

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/69450/1291745/-social-network-barometer-soziale-netzwerke-vor-allem-aus-sorge-um-datenschutz-gescheut> abgerufen werden.

YouGov[®]

What the world thinks

"Social Network Barometer": Soziale Netzwerke vor allem aus Sorge um Datenschutz gescheut

30.10.2008 - 10:39 Uhr, YouGov Deutschland AG

Köln (ots) - Soziale Netzwerke im Internet werden von Nichtnutzern vor allem wegen der Sorge um die Vertraulichkeit der eigenen Daten gescheut. 80 Prozent der Nichtnutzer gaben dies als ihren wichtigsten Grund für das Fernbleiben an. Überdurchschnittlich kritisch zeigen sich dabei Frauen. Dies zeigen die Ergebnisse der aktuellen Studie "Social Network Barometer" des Marktforschungsinstituts psychonomics.

Neben den Frauen wirkt die Sorge um die Datensicherheit vor allem auf Ostdeutsche abschreckend. 93 Prozent der Nichtnutzer aus den neuen Bundesländern gaben dies als zentralen Punkt für die Nichtnutzung an. Interessant ist dabei, dass die Sicherheit der persönlichen Daten auch von den tatsächlichen Nutzern bei keinem der Online-Netzwerke als besonders hoch eingeschätzt wird. Die Bereitschaft, Daten freizugeben, fällt dabei bei den unterschiedlichen Netzwerken sehr unterschiedlich aus. Trotzdem geben durchschnittlich immerhin neun Prozent ihre Adresse und sechs Prozent ihre Telefonnummer sichtbar an.

Soziale Netzwerke erfreuen sich größter Beliebtheit und sind weiter auf Wachstumskurs. Ein alltägliches Thema für die breite Bevölkerung sind soziale Netzwerke wie Facebook, MySpace oder auch XING trotzdem. 60 Prozent der deutschen Internetnutzer sind bereits Mitglied in mindestens einem Online-Netzwerk. Die Spitzenreiter sind dabei StayFriends (37 Prozent), StudiVZ (29 Prozent) und MySpace (22 Prozent). Während StayFriends deutlich mehr Frauen als Männer lockt, zeigen sich deutlich mehr Männer als Frauen dem Job-Netzwerk XING gegenüber offen. Was die künftige Entwicklung solcher Netzwerke betrifft, lässt sich ein weiteres Wachstum der Mitgliederzahlen prognostizieren. Zwei Drittel der Befragten gaben an, Mitglied in einem weiteren Netzwerk werden zu wollen. Spitzenreiter sind dabei MySpace und wer-kennt-wen. Über die höchste Nutzungsquote dürfen sich StudiVZ und StayFriends freuen. Jeweils ein Fünftel der Befragten nutzt hauptsächlich diese beiden Communities. Dabei sind alle in der Umfrage erwähnten Netzwerke in ihrer Gesamtheit lediglich für einen Bruchteil der Befragten austauschbar. Der jeweilige persönliche Nutzen wird höchst unterschiedlich wahrgenommen. Übergreifend lässt sich jedoch feststellen, dass die Top 3 der Hauptnutzungsmotive Unterhaltung, Meinungsaustausch und Arbeitsleben sind.

Kontakt:

Holger Geißler - Tel.: +49 (0)221 42061 - 344 - E-Mail:
holger.geissler@psychonomics.de + + + + +

Über die Studie:

Ein Ziel der Studie war es, die Bekanntheit und die Nutzung von verschiedenen Online-Netzwerken zu untersuchen und die Nutzerstruktur abzubilden. Weiterhin sollten sowohl Motive für die Nutzung, als auch Aspekte, welche gegen die Nutzung von Online-Netzwerken sprechen, näher betrachtet werden. Es wurde erhoben, welche Daten die Nutzer in einzelnen Netzwerken preisgeben und wie sie die Datensicherheit einschätzen. Schließlich war auch die Einschätzung der Datensicherheit durch die Nutzer Gegenstand der Untersuchung.

Die gesamte Studie stellen wir Ihnen zu Recherchezwecken gern zur Verfügung.

Weitere Informationen zu psychonomics finden Sie unter www.psychonomics.de.

Pressekontakt:

Simon Wolf
psychonomics AG
Tel. +49 (0) 221 42061-596
E-Mail: simon.wolf@psychonomics.de

Originaltext:

YouGov Deutschland AG

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/69450/yougov-deutschland-ag>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_69450.rss2