

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/42807/1573611/-beam-me-up-yahoo-der-web-pionier-blickt-anlaesslich-seines-15-geburtstags-in-die-digitale> abgerufen werden.

# Yahoo! Deutschland GmbH

"Beam me up, Yahoo!" - Der Web-Pionier blickt anlässlich seines 15. Geburtstags in die digitale Kristallkugel

08.03.2010 - 10:05 Uhr, Yahoo! Deutschland GmbH

München (ots) - Leben mit dem Web - Was hat sich verändert? Wo geht die Reise hin? Brauchen wir einen Internet-Minister? Die Yahoo!-Nutzer der ersten Stunde stehen Rede und Antwort.

Vom Telefon-Modem zur Highspeed-Datenverbindung immer und überall, vom Webkatalog zum Web 2.0, vom Tummelplatz für Freaks zum Massenmedium für Jedermann - als das World Wide Web noch in den Kinderschuhen steckte, konnte sich kaum jemand vorstellen, wohin die Reise geht, und dass es sich einmal einen derart festen Platz in unserem Alltag erobern wird. Das Internet ist heute nicht mehr wegzudenken, doch welche Wahrnehmung hatten die ersten Internetnutzer Mitte der 90er Jahre vom Internet? Was bedeutet es für sie heute? Und wie wird sich das Web wohl in den nächsten 15 Jahren entwickeln? Der Internetpionier Yahoo! nimmt seinen 15. Geburtstag zum Anlass, seine Nutzer zu befragen - hierzulande wie auch in Spanien, Frankreich, Großbritannien und Italien.

Mein erstes Mal

Um die Entwicklungen in mehr als eineinhalb Jahrzehnten Internetgeschichte beurteilen zu können, waren hier die Internetnutzer aus den ersten Tagen des Webs mit mindestens zehn Jahren Web-Erfahrung gefragt. Die ersten digitalen Entdeckungsreisen fanden für das Gros der Befragten Yahoo!-Nutzer hierzulande zu Hause statt (58 Prozent), mehr als 17 Prozent gingen bei der Arbeit das erste Mal online, rund 13 Prozent in der Schule oder an der Universität. Dass das Internet heute zum Alltag gehört, unterstreichen mehr als drei Viertel der Befragten, die angeben, das Internet heute vornehmlich zu Hause zu nutzen und somit auch über die notwendige Infrastruktur zu verfügen. Für knapp 22 Prozent ist der Arbeitsplatz die erste Adresse, um ins Web zu gehen.

Das Web heute alltäglicher als eine Tasse Kaffee

Suchen, Mailen, Informieren steht schon lange auf dem Programm: Knapp 68 Prozent geben an, seit mehr als zehn Jahren zu mailen. 56 Prozent bestätigen, vor mindestens einer Dekade das erste Mal eine Suchmaschine genutzt zu haben und knapp 45 Prozent lesen seit dieser Zeit online Nachrichten. Auch heute sind das die drei Services, die täglich am häufigsten genutzt werden: Knapp 89 Prozent e-mailen täglich, 78 Prozent suchen jeden Tag online und mehr als drei Viertel lesen jeden Tag online Nachrichten. Damit wird täglich mehr gemailt, gesucht und sich informiert als Kaffee getrunken, denn nur 73 Prozent tun dies jeden Tag - und auch die gute alte Flimmerkiste scheint klar überholt worden zu sein: "Nur" 68 Prozent sehen in Deutschland noch täglich fern.

Lieblingsmedium Internet

Was einmal als technisches Experiment begonnen hat, ist heute integraler Bestandteil des Alltags: Mehr als 75 Prozent der Befragten hierzulande können sich ein Leben ohne Internet nicht mehr vorstellen. Damit liegen die Deutschen übrigens deutlich vor den Spaniern, Italienern und Franzosen, die mit jeweils etwas über 50 Prozent dem Internet noch weniger Bedeutung beimessen, und sogar noch vor den Briten, die mit 65 Prozent unter den Internet-Enthusiasten das Mittelfeld einnehmen.

Diese Web-Begeisterung in Deutschland hat seine Gründe, denn mit dem Internet bleibt man einfach und bequem auf dem Laufenden (90 Prozent) und es macht viele Dinge im Alltag leichter (87 Prozent). Damit hat das Web bei den deutschen Yahoo!-Nutzern den Spitzenplatz unter den Medien erobert, die für sie am wichtigsten sind: Für 90 Prozent ist das Web absolut unverzichtbar, nicht einmal ein Prozent

(0,2 %) der Befragten hält das Internet hingegen für unwichtig. Der Fernseher ist dabei mit knapp 54 Prozent deutlich auf den zweiten Platz verwiesen, Bronze ergattert hat sich noch das Radio (51 Prozent) und der undankbare vierte Platz geht mit knapp 45 Prozent an die Zeitung. Das mobile Internet steckt zwar noch in den Kinderschuhen, ist aber mit 27 Prozent schon ganz solide platziert auf der "Unverzichtbarkeit-Skala".

Das Internet - eine Revolution oder einfach nur praktisch?

Wie sehr und selbstverständlich das Internet im Alltag angekommen ist, zeigen nicht zuletzt auch die Attribute, die die Nutzer heute mit dem Web verbinden und einst verbunden haben. Auf die Frage, wie sie das Internet bei ihren ersten Begegnungen erlebt haben, antworteten rund 74 Prozent mit "experimentell", gefolgt von "modern" (66 Prozent) oder gar "revolutionär" (64 Prozent) und "elitär" (41 Prozent). Ganz anders und selbstverständlich sehen die Assoziationen für die Gegenwart aus, die Schlüsse auf die heutigen Nutzungsszenarien zulassen: So rangieren auf den vorderen Plätzen "informativ" und "unterhaltsam" (mit 85 und 80 Prozent) oder "alltäglich" und "unentbehrlich" (mit 74 und 71 Prozent) - an etwas "Revolutionäres" oder gar "Elitäres" (26 und 16 Prozent) denkt dagegen kaum noch jemand.

Alltäglicher als Kaffee - was kommt danach?

Dass sich das Internet weiterhin rasant entwickeln wird, da sind sich 87 Prozent sicher. Noch weit mehr als die Hälfte (57 Prozent) sind der Meinung, dass das Web sein wahres Potenzial gerade erst entfaltet. So weit so gut - doch wo geht die Reise hin?

Rund zwei Drittel (67 Prozent) rechnen in Deutschland mit der totalen Vernetzung im Jahr 2025: So werden die Menschen 24 Stunden am Tag online sein und alle elektronischen Geräte - vom Fotoapparat über das Fernsehgerät bis hin zum Kühlschranks - mit dem Web verbunden sein. Interessant ist der Vergleich mit unseren europäischen Nachbarn: Während in Großbritannien mit 54 Prozent deutlich weniger diese Erwartung teilen, sind es in Italien gar 85 Prozent. Frankreich und Spanien bewegen sich im Mittelfeld mit 65 bzw. 64 Prozent.

Rund 43 Prozent sind davon überzeugt, dass es ein eigenständiges "Internet-Ministerium" geben wird, in dem alle Web-Angelegenheiten der BRD geregelt werden. Rund neun Prozent sehen sich hierzulande in eineinhalb Jahrzehnten gar mit einem Internet-Chip im Kopf umher wandeln. "Beam me up, Yahoo!" - Immerhin kann sich auch der gleiche Prozentsatz gut vorstellen, dass es in 15 Jahren möglich sein wird, via Internet Menschen zu beamen. An dieser Stelle ein Blick nach Spanien: Hier sind es immerhin 13 Prozent - der europäische Spitzenwert! In Großbritannien sind gerade einmal vier, in Frankreich sechs und in Italien acht Prozent dieser Überzeugung.

Happy Birthday, Yahoo! - Auf die nächsten 15 Jahre!

"Ob Internet-Chip im Kopf, spannende neue Reisemöglichkeiten via Web-Beaming oder ein eigenes Internetministerium - ganz gleich was die Zukunft bringen wird, Yahoo! freut sich zusammen mit seinen mehr als 600 Millionen Nutzern weltweit auf die nächsten spannenden 15 Jahre!", betont Terry von Bibra, Geschäftsführer Yahoo! Deutschland & Vice President Advertising Marketplaces Yahoo! Europe.

Studien-Steckbrief:

Die Umfrage von Yahoo! Research wurde im Februar 2009 auf Yahoo! Deutschland durchgeführt. Befragt wurden 2.320 Yahoo!-Nutzer ab 16 Jahren, von denen 643 das Internet seit mindestens 10 Jahren nutzen. Die Angaben für den deutschen Markt beziehen sich auf diese Grundgesamtheit. Die Studie wurde zeitgleich auch in Großbritannien, Frankreich, Spanien und Italien durchgeführt.

Diese und weitere Studienergebnisse stehen Ihnen auf Slideshare zur Verfügung (YahooGermany).

Ein Bild von Terry von Bibra, Geschäftsführer Yahoo! Deutschland & Vice President Advertising Marketplaces Yahoo! Europe, finden Sie unter folgendem Link: [http://yahoo.enpress.de/Yahoo\\_Sprecher.aspx](http://yahoo.enpress.de/Yahoo_Sprecher.aspx)

Über Yahoo!

Yahoo! erreicht mit innovativen Technologien, attraktiven Inhalten und anwenderfreundlichen Diensten jeden Monat mehrere hundert Millionen Nutzer. Damit ist Yahoo! eine der meistbesuchten Internetseiten weltweit und zählt zu den führenden

Online-Medienunternehmen. Die Vision von Yahoo! ist es, durch die Vermittlung persönlich relevanter Internetangebote der Mittelpunkt der Online-Aktivitäten der Menschen zu sein. Yahoo! hat seinen Hauptsitz in Sunnyvale, Kalifornien/USA. Sitz der Yahoo! Deutschland GmbH ist München.

Weitere Informationen sind verfügbar unter  
<http://www.yahoo.enpress.de/> oder im Unternehmens-Blog Yodel  
Anecdotal <http://yodel.yahoo.com>

Neues von Yahoo! erfahren Sie auch auf Twitter:  
<http://twitter.com/YahooDE>

###

Yahoo! und das Yahoo!-Logo sind eingetragene Marken von Yahoo! Inc. Alle anderen Namen sind Marken und/oder eingetragene Marken ihrer jeweiligen Eigentümer.

@@infblk@@

Pressekontakt:  
Yahoo! Deutschland GmbH  
Judith Sterl  
Head of PR  
Theresienhöhe 12  
80339 München  
Fon: +49(0)89-23197-186  
Mail: sterlj (at) yahoo-inc.com

Verena Knaak  
PR Assistant  
Theresienhöhe 12  
80339 München  
Fon: +49(0)89-23197-520  
Mail: vknaak (at) yahoo-inc.com

Originaltext:	Yahoo! Deutschland GmbH
ISIN:	US9843321061
Pressemappe:	<a href="http://www.presseportal.de/pm/42807/yahoo-deutschland-gmbh">http://www.presseportal.de/pm/42807/yahoo-deutschland-gmbh</a>
Pressemappe als RSS:	<a href="http://presseportal.de/rss/pm_42807.rss2">http://presseportal.de/rss/pm_42807.rss2</a>