

PRESSMEDDELANDE

SOLLENTUNA 2000-04-13

Svensk Internetanvändning under mars månad den högsta någonsin

MMXI Nordic presenterar idag, vid ett seminarium i Stockholm, de senaste trenderna på nätet i Sverige, premiärsiffrorna avseende danskarnas surfvanor samt det "Europeiska Internet-landskapet" i samarbete med MMXI Europe. För första gången kan nu gemensamma och likvärdiga data presenteras för de stora Internetmarknaderna i Europa!

"Vi kommer att redovisa många viktiga nyheter under det här året och det är med tillfredsställelse som vi nu redovisar de första uppgifterna i Danmark. MMXI Europes expansion i Europa öppnar också för helt andra möjligheter till redovisningar", säger Lars Björkman, VD för MMXI Nordic.

Danmarks första Webbuniversum

MMXI Nordic redovisar premiärsiffrorna över det danska webbanvändandet. Under mars surfade 1 819 000 danskar, eller 43% av alla danskar mellan 12 och 79 år. Av de danska surfarna är 59% män och 41% kvinnor. 64% av ungdomarna mellan 12-24 år kopplade upp sig någon gång under månaden, följt av 25-34 åringarna med 56%, 35-49 åringarna med 46% och 21% av 50-79 åringarna.

Svenskarna tillbringar allt mer tid på webben

MMXI Nordic presenterar också de senaste trenderna kring svenska folkets surfvanor. 3 794 000 individer, eller 53 procent av alla svenskar mellan 12 och 79 år, surfade under mars månad. Den genomsnittlige webbanvändaren surfade under 11,8 dagar och tillbringade i snitt 9,3 timmar på webben under månaden. Detta innebär att webbanvändarna i genomsnitt surfat under 47 minuter per dag, under de dagar som de varit uppkopplade. Detta är den högsta siffran någonsin.

Mycket tid på finanssajter

Sajter med aktieinformation tycks ha fått ett starkt genomslag hos webbanvändarna. Bortsett från "chat- och ungdomssajten" skunk.nu är det sajter som tillhandahåller aktieinformation (di.se, privataffarer.se, avanza.se och vcworld.com) som besökarna i genomsnitt tillbringat mest tid på under månaden.

Nya sajter under mars

Den stundande Schlagerfestivalen tycks tilldra sig ett stort intresse bland svenska surfare. Den nya sajten eurosong2000.com hade 199 000 unika besökare under mars. Nya populära sajter var också mobilskolan.com med 120 000 unika besökare och iobox.se med 104.000 unika besökare. Båda dessa tillhandahåller mobila tjänster. Andra nya sajter under mars var nameplanet.com (gratis e-mail sajt) med 103 000 unika besökare och aktie-sm.se som hade 91 000 unika besökare.

WEBBUNIVERSUM

I MMXI Nordics Webbuniversum publiceras varje månad uppgifter om räckvidd och demografi för webbanvändandet i Sverige. Webbuniversum baseras på 1.000 telefonintervjuer per vecka. 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). Panel-medlemmarna 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

Heléne Hedlund, Infomaster 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

Fakta om MMXI Nordic

MMXI Nordic (tidigare Sifo Interactive & Media Tracking) är ett dotterbolag till MMXI Europe, som ägs gemensamt av Media Metrix Inc, Ipsos, GfK och Sifo Group. MMXI Nordic genomför mätningar av trafik och publik på Internet i Sverige och Danmark. Genom vårt moderbolag MMXI Europe mäter vi också trafik och publik på Internet i Storbritannien, Frankrike och Tyskland. Genom MediaMetrix Inc mäter vi också i USA, Kanada, Australien och Japan.

Fakta om MMXI Europe

MMXI Europe är det enda företag för publikmätningar på Internet som levererar tillförlitliga data som också är globalt jämförbara. MMXI Europe mäter trafik och publik på Internet i Storbritannien, Frankrike, Tyskland, Sverige och snart också för Italien, Spanien och Danmark. Paneler i Schweiz, Finland, Norge, Österrike, Holland, Ungern och Polen kommer att vara igång i slutet av år 2000. Tillsammans med vårt moderbolag MediaMetrix Inc mäter vi över 75% av världens Internetanvändare med paneler i USA, Canada, Australien och Japan. Fakta från MMXI Europe används av annonsörer, marknadsförare, mediaföretag, företag som bedriver e-handel, konsultföretag, finansföretag och investerare etc som behöver fatta strategiska beslut kring exempelvis annonsering, marknadsföring och investeringar.

MMXI Europe ägs gemensamt av Media Metrix Inc, Ipsos, GfK och Sifo Group. Media Metrix Inc är världsledande på området publikmätningar för interaktiva medier och digital teknik. MMXI Europe stöder tillväxten av annonsering och handel på Internet genom att erbjuda en standard för publikmätningar via sina rapporter om on-line tjänster och trafik på Internet-sajter. MMXI Europe har kontor i London, Paris och Nürnberg samt via MMXI Nordic även i Stockholm och Köpenhamn. För mer information besök www.mmxieurope.com.