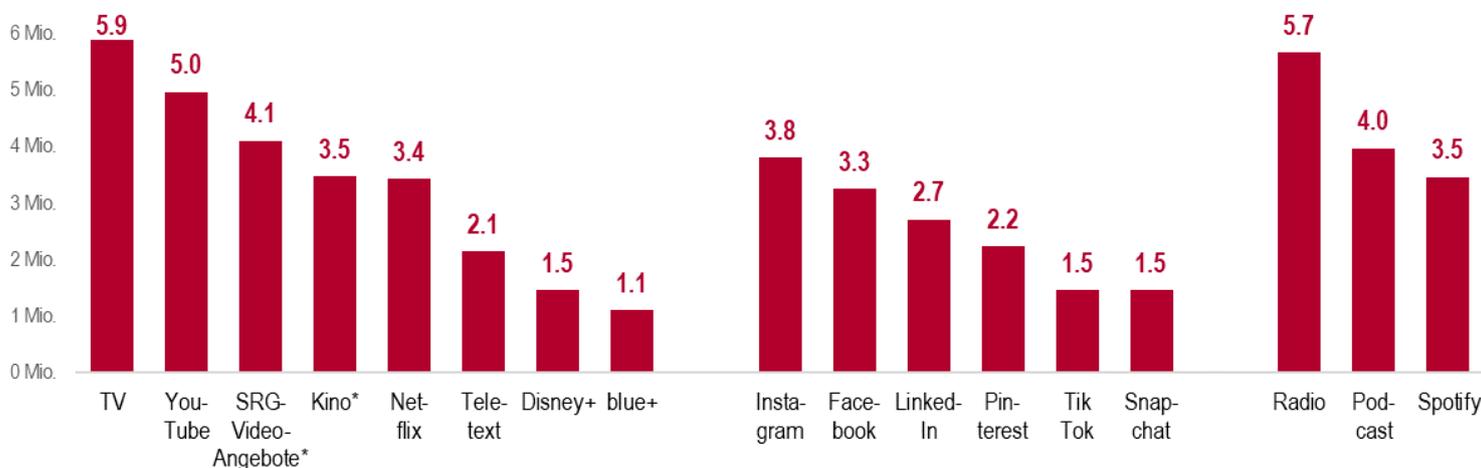


# IGEM Digimonitor 2024

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



## Mindestens gelegentliche Nutzung der Schweizer Bevölkerung von 15-75 Jahren in Mio. Personen



Quelle: IGEM-Digimonitor 2024, n = 1'970. Bevölkerung 15-75 Jahre in der Schweiz, die mindestens gelegentlich das Internet nutzt (6.3 Mio. Personen). Mindestens gelegentliche Nutzung in Mio. Personen. \* SRG-Video-Angebote = PlaySRF/RTS/RSI, Play Suisse oder Webseiten & Apps von SRF/RTS/RSI. Kino = mindestens ein Kinobesuch in den letzten 6 Monaten.

## Nutzung von elektronischen Medien und Geräten in der Schweiz

**Medien:** TV, Radio, Kino, Social Media, Video-/Audio-Streaming, Teletext, Podcast, digitale News, Adblocker, Gaming, Krypto-Währung, Social Commerce, Influencer, Messenger, Videocalls, Bezahldienste, Chatbots, Gaming, Metaverse, Augmented Reality, Mediennutzungstypen.

**Geräte:** Smartphone, Tablet, PC/Laptop, Smartwatch, Smart Speaker, TV-Gerät, Radio-Gerät, Kopfhörer, VR-Brillen, Spielkonsolen(art).

**Neu 2024:** Künstliche Intelligenz, Internet-of-Things, Gaming, Pay-Versionen, VR-Brille, Smart-TV, Online-Shopping, Coins, Einkaufslisten, Sky Sport, blue Sport, Paypal, Threads, Reddit.

## Repräsentativ für Bevölkerung 15-75 Jahre

Repräsentativ für die Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren in der Schweiz, die mindestens gelegentlich das Internet nutzt (6.3 Mio. Personen).

Total Bevölkerung ab 15 Jahren	7.203 Mio.	(100.00 %)
minus Personen ab 76 Jahren	- 0.693 Mio.	(-9.62 %)
minus Offliner (im Alter 15-75)	- 0.212 Mio.	(-2.94 %)
<b>Universum Digimonitor 2024</b>	<b>6.298 Mio.</b>	<b>(87.44 %)</b>

Die Studie wird als Online-Befragung (CAWI) im Online-Panel von Intervista durchgeführt. Feldzeit: 11.4.-25.5.2024

1'970 Befragte total (Vertrauensintervall max. +/- 2.2%pkt): 1'008 Fälle Deutschschweiz, 762 Fälle französische Schweiz, 200 Fälle italienische Schweiz.

Repräsentative Quotierung & Gewichtung: Sprachregion x Geschlecht x Alter x Erwerb / zusätzlich gewichtet: Region, Siedlungsart, Bildung, Haushaltsgrösse, Onlinenutzung.

## Neue Zeitreihe ab 2024 / Vergleiche 2014 - 2023

Herausgegeben von IGEM Interessengemeinschaft elektronische Medien und WEMF AG für Werbemedienforschung jährlich seit 2014. Aufgrund der Methoden-Umstellung sind 2024 keine Vorjahresvergleiche möglich. Vergleiche von 2014-2023 sind mit einem Klick möglich.

## Daten für die strategische Planung

- Welche **Spiele, Gaming-Geräte** und **Spielkonsolen** bevorzugen **Gamerinnen** und **Gamer**? Auf welchen **Plattformen** wird gezockt und wer **bezahlt** dafür?
- Sind Frauen eher auf **Facebook, Instagram** und **Pinterest** und Männer auf **X/Twitter, Twitch** und **Teletext**?
- Sind Jüngere nur auf **TikTok, BeReal & Snapchat**?
- Wie häufig werden **Netflix** oder **Spotify** gestreamt und wie sieht es mit **YouTube, Disney+, Apple TV Plus, Amazon Prime Video** oder **Discord** aus?
- Wer hört **Podcasts** und auf welchen **Kanälen**? Wo erreicht man **Finanz-, Mode-, Politik-** oder **Auto-Interessierte**?
- Wer nutzt **KI** oder **Chat GPT** und **wozu**? Wer folgt einem **Influencer** und macht **Social Commerce**? Wer hat **vernetzte Haushalt-Geräte (IoT)** oder **Smart Speaker**?

## Zugang zu den Ergebnissen

**Gratis** für **IGEM-Mitglieder** (Tabellenband, Präsentation); eigene Auswertungen in NEXT>LEVEL für CHF 800.– jährlich.

**Nicht-Mitglieder** der IGEM können die volle Studie inkl. Lizenz für das Auswertungstool NEXT>LEVEL zum Preis von CHF 5'000.– erwerben (exkl. MWST).

# IGEM-Digimonitor 2024

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



## Umfang des IGEM-Digimonitor 2024

<b>Digitale News, Internet, elektronische Mediennutzungstypen</b>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Internet (generelle, geräteunabhängige Nutzung)	X	X
13 Internet-Aktivitäten: Influencer folgen, E-Banking, Online-Shopping, Einkaufslisten, etc.	X	
Digitale News lesen	X	X
4 News-Plattformen: SRF, private CH, Ausland, Social Media/YouTube	X	X
3 News-Bezahlvarianten: Abo, Login, kein Login	X	
4 News-Arten: Bilder, Video, Texte, Audio	X	X
5 elektronische Mediennutzungstypen	<b>Ja/Nein</b>	
<b>Social Media, Messenger, Videokonferenzen</b>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
13 Social Media Plattformen: Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, X/Twitter, Xing, Discord, TikTok, Reddit, BeReal, Threads, andere	X	X
Social Commerce: aus einem Beitrag heraus etwas kaufen	X	
Mikro-Payment: Kauf von Coins, Tokens, Bits, Super Thanks	X	
6 Bezahl-Varianten von Social Media: Instagram, X, LinkedIn, Snapchat, TikTok, Facebook	X	
4 Messenger Dienste: WhatsApp, Threema, Telegram, Signal	X	X
4 Plattformen für Videokonferenzen: Skype, Microsoft Teams, Zoom, Google Meet	X	X
<b>Gaming, Konsolen</b>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Gaming	X	X
7 Gaming-Geräte: Smartphone, PC, Laptop, Tablet, Konsolen (stationär oder mobil), TV	X	
10 Spielkonsolen-Arten: Xbox (3), Nintendo (2), Playstation (3), Handhelds, andere	X	
2 Spiel-Arten: Single- / Multiplayer	X	X
21 Gaming-Genres: Action-Adventure, Battle Royale, Brett, Glücks, Horror, Jump 'n' Run, Kampf, Karten, Location-based, MMO, Puzzle, Renn, Retro, Rollen, Sandbox, Shooter, Simulationen, Sport-Simulationen, Strategie, Survival, sonstige	X	
5 Bezahl-Modelle für Gaming: Gratis, In-Game-Items, physisch, online, Game Pass	X	
4 eSports: zuschauen, sich streamen, vor Ort zuschauen, an Gaming-Turnieren teilnehmen	X	
9 Gaming-Plattformen: Steam, Epic, Netflix, amazon prime, Google, Facebook, Blacknut, NVIDIA, andere	X	
<b>Audio, Radio, Podcasts, Musik-Streaming, Radio-Gerät</b>	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Radio hören (generelle, geräteunabhängige Nutzung)	X	X
Radio-Gerät	X	X
Radio hören mit Kopfhörer	X	X
Podcast Nutzung	X	X
7 Plattformen für Podcast Nutzung: Spotify, Google, iTunes, YouTube, Webseiten & Apps von SRF/RTS, von privaten Radiosendern, andere	X	
7 Musik-Streaming-Dienste: Spotify, Apple Music, Soundcloud, YouTube Music, SRF, private Schweizer Radiosender	X	X
Spotify: Nutzung von Gratis- oder Bezahl-Version	X	

\* mindestens gelegentliche Nutzung = weitester Nutzerkreis

# IGEM-Digimonitor 2024

Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz



## Fortsetzung Umfang des Igem-Digimonitor 2024

Bewegtbild, Kino, Fernsehen, TV-Gerät, Teletext, Video-Streaming, Sport	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Kino (Anzahl Besuche in den letzten 6 Monaten)	X	X
Fernsehen (generelle, geräteunabhängige Nutzung)	X	X
6 Orte Fernsehnutzung (zu Hause, bei Freunden, an öffentlichen Orten, im ÖV, am Arbeitsplatz, unterwegs im Auto)	X	
Zeitversetzte Fernsehnutzung (unabhängig vom Gerät)	X	X
Spulfunktion / Werbevermeidung bei Replay TV	X	
Second Screen Nutzung	X	X
TV-Gerät (egal für was z.B. DVD, gamen, Radio hören oder um fernzusehen)	X	X
5 Aktivitäten auf TV-Gerät: live Fernsehen, zeitversetzt Fernsehen, Videos streamen, Radio hören, Online-Shopping	X	X
Connected Smart TV (Nutzung von Internetinhalten auf TV-Gerät)	X	
10 Anbieter auf Haupt-TV-Gerät: Swisscom, Quickline, Sunrise, Salt, regionales Kabelnetz, Satellit, Yallo, Wingo, Zattoo, andere	X	
6 Set-Top-Boxen: Blue, Sunrise, Apple, andere Anbieter (z.B. Google Chromecast, Amazon Fire TV), Spielkonsole, anderes Gerät/Box	X	
Teletext: auf TV-Gerät, Internet/App	X	X
17 Video-/ TV-Streaming-Plattformen: YouTube, Netflix, Twitch, Sky (Show/Sport), RTL+, Apple TV Plus, Disney+, Paramount+, Dailymotion, Amazon Prime Video, blue+, OnePlus, Zattoo, Play Suisse, SRF, private Schweizer Fernsehsender, Twitch	X	X
3 Bezahl-Varianten / Werbeunterdrückung Video-Streaming: YouTube, Disney+, OnePlus	X	
Sportinhalte	X	
8 Sport-Plattformen / -Kanäle: Sky Sport, blue Sport, my Sports, Dazn, TV, auf Websites/ Apps von SRF oder von privaten CH-TV-Sendern, andere	X	X
Technologien, Trends, Geräte	mind. gelegentliche Nutzung*	Nutzungs-Häufigkeit
Adblocker Installation (auf einem Teil der Geräte, auf allen Geräten)	X	
3 Adblocker-Typen: gegen Pop-ups, Banner oder YouTube-Werbespots	X	
4 Geräte: Kopfhörer/Headsets, Smartwatch, Smart Speaker, VR-Brille	X	
5 Kopfhörer-Tätigkeiten: TV/Video-Streaming, Podcasts, Social Media, Musik, Gaming	X	
4 Internet of Things: Haus, Unterhaltung/Fitness, Küchen, Haushalt	X	
6 Trends: KI-Anwendungen, ChatGPT (mit Häufigkeit), Augmented Reality, Chatbots, Metaverse, Krypto-Währungen	X	(X)
8 KI-Zwecke: Übersetzung, Text, Bild, Video, Musik, Programmierung, Fragen, Shopping	X	
6 Zahlungsdienste: Twint, Paypal, Google Pay, Apple Pay, Samsung Pay, andere	X	
3 computer-artige Geräte: PC-stationärer Computer, Laptop-tragbarer Computer, Tablet	X	X
3 Mobil-Telefon: mit Internet, ohne Internet, kein Handy / Häufigkeit bei Smartphone	X	X
5 Aktivitäten auf PC/Laptop, Tablet oder Smartphone: live Fernsehen, zeitversetzt Fernsehen, Videos streamen, Radio hören, Online-Shopping	X	X
4 weitere Aktivitäten auf Smartphone: E-Banking, QR-Codes scannen, bargeldlos bezahlen, Einkaufslisten	X	
Interessen und Sozio-Demografie		
<b>13 Interessen:</b> Reisen, Gesundheit, Ernährung, Sport, Familie/Partnerschaft, Kunst/Kultur, Kleider/Mode, Auto/Motorräder, Politik, Wohnen/Einrichten, Wirtschaft/Finanzen, Körperpflege/Schönheit, U-Elektronik/Handys		<b>Interesse ja / nein</b>
<b>Sozio-Demografie:</b> Alter, Geschlecht, Bildung, Erwerbstätigkeit, Landesteil, Wemf-Regionen, Siedlungsart, Haushalts-Grösse &-Zusammensetzung, Anzahl Kinder / junge Erwachsene im Haushalt, Haushaltsführung, Einkommen		X

\* mindestens gelegentliche Nutzung = weitester Nutzerkreis