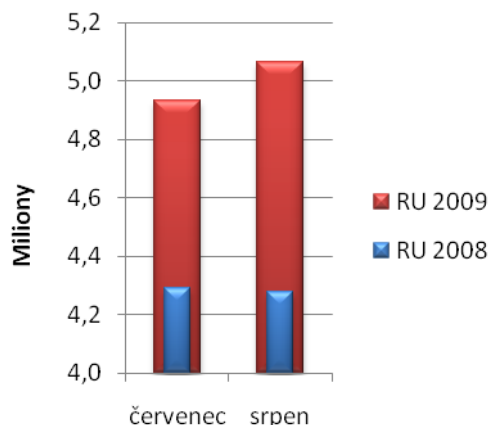


## V létě uživatelů internetu nebylo, strávili zde však méně času

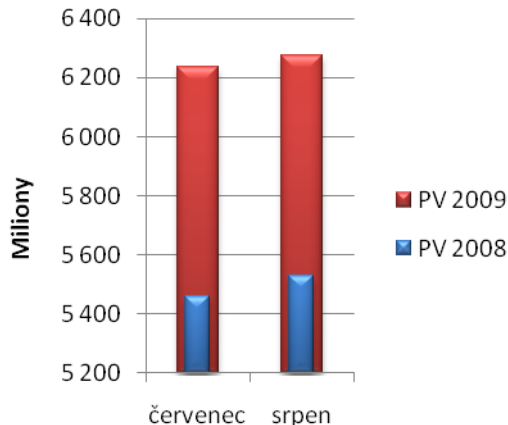
**Prázdninové statistiky projektu NetMonitor letos ukázaly růst návštěvnosti i přes dříve obvyklé sezónní poklesy. S výjimkou června se nezastavily růstové tendence u počtu reálných uživatelů ani u celé internetové populace. Hodnoty ukazatelů zaznamenávajících aktivitu uživatelů na internetu v červenci 2009 sice poklesly, ale v srpnu již převážně dosahovaly dalšího nárůstu.**

Po červnovém poklesu začala velikost české internetové populace opět růst a v srpnu dosáhla 5,18 milionu lidí. Stejně tak u ukazatele počtu reálných uživatelů zahrnujícího všechny uživatele, kteří se za měřený měsíc alespoň jednou připojili k internetu, následoval v červenci a srpnu nárůst. Druhý měsíc letních prázdnin se počet reálných uživatelů na měřených serverech letos opět přehoupl přes pětimilionovou hranici a dosáhl 5,06 milionu uživatelů. V meziročním srovnání (viz graf níže) můžeme vidět jasný rozdíl ve vývoji oproti předchozím letním měsícům.

**Graf 1: Meziroční srovnání počtu reálných uživatelů (RU)**



**Graf 2: Meziroční srovnání počtu zobrazených stránek (PV)**



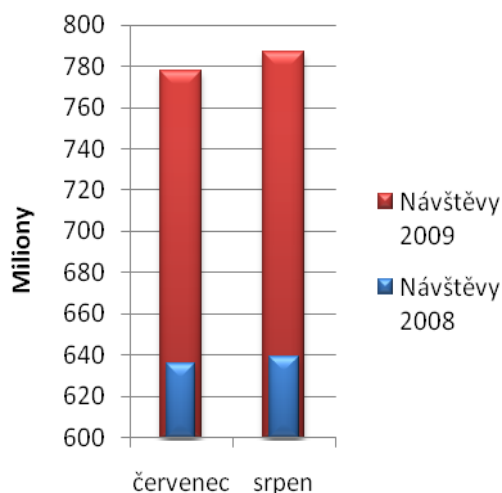
Zdroj: NetMonitor – SPIR – MEDIARESEARCH & Gemius, červenec a srpen 2008/2009

Ukazatele počtu zobrazených stránek (PV) a počtu návštěv se vyvíjely stejným směrem jako v předchozím červenci a srpnu. U počtu zobrazených stránek měl nárůst pozvolnější tempo, naopak u návštěv byl rozdíl mezi hodnotami v letních měsících roku 2009 mírně vyšší než v předchozím roce. Jednoznačně se však na obou ukazatelích podepsal vliv letních měsíců. Před prázdninami se počet zobrazených stránek pohyboval kolem hranice 7 miliard, oproti

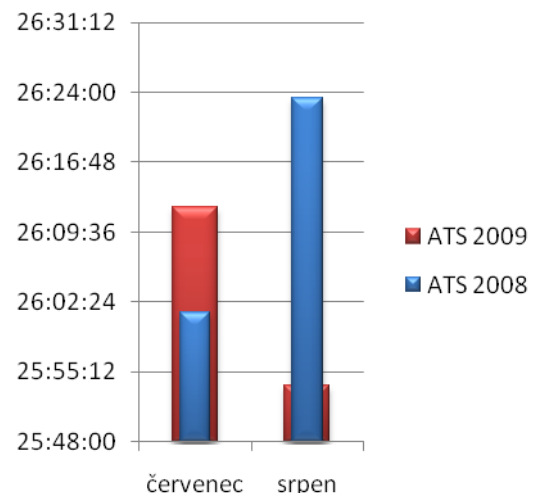
tomu v srpnu čeští internetoví uživatelé zobrazili 6,28 miliard stránek. Stejně tak i přes srpnový růst poklesl počet návštěv, a to na 786 milionů.

Opačný vývoj však nastal u hodnoty průměrně stráveného času na internetu. Ten za prázdninové měsíce pouze klesal. V srpnu 2009 strávili internetoví uživatelé v ČR surfováním 25 hodin a necelých 54 minut. Ačkoliv se v loňském létě průměrně strávený čas v srpnu již prodlužoval, v letošním srpnu ještě více poklesl. Na základě vývoje hodnot u ostatních ukazatelů návštěvnosti, můžeme předpokládat, že hezké počasí a trávení dovolených se v druhé půli letošních prázdnin projevilo především v kratším čase stráveném na internetu. Rozšiřující se možnosti přístupu na internet dovolují uživatelům získat aktuální informace a vyřídit potřebnou komunikaci přes internet relativně rychle a jednodušeji než dříve a zbylý čas poté trávit o dovolených jinak.

**Graf 3: Meziroční srovnání počtu návštěv**



**Graf 4: Meziroční srovnání průměrně stráveného času (ATS)**



Zdroj: NetMonitor – SPIR – MEDIARESEARCH & Gemius, červenec a srpen 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

## 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](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.

*A Step Ahead*