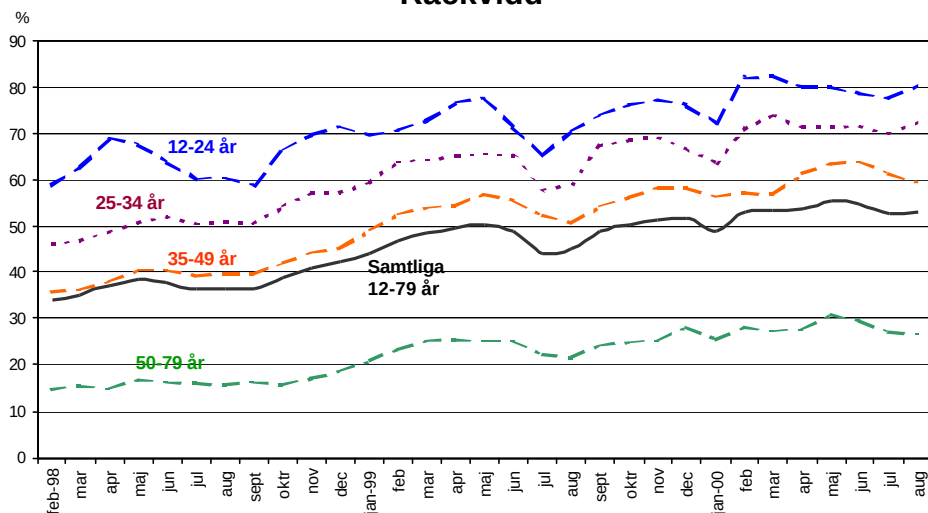


PRESSMEDDELANDE 2000-09-07

Ökning av webbanvändandet i Sverige med 56% sedan februari 1998

MMXI Nordic har publicerat siffror om svenskarnas Internetanvändande varje månad sedan februari 1998. Vid det första mättillfället i februari 1998, surfade 34% av alla svenskar mellan 12 och 79 år. Det senaste mättillfället nu i augusti visar att 53% av svenskarna kopplade upp sig under månaden. Detta är dock inte den högsta noteringen; i maj i år surfade 55,4% av alla svenskar mellan 12 och 79 år. Det återstår att se om septembersiffrorna kommer upp i samma nivå, nu då semestrarna är över och alla som surfar från arbetet är tillbaka igen.

Webbuniversums utveckling i Sverige feb 1998 - aug 2000 Räckvidd



Källa: MMXI Nordic

Ungdomarna flest redan från början, men de äldre knappar in

Internetpenetrationen var redan vid det första mättillfället högst bland 12-24 åringarna. I februari 1998 surfade 58,8% av Sveriges alla 12-24 åringar på Internet. I januari 1999 låg 25-34 åringarna på ungefär samma nivå (59,5%), och i april i år nådde även 35-49 åringarna dit (61,4%). 50-79 åringarna har en bit kvar till samma nivå, men står för den största ökningen procentuellt sett under perioden.

"Det är fantastiskt roligt att kunna visa upp en sån här trendkurva. Även om ökningen i sig är enastående, från 34% webbanvändare i februari 1998, till dagens 53% så är det inte bara den som är intressant. Det som gör det så intressant är ju att vi har följt utvecklingen under så lång tid. Vi har på så sätt kunnat se inte bara att internetpenetrationen har förändrats utan också beteendet på Internet; hur ofta och hur länge man surfar, vilka sajter man besöker etc" säger Lars Björkman, VD MMXI Nordic.

Bilaga :

Andel (%) surfande svenskar mellan 12 och 79 år

	1998 Feb	Mar	Apr	Maj	Jun	Jul	Aug	Sept	Okt	Nov	Dec
Alla											
12-79 år	34,0	35,3	37,1	38,4	37,8	36,4	36,5	36,3	38,8	41,0	42,3
12-24 år	58,8	62,5	69,1	67,9	64,0	60,2	60,5	58,9	66,4	69,6	71,6
25-34 år	46,2	46,9	48,8	50,7	52,1	50,3	51,0	50,4	54,3	57,2	57,2
35-49 år	35,8	36,4	38,0	40,3	40,3	39,4	39,5	39,6	41,9	44,1	45,2
50-79 år	14,7	15,5	15,0	16,7	16,2	16,0	15,8	16,3	15,7	17,0	18,6

	1999 Jan	Feb	Mar	Apr	Maj	Jun	Jul	Aug	Sept	Okt	Nov	Dec
Alla												
12-79 år	44,1	46,9	48,4	49,6	50,3	48,7	44,3	44,9	48,8	50,3	51,2	51,7
12-24 år	69,6	70,7	72,7	76,8	77,9	71,6	65,4	70,4	74,1	76,3	77,2	76,3
25-34 år	59,5	63,9	64,3	65	65,6	65,1	57,8	59,0	67,3	68,7	69,1	66,7
35-49 år	49,0	52,7	53,9	54,5	56,8	55,7	52,2	50,8	54,2	56,0	58,4	58,3
50-79 år	20,9	23,4	25,3	25,5	25,1	25,1	22,2	21,7	24,1	24,9	25,2	28,2

	2000 Jan	Feb	Mar	Apr	Maj	Jun	Jul	Aug
Alla								
12-79 år	49,0	53,1	53,4	53,6	55,4	54,8	52,8	53,0
12-24 år	72,5	81,8	82,5	79,9	79,9	78,6	77,6	80,2
25-34 år	63,8	70,8	73,9	71,3	71,4	71,5	70	72,5
35-49 år	56,3	57,2	56,9	61,4	63,3	64,1	61,4	59,5
50-79 år	25,5	28,3	27,4	27,6	30,9	29,6	27,1	26,6

	Ökning av räckvidd feb -98 – aug -00
12-79 år	56%
12-24 år	36,4%
25-34 år	56,9%
35-49 år	66,2%
50-79 år	80,9%

För ytterligare information, kontakta:

Lars Björkman, VD MMXI Nordic, tel 08-507 430 10, 0708-20 69 59
e-mail: lars.bjorkman@mmxinordic.com

Heléne Hedlund, Infomaster MMXI Nordic, tel 08-507 430 15, 0708-19 89 73
e-mail: helene.hedlund@mmxinordic.com

Detta pressmeddelande finns även tillgängligt på www.mmxinordic.com

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.

MMXI Europe är majoritetsägt av Media Metrix Inc. Media Metrix Inc är pionjär och världsledande inom området publikmätningar på Internet. MMXI Europe och MediaMetrix Inc mäter tillsammans över 85% av världens Internetanvändare. Media Metrix Inc har mätt Internetanvändandet i USA sedan början av 1995, vilket innebär att man var först i världen med detta. Genom de metoder Media Metrix Inc utvecklat och den data man levererar är Media Metrix Inc / MMXI Europe branschstandard, och det självklara valet för noggranna och tillförlitliga mätningar på Internet.

WEBBUNIVERSUM

MMXI Nordic genomför varje månad över 2 000 slumpmässiga telefonintervjuer för att ta reda på hur webbanvändandet ser ut i Sverige. Det stora antalet intervjuer, och kontinuiteten över tid (mätningen har genomförts sedan februari 1998) gör att våra siffror är mycket tillförlitliga och väl underbyggda. Antalet intervjuer medger också nedbrytning på ett stort antal undergrupper med bibehållen statistisk säkerhet.

RELEVANTKNOWLEDGE

RelevantKnowledge är en nationell publikmätning på webben (hushållspanel). Panelen består av 3 000 unika individer, som alla varit aktiva på nätet under den senaste månaden. Panelen är ett Webbuniversum i miniatyr. Dvs fördelningen på ålder, kön, region, plats för uppkoppling, webbanvändande etc är densamma i vår panel som för webbanvändandet i Sverige. 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. Vi använder oss av en sk "black-box-teknik", vilket innebär att en speciell revisionsdator placeras i anslutning till kundens webbserver. Kundservern och revisionsservern skapar båda varsin logg, dvs en ren listning av antalet besök. Dessa två loggfiler jämförs sedan och verifieras av en Webbrevisor. Bl a så räknas exempelvis sökrobotars/ agenters "besök" inte med i statistiken. Intern trafik, från webbplatsägaren själv, anställda etc räknas inte heller med i statistiken.