PRESSMEDDELANDE **STOCKHOLM 2001-01-15**

Nya siffror från MMXI visar:
Svenska surfare tillbringar allt mer tid på nätet
Elektroniska vykort och gratis SMS lyckades bra i december
Konkursdrabbade Letsbuyit.com mest välbesökta shoppingsajt

Svenska surfare tillbringar allt mer tid på nätet

Under år 2000 tillbringade de svenska surfarna mellan 12 och 79 år i genomsnitt 7 timmar och 55 minuter online varje månad. Detta innebär att den genomsnittliga surftiden har ökat med drygt en timme per månad under år 2000 i jämförelse med 1999. Män 25-34 år tillbringade allra mest tid på nätet under året som gick; i genomsnitt 11 timmar per månad.

Elektroniska vykort och gratis SMS lyckades bra i december

Många utnyttjade möjligheten att skicka elektroniska hälsningar under december 2000. 34% av den surfande befolkningen 12-79 år (1 364 000 personer) besökte en vykorts- eller SMS-sajt under månaden. Mest välbesökta vykortssajter var Bluemountain.com (575 000 unika besökare), Vykort.passagen.se (445 000 unika besökare) och Aftonbladet.se/special/ekort (114 000 unika besökare). Mest välbesökta sajter för gratis SMS var Mtnsms.com (276 000 unika besökare), Sms.passagen.se (139 000 unika besökare) och Smspopup.com (100 000 unika besökare).

Elektroniska vykort förefaller vara mest populära hos kvinnor. 33% av de surfande kvinnorna 12-79 år besökte en elektronisk vykortssajt under december 2000. Motsvarande siffra för männen var 20%. Det största intresset för elektroniska vykort finns hos kvinnor i åldersgruppen 25-34 år. 42% av dessa besökte en elektronisk vykortssajt under månaden.

Andel (räckvidd) som besökte en elektronisk vykortssajt under december 2000

	Räckvidd (%) Samtliga	Räckvidd (%) Män	Räckvidd (%) Kvinnor
12-79 år	*26*	*20*	*33*
12-24 år	28	18	39
25-34 år	29	19	42
35-49 år	26	21	31
50-79 år	22	23	21

Konkursdrabbade Letsbuyit.com mest välbesökta shoppingsajt i december

Letsbuyit.com kunde notera 46% fler unika besökare under december månad i jämförelse med november 2000. Detta innebär att Letsbuyit.com med sina 228 000 unika besökare blev den mest välbesökta shoppingsajten i december, följt av Bidlet.se (226 000 unika besökare) och Ginza.se (186 000 unika besökare).

"Andelen svenskar som besöker shoppingsajter har legat på en stabil nivå kring 45% under hela år 2000. Vi har inte noterat någon ökning pga julhandeln under december" säger Lars Björkman VD för MMXI.

Som källa för all information i detta pressmeddelande anges MMXI.

För ytterligare information, kontakta:

Carina Jirwe, Nordic PR & Marketing Manager, MMXI, tel 08-507 430 16, 070-651 74 65
e-mail: carina.jirwe@mmxi.com

Heléne Hedlund, Marketing & Research Coordinator, MMXI, tel 08-507 430 15, 0708-19 89 73
e-mail: helene.hedlund@mmxi.com

Detta pressmeddelande finns även tillgängligt på www.mmxi.com

Metod och definitioner använda i denna pressrelease

Unika besökare: Det antal individer som besökt en sajt. Individen kan ha besökt en sajt en gång eller hundra gånger men räknas fortfarande som en unik besökare på sajten under rapporteringsperioden. MMXI:s publikmätnig är en panelbaserad metod, där panelisterna laddar ned en programvara som följer och mäter deras faktiska surfande. Panelen är ett Webbuniversum (se nedan) i miniatyr.
Räckvidd %: Antalet webbanvändare (individer) som besökt en sajt under rapporteringsperioden, uttryckt i procentandelar av Webbuniversum för den aktuella målgruppen.
Webbuniversum: Inkluderar alla individer 12-79 år bosatta i Sverige, som har varit uppkopplade mot Internet under månaden, antingen från hemmet eller från arbetet. Webbuniversum kartläggs genom 2 000 slumpmässiga telefonintervjuer varje månad.

Fakta om MMXI

MMXI var först i Sverige med att göra publikmätningar på Internet. Vi har levererat information till våra kunder om trafiken på enskilda sajter (NETcheck) sedan november 1996, och om publiken på Internet sedan april 1998. Detta ger oss en unik möjlighet att leverera långtgående trender och analyser av utvecklingen över tid, både för trafiken och publiken på Internet. MMXI är ett majoritetsägt dotterbolag till Jupiter Media Metrix Inc.

MMXI / Media Metrix Inc levererar tillförlitliga, globalt jämförbara data. MMXI / Media Metrix är branschstandard för publikmätningar på Internet. MMXI / Media Metrix mäter publiken på Internet i Australien, Danmark, Frankrike, Japan, Kanada, Storbritannien, Sverige, Tyskland och USA, och snart också för Italien, Norge, Schweiz och Spanien. Fakta från MMXI / Media Metrix används av sajtägare, annonsörer, marknadsförare, mediaföretag, företag som bedriver e-handel, konsultföretag, finansföretag och investerare etc som behöver fatta strategiska beslut kring exempelvis annonsering, marknadsföring och investeringar.

Efter Media Metrix och Jupiter Communications samgående, har man skapat en unik position för globala mätningar och analyser på Internet. Det nya företaget - Jupiter Media Metrix, blir först med att kombinera tillförlitliga data med marknadsanalyser, vilket kommer att omdefiniera begreppet undersökningar på Internet.

För mer information besök www.mmxi.com