

Pressemitteilung

## Digital 2021 Report: 1,3 Millionen neue Social-Media-Nutzer täglich

**Der Report zeigt den signifikanten Anstieg der Internet- und Social-Media-Nutzung in den letzten zwölf Monaten**

**Hamburg/München, 27. Januar 2021 – Während viele Menschen weltweit 2020 größtenteils im Lockdown verbracht haben, ist die Zahl der Social-Media-Nutzer so schnell wie seit drei Jahren nicht mehr gestiegen. Das ergaben die Ergebnisse des „[Digital 2021](#)“ Jahresberichts von [Hootsuite](#), dem Marktführer für Social-Media-Management, und [We Are Social](#), der weltweit agierenden Social-Media-Kreativagentur. Aktuell gibt es weltweit rund 4,2 Milliarden Social Media User, was ein Wachstum von mehr als 13 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (490 Millionen neue User) bedeutet. Die Zahl der Social Media User entspricht damit nun mehr als 53 Prozent der Weltbevölkerung.**

Dabei verbringen die Menschen mit durchschnittlich zwei Stunden und 25 Minuten täglich jedoch noch genauso viel Zeit in den sozialen Netzwerken wie im Vorjahr. Facebook bleibt die meistgenutzte Plattform, dicht gefolgt von YouTube und WhatsApp. Facebook-eigene Apps machen vier der Top Fünf am häufigsten genutzten Plattformen weltweit aus.

„Konsumenten interagieren zunehmend auf dieselbe Art und Weise mit Marken wie auch mit ihren Freunden und Familienmitgliedern – nämlich via Social und Messaging Apps“, **sagt Tom Keiser, CEO von Hootsuite.** „Die Pandemie hat diese Verlagerung nur noch beschleunigt, da nun auch Unternehmensnachzügler zur Online-Interaktion mit ihren Kunden übergehen.“



Der fast 300-seitige Bericht skizziert zudem die erweiterte Nutzung von Social Media, wobei 45 Prozent der User im Alter von 16 bis 64 Jahren in den sozialen Netzwerken nach Markeninformationen suchen, während 40 Prozent Social Media für berufliche Zwecke einsetzen. Ein wichtiger Aspekt für Marketer ist hier die wachsende Beliebtheit von Messaging-Plattformen: 91 Prozent der Internet-User im Alter von 16 bis 64 Jahren nutzen mittlerweile jeden Monat Chat-Apps. Messaging hat damit die Nutzung von Social-Media-Plattformen überholt und liegt nun mit 88 Prozent an zweiter Stelle.

„Die globale Perspektive auf die Demografie und das Nutzungsverhalten auf diesen Plattformen unterstützt unsere Kunden dabei, ihre digitalen Strategien zu fokussieren und mit ihrer Zielgruppe auf relevante und authentische Weise in Kontakt zu treten“, **fügt Keiser hinzu.**

Inzwischen hat sich die Gesamtzeit der Internetnutzung weltweit deutlich erhöht. Der durchschnittliche Internetnutzer verbringt nun fast sieben Stunden täglich online und das über alle Endgeräte hinweg. Das bedeutet, dass er mehr als zwei volle Tage einer Siebtageswoche im Internet unterwegs ist – im Vergleich zum Vorjahr ist hier ein Anstieg um 16 Minuten oder vier Prozent zu verzeichnen. Der Report „Digital 2021“ zeigt, dass es im Januar 2021 weltweit 4,66 Milliarden Internet-User gab – ein Anstieg um 316 Millionen (7,3 Prozent) im Vergleich zum Januar 2020.

**Nathan McDonald, Mitbegründer und Global Chief Executive von We Are Social, ergänzt:**

„Es ist keine Überraschung, dass wir binnen eines Jahres – als so viele Menschen weltweit im Lockdown waren – ein massives Wachstum der Social-Media- und Internetnutzung erlebt haben. Ein Großteil unseres Lebens spielt sich heute über die digitalen Kanäle ab, ob wir uns über die sozialen Medien vernetzen, per Smartphone einkaufen, Sprachassistenten nutzen oder Online-Games spielen. Die Pandemie hat diese bereits begonnene Verschiebung begünstigt, 2021 wird sich diese Entwicklung noch weiter fortsetzen. Für Marketer ist es also wichtiger denn je, zu verstehen, wie sie auf kulturell relevante Art und Weise mit ihrem Online-Publikum in Kontakt treten können.“



## **Weitere Trends des Digital 2021 Reports aus den Bereichen Social Media, Internet, Mobile und E-Commerce:**

- Das Smartphone entwickelt sich zum Bildschirm Nummer eins und nimmt damit bei einem größeren Teil der Menschen mehr Zeit in Anspruch als klassisches Fernsehen.
- Aufstieg des E-Commerce: 77 Prozent der Internetnutzer im Alter von 16 bis 64 Jahren gaben an, jeden Monat online einzukaufen, wobei Lebensmittel und Körperpflegeprodukte zur am schnellsten wachsenden E-Commerce-Gruppe zählen.
- Silver Surfer: Diese Altersgruppe gehört zu den am schnellsten wachsenden Zielgruppen-segmenten der wichtigsten sozialen Netzwerke. Die User-Gruppe über 50 Jahre wächst damit schneller als jede andere Altersgruppe auf Facebook und Snapchat.
- Gaming wird über alle Generationen hinweg immer beliebter: Mehr als 90 Prozent der Internetnutzer der Generation Z geben an, online zu spielen – verglichen mit 67 Prozent der 55- bis 64-Jährigen.

**Die komplette Studie „Digital 2021“ von Hootsuite und We Are Social in Englisch finden Sie hier <https://www.hootsuite.com/de/ressourcen/digital-trends> oder hier <https://wearesocial.com/digital-2021>**

### **Über Hootsuite**

Hootsuite ist der Marktführer für Social-Media-Management mit über 200.000 Accounts und Millionen von Nutzern, die Brands und Organisationen jeder Größe – von kleinen und mittelständischen Unternehmen bis hin zu Großkonzernen – weltweit vertreten. Die Expertise von Hootsuite in den Bereichen Social Selling, Social Customer Care und Social-Media-Management ermöglicht es Unternehmen, ihre Marke, ihren Geschäftserfolg und die Beziehung zu ihren Kunden in den sozialen Netzwerken strategisch auszubauen. Die branchenführende Online-Lernplattform Hootsuite Academy fördert dieses Wachstum durch Social-Media-Zertifikate und hat mit ihrem Kursangebot bereits über eine halbe Million Menschen weltweit erreicht.

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

### **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 Zusammenspiel 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 <http://wearesocial.de>

