

GLEDANOST TELEVIZIJSKIH PROGRAMA SVIBANJ 2015.

Agencija za elektroničke medije u suradnji sa 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 svibnju 2015. godine

Prema podacima o gledanosti AGB Nielsena u svibnju 2015. godine smo proveli 3,2% 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 svibanj 2015. je iznosio 243 minute, usporedno s istim periodom prošle godine kada je ATV iznosio 251 minutu.

* 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 - SVIBANJ 2015.

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

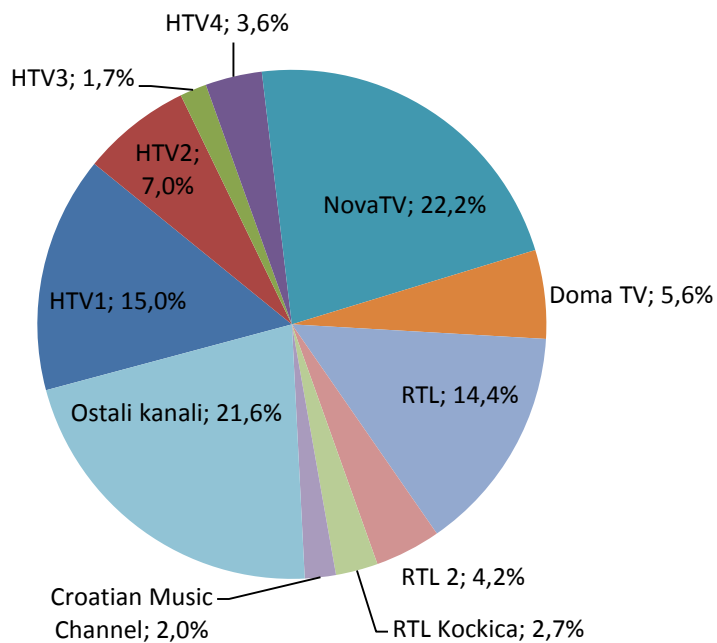
	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
Cijeli dan	HTV1	15,03%	10,43%	11,80%
	HTV2	6,95%	6,87%	6,75%
	HTV3	1,70%	1,33%	1,39%
	HTV4	3,60%	1,85%	2,20%
	NovaTV	22,17%	21,09%	21,34%
	Doma TV	5,63%	5,77%	5,79%
	RTL	14,44%	16,69%	16,71%
	RTL 2	4,19%	5,62%	5,20%
	RTL Kockica	2,68%	3,24%	2,88%
	Croatian Music Channel	1,97%	2,72%	2,47%

	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
19 do 23h	HTV1	12,23%	9,38%	10,41%
	HTV2	6,58%	7,32%	7,15%
	HTV3	1,31%	1,20%	1,22%
	HTV4	1,90%	1,21%	1,27%
	NovaTV	30,55%	27,62%	28,21%
	Doma TV	7,04%	7,38%	7,22%
	RTL	16,42%	19,07%	19,05%
	RTL 2	3,68%	6,14%	5,38%
	RTL Kockica	1,34%	1,55%	1,52%
	Croatian Music Channel	1,13%	1,43%	1,27%

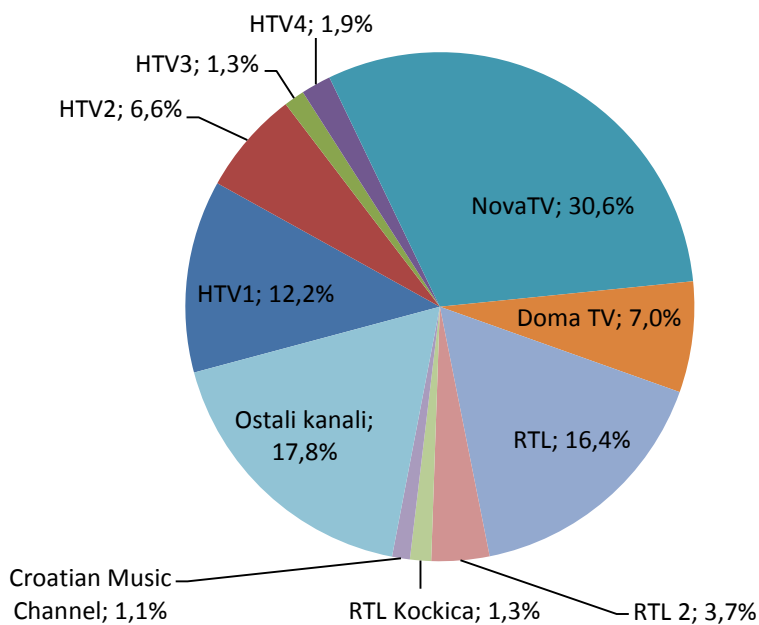
* SHR (share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.

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

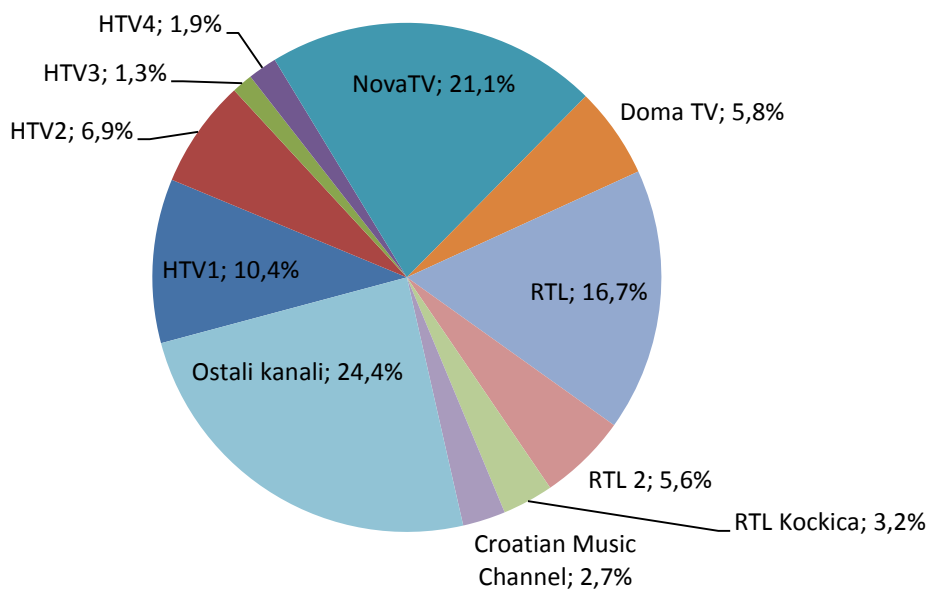


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

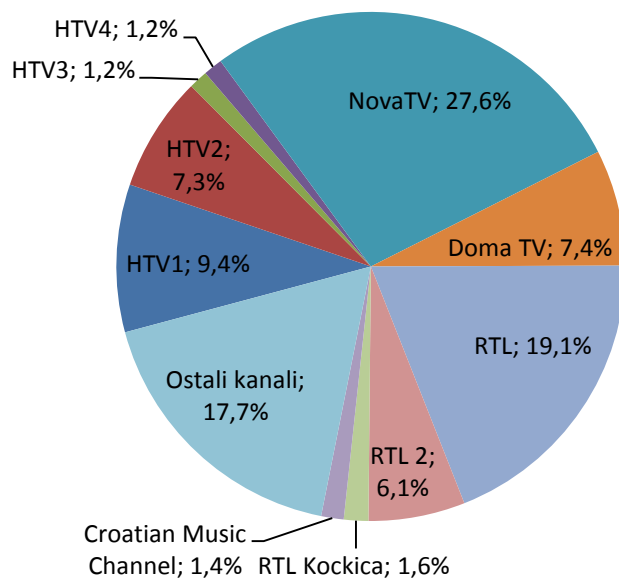


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-49.

Vremensko razdoblje cijeli dan

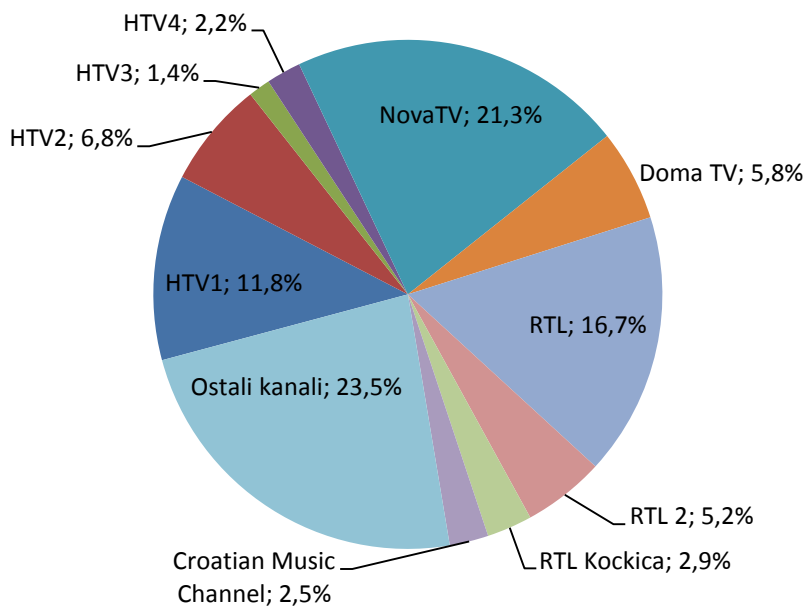


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

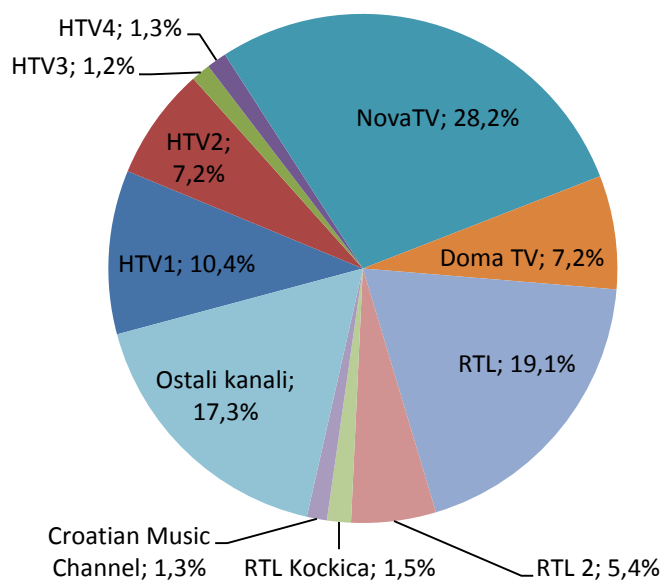


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-54.

Vremensko razdoblje cijeli dan



Vremensko razdoblje od 19 do 23h



Top 10 najgledanijih emisija u svibnju 2015.*

Ciljna skupina 4+

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	26.5.2015	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:04	22:02	705.202	17,24%	40,91%
2	28.5.2015	NovaTV	IZVANREDNE VIJESTI NOVA TV	22:08	22:49	686.510	16,79%	42,96%
3	3.5.2015	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:10	664.711	16,25%	42,56%
4	25.5.2015	NovaTV	CRNA RUZA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:10	21:05	596.357	14,58%	32,54%
5	3.5.2015	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	20:10	20:58	582.538	14,24%	32,76%
6	24.5.2015	HTV1	SPORT - EMISIJA POSLIJE DNEVNIKA U PODNE	12:15	12:18	576.998	14,11%	54,93%
7	24.5.2015	HTV1	VRIJEME DANAS HTV	12:18	12:20	573.478	14,02%	54,77%
8	1.5.2015	NovaTV	MASTERCHEF HRVATSKA - REALITY SHOW	21:14	22:26	569.292	13,92%	33,57%
9	10.5.2015	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:30	13:19	550.395	13,46%	49,16%
10	6.5.2015	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA - PRIJENOS: BARCELONA - BAYERN	20:39	22:40	547.239	13,38%	30,08%

* 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 svibnju 2015.*

Ciljna skupina 18-49

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	4.5.2015	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:08	22:06	233.679	12,89%	38,34%
2	28.5.2015	NovaTV	IZVANREDNE VIJESTI NOVA TV	22:08	22:49	224.245	12,37%	39,15%
3	24.5.2015	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	20:10	20:59	208.282	11,49%	36,81%
4	21.5.2015	NovaTV	PROVJERENO	22:10	23:12	207.046	11,42%	34,57%
5	17.5.2015	NovaTV	MASTERCHEF HRVATSKA - REALITY SHOW	21:59	23:20	199.976	11,03%	31,03%
6	13.5.2015	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA - PRIJENOS: REAL MADRID - JUVENTUS	20:39	22:41	195.497	10,78%	34,12%
7	3.5.2015	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:10	193.941	10,70%	38,09%
8	22.5.2015	RTL	BRZI I ZESTOKI 5 - AMERICKI AKCIJSKI FILM	21:10	22:58	193.135	10,65%	30,87%
9	24.5.2015	RTL	X FACTOR ADRIA - LIVE	21:00	24:02	190.265	10,49%	30,29%
10	3.5.2015	RTL	X FACTOR ADRIA - JUDGE HOUSE	20:03	22:17	190.068	10,48%	29,67%

* 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 svibnju 2015.*

Ciljna skupina 18-54

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	4.5.2015	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:08	22:06	304.691	14,29%	39,04%
2	28.5.2015	NovaTV	IZVANREDNE VIJESTI NOVA TV	22:08	22:49	279.454	13,11%	39,26%
3	24.5.2015	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	20:10	20:59	266.509	12,50%	36,62%
4	21.5.2015	NovaTV	PROVJERENO	22:10	23:12	257.045	12,06%	34,51%
5	17.5.2015	NovaTV	MASTERCHEF HRVATSKA - REALITY SHOW	21:59	23:20	256.701	12,04%	31,63%
6	13.5.2015	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA - PRIJENOS: REAL MADRID - JUVENTUS	20:39	22:41	247.137	11,59%	33,33%
7	6.5.2015	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA - PRIJENOS: BARCELONA - BAYERN	20:39	22:40	240.628	11,29%	30,00%
8	3.5.2015	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:10	240.581	11,28%	37,29%
9	22.5.2015	RTL	BRZI I ZESTOKI 5 - AMERICKI AKCIJSKI FILM	23:09	23:45	239.827	11,25%	36,94%
10	21.5.2015	RTL	KOLO SRECE - KVIZ	20:02	21:01	232.715	10,92%	32,04%

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

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).