

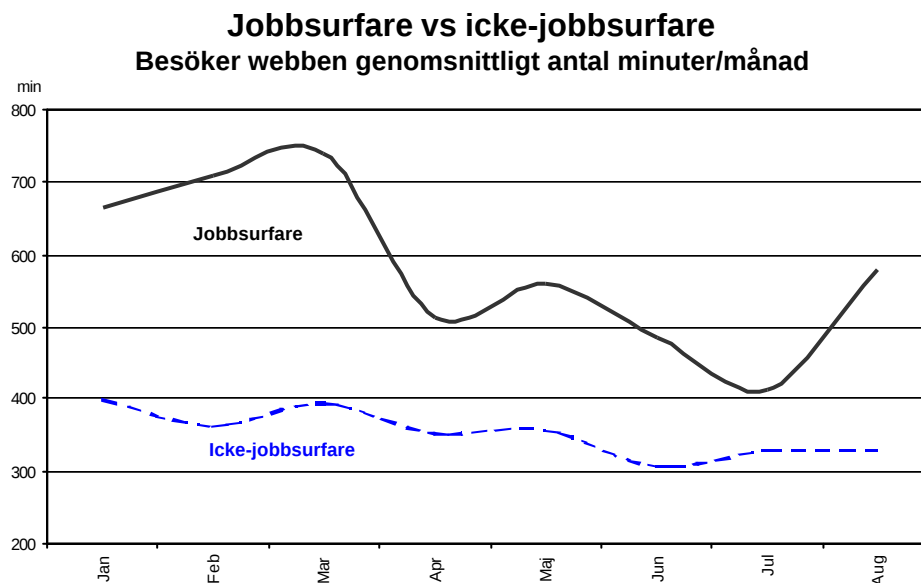
PRESSMEDDELANDE

Stockholm 2000-09-13

Jobbsurfare de flitigaste webbanvändarna

Jobbsurfare använder Internet på ett helt annat sätt än de som endast surfar hemifrån. Detta visar en trendanalys från MMXI Nordic.

Den genomsnittlige jobbsurfaren har hittills i år tillbringat i snitt 9 timmar och 44 minuter på webben per månad, jämfört med icke-jobbsurfarnas 5 timmar och 53 minuter. Toppnoteringen var under mars månad, då jobbsurfarna tillbringade nästan dubbelt så lång tid som icke-jobbsurfarna på webben, 12 timmar och 22 minuter, i jämförelse med icke-jobbsurfarnas 6 timmar och 34 minuter.

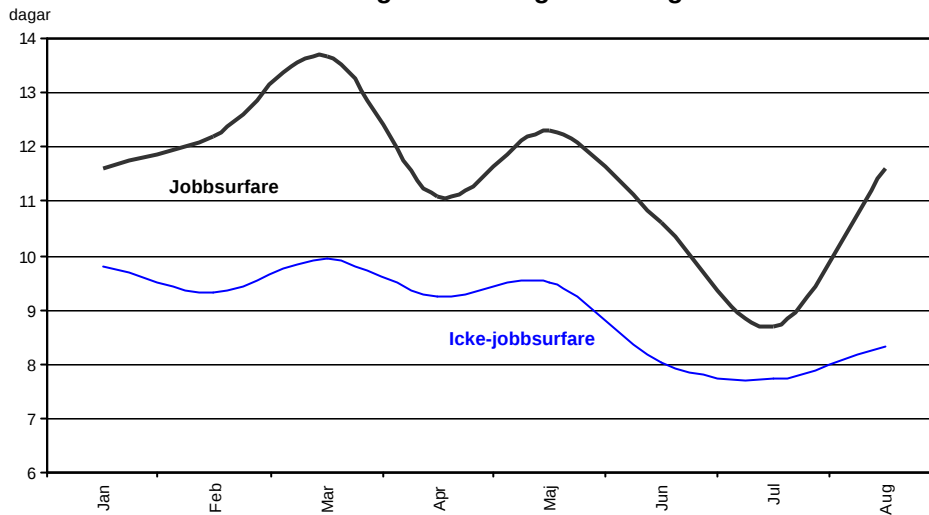


Källa: MMXI Nordic

Jobbsurfarna lägger inte bara mer tid på webben, utan besöker också Internet i snitt fler antal dagar under en månadsperiod. Hittills i år har jobbsurfarna surfat på Internet vid 11,5 dagar i genomsnitt mot icke-jobbsurfarnas 9,1 dagar. Även här toppar mars med 13,7 dagar för jobbsurfarna.

Jobbsurfare vs icke-jobbsurfare

Besöker webben genomsnittligt antal dagar/månad



Källa: MMXI Nordic

"Detta visar verkligen på vikten av att ha en sammansättning av jobbsurfare och icke-jobbsurfare i en panelmätning. Siffrorna riskerar annars att bli helt snedvridna då beteendet mellan de två grupperna helt skiljer sig åt" säger Lars Björkman, VD MMXI Nordic.

I förhållande till dem som endast surfar hemifrån lägger jobbsurfarna mest tid på sajter i kategorierna Business/Finans, Utbildning och Nyheter/Information.

	Antal minuter i genomsnitt under augusti		Andel (%)	
	Jobb-surfare	Icke jobb-surfare	Jobb-surfare	Icke jobb-surfare
Business / Finans	75,7	39,4	60,7	39,3
Utbildning	53,4	20,4	62,3	37,7
Nyheter / Information	67,1	36,0	58,3	41,7

De kategorier där jobbsurfarna lägger mindre tid än de som endast surfar hemifrån är Community sajter (24,4 min vs 62,4 min), Sex- och erotik sajter (26,5 min vs 33,1min) och Underhållning (23,9 min vs 27,8min).

"Överhuvudtaget är jobbsurfare överrepresenterade på nyttoorienterade sajter, medan icke-jobbsurfare tenderar att i större utsträckning ta sig till mer nöjesinriktade webbplatser" avslutar Lars Björkman, VD, MMXI Nordic.

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

MMXI Europe – definitioner:

Unique Visitors (unika besökare): Det antal individer som besökt en sajt. Individen kan ha besökt en sajt en gång eller hundra gånger men räknas fortfarande som en unik besökare på sajten under rapporteringsperioden.

Reach % (räckvidd): Antalet webbanvändare (individer) som besökt en sajt under rapporteringsperioden, uttryckt i procentandelar av Webbuniversum för den aktuella målgruppen.

Webbuniversum inkluderar alla individer bosatta i landet mellan 12-79 år, som har varit uppkopplade mot Internet under en månad, antingen från hemmet, skolan eller från jobbet.

Jobbsurfare inkluderar alla individer som använder sig av Internet både hemifrån och från arbetet.

Icke-jobbsurfare alla individer som endast använder sig av Internet hemifrån.

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.

För mer information besök www.mmxinordic.com.

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.