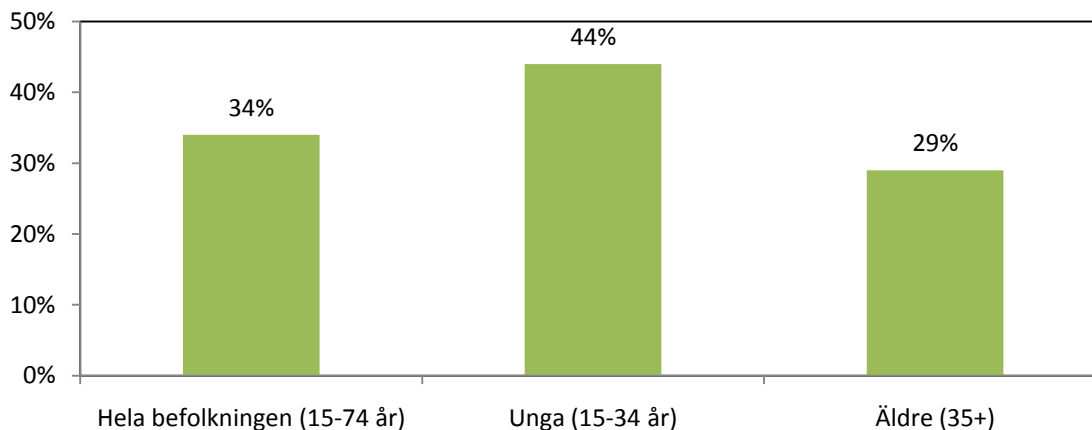


Tillväxt för TV på webben under andra kvartalet

4,3 miljoner 15-74-åringar tittade på webb-TV någon gång under andra kvartalet. Detta är en fortsatt stark utveckling jämfört med samma period 2009. Per vecka tittade nära 2,5 miljoner eller drygt var tredje 15-74-åring, visar Mediavisions senaste analys. Stora händelser under året som OS, fotbolls-VM och prinsessbröllop bidrar till den starka utvecklingen. Största konsumenter är de yngre, men intresset sprider sig till allt fler.

Veckoräckvidd webb-TV i befolkningen (15-74 år), Q2 2010



Bland de yngre, de mellan 15-34-år, tittar nu hela 44 procent på webb-TV under en genomsnittlig vecka. Tack vare bland andra SVT:s och TV4:s playkanaler, men också kvällstidningarna, har webb-TV även etablerats i bredare grupper. 29 procent av dem över 35 år utnyttjar nu möjligheten att titta på TV när de vill. För ett år sedan var veckoräckvidden för webb-TV i denna grupp 23 procent, d v s tillväxt noteras fortfarande.

Om Mediavisions analys

Mediavision har under en längre tid följt ändrade medievanor hos den svenska allmänheten 15-74 år. Varje månad intervjuas ca 1 800 slumpmässigt utvalda personer mellan 15-74 år per telefon och webb. Syftet med Mediavisions analys är att kartlägga såväl etablering som användande av digitala medier. Mediavisions undersökning är en individundersökning och en s.k. konsumenttracking; dvs. alla siffror gäller individer och härrör från konsumentledet.

Räckvidd uppmäts som en *genomsnittlig medveten* räckvidd bland 15-74-åringar.

Mediavision är ett oberoende konsult- och analysföretag, inriktat på analys och strategi för det digitala medielandskapet.

För mer information, kontakta:

Mediavision
Marie Nilsson, VD
E-mail: marie.nilsson@mediavision.se
Tel: 08-52 80 90 90 Mobil: 070-749 59 67