

## Audit návštěvnosti internetu



# NetMonitor

### Trendy v návštěvnosti internetu leden 2008 – únor 2010

[www.netmonitor.cz](http://www.netmonitor.cz)

[www.spir.cz](http://www.spir.cz)

**Autor:** Petr Kolář, analytik SPIR, [petr.kolar@spir.cz](mailto:petr.kolar@spir.cz), 13.4.2010



## Trendy v návštěvnosti internetu

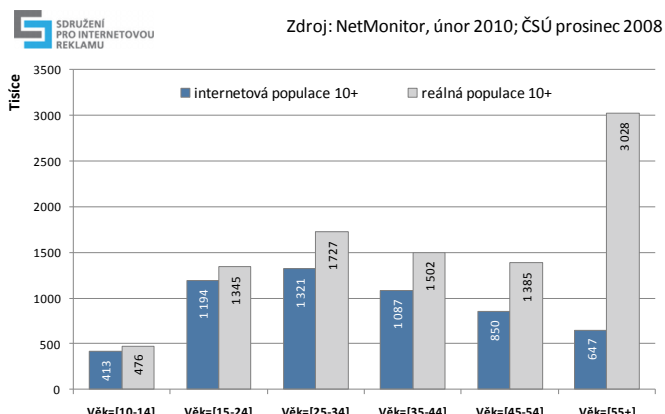
Více jak polovina (54%) české populace je na internetu a počet lidí využívající internet neustále roste průměrným tempem 10% za rok. U mladých lidí do věku 25 let je míra penetrace internetu téměř 90%, internetová populace v této věkové skupině nemá již pomalu kam růst. S přibývajícím věkem procento lidí využívající internet klesá. Penetrace internetu u lidí starších 55 let je pouze 21%. Zde je velký potenciál a největší růst bude právě v této věkové skupině. Na internetu je více mužů než žen, s přibývajícím věkem podíl mužů roste a podíl žen klesá. Tento rozdíl v pohlaví se bude s růstem internetové populace zmenšovat. Nově již není rozdíl v aktivitě žen a mužů na internetu co do počtu shlédnutých stránek nebo průměrného stráveného času. Průměrný český internetový uživatel je mladší a vzdělanější než průměrný občan ČR. Většina internetových uživatelů má středoškolské vzdělání s maturitou. Uživatele nejvíce oslovují kategorie médií *Titulní stránky rozcestníků* a *Databáze a katalogy*. Nejvíce času tráví uživatelé v kategoriích *Titulní stránky rozcestníků* a *Komunikační služby*. Společenské (sociální, komunitní) sítě nabyly v minulém roce celosvětově velkého významu a u nás tomu nebylo jinak.

## Internetová versus reálná populace

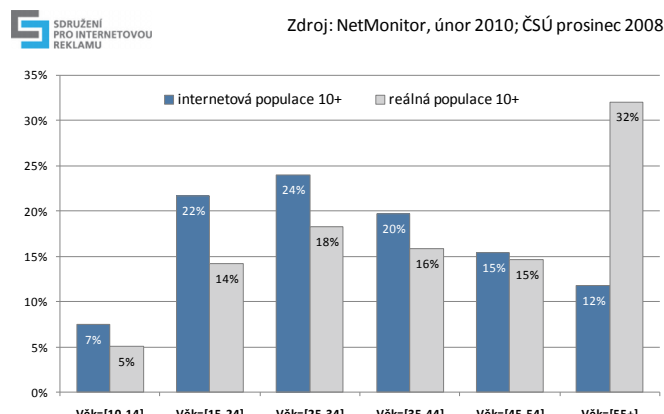
V únoru 2010 velikost internetové populace 10+ dosáhla hodnoty 5,64 milionů lidí. V porovnání s běžnou (reálnou) českou populací (10,5 mil.) jde o téměř 54% všech obyvatel. Aby však srovnání bylo vypovídající, musíme zmiňovanou internetovou populaci starší deseti let porovnávat s běžnou populací ve stejné věkové struktuře (9,46 mil.). V tomto případě již internetová populace (10+) tvoří více jak 58 % běžné populace ČR (10+). Zde je důležité uvést, že NetMonitor neměří všechny české internetové servery, ale jen skupinu serverů, která však zahrnuje největší a nejvýznamnější servery. Měřeným serverem (médiem) může být libovolný reklamní webový server, který má zájem zúčastnit se výzkumu NetMonitor a jehož zařazení není v rozporu s etickým kodexem SPIR. Primárně je projekt NetMonitor určen pro výzkum médií, které jako celek, případně alespoň jejich část, splňují definici reklamního média. Na této skupině serverů pak NetMonitor zachytí 97,7% internetové populace. Pokud budeme v následující části uvádět další statistiky, je nutno zdůraznit, že tato čísla korespondují s aktivitou právě oněch 97,7% internetové populace na měřených serverech.

V grafech č.1 a č.2 je znázorněno porovnání věkové struktury reálné a internetové populace v absolutních počtech a v procentuálním podílu (share). Téměř 90% lidí ve věku 10-24 let je na internetu. S rostoucím věkem podíl lidí na internetu klesá. Pouze 21% lidí starších 55 let využívá internet. V reálné české populaci má největší zastoupení (32%) věková skupina 55+. V internetové populaci je to věková skupina 25-34 let s 24% podílem. Více než polovinu internetové populace tvoří uživatelé ve věku 10-34 let.

Věková struktura reálné a internetové populace



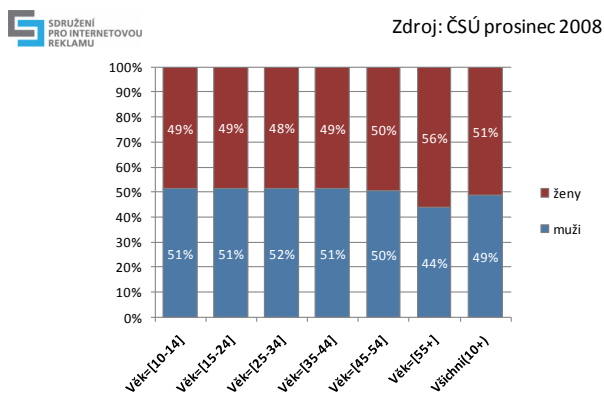
Věková struktura reálné a internetové populace (share)



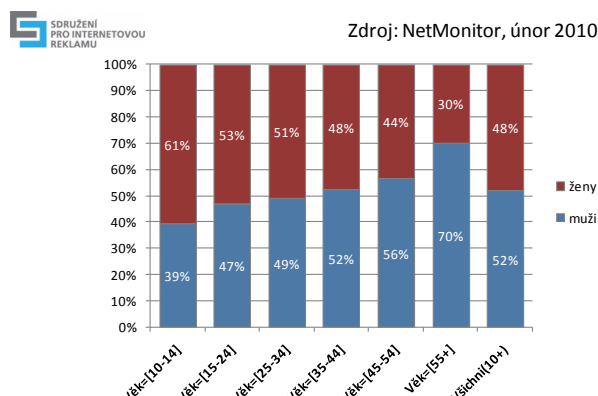
Graf č.1 a č.2, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2010; ČSÚ 12/2008

V grafech č.3 a č.4 je znázorněno složení jednotlivých věkových skupin reálné a internetové populace podle pohlaví. Podíl pohlaví reálné populace je vyrovnaný, teprve v nejstarší skupině výrazně převládají ženy, protože se statisticky dožívají vyššího věku. U internetové populace je závislost naprosto opačná. S přibývajícím věkem podíl mužů roste, podíl žen klesá. Je to dáno větším technickým nadšením učit se používat nové technologie u seniorů - mužů než u žen. S postupem času se tento jev bude vytrácet, protože lidé, kteří internet již používají, tak se stárnutím ho používat nepřestanou.

Podíl pohlaví reálné populace (share)



Podíl pohlaví internetové populace (share)



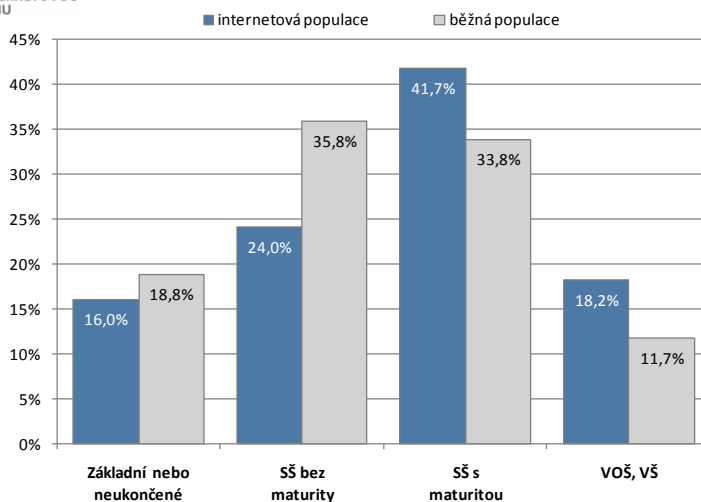
Graf č.3 a č.4, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2010; ČSÚ 12/2008

V grafu č.5 je znázorněno srovnání české reálné a internetové populace z hlediska nejvyššího dokončeného vzdělání. Internetová populace má patrně vyšší vzdělání než reálná. Většina (téměř 60%) internetových uživatelů 15+ má středoškolské vzdělání s maturitou nebo vyšší vzdělání, u české populace 15+ to je 45,5%. Nejvíce internetových uživatelů 15+ má středoškolské vzdělání s maturitou (42%). U reálné populace mají největší podíl lidé vyučení bez maturity (36%).

## Vzdělání internetové a reálné populace 15+ (share)



Zdroj: NetMonitor, únor 2010; ČSÚ prosinec 2008



Graf č.5, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2010; ČSÚ 12/2008

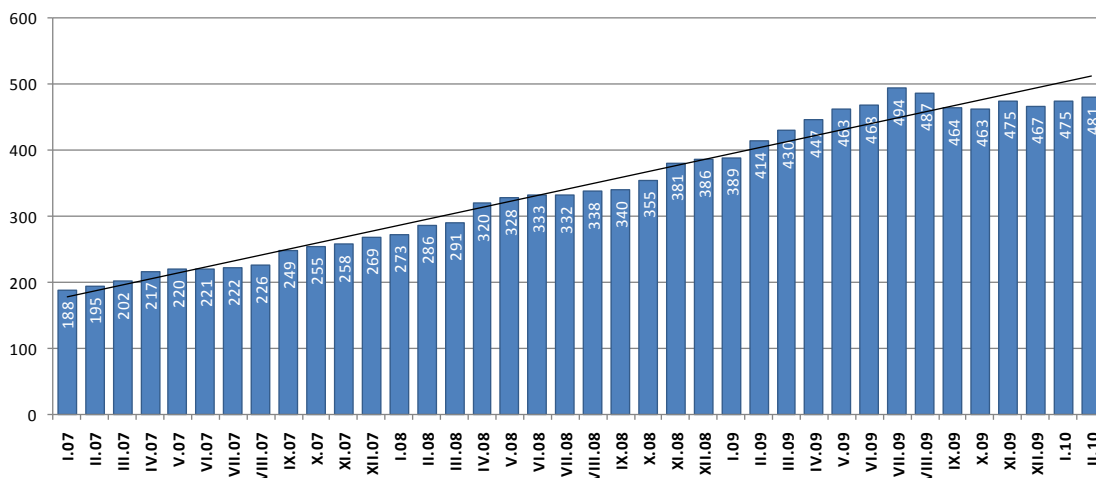
## Vývoj počtu měřených médií

V grafu č.6 je znázorněn vývoj počtu měřených internetových médií (serverů). V únoru dosáhl počet měřených médií počtu 481 serverů od 64 provozovatelů. Průměrné meziměsíční tempo růstu počtu měřených serverů je 2,5% (M2M).

## Počet měřených médií (serverů)



Zdroj: NetMonitor, 01/2007 - 02/2010



Graf č.6, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2007-2/2010

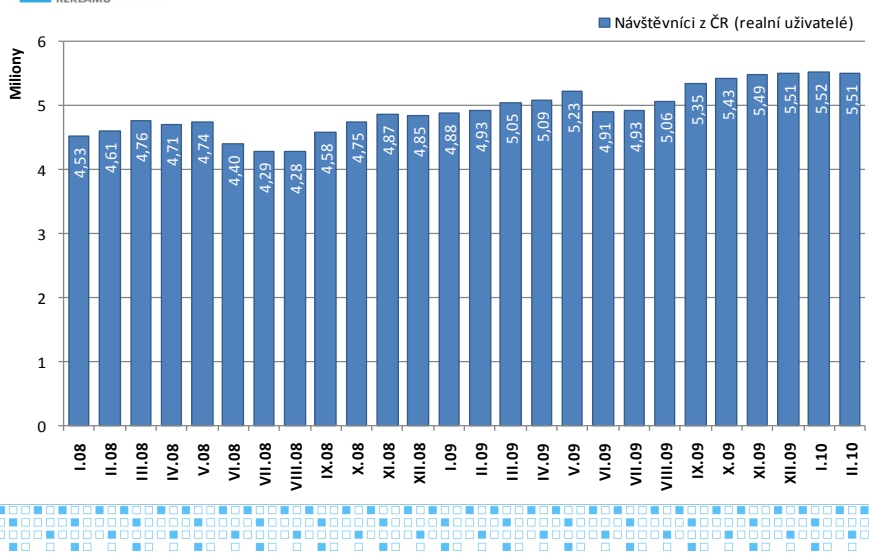
## Vývoj počtu internetových uživatelů (RU)

Počet internetových uživatelů (RU) je počet uživatelů internetu v příslušné cílové skupině, kteří vygenerovali alespoň jedno zobrazení na vybraném webovém serveru během daného měsíce. Tento ukazatel odpovídá skutečnému počtu lidí (ne počítačů, cookies nebo IP adres), kteří navštívili webový server v daném měsíci. V grafu č.7 je znázorněn vývoj počtu internetových uživatelů z ČR od počátku roku 2008. Jsou pozorovatelné tradiční sezónní výkyvy – poklesy v průběhu letních prázdnin. V únoru 2010 byl počet internetových uživatelů z ČR více jak 5,5 milionů lidí.

### Počet internetových uživatelů



Zdroj: NetMonitor, 01/2008 - 02/2010



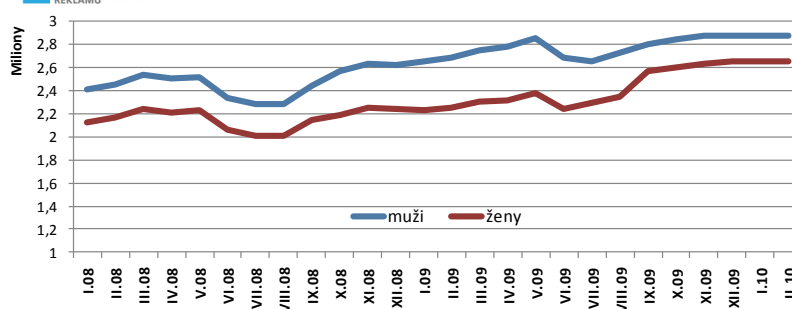
Graf č.7, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2008-2/2010

Mužů je na internetu více. V únoru 2010 byl poměr 52% mužů proti 48% žen. V grafu č.8 je znázorněn vývoj absolutního počtu mužů a žen z ČR na internetu. Poměr mužů a žen je dlouhodobě vyrovnaný a postupně se přibližuje reálnému rozložení v běžné populaci.

### Počet internetových uživatelů - muži vs ženy



Zdroj: NetMonitor, 01/2008 - 02/2010



Graf č.8, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2008-2/2010

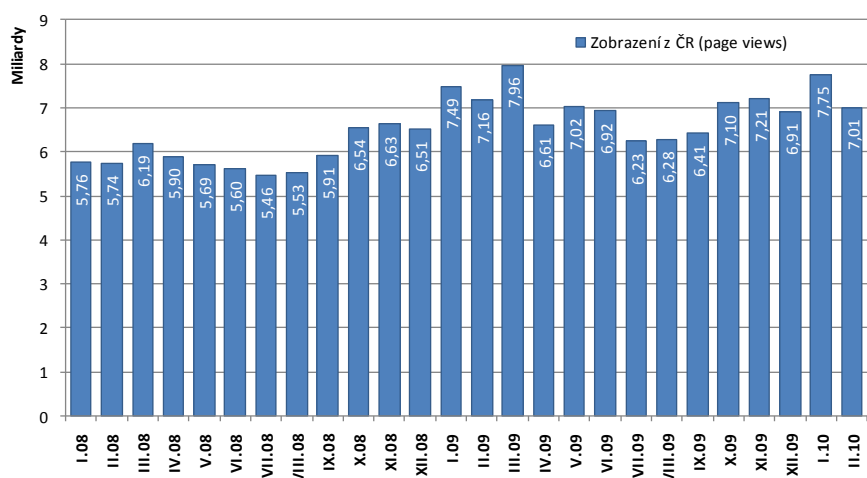
## Vývoj počtu zobrazených stránek (PV)

Zobrazení (page view, PV) je zobrazení (natažení) www dokumentu z příslušného webového serveru do www prohlížeče návštěvníka. Vývoj počtu PV je znázorněn v grafu č.9 a je proti počtu RU méně vyrovnaný (jsou více patrnější sezónní výkyvy a jiné vlivy). Špičkou byl březen 2009, kdy počet shlédnutých stránek dosáhl téměř 7,96 miliard.

### Počet shlédnutých stránek



Zdroj: NetMonitor, 01/2008 - 02/2010



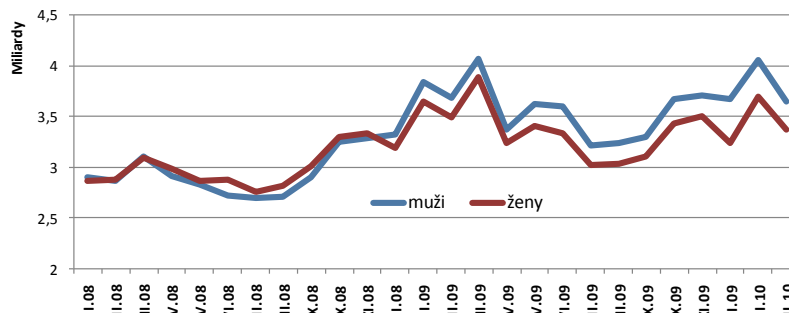
Graf č.9, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2008-2/2010

V grafu č.10 je znázorněn vývoj počtu PV v závislosti na pohlaví uživatele. Poměr v počtu PV žen a mužů odpovídá poměru jejich zastoupení v internetové populaci. Do listopadu 2009 tomu ale bylo jinak, ženy byly aktivnější co do počtu shlédnutých stran, více viz graf č.13.

### Zobrazení z ČR (page views) - muži vs ženy



Zdroj: NetMonitor, 01/2008 - 02/2010



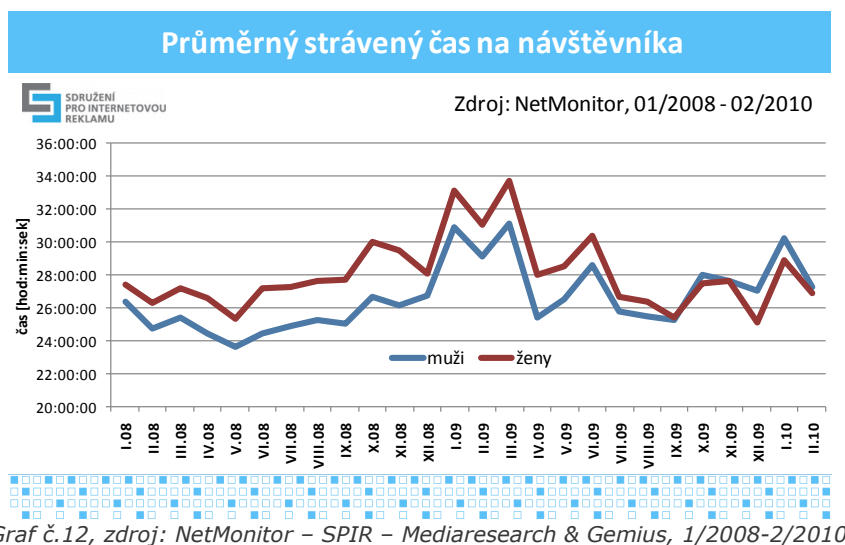
Graf č.10, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2008-2/2010

## Vývoj délky prům. stráveného času na návštěvníka (ATS)

Průměrný strávený čas na návštěvníka je celkový strávený čas průměrným návštěvníkem (reálným uživatelem) z příslušné cílové skupiny na vybraném webovém serveru během daného měsíce. V grafu č.11 je znázorněn vývoj ATS na internetu (všech měřených serverech). Maximum ATS bylo v březnu 2009 s více jak 32 hodinami stráveného času na internetu na jednoho reálného uživatele.



V grafu č.12 je znázorněn vývoj ATS v závislosti na pohlaví uživatele. V únoru 2010 strávily ženy na internetu v průměru stejně času jako muži. Dříve u žen byl pravidelně měřen delší strávený čas ATS než u mužů, tento jev se ale v posledních měsících vytrácí.



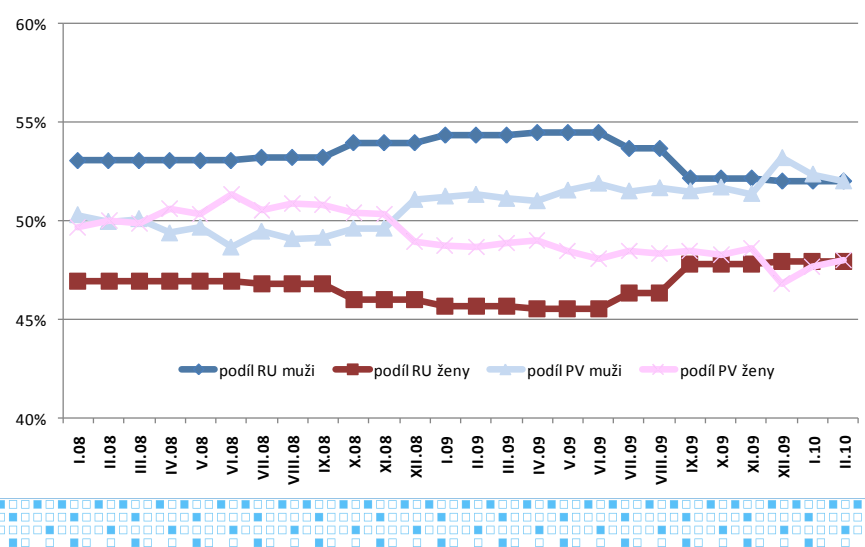
## Vývoj podílu pohlaví - Muži versus ženy

V grafu č.13 je znázorněn vývoj podílu pohlaví co do počtu uživatelů (RU) a počtu zobrazených stránek (PV). Z grafu je názorně vidět, že ženy byly dosud na internetu aktivnější co do počtu shlédnutých stránek. V únoru 2010 je poměr shlédnutých stránek muži a ženami stejný jako poměr počtu žen a mužů v internetové populaci.

### Share pohlaví - počet uživatelů (RU) a zobrazení (PV)



Zdroj: NetMonitor, 01/2008 - 02/2010



Graf č.13, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2008-2/2010

## Věková struktura internetových uživatelů

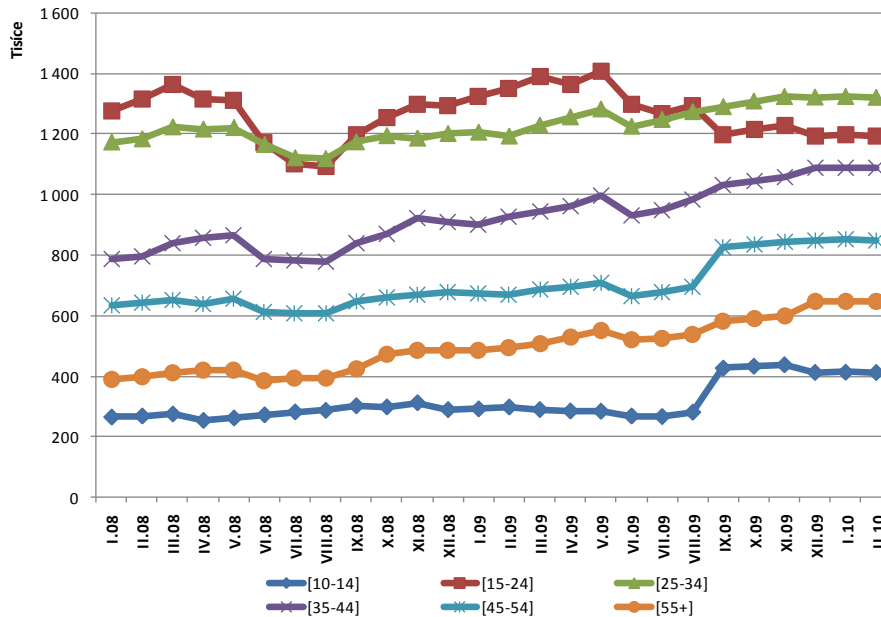
V grafech č.14 a č.15 je znázorněn vývoj věkové struktury internetových uživatelů v absolutních počtech a procentuálním podílu (share). Nejpočetnější skupinou jsou lidé ve věku 25-34 let s 24% podílem (únor 2010). Druhou nejpočetnější skupinou je věk 15-24 let s 22% podílem. Dále následují 35-44 let (20%), 45-54let (15%), 55 a více let (12%) a 10-14let (8%). Věková struktura uživatelů internetu je celkem vyrovnaná. Datový šev patrný z grafů v září 2009 je způsoben přechodem na novou metodiku měření, který je více popsán v poslední kapitole. I nadále lze očekávat, že se bude postupně zvyšovat podíl starších věkových skupin, jak potvrzuje graf č.15 u věkové skupiny 55+. U mladých lidí se nejvíce projevují sezónní vlivy – letní prázdniny. U věkové skupiny 15-24 let je logicky nejpatrnější úbytek v období letních prázdnin.



## Věková struktura internetových uživatelů z ČR



Zdroj: NetMonitor, 01/2008 - 02/2010

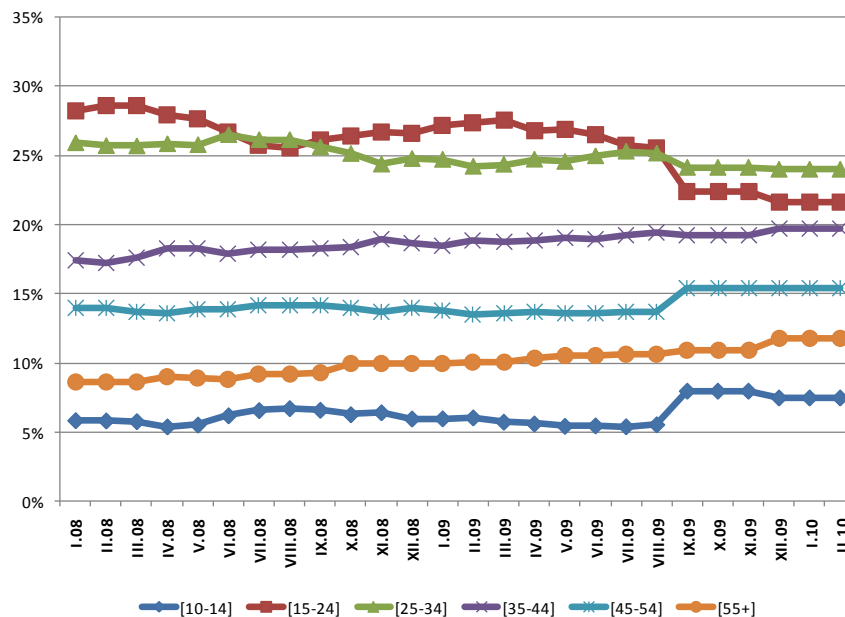


Graf č.14, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2008-2/2010

## Věková struktura internetových uživatelů z ČR (share)



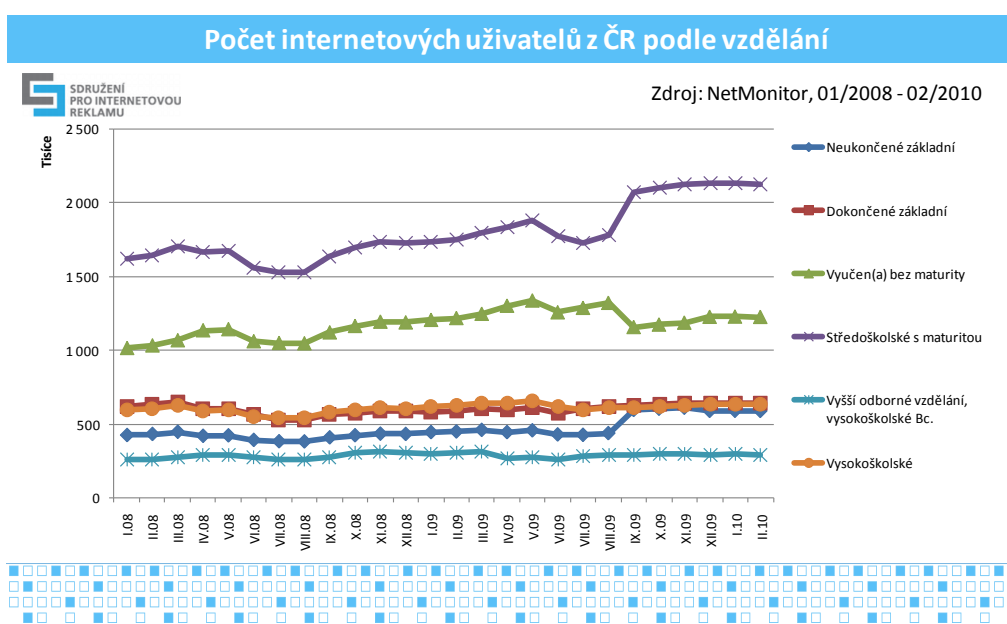
Zdroj: NetMonitor, 01/2008 - 02/2010



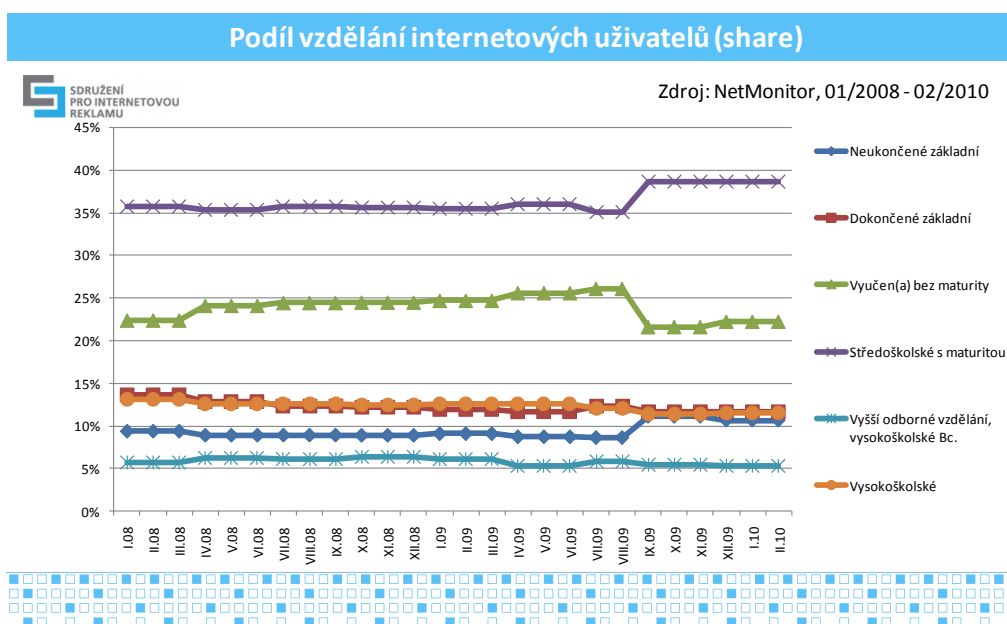
Graf č.15, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2008-2/2010

## Vzdělání internetových uživatelů

V grafech č.16 a č.17 je znázorněn vývoj vzdělání internetových uživatelů v absolutních počtech a procentuelním podílu (share). Nejvíce zastoupeným vzděláním (nejvyšším dokončeným) je středoškolské s maturitou s 39% podílem (únor 2010). Na druhém místě je středoškolské bez maturity (22%) za základním (12%) a vysokoškolským (11%), následuje neukončené základní (11%) a vyšší odborné vzdělání (5%). Trendem je nárůst internetové populace o lidi s nižším vzděláním, zejména lidí vyučených bez maturity. Nejpatrnější vliv sezónnosti (letní prázdniny) je u uživatelů se středoškolským vzděláním s maturitou, protože z velké části dále studují na vysokých školách.



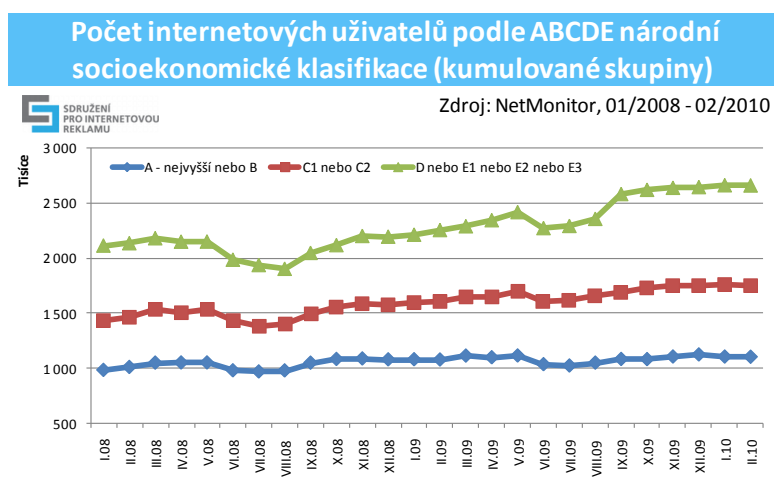
Graf č.16, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2008-2/2010



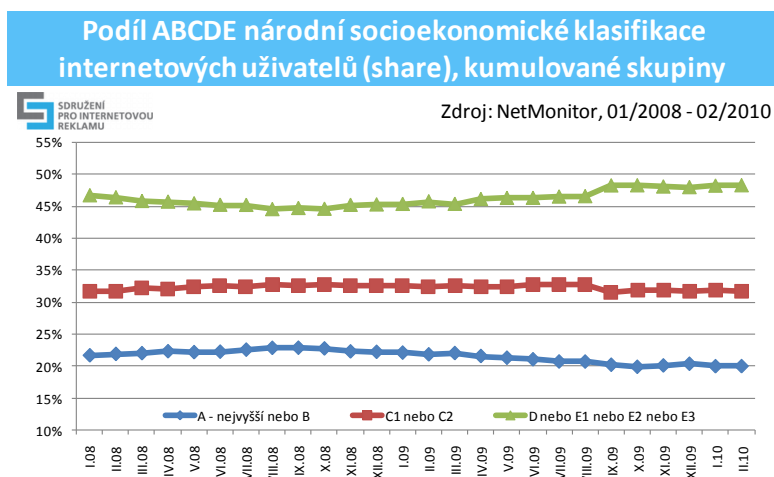
Graf č.17, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2008-2/2010

## ABCDE národní socioekonomická klasifikace internetových uživatelů

V grafech č.18 a č.19 je znázorněn vývoj ABCDE národní socioekonomické klasifikace internetových uživatelů v absolutních počtech a v procentuálním podílu (share). Nejvíce zastoupenou klasifikací je D+E s 48% podílem (únor 2010). Dále následují skupiny C (32%) a A+B (20%). Z dlouhodobého pohledu je v internetové populaci patrný pokles zastoupení vyšších skupin a naopak nárůst zastoupení nižších skupin. Je to logický důsledek růstu internetové populace právě o méně bonitní uživatele.



Graf č.18, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2008-2/2010



Graf č.19, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2008-2/2010

### ABCDE klasifikace:

- A – Skupina s nejvyšším sociálním statusem ve společnosti, daným vysoce prestižním zaměstnáním a zároveň nejvyššími příjmy.
- B – Skupina s nadprůměrnými příjmy, obvykle vyšší management a skupina vyšších profesionálů s minimálně středoškolským vzděláním.

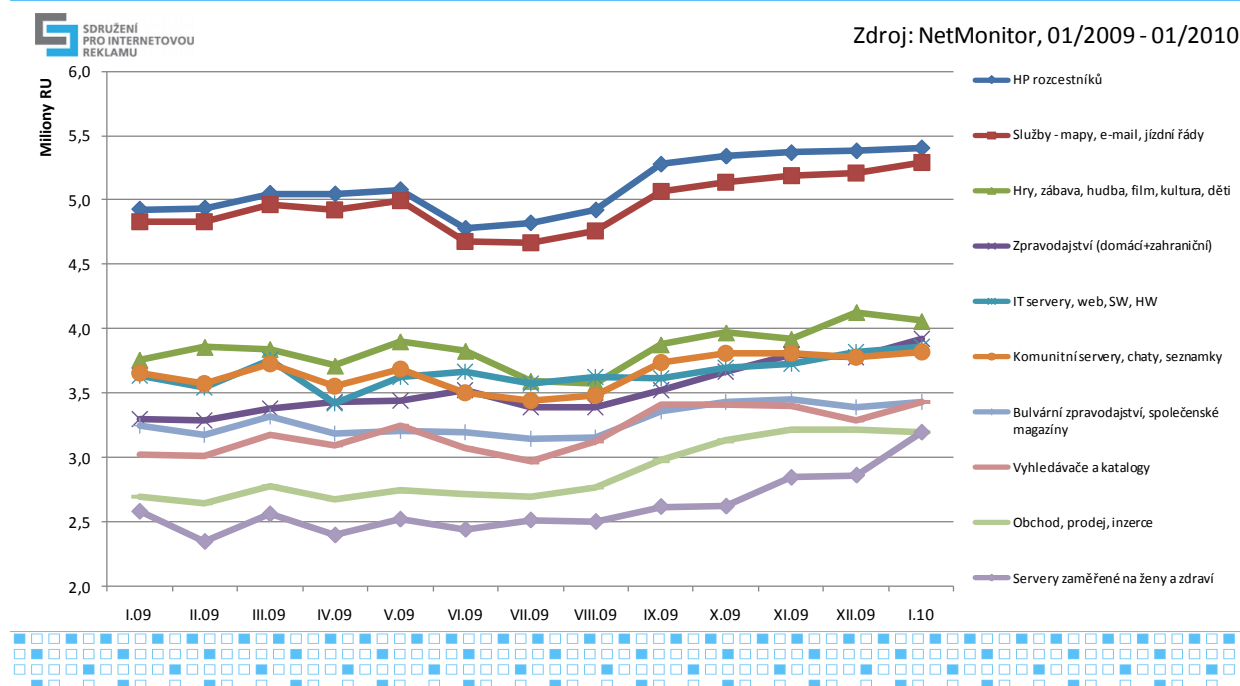
- C1, C2 – Skupina s průměrným životním standardem a průměrnými příjmy. Jde o skupinu např. malých podnikatelů a živnostníků, techniků, úředníků a nižších odborníků.
- D – Skupina s průměrným až mírně podprůměrným životním standardem. Patří sem např. skupina kvalifikovaných manuálních pracovníků.
- E1, E2, E3 – Skupina, charakterizovaná podprůměrným životním standardem, kde se nacházejí především neaktivní jednotlivci, tzn. nezaměstnaní, důchodci nebo nekvalifikovaní dělníci apod.

## Kategorie internetových médií

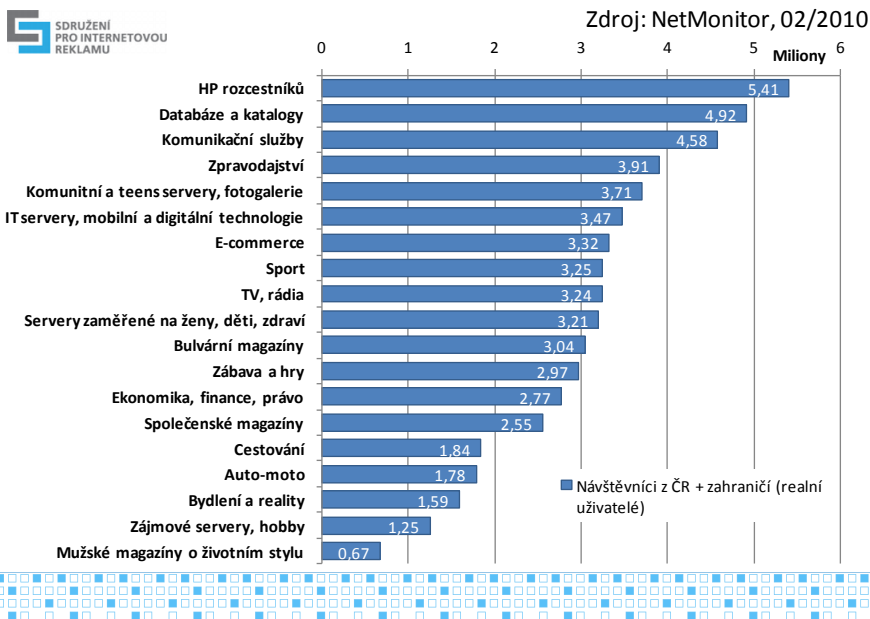
Měření NetMonitor rozlišuje od počátku roku 2008 devatenáct kategorií internetových médií. V únoru 2010 proběhla nová kategorizace internetových médií, která rozlišuje opět 19 kategorií, ale v trochu odlišné struktuře. V trendech tedy nelze jednotlivé řady kategorií navázat.

V grafech č.20 až č.23 je znázorněn vývoj počtu uživatelů jednotlivých kategorií v absolutních počtech. Kategorie s největším počtem návštěvníků jsou *titulní stránky rozcestníků* (únor 2010) s počtem 5,41 mil. RU, na druhém místě *databáze a katalogy* (4,92 mil. RU), na třetím místě *komunikační služby* (4,58 mil. RU).

### TOP10 kategorií médií podle počtu návštěvníků z ČR i zahraničí (RU)



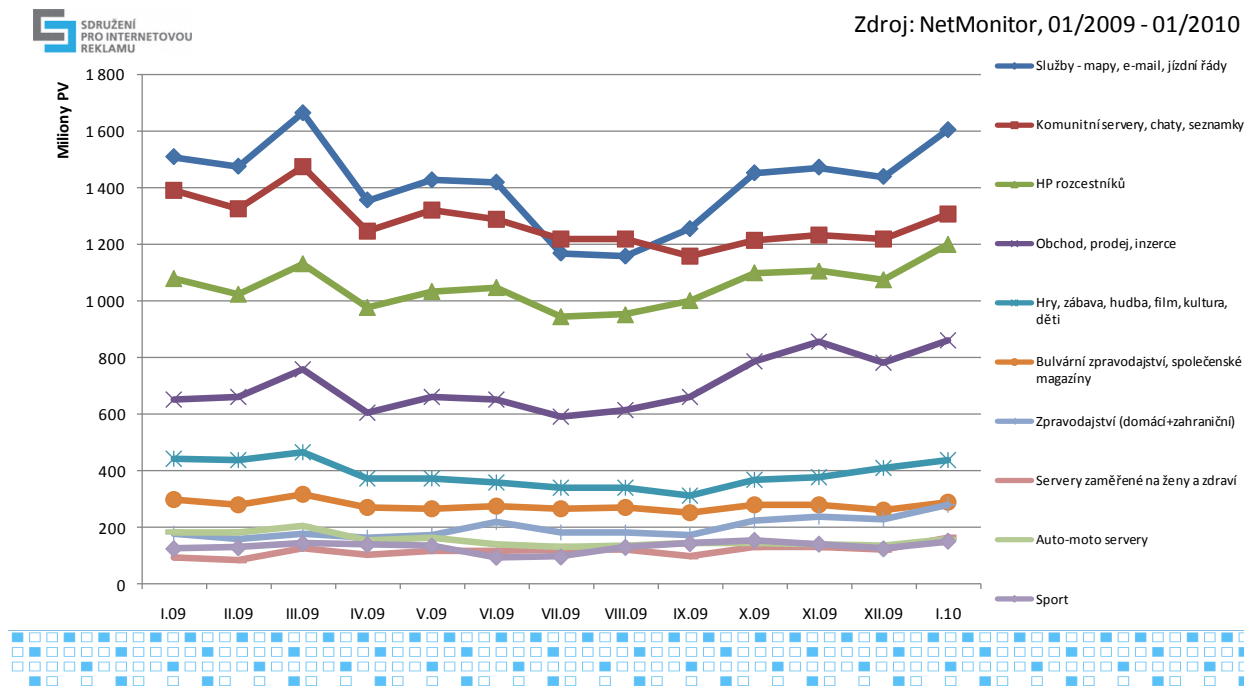
## Nová kategorizace od února 2010



Graf č.21, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2010

Nejvíce shlédnutých stránek v únoru 2010 bylo z kategorie *komunikační služby* (1,345 mld. PV), následují *titulní stránky rozcestníků* (1,113 mld. PV) a na třetím místě *komunitní a teens servery, fotogalerie* (1,02 mld. PV), jak ukazuje graf č. 23.

## TOP10 kategorií médií podle počtu shlédnutých stránek z ČR i zahraničí (PV)

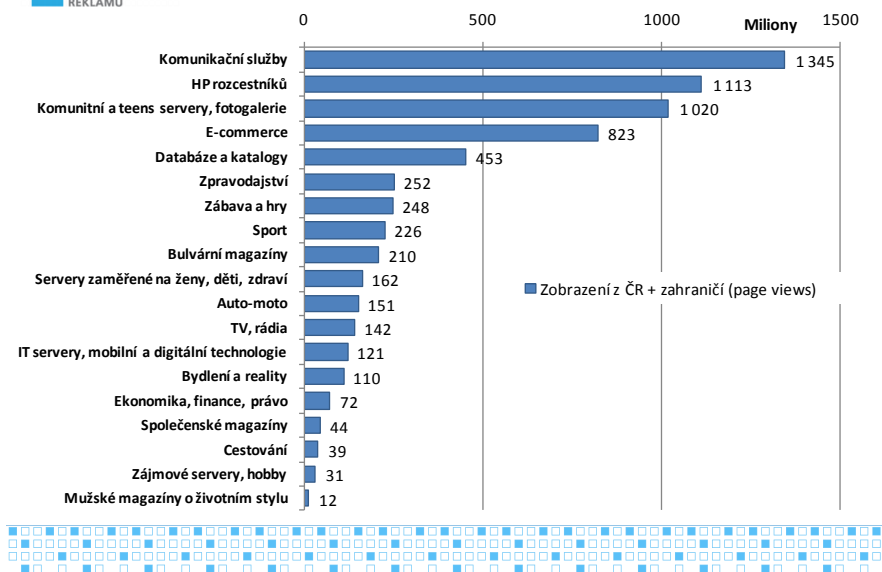


Graf č.22, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2009-1/2010

## Nová kategorizace od února 2010



Zdroj: NetMonitor, 02/2010



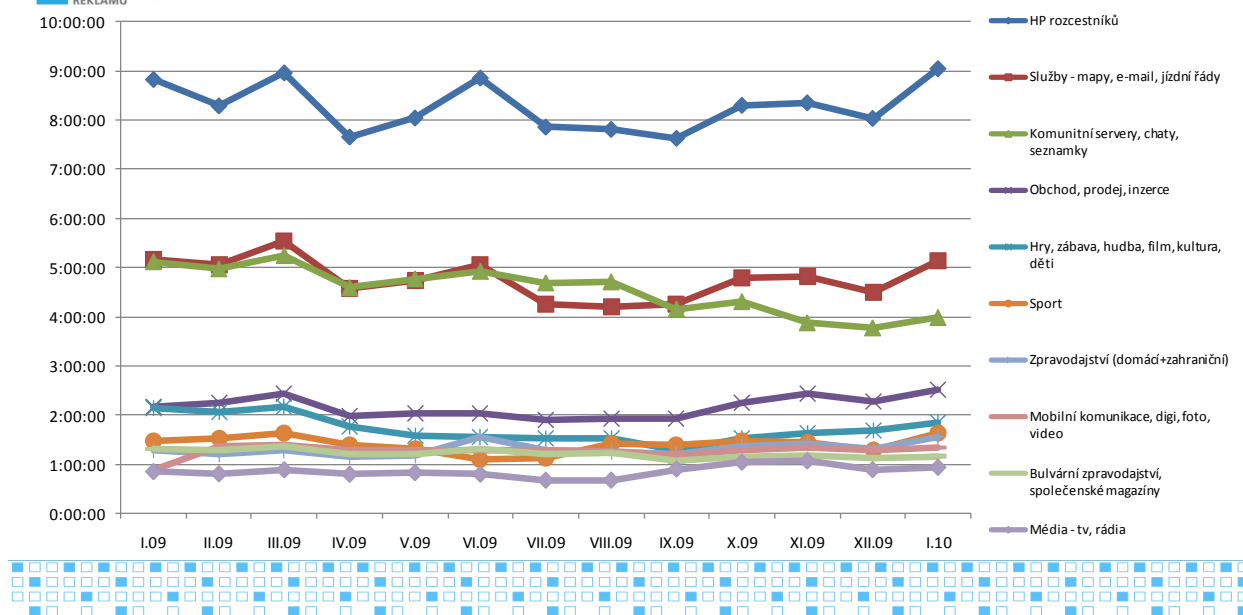
Graf č.23, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2010

V grafu č.24 a č.25 je znázorněn vývoj průměrného stráveného času na návštěvníka v jednotlivých kategoriích médií. Na prvním místě v únoru 2010 s časem 8hod a 24min na návštěvníka je kategorie *titulní stránky rozcestníků*, na druhém místě s časem 5hod a 08min kategorie *komunikační servery* a na třetím místě kategorie *komunitní a teens servery, fotogalerie* s časem 3hod a 10min.

## TOP10 kategorií médií podle průměrného stráveného času na 1 návštěvníka z ČR i zahraničí (ATSrel)

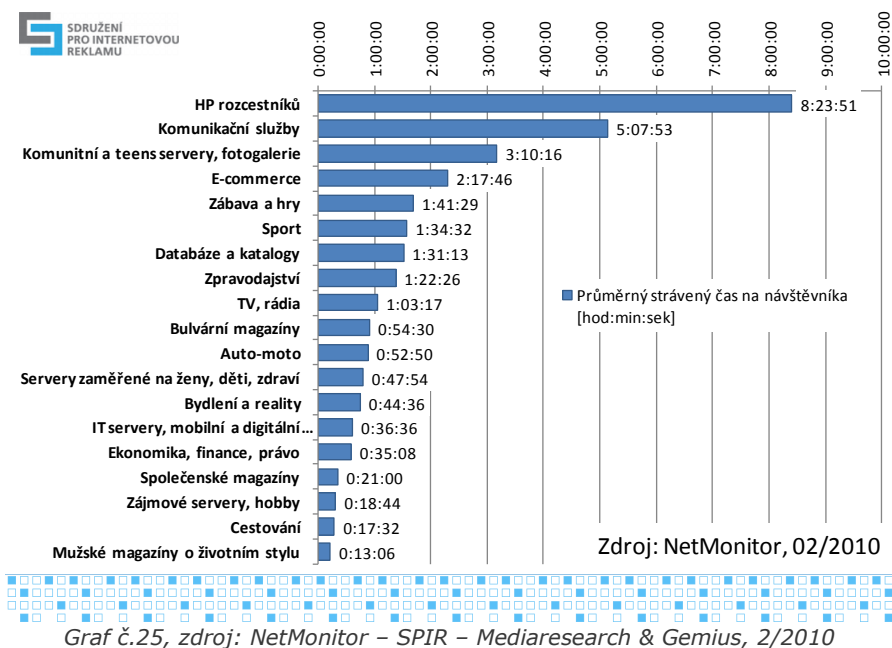


Zdroj: NetMonitor, 01/2009 - 01/2010



Graf č.24, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 1/2009-1/2010

## Nová kategorizace od února 2010



Graf č.25, zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, 2/2010

## Od září 2009 nová metodika

Projekt měření návštěvnosti internetu a sociodemografie návštěvníků v České republice - NetMonitor přešel od září 2009 zcela na novou metodiku. Výsledkem spolupráce zadavatele projektu Sdružení pro internetovou reklamu a realizátora společnosti Mediaresearch je metodika zpřesňující odhady sociodemografie na českém internetu. Rozšíření cílové skupiny uživatelů z 12-79 let na starší 10ti let se ve výzkumu projevilo nárůstem sledované internetové populace a pozitivně ovlivnilo hodnoty ukazatelů návštěvnosti.

Hlavní inovací měření je přechod na nově sestavený panel respondentů (soubor osob vybraný pro opakované průzkumy). Základem nového panelu jsou respondenti s nainstalovanou měřicí aplikací netSoftware doplnění o respondenty bez této aplikace dotazování pouze formou pop-up dotazníků. Nový panel čítající více jak 30 tis. respondentů je podstatně stabilnější a splňuje přísná kritéria zastoupení internetové populace. Ke stanovení kritérií a charakteristik internetové populace jsou nyní využívány Kontinuální výzkum TV metrového projektu prováděný pro Asociaci televizních organizací (ATO) a Kontinuální výzkum SEKV prováděný pro Sdružení pro internetovou reklamu (SPIR). Tyto výzkumy nahradily dříve používaný Mediaprojekt společnosti Median, s.r.o.

Zmíněné změny zvyšují kvalitu a přesnost měření návštěvnosti a sociodemografie na internetu. Zvyšující stabilitou panelu si Mediaresearch připravuje půdu pro složitější a dlouhodobější analýzy. Využitím kontinuálních výzkumů máme možnost kvalitně podchytit vývoj struktury a velikosti internetové populace.

## O projektu NetMonitor

NetMonitor (<http://www.netmonitor.cz>) je velmi rozsáhlý výzkumný projekt, jehož cílem je poskytnout informace jak o návštěvnosti internetu v České republice, tak i o sociodemografickém profilu návštěvníků v České republice.

Zadavatelem projektu je SPIR (Sdružení pro internetovou reklamu, <http://www.spir.cz>). Realizátorem projektu je společnost Mediaresearch, a. s. ve spolupráci se společností Gemius S.A.

SPIR je profesní sdružení působící v oblasti internetové reklamy od roku 2000. Skládá se ze dvou sekcí reprezentujících obě strany reklamního trhu – sekce internetových medií a sekce zadavatelů internetové reklamy. V současné době tvoří členská základna sdružení celkem 62 členů v obou sekcích. Kromě provozování jednotného, široce respektovaného výzkumu návštěvnosti a sociodemografického profilu návštěvníků internetu NetMonitor realizuje projekt monitoringu internetové reklamy AdMonitoring a v poslední době poskytuje globální odhady vývoje internetové inzerce u nás.