

SOCIAL MEDIA: EINFLUSSREICHER ALS TV UND PRINT

Veröffentlicht am 26. Februar 2013 von Annette

Wie einflussreich sind soziale Netzwerke,
wenn es um einen Produktkauf geht? Dieser
Frage ist der "German Social Media Consumer
[...]

Wie einflussreich sind **soziale Netzwerke**, wenn es um einen **Produktkauf** geht? Dieser Frage ist der "[German Social Media Consumer Report 2012/2013](#)" der Uni Münster und Roland Berger Strategy Consultants nachgegangen und hat äußerst interessante Ergebnisse hervorgebracht.

93% aller deutschen Internetnutzer sind in einem sozialen Netzwerk registriert - das macht sich nicht nur in einem grundlegenden Wandel der Medienlandschaft bemerkbar, sondern auch beim Kaufverhalten. Was Online-Freunde **mit "Gefällt mir" markieren, posten und bewerten** hat immer mehr Einfluss darauf, was ein Einzelner kauft - Mundpropaganda im Netz sozusagen. Im Durchschnitt beeinflussen soziale Medien mit 7,6% Kaufentscheidungen inzwischen **genauso stark wie etwa das Fernsehen** mit 7,8%, **Außenwerbung** mit 7,4% oder **klassische Postwurfsendungen** mit 7,9%. Das **Radio** mit 5,6% haben soziale Netzwerke bereits **überholt**.

"Fasst man klassische Internetseiten und Social Media zusammen, so machen diese Kanäle fast **ein Viertel (22 Prozent) der Kaufentscheidung** aus", erklärt der Leiter der Studie Jonas vor dem Esche. "Unternehmen haben in 2012 aber nur knapp **12 Prozent ihrer Werbebudgets** für **Online Werbung** ausgegeben". Im Vergleich dazu: TV und Print beeinflussten die Kaufentscheidungen der Deutschen zu 16 Prozent. Hier investierten Unternehmen allerdings satte 82 Prozent ihrer Werbebudgets.

"Auch wenn es nicht darum geht, den Einfluss der unterschiedlichen Medien auf die Kaufentscheidung eins zu eins in Werbeausgaben zu übersetzen, so sollten diese Zahlen doch zu einer **Überprüfung der derzeitigen Budgetverteilung** führen", rät Roland Berger-Experte Egbert Wege. Wer noch nicht in Social Media investiert, sollte dies schleunigst tun, um das Potential nicht ungenutzt zu lassen.