

BITKOM Studie zu Sozialen Netzwerken

Die Daten der Studie Soziale Netzwerke im Auftrag des Bundesverbands der Informationswirtschaft, Telekommunikation und neuen Medien e. V. wurden im März 2011 erhoben. Die Ergebnisse gehen aus einer In-Home-Befragung unter 1.001 Internetnutzerinnen und -nutzern ab 14 Jahren hervor. Die Studie untersuchte die Nutzung Sozialer Netzwerke und zeigt, dass das Interesse der Internetnutzer und -nutzerinnen, in mindestens einem Sozialen Netzwerk Mitglied zu sein, allgemein sehr hoch ist. So bezeichnen sich 73 Prozent als aktive Nutzerinnen und Nutzer. In der Altersgruppe unter 30 Jahren sind Soziale Netzwerke zum Standard geworden (96 %). Die Kontakt und Vernetzungsfreude ist vor allem ein Phänomen unter den Jüngeren, von denen jede und jeder Dritte über 200 Kontakte in seinem Profil versammelt.

Nutzerinnen und Nutzer ab 50 haben dagegen meist weniger als 30 Kontakte. Die Nutzungsdauer variiert von zwei Dritteln der Nutzer, die im Durchschnitt täglich weniger als eine Stunde im Netzwerk verbringen, bis zu den ‚heavy Usern‘ (11 %), die mehr als zwei Stunden täglich auf ihr Profil zugreifen. Positive Erfahrungen überwiegen. Zu diesen zählen das Pflegen von Freundschaften (73 %) die Information oder Einladung zu Veranstaltungen oder Treffen (50 %), das Knüpfen neuer Freundschaften (31 %) oder die Bereicherung von Freizeit oder Hobby (25 %). Sieben Prozent konnten noch keine positiven Erfahrungen machen. Negative Erfahrungen geben vor allem die 14- bis 29-Jährigen (53 %) an. Unter den insgesamt 38 Prozent der Nutzenden, die bereits schlechte Erfahrungen in sozialen Netzwerken gemacht haben, gaben 26 Prozent an, unangenehme Kontaktanfragen von fremden Menschen erhalten zu haben, zehn Prozent fühlten sich durch Netzwerkmitglieder belästigt, neun Prozent erhielten unangenehme, anzügliche Nachrichten. Nach den Ergebnissen der BITKOM-Studie sind die jüngeren Befragten etwas zurückhaltender mit der Veröffentlichung ihrer persönlichen Daten. 17 Prozent der 14- bis 29-Jährigen machen ihre Angaben für alle Internetnutzerinnen und -nutzer sichtbar, während dies in der Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen 23 Prozent und in der Generation 50+ sogar 26 Prozent sind. Die meisten der Angaben, die in Sozialen Netzwerken eingestellt werden, sind für Freunde bzw. eigene Kontakte (41 %) oder nur für bestimmte Personen (8 %) sichtbar. Allerdings hängt der Grad der Öffentlichkeit auch stark mit den Daten selbst zusammen. In Profilen wird nach dem Vor- und Nachnamen (77 %), dem Alter (76 %) und einem Portrait-Foto (60 %) auch der Beziehungsstatus (57 %) häufig angegeben. 25 Prozent stellen Party und Urlaubsbilder online.

www.live-pr.com/landesmedienzentrum-baden-w-rttemberg-bildet-r1049069897.htm