



Analiza novega medija (adblok) na smučiščih

CREATIV MEDIA

Povzetek raziskave

Andraž Zorko, Alenka Pfajfar

Podatki o smučarski sezoni 2008/2009

- **V populaciji 12-65 let je 30% (447.000) deskarjev ali smučarjev.**
- **90% vseh deskarjev ali smučarjev je obiskalo slovenska smučišča.**
 - Na smučiščih v Sloveniji so v povprečju preživeli 8 smučarskih dni.
- **57% vseh deskarjev ali smučarjev je obiskalo tuja smučišča.**
 - Na smučiščih v tujini so v povprečju preživeli 4 smučarske dni.
- **Število obiskovalcev oz. skupni doseg slovenskih smučišč pokritih z adbloki znaša 717.000.**

Opazенost kakršnihkoli oglasov in adbloka

- **60% vseh deskarjev ali smučarjev je na smučiščih opazilo *kakršnekoli* oglase.**
 - Največ oglasov so opazili na smučarskih napravah (gondola, žičnica, vlečnica, sedežnica, stebri smučarskih naprav).
- **67% vseh deskarjev ali smučarjev je na smučiščih že kdaj opazilo *adblok*.**
 - Nadpovprečna opazенost adbloka je med tistimi, ki so obiskali slovenska smučišča pokrita z adbloki (74% obiskovalcev teh smučišč je že kdaj opazilo adblok, kar pomeni 10% višjo opazенost).



Dejanski kontakti z adbloki v primeru 10% pokritosti na 4 sedežnicah

	Neto doseg smučišča (št. različnih obiskovalcev)	Povprečno št. prevozov po napravah na obiskovalca	Št. kontaktov obiskovalca z adblokom	Št. vseh kontaktov obiskovalcev z adblokom	Strošek oglaševanja na 1000 kontaktov
Kranjska Gora	115.000	19,3	7,7	886.000	7,5
Cerkno	106.000	7,1	2,9	303.000	7,2
Mariborsko pohorje	94.000	12,4	5,0	468.000	4,8
Vogel	90.000	13,3	5,3	480.000	3,1