

Polovina české populace na internetu

Růst internetové populace (12+) v České republice se nezastavil a v únoru 2009 tak její velikost poprvé v historii překonala hranici pět milionů. Kromě přehledu základních internetových ukazatelů za únor jsme připravili rozbor současné struktury internetových uživatelů z hlediska věku a pohlaví. Uvedená zjištění vyplývají ze statistik projektu NetMonitor, který pro SPIR realizuje agentura Mediaresearch.

Na konci minulého roku jsme vás informovali o přiblížení se internetové populace (starší 12 let) hranici pěti milionů lidí. V roce 2009 k překročení této hranice skutečně došlo a konkrétní hodnota universa v únoru čítala 5 049 176 lidí. V porovnání s celkovou českou populací (10,4 mil.) jde o téměř polovinu všech obyvatel. Aby však srovnání bylo vypovídající, musíme zmiňovanou internetovou populaci starší 12 let porovnávat s celkovou populací ve stejné věkové struktuře (9,2 mil.). V tomto případě již internetová populace (12+) tvoří 55 % celkové populace ČR (12+).

Z pochopitelného hlediska počet reálných uživatelů (RU) co do počtu stíhá velikost internetové populace. V únoru počet RU pokračujícím růstem přesáhl 4,9 mil. Vzhledem k růstovým tendencím statistik můžeme tedy očekávat, že v letošním roce běžně navštíví měřené servery více než pět milionů reálných uživatelů měsíčně. V únoru 2009 strávili internetoví uživatelé z ČR na internetu každý v průměru téměř 30 hodin (ATS), během kterých si dohromady zobrazili 7,2 mld. webových stránek (PV). Celkový počet návštěv roste podobným tempem jako počet zobrazených stránek a v únoru tak čítal 816 mil.

Tabulka 1: Meziroční srovnání statistik

Základní ukazatele ČR	únor 08	únor 09	Meziroční nárůst	
			absolutně	relativně
RU	4 606 530	4 933 045	326 515	7,1%
PV	5 741 831 099	7 164 380 230	1 422 549 131	24,8%
ATS	25:30:13	29:59:21	4:29:08	17,6%
Návštěvy	650 322 555	815 859 464	165 536 909	25,5%

Zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, únor 2008/2009

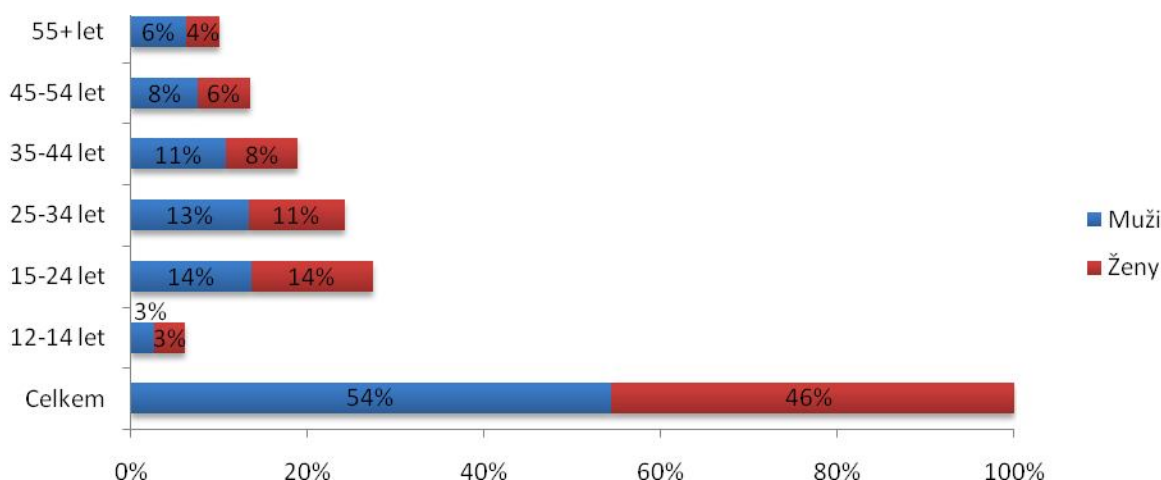
Aktuální demografická struktura internetových uživatelů

Z dlouhodobých statistik vyplývá, že internetová populace je mladší, vzdělanější a má větší podíl mužů než celková populace ČR. V únoru letošního roku byli muži proti ženám na internetu v převaze v poměru 54:46. Až do 24 let je poměr žen a mužů na českém internetu

A Step Ahead

vyrovnaný. Od 25. roku věku však podíl žen mírně klesá a v dalších věkových skupinách již převažuje zastoupení mužského pohlaví. Největší část internetových uživatelů v únoru připadla na věkovou skupinu 15-24 let (28 %). S přibývajícím věkem uživatelů podíly starších věkových skupin klesají. Necelá čtvrtina uživatelů je ve věku 25-34 let, 35-44letí mají mezi uživateli téměř pětina podíl, uživatelé ve věku 45-54 let představují 14% podíl a do nejstarší věkové skupiny spadá desetina uživatelů. Nejmenší podíl připadá na uživatele ve věku 12-14 let (6 %), což je dáno i nejmenším věkovým rozsahem této skupiny.

Graf 1: Věková struktura internetových uživatelů ČR



Zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, únor 2009

Jan Mazal, Asistent PR a Marketingu

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

A Step Ahead

(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) 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.