

## Social Media

## Influencer spielen vor allem bei den unter 20-Jährigen eine relevantere Rolle

Bereits zum neunten Mal lancierte die auf Social Media & Online-Marketing spezialisierte Firma Xeit eine Nutzer-Umfrage zum Thema Social Media Nutzung. Sie zeigt unter anderem, dass die Relevanz von Influencern stark mit dem Alter der Zielgruppe zusammenhängt – und dass immer mehr Menschen das Smartphone täglich ausschalten.

**TEXT** Thomas Häusermann – 24.5.2018



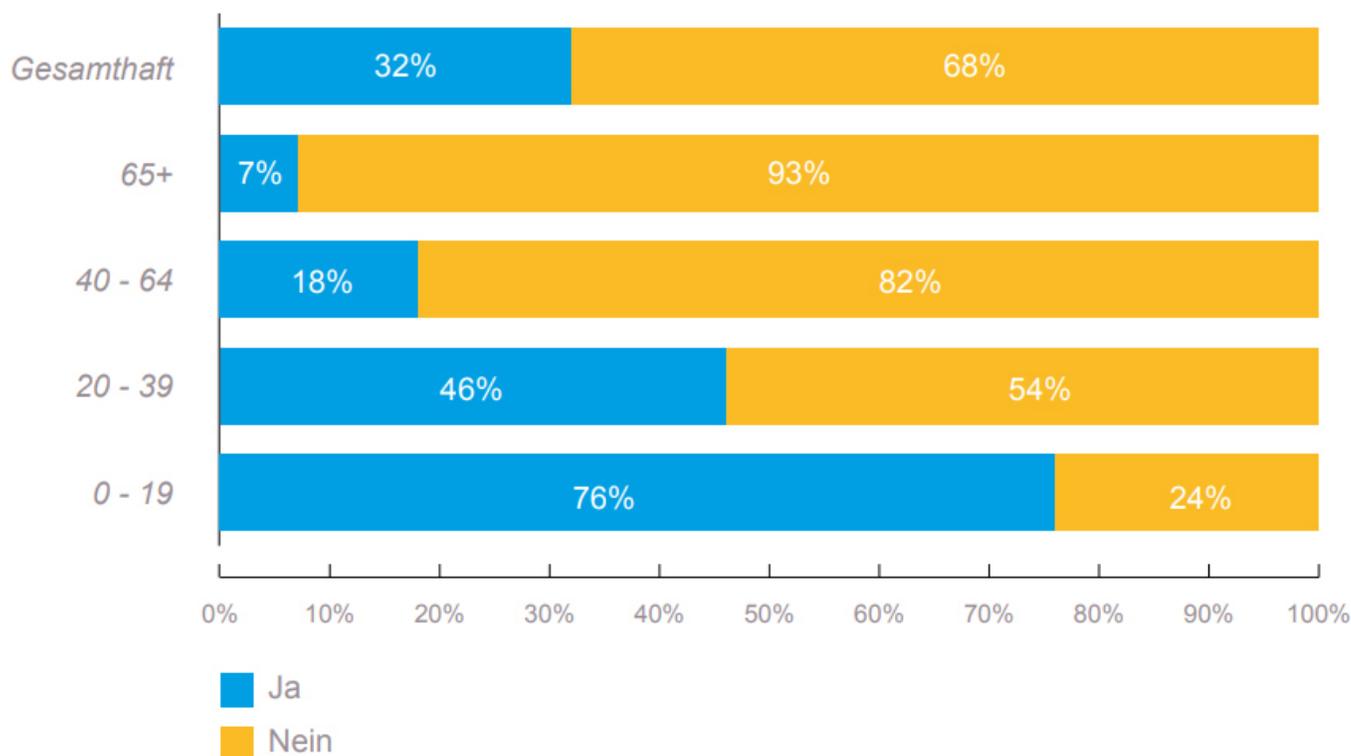
Das Social Web bleibt dynamisch. Neue Plattformen und Anwendungen tauchen auf und verschwinden wieder, bestehende verlieren an Relevanz oder werden anders genutzt. Aktuell beobachten wir einen starken Trend in Punkto Influencer. Besonders die ganz Jungen

seit 2009 jährlich die Studie zur Nutzung von Social Media in der Schweiz durch. Welche Social Networks sind aktuell bei den Schweizer Jugendlichen im Trend? Ist Social Shopping schon im Mainstream angekommen? Welche Bewertungsplattformen werden als relevant wahrgenommen? Wo informieren sich Schweizer über Politik? Und wie gut ist die Akzeptanz von Werbung auf Social Media?

Mit der Umfrage zur Social Media-Nutzung in der Schweiz legt Xerox bereits zum neunten Mal die analytische Basis zur Beantwortung dieser Fragen. Die aktuelle Ausgabe der Studienreihe «Social Media in der Schweiz» basiert auf einem Umfrage-Panel mit 1'137 Schweizer Teilnehmer/innen. Nachfolgend einige Facts zusammengefasst.

Die Relevanz von Influencern ist stark altersabhängig. In der jungen Zielgruppe der unter 20-Jährigen folgen drei Viertel der Befragten Influencern auf Social Media.

*Folgen Sie Influencern / Profilen von Leuten, mit denen Sie privat nicht bekannt sind auf Instagram oder YouTube?*



### Die wichtigsten Erkenntnisse im Überblick:

- Die Frequenz der Social Media Nutzung hat im Vorjahresvergleich zugenommen.
- Jeder Dritte schaltet sein Handy täglich aus. Deutlich mehr als noch im letzten Jahr.
- Reisen und Food bleiben die beliebtesten Blog-Themen.

- Instagram verzeichnet das höchste Netto-Wachstum. Snapchat überrascht mit Usergewinn.
  - WhatsApp scheint als Messenger derzeit uneinholbar: 77% der Befragten verschicken ihre Nachricht am liebsten über diese App.
  - Zwei Drittel der Befragten kaufen mindestens 1 Mal monatlich im Internet ein. Frauen am liebsten Kleider und Schuhe, Männer elektronische Geräte.
  - Unterhaltsame Beiträge und Infos zum Unternehmen sind die beliebtesten Inhalte auf Firmen-/Markenaccounts
  - LinkedIn baut seinen Vorsprung vor Xing als Business Social Media Plattform aus.
  - Facebook und Twitter sind die wichtigsten Kanäle für politische Inhalte.
- 

**Topic:**[Influencer Marketing](#)[Studien](#)[Online-Marketing](#)