

GLEDANOST TELEVIZIJSKIH PROGRAMA SVIBANJ 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 svibnju 2016. godine

Prema podacima o gledanosti AGB Nielsena u svibnju 2016. godine smo proveli otprilike 5% više 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 2016. je iznosio 254 minute, usporedno s istim periodom prošle godine kada je ATV iznosio 243 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 - SVIBANJ 2016.

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

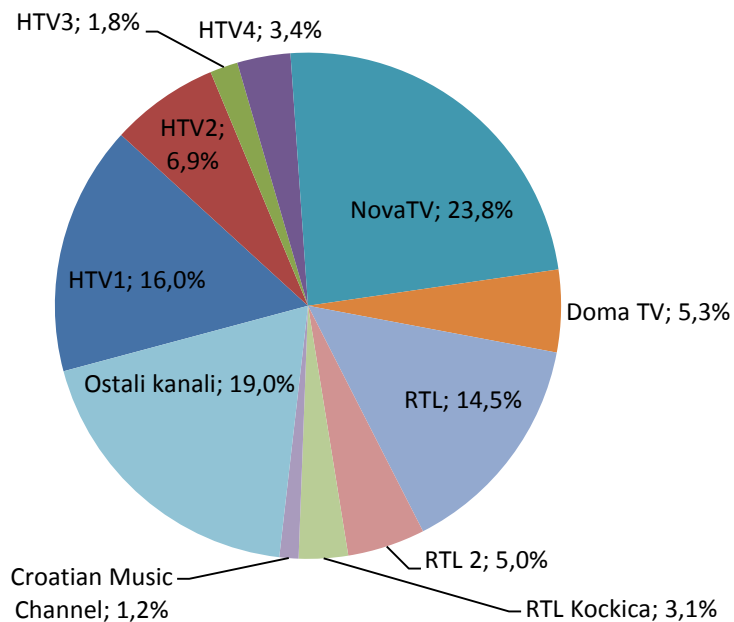
	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
Cijeli dan	HTV1	15,95%	11,00%	12,20%
	HTV2	6,93%	6,66%	6,68%
	HTV3	1,78%	1,56%	1,60%
	HTV4	3,40%	1,55%	1,86%
	NovaTV	23,81%	21,14%	21,87%
	Doma TV	5,26%	6,03%	6,11%
	RTL	14,53%	16,47%	16,09%
	RTL 2	4,96%	6,97%	6,45%
	RTL Kockica	3,14%	4,29%	3,60%
	Croatian Music Channel	1,22%	1,70%	1,57%

	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
19 do 23h	HTV1	12,65%	9,87%	10,75%
	HTV2	6,30%	6,56%	6,68%
	HTV3	1,10%	0,97%	1,02%
	HTV4	1,40%	1,01%	1,03%
	NovaTV	33,33%	27,70%	28,50%
	Doma TV	5,49%	6,34%	6,46%
	RTL	17,43%	19,50%	19,13%
	RTL 2	3,91%	6,60%	6,04%
	RTL Kockica	2,45%	4,09%	3,42%
	Croatian Music Channel	0,63%	0,90%	0,83%

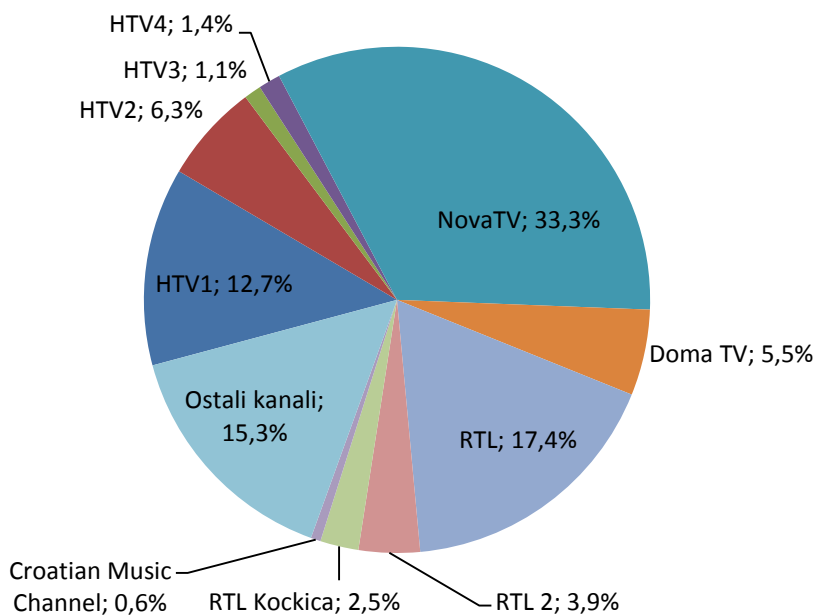
* SHR (share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.

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

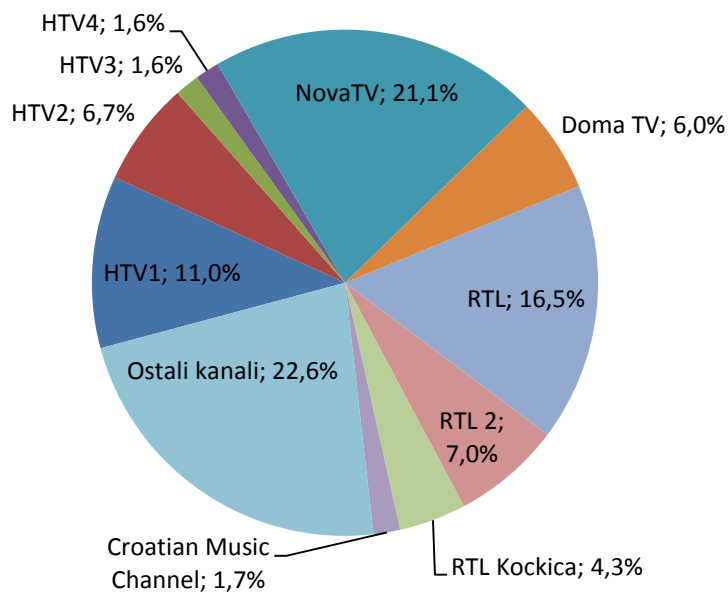


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

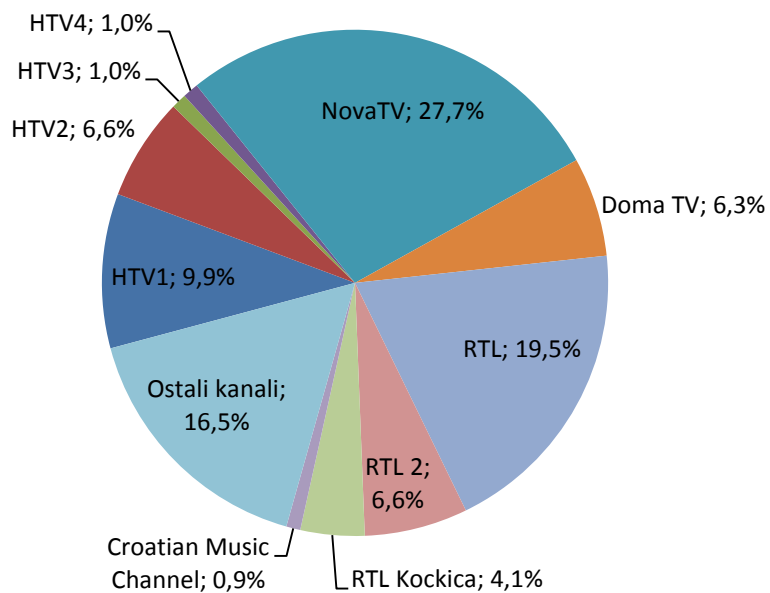


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-49.

Vremensko razdoblje cijeli dan

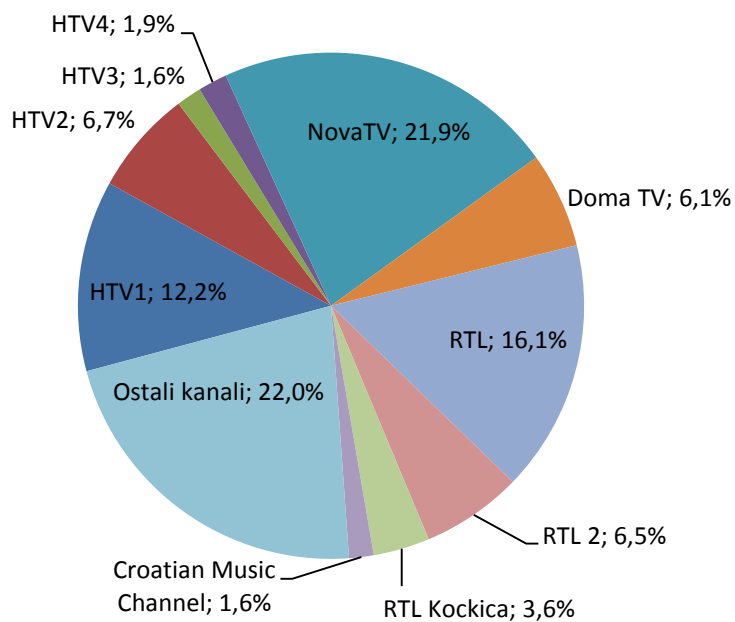


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

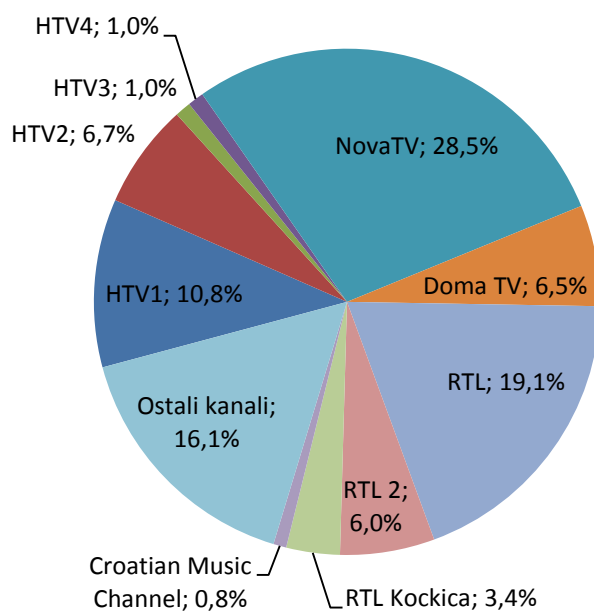


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-54.

Vremensko razdoblje cijeli dan



Vremensko razdoblje od 19 do 23h



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

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	02.05.2016	NovaTV	TUDI ZIVOT - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:16	21:45	718.385	17,56%	39,60%
2	01.05.2016	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:10	713.822	17,45%	39,56%
3	15.05.2016	HTV1	VRIJEME DANAS HTV	12:20	12:22	695.228	17,00%	53,88%
4	01.05.2016	NovaTV	SUPER TALENT - TALENT SHOW	20:10	23:01	679.968	16,63%	37,08%
5	15.05.2016	HTV1	DNEVNIK U PODNE	12:00	12:19	677.841	16,57%	54,01%
6	01.05.2016	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:31	13:21	641.680	15,69%	52,98%
7	01.05.2016	HTV1	SPORT - EMISIJA POSLIJE DNEVNIKA U PODNE	12:15	12:18	640.633	15,66%	54,21%
8	03.05.2016	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:41	22:32	630.417	15,41%	36,35%
9	14.05.2016	HTV1	EUROSONG 2016 - PRIJENOS FINALNE VECERI	21:00	24:47	602.376	14,73%	40,12%
10	15.05.2016	HTV1	NEDJELJOM U DVA - POLITICKA EMISIJA	14:00	14:55	575.051	14,06%	41,27%

* 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 2016.*
Ciljna skupina 18-49

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	01.05.2016	NovaTV	SUPER TALENT - TALENT SHOW	20:00	23:26	232.907	12,85%	36,49%
2	03.05.2016	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	20:10	21:43	213.854	11,79%	31,05%
3	03.05.2016	NovaTV	TUDI ZIVOT - TURSKA DRAMSKA SERIJA	21:25	22:14	205.727	11,35%	34,22%
4	14.05.2016	HTV1	EUROSONG 2016 - PRIJENOS FINALNE VECERI	20:15	21:44	194.246	10,71%	34,33%
5	28.05.2016	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA – PRIJENOS – REAL MADRID – ATLETICO MADRID	22:37	23:00	187.046	10,32%	32,29%
6	01.05.2016	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	20:09	22:23	174.601	9,63%	27,43%
7	30.05.2016	NovaTV	LAZNI SVJEDOK - HUMORISTICNA SERIJA	12:31	13:21	171.320	9,45%	37,54%
8	15.05.2016	HTV1	VRIJEME DANAS HTV	21:43	23:59	169.686	9,36%	31,31%
9	15.05.2016	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	21:34	22:32	169.622	9,35%	26,30%
10	04.05.2016	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA – PRIJENOS – REAL MADRID – MANCHESTER CITY	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 svibnju 2016.*
Ciljna skupina 18-54

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	01.05.2016	NovaTV	SUPER TALENT - TALENT SHOW	20:10	23:01	285.011	13,37%	35,04%
2	02.05.2016	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:45	22:36	276.242	12,96%	34,69%
3	14.05.2016	HTV1	EUROSONG 2016 - PRIJENOS FINALNE VECERI	21:00	24:47	258.744	12,14%	35,22%
4	01.05.2016	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:10	255.615	11,99%	33,89%
5	03.05.2016	NovaTV	TUDI ZIVOT - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:16	21:41	249.762	11,72%	33,10%
6	15.05.2016	HTV1	VRIJEME DANAS HTV	12:20	12:22	234.135	10,98%	43,62%
7	28.05.2016	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA – PRIJENOS – REAL MADRID – ATLETICO MADRID	20:43	23:36	231.449	10,86%	35,88%
8	30.05.2016	NovaTV	LAZNI SVJEDOK - HUMORISTICNA SERIJA	22:15	22:56	225.223	10,56%	31,01%
9	15.05.2016	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:32	13:21	220.735	10,35%	39,19%
10	15.05.2016	HTV1	DNEVNIK U PODNE	12:00	12:19	207.594	9,74%	39,96%

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

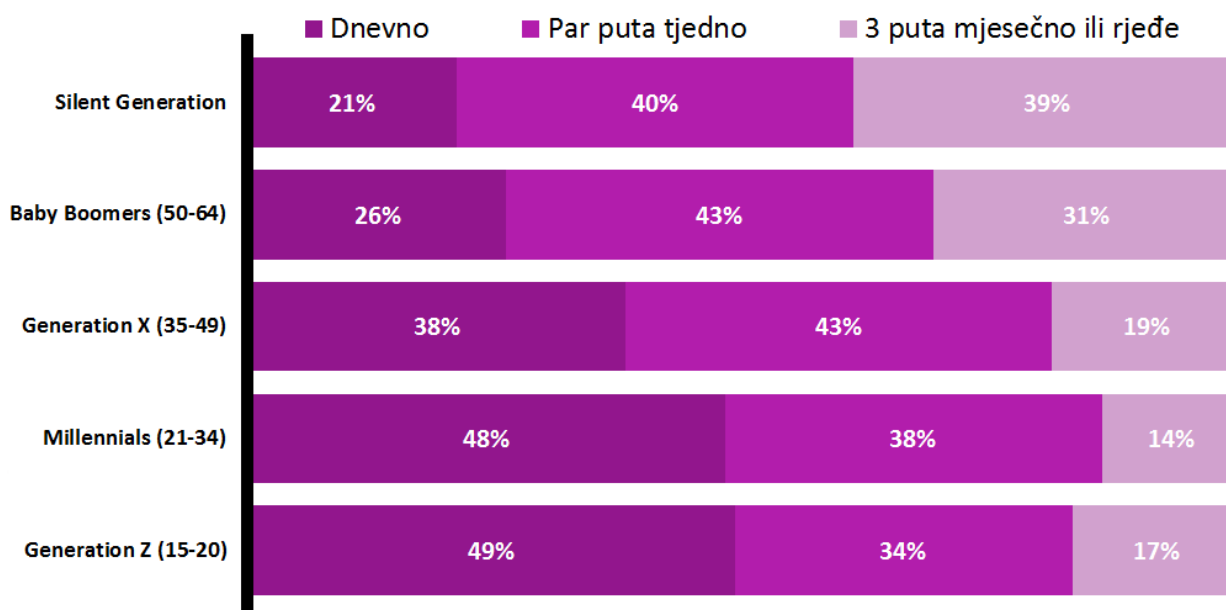
GLOBALNI TRENDVI

Gledanje na zahtjev po dobnim skupinama

Gledanje na zahtjev za mnoge ubrzano postaje integralni dio dnevnih navika gledanja. Štoviše, među onima koji gledaju VOD sadržaj (65%), više od 4 od 10 ispitanika na globalnoj razini kaže da takav sadržaj gleda barem jednom dnevno (43%). Pri tome se ne događa da samo najmlađi ispitanici izjavljuju da koriste gledanje na zahtjev. Najveći udio *Generation Z* i *Millennial* generacije izjavljuju da jednom dnevno ili češće gledaju VOD sadržaj (49% i 48% svaki), isto izjavljuje jedna petina ispitanika iz *Silent Generation* (21%) te jedna četvrtina *Baby Boomers* generacije.

Među gledanim VOD sadržajima u svim regijama i među svim generacijama dominiraju filmovi. 80% ispitanika na globalnoj razini koji gledaju VOD sadržaj izjavljuju da gledaju filmove, a 50% da gledaju TV kanale. Gledajući po žanrovima, 38% ispitanika koji gledaju na zahtjev izjavljuju da gledaju komedije, 32% originalne serije, 31% ih gleda sport te 31% dokumentarce. 22% njih izjavljuje da gledaju kratki video sadržaj (video u trajanju od 15 minuta ili manje).

UČESTALOST GLEDANJA VOD PROGRAMA NA ONLINE UREĐAJIMA



* VOD (Video On Demand) odnosno video na zahtjev je sustav koji omogućava korisnicima odabir te gledanje/slušanje video ili audio sadržaja kad oni to žele umjesto u zadanom terminu emitiranja.

Izvor: Nielsen Global Video-on-Demand Survey, Q3 2015

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).