

Web 2.0 setzt Siegeszug fort

Austrian Internet Monitor-Consumer: Soziale Netzwerke als Treiber

Die Internetnutzung in Österreich steht kurz vor der Überschreitung der Dreiviertelmarke: 74% der Bevölkerung nutzen das Medium. Nutzergenerierte Inhalte spielen dabei eine zunehmend größere Rolle. Doch welche Angebote verzeichnen die stärkste Dynamik, und wer nutzt sie? Der Austrian Internet Monitor beleuchtet diese Fragen im Detail.

Kommunikation per E-Mail und Informationssuche zählen zu den beliebtesten Tätigkeiten im Internet. Die ersten Plätze in der Nutzungs-Hitliste sind diesen Nutzungszwecke bereits seit geraumer Zeit sicher. Das Zeitalter des Web 2.0 hat dem Bereich Kommunikation einen weiteren Aufwind verschafft, und die Anwendung nutzergenerierter Inhalte verzeichnet eine anhaltende Dynamik.

Der größten Beliebtheit innerhalb der Web 2.0.-Angebote erfreut sich das Online-Lexikon Wikipedia. Knapp zwei Drittel der Internetnutzer haben die Plattform jemals besucht. Die Einträge auf Wikipedia gehen hingegen auf eine kleine Minderheit zurück – nur 4% der Onliner haben schon einmal selbst einen Beitrag dort verfasst. Die passive Nutzerschaft von Wikipedia verzeichnet ein kontinuierliches, wenn auch mittlerweile geringes Wachstum.

Etwas dynamischer entwickelt sich die Videoplattform YouTube, die sechs von zehn Internetnutzern bereits aufgerufen haben. Die Verwenderschaft ist innerhalb der letzten 12 Monate um ein Drittel gewachsen. Dies ist nicht nur auf die zunehmend bessere Ausstattung der Konsumenten mit Kameras zurückzuführen. Auch sind die Nutzer immer geübter in ihrem Umgang mit dem Internet – wodurch die Hemmschwelle, ein Video ins Netz zu stellen, zurückgeht.

Der große Gewinner unter den Web 2.0-Angeboten sind jedoch die sozialen Netzwerke, allen voran Facebook. Die Plattform konnte ihre österreichische Verwenderschaft in den letzten 12 Monaten verdreifachen und wurde bereits von jedem fünften Internetnutzer besucht. Die beruflich motivierte Nutzung von Networking-Plattformen wie Xing oder StudiVZ hat bereits in den letzten Jahren Trends gesetzt. Nun befindet sich das privat orientierte Netzwerken auf dem Vormarsch.

Die Kommunikation mit dem sozialen Umfeld hat sich gewandelt, speziell in der jüngeren Zielgruppe. Um auf dem Laufenden zu sein, kommt man um die Verwendung von Networking-Plattformen kaum noch herum. Die höchste Nutzerquote verzeichnen soziale Online-Netzwerke innerhalb der 14-19jährigen. Mit zunehmendem Alter sinkt der Nutzeranteil. Auch sind Männer etwas eifrigere Besucher sozialer Netzwerke als Frauen.

Diese und weitere Informationen finden sich in der aktuellen Ausgabe des Austrian Internet Monitor-Consumer (AIM-C). Der AIM-C wird von INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung auf Basis von insgesamt 12.000 telefonischen Interviews pro Jahr (3.000 pro Quartal) durchgeführt - repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren. Der INTEGRAL AIM-Consumer liefert seit 1996 kontinuierlich Informationen über Nutzung und Entwicklungsperspektiven von Internet und anderen neuen Kommunikationstechnologien.

Für Rückfragen stehen Ihnen Dr. Bertram Barth und Sandra Cerny, INTEGRAL Markt- u. Meinungsforschung, zur Verfügung.

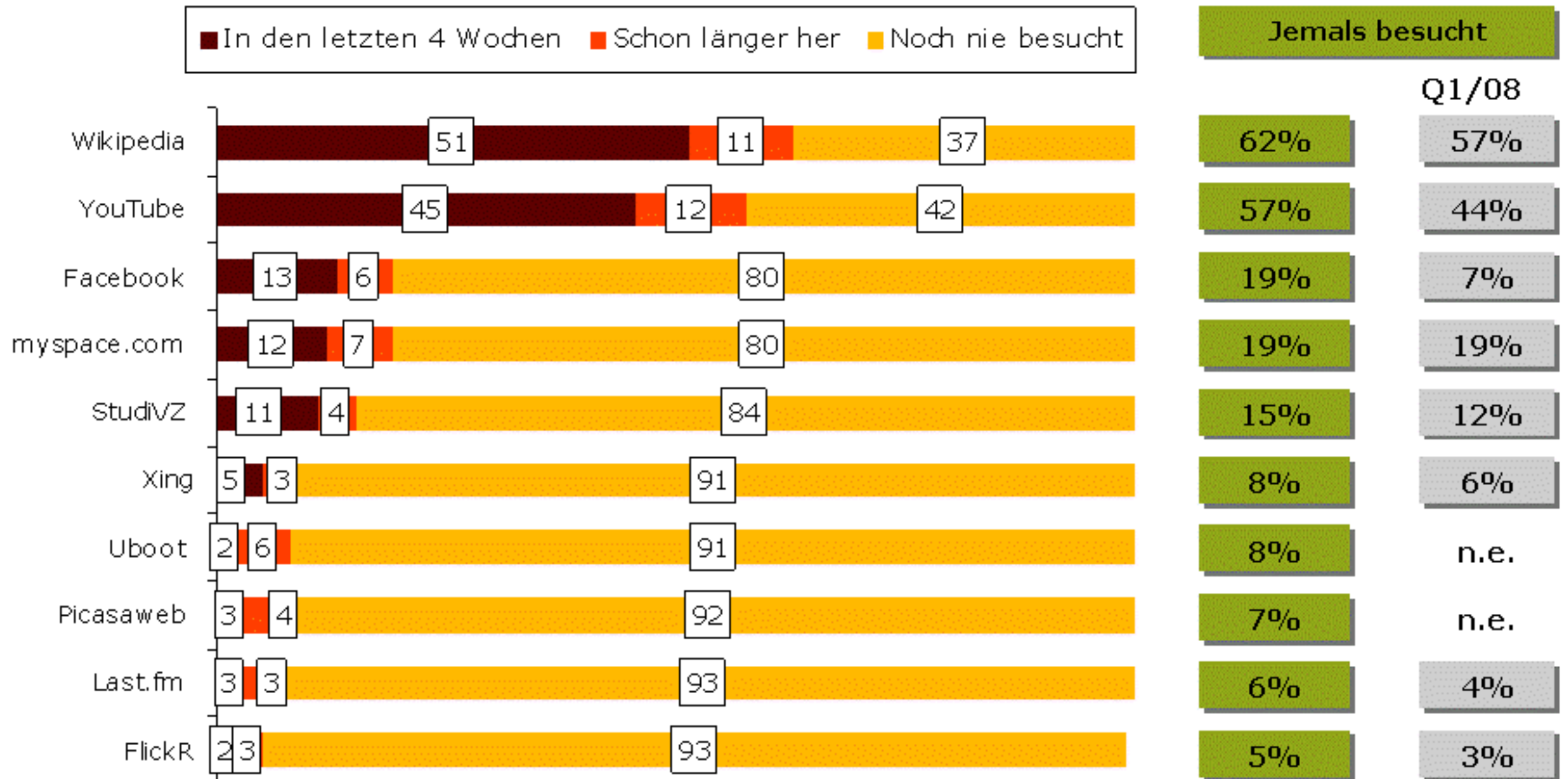
www.integral.co.at; [Anfragen an fragen@integral.co.at](mailto:anfragen@integral.co.at), Tel.Nr.: +43-(0)1-799 19 94

Besuchte Internet-Plattformen

Wann haben Sie die folgenden Plattformen *** im Internet besucht? War das ...?

Frage 52

Basis: Internetnutzer, n=2214 (74% aller Befragten)



Fehlende Werte auf 100%: k.A.

Angaben in Prozent (%)