Bitkom e.V. |

Jeder Fünfte folgt Online-Stars in sozialen Netzwerken

- Jeder zweite Social-Media-Nutzer hat schon von Influencern gehört oder gelesen
- 4 von 10 haben Werbung der Social-Media-Stars wahrgenommen
- 9 Prozent haben ein Produkt auf Empfehlung eines Influencers gekauft



Berlin, 16. März 2018 - Sie teilen ihr Leben in der digitalen Welt, haben mit Fotos und Videos eine gewisse Berühmtheit erlangt und werben für Produkte: Fast jeder zweite Social-Media-Nutzer (49 Prozent) hat schon einmal vom Begriff Influencer gehört oder gelesen. Und jeder Fünfte (20 Prozent) folgt selbst den Social-Media-Stars. In der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen ist es sogar fast jeder Zweite (44 Prozent). Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. Als Influencer werden Menschen bezeichnet, die in den sozialen Netzwerken über eine hohe Präsenz mit vielen Fans verfügen und in der Regel mit einem bestimmten Themenschwerpunkt über Marken berichten und Produkte präsentieren. „Influencer gehören heute zur digitalen Welt. Sie nehmen ihre Fans mit durch ihren Alltag, auf Reisen oder Partys und verfügen als Social-Media-Stars über enorm viel Reichweite“, sagt Linda van Rennings, Social-Media-Expertin beim Bitkom. „Influencer haben aber auch eine große Verantwortung gegenüber ihren Followern, weil sie direkt mit ihnen kommunizieren und so Einfluss üben können.“

Viele erfolgreiche Influencer verdienen ihr Geld damit, für Marken, Produkte oder Unternehmen zu werben. So haben vier von zehn Social-Media-Nutzern (42 Prozent) schon einmal Produktplatzierungen oder gesponserte Beiträge von Influencern in den sozialen Netzwerken wahrgenommen. Bei den Jüngeren zwischen 14 und 29 Jahren sind es sogar sieben von zehn (71 Prozent), die Werbung von Influencern gesehen haben. 9 Prozent der Social-Media-Nutzer geben an, schon einmal ein Produkt auf Empfehlung eines Influencers gekauft zu haben. „Für Werbung gelten klare Regeln, etwa dass bezahlte Werbung auch als solche kenntlich gemacht werden muss. Das sollte auch für Influencer selbstverständlich sein“, so van Rennings.

9 von 10 Social-Media-Nutzern, denen der Begriff Influencer bekannt ist (92 Prozent), wissen, dass diese ihr Geld damit verdienen, für Produkte zu werben. Drei Viertel (76 Prozent) haben außerdem das Gefühl, werbefinanzierte Beiträge von Influencern hätten zugenommen. Nur jeder Vierte (26 Prozent) betrachtet Produktvorstellungen von Influencern nicht als Werbung. Van Rennings: „Soziale Netzwerke sind zu einem riesigen Marktplatz für Produkte geworden: Das ist vielen Social-Media-Nutzern bewusst. Sie lassen sich nicht blenden, sondern reflektieren, was sie online sehen.“

Bereits jeder zweite Social-Media-Nutzer, dem der Begriff bekannt ist (56 Prozent), nimmt Influencer in der heutigen digitalen Welt als ganz normalen Beruf wahr. Jeder Dritte (35 Prozent) wäre selbst gerne als Influencer erfolgreich. 43 Prozent geben an, manchmal neidisch zu sein, weil Influencer so viel geschenkt bekommen. „Um das Internet sind zahlreiche neue Jobs entstanden – Influencer ist einer davon. Dabei sollte nicht unterschätzt werden, wie viel Aufwand es macht, ständig und professionell online präsent zu sein“, sagt van Rennings.



Die Follower von Influencern interessieren sich vor allem für die Bereiche Fitness & Sport (46 Prozent), Mode (44 Prozent) sowie Ernährung & Gesundheit (44 Prozent). Ebenfalls beliebt sind die Themen Kosmetik & Make-Up (39 Prozent), Reisen (36 Prozent) oder Wohnen & Design (31 Prozent). Jeder Dritte (33 Prozent) folgt Prominenten und VIPs, die ihr Privatleben über Social Media teilen. Hoch im Kurs stehen auch Themen wie persönliche Weiterentwicklung (26 Prozent), IT & Technik (23 Prozent) sowie Heimwerk & Do-it-yourself (22 Prozent). 13 Prozent interessieren sich außerdem für Influencer, die über Schwangerschaft, Baby und Familienleben berichten. Viele Follower treten auch gerne selbst mit Influencern in Kontakt – so haben 44 Prozent schon einmal einen Beitrag von einem Influencer kommentiert und 30 Prozent einen Beitrag geteilt.

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 1.010 Social-Media-Nutzer (83 Prozent). Die Fragestellungen lauteten: „Haben Sie im Kontext von sozialen Netzwerken schon einmal von dem Begriff Influencer gehört bzw. gelesen?“, „Folgen Sie selbst Influencern in den sozialen Netzwerken?“, „Welchen Aussagen zum Thema soziale Netzwerke und Influencer stimmen Sie zu?“, „Aus welchen Bereichen kommen die Influencer, denen Sie in ihren sozialen Netzwerken folgen?“ und „Welche der folgenden Handlungen haben Sie schon einmal im Zusammenhang mit Influencern vorgenommen?“

Kontakt

Nina Paulsen
Pressesprecherin
Telefon: +493027576168
E-Mail: n.paulsen@bitkom.org
Download Pressefoto

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

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jeder-Fuenfte-folgt-Online-Stars-in-sozialen-Netzwerken.html***