

JODEL INSIGHTS X VIDEODAYS FESTIVAL

Nachrichtenkonsument der Gen Z & Y auf Social Media

August 2023



Über den Report

Die Generationen Z & Y nutzen soziale Medien im hohem Maße, doch wie genau nutzen sie diese Plattformen für ihren Nachrichtenkonsum? Welchen sozialen Medien schenken sie Vertrauen? Welche Aspekte betrachten sie kritisch?

Die vorliegende Studie bietet Einblicke zur Haltung der Gen Z & Y bezüglich ihres Umgangs mit Nachrichten in sozialen Medien.

Methodik & Sample

Die Daten wurden mit dem Jodel Insight Panel aus der deutschen Jodel Community erhoben. Die Umfrage fand am 21. Juli 2023 statt.



Teilnehmer:

N=682



Alter:

Die Teilnehmer*innen sind zu 82% zwischen 18 und 32 Jahren alt



Über das VideoDays Festival

Als Event „by creators for creators“ treffen hier an einem Tag die größten und wichtigsten Creator Deutschlands aufeinander, tauschen sich in Networking-Sessions aus, lassen sich von Creator Stories inspirieren und lernen in Masterclasses Tipps & Tricks aus erster Hand. Wie auch im vergangenen Jahr gibt es neben den Stages eine Experience Area mit direktem Kontakt zu heutigen Lovebrands. Das große Finale bildet die VD Award Gala am Abend: Deutschlands beste Creator werden prämiert – und danach auf der Aftershowparty gefeiert.



Über Jodel Insights

Jodel Insights ermöglicht es, Marktforschung unkompliziert, kostengünstig und innerhalb weniger Stunden durchzuführen. Das Panel setzt sich aus der Gen Z & Y zusammen, bzw. aus Student*innen und Young Professionals. Es gibt keine monetären Anreize zur Teilnahme am Panel. Unternehmen nutzen Jodel Insights u.a. für Kampagnen- oder Brand-Trackings, Zielgruppenanalysen, Produkt- oder Headline-Tests.



Key Takeaways



Etwa **70%** aller Befragten halten **keine der Social Media Plattformen** für **vertrauenswürdig**. Deswegen verifizieren fast 50% der Gen Z & Y “immer” oder “oft” die Glaubwürdigkeit von Informationen, die sie online finden. Für fast zwei Drittel der Gen Z & Y gelten **traditionelle Medien** als **vertrauenswürdig**.



Zwei Drittel der Umfrageteilnehmer nehmen **auf keiner der Plattformen** eine **gute Moderation** wahr. YouTube kann bereits mit 21% Zustimmung als “Gewinner” in punkto Vertrauenswürdigkeit und guter Moderation genannt werden. In Summe geht die **Gen Y noch kritischer** mit den sozialen Medien um als die Gen Z.



90% der Gen Z & Y gehen bewusst mit Informationen um, die sie auf sozialen Medien konsumiert haben und reflektieren sie mindestens teilweise. Trotzdem erklären etwa **zwei Drittel** der Teilnehmer, dass der Konsum von Nachrichten in sozialen Medien zumindest teilweise ihre **mentale Gesundheit beeinflusst**.

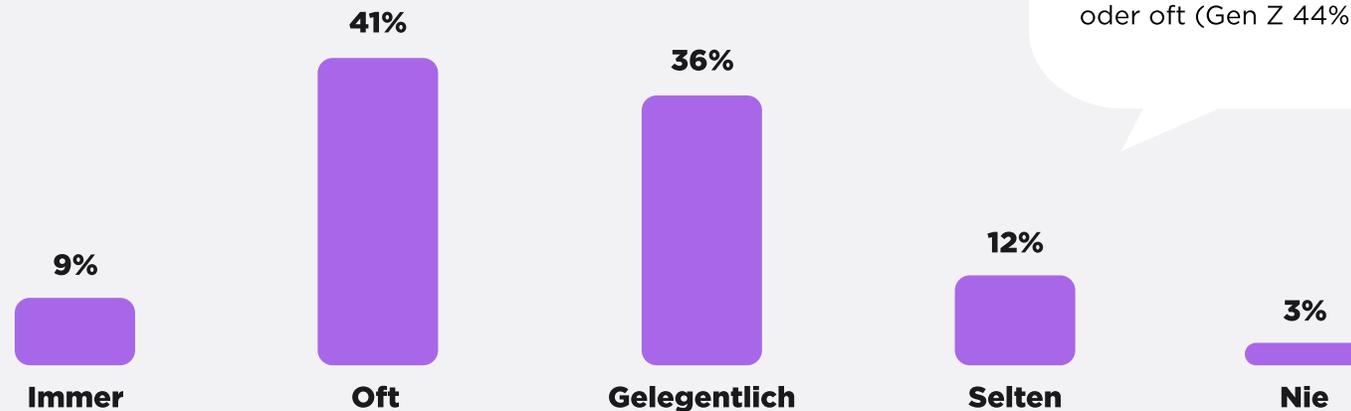


75% aller Befragten geben an, dass **Influencer** “sehr unwichtig” oder “**unwichtig**” für ihre **Meinungsbildung** sind. Hier lassen sich zahlreiche weitere **Fragestellungen ableiten**: Was macht guten Content aus oder was ist wichtig für kommerzielle Kooperationen?



Die Glaubwürdigkeit von Informationen wird regelmäßig hinterfragt

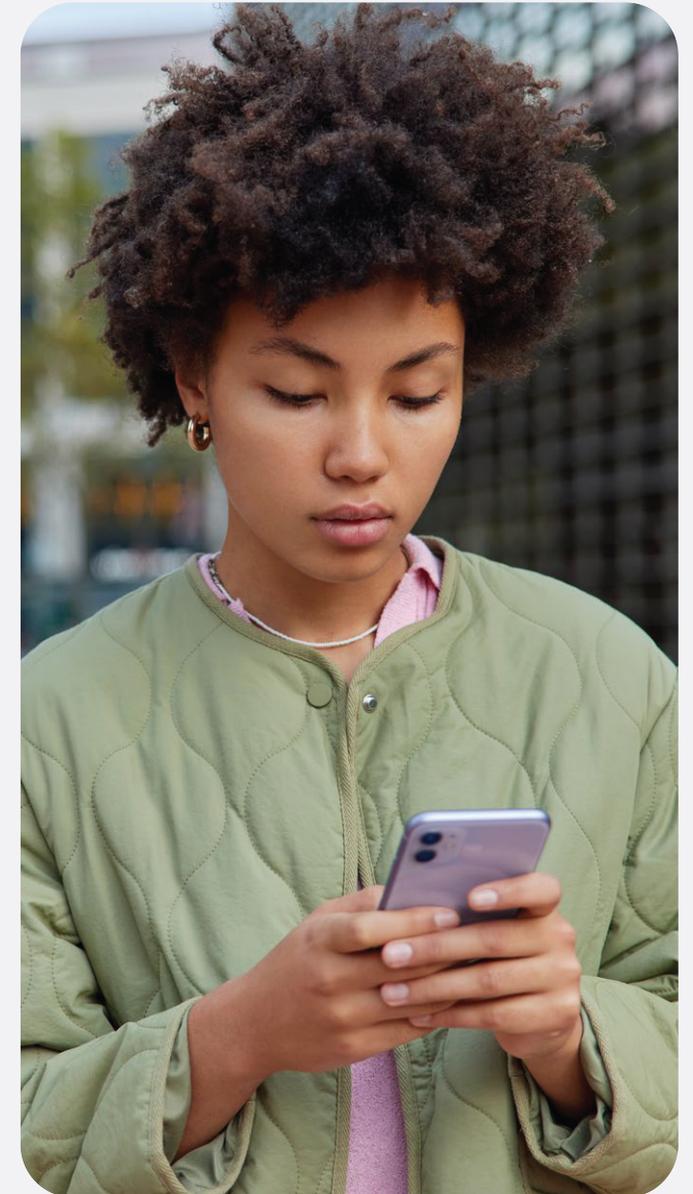
Wie oft verifizierst du die Glaubwürdigkeit von Informationen, die du online findest?



Die Generation Y verifiziert Informationen häufiger als die Generation Z, und zwar tun es hier 58% immer oder oft (Gen Z 44%).



Fast 50% der Gen Z & Y verifizieren immer oder oft die Glaubwürdigkeit von Online-Informationen, bevor sie diese für bare Münze nehmen. Das ist eine wichtige Erkenntnis angesichts der ständig wachsenden Flut an Nachrichten und Inhalten, die täglich in den sozialen Medien auftauchen.



Gen Z & Y halten traditionelle Medien für vertrauenswürdiger

Trifft es deiner Meinung nach zu, dass soziale Medien genauso vertrauenswürdig sind wie traditionelle Nachrichtenquellen (z.B. Zeitungen, TV)?



Die Gen Y sieht die sozialen Medien als weniger vertrauenswürdig an als die Gen Z. Während 34 % der Gen Y der Aussage überhaupt nicht zustimmen, waren es im Vergleich nur 24 % der Gen Z.



- Trifft voll und ganz zu
- Trifft eher zu
- Teils-teils
- Trifft eher nicht zu
- Trifft überhaupt nicht zu

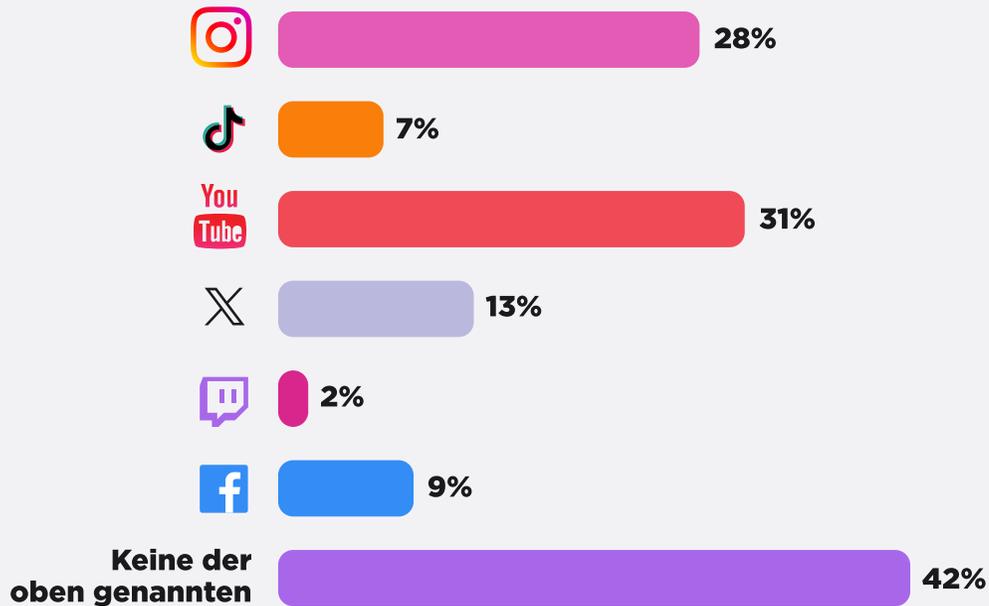


Nur 6% der Befragten finden soziale Medien genauso vertrauenswürdig wie traditionelle Nachrichtenquellen. Im Gegensatz dazu geben 63% an, dass sie dieser Aussage eher nicht oder überhaupt nicht zustimmen.



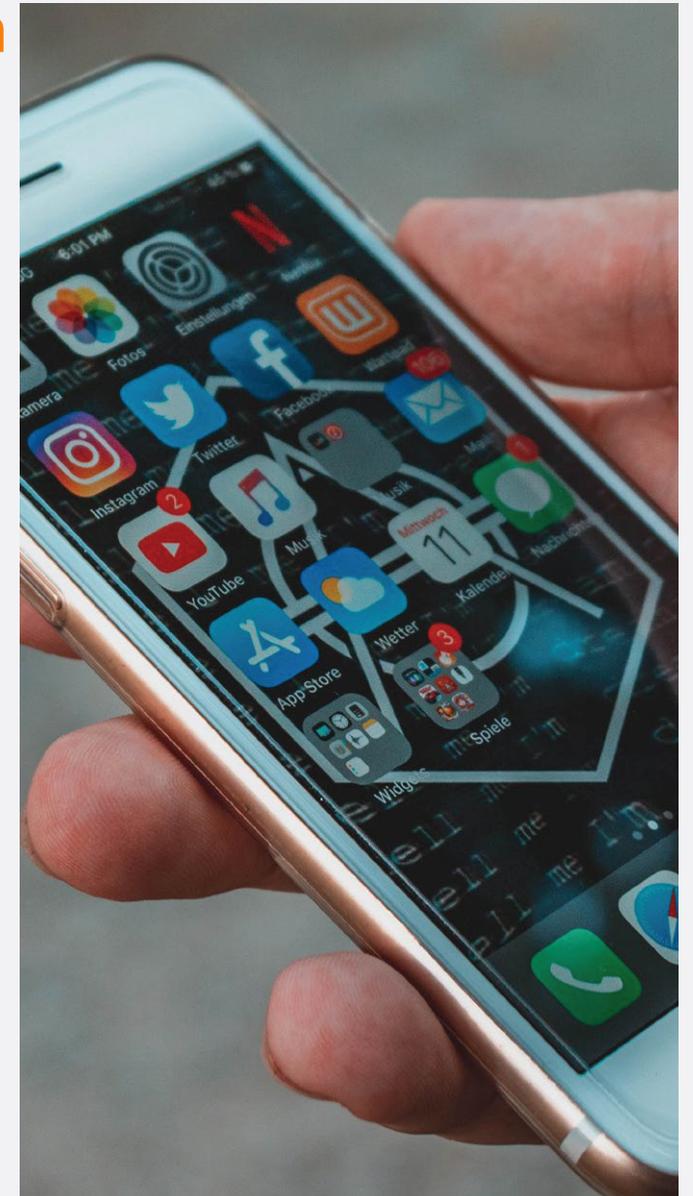
YouTube & Instagram sind die wichtigsten sozialen Medien für den Nachrichtenkonsum

Welche Plattformen nutzt du vorwiegend für den Konsum von Nachrichten? [Mehrfachauswahl]



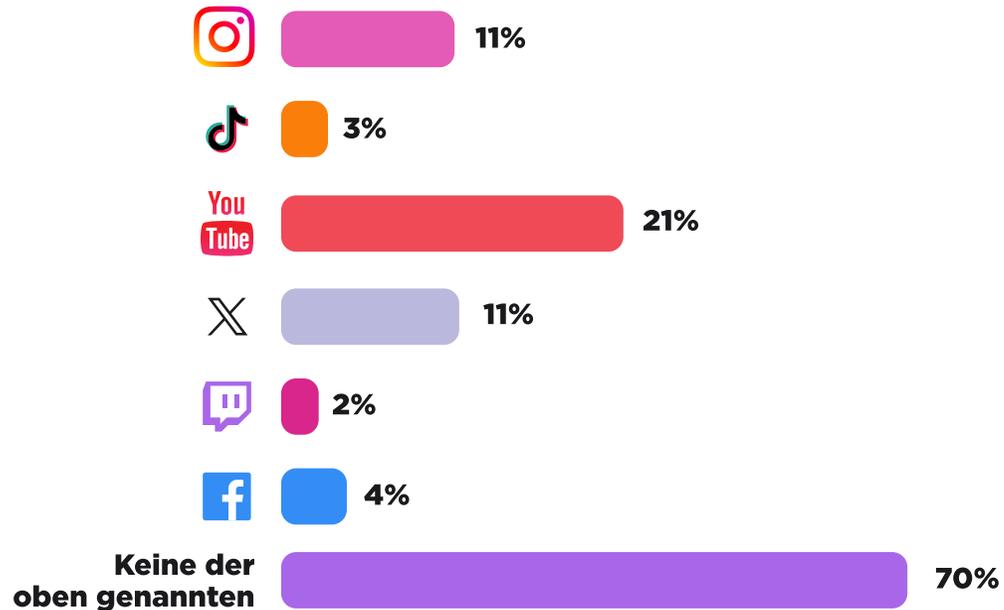
YouTube und Instagram sind mit 31% bzw. 28% mit Abstand die bevorzugten sozialen Medien für den Nachrichtenkonsum. Alle anderen sozialen Medien liegen deutlich dahinter.

Y vs Z
Gen Y verwendet soziale Medien seltener für den Konsum von Nachrichten. 49% der Gen Y nutzen keine der genannten Plattformen und bei der Gen Z sind es nur 39%.



Die Vertrauenswürdigkeit der sozialen Medien wird als sehr gering eingeschätzt

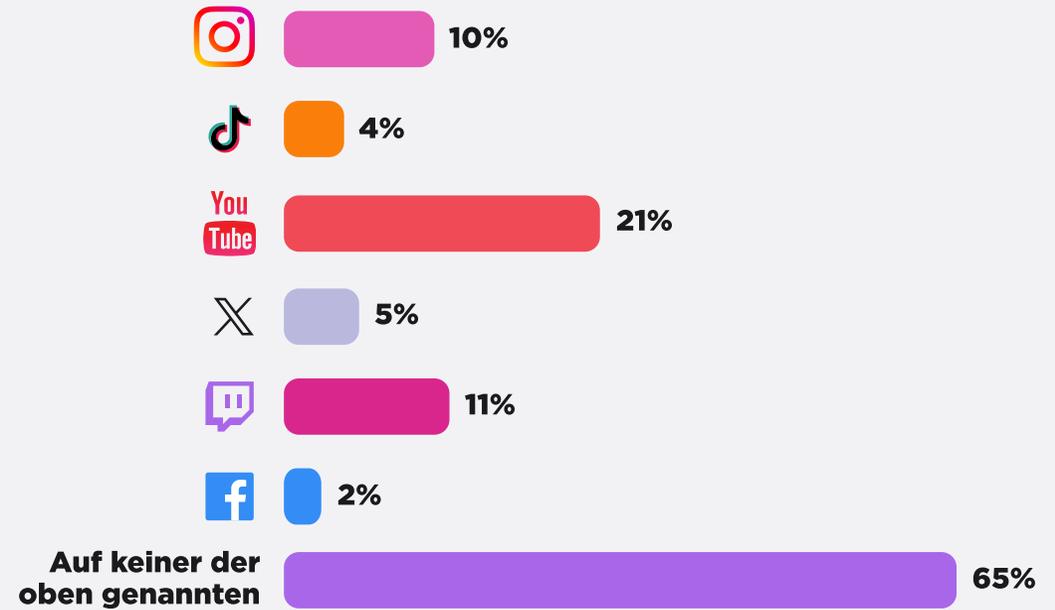
Welche der Social Media Plattformen schätzt du als vertrauenswürdig ein? [Mehrfachauswahl]



Nur 30% der Befragten schätzen irgendeine der Plattformen als vertrauenswürdig ein. Diese Einschätzung korreliert mit der Wahrnehmung zur bedingten Glaubwürdigkeit von Informationen auf den sozialen Medien.

Zwei Drittel nehmen auf keiner der Plattformen eine gute Moderation wahr

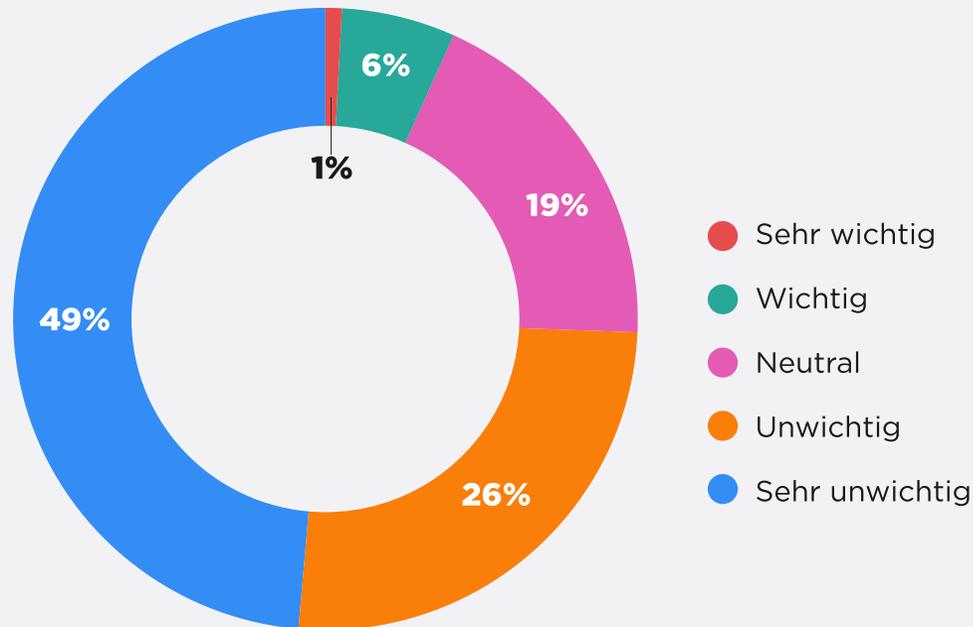
Auf welchen Plattformen nimmst du eine gute Moderation wahr? [Mehrfachauswahl]



65% der Umfrageteilnehmer*innen empfinden die Moderation auf keiner Plattform als gut. Besonders spannend ist, dass X (vorher Twitter) in Bezug auf das Verhältnis Moderation zu Vertrauenswürdigkeit schlechter abschneidet als die anderen sozialen Medien. Twitch wiederum schneidet hier besonders gut ab.

Nur 7% der Gen Z & Y geben an, dass Influencer mindestens wichtig für ihre Meinungsbildung sind

Wie wichtig sind Influencer für dich bei der Meinungsbildung?



75% aller Befragten geben an, dass Influencer "sehr unwichtig" oder "unwichtig" für ihre Meinungsbildung sind. Hier lassen sich zahlreiche weitere Fragestellungen ableiten: Was macht guten Content aus oder was ist wichtig für kommerzielle Kooperationen?



Die Meinungsbildung beider Generationen wird nur bedingt von Influencern geprägt. Bei der Gen Z sind es immerhin 8%, für die Influencer "wichtig" oder "sehr wichtig" sind. Bei der Gen Y sind es nur 4%.



Die gezielte Suche ist für den Nachrichtenkonsum wichtiger als endloses Scrollen

Wie konsumierst du Nachrichten?

59%

Ich suche gezielt nach Nachrichten

34%

Der Algorithmus bestimmt meinen Feed

7%

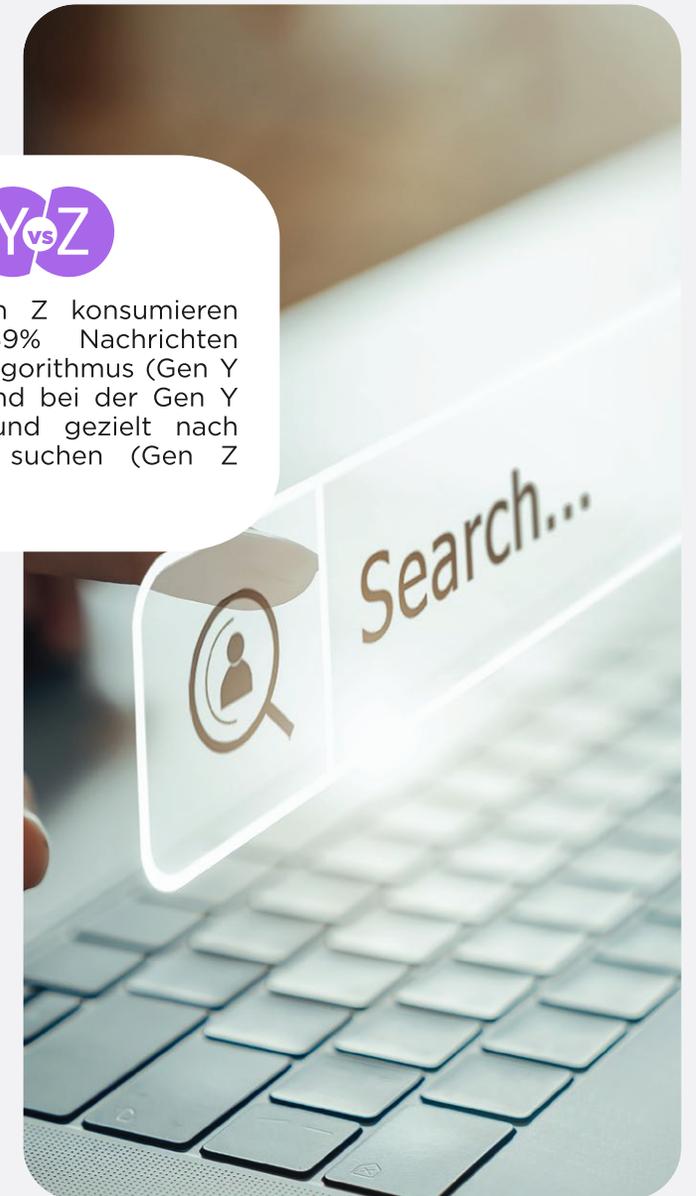
Ich konsumiere keine Nachrichten



Auch wenn die Mehrheit gezielt nach Nachrichten in den sozialen Medien sucht, konsumiert ca. ein Drittel der Gen Z & Y Nachrichten, die der Algorithmus bestimmt.



Bei der Gen Z konsumieren immerhin 39% Nachrichten über ihren Algorithmus (Gen Y 25%), während bei der Gen Y 69% aktiv und gezielt nach Nachrichten suchen (Gen Z 53%).



Nachrichten werden im sehr hohem Maße reflektiert - sogar beim "endless scrolling"

Wie bewusst reflektierst du Nachrichten, die du auf Social Media findest?

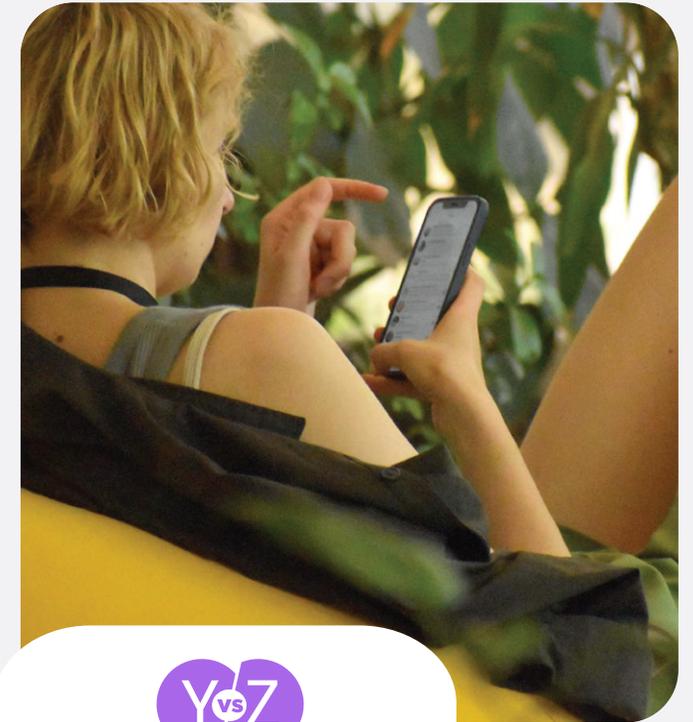


 **90% der Gen Z & Y gehen bewusst mit Informationen um, die sie auf sozialen Medien konsumiert haben und reflektieren sie mindestens zu Teilen.**

Wie wahrscheinlich ist es, dass du Nachrichten, die du beim "endless scrolling" konsumierst, hinterfragst?



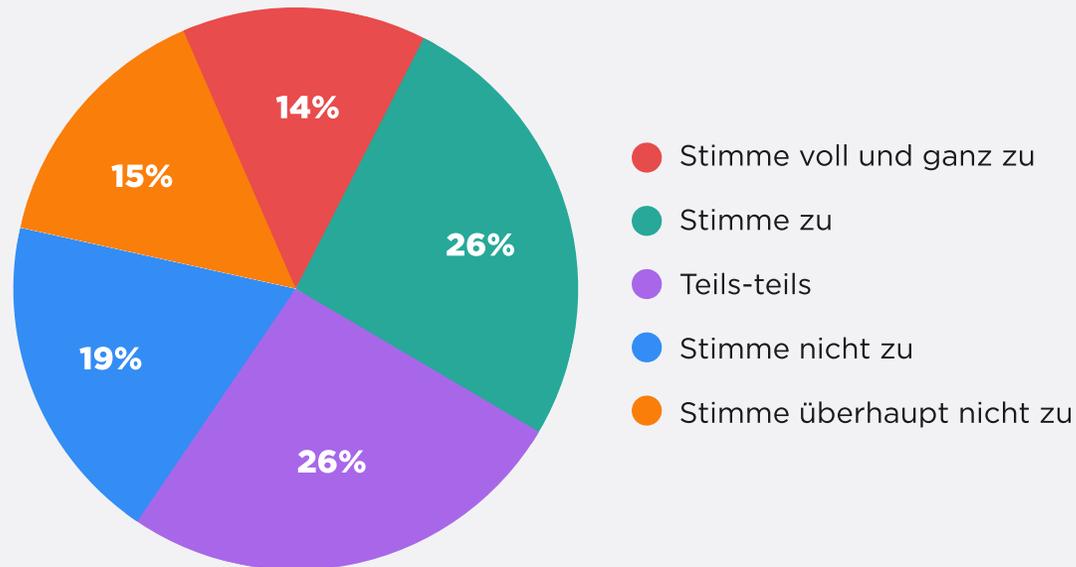
 **71% bestätigen, dass es "wahrscheinlich" oder gar "sehr wahrscheinlich" ist, dass sie selbst beim endlosen Scrollen durch ihre Feeds Nachrichten hinterfragen.**



Bei der Gen Y sind es 26%, die "sehr wahrscheinlich" Nachrichten hinterfragen, die sie beim "endless scrolling" sehen (Gen Z 19%).

Der Nachrichtenkonsum in den sozialen Medien wirkt sich auf die mentale Gesundheit aus

“Der Nachrichtenkonsum in den sozialen Medien hat Einfluss auf meine mentale Gesundheit.” Stimmt du dieser Aussage zu?



Zwei Drittel der Befragten geben an, dass der Social Media-Konsum zumindest teilweise Auswirkungen auf ihre mentale Gesundheit hat.



Gen Z hat größere mentale Herausforderungen in Bezug auf soziale Medien im Vergleich zur Gen Y. 16% der Gen Z stimmen der Aussage “voll und ganz” zu (Gen Y 11%).



Gen Z & Y sehen keinen Informationsvorteil gegenüber älteren Generationen

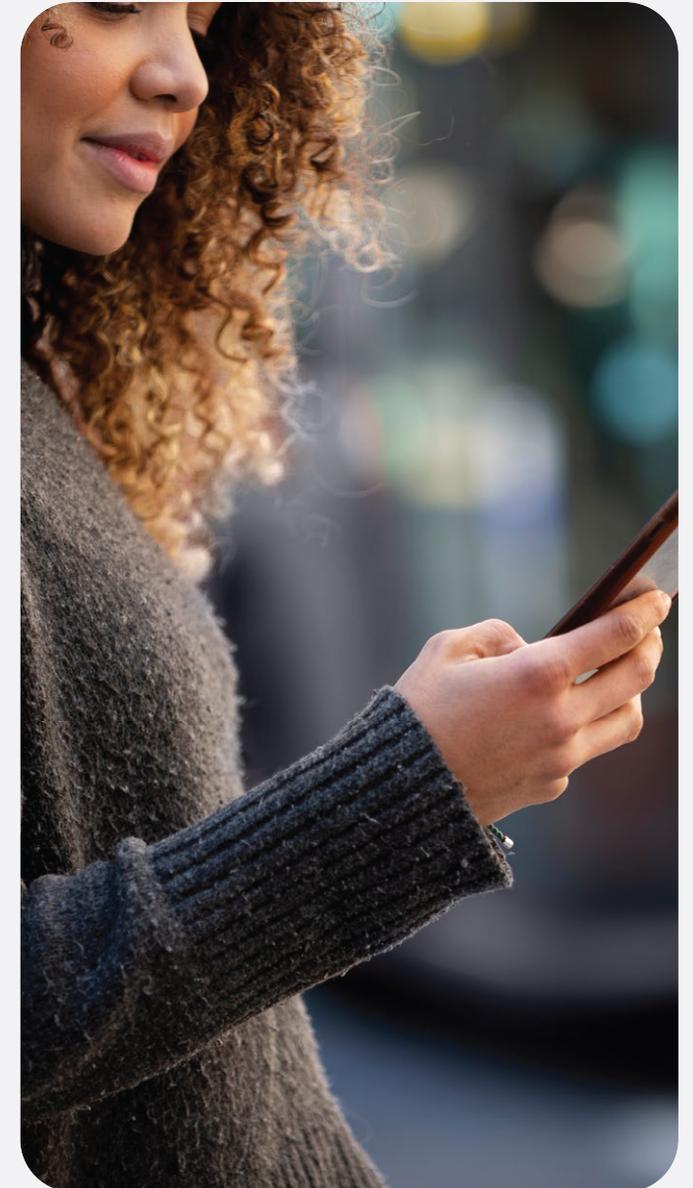
“Ich fühle mich durch den Nachrichtenkonsum auf Social Media besser informiert als die älteren Generationen.”
Stimmst du dieser Aussage zu?



In der Gen Y sind mehr Befragte der Ansicht, dass sie über Social Media nicht besser informiert sind als ältere Generationen. Während jeder 5. Befragte der Gen Y (21%) diese Meinung teilt, trifft dies bei der Gen Z nur auf jeden 8. zu (12%).

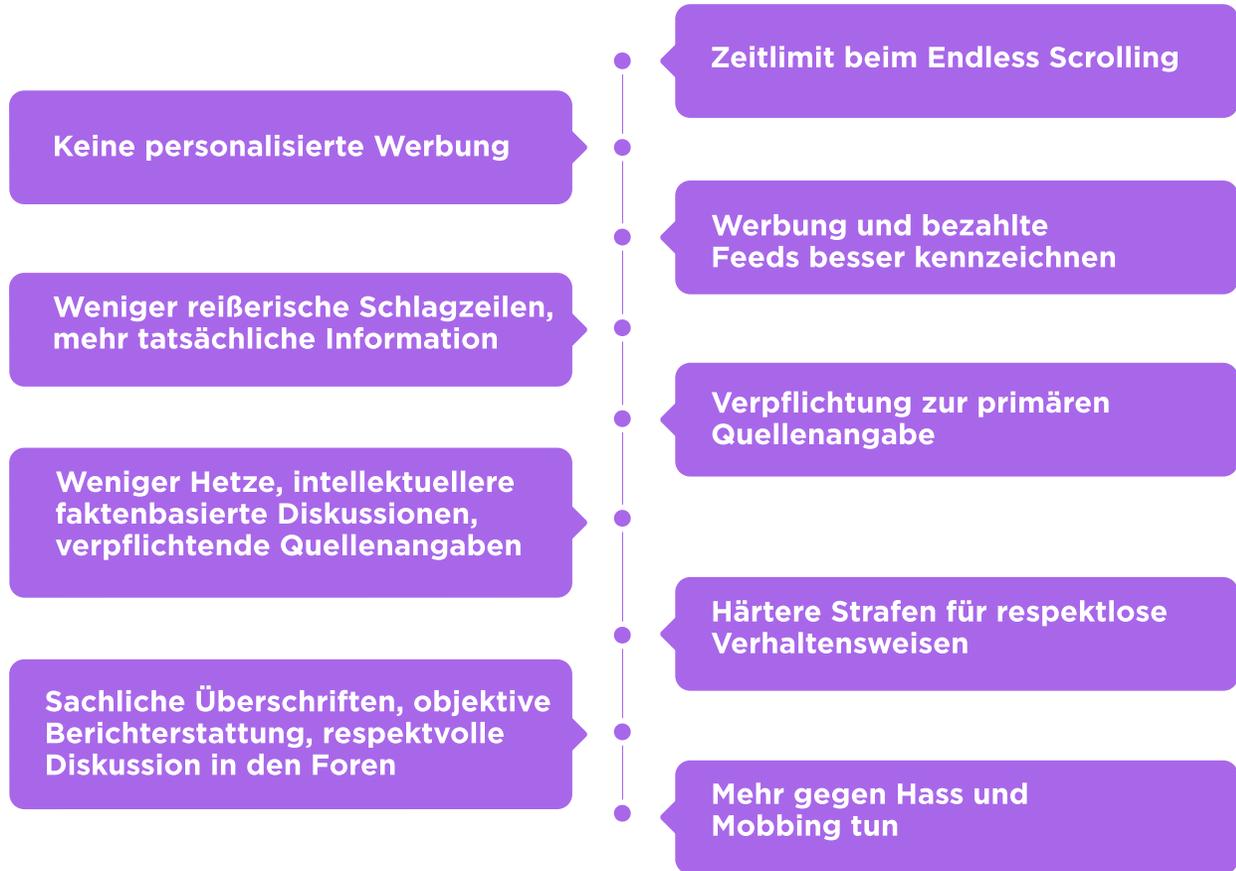


Trotz des verstärkten Nachrichtenkonsums in den sozialen Medien sehen sich die Gen Z & Y im Vergleich zu älteren Generationen nicht besser informiert. Lediglich 29% stimmen dieser Aussage mindestens zu.



Wir haben Verbesserungswünsche für Social Media Plattformen von 309 Teilnehmer*innen erhalten und diese geclustert

Was könnte deiner Meinung nach auf Social Media Plattformen verbessert werden?
[offene Frage]



KONTAKT



Videodays Festival

Jonas Onstein

Lead Communications

jonas.onstein@videodays-festival.com

+49 171 141 0921

videodays-festival.com



Jodel Insights

Sascha Woge

Head of Monetization

sascha@jodel.com

+49 176 433 66628

jodel.com/mafo