

GLEDANOST TELEVIZIJSKIH PROGRAMA SIJEČANJ 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 siječnju 2016. godine

Prema podacima o gledanosti AGB Nielsena u siječnju 2016. godine smo proveli gotovo 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 siječanj 2016. je iznosio 318 minuta, usporedno s istim periodom prošle godine kada je ATV iznosio 324 minute.

* 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 - SIJEČANJ 2016.

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

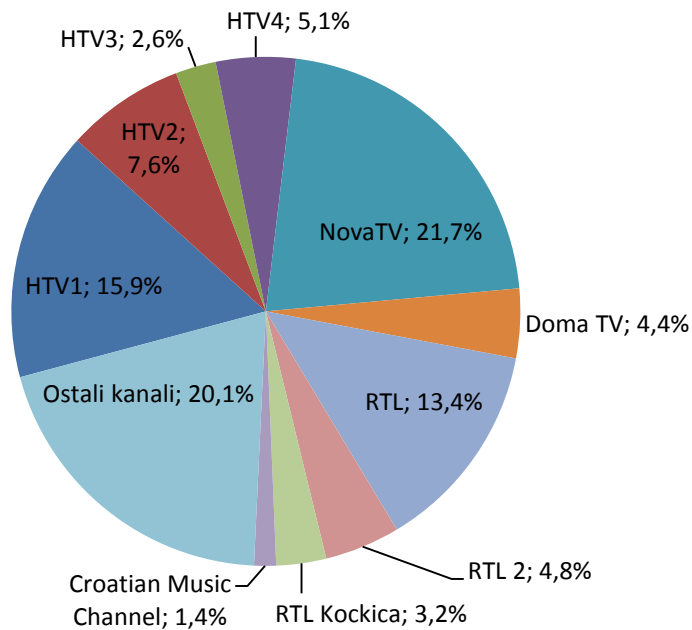
	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
Cijeli dan	HTV1	15,88%	11,37%	12,63%
	HTV2	7,55%	7,62%	7,76%
	HTV3	2,57%	2,10%	2,24%
	HTV4	5,06%	2,91%	3,35%
	NovaTV	21,66%	20,09%	20,51%
	Doma TV	4,41%	4,86%	4,87%
	RTL	13,43%	15,72%	15,42%
	RTL 2	4,79%	6,10%	5,97%
	RTL Kockica	3,17%	4,34%	3,62%
	Croatian Music Channel	1,39%	1,89%	1,70%

	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
19 do 23h	HTV1	14,15%	10,52%	11,60%
	HTV2	6,29%	6,83%	7,05%
	HTV3	1,92%	1,62%	1,73%
	HTV4	2,56%	1,89%	2,05%
	NovaTV	30,58%	26,58%	27,36%
	Doma TV	4,86%	5,55%	5,53%
	RTL	15,83%	19,29%	18,53%
	RTL 2	4,17%	5,92%	5,72%
	RTL Kockica	2,20%	3,19%	2,68%
	Croatian Music Channel	0,71%	1,02%	0,92%

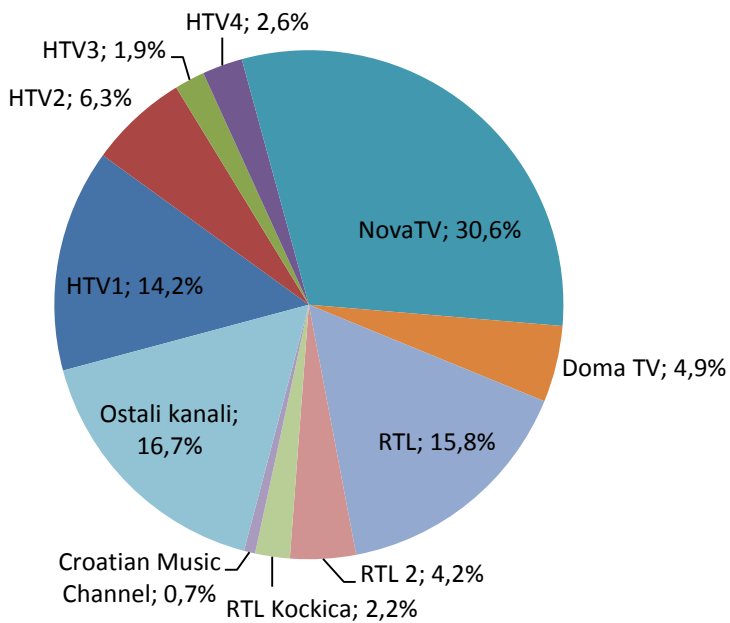
* SHR (share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.

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

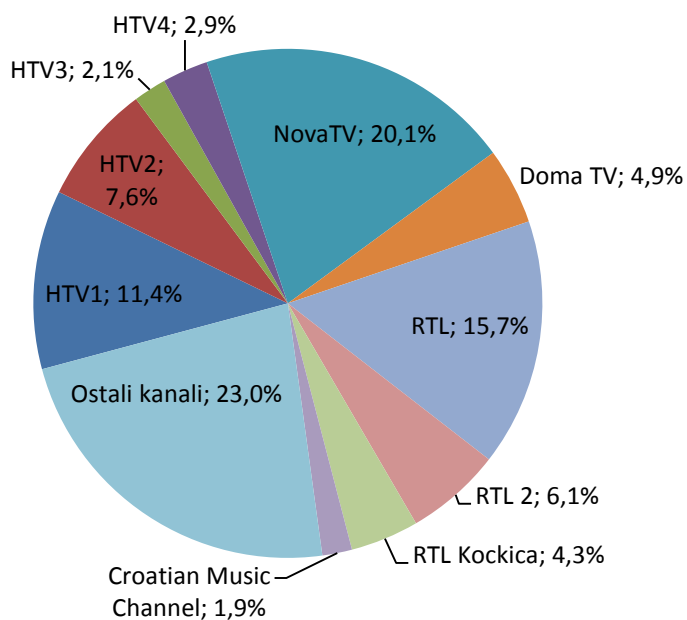


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

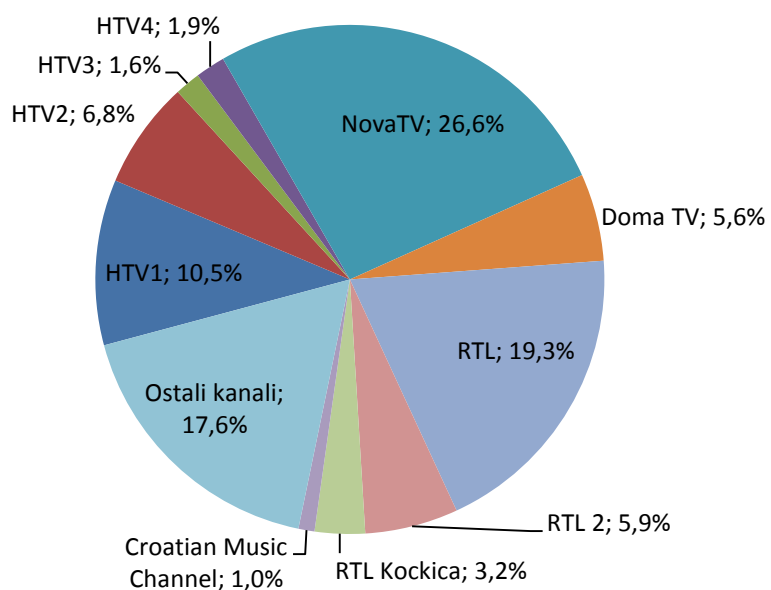


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-49.

Vremensko razdoblje cijeli dan

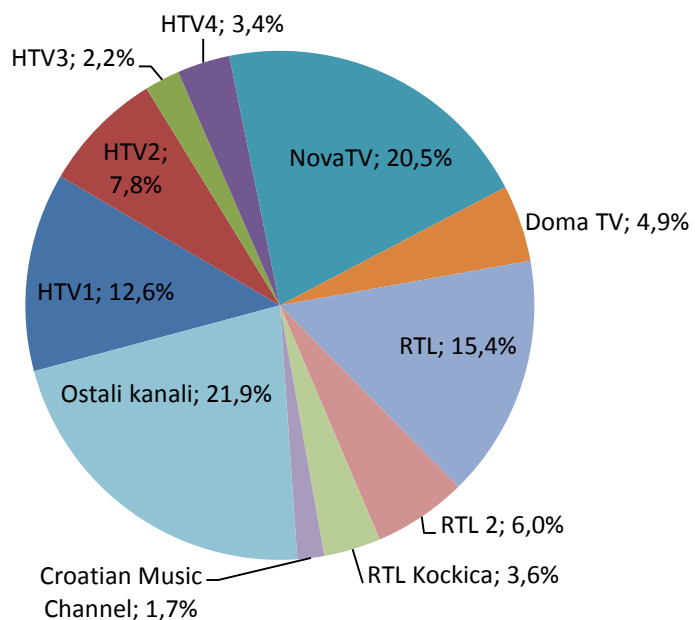


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

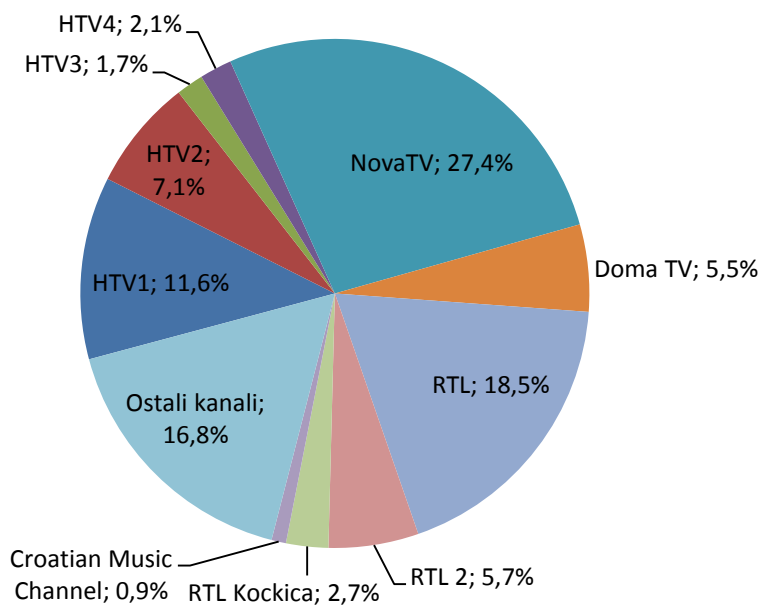


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-54.

Vremensko razdoblje cijeli dan



Vremensko razdoblje od 19 do 23h



Top 10 najgledanijih emisija u siječnju 2016.*

Ciljna skupina 4+

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	29.1.2016	RTL	RUKOMET - EP (M) - POLJSKA – PRIJENOS: SPANJOLSKA - HRVATSKA	20:53	22:37	973.654	23,81%	47,53%
2	3.1.2016	HTV1	VRIJEME DANAS HTV	12:18	12:20	836.549	20,45%	55,44%
3	31.1.2016	RTL	VRIJEME JE ZA RUKOMET: EP - POLJSKA 2016.	16:40	16:50	817.562	19,99%	46,76%
4	3.1.2016	HTV1	SPORT - EMISIJA POSLIJE DNEVNIKA U PODNE	12:15	12:18	815.599	19,94%	54,33%
5	28.1.2016	NovaTV	TUDI ZIVOT - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:16	22:16	810.432	19,81%	42,08%
6	28.1.2016	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:15	782.054	19,12%	43,60%
7	17.1.2016	HTV1	NEDJELJOM U DVA - POLITICKA EMISIJA	14:00	15:01	781.725	19,11%	50,59%
8	31.1.2016	RTL	RUKOMET - EP (M) - POLJSKA – PRIJENOS: NORVESKA - HRVATSKA	14:53	16:37	778.160	19,03%	46,23%
9	3.1.2016	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:29	13:19	757.557	18,52%	49,02%
10	3.1.2016	HTV1	DNEVNIK U PODNE	12:00	12:15	751.661	18,38%	51,26%

* 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 siječnju 2016.*

Ciljna skupina 18-49

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	29.1.2016	RTL	RUKOMET - EP (M) - POLJSKA – PRIJENOS: SPANJOLSKA - HRVATSKA	20:53	22:37	415.178	22,90%	55,01%
2	31.1.2016	RTL	VRIJEME JE ZA RUKOMET: EP - POLJSKA 2016.	16:40	16:50	314.762	17,36%	49,72%
3	31.1.2016	RTL	RUKOMET - EP (M) - POLJSKA – PRIJENOS: NORVESKA - HRVATSKA	14:53	16:37	309.828	17,09%	49,80%
4	23.1.2016	RTL	RUKOMET - EP (M) - POLJSKA – PRIJENOS: FRANCUSKA - HRVATSKA	18:09	19:45	281.765	15,54%	44,95%
5	27.1.2016	RTL	RUKOMET - EP (M) - POLJSKA – PRIJENOS: POLJSKA - HRVATSKA	20:24	22:06	280.003	15,44%	38,66%
6	21.1.2016	RTL	RUKOMET - EP (M) - POLJSKA – PRIJENOS: MAKEDONIJA - HRVATSKA	20:23	21:58	273.188	15,07%	38,71%
7	27.1.2016	RTL	RTL DIREKT	22:20	22:46	272.434	15,03%	40,74%
8	31.1.2016	RTL	RUKOMET - EP (M) - POLJSKA – PRIJENOS: NJEMACKA - SPANJOLSKA	17:27	19:12	258.793	14,27%	39,17%
9	2.1.2016	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:09	253.420	13,98%	36,87%
10	31.1.2016	RTL	RTL VIJESTI	16:57	17:08	247.278	13,64%	39,76%

* 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 siječnju 2016.*

Ciljna skupina 18-54

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	29.1.2016	RTL	RUKOMET - EP (M) - POLJSKA – PRIJENOS: SPANJOLSKA - HRVATSKA	20:53	22:37	517.693	24,28%	54,54%
2	31.1.2016	RTL	VRIJEME JE ZA RUKOMET: EP - POLJSKA 2016.	16:40	16:50	392.293	18,40%	48,84%
3	31.1.2016	RTL	RUKOMET - EP (M) - POLJSKA – PRIJENOS: NORVESKA - HRVATSKA	14:53	16:37	385.875	18,10%	49,16%
4	27.1.2016	RTL	RUKOMET - EP (M) - POLJSKA – PRIJENOS: POLJSKA - HRVATSKA	20:24	22:06	356.533	16,72%	38,18%
5	23.1.2016	RTL	RUKOMET - EP (M) - POLJSKA – PRIJENOS: FRANCUSKA - HRVATSKA	18:09	19:45	350.496	16,44%	44,03%
6	27.1.2016	RTL	RTL DIREKT	22:20	22:46	347.440	16,30%	39,86%
7	21.1.2016	RTL	RUKOMET - EP (M) - POLJSKA – PRIJENOS: MAKEDONIJA - HRVATSKA	20:23	21:58	336.450	15,78%	37,42%
8	31.1.2016	RTL	RUKOMET - EP (M) - POLJSKA – PRIJENOS: NJEMACKA - SPANJOLSKA	17:27	19:12	332.034	15,57%	39,41%
9	3.1.2016	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:09	331.166	15,53%	37,41%
10	19.1.2016	RTL	RUKOMET - EP (M) - POLJSKA – PRIJENOS: HRVATSKA - ISLAND	20:23	22:07	317.668	14,90%	35,33%

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

GLOBALNI TREND OVI

NIELSEN U SVIJETU SOCIJALNIH MREŽA

Nielsen Global je zakoračio korak dalje u svijet socijalnih mreža uključanjem *Facebook* komunikacije o TV sadržajima i programima u svoj sustav mjerenja. Od početka mjerenja *Twitter* objava do sada, različite medijske tvrtke redovito koriste podatke o objavama vezanih za TV sadržaj koji trenutno čine jedan od osnovnih izvora za daljnji razvoj marketinga i TV programa. U drugoj polovici siječnja ove godine, objavom o integraciji sadržaja *Facebook* komunikacije i *Twitter* objava vezanih za TV programe, Nielsen je proširio spektar socijalnih mreža čije objave mjeri te sada nudi široku sliku trendova i glavnih tema aktualnih na socijalnim mrežama vezanih za TV sadržaj. Integrirani podaci sa socijalnih mreža sada su dostupni klijentima pod nazivom "Social Content Ratings".

NAVIKE TV GLEDATELJA – ŠTO I KADA GLEDAJU?

Većom digitalizacijom i dostupnošću različitih platformi, TV gledatelji su u mogućnosti sve više upravljati sadržajem koji će konzumirati. Prema Nielsen global podacima, gledatelji tvrde da:



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).