

Presseinformation

Social Media „to go“ auf Rekordhoch – vor allem per Smartphone

- Mehr als sieben von zehn Onlinern nutzen Soziale Medien unterwegs

*Mobilnutzung
Sozialer Medien
steigt um elf
Prozentpunkte auf
Rekordwert*

Hamburg, den 04. April 2018 – Wer sich zum Posten extra an den Schreibtisch-PC setzt, wird immer mehr zum Exoten: 72 Prozent der Onliner in Deutschland nutzen Soziale Medien wie Twitter, Facebook & Co. inzwischen unterwegs über mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets. Die Nutzung von „Social Media to go“ hat damit innerhalb eines Jahres um elf Prozentpunkte auf ein neues Rekord-Hoch zugelegt. Das zeigt der aktuelle, repräsentative Social-Media-Atlas der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna.

*Fast alle Onliner
unter 30 und rund
die Hälfte der
„Silver Surfer“ nutzt
Social Media mobil*

Am beliebtesten ist das mobile Social Web unter Teenagern: 97 Prozent der Onliner im Alter zwischen 14 und 19 Jahren nutzen Soziale Medien unterwegs. Am stärksten angewachsen ist die mobile Web-2.0-Nutzung in den vergangenen Jahren unter Twens, von 47 Prozent im Jahr 2012 auf jetzt 95 Prozent. Doch selbst unter den „Silver Surfern“, Onlinern ab 60 Jahren, nutzen mit 49 Prozent inzwischen fast die Hälfte Social Media mobil.

*Social Media mobil
denken*

„Wer Social Media nicht mobil denkt, kommuniziert an seiner Zielgruppe vorbei“, mahnt angesichts dieser Zahlen Dr. Roland Heintze, Geschäftsführender Gesellschafter und Social-Media-Experte des Faktenkontors. „Inhalte von Social-Media-Kampagnen sollten deswegen immer so entworfen werden, dass sie bequem auf kleinen Bildschirmen zu erkennen und gegebenenfalls zu bedienen sind.“

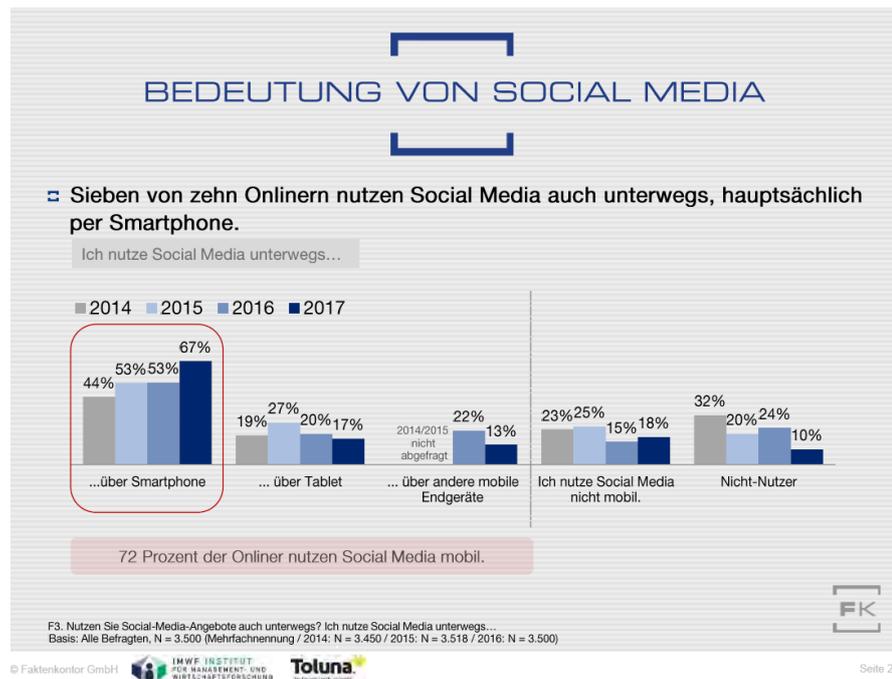
*Endgeräte:
Smartphones legen
zu, Tablets
rückläufig*

Beliebtester Unterwegs-Zugang zum Social Web ist für die Deutschen Internet-Nutzer das Smartphone, das zwei von dreien dafür einsetzen – 14 Prozentpunkte mehr als ein Jahr zuvor. Rückläufig ist hingegen der Einsatz von Tablets und anderen mobilen Endgeräten. Tablets nutzen nur noch 17 Prozent der Onliner für den Austausch über Soziale Medien, drei Prozentpunkte weniger als ein Jahr zuvor. Andere Mobilgeräte, wie zum Beispiel Notebooks, verwenden nur noch 13 Prozent, um von überall aus ins Web 2.0 einzutauchen. Ein Absturz um acht Prozentpunkte.

Regionale
Unterschiede: NRW
top, BB flop

Regional betrachtet sind vor allem die Nordrhein-Westfalen Fans des mobilen Web 2.0: 77 Prozent der Onliner im bevölkerungsreichsten Bundesland surfen unterwegs im Social Web – 13 Prozentpunkte mehr als ein Jahr zuvor. Am wenigsten Begeisterung bringen hingegen die Brandenburger auf. Nur 57 Prozent der Internet-Nutzer in dem seen- und waldreichen Flächenland greifen mobil auf Soziale Medien zu. Im Gegensatz zum Bundestrend ging die Mobilnutzung von Social Media hier sogar um drei Prozentpunkte zurück.

Grafik: Entwicklung
mobile Social-
Media-Nutzung seit
2012



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.

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