

Pressemitteilung

Generation 9:16

Was passiert auf den Handys der Gen Z und Gen Y?

Hamburg, November 2022 – *Diese Frage stellen sich nicht nur Social Media Professionals, sondern auch Werbetreibende aus nahezu allen Branchen. Und wie unterscheiden sich Gen Z (aktuell 14 bis 25 Jahre alt) und Gen Y (aktuell 26 bis 37 Jahre alt) eigentlich in der Nutzungsweise? Gibt es überhaupt gravierende Unterschiede? Wofür wird "dieses" TikTok überhaupt verwendet? Eine gemeinsame Studie der 9:16-Agentur WeCreate und dem Marktforschungsinstitut Appinio bringt Licht ins Dunkle und erklärt, wo welche Generation auf ihrem Handy surft – und aus welchen Gründen.*

So nutzt Generation 9:16 ihre Smartphones

Egal ob Gen Z oder Gen Y: Das Smartphone hat alle anderen Geräte und Medien weit abgehängt und das beliebteste Format sind Videos im Hochkantformat 9:16. Aus diesem Grund fasst WeCreate die beiden Generationen gern als "Generation 9:16" zusammen. 80 Prozent der Generation 9:16 sind täglich mindestens drei Stunden am Tag am Smartphone. Magnus Folten, Lead Strategist bei WeCreate ordnet ein: *"Jeder Dritte aus der Generation Z und Generation Y verbringt mehr als 6 Stunden am Smartphone. Ein Fünftel dieser Zeit wiederum wird allein auf TikTok verbracht."* Unterschiede in der Nutzungsdauer zeigen sich hier eher zwischen den Geschlechtern als zwischen den Generationen. So sind deutlich mehr Frauen "Heavy User" als Männer.

Die wichtigste Plattform ist dabei Youtube - so nutzen 98 Prozent der 14- bis 37-Jährigen den Videokanal. Gen Y steht noch ein bisschen mehr auf die Plattform und verbringt 22 Prozent der Screentime auf Youtube, während es bei Gen Z 19 Prozent sind. Auch die Social-Media-Plattform Instagram kommt in beiden Generationen sehr gut an und verbraucht zu 19 Prozent in der Gen Y und zu 16 Prozent die Screentime der Gen Z. Doch ab diesem Zeitpunkt verändert sich die Nutzungsweise der Generationen.

TikTok macht süchtig? Vielleicht!

Während die Generation Y 23 Prozent und damit den größten Anteil ihrer Zeit in Apps wie Whatsapp, Facebook oder einem Browser verbringt, führt mit 22 Prozent Screentime die chinesische Plattform TikTok das Interesse der Gen Z an. Außerdem wird sichtbar, dass TikTok die Bildschirmzeit nach oben treibt: Mit jeder Stunde mehr Screentime wächst der TikTok Anteil – unabhängig vom Alter. Sind NutzerInnen unter einer Stunde am Smartphone, liegt er bei neun Prozent. Bei über sechs Stunden sind es 22 Prozent. Folten beschreibt den Einfluss der Plattform folgendermaßen: *"Die erst 2018 gegründete Plattform ist nur vier Jahre später bereits*

die populärste bei den 14- bis 25-Jährigen. Das zeigt, wie schnell das Hochkantformat das beliebteste wurde innerhalb der jungen Audiences und untermalt die Ablösung des TVs durch Smartphone und Tablets."

Welcher Content funktioniert?

Beide Generationen zeigen, dass sie Plattformpräferenzen haben, je nachdem, nach welcher Art von Content sie suchen. Suchen sie nach edukativem Content, nutzen 54 Prozent der Gen Z und 50 Prozent der Gen Y Youtube. Soll es inspirativ sein, besuchen beide Generationen in erster Linie Instagram (37 Prozent Gen Z, 38 Prozent Gen Y) - nur unterhaltsamer Content spaltet die Generationen. Während mehr als die Hälfte (53 Prozent) der Gen Z auf TikTok nach Unterhaltung sucht, setzt die Gen Y zu 48 Prozent auf Youtube.

—

Die ganze Studie mit weiteren Hintergrundinformationen und Stimmen zu dieser Thematik kann auf der Webseite eingesehen und kostenfrei heruntergeladen werden.

Vollständiger Report: [WeCreate](#)

Studienergebnisse: research.appinio.com/#/en/survey/public/YtV7uFjt0

—

Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 90+ Märkten für über 2.000 Auftraggebende, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Weitere Informationen unter <https://www.appinio.com/de/>

Pressekontakt:

Anja Nitschke
PR & Communications Manager
anja.nitschke@appinio.com
+49 40 808 127 130