



Rynek

MTV, dostępna w sieciach telewizji kablowej i na platformie satelitarnej Cyfra+, jest kanałem tematycznym, muzycznym i rozrywkowym. Konkurentami stacji są inne kanały kablowo-satelitarne, ze szczególnym uwzględnieniem programów skierowanych do młodej grupy docelowej.

Obecnie w Polsce dostępnych jest 9 kanałów muzycznych. Cztery z nich to stacje lokalne (MTV Polska, MTV Classic, VIVA Polska oraz 4funTV) i tylko w nich możliwe jest zamieszczanie reklam przez polskich reklamodawców.

W rankingu oglądalności (w grupie wiekowej 13–24, wśród stacji kablowo-satelitarnych w ostatnim kwartale 2004 roku) MTV Polska znalazła się na drugim miejscu po kanale Viva Polska, którego właścicielem, podobnie jak MTV, jest obecnie koncern Viacom. Łączny udział stacji muzycznej w rynku oglądalności kanałów kablowo-satelitarnych w młodej grupie docelowej (13–24) wynosi 8%.

58% widzów MTV Polska pochodzi z dużych miast (powyżej 50 tys. mieszkańców). Polscy widzowie MTV najchętniej oglądają reality shows. Do najpopularniejszych programów w MTV Polska należą: Jackass, Rodzina Osbourne'ów, MTV Dismissed i Chcę mieć znaną twarz.

Widzowie MTV Polska to ludzie:

- niezależni i zamożni (47% zarabia powyżej średniej krajowej);
- chętnie wybierający znane marki;
- lubiący gadzety i nowinki technologiczne;
- otwarci na nowe trendy;
- aktywnie spędzający wolny czas;
- stawiający na oryginalność (trudno im zaimponować).

MTV Networks Europe, należąca do ogólnosiwiatowej sieci MTV, nadaje swoje programy do 120 mln gospodarstw domowych w Europie (w Polsce ponad 2,1 mln) poprzez telewizję satelitarną, naziemną oraz sieci kablowe.

MTV na całym świecie oferuje swoim widzom najlepszą muzykę lokalną i światową, możliwość oglądania występów gwiazd (często na zasadach wyłączności), wiele premierowych teledysków, a także najnowsze informacje ze świata show-biznesu.



Osiągnięcia

Najciekawsze osiągnięcia ostatnich lat to m.in.:

- sukces kampanii re-launchowej w kwietniu 2004 roku, dzięki której oglądalność MTV wzrosła ponad dwukrotnie;
- wylansowanie przez MTV Polska szeregu lokalnych produkcji: serial MTV Przyjaciółki, MTV Select, MTV on the Beach, MTV Łowi;
- nominacje dla polskich artystów do prestiżowych nagród MTV Europe Music Awards i promocja zwycięzców w Europie (np. zespół Myslovitz).

Spośród osiągnięć globalnych warto wspomnieć to, że MTV po raz piąty z rzędu okazała się Najdroższą

Marką Medialną Świata. Wynika tak z jednego z najbardziej prestiżowych rankingów, opublikowanego 22 lipca przez Business Week oraz Interbrand. Wśród 100 najdroższych marek świata, gdzie czołowe pozycje zajęły koncerny Coca-Cola, Microsoft oraz IBM, MTV zajęła 47. miejsce.

Historia

MTV, czyli Music Television, powstała w 1981 roku w Stanach Zjednoczonych jako telewizja muzyczna dysponująca zaledwie 180 teledyskami, docierająca do niespełna 2-milionowej widowni. Od ponad 20 lat jest jednym z najciekawszych zjawisk współczesnej kultury masowej. Stała się istotnym czynnikiem kulturotwórczym – wpływa na modę, gusta, sposoby konsumpcji, styl życia.

MTV należy dziś do MTV Networks, która z kolei jest częścią składową firmy Viacom. Viacom jest wiodącą globalną firmą medialną, liderem w takich dziedzinach, jak: telewizja kablowa, produkcja i nadawanie programów, radio, reklama zewnętrzna.

Obecnie MTV to: widownia licząca 1,5 mld osób w 140 krajach, dziesiątki tysięcy teledysków, program nadawany 24 godziny na dobę, skierowany do widzów w wieku 13–29 lat.

Do Europy MTV zawitała 1 sierpnia 1987 roku. W 1996 roku rozpoczął się program regionalizacji, a jego rezultatem było powstanie kolejnych niezależnych serwisów programowych, dostosowanych do specyfiki kulturowej i języka danego regionu:

- MTV Wielka Brytania i Irlandia,
- MTV Central (Niemcy, Austria, Szwajcaria),
- MTV Włochy,
- MTV Nordic (Skandynawia, Republiki Bałtyckie),
- MTV European (Europa Północna, Wschodnia, Izrael, Turcja, Afryka Południowa),
- MTV Polska,



- MTV Francja,
- MTV Niemalandy,
- MTV Hiszpania,
- MTV Rumunia,
- MTV Rosja,
- MTV Portugalia.

MTV Polska wystartowała 7 lipca 2000 roku. Podczas imprezy inauguracyjnej nowego kanału na sopockim moło przy muzyce Kayah, Reni Jusis, Groovekajada i Myslovitz bawiło się 30 tys. osób. Gwiazdą wieczoru była brytyjska grupa Moloko.

Kanał ten powstał z połączenia europejskiej filii MTV z polskim kanałem muzycznym Atomic TV. W nowo powstałej spółce MTV Networks Polska sp. z o.o. po 50% udziałów objęły MTV Networks Europe oraz UPC TV.

Wkrótce po narodzinach MTV w Polsce, już 29 czerwca 2002 roku pojawił się siostrzany kanał MTV Classic dla miłośników muzyki lat 70., 80. i 90., wzbogacony dodatkowo polskimi teledyskami z tamtych lat oraz największymi przebojami nowego milenium. Inaugurację celebrowały 4 tys. fanów tej muzyki podczas koncertu w Operze Leśnej w Sopocie w towarzystwie takich artystów, jak: Bajm, Budka Suflera, Lady Pank i T. Love.

Produkt

MTV Polska nadaje program 24 godziny na dobę; jest on odbierany w ponad 2,1 mln gospodarstw domowych w całej Polsce.

Kanał oferuje dużo muzyki, ale także programy rozrywkowe, takie jak: Rodzina Osbourne'ów, The Trip, MTV Dismissed czy MTV Łowi.

Kanał MTV Polska jest dostępny w większości sieci kablowych w kraju, w tym we wszystkich największych: Aster, UPC Telewizja Kablowa, Vectra,



Poznańska Telewizja Kablowa oraz na platformie cyfrowej CYFRA+. Posiada również stronę internetową www.mtv.pl. MTV Classic to także program nadawany 24 godziny na dobę, w języku polskim. Muzyczna oferta MTV Classic to najpopularniejsi artyści ostatniego 30-lecia, tacy jak U2, Jennifer Lopez i Joe Cocker. Ten kanał oferuje wiele programów muzycznych i o muzyce, takich jak: Classic 80, MTV Unplugged czy formy wzorowane na VH1 – Behind the Music, Storytellers. MTV Classic od początku posiada wityrny internetową www.mtvclassic.pl, gdzie fani mogą znaleźć informacje o interesujących ich programach i godzinach emisji.



docieramy do młodzieży z całego świata tak, jak żadna inna marka nie potrafi” – powiedział Brent Hansen, President & Chief Executive, MTV Networks Europe.

MTV to:

- kreowanie trendów,
- ciągle innowacje,
- niepowtarzalność,
- elastyczność,
- różnicowana oferta programowa,
- wielość gatunków muzycznych,
- informacje, newsy,
- ciekawostki,
- zaangażowanie społeczne.

 MTV to w oczach widzów, konsumentów i reklamodawców jedna z najbardziej atrakcyjnych marek na świecie. MTV jest autorytetem w oczach młodzieży, która kieruje się tym, co MTV uważa za „cool”.

MTV to doskonałe narzędzie do repositionowania marki i image'u firmy, zmiany wizerunku, jak i pobudzania świadomości marki. Konsumenci w inny sposób postrzegają reklamodawców pojawiających się w MTV. MTV to wiarygodne źródło informacji: ikona popkultury i autorytet dla swojego pokolenia.

Czego nie wiedzieliście o marce

MTV

- » W tym roku MTV w USA uruchomiła kanał telewizyjny poświęcony w całości tematyce gejowskiej – LOGO.
- » MTV aktywnie wspiera akcje i kampanie społeczne, takie jak: Staying Alive na rzecz uświadamiania młodych ludzi o AIDS czy też MTV EXIT przeciwko wykorzystywaniu seksualnemu kobiet.
- » Najpopularniejszym programem w historii stacji jest reality show Rodzina Osbourne'ów, który pokazuje życie gwiazdy rocka Ozzy'ego Osbourne'a i jego rodziny.
- » Wśród prezenterów MTV Polska znalazł się również Andrzej Lepper, który zapowiedział ulubione piosenki w primaaprilisowym programie.
- » Nagrody MTV Europe Music Awards ogląda co roku miliard widzów na całym świecie, czyli tyłu, co Oscary.
- » Pierwszym teledyskiem, jaki nadała MTV, był „Video killed the Radio Star” zespołu The Buggles, a pierwszym teledyskiem MTV Polska – „JakajaKayah” Kayah.