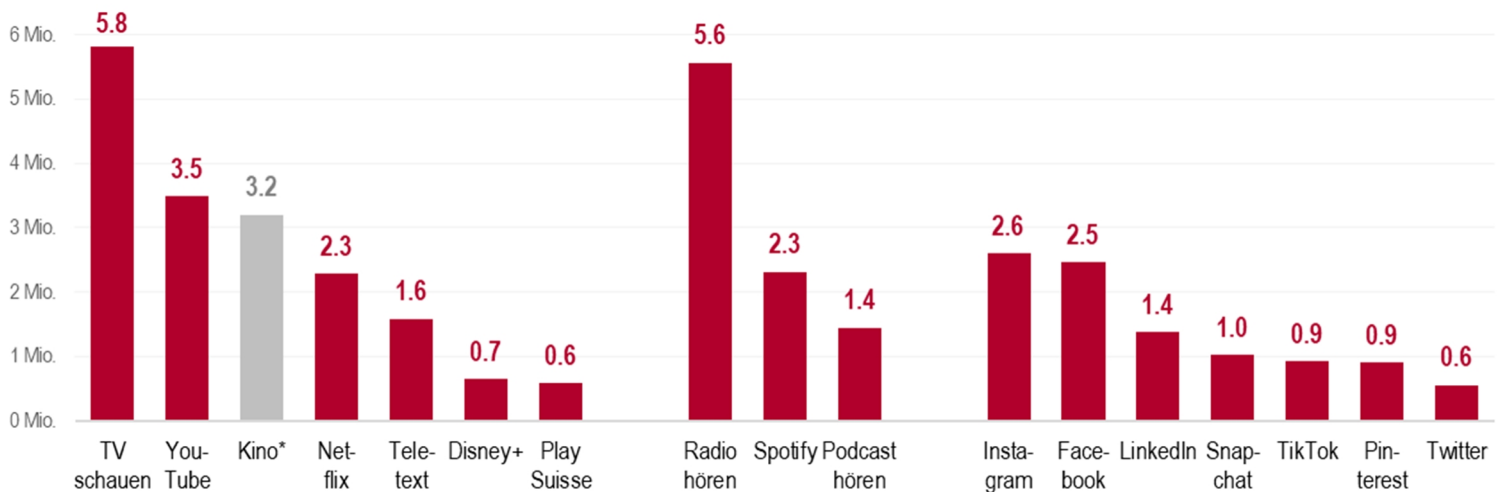


# IGEM-Digimonitor 2023

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



## Wöchentliche Nutzung der Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren in Mio. Personen



Quelle: IGEM-Digimonitor 2023, n = 2'087. Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren Schweiz (6.8 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, Krypto-Währung, Videocalls, Chatbots, Augmented Reality.

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

**Neu 2023:** Metaverse, Chat GPT, Replay TV, BeReal, Pay-TV, Set-Top-Box, DAZN, Paramount+, Yallo, Wingo sowie Tessin.

## Repräsentativ

Repräsentativ für Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren in der Schweiz (6.8 Mio. Personen). Die Studie wird als Mixed-Mode mit CATI-CAWI durchgeführt. 60% (n=1'257) der Stichprobe als telefonische Interviews (CATI) inkl. Offliner und Personen ohne (eingetragenen) Festnetzanschluss, 40% (n=830) als Online-Befragung (CAWI) im LINK Internet Panel.

2'087 Befragte total (Vertrauensintervall max. +/- 2.2%pkt): 1'052 Fälle Deutschschweiz, 797 Fälle französische Schweiz, 238 Fälle italienische Schweiz.

Feldzeit: CATI: 11.4.-25.5.2023, CAWI: 13.4.-23.5.2023

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

## Entwicklungen von 2014 bis 2023

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

## Daten für die strategische Planung

- Stehen **Chat GPT** und **Metaverse** vor dem Durchbruch?
- Sind alle Jüngeren nur noch auf **TikTok**, **BeReal** & **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 **Disney+**, **Apple TV Plus**, **YouTube**, **Amazon Prime Video** oder **Discord** aus?
- Wer zahlt für Streaming von **Sport**, **Serien/Unterhaltung** oder **Dokus**? Welche **Set-Top-Boxen** sind im Einsatz?
- Wen erreicht man über **TV**, **Radio** und **Kino**?
- Wer folgt einem **Influencer** und macht **Social Commerce**?
- Wer hört **Podcasts** und auf welchen **Kanälen**? Wo erreiche ich **Mode-**, **Finanz-**, **Politik-** oder **Auto-Interessierte**?
- Wer nutzt **Spielkonsolen**, **Smartwatch**, **Smart Speaker**, **Adblocker**, **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 2023

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



## Umfang des IGEM-Digimonitor 2023

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
10 allgemeine Internetaktivitäten (z.B. Influencer folgen, E-Banking, Online-Shopping, Navigation, E-Learning, etc.)	X	X
Digitale News lesen (generell und Schweizer Nachrichtenportale, Abo oder Login, etc.)	X	X
5 Mediennutzungstypen (Analoge, Klassische, Always-on, Technikaffine, Selektive)	<b>Ja/Nein</b>	
Social Media, Videokonferenzen, Musikstreaming-Dienste, Video- & TV-Streaming-Angebote, Gaming, Konsolen	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
11 Social Media Plattformen (Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, Twitter, Xing, Tik Tok, Discord, BeReal, 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
7 Musik-Streaming-Dienste (Spotify, Apple Music, Soundcloud, YouTube Music, SRF, private Schweizer Radiosender) Zusätzlich bei Spotify: Nutzung von Gratis- oder Bezahl-Version	X X	X
16 Video-Streaming-Plattformen (YouTube, YouTube Premium, Netflix, Twitch, Sky (Show/Sport), RTL+, Apple TV Plus, Play Suisse, Disney+, Paramount+, Dailymotion, Amazon Prime Video, Blue+, OnePlus, my Sports, Dazn)	X	X
10 TV-Streaming-Angebote (Zattoo, Swisscom blue TV, Teleboy, Sunrise TV App, Quickline TV, Salt TV, Yallo TV, Blick TV, SRF, private Schweizer Fernsehsender)	X	X
3 Arten von Pay-TV (Sport, Filme/Serien/Unterhaltung, Dokumentationen)	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 / Chatbots / ChatGPT / ein Metaverse / Kryptowährungen	X	
Radio und Podcasts hören	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Radio hören mit Kopfhörer	X	X
Podcast Nutzung	X	X
7 Plattformen für Podcast Nutzung (Spotify, Google Podcasts, iTunes/Apple Podcasts, YouTube/YouTube Premium/YouTube Music, Webseiten & Apps von SRF/RTS, von privaten Radiosendern, andere)	X	

\* mindestens gelegentliche Nutzung = weitester Nutzerkreis

# IGEM-Digimonitor 2023

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



## Fortsetzung Umfang des IGEM-Digimonitor 2023

	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
<b>Fernsehen und TV-Gerät, Teletext</b>		
6 Orte Fernsehnutzung (zu Hause, bei Freunden, an öffentlichen Orten, im ÖV, am Arbeitsplatz, unterwegs im Auto)	X	
Zeitversetzte Fernsehnutzung (unabhängig vom Gerät)	X	X
Spulfunktion bei Replay TV	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	
9 Anbieter auf Haupt-TV-Gerät (Swisscom, Quickline, Sunrise, Salt, regionales Kabelnetz, Satellit, Yallo, Wingo, andere)	X	
8 Arten von Set-Top-Boxen (Blue, Sunrise, Apple, anderer Anbieter, Google Chromecast, Amazon Fire TV, Spielkonsole, anderes Gerät)	X	
Teletext	X	X
<b>Computer (PC / Laptop)</b>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
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>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
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>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
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	
<b>Interessen und Sozio-Demografie</b>		
<b>13 Interessen:</b> Reisen, Gesundheit, Ernährung, Sport, Familie/Partnerschaft, Kunst/Kultur, Kleider/Mode, Auto/Motorräder, Politik, Wohnen/Einrichten, Wirtschaft/Finanzen, Körperpflege/Schönheit, U-Elektronik/Handys		<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		X

\* mindestens gelegentliche Nutzung = weitester Nutzerkreis