

Der Handyboom bei Teens zeigt sich auch im Internet

Nürnberg, 4. Dezember 2000: Rund 17 Prozent der deutschen Online-Nutzer sind zwischen 10 und 19 Jahre alt. Bei dieser jungen Zielgruppe ist das Internet vor allem als Mittel zur Kommunikation sehr beliebt. Überdurchschnittlich stark besuchten die jungen Surfer im Oktober 2000 Messenger Applikationen, Community-Angebote, Unterhaltungs-/Spiele-Sites aber auch Angebote zu Schule und Bildung. Bei Teens besonders hip sind zudem Services rund um das Handy. Dies zeigen die neuesten Ergebnisse aus dem monatlich erscheinenden Digital Media Report von MMXI Europe, einem Unternehmen von Jupiter MMXI.

Der Trend zum eigenen Handy macht sich beim Online-Nutzungsverhalten von Jugendlichen bemerkbar. Services im Internet für das mobile Telefonieren erreichen bei Teens eine doppelt so hohe Reichweite wie bei den durchschnittlichen Nutzern: Jeder Dritte (35,3%) der jungen Surfer nutzte im Oktober 2000 mindestens einmal eine Website mit Services für das Handy oder zum Versenden von Kurzmitteilungen.

Auch Online-Messengers, die als Applikationen im Netz verfügbar sind und dem Nutzer mitteilen, welcher registrierte User ebenfalls gerade online ist, stehen bei Jugendlichen hoch im Kurs. Fast jeder Vierte der 10 bis 19jährigen kommunizierte im Oktober 2000 über solche Benachrichtigungsdienste, wie beispielsweise ICQ oder dem AOL Instant Messenger. Teens nutzten Messenger Services an rund 10 Tagen im Monat und damit deutlich häufiger als der Durchschnitt (= 8 Tage). Die durchschnittliche Nutzungsdauer in Minuten im Oktober betrug 160 Minuten, was bedeutet, dass ein Teenie pro Nutzungstag durchschnittlich 15 Minuten mit dieser Art der Online-Kommunikation verbracht hat. Darüber hinaus macht die Hitliste der Sites mit dem höchsten Anteil an Besuchern im Alter von 10 bis 19 Jahren deutlich, dass sich Teens verstärkt bei Spiele-Sites aufhalten.

MMXI Europe – Top 5 Websites nach Anteil Teens (10-19 Jahre) in Deutschland		
Oktober 2000		
Internetzugang von Zuhause aus		
Rang	Domain	Anteil Teens (10-19 Jahre) in %
1	CHEATS.DE	50,6
2	HANDY.DE	47,1
3	SMS.DE	45,1
4	NOKIA.DE	41,8
5	ICQ.COM	40,5

„Insgesamt zeigt sich, dass Teenager im Internet Spaß und Kommunikation suchen“, sagt Thomas Pauschert, Geschäftsführer von MMXI Deutschland. „Handys mit pre-paid Cards sind in dieser Gruppe weit verbreitet. Da ist es klar, dass junge Surfer die Möglichkeiten des Internets nutzen, um kostenlos Short Messages zu verschicken. Jeder Dritte unter den Teens nutzt SMS-Angebote im Web und fast jeder Vierte kommuniziert über Messenger Services mit anderen Surfern. Hier ist ein bedeutendes Potential für Markenbildung und Kundenbindung im Internet entstanden.“

**Die Top 10 Domains in Deutschland und
die Top 10 Global Domains in Deutschland, Großbritannien und Frankreich, Oktober
2000**

MMXI Europe - Top 10 Domains in Deutschland			
Oktober 2000			
Internetzugang von zu Hause aus			
Rang	Top 10 Domains	Besucher (000)	Reichweite in %
	Digital Media gesamt	11.322	
1	T-ONLINE.DE	6.142	54,3
2	T-Online Application	4.919	43,4
3	YAHOO.COM	3.212	28,4
4	YAHOO.DE	3.141	27,7
5	LYCOS.DE	3.071	27,1
6	MSN.COM	2.780	24,6
7	MICROSOFT.COM	2.610	23,1
8	WEB.DE	2.357	20,8
9	GMX.DE	2.343	20,7
10	PURETEC.DE	2.308	20,4

MMXI Europe - Top 10 Global Domains in Deutschland			
Oktober 2000			
Internetzugang von zu Hause aus			
Rang	Top 10 Global Domains	Besucher (000)	Reichweite in %
	Digital Media gesamt	11.322	
1	T-ONLINE	7.214	63,7
2	YAHOO	4.223	37,3
3	LYCOS	3.751	33,1
4	AOL	3.728	32,9
5	MICROSOFT	3.722	32,9
6	MSN	3.614	31,9
7	WEB.DE	2.357	20,8
8	GMX	2.343	20,7
9	PURETEC.DE	2.308	20,4
10	FIREBALL.DE	2.159	19,1

MMXI Europe - Top 10 Global Domains in Großbritannien			
Oktober 2000			
Internetzugang von zu Hause aus			
Rang	Top 10 Global Domains	Besucher (000)	Reichweite in %
	Digital Media gesamt	12.525	
1	MSN	6.020	48,1
2	YAHOO	5.661	45,2
3	MICROSOFT	4.003	32,0
4	FREESERVE.COM	3.995	31,9
5	PASSPORT.COM	3.158	25,2
6	AOL	3.132	25,0
7	LYCOS	3.019	24,1
8	ASKJEEVES	2.498	19,9
9	BBC.CO.UK	2.170	17,3
10	AMAZON	1.981	15,8

MMXI - Top 10 Global Domains in Frankreich			
Oktober 2000			
Internetzugang von zu Hause aus			
Rang	Top 10 Global Domains	Besucher (000)	Reichweite in %
	Digital Media gesamt	6.030	
1	WANADOO	3.117	51,7
2	YAHOO	2.406	39,9
3	FREE	2.082	34,5
4	MICROSOFT	2.076	34,4
5	LIBERTYSURF	1.991	33,0
6	MULTIMANIA.COM	1.773	29,4
7	AOL	1.723	28,6
8	MSN	1.662	27,6
9	VOILA	1.405	23,3
10	LYCOS	1.390	23,1

Bitte geben Sie als Quelle MMXI Europe an.



Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Jupiter MMXI

Sandra Lades

Marketing & PR Director

Tel.: +49 (0)911 395 3606

Email: slades@mmxieurope.com

Sibylle John

Marketing & PR Manager

Tel.: +49 (0)911 395 4414

Email: sjohn@mmxieurope.com

In dieser Pressemeldung verwendete Begriffe:

Interaktive und digitale Medien schließen das World Wide Web, proprietäre Online-Dienste wie AOL oder T-Online sowie andere Applikationen wie E-Mail ein. *Digital Media gesamt* bezeichnet dementsprechend die Gesamtzahl aller Personen, die im Berichtszeitraum mindestens einmal solche Medien benutzt haben.

Domain meint den Namen eines bestimmten Computers oder Hosts wie beispielsweise www.name.de, www.name .net oder www.name.com.

Global Domain: Dazu werden Domains wie www.name.de, www.name.fr, www.name.co.uk oder www.name.com zu einer Zeile zusammengefaßt. Bei AOL und T-Online werden außerdem die proprietären Dienste in die Zusammenfassung einbezogen. Besucher, die mehrere der zusammengefaßten Einzelangebote besucht haben, werden dabei nur einmal gezählt.

Anzahl Besucher (Unique Visitors): Die hochgerechnete Anzahl der Besucher, die ein Angebot im Berichtszeitraum mindestens einmal besucht haben. Mehrmalige Besuche einer Person werden dabei nur einfach gezählt.

Reichweite in %: Prozentanteil derjenigen Besucher, die ein Angebot im Berichtszeitraum mindestens einmal besucht haben. Mehrmalige Besuche werden dabei nur einfach gezählt. Die Prozentuierung erfolgt auf die Grundgesamtheit derjenigen Personen, die im betrachteten Zeitraum das Internet besucht haben.

Über Jupiter MMXI

Jupiter MMXI (international bekannt als Jupiter Media Metrix) ist der führende Anbieter für Informationsdienste der New Economy. Durch die Fusion des auf die Messung von Online-Nutzung spezialisierten Unternehmens MMXI mit Jupiter Communications, Experte auf dem Gebiet der Marktanalyse und -prognose, entsteht ein einzigartiges Portfolio zur Durchleuchtung des Internets. Die Kombination der Messung von validen Nutzungsdaten mit Know-How zu Analyse und Prognose definiert die Angebotspalette von Online-Informationsdiensten völlig neu.

Zu den Marken von Jupiter MMXI zählen die Einschaltquoten für das Internet von MMXI Europe, die Online-Werbestatistik AdRelevance, Jupiter Reserach und die Jupiter Foren.

Werbungtreibende und Vermarkter, Werbeagenturen, E-Commerce-Unternehmen, Berater, Unternehmen aus dem Finanzsektor sowie Investoren nutzen diese Informationsdienste für Marketing- und Investitionsentscheidungen.

MMXI Europe, Teil des weltweiten MMXI-Netzwerkes, gehört zu den führenden Anbietern von Forschungsservices zur Nutzung von Internet und digitalen Medien. MMXI Europe ermittelt international vergleichbare Daten auf Basis von Panels in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Schweden und bald auch in Italien, Spanien und Dänemark. Weitere Panels u.a. in Finnland, Norwegen und der Schweiz sind in Vorbereitung. Zusammen mit der Muttergesellschaft Media Metrix Inc. wird durch die Messung in den USA, Australien, Kanada sowie Japan, und bald in Mexiko, Brasilien und Argentinien, über 85% der weltweiten Internetnutzung abgebildet.

MMXI Europe B.V. ist ein Joint Venture von Media Metrix Inc., GfK AG, Ipsos S.A. sowie der Observer Group und hat Tochterunternehmen in Nürnberg, London, Stockholm, Kopenhagen, Madrid, Mailand, Paris und Zürich.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter WWW.MMXIEUROPE.COM.