

PRESSMEDDELANDE

från Sifo Group, noterat på O-listan vid Stockholms fondbörs

STOCKHOLM 1999-05-19

Spel & dobbel allt populärare på nätet

I april var 314 000 unika besökare, närmare 10 procent av den surfande befolkningen, inne på någon spel & dubbelsajt. Det framgår av Sifo Interactive Medias senaste publikmätning RelevantKnowledge.

Flest antal unika besökare hade bingoletto.se med 187 000 följd av atg.se och svenska-spel.se. Det är främst män i åldern 35-49 år, 20 procent av besökarna som surfat till spel & dubbelsajterna.

Intresset för shoppingsajter håller i sig

Drygt 1,2 miljoner unika besökare var inne på någon av de mer renodlade shoppingsajterna i april. Amazon låg i topp med 232 000 unika besökare, följd av Boxman och Bokus. Ytterligare fem svenska sajter låg bland de tio mest populära shoppingsajterna; Paletten, CDON, Passagen Shopping, Clas Ohlson och Ginza.

Mest tillbringad tid på webben

Under april tillbringade den genomsnittlige surfaren 6 timmar och 20 minuter på webben. I topp återfinns män mellan 35-49 år, som tillbringade i genomsnitt 8 timmar på webben, tätt följda av män mellan 25-34 år. Minst tid i genomsnitt tillbringade kvinnor mellan 50-79 år med drygt 3 timmar.

WEBBUNIVERSUM

I Sifos Webbuniversum publiceras varje månad uppgifter om räckvidd och demografi för webbanvändandet i Sverige. Webbuniversum baseras på 1.000 telefonintervjuer per vecka. Som kontrollvariabel för undersökningen används även Orvesto Svensk Konsument med 30.000 intervjuer per år. Webbuniversum ligger till grund för mätningen som görs i Sifos internetpanel. I webbuniversum ingår alla individer mellan 12-79 år, som är bosatta i Sverige, som under den senaste månaden har varit uppkopplade och besökt webben antingen hemifrån, från jobbet eller skolan.

WEBBRAPPORTEN

RelevantKnowledge är en teknik som används för att följa hur en representativ Sifopanel surfar på Internet. Syftet är att ta fram fördjupad kunskap om hur många personer och vilka som har surfat till olika sajter under en månadsperiod, dvs sajternas räckvidd och demografiska profil.

Dessutom inkluderas under hur många dagar i snitt personerna har besökt sajten och hur lång tid de sammanlagt har tillbringat på sajten under månaden. Panelmedlemmarna använder en programvara som följer och noterar panelmedlemmarnas faktiska surfande. Med utgångspunkt från materialet erbjuder Sifo Interactive Media kommersiella rapporter – Webbrapporter.

UNIKA BESÖKARE

Antalet webbanvändare (individer) som besökt sajten under en kalendermånad. En individ kan ha besökt en sajt en gång eller hundra gånger men räknas fortfarande som en unik besökare (individ) på sajten under rapporteringsperioden.

För mer information kontakta:

Lars Björkman, VD, Sifo Interactive Media

Tel 08 - 625 43 75, Mobiltel 0708 - 20 69 59, E-post lars.bjorkman@sifointeractive.com

www.sifointeractive.com

Fakta om Sifo Group

Sifo Group har tre divisioner - Observer Media Intelligence som arbetar med medie- och omvärldsbevakning, Sifo Research & Consulting som arbetar med undersökningar och konsultverksamhet, samt SMG Consulting verksamt inom management- och strategikonsulting. Sifo Group omsätter drygt 840 MSEK och sysselsätter cirka 1.100 personer i Sverige, Norge, Danmark, Finland, Tyskland och Baltikum.

Divisionen Sifo Research & Consulting har 300 anställda och är marknads-ledande i Sverige och stor aktör i Skandinavien inom området undersökningar och konsulttjänster. Sifo Research & Consulting bedriver verksamhet inom de fem affärsområdena Management of Intangible Assets, Brand Management, Market Development, Media samt Opinion & Samhälle.