

GLEDANOST TELEVIZIJSKIH PROGRAMA TRAVANJ 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 travnju 2016. godine

Prema podacima o gledanosti AGB Nielsena u travnju 2016. godine smo proveli otprilike 2% manje 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 travanj 2016. je iznosio 255 minuta, usporedno s istim periodom prošle godine kada je ATV iznosio 260 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 - TRAVANJ 2016.

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

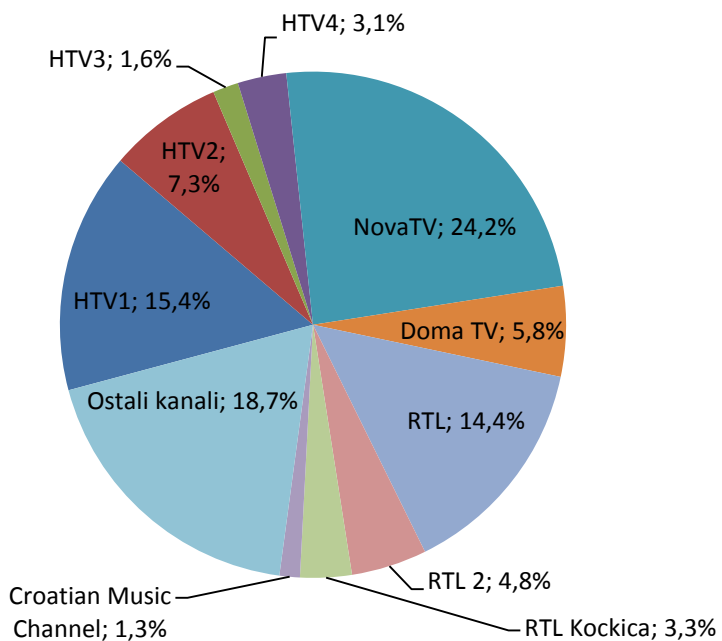
	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
Cijeli dan	HTV1	15,40%	10,48%	11,66%
	HTV2	7,33%	7,51%	7,50%
	HTV3	1,64%	1,40%	1,44%
	HTV4	3,11%	1,52%	1,77%
	NovaTV	24,22%	22,09%	22,63%
	Doma TV	5,77%	6,27%	6,44%
	RTL	14,40%	16,02%	15,71%
	RTL 2	4,83%	6,64%	6,13%
	RTL Kockica	3,29%	4,68%	3,83%
	Croatian Music Channel	1,30%	1,89%	1,72%

	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
19 do 23h	HTV1	12,73%	9,65%	10,47%
	HTV2	7,17%	8,17%	8,21%
	HTV3	1,05%	0,89%	0,92%
	HTV4	1,26%	0,90%	0,96%
	NovaTV	32,90%	27,78%	28,61%
	Doma TV	6,01%	6,93%	7,07%
	RTL	16,84%	19,06%	18,53%
	RTL 2	4,01%	6,49%	5,92%
	RTL Kockica	2,55%	4,30%	3,49%
	Croatian Music Channel	0,58%	0,80%	0,75%

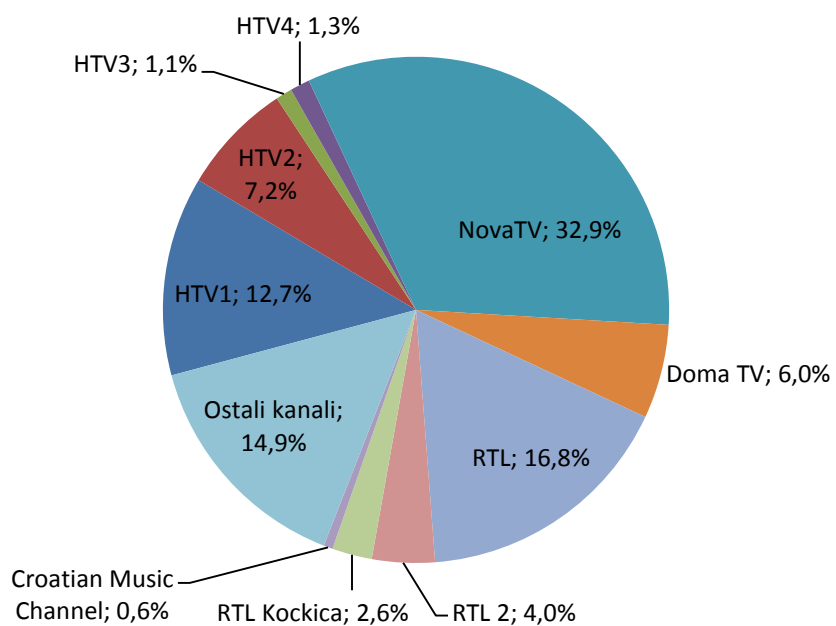
* SHR (share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.

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

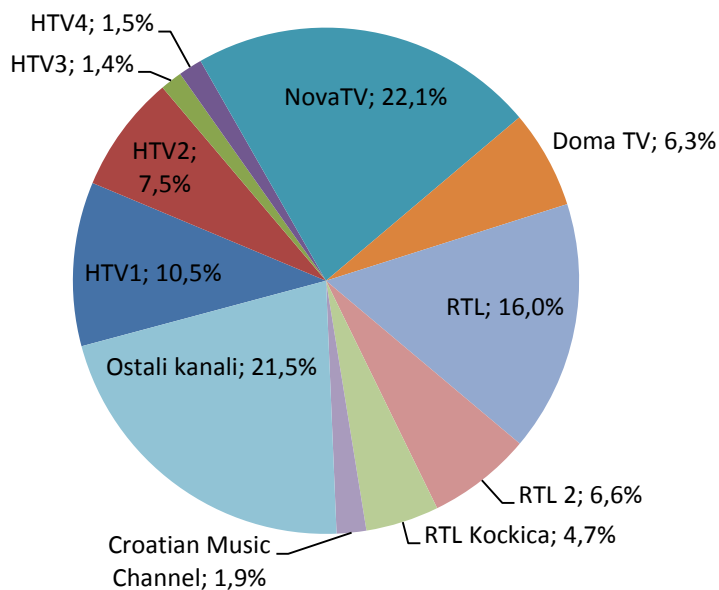


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

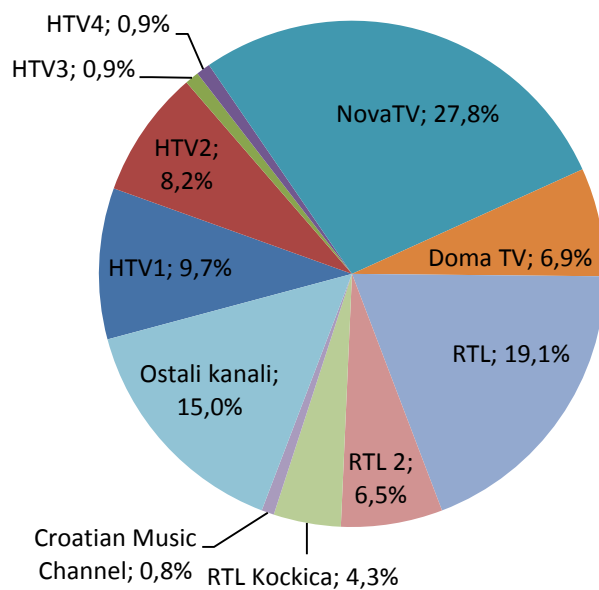


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-49.

Vremensko razdoblje cijeli dan

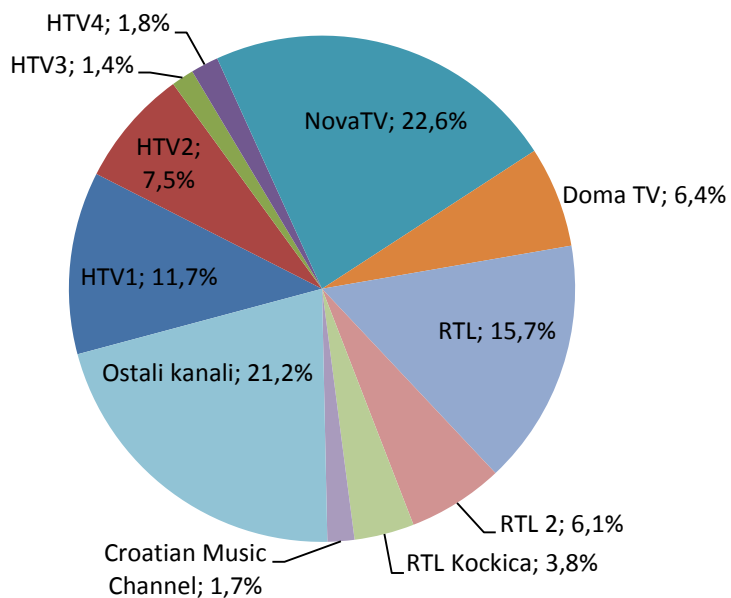


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

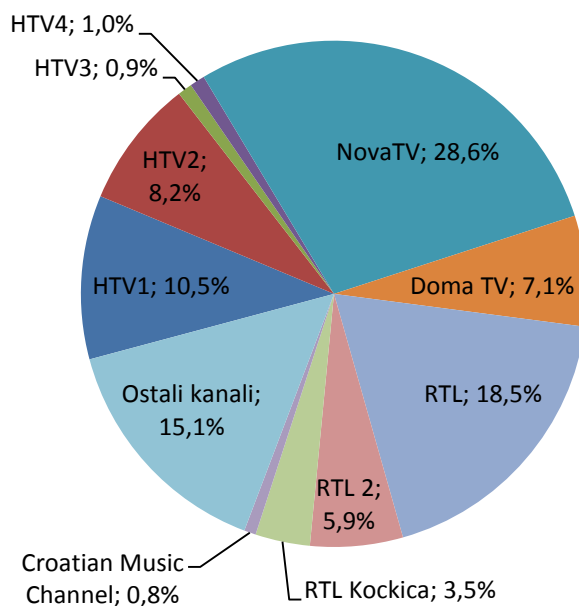


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-54.

Vremensko razdoblje cijeli dan



Vremensko razdoblje od 19 do 23h



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

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	28.04.2016	NovaTV	TUDI ZIVOT - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:16	21:44	740.267	18,10%	39,55%
2	24.04.2016	HTV1	VRIJEME DANAS HTV	12:20	12:22	696.295	17,02%	52,51%
3	24.04.2016	HTV1	SPORT - EMISIJA POSLIJE DNEVNIKA U PODNE	12:15	12:18	689.209	16,85%	52,01%
4	04.04.2016	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:29	22:17	675.903	16,53%	37,89%
5	24.04.2016	NovaTV	SUPER TALENT - TALENT SHOW	20:10	21:43	673.818	16,47%	33,60%
6	08.04.2016	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:16	646.518	15,81%	39,21%
7	24.04.2016	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:31	13:21	645.946	15,79%	47,65%
8	24.04.2016	HTV1	DNEVNIK U PODNE	12:00	12:15	642.014	15,70%	48,69%
9	17.04.2016	RTL	BIG BROTHER - KICK OFF	20:00	23:26	550.177	13,45%	31,41%
10	10.04.2016	HTV1	NEDJELJOM U DVA - POLITICKA EMISIJA	14:00	15:00	525.885	12,86%	40,70%

* 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 travnju 2016.*
Ciljna skupina 18-49

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	17.04.2016	RTL	BIG BROTHER - KICK OFF	20:00	23:26	232.907	12,85%	36,49%
2	24.04.2016	NovaTV	SUPER TALENT - TALENT SHOW	20:10	21:43	213.854	11,79%	31,05%
3	01.04.2016	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:25	22:14	205.727	11,35%	34,22%
4	26.04.2016	NovaTV	TUDI ZIVOT - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:15	21:44	194.246	10,71%	34,33%
5	10.04.2016	NovaTV	ULTIMATE FIGHT CHAMPIONSHIP FIGHT NIGHT - PRIJENOS	22:37	23:00	187.046	10,32%	32,29%
6	10.04.2016	RTL	PLAN ZA BIJEG - AMERICKI AKCIJSKI FILM	20:09	22:23	174.601	9,63%	27,43%
7	24.04.2016	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:31	13:21	171.320	9,45%	37,54%
8	23.04.2016	NovaTV	KAPETAN AMERIKA: PRVI OSVETNIK - AMERICKI AKCIJSKI FILM	21:43	23:59	169.686	9,36%	31,31%
9	10.04.2016	NovaTV	CELEBRITY MASTERCHEF HRVATSKA - REALITY SHOW	21:34	22:32	169.622	9,35%	26,30%
10	24.04.2016	HTV1	VRIJEME DANAS HTV	12:20	12:22	164.781	9,09%	38,79%

* 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 travnju 2016.*
Ciljna skupina 18-54

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	01.04.2016	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:25	22:14	277.029	12,99%	35,11%
2	26.04.2016	NovaTV	TUDI ZIVOT - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:15	21:44	275.225	12,91%	36,14%
3	17.04.2016	RTL	BIG BROTHER - KICK OFF	20:00	23:26	272.176	12,77%	33,44%
4	24.04.2016	NovaTV	SUPER TALENT - TALENT SHOW	20:10	21:43	265.603	12,46%	29,95%
5	10.04.2016	NovaTV	ULTIMATE FIGHT CHAMPIONSHIP FIGHT NIGHT - PRIJENOS	22:37	23:00	242.120	11,36%	32,10%
6	24.04.2016	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:31	13:21	235.377	11,04%	40,78%
7	10.04.2016	RTL	PLAN ZA BIJEG - AMERICKI AKCIJSKI FILM	20:09	22:23	224.858	10,55%	26,83%
8	24.04.2016	HTV1	VRIJEME DANAS HTV	12:20	12:22	222.375	10,43%	41,41%
9	24.04.2016	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:10	220.977	10,37%	28,67%
10	10.04.2016	NovaTV	ULTIMATE FIGHT CHAMPIONSHIP FIGHT NIGHT - PRIJENOS	23:00	23:38	217.856	10,22%	33,53%

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

GLOBALNI TRENDVI

Koliko potrošači vjeruju oglašavanju

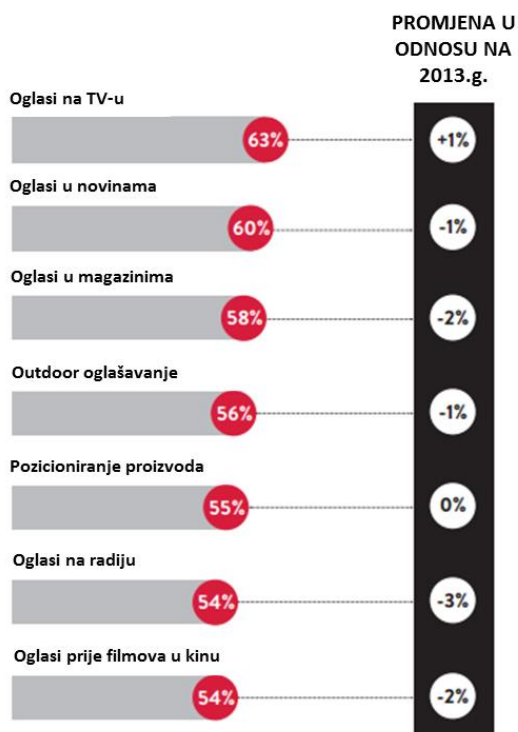
Oglašavanje u koje ćemo imati najviše povjerenja dolazi direktno od ljudi koje znamo i kojima vjerujemo. 83% ispitanika (izvor: Nielsen Global Survey) je izjavilo da u potpunosti ili barem dijelom vjeruju preporukama prijatelja i obitelji. Međutim, povjerenje se ne daje samo užem krugu prijatelja i obitelji. Čak 2/3 ispitanika je izjavilo da vjeruju mišljenjima drugih potrošača koje isti objavljuju na internetu. Međutim, mali broj oglašivača uspješno koristi marketing tehnike online usmene predaje (*word-of-mouth*) time propuštajući priliku razvoja dvosmjerne komunikacije s potrošačem umjesto jednostranog pokušaja promocije i u krajnju ruku, prodaje. Vlastite web stranice proizvoda i brendova su drugi po redu format oglašavanja prema razini povjerenja potrošača.

Usprkos kontinuiranoj fragmentaciji medija, umnožavanje online formata nije umanjilo povjerenje u tradicionalne (offline), plaćene kanale. TV, novine i magazini su i dalje oglašivački formati kojima potrošači vjeruju. Najveća razina povjerenja veže se uz televizijsko oglašavanje, čak 63%, a slijede novine sa 60% i magazini sa 58%.



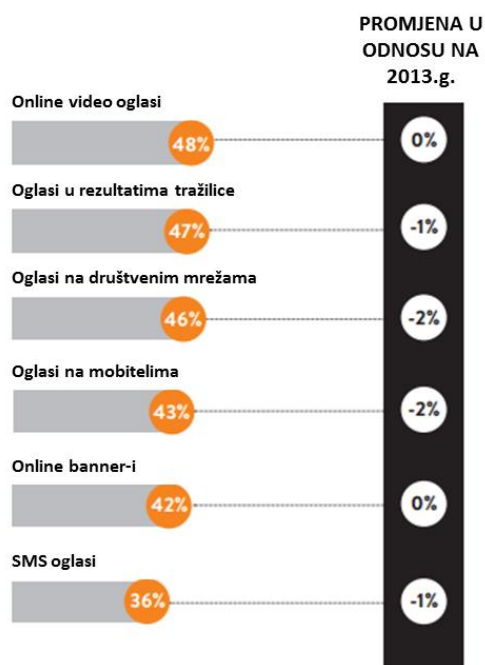
PLAĆENO - TRADICIONALNO

2015



PLAĆENO – ONLINE/SMARTPHONE

2015



Izvor: Nielsen Global Trust in Advertising Survey, Q1 2015 .g. i Q1 2013.g.

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).