



PUBLICIS

Eidgenössisches Leben zu einem Drittel digital

Microsoft Consumer & Online und Publicis erheben mit dem Digital Life Index erstmals das Ausmass der Digitalisierung im Leben der Schweizer Bevölkerung.

Wallisellen/Zürich, 31. März 2009 – Digitale Medien und Technologien beherrschen den Alltag der Schweizer Bevölkerung zu 31 Prozent. Das ist ein Ergebnis der repräsentativen Befragung von Microsoft Consumer & Online und Publicis, die unter rund tausend Schweizerinnen und Schweizer durchgeführt wurde. In der halbjährlich stattfindenden Befragung wurden erstmals die Vorlieben im Kommunikations-, Informations-, Unterhaltungs- und Einkaufsverhalten erfasst. Auch die Wertschätzung von Statussymbolen wurde analysiert.

Die Resultate der Studie zeigen auf, dass bereits die Hälfte der Schweizer in der Kommunikation auf digitale Hilfsmittel setzt. Der zweithöchste Digitalisierungsgrad wurde im Bereich des Einkaufsverhaltens gemessen: Jeder dritte Schweizer hat innerhalb des letzten Monats online eingekauft. Für die tägliche Informationsbeschaffung und die persönliche Unterhaltung setzt heute jeder vierte Schweizer auf das Internet. Bei der Wertschätzung von Statussymbolen bevorzugt knapp jeder fünfte Schweizer Produkte der digitalen Unterhaltungselektronik gegenüber analogen Gegenständen. Über alle erfassten Bereiche konnte so erstmals ein eidgenössischer Digitalisierungsgrad, „Digital Life Index Schweiz“, von 31 Prozent nachgewiesen werden.

Die jungen Schweizer und Schweizerinnen weisen dabei die höchste digitale Affinität auf. Für die 15- bis 29-Jährigen sind das Mobiltelefon und der Computer wichtiger als das Fahrzeug und der Fernseher. In der Gesamtbevölkerung stellt das Fahrzeug mit Abstand das wichtigste Statussymbol dar, gefolgt von Computer, Fernseher und Mobiltelefon. Auch in der Kommunikation manifestiert sich der Generationsunterschied. In der Gesamtbevölkerung ist das E-Mail das mit Abstand am weitesten verbreitete Kommunikationsmittel. Bei Jugendlichen, die eine Ausbildung absolvieren, wird das Instant Messaging dem E-Mail vorgezogen. Auffallend ist, dass jeder vierte Jugendliche in der Befragung angab, innerhalb der letzten 24 Stunden eine Social-Networking-Plattform zur Kommunikation benutzt zu haben.

Beim Medienkonsum dominieren in der Gesamtbevölkerung nach wie vor die Zeitung und das Fernsehen als Leitmedien. Das Internet wird von jedem vierten Schweizer als Quelle benutzt, um sich über das tägliche Zeitgeschehen zu informieren. Bei der Unterhaltung hat der Computer bereits heute das Buch und den Fernseher als wichtigstes Medium der Gesamtbevölkerung abgelöst.

Auf die Frage, welche Produkte innerhalb des letzten Monats online eingekauft wurden, gab die Mehrheit der Schweizer Bevölkerung Musik, Filme oder Spiele zur Unterhaltung an. Es fällt auf, dass die Bewohner ländlicher Gebiete öfter online einkaufen und in der Stadt vermehrt über digitale Hilfsmittel kommuniziert wird. Innerhalb der Schweiz ist das Ostmittelland bei der Kommunikation am „digitalsten“, wobei das Westmittelland beim Einkauf an erster Stelle steht.

Zur Studie

Mit dem Digital Life Index berechnen Microsoft Consumer & Online und Publicis seit Februar 2009 halbjährlich den Anteil digitaler Medien und Technologien im Alltagsleben der Schweizer Bevölkerung. Die telefonischen Interviews wurden bei rund tausend Männern und Frauen im Alter von 15 bis 74 Jahren in der deutschen und der französischen Schweiz durchgeführt. Aus den Umfrageergebnissen wird der Digital Life Index kreiert und auf der Website www.digitallifeindex.ch veröffentlicht.

Bildmaterial

Screenshots der Ergebnisse sind zum direkten Download erhältlich unter <http://presse.vibrio.ch>.

Über Microsoft Consumer & Online International (COI)

Zu Microsoft Consumer & Online gehören künftig neben dem Consumer PC-Bereich mit dem Betriebssystem Windows Vista auch die gesamte Windows Mobile Telefonie sowie Windows Live Internet Services (u.a. MSN.ch, Live Search, Live Messenger und Hotmail) und dem verbundenen Online-Werbemarkt. Seit Juli 2008 ist Daniel Moschin General Manager des Bereichs Consumer & Online in der Schweiz. Weitere Informationen unter <http://advertising.microsoft.com>

Über Publicis

Publicis Modem ist auf digitale Kommunikation spezialisiert und gehört zur Publicis Gruppe Schweiz, der grössten Kommunikationsagentur des Landes. Die Publicis Gruppe Schweiz vereint die Publicis Werbeagentur, Publicis Dialog, Publicis Modem und Optimedia an einer Adresse und ermöglicht so die Entwicklung von crossmedialen «contagious Ideas»; Markennideen, die anstecken und Einstellungen zur Marke nachhaltig prägen. Publicis Modem versteht es, als «the leading digital experience agency» das Erlebnis, den Austausch und das Engagement zwischen Menschen und Marken über digitale Kanäle auszulösen.

Weitere Informationen

Marion Marxer
Publicis Werbeagentur AG
Stadelhoferstrasse 25, Postfach, CH-8024 Zürich
Tel. +41 44 265 31 71, Fax +41 44 262 57 80
marion.marxer@publicis.ch, www.publicis.ch

Patrick Hofer
vibrio. Kommunikationsmanagement Schweiz GmbH
Technoparkstrasse 1, CH-8005 Zürich
Tel. +41 445 24 34, Fax +41 44 445 24 32
patrick.hofer@vibrio.ch, www.vibrio.ch