

MMXI Nordic presenterar svenskarnas surfvanor för juli 2000 **Nätet en mötesplats för de unga**

Under juli månad surfade 53 % (3 752 000) av svenskarna mellan 12 och 79 år. Motsvarande siffra för juli -99 var 44 % (3 137 000), vilket är en ökning med 19%. I juli i år tillbringade surfarna i genomsnitt 6 timmar och 19 minuter på Internet. Det är nästan en timme mer än den surfande svensken i genomsnitt tillbringade på Internet i juli ifjol.

Halebop.com, som erbjuder mobila portaltjänster, blev juli månads komet med 107 000 unika besökare.

12-24 åringarna surfar mest

Åldersgruppen 12-24 år har den högsta internetpenetrationen av alla åldersgrupper. 83 % av männen i åldersgruppen och 72 % av kvinnorna surfade på Internet under juli månad i år (70 % respektive 60 % i juli -99). De manliga surfarna i åldersgruppen tillbringade i snitt 7,1 timme på nätet i juli i år, medan kvinnorna i motsvarande ålder ligger närmare den svenske medelsurfaren med 6,4 timmar.

Skillnaderna mellan könen är inte dramatiska vad gäller favoritsajterna i åldersspannet 12-24 år. Hotmail.com, Microsoft.com, Msn.com och Altavista.com hör till dem som lockar det största antalet besökare i åldern 12-24 år.

Tittar man däremot på vilka sajter som har den högsta överrepresentationen av kvinnor 12-24 år respektive män 12-24 år, i förhållande till det totala antalet besökare på sajten, ser det annorlunda ut. Kvinnor 12-24 år söker sig i stor utsträckning till chat- och kontaktsajter (t ex Lunarstorm.com) och musikhandels-sajter. Männen i motsvarande åldersgrupp lockas i stor utsträckning av gratis e-mailsajter (Freebox.com), spel, MP3 och sex- och erotik sajter.

- Intressant att notera är att de sajter som har en stor andel kvinnlig publik i åldern 12-24 år, också intresserar männen i motsvarande åldersgrupp. Däremot visar inte de 12-24 åriga kvinnorna samma intresse för de sajter som männen lockas av, säger Lars Björkman, VD, MMXI Nordic.

472 000 kvinnor 12-24 totalt i Webbuniversum

Sajter med störst överrepresentation av kvinnor 12-24 år bland besökarna	Index*	Unika besökare (000)
1. Lunarstorm.com	365	68
2. Funplanet.com	305	67
3. Mtnsms.com	297	97
4. Bluemountain.com	280	55
5. Cdon.com	278	31
6. Passport.com	273	38
7. Iobox.se	247	17
8. Tv3.se	240	23
9. Ginza.se	240	40
10. Boxman.se	229	59

576 000 män 12-24 totalt i Webbuniversum

Sajter med störst överrepresentation av män 12-24 år bland besökarna	Index*	Unika besökare (000)
1. Freebox.com	375	48
2. Village21.com	373	25
3. Efront.com	366	38
4. Winamp.com	362	55
5. Bottomdollar.com	349	45
6. Free6.com	349	86
7. Erotism.com	344	30
8. Erosvillage.com	335	46
9. Enter.vg	324	37
10. Majorhost.com	314	65

* Indexvärdet anger om en sajt är över- eller underrepresenterad i den aktuella målgruppen jämfört med Webbuniversum. Värden över 100 anger överrepresentation; desto högre värde desto kraftigare överrepresentation i målgruppen.

För ytterligare information, kontakta:

Lars Björkman, VD MMXI Nordic, Tel: 08-507 430 10, Mobil: 0708-20 69 59
E-post: lars.bjorkman@mmxinordic.com

Heléne Hedlund, Research & Marketing Coordinator MMXI Nordic, Tel: 08-507 430 15, Mobil: 0708-19 89 73, E-post: helene.hedlund@mmxinordic.com

WEBBUNIVERSUM

I MMXI Nordics Webbuniversum publiceras varje månad uppgifter om räckvidd och demografi för webbanvändandet i Sverige. Webbuniversum baseras på 500 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). 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.

Fakta om MMXI Nordic och MMXI Europe

MMXI Nordic (tidigare Sifo Interactive Media) var först i Sverige med att göra publikmätningar på Internet. Vi har levererat information till våra kunder om trafiken på enskilda sajter 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 Nordic är en del av MMXI Europe, majoritetsägt dotterbolag till Media Metrix Inc. MMXI Europe / Media Metrix Inc är det enda företag för publikmätningar på Internet som levererar tillförlitliga, globalt jämförbara data. MMXI Europe / Media Metrix är branschstandard för publikmätningar på Internet. MMXI Europe / Media Metrix mäter publiken på Internet i Australien, Danmark, Frankrike, Japan, Kanada, Storbritannien, Sverige, Tyskland och USA, och snart också för Italien och Spanien. Paneler i bl a Schweiz, Finland, Norge, Österrike, Holland, Ungern, Polen, Mexiko, Brasilien och Argentina planeras. Fakta från MMXI Europe / 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. Media Metrix och Jupiter Communications har nyligen annonserat sitt samgående, och skapar därmed en unik position för globala mätningar och analyser på Internet. Det nya företaget – som kommer att heta 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.mmxinordic.com