

Hootsuite Digital 2022 Report Q2 Update: Internetnutzer überschreiten die Fünf-Milliarden-Grenze

93 Prozent der Deutschen sind „online“

Hamburg, 21. April 2022 - [Hootsuite](#), der weltweit führende Anbieter von Social Media Management und die Kreativagentur [We Are Social](#), geben mit dem [Digital 2022 April Global Statshot Report](#) einen detaillierten Einblick in die neuesten Digital- und Social-Media-Trends aus aller Welt. Der vierteljährliche Bericht mit globalen Daten zum digitalen Status Quo stellt fest, dass es mittlerweile fünf Milliarden Internetnutzer weltweit gibt.

Der Anstieg der weltweiten Internetnutzer um fast 200 Millionen seit dem letzten Jahr heißt in anderen Worten: 63 Prozent der Weltbevölkerung sind im April 2022 online. In Deutschland nutzen mittlerweile 93 Prozent der Gesamtbevölkerung das Internet. Gleichzeitig ist auch die Zahl der Nutzer sozialer Medien seit Anfang 2022 um mehr als 30 Millionen gestiegen, so dass es heute weltweit über 4,65 Milliarden Social Media-Nutzer gibt. Die Wachstumsgeschwindigkeit hat sich in den letzten drei Monaten zwar etwas verlangsamt, die Art und Weise, wie die Menschen soziale Medien nutzen, jedoch weiterentwickelt.

Eine der Neuerungen des Quartalsberichts ist die Untersuchung der Frage, welche Aktivitäten bei Nutzern auf den verschiedenen Social-Media-Plattformen im Vordergrund stehen: So geben zum Beispiel sieben von zehn Facebook-Nutzern an, dass sie die Plattform hauptsächlich zur Kommunikation mit Freunden und Familie nutzen, was dies zur beliebtesten Aktivität auf Facebook macht. Im Gegensatz dazu ist dies nur für 15 Prozent der TikTok-Nutzer relevant. Es ist keine Überraschung, dass die Mehrheit (77 Prozent) der TikTok-Nutzer angibt, dass sie die Plattform nutzt, um nach lustigen und unterhaltsamen Inhalten zu suchen. Währenddessen sind Instagram- und Snapchat-Nutzer daran interessiert, ihre eigenen Inhalte zu veröffentlichen; fast sieben von zehn Instagram-Nutzern (69,9 Prozent) geben an, dass sie Fotos und Videos auf Instagram veröffentlichen, während nur einer von drei TikTok-Nutzern (33,9 Prozent) Videos auf der Plattform postet. Sich über Nachrichten und aktuelle Ereignisse auf dem Laufenden zu halten, ist die führende Plattformaktivität unter den Nutzern von LinkedIn und Twitter.

„Für Marketer, die eine neue Strategie für soziale Netzwerke entwickeln wollen, ist es entscheidend zu erkennen, dass die Nutzer auf jeder Social-Media-Plattform einer spezifischen Hauptaktivität nachgehen“, sagt **Maggie Lower, CMO bei Hootsuite**. „Marken müssen nicht auf jedem einzelnen Social-Media-Kanal aktiv sein und Inhalte kuratieren, um erfolgreich zu sein. Vielmehr sollten Marketingteams die Top-Plattformen identifizieren, die ein Publikum ansprechen, das zu ihrer Marke passt und sich darauf konzentrieren, so mit diesen in Kontakt zu treten.“

Die Rolle der Digitalisierung am Arbeitsplatz ist ein weiteres zentrales Thema des Q2-Berichts. Die neuesten Daten zeigen, dass die klassische E-Mail immer noch aktuell ist. Fast 95 Prozent der Befragten bestätigten, dass die E-Mail weiterhin ein wesentlicher Bestandteil ihres Arbeitslebens ist.

Die Daten zeigen auch, dass sich Berufstätige auf eine Vielzahl von Kanälen verlassen, um sich über für ihre Arbeit relevante, neue Angebote zu informieren. Etwa acht von zehn B2B-Entscheidern geben an, dass soziale Medien eine einflussreiche Rolle bei ihrer Recherche spielen, und übertreffen damit traditionelle Online- und Offline-Kanäle wie Fachzeitschriften in Bezug auf den Einfluss entlang der B2B-Buyer Journey.

Überraschenderweise gaben dieselben Entscheidungsträger an, dass sie bei der Suche nach potenziellen B2B-Lieferanten und -Partnern eher Facebook (61,4 Prozent), Instagram (53,6 Prozent) und WhatsApp (48,9 Prozent) als LinkedIn (36,9 Prozent) nutzen. TikTok hat sich auch in der B2B-Welt als Ressource erwiesen: 13,9 Prozent der Entscheidungsträger, die soziale Medien als Teil ihrer Kaufentscheidung nutzen, besuchen die Plattform, wenn sie sich über potenzielle Anbieter informieren.

Der Bericht für das 2. Quartal enthält auch Daten zu sozialen Netzwerken, E-Commerce, Kryptowährungen, E-Learning und Werbung:

- Entgegen der landläufigen Meinung zeigen die Facebook-Zielgruppendaten, dass Marketer im Vergleich zum Januar 2022 nun 2,8 Millionen zusätzliche Teenager auf der Plattform erreichen können, was einem Wachstum von 1,3 Prozent gegenüber dem Vorquartal in dieser Zielgruppe entspricht.
- Die Reichweite von TikTok ist in den ersten drei Monaten des Jahres 2022 schneller gewachsen als in den letzten drei Monaten des Jahres 2021. TikTok verzeichnete gegenüber dem Vorquartal einen Anstieg der Werbereichweite um 9,6 Prozent.
- TikTok ist jetzt die umsatzstärkste mobile App der Welt – allein im ersten Quartal dieses Jahres gaben die Nutzer 840 Millionen Dollar aus. Die App verdankt dies einer neuen Funktion, mit der Nutzer an die Content-Creator spenden können.
- Nach einem Rückgang der globalen Reichweite Ende 2021 lag die globale Pinterest-Anzeigenreichweite im April 2022 bei 235 Millionen, was ein Wachstum von 4,1 Prozent im Vergleich zum Vorquartal bedeutet.
- In China leben nun 21,6 Prozent aller 4,65 Milliarden Social-Media-Nutzer weltweit.
- Die Akzeptanz von E-Commerce steigt weiter an: 57 Prozent der Befragten gaben an, in den letzten 30 Tagen in irgendeiner Form online eingekauft zu haben.
- Fast die Hälfte (46,4 Prozent) der Internetnutzer im erwerbsfähigen Alter auf der ganzen Welt sehen sich inzwischen jede Woche Online-Tutorials, Anleitungsvideos und Bildungsinhalte an.

- Chatten und soziales Netzwerken führen die Aktivitäten-Rangliste der besuchten Online-Kanäle an. 95 Prozent der Internetnutzer im erwerbsfähigen Alter geben an, dass sie in den letzten 30 Tagen mindestens eine dieser Möglichkeiten genutzt haben.

Den vollständigen Report finden Sie unter: <https://www.hootsuite.com/de/ressourcen/digital-trends-q2-update>

Über Hootsuite

Hootsuite ist ein weltweit führender Anbieter von Social Media-Management-Software. Die umfassende, einfach zu bedienende Plattform ermöglicht es Marken und Organisationen, dauerhafte Beziehungen zu ihren Zielgruppen in sozialen Netzwerken und Messenger-Diensten aufzubauen. Hootsuite ist als kostenlose Self-Serve-Version sowie im Rahmen von Monats- und Jahresabonnements als kostenpflichtige Professional-, Team-, Business- oder Enterprise-Edition erhältlich. Auf die kostenlosen Self-Serve-Angebote kann direkt von unserer Website aus zugegriffen werden, so dass Kunden innerhalb weniger Minuten mit der Nutzung unserer Produkte beginnen können. Wir haben etwa 200.000 Self-Serve-Kunden und über 5.000 vertriebsunterstützte Kunden sowie Millionen von Nutzern weltweit.

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

Über We Are Social

Die Kreativagentur versteht sich selbst als „socially-led“. Nach diesem Credo verfolgen die weltweit über 850 Mitarbeiter an 15 Standorten ein gemeinsames Ziel: Menschen und Marken auf sinnhafte Weise zu verbinden.

Das Unternehmen bekennt sich zu den Menschen vor den Plattformen und glaubt an die Kraft sozialer Einblicke zur Steigerung des Geschäftswerts.

We are Social arbeitet mit zahlreichen internationalen Marken in globalen, regionalen und lokalen Projekten zusammen. Dazu gehören adidas, Netflix, Samsung, Lavazza oder Google.

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