

Webtrekk Deutsche Webstatistik 4. Quartal 2013

- *Unaufhaltsam verschieben sich die Webzugriffe zu Gunsten mobiler Geräte*
- *Browser driften zwischen PCs und mobilen Geräten weit auseinander*
- *Firefox lässt Internet Explorer weit hinter sich*

Berlin, 7. Januar 2014

Die Berliner Webtrekk GmbH (www.webtrekk.com), ein führender Anbieter für High-End-Webanalyse, veröffentlicht ihre aktuelle Webstatistik für das 4. Quartal 2013. 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

Langsam, aber wie es scheint unaufhaltsam, verschiebt sich das Gleichgewicht bei den Webzugriffen weiter zu Gunsten mobiler Geräte. Diese legen erneut 2,8% zu, so dass Handys und Tablets nun bei 21,6% aller Webzugriffe verwendet werden. Stationäre PC's landen bei 77,9% Marktanteilen.

„Der Mobilanteil ist in zwei Jahren von 8,24% auf 21,56% gestiegen. Bei gleichbleibendem Trend wird im Jahr 2015 jeder dritte Internetzugang mobil sein“, erklärt Christian Sauer, Geschäftsführer von Webtrekk.

| | Betriebssystem | Marktanteil 3. Quartal 2013 | Änderung zum Vorquartal |
|----------|----------------|--------------------------------|----------------------------|
| Desktop | Windows gesamt | 67,9% | -2,4% |
| | Windows XP | 13,3% | -2,4% |
| | Windows Vista | 5,6% | -0,7% |
| | Windows 7 | 41,8% | -0,6% |
| | Windows 8 | 5,2% | +0,3% |
| | Mac OS X | 7,9% | -0,4% |
| | Linux | 2% | 0% |
| Mobil | Apple iOS | 13,8% | +1,6% |
| | Android | 7,6% | +1,2% |
| Sonstige | Sonstige | 0,8% | -0,1% |

Browser

Die Leistung mobiler Browser wird parallel zur steigenden Nutzung mobiler Endgeräte immer relevanter und die Internet-Industrie sollte sie zukünftig nicht mehr aus den Augen lassen. Auf Desktop-PCs werden in Deutschland bevorzugt der Firefox-Browser und der Internet Explorer eingesetzt. Auf Handy und Tablet sind diese beiden marginalisiert. Hier sind Safari und Android Webkit die Platzhirsche.

| | Browser | Marktanteil 3. Quartal 2013 | Änderung zum Vorquartal |
|----------|--------------------------|--------------------------------|----------------------------|
| Desktop | Internet Explorer gesamt | 21,7% | -2,4% |
| | Internet Explorer 7 & 8 | 8,3% | -1,9% |
| | Internet Explorer 9 | 4,4% | -0,7% |
| | Internet Explorer 10 | 9% | +0,2% |
| | Firefox | 35,3% | 0% |
| | Safari | 5,9% | -0,6% |
| | Chrome | 14,7% | +0,6% |
| | Opera | 1,1% | -0,2% |
| Mobil | Safari | 13,3% | +1,5% |
| | Android Webkit | 5,6% | +0,5% |
| | Chrome | 1,7% | +0,7% |
| Sonstige | Sonstige | 0,7% | -0,2% |

Bildschirmauflösung

Die untersuchte Bildschirmauflösung bezieht sich allein auf Desktop-PCs. Dieses Quartal konnte einzig die HD-Auflösung 1366 x 768 leicht zulegen, alle anderen verlieren zugunsten einer weiteren Heterogenisierung verschiedenster Auflösungen, die maximal im einstelligen Prozentbereich liegen und zusammen 38% Marktanteil verzeichnen. Websites mit Responsive Design profitieren, da sie sich variabel an die vielen verschiedenen Bildschirmformate anpassen können.

| | Bildschirmauflösung | Marktanteil 3. Quartal 2013 | Änderung zum Vorquartal |
|---------|---------------------|--------------------------------|----------------------------|
| Desktop | 1366 x 768 | 19% | +0,5% |
| | 1280 x 800 | 11,1% | -0,5% |
| | 1280 x 1024 | 11,7% | -0,7% |
| | 1024 x 768 | 7,9% | -1,2% |
| | 1920 x 1080 | 12,3% | +0,1% |
| | Sonstige | Sonstige | 38% |

Suchmaschinen

Google bleibt mit 92,1% (+0,2%) deutlicher Marktführer in Deutschland. Bing als nächstgrößerer Mitbewerber verzeichnet 2,1% Marktanteil (+0,2%), gefolgt von Yahoo mit 1,2% (+0,1%) und T-Online mit 0,8% (+0,1%). 3,8% (-0,6%) Marktanteile verteilen sich auf alle anderen Suchmaschinen, von denen keine die 1%-Hürde überschreiten kann.

Cookies

Die Akzeptanz von 3rd-Party-Cookies ist ungebrochen. 92,5% (+0,4%) akzeptieren sie, 7,5% (-0,4%) nicht.

Infografik

http://www.frische-fische.de/img/upload/140107_webtrekk_infografik_2013q4.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 einer Milliarde Visits pro Monat.

Über Webtrekk

Webtrekk ist ein führender Data-Intelligence-Anbieter mit Hauptsitz in Berlin sowie Büros in China, Italien, Spanien und den USA. 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 90 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:

Martin Liekfeldt

Webtrekk GmbH

Tel.: +49 30 755 415 0

E-Mail: martin.liekfeldt@webtrekk.com