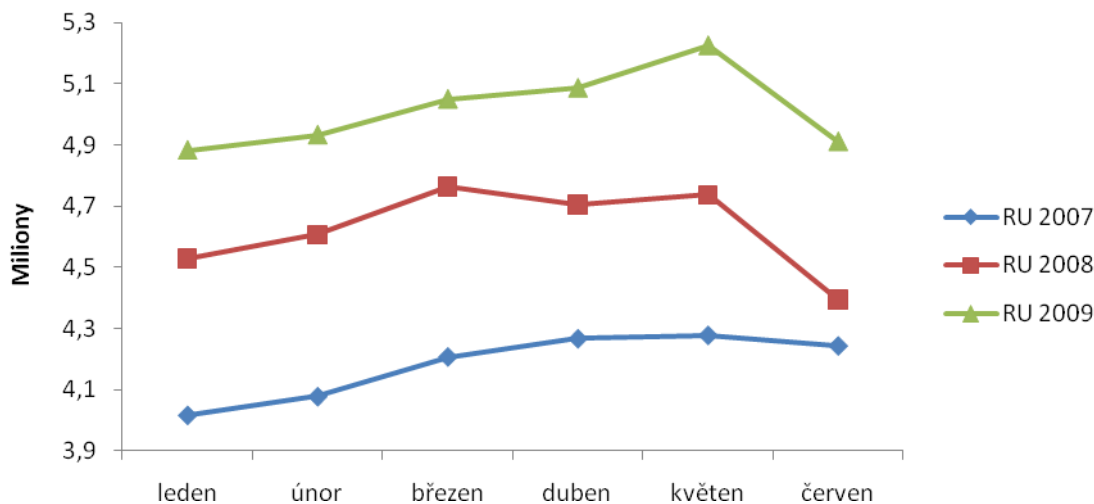


## NetMonitor v číslech 1. pololetí 2009

***S druhou polovinou prázdnin přichází i červnové statistiky projektu NetMonitor, které pomyslně uzavírají jeho první pololetí. S dalším uzavřeným obdobím roku 2009 agentura Mediaresearch připravila souhrnný pohled na vývoj nejsledovanějších ukazatelů návštěvnosti internetu v ČR. Pro zajímavost uvádíme také historický vývoj statistik v prvních pololetích za roky 2007 – 2009.***

Červen 2009 zaznamenal v počtech reálných uživatelů (RU) na měřených serverech každoroční sezónní pokles, jenž díky letním měsícům a začínajícím dovoleným znamenal propad tohoto ukazatele až na hodnotu 4,9 milionu RU. Vývoj návštěvnosti, co do počtu uživatelů, z velké části kopíroval vývoj prvního pololetí roku 2008. V absolutních číslech však počet uživatelů narostl vůči 1. pololetí 2008 v průměru přibližně o 400 tis. Při pohledu zpět na rok 2007 můžeme v jeho prvním pololetí pozorovat rovnoměrnější nárůst počtu uživatelů a také podstatně méně se projevující sezónní výkyvy než v následujících dvou letech. Samotný projekt také zaznamenává pokračující růst. V červnu 2007 bylo v rámci NetMonitoru měřeno 221 serverů, v červnu 2009 již počet zapojených serverů čítal 467.

**Graf 1: Pololetní vývoj počtu Reálných uživatelů (RU) po měsících**



*Zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1. pololetí 2007/2008/2009*

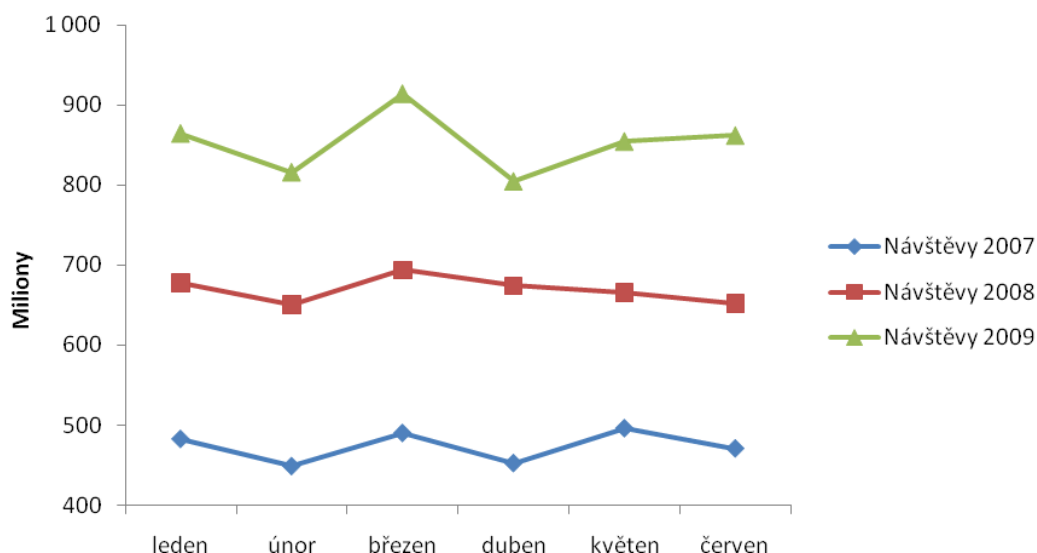
Do statistik ostatních ukazatelů se mimo pravidelné sezónní výkyvy významněji promítá také vliv počasí v jednotlivých měsících. Celkově hodnoty ukazatelů návštěvnosti (mimo počet RU) zaznamenaly v roce 2009 doposud kolísavý vývoj podobný spíše prvnímu pololetí 2007.

U ukazatele počtu návštěv následuje po únorovém poklesu způsobeném menším počtem dní v měsíci opět nárůst. Březen se ve statistikách vyznačuje pravidelnými nárůsty, v roce 2009 dosáhl počet návštěv v březnu maxima prvního pololetí (téměř 914 milionů). Po dubnovém

***A Step Ahead***

poklesu pak postupně počty návštěv rostly až do června, kdy dosáhly 861 milionů. Naopak v předchozích letech můžeme pozorovat v červnu spíše pokračující pokles.

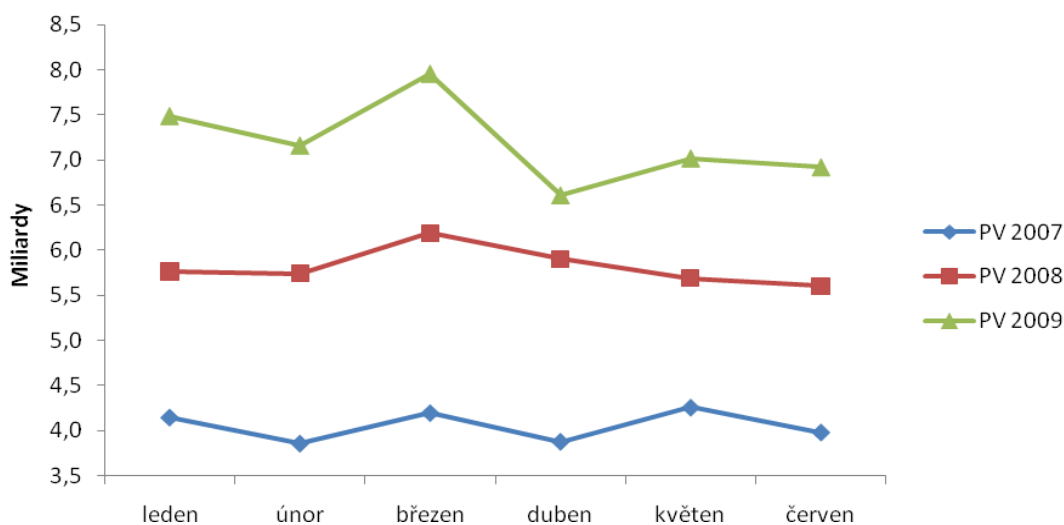
**Graf 2: Pololetní vývoj počtu Návštěv po měsících**



Zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1. pololetí 2007/2008/2009

Počet zobrazených stránek (PV) je s návštěvami poměrně úzce spjatý, proto má i podobný vývoj. Po březnovém nárůstu dosahujícím téměř 8 miliard zobrazených stránek se tento ukazatel v dubnu propadl na pololetní minimum 6,6 miliard PV, které postupně do června vyrovnal a ustálil se na cca 7 miliardách zobrazení.

**Graf 3: Pololetní vývoj počtu Zobrazených stránek (PV) po měsících**

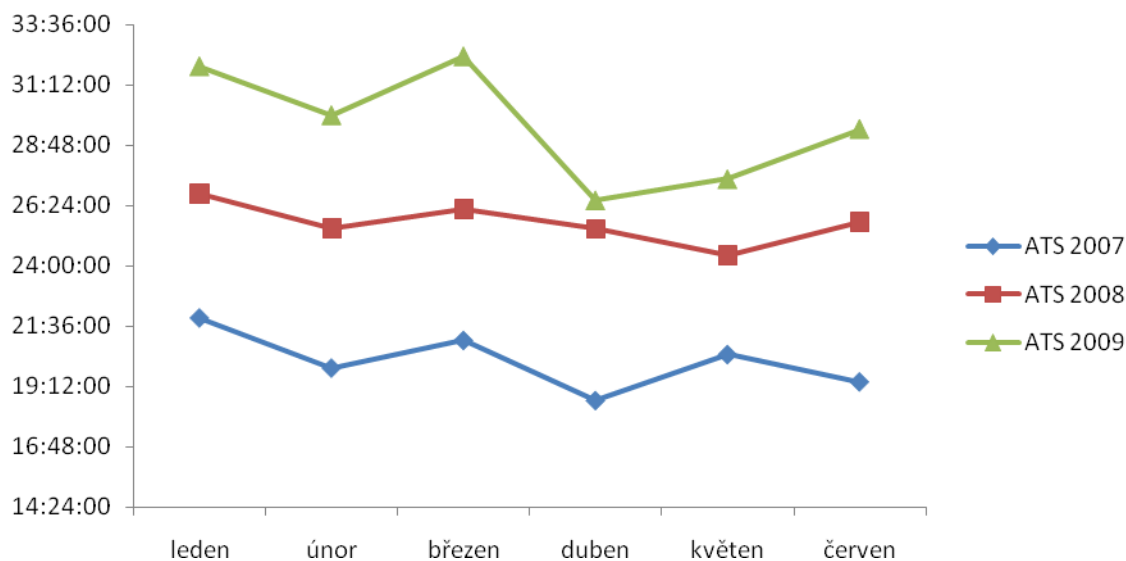


Zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1. pololetí 2007/2008/2009

*A Step Ahead*

Stejně jako u ostatních ukazatelů návštěvnosti, je i u průměrně stráveného času na internetu (ATS) v grafu znatelný pravidelný meziroční nárůst. Po dosažení březnového maxima, kdy uživatelé v průměru prosurfovali na internetu 32 hodin a 20 minut, však následoval v dubnu prudký propad v průměru téměř o 6 hodin. V následujících měsících se již průměrně strávený čas na internetu prodlužoval a v červnu 2009 čeští internetoví uživatelé prosurfovali 29 hodin a 27 minut.

**Graf 3: Pololetní vývoj průměrně stráveného času na uživatele (ATS) po měsících**



Zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1. pololetí 2007/2008/2009

V následujících měsících můžeme teprve očekávat další poklesy statistik návštěvnosti způsobené letními prázdninami. V období letních měsíců tráví lidé podstatně více času mimo domov a na dovolených, kde mají omezený přístup k internetu. Bude zajímavé pozorovat, zda stále se rozšiřující možnosti a dosah internetového připojení budou znamenat oproti předchozím rokům mírnější úbytky v číslech internetové návštěvnosti v ČR.

---

## 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](mailto: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](mailto:irena.wintrova@mediaresearch.cz)

---

## Doplňující informace:

*A Step Ahead*

**Společnost Mediaresearch** ([www.mediaresearch.cz](http://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 v médiích (Admosphere) a na internetu (AdMonitoring) v ČR.

**Gemius S.A.** ([www.gemius.pl](http://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.