

MAMICE OBLEGAJO INTERNET

Na Inštitutu za raziskovanje trga in medijev, Mediana smo iz raziskave TGI ugotovili, da so slovenske mamice »hiper« potrošnice interneta.

87% žensk, ki imajo vsaj enega otroka mlajšega od 18 je v **zadnjem letu** brskalo po spletu. Medtem, ko je med ženskami nasploh očitno nižja uporaba interneta, saj ga je v zadnjem letu uporabilo 68% žensk.

Podobno kažejo tudi podatki uporabe interneta v **zadnjem tednu**:

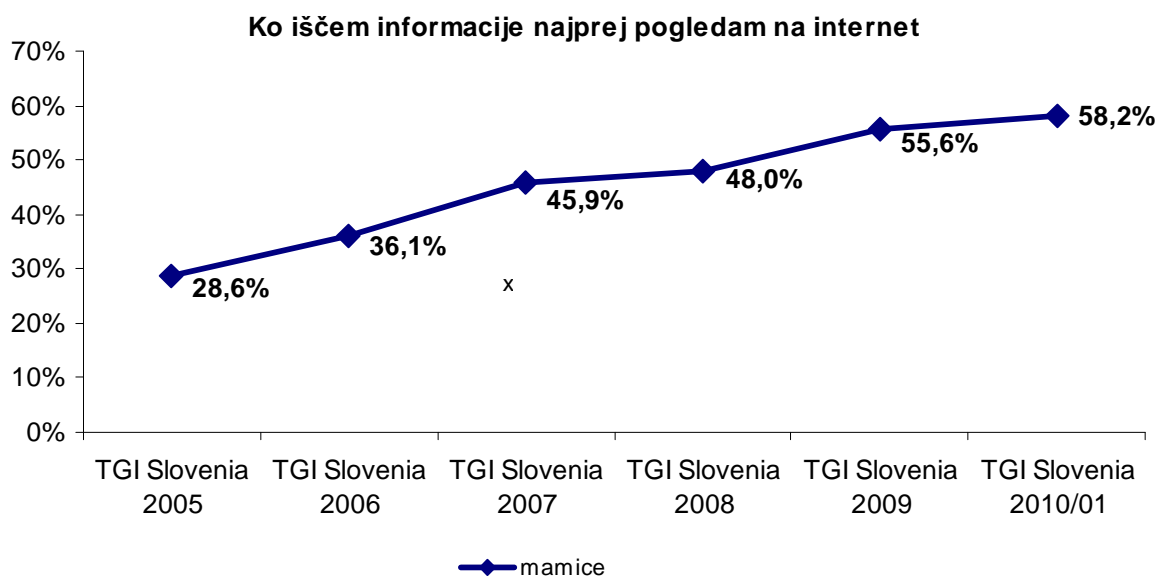
78 % slovenskih mamic starejših od 18 let je v zadnjem tednu uporabljalo internet, v primerjavi z 64 % vseh žensk.

	TGI Slovenia 2007	TGI Slovenia 2008	TGI Slovenia 2009	TGI Slovenia 2010/01
ženske 18+	51%	54%	55%	64%
mamice 18+	64%	68%	72%	78%
ženske 18+ ki bodo rodile v prihodnjem letu	53%	56%	57%	64%

* v zadnjem tednu uporabljale internet

vir: Mediana TGI 2010/1-2009/2

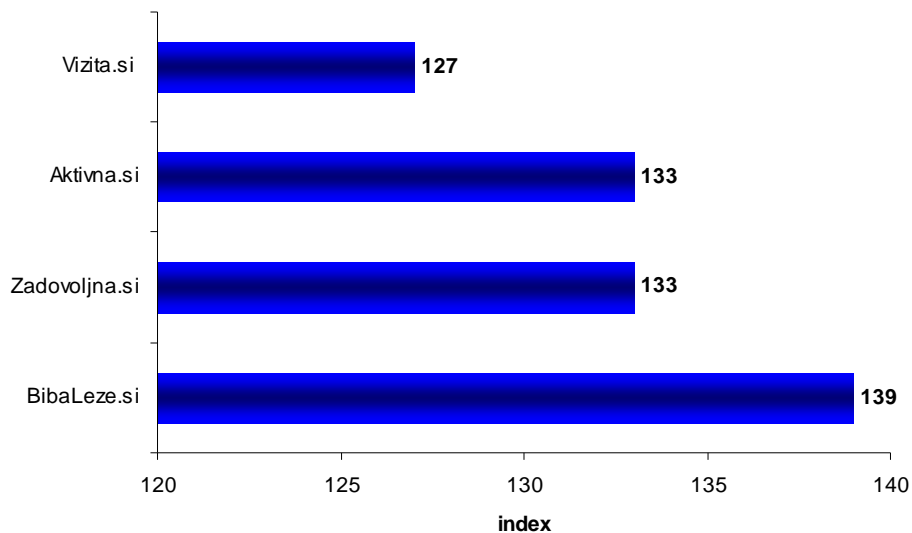
Trend iskanja informacij na internetu je pri mamicah od leta 2005 narastel za več kot 100% . Če je leta 2005 29% le-teh najprej pogledalo na internet, ko so iskale informacije, jih danes najprej pogleda na internet 58%.



vir: Mediana TGI 2010/1-2009/2

Raziskava je pokazala, da ženske z otroci pogosteje dostopajo do interneta od doma kot pa od drugod. Zanimalo nas je tudi kakšno tematiko iščejo na spletu in ugotovili smo, da so rade informirane o dnevnem dogajanju, ter da budno spremljajo vremenske razmere. Pogosto pa po spletu iščejo tudi zdravstvene informacije, saj je kar tretjina vseh obiskov interneta namenjena temu.

Našli jih boste na spletnih straneh kot so BibaLeze.si, Zadovoljna.si, Aktivna.si, Vizita.si, ter številnih drugih. Spodaj prikazani podatki kažejo na nadpovprečno povezanost mamic s spletnimi stranmi, glede na stanje v populaciji.



vir: Mediana TGI 2010/1-2009/2

Očitno imajo res rade svoj dom, a se vseeno težko odpovedo nakupovanju. Pokazalo se je namreč, da nadpovprečno veliko glede na populacijo nakupuje preko interneta. Ko nakupujejo na spletu pa najpogosteje plačajo izdelke po prevzemu.

vir: Mediana TGI 2010/1-2009/2, N=5725