

# Die KommTech-Studie 2011

Informationen zur Nutzung von Geräten  
für Individual- und Massenkommunikation



**PUBLICA DATA AG**

## Die Publica Data AG

Die Publica Data AG gehört zur Mediapulse Stiftung für Medienforschung und vermarktet die von der Stiftung für die Schweiz erhobenen Daten der Medien- und Publikumsforschung. Dabei handelt es sich in erster Linie um Daten aus der kontinuierlichen quantitativen Erforschung der Nutzung von elektronischen Radio- und Fernsehmedien sowie um Daten aus eigenen Forschungsprojekten wie der KommTech-Studie. Diese Befragungsstudie wird seit 2004 in Zusammenarbeit mit der IGEM durchgeführt und liefert umfassende Daten zur Nutzung von Kommunikations- und Unterhaltungsgeräten in der Schweizer Bevölkerung.

Die Publica Data AG wurde 1993 gegründet und war bis 2007 im Besitz der SRG SSR idée suisse. Sie hat Geschäftsstellen in Bern und Zollikon (Zürich) und beschäftigt aktuell 17 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die SRG SSR, die privaten kommerziellen Medienunternehmen der Schweiz sowie die Vermarkter der Schweizer Fernsehwerbefenster und der Radiobranche zählen in erster Linie zu den Kunden der Publica Data AG.



## Die Interessengemeinschaft elektronische Medien IGEM

In der IGEM sind alle relevanten Geschäftspartner im Bereich der elektronischen Medien vertreten. Dazu gehören Mediaagenturen, Vermarkter aller TV-Programme mit Werbung für die Schweiz, Private Schweizer TV-Veranstalter, Private Schweizer Radioveranstalter bzw. Werbepools, Vermittler von Radio- und Fernsehwerbezeit, Kinovermarkter, Internetvermittler und -vermarkter sowie Marktforschungsfirmen. Das aktuelle Mitgliederverzeichnis ist auf [www.igem.ch](http://www.igem.ch) zu finden.

- Die IGEM setzt sich ein für vielfältige und liberale Möglichkeiten der kommerziellen Kommunikation in den elektronischen und interaktiven Medien. Sie unterstützt alle Projekte und Werbepattformen, welche im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften zur Vielfalt der elektronischen Medienlandschaft beitragen.
- Die IGEM setzt sich ein für die Qualität und die Transparenz von Daten zum Verhalten von Nutzern elektronischer und interaktiver Medien und fördert deren Erhebung, Beschaffung und Verwertung. Sie hat Ziele formuliert, wie sich die Nutzungsforschung entwickeln soll.
- Die IGEM beschafft Informationen über die Entwicklung der Kommunikationstechnologie und ihre Auswirkungen auf die kommerzielle Kommunikation und stellt sie ihren Mitgliedern zur Verfügung.
- Die IGEM unterstützt die Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalten, lehnt aber inhaltliche und zeitliche Restriktionen sowie formale Einschränkungen bezüglich Gestaltung und Anordnung von Werbung für frei gehandelte Produkte und Dienstleistungen ab.



## Die KommTech-Studie schliesst eine Lücke

Mit 60 Fragen zur Nutzung von elektronischen Kommunikations- und Unterhaltungsgeräten liefert die KommTech-Studie bereits seit 2004 umfassende repräsentative Informationen zur Medienausstattung und zum Nutzungsverhalten der Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren.

Die Studiendaten liefern Angaben zu Trends im Zeitverlauf für verschiedenste Bevölkerungsgruppen.

## Immer am Puls der Zeit

Um keine Trends zu verpassen und um den Nutzen der Studie kontinuierlich zu verbessern, wird der Studienfragebogen von einer Arbeitsgruppe jährlich überarbeitet. Die Arbeitsgruppe besteht aus Mitgliedern der Publica Data AG und Personen aus weiteren IGEM-Mitgliedsfirmen, welche eine grosse Erfahrung im Medienbereich vereinen (siehe

Die KommTech-Studie erfasst wesentliche Informationen zur Nutzung von Internet, Fernsehen, Radio, Telefonie, Filmen, Games und Unterhaltungselektronik.

Jährlich werden jeweils im November rund 2500 Personen ab 15 Jahren in allen drei Sprachgebieten telefonisch befragt. Die Stichprobe ist für die Schweizer Bevölkerung repräsentativ. Durchgeführt wird die Erhebung von M.I.S. Trend in Lausanne.

unten rechts). Bei der Überarbeitung des Fragebogens wurde der Vergleichbarkeit mit den Ergebnissen von 2010 grosse Aufmerksamkeit geschenkt. Deshalb hat es in der diesjährigen Studie nur geringfügige Anpassungen gegeben. Gewisse Fragestellungen mussten leicht angepasst werden.

## Zugang zu den Studienergebnissen

Die Studienresultate stehen für IGEM-Mitglieder in Form von Standard-Reports auf der Website der IGEM ([www.igem.ch](http://www.igem.ch)) kostenlos zum Download bereit. Nicht-IGEM-Mitglieder können die Studie oder Teilbereiche daraus bei der Publica Data AG beziehen. Die gesamte Studie kostet für Nicht-IGEM-Firmen jährlich 5000 Franken (exkl. MwSt).

Zusätzlich sind die Daten der KommTech-Studie den Kunden in einem Online-Auswertungs-Tool für Analysen zugänglich. Eine Tool-Lizenz kann ebenfalls bei der Publica Data AG bezogen werden. IGEM-Mitglieder können diese für 500 Franken jährlich erwerben, für Nichtmitglieder ist die Lizenz im Studienpreis bereits enthalten.

## Die vier KommTech-Typen

Eine Clusteranalyse der Daten aus der KommTech-Studie durch die zehnvier Marketingberatung GmbH zeigte, dass sich auf

Grund der Nutzung neuer und klassischer Medien die vier folgenden Mediennutzungstypen isolieren lassen:

### Multimediale (39% der Bevölkerung)

- Zweitjüngstes Segment
- Mehr Männer
- Intensive Mediennutzung
- Alle Kanäle werden genutzt
- Hohe Medienausstattung

### Traditionelle (38% der Bevölkerung)

- Höchstes Durchschnittsalter
- Viele Pensionierte
- Klassische TV- und Radio-Nutzung hoch
- Internetnutzung tief
- Handynutzung tief

### New-Media-Fokussierte (14% der Bevölkerung)

- Tiefstes Durchschnittsalter
- Viele Studenten
- Viele in Ausbildung
- Intensive Internetnutzung
- Oft keine TV-Nutzung

### Medienabstinente (9% der Bevölkerung)

- Zweitältestes Segment
- Mehr Frauen als Männer
- Eher wenig Interesse an Aktualität
- Mediennutzung tief
- Medienausstattung bescheiden

Die vier KommTech-Typen sind auch im KommTech-Online-Tool auswertbar. Eine filmische Umsetzung der KommTech-Typen durch Ringier TV kann auf [www.igem.ch](http://www.igem.ch) und [www.publicadata.ch](http://www.publicadata.ch) angesehen werden.

### Die KommTech-Begleitgruppe 2010/2011

- Niklaus Brägger, Publica Data AG
- Ueli Custer, IGEM
- Siri Fischer, Goldbach Media AG
- Roland Kopf, publisuisse sa
- Mirko Marr, Mediapulse AG
- Rolf Müller, Publica Data AG
- Daniel Tschudi, Web2com AG
- Andreas Weiss, Zenith Optimedia AG

## Neu in der KommTech-Studie 2011

### Demografie

- Neu erfasst: „Haushaltsführende Person“

### Internet

- Neu erfasst: „Internetnutzung mit Tablet-PC“ (iPad)
- Neu erstellt: Variable „Wozu nutzen Sie das Internet zumindest ab und zu?“
- Erweitert: „Gründe für Nutzung Internet-TV“

### Fernsehen

- Angepasst: „Eigenschaften meistgenutztes TV-Gerät zuhause“
- Erweitert: „Genutzte Möglichkeiten, um zeitversetzt Fernsehen zu schauen“
- Erweitert: „Häufigkeit Teletext-Nutzung“

### Geräte

- Neu erfasst: „Tablet-PC-Nutzung allgemein“
- Neu erfasst: „Häufigkeit Tablet-PC-Nutzung“
- Neu erfasst: „Orte der Tablet-PC-Nutzung“

## Wichtigste Trends

### Immer mehr Internetnutzung unterwegs

Mit 14,5 Prozent nutzen doppelt so viele Leute das Internet mindestens einmal wöchentlich, wenn sie unterwegs sind. 6,4 Prozent tun dies sogar täglich. 52,1 Prozent nutzen für die generelle Internetnutzung einen herkömmlichen mobilen Computer, 22,6 Prozent ein internetfähiges Mobiltelefon (Smartphone) und immerhin schon 3,2 Prozent einen Tablet-PC wie das iPad.

### TV-Konsum immer digitaler

Inzwischen nutzt mehr als die Hälfte der Bevölkerung in der Schweiz das Fernsehprogramm auf digitalem Weg, aber erst rund die Hälfte nutzt auch den damit verbundenen elektronischen Programmführer. Fast die Hälfte sieht Fernsehprogramme auf einem Gerät, das HD-ready ist, aber nur rund ein Viertel nutzt diese Möglichkeit auch effektiv. Zugenommen hat auch der TV-Konsum übers Internet. Inzwischen

tun dies immerhin schon 9,0 Prozent mindestens einmal wöchentlich. Auch die zeitversetzte TV-Nutzung ist im Aufwind. Inzwischen tut dies bereits rund ein Viertel mindestens ab und zu. Vor Jahresfrist war es erst ein Fünftel.

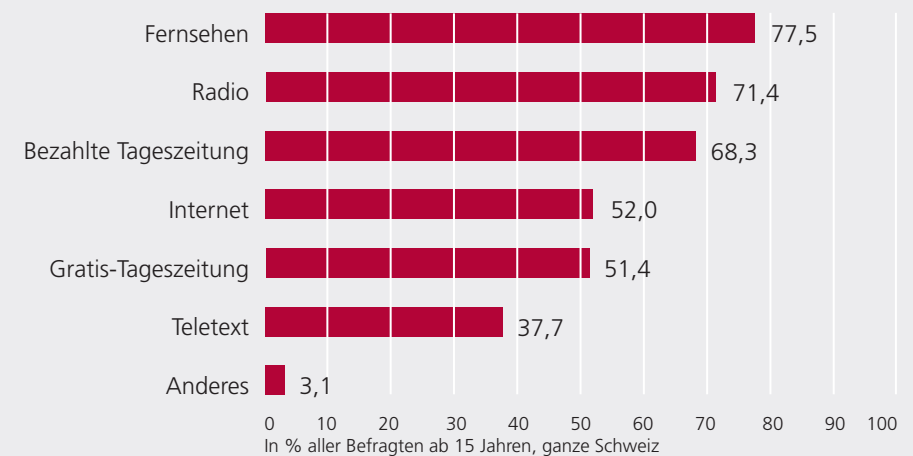
### Mobiltelefon immer universaler genutzt

Das Handy wird zusehends zur berühmten eierlegenden Wollmilchsau. 8,3 Prozent (gegenüber 4,5 im Jahr 2010) sehen sich darauf Filme oder Videos an, 9,3 Prozent (unverändert) hören damit Radio, 25 Prozent (21,1) hören einfach Musik. 9,5 Prozent nutzen es als Gameboy. Das sind mehr als doppelt so viele wie vor Jahresfrist. Bei den Marktanteilen (Basis: meistgenutztes Handy) hat sich dabei auf den Rängen zwei und drei eine bemerkenswerte Veränderung ergeben. Lag Sony Ericsson vor einem Jahr mit 16,7 Prozent noch weit vor Apples iPhone, so liegt es jetzt mit 13,1 Prozent knapp hinter dem Highflyer zurück, der auf 13,6 Prozent kommt. Während das viertplatzierte Samsung seinen Anteil von 8,5 Prozent halten konnte, büsste Spitzenreiter Nokia etwas von seiner Dominanz ein. Er liegt aber mit 44,6 Prozent immer noch weit vor dem iPhone.

### Internet als Wissenstankstelle

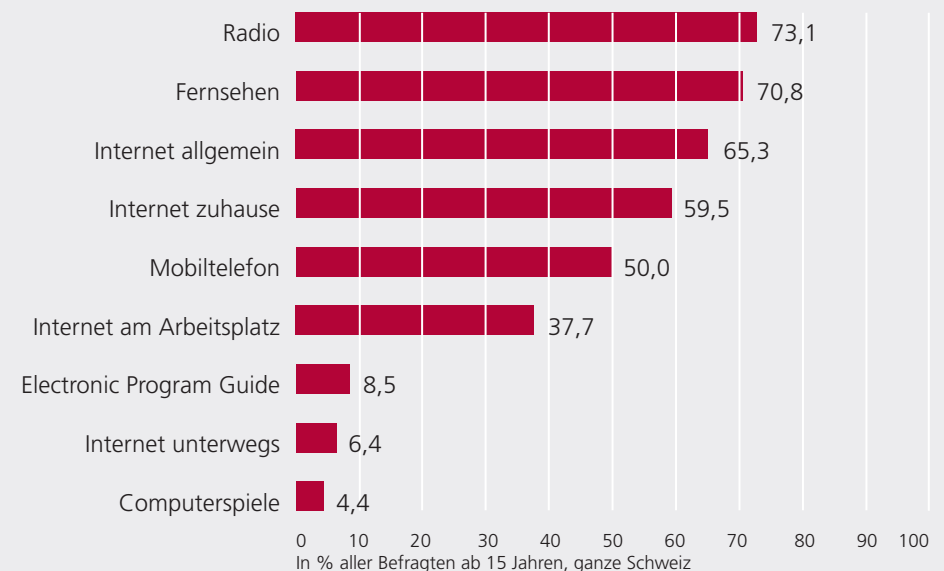
Das Internet ist heute als zentrale Auskunftsstelle unverzichtbar geworden. An der Spitze steht nach wie vor das generelle Suchen von bestimmten Inhalten über Suchmaschinen (82,3%). 75 Prozent schauen Wissenswertes für Themen nach, die sie interessieren, je rund 72 Prozent rufen Fahrpläne ab oder suchen Telefonnummern, Adressen usw., fast 59 Prozent rufen Veranstaltungsinformationen ab, rund 55 Prozent planen Reiserouten mit dem Auto und rund die Hälfte kauft Waren oder Dienstleistungen oder nutzt das Netz als Quelle für Audio- und Videodateien bzw. Software.

## Medien für tägliche Infos über aktuelles Zeitgeschehen



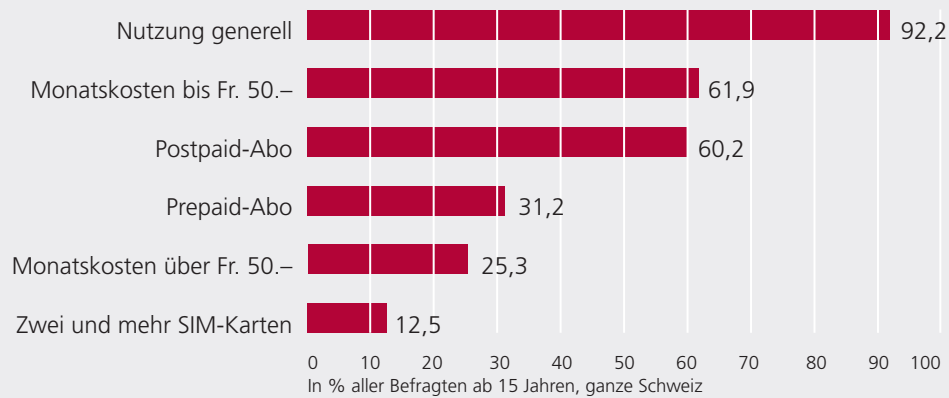
Das Internet konnte stark zulegen und liegt jetzt gleichauf mit der Gratis-Tageszeitung.

## Täglich genutzte (elektronische) Medien



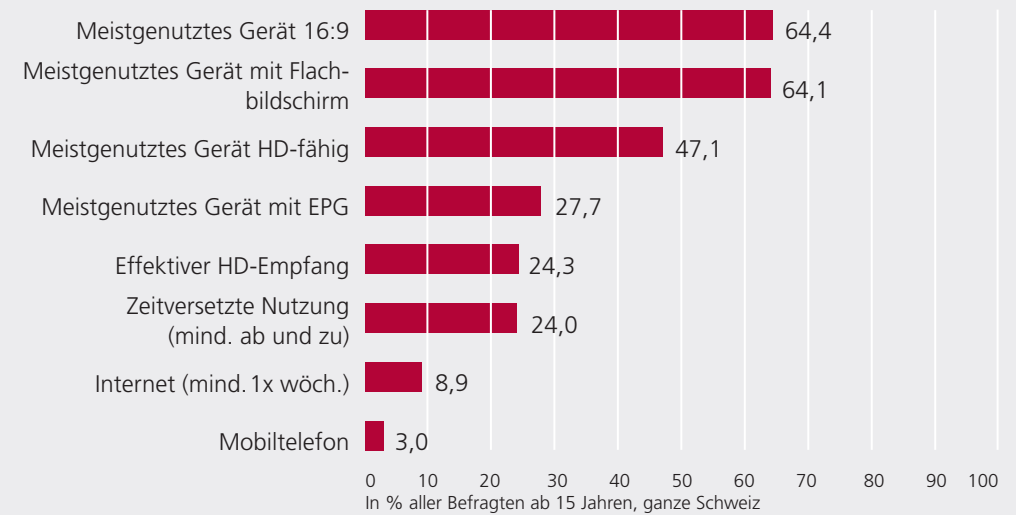
Schon fast zwei Drittel nutzen das Internet täglich, rund 60 Prozent zuhause.

## Mobiltelefon



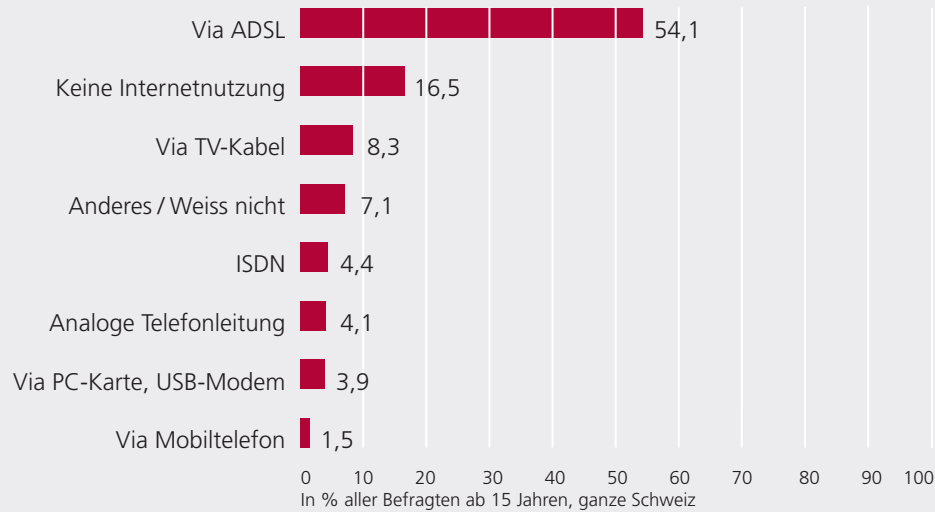
Knapp ein Drittel bezahlt die Kosten für die Nutzung des Handys im Voraus.

## Genutzte Geräte zum Fernsehen



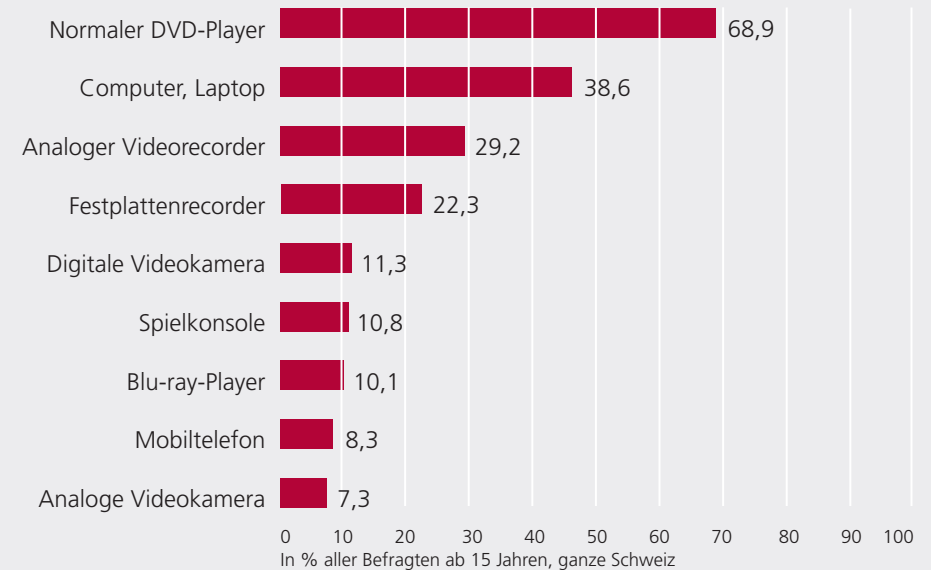
Schon fast zwei Drittel sehen TV-Programme im Breitformat auf Flachbildschirmen.

## Internetverbindung zuhause



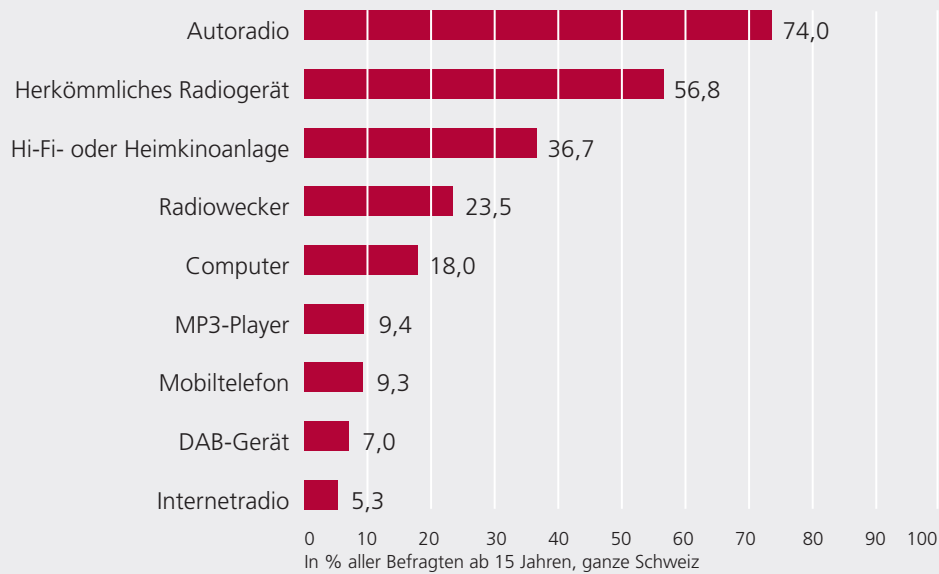
Die ADSL-Verbindung überflügelt die Internetverbindung via TV-Kabel deutlich.

## Genutzte Geräte zum Anschauen von Film/Video



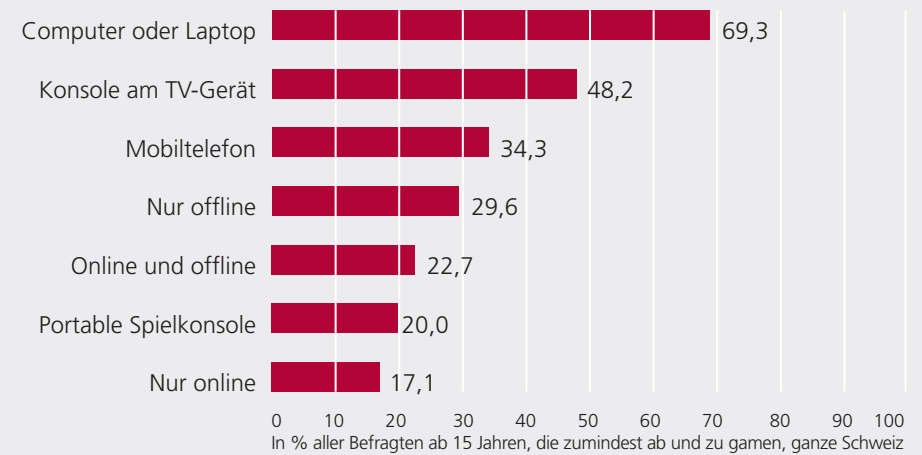
Über ein Fünftel sieht Filme oder Videos über den Festplattenrecorder.

## Genutzte Geräte zum Radiohören



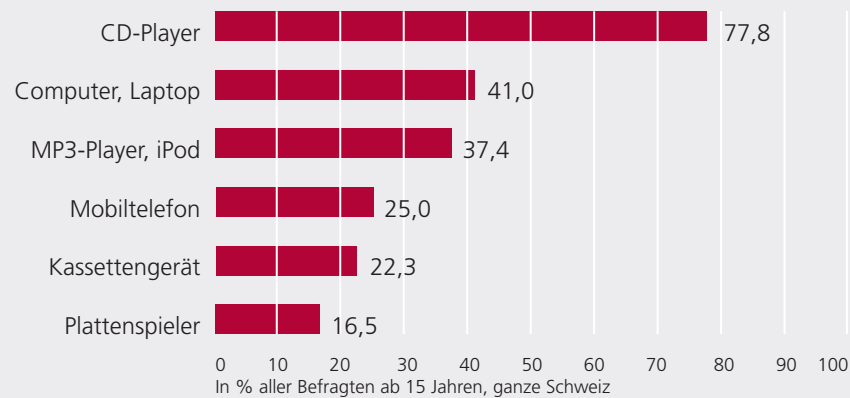
DAB-Geräte werden inzwischen häufiger genutzt als vom Computer unabhängige Internetradios.

## Genutzte Geräte zum Gamen (nur Gamer)



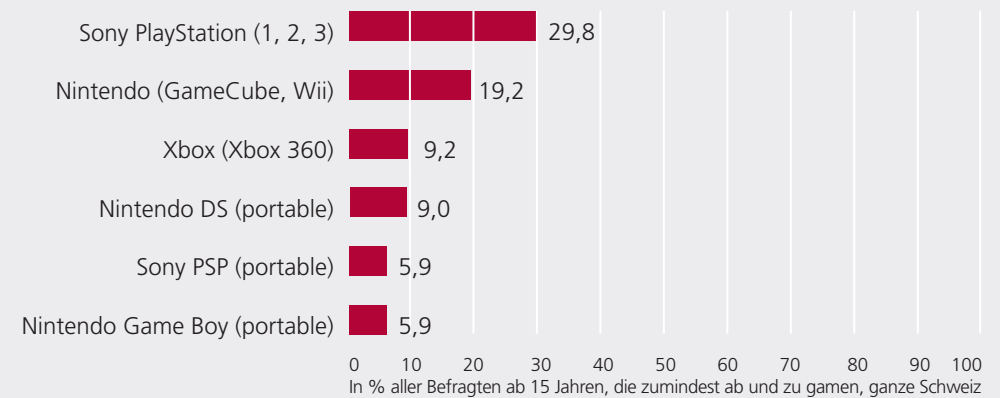
Bereits über ein Drittel nutzt das Mobiltelefon zum Gamen.

## Genutzte Geräte zum Musikhören



Schon über 40 Prozent nutzen den Computer bzw. den Laptop zum Musikhören.

## Genutzte Spielkonsolen (nur Gamer)



Sony liegt nach wie vor an der Spitze, Nintendo hat aber den Abstand verringert.

## **Kontaktadressen Publica Data AG**

### **Geschäftsstelle Bern**

Publica Data AG  
Thunstrasse 18  
CH-3000 Bern 15  
T +41 31 350 94 49  
F +41 31 350 94 38  
info@publicadata.ch  
www.publicadata.ch

### **Geschäftsstelle Zürich**

Publica Data AG  
Dufourstrasse 65  
CH-8702 Zollikon  
T +41 44 397 17 60  
F +41 44 397 17 69  
info@publicadata.ch  
www.publicadata.ch

## **Kontaktadresse IGEM**

IGEM  
c/o Ueli Custer  
Erlenweg 13  
CH-4514 Lommiswil  
T +41 32 641 06 10  
F +41 32 641 34 86  
info@igem.ch  
www.igem.ch