

Nielsen DCM

**DATEN UND FAKTEN ZUR STATIONÄREN UND MOBILEN
INTERNETNUTZUNG IM DEZEMBER 2018**
AUF BASIS VON NIELSEN DIGITAL CONTENT MEASUREMENT

Jahresbericht 2018

Juli 2019

Eckdaten der stationären Internetnutzung

	Dezember 2018
Active Digital Media Universe (in Mio.)	53,2
Current Digital Media Universe Estimate (in Mio.) (verfügen über einen PC mit Internetzugang)	69,1
Session/Visits pro Person	32
Besuchte Domains pro Person	48
Page Views pro Person	799
Internet-Nutzungsdauer pro Person/Tag	00:37:54
Nutzungsdauer pro Web-Seite	00:01:19
Anzahl Personen im Nielsen Online-Panel	19.953

53,2 Mio. Personen ab 3 Jahren in Haushalten mit Internet-Zugang haben im Dezember 2018 das World-Wide-Web oder Internet-Angebot(e) genutzt.

69,1 Millionen Personen in Deutschland verfügten im Dezember 2018 über die technische Möglichkeit, über einen PC im Internet zu surfen.

Die durchschnittliche Internet-Nutzungsdauer an stationären Geräten lag im Dezember 2018 pro Person und Tag bei rund 38 Minuten.



Basis: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+
 Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, stationäre Nutzung.
 Quelle „Current Digital Media Universe“: MA 2017 Radio II, agma.

Eckdaten der stationären Internetnutzung – 3-Jahres-Trend

	Dezember 2016	Dezember 2017	Dezember 2018	Veränderung 2016 zu 2018 in %
Active Digital Media Universe (in Mio.)	55,2	55,0	53,2	- 3,6
Current Digital Media Universe Estimate (in Mio.) (verfügen über einen PC mit Internetzugang)	66,2	67,1	69,1	+ 4,4
Session/Visits pro Person	35	33	32	- 8,6
Besuchte Domains pro Person	59	49	48	- 18,6
Page Views pro Person	983	792	799	- 18,7
Internet-Nutzungsdauer pro Person/Tag	00:47:19	00:40:36	00:37:54	- 19,9
Nutzungsdauer pro Web-Seite	00:01:20	00:01:24	00:01:19	- 1,2

Immer mehr Personen besitzen einen PC mit Internetzugang. Gleichzeitig sinkt jedoch die Zahl der aktiven stationären Nutzer und Nutzerinnen kontinuierlich.

Die Anzahl der besuchten Domains und Seiten pro Person sowie die tägliche Nutzungsdauer sind seit Ende 2016 um ca. ein Fünftel zu zurückgegangen. Das weist auf eine verringerte Intensität der stationären Internetnutzung hin.



Basis: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+
 Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, stationäre Nutzung.
 Quelle „Current Digital Media Universe“: MA 2017 Radio II, agma.

Eckdaten der Internetnutzung im Dezember 2018– stationär vs. mobil

	Stationäre Nutzung	Mobile Nutzung	Vergleich Mobil / Stationär in %
Active Digital Media Universe (in Mio.)	53,2	42,1	79,1
Session/Visits pro Person	32	213	665,6
Page Views pro Person	799	1.081	135,3
Internet-Nutzungsdauer pro Person/Tag	00:37:54	03:14:51	514,1

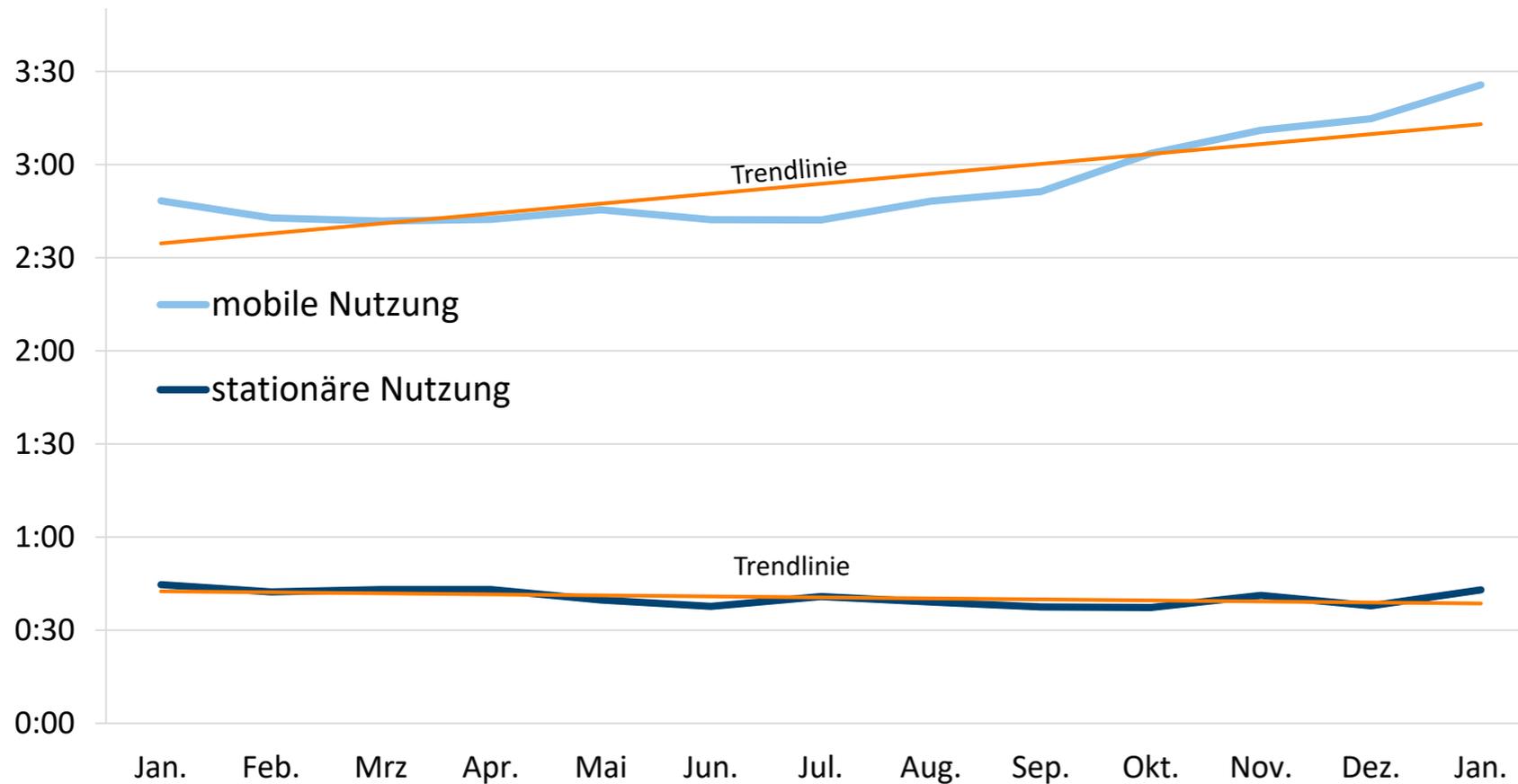
- Die mobile Nutzung ist zwar noch nicht so verbreitet wie die stationäre, jedoch fällt die Intensität der Nutzung in Form von **Nutzungszeit und –menge bei Smartphone und Tablet deutlich höher** aus.
- Mobile Internetnutzer verbrachten im Dezember 2018 mehr als **fünfmal so viel Zeit** im Netz wie stationäre Nutzer.



Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+
 Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+
 Quelle: Nielsen Digital Content Measurement

Internetnutzungsdauer pro Person und Tag – stationäre vs. mobile Nutzung

hh:mm pro Nutzer und Tag



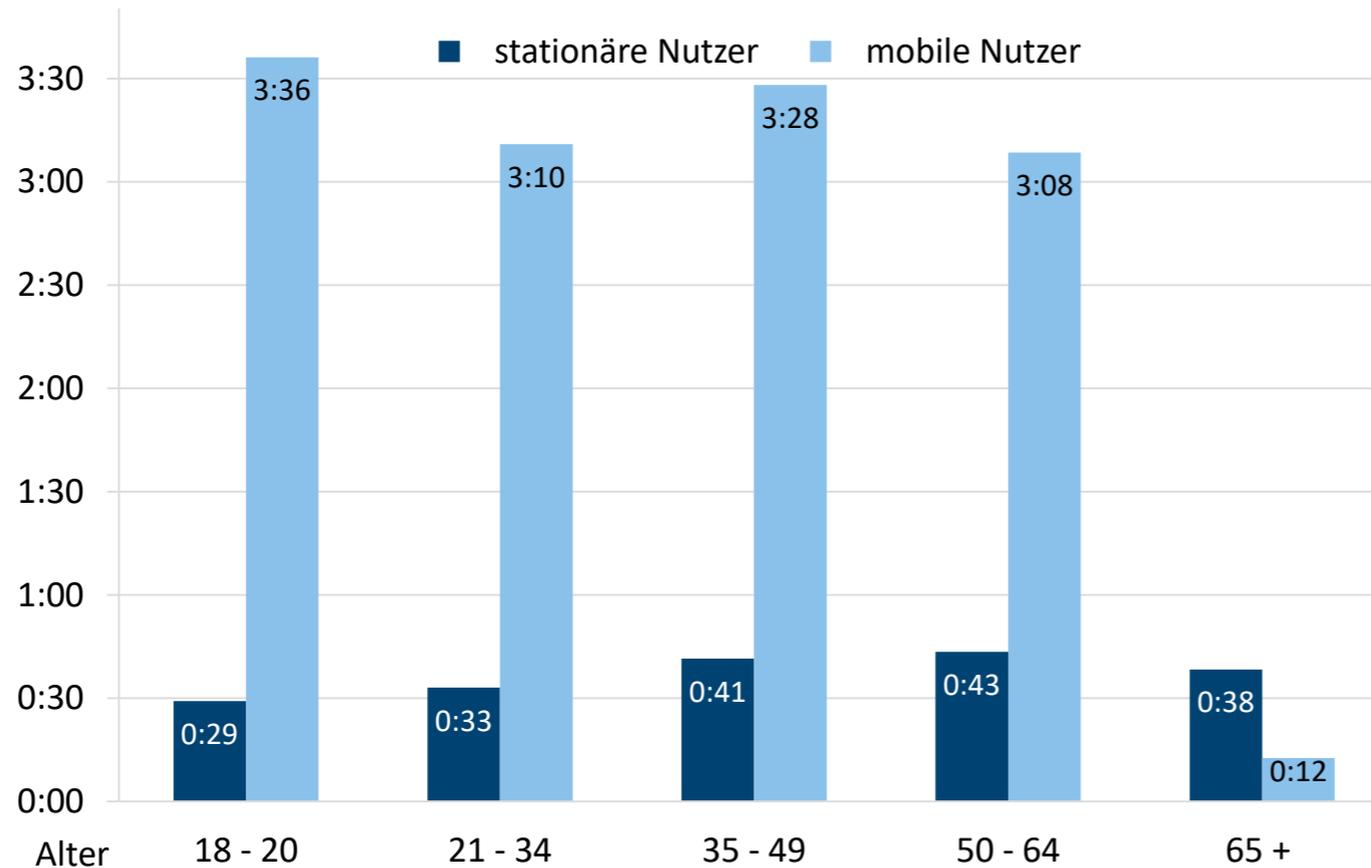
- Das Internet wird **deutlich länger über mobile Endgeräte** genutzt als über stationäre.
- Während die **mobile Nutzung einen Anstieg** der Nutzungsdauer verzeichnet, bleibt die stationäre Nutzungsdauer auf niedrigem Niveau quasi stabil.



Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+
Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+
Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Dezember 2018

Stationäre und mobile Internetnutzungsdauer nach Alter im Dezember 2018

hh:mm pro Nutzer und Tag



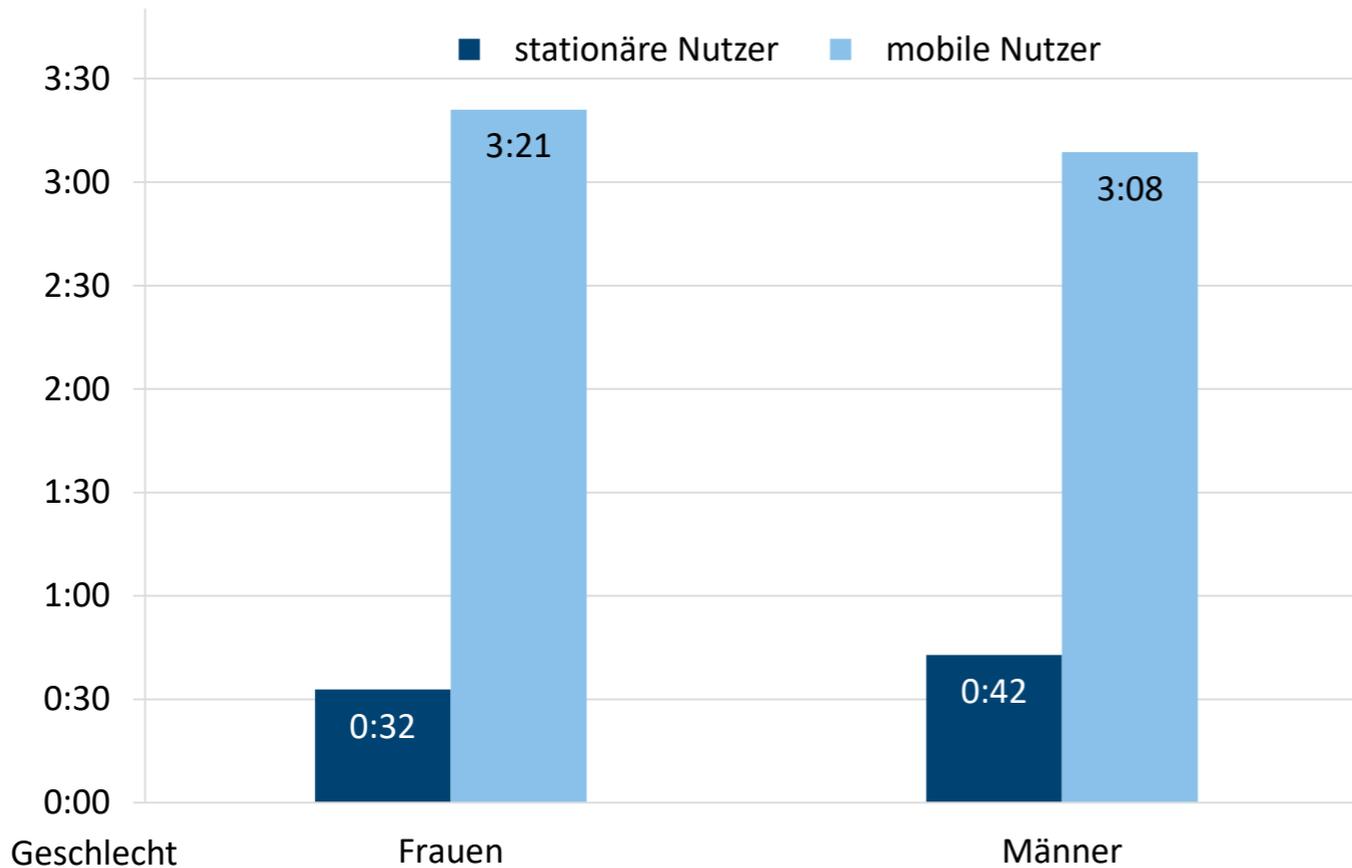
- Unter 65-Jährige verbringen in allen Altersklassen **wesentlich mehr Zeit im Internet über Smartphone und Tablet.**
- Nur ab **65-Jährige** verbringen immer noch einen Großteil ihrer Online-Zeit am **stationären PC.**



Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+
Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+
Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Dezember 2018

Mobile und stationäre Nutzungsdauer nach Geschlecht im Dezember 2018

hh:mm pro Nutzer und Tag



- Tendenziell verbringen **Frauen mehr Zeit** mit der **mobilen Internetnutzung** als Männer.
- Bei **Männern** ist die **stationäre Nutzung etwas zeitintensiver** als bei Frauen, mobile Nutzung dominiert bei beiden Geschlechtern aber klar.



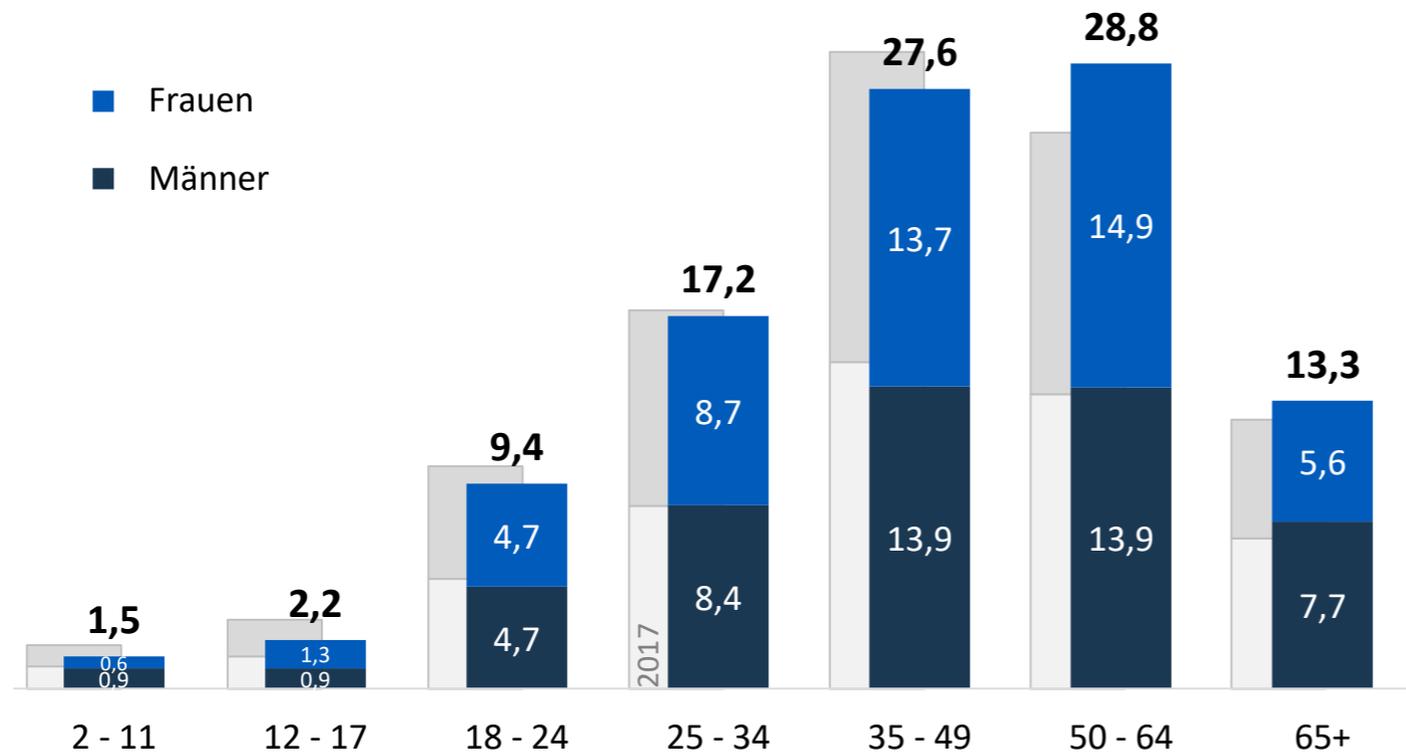
Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+

Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+

Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Dezember 2018

Struktur der stationären Internetnutzer nach Alter und Geschlecht

Dezember 2018, Unique Audience in %



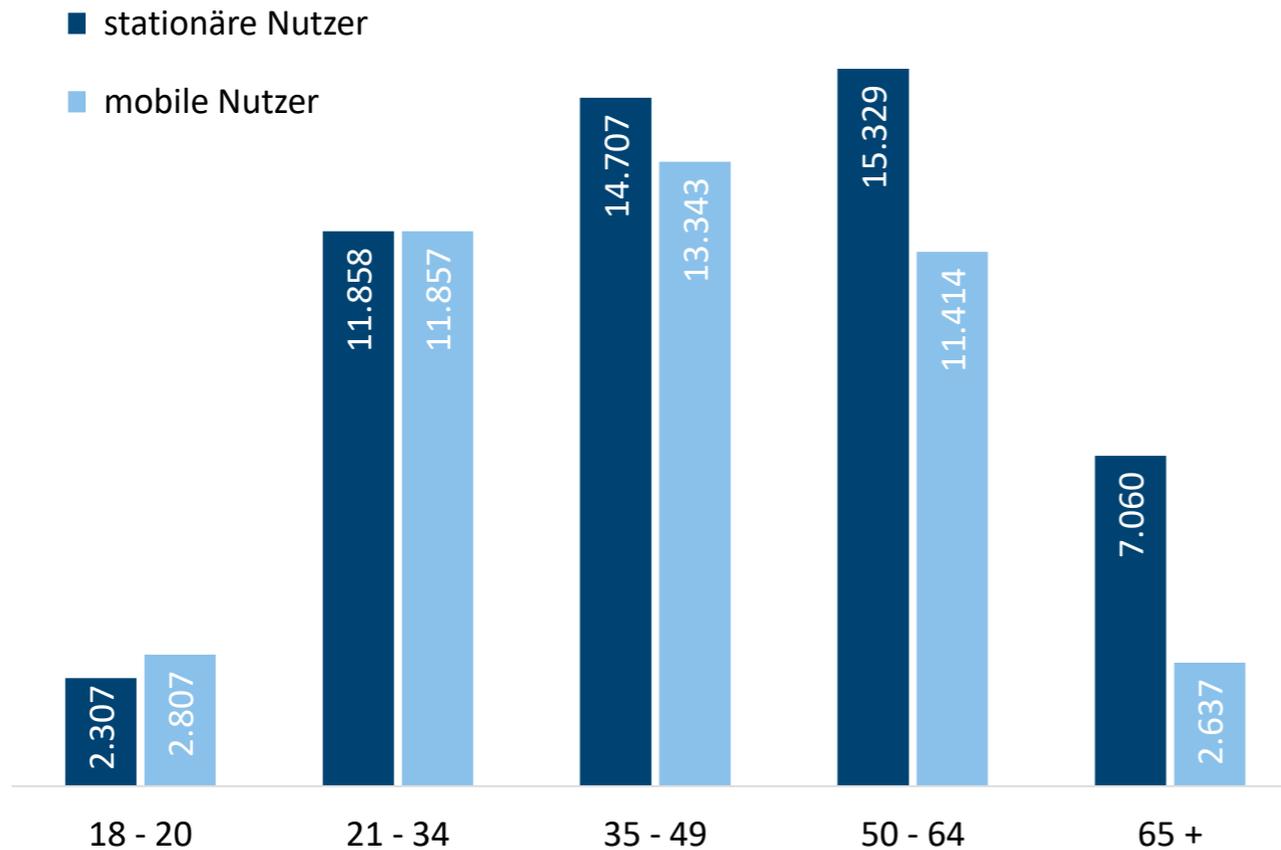
- Im Vergleich zum Vorjahr steigt die stationäre Nutzung bei den ab 50-Jährigen, die größte Teilgruppe stellen anteilig Frauen im Alter 50 bis 64 Jahre.
- Bei den jüngeren Kohorten unter 50 Jahre ist ein Rückgang zu verzeichnen: 58,0 Prozent (-4,1 Pp) der aktiven Internetnutzer sind unter 50 Jahre alt, entsprechend steigt der Anteil der ab 50-Jährigen auf 42,0 Prozent.



Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+
 Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+
 Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Dezember 2018

Stationäre und mobile Internetnutzer nach Alter

Dezember 2018, Unique Audience in Tsd.



- Absolut nutzen im Dezember 2018 insgesamt immer **noch mehr Personen das Internet über einen stationären PC** als über mobile Endgeräte.
- In den **jungen Alterskohorten unter 35 Jahren ersetzen Smartphone und Tablet jedoch zunehmend die PC-Nutzung**: Bei den 21- bis 34-Jährigen sind die Nutzungswege gleichauf, unter den 18- bis 20-Jährigen finden sich bereits mehr mobile Nutzer als stationäre.



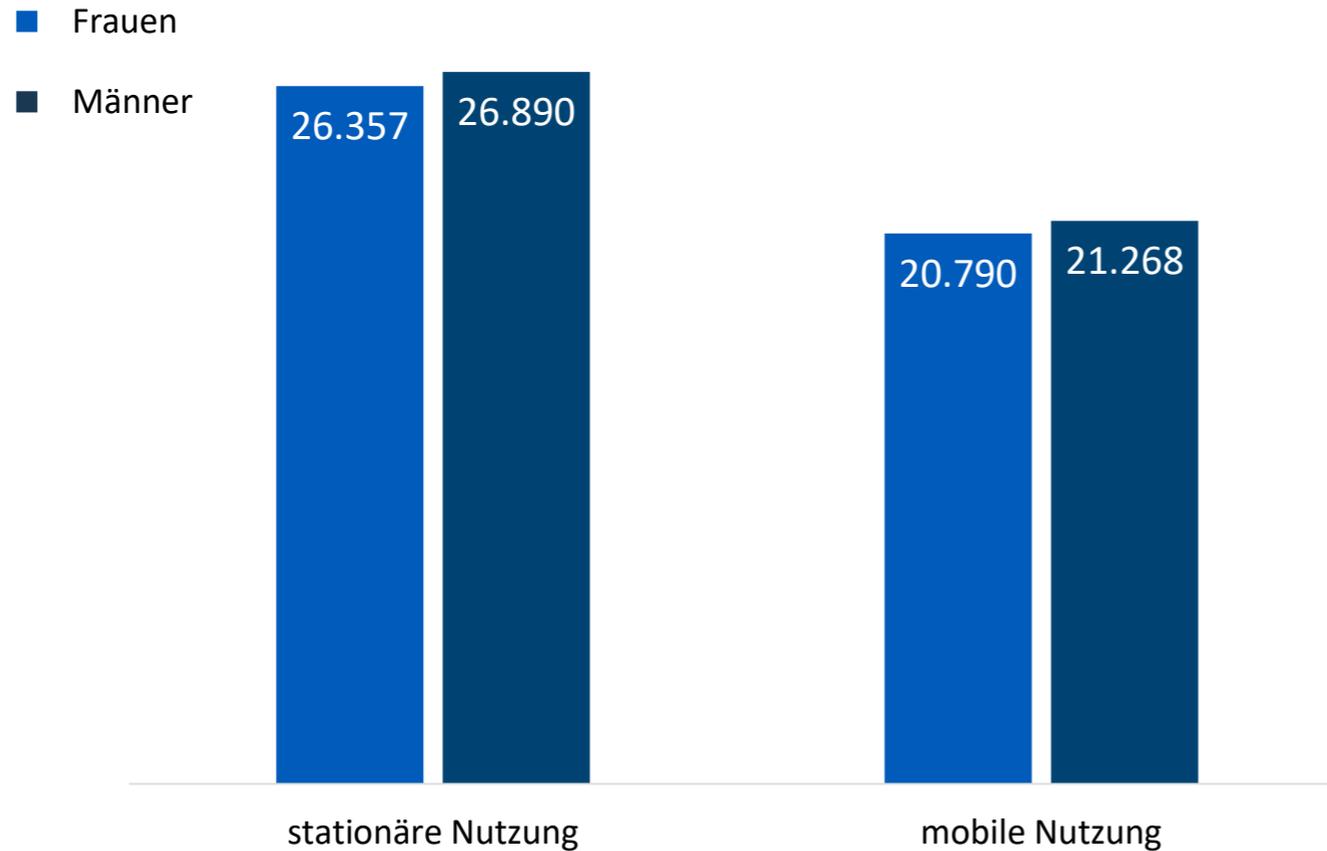
Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+

Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+

Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Dezember 2018

Mobile und stationäre Internetnutzer nach Geschlecht

Dezember 2018: Unique Audience in Tsd.



- In absoluten Zahlen nutzen **etwas weniger Frauen das Internet als Männer** – sowohl mobil als auch stationär. Die Unterschiede sind jedoch nahezu vernachlässigbar.
- Insgesamt wie in der Einzelbetrachtung nach Geschlecht gibt es (noch) etwas mehr stationäre Nutzerinnen und Nutzer als mobile.



Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+

Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+

Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Dezember 2018

Top 25 Marken / Angebote bei stationärer Internetnutzung im Vorjahresvergleich

Rank	Brand / Site	Dezember 2017		Dezember 2018	
		Unique Audience (Tsd.)	Time Per Person (hh:mm:ss)	Unique Audience (Tsd.)	Time Per Person (hh:mm:ss)
1	Google	37.354	01:48:39	39.890	01:45:50
2	Amazon	22.241	01:13:10	24.992	01:17:57
3	MSN/Outlook/Bing/Skype	23.332	00:59:25	21.918	00:51:18
4	Microsoft	16.989	00:36:17	20.864	00:38:47
5	YouTube	18.131	03:05:08	20.190	02:40:12
6	Facebook	18.941	05:08:12	17.611	04:51:25
7	eBay	16.696	01:44:28	15.345	01:39:20
8	PayPal	11.659	00:09:41	14.647	00:12:08
9	Wikipedia	10.708	00:18:10	12.119	00:18:38
10	Web.de	9.360	02:01:25	10.401	02:21:28
11	T-Online	11.048	01:46:06	10.245	01:33:07
12	Gruner + Jahr Publishing Network	9.807	00:21:12	9.969	00:21:51
13	OneDrive	4.722	00:04:01	9.460	00:07:20
14	Burda Consumer Tech Group	11.753	00:15:59	9.189	00:08:57
15	DHL	7.474	00:12:11	9.026	00:12:55
16	Sparkassen	8.034	00:39:56	8.873	00:42:01
17	eBay Kleinanzeigen	7.889	00:53:22	8.762	01:07:53
18	GMX	7.708	01:59:55	8.255	02:13:04
19	OTTO	5.987	00:18:01	6.569	00:21:06
20	RTL Network	5.918	00:26:22	5.924	00:28:57
21	gutefrage.net	5.351	00:05:06	5.857	00:05:51
22	PAYBACK	4.369	00:16:02	5.652	00:14:03
23	Dropbox	4.875	00:10:25	5.608	00:21:00
24	SPIEGEL ONLINE	4.619	00:34:11	5.452	00:55:46
25	Check24	3.592	00:18:07	5.417	00:15:14

- Bei der stationären Nutzung bleibt **Facebook** unangefochtener **Spitzenreiter**. Im Monat Dezember hat ein Facebook-Nutzer im Schnitt knapp 5h auf der Seite des Sozialen Netzwerks verbracht.
- **Fast alle Angebote gewinnen** im Vergleich zum Vorjahr an stationärer **Reichweite**.
- Burda, T-Online, eBay, Facebook und MSN verzeichnen jedoch weniger Nutzer als im Vorjahr.
- **Erfolgreichstes deutsches Angebot** bei der stationären Nutzung ist **web.de**.



Top 25 Marken / Angebote bei mobiler Internetnutzung Dezember 2018

Dezember 2018			
Rank	Brand / Site	Unique Audience (Tsd.)	Time Per Person (hh:mm:ss)
1	Google	41.010	9:51:11
2	YouTube	34.768	6:23:10
3	Facebook	34.726	8:43:37
4	WhatsApp	34.506	14:48:44
5	Amazon	30.832	2:38:09
6	eBay	20.810	1:35:26
7	PayPal	18.664	0:08:01
8	Instagram	18.634	3:48:09
9	Gruner + Jahr Publishing Network	17.154	0:51:18
10	Samsung	16.705	1:10:46
11	eBay Kleinanzeigen	15.842	1:42:45
12	PAYBACK	15.755	1:19:33
13	IMDb - Internet Movie Database	14.310	0:02:28
14	OTTO	12.800	0:06:50
15	DHL	12.655	0:09:26
16	Vodafone	11.865	0:27:26
17	MSN/Outlook/Bing/Skype	11.616	1:48:27
18	O2	11.210	0:07:57
19	Microsoft	10.864	0:56:19
20	Wikipedia	10.728	0:04:19
21	RTL Network	10.556	0:26:31
22	Apple	10.312	1:30:10
23	Pinterest	9.952	1:33:20
24	T-Online	9.452	1:49:33
25	Web.de	9.425	5:22:31

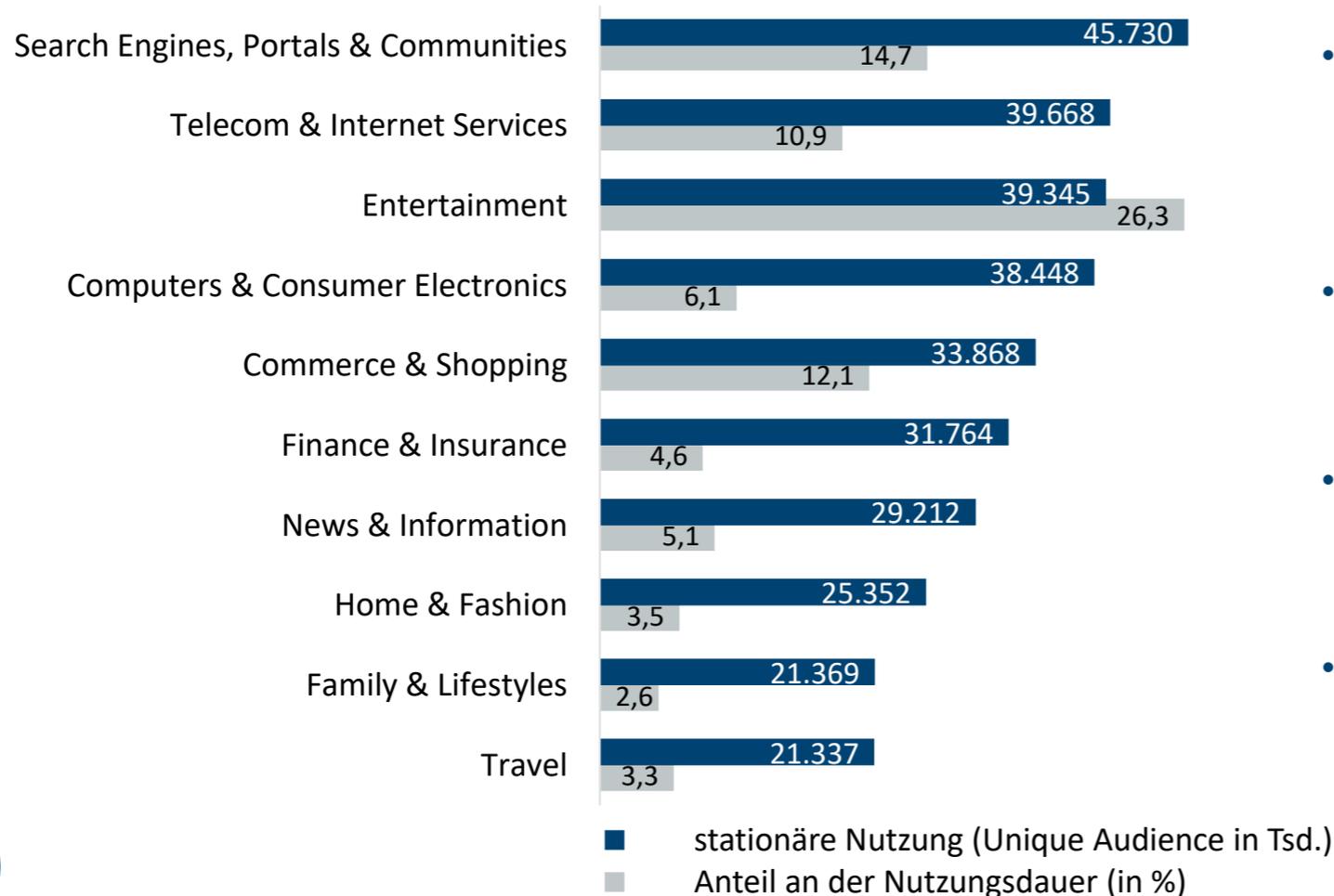
- Auf **Platz 1 bis 4** der mobilen Internetnutzung liegen die **Intermediäre** Google, YouTube, Facebook und WhatsApp.
- Bei der **mobilen** Nutzung sind Facebook und der Messenger-Dienst **WhatsApp** etwa gleichauf, wobei WhatsApp wesentlich mehr Nutzungszeit für sich beansprucht.
- Die Angebote von **Gruner und Jahr** sind im Dezember 2018 das erfolgreichste deutsche Angebot bei mobiler Nutzung.



Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+
 Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+
 Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Dezember 2018

Top 10 stationär genutzte Angebotskategorien im Dezember 2018

Dezember 2018



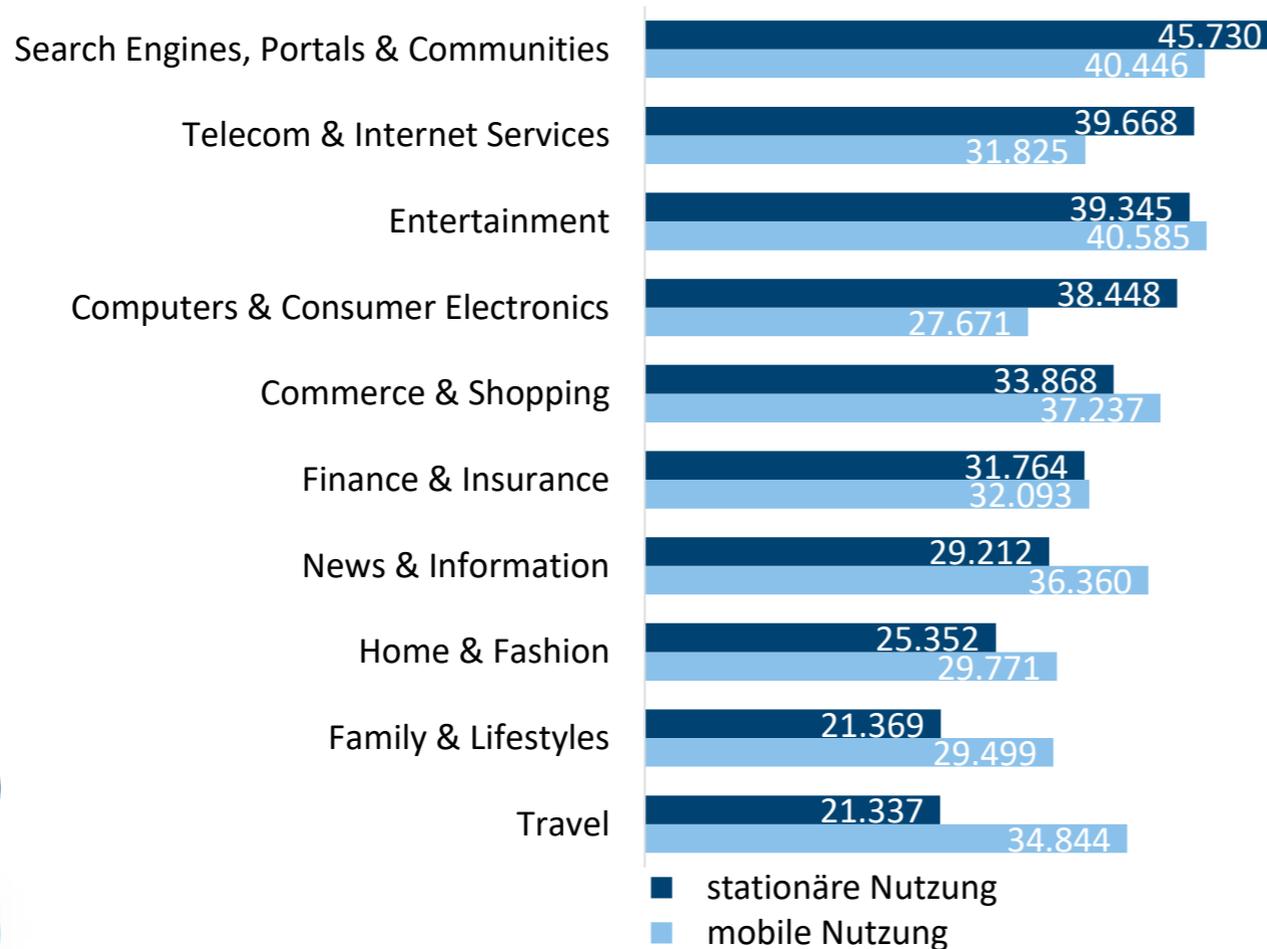
- Auf die **Top-Kategorie Suchmaschinen, Portale und Communities** mit **anzahlmäßig** den meisten stationären Nutzern entfallen rund **15 Prozent** der stationären **Internetnutzungszeit**.
- Den weitaus größte Teil des stationären **Zeitbudgets** beansprucht mit über einem Viertel die Kategorie **Entertainment**.
- Es folgt die Kategorie **Commerce & Shopping** mit einem Anteil am stationären Zeitbudget von rund **12 Prozent**.
- Für **News & Information** verwenden stationäre Nutzer und Nutzerinnen lediglich **5 Prozent** ihrer stationären Internetzeit.



Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+
Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Dezember 2018

Top 10 genutzte Angebotskategorien im Dezember 2018 stationär vs. mobil

Dezember 2018: Unique Audience in Tsd.



- Selbst die Top-Kategorien der stationären Nutzung werden vielfach von mehr Personen mobil genutzt.
- Nur bei den Kategorien **Suchmaschinen, Portale und soziale Netzwerke, Telekommunikations- und Internetservices sowie Computer & Consumer Electronics** überwiegt die **stationäre** Nutzung die mobile klar.
- In der Kategorie **News & Information** hingegen sind **mobile** Nutzer am Smartphone oder Tablet deutlich in der Überzahl.



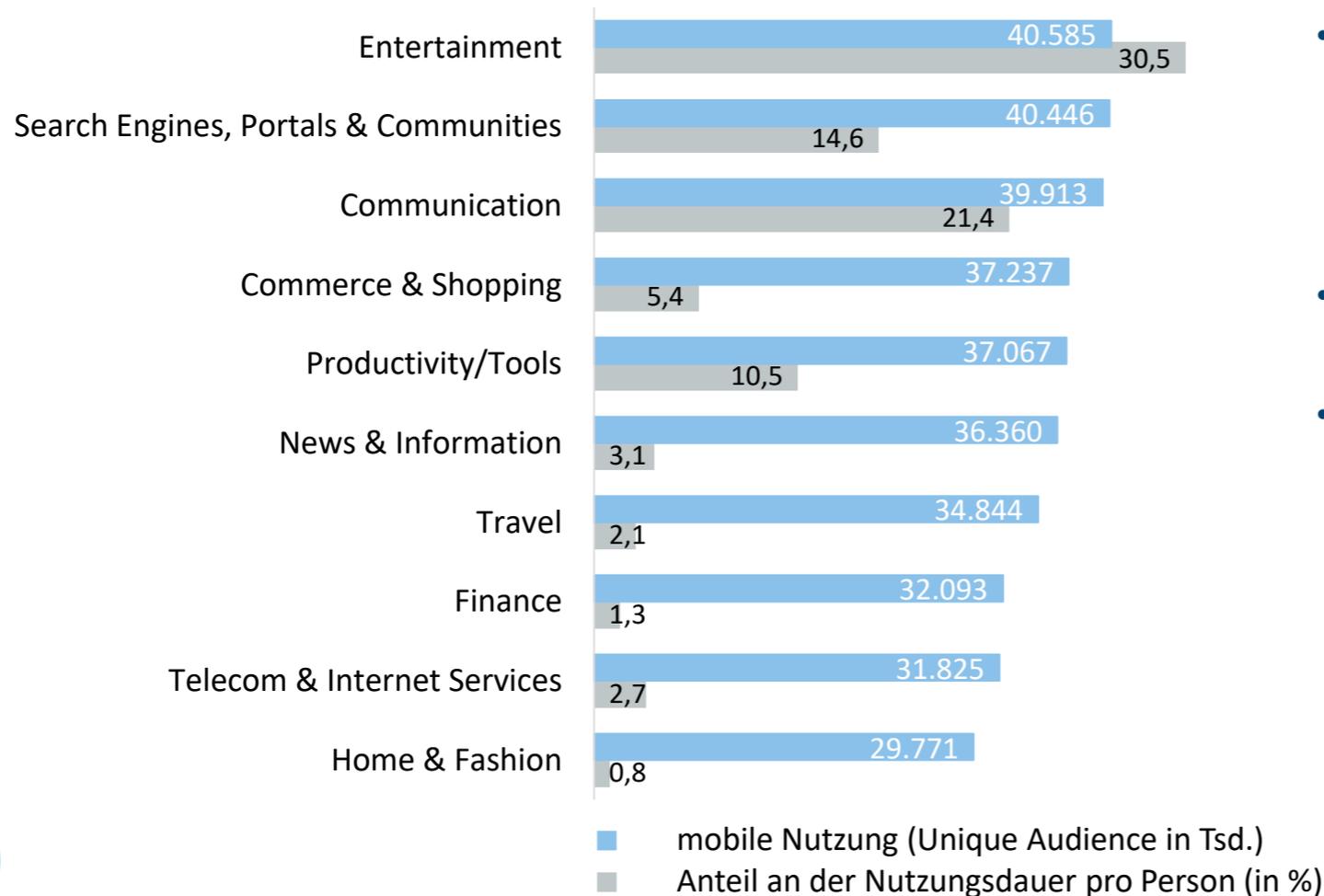
Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+

Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+

Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Dezember 2018

Top 10 mobil genutzte Angebotskategorien im Dezember 2018

Dezember 2018



- Unterhaltung belegt sowohl in Bezug auf die Anzahl als auch das Zeitbudget der Nutzung den Spitzenplatz bei der mobilen Internetnutzung: **30 Prozent** der mobilen Nutzungszeit entfallen auf **Entertainment**.
- Weitere **20 Prozent** der Zeit werden für **Kommunikation** verwendet.
- Nur etwa **3 Prozent** des Zeitbudgets verbringt ein mobiler Internetnutzer mit **News & Information**.



Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+
Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Dezember 2018

Internetnutzung 2018 – Key Facts nach Kategorien

Broadcast Media

- Die Liste der Broadcast Media Angebote wird im Dezember 2018 von den Angeboten des **RTL-Networks** angeführt. Diese erreichen eine Reichweite von 5,9 Mio. Unique User am stationären PC sowie ca. 10,6 Mio. über Smartphone und Tablet.
- In den **Top 10 Broadcast Media Angeboten** bei stationärer Internetnutzung sind 7 Plätze von öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern belegt, unter den Top 10 Angeboten mobiler Nutzung sind es lediglich 5.

Online Games

- **Steam** belegt mit 4,2 Mio. Unique Usern Platz 1 des stationären Rankings, **King** führt mit 4,8 Mio. Usern das mobile Ranking an.

Social Media

- **Facebook** bleibt mit 17,6 Mio. stationären und 34,7 Mio. mobilen Unique Usern Spitzenreiter unter den sozialen Netzwerken. Im Dezember 2018 nutzen stationäre Nutzer Facebook durchschnittlich ca. 5h täglich, mobile sogar 8:45 h.

Musik

- Auf dem Online-Musikmarkt bleibt **Spotify** mit einer Reichweite von 3,9 Mio. Unique Usern weiterhin der klare Marktführer.
- **Streaming-Dienste** sind am erfolgreichsten und werden bevorzugt mobil genutzt.

Top 15 Broadcast Media Angebote bei stationärer Nutzung im Dezember 2018

Rank	Site / Brand	Unique Audience (in Tsd.)	Active Reach (%)	Total Minutes (in Tsd.)	Time Per Person (hh:mm:ss)
1	RTL Network	5.924	11,1	171.577	00:28:57
2	ZDF	2.279	4,3	174.670	01:16:38
3	Sky	2.227	4,2	63.628	00:28:33
4	SWR	1.606	3,0	17.777	00:11:04
5	WDR	1.557	2,9	16.858	00:10:49
6	NDR	1.404	2,6	20.630	00:14:41
7	ARD Mediathek	1.149	2,2	74.869	01:05:11
8	DasErste.de	1.144	2,2	31.004	00:27:05
9	Sat.1	1.090	2,1	24.837	00:22:47
10	MDR	1.081	2,0	13.108	00:12:07
11	BR	962	1,8	16.745	00:17:24
12	ProSieben	743	1,4	24.113	00:32:26
13	Bs.to	562	1,1	92.867	02:45:08
14	DasErste Mediathek	550	1,0	21.062	00:38:18
15	DeutschlandRadio	525	1,0	3.994	00:07:36



Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+
 Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Nielsen Category Broadcast Media, Dezember 2018

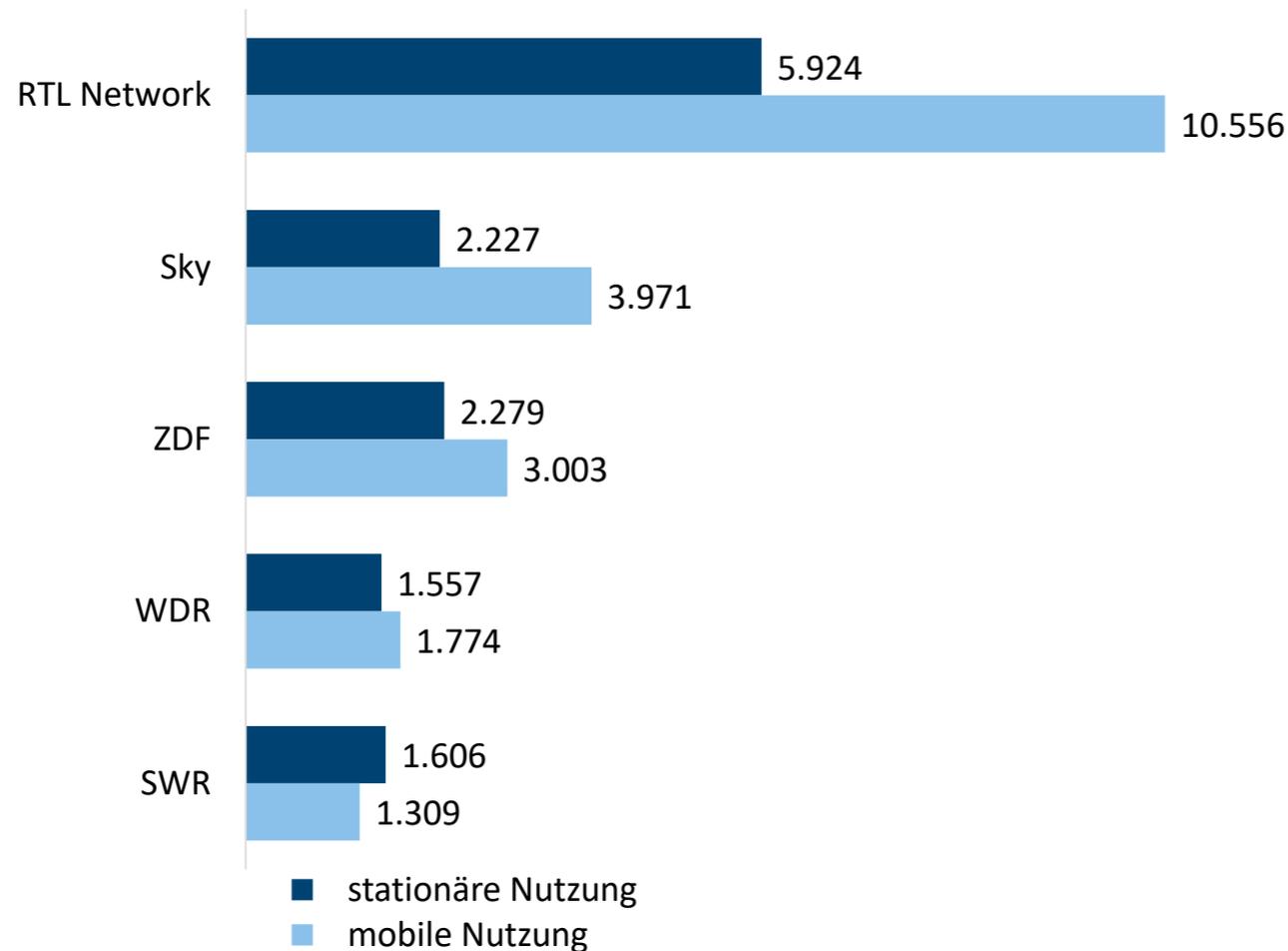
Top 15 Broadcast Media Angebote bei mobiler Nutzung im Dezember 2018

Rank	Site / Brand	Unique Audience (in Tsd.)	Active Reach (%)	Total Minutes (in Tsd.)	Time Per Person (hh:mm:ss)
1	RTL Network	10.556	25,1	279.865	00:26:31
2	Sky	3.971	9,4	182.503	00:45:58
3	ZDF	3.003	7,1	377.305	02:05:39
4	WDR	1.774	4,2	32.530	00:18:20
5	DasErste.de	1.610	3,8	103.111	01:04:04
6	MDR	1.461	3,5	27.820	00:19:02
7	tv wunschliste	1.316	3,1	2.667	00:02:02
8	SWR	1.309	3,1	9.114	00:06:58
9	Antenne Bayern	1.218	2,9	52.369	00:43:00
10	NDR	1.172	2,8	5.698	00:04:52
11	BR	1.134	2,7	22.842	00:20:09
12	ARD Mediathek	1.076	2,6	136.567	02:06:53
13	Sat.1	1.042	2,5	14.161	00:13:36
14	Rad.io	832	2,0	39.286	00:47:13
15	ProSieben	736	1,8	5.341	00:07:15



Nutzung der beliebtesten Broadcast-Angebote im Vergleich stationär vs. mobil

Unique Audience in Tsd.



- Unter den beliebtesten Broadcast-Angeboten im Internet finden sich vor allem die **Online-Angebote des klassischen Rundfunks** wieder.
- **Smartphone- und Tablet-Nutzer** überwiegen vor allem bei den (**privaten**) Angeboten von RTL und Sky.
- Weit ausgeglichener ist das Verhältnis zwischen stationärer und mobiler Nutzung bei den Online-Angeboten der Öffentlich-Rechtlichen.



Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+

Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+

Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Nielsen Category Broadcast Media, Dezember 2018

19

Top 15 Musik-Angebote bei stationärer Nutzung im Dezember 2018

		Unique Audience (in Tsd.)	Active Reach (%)	Total Minutes (in Tsd.)	Time Per Person (hh:mm:ss)
1	Spotify	4.265	8,0	234.778	00:55:02
2	Convert2mp3.net	1.222	2,3	32.294	00:26:26
3	Radio.de	504	1,0	43.857	01:26:59
4	Canna Power	444	0,8	20.579	00:46:20
5	audials	398	0,8	14.453	00:36:18
6	SoundCloud	338	0,6	5.114	00:15:08
7	Discogs	267	0,5	2.295	00:08:35
8	Viacom Global Entertainment Group	249	0,5	3.235	00:13:00
9	Musikexpress.de	191	0,4	297	00:01:33
10	Schlager.de	167	0,3	795	00:04:46
11	Deezer	163	0,3	2.900	00:17:44
12	Universal Music Group Network	153	0,3	243	00:01:34
13	Lieder-archiv.de	150	0,3	270	00:01:47
14	Lyrics Translate	145	0,3	197	00:01:21
15	CBS Interactive Music Group	143	0,3	1.968	00:13:45



Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+
 Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Nielsen Category Music, Dezember 2018

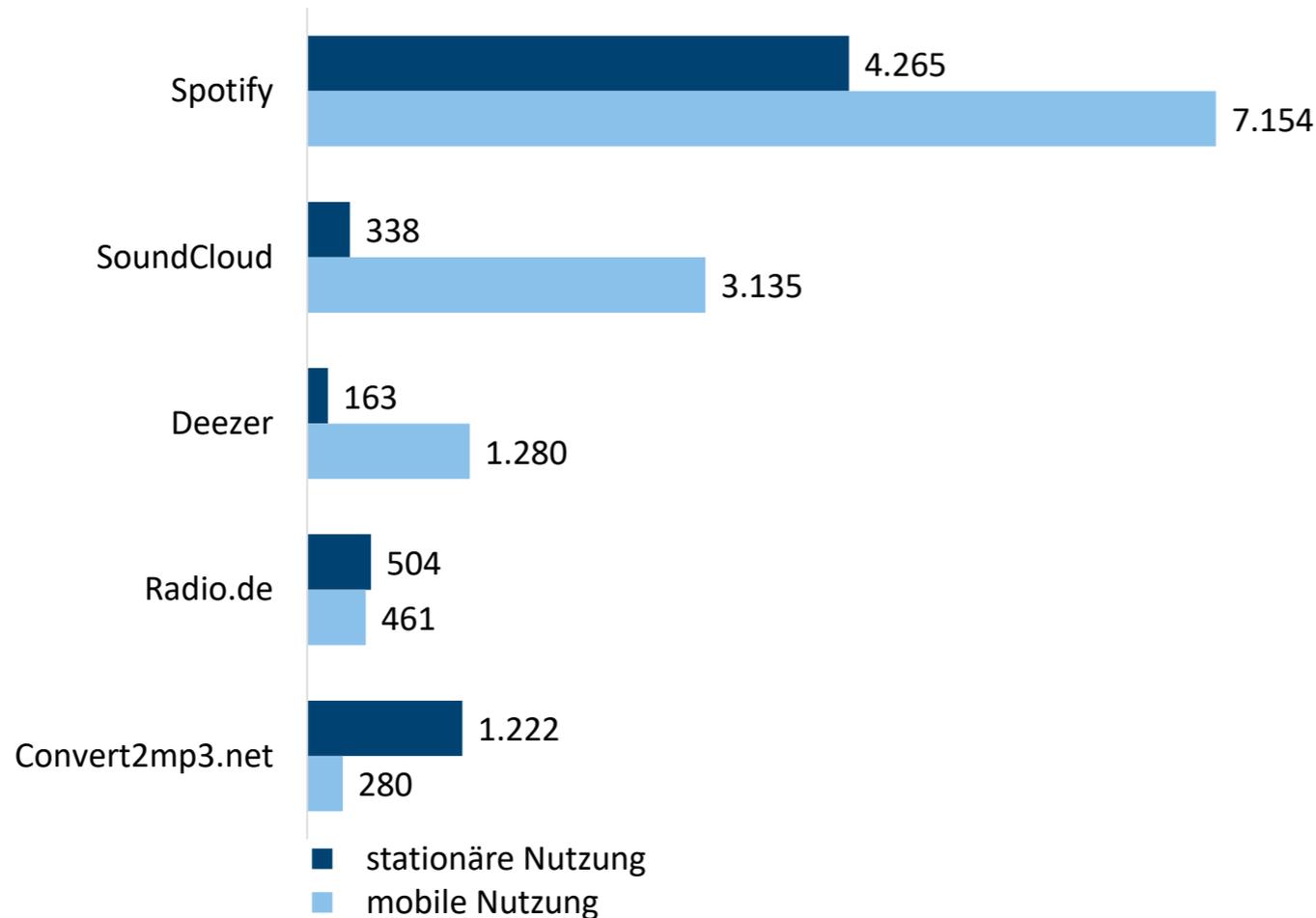
Top 13 Musik-Angebote bei mobiler Nutzung im Dezember 2018

Rank	Name	Unique Audience (in Tsd.)	Active Reach (%)	Total Minutes (in Tsd.)	Time Per Person (hh:mm:ss)
1	Spotify	7.154	17,0	1.749.484	04:04:33
2	Shazam	4.380	10,4	25.062	00:05:43
3	SoundCloud	3.135	7,5	174.175	00:55:34
4	Deezer	1.280	3,0	184.815	02:24:27
5	Sonos	550	1,3	27.567	00:50:08
6	Radio.de	461	1,1	41.902	01:30:48
7	MusiXmatch	457	1,1	3.865	00:08:27
8	Smule	327	0,8	20.399	01:02:20
9	Rhapsody	313	0,8	50.952	02:42:37
10	Ultimate-Guitar.com	310	0,7	5.461	00:17:38
11	Convert2mp3.net	280	0,7	1.466	00:05:14
12	Rolling Stone Germany	262	0,6	39	00:00:09
13	PowerAMP	197	0,5	28.847	02:26:38



Nutzung beliebter Musik-Angebote im Vergleich stationär vs. mobil

Unique Audience in Tsd.



- Spotify ist das mit Abstand reichweiteste Angebot.
- Bei den Musik-Streamingdiensten überwiegt die mobile Nutzung klar.
- Allein der Download-Dienst Convert2mp3.net erreicht stationär ein größeres Publikum als mobil – vermutlich eine Funktion der Verfügbarkeit von Datenvolumen und Bandbreite.



Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+

Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+

Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Nielsen Category Music, Dezember 2018

Top 15 Online Games-Angebote bei stationärer Nutzung im Dezember 2018

Rank	Name	Unique Audience (in Tsd.)	Active Reach (%)	Total Minutes (in Tsd.)	Time Per Person (hh:mm:ss)
1	Steam	4.155	7,8	201.068	00:48:23
2	Origin	1.677	3,2	58.378	00:34:48
3	King	1.152	2,2	476.819	06:54:01
4	Computec Media Network	962	1,8	11.848	00:12:19
5	TwitchTV	909	1,7	157.120	02:52:52
6	GamePro Media	887	1,7	12.858	00:14:29
7	Ubisoft Entertainment	687	1,3	190.757	04:37:31
8	Blizzard Entertainment	578	1,1	275.030	07:56:03
9	Mmoga	532	1,0	3.911	00:07:21
10	Epic Games	494	0,9	6.707	00:13:35
11	League of Legends	493	0,9	513.320	17:21:48
12	Counter Strike	491	0,9	201.358	06:50:21
13	EA - Electronic Arts Online	420	0,8	20.497	00:48:51
14	Spieletipps.de	411	0,8	2.416	00:05:52
15	4Players	353	0,7	4.119	00:11:40



Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+

Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+

Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Nielsen Category Online Games, Dezember 2018

Top 15 Online Games-Angebote bei mobiler Nutzung im Dezember 2018

Rank	Name	Unique Audience (in Tsd.)	Active Reach (%)	Total Minutes (in Tsd.)	Time Per Person (hh:mm:ss)
1	King	4.847	11,5	3.153.871	10:50:45
2	Playrix Entertainment	4.294	10,2	3.652.587	14:10:43
3	EA - Electronic Arts Online	2.545	6,1	652.426	04:16:21
4	Voodoo.io	2.169	5,2	226.866	01:44:36
5	Niantic	2.158	5,1	1.410.805	10:53:44
6	Spieletipps.de	2.008	4,8	1.062	00:00:32
7	Supercell Supercell.com	1.971	4,7	1.252.526	10:35:34
8	TwitchTV	1.952	4,6	266.520	02:16:30
9	Steam	1.589	3,8	24.472	00:15:24
10	TVSmiles	1.439	3,4	1.886	00:01:19
11	Peak Games	1302	3,1	777.752	09:57:32
12	Lion Studios	1050	2,5	89.455	01:25:10
13	Zynga	1037	2,5	647.732	10:24:50
14	Big Fish Games	955	2,3	661.849	11:32:41
15	IGG	953	2,3	494.597	08:38:55



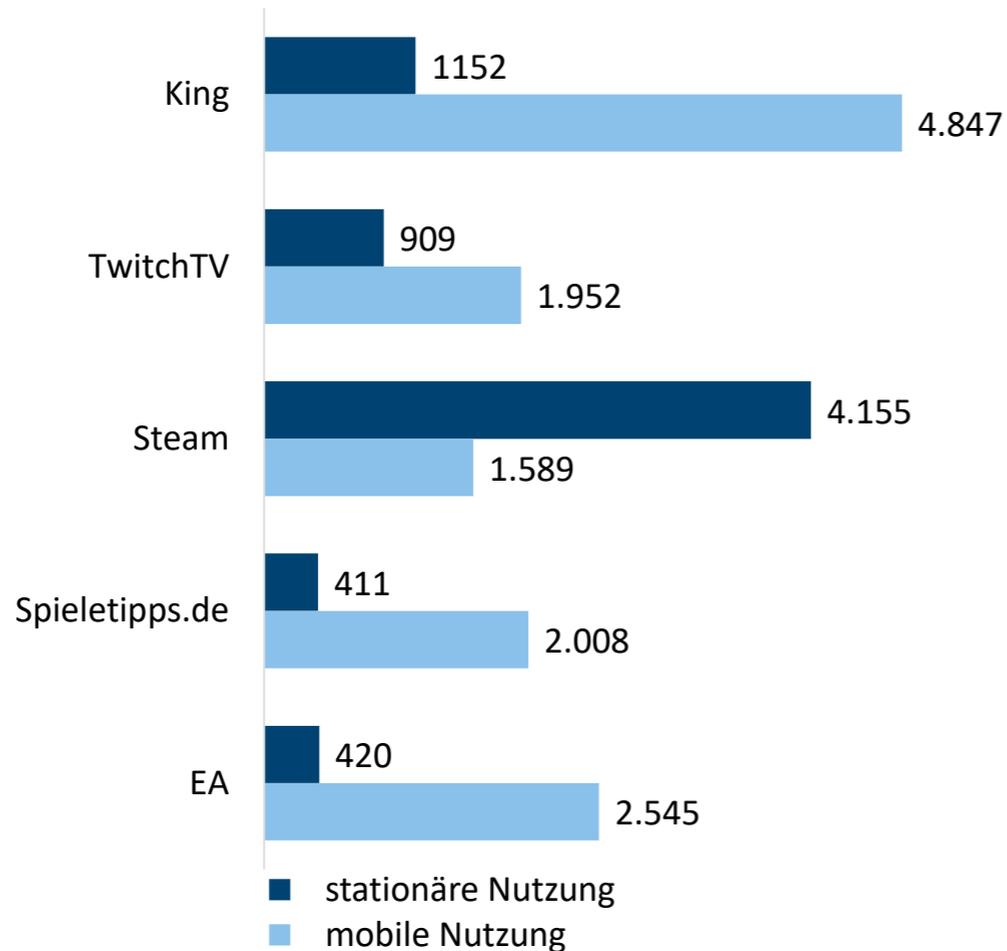
Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+

Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+

Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Nielsen Category Online Games, Dezember 2018

Nutzung beliebter Online Games-Angebote im Vergleich stationär vs. mobil

Unique Audience in Tsd.



- Nur (die hier links abgebildeten) fünf Online Games-Angebote erscheinen sowohl bei mobiler als auch bei stationärer Nutzung in den Top 15. Es haben sich also **weitgehend komplementäre Onlinespiele-Märkte** herausgebildet.
- Der **stationäre** Markt wird von **Steam** angeführt, während **King im mobilen Bereich** vorn liegt.



Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+

Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+

Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Nielsen Category Online Games, Dezember 2018

Top 15 Soziale Netzwerke bei stationärer Nutzung im Dezember 2018

Rank	Name	Unique Audience (in Tsd.)	Active Reach (%)	Total Minutes (in Tsd.)	Time Per Person (hh:mm:ss)
1	Facebook	17.611	33,1	5.132.392	04:51:25
2	Instagram	4.449	8,4	57.503	00:12:55
3	Pinterest	3.964	7,4	98.987	00:24:58
4	Twitter	2.866	5,4	122.011	00:42:34
5	Blogger	2.515	4,7	34.735	00:13:48
6	XING	2.319	4,4	68.536	00:29:33
7	WordPress.com	2.032	3,8	13.506	00:06:38
8	LinkedIn	1.880	3,5	28.895	00:15:22
9	Reddit.com	971	1,8	41.067	00:42:18
10	Classmates Online	909	1,7	6.033	00:06:38
11	Tumblr	738	1,4	41.552	00:56:19
12	Stack Overflow	559	1,1	6.522	00:11:40
13	Nebenan.de	465	0,9	6.343	00:13:39
14	Nachspielzeit-community.de	379	0,7	1.716	00:04:31
15	The Insiders – Les Initiés	331	0,6	2.506	00:07:33



Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+
 Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Nielsen Category Member Communities, Dezember 2018 26

Top 15 Soziale Netzwerke bei mobiler Nutzung im Dezember 2018

Rank	Name	Unique Audience (in Tsd.)	Active Reach (%)	Total Minutes (in Tsd.)	Time Per Person (hh:mm:ss)
1	Facebook	34.726	82,6	18.183.240	08:43:37
2	Instagram	18.634	44,3	4.251.411	03:48:09
3	Pinterest	9.952	23,7	928.857	01:33:20
4	Twitter	6.941	16,5	818.195	01:57:53
5	LinkedIn	5.537	13,2	64.287	00:11:37
6	Snapchat	5.492	13,1	2.297.210	06:58:18
7	XING	4.038	9,6	62.395	00:15:27
8	Reddit.com	2.663	6,3	51.105	00:19:12
9	VK	2.165	5,2	35.698	00:16:29
10	Blogger	1.937	4,6	24.631	00:12:43
11	Tumblr	1.634	3,9	150.337	01:31:59
12	Classmates Online	1.304	3,1	18.578	00:14:15
13	Freeware Lovers	1.221	2,9	11.230	00:09:12
14	PhpBB Creating Communities	867	2,1	5.271	00:06:05
15	WordPress.com	843	2,0	1.714	00:02:02

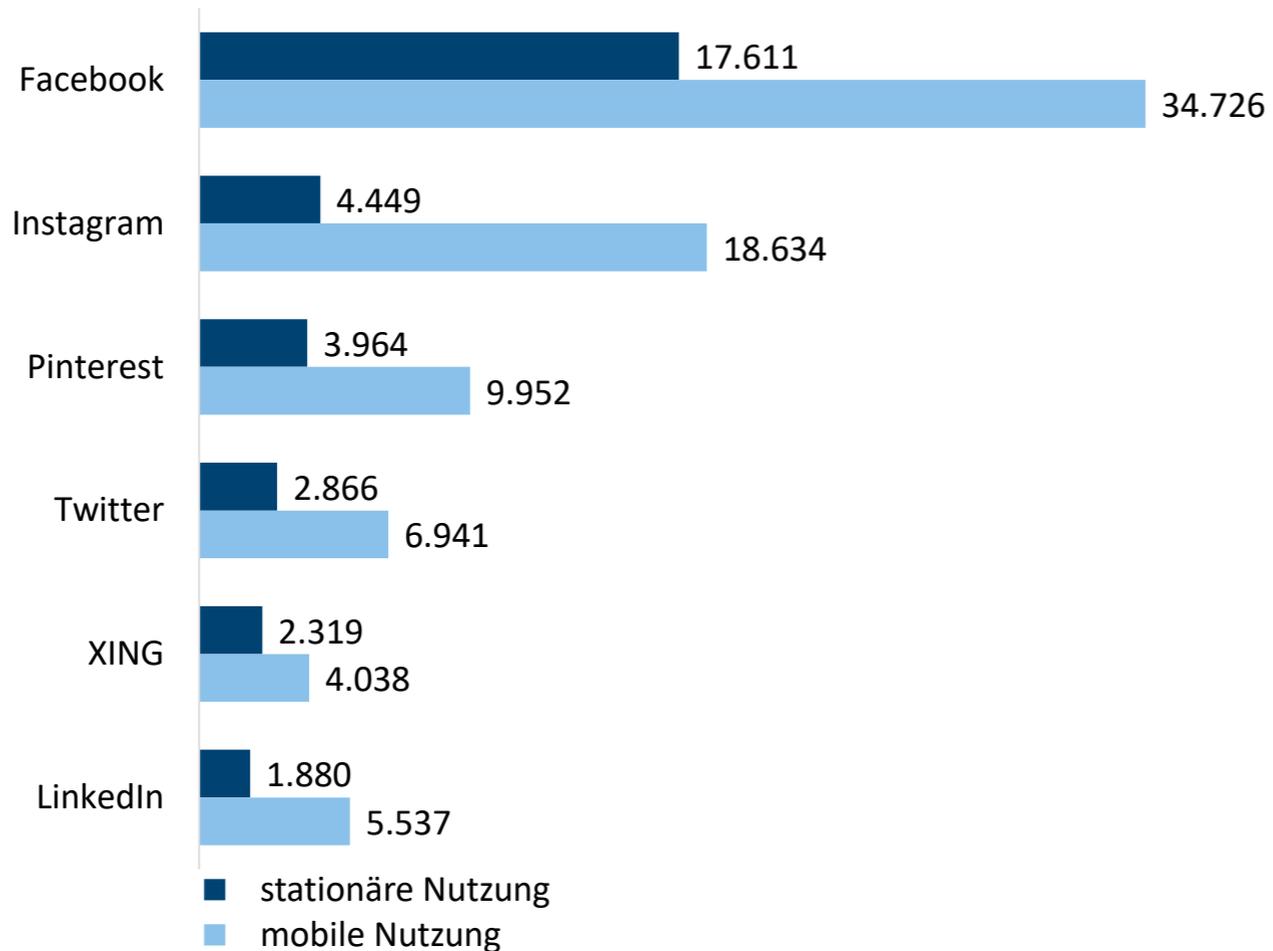


Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+

Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Nielsen Category Member Communities, Dezember 2018 27

Nutzung beliebter Social Media Angebote im Vergleich stationär vs. mobil

Unique Audience in Tsd.



- Über alle Communities hinweg deutlich mehr mobile als stationäre Nutzer und Nutzerinnen.
- Dies gilt auch für „professionelle“ Netzwerke: Auch XING und LinkedIn werden mehrheitlich über Tablet und Smartphone aufgerufen.



Basis stationäre Nutzung: deutschsprachige Bevölkerung in Haushalten mit Internetanschluss, Alter 3+, Hauptnutzer eines Arbeits-PCs mit Internetzugang, Alter 16+

Basis mobile Nutzung: deutschsprachige Smartphone- und Tablet-Nutzer, Alter 18+

Quelle: Nielsen Digital Content Measurement, Nielsen Category Member Communities, Dezember 2018 28



Methodischer Anhang – Glossar

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 URLs, 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:

Regina Deck (BLM),

Theresa Stahlhut (BLM)