

Presseinformation

Nutzer-Erosion: Facebook hat ein Generationen-Problem

- **Schwach unter Teenagern, stark über 60:
Facebook fällt weiter hinter Youtube zurück**

*Facebook-Nutzung
vier Prozentpunkte
hinter Youtube*

Hamburg, den 22. Februar 2017 – Facebook verliert im Web 2.0 weiter an Boden: 65 Prozent der deutschen Onliner ab 14 Jahren nutzen das Freunde-Netzwerk. Das reicht abermals nur noch zu Platz zwei unter den meistgenutzten Sozialen Medien in Deutschland – denn Youtube erreicht 69 Prozent. Der Video-Dienst konnte seinen Vorsprung vor Facebook damit innerhalb eines Jahres von zwei auf vier Prozentpunkte ausbauen. Facebook mangelt es vor allem an Nachwuchs: Wie früher gewitzelt, meiden Teenager jetzt tatsächlich stark das Netzwerk, in dem sich auch ihre Eltern tummeln. Das zeigt der online-repräsentative „Socia-Media-Atlas 2016/2017“ der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna.

*Facebook bei 20
bis 39-Jährigen
beliebter als unter
Teenagern*

Während 92 Prozent der Onliner im Alter zwischen 14 und 19 Jahren auf Youtube zugreifen, nutzen nur 67 Prozent dieser Altersgruppe Facebook. Die höchste Nutzungsquote hat das Freunde-Netzwerk inzwischen bei Twens mit 88 Prozent. Selbst unter 30 bis 39-Jährigen ist Facebook mit 74 Prozent beliebter als unter Teenagern.

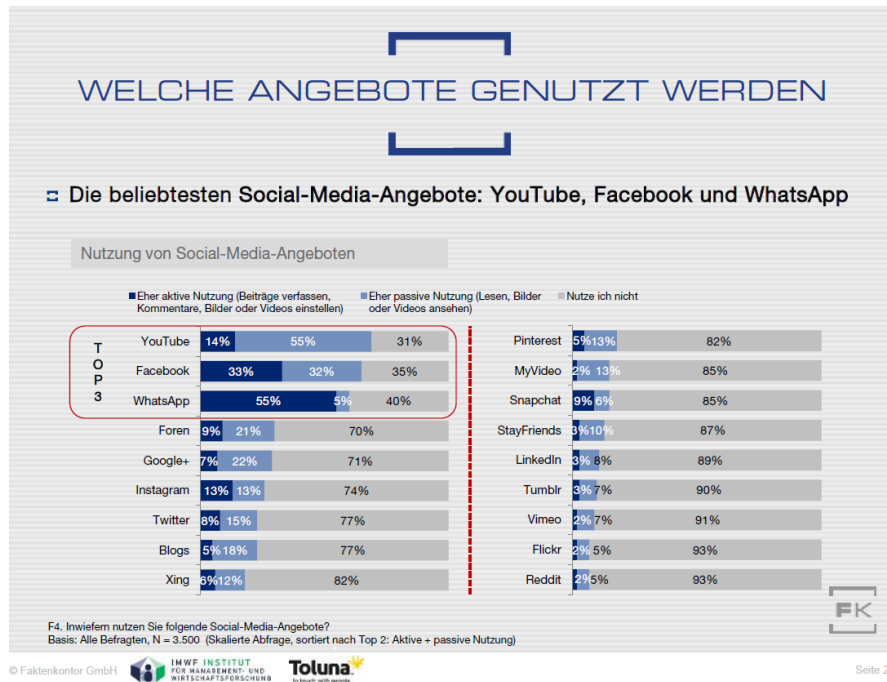
*Facebook nur bei
über 60-Jährigen
vor Youtube*

Nur in einer Altersgruppe ist Facebook weiter verbreitet als Youtube: 47 Prozent der über 60-Jährigen mit Internet-Zugang nutzen Facebook – aber nur 41 Prozent Youtube. Facebook ist damit zumindest unter den Silver Surfern noch das beliebteste Soziale Medium.

*Facebook für die
Alten, Whatsapp
und Instagram für
die Jungen*

Wohlgemerkt: Das Netzwerk Facebook hat Probleme, bei Teenagern zu punkten. Das Unternehmen Facebook hat hingegen mit WhatsApp und Instagram zwei andere Kanäle im Portfolio, die unter Teenagern ihre größten Nutzeranteile haben: 89 Prozent der 14 bis 19-Jährigen Internet-Nutzer in Deutschland verwenden WhatsApp, 71 Prozent Instagram.

Grafik: Die meistgenutzten Sozialen Medien in Deutschland



Über den Social-Media-Atlas

Der Social-Media-Atlas erfasst seit 2011 jährlich auf Basis einer repräsentativen Umfrage die Nutzung Sozialer Medien in Deutschland und dient Unternehmen als unverzichtbare Grundlage zur strategischen Planung ihrer Social-Media-Aktivitäten. Die Studie liefert unter anderem belastbare Fakten darüber, welche Dienste im Web 2.0 von wem wie intensiv genutzt werden, welche Themen auf welchen Kanälen diskutiert werden und inwieweit Soziale Medien Kaufentscheidungen beeinflussen. Der Social-Media-Atlas wird von der Beratungsgesellschaft Faktenkontor und dem Marktforscher Toluna in Kooperation mit dem IMWF – Institut für Management- und Wirtschaftsforschung herausgegeben.

*Studiengrundlage:
Online-repräsentative
Panel-Befragung*

Für den aktuellen „Social-Media-Atlas 2016/2017“ (Hamburg, Januar 2017) wurden 3.500 nach Alter, Geschlecht und Bundesland online-repräsentative Internetnutzer ab 14 Jahren in Form eines Online-Panels zu ihrer Social-Media-Nutzung befragt. Erhebungszeitraum war das vierte Quartal 2016. 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 360,- Euro zzgl. MwSt. bestellt werden.

*Faktenkontor:
Berater für
Unternehmens-
und Vertriebs-
kommunikation*

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