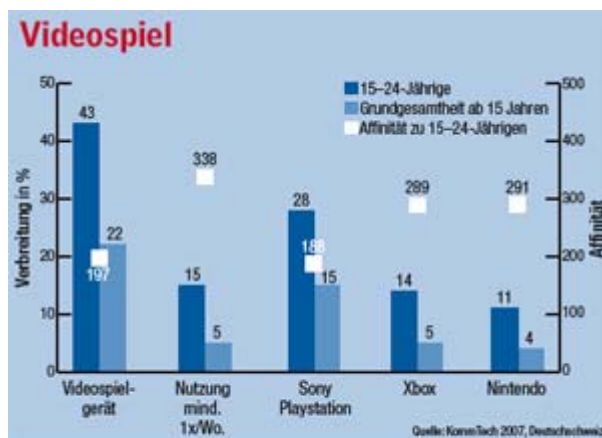


15.08.2007 20:10

Schweizer Jugendliche und ihr elektronisches Equipment

Umfrage Die Werbewoche publiziert aus aktuellem Anlass einen Auszug aus der neuen KommTech-Studie 2007.



Die seit 2004 jährlich durchgeführte KommTech-Studie dokumentiert die fortschreitende Digitalisierung der Kommunikations- und Unterhaltungstechnologien in der Schweiz. Ein Auszug aus den demnächst erscheinenden Ergebnissen der diesjährigen Studie wird hier beispielhaft für die 15- bis 24-jährigen Deutschschweizerinnen und Deutschschweizer vorgestellt.

Fragen: Können Sie am TV-Gerät Videospiele spielen? Wie oft und mit welchen Konsolen spielen Sie?

Playstation bevorzugt

Die jungen Schweizerinnen und Schweizer leben in relativ grossen Mehrpersonenhaushalten mit einer hohen Dichte an technologischem Equipment. Eine zentrale Erkenntnis der KommTech-Studie lautet daher: Vorsicht mit elektronischen Geschenken für Jugendliche. Viele verfügen zu Hause über mehrere TV-Geräte und denkbar über ein eigenes in ihrem Zimmer. So hat die Game-Nutzung der jungen Schweizerinnen und Schweizer weiter zugenommen: 43 Prozent spielen bereits ab und zu Videospiele (2006: 35 Prozent), während es bei der Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren jeder Fünfte ist (2006: 12 Prozent). So wie die meisten Schweizerinnen und Schweizer besitzen auch die Jugendlichen grösstenteils eine Playstation. Die Xbox ist zwar weniger verbreitet, aber die Jugendlichen sind dafür wesentlich affiner als für die Playstation. Danach folgt Nintendo. Der Hersteller kann mit einer neuen Gerätegeneration den Rückstand auf die Xbox möglicherweise aufholen.

Zusätzlich zu Konsolen spielen 15 Prozent der Jugendlichen Games auch noch online. Kein Wunder, werden Video- und Online-Games jetzt auch als Werbeträger entdeckt. Mit dynamisch einsetzbarer Werbung direkt in den Spielen können die Jugendlichen gezielt und bei höchster Aufmerksamkeit erreicht werden.

85 Prozent der Jugendlichen nutzen fast täglich zu Hause das Internet (2006: 68 Prozent). Die beliebtesten Tätigkeiten der Jugendlichen auf dem Netz (hinter E-Mail und Informationssuche) sind Kommunikationsmittel wie Instant Messaging und Chatten. Rund 40 Prozent der Jugendlichen nutzen das Internet für

Sofortkommunikation mit ihren Peers. Mit der Verdoppelung gegenüber dem letzten Jahr manifestieren diese beiden Internetfeatures ihren endgültigen Durchbruch.

Immer beliebter wird das Herunterladen von Musik übers Internet: Mehr als jeder dritte junge Schweizer nutzt das Internet dafür (2006: 24 Prozent). Parallel legte auch die Verbreitung von iPod und anderen MP3-Playern sprunghaft zu: Mit 66 Prozent besitzen nun zwei Drittel der jungen Schweizerinnen und Schweizer einen iPod oder MP3-Player (2006: 49 Prozent).

Die KommTech-Studie zeigt auch Bewegung im Bereich der neueren Internet-Trends wie Blogging, Podcasting, Internet-TV und Skype. So zeichnet sich der gegenwärtige Hype um YouTube und Co. mit einem markanten Sprung in den Daten ab: Letztes Jahr schauten erst 6 Prozent der jungen Deutschschweizerinnen und Deutschschweizer auf dem Netz Videos, während das derzeit bereits 26 Prozent tun. 14 Prozent widmen sich dem Blogging und knapp ebenso viele nutzen das Internet für TV-Angebote wie beispielsweise Zattoo. Auch Podcasting und Internet-Telefonie (je 11 Prozent) haben bei den jungen Schweizerinnen und Schweizern den Sprung über die 10-Prozent-Grenze geschafft. Blogging, Internet-Fernsehen, Podcasting und Telefonie sind überwiegend eine Sache der Jugendlichen und bei diesen überproportional beliebt und verbreitet. Sie sind jedoch bei der Gesamtbevölkerung bei weitem noch kein Massenphänomen.

99 Prozent besitzen ein Handy

Mehr als jeder dritte junge Schweizer nutzt das so genannte Radiostreaming, bei dem ein Radiosender live übers Internet gehört wird. Praktisch jeder vierte Jugendliche tut das mindestens ein- bis mehrmals pro Woche (2006: 15 Prozent). Angesichts dieser steigenden Nutzungszahlen verwundert es nicht, dass praktisch alle Schweizer Radiostationen ihr Programm auch übers Web verbreiten.

Die Jugendlichen, aber auch die Gesamtbevölkerung hören übers Internet am liebsten Schweizer Privatradios. 20 Prozent der Jugendlichen schalten die Schweizer Privaten ein, während die SRG-Radios von 8 Prozent genutzt werden. Die Schweizer Privatradios konnten damit ihren Vorsprung im Netz zu anderen Radioangeboten weiter ausbauen.

Mit 99 Prozent verfügt die grosse Mehrheit der Jugendlichen über ein eigenes Handy (Gesamtbevölkerung: 85 Prozent). Hinter dem Marktleader Swissom stagnierte Sunrise, so dass Orange dank einem Zuwachs bei den Jugendlichen jetzt auf Platz zwei liegt. Nokia konnte seine Marktleadership bei den Jugendlichen wieder ausbauen. Samsung ist das am meisten jugendaffine Handy und bei den Jugendlichen dreimal stärker verbreitet als bei der Gesamtbevölkerung, weswegen Sony Ericsson auf Rang drei abrutschte.

Telefonieren und SMS-Schreiben sind für die Jugendlichen die Hauptfunktionen des Handys. Stark zugenommen haben weiter das Fotografieren und das Aufnehmen von Videos, aber auch das Musikhören mit dem Handy. Obwohl das Fotografieren stark

zugelegt hat, scheint beim Versenden von MMS der Zenit erreicht. Radio dagegen hat über das Handy einen neuen Verbreitungsweg gefunden, der bei den Jugendlichen immer mehr genutzt wird. Neuere Dienste wie Surfen im Internet, Fernsehen oder Email übers Handy werden auch von den Jugendlichen noch kaum genutzt. Einzig beim Surfen übers Handy zeichnet sich eine positive Tendenz ab.

Die aktuellen KommTech-Daten zeigen diverse technologische Entwicklungen in der Schweiz auf. Zugleich wirft die Studie allerhand Fragen für nächstes Jahr auf: Wie geht es mit Blogging, Podcasting, Internet-TV und Skype weiter? Werden alle Schweizerinnen und Schweizer weiterhin übers Internet vor allem Schweizer Privatradios hören? Boomt nächstes das Surfen im Internet, das Schreiben von E-Mails oder das Gucken von TV übers Handy? Kann das iPhone bei den Handys den Erfolg des iPod wiederholen beziehungsweise kann man nächstes Jahr einem Jugendlichen noch ein Samsung-Handy schenken oder ist das dann bereits wieder out?

Siri Fischer, IP Multimedia (Schweiz) AG

>> http://www.werbewoche.ch/print070815_umfrage.werbewoche