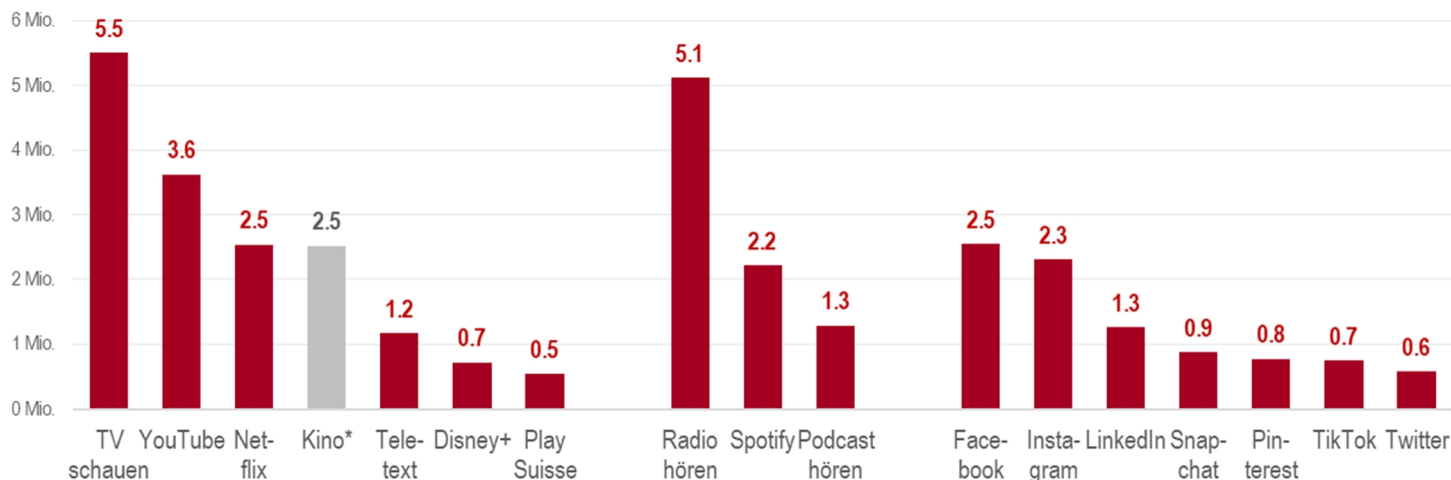




Wöchentliche Nutzung der Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren



Quelle: IGEM-Digimonitor 2022, n = 1'842. Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren in der Deutsch- & Westschweiz (6.5 Mio. Personen). Mindestens wöchentliche Nutzung in Mio. Personen.
* Kino = mindestens ein Kinobesuch in den letzten 6 Monaten.

Nutzung von elektronischen Medien und Geräten in der Schweiz

Medien: TV, Kino, Radio, Social Media, Video- & Audio-Streaming-Dienste, Teletext, Podcast, Adblocker, Gaming, Videokonferenz- & Mobile Payment-Tools

Geräte: Smartphone, Tablet, PC/Laptop, Smartwatch, Smart Speaker, TV-Gerät, Radio über Kopfhörer, Spielkonsolen

Neu 2022: Social Commerce, Influencer, Krypto-Währung, Adblocker, Podcast-Kanäle, Kino, News-Nutzung mit/ ohne Login, Nutzungstypologie, Augmented Reality, Chatbots.

Repräsentativ

Repräsentativ für Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren in der Deutsch- & Westschweiz (6.5 Mio. Personen). Die Studie wird als Mixed-Mode mit CATI-CAWI durchgeführt. 72% (n=1'319) der Stichprobe als telefonische Interviews (CATI) inkl. Offliner und Personen ohne (eingetragenen) Festnetzanschluss, 28% (n=523) als Online-Befragung (CAWI) im LINK Internet Panel.

1'842 Befragte total (Vertrauensintervall max. +/- 2.3%pkt): 1'058 Fälle Deutschschweiz, 784 Fälle französische Schweiz.

Feldzeit: CATI: 5.4.-18.5.2022, CAWI: 13.4.-14.6.2022

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

Entwicklungen von 2014 bis 2022

Entwickelt von IGEM Interessengemeinschaft elektronische Medien und WEMF AG für Werbemedienforschung, jährlich seit 2014 erhoben durch LINK.

Daten für die strategische Planung

- Sind alle Jüngeren nur noch auf **TikTok** und **Snapchat**?
- Nutzen Frauen noch **Facebook**, **Instagram** oder **Pinterest** und sind Männer eher auf **Twitter**, **Twitch** oder **Teletext**?
- Wie häufig werden **Netflix** oder **Spotify** gestreamt und wie sieht es mit **Play Suisse**, **Disney+**, **Apple TV Plus**, **OnePlus**, **RTL+**, **YouTube**, **Amazon Prime**, **Discord** oder **Twitch** aus?
- Wer folgt einem **Influencer** und macht **Social Commerce**?
- Oder nutzen alle doch lieber **TV**, **Radio** und **Kino**?
- Sind jetzt alle auf **Signal**, **Threema** und **Telegram** oder doch auf **WhatsApp**?
- Bleibt **Zoom** das meistgenutzte Videokonferenztool oder holen **Microsoft Teams**, **Skype** und **Google Meet** auf?
- Wer hört **Podcasts** und auf welchen **Kanälen**? Wo erreiche ich **Mode-**, **Finanz-** oder **Auto-**Interessierte?
- Wer nutzt **Spielkonsolen**, **Smartwatch**, **Smartspeaker**, **Chatbots** oder **Augmented-Reality**?
- Und wer zahlt mittels **Twint**, **Apple Pay** oder **Google Pay** und hat eine **Kryptowährung**?

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 2022

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



Umfang des IGEN-Digimonitor 2022

Allgemeine Medien- und Internetnutzung	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Kino (Anzahl Besuche in den letzten 6 Monaten)	X	X
Fernsehen (generelle, geräteunabhängige Nutzung)	X	X
Radio hören (generelle, geräteunabhängige Nutzung)	X	X
Internet (generelle, geräteunabhängige Nutzung)	X	X
13 allgemeine Internetaktivitäten (z.B. News-Lesen, News Abo oder Login, Influencer folgen, E-Banking, Online-Shopping, Navigation, E-Learning, etc.)	X	X für Online News lesen
5 elektronische Mediennutzungstypen (Analoge, Klassische, Always-on, Technikaffine, Selektive)	Ja/Nein	
Social Media, Videokonferenzen, Musikstreaming-Dienste, Video-Streaming- TV-Streaming-Angebote, Gaming, Konsolen	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
9 Social Media Plattformen (Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, Twitter, Xing, Tik Tok, Discord, andere)	X	X
Social Commerce: aus einem Post heraus etwas kaufen	X	
4 Messenger Dienste (WhatsApp, Threema, Telegram, Signal)	X	X
4 Plattformen für Videokonferenzen (Skype, Microsoft Teams, Zoom, Google Meet)	X	X
5 Musik-Streaming-Dienste (Spotify, Apple Music, Soundcloud, YouTube Music, Streaming auf Radiosender-Websites & -Apps, andere) Zusätzlich bei Spotify: Nutzung von Gratis- oder Bezahl-Version	X X	X
14 Video-Streaming-Plattformen (YouTube, YouTube Premium, Netflix, Twitch, Sky (Sky Show oder Sky Sport), Dailymotion, Amazon Prime, Apple TV Plus, Disney+, Play Suisse, Blue+, RTL+, Zappn, OnePlus)	X	X
9 TV-Streaming-Angebote (Zattoo, Swisscom blue TV, Teleboy, Wilmaa, UPC TV App & Web, Quickline TV, Salt TV, Blick TV, Streaming-Angebote auf TV-Sender-Websites)	X	X
Gaming	X	X
Für Gaming genutzte Geräte (Smartphone, PC, Laptop, Tablet, Konsolen, TV-Gerät)	X	
Technologien & Trends	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Adblocker Installation (auf einem Teil der Geräte, auf allen Geräten)	X	(X)
3 Adblocker (gegen Pop-ups, Banner oder YouTube-Werbespots)	X	
Smartwatch	X	
Smart Speaker (z.B. Amazon Echo, Google Home, Apple HomePod)	X	
Augmented Reality	X	
Chatbots	X	
Kryptowährungen	X	
Radio und Podcasts hören	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Radio hören mit Kopfhörer	X	X
Podcast Nutzung	X	X
10 Plattformen für Podcast Nutzung (Spotify, Google Podcasts, iTunes / Apple Podcasts, Deezer, Amazon Music, YouTube / YouTube Premium / YouTube Music, Audible, Stitcher, Webseiten & Apps von SRF/RTS, Webseiten & Apps von privaten Radiosendern, andere Webseiten & Apps)	X	

* mindestens gelegentliche Nutzung = weitester Nutzerkreis

IGEM-Digimonitor 2022

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



Fortsetzung Umfang des IGEN-Digimonitor 2022

	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Fernsehen und TV-Gerät		
Orte Fernsehnutzung (zu Hause, bei Freunden, an öffentlichen Orten, im ÖV, am Arbeitsplatz, unterwegs im Auto)	X	
Zeitversetzte Fernsehnutzung (unabhängig vom Gerät)	X	X
Second Screen Nutzung	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
Bevorzugtes Gerät, um fernzusehen (Personen, die auch auf Handy, Tablet oder Computer fernsehen)	X	
14 Anbieter auf Haupt-TV-Gerät (Swisscom, UPC, Quickline, Sunrise, Salt, regionales Kabelnetz, Satellit, Zattoo, Teleboy, Wilmaa, Yallo, net+, Naxoo, M-Budget, andere)	X	
Teletext/HbbTV		
Teletext	X	X
HbbTV	X	X
Computer (PC / Laptop)		
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
Tablet		
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
Smartphone		
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
3 Aktivitäten auf Smartphone (E-Banking, QR-Codes scannen, bargeldlos bezahlen)	X	
4 Zahlungsdienste auf Smartphone (Twint, Google Pay, Apple Pay, Samsung Pay, andere)	X	
Interessen und Sozio-Demografie		
12 Interessen: Reisen, Gesundheit, Ernährung, Sport, Familie & Partnerschaft, Kunst & Kultur, Kleider & Mode, Wohnen & Einrichten, Wirtschaft & Finanzen, Körperpflege & Schönheit, Unterhaltungselektronik & Handys, Auto & Motorräder		Interesse ja / nein
Sozio-Demografie: Alter, Geschlecht, Bildung, Erwerbstätigkeit, Landesteil, Wemf-Regionen, Siedlungsart, Haushalts-Grösse, Anzahl Kinder im Haushalt, Haushaltsführung, Einkommen		X

* mindestens gelegentliche Nutzung = weitester Nutzerkreis