Zusammenfassung
IGEM-digiMONITOR 2018

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz

IGEM-digiMONITOR 2018: Netflix wächst um über eine halbe Million auf 1.5 Millionen Zuschauer in der Schweiz

Zürich/Bern, 21.11.2018. Streaming-Dienste wie Netflix, Spotify & Co. sind im Trend. Netflix legt markant zu und gewinnt in einem Jahr fast 600'000 neue Nutzer dazu. Nun kommt Netflix auf 1.5 Millionen gelegentliche Zuschauer in der Schweiz. Musik über Spotify hören 1.3 Millionen Personen. Überraschend: TV, Radio und Kino bleiben dennoch beliebt. Zu diesen Ergebnissen kommt die Studie «digiMONITOR 2018» der Interessengemeinschaft elektronische Medien (IGEM) und der Wemf.

- Facebook verliert bei den Jungen: Instagram-User sind 8 Jahre jünger als Facebook-Nutzer, Snapchat-User sogar 15 Jahre jünger
- Frauen wenig präsent auf Twitter und LinkedIn: 7 von 10 Twitter-Usern sind Männer.
- eGames als Männerthema: Fast alle Twitch-Nutzer sind Männer. Die Frauen sind auf Pinterest.
- Fernsehen, Radio und Kino bleiben attraktiv: Zwei Drittel der Bevölkerung schauen täglich fern oder hören Radio. Die Hälfte der Bevölkerung und fast 80 Prozent der Jungen gehen ins Kino.
- Ohne Smartphone läuft nichts: 98 Prozent der Jungen haben mit dem Smartphone konstant Internetzugang. Trotzdem: Das gute, alte TV-Gerät bleibt Favorit fürs Fernsehen – in allen Altersgruppen.
- Jeder zweite Mann kennt bereits sprachgesteuerte Lautsprecher, obwohl die Smart Speaker von Amazon, Google & Co. in der Schweiz noch nicht offiziell verkauft werden.
- Jeder Vierte hat schon mal eine Virtual Reality-Brille ausprobiert. Nur 6 Prozent tragen eine Smartwatch.

Streamingdienste ziehen Junge an
Rund die Hälfte der 15- bis 24-Jährigen schaut mindestens gelegentlich Netflix oder hört Musik auf Spotify (Grafik 5). In der Gesamtbevölkerung ist der Anteil der Netflix- und Spotify-User nicht einmal halb so gross. Insgesamt schauen über 1.5 Millionen Personen in der Schweiz ab und zu Netflix, was einem Viertel der Gesamtbevölkerung entspricht. (Grafik 1) Spotify erreicht leicht weniger Leute als Netflix, wird aber intensiver genutzt. Ein Fünftel der Bevölkerung oder 1.3 Millionen Personen hören Musik über Spotify. Die Streamingdienste sind bei Männern und Frauen, aber auch in der Romandie und der Deutschschweiz, gleichermassen beliebt. Die Nutzer von Netflix und Spotify sind im Durchschnitt 34 Jahre alt.

Vor vier Jahren erreichte Facebook noch über 80 Prozent der 15- bis 24-Jährigen, heute nur noch 50 Prozent
Instagram und Snapchat lassen Facebook bei den Jungen weit hinter sich. Knapp drei Viertel der 15- bis 24-Jährigen nutzen mindestens gelegentlich Instagram oder Snapchat. Täglich sind gar zwei Drittel der Jungen in der Schweiz auf Instagram und mehr als die Hälfte auf Snapchat. (Grafik 5)

Facebook hat in der gleichen Altersgruppe massiv verloren. (Grafik 4) 2018 nutzt nur noch die Hälfte der 15- bis 24-Jährigen gelegentlich Facebook, 2014 waren es noch über 80 Prozent gewesen. 45 Prozent der Gesamtbevölkerung zählen zu den gelegentlichen Facebook-Usern. Zum Vergleich: Über 40 Prozent der Bevölkerung informieren sich mit Teletext. Facebook erreicht in der Schweiz also nur rund 200'000 Personen mehr als der Teletext. (Grafik 1)

Instagram-User sind 8 Jahre jünger als Facebook-Nutzer, Snapchat-User sogar 15 Jahre jünger
Facebook-Nutzer sind im Durchschnitt 40 Jahre alt und damit 8 Jahre älter als ein durchschnittlicher Instagram-Nutzer mit 32 Jahren. Noch grösser ist der Altersunterschied zu Snapchat: Snapchat ist die jüngste Plattform. Ein durchschnittlicher Snapchat-User ist nicht einmal 25 Jahre alt. Mehr als 15 Lebensjahre trennen also einen Snapchat-User von einem Facebook-Nutzer.

Zwei Drittel der Bevölkerung schauen gelegentlich YouTube. Aber das klassische Fernsehen hat in der Schweiz immer noch knapp zwei Millionen Zuschauer mehr als YouTube. (Grafik 1)

IGEM · Interessengemeinschaft elektronische Medien
c/o Siri Fischer · Wildbachstr. 3 · CH-8008 Zürich
T +41 44 242 23 12 · info@igem.ch
http://www.igem.ch

Zusammenfassung
IGEM-digiMONITOR 2018

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz

Frauen weniger präsent auf Twitter und LinkedIn: 7 von 10 Twitter-Nutzern sind Männer
7 von 10 Twitter-Usern sind Männer. Während jeder sechste Mann ab 15 Jahren in der Schweiz gelegentlich auf Twitter ist, ist nur jede 15. Frau dort präsent. Die Karriereplattform LinkedIn zeigt ein ähnliches Ungleichgewicht: Von den rund 1.2 Millionen LinkedIn-Usern in der Schweiz sind über 800'000 Männer und nur 450'000 Frauen.

eGames als Männerthema: Fast alle Twitch-Nutzer sind Männer. Die Frauen sind auf Pinterest.
Instagram und Snapchat sind bei Frauen beliebter als bei Männern. Beide haben einen Anteil von 54 Prozent Frauen unter ihren Nutzern. Aber keine digitale Plattform ist so weiblich wie Pinterest. Pinterest hat 900'000 Nutzer in der Schweiz, davon sind 700'000 Frauen und nur 200'000 Männer. Damit sind 77 Prozent der Pinterest-Nutzer Frauen.

Dagegen sind eGames eine Männerdomäne. Die zu Amazon gehörende eGames-Plattform Twitch wird praktisch nur von Männern genutzt: 85 Prozent der knapp 300'000 Twitch-Zuschauer in der Schweiz sind Männer. (Grafik 3)

Romandie ist digitaler Vorreiter
Bei der Nutzung gibt es regionale Unterschiede. So sind etwa Facebook, Instagram, Snapchat und Twitter in der Westschweiz deutlich beliebter als in der Deutschschweiz. Dafür wird in der deutschen Schweiz markant mehr Radio gehört. (Grafik 3)

Ohne Smartphone geht gar nichts bei den Jungen in der Schweiz
Das am intensivsten genutzte elektronische Gerät der Schweiz bleibt das Smartphone: Knapp drei Viertel der Gesamtbevölkerung nutzt täglich ein internetfähiges Handy. Bei den 15- bis 24-Jährigen haben gar 98 Prozent ein Smartphone und so konstant Internetzugang. Auch der Nachrichtendienst WhatsApp kann eigentlich nur noch bei Personen älter als 25 Jahre wachsen. Denn 90 Prozent der 15- bis 24-Jährigen nutzt bereits täglich WhatsApp. Nur der Fernseher (88 Prozent der Gesamtbevölkerung) und der Radioapparat (84 Prozent) erreichen insgesamt noch mehr Personen als das Smartphone. (Grafik 2)

Trotz Smartphone: TV-Gerät bleibt Favorit – in allen Altersgruppen
Das klassische TV-Gerät bleibt die erste Wahl, um fernzusehen: Die Schweizer schauen zwar Fernsehsendungen mit allen möglichen Geräten, die über Bildschirm, Lautsprecher und Empfangsmöglichkeit verfügen. Aber: 84 Prozent der Personen, die über mehrere Geräte fernsehen, bevorzugen dazu ein klassisches TV-Gerät.

TV, Radio und Kino beliebt mit stabiler Nutzung
Trotz der vielen neuen digitalen Angebote bleiben Fernsehen, Radio und Kino in der Schweiz beliebt. Auch die Nutzung von Fernsehen, Radio und Kino bleibt über die letzten vier Jahre erstaunlich stabil. (Grafik 1) Zwei Drittel der Personen ab 15 Jahren hören täglich Radio oder sehen fern. Auch bei den 15- bis 24-Jährigen schaut mehr als ein Drittel täglich fern oder hört Radio. TV (85%) und Radio (82%) erreichen so bei den Jungen immer noch deutlich mehr Personen als Instagram (73%), Snapchat (71%) oder Facebook (51%).

Ins Kino geht rund die Hälfte der Bevölkerung. (Grafik 1) Noch beliebter ist Kino bei den Jüngeren: 4 von 5 Personen unter 25 Jahren gehen pro Halbjahr mindestens einmal ins Kino, ein Grossteil davon auch mehrmals. Rund eine Viertelmillion mehr junge Personen sind damit bereit für einen Kinoeintritt zu bezahlen, statt kostenlos auf Facebook zu gehen.

Jeder zweite Mann kennt bereits Smart Speaker
Lautsprecher mit automatischer Spracherkennung wie Amazon Echo oder Google Home sind in der Schweiz offiziell noch gar nicht erhältlich. Dennoch weiss bereits jeder zweite Mann und jede vierte Frau, was solche Smart Speaker sind. (Grafik 2) In der Westschweiz (45 Prozent) sind Smart Speaker wesentlich bekannter als in der Deutschschweiz (35 Prozent). Die Geräte funktionieren in der Schweiz aber bis jetzt nur stark eingeschränkt. Daher sagt der relativ hohe Bekanntheitsgrad nichts über die tatsächliche Nutzung von Smart Speakern in den Schweizer Haushalten aus.

Eine Virtual Reality-Brille hat bereits jeder Vierte ab 15 Jahren schon mal ausprobiert. Weiterhin kaum verbreitet ist das Tragen einer Smartwatch. Nur 6 Prozent der Gesamtbevölkerung tragen mindestens gelegentlich eine Smartwatch. Dabei befinden sich 2 von 3 Smartwatches am Handgelenk eines Mannes. Zum Vergleich: Im Jahr 2018 gibt es in der Schweiz immer noch mehr Personen, die nur ein Handy ohne Internetzugang (14%) oder gar kein Handy (8%) haben, als Leute, die eine Smartwatch (6%) tragen. (Grafik 2)

IGEM · Interessengemeinschaft elektronische Medien
c/o Siri Fischer · Wildbachstr. 3 · CH-8008 Zürich
T +41 44 242 23 12 · info@igem.ch
http://www.igem.ch

Zusammenfassung
IGEM-digiMONITOR 2018

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz

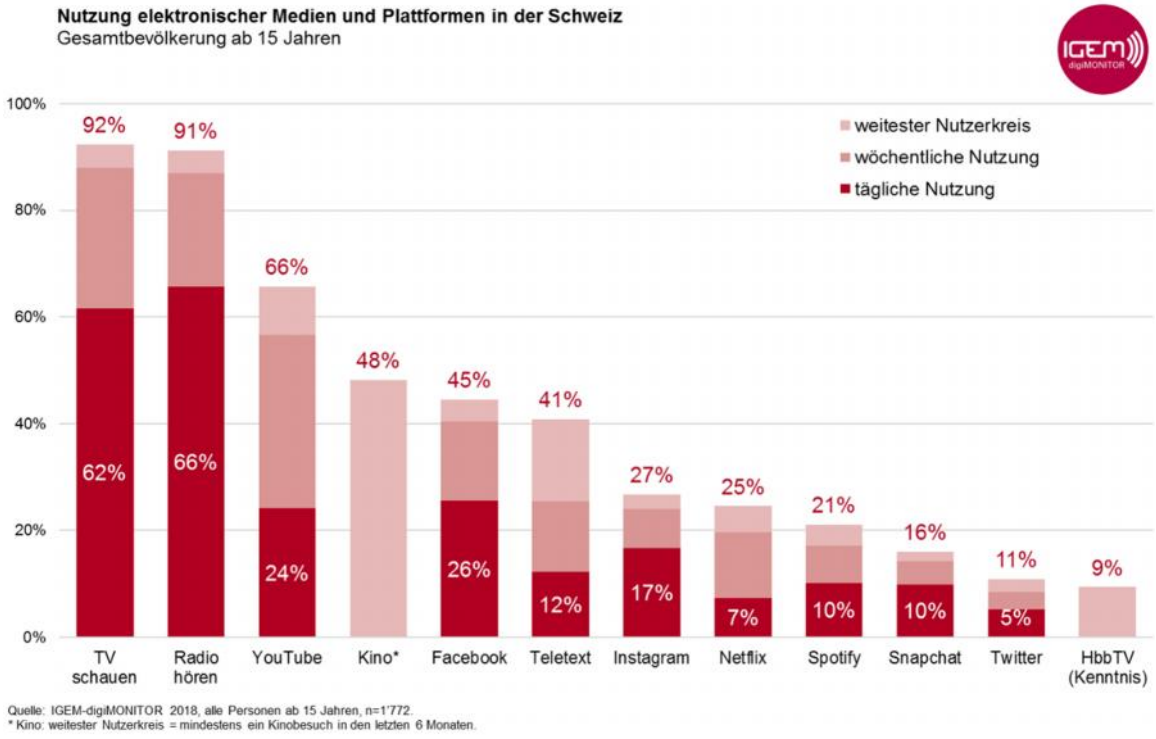
Wenig Lust auf Internet-Werbung
Internet-Werbung stösst bei vielen Nutzern nach wie vor auf Ablehnung: 2018 hat ein Viertel der Gesamtbevölkerung auf mindestens einem Gerät einen sogenannten Adblocker installiert, der Werbung automatisch ausblendet. (Grafik 2) Bei den 15- bis 24-Jährigen hat mehr als ein Drittel einen solchen Werbestopper. Die Anzahl installierter Adblocker steigt leicht an. Für Medien, die sich über Internet-Werbung finanzieren, ist dies zunehmend ein Problem.

Über die Studie IGEM-digiMONITOR 2018
Der IGEM-digiMONITOR wurde von der Interessengemeinschaft elektronische Medien (IGEM) zusammen mit der AG für Werbemedienforschung Wemf entwickelt. Die Studie erhebt seit 2014 jährlich die Nutzung von Fernsehen, Kino, Radio, Teletext, Video- und Audio-Streaming, Adblocker und Social Media über verschiedene Geräte. Die Daten sind repräsentativ für die gesamte Bevölkerung in der Deutsch- und Westschweiz ab 15 Jahren, weil auch Offliner und Personen ohne Festnetzanschluss befragt werden. Das Luzerner Link Institut erhob die aktuellen Angaben telefonisch bei 1772 Personen, davon 1013 in der Deutschschweiz und 759 in der Romandie. Das Vertrauensintervall beträgt +/- 2.3 Prozent.

Zugang zum IGEM-digiMONITOR 2014 bis 2018

- Präsentation (48 Folien)
- Tabellenband (97 Seiten)
- Auswertungstool Next>Level: per Knopfklick eigene Zielgruppen und 5-Jahres-Vergleiche auswerten

Nicht-Mitglieder der IGEM können den **Vollzugriff auf die digiMONITOR-Daten 2014-2018 für CHF 5000.-** über die IGEM-Geschäftsstelle oder www.igem.ch beziehen.



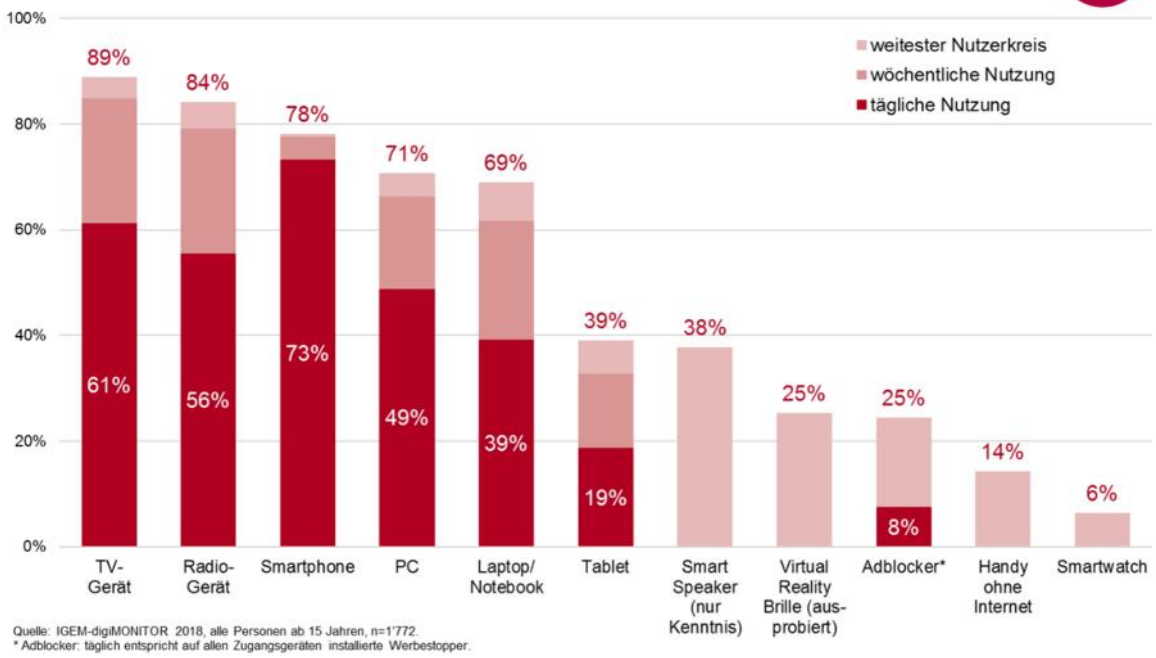
Quelle: IGEM-digiMONITOR 2018, alle Personen ab 15 Jahren, n=1'772.
* Kino: weitester Nutzerkreis = mindestens ein Kinobesuch in den letzten 6 Monaten.

IGEM · Interessengemeinschaft elektronische Medien
c/o Siri Fischer · Wildbachstr. 3 · CH-8008 Zürich
T +41 44 242 23 12 · info@igem.ch
http://www.igem.ch

Zusammenfassung
IGEM-digiMONITOR 2018

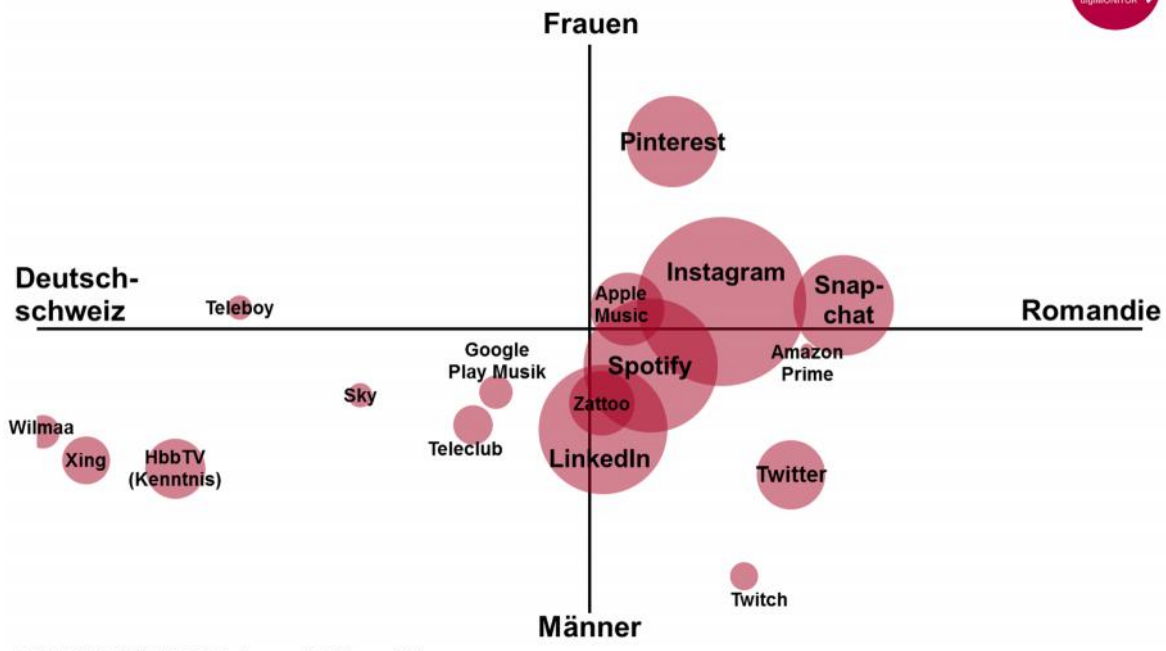
Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz

Nutzung elektronischer Geräte in der Schweiz
Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren



Quelle: IGEM-digiMONITOR 2018, alle Personen ab 15 Jahren, n=1'772.
* Adblocker: täglich entspricht auf allen Zugangsgeräten installierte Werbestopper.

Positionierung ausgewählter Plattformen
Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren (mindestens gelegentliche Nutzung)



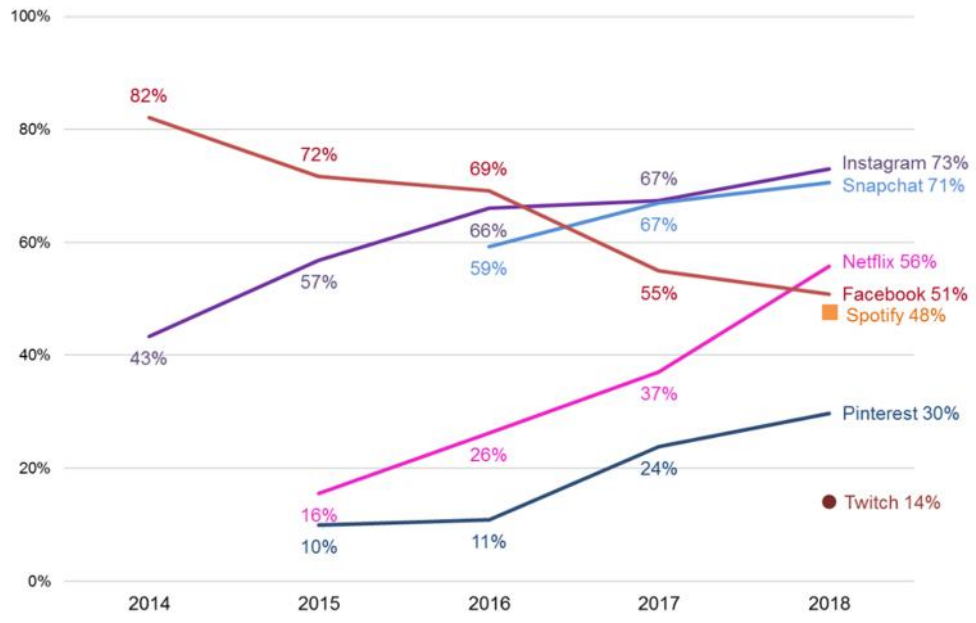
Quelle: IGEM-digiMONITOR 2017, alle Personen ab 15 Jahren, n=1'772.
Basierend auf der Affinität des weitesten Nutzerkreises der aufgeführten Anwendungen zu Frauen und zur Romandie. Grösse des Kreises: weitester Nutzerkreis bei Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren.

IGEM · Interessengemeinschaft elektronische Medien
c/o Siri Fischer · Wildbachstr. 3 · CH-8008 Zürich
T +41 44 242 23 12 · info@igem.ch
http://www.igem.ch

Zusammenfassung
IGEM-digiMONITOR 2018

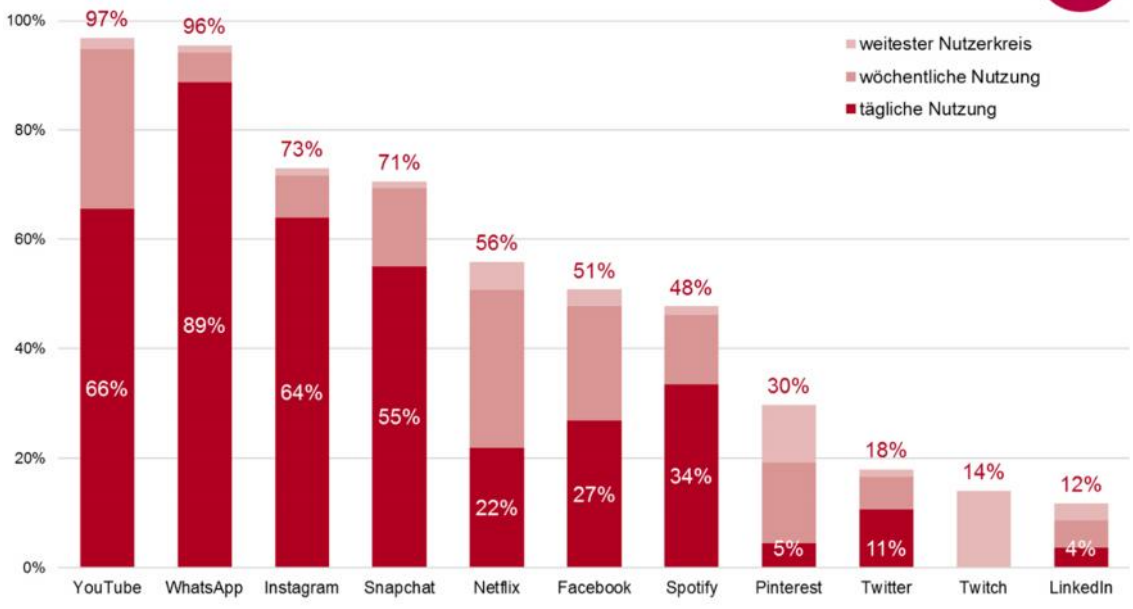
Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz

Entwicklung einzelne Plattformen
Junge 15-24 Jahre (mindestens gelegentliche Nutzung)



Quelle: IGEM-digiMONITOR 2018, Personen 15-24 Jahre, n=263. Mindestens gelegentliche Nutzung.

Nutzungshäufigkeit einzelne Plattformen in der Schweiz
Junge 15-24 Jahre



Quelle: IGEM-digiMONITOR 2018, Personen 15-24 Jahre, n=263.

IGEM · Interessengemeinschaft elektronische Medien
c/o Siri Fischer · Wildbachstr. 3 · CH-8008 Zürich
T +41 44 242 23 12 · info@igem.ch
http://www.igem.ch

Zusammenfassung
IGEM-digiMONITOR 2018

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz

Foto © IGEM, Bildlegende: Das IGEM-digiMONITOR Projektteam von links: Roland Kopf (Admeira), Dr. Jella Hoffmann (WEMF), Siri Fischer (IGEM), Stephan Küng (TWmedia), Irène Abt-Durrer (Goldbach), Andreas Weiss (Publicis Media)

IGEM · Interessengemeinschaft elektronische Medien
c/o Siri Fischer · Wildbachstr. 3 · CH-8008 Zürich
T +41 44 242 23 12 · info@igem.ch
http://www.igem.ch