

Prawie 2,2% SHR kanałów grupy kapitałowej Kino Polska

Kanały grupy kapitałowej Kino Polska w długi czerwcowy weekend odnotowały doskonałe wyniki oglądalności.

W długi czerwcowy weekend (od czwartku 4 czerwca do niedzieli 7 czerwca) kanały tematyczne grupy kapitałowej Kino Polska (filmowe Kino Polska, FilmBox i Stopklatka TV oraz muzyczny Kino Polska Muzyka) – uzyskały łącznie 2,17% średniego udziału w oglądalności wśród widzów z grupy komercyjnej (16-49). To o 30% więcej niż w długi weekend czerwcowy rok wcześniej (19-22 czerwca 2014 r.).

Wzrosty udziału rok do roku zanotowały wszystkie cztery kanały, ale najwięcej zyskały FilmBox, który urósł trzykrotnie, oraz Kino Polska Muzyka, z ponaddwukrotnym wzrostem. Kino Polska Muzyka, które w międzyczasie przebudowało nieco ramówkę, w stosunku do ubiegłorocznego weekendu czerwcowego o ponad 40% zwiększyło też średni czas spędzany przez widzów na oglądaniu tego kanału (ATS).

Do Stopklatki TV widzów przyciągnął między innymi „Drakula” Francisa Forda Coppoli, otwierając na antenie tego kanału Sezon Strachu, letni przegląd horrorów. W Telewizji Kino Polska największą popularnością cieszyły się z kolei premiery ostatnich sezonów („Dom zły” Wojciecha Smarzewskiego i „Być jak Kazimierz Deyna”) oraz rozrywkowy „Kabaretowy rejs”.

Więcej:

Kamil Gryko – Kino Polska TV S.A.

+48 695 076 242 | kgryko@kinopolska.pl | www.kinopolska.pl

www.facebook.com/KinoPolska | www.youtube.com/telewizjakinopolska