

# DATEN UND FAKTEN ZUR INTERNETNUTZUNG IM FEBRUAR 2016 AUF BASIS VON NIELSEN NETRATINGS

Mit dem Schwerpunkt „Online Games“

## Nutzung von Online-Games

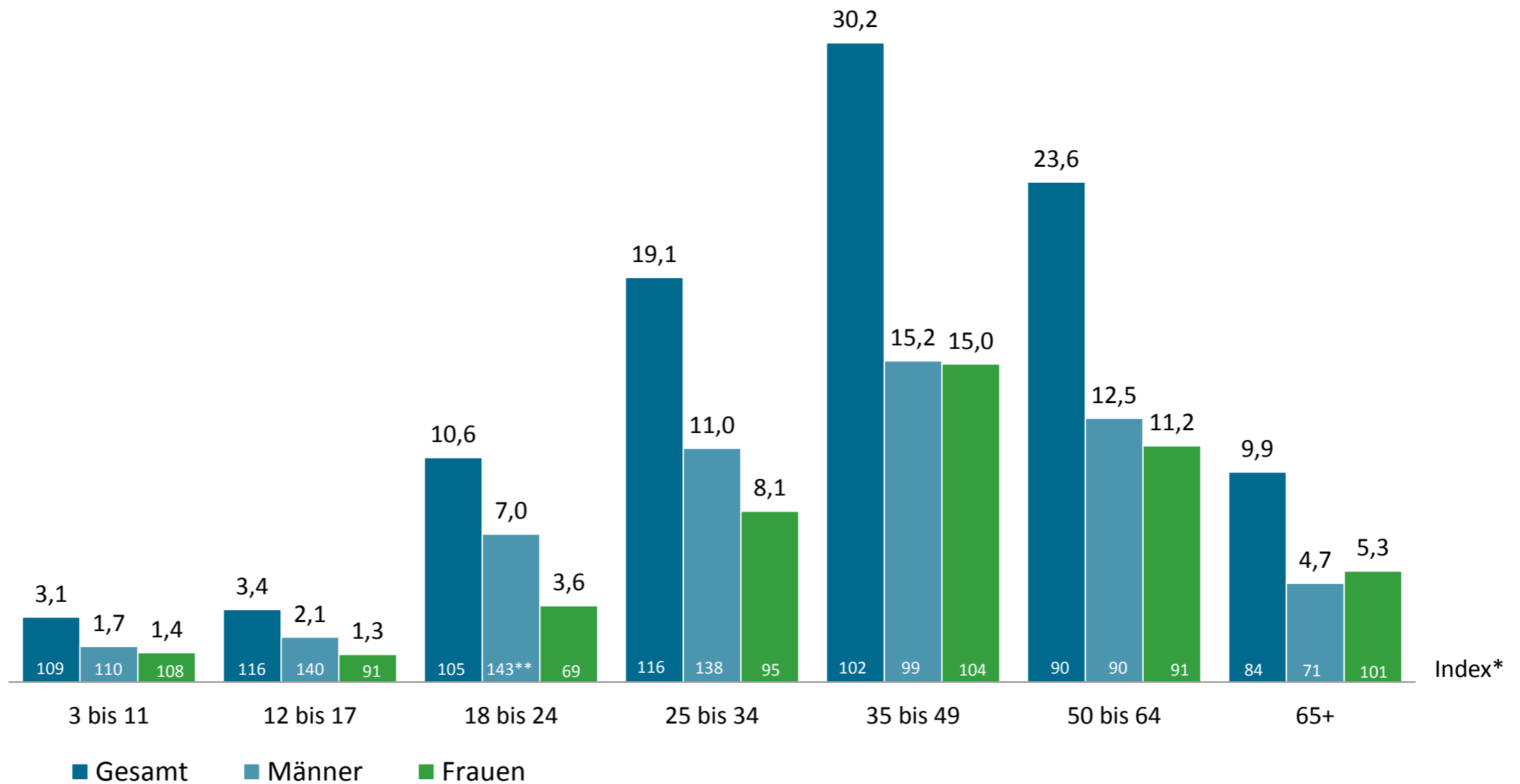
- > 17,1 Millionen Personen in Deutschland haben im Februar 2016 Online-Spiele-Seiten genutzt. Das entspricht einem Anteil von 32,1 Prozent aller aktiven Internetnutzer.
- > Die Nutzer von Online-Games-Portalen verweilten im Februar 2016 durchschnittlich über 9 Stunden auf den Seiten der entsprechenden Angebote. Dabei variiert die Nutzungsdauer stark in Abhängigkeit von Alter und Geschlecht.
- > Der Anteil der männlichen Nutzer von Online-Games ist in der Altersgruppe der 12 bis 34-Jährigen deutlich höher. Demgegenüber waren die weiblichen Online-Spielerinnen ab 65 Jahre im Februar 2016 stärker vertreten.
- > Die Nutzung von Online-Games im Jahresverlauf zeigt, dass die Anzahl der Netto-Nutzer und die Verweildauer nicht proportional verlaufen.
- > Bezogen auf die Berufsstruktur der Nutzer von Online-Spiele-Seiten zeigt sich, dass Arbeitslose und Hausfrauen/-männer etwas überrepräsentiert und Akademiker im Beruf deutlich unterrepräsentiert sind.
- > Im Februar 2016 waren die Nutzer von Online Games mit einer Abitur etwas unterrepräsentiert im Vergleich zu den Personen mit einem Volks- /Hauptschulabschluss.

## Eckdaten zur Nutzung von Online-Games

	Januar 2016	Februar 2016	Veränderung in %
Unique Audience (in Mio.)	17,6	17,1	-2,8%
Active Reach (%) (Anteil aller im Internet aktiven Internetnutzer)	32,5	32,1	-1,2%
Sessions/Visits pro Person	18	18	0,0%
Time Per Person (hh:mm:ss)	09:22:11	09:22:05	0,0%
Total Minutes (000)	9.886.078	9.616.284	-2,7%
Total Page Views (000)	3.961.654	5.226.209	31,9%

# Nutzerstruktur von Online-Games

Angaben in Prozent

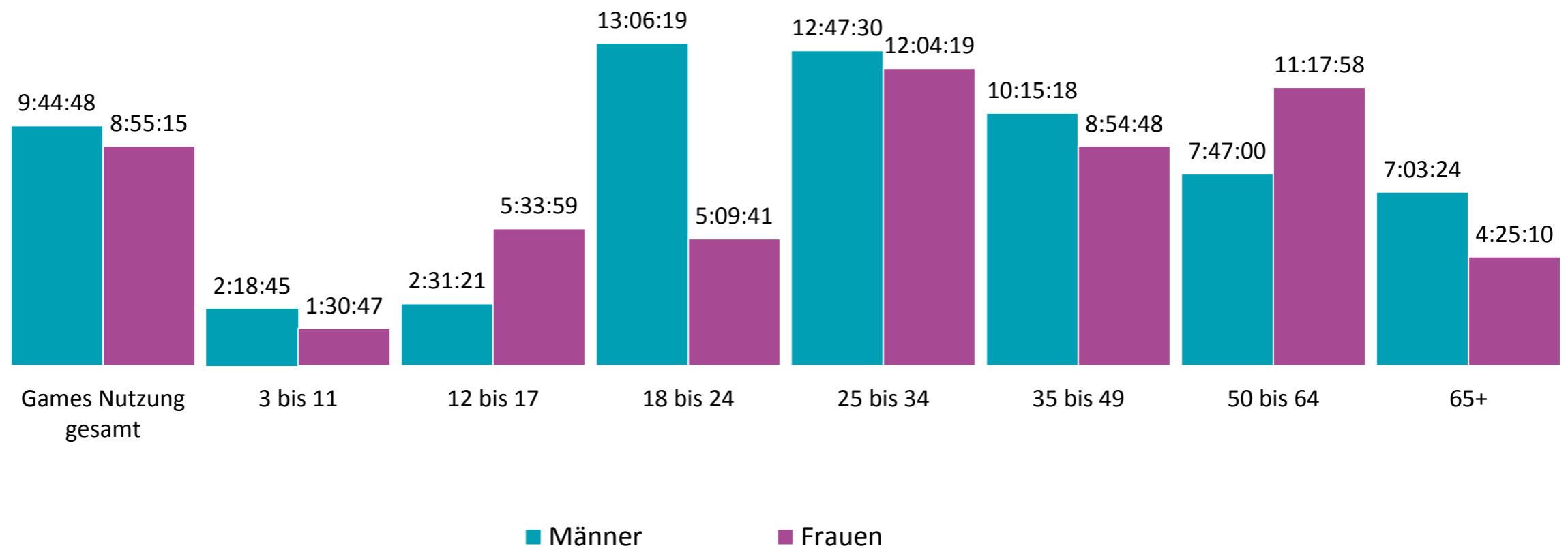


\* Affinitätsindex

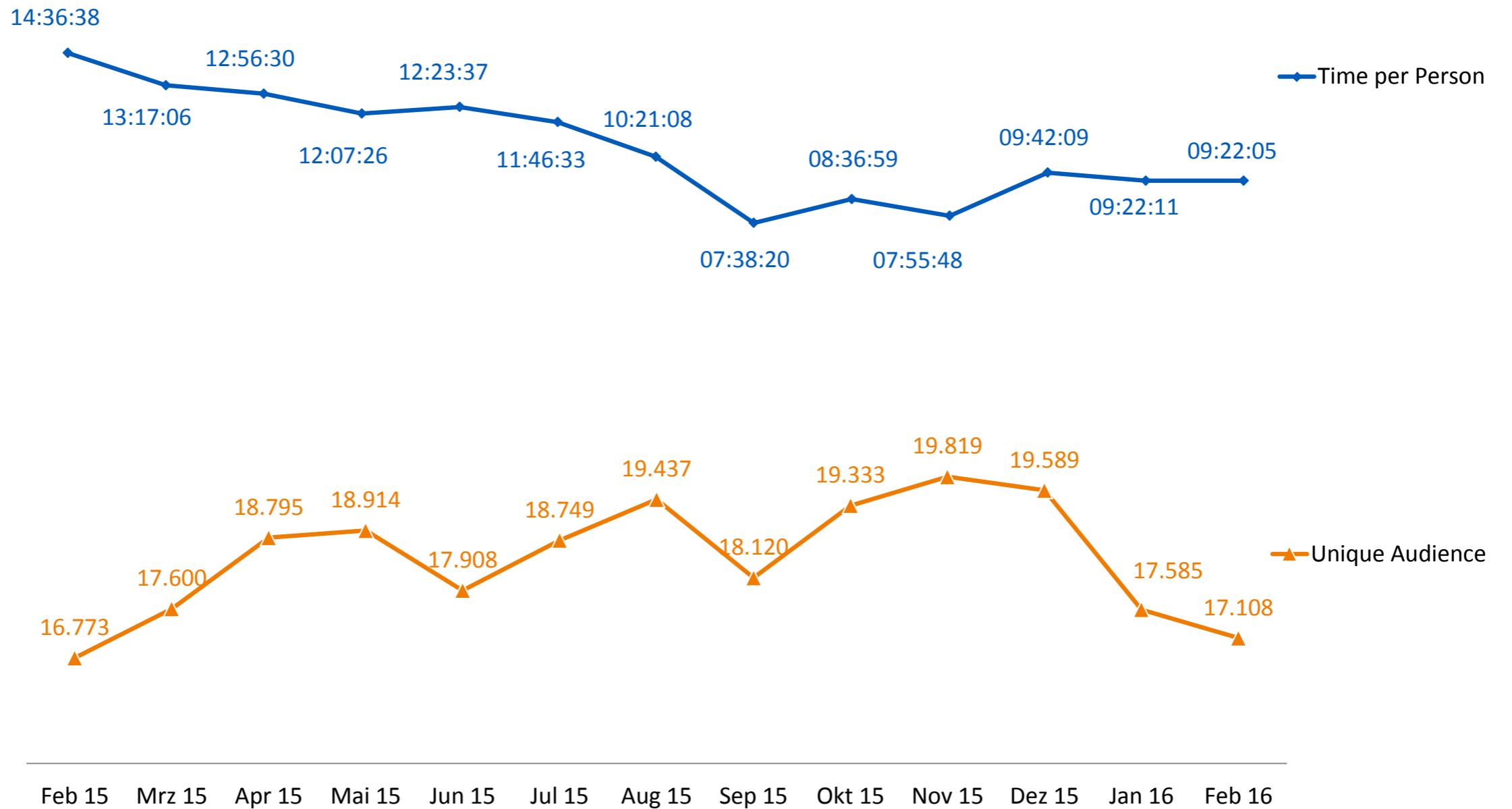
\*\* Lesebeispiel Affinitätsindex: Der Anteil der männlichen Nutzer von Online-Games in der Altersgruppe der 18 bis 24 Jährigen ist um 43 Prozent höher als der Anteil der männlichen Internetnutzer in der entsprechenden Altersgruppe (=100)

# Nutzung von Online-Games nach Alter und Geschlecht

Durchschnittliche Nutzung in Std./Min./Sek.

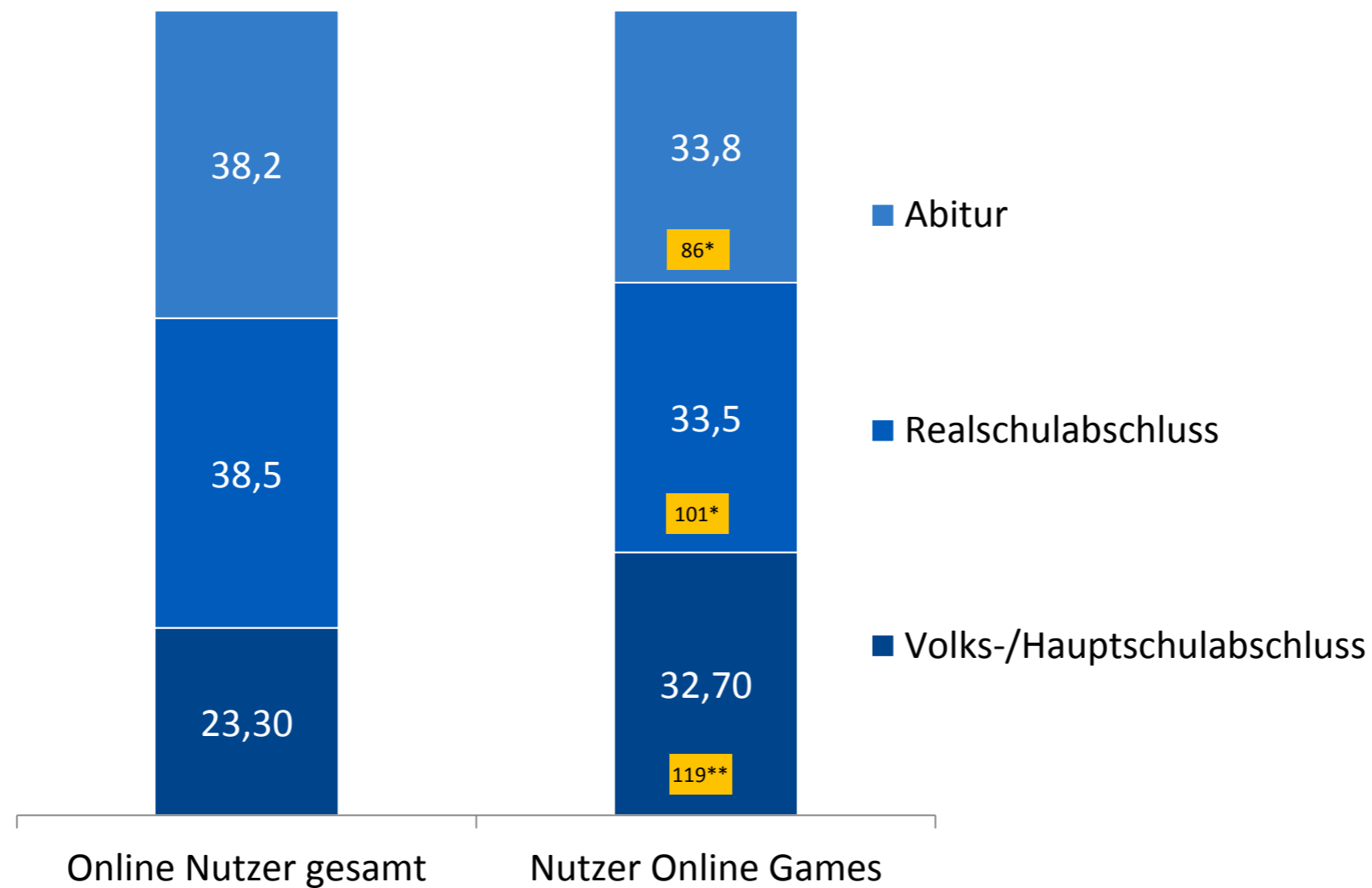


# Nutzung von Online-Games im Jahresverlauf



# Nutzerstruktur von Online-Games nach Bildung

Unique Audience Composition (%)

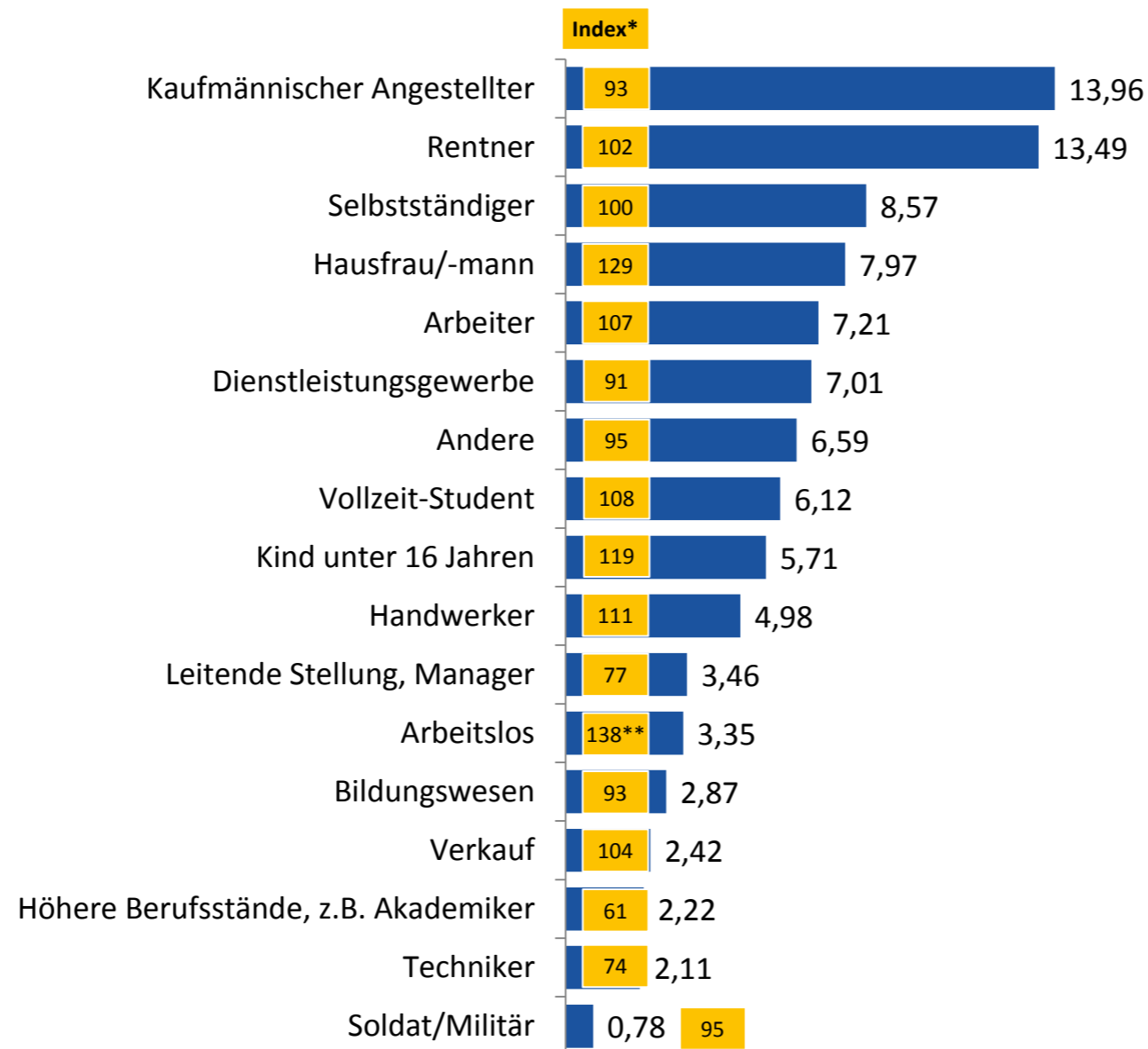


\* Affinitätsindex

\*\* Lesebeispiel Affinitätsindex: Der Anteil der Personen mit einem Volks-/Hauptschulabschluss an den Online-Gamern ist um 19 Prozent höher als der Anteil der Personen mit einem Volks-/Hauptschulabschluss an allen Internetnutzern(=100)

# Nutzerstruktur von Online-Games nach Beruf

Unique Audience Composition (%)



\* Affinitätsindex

\*\* Lesebeispiel Affinitätsindex: Der Anteil der Arbeitslosen an den Online-Gamern ist um 38 Prozent höher als der Anteil der Arbeitslosen an allen Internetnutzern (=100)



## Nutzung von Online-Games

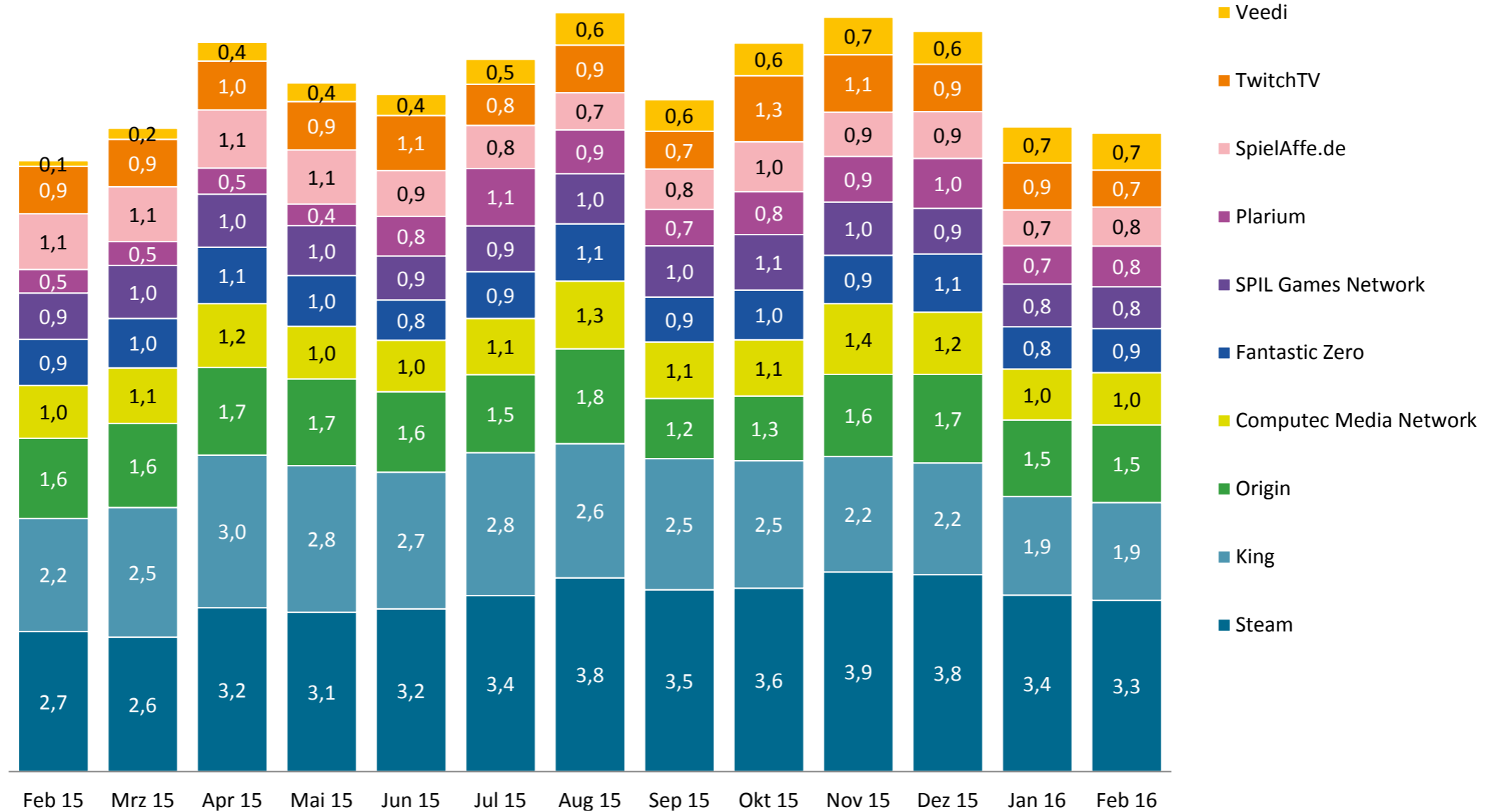
- > Den ersten Platz im Ranking der Top 25 reichweitenstärksten Online-Games-Angebote in Deutschland nimmt die Online-Vertriebsplattform Steam mit 3,3 Mio. Nutzern im Februar 2016 ein. Das sind sechs Prozent aller aktiven Internetnutzer. Steam ermöglicht den Nutzern u.a. PC-Spiele herunterzuladen. So kann das Spiel „Counter-Strike“ über Steam erworben und gewartet werden.
- > Bezüglich der Nutzungsdauer verzeichnete das Onlinespiel *League of Legends* im Februar 2016 die meiste Spielzeit, gefolgt von dem Spieleportal King.
- > Das Live-Streaming-Portal für Videospiele Twitch.tv erreichte im Februar 2016 eine Reichweite von 718.000 Unique User, die im Durchschnitt 3 Stunden und 37 Minuten auf dem entsprechenden Angebot verbrachten. Dabei verweilten Männer und Frauen auf Twitch.tv nahezu gleich lang.

# Nutzung der Top 25 Angebote in der Kategorie Online-Games im Februar 2016

Rank	Site/Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach in %	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss
1	Steam	3.326	6,2	266.513	01:20:07
2	King	1.901	3,6	907.603	07:57:32
3	Origin	1.510	2,8	27.710	00:18:20
4	Computec Media Network	1.016	1,9	14.926	00:14:41
5	Fantastic Zero	855	1,6	19.727	00:23:04
6	SPIL Games Network	814	1,5	127.682	02:36:54
7	Plarium	792	1,5	24.825	00:31:20
8	SpielAffe.de	757	1,4	43.562	00:57:32
9	TwitchTV	718	1,3	156.099	03:37:19
10	Veedi	715	1,3	36.006	00:50:22
11	League of Legends	709	1,3	1.261.775	29:40:08
12	GamePro Media	696	1,3	14.296	00:20:32
13	gamona	694	1,3	14.450	00:20:49
14	Ubisoft Entertainment	694	1,3	190.353	04:34:18
15	Blizzard Entertainment	678	1,3	377.729	09:17:03
16	Spieletipps.de	677	1,3	17.326	00:25:35
17	Upjers.com	673	1,3	83.501	02:04:04
18	Bigpoint Network	616	1,2	307.915	08:19:54
19	Dingit.tv	597	1,1	2.360	00:03:57
20	EA - Electronic Arts Online	554	1,0	50.425	01:31:01
21	Jetztspielen	500	0,9	63.940	02:08:00
22	BIGPOINT Sites	494	0,9	293.374	09:53:22
23	GameSpot Network	452	0,8	3.327	00:07:21
24	Big Fish Games	442	0,8	25.527	00:57:43
25	T-Online Spiele	441	0,8	44.651	01:41:13

# Reichweitenentwicklung der Top 10 Online-Spiele-Portale

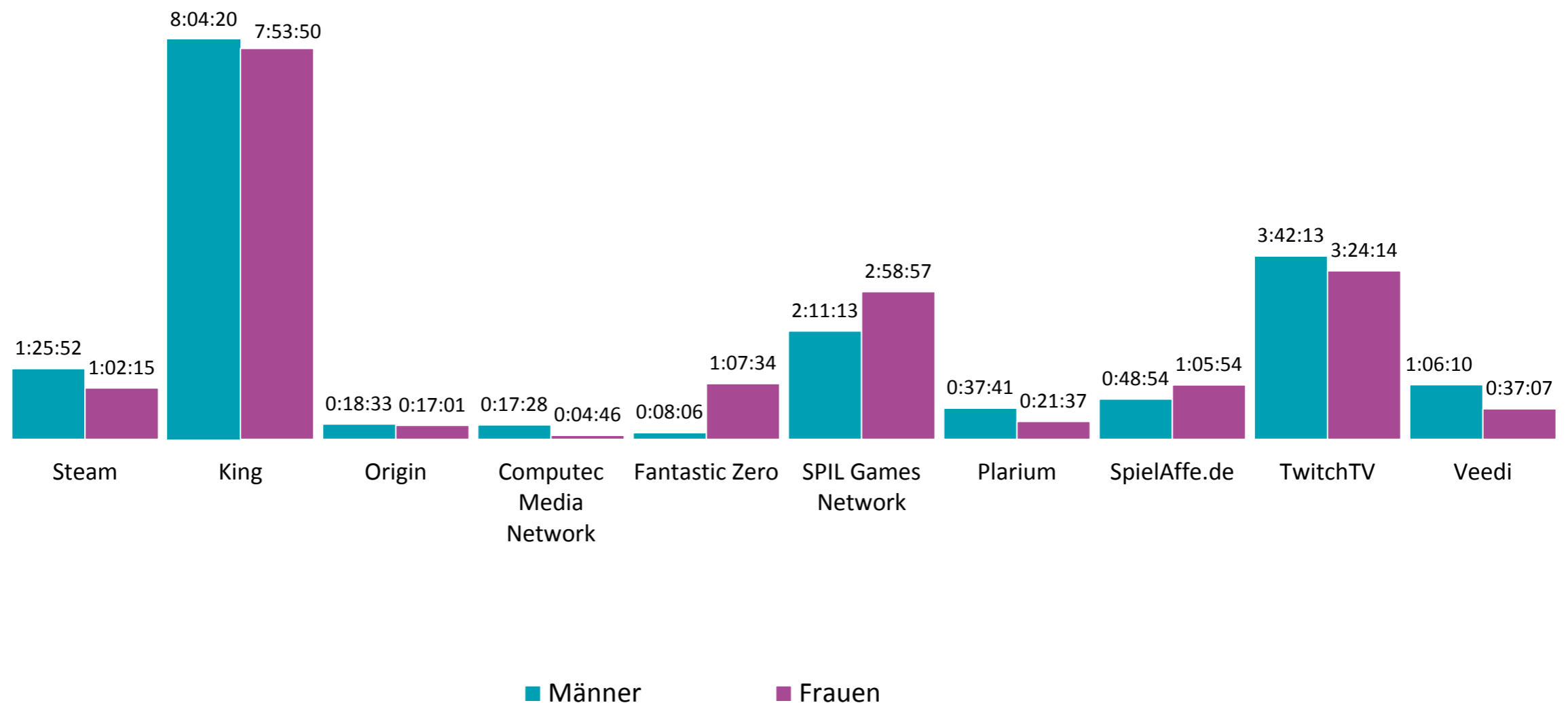
Unique User in Mio.



\*) Aufgrund methodischer Neuerungen sind die Daten ab April 2015 mit den Vormonaten nur bedingt vergleichbar.

# Verweildauer auf den Top 10 Online-Spiele-Portalen nach Geschlecht

Durchschnittliche Verweildauer pro Person im Februar 2016 in Std./ Min./ Sek.

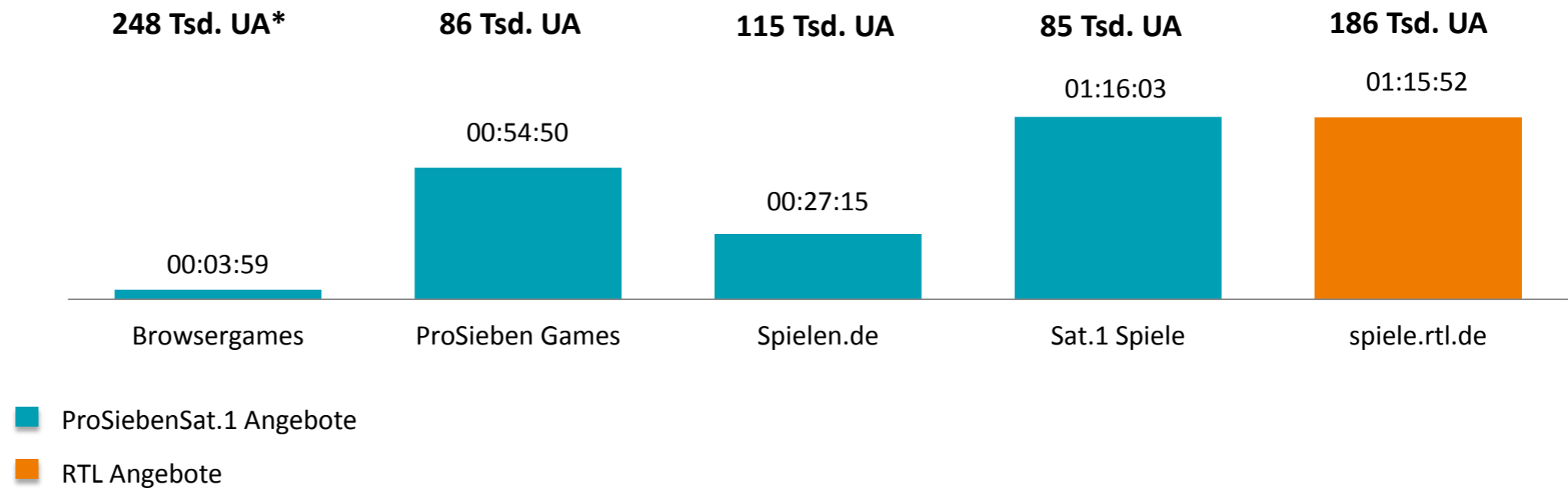


## Nutzung der Online-Spiele-Portale von ProSiebenSat.1 und RTL

- > Zu dem Online-Portfolio der privaten deutschen Fernsehkonzerne ProSiebenSat.1 und Mediengruppe RTL gehören auch diverse Online-Spiele-Seiten.
- > Das Spieleportal Browsergames von ProSiebenSat.1 erzielte im Februar 2016 eine Reichweite von 248.000 Unique User. Die Online-Spieler verbrachten aber durchschnittlich nur ca. 4 Minuten auf den Seiten dieses Angebots. Weitere Online-Spiele-Seiten des Medienunternehmens sind Spielen.de (115 Tsd. UA), ProSieben Games (86 Tsd. UA), Sat.1 Spiele (85 Tsd. UA).
- > Das Spiele-Angebot von RTL spiele.rtl.de erzielte im Februar 2016 eine Nutzerzahl von 186 Tsd. Unique User, die im Durchschnitt 1 Stunde und 15 Minuten auf der Seite verbrachten.

# Nutzung ausgewählter Online-Spiele-Portale von ProSiebenSat.1 und RTL

Durchschnittliche Verweildauer pro Person im Februar 2016 in Stunden/ Minuten/ Sekunden:



\*) Unique Audience

# Eckdaten der Internetnutzung

## Allgemeine Eckdaten Februar 2016

## Eckdaten der Internetnutzung

- > 66,2 Millionen Personen in Deutschland (81,2 Prozent der Bevölkerung) verfügten im Februar 2016 über die technische Möglichkeit, über einen PC im Internet zu surfen.
- > 53,4 Millionen Personen (65,5 Prozent der Bevölkerung) ab 3 Jahre in Haushalten mit Internet-Zugang haben im Februar 2016 das World-Wide-Web und/oder eine Applikation genutzt.
- > Die durchschnittliche Internet-Nutzungsdauer pro Person lag im Februar 2016 bei ca. 48 Minuten.
- > Nielsen Digital Content Measurement wertet nur die stationäre Internetnutzung aus. Mobile Internetnutzer, die über Smartphones oder Tablet PCs im Internet surfen, werden nicht berücksichtigt.



## Eckdaten der Internetnutzung

	Januar 2016	Februar 2016	Veränderung in %
Active Digital Media Universe (in Mio.)	54,1	53,4	-1,5
Current Digital Media Universe Estimate (in Mio.) (verfügen über einen PC mit Internetzugang)	66,2	66,2	0,0
Session/Visits pro Person	38	37	-4,0
Besuchte Domains pro Person	64	63	-1,1
Page Views pro Person	1.105	1.091	-1,3
Internet-Nutzungsdauer pro Person/Tag	00:45:35	00:47:56	-1,6
Nutzungsdauer pro Web-Seite	00:01:08	00:01:09	0,9
Anzahl Personen im Nielsen Online-Panel	16.715	16.902	1,1

## Nutzung der Top 50 Marken bzw. Angebote im Internet im Februar 2016

- > Gemessen an der Unique Audience wird die Liste der Top 50 Seiten im Internet im Februar 2016 von Google angeführt, dessen Reichweite 38,7 Mio. Unique User betrug. Das entspricht einem Anteil von 72,6 Prozent aller aktiven Internetnutzer.
- > Jeder Zweite aktive Internetnutzer besuchte mindestens einmal in Februar 2016 das Online Angebot Amazon, das mit einer Reichweite von 26,2 Mio. Unique User Platz zwei in diesem Ranking erreichte.
- > Das soziale Netzwerk Facebook verzeichnete im Februar 2016 eine Nutzerzahl von 17,9 Mio. Unique User und erzielte dadurch die Position sechs unter den reichweitenstärksten Online Angeboten.
- > Gefolgt wird Facebook von der Videoplattform YouTube mit einer Reichweite von 16,8 Mio. Unique User, die im Durchschnitt über 2 Stunden auf der Plattform verbrachten.
- > Unter den Top 15 der reichweitenstärksten Marken im Internet sind im Februar 2016 sechs deutsche Marken vertreten. Gemessen an der Reichweite ist T-Online das erfolgreichste deutsche Angebot. Mit 12,7 Mio. Unique User belegt es den achten Rang. Die Angebote von Gruner + Jahr Publishing Network (12,3 Mio. Nutzer) und gutefrage.net (11,4 Mio. Nutzer) erreichen die Plätze 9 und 11 in diesem Ranking. Web.de weist 11,3 Mio. Nutzer auf. Burda Consumer Tech Group erreicht eine Reichweite von 10,2 Mio. Unique User. Den Platz 14 nimmt das Internetportal GMX mit einer Nutzerzahl von 8,9 Mio. Nutzern.

## Nutzung der Top 50 Marken bzw. Angebote im Internet im Februar 2016

Rank	Site/Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach in %	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss
1	Google	38.716	72,6	3.774.914	01:37:30
2	Amazon	26.195	49,1	1.454.223	00:55:30
3	MSN/Outlook/Bing/Skype	22.603	42,4	2.091.674	01:32:32
4	Microsoft	21.159	39,7	691.300	00:32:40
5	eBay	19.899	37,3	2.422.352	02:01:44
6	Facebook	17.948	33,6	5.660.886	05:15:24
7	YouTube	16.802	31,5	2.396.794	02:22:38
8	T-Online	12.676	23,8	1.112.464	01:27:45
9	Gruener + Jahr Publishing Network	12.330	23,1	220.006	00:17:50
10	Wikipedia	11.974	22,4	231.678	00:19:20
11	gutefrage.net	11.428	21,4	99.226	00:08:40
12	Web.de	11.340	21,3	1.195.755	01:45:26
13	Burda Consumer Tech Group	10.202	19,1	118.604	00:11:37
14	GMX	8.870	16,6	874.497	01:38:35
15	eBay Kleinanzeigen	8.210	15,4	403.695	00:49:10
16	PayPal	8.113	15,2	94.566	00:11:39
17	RTL Network	8.076	15,1	235.575	00:29:10
18	FOCUS Online	7.506	14,1	150.944	00:20:06
19	Sparkassen	7.450	14,0	281.904	00:37:50
20	Bild.de	6.192	11,6	450.285	01:12:43
21	Apple	6.078	11,4	146.946	00:24:10
22	Yahoo	5.779	10,8	343.303	00:59:24
23	Blogger	5.597	10,5	78.652	00:14:03
24	SPIEGEL ONLINE	5.501	10,3	255.335	00:46:25
25	DB Bahn	5.346	10,0	154.357	00:28:52

## Nutzung der Top 50 Marken bzw. Angebote im Internet im Februar 2016

Rank	Site/Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach in %	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss
26	Computerbild	5.239	9,8	58.914	00:11:14
27	Telekom Deutschland	5.213	9,8	66.358	00:12:43
28	Videolan	5.198	9,7	634.503	02:02:04
29	Dropbox	5.149	9,7	37.882	00:07:21
30	OTTO	5.115	9,6	93.001	00:18:11
31	DHL	5.083	9,5	68.767	00:13:31
32	AOL Media Network	4.689	8,8	281.570	01:00:03
33	Idealo	4.519	8,5	37.067	00:08:12
34	Das Örtliche	4.502	8,4	36.436	00:08:05
35	Mode Media Germany Websites	4.499	8,4	80.287	00:17:50
36	Lidl	4.241	8,0	54.265	00:12:47
37	ImmobilienScout24	4.231	7,9	163.760	00:38:42
38	Adobe	4.153	7,8	22.352	00:05:22
39	Deutsche Universitäten	4.149	7,8	109.535	00:26:24
40	Tomorrow Focus AG	4.108	7,7	44.867	00:10:55
41	DasTelefonbuch	4.075	7,6	17.653	00:04:19
42	Welt Online	4.045	7,6	75.963	00:18:46
43	Bauer Publishing Network	4.011	7,5	61.036	00:15:13
44	OneDrive	3.969	7,4	10.988	00:02:46
45	meinstadt.de	3.916	7,3	32.890	00:08:23
46	Georg von Holtzbrinck Publishing Network	3.915	7,3	80.739	00:20:37
47	Ask Search Network	3.891	7,3	46.790	00:12:01
48	Deutsche Post	3.878	7,3	37.199	00:09:35
49	Postbank	3.861	7,2	109.770	00:28:25
50	Check24	3.751	7,0	47.895	00:12:46