

Internetnutzung im Juni: Suchmaschinen und Portale dominieren

Senioren verbringen die meiste Zeit online

Wien – 23. Juli 2001 – ACNielsen eRatings.com veröffentlichte heute die Nielsen//NetRatings-Daten über die Internetnutzung im Juni. Nicht die Kids, sondern die Senioren verbringen hierzulande die meiste Zeit online. Suchmaschinen und Portale sind auch in Österreich die meistbesuchten Angebote.

Herr und Frau Österreicher verbrachten im Juni 6 Stunden und 23 Minuten online. Die längste Zeit im Internet verbringen nicht etwa die Jugendlichen, wie vielleicht vermutet werden könnte, nein - die Senioren (ab 65 Jahre) haben das Internet erobert und sind mit 8 Stunden 43 Minuten an der Spitze. Zu den beliebtesten Seiten der Senioren gehörten im Juni aon.at, google.com und orf.at.

Mit 14 Internetsitzungen monatlich liegt Österreich exakt im europaweiten Durchschnitt. Im Juni waren 41,87 % der Frauen online und haben mit fünf Stunden über zwei Stunden weniger Zeit im Internet verbracht als die Männer mit 7 Stunden 22 Minuten. Über 57 % der österreichischen Internetnutzer sind in der Altersgruppe von 25 – 49 Jahren zu finden. Die Anzahl der aktiven Internetnutzer, d.h. diejenigen, die ihren Anschluss auch tatsächlich genutzt haben, hat sich im Vergleich zum Vormonat mit einem Plus von 3,48 % nur leicht verändert. Europaweit ist die Zahl der Aktiven im Juni um 5,14 % gestiegen, in Deutschland sogar um 13 %.

Portale und Suchmaschinen

Im Internet-Markt gab es in den letzten Wochen einige Veränderungen im Bereich der Suchmaschinen und Portale zu verzeichnen. Suchmaschinen wie Fireball stellen künftig wieder die Suchfunktionen und nicht die redaktionellen Inhalte in den Mittelpunkt. Yahoo und Lycos hingegen bauen ihr umfangreiches Programm weiter aus. Die Strategie von MSN

scheint sich schon auszuzeichnen. MSN führt in Österreich nicht nur mit der Gesamtbesucherzahl von 369.473 Besuchern sondern weist auch mit 18 Minuten und 28 Sekunden die höchste Verweildauer unter allen Portalen und Suchmaschinen auf. Obwohl die großen internationalen Anbieter dominieren, gehören zu den beliebtesten österreichischen Domains in diesem Bereich auch aon.at (Platz 2) und austronaut.at (Platz 8).

Mit einer Reichweite von fast 75 % unter den aktiven Nutzern und rund 974,000 Besuchern im Juni sind Portale und Suchmaschinen unschlagbar die führende Kategorie in Österreich, gefolgt von Telekommunikations- und Internetservices mit 51,5 % und Nachrichten- und Informationsseiten mit knapp 49 %. Im Durchschnitt verbringen die Österreicher 8 Minuten und 33 Sekunden auf Portalen und Suchmaschinen.

Nielsen//NetRatings: Portale und Suchmaschinen im Juni 2001, Internetnutzung zuhause

Domain	Rang nach Besucherzahlen	Besucherzahlen	Durchschnittliche Verweildauer pro Person
msn.com	1	369.473	0:18:28
aon.at	2	252.945	0:07:30
google.com	3	241.279	0:10:17
yahoo.de	4	225.181	0:10:40
yahoo.com	5	186.417	0:13:00
msn.de	6	157.067	0:04:33
lycos.de	7	148.934	0:03:27
austronaut.at	8	124.952	0:05:51
lycos.at	9	121.942	0:05:58
altavista.com	10	110.422	0:05:39

Quelle: Nielsen//NetRatings, Juni 2001, Internetnutzung zuhause

Michael Schneider, Sales & Marketingdirektor bei ACNielsen eRatings.com: „Die Verweildauer auf den Portalen ist im Vergleich zu anderen Bereichen wie Finanzseiten oder Shoppingseiten relativ gering. Die größte Herausforderung für die Portale ist daher, durch den weiteren Ausbau von qualitativ hochwertigem Inhalt die Nutzer länger auf den Seiten zu halten. Mit dem Nielsen//NetRatings-Service können unsere Kunden genau sehen, welche Angebote innerhalb einer Domain verstärkt besucht werden und welche kaum Traffic generieren. Aufbauend auf den Daten können so Entscheidungen für und gegen bestimmte Inhalte getroffen werden“.

Nielsen//NetRatings

Nielsen//NetRatings misst die Internetnutzung und das Verhalten gegenüber Werbung im Internet in derzeit 27 Ländern. Damit werden rund 90% der weltweiten Internet-Gemeinde erfasst. In folgenden Ländern ist der Nielsen//NetRatings-Service bereits erhältlich: Australien, Belgien/Luxemburg, Brasilien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Hong Kong, Israel, Italien, Irland, Japan, Kanada, Mexiko, Neuseeland, Niederlande, Norwegen, Österreich, Schweden, Schweiz, Singapur, Spanien, Südkorea, Taiwan und USA. Die Anzahl der Internetnutzer in diesen Ländern beläuft sich auf circa 429 Millionen Menschen.

Durch die strategische Allianz zwischen NetRatings, Nielsen Media Research und ACNielsen ist es mit dem Nielsen//NetRatings-Service möglich, Daten in Echtzeit von weltweit mehr als 225.000 Personen mit Internet-Anschluss aufzuzeichnen. Das US-Panel besteht derzeit aus 62.000 Personen mit privatem Internetzugang und 8.000 Personen mit Internetanschluss am Arbeitsplatz. Das internationale Panel wird kontinuierlich weiterentwickelt und umfasst derzeit 155.000 Personen aus 27 Ländern mit Internetanschluss zuhause.

Nielsen//NetRatings verfügt über eine einzigartige Technologie, die es ermöglicht, sowohl die gesamte Internet-Nutzung als auch das Verhalten gegenüber Werbung zu messen, und liefert somit die aktuellsten, genauesten und umfassendsten Internet-Marktforschungsdaten. Basierend auf der geschützten Data-Collection-Technologie von NetRatings, dem über 50-jährigen Know-how in der Zuschauerforschung von Nielsen Media Research sowie der Erfahrung des in über 100 Ländern aktiven Marktforschungsunternehmens ACNielsen misst Nielsen//NetRatings das gesamte Spektrum der Internet-Nutzung.

ACNielsen eRatings.com

ACNielsen eRatings.com ist ein gemeinsames Unternehmen von ACNielsen und NetRatings Inc. (Nasdaq: NTRT). ACNielsen, ein Unternehmen der VNU N.V.-Gruppe, ist das weltweit führende Marktforschungsunternehmen und unterstützt die Kunden, zu denen führende Konsumgüterhersteller, Handel und Dienstleister, Unternehmen in der Medien- und Unterhaltungsbranche sowie die Internet-Community gehören. Basis für die Beratung sind Messungen und Analysen von Marktdynamik, Verbrauchereinstellungen und –verhalten sowie von neuen und klassischen Medien. NetRatings ist der führende Anbieter von Technologie für Messungen und Analysen für das Internet-Nutzungsverhalten. Mit dem Nielsen//NetRatings-Service stellt ACNielsen eRatings.com den ersten globalen Dienst zur Beobachtung von Werbeaktivitäten und Nutzerverhalten im Internet in mehr als 30 Ländern bereit.

NetRatings, Inc.

NetRatings (Nasdaq: NTRT) bietet Daten über und Analysen des Internet-Nutzungsverhaltens, die es dem Kunden ermöglichen, zielgerichtete Entscheidungen zu treffen. NetRatings stellt bislang unerreicht genaue Informationen in Echtzeit zur Verfügung, die bei einer repräsentativen Stichprobe von Internetnutzern erhoben und mit Hintergrund-Analysen und detaillierter flexibler Berichterstattung angereichert werden.