

YUGOV-UMFRAGE: SOCIAL MEDIA FIEBER GREIFT AUF EBAY KLEINANZEIGEN ÜBER

- 38 Millionen Deutsche haben schon eine Anzeige aufgegeben
- Drei Viertel der Inserenten verfolgen die Klickzahlen der eigenen Anzeige
- Jeder Vierte fiebert regelrecht mit

Berlin, den 1. Juli 2021. Von Kinderspielzeug bis Elektronik – bereits jeder zweite Deutsche nutzt eBay Kleinanzeigen, um gebrauchte Dinge zu verkaufen. Das ergab eine aktuelle repräsentative Umfrage des Meinungsforschungsinstituts YouGov unter 2.066 über 18-Jährigen im Auftrag

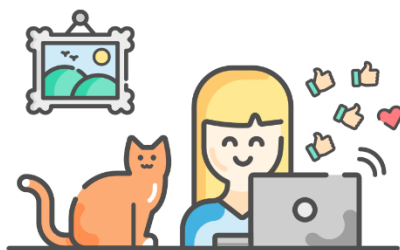


des Tech-Unternehmens [Friendsurance.de](https://www.friendsurance.de). 55% der Befragten erklärten, schon einmal eine Anzeige bei eBay Kleinanzeigen eingestellt zu haben. Ausgehend von 69 Millionen Volljährigen in Deutschland sind das rund 38 Millionen Nutzer. Doch ums Verkaufen allein geht es dabei nicht mehr. Von den 1.145 Befragten, die schon selbst inseriert haben, beobachten 73%, wie viele Menschen ihre Anzeige besucht oder mit einem Sternchen für ihre Merkliste markiert haben. Beides kann der Inserent in Echtzeit mitverfolgen. „Das Ziel eines Inserenten ist es, einen Artikel schnell zum gewünschten Preis zu verkaufen. Je mehr Besucher, desto höher die Erfolgchancen“, sagt Friendsurance-Geschäftsführer Tim Kunde.

Auf der Jagd nach Aufmerksamkeit und Anerkennung

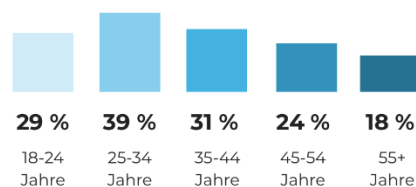
25% der Inserenten gaben sogar an, nicht nur die Entwicklung der Zahlen regelmäßig zu studieren, sondern sogar mitzufiebern – ein Phänomen, das bereits aus dem Social Media Bereich bekannt ist. Tim Kunde erklärt: „Immer mehr Menschen suchen heute Bestätigung durch Likes, Views und Follower. Die Anzahl der Klicks wirkt sich auf ihre Stimmung aus.“

BEDÜRFNIS NACH BESTÄTIGUNG GREIFT VON SOZIALEN MEDIEN AUF EBAY KLEINANZEIGEN ÜBER



Jeder vierte Verkäufer sucht bei eBay Kleinanzeigen Bestätigung. Vorwiegend Frauen betroffen.

25- bis 34-Jährige am anfälligsten für Sucht nach Anerkennung



Die Altersgruppen, die Soziale Medien am stärksten nutzen, fiebern beim Erfolg ihrer Anzeigen am häufigsten mit.

Quelle: Repräsentative Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Yougov im Auftrag des Tech-Unternehmens Friendsurance (Juni 2021).

Am stärksten betroffen sind 25- bis 34-Jährige (39%). Frauen sind emotional mehr involviert (29%) als Männer (21%). Eltern verfolgen die Reaktionen auf ihre Anzeigen deutlich häufiger mit starken Emotionen (37%) als Inserenten ohne Kinder (23%). Auffällig: Social Media Nutzer fiebern stärker mit als diejenigen, die keine Sozialen Netzwerke nutzen. Am höchsten sind die Werte bei YouTube-Nutzern (32%) sowie Instagram- und Pinterest-Nutzern (je 31%).



Infografiken zum Herunterladen: <https://www.friendsurance.com/news-und-presse>

Über Friendsurance Deutschland

Das Berliner Insurtech-Unternehmen entwickelt innovative, digitale Versicherungslösungen mit dem Ziel Versicherungen kundenfreundlicher zu machen. Gegründet 2010, ist Friendsurance als Online-Makler mit dem weltweit ersten Peer-to-Peer-Versicherungsmodell gestartet und betreut heute rund 150.000 Kunden. Zusätzlich zu seinem B2C-Geschäft betreibt das Unternehmen seit 2017 die Digitalisierung von Versicherungsgeschäften für Banken und Versicherer sowie deren Kunden als B2B2C-Business. Friendsurance bietet nationalen und internationalen Kooperationspartnern eine skalierbare und modular einsetzbare Digital Bancassurance-Plattform und hat auf dieser Basis bereits digitale Versicherungsmanager für Unternehmen wie Deutsche Bank, R+V Versicherung sowie Allianz und HypoVereinsbank entwickelt. Friendsurance beschäftigt über 100 Mitarbeiter aus 20 Nationen. Weitere Informationen unter: <https://www.friendsurance.com/news-und-presse/>

Pressebüro Friendsurance

Alecto GmbH
 Eva Genzmer
 Mehringdamm 34
 10961 Berlin
 Mail: presse@friendsurance.com