

# Fast jeder 5.te Internet-User mit Web 2.0 - Anwendungen

1

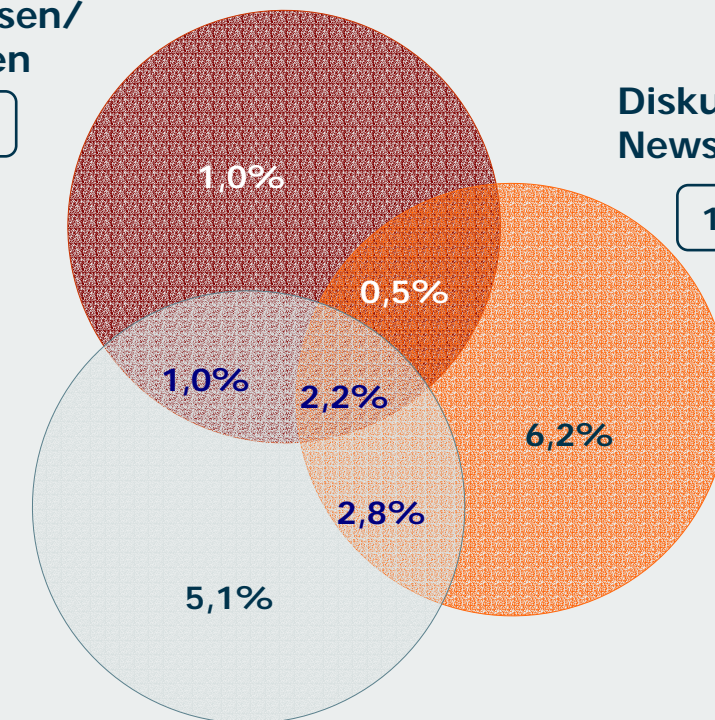
Nutzer von Web 2.0 – Anwendungen und ihre Überschneidung\*

Blogs lesen/  
verfassen

4,7%

Diskussionsforen/  
Newsgroups

11,7%



Besuch von Netzwerken/  
Online Communities

11,1%

Anteil an privaten  
Internetnutzern

18,8%

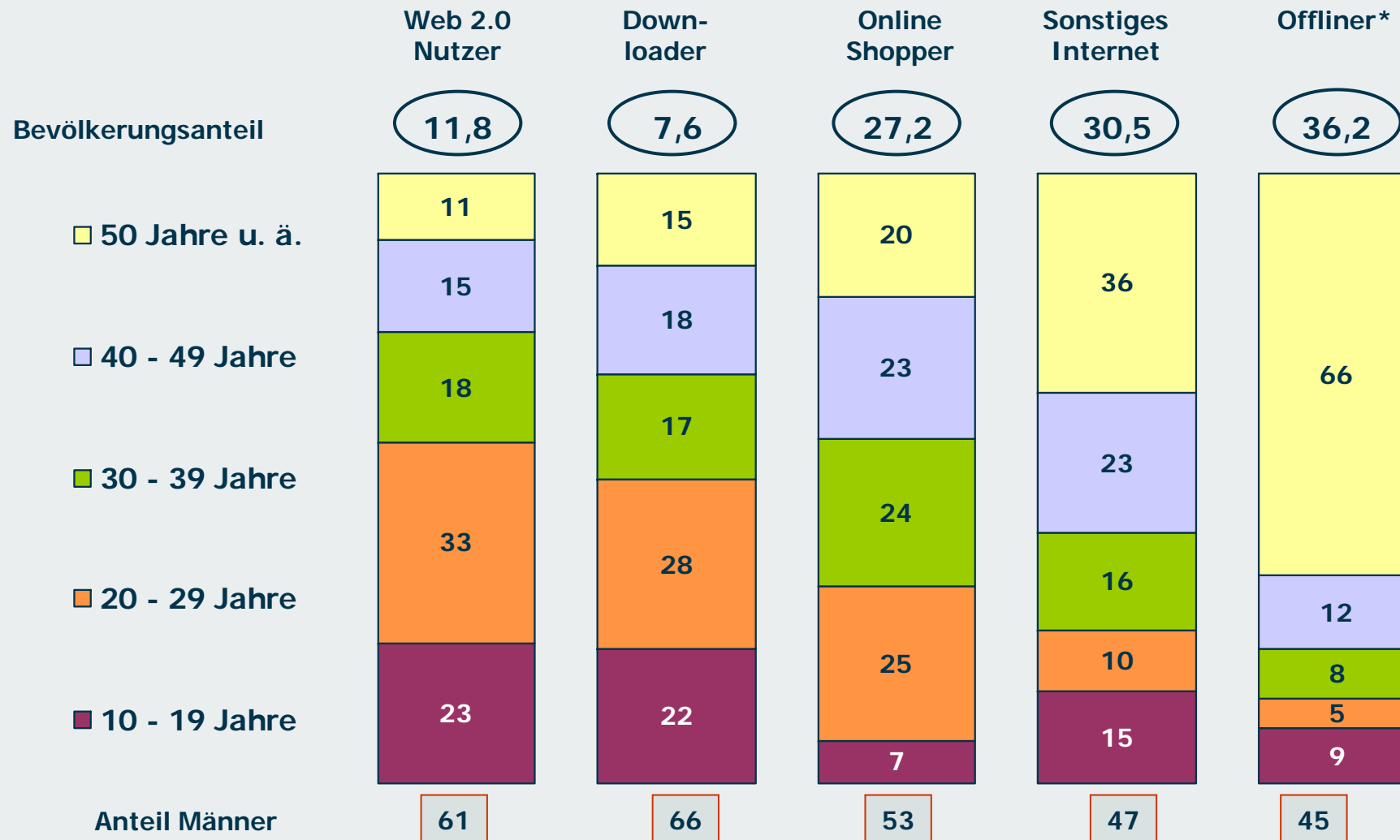
= 7,2 Mio.

\*Nutzung mindestens monatlich,

Basis: Private Nutzer des Internets = 100

## Web 2.0 noch stark auf junge Nutzer konzentriert

2



\*keine private Nutzung des Internets

- Während Aktivitäten wie die Informationssuche zu Produkten und Unternehmen und das Online-Shopping Reichweiten von 60 – 80 % an der privaten Internet-Nutzerschaft erreichen, sind Web 2.0-Anwendungen noch auf eine engere Zielgruppe beschränkt.
- Insgesamt beläuft sich die Reichweite auf knapp 20 %, was ca. 7 Millionen Nutzern entspricht.
- Am populärsten ist die Teilnahme an Diskussionsforen bzw. Newsgroups mit knapp 12 %, während Blogs nur von knapp 5 % passiv oder aktiv genutzt werden.
- Zwischen den Aktivitäten im Web 2.0 gibt es hohe Überschneidungen.
- Noch sind vor allem die jüngeren Zielgruppen (56 % unter 30 Jahre) im Web 2.0 aktiv.
- Diese – wie auch viele andere – Merkmale zur Internet-Nutzung stehen nun in den ConsumerScope-Panels zur Korrelation mit Kaufdaten bereit.

Nähere Informationen bei:

Dr. Wolfgang Adlwarth  
Tel. 0911 / 395 - 3664  
[wolfgang.adlwarth@gfk.com](mailto:wolfgang.adlwarth@gfk.com)