

Trends und Entwicklungen des europäischen Online Markets

Johanna Hansen

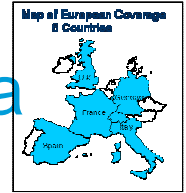
Hamburg, November 2007



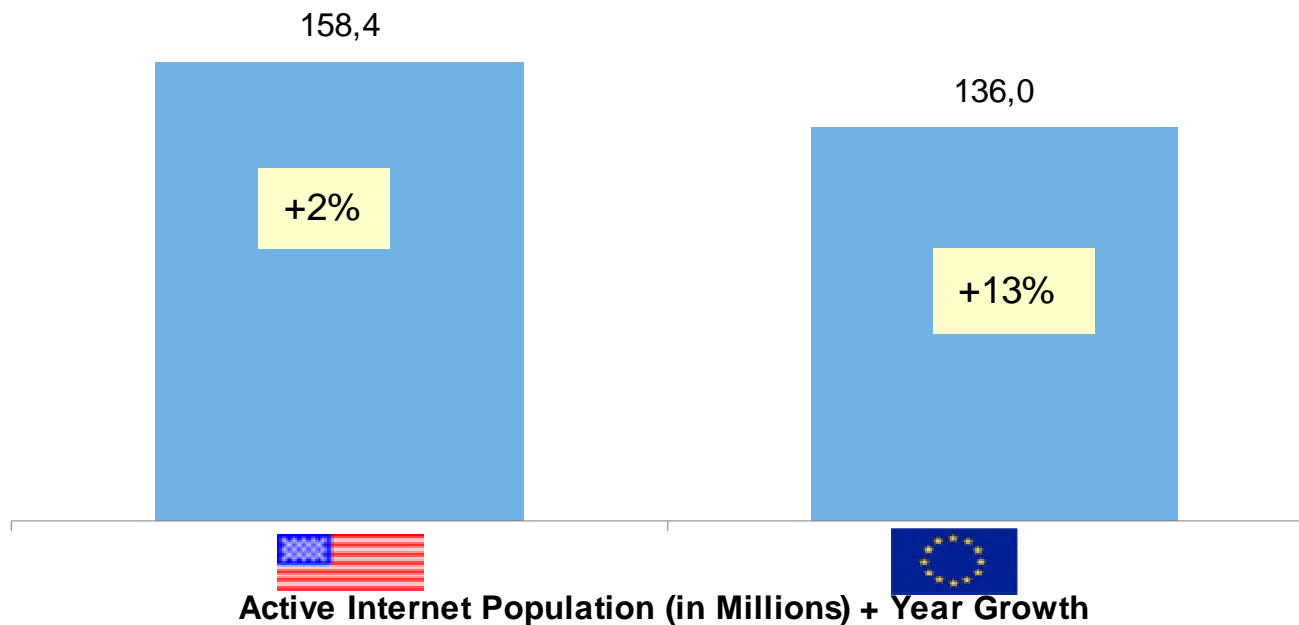
Management Summary

- Der europäische Online Markt:
 - Der europäische Online Markt zeigt ein kontinuierliches Wachstum, sowohl in User Anzahl als auch in der Nutzungsintensität.
 - Web 2.0 Angebote gewinnen weiter an Bedeutung.
- Der deutsche Online Markt:
 - Die Reichweite der Internetnutzung steigt weiterhin an.
 - Überproportionales Wachstum verzeichnen die Silver Surfer.
 - Deutsche als auch britische User verbringen im europäischen Umfeld am meisten Zeit im Internet
- Der europäische Online Werbemarkt Markt:
 - Der europäische Online Werbemarkt verzeichnet ein kontinuierliches Wachstum, getrieben durch zunehmende Werbekunden als auch durch steigenden Banner Einsatz.
 - Deutschland und Großbritannien sind die größten Online Werbemärkte in Europa.

Kontinuierlich ansteigende Internet Nutzung in Europa

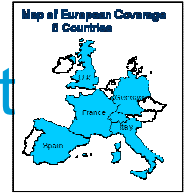


- Fast 140 West Europäer nutzen bereits das Internet und der Markt weist weiterhin zweistellige Wachstumsraten auf, während der US Online Markt deutlich geringer wächst.

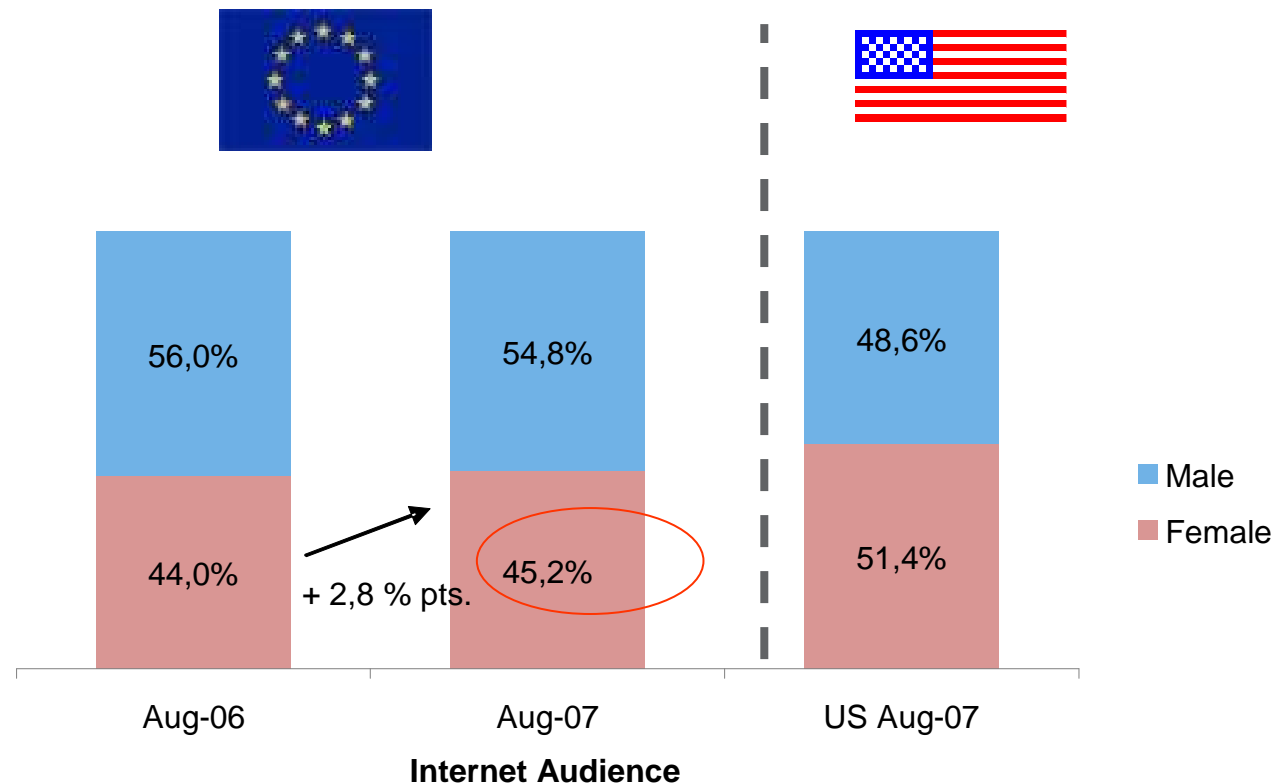


Source: Nielsen Online NetView Home & Work data US, DE, UK, FR, IT (ES, CH, home data only), August 2006-2007

Europa: zunehmend mehr Frauen nutzen das Internet

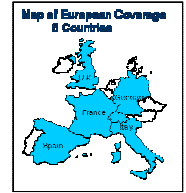


- Trotz steigendem Frauen Anteil liegt der deutsche Werte noch deutlich unter dem amerikanischen Niveau



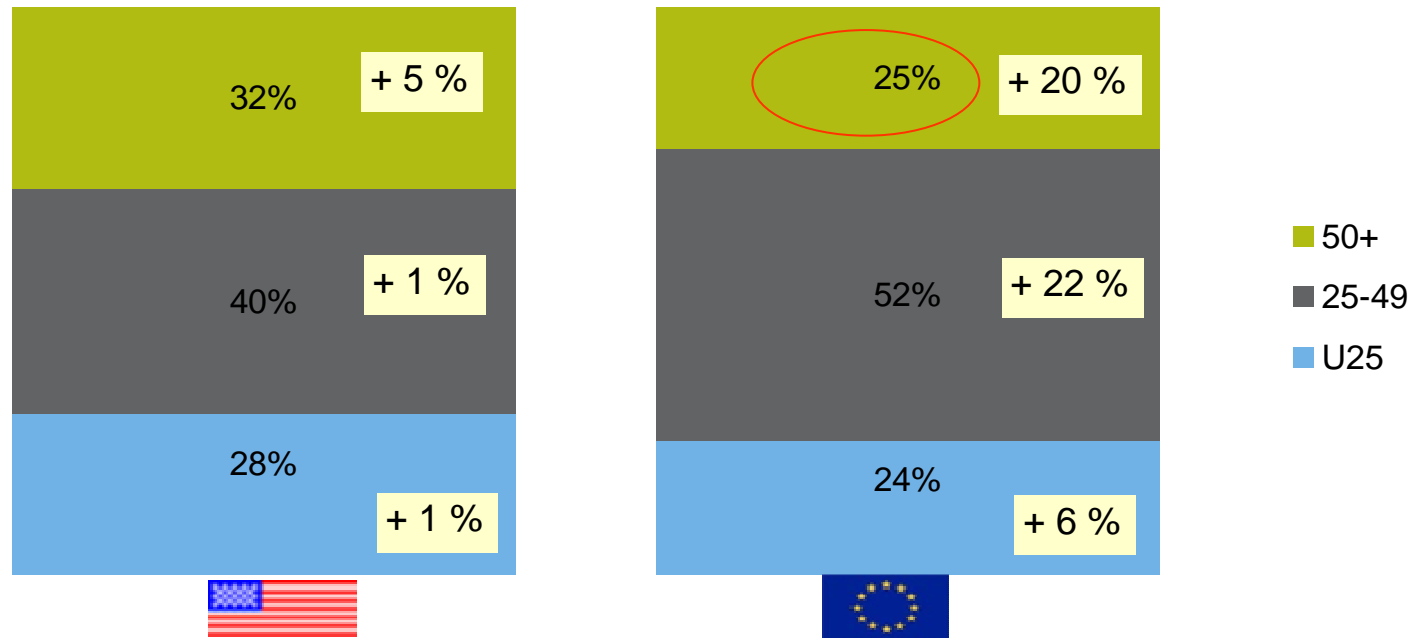
Source: Nielsen Online NetView Home & Work data US, DE, UK, FR, IT (ES, CH, home data only), August 2006-2007

...auch die Generation 50 + entdeckt verstärkt das Internet



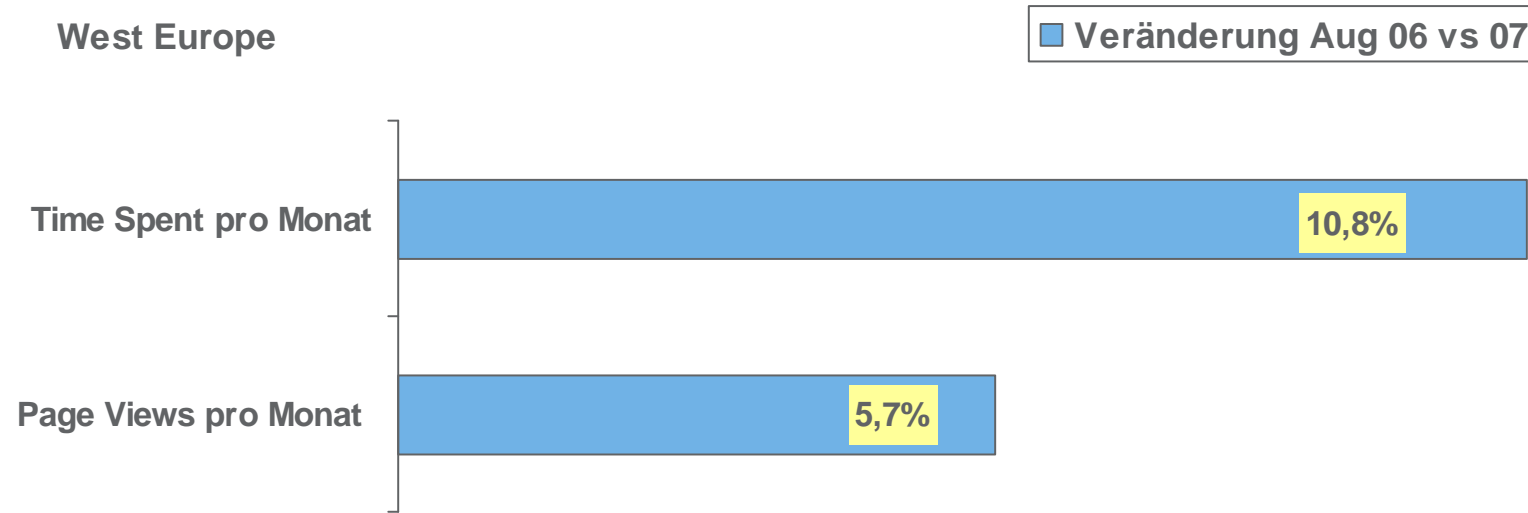
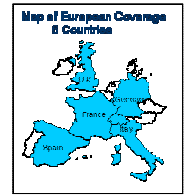
- Die Bedeutung der „Silver Surfer“ ist im Vergleich zu dem amerikanischen Niveau immer noch unterproportional.

Age Internet Audience Split + Year Growth



Source: Nielsen Online NetView Home & Work data US, UK, FR, ES, DE, IT (CH Home data only), August 2007

Europa: Das Reichweiten Wachstum wird begleitet durch eine ansteigende Nutzungsintensität



USA höhere Internet Nutzungszeit als europäische Länder

Europa. Italien geringste Internet Zeit

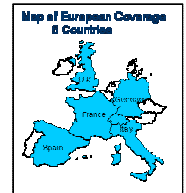
Internet Zeit pro Monat / home usage













Source: Nielsen Online NetView Home data UK, FR, ES, DE, IT August 2007

Top 10 europäische Internet Brands

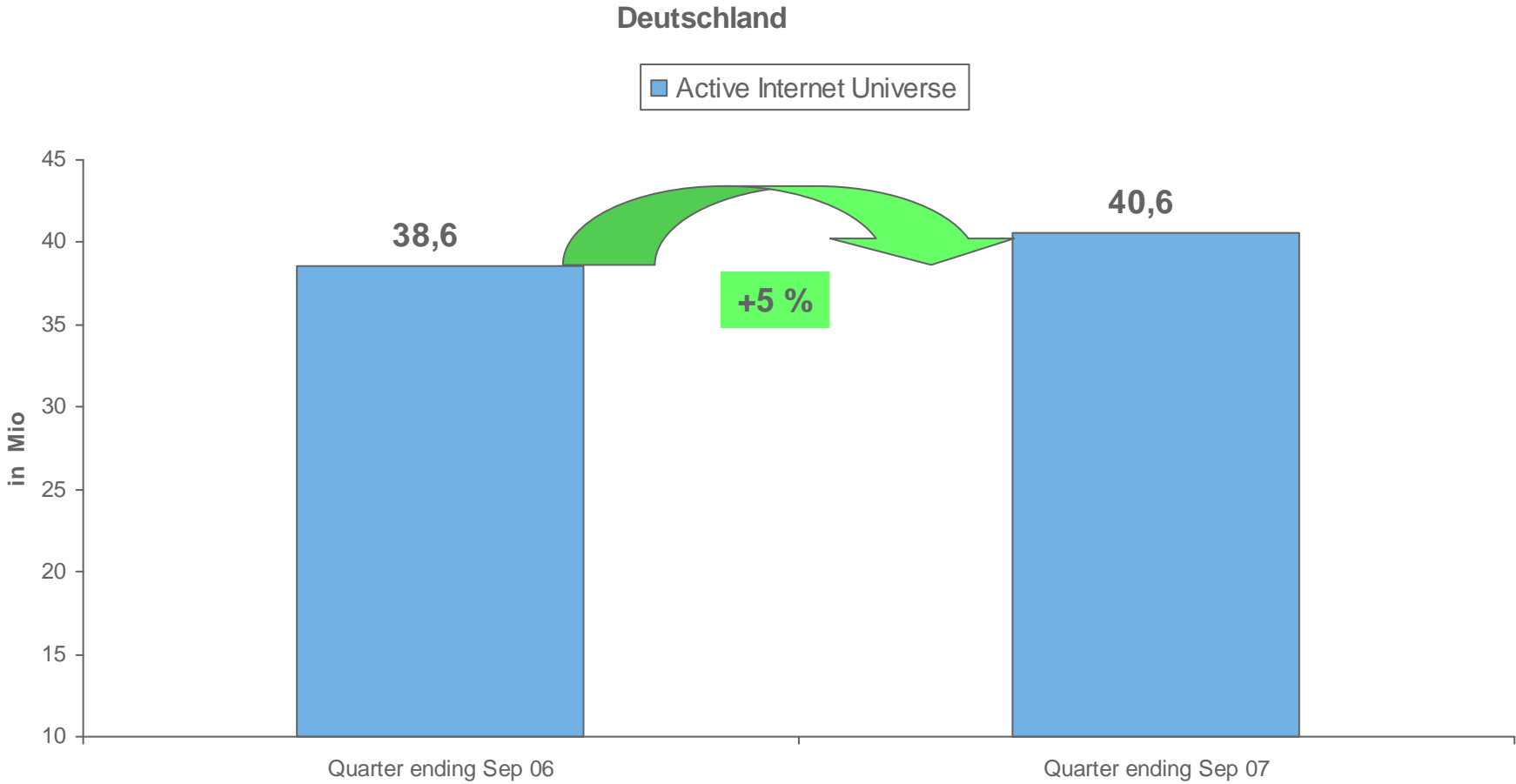
- Key Player Google gewinnt weiter an Bedeutung
- Web 2.0 Brands wie Wikipedia and YouTube gewinnen kontinuierlich an Bedeutung



	Active Reach		Change 06 vs 07 in % pts
	Aug-06	Aug-07	
 Google	71,5%	79,5%	8,0%
 MSN/Windows Live	53,4%	55,6%	2,2%
 Microsoft	55,4%	52,3%	-3,1%
 eBay	39,0%	37,0%	-2,0%
 Yahoo!	36,9%	36,7%	-0,2%
 AOL Media Network	22,8%	27,2%	4,3%
 Wikipedia	19,2%	25,8%	6,6%
 YouTube	10,8%	23,5%	12,7%
 Apple	16,0%	19,8%	3,8%
 Amazon	18,3%	18,9%	0,5%

Source: Nielsen Online NetView Home data UK, FR, ES, DE, IT August 2007

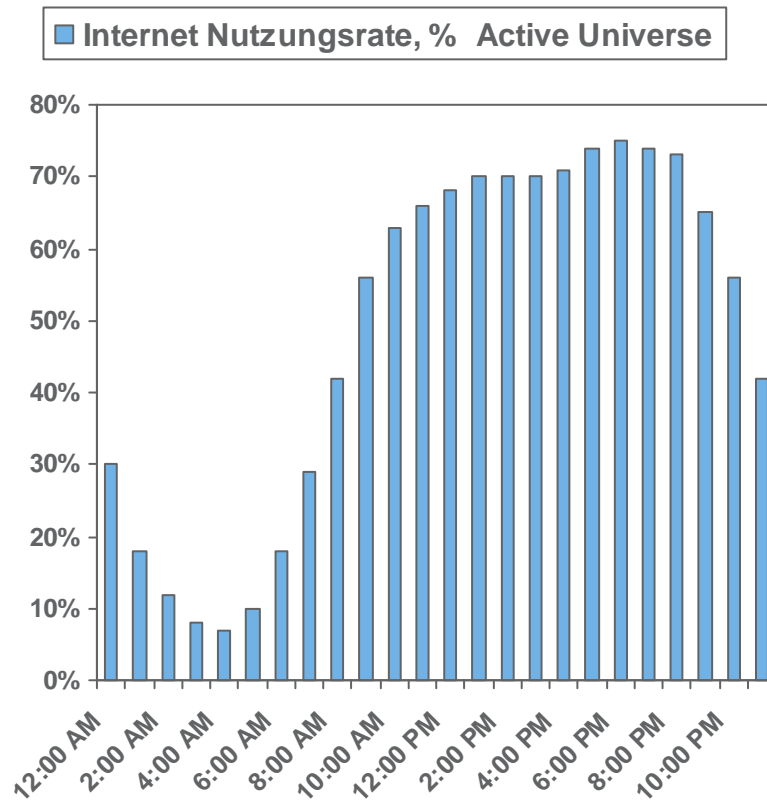
Deutschland: Reichweite der Internetnutzung steigt weiterhin an



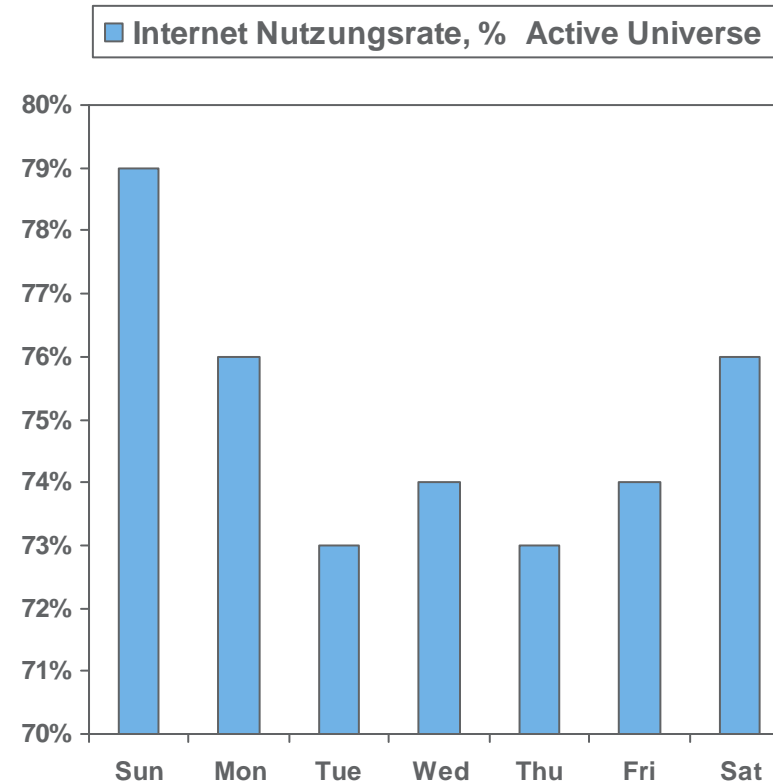
Quelle: Nielsen Online NetView Germany , Home+Work

Entwicklung der Internetnutzung pro Tag / Stunde

Deutschland



Deutschland



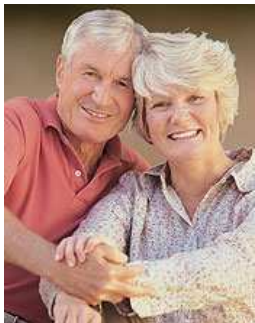
Woher stammt das Wachstum in Deutschland?



2-24 Jahre + 1%



25-49 Jahre + 2%



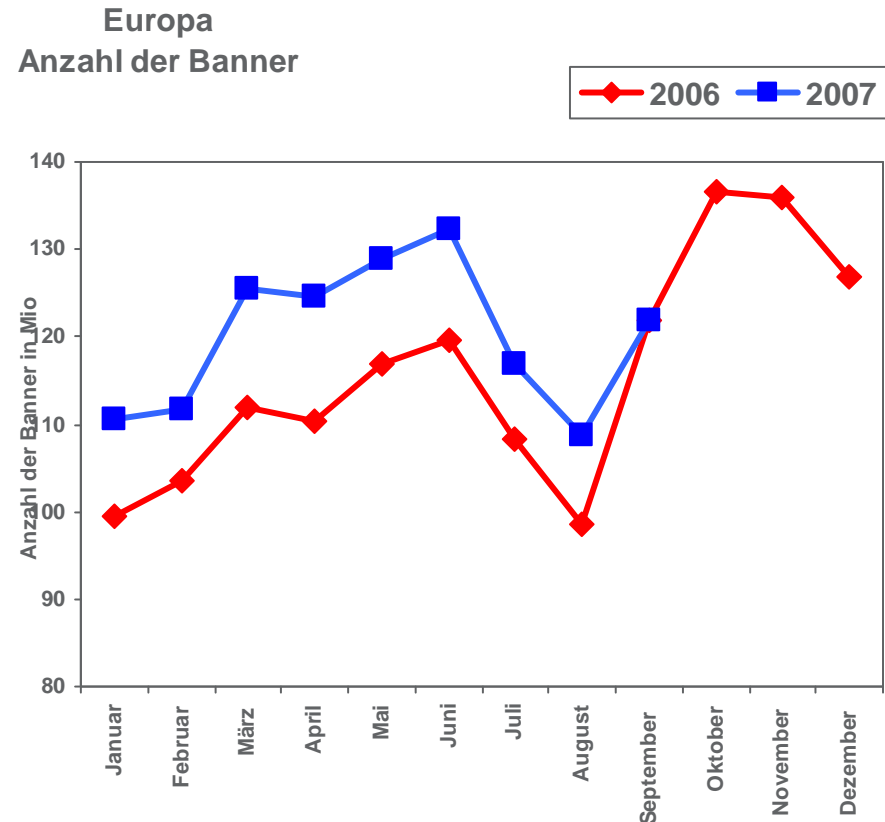
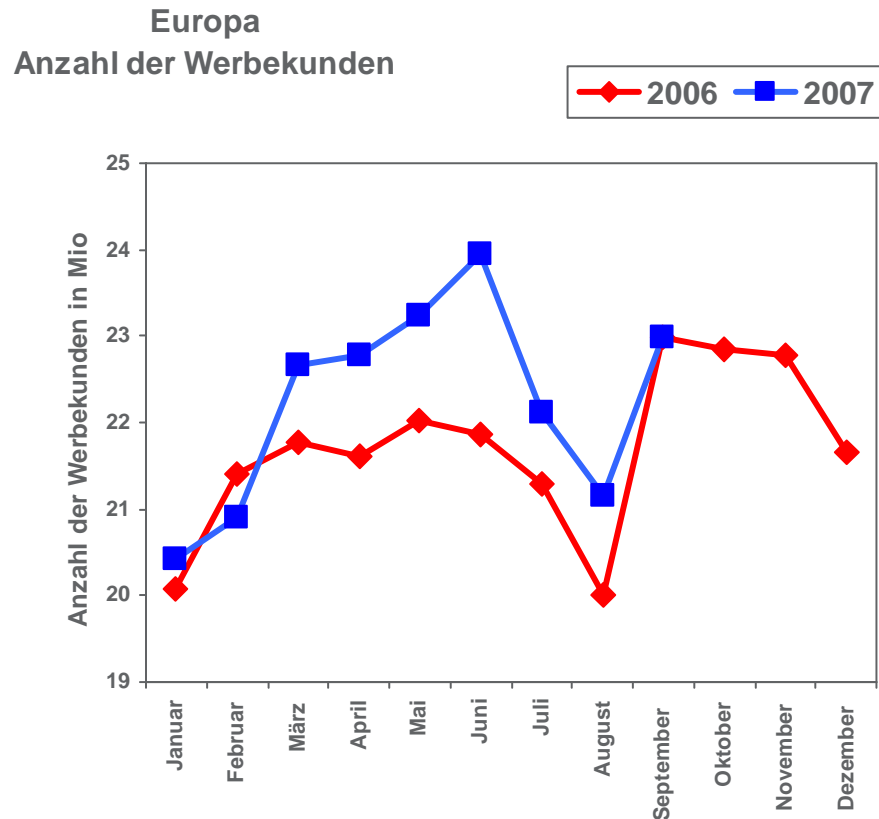
50+ Jahre +16%

Entwicklung der Nettoreichweite
verschiedener Altersgruppen.
Vergleich Quartal Sep 06 vs 07

Quelle: Nielsen Online NetView Germany , Quartal März 07 vs 06, Home+Work

Der europäische Online Werbemarkt


- Der europäische Online Werbemarkt verzeichnet ein kontinuierliches Wachstum
 - getrieben durch zunehmende Werbekunden als auch durch steigenden Banner Einsatz



Quelle: Nielsen Online AdRelevance, Europa

Der europäische Online Werbemarkt

- Deutschland und Großbritannien sind die größten Online Werbemärkte in Europa



	Share of		
	Number of campaigns	Number of advertisers	Number of banners
Germany	24%	22%	21%
United Kingdom	17%	21%	19%
France	14%	15%	15%
Italy	13%	18%	11%
Spain	6%	9%	6%
Netherlands	6%	10%	6%
Switzerland	5%	6%	4%
Austria	4%	7%	4%
Norway	4%	5%	5%
Denmark	4%	6%	5%
Sweden	4%	5%	4%
Belgium	3%	4%	3%
Portugal	1%	2%	1%
Luxembourg	0%	1%	0%

Januar – September 2007

Quelle: Nielsen Online AdRelevance, Europa



Confidential & Proprietary
© 2007 The Nielsen Company

Quelle: Nielsen Online AdRelevance



Johanna Hansen
Sales Manager
Nielsen Online

The Nielsen Company
Phone: + 49 (0) / 23 642 149
Mobil: 49 (0) 173 / 324 15 01
Fax : + 49 (0) / 23 642 8 149
www.nielsen-online.com