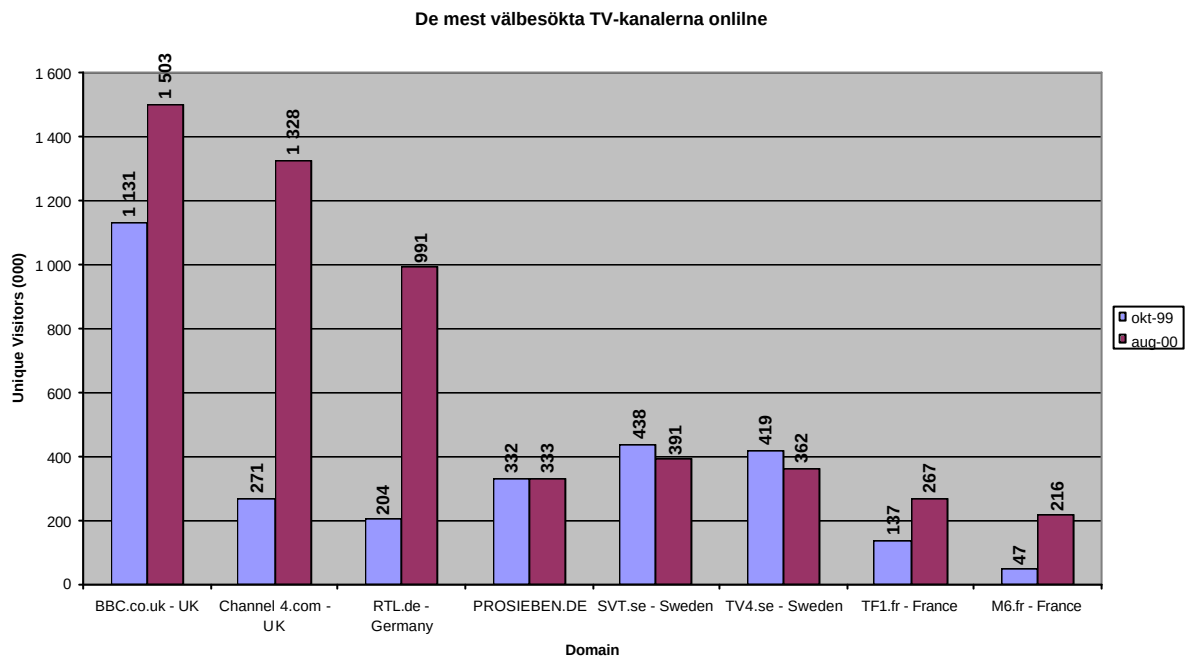


TV-sajter populära i Europa

Antalet européer som besöker olika TV-kanalers webbplatser har ökat kraftigt sedan oktober 1999. Några TV-kanaler har ökat antalet unika besökare på sina webbplatser med upp till 300-400%. Detta visar en undersökning från MMXI Europe, en division inom Jupiter MMXI.



Källa: MMXI Europe, Storbritannien, Frankrike och Tyskland hemmapaneler, Sverige hemma- och jobbpanel

I Storbritannien har BBC.co.uk genomgående varit en av de mest välbesökta webbplatserna. Mer än en miljon människor tar varje månad del av deras omfattande utbud av nyheter, sport och TV-program som "Eastenders" eller "Star Trek". Antalet unika besökare på sajten ökade med 33% från 1 131 000 i oktober 1999 till 1 503 000 i augusti 2000. En annan sajt vars popularitet har ökat stort i Storbritannien är Channel4.com. Sedan i mars har publiken ökat med 390%, från 271 000 till 1 328 000 unika besökare i augusti.

TF1.fr, den franska TV-kanalen TF1:s webbplats, har nästan fördubblat sin publik under året; från 137 000 unika besökare i oktober 1999 till 267 000 i augusti i år. TF1.fr erbjuder underhållning, de senaste nyheterna och information kring deras program, t ex den franska versionen av "Vem vill bli miljonär". Den näst mest populära TV-sajten i Frankrike, M6.fr ökade antalet unika besökare med mer än 360% från 47 000 i oktober 1999 till 216 000 i augusti 2000. Sajten erbjuder nyheter, en databas med filmer och information om deras program, och en förhandstitt på de nya avsnitten av Arkiv X.



Tyska Internetanvändare besöker i allt större utsträckning RTL.de för att ta del av de senaste nyheterna och information kring TV-program, men framför allt för information kring Formular One World Championship. Antalet unika besökare på RTL.de har ökat med 385%; från 204 000 i oktober förra året till 991 000 i augusti 2000. Den näst mest populära TV-sajten i Tyskland, Prosieben.de erbjuder online spel, chat, de senaste nyheterna och information om de egna TV-programmen. Sajten hade 333 000 unika besökare i augusti.

I Sverige har både SVT.se och TV4.se genomgående varit populära webbplatser, med en räckvidd runt 10% av de svenska webbanvändarna varje månad sedan januari 1999. SVT.se erbjuder nyheter och information om landets två statliga TV-kanaler och hade 391 000 unika besökare i augusti 2000. Även TV4.se erbjuder nyheter, sport och information kring olika TV-program, men också regionala nyheter och väder. Sajten hade 364 000 unika besökare i augusti.

Arielle Dinard, Managing Director, Jupiter MMXI: "Både Internet och TV-program rapporterar direkt kring nyheter och aktuella händelser. Internet ger också människor möjlighet att själva vara delaktiga i det som händer och ge omedelbar feedback. De kopplar upp sig för att läsa de senaste nyheterna, hämta recept, diskutera den senaste händelseutvecklingen i favoritsåpan eller t o m för att vara med och påverka utgången av TV-program som exempelvis Big Brother. Genom sin närvaro på webben, erbjuder TV-kanalerna sin publik något mer, utöver programmen de sänder, samtidigt som de stärker sitt eget varumärke."

För ytterligare information, kontakta:

Andreas Gutjahr, European Marketing Manager, tel +44 20 7563 1634
e-mail: agutjahr@mmxieurope.com

Carina Jirwe, Nordic PR & Marketing Manager, tel 08-507 430 16, mobil 070-651 74 65
e-mail: carina.jirwe@mmxinordic.com

Detta pressmeddelande finns även tillgängligt på www.mmxinordic.com

Top 10 Global Domains i Storbritannien, Frankrike, Tyskland, Sverige i augusti 2000

MMXI Europe - Top 10 Global Domains Storbritannien					MMXI Europe - Top 10 Global Domains Frankrike				
Augusti 2000 (00/08/01 till 00/08/31) At Home Panel					Augusti 2000 (00/08/01 till 00/08/31) At Home Panel				
Rank			Unika Besökare (000)	Räckvidd Digital Media %	Rank			Unika Besökare (000)	Räckvidd Digital Media %
Juli	Aug	Total Digital Media	10,793	100.0	Juli	Aug	Total Digital Media	4,615	100.0
1	1	MSN	5,106	47.3	1	1	Wanadoo	2,246	48.7
2	2	Yahoo	4,743	43.9	2	2	Yahoo	1,783	38.6
3	3	Freeserve	3,608	33.4	3	3	Microsoft	1,518	32.9
4	4	Microsoft	3,594	33.3	12	4	Libertysurf	1,404	30.4
5	5	AOL	2,842	26.3	4	5	Free	1,401	30.4
6	6	Lycos	2,577	23.9	7	6	Multimania	1,282	27.8
7	7	Passport	2,463	22.8	6	7	AOL	1,238	26.8
20	8	Bigbrother.Terra	1,926	17.8	5	8	MSN	1,159	25.1
8	9	Excite	1,743	16.1	8	9	Voila	1,007	21.8
15	10	Real	1,659	15.4	9	10	Club-Internet	962	20.9
MMXI Europe - Top 10 Global Domains Tyskland					MMXI Europe - Top 10 Global Domains Sverige				
August 2000 (00/08/01 till 00/08/31) At Home Panel					August 2000 (00/08/01 till 00/08/31) Webbuniversum				
Rank			Unika Besökare (000)	Räckvidd Digital Media %	Rank			Unika besökare (000)	Räckvidd Webb- Universum %
Juli	Aug	Total Digital Media	8,906	100.0	Juli	Aug	Webbuniversum Media	3,771	100.0
1	1	T-Online	5,427	60.9	1	1	Microsoft	1,945	51.6
2	2	Yahoo	3,334	37.4	2	2	Passagen	1,749	46.4
3	3	AOL	2,920	32.8	3	3	MSN	1,603	42.5
6	4	MSN	2,734	30.7	5	4	Telia	1,536	40.7
5	5	Microsoft	2,727	30.6	6	5	Altavista	1,364	36.2
4	6	Lycos	2,725	30.6	4	6	Hotmail	1,317	34.9
N/A	7	Computer-Channel	1,808	20.3	7	7	Swipnet	1,157	30.7
8	8	Web.de	1,753	19.7	8	8	Aftonbladet	1,139	30.2
10	9	Puretec	1,706	19.2	10	9	Telenordia	1,082	28.7
9	10	GMX	1,635	18.4	9	10	Yahoo	1,069	28.3



MMXI Europe, en division inom Jupiter MMXI –definitioner använda i denna pressrelease

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 Webburniversum för den aktuella målgruppen.

Top 10 Global Domains mäter varumärkesstyrkan och kombinerar alla sajtadresser för ett varumärke, t ex. xxx.com, xxx.se, xxx.fr etc. Dupliceringar är borttagna.

Total Digital Media andelen som använder sig av Internet eller digitala media i ett land, och som besökt minst en sajt eller använt sig av en online tjänst under mätperioden.

Webburniversum inkluderar alla individer 12-79 år bosatta i Sverige, som har varit uppkopplade mot Internet under månaden, antingen från hemmet, skolan eller från jobbet.

Fakta om MMXI

MMXI (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. Vi är en del av Jupiter MMXI Europe, majoritetsägt dotterbolag till Jupiter Media Metrix Inc.

MMXI / Media Metrix Inc är det enda företag för publikmätningar på Internet som levererar tillförlitliga, globalt jämförbara data. MMXI / Media Metrix är branschstandard för publikmätningar på Internet. MMXI / 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 / 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 och Media Metrix 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 branschstandard, och det självklara valet för noggranna och tillförlitliga mätningar på Internet.

För mer information besök www.mmxinordic.com.