

Presseinformation

13 Millionen sind in sozialen Netzwerken Fan einer Marke

- Ein Viertel der Internetnutzer zeigt sein Interesse für Produkte oder Marken
- Bei den Jüngeren bis 29 Jahre liegt der Anteil sogar bei fast der Hälfte
- Soziale Netzwerke werden nicht nur für Kaufentscheidungen wichtiger

Berlin, 12. Januar 2013

Fast ein Viertel (24 Prozent) der Internetnutzer in Deutschland ist Fan einer Marke oder eines Produkts in sozialen Netzwerken wie Facebook. In absoluten Zahlen entspricht das rund 13 Millionen Internetusern. Das hat eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM ergeben. Danach sind es vor allem die Jüngeren, die in sozialen Netzwerken ihr Interesse für kommerzielle Angebote bekunden: Fast die Hälfte (48 Prozent) der 14- bis 29-Jährigen Internetnutzer ist Fan von Marken, Produkten oder bestimmten Dienstleistungen. Unter den 30- bis 49-Jährigen sind es 20 Prozent und in der Altersgruppe 50-Plus nur 11 Prozent. Unterschiede nach Geschlecht oder dem formellen Bildungsgrad gibt es dagegen nicht. „Soziale Netzwerke spielen eine zunehmend wichtige Rolle bei Kaufentscheidungen und für die Markenbindung“, sagte BITKOM-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder. „Gerade die Jüngeren werden inzwischen stark durch Markenwelten geprägt, die Unternehmen in sozialen Netzwerken aufbauen.“

Weltweit bekannte Marken haben auf Facebook inzwischen Millionen von Fans, beispielsweise Coca Cola mehr als 57 Millionen, die Modekette H&M mehr als 13 Millionen oder der Autohersteller BMW rund 12 Millionen. Hinzu kommen die Follower in Netzwerken wie Google+, Twitter oder Pinterest. Facebook ist mit seinen weltweit rund 1 Milliarde Nutzern das mit Abstand größte soziale Netzwerk. Neben der Präsentation von Produkten erfüllen soziale Netzwerke für die Unternehmen zunehmend praktische Aufgaben. „Organisationen beantworten in sozialen Netzwerken Anfragen von Kunden, kommen mit potenziellen Bewerbern ins Gespräch kommen oder binden Verbraucher in die Entwicklung von Produkten ein“, sagte Rohleder. Dafür müssten allerdings die internen Prozesse in den Organisationen angepasst und zum Beispiel der Kundenservice in die Kommunikation in sozialen Medien eingebunden werden.

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10 A
10117 Berlin-Mitte
Tel. +49. 30. 27576-0
Fax +49. 30. 27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Maurice Shahd
Pressesprecher
+49. 30. 27576-114
m.shahd@bitkom.org

Tobias Arns
Bereichsleiter Social Media
und Mobile
+49. 30. 27576-115
t.arns@bitkom.org

Präsident
Prof. Dieter Kempf

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Presseinformation

13 Millionen sind in sozialen Netzwerken Fan einer Marke

Seite 2

Der BITKOM vertritt mehr als 1.700 Unternehmen, davon über 1.200 Direktmitglieder mit 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Nahezu alle Global Player sowie 800 Mittelständler und zahlreiche gründergeführte Unternehmen werden durch BITKOM repräsentiert. Hierzu zählen Anbieter von Software & IT-Services, Telekommunikations- und Internetdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien. Der BITKOM setzt sich insbesondere für eine Modernisierung des Bildungssystems, eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik und eine zukunftsfähige Netzpolitik ein.