

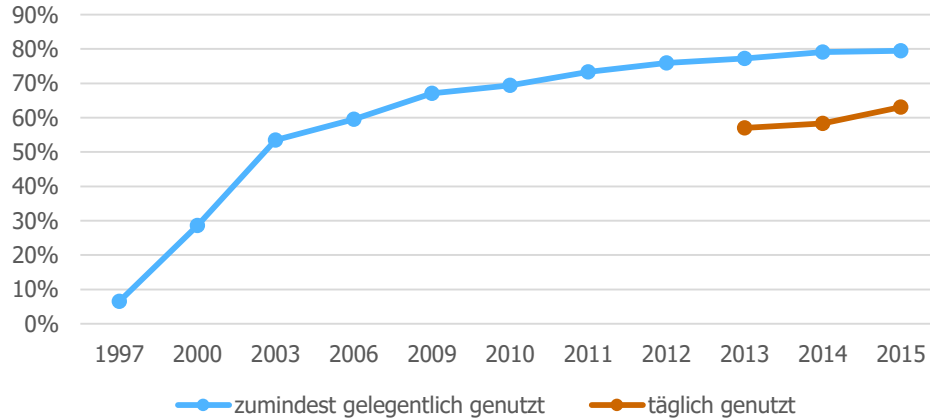
» Tweeten, Liken, Posten – Versicherer im Social Media-Dschungel«

Aus dem Inhalt:

- Digitale Gesellschaft
- Verbreitung Sozialer Netze
- Versicherungen und Social Media

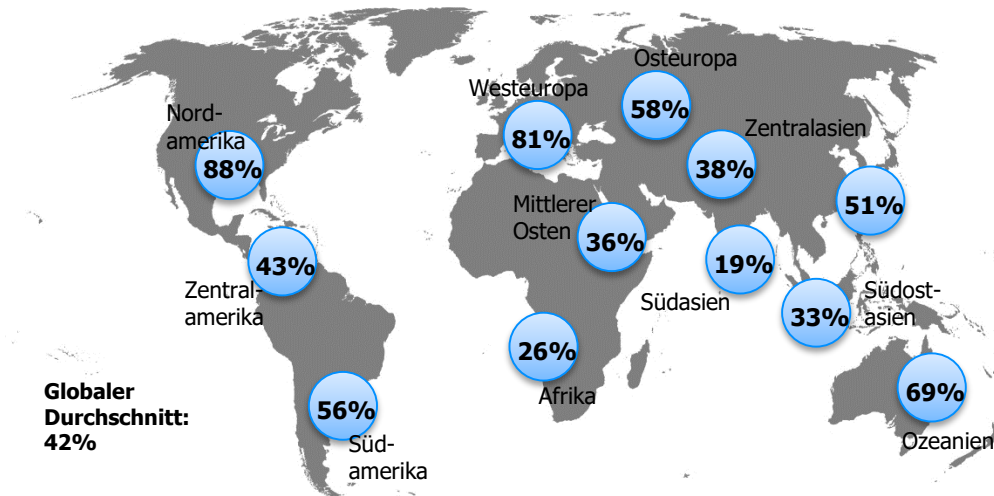
Digitale Gesellschaft

Internetnutzer in Deutschland



Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015

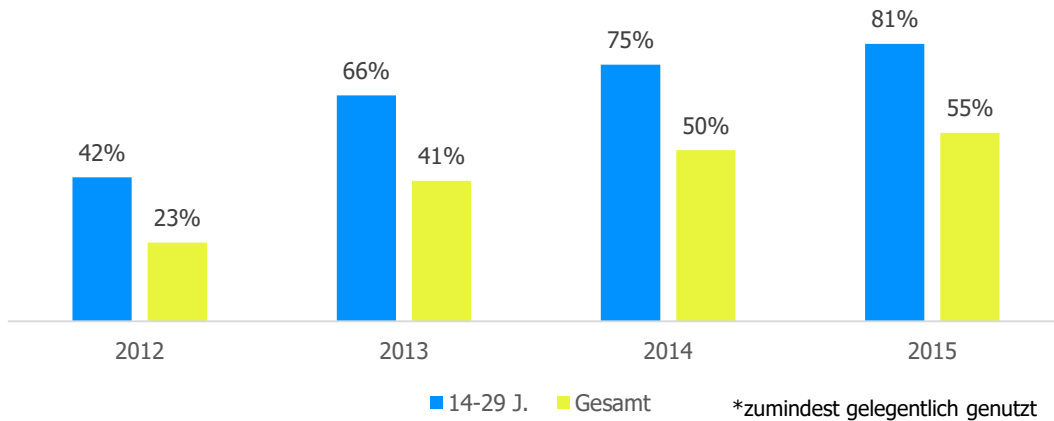
Internetnutzung: Durchdringungsraten 2015



Quelle: We Are Social Singapore, Digital, Social & Mobile in 2015

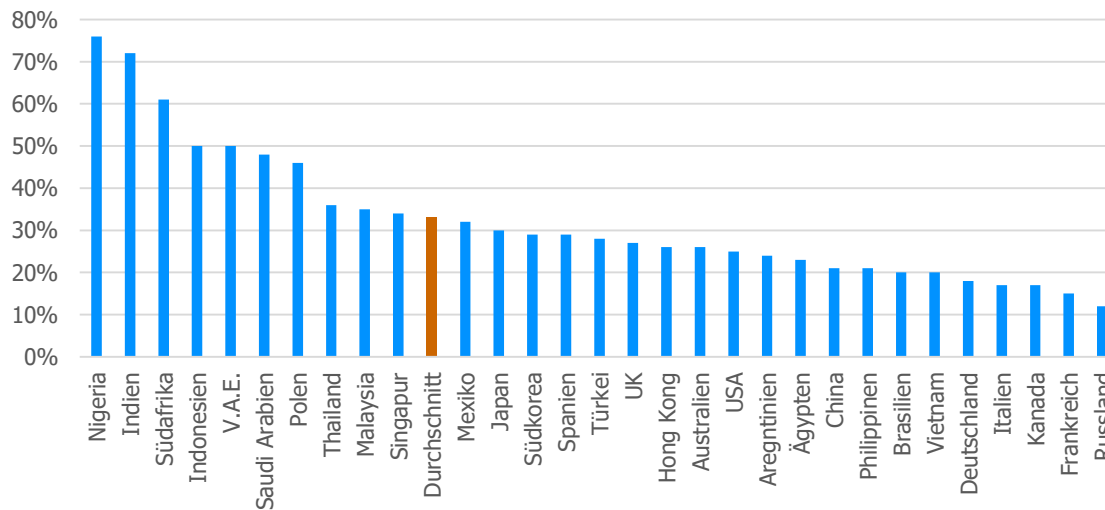
Digitale Gesellschaft

Anteil der Nutzer des mobilen Internets in Deutschland*



Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015

Mobiler Anteil am Traffic 2015



Quelle: We Are Social Singapore, Digital, Social & Mobile in 2015

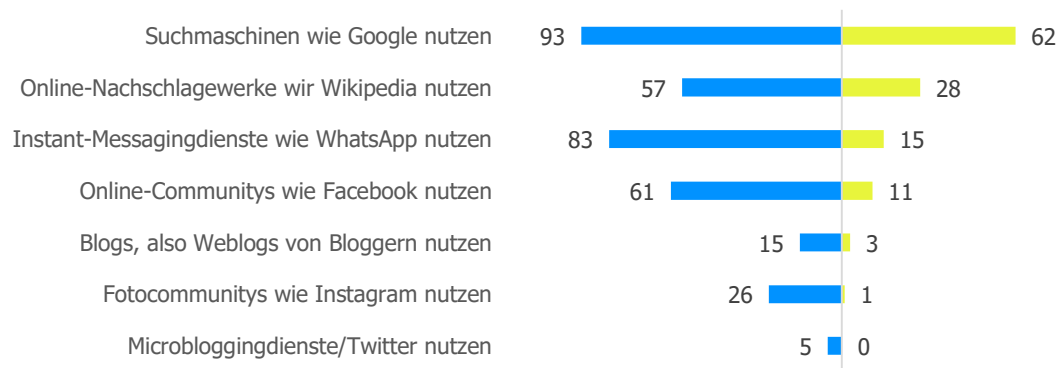
Digitale Gesellschaft

Internetnutzung (in Minuten)



* Gefragt wurde nach „gestriger“ Nutzung; Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015

Onlineanwendungen 2015 (in Prozent)

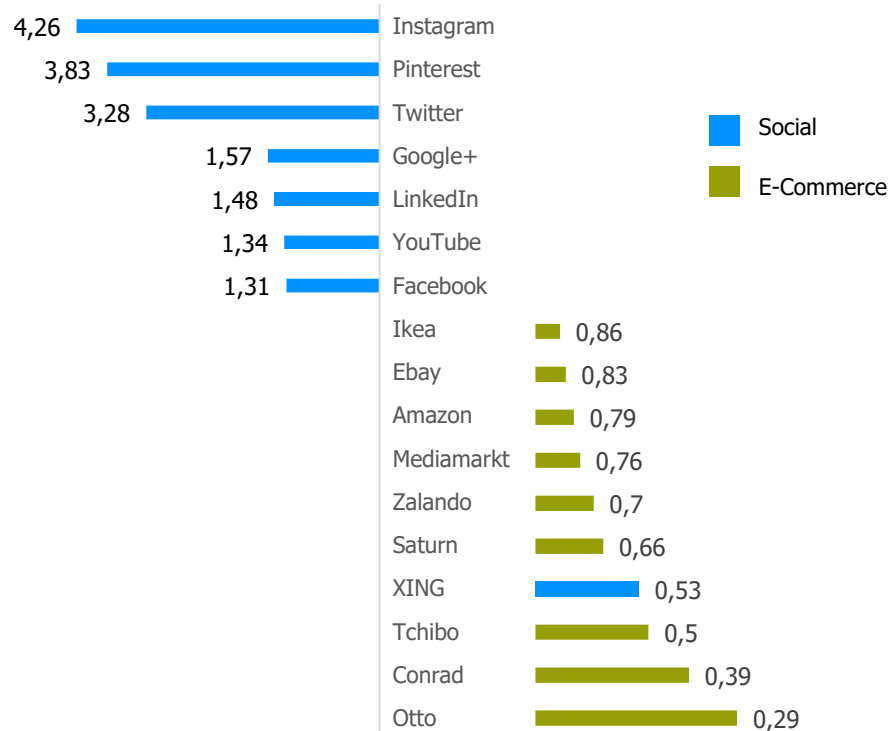


■ 14-29 J. ■ ab 60 J.

*mindestens einmal wöchentlich genutzt, in%; Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015

Digitale Gesellschaft

Während Social Networks überwiegend auf Smartphones genutzt werden, ist die Reichweite von Shopping-Angeboten auf stationären Geräten deutlich höher

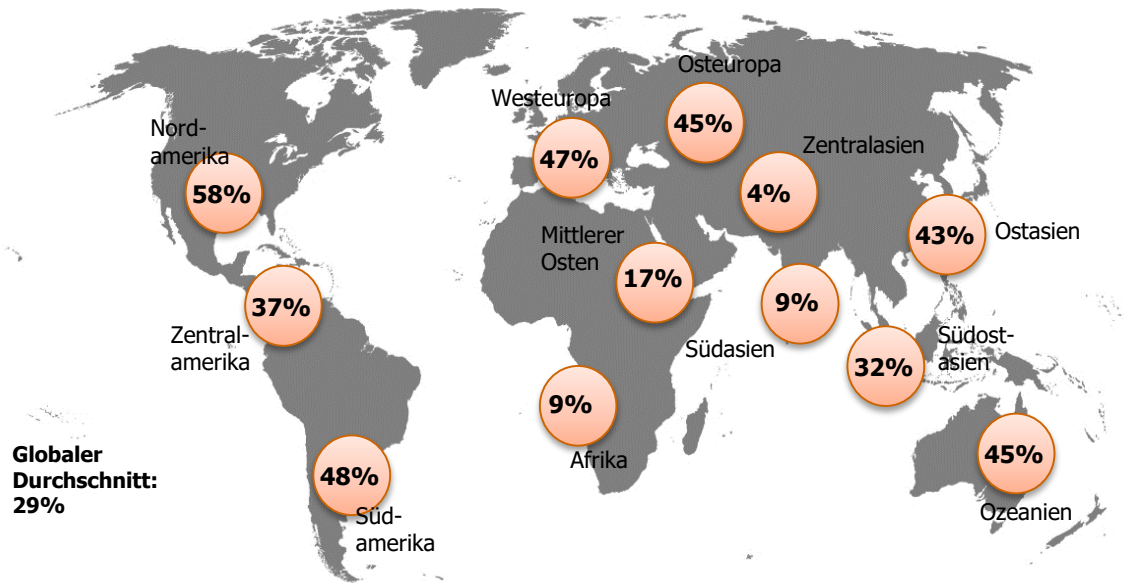


Lesebeispiel: Die Desktop Reichweite von Google+ beträgt 12,2%, die mobile Reichweite (MEW & App) beträgt 19,2%. Damit ist die mobile Reichweite um den Faktor 1,57 höher als die Desktop Reichweite ($=> 19,2/12,2 = 1,57$).

Quelle: GfK Crossmedia Link Panel 2014

Soziale Netze

Nutzung Sozialer Medien 2015, aktive Accounts im jeweils größten sozialen Netzwerk je Land verglichen mit der Bevölkerung



Quelle: We Are Social Singapore, Digital, Social & Mobile in 2015

Soziale Netze

Anzahl der Nutzer in Deutschland, November 2015 (in Millionen)



* Wert bezieht sich auf DACH-Region, Quelle: Elbkind Blog, Social Media und soziale Netzwerke – Nutzerzahlen in Deutschland (Stand November 2015)



durchschnittliche
tägliche
Internetnutzung via
PC oder Tablet



durchschnittliche
tägliche
Internetnutzung via
Mobiltelefon



durchschnittliche
tägliche Social-
Media-Nutzung



durchschnittliche
tägliche Fernsehzeit

Quelle: We Are Social Singapore, Digital, Social & Mobile in 2015

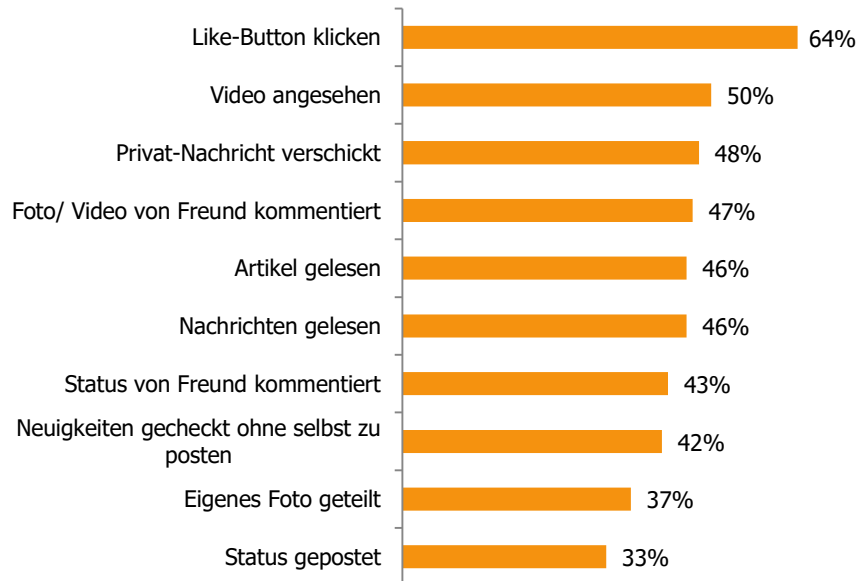
1,55 Mrd.
Nutzer/ Monat

1,6 Mrd.
Likes/ Tag

>1 Mrd.
aktive Nutzer/ Tag

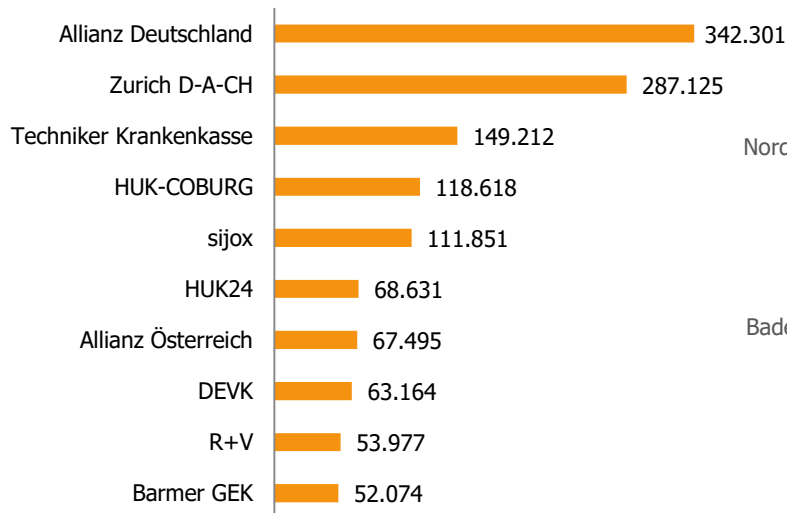
Quelle: Socialmedia Institute, Übersicht aktueller Social Network Statistiken,
Januar 2016

Aktivitäten der Facebook Nutzer 2016



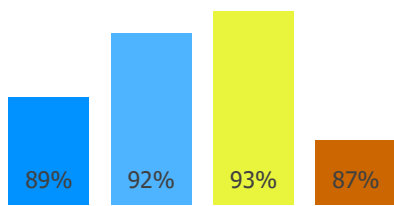
Quelle: As im Ärmel, Versicherungen auf Facebook – Zahlen 1. Januar 2016

Top 10 der Versicherungen mit den meisten Fans auf Facebook, Januar 2016



Quelle: As im Ärmel, Versicherungen auf Facebook – Zahlen 1. Januar 2016

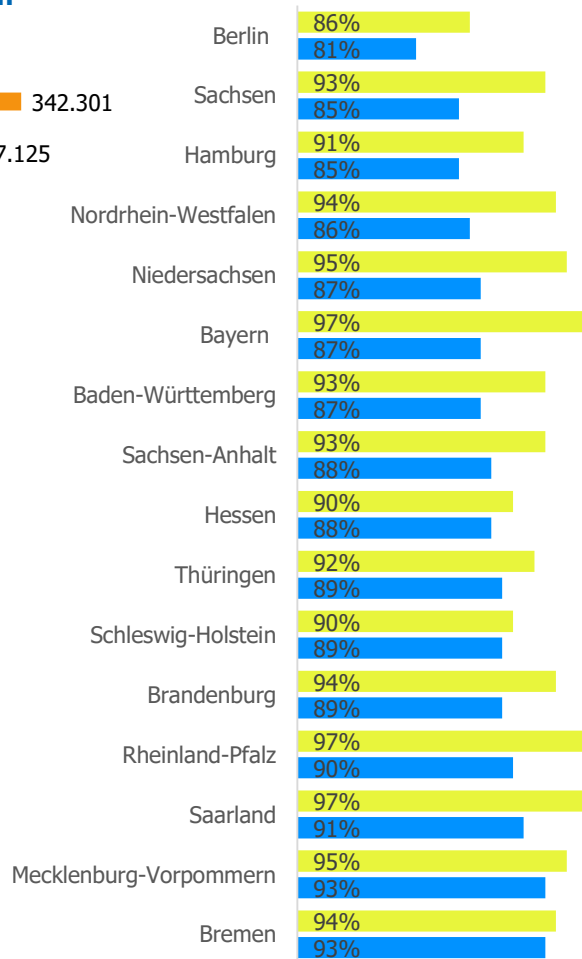
Nutzung von Facebook in der Freizeit



■ 2012 ■ 2013 ■ 2014 ■ 2015

Quelle: Faktenkontor, Social Media-Atlas 2015/2016

Facebook-Nutzer unter den Social-Media-Nutzern nach Bundesland



■ 2014 ■ 2015

Quelle: Faktenkontor, Social Media-Atlas 2015/2016

500 Mio.

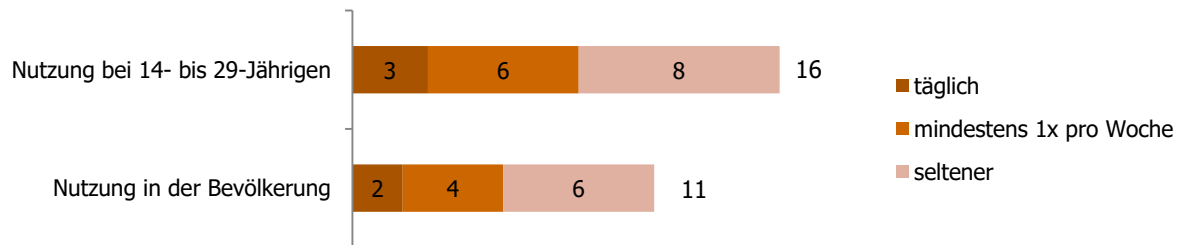
registrierte Nutzer

235 Mio.

aktive Nutzer

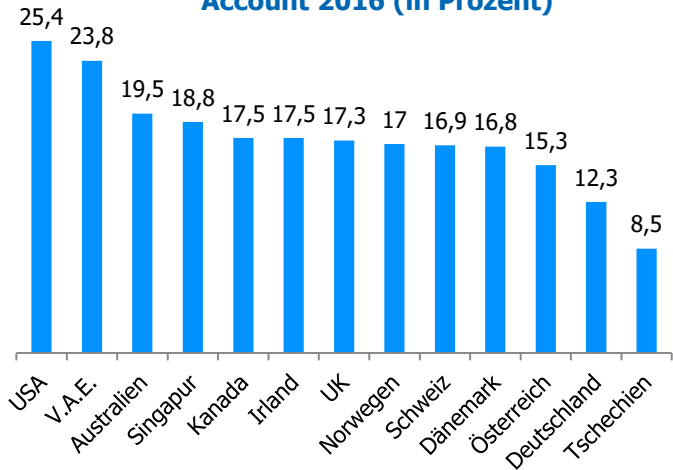
Quelle: Socialmedia Institute, Übersicht aktueller Social Network Statistiken, Januar 2016

Nutzung von Google+ in Deutschland 2015 (in Prozent)



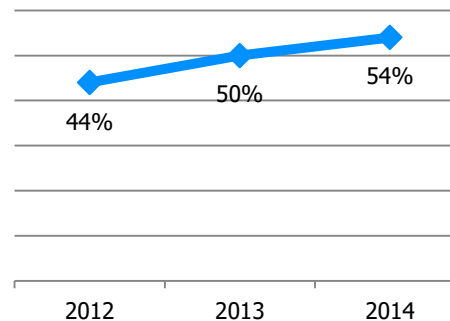
Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015

Anteil der Bevölkerung mit Google+ Account 2016 (in Prozent)



Quelle: CircleCount 2016

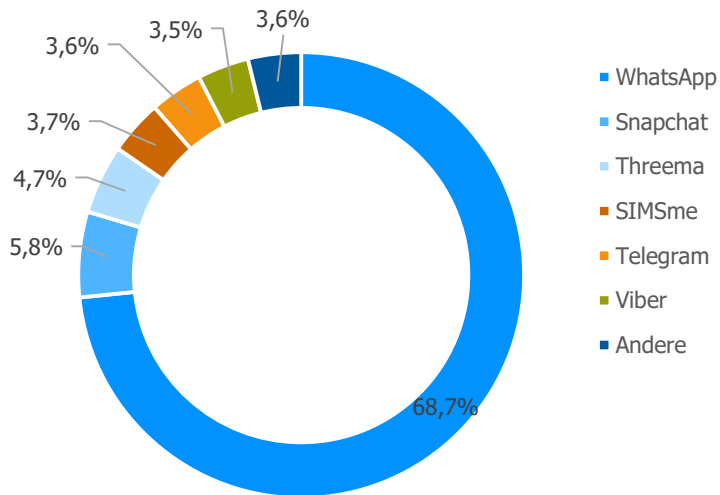
Anteil der Internetnutzer mit Google+ Account



Quelle: Social Media Statistiken, globalwebindex: 54% aller Befragten haben einen Google-Account

Messenger-Dienste

Anteil der Messenger-Nutzer in Deutschland 2015



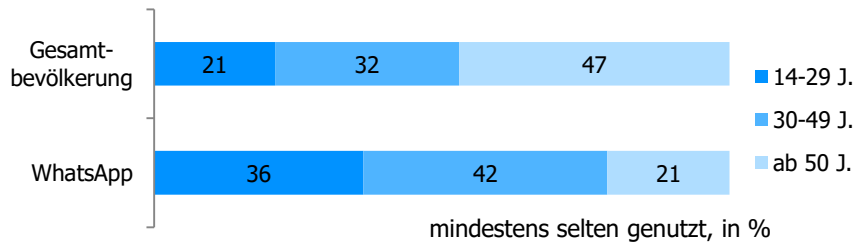
Quelle: DIVSI

Nutzung von Social-Media (in Prozent)



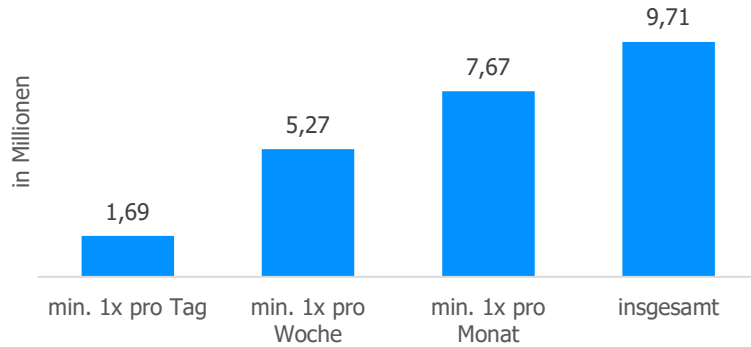
Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015

Alterstruktur der Nutzerschaft von Social-Media-Plattformen 2015



Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015

Nutzer und Nutzungshäufigkeit von Twitter in Deutschland, 2014



Quelle: GfK, Horizont

500 Mio.

Tweets/ Tag

316 Mio.

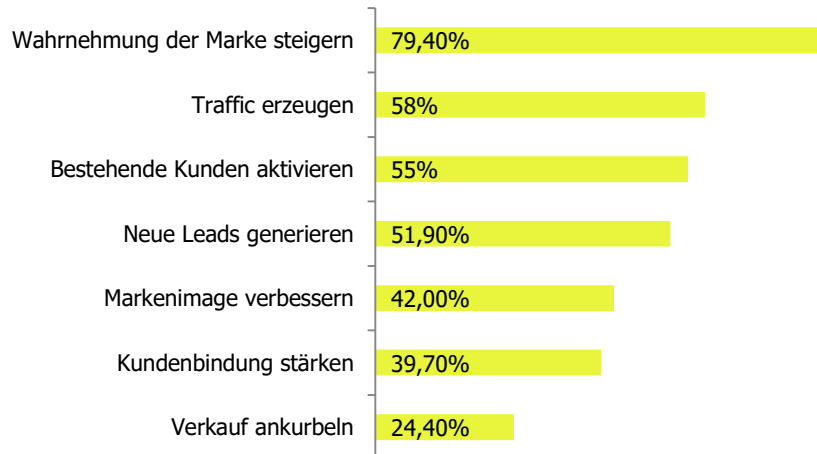
aktive Nutzer

80%

Mobile-Anteil

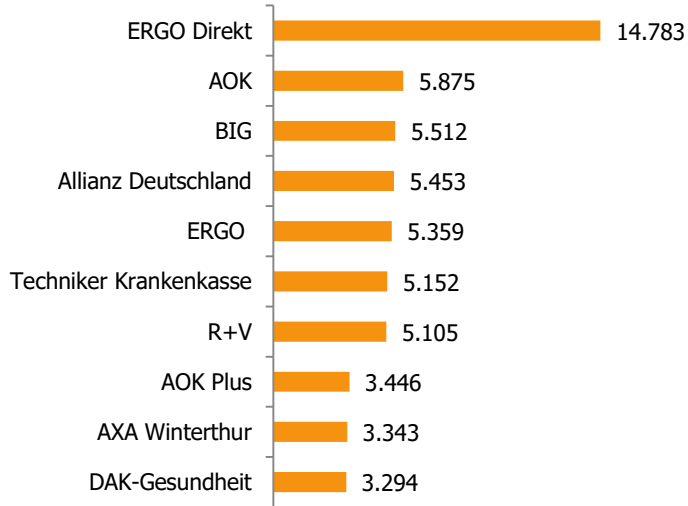
Quelle: Socialmedia Institute, Übersicht aktueller Social Network Statistiken, Januar 2016

Wie Unternehmen Twitter einsetzen, 2014



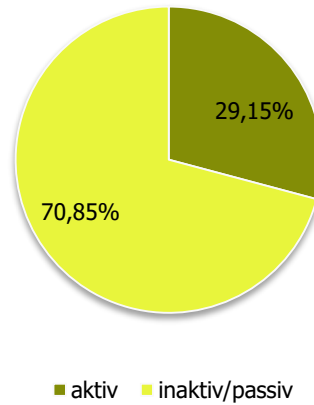
Quelle: Social Media Marketing University

Top 10 der Versicherungen mit den meisten Followern, Januar 2016



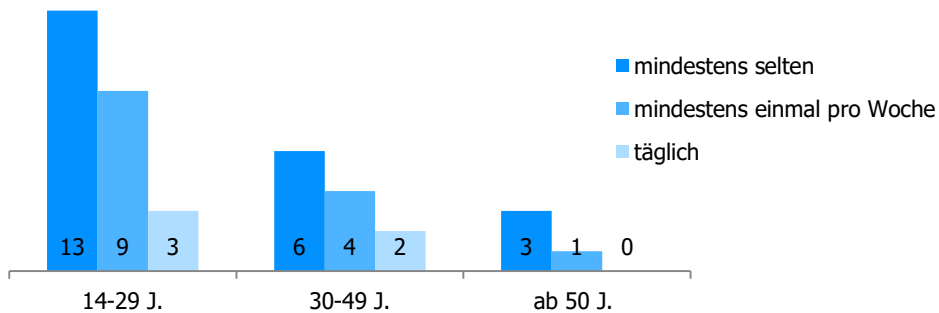
Quelle: As im Ärmel, Versicherungen auf Twitter- Zahlen 1. Januar 2016

Aktivität deutscher Twitter-Accounts 2015, Zeitraum 90 Tage



Quelle: Scoopio/Björn Schumacher

Nutzungshäufigkeit nach Altersgruppen 2015 (in Prozent)



Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015

Instagram

60 Mio.
Bilder pro Tag

1,6 Mrd.
Likes pro Tag

9 Mio.
Nutzer in Deutschland

Quelle: Socialmedia Institute, Übersicht aktueller Social Network Statistiken, Januar 2016

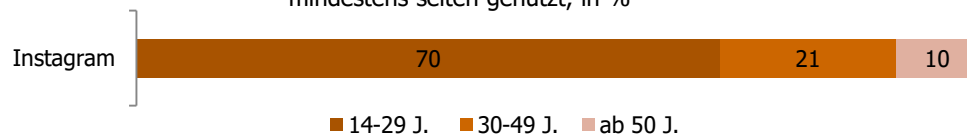
User-Interaktion mit Marken 2015



Quelle: We Are Social, Happy Birthday – 5 Jahre Instagram

Altersstruktur der Nutzerschaft 2015

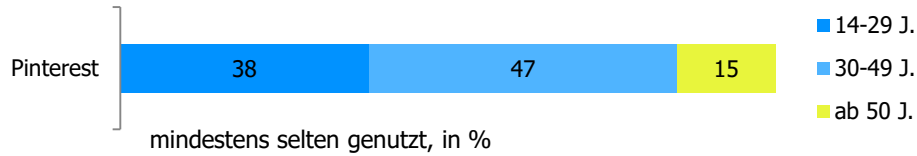
mindestens selten genutzt, in %



Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015

Pinterest

Altersstruktur der Nutzerschaft von Social-Media-Plattformen 2015



Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015

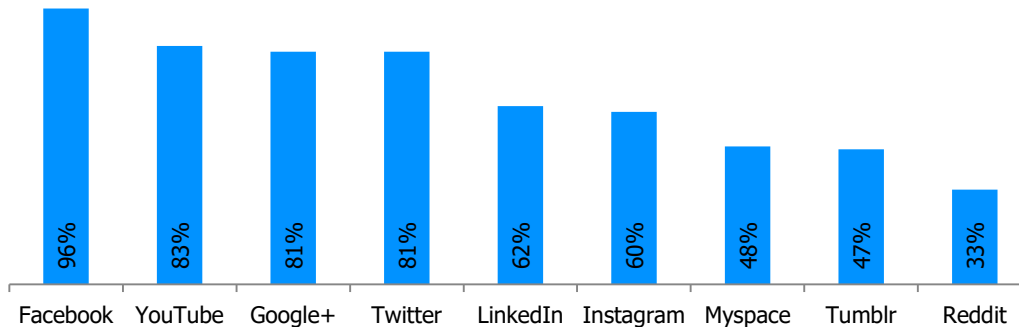
100 Mio.
User weltweit/ Monat

71%
erstellen aktiv Pins

80%
mobile Nutzung

Quelle: Pinterest

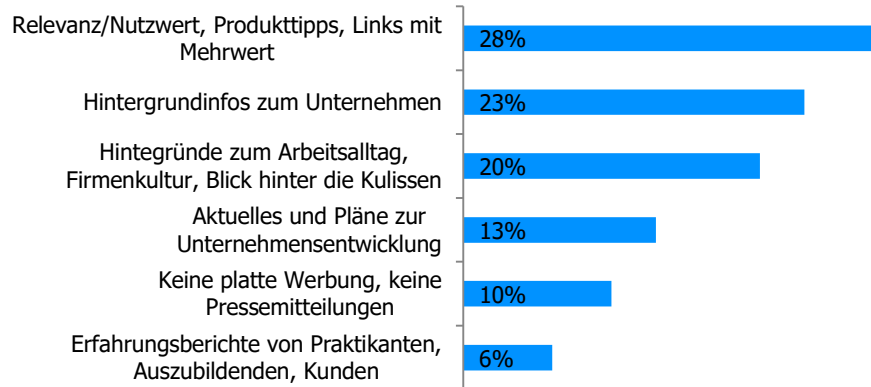
Pinterest-User haben gleichzeitig Profile auf folgenden Netzwerken, 2014



Quelle: Globalwebindex

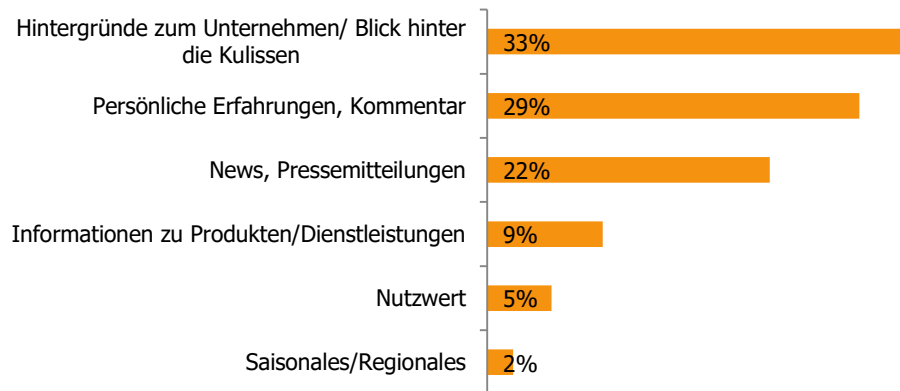
Corporate Blogs

Inhalte, die Leser von einem Corporate Blog erwarten, 2013



Quelle: Studie Corporate Blogs 2014

Welche Themen werden gepostet?*, 2013

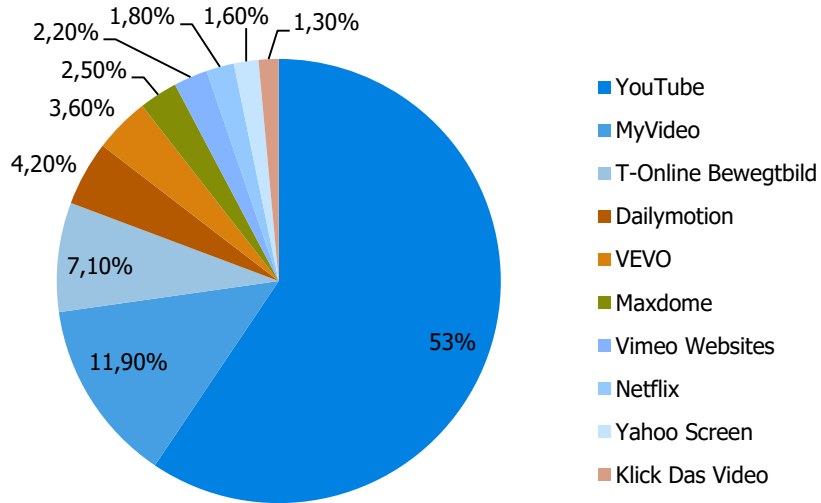


* von den besonders aktiven Corporate Blogs mit hoher Interaktionsrate (im Schnitt 2 Artikel pro Woche)

Quelle: Studie Corporate Blogs 2014

YouTube

Marktanteile von Videoplattformen 2015 in Deutschland



Quelle: Statista

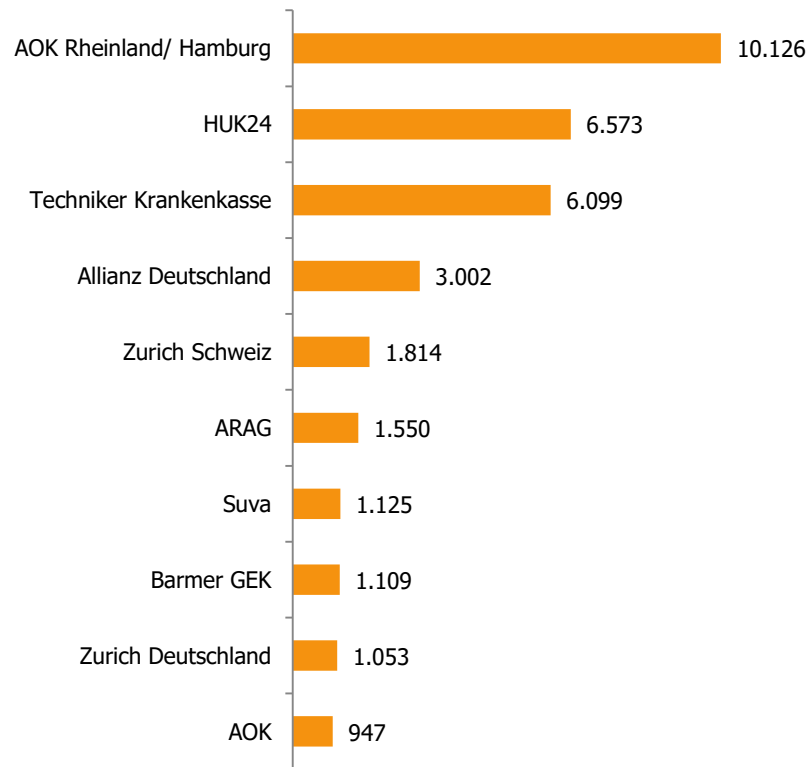
> 50%
mobile Aufrufe

> 1 Mrd.
Nutzer weltweit

400h
Videomaterial/Minute
hochgeladen

Quelle: YouTube

Top 10 der Versicherungen mit den meisten Abonnenten auf YouTube, Januar 2016



Quelle: As im Ärmel, Versicherungen auf YouTube – Zahlen 1. Januar 2016

XING/ LinkedIn

7 Mio.

LinkedIn-Nutzer
(Deutschland)

2,1 Mio.

LinkedIn-Gruppen
(weltweit)

14 Mio.

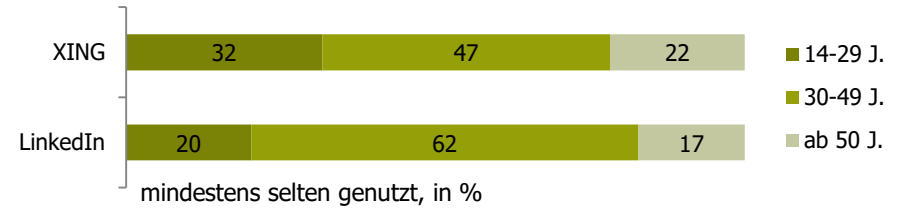
XING-Nutzer

66.000

XING-Gruppen

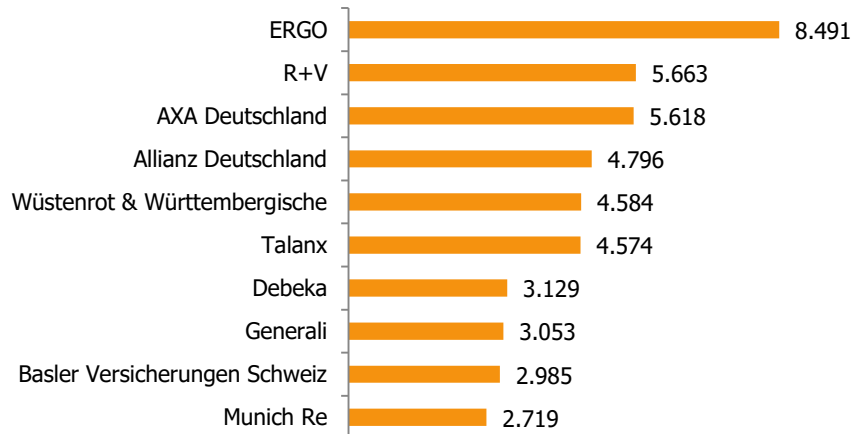
Quelle: Socialmedia Institute, Übersicht aktueller Social Network Statistiken, Januar 2016

Altersstruktur der Nutzerschaft von Social-Media-Plattformen 2015



Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015

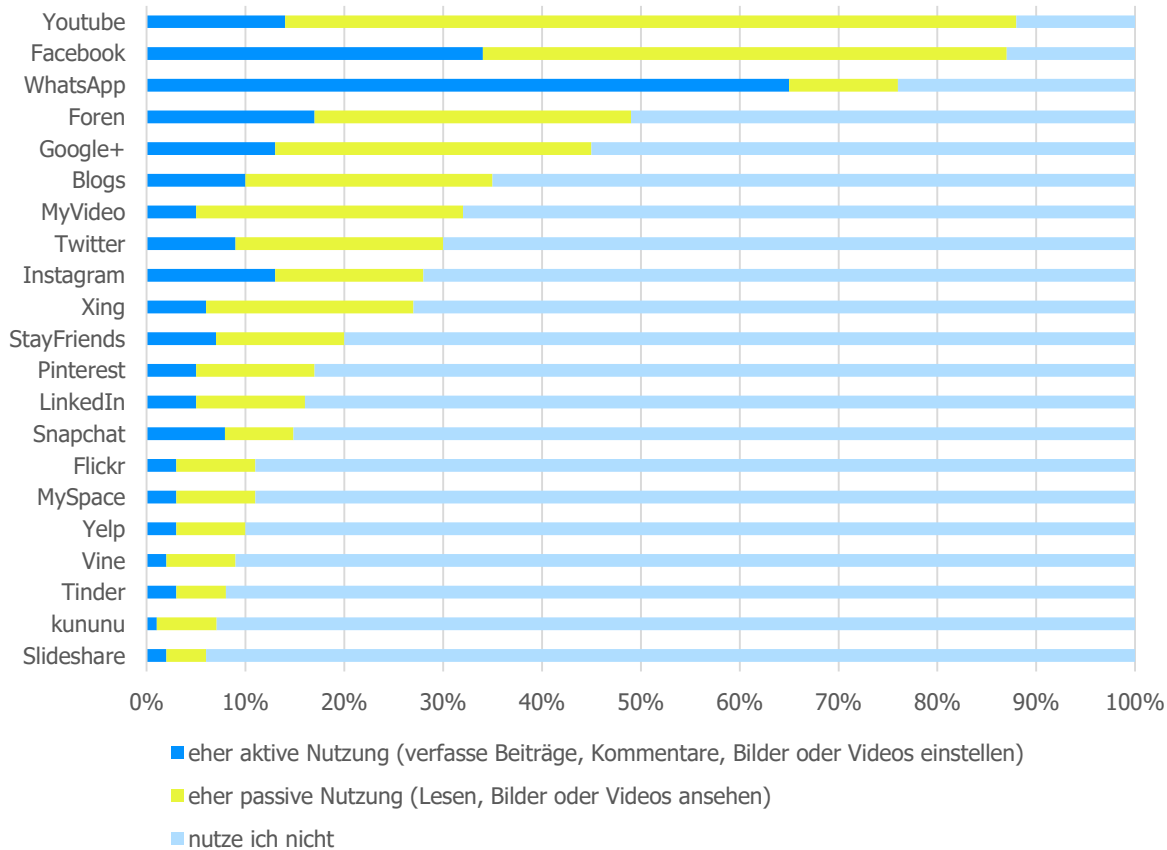
Top 10 der Versicherungen mit den meisten Abonnenten auf Xing, Januar 2016



Quelle: As im Ärmel, Versicherungen auf Xing – Zahlen 1. Januar 2016

Sonstige Netzwerke

Die beliebtesten Social Media-Angebote für die private Nutzung (in Prozent)



Quelle: Faktenkontor – Social Media-Atlas 2014/2015

Urheberrecht:

Autor der Präsentation ist die Versicherungsforen Leipzig GmbH. Soweit die Inhalte in dieser Präsentation nicht vom Autor selbst erstellt wurden, werden die Urheberrechte Dritter durch den ausdrücklichen Hinweis oder eine sonstige Kennzeichnung gewahrt. Im Fall der Weiterverwendung der vorliegenden Folien sind fremde Inhalte stets als solche zu kennzeichnen. Der Verwender verpflichtet sich insoweit auf die Einhaltung des Urheberrechts.

Haftungsausschluss:

Die Inhalte der Präsentation wurden mit größter Sorgfalt recherchiert und erstellt. Der Autor übernimmt keine Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen. Haftungsansprüche gegen den Autor, welche sich auf Schäden materieller, ideeller oder einer sonstigen Art beziehen, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Informationen verursacht wurden, sind grundsätzlich ausgeschlossen, sofern kein vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten seitens des Autors vorliegt. Der Autor haftet nicht für Urheberrechtsverstöße, die durch die Weiterverwendung der dargebotenen Informationen in jedweder Art und Weise entstehen.

Versicherungsforen Leipzig GmbH

Hainstraße 16, 04109 Leipzig | **I** www.versicherungsforen.net | **E** kontakt@versicherungsforen.net