

Presseinformation

Social Media: Mobile Nutzung legt massiv zu

- **Web 2.0-Zugriff über Smartphone oder Tablet steigt in allen Altersgruppen**

67% der Social Media-Nutzer greifen mobil auf das Web 2.0 zu

Hamburg, den 25. Februar 2015 – Soziale Medien „to go“ werden immer beliebter: Zwei Drittel aller Social Media-Nutzer in Deutschland greifen inzwischen mit mobilen Endgeräten auf das Web 2.0 zu. Das sind zwölf Prozentpunkte mehr als noch 2012. Diesen deutlichen Sprung zeigt der online-repräsentative „Social Media Atlas 2014/2015“ der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor.

Teenager führen

Der Anteil mobiler Nutzung der Sozialen Medien steigt dabei in allen Altersgruppen. Am stärksten ist sowohl die Nutzung als auch ihr Anstieg bei den Teenagern ausgeprägt: 93 Prozent aller Social Media-User im Alter von 14 bis 19 Jahren nutzen Facebook, Twitter, Youtube & Co von unterwegs – ein Anstieg um 20 Prozentpunkte seit 2012.

Geringste mobile Nutzung bei „Silver Surfern“

Am geringsten fällt die mobile Nutzung unter den „Silver Surfern“ aus: Mit nur 30 Prozent ist der Anteil unter den Social Media-Usern ab 60 Jahren am geringsten. Aber auch hier ist ein Anstieg zu verzeichnen: 2012 waren es erst 26 Prozent.

Smartphones vor Tablets

Mittel erster Wahl beim ungebundenen Web 2.0-Surfen ist für die Deutschen das Smartphone: 64 Prozent der hiesigen Social Media-Nutzer verwenden dafür die cleveren Telefone. Tablet-Computer nutzen hingegen nur 28 Prozent - mehrheitlich also nur ergänzend zum Mobiltelefon.

Social Media-Nutzung insgesamt rückläufig

Während der Anteil mobiler Zugriffe deutlich steigt, ist die Social Media-Nutzung insgesamt rückläufig: 68 Prozent aller Onliner in Deutschland sind Social-Media-Nutzer, ein Minus von sieben Prozentpunkten gegenüber dem Rekordwert von 75 Prozent in 2013.

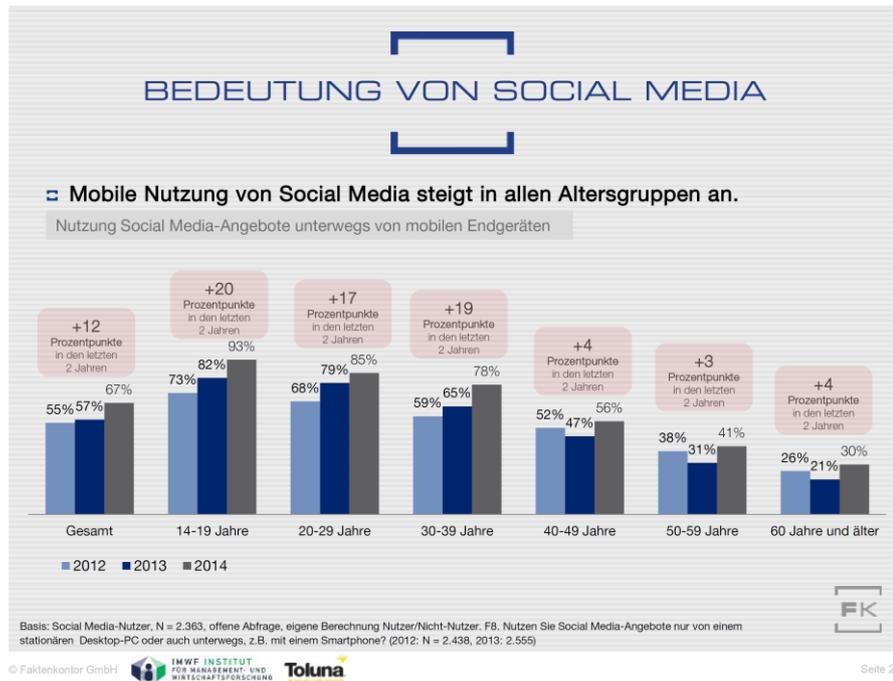
Responsive Webdesign Erfolgsfaktor im Web 2.0

Responsive Webdesign bleibt deshalb ein entscheidender Erfolgsfaktor für Web 2.0-Dienste, meint **Dr. Roland Heintze**, Social Media Experte des Faktenkontors: **„Die Entwickler und Designer sollten dabei aber im Auge behalten: Das bedeutet, die Anwendungen müssen auf Geräten aller Größen und Typen gleich gut aussehen und funktionieren – nicht überall einheitlich schlecht.“**

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de

Grafik: Mobile Nutzung von Social Media steigt in allen Altersgruppen



Anteil mobiler Social Media-Nutzung nach Altersgruppen seit 2012

Anteil der Social Media-Nutzer, die (auch) über mobile Endgeräte auf das Web 2.0 zugreifen – Entwicklung seit 2012:

Altersgruppe - 2012 / 2013 / 2014

Gesamt - 55 % / 57 % / 67 %

14-19 Jahre - 73 % / 82 % / 93 %

20-29 Jahre - 68 % / 79 % / 85 %

30-39 Jahre - 59 % / 65 % / 78 %

40-49 Jahre - 52 % / 47 % / 56 %

50-59 Jahre - 38 % / 31 % / 41 %

60 Jahre und älter - 26 % / 21 % / 30 %

Studiengrundlage: Online-Repräsentative Panel-Befragung

Die Studie „Social Media-Atlas 2014/2015“ (Hamburg, Januar 2015) wurde im Auftrag der Beratungsgesellschaft Faktenkontor und dem Marktforscher Toluna in Kooperation mit dem IMWF – Institut für Management- und Wirtschaftsforschung durchgeführt. 3.450 nach Alter, Geschlecht und Bundesland online-repräsentative Internetnutzer ab 14 Jahren wurden in Form eines Online-Panels zu ihrer Social-Media-Nutzung befragt. Erhebungszeitraum war der 22. September bis 15. Oktober 2014. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet. Die komplette Studie mit allen Ergebnissen kann unter www.faktenkontor.de bestellt werden.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de

*Faktenkontor:
Berater für
Unternehmens-
und Vertriebskom-
munikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft, Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Das Faktenkontor ist zertifiziertes Mitglied der Gesellschaft der führenden PR- und Kommunikationsagenturen (GPRA) und zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC). Weitere Informationen: www.faktenkontor.de

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de