

Social media gebruik naar leeftijd

Jongeren 0 – 12 jaar

- Online vooral informeel. Veelal beperkt en onder toezicht ouders
- Gebruiken voornamelijk Tiktok, Snapchat en Youtube (Shorts)
- Disbalans tussen beïnvloedbaar en wenselijkheid van beïnvloeding.

Jongeren 12 – 18 jaar

- Gebruiken social media om op de hoogte te blijven van evenementen, publicaties en om sociale contacten te onderhouden
- Sterk betrokken bij online discussies
- Ongevraagde informatie vooral via Instagram en TikTok
- Gebruiken Instagram, Snapchat, TikTok, ReReal en Youtube.

Jongeren 18-27

- Sociaal gebruik/ 50% van het leven speelt zich online af. Informatief gebruik, niet zo zeer recreatief
- Kunnen overtuigd worden door influencers mits niet gesponsorde content
- Gebruiken voornamelijk: Instagram, BeReal, Youtube, TikTok en Snapchat.

* Bron: Soda Social Media Monitor 2023

Hoe worden platformen gebruikt?

TikTok

- Grootste deel gebruikers komt meer dan 10 keer per dag naar de app
- Gebruiken de app voor lifestyle advies, fashion, entertainment, muziek en recepten
- Laagdrempelig en gemakkelijk in gebruik. Vergt geen extra kennis en is erg toegankelijk
- Maatschappelijk issue: data veiligheid.

Instagram

- 73% van de jongeren heeft een account
- Zeer hoog interactieniveau en stimuleert zakelijk gebruik
- Gebruik van direct chat om contacten te onderhouden
- Gebruiken platform vaak uit verveling
- Meisjes gebruiken platform vaker en meer frequent dan jongens.

Youtube

- Vaker gebruikt door jongens dan door meisjes
- Innoveert met short video's (*shorts*) om jongeren te trekken
- Vaker gebruikt om achtergrondinformatie op te zoeken en minder voor informele zaken.

Hoe worden platformen gebruikt?

BeReal

- Alternatief voor Instagram onder jongeren
- Wil maatschappelijk bewust zijn en roept jongeren op om eerlijk en open te zijn
- Dagelijks één venster van 2 minuten om iets te posten, daardoor inhoudsgehalte relatief hoog.

Snapchat

- Vooral door jongeren gebruikt voor vermaak
- Om vrienden en bekende vloggers te volgen
- Weten vaak niet dat organisaties/bedrijven ook op het platform zitten. Zijn wel bereid om te volgen als de informatie relevantie heeft.

Facebook

- Weinig gebruikt door jongeren, meer gebruikt door hun ouders
- Indirect contact met de doelgroep
- Moeilijker om boodschappen direct naar de doelgroep te brengen.