



Universität
Zürich^{UZH}

IKMZ – Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Forschungsbericht – Abteilung Medienwandel & Innovation

Nutzung von Internet und generativer KI in der Schweiz 2025

Themenbericht 2 aus dem World Internet Project – Switzerland 2025

Michael Latzer (Projektleitung)

Noemi Festic

Céline Odermatt

Alena Birrer

MEDIACHANGE
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)
Céline Odermatt, M.A. (c.odermatt@ikmz.uzh.ch)
Alena Birrer, M.A. (a.birrer@ikmz.uzh.ch)

Für Unterstützung bedanken wir uns herzlich bei Sarah Daoust-Braun, M.A., Giulia Frascaria, M.A. und Sarah Häusermann, B.A.

ZITATIONSHINWEIS

Latzer, M., Festic, N., Odermatt, C., Birrer, A. (2025). Nutzung von Internet und generativer KI in der Schweiz 2025. Themenbericht 2 aus dem World Internet Project – Switzerland 2025. Zürich: Universität Zürich. <http://mediachange.ch/research/wip-ch-2025>



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 2025

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary	7
Datenbasis WIP-CH	10
1 Intensität der Internetnutzung	11
1.1 Internetnutzungsdauer in der Schweiz	11
1.2 Soziodemographische Unterschiede in der Nutzungsdauer	12
2 Nutzung von sozialen Medien	14
2.1 Nutzungsintensität sozialer Medien	14
2.2 Postingintensität auf sozialen Medien	16
3 Nutzung digitaler Dienste	18
3.1 Anwendungen für soziale Interaktion	18
3.2 Unterhaltungsanwendungen	20
3.3 Gesundheitstracking-Apps und Sprachassistenten	22
4 Nutzung von generativer Künstlicher Intelligenz	24
4.1 Kenntnis und Nutzung von generativer KI	24
4.2 Nutzungszwecke und Nützlichkeit von generativer KI	30
4.3 Wohlbefinden und Einstellungen zu generativer KI	33
4.4 Wunsch nach Regulierung von generativer KI	38
World Internet Project – Switzerland	40
Methodischer Steckbrief	41
Weiterführende Literatur	43

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Verteilung der durchschnittlichen täglichen Internetnutzungsdauer	11
Abbildung 2: Durchschnittliche tägliche Internetnutzungsdauer im Zeitvergleich 2011–2025	12
Abbildung 3: Durchschnittliche tägliche Internetnutzungsdauer nach Alter	13
Abbildung 4: Nutzungsintensität sozialer Medien	14
Abbildung 5: Private und berufliche soziale Medien nach Alter	15
Abbildung 6: Verbreitung sozialer Medien nach Alter im Zeitvergleich 2011–2025	16
Abbildung 7: Postingintensität auf sozialen Medien	16
Abbildung 8: Postingintensität und Berufswunsch Influencer nach Alter	17
Abbildung 9: Nutzung ausgewählter Anwendungen für soziale Interaktion	18
Abbildung 10: Nutzung ausgewählter Anwendungen für soziale Interaktion im Zeitvergleich 2011–2025	19
Abbildung 11: Nutzung ausgewählter Anwendungen für soziale Interaktion nach Alter	19
Abbildung 12: Nutzung ausgewählter Unterhaltungsanwendungen	20
Abbildung 13: Nutzung ausgewählter Unterhaltungsanwendungen nach Alter	21
Abbildung 14: Nutzung von Gesundheitstracking-Apps und Sprachassistenten	22
Abbildung 15: Kenntnis von generativer KI	24
Abbildung 16: Nutzung von generativer KI	25
Abbildung 17: Kenntnis und Nutzung von generativer KI im Zeitvergleich 2022–2025	25
Abbildung 18: Nutzung von generativer KI nach Geschlecht im Zeitvergleich 2023–2025	26
Abbildung 19: Nutzungsintensität regelmässiger KI-Nutzer*innen	27
Abbildung 20: Kenntnis und regelmässige Nutzung von generativer KI nach Alter	28
Abbildung 21: Kenntnis und regelmässige Nutzung von generativer KI nach Internetfähigkeiten	29
Abbildung 22: Nutzungszwecke von generativer KI	30
Abbildung 23: Nutzungszwecke von generativer KI nach Alter	31
Abbildung 24: Empfundene Nützlichkeit von generativer KI	32
Abbildung 25: Gründe für die Nichtnutzung von generativer KI	33
Abbildung 26: Wohlbefinden im Umgang mit generativer KI	34
Abbildung 27: Wohlbefinden im Umgang mit generativer KI nach Regelmässigkeit der Nutzung	35
Abbildung 28: Einschätzung von Risiken und Chancen von generativer KI	36
Abbildung 29: Einschätzung ausgewählter Risiken und Chancen von generativer KI nach Alter	37
Abbildung 30: Einschätzung von Risiken und Chancen von generativer KI nach Nutzung	38
Abbildung 31: Wunsch nach Regulierung von generativer KI	39

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 ist seit 2011 Teil dieses Projektes. Die Abteilung Medienwandel & Innovation des IKMZ hat 2025 mit dem World Internet Project – Switzerland (WIP-CH) zum achten Mal eine repräsentative WIP-Befragung durchgeführt und die Schweizer Bevölkerung zu ihrer Internetnutzung und ihren Einstellungen zum Internet befragt.

Die Ergebnisse sind in vier Themenberichten zusammengefasst: Internetverbreitung und digitale Bruchlinien, Nutzung von Internet und generativer KI, Vertrauen und Sorgen bei der Internetnutzung, sowie Mensch-Technik-Beziehung im Wandel.

Internetnutzungsdauer weiterhin auf hohem Niveau

- Die durchschnittliche Nutzungsdauer des Internet liegt in der Schweiz bei rund 5.7 Stunden pro Tag und ist damit dreimal so hoch wie 2011 (1.8 Stunden) und zwei Stunden höher als 2019 (3.6 Stunden). Im Vergleich zu 2023 ist sie allerdings unverändert (5.6 Stunden).
- Insgesamt verbringen Männer etwas mehr Zeit online als Frauen. Mit steigendem Alter sinkt die durchschnittliche Internetnutzungsdauer deutlich. 20- bis 29-Jährige sind mit 8.4 Stunden am längsten online.

Soziale Medien wachsen weiter

- Die Nutzung sozialer Medien hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Heute verwenden 8 von 10 Internetnutzer*innen (78%) private soziale Medien wie Instagram, Facebook oder TikTok.
- Ausserdem nutzen knapp die Hälfte der Internetnutzer*innen (45%) berufliche soziale Medien wie LinkedIn oder Xing.
- Die Mehrheit der Nutzer*innen sozialer Medien (68%) nutzt diese Dienste täglich.
- Am weitesten verbreitet ist die Nutzung bei den 14- bis 49-Jährigen. Von ihnen nutzen 93–96% soziale Medien.
- Soziale Medien sind auch aus beruflicher Sicht attraktiv. 2 von 10 der 14- bis 19-Jährigen geben an, den Berufswunsch «Influencer» zu hegen. Diejenigen Nutzer*innen, die öfter selbst in sozialen Medien posten, stimmen dem eher zu.

Internetanwendungen: Soziale Interaktion und Unterhaltung online

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

- Soziale Interaktion erfolgt online vor allem über Instant-Messaging-Dienste wie WhatsApp (96%), das sich zu einer digitalen Kommunikationsinfrastruktur entwickelt hat.
- 15% nutzen Dating-Apps oder Plattformen für die Partner*innensuche.
- Im Bereich der Unterhaltungsanwendungen sind Video- (80%) und Musikkonsum (70%) weit verbreitet. Ausserdem gibt die Mehrheit an, Podcasts zu hören (68%).
- 6 von 10 Schweizer Internetnutzer*innen (58%) nutzen Gesundheitstracking-Apps. Jede*r Dritte nutzt digitale Sprachassistenten wie Siri oder Alexa (32%). Beide sind bei den jüngeren Altersgruppen am weitesten verbreitet.

Vom Ausprobieren zur regelmässigen Nutzung: Anwendungen generativer Künstlicher Intelligenz sind weit verbreitet

- Anwendungen generativer Künstlicher Intelligenz wie ChatGPT sind inzwischen fester Bestandteil des Online-Repertoire der Schweizer Internetnutzer*innen. Fast alle (97%) kennen sie und ein Grossteil (73%) hat sie selbst schon mindestens einmal genutzt.
- Seit der Markteinführung von ChatGPT im November 2022 hat sich der Nutzer*innenanteil von Anwendungen generativer KI nahezu verdoppelt. 2023 haben 37% der Internetnutzer*innen solche Anwendungen mindestens einmal benutzt, 2024 bereits 54% und 2025 73%.
- Knapp die Hälfte der Schweizer Internetnutzer*innen (47%) verwendet generative KI inzwischen regelmässig, also mindestens einmal im Monat. Davon verwenden 21% solche Dienste monatlich, 43% wöchentlich, 22% täglich und 15% mehrmals täglich.
- Anfängliche Geschlechterunterschiede in der Kenntnis und regelmässigen Nutzung schliessen sich. Männer (98%) und Frauen (97%) geben gleich häufig an, diese Dienste zu kennen. Etwas mehr Männer (49%) als Frauen (45%) nutzen KI regelmässig.
- 8 von 10 der 14- bis 19-Jährigen (84%) und 7 von 10 der 20- bis 29-Jährigen (73%) nutzen generative KI regelmässig (vs. 14% bei 70+).
- Der Anteil der regelmässigen Nutzer*innen generativer KI steigt mit höheren Internetfähigkeiten. 7 von 10 Personen mit ausgezeichneten Internetfähigkeiten (71%) und ein Viertel jener mit schlechten bis ausreichenden Fähigkeiten (25%) nutzen KI regelmässig.
- Die Nutzung generativer KI wird nicht mehr nur von Neugierde getrieben: Jede*r dritte regelmässige Nutzer*in (35%) nutzt KI zum Ausprobieren. Hingegen verwendet die Hälfte KI für Aufgaben in der Ausbildung oder bei der Arbeit (53%) und zur Textverarbeitung (50%). 3 von 10 (30%) verwenden KI, um Informationen zu erstellen, die sie eigentlich selbst erstellen sollten.
- 8 von 10 regelmässigen Nutzer*innen, die mit generativer KI Texte verarbeiten oder vereinfachen, finden KI nützlich dafür (85%). Ähnlich

hoch ist die empfundene Nützlichkeit für Aufgaben in der Ausbildung oder bei der Arbeit (76%) sowie für das Erstellen von Informationen, die man eigentlich selbst verfassen müsste (73%).

- Die häufigsten Gründe für die Nichtnutzung von KI-Anwendungen sind, dass sie wenig mit dem täglichen Leben zu tun haben, und dass Nichtnutzer*innen darüber besorgt sind, wie ihre persönlichen Daten verwendet werden (je 65%).
- 8 von 10 Internetnutzer*innen, die generative KI bereits genutzt hat, fühlen sich zumindest einigermaßen wohl im Umgang damit (81%).
- Das Wohlbefinden im Umgang mit generativer KI ist bei Jüngeren höher. Bei den 14- bis 19-Jährigen fühlt sich fast jede*r Zweite (45%) sehr wohl, bei den über 70-Jährigen jede*r Fünfte (20%). Männer fühlen sich zudem wohler mit KI (36%) als Frauen (24%).
- Regelmässige Nutzer*innen fühlen sich ebenfalls wohler im Umgang mit KI: 9 von 10 (95%) fühlen sich zumindest einigermaßen wohl. Jede dritte Person, die generative KI nicht regelmässig nutzt, fühlt sich damit überhaupt nicht wohl (32%).
- Internetnutzer*innen sehen den Einfluss von generativer KI auf das alltägliche Leben eher kritisch. Vor allem das Risiko, dass KI zur Überwachung des Privatlebens eingesetzt werden kann, trifft auf Zustimmung (59%). Gleichzeitig denkt knapp die Hälfte (46%), dass KI dabei hilft, Aufgaben effizienter zu erledigen.
- Jüngere stehen dem Einfluss von KI-Anwendungen auf das Leben insgesamt positiver gegenüber. Männer sehen in KI-Anwendungen tendenziell mehr Chancen als Frauen.
- Die Hälfte (50%) wünscht sich stärkere Regulierung von KI-Anwendungen, deutlich mehr als beim Internet allgemein (36%).
- Der Wunsch nach stärkerer KI-Regulierung steigt mit zunehmendem Alter und ist bei den über 70-Jährigen am höchsten (63%).
- Nichtnutzer*innen bzw. unregelmässige Nutzer*innen von generativer KI fordern eine solche Regulierung deutlich mehr als regelmässige Nutzer*innen (61% bzw. 42%).

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 – 2025) *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	2025
Schweizer Bevölkerung	1104	1114	1121	1120	1122	1120	-	-
Internetnutzer*innen	851	949	981	1013	1035	1069	1008	1078
Berufstätige Internetnutzer*innen	589	587	706	710	737	715	639	722
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.

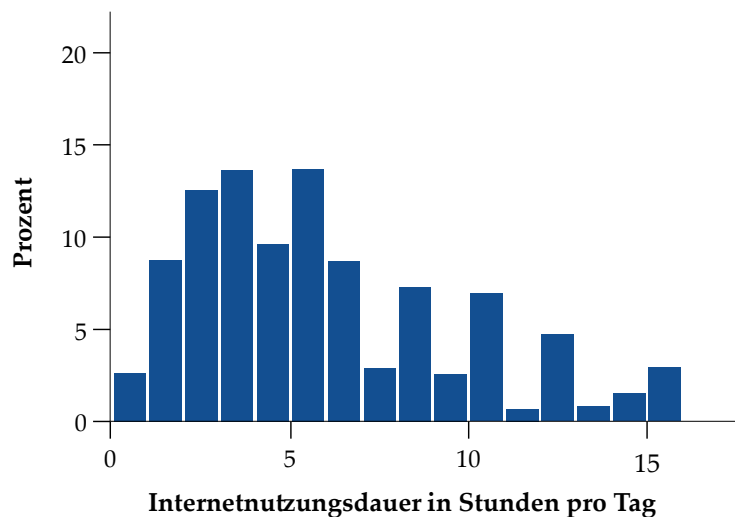
1 Intensität der Internetnutzung

Dieser Bericht untersucht die Nutzung verschiedener Internetanwendungen in der Schweiz. Zunächst wird die Internetnutzungsdauer der Schweizer Online-Bevölkerung im Jahr 2025 betrachtet.

1.1 Internetnutzungsdauer in der Schweiz

Die folgende Abbildung zeigt die Verteilung der Internetnutzungsdauer in der Schweiz im Jahr 2025. 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 2025.

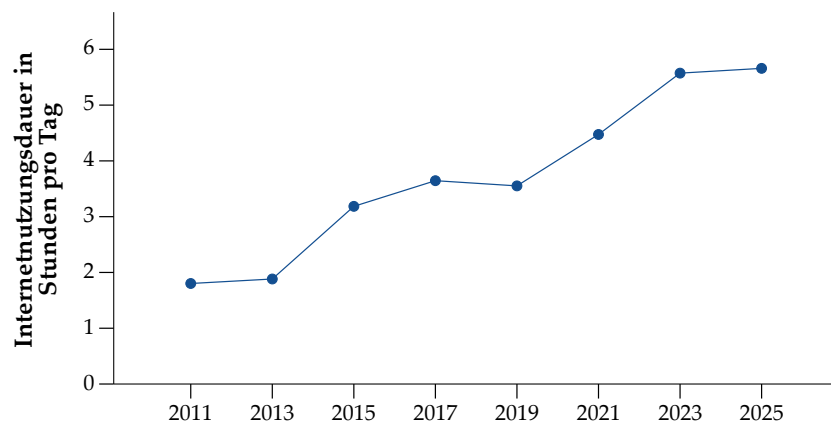
- Das Internet wird in der Schweiz durchschnittlich 5.7 Stunden pro Tag genutzt.
- Knapp die Hälfte der Schweizer Internetnutzer*innen (45%) nutzt das Internet 1 bis 5 Stunden pro Tag. 3% der Internetnutzer*innen nutzen es täglich eine Stunde oder weniger. 35% verbringen 5 bis 10 Stunden und 8% 10 bis 15 Stunden online. 3% der Befragten sind 15 oder mehr Stunden pro Tag online.

Durchschnittlich 5.7 Stunden online pro Tag

Knapp die Hälfte der Nutzer*innen ist bis zu 5 Stunden online

Im Folgenden wird der Entwicklungstrend der täglichen Internetnutzungsdauer im Zeitraum 2011 bis 2025 skizziert.

Abbildung 2: Durchschnittliche tägliche Internetnutzungsdauer im Zeitvergleich 2011–2025



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

Jahresvergleich: Nutzungsdauer seit 2011 verdreifacht

– Heute nutzen Schweizer Internetnutzer*innen das Internet im Durchschnitt 5.7 Stunden pro Tag. Seit 2011 hat sich die Nutzungsdauer damit verdreifacht (2011: 1.8 Stunden, 2021: 4.5 Stunden, 2023: 5.6 Stunden, 2025: 5.7 Stunden).

Nutzungsdauer nach 2019 stärker zugenommen

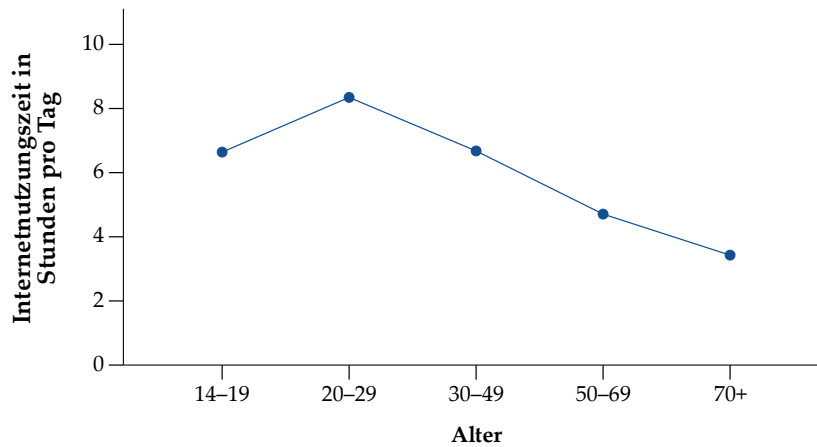
– Während die durchschnittliche tägliche Internetnutzungsdauer zwischen 2015 und 2019 stagnierte (2015: 3.2 Stunden, 2017: 3.7 Stunden, 2019: 3.6 Stunden), hat seither eine deutliche Zunahme um zwei Stunden stattgefunden. Dieser Anstieg ist im Kontext der Covid-Pandemie zu sehen, die den Alltag nachhaltig ins Digitale verlagert hat. Gegenüber 2023 hat sich die Internetnutzungsdauer kaum verändert.

1.2 Soziodemographische Unterschiede in der Nutzungsdauer

Hinsichtlich der Internetnutzungsdauer bestehen in der Schweiz soziodemographische Unterschiede.

Männer nutzen das Internet leicht intensiver als Frauen

– Insgesamt nutzen Männer das Internet leicht intensiver als Frauen. Männer sind durchschnittlich 5.9 Stunden pro Tag online. Bei den Frauen sind es 5.4 Stunden.

Abbildung 3: Durchschnittliche tägliche Internetnutzungsdauer nach Alter

Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

- Die Nutzungsdauer nimmt mit steigendem Alter stark ab. In der jüngsten Altersgruppe liegt der Durchschnitt bei 6.6 Stunden pro Tag. Die längste Zeit online verbringen die 20- bis 29-Jährigen. Ihre durchschnittliche Internetnutzungsdauer liegt bei 8.4 Stunden, gefolgt von Internetnutzer*innen zwischen 30 und 49 Jahren mit 6.7 Stunden pro Tag. Die beiden ältesten Gruppen nutzen das Internet täglich am wenigsten lange (50–69 Jahre: 4.7 Stunden, 70+ Jahre: 3.4 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 (5.5 Stunden bzw. 5.2 Stunden).

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

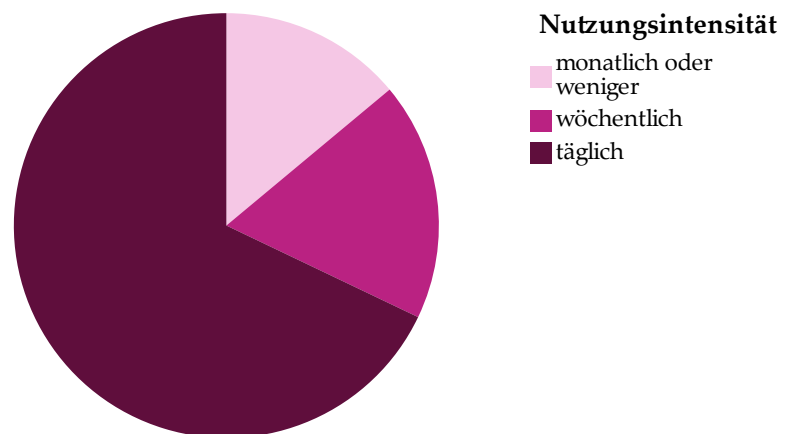
Hochgebildete nutzen das Internet täglich am längsten

2 Nutzung von sozialen Medien

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

2.1 Nutzungsintensität sozialer Medien

Abbildung 4: Nutzungsintensität sozialer Medien

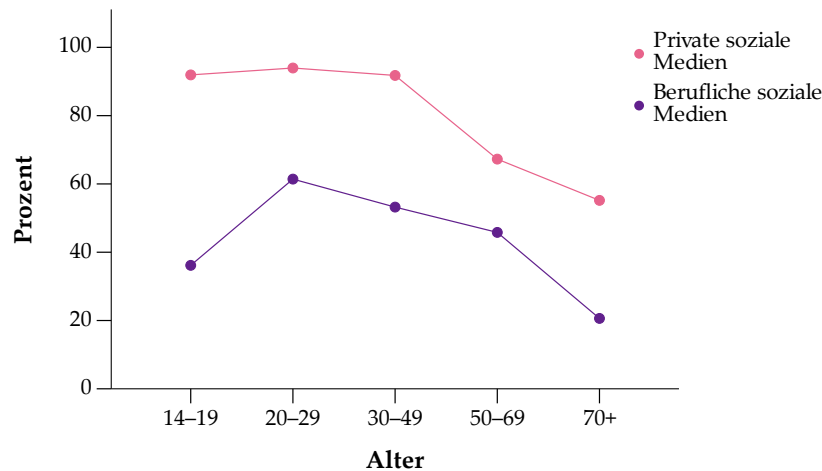


Datenbasis: Schweizer Nutzer*innen sozialer Medien, WIP-CH 2025.

7 von 10 Nutzer*innen sozialer Medien nutzen diese täglich

- Insgesamt verwenden 78% der Schweizer Internetnutzer*innen soziale Medien privater und 45% solche beruflicher Art.
- Die Mehrheit davon besucht mindestens einen dieser Dienste täglich (68%), weitere 18% tun dies wöchentlich.

Bei der Verbreitung von sozialen Medien zeigen sich soziodemographische Unterschiede.

Abbildung 5: Private und berufliche soziale Medien nach Alter

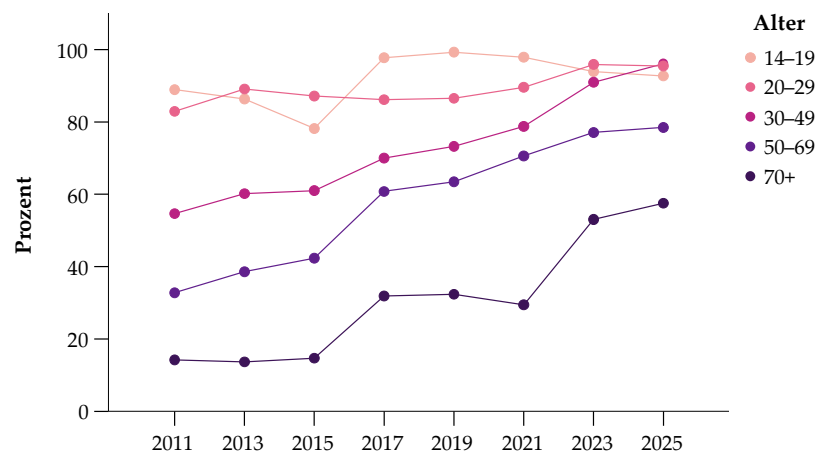
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

- Die Verbreitung privater sozialer Medien variiert in den verschiedenen Altersgruppen: Beinahe alle Schweizer Internetnutzer*innen zwischen 14 und 19 Jahren nutzen diese (92%).
- Auch bei den 20- bis 29-Jährigen (94%) und den 30- bis 49-Jährigen (92%) tun dies beinahe alle. Mit steigendem Alter nimmt die Verbreitung ab. Rund 7 von 10 Schweizer Internetnutzer*innen zwischen 50 und 69 Jahren (67%) nutzen private soziale Medien. Bei den über 70-Jährigen sind es rund die Hälfte (55%).
- Die Nutzung beruflicher Online-Communities ist ebenfalls stark altersabhängig, wobei hier die zweitjüngste Gruppe der 20- bis 29-Jährigen die höchste Verbreitung aufweist (61%). Bei der Gruppe 70+ sind es 21%.

Im Folgenden werden die Entwicklungstrends der Verbreitung sozialer Medien aus dem Zeitraum 2011 bis 2025 in den verschiedenen Altersgruppen skizziert. Zu den Nutzer*innen sozialer Medien zählen hier jene Personen, die mindestens eine Art der sozialen Medien (private und/oder berufliche) nutzen.

Soziale Medien von Jüngeren stärker genutzt

Abbildung 6: Verbreitung sozialer Medien nach Alter im Zeitvergleich 2011–2025



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

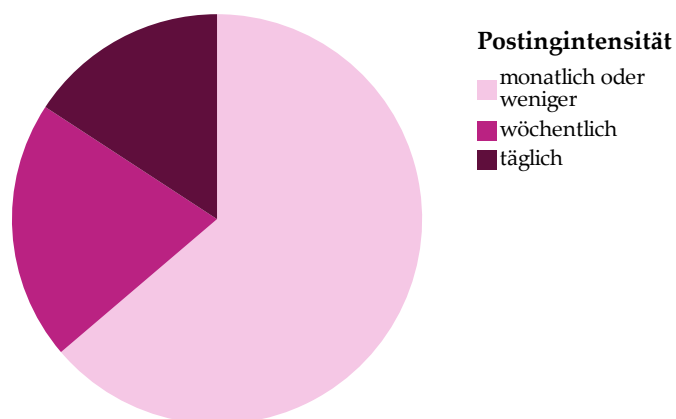
Jahresvergleich: Soziale Medien vor allem bei Älteren im Anstieg

- Die Verbreitung sozialer Medien steigt im Jahr 2025 in den älteren Altersgruppen weiter an, während sie bei den jüngeren Altersgruppen auf hohem Niveau stagniert.
- Bei den 20- bis 29-Jährigen ist die Verbreitung sozialer Medien seit 2011 von 83% auf 95% angestiegen. Während soziale Medien in der jüngsten Gruppe (14–19) 2011 bereits stark verbreitet waren (89%), hat sich die Nutzung auf hohem Niveau eingependelt (93%).
- Die Verbreitung sozialer Medien in den älteren Gruppen vollzog sich auf unterschiedlichen Niveaus nach einem ähnlichen Muster: Bei den 50- bis 69-Jährigen nutzen 2025 79% soziale Medien, während es 2011 noch 33% waren. In der Gruppe ab 70 Jahren hat sich die Nutzung von 14% (2011) auf 58% (2025) vervierfacht.

2.2 Postingintensität auf sozialen Medien

- Nicht alle, die soziale Medien nutzen, posten auch selbst darauf: 72% der Nutzer*innen sozialer Medien geben an, aktiv darauf zu posten.

Abbildung 7: Postingintensität auf sozialen Medien



Datenbasis: Schweizer Nutzer*innen sozialer Medien, die selbst aktiv posten, WIP-CH 2025.

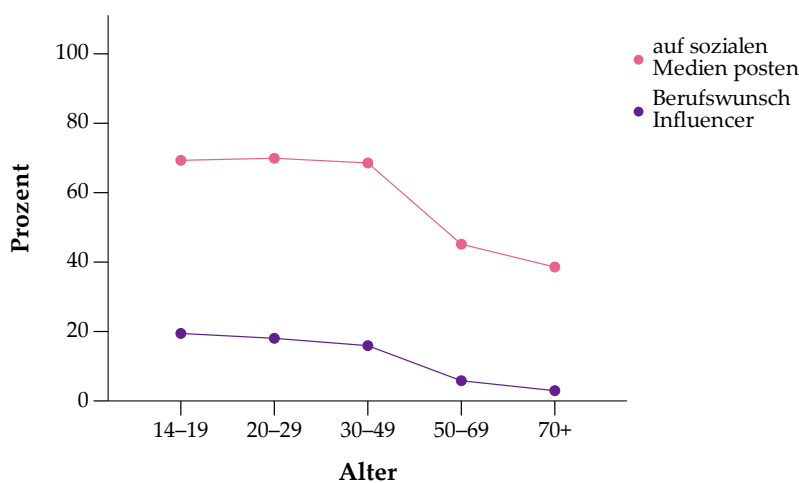
- Eine Mehrheit der Personen, die selbst auf sozialen Medien posten, gibt an, dies monatlich oder weniger zu tun (64%).
- Rund jede*r Fünfte gibt an, wöchentlich (20%) zu posten und jede*r Sechste täglich (16%) zu posten.

6 von 10 posten selbst monatlich oder weniger

Soziale Medien bieten auch berufliche Perspektiven. Deshalb werden die Schweizer Internetnutzer*innen seit 2023 gefragt, ob sie gerne Influencer sein würden.

- 11% der Internetnutzer*innen geben an, gerne Influencer werden zu wollen, drei Prozentpunkte weniger als noch 2023 (14%).

Abbildung 8: Postingintensität und Berufswunsch Influencer nach Alter



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

- Am weitesten verbreitet ist dieser Berufswunsch in der Gruppe der 14- bis 19-Jährigen, von denen 2 von 10 zustimmen (19% vs. 70+: 3%). 2023 waren es noch 3 von 10 (30%).
- Auch die Postingintensität nimmt mit steigendem Alter stark ab (14-19: 69%, 70+: 39%).
- Personen, die aktiv auf sozialen Medien posten, geben eher den Berufswunsch Influencer an (17%) als jene, die nicht aktiv posten (7%).

2 von 10 der 14-19-Jährigen wollen Influencer werden

2025 wurde zudem zum ersten Mal abgefragt, wer von den Schweizer Internetnutzer*innen sich aktuell als Influencer bezeichnen würde.

- 4% der Befragten bezeichnen sich aktuell selbst als Influencer. Männer (6%) geben dies etwas häufiger an als Frauen (2%). Auch in Bezug auf das Bildungsniveau zeigt sich ein leichter Unterschied: Personen mit niedriger Bildung (8%) bezeichnen sich etwas häufiger als Influencer als Befragte mit mittlerem oder hohem Bildungsabschluss (4% bzw. 2%).

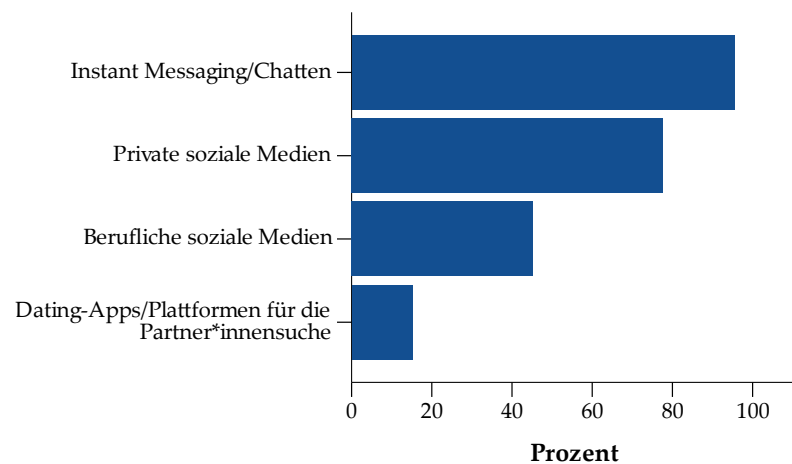
Jüngere posten mehr auf sozialen Medien und wollen eher Influencer werden

3 Nutzung digitaler Dienste

Das Internet umfasst ein breites Angebot digitaler Dienste. Die Nutzung dieser Dienste erfolgt allerdings nicht über alle Bevölkerungsgruppen hinweg gleichförmig. Vielmehr zeigen sich Nutzungsunterschiede entlang gesellschaftlicher Bruchlinien. Welche Dienste sind unter jüngeren, welche unter den älteren Internetnutzer*innen stärker verbreitet? Zeigen sich Unterschiede in der Nutzung in verschiedenen Bildungsgruppen oder nach Internetfähigkeiten? Dieses Kapitel zeigt die Nutzung ausgewählter Internetangebote für soziale Interaktion und zur Unterhaltung, sowie von Gesundheitstracking-Apps und Sprachassistenten.

3.1 Anwendungen für soziale Interaktion

Abbildung 9: Nutzung ausgewählter Anwendungen für soziale Interaktion



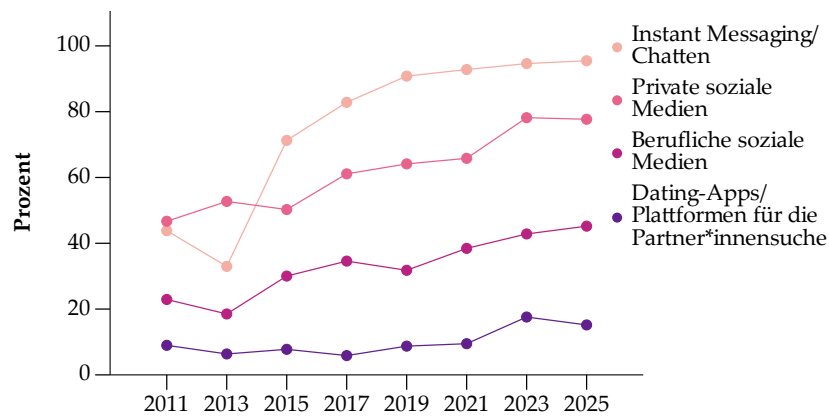
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

Fast alle nutzen WhatsApp oder ähnliche Kommunikationsdienste

- Kommunikationsdienste zum Chatten wie WhatsApp oder Signal werden von fast allen Internetnutzer*innen verwendet (96%).
- 78% geben an private soziale Medien zu nutzen, 45% nutzen berufliche.
- 15% nutzen Dating-Apps oder Plattformen für die Partner*innensuche.

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

Abbildung 10: Nutzung ausgewählter Anwendungen für soziale Interaktion im Zeitvergleich 2011–2025



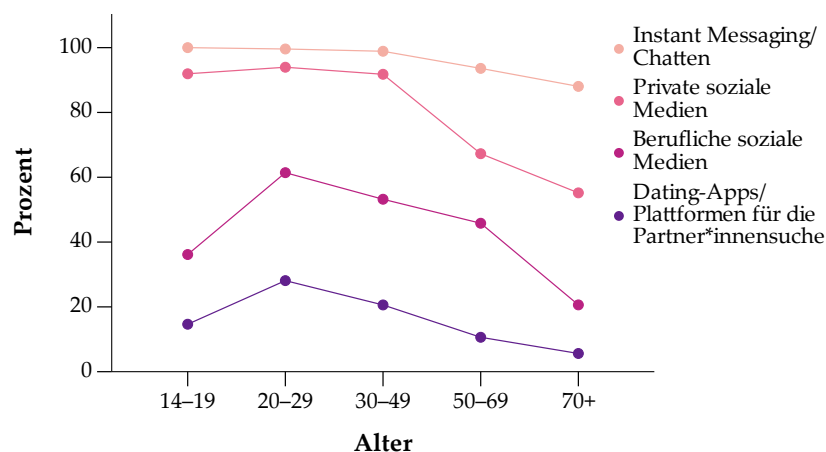
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

- Die Nutzung von Anwendungen für soziale Interaktionen hat seit 2011 stark zugenommen und zeigt allmählich Anzeichen einer Stagnierung.
- Die Nutzung von Instant Messaging und Chat Apps ist deutlich gestiegen. Während 2011 4 von 10 (44%) solche Dienste nutzten, sind es heute mehr als doppelt so viele bzw. beinahe alle (96%).
- Auch die Nutzung privater (2011: 47% vs. 2025: 78%) und beruflicher (2011: 23% vs. 2025: 45%) sozialer Medien ist heute deutlich weiter verbreitet.
- Während 2011 jede*r Zehnte (9%) Datingplattformen oder -apps nutzte, sind es heute 15%.

Stabile Nutzung sozialer Interaktionsanwendungen

Die Nutzung dieser Anwendungen unterscheidet sich nach Alter.

Abbildung 11: Nutzung ausgewählter Anwendungen für soziale Interaktion nach Alter



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

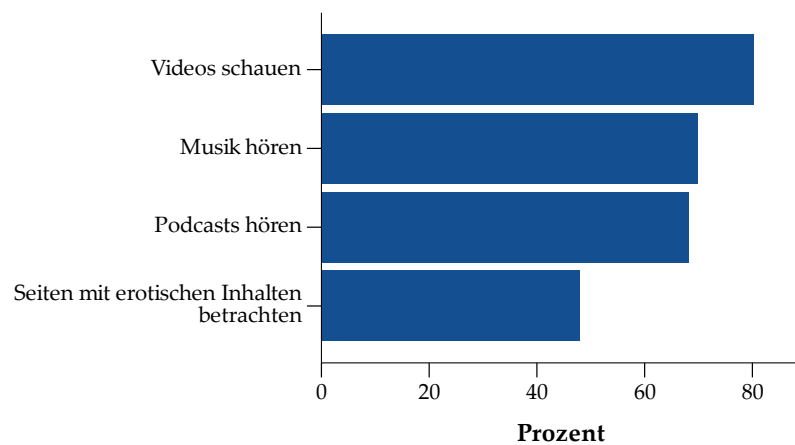
Nutzung sozialer Interaktionsanwendungen sinkt mit dem Alter; 20–29-Jährige sind Spitzenreiter*innen

- Insgesamt zeigt sich, dass die Nutzung von Anwendungen für soziale Interaktion mit dem Alter sinkt.
- Instant Messaging und Chat Apps werden inzwischen von allen Altersgruppen intensiv genutzt. Während bei den 14- bis 19-Jährigen alle Instant Messaging nutzen (100%), sind es bei den über 70-Jährigen bereits 9 von 10 (88%).
- Private und berufliche soziale Medien sind in der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen am weitesten verbreitet. Von ihnen nutzen 94% bzw. 61% solche Dienste. Bei den über 70-Jährigen sind es bei den privaten sozialen Medien etwa halb so viele (55%), bei den beruflichen ein Drittel davon (21%).
- Auch Datingplattformen und -apps werden von den 20- bis 29-Jährigen am meisten genutzt: 3 von 10 (28%) sind Nutzer*innen. Während dieser Anteil in den letzten Jahren deutlich angestiegen ist (2019: 8%, 2021: 13%, 2023: 34%), zeichnet sich wieder ein leichter Abwärtstrend ab.

3.2 Unterhaltungsanwendungen

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

Abbildung 12: Nutzung ausgewählter Unterhaltungsanwendungen



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

8 von 10 sehen sich online Videos an

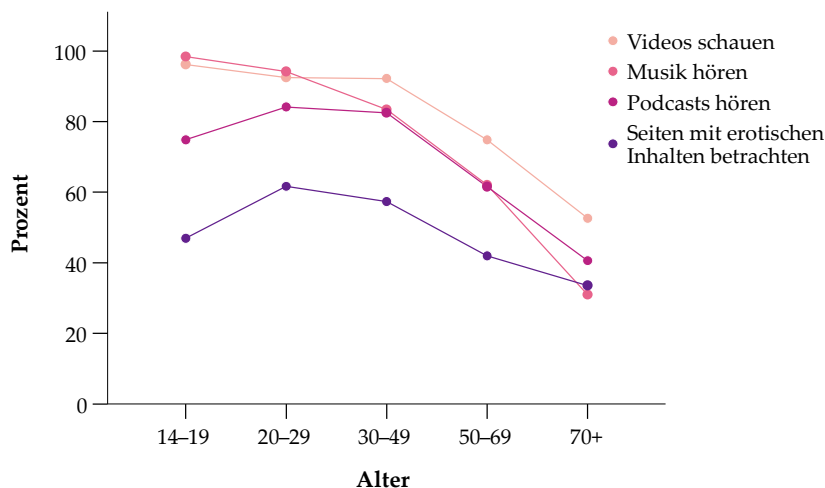
- Das Ansehen von Videos, Filmen oder Serien, z.B. über Streamingdienste wie Netflix oder Play SRF, ist am weitesten verbreitet. 8 von 10 Internetnutzer*innen (80%) geben an, dies zu tun.
- Auch das Musikhören, z.B. über Streamingdienste wie Spotify, und das Hören von Podcasts sind beliebt: Jeweils 7 von 10 geben an, dies zu tun (70% bzw. 68%).
- Ausserdem gibt knapp die Hälfte (48%) an, online Seiten mit erotischen Inhalten zu 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. Bei letzterem ist jedoch auch ein Effekt des Moduswechsels im Jahr 2023 von der Telefonbefragung zur Onlinebefragung erwartbar, die mit grösserer empfunder Anonymität und geringerem Druck in Bezug auf die soziale Erwünschtheit von Antworten verbunden ist. Die Nutzung von Podcasts wurde 2021 zum ersten Mal abgefragt und lag da noch bei 51%.

Unterhaltungsangebote werden häufiger genutzt

Die Nutzung dieser Unterhaltungsanwendungen unterscheidet sich nach Alter.

Abbildung 13: Nutzung ausgewählter Unterhaltungsanwendungen nach Alter



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

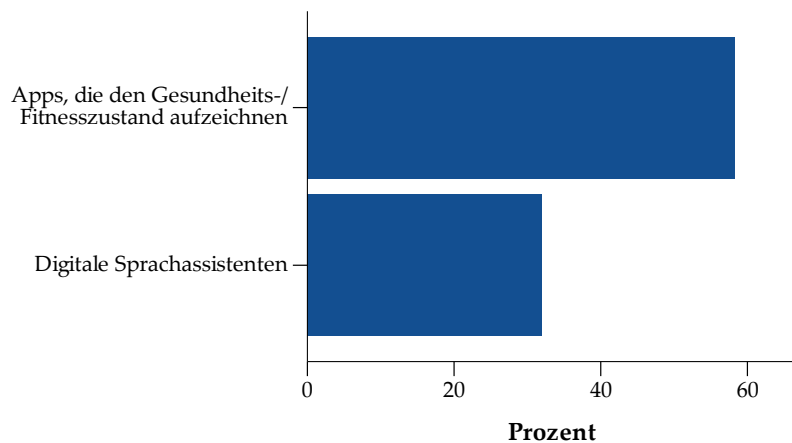
- Insgesamt zeigt sich, dass auch die Nutzung von Anwendungen zur Unterhaltung mit dem Alter sinkt.
- Während 98% der 14- bis 19-Jährigen angeben, online Musik zu hören, tun dies bei den über 70-Jährigen 31%.
- Auch das Schauen von Videos online ist bei den Jüngsten am weitesten verbreitet: 96% von ihnen tun dies, während es bei den Ältesten 53% sind.
- Podcasts sind in der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen am weitesten verbreitet. 84% von ihnen geben an, Podcasts zu hören (vs. 70+: 41%).
- Seiten mit erotischen Inhalten werden ebenfalls von den 20- bis 29-Jährigen am meisten angesehen: 62% von ihnen geben an, dies zu tun (vs. 70+: 34%).

Jüngere nutzen das Internet eher für Unterhaltung

3.3 Gesundheitstracking-Apps und Sprachassistenten

Zu Kommunikations- und Unterhaltungsanwendungen haben sich mittlerweile neuere Technologien, beispielsweise zur Selbstvermessung oder Sprachsteuerung, gesellt.

Abbildung 14: Nutzung von Gesundheitstracking-Apps und Sprachassistenten



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

Mehrheit trackt ihre Gesundheit mittels App und jede*r Dritte nutzt digitale Sprachassistenten

- Die Mehrheit der Schweizer Internetnutzer*innen verwendet Gesundheitstracking-Apps zur Selbstvermessung, z.B. um ihre Schritte zu zählen oder Trainings aufzuzeichnen (58%). Im Vergleich zu 2017 (30%) hat sich der Anteil fast verdoppelt.
- Jede*r Dritte nutzt digitale Sprachassistenten wie Siri oder Alexa (32%). Damit ist der Anteil gegenüber der letzten Erhebung im Jahr 2023 (33%) nahezu unverändert geblieben. Zuvor war seit 2021, als erst 21% solche Dienste nutzten, eine deutliche Zunahme zu beobachten.

Bei der Nutzung dieser Dienste zeigen sich soziodemographische Unterschiede.

Drei Viertel der 14–19-Jährigen nutzen Gesundheitstracking-Apps

- Gesundheitstracking-Apps sind vor allem bei den Jüngsten weit verbreitet: Drei Viertel (73%) der 14- bis 19-Jährigen nutzen sie. Abgesehen von einem leichten Rückgang im Jahr 2023 ist die Nutzung in dieser Altersgruppe seit 2017 kontinuierlich gestiegen (2017: 41%, 2019: 43%, 2021: 55%, 2023: 50%, 2025: 73%).

Immer mehr Ältere nutzen Gesundheitstracking-Apps

- Auch immer mehr Ältere greifen auf Gesundheitstracking-Apps zurück. Bei den 50- bis 69-Jährigen ist der Anteil im Zeitverlauf um 20 Prozentpunkte gestiegen (2017: 27%, 2025: 47%), bei den über 70-Jährigen hat er sich verdoppelt (2017: 19%, 2025: 45%).
- Gesundheitstracking-Apps sind bei Männern (57%) und Frauen (59%) ähnlich verbreitet. Auch hinsichtlich des Bildungsniveaus zeigen sich kaum Unterschiede.

- Während 2021 vor allem Jüngere digitale Sprachassistenten nutzten, sind diese Dienste mittlerweile in allen Altersgruppen verbreitet.
- Unter den 14- bis 19-Jährigen nutzen bereits seit 2021 rund 4 von 10 digitale Sprachassistenten (2021: 41%, 2023: 37%, 2025: 40%). Seit 2023 wurden die 14- bis 19-Jährigen von den 20- bis 29-Jährigen überholt: In dieser Altersgruppe hat sich die Nutzung von Diensten wie Alexa oder Siri gegenüber 2021 verdoppelt (2021: 18%, 2023: 43%, 2025: 41%).
- Auch in den übrigen Altersgruppen ist die Nutzung zwischen 2021 und 2023 deutlich gestiegen und hat sich seither auf einem stabilen Niveau gehalten. Unter den über 70-Jährigen verwendet inzwischen jede*r Vierte (25%) solche Dienste, etwa dreimal so viele wie noch 2021 (9%).
- Geschlechter- und Bildungsunterschiede bleiben bestehen: Männer (38%) nutzen digitale Sprachassistenten häufiger als Frauen (26%) und die Nutzung ist unter Personen mit niedrigem Bildungsniveau (46%) stärker verbreitet als unter jenen mit mittlerem oder hohem Bildungsniveau (je 31%).

**Digitale Sprachassistenten
verbreitet bei Jüngeren, Äl-
tere holen auf**

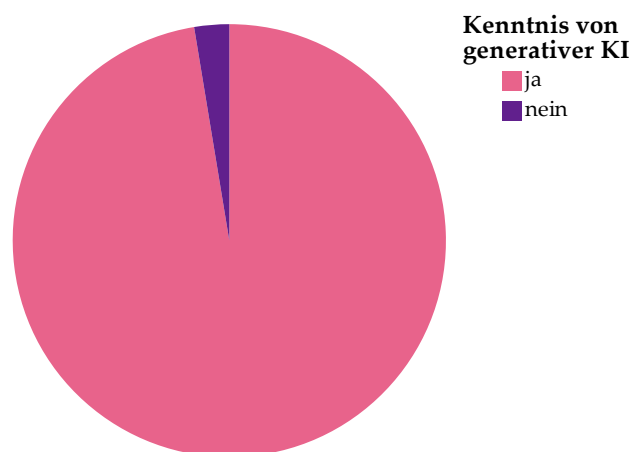
4 Nutzung von generativer Künstlicher Intelligenz

Das Angebot digitaler Technologien entwickelt sich stetig weiter. In den vergangenen Jahren hat insbesondere eine neue Technologie Einzug in das Online-Repertoire der Schweizer Internetnutzer*innen gehalten: generative Künstliche Intelligenz (KI). Sie basiert auf sogenannten grossen Sprachmodellen (Englisch: Large Language Models), die in der Lage sind, auf Grundlage umfangreicher Datensätze Aufgaben wie das Beantworten von Fragen, das Zusammenfassen und Bearbeiten von Texten, das Übersetzen von Sprachen sowie das Erstellen verschiedenster Inhalte zu übernehmen. Mit der Markteinführung von ChatGPT durch das US-Unternehmen OpenAI im November 2022 wurde erstmals ein solcher Dienst in grossem Umfang und kostenlos einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Seither haben zahlreiche weitere Anbieter vergleichbare Anwendungen auf den Markt gebracht und damit die Verbreitung generativer KI wesentlich angetrieben.

Dieses Kapitel widmet sich den folgenden Fragen: Wie verbreitet ist generative KI im Alltag der Schweizer Online-Bevölkerung? Wer nutzt sie und zu welchen Zwecken? Und welche Chancen und Risiken werden damit verbunden?

4.1 Kenntnis und Nutzung von generativer KI

Abbildung 15: Kenntnis von generativer KI

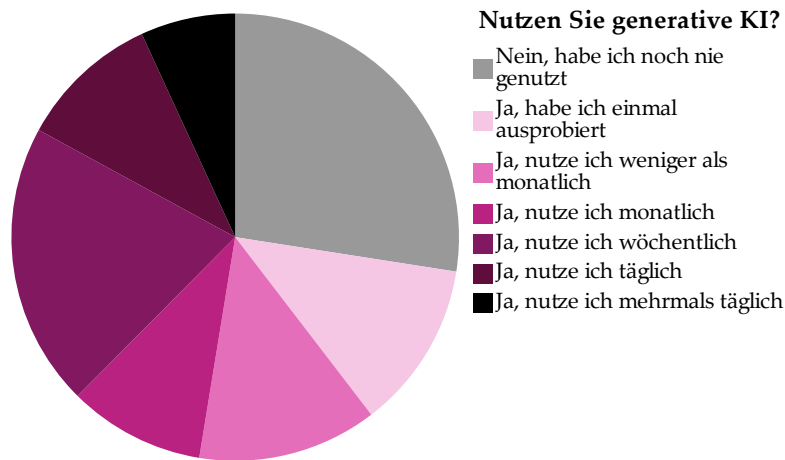


Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

Fast alle Schweizer*innen kennen generative KI

– Nahezu alle Schweizer Internetnutzer*innen (97%) kennen mittlerweile Anwendungen mit generativer Künstlicher Intelligenz wie ChatGPT und Google Gemini. Lediglich 3% geben an, diese nicht zu kennen.

Abbildung 16: Nutzung von generativer KI

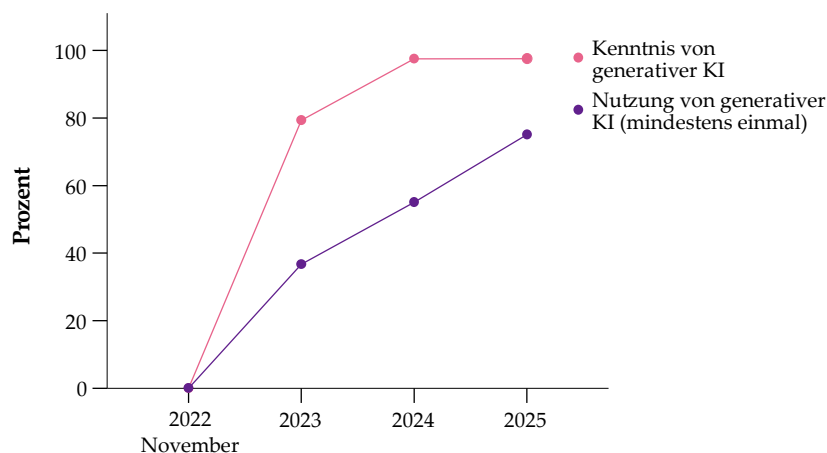


Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

- Während fast alle Befragten generative KI kennen, haben rund ein Viertel (27%) diese noch nie selbst genutzt.
- Rund drei Viertel (73%) haben Anwendungen wie ChatGPT und Google Gemini mindestens einmal verwendet: 12% haben sie einmal ausprobiert, 13% nutzen sie weniger als monatlich, 10% monatlich, 21% wöchentlich, 10% täglich und 7% mehrmals täglich.¹

Drei Viertel haben generative KI schon ausprobiert

Abbildung 17: Kenntnis und Nutzung von generativer KI im Zeitvergleich 2022–2025



Datenbasis 2023 und 2025: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.
Datenbasis 2024: Schweizer Internetnutzer*innen 16+.

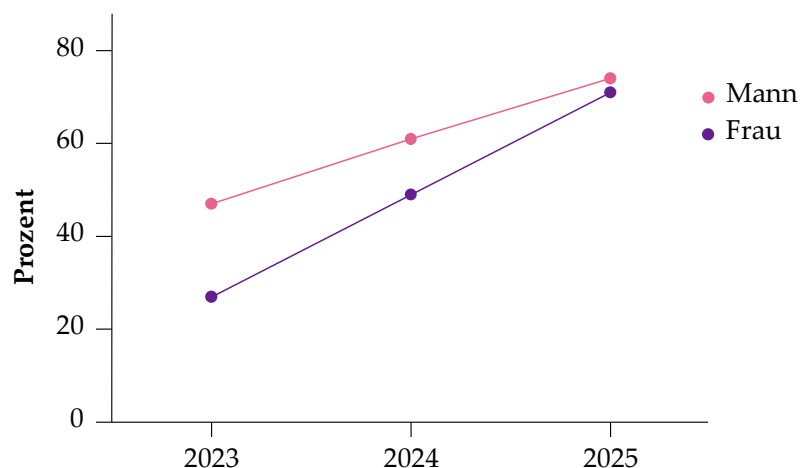
¹ Die Kenntnis und Nutzung von Anwendungen generativer KI in der Schweiz ist höher als in anderen Ländern (Simon et al., 2025).

**Rasantes Wachstum: zwei-
einhalb Jahre nach
Markteinführung haben
73% generative KI benutzt**

- Anwendungen generativer KI wie ChatGPT wurden im November 2022 erstmals einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Mitte 2023 kannten sie bereits 8 von 10 Internetnutzer*innen (79%). Seit Mitte 2024 kennen fast alle KI-Anwendungen (2024 und 2025 je 97%).²
- Auch der Anteil der KI-Nutzer*innen ist in der Schweiz rasant gestiegen: 2023 haben 37% der Internetnutzer*innen solche Anwendungen mindestens einmal benutzt, 2024 bereits 54% und 2025 73%. Damit hat sich der Nutzer*innenanteil innerhalb von zwei Jahren verdoppelt. Verglichen mit 2024 hat sich der Anteil Nutzer*innen, die angaben, KI schon oft bzw. regelmässig verwendet zu haben (19%), mehr als verdoppelt (2025: 47%).

Im Folgenden wird die Nutzung von generativer KI nach Geschlecht im Zeitvergleich skizziert.

Abbildung 18: Nutzung von generativer KI nach Geschlecht im Zeitvergleich 2023–2025



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

**Geschlechterunterschiede in
der Nutzung von KI schlies-
sen sich**

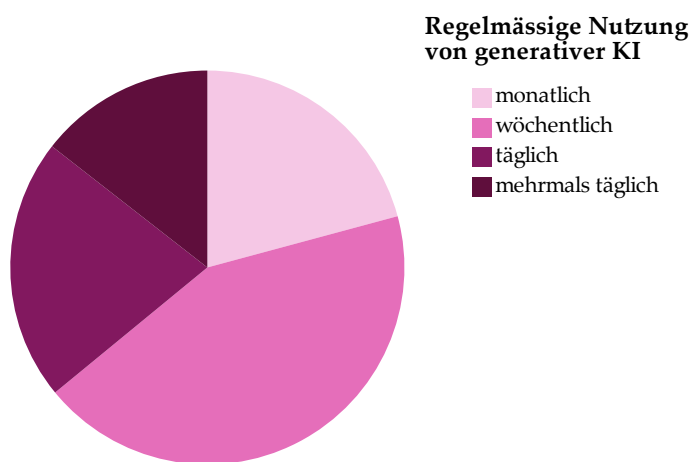
- Im Zeitvergleich zeigt sich, dass sich anfängliche Geschlechterunterschiede in der Nutzung generativer KI allmählich schliessen. 2023 und 2024 haben noch deutlich mehr Männer als Frauen generative KI mindestens einmal genutzt (2023: 47% bzw. 27%, 2024: 61% bzw. 49%). Im Jahr 2025 unterscheiden sich die Geschlechter hingegen kaum mehr (Männer: 74%, Frauen: 71%).
- 2024 gaben 47% der KI-Nichtnutzer*innen an, es sei überhaupt nicht wahrscheinlich, dass sie in den folgenden sechs Monaten generative KI verwenden. Diese sich abzeichnende Sättigung der Nutzung hat sich 2025 nicht bestätigt.

² Die Zahlen von 2024 stammen aus dem Bericht 'Künstliche Intelligenz' in der Schweiz 2024: Kenntnisse, Nutzung und Einstellungen zur generativen KI (Latzer & Festic, 2024).

– 7% der Nichtnutzer*innen geben 2025 an, dass sie eine KI-Nutzung in den kommenden sechs Monaten beabsichtigen. Drei Viertel der Nichtnutzer*innen (76%) haben keine Absicht, dies zu tun. Es bleibt abzuwarten, ob sich dieses erneute Anzeichen von Sättigung bestätigt.

Was mit dem einmaligen Ausprobieren generativer KI begann, hat sich bei vielen Schweizer*innen inzwischen zur regelmässigen Nutzung entwickelt. Zu den *regelmässigen* Nutzer*innen zählen im Folgenden jene Personen, die angaben, mindestens einmal im Monat Anwendungen generativer KI wie ChatGPT und Google Gemini zu verwenden.

Abbildung 19: Nutzungsintensität regelmässiger KI-Nutzer*innen



Datenbasis: Regelmässige KI-Nutzer*innen, WIP-CH 2025.

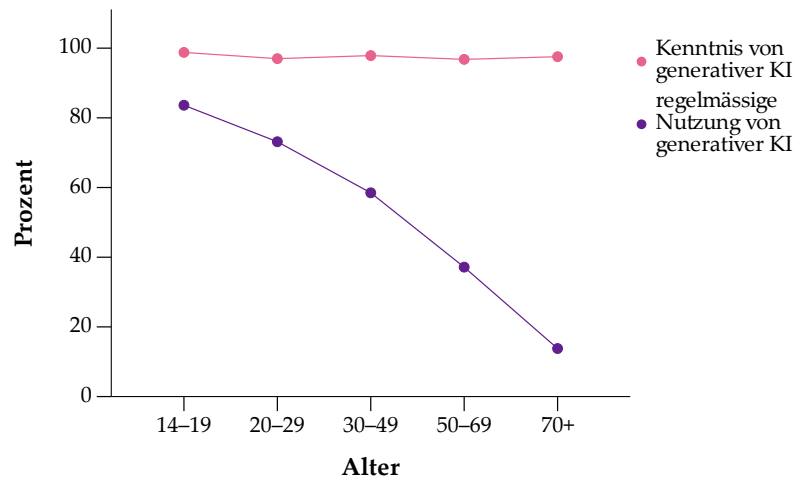
– Knapp die Hälfte der Schweizer Internetnutzer*innen (47%) verwendet KI-Anwendungen inzwischen regelmässig, also mindestens einmal im Monat.

– Unter den regelmässigen KI-Nutzer*innen verwendet knapp die Hälfte (43%) solche Dienste wöchentlich. Etwa jede*r Fünfte nutzt generative KI monatlich (21%) oder täglich (22%) und 15% mehrmals täglich.

Es zeigen sich soziodemographische Unterschiede in der regelmässigen Nutzung von generativer KI.

Jede*r Zweite nutzt generative KI mindestens monatlich bzw. regelmässig

Abbildung 20: Kenntnis und regelmässige Nutzung von generativer KI nach Alter



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

8 von 10 14-19-Jährigen nutzen generative KI regelmässig

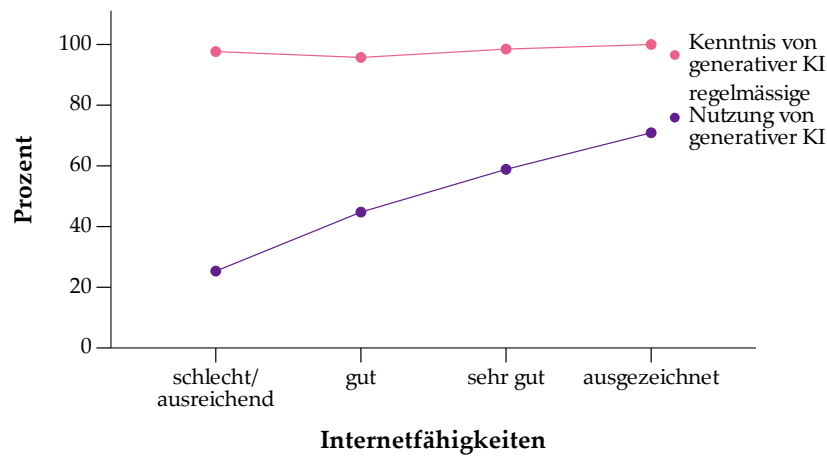
Keine Geschlechterunterschiede in Kenntnis und regelmässiger Nutzung generativer KI

Hochgebildete nutzen KI eher regelmässig; keine Bildungsunterschiede in der Kenntnis

- In jeder Altersgruppe kennen alle Dienste wie ChatGPT (97–99%).
- Bezüglich der regelmässigen Nutzung zeigen sich weiterhin grosse Unterschiede. 8 von 10 der 14- bis 19-Jährigen (84%) und 7 von 10 der 20- bis 29-Jährigen (73%) nutzen diese Dienste regelmässig. Bei den über 70-Jährigen sind es hingegen 14%.
- 2023 kannten deutlich mehr Männer als Frauen generative KI (85% bzw. 73%). Dieser Unterschied hat sich 2024 geschlossen (2024: 97% bzw. 98%).
- Bei der regelmässigen Nutzung generativer KI liegen Männer (49%) nur noch leicht vor den Frauen (45% vs. 2024: 23% bzw. 16%).
- In Bezug auf den Bildungshintergrund sind Unterschiede in der Bekanntheit von generativer KI inzwischen verschwunden (97–98%). 2023 kannten Hochgebildete (92%) diese Dienste noch eher als Mittelgebildete (76%) und Niedriggebildete (72%).
- Die regelmässige Nutzung von KI-Anwendungen ist bei Personen mit hohem (63%) und niedrigem (55%) Bildungsniveau weiter verbreitet als bei denjenigen mit mittlerem Niveau (42%). Seit 2024 hat sich der regelmässige Nutzungsanteil allerdings in allen Gruppen erhöht. Besonders stark fiel der Anstieg bei den Hochgebildeten (2024: 29%) und bei den Mittelgebildeten (2024: 10%) aus.

Auch in Bezug auf das Niveau der selbst eingeschätzten Internetfähigkeiten zeigen sich Unterschiede in der Kenntnis sowie in der regelmässigen Nutzung von Anwendungen generativer KI.

Abbildung 21: Kenntnis und regelmässige Nutzung von generativer KI nach Internetfähigkeiten



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

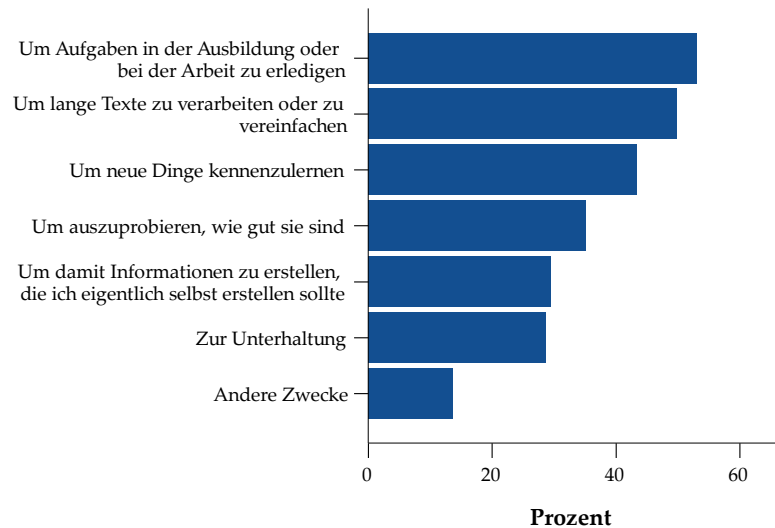
- In der Gruppe der Internetnutzer*innen, die angeben, ausgezeichnete Internetfähigkeiten zu haben, kennen alle (100%) generative KI und die Mehrheit nutzt sie regelmässig (71%). Bei den Internetnutzer*innen mit schlechten bis ausreichenden Fähigkeiten sind es 98%, die solche Dienste kennen, und 25%, die sie regelmässig nutzen.
- Die ungleiche Nutzung generativer KI nach soziodemographischen Merkmalen und Internetfähigkeiten birgt das Potenzial, bestehende digitale Ungleichheiten zu verstärken. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund, dass die Nutzung solcher Anwendungen den Alltag in der Schule, Ausbildung und im Beruf erleichtern soll und damit Vorteile für bestimmte Bevölkerungsgruppen schaffen kann.

Nutzungsanteil steigt mit höheren Internetfähigkeiten

4.2 Nutzungszwecke und Nützlichkeit von generativer KI

Im Folgenden werden die Nutzungszwecke generativer KI der regelmässigen KI-Nutzer*innen in der Schweiz skizziert.

Abbildung 22: Nutzungszwecke von generativer KI



Datenbasis: Schweizer regelmässige KI-Nutzer*innen, WIP-CH 2025.

– Im Vergleich zum Vorjahr ist die Nutzung generativer KI inzwischen nicht mehr primär von Neugierde getrieben. Jede*r dritte regelmässige Nutzer*in (35%) gibt an, Anwendungen generativer KI zu nutzen, um auszuprobieren, wie gut sie sind. 2024 lag dieser Anteil noch 16 Prozentpunkte höher (51%).

– Mittlerweile steht der praktische Nutzen von KI im Alltag im Vordergrund: Am häufigsten verwenden regelmässige KI-Nutzer*innen Dienste wie ChatGPT, um Aufgaben in der Ausbildung oder bei der Arbeit zu erledigen (53%). Die Hälfte (50%) nutzt generative KI, um lange Texte zu verarbeiten oder zu vereinfachen.

– 4 von 10 geben zudem an, generative KI zu verwenden, um neue Dinge kennenzulernen (43%).

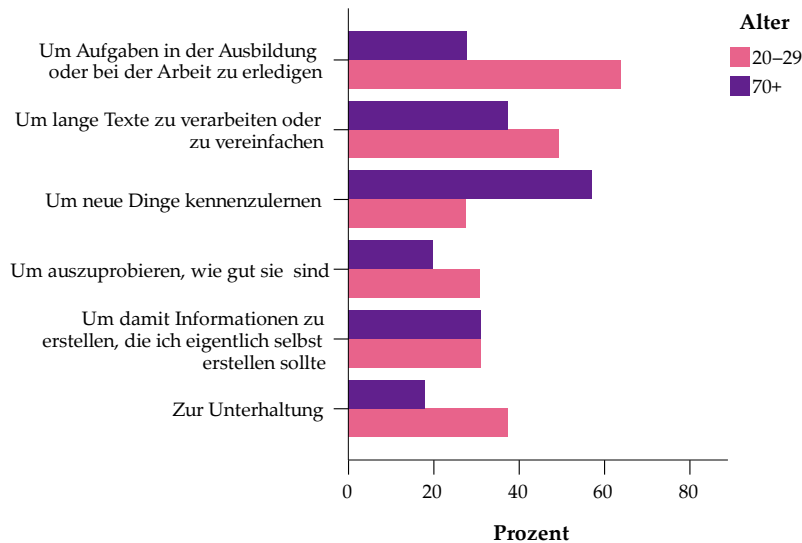
– Knapp jede*r Dritte (30%) verwendet ChatGPT und ähnliche Dienste, um damit Informationen zu erstellen, die sie eigentlich selbst erstellen sollten.

– Am seltensten wird generative KI zur Unterhaltung eingesetzt (29%).

Bei den Nutzungszwecken zeigen sich Altersunterschiede unter den regelmässigen KI-Nutzer*innen.

Generative KI wird am häufigsten für die Ausbildung oder Arbeit verwendet

Jede*r Dritte verwendet generative KI, um Informationen zu erstellen, die sie/er selbst erstellen müsste

Abbildung 23: Nutzungszwecke von generativer KI nach Alter

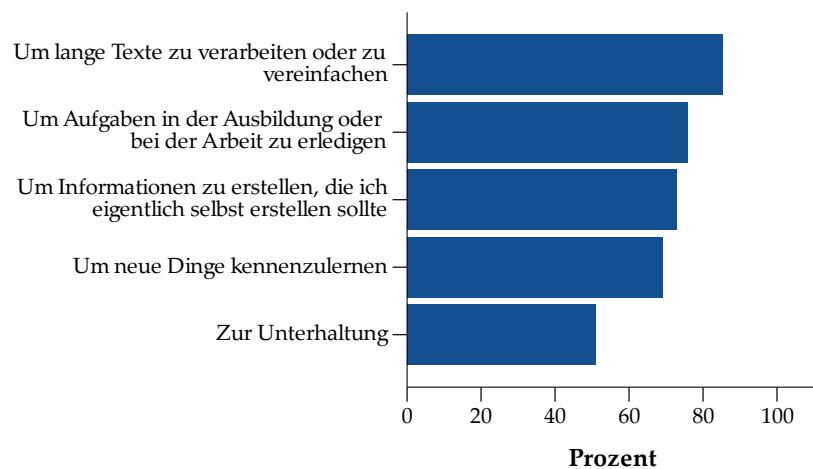
Datenbasis: Schweizer regelmässige KI-Nutzer*innen, WIP-CH 2025.

- Jüngere Internetnutzer*innen verwenden generative KI vor allem für Ausbildung und Beruf. Unter den 20- bis 29-Jährigen (64%) und den 14- bis 19-Jährigen (63%) ist dieser Zweck am weitesten verbreitet. Der Anteil nimmt mit steigendem Alter deutlich ab (70+: 28%).
- Auch das Verarbeiten oder Vereinfachen langer Texte wird häufiger von jüngeren Altersgruppen genannt. Am aktivsten sind hier die 30- bis 49-Jährigen: Über die Hälfte (56%) nennt dies als Nutzungszweck. Bei den 20- bis 29-Jährigen sind es 49%, bei den über 70-Jährigen 37%.
- Bei den Jüngsten spielt auch der Lernaspekt eine Rolle: Jede*r zweite 14- bis 19-Jährige (47%) nutzt Dienste wie ChatGPT, um neue Dinge kennenzulernen. Bei den 20- bis 29-Jährigen sinkt dieser Anteil deutlich (28%) und gewinnt mit steigendem Alter wieder an Bedeutung. Den höchsten Wert weisen die über 70-Jährigen auf (57%).
- Zur Unterhaltung wird generative KI vor allem von Jüngeren verwendet. Am höchsten ist der Anteil bei den 20- bis 29-Jährigen (37%), am tiefsten bei den 50- bis 69-Jährigen (16%). In der Gruppe 70+ sind es 18%.
- Beim Erstellen von Informationen, die man eigentlich selbst erstellen sollte, zeigen sich kaum Altersunterschiede. 34% der 14- bis 19-Jährigen tun dies, dicht gefolgt von den 20- bis 29-Jährigen und den über 70-Jährigen (je 31%).

Die Befragten gaben zudem an, wie nützlich sie die Anwendungen für diejenigen Zwecke finden, für die sie generative KI selbst nutzen.

Jüngere nutzen generative KI vor allem für Arbeit oder Ausbildung

Alle Altersgruppen nutzen KI, um Informationen zu erstellen, die sie eigentlich selbst erstellen müssten

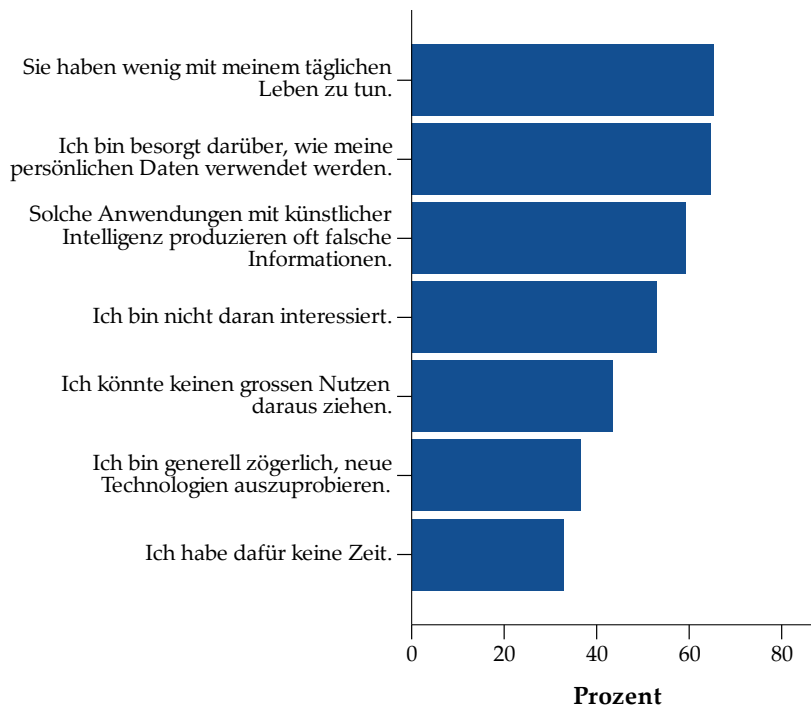
Abbildung 24: Empfundene Nützlichkeit von generativer KI

Datenbasis: Schweizer regelmässige KI-Nutzer*innen, die generative KI für die entsprechenden Zwecke nutzen, WIP-CH 2025.

KI als sehr nützlich eingeschätzt für Ausbildung und Arbeit und zur Erstellung von Informationen, die Nutzer*innen selbst verfassen sollten

- Rund 8 von 10 regelmässigen Nutzer*innen finden generative KI nützlich, um lange Texte zu verarbeiten oder zu vereinfachen (85%) sowie zur Erledigung von Aufgaben in der Ausbildung oder bei der Arbeit (85%).
- Auch für das Erstellen von Informationen, die man eigentlich selbst verfassen müsste, wird generative KI als nützlich empfunden. Rund drei Viertel (73%) stimmen dem zu.
- 7 von 10 (69%) halten generative KI für nützlich, um neue Dinge kennenzulernen.
- Am wenigsten nützlich ist die Verwendung von Diensten wie ChatGPT zu Unterhaltungszwecken (51%).

Die Schweizer Internetnutzer*innen, die angaben, generative KI bisher *nicht* zu nutzen, wurden nach den Gründen für ihre Nichtnutzung gefragt.

Abbildung 25: Gründe für die Nichtnutzung von generativer KI

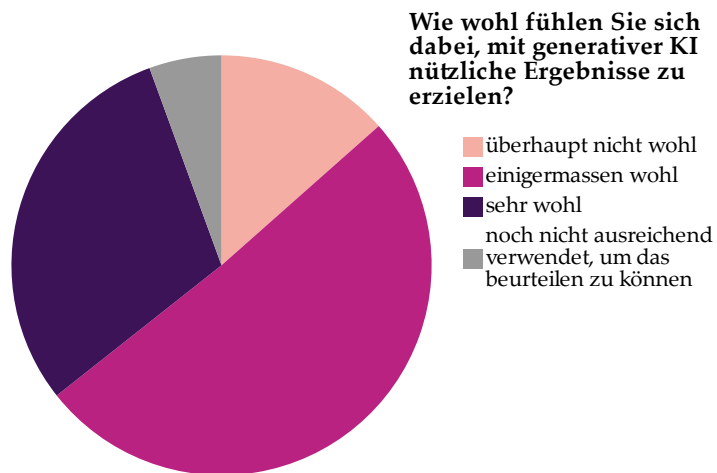
Datenbasis: Schweizer KI-Nichtnutzer*innen, WIP-CH 2025.

- Die häufigsten Gründe für die Nichtnutzung von KI-Anwendungen sind, dass KI wenig mit dem täglichen Leben zu tun hat (65%) und dass Nichtnutzer*innen darüber besorgt sind, wie ihre persönlichen Daten verwendet werden (65%).
- Nichtnutzer*innen sind zudem besorgt, dass solche Anwendungen falsche Informationen produzieren (59%) oder sind grundsätzlich nicht daran interessiert (53%).
- Etwas geringere Zustimmung erhielten die Aussagen «Ich habe wenig Nutzen davon» (43%), «Ich bin generell zögerlich, neue Technologien auszuprobieren» (37%) und «Ich habe dafür keine Zeit» (33%).

4.3 Wohlbefinden und Einstellungen zu generativer KI

Mit der Verbreitung von generativer KI haben sich auch Meinungen zu diesen neuen Technologien gebildet, denen sich dieser Bericht nun widmet. Zunächst wird betrachtet, wie wohl sich Schweizer Internetnutzer*innen, die generative KI bereits genutzt haben, im Umgang damit fühlen.

Abbildung 26: Wohlbefinden im Umgang mit generativer KI



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, die generative KI bereits genutzt haben, WIP-CH 2025.

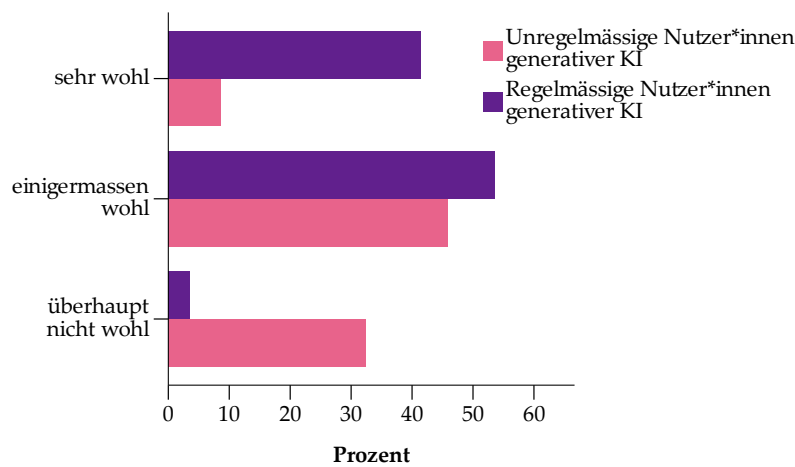
8 von 10 fühlen sich wohl im Umgang mit KI-Anwendungen

Wohlbefinden sinkt deutlich mit steigendem Alter; Männer fühlen sich sicherer

- Die Hälfte (51%) der Internetnutzer*innen, die generative KI bereits genutzt hat, fühlt sich einigermaßen wohl im Umgang damit. Dieser Anteil ist im Vergleich zu 2024 (40%) leicht gestiegen. Der Anteil derjenigen, die sich sehr wohl im Umgang mit KI fühlen, bleibt dagegen relativ stabil (2024: 31%, 2025: 30%).
- Etwas mehr Befragte als im Vorjahr geben an, sich überhaupt nicht wohl mit solchen Diensten zu fühlen (14% vs. 8% im Jahr 2024).
- Das Wohlbefinden im Umgang mit generativer KI sinkt mit steigendem Alter. Bei den 14- bis 19-Jährigen fühlt sich fast jede*r Zweite (45%) sehr wohl, während es bei den über 70-Jährigen jede*r Fünfte (20%) ist. Der Anteil derjenigen, die sich im Umgang mit Diensten wie ChatGPT gar nicht wohl fühlen, ist in der ältesten Gruppe mit 24% rund fünfmal so hoch wie in der jüngsten Gruppe (5%).
- Männer (36%) fühlen sich etwas häufiger sehr wohl im Umgang mit generativer KI als Frauen (24%).

Das Wohlbefinden im Umgang mit generativer KI unterscheidet sich deutlich zwischen regelmässigen Nutzer*innen und Personen, die KI nicht regelmässig nutzen, also seltener als einmal im Monat.

Abbildung 27: Wohlbefinden im Umgang mit generativer KI nach Regelmässigkeit der Nutzung



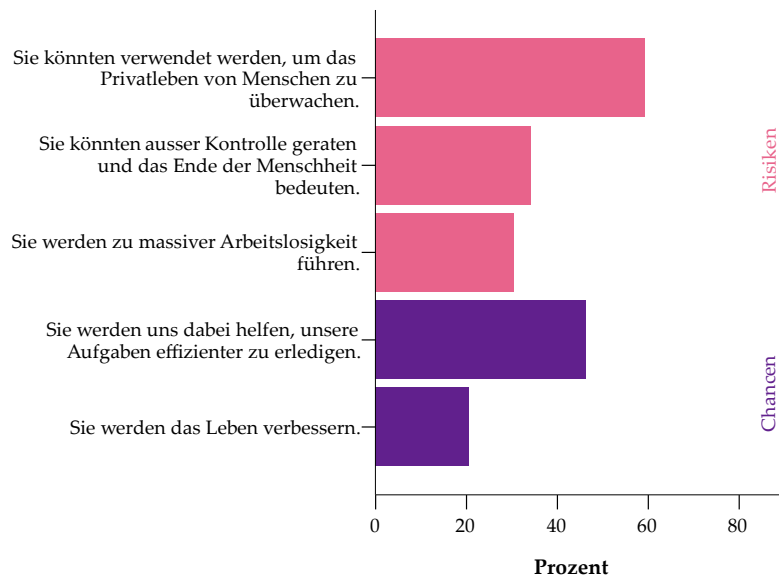
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, die generative KI bereits genutzt haben, WIP-CH 2025.

- 9 von 10 regelmässigen KI-Nutzer*innen (95%) fühlen sich zumindest einigermaßen wohl im Umgang mit generativer KI. Etwas weniger als die Hälfte (42%) fühlt sich bereits sehr wohl im Umgang.
- Deutlich weniger wohl fühlen sich Personen, die generative KI nicht regelmässig nutzen: Jede*r Dritte (32%) gibt an, sich im Umgang damit überhaupt nicht wohl zu fühlen.
- Unter den regelmässigen KI-Nutzer*innen zeigen sich kaum Altersunterschiede im Wohlbefinden. Bei jenen, die KI nicht regelmässig nutzen, fühlen sich Jüngere deutlich wohler im Umgang mit KI: 79% der 14- bis 19-Jährigen gegenüber 47% der über 70-Jährigen geben an, sich einigermaßen wohl zu fühlen.

Im Folgenden wird skizziert, wie Schweizer Internetnutzer*innen die Risiken und Chancen von generativer KI für das alltägliche Leben einschätzen.

Regelmässige Nutzer*innen fühlen sich deutlich wohler mit KI

Abbildung 28: Einschätzung von Risiken und Chancen von generativer KI



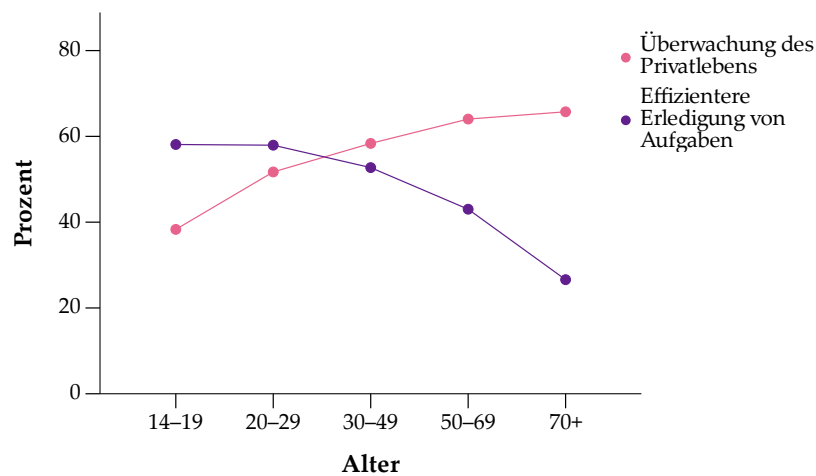
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

Schweizer Online-Bevölkerung sieht mehr Risiken als Chancen bei generativer KI

- Schweizer Internetnutzer*innen sehen den Einfluss generativer KI auf das alltägliche Leben eher kritisch. Am meisten Zustimmung findet das Risiko, dass KI zur Überwachung des Privatlebens eingesetzt werden kann (59%). Etwa jede*r Dritte stimmt jeweils zu, dass KI-Anwendungen ausser Kontrolle geraten und das Ende der Menschheit bedeuten könnten (34%) und dass sie zu massiver Arbeitslosigkeit führen werden (31%).
- Gleichzeitig ist knapp die Hälfte (46%) der Ansicht, dass ChatGPT und ähnliche Dienste dabei helfen, Aufgaben effizienter zu erledigen. Jede*r Fünfte (21%) glaubt, dass sie das Leben verbessern werden.
- Insgesamt nehmen Schweizer Internetnutzer*innen die Risiken wie auch die Chancen von generativer KI ernst. So glaubt nur jede*r Fünfte (22%), dass deren Einfluss auf das Leben überbewertet wird. Die Einschätzung wird mit steigendem Alter häufiger geteilt.

Es zeigen sich Altersunterschiede in der Einschätzung der Chancen und Risiken generativer KI. Im Folgenden werden das Risiko und die Chance mit der jeweils höchsten Zustimmung nach Alter skizziert.

Abbildung 29: Einschätzung ausgewählter Risiken und Chancen von generativer KI nach Alter



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

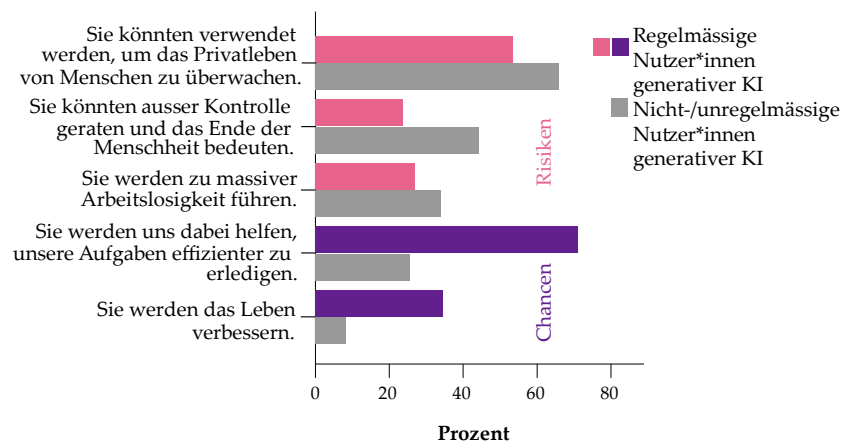
- Jüngere Internetnutzer*innen sehen eher die Chancen generativer KI, ältere eher die Risiken.
- Bei den unter 30-Jährigen steht die effizientere Erledigung von Aufgaben im Vordergrund. Bei den 14- bis 19-Jährigen und den 20- bis 29-Jährigen ist sie jeweils die am häufigsten genannte Chance generativer KI auf das alltägliche Leben (jeweils 58%). Diese Einschätzung nimmt mit dem Alter deutlich ab (70+: 27%).
- Bei Personen ab 30 Jahren rückt die Sorge in den Vordergrund, dass generative KI zur Überwachung des Privatlebens eingesetzt werden könnte. Diese Befürchtung nimmt mit dem Alter deutlich zu und erreicht bei den über 70-Jährigen ihren Höchstwert (66% vs. 14-19: 38%).
- Die Chance, dass generative KI das Leben insgesamt verbessert, wird ebenfalls eher von Jüngeren gesehen: Drei von zehn (29%) der 20- bis 29-Jährigen stimmen dem zu, bei den über 70-Jährigen sind es 8%.
- Ältere Personen äussern zudem häufiger Bedenken, dass generative KI ausser Kontrolle geraten und das Ende der Menschheit bedeuten könnte (70+: 39% vs. 14-19: 20%).
- Hinsichtlich der Sorge vor massiver Arbeitslosigkeit zeigen sich kaum Altersunterschiede.

Die Einschätzung der Risiken und Chancen generativer KI unterscheidet sich auch deutlich zwischen regelmässigen KI-Nutzer*innen und Personen, die generative KI nicht (regelmässig) nutzen.

Bei Jungen überwiegt Effizienzgewinn gegenüber Überwachungsrisiko

Zwei Drittel der über 70-Jährigen sorgt sich um Überwachung des Privatlebens durch KI

Abbildung 30: Einschätzung von Risiken und Chancen von generativer KI nach Nutzung



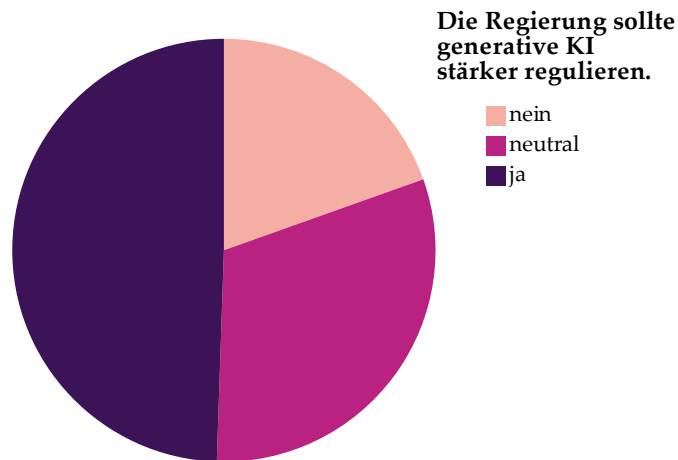
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

Regelmässige Nutzer*innen sehen Einfluss von generativer KI positiver

- Insgesamt bewerten regelmässige Nutzer*innen den Einfluss generativer KI deutlich positiver als Personen, die sie nicht (regelmässig) nutzen. 7 von 10 (71%) geben an, dass Dienste wie ChatGPT dabei helfen, Aufgaben effizienter zu erledigen und jede*r Dritte (35%) ist überzeugt, dass sie das Leben verbessern werden.
- Unter Nichtnutzer*innen überwiegt hingegen die Skepsis: Zwei Drittel (66%) sorgen sich vor Überwachung und knapp die Hälfte (44%) glaubt, dass generative KI das Ende der Menschheit bedeutet.
- Bei der Einschätzung, dass generative KI zu massiver Arbeitslosigkeit führt, zeigt sich ein ausgeglicheneres Bild: Jede dritte Person, die solche Dienste nicht (regelmässig) nutzt (34%), befürchtet dies. Bei den regelmässigen Nutzer*innen ist es rund jede*r Vierte (27%).

4.4 Wunsch nach Regulierung von generativer KI

Vor dem Hintergrund möglicher Risiken von generativer KI stellt sich die Frage, inwiefern die Regierung Anwendungen wie ChatGPT und Google Gemini regulieren sollte. Die Schweizer Internetnutzer*innen wurden deshalb auch zu ihrer Meinung zur Regulierung von Anwendungen generativer KI befragt.

Abbildung 31: Wunsch nach Regulierung von generativer KI

Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

- Jede*r Zweite (50%) ist der Meinung, dass KI-Anwendungen stärker reguliert werden sollten. Damit liegt der Anteil deutlich höher als beim Internet, wo 36% stärkeren Regulierungsbedarf sehen.
- Der Wunsch nach stärkerer KI-Regulierung steigt mit zunehmendem Alter und ist bei den über 70-Jährigen am höchsten (63% vs. 14–19: 39%).
- Nicht- bzw. unregelmässige Nutzer*innen von generativer KI fordern eine solche Regulierung deutlich mehr als regelmässige Nutzer*innen (61% vs. 42%).

Jede*r Zweite will stärkere KI-Regulierung

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.

**International vergleichbare
Langzeitdaten zu sozialen,
politischen und ökonomi-
schen Implikationen der In-
ternetentwicklung**

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 konvergierenden Technologien.

**World Internet Project –
Switzerland 2011–2025**

Die Schweiz hat 2025 mit dem World Internet Project – Switzerland (WIP-CH) zum achten Mal eine repräsentative WIP-Befragung durchgeführt und die Schweizer Online-Bevölkerung zu ihrer Internetnutzung und ihren Einstellungen zum Internet befragt.

Methodischer Steckbrief

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 2025 wurde als Online-Befragung durch das Markt- und Meinungsforschungsunternehmen gfs.bern vom 2. Juni bis 27. August 2025 dreisprachig in der Schweiz durchgeführt.

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), wurden die Befragungen 2023 und 2025 als reine Online-Befragungen 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).

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 1'078 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 ± 2.98 Prozentpunkten auf 95-prozentigem Konfidenzniveau erreicht.

**Repräsentative Befragung
der Schweizer Internetnut-
zer*innen**

**Seit 2023: Wechsel von Tele-
fon- auf Online-Befragung**

**Rekrutierung aus zwei On-
line-Panels**

Die Befragungsdauer betrug im Durchschnitt 19 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	83	63	13	5
20–29	141	96	39	4
30–49	359	240	97	15
50–69	345	250	77	14
70–88	150	107	33	8
	1078	756	259	46

Weiterführende Literatur

- Bauer, J.M. & Latzer, M. (Hrsg.) (2016). *Handbook on the economics of the Internet*. Edward Elgar.
- Bundesamt für Statistik (BFS) (2023). Internetnutzung in den Schweizer Haushalten 2023. <https://www.bfs.admin.ch/asset/de/28465185>
- 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>
- 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, Kiran (2024). A Longitudinal Perspective on Digital Skills for Everyday Life: Measurement and Empirical Evidence. *Media and Communication*, 12. <https://doi.org/10.17645/mac.8159>
- 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. (2025). Digitalization, AI and the Rise of Techno-Religion: Transhumanist Promises and the Challenge to Enlightenment. Working Paper – Media Change & Innovation Division. Zürich: Universität Zürich.
- 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. (2024). «Künstliche Intelligenz» in der Schweiz 2024: Kenntnisse, Nutzung und Einstellungen zur generativen KI. Zürich: Universität Zürich. <https://mediachange.ch/research/artificial-intelligence-applications/>
- Latzer, M., Festic, N., Odermatt, C., & Birrer, A. (2025). Internetverbreitung und digitale Bruchlinien in der Schweiz 2025. Themenbericht 1 aus dem World Internet Project – Switzerland 2025. Zürich: Universität Zürich. <http://mediachange.ch/research/wip-ch-2025>
- Latzer, M., Festic, N., Odermatt, C., & Birrer, A. (2025). Nutzung von Internet und generativer KI in der Schweiz 2025. Themenbericht 2 aus dem World Internet Project – Switzerland 2025. Zürich: Universität Zürich. <http://mediachange.ch/research/wip-ch-2025>
- Latzer, M., Festic, N., Odermatt, C., & Birrer, A. (2025). Vertrauen und Sorgen bei der Internetnutzung in der Schweiz 2025. Themenbericht 3 aus dem World Internet Project – Switzerland 2025. Zürich: Universität Zürich. <http://mediachange.ch/research/wip-ch-2025>
- Latzer, M., Festic, N., Odermatt, C., & Birrer, A. (2025). Mensch-Technik-Beziehung im Wandel: Konvergierende Technologien und digitale Alltagsreligion in der Schweiz 2025. Themenbericht 4 aus dem World Internet Project – Switzerland 2025. Zürich: Universität Zürich. <http://mediachange.ch/research/wip-ch-2025>
- 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.
- Schnell, T. (2003). A Framework for the Study of Implicit Religion: The Psychological Theory of Implicit Religiosity. *Implicit Religion*, 6(2-3), 86-104. <https://doi.org/10.1558/imre.v6i2.86>

Seidlitz, L., Abernethy, A. D., Duberstein, P. R., Evinger, J. S., Chang, T. H. & Lewis, B. L. (2002). Development of the Spiritual Transcendence Index. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 41(3), 439–453.

Simon, F., Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2025). Generative AI and News Report 2025: How People Think About AI's Role in Journalism and Society. Oxford: The Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/risj-5bjv-yt69>

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**