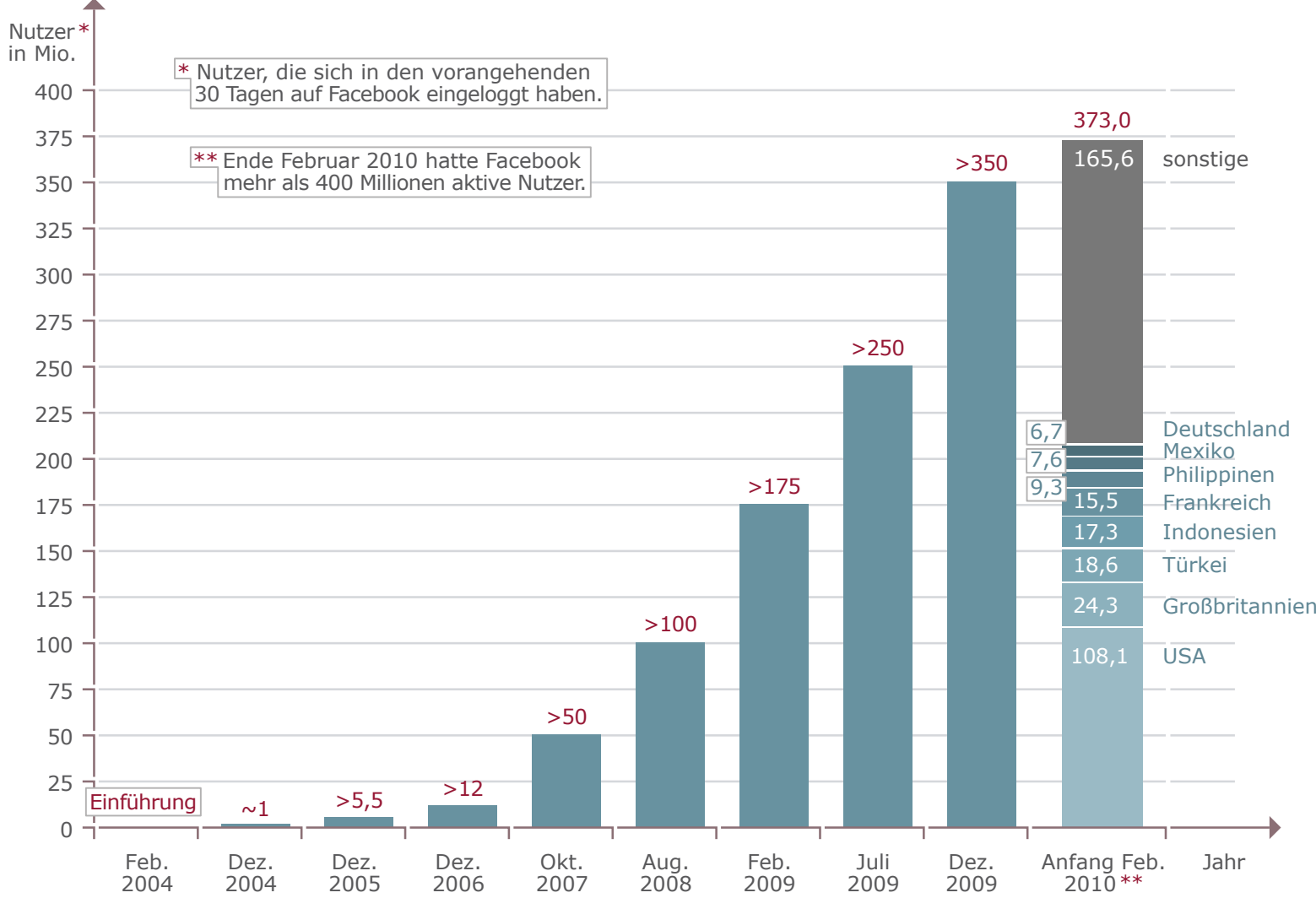


# Soziale Netzwerke

Aktive Nutzer des Netzwerks ‚Facebook‘ in absoluten Zahlen, 2004 bis 2010



Quelle: Facebook: [www.facebook.com](http://www.facebook.com); Inside Facebook: [www.insidefacebook.com](http://www.insidefacebook.com)  
 Bundeszentrale für politische Bildung, 2010, [www.bpb.de](http://www.bpb.de)



## Soziale Netzwerke

### ▪ Fakten

Kein Medium ist für die globale Vernetzung so prägend wie das Internet. Auch im kulturellen Bereich hat das Internet einen großen Einfluss auf die Inhalte und die Form der Kommunikation. Durch die zunehmende Verbreitung, die schneller werdende Datenübertragung und das veränderte Nutzerverhalten dringt das Internet immer tiefer in den Alltag von immer mehr Menschen ein.

Unter den verschiedenen Nutzungsformen des Internets kommt den sogenannten Sozialen Netzwerken eine besondere Bedeutung zu, da sie verschiedene Medienformate (E-Mail, Chat, Video, Bild) verbinden. Sie dienen sowohl der direkten privaten und beruflichen Kommunikation als auch der Verbreitung von und Diskussion über informierende und unterhaltende Inhalte. Die unterschiedlichen Intensitäten der Kommunikation reichen vom privaten Eins-zu-eins-Kontakt über den Austausch in festen Gruppen bis zur Kommunikation mit allen Nutzern eines Netzwerks. Dabei bildet – wie der Name schon sagt – nicht der einzelne Nutzer die Basis, sondern das Netzwerk, das sich nach innen verdichtet und nach außen expandiert.

Nach Angaben des IT-Branchenverbandes Bitkom sind rund 30 Millionen Deutsche ab 14 Jahren bei mindestens einer dieser Internetgemeinschaften angemeldet. Nach den Ergebnissen einer repräsentativen Erhebung ist dabei der Wunsch, bestehende Kontakte zu Freunden und Bekannten zu pflegen, für 78 Prozent der Community-Nutzer der wichtigste Grund für ihre Mitgliedschaft. 41 Prozent wollen sich

mit Menschen austauschen, die gleiche Interessen haben, und knapp jeder Dritte (30 Prozent) will neue Freunde oder Bekannte finden. 13 Prozent aller Community-Nutzer wollen auch berufliche Kontakte pflegen.

Gemessen an der Zahl der Nutzer im Februar 2010 war laut dem Medien-Portal meedia.de (auf Basis von Google Ad Planner) die VZnet Netzwerke Ltd. (schülerVZ, studiVZ und meinVZ) mit 13,6 Millionen Besuchern der größte Anbieter im Bereich der Sozialen Netzwerke in Deutschland. Es folgten Facebook (13,0 Mio.), wer-kennt-wen (6,8 Mio.), StayFriends (5,1 Mio.), MySpace (3,4 Mio.), XING (3,1 Mio.) und twitter (2,9 Mio.). Werden die VZ-Netzwerke nicht zusammen gewertet, ist Facebook das Netzwerk mit den meisten Nutzern in Deutschland.

Mit 400 Millionen aktiven Nutzern Ende Februar 2010 ist Facebook auch weltweit das größte Soziale Netzwerk. Nach Angaben von Facebook loggen sich 50 Prozent aller aktiven Nutzer täglich ein, mehr als 25 Prozent nutzen Facebook über ein mobiles Empfangsgerät. Im Durchschnitt hat jeder aktive Nutzer 130 Freunde bei Facebook, er ist Mitglied in 13 Gruppen und verbringt täglich knapp eine Stunde auf der Facebook-Seite. Den weltweit größten Anteil an den Nutzern von Facebook hat die Gruppe der 18- bis 25-Jährigen. Die älteren Jahrgänge fallen allerdings durch hohe Wachstumsraten bei den Nutzerzahlen auf.

## ■ Soziale Netzwerke

Anfang Februar 2010 stammten nach Angaben von Inside Facebook von den 373 Millionen aktiven Facebook-Nutzern die meisten aus den USA: 108,1 Millionen Personen bzw. 29,0 Prozent. Für eine Auswahl weiterer Staaten liegen ebenfalls Angaben zur Nutzeranzahl vor: Großbritannien (24,3 Mio. aktive Facebook-Nutzer / 6,5 Prozent aller aktiven Facebook-Nutzer), Türkei (18,6 Mio. / 5,0 Prozent), Indonesien (17,3 Mio. / 4,6 Prozent), Frankreich (15,5 Mio. / 4,2 Prozent), Philippinen (9,3 Mio. / 2,5 Prozent), Mexiko (7,6 Mio. / 2,0 Prozent), Deutschland (6,7 Mio. / 1,8 Prozent), Indien (6,3 Mio. / 1,7 Prozent) sowie Brasilien (2,9 Mio. / 0,8 Prozent). Bezogen auf die jeweilige Bevölkerung dieser Staaten war der Anteil der aktiven Nutzer in Großbritannien (40 Prozent), den USA (35 Prozent) und in der Türkei (26 Prozent) am höchsten.

Die intensive Nutzung der Sozialen Netzwerke bringt jedoch auch Probleme mit sich. Während die Offenheit der Netzwerke den gesellschaftlichen Austausch erleichtert, wird befürchtet, dass allein aus Zeitgründen die Face-to-Face-Kontakte leiden. So nutzen laut einer von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) in Auftrag gegebenen Repräsentativbefragung mehr als 85 Prozent der 12- bis 24-Jährigen in Deutschland das Internet mindestens mehrmals pro Woche. Im Durchschnitt ist diese Altersgruppe gut zwei Stunden pro Tag aktiv online, etwa die gleiche Zeit verbringt sie vor dem Fernseher.

Weiter ist im Zusammenhang mit der Kommerzialisierung der Netzwerke insbesondere die personenbezogene Werbung kritisiert worden, die sich am Nutzerverhalten und den jeweiligen Online-Profilen orientiert. So stellt beispielsweise die Stiftung Warentest fest, dass „die meisten Netzwerke beim Datenschutz Mängel haben“. Die Netzwerke

„Facebook, Myspace und LinkedIn schränken die Rechte der Nutzer stark ein, genehmigen sich selbst aber weitreichende Rechte, vor allem bei der Weitergabe der Daten an Dritte“. Stiftung Warentest kritisiert zudem, dass die Nutzer bei Facebook ihre Rechte am geistigen Eigentum abtreten und dass andere Netzwerke, wie zum Beispiel LinkedIn, verbraucherfeindlicher Klauseln in ihren Geschäftsbedingungen aufführen.

### ■ Datenquelle

Facebook: [www.facebook.com](http://www.facebook.com); Inside Facebook: [www.insidefacebook.com](http://www.insidefacebook.com); MEEDIA.de auf Basis von Google Ad Planner: [www.meedia.de](http://www.meedia.de); BITKOM: [www.bitkom.org](http://www.bitkom.org); Stiftung Warentest: [www.test.de](http://www.test.de)

### ■ Begriffe, methodische Anmerkungen oder Lesehilfen

Soziale Netzwerke stellen ihren Nutzern auf einer Online-Plattform Speicherplatz für die Erstellung eines eigenen Profils zur Verfügung. Die Nutzer können unter anderem Fotos und Videos speichern, Nachrichten verfassen und empfangen und sich in Gruppen zusammenschließen, um gemeinsame Interessen zu teilen. Personen, denen das Mitglied Einblick in das persönliche Profil gestattet, werden ‚Freunde‘ genannt. Die meisten Sozialen Netzwerke sind werbefinanziert und aus diesem Grund für die Mitglieder kostenlos. Bei anderen müssen für bestimmte Funktionen Beiträge bezahlt werden.

Aktive Nutzer bei Facebook sind Nutzer, die sich in den vorangehenden 30 Tagen auf Facebook eingeloggt haben.

## ■ Soziale Netzwerke

### Aktive Nutzer des Netzwerks ‚Facebook‘ in absoluten Zahlen, 2004 bis 2010

	aktive Nutzer*, in Mio.
<b>Feb. 2004</b>	Einführung
<b>Dez. 2004</b>	~ 1
<b>Dez. 2005</b>	> 5,5
<b>Dez. 2006</b>	> 12
<b>April 2007</b>	20
<b>Okt. 2007</b>	> 50
<b>Aug. 2008</b>	> 100
<b>Jan. 2009</b>	> 150
<b>Feb. 2009</b>	> 175
<b>April 2009</b>	> 200
<b>Juli 2009</b>	> 250
<b>Sep. 2009</b>	> 300
<b>Dez. 2009</b>	> 350

	aktive Nutzer*, in Mio.		aktive Nutzer* nach ausgewählten Staaten, in Mio.
<b>Anfang Feb. 2010**</b>	373	<b>davon:</b>	
			USA 108,1
			Großbritannien 24,3
			Türkei 18,6
			Indonesien 17,3
			Frankreich 15,5
			Philippinen 9,3
			Mexiko 7,6
			Deutschland 6,7
			Indien 6,3
			Brasilien 2,9
			sonstige 156,4

\* Nutzer, die sich in den vorangehenden 30 Tagen auf Facebook eingeloggt haben.

\*\* Ende Februar 2010 hatte Facebook mehr als 400 Millionen aktive Nutzer.

Quelle: Facebook: [www.facebook.com](http://www.facebook.com); Inside Facebook: [www.insidefacebook.com](http://www.insidefacebook.com)