

FIVE-PAGER NEOVISO UMFRAGE

Strategy
**KEEPING
BRANDS
RELEVANT.**

Demografische Angaben

N = 314

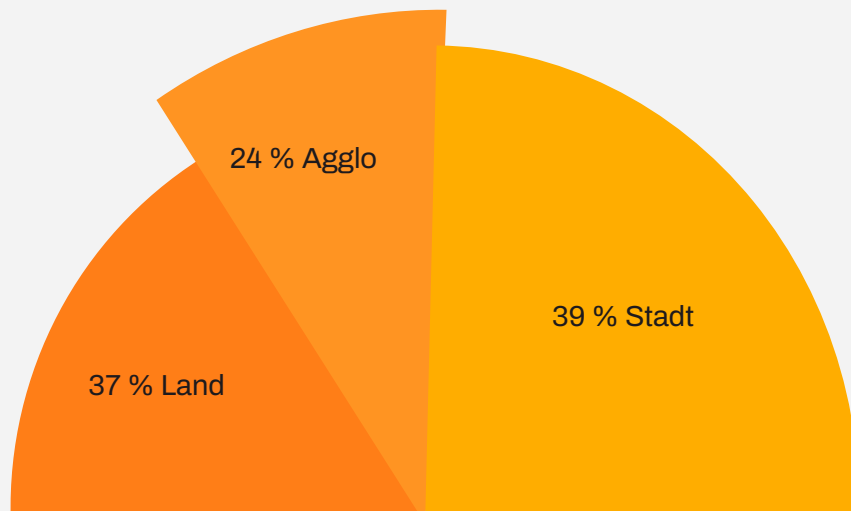
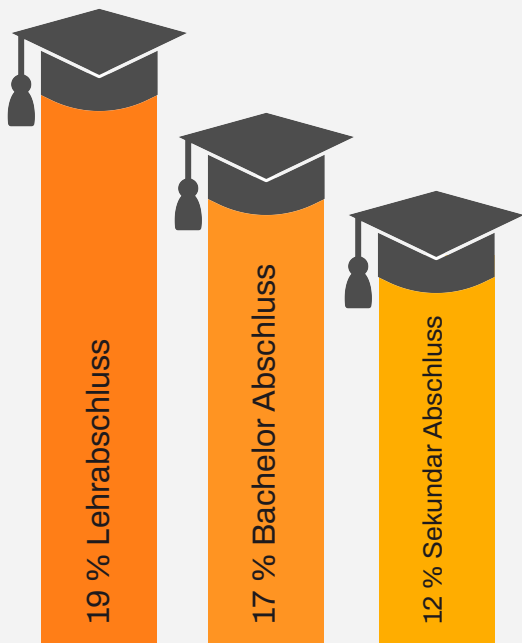
Ø 26 Jahre

51 % Weiblich

49 % Männlich

0 % Anderes / Divers

0 % Keine Angabe



Insights

Viel Nähe, viel Druck: Social Media als ambivalenter Alltagsbegleiter

Die junge Zielgruppe ist täglich mehrere Stunden auf Social Media aktiv und empfindet die Plattformen als wichtige Informations- und Unterhaltungsquelle. Gleichzeitig erzeugt der ständige Vergleich spürbaren Druck, besonders bei Fitness, Lifestyle und äusserer Erscheinung.

Wohlbefinden und Unterstützung (Skala 1-7)

Unterstützung durch Freunde/Familie → Ø 5.5/5.4

Unterstützung durch Social-Media-Communities → Ø 3.5

Einsamkeit → Ø 3.0

Alltag & Druck

tägl. Social Media Nutzung (1-4 Std.) → 77%

Grösster Druckfaktor → **Körperliche Fitness & Gesundheit (41%)**

Digitale Nähe ersetzt echte Unterstützung nicht. Vertrauen entsteht dort, wo Marken die realen Bezugspersonen ergänzen, statt sie zu imitieren.

Take Aways

Relevanz statt Reichweite

Instagram, WhatsApp und TikTok dominieren den Alltag, aber welche Plattform zieht, hängt stark vom Alter ab. Eine einzige Plattform-Strategie für "die Jungen" funktioniert demnach nicht mehr. Wer 16- und 26-Jährige gleich anspricht, verliert an beide Enden Relevanz.

Social Media Nutzung

Meistgenutzte Kanäle

- Instagram (90%)
- Whatsapp (89%)
- YouTube (60%)

Top-Interessen

- Reisen (73%)
- Sport/Fitness (65%)
- Mental Health (52%)

Unterschiedliche Kanalnutzung je nach Alter

≤19 Jahre

- Snapchat 87%
- TikTok 76%
- LinkedIn 5%

27+ Jahre

- Snapchat 34%
- TikTok 31%
- LinkedIn 48%

