



Sporočilo za medije – za takojšnjo objavo

Resničnostni šovi zanimajo petino slovenskih spletnih uporabnikov

Ljubljana, 18. november 2010: Slovenija si bo leto 2010 zapomnila tudi kot leto **resničnostnih šovov, ki nedvomno postajajo stalnica na naših televizijskih sporedih. Ta medijski fenomen predstavlja tudi vzorčni primer konvergence TV vsebin s spletom, kjer internet prevzema vlogo podpornega distribucijskega kanala tradicionalnih medijskih formatov, hkrati pa s ponujanjem razširjene vsebine nadgrajuje tradicionalne formate. Podatki raziskave MOSS kažejo, da se danes že petina (21 %) slovenskih spletnih uporabnikov v starosti od 10 do 75 let zanima ali zelo zanima za spletne vsebine s področja resničnostnih šovov.**

Raziskava MOSS poteka pod okriljem **Slovenske oglaševalske zbornice – SOZ**, v obdobju 2009/2011 pa jo izvaja družba **Valicon iz Ljubljane s podizvajalcem podjetjem Gemius**. Po podatkih raziskave MOSS smo med 120-imi merjenimi spletnimi stranmi v mesecu oktobru 2010 dosegli 1.160.975 slovenskih spletnih uporabnikov v starosti od 10 - 75 let. **Najvišji doseg med 120-imi spletnimi stranmi je bil oktobra zabeležen na spletni strani 24ur.com, ki ji sledijo siol.net, najdi.si, rtvslo.si in bolha.com.** Valutni podatki MOSS za oktober 2010 so z današnjim dnem tudi javno dostopni na spletni strani <http://www.moss-soz.si>.

Po podatkih MOSS zanimanje za spletne vsebine o resničnostnih šovih **ni pogojeno s spolom**, je pa pričakovano **bolj značilno za mlajše spletne uporabnike. Mladi do 24 let namreč predstavljajo 40 % vseh** predstavnikov v segmentu spletnih uporabnikov, ki se zanima ali zelo zanima za tovrstne spletne vsebine. Dobro petino (22 %) vseh predstavnikov te ciljne skupine predstavljajo uporabniki interneta v starosti od 25 do 34 let, 18 % vseh pa segment od 35 do 44 let.

V primerjavi s celotno slovensko spletno populacijo od 10 do 75 let je **zanimanje za spletne vsebine o resničnostnih šovih nadpovprečno v Pomurski, Koroški, Dolenjski in Podravske regiji**, kjer se za omenjene vsebine zanima ali zelo zanima **vsak četrty uporabnik spleta**, v **Osrednjeslovenski regiji in Goriški pa vsak šesti** v starosti od 10 do 75 let.

Tovrsten televizijski slog vsebin na spletu je še vedno najpogosteje zastopan v obliki **videa na zahtevo**, kar spletnemu uporabniku, ta lahko s pritiskom na gumb predvajano ustavi, previje nazaj ali naprej, ponuja pomembno prednost pred TV, **nadzor nad predvajano vsebino**. Podatki MOSS sicer potrjujejo, da slovenski spletni uporabniki radi posegajo po različnih multimedijskih vsebinah na spletu, saj jih kar **34 % slovenskih spletnih uporabnikov od 10 do 75 let uporablja vsaj tedensko, če ne pogosteje**.

Omenjene številke so vsekakor spodbudna popotnica za oglaševalce, ki video oglaševanje že pridno izkoriščajo oziroma o njegovi uporabi razmišljajo. Da pa bo učinek tovrstnega oglaševanja zagotovljen, morajo oglaševalci upravljati z ažurnimi podatki o tem, kdo so obiskovalci spletnih strani, kjer se nameravajo oglaševati. Raziskava MOSS ponuja ravno to, znanje o profilih spletnih uporabnikov in njihovih navadah, zato predstavlja eno pomembnejših opornih točk v procesu medijskega načrtovanja.

Valuta MOSS je mesečni doseg

Valuta MOSS oktober 2010 je izmerjen slovenski doseg spletnih strani v obdobju **od 1. do 31. oktobra 2010**. Doseg pove, koliko različnih oseb iz slovenskih IP številčk je v danem obdobju meritve obiskalo izbrano spletno stran. Valuta je mesečni doseg, ki je izmerjen s tehničnim merjenjem in korigiran s podatkom o velikosti slovenske spletne populacije pridobljene s telefonsko anketo. V izmerjen slovenski doseg, ki je valuta projekta MOSS pa ni vključen promet iz tujine, saj podatek o ocenjenem dodatnem dosegu iz tujine ni korigiran s podatki telefonske ankete.

Doseg vseh 120-ih merjenih strani v obdobju od 1.10. do 31.10.2010 znaša 1.160.975 različnih slovenskih obiskovalcev. Slovenski obiskovalci 120-ih spletnih strani so v tem obdobju opravili več kot 612 milijonov prikazov. V mesecu oktobru 2010 znaša **ocenjen dodatni doseg – tujina 851.340** in predstavlja število uporabnikov, ki so dostopali do strani z IP številčk, ki niso locirane v Sloveniji.

Dodatne informacije:

Zoran Savin, IO SP MOSS, zoran.savin@senca.net

Vesna Zakarič, vodja projekta MOSS, Valicon, vesna.zakaric@valicon.net

Petra Prelog, vodja projekta na SOZ, petra.prelog@soz.si, tel.: 01 439 60 57