

Stort nyhetsintresse trots varm sommar

Trots en varm och solig första sommarmånad behåller nyhetswebbplatserna sin ställning. Över 1,6 miljoner svenskar besökte någon nyhetstjänst på nätet i juni, vilket är en ökning med knappt en procent sedan i maj. Det visar Nielsen//NetRatings juniundersökning.

I särklass störst är fortfarande Aftonbladet med 818 138 unika besökare. Bland de tio största har dn.se och sr.se ökat mest, med 8 respektive 7 procent. I och med det gick Sveriges Radios webbplats upp från 10:e till 8:e mest besökta nyhetswebbplats.

Undersökningen visar också att den genomsnittliga tiden för besök fortfarande varierar stort och för de flesta nyhetssajter minskat sedan i maj. Märkbara undantag är svt.se och di.se som båda ökar markant, från 8 minuter till 15 minuter respektive från 25 minuter till 29 minuter.

"Uppenbarligen vill man fortfarande hålla sig informerad om vad som händer och sker även när sommaren kommit, och det ska bli intressant att se om det ändras något under juli som är den stora svenska semestermånaden", säger Björn Engwall, Nielsen//NetRatings.

De 10 mest besökta nyhets- och informationssajterna i juni 2001:

Domän	Unika besökare*	Genomsnittlig tid, minuter
aftonbladet.se	818.138	36
tv4.se	558.432	6
dn.se	365.010	17
expressen.se	227.602	9
svt.se	182.880	15
cnet.com	156.111	4
idg.se	97.515	4
sr.se	95.004	5
di.se	88.729	29
svd.se	88.652	5

**Unika besökare: Varje besökare räknas bara en gång under mätmånaden. Siffrorna avser besök på nyhets- och informationssajter från hemmet.*

För ytterligare information kontakta:

Björn Engwall, försäljnings- och marknadschef, Nielsen//NetRatings
Tel 08-453 26 15 och 070-311 74 30, E-post: bjorn.engwall@eratings.com

Simon Kohl Svegaard, nordisk försäljnings- och marknadsdirektör, ACNielsen eRatings.com
Tel: +45 35 433 543 och +45 20 12 28 03, E-post: simon.svegaard@eratings.com

Statistik från 26 länder: www.nielsen-netratings.com Företagsinfo: www.eRatings.com

Om Nielsen//NetRatings

Nielsen//NetRatings rapporterar om besökare och annonsering på Internet i 26 länder över världen. Sammanlagt representerar rapporterna 379 miljoner individer, vilket är 88 procent av världens befolkning med tillgång till Internet. Mätningarna samlar realtidsdata från 220 000 individer i främst hemmet. Nielsen//NetRatings använder sig av en unik teknik för att mäta såväl Internetanvändandet som annonsering. Panelmedlemmarna tillåter att information loggas och sparas om vilka sajter de besöker, hur länge m.m. Nielsen//NetRatings bygger på NetRatings datainsamlingsteknik, Nielsen Media Researchs 50 år av erfa-

renhet från undersökningar och publikmätningar, samt ACNielsens internationellt ledande ställning inom marknadsundersökningar med info från mer än 100 länder.