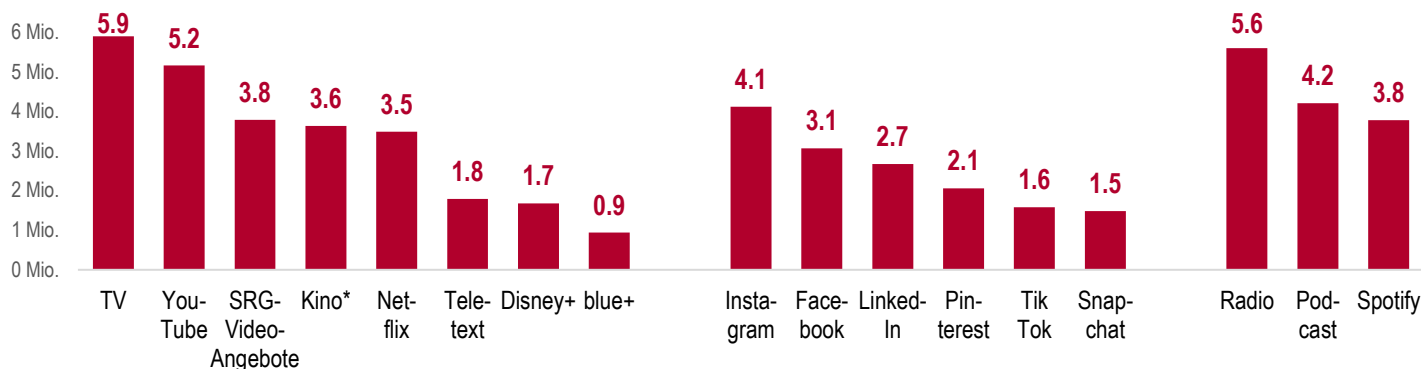


# IGEM Digimonitor 2026

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



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



Quelle: IGEM-Digimonitor 2026, n = 1'957. Bevölkerung 15-75 Jahre in der Schweiz, die mindestens gelegentlich das Internet nutzt (6.4 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, Bezahl Dienste, Influencer, AR, Social Commerce, Messenger, Chatbots, Mediennutzungstypen, Online-Shopping, Einkaufslisten

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

**Neu 2026:** Anzahl TV-Geräte, Connected TV, div. KI- & Video-streaming-Plattformen, Nutzungszwecke Social Media, KI, YouTube. News auf DOOH. Revolut. Smart Glasses (AI Brille). Search in: Suchmaschinen, Social Media, YouTube, KI, E-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 (6.4 Mio. Personen).

Total Bevölkerung ab 15 Jahren	7.410 Mio.	(100.00 %)
minus Personen ab 76 Jahren	- 0.783 Mio.	(-10.56 %)
minus Offliner (im Alter 15-75)	- 0.197 Mio.	(-2.66 %)
<b>Universum Digimonitor 2026</b>	<b>6.430 Mio.</b>	<b>(86.78 %)</b>

Die Studie wird als Online-Befragung (CAWI) im Online-Panel von Intervista durchgeführt. Feldzeit: 24.3.-17.4.2026

1'957 Befragte total (Vertrauensintervall max. +/- 2.2%pkt):  
1'002 Fälle Deutschschweiz, 747 Fälle französische Schweiz,  
208 Fälle italienische Schweiz.

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

## Zeitreihe 2024-2026 / Vergleiche 2014 - 2023

Herausgegeben von IGEM Interessengemeinschaft elektronische Medien und WEMF AG für Werbemedienforschung jährlich seit 2014. Entwicklungen sind von 2024-2026 und von 2014-2023 mit einem Klick auswertbar.

## Daten für die strategische Planung

- Wie häufig werden **YouTube**, **Netflix** oder **Disney+** insgesamt und auf dem **TV Big Screen** gestreamt? Wer nutzt **Connected TV** auf dem **TV-Gerät**?
- Welches ist die wichtigste **KI-Plattform** und wozu wird **KI** genutzt?
- Wie informiert sich die Schweizer Bevölkerung über **News** und welche Rolle spielen dabei **Schweizer Newsplattformen**, **Social Media**, **YouTube** oder **KI**? Welche Kanäle werden zur **Suche** und für **Produkt-Empfehlungen** genutzt?
- Wie viele haben einen **Adblocker** installiert oder nutzen **VPN**? Wie viele shoppen auf **Temu & Co.** und nutzen **Krypto-Währungen**?
- Wer geht wie oft ins **Kino**, zahlt mit **Revolut** oder trägt eine **AI-Brille**? Wer zockt auf welchen **Gaming-Geräten**?
- Wer hört **Radio**, **Audio-Streaming** oder **Podcasts** und auf welchen **Kanälen**? Wo erreicht man **Finanz-**, **Mode-**, **Politik-** oder **Auto-Interessierte**?

## 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 2026

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



## Umfang des IGEM-Digimonitor 2026

<b>Digitale News, Suchfunktionen, Shopping, DOOH, elektronische Mediennutzungstypen</b>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Internet (generelle, geräteunabhängige Nutzung)	X	X
7 Internet-Aktivitäten: Suche in klassische Suchmaschinen, KI-Modus, Suche nach Produkten / Dienstleistungen in Online-Shops (Retail Media), E-Banking, 3x Online-Shopping: Lebensmittel, Waren & Dienstleistungen, Sachen verkaufen	X	X (3)
3 Häufigkeit Suchfunktionen: Suche in klassische Suchmaschinen, KI-Modus in Suchmaschinen, Suche nach Produkten / Dienstleistungen in Online-Shops (Retail Media)	X	X
3 News-Plattformen: SRF/RTS/RSI, private Schweizer Newsplattformen, ausländische News	X	X
4 News-Arten: Bildergalerie, Video, Texte, Audio	X	X
3 News-Bezahlvarianten: Abo, Login, kein Login	X	
Beachtung News auf DOOH	X	
5 elektronische Mediennutzungstypen: Analoge, Klassische, Always-on, Technikaffine, Selektive	<b>Ja/Nein</b>	
<b>Social Media, Messenger</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
9 Aktivitäten auf Social Media: Shopping, Infosuche zu Produkten & DL, News nutzen, Suche (statt klass. Suchmaschinen), Influencer folgen, E-Learning, Kommentieren, Unterhaltung, TV-Inhalte schauen	X	X (4)
4 Häufigkeit Aktivitäten auf Social Media: Shopping, Infosuche zu Produkten & DL, News, Search	X	X
5 Messenger: WhatsApp, Threema, Telegram, Signal, Facebook Messenger	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 Marken Spielkonsolen: Xbox, Nintendo, Playstation, PC-Handhelds (z.B. Steam Deck), 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
6 Plattformen für Podcast Nutzung: Spotify, 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 (offene Nennungen auf Anfrage)	X	X
1 Bezahl-Varianten / Werbeunterdrückung Audio-Streaming: Spotify	X	
<b>KI</b>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
2 KI Nutzung: für berufliche / private Zwecke	X	X
8 KI-Plattformen: ChatGPT, Copilot, Gemini, Perplexity, Mistral, Claude, Meta AI, andere (offene Nennungen auf Anfrage)	X	X (3)
3 Häufigkeit KI-Plattformen: ChatGPT, Copilot, Gemini	X	X
12 KI-Zwecke: Shopping, Einkaufsberatung, Suchmaschine, News, Übersetzung, Text, Bild, Video, Musik, Programmierung, Unterhaltung, E-Learning	X	X (4)
4 Häufigkeit KI-Zwecke: Shopping, Einkaufsberatung, Suchmaschine, News	X	X
1 Such-Modus: KI-Modus in klassischen Suchmaschinen (z.B. Google, Bing etc.) nutzen	X	X

\* mindestens gelegentliche Nutzung = weitester Nutzerkreis

# IGEM-Digimonitor 2026

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



## Fortsetzung Umfang des IGEM-Digimonitor 2026

Bewegtbild, Kino, Fernsehen, TV-Gerät, Teletext, TV-/Video-Streaming, Sport	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Kino: Anzahl Besuche in den letzten 6 Monaten	X	X
3 Arten von Fernsehen (generelle, geräteunabhängige Nutzung): total / live / zeitversetzt	X	X
TV-Gerät und 6 Aktivitäten auf TV-Gerät: total TV-Gerät und für live/zeitversetzt Fernsehen, Videos streamen, Radio hören, Online-Shopping, Gaming	X	X
Anzahl TV-Geräte im Haushalt	X	
14 am TV-Gerät angeschlossene Geräte / Connected TV: Boxen von Blue, Sunrise, Salt, Quickline, Yallo, Wingo, anderer Anbieter, Apple, Streaming Adapter, Kabelnetz, Satellit, Spielkonsole, andere (offene Nennungen auf Anfrage), keine	X	
Smart TV Gerät	X	
13 Anbieter/Boxen für TV-Signal: Blue, Sunrise, Salt, Quickline, Yallo, Wingo, anderer Anbieter, Apple, Streaming Adapter, Kabelnetz, Satellit, Spielkonsole, andere, keine	X	
9 Marken TV-Gerät: Samsung, Sony, Philips, Panasonic, LG, Grundig, Sharp, Loewe, andere	X	
Plattform / Homescreen des TV-Geräte-Herstellers	X	
Teletext: auf TV-Gerät, Website/App	X	X
25 Video-/ TV-Streaming-Plattformen: YouTube, Netflix, Amazon Prime Video, Twitch, Sky (Show/Sport), Dailymotion, RTL+, Apple TV Plus, Disney+, Paramount+, blue+, OnePlus, Zattoo, Play SRF /Play Suisse, Yallo TV, Joyn, Canal+, Rakuten TV, HBO Max, Teleboy, Pluto TV, WeDoTV, Samsung TV Plus, my Sports, DAZN	X	X (12)
12 Häufigkeit Video-/ TV-Streaming-Plattformen: YouTube, Netflix, Amazon Prime Video, Twitch, Sky (Show/Sport), RTL+, Apple TV Plus, Disney+, blue+, OnePlus, Zattoo, Play SRF /Play Suisse	X	X
9 Aktivitäten auf YouTube: Shopping, Infosuche zu Produkten & DL, Search (statt klass. Suchmaschine), News, Influencer folgen, E-Learning, Kommentieren, Unterhaltung, TV-Inhalte schauen	X	X (4)
4 Häufigkeit Aktivitäten auf YouTube: Shopping, Infosuche zu Produkten & DL, Search (statt klass. Suchmaschine), News	X	X
19 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, Yallo TV, Joyn, Canal+, Rakuten TV, HBO Max, Teleboy, Pluto TV, Samsung TV Plus	X	
4 Bezahl-Varianten / Werbeunterdrückung Video-Streaming: YouTube, Disney+, Joyn, RTL+	X	
Technologien, Trends, Geräte	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	
6 Gadget Geräte: Kopfhörer/Headsets, Smartwatch, Smart Speaker, VR-Brille, Smarte Brille (AI Glasses), Smart Home Geräte (Internet of Things)	X	
4 Trends: Augmented Reality, Krypto-Währung, chinesische Shopping-Plattformen (z.B. Temu, Shein, AliExpress), VPN-Zugang (z.B. Nord-VPN, Proton)	X	
8 Zahlungsdienste: Twint, PayPal, Google Pay, Apple Pay, Samsung Pay, Klarna, Revolut, 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
6 Aktivitäten auf PC/Laptop, Tablet oder Smartphone: live/zeitversetzt Fernsehen, Videos streamen, Radio hören, Online-Shopping, Gaming	X	X
4 weitere Aktivitäten auf Smartphone: E-Banking, QR-Codes, bargeldlos bezahlen, Einkaufslisten	X	X
Interessen und Sozio-Demografie		
<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