

Frauen sind auf Social Media aktiver als Männer

- **Umfrage zeigt: Immer mehr Menschen nutzen soziale Netzwerke auch, um sich über Leistungen von Unternehmen zu informieren**
- **Nutzungsdauer von Social Media nimmt mit dem Alter ab**
- **Deutsche sind im Schnitt pro Tage zwei Stunden und 20 Minuten auf sozialen Kanälen aktiv**
- **TikTok wird immer beliebter**
- **Mehr als die Hälfte der Verbraucher*innen kauft über Social Media ein**

Frankfurt, 22. Juni 2023. Immer mehr Menschen in Deutschland nutzen Soziale Medien, um sich über Unternehmen und deren Produkte wie auch Dienstleistungen zu informieren und sogar dort einzukaufen. Wie eine aktuelle Studie des Düsseldorfer Marktforschungsinstituts Innofact im Auftrag von Gelbe Seiten über den Einsatz von Online-Kommunikations-Tools ergeben hat, ist die Zahl der Nutzer*innen von Social Media-Plattformen 2023 gegenüber dem Vorjahr leicht gestiegen, von 83 auf 85 Prozent. Innerhalb dieser Nutzergruppe wollen sich der Befragung zufolge auch immer mehr Menschen nicht nur über Freunde und Bekannte, Veranstaltungen und Nachrichten auf dem Laufenden halten: Der Anteil der Social Media-Nutzer*innen, die sich gezielt über Produkte und Dienstleistungen von Unternehmen informieren, stieg von 69 auf 72 Prozent. Für die bevölkerungsrepräsentative Studie befragte Innofact im Mai 2023 1.000 Männer und Frauen im Alter von mindestens 18 Jahren.

Ältere informieren sich über Social Media weniger stark über Produkte

Dabei zeigte sich, dass die Präsenz auf sozialen Medien mit dem Alter abnimmt. Nutzen junge Menschen zwischen 18 und 29 Jahren zu 94,9 Prozent soziale Kanäle und beträgt dieser Wert bei den 30- bis 39-jährigen noch 93,8 Prozent., kommen Männer und Frauen zwischen 60 und 69 Jahren nur noch auf 77,8 Prozent, über 69 Jahren liegt die Nutzungsquote bei 62,7 Prozent. Ein ähnliches Bild ergibt sich bei der Frage, ob sich die Verbraucher*innen auch über Social Media über Produkte und Dienstleistungen informieren: Hier antworteten 78 Prozent der 18- bis 29-jährigen Nutzer*innen mit ja, bei den über 69-jährigen lag die Quote nur noch bei 56,6 Prozent. Am beliebtesten unter den Verbraucher*innen ist die Videopattform YouTube: 77 Prozent derer, die auf Sozialen Plattformen unterwegs sind, gaben an, diese Seite zu nutzen (2022: 75 Prozent). Dahinter folgen Facebook (75 Prozent) und Instagram (56 Prozent). Auf Platz vier der meistgenannten Kanäle landet TikTok, das zudem den größten Zuwachs gegenüber dem Vorjahr (35 statt 27 Prozent) erzielte.

So kommen Unternehmen zu einem professionellen Social Media-Auftritt

„Die Befragung unterstreicht nicht nur, dass soziale Plattformen weiter eine sehr wichtige Rolle im Alltag der Menschen in Deutschland spielen, sie belegt auch, dass nachwachsende Generationen viel stärker darauf setzen, weshalb die Relevanz dieser Kanäle noch weiter steigen wird“, sagt Dirk Schulte, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing-Gesellschaft. Zudem lege die Studie nahe, dass Unternehmen Vorteile haben, wenn sie auf diesen Kanälen aktiv sind, weil Nutzer*innen sich dort über ihre Leistungen informieren wollten, so Schulte weiter. „Die 16 Verlage von Gelbe Seiten sind mit ihrer Kundennähe und den langjährigen

Kontakten der ideale Partner, um Unternehmen als Partner auf dem Weg zu einem professionellen Auftritt auf Sozialen Plattformen zu begleiten“, hebt Schulte hervor.

Ältere Nutzer*innen posten weniger

Einen Unterschied zwischen Alt und Jung gibt es auch bei der Art der Nutzung: Je älter die Nutzer*innen werden, desto passiver werden sie, sprich: Sie lesen Beiträge eher als selbst welche zu posten, sie schauen Bilder und Videos eher an als selbst Medien zu veröffentlichen. Insgesamt bezeichnen sich 26,6 Prozent der Befragten als aktive, die übrigen als passive Nutzer*innen. Im Alter zwischen 18 und 29 Jahren jedoch gaben 35,1 Prozent an, eher aktiv zu sein. Die durchschnittliche Nutzungsdauer der Nutzer*innen sozialer Medien liegt bei 2,34 Stunden pro Tag, also bei etwa zwei Stunden und 20 Minuten. Dabei sind Frauen mit 2,52 Stunden länger online als Männer (2,16 Stunden). Vor allem Jüngere verbringen mehr Zeit auf sozialen Plattformen: Die Jahrgänge zwischen 18 und 29 Jahren sind 3,37 Stunden im Schnitt pro Tag auf Facebook, Instagram & Co unterwegs, die Nutzungsdauer nimmt dann mit jeder Altersgruppe ab. Ebenso wird die Länge der Aktivität auf Social Media geringer mit höherem Bildungsabschluss, wie die Studie nachweist.

Social Media gehört immer mehr zum Alltag

„Die Ergebnisse zeigen, dass für jüngere Menschen Soziale Medien zum Alltag gehören und sie es als normal betrachten, sich dort über alles Wichtige zu informieren, auch über die Angebote von Unternehmen“, sagt Dirk Schulte. „Wer künftig im Wettbewerb bestehen will, muss diese wichtige Zielgruppe über diese Kanäle ansprechen.“ Die Verlage von Gelbe Seiten seien hier der bestmögliche Ansprechpartner und Berater. Wie wichtig Soziale Kanäle für Betriebe und den Absatz ihrer Produkte und Dienstleistungen werden, zeigt die Zahl der getätigten Einkäufe über diese Plattformen: Etwas mehr als die Hälfte der Nutzer*innen gab an, bereits einen oder mehrere Einkäufe auf diesem Weg getätigt zu haben.

Über Gelbe Seiten

Gelbe Seiten wird von DTM Deutsche Tele Medien und 16 Gelbe Seiten Verlagen gemeinschaftlich herausgegeben. Die Herausgeber-GbR gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Gelbe Seiten als Spezialist für Branchenverzeichnis-Angebote den Nutzern als Buch, online und mobil über www.gelbeseiten.de sowie u. a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Darüber hinaus ist Gelbe Seiten auch über moderne Voice und Messenger-Dienste verfügbar, u. a. über die Messenger von Apple und Facebook sowie bei Amazon Alexa über den Sprachbefehl „Alexa, öffne Gelbe Seiten“. Im Jahr 2022 verzeichneten die Produkte von Gelbe Seiten medienübergreifend ca. 651 Mio. Nutzungen*. Die Bezeichnung Gelbe Seiten ist in Deutschland eine geschützte und auf die Gelbe Seiten Zeichen- GbR eingetragene Wortmarke. Ebenfalls besteht u. a. Markenschutz für die Gelbe Seiten Zeichen-GbR für eine abstrakte Verwendung der Farbe Gelb.

*Quelle: GfK-Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2022; repräsentative Befragung von 15.762 Personen ab 16 Jahren, Juli-September 2022

Pressekontakt

Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH
Nina Mülhens
Tel.: 069 2731696 - 205
E-Mail: presse@gelbeseitenmarketing.de
Web: www.gelbeseiten.de