

## Latvijas TV tirgus apskats. Q2- 2014

2014. gada otrais ceturksnis bija piesātināts ar dažādiem nozīmīgiem notikumiem, no kuriem katrs atstāja iespaidu uz Latvijas mediju tirgu.

### NEPLP lēmums par RTR Planeta apraides apturēšanu

Sestā lielākā Latvijas kanāla zaudējums nevarēja neietekmēt tirgu. Skatītājiem nācās mainīt savas ierastos paradumus. Rezultātā daļa auditorijas sāka vairāk skatīties citus krievvalodīgos kanālus, daļa, neatrodot alternatīvu RTR, televīzijai atvēlēja mazāk laiku, daļa pievērsās nišas kanāliem vai kanāliem latviešu valodā.

### TV3 un Lattelecom konflikts: gandrīz kā Netflix un Comcast cīņa, tikai TV un Latvijā

Konflikta rezultātā 02.04.2014 kanāls TV3 tika izslēgts no Lattelecom interaktīvās televīzijas. Tas noveda pie reitinga krituma.

### Eiroparlamenta vēlēšanas

BMA 2014. gada pavasarī pieņēma lēmumu distancēties no politikas un aprīlī atteicās no peļņu nesošās politisko partiju reklāmas.

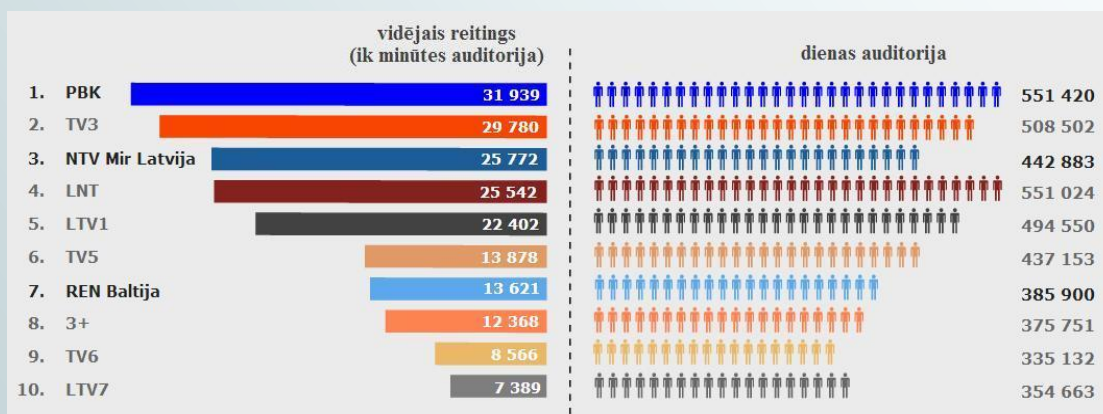
Šie trīs notikumi, kā arī tradicionāli spēcīgie PBK produkti, par kuriem stāstīsim tālāk, sekmēja to, ka PBK pirmo reizi savas pastāvēšanas vēsturē Latvijā nokļuva pirmajā pozīcijā gan pēc reitingiem, gan pēc skatīšanās laika daļas.

## TV tirgus sadalījums 2014 g. aprīlī

Avots: TNS, TV Metri, Aprīlis 2014 (01.04.2014-30.04.2014)

Dati: Skatīšanās laika daļa % starp komerckanāliem (CSOV%),

Reitings (Rtg, 000), Vidējā sasniedzamība (AvReach, 000)



### Maijs. Eiropāvija un Pasaules čempionāts hokejā.

LTV un MTG kanālu pieaugums. TV3 maijā atgūst līderpozīcijas, minimāli attraucoties no PBK.

### Jūnijs. Sākas Pasaules čempionāts futbolā.

Ņemot vērā laika joslu starpību starp Latviju un Brazīliju, sasniegtie rādītāji bija tāli no sava potenciāla: daudziem skatītājiem miega mīlestība bija stiprāka par futbola mīlestību.

### Divi jauni kanāli mērījumos: Re:TV un RīgaTV 24

TNS TV auditorijas pētījumā iekļauj kanālu Re:TV ar 2014. gada 1. maiju un kanālu RīgaTV 24 ar 2014. gada 1. jūniju. Tā kā šie kanāli pētījumā nav pilnu otro ceturksni, tālāk tie netiks apskatīti.

## TV tirgus sadalījums (CSOV%), Q2-2014

Avots: TNS, TV Metri, Aprīlis - Jūnijs 2014 (01.04.2014-30.06.2014)

Dati: Skatīšanās laika daļa % starp komercanāliem (CSOV%)

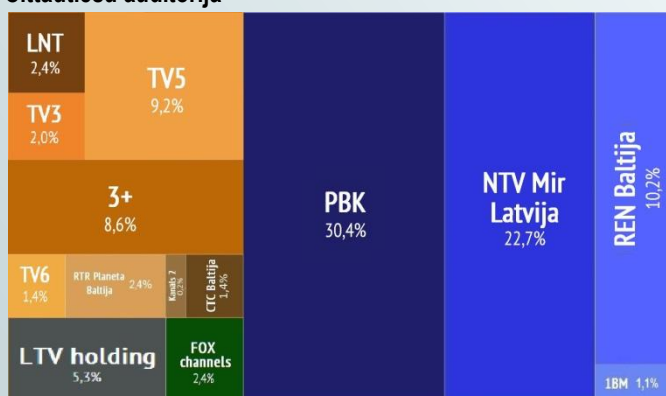
4+



Sievietes



Cittautiešu auditorija



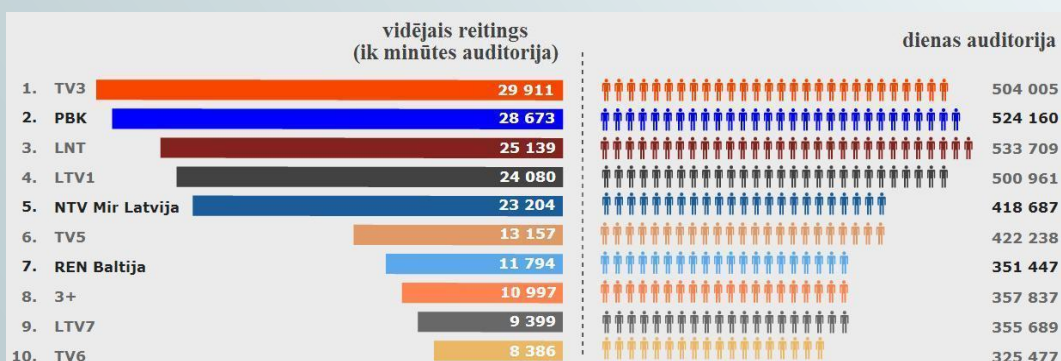
18+



## TV tirgus sadalījums pa mediju koncerniem Q2-2014

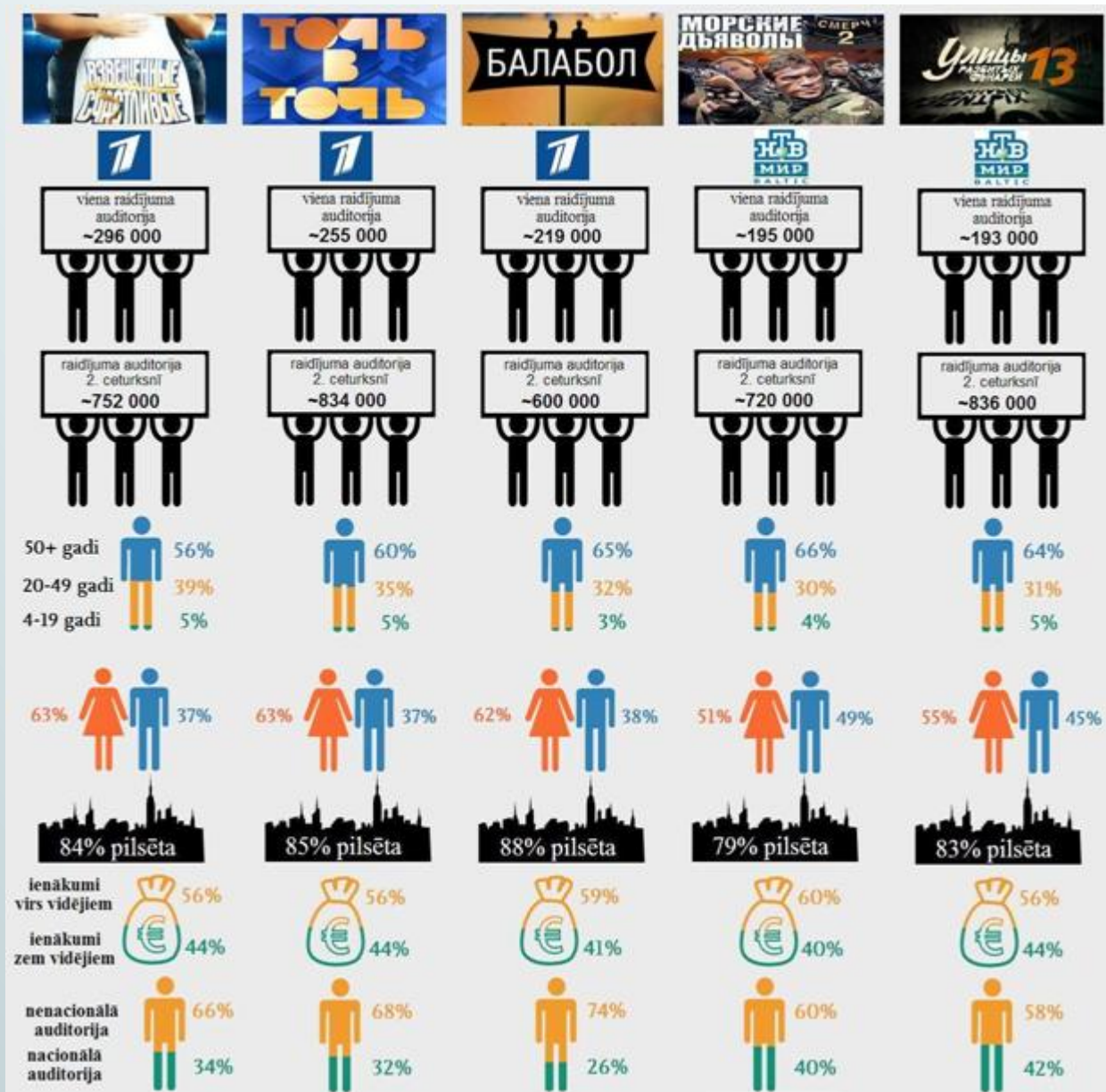
	MTG MODERN TIMES GROUP	Baltic Media Alliance	LTV	FOX
4+	47,6%	33,1%	17,0%	2,3%
pilsēta	42,9%	40,6%	14,0%	2,5%
18+	46,5%	36,0%	15,5%	2,0%
nenacionālā auditorija	27,6%	64,7%	5,3%	2,4%

## TV kanālu TOP 10 Q2-2014





## 5 produkti, ar kuriem BMA īpaši lepojas Q2-2014



- I. **Nosvērti un laimīgi** (PBK. Šovs. Sestdiena, Prime Time)  
"Viss ir iespējams!" –sauklis, kas runā pats par sevi.
- II. **Mats matā** (PBK. Šovs. Svētdiena, Prime Time)  
Šovs par estrādes zvaigžņu pārtapšanu citās estrādes zvaigznēs.
- III. **Balabina spēle** (PBK. Seriāls. Darbdienas, Prime Time)  
Viens izmeklētājs. Viens darbs. Viena mīlestība. 100% goda. 0% diplomātijas. Miljons sarežģītu lietu.
- IV. **Jūras velni** (NTV Mir Baltic. Seriāls. Darbdienas, Prime Time)  
Četri draugi jūrnieku specvienībā un jūra kaujas uzdevumu.
- V. **Sasisto lukturu ielas** (NTVMirBaltic. Seriāls. Darbdienas, Prime Time)  
Kulta seriāls. Ne vairāk un ne mazāk.

**Paldies, ka esat kopā ar mums! Un veiksmīgu rudens sezonu, kolēģi!**