

Zusammenfassung: Typologie der Schweizer Mediennutzung 2022

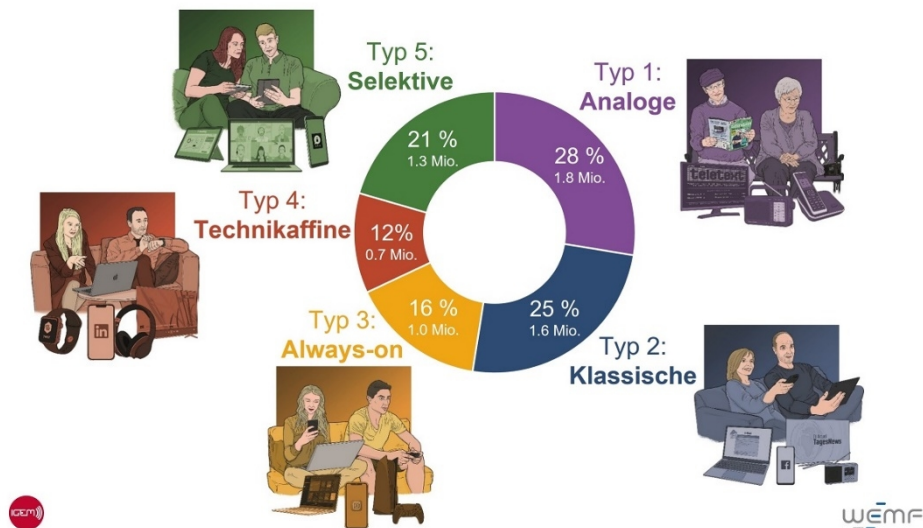


Studienresultate zur Schweizer Mediennutzung 2022

Typologie der Schweizer Mediennutzung

Basierend auf der repräsentativen Studie Digimonitor 2022 haben die Interessengemeinschaft elektronische Medien IGEM und die WEMF AG für Werbemedienforschung die Mediennutzungstypologie mit fünf Typen der digitalen Mediennutzung in der Schweiz aktualisiert.

Digimonitor Mediennutzungstypen 2022



Typ 1: Analoge



Vielleicht überraschend ist, dass die Analogen mit 1.8 Millionen Personen (28%) die grösste Bevölkerungsgruppe stellen. Analoge nutzen lineares TV und Radio sowie Teletext von allen Typen am stärksten, sind gerätetechnisch aber am wenigsten gut ausgestattet. 30% dieser Gruppe sind Offliner, jede dritte Person der Analogen hat kein Smartphone. Die Analogen nutzen Social Media, Messenger und Streaming am wenigsten.

Typ 2: Klassische



Mit 1.6 Millionen Personen (25%) stellen die Klassischen die zweitgrösste Gruppe dar. Die Klassischen sind von der Nutzung her am ehesten die Mainstreamer. Sie nutzen überdurchschnittlich lineares TV und Radio, wie auch mobiles Bezahlen. Ausserdem sind sie sehr affin für Facebook und Gaming.

Zusammenfassung: Typologie der Schweizer Mediennutzung 2022



Typ 3: Always-on



1.0 Millionen Personen (16%) gehören zu den Always-on. Always-on nutzen Online in allen Facetten. Sie weisen den grössten Nutzerkreis bei Gaming, diversen Social-Media-Plattformen, Video- und Musik-Streaming auf und zeichnen sich durch eine eher mobile Mediennutzung aus. Radio und TV werden von dieser Gruppe überdurchschnittlich oft unterwegs genutzt, gestreamt wird am häufigsten mobil - auf Laptop oder Smartphone.

Typ 4: Technikaffine



Die Technikaffinen sind mit 0.7 Millionen Personen (12%) die kleinste Gruppe und gleichzeitig jene mit dem geringsten Frauenanteil. Technikaffine sind mit technischen Geräten sehr gut ausgestattet, sehr affin für Apple-Produkte und nutzen am häufigsten ein Tablet oder eine Smartwatch. Sie nutzen TV und Radio überdurchschnittlich oft, dabei TV am liebsten zeitversetzt. Technikaffine nutzen E-Banking und bargeldloses Bezahlen mit dem Handy am häufigsten. Sie haben den grössten Nutzerkreis bei Business-Plattformen, setzen oft Videokonferenztools ein, streamen viel Musik oder Videos und hören Podcasts.

Typ 5: Selektive



1.3 Millionen Personen (21%) gehören zu den Selektiven. Selektive nutzen TV und Radio unterdurchschnittlich häufig und nutzen Medien gezielt mit funktionalem Fokus. Sie kommunizieren im Vergleich am häufigsten über Threema oder alternative Messengerdienste und setzen ihr Smartphone überdurchschnittlich häufig für E-Banking und bargeldloses Bezahlen ein. Im Audibereich hören sie am liebsten Podcasts.

Grosse Unterschiede zwischen den Mediennutzungstypen

Besonders starke Unterschiede zeigen sich bei der Social Media Nutzung der Typen. Facebook ist beim Klassischen-Mediennutzungstyp besonders beliebt. Instagram, Pinterest, Snapchat und TikTok liegen bei den Always-on vorne. LinkedIn und Twitter werden überdurchschnittlich oft von den Technikaffinen verwendet. Aber auch bei der Nutzung von Gaming, TV, Radio, Video- und Musik-Streaming, Podcasts, E-Banking, elektronischen Gadgets, Messengern und Videokonferenztools zeigen sich markante Unterschiede.

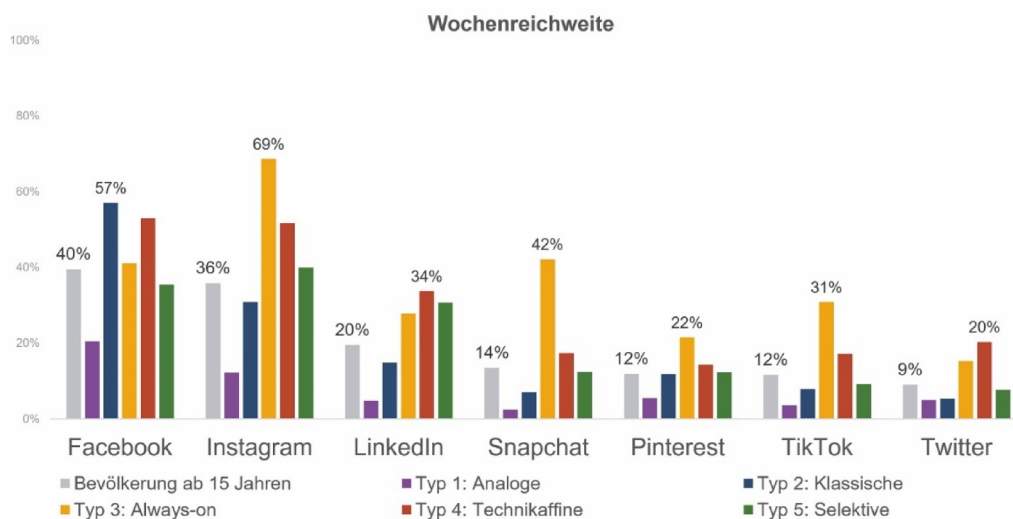
Zusammenfassung: Typologie der Schweizer Mediennutzung 2022



Facebook bei Klassischen vorne, LinkedIn & Twitter bei Technikaffinen



Alle anderen Social Networks bei Always-on vorne



IGEM-Digimonitor 2022: n=1'842. Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren in Deutsch- und Westschweiz (6.5 Mio.). Mindestens wöchentliche Nutzung.



Über die Typologie basierend auf der repräsentativen Studie IGEM-Digimonitor

Die Mediennutzungstypen wurden anhand von Faktor- und Clusteranalysen gebildet. Als typenbildende Merkmale sind alle Ergebnisse zur Medien- und Geräte-Nutzung der Studie Digimonitor eingeflossen - ohne die Demographie und ohne die Interessen. Damit bilden die fünf Typen möglichst viel der Varianz der Nutzung von elektronischen Medien und Geräten ab.

Die Studie Digimonitor erhebt seit 2014 jährlich die Nutzung von elektronischen Medien und Geräten in der Schweiz. Die Daten sind repräsentativ für die Bevölkerung ab 15 Jahren in der Deutsch- und Westschweiz (6.5 Millionen Personen), weil auch Offliner und Personen ohne Festnetzanschluss befragt werden. Im Auftrag der Interessengemeinschaft elektronische Medien (IGEM) und der WEMF befragte das Link Institut im April und Mai 2022 total 1'842 Personen. Das Vertrauensintervall liegt bei maximal +/- 2,3 Prozentpunkten. Die Resultate stehen IGEM-Mitgliedern kostenlos zur Verfügung. Nichtmitglieder können die Studie und die Typologie für 5000 Franken beziehen.

Mehr Infos zu Mediennutzungstypen: www.igem.ch/typen

Mehr Infos zur Studie Digimonitor: <https://www.igem.ch/digimonitor-studie-mediennutzung/>

Kontakt: Siri Fischer, Geschäftsführerin IGEM, info@igem.ch, Tel. +41 (0)44 242 23 12