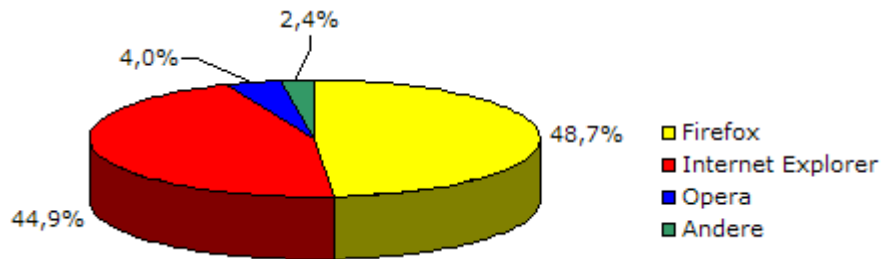


Ein wesentlicher Teil repräsentativer Mediadaten und Informationen für Werbetreibende ist die Statistik zu den Internetbrowsern, die die Leser verwenden. Zu diesem Zweck wurden insgesamt 250.000 Page Impressions der Browser identifiziert und zu einer ausführlichen Statistik geformt. Demnach konnte der Internet Explorer von Softwareriesen Microsoft seine Dominanz von über 80 Prozent (Januar 2002) nicht halten und musste in den vergangenen Monaten deutlich Marktanteile an die Konkurrenten abtreten. Unter den Hardware-Mag-Lesern ist Mozillas Firefox der beliebteste Browser, gefolgt von Microsofts IE und Opera, der allerdings mit großem Abstand auf Platz drei liegt.



Unter den übrigen 2,4 Prozent ("Andere") befinden sich im Wesentlichen die Browser Netscape (0,5%), Safari (0,4%), Mozilla (0,5%) und Konqueror (0,2%). 0,8 Prozentpunkte entfallen auf weitere sonstige Browser, die an dieser Stelle nicht näher benannt werden. Werden die Browser einzeln und nach Versionsnummern aufgeschlüsselt, kann Microsoft mit Version 6.0 (41,5%) die Nase jedoch noch vorne behalten und sich, wenn auch nur sehr knapp, vor Version 1.5 des Firefox-Browsers (41,2%) platzieren. Die Fülle an Browserversionen wird aus Gründen der Übersichtlichkeit hier nicht näher behandelt.

Einen sehr hohen Informationsgehalt bietet die Übersicht über die Herkunft der Leser eines Mediums. Zu diesem Zweck haben wir die IP-Adressen von 100.000 Besuchern temporär gespeichert und einer Länder-Analyse unterzogen. Da verschiedene Intervalle einer IP-Adresse immer einem festen Land zugeteilt werden, ist diese Analyse einfach durchzuführen, so dass sich eine wahrscheinliche Korrektheit der Statistik von 98 Prozent ergibt.

Wie schon vorab zu erwarten war, geht Deutschland hier klar als Gewinner der Statistik hervor, da die Muttersprache des Mediums Deutsch ist und damit überwiegend deutschsprachige Regionen anlockt. Dies bestätigen auch die vorderen Positionen von Österreich und der Schweiz, gefolgt von weiteren mittel- und westeuropäischen Ländern mit Tendenzen zur Deutschen Sprache. Aber nicht nur in Europa ist Hardware-Mag beliebt: Die USA kommen mit 6,1 Prozent auf den 2. Rang. Mit knapp acht Prozent haben wir alle sonstigen Herkunftsländer unserer Leser zusammengefasst, zu denen unter anderem die europäischen Länder Tschechien, Spanien und Schweden gehören, aber auch exotische Kandidaten wie Argentinien, Brasilien, Australien und China darunter nicht fehlen. Da Englisch die Standard-Sprache im Bereich IT ist, sind hier die Grenzen zwischen Nationen wesentlich weicher.

