



MMXI Europe-Daten spiegeln Trends wider - Big Brother überholt März 2000

Der Kult um Big Brother zieht auch im Internet Kreise. Dies zeigt der aktuellste Bericht von MMXI Europe, dem führenden Unternehmen für Forschungsservices im Bereich Internet und digitale Medien.

Im März besuchten 1,4 Millionen der deutschen Online-Nutzer die Website BIGBROTHER-HAUS.DE. Die Domain erzielte in diesem Zeitraum eine Reichweite von 16,6% und schaffte damit den Sprung von Null auf Platz acht in den deutschen Top 10 Domains. In der Kategorie der Entertainment-Sites erreichte die Website sogar Platz eins, vor MOORHUHN.DE, dem Newcomer des Vormonats. „Das Beispiel Big Brother macht die Einzigartigkeit dieses Mediums besonders deutlich. Sich rund um die Uhr mit Gleichgesinnten auszutauschen, online zu diskutieren und Neuigkeiten sekundenschnell abzurufen, ist nur im Web möglich“ sagt Thomas Pauschert, Geschäftsführer von MMXI Deutschland. „Unsere kontinuierlich gemessenen Daten ermöglichen es, Modeerscheinungen wie auch Trends im Internet aufzuzeigen und mit zuverlässigen Zahlen zu belegen.“

Auch die Website des ausstrahlenden Senders RTL II profitierte im März stark von der täglichen Real Life Soap. Während die RTL2-Site im Vormonat nicht unter den Top 25 Entertainment-Sites gelistet war, erzielte sie im März eine Reichweite von 7,3% und nimmt damit hinter RTL.DE Platz vier in diesem Sektor ein.

MMXI Europe - Top 5 Websites in der Kategorie Entertainment		
März 2000		
Internetzugang von Zuhause aus		
Entertainment gesamt Anzahl Besucher: 4,7 Mio, Reichweite: 55,5%		
Rang	Domain	Reichweite in %
1	BIGBROTHER-HAUS.DE	16,6
2	MOORHUHN.DE	10,1
3	RTL.DE	9,6
4	RTL2.DE	7,3
5	TVTODAY.DE	7,1

Insgesamt betrachtet, profitiert die Kategorie „Entertainment“ im März vom Big Brother Boom. Sie konnte im Vergleich zum Februar mit 4,7 Millionen Besuchern einen Reichweitzuwachs von 18% erzielen. Verglichen mit Dezember 1999 beträgt dieser Zuwachs sogar knapp 60%. Damit liegt der Bereich Entertainment im Mittelfeld, die Kategorie Business/Finance beispielsweise konnte ihre Reichweite aufgrund des deutschen Aktienfiebers in den letzten vier Monaten mehr als verdoppeln.