Bitkom e.V. |

Jeder zweite Social-Media-Nutzer kann Werbung von Inhalt nur schwer unterscheiden

- Vor allem Jüngere haben Probleme, Werbung in sozialen Netzwerken zu erkennen
- Sechs von zehn Nutzern finden Werbung in Gratis-Netzwerken in Ordnung

Berlin, 16. Juli 2018 - Banner, Werbe-Videos, Pop-Ups und Influencer, die ein Produkt in die Kamera halten: Werbung in sozialen Netzwerken ist allgegenwärtig. Doch viele Social-Media-Nutzer haben mittlerweile Schwierigkeiten, zwischen Werbung und inhaltlichen Beiträgen zu unterscheiden. So sagt knapp jeder zweite Nutzer (48 Prozent), dass er Werbung von Inhalt nur schwer unterscheiden kann. Unter den jüngeren Nutzern im Alter von 14 bis 29 Jahren sind es sogar 56 Prozent, unter den 50- bis 64-Jährigen und bei der Generation 65 Plus dagegen nur jeweils 40 Prozent. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Studie im Auftrag des Digitalverbands Bitkom, bei der 1.212 Internetnutzer ab 14 Jahren befragt wurden, darunter 1.011 Nutzer von sozialen Netzwerken. „Gerade Online-Werbung will unterhalten und ist oft so auf den Nutzer zugeschnitten, dass er von ihr einen konkreten Nutzen hat und sie gar nicht als Werbung wahrnimmt“, sagt Linda van Rennings, Social-Media-Expertin beim Bitkom. „Insbesondere Surfanfänger sollten daher früh über die verschiedenen Werbeformen wie etwa Produktplatzierungen aufgeklärt werden. Hier sind nicht zuletzt auch die Schulen gefragt, Kinder darauf vorzubereiten, Werbung besser einzuordnen.“

Acht von zehn Social-Media-Nutzer (78 Prozent) haben das Gefühl, dass Werbung in sozialen Netzwerken in letzter Zeit zugenommen hat. Allerdings sind auch sechs von zehn Befragten (60 Prozent) der Meinung, dass Werbung in sozialen Netzwerken in Ordnung ist, weil dadurch die Netzwerke kostenlos zur Verfügung stehen. Bei den 14- bis 29-Jährigen sagen das sogar zwei Drittel (66 Prozent). Drei von zehn Befragten (29 Prozent) geben an, dass sie auf Werbung in sozialen Netzwerken nicht verzichten möchten, weil sie dadurch immer wieder Angebote oder Themen entdecken, die sie sonst nicht gefunden hätten. Mehr als ein Drittel der Befragten (35 Prozent) meint außerdem, dass Werbung in sozialen Netzwerken besser zu den eigenen Interessen passt als herkömmliche Online-Werbung.

Welche sozialen Netzwerke sind am beliebtesten? Wann, auf welchen Geräten und von wem werden sie genutzt? Welche Funktionen werden besonders nachgefragt? Die Antworten auf all diese Fragen aus der Welt der sozialen Netzwerke sowie aktuelle Trends und Entwicklungen zeigt der neue **Studienbericht** „Social Media & Social Messaging" von Bitkom Research auf. Die ausführliche Publikation stellt die Ergebnisse einer repräsentativen Online-Befragung unter Internetnutzern zusammen. Der Studienbericht kann kostenfrei hier heruntergeladen werden.

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine repräsentative Online-Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.212 Internetnutzer ab 14 Jahren befragt, darunter 1.011 Social-Media-Nutzer (83 Prozent). Die Fragestellung lautete: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Werbung in sozialen Netzwerken zu bzw. nicht zu?“

Kontakt

Marie Kreß
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-432
E-Mail: m.kress@bitkom.org

Dr. Florian Bayer
Bereichsleiter Digital Marketing & Vertrieb
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jeder-zweite-Social-Media-Nutzer-kann-Werbung-von-Inhalt-nur-schwer-unterscheiden.html***