

Soziale Medien am Wendepunkt?

Chart der Woche, 2023-KW36

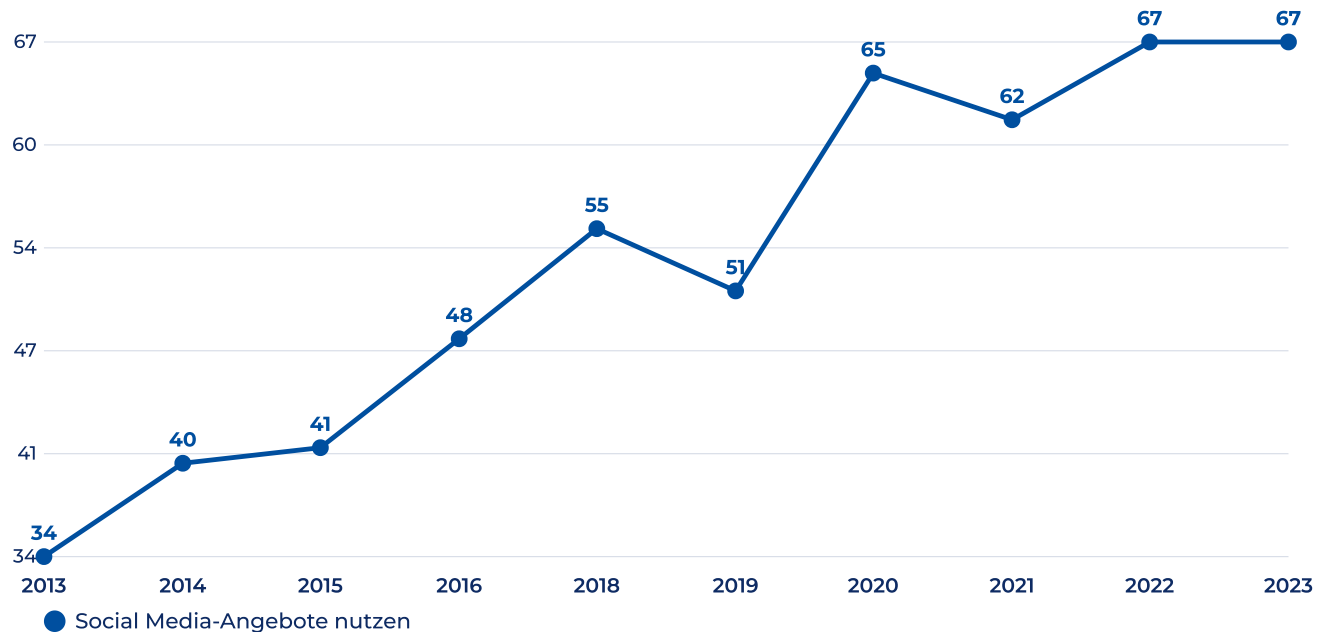
7. September 2023



Social Media Nutzung hat sich in zehn Jahren verdoppelt

Ist jetzt der Höhepunkt erreicht?

Von je 100 Befragten sind wenigstens einmal die Woche auf Social Media aktiv:



Repräsentativbefragung von 2.000 Personen, ab 18 J. in Deutschland,
Jul. / Aug. 2023 www.stiftungfuerzukunftsfragen.de

Ein Rückblick und Ausblick auf Twitter, Instagram, Facebook und Co.

Bei den Daten handelt es sich um einen Auszug aus unserer neuen Freizeit-Monitor 2023 Studie. Die vollständigen Ergebnisse finden Sie auf unserer [Sonderseite Freizeitmonitor.de](#).

Ergebnis

Innerhalb des letzten Jahrzehnts hat sich der Anteil der Bürger, die in Sozialen Medien aktiv sind, von 34% auf 67% fast verdoppelt. In den letzten drei Jahren verlangsamte sich das Wachstum jedoch merklich. So waren 2020 fast ebenso viele Nutzer bei Instagram, Facebook und Co aktiv, wie gegenwärtig. Dieses zeigt einerseits die feste Etablierung von Social Media Angeboten in der Freizeit, andererseits aber auch eine mögliche Sättigung des Marktes.

Gründe

Die anfängliche Faszination für Soziale Medien ist größtenteils auf das Auftreten von großen Firmen zurückzuführen. LinkedIn (2003), Facebook (2004), Twitter (2006), Instagram (2010) oder Snapchat (2011) haben früh ihren Fußabdruck im digitalen Raum hinterlassen und den Social Media Boom ausgelöst bzw. genutzt. Ihre Innovationen und Vernetzungsmöglichkeiten zogen viele Bürger in ihren Bann. Das verlangsamte Wachstum in den letzten Jahren lässt sich auf unterschiedliche Entwicklungen und Gründe zurückführen:

- **Zeit:** Die Nutzung sozialer Medien ist zeitaufwendig und viele Bürger möchten ihre freie Zeit auch für andere Angebote nutzen.
- **Mainstream:** Die Nutzung von Social Media ist zur Selbstverständlichkeit geworden und hat ihren innovativen Charakter verloren.

- **Sozialer Druck:** Der Druck, regelmäßig Inhalte zu posten und online präsent zu sein nimmt zu, wird aber zeitgleich auch immer kritischer gesehen.
- **Unübersichtlichkeit:** Die Vielzahl an Plattformen erschwert es, den Überblick zu behalten und die für sich passende Plattform zu finden.
- **Mangelnde Innovation:** Die Neuerungen in den Plattformen sind in den letzten Jahren zurückgegangen.
- **Datenschutzbedenken:** Bedenken hinsichtlich Privatsphäre und Datenhandling nehmen zu.
- **Kommerzialisierung:** Unternehmen und Werbeinhalte dominieren zunehmend soziale Portale und wandeln „Social Media“ zunehmend in „Social Commerce“ Plattformen um.

Prognose

Der Social Media Bereich wird sich in Zukunft weiterentwickeln müssen, wenn er weiterhin für die Mehrheit der Bürger attraktiv bleiben will. Mitunter aufgrund heute kurzer Aufmerksamkeitsspannen seitens der Nutzer profitieren aktuell vermehrt Plattformen wie TikTok oder Instagram stark von nutzergenerierten Videoinhalten, während klassische Beiträge mehr und mehr ihren Reiz verlieren. Anstatt einer Dominanz der großen Plattformen könnten hierbei auch kleinere an Bedeutung gewinnen, die spezifischere Bedürfnisse, Interessen und Gemeinschaften bedienen.

Zudem könnte die Integration von Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) die Art und Weise wie Soziale Medien erleben werden, verändern und sie immersiver und interaktiver gestalten. Authentizität wird ebenfalls ein Schlüsselthema sein, da viele Nutzer sich nach echten, unverfälschten Erfahrungen sehnen. Darüber hinaus werden Nutzungsrechte- und Datenschutzdiskussionen geführt werden, die ebenfalls über die Nutzung und Nichtnutzung bestimmter Plattformen entscheiden werden.