



## Pressemitteilung

Datum  
19. Mai 2011

Florian Renz  
GfK Panel Services  
Tel. +49 40 556 159 94  
florian.renz@gfk.com

Stefan Gerhardt  
Corporate Communications  
Tel. +49 911 395-4143  
Fax +49 911 395-4041  
stefan.gerhardt@gfk.com

### Lena zumindest im Web 2.0 auf Platz Eins

#### GfK Panel Services analysiert Internetnutzung während des Eurovision Song Contest 2011

**Nürnberg, 19. Mai 2011 – Deutschland im Eurovision-Fieber: Fast 14 Millionen verfolgten das Finale des Eurovision Song Contest (ESC) am Fernseher. Wer den Wettbewerb verpasste, informierte sich am ESC-Wochenende gerne auf Social Media-Seiten. Wie eine Analyse des GfK Media Efficiency Panels zeigt, liegt YouTube bei der Informationssuche nach Lena und ihren Konkurrenten vorn. Das Internetlexikon Wikipedia wurde häufiger genutzt als die Facebook-Seiten des ESC und der vertretenen Künstler.**

Am vergangenen Samstag fieberte Deutschland beim Eurovision Song Contest mit der Vorjahressiegerin Lena Meyer-Landrut. Durchschnittlich rund 14 Millionen Fernsehzuschauer\* machten die Veranstaltung zum bisherigen TV-Highlight des Jahres. Obwohl es für die 19-Jährige Hannoveranerin nicht zur Titelverteidigung reichte, war das Interesse auch im Nachklang der Veranstaltung groß.

Im Internet beschäftigten sich viele Bundesbürger auf Social Media-Angeboten mit Lena und ihrer Konkurrenz. Um zu ermitteln, wie derartige Angebote am ESC-Wochenende genutzt wurden, hat die GfK in einer Analyse mehrere sogenannte „Touchpoints“, also Berührungspunkte mit dem Eurovision Song Contest im Web 2.0 definiert. Dazu gehören die offiziellen Facebook-Seiten und MySpace-Profile der Künstler, die Einträge im Internetlexikon Wikipedia, die Videos zu den Songs auf YouTube sowie der Twitter-Kanal zur Veranstaltung. Ebenfalls untersucht wurden die offiziellen Seiten des Eurovision Song Contest und die angebotenen Live-Übertragungen der Veranstaltung im Internet, sowie die relevanten Suchfragen auf Google.

Die offizielle Seite des Eurovision Song Contest wurde laut Analyse des GfK Media Efficiency Panels von knapp 650.000 Personen besucht. Musikvideos der Kandidaten auf YouTube schauten sich rund 280.000 an, knapp 190.000 nutzten hierzu die Mediathek auf der offiziellen ESC-Seite. Rund 100.000 Deutsche konsultierten das Internetlexikon Wikipedia, um Hintergrundinformationen über den Wettbewerb und die einzelnen Künstler zu erhalten.

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0  
Fax +49 911 395-2209  
gfk@gfk.com  
www.gfk.com

Vorstand:  
Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst  
(Vorsitzender)  
Pamela Knapp (CFO)  
Dr. Gerhard Hausruckinginger  
Petra Heinlein  
Debra A. Pruent  
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des  
Aufsichtsrats:  
Dr. Arno Mahler

Registergericht  
Nürnberg HRB 25014





### **Zur Analyse**

Basis der Analyse ist das GfK Media Efficiency Panel, ein einzigartiger Single Source Ansatz, der crossmediale Analysen zur Werbewirkung ermöglicht. Grundlage ist die elektronische Messung von TV, Online- und Kaufdaten. Erhoben wird die Internetverwendung im privaten Bereich in 15.000 Haushalten in Deutschland, ohne Aussagen zur Nutzung im beruflichen Umfeld.

In der Analyse wurden als Web 2.0-Touchpoints die folgenden Angebote erfasst: Künstler und offizielle Eurovision Song Contest-Seiten auf facebook.com, myspace.com, twitter.com, Videoclips der vorgestellten Songs auf YouTube.com. Zusätzlich wurden relevante Suchworte bei Google Search, die Einträge zu den Wikipedia-Seiten der Künstler und die offiziellen Internetseiten des Eurovision Song Contest erfasst.

Weitere Informationen: Florian Renz, GfK Panel Services Deutschland, Tel. +49 40 556 159 94, [florian.renz@gfk.com](mailto:florian.renz@gfk.com)

### **Zur GfK Gruppe**

Die GfK Gruppe bietet das grundlegende Wissen, das Industrie, Handel, Dienstleistungsunternehmen und Medien benötigen, um Marktentscheidungen zu treffen. Ihr umfassendes Angebot beinhaltet Informations- und Beratungsservices in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media. Weltweit ist die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen in mehr als 100 Ländern aktiv und beschäftigt über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2010 betrug der Umsatz der GfK Gruppe 1,29 Milliarden Euro. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com](http://www.gfk.com). Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_gruppe](http://www.twitter.com/gfk_gruppe)

V.i.S.d.P.  
GfK SE, Corporate Communications  
Marion Eisenblätter  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg  
Tel. +49 911 395-2645  
Fax +49 911 395-4041  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)