

SOCIAL MEDIA

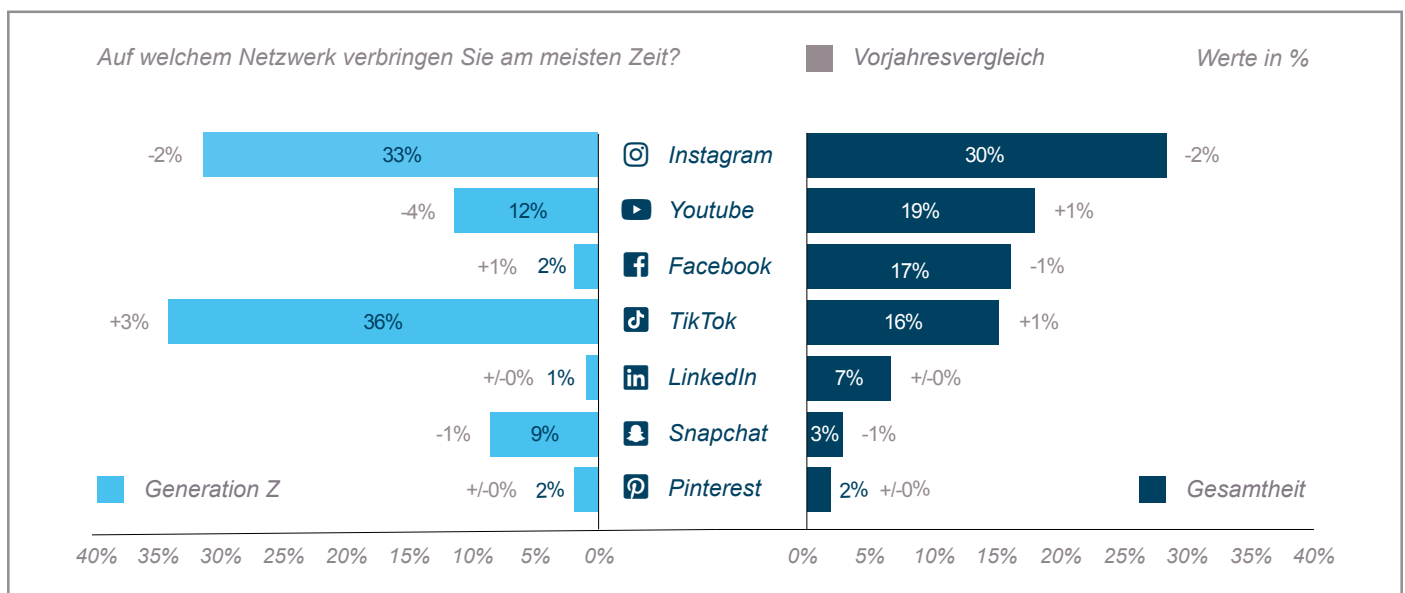
INSTAGRAM BLEIBT DIE KLARE NUMMER EINS

Dynamik ist die einzige Konstante in der Welt von Social Media: Algorithmen verändern die Spielregeln, Trends kommen und gehen im Wochentakt – und ab und zu taucht eine neue Plattform auf, mit dem Versprechen, alles auf den Kopf zu stellen. Für Marketingfachleute stellt sich deshalb jedes Jahr dieselbe entscheidende Frage: Wo lohnt es sich wirklich, Zeit, Budget und Ressourcen zu investieren? Wer erfolgreich kommunizieren will, braucht mehr als Bauchgefühl oder die Perspektive der eigenen Bubble – gefragt sind fundierte Einblicke in aktuelle Entwicklungen, Nutzungstrends und relevante Plattformen. Genau hier setzt unsere jährliche Social-Media-Studie an: Sie liefert Orientierung, zeigt relevante Veränderungen auf und unterstützt Marketingverantwortliche dabei, fundierte Entscheidungen für ihre Social-Media-Strategie zu treffen.

Die Studie liefert Marketingfachleuten Antworten auf wesentliche Fragen rund um Social Media: Welche Social-Media-Plattformen sind in der Schweiz aktuell angesagt? Welche Zielgruppen erreicht man wo am besten? Auf welche Inhalte reagieren die verschiedenen Generationen am besten? Wo sind die User:innen besonders empfänglich für Marketing-Content? Wer hört auf welche Influencer:innen? Und mit welchen Themen kann man bei Podcast-Hörer:innen punkten?

Die Umfrage zur Social-Media-Nutzung der Schweizerinnen und Schweizer bildet die analytische Grundlage für die Beantwortung dieser und weiterer Fragen. Befragt wurden mehr als 1000 Personen mit Schweizer Wohnsitz mittels Online-Umfrage – breit gestreut und bevölkerungsrepräsentativ.

TIKTOK GEWINNT WEITER AN BEDEUTUNG



SOCIAL MEDIA

WEITERE INTERESSANTE ERGEBNISSE SIND:

- Die GenY verbringt weniger Zeit auf Social Media.
- KI in der Werbung polarisiert: Nutzer:innen reagieren mehrheitlich kritisch auf KI-generierte Werbeinhalte.
- Short-Form-Video ist etabliert, aber nicht mehr ungebremsst im Wachstum: Kurzvideos gehören zum Alltag, einzelne Formate verlieren jedoch an Dynamik.
- WhatsApp bleibt unangefochten: Kein anderer Messenger kommt in der Schweiz auch nur annähernd an die Reichweite des Meta-Dienstes heran.
- Politische Meinungsbildung verlagert sich weiter auf Social Media: Besonders Instagram gewinnt in diesem Kontext an Bedeutung.
- Social Commerce wartet weiter auf den Durchbruch: Soziale Netzwerke setzen Kaufimpulse, doch der direkte Einkauf über Social Media bleibt in der Schweiz zurückhaltend.
- Digital Detox bleibt ein Bedürfnis: Viele Schweizer:innen wünschen sich zumindest zeitweise Abstand vom ständigen Online-Sein.

AKTUELLE ZAHLEN UND TRENDS ZUR SOCIAL-MEDIA-NUTZUNG IN DER SCHWEIZ

DIE GESAMTSTUDIE

Die Studienreihe «Social Media in der Schweiz» erhebt aktuelle Zahlen und Trends zu folgenden Themen:

- Social Networking
- Social Business
- Gen AI
- Blogs, Podcasts und Influencer:innen
- Generationen-Check: Boomer bis GenZ im Überblick
- Online vs. Offline
- U.a.m.

Im Beratungsalltag sehen wir uns mit vielen Fragen zum Nutzungsverhalten von Schweizerinnen und Schweizern im Internet und in den sozialen Medien konfrontiert. Aus diesem Grund wollen wir Antworten finden – und zwar spezifisch für die Schweiz.

KONTAKT

xeit AG
Andrea Illtgen
Limmatstrasse 291
8005 Zürich
Tel. 044 240 15 07

<http://www.xeit.ch>
<http://blog.xeit.ch>
andrea.iltgen@xeit.ch

<https://ch.linkedin.com/company/xeit-ag>
<http://www.instagram.com/xeit.ch>
<http://www.facebook.com/xeit.ch>

