

Nielsen DCM

**DATEN UND FAKTEN ZUR
INTERNETNUTZUNG IM DEZEMBER 2017**
AUF BASIS VON NIELSEN DIGITAL CONTENT MEASUREMENT

Jahresbericht 2017

März 2018

Eckdaten der Internetnutzung

	Dezember 2017
Active Digital Media Universe (in Mio.)	55,0
Current Digital Media Universe Estimate (in Mio.) (verfügen über einen PC mit Internetzugang)	67,1
Session/Visits pro Person	33
Besuchte Domains pro Person	49
Page Views pro Person	792
Internet-Nutzungsdauer pro Person/Tag	00:40:36
Nutzungsdauer pro Web-Seite	00:01:24
Anzahl Personen im Nielsen Online-Panel	20.037

55,0 Mio. Personen ab 2 Jahren (66,6 Prozent der deutschen Gesamtbevölkerung) in Haushalten mit Internet-Zugang haben im Dezember 2017 das World-Wide-Web oder ein Internet-Angebot genutzt.

67,1 Millionen Personen in Deutschland (81,4 Prozent der Bevölkerung) verfügten im Dezember 2017 über die technische Möglichkeit, über einen PC im Internet zu surfen.

Die durchschnittliche Internet-Nutzungsdauer pro Person und Tag lag im Dezember 2017 bei gut 40 Minuten.

Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Dezember 2017

Nielsen Digital Content Measurement wertet nur die stationäre Internetnutzung aus. Mobile Internetnutzer, die über Smartphones oder Tablet PCs im Internet surfen, werden nicht berücksichtigt. Kennwerte sind im Glossar erläutert.

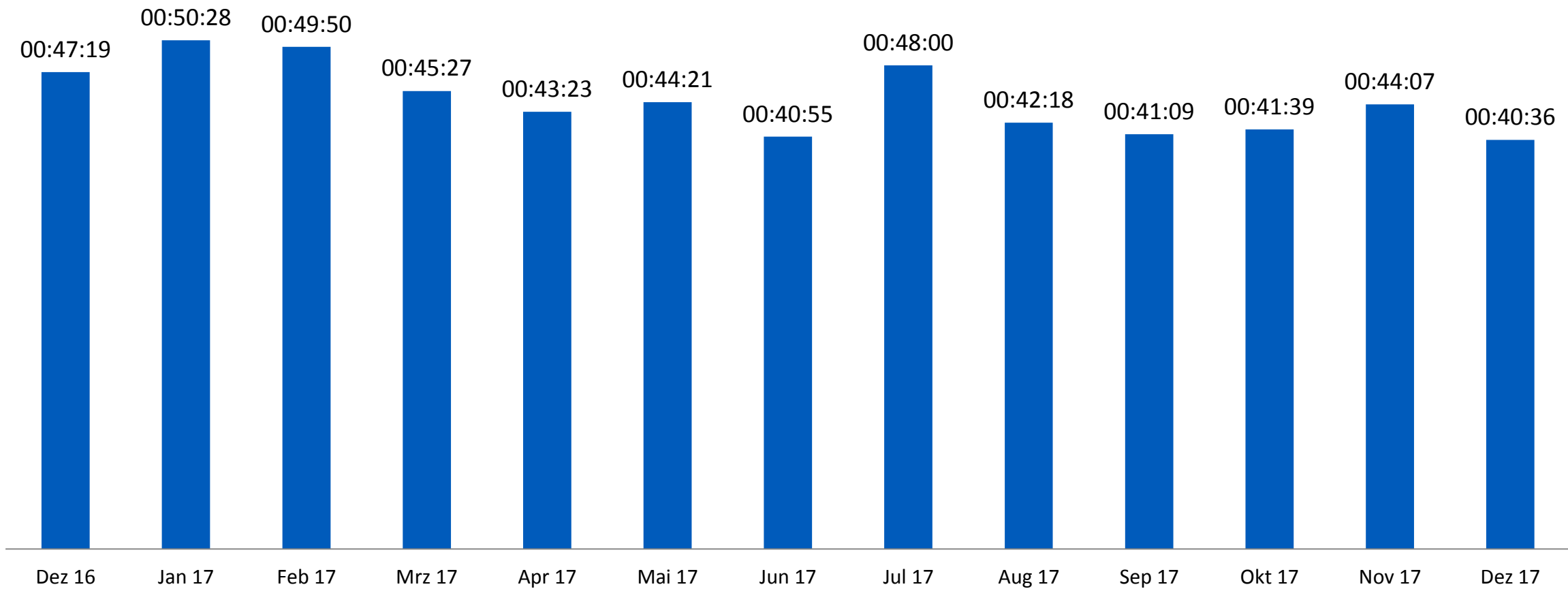
Eckdaten der Internetnutzung - Trend

	Dezember 2012	Dezember 2013	Dezember 2014	Dezember 2015	Dezember 2016	Dezember 2017	Veränderung 2012 zu 2017 in %
Active Digital Media Universe (in Mio.)	48,5	55,0	54,5	58,1	55,2	55,0	+13,4%
Current Digital Media Universe Estimate (in Mio.) (verfügen über einen PC mit Internetzugang)	57,4	65,5	66,1	67,9	66,2	67,1	+16,9%
Session/Visits pro Person	55	52	53	38	35	33	-40,0%
Besuchte Domains pro Person	72	60	58	62	59	49	-31,9%
Page Views pro Person	2.312	1.371	1.179	1.135	983	792	-65,7%
Internet-Nutzungsdauer pro Person/Tag	0:48:59	00:57:20	00:53:26	00:45:08	00:47:19	00:40:36	-17,1%
Nutzungsdauer pro Web-Seite	00:00:58	00:01:36	00:01:44	00:01:06	00:01:20	00:01:24	+44,8%
Anzahl Personen im Nielsen Online-Panel	32.237	29.600	27.580	16.952	19.690	20.037	-37,8%

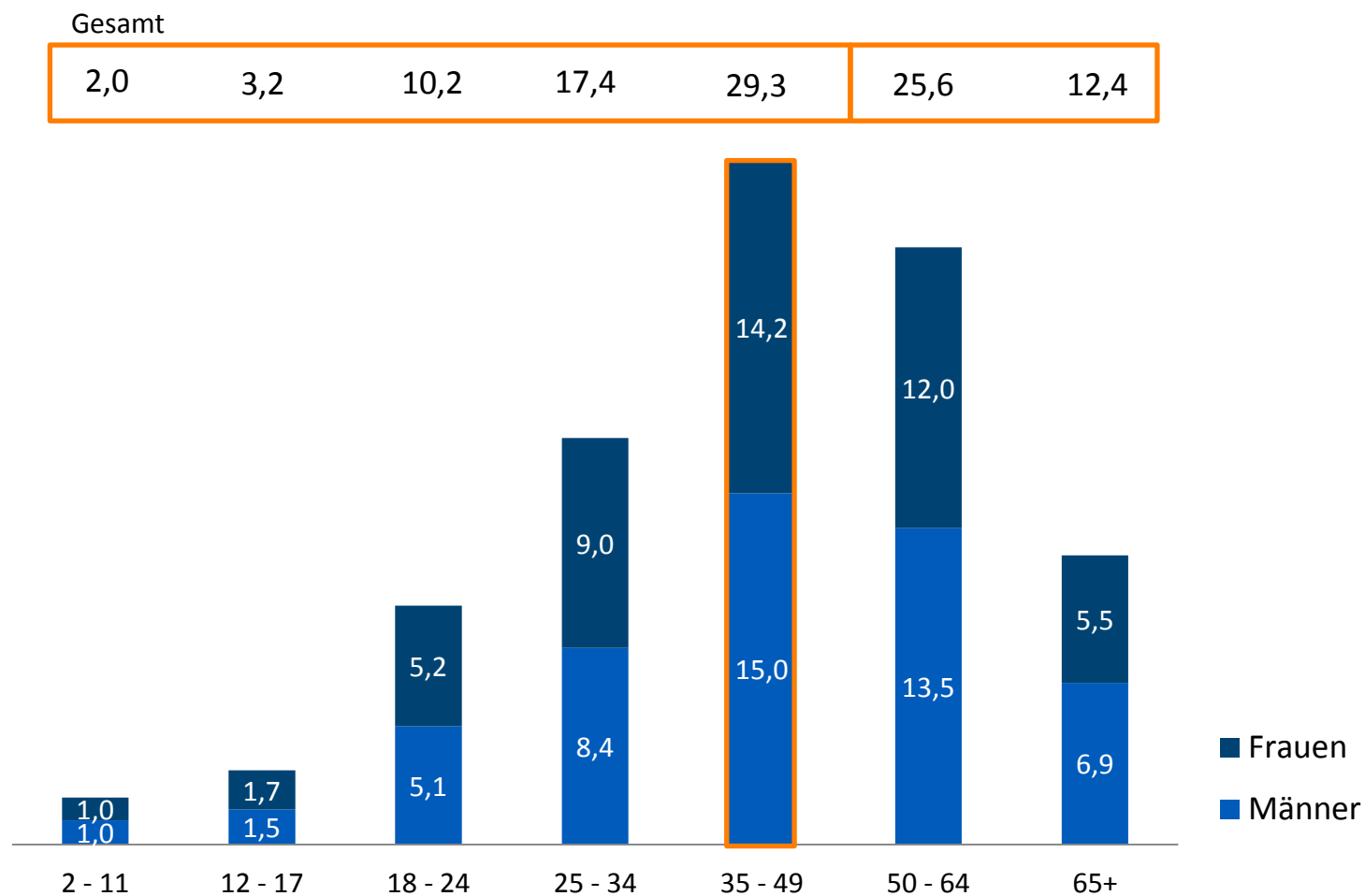
Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Dezember 2017

Nielsen Digital Content Measurement wertet nur die stationäre Internetnutzung aus. Mobile Internetnutzer, die über Smartphones oder Tablet PCs im Internet surfen, werden nicht berücksichtigt. Kennwerte sind im Glossar erläutert.

Entwicklung der Internetnutzungsdauer pro Person und Tag



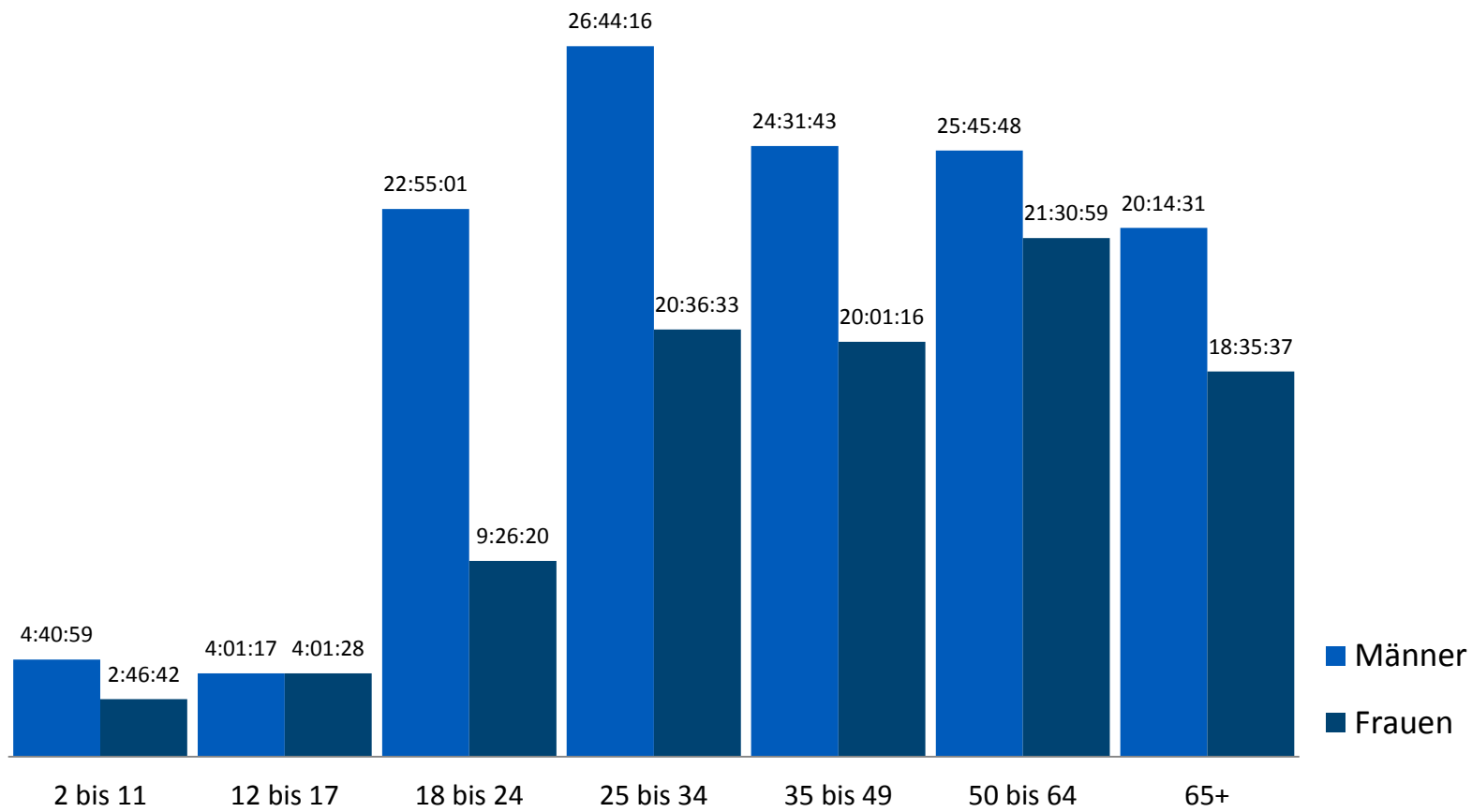
Struktur der Internetnutzer nach Alter und Geschlecht im Dezember 2017 (in %)



- 62,1 Prozent der aktiven Internetnutzer waren im Dezember 2017 zwischen 2 und 49 Jahre alt
- 37,9 Prozent waren älter als 50 Jahre
- Die Alterskohorte 35-49 macht den größten Anteil der Internetnutzerschaft aus
- In Anbetracht des erheblichen Bevölkerungsanteils der über 65-Jährigen (ca. 20 Prozent der dt. Gesamtbevölkerung) ist diese Altersgruppe mit einem Anteil von 12,4 Prozent im Internet nach wie vor stark unterrepräsentiert

Dauer der Internetnutzung nach Alter und Geschlecht im Dezember 2017

Durchschnittliche Internetnutzung in Std./Min./Sek., pro Person



- Betrachtet man die durchschnittliche Verweildauer im Internet nach Geschlecht, so zeigt sich in allen Altersgruppen ab 18, dass die männlichen Nutzer im Dezember 2017 deutlich mehr Zeit auf Internetseiten verbrachten als die Frauen.

Nutzung der Top 25 Marken bzw. Angebote im Internet im Dezember 2017

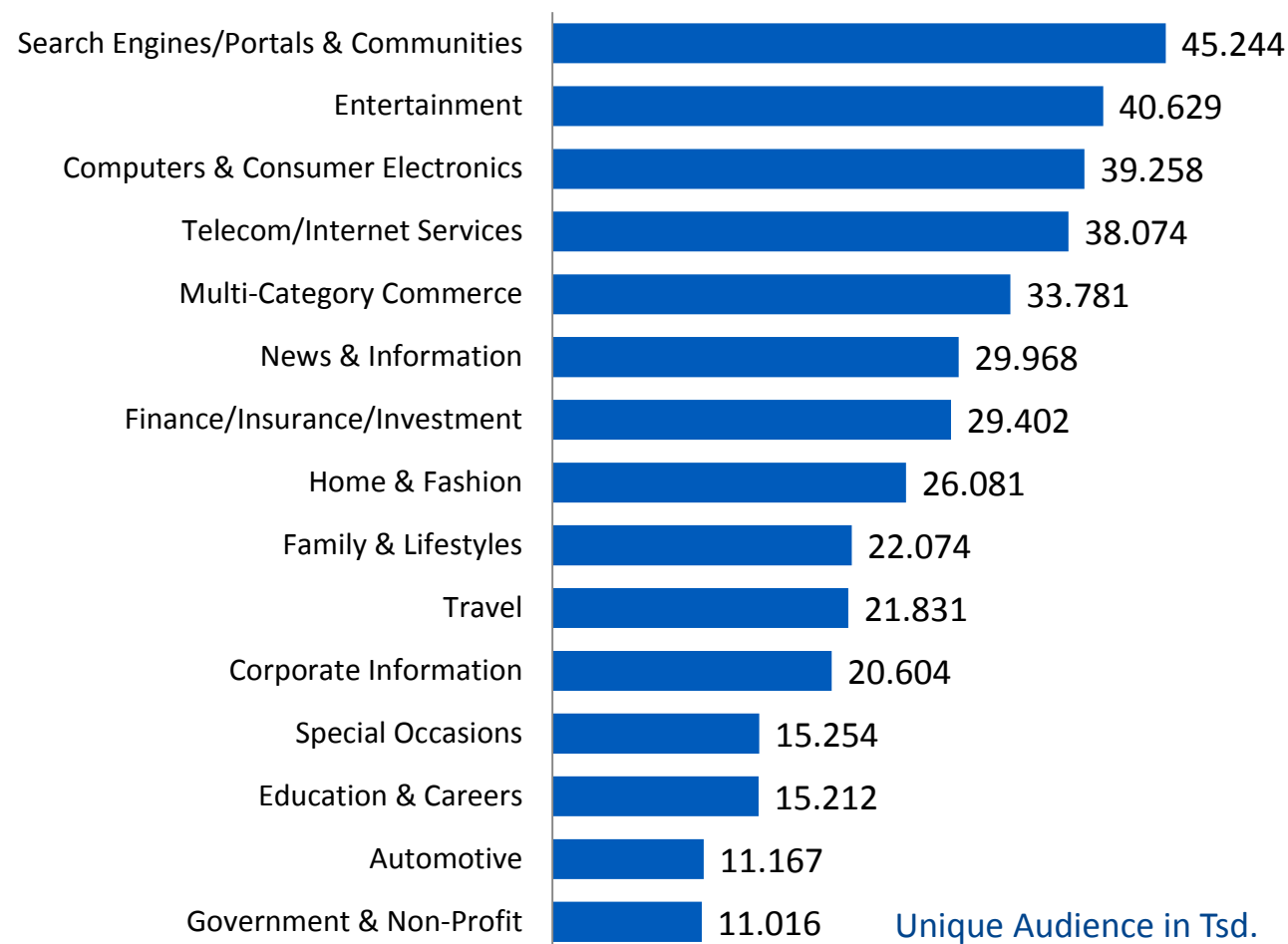
Rank	Site/Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach in %	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss
1	Google	37.354	68,0	4.058.633	01:48:39
2	MSN/Outlook/Bing/Skype	23.332	42,4	1.386.622	00:59:25
3	Amazon	22.241	40,5	1.627.381	01:13:10
4	Facebook	18.941	34,5	5.837.855	05:08:12
5	YouTube	18.131	33,0	3.356.708	03:05:08
6	Microsoft	16.989	30,9	616.507	00:36:17
7	eBay	16.696	30,4	1.744.405	01:44:28
8	Burda Consumer Tech Group	11.753	21,4	188.024	00:15:59
9	PayPal	11.659	21,2	112.988	00:09:41
10	T-Online	11.048	20,1	1.172.351	01:46:06
11	Wikipedia	10.708	19,5	194.583	00:18:10
12	Gruener + Jahr Publishing Network	9.807	17,8	208.014	00:21:12
13	Web.de	9.360	17,0	1.136.435	02:01:25
14	Sparkassen	8.034	14,6	320.892	00:39:56
15	eBay Kleinanzeigen	7.889	14,4	421.042	00:53:22
16	GMX	7.708	14,0	924.484	01:59:55
17	DHL	7.474	13,6	91.141	00:12:11
18	OTTO	5.987	10,9	107.949	00:18:01
19	Videolan	5.974	10,9	587.987	01:38:25
20	RTL Network	5.918	10,8	156.037	00:26:22
21	Computerbild	5.843	10,6	124.232	00:21:15
22	Apple	5.778	10,5	195.763	00:33:52
23	FOCUS Online	5.571	10,1	88.541	00:15:53
24	Ask Search Network	5.561	10,1	107.530	00:19:20
25	Bild.de	5.398	9,8	428.144	01:19:19

Bei der Nutzungsdauer ist Facebook unangefochtener Spitzenreiter.

Die Burda Consumer Tech Group war im Dezember 2017 das erfolgreichste deutsche Angebot im Internet. Mit 11,8 Mio. Unique User belegte das Portal Rang acht.

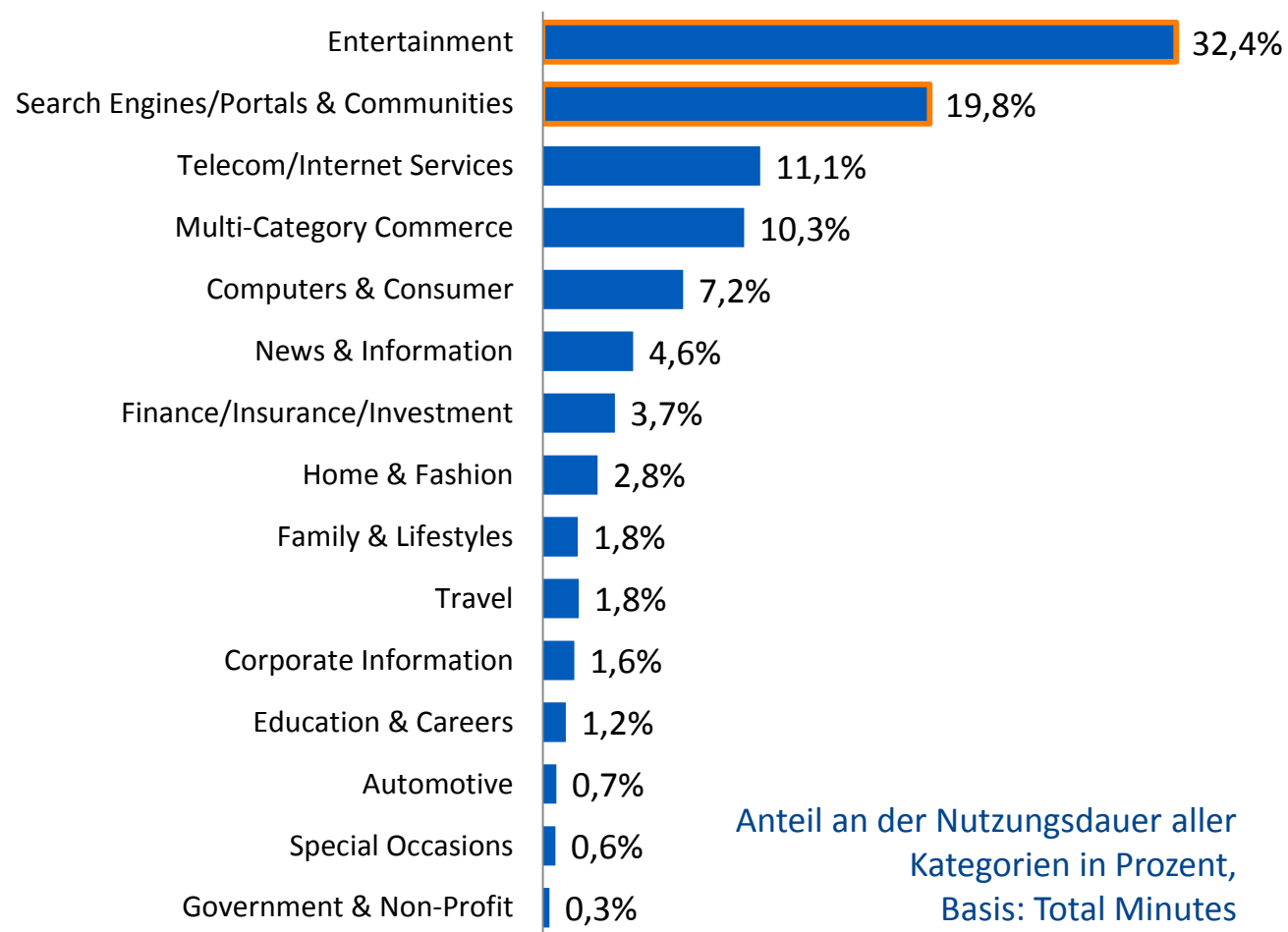
Alle Angebote hatten im Dezember 2017 weniger Reichweite als noch ein Jahr zuvor.

Internetnutzung 2017 nach Angebotskategorien im Dezember 2017



- Gemessen am Kennwert Unique Audience wurde die Kategorie „Search Engines/Portals & Communities“ von den meisten Personen genutzt.
- In die Kategorie „Search Engines/Portals & Communities“ fallen neben der Google-Suche und Social-Media-Angeboten wie Facebook vor allem auch die Freemail-Portale wie t-online.de, gmx.de, web.de etc.

Internetnutzung 2017 nach Angebotskategorien im Dezember 2017



- Der hohe Wert der beiden Angebotsarten „Entertainment“ und „Search Engines/Portals & Communities“ ist vor allem der hohen Nutzungsdauer von Videos, Online-Games und Social Media zuzuschreiben.
- Unter die Angebote der Kategorie „Telekom/Internet Services“ fallen u.a. Websites aus den Bereichen Telekommunikation und Internet-Konnektivität wie diverse E-Mail-Dienste.

Internetnutzung 2017 – Key Facts nach Kategorien

Broadcast Media

- Die Liste der Broadcast Media Angebote wird im Dezember 2017 von den Angeboten des **RTL-Networks** angeführt. Diese erreichten eine Reichweite von 5,9 Mio. Unique User. Zum RTL-Network gehören sowohl Angebote mit Medienbezug als auch solche, die keinen Medienbezug aufweisen. Die meistgenutzten Fernsehangebote innerhalb des RTL-Networks sind Kochbar (1,5 Mio. Unique User) und der Nachrichtendienst n-tv.de (1,4 Mio. Unique User).
- **Sky Deutschland** nimmt in diesem Ranking Platz zwei mit einer Reichweite von 2,9 Mio. Unique User ein. In den Top 10 Broadcast Media Angeboten sind die Plätze 3-10 von öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern belegt.

Online Games

- **Steam** belegt mit 4,5 Mio. Unique User Platz 1 des Rankings.

Social Media

- **Facebook** bleibt weiterhin das meistgenutzte Soziale Netzwerk in Deutschland. Gut jeder dritte aktive Internetnutzer war im Dezember 2017 auf Facebook – durchschnittlich ca. fünf Stunden lang.

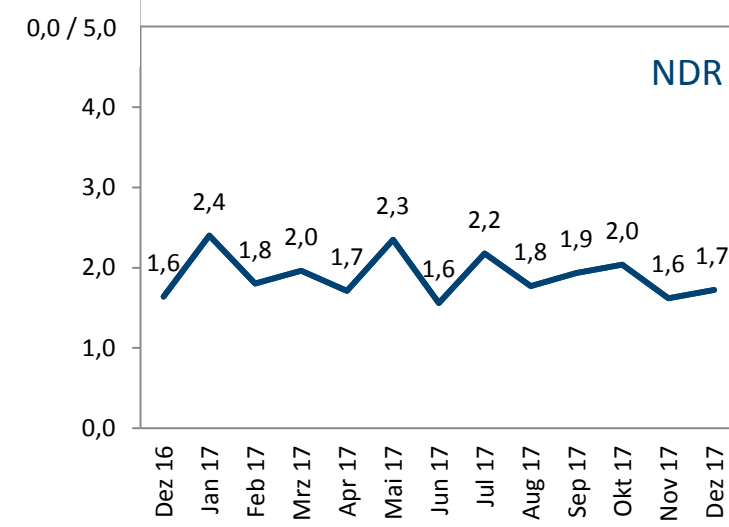
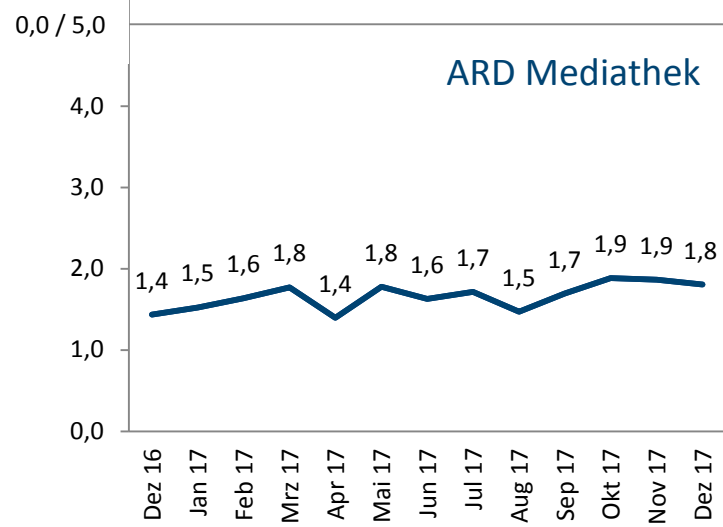
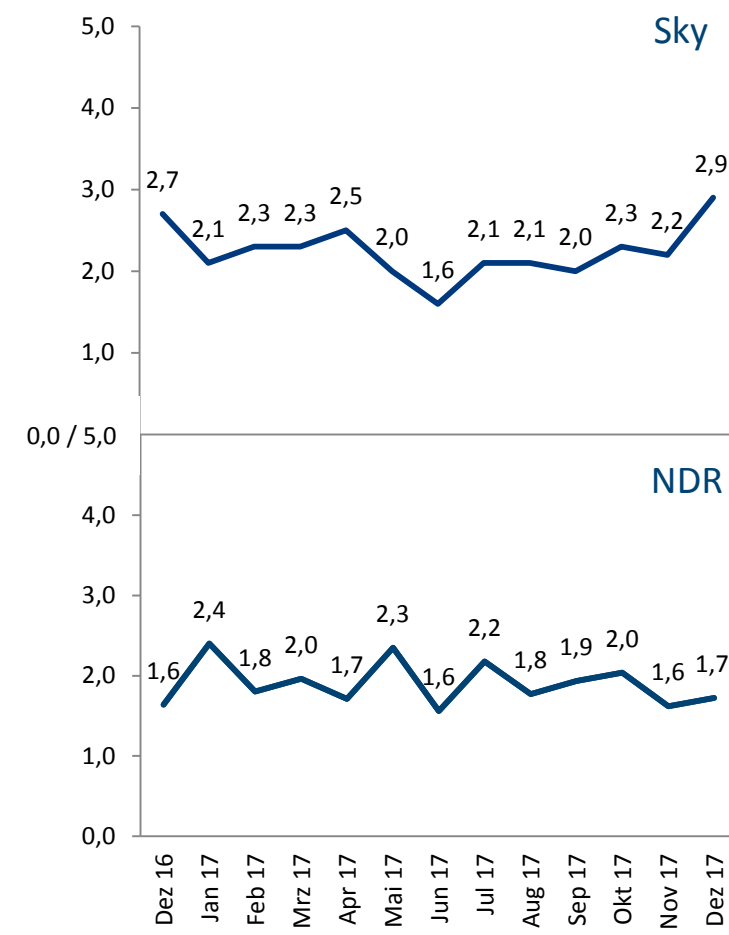
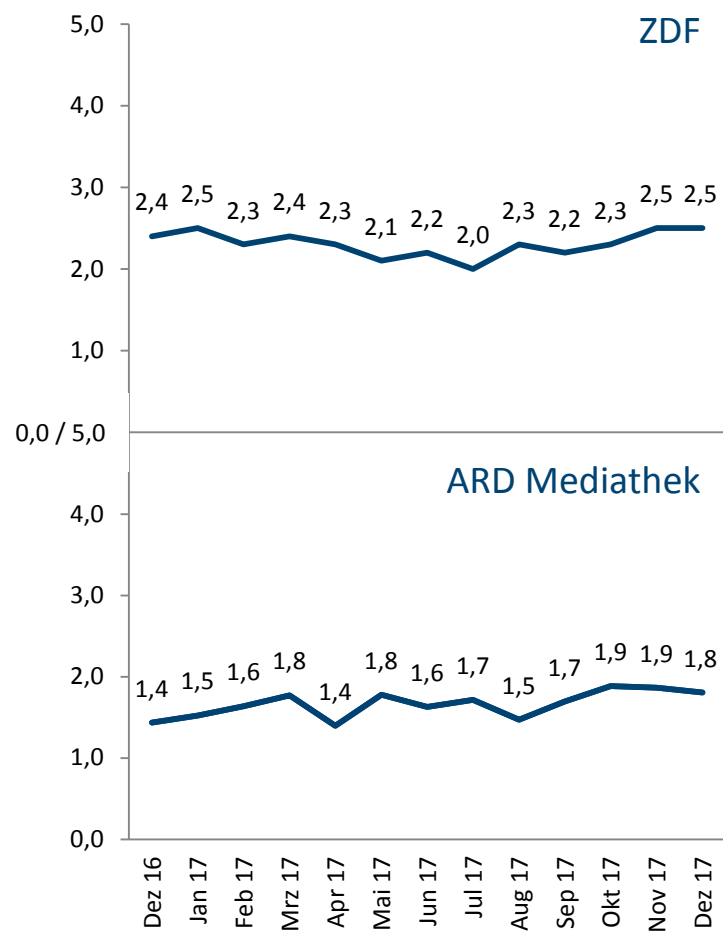
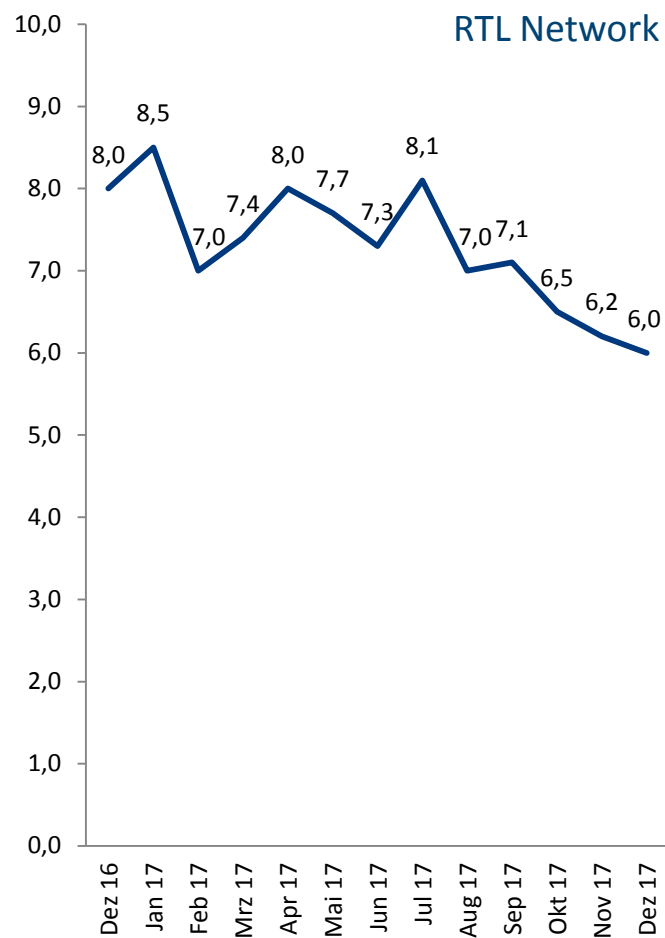
Musik

- Auf dem Online-Musikmarkt bleibt **Spotify** mit einer Reichweite von 3,9 Mio. Unique User weiterhin der klare Marktführer.
- Der Rückgang der Reichweite und der Nutzungsdauer der Sozialen Netzwerke hängt u. a. mit der zunehmenden Nutzung dieser Angebote über Smartphones und Tablets zusammen. Nielsen erfasst bisher nur die stationäre Nutzung am PC und Laptop.

Nutzung der Top 15 Broadcast Media Angebote im Internet im Dezember 2017

Rank	Site / Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach (%)	Total Minutes in Tsd.	Time Per Person (hh:mm:ss)
1	RTL Network	5.918	10,77	156.037	00:26:22
2	Sky	2.858	5,20	113.026	00:39:32
3	ZDF	2.500	4,55	111.044	00:44:25
4	ARD Mediathek	1.804	3,28	71.199	00:39:28
5	NDR	1.722	3,13	21.263	00:12:20
6	WDR	1.277	2,32	31.544	00:24:41
7	SWR	1.257	2,29	52.463	00:41:44
8	DasErste.de	1.230	2,24	25.901	00:21:03
9	BR	941	1,71	15.161	00:16:06
10	ARD.de	908	1,65	4.400	00:04:50
11	Sat.1	908	1,65	20.540	00:22:37
12	MDR	907	1,65	18.011	00:19:51
13	Fernsehserien.de	768	1,40	6.782	00:08:49
14	ProSieben	753	1,37	9.451	00:12:32
15	DeutschlandRadio	683	1,24	5.724	00:08:22

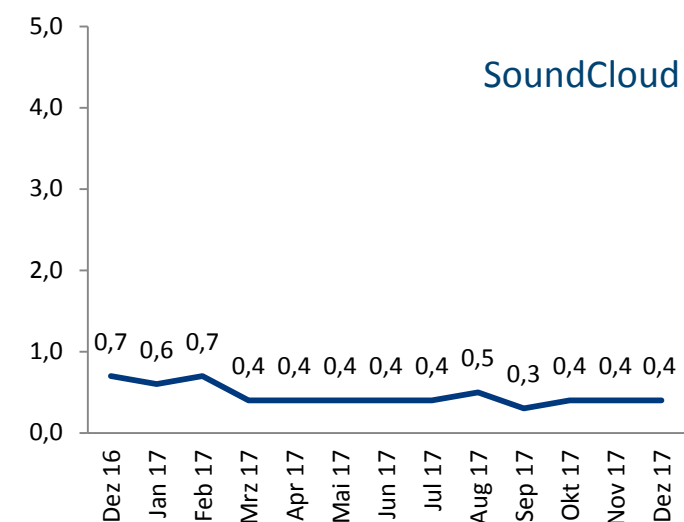
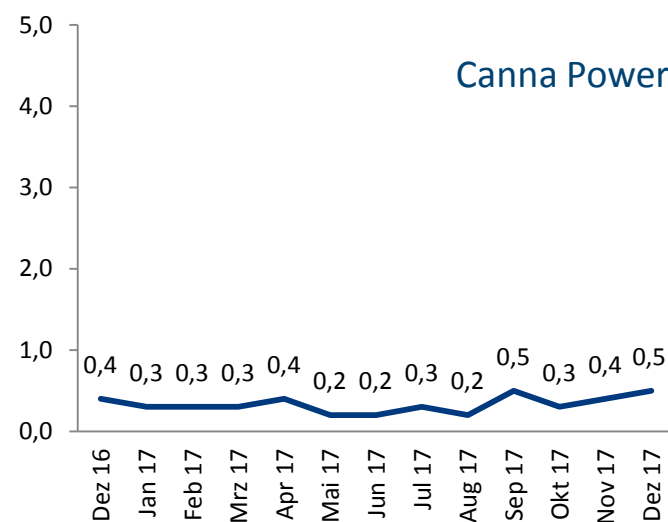
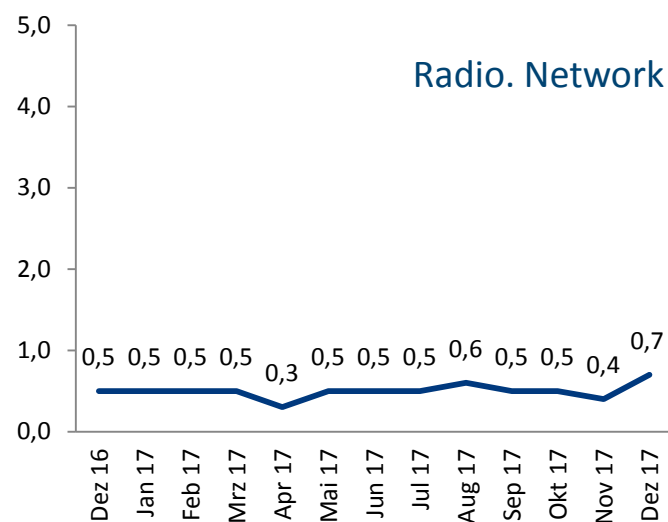
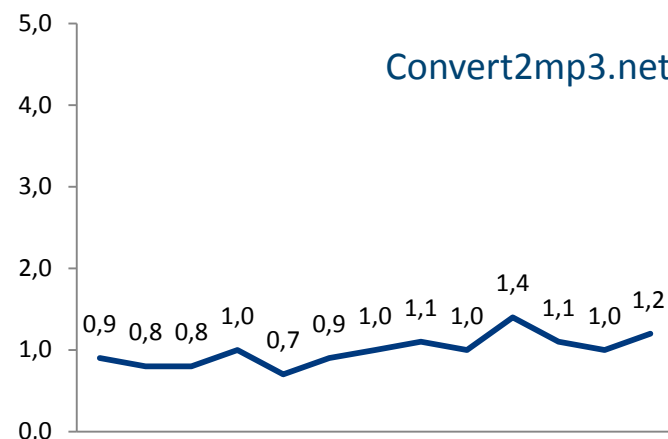
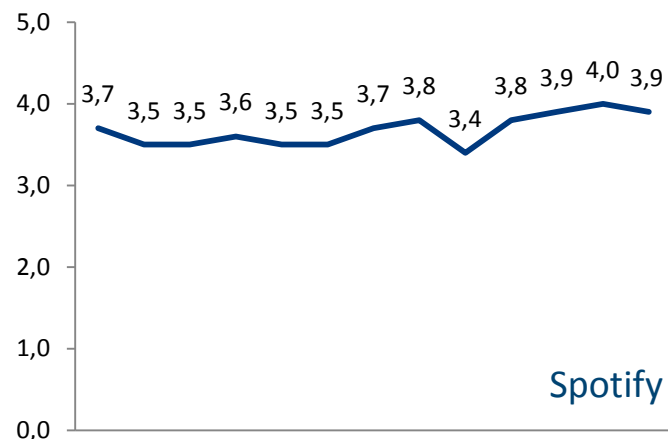
Reichweitenentwicklung der Top 5 Broadcast Media Angebote im Internet



Nutzung der Top 15 Musik-Angebote im Internet im Dezember 2017

Rank	Site / Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach (%)	Total Minutes in Tsd.	Time Per Person (hh:mm:ss)
1	Spotify	3.895	7,09	256.801	01:05:56
2	Convert2mp3.net	1.165	2,12	31.805	00:27:17
3	Radio. Network	715	1,30	27.839	00:38:56
4	Canna Power	447	0,81	14.194	00:31:45
5	SoundCloud	350	0,64	8.225	00:23:30
6	audials	315	0,57	16.529	00:52:27
7	Deezer	289	0,53	3.977	00:13:44
8	Viacom Global Entertainment Group	284	0,52	5.518	00:19:26
9	Laut.de	279	0,51	7.244	00:25:59
10	Cyberstore Thomann	258	0,47	3.965	00:15:23
11	Discogs	218	0,40	1.818	00:08:20
12	Sony Music Entertainment	187	0,34	886	00:04:44
13	Warner Music Group	172	0,31	429	00:02:29
14	Ultimate-Guitar.com	121	0,22	2.205	00:18:09
15	Lieder-archiv.de	114	0,21	298	00:02:36

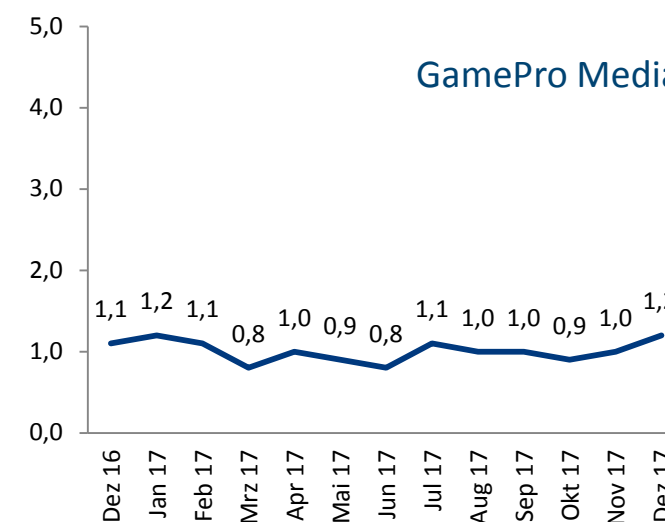
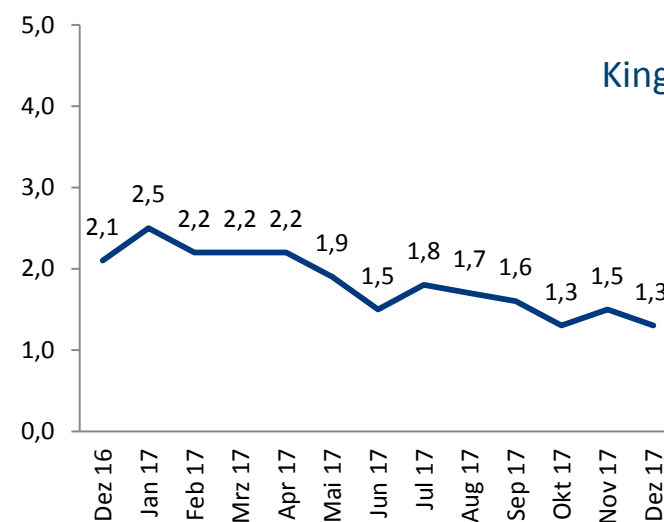
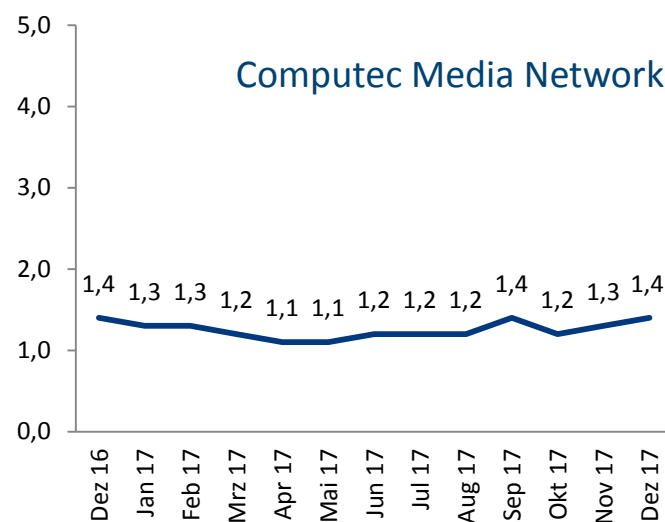
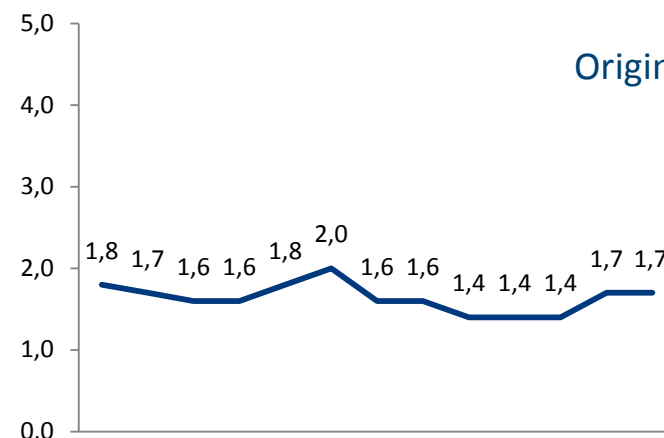
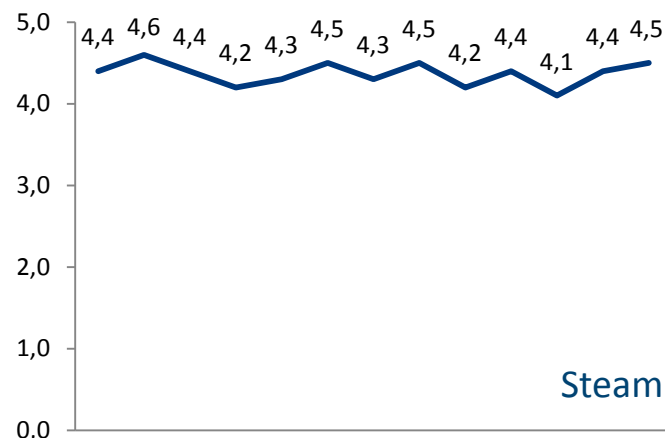
Reichweitenentwicklung der Top 5 Musik-Angebote im Internet



Nutzung der Top 15 Online Games im Internet im Dezember 2017

Rank	Site / Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach (%)	Total Minutes in Tsd.	Time Per Person (hh:mm:ss)
1	Steam	4.541	8,26	390.200	01:25:55
2	Origin	1.738	3,16	51.413	00:29:34
3	Computec Media Network	1.373	2,50	43.064	00:31:21
4	King	1.321	2,40	579.766	07:19:02
5	GamePro Media	1.213	2,21	23.524	00:19:23
6	Blizzard Entertainment	906	1,65	479.191	08:49:11
7	Ubisoft Entertainment	756	1,37	159.122	03:30:36
8	TwitchTV	699	1,27	179.248	04:16:16
9	Plarium	619	1,13	45.166	01:12:59
10	League of Legends	609	1,11	774.088	21:11:01
11	Mmoga	539	0,98	4.176	00:07:44
12	gamona	537	0,98	15.843	00:29:29
13	SPIL Games Network	503	0,91	80.494	02:40:09
14	Counter Strike	493	0,90	445.594	15:03:40
15	4Players	483	0,88	4.648	00:09:37

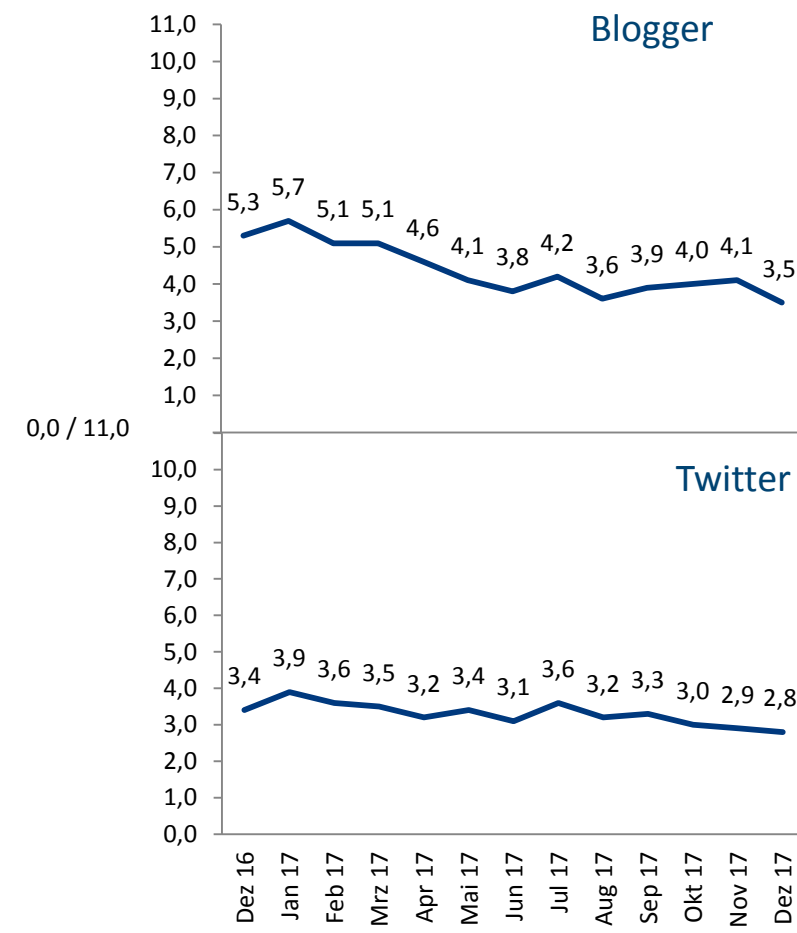
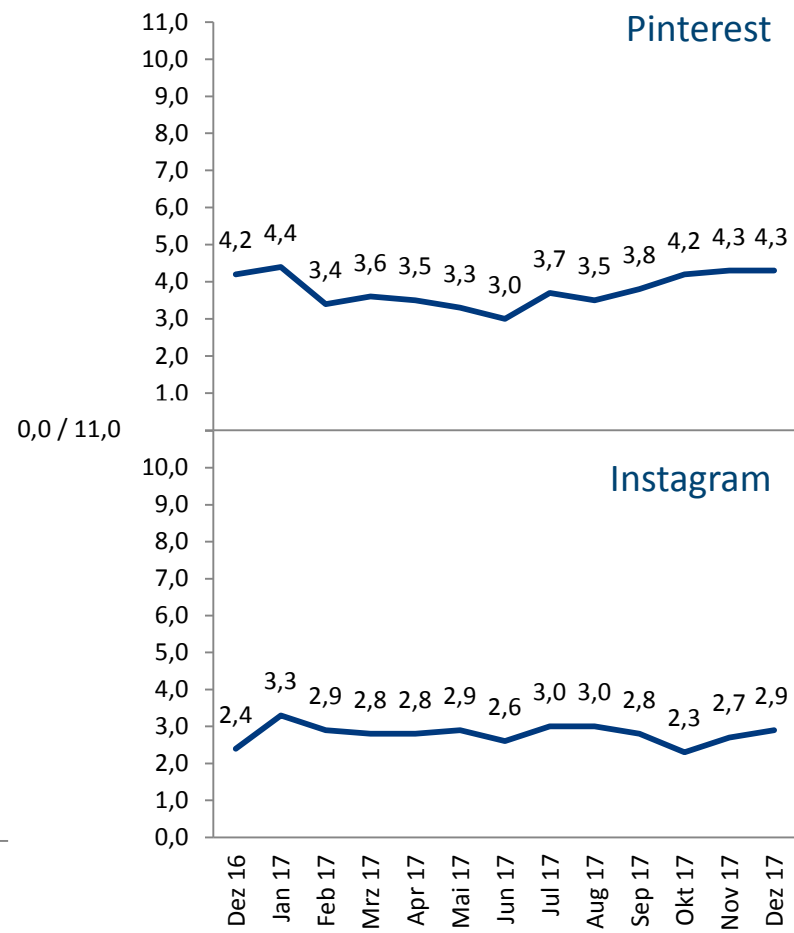
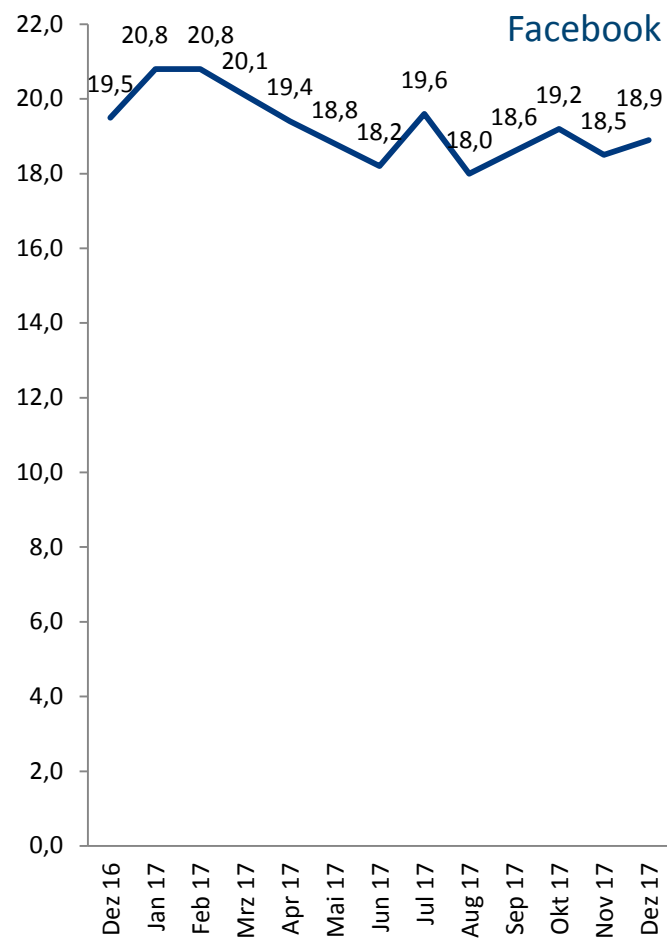
Reichweitenentwicklung der Top 5 Online Games



Nutzung der Top 15 Sozialen Netzwerke im Internet im Dezember 2017

Rank	Site / Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach (%)	Total Minutes in Tsd.	Time Per Person (hh:mm:ss)
1	Facebook	18.941	34,46	5.837.855	05:08:12
2	Pinterest	4.279	7,78	97.343	00:22:45
3	Blogger	3.483	6,34	54.582	00:15:40
4	Instagram	2.874	5,23	62.988	00:21:55
5	Twitter	2.824	5,14	82.795	00:29:19
6	XING	2.417	4,40	56.081	00:23:12
7	WordPress.com	2.077	3,78	15.853	00:07:38
8	LinkedIn	2.009	3,65	57.902	00:28:49
9	Classmates Online	1.512	2,75	13.938	00:09:13
10	Reddit.com	1.087	1,98	22.520	00:20:42
11	Tumblr	885	1,61	62.887	01:11:02
12	Boerse	378	0,69	11.637	00:30:46
13	Change.org	359	0,65	1.240	00:03:27
14	VK	348	0,63	17.323	00:49:44
15	flashX.tv	344	0,63	3.372	00:09:48

Reichweitenentwicklung der Top 5 Sozialen Netzwerke im Internet



Methodischer Anhang



Die Nielsen DCM-Berichte



...werden zwei Mal im Jahr veröffentlicht.

...Anfang des Jahres erscheint ein **Jahresbericht**, in dem die Internetnutzung in verschiedenen Kategorien näher betrachtet wird und Entwicklungen des Vorjahres zusammengefasst werden.

...im zur Jahresmitte erscheinenden **Schwerpunktbericht** werden medienwirtschaftlich und gesellschaftlich relevante Themengebiete auf Grundlage von Onlinedaten aufbereitet.

...das Nielsen-Tool „Digital Content Measurement“ (DCM) liefert hierfür die benötigten Kennwerte von gelisteten Onlineangeboten. Auf Grundlage solcher Kennwerte wie Unique Audience, Time Spent oder soziodemografischen Informationen der Nutzer kann ein Profil der meistgenutzten Seiten und der Nutzerschaft (bezogen auf ein bestimmtes Themengebiet) erstellt werden.

Glossar

Begriff	Erklärung
Active Digital Media Universe (in Mio.)	Personen in deutschen Haushalten mit Internet-Zugang die das World-Wide-Web oder ein Internet-Angebot in einem bestimmten Zeitraum genutzt haben.
Active Reach	Anteil von Personen am "Active Digital Media Universe" in % die während eines bestimmten Zeitraums von einem Internetangebot erreicht wurden.
Besuchte Domains pro Person	Wie viele Domains, also Internetadressen oder URL's, eine Person in Deutschland in einem bestimmten Zeitraum besucht hat.
Category	Eine von Nielsen bestimmte Zuordnung von Webseiten anhand von inhaltlichen Merkmalen (z.B. soziale Netzwerke, Musikangebote,...).
Current Digital Media Universe Estimate (in Mio.)	Wie viele Personen in Deutschland in einem bestimmten Zeitraum über die technische Möglichkeit verfügten, über einen PC im Internet zu surfen.
Page Views pro Person	Durchschnittliche Anzahl von Seitenaufrufen (auch innerhalb einer Website) eines Nutzers im betrachteten Zeitraum.
Session/Visits pro Person	Gibt an wie oft ein Nutzer durchschnittlich im betrachteten Zeitraum eine Seite bzw. Applikation besucht bzw. genutzt hat.
Time per Person	Durchschnittliche Nutzungszeit eines Users im betrachteten Zeitraum.
Total Minutes	Aggregierte Nutzungsdauer aller Internetnutzer die während eines bestimmten Zeitraums im Internet oder auf einer Website waren.
Unique Audience / User	Anzahl der Personen, die eine Seite oder Applikation im betrachteten Zeitraum mindestens einmal besucht bzw. genutzt haben.

Impressum

Herausgeber:

Die Medienanstalten

ALM GbR, Berlin

Verantwortlich: Cornelia Holsten

Vorsitzende der Direktorenkonferenz
der Landesmedienanstalten (DLM)

Redaktion:

Adrian Gerlitsch (BLM),

Amelie Herrmann (BLM)