

Studie von Zeit: Instagram legt bei allen Generationen zu

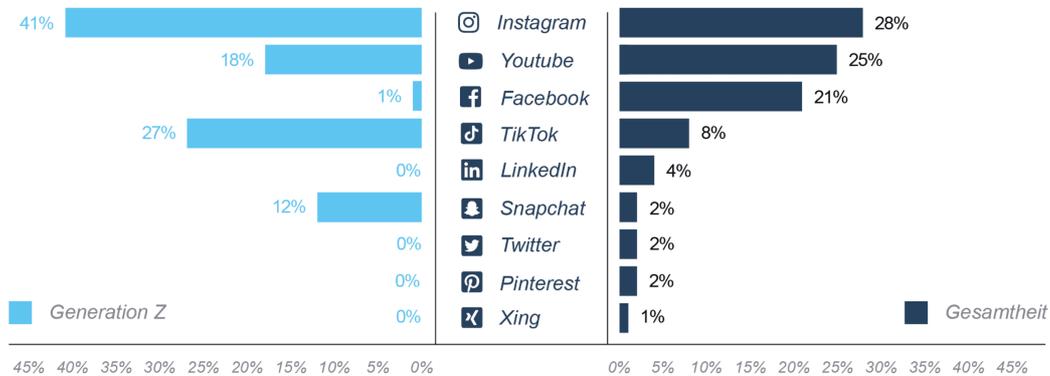
Gemäss der aktuellen Studie von Zeit ist Instagram in der Schweiz bei allen Generationen die beliebteste Social-Media-Plattform. Auf ihr wird mittlerweile mehr Zeit verbracht als auf Youtube und Facebook.

Redaktion - 24. Mai 2022



Auf welchem Netzwerk verbringen Sie am meisten Zeit?

Werte in %



Im Rahmen der seit 2009 jährlich erscheinenden Social-Media-Studie befragte die Zürcher Agentur Zeit erneut über 1'000 Schweizerinnen und Schweizer zu deren Social-Media-Nutzungsverhalten. Dabei zeigt sich: Es gibt entscheidende Veränderungen und Verschiebungen im Vergleich zu den Vorjahren.

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 der Generation Z,





der Teenager gestiegen und zu einer ernstzunehmenden Konkurrenz der bereits seit längerem bestehenden Plattformen Instagram, YouTube und Snapchat avancierte.

Gerade YouTube beispielsweise hat es aktuell bei der GenZ zunehmend schwer: Gemäss der Umfrage verliert die Video-Suchmaschine bei den Jugendlichen enorm an Attraktivität (-11 Prozent).

Einfluss der Influencer steigt in allen Altersklassen

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 Erkenntnisse:

- Youtube bleibt mit Abstand die Plattform mit den meisten Nutzenden.
- Die Nutzung von Social-TV verliert mit dem Ende von 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 Schweizer:innen auch nicht mehr so online-müde.

Die Social-Media-Studie von Xeit erscheint bereits zum 13. Mal. Die Agentur legt damit zahlenbasierte Erkenntnisse zur Nutzung von Instagram, TikTok, LinkedIn, Youtube und Co. in der Schweiz. Wie bereits in den Vorjahren umfasst die Studie eine spezifische Auswertung zur Generation Z und vergleicht die Resultate mit denen der Grundgesamtheit.



Kategorien

| Mediennutzung

Tags

| GenZ | Instagram | LinkedIn | Podcast | Social Media | TikTok

| Youtube

Weitere Artikel zum Thema



Tagesreichweite 27/22 in Prozent
Schweiz gesamt



28



Mediapulse Streaming Data: Weiterhin höchste Reichweiten und Nutzung für TV



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.22 - 31.3.22, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW-%, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET
**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.22 - 31.3.22, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS

