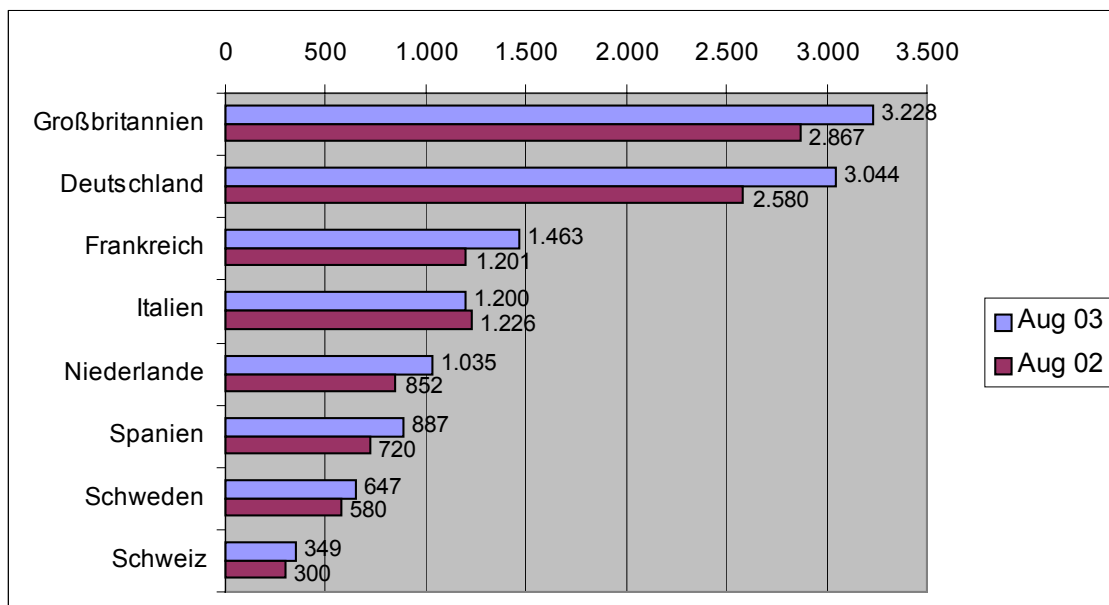


In Europa nutzen derzeit knapp zwölf Millionen Kinder und Jugendliche das Internet

Nürnberg, 09. Oktober: Die Anzahl Kinder und Jugendlicher, die das Internet nutzen, stieg in den letzten zwölf Monaten deutlich an: Im August diesen Jahres waren in Europa rund 11,8 Millionen Kids online, davon 3,4 Millionen im Alter unter 12 Jahren und 8,4 Millionen zwischen 12 und 17 Jahren. Dies zeigen die aktuellen Online-Nutzungsdaten von Nielsen//NetRatings, dem führenden Anbieter im Bereich der Internetforschung und -analyse.

In Großbritannien waren im August 2003 rund 3,2 Millionen Kids online. Das sind knapp 200.000 mehr als in Deutschland. Damit nimmt Großbritannien die Spitzenposition ein, gefolgt von Deutschland und Frankreich. Die höchste Zuwachsrate bei den jungen Surfern verzeichnet allerdings Spanien mit einem Anstieg von rund 23 Prozent: Während im August 2002 lediglich 720.000 spanische Kids das Internet besuchten, waren es ein Jahr später bereits knapp 890.000. Aber auch in Deutschland haben in den vergangenen zwölf Monaten mehr und mehr junge Surfer das Web für sich entdeckt. Mit einem Zuwachs von rund 18 Prozent waren im August diesen Jahres rund drei Millionen deutscher Kids im Netz unterwegs, wobei besonders die Gruppe der Teenager im Alter zwischen 12 und 17 Jahren stark zulegte. Insgesamt hat sich im letzten Jahr in Europa die Zahl der Kinder und Jugendlichen im Internet durchschnittlich um 15 Prozent erhöht. In manchen europäischen Ländern, wie beispielsweise in Spanien und Frankreich, war es aber die Gruppe der jüngsten Surfer unter 12 Jahren, die für einen Wachstumsschub bei der Zielgruppe der Online-Kids sorgte.

**Anzahl Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren im Internet (in Tausend)
verschiedene europäische Länder
Entwicklung zwischen August 2002 und August 2003**



Quelle: Nielsen//NetRatings Combined Panel in Großbritannien, Deutschland, Frankreich und Italien,
@home Panel in den Niederlanden, Spanien, Schweden und der Schweiz

„Mit zunehmender Reife und Etablierung des Internets wird das soziodemografische Profil der Surfer dem der europäischen Bevölkerung immer ähnlicher“, sagt Stefan Raum, Senior Director Sales & Marketing Central Europe. „Wir können feststellen, dass auch immer mehr Familien das Internet besuchen. Dies hängt unter anderem mit den zunehmend verfügbaren Breitbandanschlüssen und den neuen Tarifen zusammen. Wenn der Internetbesuch nicht mehr im Minutentakt abgerechnet wird, lässt man seine Kinder möglicherweise etwas länger und öfter das World Wide Web erkunden“, fügt Stefan Raum an.

Bei der Betrachtung der Online-Angebote mit einem überdurchschnittlichen Anteil an unter 18jährigen wird deutlich, dass junge Surfer die auf ihre Zielgruppe ausgerichteten Angebote nutzen. Auf Platz eins rangiert in Deutschland das Online-Angebot des Jugendmagazins BRAVO, gefolgt vom Webangebot des deutschen TV-Kindersenders KI.KA. Aber auch Spiele-Sites wie beispielsweise cheats.de zählen zu den beliebtesten Webangeboten der jungen Nutzer.

Top10 Brands/Channels (B/C) besucht von Kindern und Jugendlichen unter 18 Jahren, Deutschland, Quartal Juni - August 2003

	Anzahl Kinder unter 18 Jahren (in Tausend)	Anteil Kinder unter 18 Jahren (in Prozent)	Struktur-Index (100 = Anteil in der Grundgesamtheit)
BRAVO (B)	291	53,7	353
KI.KA (B)	245	40,6	267
cheats.de (B)	393	40,1	263
TOGGO(Super RTL) (C)	237	37,7	248
mogelpower.de (B)	258	37,6	247
Spieledownload.de (B)	264	37,3	245
Spieletips.de (B)	345	34,6	227
iboox (B)	260	32,5	214
sms.de (B)	237	30,9	203
MTV.com (C)	296	26,9	177

Quelle: Nielsen//NetRatings, @home Panel

„Viele der Angebote im Web, die auf junge Besucher ausgerichtet sind, zielen im Grunde auf die Gruppe der Teenager“, kommentiert Stefan Raum. „Aber wie unsere Analysen zeigen, erkunden auch die Jüngsten mehr und mehr das Web. Deshalb werden in den nächsten zwölf Monaten jene Angebote, die den Kindern gefallen - und denen auch ihre Eltern vertrauen - deutliche Nutzungsgewinne verbuchen können.“

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Nielsen//NetRatings

Stefan Raum, Senior Director Sales und Marketing Central Europe

Telefon: +49 (0) 911 520 97 0

E-mail: sraum@intl.netratings.com

Über Nielsen//NetRatings

NetRatings, Inc., (Nasdaq: NTRT) ist der Provider der Nielsen//NetRatings Services.

Nielsen//NetRatings ist der weltweit führende Anbieter von Internet-Nutzungsdaten. Aktuelle und umfassende Daten und Analysen liefern zuverlässige Informationen zur allgemeinen Entwicklung des Internets, zum Nutzungsverhalten und den Markenpräferenzen der Surfer sowie zur Effizienz von Online-Werbung. Auf der Basis von Panels in 13 Ländern berichtet Nielsen//NetRatings regelmäßig über das Nutzungsverhalten der Online-User in Nordamerika, Australien, Asien und Europa und deckt damit 70 Prozent der weltweiten Internetnutzung ab. Darüber hinaus bietet Nielsen//NetRatings standardisierte Berichte und Analysen sowie kundenindividuelle Auswertungen zu den internationalen Märkten und deren Entwicklungen an. Ebenso hat Nielsen//NetRatings mit WebRF ein global einsetzbares Instrument zur Mediaplanung in seinem Portfolio. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.nielsen-netratings.com.