

Presseinformation

Facebookdämmerung

- **Anteil der Facebook-Nutzer im Web 2.0 fällt auf niedrigsten Stand seit 2012**

*Youtube überholt
Facebook als
meistgenutztes
Soziales Medium in
Deutschland*

Hamburg, den 13. Januar 2016 – Facebook ist nicht mehr das meistgenutzte Soziale Medium in Deutschland. Zwar besuchen noch 87 Prozent der Social-Media-Nutzer das Freunde-Netzwerk. Doch dies ist für Facebook die niedrigste Quote seit 2012. Youtube konnte seinen Anteil hingegen leicht ausbauen und liegt mit 88 Prozent jetzt auf Platz eins der in der Freizeit meistgenutzten Sozialen Medien in Deutschland. Das zeigt der online-repräsentative „Social Media-Atlas 2015/2016“ der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor.

*Aktive Nutzung
nimmt bei
Facebook schon
seit 2012 ab*

Facebook kämpft schon seit längerem mit dem Rückgang aktiver Nutzer. Während 2012 noch 58 Prozent der Social-Media-Nutzer in Deutschland auf Facebook eifrig Beiträge und Kommentare verfasst und Bilder und Videos eingestellt haben, waren es 2014 nur noch 38 Prozent. Jetzt fiel dieser Wert um weitere vier Prozentpunkte – mit 34 Prozent nutzt nur noch rund ein Drittel der Social-Media-Nutzer in Deutschland Facebook eher aktiv.

*Auch passive
Nutzung sinkt*

Bislang konnte Facebook diesen Rückgang durch mehr passive User ausgleichen – so genannte „Lurker“. Diese „Lauernden“ konsumieren in Web 2.0-Diensten Inhalte, steuern aber keine oder kaum eigene bei. Doch im vergangenen Jahr ist bei Facebook auch dieser Anteil gesunken: 2014 verwendeten noch 55 Prozent der Social-Media-Nutzer in Deutschland Facebook eher passiv – 2015 sind es nur noch 53 Prozent. Insgesamt nahm die Facebook-Nutzung – aktiv und passiv – damit um sechs Prozentpunkte von 93 auf 87 Prozent der Social-Media-Nutzer in Deutschland ab.

*Zitat Dr. Roland
Heintze*

„Diese Entwicklung war absehbar“, so Dr. Roland Heintze, Social-Media-Experte beim Faktenkontor, „Soziale Netzwerke leben von den User-generierten Inhalten. Je weniger Leute ein Soziales Medium aktiv mit Leben erfüllen, umso unattraktiver wird es auch für passive Nutzer. Ich gehe davon aus, dass sich dieser Abwärtstrend bei Facebook fortsetzen wird.“

*Geringste
Facebook-Nutzung
in Berlin*

Die Facebook-Nutzung geht nicht nur bundesweit, sondern auch in jedem einzelnen Bundesland zurück. Schlusslicht bleibt weiterhin die Bundeshauptstadt: 81 Prozent der Berliner Social-Media-Nutzer verwenden Facebook – fünf Prozentpunkte weniger als in der Vorjahresehebung. Die höchste Quote weisen Bremen und Mecklenburg-Vorpommern mit je 93 Prozent auf.

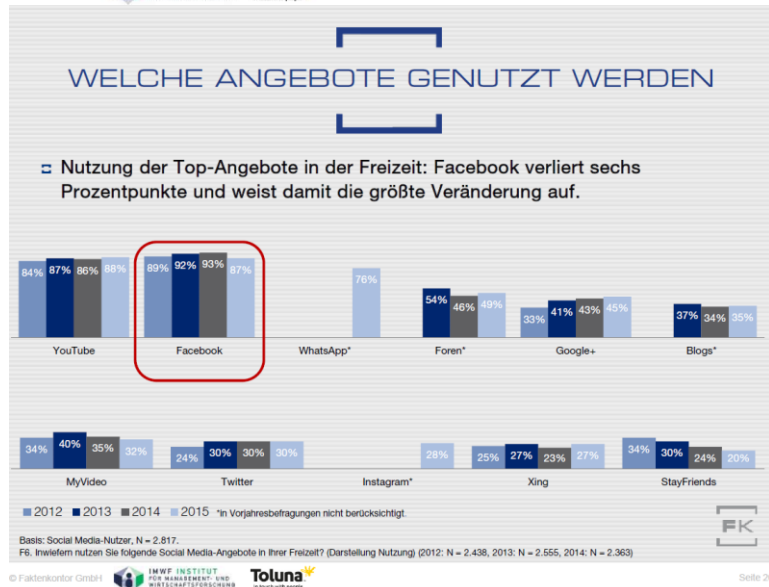
Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

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

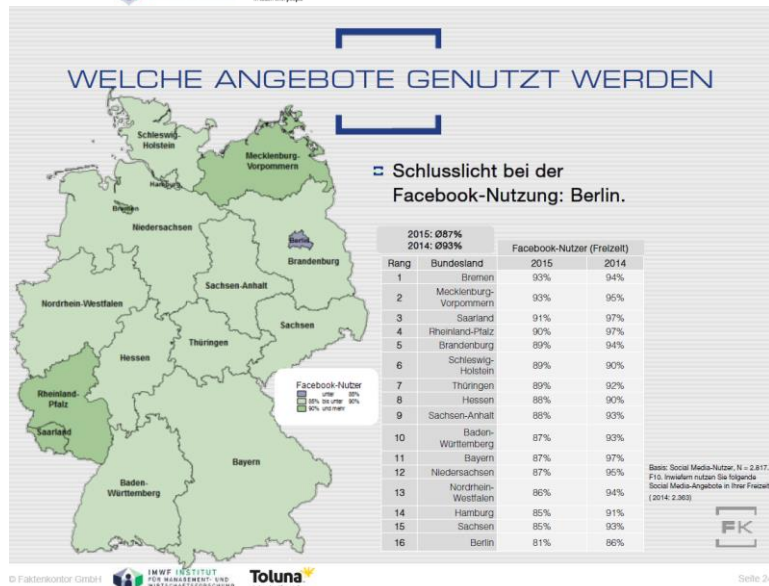
Grafik: Die in der Freizeit meistgenutzten Social-Media-Dienste in Deutschland



Grafik: Vergleich Social-Media-Nutzung 2012-2015



Grafik: Facebook-Nutzung nach Bundesländern



Faktenkontor GmbH · Ludwrig-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

*Aktive und passive Nutzung
von Facebook und Youtube
2012-2015*

Nutzung von Facebook und Youtube 2012-2015:

2015	eher aktiv / eher passiv / gar nicht
Facebook	34% / 53% / 13%
Youtube	14% / 74% / 12%
2014	eher aktiv / eher passiv / gar nicht
Facebook	38% / 55% / 7%
Youtube	16% / 70% / 14%
2013	eher aktiv / eher passiv / gar nicht
Facebook	47% / 45% / 8%
Youtube	17% / 70% / 13%
2012	eher aktiv / eher passiv / gar nicht
Facebook	58% / 31% / 11%
Youtube	18% / 66% / 16%

Nutzung in der Freizeit (ohne berufliche Nutzung)

100% = Alle Social-Media-Nutzer in Deutschland ab 14 Jahren

N 2015: 2.817, N 2014: 2.363, N 2013: 2.555 , N 2012: 2.438

*Studiengrundlage: Online-
repräsentative Panel-
Befragung*

Die Studie „Social Media-Atlas 2015/2016“ (Hamburg, Januar 2016) wurde im Auftrag der Beratungsgesellschaft Faktenkontor und dem Marktforscher Toluna in Kooperation mit dem IMWF – Institut für Management- und Wirtschaftsforschung durchgeführt. 3.518 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 das vierte Quartal 2015. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet. Die komplette Studie mit allen Ergebnissen kann unter <http://www.faktenkontor.de/faktenkontor-studien/> gegen eine Schutzgebühr von 280,- Euro zzgl. MwSt. bestellt werden.

*Faktenkontor: Berater für
Unternehmens-
und Vertriebskommunikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft sowie der 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).

Besuchen Sie unsere Website: 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

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