

Presseinformation

Bringen Soziale Medien eine neue „Digital Divide“?

- **Social-Media-Nutzung unter Abiturienten um 13 Prozentpunkte höher als unter Hauptschulabsolventen**

*Mehr Schulbildung,
mehr Social Media*

Hamburg, den 08. März 2017 – Gebildete lesen Bücher, Bildungsfernere starren ständig auf ihr Handy und surfen geistesabwesend im Web 2.0 herum? Wer so denkt, irrt sich gewaltig. Denn in Deutschland gilt: Je höher die Schulbildung, umso mehr werden Soziale Medien genutzt. Das zeigt der online-repräsentative „Social-Media-Atlas 2016/2017“ der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna.

*83% der Onliner mit
Hochschulreife
nutzen Soziale
Medien*

Im Mittel nutzen 76 Prozent aller Deutschen mit Internet-Zugang Soziale Medien. Überdurchschnittlich beliebt sind Youtube, Facebook, Twitter & Co dabei unter Abiturienten: 83 Prozent derjenigen, die eine allgemeine oder Fachhochschulreife als höchsten Abschluss in der Tasche haben, nutzen Social Media.

*Mittlere Reife: 73%,
Hauptschul-
abschluss: 70%*

Unter Realschulabsolventen sind hingegen mit 73 Prozent weniger als drei von vieren im Social Web unterwegs. Bei Hauptschulabsolventen sind es noch weniger: Lediglich 70 Prozent nutzen Social Media. Sie liegen also sechs Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt und sogar 13 Prozentpunkte hinter den Internet-Nutzern mit Hochschulreife.

*Trend bestätigt sich
bei allen
untersuchten
Sozialen Medien*

Dieser Trend zeigt sich nicht nur bei der Betrachtung des Web 2.0 insgesamt, sondern bei jedem einzelnen im Rahmen der Studie untersuchten Dienste. So nutzen zum Beispiel Abiturienten zu 77 Prozent Youtube und zu 72 Prozent Facebook. Unter Realschulabsolventen sind es 65 und 64 Prozent, unter Internet-Nutzern mit Hauptschul-Abschluss nur 59 und 58 Prozent. Auch bei geringer verbreiteten Sozialen Medien ist die Situation vergleichbar. So wird der Videodienst Vimeo von zehn Prozent der Hochschulreifen genutzt, aber nur von sechs Prozent der Onliner mit mittlerer Reife und sogar nur von zwei Prozent der Hauptschulabsolventen. Beim Börsen-Frischling Snapchat liegen die respektiven Quoten bei 21, 13 und sechs Prozent.

*Neue „Digital
Divide“*

„Die Vorteile des Web 2.0 werden von den Bildungsbürgern deutlich stärker genutzt als den Bildungsfernere“, resümiert Dr. Roland Heintze, Geschäftsführender Gesellschafter und Social-Media-Experte des Faktenkontors. „Social Media können so die Spaltung in der Wissensgesellschaft weiter vorantreiben. Es droht eine neue ‚Digital Divide‘: Wer mit dem Web 2.0 vertraut ist, gehört dazu, wer nicht, wird abgehängt.“

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.

*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