

## Medienmitteilung zur freien Veröffentlichung

04. Oktober 2012



### Mobiles Internet – die smarte Revolution

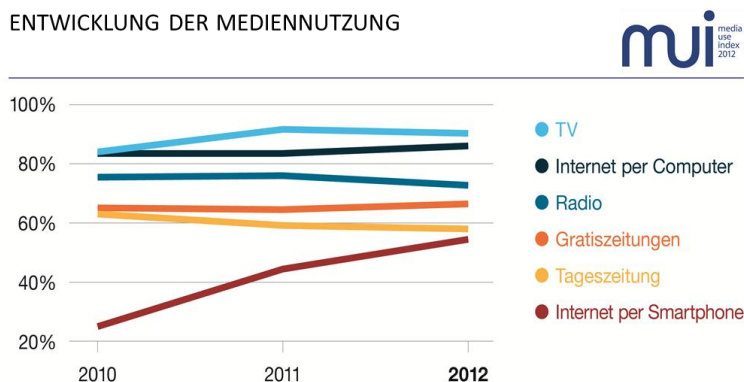
**Die Schweizer werden immer mobiler und smarter bei der Mediennutzung. Social Media wächst ungebremst, bei jung, vor allem aber bei den älteren Online-Nutzern. Und auch beim Online Shopping heisst die spannendste neue Zielgruppe: Schweizer über 55!**

Die Y&R Group Switzerland untersucht in der Media Use Index Studie (MUI) 2012 zum vierten Mal das Mediennutzungs- und Informationsverhalten. Dazu wurden 2000 Personen in der Deutsch- und West-Schweiz befragt. Mit einigen kleinen Sensationen und brandaktuellen Entwicklungen rund um die Themen wie beispielsweise Social Media, eCommerce und Mobile.

#### Mobiles Internet wird zum Massenmedium

Die erste grosse Erkenntnis: die mobile Internetnutzung steigt rapide, die grossen klassischen Medienkanäle wie TV, Print, Radio dagegen stagnieren.

ENTWICKLUNG DER MEDIENNUTZUNG



Internet per Smartphone wird inzwischen von mehr als der Hälfte (54%) der Schweizer genutzt. Bei den jüngsten Konsumenten (14-29 Jahre) besitzt sogar jeder Dritte (72%) ein Smartphone. Auch die Tablets sind auf dem Vormarsch, die Haushaltspenetration liegt bereits

bei 36 Prozent. Nebst Kommunikation wird das Mobiltelefon heute vor allem auch für Information, Unterhaltung und Social genutzt.

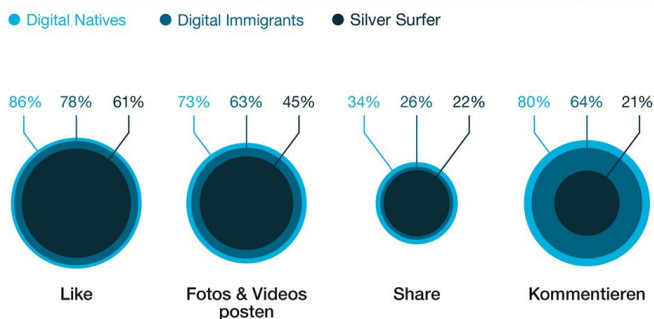
Insgesamt ist das Internet für alle Schweizer das wichtigste Medium. Als Kanal verschafft es den raschen Zugang zu allen anderen Medien wie TV, Print oder Radio. Dies hat einen starken Einfluss auf die gesamte Medienlandschaft, der durch die mobile Internetnutzung beschleunigt wird.

Besonders deutlich zeigt sich dieser Trend beim Zeitunglesen: Crossmedia ist heute Realität. Die Printauflagen sinken, online am PC stagniert, die mobile Nutzung per Smartphone und Tablet boomt dagegen. Auch TV wird immer mehr übers Internet und mobil konsumiert. Die Medienmarke wird wichtiger, der Kanal verliert an Bedeutung.

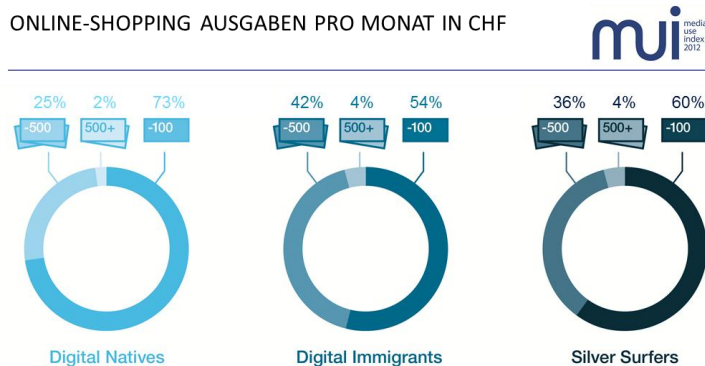
### Social Media und Online Shopping - daily routines

Ist Social Media nun am Höhepunkt angelangt und legt sich bald wieder? Nein, Social Media wächst immer weiter, vor allem in der aktiven Nutzung. Mittlerweile haben auch die älteren Generationen die Vorzüge entdeckt.

SOCIAL MEDIA AKTIVITÄTEN NACH GENERATIONEN



Ähnliches zeigt sich beim eCommerce. Konsumenten über 55 Jahre kaufen immer häufiger online ein, inzwischen sind sie für Online Shopping wichtiger als die jungen Digital Natives. Ältere Konsumenten kaufen zwar weniger oft online ein, dafür mit höheren Beträgen.



### Silver Surfer – vital, mobil, kaufkräftig

Personen 55 Plus machen heute gut ein Drittel der Schweizer Bevölkerung aus und haben eine enorme Kaufkraft. Die MUI-Studie zeigt, dass die gängigen Mediennutzungs-Klischees über seniorige „Silver Surfer“ überholt sind. Online, auf Social Media und dem Smartphone üben sie dieselben Aktivitäten aus wie jüngere Generationen, wenn auch weniger intensiv, dafür aber bewusster. Zusammenfassend: Silver Surfer sind ausgesprochen mündige Netzbewohner, selektive Internetnutzer und smarte Online-Shopper.

**Weitere Highlights der MUI-Studie können auf [media-use-index.ch](http://media-use-index.ch) als Flyer heruntergeladen werden.**

### Informationen zur Studie „Media Use Index“

Die Studie Media Use Index ([www.media-use-index.ch](http://www.media-use-index.ch)) untersucht das Mediennutzungs- und Informationsverhalten der Bevölkerung. Zum spannenden Quervergleich unterteilt die Studie die Online-Bevölkerung in drei Generationen – „Digital Natives“ (bis 29), „Digital Immigrants“ (30-54) und „Silver Surfers“ (ab 55). Die Studie wurde 2009 erstmals durch die Y&R Group Switzerland durchgeführt. In 2012 erfolgte die 4. Auflage der Studie. Für die Studie wurden 2000 Personen zwischen 14 und 69 in der Deutsch- und Westschweiz online zu ihrem Mediennutzungsverhalten befragt. Die Stichprobe ist repräsentativ gemäss den offiziellen Strukturdaten der Schweiz.

Die Y&R Group Switzerland ist die führende Kommunikationsagentur der Schweiz mit Sitz in Zürich. Sie vereint unter gemeinsamer Führung die Spezialisten von Advico Y&R (Werbung), Allaccess (Promotion), Futurecom (Digital), Wunderman (Dialog) und Y&R Consulting (Strategic Marketing Consulting)

Medienkontakt bei der Y&R Group Switzerland:

Herr Urs Krucker  
Head of Strategy

Tel: 044 271 71 71

[urs.krucker@yr-group.ch](mailto:urs.krucker@yr-group.ch)