

GLEDANOST TELEVIZIJSKIH PROGRAMA RUJAN 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 rujnu 2017. godine

Prema podacima o gledanosti AGB Nielsena u rujnu 2017. godine smo proveli 7% više vremena konzumirajući TV u odnosu na rujnu prošle godine. Naime ATV* ili prosječan broj minuta gledanja TV sadržaja po pojedincu iz ciljne skupine 4+ za rujnu 2017. iznosio je 245 minute, usporedno s istim periodom prošle godine kada je ATV iznosio 228 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 - RUJAN 2017.

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

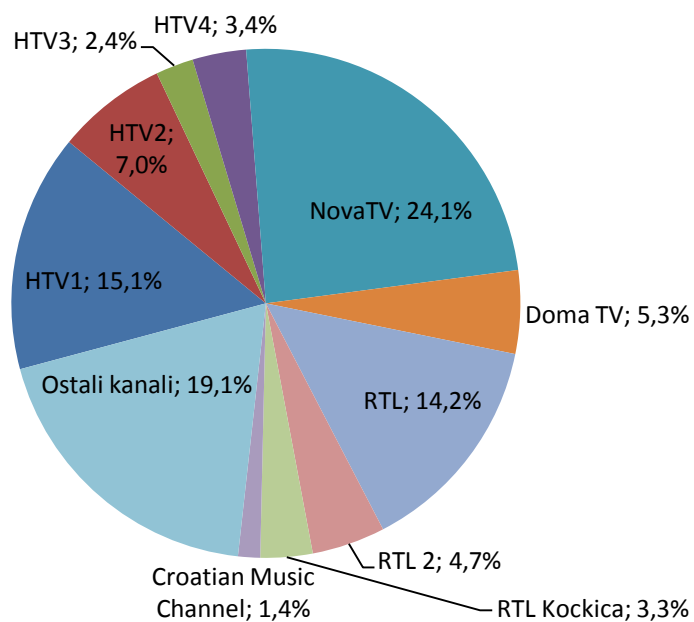
	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
Cijeli dan	HTV1	15,10%	9,32%	10,28%
	HTV2	7,02%	6,39%	6,71%
	HTV3	2,40%	1,70%	2,01%
	HTV4	3,41%	1,51%	1,75%
	NovaTV	24,14%	21,59%	22,98%
	Doma TV	5,29%	6,69%	6,44%
	RTL	14,19%	16,82%	16,52%
	RTL 2	4,66%	6,49%	5,96%
	RTL Kockica	3,31%	3,72%	3,16%
	Croatian Music Channel	1,40%	2,08%	1,79%

	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
19 do 23h	HTV1	11,92%	8,81%	9,48%
	HTV2	6,65%	6,58%	6,79%
	HTV3	1,53%	1,39%	1,43%
	HTV4	1,43%	1,00%	1,09%
	NovaTV	33,44%	26,76%	28,78%
	Doma TV	5,94%	7,46%	7,02%
	RTL	17,10%	20,20%	19,83%
	RTL 2	3,81%	6,07%	5,54%
	RTL Kockica	2,26%	2,80%	2,33%
	Croatian Music Channel	0,74%	1,15%	0,99%

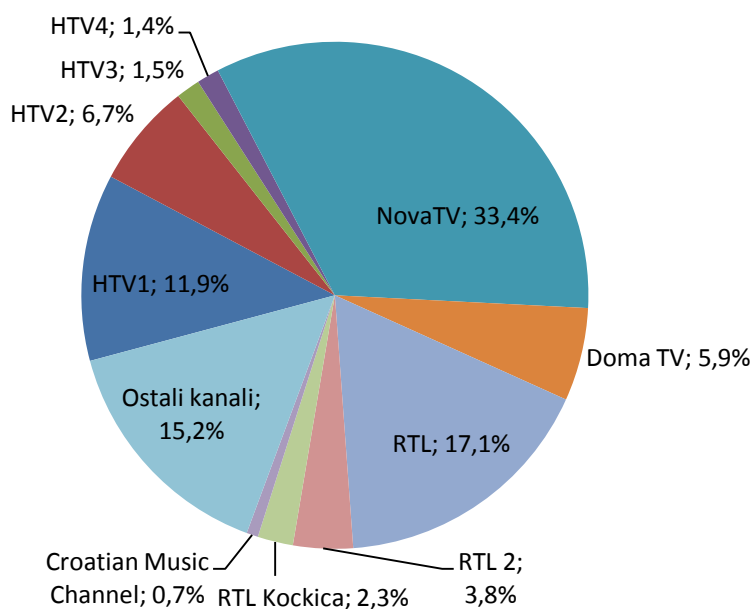
* SHR (share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.

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

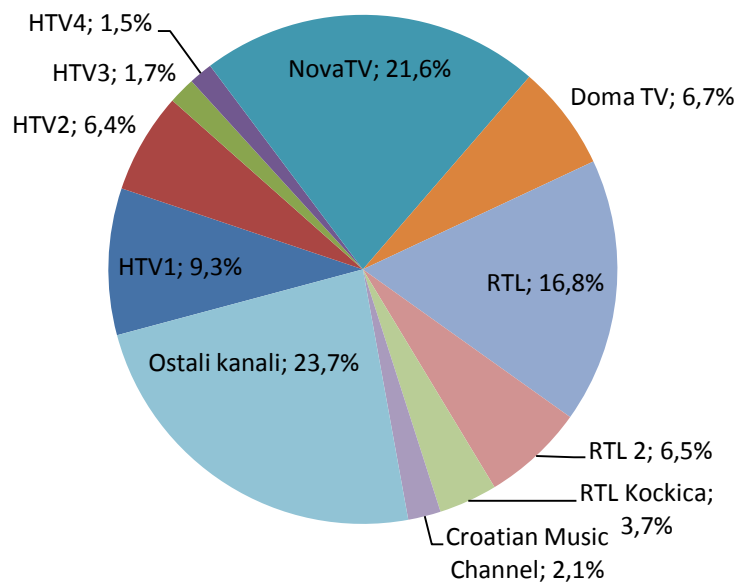


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

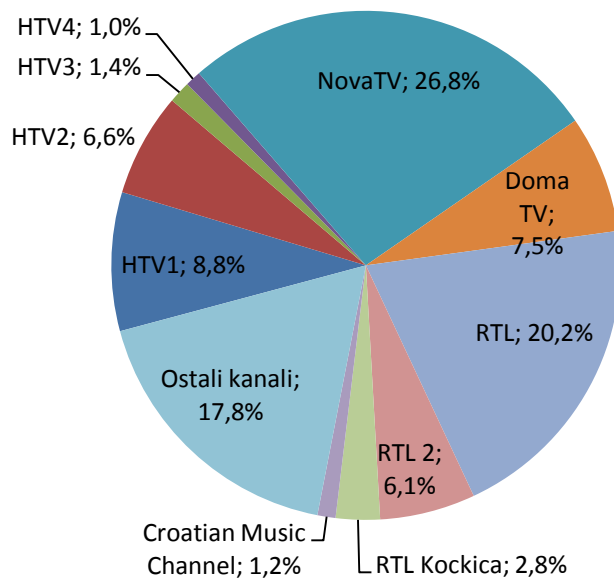


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-49.

Vremensko razdoblje cijeli dan

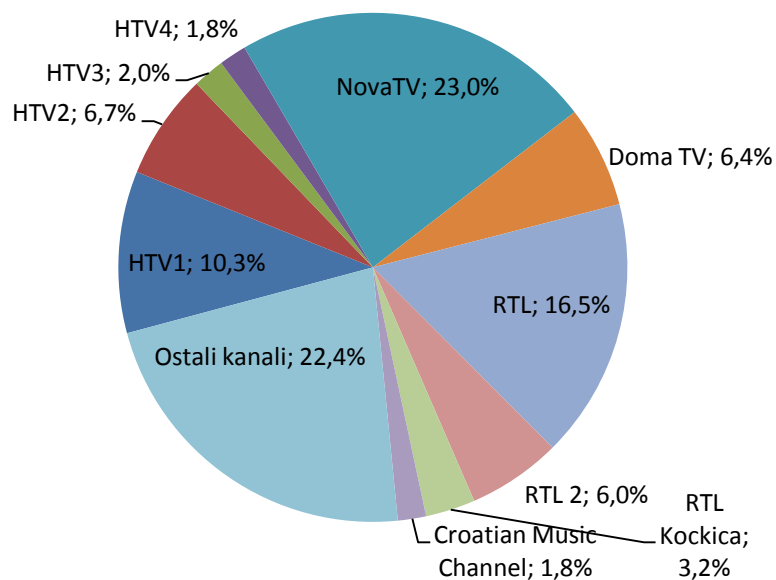


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

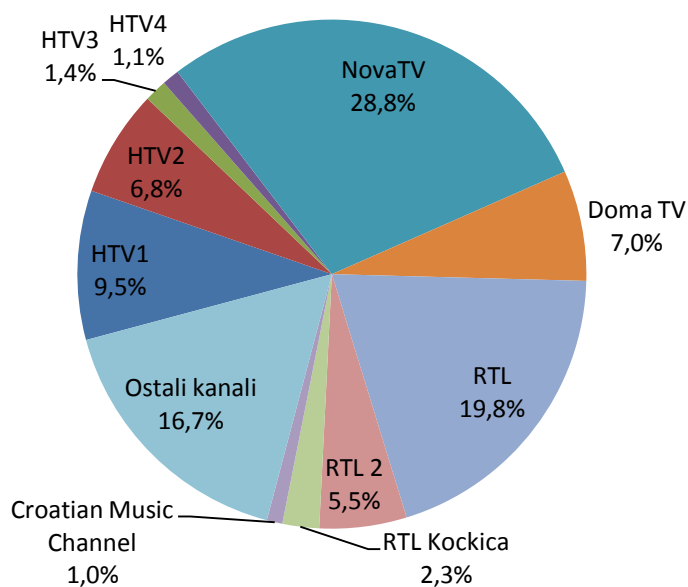


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-54.

Vremensko razdoblje cijeli dan



Vremensko razdoblje od 19 do 23h



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

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	24.09.2017	NovaTV	SUPER TALENT - TALENT SHOW	20:12	22:10	869.800	21,27%	47,24%
2	05.09.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (EUR) - PRIJENOS (TURSKA-HRVATSKA)	20:38	22:38	748.828	18,31%	43,65%
3	19.09.2017	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:20	713.066	17,43%	45,51%
4	21.09.2017	NovaTV	CISTA LJUBAV - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	20:20	21:37	673.943	16,48%	39,63%
5	03.09.2017	HTV1	DNEVNIK U PODNE	12:00	12:15	619.090	15,14%	52,87%
6	26.09.2017	NovaTV	BIT CES MOJA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	21:22	22:50	618.091	15,11%	36,93%
7	03.09.2017	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:29	13:18	611.263	14,95%	52,24%
8	03.09.2017	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - PRIJENOS (HRVATSKA-KOSOVO)	14:24	16:01	609.005	14,89%	44,94%
9	02.09.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - PRIJENOS (HRVATSKA-KOSOVO)	20:38	21:31	597.068	14,60%	36,47%
10	30.09.2017	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	20:43	21:21	514.301	12,57%	30,20%

* 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 rujnu 2017.*
Ciljna skupina 18-49

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	24.09.2017	NovaTV	SUPER TALENT - TALENT SHOW	20:12	22:10	300.427	16,57%	45,86%
2	05.09.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (EUR) - PRIJENOS (TURSKA-HRVATSKA)	20:38	22:38	276.372	15,24%	49,86%
3	24.09.2017	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:12	208.036	11,47%	38,00%
4	02.09.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - PRIJENOS (HRVATSKA-KOSOVO)	20:38	21:31	194.573	10,73%	36,82%
5	17.09.2017	NovaTV	SAN ANDREAS - AMERICKI AKCIJSKI FILM	21:31	23:36	190.469	10,50%	35,43%
6	03.09.2017	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - PRIJENOS (HRVATSKA-KOSOVO)	14:24	16:01	189.721	10,46%	41,82%
7	24.09.2017	NovaTV	ZAVJET LJUBAVI - AMERICKO FRANCUSKA ROMANTICNA DRAMA	22:10	24:10	188.662	10,41%	38,76%
8	19.09.2017	NovaTV	CISTA LJUBAV - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	20:20	21:33	185.220	10,22%	33,60%
9	05.09.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - EMISIJA	22:39	23:00	173.637	9,58%	35,44%
10	10.09.2017	RTL	LJUBAV JE NA SELU - DOKUMENTARNA SAPUNICA	20:11	21:08	165.836	9,15%	25,25%

* 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 rujnu 2017.*
Ciljna skupina 18-54

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	24.09.2017	NovaTV	SUPER TALENT - TALENT SHOW	20:12	22:10	368.775	17,30%	44,19%
2	05.09.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (EUR) - PRIJENOS (TURSKA-HRVATSKA)	20:38	22:38	345.810	16,22%	47,49%
3	19.09.2017	NovaTV	CISTA LJUBAV - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	20:20	21:33	264.403	12,40%	36,26%
4	24.09.2017	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:12	261.529	12,27%	37,30%
5	03.09.2017	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - PRIJENOS (KOSOVO-HRVATSKA)	14:24	16:01	254.424	11,93%	43,12%
6	02.09.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - PRIJENOS	20:38	21:31	245.031	11,49%	36,95%
7	17.09.2017	NovaTV	SAN ANDREAS - AMERICKI AKCIJSKI FILM	21:31	23:36	244.197	11,45%	35,46%
8	24.09.2017	NovaTV	ZAVJET LJUBAVI - AMERICKO FRANCUSKA ROMANTICNA DRAMA	22:10	24:10	235.061	11,03%	38,05%
9	03.09.2017	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	20:50	21:20	224.268	10,52%	28,32%
10	05.09.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - EMISIJA (KOSOVO-HRVATSKA)	22:39	23:00	221.362	10,38%	34,59%

* 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

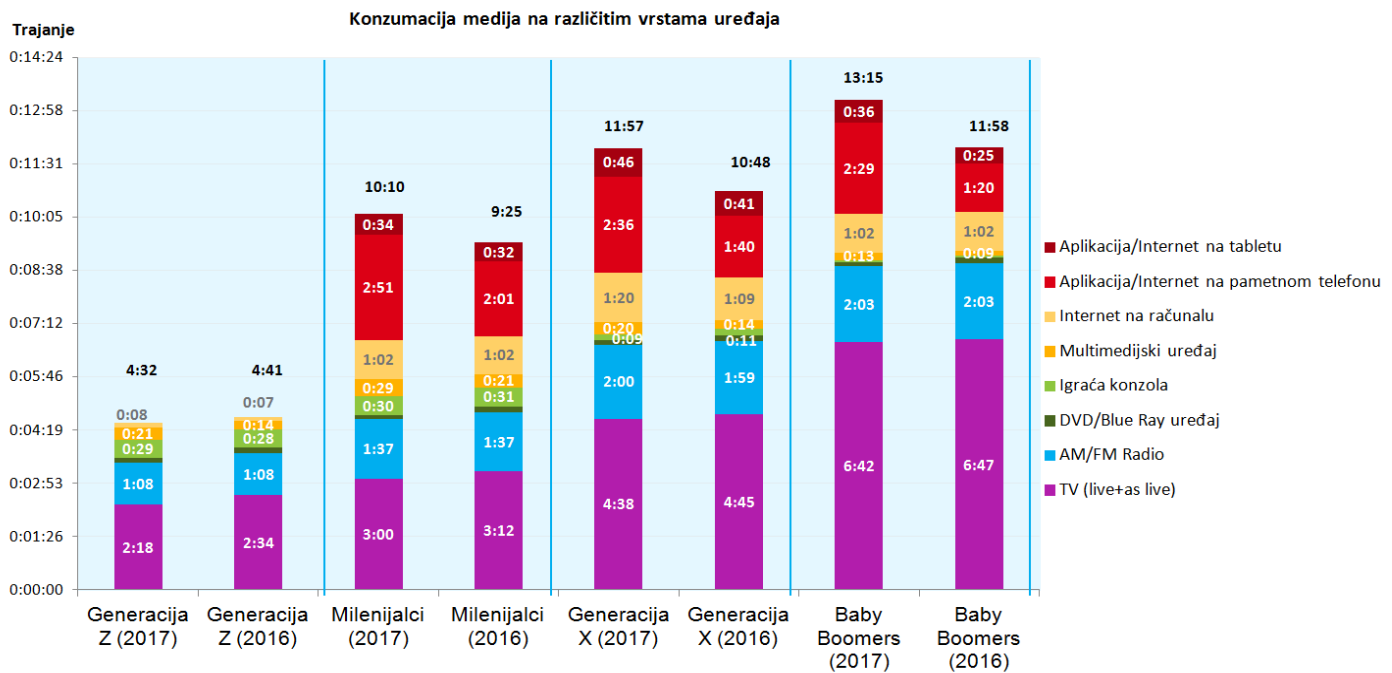
GLOBALNI TRENDOVI

Utjecaj godine rođenja na navike i konzumaciju medija

Na konzumaciju medija utječu brojni čimbenici, od mjesta gdje pojedinac živi, razine prihoda koju ostvaruje pa do godine rođenja. Nielsen Total Audience Report za prvi kvartal 2017. godine usmjeren je na istraživanje utjecaja godine rođenja na navike i konzumaciju medija pojedinaca u SAD-u. Osobe su razvrstane u četiri dobne skupine prema godini rođenja odnosno starosti u 2017. godini:

- Generacija „Z“: 2 – 20 godina (1997. – 2015.)
- Milenijalci: 21 – 37 godina (1980. – 1996.)
- Generacija „X“: 38 – 52 godina (1965. – 1979.)
- Baby Boomers: 53 – 70 godina (1947. – 1964.)

Rezultati su pokazali da postoji trend povećanja dnevne konzumacije medija na različitim vrstama uređaja na svim promatranim skupinama u odnosu na prvi kvartal 2016. godine. Najveće povećanje bilježe Baby Boomers i Generacija „X“ s porastom dnevne konzumacije medija od 11%. Milenijalci imaju porast od 8%, dok od promatranih samo Generacija „Z“ bilježi pad od 3%. Među analiziranim vrstama uređaja, ističe se povećanje dnevnog korištenja aplikacija i interneta na pametnom telefonu, odnosno tabletu, po promatranim dobnim skupinama (Baby Boomers, Generacija „X“ i Milenijalci).



Izvor: Nielsen National Panel (TV), RADAR 133 (Radio), Netview (PC), EMM (Smartphone and Tablet), Q1 2017

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).