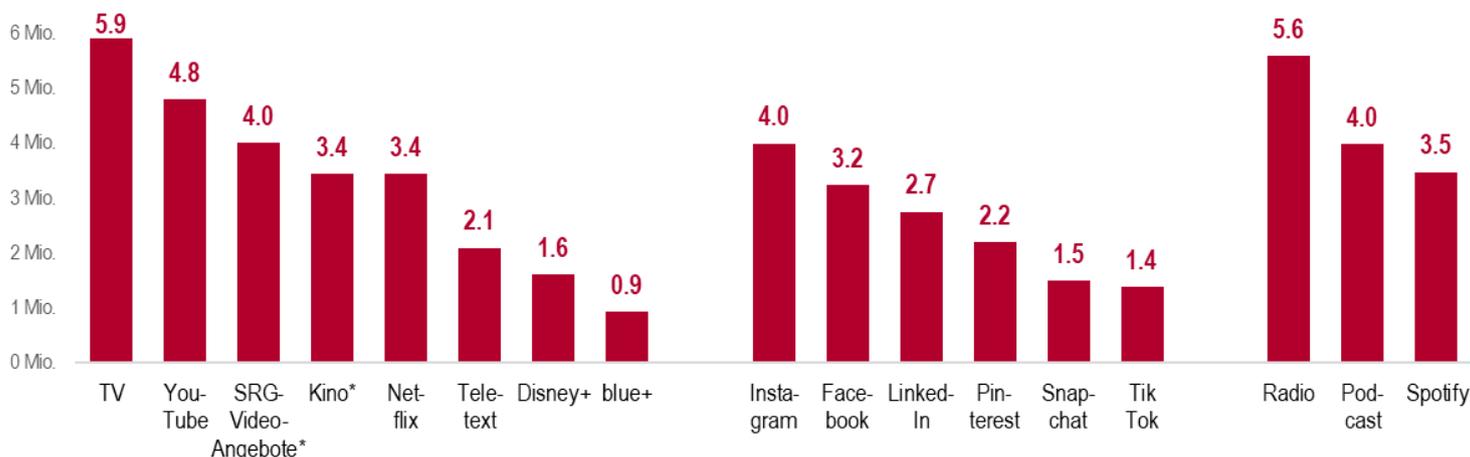


# IGEM Digimonitor 2025

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



## Mindestens gelegentliche Nutzung der Schweizer Bevölkerung von 15-75 Jahren in Mio. Personen



Quelle: IGEM-Digimonitor 2025, n = 1'959. Bevölkerung 15-75 Jahre in der Schweiz, die mindestens gelegentlich das Internet nutzt (6.3 Mio. Personen). Mindestens gelegentliche Nutzung in Mio. Personen. \* SRG-Video-Angebote = PlaySRF/RTS/RSI oder Play Suisse. Kino = mindestens ein Kinobesuch in den letzten 6 Monaten.

## Nutzung von elektronischen Medien und Geräten in der Schweiz

**Medien:** TV, Radio, Kino, Social Media, AI/KI, Video-/Audio-Streaming, Podcast, digitale News, Adblocker, Teletext, Gaming, Krypto-Währung, Bezahldienste, Influencer, AR, Videokonferenzen, Social Commerce, Messenger, Chatbots, Mediennutzungstypen, Online-Shopping, Einkaufslisten

**Geräte:** Smartphone, Tablet, PC/Laptop, Smartwatch, Smart Speaker, TV-Gerät, Radio-Gerät, Kopfhörer, VR-Brille, Spielkonsole, Smart Home/Internet-of-Things

**Neu 2025:** Connected TV, Replay Ads, Video-Streaming TV-Gerät, VPN, Klarna, Snapchat Stories/Spotlight, Temu & Co., Search auf: Suchmaschinen, Social Media, YouTube, KI, Shops

## Repräsentativ für Bevölkerung 15-75 Jahre

Repräsentativ für die Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren in der Schweiz, die mindestens gelegentlich das Internet nutzt (6.3 Mio. Personen).

Total Bevölkerung ab 15 Jahren	7.273 Mio.	(100.00 %)
minus Personen ab 76 Jahren	- 0.737 Mio.	(-10.13 %)
minus Offliner (im Alter 15-75)	- 0.191 Mio.	(-2.63 %)

**Universum Digimonitor 2025** 6.345 Mio. (87.24 %)

Die Studie wird als Online-Befragung (CAWI) im Online-Panel von Intervista durchgeführt. Feldzeit: 24.3.-17.4.2025

1'959 Befragte total (Vertrauensintervall max. +/- 2.2%pkt):  
1'004 Fälle Deutschschweiz, 756 Fälle französische Schweiz,  
199 Fälle italienische Schweiz.

Repräsentative Quotierung & Gewichtung (30 Zellen): Sprachregion x Geschlecht x Alter x Erwerb / zusätzlich gewichtet: Region, Siedlungsart, Bildung, Haushaltsgrösse, Onlinenutzung.

## Zeitreihe 2024-2025 / Vergleiche 2014 - 2023

Herausgegeben von IGEM Interessengemeinschaft elektronische Medien und WEMF AG für Werbemedienforschung jährlich seit 2014. Entwicklungen sind von 2024-2025 und von 2014-2023 mit einem Klick auswertbar.

## Daten für die strategische Planung

- Wie stark unterscheiden sich die **Social Media**-Nutzerprofile nach Alter und Geschlecht?
- Wie viele haben einen **Adblocker** installiert oder nutzen **VPN**? Wer lebt in einem **Smart Home**?
- Wie häufig werden **YouTube**, **Netflix** oder **Disney+** insgesamt und auf dem **TV Big Screen** gestreamt?
- Wer nutzt **Connected TV**: Welche Marke hat das **TV-Gerät** und welche Boxen sind angeschlossen?
- Wer hört **Podcasts** und auf welchen **Kanälen**? Wo erreicht man **Finanz-**, **Mode-**, **Politik-** oder **Auto-Interessierte**?
- Wer geht wie oft ins **Kino**, hört **Spotify** oder liest **digitale News**?
- Wer zockt welche **Games** auf welchen **Gaming-Geräten**?
- Wer nutzt **KI** oder **Chat GPT** und **wozu**? Wie viele shoppen auf **Temu & Co.** und nutzen **Krypto-Währungen**?

## 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 2025

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



## Umfang des IGEM-Digimonitor 2025

<b>Digitale News, Internet, elektronische Mediennutzungstypen</b>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Internet (generelle, geräteunabhängige Nutzung)	X	X
13 Internet-Aktivitäten: Influencer folgen, E-Banking, E-Learning, Online-Shopping: Lebensmittel/ Waren & Dienstleistungen, Video-Konferenzen, Suche in: klassische Suchmaschinen/YouTube/ Social Media/Onlineshops (Retail Media), Einkaufslisten, Sachen verkaufen, E-Mail, Bloggen	X	
Digitale News lesen	X	X
4 News-Plattformen: SRF, private CH, Ausland, Social Media/YouTube	X	X
3 News-Bezahlvarianten: Abo, Login, kein Login	X	
4 News-Arten: Bilder, Video, Texte, Audio	X	X
5 elektronische Mediennutzungstypen: Lineare, Klassische, Always-on, Technikaffine, Selektive	<b>Ja/Nein</b>	
<b>Social Media, Messenger, Videokonferenzen</b>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
13 Social Media Plattformen: Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, X/Twitter, Xing, Discord, TikTok, Reddit, BeReal, Threads, andere	X	X
Snapchat Stories oder Spotlight (Snapchat nicht nur als Messenger)	X	X
Social Commerce: aus einem Beitrag heraus etwas kaufen	X	
5 Bezahl-Varianten von Social Media: Instagram, X, LinkedIn, Snapchat, Facebook	X	
5 Messenger: WhatsApp, Threema, Telegram, Signal, Facebook Messenger (mit Häufigkeit)	X	(X)
<b>Gaming, Konsolen</b>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Gaming	X	X
7 Gaming-Geräte: Smartphone, PC, Laptop, Tablet, Konsolen stationär/mobil, TV	X	
5 Spielkonsolen: Xbox, Nintendo, Playstation, PC-Handhelds (z.B. Steam Deck), andere	X	
2 Spiel-Arten: Single- / Multiplayer	X	X
21 Gaming-Genres: Action-Adventure-Horror, Battle Royale, Brett, Glücks, Jump 'n' Run, Kampf, Karten, Location-based, MMO, MOBA, Puzzle, Renn, Retro, Rollen, Sandbox, Shooter, Simulationen, Sport-Simulationen, Strategie, Survival, sonstige	X	
7 Bezahl-Modelle für Gaming: Gratis mit/ohne Werbung, kosmetische/spielverbessernde In-Game-Items, physisch, online, Game Pass	X	
5 eSports: live/VOD schauen, eigenes Spiel streamen, vor Ort zuschauen, Teilnahme Gaming-Turniere	X	
6 Gaming-Plattformen: Steam, Epic, Netflix, Google, Facebook, andere	X	
<b>Audio, Radio, Podcasts, Musik-Streaming, Radio-Gerät</b>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Radio hören (generelle, geräteunabhängige Nutzung)	X	X
Radio-Gerät	X	X
Radio hören mit Kopfhörer	X	X
Podcast Nutzung	X	X
7 Plattformen für Podcast Nutzung: Spotify, Google, iTunes, YouTube, Webseiten & Apps von SRF/RTS, von privaten Radiosendern, andere	X	
7 Musik-Streaming-Dienste: Spotify, Apple Music, Soundcloud, YouTube Music, SRF, private Schweizer Radiosender, andere	X	X
Spotify: Gratis- oder Bezahl-Version	X	

\* mindestens gelegentliche Nutzung = weitester Nutzerkreis

# IGEM-Digimonitor 2025

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



## Fortsetzung Umfang des IGEM-Digimonitor 2025

	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
<b>Bewegtbild, Kino, Fernsehen, TV-Gerät, Teletext, TV-/Video-Streaming, Sport</b>		
Kino (Anzahl Besuche in den letzten 6 Monaten)	X	X
3 Arten von Fernsehen (generelle, geräteunabhängige Nutzung): total / live / zeitversetzt	X	X
Nicht überspringbare Werbung beim zeitversetzten Fernsehen (Replay Ads)	X	X
Second Screen Nutzung (Parallelnutzung zum Fernsehen)	X	X
TV-Gerät (egal für was z.B. DVD, gamen, Radio hören oder um fernzusehen)	X	X
5 Aktivitäten auf TV-Gerät: live/zeitversetzt Fernsehen, Videos streamen, Radio hören, Online-Shopping	X	X
13 am TV-Gerät angeschlossene Geräte / Connected TV: Boxen von Blue, Sunrise, Salt, Quickline, Yallo, Wingo, anderer Anbieter, Apple, Streaming Adapter, Kabelnetz, Satellit, Spielkonsole, keine	X	
13 Anbieter/Boxen für TV-Signal: Blue, Sunrise, Salt, Quickline, Yallo, Wingo, anderer Anbieter, Apple, Streaming Adapter, Kabelnetz, Satellit, Spielkonsole, keine	X	
Plattform / Homescreen des TV-Geräte-Herstellers	X	
9 Marken TV-Gerät: Samsung, Sony, Philips, Panasonic, LG, Grundig, Sharp, Loewe, andere	X	
14 Video-Streaming-Dienste auf TV-Gerät: Netflix, Amazon Prime Video, Sky, YouTube, Zattoo, Apple TV+, Disney+, SRF/RTS/RSI Play, Play Suisse, Blue+, RTL+, OnePlus, Joyn, Canal+ 3 mit Häufigkeit: Netflix, YouTube, Zattoo	X	X
Teletext: auf TV-Gerät, Internet/App	X	X
18 Video-/ TV-Streaming-Plattformen: YouTube, Netflix, Twitch, Sky (Show/Sport), RTL+, Apple TV Plus, Disney+, Paramount+, Dailymotion, Amazon Prime Video, blue+, OnePlus, Zattoo, Play Suisse, PlaySRF, Yallo TV, Joyn, Canal+	X	X
3 Bezahl-Varianten / Werbeunterdrückung Video-Streaming: YouTube, Disney+, Joyn+	X	
Sportinhalte: Sport schauen	X	X
9 Sport-Plattformen: im TV, Sky Sport, blue Sport, my Sports, Dazn, Canal+ foot, auf Websites/ Apps von SRF oder von privaten CH-TV-Sendern, andere (inkl. ausländ.)	X	X
<b>Technologien, Trends, Geräte</b>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Adblocker Installation (auf einem Teil der Geräte, auf allen Geräten)	X	
3 Adblocker-Typen: gegen Pop-ups, Banner oder YouTube-Werbespots	X	
4 Geräte: Kopfhörer/Headsets, Smartwatch, Smart Speaker, VR-Brille	X	
6 Kopfhörer-Tätigkeiten: TV/Video-Streaming, Podcasts, Social Media, Musik, Gaming, Audio	X	
4 Internet of Things / Smart Home: Haus, Unterhaltung/Fitness, Küchen, Haushalt	X	
8 Trends: KI-Tools privat/beruflich, ChatGPT (mit Häufigkeit), Augmented Reality, Chatbots, Krypto-Währung, chinesische Shopping-Plattformen (z.B. Temu), Same-Day-Lieferungen, VPN-Zugang	X	(X)
9 KI-Zwecke: Übersetzung, Text, Bild, Video, Musik, Programmierung, Shopping, Unterhaltung, Suchmaschine	X	
7 Zahlungsdienste: Twint, PayPal, Google Pay, Apple Pay, Samsung Pay, Klarna, andere	X	
3 computer-artige Geräte: PC-stationärer Computer, Laptop-tragbarer Computer, Tablet	X	X
3 Mobil-Telefon: mit Internet, ohne Internet, kein Handy / Häufigkeit Smartphone	X	X
5 Aktivitäten auf PC/Laptop, Tablet oder Smartphone: live/zeitversetzt Fernsehen, Videos streamen, Radio hören, Online-Shopping	X	X
4 weitere Aktivitäten auf Smartphone: E-Banking, QR-Codes, bargeldlos bezahlen, Einkaufslisten	X	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 & Zusammensetzung, Anzahl Kinder / junge Erwachsene im Haushalt, Haushaltsführung, Einkommen		X

\* mindestens gelegentliche Nutzung = weitester Nutzerkreis