

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

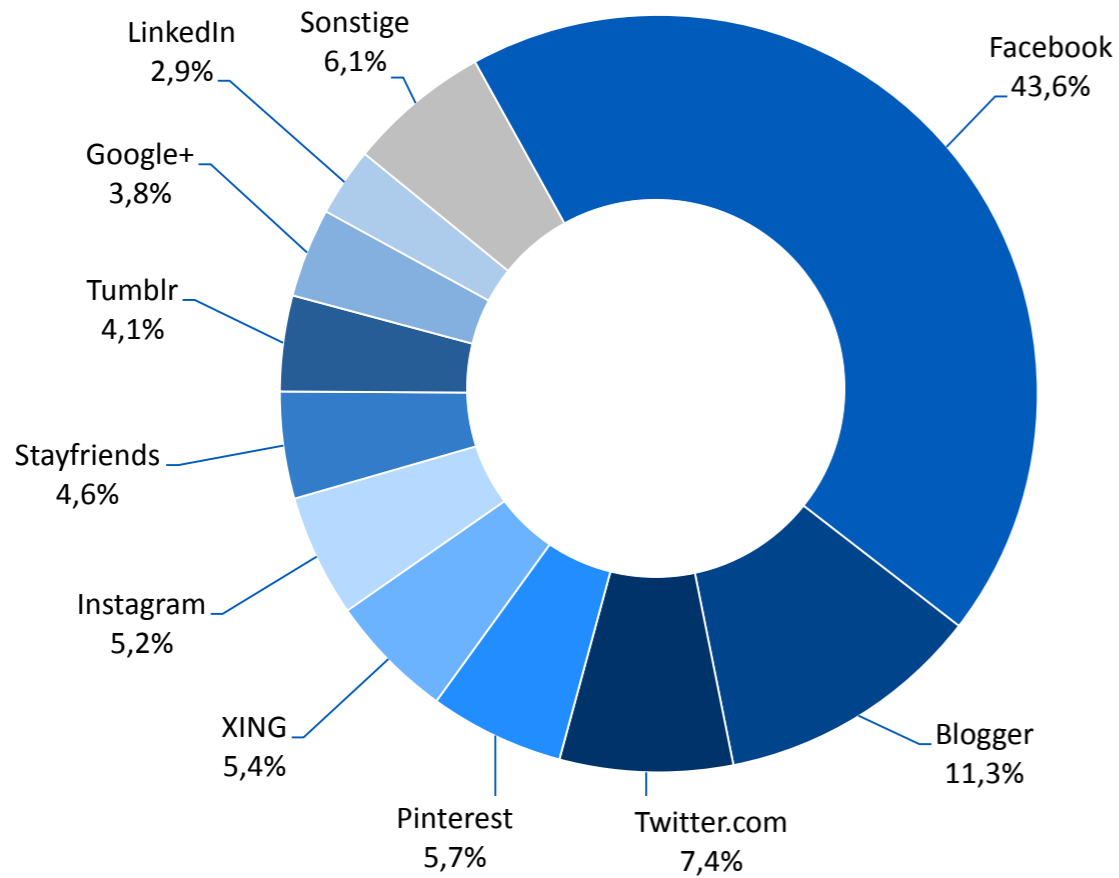
Mit dem Schwerpunkt „Soziale Netzwerke, Suchmaschinen,
Musikangebote, Videodienste“

Nutzung von sozialen Netzwerken im Internet

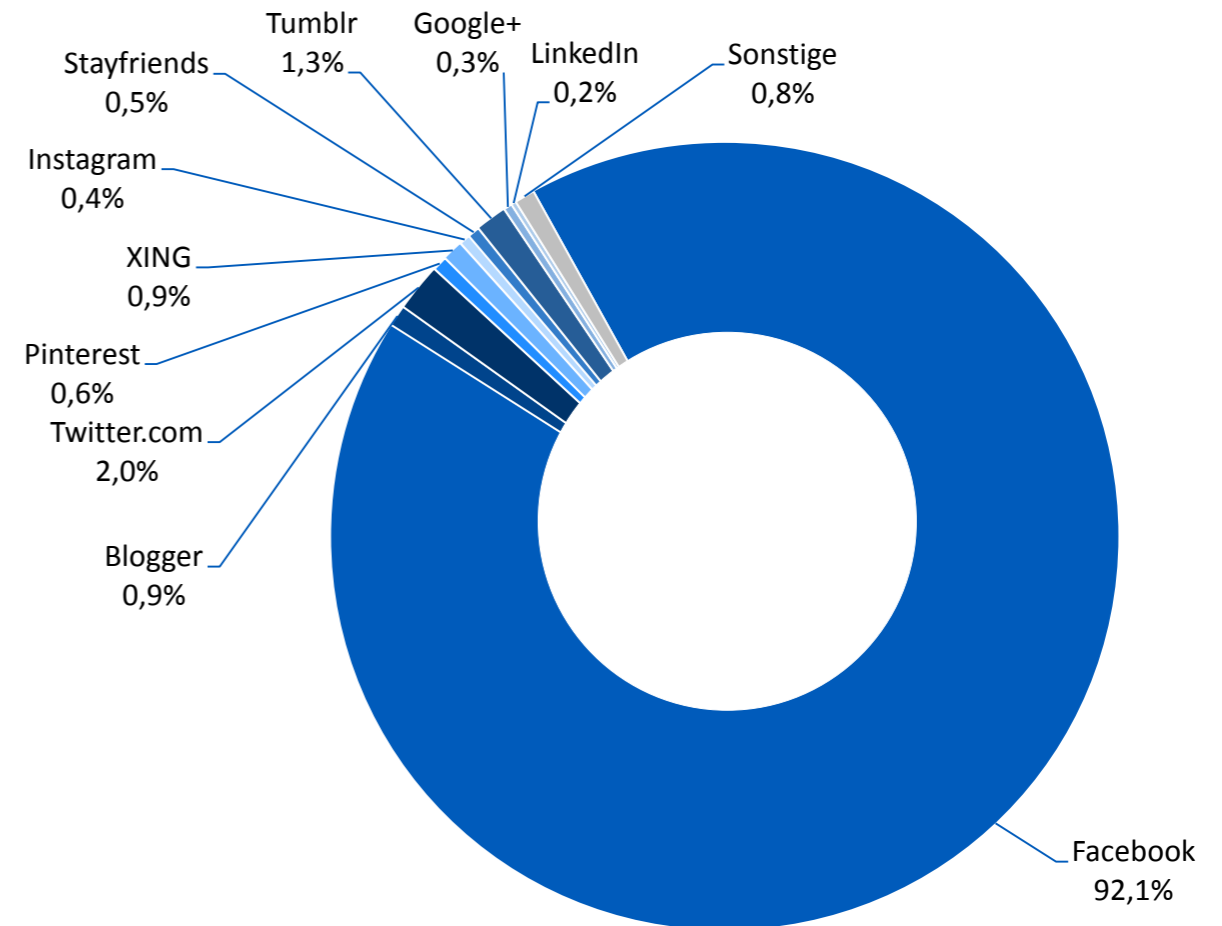
- > Im August 2016 erzielte Facebook eine Reichweite von 19,2 Mio. Unique User (-9,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr) und war damit mit großem Vorsprung das meistgenutzte soziale Netzwerk in Deutschland. 36,6 Prozent aller aktiven Internetnutzer verweilten im August 2016 durchschnittlich 5,5 Stunden auf der Seite. Die Verweildauer von Jugendlichen bis 18 Jahren fällt allerdings sehr gering aus. Frauen zwischen 34 und 64 Jahren verbrachten überdurchschnittlich viel Zeit in dem sozialen Netzwerk.
- > Insgesamt 10 soziale Netzwerke im Internet erreichten im August 2016 über 1 Million Unique User. Die durchschnittliche Verweildauer pro Person ist allerdings in all diesen Netzwerken im Vergleich zu Facebook eher gering.
- > Im Ranking der Top 10 sozialen Netzwerke folgt nach Facebook mit großem Abstand der Dienst Blogger, der Blogs zu zahlreichen Blogs verlinkt, mit 5,0 Mio. Nutzern. Twitter verbesserte seine Reichweite um 17 Prozent gegenüber dem Vorjahr und nahm Platz 3 mit ca. 3,3 Unique User ein. Google+ verlor gegenüber dem Vorjahresmonat ein Viertel seiner Nutzer und rutschte damit auf Platz 9. Die zwei Fotonetzwerke Pinterest (2,5 Mio. Unique User) und Instagram (2,3 Mio. Unique User) konnten ihre Nutzerzahl im Vergleich zum Vorjahr verdoppeln.

Anteilige Nutzung der Top 15 sozialen Netzwerke

Anteil an Unique User



Anteil an Total Minutes



Basis: 15 Soziale Netzwerke

Soziale Netzwerke im Internet: Top 15

Rank	Site/Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach in %	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss	Total Page Views in Tsd.
1	Facebook	19.207	36,6	6.364.284	05:31:20	1.479.591
2	Blogger	5.004	9,5	60.351	00:12:03	34.924
3	Twitter.com	3.255	6,2	136.999	00:42:05	49.481
4	Pinterest	2.534	4,8	41.815	00:16:29	22.293
5	XING	2.363	4,5	60.278	00:25:30	108.191
6	Instagram	2.294	4,4	30.652	00:13:21	28.989
7	Stayfriends	2.015	3,8	33.847	00:16:47	32.519
8	Tumblr	1.802	3,4	90.105	00:50:00	83.514
9	Google+	1.673	3,2	23.845	00:14:15	10.421
10	LinkedIn	1.284	2,4	14.150	00:11:01	16.454
11	DeviantART	650	1,2	12.308	00:18:56	15.728
12	Reddit.com	612	1,2	20.228	00:33:03	25.561
13	seniorbook	534	1,0	6.183	00:11:34	4.443
14	fotocommunity	472	0,9	3.503	00:07:25	5.149
15	VK*	404	0,8	15.015	00:37:11	4.690

*) VK ist ein mehrsprachiges Netzwerk aus Russland

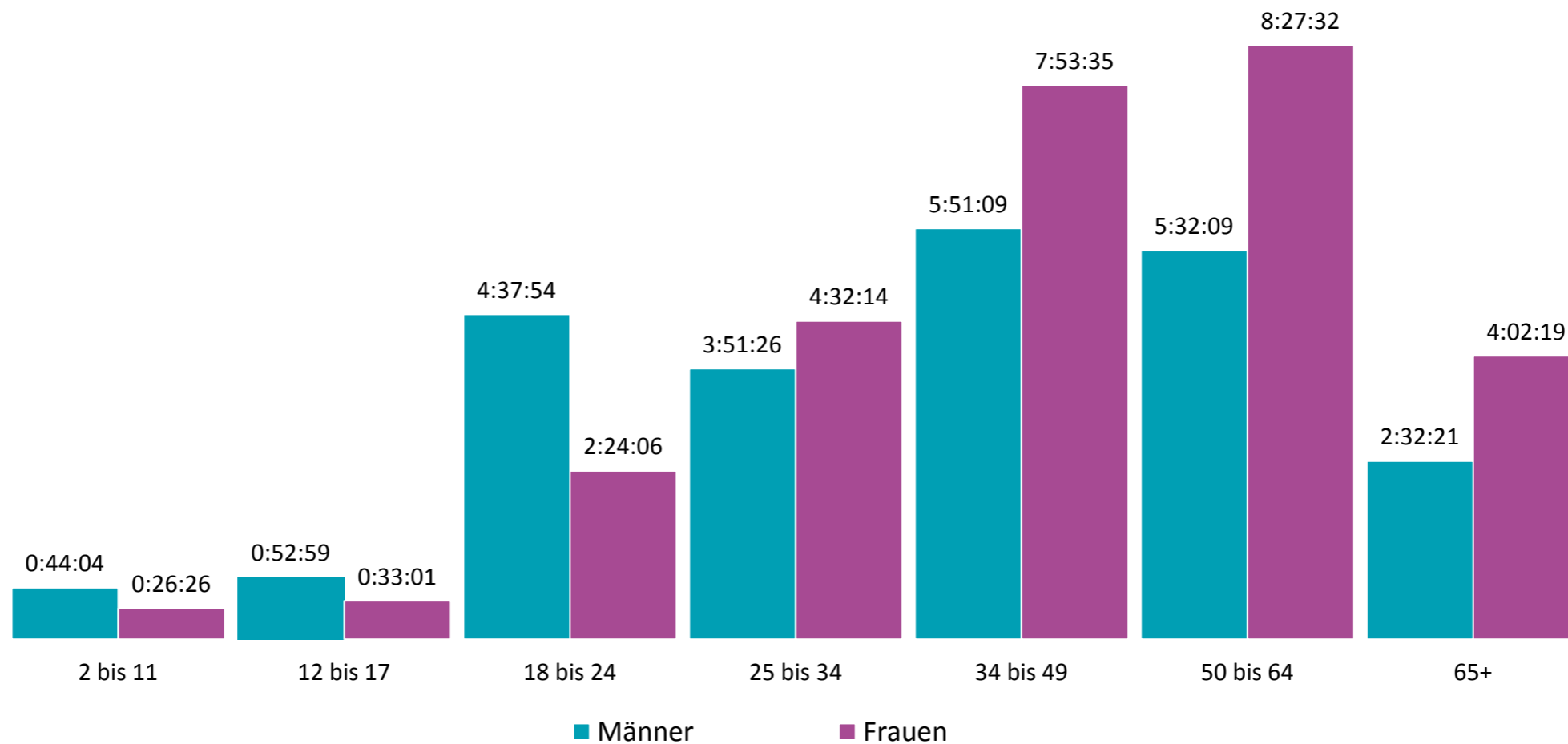
Reichweitenentwicklung der Top 10 sozialen Netzwerke

In Tsd.

	2015	2016	Veränderung zu Vorjahr in %
Facebook	21.189	19.207	-9,4
Blogger	5.516	5.004	-9,3
Twitter.com	2.781	3.255	17,0
Pinterest	1.209	2.534	109,6
XING	2.171	2.363	8,8
Instagram	1.184	2.294	93,8
Stayfriends	2.252	2.015	-10,5
Tumblr	1.720	1.802	4,8
Google+	2.279	1.673	-26,6
LinkedIn	1.161	1.284	10,6

Nutzungsdauer von Facebook nach Alter und Geschlecht

Durchschnittliche Nutzungsdauer in Std./Min./Sek.



Nutzung von Suchmaschinen im Internet

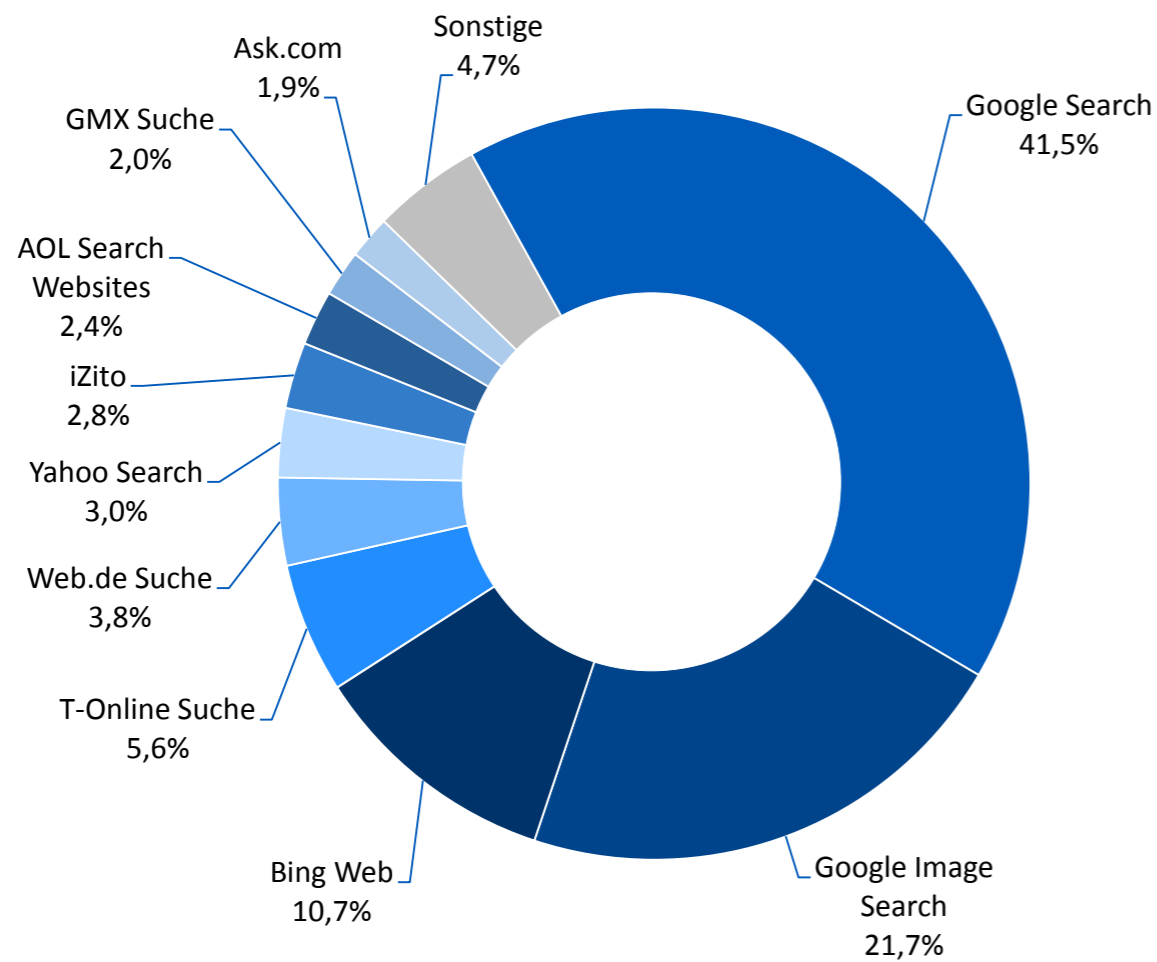
- > Der reichweitenstärkste Suchdienst im August 2016 war Google Search mit 29,7 Mio. Unique User. Das entspricht einem Anteil von 56,6 Prozent aller aktiven Internetnutzer. Das ebenso zu Google gehörende Google Image Search wurde von jedem Dritten Internetnutzer genutzt. Der Reichweitenanstieg der Bildsuche von Google gegenüber dem Vorjahr sollte nicht auf methodische Veränderungen zurückzuführen sein.
- > Mit großem Abstand folgen Bing Web (7,8 Mio. Unique User), T-Online Suche (4,0 Mio. Unique User), Web.de Suche (2,7 Mio. Unique User) und Yahoo Search (2,1 Mio. Unique User). Drei dieser vier haben im Jahresvergleich Reichweitenverluste zu verzeichnen.
- > AOL Search Websites, Web.de Suche und GMX Suche greifen für ihre Suche sowohl auf Google als auch auf andere Suchdienste zu.
- > Die Metasuchmaschine iZito, die ihre Suchergebnisse aus mehreren Suchmaschinen generiert, konnte im Laufe des Jahres stark an Reichweite zulegen. Im August 2016 erreichte iZito über 2,0 Mio. Unique User. Allerdings verweilten die Nutzer nur sehr kurz auf der Suchmaschine.
- > Das Geschlechterverhältniss bei der Nutzung von Google ist relativ ausgewogen.

Suchdienste im Internet: Top 15

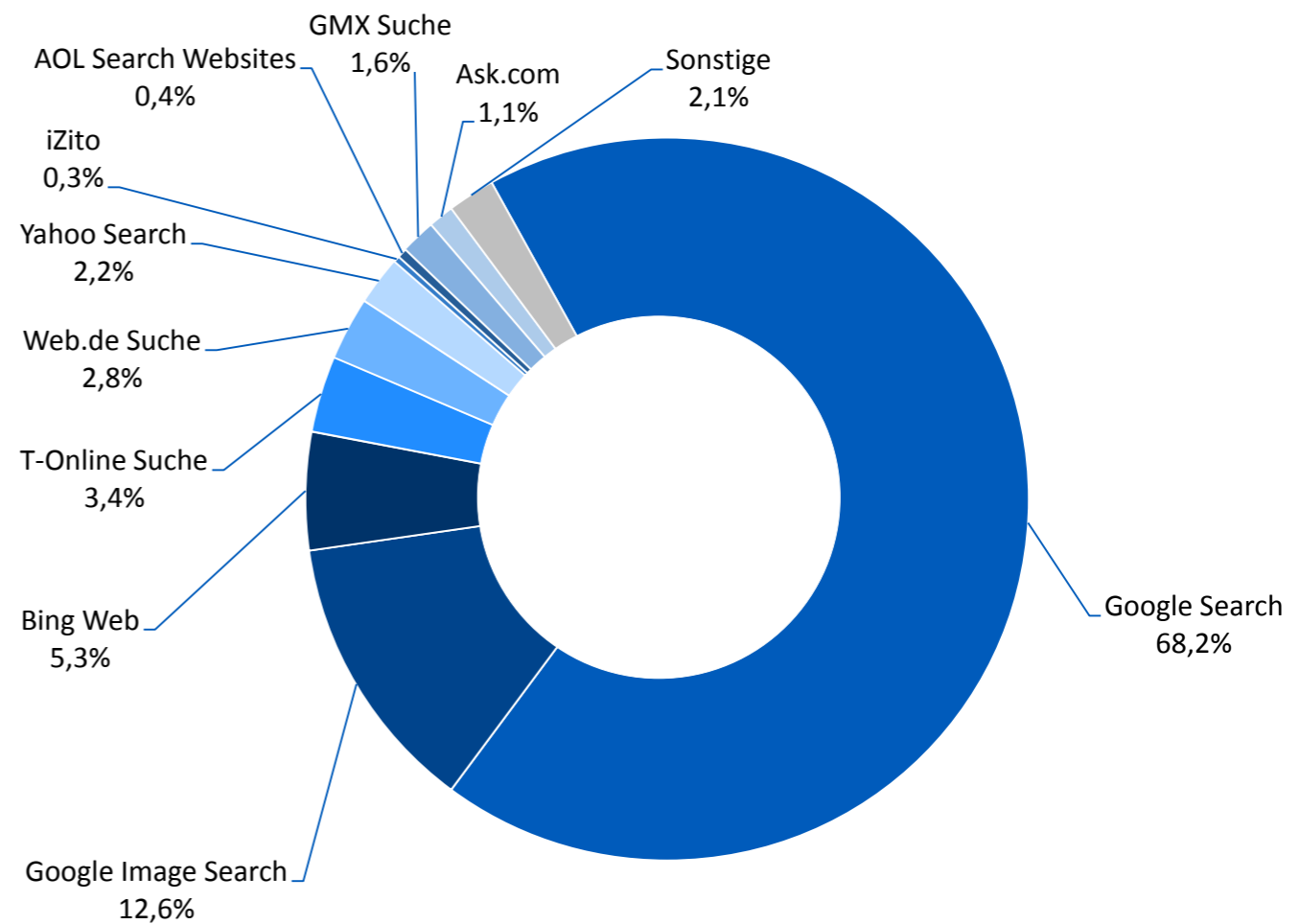
Rank	Site/Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach in %	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss	Total Page Views in Tsd.
1	Google Search	29.688	56,6	1.201.433	00:40:28	1.736.070
2	Google Image Search	15.493	29,5	221.262	00:14:16	175.683
3	Bing Web	7.683	14,6	92.782	00:12:04	158.972
4	T-Online Suche	4.003	7,6	60.094	00:15:00	43.158
5	Web.de Suche	2.688	5,1	49.820	00:18:31	46.038
6	Yahoo Search	2.126	4,1	38.331	00:18:01	32.906
7	iZito	2.033	3,9	4.988	00:02:27	6.173
8	AOL Search Websites	1.683	3,2	7.646	00:04:32	7.032
9	GMX Suche	1.422	2,7	27.706	00:19:28	22.777
10	Ask.com	1.323	2,5	20.122	00:15:12	16.644
11	Bing Images	1.161	2,2	9.356	00:08:03	12.620
12	ZapMeta	748	1,4	2.129	00:02:50	1.636
13	Trovit	652	1,2	4.911	00:07:31	4.952
14	Startseite24.net	456	0,9	10.211	00:22:22	7.808
15	Homepage-web.com	322	0,6	10.396	00:32:18	6.949

Anteilige Nutzung der Top 15 Suchdienste

Anteil an Unique User



Anteil an Total Minutes



Basis: 15 Soziale Netzwerke

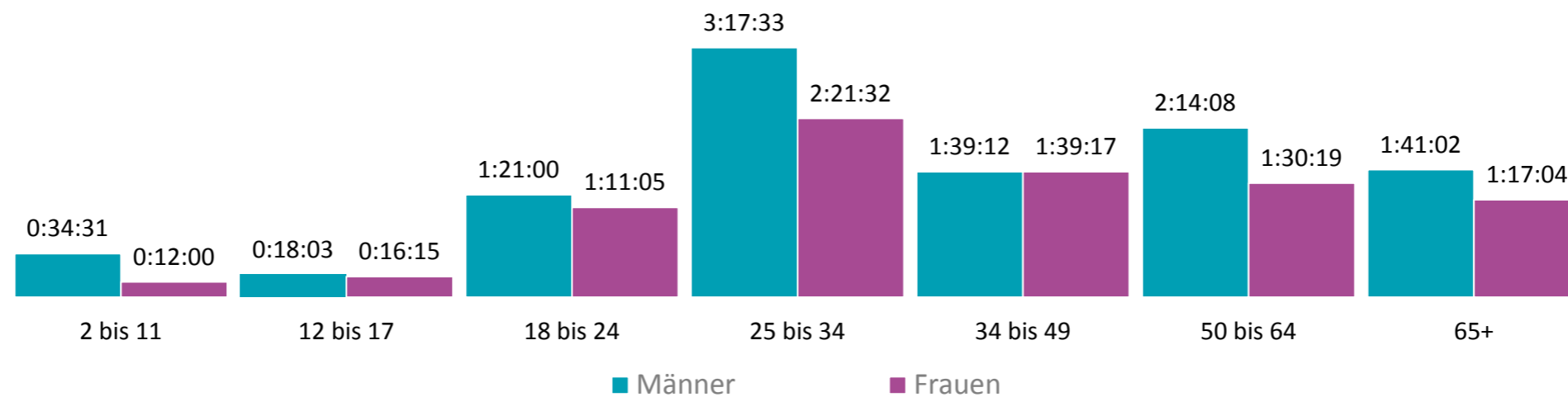
Reichweitenentwicklung der Top 10 Suchdienste

In Tsd.

	2015	2016	Veränderung zu Vorjahr in %
Google Search	30.121	29.688	-1,4
Google Image Search	1.109	15.493	1297,0
Bing Web	6.610	7.683	16,2
T-Online Suche	4.923	4.003	-18,7
Web.de Suche	3.345	2.688	-19,6
Yahoo Search	3.822	2.126	-44,4
iZito	405	2.033	402,0
AOL Search Websites	5.086	1.683	-66,9
GMX Suche	1.278	1.422	11,3
Ask.com	5.248	1.323	-74,8

Nutzungsdauer von Google nach Alter und Geschlecht

Durchschnittliche Nutzungsdauer in Std./Min./Sek. Im August 2016



Nutzung von Musikangeboten im Internet

- > Spotify ist mit einer Reichweite von 3,0 Mio. Unique User im August 2016 der Marktführer auf dem Online-Musikmarkt. In der Altersgruppe der 12- bis 17-Jährigen verbrachten die Jungen deutlich mehr Zeit auf Spotify als die Mädchen.
- > Beliebt unter Musikfans sind auch Webseiten mit Liedtexten. Das Portal Songtexte.com von ProSiebenSat.1 belegt mit 1,2 Mio. Unique User Rang zwei.
- > Der aus Deutschland stammende Audio-Dienst SoundCloud erzielte eine Reichweite von 0,6 Mio. Unique User.
- > Unter den meistgenutzten Musikangeboten im Internet sind unter anderem Musik-Videoportale wie VEVO (0,5 Mio. Unique User), Seiten von Musikunternehmen wie Universal Music (0,4 Mio. Unique User) sowie Radio-Aggregatoren wie Radio.de (0,5 Mio. Unique User) vertreten.
- > Die Seiten der Radiosender sind nicht Teil der untersuchten Kategorie von Angeboten.

Musikangebote im Internet: Top 15*

Rank	Site/Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach in %	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss	Total Page Views in Tsd.
1	Spotify	3.017	5,7	292.842	01:37:04	3.979
2	Songtexte.com	1.161	2,2	9.136	00:07:52	4.863
3	SoundCloud	570	1,1	7.814	00:13:42	2.234
4	VEVO	515	1,0	6.574	00:12:45	1.879
5	AOL Music Websites	479	0,9	33.879	01:10:40	4
6	RADIO.de	471	0,9	12.742	00:27:01	2.909
7	Universal Music Group Network	386	0,7	2.870	00:07:25	1.700
8	Canna Power	312	0,6	21.698	01:09:38	59.946
9	MTV Music Group	292	0,6	1.763	00:06:02	669
10	Magistrix	290	0,6	1.222	00:04:12	622
11	Dailymotion Music	211	0,4	834	00:03:57	686
12	AZLyrics.com	198	0,4	1.815	00:09:09	1.216
13	Laut.de	195	0,4	2.823	00:14:29	1.466
14	SchlagerPlanet	194	0,4	725	00:03:43	776
15	Deezer	193	0,4	6.382	00:33:02	1.229

*) Radioangebote des privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind nicht Teil der ausgewählten Kategorie

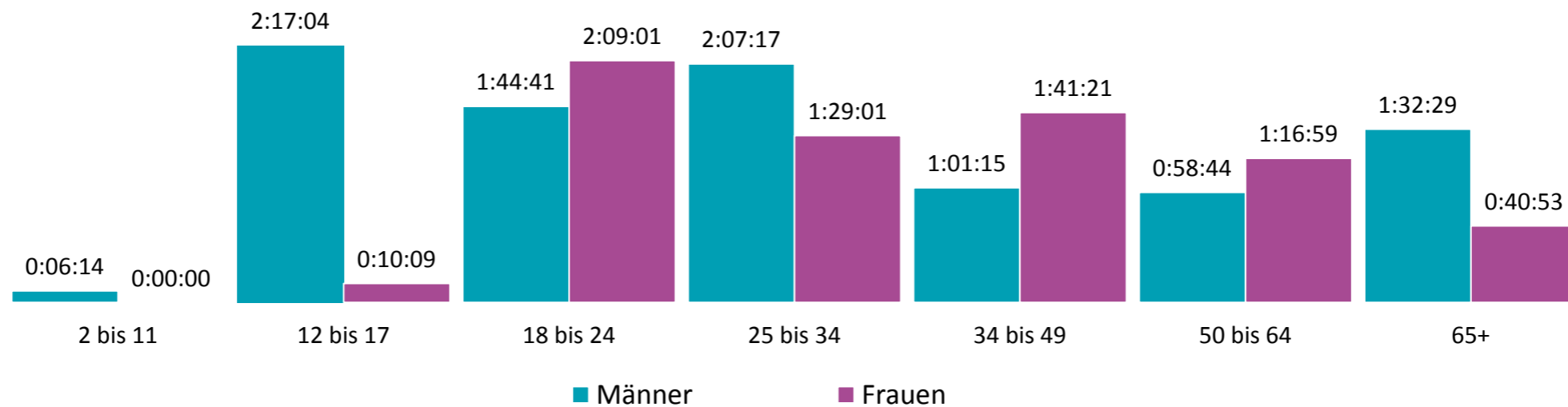
Reichweitenentwicklung der Top 10 Musikangebote

In Tsd.

	2015	2016	Veränderung zu Vorjahr in %
Spotify	3.064	3.017	-1,5
Songtexte.com	1.098	1.161	5,7
SoundCloud	680	570	-16,2
VEVO	369	515	39,6
AOL Music Websites	731	479	-34,5
RADIO.de	455	471	3,5
Universal Music...	470	386	-17,9
Canna Power	368	312	-15,2
MTV Music Group	403	292	-27,5
Magistrix	357	290	-18,8

Nutzungsdauer von Spotify nach Alter und Geschlecht

Durchschnittliche Nutzungsdauer in Std./Min./Sek. Im August 2016



Nutzung von Bewegtbildangeboten im Internet

- > Die Angebotsvielfalt im Bereich Online-Bewegtbild ist groß.
- > Die populärste Videoplattform ist weiterhin YouTube mit 17,0 Mio. Unique User im August 2016. Diese verbrachten im Durchschnitt über 2,5 Stunden auf dem Portal.
- > Die kostenpflichtigen Video-On-Demand-Angebote gewinnen an Bedeutung: Das beliebteste Angebot ist Netflix (834 Tsd. Unique User). Die Nutzung von Amazon Prime Instant Video wird von Nielsen nicht ausgewiesen.
- > Auch wenn sich die Nutzer in einer rechtlichen Grauzone befinden, wenn sie Angebote wie KinoX.to (1,9 Unique User) nutzen, erreichen diese Portale hohe Reichweiten.
- > Auch die Online Angebote der führenden öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Sender erreichen Reichweiten von über 1 Mio. Unique User. Allerdings verweilen die Nutzer im Durchschnitt nur relativ kurz auf den entsprechenden Seiten.
- > Bei den Öffentlich-Rechtlichen ist das ZDF am erfolgreichsten (3,3 Mio. Unique User). Die meistgenutzten Angebote des privaten Rundfunks sind n-tv.de (1,9 Mio. Unique User) und Sat.1 (1,8 Mio. Unique User).

Bewegtbildangebote im Internet

	Unique Audience in Tsd.	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss
Top 5 Videoportale			
YouTube	17.007	2.757.808	02:42:09
T-Online Bewegtbild	2.197	41.613	00:18:56
Clipfish	786	5.981	00:07:36
Dailymotion	750	7.040	00:09:23
twitch.tv	698	187.662	04:28:51
Top 5 kostenpflichtige Video-on-Demand			
Netflix	834	70.803	01:24:51
www.skygo.sky.de	607	27.452	00:45:12
Maxdome	517	29.847	00:57:46
videobuster.de	83	1.042	00:12:37
Watchever	52	2.138	00:41:30
Top 5 kostenfreie/illegale Videostreaming Dienste			
KinoX.to	1.912	77.967	00:40:46
Movie4k.to	1.118	27.062	00:24:12
Bs.to	962	63.265	01:05:44
VoDLocker	454	9.196	00:20:14
M2k.to	431	1.705	00:03:57

	Unique Audience in Tsd.	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss
Top 5 öff-rechtl. TV Angebote			
ZDF	3.259	169.701	00:52:04
WDR	1.694	32.757	00:19:20
NDR	1.619	18.339	00:11:19
SWR	1.600	18.820	00:11:45
DasErste.de	1.569	30.804	00:19:38
Top 5 private TV Angebote			
n-tv.de	1.933	57.586	00:29:47
Sat.1	1.766	27.948	00:15:49
sky deutschland	1.531	48.211	00:31:29
Now TV Nowtv.de	1.511	134.488	01:28:58
ProSieben	1.420	21.083	00:14:50

Eckdaten der Internetnutzung

Allgemeine Eckdaten August 2016

Eckdaten der Internetnutzung

- > 66,2 Millionen Personen in Deutschland (80,5 Prozent der Bevölkerung) verfügten im August 2016 über die technische Möglichkeit, über einen PC im Internet zu surfen.
- > 52,5 Millionen Personen (63,9 Prozent der Bevölkerung) ab 3 Jahren in Haushalten mit Internet-Zugang haben das World-Wide-Web und/oder eine Applikation genutzt. Im Vergleich zum Vorjahresmonat August 2015 ging die Anzahl der von Nielsen gemessenen aktiven Internetnutzer zurück.
- > Die durchschnittliche Internet-Nutzungsdauer pro Person lag bei 42 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

	August 2015	August 2016	Veränderung in %
Active Digital Media Universe (in Mio.)	57,2	52,5	-8,2
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	59	59	0
Page Views pro Person	1.121	929	-17,1
Internet-Nutzungsdauer pro Person/Tag	00:45:30	00:42:07	-6,6
Nutzungsdauer pro Web-Seite	00:01:08	00:01:16	11,8
Anzahl Personen im Nielsen Online-Panel	16.850	20.200	19,8

Nutzung der Top 50 Marken bzw. Angebote im Internet

- > Gemessen an der Unique Audience wird die Liste der Top 50 Seiten im Internet im August 2016 von Google angeführt, dessen Reichweite 39,4 Mio. Unique User betrug. Das entspricht einem Anteil von 75,1 Prozent aller aktiven Internetnutzer.
- > Platz zwei belegt Microsoft mit seinen Kommunikations- und Informations-Diensten MSN/Outlook/Bing und Skype die insgesamt 22,5 Mio. Unique User zählten.
- > Sechs der fünfzehn reichweitenstärksten Marken im Internet waren deutsche Angebote. Gemessen an der Reichweite war T-Online die erfolgreichste deutsche Marke. Mit 12,4 Mio. Unique User belegt es den achten Rang. Die Plätze 10 bis 14 nehmen Gruner + Jahr Publishing Network (10,9 Mio. Nutzer), gutefrage.net (10,7 Mio. Nutzer), Burda Consumer Tech Group (10,4 Mio. Nutzer), web.de (10,4 Mio. Nutzer) und GMX (8,6 Mio. Nutzer) ein.

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	39.413	75,1	4.295.807	01:48:59
2	MSN/Outlook/Bing/Skype	22.486	42,9	2.061.544	01:31:40
3	Amazon	20.418	38,9	1.075.529	00:52:40
4	Microsoft	20.372	38,8	601.418	00:29:31
5	Facebook	19.207	36,6	6.364.284	05:31:20
6	eBay	18.987	36,2	2.121.490	01:51:44
7	YouTube	17.007	32,4	2.757.808	02:42:09
8	T-Online	12.401	23,6	1.102.187	01:28:52
9	Wikipedia	11.858	22,6	245.320	00:20:41
10	Gruener + Jahr Publishing Network	10.851	20,7	183.842	00:16:56
11	gutefrage.net	10.673	20,3	99.816	00:09:21
12	Burda Consumer Tech Group	10.397	19,8	131.657	00:12:39
13	Web.de	10.361	19,7	1.175.515	01:53:27
14	GMX	8.621	16,4	924.924	01:47:17
15	Sparkassen	8.265	15,8	317.809	00:38:27
16	eBay Kleinanzeigen	8.255	15,7	414.280	00:50:10
17	PayPal	8.008	15,3	88.272	00:11:01
18	RTL Network	7.965	15,2	170.668	00:21:25
19	Apple	6.165	11,7	186.931	00:30:19
20	Bild.de	6.159	11,7	496.342	01:20:35
21	FOCUS Online	5.965	11,4	98.933	00:16:35
22	OneDrive	5.555	10,6	8.633	00:01:33
23	Computerbild	5.407	10,3	66.802	00:12:21
24	DHL	5.321	10,1	58.565	00:11:00
25	DB Bahn	5.134	9,8	122.879	00:23:55

Top 50 Marken bzw. Angebote im Internet

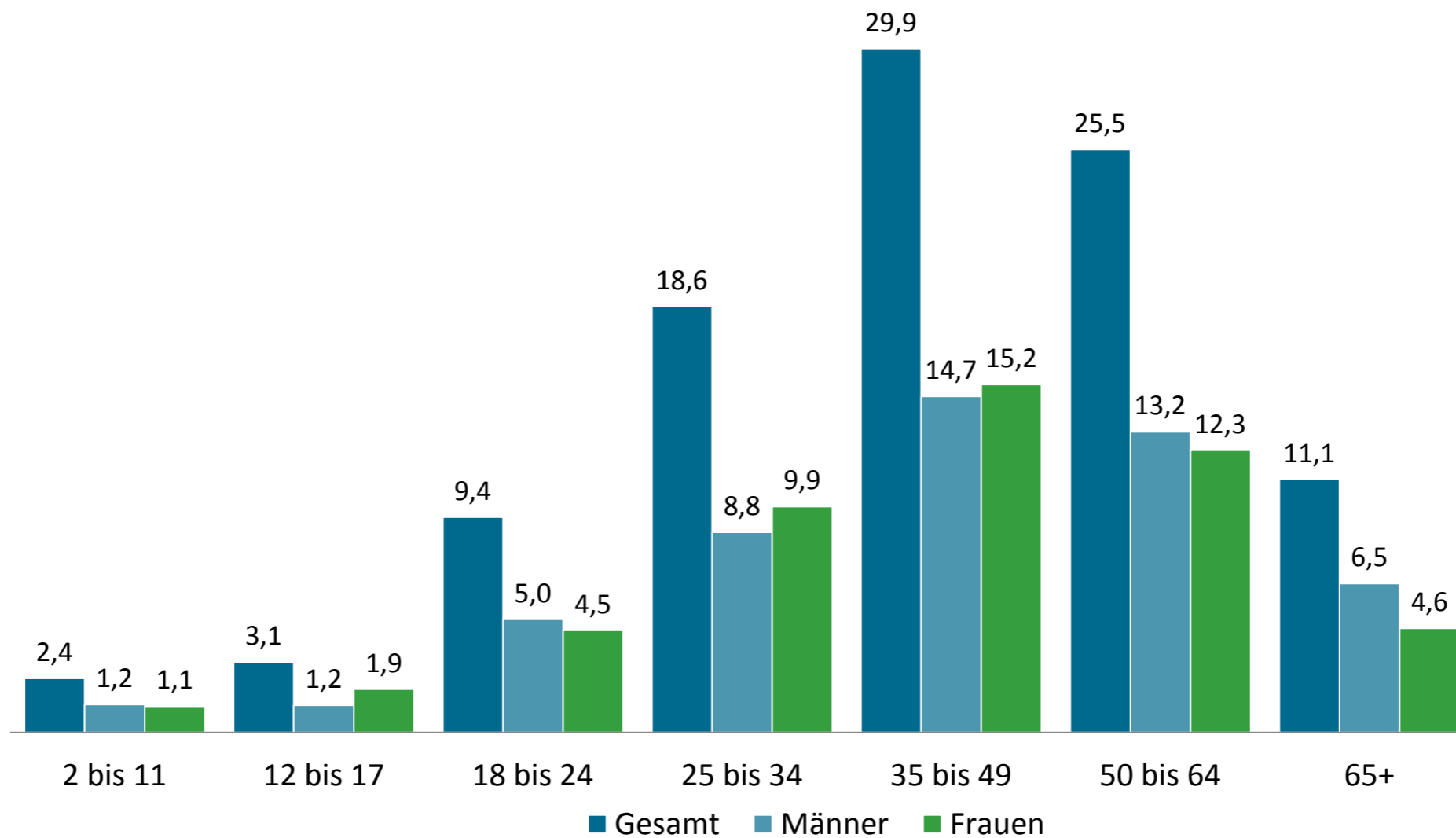
Rank	Site/Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach in %	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss
26	Blogger	5.004	9,5	60.351	00:12:03
27	AOL Media Network	4.950	9,4	333.643	01:07:23
28	OTTO	4.931	9,4	70.884	00:14:22
29	Dropbox	4.915	9,4	54.750	00:11:08
30	Videolan	4.822	9,2	687.617	02:22:35
31	Yahoo	4.634	8,8	352.640	01:16:05
32	Telekom Deutschland	4.520	8,6	41.798	00:09:14
33	SPIEGEL ONLINE	4.492	8,6	234.110	00:52:06
34	Giga Netzwerk	4.247	8,1	25.712	00:06:03
35	Lidl	4.243	8,1	54.499	00:12:50
36	Tomorrow Focus AG	4.130	7,9	50.653	00:12:15
37	Priceline Network	4.103	7,8	100.243	00:24:25
38	Das Örtliche	4.061	7,7	22.989	00:05:39
39	Idealo	3.985	7,6	46.764	00:11:44
40	Adobe	3.885	7,4	27.480	00:07:04
41	Postbank	3.843	7,3	177.715	00:46:14
42	Steam	3.800	7,2	349.610	01:31:59
43	xHamster	3.756	7,2	199.229	00:53:02
44	Mode Media Germany Websites	3.745	7,1	68.641	00:18:19
45	PAYBACK	3.695	7,0	58.027	00:15:42
46	wetter.com AG	3.659	7,0	58.638	00:16:01
47	Vodafone	3.478	6,6	48.483	00:13:56
48	Welt Online	3.460	6,6	58.561	00:16:55
49	Tchibo	3.452	6,6	60.313	00:17:28
50	ImmobilienScout24	3.426	6,5	93.578	00:27:18

Internetnutzung nach Alter, Bildung und Geschlecht

- > 63,4 Prozent der aktiven Internetnutzer waren im August 2016 zwischen 2 und 49 Jahre alt, 36,6 Prozent älter als 50 Jahre. Die größte Nutzergruppe war mit einem Anteil von 29,9 Prozent die der 35- bis 49-Jährigen.
- > Die durchschnittliche Internetnutzungsdauer ist in allen Altersklassen bei den Männern höher als bei den Frauen.
- > Nutzer mit formal höherem Schulabschluss verbringen mehr Zeit im Internet als solche mit niedrigeren Bildungsabschlüssen.
- > Im Vergleich zu den Jugendlichen bis zum Alter von 17 Jahren verweilten die Nutzer ab 65 Jahren länger auf Internetseiten.

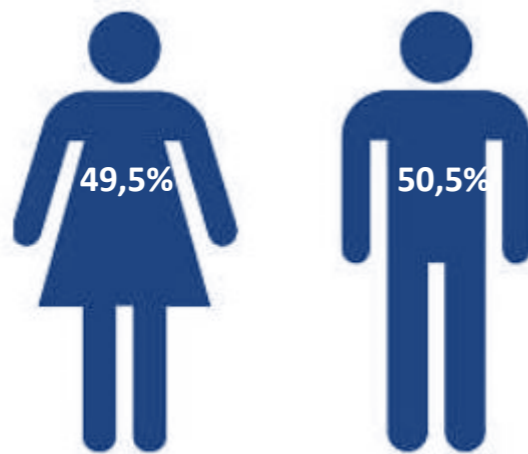
Struktur der Internetnutzer nach Alter und Geschlecht

Angaben in Prozent



Internetnutzer im Profil

Unique Audience Composition (%)



Bildung	Unique Audience (000)	Unique Audience Composition (%)	Page Views (000)	Time Per Person (hh:mm:ss)
Hauptschulabschluss	14.052	26,8	8.613.645	16:37:16
Realschulabschluss	17.932	34,2	16.877.574	22:24:35
Abitur	20.490	39,0	23.271.874	26:02:10

Durchschnittliche Nutzungsdauer in Std./Min./Sek

