

**24.05.2022****Social-Media-Studie**

## Instagram ist das Mass aller Dinge

---

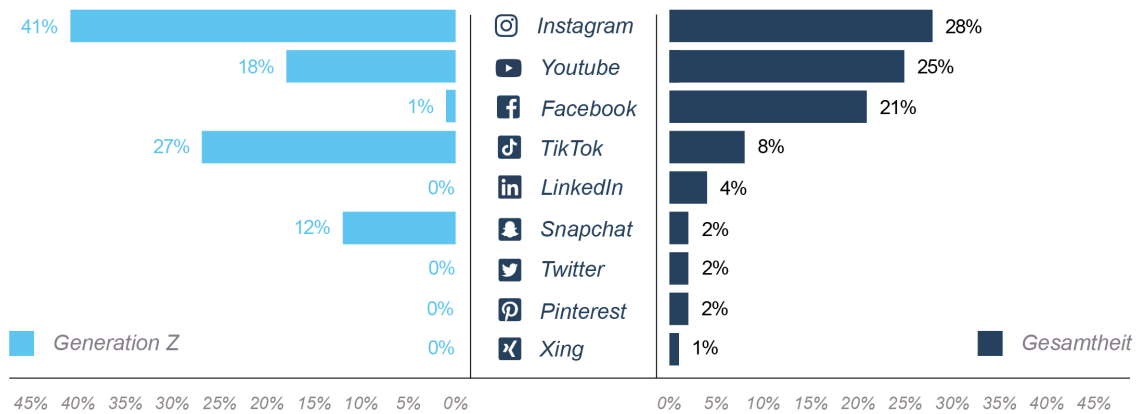
**Die Plattform ist neu die am intensivsten genutzte Social-Media-Plattform der Schweiz, wie eine Umfrage ergab.**



**Im Rahmen der seit 2009 jährlich erscheinenden Social-Media-Studie hat die Digitalagentur Zeit aus Zürich erneut über 1000 Schweizerinnen und Schweizer zu deren Social-Media-Nutzungsverhalten befragt. Dabei zeigt sich: Es gibt entscheidende Veränderungen und Verschiebungen im Vergleich zu den Vorjahren, wie es in einer Mitteilung vom Dienstag heisst.**

Auf welchem Netzwerk verbringen Sie am meisten Zeit?

Werte in %



<http://www.persoendlich.com/sites/default/files/filemanager/grafik-social-media-studie-factsheet-zeit.jpg>

Die vor allem auf Fotos und Kurzvideos ausgerichtete Plattform Instagram konnte bezüglich Nutzungszeit stark zulegen. Zum ersten Mal im vergangenen Jahrzehnt ist sie damit die am intensivsten genutzte Social-Media-Plattform in der Schweiz. Massgeblich dazu beigetragen haben die Jugendlichen (Generation Z), die sich auf der Plattform wieder stärker engagieren. «Dies ist spannend, da in den letzten zwei Jahren die Kurzvideoplattform TikTok stark in der Gunst der Teenager gestiegen und zu einer ernstzunehmenden Konkurrenz der bereits seit längerem bestehenden Plattformen Instagram, YouTube und Snapchat avancierte», heisst es in der Mitteilung dazu. Gerade YouTube beispielsweise habe es aktuell bei der GenZ zunehmend schwer: Gemäss der Umfrage verliere die Video-Suchmaschine bei den Jugendlichen enorm an Attraktivität (minus 11 Prozent).

### Influencer begeistern über alle Generationen

Nicht nur bei der Generation Z, zu deren Nutzungsverhalten die Studie eine Sonderauswertung präsentiert, lässt sich von Social-Media-Influencern begeistern und inspirieren. Über sämtliche Altersgruppen hinweg hat deren Einfluss zugenommen, am stärksten bei den 20- bis 39-Jährigen.

- Weitere wichtige Erkenntnisse im Überblick:
- YouTube bleibt mit Abstand die Plattform mit den meisten Nutzenden.
- Die Nutzung von Social-TV verliert mit dem Ende IGTV an Relevanz.
- Short Form Video Content ist aktuell das attraktivste Format für Social-Media-Inhalt, unabhängig vom Alter der Nutzenden.
- Relevanz ist und bleibt das zentrale Kriterium beim Social Media Content.
- WhatsApp verliert leicht an Attraktivität, ist aber weiterhin ungeschlagen.
- Es werden wieder mehr Blogs gelesen, am liebsten zu den Themen Reisen und Essen.
- Die Beliebtheit von Podcasts kennt nur eine Richtung: nach oben.

- Die GenZ liebt Video Content.
- Mit der Rückkehr in die normale Lage nach der Pandemie sind die Schweizerinnen und Schweizer auch nicht mehr so online-müde.

**Die Social-Media-Studie von Xeit (<https://zeit.ch/wissen/studien/social-media-studie-2022/>) erschien zum 13. Mal. (pd/cbe)**

---

persönlich Verlags AG · Birmensdorferstr. 198 · 8003 Zürich  
Tel.: +41 (0) 43 960 79 00 · Email: [info@persoenlich.com](mailto:info@persoenlich.com)