

‘펜트하우스2’ PPL 경쟁력

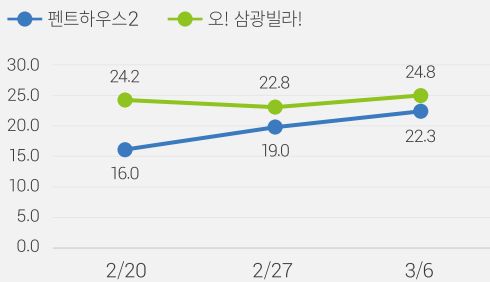
글 민경숙 | TNMS 대표, 매스커뮤니케이션 박사
min.gs@tnms.tv

현재 지상파, 종편 그리고 tvN에서 방송되고 있는 모든 프로그램 중 시청자들이 가장 많이 시청하면서 TTA(TV Total Audiences) 1위를 차지하고 있는 프로그램은 SBS 금토 드라마 ‘펜트하우스2’이다. ‘펜트하우스2’는 1회차 방송부터 통합 시청자 수가 1,000만명(본방일 포함 7일간 다시 보기 누적)을 넘었고, 4회때는 1,700만명을 돌파했다.

사실 ‘펜트하우스2’ 본방송 시청률은 같은날 방송되고 있는 KBS2 주말 드라마 ‘오! 삼광빌라!’ 보다 낮다. 3월 6일(토) 본방송을 예로들면 ‘펜트하우스2’ 전국 가구 시청률은 22.3%로, 동일 ‘오! 삼광빌라!’ 시청률 24.8% 보다 2.5%p 낮다. 하지만 이러한 경쟁력이 통합 시청 데이터에 오면 달라진다. 3월 6일(토) 본방송을 한 ‘펜트하우스2’와 ‘오! 삼광빌라!’ 통합시청자 수는 1주일간 누적 시청자 수가 각 1,253만명, 910만명이다. ‘펜트하우스2’가 ‘오! 삼광빌라!’ 보다 343만명 더 많다. 이처럼 본방송 시청률은 낮지만 일주일간 누적 시청자 수는 ‘펜트하우스2’가 ‘오! 삼광빌라!’ 보다 많은 경우는, 비단 이날 뿐만 아니라 2월 20일, 2월 27일, 3월 6일 모두 동일하게 일어났다.

이처럼 ‘펜트하우스2’ 보다 본방송 시청률이 앞서서 ‘오! 삼광빌라!’가 다시보기에서 뒤심을 발휘하지 못하는 이유는 무엇일까? 첫째, VOD에서 흡입되는 시청자 수가 ‘펜트하우스2’ 보다 적다. ‘펜트하우스2’ VOD 시청자 수는 15만명 이상이지만 ‘오! 삼광빌라!’는 5~6만명에 그친다. 또 ‘오! 삼광빌라!’는 타사 채널을 통한 재방송이 없어 타사 채널을 통한 다시보기가 불가능하다. ‘펜트하우스2’는 SBS 계열사 외에도 타 PP채널에서 재방송으로 다시보기가 가능해 200만명~400만명의 시청자들을 더 흡입하고 있다. 하지만 ‘오! 삼광빌라!’는 KBS 계열PP 외 다른 채널에서 rerun 방송을 하지 않고 있다. 따라서 PPL 간접광고를 하는 광고주라면 이러한 프로그램의 유통채널들을 면밀히 살펴야 한다. ‘펜트하우스2’ 처럼 본방송 시청률이 경쟁 프로그램 보다 다소 낮더라도, 결국 통합 데이터에서 PPL 노출 시청자가 훨씬 많아지는 경우가 허다하기 때문이다. ㉠

|그림 1| TNMS 본방송 시청률 (단위 : %)



*출처 : TNMS

|그림 2| TNMS 통합 시청자 수 (단위 : 만명)

