

Umfrage: Wie sich die Nutzung sozialer Medien bei verschiedenen Generationen verändert hat

Die Mehrheit der Befragten stimmte zu, dass soziale Medien und digitale Tools ihnen geholfen haben, ein soziales Leben während der Pandemie zu behalten

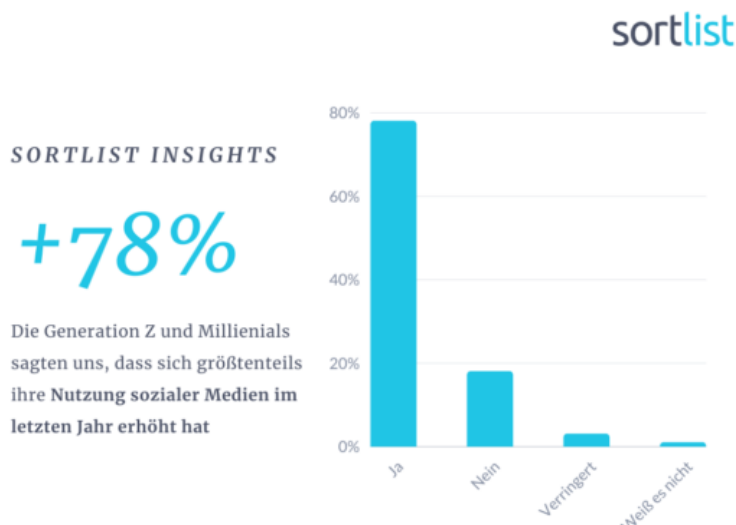
Das vergangene Jahr hat den digitalen Boom noch weiter vorangetrieben, nicht nur beim Konsum von Produkten, sondern auch bei den Interaktionen der Menschen. Das Verhältnis zu sozialen Netzwerken und anderen digitalen Plattformen hat sich verschoben, ebenso wie die Gründe, warum wir diese nutzen. Aber wie genau haben sie sich verändert?

Sortlist hat eine Umfrage mit fast 1000 Befragten durchgeführt, die aus Frankreich, Belgien, Deutschland, Spanien und den Niederlanden stammen, um herauszufinden, wie unterschiedlich die Generationen mit sozialen Medien und sozialen Tools umgehen. Da etwas mehr als die Hälfte der Befragten unter 35 Jahren und der Rest über 60 Jahre alt war, konnten wir uns eine klare Idee machen, wie verschiedene Generationen mit soziale Medien umgehen.

Die wichtigsten Ergebnisse der Umfrage sind:

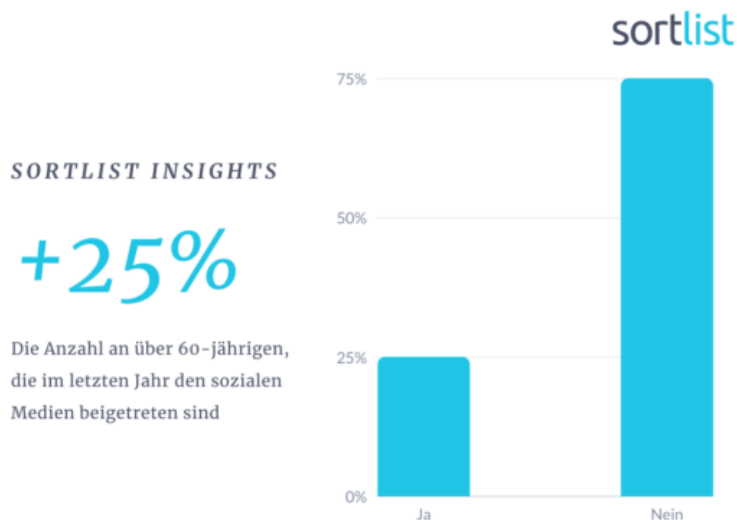
- Die Nutzung sozialer Medien ist **bei Millennials und der Generation Z um 78% gestiegen**, während **25% der Babyboomer und Älteren im letzten Jahr erst dazugekommen** sind.
- **40% der Menschen bevorzugen Videoinhalte** gegenüber anderen digitalen Formaten
- **Die Nummer 1 Plattform** unter Millennials und der Generation Z ist YouTube, bei den Babyboomern ist es Facebook
- **Wissenschaftliche Themen** waren mit 29% der Posts auf sozialen Plattformen das Thema mit dem höchsten Interesse

Unter 35-Jährige suchen nach Unterhaltung und visuellen Inhalten



78% der Generation Z und der Millennials gaben an, dass sie seit Beginn der Pandemie mehr Zeit in sozialen Medien verbracht haben, und ein Hauptgrund war, dass sie dadurch Wege gefunden haben, sich zu unterhalten. Das sagen 33 Prozent der Befragten in Frankreich, 38 Prozent in Deutschland und 30 Prozent in den Niederlanden

Über 60-Jährige wollen in Kontakt bleiben und bevorzugen schriftliche Inhalte



Bei den Babyboomern und Älteren, die derzeit soziale Tools nutzen, sind 25% erst im vergangenen Jahr dazugekommen. Alle Länder gaben an, dass sie soziale Medien hauptsächlich nutzen, um in Kontakt zu bleiben und für ihr soziales Leben. In Frankreich (42 %), Deutschland (46 %) und den Niederlanden (39 %) zeigten die älteren Altersgruppen trotz des digitalen Formats eine Vorliebe für schriftliche Inhalte.

Unsere vollständige Studie können Sie [hier](#) lesen.

--

Über Sortlist

[Sortlist](#) ist Europas größter Marktplatz in der Marketingbranche. Das Unternehmen wurde 2014 in Belgien als Start-up gegründet, um B2B-Einkäufe im Marketingbereich deutlich einfacher zu machen. Heute hat Sortlist Niederlassungen in sieben Ländern.

Pressekontakt: Raluca Zdru, raluca.zdru@sortlist.com