

Presseinformation

Das sind die beliebtesten Sozialen Medien der Deutschen!

- YouTube, Facebook und WhatsApp sind die meistgenutzten Web-2.0-Dienste

81% der deutschen
Onliner nutzen
YouTube, 76%
Facebook, 73%
WhatsApp

Hamburg, den 21. März 2018 – Mal gucken, was auf YouTube läuft? Das machen 81 Prozent der Deutschen Onliner ab 14 Jahren. Die Do-It-Yourself-Videoplattform ist damit im dritten Jahr in Folge das meistgenutzte Soziale Medium in Deutschland. Das Freunde-Netzwerk Facebook landet mit 76 Prozent auf Platz zwei, dicht gefolgt von WhatsApp. Der Kurznachrichtendienst wird inzwischen von 73 Prozent der Deutschen mit Internet-Anschluss verwendet. Das zeigt der aktuelle, repräsentative Social-Media-Atlas der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna.

In jedem Alter
nutzen mehr als die
Hälfte die Top-3 der
Sozialen Medien

YouTube, Facebook und WhatsApp sind nicht nur die meistgenutzten Sozialen Medien in Deutschland – sondern auch die einzigen, die in jeder Altersgruppe ab 14 Jahren von mehr als der Hälfte der Onliner verwendet werden. Das Spitzen-Trio hat sich damit vom Feld deutlich abgesetzt.

Rund jeder dritte
Onliner nutzt
Google+, Instagram
und Foren.

Denn Platz vier bis sechs der meistgenutzten Sozialen Medien in Deutschland erreichen jeweils nur rund ein Drittel der Onliner: Googles „Kramladen“ Google+ nutzen 36 Prozent, die Bilder-Plattform Instagram 35 Prozent und 32 Prozent Foren, die klassischen „Schwarzen Bretter“ des Internets. Die Instagram-Nutzung schwankt dabei besonders stark mit dem Alter der Nutzer: 84 Prozent 14 bis 19-jährigen Onliner und 58 Prozent der 20 bis 29-jährigen verwenden die Foto-Sharing-Anwendung, aber nur 13 Prozent der ab 60-jährigen.

Xing deutlich vor
LinkedIn

Rund jeden vierten Internet-Nutzer erreichen Platz sieben bis elf der meistgenutzten Sozialen Medien: Pinterest (29 Prozent), Twitter (27 Prozent), Blogs (25 Prozent), Snapchat (23 Prozent) und das berufliche Netzwerk Xing (22 Prozent). Xings direkter Konkurrent LinkedIn landet mit 14 Prozent zwei Plätze weiter hinten, wird noch vom Freunde-Wiederfinder Stayfriends mit 16 Prozent geschlagen.

Zielgruppen-
gerechte Videos
unverzichtbar für
Unternehmens-
kommunikation

"Die seit Jahren steigende Begeisterung für YouTube macht Videos zu einem unverzichtbaren Teil der Unternehmenskommunikation", meint **Dr. Roland Heintze**, Geschäftsführender Gesellschafter und Social-Media-Experte des Faktenkontors. **"Wichtig ist dabei eine zielgruppengerechte**

Produktion und professionelle Aufbereitung der Botschaften. Handyfilmchen mit sprechenden Köpfen reichen da häufig nicht aus."

Grafik: Die meistgenutzten Social-Media-Dienste in Deutschland



Quelle: Social-Media-Atlas 2017/2018. Repräsentative Umfrage unter 3.500 Internet-Nutzern ab 14 Jahren in Deutschland im vierten Quartal 2017.
© 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:
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.

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