

Medienmitteilung zur freien Veröffentlichung // **Sperrfrist: Di, 20. Okt. 2015, 19:00 Uhr**

Zürich, 19. Oktober 2015 – Y&R Group Switzerland AG

MEDIA USE INDEX 2015 der Y&R Group Switzerland: Die Studie [Media Use Index](#) untersucht jährlich das Mediennutzungs- und Informationsverhalten der Schweizer Wohnbevölkerung. 2015 wurde die Studie zum siebten Mal durchgeführt. Erneut wurden 2'000 Personen im Alter zwischen 14 und 69 Jahren aus der Deutsch- und Westschweiz online befragt. Die Stichprobe ist repräsentativ.

Die Schweiz ist weltmeisterlich: 85% nutzen das Internet mobil.

Die mobile Internetnutzung nimmt in der Schweiz weiter zu. 85% der Befragten nutzen Smartphone oder Tablet, um mobil zu surfen. Inzwischen sind sogar mehr als die Hälfte der „Digital Natives“ öfter via Smartphone im Internet als per Computer. Das zeigt der Media Use Index (MUI) der Y&R Group Switzerland, welcher 2015 zum siebten Mal erhoben wurde.

Internetnutzung per Smartphone steigt weiter an

Die Internetnutzung per Smartphone wächst weiterhin. 80% der Schweizer surfen mit ihrem Smartphone im Netz, 48% mit dem Tablet. Auf hohem Niveau stabil ist die Internetnutzung per Computer (88%), während die TV-Nutzung (88%) leicht rückläufig ist. Dies könnte auf die stärkere Nutzung von Streaming und Video on Demand (VoD) zurückzuführen sein. Radio und Gratiszeitungen konsumieren zwei Drittel der Schweizer, während bezahlte Tagesnews weiterhin von nur 50% gelesen werden.

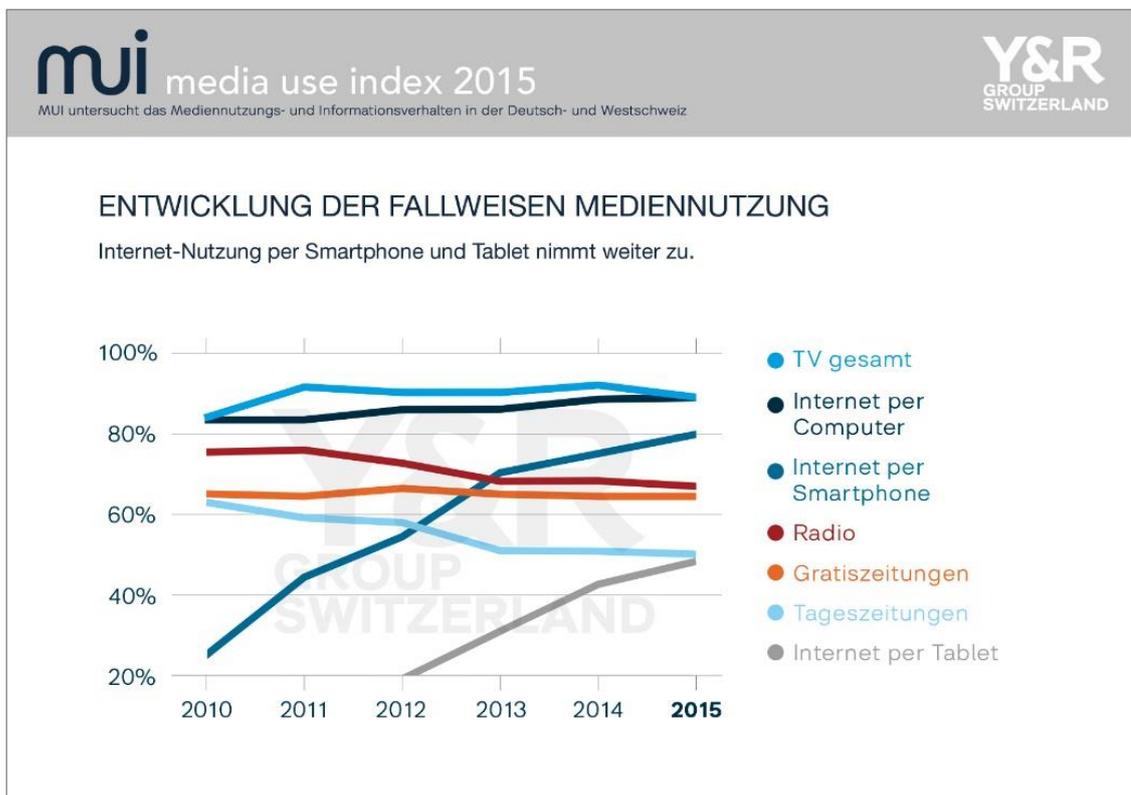


Abbildung 1: Entwicklung der fallweisen Mediennutzung

85% der Schweizer Internetnutzer surfen auch mobil

Die Internetnutzung per Smartphone konnte 2015 weiter zulegen und beträgt neu 80%. Das entspricht einem Anstieg von rund 7% gegenüber Vorjahr (2014: 75%). Das Tablet konnte ebenfalls zulegen. 2015 surfen 48% der Schweizer mit dem Tablet im Netz (2014: 42%). Damit belegt die Schweiz bei der Internetnutzung per Tablet im internationalen Vergleich (Quelle: Statista) weiterhin einen Spitzenplatz. Insgesamt greifen 85% der Schweizer Wohnbevölkerung über ein mobiles Gerät (Smartphone oder Tablet) auf das Internet zu. Am höchsten ist die mobile Internetnutzung per Smartphone oder Tablet bei den Digital Natives. Im Segment der 14-29 Jährigen surfen 95% der Personen mobil. Am stärksten ist das Wachstum bei der mobilen Internetnutzung bei den Silver Surfern. 71% der über 55-Jährigen surfen mittlerweile mit einem mobilen Endgerät im Netz. Das entspricht einen Anstieg von 10% gegenüber dem Vorjahr (2014: 64%).

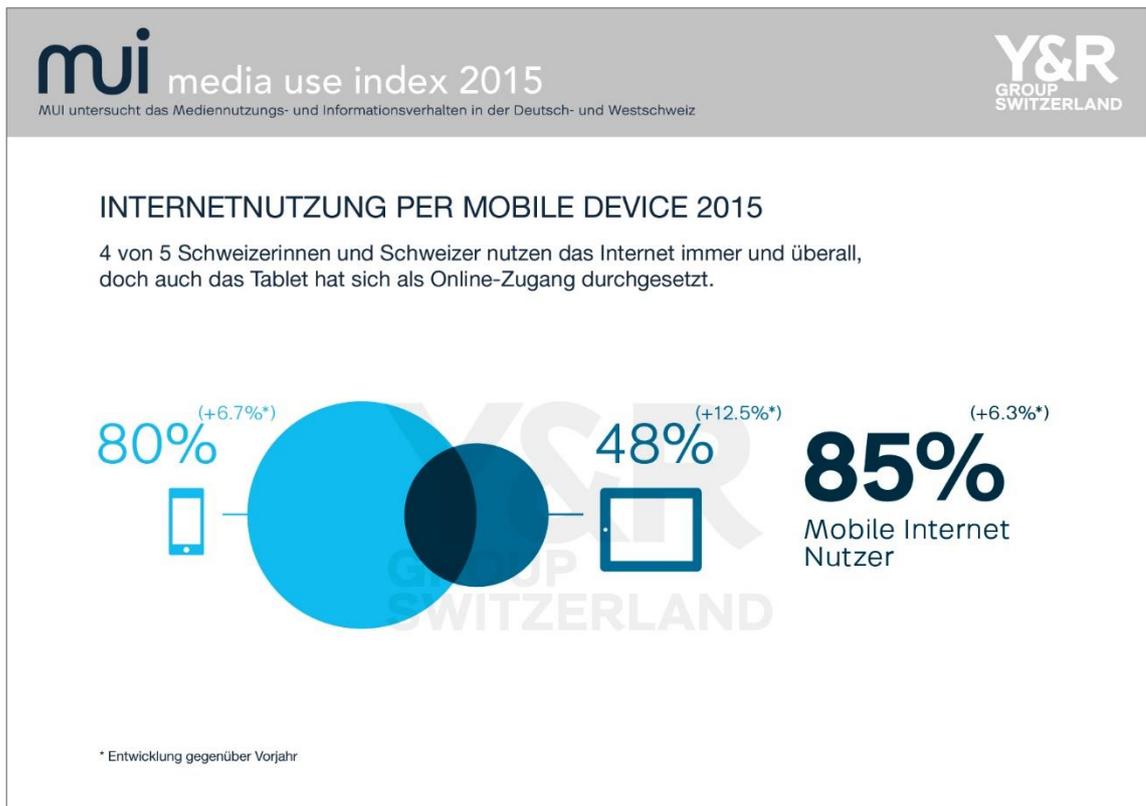


Abbildung 2: Internetnutzung per Mobile Device 2015

(Fast) jeder besitzt ein mobiles Gerät

82% der Bevölkerung verfügen über ein eigenes Smartphone. Bei den Digital Natives sind es sogar 91%, während die Silver Surfer mit 70% weiter aufholen. Tablets sind, wie auch im letzten Jahr, bei den Digital Immigrants am stärksten verbreitet. Über alle Generationen hinweg hat der Besitz von Tablets um 11% zugenommen und liegt damit neu bei 50%.

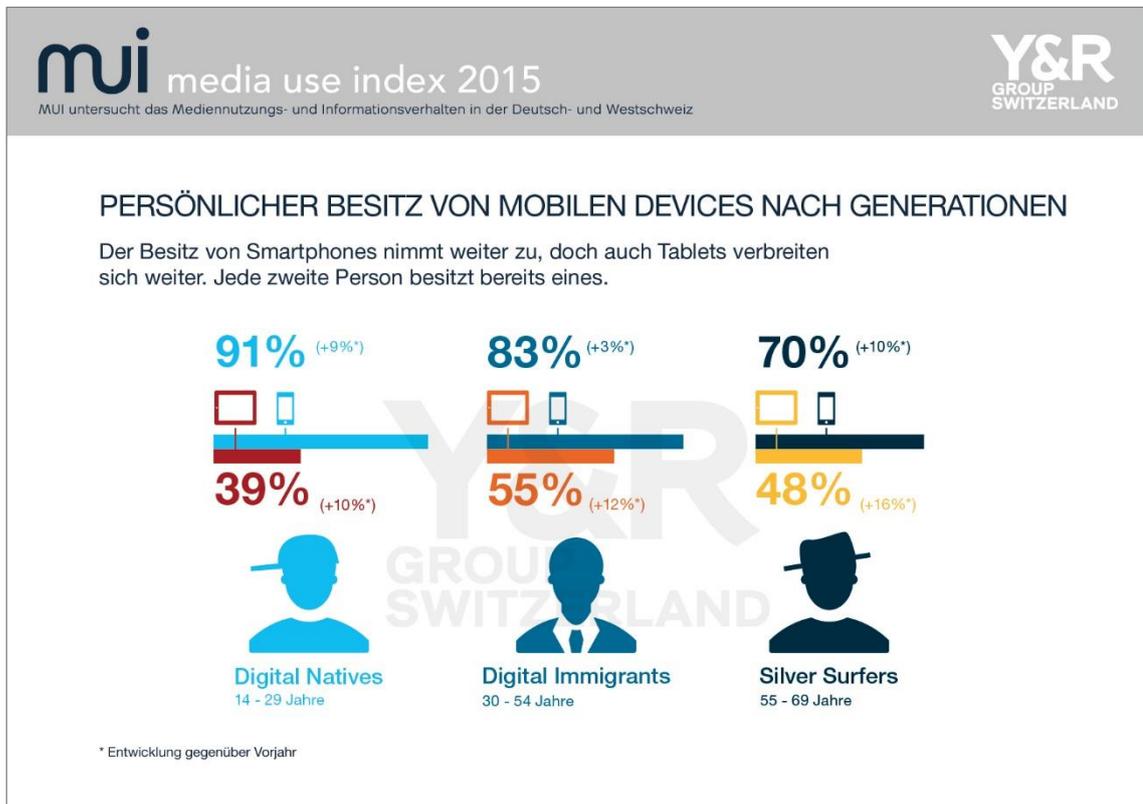


Abbildung 3: Persönlicher Besitz von mobilen Devices nach Generationen

Digital Natives: Mehr Internet via Smartphone als per PC

Bei den Digital Natives ist seit diesem Jahr das Smartphone sogar der häufigste Zugang zum Internet überhaupt. 55% geben an, dass sie mehr mit dem Smartphone online sind, als mit einem PC. Bei den Digital Immigrants trifft diese Aussage auf 29% zu und bei den Silver Surfern sind es 16%.

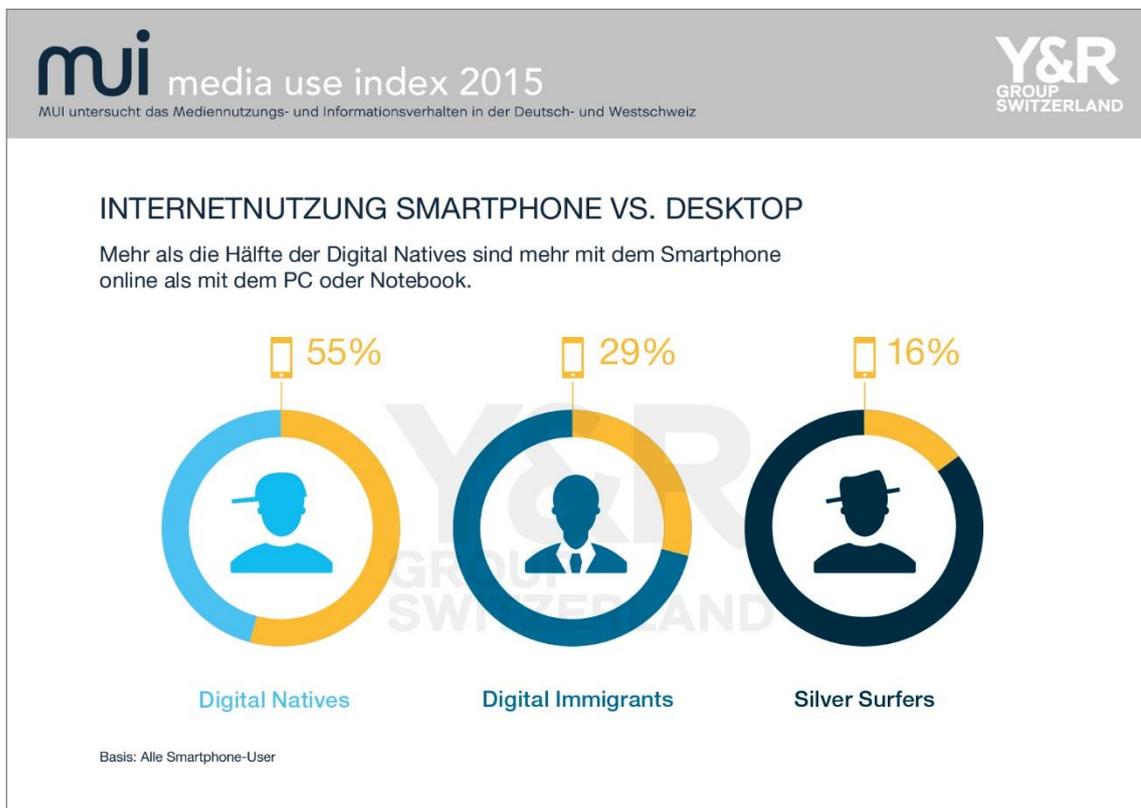


Abbildung 4: Internetnutzung Smartphone vs. Desktop

Das Smartphone ist das wichtigste Device

Bei der Wichtigkeit gaben 86% der Bevölkerung an, dass ihnen das Smartphone „wichtig“ bis „sehr wichtig“ ist. Damit verdrängt das Smartphone Desktop-PC und Laptop auf die hinteren Plätze. Die mit 61% relativ geringe Wichtigkeit von Tablets zeigt, dass diese nach wie vor eher als Zweit-Gerät wahrgenommen werden.

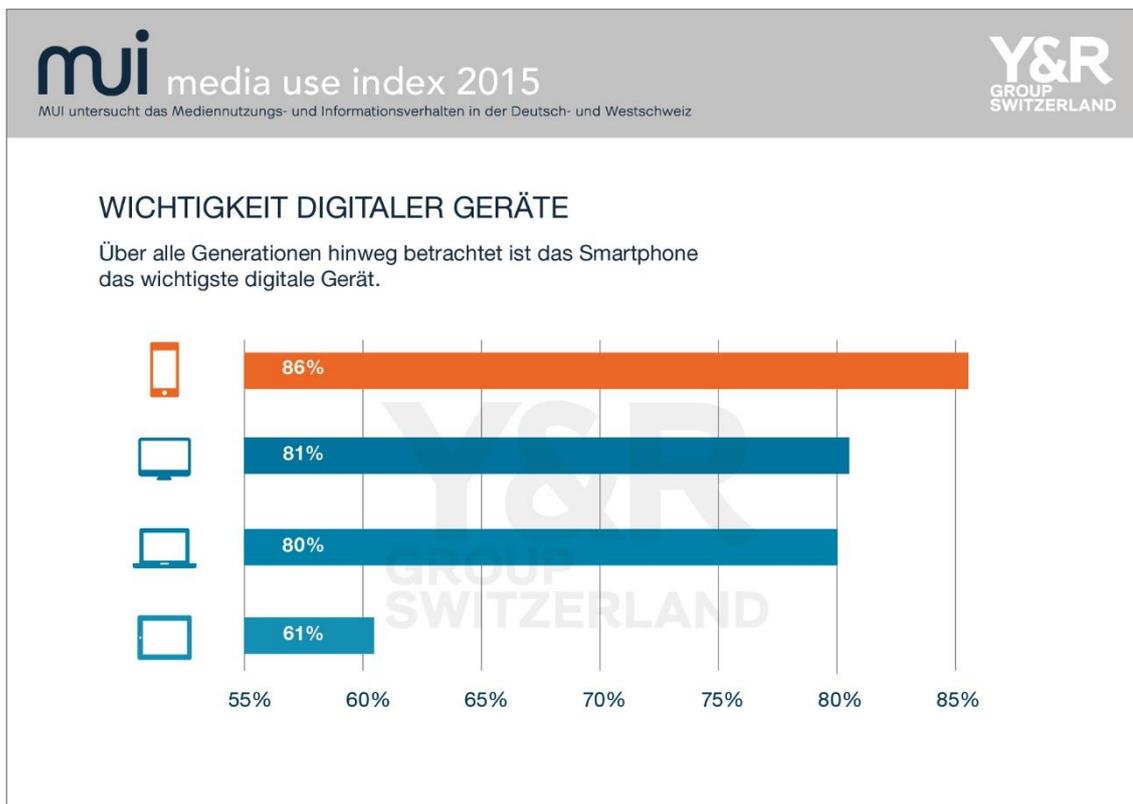


Abbildung 5: Wichtigkeit digitaler Geräte

Tagesnews werden immer stärker mobil konsumiert

Bei der Wahl der Kanäle, über welche die Personen Tagesnews konsumieren, setzt sich der Shift hin zur mobilen Nutzung weiter fort. Während die Wachablösung bei 20 Minuten bereits letztes Jahr stattgefunden hat, übersteigt dieses Jahr nun auch beim Blick der Konsum per Mobile die Print- und Onlinenutzung. Der NZZ steht dieser Wechsel wohl sehr bald bevor. Insgesamt lesen 80% der Smartphone-Nutzer zumindest gelegentlich Zeitung per Mobile (2014:78%).

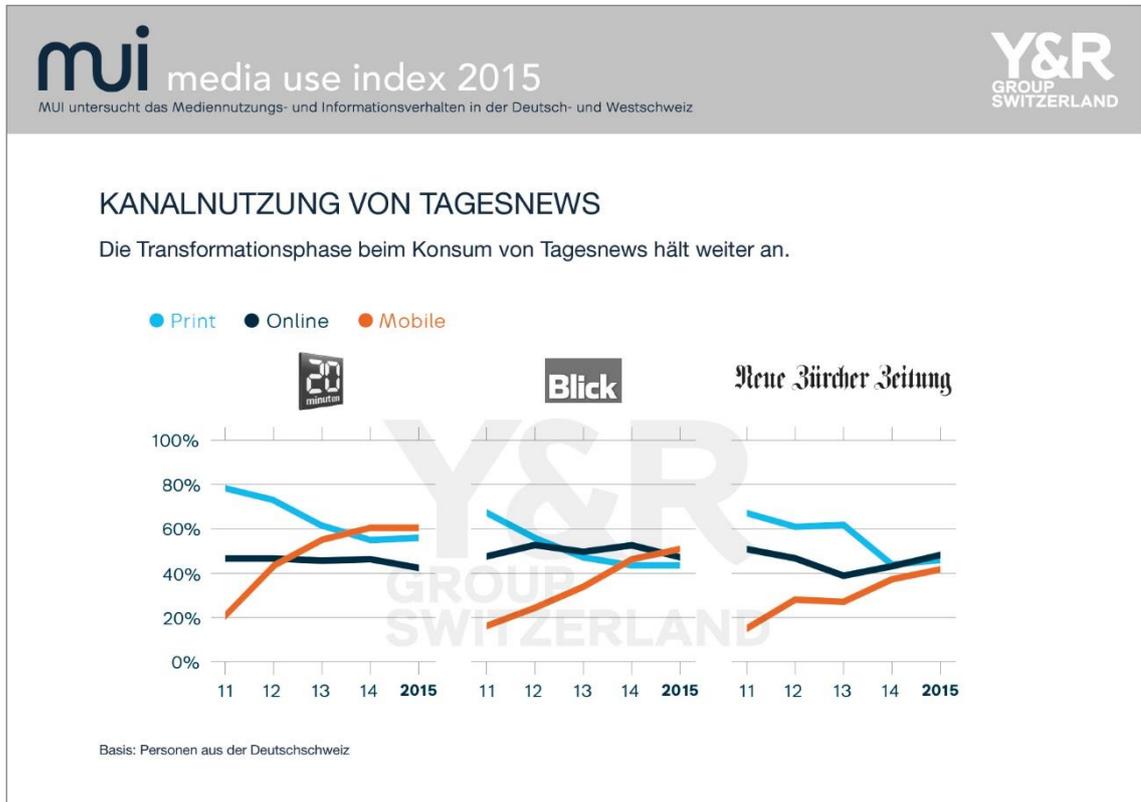


Abbildung 6: Kanalnutzung von Tagesnews

Für Digital Natives ist Whatsapp die wichtigste Social Media Plattform

Bezüglich Social Media kann den Digital Natives keine der anderen Generationen das Wasser reichen. Bei der Wichtigkeit der einzelnen Plattformen zeichnet sich mit Whatsapp ein klarer Leader ab: 76% der Digital Natives bewerten Whatsapp mit „wichtig“ bis „sehr wichtig“ (Top-2-Box). Facebook scheint den Negativtrend der Vorjahre vorerst gestoppt zu haben und kann erstmals seit 2012 wieder an Relevanz zulegen, was höchstwahrscheinlich unter anderem auch auf die Verbesserung der Mobile Experience zurückzuführen ist. Etwas unscheinbar zeigt sich Snapchat, das 18% der Digital Natives als „wichtig“ bis „sehr wichtig“ erachten. Bei genauerem Hinsehen zeigt sich aber, dass ganze 59% der Untergruppe der 14- bis 19-Jährigen die Mobil-App als wichtig bezeichnen! Damit ist Snapchat in diesem Bereich nahezu gleichauf mit Instagram, welche im gleichen Segment eine Wichtigkeit von 61% erreicht.

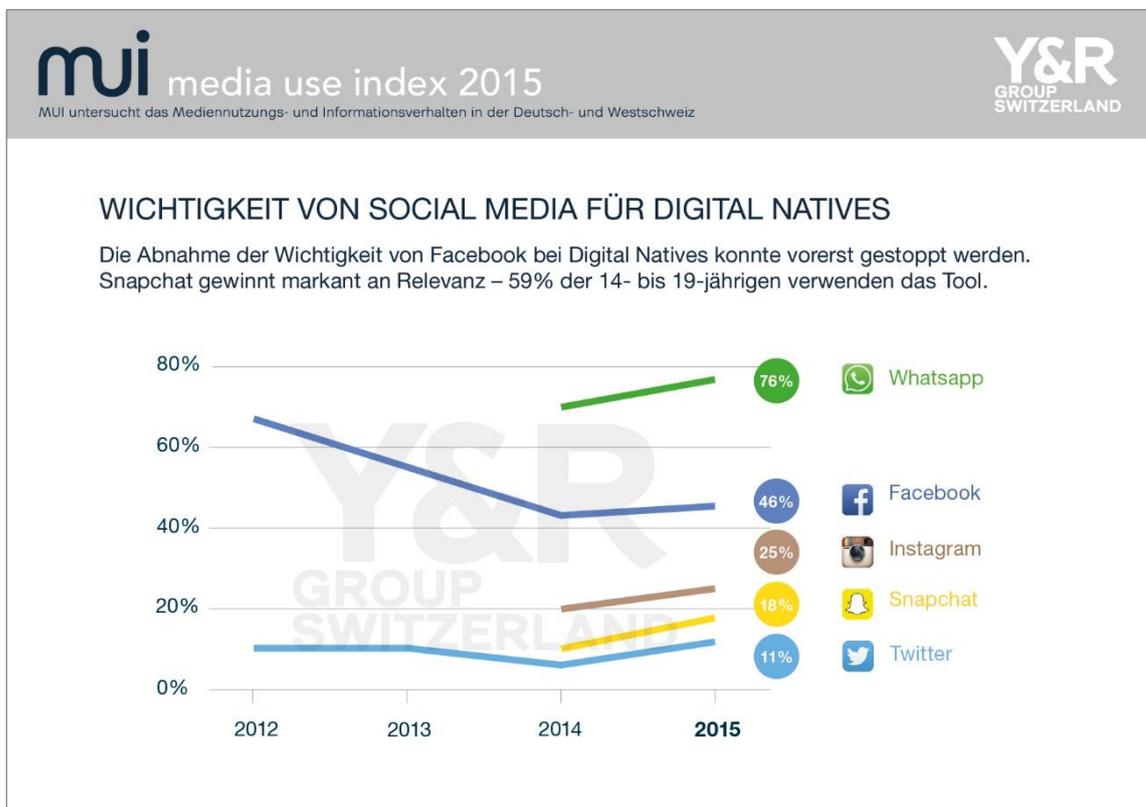


Abbildung 7: Wichtigkeit von Social Media für Digital Natives

Das Smartphone gewinnt als Zugang zu Social Media weiter an Relevanz

Bei den Digital Natives ist das Smartphone mittlerweile das präferierte Gerät zur aktiven Nutzung von Social Media. Die anderen Kanäle verlieren sowohl bei Digital Natives als auch bei Digital Immigrants gegenüber dem Vorjahr. Den grössten Sprung nach vorne machen die Silver Surfer, welche dieses Jahr mehr als doppelt so oft via Smartphone auf Social Media zugreifen.

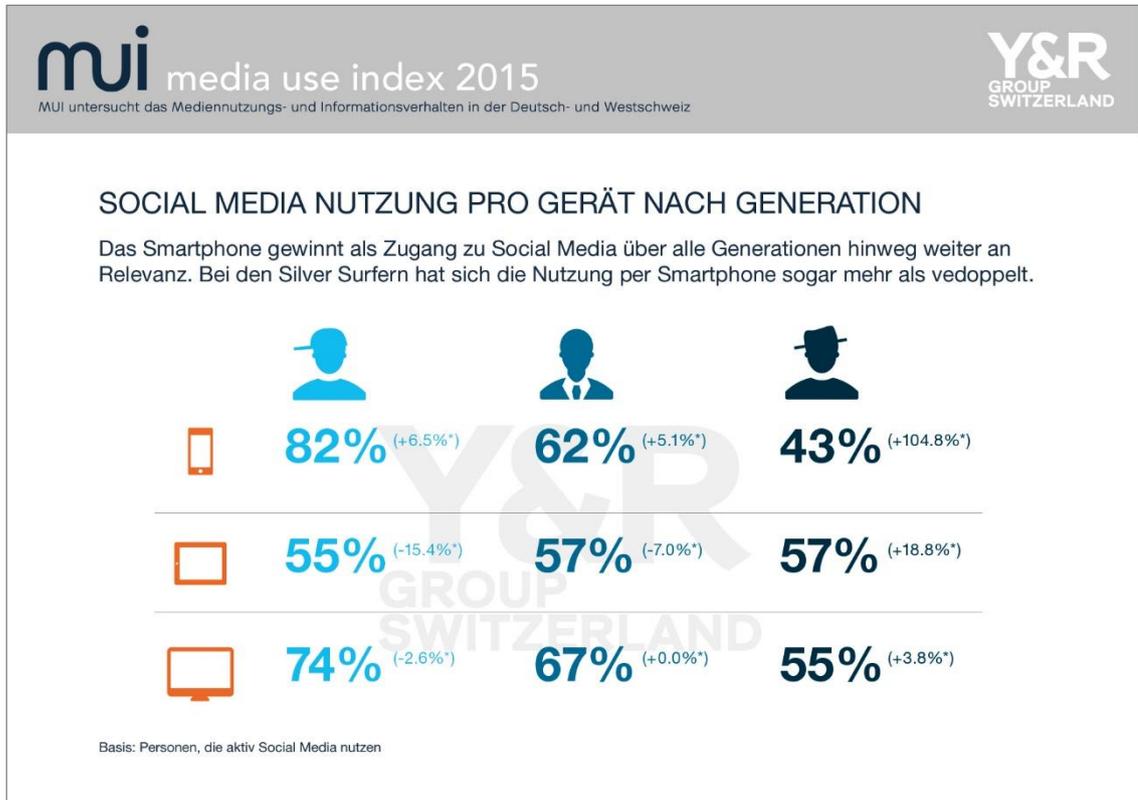


Abbildung 8: Social Media Nutzung pro Gerät nach Generation

TV-Inhalte werden immer öfter gestreamt

Auf wöchentlicher Basis betrachtet, werden TV-Inhalte öfter gestreamt oder zeitversetzt konsumiert als noch im Vorjahr. Die Nutzung von Live TV und Downloads für den Konsum von TV-Inhalten verändert sich hingegen nur marginal. Über alle Altersklassen hinweg betrachtet, streamen sogar 84% all jener, die TV schauen, zumindest fallweise.

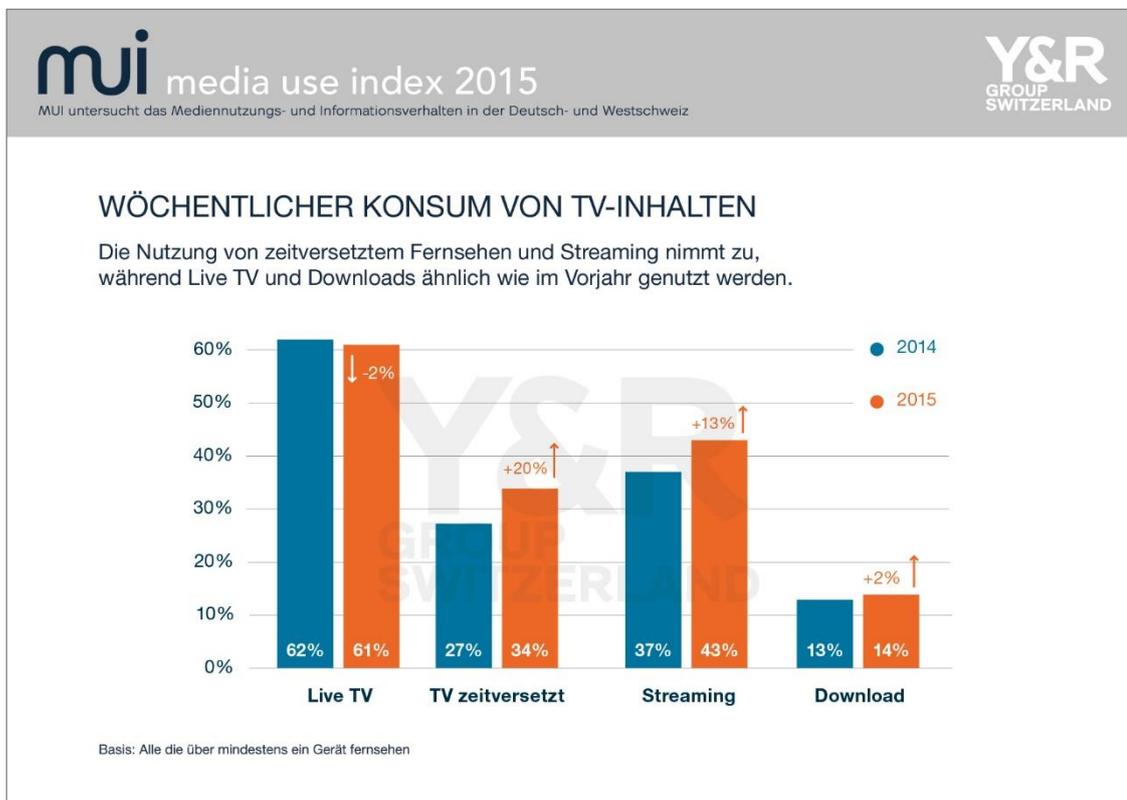


Abbildung 9: Wöchentlicher Konsum von TV-Inhalten

Umsturz im Schweizer eCommerce: Die SBB neu auf Platz 1 der Onlineshops

Die SBB verdrängt dieses Jahr den Online-Marktplatz ricardo.ch (31%) vom Spitzenplatz und liegt neu mit 34% an erster Stelle der Schweizer Onlineshops (für Einkäufe in den letzten 12 Monaten). Auf Rang 3 folgt das Online Modehaus Zalando (28%), knapp vor ticketcorner.ch auf dem vierten Platz (ebenfalls 28%). Neu in die Top 10 schafft es das Online-Reisebüro Booking.com.

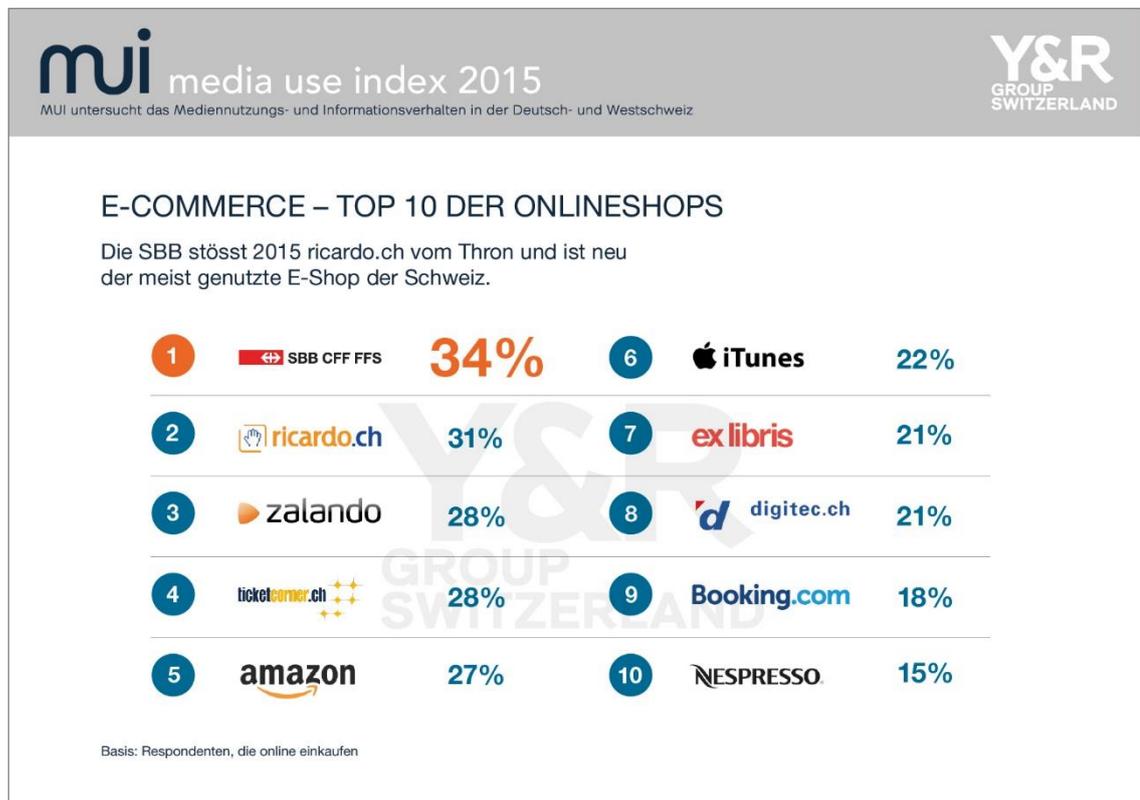


Abbildung 10: E-Commerce – Top 10 der Onlineshops

Jeder Dritte nutzt Self-Tracking

Der Trend des Self-Trackings nahm 2010 in den USA seinen Lauf. Mittlerweile nutzt auch in der Schweiz bereits mehr als ein Drittel (37%) Self-Tracking-Services auf dem Smartphone. Bei den Digital Natives ist es sogar fast jeder Zweite, bei den Silver Surfern immerhin jeder Vierte. Der am häufigsten genutzte Anbieter ist dabei Runtastic (10%). Es zeigt sich aber auch, dass sich zurzeit noch viele verschiedene Anbieter das Feld teilen. Ein klarer Leader, der den Self-Tracking-Markt prägt, ist derzeit nicht zu erkennen.

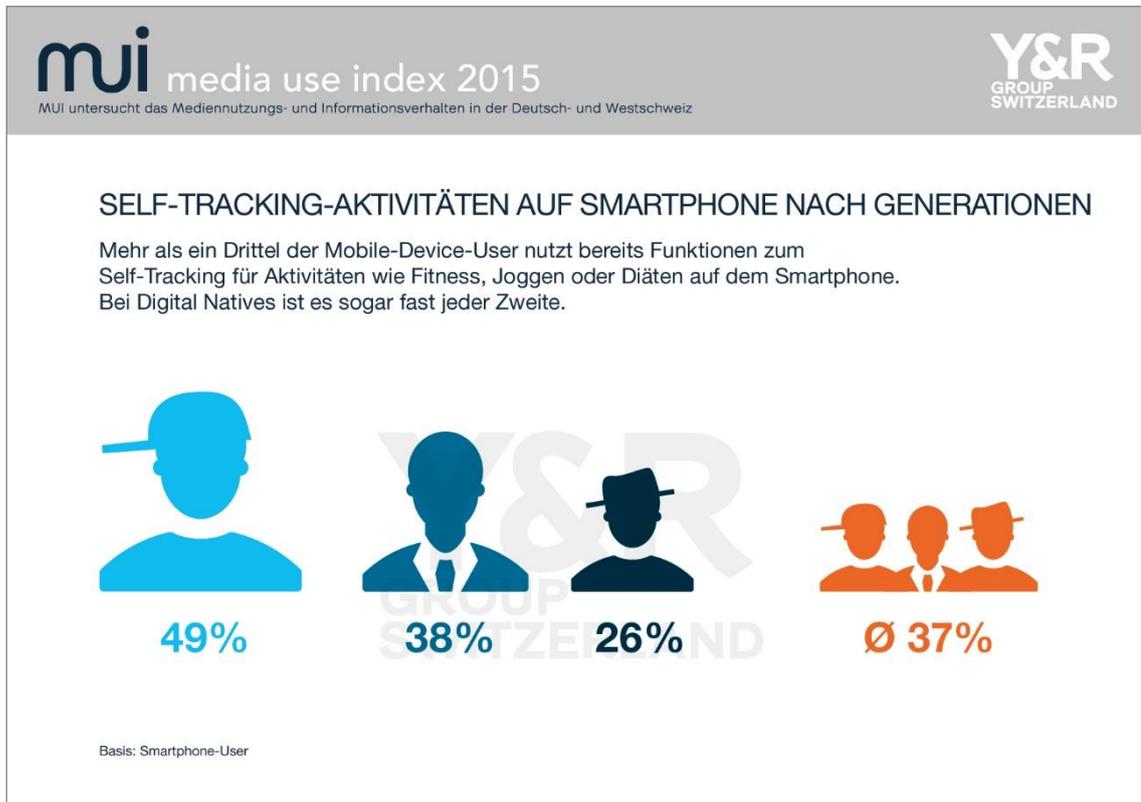


Abbildung 11: Self-Tracking-Aktivitäten auf Smartphone nach Generationen

Next Step: Mobile Payment

Mobile Banking hat sich in der Schweiz definitiv etabliert. Während mehr als die Hälfte der Personen bis 55 Jahre die Dienste auf Tablet oder Smartphone nutzen, geben sich die Silver Surfer noch etwas vorsichtiger (40%). Doch der nächste Entwicklungsschritt steht bereits in den Startblöcken – Mobile Payment. Bereits einige Retailer nutzen Apps, um Kreditkartenangaben zu hinterlegen und damit online wie offline bezahlen zu können. Bereit 23% der Digital Natives geben an, schon mindestens einmal per Smartphone ihre Einkäufe bezahlt zu haben.

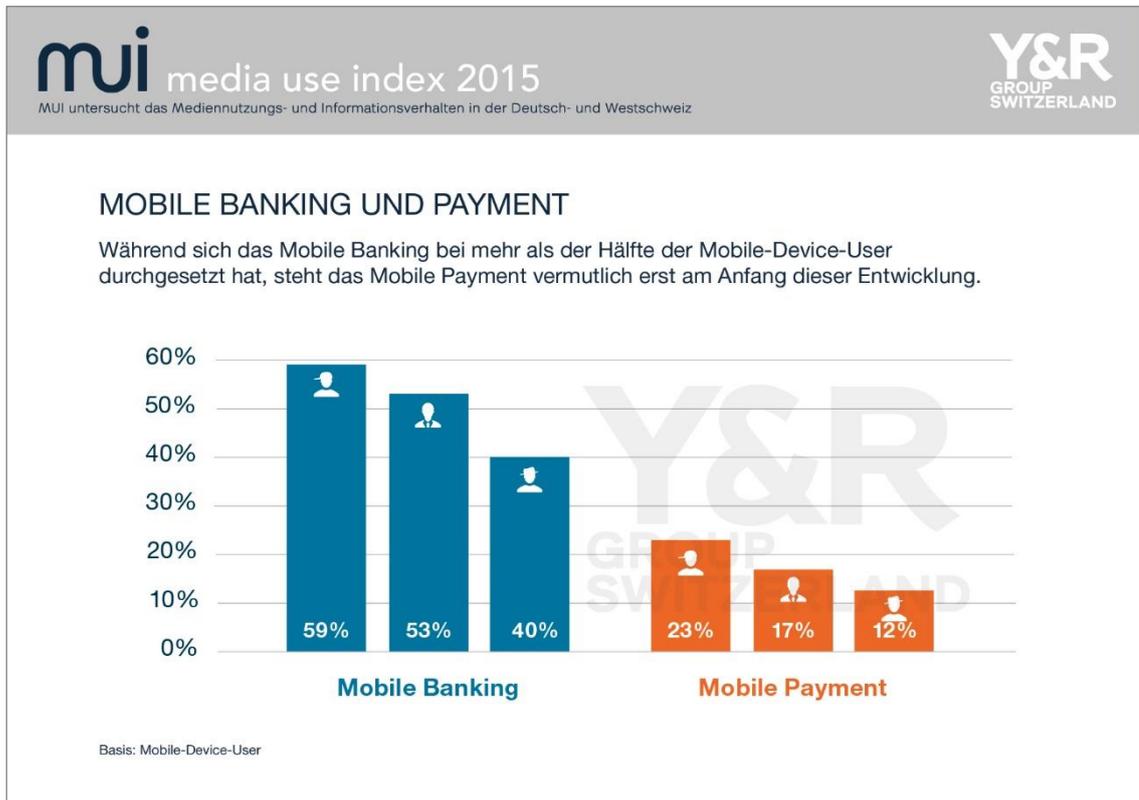
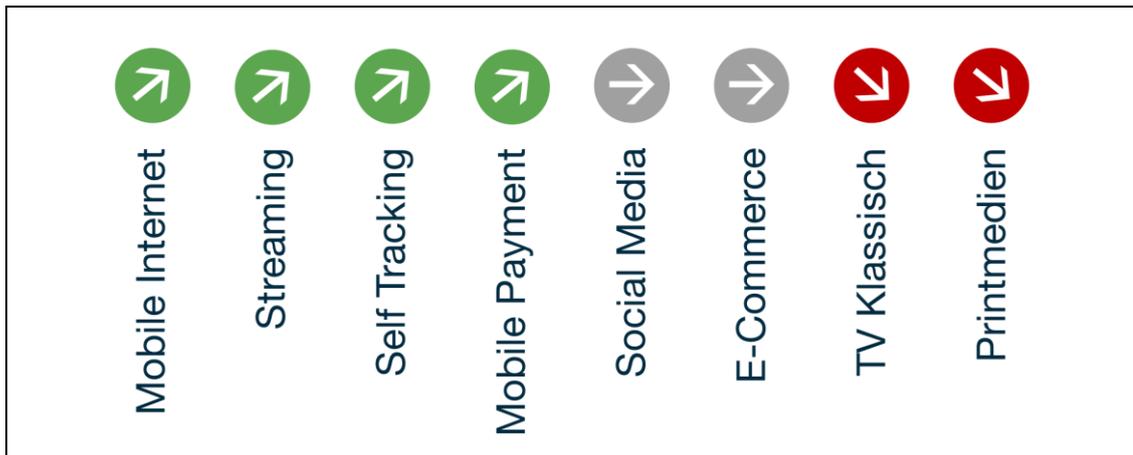


Abbildung 12: Mobile Banking und Payment

Zusammenfassende Betrachtung: Die mobile Internetnutzung wird auch künftig weiter steigen

Die Mobile Internetnutzung wird auch künftig noch weiter steigen und Streaming macht der klassischen TV-Nutzung immer stärkere Konkurrenz. Die Nutzung von Social Media und E-Commerce stabilisiert sich auf hohem Niveau. Bei Social Media finden jedoch Verschiebungen zwischen Plattformen statt. Bei den jüngsten Konsumenten zwischen 14-19 Jahre gewinnen neuerer Plattformen wie z.B. Snapchat und Instagram kontinuierlich an Relevanz, während die Wichtigkeit von Facebook rückläufig ist.



Informationen zur Studie „Media Use Index“:

Die Studie [Media Use Index](http://www.media-use-index.ch) untersucht das Mediennutzungs- und Informationsverhalten der Schweizer Bevölkerung. Zum spannenden Quervergleich unterteilt die Studie die Online-Bevölkerung in drei Generationen: „Digital Natives“ (14 bis 29 Jahre), „Digital Immigrants“ (30 bis 54 Jahre) und „Silver Surfer“ (ab 55 Jahren). Die Studie wurde 2009 erstmals durch die Y&R Group Switzerland durchgeführt. 2015 erscheint nun die siebte Auflage der Studie. Hierfür wurden 2'000 Personen zwischen 14 und 69 Jahren aus der Deutsch- und Westschweiz online zu ihrem Mediennutzungsverhalten befragt. Die Stichprobe ist repräsentativ gemäss den offiziellen Strukturdaten der Schweiz.

Die Grafiken dürfen unter Angabe der Quelle „Media Use Index der Y&R Group Switzerland“ verwendet und veröffentlicht werden.

Die Y&R Group Switzerland ist die führende Kommunikationsagentur der Schweiz mit Sitz in Zürich. Sie vereint unter gemeinsamer Führung die Spezialisten von Advico Y&R (Werbung), Allaccess (Promotion), Futurecom (Digital), Wunderman (Dialog) und Y&R Consulting (Strategic Marketing Consulting).

www.media-use-index.ch

Verantwortlich bei Y&R Group Switzerland:

Urs Krucker (Head of Strategy), urs.krucker@yr-consulting.com, +41 44 271 71 71

Hinweis zu den eingefügten Diagrammen: Die Diagramme finden Sie separat als Beilage (als .jpg Dateien). Die eingefügten Darstellungen dienen bloss der Erläuterung und sind qualitativ unter Umständen nicht optimal für die Wiederverwendung.