

Social Platform Profiler

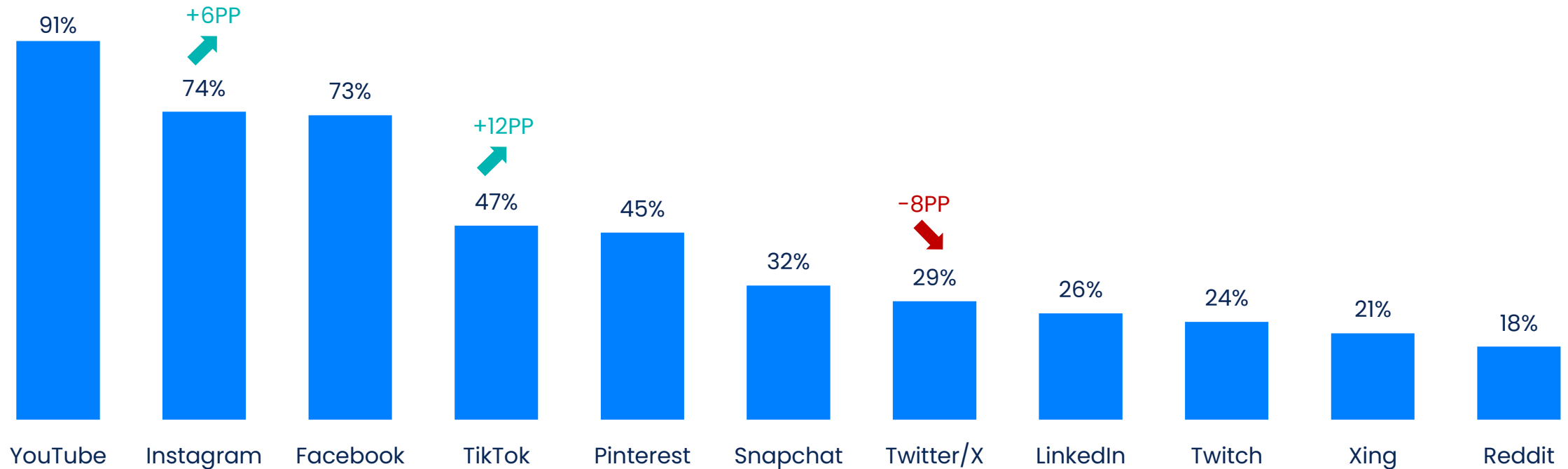
Ergebnisse aus Q4 2023

Mai 2024

Die repräsentative Studie „Social Platform Profiler“ wird zu Beginn eines jeden Jahres durch die Expertinnen und Experten der zentralen GroupM-Forschungseinheit veröffentlicht. Ziel dieser Studie ist es, aktuelle Veränderungen in der Nutzung der elf wichtigsten sozialen Netzwerke (Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Reddit, Snapchat, TikTok, Twitch, Twitter/X, Xing, YouTube) fortlaufend aufzudecken und im Zeitverlauf zu beleuchten. Für die aktuelle Erhebung wurden deutschlandweit im Rahmen einer Online-Befragung 3.009 Social Media-Nutzer:innen zwischen 16 und 59 Jahren im Zeitraum vom 14. September bis 28. Oktober 2023 befragt.

Die Nutzung von Instagram und TikTok wächst deutlich gegenüber dem Vorjahr, Twitter/X verliert hingegen kräftig

Nutzung je Netzwerk im Vergleich
(Pfeile zeigen auffällige Veränderungen gegenüber 2022)



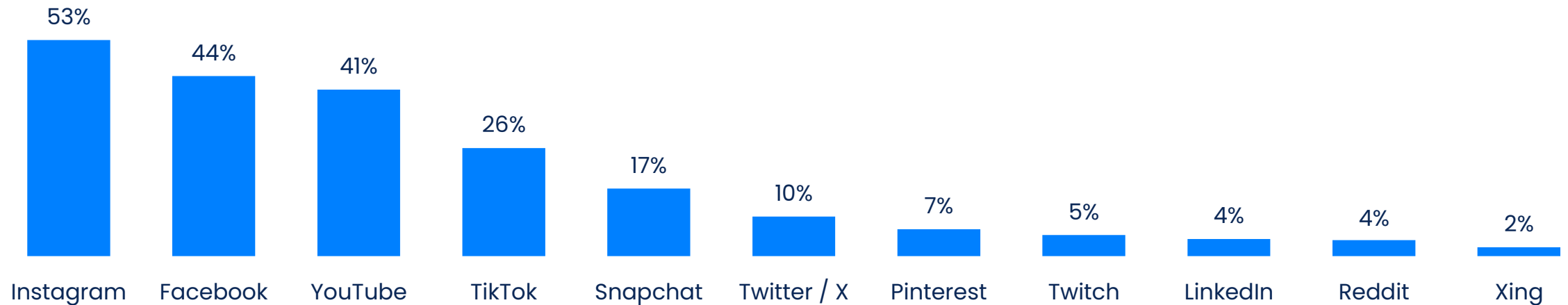
Social Platform Profiler

ist eine jährlich durchgeführte, repräsentative Studie der Forschungsunit von **GroupM**. Sie sammelt detaillierte und unabhängige Informationen über das Nutzungsverhalten auf sozialen Netzwerken in Deutschland.

Methode: Onlinebefragung, Q4/2023 (Erhebungszeitraum vom 14. September bis 28. Oktober), Nutzungsverhalten von n=3.009 Personen in Deutschland im Alter zwischen 16 und 59 Jahren.
Frage: Bitte geben Sie an, wie häufig Sie die folgenden sozialen Netzwerke nutzen (Alle Items außer "nie" zusammengefasst.). | Basis (Gesamt): N=3.009

Mehr als die Hälfte der Befragten nutzt Instagram täglich, bei Facebook und YouTube sind es noch über 40 Prozent

Häufigkeit der täglichen Nutzung je Netzwerk



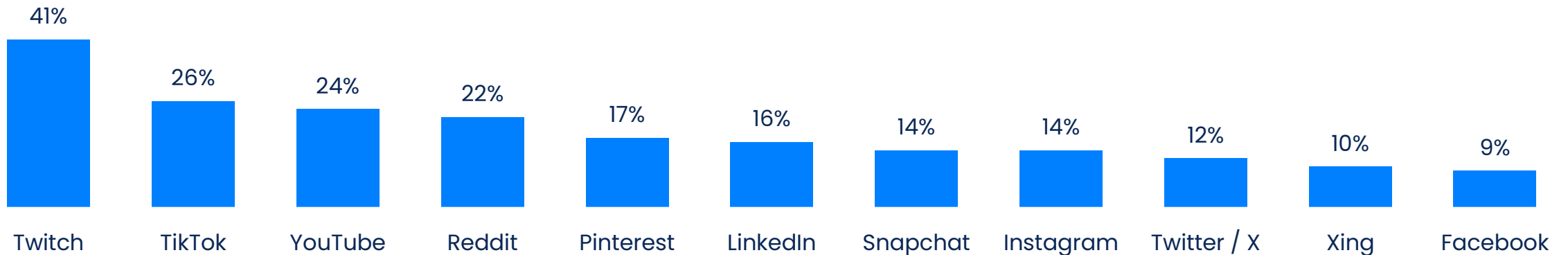
Social Platform Profiler

ist eine jährlich durchgeführte, repräsentative Studie der Forschungsunit von **GroupM**. Sie sammelt detaillierte und unabhängige Informationen über das Nutzungsverhalten auf sozialen Netzwerken in Deutschland.

Methode: Onlinebefragung, Q4/2023 (Erhebungszeitraum vom 14. September bis 28. Oktober), Nutzungsverhalten von n=3.009 Personen in Deutschland im Alter zwischen 16 und 59 Jahren.
Frage: Bitte geben Sie an, wie häufig Sie die folgenden sozialen Netzwerke nutzen (Items „täglich“ und „mehrmals täglich“). | Basis (Gesamt): N=3.009

Jeweils ca. ein Viertel der täglichen Nutzer:innen von TikTok und YouTube nutzen die Plattform 3 Stunden oder länger ^{group^m}

Nutzungsdauer von 3 Stunden oder mehr unter täglichen Nutzer:innen je Netzwerk



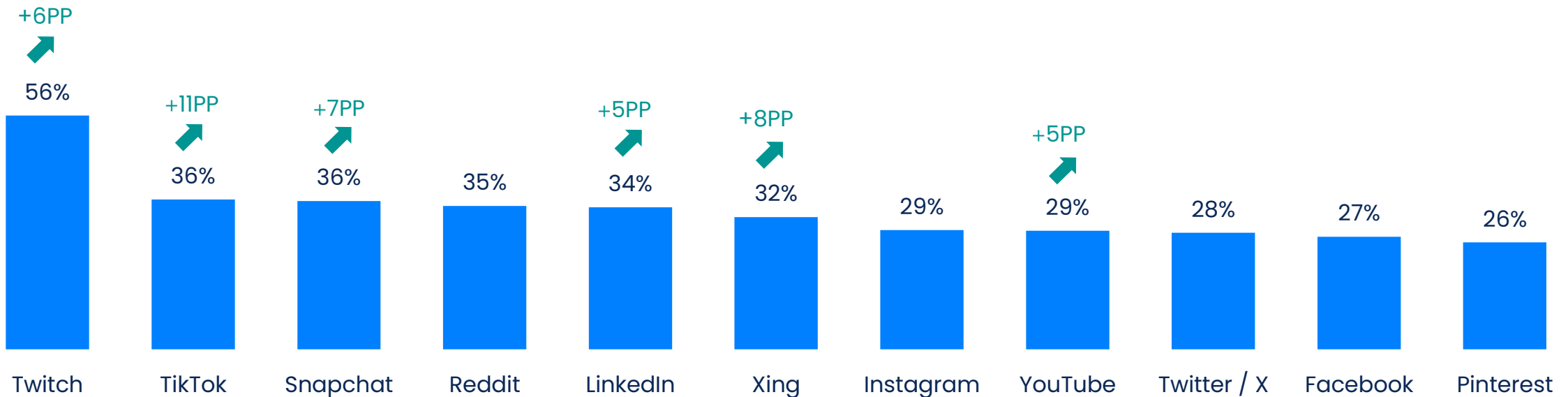
Social Platform Profiler

ist eine jährlich durchgeführte, repräsentative Studie der Forschungsunit von **GroupM**. Sie sammelt detaillierte und unabhängige Informationen über das Nutzungsverhalten auf sozialen Netzwerken in Deutschland.

Methode: Onlinebefragung, Q4/2023 (Erhebungszeitraum vom 14. September bis 28. Oktober), Nutzungsverhalten von n=3.009 Personen in Deutschland im Alter zwischen 16 und 59 Jahren.
Frage: Und wie viele Stunden am Tag nutzen Sie die folgenden sozialen Netzwerke/Plattformen? (Alle Items ab 3 Stunden Nutzungsdauer zusammengefasst.) | Basis (jeweilige tägliche Nutzer:innen): N=69-1.582

Immer mehr Nutzer:innen geben Geld direkt auf Social Media aus. Twitch liegt dabei mit großem Abstand auf Platz 1

Kauf direkt auf dem jeweiligen Netzwerk
(Pfeile zeigen auffällige Veränderungen gegenüber 2022)



Social Platform Profiler

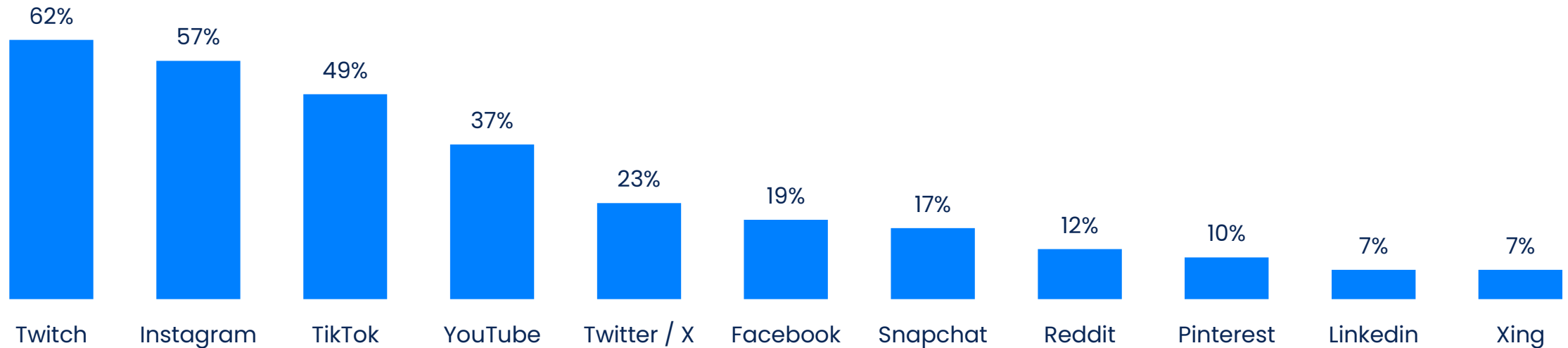
ist eine jährlich durchgeführte, repräsentative Studie der Forschungsunit von **GroupM**. Sie sammelt detaillierte und unabhängige Informationen über das Nutzungsverhalten auf sozialen Netzwerken in Deutschland.

Methode: Onlinebefragung, Q4/2023 (Erhebungszeitraum vom 14. September bis 28. Oktober), Nutzungsverhalten von n=3.009 Personen in Deutschland im Alter zwischen 16 und 59 Jahren.

Frage: Haben Sie auf den folgenden sozialen Netzwerken schon einmal Geld ausgegeben, sei es durch Spenden oder Abos für Influencer oder Kanäle, Pro-Mitgliedschaften oder in integrierten Shops? (Alle Items außer "nie" zusammengefasst.). | Basis (jeweilige Nutzer:innen): N=367-2.524

Twitch ist die Plattform, die von Nutzer:innen am ehesten dazu genutzt wird, um Influencern/Streamern zu folgen

Folgen von Influencern und Prominenten



Social Platform Profiler

ist eine jährlich durchgeführte, repräsentative Studie der Forschungsunit von **GroupM**. Sie sammelt detaillierte und unabhängige Informationen über das Nutzungsverhalten auf sozialen Netzwerken in Deutschland.

Methode: Onlinebefragung, Q4/2023 (Erhebungszeitraum vom 14. September bis 28. Oktober), Nutzungsverhalten von n=3.009 Personen in Deutschland im Alter zwischen 16 und 59 Jahren.
Frage: Sie haben angegeben, dass Sie die sozialen Netzwerke nutzen, um Inhalten zu folgen. Welchen Inhalten folgen Sie genau? (Item: Influencer / Prominente). | Basis (jeweilige Nutzer:innen, die auf den Netzwerken Inhalten folgen): N=297-2.235

DISCLAIMER / LEGAL NOTICE

The intellectual and industrial property rights (copyrights, trademark rights, patent rights, all other property rights or rights of use, etc.) which result from the work, services and conditions (presentations, concepts, etc.) proposed or presented by GroupM Germany remain the property of GroupM Germany. The client is not entitled to rent, loan, lease, sell or otherwise make such accessible to third parties in any form whatsoever, in whole or in part, whether for payment or gratuitously, without the express written consent of GroupM Germany.

Each and every, even partial, use of the work, services and conditions (presentations, concepts, etc.) proposed or presented by GroupM Science with the aim of the conclusion of a contract, whether protected by copyright or not, shall require the prior consent of GroupM. This shall also apply for use in a modified or processed form as well as for the use of the ideas underlying the work and services of GroupM Germany.

Insofar as data/information from The Nielsen Company is made available to the client by the agency, the client warrants that it will treat this data/information confidentially, use it only internally and not pass it on for its part. Attention: The right of use exists only in Germany!