

GLEDANOST TELEVIZIJSKIH PROGRAMA STUDENI 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 studenom 2017. godine

Prema podacima o gledanosti AGB Nielsena u studenom 2017. godine smo proveli 1% manje vremena konzumirajući TV u odnosu na studeni prošle godine. Naime ATV* ili prosječan broj minuta gledanja TV sadržaja po pojedincu iz ciljne skupine 4+ za studeni 2017. iznosio je 282 minute, usporedno s istim periodom prošle godine kada je ATV iznosio 285 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 - STUDENI 2017.

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

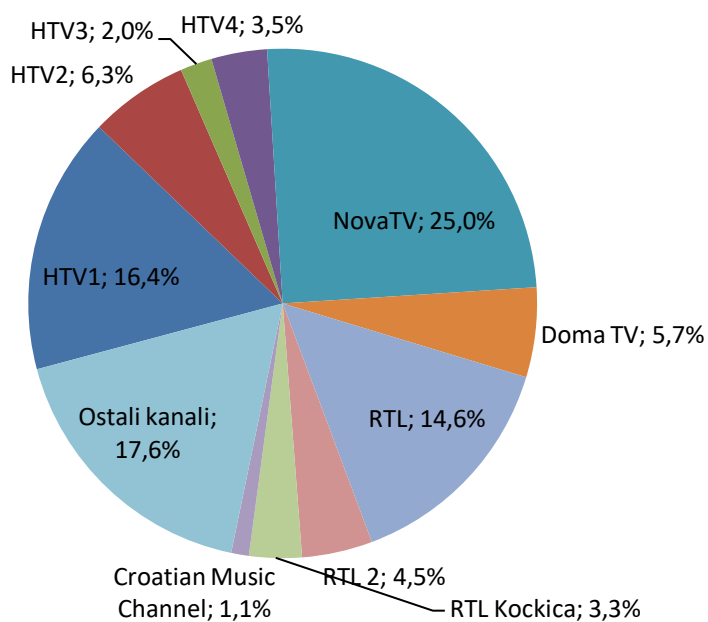
Ciljna skupina		4+	18-49	18-54
Cijeli dan	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
	HTV1	16,35%	11,03%	12,06%
	HTV2	6,28%	5,66%	5,88%
	HTV3	2,02%	1,61%	1,83%
	HTV4	3,54%	1,68%	1,75%
	NovaTV	24,96%	22,23%	23,57%
	Doma TV	5,70%	7,81%	7,43%
	RTL	14,62%	17,13%	16,60%
	RTL 2	4,48%	6,39%	6,07%
	RTL Kockica	3,34%	3,67%	3,21%
	Croatian Music Channel	1,12%	1,66%	1,44%

Ciljna skupina		4+	18-49	18-54
19 do 23h	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
	HTV1	12,63%	10,13%	10,90%
	HTV2	5,52%	5,67%	5,88%
	HTV3	1,08%	0,97%	1,08%
	HTV4	1,40%	0,91%	1,00%
	NovaTV	35,17%	27,98%	30,18%
	Doma TV	6,52%	8,26%	7,93%
	RTL	17,20%	20,51%	19,25%
	RTL 2	4,02%	5,87%	5,72%
	RTL Kockica	2,06%	2,33%	2,06%
	Croatian Music Channel	0,55%	0,85%	0,73%

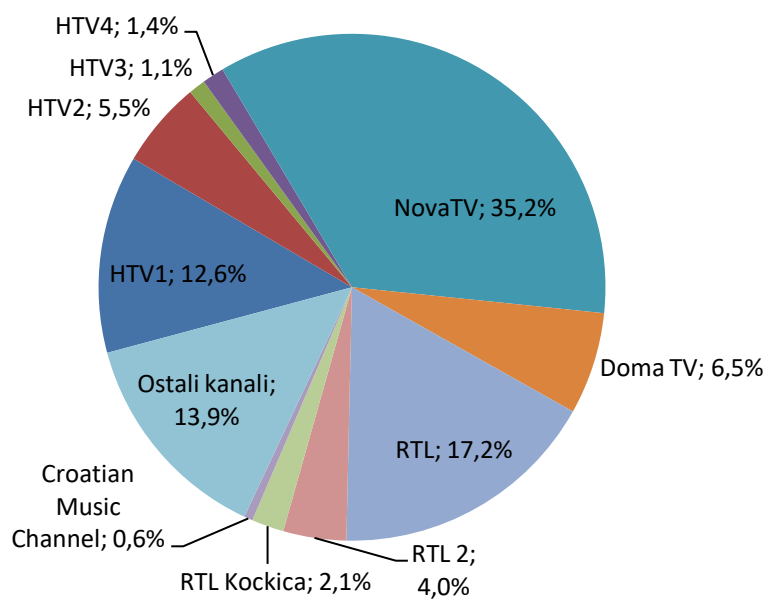
* SHR (share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.

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

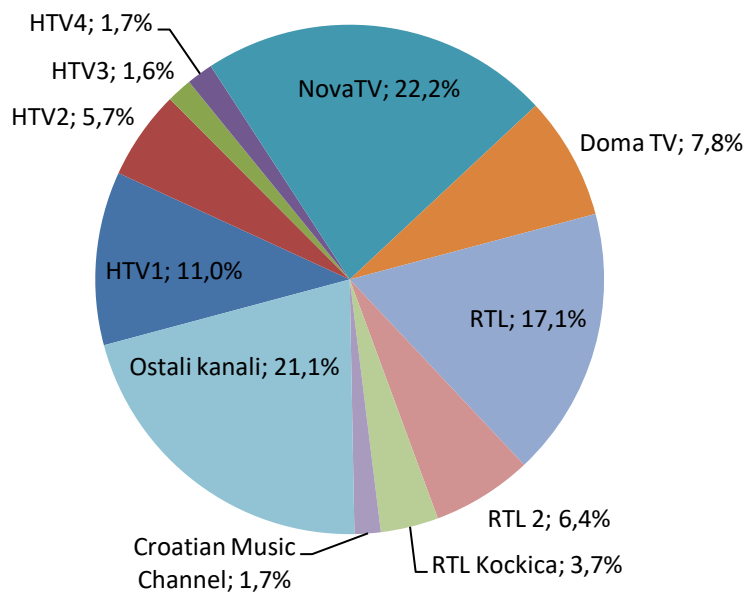


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

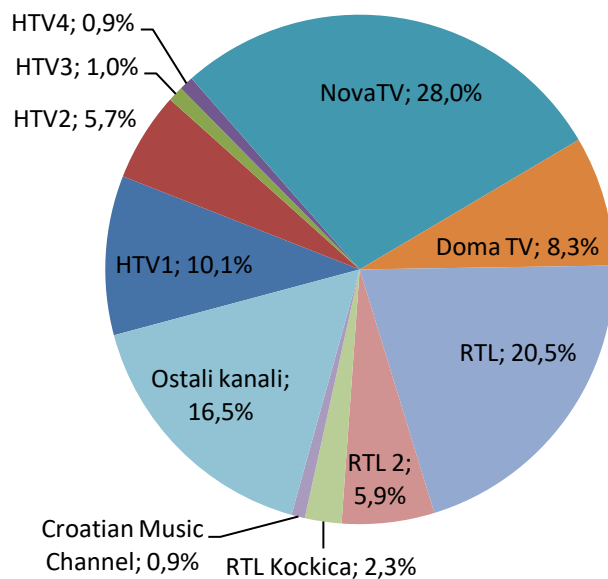


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-49.

Vremensko razdoblje cijeli dan

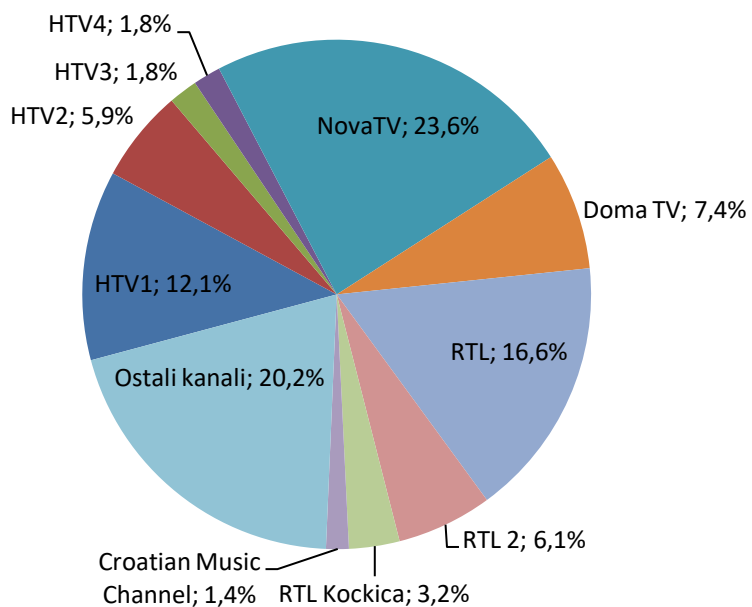


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

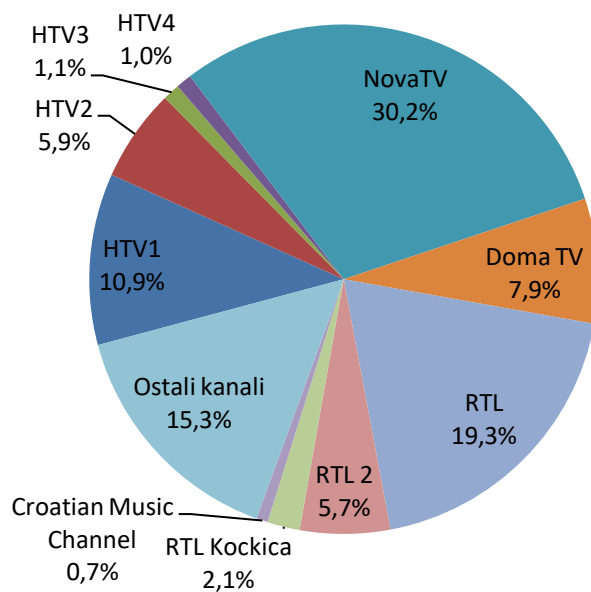


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-54.

Vremensko razdoblje cijeli dan



Vremensko razdoblje od 19 do 23h



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

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	12.11.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (EUR) - PRIJENOS (GRČKA-HRVATSKA)	20:38	22:39	1.000.566	24,46%	49,24%
2	09.11.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - PRIJENOS (HRVATSKA-GRČKA)	20:38	22:43	960.487	23,48%	50,62%
3	05.11.2017	NovaTV	SUPER TALENT - TALENT SHOW	20:11	23:05	911.949	22,30%	49,56%
4	08.11.2017	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:25	790.114	19,32%	44,75%
5	03.11.2017	NovaTV	CISTA LJUBAV - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	20:22	21:18	717.920	17,55%	41,07%
6	09.11.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - EMISIJA	22:48	23:14	631.990	15,45%	45,25%
7	14.11.2017	NovaTV	BIT CES MOJA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	21:21	22:47	617.523	15,10%	35,63%
8	26.11.2017	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:28	13:16	568.140	13,89%	44,73%
9	06.11.2017	NovaTV	VIJESTI NOVA TV	17:00	17:30	561.732	13,73%	38,49%
10	06.11.2017	NovaTV	IN MAGAZIN	17:31	18:22	531.922	13,01%	34,19%

* 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 studenom 2017.*

Ciljna skupina 18-49

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	12.11.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (EUR) - PRIJENOS (GRČKA-HRVATSKA)	20:38	22:39	352.472	19,44%	47,65%
2	09.11.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - PRIJENOS (HRVATSKA-GRČKA)	20:38	22:43	340.298	18,77%	52,15%
3	05.11.2017	NovaTV	SUPER TALENT - TALENT SHOW	20:11	23:05	311.166	17,16%	46,34%
4	09.11.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - EMISIJA	22:48	23:14	232.265	12,81%	44,87%
5	05.11.2017	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:11	213.442	11,77%	34,72%
6	07.11.2017	NovaTV	CISTA LJUBAV - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	20:25	21:19	207.000	11,42%	32,78%
7	30.11.2017	RTL	ZIVOT NA VAGI - REALITY SHOW	20:09	21:47	188.386	10,39%	29,56%
8	14.11.2017	NovaTV	BIT CES MOJA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	21:21	22:47	178.197	9,83%	28,76%
9	01.11.2017	RTL	LJUBAV JE NA SELU - DOKUMENTARNA SAPUNICA	20:08	21:21	172.408	9,51%	23,79%
10	26.11.2017	RTL	SAM U KUCI 5 - AMERICKA KOMEDIJA	20:03	21:55	171.657	9,47%	26,12%

* 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 studenom 2017.*
Ciljna skupina 18-54

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	12.11.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (EUR) - PRIJENOS (GRČKA-HRVATSKA)	20:38	22:39	465.746	21,85%	49,61%
2	09.11.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - PRIJENOS (HRVATSKA-GRČKA)	20:38	22:43	452.098	21,21%	53,63%
3	05.11.2017	NovaTV	SUPER TALENT - TALENT SHOW	20:11	23:05	405.269	19,01%	47,46%
4	09.11.2017	HTV1	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - EMISIJA	22:48	23:14	306.031	14,35%	45,34%
5	05.11.2017	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:11	294.868	13,83%	37,04%
6	06.11.2017	NovaTV	CISTA LJUBAV - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	20:21	21:20	288.111	13,51%	33,26%
7	14.11.2017	NovaTV	BIT CES MOJA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	21:21	22:47	253.781	11,90%	31,79%
8	30.11.2017	RTL	ZIVOT NA VAGI - REALITY SHOW	20:09	21:47	226.414	10,62%	27,26%
9	18.11.2017	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	20:12	20:44	225.887	10,60%	31,18%
10	29.11.2017	RTL	RTL DIREKT	22:15	22:59	211.493	9,92%	28,77%

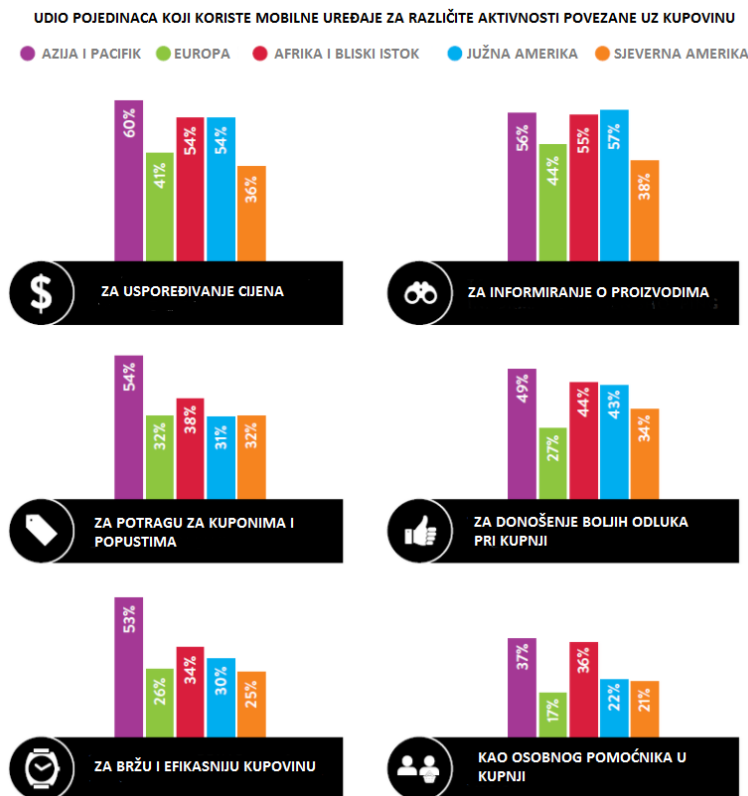
* U top listu su uključene emisije u trajanju od minimalno 10 minuta. U top listu ne ulaze duplicirani programi, a od sadržaja koji imaju više od 1 epizode ulazi samo najgledanija epizoda

GLOBALNI TRENDOVI

Utjecaj rastuće važnosti mobilnih uređaja na kupovinu.

Neophodni uvjeti za život ljudi jesu dostupnost hrane, vode i čistog zraka. Prema *Nielsen Shopping, Banking and Payment Survey* globalnom izvještaju iz prvog kvartala 2016. godine, čak 56% potrošača diljem svijeta izjavljuje kako ne mogu zamisliti život bez mobitela dok 53% osjeća tjeskobu kad im mobilni uređaj nije pri ruci. Mnogim potrošačima mobitel predstavlja stalnog suputnika koji im nudi brojne pogodnosti i funkcionalnosti. 74% ispitanika izrazito korisnim smatra mogućnost povezivanja bilo gdje i bilo kada, dok 70% vjeruje da su mobiteli učinili njihov život boljim. Svakodnevno korištenje mobilnih uređaja promijenilo je prirodu interakcije i komunikacije među ljudima. Dvije trećine ispitanika, odnosno njih 66% smatra da je elektronska interakcija zamijenila onu tradicionalnu, „licem u lice“. Drugim riječima, interakcija zapravo postaje transakcija.

Većina potrošača oslanja se na mobilni uređaj kao glavnog pomoćnika pri kupovini. Najčešći oblici korištenja mobilnih uređaja prilikom kupovine su uspoređivanje cijena (53%), informiranje o proizvodu (52%), potraga za kuponima i popustima (44%), donošenje boljih odluka u kupovini (42%) te brža i efikasnija kupovina (41%).



Izvor: *The Nielsen Mobile Shopping, Banking and Payment Survey, Q1 2016.*

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).