

Presseinformation

Das sind die beliebtesten Sozialen Medien der Deutschen!

- **YouTube festigt sich als Spitzenreiter, WhatsApp überholt Facebook**

Spitze: Rund 3 von 4 Onlinern nutzen YouTube

Hamburg, den 09. Juli 2019 – YouTube verteidigt seinen Spitzenplatz als beliebtester Social-Media-Dienst in Deutschland: 74 Prozent der Deutschen mit Internetanschluss ab 16 Jahren nutzen hierzulande das Videoportal aus dem Hause Google. Der einstige Spitzenreiter Facebook büßte hingegen einen weiteren Platz ein und rutschte vom zweiten auf den dritten Rang ab. Das zeigt der aktuelle Social-Media-Atlas der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna, für den 3.500 Onliner ab 16 Jahren repräsentativ befragt wurden.

WhatsApp verweist Facebook auf Platz 2

Auf Facebook sind aktuell noch 69 Prozent der deutschen Internet-Nutzer unterwegs. Das Freunde-Netzwerk wurde sozusagen von Konkurrenz aus den eigenen Reihen überholt: Der vom Hause Zuckerberg aufgekaufte Messenger-Dienst WhatsApp kommt bei 71 Prozent der Onliner zum Einsatz und sicherte sich damit den zweiten Platz unter den Social-Media-Kanälen mit den meisten Nutzern.

Instagram, Foren und Pinterest im Mittelfeld

Kein anderer Dienst aus dem Web 2.0 schafft es, mehr als die Hälfte der Internet-Nutzer zu erreichen. Mit deutlichem Abstand folgen nach dem Führungs-Trio Instagram (37 Prozent), die unglamourösen, aber praktischen Internet-Foren (33 Prozent) sowie die Online-Pinnwand Pinterest (30 Prozent).

Kleine Communities bei Platz 7 bis 12

Zumindest mehr als jeder fünfte Onliner nutzt Blogs (28 Prozent), den Kurznachrichtendienst Twitter (25 Prozent) und das Berufsnetzwerk Xing (24 Prozent). Snapchat verwenden 18 Prozent, den Xing-Konkurrenten LinkedIn und den Schulfreundewiederfinder Stayfriends jeweils 17 Prozent.

Auch klein kann fein sein

„Eine geringere Reichweite bedeutet aber nicht zwangsläufig, dass ein Social-Media-Dienst für die Unternehmenskommunikation keine Rolle spielt“, warnt Dr. Roland Heintze, Geschäftsführender Gesellschafter und Social-Media-Experte des Faktenkontors. „Denn über diese Kanäle lassen sich häufig bestimmte Zielgruppen besonders fokussiert erreichen.“ So nutzen zum Beispiel sieben von zehn Onlinern zwischen 16 und 19 Jahren Snapchat, und mit 22 Prozent verwenden überdurchschnittlich viele zwischen 50 und 59 Jahren Stayfriends.

Social-Media-Nutzung regional: NRW top, Sachsen-Anhalt Flop

Regional betrachtet erfreuen sich die Sozialen Medien in Nordrhein-Westfalen der größten Beliebtheit: 91 Prozent der Onliner ab 16 Jahren im bevölkerungsreichsten Bundesland nutzen Social Media. Sachsen-Anhalt ist hingegen die Hochburg der Social-Media-Muffel: Rund um die Straße der Romanik sind nur 72 Prozent im Web 2.0 unterwegs.

Infografik: Die beliebtesten Sozialen Medien der Deutschen



Quelle: Social-Media-Atlas 2018/2019. Repräsentative Umfrage unter 3.500 Internet-Nutzern ab 16 Jahren in Deutschland im Dezember 2018.
© Faktenkontor 2019

FAKTE NKONTOR

IMWF INSTITUT FÜR MANAGEMENT UND WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

Toluna

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

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, Mai 2019) wurden 3.500 nach Alter, Geschlecht und Bundesland repräsentative Internetnutzer ab 16 Jahren in Form eines Online-Panels zu ihrer Social-Media-Nutzung befragt. Die Umfrage wurde im Dezember 2018 durchgeführt. 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 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.