

31.10.2018 - 12:15 Uhr

Neue Ericsson-Studie untermauert anhaltende Relevanz sozialer Netzwerke



Stockholm/Düsseldorf (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter
<http://www.presseportal.de/pm/13502/4102936> -

Laut dem neuesten Ericsson ConsumerLab Insight Report steigt sowohl die Nutzerzahl als auch die durchschnittlich verbrachte Zeit auf sozialen Netzwerken weiter an

- Neben den Nutzerzahlen wächst allerdings auch das Misstrauen:
 Mehr als 60 Prozent der NutzerInnen sind besorgt um ihre persönlichen Daten
- Ambivalente Zukunftsaussichten: 4 von 10 NutzerInnen glauben, dass übermäßiger Konsum von sozialen Netzwerken abwertend von anderen beurteilt wird

Soziale Netzwerke auf dem absteigenden Ast? Von wegen! Laut dem neuesten Ericsson ConsumerLab Insight Report ist das genaue Gegenteil der Fall: sowohl Nutzerzahlen als auch die durchschnittlich verbrachte Zeit auf sozialen Netzwerken steigen weiter an. Waren es 2014 noch 1,3 Milliarden aktive monatliche Nutzer, die durchschnittlich 30 Minuten pro Tag auf sozialen Plattformen von Facebook Inc., also Facebook, Instagram und WhatsApp, verbrachten, so sind es 2018 bereits 2,5 Milliarden, die durchschnittlich 47 Minuten täglich in dieselben Netzwerke investieren. Doch die steigende Popularität schließt das steigende Misstrauen nicht aus: über 50 Prozent der Befragten kamen bereits in Kontakt mit "Fake News" und sind sich dieser Problematik bewusst. Mehr als 60 Prozent der NutzerInnen sind außerdem besorgt um ihre persönlichen Daten. Diese Entwicklungen tragen entscheidend zu den ambivalenten Zukunftsaussichten der sozialen Netzwerke bei: obwohl 60 Prozent der TeilnehmerInnen schätzen, dass ihre Social Media-Nutzung in Zukunft ansteigen wird, denken gleichzeitig auch 4 von 10 NutzerInnen, dass übermäßiger Konsum abwertend von anderen beurteilt wird.

Die heute veröffentlichte Studie des Ericsson ConsumerLab hält folgende sechs Schlüsselerkenntnisse fest:

1. Soziale Netzwerke sind noch lange nicht am Ende

Trotz der kürzlich gestiegenen negativen Berichterstattung, beispielsweise im Rahmen von Datenschutzskandalen, haben soziale Netzwerke noch lange nicht ihren Höhepunkt erreicht. Derzeit nutzen über 3 Milliarden Menschen

mindestens ein soziales Netzwerk regelmäßig. Weltweit ist zwischen 2014 und 2018 die durchschnittlich in sozialen Netzwerken verbrachte Zeit um knapp 60 Prozent angestiegen: von 30 Minuten pro Tag im Jahr 2014 auf 47 Minuten im Jahr 2018.

2. Kurze Lebensdauer von Social Media-Marken

Von 10 der 2008 noch beliebtesten sozialen Netzwerke, gibt es 5 inzwischen nicht mehr und nur 2 zählen auch 2018 noch zu den beliebtesten Plattformen. Facebook führt die Spitze der beliebtesten Marken zwar aktuell noch an, doch sowohl der Zuwachs der Nutzerzahlen als auch der Wachstum der auf der Seite verbrachten Zeit verlangsamt sich momentan und geht in einigen Ländern sogar zurück.

3. Wird soziale Netzwerke dasselbe Schicksal ereilen wie das Rauchen?

Soziale Netzwerke haben mittlerweile zunehmend einen negativen Ruf. 30 Prozent der befragten VerbraucherInnen aus USA und UK weigerten sich zu sagen wie viel Zeit sie wirklich auf sozialen Netzwerken verbrachten und knapp 7 von 10 denken, dass ihre Freunde das genauso handhaben. 4 von 10 NutzerInnen sind der Meinung, dass übermäßiger Konsum abwertend von anderen beurteilt wird und 70% denken, dass die übertriebene Nutzung sozialer Netzwerke ungesund ist.

4. "Fake News" untergraben das Vertrauen

Mehr als 50 Prozent der befragten VerbraucherInnen aus USA und UK bestätigen, dass sie Neuigkeiten auf sozialen Netzwerken gelesen haben, die sich später als falsch herausstellten, und knapp einer von vier gab zu Artikel verbreitet zu haben, die sich später als "Fake News" entpuppten. Weniger als einer von fünf traut den Informationen, die er oder sie in sozialen Netzwerken liest.

5. VerbraucherInnen wollen die Rolle des Herausgebers zurück

Fast 70 Prozent denken Social Media-Unternehmen sollten sicherstellen, dass keine falschen Inhalte auf ihrer Plattform verbreitet werden und mehr als die Hälfte ist dafür, dass soziale Netzwerke rechtlich haftbar für "Fake News" gemacht werden sollten. 3 von 5 sind der Meinung, dass Social Media-Unternehmen MitarbeiterInnen einstellen sollten, die Inhalte überprüfen; 40 Prozent wollen, dass künstliche Intelligenz diese Aufgabe übernimmt.

6. Soziale Netzwerke sind Teil der sozialen Infrastruktur

Obwohl VerbraucherInnen inzwischen weniger Inhalte teilen, sind Social Media-Dienste ein integraler Bestandteil ihres Lebens geworden und werden daher nicht vollständig aufgegeben. Ungefähr einer von fünf glaubt, dass er oder sie in fünf Jahren mehr der selbst konsumierten Nachrichten aus sozialen Netzwerken bezieht.

Über die Studie

Im September 2018 nahmen 2.600 Smartphone-NutzerInnen aus USA und UK an einer Online-Umfrage teil. Die Befragten waren zwischen 16 und 65 Jahren alt; ihre in der Umfrage artikulierten Ansichten stehen repräsentativ für 100 Millionen fortgeschrittene Smartphone-NutzerInnen aus diesen Marktsegmenten. Zusätzlich zur Online-Umfrage wurden Daten von der analytischen Plattform des ConsumerLabs verwendet und ergänzende Face-To-Face-Interviews in Brasilien, Japan, Schweden, USA und UK geführt. Auch Daten der App Annie wurden im Rahmen dieser Studie verwendet. Die Android-Daten der App Annie zum Smartphone-Datenverbrauch und -Nutzung werden aus einer großen, globalen Datenbank von realen NutzerInnen bezogen und mit zusätzlichen, proprietären Daten ergänzt.

Unter folgendem Link ist die gesamte Studie abrufbar: <http://ots.de/UC0YwK>

Über Ericsson

Ericsson ist Weltmarktführer auf dem Gebiet der Kommunikationstechnologie und -dienstleistungen mit Firmenzentrale in Stockholm, Schweden. 40 Prozent des weltweiten Mobilfunkverkehrs werden über Netztechnik von Ericsson abgewickelt. Mit innovativen Lösungen und Dienstleistungen arbeitet Ericsson an der Vision einer vernetzten Zukunft, in der jeder Einzelne und jede Branche sein / ihr volles Potenzial ausschöpfen kann. Das 1876 gegründete Unternehmen beschäftigt weltweit rund 95.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und arbeitet mit Kunden in 180 Ländern zusammen. 2017 erwirtschaftete Ericsson einen Umsatz von 20,9 Milliarden Euro (201,3 Milliarden SEK). Ericsson ist an der NASDAQ OMX in Stockholm und der NASDAQ in New York gelistet. In Deutschland beschäftigt Ericsson rund 1.800 Mitarbeiter an 10 Standorten - darunter rund 700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Forschung und Entwicklung (F&E). Der Hauptsitz ist Düsseldorf.

Kontakt:

Pressekontakt Ericsson GmbH
Martin Ostermeier
- Leiter Externe Kommunikation Deutschland -
Prinzenallee 21
40549 Düsseldorf
eMail: ericsson.presse@ericsson.com

Medieninhalte



*Social Media is here to stay Weiterer Text über ots und
www.presseportal.de/nr/13502 / Die Verwendung dieses Bildes ist für
redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe:
"obs/Ericsson GmbH/©Ericsson"*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002583/100821626> abgerufen werden.