

Facebook frem for sex

Danske medier er begyndt at omtale de nye sociale medier som Facebook hyppigere end de omtaler sex. Det er det overraskende resultat af en undersøgelse fra kommunikationsbureauet Nodes.

2.562 gange. Så mange artikler nævnte enten Facebook eller Twitter i de danske trykte medier i maj og dermed flere end antallet af artikler omhandlende sex¹. De overraskende tal stammer fra kommunikationsbureauet Nodes' gennemgang af de skrevne danske mediers omtale af online tjenester som Twitter, Facebook, Youtube og lignende online tjenester.

Interessen for de nye online medier har været konstant stigende igennem det sidste år. Interessen for Facebook toppede foreløbigt i marts med 2.664 månedlige omtaler, kun 2% fra at matche den månedlige omtale af sex, og en stigning på næsten 500%² procent i forhold til året før. Twitter havde sit hidtidige højdepunkt i april med 631 omtaler. Et tal som fremstår relativt højt, når omtalen sammenholdes med, at tjenesten kun anslået har 30-40.000 danske brugere, og dermed langt færre end Facebooks 1.974.800 danske profiler³.

Stigende forbrug og interesse for sociale medier

Ifølge Daniel Bæk, partner i Nodes, er mediernes fokus en naturlig udvikling af danskernes ændrede medievaner: *"Alle undersøgelser viser, at danskernes forbrug af de nye sociale medier er stadigt stigende og har ændret sig radikalt det seneste år. Og intet tyder på, at det aftager lige foreløbigt. Tværtimod!"*

Seneste opgørelse fra Nielsen Research understøtter, at internetbrugernes forbrug af sociale medier er stadigt stigende. Således viser en undersøgelsen fra maj, at tiden brugt på Facebook steg med 700% i løbet af sidste år⁴.

"De nye medier har radikalt ændret folks medievaner. Det er selvfølgelig naturligt for medier, der lever af at tiltrække besøgende at beskæftige sig med denne udvikling. På samme måde som det er interessant for virksomheder, som gerne vil ramme forbrugerne, der hvor de befinder sig, at begynde at målrette kampagner mod de sociale medier," udtaler Daniel Bæk.

For mere information, kontakt:

Daniel Bæk, partner i Nodes

Mobil: +45 61303073

Mail: db@nodes.dk

¹ I februar 2009 omtalte 2.629 artikler sex mod 2.584 omtaler af Facebook og 111 af Twitter

² Der var 434 artikler om Facebook i februar 2008 mod 2.584 artikler i februar 2009

³ Jf. www.facebook.com den 8. juni 2009

⁴ Baseret på amerikanernes forbrug af Facebook. http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/time-spent-on-facebook-up-700-but-myspace-still-tops-for-video/



Faktaark

Resultater

Søgeord	Juni '08	Juli '08	August '08	September '08	Oktober '08	November '08	December '08	Januar '09	Februar '09	Marts '09	April '09	Maj '09
Facebook	408	478	610	958	950	1058	1423	1953	2584	2664	2426	2052
Twitter	15	11	23	14	37	51	39	74	111	296	631	510
Google	569	559	505	814	778	806	711	1007	1028	935	1095	1052
Youtube	298	215	366	657	518	608	500	866	670	669	641	648
MySpace	174	107	170	279	192	286	239	492	404	311	246	233
Delicious	4	4	8	19	8	3	11	7	12	14	8	11
Flickr	24	11	22	49	158	33	27	38	31	61	63	48
Arto	99	30	76	61	102	132	39	93	165	114	133	131
Social media	8	5	12	11	14	46	44	53	64	51	91	67
Viral	8	8	18	18	22	44	33	28	97	53	24	33
Sex	2221	1744	1802	1762	1728	2194	2170	2084	2629	2744	2676	2342

Om undersøgelsen

Undersøgelsen er udarbejdet på grundlag af søgninger i artikeldatabasen Infomedia foretaget den 8. juni 2009.

Hvad er et socialt medie?

Et socialt medie er en platform med brugerskab indhold, der faciliterer dialog, involvering og deling igennem let tilgængelige publiseringsværktøjer. Eksempler på sociale medier er de amerikanske hjemmesider Facebook, Youtube, Flickr, MySpace, Delicious og de danske Arto og Dating.dk

Om Nodes

Nodes er et dansk kommunikationsbureau med fokus på sociale medier og web. Nodes har udført kampanjer for en række af de førende danske virksomheder og overvåger løbende udviklingen i danskernes medievaner. Læs mere på www.nodes.dk

