

PRESSRELEASE från MMXI Nordic

Sollentuna 2000-02-16

*Sifo Interactive Media har under de senaste åren etablerat ett nära samarbete med Media Metrix Inc. i USA avseende publikmätningar på Internet. Som tidigare meddelats från Sifo Group och Media Metrix (MMXI) går Sifo Group nu in som delägare i MMXI Europe. Samtidigt bildar Sifo Interactive Media basen i ett helt nytt bolag **MMXI Nordic** – ett dotterbolag till MMXI Europe.*

Antalet webbanvändare minskar under januari men surf-tiden och konsumtionen ökar

3 470 000 individer, eller 49 procent, av alla svenskar mellan 12 och 79 år surfade under januari i år. Detta är en minskning med nästan 200 000 individer i jämförelse med december förra året. Surftiden har dock ökat; den genomsnittliga surfaren tillbringade nära nio timmar på webben under årets första månad, vilket är en ökning med drygt 1 timme och 20 minuter i jämförelse med december 1999. Detta visar den senaste mätningen av svenska folkets surfvanor från MMXI Nordic, fd Sifo Interactive Media.

Handeln på Internet tar fart

1 547 000 individer, eller 45 procent av alla webbanvändare, var inne på någon shoppingsajt under januari. Motsvarande siffra för december var 1 705 000 individer, eller 47 procent.

Av de 3 470 000 svenskar som surfade i januari år 2000 är det 1,3 miljoner som någon gång har handlat på Webben. Drygt 500 000 av dessa uppgav att de handlat under den senaste månaden. De populäraste produkterna ser ut enligt följande:

CD-skivor	32%
Böcker	24%
Kläder	14%
Datorer/hårdvara	2%

Topplista över shoppingsajter på domännivå

(unika besökare i 1000-tal, januari 2000)

bidlet.se *	239
boxman.se	184
letsbuyit.com	180
amazon.com **	174
bokus.com	164
eannons.se	137
ginza.se	103
dustin.se	94
toga.com ***	78
paletten.se	69

* *Bidlet, bestående av bidlet.se och eannons.se, har på konsoliderad nivå 257 000 unika besökare.*

** *Amazon, bestående av amazon.com och amazon.com.uk, har på konsoliderad nivå 186 000 unika besökare.*

*** *Rättelse: I förra månadens lista hade toga.com fallit bort. Toga.com skulle legat på 5:e plats med 123 000 unika besökare. Så här skulle listan ha sett ut: letsbuyit.com 251', boxman.se 239', bidlet.se * 235, amazon.com** 174', toga.com 123', bokus.com 113', eannons.se * 103', netonnet.se 98', hm.com 95' (* Bidlet (bidlet.se+eannons.se) 266', **Amazon Totalt 190')*

WEBBUNIVERSUM

I MMXI Nordics (fd Sifo Interactive Media) 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 vår 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.

RELEVANTKNOWLEDGE

RelevantKnowledge är en nationell publikmätning på Webben (hushållspanel). Panelmedlemmarna använder en programvara som följer och noterar panelmedlemmarnas faktiska surfande. Med hjälp av denna metod kan svenska folkets surfvanor kartläggas. Fakta erhålls om antalet unika besökare, räckvidd och målgruppsbeskrivningar. Dessutom kan frekvensmått som genomsnittligt tillbringad tid samt antal dagar redovisas. Resultatet presenteras i en månatlig rapport, Webbrapporten. (En individ kan ha besökt en sajt en gång eller hundra gånger men räknas fortfarande som en unik besökare/individ på sajten under rapporteringsperioden).

NETCHECK

NETCheck är en tredjepartsrevision av trafiken på specifika webbplatser där fakta redovisas varje månad om en enskild sajts trafik. En "Audit Report" visar antalet besök och sidförfrågningar per webbsajt/mätobjekt. Uppdelning sker mellan totalsiffror, snitt per dag för vardagar och helgdagar. Dessutom visas snittsiffror per veckodag över dygnet, specifikation per dag samt från vilket land besöket kommer.

För ytterligare information, kontakta:

Lars Björkman, VD, MMXI Nordic, tel 08-625 43 75, 0708-20 69 59

e-mail: lars.bjorkman@mmxinordic.com

eller Heléne Hedlund, MMXI Nordic tel 08/625 43 88, 0708/19 89 73

e-mail helene.hedlund@mmxinordic.com

Detta pressmeddelande finns även tillgängligt på www.mmxinordic.com.

Facts about Media Metrix Europe

MMXI Europe is the only Internet audience measurement company that can provide reliable data that are accurate locally and comparable globally, for the UK, France, Germany, Sweden, Canada, Australia and the US and soon for Japan. MMXI Europe data are used by advertisers and marketers, media companies, agencies, e-commerce companies, consultants, financial institutions and investors who need to make important advertising planning, marketing, investment and strategic decisions. MMXI Europe B.V. is a joint-venture of Media Metrix, Inc., Ipsos S.A. and GfK A.G. Media Metrix, Inc. is the world leader in the field of audience and user activity measurement services for interactive media and digital technologies. MMXI Europe B.V. supports the growth of the Internet advertising and e-commerce industry by providing an accurate standard of reference for audience measurement through its reports for online services and Internet site traffic and usage. MMXI Europe B.V. has offices in London, Paris and Nuremberg. MMXI Europe B.V. was launched in the UK, France and Germany in October 1999.

For more information, please visit: www.mmxieurope.com, www.mmxinordic.com