Artikel vom 14.04.2021 · Ausgedruckt am 12.11.2026, 16:11 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/macht-uns-corona-digitaler

Macht uns Corona digitaler?



Foto: imago/agefotostock

Egal, ob wir per WhatsApp und Skype Kontakt zur Familie halten, per Zoom Treffen abhalten, uns die Zeit am Abend mit Netflix vertreiben oder digitales Home-Schooling nutzen – digitale Geräte, Apps und Medien sind derzeit aus dem Alltag der meisten Deutschen nicht mehr wegzudenken. Wir haben die wichtigsten Fakten zum veränderten digitalen Konsumverhalten für Sie zusammengefasst.

Instagram oder Facebook?

Kommt darauf an – im Gesamtranking steht Facebook zwar noch vor Instagram. Der Trendmonitor Deutschland gibt allerdings in Bezug auf eine bestimmte Altersgruppe eine wichtige Antwort: So hat beispielsweise Instagram in der Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen (Wichtigkeit 2020: 72 %; 2019: 61 %) den Konkurrenten Facebook (2020: 26 %; 2019: 36 %) an Beliebtheit nicht nur überholt, sondern mittlerweile auch sehr deutlich abgehängt. Facebook hat in dieser Altersgruppe weiter an Bedeutung verloren.

Gesteigerter Konsum

Dasselbe Phänomen zeigt sich bei den bereits aktiven Internetnutzern: Sie steigerten ihren Konsum. Nach Informationen des Digitalverbandes Bitkom aus dem Mai 2020 sind

während der Corona-Pandemie drei Viertel der Internetnutzer in Deutschland vermehrt in sozialen Medien aktiv: Insgesamt geben 75 % an, Plattformen wie Facebook, Instagram, Xing, Twitter und Co. seit Beginn der Pandemie in Deutschland intensiver zu nutzen. Dies trifft auf fast alle Altersgruppen gleichermaßen zu. Auch zu Informationszwecken: Bei einer Umfrage aus dem April 2020 gaben 62 % der Internetnutzer an, seit Ausbruch der Pandemie in Deutschland vermehrt Beiträge zum aktuellen Geschehen in sozialen Netzwerken zu lesen. Fast jeder Dritte (32 %) postet häufiger eigene Storys. Ebenso viele, nämlich 31 %, kommentieren mehr Beiträge anderer Nutzer. 28 % teilen vermehrt Beiträge oder Artikel zum aktuellen Geschehen – und fast jeder Fünfte postet häufiger Beiträge mit eigenen Inhalten.

Nutzerzahlen steigen

Laut dem aktuellen Trendmonitor Deutschland von Nordlight Research nutzten 29 % der Bundesbürger soziale Medien im Jahr 2020 häufiger als 2019. Zu den aktuellen Social-Media-Favoriten im Alltag zählen sie dabei laut dem Bericht WhatsApp (hohe Wichtigkeit 2020: 83 %; dazu im Vergleich 2019: 69 %), das Videoportal YouTube (2020: 50 %; 2019: 39 %) sowie die beiden Netzwerk-Plattformen Facebook (2020: 48 %; 2019: 42 %) und Instagram (2020: 31 %; 2019: 22 %). Erst mit größerem Abstand folgen Pinterest und weitere Social-Media-Kanäle.