

Pressemitteilung

Ist Threads das neue Twitter? Neue Studie von Appinio untersucht Bereitschaft in Deutschland

Hamburg, 01. August 2023 – Über 100 Millionen Nutzer und Nutzerinnen in vier Tagen – und die Hälfte von ihnen direkt wieder verloren. Die neue Meta-App Threads ist als Twitter-Alternative im Juli mit viel Aufmerksamkeit gestartet. Dabei ist das soziale Netzwerk in der EU nicht einmal offiziell gelauncht. Grund: Datenschutzbedenken. Gesprochen wird dennoch viel darüber. Wie viele Menschen kennen Threads bereits? Wer würde sich die App herunterladen oder hat sie bereits – und warum? Die globale Marktforschungsplattform Appinio hat 1.000 Deutsche in einer repräsentativen Umfrage (quotiert nach Alter und Geschlecht) befragt – zu Threads, aber auch zu ihren liebsten sozialen Netzwerken.



Alter entscheidet das Lieblings-Netzwerk und Inhalte

In Deutschland werden vor allem die sozialen Netzwerke YouTube (81 Prozent), Instagram (65 Prozent) und Facebook (63 Prozent) genutzt. Welches Netzwerk am liebsten verwendet wird, hängt dabei vom Alter ab. So würde die Gen Z, wenn sie sich für ein Netzwerk entscheiden müsste, mit 31 Prozent Tik Tok wählen. Instagram ist mit 36 Prozent die Social App der Wahl bei den 25- bis 34- Jährigen. Facebook ist der klare Favorit bei den 55- bis 65- Jährigen mit 40 Prozent. Auch das Geschlecht hat einen Einfluss auf das favorisierte Netzwerk: Während Männer sich zu 39 Prozent für Youtube entscheiden würden (vs. 20 Prozent Frauen), würden Frauen eher Instagram (28 vs. 18 Prozent) oder Facebook (26 vs. 19 Prozent) wählen.

Bei den Inhalten bestehen ebenfalls Altersunterschiede. Während Ältere soziale Netzwerke eher zur Informationsquelle nutzen (55 Prozent der 55- bis 65- Jährigen vs. 44 Prozent der 16- bis 24- Jährigen), nutzt die Gen Z die Apps gerne vorwiegend zum Entertainment (67 Prozent vs. 34 Prozent der 55- bis 65- Jährigen). In einer Sache sind sich jedoch alle Generationen einig: Am liebsten werden soziale Netzwerke genutzt, um sich Fotos, Videos oder Memes anzusehen.

Warum neue soziale Netzwerke ausprobieren?

Der Hauptgrund der Befragten, warum sie ein neues soziales Netzwerk ausprobieren oder wechseln würden, ist Neugierde (43 Prozent). Aber auch die Empfehlung von Freunden und Freundinnen (36 Prozent), einzigartige Funktionen (33 Prozent) oder weniger Werbung (32 Prozent) sind wichtige Gründe. 37 Prozent der Gen Z würde zudem ein neues Netzwerk aus Trend-Gründen herunterladen.

Adil Sbai, CEO der Social Media-Agentur WeCreate: “Neue Plattformen wachsen schneller denn je. Das kann gut gehen bei TikTok, Chat GPT oder auch mal schief – siehe Clubhouse. Angesichts der Erfahrung von Meta tendiere ich hier dazu, dass Threads sich durchaus etablieren kann.”

Hype um Threads

30 Prozent der Befragten haben bereits von der neuen App gehört, dabei Männer doppelt so häufig wie Frauen (39 vs. 20 Prozent). 40 Prozent hiervon haben zudem bereits vor der offiziellen Europa Lancierung die App heruntergeladen und 54 Prozent haben die in Deutschland zugängige Web-Ansicht verwendet, um sich die Beiträge anzuschauen.

Weitere 26 Prozent würden die App ausprobieren, sobald sie in Europa startet, 52 Prozent sind sich hier noch unsicher, 22 Prozent würden die App nicht herunterladen. Auch hier bestätigt sich die Neugierde, denn diese ist für 84 Prozent derjenigen, die sich Threads herunterladen würden, der Grund dafür. 41 Prozent derer, die “ja” angegeben haben, würden es als Alternative zu bestehenden Apps wie Twitter verwenden.

Und was spricht dagegen? Von denjenigen, die sich die App nicht herunterladen möchten oder noch unsicher sind, geben 44 Prozent an, dass sie bereits genügend Apps auf dem Handy haben. 43 Prozent von ihnen haben außerdem Bedenken hinsichtlich der Datensicherheit. Besonders ältere Teilnehmende machen sich Sorgen um ihre Daten (58 Prozent der 55- bis 65- Jährigen vs. 27 Prozent der 25- bis 34- Jährigen).

Sbai dazu: “Deutschland legt zweifellos großen Wert auf Datensicherheit. Die Studie zeigt dennoch eine bemerkenswerte Offenheit und Bereitschaft, neue Social Apps wie Threads zu testen und zu entdecken, was das Vorurteil der “German Angst” entkräftet.

—

Zu den Studienergebnissen geht es [hier](#).

—

Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 90+ Märkten für über 2.000 Auftraggebende, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Weitere Informationen unter <https://www.appinio.com/de/>

Pressekontakt:

Anja Nitschke
PR & Communications Manager
anja.nitschke@appinio.com
+49 40 808 127 130