Medienmitteilung zur freien Veröffentlichung // **Sperrfrist: Mittwoch, 10. Oktober 2018, 19:00 Uhr**

Zürich, 10. Oktober 2018 – Y&R Group Switzerland AG

Y&R Group Switzerland publiziert Media Use Index 2018

Die Y&R Group Switzerland publiziert die neuste Ausgabe des Media Use Index. Die Studie zeigt, wie die Digitalisierung voranschreitet und das Mediennutzungsverhalten der Schweizerinnen und Schweizer verändert. Bezahlte Tageszeitungen verlieren weiter an Lesern. Das Smartphone wird immer mehr zum Messenger, während das Telefonieren an Bedeutung einbüsst. Ausserdem zeigt sich eine kritische Tendenz: bereits 30 Prozent der Digital Natives halten Influencer für glaubwürdiger als klassische Medien – Tendenz steigend.

Bezahlte Tageszeitungen verlieren weiter an Lesern

Bezahlte Tageszeitungen verlieren auch 2018 weiter an Lesern. Gerade noch 45 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer konsumieren dieses Medium zumindest noch gelegentlich. Auch die Internetnutzung per Tablet nimmt erstmals ab. Der Zugriff auf das Internet via Smartphone nimmt dagegen auf hohem Niveau weiterhin zu.

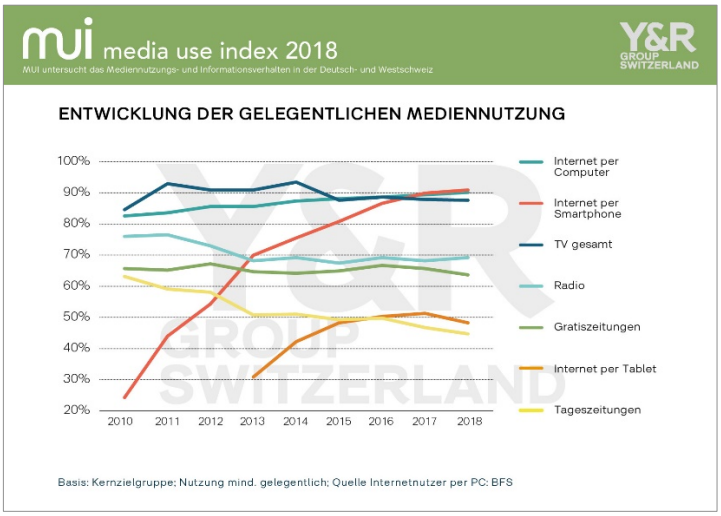

Abbildung 1: Entwicklung der fallweisen Mediennutzung

Smartphone etabliert sich als Smartmessenger

Die beliebteste Aktivität der Schweizerinnen und Schweizer auf dem Smartphone bleibt das Schreiben und Lesen von Nachrichten via WhatsApp, iMessage und ähnlichen Diensten. Über sämtliche Generationen hinweg etabliert sich das Smartphone als Smartmessenger, da es häufiger zum Texten als für jede andere Tätigkeit verwendet wird. Auch der Anteil jener Personen, die via Smartphone Browser ins Internet gelangen, steigt kontinuierlich.

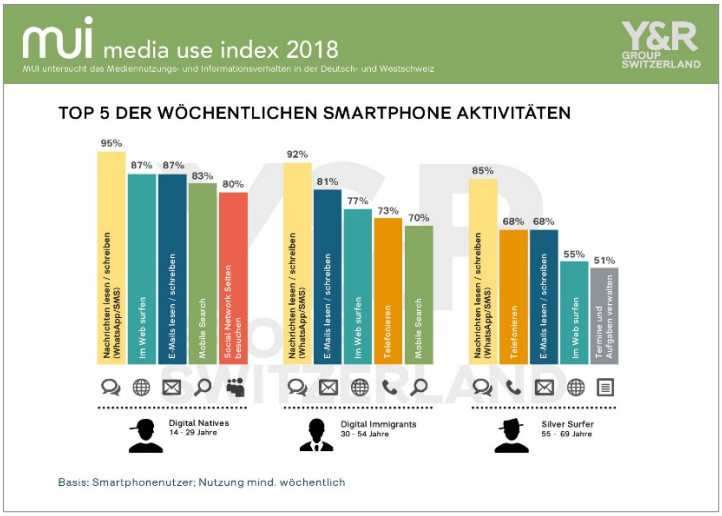

Abbildung 2: Top 5 der wöchentlichen Smartphone Aktivitäten

Der Facebook-Konzern dominiert weiterhin auf dem Smartphone

Der Einfluss des Facebook-Konzerns zeigt sich eindrücklich anhand der Lieblingsapps der Schweizer Bevölkerung. Die ersten drei Ränge belegen WhatsApp, Facebook und Instagram, die alle zum gleichen Mutterhaus gehören. Dabei verliert Facebook gegenüber Instagram weiter an Boden.

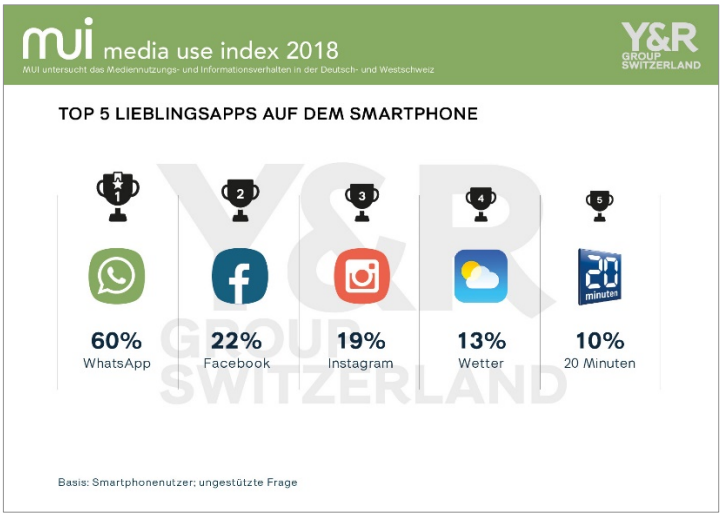

Abbildung 3: Die Top 5 Lieblingsapps der Schweizer Wohnbevölkerung auf dem Smartphone

Für welche Zwecke das Smartphone genutzt wird, ist individuell höchst unterschiedlich. Die ungestützte Frage nach den drei liebsten Apps führte insgesamt zu über 680 verschiedenen Ergebnissen. Während WhatsApp rund 1100 Mal genannt wird, vereint Spotify als zehnthäufigste erwähnte App bereits weniger als 100 Nennungen. Dies zeigt, dass es selbst für grosse digitale Brands eine Herausforderung ist, bei den Nutzern Top of Mind zu bleiben. Gleichzeitig bieten sich Chancen für Nischenanbieter, die durch ihr relevantes Angebot bei den Konsumenten punkten können.

Instagram und Snapchat sind den Digital Natives wichtiger als Facebook

Für Digital Natives ist neben Instagram nun auch Snapchat wichtiger als Facebook. Nachdem letztes Jahr Facebook bereits von Instagram verdrängt wurde, positioniert sich nun auch Snapchat vor Facebook. WhatsApp spielt weiterhin in einer eigenen Liga und bleibt ungefährdet die wichtigste Social Network Plattform.

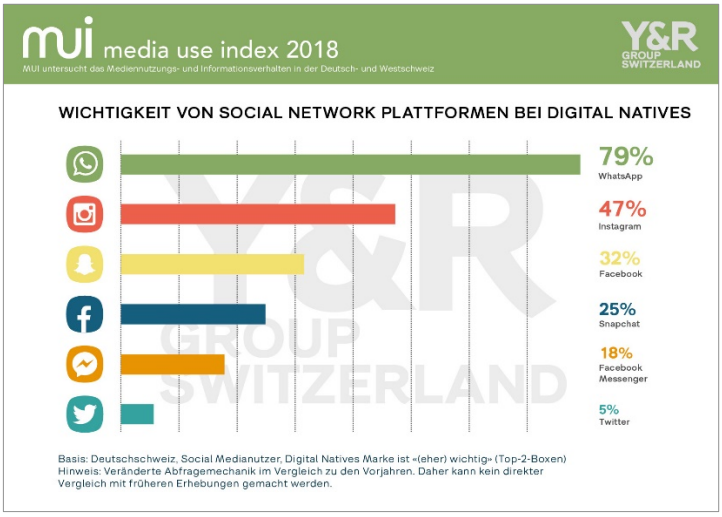

Abbildung 4: Wichtigkeit von Social-Network-Plattformen bei Digital Natives

Ein Drittel der Digital Natives halten Influencer für glaubwürdiger als klassische Medien

Der Anteil der Schweizerinnen und Schweizer, welche angeben Influencern zu folgen, liegt praktisch unverändert zum Vorjahr bei 59 Prozent. Influencer sind Personen, die sich aufgrund ihrer Aktivitäten in sozialen Netzwerken eine reichweitenstarke Community aufgebaut haben, in der sie eine hohe Relevanz sowie Glaubwürdigkeit besitzen und deshalb Meinungen beeinflussen können.

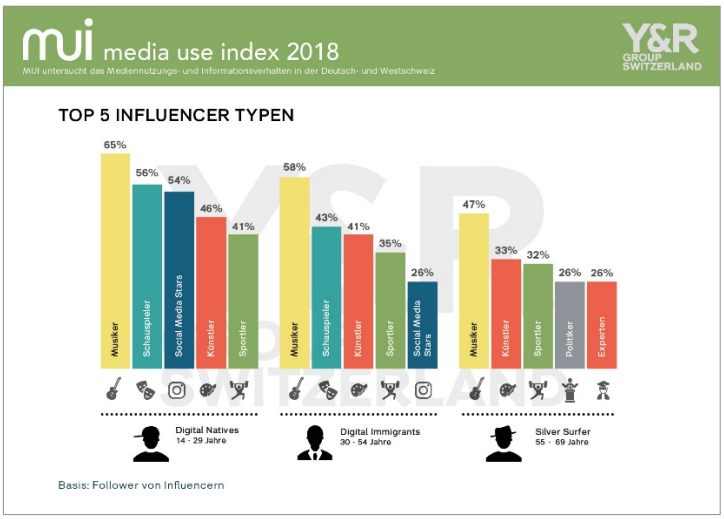

Abbildung 5: Top 5 Influencer Typen

Besonders beliebte Influencer der Schweizerinnen und Schweizer sind Musiker und Schauspieler. Zwei von drei Digital Natives (65 Prozent), welche die sozialen Medien nutzen, folgen zum Beispiel mindestens einem Musiker; bei den Digital Immigrants sind es 58 Prozent und bei den Silver Surfern immerhin noch 47 Prozent. 30 Prozent der Digital Natives finden sogar, dass Influencer glaubwürdiger sind als klassische Medien. Das ist ein Anstieg von 43 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, was in Bezug auf die Fake News Thematik sicher kritisch zu betrachten ist.

Streaming gleichauf mit Live TV

57 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer streamen mindestens einmal pro Woche TV-Inhalte. Damit setzt sich der Aufwärtstrend auch 2018 fort. Demgegenüber stagniert der wöchentliche Konsum von Live TV weiterhin bei 59 Prozent. Bei den Digital Natives ist Streaming bereits mit grossem Abstand die dominierende Art Bewegtbild-Content zu konsumieren.

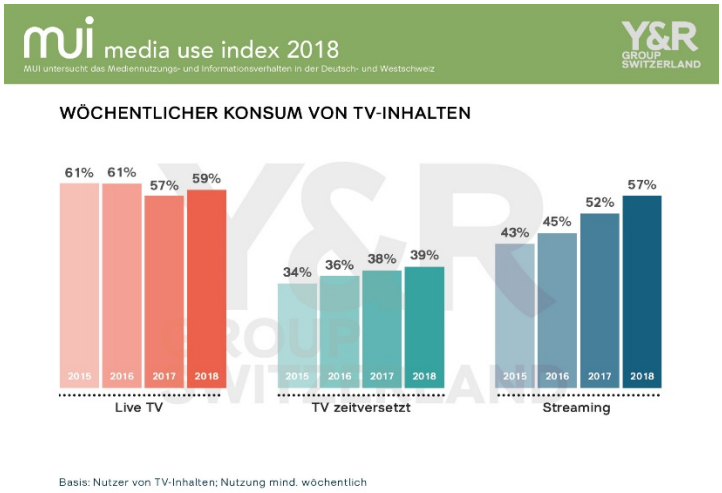

Abbildung 6: Wöchentlicher Konsum von TV-Inhalten

Weitere Ergebnisse des Media Use Index 2018 sowie die Publikationen früherer Ausgaben können auf www.media-use-index.ch heruntergeladen werden.

Informationen zur Studie «Media Use Index»:

Die Studie Media Use Index der Y&R Group Switzerland untersucht jährlich das Mediennutzungs- und Informationsverhalten der Schweizer Bevölkerung. Für den Quervergleich unterteilt die Studie die Online-Bevölkerung in drei Generationen: Digital Natives (14–29 Jahre), Digital Immigrants (30–54 Jahre) und Silver Surfer (55–69 Jahre). Die Studie wurde 2009 erstmals durchgeführt, 2018 erscheint sie in der zehnten Auflage. Hierfür wurden in Zusammenarbeit mit Marketagent.com 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 Y&R Group Switzerland gehört zu den führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz mit Sitz in Zürich. Sie vereint Experten aus Kreation, Technologie, Data, Strategie und Beratung. Dafür setzt sie seit Jahren erfolgreich auf Co-Creation, sowohl innerhalb der Agentur als auch in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden.

www.media-use-index.ch

Verantwortlich:

Urs Krucker (Strategy & Client Services Director), Lukas Diem (Head of Strategy), Pirmin Wyss (Strategic Planner)

Kontakt:

Marlen Egloff (Marketing Manager & Business Support), marlen.egloff@yr-group.ch, +41 44 448 38 32

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