

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/62006/1500625/36-millionen-internet-user-haben-in-deutschland-im-august-mehr-als-6-milliarden-videos-online> abgerufen werden.

comScore Networks

36 Millionen Internet-User haben in Deutschland im August mehr als 6 Milliarden Videos online betrachtet

27.10.2009 - 13:26 Uhr, comScore Networks

London und Erding, Deutschland (ots/PRNewswire) - - Google Sites deckt 43 Prozent des deutschen Online-Video-Markts ab: Im genannten Zeitraum wurden 2,7 Milliarden Videos auf YouTube.com konsumiert

comScore, Inc. (Nasdaq: SCOR), einer der Marktführer auf dem Gebiet der Messung der digitalen Welt, veröffentlichte heute die aktuellen Daten des comScore-Dienstes Video Metrix. Daraus wird ersichtlich, dass im August 2009 35,7 Millionen Internet-User in Deutschland jeweils mindestens ein Video online betrachtet haben. Im Vergleich zum vergangenen Jahr bedeutet das einen Zuwachs von 38 Prozent.

(Logo: <http://www.newscom.com/cgi-bin/prnh/20080115/COMSCORELOGO>)

Google Sites bleibt in Deutschland die beliebteste Anlaufstelle für Online-Videos

Bedingt durch die Popularität von YouTube.com (99,5 Prozent aller Videos von Google Sites wurden auf YouTube.com aufgerufen) erfuhr Google Sites einen Zuwachs von 45 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Damit konnte der Dienst seine Position als führender Anbieter von Online-Video-Content in Deutschland weiter festigen. An zweiter Stelle folgten mit 10,6 Millionen Nutzern (ein Plus von 19 Prozent) die Universal Music Group sowie die beiden deutschen Anbieter ProSiebenSat1 und RTL, die 10,6 beziehungsweise 5,6 Millionen Deutsche mit ihren Inhalten begeistern konnten. Unter den Top Ten der Online-Video-Anbieter verzeichnete die Deutsche Telekom das schnellste Wachstum: Im vergangenen Jahr stieg dort die Zahl der Nutzer von Online-Video um 495 Prozent auf 3 Millionen im August 2009.

Die wichtigsten Online-Video-Plattformen in Deutschland, geordnet nach der Gesamtzahl der Einzelzugriffe (000)*

August 2009 - August 2008

Deutschland - Alter 15+, Zuhause & Arbeitsplatz**

Quelle: comScore Video Metrix

Web-Property	Aug 08	Aug 09	% Veränderung
Gesamtzahl der Einzelzugriffe	25.958	35.745	38 %
Google Sites	16.652	24.125	45 %
Universal Music Group	8.879	10.609	19 %
ProSiebenSat1 Sites	4.007	10.565	164 %
RTL Group Sites	4.449	5.644	27 %
Fox Interactive Media	1.342	4.440	231 %
Microsoft Sites	1.915	3.972	107 %
Axel Springer AG	1.083	3.491	222 %
MEGAVIDEO.COM	2.090	3.067	47 %
Deutsche Telekom	504	2.997	495 %
Amazon Sites	797	2.223	179 %

* Die Rankings basieren auf Sites, die Video-Content anbieten; nicht berücksichtigt wurden Video-Server-Netzwerke. Erfasst wurden Online-Videos, die im Streaming-Format oder als progressive Downloads angeboten werden.

** Nicht erfasst wurden Internet-Aktivitäten an öffentlichen Computern, z. B. in Internet Cafés oder der Zugriff über Mobiltelefone oder PDAs. Der Deutsche Online-Video Konsument betrachtete im August durchschnittlich 178 Videos

Im August 2009 riefen die 36 Millionen Online-Video-Konsumenten in Deutschland 6,4 Milliarden Videos ab, d. h. jeder Besucher betrachtete durchschnittlich 178 Videos. Auch hier lag Google Sites mit 2,8 Milliarden abgerufenen Videos an der Spitze und repräsentiert 43 Prozent des Gesamtmarkts für Online-Videos in Deutschland. An zweiter Stelle konnte sich ProSiebenSat1 mit einem Anteil von 2,6 Prozent platzieren, gefolgt von Megavideo.com mit einem Marktanteil von 1,6 Prozent und RTL Group (1,3 Prozent).

Die wichtigsten deutschen Online-Video-Plattformen, geordnet nach der Gesamtzahl der abgerufenen Videos*

August 2009

Ganz Deutschland - Alter 15+, Zuhause und am Arbeitsplatz**

Quelle: comScore Video Metrix

Web-Property	Videos (000)	Anteil Videos (%)	Videos pro Zuschauer
Internet gesamt:			
Gesamtzahl der			

Zuschauer	6.369.541	100,0%	178
Google Sites	2.759.630	43,3%	114
ProSiebenSat1 Sites	163.764	2,6%	15
Megavideo.com	101.604	1,6%	33
RTL Group Sites	81.269	1,3%	14
Universal Music Group	65.590	1,0%	6
Microsoft Sites	36.086	0,6%	9
Axel Springer AG	28.429	0,4%	8
Deutsche Telekom	19.989	0,3%	6
Marquard Media AG	19.475	0,3%	28
Fox Interactive Media	18.812	0,3%	4

* Das Ranking basiert auf Anbietern von Video-Content; Ausgenommen sind Video-Server-Netzwerke. Erfasst wurden Online-Videos, die im Streaming-Format oder als progressive Downloads angeboten werden.

** Nicht erfasst wurden Internet-Aktivitäten an öffentlichen Computern, z. B. in Internet Cafés oder der Zugriff über Mobiltelefone oder PDAs. Weitere bemerkenswerte Ergebnisse im August 2009:

- Die User von Online-Videos schauten im Lauf des Monats durchschnittlich 16 Stunden Videos (ein Zuwachs von 86 Prozent im Vergleich zum Vorjahr).
- Männer im Alter von 15 bis 24 Jahren nutzen Online-Videos am intensivsten - jeder von ihnen konsumierte im August ungefähr 24 Stunden Online-Video.
- 24 Millionen Zuschauer konsumierten 2,7 Milliarden Videos auf YouTube.com (115 Videos pro Zuschauer).
- Weibliche Nutzer über 55 Jahre sahen im August in Deutschland auf Youtube.com durchschnittlich 105 Videos, Männer über 55 nur 75 Videos.
- Die durchschnittliche Dauer von Online-Videos betrug in Deutschland im August 2009 5,3 Minuten (23 Prozent länger als die durchschnittliche Dauer im Dezember 2008). Über comScore:

comScore, Inc. (NASDAQ: SCOR) ist ein weltweit führender Anbieter von Messverfahren für die digitale Welt und eine bevorzugte Quelle für aktuelle Marktdaten aus dem Bereich des digitalen Marketings. Weitere Informationen finden Sie unter: www.comscore.com/companyinfo.

Pressekontakt:

Berit Block, comScore, Inc., +44-(0)-207-131-3668,
bblock@comscore.com

Originaltext:

comScore Networks

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/62006/comscore-networks>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_62006.rss2