



Statista Consumer Insights Global:

Die Gen Z in der Schweiz

2024

AD
MEIRA

Statista Consumer Insights Global

Übersicht:

Dieser Bericht analysiert die Generation Z (Generation Z), d.h. Verbraucher, die zwischen 1995 und 2012 geboren wurden. Der Bericht bietet einen umfassenden Überblick über die Gen Z / Generation Z in der Schweiz: Wer sie sind; was sie mögen; was sie denken; und wie man sie erreicht. Er bietet Einblicke in ihre Demographie, Lebensstil, Meinungen und Marketing-Berührungspunkte. Darüber hinaus ermöglicht der Bericht ein Benchmarking der Gen Z / Generation Z in der Schweiz («Zielgruppe») mit dem durchschnittlichen Schweizer Onliner zu vergleichen, die in den Diagrammen als «alle Befragten» bezeichnet werden. Der Bericht wird vierteljährlich aktualisiert und basiert auf Daten aus der Statista Consumer Insights Global Survey.

Consumer Insights Global Methodik

Design:

Online-Umfrage, geteiltes Fragebogendesign

Dauer:

ca. 15 Minuten

Sprache:

Amtssprache(n) mit Amerikanischem Englisch als Alternative

Region: 56 Länder

Anzahl der Befragten:

12'000 für Länder mit der erweiterten Umfrage. 2'000 für die Basisumfrage

Stichprobe:

Internetnutzer im Alter von 18 bis 64 Jahren

Quoten nach Geschlecht und Alter

Zeitraum:

Januar bis Dezember- Länder, die die erweiterte Erhebung erhalten, werden viermal pro Jahr aktualisiert

Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024

Statista Consumer Insights Global zur Gen Z: key insights

Demografisches Profil

20% aller befragten Personen **gehören zur Generation Z.**

51% der Gen Z sind **weiblich.**

Viele Vertreter:innen der Gen Z **haben ein niedriges jährliches Haushalts-einkommen.**

Die **Gen Z lebt eher in Kleinstädten und ländlichen Gemeinden** als die durchschnittlichen Verbraucher:innen.

Consumer Lifestyle

Erfolg und berufliches Fortkommen sind relativ wichtig.

So sind **Karriere und Bildung relativ vorherrschende Interessen** der Gen Z.

Videospiele prägen die Hobbys dieser Generation mehr als die durchschnittliche Bevölkerung.

Die Gen Z interessiert sich deutlich mehr für **Fussball** als der Durchschnitt.

Consumer Attitudes

Nur **29%** geben an, dass sie sich beim Kauf von Produkten von Prominenten oder **Influencern als Testimonial beeinflussen liessen.**

45% zählen zum Konsumententyp **«innovation adopters».**

Für die Gen Z sind **Gesundheit und soziale Sicherheit eher unwichtige Themen.**

Die Generation Z ist **politisch eher links** ausgerichtet.

Marketing Touchpoints

Der **digitale Musik-Konsum ist ausgeprägter** als bei den durchschnittlichen Verbraucher:innen.

Ein relativ hoher Anteil der Gen Z **nutzt Social Media nur passiv.**

Die Generation Z weist bei **TV-Werbung** einen immer noch **hohen Recall** aus.

Die Menschen der Gen Z erinnern sich **häufiger an Werbung auf Social Media als der Durchschnitt.**

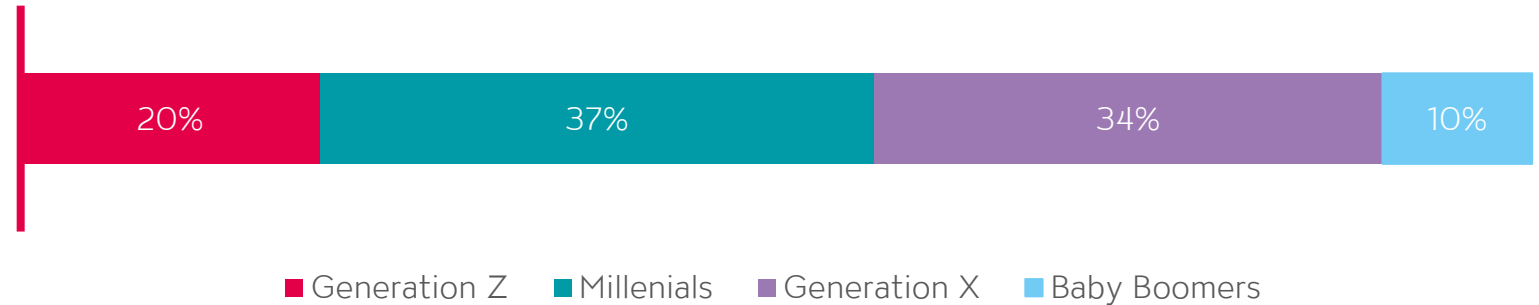
Demografisches Profil

Nur 20% der Befragten gehören zur Gen Z

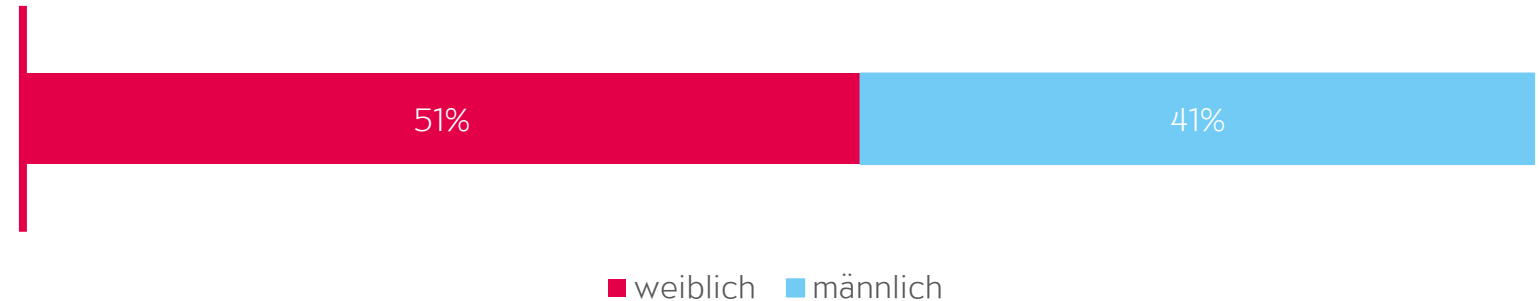


Die junge Generation Z ist in der Gesellschaft relativ gering vertreten.

Generationen-Zugehörigkeit



Geschlechter-Verteilung

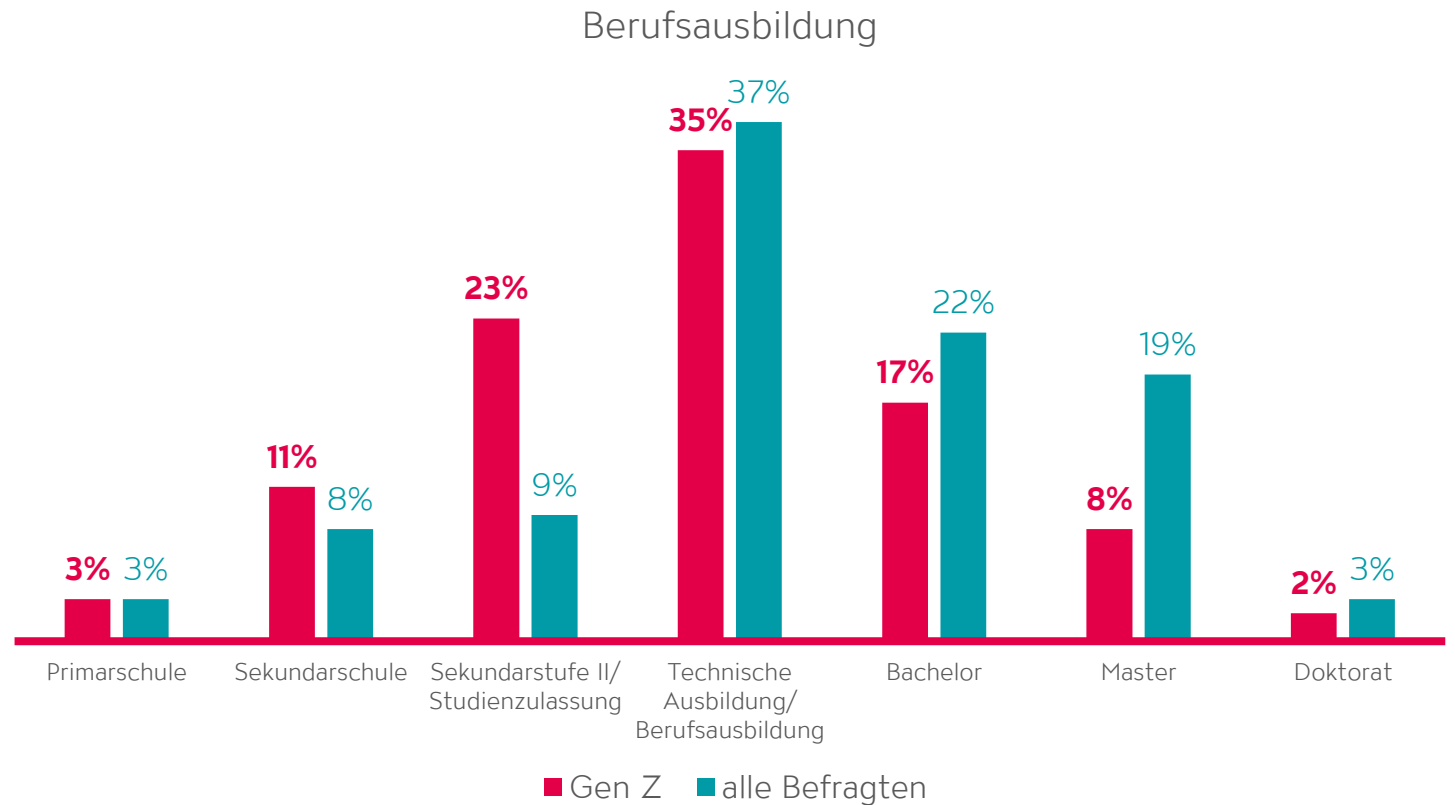


Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1'828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

23% der Gen Z haben die Sekundarstufe II



Je älter, desto besser sind die Menschen ausgebildet.

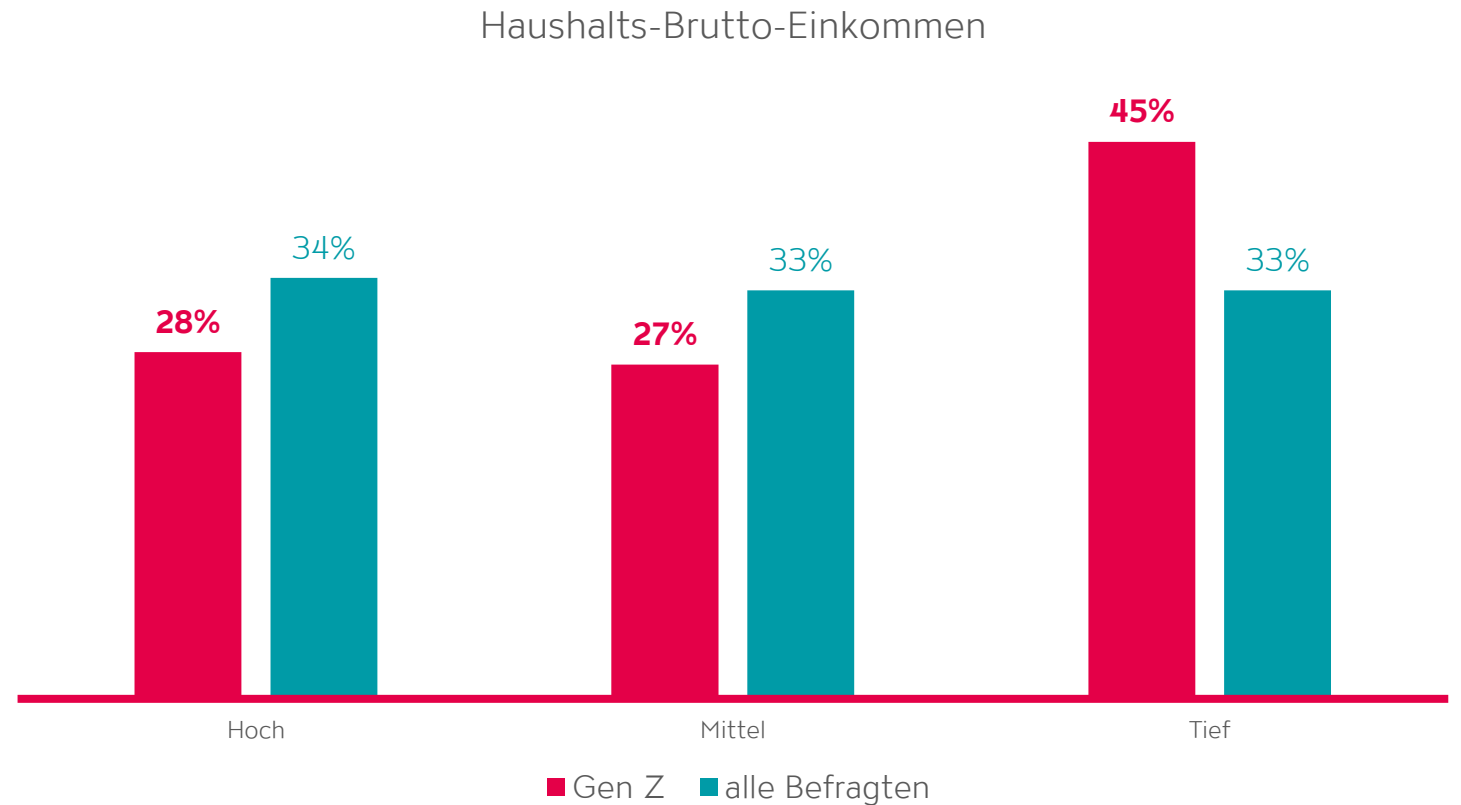


Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1'828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

Die Gen Z verdient eher etwas weniger



Höhere Einkommen finden sich eher in älteren Altersgruppen.

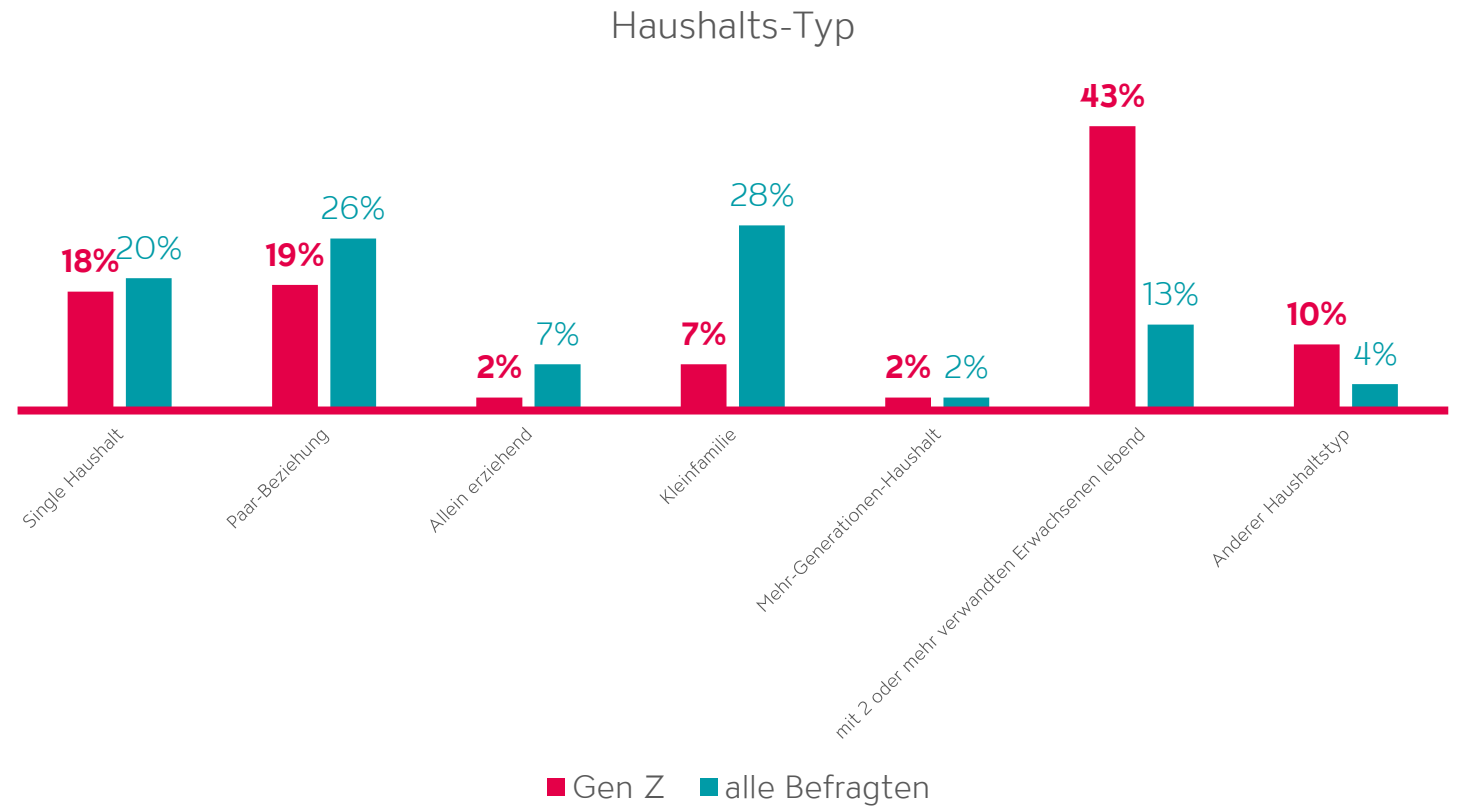


Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1'828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

My home is my castle



Die Gen Z lebt eher noch bei der Familie.



Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1'828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

Jung, hipp, urban?

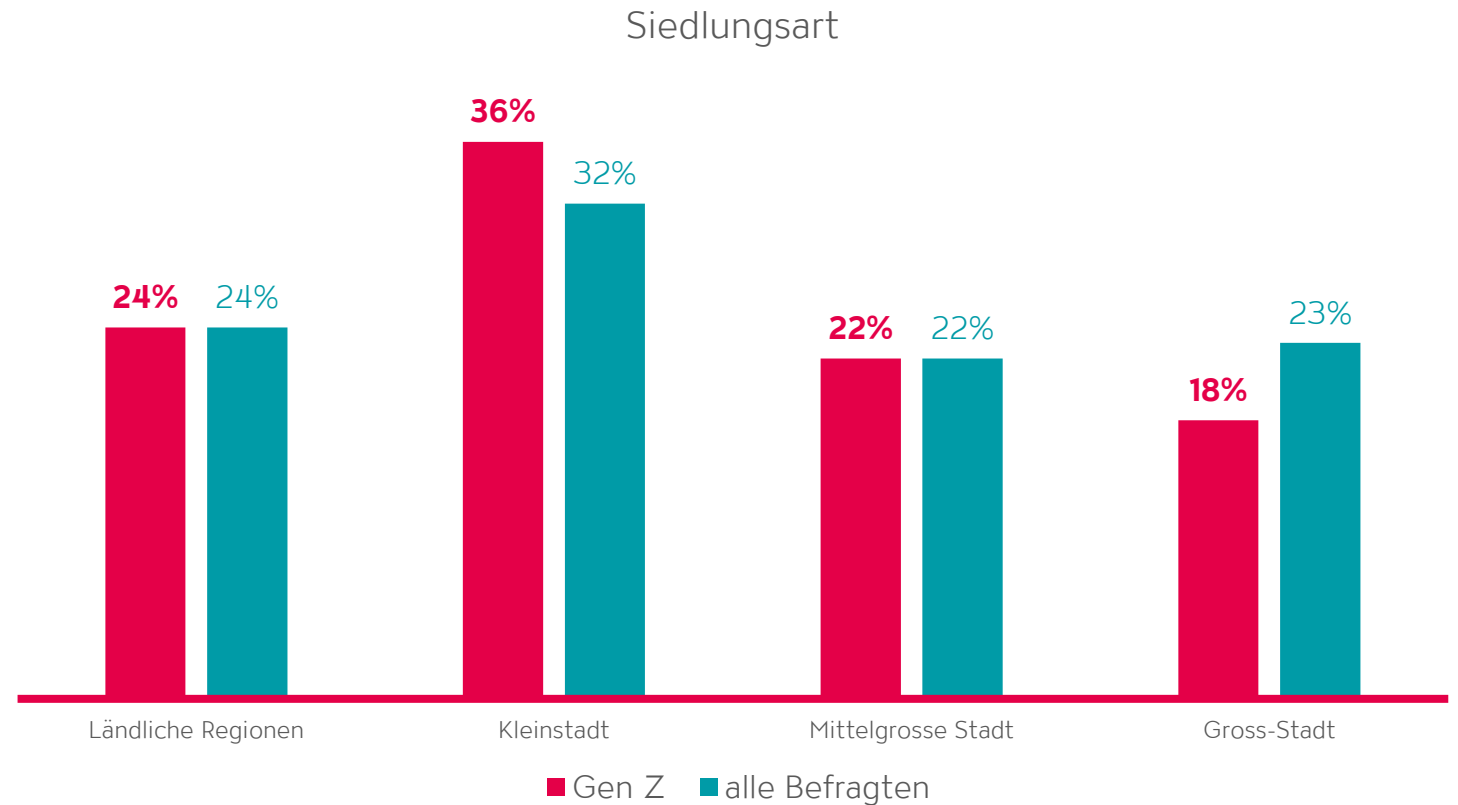
AD
MEIRA



Sie leben eher in Kleinstädten oder auf dem Land



Jung, hipp und urban?
Nein, die Gen Z lebt eher
ländlicher...



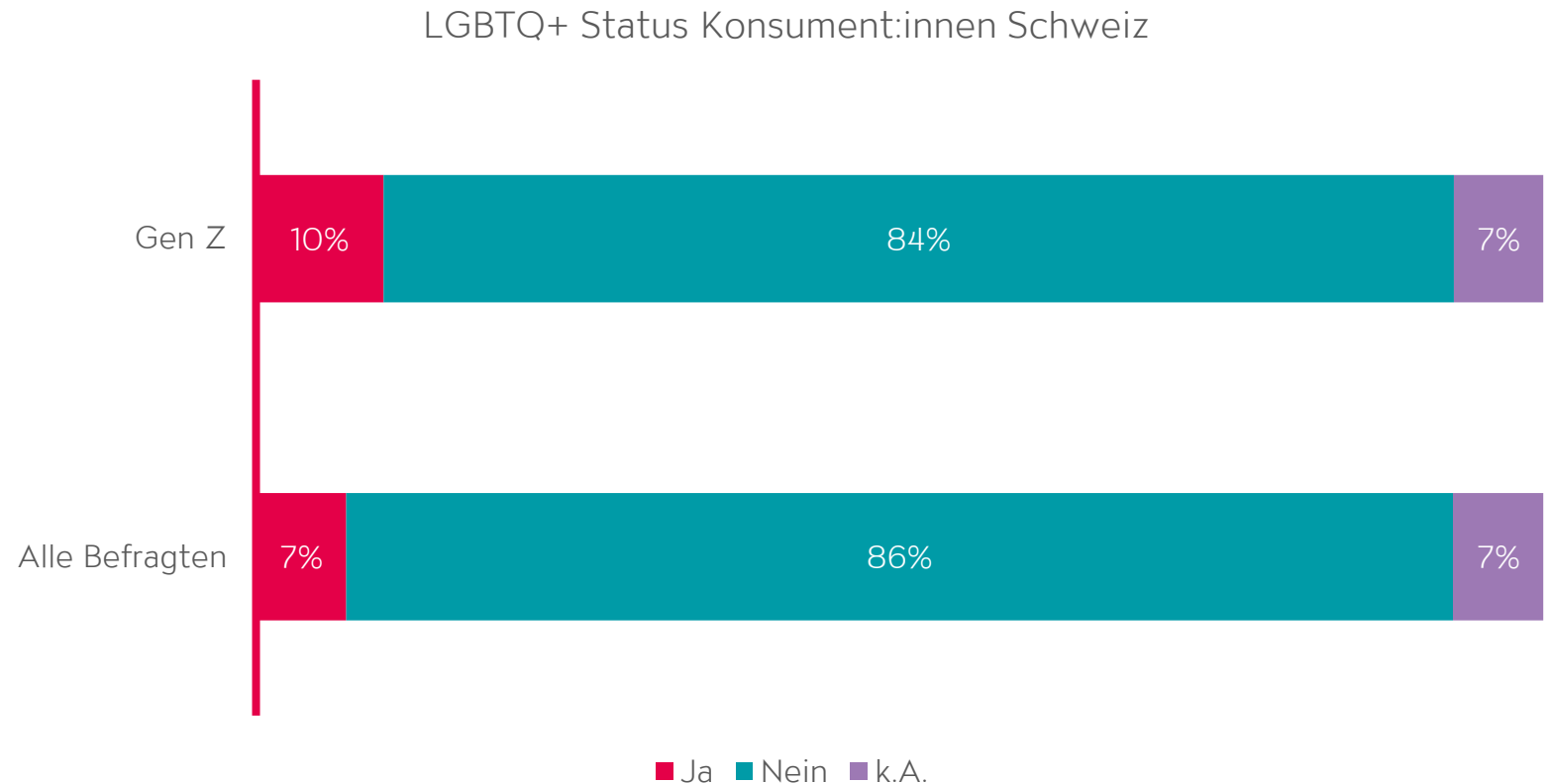
Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1'828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

Alles bunt?



LGBTQ: Gen Z und Gesellschaft

10% der Gen Z sehen sich als Teil der LGBTQ+-Gemeinschaft



Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1828
Alle Befragten: n= 9224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

Consumer Lifestyle

Was ist ihnen wichtig?

Spass und Party?

Geld?

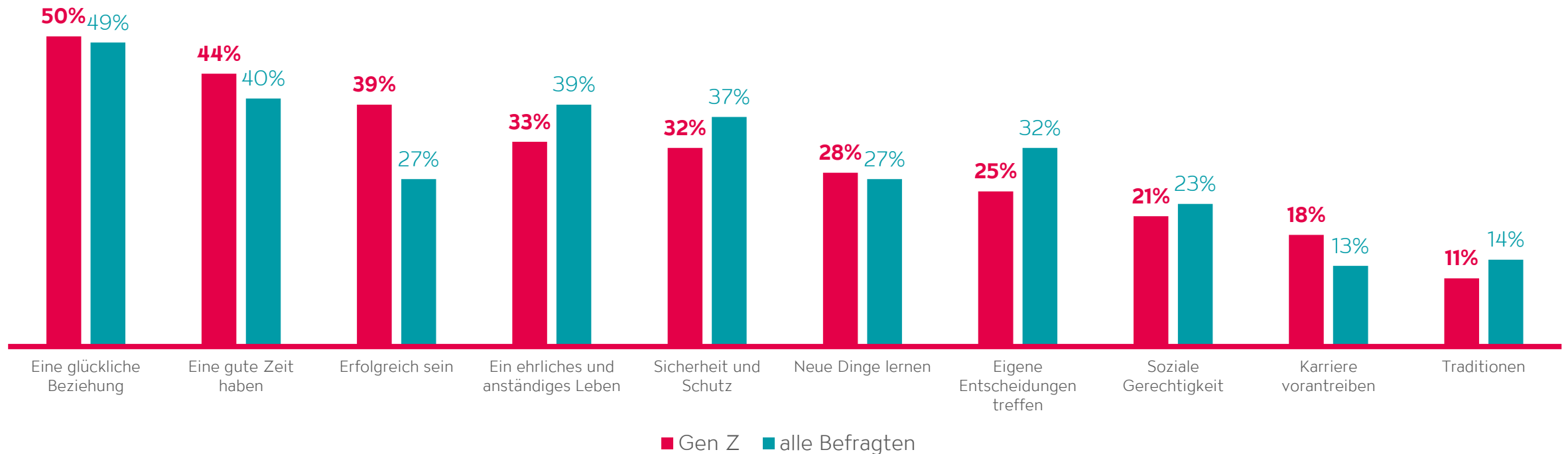
Oder...?



Glückliche Beziehung & gute Zeit im Vordergrund

Erfolg und Karriere sind der Gen Z wichtiger als ihren Eltern

Die wichtigsten Lebens-Aspekte der Konsument:innen in der Schweiz

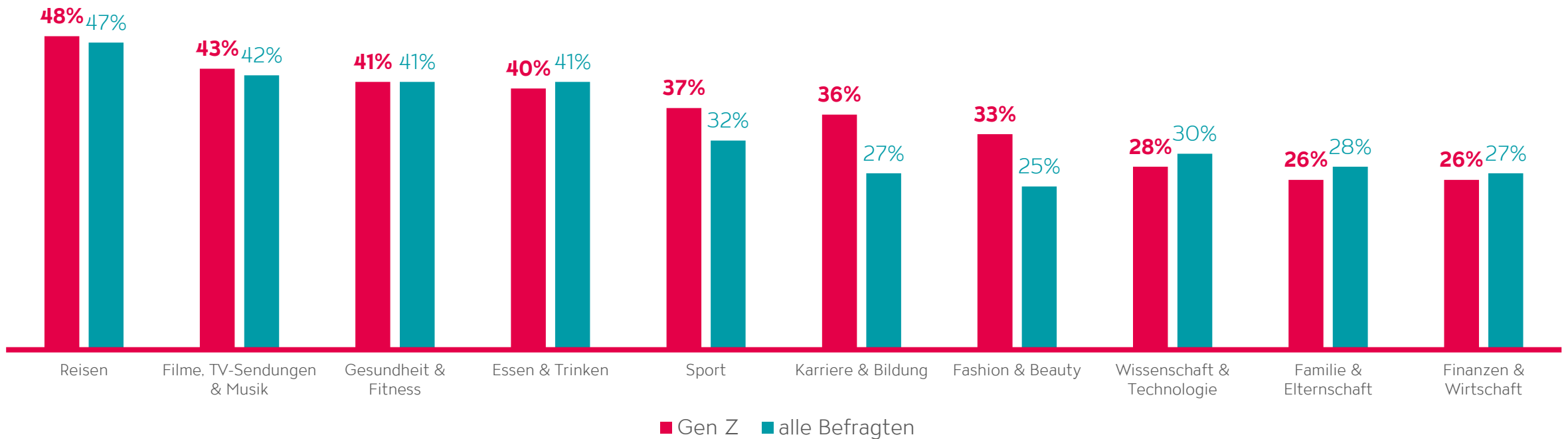


Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1'828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

Top 4 Interessen fast identisch mit Gesellschaft

Mehr Interesse für Sport, Karriere und Fashion als andere

Top 10 Interessen

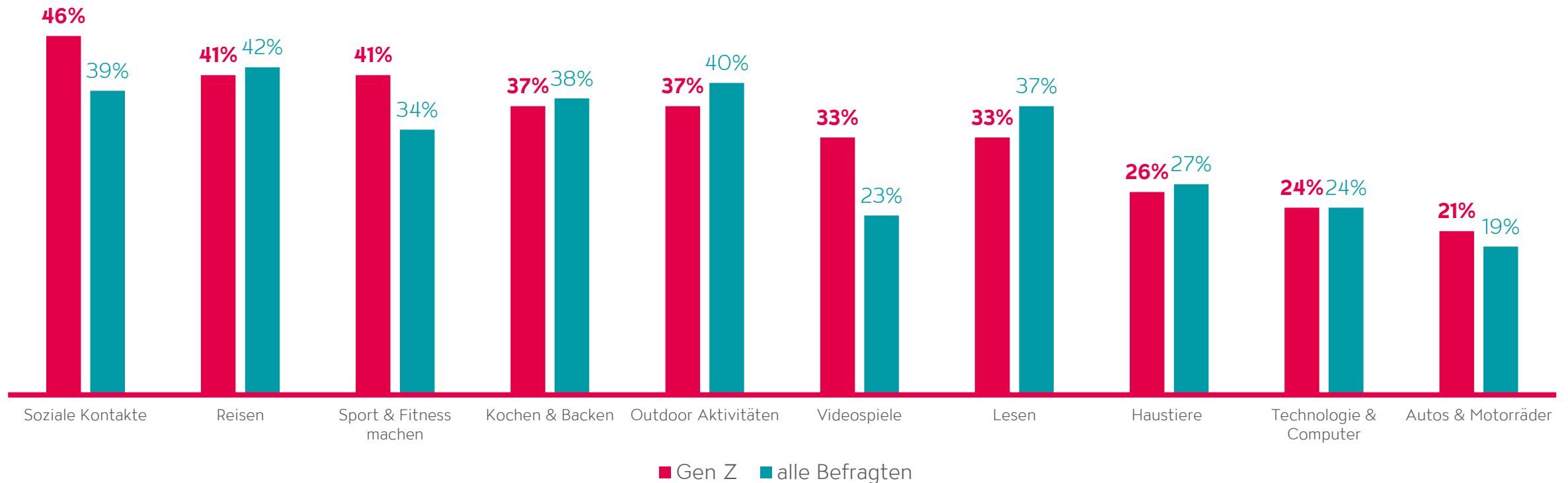


Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

Soziale Kontakte und Reisen vorn

Bei manchen Hobbys gibt es kaum Unterschiede

Top 10 Hobbys und Aktivitäten

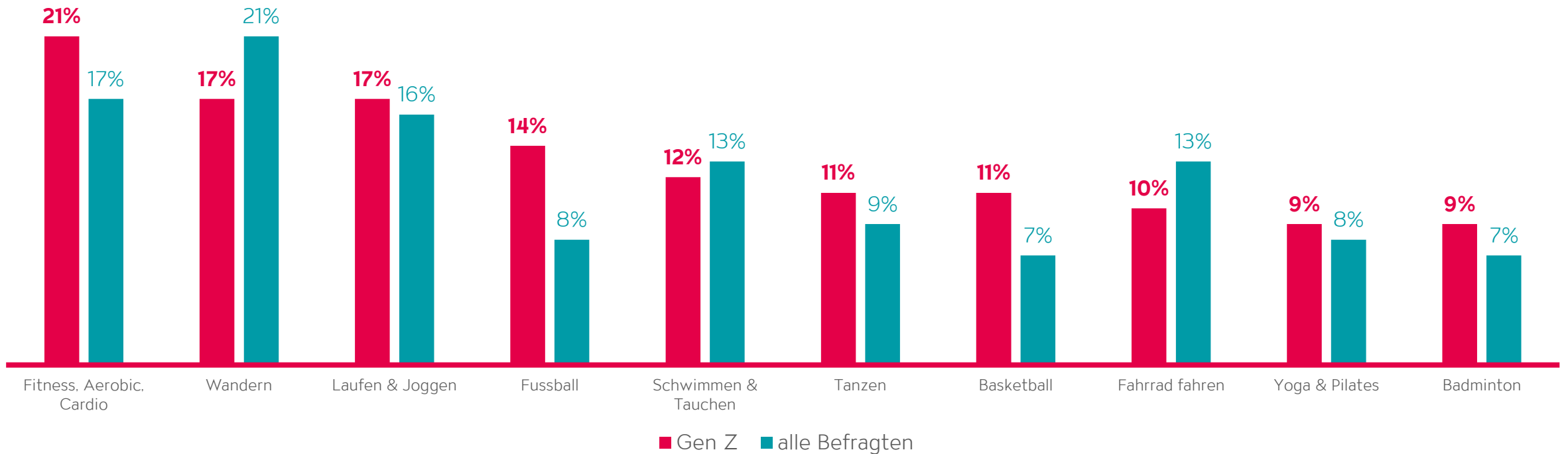


Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

Die Gen Z hält sich fit

In der Schweiz – klar, auch Wandern steht hoch im Kurs

Top 10 Sport-Aktivitäten



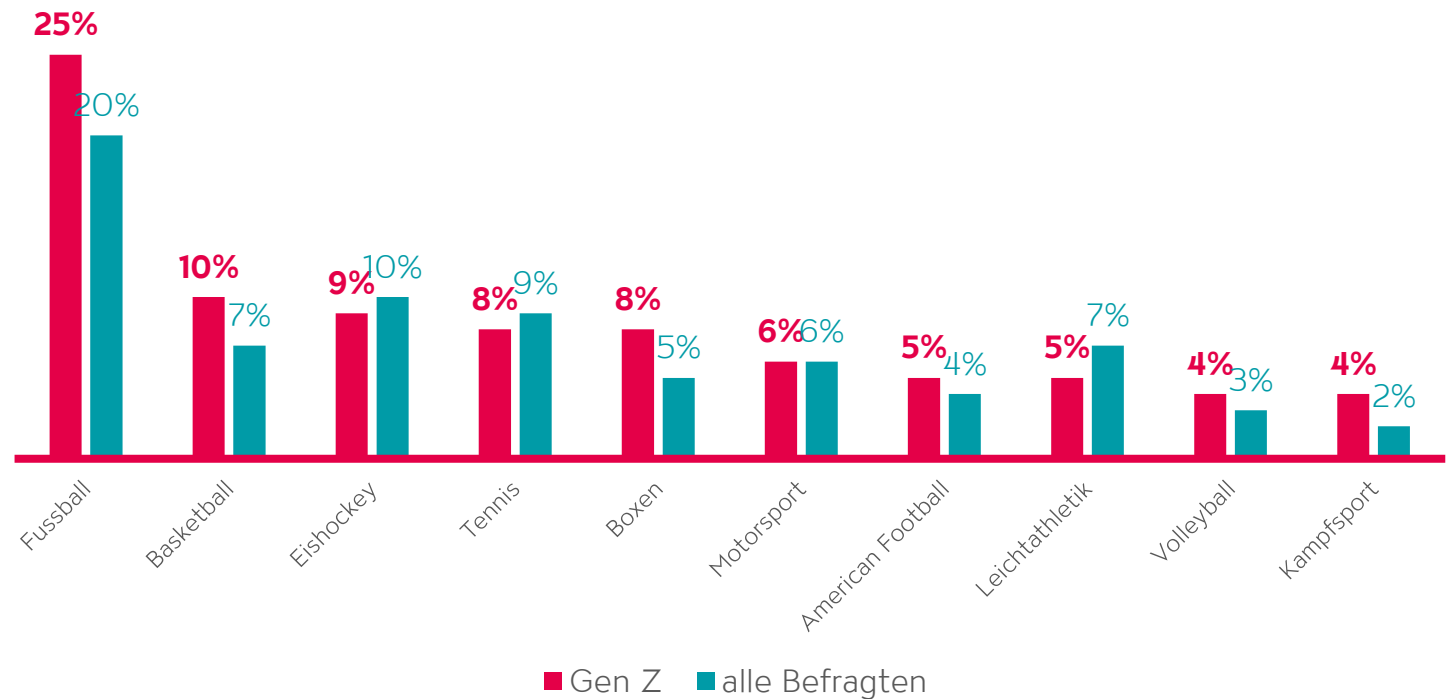
Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1'828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

Die Vorfreude auf die UEFA EURO ist sicher gross



Die meisten der verfolgten Sportarten sind auf den zweiten Programmen der SRG intensiv vertreten.

Top 10 der verfolgten Sportarten



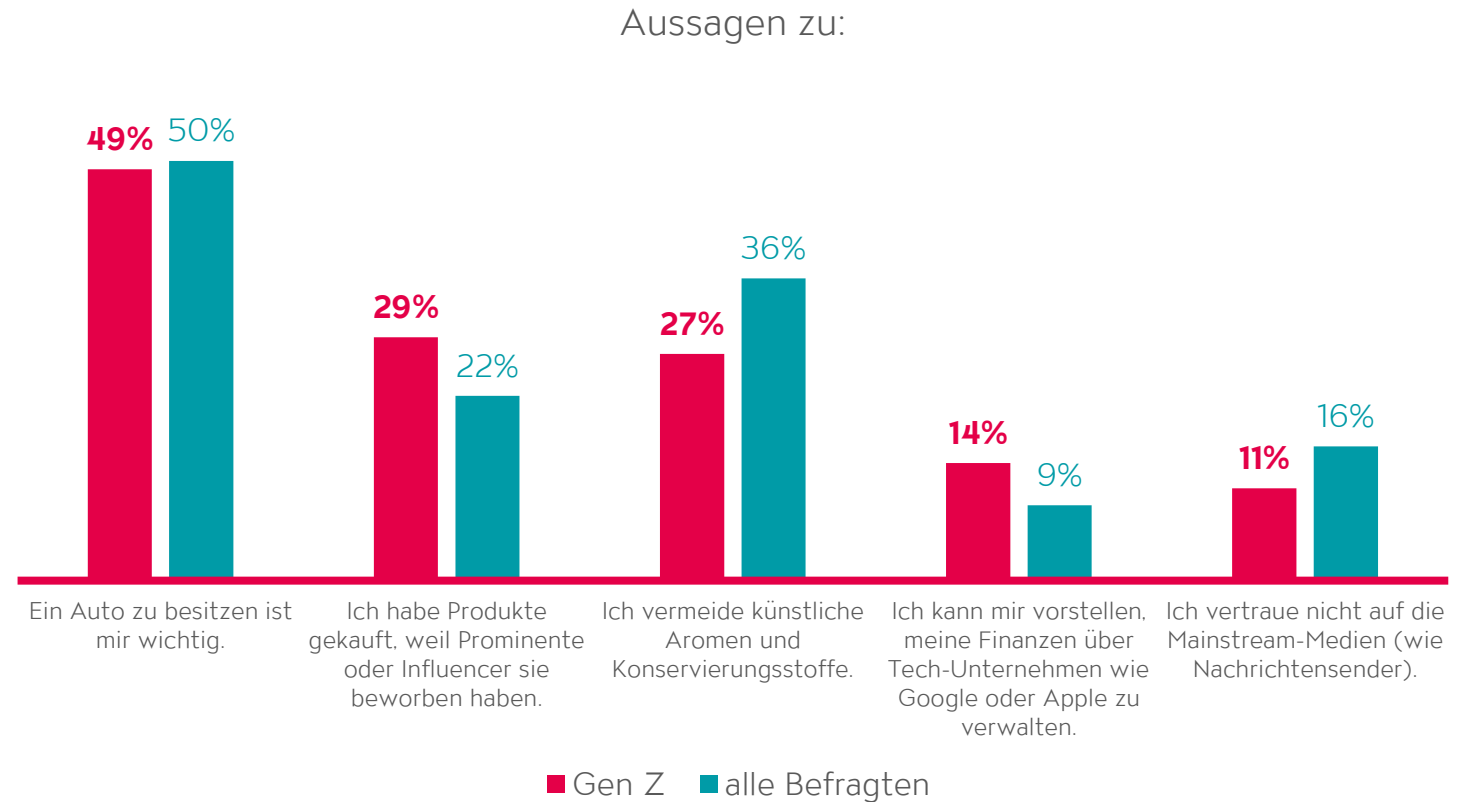
Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1'828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

Konsum-Einstellung

Ein Auto ist der ganzen Gesellschaft wichtig



Und nur rund 1/3 Drittel lässt sich von Influencern beeinflussen.

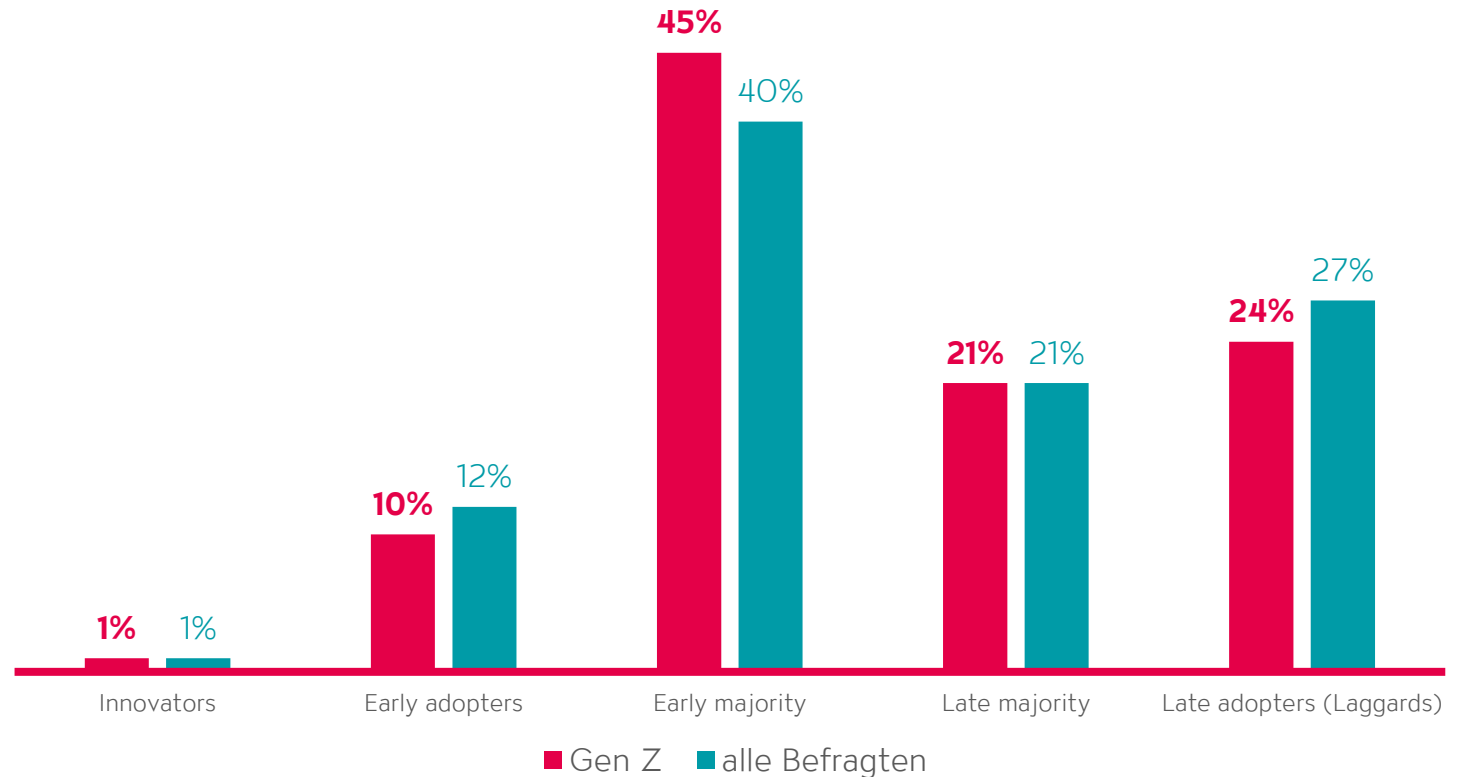


Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1'828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

45% gehören zur early majority bei Innovationen



Doch auch einige der jungen Generation sind eher «Innovations-konservativ».



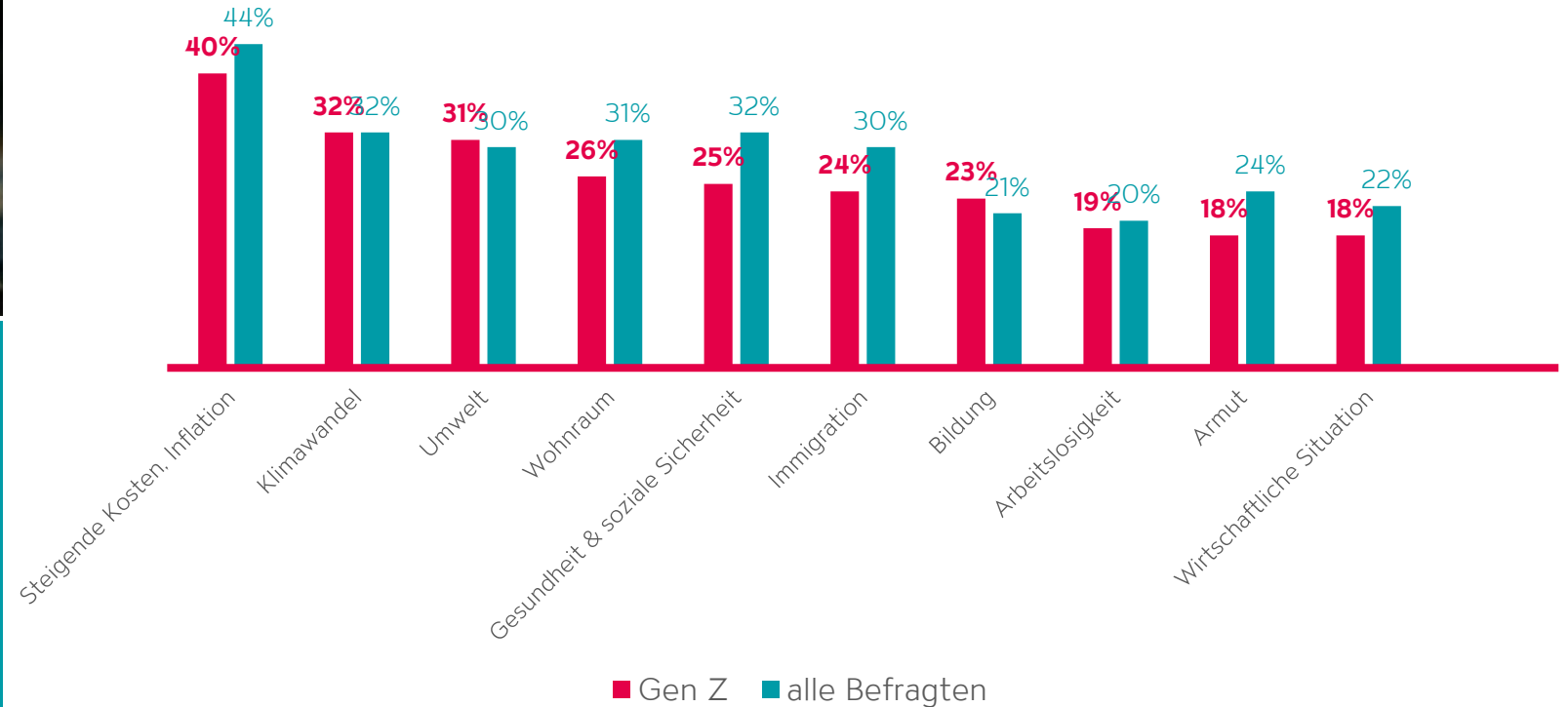
Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1'828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

Inflation, Klimawandel und Umwelt bewegen



Junge Menschen machen sich ähnliche Sorgen wie die Schweiz im Allgemeinen.

Die 10 wichtigsten Themen für die Schweiz

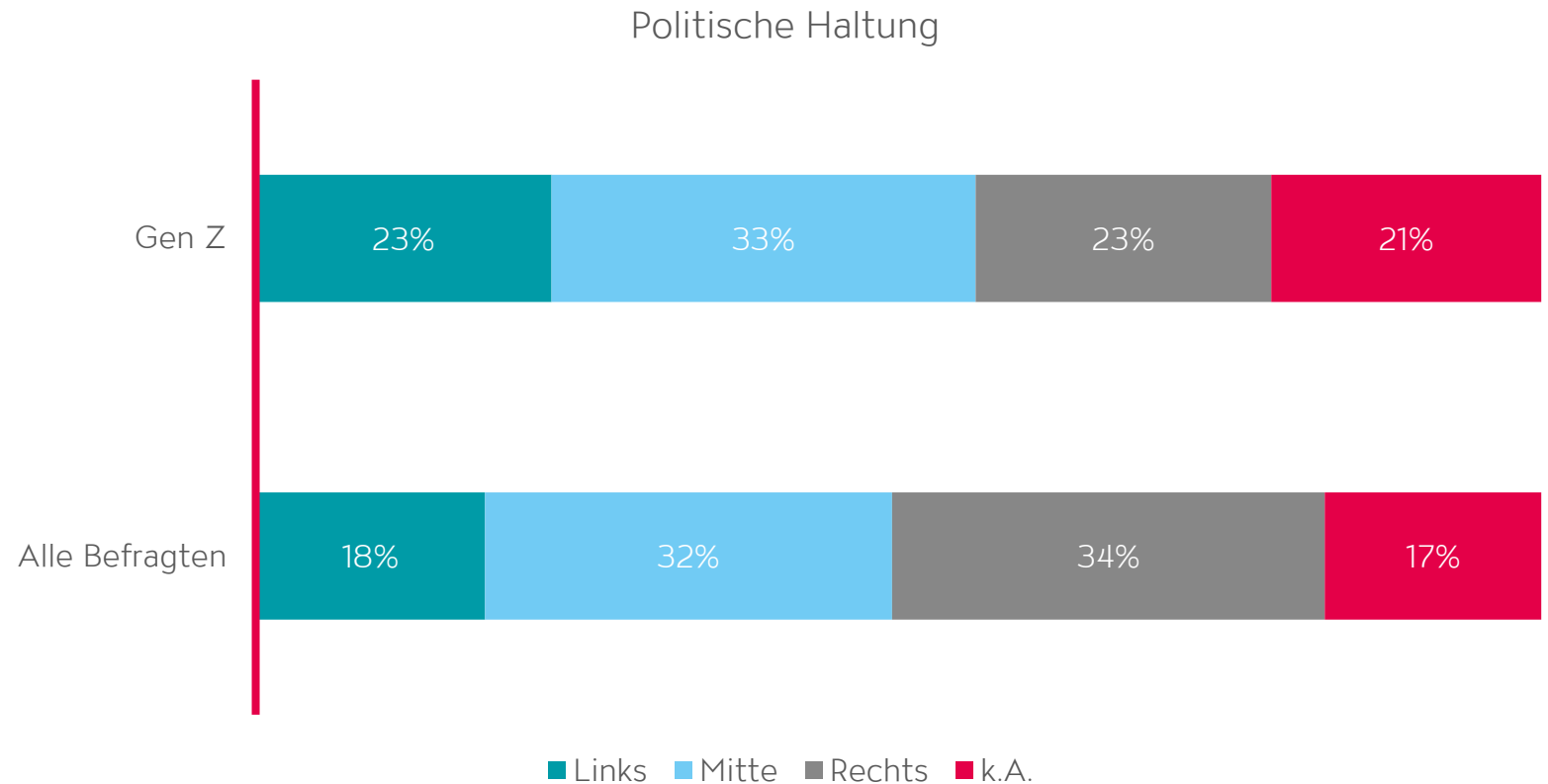


Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1'828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

Politische Haltung der Gen Z



Gen Z steht politisch eher links.



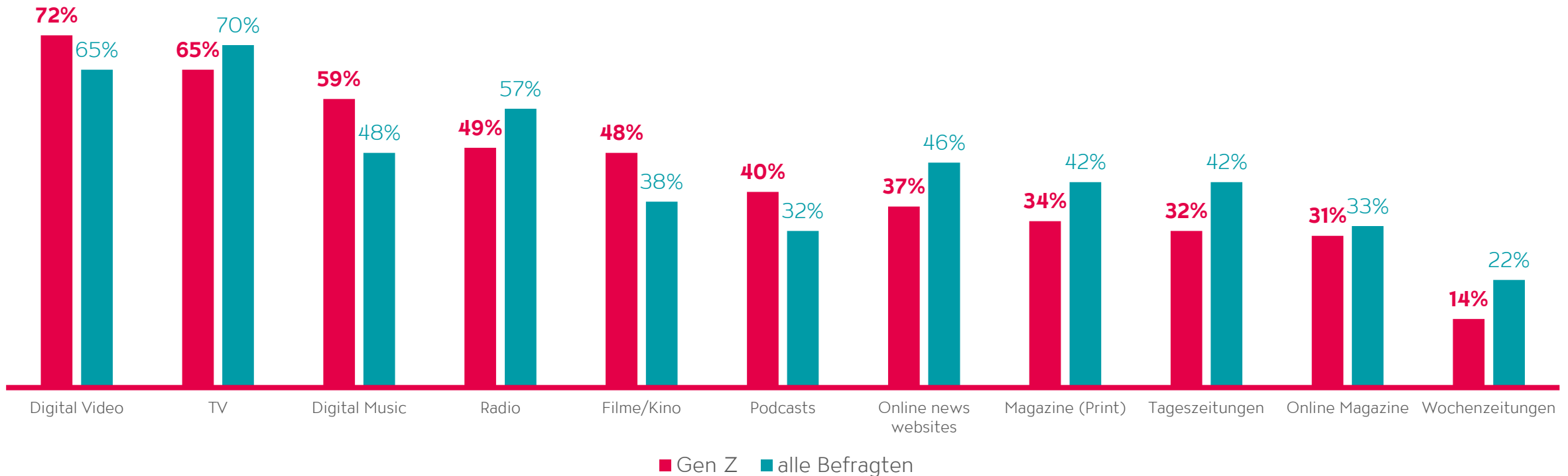
Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1'828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

Marketing Touchpoints

TV auf dem 2. Platz der Media-Nutzung

Auch andere klassische Medien wie Radio werden noch genutzt

Art der Medien, die die Konsumenten in der Schweiz in den letzten 4 Wochen genutzt haben

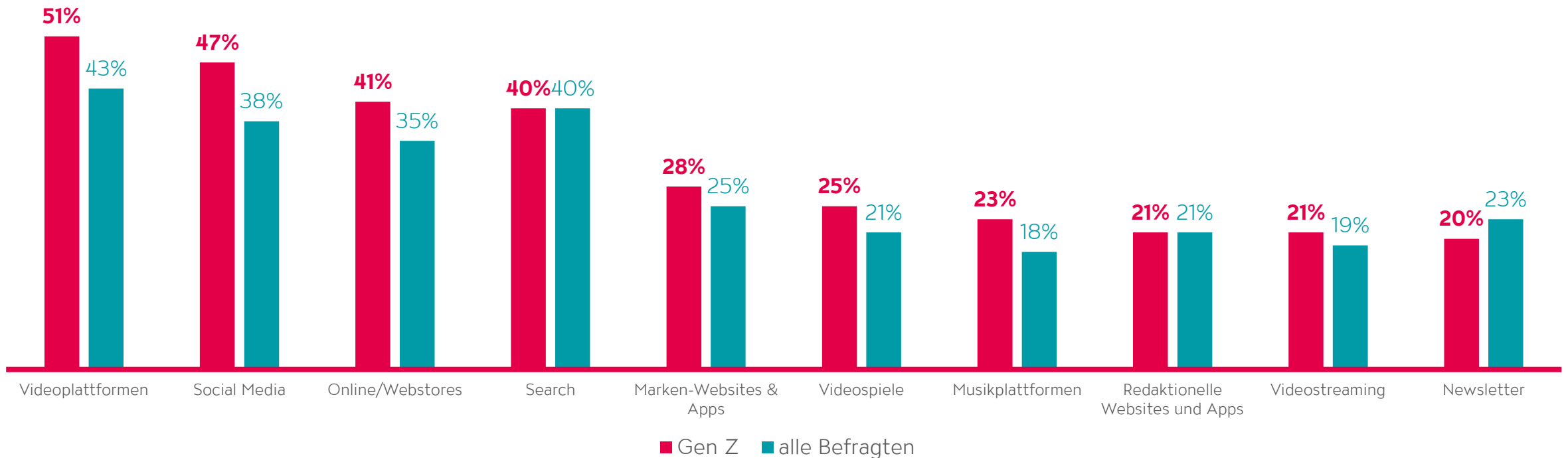


Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1'828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

Digital Touchpoints: Social Media nur auf Platz 2

Generell kommt die Gen Z mehr mit digitaler Werbung in Kontakt

Top 10 Touchpoints mit digitaler Werbung in den letzten 4 Wochen

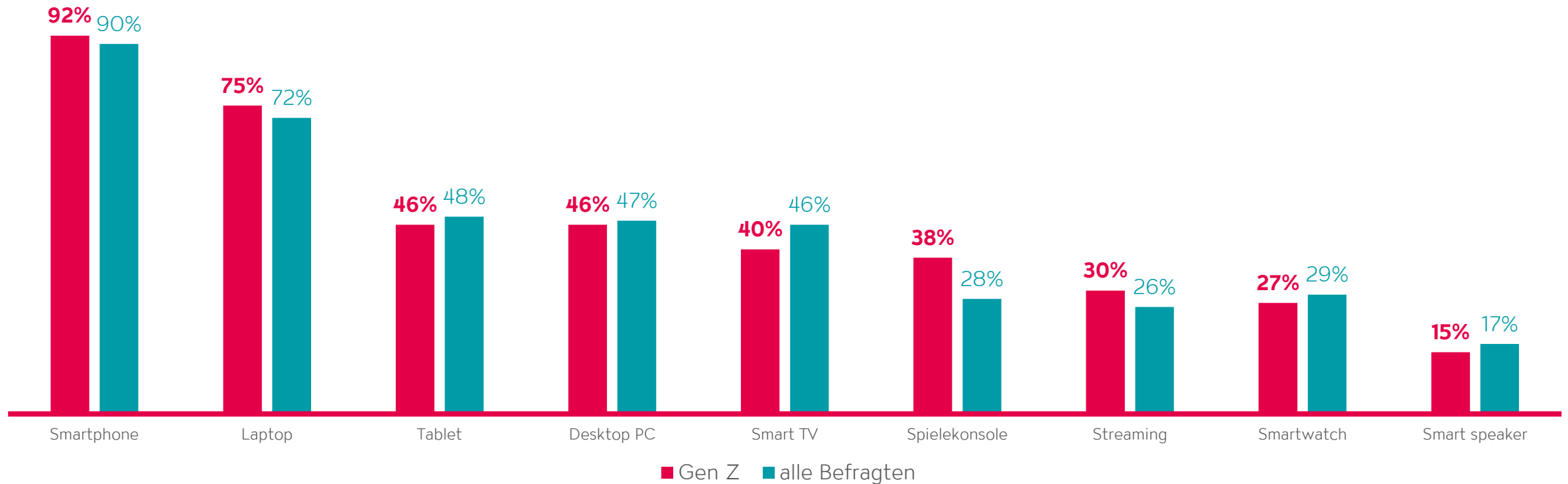


Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1'828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

Die Gen Z hat mehr Gamer

Dafür wird der Smart TV weniger angeschaltet

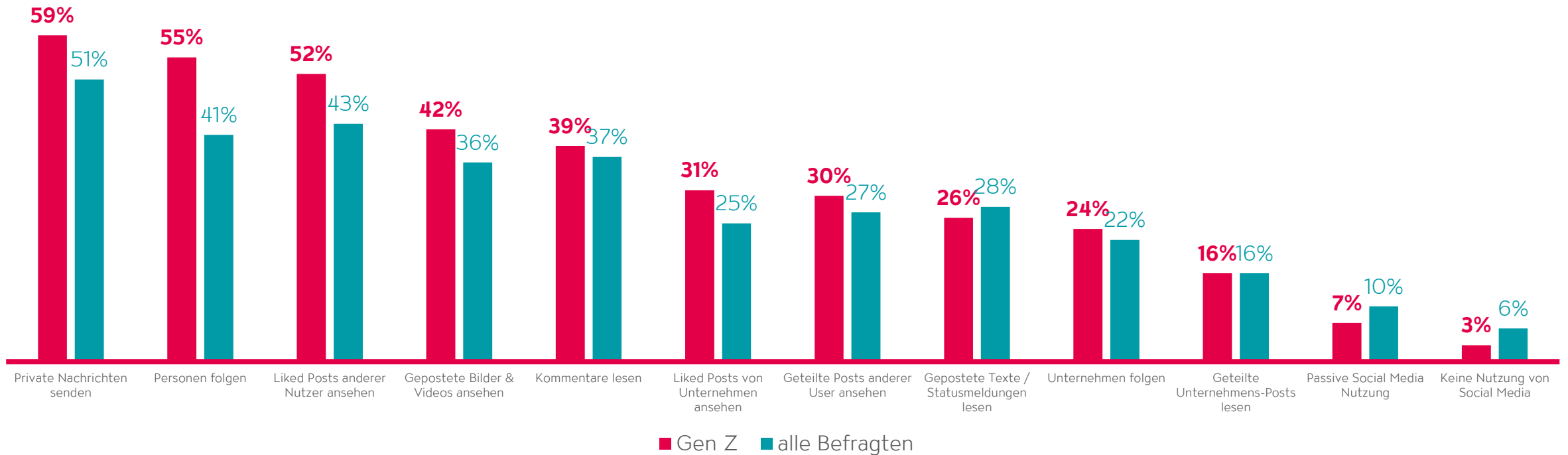
Geräte, mit denen Verbraucher:innen regelmässig in der Schweiz auf das Internet zugreifen



Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1'828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

Ein Grossteil der Gen Z nutzt Social Media passiv

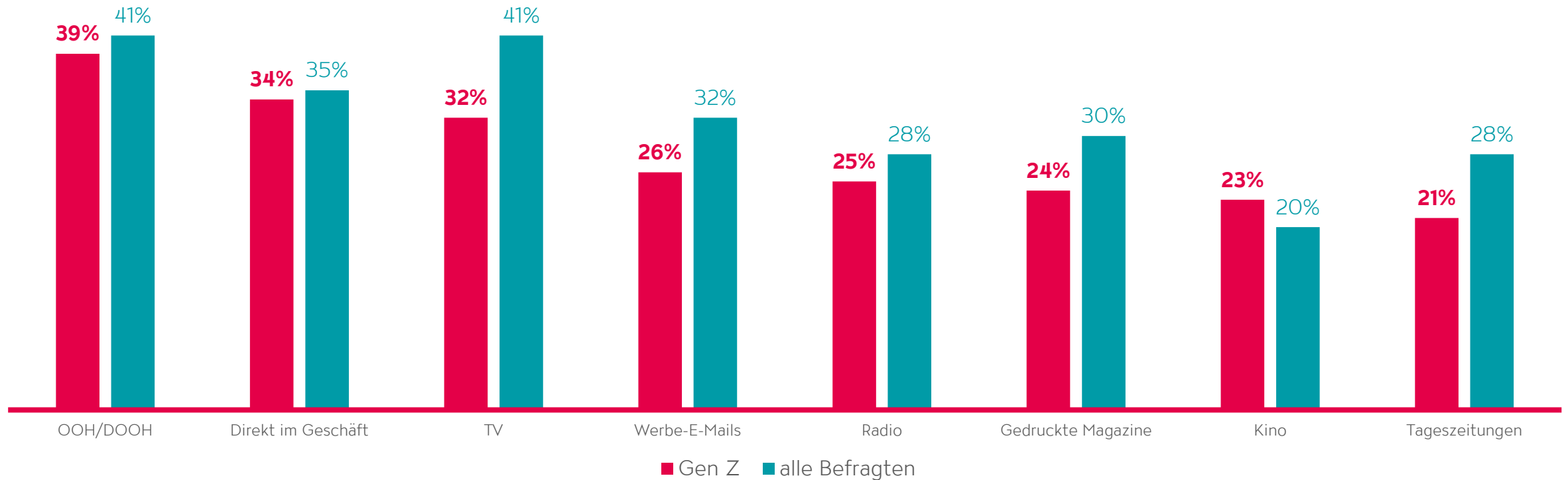
Social Media Nutzung / Aktivitäten



Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1'828
Alle Befragten: n= 9'224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

TV bei jungen auf dem Treppchen

Touchpoints mit nicht-digitaler Werbung in den letzten 4 Wochen



Quelle: Statista Consumer Insights Global, Januar 2024
Gen Z / Generation Z: n=1828
Alle Befragten: n= 9224
CH gesamt, Mehrfach-Nennungen möglich

Vielen Dank.

Samuel Fahrni

Research Specialist

E-Mail: samuel.fahrni@admeira.ch

Telefon: 058 909 97 23

Möchten Sie **immer
up to date** sein?
Dann **abonnieren** Sie
unsere Newsletter!

Jetzt anmelden!

