

# Täglich online

**MEDIA TRENDS** Die KommTech-Studie 2008 dokumentiert den massiven Bedeutungszuwachs des Internets im schweizerischen Alltag. Bereits nutzen mehr als die Hälfte zu Hause täglich das Internet. Am Arbeitsplatz tut dies ein Drittel.

Ueli Custer

**E**in Drittel der Schweizer Bevölkerung informiert sich inzwischen auch via Internet über das aktuelle Zeitgeschehen. 2005 waren es erst 22 Prozent. In der Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen sind es sogar fast 50 Prozent. In diesem Segment hat das Internet praktisch die gleiche Bedeutung wie das Radio, aus dem 51 Prozent die aktuellen Informationen beziehen. Sogar das Fernsehen (61%) scheint in Reichweite zu rücken. In der Gesamtbevölkerung ist die Stellung des Fernsehens mit 72 Prozent aber noch unangefochten. Dahinter folgen die abonnierte oder gekaufte Tageszeitung (63%), das Radio (58%) sowie die Gratiszeitung mit 38 Prozent.

## INFOZENTRALE INTERNET

Die soeben publizierte Ausgabe der KommTech-Studie 2008 (siehe Kasten) wurde erstmals nicht mehr im Rahmen einer Omnibus-Befragung durchgeführt.

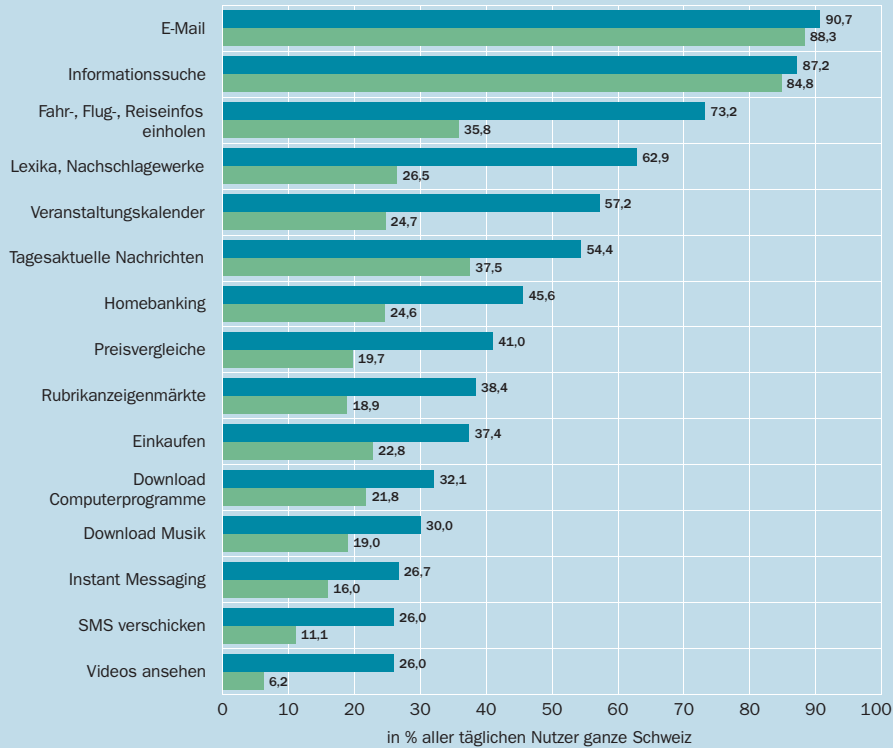
Dies erlaubte einige qualitative Verbesserungen, die sich in entsprechend besser gesicherten Ergebnissen niederschlagen. So wurden bei Fragen mit vielen Antwortmöglichkeiten diese jeweils zufällig rotierend befragt. Dadurch kann die Chancengleichheit für alle Items garantiert werden.

Dadurch haben sich die Werte gegenüber den Vorjahren teilweise sehr stark verschoben. So machten nicht zuletzt die besonders häufigen Motive für die Internetnutzung einen starken Sprung, der zu einem Teil auf diese methodische Veränderung zurückzuführen sein dürfte. Die Grafik «Internetnutzung zu Hause» bezieht sich ausschliesslich auf diejenigen, die das Internet praktisch täglich nutzen. Und sie zeigt die dominante Bedeutung des Internets als Kommunikations- und Informationszentrale.

Auch die TV-Nutzung via Internet gewinnt an Bedeutung. Immerhin 5,6 Prozent geben an, dass sie mindestens einmal

## Internetnutzung zu Hause

■ 2008 ■ 2006



Seit 2006 haben alle Nutzungsmöglichkeiten stark an Bedeutung gewonnen.

Quelle: KommTech-Studie; Publica Data/IGEM / ©MTJ

in der Woche klassisches Fernsehen über Internet (also zum Beispiel über Zattoo) nutzen. Und rund 11 Prozent tun es mindestens gelegentlich. Auf diese Art wird vor allem dann ferngesehen, wenn das normale TV-Gerät besetzt ist. Das dürfte auch der Hauptgrund sein, dass die (teilweise noch zu Hause lebenden) 15- bis 24-Jährigen doppelt so oft via Internet fernsehen wie die Grundgesamtheit.

### DOPPELT SO VIELE PVR

Immer wichtiger wird auch die Videonutzung über Internet. Gaben 2006 nur gerade 2,9 Prozent dies als besonders häufigen Grund für die Internetnutzung an, waren es dieses Jahr 15,6 Prozent, bei den täglichen Internetnutzern 26 und bei den 15- bis 24-Jährigen sogar 48,2 Prozent. Möglich wird dies durch die immer stärker verbreiteten schnellen Internetzugänge in den Haushaltungen. Die täglichen Internetnutzer verfügen inzwischen nämlich zu 90 Prozent über einen Breitbandanschluss (siehe Grafik «Breitband-Internetzugang zu Hause»).

Im Gegenzug zu dieser Entwicklung stagniert die Nutzung von Videos und DVDs. Der Trend ist sogar leicht rückläufig. Die Ausstattung mit klassischen Aufzeichnungsgeräten verläuft alles an-

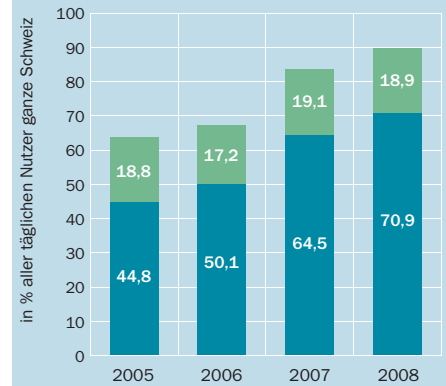
dere als stürmisch. Mit einem klassischen Videorecorder zeichnen heute nur noch etwa 41 Prozent etwas auf. Vor drei Jahren waren es noch 57 Prozent (siehe Grafik «Bildaufzeichnungsgeräte»). Die DVD-Recorder stagnieren dagegen bei knapp 20 Prozent. Mit dazu beigetragen hat sicher auch der lange Zeit nicht entschiedene Systemscheid im HD-Bereich. Nachdem sich jetzt Blue-ray durchgesetzt hat, dürfte im nächsten Jahr die 20-Prozent-Marke vermutlich geknackt werden. Deutlich zugenommen hat dagegen die Verbreitung von Festplattenrecordern oder Personal Videorecordern (PVR), die bereits in 12 Prozent der Haushalte zum Standard gehören. Erstmals explizit abgefragt wurde auch der Computer als Aufzeichnungsgerät. Und er überflügelt auf Anhieb den DVD-Recorder.

### ÜBER EIN DRITTEL SIEHT FLACH

Mit der Lancierung von HD Suisse durch die SRG wurde für viele Leute auch die Frage nach HDTV zu einem wirklichen Thema. Immerhin 24,3 Prozent der TV-Geräte sind bereits HD-fähig. Aber erst 7,7 Prozent haben entsprechende Tuner, die sich normalerweise in externen Set-Top-Boxen befinden. Das hängt auch da-

## Breitband-Internetzugang zuhause

■ via TV-Kabel ■ via Telefonkabel (ADSL)



90 Prozent der täglichen Internetnutzer haben einen Breitbandzugang.

Quelle: KommTech-Studie; Publica Data/IGEM / ©MTJ

## Basisinformationen

Die KommTech-Studie wird gemeinsam von der Publica Data und der Interessengemeinschaft elektronische Medien IGEM herausgegeben. Die Befragung wurde(nach einer Pilotstudie im Jahr 2004) im Mai 2008 bereits zum vierten Mal durchgeführt. Der Fragebogen wird jährlich durch eine Arbeitsgruppe den neusten Entwicklungen angepasst. Dabei wird darauf geachtet, dass die Vergleichsmöglichkeit zu den Vorjahren erhalten bleibt. Das kann aber nicht immer garantiert werden. Erhebungsbasis sind 2500 Cati-Interviews, durchgeführt von der Konso AG in Basel.

Die Ergebnisse liegen sowohl für die ganze Schweiz als auch für die drei Sprachgebiete vor. Alle in diesem Beitrag erwähnten Werte beziehen sich auf die Bevölkerung ab 15 Jahren in der ganzen Schweiz.

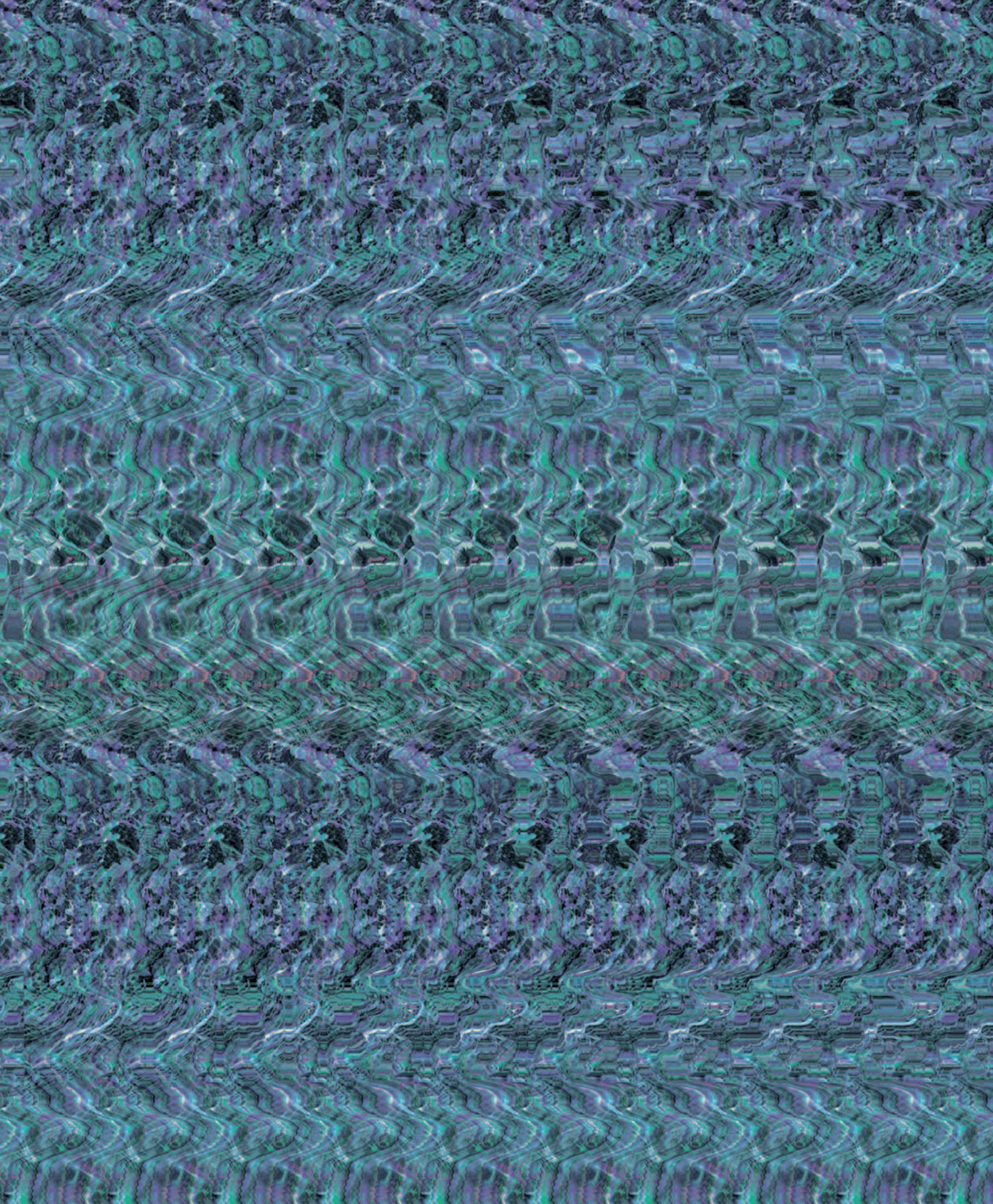
Auswertungen können bei der Publica Data in Auftrag gegeben werden. IGEM-Mitglieder haben die Möglichkeit, über den geschlossenen Teil ihrer Website gratis einen Berichtsband herunterzuladen. Ausserdem haben sie die Möglichkeit, gegen eine kostengünstige Lizenz Auswertungen über das neue Net-Matrix-Online-Tool vorzunehmen.

[www.igem.ch](http://www.igem.ch)

[www.publicadata.ch](http://www.publicadata.ch)

mit zusammen, dass entsprechende Boxen mit Aufzeichnungsmöglichkeiten bisher noch kaum erhältlich waren. Auch hier dürfte der Systemscheid zu Gunsten von Blue-ray der Entwicklung deutlichen Schub verleihen.

Die qualitative Aufrüstung der Haushalte beim klassischen TV-Empfang >



**Sehen Sie selbst: Halten Sie dieses Inserat bis an Ihre Nase und bewegen Sie es langsam von sich weg.**

Doch das ist nur einer der vielen Vorzüge von Inseraten, beworben von Nik Hodel, Publicis Werbeagentur und Martin Arnold, Spillmann/Felsler/Leo Burnett. Eine Aktion der Schweizer Presse in Zusammenarbeit mit dem Kreativnachwuchs der Schweizer Werbeagenturen. [www.schweizerpresse.ch](http://www.schweizerpresse.ch)



**SCHWEIZER PRESSE**

PRESSE SUISSE | STAMPA SVIZZERA | SWISS PRESS

> geht weiterhin stürmisch voran (siehe Grafik «TV-Geräte» auf Seite 44). 44,6 Prozent der Hauptgeräte haben ein Breitbildformat (16:9), und über ein Drittel ist flach. Der digitale Empfang hat sich fast verdoppelt. Inzwischen empfängt fast ein Viertel das TV-Programm digital – oder hat die Möglichkeit dazu. Wie die Grafik «Digitaler TV-Empfang» zeigt, tut dies fast die Hälfte via Kabel. Die 7,5 Prozent, die TV via Satellit digital empfangen, dürften in Wirklichkeit höher liegen. Denn insgesamt empfangen gut 12 Prozent ihre TV-Signale via Satellit. Und dieser Empfang ist praktisch vollständig digitalisiert. Nur wissen das viele Leute nicht. Womit

einmal mehr darauf hingewiesen sei, dass eine Befragung wie die KommTech-Studie nur erfragen kann, was den Leuten bewusst ist.

### BELIEBTE HANDYKAMERA

Der Aspekt des Unbewussten spielt sicher auch bei der Ausstattung der Mobiltelefone eine recht grosse Rolle. Gut ein Viertel aller Befragten gibt nämlich regelmässig an, dass ihr Handy keine der vielen abgefragten Zusatzfunktionen besitzt. Von denjenigen, die bewusst wahrgenommen werden, liegen die Organizerfunktion und die Videokamera mit über 50 Prozent Nennungen deutlich im Vordergrund. Beim Organizer ist dies ein

Plus von 10 Prozentpunkten gegenüber 2006 (siehe Grafik «Handy-Ausstattung»). Erstmals separat gefragt wurde nach der Videokamera. Bis 2006 wurde lediglich generell nach einer Kamera gefragt. Der Vergleich bei der Fotokamera ist deshalb auch mit entsprechender Vorsicht zu geniessen. Klar ist immerhin, dass die Fotokamera-Funktion die bei weitem beliebteste Zusatzfunktion darstellt. Der in der Grafik «Handy-Nutzungsindex» gezeigte Wert von 89 bedeutet, dass 89 Prozent derjenigen, die ein Handy mit Fotokamera besitzen, diese Funktion auch mindestens ab und zu nutzen. Bei gut einem Drittel werden die Musik- oder die Agendafunktion genutzt. >

## Die KommTech-Typen

Auf der Basis einer Faktorenanalyse hat die Zehnvier Marketingberatung GmbH, Zürich, 2007 erstmals vier Typen mit stark unterschiedlichem Medienverhalten isoliert. Basis für die Bildung dieser Typen bildet die Nutzung neuer und klassischer Medien. Für die neuen Medien wurden die mobile Internetnutzung, die Radionutzung via Internet, die Häufigkeit der Internetnutzung sowie die Häufigkeit des mobilen Telefonierens erfasst. Bei den klassischen Medien bildet die Häufigkeit der Radio- und Fernsehnutzung die Grundlage. Die vier Typen lassen sich wie folgt umschreiben:

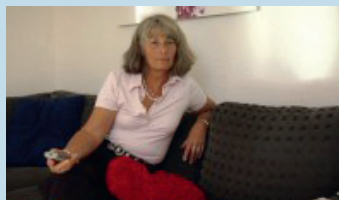
### Die Multimedialen



Sie bilden dieses Jahr mit einem Anteil von 39 Prozent erstmals das grösste Segment. Viele Multimediale sind jünger als 30 Jahre und mehrheitlich Männer. Bei den Multimedialen finden sich überdurchschnittlich viele Personen mit einer höheren Schulbildung. Die Mehrheit ist voll erwerbstätig. Multimediale nutzen das Internet täglich und telefonieren mehrmals täglich mobil. Häufig leben die Multimedialen in Haushalten mit 3 und mehr Personen. Die klassischen und die neuen Medien werden gleichermaßen genutzt. Informationen über das tägliche Zeitgeschehen werden auf fast allen Kanälen überdurchschnittlich stark gesucht. In vielen dieser Haushalte stehen zwei und mehr TV-Geräte. Das Hauptgerät ist überdurchschnittlich oft auf dem neusten Stand der Technik und empfängt die TV-

Signale digital. Auch Aufzeichnungs- und Abspielgeräte sind überdurchschnittlich oft digital.

### Die Traditionellen



Sie bildeten im letzten Jahr noch das grösste Segment, sind aber 2008 mit noch 35 Prozent auf Platz zwei abgerutscht. In dieser Gruppe finden sich mehr Frauen als Männer. Das Durchschnittsalter ist das höchste aller vier Segmente. Deshalb wohnen auch nur in einem kleinen Teil ihrer Haushalte noch Kinder, und ein grosser Teil ist auch nicht (mehr) erwerbstätig. Die tägliche Nutzung von TV und Radio liegt deutlich über dem Durchschnitt, die Internetnutzung dagegen ebenso deutlich darunter. Über das aktuelle Zeitgeschehen informieren sich die Traditionellen in erster Linie über TV, Tageszeitung und Radio. Das Handy hat für sie eine unterdurchschnittliche Bedeutung.

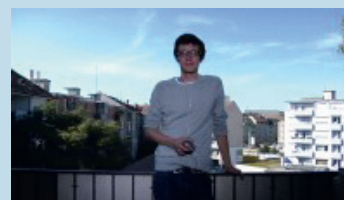
### Die Medienabstinenten



Sie bilden mit 15 Prozent das zweitkleinste Segment. Ein grosser Teil der Medienabstinenten ist nicht (mehr) erwerbstätig. Die

Medienabstinenten sind im Schnitt deutlich älter als die Multimedialen und die New-Media-Fokussierten. In diesem Segment finden sich mehr Frauen als Männer. Weniger anzutreffen sind in diesen Haushalten Computer sowie Aufzeichnungs- und Abspielgeräte aller Art. TV, Radio, Internet und Handy werden deutlich weniger regelmässig genutzt als im Durchschnitt. Die Medienabstinenten zeigen auch das geringste Interesse am aktuellen Zeitgeschehen.

### Die New-Media-Fokussierten

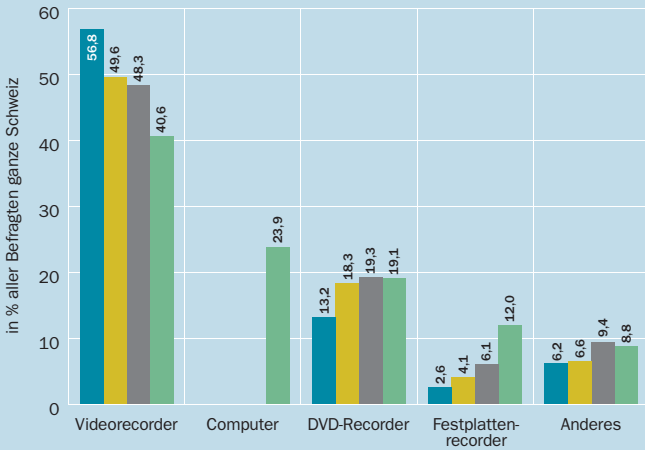


Sie bilden mit 11 Prozent das kleinste Segment. Überdurchschnittlich viele New-Media-Fokussierte sind noch in der Ausbildung oder verfügen über einen Hochschulabschluss. Sehr viele leben in Haushalten mit 3 oder mehr Personen (ev. auch WGs). Informationen über das tägliche Zeitgeschehen werden besonders oft über das Internet bezogen. Die meisten nutzen das Internet denn auch täglich zu Hause. Die Radionutzung liegt deutlich unter dem Durchschnitt. Überdurchschnittlich viele besitzen kein Fernsehgerät, aber einen MP3-Player – teilweise im Handy eingebaut.

Eine anschauliche Umschreibung der KommTech-Typen vermittelt ein von Ringier TV produzierter Film, der über [www.igem.ch](http://www.igem.ch) oder [www.publicadata.ch](http://www.publicadata.ch) angesehen werden kann. Die Typen können auch über das Tool der Publica Data ausgewertet werden.

## Bildaufzeichnungsgeräte

■ 2005 ■ 2006 ■ 2007 ■ 2008

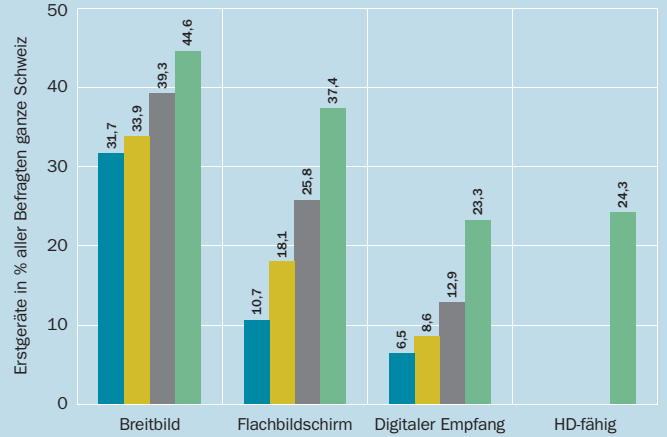


Den erstmals abgefragten Computer kennen bereits 24 Prozent als Bildaufzeichnungsgerät.

Quelle: KommTech-Studie; Publica Data/IGEM / ©MTJ

## TV-Geräte

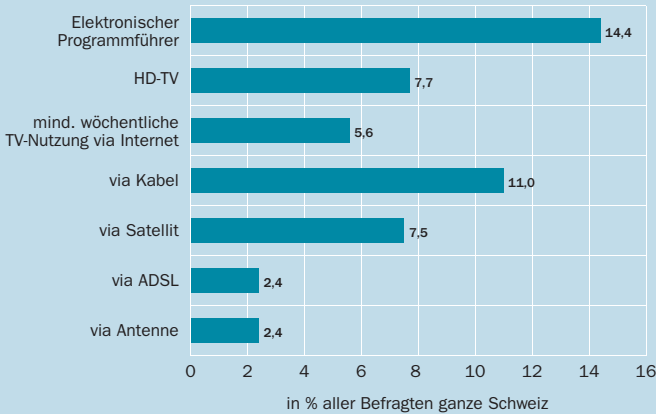
■ 2005 ■ 2006 ■ 2007 ■ 2008



Fernsehergeräte werden breiter, flacher, digitaler und immer mehr HD-fähig.

Quelle: KommTech-Studie; Publica Data/IGEM / ©MTJ

## Digitaler TV-Empfang

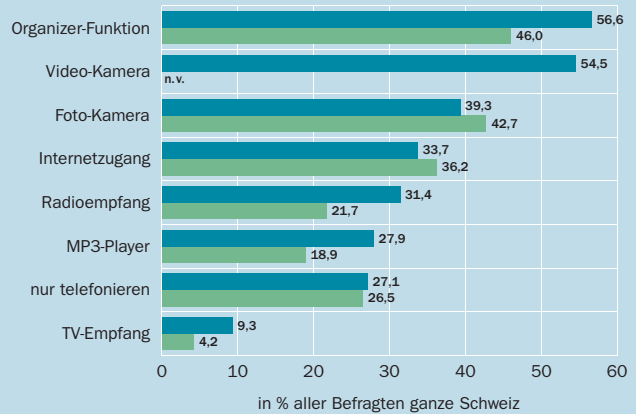


Bereits verfügen 14 Prozent über einen elektronischen Programmführer.

Quelle: KommTech-Studie; Publica Data/IGEM / ©MTJ

## Handy-Ausstattung

■ 2008 ■ 2006

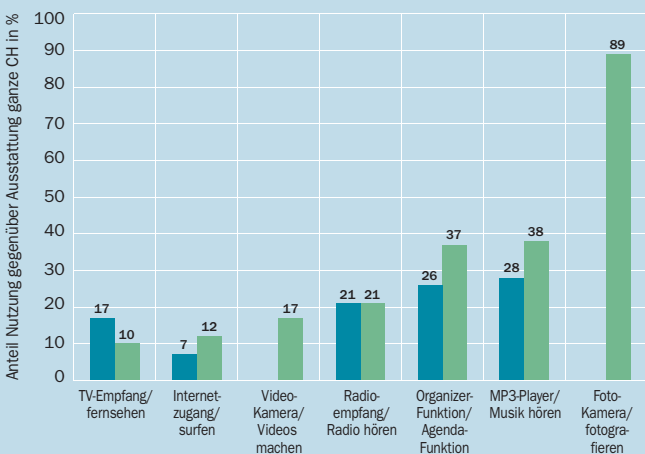


Immer mehr Handys enthalten Organizer-Funktion, Radiotuner und MP3-Player.

Quelle: KommTech-Studie; Publica Data/IGEM / ©MTJ

## Handy-Nutzungsindex

■ 2006 ■ 2008

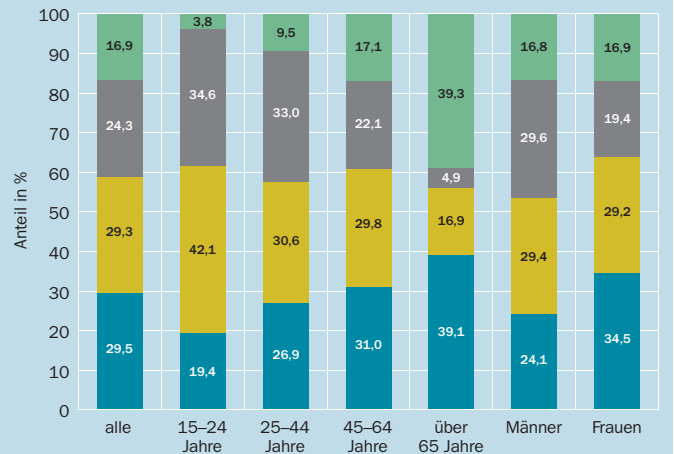


Die Fotokamera ist die mit Abstand beliebteste Zusatzfunktion des Handys.

Quelle: KommTech-Studie; Publica Data/IGEM / ©MTJ

## Monatliche Handy-Kosten

■ bis 20 Franken ■ 21 bis 50 Franken ■ über 50 Franken ■ Weiss nicht/kein Handy



Erstmals enthält die KommTech-Studie Informationen über die monatlichen Handy-Kosten.

Quelle: KommTech-Studie; Publica Data/IGEM / ©MTJ

> Alle andern Zusatzfunktionen werden eher marginal verwendet.

Erstmals gibt die KommTech-Studie auch über die monatlichen Kosten für die Handy-Nutzung Auskunft. Die entsprechende Grafik (Seite 44) zeigt, dass rund 60 Prozent bis zu 50 Franken pro Monat, also rund 600 Franken im Jahr ausgeben. Deutlich zeigt die Grafik, dass mit zunehmendem Alter auch der Anteil derjenigen zunimmt, die pro Monat für höchstens 20 Franken mobil telefonieren. Bei den Jungen dominieren dagegen Ausgaben zwischen 21 und 50 Franken. Aber immerhin ein gutes Drittel gibt auch über 50 Franken aus. Auffallend ist weiter: Frauen sind deutlich sparsamer. Über ein Drittel gibt weniger als 20 Franken pro Monat für das Mobiltelefon aus.

#### INTERNETRADIO WÄCHST WEITER

Während das Internet im Zusammenhang mit der Nutzung über das Handy immer noch eine Nebenrolle spielt, entwickelt es sich beim Radio zu einem zunehmend wichtigeren Verbreitungsvektor (vgl. auch *MTJ* Juliausgabe 2008). Gaben 2005 erst etwa 16 Prozent an, über Internet Radio zu hören, sind es

drei Jahre später bereits 27 Prozent. Dabei unterscheidet sich die Bedeutung in den Altersgruppen ganz erheblich. Von den jungen Leuten im Alter von 15 bis 24 Jahren hören bereits 44 Prozent (auch) über Internet Radio. Fast täglich tun es allerdings nur gerade 2,9 Prozent. In der Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen hören allerdings immerhin 5,3 Prozent praktisch täglich online Radio. Das Potenzial für die Online-Radionutzung ist allerdings grösser – vor allem zu Hause. Wussten 2005 erst 16,4 Prozent, dass sie am Computer über Internet Radio hören können, waren es 2008 bereits 29,6 Prozent – bei den Jungen sogar noch deutlich mehr. Die speziellen Internetradios haben sich dagegen noch kaum durchgesetzt. DAB kann als Erfolg oder als Misserfolg dargestellt werden: Will man eine Erfolgsgeschichte, streicht man die Versechsfachung dieses Empfangsvektors heraus. Die absoluten Zahlen sind dann allerdings ernüchternd: Ganze 4,7 Prozent geben an, zu Hause via DAB Radio hören zu können. Das Radio ist und bleibt also das Stiefkind der Digitalisierung. <

#### In Kürze

Die Ausgabe 2008 der KommTech-Studie wurde erstmals nicht mehr im Rahmen einer Omnibus-Befragung durchgeführt, was qualitative Verbesserungen und entsprechend besser gesicherte Ergebnisse mit sich bringt.

Und diese zeigen eindeutig die dominante Bedeutung des Internets als Kommunikations- und Informationszentrale. Auch die TV-Nutzung via Internet gewinnt an Bedeutung. Immerhin 5,6 Prozent geben an, dass sie mindestens einmal in der Woche klassisches Fernsehen über Internet (also zum Beispiel über Zattoo) nutzen. Hierbei sehen die 15- bis 24-Jährigen doppelt so oft via Internet fern wie die Grundgesamtheit. Immer wichtiger wird auch die Videonutzung über Internet. Diese liegt bei den 15- bis 24-Jährigen bei 48,2 Prozent. Leicht rückläufig ist der Trend bei der Nutzung von Videos und DVDs, während die Verbreitung von Festplattenrecordern oder Personal Videorecordern (PVR) deutlich zugenommen hat, die in bereits 12 Prozent der Haushalte zum Standard gehören. Und der erstmals abgefragte Computer als Aufzeichnungsgerät überflügelt auf Anhieb den DVD-Recorder.

## Schliessen Sie die Lücke

Im Dreieck Zürich – Bern – Basel

MITTELLAND  
ZEITUNG

[www.mittellandzeitung.ch](http://www.mittellandzeitung.ch)