

## Digital 2020: Fast die Hälfte der Weltbevölkerung nutzt Social Media

- **Soziale Wesen:** Fast die Hälfte der Weltbevölkerung (3,8 Milliarden Menschen) ist in den sozialen Medien aktiv
- **Mehr Internetnutzer:** 4,54 Milliarden Menschen sind inzwischen online – 298 Millionen neue Internetnutzer kamen im vergangenen Jahr dazu
- **Sprache:** Deutsch liegt weltweit auf dem vierten Platz der gängigsten Web-Content-Sprachen
- **Datenverdruss:** 64 Prozent der Internetnutzer sind besorgt darüber, wie Unternehmen ihre persönlichen Daten verwenden. Fast die Hälfte nutzt inzwischen Werbeblocker
- **Sprachbefehle:** 43 Prozent der Internet-User verwenden monatlich Voice Interfaces
- **Gaming:** Vier von fünf Internetnutzern vertiefen sich jeden Monat in Spiele
- **Offline:** 3,2 Milliarden Menschen (mehr als 40 Prozent der Weltbevölkerung) haben einen Zugang zum Internet
- **Gender Gap:** Frauen machen weltweit lediglich 45 Prozent der Social-Media-Nutzer aus

Hamburg/München, 30. Januar 2020 \_\_ **Hootsuite**, der Marktführer für Social-Media-Management, und **We Are Social**, die weltweit agierende Social-Media-Kreativagentur, haben ihren neuesten Jahresbericht „**Digital 2020**“ über soziale Medien und digitale Trends weltweit veröffentlicht.

Zu den wichtigsten Erkenntnissen gehören die anhaltende Kluft zwischen den Geschlechtern bei der Social-Media-Nutzung, das globale Wachstum bei der Nutzung von Voice Interfaces und die Bedenken hinsichtlich der Sicherheit persönlicher Daten.

### **Internet: 4,54 Milliarden Menschen sind derzeit online. Die Hälfte der Internetnutzer verwendet dabei Werbeblocker**

4,54 Milliarden Menschen – knapp 60 Prozent der Weltbevölkerung – sind inzwischen online. Das sind 298 Millionen oder sieben Prozent mehr im Vergleich zum Vorjahr. Deutschland belegt mit 93 Prozent der Gesamtbevölkerung Platz 10. Weltweit gesehen haben etwa 3,2 Milliarden Menschen nach wie vor keinen Zugang zum Internet.

Der durchschnittliche Internetnutzer wird in diesem Jahr sechs Stunden und 43 Minuten pro Tag online sein. Das sind zusammengerechnet mehr als 100 Tage. Weltweit ist der Internet-User 2020 rund 1,25 Milliarden Jahre online. Spitzenreiter sind dabei die Bewohner der Philippinen, die durchschnittlich neun Stunden und 45 Minuten pro Tag im Netz unterwegs sind. Die Deutschen verbringen vier Stunden und 52 Minuten im Internet. Google und YouTube sind auch in diesem Jahr weltweit die meistbesuchten Webseiten, aber auch Yahoo! ist weiterhin sehr beliebt und verzeichnet mehr Traffic als Amazon.com oder die weltweiten Top-Adult-Webseiten.

Die Bedenken der Menschen hinsichtlich der Weitergabe ihrer Daten ist weltweit groß. Fast zwei Drittel (64 Prozent) der Internetnutzer zwischen 16 und 64 Jahren machen sich Sorgen, wie Unternehmen ihre Daten verwenden. Fake News beunruhigen 56 Prozent der User über 18 Jahren. 49 Prozent der Nutzer zwischen 16 und 64 Jahren setzen jeden Monat Werbeblocker ein.

**Soziale Netzwerke: Mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung ist in den sozialen Netzwerken aktiv. Diese verzeichnen aktuell 321 Millionen neue User**

49 Prozent der Gesamtbevölkerung oder 3,8 Milliarden Menschen nutzen soziale Medien. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet das ein Plus von 321 Millionen Social-Media-Nutzern und damit einen Anstieg von neun Prozent. Frauen machen hier nur 45 Prozent der weltweiten Social-Media-Nutzer aus.

Mit drei Stunden und 53 Minuten pro Tag sind auch hier die Menschen auf den Philippinen am aktivsten. Der weltweite Durchschnitt der täglichen Nutzungsdauer von sozialen Netzwerken beträgt zwei Stunden und 24 Minuten. Das entspricht mehr als einem Drittel der gesamten Internetnutzungsdauer.

Facebook, YouTube und WhatsApp sind weltweit die am häufigsten genutzten Netzwerke. TikTok, an siebter Stelle, hat inzwischen 800 Millionen aktive Nutzer pro Monat, davon kommen 500 Millionen aus China.

Die Zielgruppe für Werbung auf den wichtigen sozialen Plattformen ist gewachsen. Die Daten von Facebook zeigen ein Wachstum von einem Prozent im letzten Quartal, während das Werbepublikum bei Instagram im gleichen Zeitraum um fast sechs Prozent gewachsen ist. Nachdem Pinterest eine Reihe weiterer Länder zu den Targeting-Möglichkeiten hinzugefügt hat, stiegen die Zahlen hier sogar um zwölf Prozent.

### **Mobilfunk und E-Commerce: Der 5G-Standard ermöglicht Internetgeschwindigkeiten von mehr als 100Mbps**

2020 gibt es 5,19 Milliarden mobile Nutzer weltweit. Erstmals wird sogar mehr als die Hälfte (50,1 Prozent) der Online-Zeit auf mobilen Endgeräten verbracht. Der 5G-Standard zeigt hier bereits Wirkung: Die durchschnittliche Geschwindigkeit der mobilen Datenverbindungen in Südkorea liegen aktuell bei +100Mbps (Million Bits pro Sekunde), im Vorjahr lediglich bei 51 Mbps. Nur noch neun Prozent der Zeit, die wir auf mobilen Geräten online sind, verbringen wir mit Surfen im Netz. Zehn von elf Minuten verwenden wir für mobile Anwendungen.

74 Prozent der Internetnutzer zwischen 16 und 64 Jahren haben im vergangenen Monat ein Produkt online gekauft, davon 52 Prozent über ihr Mobiltelefon. Das Smartphone ist inzwischen zum Lieblingsgerät für Online-Shopping avanciert. Mehr als drei Billionen US-Dollar gaben Online-Shopper 2019 im B2C-Bereich aus, was einen Anstieg von neun Prozent im Vergleich zum Vorjahr bedeutet. Der durchschnittliche Käufer tätigte online allein für Konsumgüter Einkäufe im Wert von 500 US-Dollar.

Unterdessen zahlen Konsumenten zunehmend digital, also im Internet oder mobil via Smartphone Apps. Mit einer jährlichen Transaktionssumme von 4,14 Billionen US-Dollar im Jahr 2019 entspricht das einem Anstieg von 15 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Auch der weltweite Einsatz von Kryptowährungen nimmt zu – von 5,6 Prozent der Internetnutzer im Alter von 16 bis 64 Jahren im Vorjahr auf 7,4 Prozent im Jahr 2020.

### **43 Prozent nutzen Voice-Geräte und -Angebote**

Der Einsatz von Voice Interfaces ist im vergangenen Jahr um mehr als neun Prozent gestiegen. 43,2 Prozent der Internetnutzer im Alter von 16 bis 64 Jahren nutzen jeden Monat die Sprachsuche und geben unterschiedlichen Geräten Sprachbefehle. Im Vorjahr lag diese Zahl noch bei 39,5 Prozent. In Deutschland ist die Sprachsuche mit 21 Prozent weniger populär.

Die Zahl der Haushalte weltweit, die mindestens ein Smart-Home-Gerät besitzen, ist im letzten Jahr um ein Drittel auf 134,1 Millionen gestiegen. Mittlerweile besitzen elf Prozent der Internetnutzer ein Smart-Home-Gerät. Spitzenreiter sind Großbritannien und die USA: Hier haben 17 Prozent bzw. 16 Prozent im Alter von 16 bis 64 Jahren ein entsprechendes Gerät zu Hause.

### **Online Entertainment**

Das Internet ist inzwischen fest in unsere Fernsehgewohnheiten integriert. Zwei Drittel der weltweiten Internetnutzer im Alter zwischen 16 und 64 Jahren streamen Fernsehinhalte. Andere beliebte Entertainment-Quellen im Internet sind Musik-Streaming (70 Prozent) und Podcasts (41 Prozent).

Auch aktive Unterhaltungsangebote werden wahrgenommen. Vier von fünf Internetnutzern im Alter von 16 bis 64 Jahren spielen jeden Monat Videospiele. Eine Stunde und zehn Minuten werden pro Tag im Schnitt vor den Spielkonsolen verbracht. 20 Prozent haben im letzten Monat außerdem einen Live-Stream anderer Spieler gesehen, weitere 14 Prozent haben in den vergangenen 30 Tagen ein eSports-Turnier besucht.

**Henk Campher, VP of Corporate Marketing bei Hootsuite:** *„Diese Daten bestätigen, was viele von uns bereits vermutet haben: Immer mehr Menschen werden mit mehr Tools, auf mehr Geräten und Plattformen und über mehr Kanäle ständig in Verbindung stehen. Dies verändert grundlegend die Art und Weise, wie wir als Gesellschaft miteinander umgehen. Als Brand und Marketer ist es daher unsere Aufgabe, zu verstehen, wie das Publikum mit den von uns produzierten Inhalten umgeht. Wir müssen uns ebenfalls überlegen, wie wir die Tools, die uns bereits zur Verfügung stehen, so einsetzen, dass wir diejenigen erreichen, die noch nicht online unterwegs sind.“*

**Roberto Collazos Garcia, Geschäftsführer von We Are Social in Deutschland:** *„Fast die Hälfte der Weltbevölkerung ist in sozialen Netzwerken aktiv und das fast zweieinhalb Stunden pro Tag. Fernsehen und Internet verschmelzen zu einer Einheit, die On demand-Nutzung insbesondere von Entertainment ist mittlerweile Teil unseres Alltags. Dazu gehören immer öfter auch Geräte im Smart Home. Dort und auf mobilen Geräten werden die Sprachsuche oder Sprachbefehle ein Teil der Customer Journey. Der Report DIGITAL 2020 zeigt aber auch, dass nicht nur wir Deutschen sensibel beim Thema Datenschutz sind. Die Bedenken vor einem Missbrauch von Daten wachsen weltweit und die Menschen werden sich mehr Gedanken darüber machen, welche Daten sie künftig an wen weitergeben werden.“*

**Die komplette Studie „Digital 2020“ von Hootsuite und We Are Social in Englisch finden Sie hier: <https://hootsuite.com/resources/digital-2020>**

Quellen und Methoden finden Sie auf den entsprechenden Folien im vollständigen „Digital 2020“-Report.

### **Über We Are Social**

Die globale Digital-Agentur mit Fokus auf Social Thinking entwickelt kreative Ideen für mutige Marken, die sich trauen, neue Wege in der Kommunikation zu gehen. Alle Arbeit geht dabei vom (potenziellen) Kunden und dessen Zielgruppe aus und nimmt diese und deren Bedürfnisse in den Fokus. In Zusammenarbeit mit der effizienten Nutzung der verschiedenen Plattformen wird die Social Performance von Marken und Unternehmen gesteigert. Mit über 850 Mitarbeitern an den Standorten New York, London, Paris, Mailand, München, Berlin, Singapur, Shanghai, Peking, Tokio und Sydney betreut We Are Social Kunden aus den verschiedensten Branchen in den Bereichen B2B und B2C. Zu den Auftraggebern in Deutschland zählen unter anderen Audi, DKMS, Google, LIEBHERR, Ravensburger und VW Financial Services.

Weitere Informationen unter <https://wearesocial.com/de/>

### **Über Hootsuite**

Hootsuite ist die am meisten verwendete Social-Media-Management-Plattform mit weltweit über 18 Millionen Nutzern. Gegründet wurde das Unternehmen 2008 von Ryan Holmes in Vancouver, Kanada. Hootsuite ist heute an 12 internationalen Standorten mit knapp 1.000 Mitarbeitern vertreten. Die Plattform liefert zentral Content aus, misst und analysiert Social-Media-Aktivitäten in Echtzeit und ist um über 250 Business-Applikationen wie Salesforce oder Adobe erweiterbar. Das intuitive Dashboard ermöglicht das einfache Handling von zahlreichen sozialen Netzwerken, darunter Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, YouTube, Instagram, WeChat und Wordpress und kann auf die spezifischen Erfordernisse von Unternehmen angepasst werden. So bauen Anwender Kundenbeziehungen auf, analysieren die Bedürfnisse des Marktes und steigern ihren Umsatz.

Weitere Informationen unter <https://hootsuite.com/de/>