

Muži a ženy na českém internetu v srpnu 2008

Srpnové statistiky projektu NetMonitor nám pomyslně uzavřely letní prázdniny na českém internetu za rok 2008. Tentokrát se pokusíme na čísla tohoto projektu podívat z pohledu obou pohlaví. Pravidelný sezónní pokles návštěvnosti v letních měsících se v srpnu ještě mírně prohloubil, avšak muži a ženy se na výsledcích srpnových statistik nepodepsali rovnoměrně. Proto si základní ukazatele tentokrát rozdělíme na dvě hlavní cílové skupiny a budeme je porovnávat odděleně.

Dlouhodobá, avšak mírná převaha mužů na českém internetu v srpnu 2008 dosáhla 53,2 %. Celkem se v posledním měsíci letních prázdnin připojovalo na internet 4 278 338 českých uživatelů, kteří si zobrazili na více než půl miliardy českých webových stránek (5 530 604 331). V průměru strávil český uživatel v měsíci srpnu na internetu 26 hodin a 23 minut. (Celkové statistiky viz tabulku níže.)

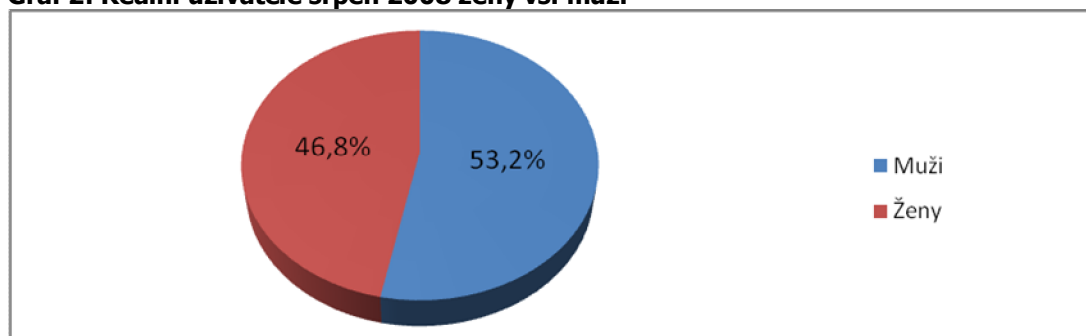
Tabulka 1: Genderové srovnání statistik srpen 2008

Cílová skupina	RU	PV	ATS rel.	Podíl
Muži	2 276 932	2 715 146 836	25:15:24	53,2%
ženy	2 001 406	2 815 457 496	27:40:42	46,8%
Celkem	4 278 338	5 530 604 331	26:23:22	100,0%

Zdroj: NetMonitor . SPIR . Mediaresearch & Gemius, srpen 2008

Počet žen mezi českými reálnými uživateli je o 6,4 % nižší než počet mužů. Zastoupení 2 276 932 mužů ku 2 001 406 ženám je graficky znázorněno v procentech viz graf níže.

Graf 2: Reální uživatelé srpen 2008 ženy vs. muži

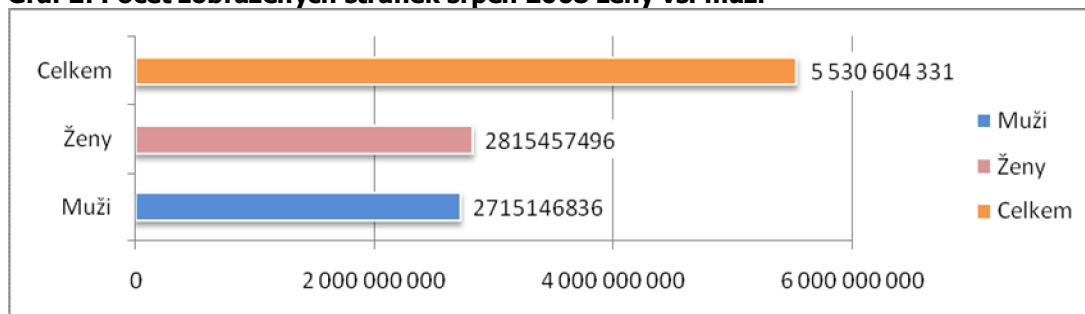


Zdroj: NetMonitor . SPIR . Mediaresearch & Gemius, srpen 2008

Ačkoliv je poměr mužů a žen na českém internetu nevyrovnaný a to v neprospěch ženského pohlaví, můžeme u ženské cílové skupiny pozorovat podstatně vyšší čísla u ostatních ukazatelů návštěvnosti. 2 001 406 žen, které navštívily v srpnu český internet, si zobrazilo celkem 2 815 457 496 internetových stránek, což je o 3,7 % víc než u mužů (viz graf níže).

A Step Ahead

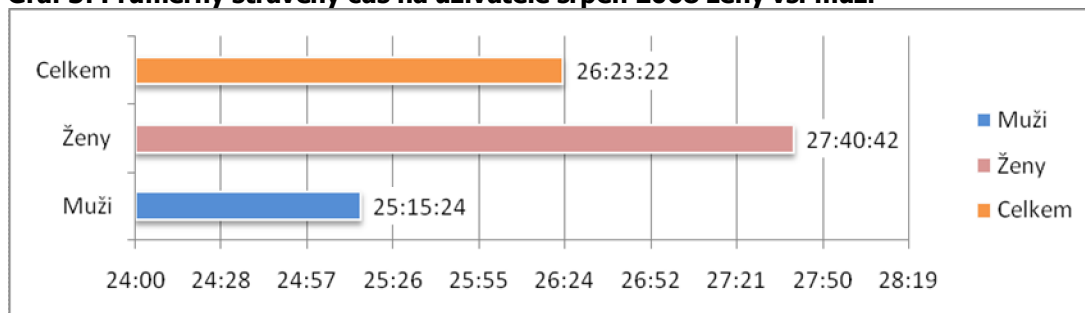
Graf 2: Počet zobrazených stránek srpen 2008 ženy vs. muži



Zdroj: NetMonitor . SPIR . Mediaresearch & Gemius, srpen 2008

V srpnu 2008 ženy na českém internetu strávily v průměru o téměř dvě a půl hodiny více než muži, a to přes 27 hodin a 40 minut. Muži tedy surfování strávil poněkud méně času, konkrétně 25 hodin a patnáct a půl minuty. Dá se tedy říct, že i přes svou pomyslnou menšinu na internetu nezůstávají ženy v surfování oproti mužům nijak pozadu.

Graf 3: Průměrný strávený čas na uživatele srpen 2008 ženy vs. muži



Zdroj: NetMonitor . SPIR . Mediaresearch & Gemius, srpen 2008

Jan Mazal, Asistent PR a Marketingu

Mediaresearch, a.s., Českobratrská 1/2778, 130 00 Praha 3
Tel.: +420 222 717 763-4, Fax: +420 222 717 762
E-mail: jan.mazal@mediaresearch.cz

Irena Wintrová, Ředitelka PR a Marketingu

Mediaresearch, a.s., Českobratrská 1/2778, 130 00 Praha 3
Tel.: +420 222 717 763-4, Fax: +420 222 717 762
E-mail: irena.wintrova@mediaresearch.cz

A Step Ahead

Doplňující informace:

Společnost Mediaresearch (www.mediaresearch.cz) je významnou výzkumnou agenturou s širokým portfoliem služeb v oblasti realizace marketingových a mediálních výzkumů, zpracování a analýz dat, marketingového poradenství a vývoje software. Je realizátorem tří z nejrozsáhlejších mediálních výzkumů v České a Slovenské republice - Elektronického měření sledovanosti televize (peoplemetry) v ČR, Výzkumu návštěvnosti a sociodemografie internetu v ČR (NetMonitor) a SR (AIMmonitor) a Monitoringu reklamních výdajů na internetu v ČR (AdMonitoring).

Gemius S.A. (www.gemius.pl) je největší internetovou výzkumnou agenturou ve střední a východní Evropě a poskytuje širokou škálu online výzkumů pro významné klienty v regionu. V současnosti rozbíhá svoji činnost také v Dánsku. Cílem jeho základního výzkumu gemiusAudience je zavést jednotný způsob měření návštěvnosti internetu ve všech zemích, kde společnost působí. Prostřednictvím spolupráce s významnými internetovými profesními sdruženími a dalšími klíčovými hráči na trhu Gemius poskytuje přesné, vysoce kvalitní data pro mediální plánování, nákup a prodej. Ve spolupráci s Mediaresearch realizuje komplexní výzkum internetu v České (NetMonitor) a Slovenské republice (AIMmonitor).

SPIR je profesní sdružení subjektů působících v oblasti internetové reklamy. Zastřešuje subjekty, které spojuje společný zájem - rozvoj internetu a prosazování internetové reklamy v ČR. Je zadavatelem výzkumu NetMonitor a monitoringu reklamních výdajů na internetu AdMonitoring.

NetMonitor projekt výzkumu návštěvnosti a sociodemografického profilu návštěvníků internetových serverů. Výstupy NetMonitoru umožňují analyzovat efektivitu obsahu internetových serverů a plánovat internetovou reklamu.