

## Digital 2021 Report: 66 Millionen Deutsche nutzen Social Media

- *Internetnutzung: 78,81 Millionen Deutsche sind regelmäßig im Netz unterwegs – rund eine Million mehr als noch im Vorjahr*
- *Social Media: 78,6 Prozent der Deutschen sind auf Social Media aktiv und verfügen über durchschnittlich sechs Accounts*
- *Mobile: 87,4 der Deutschen sind via Smartphone oder Tablet online, die beliebtesten Apps: Messenger-Dienste, Social-Networking- und Shopping-Apps*
- *Online-Content: Videos, Musik über Streaming-Dienste oder Online-Radio sind am gefragtesten*
- *E-Commerce: Am meisten Budget wurde auf Lebensmittel und Pflegeprodukte, Inneneinrichtung und Entertainment aufgewendet*

**Hamburg/München, 16. Februar 2021** – [Hootsuite](#), der Marktführer für Social-Media-Management, und [We Are Social](#), die weltweit agierende Social-Media-Kreativagentur, geben in ihrem neuesten Jahresbericht „[Digital 2021](#)“ einen Überblick über die soziale Medien und digitalen Trends in Deutschland.

### **78,81 Millionen Menschen sind in Deutschland derzeit online**

94 Prozent der Bevölkerung – das entspricht 78,81 Millionen Menschen – sind mittlerweile im World Wide Web unterwegs. Das sind rund eine Million Menschen mehr als noch im Vorjahr. Der durchschnittliche deutsche Internet User verbringt dabei fünf Stunden und 26 Minuten täglich online und das zu 87,5 Prozent über mobile Endgeräte. Google, Wikipedia und Amazon zählen zu den Top drei der am häufigsten besuchten Websites. Erst dann kommen soziale Netzwerke wie YouTube und Facebook auf Platz vier und fünf. Instagram belegt in Deutschland lediglich Platz elf.

### **Social Media auf Erfolgskurs**

78,7 Prozent oder 66 Millionen Menschen nutzen Social Media in Deutschland, hier lässt sich ein Plus von 13,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen. Der durchschnittliche User verfügt dabei über sechs verschiedene Social-Media-Accounts und ist in der Regel eine Stunde und 24 Minuten aktiv. WhatsApp und Facebook gehören mit 11,7 und 11,5 Stunden pro Monat zu den am häufigsten genutzten Plattformen. Auf Instagram verbringen die User im Schnitt 7,6 Stunden pro Monat. Auch Video-Streaming-Apps erfreuen sich großer Beliebtheit. YouTube liegt mit 12,6 Stunden pro Monat auf Platz eins, dicht gefolgt von Netflix und Amazon Prime Video mit 6,3 und 3,2 Stunden.

## Ein Blick auf das Smartphone der Deutschen

Am meisten pro Monat werden mit 88,8 und 84,1 Prozent Chat und Social Networking Apps genutzt. Auch Shopping-Apps sind mit 67,9 Prozent sehr beliebt. Selbstverständlich kommen auch Entertainment (66,2 Prozent), Musik (49,7 Prozent) und Gaming-Apps (47,8 Prozent) nicht zu kurz.

## Online Content – die beliebtesten Unterhaltungsformate

Internet-User deutschlandweit zwischen 16 und 64 Jahren verbringen ihre Zeit am liebsten damit, Online-Videos zu sehen (85 Prozent), 55 Prozent und 33,7 Prozent hören Musik über diverse Streaming-Dienste oder Online-Radio. Platz vier und fünf belegen Vlogs mit 20,3 Prozent sowie Podcasts mit 25,8 Prozent.

## Aufstieg des E-Commerce

81,6 Prozent der deutschen Internetnutzer zwischen 16 und 64 Jahren haben im vergangenen Monat ein Produkt online gekauft, davon 67,9 Prozent über ihr Mobiltelefon oder Tablet. Betrachtet man das Online-Shopping-Verhalten nach Altersgruppe, zeigt sich, dass die verschiedenen Gruppen sehr nah beieinander liegen. Die Spitze bilden hier tatsächlich die 45 bis 54-Jährigen mit 84,3 Prozent sowie die 55- bis 64-Jährigen mit 82 Prozent. Schlusslicht sind die 16- bis 24-Jährigen (75,7 Prozent).

Durch den Ausbruch der Corona-Pandemie verzeichnet vor allem der Bereich Reisen, Mobilität und Unterkünfte im Vergleich zu 2019 das höchste Minus von 55 Prozent. Mit 11,1 Milliarden US-Dollar wurde dafür 28,6 Prozent mehr Geld für Lebensmittel und Pflegeprodukte aufgewendet. Auch die Bereiche Gaming (+ 18,6 Prozent), Inneneinrichtung (+ 18 Prozent) und Online-Musik (+18,6 Prozent) verzeichneten eine deutliche Steigerung im Vergleich zum Vorjahr. Kein Wunder also, dass Amazon, Ikea und PS4 mit zu den beliebtesten Google-Suchbegriffen gehören.

## Besondere Gewinner und Verlierer

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie werden besonders bei den Ausgaben für Online-Buchungstools für Taxis und Carsharing sowie bei Essenslieferdiensten deutlich: Während Taxen und verschiedene Carsharing-Dienste ein Minus von 22,9 Prozent verzeichnen, profitieren Lieferdienste von einem Plus von 22,6 Prozent.

„Der Ausbruch der Corona-Pandemie hat beschleunigt, was wir schon lange gesehen haben, nämlich dass sich das Leben heutzutage immer mehr auf den digitalen Kanälen abspielt – egal, ob es darum geht, ein neues Foto bei Instagram hochzuladen, bei Amazon einzukaufen oder Lieblingssongs und -serien über Streaming-Dienste zu beziehen. Für Marketer kommt es 2021 also nun mehr denn je darauf an, dieses Online-Publikum in digitalen Strategien zu integrieren, um auf relevante und authentische Weise eine enge Beziehung aufzubauen“, **sagt Henk Campher, VP Corporate Marketing bei Hootsuite.**

„Im Jahr 2021 werden sich noch mehr Verbraucher digitalen Kanälen zuwenden, um Produkte zu entdecken. Aber ohne Einzelhandel, Veranstaltungen und andere persönliche Erlebnisse ist es schwieriger denn je zu differenzieren. Für Marken reicht hier allerdings nicht nur ein Lippenbekenntnis oder ein aufgesetzter Zweck, welcher der Zielgruppe gefallen könnte und gerade in den Trend passt. Authentizität ist in allen Entscheidungen und Handeln der Unternehmen gefragt. Denn es geht nicht

nur um die Kommunikation, sondern um das unternehmerische Handeln selbst. Schnell werden Marken identifiziert, die nicht ehrlich unterwegs sind. Einfach nur den Anschein zu erwecken, Werte zu vertreten, kann in den sozialen Medien zu einem Desaster führen“, **ergänzt Roberto Collazos Garcia, Managing Director We Are Social Deutschland.**

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

### **Über Hootsuite**

Hootsuite ist der Marktführer für Social-Media-Management mit über 200.000 Accounts und Millionen von Nutzern, die Marken 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, Madrid, München, Berlin, Singapur, Dubai, Hong Kong, Shanghai, Peking, Tokio, Sydney und Toronto betreut We Are Social Kunden aus den verschiedensten Branchen in den Bereichen B2C und B2B. Zu den Auftraggebern in Deutschland zählen unter anderen AUDI AG, DKMS, Google, LIEBHERR, Ravensburger und VW Financial Services.

Weitere Informationen unter <http://wearesocial.de>