

Webtrekk Quartalsstatistik: Windows

Phone gescheitert

Marktanteil im Webtraffic deutlich unter ein Prozent

Über ein Drittel der Apple-Nutzer verzichtet auf kostenloses OS X Update

Google trotz Datenschutzdiskussion – Browser auf dem Vormarsch,

Suchmaschine unangefochten vorne

Berlin, 6.10.2014 - Die Berliner Webtrekk GmbH (www.webtrekk.com), ein führender Anbieter für Digital Intelligence, veröffentlicht ihre aktuelle Webstatistik für das 3. Quartal 2014. 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 über einer Milliarde Visits pro Monat.

Betriebssysteme

Der stetige Vormarsch der mobilen Geräte setzt sich fort. So ist der Anteil von Tablets und Smartphones im Quartalsvergleich nach 24,3% im vorherigen Quartal auf nunmehr 27,2% gestiegen, Ende März waren es noch 20,5%. Ein Betriebssystem, auf das Microsoft noch bis vor kurzem große Hoffnung gesetzt hat, kann aber als gescheitert betrachtet werden: Der Marktanteil von Windows Phone liegt bei mickrigen 0,26%. Zum Vergleich: Apples iOS kommt auf 15,43% (ein Zuwachs von 0,33%), Android auf 11,03% (+1,51%).

Besser, aber durchaus nicht rosig ist die Lage für Microsoft bei den Desktop-Betriebssystemen. Hier verliert Windows 2,75% des gesamten erfassten Webtraffics (Desktop und Mobile) und erreicht 62,09%. Davon entfallen nunmehr 6,2% (zuvor 8,6%) auf das veraltete Windows XP, ein stetiger Niedergang nach zuvor 8,6% und 11,4%. Windows 8 kann noch immer nicht überzeugen, es kommt zwei Jahre nach Verkaufsstart auf lediglich 10,1% (+1,09%), während Windows 7 mit 41,5% (-0,65%) das dominante Betriebssystem in Deutschland bleibt.

„Windows 8 wird nur als Zwischenversion in die Geschichte eingehen, die mutige Design-Ansätze hatte, aber die Masse der Nutzer nicht überzeugen konnte. Es wird spannend zu beobachten sein, ob das gerade erstmals in einer Vorabversion zum Ausprobieren vorgestellte Windows 10 für Microsoft tatsächlich einen neuen Aufschwung einläuten kann“, erklärt Christian Sauer, CEO von Webtrekk. „Als noch weiterhin vorrangig mit Software (und Services) Geld verdienender Konzern muss Microsoft die Anwender zu Upgrades animieren können.“

Anders ist die Lage bei Apple, wo die Nutzer nicht mehr für Betriebssystem-Upgrades zahlen müssen. Für seine Smartphones und Tablets vermeldet Apple regelmäßig stolz, wie schnell und zahlreich die Nutzer auf die neueste iOS-Version aktualisieren. Für den Desktop bleiben solche Meldungen aus – aus gutem Grund. Obwohl Apple das Betriebssystem OS X mittlerweile kostenlos anbietet und ältere Versionen nicht mehr mit Sicherheitsupdates versorgt werden, ist die Landschaft hier stark aufgesplittert: Das noch aktuelle Desktop-System OS X 10.9 kommt auf 4,0% Marktanteil, aber 1,6% nutzen noch 10.5 und 10.6, auf die zum kostenlosen Upgrade berechtigten Systeme 10.7 und 10.8 entfallen zusammen ebenfalls 1,6%. Christian Sauer meint dazu: „Die Zahlen von Apple zeigen deutlich, dass die Nutzer nicht auf ein neues System umsteigen, bloß weil es kostenlos ist. Selbst Sicherheitslücken animieren knapp ein Fünftel der Apple-Nutzer nicht, ihre Systeme zu aktualisieren.“

Browser

Auf Desktop-PCs sind auch in diesem Quartal keine dramatischen Verschiebungen oder Trendänderungen zu beobachten. Der Internet Explorer fällt nach einem Zwischenhoch von 20,5% im vorletzten Quartal auf nunmehr 18,8% und rückt damit wieder in Reichweite von Chrome. Der Google-Browser kommt nun mit 15,8% auf den dritten Platz (+0,81%). Browser-Primus bleibt Firefox, dessen Anteil nun 33,12% beträgt. Das leichte Minus von 1,21% im Vergleich zum Vorquartal ist neben dem Google Chrome-Zuwachs auf den Anstieg der mobilen Nutzungszahlen zurückzuführen. Die Nutzung von Safari als Desktop-Browser bleibt mit 5,2% gering und deutlich unter dem Anteil, den OS X als Betriebssystem hat.

Bildschirmauflösung

Die untersuchte Bildschirmauflösung bezieht sich allein auf Desktop-PCs. Die beiden HD-Auflösungen 1366 x 768 und 1920 x 1080 kommen nunmehr auf einen Anteil von 35,8%, ein geringer Zuwachs von 1,6%. Mit 1280x1024 (11,0%) und 1280x800 (10,01%) kommen zwei weitere Auflösungen über 10%. Alle anderen Auflösungen liegen weiterhin im einstelligen Prozentbereich, sodass die Lage sehr heterogen bleibt.

Suchmaschinen

Google legt auf sehr hohem Niveau erneut zu und kommt auf einzigartige 92,9% (+0,6%). Bing als nächstgrößerer Mitbewerber verliert erstmals in diesem Jahr und kommt auf nun 2,7% Marktanteil (-0,2%). Yahoo legt leicht auf 1,6% zu (+0,5%) zu, während alle anderen Suchmaschinen auf nur noch 2,8% (-0,9%) kommen.

„Die Treue der deutschen Webnutzer ist erstaunlich. Trotz aller Datenschutz-Diskussionen ist keinerlei Abwendung von Google spürbar, der Branchenprimus kann auf diesem hohen Niveau noch auf fast 93% zulegen“, erklärt Christian Sauer.

Cookies

Die Akzeptanz von 3rd-Party-Cookies hat sich nur minimal geändert, nunmehr werden sie von 91,0% (-0,1%) der Nutzer akzeptiert, 9,0% (+0,1%) akzeptieren sie nicht.

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 einer Milliarde Visits pro Monat.

Über Webtrekk

Webtrekk ist ein führender Digital-Intelligence-Anbieter mit Hauptsitz in Berlin sowie Büros in China, Italien, Spanien und den Niederlanden. Webtrekk bietet datenbasierte Lösungen zur Optimierung von digitalen Geschäftsmodellen. Die Digital Intelligence Suite enthält neben innovativen Analyseprodukten auch Tools zum Testen und Personalisieren von Webseiten. Das neue Marketing Action Center steuert zielgerichtet Werbung aus. Insbesondere CMOs und CIOs aus der Medienbranche, E-Commerce, FMCG, Telekommunikation und Finanzen in über 25 Ländern vertrauen auf die Lösungen von Webtrekk.

Zum Kundenstamm des Unternehmens zählen Firmen wie BILD.de, Telekom, Zalando, ProSiebenSat1 Digital, Esprit, Tchibo, Heise, Medion, Douglas, Rebuy, Hotel.de, Tape.tv, Mister Spex, KfW Bankengruppe, Red Bull, Die Zeit, Stiftung Warentest und Hubert Burda Media. Neben der Digital Intelligence Suite bieten die Webtrekk-Experten auch umfassende Beratung zum Thema Webanalyse an. In der Webtrekk-Gruppe arbeiten derzeit über 100 Mitarbeiter, die die Angebote des Unternehmens ständig inhouse weiterentwickeln und verbessern.

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

Pressekontakt:

Stefen Niemeyer

Agentur Frische Fische

Tel.: +49 30 616 75 555

E-Mail: Stefen.Niemeyer@frische-fische.com

Unternehmenskontakt:

Julia Gölles

Webtrekk GmbH

Tel.: +49 30 755 415 0

E-Mail: julia.goelles@webtrekk.com