



**Sporočilo za medije – za takojšnjo objavo**

## **Navade slovenskih spletnih uporabnikov**

Ljubljana, 24. maj 2011

Po podatkih Merjenja obiskanosti spletnih strani (MOSS) slovenski spletni trg mesečno obišče že več kot 1,2 milijona slovenskih potrošnikov, kar predstavlja 73 odstotkov vseh v starostni skupini med 10 in 75 leti. Rezultati raziskave, katere podatki so mesečno dostopni že tretje leto zapored, kažejo, da so slovenski potrošniki iz leta v leto aktivnejši uporabniki spleta. V primerjavi z letom ali dvema poprej pa so vse bolj očitne tudi spremembe v starostni strukturi spletne publike. Podatki MOSS kažejo, da je splet uspel osvojiti tudi najstarejše. Danes splet uporablja že četrtnina vseh v starostni skupini med 60 in 75 leti (v letu 2009 je bilo teh le 9 odstotkov).

Raziskava MOSS poteka pod okriljem Slovenske oglaševalske zbornice (SOZ); v obdobju 2009/2011 jo izvaja družba Valicon iz Ljubljane s podizvajalcem podjetjem Gemius.

### **Kdo so slovenski spletni uporabniki ter kakšne so njihove navade?**

Po zadnjih podatkih MOSS je povprečen slovenski spletni uporabnik v aprilu 2011 za brskanje po spletu porabil več kot 11 ur (11 ur in 3 minute) in v povprečno 66 obiskih opravil 489 prikazov. Med spletnimi uporabniki predstavljajo ženske 46 % spletnega občinstva, 54 % je moških. Slednji predstavljajo aktivnejšo skupino obiskovalcev, saj na spletu v povprečju preživijo manj kot 13 ur mesečno (12 ur in 47 minut), kar je skoraj štiri ure več kot ženske (8 ur in 59 minut). Omenjena razlika v aktivnosti na spletu med spoloma se je v primerjavi z lanskim letom povečala in sicer za eno uro v prid moških.

Podatki MOSS kažejo, da so v primerjavi z letom ali dvema poprej vse bolj opazne spremembe v starostni strukturi spletnih uporabnikov. Splet kot medij vse bolj uspešno osvaja tudi najstarejše. Danes internet uporablja že četrtnina vseh v starostni skupini med 60 in 75 leti (v letu 2009 je bilo takih le 9 %). Rezultat tega je višja povprečna starost slovenskega uporabnika spleta, ki danes šteje 36 let (v letu 2009 je bila povprečna starost slovenskega spletnega uporabnika 33 let).

Podatki MOSS kažejo, da so obiskovalci 115 spletnih strani, ki so aprila 2011 sodelovale v meritvi MOSS, skupaj opravili več kot 585 milijonov prikazov strani, kar predstavlja 4 % prikazov več kot v enakem obdobju lani. Od tega so 62 % vseh prikazov, zabeleženih na slovenskem spletnem trgu, opravili moški uporabniki. Slednji imajo v večini končano srednješolsko izobrazbo (triletno srednjo šolo 27 % in štiriletno srednjo šolo 28 % vseh moških uporabnikov). Med ženskami na spletu 33 % vseh predstavlja segment še šolajočih (med moškimi je takih 19 %), 37 % žensk ima končano štiriletno ali triletno srednjo šolo, 24 % žensk je visoko izobraženih (med

moškimi je visoko izobraženih 18 %). V primerjavi z 2010 ni zaznati sprememb v izobrazbeni strukturi slovenskih uporabnikov spleta.

Po podatkih MOSS je med vsemi slovenskimi spletnimi uporabniki 58 % zaposlenih (v podjetju, javni upravi ali samozaposlenih), sledi jim skupina osnovnošolcev, dijakov in študentov, ki predstavlja skoraj četrtno vseh spletnih uporabnikov (24 %). Zaposleni na spletu mesečno opravijo manj obiskov kot šolajoči (zaposleni 63, šolajoči 69 obiskov mesečno), a so ti v povprečju daljši. Zato je skupni čas, ki ga zaposleni v mesecu preživijo na spletu, daljši kot pri šolajočih (zaposleni 10 ur in 50 minut, šolajoči 10 ur in 21 minut mesečno).

V primerjavi z 2009 in 2010 ni opaziti večjih sprememb v izraženem zanimanju spletnih uporabnikov za različne spletne vsebine. Na splošno slovenski spletni uporabniki (tedensko ali pogosteje) splet uporabljajo za brskanje oziroma iskanje različnih informacij (66 %) ter spremljanje novic (62 %). Splet ostaja pomemben vir zabave, saj ga kar dobra tretjina uporablja za poslušanje glasbe in gledanje filmov (36 %), na drugi strani pa ga skoraj četrtna uporablja za raziskovalno delo ali izobraževanje (23 %). Poleg tistih, ki vsaj tedensko pobrskaajo za novicami, so med najaktivnejšimi na spletu tudi tisti, ki vsaj tedensko spremljajo male oglase. Prvi opravijo 577 prikazov mesečno in na spletu preživijo 13 ur in 46 minut mesečno, drugi pa opravijo 680 prikazov in so na spletu 12 ur in 29 minut mesečno.

Med vsebinami na spletu, ki so jih uporabniki označili za najbolj zanimive poleg že omenjenih novic (78 % vseh spletnih uporabnikov pravi, da jih novice na spletu zanimajo oziroma zelo zanimajo), izstopajo še zanimanje za film in glasbo (70 % vseh spletnih uporabnikov se zanima ali zelo zanima za informacije o filmu in glasbi), potovanja (60%), šport (57%), kozmetiko (56%), ter avtomobilizem (55%).

Za več informacij o dostopu do obsežne knjižnice podatkov nam pišite na naslov [moss@valicon.net](mailto:moss@valicon.net).

### **Valuta MOSS je mesečni doseg**

Valuta MOSS april 2011 je izmerjen slovenski doseg spletnih strani v obdobju **med 1. in 30. aprilom 2011**. Doseg pove, koliko različnih oseb iz slovenskih IP števil 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 115 merjenih strani v obdobju med 1. in 30. aprilom 2011 znaša 1.194.876 različnih slovenskih obiskovalcev.** Slovenski obiskovalci 115 spletnih strani so v tem obdobju opravili nekaj več kot 585 milijonov prikazov. V aprilu 2011 znaša **ocenjen dodatni doseg (tujina) 923.150** in predstavlja število uporabnikov, ki so dostopali do strani z IP števil, ki niso locirane v Sloveniji.

#### ***Dodatne informacije:***

*Zoran Savin, IO SP MOSS, [zoran.savin@sonce.net](mailto:zoran.savin@sonce.net)*

*Vesna Zakarič, vodja projekta MOSS, Valicon, [vesna.zakaric@valicon.net](mailto:vesna.zakaric@valicon.net)*

*Petra Prelog, vodja projekta na SOZ, [petra.prelog@soz.si](mailto:petra.prelog@soz.si), tel.: 01 439 60 57*