



Universität
Zürich^{UZH}

IKMZ – Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Forschungsbericht – Abteilung Medienwandel & Innovation

Internetverbreitung und digitale Bruchlinien in der Schweiz 2025

Themenbericht I aus dem World Internet Project – Switzerland 2025

Michael Latzer (Projektleitung)

Noemi Festic

Céline Odermatt

Alena Birrer

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)
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). 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>



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	5
Datenbasis WIP-CH	7
1 Muster der Internetverbreitung im Überblick	11
1.1 Anteil digital ausgeführter Aktivitäten	11
1.2 Orte der Internetnutzung	14
2 Empfundene Bruchlinien	16
2.1 Fähigkeiten im Umgang mit dem Internet	16
2.2 Einbindung in die Informationsgesellschaft	18
World Internet Project – Switzerland	22
Methodischer Steckbrief	23
Weiterführende Literatur	25

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anteil digital ausgeführter Aktivitäten	11
Abbildung 2: Anteil digital ausgeführter Aktivitäten nach Alter	12
Abbildung 3: Anteil digital ausgeführter Aktivitäten im Zeitvergleich 2021–2025	13
Abbildung 4: Orte der Internetnutzung	14
Abbildung 5: Selbsteinschätzung der Internetfähigkeiten	16
Abbildung 6: Selbsteinschätzung der Internetfähigkeiten nach Geschlecht	16
Abbildung 7: Selbsteinschätzung der Internetfähigkeiten nach Alter	17
Abbildung 8: Selbsteinschätzung der Internetfähigkeiten als gut bis ausgezeichnet im Zeitvergleich 2011–2025	17
Abbildung 9: Gefühl der Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft	18
Abbildung 10: Gefühl der Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft im Zeitvergleich 2015–2025	19
Abbildung 11: Gefühl der Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft nach Internetfähigkeiten im Zeitvergleich 2015–2025	19
Abbildung 12: Gefühl der Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft nach Alter	20
Abbildung 13: Gefühl der Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft nach Nutzung generativer KI	21

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.

Nachhaltige Stabilisierung digital ausgeführter Aktivitäten: Vor allem Junge absolvieren ihren Alltag digital

- Der Digitalisierungsschub, der durch die Covid-Pandemie angestossen wurde, hat sich in zentralen Bereichen des Alltags wie Einkaufen und Arbeiten nachhaltig auf hohem Niveau stabilisiert.
- Ein Grossteil aller Transaktionen wird heute bargeldlos, z.B. mit Karte oder über Bezahlapps, getätigt (65%) und 4 von 10 Produkten werden online gekauft (39%). Ein Drittel der Arbeit, die remote geleistet werden kann, wird im Homeoffice getätigt (33%).
- Ein Fünftel der Freizeit wird aktuell online verbracht (21%) und 14% der Treffen im privaten Umfeld werden online abgehalten. Damit ist in der Freizeitgestaltung seit der Pandemie ein leichter Rückgang des digitalen Anteils zu beobachten, dennoch bleibt das Niveau höher als noch vor der Pandemie.
- Die 20- bis 29-Jährigen sind insgesamt die digital aktivste Altersgruppe: Drei Viertel ihrer Einkäufe bezahlen sie bargeldlos (74%), fast die Hälfte ihrer Produkte kaufen sie online (42%), rund ein Drittel ihrer Freizeit (37%) und jedes fünfte private Treffen (21%) verbringen sie im Internet.

Muster der Internetverbreitung nach Alter, Einkommen, Geschlecht

- Seit 2011 ist der Anteil jener Personen in der Schweizer Bevölkerung, die das Internet unterwegs über mobile Endgeräte wie Smartphones nutzen, angestiegen und liegt aktuell bei 82% (vs. 2011 26%).
- Männer (87%) und Jüngere (20–29: 93%) verwenden das Internet häufiger unterwegs als Frauen (78%) und Ältere (70+: 66%).
- Die Nutzung des mobilen Internet hat sich ab 2011 besonders bei den jüngeren Internetnutzer*innen rasant verbreitet: Zwischen 2011 und 2015 ist der Anteil mobiler Internetnutzer*innen bei den 14- bis 19-Jährigen von 36% auf 91% bzw. bei den 20- bis 29-Jährigen von 28% auf 92%

angestiegen und hat sich seither auf einem sehr hohen Niveau stabilisiert. Bei den über 70-Jährigen ist die mobile Internetnutzung von 4% im Jahr 2011 auf 66% (2025) angestiegen.

Empfundene Bruchlinien: Internetfähigkeiten und Einbindung in die Informationsgesellschaft

- Neben soziodemographischen Unterschieden in der Internetverbreitung und in der Digitalisierung des Alltags existieren auch empfundene Bruchlinien, die sich in Einstellungen und Einschätzungen zur Internetnutzung zeigen.
- Im Durchschnitt ist die Selbsteinschätzung der Internetnutzer*innen in der Schweiz zu ihren Fähigkeiten im Umgang mit dem Internet seit 2011 relativ stabil.
- Ältere Schweizer Internetnutzer*innen schätzen ihre Fähigkeiten tiefer ein als jüngere: Während 9 von 10 (91%) der 20- bis 29-Jährigen ihre Internetfähigkeiten als gut bis ausgezeichnet einschätzen, tun dies bei den über 70-Jährigen 6 von 10 (59%).
- Frauen beurteilen ihre Internetfähigkeiten tendenziell als schlechter als Männer: 8 von 10 männlichen Internetnutzern (81%) geben an, gut bis ausgezeichnet mit dem Internet umgehen zu können. Bei den Frauen liegt dieser Anteil leicht tiefer (75%).
- Obwohl das Internet in der Schweiz sehr weit verbreitet ist, fühlen sich nicht alle in die Informationsgesellschaft eingebunden: Ein Gefühl der Einbindung in die Informationsgesellschaft bejahen 34% der Nutzer*innen. Im Vergleich zu den Vorjahren zeigt sich insbesondere in den letzten Jahren eine deutlich rückläufige Tendenz: 2015 fühlten sich noch 59% zugehörig, was bis 2021 weitgehend konstant blieb (2017: 58%, 2019: 59%, 2021: 60%). Seither ist das Eingebundenheitsgefühl signifikant gesunken (2023: 47%).
- Insbesondere Ältere, Personen mit niedrigen Internetfähigkeiten und Personen, die generative KI nicht (regelmässig) nutzen, fühlen sich immer weniger eingebunden in die Informationsgesellschaft. Je ein Fünftel der über 70-Jährigen (19%) und jener, die KI nicht (regelmässig) nutzen (20%), fühlen sich zugehörig. Bei Personen, die ihre Internetfähigkeiten als schlecht oder ausreichend einschätzen, sind es 14%.

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 Muster der Internetverbreitung im Überblick

Die Verbreitung des Internet wird in einer Vielzahl länderspezifischer und -vergleichender Untersuchungen erhoben. Wie sieht es mit der Internetverbreitung in der Schweiz aus?

Der Anteil an Internetnutzer*innen in der Schweiz hat von 2011 bis 2021 kontinuierlich zugenommen (2011: 77%, 2013: 85%, 2015: 88%, 2017: 90%, 2019: 92%, 2021: 95%). Seit 2013 zeigt sich, dass die Internetverbreitung nur noch um wenige Prozentpunkte ansteigt, was auf die bereits sehr hohe Diffusion des Internet in der Schweizer Bevölkerung zurückzuführen ist. Gemäss dem Bundesamt für Statistik nutzten 2023 97% der Schweizer Bevölkerung das Internet (BFS, 2023). Seit 2023 werden deshalb im Rahmen des WIP-CH nur Internetnutzer*innen befragt.

Durch den Ausbruch der Covid-Pandemie im März 2020 in der Schweiz wurde die Digitalisierung weiter vorangetrieben. Grosse Teile des Alltagslebens verlagerten sich in den digitalen Bereich, da physische Kontakte minimiert werden mussten. Im Jahr 2021 wurde den Veränderungen in der Internetnutzung durch die Covid-Pandemie ein Spezialbericht gewidmet. Seither hat sich die Pandemiesituation längst beruhigt. Doch der angestossene Digitalisierungsschub prägt den Alltag Schweizer Internetnutzer*innen auch 2025 nachhaltig.

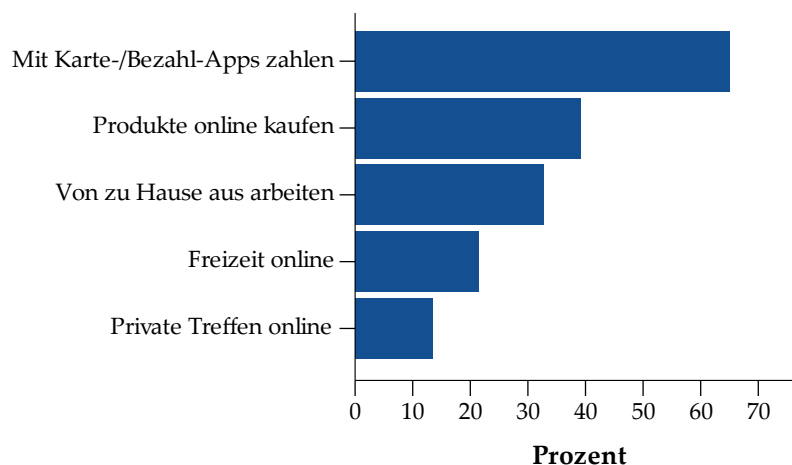
Internetverbreitung in der Sättigungsphase

Nachhaltiger Digitalisierungsschub durch Covid-Pandemie

1.1 Anteil digital ausgeführter Aktivitäten

Dieser Bericht beleuchtet zunächst, wie stark verschiedene Aktivitäten im Alltag der Schweizer Online-Bevölkerung heute digital ausgeführt werden. Die Prozentzahlen in den folgenden Abbildungen sind der jeweils von den Befragten angegebene Anteil am Total (z.B. Anteil der Arbeit im Homeoffice an der Gesamtheit der getätigten Arbeit).

Abbildung 1: Anteil digital ausgeführter Aktivitäten



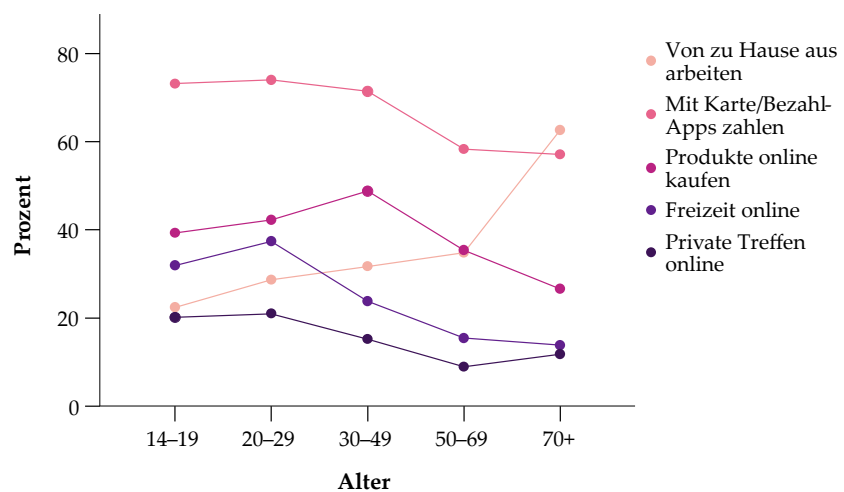
Datenbasis: (Berufstätige) Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

Anteil digitaler Aktivitäten variiert: Einkäufe werden am meisten digital getätigt

- Am höchsten ist der digitale Anteil in der Schweizer Online-Bevölkerung beim Einkaufen. Schweizer Internetnutzer*innen bezahlen zwei Drittel (65%) ihrer Einkäufe mit Karte oder Bezahl-Apps und kaufen etwas mehr als ein Drittel (39%) ihrer Produkte online.
- Im Bereich der Arbeit geben berufstätige Internetnutzer*innen, deren Beruf grundsätzlich im Homeoffice ausgeführt werden kann, an, dass sie einen Drittel ihrer Arbeit (33%) von zu Hause aus erledigen.
- Bei der Freizeitgestaltung liegt der digitale Anteil etwas tiefer. 21% der Freizeitaktivitäten und 14% der privaten Treffen finden online statt.

Der Anteil digitaler Aktivitäten variiert deutlich nach Alter:

Abbildung 2: Anteil digital ausgeführter Aktivitäten nach Alter



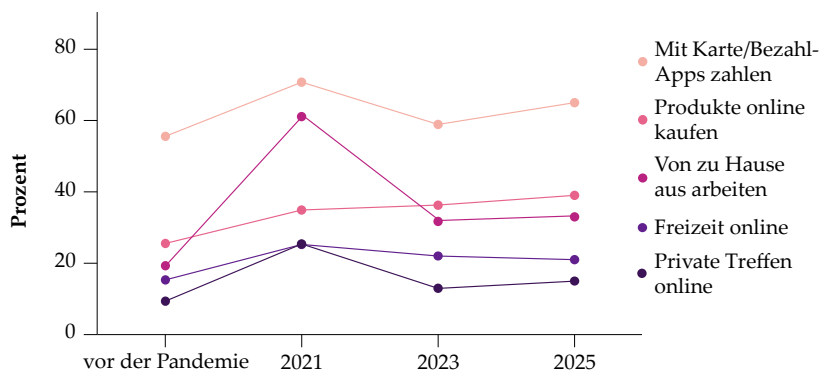
Datenbasis: (Berufstätige) Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

20-29-Jährige am digital aktivsten

- Die 20- bis 29-Jährigen sind insgesamt die digital aktivste Altersgruppe: Drei Viertel ihrer Einkäufe bezahlen sie bargeldlos (74%), fast die Hälfte ihrer Produkte kaufen sie online (42%), rund ein Drittel ihrer Freizeit (37%) und jedes fünfte private Treffen (21%) verbringen sie im Internet. Beim Online-Einkauf werden sie von den 30- bis 49-Jährigen übertroffen (49%) und beim Homeoffice liegen die älteren Altersgruppen mit Anteilen zwischen 32% und 63% weiter vorne.

Die Befragten wurden auch 2023 und 2021 gebeten, den Anteil ihrer digital ausgeführten Aktivitäten anzugeben. 2021 gaben sie zudem rückblickend den jeweiligen Anteil «vor der Pandemie» an. Der Zeitvergleich zeigt, in welchen Bereichen die Covid-Pandemie eine nachhaltige Digitalisierung angestossen hat.

Abbildung 3: Anteil digital ausgeführter Aktivitäten im Zeitvergleich 2021–2025



Datenbasis: (Berufstätige) Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

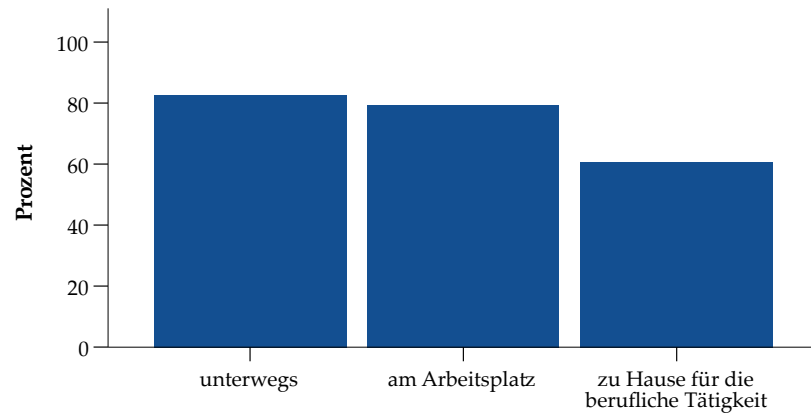
- Die Anteile aller digital ausgeführten Aktivitäten liegen 2025 in allen abgefragten Bereichen höher als vor der Covid-Pandemie. Während der digitale Anteil im Freizeitbereich im Zeitverlauf zurückgegangen ist, hat er sich beim Bezahlen, Einkaufen und Homeoffice auf einem hohen Niveau stabilisiert.
- Das Bezahlen mit Karte oder Bezahl-Apps war bereits vor der Pandemie auf dem Vormarsch. 56% der Transaktionen wurden bargeldlos getätigt. Während der Pandemie stieg dieser Anteil auf 71% der Transaktionen an und hat sich mit leichter Schwankung über die Jahre auf einem hohen Niveau stabilisiert (2023: 59%, 2025: 65%).
- Vor der Pandemie lag der Anteil der Produkte, die Schweizer Internetnutzer*innen online kaufen, bei 26%. Dieser Anteil ist seit der Pandemie leicht gestiegen (2021: 35%, 2023: 36%, 2025: 39%).
- Das Arbeiten von zu Hause erlebte während der Pandemie den stärksten Digitalisierungsschub. Vor der Pandemie wurde 19% der remote leistbaren Arbeit von zu Hause erledigt. Während der Pandemie waren es 61%. Nach dem Ende der Pandemie ging dieser Anteil wieder deutlich zurück und hat sich seither auf einem Drittel stabilisiert (2023: 32%, 2025: 33%).
- 15% der Freizeitaktivitäten wurden vor der Pandemie online verbracht. Während der Pandemie ist dieser Anteil um 9 Prozentpunkte gestiegen und hält sich seither auf einem ähnlichen Niveau (2021: 24%, 2023: 22%, 2025: 21%).
- Während vor der Pandemie 9% der privaten Treffen online stattfanden, ist dieser Anteil während der Pandemie auf 25% angestiegen und seither wieder leicht gesunken (2023: 13%, 2025: 14%).

Die Befragten wurden auch gebeten, anzugeben, von welchen Orten sie auf das Internet zugreifen.

Nachhaltiger Digitalisierungsschub beim Bezahlen, Einkaufen und Arbeiten

1.2 Orte der Internetnutzung

Abbildung 4: Orte der Internetnutzung



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

**Männer und Jüngere nutzen
das Internet häufiger mobil**

**Mobile Internetnutzung auf
hohem Niveau stabilisiert**

- 8 von 10 Schweizer Internetnutzer*innen (82%) gaben an, von unterwegs auf das Internet zuzugreifen.
- 4% der Befragten gaben an, das Internet nicht mobil zu verwenden. Aufgrund teilweise unvollständiger Angaben der Befragten ist jedoch anzunehmen, dass der tatsächliche Anteil der mobilen Internetnutzer*innen höher liegt.
- In allen Bevölkerungsgruppen wird mobiles Internet von einer deutlichen Mehrheit genutzt. Allerdings zeigen sich leichte geschlechterspezifische Unterschiede: 87% der Internetnutzer und 78% der Internetnutzerinnen verwenden das Internet unterwegs über mobile Geräte.
- Zudem sinkt die Verbreitung des mobilen Internet deutlich mit steigendem Alter. Sie liegt in der Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen und 20- bis 29-Jährigen bei 85% bzw. 93%. Bei den 30- bis 49-Jährigen liegt der Anteil bei 91% und sinkt bei den 50- bis 69-Jährigen auf 78%. In der ältesten Gruppe (70+) nutzen 66% das Internet unterwegs.
- Die Verbreitung des mobilen Internet ist seit 2011 zunächst stark angestiegen und hat nun die Sättigungsphase erreicht: von 26% (2011) über 46% (2013), 72% (2015), 79% (2017), 87% (2019), 91% (2021), 86% (2023) auf 82% (2025).
- Im Zeitvergleich zeigt sich auch, dass sich das mobile Internet ab 2011 besonders bei den jüngeren Internetnutzer*innen rasant verbreitet hat. Zwischen 2011 und 2015 ist der Anteil mobiler Internetnutzer*innen bei den 14- bis 19-Jährigen von 36% auf 91% bzw. bei den 20- bis 29-Jährigen von 28% auf 92% gestiegen und hat sich seither auf einem sehr hohen Niveau stabilisiert. Bei älteren Personen war die Verbreitung des mobilen Internet etwas langsamer. Insbesondere bei Internetnutzer*innen über 70 war die mobile Internetnutzung 2011 noch tief und ist bis 2025 insgesamt gestiegen: von 4% (2011) über 21% (2013), 30% (2015), 41% (2017), 60% (2019), 69% (2021), 72% (2023) auf 66% (2025).

- 6 von 10 berufstätigen Internetnutzer*innen (61%) nutzen das Internet zu Hause für die berufliche Tätigkeit. Dieser Anteil ist leicht höher als noch 2011 (54%).
- 8 von 10 (79%) verwenden das Internet an ihrem Arbeitsplatz. Dieser Anteil ist seit 2011 um 17 Prozentpunkte gestiegen (2011: 62%).
- Berufstätige Männer nutzen das Internet eher zu Hause für die berufliche Tätigkeit (69%) und am Arbeitsplatz (86%) als Frauen (52% bzw. 72%).
- Die 20- bis 29-Jährigen berufstätigen Internetnutzer*innen verzeichnen seit 2011 den stärksten Anstieg: Ihre Internetnutzung zu Hause für die berufliche Tätigkeit stieg um 27 Prozentpunkte (2011: 43%, 2025: 70%) und am Arbeitsplatz um 35 Prozentpunkte (2011: 51%, 2025: 86%).
- Seit 2011 ist ausserdem der Anteil berufstätiger Männer, die das Internet zu Hause für die berufliche Tätigkeit verwenden, angestiegen (2011: 53%, 2025: 69%). Bei den Frauen hat sich der Anteil hingegen kaum verändert hat (2011: 55%, 2025: 52%). Beide Geschlechter verwenden das Internet aber deutlich häufiger am Arbeitsplatz als noch 2011 (Männer: 64% (2011), 86% (2025); Frauen: 59% (2011), 72% (2025)).

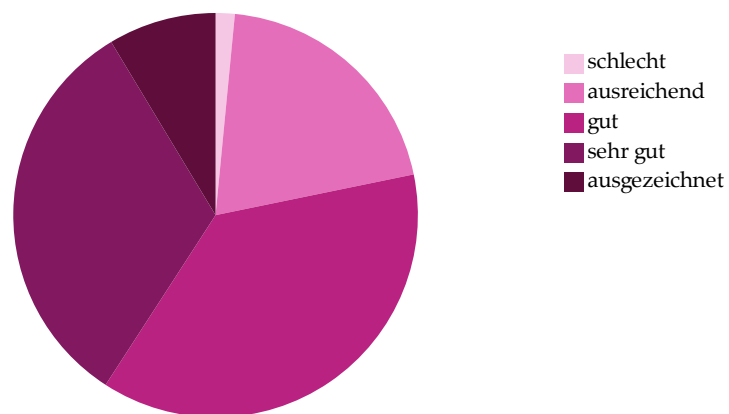
Steigende Internetnutzung zu Hause für den Beruf und am Arbeitsplatz vor allem bei 20- bis 29-Jährigen

2 Empfundene Bruchlinien

Neben soziodemographischen Unterschieden in der Digitalisierung des Alltags und den Orten der Internetnutzung existieren in der Schweizer Online-Bevölkerung auch empfundene Bruchlinien. Diese zeigen sich unter anderem in Einschätzungen zu den eigenen Internetfähigkeiten sowie im Gefühl der Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft.

2.1 Fähigkeiten im Umgang mit dem Internet

Abbildung 5: Selbsteinschätzung der Internetfähigkeiten



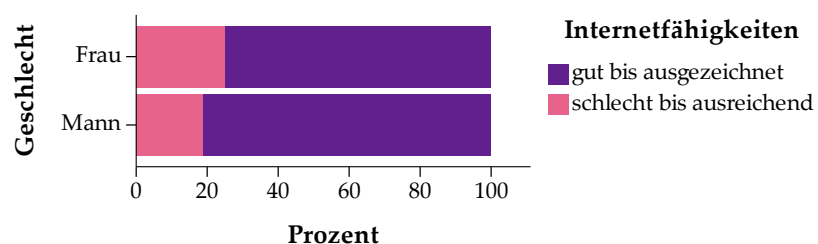
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

Grosse Mehrheit mit guten bis ausgezeichneten Internetfähigkeiten

- 8 von 10 Schweizer Internetnutzer*innen (78%) können ihrer Selbsteinschätzung zufolge mindestens gut mit dem Internet umgehen. 37% bezeichnen ihre Internetfähigkeiten als gut, 32% als sehr gut und 9% als ausgezeichnet.
- Ein Fünftel der Internetnutzer*innen gibt an, über ausreichende Internetfähigkeiten zu verfügen (20%) und lediglich 2% bezeichnen die eigenen Internetfähigkeiten als schlecht.

Auch in Bezug auf die Internetfähigkeiten zeigen sich soziodemographische Unterschiede in der Schweizer Online-Bevölkerung.

Abbildung 6: Selbsteinschätzung der Internetfähigkeiten nach Geschlecht

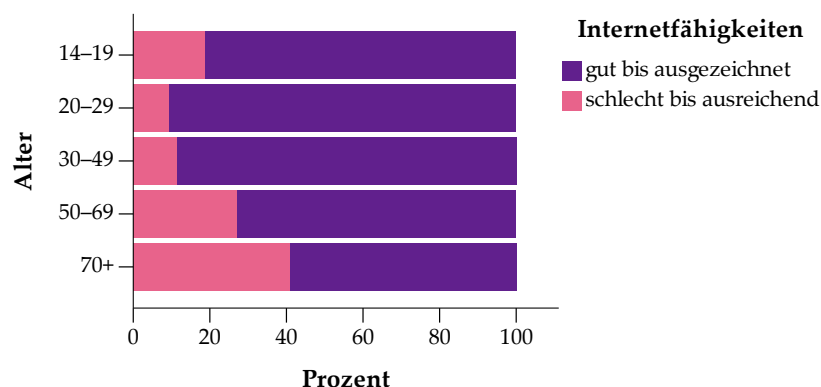


Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

– 8 von 10 männlichen Internetnutzern (81%) geben an, gut bis ausgezeichnet mit dem Internet umgehen zu können. Bei den Frauen liegt dieser Anteil leicht tiefer (75%). Ein Viertel der Internetnutzerinnen in der Schweiz (25%) hat das Gefühl, nur über schlechte oder ausreichende Internetfähigkeiten zu verfügen. Bei den Männern ist dieser Anteil 6 Prozentpunkte kleiner (19%).

Männer bewerten ihre Internetfähigkeiten etwas besser als Frauen

Abbildung 7: Selbsteinschätzung der Internetfähigkeiten nach Alter

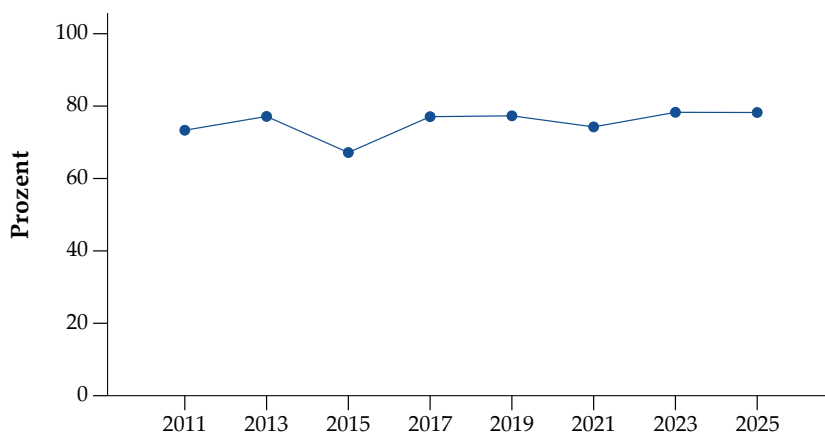


Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

– Deutlichere Bruchlinien bestehen zwischen den verschiedenen Altersgruppen: Der Anteil der Internetnutzer*innen, die angeben, gut bis ausgezeichnet mit dem Internet umgehen zu können, sinkt mit steigendem Alter. Während 9 von 10 der 20- bis 29-Jährigen (91%) ihre Internetnutzungsfähigkeiten als gut bis ausgezeichnet einschätzen, tun dies bei den über 70-Jährigen 6 von 10 (59%).

Selbsteingeschätzte Internetfähigkeiten sinken deutlich mit dem Alter

Abbildung 8: Selbsteinschätzung der Internetfähigkeiten als gut bis ausgezeichnet im Zeitvergleich 2011–2025



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

Internetfähigkeiten seit 2011 mehrheitlich stabil

Seit 2011 zeigen sich in Bezug auf die Internetfähigkeiten folgende Entwicklungen.

- Insgesamt ist die Selbsteinschätzung der Internetnutzer*innen in der Schweiz zu ihren Fähigkeiten im Umgang mit dem Internet seit 2011 relativ stabil. Ein möglicher Grund dafür ist, dass, auch wenn sich Nutzer*innen immer mehr Fähigkeiten aneignen, die Anforderungen gleichzeitig ebenso steigen.
- Bezüglich des Alters der Befragten lassen sich in der Entwicklung der Selbsteinschätzung der eigenen Internetfähigkeiten geringe Unterschiede beobachten. Bei den 14- bis 19-Jährigen sind die Internetfähigkeiten seit 2011 leicht gesunken, von 87% auf 81%. Die Altersgruppen 20–29 (2011: 81%, 2025: 91%), 30–49 (2011: 78%, 2025: 89%) und 50–69 Jahre (2011: 62%, 2025: 73%) verzeichnen hingegen einen Anstieg um jeweils etwa 10 Prozentpunkte. Die älteste Gruppe der über 70-Jährigen blieb konstant (2011: 58%, 2025: 59%).

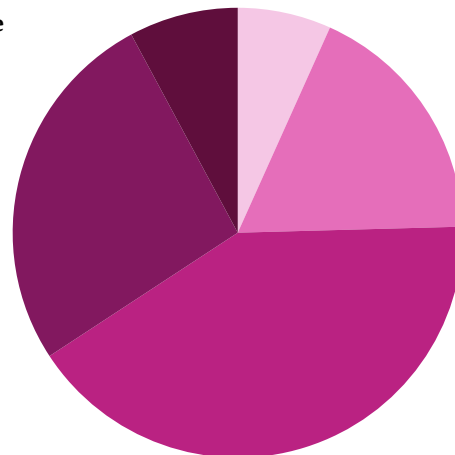
2.2 Einbindung in die Informationsgesellschaft

Neben den Internetfähigkeiten zeigen sich auch hinsichtlich des Zugehörigkeitsgefühls zur Informationsgesellschaft Bruchlinien in der Schweizer Online-Bevölkerung. Obwohl das Internet in der Schweiz sehr weit verbreitet ist, fühlen sich nicht alle in die Informationsgesellschaft eingebunden.

Abbildung 9: Gefühl der Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft

Fühlen Sie sich in diese neue Informationsgesellschaft eingebunden?

- stimme gar nicht zu
- stimme eher nicht zu
- teils/teils
- stimme eher zu
- stimme stark zu

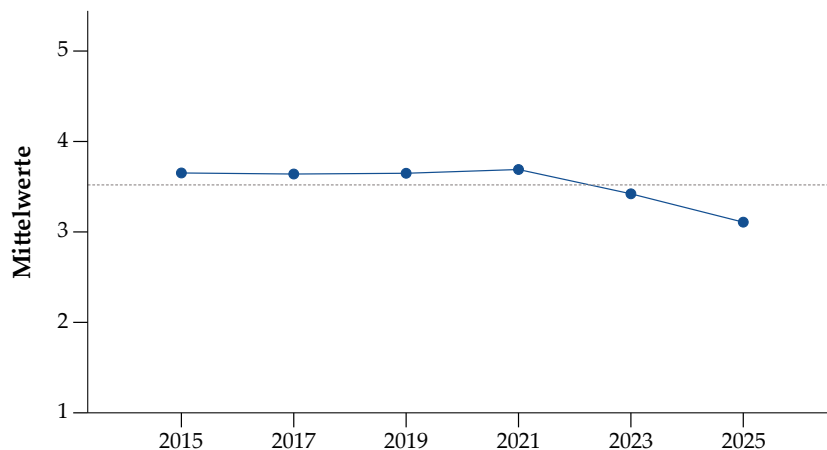


Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

- Insgesamt fühlt sich ein etwas grösserer Teil der Online-Bevölkerung in die Informationsgesellschaft eingebunden als nicht eingebunden: Jede*r Dritte fühlt sich eher oder vollständig eingebunden (34%), während sich jede*r Vierte (25%) nicht oder eher nicht eingebunden fühlt. 4 von 10 (41%) ordnen sich dazwischen ein.

Im Zeitvergleich ist das Gefühl der Eingebundenheit allerdings zurückgegangen. Die folgenden Abbildungen weisen die Antworten der Befragten durch Mittelwerte auf einer Skala von 1 (stimme gar nicht zu) bis 5 (stimme stark zu) aus.

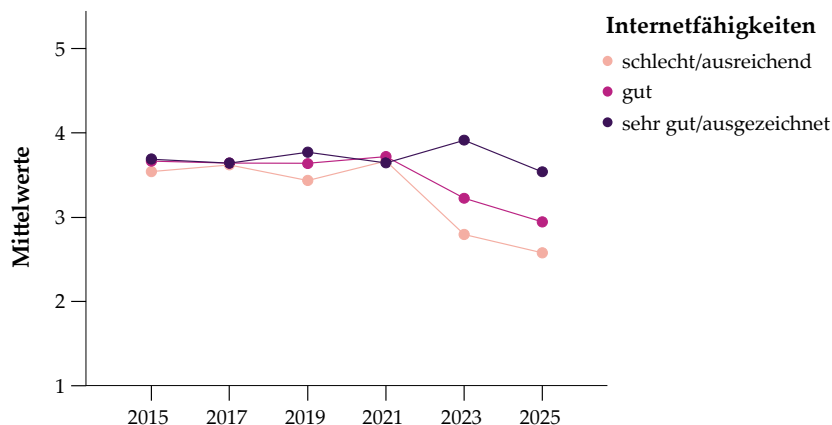
Abbildung 10: Gefühl der Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft im Zeitvergleich 2015–2025



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.
Referenzlinie: Mittelwert für alle Internetnutzer*innen (3.6).

– Das durchschnittliche Zugehörigkeitsgefühl unter Schweizer Internetnutzer*innen blieb zwischen 2015 und 2021 konstant (2015: $m=3.7$, 2021: $m=3.7$). Seither ist es signifikant gesunken und liegt 2025 ($m=3.1$) nur noch knapp über der Skalenmitte (3). Dieser Rückgang könnte mit den zunehmenden Anforderungen zusammenhängen, die die fortschreitende Digitalisierung an die Schweizer Bevölkerung stellt, insbesondere mit der bereits beschriebenen Verlagerung alltäglicher Aktivitäten in den digitalen Raum und der zunehmenden Verbreitung von Anwendungen mit generativer Künstlicher Intelligenz (KI).

Abbildung 11: Gefühl der Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft nach Internetfähigkeiten im Zeitvergleich 2015–2025



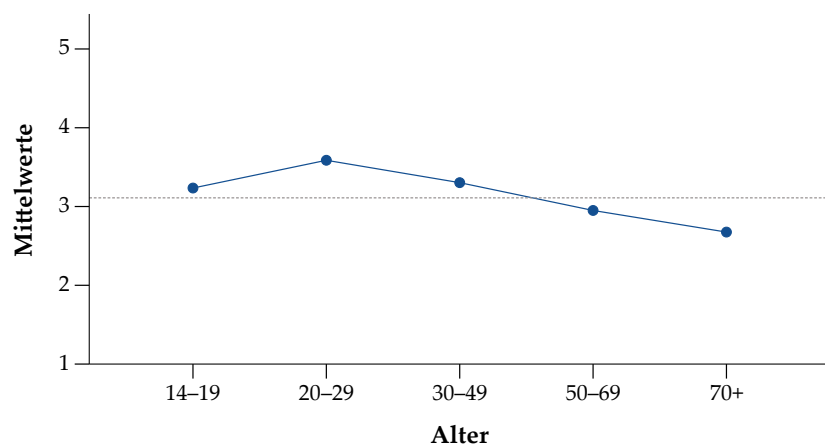
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

Nutzer*innen mit schlechten und ausreichenden Internetfähigkeiten fühlen sich nicht mehr eingebunden in die Informationsgesellschaft

- Der Rückgang des Zugehörigkeitsgefühls betrifft nicht alle Nutzer*innen gleichermassen. Das Gefühl der Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft unterscheidet sich seit 2021 zunehmend hinsichtlich der eingeschätzten Internetfähigkeiten: Insbesondere Nutzer*innen mit schlechten und ausreichenden Internetfähigkeiten fühlen sich weniger eingebunden in die Informationsgesellschaft ($m=2.6$), während sich Nutzer*innen mit guten ($m=3.0$) oder sehr guten bis ausgezeichneten ($m=3.5$) Fähigkeiten stärker zugehörig fühlen.
- Entsprechend fühlen sich über die Hälfte der Nutzer*innen mit mindestens sehr guten Internetfähigkeiten in die Informationsgesellschaft eingebunden (54%). Bei jenen mit guten bzw. schlechten bis ausreichenden Fähigkeiten sind die Anteile deutlich niedriger (25% bzw. 14%).

Auch zwischen den Altersgruppen zeigen sich Unterschiede im Gefühl der Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft.

Abbildung 12: Gefühl der Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft nach Alter



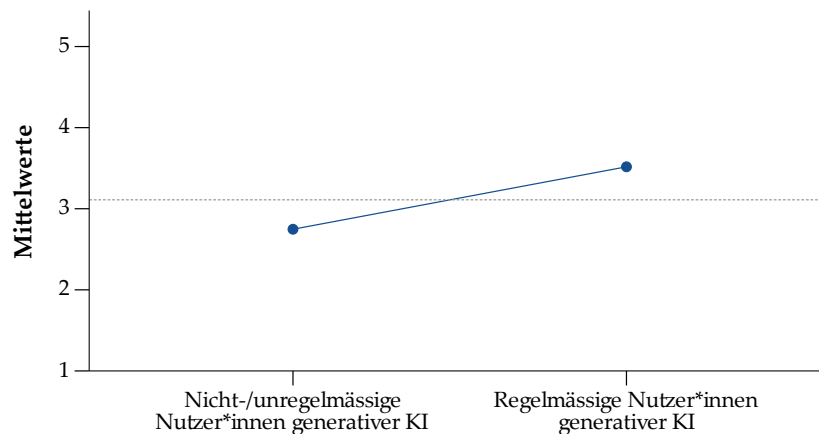
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.
Referenzlinie: Mittelwert für alle Internetnutzer*innen (3.1).

Gefühl der Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft sinkt mit steigendem Alter

- Die empfundene Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft ist bei den 20- bis 29-Jährigen am höchsten ($m=3.6$). Danach zeigt sich mit steigendem Alter eine stetige Abnahme. Bei den 50- bis 69-Jährigen liegt der Mittelwert bereits unter dem Gesamtdurchschnitt und bei den über 70-jährigen ist die empfundene Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft an geringsten ($m=2.7$).
- Diese Unterschiede zeigen sich auch deutlich in den Zustimmungssanteilen: Während sich über die Hälfte der 20- bis 29-Jährigen (54%) in die Informationsgesellschaft eingebunden fühlen, sind es bei den über 70-Jährigen 19%.

Mit der zunehmenden Verbreitung generativer KI-Anwendungen wie ChatGPT und Google Gemini zeigt sich auch, dass sich das Zugehörigkeitsgefühl zur Informationsgesellschaft zwischen regelmässigen KI-Nutzer*innen und KI-Nichtnutzer*innen bzw. unregelmässigen KI-Nutzer*innen unterscheidet.

Abbildung 13: Gefühl der Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft nach Nutzung generativer KI



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.
Referenzlinie: Mittelwert für alle Internetnutzer*innen (3.1).

- Personen, die generative KI regelmässig, also mindestens einmal im Monat, nutzen, fühlen sich deutlich stärker in die Informationsgesellschaft eingebunden ($m=3.5$) als Personen, die generative KI nicht (regelmässig) nutzen ($m=2.8$). Dies deutet auf die Entstehung einer neuen digitalen Bruchlinie entlang der Integration von KI-Anwendungen in den Alltag.
- Hinsichtlich der Zustimmungssanteile zeigt sich, dass die Hälfte der regelmässigen KI-Nutzer*innen (51%) sich der Informationsgesellschaft zugehörig fühlen. Bei den Personen, die KI nicht (regelmässig) nutzen, ist der Anteil deutlich tiefer (20%).

Regelmässige KI-Nutzer*innen fühlen sich deutlich stärker eingebunden

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 Cyborg-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**