



# Pressemitteilung

Datum

11. Dezember 2009

Sandra Lades  
GfK Verein  
Tel. +49 911 395 3606  
presse@gfk-verein.org

## Die Bereitschaft, für Internetinhalte zu bezahlen, ist gering

### Internationale GfK-Studie zur Internetnutzung in 17 Ländern

**Nürnberg/Frankfurt am Main, 11. Dezember 2009: 13 Prozent der Internetnutzer, die privat Zugang zum Internet haben, wären bereit, für Informationen im Internet zu bezahlen: 8 Prozent würden Bezahlinhalte ohne Werbung und 5 Prozent würden einen kostenpflichtigen Informationszugang auch mit Werbeschaltungen akzeptieren. Der Großteil der Surfer will die Inhalte im Internet wie gewohnt kostenlos nutzen. Dies zeigt die internationale Studie „Internetnutzung“, die GfK Custom Research und der GfK Verein im Auftrag von The Wall Street Journal Europe in 16 europäischen Ländern und in den USA durchgeführt haben.**

In der aktuellen Studie wurde unter anderem danach gefragt, inwieweit Internetnutzer bereit wären, für Inhalte zu bezahlen – insbesondere wenn es Angebote wie Nachrichten, Unterhaltung und Wissen, wie beispielsweise Wikipedia, beträfe. 80 Prozent der in den 17 Ländern Befragten möchten wie bisher kostenlosen Zugriff auf die Inhalte im Web haben: ein Drittel aller Befragten ist der Meinung, dass Internetinhalte werbefrei und kostenlos sein sollten. Die meisten, 46 Prozent, wollen kostenfreien Contentzugang, nehmen aber dafür Werbung in Kauf. Insbesondere die Griechen, Belgier, Schweden und Amerikaner votieren mit über 50 Prozent für freien Content gepaart mit Werbeschaltungen. Der Anteil derer, die Bezahlinhalte akzeptieren, beläuft sich über alle Länder hinweg auf 13 Prozent: 8 Prozent wären bereit, für werbefreie Inhalte zu bezahlen, 5 Prozent akzeptieren Paid Content mit gleichzeitigen Werbeschaltungen. Allerdings gibt es auch Nationen, die den kostenpflichtigen digitalen Inhalten positiver gegenüberstehen: So sind 23 Prozent der Schweden, knapp 20 Prozent der Niederländer und Briten sowie 17 Prozent der Amerikaner bereit, für den Zugang zu Informationen im Web zu bezahlen. Am unteren Ende bei der Zahlungsbereitschaft rangieren die Rumänen (4 Prozent), Polen (5 Prozent) und Spanier (6 Prozent).

GfK-Nürnberg e.V.  
Nordwestring 101  
D-90419 Nürnberg

Tel +49 (0)911/395-2368  
Fax +49 (0)911/395-2715  
www.gfk-verein.org  
info@gfk-verein.org

Geschäftsführung:  
Dr. Raimund Wildner

Präsidium:  
Peter Zühlsdorff (Präsident)  
Ralf Klein-Bölting  
Prof. Dr. Nicole Koschate  
Prof. Hubert Weiler  
Dr. Raimund Wildner  
(Vizepräsidenten)

Vereinsregister VR200665  
Amtsgericht Nürnberg

Wenn man die Surfer nach ihren Nutzungsvorlieben analysiert, können ebenfalls leichte Unterschiede festgestellt werden: In Schweden ist bei jenen eine leicht erhöhte Akzeptanz von Bezahlhalten festzustellen, die das Web gerne für Blogging und E-Finance nutzen. Auch in Großbritannien äußern sich die Blogger positiver. Hingegen zeigen sich von den amerikanischen Surfern jene toleranter, die im Internet gerne Spiele, Musikdownloads oder E-Services, wie beispielsweise zum Kauf von Reise- oder Konzerttickets, nutzen. Für Europa kann zusammenfassend festgestellt werden, dass jene Surfer tendenziell etwas mehr bereit sind, für Webinhalte zu bezahlen, die bevorzugt E-Finance, Erotikangebote und E-Services nutzen.

### Internationale Meinungsübersicht

Angaben in %	Alle Inhalte sollten <u>kostenlos</u> sein, aber ich nehme Werbung und andere Marketing-aktivitäten in Kauf	Alle Inhalte sollten <u>kostenlos</u> sein, <u>ohne</u> Werbung	Ich bin bereit, für Inhalte zu <u>bezahlen</u> - aber <u>ohne</u> Werbung	Ich bin bereit, für Inhalte zu <u>bezahlen</u> , auch wenn Werbung geschaltet wird	Keine der Aussagen gibt meine Meinung wieder
Wenn Sie an Nachrichten, Unterhaltung und Informationen, wie bspw. Wikipedia denken und überlegen, welche Kosten den Providern durch das Angebot dieser Services entstehen, welche der folgenden Aussagen beschreibt Ihre Meinung?					
<b>Alle Länder</b>	<b>46</b>	<b>33</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>7</b>
<b>Westeuropa</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Belgien	56	27	10	4	4
Deutschland	37	47	8	1	7
Frankreich	39	50	7	1	3
Griechenland	61	22	6	7	3
Großbritannien	44	33	7	11	5
Italien	44	37	13	1	4
Niederlande	50	28	15	4	3
Portugal	40	43	5	2	10
Schweden	56	14	11	12	7
Spanien	34	54	3	3	7
<b>Zentral-/Osteuropa</b>	<b>35</b>	<b>41</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>17</b>
Bulgarien	44	30	6	4	16
Polen	38	51	4	1	6
Rumänien	22	20	3	1	54
Tschechische Rep.	34	44	7	3	13
Türkei	33	39	5	2	21
Ungarn	39	43	5	2	10
<b>Europa gesamt</b>	<b>40</b>	<b>42</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>7</b>
USA	57	21	9	8	4

Quelle: Studie „Internet“, GfK / WSJE, Herbst 2009, n= 16.800

## **Klassische Nutzungsangebote wie E-Mailing und die Informationssuche rangieren an der Spitze**

Bei der privaten Internetnutzung steht bei rund der Hälfte der Befragten das Versenden von E-Mails ganz oben auf der Beliebtheitskala. Besonders die Deutschen, Portugiesen Briten und Spanier nutzen das Internet überdurchschnittlich gern für elektronische Post.

An zweiter Stelle der internationalen Hitliste steht mit vergleichbaren Beliebtheitswerten der Abruf von Informationen über Suchmaschinen und Nachschlagewerken. Auf Rang drei rangiert mit einigem Abstand (39 Prozent) die Nachrichtenrecherche.

Auch in den USA wird die Informationssuche via Internet geschätzt: 59 Prozent geben an, dass sie das Netz vor allem für diesen Zweck nutzen, fast genauso viele schicken Post an Freunde oder Bekannte. Die Zentral- / Osteuropäer hingegen besuchen das World Wide Web am liebsten zum Lesen von aktuellen Nachrichten (69 Prozent). Erst auf Rang zwei und drei folgen dort E-Mailing und die Informationsbeschaffung (48 bzw. 45 Prozent).

Web 2.0 Angebote wie Facebook, Twitter oder LinkedIn können sich über alle Länder hinweg auf Rang 4 der privaten Internetnutzung platzieren. Jeder vierte Surfer nutzt diese Art der Netzgemeinschaften, wobei die Türken, Briten, Griechen und Amerikaner sich überdurchschnittlich gern sozial vernetzen, während sich die Deutschen, Bulgaren und Rumänen gegenüber diesen Gemeinschaftsportalen sehr verhalten zeigen: jeweils gerade einmal 7 Prozent zählen das soziale Vernetzen zu den wichtigsten Online-Aktivitäten. In jedem Land – mit Ausnahme der Niederlande - sind es mehr die Frauen, die Kontakte über diese Online-Services pflegen. Auch das Versenden von E-Mails ist eher Frauensache (Frauen: 63 Prozent, Männer: 47 Prozent). Hingegen sind Lesen von Nachrichten und Verfolgen des aktuellen Sportgeschehens Beschäftigungen, die mehr männliche Surfer im Netz während ihrer Freizeit ausüben.

Aber das Nutzungsverhalten hängt nicht nur vom Geschlecht sondern auch von der Intensität der Nutzung ab: Heavy User, also Menschen, die täglich mehr als 3 Stunden im Netz verbringen, sind häufiger soziale Netzwerker, spielen mehr und laden mehr Musik aus dem Netz als Light User (Personen, die das Web weniger als 1 Stunde am Tag nutzen). Die Wagnutzer zeigen dagegen eine leichte Affinität zur Informationsbeschaffung via Suchmaschinen und Nachschlagewerken.

Insgesamt schätzen die Surfer das Internet und seine Angebote. Nur wenige fürchten negative Einflüsse auf die Gesellschaft: rund die Hälfte der Befragten sieht positive gesellschaftliche Effekte, ein Drittel wertet das Web und seine Einflüsse als neutral und nur 13 Prozent fürchten negative Auswirkungen auf Land und Leute.



## **Zur Studie**

Für die internationale Studie „Internetnutzung“ hat die GfK Custom Research im Auftrag von The Wall Street Journal Europe und mit finanzieller Unterstützung des GfK Vereins im Herbst 2009 insgesamt 16.800 Personen über 15 Jahren in 17 Ländern befragt. Untersucht wurden, ob sie privat Zugang zum Internet haben, wie viel Zeit sie im Web verbringen, wofür sie dieses bevorzugt nutzen, die Bereitschaft zu Bezahlhalten sowie die möglichen Einflüsse des Internets auf die Gesellschaft.

## **Das Wall Street Journal Europe ([www.wsj.com](http://www.wsj.com))**

Das Wall Street Journal Europe wurde im Jahr 1983 gegründet. Es ist ein Teil des weltweit führenden Wirtschaftsnachrichtenkonzerns, zu dem auch das Wall Street Journal, das Wall Street Journal Asia und Wall Street Journal Online, die weltweit größte Nachrichtenwebsite auf Abonnentenbasis, gehören. Zusammen haben diese Publikationen eine verkaufte Auflage von 2,7 Millionen. Sie erreichen Wirtschaftsführer und Politiker in der ganzen Welt. Das Wall Street Journal Europe greift auf ein globales Netzwerk von nahezu 1.900 Journalisten zurück. Es ist das weltweit größte Netzwerk von Finanz- und Wirtschaftsjournalisten. 370 davon arbeiten in Europa, im Mittleren Osten und in Afrika.

Weitere Informationen zum Wall Street Journal Europe erhalten Sie bei: Huss-PR-Consult, Judith Huss, Tel. + 49 89 6494-5570, Fax: + 49 89 6494-5572, [judith.huss@hussprconsult.de](mailto:judith.huss@hussprconsult.de)

## **Zum GfK Verein**

Der GfK Verein ist eine 1934 gegründete Non-Profit-Organisation zur Förderung der Marktforschung. Er zählt rund 600 Mitglieder, die sich aus Unternehmen und Einzelpersonen zusammensetzen.

Zweck des Vereins ist es, innovative Forschungsmethoden in enger Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Institutionen zu entwickeln, die Aus- und Weiterbildung von Marktforschern zu fördern und die für den privaten Konsum grundlegenden Strukturen und Entwicklungen in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik zu verfolgen sowie deren Auswirkungen auf die Verbraucher zu erforschen.

Die Studienergebnisse werden den Mitgliedern des Vereins zur Verfügung gestellt. Der GfK Verein ist Gesellschafter der GfK SE ([www.gfk.com](http://www.gfk.com)).

Weitere Informationen unter [www.gfk-verein.org](http://www.gfk-verein.org).

V.i.S.d.P.

GfK Verein, Presse

Sandra Lades

Nordwestring 101

90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-3606

[presse@gfk-verein.org](mailto:presse@gfk-verein.org)