

Erste deutsche Studie zum Sharing-Verhalten von Internetnutzern

15.10.2012, 10:17 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *allyve GmbH*

Presseagentur: *Agentur Frau Wenk+++*



allyve stellt erste deutsche Studie zum Sharing-Verhalten von Internetnutzern vor

Studie „Social Media Impact 2012 – Social Sharing und Social Login im Web“ / Nutzer erwarten Social-Media-Integration auf Websites

Hamburg, 15. Oktober 2012 – Wenn die Deutschen auf Websites surfen, stehen Kommunikation und Interaktion hoch im Kurs. Im Durchschnitt führen Internetnutzer monatlich 17 Aktionen auf Websites aus. Am häufigsten werden dabei die Teilen-Buttons der sozialen Netzwerke angeklickt, dicht gefolgt vom Kommentieren der Website-Inhalte. Dies sind nur einige Ergebnisse der umfassenden Studie „Social Media Impact 2012 – Social Sharing und Social Login im Web“* der allyve GmbH & Co. KG (www.allyve.com). Es ist die erste Studie, die das Website- und Sharing-Verhalten von deutschen Internetnutzern umfassend abfragt und es in Beziehung zu ihrer Social-Media-Nutzung setzt. Kernziel der Studie war es, mehr über die Nutzung von Social-Media-Funktionen auf Websites zu erfahren. Dank der erhobenen Zahlen lassen sich nun Rückschlüsse ziehen, wie sich Social-Media-Integration auf das Sharing-Verhalten der Nutzer auswirkt. Das Sharing wiederum steigert die virale Verbreitung einer Website und den Referral Traffic.

Einige Ergebnisse der Studie „Social Media Impact 2012 – Social Sharing und Social Login im Web“:

- Knapp die Hälfte der Mitglieder in sozialen Netzwerken (47 Prozent) würden ihre Website-Interaktionen gern mit ihren Freunden in sozialen Netzwerken teilen. Besonders abgegebene Kommentare werden als teilenswerte Inhalte angesehen.
- Mitglieder sozialer Netzwerke haben eine hohe Bereitschaft zum Teilen von Inhalten. Insgesamt ermittelt allyve einen Wert von durchschnittlich 314 geteilten Inhalten im Jahr. Die Digital Natives (14–29-Jährige) führen sogar 452 Shares im Jahr durch, durchschnittlich 1,2 pro Tag.
- Deutsche Netzwerkmitglieder folgen durchschnittlich jedem vierten angezeigten Link, den ihre Freunde mit ihnen in sozialen Netzwerken teilen.
- Fast jeder zweite Internetnutzer (49 Prozent) steht der Anmeldung auf Websites mit einem bestehen Account in sozialen Netzwerken offen gegenüber. 16 Prozent der Internetnutzer haben den sogenannten Social Log-in schon mindestens einmal verwendet.

„Die Ergebnisse unserer Studie zeigen, dass deutsche Internetnutzer gern Inhalte teilen und Social-Media-Funktionen auf

einer Website erwarten“, resümiert Dr. Thomas Völcker, Geschäftsführer der allyve GmbH & Co. KG. „Wer dabei nur auf Facebook setzt, ist schlecht beraten, denn 60 Prozent der Netzwerkmitglieder haben einen Account in mehr als einem sozialen Netzwerk. Um sich zukünftig erfolgreich behaupten zu können, müssen Websitebetreiber außerdem die für sie passenden Social-Media-Funktionen tief in ihre Website integrieren. Denn nur eine tiefe Social-Media-Integration jenseits der Standard-Plug-ins ermöglicht den aktiven Datenaustausch zwischen dem sozialen Netzwerk und der Website. Dadurch können Daten aus der Social-Media-Nutzung fürs Marketing genutzt werden“, erklärt Völcker.

Detaillierergebnisse der Studie zu den Themen Social Sharing und Social Log-in werden in Kürze veröffentlicht. Interessenten steht das Dokument unter <http://www.allyve.com/ressourcen/social-media-impact-2012/> zum Download zur Verfügung.

*Studie „Social Media Impact 2012 – Social Sharing und Social Login im Web“ der allyve GmbH & Co. KG in Kooperation mit AP Lellwitz Marktforschung und Research Now, n=1000 Internetnutzer ab 14 Jahren, teilquotiert nach AGOF internet facts 2012-3, Erhebungszeitraum Juli bis August 2012

Portrait

Über allyve:

„allyve All-in-One“ ist eine Software-as-a-Service-Lösung für Social-Media-Integration. Damit können Unternehmen Social-Media-Funktionen in ihre Website integrieren. Dadurch wird die Usability der Seite erhöht sowie die Kundenbindung und Loyalität gesteigert. Basis der Software ist eine universelle Schnittstelle zu allen relevanten Social Networks wie Facebook, Twitter oder Google+. So sparen Unternehmen Programmierungs- und Pflegeaufwand. Neben den Bausteinen für die Integration der Schnittstelle (API & SDKs) bietet die „allyve All-in-One“ auch zahlreiche Funktionserweiterungen (Social Plugins) sowie Monitoring-, Analyse- und Marketing-Services. E-Commerce-Anbieter, Content-Portale oder Webdienste erhalten dadurch Zugriff auf Nutzerinformationen für das Social Media Marketing. Alle Daten werden nach deutschem Recht datenschutzkonform verarbeitet. „allyve All-in-One“ kann bedarfsgerecht genutzt werden und ist bereits auf den Websites von Kunden wie Das Telefonbuch, Conrad Caine und Das Örtliche im Einsatz. Es ist ein Produkt der Hamburger allyve GmbH & Co. KG. www.allyve.com

News-ID: 670820 • Views: 804 (Stand: 12.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/670820/Erste-deutsche-Studie-zum-Sharing-Verhalten-von-Internetnutzern.html>