

## Tallentavat digibokset muuttavat TV-mainonnan

19.2.2007 07:31 — Vuokko Aro

Tallentavia digibokseja käyttävät amerikkalaiset eivät kelaakaan läheskään kaikkien mainoskatkojen ohi, selvitti tutkimusyhtiö Nielsenin tuoreessa katsauksessaan. Katselutapa on kuitenkin muuttunut.

**New York Times** -lehti kertoo verkkosivuillaan kovalevyllisen digiboksin vaikutuksista mainosten katseluun.

Tutkimukseen osallistuneet digiboksin omistajat katsovat noin 40 prosenttia nauhoittamistaan mainoksista. Loput ohitetaan kelaamalla.

Eniten mainoksia katsotaan samana päivänä nauhoitettujen ohjelmien katkoilla. Etenkin ohjelmien ensimmäinen ja viimeinen mainoskatko keräävät tutkimuksen mukaan vielä katsojia.

Ensimmäiseksi esitetyllä mainoksella onkin ratkaiseva merkitys koko tauon katsomiselle.

**Televisioyhtiöt** miettivät jo, miten mainostajia voitaisiin rahastaa uuden tutkimustiedon valossa.

Menossa on kokeilu, joka pyörittää tv-ohjelmien alalaidassa ehdotuksia seuraavan katkon mainoksista. Katsoja saa valita niistä itseään kiinnostavat.

Melkein joka viidennessä amerikkalaistaloudessa on tallentavilla ominaisuuksilla varustettu digiboksi.

<http://www.digitoday.fi/viihde/2007/02/19/tallentavat-digibokset-muuttavat-tv-mainonnan/20074340/66>