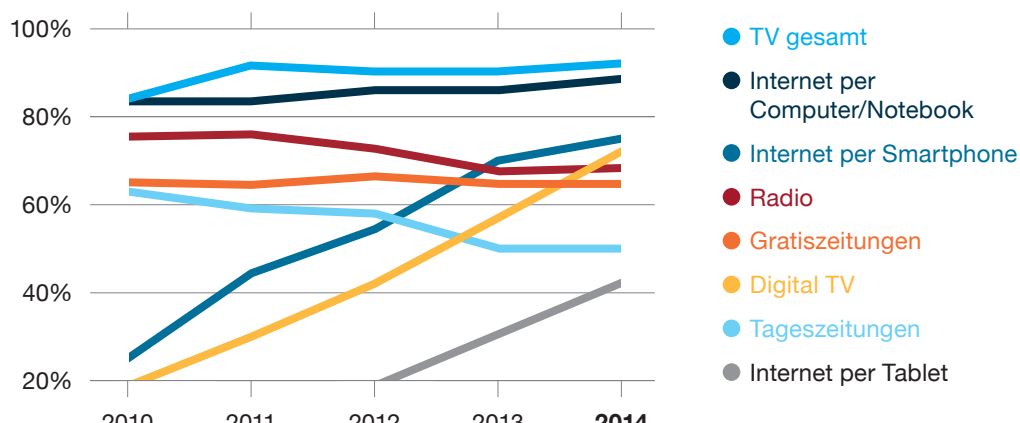


# mui media use index 2014

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

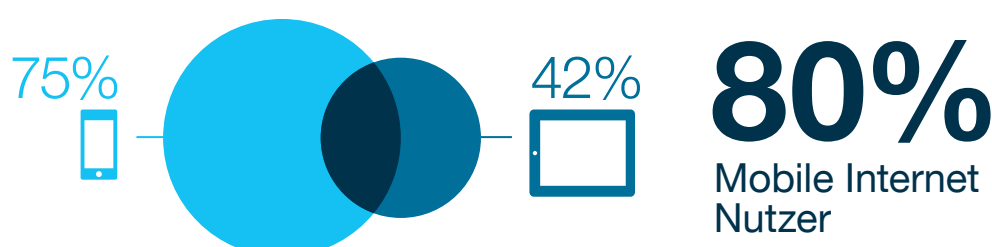
## ENTWICKLUNG DER FALLWEISEN MEDIENNUTZUNG

Internet per Smartphone und per Tablet legen weiter zu, ebenso Digital TV.



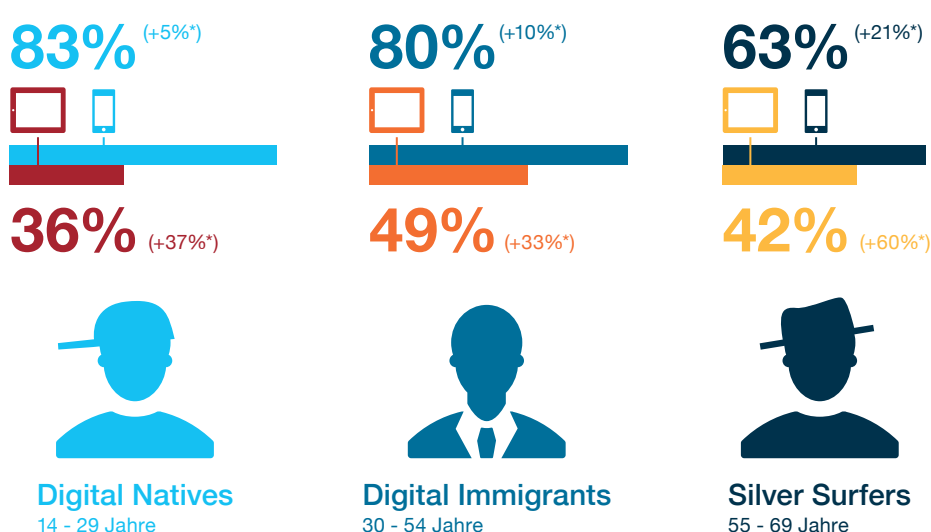
## INTERNETNUTZUNG PER MOBILE DEVICE 2014

¾ der Schweizer nutzen das Internet immer und überall, das Tablet setzt sich als Online-Zugang immer mehr durch.



## PERSÖNLICHER BESITZ VON MOBILEN DEVICES NACH GENERATIONEN

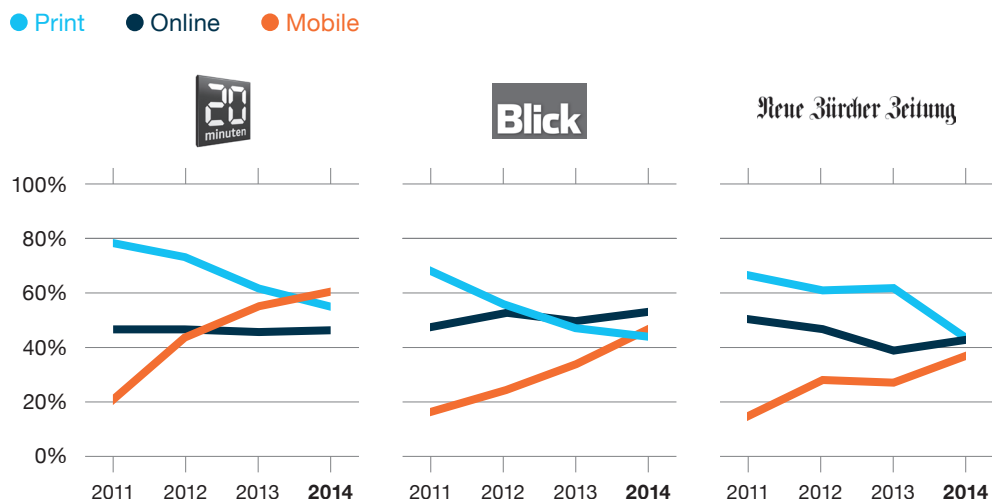
Das Smartphone wird zum Standard. Die Schweiz ist ausserdem das Land der Tablets. Beinahe jeder zweite Ü30-Jährige besitzt eines.



\* Entwicklung gegenüber Vorjahr

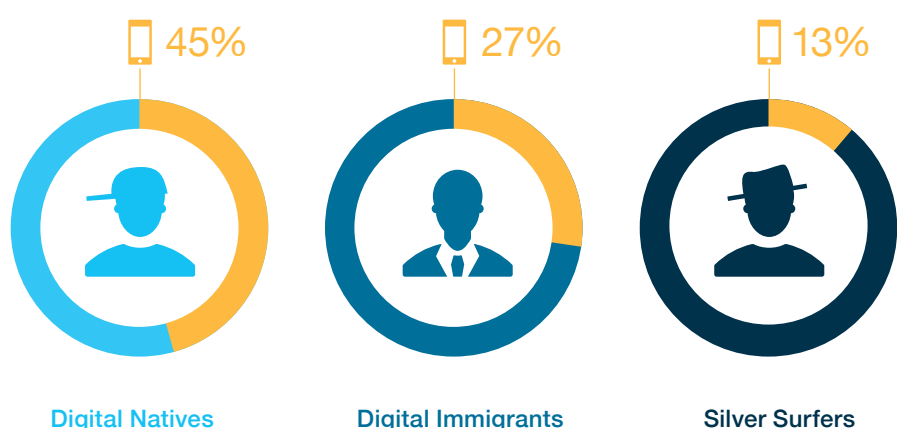
## KANALNUTZUNG VON TAGESNEWS

Der Umbruch: News werden inzwischen mehr mobil gelesen als in gedruckter Form.



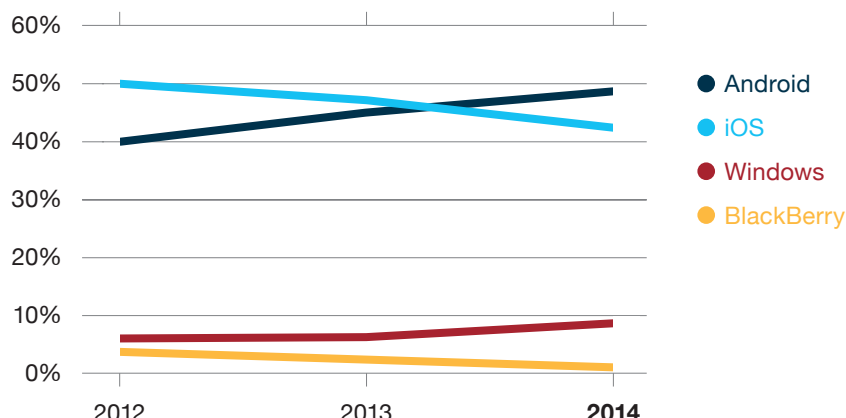
## INTERNETNUTZUNG SMARTPHONE VS. DESKTOP

45% der Digital Natives sind mehr mit dem Smartphone online als mit dem PC/Notebook.



## BETRIEBSSYSTEME VON SMARTPHONES

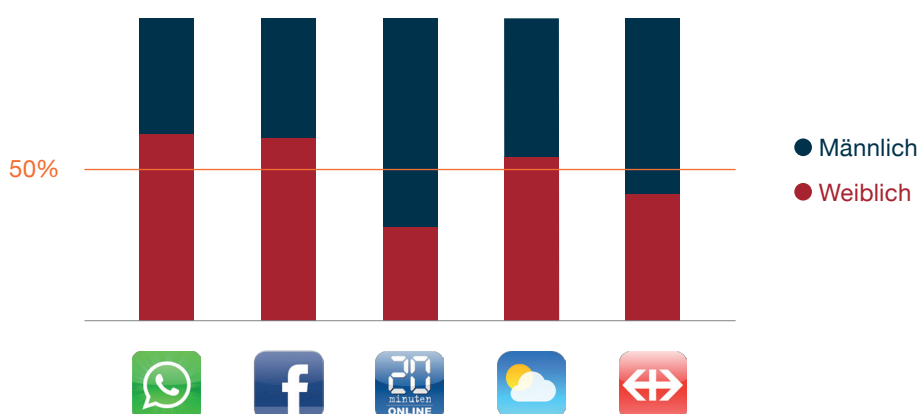
Android wird zum primär genutzten mobilen Betriebssystem der Schweiz.



## LIEBLINGS-APPS AUF DEM SMARTPHONE

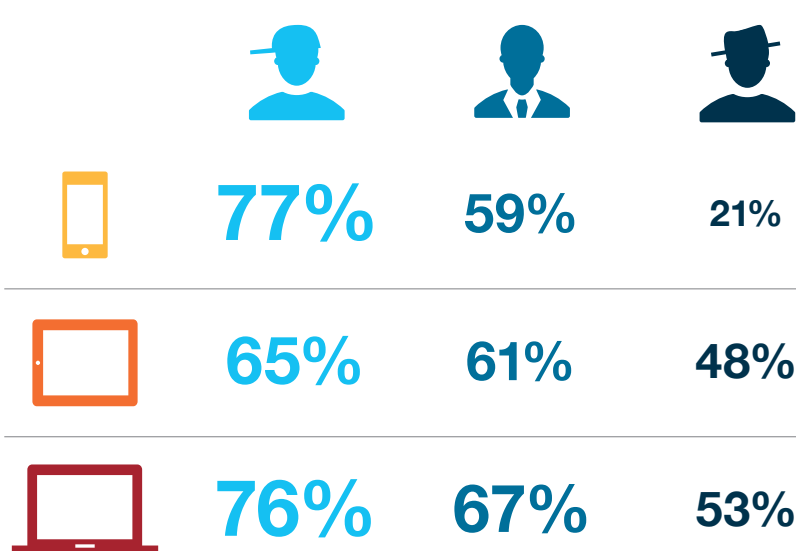
WhatsApp und Facebook sind bei Frauen noch beliebter als bei Männern. Männer bevorzugen hingegen 20 Minuten und SBB.

Proportionaler Anteil Männer/Frauen



## SOCIAL MEDIA NUTZUNG PRO GERÄT NACH GENERATIONEN

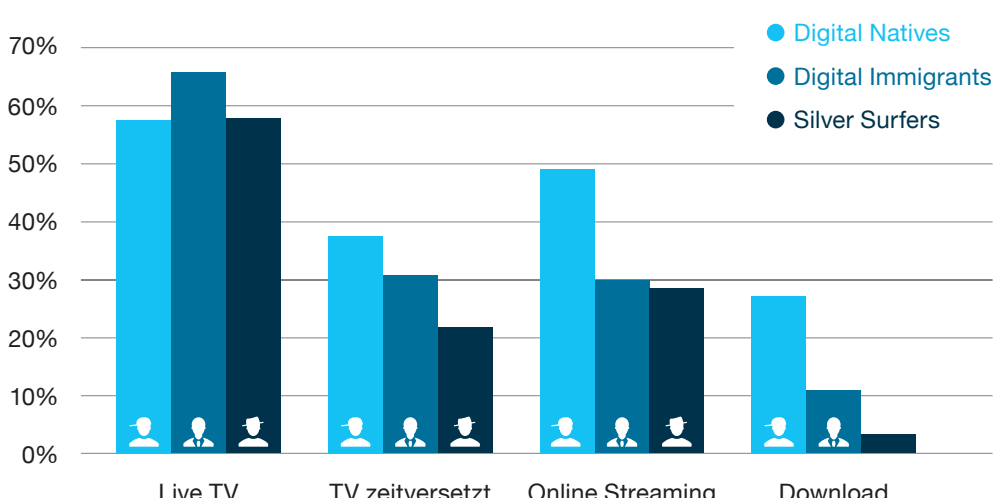
Digital Natives sind vor allem per Mobile mit ihren Freunden verbunden.



Basis: Personen, die aktiv Social Media nutzen

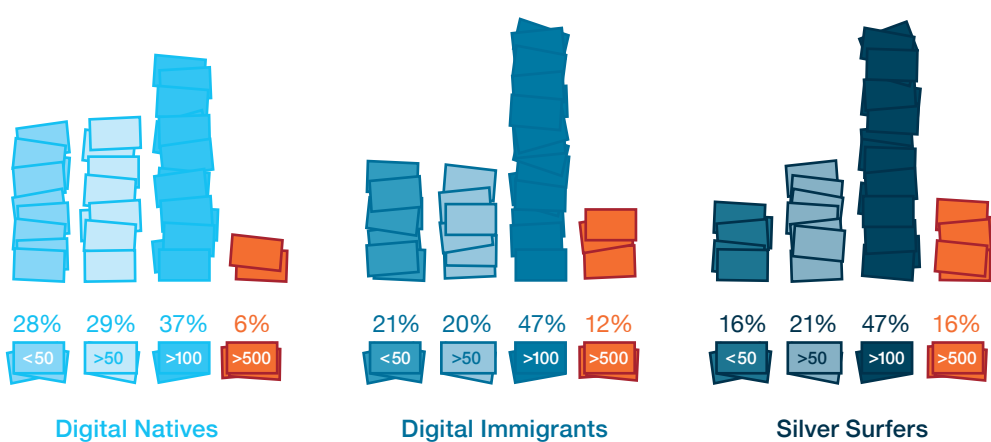
## WÖCHENTLICHER KONSUM VON TV-INHALTEN

Jeder zweite Digital Native konsumiert wöchentlich Filme, Serien oder TV-Sendungen über Online Streaming-Angebote.



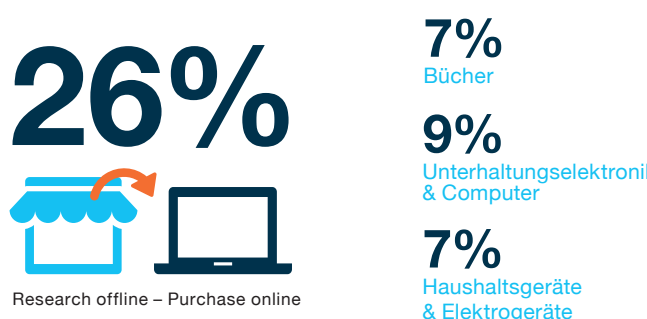
## ONLINE-SHOPPING AUSGABEN PRO MONAT

Jeder sechste Silver Surfer gibt online mehr als 6'000 CHF pro Jahr aus.



## SHOWROOMING-EFFEKT

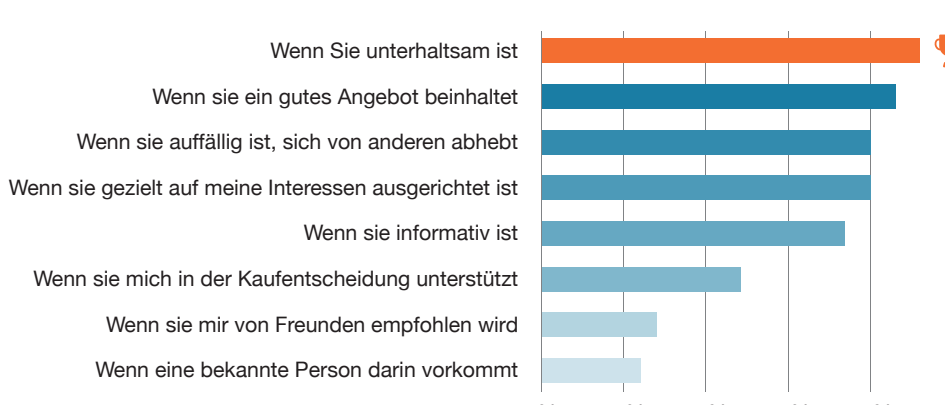
Bereits jeder vierte Konsument betreibt öfters «Showrooming», informiert sich zuerst im Laden, kauft dann aber online.



## AKZEPTANZ VON WERBUNG

Gute Werbung hat einen klaren Nutzen.

Frage: Unter welchen Umständen schauen Sie sich Werbung an?



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

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