



MAS Marketing Management und Business Development. Wissen und Know-how mit Wirkung.
 Mehr zu Zielen, Nutzen, Inhalt & Anmeldung → masmarketing.ch
 – oder in einem persönlichen Orientierungsgespräch.
 Kontakt: + 41 (0)61 207 32 07 | masmarketing@unibas.ch

Universität Basel
 MAS MARKETING MANAGEMENT UND BUSINESS DEVELOPMENT
 Advanced Studies

Stichwortsuche

- Abonnieren
- Inserieren
- Service
- Suche

Mediennutzung

Schweizer Jugend verbringt täglich mehr als fünf Stunden am Handy

Der Gen-Z-Report der Zürcher Agentur Zeit zeigt das Smartphone-Nutzungsverhalten der Schweizer Jugend auf. Das Resultat überrascht wenig: Die Jungen sind konstant online.

TEXT Redaktion – 10.2.2021



Es mag keine bahnbrechende Erkenntnis sein, dass die Generation Z – die zwischen 1997 und 2012 Geborenen – ständig am Handy ist. Und doch überrascht es, dass die Jugend täglich auf über fünf Stunden Handybildschirmzeit kommt. Andere Screens wie beispielsweise Tablet, Laptop oder TV sind hierbei nämlich noch gar nicht miteinberechnet. Die Aufsteigerplattform ist TikTok.

Die Daten stammen aus einer Analyse der Zürcher Digitalagentur Zeit, die während einem Monat das effektive Smartphone-Nutzungsverhalten von knapp 100 Schweizer Jugendlichen ausgewertet und Erkenntnisse fürs Marketing abgeleitet hat.

Ohne Smartphone und Social Media geht gar nichts

Im Wochendurchschnitt kommt die Generation Z so zu einer Handybildschirmzeit von 37 Stunden, was einem 90-Prozent-Arbeitspensum entspricht. Mit Abstand am meisten Zeit verbringen die jungen Frauen und Männer dabei auf Social-Media-Apps wie Instagram, Snapchat und zunehmend TikTok, die sie zum Chatten und Networken nutzen.

Interessanterweise ist bei einem Fünftel der Studienteilnehmenden noch immer die Facebook App installiert – wenn sie auch kaum genutzt wird –, während dagegen das E-Mail respektive eine E-Mail-App von einem Drittel der befragten Jugendlichen gar nicht mehr genutzt wird.

Dafür sind Gamen und Streamen – Musik, Serien und Filme – hoch im Kurs. Während es bei der durchschnittlichen Handyzeit und der Beliebtheit von Social Media generell zwischen den Geschlechtern keine Unterschiede gibt, so sind diese umso spannender in Sachen Gaming und bezüglich Popularität der einzelnen Social-Media-Plattformen.

Bedeutung der Bildschirmzeit fürs Marketing

Die Generation Z ist für viele Branchen bereits jetzt eine bedeutende Zielgruppe, und sie wird künftig immer wichtiger. Entsprechend zentral ist es, die Jugendlichen, ihre Interessen und ihr Online-Verhalten zu kennen und zu verstehen. Welche Plattform sich am besten eignet, um mit den Jungen in Kontakt zu treten und in welcher Form, lässt sich aus der Auswertung ableiten. Was den Zeitpunkt einer möglichen Interaktion angeht, bestätigte sich zudem: die Generation Z ist fast immer erreichbar.

Für den **Gen-Z-Report** hat **Zeit** auf Basis von Screenshots der Teilnehmenden im Alter zwischen 13 und 19 Jahren die Bildschirmzeit und die echte Handynutzung ausgewertet. Die von den Studienteilnehmenden regelmässig eingesandten Screenshots der Nutzungsaktivitäten zeigen jeweils die durchschnittliche wöchentliche Bildschirm- und Nutzungszeit verschiedener Apps, und zwar über eine Zeitspanne von insgesamt vier Wochen. Teilgenommen haben 95 Jugendliche.

Der Gen-Z-Report kann auf der [Website von Zeit](#) angefordert werden.

Tags:

Zeit

Region:

Zürich

Topic:

Studien

Kinder und Jugendliche