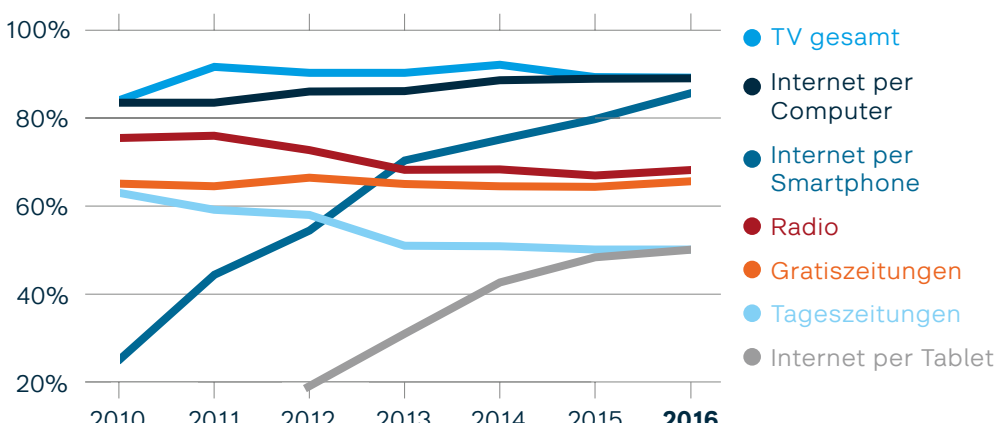


ENTWICKLUNG DER FALLWEISEN MEDIENNUTZUNG

Die Internetnutzung per Tablet hat die Nutzung von Tageszeitungen eingeholt. Trotzdem fließen in der Schweiz immer noch 42% der Werbegelder in Printmedien und nur 11% in Onlinekanäle.



Basis: Kernzielgruppe; Nutzung mind. fallweise
Quelle Media Spendings; Media Focus, 2015

DAS SMARTPHONE IM ALLTAG

Das Smartphone ist ein treuer Begleiter – viele Digital Natives trennen sich praktisch nie davon.



Ich bin mehr mit dem Smartphone online als mit dem Computer.



56%



29%



18%



Ich nehme mein Smartphone immer mit aufs Klo.



46%



24%



10%



Mein Smartphone liegt auch beim Schlafen immer in Griffweite.



60%



38%

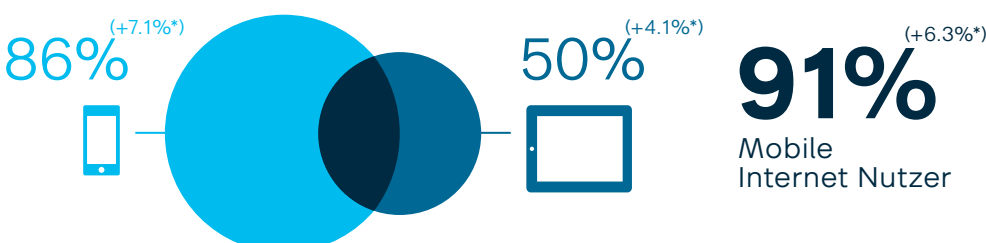


25%

Basis: Smartphone Nutzer

INTERNETNUTZUNG PER MOBILE DEVICE

9 von 10 Schweizerinnen und Schweizern greifen mit ihrem Mobile Device auf das Internet zu.



*Entwicklung gegenüber dem Vorjahr
Basis: Kernzielgruppe; Nutzung mind. fallweise

INTERNETNUTZUNG PER MOBILE DEVICE NACH GENERATIONEN

96% der Digital Natives nutzen das Internet über ihr Smartphone. Bei der Internetnutzung per Tablet hingegen sind die Digital Immigrants Spitzenreiter.

96% (+7.0%*)



44% (+10.5%*)



Digital Natives
14 - 29 Jahre

88% (+12.6%*)



54% (+4.4%*)



Digital Immigrants
30 - 54 Jahre

70% (+22.7%*)



48% (+16.1%*)

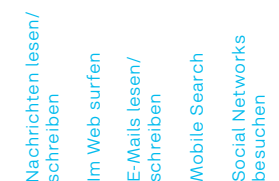


Silver Surfer
55 - 69 Jahre

*Entwicklung gegenüber dem Vorjahr
Basis: Kernzielgruppe; Nutzung mind. fallweise

TOP 5 DER WÖCHENTLICHEN SMARTPHONE AKTIVITÄTEN

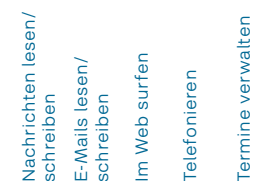
Für alle drei Generationen ist das Smartphone in erster Linie ein Messenger. Telefonieren gehört bei den Digital Natives hingegen nicht mehr zu den 5 häufigsten Funktionen – auf dem smart «Phone».



Digital Natives



14 - 29 Jahre



Digital Immigrants



30 - 54 Jahre



Silver Surfer

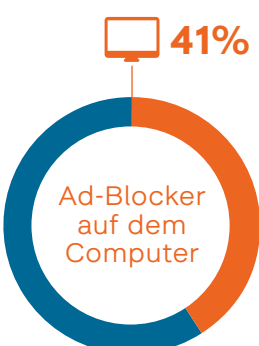


55 - 69 Jahre

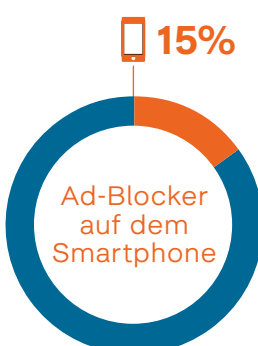
Basis: Smartphone Nutzer; Nutzung mind. wöchentlich

VERWENDUNG VON AD-BLOCKERN

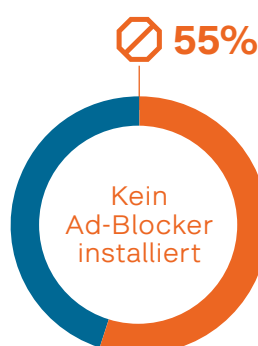
41% aller Schweizerinnen und Schweizer verwenden auf ihrem PC einen Ad-Blocker, um unerwünschte Werbung auszublenden. Auf dem Smartphone tun das lediglich 15%.



Ad-Blocker auf dem Computer



Ad-Blocker auf dem Smartphone

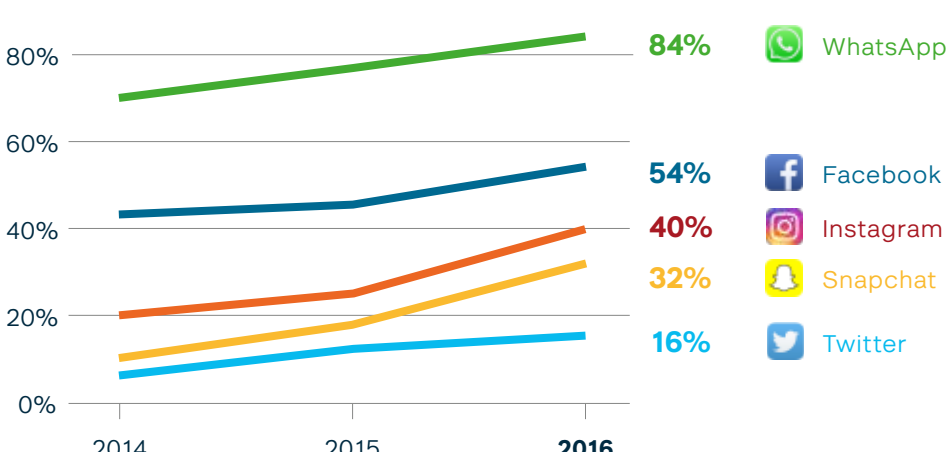


Kein Ad-Blocker installiert

Basis: Kernzielgruppe

WICHTIGKEIT VON SOCIAL NETWORK PLATTFORMEN BEI DIGITAL NATIVES

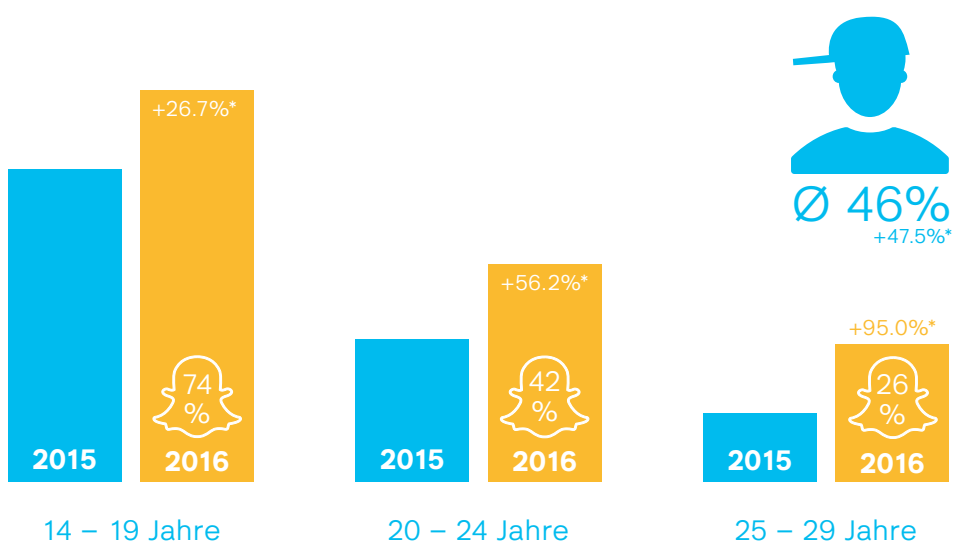
Bei den Digital Natives konnten die Plattformen im Vergleich zu 2015 zulegen. Wichtigste Plattform bleibt WhatsApp.



Basis: DN aus der Deutschschweiz; Social Media Nutzer; Wichtigkeit Top-2-Boxen

NUTZUNG VON SNAPCHAT BEI DIGITAL NATIVES

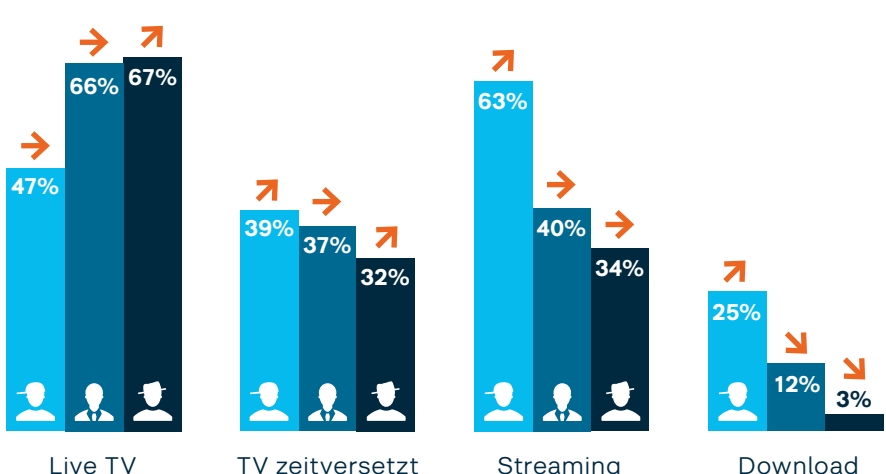
Snapchat konnte bei den Digital Natives über alle Sub-Segmente hinweg wachsen. Bei den 25- bis 29-Jährigen hat sich der Anteil der Nutzer nahezu verdoppelt.



*Entwicklung gegenüber dem Vorjahr
Basis: DN; Smartphone und Tablet Nutzer; Nutzung mind. fallweise

WÖCHENTLICHER KONSUM VON TV-INHALTEN

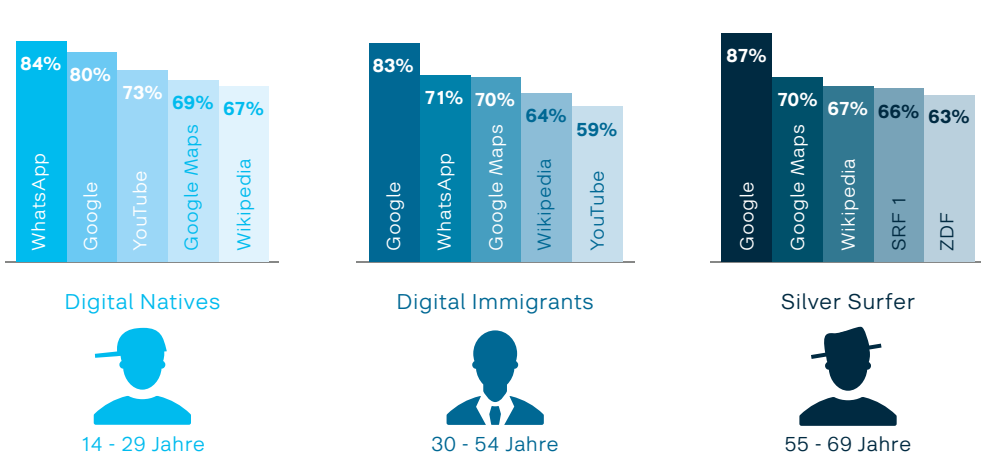
Bei den Digital Natives hat Streaming den klassischen Live TV Konsum verdrängt. Das zeitversetzte Fernsehen gewinnt hingegen neue Nutzer dazu.



Pfeile zeigen die Veränderung gegenüber dem Vorjahr an.
Basis: TV Nutzer; Nutzung mind. wöchentlich

DIE 5 WICHTIGSTEN DIGITAL- UND MEDIENMARKEN IN DER DEUTSCHSCHWEIZ

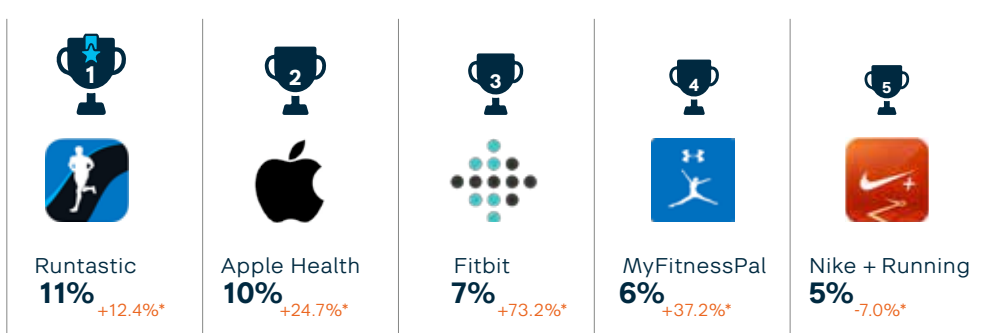
Während Google für die Digital Immigrants und Silver Surfer am wichtigsten ist, wird die Marke bei den Digital Natives von WhatsApp übertroffen.



Basis: Nutzer aus der Deutschschweiz; Top-2-Boxen

TOP 5 DER FITNESS UND HEALTH TRACKING SERVICES

Unter den Fitness und Health Tracking Diensten konnte Runtastic den Spitzenplatz vom Vorjahr verteidigen. Fitbit macht mit über 70% Zuwachs den grössten Sprung nach vorne.



*Entwicklung gegenüber dem Vorjahr
Basis: Smartphone und Tablet Nutzer

RELEVANZ VON SMARTPHONES

Das Smartphone hat seinen festen Platz in unserem Leben. Viele würden nicht einmal im Ausgang oder für ein Auto darauf verzichten.



Basis: Smartphone Nutzer

Weitere Informationen unter www.media-use-index.ch

ADVICO Y&R FUTURECOM WUNDERMAN
allaccess EXXTRA Y&R CONSULTING