



Meine Analyse aus dem Social-Media- Report in Österreich zwischen 2023 und 2024



Ogris Günther

Matrikelnummer: 42305228

E-Mail-Adresse: guenther.ogris@Bs.ksn.at

Fachbereich: DATG

Thema: Analyse Social-Media-Report in Österreich zwischen 2023 & 2024

Titel der LV: Information und Kommunikation für den Unterricht 2

Semester: 2.Semester ABBBSoSe25Sem2

Abgabedatum: 16.03.2025

Zentrale Erkenntnisse Bericht Sozial-Media-Report 2023 zu 2024:

1. TikTok wächst rasant, Facebook verliert an Bedeutung:

TikTok hat in den letzten Jahren stark zugelegt und ist besonders bei Jugendlichen die führende Plattform. Facebook hingegen stagniert und verliert vor allem junge Nutzer, bleibt aber für ältere Zielgruppen und Unternehmen weiterhin relevant.

- TikTok-Nutzer*innen in Österreich: 2023: 1,75 Mio. → 2024: 2,1 Mio. (+20%)
- Facebook-Nutzer*innen: 2023: 5,12 Mio. → 2024: 5,15 Mio. (+0,6%)
- Aktive Facebook-Nutzer*innen laut Werbeanzeigenmanager: Nur 3,5 Mio.

2. WhatsApp und YouTube sind die meistgenutzten Plattformen:

WhatsApp hat mit über 7,7 Mio. Nutzer*innen die höchste Reichweite in Österreich, gefolgt von YouTube. Diese beiden Plattformen sind generationenübergreifend beliebt und werden täglich von vielen Menschen genutzt.

- WhatsApp-Nutzer*innen: 2023: 7,42 Mio. → 2024: 7,71 Mio.
- YouTube-Nutzer*innen: 2023: 7,37 Mio. → 2024: 7,32 Mio. (leichter Rückgang)

Durchschnittliche monatliche Nutzungsdauer:

- TikTok: 31 Std. 31 Min.
- YouTube: 16 Std. 28 Min.
- Instagram: 12 Std. 23 Min.
- Facebook: 10 Std. 15 Min.

YouTube bleibt als Video-Plattform stark, aber TikTok wird deutlich häufiger genutzt.

3. Menschen verbringen immer mehr Zeit auf sozialen Netzwerken:

Die durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer ist von 73 Minuten (2023) auf 83 Minuten (2024) gestiegen. Besonders TikTok dominiert die Nutzung mit über 30 Stunden monatlich pro Person.

- Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer: 2023: 73 Min. → 2024: 83 Min.
- Österreichische Bevölkerung, die Social Media nutzt: 2023: 85% → 2024: 85,8%
- Lebenszeit, die in sozialen Netzwerken verbracht wird: 3 Jahre 8 Monate
Besonders junge Menschen verbringen immer mehr Zeit online.

4. Social Media ist für Unternehmen unverzichtbar:

Unternehmen setzen zunehmend auf Social Media-Werbung, da klassische Medien wie Fernsehen oder Printzeitungen weniger Reichweite haben. Besonders Instagram und TikTok sind attraktive Werbepattformen für jüngere Zielgruppen.

- Instagram-Nutzer*innen: 2023: 3,15 Mio. → 2024: 3,2 Mio.
- LinkedIn-Nutzer*innen: 2023: 1,85 Mio. → 2024: 2,3 Mio. (+24%)
- Pinterest-Nutzer*innen: 2023: 1,67 Mio. → 2024: 2,07 Mio. (+24%)

Besonders LinkedIn und Pinterest wachsen stark, da Unternehmen hier gezielt werben können.

Tabelle: Social Media Nutzung in Österreich 2023 vs. 2024

Plattform	Nutzer*innen 2023	Nutzer*innen 2024	Veränderung	Monatliche Nutzungsdauer (2024)
WhatsApp	7,42 Mio.	7,71 Mio.	+3,9%	9 Std. 0 Min.
YouTube	7,37 Mio.	7,32 Mio.	-0,7%	16 Std. 28 Min.
Facebook	5,12 Mio.	5,15 Mio.	+0,6%	10 Std. 15 Min.
Instagram	3,15 Mio.	3,2 Mio.	+1,6%	12 Std. 23 Min.
Snapchat	1,85 Mio.	2,33 Mio.	+26%	9 Std. 28 Min.
TikTok	1,75 Mio.	2,1 Mio.	+20%	31 Std. 31 Min.
LinkedIn	1,85 Mio.	2,3 Mio.	+24%	0 Std. 34 Min.
Pinterest	1,67 Mio.	2,07 Mio.	+24%	1 Std. 32 Min.
X (Twitter)	700.000	1,5 Mio.	+114%	4 Std. 10 Min.



Zusammenfassung:

Die beiden Berichte zeigen, dass sich das Social Media-Nutzungsverhalten in Österreich stark verändert. Während ältere Netzwerke wie Facebook stagnieren, gewinnen Plattformen wie TikTok, Snapchat und Instagram weiter an Bedeutung. WhatsApp und YouTube bleiben die wichtigsten Plattformen für den Alltag. Zudem wird immer mehr Zeit auf Social Media verbracht, was sowohl für private Nutzer als auch für Unternehmen neue Chancen und Herausforderungen mit sich bringt.

Persönliche Meinung:

Die Entwicklung zeigt deutlich, dass soziale Netzwerke nicht nur zur Unterhaltung genutzt werden, sondern auch zur Informationssuche und für Werbung immer relevanter werden. Die steigende Nutzung birgt jedoch auch Risiken wie Abhängigkeit und Datenschutzprobleme. Unternehmen sollten daher ihre Social-Media-Strategien gezielt anpassen, um relevante Zielgruppen zu erreichen, ohne aufdringlich zu wirken. Es bleibt spannend zu beobachten, wie sich neue Plattformen weiterentwickeln und welche Rolle künstliche Intelligenz künftig im Social Media Marketing spielen wird.