

Návštěvnost českého internetu v roce 2009

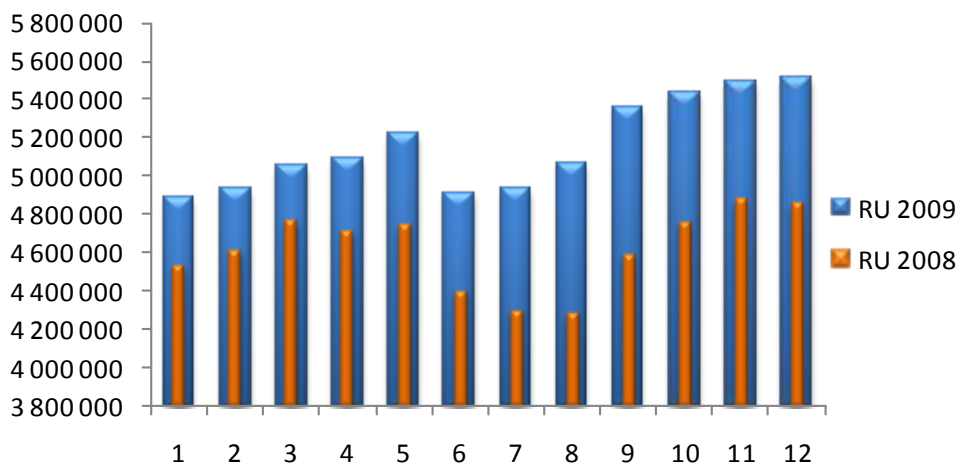
Prosincová data uzavřela další rok projektu měření internetové návštěvnosti v České republice. NetMonitor, který realizuje agentura MEDIARESEARCH pro Sdružení pro internetovou reklamu, doznal v roce 2009 přechodu na novou metodiku. V porovnání vývoje návštěvnosti s rokem 2008 lze po změně metodiky pozorovat především výraznější nárůst počtu reálných uživatelů doprovázený poklesem průměrně stráveného času na webu.

Ze statistik návštěvnosti vyplývá, že český internet nadále roste. Počet reálných uživatelů (RU) v loňském roce rostl nepřetržitě až do května. V červnu se již projevil pravidelný sezónní pokles (na 4,9 milionu RU) spojený s hezkým počasím a dovolenými, avšak v dalších letních měsících návštěvnost opět mírně stoupala. Největší meziroční nárůst počtu reálných uživatelů (18 procent) nastal již v srpnu, tedy dva měsíce před přechodem na novou metodiku. V následujících měsících se sice již tempo růstu návštěvnosti zpomalovalo, ale i přesto dosáhla návštěvnost v prosinci 2009 svého historického maxima 5,51 milionu reálných uživatelů.

Je nutné připomenout, že se na nárůstu počtu uživatelů v posledním čtvrtletí podepsal přechod na novou metodiku měření od října 2009. S novou metodikou byla mimo jiné rozšířena cílová skupina internetových uživatelů z 12-79 let na starší deseti let. O ostatních změnách MEDIARESEARCH informovala 27. října v tiskové zprávě.

V porovnání s rokem 2008 (viz graf níže) lze v předchozím roce pozorovat pravidelnější růstové tendence a méně výkyvů růstu návštěvnosti u letních a zimních měsíců.

Graf 1: Srovnání vývoje počtu reálných uživatelů v ČR 2008 a 2009



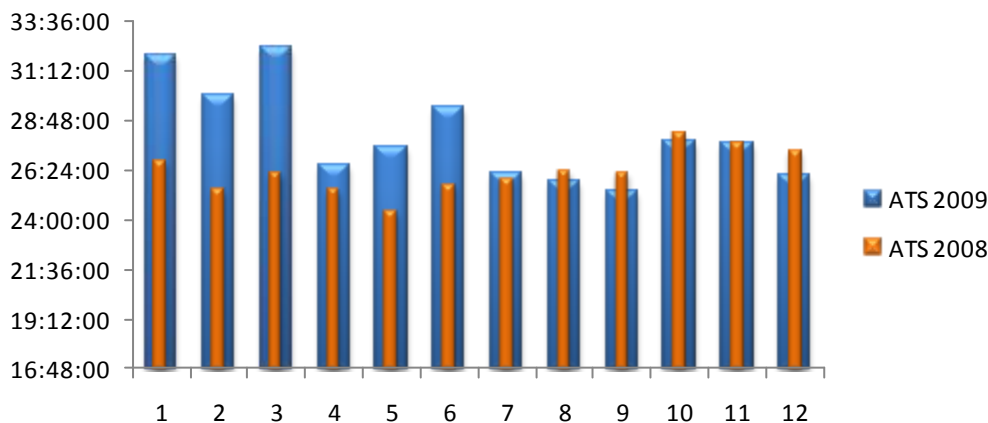
Zdroj: NetMonitor – SPIR – MEDIARESEARCH & Gemius, 2008/2009

Průměrně strávený čas na internetu (ATS) se v průběhu loňského roku spíše zkracoval. Na množství času, který uživatelé prosurfují na internetu, má větší vliv počasí, prázdniny, svátky a jiné sezónní vlivy. V prvním čtvrtletí roku 2009 strávili uživatelé na internetu nejvíce

A Step Ahead

času a celoroční maximum v březnu čítalo 32 hodin a 19 minut. V dalších měsících již ATS dosahovalo nižších hodnot. Nejméně času prosurfovali uživatelé na internetu v září, a to necelých 25,5 hodiny. S koncem letních měsíců se ATS opět mírně prodloužilo, ale přesto se průměrně prosurfovaný čas ke konci roku krátil až na 26 hodin. Na zkrácení průměrné doby strávené uživateli na internetu může mít vliv rozšíření cílové skupiny o nejmladší a nejstarší uživatele. Nicméně mírný pokles v týdenní konzumaci internetu vykazují i poslední výsledky Strukturálního exkluzivního kontinuálního výzkumu. Tento Kontinuální výzkum zjišťuje v pravidelných vlnách od roku 2008 strukturu a chování internetových uživatelů.

Graf 2: Srovnání vývoje průměrně stráveného času na internetu v ČR 2008 a 2009



Zdroj: NetMonitor – SPIR – MEDIARESEARCH & Gemius, 2008/2009

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

Viktor Mahrik, Senior pracovník realizace internetového výzkumu

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

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 (TV metry) v ČR, Výzkumu návštěvnosti a sociodemografie internetu v ČR (NetMonitor) a SR (AIMmonitor) a Monitoringu reklamních výdajů v médiích (Admosphere) a na internetu (AdMonitoring) v ČR.

A Step Ahead

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.