Blog2Social by ADENION

SOCIAL MEDIA STUDIE 2016

Nutzung | Reichweite | Merkmale

„We don‘t have a choice whether we DO social media, the question is how well we DO it.“ (Erik Qualman)

Blog2Social by ADENION

Social Media Studie

über die Relevanz von Social Media & Blogs

- aktuelle Nutzungszahlen im Vergleich
- Nutzungsintensität einzelner Netzwerke
- Reichweite der Netzwerke
- Daily Page Views & Daily Visitors

Impressum:
ADENION GmbH
Mercatorstraße 2
41515 Grevenbroich
+49 2181 7569-277
frage@adenion.de
adenion.de
ViSdP: Melanie Tamblé, Geschäftsführerin

Über diese Studie

Mitgewirkt haben:

Irina Malievski

Referentin PR, Marketing & Social Media

Stefan Müller

Projektleiter Corporate Communications

Wir wollten wissen, welche Bedeutung Social Media inzwischen in der Unternehmenskommunikation hat. Welche Netzwerke sind besonders interessant, welche Kombinationen sind beliebt?

Unser Ziel: ein Profil der Social Media Nutzung in der professionellen Kommunikation zu erstellen.

Dazu haben wir die Profile von 2.164 Nutzern am Stichtag 19.04.2016 analysiert. Ergänzt haben wir die Ergebnisse um Zahlen aus früheren Stuiden, sowie externen Quellen.

Wir hoffen, Sie finden die Ergebnisse genauso spannend wie wir.

Blog2Social by ADENION

Warum Social Media

Bedeutung

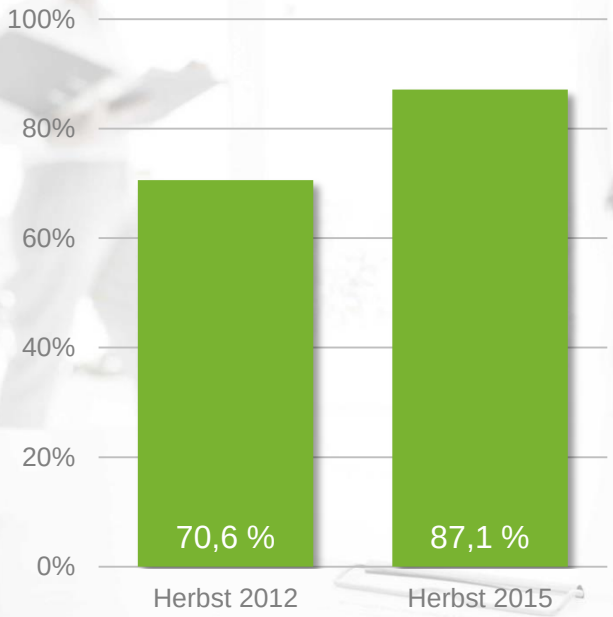
In der Unternehmenskommunikation haben sich die Social Media zu einem zentralen Baustein entwickelt. Unternehmen, Corporate Blogger und viele andere setzten die Reichweite der Social Networks gezielt ein, um mehr Aufmerksamkeit im Internet zu generieren. Deshalb findet die Verbreitung von Unternehmensinhalten zunehmend in den sozialen Netzwerken statt.

Orientierung

Das Deutsche Institut für Marketing hat folgendes herausgefunden*: Facebook, YouTube und Twitter, aber auch Blogs gehören zu den wichtigsten Instrumenten des Social Media Marketings. Die Nutzung ist quasi Pflicht. Zu den Pflichtinstrumenten zählt auch das Business-Netzwerk XING.

* DIM (2016): Studie Social Media Marketing. Online: https://www.marketinginstitut.biz/marktforschung/studien/studie-social-media-marketing/

Social Media in der Unternehmenskommunikation



* ADENION GmbH 2012: Studie Zukunft der Unternehmenskommunikation
http://www.pr-gateway.de/white-papers/online-pr-studie-unternehmenskommunikation
** ADENION GmbH : Studie Digitale Unternehmenskommunikation 2015.
http://adenion.de/angebote/studie-digitale-unternehmenskommunikation/

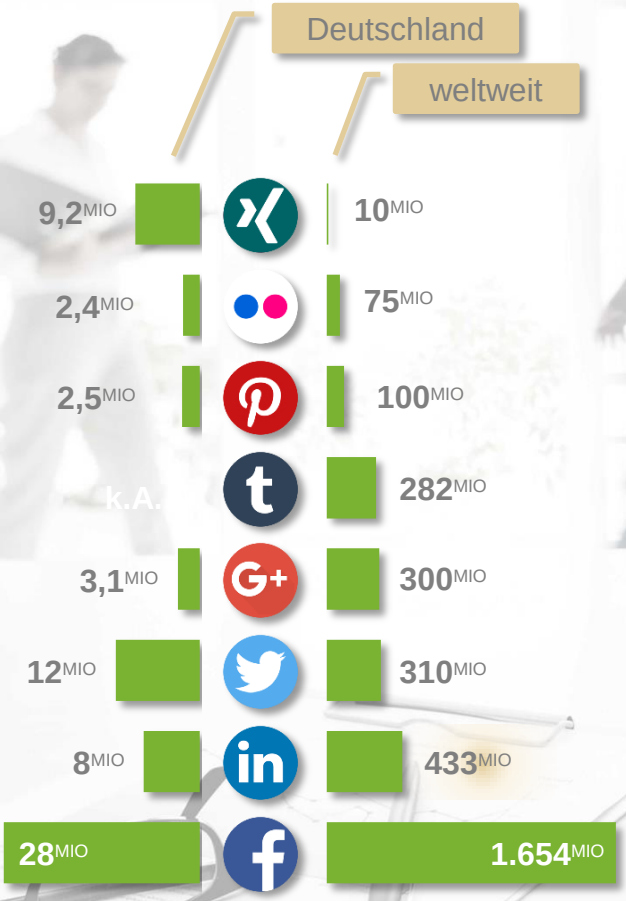
Wir haben 2012* und 2015** rund 3000 Kommunikationsprofis befragt, ob sie regelmäßig oder gelegentlich Social Media in der Unternehmenskommunikation einsetzen.

Die Entwicklung ist eindeutig. Während 2012 Social Media für 70,6 % zum Alltag gehörte, waren es im letzten Jahr bereits 87,1 %. Damit übersteigt die Zahl sogar die Erwartungen.
2012 hatten wir auch gefragt, welche Entwicklung die Kommunikationsprofis bei der Social Media Nutzung erwarten. Damals gingen nur 82,2 % davon aus, dass Social Media zum festen Bestandteil der Unternehmenskommunikation wird.

Reichweite der Netzwerke

© ADENION GmbH

Die Reichweite der Netzwerke



Das Nutzungsverhalten der Deutschen weicht in einigen Aspekten von dem durchschnittlichen Nutzungsverhalten weltweit ab. Das beweisen auch die Nutzungszahlen der einzelnen Social Media. Sowohl deutschland- als auch weltweit dominiert Facebook.
Neben Facebook hat Twitter und XING die größte Popularität in Deutschland.

XING ist ein vornehmlich deutsches Netzwerk.
Lediglich 8 % der Nutzer kommen nicht aus Deutschland. Deswegen lohnt es sich, bei der Wahl der Netzwerke regionale Besonderheiten zu berücksichtigen.

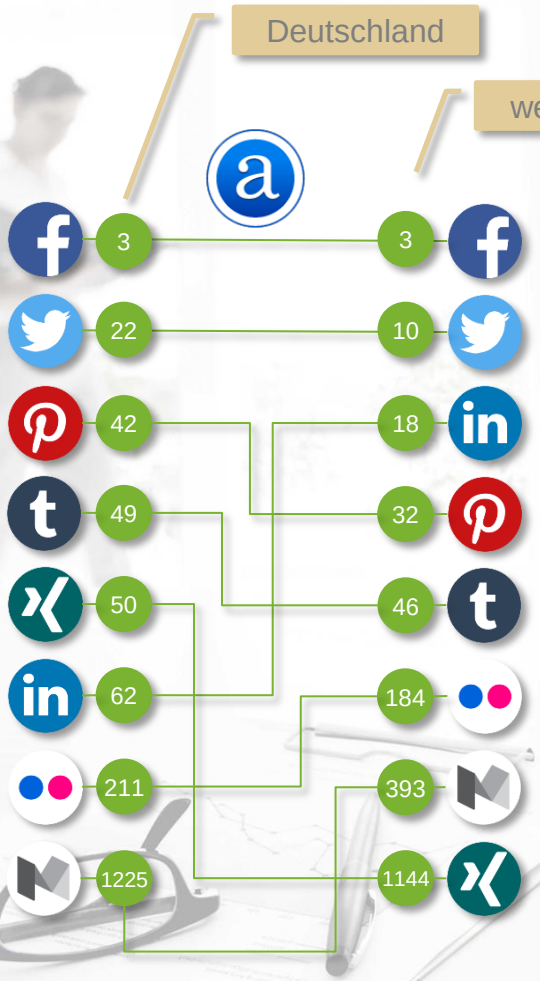
Blog2Social by ADENION

Die meistgenutzten Netzwerke

Auch mit Blick auf die Social Media Nutzung ergeben sich deutliche Unterschiede. Gerade die Netzwerke, die insgesamt eine hohe Reichweite haben, werden von den Nutzern besonders gerne genutzt, um Blogartikel zu teilen. Twitter ist deutlicher Favorit unserer Kunden. 73,0 % haben ein Twitter-Profil über Blog2Social mit Ihrem Blog verbunden.

Blog2Social by ADENION

Der Alexa® Rank der Netzwerke



Der Alexa® Rank zeigt, dass Facebook und Twitter insgesamt die größte Reichweite haben, sowohl deutschland- als auch weltweit. Während in Deutschland neben Facebook und Twitter auch Pinterest, Tumblr und XING eine hohe Reichweite verzeichnen, dominiert weltweit anstelle von XING das Businessnetzwerk LinkedIn.

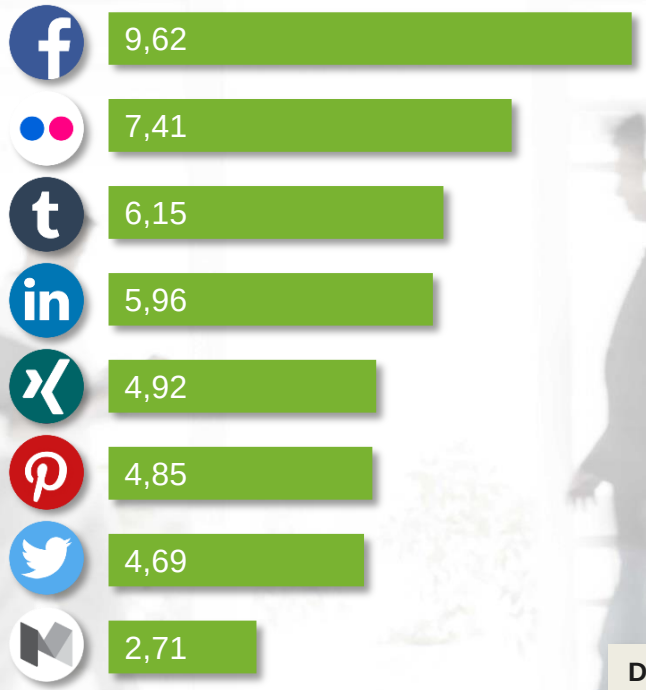
Alexa® Rank

Zeigt, wie oft eine Internetseite im Verhältnis zu allen existierenden Internetseiten aufgerufen wird. Je öfter eine Seite aufgerufen wird, desto besser ist das Ranking.

Eine Internetseite mit dem Alexa® Rank 15 ist die am 15.-häufigsten aufgerufene Internetseite im gesamten Internet. Den Alexa® Rank für die internationale und die nationale Internetnutzung haben wir links verglichen.

Blog2Social by ADENION

Tägliche Seitenaufrufe pro Besucher



Bei der Auswertung der Daily Page Views und der Daily Visitors zeigt sich, dass die Besucher auf Facebook, Flickr und Tumblr pro Besuch die meisten Seiten aufrufen.
Im Schnitt ruft jeder Facebook-Besucher 9,62 Seiten auf.

Daily Page Views

Die Daily Page Views bezeichnen die Anzahl der täglichen Aufrufe einer Internetseite unabhängig von der Anzahl der User, die diese Aufrufe tätigen.

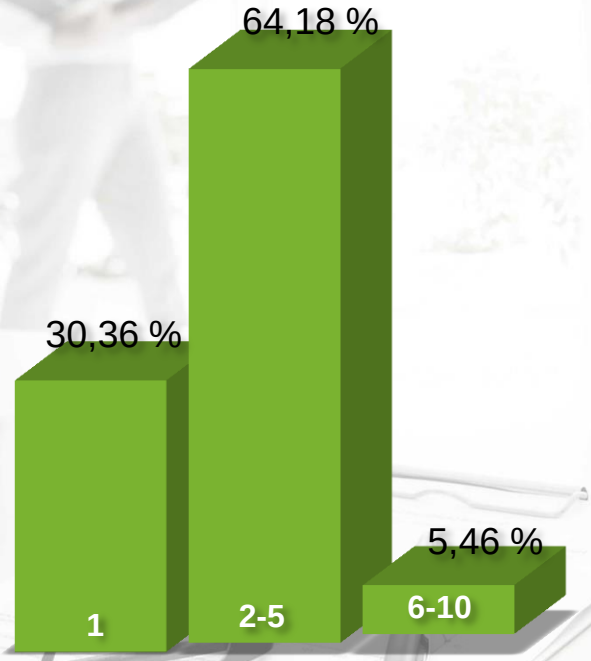
Daily Visitors

Daily Visitors bezeichnen die Anzahl der Besucher einer Website. Ein Besucher kann mehrmals eine Internetseite besuchen und dadurch mehrere Page Views generieren.

Die Nutzung der Netzwerke

© ADENION GmbH

Kombination von Kommunikationskanälen



Wie viele Netzwerke nutzt ein Onliner im Schnitt? 64,18 % unserer Kunden bedienen 2 bis 5 Netzwerke zeitgleich.
30,36 % der Onliner fokussieren sich bei der Social Media Pflege auf ein Netzwerk und 5,46 % nutzen 6 bis 10 Netzwerke, um die Sichtbarkeit der Beiträge zu steigern.

Anzahl Netzwerke	Verteilung
1	30,36 %
2	25,00 %
3	19,41 %
4	16,17 %
5	3,60 %
6	2,50 %
7	1,89 %
8	0,51 %
9	0,55 %

Blog2Social by ADENION

Die beliebtesten Paarungen

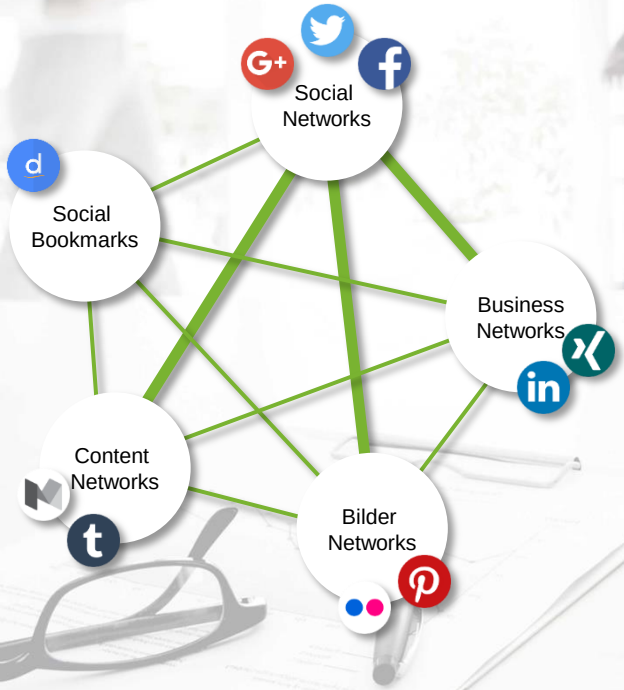
Rund zwei Drittel der untersuchten Blogs nutzen 2 bis 5 Social Networks zeitgleich. Es kristallisieren sich deutliche Favoriten in den Paarungen heraus.
Die Top-15 Auswertung zeigt, dass 78 % der Twitter-Nutzer parallel auch Facebook nutzen. Zudem ist die parallele Nutzung von Twitter und LinkedIn (41 %) sowie Facebook und LinkedIn (35 %) sehr beliebt.

#	Netzwerkpaare	Verteilung
1	Facebook /Twitter	78 %
2	Twitter/LinkedIn	41 %
3	Facebook /LinkedIn	35 %
4	Google+/Twitter	32 %
5	Pinterest/Twitter	30 %
6	Facebook/Google+	27 %
7	Facebook/Pinterest	23 %
8	Twitter/Tumblr	22 %
9	Tumblr/Facebook	17 %
10	Google+/LinkedIn	15 %
11	LinkedIn/Pinterest	14 %
12	Pinterest/Tumblr	14 %
13	Pinterest/Google+	12 %
14	LinkedIn/Tumblr	11 %
15	Twitter/Flickr	10 %

Blog2Social by ADENION

Die beliebtesten Netzwerk Paarungen für die Kommunikation

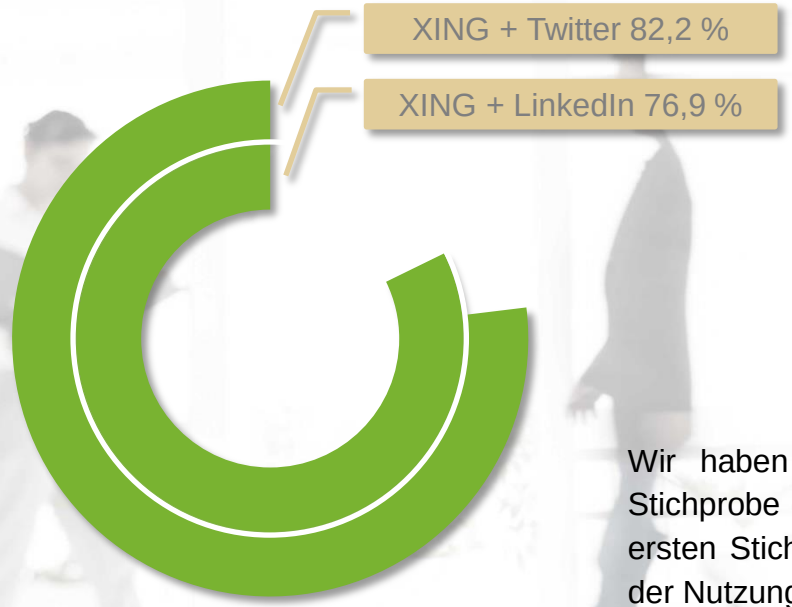
	Social Networks	Business Networks	Bilder Networks	Content Networks	Social Bookmarks
Social Networks	**27,06 %**	**19,63 %**	**17,26 %**	10,53 %	4,65 %
Business Networks		0,50 %	4,44 %	3,22 %	1,69 %
Bilder Networks			1,42 %	4,57 %	2,79 %
Content Networks				0,34 %	1,89 %



Schaut man auf die Kombinationen der Netzwerk-Typen, erkennt man auch hier deutliche Unterschiede: Die beliebtesten Kombinationen sind Paare zwischen Social Networks. Sie machen 27,06 % aller Verbindungen aus. So stehen 79,13 % aller Paarungen in Verbindung mit Social Networks.

Bei anderen Netzwerk-Typen entscheiden sich Nutzer in der Regel für 1 Netzwerk des Typs, also z.B. LinkedIn vs. XING oder Pinterest vs. Fickr.

Die Business-Netzwerke: XING und LinkedIn



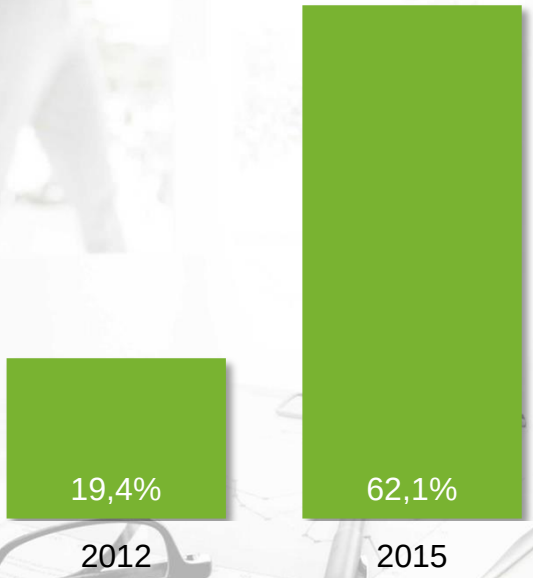
Wir haben am 09.06.2016 eine zweite Stichprobe gezogen, da zum Zeitpunkt der ersten Stichprobe XING noch nicht fest in der Nutzung etabliert war.

Die Ergebnisse zeigen, dass auch XING gerne in der Kombination mit anderen Social Networks genutzt wird. So nutzen 82,2 % derjenigen, die XING nutzen auch Twitter und 76,9 % nutzen die beiden Business-Netzwerke XING und LinkedIn parallel.

Blogs: Der Content Kanal in der professionellen Kommunikation

© ADENION GmbH

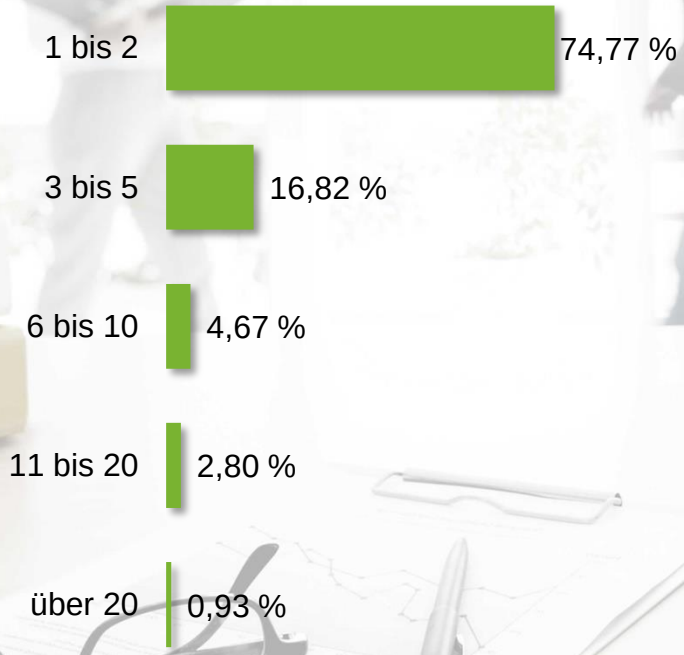
Corporate Blogs gehören zum Standard



Recap aus der Studie zur digitalen Unternehmenskommunikation*, die wir Ende 2015 veröffentlicht haben.
Die Verantwortlichen in den Corporate-Communications-Abteilungen nutzen immerhin zu 62,1 % einen Corporate Blog regelmäßig oder gelegentlich für ihre Kommunikationskampagnen.
Hier hat sich eine rasante Entwicklung ergeben. Ende 2012** gaben nur 19,4 % der Befragten in der ADENION-Studie „Zukunft der Unternehmenskommunikation“ an, dass Blogs zu ihrem Repertoire gehören. Der Anteil hat sich also innerhalb von drei Jahren mehr als verdreifacht.

* ADENION GmbH : Studie Digitale Unternehmenskommunikation 2015.
http://adenion.de/angebote/studie-digitale-unternehmenskommunikation/
** ADENION GmbH 2012: Studie Zukunft der Unternehmenskommunikation
http://www.pr-gateway.de/white-papers/online-pr-studie-unternehmenskommunikation

Blogs leben von frischen Inhalten

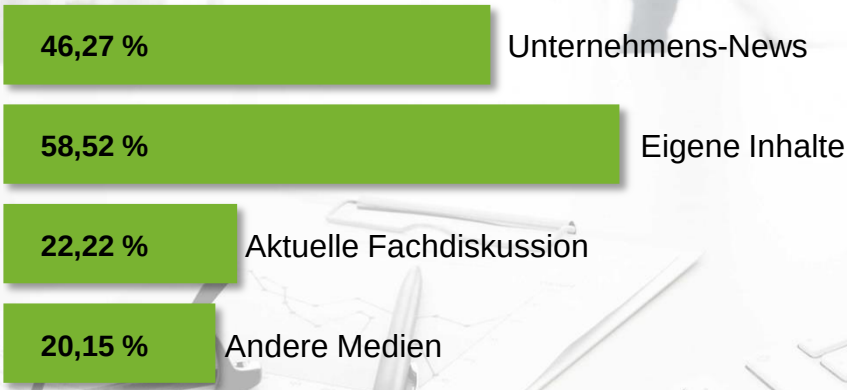


Jeder Blogger kennt die Frage: Was schreibe ich als nächstes? Ein Blog lebt von regelmäßigen frischen Inhalten. In der Studie haben 91,59 % der Blog-Verantwortlichen angegeben, 1 bis 5 Artikel pro Woche zu veröffentlichen.

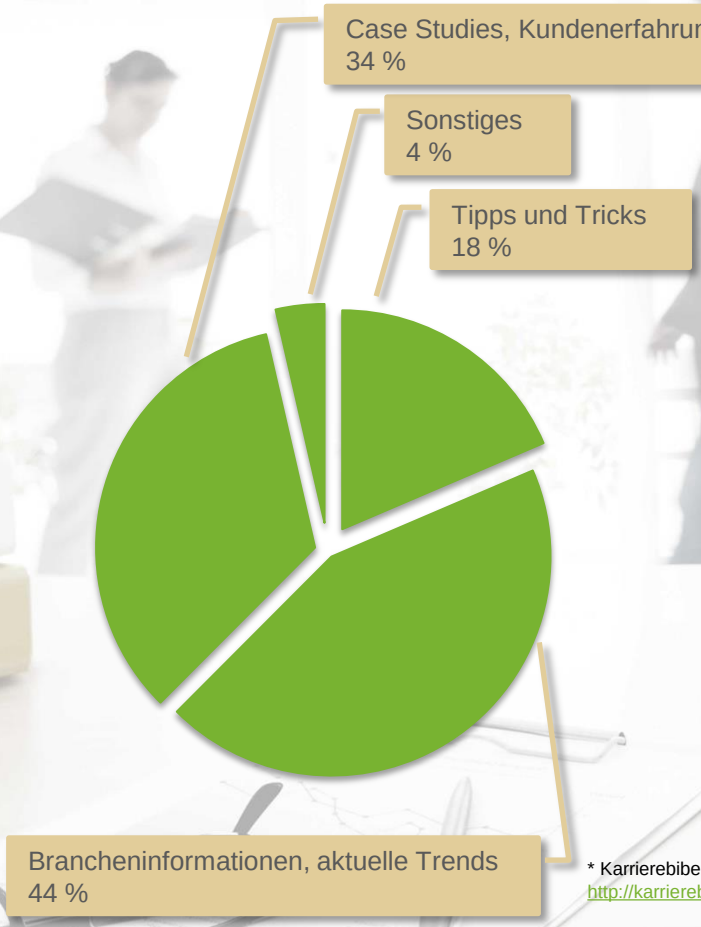
Um für all diese Beiträge immer wieder an Themen zu gelangen, wenden die Verantwortlichen unterschiedliche Strategien an.

Wo Corporate Blogger ihre Inhalte herbekommen

Wichtig für viele Corporate Blogger scheint der Blick nach innen zu sein: 46,27 % greifen auf, was es Neues im Unternehmen gibt. Der Blick über den Tellerrand ist allerdings in dreierlei Hinsicht bedeutend: 58,52 % generieren eigene Themen für ihre Blogartikel, recherchieren und verdichten also, was aktuell diskutiert wird und bereiten daraus ihr eigenes Themen auf. Oder sie nutzen den Themenpool in den Online-Medien ganz direkt (Prozentangaben jeweils Anteil von allen Antworten).



Welche Inhalte Blog-Leser bevorzugen



Auf den Inhalt kommt es an. Die Studie von Karrierebibel* zeigt, dass die Verteilung der Themenschwerpunkte auf den untersuchten Corporate-Blogs variiert. Vor allem Inhalte zu aktuellen Themen und Brancheninfos (44 %) sowie Kunden-erfahrungen und -geschichten (34 %) werden gerne gelesen. Mit 18 % sind praktische Tipps weitaus weniger vertreten.

Allerdings bemerken wir in unseren eigenen Auswertungen, dass Tipps und Tricks gut funktionieren. Deswegen gehen wir davon aus, dass sich diese Verteilung in der Zukunft vermutlich verschiebt.

* Karrierebibel (2014): Studie Corporate Blogs 2014.
http://karrierebibel.de/studie-corporate-blogs-2014-falsche-themen-kaum-kommentare/

Der Schlüssel zum Erfolg: Individuelle Merkmale der Social Media nutzen

© ADENION GmbH

Blog2Social by ADENION

Im richtigen Format posten

Jedes Netzwerk bietet unterschiedliche Möglichkeiten, die eigenen Posts optimal zu gestalten. Deswegen lohnt es sich, z.B. einen Tweet durch #Hashtags und @Handles zu ergänzen oder die Social Media Tweets mit Bildern zu visualisieren.

Die Aufstellung zeigt, welche Individualisierungsmöglichkeiten Sie haben.

	Zeichen-anzahl	#Hashtags	Handles	Links	Bilder	Videos
Twitter	140	ja	ja	ja	ja	ja
Facebook	∞	ja	nein	ja	ja	ja
LinkedIn	600	ja	ja	ja	ja	nein
Pinterest	500	ja	nein	ja	ja	ja
Google+	∞	ja	ja	ja	ja	ja
Tumblr	∞	ja	ja	ja	ja	ja
Diigo	250	ja	nein	ja	nein	nein
Flickr	∞	ja	ja	ja	ja	ja
XING	420	nein	nein	ja	ja*	nein
Medium	∞	ja	ja	ja	ja	nein

* nur in Gruppen

Blog2Social by ADENION

Zur richtigen Zeit posten

Wenn besonders viele Nutzer eines Netzwerks online sind, können Sie auch viele Nutzer erreichen. Je dynamischer die Timeline in einem Netzwerk zusammengestellt wird, desto wichtiger ist es, das richtige Social Media Timing zu kennen. Nachfolgend die Essenz verschiedener Studien und Erfahrungsberichte, wann jeweils die meisten Nutzer in den wichtigsten Social Networks online sind.

Netzwerk	Hohe Frequenz	Mittlere Frequenz	Bevorzugte Wochentage
Twitter	13:00 -15:00	08.00 -13:00 15:00 -20:00	montags bis donnerstags
Facebook	06:00 -08.00 14.00 -17:00	04:00 -06:00 17.00 -23:00	freitags nachmittags und am Wochenende
LinkedIn	07:00 -08:30 17:00 -18:00	08.30 -09:00 18:00 -07:00	dienstags bis donnerstags
Pinterest	14:00 -16:00 20:00 -23:00	07:00 -14:00 16:00 -17:00 19:00- 20:00 23:00 -01:00	am Wochenende
Google+	09:00 -11:00	08:00 -09:00 11:00 -21:00	montags, mittwochs bis freitags
Tumblr	19.00 -22:00	16.00 -19:00 22:00 -00:00	freitags abends und am Wochenende
XING	07:00-09:00 17:00-18:00	12:00 -13:00 18:00-19:00	dienstags bis donnerstags

Blog2Social by ADENICN

Machen Sie Ihren Blog erfolgreich!

Blogbeiträge individuell für jedes Netzwerk optimiert und zeitgesteuert automatisiert auf Social Media Profilen, auf Seiten und in Gruppen teilen.

automatisieren

In 1 Schritt auf Profile, in Gruppen und auf Seiten posten // 100 % zielgruppengerecht

individualisieren

Beiträge mit #Hashtags, @Handles und Kommentaren ans Netzwerk anpassen

planen

Posts pro Netzwerk zeitversetzt veröffentlichen // Professionelles Content Seeding

Blog2Social ist Social Media Management für Ihren Wordpress-Blog.

Blog2Social Free downloaden

Blog2Social Premium 30 Tage kostenlos testen

SOCIAL SIGNALS
Influma
influma.de
THEMEN FINDEN
VERNETZEN
INFLUENCER FINDEN
PRESSEMITTEILUNG SCHREIBEN
BLOGGER RELATIONS
MULTI POSTING
BLOGARTIKEL INDIVIDUALISIEREN
BLOGARTIKEL TEILEN
Influencer Marketing
CONTENT CURATION
Text-Analyse
Blog2Social
blog2social.de
Online-PR
Social Media Relations
PR-Gateway
pr-gateway.de
PRESSEMITTEILUNG VERÖFFENTLICHEN
PRESSEVERTEILER
TOUCHPOINTS
AUF SOCIAL MEDIA TEILEN
Content Marketing
pressrelations
Google News
inar-de
firmenpresse
business.on.de
finanztreff.de
bing
YAHOO!
LIVE-PR
Wirtschafts Woche
issuu
absatzwirtschaft
Handelsblatt
DOWJONES Newswires
facebook
INTERNET WORLD Business
Computer
XING
Scribd.
marketing BÖRSE
CNET.com
The Press and Journal
Press Release
Google+
WEBNEWS
ADENION