

Web 2.0 – wer hat die Nase vorne?

Austrian Internet Monitor-Consumer: Plattformen im Härtestest

76% der Bevölkerung nutzen bereits das Internet. Der Wandel vom Informationsmedium zum mitgestalteten Netz scheint weitgehend vollzogen. Bereits 61% der Internetnutzer verwenden soziale Netzwerke und immerhin 85% Web 2.0-Plattformen im Allgemeinen. Der Austrian Internet Monitor beobachtet diese Entwicklung im Detail.

Soziale Netzwerke und interaktive Plattformen zählen zu den großen Gewinnern im Internet. Zwar wurde ihnen bereits vor einigen Jahren große Bedeutung zugeschrieben, doch die Schallmauer zur Massenanwendung wurde erst in jüngster Zeit durchbrochen. Sechs von zehn Internetnutzern haben zumindest ein soziales Netzwerk jemals genutzt. Zählt man Wikis und Foto- sowie Videoplattformen hinzu, zählen sogar 85% der Internetverwender zum Nutzerkreis. Damit erreicht die Erfahrung mit Plattformen praktisch alle Bevölkerungsgruppen.

Regelmäßige Nutzer von Web 2.0-Diensten sind immerhin drei Viertel der Onliner. Hier gilt: je jünger und je höher Schulbildung bzw. Haushaltseinkommen, desto größer der Anteil der regelmäßigen Verwender; auch die Männer liegen in diesem Punkt leicht vorne.

Facebook als großer Gewinner

Der große Gewinner innerhalb der Plattformen ist Facebook. Allen medial breitgetretenen Datenschutz-Bedenken zum Trotz hat sich sein Nutzerkreis innerhalb der letzten zwölf Monate von 22 auf 53% mehr als verdoppelt. Die regelmäßige Nutzung – innerhalb der letzten vier Wochen – hat sich sogar verdreifacht. Andere Netzwerke wie Myspace, StudiVZ oder Xing bleiben dagegen auf dem Niveau des Vorjahres, was ihren Nutzerkreis angeht. Weiteres interessantes Detail: die vielzitierte Plattform Twitter haben gerade einmal 11% der Internetnutzer irgendwann einmal besucht, nur 3 % sind regelmäßige Nutzer

Doch nicht nur hinsichtlich breiter Anwenderschaft punktet Facebook, es erreicht auch den größten Anteil zufriedener Nutzer. Dies scheint nicht zuletzt daran zu liegen, dass gesuchte Personen mit großer Wahrscheinlichkeit im Netzwerk gefunden werden können. So führt Facebook auch bei der Anzahl an Kontakten das Ranking an.

Motive für Nutzung sozialer Netzwerke

Wenig überraschend nutzt man Facebook primär, um Kontakt mit Freunden und Bekannten zu halten. Für mehr als die Hälfte der Nutzer sind aber auch Informationen zu Anbietern von Produkten und Dienstleistungen und Einladungen zu Veranstaltungen nützlich..

Breite Anwenderschaft für Wikis und Foto- sowie Videoplattformen

Auch Wikipedia und Youtube konnten weitere Bevölkerungskreise erschließen. So haben bereits drei Viertel der Onliner Wikipedia besucht. Die Nutzung ist vorwiegend passiv, denn einen Eintrag selbst verfasst zu haben, geben erst 3% der österreichischen Onliner an. Auch bei Youtube steht der passive Konsum von Inhalten bei den Österreichern im Vordergrund: 14% steuern aktiv bei, doch 73% nutzen die Plattform.

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 aim@integral.co.at , Tel.Nr.: +43-(0)1-799 19 94

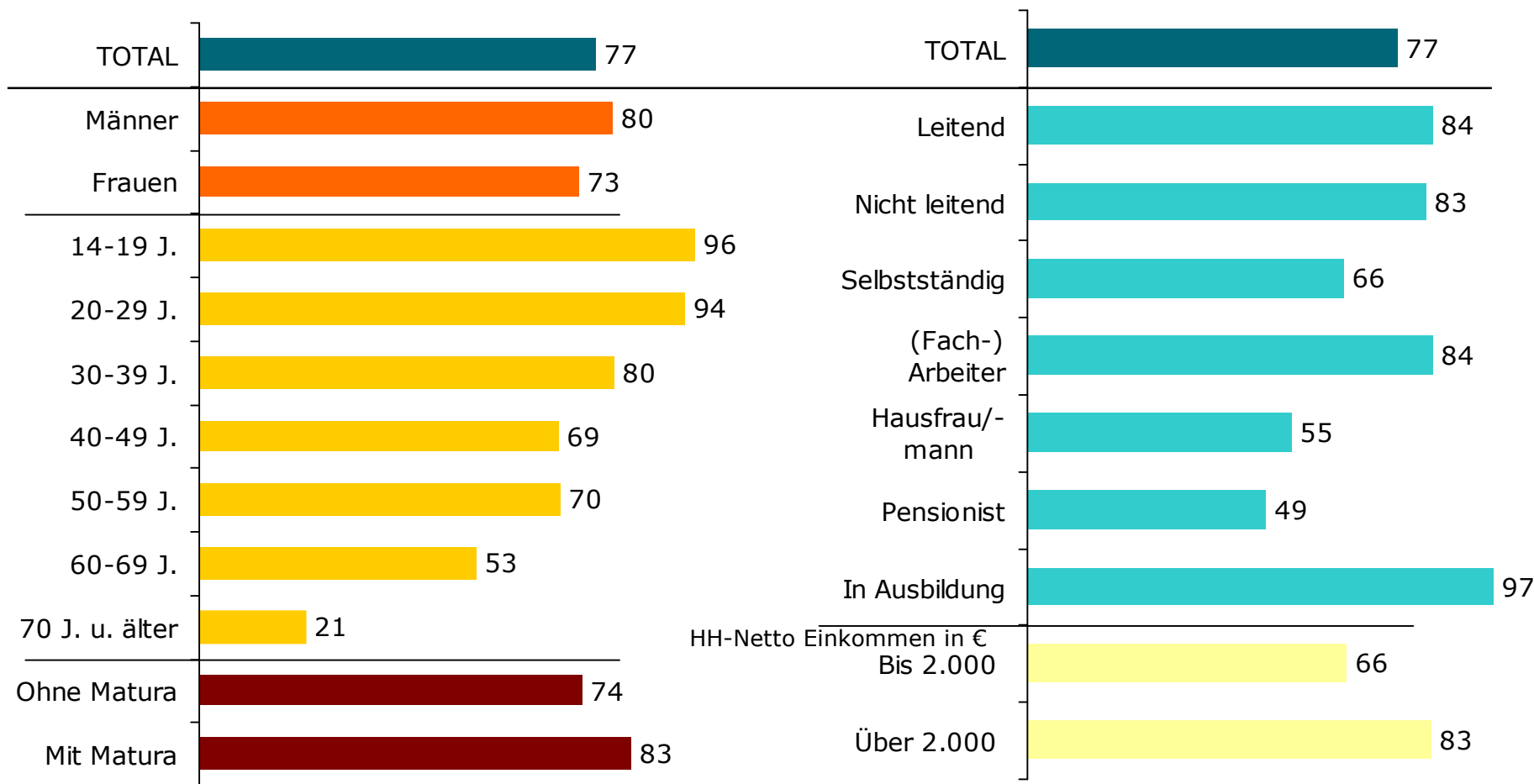
Regelmäßige Nutzung von Plattformen nach Zielgruppen



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

Frage 520

Basis: Internetnutzer, n=2266 (76% aller Befragten)



Zumindest eine Plattform in den letzten vier Wochen besucht

Angaben in Prozent (%)