

Rapport
Melodifestivalen 2016

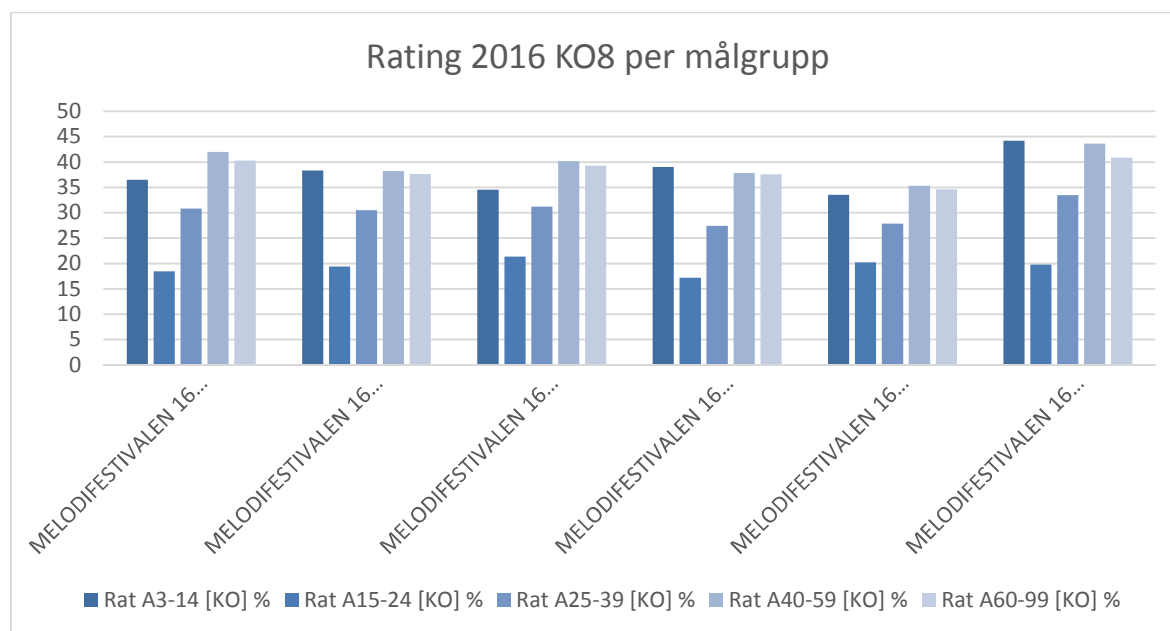
Melodifestivalen 2016

Tittare för de olika deltävlingarna 2016

	Datum	Alla 3-99 år	Män 3-99 år	Kvinnor 3-99 år
Deltävling 1	2016-02-06	3 340 000	1 433 000	1 907 000
Deltävling 2	2016-02-13	3 209 000	1 350 000	1 859 000
Deltävling 3	2016-02-20	3 284 000	1 491 000	1 793 000
Deltävling 4	2016-02-27	3 125 000	1 415 000	1 710 000
Andra chansen	2016-03-05	2 958 000	1 169 000	1 789 000
Final	2016-03-12	3 563 000	1 568 000	1 996 000

Precis som förgående år var finalsändningen den mest sedda av samtliga lördagssändningar. Finalsändningen av Melodifestivalen sågs av färre antal tittare i år jämfört med 2015. Minskningen i tittande kunde ses både hos och hos kvinnor.

Rating i % per målgrupp och deltävling 2016



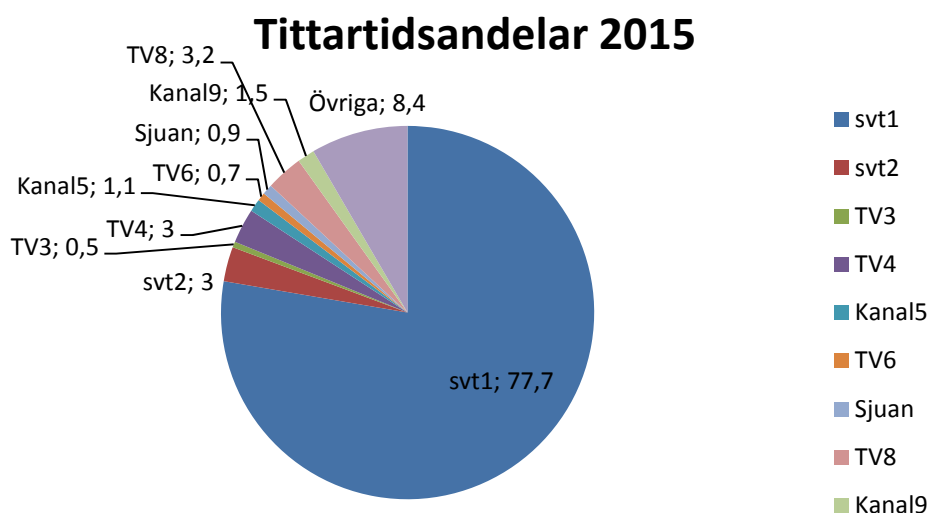
Frekvens – år för år

Sett minst 3 minuter utav någon av de sex huvudsändningarna

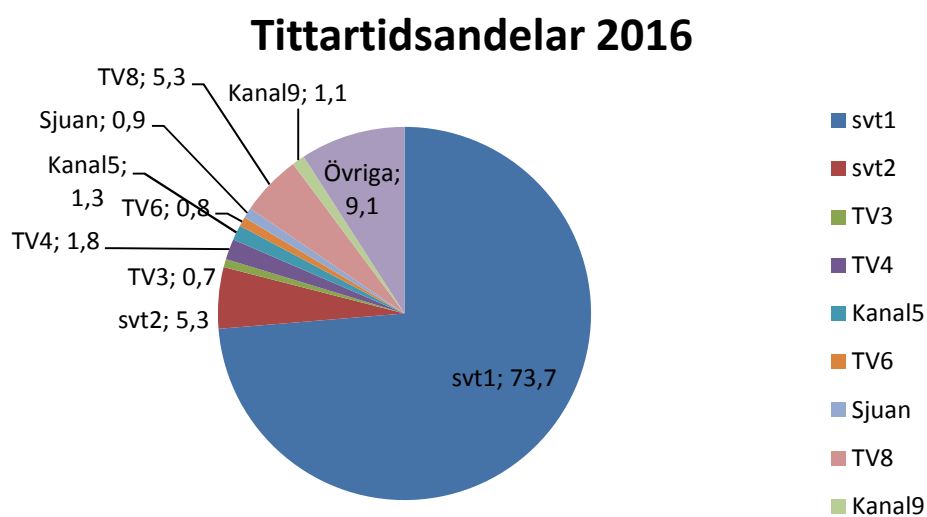
	Antal	Procent
2011	7 070 000	78,5%
2012	7 494 000	82,6%
2013	7 499 000	82,0%
2014	7 173 000	77,9%
2015	7 254 000	77,9%
2016	7 338 000	78,1%

Tittartidsandelar mellan klockan 20:00-22:00 under finaldagen

2015-03-14



2016-03-12



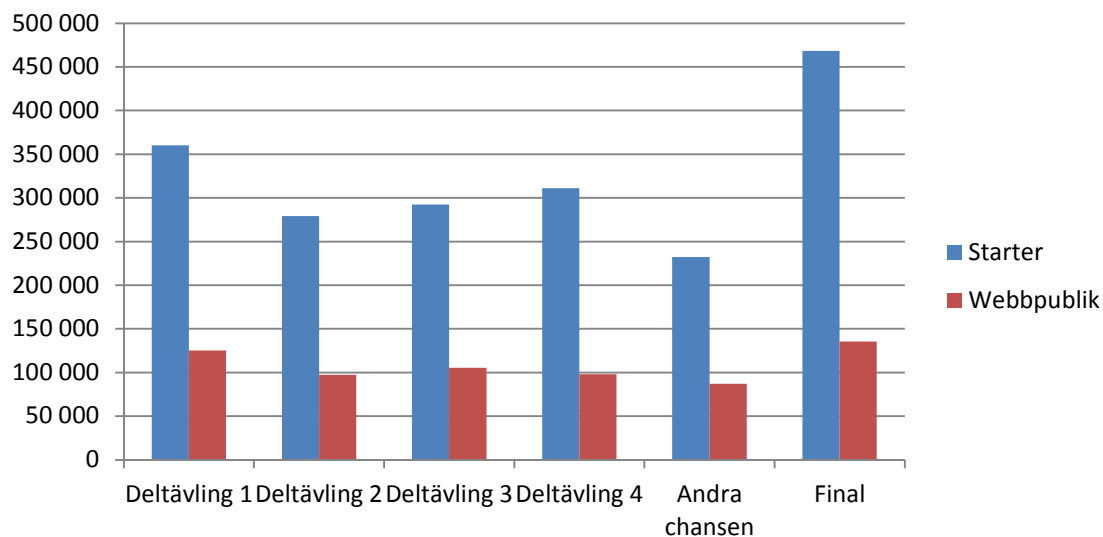
Webb-TV

Starter och webbpublik för de olika deltävlingarna 2016

	Starter	Webbpublik
Deltävling 1	360 375	125 132
Deltävling 2	279 353	97 515
Deltävling 3	292 307	105 445
Deltävling 4	310 908	97 993
Andra chansen	232 410	87 178
Final	468 262	135 617

Antalet starter och webbpublik för respektive avsnitt

Starter och Webbpublik



- Finalen var den mest sedda på TV och den mest startade på webben. Detta är likadant som 2015 men skiljer sig mot 2014 då deltävling 1 hade högre rating på TV och fler starter online.
- Andelen som såg minst tre sammanhängande minuter på ett av Melodifestivalens lördagsprogram ökade 2016 jämfört med tidigare två år.
- 2016 var antalet starter på webben på samma nivå som 2015.