

TVN MEDIA

RAPORT BIG5

WRZESIEŃ 2020

WSTĘP

Przekazujemy na Państwa ręce raport podsumowujący wyniki największych stacji ogólnopolskich we wrześniu. Jesień 2020r. w telewizji zaczęła się od niższego poziomu widowni Total TV (PUT), który jest pochodną zniesienia obostrzeń związanych z COVID-19 i wyjątkowo ciepłego września. Rok do roku całkowity AMR% spadł do poziomu 14,0% i był niższy od wyniku z września 2019r. o 8,2%.

Największe stacje silnie odczuły odpływ widowni, odnotowując spadki udziałów w oglądalności. W ramach dawnej BIG4 RdR udział stacji był niższy aż o 5,6 pp., co oznacza spadek na poziomie 14,9%. Wyjątkiem jest TVN7 która rok do roku wzrosła o niemal połowę (+45% i aż +1,5 pp. RdR) i osiągnęła piąty udział na rynku, równy 4,83% SHR% w badanym pasmie 6:00 – 25:59. Nowy układ kanałów ogólnopolskich BIG5, o którym wspominaliśmy w poprzednim raporcie, we wrześniu br. ulega kolejnej transformacji, do grona stacji o najwyższych udziałach dołącza TV Puls ze średnim udziałem na poziomie 4,82% SHR% w badanym pasmie 6:00 – 25:59 i wzrostem RdR na poziomie 28% (+1 pp.). BIG5 we wrześniu 2020r. to de facto WIELKA SZÓSTKA 😊 Serdecznie gratulujemy i kibicujemy TVN7 oraz TV Puls, z niecierpliwością czekając, co przyniosą kolejne miesiące.

W ramach grupy omawianych stacji obserwujemy wyraźny podział na kanały konkurujące ze sobą o pierwszą pozycję w zestawieniu: TVN & Polsat, oraz stacje, wymieniające się dzień po dniu pozycjami 3 – 6. TVP1 i TVP2 rok do roku wyraźnie tracą widownię już od wiosny 2020 r., co przy dwucyfrowych wzrostach TVN7 i TV Puls we wrześniu tworzy nowy krajobraz top kanałów. W związku z tym, wrześniowy raport koncentruje się na TVP1, TVP2, TVN7 i TV Puls, analizując wyniki widowni, oraz potencjał komercyjny w perspektywie kolejnych jesiennych miesięcy, kluczowych z perspektywy komunikacji reklamowej.

Mamy nadzieję, że poniższe opracowanie będzie dla Państwa cennym źródłem wiedzy na temat aktualnej sytuacji największych kanałów ogólnopolskich.

Serdecznie zapraszamy do lektury,
Zespół Biura Reklamy TVN Media

Dane: NAM, 09.2020 vs. 09.2019, AMR%, SHR%, A16-49, 6:00 – 25:59.

KONTAKT: reklama@tvn.pl

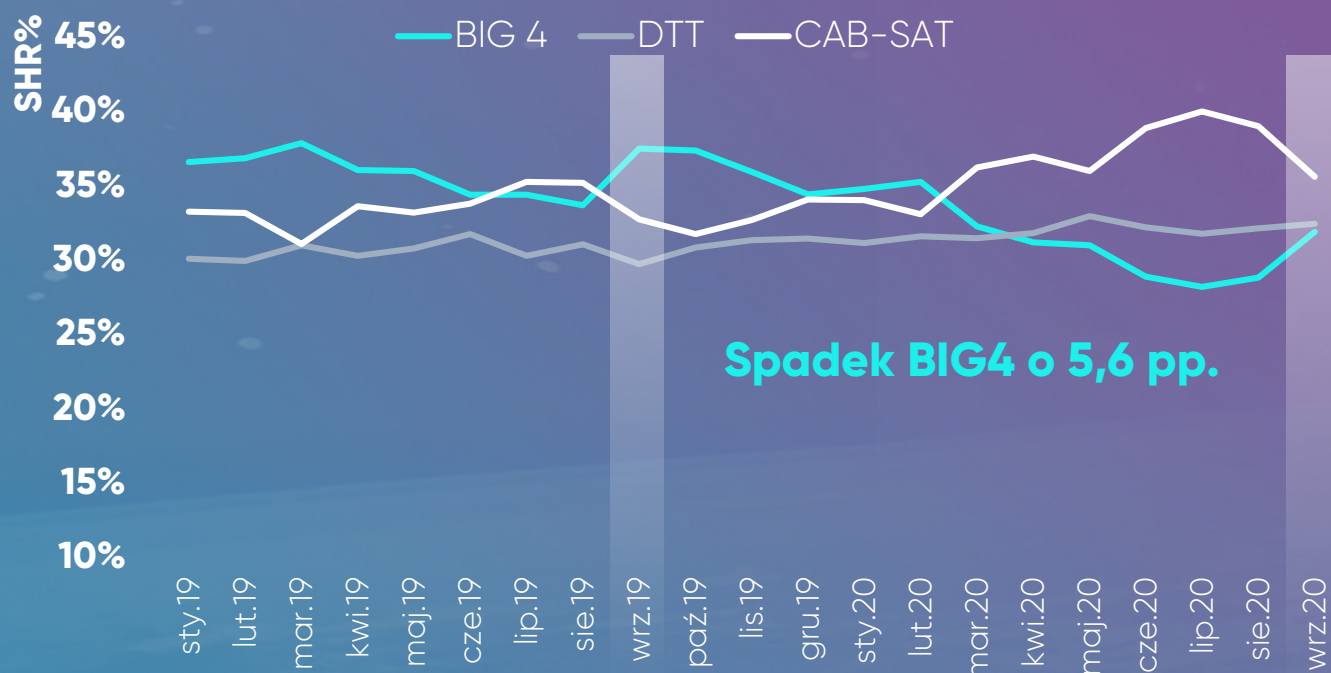
DOŁĄCZ DO NAS:



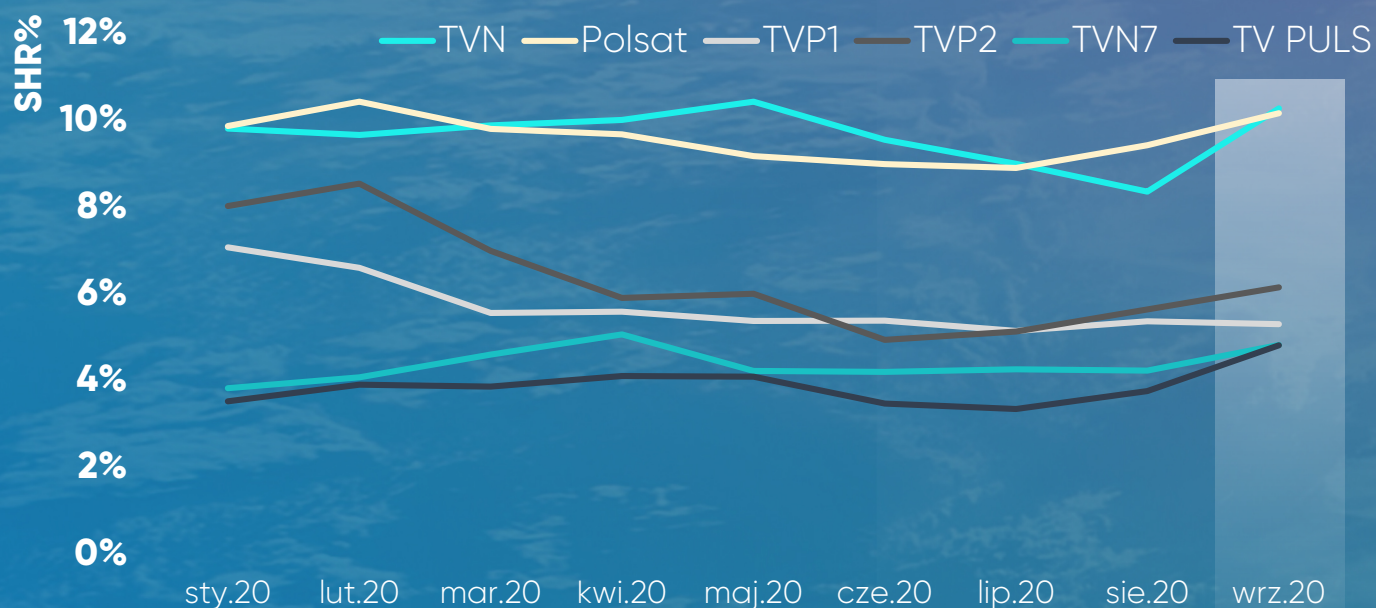
WIDOWNIA | Segment BIG4 nie odbudował swojej pozycji po spadkach tej wiosny i latem. We wrześniu odnotowuje 31,9% SHR%. Tej wiosny do grona stacji o najwyższej widowni dołączyła stacja TVN7, a we wrześniu TV PULS.

Segment BIG4 z dużymi spadkami widowni

Udziały stacji w podziale na rodzaj dystrybucji

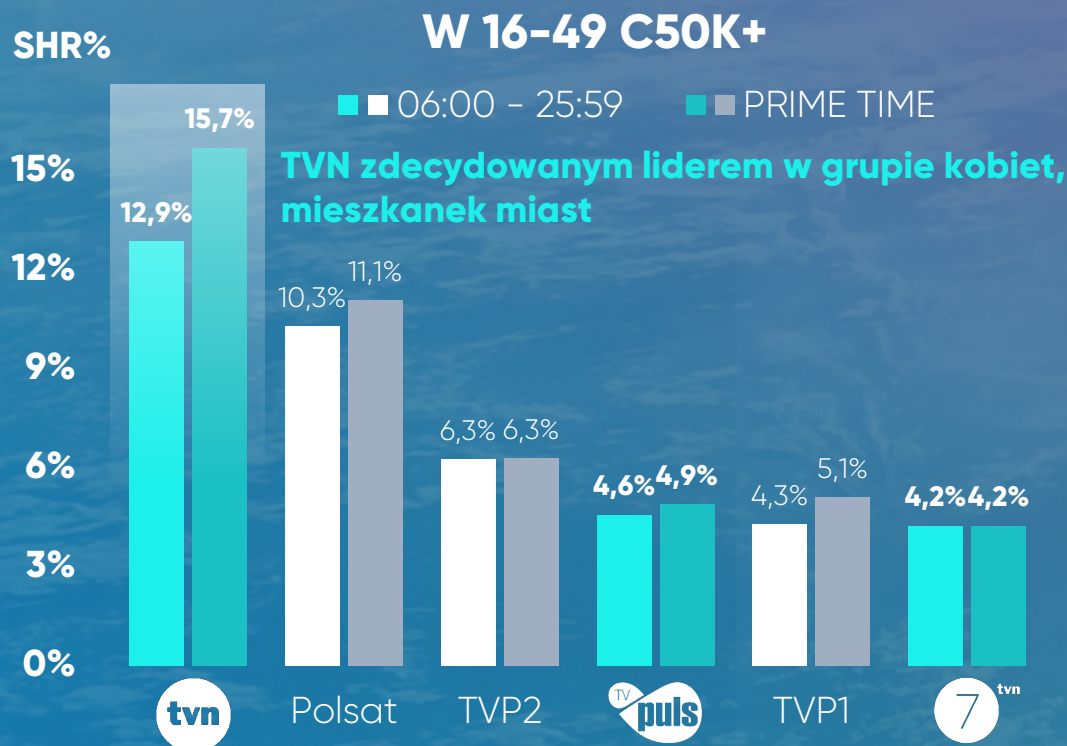
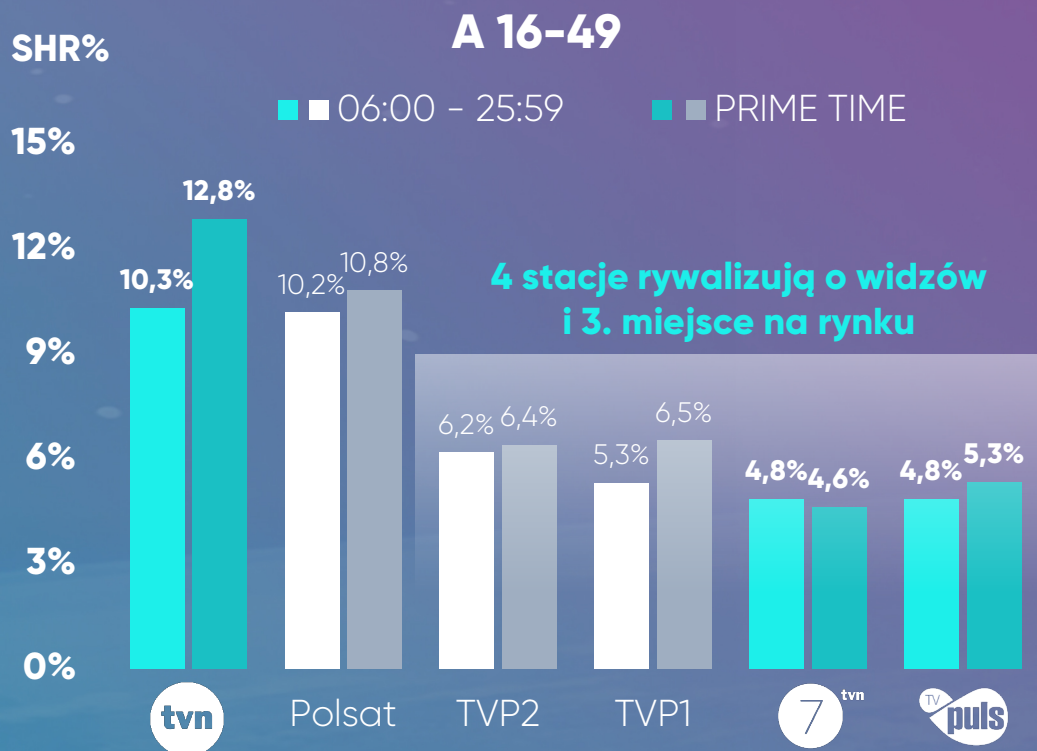


TVN7 i TV Puls zbliżają się wynikami do TVP1 i TVP2: wzmocnienie tendencji we wrześniu



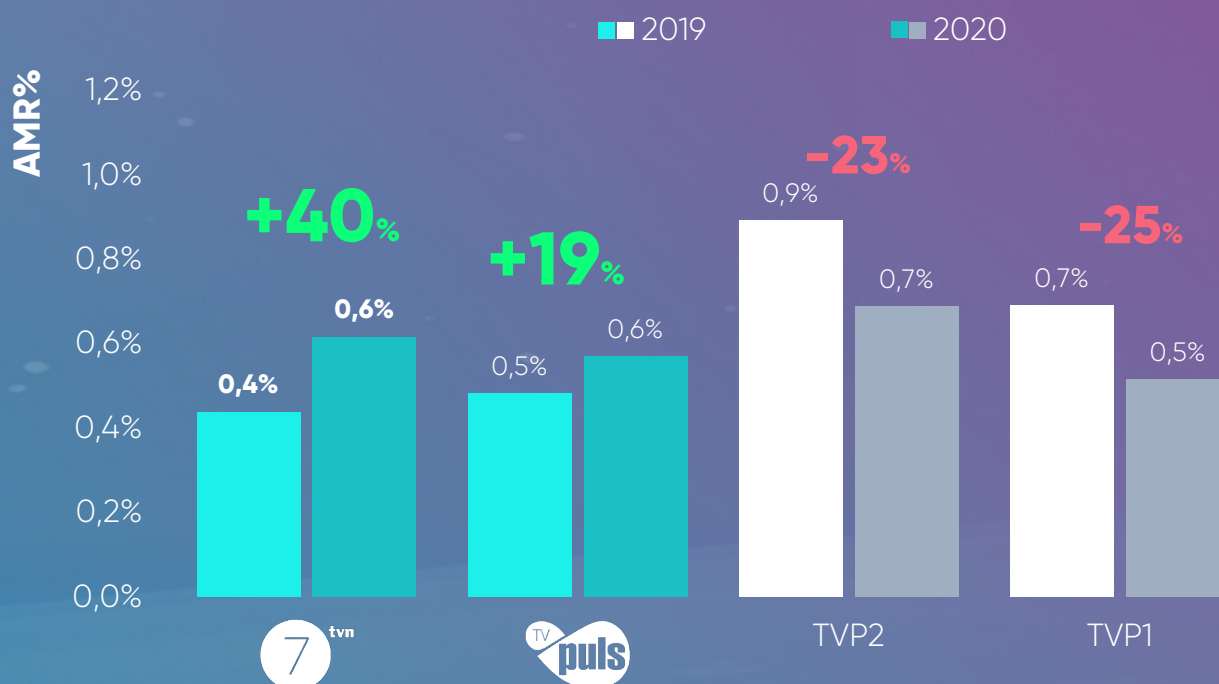
WIDOWNIA | TVN nr 1 we wrześniu, z widoczną przewagą w TG mieszanek miast. Wyraźny podział na dwie podgrupy: TVN & Polsat oraz kanały TVP1, TVP2, TVN7 & TV Puls. Udziały TV Puls & TVN7 blisko TVP1 wśród mieszanek miast.

Udziały w widowni: wrzesień 2020

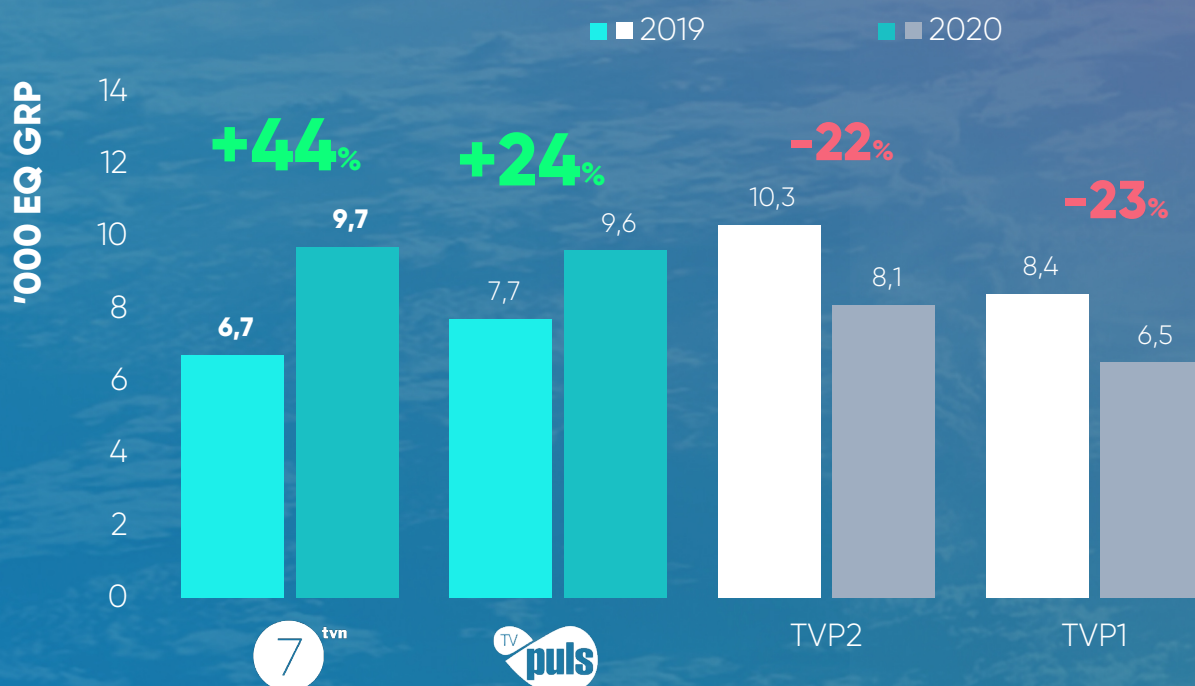


ZAKUP CENNIKOWY | Rosnące ratingi (AMR%) TVN7 i TV Puls w breaku reklamowym są porównywalne z TVP1 i TVP2, co przekłada się na skuteczną wyprzedaż obu stacji.

AMR% w breaku reklamowym – wrzesień



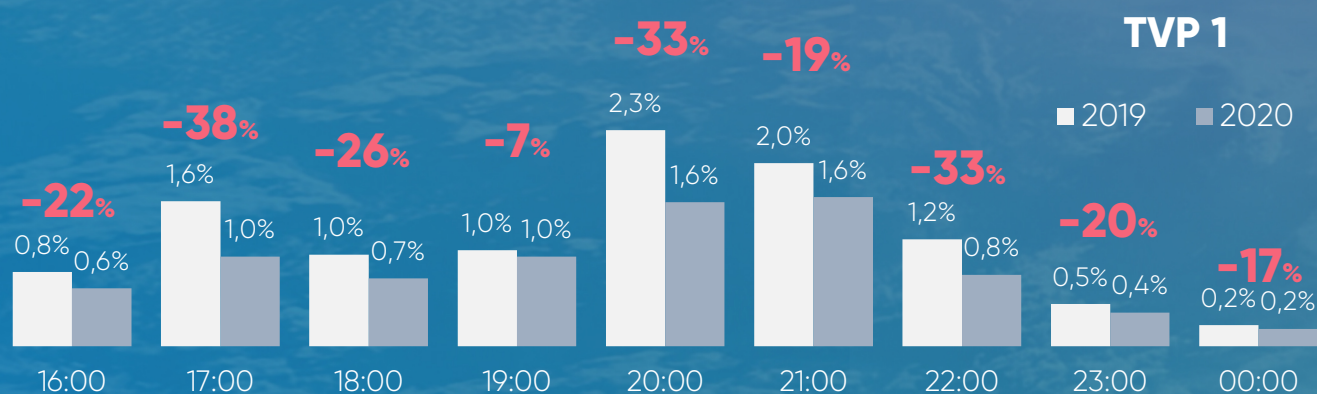
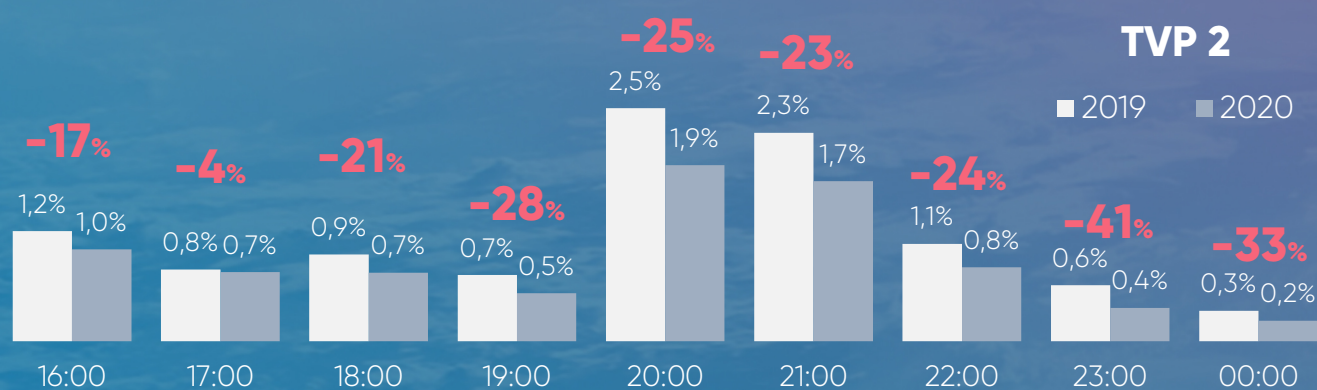
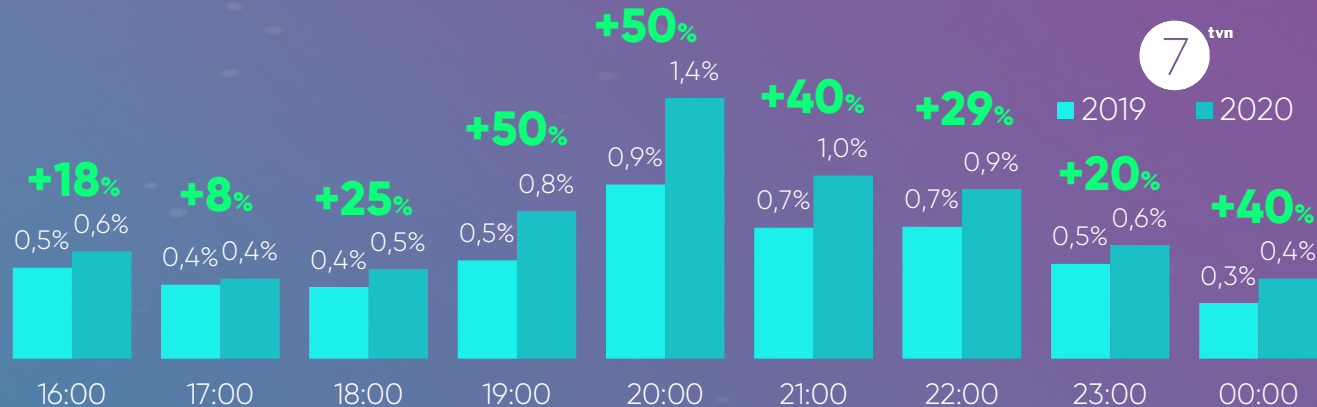
Siódemka i TV Puls z wyraźną przewagą nad stacjami TVP w sprzedanych EQ GRP



DANE: NAM, AMR% W BREAKU, A 16-49, 09.2020 vs. 09.2019; 6:00-25:59, 09.2020 vs 09.2019, EQ GRP A 16-49, 2:00-25:59; bez autopromocji i kampanii charytatywnych

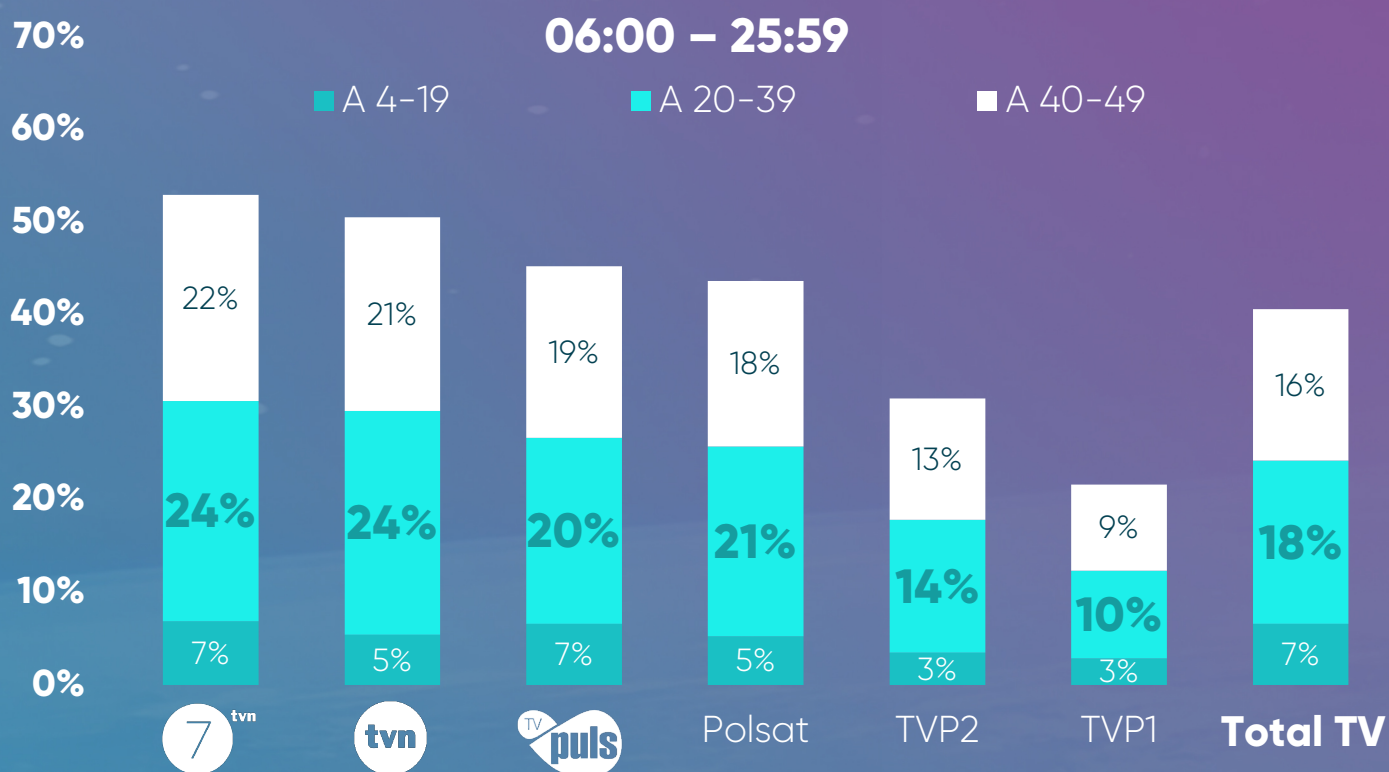
ZAKUP CENNIKOWY | Siódemka i TV Puls rosną niemal we wszystkich kluczowych pasmach. Ratingi TVP1 i TVP2 z dwucyfrowymi spadkami rok do roku.

AMR% w breaku reklamowym

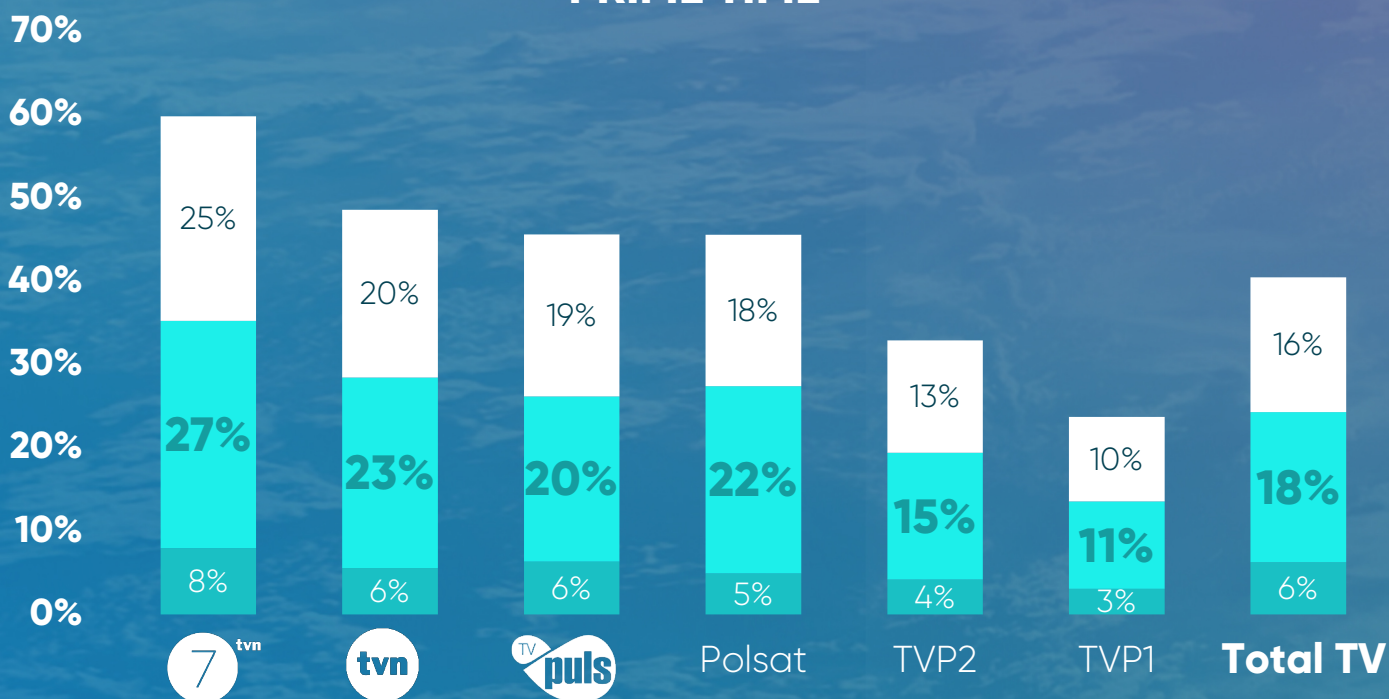


PROFIL WIDZÓW | TVN7 ponownie z najwyższym udziałem młodszych grup widzów, stanowi przeciwwagę dla TVP. TVN na drugiej pozycji z wysokim udziałem w całej dobie. TV Puls i Polsat ze zbliżonym do średniego profilem widzów.

Udział widzów w wieku do 49 lat w AMR stacji



PRIME TIME



KONTENT | HOTEL PARADISE WRZESIEŃ 2020

Hotel Paradise z porównywalnymi ratingami do Love Island na Polsacie. W czasie emisji formatu, TVN7 jest piątą stacją na rynku!



A 16-49
SHR%
7,1%

A 16-49
AMR%
2,0%

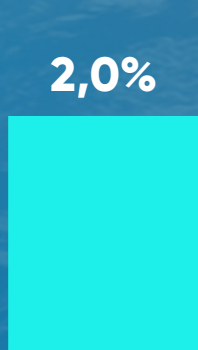
W 18-39 NR
AFF
128

AMR%

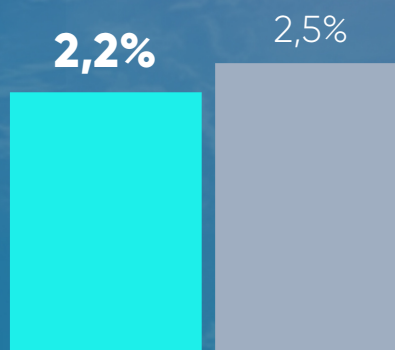
■ HOTEL PARADISE

■ LOVE ISLAND

3,0%
2,5%
2,0%
1,5%
1,0%
0,5%
0,0%



A 16-49



A 18-39 NR

KONTENT | ZAKOCHANI PO USZY WRZESIEŃ 2020

**Zakochani po uszy vs codzienne seriale w TVP:
format TVN7 to najlepiej dopasowany serial
do grupy młodych kobiet, mieszanek miast!**



A 16-49
SHR%
5,0%

A 16-49
AMR%
1,2%

W 18-39 NR
AFF
132

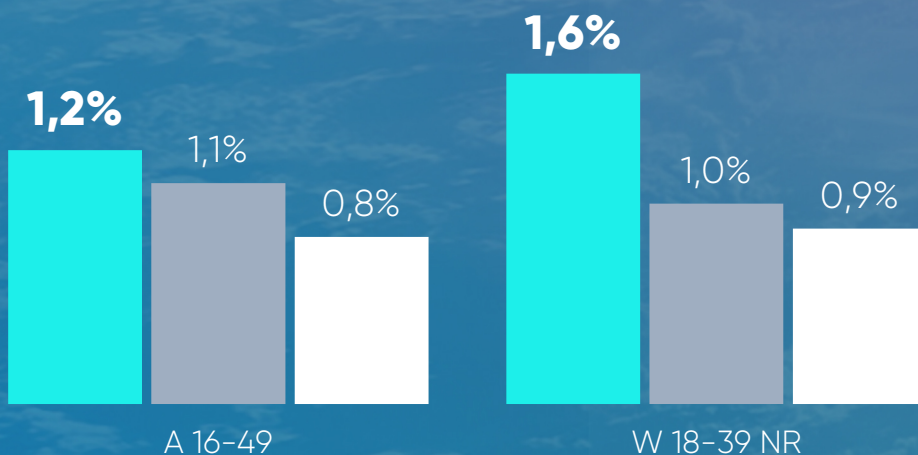
AMR%

■ ZAKOCHANI PO USZY

■ KLAN

■ KORONA KRÓLÓW

1,8%
1,6%
1,4%
1,2%
1,0%
0,8%
0,6%
0,4%
0,2%
0,0%



DANE: NAM, A 16-49, W 18-39 NR, SHR%, AMR%, AFF VS. A 16-49; 09.2020; PREMIEROWE ODCINKI

KONTENT | LOMBARD. ŻYCIE POD ZASTAW WRZESIEŃ 2020

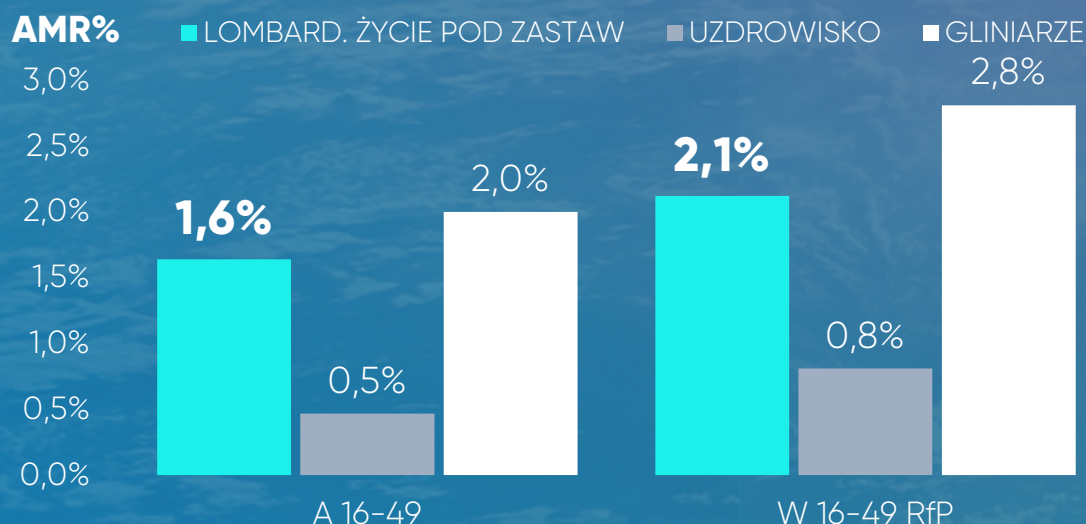
Lombard. Życie pod zastaw vs inne produkcje emitowane w podobnym czasie w BIG4: format TV Puls wyróżnia się dopasowaniem w grupie kobiet odpowiedzialnych za zakupy



A 16-49
SHR%
6,8%

A 16-49
AMR%
1,6%

W 16-49 RFP
AFF
133

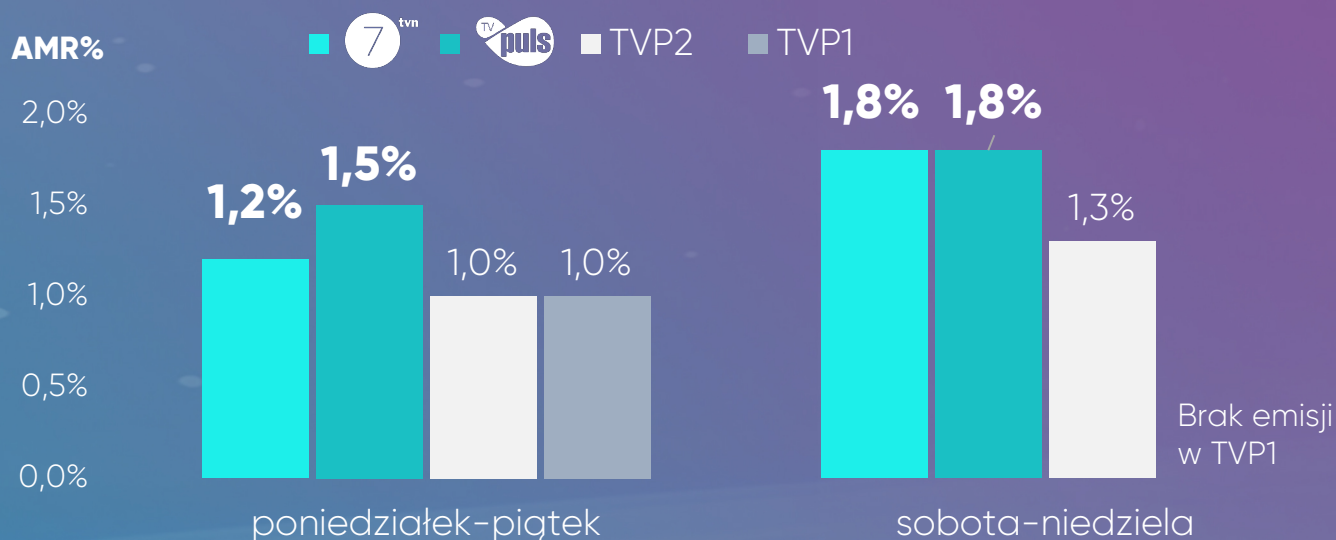


DANE: NAM, A 16-49, W 16-49 RFP, SHR%, AMR%, AFF VS. A 16-49; 09.2020; PREMIEROWE ODCINKI LOMBARDU I PROGRAMY O PODOBNYM CHARAKTERZE EMITOWANE W PASMIE 17:00 – 19:59

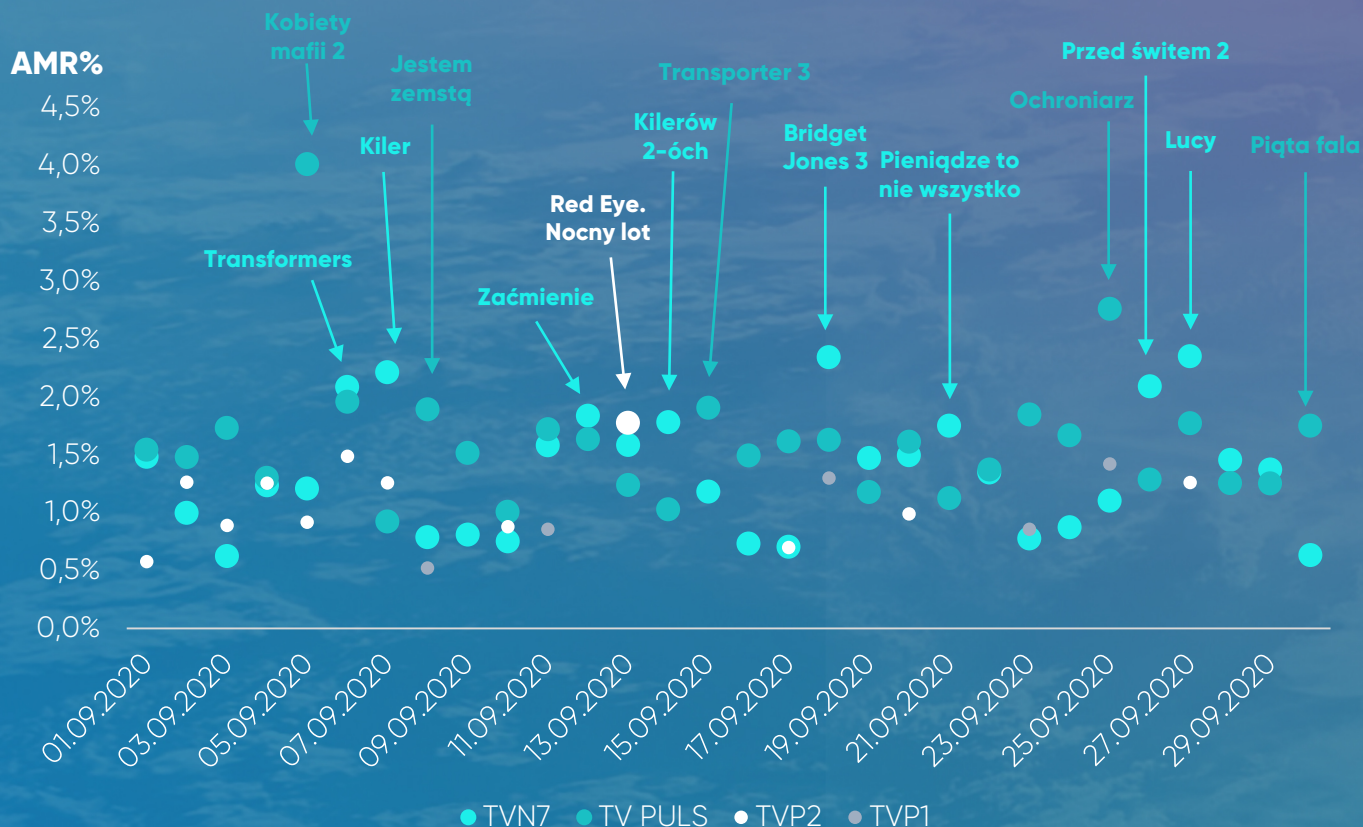
KONTENT | UZUPEŁNIAJĄCA SIĘ OFERTA FILMOWA

TVN7 & TV Puls z topowymi wynikami filmów: wysoki rating w tygodniu i w weekendy daje tym stacjom prowadzenie przed TVP1 i TVP2

Pasma filmowe 20:00 – 23:00



Komplementarne biblioteki filmów TVN7 i TV Puls skutecznie przyciągają widzów przez cały miesiąc



DANE: NAM, A 16-49, AMR%, 09.2020, PASMO FILMOWE 20:00 – 22:59

TVN MEDIA

RAPORT BIG5

WRZESIEŃ 2020