

Audit návštěvnosti internetu



Trendy v návštěvnosti internetu

ročenka 2012

leden 2011 – únor 2013

www.netmonitor.cz

www.spir.cz



Trendy v návštěvnosti internetu

Na internetu je 69 % české populace 10+ (alespoň jednou v měsíci navštívilo měřený server), což je o dva a půl procentního bodu více než před rokem. V posledních dvou letech roste počet lidí využívající internet průměrným tempem 5 % za rok. U mladých lidí ve věku 10-24 let je míra penetrace internetu přes 90 %, internetová populace v této věkové skupině nemá již pomalu kam růst. S přibývajícím věkem procento lidí využívající internet klesá. Penetrace internetu u lidí starších 55 let je 34,9 %, což je o 4,4 procentního bodu více než před rokem. Zde je velký potenciál a největší růst je a bude pokračovat právě v této věkové skupině. Na internetu je více mužů než žen, s přibývajícím věkem podíl mužů roste a podíl žen klesá. Tento rozdíl v pohlaví se bude s růstem internetové populace zmenšovat. Muži jsou na internetu v průměru mírně aktivnější než ženy co do počtu shlédnutých stránek nebo průměrného stráveného času (ATS). Průměrný český internetový uživatel je mladší a vzdělanější než průměrný občan ČR. Většina internetových uživatelů má středoškolské vzdělání s maturitou. Uživatelé nejvíce zasahují kategorie médií *Titulní stránky rozcestníků* a *Databáze a katalogy*. Nejvíce času tráví návštěvníci internetu v kategoriích *Titulní stránky rozcestníků* a *Komunikační služby*. Sociální síť (zahraniční) u nás v minulém roce dále rostly, zejména Facebook. Dalšími fenomény u nás zůstávají aukční a slevové servery, které internetoví uživatelé již berou jako běžnou součást jejich online aktivit. Velkým tempem roste a poroste podíl přístupů k webovým službám prostřednictvím mobilních telefonů a tabletů.

Internetová versus reálná populace

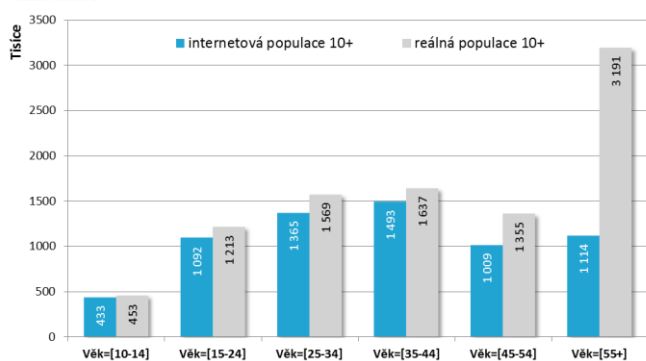
V únoru 2013 velikost internetové populace 10+ dosáhla hodnoty 6,5 milionů lidí. V porovnání s běžnou (reálnou) českou populací (10,5 mil.) jde o 62 % všech obyvatel. Aby však srovnání bylo vypovídající, musíme zmiňovanou internetovou populaci starší deseti let porovnávat s běžnou populací ve stejné věkové struktuře (9,4 mil.). V tomto případě již internetová populace (10+) tvoří 69 % běžné populace ČR (10+).

V grafech č.1 a č.2 je znázorněno porovnání věkové struktury reálné a internetové populace v absolutních počtech a v procentuálním podílu (share). Ve věkové kategorii 10-24 let je na internetu 90 % lidí. S rostoucím věkem podíl lidí na internetu klesá. Pouze 34,9 % lidí starších 55 let využívá internet. V reálné české populaci má největší zastoupení (34 %) věková skupina 55+, v internetové populaci má tato věková skupina pouze 17% podíl.

Věková struktura reálné a internetové populace



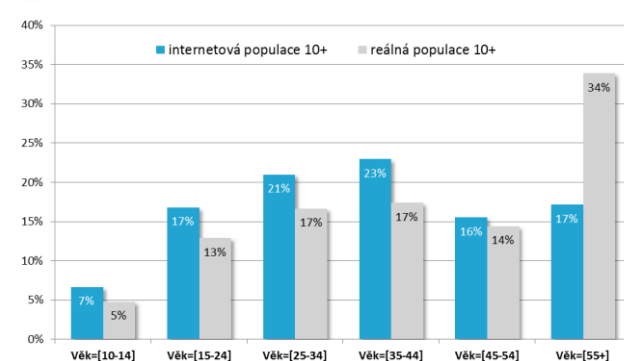
Zdroj: NetMonitor, únor 2013; ČSÚ prosinec 2011



Věková struktura reálné a internetové populace (share)



Zdroj: NetMonitor, únor 2013; ČSÚ prosinec 2011



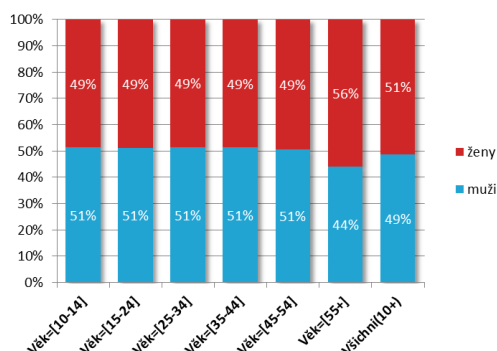
Graf č.1 a č.2, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2013; ČSÚ 12/2011

V grafech č.3 a č.4 je znázorněno složení jednotlivých věkových skupin reálné a internetové populace podle pohlaví. Podíl pohlaví reálné populace je vyrovnaný, teprve v nejstarší skupině výrazně převládají ženy, protože se statisticky dožívají vyššího věku. U internetové populace je závislost naprosto opačná. S přibývajícím věkem podíl mužů roste, podíl žen klesá. Je to dáno větším technickým nadšením učit se používat nové technologie u seniorů - mužů než u žen. S postupem času se tento jev bude vytrácet, protože lidé, kteří internet již používají, tak se stárnutím ho používat nepřestanou.

Podíl pohlaví reálné populace (share)



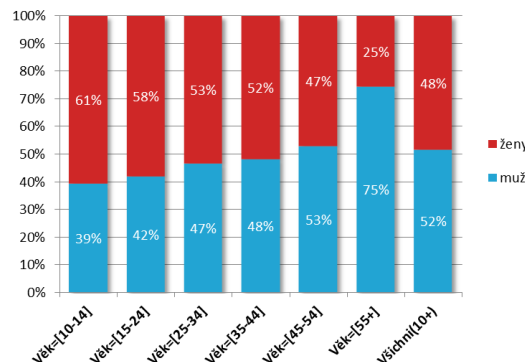
Zdroj: ČSÚ prosinec 2011



Podíl pohlaví internetové populace (share)



Zdroj: NetMonitor, únor 2013



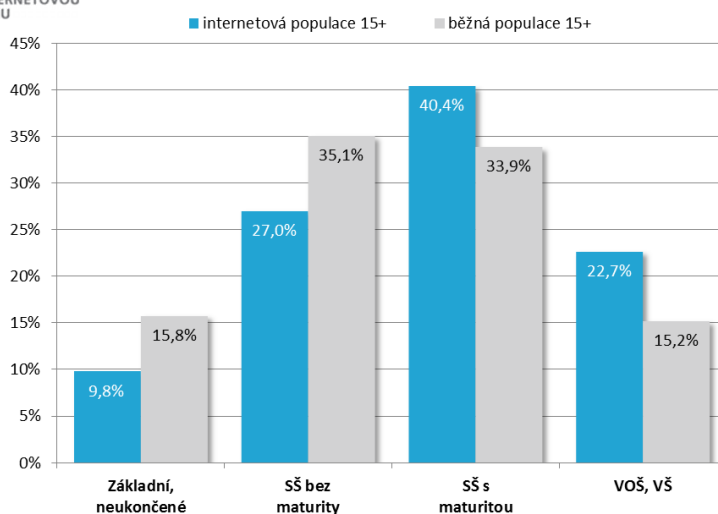
Graf č.3 a č.4, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2013; ČSÚ 12/2011

V grafu č.5 je znázorněno srovnání české reálné a internetové populace z hlediska nejvyššího dokončeného vzdělání. Internetová populace má patrně vyšší vzdělání než reálná. Většina (63 %) internetových uživatelů 15+ má středoškolské vzdělání s maturitou nebo vyšší vzdělání, u české populace 15+ to je 49 %. Nejvíce internetových uživatelů 15+ má středoškolské vzdělání s maturitou (40,4 %). U reálné populace mají největší podíl lidé vyučení bez maturity (35,1 %).

Vzdělání internetové a reálné populace 15+ (share)



Zdroj: NetMonitor, únor 2013; ČSÚ prosinec 2011



Graf č.5, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2013; ČSÚ 12/2011

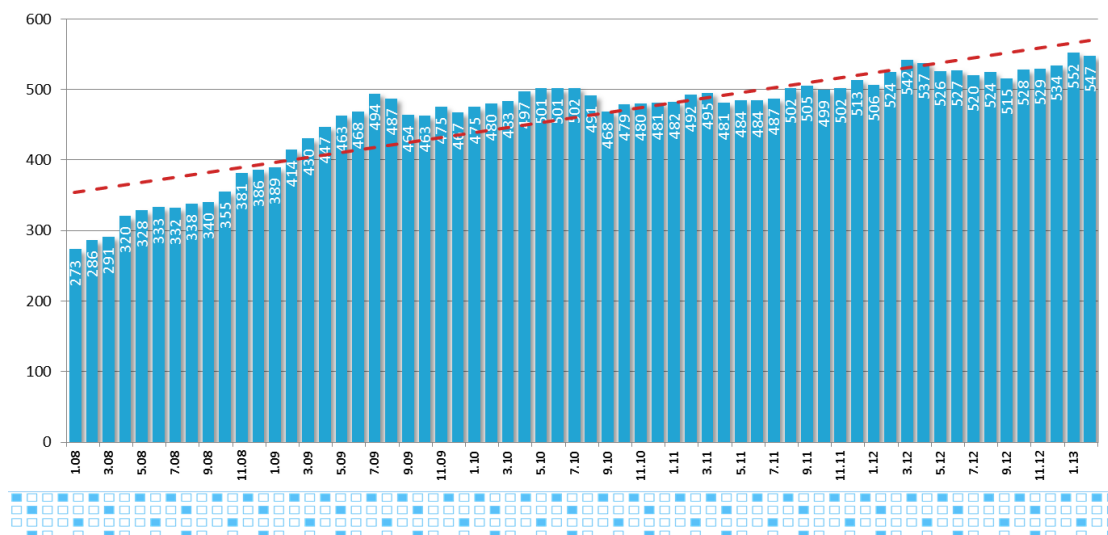
Vývoj počtu měřených médií

V grafu č.6 je znázorněn vývoj počtu měřených internetových médií (serverů). V únoru dosáhl počet měřených médií počtu 547 serverů od 51 provozovatelů. Průměrné meziměsíční tempo růstu počtu měřených serverů je 1,5 % (M2M, od počátku 2008).

Počet měřených médií (serverů)



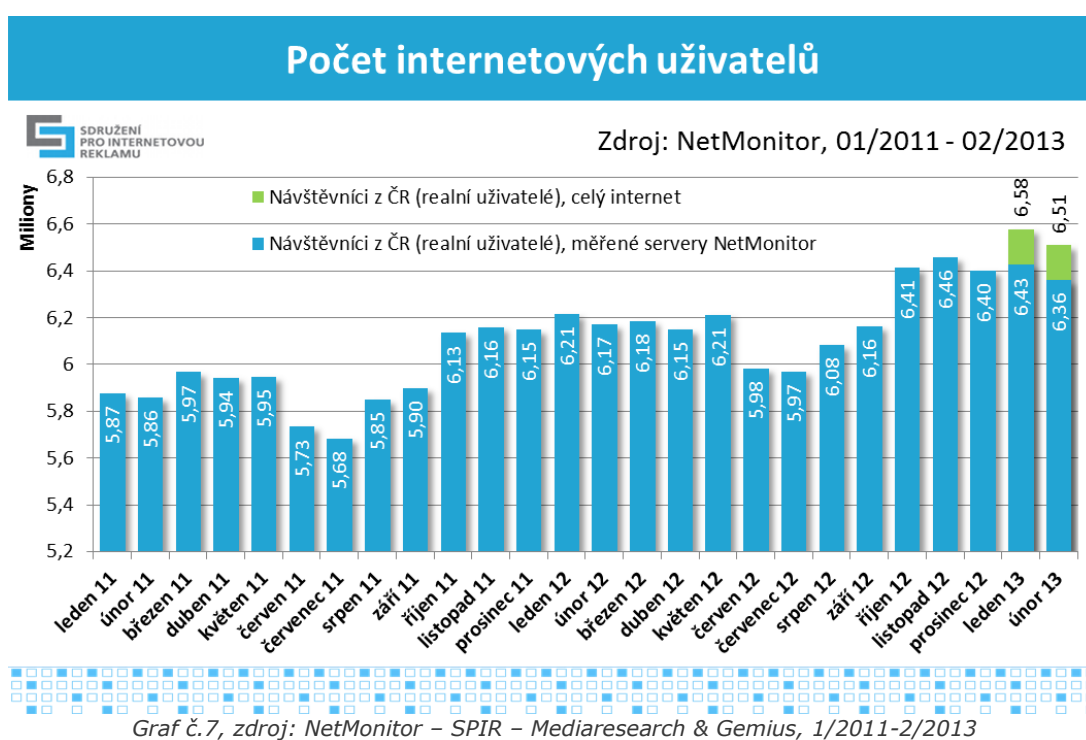
Zdroj: NetMonitor, 01/2008 - 02/2013



Graf č.6, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2008-2/2013

Vývoj počtu internetových uživatelů (RU)

Počet internetových uživatelů (RU) je počet uživatelů internetu v příslušné cílové skupině, kteří vygenerovali alespoň jedno zobrazení na vybraném webovém serveru během daného měsíce. Tento ukazatel odpovídá skutečnému počtu lidí (ne počítačů, cookies nebo IP adres), kteří navštívili webový server v daném měsíci. V grafu č.7 je znázorněn vývoj počtu internetových uživatelů z ČR od počátku roku 2011. Jsou pozorovatelné tradiční sezónní výkyvy – poklesy v průběhu letních prázdnin. V únoru 2013 byl počet internetových uživatelů z ČR 6,51 milionů lidí. Od ledna 2013 dokáže NetMonitor díky fúzovanému panelu měřit celý český internet, jeho reach vzrostl z dosavadních 97,7 % na 100 % (v grafu zelené sloupce).

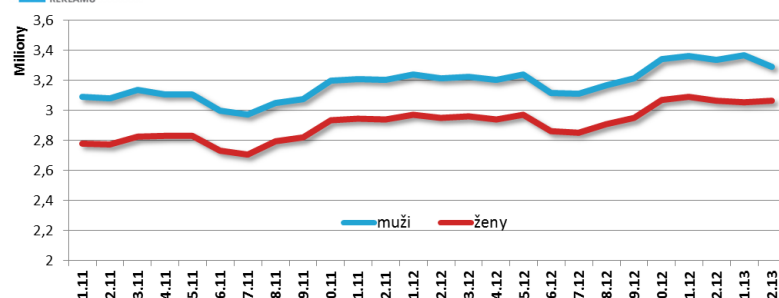


Mužů je na internetu více. V únoru 2013 byl poměr 51,8 % mužů proti 48,2 % žen. V grafu č.8 je znázorněn vývoj absolutního počtu mužů a žen z ČR na internetu. Poměr mužů a žen na internetu je dlouhodobě vyrovnaný.

Počet internetových uživatelů - muži vs ženy



Zdroj: NetMonitor, 01/2011 - 02/2013



Graf č.8, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2011-2/2012

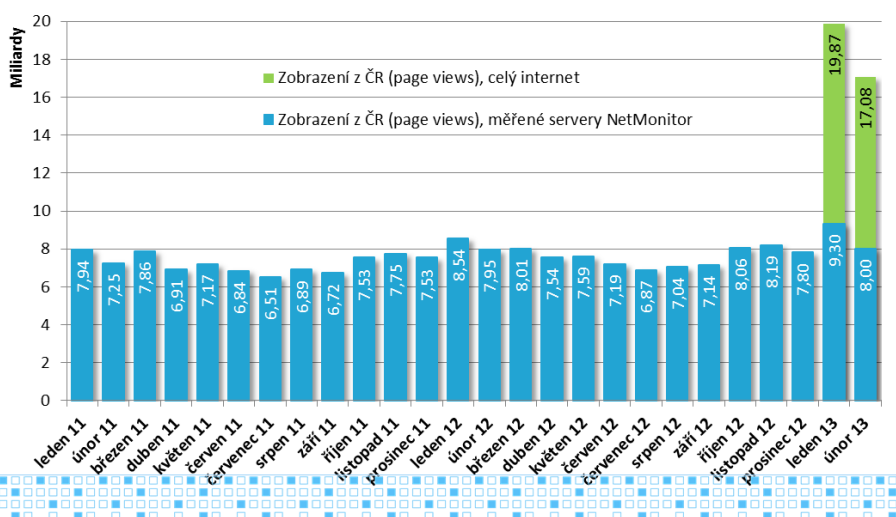
Vývoj počtu zobrazených stránek (PV)

Zobrazení (page view, PV) je zobrazení (natažení) www dokumentu z příslušného webového serveru do www prohlížeče návštěvníka. Vývoj počtu PV je znázorněn v grafu č.9, jako u počtu uživatelů se opět projevují sezónní výkyvy a jiné vlivy. Absolutním rekordem je leden 2013, kdy počet shlédnutých stránek na zapojených webech dosáhl 9,3 miliardy. Díky projekci ze softwarové části fúzovaného panelu můžeme od ledna 2013 usuzovat počet shlédnutých stránek na celém českém internetu od českých uživatelů (v grafu zelené sloupce).

Počet shlédnutých stránek



Zdroj: NetMonitor, 01/2011 - 02/2013



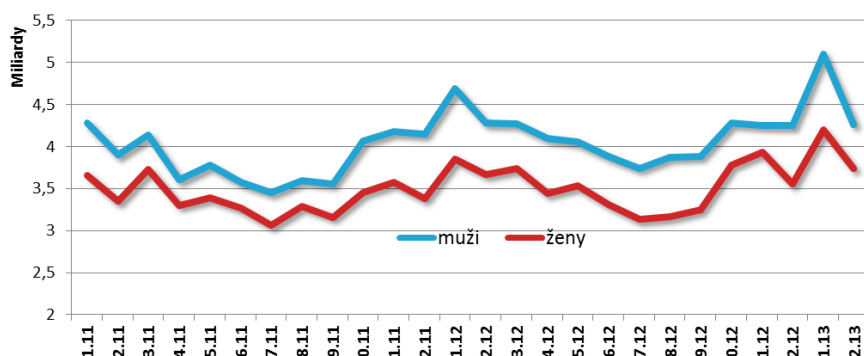
Graf č.9, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2011-2/2013

V grafu č.10 je znázorněn vývoj počtu PV v závislosti na pohlaví uživatele. Poměr v počtu shlédnutých stránek je u mužů mírně větší, než je jejich podíl v internetové populaci, muži jsou tedy na internetu aktivnější.

Zobrazení z ČR (page views) - muži vs ženy



Zdroj: NetMonitor, 01/2011 - 02/2013



Graf č.10, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2011-2/2013

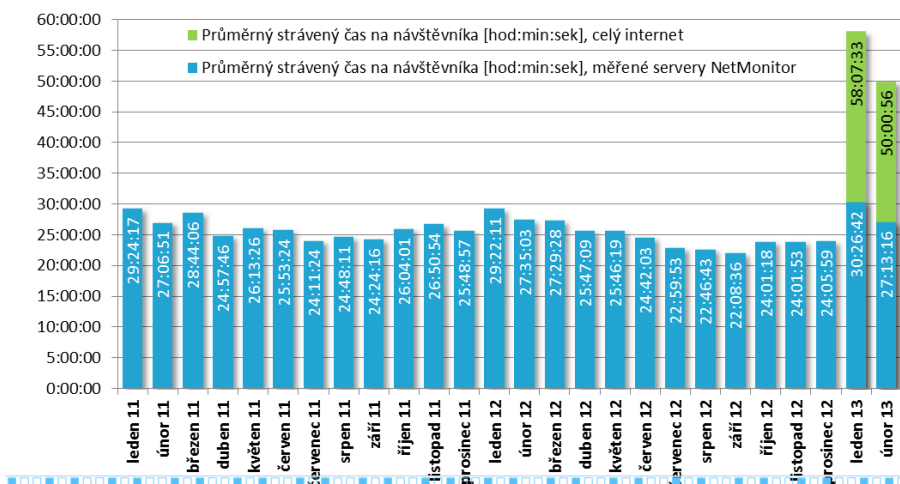
Vývoj délky prům. stráveného času na návštěvníka (ATS)

Průměrný strávený čas na návštěvníka je celkový strávený čas průměrným návštěvníkem (reálným uživatelem) z příslušné cílové skupiny na vybraném webovém serveru během daného měsíce. V grafu č.11 je znázorněn vývoj ATS na internetu. Nejvíce času na měřených webech strávili uživatelé v lednu 2013 (30,5 hodiny za měsíc). Díky projekci ze softwarové části fúzovaného panelu můžeme od ledna 2013 usuzovat ATS na celém českém internetu od českých uživatelů (v grafu zelené sloupce).

Průměrný strávený čas na návštěvníka



Zdroj: NetMonitor, 01/2011 - 02/2013



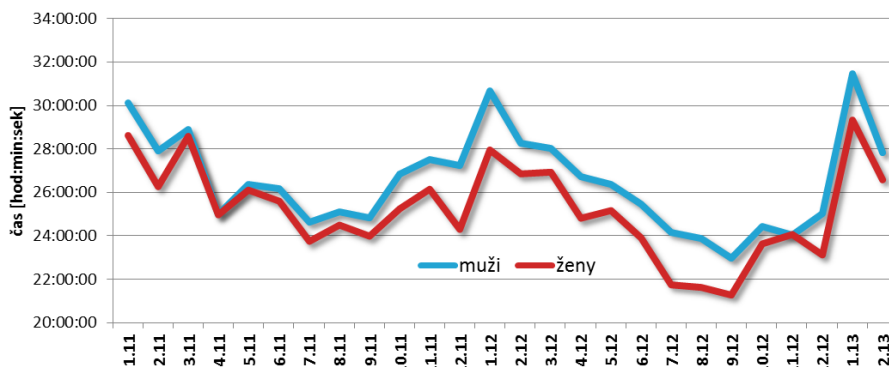
Graf č.11, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2011-2/2013

V grafu č.12 je znázorněn vývoj ATS v závislosti na pohlaví uživatele. V únoru 2013 strávili muži na zapojených serverech v průměru o 1:15 hodiny za měsíc více než ženy. Z dlouhodobého pohledu mají muži mírně vyšší ATS než ženy.

Průměrný strávený čas na návštěvníka



Zdroj: NetMonitor, 01/2011 - 02/2013



Graf č.12, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2011-2/2013

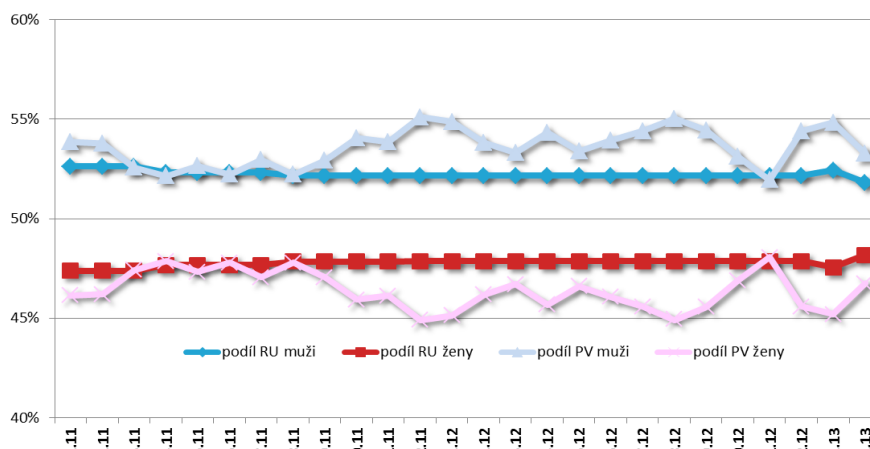
Vývoj podílu pohlaví - muži versus ženy

V grafu č.13 je znázorněn vývoj podílu pohlaví co do počtu uživatelů (RU) a počtu zobrazených stránek (PV). Muži bývají většinou aktivnější než ženy, tzn. že shlédnou větší podíl stránek než je jejich podíl co do počtu. Pravidlo to ale není, pozorováním se nabízelo již několik hypotéz, ale žádná se dlouhodobě nepotvrdila.

Share pohlaví - počet uživatelů (RU) a zobrazení (PV)



Zdroj: NetMonitor, 01/2011 - 02/2013



Graf č.13, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2011-2/2013

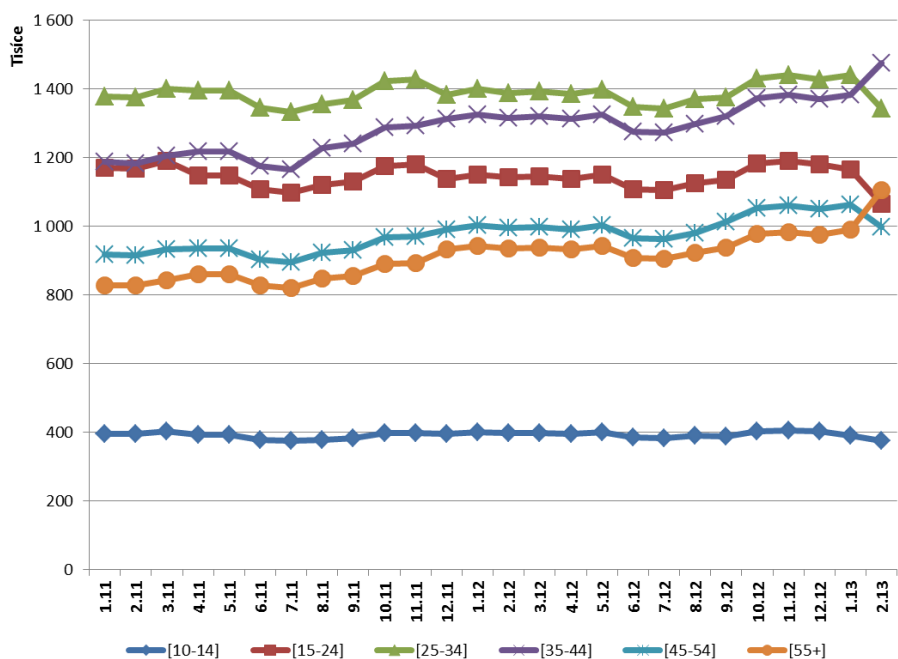
Věková struktura internetových uživatelů

V grafech č.14 a č.15 je znázorněn vývoj věkové struktury internetových uživatelů v absolutních počtech a procentuálním podílu (share). Z grafů jsou jasné patrné dlouhodobé trendy, kdy absolutně rostou uživatelé 35 a více let, nejpatrnější růst je vidět u skupiny 55+. Jinými slovy, internetová populace stárne. Věkové kategorie do 34 let se absolutně nemění, ale vzhledem k rostoucím starším skupinám jejich podíl klesá. I nadále lze očekávat, že se bude postupně zvyšovat podíl starších věkových skupin, jak potvrzuje graf č.15 u věkové skupiny 55+. U mladých lidí se nejvíce projevují sezónní vlivy – letní prázdniny.

Věková struktura internetových uživatelů z ČR



Zdroj: NetMonitor, 01/2011 - 02/2013

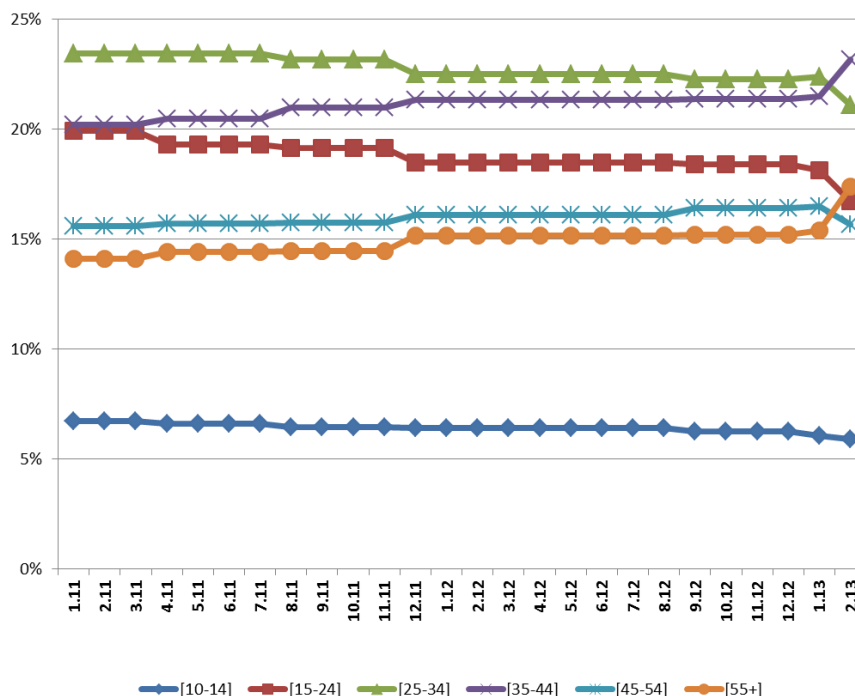


Graf č.14, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2011-2/2013

Věková struktura internetových uživatelů z ČR (share)



Zdroj: NetMonitor, 01/2011 - 02/2013



Graf č.15, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2011-2/2013

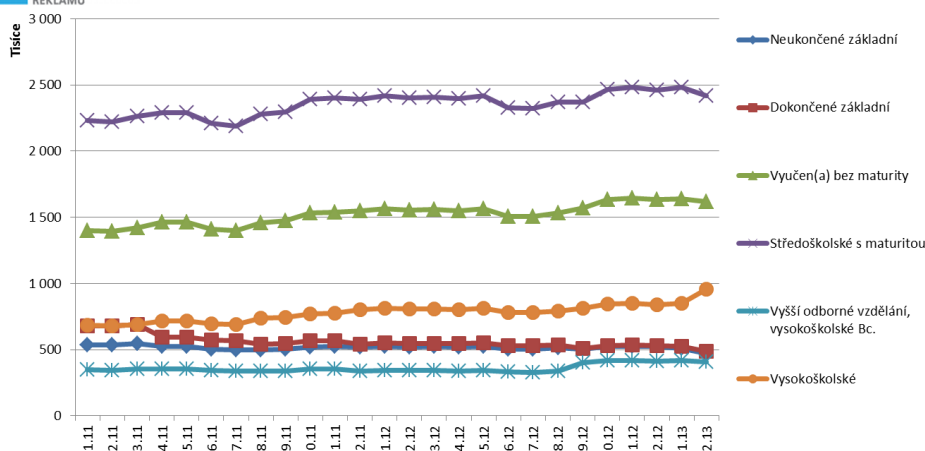
Vzdělání internetových uživatelů

V grafech č.16 a č.17 je znázorněn vývoj vzdělání internetových uživatelů v absolutních počtech a procentuálním podílu (share). Nejvíce zastoupeným vzděláním (nejvyšším dokončeným) je středoškolské s maturitou s 38% podílem (únor 2013). Na druhém místě je středoškolské bez maturity (25 %) za vysokoškolským (15 %), následují základní (8 %), neukončené základní (8 %) a vyšší odborné vzdělání (6 %). Trendem je nárůst internetové populace o lidi s nižším vzděláním, zejména lidí vyučených bez maturity. Od počátku roku 2011 mírně roste i podíl vysokoškoláků.

Počet internetových uživatelů z ČR podle vzdělání



Zdroj: NetMonitor, 01/2011- 02/2013

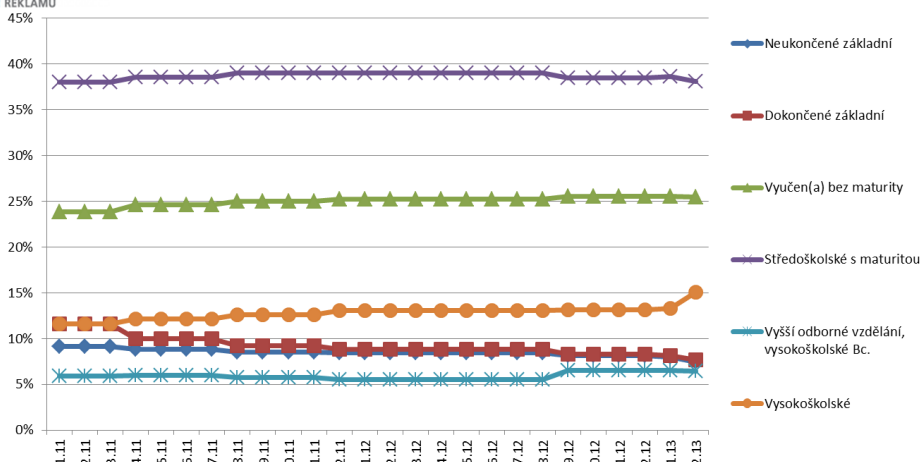


Graf č.16, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2011-2/2013

Podíl vzdělání internetových uživatelů (share)



Zdroj: NetMonitor, 01/2011- 02/2013



Graf č.17, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2011-2/2013

ABCDE národní socioekonomická klasifikace internetových uživatelů

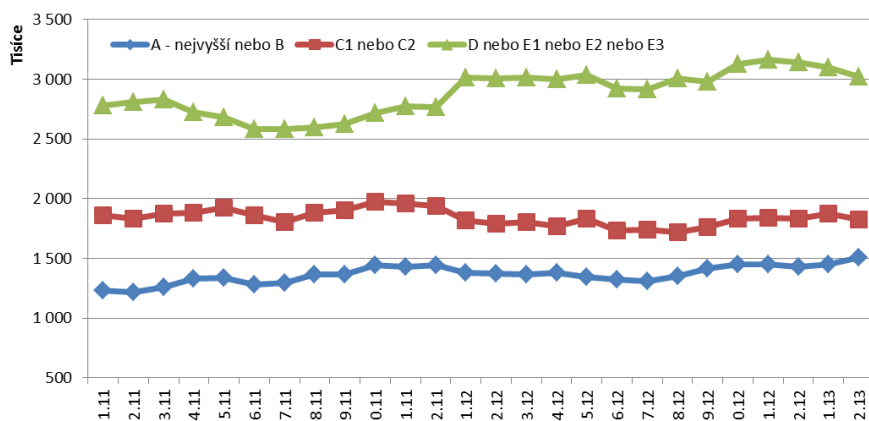
V grafech č.18 a č.19 je znázorněn vývoj ABCDE národní socioekonomické klasifikace (kumulované skupiny) internetových uživatelů v absolutních počtech a v procentuálním podílu (share). Nejvíce zastoupenou klasifikací je D+E s 48% podílem (únor 2013). Dále následují skupiny C (29 %) a A+B (24 %). Podíl jednotlivých skupin bývá dlouhodobě vyrovnaný. Skoková změna v lednu 2012 byla způsobena aktualizací konstant pro výpočet minimálních životních nákladů, které

vstupují do výpočtu ABCDE klasifikace. Konstanty se každoročně aktualizují o inflaci.

Počet internetových uživatelů podle ABCDE národní socioekonomické klasifikace (kumulované skupiny)



Zdroj: NetMonitor, 01/2011 - 02/2013

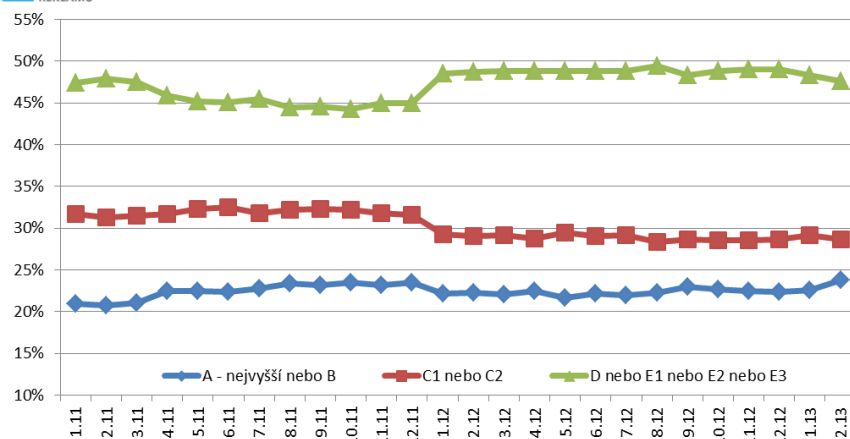


Graf č.18, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2011-2/2013

Podíl ABCDE národní socioekonomické klasifikace internetových uživatelů (share), kumulované skupiny



Zdroj: NetMonitor, 01/2011 - 02/2013



Graf č.19, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2011-2/2013

ABCDE klasifikace:

- A – Skupina s nejvyšším sociálním statusem ve společnosti, daným vysoce prestižním zaměstnáním a zároveň nejvyššími příjmy.
- B – Skupina s nadprůměrnými příjmy, obvykle vyšší management a skupina vyšších profesionálů s minimálně středoškolským vzděláním.

- C1, C2 – Skupina s průměrným životním standardem a průměrnými příjmy. Jde o skupinu např. malých podnikatelů a živnostníků, techniků, úředníků a nižších odborníků.
- D – Skupina s průměrným až mírně podprůměrným životním standardem. Patří sem např. skupina kvalifikovaných manuálních pracovníků.
- E1, E2, E3 – Skupina, charakterizovaná podprůměrným životním standardem, kde se nacházejí především neaktivní jednotlivci, tzn. nezaměstnaní, důchodci nebo nekvalifikovaní dělníci apod.

Kategorie internetových médií

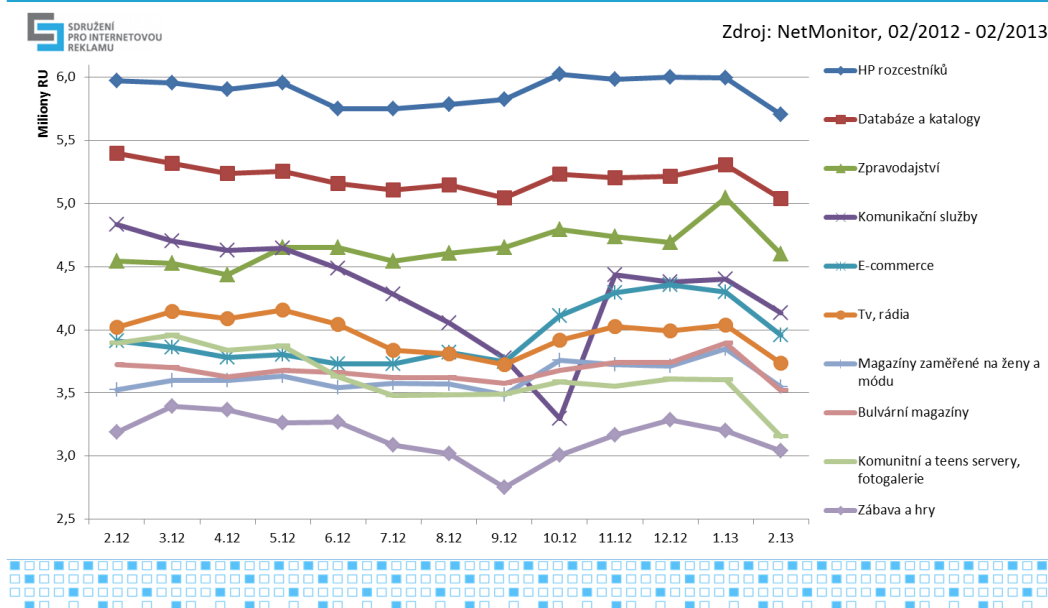
Měření NetMonitor rozlišuje od počátku roku 2008 devatenáct kategorií internetových médií. V únoru 2012 byla struktura kategorií mírně upravena, kdy se počet kategorií rozšířil o další dvě - kategorizační komise SPIR rozdělila v zájmu zpřehlednění dat kategorii č. 5. „Servery zaměřené na ženy, děti, zdraví“ na tři nové kategorie:

- Kategorie 5. „Magazíny zaměřené na ženy a módu“ (vznikne přejmenováním původní kategorie),
- kategorie 20. „Zdraví“ a
- kategorie 21. „Těhotenství a rodičovství“.

V trendech tedy nelze jednotlivé řady kategorií navázat, proto následující začínají únorem 2012.

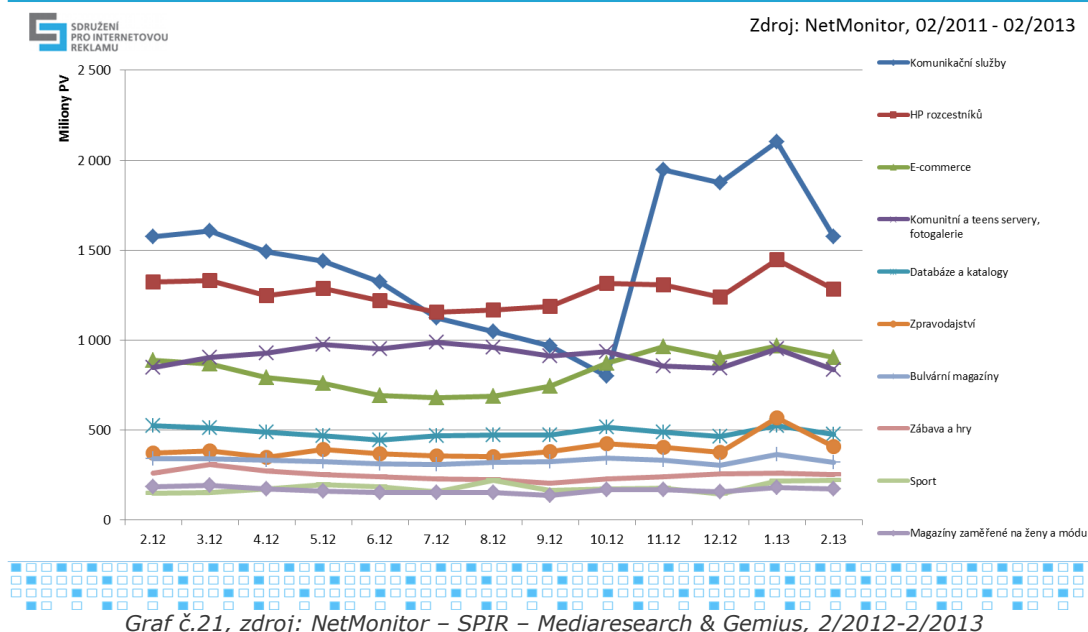
V grafech č.20 a č.21 je znázorněn vývoj počtu uživatelů jednotlivých kategorií v absolutních počtech. Kategorie s největším počtem návštěvníků jsou *titulní stránky rozcestníků* (únor 2013) s počtem 5,7 mil. RU (ČR+zahraničí), na druhém místě *databáze a katalogy* (5 mil. RU), na třetím místě *zpravodajství* (4,6 mil. RU). Propad v únoru 2013 byl způsoben především kratším měsícem (28 dní). Propad kategorie *komunikační služby* v průběhu roku 2012 a následný skokový nárůst v listopadu 2012 byl způsoben postupným přechodem uživatelů Seznam emailu na novou verzi služby. Nový email Seznamu byl v NetMonitoru měřen pod samostatnou sekcí a do kategorie *komunikační služby* byl přidán až od listopadu 2012.

TOP10 kategorií médií podle počtu návštěvníků z ČR i zahraničí (RU)



Nejvíce shlédnutých stránek v únoru 2013 bylo z kategorie *komunikační služby* (1,575 mld. PV), následují *titulní stránky rozcestníků* (1,283 mld. PV) a na třetím místě *e-commerce* (905 mil. PV).

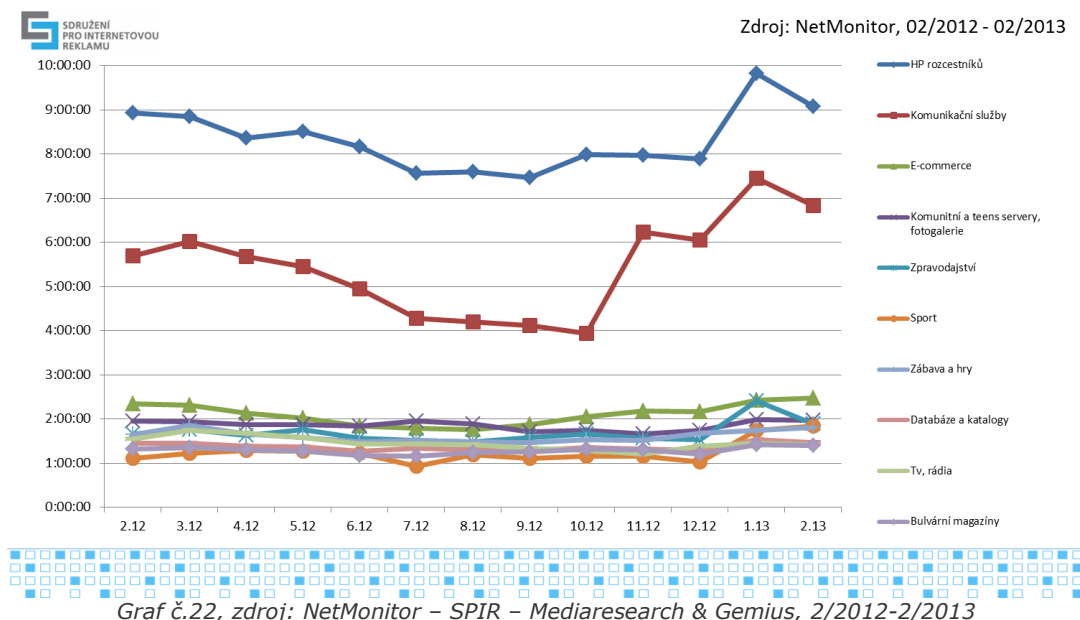
TOP10 kategorií médií podle počtu shlédnutých stránek z ČR i zahraničí (PV)



V grafu č.22 je znázorněn vývoj průměrného měsíčního stráveného času na návštěvníka v jednotlivých kategoriích médií. Na prvním místě v únoru 2013 s časem 9 hod a 5 min na návštěvníka je kategorie *titulní stránky rozcestníků*, na druhém místě s časem 6 hod a 50 min kategorie *komunikační servery* a na třetím místě kategorie *e-commerce* s časem 2 hod a 28 min.

Pořadí prvních tří kategorií u všech metrik je stejné jako před rokem s výjimkou RU, kde zpravodajství se dostalo před komunikační služby.

TOP10 kategorií médií podle průměrného stráveného času za měsíc na 1 návštěvníka z ČR i zahraničí (ATSrel)



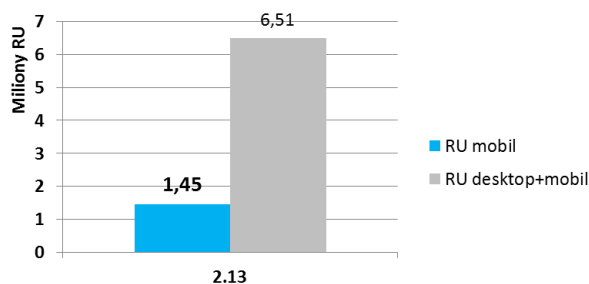
Návštěvnost z mobilních zařízení

Od ledna 2013 jsou nově publikovány výsledky návštěvnosti internetu z mobilních zařízení. Měření probíhá na všech běžných internetových stránkách a 30 mobilních médiích zapojených do výzkumu.

Celkem přistupuje na internet z mobilních telefonů nebo tabletů 1,45 milionu uživatelů, kteří vykonají necelých půl miliardy zobrazení, jak ukazují grafy č. 23 a 24. V porovnání s celkovou evidovanou návštěvností NetMonitor více jak pětina (22 %) internetových uživatelů využívá internet z mobilních zařízení a 6 % trafficu je z mobilních zařízení, viz. graf č. 25. Penetrace internetu je 69 % a mobilního internetu 15 % (vztaženo k 10+).

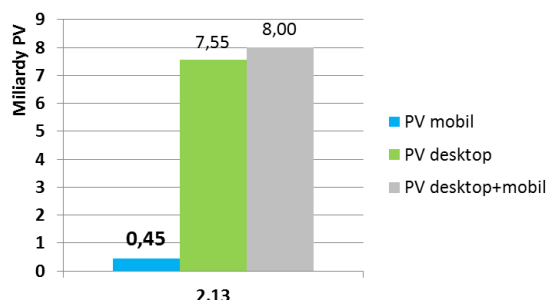
Z mobilních zařízení čeští uživatelé v únoru 2013 shlédli 242 milionů stránek na měřených mobilních médiích a 211 milionů stránek na běžných webech, dohromady tedy 453 milionů stránek.

**Počet mobilních internetových
uživatelů (únor 2013, NetMonitor)**



Zdroj: NetMonitor, únor 2013

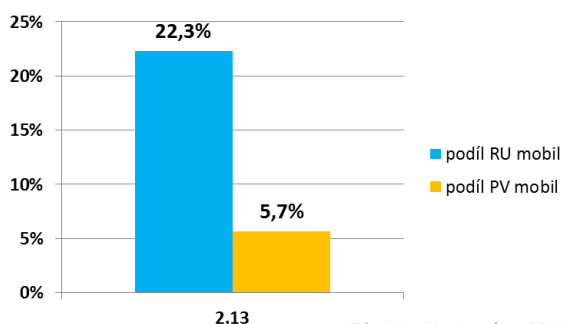
**Počet mobilních shlédnutých stránek
(NetMonitor)**



Zdroj: NetMonitor, únor 2013

Graf č.23 a 24, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2013; PV mobil = stránky shlédnuté z mobilního zařízení

**Podíl mobilních RU a PV
(NetMonitor)**



Zdroj: NetMonitor, únor 2013

Graf č.25, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2013

Návštěvnost streamovaného video obsahu

Taktéž od ledna 2013 jsou nově k dispozici sociodemografické informace o návštěvnících streamovaného obsahu. Do měření streamů je zapojeno zatím 11 serverů s celkovým zásahem (pouze videoobsah) 3 mil. unikátních návštěvníků videa z ČR v únoru. Průměrný sledovaný čas na jednoho návštěvníka streamů je 2 hodiny a 43 minut za měsíc. Tito uživatelé v únoru 2013 shlédli (zahájili přehrávání) 121 mil. videí, což znamená v průměru 41 videí na uživatele. Průměrná délka zhlédnutí videa byla 4 minuty. Následující graf č. 26 ukazuje porovnání struktury návštěvníků webů a streamů. U návštěvníků streamů jsou proti webům více zastoupeni:

- muži (52 % -> 56 %)
- uživatelé 15-24 let a starší 55 let
- středoškoláci bez maturity
- rozvedení
- důchodci

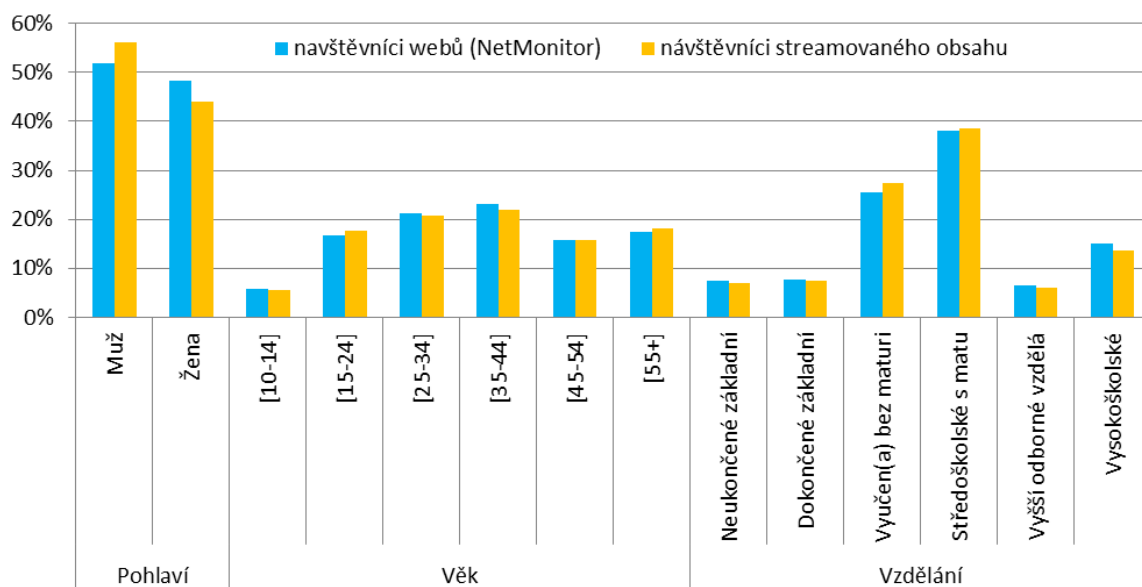
Naopak méně zastoupeni jsou:

- ženy (48 % -> 44 %)
- uživatelé 35-44 let

- vysokoškoláci

Porovnání socdemo struktury návštěvníků webů a streamů

Zdroj: NetMonitor, únor 2013



Graf č.26, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2013; pouze vybrané socdemo charakteristiky; návštěvníci z ČR; celkový počet návštěvníků (RU) je 6,36 mil. u webů a 2,98 mil. u streamů

O projektu NetMonitor

NetMonitor (<http://www.netmonitor.cz>) je velmi rozsáhlý výzkumný projekt, jehož cílem je poskytnout informace jak o návštěvnosti internetu v České republice, tak i o sociodemografickém profilu návštěvníků v České republice.

Zadavatelem projektu je SPIR (Sdružení pro internetovou reklamu, <http://www.spir.cz>). Realizátorem projektu je společnost Gemius S.A. ve spolupráci se společností MEDIARESEARCH, a. s.

SPIR je profesní sdružení působící v oblasti internetové reklamy od roku 2000. V současné době tvoří členská základna sdružení celkem 60 členů. Kromě provozování jednotného, široce respektovaného výzkumu návštěvnosti a sociodemografického profilu návštěvníků internetu NetMonitor, realizuje projekt monitoringu internetové reklamy AdMonitoring, analýzy internetových reklamních kampaní AdAudit, odbornou konferenci o internetovém marketingu IAC, poskytuje expertní analýzy vývoje internetového trhu u nás a je samoregulátorem audiovizuálního obsahu. Nejnovějším projektem SPIR je AdAudit, nástroj na analýzu zásahu on-line reklamních kampaní, který běží od září 2012.

Petr Kolář, analytik SPIR, petr.kolar@spir.cz, 21.4.2013