



Universität
Zürich^{UZH}

IKMZ – Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Forschungsbericht – Abteilung Medienwandel & Innovation

Internetanwendungen und deren Nutzung in der Schweiz 2023

Themenbericht aus dem World Internet Project – Switzerland 2023

Michael Latzer (Projektleitung)

Noemi Festic

Kiran Kappeler

Céline Odermatt

MEDIA CHANGE
and innovation a division of **ikmz**

Impressum

HERAUSGEBER

Universität Zürich
IKMZ – Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
Abteilung Medienwandel & Innovation
Andreasstrasse 15
8050 Zürich
<http://mediachange.ch>

PROJEKTLEITUNG

Prof. Dr. Michael Latzer (m.latzer@ikmz.uzh.ch)

MITARBEIT

Dr. Noemi Festic (n.festic@ikmz.uzh.ch)
Kiran Kappeler, M.A. (k.kappeler@ikmz.uzh.ch)
Céline Odermatt, M.A. (c.odermatt@ikmz.uzh.ch)

Für Unterstützung bedanken wir uns herzlich bei Sarah Daoust-Braun, M.A.

ZITATIONSHINWEIS

Latzer, M., Festic, N., Kappeler, K., Odermatt, C. (2023). Internetanwendungen und deren Nutzung in der Schweiz 2023. Themenbericht aus dem World Internet Project – Switzerland 2023. Zürich: Universität Zürich. <http://mediachange.ch/research/wip-ch-2023>



Das World Internet Project – Switzerland (WIP-CH) ist Partner des World Internet Project, das am Annenberg School Center for the Digital Future, University of Southern California (USC), Los Angeles angesiedelt ist.

Zürich, November 2023

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary	7
Datenbasis WIP-CH	9
1 Intensität der Internetnutzung	11
1.1 Internetnutzungszeit in der Schweiz	11
1.2 Soziodemographische Unterschiede in der Nutzungsintensität	12
2 Digital aktiv: Nutzung von sozialen Online-Netzwerken	14
2.1 Nutzungsintensität sozialer Online-Netzwerke	14
2.2 Postingintensität auf sozialen Online-Netzwerken	16
3 Digitale Bruchlinien	18
4 Nutzung neuer digitaler Technologien	22
World Internet Project – Switzerland	27
Methodischer Steckbrief	28
Weiterführende Literatur	30

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Verteilung der durchschnittlichen täglichen Internetnutzungsdauer	11
Abbildung 2: Durchschnittliche tägliche Internetnutzungsdauer im Zeitvergleich 2011–2023	12
Abbildung 3: Verteilung der durchschnittlichen täglichen Internetnutzungsdauer nach Alter	13
Abbildung 4: Nutzungsintensität sozialer Online-Netzwerke	14
Abbildung 5: Private und berufliche soziale Online-Netzwerke nach Alter	15
Abbildung 6: Verbreitung sozialer Netzwerke nach Alter im Zeitvergleich 2011–2023	16
Abbildung 7: Nutzungsintensität sozialer Online-Netzwerke	16
Abbildung 8: Postingintensität und Berufswunsch Influencer*in nach Alter	17
Abbildung 9: Nutzer*innenkreise ausgewählter Anwendungen für soziale Interaktion	18
Abbildung 10: Nutzer*innenkreise ausgewählter Anwendungen für soziale Interaktion im Jahresvergleich	19
Abbildung 11: Nutzung ausgewählter Anwendungen für soziale Interaktion nach Alter	19
Abbildung 12: Nutzer*innenkreise ausgewählter Unterhaltungsanwendungen	20
Abbildung 13: Nutzung ausgewählter Unterhaltungsanwendungen nach Alter	21
Abbildung 14: Nutzung von Gesundheitstracking-Apps und Sprachassistenten	22
Abbildung 15: Nutzung von Gesundheitstracking-Apps und Sprachassistenten nach Alter	23
Abbildung 16: Kenntnis von ChatGPT und ähnlichen Diensten	23
Abbildung 17: Nutzung von ChatGPT und ähnlichen Diensten	24
Abbildung 18: Kenntnis und Nutzung von ChatGPT und ähnlichen Diensten nach Geschlecht	24
Abbildung 19: Kenntnis und Nutzung von ChatGPT und ähnlichen Diensten nach Alter	25
Abbildung 20: Kenntnis und Nutzung von ChatGPT und ähnlichen Diensten nach Internetfähigkeiten	26

Executive Summary

Das World Internet Project (WIP) ist ein internationales, kollaboratives Wissenschaftsprojekt, das seit 1999 die Verbreitung und Nutzung des Internet im internationalen Vergleich erfasst. Die Schweiz hat 2023 mit dem World Internet Project – Switzerland (WIP-CH) zum siebten Mal eine repräsentative WIP-Befragung durchgeführt und die Schweizer Bevölkerung zu ihrer Internetnutzung und ihren Einstellungen zum Internet befragt.

Im Rahmen des WIP-CH wurden seit 2011 mehr als 7'600 Befragungen durchgeführt, deren Ergebnisse in diesem Jahr in drei Themenberichten ausgewiesen werden: Internetverbreitung und digitale Bruchlinien, Internetanwendungen und deren Nutzung, sowie Vertrauen und Sorgen bei der Internetnutzung in der Schweiz. Ausserdem liefert ein Spezialbericht Erkenntnisse zur sich im Wandel befindenden Beziehung zwischen Mensch und Technik.

Internetnutzungszeit erneut gestiegen

- Die durchschnittliche Nutzungsdauer des Internet liegt in der Schweiz bei rund 5.6 Stunden pro Tag. Damit ist die Nutzungszeit seit 2021 noch einmal deutlich und zwar um über eine Stunde gestiegen.
- Insgesamt verbringen Männer mehr Zeit online als Frauen. Mit steigendem Alter sinkt die durchschnittliche Internetnutzungszeit deutlich.

Soziale Online-Netzwerke wachsen weiter

- Die Nutzung sozialer Online-Netzwerke hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Heute verwenden 8 von 10 Internetnutzer*innen private soziale Online-Netzwerke wie Instagram, Facebook oder TikTok.
- Ausserdem nutzen 4 von 10 berufliche soziale Online-Netzwerke wie LinkedIn oder Xing.
- Die Mehrheit (69 %) nutzt diese Dienste täglich.
- Am weitesten verbreitet ist die Nutzung bei den 14- bis 29-Jährigen. Von ihnen nutzen über 90% soziale Online-Netzwerke.
- Soziale Online-Netzwerke sind auch aus beruflicher Sicht attraktiv. 3 von 10 der 14–19-Jährigen geben an, den Berufswunsch «Influencer*in» zu hegen. Diejenigen Nutzer*innen, die öfter selbst in Online-Netzwerken posten, stimmen dem eher zu.

Internetanwendungen: soziale Interaktion und Unterhaltung online

- Das Internet ist eine mediale Vielweckinfrastruktur: Schweizer*innen verwenden eine breite Palette an Internetanwendungen, zum Beispiel zur Unterhaltung oder um soziale Kontakte zu pflegen.

- Interaktion erfolgt online vor allem über Instant-Messaging-Dienste wie WhatsApp (95%), das sich zu einer digitalen Kommunikationsinfrastruktur entwickelt hat.
- 2 von 10 (18%) nutzen Dating-Apps oder Plattformen für die Partnersuche.
- Im Bereich der Unterhaltungsanwendungen sind Musik- (68%) und Videokonsum (74%) weit verbreitet. Ausserdem gibt eine Mehrheit an, Podcasts zu hören (65%).
- Diese Anwendungen werden von Jüngeren stärker genutzt als von Älteren.

KI-Anwendungen wie ChatGPT weiter verbreitet bei Jüngeren und Höhergebildeten

- Jede*r zweite Schweizer Internetnutzer*in nutzt Gesundheitstracking-Apps, bspw. um Schritte zu zählen oder Trainings aufzuzeichnen (53%).
- Jede*r Dritte nutzt digitale Sprachassistenten wie Siri oder Alexa (33%).
- Bei den 20–29-Jährigen sind sowohl Gesundheitstracking-Apps (73%) als auch digitale Sprachassistenten (43%) am weitesten verbreitet.
- 8 von 10 kennen Chattechnologien mit KI wie ChatGPT und ähnliche Dienste. 4 von 10 haben sie selbst schon genutzt.
- Männliche, jüngere und höhergebildete Internetnutzer*innen sowie jene mit höheren Internetfähigkeiten kennen und nutzen ChatGPT und ähnliche Dienste häufiger.

Datenbasis WIP-CH

Die Auswertungen beruhen jeweils auf repräsentativen Stichproben aus der Gesamtheit der *sprachassimilierten Schweizer Bevölkerung* (2011 – 2021) bzw. der *Schweizer Online-Bevölkerung* (2023) *ab 14 Jahren*. Pro Erhebungsjahr wurden jeweils gut 1'000 Personen befragt. Daraus ergeben sich die folgenden Stichprobengrößen als Datenbasis der Berechnungen und Abbildungen:

Stichprobe für	2011	2013	2015	2017	2019	2021	2023
Schweizer Bevölkerung	1104	1114	1121	1120	1122	1120	-
Internetnutzer*innen	851	949	981	1013	1035	1069	1008
Berufstätige Internetnutzer*innen	589	587	706	710	737	715	639
Nichtnutzer*innen	253	165	140	107	85	51	-
Proxynutzer*innen	90	79	56	54	34	11	-

Berechnungen der absoluten Zahlen basieren auf den aktuellen Angaben des Bundesamts für Statistik (<https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung.html>) und beziehen sich auf die Schweizer Wohnbevölkerung ab 14 Jahren.

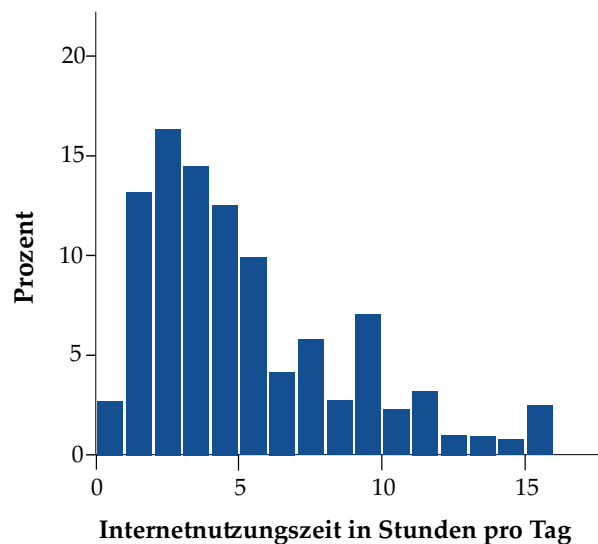
1 Intensität der Internetnutzung

Dieser Bericht untersucht die Nutzung verschiedener Internetanwendungen. Einleitend wird die Internetnutzungsintensität der Schweizer Bevölkerung im Jahr 2023 betrachtet.

1.1 Internetnutzungszeit in der Schweiz

Abbildung 1 zeigt die Verteilung der Internetnutzungszeit in der Schweiz im Jahr 2023. Die angegebenen Werte zur täglichen Nutzungsdauer basieren, wie in anderen WIP-Ländern, auf Selbsteinschätzungen der Befragten.

Abbildung 1: Verteilung der durchschnittlichen täglichen Internetnutzungsdauer



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

- Das Internet wird in der Schweiz durchschnittlich 5.6 Stunden pro Tag genutzt.¹
- 3% der Internetnutzer*innen nutzen das Internet eine Stunde oder weniger pro Tag. Rund die Hälfte der Schweizer Internetnutzer*innen (57%) nutzt das Internet 1 bis 5 Stunden pro Tag. 3 von 10 (30%) verbringen 5 bis 10 Stunden und 8% 10 bis 15 Stunden online. 3% der Befragten sind mehr als 15 Stunden pro Tag online.

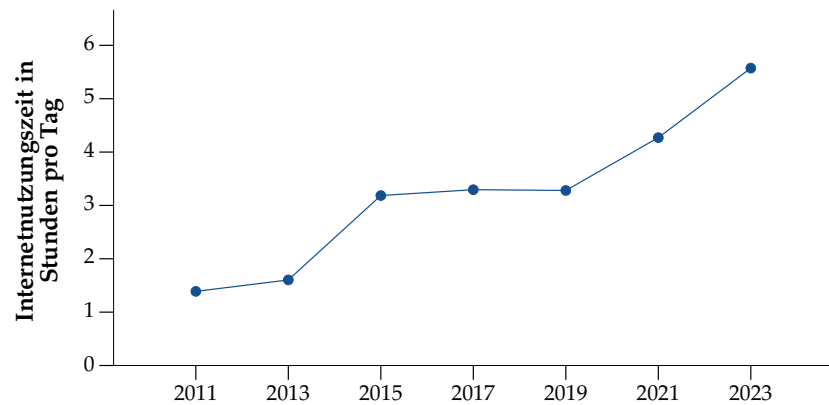
Durchschnittlich 5.6 Stunden online pro Tag

Die Mehrheit der Nutzer*innen ist bis zu 5 Stunden online

¹ Die durchschnittliche Internetnutzungszeit in der Schweiz ist vergleichbar mit den Werten anderer WIP-Länderpartner. In Macao wird das Internet beispielsweise täglich 4.6 Stunden genutzt (Macao Association for Internet Research, 2023).

Im Folgenden werden einige Entwicklungstrends aus dem Zeitraum 2011 bis 2023 skizziert.

Abbildung 2: Durchschnittliche tägliche Internetnutzungsdauer im Zeitvergleich 2011–2023



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

–Heute nutzen Schweizer Internetnutzer*innen das Internet im Durchschnitt 5.6 Stunden pro Tag. Seit 2021 hat damit eine Zunahme um über eine Stunde stattgefunden.

–Die durchschnittliche tägliche Internetnutzungszeit hat sich seit 2011 vervierfacht (2011: 1.4 Stunden; 2021: 4.3 Stunden; 2023: 5.6 Stunden), während sie zwischen 2015 und 2019 stagnierte (2015: 3.2 Stunden; 2017: 3.3 Stunden; 2019: 3.3 Stunden).

Jahresvergleich: Nutzungszeit seit 2019 zugenommen

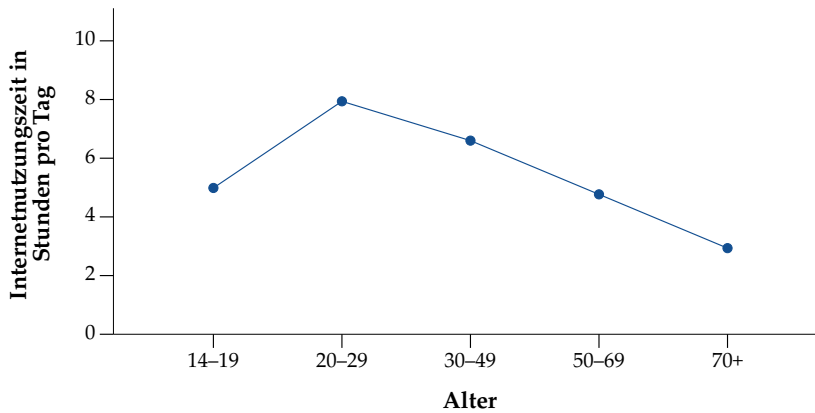
1.2 Soziodemographische Unterschiede in der Nutzungsintensität

Hinsichtlich der Internetnutzungsintensität bestehen in der Schweiz im Jahr 2023 auch soziodemographische Unterschiede.

–Insgesamt nutzen Männer das Internet leicht intensiver als Frauen. Männer nutzen das Internet durchschnittlich 5.8 Stunden pro Tag. Bei den Frauen sind es 5.3 Stunden.

Männer nutzen das Internet intensiver als Frauen

Abbildung 3: Verteilung der durchschnittlichen täglichen Internetnutzungsdauer nach Alter



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

- Bezüglich der Nutzungsintensität nach Altersgruppen zeigt sich, dass die Nutzungsdauer mit steigendem Alter stark abnimmt. In der jüngsten Altersgruppe liegt der Durchschnitt bei 5 Stunden pro Tag. Die längste Zeit online verbringen die 20- bis 29-Jährigen. Ihre durchschnittliche Internetnutzungszeit liegt bei 7.9 Stunden, gefolgt von Internetnutzer*innen zwischen 30 und 49 Jahren mit 6.6 Stunden pro Tag. Die beiden ältesten Altersgruppen nutzen das Internet täglich am wenigsten lange (50–69 Jahre: 4.8 Stunden; 70+ Jahre: 2.9 Stunden).
- Schweizer Internetnutzer*innen mit unterschiedlichem Bildungsstand unterscheiden sich ebenfalls in ihrer durchschnittlichen Internetnutzungsdauer. Der tägliche Durchschnitt der Hochgebildeten liegt höher (6.3 Stunden) als bei den Mittel- und Niedriggebildeten (5.3 Stunden bzw. 5.5 Stunden).

Internetnutzungsdauer nimmt mit dem Alter deutlich ab, 20–29-Jährige an der Spitze

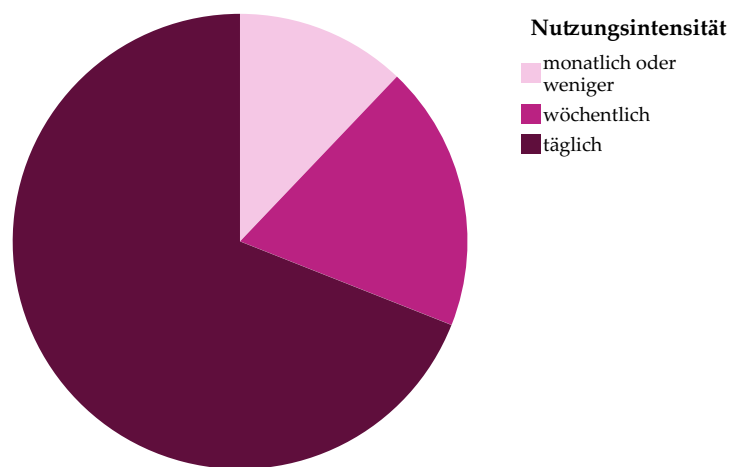
Hochgebildete nutzen das Internet täglich am längsten

2 Digital aktiv: Nutzung von sozialen Online-Netzwerken

Soziale Online-Netzwerke haben Einzug in den Alltag der Schweizer Internetnutzer*innen gehalten. Im Folgenden wird dargestellt, wie der Anwender*innenkreis von privaten sozialen Online-Netzwerken wie Instagram, Facebook oder TikTok und beruflichen sozialen Online-Netzwerken wie LinkedIn oder Xing in der Schweiz aussieht.

2.1 Nutzungsintensität sozialer Online-Netzwerke

Abbildung 4: Nutzungsintensität sozialer Online-Netzwerke



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

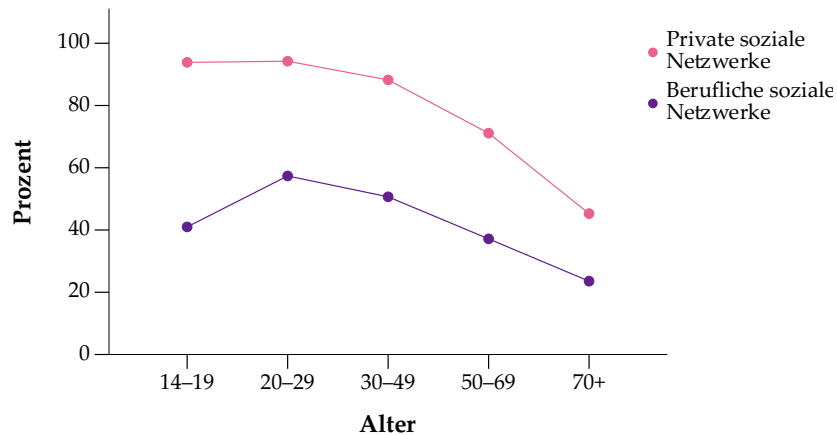
Knapp 7 von 10 Nutzer*innen sozialer Online-Netzwerke nutzen diese täglich

– Insgesamt verwenden 78% der Schweizer Internetnutzer*innen soziale Online-Netzwerke privater und 43% solche beruflicher Art.

– Die Mehrheit besucht mindestens einen dieser Dienste täglich (69%), weitere 19% tun dies wöchentlich.

Bei der Verbreitung von sozialen Online-Netzwerken zeigen sich soziodemographische Unterschiede.

Abbildung 5: Private und berufliche soziale Online-Netzwerke nach Alter



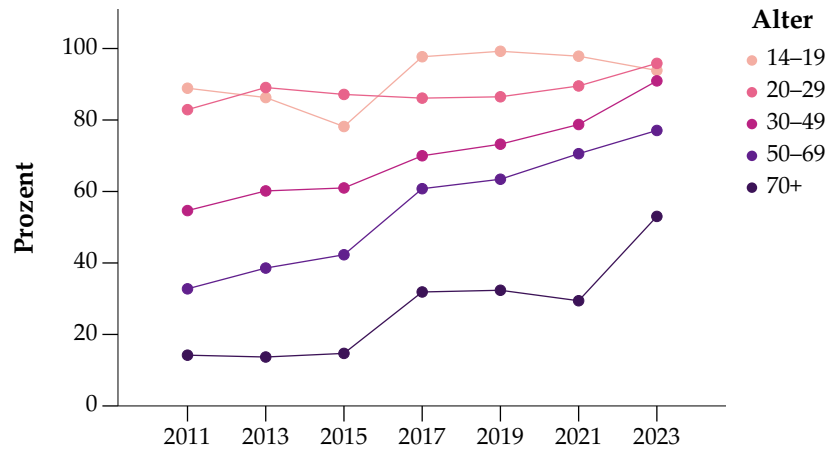
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

- Die Verbreitung privater sozialer Netzwerke variiert in den verschiedenen Altersgruppen: Beinahe alle Schweizer Internetnutzer*innen zwischen 14 und 19 Jahren nutzen diese (94%).
- Auch bei den 20- bis 29-Jährigen (94%) und den 30- bis 49-Jährigen (88%) tut dies eine deutliche Mehrheit. Mit steigendem Alter nimmt die Verbreitung ab. Rund 7 von 10 Schweizer Internetnutzer*innen zwischen 50 und 69 Jahren (71%) loggen sich in private soziale Netzwerke ein. Bei den über 70-Jährigen sind es rund 4 von 10 (45%).
- Die Nutzung beruflicher Online-Communities ist ebenfalls stark altersabhängig, wobei hier die zweitjüngste Gruppe der 20- bis 29-Jährigen die höchste Verbreitung aufweist (57%).

Im Folgenden werden die Entwicklungstrends der Verbreitung sozialer Netzwerke aus dem Zeitraum 2011 bis 2023 in den verschiedenen Altersgruppen skizziert. Zu den Nutzer*innen sozialer Online-Netzwerke zählen hier diese Personen, die mindestens eine Art der Netzwerke (private und/oder berufliche) nutzen.

Social Media von Jüngeren stärker genutzt

Abbildung 6: Verbreitung sozialer Netzwerke nach Alter im Zeitvergleich 2011–2023



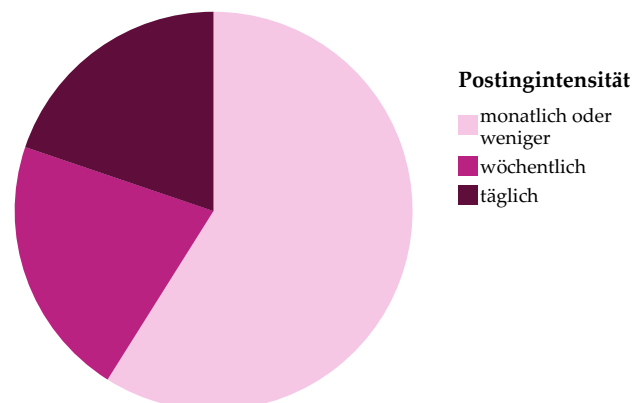
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

Jahresvergleich: Soziale Online-Netzwerke im Anstieg

- Die Verbreitung sozialer Netzwerke steigt im Jahr 2023 in allen Altersgruppen ausser der jüngsten an.
- Bei den 20- bis 29-Jährigen ist die Verbreitung sozialer Netzwerke seit 2011 von 83% auf 96% angestiegen. Während soziale Netzwerke in der jüngsten Gruppe (14–19 Jahre) 2011 bereits stark verbreitet waren (89%), hat sich die Nutzung auf hohem Niveau eingependelt (94%).
- Die Verbreitung sozialer Netzwerke in den älteren Gruppen vollzog sich auf unterschiedlichen Niveaus nach einem ähnlichen Muster: Bei den 50- bis 69-Jährigen nutzen 2023 77% soziale Netzwerke, während es 2011 noch 33% waren; in der Gruppe ab 70 Jahren hat sich die Nutzung von 14% (2011) auf 53% (2023) fast vervierfacht.

2.2 Postingintensität auf sozialen Online-Netzwerken

Abbildung 7: Nutzungsintensität sozialer Online-Netzwerke



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

- Das aktive Posten von Inhalten auf sozialen Online-Netzwerken fällt tiefer aus als die Nutzung dieser Dienste.
- Eine Mehrheit gibt an, monatlich oder weniger selbst zu posten (59%).
- Rund jede*r Fünfte gibt an, wöchentlich (21%) oder täglich bis mehrmals täglich (20%) zu posten.

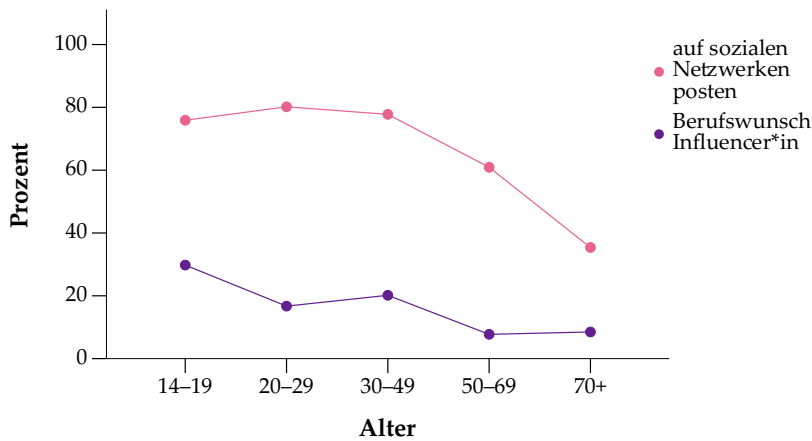
6 von 10 posten monatlich oder weniger selbst

Soziale Online-Netzwerke bieten auch berufliche Perspektiven. Deshalb wurden die Schweizer Internetnutzer*innen 2023 gefragt, ob sie gerne Influencer*in sein würden.

- 14% der Befragten geben an, gerne Influencer*in werden zu wollen.
- Am weitesten verbreitet ist dieser Berufswunsch in der Gruppe der 14- bis 19-Jährigen, von denen 3 von 10 zustimmen (30%).

3 von 10 der 14- bis 19-Jährigen wollen Influencer*in werden

Abbildung 8: Postingintensität und Berufswunsch Influencer*in nach Alter



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

- Der Berufswunsch Influencer*in korreliert positiv mit der Postingintensität und negativ mit dem Alter.
- Jüngere Personen und solche, die aktiv auf sozialen Netzwerken posten, geben eher den Berufswunsch Influencer*in an als die übrigen.
- Die Postingintensität nimmt zudem mit steigendem Alter stark ab.

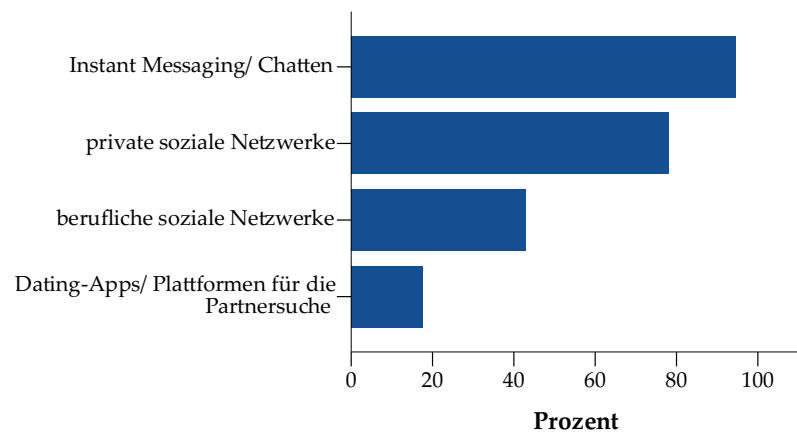
Ältere posten weniger auf Online-Netzwerken und wollen seltener Influencer*in werden

3 Digitale Bruchlinien

Die Nutzung des Internet erfolgt nicht über alle Bevölkerungsgruppen hinweg gleichförmig. Vielmehr zeigen sich Nutzungsunterschiede entlang gesellschaftlicher Bruchlinien. Welche Dienste sind unter jungen, welche unter den älteren Internetnutzer*innen stärker verbreitet? Zeigen sich Unterschiede in der Internetnutzung in verschiedenen Bildungsgruppen oder nach Internetfähigkeiten? Kapitel 3 zeigt die Nutzung ausgewählter Internetangebote nach Alter auf.

Zunächst werden Anwendungen für soziale Interaktion betrachtet.

Abbildung 9: Nutzer*innenkreise ausgewählter Anwendungen für soziale Interaktion



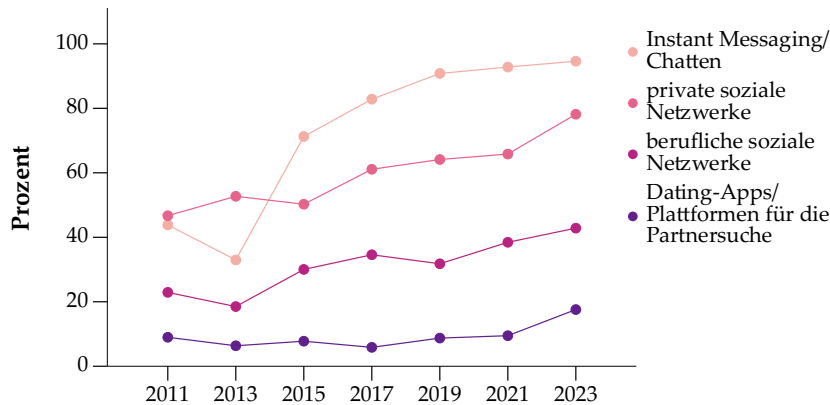
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

Fast alle nutzen WhatsApp oder ähnliche Kommunikationsdienste

- Kommunikationsdienste wie WhatsApp oder Signal zum Chatten werden von fast allen Internetnutzer*innen verwendet (95%).
- 78% geben an private soziale Netzwerke zu nutzen, 43% berufliche.
- 18% nutzen Dating-Apps oder Plattformen für die Partnersuche.

Die Nutzung solcher Dienste hat sich in den letzten Jahren verändert.

Abbildung 10: Nutzer*innenkreise ausgewählter Anwendungen für soziale Interaktion im Jahresvergleich



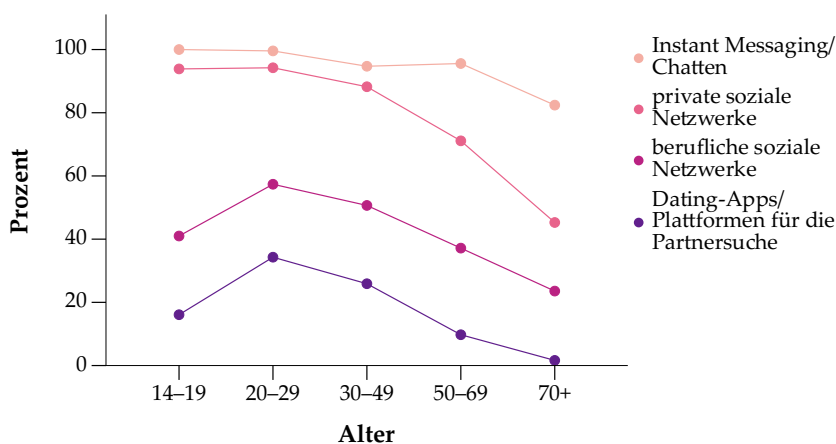
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

- Die Nutzung von Anwendungen für soziale Interaktionen hat seit 2011 stark zugenommen.
- Während 2011 jede*r Zehnte (9%) Datingportale oder -apps nutzte, sind es heute doppelt so viele (18%).
- Auch die Nutzung beruflicher (2011: 23% vs. 2023: 43%) und privater sozialer Netzwerke (2011: 47% vs. 2023: 78%) ist heute weiter verbreitet.
- Die Nutzung von Instant Messaging und Chat Apps hat stark zugenommen. Während 2011 4 von 10 (44%) solche Dienste nutzten, sind es heute mehr als doppelt so viele bzw. beinahe alle (95%).

Starke Zunahme der Nutzung sozialer Interaktionsanwendungen online

Die Nutzung dieser Anwendungen unterscheidet sich nach Alter.

Abbildung 11: Nutzung ausgewählter Anwendungen für soziale Interaktion nach Alter



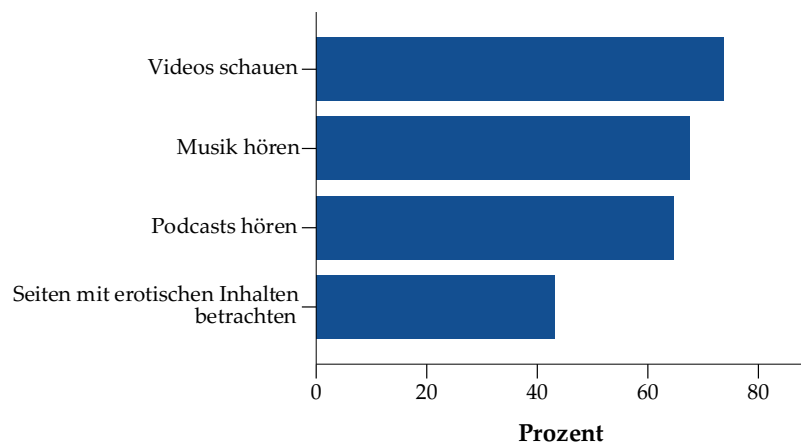
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

Nutzung sozialer Interaktionsanwendungen online nimmt mit dem Alter ab

- Insgesamt zeigt sich, dass die Nutzung von Anwendungen für soziale Interaktion mit dem Alter sinkt.
- Während bei den 14–19-Jährigen alle Instant Messaging nutzen, sind es bei den über 70-Jährigen 8 von 10 (82%).
- Auch private soziale Netzwerke sind bei den Jüngsten am weitesten verbreitet. Bei den 14–19-Jährigen nutzen sie 94%, während es bei den über 70-Jährigen halb so viele (45%) sind.
- Berufliche soziale Netzwerke sind am weitesten verbreitet in der Gruppe der 20–29-Jährigen. Von ihnen nutzen 57% solche Dienste.
- Auch Datingportale und -apps werden von den 20–29-Jährigen am meisten genutzt. Ein Drittel (34%) gehört zu den Nutzer*innen.

Neben Anwendungen für die soziale Interaktion wird in diesem Bericht auch die Nutzung von Unterhaltungsanwendungen betrachtet.

Abbildung 12: Nutzer*innenkreise ausgewählter Unterhaltungsanwendungen



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

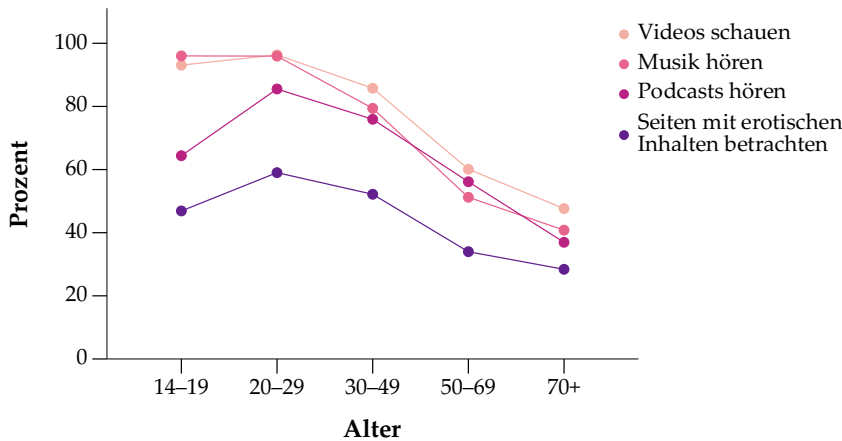
Zwei Drittel sehen sich online Videos an

- Das Ansehen von Videos, Filmen oder Serien, z.B. über Streamingdienste wie Netflix oder Play SRF, ist am weitesten verbreitet. Drei Viertel der Internetnutzer*innen geben an, dies zu tun (74%).
- Auch das Musikhören, z.B. über Streamingdienste wie Spotify, ist beliebt: Zwei Drittel tun dies (68%). Ähnlich sieht es beim Hören von Podcasts aus. Auch hier geben zwei Drittel an, dies zu tun (65%).
- Ausserdem geben 43% an, dass sie online Seiten mit erotischen Inhalten betrachten.
- Im Jahresvergleich zeigt sich, dass das Ansehen von Videos (2011: 66%), das Hören von Musik (2011: 54%) sowie das Betrachten erotischer Inhalte online (2011: 20%) seit 2011 zugenommen haben. Hier ist jedoch auch ein Effekt des Moduswechsels von der Telefonbefragung zur Onlinebefragung, die mit grösserer empfundener Anonymität und geringerem Druck in Bezug auf die soziale Erwünschtheit von Antworten

verbunden ist, erwartbar. Die Nutzung von Podcasts wurde 2021 zum ersten Mal abgefragt und lag da bei 51%.

Die Nutzung dieser Unterhaltungsanwendungen unterscheidet sich nach Alter.

Abbildung 13: Nutzung ausgewählter Unterhaltungsanwendungen nach Alter



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

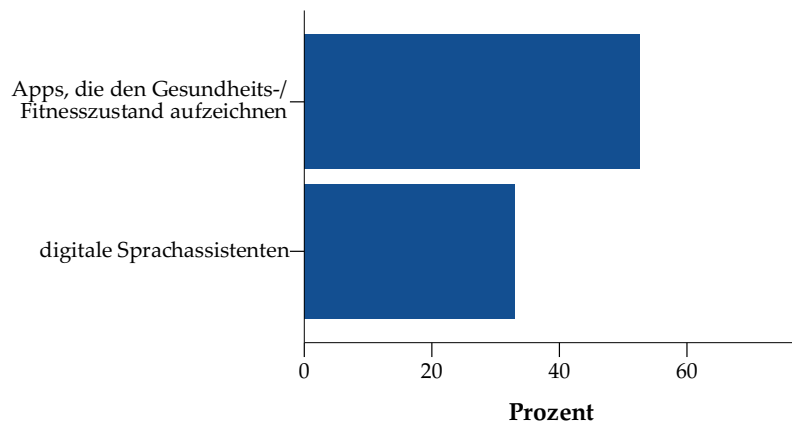
- Insgesamt zeigt sich, dass auch die Nutzung von Anwendungen zur Unterhaltung mit dem Alter sinkt.
- Während 96% der 14-19-Jährigen angeben, online Musik zu hören, tun dies bei den über 70-Jährigen 41%.
- Auch das Schauen von Videos online ist bei den Jüngsten am weitesten verbreitet: 93% von ihnen tun dies, während es bei den Ältesten 48% sind.
- Podcasts sind in der Gruppe der 20-29-Jährigen am weitesten verbreitet. 86% von ihnen geben an, Podcasts zu hören.
- Seiten mit erotischen Inhalten werden ebenfalls von den 20-29-Jährigen am meisten angesehen: 59% von ihnen geben an, dies zu tun.

Jüngere nutzen Internet eher für Unterhaltung

4 Nutzung neuer digitaler Technologien

Das Angebot digitaler Technologien entwickelt sich stetig weiter. Zu Kommunikations- und Unterhaltungsanwendungen haben sich längst neuere Technologien, bspw. zur Selbstvermessung oder Sprachsteuerung, gesellt. Seit Kurzem sind auch Anwendungen mit Künstlicher Intelligenz (KI) allgemein verfügbar. Diesen neuen digitalen Technologien widmet sich dieses Kapitel.

Abbildung 14: Nutzung von Gesundheitstracking-Apps und Sprachassistenten



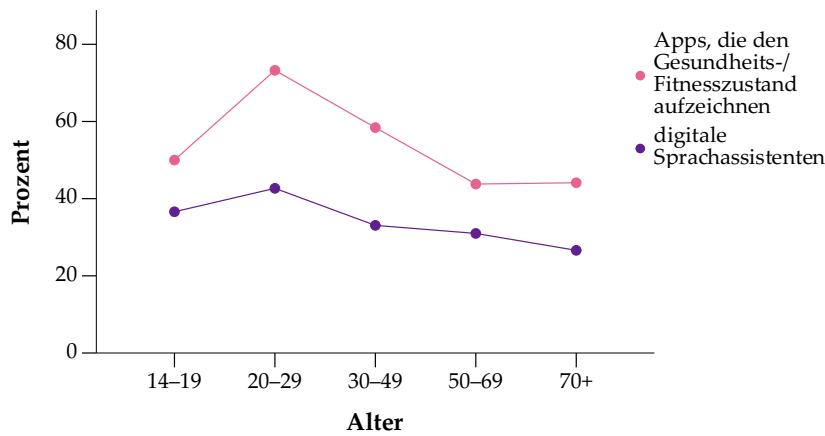
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

Jede*r Zweite trackt Gesundheit mittels App

- Die Mehrheit der Schweizer Internetnutzer*innen nutzt Gesundheitstracking-Apps zur Selbstvermessung, bspw. um ihre Schritte zu zählen oder Trainings aufzuzeichnen (53%). Im Vergleich zu 2017 (30%) sind diese heute weiter verbreitet.
- Jede*r Dritte nutzt digitale Sprachassistenten wie Siri oder Alexa (33%). Auch hier ist in den letzten Jahren eine Zunahme zu beobachten. 2021 gaben noch 21% an, solche Dienste zu verwenden.

Die Nutzung solcher Dienste unterscheidet sich nach Alter.

Abbildung 15: Nutzung von Gesundheitstracking-Apps und Sprachassistenten nach Alter



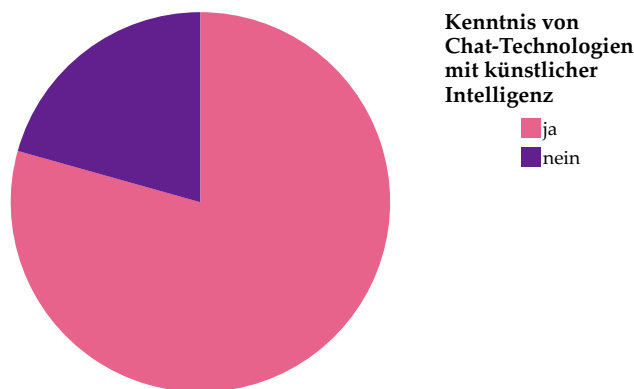
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

- Unter den Jüngeren sind beide Dienste tendenziell weiter verbreitet: 20-29-Jährige nutzen sowohl Gesundheitstracking-Apps (73%), als auch digitale Sprachassistenten (43%) am meisten.
- Auch bezüglich Geschlecht sind Muster erkennbar. Mehr Männer (40%) als Frauen (26%) nutzen digitale Sprachassistenten. Gesundheitstracking-Apps sind bei beiden Geschlechtern ähnlich verbreitet (Männer: 55%; Frauen: 51%).
- In Bezug auf das Bildungsniveau zeigen sich kaum Unterschiede.

Drei Viertel der 20- bis 29-Jährigen nutzen Gesundheitstracking-Apps

Im letzten Jahr hat eine neue Technologie Einzug in das Online-Repertoire der Schweizer Internetnutzer*innen gehalten: ChatGPT und ähnliche Dienste wie zum Beispiel Bard sind Chatbots, mit denen mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz kommuniziert werden kann. Die Antworten auf Fragen, die man ChatGPT stellt, sollen menschliche Kommunikation imitieren.

Abbildung 16: Kenntnis von ChatGPT und ähnlichen Diensten



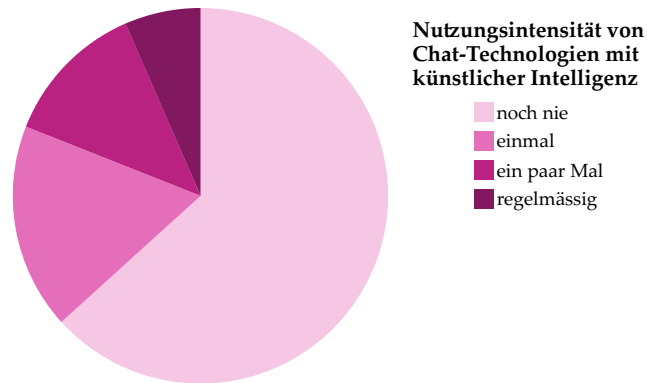
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

8 von 10 kennen ChatGPT

–Die Mehrheit der Schweizer Bevölkerung kennt Chat-Technologien mit künstlicher Intelligenz, wie ChatGPT oder Bard (79%).

–21% geben an, diese nicht zu kennen.

Abbildung 17: Nutzung von ChatGPT und ähnlichen Diensten



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

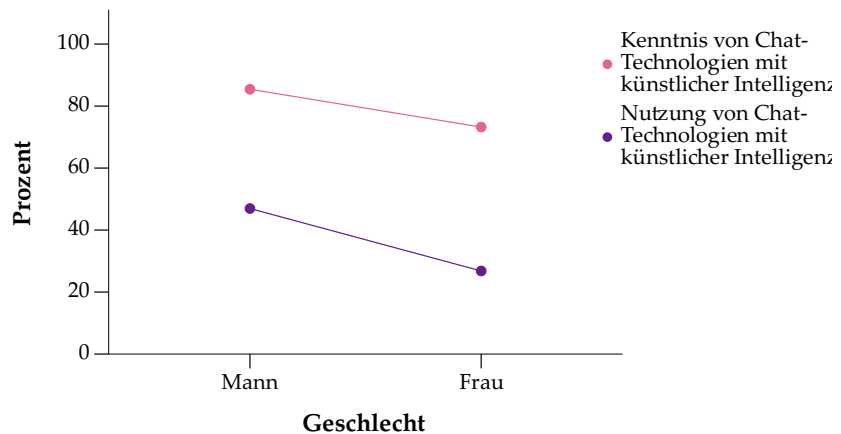
4 von 10 haben ChatGPT schon genutzt

–Während eine grosse Mehrheit Chat-Technologien mit künstlicher Intelligenz kennt, haben die meisten Internetnutzer*innen diese noch nicht selbst genutzt (63%). Gleichzeitig gibt es eine Gruppe, die solche Technologien schon einmal ausprobiert hat (18%), ein paar Mal genutzt hat (12%) oder diese sogar bereits regelmässig nutzt (7%).

–Obwohl diese Art von Diensten erst seit Herbst 2022 in dieser Form auf dem Markt ist, ist sie schon in weiten Kreisen bekannt und wird auch schon von einigen genutzt.

In Bezug auf den soziodemographischen Hintergrund zeigen sich einige Unterschiede.

Abbildung 18: Kenntnis und Nutzung von ChatGPT und ähnlichen Diensten nach Geschlecht

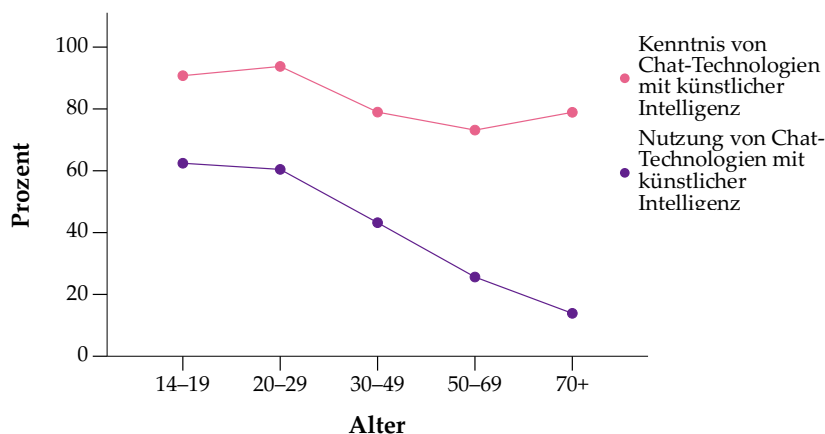


Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

- Männer (85%) geben etwas eher an, ChatGPT und ähnliche Dienste zu kennen als Frauen (73%).
- Auch bei der Nutzung dieser Dienste liegen die Männer (47%) vor den Frauen (27%).²

ChatGPT bei Männern weiter verbreitet

Abbildung 19: Kenntnis und Nutzung von ChatGPT und ähnlichen Diensten nach Alter



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

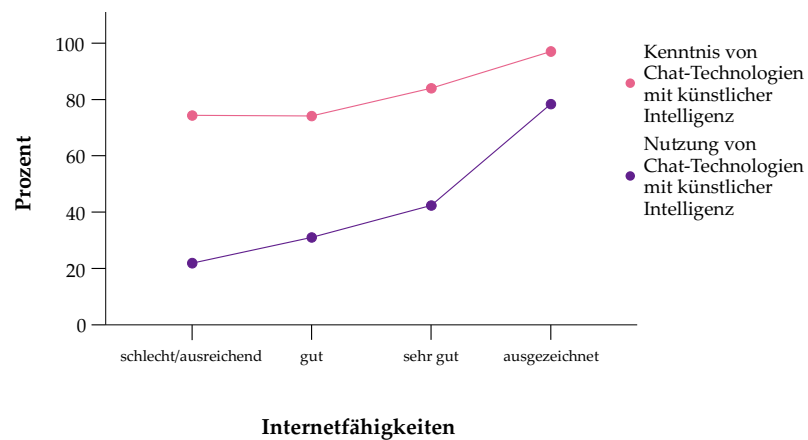
- Auch in Bezug auf das Alter zeigen sich Unterschiede. Jüngere kennen und nutzen Dienste wie ChatGPT etwas häufiger als Ältere. 9 von 10 der 14- bis 19-Jährigen (91%) und der 20- bis 29-Jährigen (94%) kennen diese Dienste. Auch 8 von 10 der über 70-Jährigen kennen solche Dienste (79%).
- Während die Kenntnis in den Altersgruppen wenig variiert, zeigen sich bezüglich der Nutzung grosse Unterschiede. Auch diese ist bei den bis 29-Jährigen am häufigsten. 6 von 10 der 14- bis 19-Jährigen (62%) und der 20- bis 29-Jährigen (60%) nutzen diese Dienste. Bei den über 70-Jährigen sind es hingegen nur 14%.
- In Bezug auf den Bildungshintergrund zeigt sich, dass Hochgebildete ChatGPT eher kennen (92%) als Mittel- (76%) und Niedriggebildete (72%).
- Die Nutzung solcher Dienste ist bei denjenigen mit niedrigem (55%) und hohem (51%) Bildungsniveau weiter verbreitet als bei denjenigen mit mittlerem (30%).
- Auch in Bezug auf das Niveau der Internetfähigkeiten zeigen sich Unterschiede in der Kenntnis und vor allem in der Nutzung von Diensten wie ChatGPT.

Kenntnis von ChatGPT bei Jüngeren etwas weiter verbreitet, aber auch grosse Mehrheit 70+ kennt sie

ChatGPT gehört bei 6 von 10 U30 zum digitalen Repertoire, 70+ nutzen es nur 14%

² ChatGPT ist in der Schweiz leicht weiter verbreitet als beispielsweise in Schweden, wo 63% schon davon gehört haben und 25% angeben, die KI-Anwendung zu nutzen. Auch in der schwedischen WIP-Erhebung zeigt sich, dass ChatGPT bei Jüngeren und Männern stärker verbreitet ist (Internetstiftelsen, 2023).

Abbildung 20: Kenntnis und Nutzung von ChatGPT und ähnlichen Diensten nach Internetfähigkeiten



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2023.

Höhere Kenntnis und Nutzung von ChatGPT geht mit besseren Internetfähigkeiten einher

- In der Gruppe der Internetnutzer*innen mit ausgezeichneten Internetfähigkeiten kennt (97%) und nutzt (78%) eine Mehrheit solche Dienste. Bei den Internetnutzer*innen mit schlechten bis ausreichenden Fähigkeiten sind es hingegen 74%, die solche Dienste kennen und nur 22%, die sie nutzen.
- Die ungleiche Verbreitung von solchen Diensten nach soziodemographischem Hintergrund und Internetfähigkeiten birgt das Potenzial der Verstärkung bestehender Ungleichheiten. Dies ist insbesondere der Fall, wenn davon ausgegangen wird, dass die Nutzung solcher Dienste den Alltag in der Schule und im Beruf erleichtern kann.

World Internet Project – Switzerland

Die Abteilung Medienwandel & Innovation des IKMZ der Universität Zürich ist seit Herbst 2010 Schweizer Länderpartner des World Internet Project (WIP). Das WIP ist ein internationales, kollaboratives Wissenschafts-Projekt, das seit 1999 die Verbreitung und Nutzung des Internet im internationalen Vergleich erfasst. Es ist am Center for the Digital Future der Annenberg School for Communication an der University of Southern California (USC) in Los Angeles angesiedelt und wird von Prof. Jeff Cole international koordiniert. Heute hat das WIP Universitäten und Forschungsinstitutionen in über 30 Ländern als Partner, u.a. in Italien, Schweden, Portugal, Belgien, Grossbritannien, Qatar, China, Indonesien, Taiwan, Chile, Kolumbien und Neuseeland.

Das WIP verfolgt das Ziel, unabhängige und international vergleichbare Langzeitdaten zur Internetentwicklung zu gewinnen. Im Zentrum der Forschung stehen die Verbreitung und die Nutzung des Internet sowie die damit einhergehenden sozialen, politischen und ökonomischen Implikationen. Das WIP produziert eine Vielfalt wissenschaftlicher Publikationen und veranstaltet jährliche Konferenzen. Die Forschungsergebnisse werden mit Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Medien sowie der interessierten Zivilgesellschaft geteilt.

Die Relevanz des WIP ergibt sich durch eine Reihe qualitativer Spezifika:

- Die Kombination aus internationaler Vergleichbarkeit und Langzeitcharakter, wodurch sich sowohl allgemeine Veränderungstrends als auch die Besonderheiten der Internetentwicklungen in den WIP-Teilnehmerländern erfassen lassen.
- Die kombinierte Erhebung von Verhalten (Was wird wie intensiv genutzt?) und von Einschätzungen (Welche Auswirkungen hat die Internetnutzung im privaten, beruflichen und politischen Bereich?), wodurch sich aussagekräftige Zusammenhänge analysieren lassen.
- Die Kombination aus dem international standardisierten Kernfragebogen und einer jeweils länderspezifischen Erweiterung, wodurch bedarfsabhängig nationale Schwerpunkte in der Befragung gesetzt werden können.
- Die periodische (CH: zweijährliche) Anpassung des Fragebogens, wodurch sich die Möglichkeit der Einbeziehung aktueller Fragen und Trends ergibt, etwa zur Verbreitung von Cyborg-Technologien.

Die Schweiz hat 2023 mit dem World Internet Project – Switzerland (WIP-CH) zum siebten Mal eine repräsentative WIP-Befragung durchgeführt und die Schweizer Online-Bevölkerung zu ihrer Internetnutzung und ihren Einstellungen zum Internet befragt.

**International vergleichbare
Langzeitdaten zu sozialen,
politischen und ökonomischen
Implikationen der Internetentwicklung**

**World Internet Project –
Switzerland 2011–2023**

Methodischer Steckbrief

Repräsentative Befragung der Schweizer Internetnutzer*innen

Methodisch handelt es sich bei der WIP-Studie um eine repräsentative Befragung der Schweizer Internetnutzer*innen ab 14 Jahren, die periodisch wiederholt wird. Wie in anderen Ländern bereits praktiziert, wurde auch in der Schweiz der international standardisierte WIP-Fragebogen durch einen länderspezifischen Fragenkatalog durch die Abteilung für Medienwandel & Innovation des IKMZ ergänzt. Die Untersuchung 2023 wurde als Online-Befragung durch das Markt- und Meinungsforschungsunternehmen gfs.bern vom 30. Mai bis 12. Juni 2023 dreisprachig in der Schweiz durchgeführt.

2023: Wechsel von Telefon- auf Online-Befragung

Die ersten sechs WIP-Erhebungen in der Schweiz wurden als Telefon-Befragungen (CATI – Computer Assisted Telephone Interview) durchgeführt. Im Unterschied zu reinen Online-Befragungen ermöglicht die CATI-Befragung sowohl Internetnutzer*innen als auch Nichtnutzer*innen zu erreichen. Da der Anteil an Internetnutzer*innen in der Schweiz von 2011 bis 2021 kontinuierlich zugenommen hat und sich die Internetverbreitung in der Sättigungsphase befindet (2021: 95% Internetnutzer*innen), wurde die Befragung 2023 erstmals als reine Online-Befragung durchgeführt. Während dadurch Nichtnutzer*innen nicht mehr in die Erhebung einbezogen werden, verspricht dieser Wechsel eine höhere Teilnahmebereitschaft und eröffnet erweiterte Befragungsmöglichkeiten (z.B. Einbezug von Bildmaterial). Trotz dieses methodischen Wechsels von einer Telefon- auf eine Online-Befragung bleibt die longitudinale Vergleichbarkeit der Daten gegeben. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass die beiden Befragungsmethoden gerade bei sensiblen Fragen zu leicht unterschiedlichen Ergebnissen führen können und dass Effekte der sozialen Erwünschtheit in Online-Befragungen weniger zum Tragen kommen (siehe u.a. Dillman, 2009; Milton et al., 2017).

Rekrutierung aus zwei Online-Panels

Die Rekrutierung für die Online-Befragung erfolgte aus einer Kombination von zwei verschiedenen Panels (Polittrends-Panel mit leicht höher gebildeten, stärker intrinsisch motivierten Personen und Bilendi-Panel mit leicht tiefer gebildeten, stärker monetär incentivierten Personen), um qualitativ hochwertige Aussagen zu ermöglichen. Die Gesamtstichprobe von 1'008 Personen ist repräsentativ für die Schweizer Internetnutzer*innen ab 14 Jahren nach Alter, Geschlecht, Bildung, Haushaltseinkommen und den drei Sprachregionen (deutschsprachige, französischsprachige und italienischsprachige Schweiz). Um die Repräsentativität der Aussagen zu gewährleisten und geringfügige Abweichungen der Stichprobe von der Grundgesamtheit auszugleichen, wurden die Daten auf die realen Verhältnisse gewichtet. Mit der Anzahl der Befragten wird ein maximales Konfidenzintervall von ± 2.93 Prozentpunkten auf 95-prozentigem Konfidenzniveau erreicht.

Die Befragungsdauer betrug im Durchschnitt 17 Minuten. Die Online-Befragung wurde auf Desktop- und mobilen Geräten durchgeführt.

Realisierte Befragungen in absoluten Zahlen:

Alter	Total	D-CH	F-CH	I-CH
14-19	41	26	10	5
20-29	132	93	35	4
30-49	359	243	98	18
50-69	359	251	90	18
70-94	117	82	28	7
	1008	695	261	52

Weiterführende Literatur

- Bauer, J.M. & Latzer, M. (Hrsg.) (2016). *Handbook on the economics of the Internet*. Edward Elgar.
- Büchi, M. & Vogler, F. (2017). Testing a digital inequality model for online political participation. *Socius: Sociological Research for a Dynamic World*, 3, 1–13. <http://doi.org/10.1177/2378023117733903>
- Büchi, M., Festic, N., & Latzer, M. (2018). How social well-being is affected by digital inequalities. *International Journal of Communication*, 12, 3686–3706. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/8780>
- Büchi, M., Festic, N., & Latzer, M. (2019). Digital overuse and subjective well-being in a digitized society. *Social Media + Society*, 5(4). <https://doi.org/10.1177/2056305119886031>
- Büchi, M., Festic, N., Just, N., & Latzer, M. (2021). Digital Inequalities in online privacy protection: Effects of age, education, and gender. In E. Hargittai (Ed.), *Handbook of Digital Inequality* (pp. 293–307). Edward Elgar.
- Büchi, M., Just, N., & Latzer, M. (2016). Modeling the second-level digital divide: A five-country study of social differences in Internet use. *New Media & Society*, 18(11), 2703–2722. <http://doi.org/10.1177/1461444815604154>
- Büchi, M., Just, N., & Latzer, M. (2017). Caring is not enough: The importance of Internet skills for online privacy protection. *Information, Communication & Society*, 20(8), 1261–1278. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1229001>
- Festic, N., Büchi, M., & Latzer, M. (2021). How long and what for? Tracking a nationally representative sample to quantify internet use. *Journal of Quantitative Description: Digital Media*, 1. <https://doi.org/10.51685/jqd.2021.018>
- Festic, N., Büchi, M., & Latzer, M. (2021): It's still a thing: Digital inequalities and their evolution in the information society. *SCM Studies in Communication and Media*, 10(3), 326–361. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2021-3-326>
- Internetstiftelsen (2023). *Svenskarna och internet 2023 [Die Schwed*innen und das Internet 2023]*. <https://svenskarnaochinternet.se>
- Just, N., Büchi, M., & Latzer, M. (2017): A blind spot in public broadcasters' discovery of the public: How the public values public service. *International Journal of Communication*, 11, 992–1011.
- Just, N., Latzer, M., Metreveli, S., & Saurwein, F. (2013). Switzerland on the internet: An overview of diffusion, usage, concerns and democratic implications. *Studies in Communication Sciences*, 13(2), 148–155. <https://doi.org/10.1016/j.scoms.2013.11.002>
- Kappeler, K., Festic, N., & Latzer, M. (2021). Left behind in the digital society – Growing social stratification of internet non-use in Switzerland. In G. Keel, W. Weber (Eds.) *Media Literacy* (S. 207–224). Nomos.

- Kappeler, K., Festic, N., Latzer, M., & Rüedy, Tanja (2023). Coping with algorithmic risks: How internet users implement self-help strategies to reduce risks related to algorithmic selection. *Journal of Digital Social Research*, 5(1), 23-47. <https://doi.org/10.33621/jdsr.v5i1.130>
- Latzer, M. (2022). The digital trinity—Controllable human evolution—Implicit everyday religion. Characteristics of the socio-technical transformation of digitalization. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. <https://doi.org/10.1007/s11577-022-00841-8>
- Latzer, M., Büchi, M., & Festic, N. (2020). Internet Use in Switzerland 2011—2019: Trends, Attitudes and Effects. Summary Report from the World Internet Project – Switzerland. Zürich: Universität Zürich. https://mediachange.ch/media//pdf/publications/SummaryReport_WIP-CH_2019.pdf
- Latzer, M., Festic, N., Kappeler, K., & Odermatt, C. (2023). Internetanwendungen und deren Nutzung in der Schweiz 2023. Themenbericht aus dem World Internet Project – Switzerland 2023. Zürich: Universität Zürich. <http://mediachange.ch/research/wip-ch-2023>
- Latzer, M., Festic, N., Kappeler, K., & Odermatt, C. (2023). Internetverbreitung und digitale Bruchlinien in der Schweiz 2023. Themenbericht aus dem World Internet Project – Switzerland 2023. Zürich: Universität Zürich. <http://mediachange.ch/research/wip-ch-2023>
- Latzer, M., Festic, N., Kappeler, K., & Odermatt, C. (2023). Vertrauen und Sorgen bei der Internetnutzung in der Schweiz 2023. Themenbericht aus dem World Internet Project – Switzerland 2023. Zürich: Universität Zürich. <http://mediachange.ch/research/wip-ch-2023>
- Latzer, M., Festic, N., Kappeler, K., & Odermatt, C. (2023). Mensch-Technik-Beziehung im Wandel: Digitale Alltagsreligion und Cyborgisierung. Spezialbericht aus dem World Internet Project – Switzerland 2023. Zürich: Universität Zürich. <http://mediachange.ch/research/wip-ch-2023>
- Macao Association for Internet Research (2023). *Internet Usage Trends in Macao 2023*. Macao: MAIR.
- Saurwein, F., Just, N., Latzer, M., & Metreveli, S. (2019). A Sceptical citizen's view of digital democratization: Switzerland in the international context. In: T. Eberwein & C. Wenzel (Hrsg.): *Changing Media – Changing Democracy? («relation», Communication Research in Comparative Perspective, Vol. 5)*. Vienna: Austrian Academy of Sciences Press, 183–204.
- Tsekeris, C., Demertzis, N., Papadoudis, G., Linardis, A., Mandenaki, K., & Christophilopoulos, E. (2023). *The Internet in Greece: The 4th wave of World Internet Project Greece*. Greek National Centre for Social Research & Special Secretariat of Foresight.
- Das Video *Medienwandel in der Schweiz 2018* ist unter <http://mediachange.ch> abrufbar.



Universität
Zürich ^{UZH}

MEDIA CHANGE
and innovation a division of **ikmz**