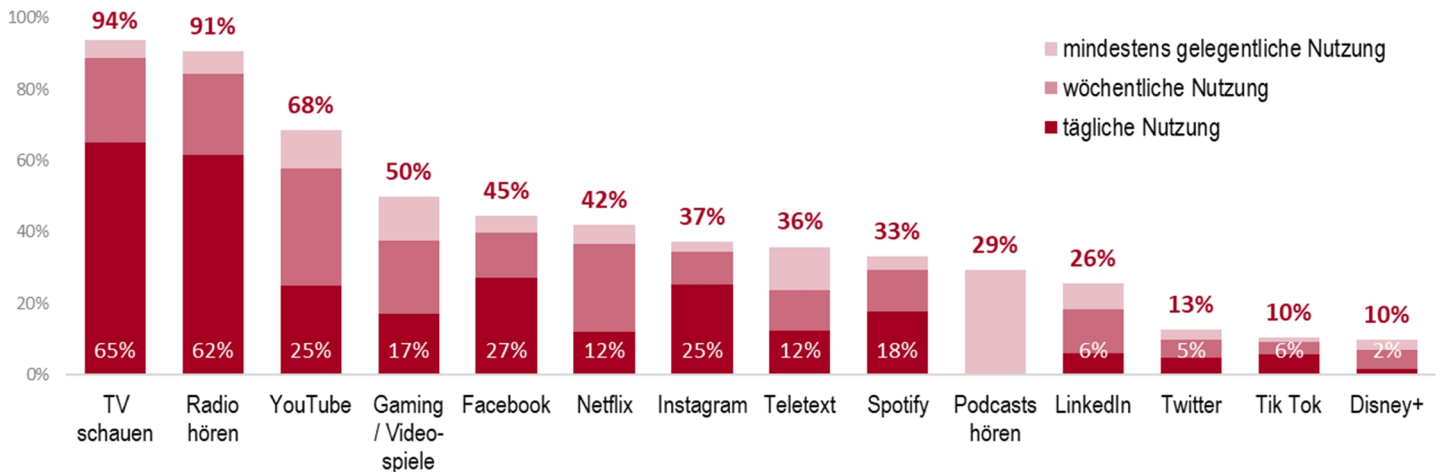


# IGEM-Digimonitor 2021

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



## Nutzung der Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren



Quelle: IGEM-Digimonitor 2021, n = 1'980. Schweizer Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren. Tägliche Nutzung umfasst die Antworten «mehrmals täglich» und «täglich oder fast täglich».

## Nutzung von elektronischen Medien und Geräten in der Schweiz

Medien: TV, Kino, Radio, Video- & Audio-Streaming-Dienste, Teletext, Adblocker, Social Media, Gaming, Videokonferenz- und Bezahl-Plattformen

Geräte: Smartphone, Tablet, PC/Laptop, Smartwatch, Smart Speaker, TV- & Radio-Gerät, Konsolen

### Repräsentativ

Repräsentativ für Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren in der Schweiz (6.7 Mio. Personen). Der Digimonitor wurde 2021 erstmals inkl. Tessin und als Mixed-Mode-Studie mit CATI-CAWI durchgeführt. 85% (n=1'658) der Stichprobe als telefonische Interviews (CATI) inkl. Offliner und Personen ohne (eingetragenen) Festnetzanschluss, 15% (n=307) als Online-Befragung (CAWI) im LINK Internet Panel.

1'980 Befragte total (Vertrauensintervall max. +/- 2.2%pkt): 1'016 Fälle Deutschschweiz, 762 Fälle französische Schweiz, 202 Fälle italienische Schweiz.

Feldzeit: CATI: 6.4.-20.5.2021, CAWI: 12.-28.4.2021

Repräsentative Quotierung & Gewichtung je Sprachregion nach Geschlecht x Alter x Erwerbstätigkeit; zusätzliche Gewichtung nach Region, Siedlungsart, Haushaltsgrösse, Bildung & Internetnutzung.

### Entwicklungen von 2014 bis 2021

Entwickelt von der IGEM Interessengemeinschaft elektronische Medien und der WEMF AG für Werbemedienforschung, jährlich erhoben durch das LINK Institut. Aufgrund der Methodenanpassung sind Ergebnisvergleiche mit den Vorjahren mit Vorsicht zu interpretieren.

## Daten für die strategische Planung 2022

- Wie viele der Jüngeren nutzen nun schon **TikTok**?
- Nutzen Frauen mehr **Facebook**, **Instagram** oder **Pinterest** und sind Männer eher auf **Twitter**, **Twitch**, **Teletext** oder **LinkedIn**?
- Wie häufig werden **Netflix** oder **Spotify** gestreamt und wie sieht es mit **Disney+**, **Discord**, **YouTube**, **Amazon Prime**, **Play Suisse**, **Zattoo** oder **Wilmaa** aus?
- Oder nutzen alle doch lieber **TV** und **Radio**?
- Kommunizieren jetzt alle auf **Signal**, **Threema** und **Telegram** oder doch auf **WhatsApp**?
- Liegt Snapchat in der Romandie erneut vor der Deutschschweiz - und was ist mit dem Tessin?
- Bleibt **Skype** die meistgenutzte Videokonferenzplattform oder holen **Microsoft Teams**, **Zoom** und **Google Meet** auf?
- Wer hört **Podcasts**? Auf welchen Plattformen erreiche ich **Mode-**, **Finanz-** oder **Auto-Interessierte**?
- Wer redet mit einem sprachgesteuerten **Smart Speaker** oder trägt eine **Smartwatch** am Arm?
- Und wer zahlt mittels **Twint**, **Apple Pay** oder **Google Pay**?

## Zugang zu den Ergebnissen

**Gratis** für **IGEM-Mitglieder** (Tabellenband, Präsentation), eigene Auswertungen in NEXT>LEVEL für CHF 800.- jährlich.

**Nicht-Mitglieder** der IGEM können die volle Studie inkl. Lizenz für das Auswertungstool NEXT>LEVEL zum Preis von CHF 5'000.- erwerben (exkl. MWST).

# IGEM-Digimonitor 2021

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



## Umfang des IGEM-Digimonitor 2021

	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
<b>Allgemeine Medien- und Internetnutzung</b>		
Fernsehen (generelle, geräteunabhängige Nutzung)	X	X
Radio hören (generelle, geräteunabhängige Nutzung)	X	X
Internet (generelle, geräteunabhängige Nutzung)	X	X
13 allgemeine Internetaktivitäten (z.B. E-Banking, Online-Shopping, Navigation, E-Learning, etc.)	X	
<b>Social Media, Videokonferenzen, Musikstreaming-Dienste, Video-Streaming- TV-Streaming-Angebote, Gaming, Konsolen</b>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
10 Social Media Plattformen (Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, Twitter, Xing, Tik Tok, Clubhouse, Discord, andere)	X	X
4 Messenger Dienste (WhatsApp, Threema, Telegram, Signal)	X	X
4 Plattformen für Videokonferenzen (Skype, Microsoft Teams, Zoom, Google Meet)	X	X
Selber aktiv Posten oder Kommentieren auf Facebook, Instagram (Selbsteinschätzung von «sehr aktiv» bis «gar nicht aktiv»)	X	X
5 Musikstreaming-Dienste (Spotify, Apple Music, Soundcloud, YouTube Music, Streaming auf Radiosender-Websites & -Apps, andere) Zusätzlich bei Spotify: Nutzung von Gratis- oder Bezahl-Version	X	X
11 Video-Streaming (YouTube, YouTube Premium, Netflix, Twitch, Sky (Sky Show oder Sky Sport), Dailymotion, Amazon Prime, Apple TV Plus, Disney+, Play Suisse, Blue+, andere)	X	X
10 TV-Streaming-Angebote (Zattoo, Swisscom blue TV, Teleboy, Wilmaa, UPC TV App & Web, Sunrise TV Neo, Quickline TV, Salt TV, Blick TV, Streaming-Angebote auf TV-Sender-Websites, andere)	X	X
Gaming	X	X
Für Gaming genutzte Geräte (Smartphone, PC, Laptop, Tablet, Konsolen, TV-Gerät)	X	
<b>Technologien</b>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Adblocker Installation (auf einem Teil der Geräte, auf allen Geräten)	X	(X)
Smartwatch	X	
Smart Speaker (z.B. Amazon Echo, Google Home, Apple HomePod)	X	
<b>Radio hören und Radio-Gerät</b>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Ort Radio hören (zu Hause, bei Freunden, an öffentlichen Orten, im ÖV, am Arbeitsplatz, unterwegs im Auto)	X	
Zeitversetztes Radio hören (Podcasts)	X	X
Radio hören mit Kopfhörer	X	X
Radio-Gerät (nicht über Computer oder mobile Geräte)	X	X
<b>Teletext/HbbTV</b>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Teletext	X	X
HbbTV (neu Nutzung, nicht Kenntnis)	X	X

\* mindestens gelegentliche Nutzung = weitester Nutzerkreis

# IGEM-Digimonitor 2021

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



## Fortsetzung Umfang des IGEM-Digimonitor 2021

	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
<b>Fernsehen und TV-Gerät</b>		
Orte Fernsehnutzung (zu Hause, bei Freunden, an öffentlichen Orten, im ÖV, am Arbeitsplatz, unterwegs im Auto)	X	
Zeitversetzte Fernsehnutzung (unabhängig vom Gerät)	X	X
Aufnahme von TV-Sendungen	X	
Second Screen Nutzung (ohne Programmbezug, mit Programmbezug)	X	X
TV-Gerät (egal für was z.B. DVD, gamen, Radio hören oder um fernzusehen)	X	X
Fernsehen am TV-Gerät (egal ob live oder zeitversetzt)	X	X
Zeitversetzte Fernsehnutzung am TV-Gerät	X	X
Connected Smart TV (Nutzung von Internetinhalten auf TV-Gerät)	X	
Videos oder Filme abrufen (z.B. YouTube, Netflix) über TV-Gerät	X	X
Radio hören über TV-Gerät	X	X
Bevorzugtes Gerät, um fernzusehen (Personen, die auch auf Handy, Tablet oder Computer fernsehen)	X	
11 Anbieter auf Haupt-TV-Gerät (Swisscom, UPC, Quickline, Sunrise, Salt, regionales Kabelnetz, Satellit, Zattoo, Teleboy, Wilmaa, andere)	X	
<b>Computer (PC / Laptop)</b>		
Stationärer Computer / PC	X	X
Tragbarer Computer / Laptop	X	X
live Fernsehen mit PC oder Laptop	X	X
zeitversetzt Fernsehen mit PC oder Laptop	X	X
Videos oder Filme abrufen (z.B. YouTube, Netflix) über PC oder Laptop	X	X
Radio hören über PC oder Laptop	X	X
<b>Tablet</b>		
Tablet	X	X
live Fernsehen mit Tablet	X	X
zeitversetzt Fernsehen mit Tablet	X	X
Videos oder Filme abrufen (z.B. YouTube, Netflix) mit Tablet	X	X
Radio hören mit Tablet	X	X
<b>Smartphone</b>		
Mobil-Telefon (keines, ohne Internet, mit Internet / Häufigkeit nur bei Smartphone)	X	X
live Fernsehen mit Smartphone	X	X
zeitversetzt Fernsehen mit Smartphone	X	X
Videos oder Filme abrufen (z.B. YouTube, Netflix) mit Smartphone	X	X
Radio hören mit Smartphone	X	X
4 Aktivitäten auf Smartphone (E-Banking, QR-Codes scannen, bargeldlos bezahlen, in Geschäften Preise vergleichen)	X	
4 Zahlungsdienste auf Smartphone (Twint, Google Pay, Apple Pay, Samsung Pay, andere)	X	
<b>Interessen und Sozio-Demografie</b>		
<b>12 Interessen:</b> Reisen / Gesundheit / Ernährung / Sport / Familie und Partnerschaft / Kunst und Kultur / Wohnen und Einrichten / Kleider und Mode / Wirtschaft und Finanzen / Körperpflege und Schönheit / Handys und Unterhaltungselektronik / Autos und Motorräder		<b>Interesse ja / nein</b>
<b>Sozio-Demografie:</b> Alter, Geschlecht, Bildung, Erwerbstätigkeit, Landesteil, Wemf-Regionen, Siedlungsart, Haushalts-Grösse, Anzahl Kinder im Haushalt, Haushaltsführung, Einkommen		<b>X</b>

\* mindestens gelegentliche Nutzung = weitester Nutzerkreis