

Spectra Aktuell <sup>4/16</sup>

Spectra Social Network Monitor:  
Rasanter Zuwachs hält an –  
50+ Generation in der Welt der Sozialen Netzwerke  
angekommen!



**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](mailto:office@spectra.at), [www.spectra.at](http://www.spectra.at)

**Die Zahlen des letzten Spectra Social Network Monitors sind eindrucksvoll: Der Anteil der täglichen Nutzer sozialer Netzwerke in Österreich stieg seit 2010 rasanter als man vielleicht erwarten möchte. Und mittlerweile sind auch die 50+ Jahrgänge in der Welt der Sozialen Netzwerke angekommen.**

Der Spectra Social Network Monitor erhebt in regelmäßigem Abstand seit 2010 das online-Verhalten der österreichischen Bevölkerung. Die im heurigen März durchgeführte Messung zeigt eine steile Zuwachskurve der Nutzerzahlen über die letzten 6 Jahre.

In Zahlen ausgedrückt: Gaben im Jahr 2010 nur etwa 25% der Befragten an, Nutzer eines sozialen Netzwerks zu sein, so hat sich diese Zahl bis im März 2016 auf 54% mehr als verdoppelt. Mehr als die Hälfte der Österreicher bewegen sich also zumindest in einem der vielen sozialen Netzwerke.

Noch dynamischer stellt sich die Entwicklung dar, wenn man die täglichen Nutzerkreise von Sozialen Netzwerken analysiert. Waren es 2010 12% der Bevölkerung, die zu den täglichen Nutzern zu zählen sind, so hat sich deren Anteil bis 2016 mehr als verdreifacht (auf 37% der Bevölkerung).

Hier lohnt sich auch ein Blick auf die unterschiedlichen Altersgruppen. Es überrascht nicht, dass die intensivsten Nutzer in den jüngeren

Bevölkerungskreisen (zwischen 15 und 29 Jahren) mit einer täglichen Nutzungsrate von 71% zu finden sind. Im Vergleich zum Jahr 2010 (damals 30%) hat sich in dieser Altersgruppe die tägliche Nutzung mehr als verdoppelt. In der mittleren Altersgruppe der 30-40jährigen entspricht der Anstieg der täglichen Nutzerkreise mit einer Verdreifachung von 13% in 2010 auf 40% in 2016 auch dem Anstieg in der österreichischen Gesamtbevölkerung.

Das wirklich Bemerkenswerte: In der Altersgruppe 50+ lässt sich eine „Versechzehnfachung“ (!) von 1% täglicher Nutzer sozialer Netzwerke im Jahr 2010 auf mittlerweile 16% feststellen.

**Die 50+ Generation ist in der Welt der Sozialen Netzwerke angekommen. Diese Altersgruppe wird also auch als Zielgruppe für Social Media-Marketing zunehmend attraktiver. Die Chancen, Zielpersonen dieser Altersgruppe zu erreichen, haben deutlich zugenommen.**

Einen besonders deutlichen Anstieg bei den täglichen Nutzern gab es – auf ohnedies hohem

Niveau – auch bei Personen mit höheren Bildungsabschlüssen wie Matura und/oder Uni. Fast die Hälfte (46%) der Maturanten und Akademiker sind mittlerweile täglich in Sozialen Netzwerken anzutreffen.

Interessant ist auch zu beobachten, dass besonders bei weniger intensiven Internet-Nutzern wie den „Twenties light users“ (lt. unseren Spectra Onliner-Segmenten) die Nutzungsintensität sozialer Netzwerke deutlich zunimmt.

Der größte Nutznießer dieser Entwicklung ist das ohnehin schon lange als „Platzhirsch“ geltende Facebook. Vor allem bei Personen mit Matura/Uniabschluss und jungen Personen mit bis dato eher durchschnittlicher Internet-Nutzung wie den „Twenties light users“ konnte die tägliche Nutzung klar ausgebaut werden.

Letztlich kann Facebook mit einer Gesamtreichweite von 46% seine Marktführerschaft einzementieren. Der zweite, Youtube, folgt mit nur 23% bereits in deutlichem Respektabstand. Twitter und XING können zwar ihre Reichweiten ausbauen, befinden sich aber beide in einer

Größenordnung von unter 10% der Gesamtbevölkerung in Österreich. Das erstmals gemessene Business-Network LinkedIn bringt es auf 2%.

**Fazit: Im Sinne der Fragestellung, welche Zielgruppen über Social Media Marketing erreichbar sind, zeigt die Studie zwei wesentliche Erkenntnisse: Zum einen erreichen soziale Netzwerke mehr und mehr auch Bevölkerungsgruppen höheren Alters, insbesondere die 50+ Generation. Social Media Marketing kann und soll auch mehr auf ältere Zielgruppen ausgerichtet werden.**

**Und zum anderen nimmt der tägliche Nutzerkreis bzw. die Nutzungsfrequenz auch in Gruppen mit bisher nur durchschnittlicher Nutzung (höherer Bildungsgrad, Twenties light users) zu – wodurch sich generell die Kontaktchancen für Social Media Campaigning in breiten Teilen der Bevölkerung erhöhen.**

---

#### Erhebungscharakteristik

**Stichprobe:** n=1.058 Personen, repräsentativ für die österr. Bevölkerung ab 15 Jahre

**Methodik:** Quotaverfahren, Persönliche Interviews

**Umfrage:** MTU 22-1931

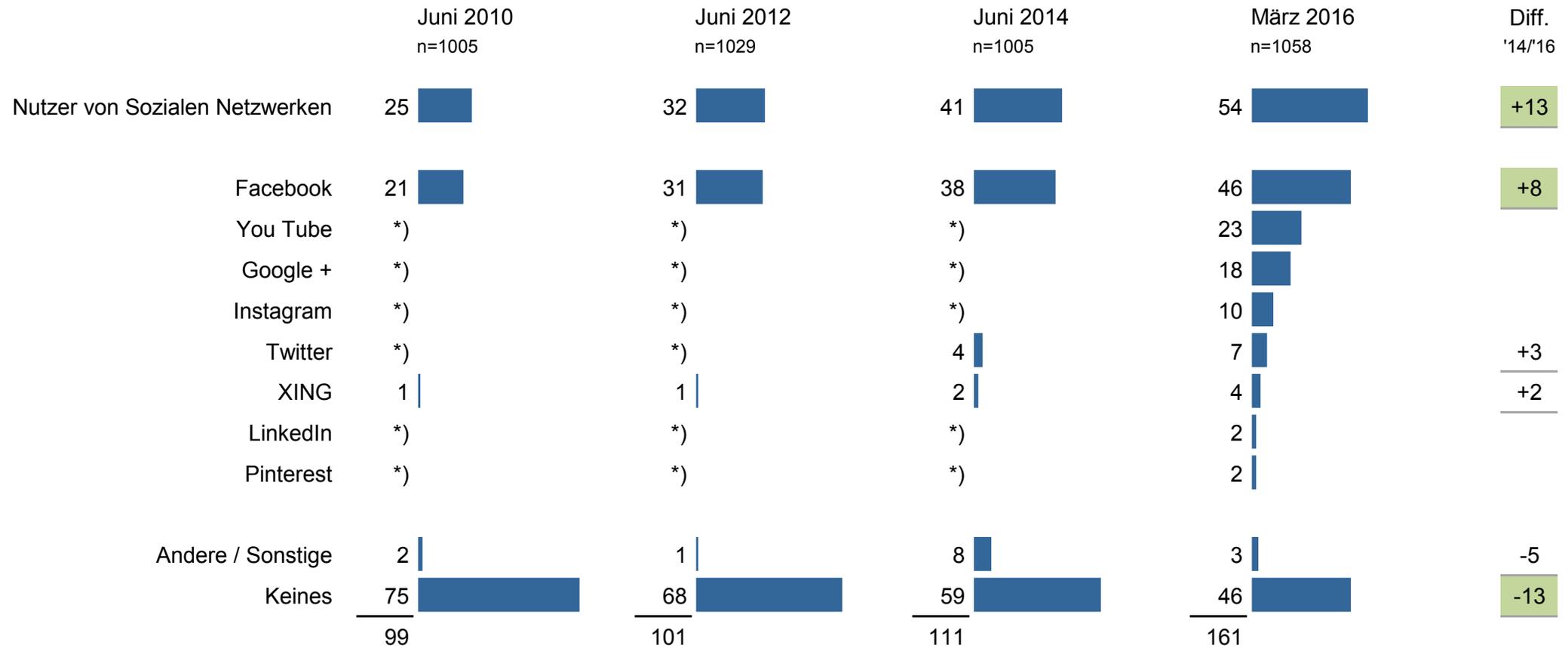
**Feldzeit:** März 2016

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

# Die Gesamtnutzerkreise von Sozialen Netzwerken (Trend)

Frage C8: Welche dieser Sozialen Netzwerke nutzen Sie regelmäßig, ich meine, in welchen Sozialen Netzwerken bewegen Sie sich regelmäßig aktiv?  
Frage C8a: Und welche Sozialen Netzwerke nutzen Sie zumindest gelegentlich?

Basis: Österreichische Bevölkerung / Angaben in %

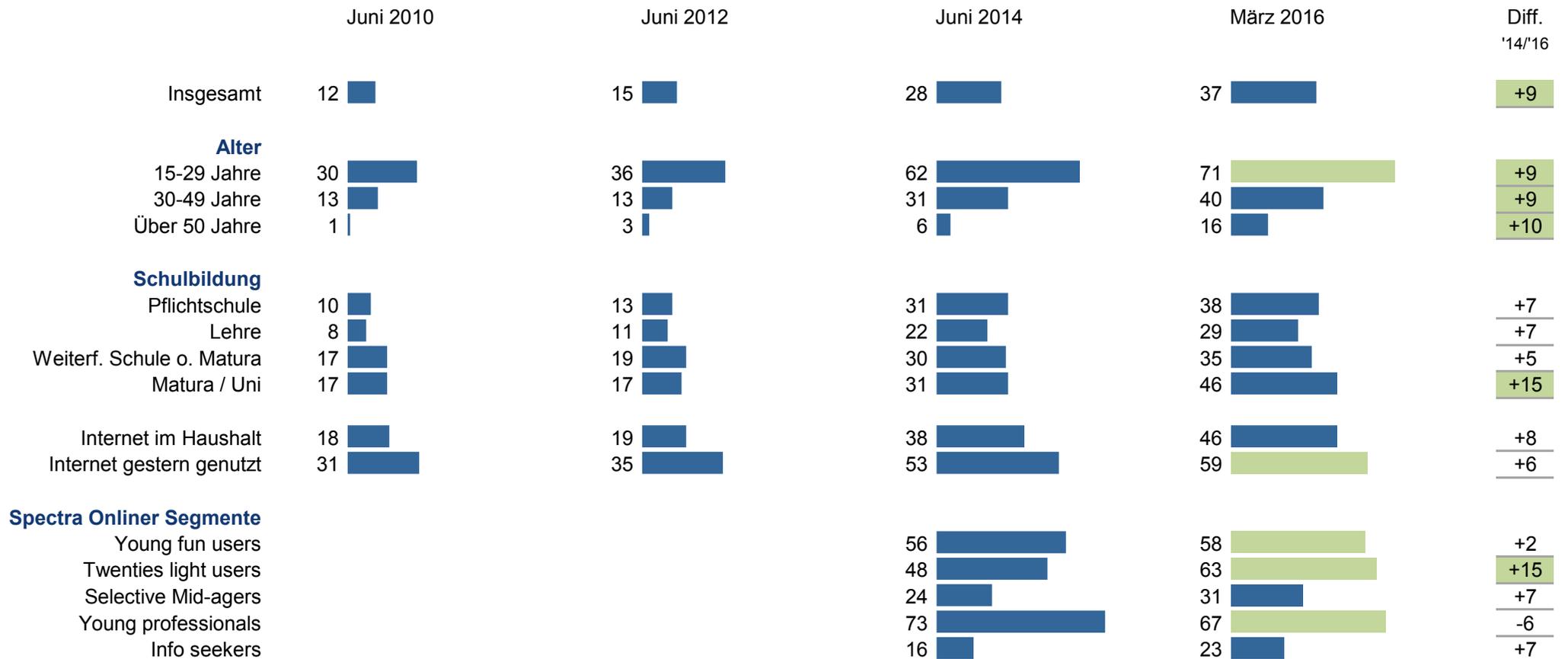


\*) nicht erhoben

# Die täglichen Nutzerkreise von Sozialen Netzwerken nach Demografie (Trend)

Frage C9: 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 täglichen Nutzerkreise von Facebook nach Demografie (Trend)

Frage C9a: In welchem dieser Sozialen Netzwerke waren Sie gestern aktiv?

Basis: Österreichische Bevölkerung / Angaben in %

