

Ob Facebook, Instagram oder Xing: Welche Soziale Medien man nutzt, ist vor allem eine Frage des **Alters**. Das geht aus dem **Social-Media-Atlas 2017** der Beratungsgesellschaft Faktenkontor hervor. Der Atlas des Hamburger Unternehmens erfasst seit 2011 jährlich die Nutzung Sozialer Medien in Kooperation mit dem Marktforscher Toluna.

Teenager setzen demzufolge besonders auf den Börsen-Neuling **Snapchat**. Fast zwei Drittel der 14- bis 19-jährigen Onliner (62 Prozent) gaben an, den Dienst zu benutzen. In allen Altersgruppen der befragten Nutzer waren es hingegen nur 15 Prozent. Auch **Instagram** punktet vor allen Dingen in dieser Altersgruppe. Bei den Teenagern ist der Dienst mit einer Nutzung von 71 Prozent beliebter als Facebook, bei allen Onlinern erreicht er nur etwa 26 Prozent der Nutzer.

„Vielen Unternehmen ist noch nicht klar, dass auch Social-Media-Nutzer **keine homogene Gruppe** sind“, merkt Dr. Roland Heintze, Social-Media-Experte bei Faktenkontor, an.

Besonders beliebt bei den 30- bis 39-Jährigen: **Xing** und **LinkedIn** (Xing: 30 Prozent; LinkedIn: 19 Prozent). Die berufsorientierten Netzwerke werben explizit um diese Zielgruppe.

Facebook und Whatsapp erreichen die meisten Social-Media-Nutzer

Der Platzhirsch **Facebook** und der Kurznachrichtendienst **Whatsapp** werden in allen Altersgruppen intensiv genutzt und sind auch für Senioren interessant - 76 Prozent der Social-Media-User nutzen Whatsapp, so der Social-Media-Atlas. Facebook erreicht mit 87 Prozent eine beinahe flächendeckende Vertretung bei den Nutzern Sozialer Medien.



