

Spectra Aktuell 10/14

Spectra Social Network-Monitor: Tägliche Nutzerkreise von Sozialen Netzwerken haben sich in den letzten zwei Jahren nahezu verdoppelt



SPECTRA
MARKTFORSCHUNG

Qualität aus Überzeugung

Spectra Marktforschungsgesellschaft mbH.
Brucknerstraße 3-5/4, A-4020 Linz
Telefon: +43 (0)732 6901-0, Fax: 6901-4
E-Mail: office@spectra.at, www.spectra.at

41% der österreichischen Bevölkerung bewegen sich zumindest gelegentlich in Sozialen Netzwerken. Das sind um 9%-Punkte mehr als 2012. Gleichzeitig haben sich die täglichen Nutzerkreise fast verdoppelt, von 15% auf 28%. Nach wie vor prägt Facebook ungefährdet die Kategorie.

Der Spectra Social Network-Monitor erhebt in regelmäßigem Abstand das Verhalten der österreichischen Bevölkerung. Die im heurigen Juni durchgeführte Messung macht eine gegenüber 2011/2012 wieder beschleunigte Weiterentwicklung der Sozialen Netzwerke deutlich.

Zunächst ist festzuhalten, dass mittlerweile 41% der Österreicher in Sozialen Netzwerken aktiv sind. Das entspricht einer Steigerung von 9%-Punkten gegenüber 2012.

Noch dynamischer stellt sich die Entwicklung dar, wenn man die täglichen Nutzerkreise von Sozialen Netzwerken analysiert. Waren es 2012 15% der Bevölkerung, die zu den täglichen Nutzern zu zählen sind, so stehen 2014 28% zu Buche.

Das entspricht einer Verdoppelung der täglichen Social Network-Anwender. Damit wächst die Intensität der Social Networks-Nutzung stärker als deren generelle Verbreitung. Betrachtet man die Social Networks als potentielle Werbeträger, würde man im Jargon der Mediaplaner sagen: Kontaktchance steigt stärker als Reichweite!

Die intensivsten Nutzer sind erwartungsgemäß die jüngeren Bevölkerungskreise (zwischen 15 und 29 Jahren) mit einer täglichen Nutzungsrate von 62% (!). Bemerkenswert ist darüber hinaus, dass die Social Network-Nutzung unabhängig vom Bildungsstatus ist. Mit anderen Worten: bildungsferne und bildungsnahe Schichten sind gleichermaßen Social Network-affin.

Nicht überraschend ist, dass die intensiven Online-Nutzer auch die intensivsten Social-Networker sind. Die Spectra Onliner Segmente „Young Professionals“ und „Young fun users“ weisen tägliche Nutzungsraten zwischen 56% und 73% auf (Definition der Spectra Onliner Segmente siehe Anhang).

Beeindruckend ist es immer wieder zu beobachten, wie Facebook diesen Markt dominiert. **Außer 38% der Bevölkerung sind Facebook-User** (bei 41% Gesamtnutzern von Sozialen Netzwerken - siehe oben). Im niedrigen Einstellungsbereich – und damit mehr als deutlich abgeschlagen - liegen die Nutzerkreise der "Verfolger": Twitter (4%), My Space (3%), Netlog (3%), Xing (2%).

Erhebungscharakteristik

Stichprobe: n=1.005 Personen, repräsentativ für die österr. Bevölkerung ab 15 Jahre

Methodik: Quotaverfahren, Persönliche Interviews

Umfrage: MTU 22-1467

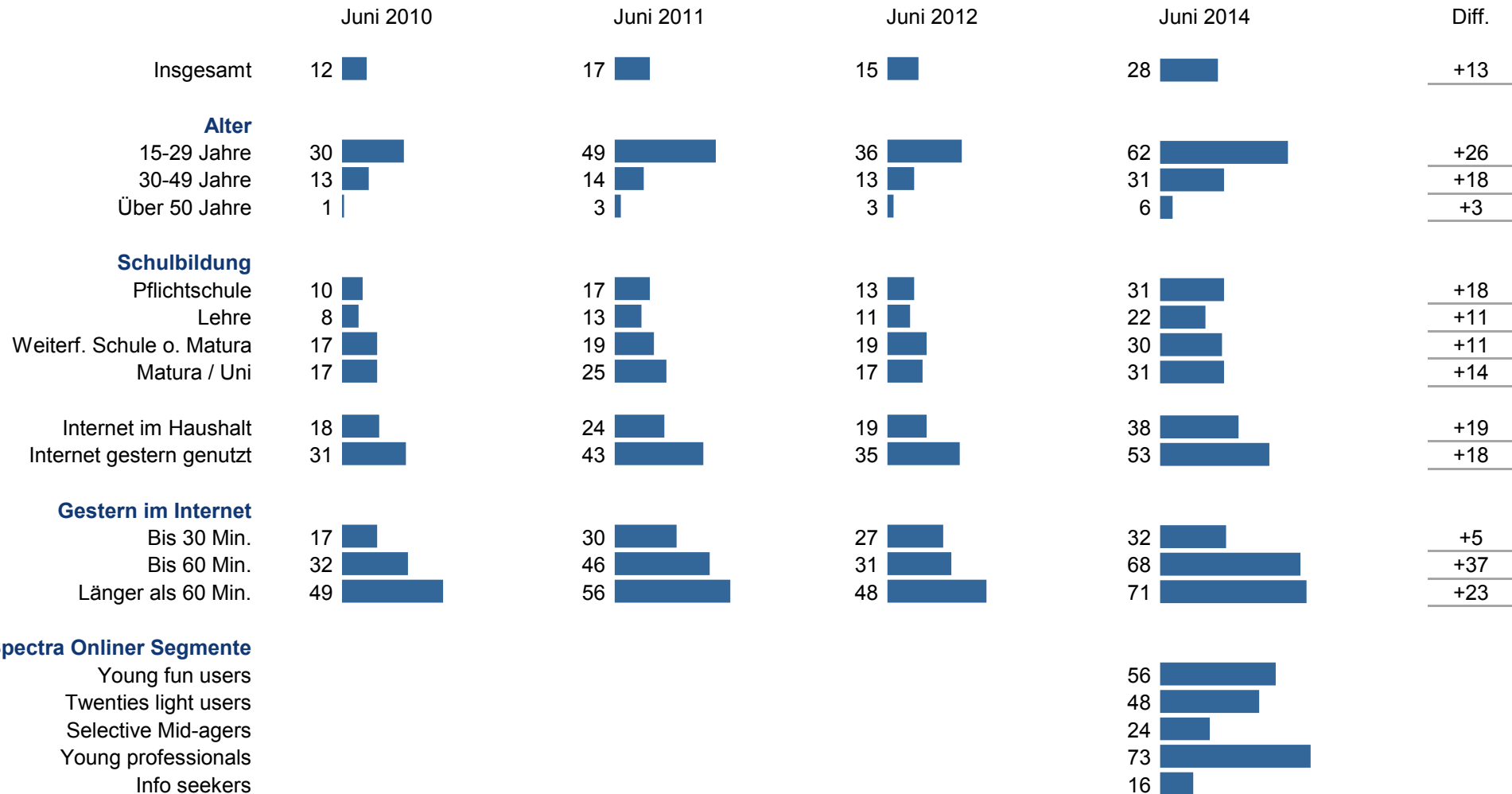
Feldzeit: Juni 2014

Die maximale Fehlerspanne bei 1.000 Befragten beträgt +/- 3,16%

Die täglichen Nutzerkreise von Sozialen Netzwerken nach Demografie (Trend)

Frage 46: Sind Sie gestern in einem oder mehreren Sozialen Netzwerken aktiv gewesen, haben also das Soziale Netzwerk besucht und haben dort etwas getan?

Basis: Österreichische Bevölkerung / Angaben in %

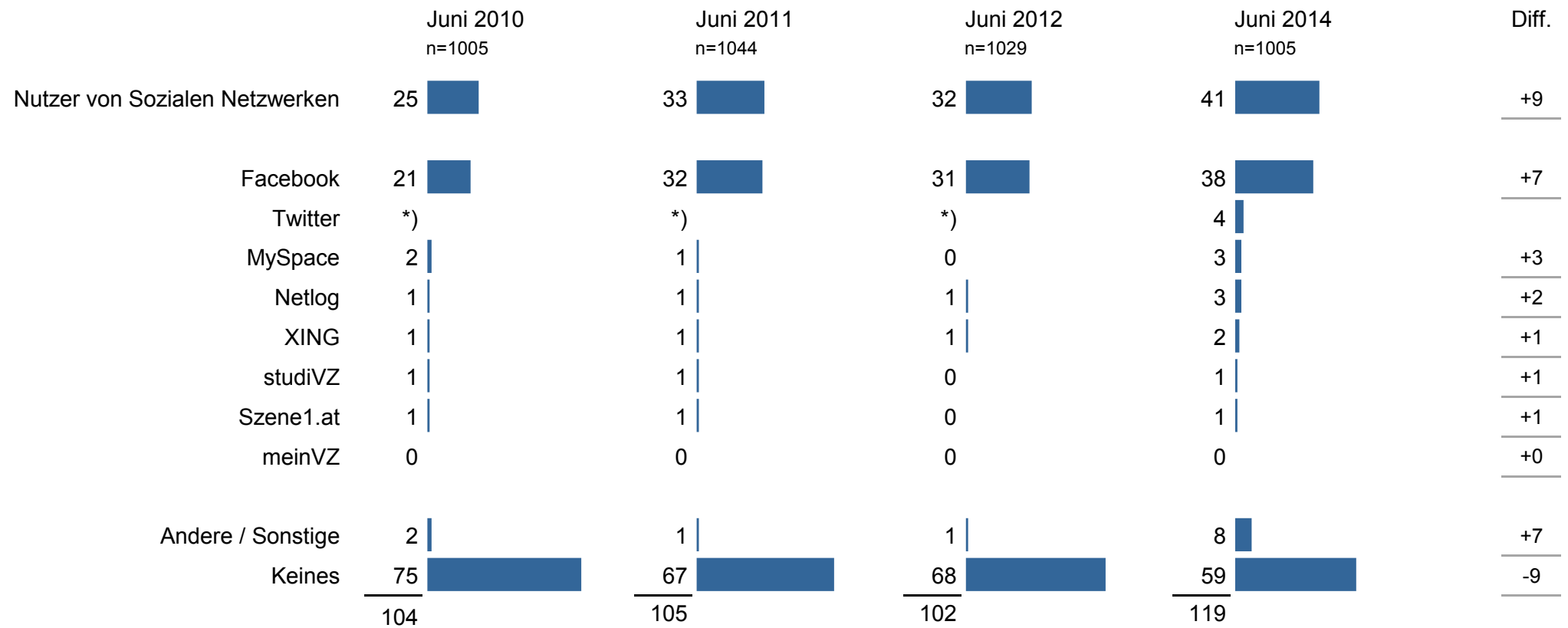


Die Gesamtnutzerkreise von Sozialen Netzwerken (Trend)

Frage 45: Welche dieser Sozialen Netzwerke nutzen Sie regelmäßig, ich meine, in welchen Sozialen Netzwerken bewegen Sie sich regelmäßig aktiv?

Frage 45a: Und welche Sozialen Netzwerke nutzen Sie zumindest gelegentlich?

Basis: Österreichische Bevölkerung / Angaben in %

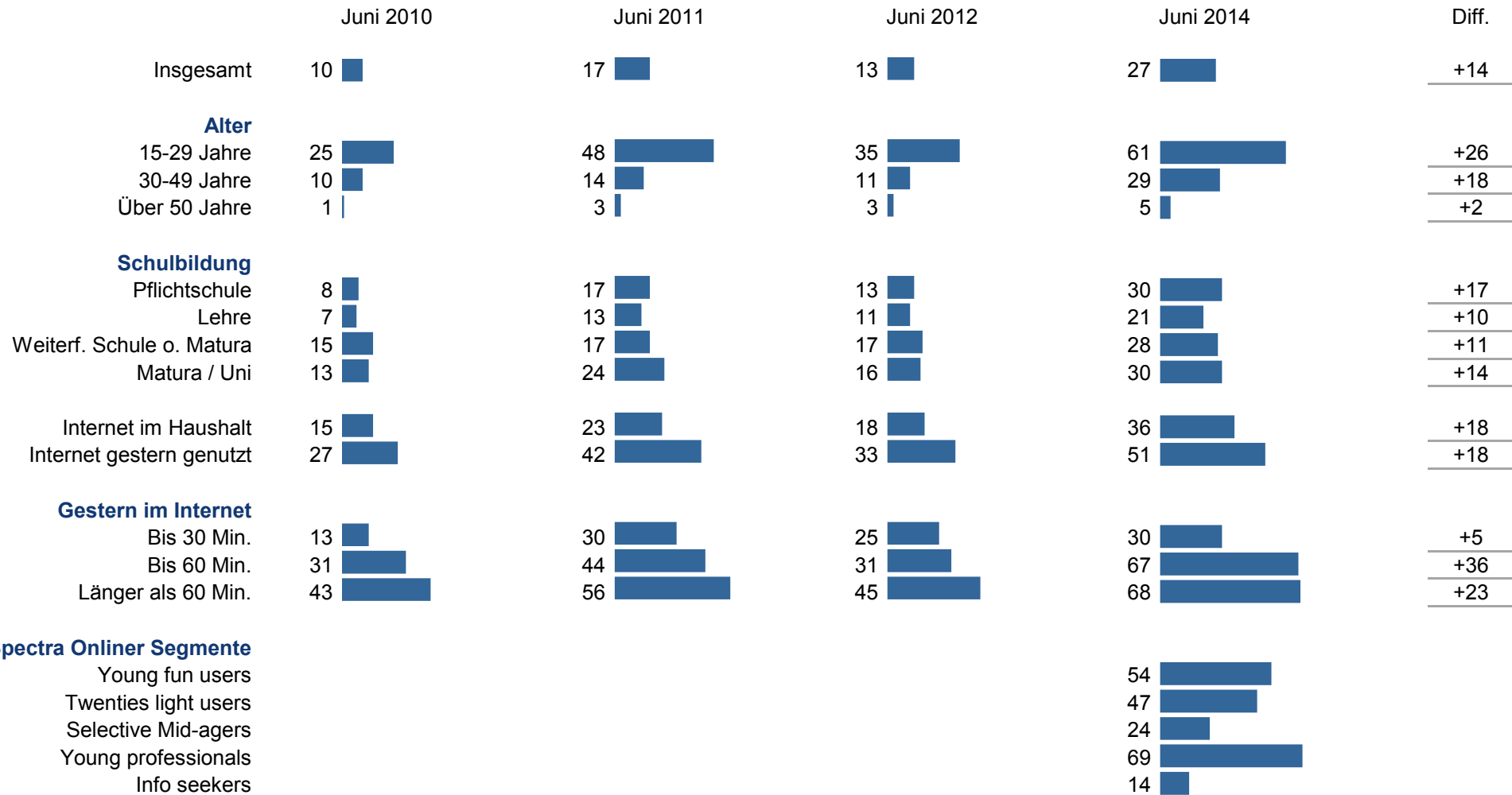


*) nicht erhoben

Die täglichen Nutzerkreise von Facebook nach Demografie (Trend)

Frage 46a: In welchem dieser Sozialen Netzwerke waren Sie gestern aktiv?

Basis: Österreichische Bevölkerung / Angaben in %



Young fun users:

- über 50% unter 25 Jahre
- Großteil noch in Ausbildung
- intensive Social-Media-Nutzung
- Filesharing
- Video-/Audio-Streaming-Konsum

Twenties light users:

- über 50% unter 30 Jahre
- niedrige Bildung (Lehre, Pflichtschule)
- kein Filesharing, aber intensiver Medienkonsum
- weniger gezielte Bewegung im Netz

Selective Mid-agers:

- über 50% zwischen 35-55 Jahre
- Bildung im Bevölkerungsschnitt
- gezielte Informationssuche
- Shopping & Online Banking
- wenig Social Media

Young professionals:

- über 60% zwischen 20-40 Jahre
- hoher Matura-Anteil
- Social Media und Banking
- Tageszeitungen
- E-Commerce
- kein Filesharing

Info seekers:

- zwischen 30-60 Jahre
- intensive Internet-Nutzung
- alle Bildungsschichten
- hauptsächlich nur Informationssuche im Netz