

Consumer-Check zum Thema Social Media Nutzung in den Generationen X, Y & Z

eine Studie im Auftrag von



Studieneckdaten

Methode

Computer Assisted Web Interviews (CAWI), rekrutiert über das hauseigene Onlinepanel „talk“

Zielgruppe

Personen zwischen 18 und 69 Jahren, Brutto Sample repräsentativ für die österr. Bevölkerung

Stichprobengröße

n=501 (Netto)

Befragungszeitraum

29.09.- 06.10.2021

Befragungsdauer

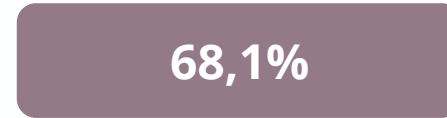
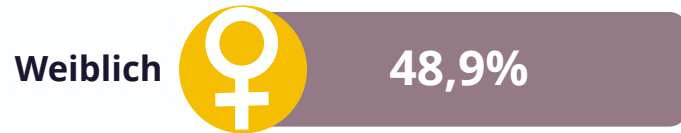
LOI= 2,7 Minuten (Median)

Fragestellungen

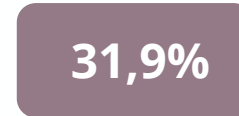
- Auf welchen der folgenden Sozialen Medien bzw. Messenger sind Sie persönlich aktiv?
- Welche Informationsquellen nutzen Sie für den Kauf von Produkten?
- Wo kaufen Sie am liebsten ein?
- Haben Sie schon einmal ein Produkt gekauft, weil es von einem/einer InfluencerIn (also zum Beispiel von einem Blogger, Youtuber oder Instagrammer) präsentiert wurde?
- Denken Sie bitte an das letzte Produkt, dass Sie aufgrund eines Influencer-Beitrags gekauft haben. Was hat Ihre Kaufentscheidung ausgelöst?
- Haben Sie schon einmal ein Produkt gekauft, weil es via Live-Shopping präsentiert wurde?

Demographische Daten

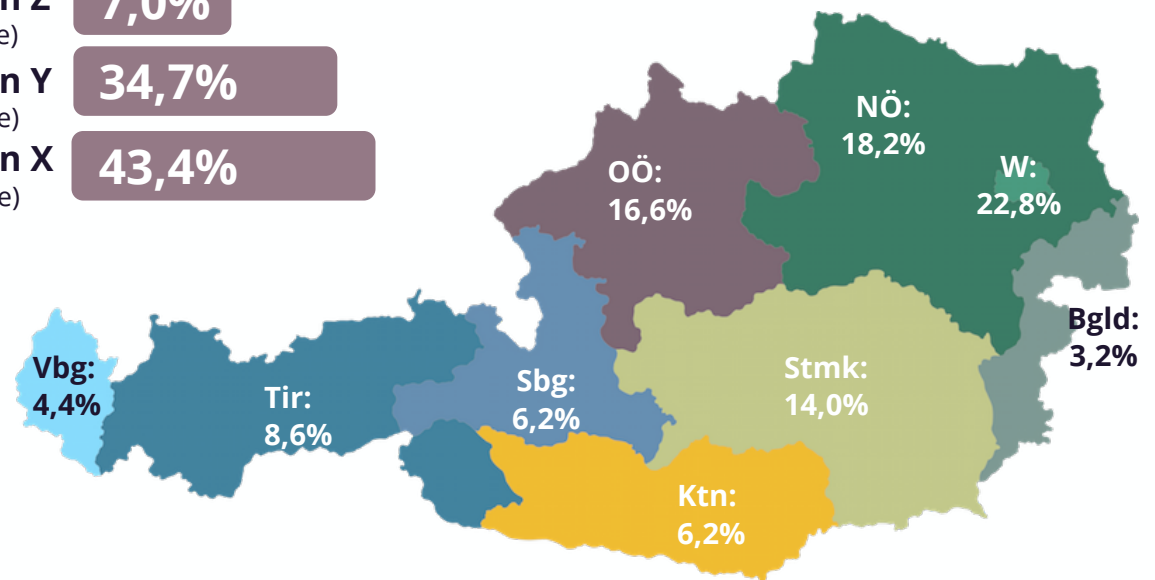
n= 501



ohne Matura



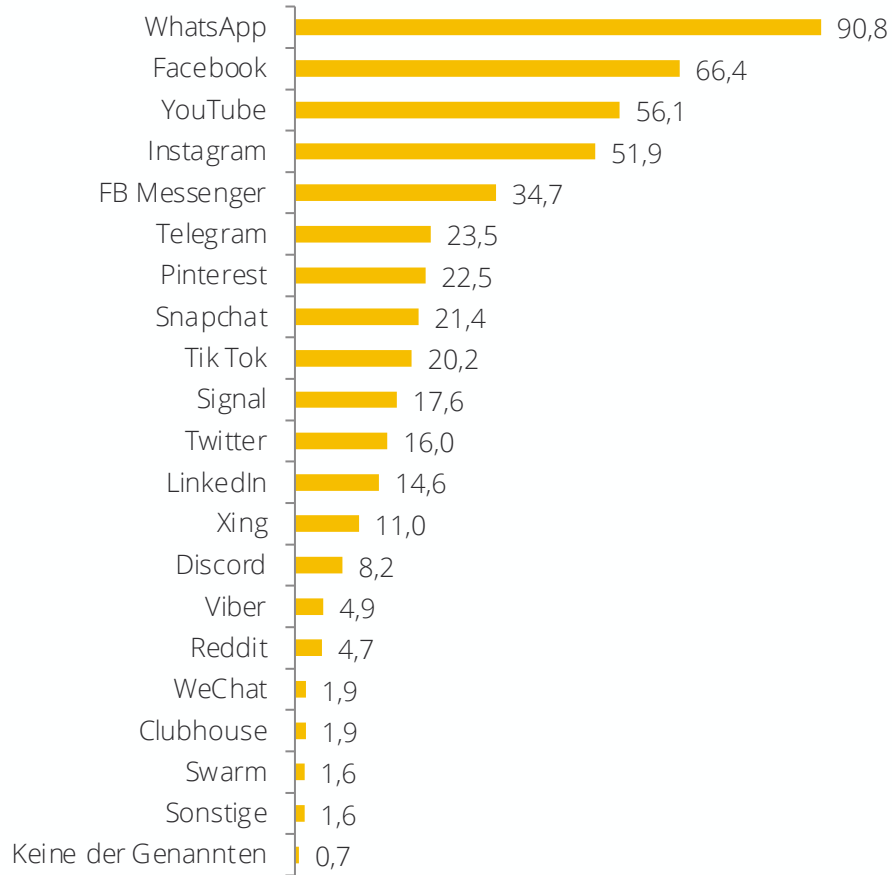
mit Matura



Nutzung von Social Media und Informationsquellen

Auf welchen der folgenden Sozialen Medien bzw. Messenger sind Sie persönlich aktiv?

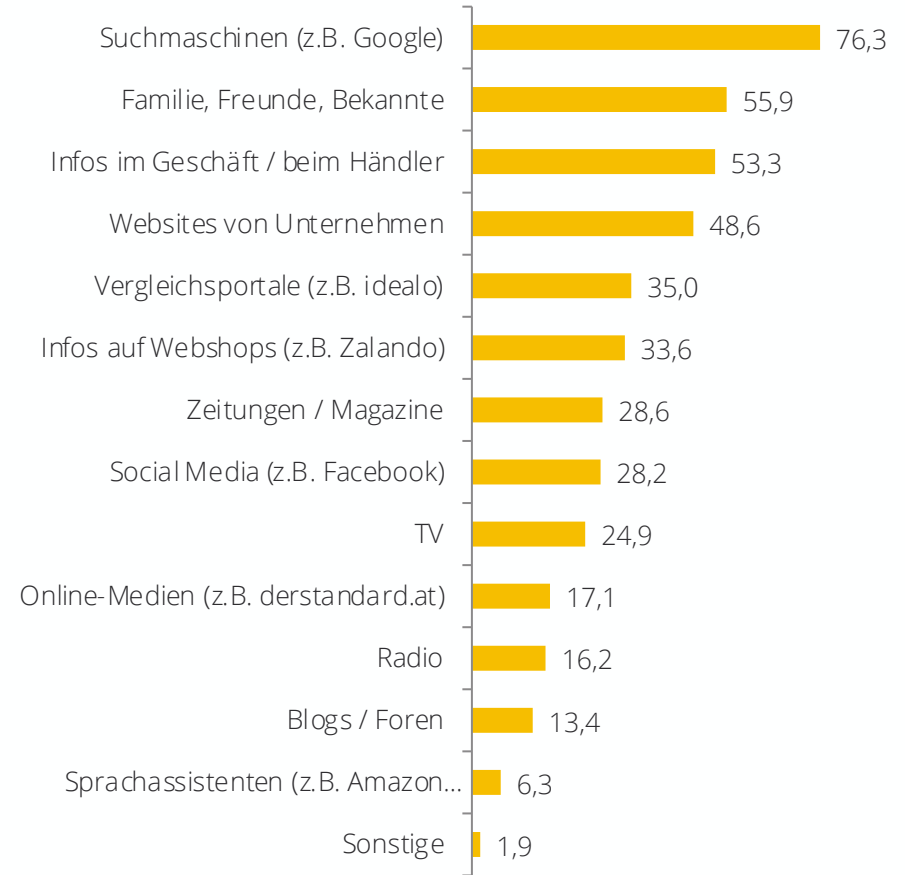
Frage wurde nur Personen im Alter zwischen 16 und 60 Jahre gestellt



in %, Mehrfachantwort, n= 426

Welche Informationsquellen nutzen Sie für den Kauf von Produkten?

Frage wurde nur Personen im Alter zwischen 16 und 60 Jahre gestellt

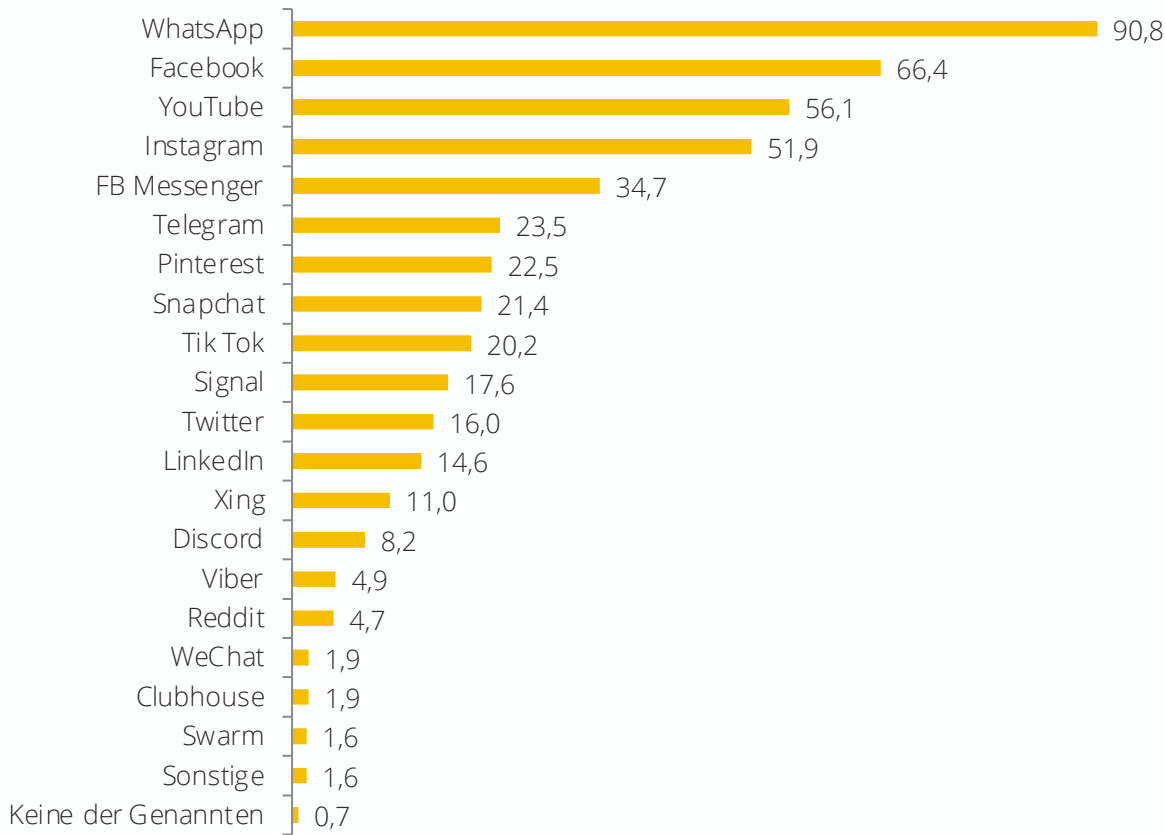


in %, Mehrfachantwort, n= 426

Nutzung von Social Media – Generationsvergleich

Auf welchen der folgenden Sozialen Medien bzw. Messenger sind Sie persönlich aktiv?

Frage wurde nur Personen im Alter zwischen 16 und 60 Jahre gestellt



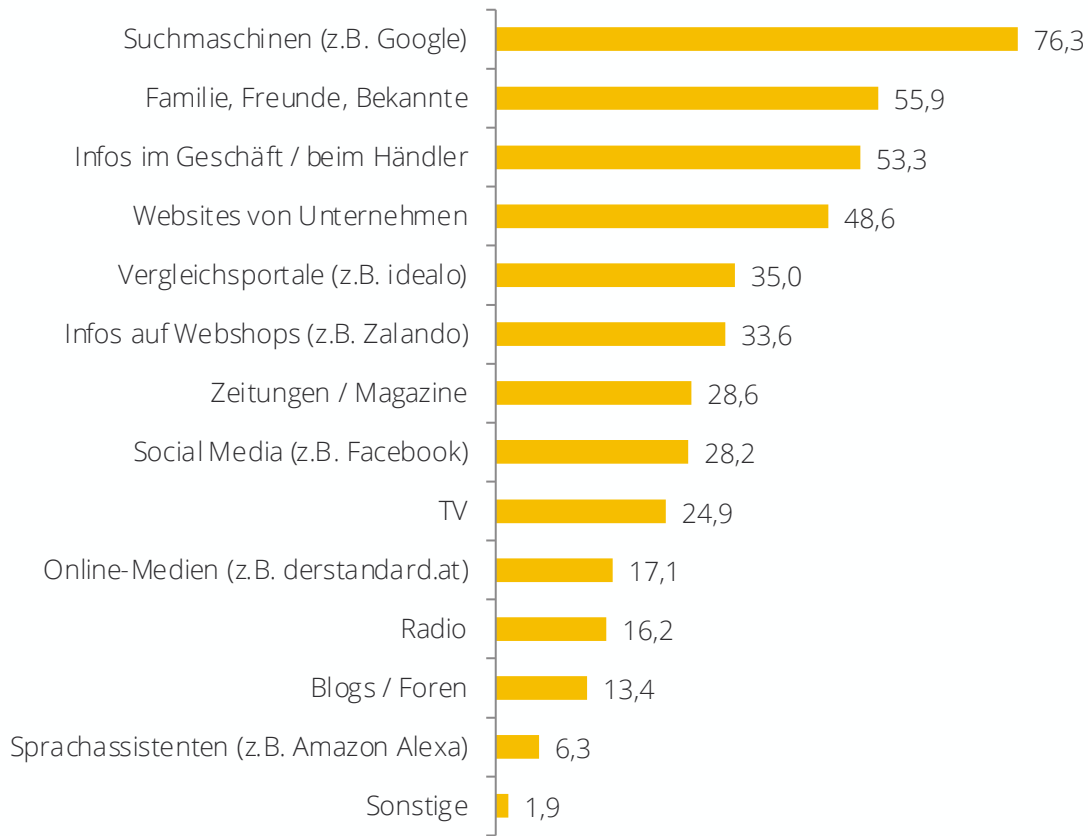
	Alter		
	Generation Z	Generation Y	Generation X
	91,4	94,3	88,0
	22,9	75,3	66,4
	82,9	60,9	47,9
	91,4	64,4	35,5
	8,6	42,5	32,7
	8,6	29,3	21,2
	31,4	27,6	17,1
	74,3	27,6	7,8
	68,6	23,6	9,7
	5,7	19,5	18,0
	28,6	16,7	13,4
	11,4	19,5	11,1
	5,7	14,9	8,8
	34,3	9,8	2,8
	2,9	8,0	2,8
	11,4	8,0	0,9
	2,9	4,0	0,0
	2,9	3,4	0,5
	2,9	3,4	0,0
	2,9	0,6	2,3
	0,0	0,6	0,9

in %, Mehrfachantwort, n= 426, n(Generation Z)=35, n(Generation Y)=174, n(Generation X)=217

Nutzung von Informationsquellen – Generationsvergleich

Welche Informationsquellen nutzen Sie für den Kauf von Produkten?

Frage wurde nur Personen im Alter zwischen 16 und 60 Jahre gestellt



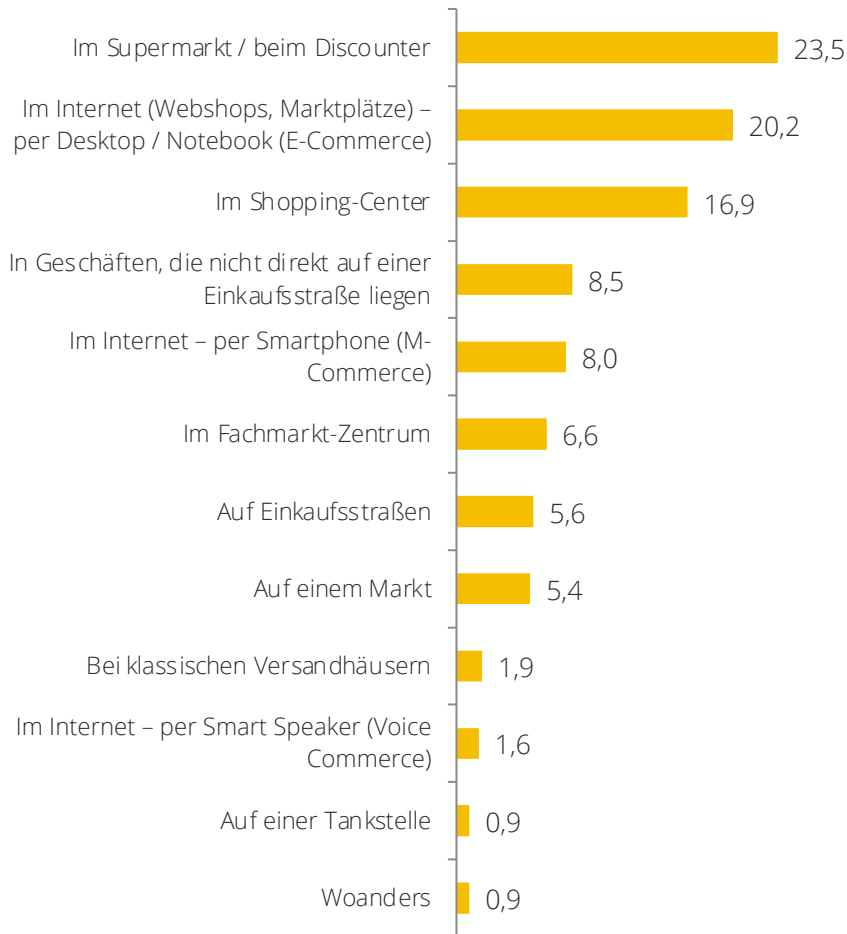
	Alter		
	Generation Z	Generation Y	Generation X
Suchmaschinen (z.B. Google)	65,7	77,6	77,0
Familie, Freunde, Bekannte	48,6	59,2	54,4
Infos im Geschäft / beim Händler	42,9	48,9	58,5
Websites von Unternehmen	40,0	54,0	45,6
Vergleichsportale (z.B. idealo)	8,6	37,4	37,3
Infos auf Webshops (z.B. Zalando)	40,0	40,8	26,7
Zeitungen / Magazine	17,1	25,9	32,7
Social Media (z.B. Facebook)	54,3	36,2	17,5
TV	25,7	25,3	24,4
Online-Medien (z.B. derstandard.at)	25,7	20,7	12,9
Radio	11,4	16,1	17,1
Blogs / Foren	11,4	22,4	6,5
Sprachassistenten (z.B. Amazon Alexa)	8,6	8,0	4,6
Sonstige	2,9	1,7	1,8

in %, Mehrfachantwort, n= 426, n(Generation Z)=35, n(Generation Y)=174, n(Generation X)=217

Einkaufsverhalten über Social Media

Wo kaufen Sie am liebsten ein?

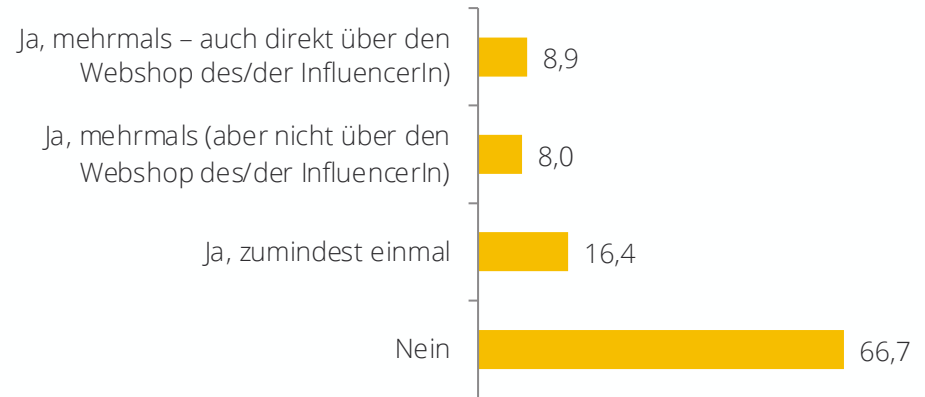
Frage wurde nur Personen im Alter zwischen 16 und 60 Jahre gestellt



in %, Einfachantwort, n= 426

Haben Sie schon einmal ein Produkt gekauft, weil es von einem/einer InfluencerIn (also zum Beispiel von einem Blogger, Youtuber oder Instagramer) präsentiert wurde?

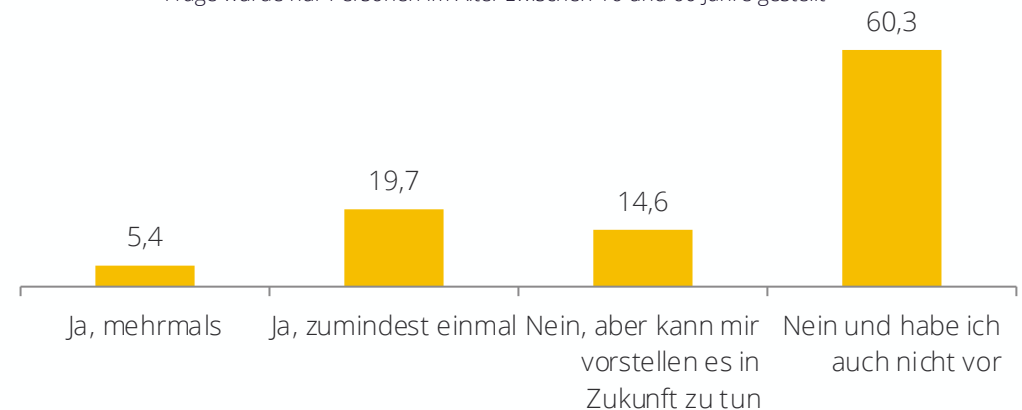
Frage wurde nur Personen im Alter zwischen 16 und 60 Jahre gestellt



in %, Einfachantwort, n= 426

Haben Sie schon einmal ein Produkt gekauft, weil es via Live-Shopping präsentiert wurde?

Frage wurde nur Personen im Alter zwischen 16 und 60 Jahre gestellt

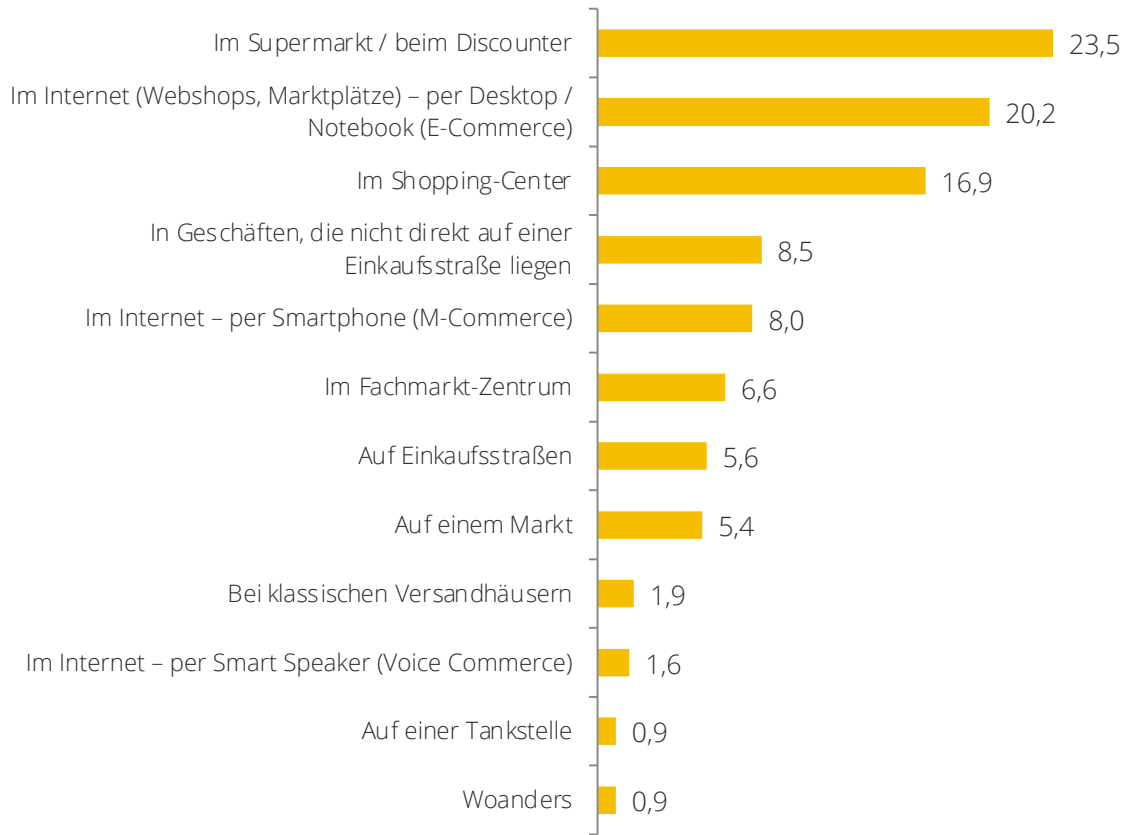


in %, Einfachantwort, n= 426

Einkaufsverhalten über Social Media – Generationsvergleich (1/2)

Wo kaufen Sie am liebsten ein?

Frage wurde nur Personen im Alter zwischen 16 und 60 Jahre gestellt



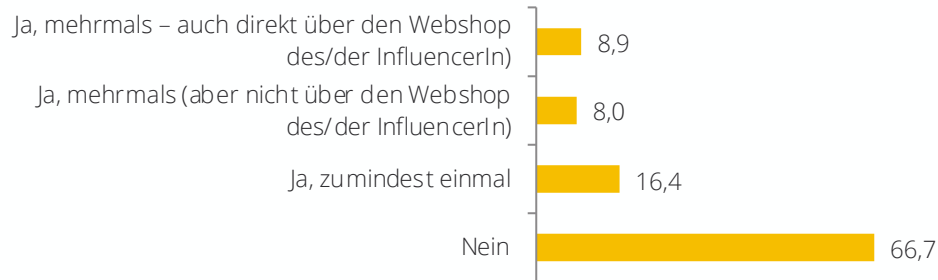
	Alter		
	Generation Z	Generation Y	Generation X
Im Supermarkt / beim Discounter	20,0	14,9	30,9
Im Internet (Webshops, Marktplätze) – per Desktop / Notebook (E-Commerce)	20,0	24,1	17,1
Im Shopping-Center	22,9	16,1	16,6
In Geschäften, die nicht direkt auf einer Einkaufsstraße liegen	2,9	6,3	11,1
Im Internet – per Smartphone (M-Commerce)	8,6	13,8	3,2
Im Fachmarkt-Zentrum	0,0	5,7	8,3
Auf Einkaufsstraßen	5,7	4,6	6,5
Auf einem Markt	8,6	8,6	2,3
Bei klassischen Versandhäusern	0,0	2,3	1,8
Im Internet – per Smart Speaker (Voice Commerce)	2,9	1,7	1,4
Auf einer Tankstelle	5,7	1,1	0,0
Woanders	2,9	0,6	0,9

in %, Einfachantwort, n= 426, n(Generation Z)=35, n(Generation Y)=174, n(Generation X)=217

Einkaufsverhalten über Social Media – Generationsvergleich (2/2)

Haben Sie schon einmal ein Produkt gekauft, weil es von einem/einer InfluencerIn (also zum Beispiel von einem Blogger, Youtuber oder Instagramer) präsentiert wurde?

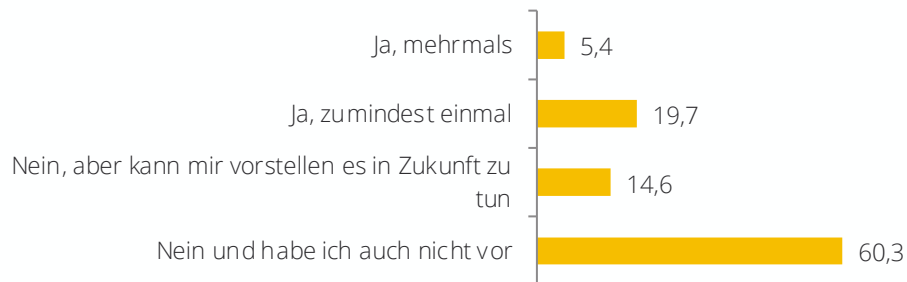
Frage wurde nur Personen im Alter zwischen 16 und 60 Jahre gestellt



Alter		
Generation Z	Generation Y	Generation X
28,6	13,8	1,8
14,3	12,1	3,7
31,4	20,7	10,6
25,7	53,4	83,9

Haben Sie schon einmal ein Produkt gekauft, weil es via Live-Shopping präsentiert wurde?

Frage wurde nur Personen im Alter zwischen 16 und 60 Jahre gestellt



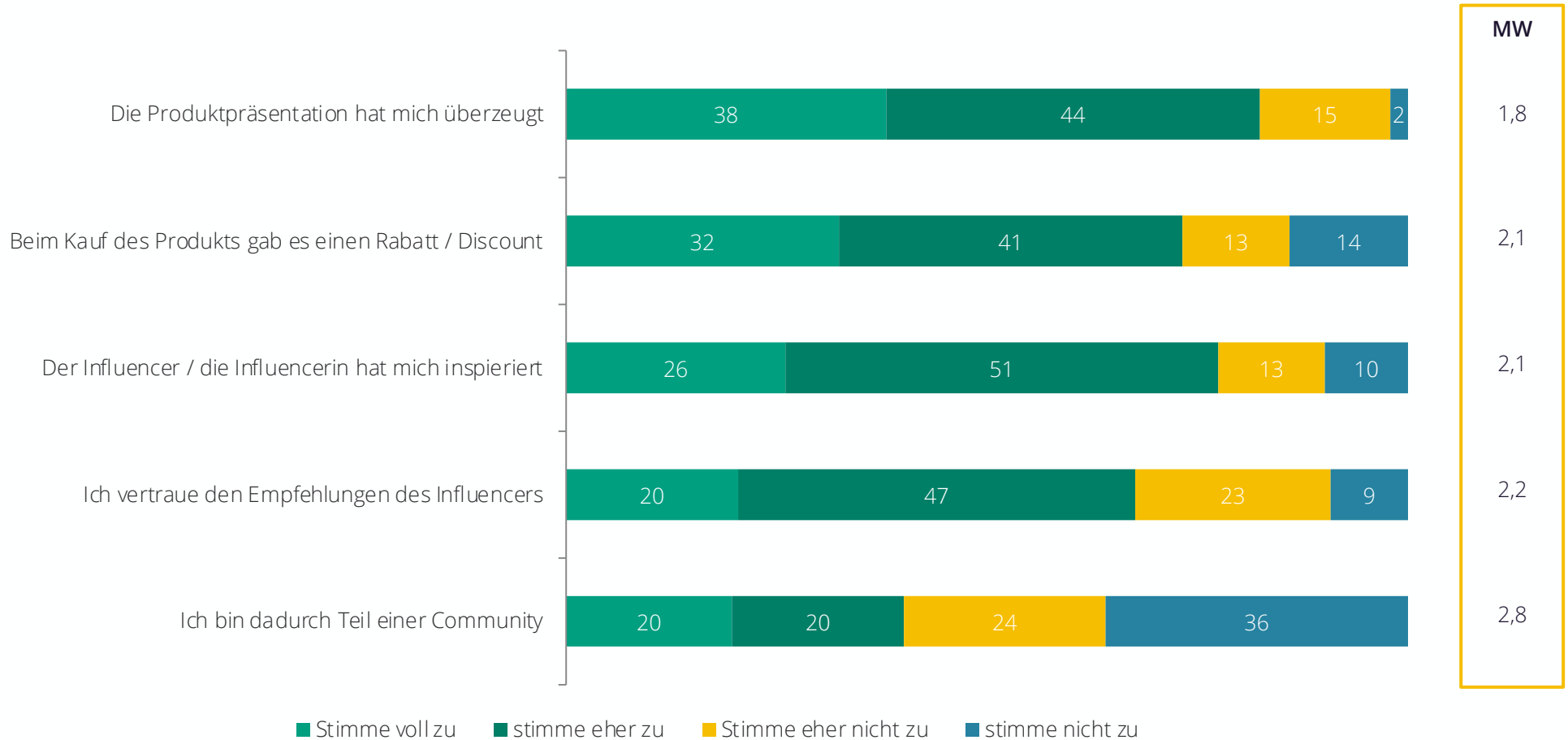
Alter		
Generation Z	Generation Y	Generation X
14,3	7,5	2,3
11,4	16,1	24,0
14,3	12,6	16,1
60,0	63,8	57,6

in %, Einfachantwort, n= 426, n(Generation Z)=35, n(Generation Y)=174, n(Generation X)=217

Kaufentscheidung durch Influencer-Beitrag

Denken Sie bitte an das letzte Produkt, dass Sie aufgrund eines Influencer-Beitrags gekauft haben. Was hat Ihre Kaufentscheidung ausgelöst?

Frage wurde nur jenen Personen gestellt, die mindestens einmal ein Produkt gekauft haben, weil es von InfluencerInnen präsentiert wurde



in %, Einfachantwortmatrix, n= 142

Kaufentscheidung durch Influencer-Beitrag - Generationsvergleich

Denken Sie bitte an das letzte Produkt, dass Sie aufgrund eines Influencer-Beitrags gekauft haben. Was hat Ihre Kaufentscheidung ausgelöst?

Frage wurde nur jenen Personen gestellt, die mindestens einmal ein Produkt gekauft haben, weil es von InfluencerIn präsentiert wurde



in %, Einfachantwortmatrix, n= 142, n(Generation Z)=26, n(Generation Y)=81, n(Generation X)=35, in MW



MindTake Research GmbH

Karlgasse 7 / 5

1040 Wien/Vienna, Austria

FBNr.: 257512w

UID: ATU61393566

DVRNr.: DVR3060686

Tel.: +43 228 88 10

Fax: +43 228 98 01

office@mindtake.com

www.mindtake.com