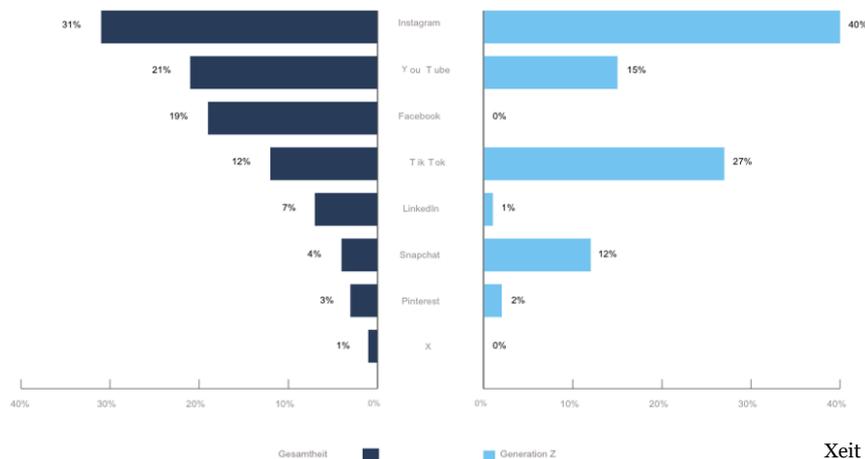


GENERATIONEN-CHECK

Zeit präsentiert Studienergebnisse zur Social Media-Nutzung in der Schweiz

von Mia Bavandi Dienstag, 21. Mai 2024



In diesem Jahr vergleicht die Zeit-Studie die Social Media-Nutzung der Generationen und verschiedenen Plattformen.

Die Zürcher Digitalagentur Zeit hat eine Studie zum Social Media-Nutzungsverhalten der Generationen in der Schweiz durchgeführt. Ihren Ergebnissen zufolge ist Instagram generationenübergreifend die beliebteste Plattform.

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 Nutzer:innen besonders empfänglich für Marketinginhalte? Mit welchen Inhalten beschäftigen sie sich am liebsten? Und wo trifft man die GenX, Y und Z am häufigsten? Anhand solcher Fragen ermittelte die Zürcher Digitalagentur Zeit bei über 1000 Schweizer:innen die Ergebnisse zum Social Media-Nutzungsverhalten der Generationen. „In unserer täglichen Arbeit werden wir immer wieder mit Fragen zum Nutzungsverhalten der Schweizerinnen und Schweizer im Internet und in den sozialen Medien konfrontiert. Deshalb wollten wir spezifische Antworten für die Schweiz finden. Wir wollten wichtige zahlenbasierte Erkenntnisse über die Nutzung von Instagram, TikTok, LinkedIn, YouTube und Co. in der Schweiz gewinnen und so einen Vergleich zwischen den Plattformen ermöglichen“, heisst es in der diesbezüglichen Pressemitteilung zur Studie.

Gemäss der aktuellen Umfrage sei Instagram über alle Generationen hinweg mit Abstand die beliebteste Plattform. Gefolgt von YouTube und Facebook. Dort verbringen die User:innen ihren eigenen Angaben zufolge die meiste Zeit. Wenn man die Nutzung jedoch auf die verschiedenen Generationen aufschlüsselt, treten deutliche Unterschiede zutage: Instagram ist zwar auch bei der GenZ mit 40 Prozent die meistgenutzte Plattform, dicht gefolgt von TikTok mit 27 Prozent und YouTube mit 15 Prozent. Doch im Windschatten des viel beachteten TikTok

liegt Snapchat mit stabilen Nutzungszahlen. Immerhin zwölf Prozent der GenZ gaben im Rahmen der Befragung an, dort die meiste Zeit zu verbringen.