

Presseinformation

Social Media: YouTube erobert die Spitze zurück, TikTok wächst am stärksten

Studie: Kleinere Dienste gewinnen überdurchschnittlich hinzu

*Leichter Zuwachs
reicht aus: YouTube
löst WhatsApp auf
dem Thron der
Sozialen Medien ab*

Hamburg, den 03. Mai 2021 – YouTube hat sich die Krone des beliebtesten Social-Media-Dienstes zurückerobert: Sieben von zehn Onlinern ab 16 Jahren nutzen aktuell Googles Do-it-yourself-Videoportal. Nur zwei Prozentpunkte mehr als im Vorjahr – aber das reicht, um den Social-Media-Thron von WhatsApp zurückzuerobern. Der Marktanteil des Messengers aus dem Hause Zuckerberg liegt unverändert bei 69 Prozent. Auf dem dritten Rang folgt als Plattform der älteren User Facebook, das weiterhin von 60 Prozent genutzt wird. Während die „großen Drei“ damit weitgehend auf der Stelle treten, konnten die kleineren Dienste ihre Nutzergemeinden überdurchschnittlich ausbauen. Das zeigt der aktuelle Social-Media-Atlas 2021 der Hamburger Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna, für den 3.500 Internet-Nutzer repräsentativ befragt wurden.

*TikTok wächst am
stärksten*

Am kräftigsten wuchs im vergangenen Jahr TikTok, das seinen Marktanteil um satte 16 Prozentpunkte auf jetzt 26 Prozent ausbauen konnte. Das verhilft dem chinesischen Musical.ly-Nachfolger zu einem großen Sprung nach vorn von Platz 14 auf Platz 8 der meistgenutzten Sozialen Medien in Deutschland. Besonders erfolgreich spricht die Plattform für den Austausch von Mini-Videoclips junge Zielgruppen an: TikTok erreicht 55 Prozent der 16 bis 19-Jährigen Internet-Nutzer und 57 Prozent im Alter zwischen 20 und 29 Jahren. Am anderen Ende der Skala aber gerade mal vier von hundert „Silver Surfern“ ab 60 Jahren.

*LinkedIn und
Telegram legen
kräftig zu*

Mit je acht Prozentpunkten ebenfalls deutlich zulegen konnten LinkedIn und Telegram. Microsofts berufliches Netzwerk hatte es lange schwer, hierzulande richtig Fuß zu fassen – jetzt erreicht LinkedIn mit 24 Prozent fast jeden vierten deutschen Internet-Nutzer ab 16 Jahren. WhatsApp-Konkurrent Telegram haben inzwischen 21 Prozent der Onliner auf ihrem Handy.

*Instagram und
Snapchat: Gleiches
Plus, anderes
Resultat*

Die langjährigen Widersacher Instagram und Snapchat konnten beide ihr jeweiliges Stück vom Kuchen um sechs Prozentpunkte vergrößern – allerdings an gegenüberliegenden Enden der Tafel. Instagram belegt mit einem Marktanteil von 46 Prozent Platz vier, während es bei Snapchat mit 24 Prozent nur für die Zwölf reicht.

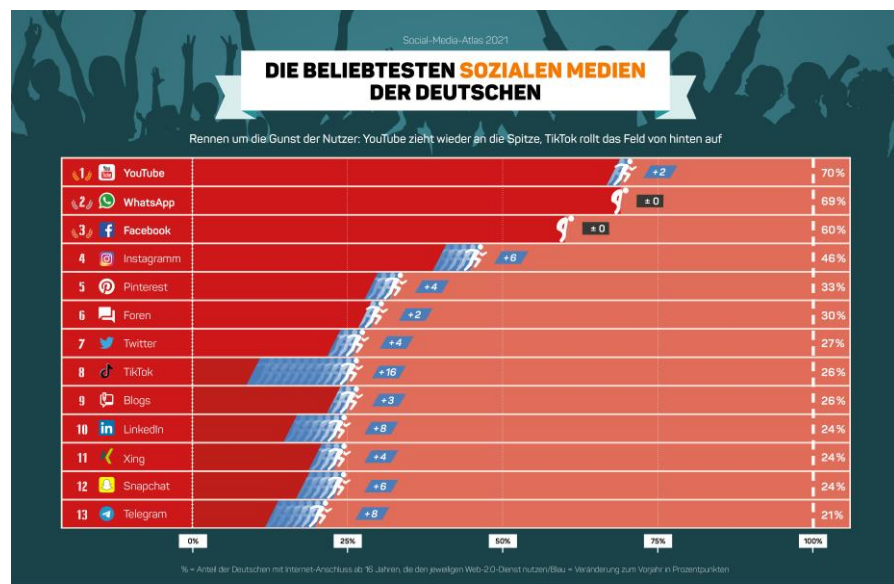
Hinten geht es schneller nach vorn

*YouTube, WhatsApp, Facebook:
Wachstumspotenzial erschöpft*

Infografik: YouTube zieht im Rennen um die Gunst der Nutzer wieder an die Spitze, TikTok rollte das Feld von hinten auf.

Pinterest, Twitter und Xing mit einem Plus von jeweils vier Prozentpunkten sowie Blogs mit dreien konnten im Laufe eines Jahres ebenfalls mehr Anwender hinzugewinnen als Spitzenreiter YouTube.

„YouTube, WhatsApp und Facebook haben in Deutschland kaum noch Wachstumspotenzial und stecken deswegen auf absehbare Zeit vor allem in einer Abwehrschlacht fest, um ihre erreichte Marktposition zu halten“, sagt Dr. Roland Heintze, Geschäftsführender Gesellschafter des Faktenkontors. „Im Kampf um die Gunst der Nutzer stehen ihnen kleinere und neuere Social-Media-Dienste gegenüber, die mit einer offensiven Strategie sowie innovativen, mehrwertigen und zielgruppengerechten Angeboten weiterhin in großem Umfang neue Nutzer hinzugewinnen können – und werden.“



Ranking - Text: Die beliebtesten Sozialen Medien der Deutschen

Das Ranking: Die beliebtesten Sozialen Medien der Deutschen!

1. YouTube (70% / +2)
2. WhatsApp (69% / ±0)
3. Facebook (60% / ±0)
4. Instagram (46% / +6)
5. Pinterest (33% / +4)
6. Internet-Foren (30% / +2)
7. Twitter (27% / +4)
8. TikTok (26% / +16)
9. Blogs (26% / +3)
10. LinkedIn (24% / +8)
11. Xing (24% / +4)
12. Snapchat (24% / +6)
13. Telegram (21% / +8)

(Anteil der Deutschen mit Zugang zum Internet ab 16 Jahren, die den jeweiligen Social-Media-Dienst nutzen / Veränderung gegenüber Vorjahr in Prozentpunkten)

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, April 2021) 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 2020 und Januar 2021 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 490,- 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