

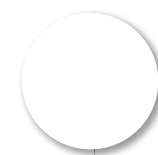
Instagram ist über Generationen hinweg die beliebteste Plattform

Wer viel in Social-Media-Kommunikation investiert, will wissen, wo sich seine Zielgruppen bewegen und was sie konsumieren. Die aktuelle Ausgabe der Social-Media-Studie von Xeit umfasst einen Generationen-Check zu diesem Thema. Beim Plattformen-Vergleich in Bezug auf die Social-Media-Nutzung sticht Instagram besonders hervor – als gemeinsamer Nenner aller Generationen.

Redaktion - 21. Mai 2024



Die Agentur Xeit hat das Nutzungsverhalten von Social Media bei über 1000 in der Schweiz wohnhaften Personen erhoben. Die Studie ging Fragen nach wie: Auf welchen Social Media Plattformen sind Schweizer:innen aktiv und wie viel Zeit verbringen sie dort? Welche Zielgruppen werden durch Influencer Marketing erreicht? Wo sind die Nutzer:innen besonders empfänglich für Marketinginhalte? Mit welchen Inhalten beschäftigen sie sich am liebsten? Und wo trifft man die Gen X, Y und Z am häufigsten?



Snapchat als Hidden Champion der Gen Z

genen Angaben zufolge – am meisten Zeit.

Wird die Nutzung jedoch auf die Generationen heruntergebrochen, zeigen sich Unterschiede. Instagram ist auch bei der Gen Z mit 40% die meistgenutzte Plattform, dicht gefolgt von TikTok mit 27% und YouTube mit 15%. Bemerkenswert sind ausserdem die stabilen Nutzungszahlen von Snapchat: Immerhin 12% der Gen Z geben an, dort die meiste Zeit zu verbringen.

(Grafik: Xeit)

YouTube wird unterschätzt

Die Nutzung von Social Media in der Schweiz ist vielfältig und dynamisch. Neue Trends und Entwicklungen prägen das digitale Verhalten der Schweizer Bevölkerung. Im Rahmen ihrer Studie hat Xeit auch einen Blick auf die aktuellen Entwicklungen geworfen.

Dabei hat die Agentur ermittelt, dass keine Plattform in der Schweiz so verbreitet ist und

X an Relevanz verliert, ist die Instagram-Plattform Threads gut positioniert, um die Nachfolge des Kurznachrichtendienstes anzutreten. Bei den Messengern erfreut sich WhatsApp weiterhin der höchsten Beliebtheit. Zudem ist der Instant Messenger die am meisten genutzte App für Stories – die bei WhatsApp «Status» heissen.

Hinsichtlich Formate sind kurze Videos weiterhin auf dem Vormarsch, wobei Instagram die wichtigste Plattform dafür ist. Des Weiteren ist Video-Content mittlerweile ebenso beliebt wie Bilder, und mehr als die Hälfte der Schweizer:innen hört Podcasts. Dafür hat Social Commerce in der Schweiz weiterhin einen schweren Stand.

Ausserdem hat Xeit ermittelt, dass jede:r vierte Schweizer:in sich täglich eine kleine digitale Auszeit gönnt, indem das Handy ausschaltet wird.

Für ihre aktuelle Studie hat Xeit Trends zur Nutzung von Social Media in der Schweiz erforscht. Dazu hat die Agentur zahlenbasierte Erkenntnisse über die Nutzung von Instagram, TikTok, LinkedIn, YouTube und Co. in der Schweiz generiert und einen Plattformen-Vergleich vorgenommen. Dies, um zu wissen, wo am meisten Zeit investiert werden muss, wo der Fokus liegen sollte, wenn es um Social Media und Marketing geht. Die Teilnehmenden wurden zu den Themen Social Networking, Social Business, Live-Kommunikation, Blogs, Podcasts und Influencer, Generationen-Check: Boomer bis GenZ im Überblick, und Online vs. Offline-Verhalten befragt.

Der vollständige Report kann [hier bestellt](#) werden.

Kategorien

| Social Media

Tags

| Altersgruppen | Instagram | Studie | Xeit

