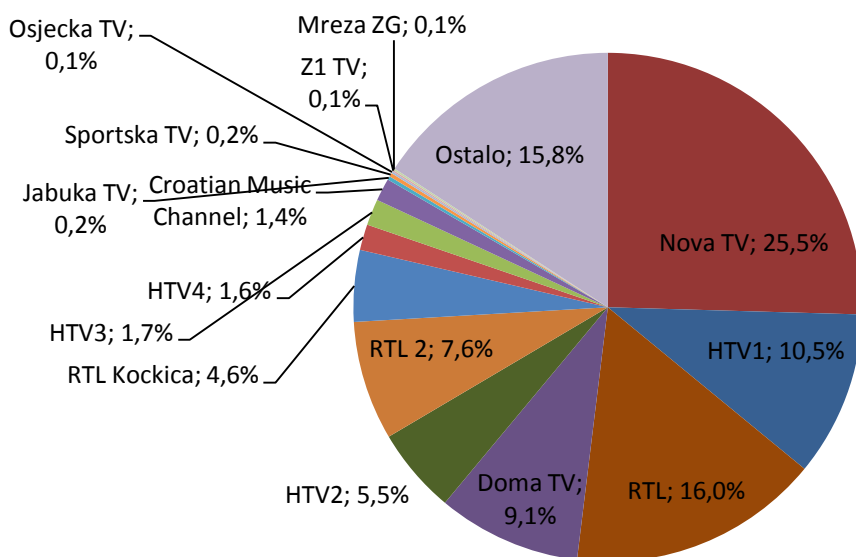


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

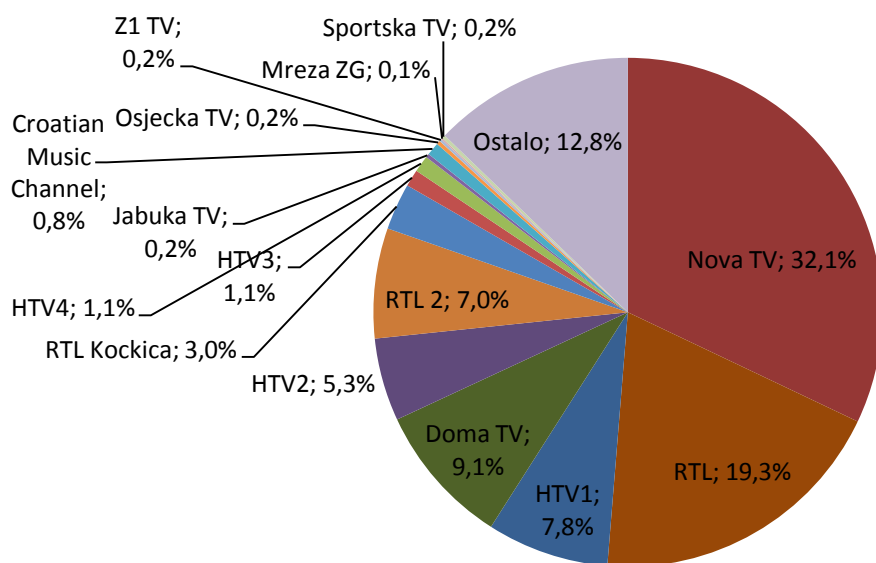


Grafička komparativna analiza gledanosti 15 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (CSHR%) za ciljnu skupinu 18-49.

Vremensko razdoblje cijeli dan

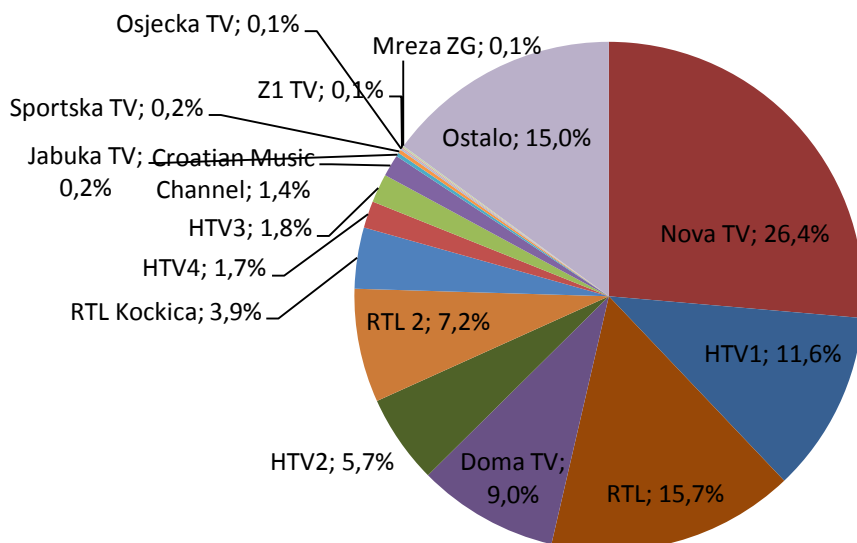


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

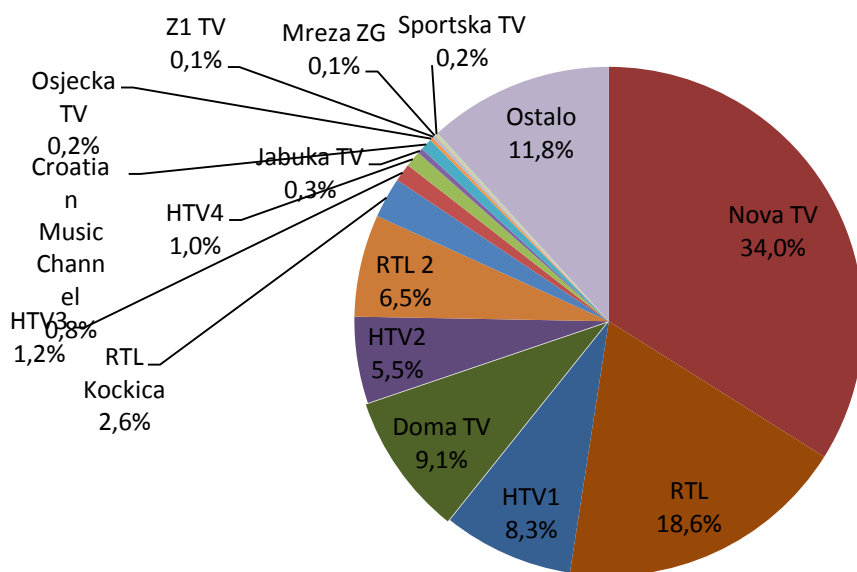


Grafička komparativna analiza gledanosti 15 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (CSHR%) za ciljnu skupinu 18-54.

Vremensko razdoblje cijeli dan



Vremensko razdoblje od 19 do 23h



Top 10 najgledanijih emisija u ožujku 2018.*
Ciljna skupina 4+

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%	CSHR%
1	27.03.2018	NovaTV	CISTA LJUBAV - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	20:23	21:24	777.088	19,00%	43,34%	45,88%
2	20.03.2018	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:19	775.019	18,95%	43,53%	44,88%
3	18.03.2018	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:10	22:50	716.832	17,53%	38,28%	40,01%
4	29.03.2018	NovaTV	ISTANBULSKA NEVJESTA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	21:24	22:30	709.047	17,34%	38,36%	39,98%
5	04.03.2018	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:32	13:20	609.456	14,90%	47,63%	50,00%
6	04.03.2018	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	20:11	20:45	576.718	14,10%	29,91%	31,27%
7	04.03.2018	HTV1	DNEVNIK U PODNE	12:00	12:16	540.423	13,21%	46,75%	49,66%
8	04.03.2018	HTV1	MORE - DOKUMENTARNA EMISIJA	13:27	13:56	523.525	12,80%	40,15%	42,83%
9	08.03.2018	NovaTV	PROVJERENO	22:34	23:28	509.368	12,45%	39,67%	41,67%
10	05.03.2018	NovaTV	IN MAGAZIN	17:31	18:23	499.534	12,21%	35,16%	36,57%

* 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 ožujku 2018.*
Ciljna skupina 18-49

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%	CSHR%
1	18.03.2018	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:10	22:50	242.672	13,38%	35,85%	38,04%
2	11.03.2018	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	20:58	21:31	233.785	12,89%	34,25%	36,57%
3	11.03.2018	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:09	216.137	11,92%	36,94%	39,22%
4	19.03.2018	NovaTV	CISTA LJUBAV - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	20:20	21:20	213.429	11,77%	37,01%	38,30%
5	31.03.2018	RTL	BOKS - TESKA KATEGORIJA (EUR) - PRIJENOS (JOSHUA - PARKER)	23:26	24:51	181.951	10,03%	39,34%	42,00%
6	22.03.2018	NovaTV	ISTANBULSKA NEVJESTA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	21:22	22:29	180.829	9,97%	29,70%	31,36%
7	11.03.2018	NovaTV	PRAVEDNIK (2014) - AMERICKI AKCIJSKI FILM	21:31	23:54	177.944	9,81%	33,78%	36,87%
8	04.03.2018	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:32	13:20	173.891	9,59%	39,20%	41,75%
9	31.03.2018	RTL	BOKS - EMISIJA	22:50	23:26	158.257	8,73%	28,35%	29,74%
10	18.03.2018	RTL	MALCI - AMERICKI ANIMIRANI FILM	19:19	21:05	155.419	8,57%	24,02%	25,60%

* 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 ožujku 2018.*
Ciljna skupina 18-54

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%	CSHR%
1	18.03.2018	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:10	22:50	314.921	14,77%	36,71%	38,91%
2	30.03.2018	NovaTV	CISTA LJUBAV - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	20:21	21:25	311.005	14,59%	41,44%	43,93%
3	11.03.2018	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	20:58	21:31	306.514	14,38%	35,16%	37,35%
4	11.03.2018	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:09	289.711	13,59%	37,69%	39,98%
5	20.03.2018	NovaTV	ISTANBULSKA NEVJESTA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	21:23	22:42	251.490	11,80%	32,64%	34,28%
6	11.03.2018	NovaTV	PRAVEDNIK (2014) - AMERICKI AKCIJSKI FILM	21:31	23:54	249.299	11,69%	36,22%	39,23%
7	31.03.2018	RTL	BOKS - TESKA KATEGORIJA (EUR) - PRIJENOS (JOSHUA - PARKER)	23:26	24:51	230.965	10,83%	39,90%	42,53%
8	04.03.2018	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:32	13:20	229.351	10,76%	40,86%	43,18%
9	08.03.2018	NovaTV	PROVJERENO	22:34	23:28	202.807	9,51%	32,96%	35,12%
10	31.03.2018	RTL	BOKS - EMISIJA	22:50	23:26	201.688	9,46%	28,77%	30,07%

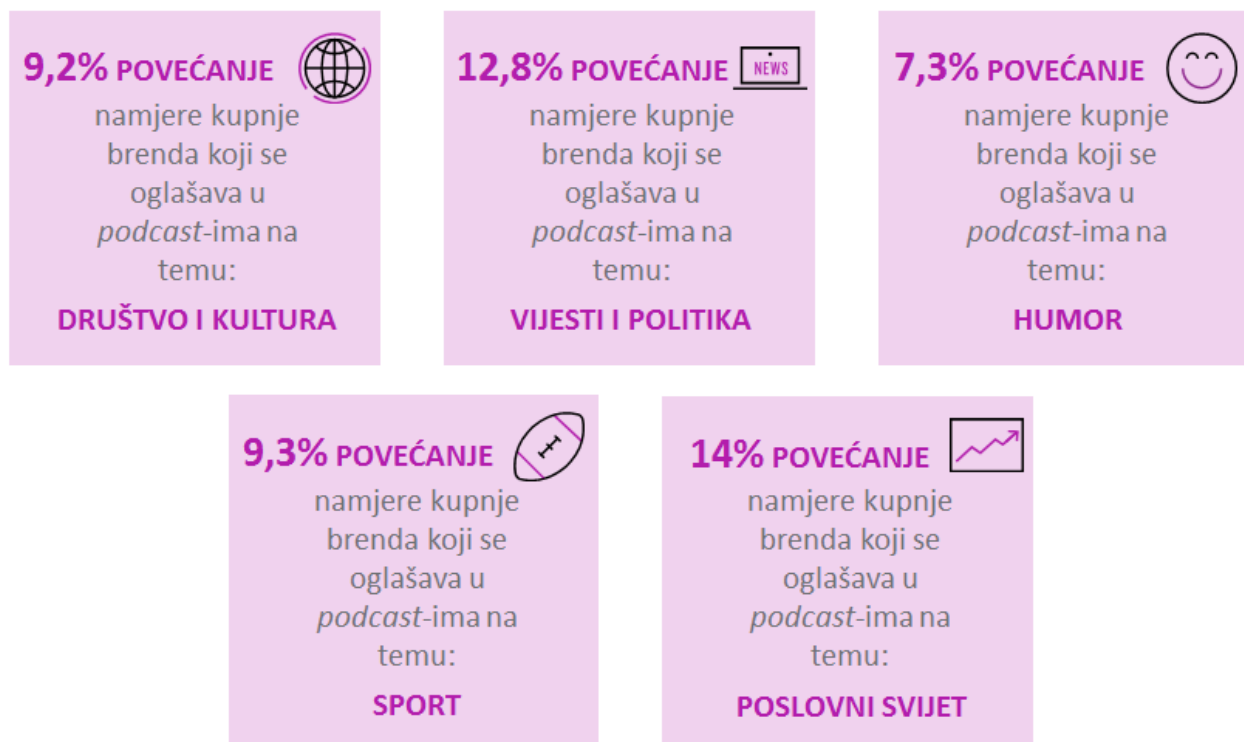
* U top listu su uključene emisije u trajanju od minimalno 10 minuta. U top listu ne ulaze duplicirani programi, a od sadržaja koji imaju više od 1 epizode ulazi samo najgledanija epizoda

GLOBALNI TREND OVI

Prilike koje dolaze od oglašavanja u sklopu podcast-a

*Podcast** kao podvrsta medija kontinuirano evoluira te predstavlja zabavu za sve širu publiku. Sve više oglašivača istražuje i iskušava opcije oglašavanja u sklopu *podcast*-a. Istraživanje Nielsen-ovog Digital Media Lab-a za 2017.g. *Podcast Sponsorship Study* je pokazalo kako oglasi inkorporirani u *podcast*-e povećavaju namjeru kupnje proizvoda različitih oglašivača i kategorija.

POSTOTNO POVEĆANJE BROJA POJEDINACA KOJI SU IZRAZITO ILI U ODREĐENOJ MJERI SKLONI KUPITI PROIZVOD ILI USLUGU NAKON IZLOŽENOSTI REKLAMI U SKLOPU *PODCAST*-A



Kroz spomenuto istraživanje je otkriveno kako ne samo da je oglašavanje u sklopu *podcast*-a povećalo namjeru za kupnju, već je povećalo i poznavanje brenda (*brand awareness*). Čak 69% ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju su se izjasnili kako su im reklame u sklopu *podcast*-a osvijestile pojavu novog proizvoda ili usluge.

**Podcast* je serija audio ili video zapisa koje korisnici mogu skinuti na svoj digitalni uređaj ili konzumirati *online*.

Izvor: 2017 *Podcast Sponsorship Study* (N=7.000 *podcast* korisnika u dobi od 18-49 u SAD-u)

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).
 - CSHR (%) – Consensus share – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala, emisije ili vremenskog intervala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda jedan od referenciranih kanala u sustavu mjerenja.