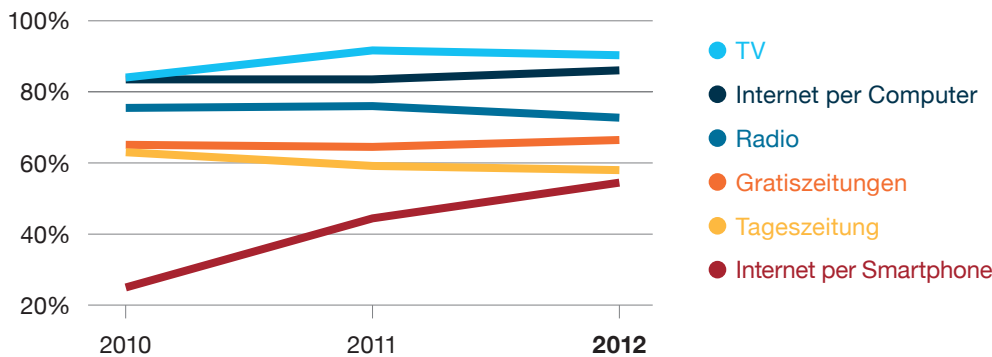


# mui media use index 2012

MUI untersucht das Mediennutzungs- und Informationsverhalten in der Deutsch- und Westschweiz

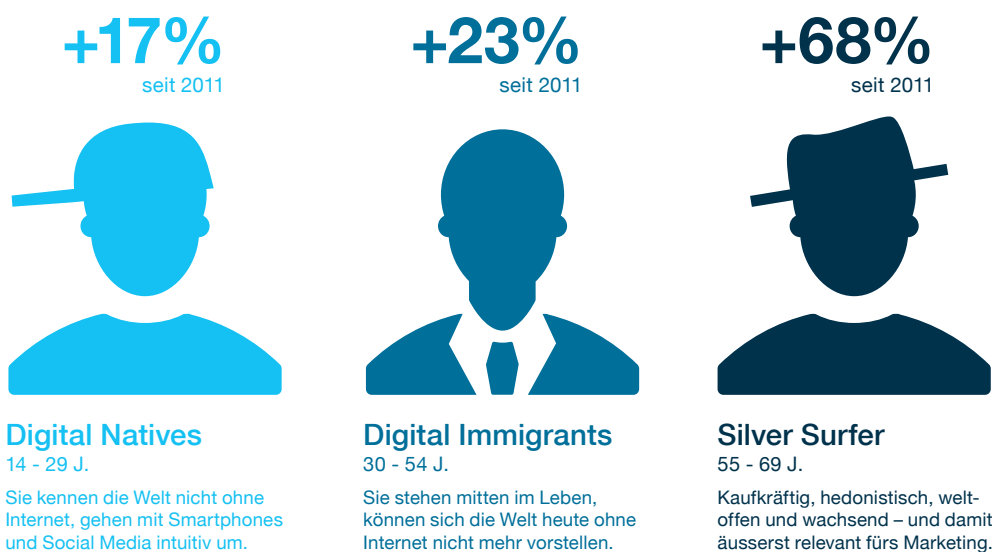
## ENTWICKLUNG DER FALLWEISEN MEDIENNUTZUNG

Mobile Internetnutzung wächst weiterhin stark – der Rest stagniert.



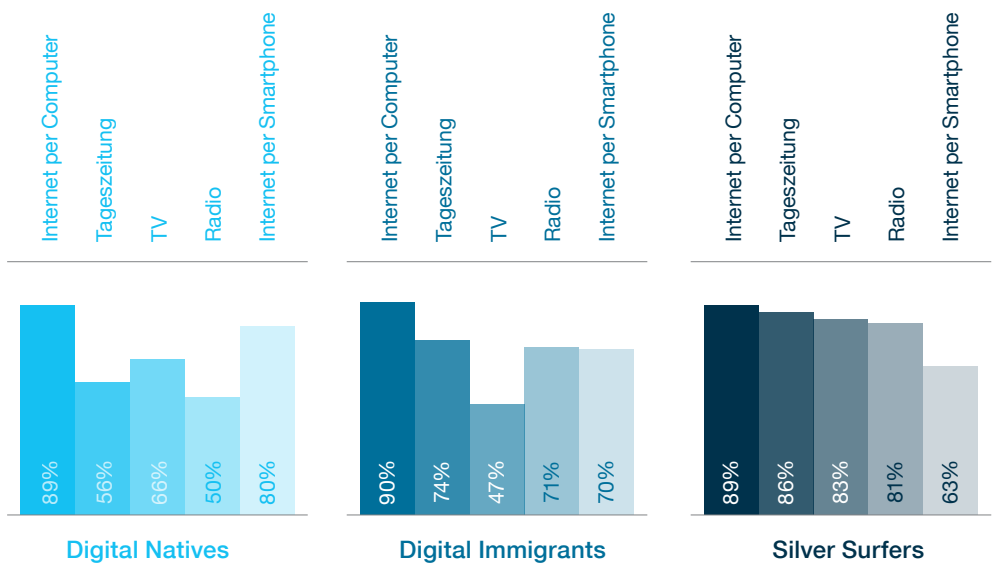
## MOBILE INTERNETNUTZUNG NACH GENERATION

Je jünger desto mobiler. Die Älteren ziehen nach.



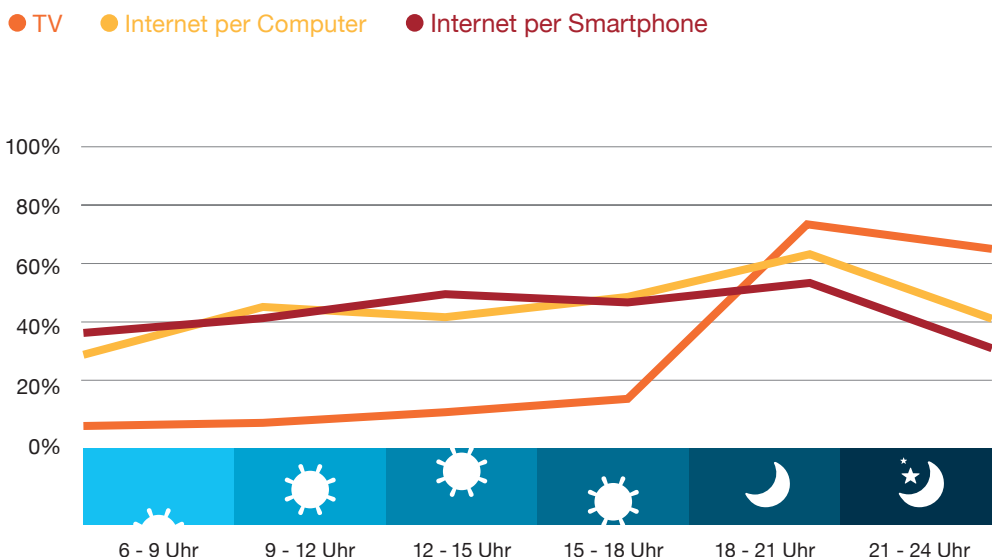
## WICHTIGKEIT DER MEDIEN NACH GENERATION

Das Internet ist über alle Generationen hinweg das wichtigste Medium.



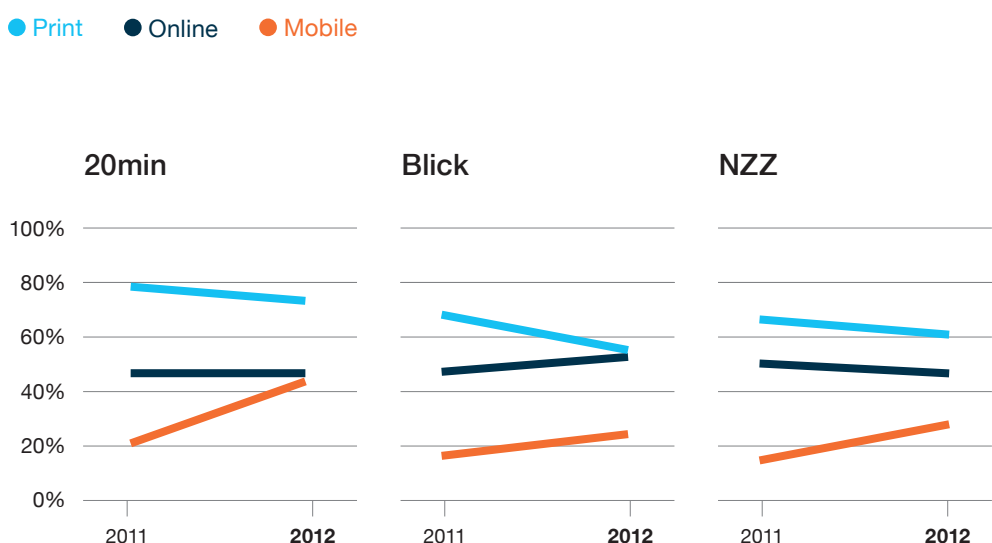
## MEDIENNUTZUNG IM TAGESVERLAUF

Internet per Computer und Smartphone werden bereits gleich stark über den ganzen Tag genutzt.



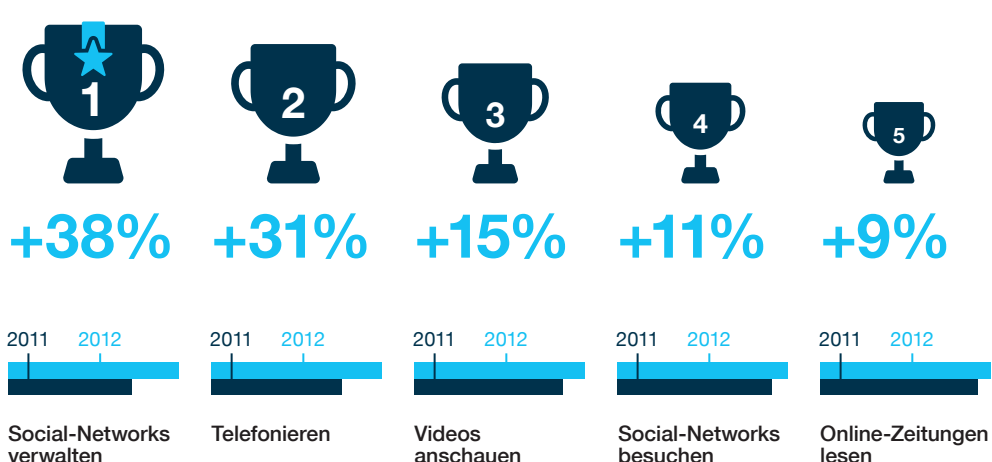
## KANALNUTZUNG BEI TAGESZEITUNGEN

Print war gestern – mobiles Zeitunglesen kommt.



## TOP 5 AUFSTEIGER DER ONLINE-AKTIVITÄTEN 2011 VS. 2012

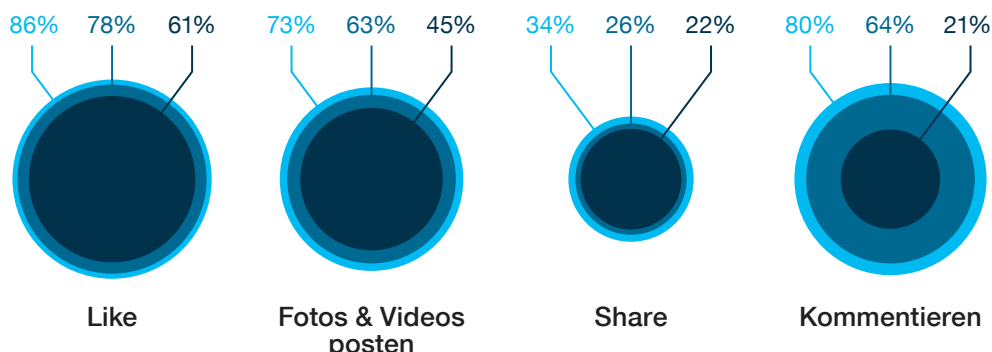
Kommunikation und Unterhaltung sind online weiter im Aufwärtstrend.



# SOCIAL MEDIA AKTIVITÄTEN NACH GENERATIONEN

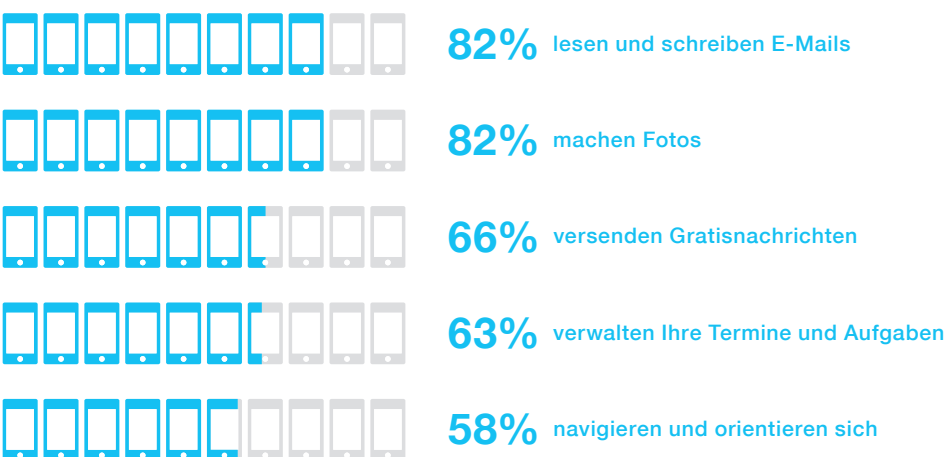
Der Unterschied zwischen jung und alt auf Social Media: kleiner als gedacht.

● Digital Natives ● Digital Immigrants ● Silver Surfer



## MOBILE AKTIVITÄTEN DER SCHWEIZER

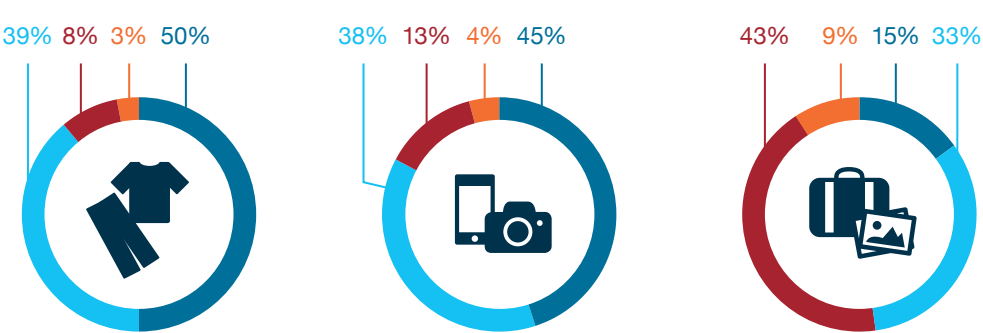
Die Möglichkeiten des Smartphones werden voll ausgeschöpft.



## BEVORZUGTER EINKAUFSKANAL NACH KATEGORIE

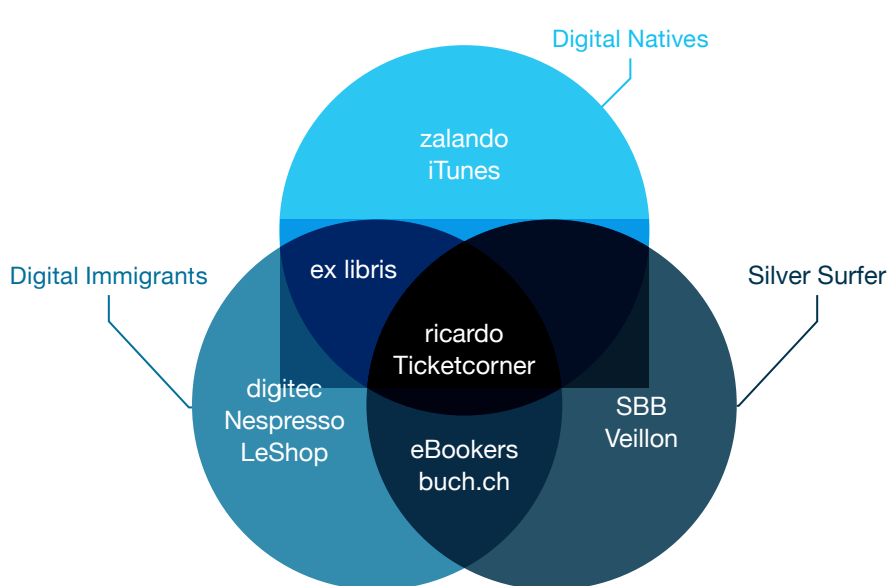
Für Reisen ist der Online-Shop bereits der wichtigste Verkaufskanal.

● Im Laden ● Mal im Laden, mal im Internet ● Im Internet ● Sonstiges



## DIE WICHTIGSTEN ONLINE-SHOPS NACH GENERATIONEN

Jeder Generation ihren Online-Shop – zalando, digitec und SBB.



## DIE LIEBLINGS-APPS DER GENERATIONEN

Whatsapp ist für alle die beliebteste App.



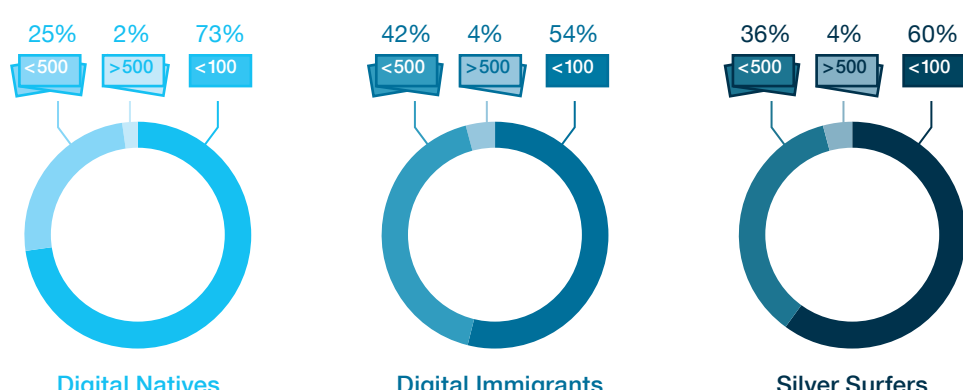
## DIE LIEBLINGS-WEBSEITEN DER GENERATIONEN

Nur bei den Jüngsten überholt Facebook seinen Rivalen Google als beliebteste Website.



## ONLINE-SHOPPING-AUSGABEN PRO MONAT IN CHF

Silver Surfer geben online so viel aus wie die Digital Immigrants.



Weitere Informationen unter [www.media-use-index.ch](http://www.media-use-index.ch)

**ADVICO Y&R** **FUTURECOM**  
**EXXTRA** **Y&R CONSULTING**  
**allaccess** **wunderman**