Medienmitteilung
IGEM-Digimonitor 2026

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz

Neue Studienresultate zur Schweizer Mediennutzung:

Künstliche Intelligenz wird zum Massenphänomen, Audio-Streaming wächst weiter und digitale News bleiben reichweitenstark

Zürich, 25.8.2026. **Die Schweizer Mediennutzung bleibt in Bewegung: Künstliche Intelligenz (KI) verbreitet sich mit hoher Dynamik, News-Angebote von Schweizer Medien bleiben breit genutzt und Audio-Streaming legt weiter zu. Die Nutzung etablierter Medienangebote wie TV und Radio ist weiterhin hoch, entwickelt sich aber tendenziell rückläufig. Dies zeigt die Studie Digimonitor der Interessengemeinschaft elektronische Medien (IGEM) und der WEMF AG für Werbemedienforschung.**

Die Ergebnisse sind repräsentativ für die internetnutzende Schweizer Bevölkerung im Alter von 15 bis 75 Jahren (6,4 Mio. Personen).

- **Vier von fünf Personen nutzen KI:** Die KI-Nutzung hat sich seit 2024 von 40% auf 80% verdoppelt. KI wird längst nicht mehr nur für Texte und Übersetzungen eingesetzt: Auch die Suche, Einkaufsberatung und E-Learning gehören zu den wichtigen Anwendungsbereichen.
- **KI wird zunehmend für die Suche genutzt:** 77% verwenden den KI-Modus innerhalb der klassischen Suchmaschinen, 57% nutzen KI-Plattformen gezielt für die Suche. Damit werden KI-Plattformen häufiger für die Suche genutzt als YouTube (34%) oder Social Media (28%).
- **Für Produktinformationen bleiben Online-Shops die erste Anlaufstelle:** 91% informieren sich dort mindestens gelegentlich über Produkte und Dienstleistungen. Dahinter etablieren sich KI-Plattformen (39%) bereits auf Augenhöhe mit YouTube (40%) und Social Media (36%) für die Einkaufsberatung.
- **Digitale News erreichen fast die gesamte Bevölkerung:** 93% nutzen Medien-Websites oder -Apps, mehr als die Hälfte täglich. Bei den Jüngeren gewinnt Social Media als Newsquelle an Bedeutung.
- **Instagram auf Platz 1, X verliert am stärksten:** Instagram behauptet mit 64% gelegentlicher Nutzung seinen Spitzenplatz. Die Nutzung von X ist seit 2024 von 17% auf 10% gesunken.
- **Streaming ergänzt TV und Radio:** 54% schauen täglich fern, 47% streamen täglich TV- oder Video-Inhalte. TV liegt damit vor Streaming. Beim Audio ist es umgekehrt: 60% nutzen täglich Radio- oder Musik-Streaming, gegenüber 45% täglicher Radionutzung.
- **Gaming wird zum Mainstream:** 60% der Bevölkerung spielen digitale Spiele.

KI wird zum Alltagshelfer für Information, Lernen und Einkauf

Künstliche Intelligenz hat sich in Rekordzeit etabliert: Seit 2024 hat sich die KI-Nutzung von 40% auf 80% verdoppelt. Fast jede dritte Person nutzt KI-Tools bereits täglich. Besonders hoch ist die Verbreitung bei den 15- bis 34-Jährigen (91% nutzen gelegentlich KI, 44% täglich). KI wird längst nicht mehr nur zum Schreiben von Texten oder für Übersetzungen eingesetzt. 57% nutzen KI für Recherchen, knapp 40% für die Einkaufsberatung. Auch für das Lernen mit Tutorials gewinnt KI an Bedeutung. Bei einer Nutzungsrate von 76% liegt die private KI-Nutzung der Bevölkerung derzeit deutlich vor der Anwendung im Beruf oder in der Ausbildung (61%).

KI wird Teil der Suche

Die klassische Suchmaschine bleibt das meistgenutzte Werkzeug im Netz: 98% der internetnutzenden Bevölkerung verwendet sie mindestens gelegentlich, mehr als zwei Drittel täglich. Gleichzeitig gewinnt KI bei der Suche stark an Bedeutung: Bereits 77% nutzen den KI-Modus in klassischen Suchmaschinen, 57% suchen gezielt über KI-Plattformen. Damit erfolgt die KI-Nutzung häufiger innerhalb etablierter Suchmaschinen als über eigenständige KI-Angebote. Für die Suche werden KI-Plattformen bereits häufiger genutzt als YouTube (34%) oder Social Media (28%). Männer setzen dabei öfter auf KI-Plattformen, Frauen suchen etwas häufiger auf Social Media.

ChatGPT bleibt die klare Nummer 1

ChatGPT ist die mit Abstand meistgenutzte KI-Plattform der Schweiz: Zwei Drittel der Bevölkerung (67%, 4,3 Mio. Personen) verwenden den Dienst zumindest gelegentlich, 17% täglich. Keine andere Plattform hat

IGEM · Interessengemeinschaft elektronische Medien
Seefeldstr. 104 · CH-8008 Zürich
T +41 44 242 23 12 · info@igem.ch · www.igem.ch

seit 2024 einen vergleichbaren Reichweitenzuwachs erzielt. Mit deutlichem Abstand folgen Gemini (32%) und Copilot (30%). Weitere Angebote wie Meta AI (13%), Claude und Perplexity (je 10%) sowie Mistral (3%) spielen derzeit eine deutlich kleinere Rolle.

Digitale News erreichen fast die ganze Schweiz

Digitale News bleiben reichweitenstark: 93% der Bevölkerung nutzen Nachrichten auf Medien-Websites oder -Apps, mehr als die Hälfte täglich. Die höchste Reichweite erzielen die News-Angebote privater Schweizer Medien. Gleichzeitig sinkt die Zahlungsbereitschaft für digitale Nachrichtenangebote in allen Bevölkerungsgruppen, besonders in der Romandie, bei Männern und bei jüngeren Personen. Bei den 15- bis 34-Jährigen etabliert sich Social Media zunehmend als Nachrichtenkanal: 31% der jüngeren Altersgruppe nutzen sie täglich für Nachrichten zum aktuellen Zeitgeschehen. Für 13% sind soziale Netzwerke die einzige Newsquelle, weitere 19% kombinieren Social Media mit klassischen Medienangeboten, 24% informieren sich ausschliesslich über Medien. Auch DOOH (Digital Out of Home) spielt bei der Informationsvermittlung eine Rolle: 70% beachten Nachrichten zum aktuellen Zeitgeschehen auf Bildschirmen im öffentlichen Raum.

TV- und Video-Streaming ergänzt das klassische Fernsehen

Fernsehen bleibt in der Schweiz breit verankert: 92% der Bevölkerung nutzen TV-Angebote mindestens gelegentlich, 54% schauen täglich fern. Gleichzeitig hat sich auch Streaming etabliert: 47% der Bevölkerung streamen täglich TV- oder Videoinhalte. YouTube ist mit Abstand die meistgenutzte Video-Plattform und erreicht 80% der Bevölkerung, gefolgt von Play SRF/RTS/RSI bzw. Play Suisse (59%) und Netflix (54%). Das stärkste Wachstum der vergangenen drei Jahre verzeichnet Amazon Prime Video, dessen Reichweite von 11% auf 16% gestiegen ist. Bei den weiteren Schweizer Video-Angeboten erreichen blue+ (Super Max/Binge/Sport) 15%, Zattoo 12%, Joyn 9%, OnePlus 6% und YalloTV 4% der Bevölkerung.

Kino bleibt beliebt – besonders bei jungen Erwachsenen

Mehr als die Hälfte der Bevölkerung (56%) war in den vergangenen sechs Monaten im Kino. Am höchsten ist die Kinonutzung bei den 15- bis 34-Jährigen: 63% waren in diesem Zeitraum mindestens einmal im Kino. Im 3-Jahres-Vergleich zeigt sich die Kinonutzung insgesamt stabil. Gleichzeitig deuten die Ergebnisse auf eine positive Entwicklung in der italienischsprachigen Schweiz und bei Personen in Ausbildung oder Lehre hin.

Tägliche Audio-Reichweite bleibt stabil – Streaming gewinnt, Radio geht zurück

Audio bleibt ein fester Bestandteil im Medienalltag: Über alle Audio-Angebote hinweg werden täglich 80% der Bevölkerung erreicht. Die Nutzung verschiebt sich jedoch weiter von Radio zu Streaming. Der tägliche Radiokonsum ist seit 2024 von 52% auf 45% zurückgegangen. Gleichzeitig gewinnt Audiostreaming weiter an Bedeutung: 60% der Bevölkerung hören täglich Musik oder Radio über Streaming-Dienste oder Radio-Webseiten. Spotify ist der wichtigste Streaming-Anbieter. Knapp ein Drittel der Spotify-Nutzenden hört die werbefinanzierte Gratisversion. Podcasts werden von 65% der Bevölkerung mindestens gelegentlich genutzt und insbesondere von Personen mittleren Alters sowie in der Deutschschweiz häufig gehört. Mit 11% täglicher Nutzung bleiben sie jedoch deutlich hinter Radio und Streaming zurück.

Gaming wird zum Mainstream – Wachstum besonders bei älteren Zielgruppen

Gaming gewinnt in der Schweiz weiter an Bedeutung: 60% der Bevölkerung spielen mindestens gelegentlich digitale Spiele. Das Wachstum zeigt sich insbesondere in der Deutschschweiz, bei Männern und bei Personen ab 55 Jahren. Auch die tägliche Nutzung nimmt zu: Besonders auffällig ist die Entwicklung bei älteren Frauen. Mittlerweile spielt jede dritte Frau zwischen 55 und 75 Jahren täglich digitale Spiele. 44% der Bevölkerung spielen auf dem Smartphone, 28% mindestens gelegentlich auf einer Spielkonsole.

Wearables gewinnen an Bedeutung – AI Glasses noch in der Frühphase

Das Smartphone bleibt das zentrale digitale Gerät im Alltag: 96% der Bevölkerung nutzen es mindestens gelegentlich. Zulegen konnten in den vergangenen drei Jahren insbesondere Smartwatches, deren Nutzung von 27% auf 32% gestiegen ist, sowie Kopfhörer und Headsets (von 74% auf 77%). AI Glasses (auch KI-Brillen oder Smart Glasses genannt) hingegen sind bislang ein Nischenphänomen: Erst 2% der Bevölkerung nutzen entsprechende Geräte, etwa Ray-Ban Meta Wayfarer. Die grösste Offenheit zeigt sich bei den 20- bis 24-Jährigen.

IGEM · Interessengemeinschaft elektronische Medien
Seefeldstr. 104 · CH-8008 Zürich
T +41 44 242 23 12 · info@igem.ch · www.igem.ch

Medienmitteilung
IGEM-Digimonitor 2026

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz

Social Media wird zum Nachrichtenkanal

Zwei Drittel der Bevölkerung nutzen Social Media täglich. Während die Nutzung in der Deutschschweiz und bei Personen ab 55 Jahren signifikant tiefer ausfällt, gehören soziale Netzwerke für jüngere Zielgruppen fest zum Alltag. Social Media dient primär der Unterhaltung, mehr als die Hälfte der Bevölkerung nutzt es aber auch als Nachrichtenkanal. 44% nutzen Social Media für E-Learning. Besonders bei den 15- bis 34-Jährigen spielt Social Media eine wichtige Rolle bei der Informationssuche, für Tutorials, Nachrichten und Kaufberatung. Social Commerce, also der direkte Kauf über Social Media, bleibt dagegen mit 18% Nutzung vergleichsweise wenig verbreitet.

Instagram bleibt an der Spitze der Social-Media-Plattformen

Instagram behauptet seine Spitzenposition als meistgenutzte Social-Media-Plattform. 45% der Bevölkerung nutzen Instagram täglich, vor Facebook (26%), Snapchat (16%) und TikTok (14%). Deutlich an Reichweite verloren hat X (ehemals Twitter): Die Nutzung sank seit 2024 von 17% auf 10%. Bei den 15- bis 34-Jährigen liegt Instagram mit 72% täglicher Nutzung deutlich an der Spitze, vor Snapchat (44%) und TikTok (31%).

Mehr als ein Drittel kauft bei Temu, Shein oder AliExpress ein

Online-Shopping ist fest etabliert und findet zunehmend mobil statt: 66% kaufen über das Smartphone ein, 64% über den PC oder Laptop. Besonders aktiv sind die 30- bis 49-Jährigen. Für Produktinformationen sind Online-Shops die erste Anlaufstelle: 91% informieren sich mindestens gelegentlich dort. Für die Einkaufsberatung etablieren sich KI-Plattformen (39%) bereits auf Augenhöhe mit YouTube (40%) und vor Social Media (36%). Als direkter Shopping-Kanal werden KI-Plattformen (6%) und YouTube (2%) dagegen bislang nur selten genutzt. Auffällig ist die Verbreitung chinesischer Shopping-Plattformen: Bereits 36% der Bevölkerung kaufen auf Temu, Shein oder AliExpress ein. Besonders hoch ist die Nutzung im Tessin (48%) und in der Romandie (43%).

Über die Studie IGEM-Digimonitor 2026

Die Studie Digimonitor erhebt seit 2014 jährlich die Nutzung von elektronischen Medien und Geräten in der Schweiz. Ab 2024 sind die Daten repräsentativ für die internetnutzende Schweizer Bevölkerung im Alter von 15 bis 75 Jahren (6,4 Millionen Personen). Die Online-Befragung fand von März bis April 2026 statt. Intervista hat im Auftrag der IGEM Interessengemeinschaft elektronische Medien und der WEMF AG für Werbemedienforschung 1'957 Personen befragt, davon 1'002 in der Deutschschweiz, 747 in der Romandie und 208 in der italienischsprachigen Schweiz. Das Vertrauensintervall beträgt maximal +/- 2,2 Prozentpunkte. Die Ergebnisse stehen den IGEM-Mitgliedern kostenlos zur Verfügung. Nicht-Mitglieder können die Studie für CHF 5'000 beziehen. Mehr Infos: www.igem.ch

***Kontakt**: Siri Fischer, Geschäftsführerin IGEM, info@igem.ch, Tel. 044 242 23 12*

Bildmaterial: 4 Grafiken: als PNG sowie in Excel

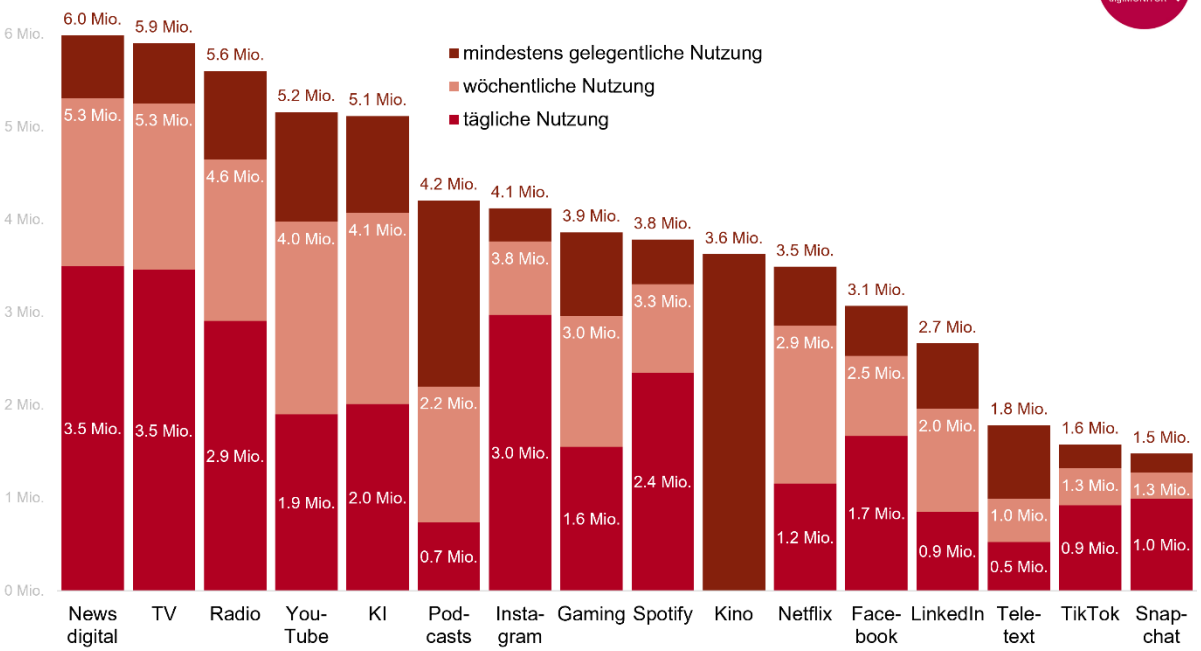
- Grafik 1: Nutzungshäufigkeiten diverse Medien und Plattformen bei Bevölkerung 15-75 Jahre
- Grafik 2: Positionierung diverse Medien, Plattformen und Trends nach Alter und Geschlecht
- Grafik 3: Veränderung KI-Nutzung und KI-Nutzungszwecke 2024-2026 bei Bevölkerung 15-75 Jahre
- Grafik 4: Nutzungshäufigkeiten einzelne KI-Plattformen bei Bevölkerung 15-75 Jahre

Medienmitteilung
IGEM-Digimonitor 2026

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz

Grafik 1

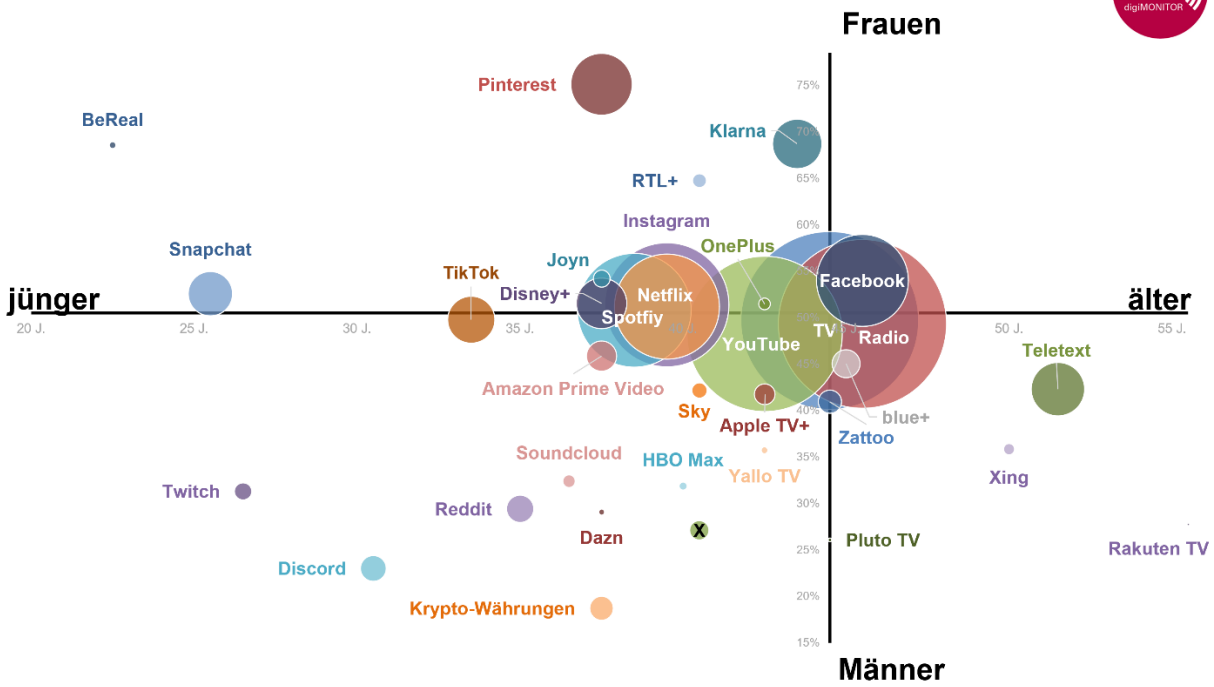
Nutzung elektronischer Medien und ausgewählter Plattformen in der Schweiz 2026
Bevölkerung 15-75 Jahre in Mio. Personen



Quelle: IGEM-Digimonitor 2026, Schweizer Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren mit Internetnutzung (6.4 Mio. Personen), n=1'957 Befragte. News digital: auf Medien-Angeboten / Kino: mindestens ein Kinobesuch in den letzten sechs Monaten.

Grafik 2

Positionierung von ausgewählten Medien, Plattformen & Trend-Themen in der Schweiz 2026
Bevölkerung 15-75 Jahre (mindestens gelegentliche Nutzung)



Quelle: IGEM-Digimonitor 2026, Schweizer Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren mit Internetnutzung (6.4 Mio. Personen), n=1'957 Befragte. Grösse der Kreise entspricht dem weitesten Nutzerkreis bei Gesamtbevölkerung; x-Achse: Durchschnittsalter der Nutzer, ø Alter Bevölkerung = 44 Jahre (Median); y-Achse: Frauenanteil an allen Nutzern.

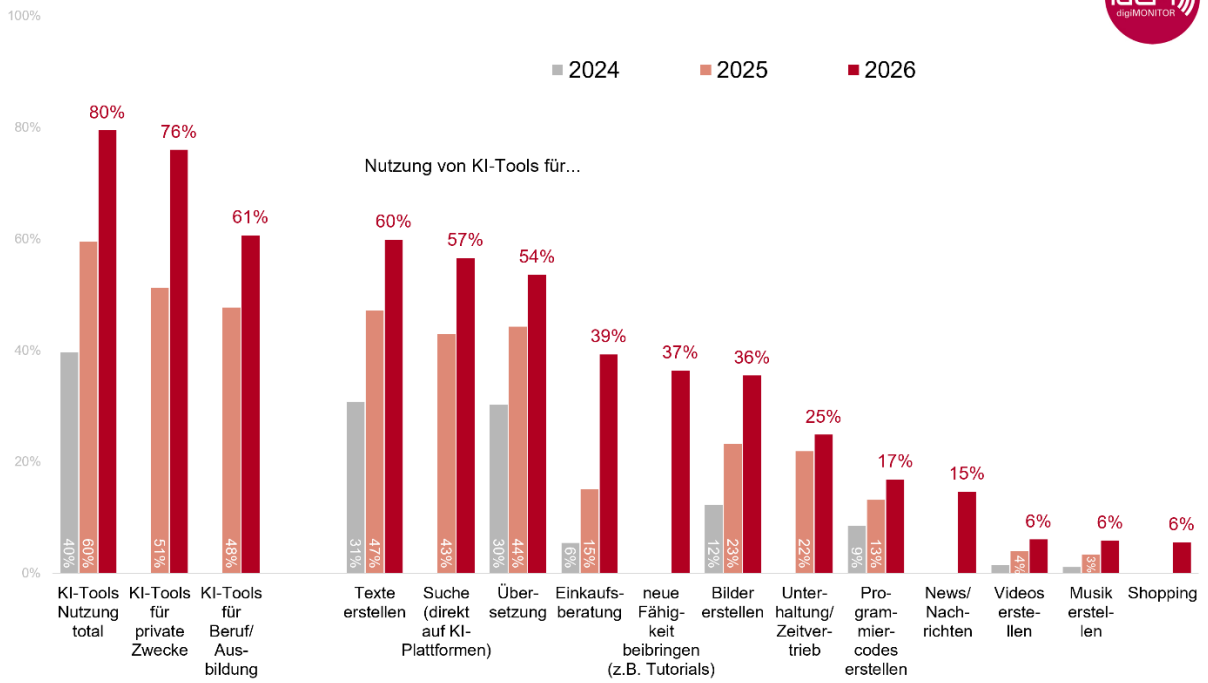
Grafik 3

IGEM · Interessengemeinschaft elektronische Medien
Seefeldstr. 104 · CH-8008 Zürich
T +41 44 242 23 12 · info@igem.ch · www.igem.ch

Medienmitteilung
IGEM-Digimonitor 2026

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz

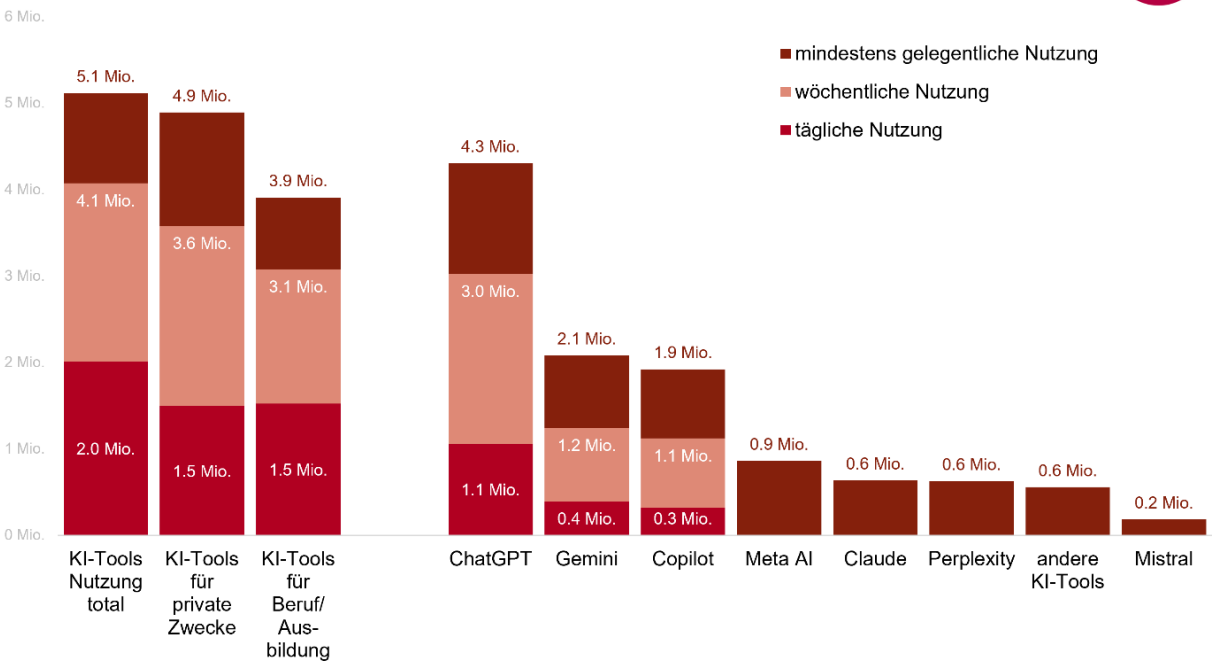
Nutzungsveränderung von KI-Tools und KI-Nutzungszwecken in der Schweiz 2024 - 2026
Bevölkerung 15-75 Jahre in % (mindestens gelegentliche Nutzung)



Quelle: IGEM-Digimonitor 2026, Schweizer Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren mit Internetnutzung (6.4 Mio. Personen), n=1'957 Befragte. Mindestens gelegentliche Nutzung.

Grafik 4

Nutzung von KI-Plattformen in der Schweiz 2026
Bevölkerung 15-75 Jahre in Mio. Personen



Quelle: IGEM-Digimonitor 2026, Schweizer Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren mit Internetnutzung (6.4 Mio. Personen), n=1'957 Befragte.

IGEM · Interessengemeinschaft elektronische Medien
Seefeldstr. 104 · CH-8008 Zürich
T +41 44 242 23 12 · info@igem.ch · www.igem.ch