

# „Instagram oder TikTok – Zwei Social Commerce Plattformen aus Sicht der Generation Z und Y im Vergleich“

## TIKTOK

### EINLEITUNG

Die Masterarbeit untersucht Social Commerce auf Instagram und TikTok aus den Perspektiven der Generation Z und Generation Y in Österreich.

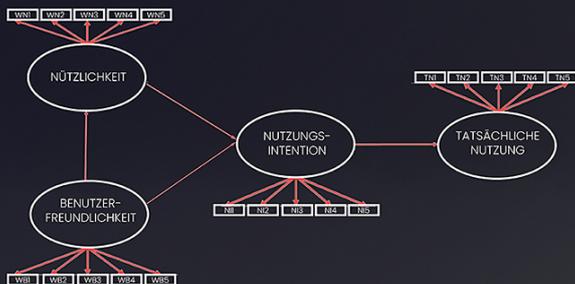


### HINTERGRUND

Das Ziel ist es, die Faktoren zu analysieren, die die Plattformnutzung und das Kaufverhalten beeinflussen, durch eine Umfrage unter 310 Personen im Alter von 18 bis 42 Jahren, mit Fokus auf Benutzerfreundlichkeit, Nützlichkeit und Nutzungsabsicht.

### METHODE

- Technologie Akzeptanz Modell
- Quantitative Online-Umfrage
- Willkürliche Stichprobe
- Siebenstufige "Likert-Skala"
- Vier Modelle, zwei Altersgruppen
- Stichprobe: Inverse Square Root Method für PLS-SEM
- Gen Z: 18 – 28 Jahre
- Gen Y: 29 – 42 Jahre
- Anforderungen: Zwischen 18 und 42 Jahre alt und muss sowohl ein TikTok- als auch ein Instagram-Konto haben
- Umfragezeitraum: 14.09.2023 – 29.10.2023
- 520 Personen nahmen teil
- 310 Personen wurden in die Auswertung einbezogen (vgl. Hair, Ringle & Sarstedt, 2011, S. 145)



FORSCHUNGSMODELL (18 – 28 TikTok)

HYPOTHESE	PFAD-KOEFFIZIENT	EFFEKT-STÄRKE	SIGNIFIKANZ	ANGENOMMEN
H1a	0,320	0,114	0,000	JA
H2a	-0,088	1,460	0,103	NEIN
H3a	0,802	1,460	0,000	JA
H4a	0,884	3,572	0,000	JA



**FH WIENER NEUSTADT  
CAMPUS WIESELBURG**

Marketing & Sustainable Innovation

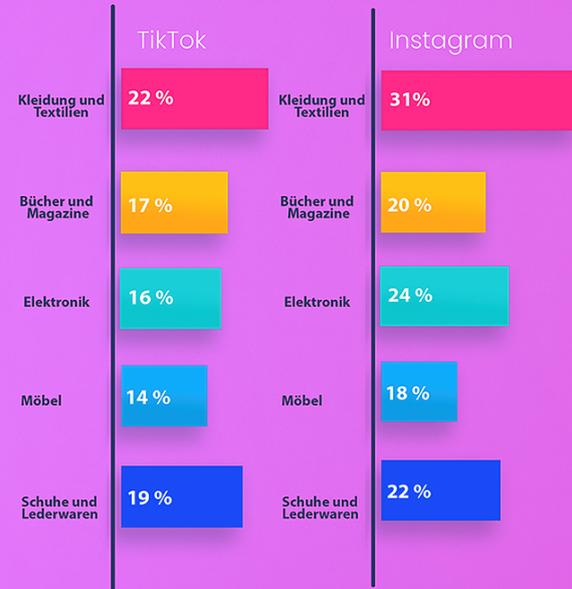
## INSTAGRAM

### ERGEBNISSE

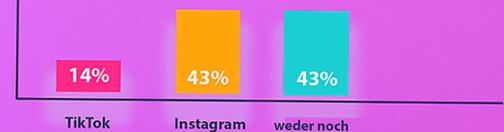
- R<sup>2</sup>, Cronbach's Alpha, D.G. Rho – Gütekriterien erfüllt
- 12 von 16 Hypothesen bestätigt
- Faktoren, die die tatsächliche Nutzung beeinflussen:
  - „Wahrgenommene Benutzerfreundlichkeit“
  - „Wahrgenommene Nützlichkeit“
  - „Nutzungsintention“
- Keine signifikanten Unterschiede zwischen – Plattformen und Altersgruppen (vgl. Henseler, Ringle & Sinkovics, 2009, S. 209)



Welche Produkte kaufen Sie?  
(Mehrfachantworten möglich/n=310)



Wo würden Sie eher eine Bestellung abschließen? (n=310)



### FAZIT

- Instagram beliebter
- Instagram: Beliebt für Kleidung, Elektronik, Schuhe
- TikTok: Jüngere kaufen Kleidung, Bücher, ältere kaufen Kleidung, Elektronik
- Fokus auf Instagram für ältere Kunden
- Nutzung von TikTok für jüngere Kundinnen und Kunden und Produkte wie Schuhe und Bücher
- Priorität auf Benutzerfreundlichkeit und Nützlichkeit legen

