

## IGEM IGEM-Digimonitor 2022 – die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz

Streaming auf Allzeithoch: Netflix, Spotify und Disney+ gewinnen 400 000 neue Userinnen und User. Trotz Konkurrenz: TV, Radio, digitale News und Kino erreichen die Massen.

Text und Grafiken: IGEM

Die Digitalisierung schreitet in der Schweiz voran. Die Nutzung von E-Banking, Online-Shopping und Streamingdiensten nimmt markant zu. Das beschert Twint, Netflix, Spotify und Disney+ neue Nutzerinnen und Nutzer. Trotz Konkurrenz nutzen die Schweizerinnen und Schweizer die klassischen Medien TV, Radio, digitale News und Kino in breiten Massen – von jung bis alt. Das zeigt die jährliche Studie Digimonitor der Interessengemeinschaft elektronische Medien (IGEM) und der WEMF AG für Werbemedienforschung.

· Tiktok, Instagram und LinkedIn legen um 150 000 bis 200 000 neue User zu. Facebook verliert tendenziell Nutzende, bleibt aber mit 2,8 Millionen (44 %) das soziale Netzwerk mit dem grössten Nutzerkreis, vor Instagram mit 2,5 Millionen (39 %), LinkedIn mit 1,8 Millionen (28 %), Pinterest mit 1,4 Millionen (21 %) und Snapchat mit 1 Million (16 %). Tiktok kommt auf 860 000 (13 %) und Discord auf 630 000 (10 %) Userinnen und User.

· Netflix knackt mit 400 000 neuen Nutzerinnen und Nutzern die 3-Millionen-Grenze. Nur auf Youtube streamen mit 4,5 Millionen (70 %) mehr Personen. Play Suisse, das Schweizer Streaming-Angebot der SRG, hat 1,1 Millionen (17 %) und Disney+ 1 Million (16 %) Zuschauerinnen und Zuschauer. Klassisches Fernsehen hat mit 5,9 Millionen (91 %) fast doppelt so viele Zuschauerinnen und Zuschauer wie Netflix und 1,4 Millionen mehr als Youtube.

· 4 von 5 Kinobesuchern haben nach der Pandemie bereits zurück ins Kino gefunden. Das entspricht 2,5 Millionen (39 % der Bevölkerung).

· Radio hat 5,6 Millionen Hörerinnen und Hörer, Podcasts 2,6 Millionen, und auf Spotify streamen allein 2,5 Millionen Musik. Mit seinen 5,6 Millionen (87 % der Bevölkerung) hat Radio mehr als doppelt so viele Hörerinnen und Hörer wie Podcasts oder Spotify.

«Mit 190 000 Usern wächst Tiktok etwas stärker als Instagram.»

**Mehr als 3 von 4 Personen lesen News online, nur ein Fünftel der Bevölkerung zahlt dafür**

5 Millionen (77 % der Bevölkerung) lesen mindestens gelegentlich News im Internet. 2,7 Millionen (41 %) nutzen dafür ein Gratis-Login beziehungsweise eine kostenlose Registrierung. 1,9 Millionen (29 %) nutzen keine News-Angebote, für die man sich registrieren muss. 1,1 Millionen (18 %) zahlen für ein digitales News-Abonnement. Die kostenpflichtigen Digital-Abos sind stark einkommensabhängig. Nur jede 11. Person aus einem Haushalt mit bis zu 6000 Franken Brutto-Monatseinkommen leistet sich ein Digital-Abo für News (150 000 Personen, 9 % dieser Einkommensklasse), aber jede 3. Person aus einem Haushalt mit mehr als 10 000 Franken Einkommen (500 000 Personen / 31 % dieser Einkommensklasse).

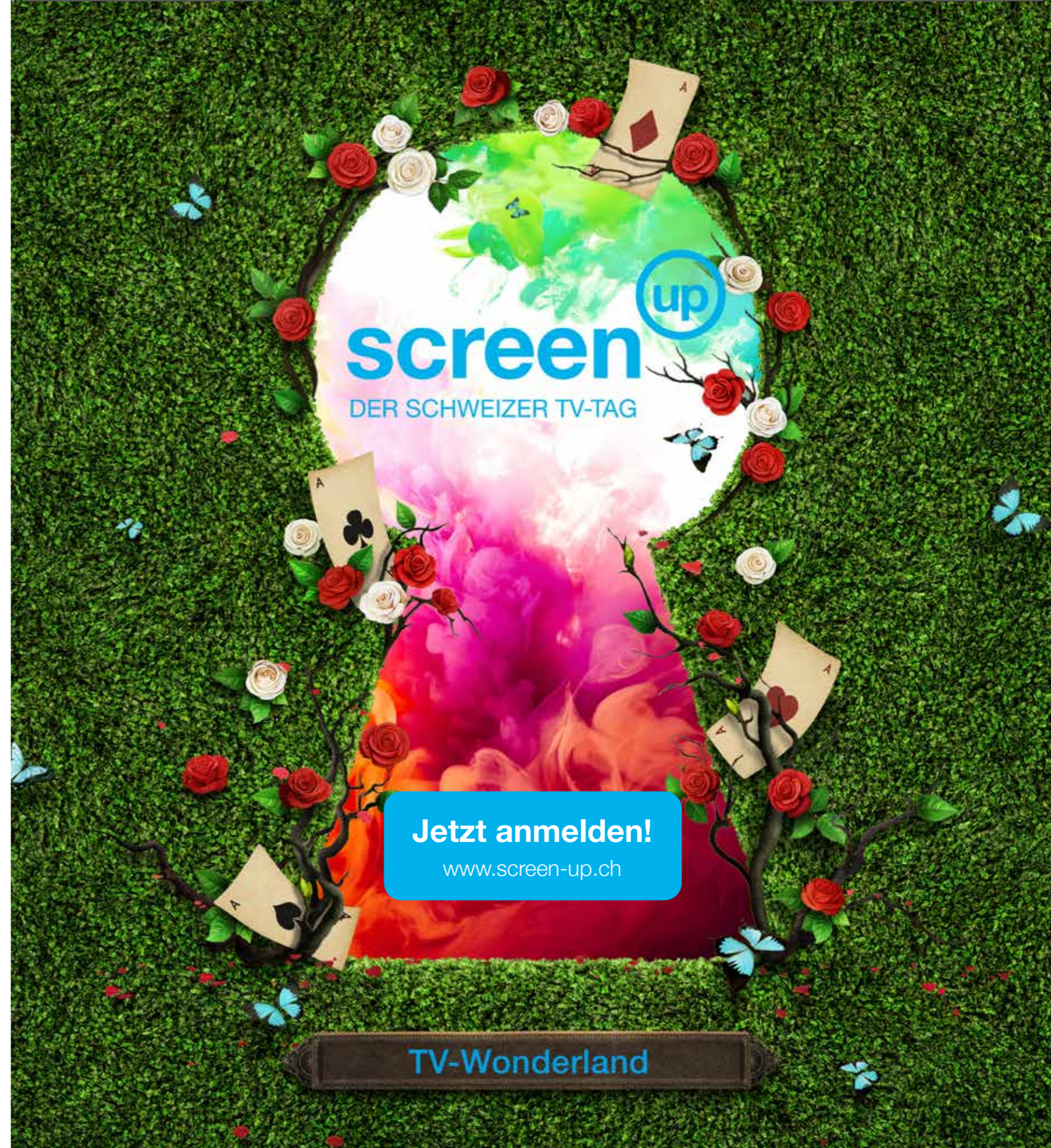
**Instagram rückt an Facebook heran**

Mit 170 000 neuen Userinnen und Usern rückt Instagram an Facebook heran. 2,5 Mil-

lionen (39 % der Bevölkerung) sind inzwischen gelegentlich auf Instagram, noch 2,8 Millionen (44 %) auf Facebook. Bei jüngeren Personen ist Instagram bereits seit 2017 markant beliebter als Facebook: Instagram hat 610 000 User zwischen 15 und 24 Jahren (83 % dieser Altersgruppe), Facebook nur noch 200 000 (27 %). Auch Snapchat (70 %), Tiktok (42 %), Pinterest und die Gamer-Plattform Discord (beide 37 %) werden von mehr jungen Schweizerinnen und Schweizern genutzt als Facebook (27 %).

**Tiktok, LinkedIn und Discord gewinnen Nutzerinnen und Nutzer, Pinterest verliert**

Mit 190 000 neuen Usern wächst Tiktok etwas stärker als Instagram. Tiktok hat nun 860 000 mindestens gelegentliche User (13 % der Bevölkerung) in der Schweiz. Die Business-Plattform LinkedIn gewinnt 150 000 neue Userinnen und User. 1,8 Millionen (28 % der Bevölkerung) nutzen ab und zu LinkedIn. Obwohl LinkedIn vor allem bei den Frauen wächst, sind noch immer gut sechs von zehn LinkedIn-Nutzern männlich. Praktisch nur bei den Männern wächst dagegen Discord. Von den 90 000 neuen Usern sind 85 000 Männer. Insgesamt nutzen 630 000 Personen (10 % der Bevölkerung) mindestens gelegentlich Discord. Unter den Social-Media-Plattformen hat nur Pinterest mit 130 000 weniger Usern einen grösseren Verlust aufzuweisen. 1,4 Millionen (21 % der Bevölkerung) nutzen mindestens gelegentlich Pinterest. Twitter bleibt praktisch stabil bei 780 000 Usern (12 % der Bevölkerung); 2 von 3 Usern sind männlich.



**Tauchen Sie mit uns ins TV-Wonderland ein:** Über 40 TV-Sender präsentieren **exklusiv** die **neuesten Programm-Highlights** der kommenden Saison **live** vor Ort.



**15. September 2022**

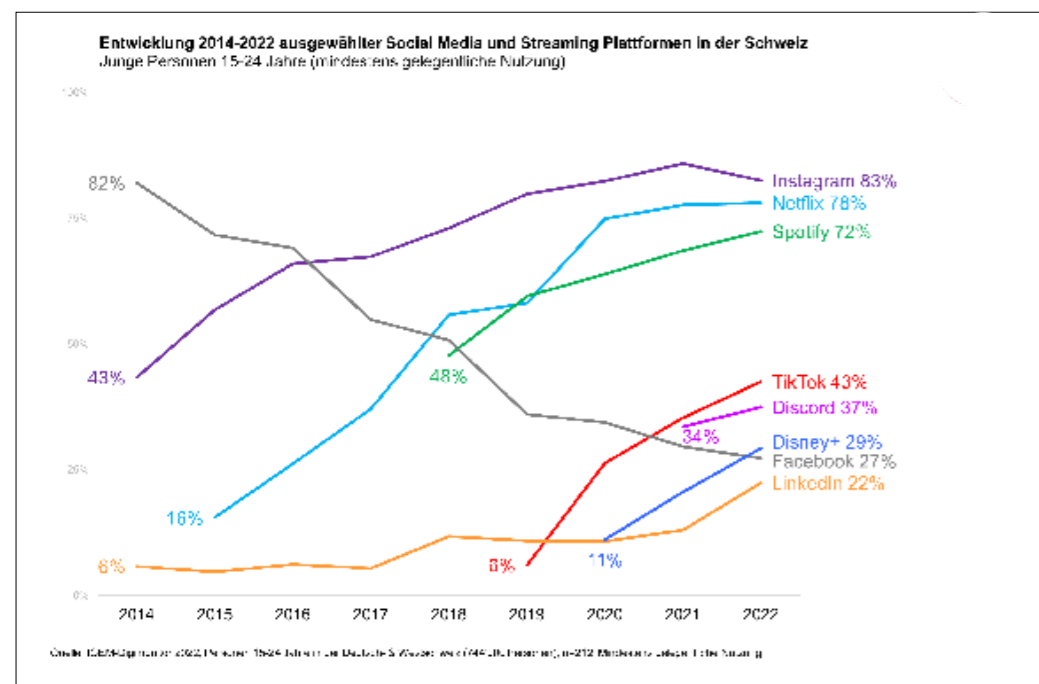
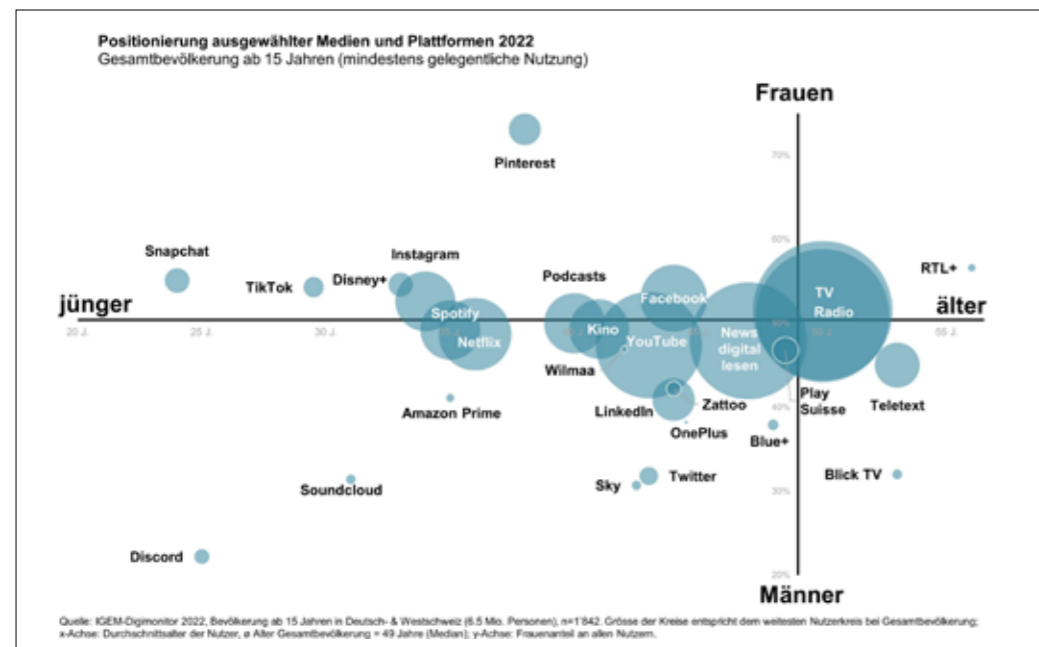
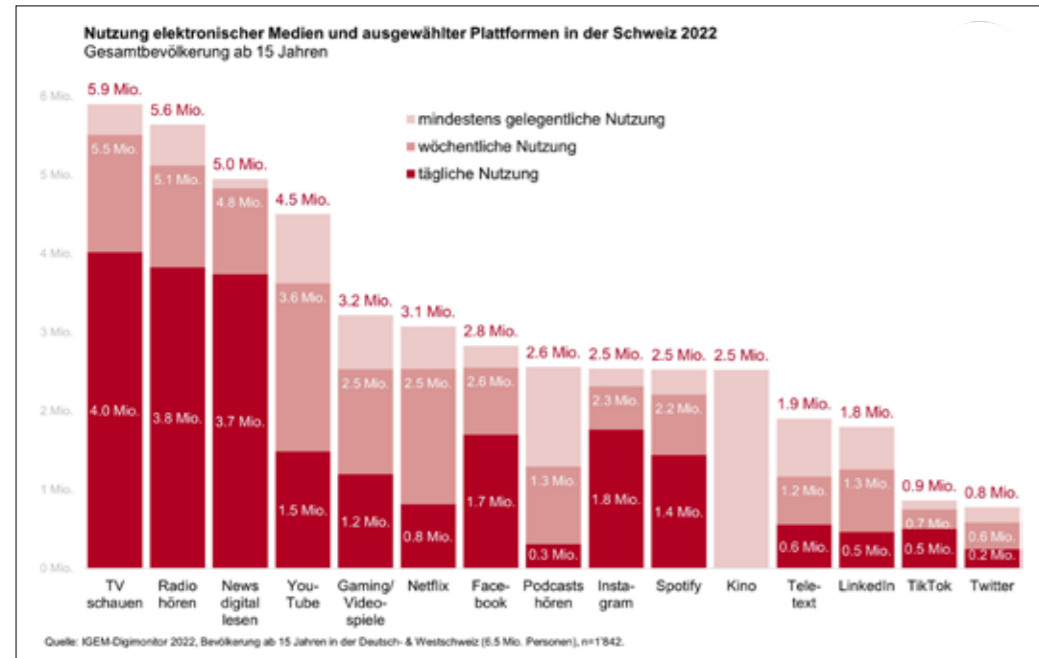
Halle 622, Zürich

Geballte Information, Show, Entertainment und Party!  
**Jetzt gleich anmelden!**

**Veranstalter**

**ARMEIRA**  
**GOLDBACH**





**Snapchat- und Discord-User sind rund 20 Jahre jünger als Facebook- oder LinkedIn-User**

1 Million (16 %) nutzt Snapchat in der Schweiz. Mehr als die Hälfte sind unter 25 Jahre alt. Snapchat und Discord gehören zu den Plattformen mit den jüngsten Nutzern. Bei Snapchat ist ein User im Durchschnitt 24 und bei Discord 25 Jahre alt. Ein durchschnittlicher Facebook- oder LinkedIn-User ist dagegen 44 Jahre alt.

**TV hat 5,9 Millionen Zuschauer, Youtube 4,5 Millionen und Netflix 3,1 Millionen**

Trotz all der Streaming-Angebote ist klassisches Fernsehen in der Schweiz populär. Mit 5,9 Millionen (91 % der Bevölkerung) schaut die breite Masse fern. Und dies auch sehr häufig: 2 von 3 Personen (62 %) in der Schweiz schalten täglich den Fernseher ein. Auch die jüngeren Personen schauen fern: 3 von 4 Personen unter 30 Jahren (70 %) schauen mindestens einmal pro Woche fern. Und jede dritte sogar täglich (30 %). Klassisches Fernsehen hat fast doppelt so viele Zuschauer wie Netflix (48 %). Auch im Vergleich zu Youtube (70 %) weist klassisches Fernsehen 1,4 Millionen mehr Zuschauer auf.

«1 Million nutzt Snapchat in der Schweiz. Mehr als die Hälfte sind unter 25 Jahre alt.»

**Netflix knackt 3-Millionen-Zuschauer-Grenze**

Netflix knackt mit fast 400'000 neuen Nutzern die 3-Millionen-Grenze. Knapp die Hälfte der Bevölkerung (48 %) schaut mindestens gelegentlich Netflix. Disney+ kommt mit ebenfalls knapp 400'000 neuen Zuschauern auf 1 Million Zuschauer (16 % der Bevölkerung). Play Suisse, das Schweizer Streaming-Portal der SRG, wird von 1,1 Millionen (17 % der Bevölkerung) mindestens gelegentlich genutzt. Blue+, das frühere Teleclub-Angebot, hat 450'000 (7 %) User. Der Schweizer Web-TV-Anbieter Swisscom blue TV App hat 1,1 Millionen (18 %), Zattoo 630'000 (10 %) und Wilmaa 290'000 (4,5 %) Zuschauer.

Weitere Video-Anbieter rivalisieren im Schweizer Markt um Zuschauer und Abonnentinnen. Twitch hat 445'000 Zuschauer

(6,9 %), Sky 390'000 (6,1 %), Amazon Prime 340'000 (5,3 %), RTL+ 310'000 (4,8 %), Apple TV Plus 300'000 (4,9 %) User. Sie alle liegen aber noch weit hinter der Nutzung von Youtube (70 %), Netflix (48 %) oder klassischem Fernsehen (91 %).

**4 von 5 Kinobesuchern haben bereits zurück ins Kino gefunden**

2,5 Millionen (39 % der Bevölkerung) sind in den letzten sechs Monaten ins Kino gegangen. Im Jahr 2020 waren es noch 3,2 Millionen (51 %). 2 von 3 Personen unter 25 Jahren (65 %) waren im letzten Halbjahr mindestens einmal im Kino. Während die jüngeren Personen wieder fast im gleichen Umfang ins Kino gehen wie vor der Pandemie, haben vor allem Personen ab 60 Jahren noch nicht im gleichen Masse zurück ins Kino gefunden.

**Radio hat 5,6 Millionen Hörer, Podcasts 2,6 Millionen, und Spotify wird allein von 2,5 Millionen für Musikstreaming genutzt**

Von den 2,6 Millionen (40 % der Bevölkerung) Podcasthörern sind die meisten Ge-

genheitshörer, nur 300'000 (5 %) hören täglich Podcasts. Die am häufigsten genutzten Podcast-Plattformen in der Schweiz sind Spotify (18 %), Websites und Apps von SRF/RTS (17 %) und Youtube (15 %).

Spotify ist mit insgesamt 2,5 Millionen Usern (39 %) die populärste Musikstreaming-Plattform. 1,4 Millionen (22 %) nutzen Spotify täglich. Innert Jahresfrist hat Spotify 400'000 neue User hinzugewonnen. 9 von 10 neuen Spotify-Usern nutzen die Bezahlversion. Insgesamt bezahlen 26 % der Bevölkerung für Spotify. Die Hälfte der Spotify-User ist unter 35 Jahre alt. Bei den Jüngeren zwischen 15 und 24 Jahren ist der Anteil der Spotify-User mit 72 % fast doppelt so gross.

Trotz Musikstreaming ist Radio in der Schweiz beliebt. Mit 5,6 Millionen (87 % der Bevölkerung) hören fast alle Radio, 3,8 Millionen (59 %) sogar täglich. 3 von 4 Personen unter 30 Jahren hören Radio (74 %), ein knappes Drittel sogar täglich (31 %). Mit seinen 5,6 Millionen hat Radio mehr als doppelt so viele Hörerinnen und Hörer wie Spotify (2,5 Millionen, 39 %).

**Über die Studie IGEM-Digimonitor 2022**

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. Die Telefon- und Onlinebefragung fand von Anfang April bis Ende Mai 2022 statt. Im Auftrag der Interessengemeinschaft elektronische Medien (IGEM) und der WEMF AG für Werbemedienforschung befragte das Link Institut 1842 Personen, davon 1058 in der Deutschschweiz und 784 in der Romandie. Das Vertrauensintervall liegt bei maximal +/-2,3 Prozentpunkten.

Die Resultate stehen IGEM-Mitgliedern kostenlos zur Verfügung. Nichtmitglieder können die Studie für 5000 Franken beziehen.

Mehr Infos: [www.igem.ch](http://www.igem.ch)

ANZEIGE

**TOUCH**

**WERBEARTIKEL NEU GEDACHT**

**DER WERBEARTIKELTAG 21.09.22**

**Entfessel mit uns das volle Potential von Werbeartikeln für dein Business.**

1 Tag mit über 80 Ausstellern, Kreativ-Agenturen und Händlern auf 3000m<sup>2</sup>

Umwelt Arena  
Türliackerstrasse 4  
8957 Spreitenbach

[touch-werbeartikel.ch](http://touch-werbeartikel.ch)