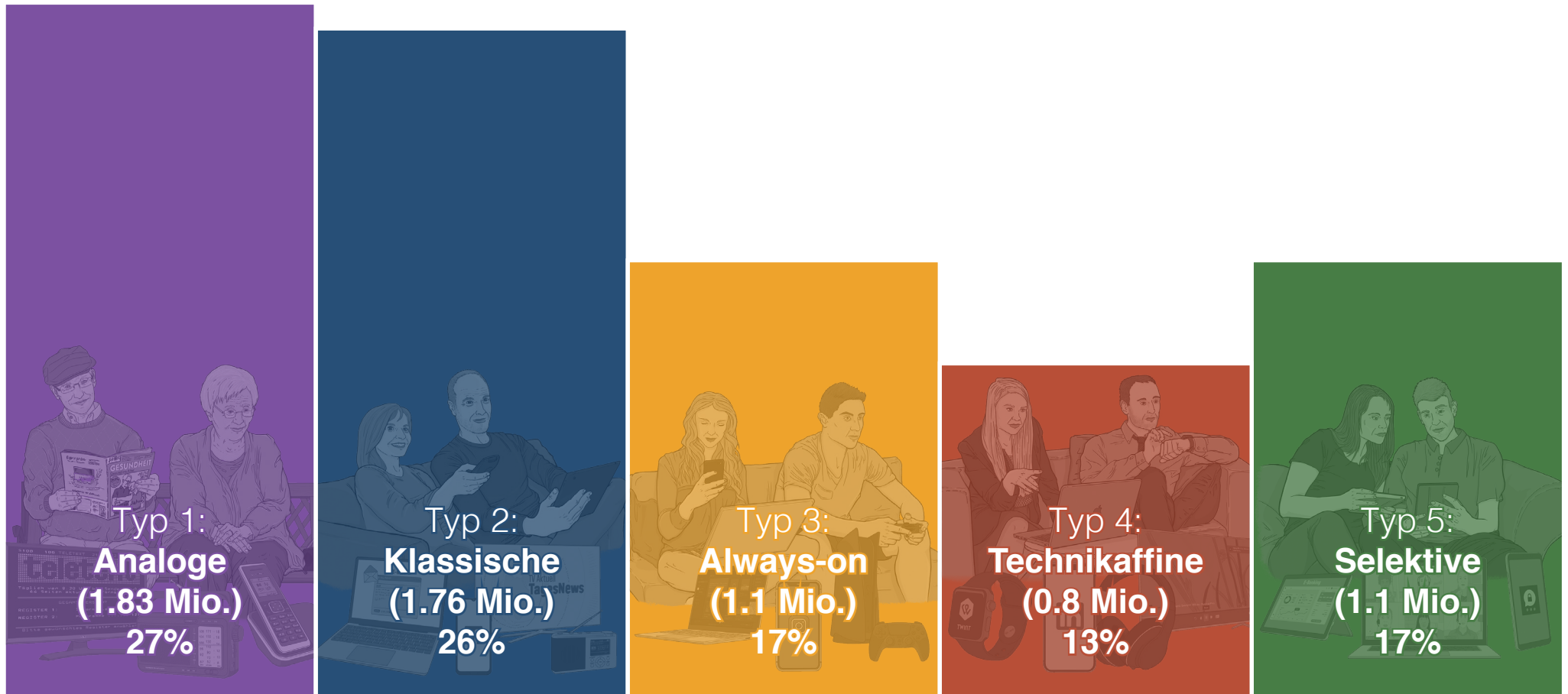




in Kooperation mit der WEMF AG für Werbemedienforschung

Mediennutzungstypen 2022

ANTEILE DER FÜNF MEDIENNUTZUNGSTYPEN DIGIMONITOR 2021 AN DER SCHWEIZER GESAMT- BEVÖLKERUNG AB 15 JAHREN



TYP 1: ANALOGE

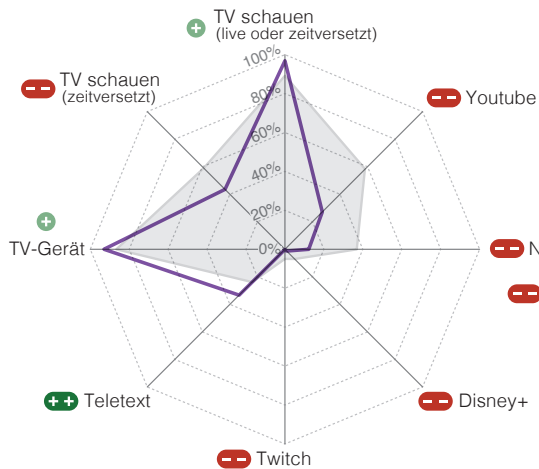
Analoge nutzen lineares TV und Radio sowie Teletext von allen Typen am stärksten, sind gerätetechnisch aber am wenigsten gut ausgestattet. 30% dieser Gruppe sind Offliner, jeder Dritte hat kein Smartphone. Analoge nutzen am wenigsten Social Media, Messenger und Streaming.

Jahre	♂	♀
15 - 34		
35 - 54		
≥ 55		

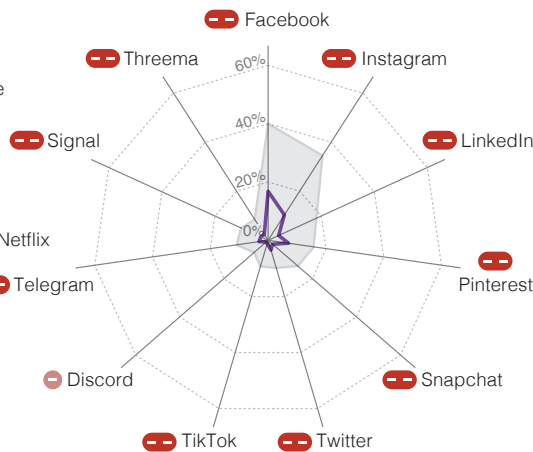


TV / Video	TV spielt wichtige Rolle: 80% schauen täglich TV. Kaum zeitversetztes TV. Grösster Nutzerkreis Teletext. Tiefste Nutzung Video-Streaming.
Radio / Audio	Typ mit den meisten täglichen Radio-Hörern (72%). Nutzt am wenigsten Musikstreaming.
Internet	Kleinster Nutzerkreis Internet: 70%
Social Media	Typ mit tiefster Social Media Nutzung.
Geräte	Weniger als die Hälfte nutzt Computer, nur 30% ein Tablet. Nur zwei von drei nutzen ein Smartphone (= tiefster Anteil).
Gaming	70% gamen nie.
Interessen	Grösseres Interesse für Gesundheit sowie Kunst und Kultur.
Soziodemografie	Ältester Typ (ø 69 J.), mehr Frauen (1.1 Mio. vs. 0.7 Mio. Männer), 60% nicht erwerbstätig.

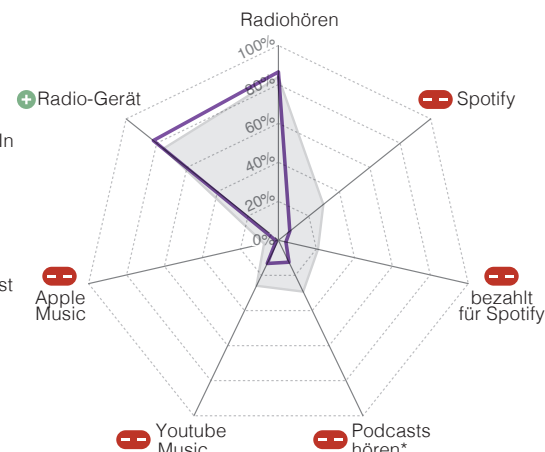
TV / Video / Bewegtbild



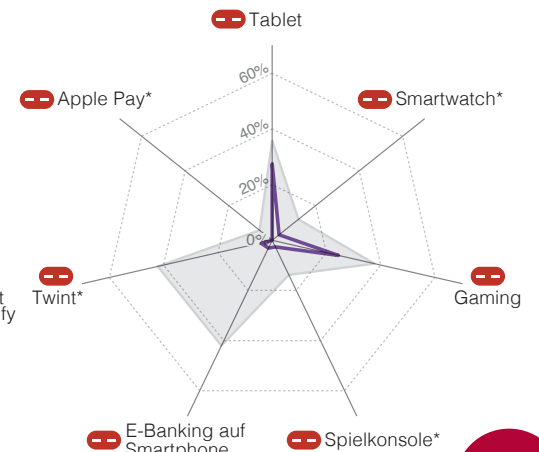
Social Media / Messenger



Radio / Podcasts / Audio



Geräte / mobiles Bezahlen / Gaming



Bevölkerung — Typ 1: Analoge —

IGEM-Digimonitor 2021: n=1'980. Schweizer Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren. Immer wöchentliche Nutzung, ausser bei * mindestens gelegentliche Nutzung. ++/+/-/ markiert, ob dieser Typ die Anwendung am meisten / am zweitmeisten / am zweitwenigsten / am wenigsten von allen Typen nutzt.



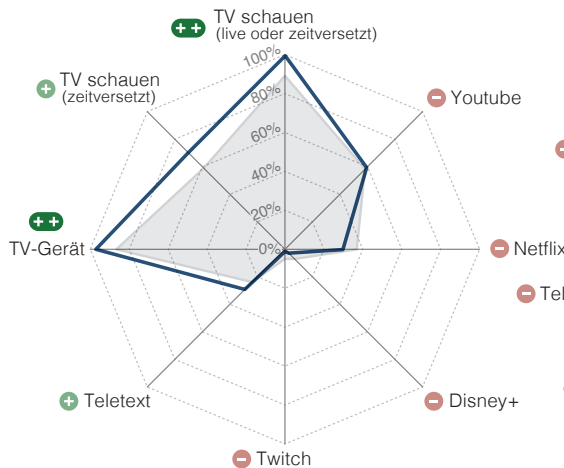
TYP 2: KLASSISCHE

Die Klassischen sind von der Nutzung her am ehesten die Mainstreamer. Sie nutzen überdurchschnittlich lineares TV und Radio, wie auch mobiles Bezahlen und sind sehr affin für Facebook und Gaming.

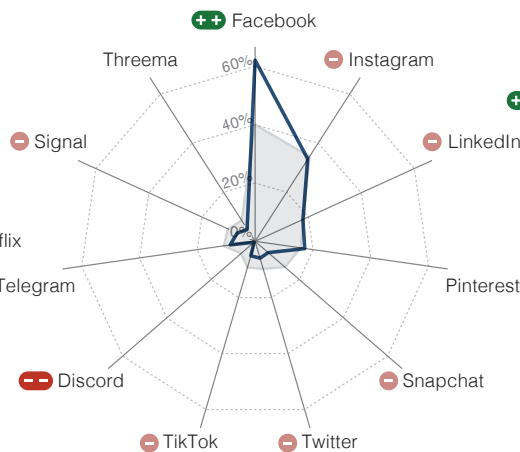
Jahre	♂	♀
15 - 34		
35 - 54		
≥ 55		

TV / Video	TV spielt grosse Rolle: Grösster Nutzerkreis TV (100%) und 79% schauen täglich. Schauen fast so viel zeitversetztes TV wie Technikaffine, nutzen fast so viel Teletext wie Analoge. Grösster Nutzerkreis Blick-TV (11%), sonst eher unterdurchschnittl. Nutzung von Video-Streaming.
Radio / Audio	Grösster Nutzerkreis Radio (96%) mit sehr hohem Anteil tägl. Hörer (72%). Unterdurchschnittl. Nutzung Musik-Streaming.
Internet	Stärkste Nutzung von Standard-Tätigkeiten wie Suche von Telefonnummern und E-Mail schreiben.
Social Media	Mit Abstand grösster Nutzerkreis Facebook (67%) und tägl. Facebook-User (43%). Aktivster Typ auf Facebook. Andere Social Media-Plattformen auf Niveau Bevölkerungsdurchschnitt oder weniger genutzt.
Geräte	Überdurchschnittlich gut ausgestattet: 75% haben stationären Computer, 79% Laptop, jeder Zweite nutzt ein Tablet.
Gaming	Nach Always-on grösster Nutzerkreis tägliches Gaming (18%)
Interessen	Leicht stärkeres Interesse für Reisen und Körperpflege/Schönheit.
Soziodemografie	Ø 49 J. (fast bei Ø der Bevölkerung 48 J.). Frauen (0.9 Mio.) / Männer (0.8 Mio.) fast ausgeglichen. Am meisten Teilzeit-Arbeitende (32%).

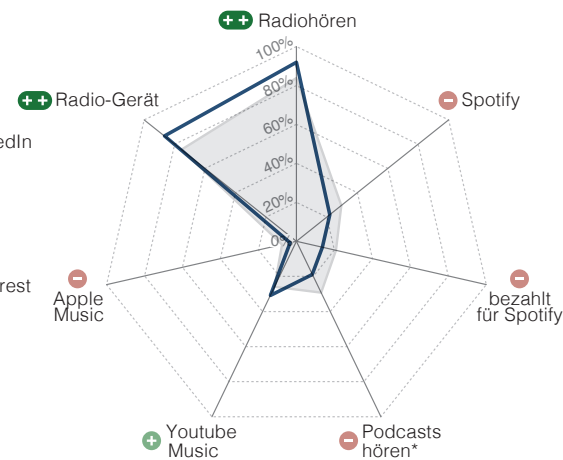
TV / Video / Bewegtbild



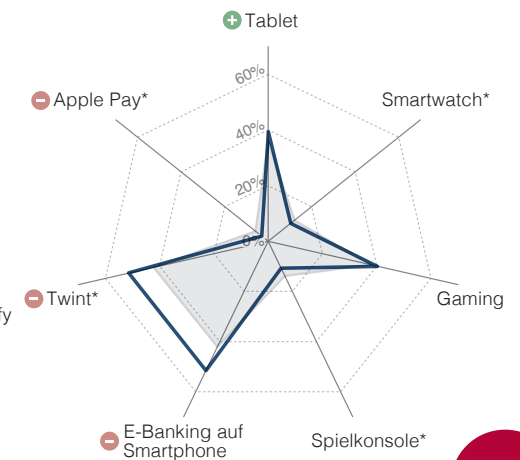
Social Media / Messenger



Radio / Podcasts / Audio



Geräte / mobiles Bezahlen / Gaming



Bevölkerung — Typ 2: Klassische —

IGEM-Digimonitor 2021: n=1'980. Schweizer Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren. Immer wöchentliche Nutzung, ausser bei * mindestens gelegentliche Nutzung. ++/+/-/- markiert, ob dieser Typ die Anwendung am meisten / am zweitmeisten / am zweitwenigsten / am wenigsten von allen Typen nutzt.

TYP 3: ALWAYS-ON

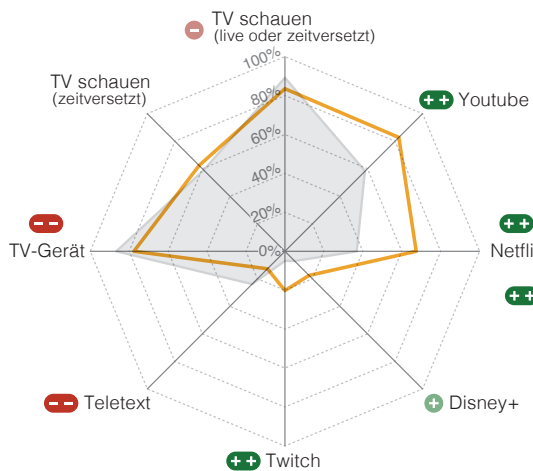


Always-on nutzen Online in allen Facetten. Sie weisen den grössten Nutzerkreis bei Gaming, diversen Social-Media-Plattformen, Video- und Musikstreaming auf und zeichnen sich durch eine eher mobile Mediennutzung aus. Radio und TV werden häufiger unterwegs genutzt, gestreamt wird am häufigsten mobil (auf Laptop oder Smartphone).

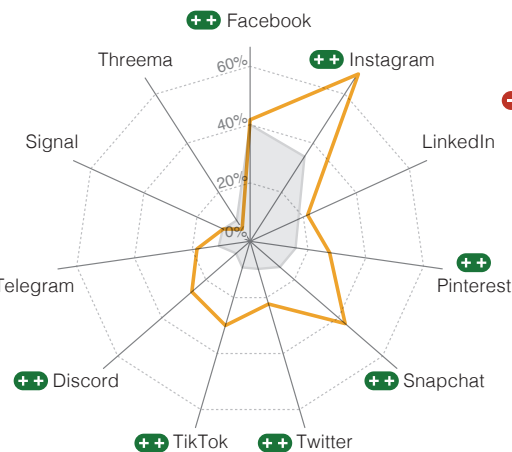
Jahre	♂	♀
15 - 34		
35 - 54		
≥ 55		

TV / Video	Unterdurchschnittl. tägl. TV-Nutzung (46%), nur Selektive nutzen noch weniger TV. Schaut TV am häufigsten mobil. Grösster Nutzerkreis Youtube (88%), Netflix (72%).
Radio / Audio	Unterdurchschnittl. Radio-Nutzung, aber überdurchschnittl. oft mobile Radionutzung. Grösster Nutzerkreis Spotify (73%), Soundcloud (17%). Ausser Apple Music bei allen Musikstreaming überdurchschnittlich. Hört fast so viel Podcasts (48%) wie Technikaffine.
Internet	Diskutieren am häufigsten (49%) auf dem Internet oder bilden sich weiter (84%). Am meisten installierte Adblocker (38%).
Social Media	Grösster Nutzerkreis Instagram (69%), Snapchat (46%), Pinterest (39%), Discord (32%) und TikTok (31%). Aktivster Typ auf Instagram. Grösster Nutzerkreis Telegram (26%).
Geräte	Smartphone ist präferiertes Endgerät. Nutzen auch sehr viel Laptop (87%), aber Tablet unterdurchschnittl. (32%). Gestreamt wird mobil auf Laptop (74%) oder Smartphone (69%).
Gaming	Grösster Nutzerkreis Gaming (73%, 30% gamen täglich) und Spielkonsolen (39%).
Interessen	Stärkeres Interesse für Handys/Unterhaltungselektronik und Kleider/Mode.
Soziodemografie	Jüngste Gruppe (ø 26 J.). Leicht mehr Männer (0.6 Mio. vs. 0.5 Mio. Frauen). Typ mit grösstem Anteil in Ausbildung (25%), 60% erwerbstätig.

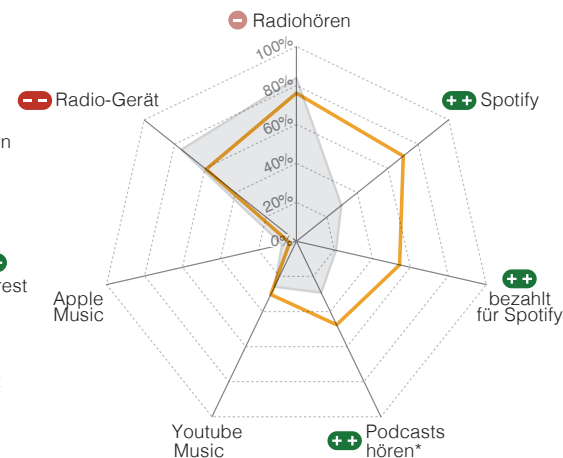
TV / Video / Bewegtbild



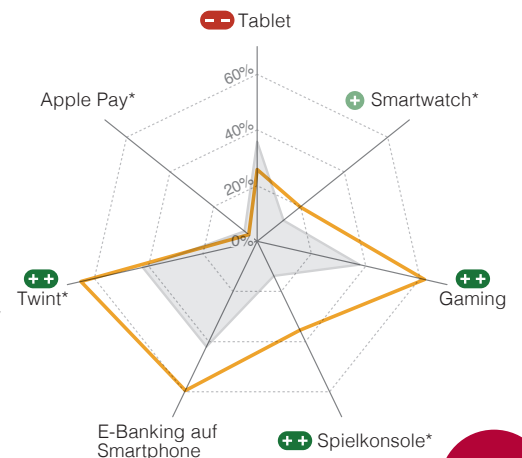
Social Media / Messenger



Radio / Podcasts / Audio



Geräte / mobiles Bezahlen / Gaming



Bevölkerung — Typ 3: Always-on —

IGEM-Digimonitor 2021: n=1'980. Schweizer Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren. Immer wöchentliche Nutzung, ausser bei * mindestens gelegentliche Nutzung. ++/+/-/- markiert, ob dieser Typ die Anwendung am meisten / am zweitmeisten / am zweitwenigsten / am wenigsten von allen Typen nutzt.

TYP 4: TECHNIKAFFINE

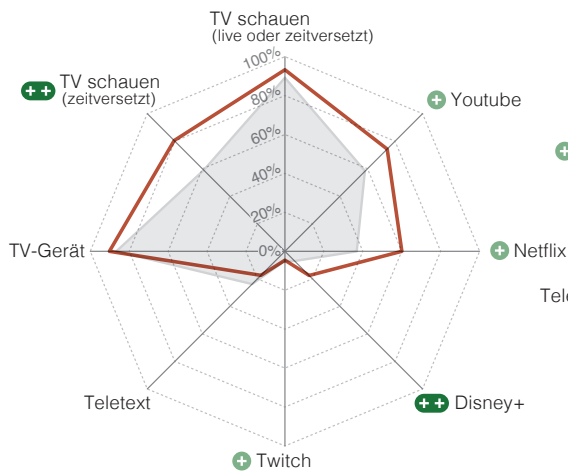
Technikaffine sind mit technischen Geräten sehr gut ausgestattet, affin für Apple-Produkte, nutzen am häufigsten Tablet und Smartwatch. Ihre TV- und Radio-Nutzung ist überdurchschnittlich, dabei TV am liebsten zeitversetzt. Sie nutzen am meisten Business-Plattformen, Videokonferenzen, E-Banking, streamen viel Musik & Videos und hören Podcasts.

Jahre	♂	♀
15 - 34		
35 - 54		
≥ 55		

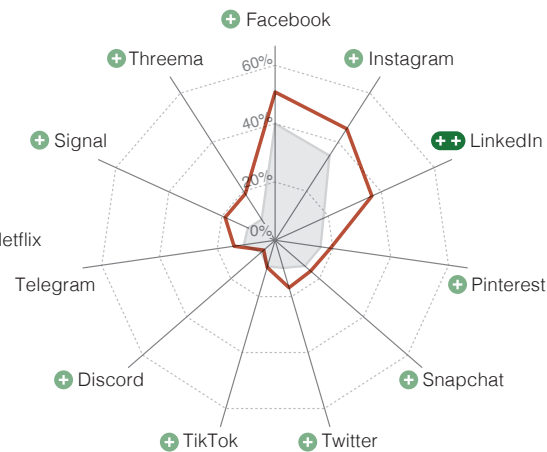


TV / Video	Grösster Nutzerkreis zeitversetztes TV (91%), 40% schauen tägl. zeitversetzt. Typ mit grösster Streamingnutzung. Grösster Nutzerkreis Disney+ (21%), AppleTV+ (24%), Play Suisse (19%).
Radio / Audio	Hören überdurchschnittl. Radio. Grösster Nutzerkreis Radio über Kopfhörer (59%). Grösster Nutzerkreis Podcasts (50%) und am meisten Musikstreaming. Grösster Nutzerkreis YouTube Music (43%), Apple Music (37%).
Internet	Grösster Nutzerkreis für News lesen (91%), Online-Shopping (86%), Sachen versteigern (82%).
Social Media	Grösste Nutzung LinkedIn (45%). Auch andere Social Media überdurchschnittl. Viel alternative Messenger. Signal (25%), Threema (22%). Grösste Nutzung Microsoft Teams (64%).
Geräte	Sehr gut ausgestattet, oft Apple-Produkte, am meisten Tablet (61%, 33% tägl.) und Smartwatch (29%). Grösster Nutzerkreis für Bezahlen mit Handy (60%), Apple Pay (26%).
Gaming	Spielen etwas verbreiteter als Bevölkerung, aber weniger oft. Bevorzugen Spielkonsolen oder Tablet.
Interessen	Stärkeres Interesse für Autos und Motorräder, Wirtschaft und Finanzen und Sport.
Soziodemografie	Leicht jünger (ø 43 J.), eher männlich (0.5 Mio. vs. 0.3 Mio. Frauen), hoch gebildet, voll erwerbstätig, oft leitende Position.

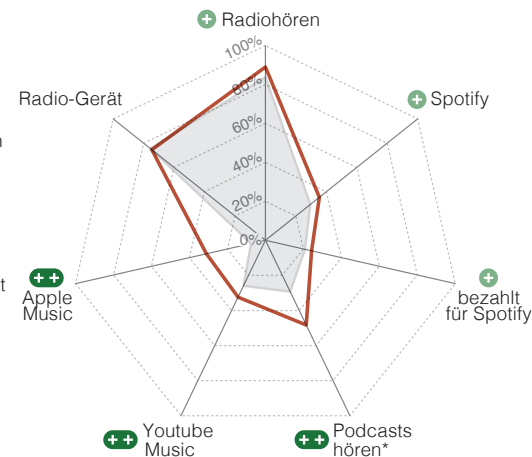
TV / Video / Bewegtbild



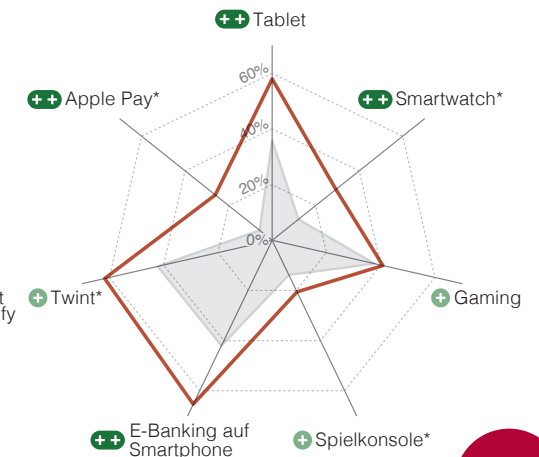
Social Media / Messenger



Radio / Podcasts / Audio



Geräte / mobiles Bezahlen / Gaming



Bevölkerung — Typ 4: Technikaffine —

IGEM-Digimonitor 2021: n=1'980. Schweizer Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren. Immer wöchentliche Nutzung, ausser bei * mindestens gelegentliche Nutzung. ++/+/-/ markiert, ob dieser Typ die Anwendung am meisten / am zweitmeisten / am zweitwenigsten / am wenigsten von allen Typen nutzt.

TYP 5: SELEKTIVE

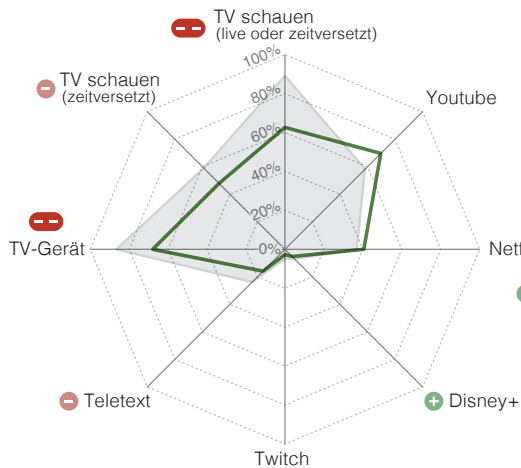


Selektive nutzen TV und Radio unterdurchschnittlich oft und nutzen Medien gezielt mit einem funktionalen Fokus. Sie kommunizieren im Vergleich am häufigsten über Threema oder alternative Messengerdienste und setzen ihr Smartphone überdurchschnittlich häufig für E-Banking und bargeldloses Bezahlen ein. Im Audibereich hören sie am liebsten Podcasts.

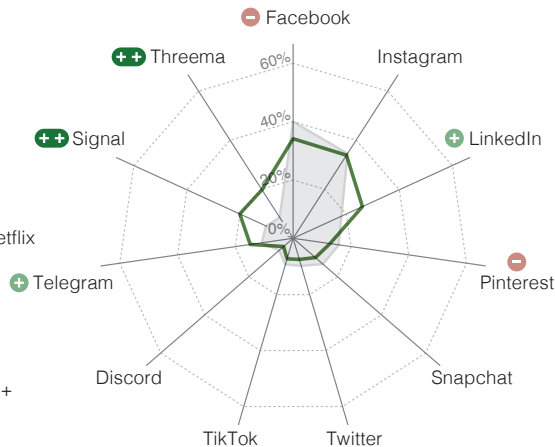
Jahre	♂	♀
15 - 34		
35 - 54		
≥ 55		

TV / Video	Tiefster Nutzerkreis TV (75%, 39% tägl.) und Teletext (24%). Nutzt wenig Streaming von TV-Inhalten. Leicht überdurchschnittl. Nutzung von Youtube, sonst Videostreaming unterdurchschnittl.
Radio / Audio	Kleinster Nutzerkreis Radio (82%, 43% tägl.). 40% hören Podcasts. Nutzt Apple Music (15%) und anderes Musikstreaming leicht überdurchschnittl.
Internet	Grösster Nutzerkreis für E-Banking (92%), Karten (91%) und Wissenswertes suchen (87%). Am meisten Adblocker (34%) nach Always-on.
Social Media	Überdurchschnittl. Nutzung LinkedIn (36%), sonst Social Media eher unterdurchschnittl. Grösster Nutzerkreis Threema (23%), häufig alternative Messenger. Grösster Nutzerkreis Zoom (62%), alle Videokonferenztools überdurchschnittl. oft.
Geräte	Grösster Nutzerkreis Laptop (90%, intensiv tägl. 60%). Laptop, Tablet und Smartphone überdurchschnittl. für Videostreaming genutzt. Nutzt Smartphone überdurchschnittl. für E-Banking (58%) und Bezahlen (51%).
Gaming	Tiefster Nutzerkreis tägl. Gamen (10%).
Interessen	Leicht stärkeres Interesse für Wohnen und Einrichten.
Soziodemografie	Leicht jünger (Ø 44 J.), leicht mehr Männer (0.6 Mio. vs. 0.5 Mio. Frauen), eher hoch gebildet.

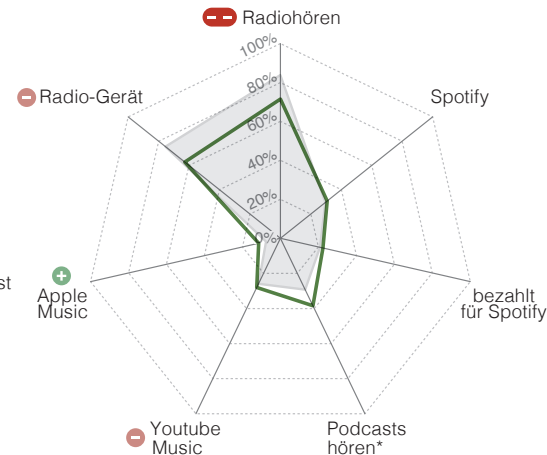
TV / Video / Bewegtbild



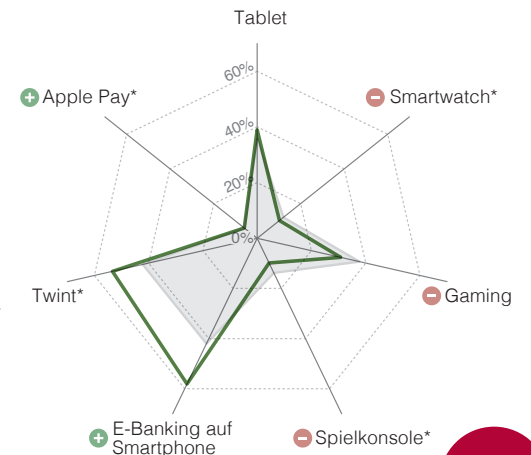
Social Media / Messenger



Radio / Podcasts / Audio



Geräte / mobiles Bezahlen / Gaming

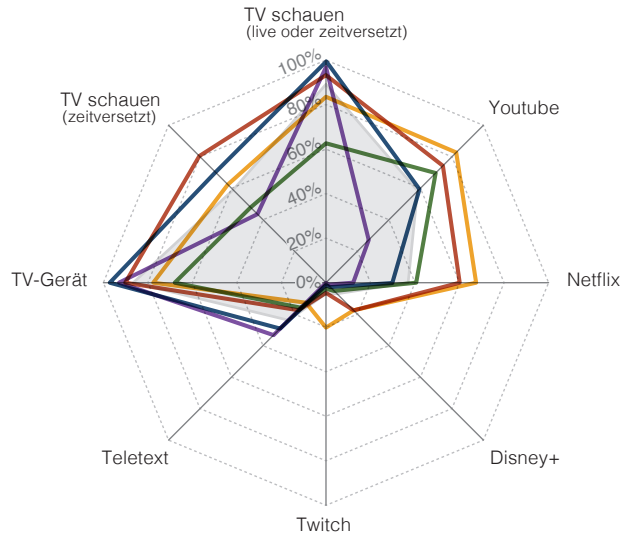


Bevölkerung — Typ 5: Selektive —

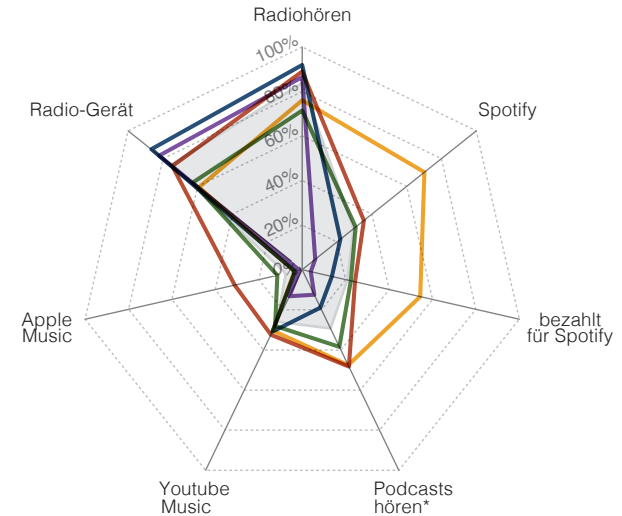
IGEM-Digimonitor 2021: n=1'980. Schweizer Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren. Immer wöchentliche Nutzung, ausser bei * mindestens gelegentliche Nutzung. ++/+/-/ markiert, ob dieser Typ die Anwendung am meisten / am zweitmeisten / am zweitwenigsten / am wenigsten von allen Typen nutzt.

MEDIENNUTZUNG ALLER TYPEN IM VERGLEICH

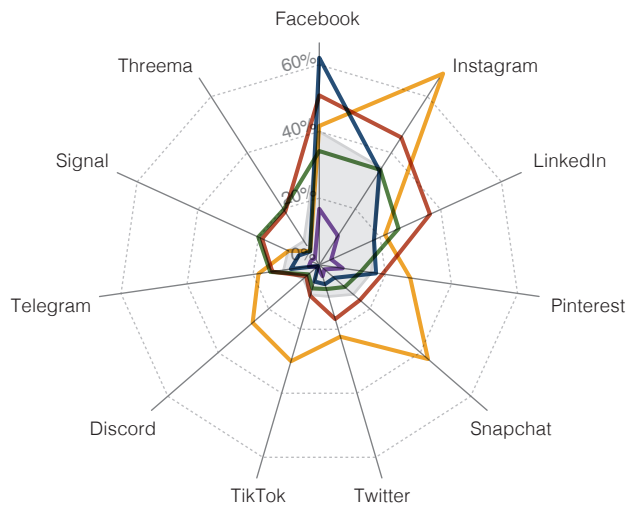
TV / Video / Bewegtbild



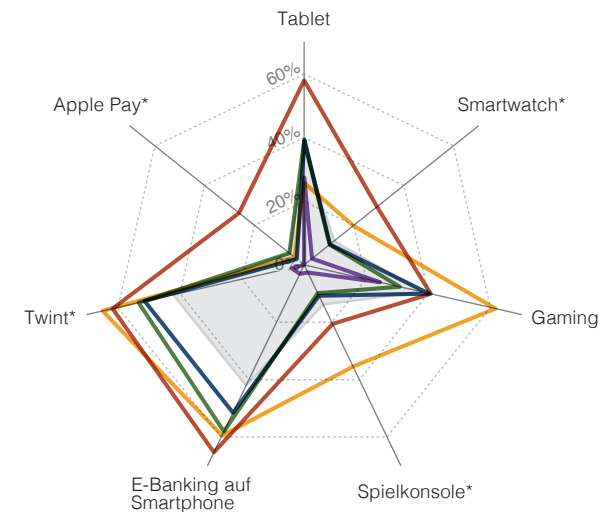
Radio / Podcasts / Audio



Social Media / Messenger



Geräte / mobiles Bezahlen / Gaming

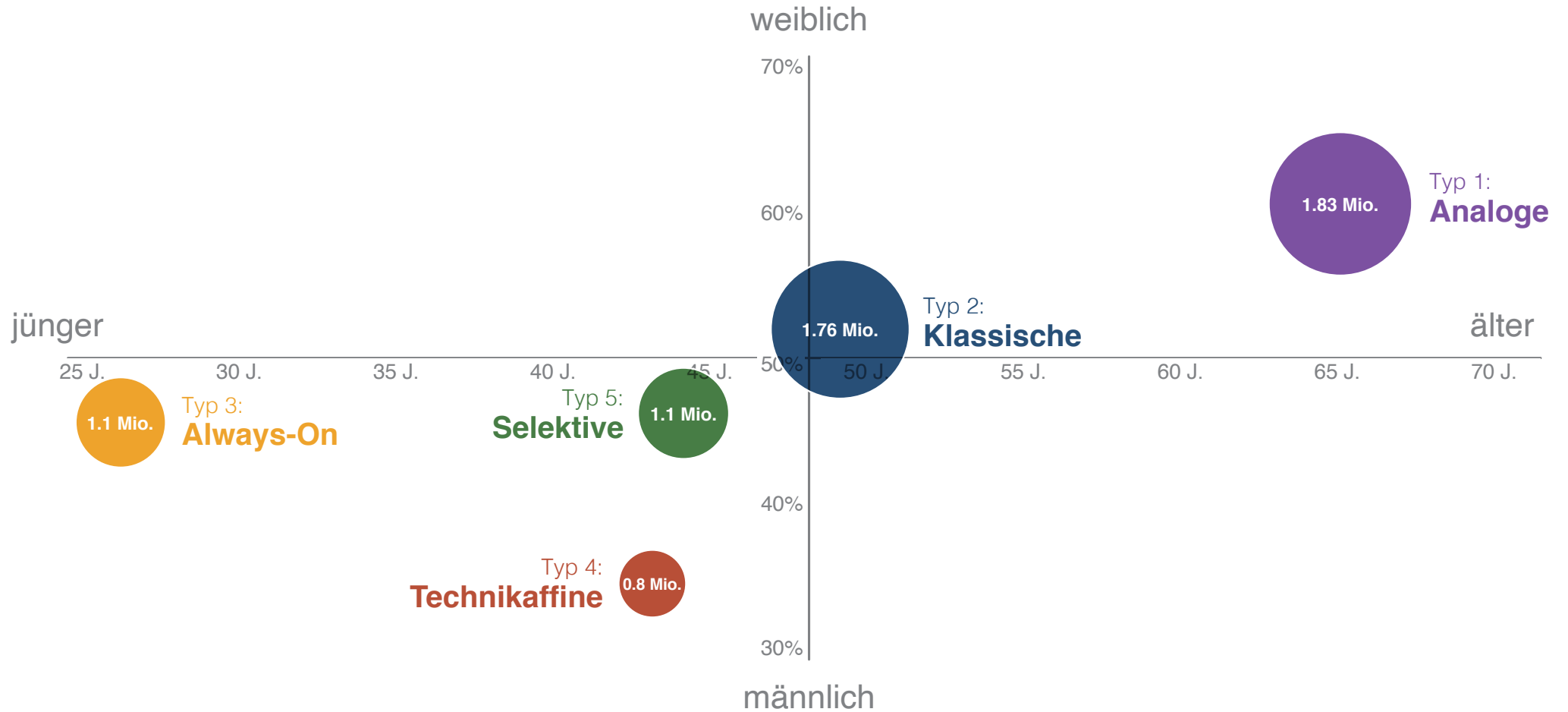


Bevölkerung — Typ 1: Analoge — Typ 2: Klassische — Typ 3: Always-on — Typ 4: Technikaffine — Typ 5: Selektive

IGEM-Digimonitor 2021: n=1'980. Schweizer Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren. Immer wöchentliche Nutzung, ausser bei * mindestens gelegentliche Nutzung.



POSITIONIERUNG DER TYPEN NACH ALTER UND GESCHLECHT



Quelle: IGEM-Digimonitor 2021, n=1'980. Grösse der Kreise entspricht dem Anteil an der Gesamtbevölkerung ab 15 J. in der Schweiz, x-Achse: Durchschnittsalter der Typen (Median), Median Alter Gesamtbevölkerung (15+) = 48 Jahre. y-Achse: Frauenanteil innerhalb des Typen.



Mediennutzungstypen 2022

- Für IGEM-Mitglieder kostenlos
 - Präsentation (Login) auf www.igem.ch/typen
 - Auswertbar in NEXT>LEVEL
- Nicht-Mitglieder: Typen inkl. Vollzugriff Digimonitor 2014-2021 CHF 5'000 exkl. MwSt.
 - Präsentationen, Tabellenband, Lizenz für NEXT>LEVEL