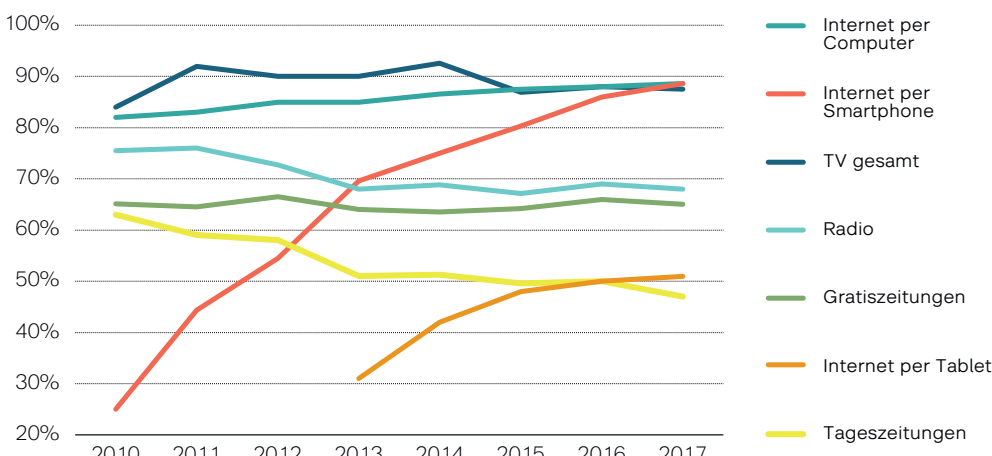


ENTWICKLUNG DER FALLWEISEN MEDIENNUTZUNG

Die fallweise Nutzung des Internets ist per Smartphone gleich hoch wie jene per Computer. Gleichzeitig sinkt die Nutzung von Tageszeitungen weiter. Das Medium bildet mittlerweile das Schlusslicht.



Basis: Kernzielgruppe; Nutzung mind. fallweise

WICHTIGKEIT DES SMARTPHONES

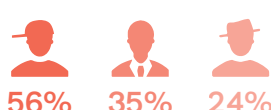
Nicht ohne mein Smartphone. Heutzutage ist ein Smartphone für viele wichtiger als ein eigenes Auto, ein Fernseher oder Schokolade.



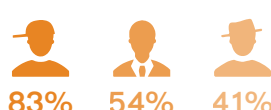
Ich würde eher einen Monat auf Schokolade als auf mein Smartphone verzichten.



Ich würde eher auf ein eigenes Auto als auf ein eigenes Smartphone verzichten.



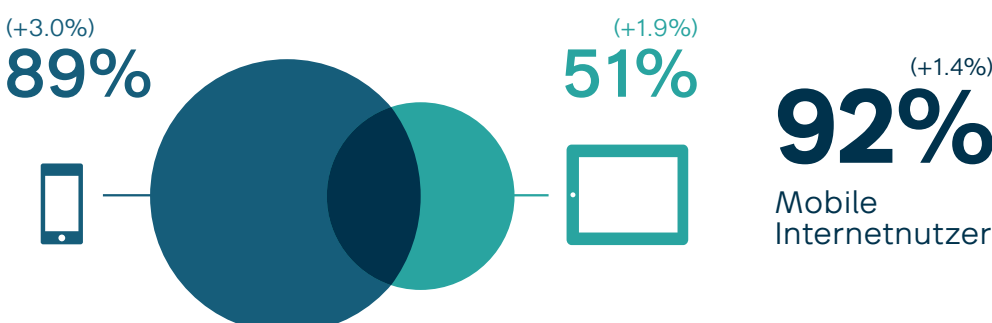
Ich würde eher auf einen Fernseher als auf ein Smartphone verzichten.



Basis: Smartphonebenutzer

INTERNETNUTZUNG PER MOBILE DEVICE

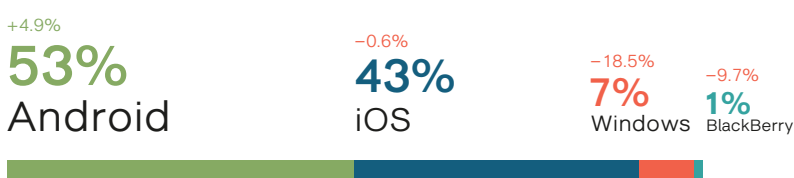
Die Zahl der Schweizerinnen und Schweizer, die mit ihrem Mobile Device auf das Internet zugreifen, steigt weiter an.



Basis: Kernzielgruppe; Nutzung mind. fallweise

VERTEILUNG DER SMARTPHONE BETRIEBSSYSTEME

Android gewinnt gegenüber Apple weiter Nutzer dazu. Windows macht anteilmässig den grössten Rückschritt und BlackBerry tendiert gegen Null.



Basis: Smartphonebenutzer (Mehrfachnennung möglich)

TOP 5 LIEBLINGSAPPS AUF DEM SMARTPHONE

Facebook dominiert das Smartphone. Zum Konzern gehören neben Facebook auch WhatsApp und Instagram, welche die Top 3 der beliebtesten Apps bilden. Dahinter folgt 20 Minuten sowie die Wetter App.



59%
WhatsApp



24%
Facebook



14%
Instagram



10%
20 Minuten



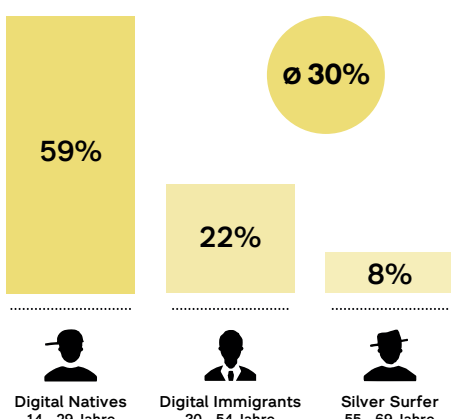
10%
Wetter

Basis: Smartphonebenutzer; ungestützte Abfrage

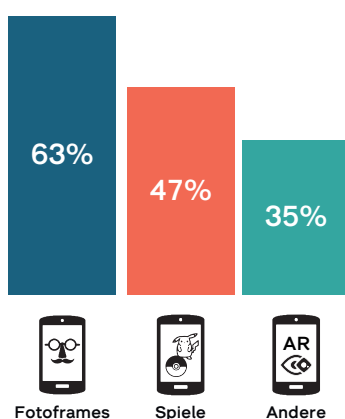
NUTZUNG VON AUGMENTED REALITY

Augmented Reality (AR) Funktionen halten Einzug in unseren Alltag. Die Digital Natives haben bisher am meisten Erfahrung mit dieser Technologie gesammelt. Am häufigsten wird AR für Fotoframes (z.B. in Snapchat) oder in Spielen (z.B. PokémonGo) verwendet.

AR-NUTZER



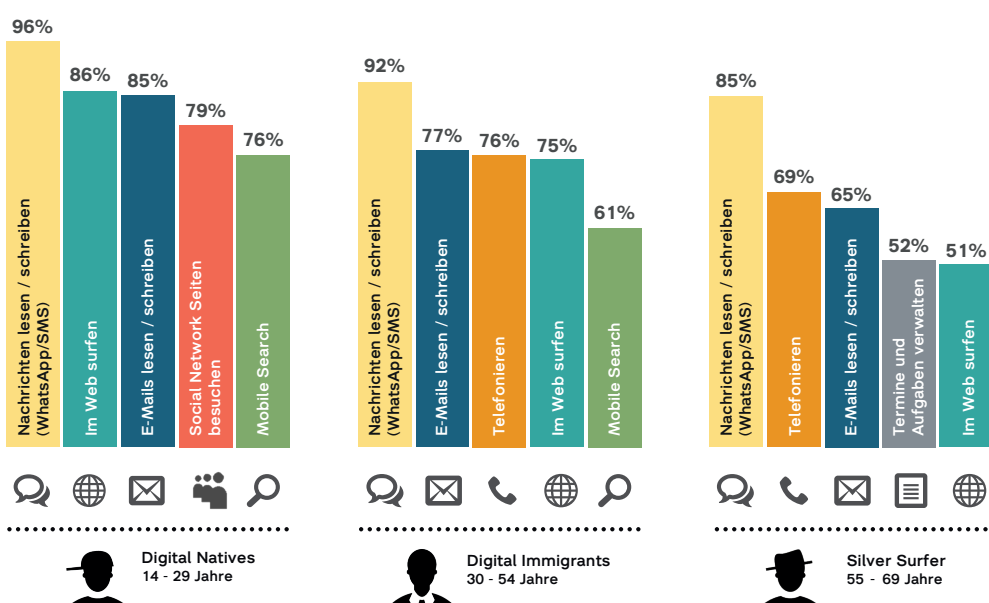
GENUTZTE AR-ANWENDUNGEN



Basis: (links) Smartphone- oder Tabletbenutzer / (rechts) Nutzer von AR-Anwendungen

TOP 5 DER WÖCHENTLICHEN SMARTPHONE AKTIVITÄTEN

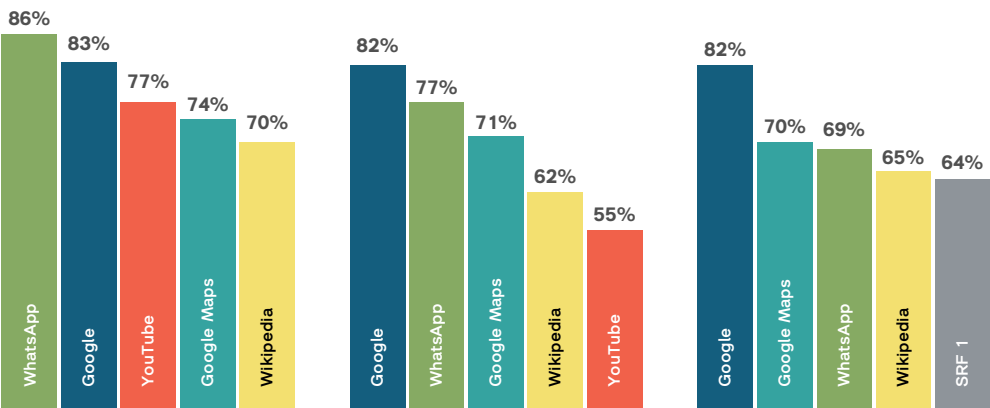
Alle drei Generationen nutzen das Smartphone in erster Linie, um Nachrichten zu senden und zu empfangen.



Basis: Smartphonebenutzer; Nutzung mind. wöchentlich

Die 5 wichtigsten Medien- und Digitalmarken in der Deutschschweiz

Für die Digital Natives bleibt WhatsApp die relevanteste Marke, während Google den Spitzenplatz bei den Digital Immigrants und Silver Surfern verteidigt. WhatsApp schafft es aber zum ersten Mal auch bei den Silver Surfern in die Top 5. In diesem Segment hält sich nur noch SRF 1 als nicht-digitale Marke.



Digital Natives
14 - 29 Jahre



Digital Immigrants
30 - 54 Jahre

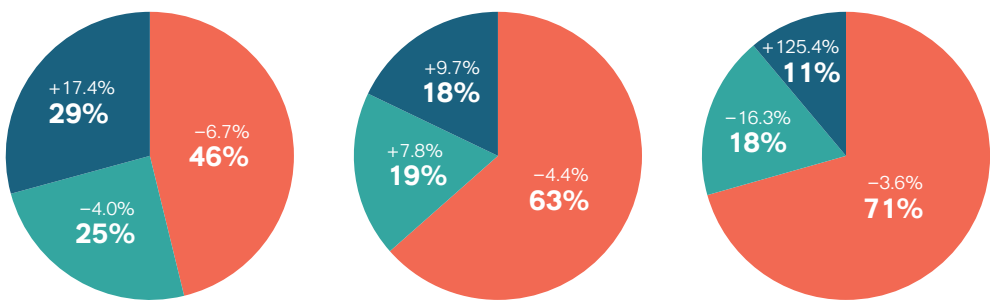


Silver Surfer
55 - 69 Jahre

Basis: Nutzer aus der Deutschschweiz; Marke ist «(eher) wichtig» (Top-2-Boxen)

Wie die Leute heute zuerst online von News erfahren

Über alle drei Generationen hinweg sinkt der Anteil jener Personen, die für News zuerst das Online Portal eines Newsanbieters konsultieren. Social Media Plattformen werden für Newsanbieter immer wichtigere Zulieferer, insbesondere um Digital Natives zu erreichen.



Digital Natives
14 - 29 Jahre



Digital Immigrants
30 - 54 Jahre



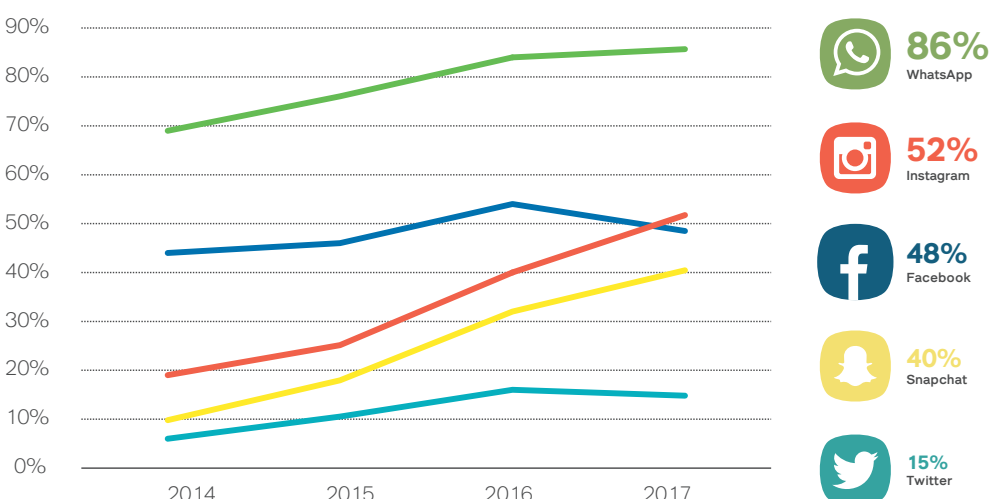
Silver Surfer
55 - 69 Jahre

- Direkt auf dem Internetportal eines Newsanbieters
- Via Push-Nachrichten eines Medienportals auf das Smartphone
- Via Social Media

Basis: Nutzer von Online News aus der Deutschschweiz

Wichtigkeit von Social Network Plattformen bei Digital Natives

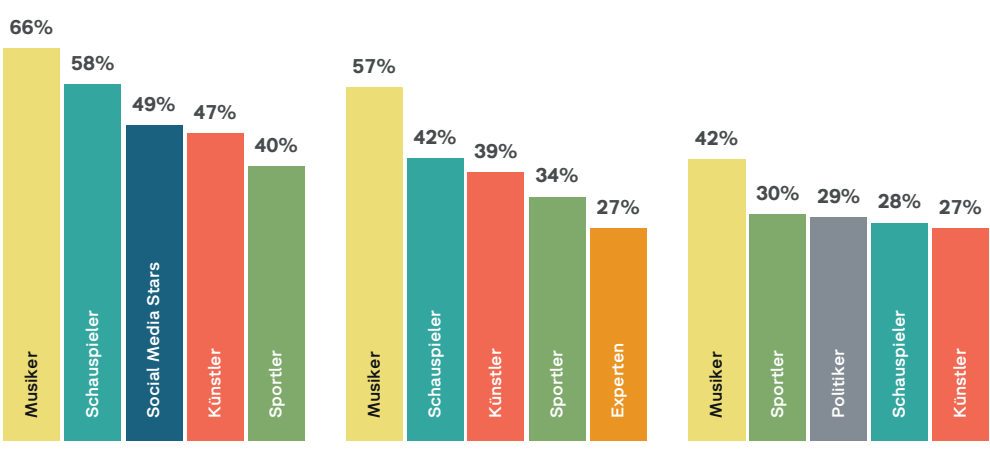
Instagram überholt Facebook. Die Plattform ist den Digital Natives mittlerweile wichtiger als Facebook. Auch Snapchat gewinnt weiter an Bedeutung.



Basis: Deutschschweiz, Social Medianutzer, Digital Natives; Marke ist «(eher) wichtig» (Top-2-Boxen)

TOP 5 Influencer Typen

Musiker sind die beliebtesten Influencer. Ihnen folgen alle drei Generation am häufigsten.



Digital Natives
14 - 29 Jahre



Digital Immigrants
30 - 54 Jahre

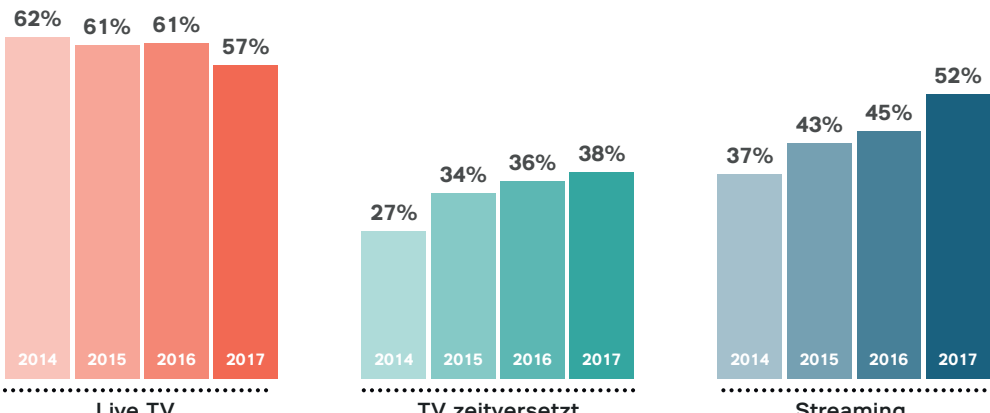


Silver Surfer
55 - 69 Jahre

Basis: Follower von Influencern

Wöchentlicher Konsum von TV-Inhalten

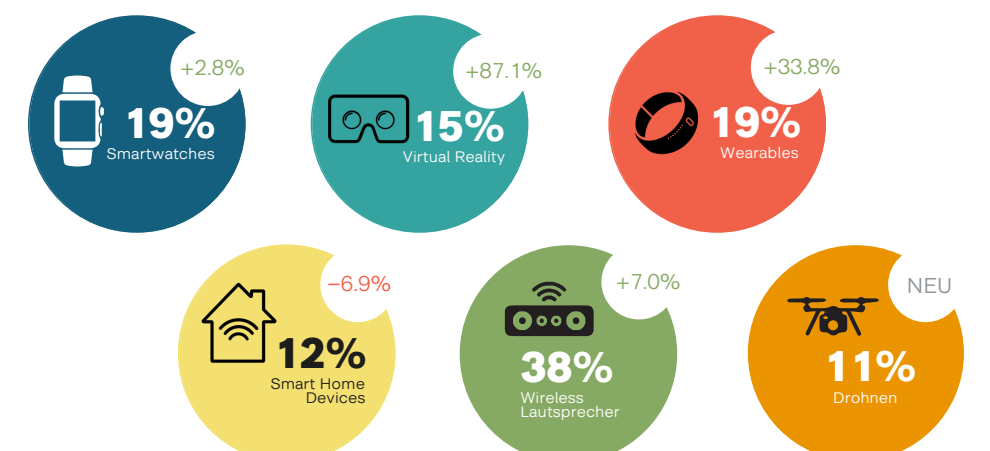
Während die Nutzung von Live TV abnimmt, steigt der Konsum von zeitversetztem Fernsehen. Am stärksten wächst jedoch die Nutzung von Streaming Diensten.



Basis: Nutzer von TV-Inhalten; Nutzung mind. wöchentlich

Digitales Zuhause

Neue Technologien finden rasch Einzug in die Schweizer Haushalte.



Basis: Kernzielgruppe; «Ist in meinem Haushalt vorhanden»

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