



***Die Covid-19-Gesundheitskrise hat, wie wir wissen, die Digitalisierung Frankreichs beschleunigt: Ob für die Arbeit mit Télétravail oder in ihrem „eingeschränkten“ Privatleben, die Franzosen nutzen inzwischen massiv digitale Werkzeuge in ihrem täglichen Leben: Videokonferenzlösungen und Internethandel, Video on Demand auf Plattformen wie Netflix oder Nutzung von click and collect.***

Diese Verhaltensweisen finden sich im neuen Bericht von Hootsuite, einem Spezialisten für Social Network Management, und der Agentur We Are Social, „Digital 2021 France“.

### **5:37 Stunden im Internet pro Tag**

Erste Lektion: 59,5 Millionen Franzosen sind jetzt mit dem Internet verbunden, was 91% der Gesamtbevölkerung entspricht. Und 49,6 Millionen Internetnutzer nutzen in Frankreich soziale Netzwerke, das sind fast 76% der Bevölkerung. Täglich verbringen die französischen Internetnutzer durchschnittlich 5 Stunden 37 im Internet, 3 Stunden 27 vor dem Fernseher (inklusive Streaming), 1 Stunde 41 Minuten in sozialen Netzwerken, mehr als eine Stunde beim Lesen der Presse (in Print oder online), 56 Minuten bei Videospielen und 28 Minuten beim Hören von Podcasts. Allerdings achten 15,7% der französischen Internetnutzer auf die am Bildschirm verbrachte Zeit und/oder setzen sich Zeitlimits.

Als Folge der Gesundheitskrise ist Messaging auf dem Vormarsch: 82,4% der französischen Internetnutzer im Alter von 16 bis 64 Jahren nutzen jeden Monat mobiles Messaging; 61,5% nutzen ein Programm wie Google-Maps; 54,3% nutzen Shopping-Websites; fast 52% spielen Spiele und 47,6% nutzen eine Musikplattform. Unter den Apps führt Whatsapp das Ranking bei den aktiven Nutzern an, aber bei der Anzahl der Downloads ist die Videoanwendung TikTok der Sieger. Der Videokonferenzdienst Zoom kam auf den vierten Platz, gefolgt von dem neuen Video-on-Demand-Dienst Disney+ auf dem fünften Platz.

### **Das Gewicht von GAFAM**

Diese Digitalisierung der französischen Gesellschaft geht auch mit einer zunehmend besseren Ausstattung einher: 95,7% der französischen Internetnutzer zwischen 16 und 64 Jahren besitzen inzwischen ein Smartphone, fast 49% ein Tablet, 44% eine Videospielekonsole, 10% einen internetfähigen Gegenstand für zu Hause und 4% ein Virtual-Reality-Headset. Vor allem das „Internet der Dinge“ ist auf dem Vormarsch, denn 4,36 Millionen französische Haushalte sind mittlerweile mit vernetzten Gegenständen für das Zuhause ausgestattet.

Eine weitere Lehre aus dem Bericht ist das Gewicht der GAFAMs (Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft): YouTube, Facebook, Facebook Messenger, Instagram und Whatsapp sind die von französischen Internetnutzern im Alter von 16-64 Jahren am meisten genutzten sozialen Netzwerke. Snapchat, auf Platz 6, liegt auch in diesem Jahr wieder vor Twitter und



Digitale Welt: 91% der Franzosen sind im Internet und 76% in sozialen Netzwerken

Pinterest.

Schließlich haben 74,4% der französischen Internetnutzer zwischen 16 und 64 Jahren im letzten Monat mindestens einen Online-Einkauf getätigt. „In Frankreich macht der Tourismussektor trotz eines Rückgangs von 45,5%, was größtenteils auf die Pandemie zurückzuführen ist, und im Gegensatz zu den weltweiten Trends, die im internationalen Digital Report 2021 erfasst wurden, immer noch den größten Anteil am E-Commerce-Umsatz aus, dicht gefolgt vom Mode-/Schönheitssektor“, so Hootsuite.