

## Presseinformation

# Facebook: Seniorenheim unter den Sozialen Medien

- **Nutzerwandel im Freunde-Netzwerk: Teenager brechen weg, Rentner legen zu**

*Drei von vier  
Onlinern nutzen  
Facebook*

**Hamburg, den 14. Februar 2018 – Die Facebook-Community wächst wieder: 76 Prozent der Internet-Nutzer ab 14 Jahren in Deutschland sind in dem Freunde-Netzwerk unterwegs. Ein Rekord-Zuwachs um elf Prozentpunkte innerhalb eines Jahres. Im Detail zeigt sich allerdings: Unter Teenagern verliert Facebook weiter an Boden – Zugewinne verzeichnet das Soziale Netzwerk vor allem bei Älteren. Das zeigt der aktuelle, repräsentative Social-Media-Atlas der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna.**

*Teenager brechen  
weg*

Noch 2014 war Facebook in keiner Altersgruppe beliebter als unter Teenagern – 89 Prozent der 14-19-Jährigen Onliner nutzten das Netzwerk. Von dieser Begeisterung der Jüngsten ist heute nicht mehr viel übrig. Nur noch 61 Prozent der Internet-Nutzer zwischen 14 und 19 Jahren sind auf Facebook unterwegs. Die geringste Quote in allen Altersgruppen.

*Twens stabil*

Recht konstant blieb die Nutzung unter Twens. Aktuell verwenden 89 Prozent der Onliner zwischen 20 und 29 Jahren Facebook.

*Stärkster Zuwachs  
unter „Silver  
Surfern“ ab 60  
Jahren*

Kräftig zulegen konnte Facebook innerhalb eines Jahres hingegen bei den älteren Usern: In der Gruppe der 30 bis 39-Jährigen stieg die Nutzung um zehn Prozentpunkte, bei 40 bis 49-Jährigen um zwölf Prozentpunkte und bei den 50 bis 59-Jährigen um 20 Prozentpunkte. Am stärksten fiel der Zuwachs mit 23 Prozentpunkten bei den „Silver Surfern“ ab 60 Jahren aus: Sieben von zehn Onlinern ab 60 nutzen jetzt Marc Zuckerbergs Netzwerk.

*Facebook: Social-  
Media-Liebling der  
ab 50-Jährigen*

Nur unter den Ältesten ab 50 und 60 ist Facebook noch das beliebteste Soziale Medium. In allen anderen Altersgruppen liegt YouTube an der Spitze. Teenager nutzen darüber hinaus auch häufiger Instagram (84 Prozent) und Snapchat (82 Prozent) als Facebook.

*Zitat Dr. Roland  
Heintze*

**„Das Netzwerk Facebook wird mittelfristig wieder an Nutzern verlieren“, prognostiziert Dr. Roland Heintze, Geschäftsführender Gesellschafter und Social-Media-Experte des Faktenkontors. „Denn wer heute als Teenager Facebook nicht nutzt, wird als Twen kaum damit anfangen. Und auf Dauer wird Facebook den wegbrechenden Nachwuchs nicht mehr durch zusätzliche User aus älteren Zielgruppen ausgleichen können.“**

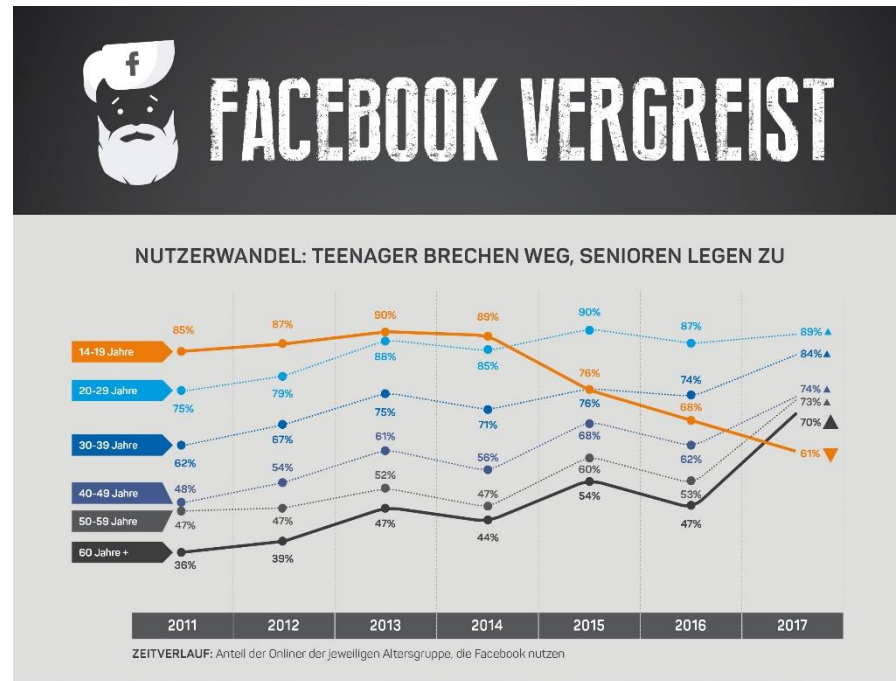
Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

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

Datenkrake Junior:  
WhatsApp

Aber auch wenn das Netzwerk Facebook unter den Jüngsten „abstinkt“ – um die wertvollen Daten der Teenies muss sich das Unternehmen Facebook keine Sorgen machen. Die bekommt es über den konzernzugehörigen Messenger-Dienst WhatsApp, der von 98 Prozent der 14 bis 19-jährigen Onliner genutzt wird.

Grafik: Anteil der Onliner der jeweiligen Altersgruppe, die Facebook nutzen im Zeitverlauf



Quelle: Social-Media-Atlas 2017/2018. Sieben repräsentative Umfragen 2011-2017 unter jeweils rund 3.500 Internet-Nutzern ab 14 Jahren in Deutschland. © Faktenkontor 2018

FAKTE NKONTOR

IMWF INSTITUT FÜR MANAGEMENT UND WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

Toluna

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:  
Repräsentative  
Panel-Befragung

Für den aktuellen Social-Media-Atlas (Hamburg, Januar 2018) wurden 3.500 nach Alter, Geschlecht und Bundesland repräsentative Internetnutzer ab 14 Jahren in Form eines Online-Panels zu ihrer Social-Media-Nutzung befragt. Erhebungszeitraum war das vierte Quartal 2017. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet. Die komplette Studie mit allen Ergebnissen kann unter <https://www.faktenkontor.de/faktenkontor-studien/> gegen eine Schutzgebühr von 380,- Euro zzgl. MwSt. 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 Vertriebs-  
kommunikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmenskommunikation und Reputationsmanagement. 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](http://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](mailto:Roland.Heintze@faktenkontor.de) Internet: [www.faktenkontor.de](http://www.faktenkontor.de)