

## PRESSMEDDELANDE

STOCKHOLM 2000-11-14

### Premiepensionsvalet gav genomslag på nätet

Valet av vem som ska få förtroendet att förvalta våra premiepensionspengar har fått genomslag också på nätet, visar MMXI:s oktobermätning. Flera av de sajter som för första gången var med i Webbrapporten för oktober, kan relateras till det nya pensionssystemet.

#### "Nya" sajter i Webbrapporten i oktober, relaterade till premiepensionsvalet

| Sajt           | Unika besökare<br>i tusental |
|----------------|------------------------------|
| Ppm.nu         | 203                          |
| Morningstar.se | 146                          |
| Amfpension.se  | 117                          |

### Stort intresse för tillverkning av chips och pommes frites?

Ppm.se erbjuder utrustning för tillverkning av pommes frites och chips. Ppm.se har fått uppleva en kraftig ökning av antalet unika besökare under oktober månad. Merparten av besökarna stannade dock inte så länge på sajten, utan hela 77% av Ppm.se:s totalt 65 000 unika besökarna under månaden, gick direkt vidare till Ppm.nu. Ökningen av antalet unika besökare på sajten beror troligtvis inte på ett ökat intresse för tillverkning av chips och pommes frites, utan Ppm.se har sannolikt för många varit "första försöket" när man velat ta reda på mer kring pensionsvalet.

### Ökad räckvidd för "Business & Finance" sajter under oktober

Räckvidden har ökat totalt sett för Business & Finance sajter, vilket förmodligen till stor del kan tillskrivas premiepensionsvalet. "Traditionellt" har männen den högsta räckvidden inom Business & Finance-relaterade sajter. Så var det också i oktober, men antalet kvinnor ökade kraftigt under månaden. Den största ökningen noterades bland kvinnor i åldern 25-34 år. Hela 72,9% (285 000) av alla surfande kvinnor 25-34 år besökte en Business & Finance-relaterad sajt under oktober, att jämföra med 56,9% (223 000) i september.

### Shopping på Internet

43% av de svenska surfarna mellan 12 och 79 år besökte under oktober en shoppingsajt. Bidlet.se var den mest välbesökt shoppingsajten, liksom man varit under nio av årets tio månader.

| Sajt          | Unika besökare<br>i tusental |
|---------------|------------------------------|
| Bidlet.se     | 218                          |
| Amazon.com    | 161                          |
| Ginza.se      | 161                          |
| Letsbuyit.com | 160                          |
| Ikea.se       | 126                          |
| Bol.com       | 123                          |
| Cdon.com      | 122                          |
| Ibazar.se     | 108                          |
| Boxman.se     | 92                           |
| Adlibris.se   | 82                           |

Bidlet.se är emellertid långt ifrån den mest välkända shoppingsajten bland de svenska surfarna. "Top of mind" hos de svenska surfarna 12-79 år är istället Letsbuyit.com. Mer om shopping på Internet finns att läsa i MMXI:s nya shopping-rapport 00:3.

---

## För ytterligare information, kontakta:

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

Heléne Hedlund, Marketing & Research Coordinator, tel 08-507 430 15, 0708-19 89 73 e-mail: helene.hedlund@mmxinordic.com

Detta pressmeddelande finns även tillgängligt på [www.mmxinordic.com](http://www.mmxinordic.com)

---

## Definitioner använda i denna pressrelease

*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.

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

*Webburniversum* 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 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 är ett majoritetsägt dotterbolag till Jupiter Media Metrix Inc.

MMXI / Media Metrix Inc 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, Norge och Spanien. Paneler i bl a Schweiz, Finland, 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.

Media Metrix Inc är pionjär och världsledande inom området publikmätningar på Internet. MMXI och MediaMetrix 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.

För mer information besök [www.mmxinordic.com](http://www.mmxinordic.com).