

Presseinformation

Social-Media-Nutzung: Saarland top, Thüringen flop

- Bundesweit nutzen drei von vier Onlinern Soziale Medien – mit großen regionalen Unterschieden

*Spitzenposition:
88% der Saarländer
mit Internet-Zugang
nutzen Social
Media*

Hamburg, den 01. März 2017 – Die Lust der Deutschen am Posten, Kommentieren und Chatten ist ungebrochen: 76 Prozent der Bundesbürger, die über einen Internet-Zugang verfügen, nutzen Soziale Medien wie Youtube, Facebook, Twitter oder Xing. Die Liebe zum Web 2.0 ist aber nicht in der gesamten Republik gleich stark ausgeprägt – es zeigen sich deutliche regionale Unterschiede. Am größten ist die Begeisterung für Social Media im Saarland: 88 Prozent der Onliner nutzen dort Web-2.0-Dienste. Das zeigt der online-repräsentative „Social-Media-Atlas 2016/2017“ der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna.

*HB, H, B, NRW und
NDS über Bundes-
durchschnitt*

Ebenfalls über dem Bundesdurchschnitt liegt die Social-Media Nutzung in Bremen, Hessen, Bayern, Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen. Gleichauf mit dem Bundestrend liegen Hamburg, Rheinland-Pfalz und Sachsen-Anhalt.

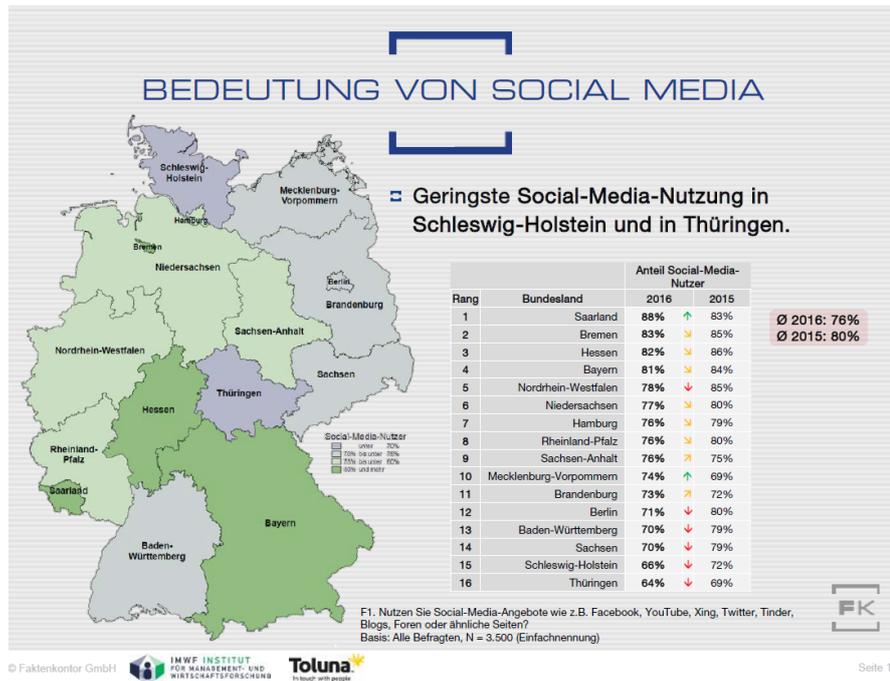
*Tabellenkeller:
Thüringen*

Am wenigsten haben die Thüringer für Soziale Medien übrig. Mit nur 64 Prozent nutzen nicht mal zwei von drei thüringischen Onlinern Social Media. Zwölf Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt und sogar 24 Prozentpunkte hinter dem Spitzenreiter bildet der Freistaat damit das Schlusslicht im Ranking der Social-Media-Nutzung unter den 16 Bundesländern.

*Je jünger je doller,
aber oll auch doll*

Bundesweit betrachtet schwören vor allem junge Leute auf Soziale Medien: Unter den Onlinern zwischen 14 und 29 Jahren verwenden sie 94 Prozent. Ab 30 gilt: Je älter die Internet-Nutzer, umso weniger beschäftigen sie sich mit dem Web 2.0. Weniger heißt dabei nicht wenig: Selbst unter den „Silver Surfern“ ab 60 Jahren nutzt mit 55 Prozent die Mehrheit Social Media.

Grafik: Länder-Ranking Social-Media-Nutzung



Länder-Ranking Social-Media-Nutzung

Rang / Bundesland / Quote

1.	Saarland	88%
2.	Bremen	83%
3.	Hessen	82%
4.	Bayern	81%
5.	Nordrhein-Westfalen	78%
6.	Niedersachsen	77%
7.	Hamburg	76%
8.	Rheinland-Pfalz	76%
9.	Sachsen-Anhalt	76%
10.	Mecklenburg-Vorpommern	74%
11.	Brandenburg	73%
12.	Berlin	71%
13.	Baden-Württemberg	70%
14.	Sachsen	70%
15.	Schleswig-Holstein	66%
16.	Thüringen	64%
--	Deutschland	76%

Quote: Anteil der Einwohner mit Internet-Zugang, die Social Media nutzen. N = 3.500

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 in wie weit 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.

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

*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