

# Serviceprofil: Soziale Netzwerke 2012

# 2,67



Branchenwert Globalzufriedenheit 2012

## Aufholbedarf bei den sozialen Netzwerken

Die Sozialen Netzwerke erreichen im Kundenmonitor Deutschland 2012 einen Globalzufriedenheitswert von 2,67 auf einer Skala von „vollkommen zufrieden“ (=1) bis „unzufrieden“ (=5).

Der Anteil der überzeugten Nutzer ist im Vergleich zum Vorjahr um 2 Prozentpunkte leicht gesunken, dieses Jahr sind noch 36 Prozent mit ihrem sozialen Netzwerk vollkommen bzw. sehr zufrieden. Am zufriedensten zeigen sich 2012 die Nutzer von wer-kennst-wen.de (-9 Basispunkte im Vergleich zum Vorjahr), dicht

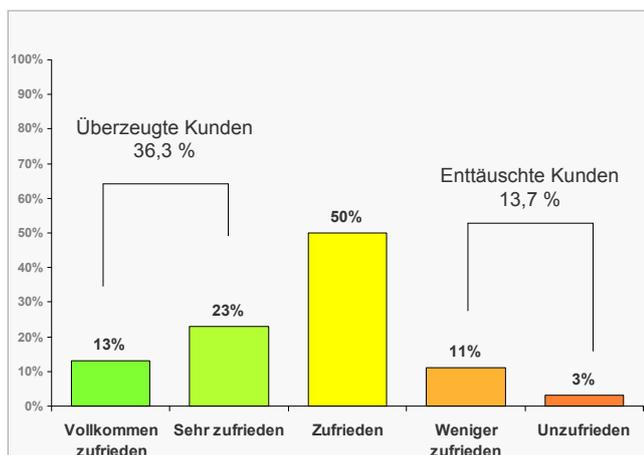
gefolgt von facebook (-6). Die geringsten Einbußen in der Globalzufriedenheit verzeichnet das berufliche Netzwerk Xing (-3), den größten Verlust Stayfriends (-19).

Positiv hervorzuheben bleibt weiterhin, dass mit etwa 70 Prozent ein großer Teil der Befragten angibt, durch das Netzwerk interessante Kontakte zu knüpfen. Für einen Teil der Befragten konnte sich das Netzwerk sogar als zentrale Kommunikationsform durchsetzen: 28 Prozent kommunizieren mit

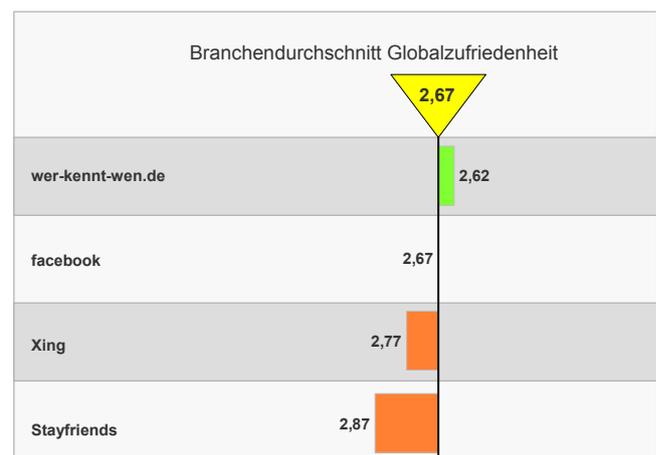
### Branchensteckbrief

Geführte Interviews: 2.679  
Erhebungsmethode:  
Online-Interviews (CAWI)  
  
Grundgesamtheit:  
Bevölkerung 16 - 69 Jahre  
  
Erhebungszeitraum:  
09.05. bis 22.05.2012

## Globalzufriedenheit Soziale Netzwerke 2012



## Globalzufriedenheit in der Branche



Die hier angegebenen Zufriedenheitswerte geben Anteile oder den errechneten Mittelwert der im Kundenmonitor Deutschland eingesetzten Skala von „vollkommen zufrieden“ bis „unzufrieden“ an.

### Die Zufriedenheitsskala im Kundenmonitor Deutschland



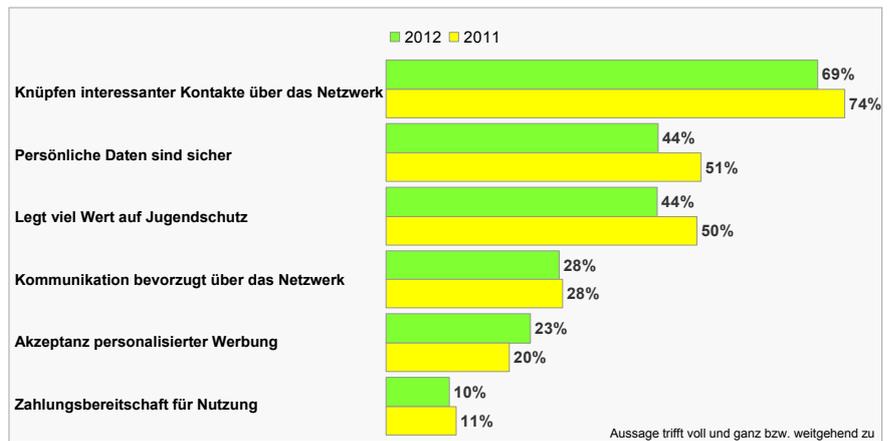
Freunden und Bekannten lieber über das Netzwerk als über Telefon, SMS oder E-Mail.

Die Bedenken im Hinblick auf die Datensicherheit und den Jugendschutz haben sich jedoch leicht verstärkt: Während im Vorjahr noch die Hälfte überzeugt war, dass die eigenen Daten sicher sind und das Netzwerk viel Wert auf Jugendschutz legt, sind es aktuell 44 Prozent. Die Akzeptanz der personalisierten Werbung ist um 3 Prozentpunkte auf 23 Prozent leicht angestiegen. Für die Nutzung der sozialen Netzwerke zu bezahlen, ist weiterhin etwa jeder Zehnte bereit.

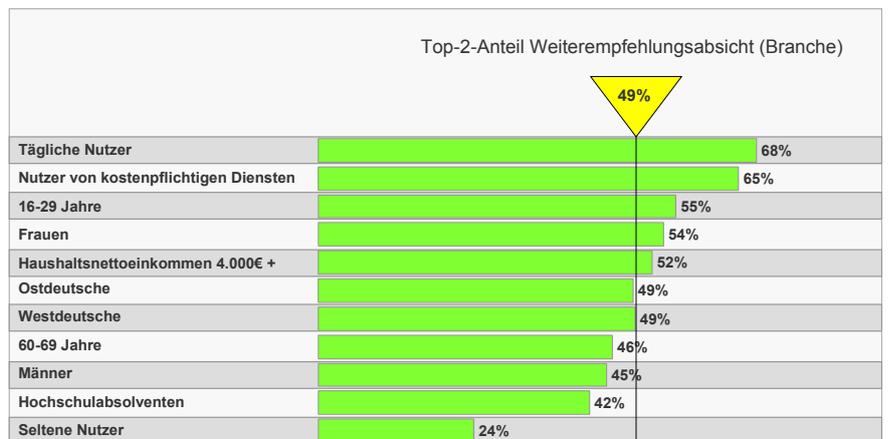
Die mobile Nutzung spielt auch im Bereich der sozialen Netzwerke zunehmend eine wichtige Rolle: So ist heute bereits ein Viertel der Befragten über mobile Endgeräte eingeloggt. Angesichts der steigenden Absatzzahlen von Smartphones und Tablet-Computern ist davon auszugehen, dass dieser Anteil in Zukunft weiter steigen wird, zumal die Zufriedenheit mit der Nutzung über mobile devices sogar über der Globalzufriedenheit liegt.

Die bei den sozialen Netzwerken so zentrale Weiterempfehlung an potentielle neue Mitglieder ist im Vergleich zum Vorjahr um 10 Prozentpunkte auf 49 Prozent gesunken. Am zurückhaltendsten im Hinblick auf die Weiterempfehlung

### Aussagen zu sozialen Netzwerken



### Weiterempfehlung



sind seltene Nutzer (24 %). Eine hohe Bereitschaft zur Weiterempfehlung zeigen vor allem intensive Nutzer, d.h. jene die das Netzwerk täglich nutzen (68 %) oder kostenpflichtige Dienste in Anspruch nehmen (65 %).