

Social Media Boom reißt nicht ab: Facebook und Youtube mit größtem Zuwachs

AIM-C: Dennoch bezeichnen sich nur 20 Prozent der Nutzer als eher aktiv

Während sich die Internetpenetration bei 80% der Gesamtbevölkerung stabilisiert hat, entdecken zunehmend mehr Nutzer die Vorzüge von Social Media. Das größte Wachstum verzeichnen Facebook und Youtube. Die User werden außerdem zunehmend geübter im Umgang mit Social Media, sind jedoch nach wie vor eher passiv. Vermehrt kristallisieren sich auch Plattformen für die überdurchschnittlich aktiven Profinutzer heraus. Das ist das Ergebnis des aktuellen Austrian Internet Monitor-Consumer AIM-C der INTEGRAL Marktforschung.

Über die Hälfte der Internetnutzer verwenden Facebook, zwei Drittel nutzen die Videoplattform Youtube. Damit zeigt sich eine steigende Konzentration auf die zwei größten Social-Media-Plattformen. Dies drückt sich auch in der Zufriedenheit mit deren Verwendung aus. So verzeichnet Youtube 84% zufriedene Verwender. Bei Facebook liegt dieser Wert trotz öffentlicher Diskussionen zum Datenschutz bei immerhin 62%.

Die Vorzüge von sozialen Netzwerken werden immer stärker erkannt. Wichtigstes Motiv ist für 85% der Nutzer von Facebook & Co, Kontakt mit ihren Freunden zu halten. Um über die Aktivitäten des Freundeskreises auf dem Laufenden zu bleiben, nutzen 63% der User soziale Netzwerke. Knapp dahinter folgen Einladungen zu Veranstaltungen mit 60%.

Dennoch bezeichnet sich die große Mehrheit nach wie vor als eher passiv bezüglich der Verwendung sozialer Netzwerke. Lediglich ein Fünftel postet regelmäßig Inhalte oder lädt Fotos hoch. Insgesamt veröffentlichen die Nutzer im Schnitt drei Beiträge pro Woche.

Profinutzer treffen sich auf Nischenseiten unter sich. So sind es etwa die Verwender von Foursquare und last.fm, die einen besonders hohen Aktivitätsgrad aufweisen und überdurchschnittlich stark Fotos, Videos und Postings veröffentlichen.

Der AIM-C wird von INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung auf Basis von insgesamt 10.000 telefonischen Interviews pro Jahr (2.500 pro Quartal) repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren durchgeführt. Darüber hinaus liefern vertiefende Online-Befragungen Einblicke in Schwerpunkte der Nutzung neuer Medien. Der INTEGRAL AIM-Consumer liefert seit 1996 kontinuierlich Informationen über die Nutzung und Entwicklungsperspektiven des Internets und anderer neuer Kommunikationstechnologien.

Über INTEGRAL

INTEGRAL ist ein Full-Service-Institut und Anbieter maßgeschneiderter Marktforschungslösungen auf wissenschaftlicher Basis, von der Datenerhebung bis zur Lieferung handlungsrelevanter Informationen und Empfehlungen. INTEGRAL verfügt über eine 15jährige Kompetenz in der Internet-Marktforschung, die im Austrian Internet Monitor-Business und im Austrian Internet Monitor-Consumer ihren Niederschlag findet. In Kooperation mit dem Heidelberger Sinus-Institut, dessen Mehrheitsanteile INTEGRAL im Jahr 2009 übernommen hat, engagiert sich der österreichische Marktforscher intensiv in der Sinus-Milieu-Forschung. Die Ergebnisse bieten Marketingentscheidern aus Unternehmen, Medien und Politik wettbewerbsrelevante Informationen über Märkte und Zielgruppen.

Für Rückfragen stehen Ihnen Dr. Bertram Barth und Mag. Sandra Cerny, INTEGRAL Markt- u. Meinungsforschung, zur Verfügung.

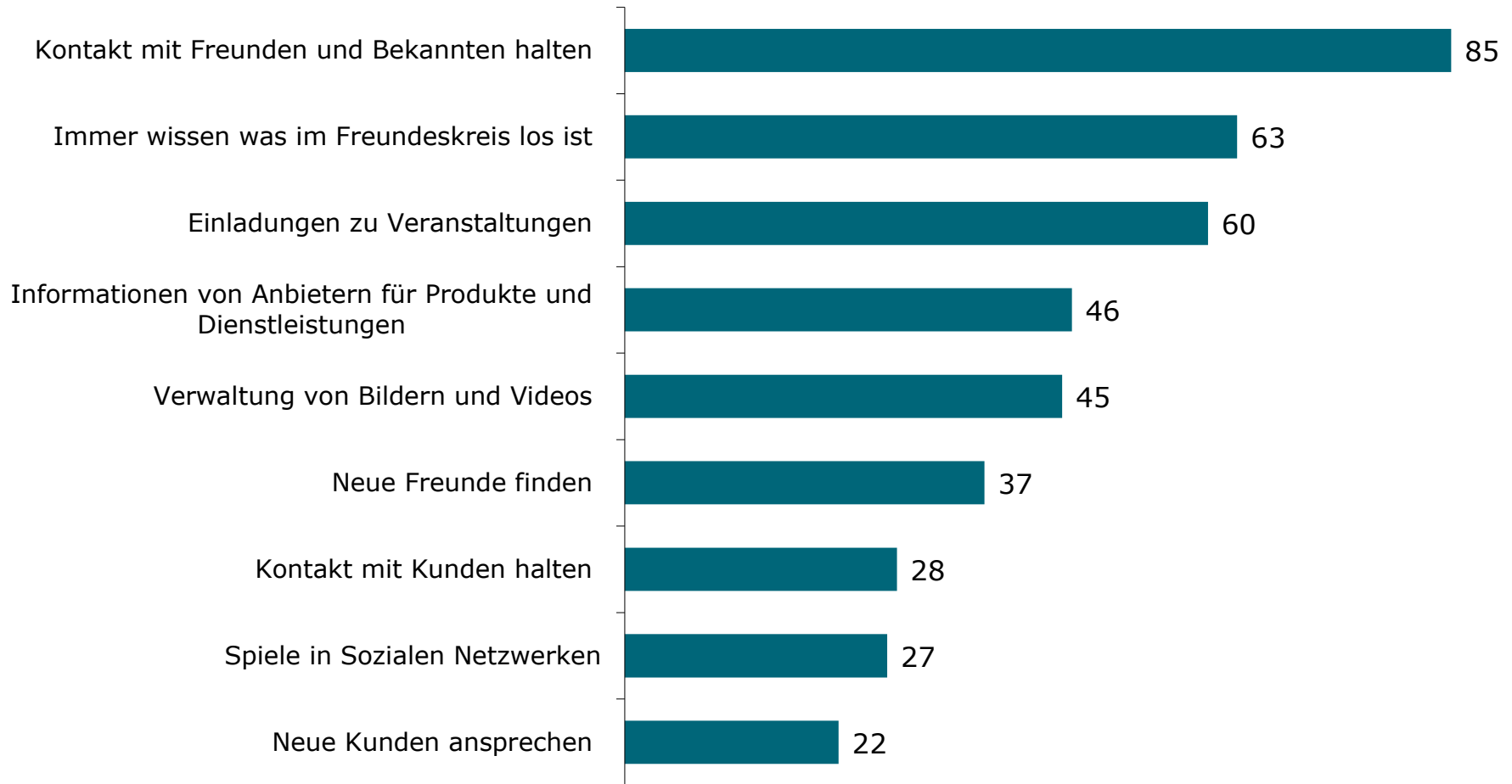
www.integral.co.at; Anfragen an aim@integral.co.at , Tel.Nr.:+43-(0)1-799 19 94

Soziale Netzwerke – Nützliche Funktionen

Welche der folgenden Funktionen in sozialen Netzwerken halten Sie für besonders nützlich?

Frage 8

Basis: Zumindest ein soziales Netzwerk genutzt



Angaben in Prozent (%)