

Presseinformation

Frauen führend im Web 2.0

- **81 Prozent der weiblichen Onliner nutzen Soziale Medien – Männer hinken klar hinterher**

75% der Onliner nutzen Soziale Medien – Frauen mehr als Männer

Hamburg, den 10. September 2014 – Soziale Medien durchdringen die Gesellschaft immer mehr: Drei Viertel der Onliner in Deutschland nutzen Soziale Medien, ein Anstieg um fünf Prozentpunkte innerhalb eines Jahres. Schaut man nach Geschlechtern getrennt, zeigt sich: Frauen nutzen die Sozialen Medien deutlich stärker als Männer. Das sind Ergebnisse des online-repräsentativen Social Media-Atlas der Kommunikationsberatung Faktenkontor.

Männer eher Social-Media-Verweigerer

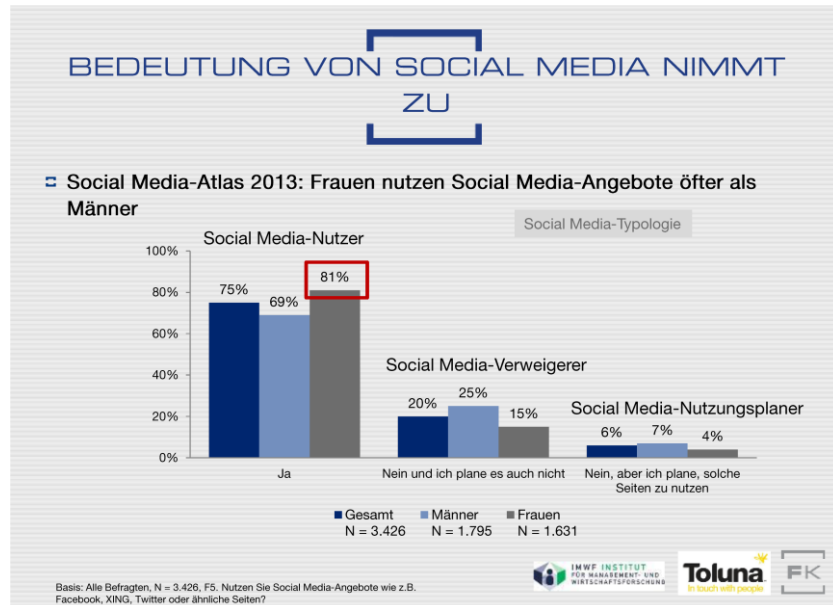
81 Prozent der weiblichen Onliner nutzen Soziale Medien – unter den männlichen Internet-Nutzern sind es nur 69 Prozent. Entsprechend umgekehrt ist das Geschlechter-Verhältnis unter den Social-Media-Verweigerern: 25 Prozent der männlichen Onliner nutzen nicht nur derzeit keine Web 2.0-Angebote, sondern wollen dies auch in Zukunft nicht tun. Unter den Frauen sind es nur 15 Prozent.

Web 2.0 Nutzung wird weiter steigen

Nur das Wachstumspotenzial ist bei den Männern etwas höher: Sieben Prozent der männlichen Internet-Nutzer sind zwar noch nicht im Web 2.0 unterwegs, planen dies aber für die Zukunft – unter den Frauen sind es vier Prozent.

Die Aussage dieser Männer „Ich plane, in Zukunft solche Seiten zu nutzen“ sollte man nicht als eine halbherzige „Mach ich noch, Schatz“-Vertröstung missverstehen – denn ein Jahr zuvor gaben fünf Prozent der männlichen Internet-Nutzer an, mit den Sozialen Medien loslegen zu wollen, und um vier Prozentpunkte ist der Anteil tatsächlich gestiegen.

Grafik:
*Frauen hängen
 Männer im Web 2.0
 ab*



Social-Media-Blog

Mehr Daten und Fakten aus der Welt der Sozialen Medien immer donnerstags auf www.faktzweinull.de, dem Social-Media-Blog des Faktenkontors.

*Studiengrundlage:
 Online-
 Repräsentative
 Panel-Befragung*

Die Studie „**Social Media-Atlas 2013**“ (Hamburg, November 2013) wurde im Auftrag der Beratungsgesellschaft Faktenkontor und dem Marktforscher Toluna in Kooperation mit dem IMWF – Institut für Management- und Wirtschaftsforschung durchgeführt. 3.426 nach Alter, Geschlecht und Bundesland online-repräsentative Internetnutzer ab 14 Jahren wurden in Form eines Online-Panels zu ihrer Social-Media-Nutzung befragt. Erhebungszeitraum war der 19. August bis 8. September 2013. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet. Die komplette Studie mit allen Ergebnissen kann unter www.faktenkontor.de bestellt werden.

*Faktenkontor:
 Berater für
 Unternehmens-
 und Vertriebskom-
 munikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft, 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).

Weitere Informationen finden Sie unter www.faktenkontor.de.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Roland Heintze, Tel.: (040) 253 185-110, Fax: (040) 253 185-310
 E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de