

PRESSMEDDELANDE

STOCKHOLM 2000-12-12

Antalet surfare passerade fyramiljonersvallen i november

- *Ginza för första gången i topp bland shoppingsajterna*

- *Portaler mest välbesökta kategori*

4 057 000 svenskar mellan 12 och 79 år (57%) surfade på Internet under november, vilket är den högsta siffran någonsin. Detta visar den senaste mätningen från MMXI.

Både män och kvinnor och samtliga åldersgrupper har ökat sin närvaro på webben under det senaste året. Den största ökningen visar 12-24 åringarna, den grupp som redan tidigare hade den högsta Internetpenetrationen. Männen i åldersgruppen använder sig av Internet i störst utsträckning; hela 93% av samtliga män 12-24 år boende i Sverige kopplade upp sig på nätet under november månad i år.

Räckvidd Webburniversum - andel surfare av populationen

	Nov -99	Nov -00
Samtliga, 12-79 år	51%	57%
Män	56%	63%
Kvinnor	46%	51%
12-24 år	77%	88%
25-34 år	69%	74%
35-49 år	58%	64%
50-79 år	25%	30%

Ginza.se för första gången i topp bland shoppingsajterna

46% av de svenska surfarna mellan 12 och 79 år besökte en shoppingsajt under november. Ginza.se (CD, videofilmer etc) kunde notera en ökning av antalet unika besökare med 19% den senaste månaden; från 161 000 unika besökare i oktober till 192 000 unika besökare i november, vilket innebär att man blev den mest välbesökta shoppingsajten under månaden.

Portaler mest välbesökta kategori

84% av de svenska surfarna besökte en portal under november, vilket innebär att Portaler var den mest välbesökta kategorin under månaden. Mest tid tillbringades emellertid på sk Communities, 1 timme och 25 minuter i genomsnitt per besökare (15% av surfarna besökte en Community), följt av Tjänster (t ex chat, mail), Business/Finans och Portaler där besökarna i genomsnitt tillbringade en dryg timme under månaden.

Räckvidd kategorier november -00, andel besökare av Webburniversum

Kategori	Räckvidd
Portaler	84%
Tjänster	73%
Företagspresentationer	68%
ISP	61%
Underhållning	60%
Business/Finans	59%
Nyheter/Information	54%
Handel	46%
Sökmotorer	39%
Utbildning	37%

Sex- och erotik sajter är inte så välbesökta som man ibland kan få intryck av. De kommer först på 20:e plats bland de mest välbesökta kategorierna. De 14% av de svenska surfarna mellan 12 och 79 år som under november månad besökte en sex- och erotik sajt tillbringade i genomsnitt 31 minuter på någon eller några sajter inom kategorin.

För ytterligare information, kontakta:

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

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

Detta pressmeddelande finns även tillgängligt på www.mmx.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.

MMXI:s publikmätning, Webbrapporten

MMXI:s nationella publikmätning på Webben (hushållspanel). 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).

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 (NETcheck) 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.

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.mmx.com.