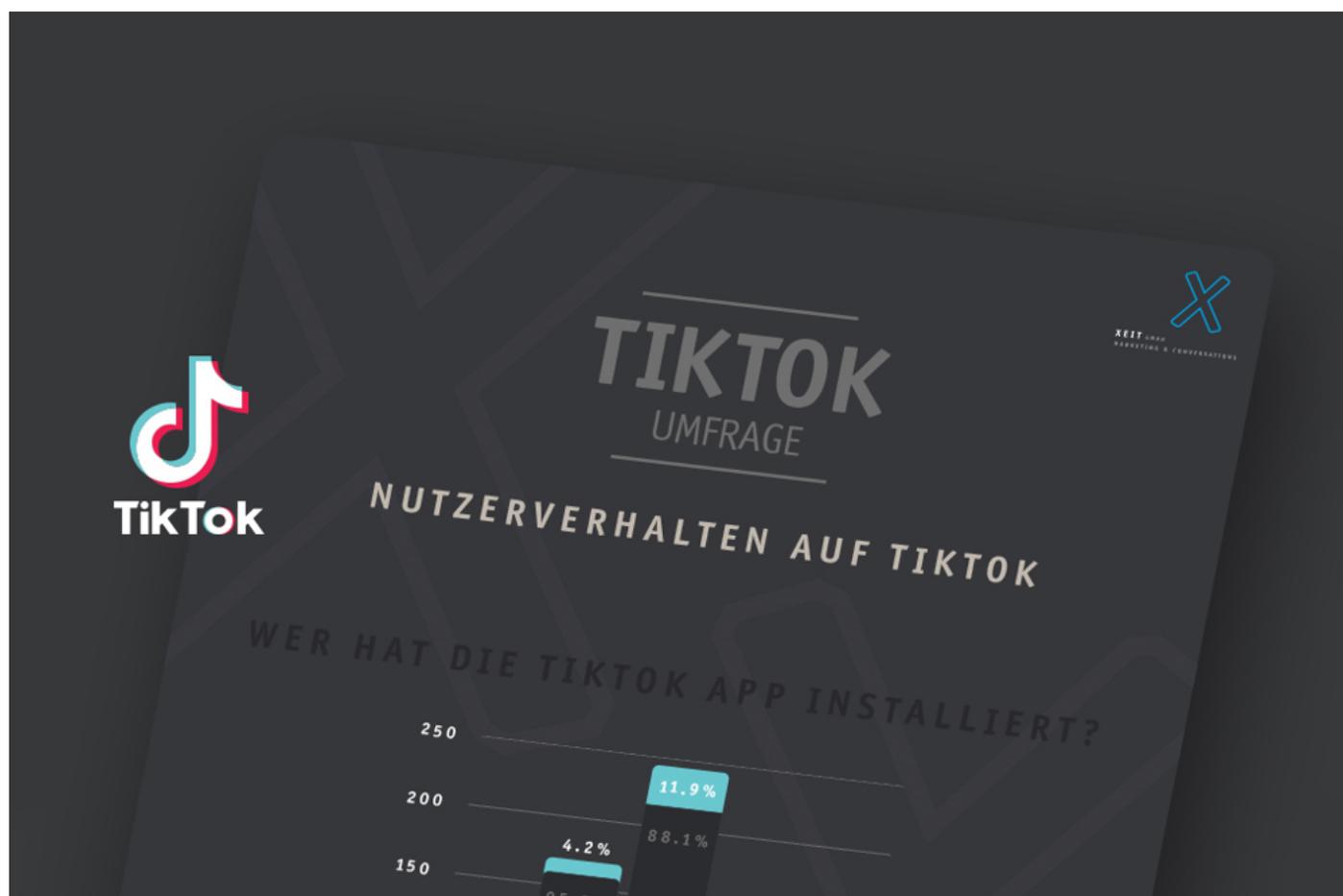


Social Media

Wie tik(tok)t die Schweizer Jugend?

TikTok ist in aller Munde – und auf der Überholspur. Das Videoportal wird weltweit bereits von 1,5 Milliarden Leuten genutzt. Aber wie sieht das Nutzerverhalten in der Schweiz aus? Xeit hat in einer Online-Umfrage rund 630 Teilnehmende zum Thema TikTok befragt.

TEXT Redaktion – 19.2.2020



In Asien ist TikTok bereits nicht mehr wegzudenken, aber auch in der Schweiz ist die App auf dem Vormarsch. Jugendliche verbringen täglich bis zu zwei Stunden auf dem Videoportal –

Die chinesische App ist der Gewinner einer Social-Media-Plattformen im Jahr 2019 geniesst das Videoportal zu den sich am schnellsten verbreitenden Apps der Welt. Mittlerweile verzeichnet TikTok über 1,5 Milliarden Nutzer (Stand: Ende 2019). Im Vergleich: Nur WhatsApp und Facebook Messenger haben noch mehr User. Auch in der Schweiz wird die App rege genutzt – schätzungsweise 500'000 Schweizerinnen und Schweizer sind regelmässig auf TikTok. Wer sind diese User? Wie alt sind sie, wie lange halten sie sich auf TikTok auf – und was ist ihre Motivation, die App zu nutzen?

TikTok noch vor Instagram und Snapchat

- Aus der Umfrage hat sich gezeigt, dass TikTok vor allem von 9- bis 17-Jährigen genutzt wird. Ab 18 Jahren wird die App bereits deutlich weniger verwendet, respektive gar nicht installiert.
- TikTok scheint den Geschmack der weiblichen Userschaft getroffen zu haben: 78% der befragten TikTok-User sind Frauen.
- Drei Viertel (76%) aller TikTok-Nutzer gaben an, die App täglich zu nutzen – und zwar rund 1 bis 2 Stunden (45%).
- 39% der Teilnehmenden nutzen TikTok mehr als Instagram, 43% nutzen die App häufiger als Snapchat und 45% gar mehr als YouTube.
- Ganz klar die Nase vorn haben lustige, unterhaltsame Videos (43%). Musikvideos (16%) oder kurze Tutorials (6%) sind weit weniger beliebt. Auch Challenges erfreuen sich grosser Beliebtheit: 55% der TikTok-Nutzer haben schon bei Challenges mitgemacht.

Fazit

TikTok sollte nicht unterschätzt werden. Vor allem die Generation Z verbringt Stunden auf dem Videoportal und nimmt dabei auch eine aktive Rolle ein (Challenges). «TikTok scheint DIE Unterhaltungs-Plattform für die junge Generation zu sein. Unternehmen sollten sich ernsthaft überlegen, auf dieser Social-Media-Plattform präsent zu sein, wenn TikTok zur Unternehmenskultur passt und die Generation Z angesprochen werden soll», so Andrea Iltgen, Managing Partner von Zeit. Die Zürcher Agentur aus Zürich bietet bereits jetzt TikTok-Marketing inklusive Content Production und Community Management an und ist schon jetzt gespannt auf die Zeit, in der TikTok Ads auch in der Schweiz geschaltet werden können.

Verantwortlich bei Zeit: Lejla Bibuljica (Umfrage); Patricia Brkic-Gyger (Gesamtprojektleitung); Andrea Iltgen (Beratung); Wim Lanz (Kreation).

Zur Online-Umfrage von Zeit

diese mittels Ads online beworben. Auf diesem Weg wurde eine Teilnehmerzahl von rund 630 Personen erzielt.

Tags:

TikTok

Region:

Zürich

Ostmittelland

Topic:

Altersgruppen

Kinder und Jugendliche