

Pressemitteilung

Pressekontakt:

Andreas Gutjahr
 Büro: 040 22703-5470, Mobil: 0170 571 4044
 E-Mail: andreas.gutjahr@faktenkontor.de

2007 IST DAS JAHR DER SOZIALEN NETZWERKE IM INTERNET

Analyse der wachstumsstärksten Online-Brands 2007

Nürnberg, 27. Dezember 2007 – Social Websites haben 2007 Hochkonjunktur. Den größten Besuchersprung in diesem Jahr machte das Internetportal schülerVZ mit einem Wachstum von rund 330 Prozent. Zu diesem Ergebnis kommt eine Sonderanalyse von Nielsen Online für die Frankfurter Allgemeine Zeitung. Das Internetmarktforschungsunternehmen veröffentlicht heute die Websites, die unter deutschen Surfern den größten Publikumszuwachs verbuchen. Der Social Bookmarking-Dienst Mister Wong (+140 Prozent) folgt bereits auf Platz Drei im Ranking. Über den Dienst lassen sich Bookmarks zu Lieblingswebseiten speichern, jenseits des heimischen Computers abrufen und mit anderen Usern teilen. Auch das Studenten-Portal studiVZ zählt mit einem Besucherwachstum von 120 Prozent bereits zu den wachstumsstärksten Internetseiten in Deutschland. Über drei Millionen Nutzer (Unique Audience) besuchten im November 2007 die Website.

Top Websites (Brands) nach prozentualem Wachstum in Deutschland

Rang nach Wachstum	Brand	Unique Audience November 2007	Unique Audience Januar 2007	Wachstum in % Jan 07 - Nov 07
1	schülerVZ *	2.146.000	495.000	333,5%
2	Computerbild	1.882.000	649.000	190,0%
3	Mister Wong	1.435.000	601.000	138,9%
4	WordPress.com *	1.275.000	534.000	138,8%
5	Ask Search Network	3.531.000	1.497.000	135,9%
6	Reed Business Information Network	1.274.000	554.000	129,8%
7	Verivox	1.997.000	903.000	121,1%
8	studiVZ	3.017.000	1.376.000	119,2%
9	sevenload **	972.000	463.000	109,9%
10	FIDUCIA IT	1.899.000	939.000	102,4%

Quelle: Nielsen Online, NetView, Deutschland Home & Work

* Wachstum seit April 07, ** Wachstum seit März 07

In den USA überträgt sich der Social-Network-Trend immer mehr auf den E-Commerce. Im US-Ranking liegen Brands vorne, die auf das Motto „Shopping gone social“ setzen: Die Lifestyle-Sites von Glam Media verzeichneten beispielsweise seit März prozentuale Besucherzuwächse von mehr als 1.300 Prozent auf eine Unique Audience von insgesamt 16,5 Millionen im Novem-

ber. Unter dem thematischen Dach Mode, Lifestyle und Prominenz verbindet Glam.com Social Networking-Funktionen und nutzergenerierte Inhalte mit redaktionell hochwertig aufbereiteten Artikeln und direkt bestellbaren Produktangeboten.

Top Websites (Brands) nach prozentualem Wachstum in den USA

Rang nach Wachstum	Brand	Unique Audience November 2007	Unique Audience Januar 2007	Wachstum in % Jan 07 - Nov 07
1	Glam Media *	16.477.000	1.173.000	1304,7%
2	Pronto	5.047.000	648.000	678,9%
3	Hearst Digital Media Websites	7.010.000	1.098.000	538,4%
4	Scene7	8.925.000	2.226.000	300,9%
5	FindStuff	4.796.000	1.244.000	285,5%
6	Webkinz	8.205.000	2.310.000	255,2%
7	Project Playlist	4.981.000	1.763.000	182,5%
8	Kmart	8.693.000	3.136.000	177,2%
9	ToysRUs	13.726.000	5.142.000	166,9%
10	WordPress.com	12.043.000	4.866.000	147,5%

Quelle: Nielsen Online, NetView, USA Home & Work

* Wachstum seit März 2007

Verivox profitiert von hohen Energiepreisen

Zu den Wachstumsgewinnern des Jahres in Deutschland gehört auch das Tarif-Portal „Verivox“, das tagesaktuell eine Vielzahl von Energie- und Telekommunikationstarifen listet und Vergleichsrechner bereitstellt. Stefan Raum, Vice President Central Europe von Nielsen Online kommentiert: „Das Internet spielt seine Stärken aus. Der Öl- und Energiepreisschock und die erhöhte Wechselbereitschaft zu Billig- und Ökostromvertriebern spiegeln sich auch in den Besucherzahlen wider. Nirgendwo kann man schneller und umfassender Informationen sammeln, Erfahrungen austauschen und Preise vergleichen.“

Online-Versandhandel wächst auf hohem Niveau

Betrachtet man das absolute Wachstum, gehören die Versandhändler Quelle, Neckermann, OTTO und Amazon zu den Gewinnern. Die Internetseiten verzeichneten von Januar bis November zweistellige Besucherzuwächse. Allen voran die Website von Quelle deren Unique Audience um 3,5 Millionen (+73 Prozent) auf 8,4 Millionen stieg. Bei Neckermann stieg die Nutzeranzahl um 1,8 Millionen (+44 Prozent) auf insgesamt 5,9 Millionen. OTTO verzeichnete mit zusätzlichen 1,5 Millionen Besuchern (+28 Prozent) insgesamt eine Unique Audience von 6,6 Millionen im November. „Der BVDW schätzt, daß allein im Weihnachtsgeschäft mehr als fünf Milliarden Euro Online ausgegeben werden. Online-Shopping ist zum festen Bestandteil der weihnachtlichen Vorbereitung geworden. Immer mehr Menschen nutzen die Möglichkeiten des Internets, um dem Einkaufsstress in überfüllten Innenstädten zu entfliehen. Der deutliche Anstieg der Besucherzahlen über das Jahr und vornehmlich vor Weihnachten wird sich auch 2008 fortsetzen“, so Raum weiter.

Die Ranglisten wurden von Nielsen Online erstellt, indem die Nutzerzahlen (Unique Audience) der Top 250 Online-Brands in Deutschland im November 2007 mit den Nutzerzahlen vom Januar 2007 verglichen wurden. Für Websites, die erst nach Januar 2007 von ausreichend vielen Personen besucht wurden, stellte jeweils die erste repräsentative Monatszahl die Vergleichsgrundlage dar.

Über Nielsen Online

Nielsen Online, ein Service von The Nielsen Company, liefert umfangreiche und unabhängige Messungen und Analysen von Online-Nutzern und -Werbung, Video, nutzergenerierten Inhalten und Konsumentenverhalten. Diese waren bisher unter den Marken Nielsen/NetRatings und BuzzMetrics bekannt. Mittels qualitativ hochwertigen, technologiebasierten Produkten und Dienst-



leistungen ermöglicht Nielsen Online seinen Kunden, wichtige Geschäftsentscheidungen im Hinblick auf das Internet, digitale Medien und Marketing auf eine solide Informationsbasis zu stützen. Für nähere Informationen besuchen Sie bitte www.nielsen-online.com.

Über The Nielsen Company:

The Nielsen Company ist ein globales Informations- und Medienunternehmen mit führenden Marktpositionen und anerkannten Marken in den Bereichen Marketing Information (ACNielsen), Media Information (Nielsen Media Research), Daten und Analysen zum Onlinemarkt (Nielsen Online, bestehend aus NetRatings und BuzzMetrics), detaillierte Einsichten in die Mobilbranche (Nielsen Mobile), Businessmedien (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek) und Fachmes- sen. Das Unternehmen ist in über 100 Ländern aktiv. The Nielsen Company befindet sich in Privatbesitz und verfügt über Zentralen in Haarlem (Niederlande) und New York (USA). Nähere In- formationen finden Sie unter www.nielsen.com.