

Webtrekk Studie: Langzeit-Entwicklungen 4. Quartal 2008 bis 4. Quartal 2011

Browsermarkt wird in 3-Jahres-Betrachtung ausgewogener; Internet Explorer verliert; Apples Safari erstmals über 20%

iPad weiter auf Wachstumskurs; Android kann Marktanteil in 3 Jahren nahezu versiebenfachen; Bedeutung des iPod für mobiles Surfen sinkt

Berlin, 30.01.2012

Die Berliner Webtrekk GmbH (www.webtrekk.com), ein führender Anbieter für High-End-Webanalyse, veröffentlicht ihre aktuelle Webstatistik für das 4. Quartal 2011. Um langfristige Entwicklungen sichtbar zu machen, werden die Ergebnisse des aktuellen Quartals mit den Daten der letzten Jahre verglichen. Der Vergleich reicht bis zum 4. Quartal 2008 zurück.

„Den Jahresbeginn haben wir zum Anlass genommen, die Langzeitentwicklung der von uns untersuchten Bereiche im Detail in den Fokus zu rücken. Im 3-Jahres-Vergleich zeigt sich so unter anderem, dass Windows 7 nicht innovativ genug geworden ist, um das kontinuierliche Wachstum von Mac OS X zu stoppen“, erklärt Christian Sauer, Geschäftsführer von Webtrekk.

Desktop-Betriebssysteme

Im Langzeitvergleich seit dem 4. Quartal 2008 zeigt sich die zunehmende Verbreitung von Apple auch auf dem Markt der Desktop- und Notebook-Betriebssysteme. Microsoft Windows, in Q4-2008 mit 90% Marktanteil in konkurrenzloser Position, muss im Lauf der letzten 3 Jahre nahezu 10% Marktanteil an Mac OS X abgeben. In Q4-2011 verzeichnet Windows 80,7%, Mac OS X 15,8% (Q4-2008: 5,7%), Unix/Linux 1,4% (Q1-2010: 1%), den Rest von 2% teilen sich alle anderen.

Info-Grafik: <http://www.frische-fische.de/img/upload/1201_webtrekk_desktop_betriebssysteme.jpg>

Über die Betriebssysteme im 4. Quartal 2011 hat Webtrekk am 3.1.2012 bereits ausführlich berichtet, siehe <<http://frische-fische.de/de/presseservice/pr/1432/>>

Desktop-Browser

Noch stärker zeigt sich der Trend für Microsofts Internet Explorer. In Q4-2008 mit 56,6% in marktbeherrschender Position gestartet, verliert er bis heute fast die Hälfte seiner Marktanteile und landet in Q4-2011 bei 30,1%. Gewinner dieser Entwicklung sind Apples Safari mit einem Zuwachs von +16,8% (von 4% in Q4-2008 auf 20,8% in Q4-2011), Googles Chrome mit +7,7% (von 0,3% in Q4-2008 auf 8% in Q4-2011) und Mozillas Firefox mit +3,5% (von 35,5% in Q4-2008 auf 39% in Q4-2011), der der am stärksten genutzte Browser geworden ist.

Info-Grafik: <http://www.frische-fische.de/img/upload/1201_webtrekk_browser.jpg>

Mobile Geräte und Betriebssysteme

Mobile Betriebssysteme werden seit dem 1. Quartal 2010 in Webtrekks Langzeitstudie erfasst. iOS für iPhone und iPad hält seitdem kontinuierlich eine marktbeherrschende Stellung von rund 80% (79,6% in Q1-2010, 85,3% Höchststand in Q3-2010, 77,4% in Q4-2011). Großer Gewinner der letzten zwei Jahre ist Android, das seinen Marktanteil nahezu versiebenfachen kann (von 2,7% Q1-2010 auf 18,3% in Q4-2011). Dabei beschleunigte sich die Entwicklung seit dem 1. Quartal 2011 deutlich. Microsofts Einfluss ist auf dem Mobilien Sektor verschwindend gering: Mobile Windows Betriebssysteme und Windows Phone 7 bleiben mit durchschnittlich 0,5% Marktanteil marginalisiert. Die weiteren, kleineren Player konnten sich ebenfalls in keiner festen Nutzerschaft etablieren und verlieren von teils guten Plätzen aus kontinuierlich Marktanteile. So verzeichnete Symbian (Nokia) in Q1-2010 gute 6,5% und sank in Q4-2011 auf 1,3%. Ebenso fallen die Nutzerzahlen von RIM (Blackberry) von 3% in Q4-2008 auf 0,7% in Q4-2011 und von Web OS (Palm) von 1% in Q4-2008 auf 0,07% in Q4-2011.

Info-Grafik: <http://www.frische-fische.de/img/upload/1201_webtrekk_mobile_betriebssysteme.jpg>

Innerhalb der Apple Mobile-Familie verschiebt sich die Vormachtstellung kontinuierlich vom iPhone zum iPad. Zu Beginn der Messung im 3. Quartal 2010 verzeichnet das iPhone 53,4% Marktanteil, während das iPad mit 23,9% deutlich dahinter rangiert. In den vergangenen 12 Monaten nähert sich der iPad-Marktanteil mit nun 34,7% kontinuierlich dem des iPhones an, das aktuell 40,1% hält. Die Bedeutung des iPods für das mobile Surfen sinkt, nach 8,1% in Q3-2010 werden aktuell nur noch 2,9% mobile Zugriffe mit ihm verzeichnet.

Info-Grafik: <http://www.frische-fische.de/img/upload/mobile_gera776te.jpg>

Bildschirmauflösung

Aus der unüberschaubaren Anzahl verschiedener Bildschirmauflösungen ragen seit Q4-2008 vier Größen kontinuierlich hervor: Die ehemals beliebteste Bildschirmauflösung von 1024x768 hat in den letzten drei Jahren mehr als die Hälfte ihrer Marktanteile verloren, liegt aber immer noch auf dem zweiten Platz (von 31,8% in Q4-2008 auf 14,1% in Q4-2011). Ebenfalls verloren haben der Erstplatzierte 1280x800 (von 20,2% in Q4-2008 auf 17,7% in Q4-2011) und der Drittplatzierte 1280x1024 (von 19,1% in Q4-2008 auf 12,8% in Q4-2011). Zunehmen konnte einzig die HD-Auflösung 1366x768 (von 6,2% in Q3-2010 auf 11,7% in Q4-2011), im aktuellen Quartal landet sie damit auf Platz vier.

Info-Grafik: <http://www.frische-fische.de/img/upload/1201_webtrekk_bildschirmaufloesungen.jpg>

Suchmaschinen

Unter den Suchmaschinen ist Google nicht nur die beliebteste Suchmaschine in Deutschland, sondern konnte in den letzten 2,5 Jahren sogar noch um 5,7% zulegen – von 88,9% in Q2-2009 auf 94,6% in Q4-2011. Die Wettbewerber müssen sich mit wenigen Prozentpunkten zufrieden geben: Bing (von 0,5% in Q2-2009 auf 1,5% in Q4-2011), T-Online (von 3% in Q2-2009 auf 1% in Q4-2011), Yahoo (von 1,2% in Q2-2009 auf 0,7% in Q4-2011).

Info-Grafik: <http://www.frische-fische.de/img/upload/1201_webtrekk_suchmaschinen.jpg>

Cookies

Die Mehrheit der deutschen Internetuser belässt die Standardeinstellung von akzeptierten 3rd-Party-Cookies mit 88,4% in Q4-2011– allerdings bei stetig leicht sinkendem Anteil, denn in Q1-2008 waren es noch 94,3%.

Info-Grafik: <http://www.frische-fische.de/img/upload/1201_webtrekk_cookies.jpg>

Über die Langzeitanalyse

Webtrekk veröffentlicht seit 2006 quartalsweise aktuelle Daten über die Verwendung von Betriebssystemen, Browsern, Bildschirmauflösungen, über die Akzeptanz von 3rd Party Cookies und die Nutzung von Online-Suchmaschinen, sowie seit 2010 über die Verwendung mobiler Geräte und mobiler Betriebssysteme. Grundlage der Datenerhebung ist die effektive Nutzung von Webseiten und mobilen Inhalten. Bei den Angaben handelt es sich um Durchschnittswerte der von Webtrekk analysierten deutschen Kunden-Sites, bestehend aus stark frequentierten Premiumangeboten aus den Bereichen E-Commerce, Finance und Publishing mit insgesamt weit über 100 Mio. Visitors pro Monat.

Über Webtrekk

Die Berliner Webtrekk GmbH ist ein führender Anbieter für High-End-Webanalyse und Pionier der Rohdaten-Technologie. Als Innovationstreiber der Branche entwickelt Webtrekk neue Analyse-Technologien, die auch die komplexesten Anforderungen erfüllen und nahezu unbegrenzte Auswertungsmöglichkeiten bieten. Führende Sites aus E-Commerce, Finance, Content und Medien tracken mit Webtrekk und nutzen den Technologievorsprung von Webtrekk Q3. Auch Start-Ups, die von Anfang an auf ein professionelles und dem neuen Geschäftsmodell anpassbares Analysesystem setzen wollen, sind mit Webtrekk gut beraten.

Webtrekk Q3 erhielt das offizielle Zertifikat für „Geprüften Datenschutz“ des TÜV Saarland, der die Datenschutzkonformität und Sicherheit der Software bestätigt.

Zum Kundenstamm des Unternehmens zählen Firmen wie BILD.de, Esprit, Tchibo, Zalando, Hotel.de, ProSiebenSat1 Digital, KfW Bankengruppe, DIE ZEIT, Bundesliga, Stiftung Warentest, Allianz, MEDION oder Hubert Burda Media. Neben dem Webanalyzesystem Q3 bieten die Webtrekk-Experten auch umfassende Beratung zum Thema Webanalyse an. Derzeit beschäftigt die Webtrekk GmbH über 50 Mitarbeiter, die die Angebote des Unternehmens ständig inhouse weiterentwickeln und verbessern.

Weitere Informationen unter: <http://www.webtrekk.com>

Pressekontakt:

Marietta Dräger
Agentur Frische Fische
Tel.: +49 30 629 011 73
E-Mail: marietta.draeger@frische-fische.com

Unternehmenskontakt:

Juliane Kroy

Webtrekk GmbH

Tel.: +49 30 755 415 0

E-Mail: juliane.kroy@webtrekk.com