

PRESSMEDDELANDE

STOCKHOLM 2000-10-17

Dokusåpor drar storpublik till nätet

TV och Internet är två medier som kompletterar varandra väldigt väl. När TV-programmet är slut fortsätter aktiviteten på nätet.

- Kanal5.se ökat kraftigt tack vare Big Brother
- TV4.se mest välbesökta TV-sajt i september
- OS drog publik även till Internet

Männen surfar till Big Brother...

Den nylanserade Bigbrother.se hade under september 337 000 unika besökare, vilket innebär att nästan var tionde svensk surfare mellan 12 och 79 år besökte sajten minst någon gång under månaden. Sajten tycks framför allt intressera män. 67% av Bigbrother.se:s besökare under september var män.

Dokusåpan Big Brother har dessutom dragit en stor andel besökare till Kanal5.se. I augusti hade Kanal5.se under 40 000 unika besökare, och i september hela 338 000 unika besökare. Långt fler än man någonsin haft tidigare. Av Kanal5.se:s 338 000 besökare, var det hela 271 000 som också besökte Bigbrother.se.

...medan kvinnorna söker sig till Baren

Även dokusåpan Baren lockade en hel del besökare till sin sajt. Baren.everyday.com hade 129 000 unika besökare under september. Till skillnad mot Bigbrother.se:s besökare, var majoriteten av Baren.everyday.com:s besökare kvinnor. Intressant att notera är att Baren.everyday.com har förändrat sin publik i jämförelse med augusti. Då hade sajten sin största publik bland män mellan 25 och 34 år. Över hälften av dessa valde i september att istället besöka Bigbrother.se.

"Att populära evenemang och TV-program drar besökare till TV-sajterna blir allt tydligare. Det ska bli intressant att se om besöken på Svt.se kommer att öka i samma omfattning som för Kanal5.se, i och med att Robinson nu startat på nytt", säger Lars Björkman, VD MMXI Nordic.

Olympiaden.nu mest välbesökta OS-sajt

Precis som fotbolls-VM drog även OS en hel del publik till Internet. Mest välbesökta OS-sajt blev Aftonbladets och SVT:s gemensamma satsning Olympiaden.nu med 359 000 unika besökare under september. Expressens och TV4:s OS2000.se lockade 165 000 unika besökare. Intressant att notera är att båda dessa inhemska sajter lockade fler svenska besökare än den "officiella" OS-sajten Olympics.com. Denna hade 106 000 unika besökare i september.

TV4 mest välbesökta TV-sajt under september

Med sina 447 000 unika besökare blev TV4.se den mest välbesökta TV-sajten under september månad. En tredjedel av TV4.se:s besökare tog sig också till Bingolotto.se och OS2000.se under månaden.

För ytterligare information, kontakta:

Carina Jirwe, Nordic PR & Marketing Manager, MMXI Nordic, tel 08-507 430 10,
070-651 74 65
e-mail: carina.jirwe@mmxinordic.com

Heléne Hedlund, Marketing & Research Coordinator, 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

Definitioner använda i denna pressrelease

Unika besökare: Det antal individer som besökt en sajt. En individ kan ha besökt en sajt en gång eller hundra gånger men räknas fortfarande som en unik besökare på sajten under rapporteringsperioden.

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

Webbuniversum: Inkluderar alla individer 12-79 år bosatta i Sverige, som har varit uppkopplade mot Internet under månaden, antingen från hemmet, skolan eller från arbetet.

Fakta om MMXI

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 Jupiter Media Metrix Inc. Media Metrix Inc är pionjär och världsledande inom området publikmätningar på Internet. MMXI och Media Metrix Inc mäter tillsammans över 85% av världens Internetanvändande. 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. Efter Media Metrix och Jupiter Communications samgående, har man skapat en unik position för globala mätningar och analyser på Internet. Det nya företaget - Jupiter Media Metrix, blir först med att kombinera tillförlitliga data med marknadsanalyser, vilket kommer att omdefiniera begreppet undersökningar på Internet.

MMXI / Media Metrix mäter publiken på Internet i Australien, Brasilien, Danmark, Frankrike, Japan, Kanada, Storbritannien, Sverige, Tyskland och USA, och snart också i Italien, Norge och Spanien. Paneler i bl a Schweiz, Finland, Österrike, Holland, Ungern, Polen, Mexiko och Argentina planeras. Information 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.

För mer information besök www.mmxinordic.com.