

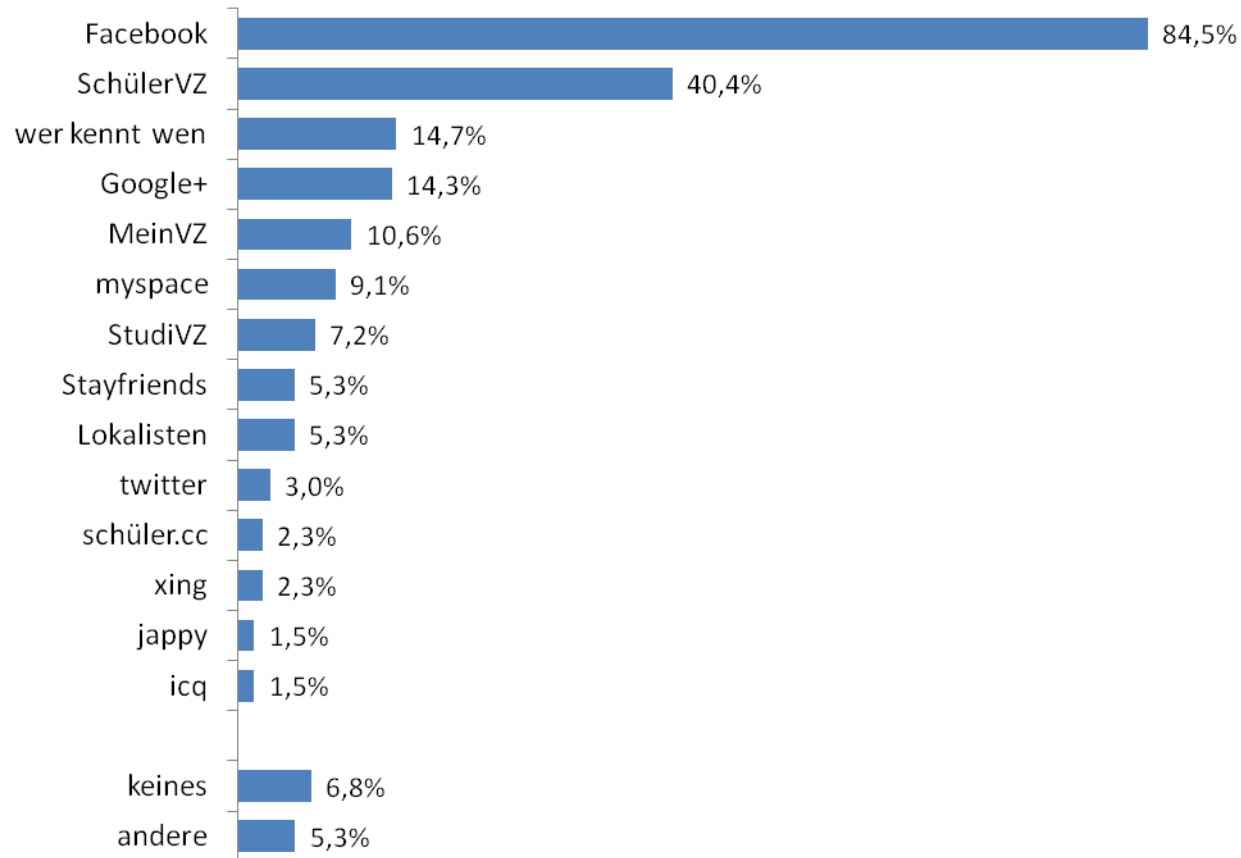
MediaAnalyzer

Jugendliche und Social Commerce



- Zielsetzung:** Social Commerce – Shoppen Jugendliche in Sozialen Netzwerken? Wird die Online-Werbung hier angenommen oder beachtet?
- Stichprobe:** N= 265
zwischen 12 und 19 Jahre
- 39% Männer
61% Frauen
- Methode:** Online-Befragung
- Feldzeit:** Januar 2012
- Institut:** MediaAnalyzer Software & Research GmbH, Hamburg

Nicht überraschend: das mit Abstand am meisten genutzte soziale Netzwerk bei den 12-19jährigen ist Facebook.

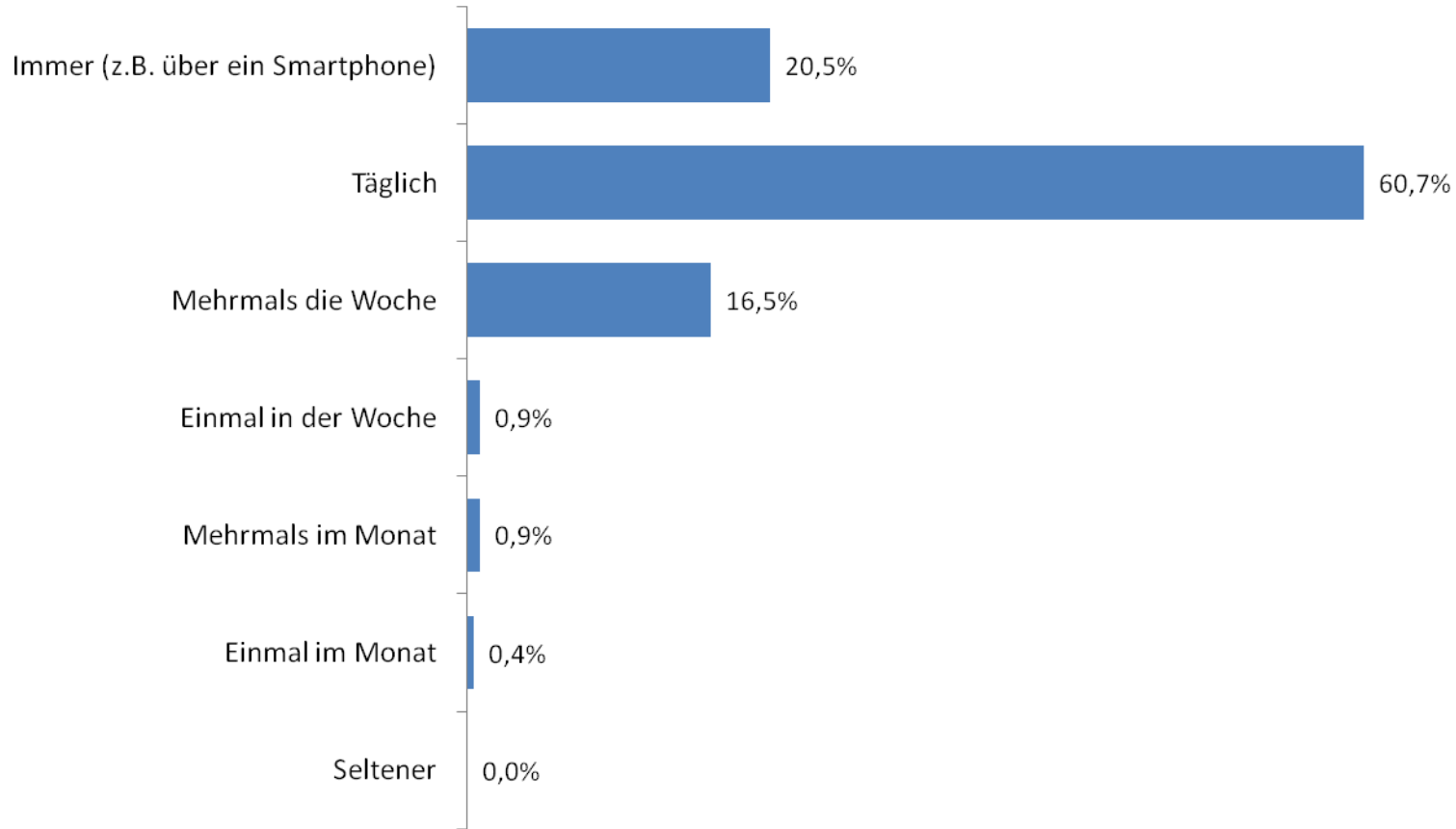


MediaAnalyser

F1: Bei welchen Sozialen Netzwerken (SchülerVZ, Facebook, etc.) bist du angemeldet?

- Geschlossene Abfrage
- N=265

Fast alle Befragten sind mehrmals die Woche mit ihrem Account online - über 80% sogar täglich.

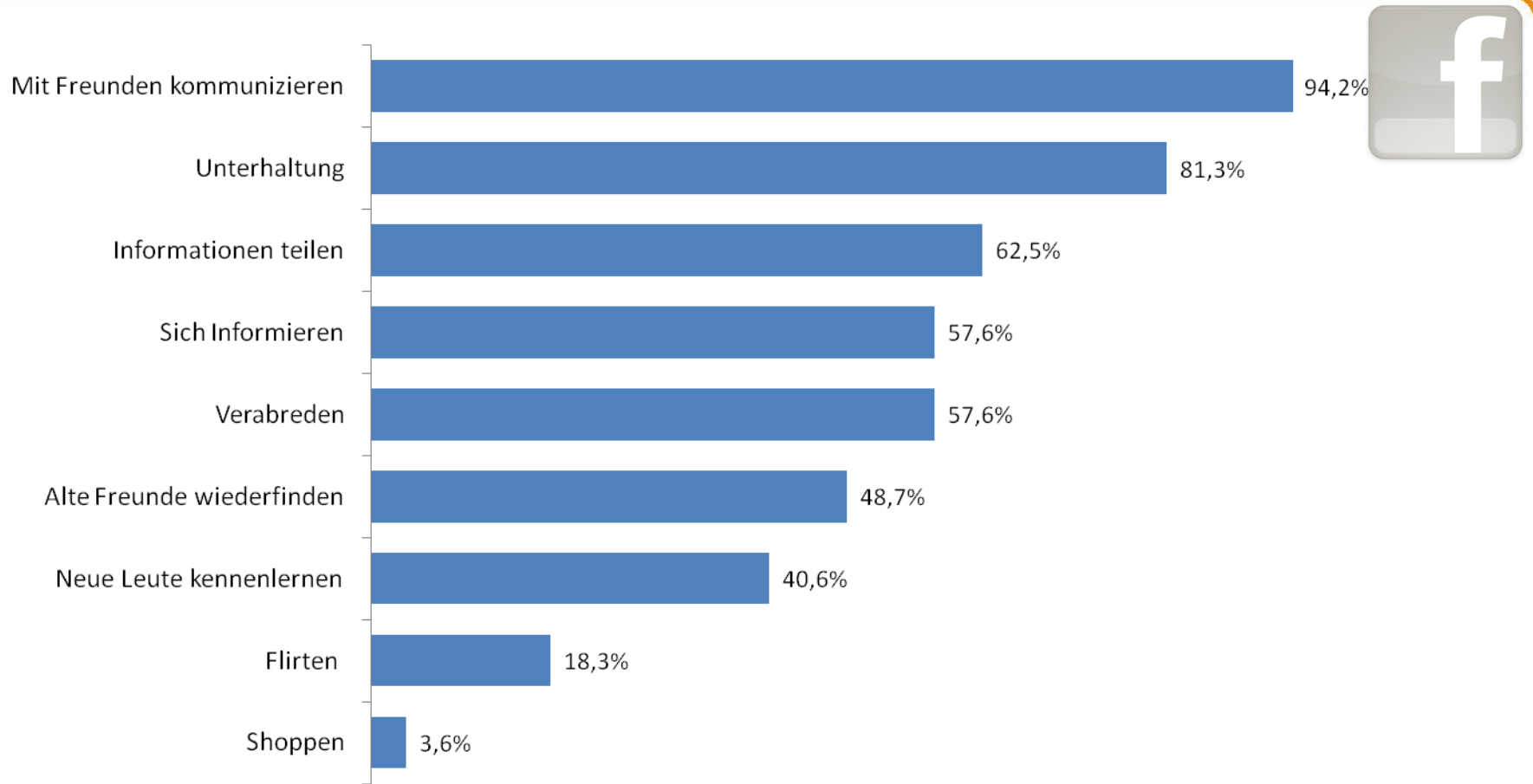


MediaAnalyzer

F2: Wie oft bist du bei Facebook online/ mit deinem Account angemeldet?

- Geschlossene Abfrage
- N=224

Nutzwert: Ganz weit vorne ist der Unterhaltungs- und Kommunikationswert der Community. Shoppen tut hier kaum jemand.

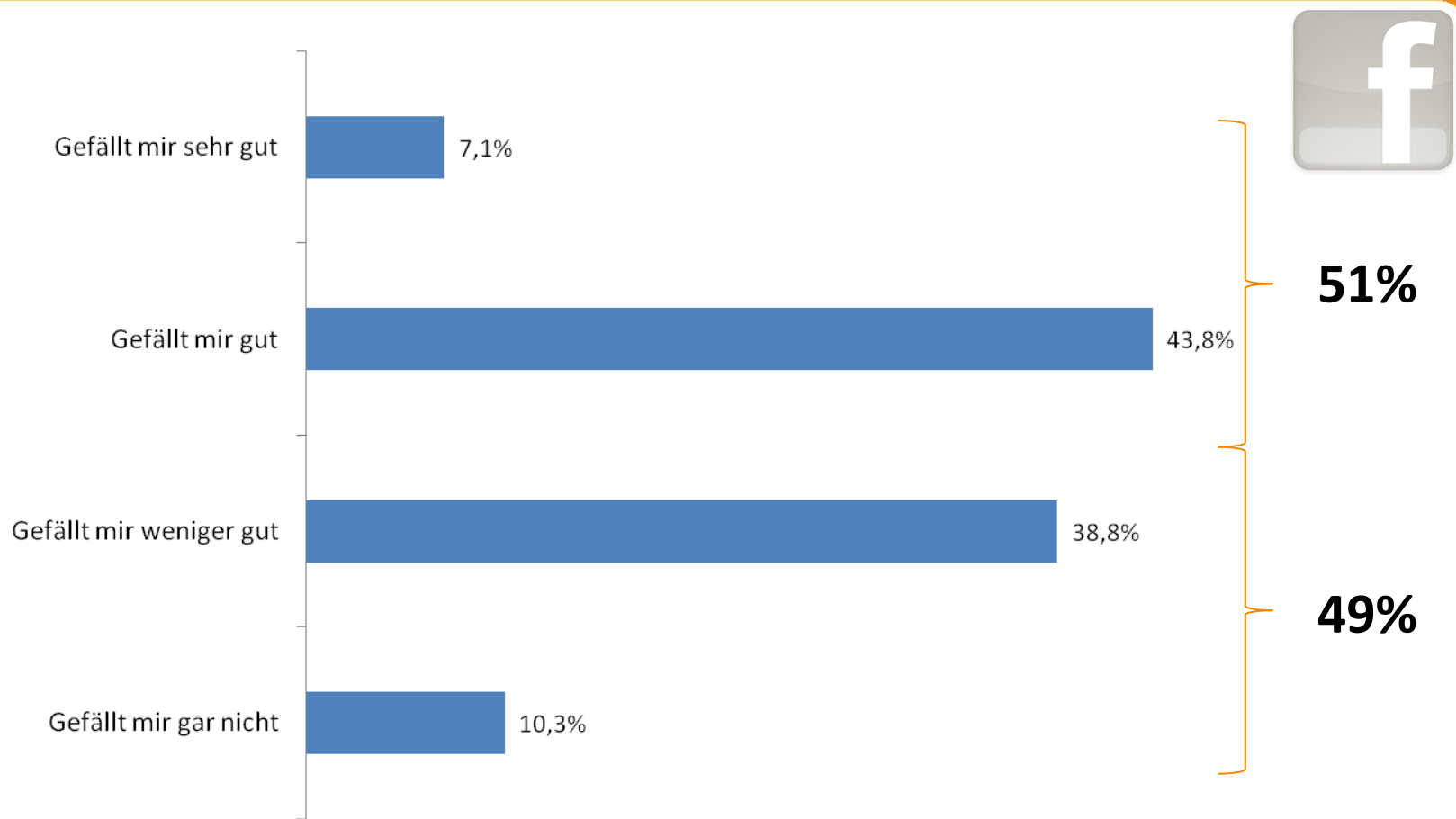


MediaAnalyzer

F3: Wozu nutzt du Facebook?

- Geschlossene Abfrage
- N=224

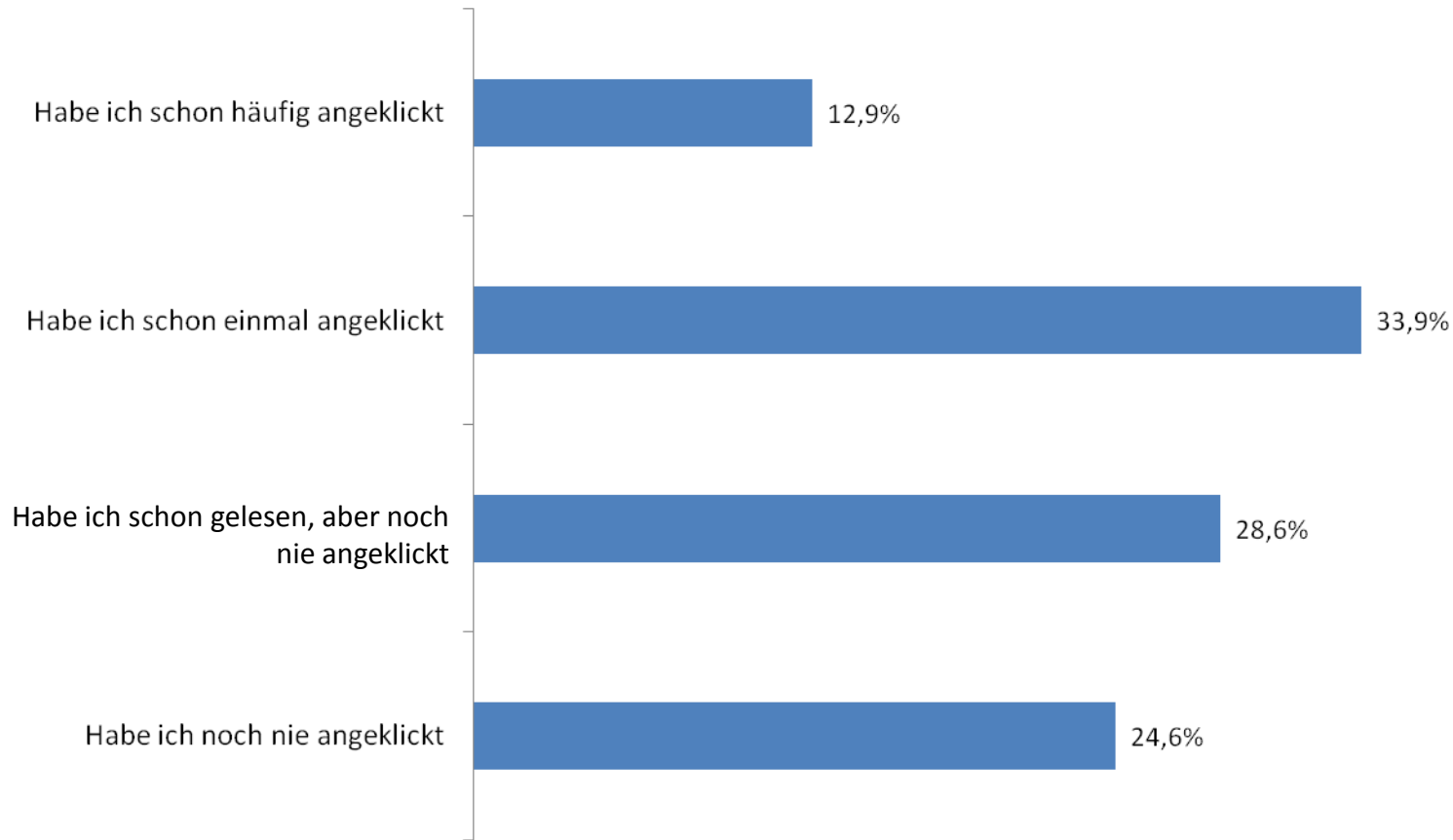
Die Meinung über Werbebanner auf Facebook könnte geteilter nicht sein: 51% gefallen sie gut bis sehr gut ,49% weniger gut bis gar nicht.



F4: Auf Facebook gibt es auf der rechten Seite kleine Werbeanzeigen, die wenn möglich zu deinen Interessen und den von dir besuchten Facebook-Seiten passen. Wie gut gefallen dir diese Werbeanzeigen?

- Geschlossene Abfrage
- N=224

Entsprechend verhält sich auch die Bereitschaft diese Werbung zu nutzen. Fast die Hälfte hat schon einmal auf einen Banner geklickt.



MediaAnalyser

F5: Hast du diese Werbeanzeigen schon einmal genutzt (darauf geklickt)?

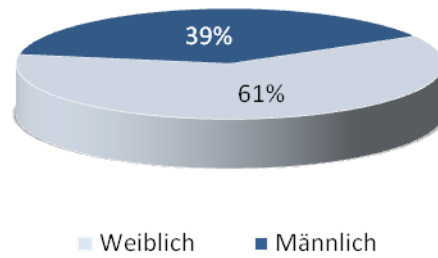
- Geschlossene Abfrage
- N=224

- Nicht überraschend: das mit Abstand am meisten genutzte soziale Netzwerk bei den 12-19jährigen ist Facebook. 85% der Befragten haben hier einen Account. Abgeschlagen auf Platz zwei liegt mir nur 40% SchülerVZ. Bei allen weiteren Communities haben jeweils nur weniger als 15% der Befragten einen Account. Knapp 7% sind in keinem sozialen Netzwerk registriert.
 - Im Durchschnitt sind die Befragten bei 2,1 sozialen Netzwerken registriert.
- Fast alle Befragten sind mehrmals in der Woche mit ihrem Account online - über 80% sogar täglich. Etwa 20% der Befragten ist durchgehend 24-Stunden mit dem Smartphone bei Facebook eingeloggt.
 - Die älteren Befragten (16-19 Jahre) sind häufiger mit ihrem Account online: 88% der Älteren, aber nur 72% der Jüngeren (12-15 Jahre) ist täglich online.
- Und wozu wird Facebook bei den 12-19jährigen genutzt? Die meisten wollen mit „Freunden kommunizieren“ (94%) oder „unterhalten werden“ (81%). Auch „Informationen teilen“ (63%), „sich informieren“ (58%) oder „verabreden“ (58%) wurde häufig genannt. Zum „Shoppen“ (4%) nutzt Facebook kaum jemand.
 - Die weiblichen Befragten wollen häufiger „alte Freunde wiederfinden“ (54%) als die männlichen Befragten (41%). Diese wollen lieber flirten (27%) als ihre weiblichen Community Genossen (13%).
 - Auch im Alter von 12-19 schon ausgeprägt: Die weiblichen Befragten haben die Nase vorn im Interesse „Informationen zu teilen“ hier liegen die Mädels mit 67% vor den Jungs mit 55%.

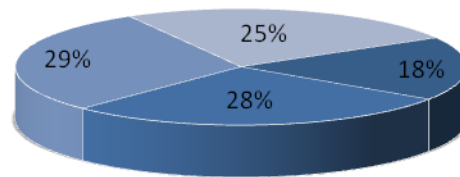
- Auch im Altersvergleich zeigen sich Unterschiede. Die Älteren (16-19 Jahre) sind interessierter an Informationen (68% zu 43%) und auch daran diese zu teilen (68% zu 55%) als die Jüngeren (12-15 Jahre).
- Shoppen tun hier alle (männlich, weiblich, jung oder alt) mit unter 5 % nur sehr wenig.
- Trotzdem Facebook nicht primär zum Shoppen genutzt wird, treffen die personalisierten Werbebanner auf Akzeptanz. Etwa die Hälfte der Befragten (51%) gefallen sie gut bis sehr gut.
 - Den weiblichen Befragten gefällt die Werbung auf Facebook insgesamt etwas besser als den männlichen Befragten. 53% der weiblichen aber nur 48% der männlichen Befragten findet diese Werbung gut oder sehr gut.
 - Den Jüngeren (12-15 Jahre) gefällt die Werbung mit 58% (gut-sehr gut) etwas besser als den Älteren (16-19 Jahre) mit 46% (gut-sehr gut)
- Auch die Bereitschaft diese Werbung zu nutzen ist in der insgesamt jungen Zielgruppe schon sehr groß. Fast die Hälfte der Befragten hat schon einmal auf einen dieser Banner geklickt. Weitere 29% hat diese Anzeigen schon einmal gelesen – aber noch nicht angeklickt. Nur von 25% der Befragten werden diese Anzeigen komplett ignoriert.
 - Im Gegensatz zum Gefallen, haben die jüngeren diese Banner seltener genutzt. Nur 42% der 12-15jährigen haben schon einmal darauf geklickt im Vergleich zu 50% der 16-19jährigen.

Anhang

Geschlecht



Alter
Ø = 16 Jahre



■ 12-13 ■ 14-15 ■ 16-17 ■ 18-19

MediaAnalyzer Software & Research GmbH
Glockengießerwall 2
20095 Hamburg

Tel.: +49 40 86 68 93 00

Mail: makontakt@mediaanalyzer.com

Web: www.mediaanalyzer.com

Blog: <http://blog.mediaanalyzer.com>



Mitglied im Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher

