

Nielsen DCM

**DATEN UND FAKTEN ZUR
INTERNETNUTZUNG – 1. Halbjahr 2018**
AUF BASIS VON NIELSEN DIGITAL CONTENT MEASUREMENT

Mit dem Schwerpunkt „Mobile Internetnutzung“

September 2018

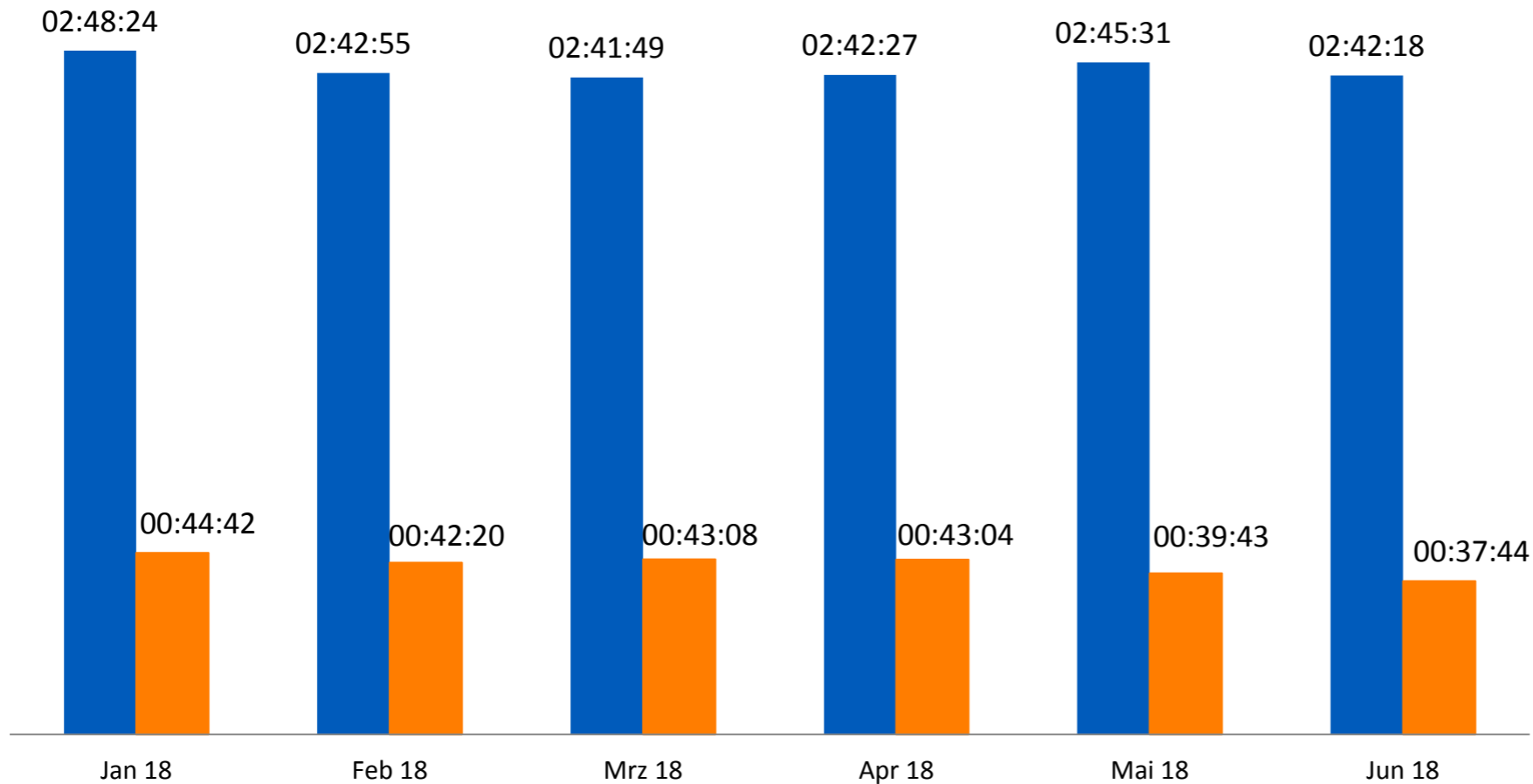
Eckdaten der Internetnutzung – Vergleich stationär versus mobil

	Stationär Juni 2018	Mobil Juni 2018
Active Digital Media Universe (in Mio.)	57,3	40,7
Session/Visits pro Person	31	202
Page Views pro Person	771	847
Internet-Nutzungsdauer pro Person/Tag	00:37:44	02:42:18
Anzahl Personen im Nielsen Online-Panel	19.825	6.000

Jede Person im Panel hatte im Juni 2018 durchschnittlich 202 Internetsitzungen über ein Smartphone oder Tablet. Über stationäre Geräte wie PCs waren es nur durchschnittlich 31.

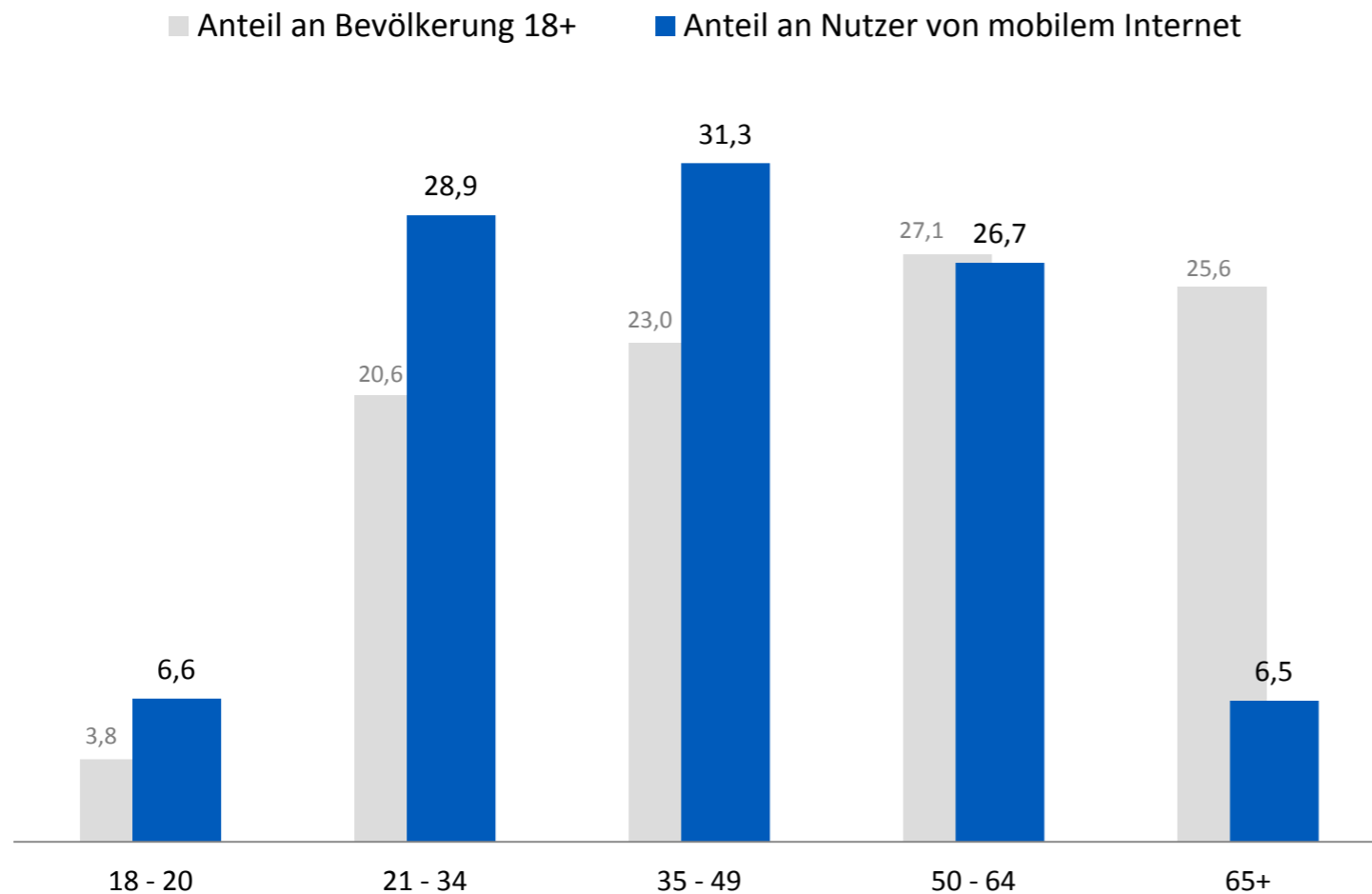
Mobile Geräte wurden von den Studienteilnehmern über 2 Stunden länger pro Tag genutzt als der stationäre Internet-Zugang.

Entwicklung der Internetnutzungsdauer pro Person und Tag, mobil vs. stationär



- Die mobile Nutzungsdauer übersteigt die stationäre über alle Monate hinweg beinahe um das Vierfache.
- In den Sommermonaten wird das Internet traditionell etwas weniger genutzt, stationär wie mobil: Im Vergleich zum Januar nahm die durchschnittliche mobile Nutzungsdauer pro Person und Tag im Juni um knapp 4 Minuten ab, die stationäre sank um knapp 7 Minuten.

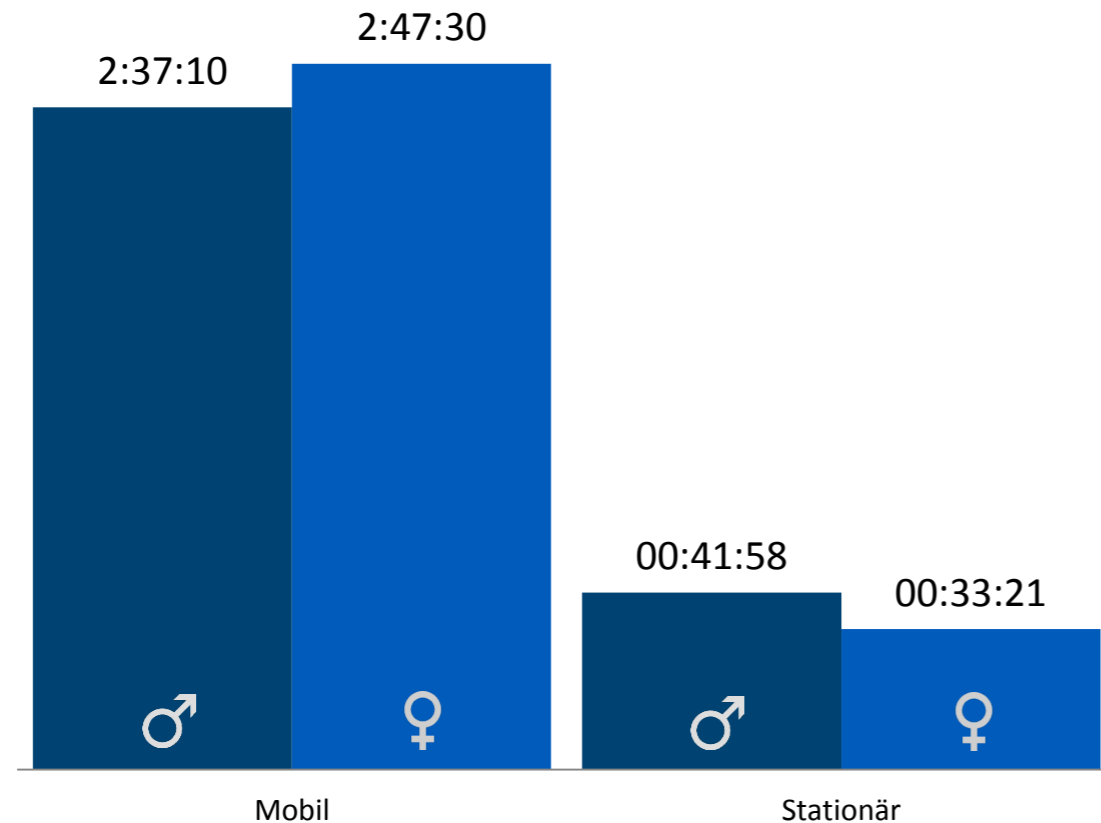
Verteilung der Nutzer von mobilem Internet nach Alter im Juni 2018 (in %)



- Mit zusammen 60,2 Prozent stellen die 21- bis 49-Jährigen die Mehrheit der mobilen Internetnutzer.
- In Anbetracht des erheblichen Bevölkerungsanteils der über 65-Jährigen (25,6 Prozent der dt. Gesamtbevölkerung) ist diese Altersgruppe mit einem Anteil von 6,5 Prozent im mobilen Internet stark unterrepräsentiert

Dauer der mobilen und stationären Internetnutzung nach Geschlecht im Juni 2018

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



- Betrachtet man die durchschnittliche Verweildauer nach Geschlecht, so zeigt sich, dass die weiblichen Nutzer im Juni 2018 etwa 10 Minuten länger pro Tag auf mobilen Endgeräten im Internet waren als die Männer.
- Bezogen auf das stationäre Internet ist dieses Verhältnis umgekehrt.
- Insgesamt liegt die stationäre Nutzung deutlich unter der mobilen Nutzung.

Nutzung der Top 25 Angebote im mobilen Internet im Juni 2018

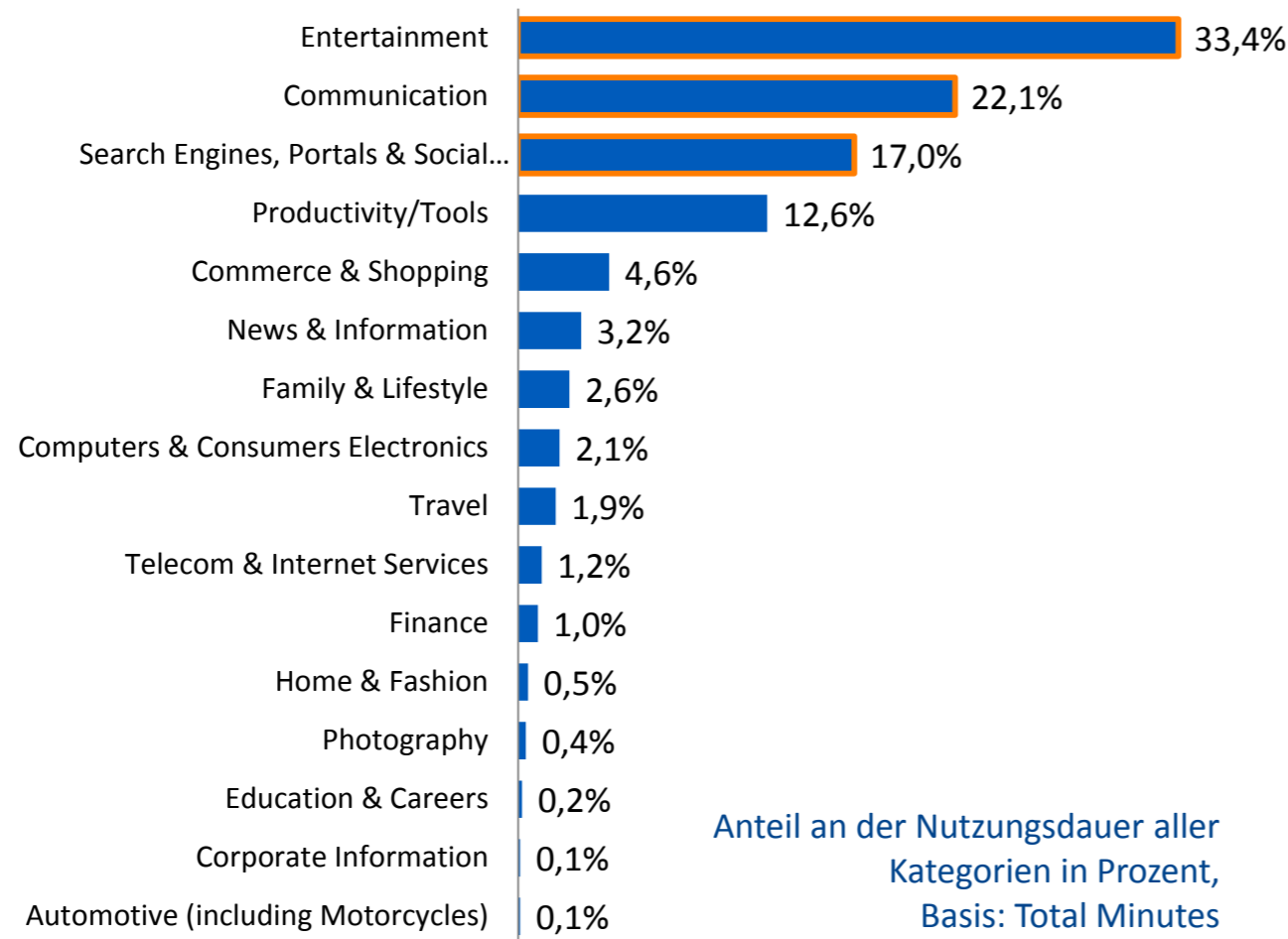
Rank	Site/Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach in %	Total Minutes in Tsd.	Time per Person hh:mm:ss
1	Google	39.560	97,1	20.815.231	08:46:10
2	Facebook	33.317	81,8	16.089.047	08:02:55
3	WhatsApp	32.994	81,0	26.584.476	13:25:44
4	YouTube	32.243	79,1	9.442.440	04:52:51
5	Amazon	26.169	64,2	2.975.667	01:53:43
6	eBay	17.986	44,1	1.557.339	01:26:35
7	Instagram	16.108	39,5	2.902.939	03:00:13
8	Samsung	15.297	37,5	1.054.797	01:08:57
9	eBay Kleinanzeigen	14.934	36,7	1.515.262	01:41:28
10	Gruner + Jahr Publishing Network	14.305	35,1	169.460	00:11:51
11	PayPal	13.781	33,8	116.681	00:08:28
12	PAYBACK	12.815	31,5	1.499.039	01:56:59
13	Wikipedia	11.775	28,9	48.910	00:04:09
14	Microsoft	11.762	28,9	510.232	00:43:23
15	Vodafone	10.374	25,5	147.750	00:14:14
16	AccuWeather.com	9.861	24,2	614.285	01:02:18
17	T-Online	9.300	22,8	334.843	00:36:00
18	O2	9.177	22,5	147.021	00:16:01
19	RTL Network	9.140	22,4	324.146	00:35:28
20	Web.de	8.729	21,4	2.323.582	04:26:12
21	MSN/Outlook/Bing/Skype	8.644	21,2	779.075	01:30:08
22	Weather Channel Network	8.373	20,6	1.183.209	02:21:18
23	Apple	8.239	20,2	464.154	00:56:20
24	Pinterest	8.146	20,0	563.833	01:09:13
25	DHL	8.117	19,9	67.311	00:08:18

Bei der Nutzungsdauer ist WhatsApp unangefochtener Spitzenreiter.

Das Gruner + Jahr Publishing Network war im Juni 2018 das erfolgreichste deutsche Angebot im mobilen Internet. Mit 14,3 Mio. Unique User belegten die Angebote des Unternehmens Rang zehn. Zu den bekanntesten Onlineangeboten von Gruner + Jahr gehören stern.de und spiegel.de.

Die Internetriesen Google, Facebook, WhatsApp, YouTube und Amazon führen den mobilen Internetmarkt nach Unique Audience an. Knapp die Hälfte der gesamten mobilen Internetnutzungsdauer (48,8 Prozent) entfallen auf diese 5 Angebote.

Mobile Internetnutzung 2018 nach Angebotskategorien im Juni 2018



- 72,5 Prozent der mobilen Internetnutzung entfallen auf die drei Angebotskategorien „Entertainment“, „Communication“ und „Search Engines, Portals & Social Networking“.
- Der hohe Wert der drei Angebotsarten ist vor allem der hohen Nutzungsdauer von Videos, Online-Games und Social Media zuzuschreiben.

Mobile Internetnutzung 2018 – Key Facts nach Kategorien

Broadcast Media

- Bei der mobilen Nutzung von Broadcast Media Angeboten liegen im Juni 2018 die Angebote des **RTL-Networks** an erster Position. Diese erreichten eine Reichweite von 9,1 Mio. Unique User. Zum RTL-Network gehören sowohl Angebote mit Medienbezug als auch solche, die keinen Medienbezug aufweisen. Das **ZDF** nimmt in diesem Ranking Platz zwei mit einer Reichweite von 3,7 Mio. Unique User ein. Das Verhältnis von öffentlich-rechtlichen zu privaten Fernsehsendern ist bei der Nutzung über Smartphone oder Tablet recht ausgeglichen.
- RTL Network weist bei der Nutzung über stationäre Geräte wesentlich geringere Reichweiten auf als über mobile. Die Nutzung der restlichen vier Angebote liegt mobil wie stationär auf einem ähnlicheren Niveau.

Musik

- Auf dem mobilen Musikmarkt ist **Spotify** mit einer Reichweite von 5,2 Mio. Unique User im Juni 2018 der klare Marktführer. Bei allen betrachteten Angeboten liegt die mobile Nutzung über der stationären. Im Direktvergleich zwischen mobiler und stationärer Nutzung zeigen sich teils große Unterschiede, besonders beim Angebot Shazam. Das Angebot hatte im Analysezeitraum kaum stationäre Nutzung (Ø 0,1 Mio. Unique User), belegt aber Rang zwei bei der mobilen Nutzung (Ø 3,6 Mio. Unique User).

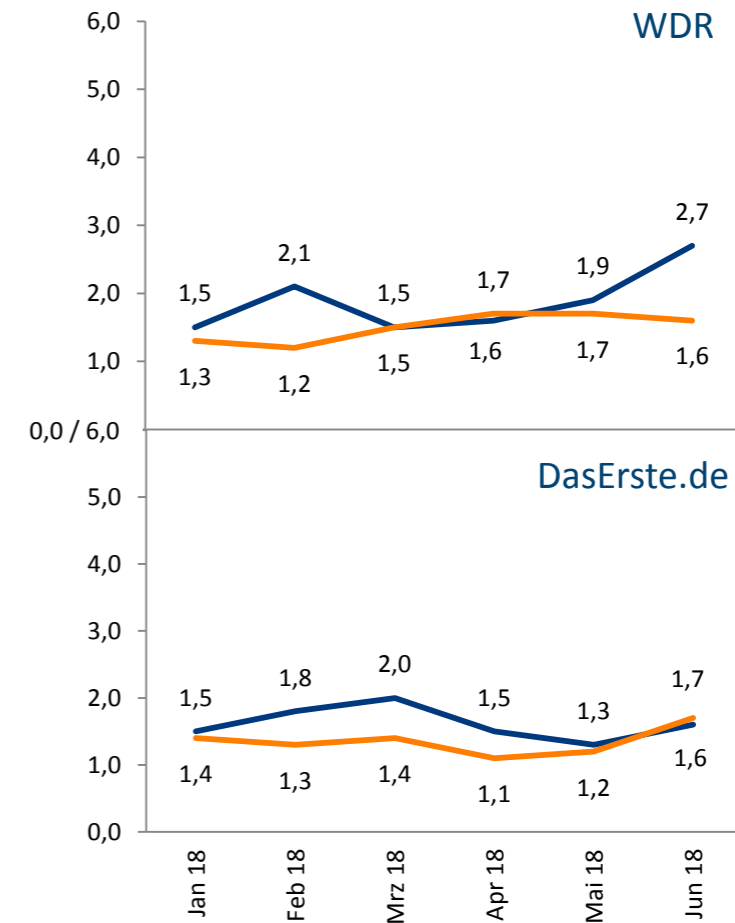
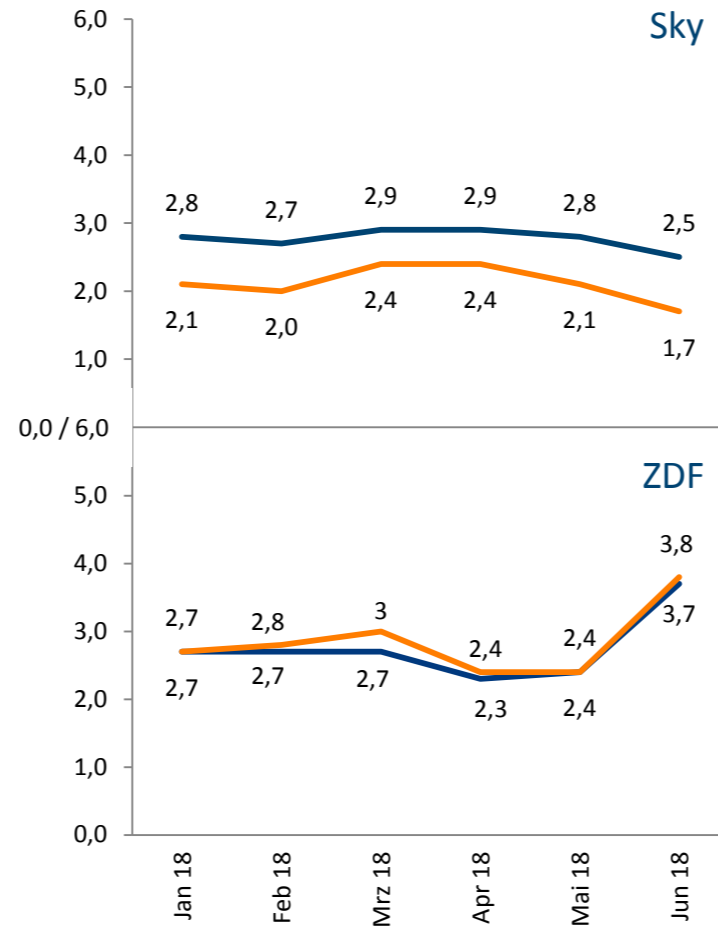
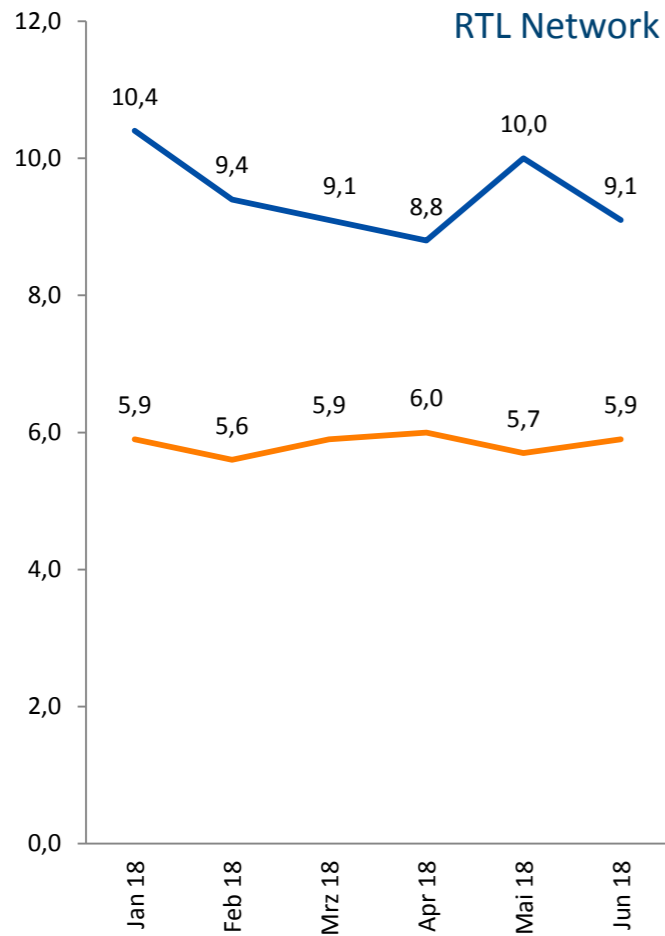
Social Media

- **Facebook** ist auch mobil das meistgenutzte Soziale Netzwerk in Deutschland. Über 80 Prozent der aktiven mobilen Internetnutzer waren im Juni 2018 auf Facebook – durchschnittlich mehr als acht Stunden lang.
- Soziale Medien werden überwiegend **mobil** genutzt. Für Snapchat spielt die stationäre Nutzung keine Rolle, bei Facebook und Pinterest liegt sie bei gut der Hälfte der mobilen Nutzung. Instagrams mobile Reichweite ist sogar rund fünf Mal so hoch wie die stationäre Reichweite.

Mobile Nutzung: Top 15 Broadcast Media Angebote im Juni 2018

Rank	Site / Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach (%)	Total Minutes in Tsd.	Time Per Person / Per Month (hh:mm:ss)
1	RTL Network	9.140	22,43	324.146	00:35:28
2	ZDF	3.735	9,17	174.184	00:46:38
3	WDR	2.715	6,66	22.501	00:08:17
4	Sky	2.459	6,03	106.258	00:43:13
5	DasErste.de	1.632	4,01	79.832	00:48:55
6	ARD Mediathek	1.591	3,91	94.205	00:59:12
7	Sat.1	1.527	3,75	9.442	00:06:11
8	NDR	1.523	3,74	5.220	00:03:26
9	SWR	943	2,31	2.122	00:02:15
10	Fernsehserien.de	822	2,02	2.022	00:02:28
11	BR	822	2,02	13.219	00:16:05
12	MDR	692	1,70	14.890	00:21:31
13	Rad.io	661	1,62	48.551	01:13:25
14	Zattoo	641	1,57	54.785	01:25:26
15	TuneIn	608	1,49	34.524	00:56:49

Reichweitenentwicklung der Top 5 Broadcast Media Angebote im mobilen Internet im Vergleich mit der stationären Nutzung

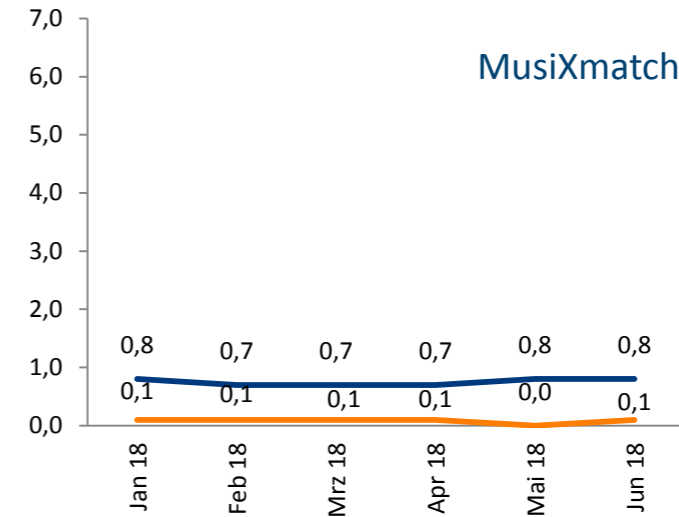
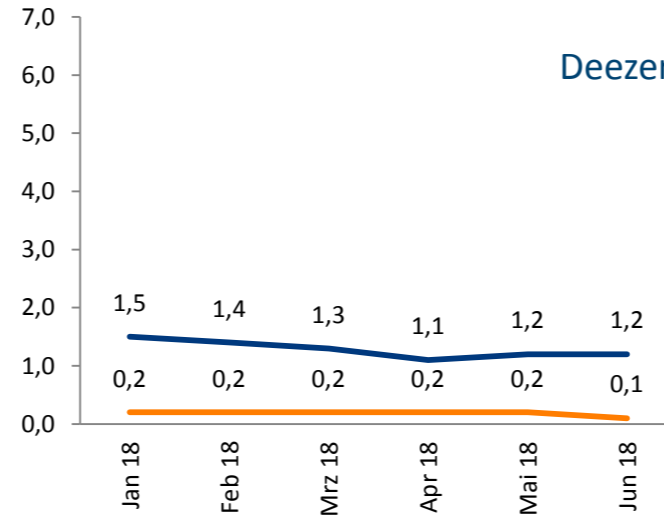
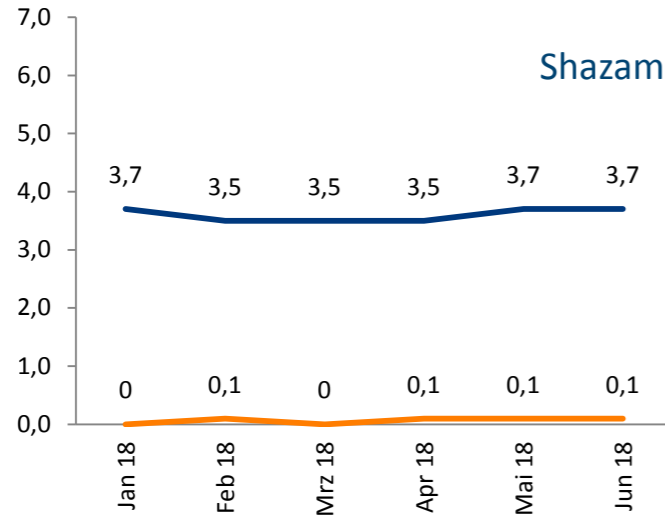
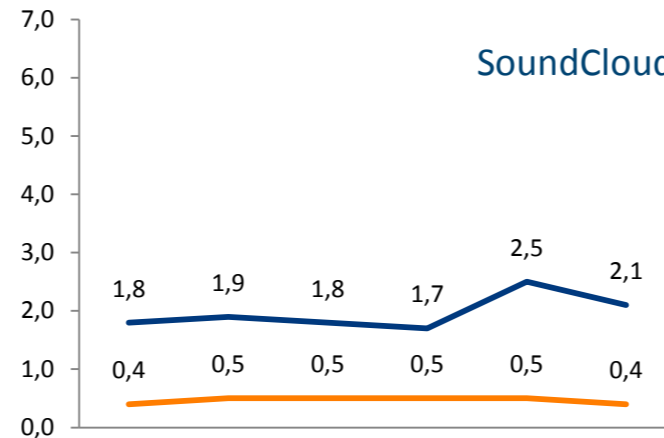
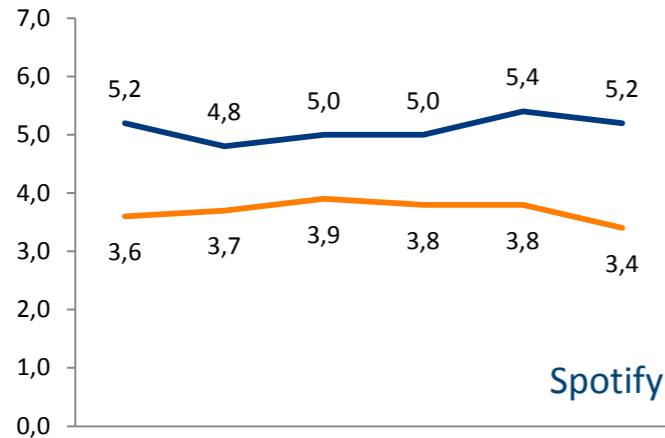


Mobile Nutzung: Top 10 Musik-Angebote im Juni 2018

Rank	Site / Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach (%)	Total Minutes in Tsd.	Time Per Person / Per Month (hh:mm:ss)
1	Spotify	5.147	12,63	1.368.565	04:25:54
2	Shazam	3.676	9,02	31.516	00:08:34
3	SoundCloud	2.070	5,08	130.358	01:02:59
4	Deezer	1.168	2,87	324.418	04:37:48
5	MusiXmatch	805	1,97	1.415	00:01:45
6	Musical.ly	674	1,65	790.893	19:33:53
7	Radio. Network	497	1,22	25.481	00:51:18
8	Convert2mp3.net	461	1,13	2.569	00:05:34
9	Smule	280	0,69	10.587	00:37:46
10	Rolling Stone Germany	255	0,63	206	00:00:48

Convert2mp3.net ist das einzige Angebot im Sample, das im Juni 2018 eine deutlich höhere stationäre (1.057 Mio. Unique User) als mobile (0.561 Mio. Unique User) Nutzung hatte.

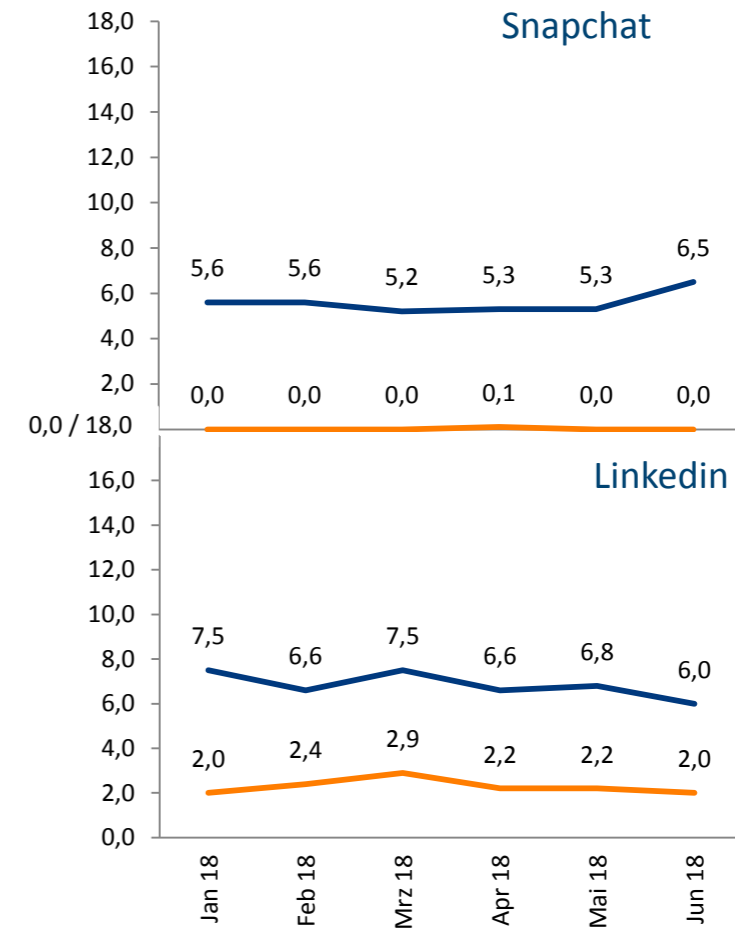
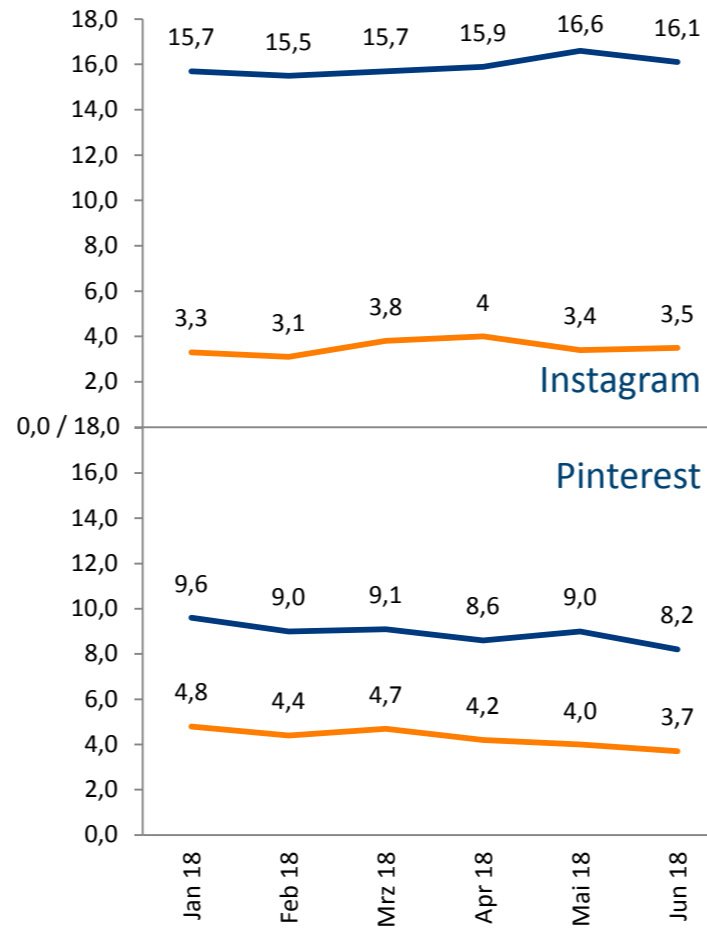
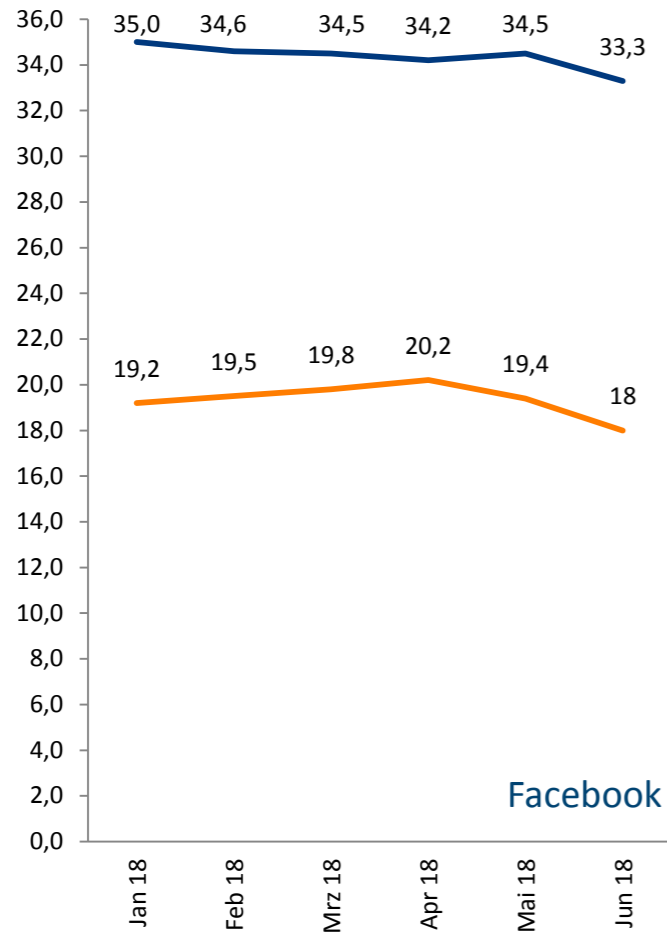
Reichweitenentwicklung der Top 5 Musik-Angebote im mobilen Internet im Vergleich mit der stationären Nutzung



Mobile Nutzung: Top 15 Social Media Angebote im Juni 2018

Rank	Site / Brand	Unique Audience in Tsd.	Active Reach (%)	Total Minutes in Tsd.	Time Per Person / Per Month (hh:mm:ss)
1	Facebook	33.317	81,77	16.089.047	8:02:55
2	Instagram	16.108	39,53	2.902.939	3:00:13
3	Pinterest	8.146	19,99	563.833	1:09:13
4	Snapchat	6.508	15,97	1.585.086	4:03:34
5	LinkedIn	5.999	14,72	58.507	0:09:45
6	Twitter	5.787	14,20	611.238	1:45:38
7	XING	3.479	8,54	37.765	0:10:51
8	Blogger	2.588	6,35	17.802	0:06:53
9	Tumblr	1.837	4,51	122.668	1:06:47
10	VK	1.693	4,16	23.115	0:13:39
11	Classmates Online	1.278	3,14	3.592	0:02:49
12	Reddit.com	1.202	2,95	33.467	0:27:51
13	PhpBB Creating Communities	795	1,95	3.812	0:04:48
14	WordPress.com	754	1,85	3.943	0:05:14
15	My.com	752	1,85	188.391	4:10:30

Reichweitenentwicklung der Top 5 Social Media Angebote im mobilen Internet im Vergleich mit der stationären Nutzung



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 im Internet surfte (Internetsitzungen).
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)