



# Kommunikation 2.0

---

Studie zur Nutzung von Social Media

im Auftrag von **ambuzz**ador

Ergebnispräsentation, Juni 2009

## Das Untersuchungsdesign

### Online-Umfrage

---

#### Online-Umfrage

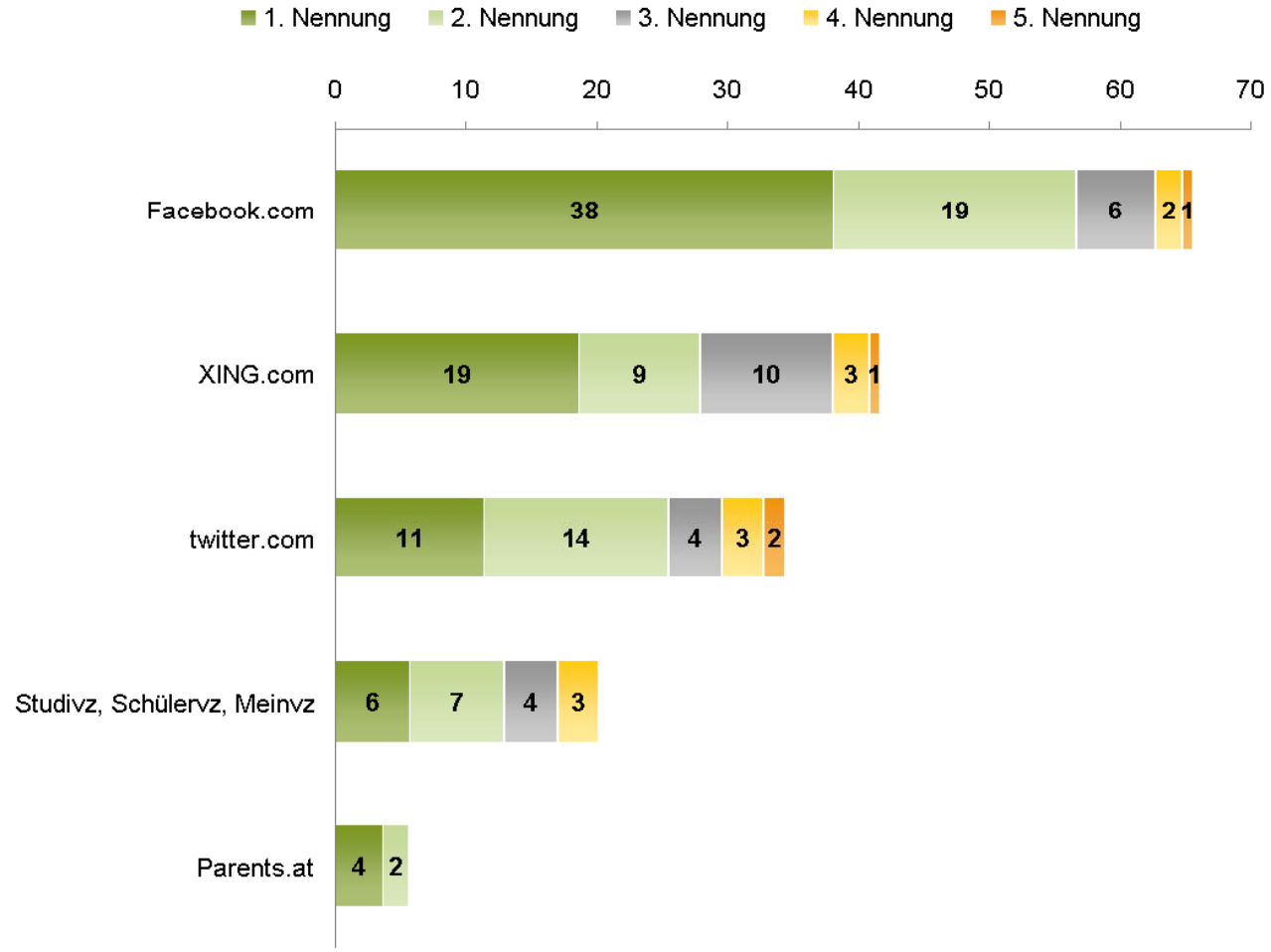
- Zielgruppe: User von Online-Foren und Social Communities
- Alter: 20 – 49, Wien und NÖ
- Befragungszeitraum: 17.-22. Juni 2009
- Stichprobengröße: n= 247

#### Zielsetzung > Nutzungsverhalten und Userstruktur aufdecken

- Bekanntheit und Nutzung von Foren und Communities
- Nutzerstruktur einzelner Foren und Communities
- Motive der Nutzung
- Einstellung zu Foren und Communities
- Relevanz von Social Media in der Werbung

# Die ungestützten Top 5 Foren & Communities

Frage 3: Welche Foren besuchst Du am liebsten? (offene Frage)

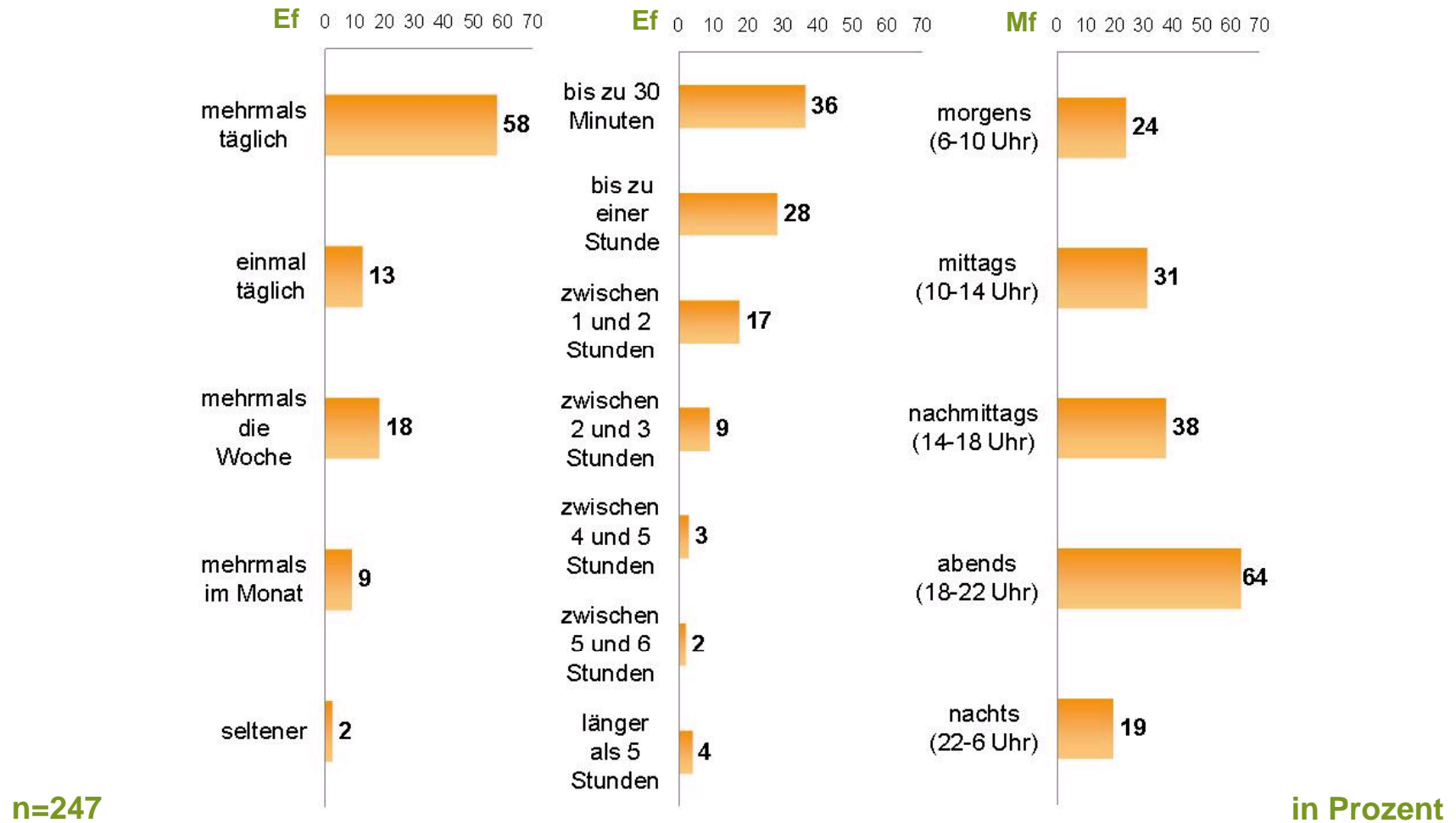


n=247

in Prozent

# Nutzungsintensität von Foren & Communities

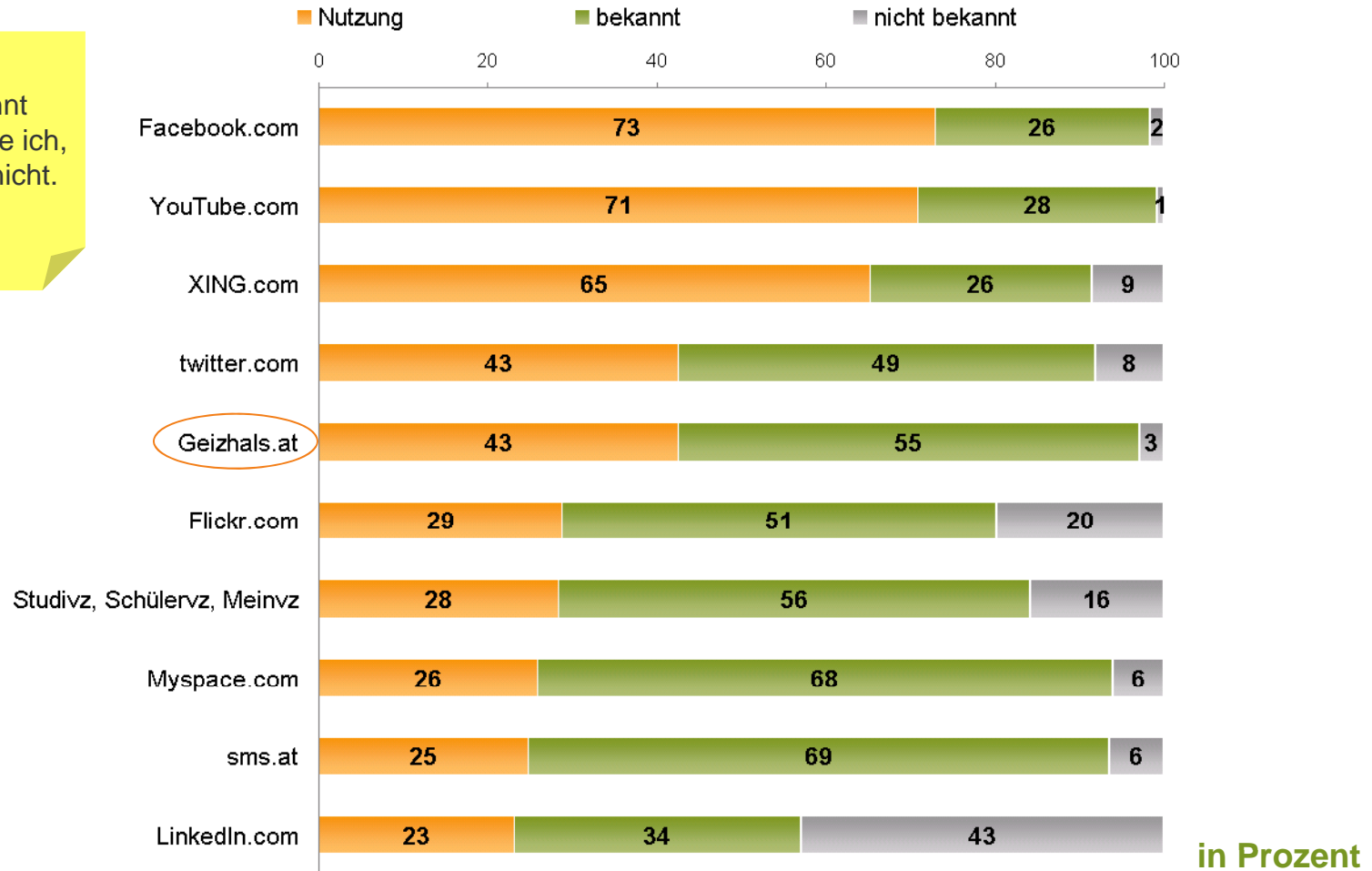
Frage 4, 5, 6: Wie oft nutzt Du Social Communities? Wie lange? Zu welchen Zeiten?



# Bekanntheit & Nutzung – Top 10 Foren & Communities

Frage 7, 8: Welche Communities etc. sind Dir bekannt, welche nutzt Du?

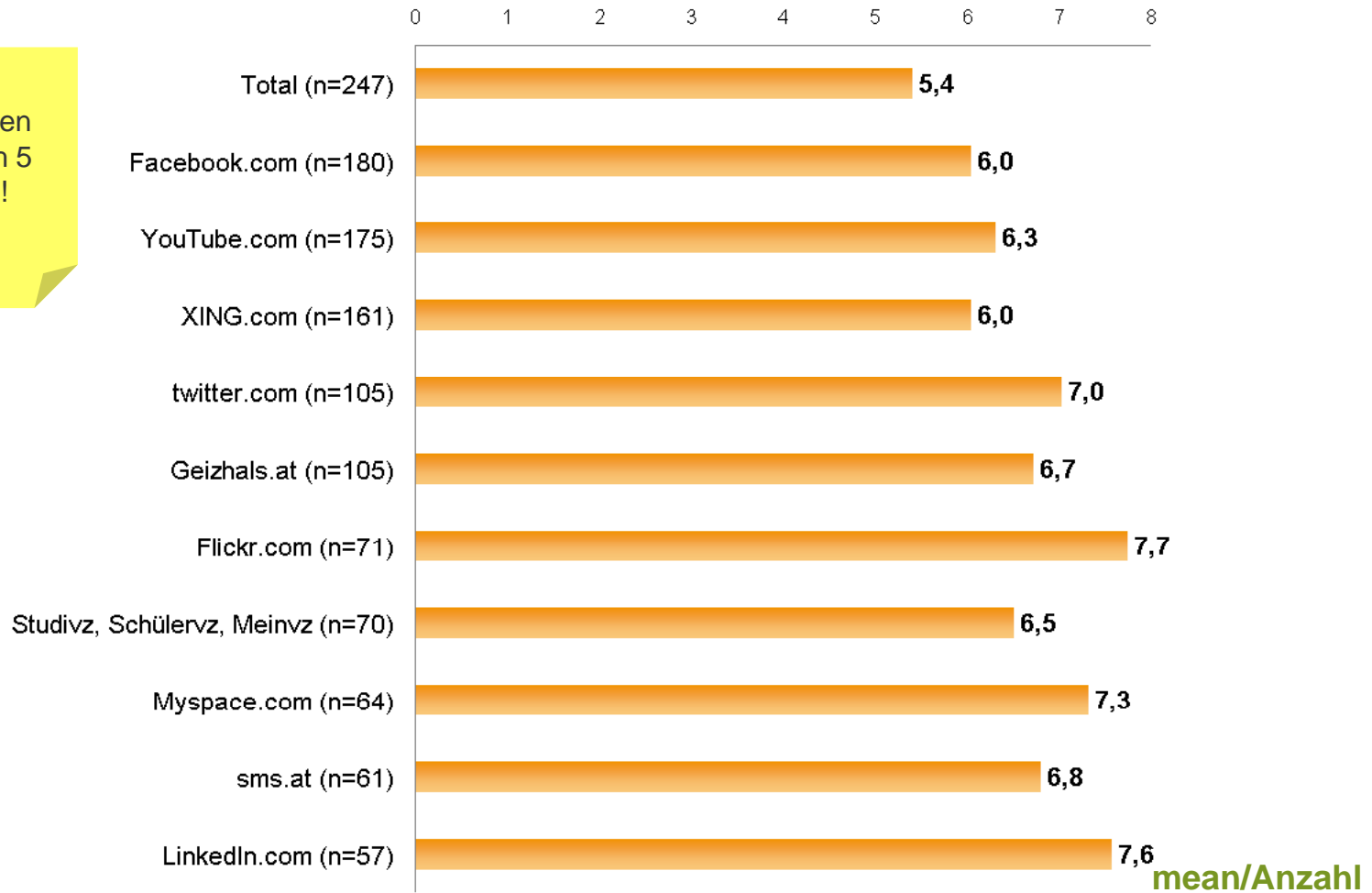
„ist mir bekannt  
bekannt“ = kenne ich,  
nutze ich aber nicht.



# Durchschnittliche Anzahl genutzter Foren

Frage 7, 8: Welche Communities etc. nutzt Du?

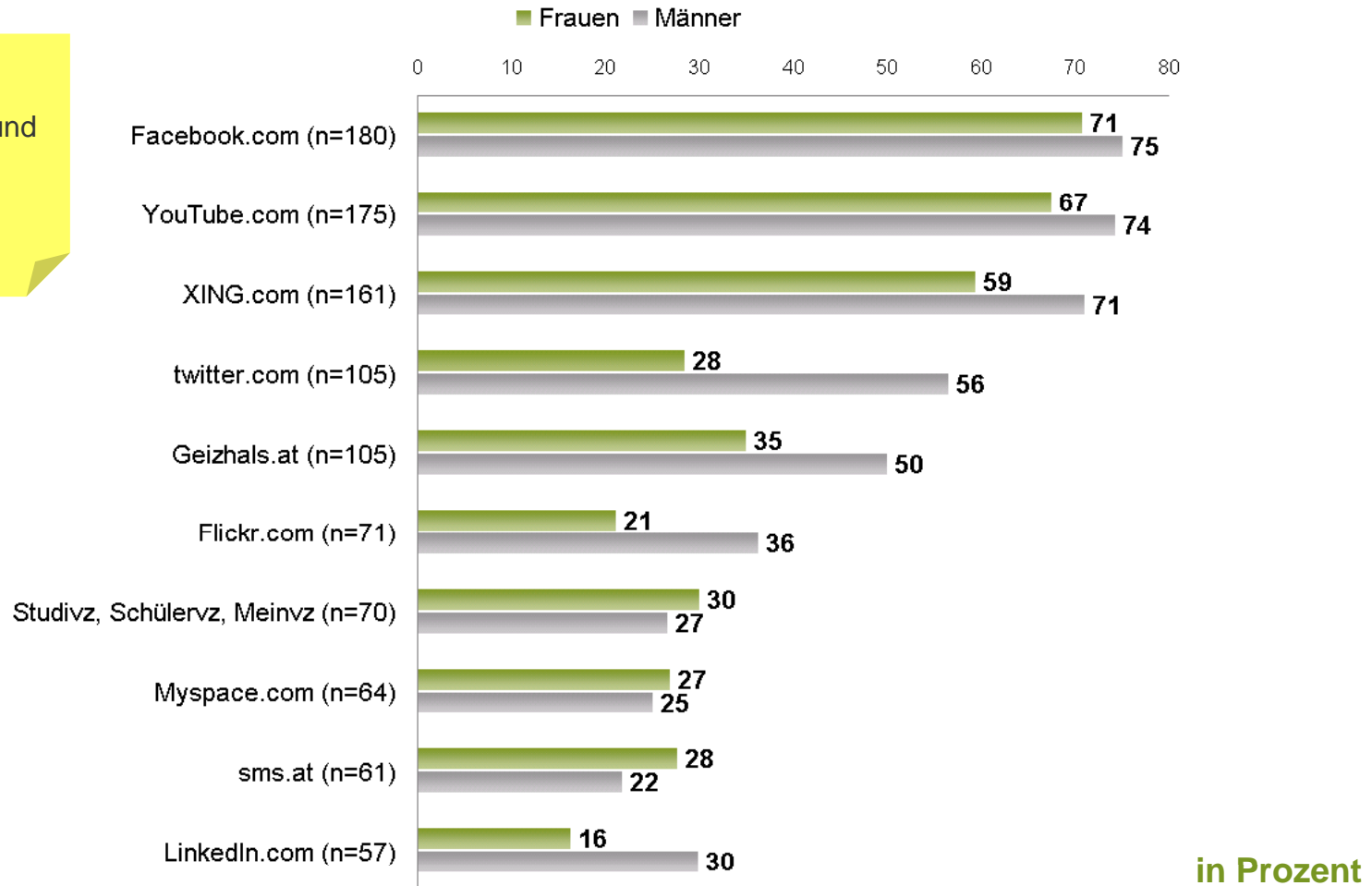
Die Users nutzen durchschnittlich 5 Communities!



# Geschlechtsspezifische Nutzung – Top 10 Foren

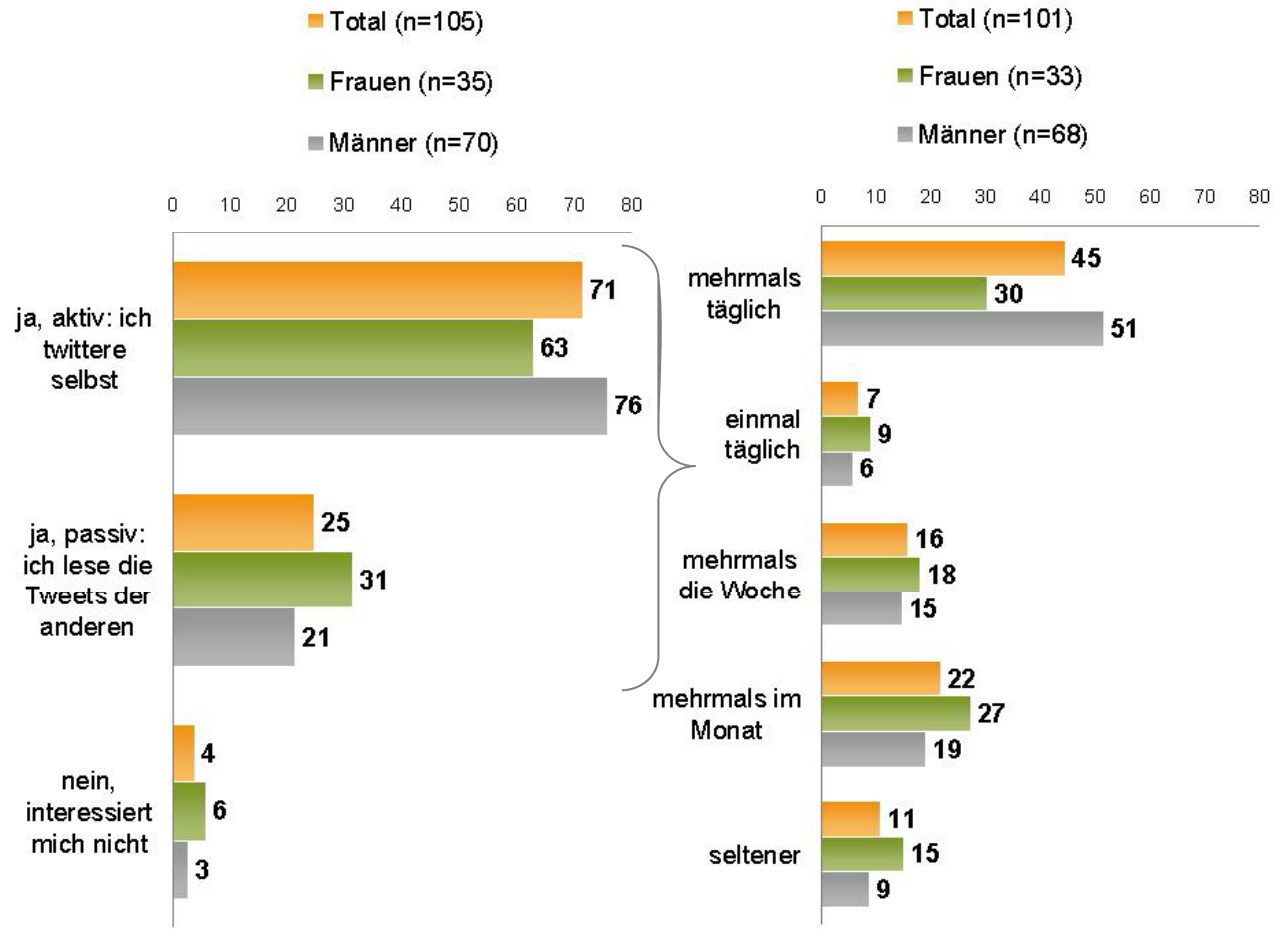
Frage 7, 8: Welche Communities etc. nutzt Du?

XING, twitter, geizhals, Flickr und LinkedIn sind männlich!



# Zwitschern und tweeten

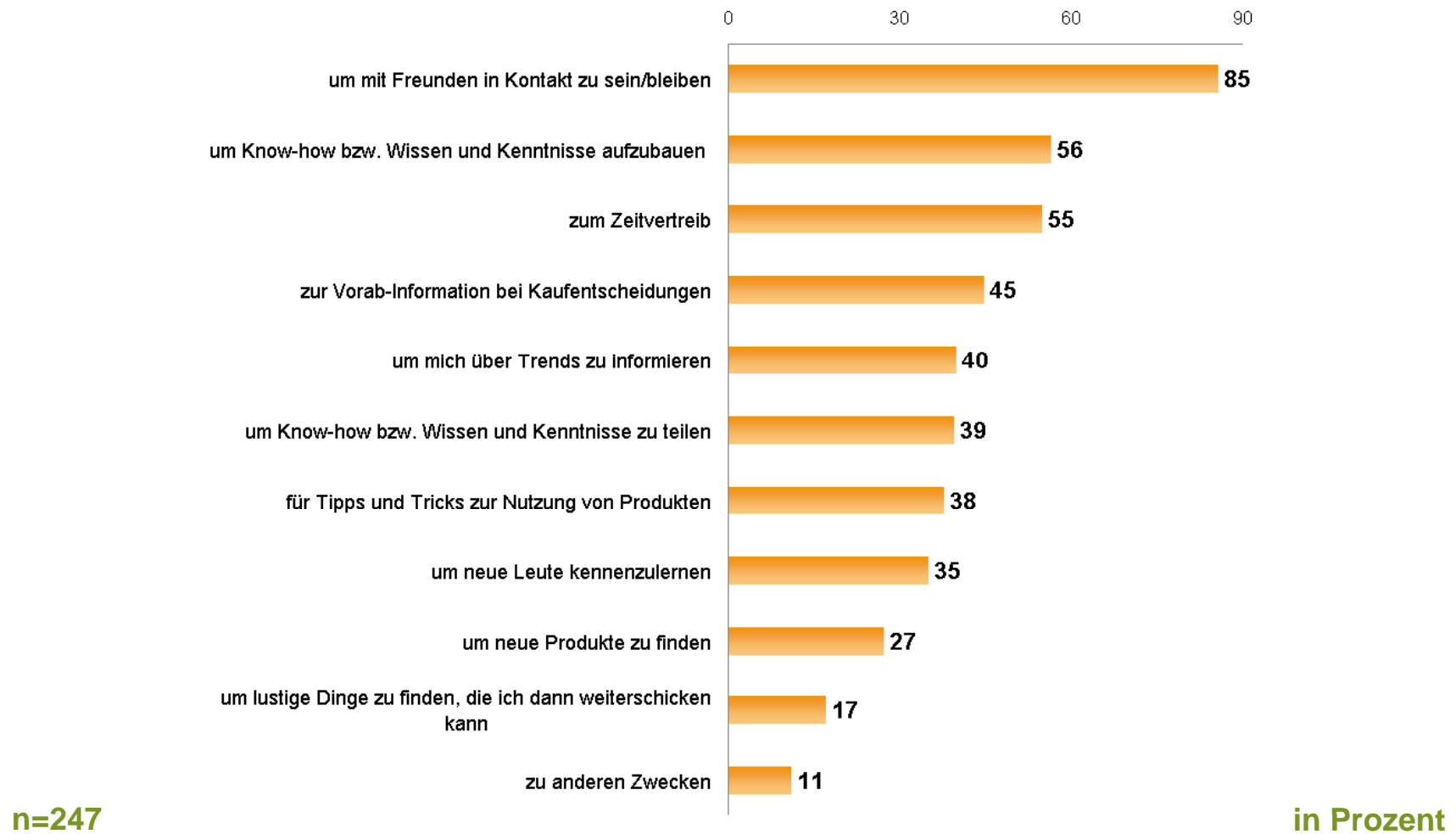
Frage 12, 13: Twitterst Du? Wie häufig?



in Prozent

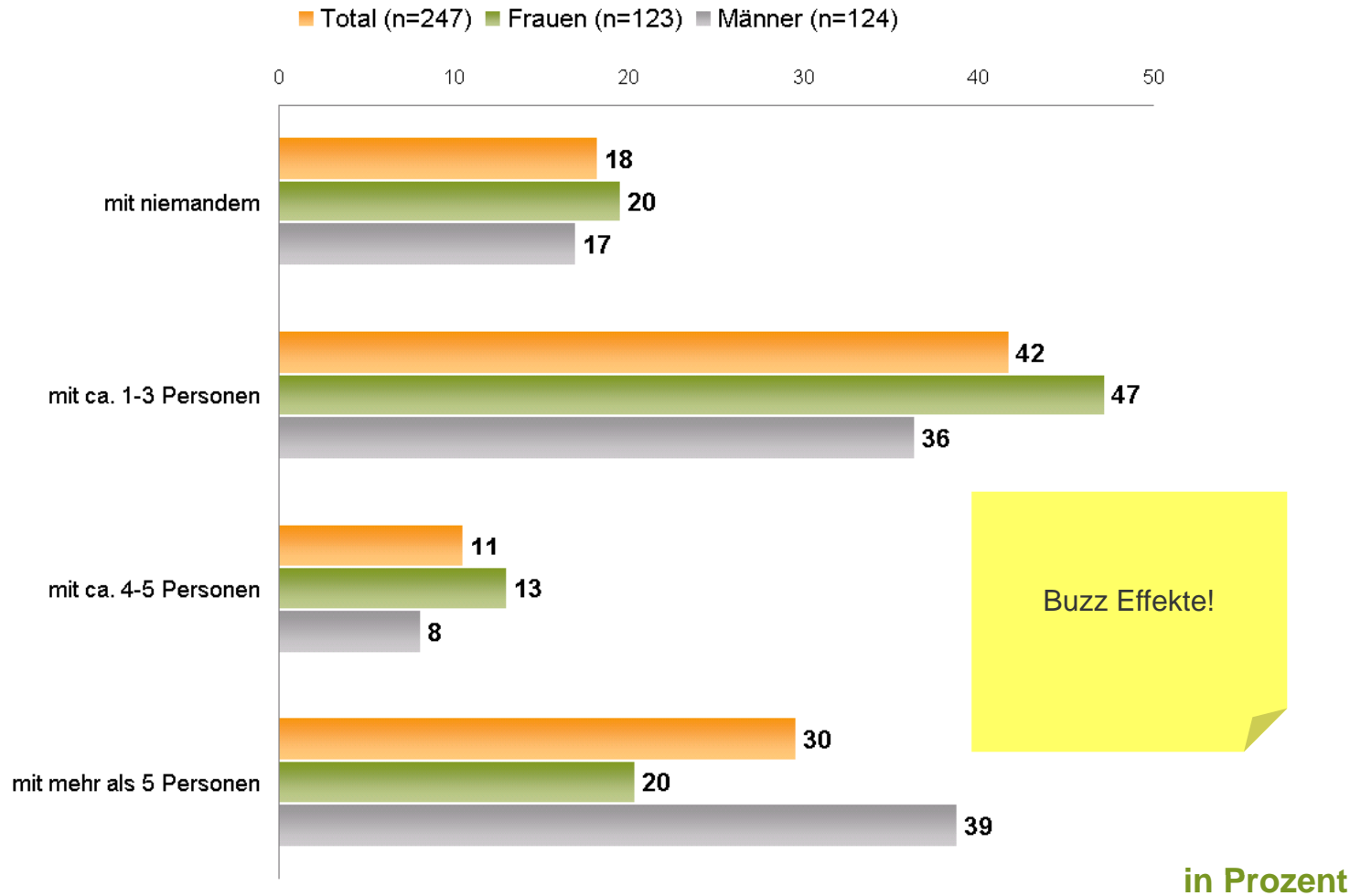
# Nutzungsmotive von Social Media

Frage 14: Zu welchem Zweck nutzt Du Foren, Communities, Blogs am meisten?



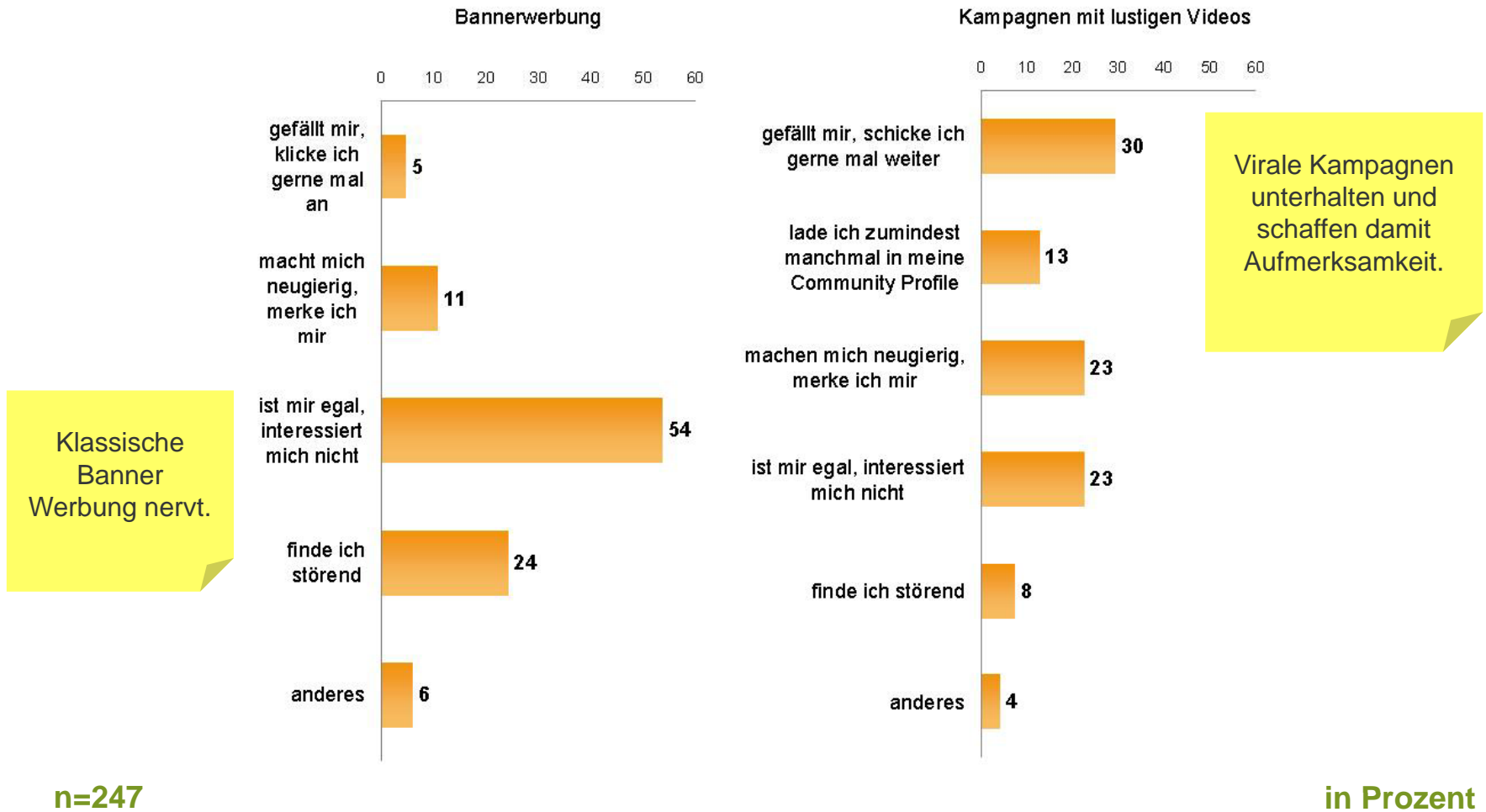
# Erfahrungsaustausch in Social Media

Frage 15: Mit wie vielen Menschen teilst Du täglich Deine Erfahrungen?



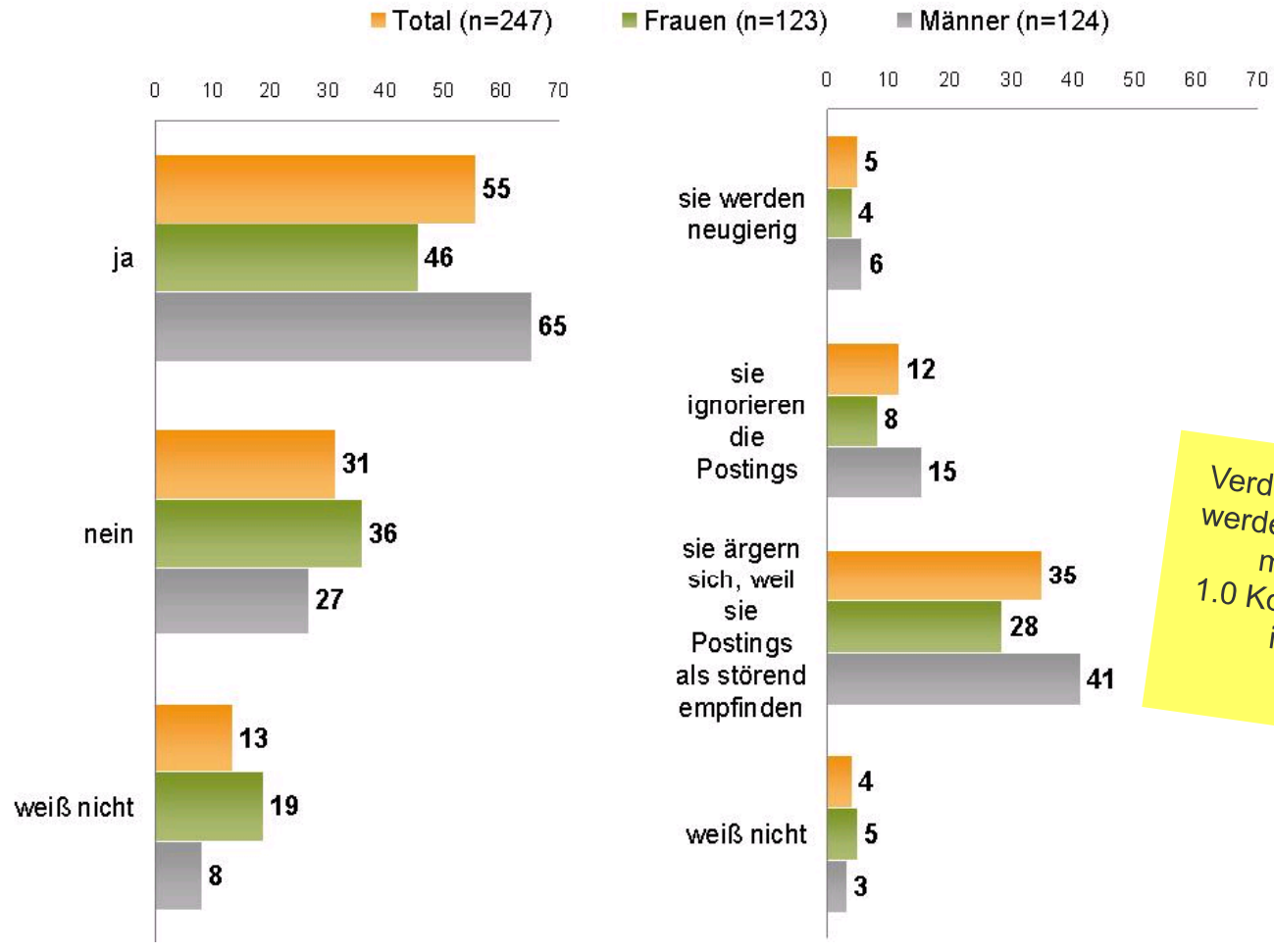
# Akzeptanz von Werbung

Frage 17, 18: Wie findest Du Bannerwerbung? Was hältst Du von lustigen Videos?



# Akzeptanz von Werbung

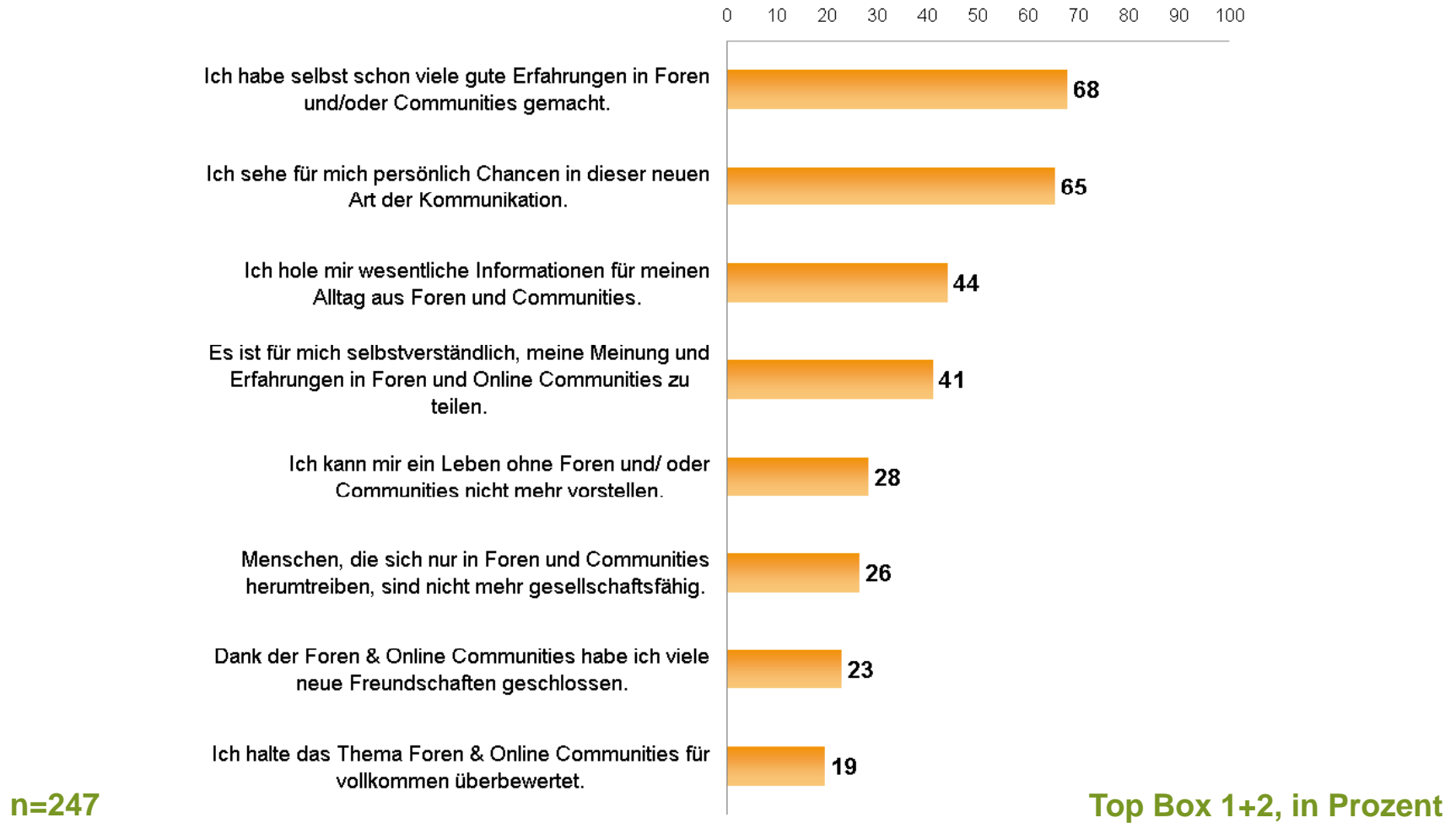
Frage 19, 20: Sind Dir „verdeckte“ Werbe-Postings aufgefallen? Wie reagieren andere?



Verdeckte Aktionen werden entlarvt und missfallen!  
1.0 Kommunikation ist OUT

# Einstellung zu Social Media

Frage 21: Sag mir, inwiefern Du den folgenden Aussagen zustimmst.



## Social Media in der Nutzung

### Social Communities – Plattform für Männer?

---

- Die beliebtesten Social Communities sind Facebook, XING, twitter und youtube
- Die User dieser Foren sind heavy user
  - Sie steigen mehrmals täglich ein und sind im Schnitt 1,3 Stunden/Tag in Social Communities aktiv
  - Sie sind über den Tag verteilt immer wieder aktiv, vor allem abends
- In der Nutzung zeigen sich Unterschiede zwischen Männern und Frauen
  - Social Media scheint die Plattform für Männer zu sein
    - Sie sind neben facebook vermehrt in youtube, XING, twitter, geizhals, flickr, linkedIn unterwegs
    - Frauen weisen eher bei sms.at eine höhere Nutzung als die Männer auf
- Twitter, flickr, myspace, sms, studivz sind Vielen bekannt, die Nutzung allerdings ist (noch) gering
- Knapp ein Drittel twittert aktiv und dies mehrmals täglich

## Der Austausch in Social Communities

Für 28% ist ein Leben ohne virtuellen Austausch nicht mehr denkbar

---

- Die User teilen ihre Erfahrungen mit anderen: 83 % mit ein und oder mehr Personen
  - Frauen tauschen sich eher mit 1-3 Personen aus
  - Männer mit eher mehr als 5 Personen
  - User von twitter und flickr haben den höchsten Anteil an Erfahrungsaustausch > jeweils fast die Hälfte der User mit mehr als 5 Personen
- Knapp ein Drittel der User betreibt einen eigenen Blog
  - Auch hier sind es mehr die Männer
  - Und User, die v.a. in twitter, flickr, linkedIn aktiv sind
- Vor allem Männer machen mit Social Communities gute Erfahrungen, sehen persönliche Chancen, holen sich Informationen für den Alltag und teilen ihre Erfahrungen mit anderen
- Mehr als ein Viertel der User kann sich ein Leben ohne Social Media nicht mehr vorstellen!

## Nutzungsmotive & Investitionsfreude

Kommunikation und Information, Basis für Entscheidungen

---

- Social Media ist die Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen und zu pflegen (85%)
- Der Austausch von Wissen, Kenntnissen und Erfahrungen ist ebenso wichtig
- Social Media wird von knapp der Hälfte auch für Kaufentscheidungen herangezogen
- 40% informieren sich über neue Trends, 27% über neue Produkte
- Frauen nutzen Social Media mehr zur Stützung ihrer Kaufentscheidung, um sich über Tipps und tricks zur Nutzung von Produkten zu informieren und auch um neue Produkte zu finden
- Männer wollen Wissen aufbauen und teilen sowie sich über Trends informieren
- Die User sind sehr investitionswillig in Bezug auf Freizeit, Reisen, Sportartikel, Unterhaltung etc.
  - User von facebook und youtube scheinen die meisten Investitionen tätigen zu wollen

# Setzen Sie ein Zeichen!

---

## Kontakt comrecon°

**Mag. Charlotte Hager**

comrecon° KG

Marktdiagnostik & Strategieberatung

Balthasar-Krauß-Gasse 6 . A-2380 Perchtoldsdorf

c.hager@comrecon.com . +43 1 293 47 25

www.comrecon.com

Die Veröffentlichung oder Vervielfältigung der Studie oder Auszügen davon, bedarf der schriftlichen Genehmigung durch comrecon° oder ambuzzador.

---