

IGEM-digiMONITOR 2018: Admeira am Puls der Forschung

Bern, 22.11.2018

Die Mediennutzung über die verschiedenen Kanäle hat sich im vergangenen Jahr nur leicht verändert. So verwenden die meisten Konsumenten nach wie vor das TV-Gerät um fern zu schauen. Vermehrt konsumiert das Publikum auch Videos über das TV-Gerät. Über 61 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer nutzen das TV-Gerät täglich. Dies besagt die neuste Erhebung des IGEM-digiMONITOR, die jeweils zusammen mit Admeira durchgeführt wird.

Im vergangenen Jahr hat sich die Mediennutzung in der Schweiz nur unwesentlich verändert, wie die neuste Erhebung des IGEM-digiMONITORs zeigt. Die Mediennutzungsarten (Fernsehen, Video, Radio, News-Lesen, Social Media) und die dafür eingesetzten Vektoren (Device/Online/Offline) sind nahezu stabil geblieben und verändern sich nur langsam. Die Fernsehnutzung über das TV-Gerät (83 Prozent Verbreitung) hat gegenüber 2017 leicht abgenommen, während die Videonutzung über das TV-Gerät (16 Prozent Verbreitung) und die Fernsehnutzung über Internet (38 Prozent Verbreitung) gegenüber 2017 leicht zugenommen haben.

Unter den «neuen Medien» gibt es einen Gewinner und einen Verlierer

Netflix gewinnt fast 600'000 neue Nutzer dazu und verfügt nun über 1,5 Millionen gelegentliche Zuschauerinnen und Zuschauer in der Schweiz. Im Gegensatz dazu verliert Facebook bei den Jungen: Vor vier Jahren nutzten noch 80 Prozent der 15- bis 24-Jährigen Facebook, 2018 tun dies nur noch 50 Prozent gelegentlich. 1,3 Millionen Personen hören Musik auf Spotify. Von diesen Audiostreamingdiensten sind keine Vergleichsdaten aus den letzten Jahren verfügbar.

Der grosse Bildschirm ist das beliebteste Gerät von Herr und Frau Schweizer

92 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer nutzen ein TV-Gerät. So weit verbreitet ist nicht einmal das Smartphone (76 Prozent Verbreitung). Dafür wird das Smartphone von 73 Prozent der SchweizerInnen täglich genutzt. Das TV-Gerät wird von 61 Prozent der SchweizerInnen täglich genutzt. Bei Konsumenten, die verschiedene Geräte zum Fernsehen nutzen, bleibt der grosse Bildschirm deren erste Wahl. Fernsehinhalte gehören noch immer für alle Altersgruppen auf das grosse TV-Gerät.

Fernsehstreaming: Swisscom TV Air ist die Nr. 1

Swisscom TV Air ist der grösste Online-Fernsehstreaming Dienst in der Schweiz. 17 Prozent der SchweizerInnen nutzen diesen Dienst. 5 Prozent der SchweizerInnen nutzen den Dienst Swisscom TV Air sogar täglich.

Instagram, LinkedIn, Snapchat und Pinterest wachsen

Im Bereich Social Media gibt es drei etablierte Plattformen, die bei Schweizerinnen und Schweizern ab 15 Jahren eine stabile Verbreitung haben und in den letzten zwei Jahren nicht oder kaum gewachsen sind: WhatsApp (74 Prozent Verbreitung), Facebook (45 Prozent Verbreitung) und Twitter (11 Prozent Verbreitung).

Neben den drei «alten» Social-Media-Plattformen bestehen vier mittelgrosse Plattformen, die in den letzten vier Jahren signifikant gewachsen sind. Sowohl Instagram (27 Prozent Verbreitung), LinkedIn (20 Prozent Verbreitung), Snapchat (16 Prozent Verbreitung) und Pinterest (14 Prozent Verbreitung) sind inzwischen in der Schweiz grösser als Twitter.

Der IGEM-digiMONITOR vergleicht neue mit klassischen elektronischen Medien

Der IGEM-digiMONITOR bietet einen Vergleich von neuen elektronischen Medien (Social Media/Audiostreaming/Videostreaming) und klassischen elektronischen Medien (z.B. Fernsehen am Fernsehgerät). Er vermittelt zudem einen vertieften Blick auf einzelne Medienplattformen für die Video-, Social-Media-, Audio- und Fernsehstreamingnutzung.

Mit dem IGEM-digiMONITOR kann sowohl die Verbreitung, wie auch die Nutzungshäufigkeit der Medien analysiert werden. Admeira verwendet den DigiMonitor in erster Linie, um das Verbreitungspotential von Plattformen aus verschiedenen Mediengattungen auf unterschiedlichen Devices zu vergleichen und daraus Schlussfolgerungen für kundenorientierte Werbelösungen zu ziehen.

IGEM-digiMONITOR analysiert die Mediennutzung in der Schweiz

Der IGEM-digiMONITOR zeigt jährlich die Nutzung von Video, Audio, TV, Kino, Radio, Teletext, Internet, Virtual Reality, Smartwatch, Adblocker und Social Media über Smartphone, Tablet, PC/Laptop, TV- und Radio-Gerät in der Schweiz. Als einzige Studie ist sie repräsentativ für die gesamte Bevölkerung in der Deutsch- und der Westschweiz ab 15 Jahren. Die hier aufgeführten Zahlen betreffen 2018. Dank seiner Kontinuität ist der DigiMonitor ein optimales Instrument um Entwicklungen in der digitalen Mediennutzung zu beobachten. **IGEM:** <https://www.igem.ch/>

Informationen

Corporate Communications, Telefon +41 58 909 91 05, media@admeira.ch
Die Medienmitteilung ist verfügbar unter: <http://admeira.ch/about/mediencorner>

Über Admeira

Admeira ist das grösste Vermarktungsunternehmen der Schweiz. Wir vertreten über 80 starke Medienmarken in Print, Radio, TV und Online. Unseren Kunden bieten wir massgeschneiderte Werbe- und Sponsoringlösungen für medienübergreifende Kampagnen an.

Dank crossmedialem Einsatz erreichen wir jede Woche neun von zehn Schweizer Haushalten. Nationale und internationale Werbeauftraggeber vertrauen unserer Kompetenz in den Bereichen Vermarktung, Research, Technologie, Innovation und Datenmanagement.

Mit rund 300 Mitarbeitenden in allen Landesteilen setzen wir uns für innovative, umsetzungsstarke und kundenorientierte Lösungen ein, die Werbung erfolgreich machen.

Admeira wurde 2016 von den drei Schweizer Partnern Ringier, SRG und Swisscom gegründet und ist die Antwort auf einen sich stetig ändernden Medien- und Werbemarkt. Die Dienstleistungen stehen allen Werbeauftraggebern, Agenturen sowie weiteren Anbietern von Werbeinventar offen.