



Pressemeldung

04. März 2004

## 55 Millionen Europäer "googeln" im Netz

Nürnberg, 04. März 2004: Derzeit nutzen mehr als 55 Millionen Europäer die Suchmaschine Google. Mit einer Reichweite von gut 47 Prozent ist Google damit ein fester Bestandteil der Internetnutzung. Dies zeigen die aktuellen Ergebnisse von Nielsen//NetRatings, dem führenden Anbieter auf dem Gebiet der Messung und Analyse von Internet-Nutzungsdaten.

Top 10 Such-Channels in Europa - Januar 04	Unique Audience	Active Reach	Pages per Person	Time per Person
Google Search	55,641,382	47.3%	52	0:15:24
MSN Search	27,151,382	23.1%	12	0:04:08
Yahoo! Search	12,676,097	10.8%	21	0:07:30
Google Image Search	10,275,673	8.7%	36	0:09:13
AOL Search	5,846,613	5.0%	20	0:09:05
Virgilio Ricerca	4,350,538	3.7%	24	0:07:57
T-Online Suche	3,898,809	3.3%	8	0:04:15
Voila Search	3,458,755	2.9%	17	0:08:03
Lycos Europe Search	3,117,113	2.7%	13	0:04:54
Microsoft Search	2,683,728	2.3%	3	0:01:51

Quelle: Nielsen//NetRatings European Index Januar 2004 \*

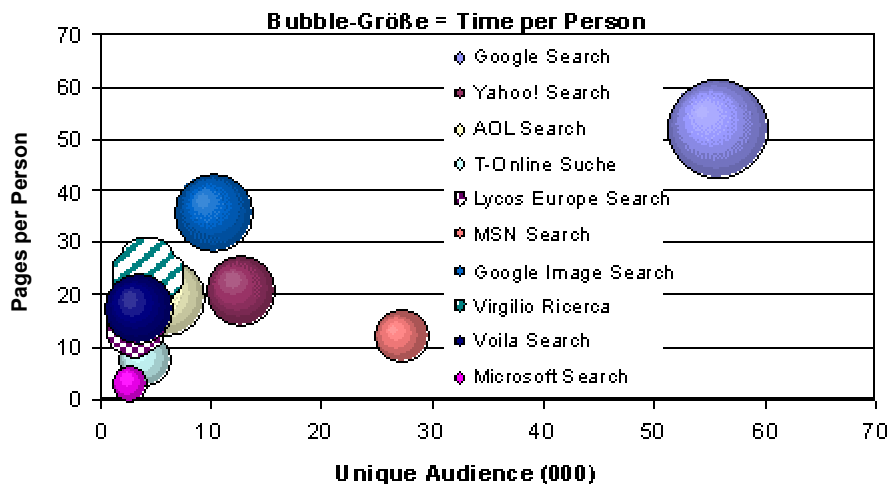
Wie das Bubble-Chart auf der folgenden Seite zeigt, ist Google unter den Top 10 der europäischen Suchangebote nicht nur die beliebteste Suchmaschine, sondern auch die Suchplattform, wo die Surfer die meisten Seiten aufrufen und die längste Zeit „googeln“.

Dass die Surfer vergleichsweise lange bei Google stöbern, zeigt die Nutzungsdauer von über fünfzehn Minuten im Januar diesen Jahres. Damit ist Google die einzige Suchmaschine, auf der sich Besucher länger als durchschnittlich 10 Minuten pro Monat aufhalten. An zweiter Stelle in der Hitliste nach Nutzungsdauer rangiert die Google Image Search mit rund neun Minuten, gefolgt von der AOL-Suche mit einer fast genauso langen Nutzungszeit.

Aber auch Suchfunktionen anderer Anbieter werden von Millionen von Surfern gerne genutzt. Dazu zählen beispielsweise die Suchfunktionen von MSN, Yahoo!, AOL, des italienischen Portals Virgilio und des deutschen Portals T-Online.



## Top 10 Such-Channels in Europa - Januar 04



Quelle: Nielsen//NetRatings European Index, Januar 2004 \*

“Googles Spitzenposition wirkt derzeit unantastbar. Aber einige der größten Anbieter im Internet entwickeln derzeit konkurrierende Suchtechnologien, was die Situation in diesem Marktsegment in den nächsten eineinhalb Jahren durchaus ändern kann. Beispielsweise hat Yahoo! in den USA vor kurzem seine neue Suchtechnologie YST auf den Markt gebracht und plant, diese in den kommenden Wochen auch in Europa einzuführen. Alles in allem wird es also sehr interessant sein, diesen Sektor und seine Entwicklung künftig zu beobachten”, sagt Tom Ewing, European Market Analyst.

\*Der Traffic der Suchmaschine Google kann auch DNS Error Seiten enthalten, die bei der Nutzungsmessung von Google nicht unterschieden werden können. Die Nutzungszahlen der MSN und Yahoo! Suchfunktionen sind um diese Daten bereinigt. Autosearch-Ergebnisse werden in unserer Definition der Suche berücksichtigt.

### Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Nielsen//NetRatings  
 Sonia López Sánchez, Senior Analyst  
 Telefon: +49 (0) 911 520 97-12  
 E-mail: slopez-sanchez@intl.netratings.com

### Über Nielsen//NetRatings

Nielsen//NetRatings ist der globale Standard für Internet-Nutzungsdaten und deren Analyse. 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. Ergänzend zum Audience Measurement Service NetView bietet Nielsen//NetRatings kundenindividuelle Auswertungen zu den internationalen Märkten und deren Entwicklungen an. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter [www.nielsen-netratings.com](http://www.nielsen-netratings.com).