

DATEN UND FAKTEN ZUR INTERNETNUTZUNG IM JUNI 2016 AUF BASIS VON NIELSEN DIGITAL CONTENT MEASUREMENT

Mit dem Schwerpunkt „Videoportale im Internet“

Nutzung von Video Sharing Plattformen

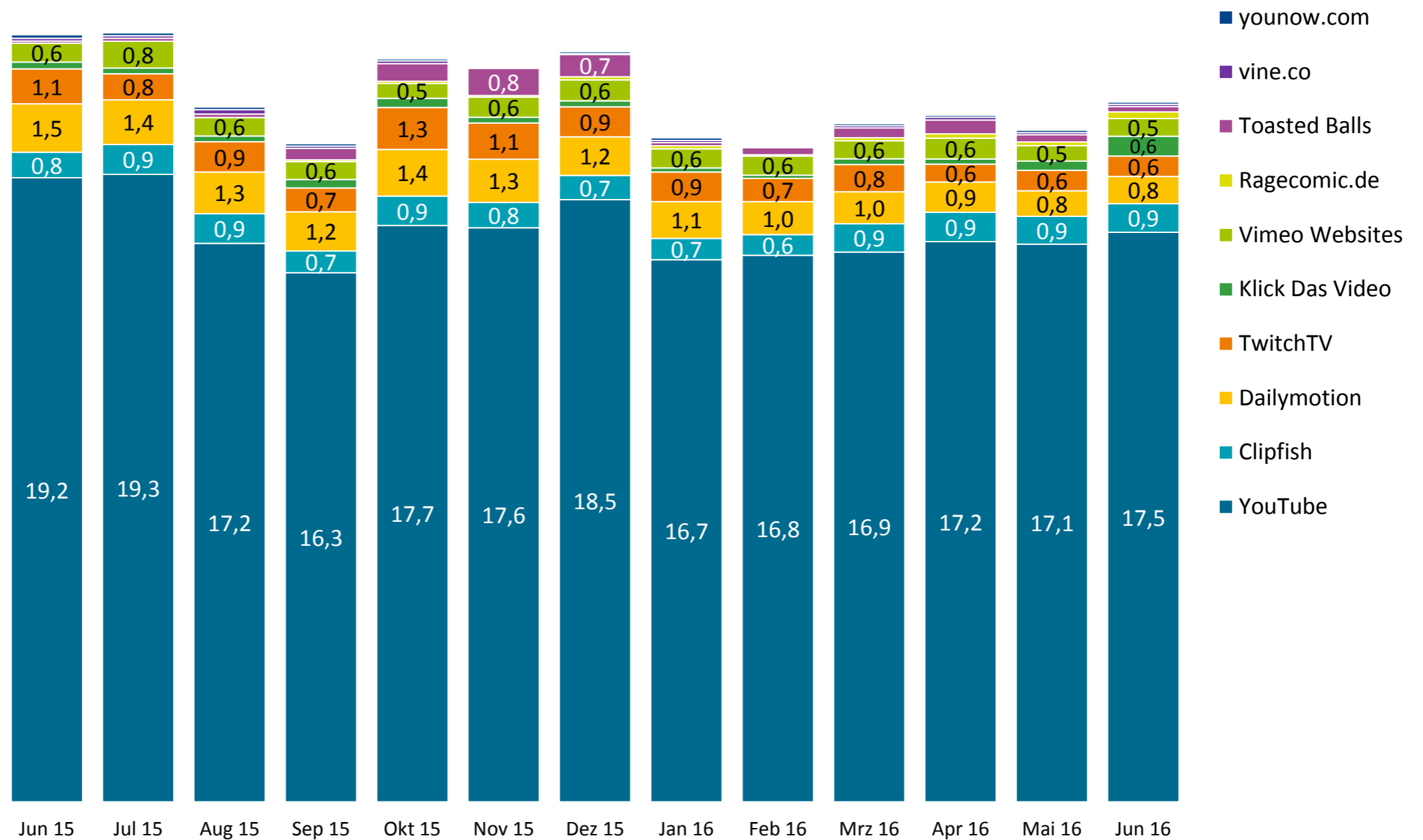
- > Auf Video Sharing Plattformen können sowohl User Generated Content als auch TV-Sendungen, Filme, Serien, Musikvideos etc. von Nutzern oder Betreibern hochgeladen bzw. als Live-Stream gesehen/übertragen werden.
- > YouTube war mit einer Reichweite von 17,5 Mio. Unique User im Juni 2016 mit großem Abstand Marktführer unter den Videoportalen im Internet. Jeder dritte aktive Internetnutzer verbrachte im Schnitt über 2,5 Stunden auf YouTube. Die Nutzung von YouTube auf stationären PCs sank allerdings im Vergleich zum Vorjahr um knapp 9 Prozent.
- > Das zu RTL-Network gehörende Videoportal Clipfish erreichte 878 Tsd. Unique User, gefolgt von Dailymotion mit 840 Tsd. Unique User. Im Jahresverlauf verlor Dailymotion deutlich an Reichweite (-46,7 Prozent zum Vorjahr).
- > Twitch TV, ein Live-Streaming-Videoportal zur Übertragung von Videospielen, verzeichnete 628 Tsd. Unique User. Diese verbrachten im Durchschnitt knapp 2,5 Stunden auf der Seite.

Top 15 ausgewählter Video Sharing Portale

Rank	Site/Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach in %	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss
1	YouTube	17.511	31,5	2.769.064	02:38:08
2	Clipfish	878	1,6	15.293	00:17:24
3	Dailymotion	840	1,5	8.292	00:09:51
4	TwitchTV	628	1,1	92.875	02:27:49
5	Klick Das Video	609	1,1	7.268	00:11:56
6	Vimeo Websites	543	1,0	4.228	00:07:47
7	Ragecomic.de	206	0,4	2.231	00:10:49
8	Toasted Balls	164	0,3	957	00:05:50
9	vine.co	70	0,1	228	00:03:15
10	younow.com	69	0,1	1.647	00:23:58
11	Plays.tv	61	0,1	508	00:08:19
12	LiveLeak.com	54	0,1	336	00:06:09
13	RuTube	48	0,1	639	00:13:15
14	MyVidster	47	0,1	879	00:18:52
15	Ustream.tv	45	0,1	317	00:07:01

Reichweitenentwicklung der Top 10 Video Sharing Portale

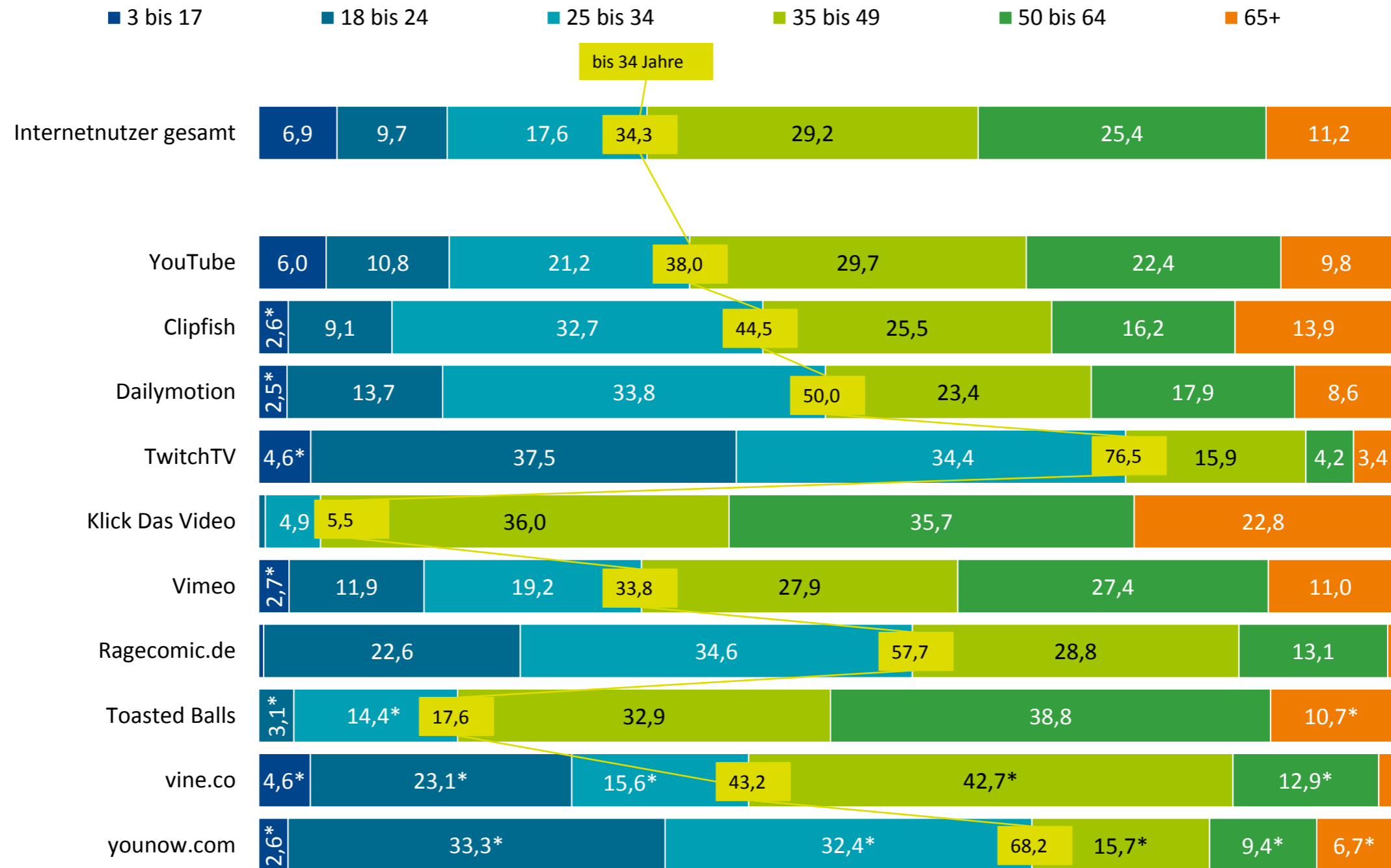
Unique Audience in Mio.



Nutzerstruktur der Video Sharing Portale

- > Unter den Top 10 Video Sharing Portale weist Twitch TV die jüngsten Nutzer auf. Drei Viertel der Nutzer von Twitch TV sind jünger als 35 Jahre. Die ältesten Nutzer haben die Portale Klick das Video und Toasted Balls.
- > Im Bezug auf die Geschlechterverteilung zeigt sich, dass die Männer unter den Nutzern von Toasted Balls, Twitch TV, Ragecomic.de und Younow.com deutlich in der Überzahl sind.
- > Betrachtet man die Verweildauer auf YouTube nach Alter und Geschlecht, so zeigt sich, dass männliche Nutzer zwischen 18 und 24 Jahren die Plattform besonders lang nutzen.
- > Die Nutzer des Video-Gaming Portals Twitch TV sind überwiegend männlich und zwischen 18 und 34 Jahre alt. Zudem verweilt diese Nutzergruppe auch am längsten auf der Plattform.

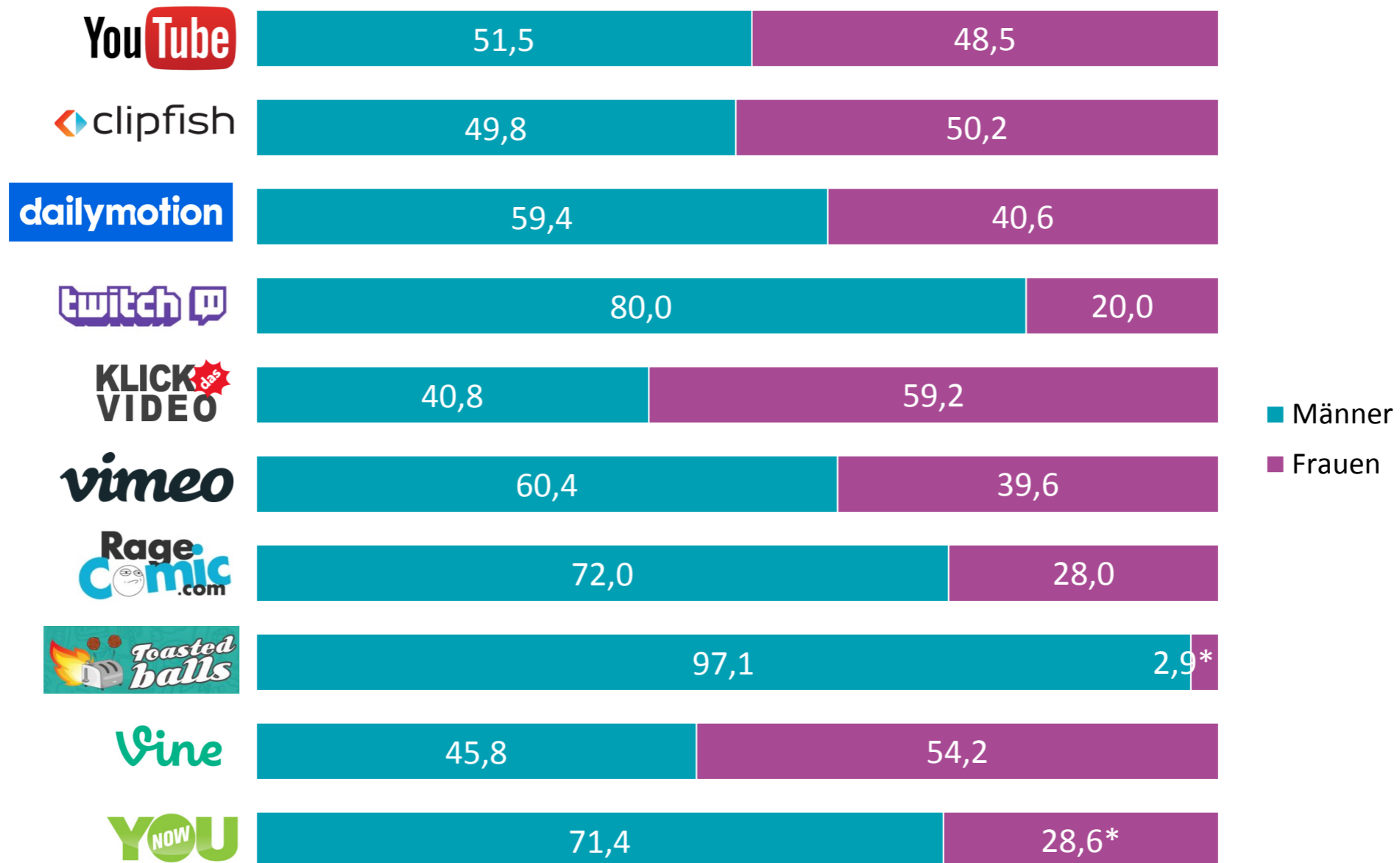
Altersstruktur der Top 10 Video Sharing Portale



*unzureichende Fallzahl für eine zuverlässige Hochrechnung

Geschlechterverteilung der Top 10 Video Sharing Portale

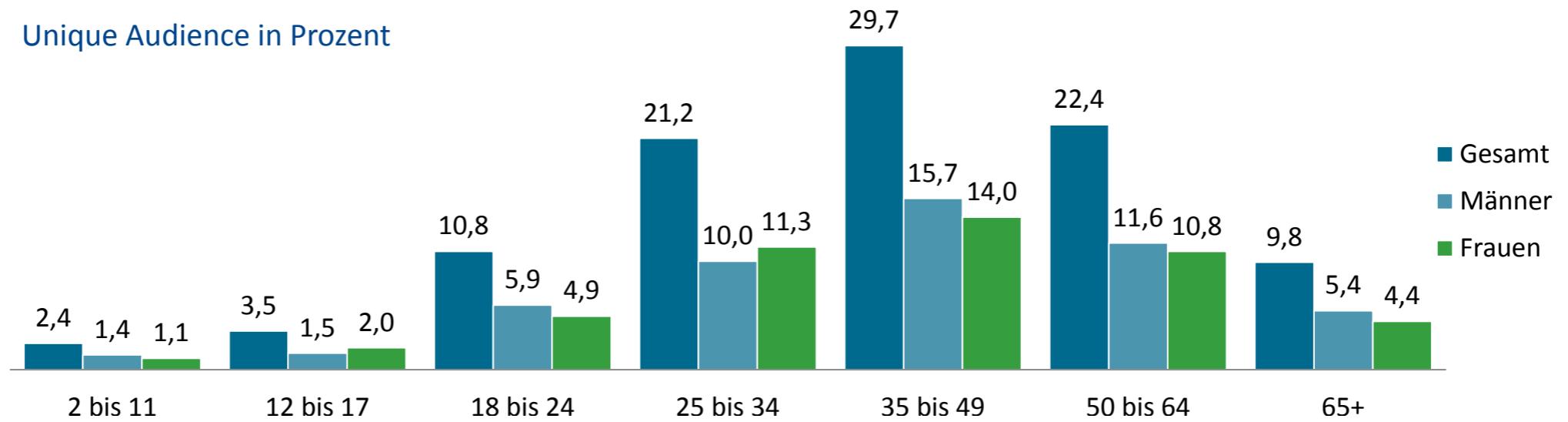
Unique Audience Composition (%)



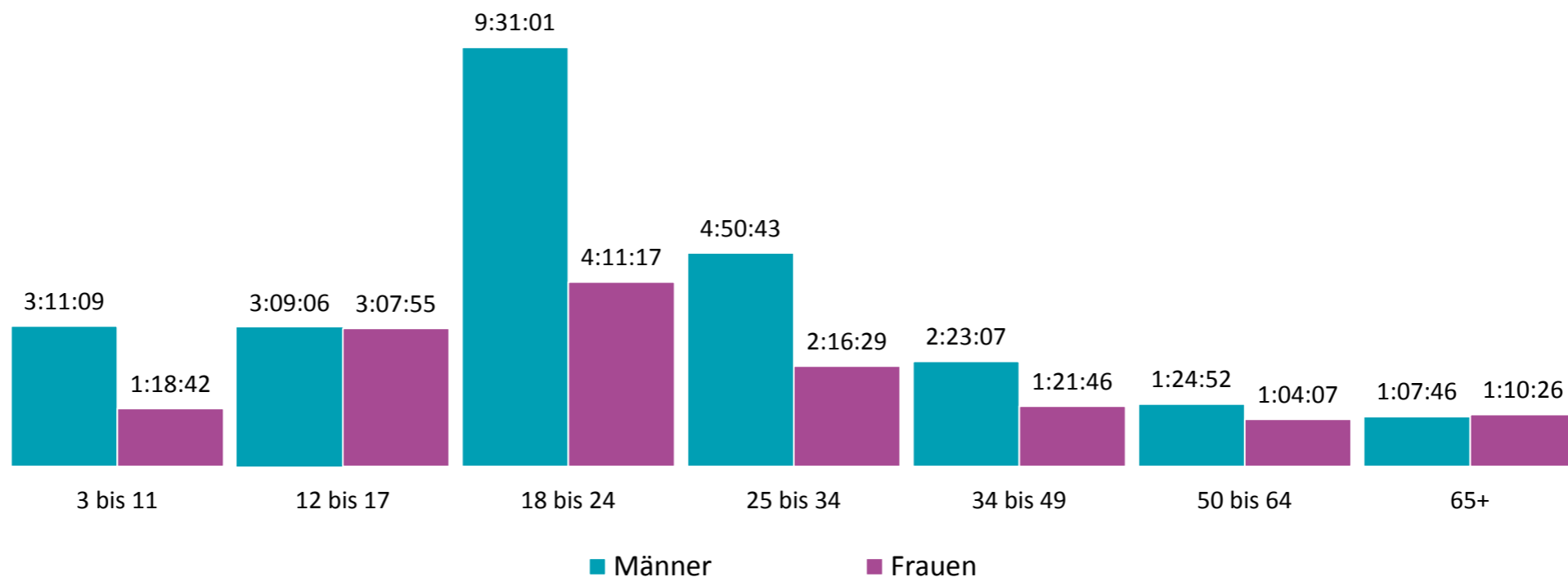
*unzureichende Fallzahl für eine zuverlässige Hochrechnung

Nutzung von YouTube nach Alter und Geschlecht

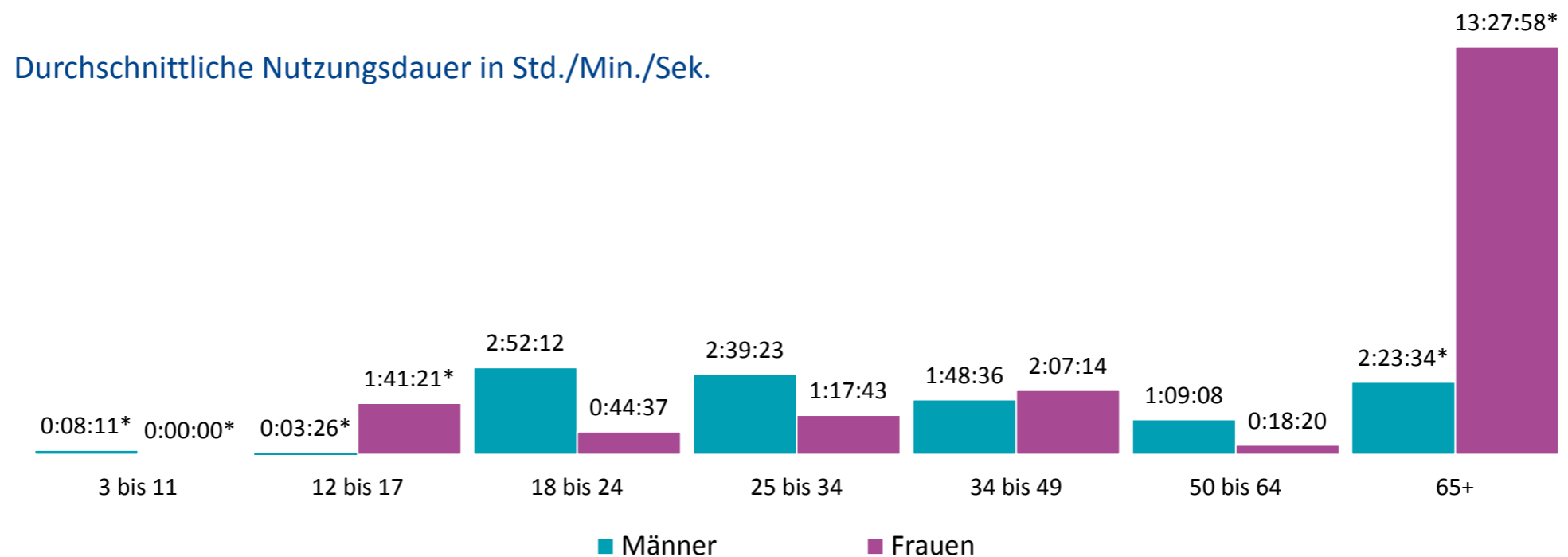
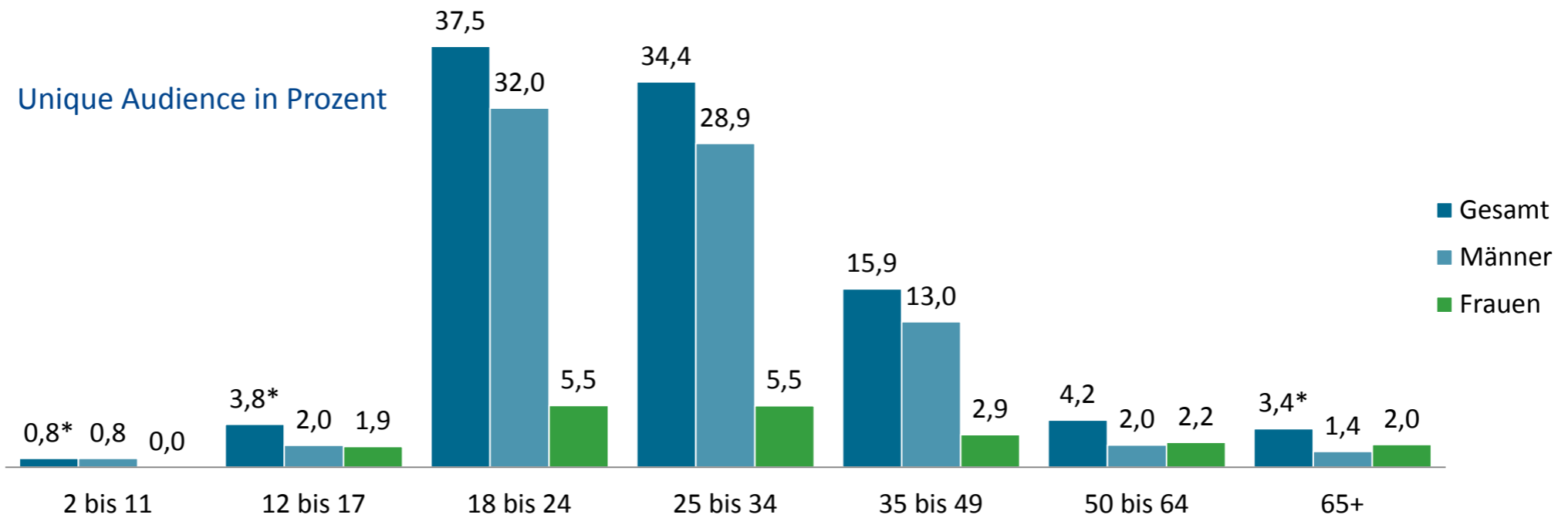
Unique Audience in Prozent



Durchschnittliche Nutzungsdauer in Std./Min./Sek.



Nutzung von Twitch TV nach Alter und Geschlecht

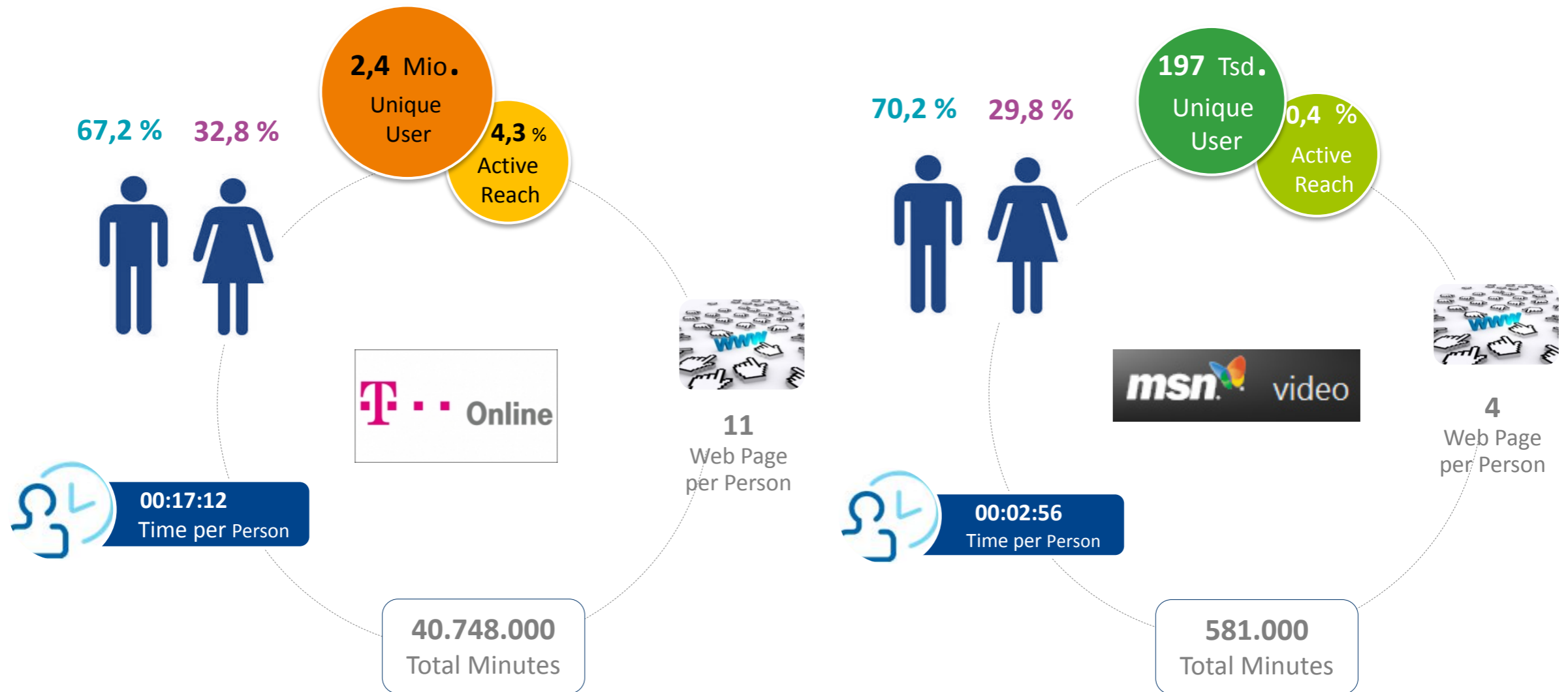


*unzureichende Fallzahl für eine zuverlässige Hochrechnung

Nutzung ausgewählter Videoangebote der Kommunikationsportale

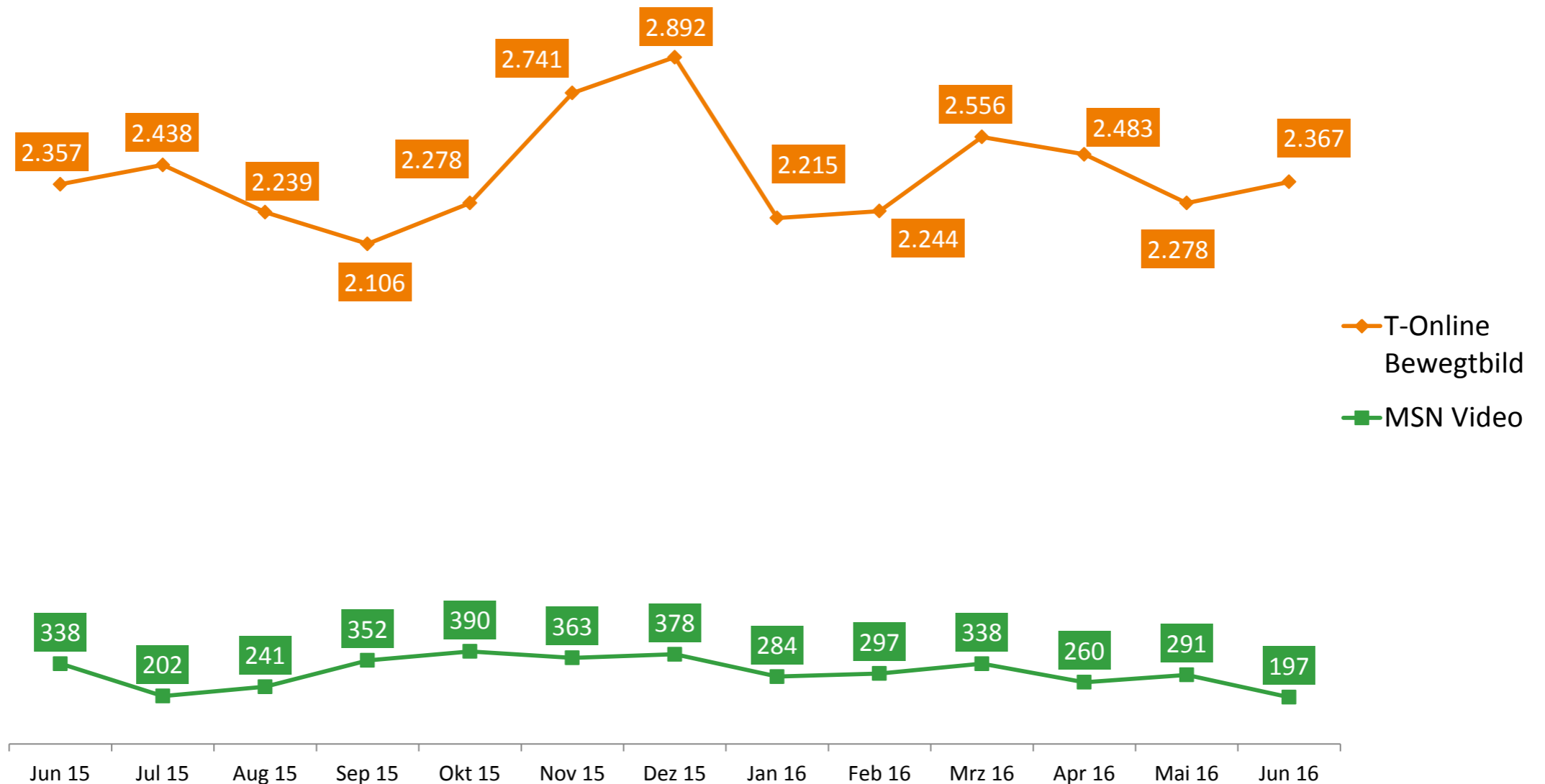
- > Auch die namhaften Kommunikationsportale wie T-Online und MSN bieten auf ihren Seiten zahlreiche Videoformate an.
- > Besonders populär ist das Videoangebot von T-Online, T-Online Bewegtbild. Im Juni 2016 erzielte es eine Reichweite von 2,4 Mio. Unique User. Diese schauten im Durchschnitt 17 Minuten lang Videos auf der T-Online Bewegtbild an. T-Online Bewegtbild wurde mehrheitlich von Männern genutzt. Trotz monatlicher Schwankungen, fiel die Reichweite von T-Online Bewegtbild im Laufe des Jahres nie unter die 2 Mio. Marke.
- > MSN Video erzielte im Juni 2016 eine Nutzerzahl von 197 Tsd. Unique User (Rückgang gegenüber dem Vorjahr um 41,7 Prozent). Zwei Drittel der Nutzer von MSN Video sind männlich.

T-Online Bewegtbild und MSN Video



Reichweitenentwicklung von T-Online Bewegtbild und MSN Video

Unique User in Tsd.



Eckdaten der Internetnutzung

Allgemeine Eckdaten Juni 2016

Eckdaten der Internetnutzung

- > 66,2 Millionen Personen in Deutschland (81,5 Prozent der Bevölkerung) verfügten im Juni 2016 über die technische Möglichkeit, über einen PC im Internet zu surfen.
- > 55,6 Millionen Personen (68,0 Prozent der Bevölkerung) ab 3 Jahren in Haushalten mit Internet-Zugang haben das World-Wide-Web und/oder eine Applikation genutzt.
- > Die durchschnittliche Internet-Nutzungsdauer pro Person lag bei 44 Minuten.
- > Im Vergleich zum Vorjahresmonat Juni 2015 ging die Anzahl der von Nielsen gemessenen aktiven Internetnutzer zurück.
- > 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

	Juni 2015	Juni 2016	Veränderung in %
Active Digital Media Universe (in Mio.)	57,6	55,6	-3,5
Current Digital Media Universe Estimate (in Mio.) (verfügen über einen PC mit Internetzugang)	67,8	66,2	-2,4
Session/Visits pro Person	38	34	-10,5
Besuchte Domains pro Person	63	58	-7,9
Page Views pro Person	1.197	949	-20,7
Internet-Nutzungsdauer pro Person/Tag	00:52:56	00:44:18	-16,3
Nutzungsdauer pro Web-Seite	00:01:13	00:01:15	2,7
Anzahl Personen im Nielsen Online-Panel	17.832	20.285	13,8

Eckdaten der Internetnutzung - Entwicklung

	Januar 2016	Februar 2016	März 2016	April 2016	Mai 2016	Juni 2016
Active Digital Media Universe (in Mio.)	54,1	53,4	55,4	53,0	54,2	55,6
Current Digital Media Universe Estimate (in Mio.) (verfügen über einen PC mit Internetzugang)	66,2	66,2	66,2	66,2	66,2	66,2
Session/Visits pro Person	38	37	36	37	34	34
Besuchte Domains pro Person	64	63	60	61	58	58
Page Views pro Person	1.105	1.091	1.033	994	941	949
Internet-Nutzungsdauer pro Person/Tag	00:45:35	00:47:56	00:45:11	00:45:26	00:41:47	00:44:18
Nutzungsdauer pro Web-Seite	00:01:09	00:01:09	00:01:15	00:01:14	00:01:15	00:01:15
Anzahl Personen im Nielsen Online-Panel	16.715	16.902	18.011	19.417	19.717	20.285

Nutzung der Top 50 Marken bzw. Angebote im Internet

- > Gemessen an der Unique Audience wird die Liste der Top 50 Seiten im Internet im Juni 2016 von Google angeführt, dessen Reichweite 40,5 Mio. Unique User betrug. Das entspricht einem Anteil von 72,8 Prozent aller aktiven Internetnutzer.
- > Das soziale Netzwerk Facebook verzeichnete eine Nutzerzahl von fast 19,0 Mio. Unique User und landet damit auf Platz fünf der reichweitenstärksten Online Angebote.
- > Sieben der fünfzehn reichweitenstärksten Marken im Internet waren deutsche Angebote. Gemessen an der Reichweite war T-Online das erfolgreichste deutsche Angebot. Mit 13,9 Mio. Unique User belegt es den achten Rang. Die Angebote von Gruner + Jahr Publishing Network (11,5 Mio. Nutzer) und Web.de (11,4 Mio. Nutzer) erreichen die Plätze 10 und 11. Gutefrage.net wies 11,1 Mio. Nutzer auf. Burda Consumer Tech Group erzielte eine Reichweite von 10,3 Mio. Unique User. Platz 14 nimmt GMX mit 9,0 Unique User ein, gefolgt von den Angeboten der RTL-Mediengruppe mit einer Nutzerzahl von 8,5 Mio. Unique User.

Top 50 Marken bzw. Angebote im Internet

Rank	Site/Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach in %	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss
1	Google	40.468	72,8	4.561.095	01:52:42
2	MSN/Outlook/Bing/Skype	23.504	42,3	1.819.815	01:17:25
3	Microsoft	20.828	37,5	581.120	00:27:54
4	Amazon	20.515	36,9	1.068.543	00:52:05
5	Facebook	18.955	34,1	6.840.350	06:00:52
6	eBay	18.935	34,1	2.203.531	01:56:22
7	YouTube	17.511	31,5	2.769.064	02:38:08
8	T-Online	13.924	25,0	1.298.411	01:33:15
9	Wikipedia	12.888	23,2	218.092	00:16:55
10	Gruener + Jahr Publishing Network	11.521	20,7	270.909	00:23:30
11	Web.de	11.432	20,6	1.172.777	01:42:35
12	gutefrage.net	11.066	19,9	109.313	00:09:52
13	Burda Consumer Tech Group	10.297	18,5	150.857	00:14:38
14	GMX	9.025	16,2	928.694	01:42:54
15	RTL Network	8.492	15,3	212.255	00:24:59
16	PayPal	8.331	15,0	83.588	00:10:02
17	Sparkassen	8.166	14,7	317.656	00:38:54
18	eBay Kleinanzeigen	7.993	14,4	397.285	00:49:42
19	FOCUS Online	6.905	12,4	116.442	00:16:51
20	Bild.de	6.402	11,5	543.931	01:24:57
21	Apple	6.326	11,4	178.119	00:28:09
22	DHL	5.861	10,5	67.769	00:11:33
23	OTTO	5.790	10,4	83.783	00:14:28
24	SPIEGEL ONLINE	5.633	10,1	193.659	00:34:22
25	Videolan	5.469	9,8	760.138	02:18:59

Top 50 Marken bzw. Angebote im Internet

Rank	Site/Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach in %	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss
26	Blogger	5.434	9,8	78.668	00:14:28
27	Computerbild	5.406	9,7	64.426	00:11:54
28	Dropbox	5.339	9,6	54.529	00:10:12
29	AOL Media Network	5.284	9,5	294.793	00:55:47
30	Telekom Deutschland	5.059	9,1	45.600	00:09:00
31	Yahoo	5.016	9,0	382.682	01:16:17
32	wetter.com AG	4.801	8,6	74.741	00:15:33
33	Adobe	4.717	8,5	39.348	00:08:20
34	DB Bahn	4.589	8,3	154.816	00:33:44
35	Idealo	4.528	8,1	37.819	00:08:21
36	PAYBACK	4.284	7,7	57.537	00:13:25
37	Welt Online	4.246	7,6	63.004	00:14:50
38	Mode Media Germany Websites	4.082	7,3	71.217	00:17:26
39	Giga Netzwerk	4.024	7,2	21.719	00:05:23
40	Lidl	4.006	7,2	46.525	00:11:36
41	Das Örtliche	4.002	7,2	36.372	00:09:05
42	Steam	3.973	7,1	369.530	01:33:00
43	OneDrive	3.967	7,1	17.059	00:04:17
44	Tomorrow Focus AG	3.959	7,1	60.404	00:15:15
45	ImmobilienScout24	3.921	7,1	131.140	00:33:26
46	Georg von Holtzbrinck Publishing Network	3.862	6,9	65.781	00:17:02
47	xHamster	3.814	6,9	215.606	00:56:32
48	Postbank	3.799	6,8	153.182	00:40:19
49	Bon Prix	3.728	6,7	83.355	00:22:21
50	Priceline Network	3.720	6,7	82.707	00:22:13