

MEDIENMITTEILUNG

Internetverbreitung: Schweiz ist Europameister

11. Juni 2012

Zürich. Mit einer Verbreitungsrate von 89 % verzeichnet die Schweiz – gemeinsam mit Norwegen – den höchsten Anteil an Internetnutzern in Europa. Zu diesem Ergebnis kommt das Interactive Advertising Bureau (IAB) Europe auf Basis der aktuellen Ausgabe des Mediascopesurveys, einer umfassenden Erhebung der Mediennutzung bei 50'000 Personen in 28 europäischen Ländern.

Etabliertes Medium mit anhaltendem Wachstum

Im Frühjahr 2012 nutzen laut Mediascope zwei von drei Europäern das Internet und verbringen dabei knapp 15 Stunden pro Woche im Netz. Damit hat das Onlinemedium seinen prominenten Platz im Medienmenü weiter gefestigt und verzeichnet im Vergleich mit anderen Mediengattungen nach wie vor die grössten Zuwachsraten. Als wichtigster Treiber dieser Dynamik erweist sich die Verlagerung der Onlinenutzung auf mobile Endgeräte. Zwei von fünf Befragten surfen europaweit mit Smartphone und Tablet, in den Ländern Nord- und Westeuropas gilt dies bereits für jeden Dritten. Am beliebtesten ist der mobile Zugang in der Altersgruppe zwischen 16 und 24 Jahren.

Webangebote traditioneller Medien sehr populär

Unter den genutzten Inhalten erweisen sich die digital verbreiteten Angebote klassischer Medien als ausgesprochen populär. 91 % der Internetnutzer konsumieren die Webseiten von Printmedien, 73 % nutzen TV-Angebote und zwei Drittel hören Onlineradio. Bemerkenswert ist zudem, dass diese Inhalte über alle Bevölkerungsgruppen hinweg beliebt sind und die entsprechenden Werte etwa im Vergleich der Geschlechter oder der Generationen nur geringfügig schwanken.

Media Multi-Tasking im Fokus

Anders als vergleichbare Studien erlaubt der Mediascope-Survey zudem Analysen zu Nutzungsverschränkungen zwischen Internet und anderen Medienkanälen. So gibt etwa jeder zweite Befragte an, das Internet auch während des TV-Konsums zu nutzen. Dabei werden bereits 16 von 100 TV-Minuten mit zeitgleichem Surfen begleitet. Dieses Multitasking ist nicht selten inhaltlich verknüpft. Jeder dritte Parallelnutzer gibt an, dass seine Onlineaktivität mit dem laufenden TV-Programm im Zusammenhang steht. Eine wichtige Erkenntnis für die Planung von Multi-Channel-Kampagnen.

Zentrale Plattform im Kaufprozess

Schliesslich hat sich das Internet in Europa auch als zentrale Plattform im Kaufprozess etabliert. Von den befragten Onlinern sagen 96%, dass sie online nach Produktinformationen suchen; 87 % geben an, im Internet zu shoppen und dabei etwa ein Fünftel ihrer gesamten Einkäufe abzuwickeln, und 51 % sind davon überzeugt, das Internet helfe ihnen, die Auswahl von Produkten oder Dienstleistungen zu verbessern.

Die Datenerhebung in der Schweiz wurde vom IAB Switzerland finanziert und methodisch begleitet. „Die Studie liefert wertvolle Erkenntnisse für die Branche. Gerade weil diese Ausgabe ein fast komplettes Bild der aktuellen Mediennutzung bietet. Daher beteiligen wir uns als IAB Switzerland personell und finanziell an der Umsetzung“, erklärt Ueli Weber, Präsident IAB Switzerland. Eine Präsentation ausgewählter Ergebnisse erfolgt im Anschluss an die IAB-Generalversammlung vom 14. Juni.

Details finden sich auf der IAB Website www.iab-switzerland.ch und www.iabeurope.eu

Zeichen inkl. Leerzeichen: 3238

Über IAB Switzerland:

An der Gründungsversammlung vom 1. Oktober 2009, an der die 10 Firmen admazing, Goldbach Audience, Microsoft Advertising, Plan.Net Suisse, PubliGroupe, Ringier, swissclick, Swisscom, Tamedia und Simsa vertreten waren, wurde der Verband IAB Switzerland gegründet. Dieser hat es sich zum Ziel gesetzt, aktiv Gattungsmarketing für den Onlinewerbemarkt zu betreiben sowie professionelle Standards zu etablieren. Er richtet sich u.a. darauf aus, fundiertes Online-Know-how zu vermitteln, die Planbarkeit der Onlinewerbung zu vereinfachen wie auch rechtliche Grundlagen für den Onlinewerbemarkt zu schaffen. Zu diesem Zweck wurden einzelne Arbeitsgruppen gebildet, welche in den Bereichen Ausbildung, Forschung, Standards, Events und Kommunikation, PR & Recht tätig sind

Über IAB International:

1996 wurde in den USA das Interactive Advertising Bureau (IAB) gegründet, um gemeinsam mit weltweiten Partnerorganisationen die wirtschaftlichen Interessen der Online-Branche zu stärken und die Weiterentwicklung des Online-Marketings zu fördern. Das IAB Europe wurde 1998 ins Leben gerufen und zählt mittlerweile 24 Mitgliederstaaten.

Für weitere Informationen:

IAB Switzerland
Webereistrasse 56
8134 Adliswil

Ueli Weber (Präsident IAB Switzerland): ueli.weber@iab-switzerland.ch
Roger Baur (Geschäftsführer IAB Switzerland): roger.baur@iab-switzerland.ch
Mirko Marr (IAB-Research): mirko.marr@iab-switzerland.ch