

Licht im Dschungel der Hypes
*Wo stehen digitale und soziale Medien
in Deutschland wirklich?*
10. Oktober 2012

Dirk Steffen
*Stv. Geschäftsführer
TNS Infratest*

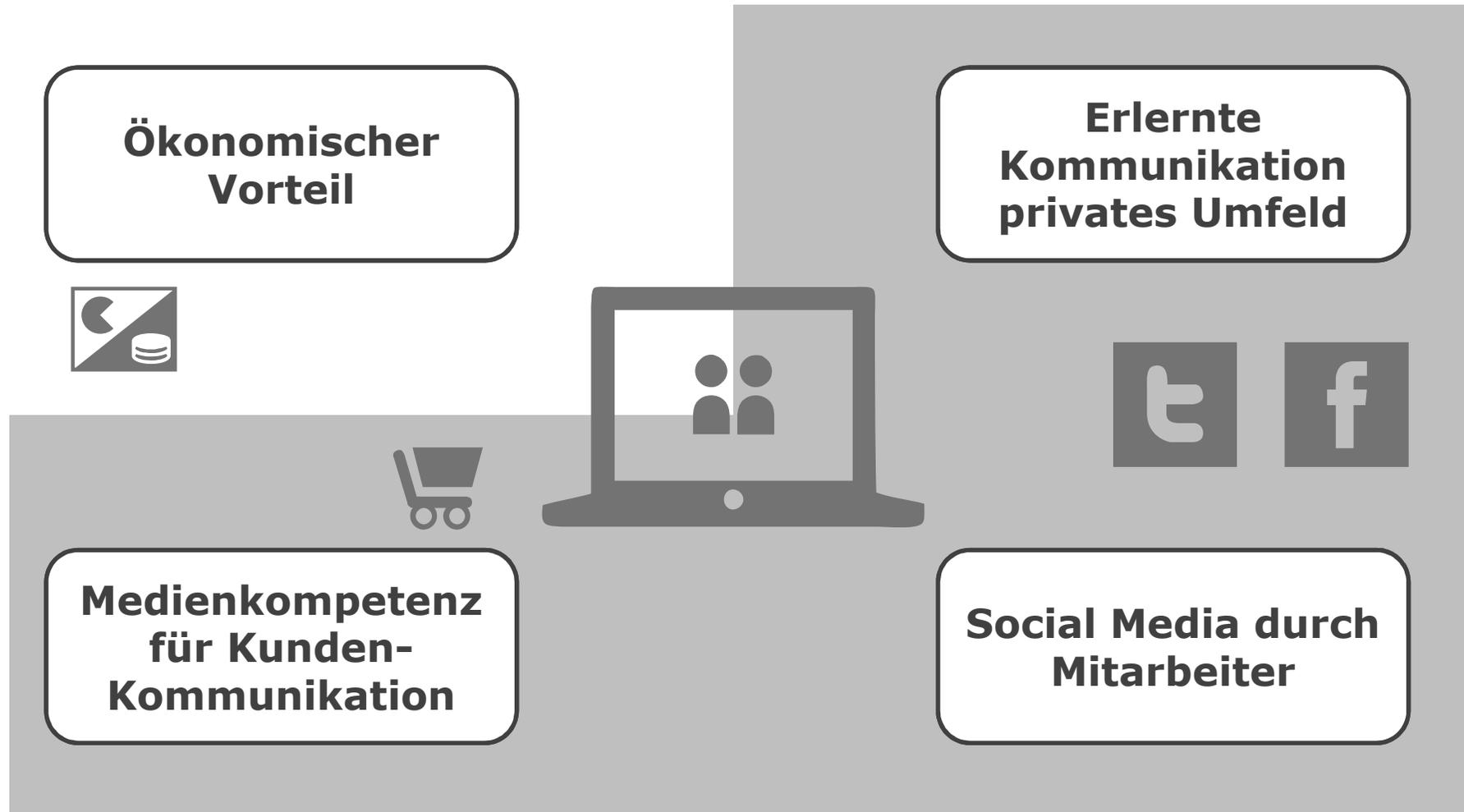


TNS Infratest

Licht im Dschungel der Hypes

©TNS 2012

Treiber für innerbetriebliche Kommunikationslösungen



76% der Deutschen **nutzen das Internet**,
bei den **unter 50-Jährigen** sind es bereits
über 90%

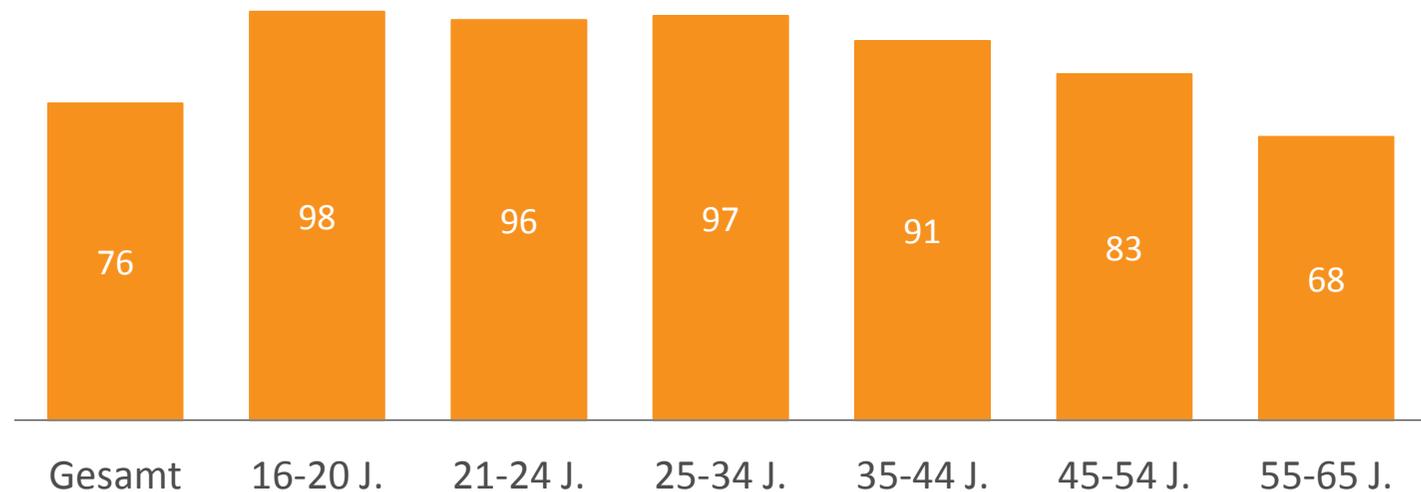
Quelle: (N)Onliner Atlas 2012; Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren (n=30.195)



TNS Infratest
Licht im Dschungel der Hypes
©TNS 2012

Die unter 34-Jährigen sind fast ausschließlich online – 2-3 Stunden täglich

Internetnutzung* (%)



Stunden Online (pro Woche)**

16 | 23 | 21 | 16 | 14 | 13 | 17

*Quelle: (N)Onliner Atlas 2012; Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren (n=30.195)

** Quelle: Digital Life; Grundgesamtheit: Internetnutzer zwischen 16 und 65 Jahren in Deutschland (n=4.026)



TNS Infratest

Licht im Dschungel der Hypes

©TNS 2012

Smartphones treiben die **Internetnutzung**

– vor allem bei **Jüngeren**



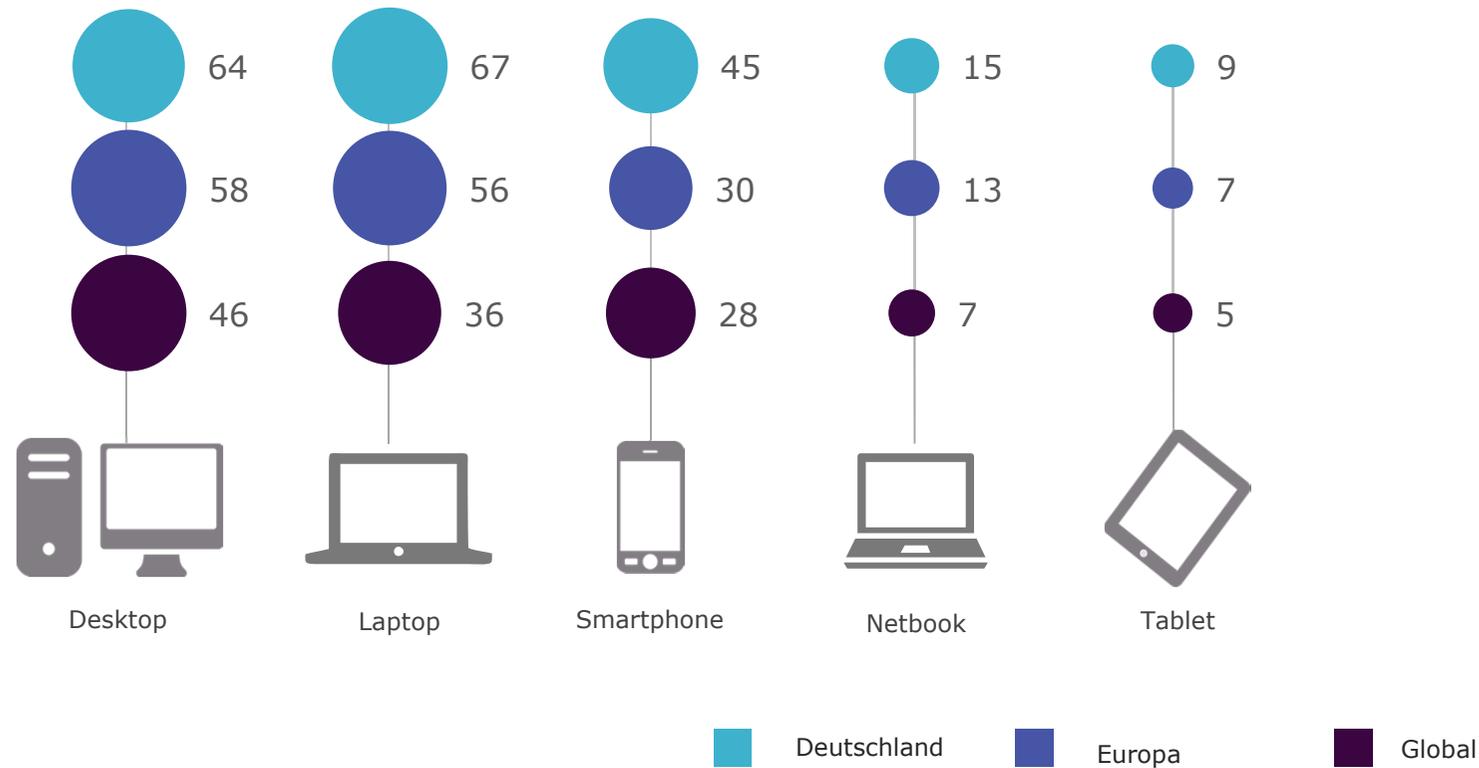
TNS Infratest

Licht im Dschungel der Hypes

©TNS 2012

Fast jeder Deutsche besitzt inzwischen ein Mobiltelefon

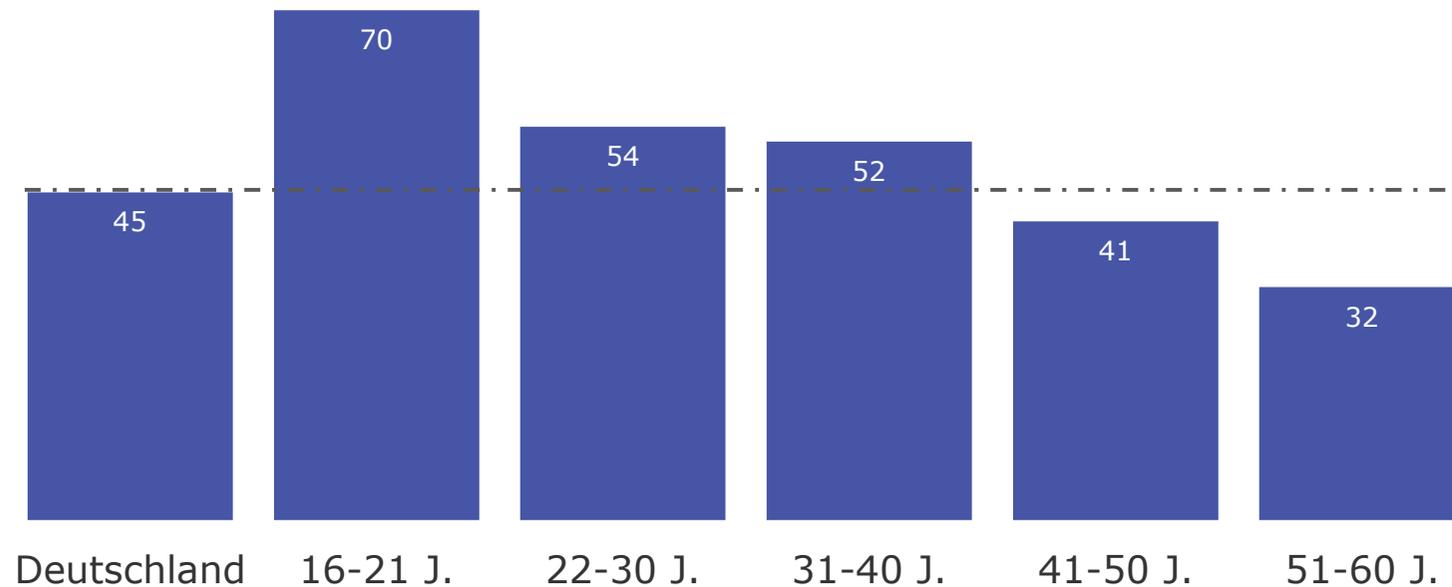
Genutzte Endgeräte



Quelle: Mobile Life;
Grundgesamtheit: Internetnutzer zwischen 16 und 60 Jahren (Deutschland: 1.002, Europa: 14.443; Global: 47.577)

Vor allem die jüngeren Deutschen nutzen Smartphones

Smartphone Nutzung



Quelle: Mobile Life;
Grundgesamtheit: Internetnutzer zwischen 16 und 60 Jahren (Deutschland: 1.002)



Soziale Medien finden ihren **festen Platz** in
der Kommunikation

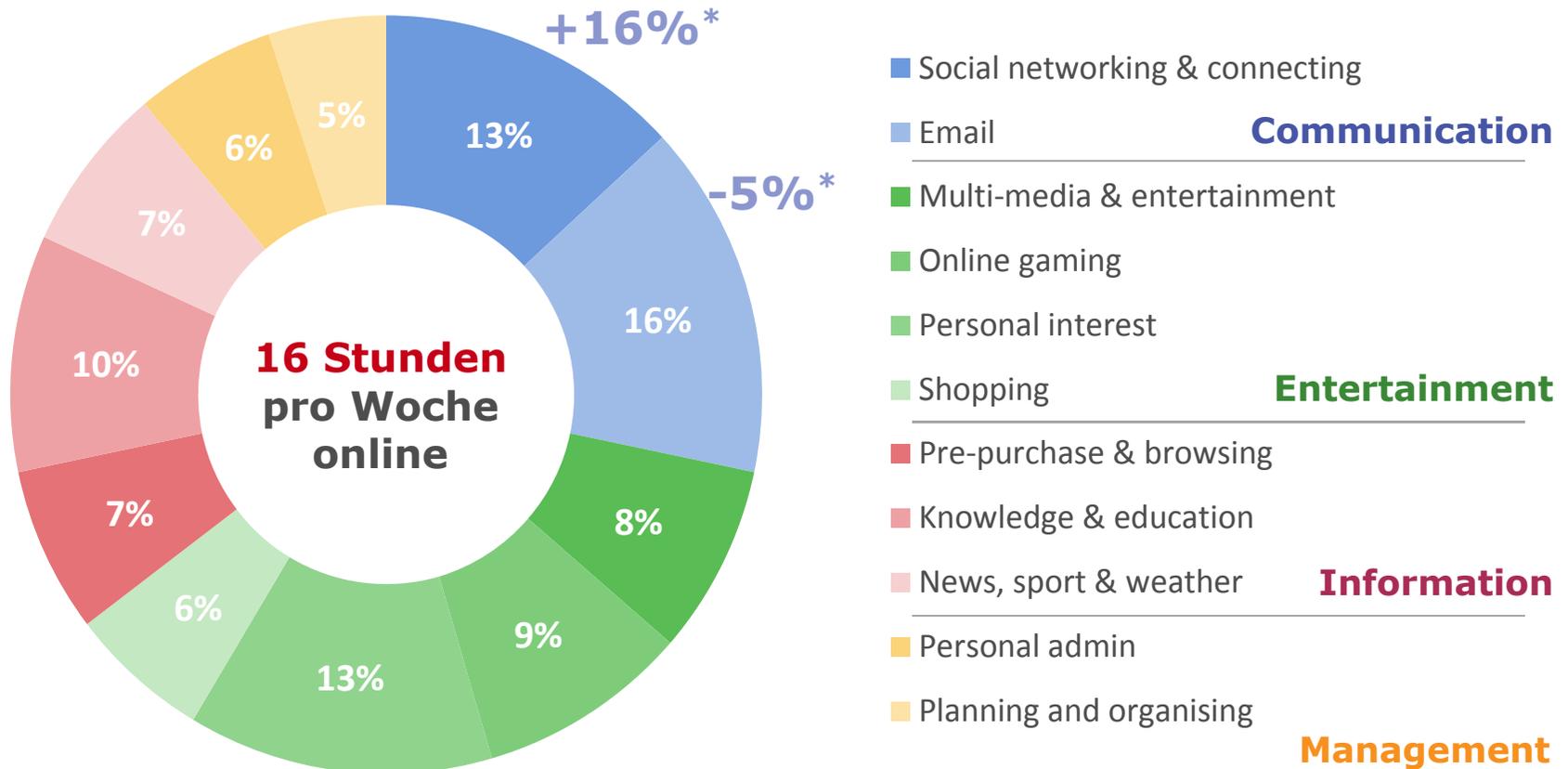


TNS Infratest

Licht im Dschungel der Hypes

©TNS 2012

Soziale Netzwerke ersetzen zunehmend die Email-Kommunikation



*Verglichen mit 2010

Quelle: Digital Life; Grundgesamtheit: Internetnutzer zwischen 16 und 65 Jahren in Deutschland (n=4.026)



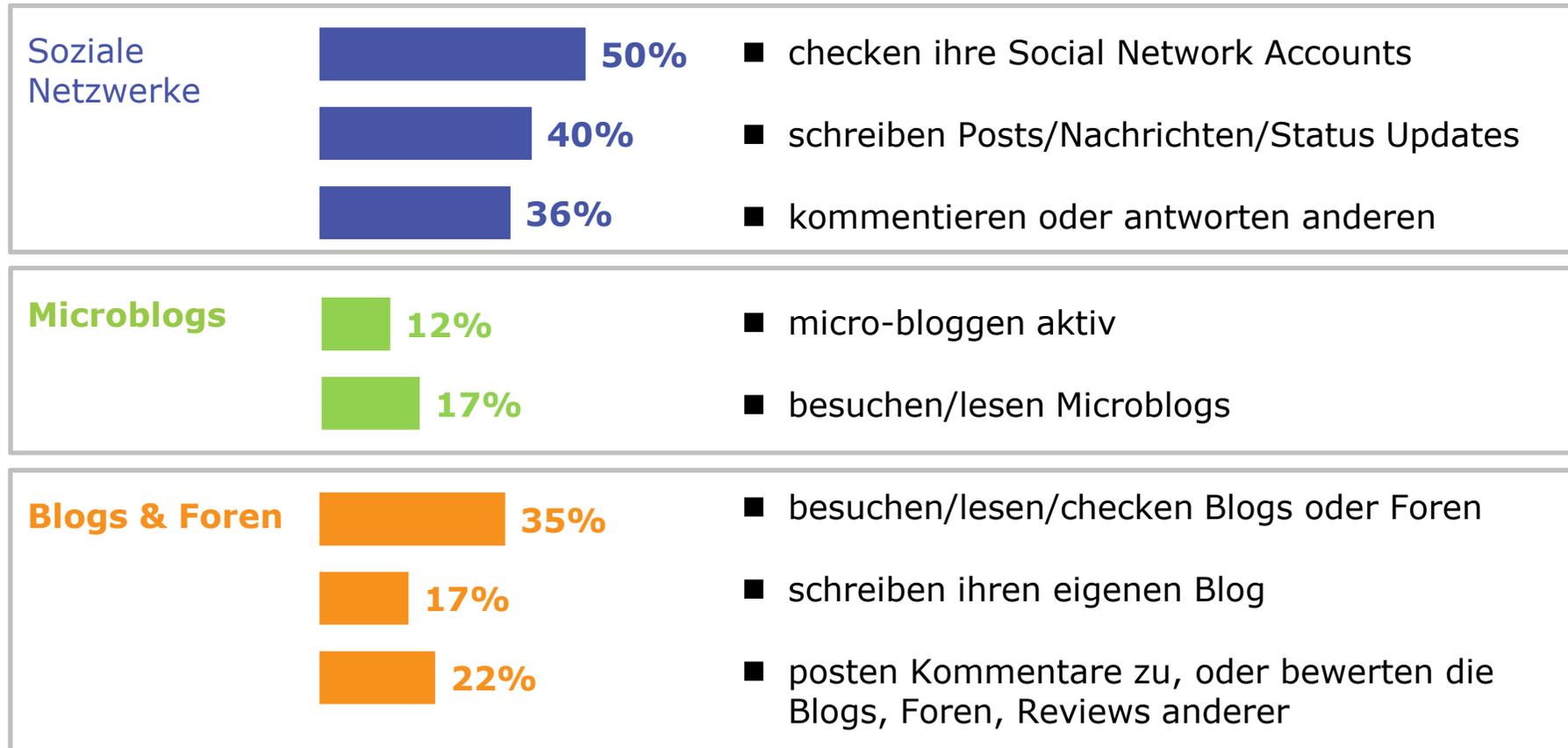
TNS Infratest

Licht im Dschungel der Hypes

©TNS 2012

Die Hälfte der Deutschen checkt mindestens wöchentlich ihre sozialen Netzwerke

mind. wöchentliche Nutzung



Quelle: Digital Life; Grundgesamtheit: Internetnutzer zwischen 16 und 65 Jahren in Deutschland (n=4.026)

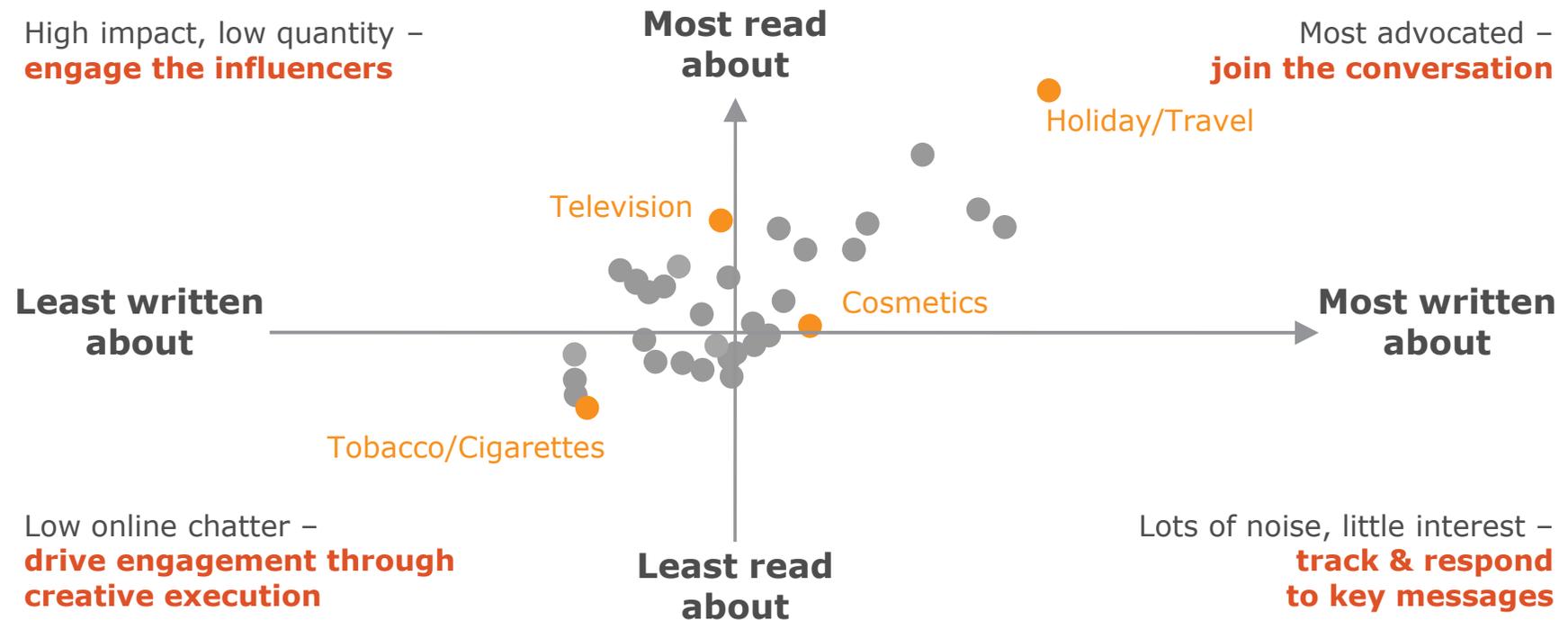


TNS Infratest

Licht im Dschungel der Hypes

©TNS 2012

Social Media Aktivität hängt wesentlich vom Thema und Kategorie ab



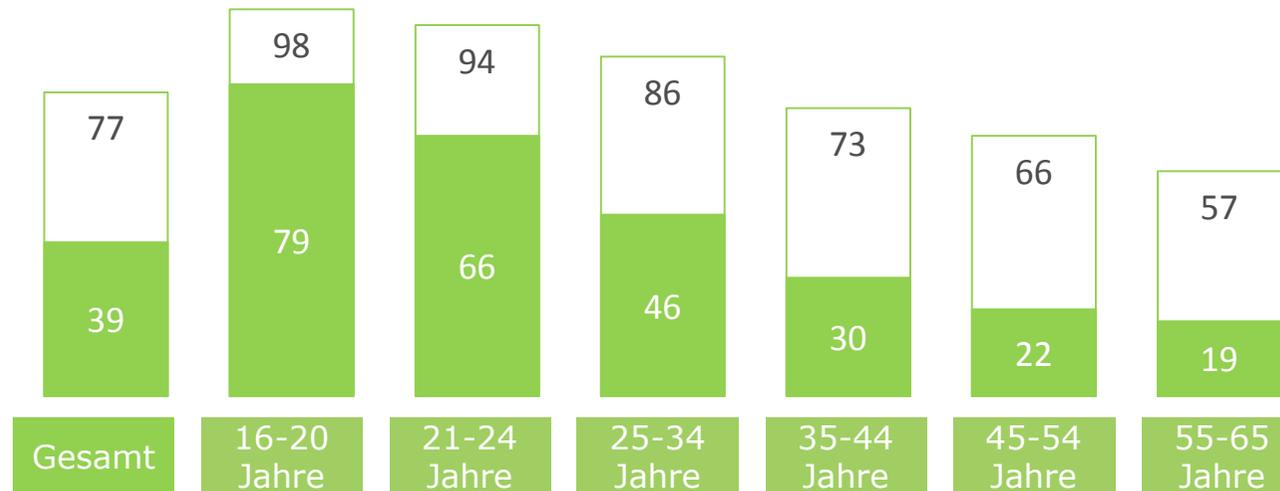
Digital Life Germany: n=4026



Besonders für die Jungen gehören soziale Netzwerke zum täglich Leben

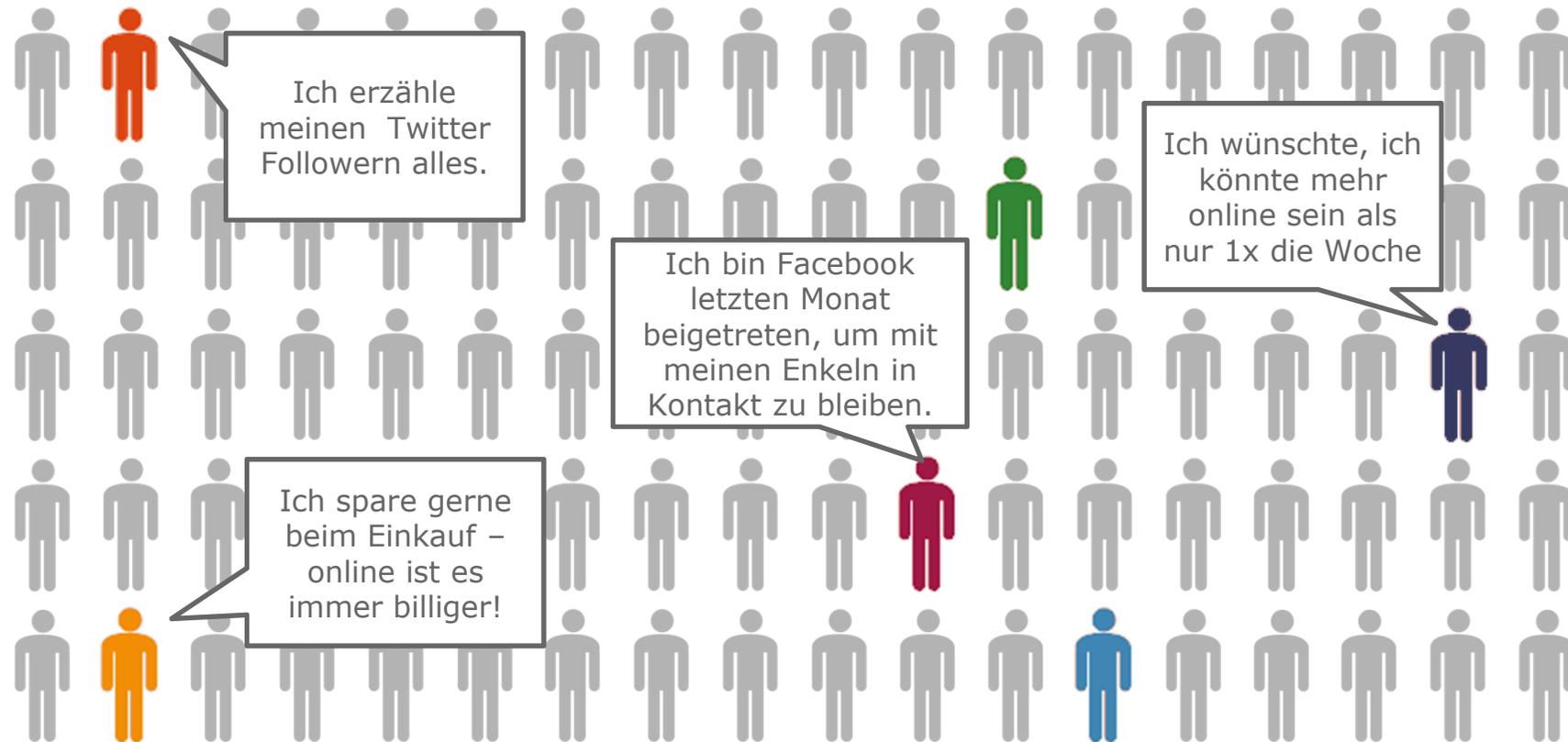
Nutzung sozialer Netzwerke in Deutschland (%)

- Tägliche Nutzung
- Nutzung



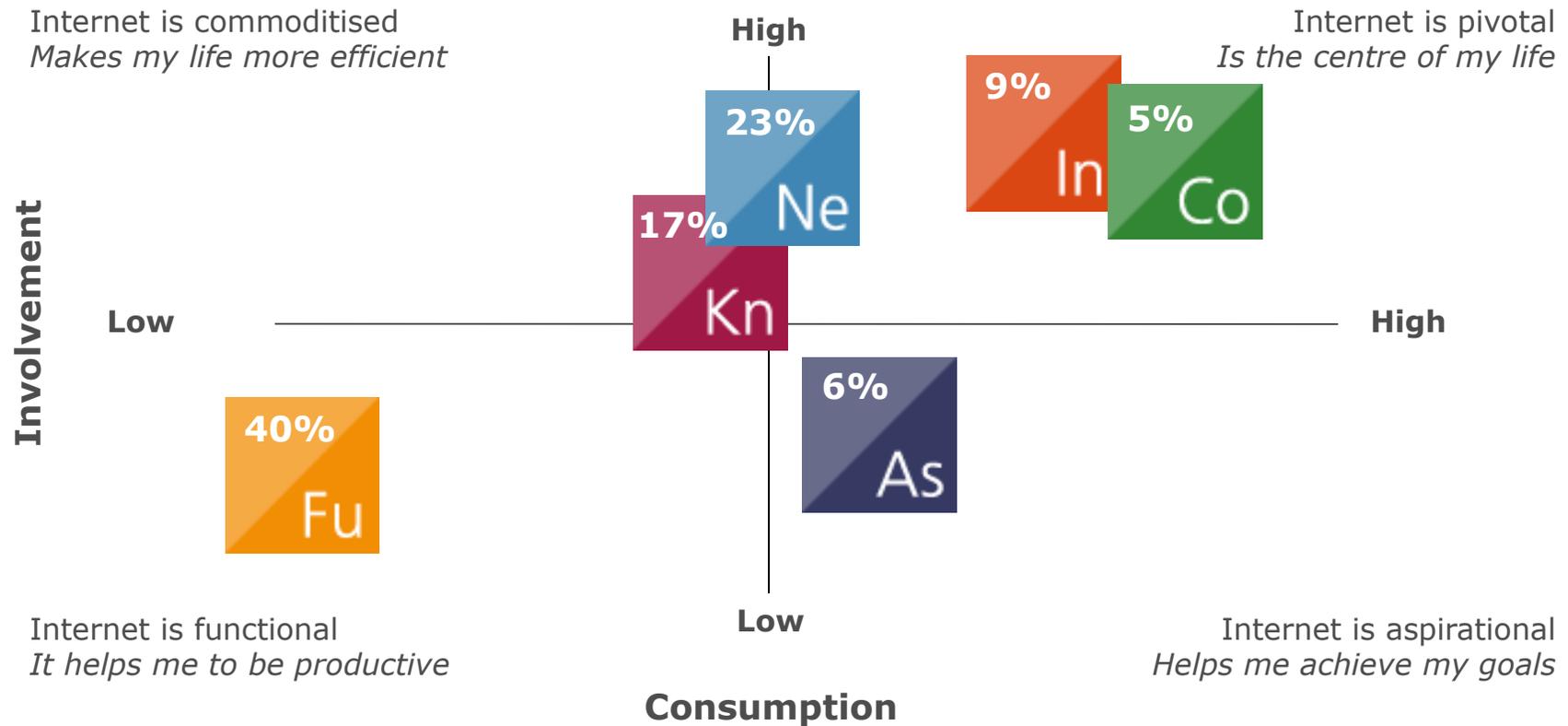
Quelle: Digital Life; Grundgesamtheit: Internetnutzer zwischen 16 und 65 Jahren in Deutschland (n=4.026)

Die Bedürfnisse der Internetnutzer, ihr Verhalten und ihre Einstellungen sind vielfältig



Verschiedene Digitale Lifestyles unterscheiden sich im Grad der Nutzung sowie der Nutzungseinstellung

Positioning of Lifestyles and share in Germany (%)



Source: Digital Life 2011
Basis: 73.512 Onliner

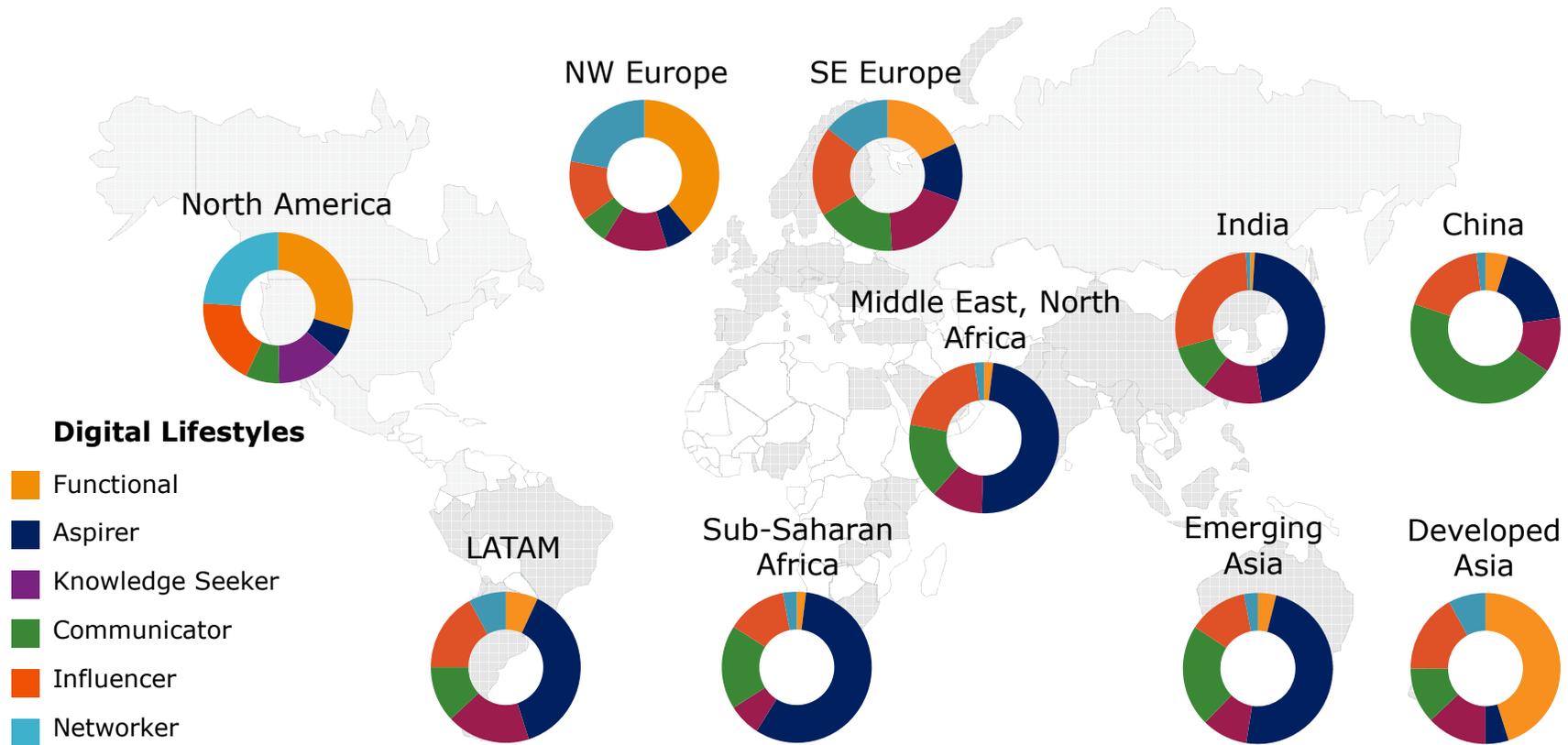


TNS Infratest

Digital Life - Social Media Usage in Germany

©TNS 2012

Auch global finden wir ausgeprägte Unterschiede



Source: Digital Lifestyles Segmentation Base: All respondents: 3019,6406,19663,15982,3974,6526,7532,2000,2361,6049

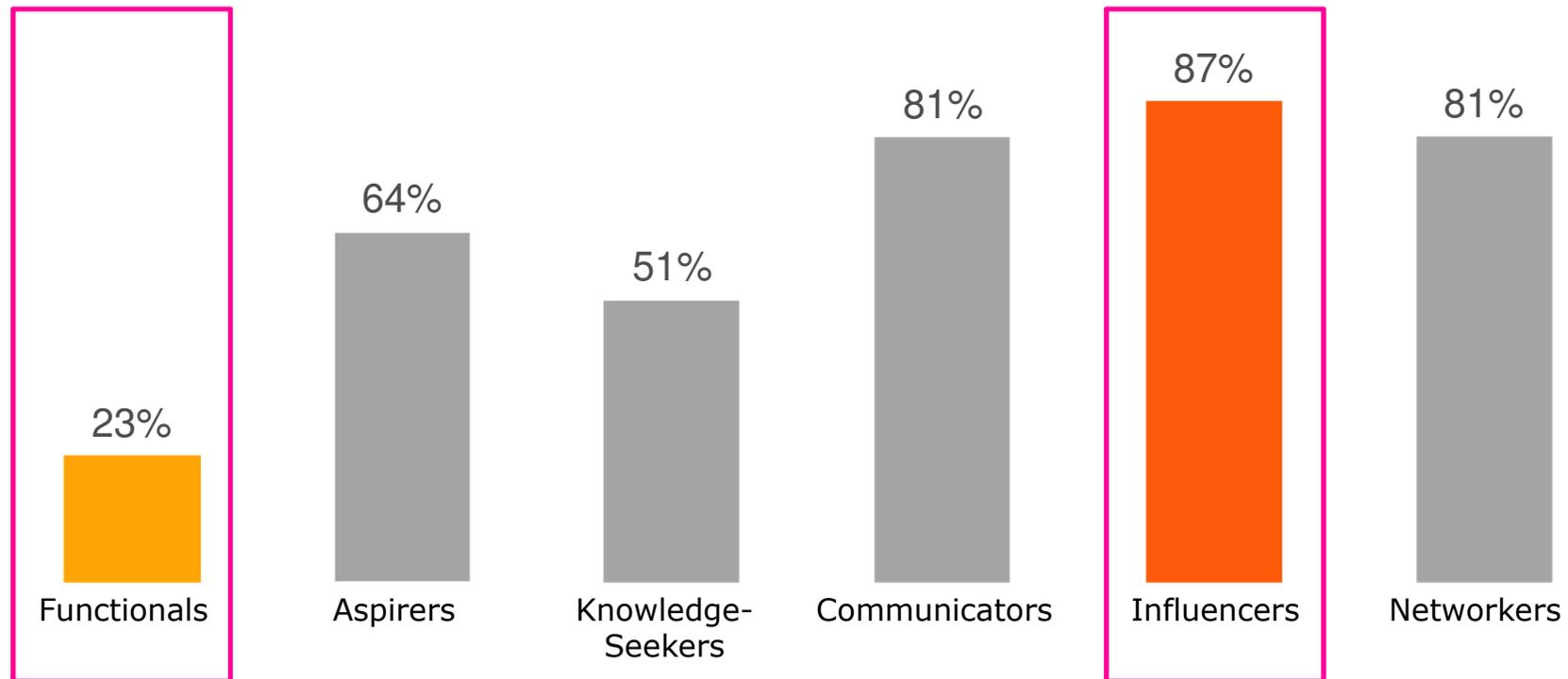


TNS Infratest

©TNS 2012

Social Media Nutzung different stark in den Lifestyles

Share of Social Networkers "several times a week or more"



Source: Digital Life 2011
Basis: 4.026 Onliner



TNS Infratest

Digital Life - Social Media Usage in Germany

©TNS 2012

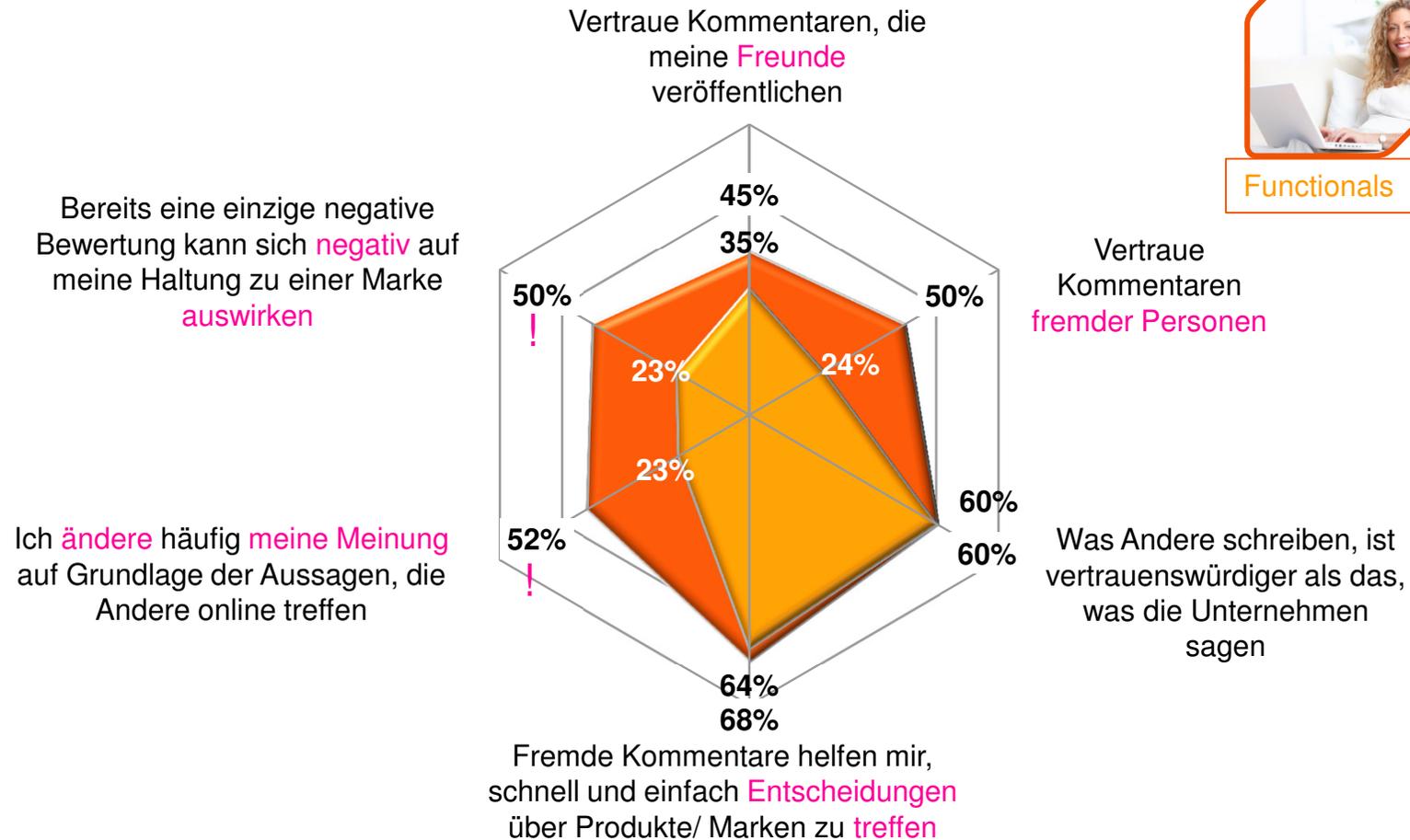
Social Media Kommentare beeinflussen vor allen Influencer



Functionals



Influencers



Quelle: Digital Life 2011; Basis: Leser von Kommentaren: 2.595

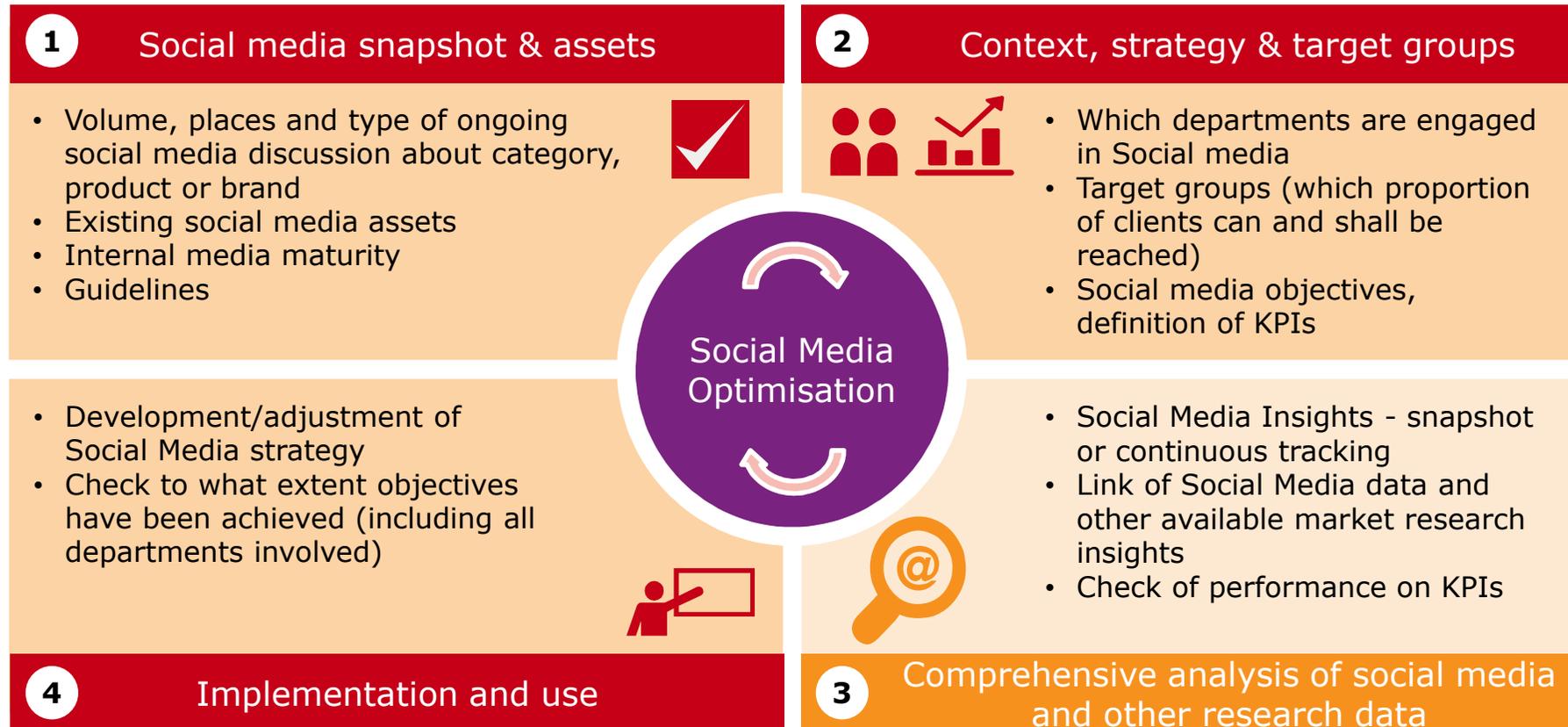


TNS Infratest

TNS Presentation Title

©TNS 2012

Social Media Strategieentwicklung ist (auch) ein strukturierter Prozess



The winner takes it all ...



amazon.com®



Google™

ebay™

You Tube

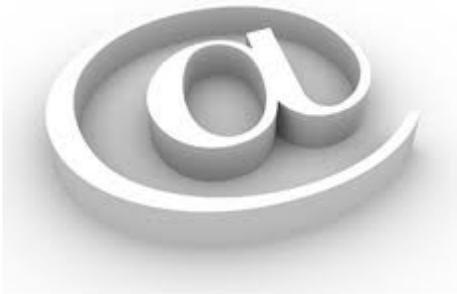


TNS Infratest

Licht im Dschungel der Hypes

©TNS 2012

B2B Umfeld



Fazit

**Nachhaltiger
Veränderungsprozess**

**Mitarbeiter berücksichtigen, nicht
alle "ticken" gleich**

Kein reines IT Thema

**Neue Kommunikation =
Neue Kultur**

Thank you



TNS Infratest

©TNS 2012