Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

15.06. 2026

HWZ-Studie: Gen Z über klassische Kanäle schwer erreichbar

Von PPS

(Zürich)(PPS) Wer heute wissen will, was junge Menschen denken, steht vor einer Herausforderung: Gen Z antwortet nicht mehr. Eine aktuelle Studie der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich belegt: 83 % der 16- bis 24-Jährigen in der Schweiz sind über klassische Rekrutierungskanäle wie E-Mail für die Markt- und Sozialforschung nur eingeschränkt erreichbar – das sind rund eine Million Menschen. Das gefährdet repräsentative Forschungsergebnisse und untergräbt die Grundlage für Entscheidungen in Wirtschaft und Politik.

Repräsentative Stichproben sind das Fundament der Markt- und Sozialforschung. Nur wer alle Bevölkerungsgruppen erreicht, erhält aussagekräftige Ergebnisse. Genau das wird zunehmend schwieriger. Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich analysierte für die Untersuchung die Nutzung sowie das Vertrauen der Schweizer Bevölkerung in verschiedene Kommunikationsmittel, darunter E-Mail, Messenger-Dienste und soziale Netzwerke. Die repräsentative Studie zeigt, dass insgesamt 69 % der Schweizerinnen und Schweizer Kontaktaufnahmen über klassische Kanäle skeptisch gegenüberstehen. Bei der Gen Z ist die Ablehnung mit 83 % besonders ausgeprägt. Vier von fünf 16- bis 24-Jährigen reagieren kaum oder gar nicht.

«Wenn eine ganze Generation in Studien nicht mehr vorkommt, werden Entscheidungen in Wirtschaft und Politik im Blindflug getroffen», sagt Dr. Bruno Wüest, Leiter der Studie und wissenschaftlicher Mitarbeiter der HWZ.

Neue Wege für die Markt- und Sozialforschung

Die Studie zeigt einen Ausweg: Messenger-Dienste oder soziale Netzwerke erreichen Gen Z dort, wo sie tatsächlich kommunizieren. Dabei stechen vor allem WhatsApp und Instagram hervor. Die Studie empfiehlt deshalb, klassische Rekrutierungsversuche gezielt mit diesen Kanälen zu ergänzen. So liesse sich die Aussagekraft und Zuverlässigkeit von Studien langfristig sichern und das Risiko verringern, dass die Perspektiven einer ganzen Generation in gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Fragestellungen unterrepräsentiert bleiben.

«Die Erkenntnisse sind direkt anwendbar: Unternehmen, die ihre Rekrutierungsstrategien jetzt anpassen, sichern den Anschluss an eine Generation, die morgen die Hauptzielgruppe ist», so Dr. Bruno Wüest.

Über die Studie

Nebst Aufträgen für Unternehmen oder die öffentliche Hand bemüht sich die HWZ auch immer um eigenständige Forschungsprojekte. Die Idee für die vorliegende Studie entstand an der HWZ während der Arbeit an klassischen Befragungsprojekten und wurde als Innovationsscheck-Projekt der Innosuisse in Zusammenarbeit mit Expert:innen aus der Markt- und Sozialforschung durchgeführt. Die Ergebnisse beruhen auf einer repräsentativen Stichprobe von 1’218 Interviews mit Personen aus der Deutschschweiz, der Romandie und dem Tessin.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie in diesem Beitrag: https://fh-hwz.ch/de/news/forschung/wie-marktforschung-jene-erreicht-di…

Über die Organisation:

HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich
Mit rund 3'000 Studierenden und 800 Dozierenden aus der Praxis ist die HWZ die grösste Hochschule mit ausschliesslich berufsbegleitenden Studiengängen im Bereich Wirtschaft der Schweiz. Sie offeriert ein breites Angebot an Studiengängen auf Bachelor- und Master-Stufe, über 150 Diplom- und Zertifikatslehrgänge, mehr als 100 Seminare, die Möglichkeit zum Doktorat sowie massgeschneiderte Firmentrainings. Die HWZ ist institutionell akkreditiert durch den Schweizerischen Akkreditierungsrat.

Pressekontakt:

HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich
Lagerstrasse 5, Postfach
8021 Zürich

Robine Gehrig
robine.gehrig @ fh-hwz.ch; +41 43 322 91 43

Kategorie
Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/hwz-studie-gen-z-ueber-klassische-kanaele-schwer-erreichbar*