Bitkom e.V. | Presseinformation

Die Hälfte folgt Influencerinnen und Influencern in sozialen Medien

- **Unter 16- bis 29-Jährigen sind es sogar 80 Prozent, die den Online-Stars folgen**
- **Followerinnen und Follower wünschen sich klare Kennzeichnung von Werbung**

Berlin, 05. Mai 2022 - Ob Beauty, Mode, Sport, Reisen oder Promis: Die Hälfte der Nutzerinnen und Nutzer sozialer Medien in Deutschland (50 Prozent) folgt Influencerinnen und Influencern auf Instagram, Facebook, TikTok und Co. Unter den jungen Menschen zwischen 16 und 29 Jahren sind es sogar 81 Prozent, die Posts, Videos und Stories der Social-Media-Stars abonniert haben. 57 Prozent sind es bei den 30- bis 49-Jährigen. Unter den über 50-Jährigen (25 Prozent) sowie über 65-Jährigen (21 Prozent) sind es deutlich weniger. Das sind die Ergebnisse einer repräsentativen Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.005 Menschen in Deutschland ab 16 Jahren, darunter 599 Nutzerinnen und Nutzer sozialer Netzwerke. Demnach folgen 71 Prozent Influencerinnen und Influencern aus den Bereichen Mode. Dahinter folgen die Bereiche Wohnen & Design (62 Prozent), Kosmetik & Make-Up (49 Prozent), Reisen (45 Prozent) oder Fitness & Sport (42 Prozent). 40 Prozent interessieren sich auch für Promis und VIPs wie Kim Kardashian, Heidi Klum oder Daniela Katzenberger, die ihr Privatleben in den sozialen Medien teilen. Das Thema Ernährung & Gesundheit ist für 38 Prozent interessant. „In der digitalen Welt sind Influencerinnen und Influencer immer wichtiger geworden und mittlerweile fester Bestandteil vieler innovativer Marketingstrategien. Sie setzen Trends, steigern die Brand-Reputation zahlreicher Unternehmen und sind aus dem Marketingökosystem der sozialen Medien nicht mehr wegzudenken“, sagt Rebekka Weiß, Leiterin Vertrauen & Sicherheit beim Bitkom. „Viele erfolgreiche Influencerinnen und Influencer verdienen ihr Geld damit, Produkte und Services zu testen, zu bewerten, ihre eigenen Produktlinien zu entwerfen sowie für Marken oder Unternehmen zu werben. Mittlerweile gibt es neben menschlichen auch computergenerierte Influencerinnen und Influencer. Mit Blick auf das Metaversum dürfte dieser Trend zunehmen.“

40 Prozent der Followerinnen und Follower haben schon einmal einen Beitrag von Influencerinnen und Influencern geteilt. 37 Prozent haben einen Rabattcode genutzt und 29 Prozent einen Beitrag kommentiert. Mehr als ein Viertel (27 Prozent) hat schon einmal ein Produkt auf Empfehlung eines Influencers oder einer Influencerin gekauft. Den allermeisten Nutzerinnen und Nutzern sozialer Netzwerke (92 Prozent) ist dabei bewusst, dass Influencerinnen und Influencer ihr Geld damit verdienen, für Produkte zu werben. Zwei Drittel (67 Prozent) finden aber auch, dass Werbung und gesponserte Produkte als solche gekennzeichnet sein sollten. „Nutzerinnen und Nutzer von sozialen Netzwerken müssen erkennen können, ob es sich bei einem Post um Werbung handelt oder nicht“, betont Weiß. „Zugleich hängt es immer von den Einzelumständen ab, ob ein Post oder eine Story wirklich werblich ist. Wichtig ist in jedem Fall, dass Influencerinnen und Influencer Rechtssicherheit im Umgang mit ihren Beiträgen haben. Nicht zuletzt durch entsprechende Urteile des Bundesgerichtshofs und neue Gesetze wurde hier etwas mehr Klarheit geschaffen.“

Kontakt

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

Isabelle Görg
Bereichsleiterin Datenschutzrecht & -politik
Download Pressefoto

Nachricht senden

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverband Bitkom durchgeführt hat. Im Januar 2022 wurden dabei 1.005 Personen in Deutschland ab 16 Jahren telefonisch befragt. Die Fragestellung lautete: „Folgen Sie selbst in den von Ihnen genutzten sozialen Netzwerken sogenannten Influencern?“, „Aus welchen Bereichen kommen die Influencer, denen Sie in Ihren sozialen Netzwerken folgen?“, „Welche der folgenden Handlungen haben Sie schon einmal im Zusammenhang mit Influencern vorgenommen?“ und „Ich lese Ihnen nur einige Aussagen zu Influencern vor. Bitte beurteilen Sie, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Haelfte-folgt-Influencern***