

Pressemitteilung

Pressekontakt:

Andreas Gutjahr
Büro: 040 22703-5470
E-Mail: andreas.gutjahr@faktenkontor.de

DAS DEUTSCHE INTERNET IST AMERIKANISCH

Google auch im August unangefochtene Nummer eins

Nürnberg, 30. September 2008

Die drei US-Giganten Google, Microsoft und eBay beherrschen das Web in Deutschlands Privathaushalten. Sie belegen im Online-Ranking im August unangefochten die ersten drei Plätze. Dies ergab die Untersuchung der „TOP 20 Parents“ mit denen der internationale Medien- und Marktforscher Nielsen Online darstellt, welche Konzerne mit Ihren Webangeboten die meisten Nutzer ansprechen.

Google ist von 80 Prozent der Surfer zuhause angeklickt worden. Zu dem Konzern gehören allerdings nicht nur die Suchmaschinen-Seiten, sondern auch zahlreiche weitere Unternehmen, unter anderem das Videoportal YouTube und die Blogging-Website Blogger. Websites des Zweitplatzierten Microsoft besuchten sechs von zehn Internet-Nutzern. Hierzu gehören sowohl die Microsoft-Websites selbst, als auch MSN, Windows Live Messenger und der Windows Media Player. Rund 55 Prozent waren bei den Websites des Dritten Unternehmens im Ranking, eBay, auf der Suche nach Schnäppchen, boten Dinge zum Verkauf oder nutzten Dienste wie PayPal oder Skype. Erst auf Platz vier findet sich mit der Deutschen Telekom ein heimisches Unternehmen. Der Bonner Konzern verzeichnete mit seinen verschiedenen Angeboten knapp 17 Millionen Besucher. Besonders beliebt waren die Inhalte von T-Online und die Scout24-Angebote.

Auch im Hochsommer macht Surfen Spaß

Insgesamt waren im August rund 36 Millionen Bundesbürger zuhause online, rund 750.000 mehr als noch im Mai. Auch die Nutzungsdauer ist weiter gestiegen – um zwanzig Minuten auf durchschnittliche 15,5 Stunden pro Nutzer. Mit etwa 33 Sitzungen pro Person wurde damit durchschnittlich mehr als einmal pro Tag der Computer zum Surfen hochgefahren. Die Freizeit wird also auch im Hochsommer zum Surfen genutzt.

Auch Wissen ist gefragt

Dabei werden besonders häufig die Seiten von großen, weltweit tätigen Medienunternehmen und Handelskonzernen angeklickt. Sie dominieren im TOP 20-Ranking. Dass das Internet aber nicht nur zur Unterhaltung und zum Einkauf genutzt wird, zeigt das gute Abschneiden der Wikimedia Foundation, die sich der Förderung des freien Wissens verschrieben hat. Mit ihren Wikipedias landete sie auf Platz sieben und wurde von knapp 13 Millionen Besuchern angeklickt. Durchschnittlich 13 Minuten verbrachten die Bundesbürger auf den Seiten der Non-Profit-Organisation.

Die Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck kann vor allem mit ihren Communities Schüler VZ und Studi VZ punkten und landete auf dem 11. Platz. Dabei rangierte StudiVZ (ca. 3,7 Millionen Besucher) knapp vor SchülerVZ (unter 3,1 Millionen). Seit Januar 2007 gehören die beiden erfolgreichen Communities zur Holtzbrinck-Gruppe.

Rang	PARENT	Unique Audience in Tsd.	Active Reach (%)
	TOTAL:	36.089	95,48
1	Google	30.097	79,63
2	Microsoft	23.004	60,86
3	eBay	20.692	54,75
4	Deutsche Telekom	16.615	43,96
5	United Internet	16.469	43,57
6	Time Warner	14.101	37,31
7	Wikimedia Foundation	12.892	34,11
8	ProSiebenSat.1	12.260	32,44
9	Bertelsmann	12.151	32,15
10	Arcandor AG	11.850	31,35
11	Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck	11.732	31,04
12	Amazon	11.711	30,98
13	Axel Springer AG	10.848	28,70
14	Yahoo!	10.455	27,66
15	Hubert Burda Media	10.340	27,36
16	OTTO	9.996	26,45
17	freenet AG	8.330	22,04
18	Lycos Network Europe	7.890	20,87
19	ARD	7.556	19,99
20	RealNetworks, Inc.	7.460	19,74

Quelle: Nielsen Online, NetView, home only, August 2008

Über Nielsen Online

Nielsen Online, ein Service von The Nielsen Company, liefert umfangreiche und unabhängige Messungen und Analysen von Online-Nutzern und -Werbung, Video, nutzergenerierten Inhalten und Konsumentenverhalten. Diese waren bisher unter den Marken Nielsen/NetRatings und BuzzMetrics bekannt. Mittels qualitativ hochwertigen, technologiebasierten Produkten und Dienstleistungen ermöglicht Nielsen Online seinen Kunden, wichtige Geschäftsentscheidungen im Hinblick auf das Internet, digitale Medien und Marketing auf eine solide Informationsbasis zu stützen. Für nähere Informationen besuchen Sie bitte www.nielsen-online.com.

Über The Nielsen Company:

The Nielsen Company ist ein globales Informations- und Medienunternehmen mit führenden Marktpositionen und anerkannten Marken in den Bereichen Marketing Information (ACNielsen), Media Information (Nielsen Media Research), Daten und Analysen zum Onlinemarkt (Nielsen Online, bestehend aus NetRatings und BuzzMetrics), detaillierte Einsichten in die Mobilbranche (Nielsen Mobile), Businessmedien (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek) und Fachmessen. Das Unternehmen ist in über 100 Ländern aktiv. The Nielsen Company befindet sich in Privatbesitz und verfügt über Zentralen in Haarlem (Niederlande) und New York (USA). Nähere Informationen finden Sie unter www.nielsen.com.