



Universität
Zürich^{UZH}

IKMZ – Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Forschungsbericht – Abteilung Medienwandel & Innovation

Vertrauen und Sorgen bei der Internetnutzung in der Schweiz 2025

Themenbericht 3 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). 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>



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 Vertrauen in Internetinhalte	11
2 Wichtigkeit von Informations- und Unterhaltungsquellen	15
3 Wichtigkeit von Anlaufstellen für Alltagsentscheidungen	18
4 Sorgen und negative Erfahrungen bei der Internetnutzung	23
4.1 Digitaler Überkonsum	23
4.2 Sorgen bezüglich Privatsphäre-Verletzungen	27
5 Abschreckungseffekte auf freie Internetnutzung	32
World Internet Project – Switzerland	36
Methodischer Steckbrief	37
Weiterführende Literatur	39

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Vertrauen in Internetinhalte	11
Abbildung 2: Vertrauen in Internetinhalte im Zeitvergleich 2011–2025	12
Abbildung 3: Glaubwürdigkeit von Internetinhalten nach Informationsquellen	13
Abbildung 4: Glaubwürdigkeit von Internetinhalten nach Informationsquellen und Alter	13
Abbildung 5: Glaubwürdigkeit von Internetinhalten nach Informationsquellen im Zeitvergleich 2011–2025	14
Abbildung 6: Wichtigkeit von Informations- und Unterhaltungsquellen	15
Abbildung 7: Wichtigkeit von Informationsquellen nach Alter	16
Abbildung 8: Wichtigkeit von Unterhaltungsquellen nach Alter	16
Abbildung 9: Wichtigkeit von Informationsquellen im Zeitvergleich 2011–2025	17
Abbildung 10: Wichtigkeit von Unterhaltungsquellen im Zeitvergleich 2011–2025	17
Abbildung 11: Wichtigkeit von Anlaufstellen für Alltagsentscheidungen	18
Abbildung 12: Wichtigkeit von Anlaufstellen für Entscheidungen betreffend Gesundheit, sozialen Beziehungen und Sinn des Lebens	19
Abbildung 13: Wichtigkeit von Anlaufstellen für Entscheidungen betreffend Politik, Finanzen, Karriere und Kaufverhalten	20
Abbildung 14: Wichtigkeit von Anlaufstellen für Alltagsentscheidungen nach Alter	21
Abbildung 15: Wichtigkeit von Anlaufstellen für Alltagsentscheidungen nach Nutzung generativer KI	22
Abbildung 16: Digitaler Überkonsum	23
Abbildung 17: Digitaler Überkonsum nach Alter	24
Abbildung 18: Digitaler Überkonsum nach Nutzung generativer KI	24
Abbildung 19: Digitaler Überkonsum im Zeitvergleich 2017–2025	25
Abbildung 20: Wunsch nach Reduzierung der Internetnutzungsdauer nach Alter	26
Abbildung 21: Wunsch nach Reduzierung der Internetnutzungsdauer im Zeitvergleich 2019–2025	26
Abbildung 22: Sorgen bezüglich Privatsphäre-Verletzungen im Internet	27
Abbildung 23: Sorgen bezüglich Privatsphäre-Verletzungen im Internet nach Alter	28
Abbildung 24: Sorgen bezüglich Privatsphäre-Verletzungen im Internet im Zeitvergleich 2015–2025	28
Abbildung 25: Einstellungen gegenüber Privatsphäre im Internet	29
Abbildung 26: Einstellungen gegenüber Privatsphäre im Internet nach Alter	30
Abbildung 27: Einstellungen gegenüber Privatsphäre im Internet im Zeitvergleich 2015–2025	30
Abbildung 28: Abschreckungseffekte auf Informationssuche	32
Abbildung 29: Abschreckungseffekte auf Selbstausdruck	33
Abbildung 30: Abschreckungseffekte auf Informationspreisgabe	33
Abbildung 31: Abschreckungseffekte im Zeitvergleich 2019–2025	34
Abbildung 32: Abschreckungseffekte nach Alter	34

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.

Internetinhalte: Weniger Vertrauen in generative KI und soziale Medien als in professionelle Informationsquellen

- Rund 7 von 10 Schweizer Internetnutzer*innen (73%) glauben, dass zumindest die Hälfte aller Internetinhalte vertrauenswürdig ist. Im Jahresvergleich zeigte sich seit 2013 zunächst ein deutlicher Rückgang in der Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit von Internetinhalten, die ab 2017 jedoch wieder angestiegen ist.
- Die Bewertung der Vertrauenswürdigkeit unterscheidet sich deutlich nach spezifischen Informationsquellen: Webseiten von Regierungen und Behörden, Webseiten der SRG und von Kaufzeitungen werden als überwiegend vertrauenswürdig eingeschätzt. Seiten von Gratiszeitungen, KI-generierten Inhalten und Feeds auf sozialen Medien wird weniger Vertrauen geschenkt.
- Jüngere und regelmässige Nutzer*innen generativer Künstlicher Intelligenz wie ChatGPT vertrauen KI-generierten Inhalten stärker. 14- bis 19-Jährige schätzen solche Inhalte ähnlich glaubwürdig ein wie Kaufzeitungen.

Bedeutung des Internet: Wichtigste Informations- und Unterhaltungsquelle im intermedialen Vergleich

- Wie schon 2021 und 2023 ist das Internet auch 2025 die wichtigste mediale Informationsquelle für die Schweizer Online-Bevölkerung. Zeitung, Fernsehen und Radio liegen dahinter.
- 2025 ist das Internet als Informationsquelle erstmals ungefähr gleichbedeutend wie zwischenmenschliche (nicht medial vermittelte) Kontakte.
- Seit 2019 ist das Internet auch die wichtigste mediale Unterhaltungsquelle und hat 2025 weiter an Bedeutung gewonnen.

- Für ältere Menschen (ab 70 Jahren) sind traditionelle Medien wie Fernsehen, Zeitung und Radio bedeutsamer als das Internet, sowohl als Informations- wie auch als Unterhaltungsquellen.

Wichtigkeit neuer und traditioneller Anlaufstellen für Alltagsentscheidungen

- Generative KI und Influencer spielen für die Schweizer Online-Bevölkerung bei Alltagsentscheidungen eine geringere Rolle als etablierte Anlaufstellen.
- 13% der Internetnutzer*innen stufen generative KI als wichtig ein für Entscheidungen hinsichtlich ihrer körperlichen Gesundheit. Andere Internetquellen halten 24% für wichtig für solche Entscheidungen.
- Generative KI ist für 7% wichtig für politische Entscheidungen wie Abstimmungen und Wahlen, andere Internet-Anlaufstellen hingegen sind für 27% wichtig.
- Jüngere und regelmässige Nutzer*innen generativer KI weisen diesen neuen Anlaufstellen etwas mehr Bedeutung zu. 3 von 10 der 14- bis 19-Jährigen (29%) vertrauen bei Finanzentscheidungen auf generative KI (vs. 70+: 4%). KI ist für 2 von 10 regelmässigen KI-Nutzer*innen eine wichtige Ratgeberin für Entscheidungen betreffend Finanzen, Karriere und körperliche Gesundheit (21–22%).

Zunehmendes Gefühl von Überkonsum und grosser Wunsch nach Reduzierung der Internetnutzungsdauer

- 38% der Internetnutzer*innen in der Schweiz berichten, mehr Zeit online zu verbringen, als sie eigentlich möchten, und 31% glauben, durch die Internetnutzung Zeit für wichtigere Dinge zu verlieren.
- Die Hälfte der Internetnutzer*innen in der Schweiz (49%) möchte ihre Internetnutzungsdauer gerne reduzieren. Besonders betroffen sind 14- bis 19-Jährige (82% vs. 21% bei 70+) und regelmässige KI-Nutzer*innen (58% vs. 42% bei Nichtnutzung).

Sorgen über Privatsphäre-Verletzungen im Internet

- Die Sorge über Verletzungen der Privatsphäre im Internet ist in der Schweiz beträchtlich. So zeigt sich knapp die Hälfte der Schweizer Internetnutzer*innen (47%) besorgt darüber, dass Unternehmen ihre Privatsphäre online verletzen könnten.
- Rund 4 von 10 Nutzer*innen (41%) äussern zudem Besorgnis über die Verletzung ihrer Privatsphäre im Internet durch andere Personen.
- Am wenigsten befürchtet werden Verletzungen der Privatsphäre durch die Regierung. Dennoch besteht auch diese Sorge bei rund einem Drittel der Schweizer Internetnutzer*innen (36%). Seit 2021 ist diese Sorge um 9 Prozentpunkte gestiegen.
- Obwohl eine Mehrheit der Schweizer Internetnutzer*innen (60%) angibt, sehr darauf zu achten, ihre Privatsphäre im Internet zu schützen,

haben deutlich weniger (24%) das Gefühl, ihre Privatsphäre im Internet kontrollieren zu können. Eine Mehrheit der Schweizer Internetnutzer*innen (58%) stimmen zudem der Aussage zu, nichts zu verbergen zu haben und 20% halten die Besorgnis über die Privatsphäre online für übertrieben.

Abschreckungseffekte durch Überwachungsmöglichkeiten im Internet auf freie Informationssuche, Selbstausdruck und Informationspreisgabe

- 8 von 10 Schweizer Internetnutzer*innen (82%) geben an, sich zumindest selten durch die Überwachungsmöglichkeiten im Internet davon abschrecken zu lassen, online nach Informationen zu sensiblen Themen zu suchen.
- Rund 7 von 10 Internetnutzer*innen (74%) schränken sich aufgrund der Überwachungsmöglichkeiten zumindest selten dabei ein, durch das Schreiben von Kommentaren die eigenen Interessen, Gefühle oder ihre Meinung im Internet auszudrücken.
- Ausserdem empfinden 7 von 10 (71%) Abschreckungseffekte dabei, welche persönlichen Informationen sie über sich im Internet teilen.

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:

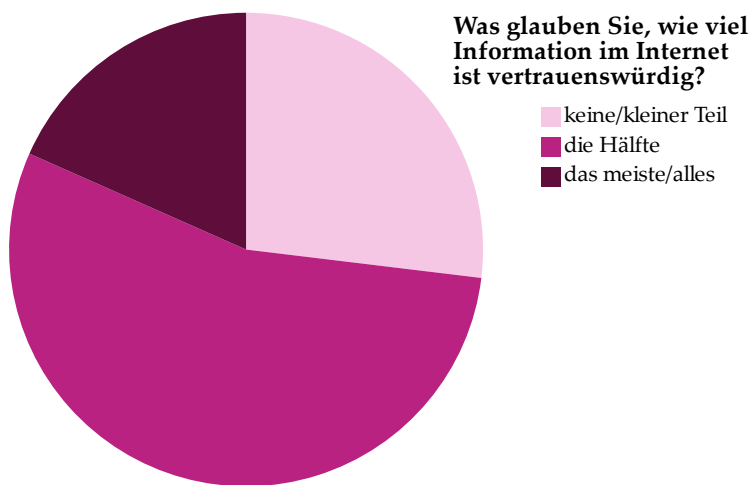
Stichprobe für	2011	2013	2015	2017	2019	2021	2023	2025
Schweizer Bevölkerung	1104	1114	1121	1120	1122	1120	-	-
Internetnutzer*innen	851	949	981	1013	1035	1069	1008	1078
Berufstätige Internetnutzer*innen	589	587	706	710	737	715	639	722
Nichtnutzer*innen	253	165	140	107	85	51	-	-
Proxynutzer*innen	90	79	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 Vertrauen in Internetinhalte

Internetinhalte werden häufig wegen mangelnder Vertrauenswürdigkeit kritisiert, u.a. aufgrund von Anonymität im Internet und weil bei nutzergenerierten Beiträgen eine professionelle Qualitätskontrolle wie im traditionellen Journalismus in der Regel nicht stattfindet, auch wenn sich hier Formen der gegenseitigen Kontrolle durch Nutzer*innen etablieren. In welchem Ausmass vertraut die Schweizer Online-Bevölkerung Inhalten im Internet?

Abbildung 1: Vertrauen in Internetinhalte



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

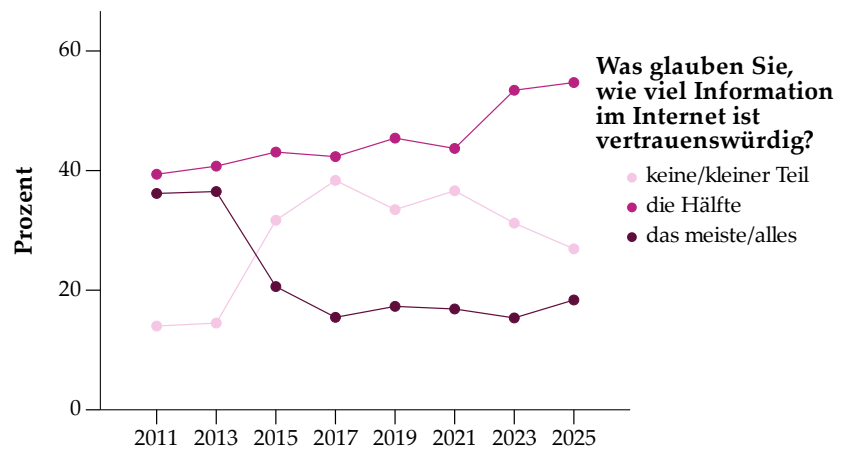
- 73% der Schweizer Bevölkerung stufen zumindest die Hälfte der Informationen im Internet als glaubwürdig ein: Während 55% die Hälfte der Inhalte im Internet als glaubwürdig einschätzen, halten 18% die meisten Online-Inhalte für vertrauenswürdig.
- Ein Viertel der Befragten (27%) ist der Meinung, dass nur ein kleiner Teil der Internetinhalte glaubwürdig ist.
- Die Glaubwürdigkeit von Internetinhalten wird insgesamt über alle Altersgruppen ungefähr gleich eingeschätzt.

Im Folgenden wird die Entwicklung dieser Einschätzung der Glaubwürdigkeit von Internetinhalten seit 2011 skizziert.

7 von 10 Schweizer*innen stufen zumindest die Hälfte der Online-Informationen als glaubwürdig ein

Geringe Altersunterschiede

Abbildung 2: Vertrauen in Internetinhalte im Zeitvergleich 2011–2025



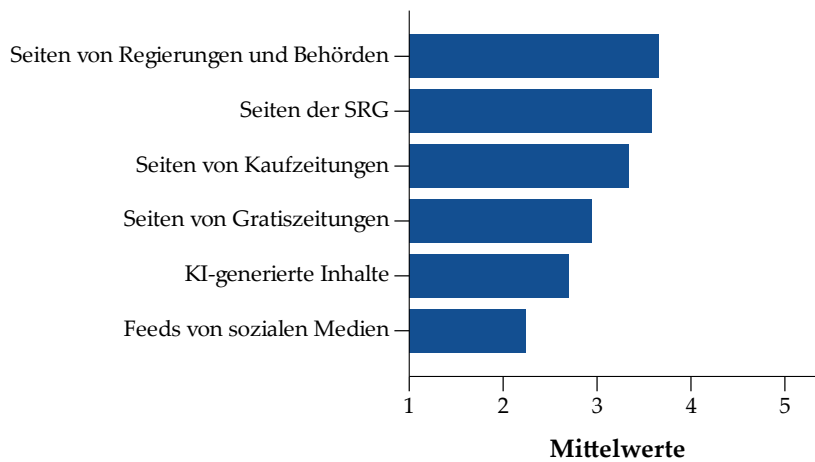
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

Deutliche Abnahme des Vertrauens nach 2013, seit 2017 leichter Anstieg

- Insgesamt hat das Vertrauen in Informationen aus dem Internet seit 2011 abgenommen. Nach 2013 zeigt sich ein deutlicher Bruch in der Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit von Internetinhalten. Seit 2017 zeigt sich erneut ein leichter Anstieg.
- 2011 und 2013 stuften je rund drei Viertel der Schweizer Bevölkerung (76% bzw. 77%) mindestens die Hälfte der Online-Inhalte als vertrauenswürdig ein. Dieser Anteil sank 2015 deutlich und stagniert seither bei rund zwei Dritteln bis drei Vierteln (2015: 64%, 2017: 58%, 2019: 63%, 2021: 61%, 2023: 69%, 2025: 73%).
- Ein Viertel der Bevölkerung (27%) beurteilt im Jahr 2025 Internetinhalte als nicht oder nur zu kleinen Teilen vertrauenswürdig. Während 2015 bis 2023 rund ein Drittel der Befragten (31–38%) dieser Meinung war, waren es 2013 und 2011 bedeutend weniger (15% bzw. 14%).

Die Einschätzung der Glaubwürdigkeit von Online-Inhalten variiert deutlich zwischen Informationsquellen. Die Befragten wurden gebeten einzuschätzen, wie viele Informationen bei verschiedenen Informationsquellen glaubwürdig sind, wobei die Skala von keine (1) bis alle (5) reicht. Professionelle Informationsangebote werden dabei als vertrauenswürdig eingestuft als nutzergenerierte Inhalte.

Abbildung 3: Glaubwürdigkeit von Internetinhalten nach Informationsquellen



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

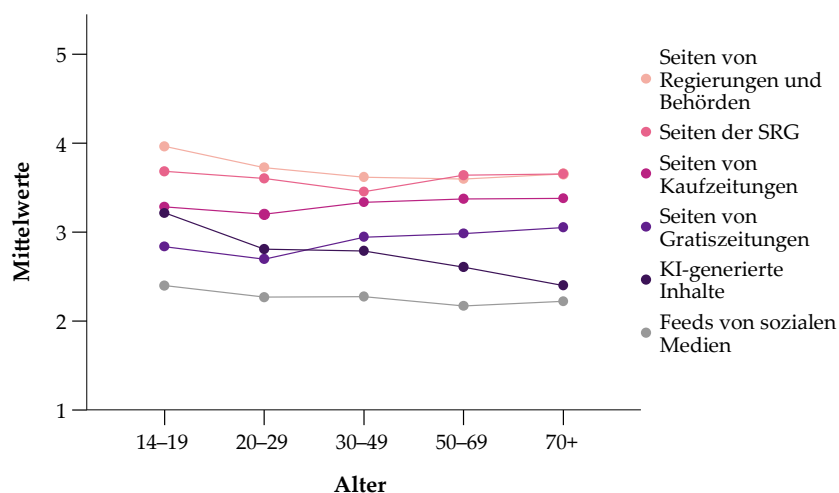
- Internetnutzer*innen vertrauen vor allem etablierten Informationsquellen, darunter Informationen auf den Webseiten von Regierungen und Behörden ($m=3.7$), der SRG ($m=3.6$) und von Kaufzeitungen ($m=3.3$).
- Vergleichsweise weniger vertrauen Internetnutzer*innen Seiten von Gratiszeitungen ($m=2.9$) sowie neueren Informationsquellen wie KI-generierten Inhalten ($m=2.7$) und Feeds sozialer Medien ($m=2.2$). Nicht- bzw. unregelmässige KI-Nutzer*innen halten KI-generierte Inhalte für deutlich weniger glaubwürdig ($m=2.4$) als regelmässige KI-Nutzer*innen ($m=3.1$).

Behörden und SRG am glaubwürdigsten

Weniger Vertrauen in generative KI, vor allem bei Nicht- bzw. unregelmässiger Nutzung

Hinsichtlich der Einschätzung der Glaubwürdigkeit verschiedener Informationsquellen zeigen sich leichte Altersunterschiede.

Abbildung 4: Glaubwürdigkeit von Internetinhalten nach Informationsquellen und Alter

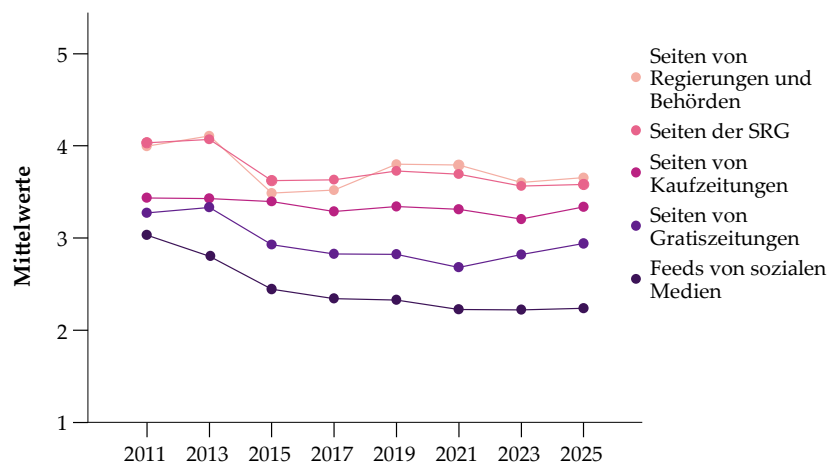


Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

14–19-Jährige vertrauen KI-generierten Inhalten ähnlich stark wie Kaufzeitungen

- Alle Altersgruppen vertrauen den Webseiten von Regierungen und Behörden, der SRG und von Kaufzeitungen am meisten ($m=3.6\text{--}4.0$ bzw. $m=3.5\text{--}3.7$ bzw. $m=3.2\text{--}3.4$). Bei den unter 50-Jährigen liegen die Seiten von Regierungen und Behörden vor jenen der SRG, während sie bei den über 50-Jährigen etwa gleich starkes Vertrauen geniessen.
- Während Seiten von Gratiszeitungen bei den über 30-Jährigen an vierter Stelle stehen ($m=3.0\text{--}3.1$), wurden sie bei den unter 30-Jährigen bereits von KI-generierten Inhalten überholt ($m=2.7\text{--}2.8$ vs. KI: $m=2.8\text{--}3.2$). Besonders deutlich zeigt sich dies bei den 14- bis 19-Jährigen, die KI-generierten Inhalten nahezu gleich vertrauen wie Seiten von Kaufzeitungen ($m=3.2$ vs. $m=3.3$).
- Alle Altersgruppen vertrauen Inhalten aus sozialen Medien am wenigsten ($m=2.2\text{--}2.4$).

Abbildung 5: Glaubwürdigkeit von Internetinhalten nach Informationsquellen im Zeitvergleich 2011–2025



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

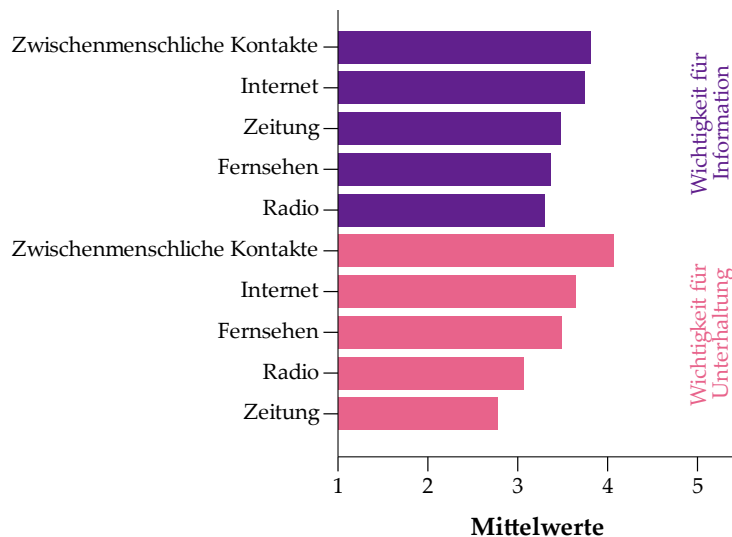
- Im Zeitvergleich 2011 bis 2025 zeigt sich, dass das Vertrauen in Internetinhalte insgesamt abgenommen hat und seit 2017 eher konstant ist.
- Die Rangfolge der Informationsquellen nach Glaubwürdigkeit ist seit 2011 konstant geblieben: Die professionellen Informationsangebote werden durchgehend vertrauenswürdiger eingeschätzt als nutzergenerierte Inhalte.

2 Wichtigkeit von Informations- und Unterhaltungsquellen

Vertrauen in Inhalte spielt vor allem bei der Informationsbeschaffung eine zentrale Rolle. Als Informationsquellen bieten sich neben dem Internet auch andere Medien an. Welche Bedeutung wird ihnen als Informationsquelle zugeschrieben? Und welche Bedeutung haben das Internet und andere Medien als Unterhaltungsquellen? In diesem Kapitel wird die Bedeutung verschiedener Informations- und Unterhaltungsquellen für die Schweizer Online-Bevölkerung verglichen, wobei die Wichtigkeit jeweils auf einer Skala von 1 (gar nicht wichtig) bis 5 (sehr wichtig) abgefragt wurde.

Informations- und Unterhaltungsquellen online und offline

Abbildung 6: Wichtigkeit von Informations- und Unterhaltungsquellen



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

- Die Schweizer Online-Bevölkerung beurteilt zwischenmenschliche, nicht medial vermittelte Kontakte, wie beispielsweise Familie oder Freund*innen, als bedeutendste Informationsquelle ($m=3.8$).
- Das Internet steht an zweiter Stelle ($m=3.7$), ist aber ungefähr gleichbedeutend. Dahinter folgen Zeitungen ($m=3.5$), das Fernsehen ($m=3.4$) sowie das Radio ($m=3.3$).

Offline-Beziehungen und Internet bedeutendste Informationsquellen

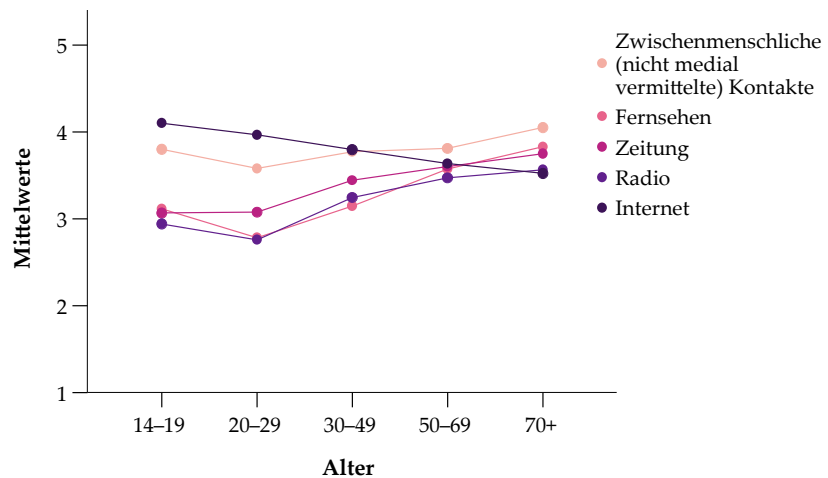
Die Befragten wurden gebeten, auf derselben Skala die Bedeutung verschiedener Unterhaltungsquellen einzuschätzen.

- Auch für Unterhaltung sind zwischenmenschliche, nicht medial vermittelte Kontakte am wichtigsten ($m=4.1$).
- Das Internet liegt auch hier an zweiter Stelle ($m=3.7$). Das Fernsehen ($m=3.5$), das Radio ($m=3.1$) und Zeitungen ($m=2.8$) sind für Unterhaltung ebenfalls etwas weniger bedeutsam.

Zwischenmenschliche Kontakte wichtigste Unterhaltungsquelle, gefolgt von Internet und TV

Die Einschätzung der Informationsquellen variiert nach Alter.

Abbildung 7: Wichtigkeit von Informationsquellen nach Alter



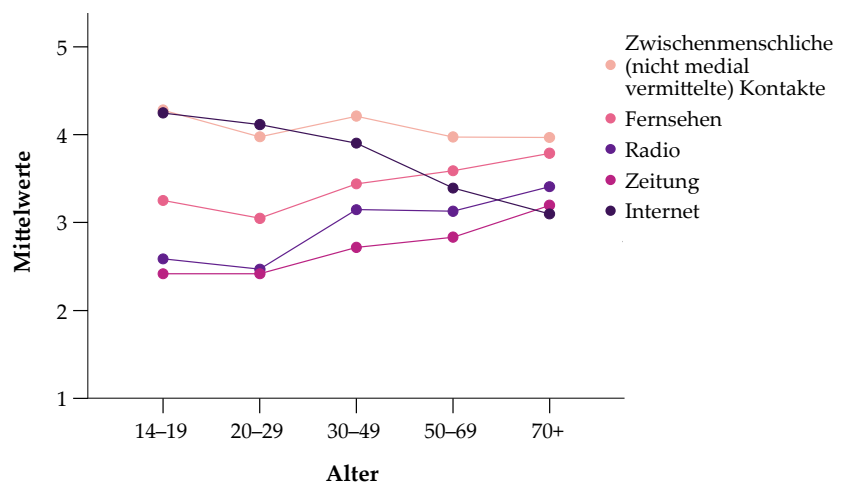
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

Internet wichtigste Informationsquelle bei unter 30-Jährigen

– Für die beiden jüngsten Altersgruppen ist das Internet die wichtigste Informationsquelle und liegt vor zwischenmenschlichen Kontakten. Bei den 30- bis 49-Jährigen sind sie gleichbedeutend. In den übrigen Altersgruppen ist dies umgekehrt. Personen ab 70 Jahren stufen das Fernsehen, das Radio und Zeitungen als wichtiger ein als das Internet. Traditionelle Informationsmedien wie Zeitung, Fernsehen und Radio werden demnach von älteren Bevölkerungsgruppen zu Informationszwecken als bedeutsamer wahrgenommen als von jüngeren.

Die Einschätzung der Unterhaltungsquellen folgt einem ähnlichen Muster, aber mit grösseren Unterschieden.

Abbildung 8: Wichtigkeit von Unterhaltungsquellen nach Alter



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

Internet erstmals wichtigste Unterhaltungsquelle bei 20-29-Jährigen

– Die Bedeutung des Internet für Unterhaltung variiert zwischen den Altersgruppen besonders stark: Während Jüngere das Internet als sehr bedeutsam für Unterhaltung wahrnehmen, schätzen es Ältere als wesentlich weniger wichtig ein (14-19: $m=4.2$ vs. 70+: $m=3.1$).

–Bei den 20- bis 29-Jährigen wird das Internet erstmals als wichtigere Quelle für Unterhaltung eingeschätzt ($m=4.1$) als zwischenmenschliche Kontakte ($m=4.0$), während in allen anderen Altersgruppen Offline-Kontakte weiterhin an erster Stelle stehen.

Im Zeitvergleich seit 2011 zeigt sich, dass das Internet sowohl als Unterhaltungs- als auch als Informationsquelle an Bedeutung gewonnen hat, während traditionellere Medien wie die Zeitung, das Radio und das Fernsehen über die Zeit als unwichtiger eingeschätzt wurden. Die Unterschiede zwischen den Jahren sind jedoch insgesamt sehr gering.

Abbildung 9: Wichtigkeit von Informationsquellen im Zeitvergleich 2011–2025



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

–Während das Internet bereits 2013 die wichtigste mediale Informationsquelle war ($m=3.9$), handelt es sich dabei seit 2017 auch um die bedeutendste mediale Unterhaltungsquelle ($m=3.3$), die auch bis 2025 weiter an Bedeutung gewonnen hat ($m=3.7$).

Internet seit 2017 wichtiger als traditionelle Medien

Abbildung 10: Wichtigkeit von Unterhaltungsquellen im Zeitvergleich 2011–2025

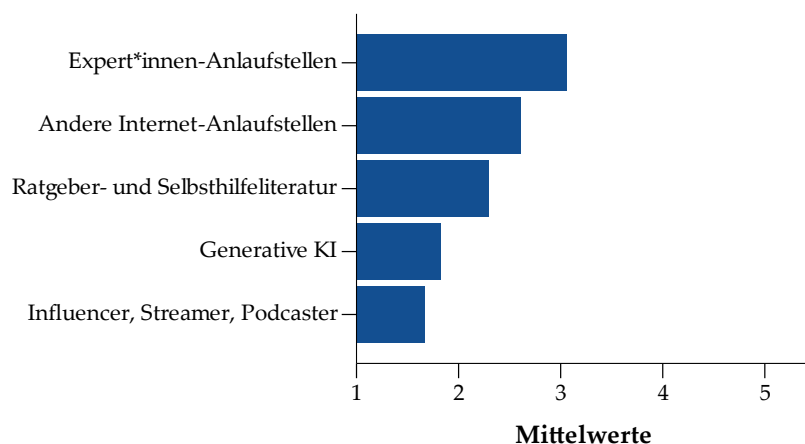


Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

3 Wichtigkeit von Anlaufstellen für Alltagsentscheidungen

Neben Information und Unterhaltung werden zunehmend auch andere Bereiche des Alltags durch eine Vielzahl neuer und traditioneller Quellen geprägt. Im Jahr 2025 wurde die Schweizer Online-Bevölkerung erstmals dazu befragt, wie wichtig unterschiedliche Anlaufstellen für verschiedenste Alltagsentscheidungen für sie sind. Die Bedeutung dieser Anlaufstellen wurde auf einer Skala von 1 (gar nicht wichtig) bis 5 (sehr wichtig) bewertet.

Abbildung 11: Wichtigkeit von Anlaufstellen für Alltagsentscheidungen



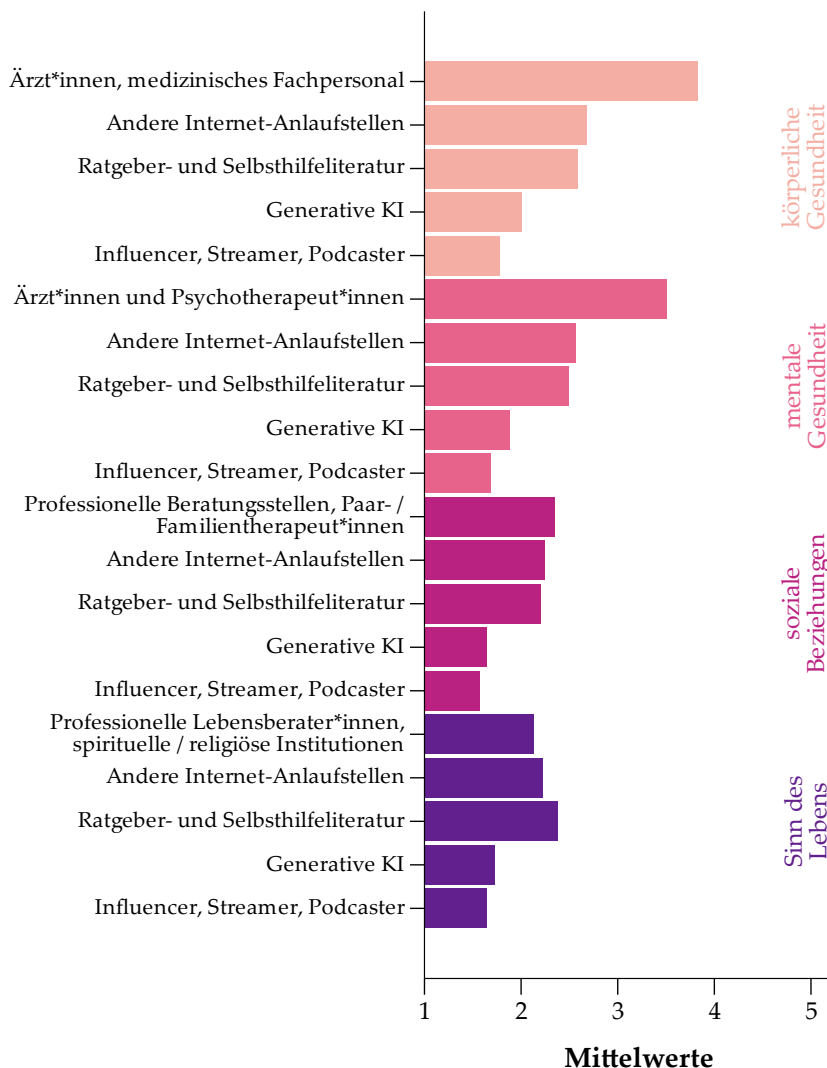
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

Traditionelle Anlaufstellen wichtiger als neue; KI und Influencer am wenigsten wichtig für Alltagsentscheidungen

- Insgesamt schreibt die Schweizer Online-Bevölkerung den abgefragten Anlaufstellen eine geringe Bedeutung für Alltagsentscheidungen zu.
- Über alle Alltagsentscheidungen hinweg ist das enge soziale Umfeld die wichtigste Anlaufstelle ($m=3.6$). Dahinter liegen in absteigender Wichtigkeit Expert*innen-Anlaufstellen ($m=3.1$), andere Internetquellen wie Suchmaschinen, Apps und Websites ($m=2.6$) sowie Ratgeber- und Selbsthilfeliteratur ($m=2.3$).
- Generative KI wie ChatGPT und Google Gemini ($m=1.8$) sowie Influencer, Streamer und Podcaster ($m=1.7$) spielen bei Alltagsentscheidungen im Durchschnitt die geringste Rolle.

Bei der Betrachtung der Wichtigkeit der Anlaufstellen für spezifische Alltagsentscheidungen zeigt sich insgesamt ein ähnliches Muster.

Abbildung 12: Wichtigkeit von Anlaufstellen für Entscheidungen betreffend Gesundheit, sozialen Beziehungen und Sinn des Lebens



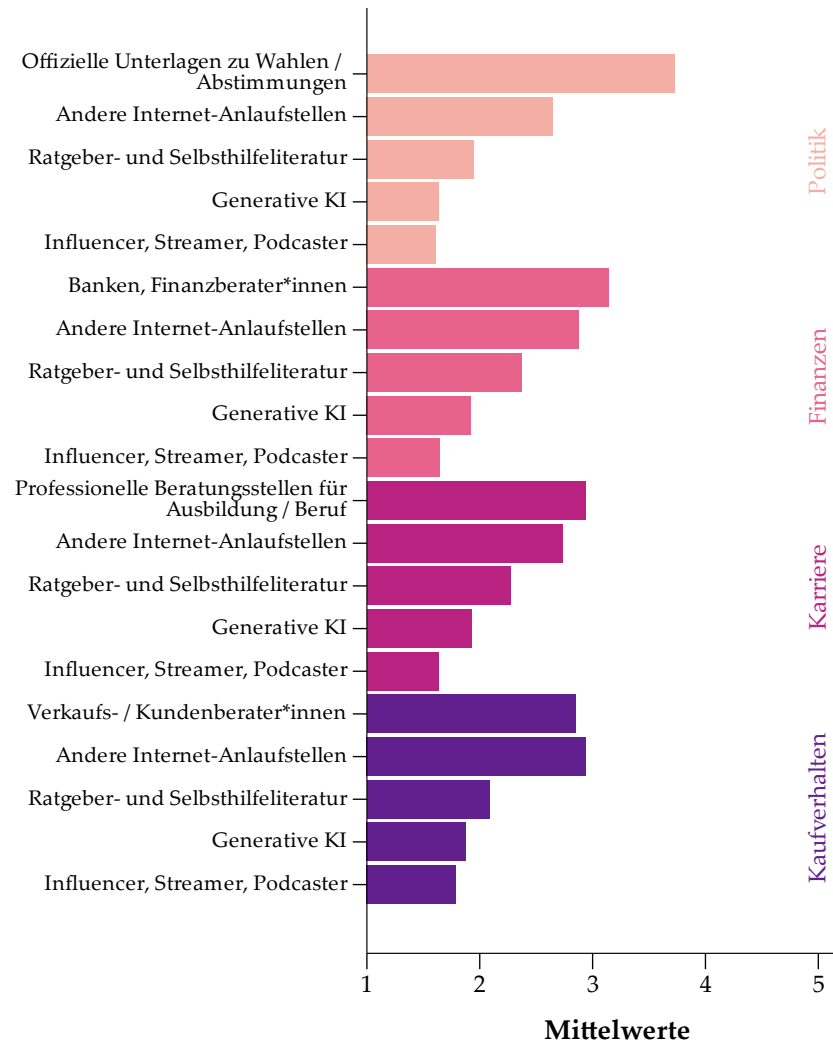
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

- Für Entscheidungen hinsichtlich der körperlichen und mentalen Gesundheit sind Fachpersonen, also Expert*innen, mit Abstand die wichtigsten Anlaufstellen für Schweizer Internetnutzer*innen ($m=3.8$ bzw. $m=3.5$). Dahinter folgen Internet-Anlaufstellen ($m=2.7$ bzw. $m=2.6$) und Ratgeber- und Selbsthilfeliteratur ($m=2.6$ bzw. $m=2.5$).
- Bei Entscheidungen über soziale Beziehungen und den Sinn des Lebens werden Expert*innen ($m=2.4$ bzw. $m=2.1$), Internet-Anlaufstellen ($m=2.3$ bzw. $m=2.2$) und Ratgeber- und Selbsthilfeliteratur ($m=2.2$ bzw. $m=2.4$) als etwa gleich wichtig bewertet.
- Für alle vier Alltagsbereiche sind generative KI ($m=1.7$ – 2.0) sowie Influencer, Streamer und Podcaster ($m=1.6$ – 1.8) am wenigsten wichtig.

Expert*innen und Internet für körperliche und mentale Gesundheit und für soziale Beziehungen wichtigste Anlaufstellen

- 13% der Internetnutzer*innen stufen generative KI als wichtig ein für Entscheidungen hinsichtlich ihrer körperlichen Gesundheit. Andere Internetquellen halten 24% für wichtig dafür.

Abbildung 13: Wichtigkeit von Anlaufstellen für Entscheidungen betreffend Politik, Finanzen, Karriere und Kaufverhalten



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

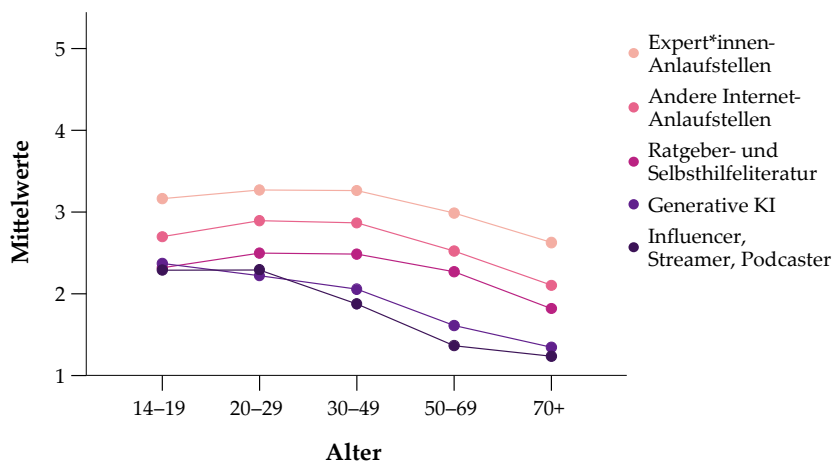
Expert*innen und Internet auch wichtigste Anlaufstellen für Entscheidungen in Politik, Finanzen, Karriere und Kaufverhalten

- Auch bei Alltagsentscheidungen in den Bereichen Politik, Finanzen, Karriere und Kaufverhalten schreibt die Schweizer Online-Bevölkerung Informationen von Expert*innen (m=2.9–3.7) und Internet-Anlaufstellen die höchste Wichtigkeit zu (m=2.7–2.9). Danach folgen Ratgeber- und Selbsthilfeliteratur (m=1.9–2.4), generative KI (m=1.6–1.9) sowie Influencer, Streamer und Podcaster (m=1.6–1.8).
- Der Unterschied in der Wichtigkeit generativer KI gegenüber jener klassischer Internetquellen zeigt sich beispielsweise bei politischen Entscheidungen und Kaufentscheidungen. Für politische Entscheidungen ist KI für 7% der Internetnutzer*innen wichtig (m=1.6), andere Internet-

Anlaufstellen hingegen für 27% ($m=2.7$). Bei Kaufentscheidungen ist KI für 11% wichtig ($m=1.9$), klassische Internetquellen für 35% ($m=2.9$).

Hinsichtlich der wahrgenommenen Wichtigkeit der verschiedenen Anlaufstellen für Alltagsentscheidungen zeigen sich Altersunterschiede.

Abbildung 14: Wichtigkeit von Anlaufstellen für Alltagsentscheidungen nach Alter



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

- Insgesamt wird mit steigendem Alter die Wichtigkeit aller Anlaufstellen für Alltagsentscheidungen geringer eingeschätzt.
- Am stärksten unterscheiden sich die Altersgruppen in der Bewertung von generativer KI sowie von Influencern, Streamern und Podcastern. Während diese Anlaufstellen für Alltagsentscheidungen bei den über 70-Jährigen praktisch keine Rolle spielen ($m=1.3$ bzw. $m=1.2$), wird ihre Wichtigkeit von den Jüngsten im Durchschnitt einen Skalenpunkt höher eingestuft ($m=2.4$ bzw. $m=2.3$).
- Besonders deutlich zeigt sich der Unterschied bei Finanzentscheidungen. 3 von 10 (29%) 14- bis 19-Jährigen vertrauen hier auf generative KI, bei den Ältesten sind es 4%. Auch bei Kaufentscheidungen orientieren sich Jüngere häufiger an neuen Anlaufstellen. Jede*r fünfte 20- bis 29-Jährige (19%) hält generative KI für wichtig, ebenso viele 14- bis 19-Jährige (22%) verlassen sich auf Influencer. Letztere sind auch bei politischen Entscheidungen wichtig für Jüngere: Für 2 von 10 (19%) 20- bis 29-Jährigen sind sie eine wichtige Anlaufstelle.
- Deutliche Altersunterschiede zeigen sich auch bei Fragen zur Gesundheit. Für 28% der 14- bis 19-Jährigen ist generative KI wichtig für Entscheidungen hinsichtlich der körperlichen Gesundheit (vs. 70+: 6%). Unter 30-Jährige halten generative KI auch für Entscheidungen hinsichtlich der mentalen Gesundheit für deutlich wichtiger (19–20% vs. 50+: 4–5%).

Neue Anlaufstellen für Jüngere wichtiger

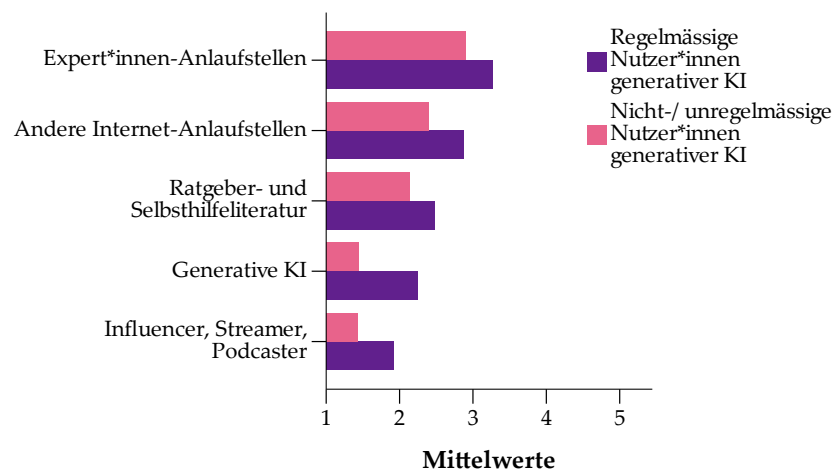
3 von 10 der 14–19-Jährigen finden KI wichtig für Finanzentscheidungen

Jeder* Fünfte unter 30 vertraut bei mentaler Gesundheit auf generative KI

–Dennoch bleiben etablierte Anlaufstellen wie Expert*innen (z.B. Fachpersonal) und klassische Internetquellen über alle Entscheidungen hinweg auch bei Jüngeren die wichtigsten Bezugspunkte.

Die Wichtigkeit verschiedener Anlaufstellen unterscheidet sich auch zwischen regelmässigen KI-Nutzer*innen und Personen, die solche Dienste nicht (regelmässig) nutzen.

Abbildung 15: Wichtigkeit von Anlaufstellen für Alltagsentscheidungen nach Nutzung generativer KI



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

- Insgesamt empfinden regelmässige KI-Nutzer*innen alle Anlaufstellen wichtiger als Personen, die solche Dienste nicht (regelmässig) nutzen.
- Am deutlichsten unterscheiden sie sich in der wahrgenommenen Wichtigkeit von generativer KI und Influencern, Streamern und Podcastern. Regelmässige KI-Nutzer*innen schreiben diesen neuen Anlaufstellen mehr Bedeutung zu, auch wenn die Wichtigkeit grundsätzlich gering ist (KI: $m=2.3$ bzw. $m=1.4$, Influencer: $m=1.9$ bzw. $m=1.4$).
- Dennoch ist generative KI für ein Fünftel der regelmässigen KI-Nutzer*innen eine wichtige Ratgeberin für Entscheidungen zu Finanzen, Karriere und körperlicher Gesundheit (21–22% vs. 3–5% bei Nichtnutzung).

KI für 2 von 10 regelmässigen Nutzer*innen wichtig für Entscheidungen zu Finanzen, Karriere und körperlicher Gesundheit

Die empirischen Untersuchungen zeigen, dass das Internet für die Schweizer Online-Bevölkerung sowohl für Informations- und Unterhaltungszwecke als auch für verschiedene Alltagsentscheidungen eine zentrale Ressource darstellt. Gleichzeitig kann die Internetnutzung von Sorgen und negativen Erfahrungen begleitet sein.

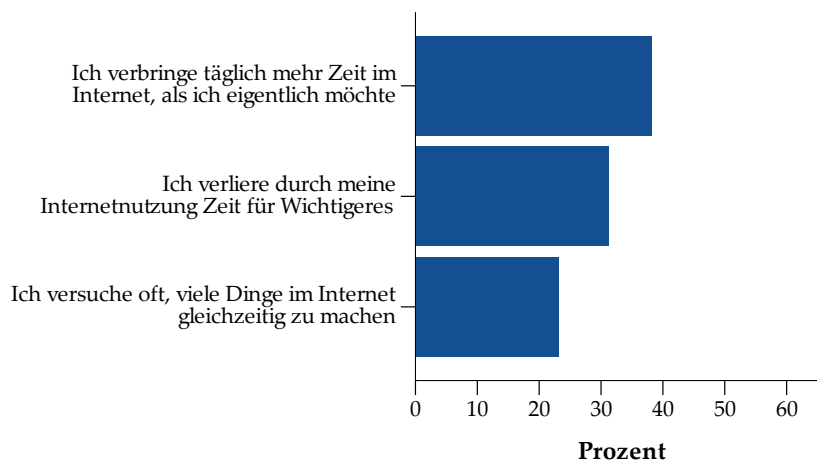
4 Sorgen und negative Erfahrungen bei der Internetnutzung

Die Verbreitung des Internet eröffnet etliche Potenziale für positive soziale, kulturelle, politische und ökonomische Veränderungen. Mit der Internetnutzung gehen jedoch gleichermassen Risiken einher. Dieses Kapitel analysiert Sorgen und negative Erfahrungen der Schweizer Online-Bevölkerung in Bezug auf ihre Internetnutzung.

4.1 Digitaler Überkonsum

Seit 2017 werden Internetnutzer*innen in der Schweiz auch zu Schwierigkeiten im Umgang mit dem Internet im Alltag befragt, die ihr digitales Wohlbefinden beeinträchtigen könnten. Als Teil des digitalen Wohlbefindens wurde insbesondere der *digitale Überkonsum* der Schweizer Internetnutzer*innen erhoben. Es wurde gefragt, wie stark sie glauben, durch ihre Internetnutzung Zeit für Wichtigeres zu verlieren, täglich mehr Zeit im Internet zu verbringen, als sie eigentlich möchten und inwiefern sie versuchen, viele Dinge im Internet gleichzeitig zu machen. Im Folgenden werden die Zustimmungssanteile der Schweizer Internetnutzer*innen zu diesen Aussagen skizziert.

Abbildung 16: Digitaler Überkonsum

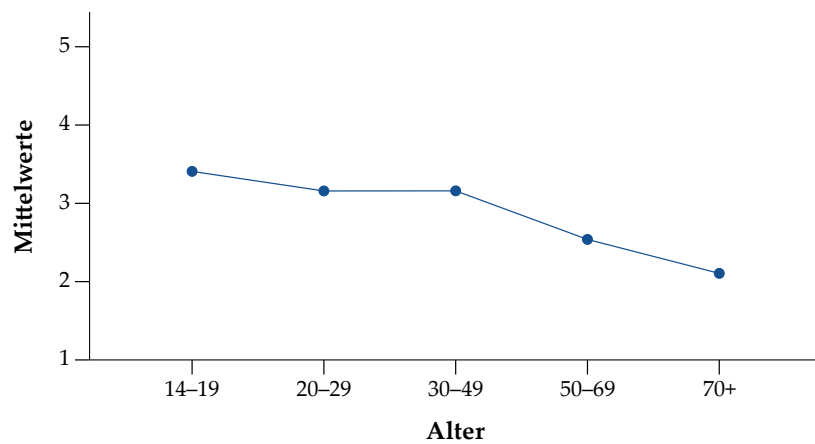


Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

- Knapp 4 von 10 Schweizer Internetnutzer*innen (38%) berichten, mehr Zeit online zu verbringen, als sie eigentlich möchten.
- Ein Drittel der Internetnutzer*innen (31%) glaubt, durch ihre Internetnutzung Zeit für wichtigere Dinge zu verlieren.
- Jede*r vierte Internetnutzer*in (23%) gibt an, oft zu versuchen, im Internet viele Dinge gleichzeitig zu machen.

**4 von 10 verbringen mehr
Zeit im Internet als gewollt**

Abbildung 17: Digitaler Überkonsum nach Alter



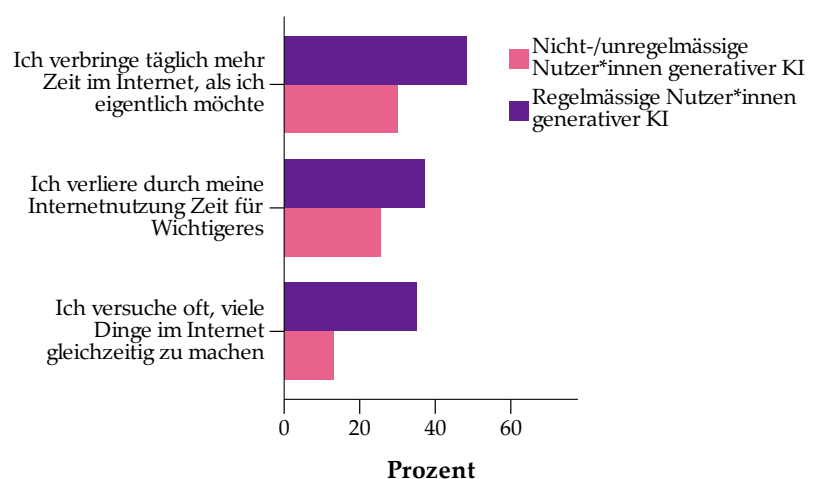
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

Jüngere empfinden stärkeren digitalen Überkonsum

- Den Internetnutzer*innen wurden verschiedene Fragen zum digitalen Überkonsum gestellt (siehe Abbildung 16). Diese wurden zu einem Mittelwertindex zusammengerechnet.
- Insgesamt weisen Jüngere einen stärkeren gefühlten digitalen Überkonsum auf als Ältere. Am geringsten ist er bei den über 70-Jährigen ($m=2.1$), am höchsten bei den 14- bis 19-Jährigen ($m=3.4$). Sie glauben folglich öfter, zu viel Zeit online zu verbringen, aufgrund ihrer Internetnutzung Zeit für Wichtigeres zu verlieren und online oft zu viele Dinge gleichzeitig zu machen.

Der empfundene digitale Überkonsum unterscheidet sich auch nach der Nutzung generativer Künstlicher Intelligenz.

Abbildung 18: Digitaler Überkonsum nach Nutzung generativer KI

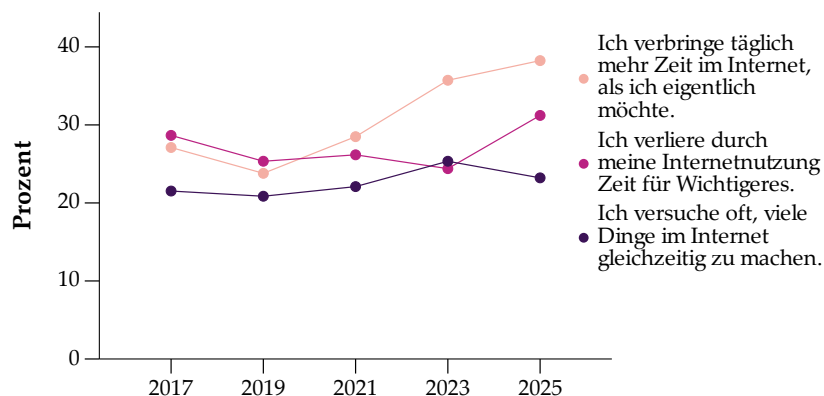


Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

– Personen, die generative KI mindestens einmal pro Monat und damit regelmässig nutzen, berichten deutlich häufiger von digitalem Überkonsum als jene, die solche Anwendungen nicht (regelmässig) verwenden. Knapp die Hälfte der regelmässigen Nutzer*innen (48%) gibt an, mehr Zeit als gewünscht im Internet zu verbringen. Rund ein Drittel verliert dadurch Zeit für Wichtigeres (37%) oder versucht oft, viele Dinge gleichzeitig zu machen (35%). Bei Personen, die generative KI nicht (regelmässig) nutzen, liegen die entsprechenden Anteile deutlich tiefer (30% bzw. 26% bzw. 13%).

Regelmässige KI-Nutzer*innen empfinden stärkeren digitalen Überkonsum

Abbildung 19: Digitaler Überkonsum im Zeitvergleich 2017–2025

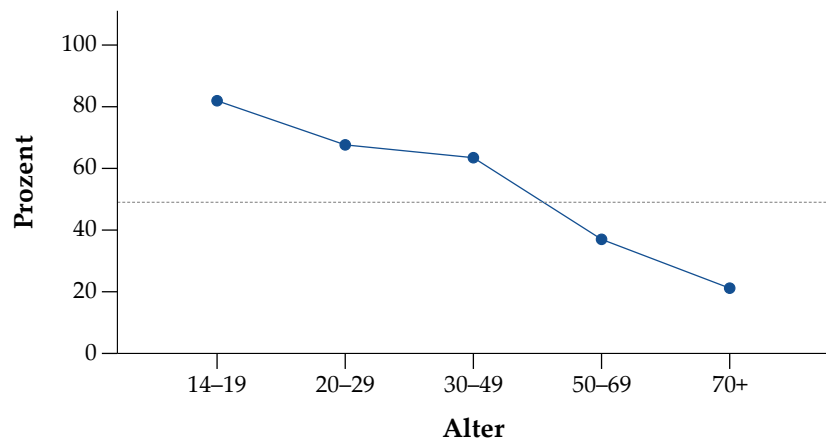


Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

- Schweizer Internetnutzer*innen verbringen zunehmend mehr Zeit im Internet als gewünscht (2017: 27%, 2019: 24%, 2021: 29%, 2023: 36%, 2025: 38%).
- Die übrigen Dimensionen des digitalen Überkonsums zeigen kleinere Unterschiede. Die Zustimmung zur Aussage, durch die Internetnutzung Zeit für Wichtigeres zu verlieren, ist nach 2017 zunächst leicht gesunken, ab 2023 aber wieder leicht angestiegen (2017: 29%, 2019: 25%, 2021: 26%, 2023: 24%, 2025: 31%). Der Anteil Nutzer*innen, die oft versuchen, online viele Dinge gleichzeitig zu machen, ist über die Jahre stabil geblieben (2017: 22%, 2019: 21%, 2021: 22%, 2023: 25%, 2025: 23%).

Im Zusammenhang mit dem digitalen Überkonsum wurden die Internetnutzer*innen auch gefragt, ob sie ihre tägliche Internetnutzungsdauer gerne reduzieren würden.

Abbildung 20: Wunsch nach Reduzierung der Internetnutzungsdauer nach Alter



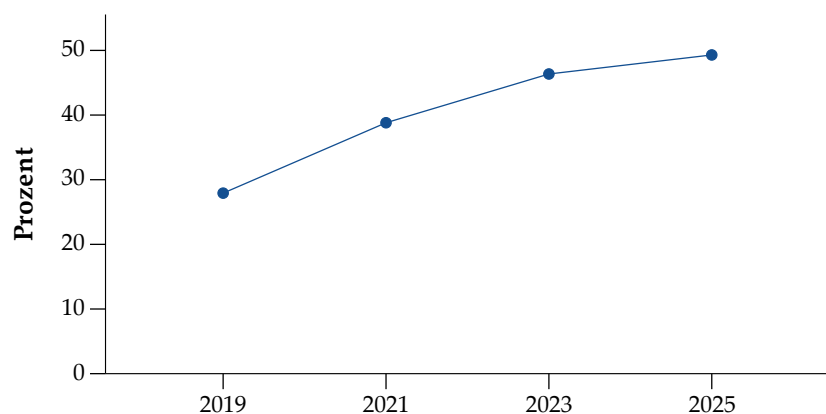
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.
Referenzlinie: Durchschnitt für Internetnutzer*innen (49%).

Die Hälfte möchte Internetnutzungsdauer reduzieren

Wunsch nach Reduzierung sinkt mit steigendem Alter; grösser bei regelmässigen KI-Nutzer*innen

- Die Hälfte (49%) der Schweizer Internetnutzer*innen möchte ihre Internetnutzungsdauer reduzieren.
- Der Wunsch nach Reduzierung ist bei der jüngsten Altersgruppe am stärksten ausgeprägt und sinkt signifikant mit steigendem Alter. Während 8 von 10 der 14- bis 19-Jährigen (82%) ihre Internetnutzungsdauer reduzieren möchten, sind es bei den über 70-Jährigen 2 von 10 (21%).
- Der Wunsch nach Reduzierung unterscheidet sich auch deutlich zwischen regelmässigen KI-Nutzer*innen und jenen, die KI nicht (regelmässig) nutzen (58% vs. 42%).

Abbildung 21: Wunsch nach Reduzierung der Internetnutzungsdauer im Zeitvergleich 2019–2025



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

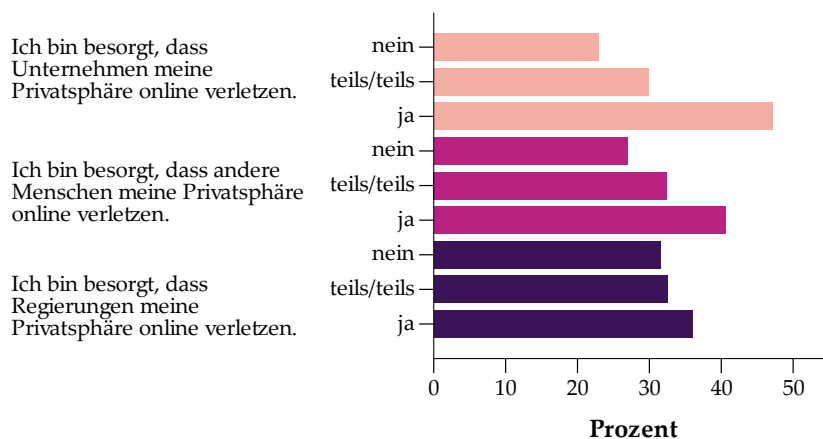
Wachsender Wunsch nach Reduzierung der Internetnutzungsdauer seit 2019

- Seit 2019 ist der Wunsch der Schweizer Online-Bevölkerung nach einer Reduzierung ihrer Internetnutzungsdauer deutlich gestiegen (2019: 28%, 2021: 39%, 2023: 46%, 2025: 49%).

4.2 Sorgen bezüglich Privatsphäre-Verletzungen

Die Internetnutzer*innen wurden ebenfalls zu ihren Sorgen bezüglich Privatsphäre-Verletzungen im Internet befragt. Sie wurden gebeten, Aussagen zur Privatsphäre online auf einer Skala von 1 (stimme gar nicht zu) bis 5 (stimme stark zu) zu bewerten. In dieser Auswertung sind jeweils die Ausprägungen 1 und 2 zu «nein», die Ausprägung 3 zu «teils/teils» und die Ausprägungen 4 und 5 zu «ja» zusammengefasst.

Abbildung 22: Sorgen bezüglich Privatsphäre-Verletzungen im Internet



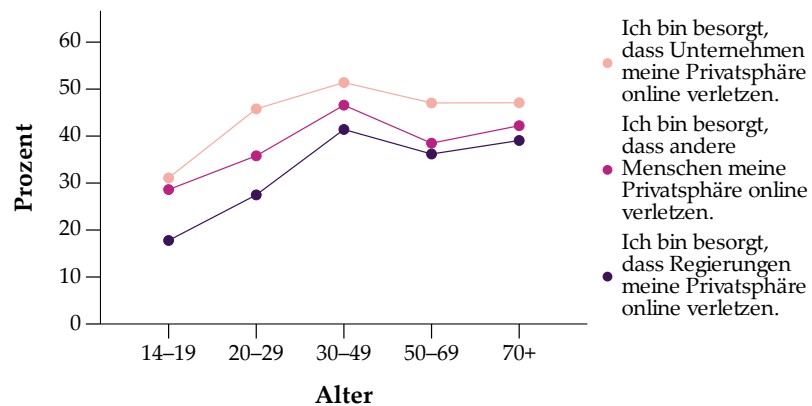
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

- Die Sorge über Privatsphäre-Verletzungen im Internet ist in der Schweiz beträchtlich. So sind mehr Internetnutzer*innen besorgt als unbesorgt über mögliche Verletzungen ihrer Online-Privatsphäre durch Unternehmen, andere Menschen oder Regierungen.
- Knapp die Hälfte der Internetnutzer*innen (47%) sind eher oder stark besorgt darüber, dass Unternehmen ihre Privatsphäre online verletzen.
- 4 von 10 Nutzer*innen (41%) äussern zudem Besorgnis über die Verletzung ihrer Privatsphäre im Internet durch andere Personen.
- Am wenigsten befürchten die Nutzer*innen Verletzungen ihrer Privatsphäre durch die Regierung. Dennoch besteht auch diese Sorge bei über einem Drittel der Schweizer Internetnutzer*innen (36%).

47% besorgt, dass Unternehmen ihre Privatsphäre online verletzen

Bei der Besorgnis bezüglich Privatsphäre-Verletzungen online zeigen sich Altersunterschiede.

Abbildung 23: Sorgen bezüglich Privatsphäre-Verletzungen im Internet nach Alter

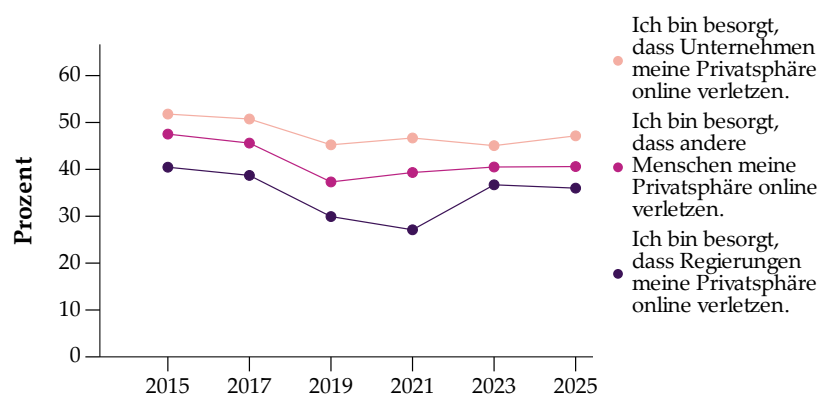


Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

Besorgnis um Privatsphäre-Verletzungen bei 30- bis 49-Jährigen am höchsten

- Die Besorgnis über Privatsphäre-Verletzungen ist bei den 30- bis 49-Jährigen in allen Bereichen am höchsten. Am grössten ist ihre Besorgnis über solche Verletzungen durch Unternehmen (51%), gefolgt von Verletzungen durch andere Menschen (47%) und Regierungen (41%).
- Bei den 14- bis 19-Jährigen ist die Besorgnis über Verletzungen der Privatsphäre in allen Bereichen am geringsten. In dieser Gruppe überwiegt der Anteil derjenigen, die nicht besorgt sind über Privatsphäre-Verletzungen durch Regierungen (50% vs. 18% besorgt), Unternehmen (38% vs. 31% besorgt) und andere Menschen (34% vs. 29% besorgt).
- Die Besorgnis über Privatsphäre-Verletzungen ist bei Nutzer*innen mit schlechten Internetfähigkeiten am höchsten (48–61%).

Abbildung 24: Sorgen bezüglich Privatsphäre-Verletzungen im Internet im Zeitvergleich 2015–2025



Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

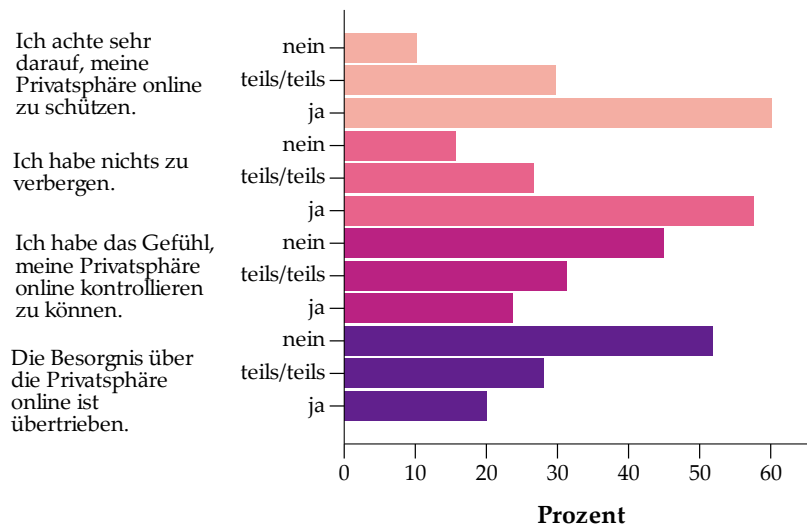
- Die Sorgen der Schweizer Online-Bevölkerung über Privatsphäre-Verletzungen werden seit 2015 erhoben und sind seither leicht gesunken.
- Die Besorgnis über Privatsphäre-Verletzungen durch Unternehmen ist seit 2015 (52%) gesunken und liegt seit 2019 bei 45–47%.

- Auch die Besorgnis über Privatsphäre-Verletzungen durch andere Menschen ist zunächst gesunken (2015: 48%) und seit 2019 (37%) wieder um 4 Prozentpunkte gestiegen.
- Die Besorgnis über Privatsphäre-Verletzungen durch Regierungen ist seit 2015 (41%) ebenfalls gesunken, seit 2021 (27%) aber wieder leicht gestiegen (+9 Prozentpunkte).

**Trendbruch bei Besorgnis
um Privatsphäre-Verletzung
durch Regierungen seit 2021**

Neben den Sorgen hinsichtlich möglicher Verletzungen der Privatsphäre durch Dritte interessieren auch die Einstellungen der Internetnutzer*innen in Bezug auf den Schutz oder die Kontrolle der eigenen Privatsphäre. Die folgenden Aussagen wurden jeweils auf einer Skala von 1 (stimme gar nicht zu) bis 5 (stimme stark zu) bewertet, wobei hier wiederum die Ausprägungen 1 und 2 zu «nein», 3 zu «teils/teils» und 4 und 5 zu «ja» zusammengefasst wurden.

Abbildung 25: Einstellungen gegenüber Privatsphäre im Internet



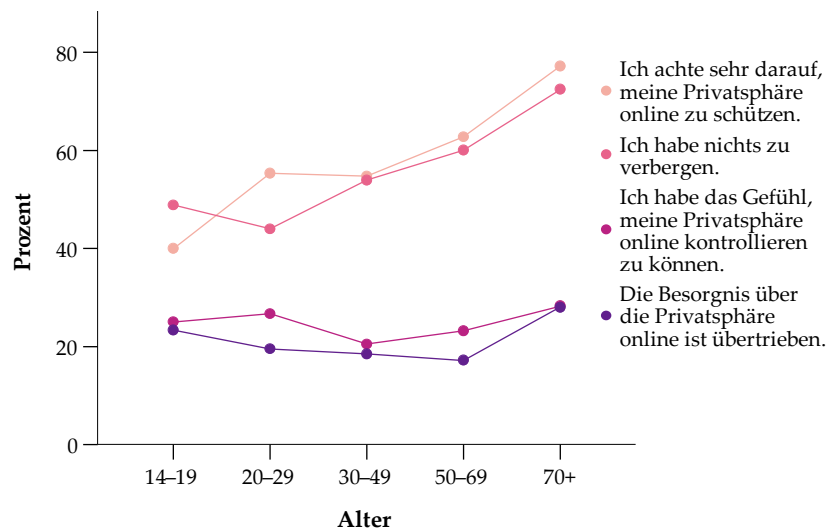
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

- 6 von 10 Schweizer Internetnutzer*innen (60%) geben an, sehr darauf zu achten, ihre Privatsphäre im Internet zu schützen, während 10% dieser Aussage nicht zustimmen. Dies verdeutlicht die grosse Bedeutung, die der Privatsphäre in der digitalen Zeit beigemessen wird. Dennoch stimmen gleich viele zu, nichts zu verbergen zu haben (58%).
- Obwohl die Mehrheit angibt, sehr auf den Schutz ihrer Privatsphäre online zu achten, haben lediglich 24% das Gefühl, ihre Privatsphäre kontrollieren zu können.
- Ein Fünftel (20%) gibt an, die Besorgnis über die Privatsphäre online übertrieben zu finden. Während knapp 3 von 10 (28%) unentschlossen sind, hält der grösste Anteil (52%) diese Besorgnis nicht für übertrieben.

**Mehrheit achtet sehr auf
den Schutz der Privatsphäre
im Internet und hat gleich-
zeitig nichts zu verbergen**

Die Einstellungen gegenüber der Privatsphäre bei der Internetnutzung variieren mit dem Alter der Befragten.

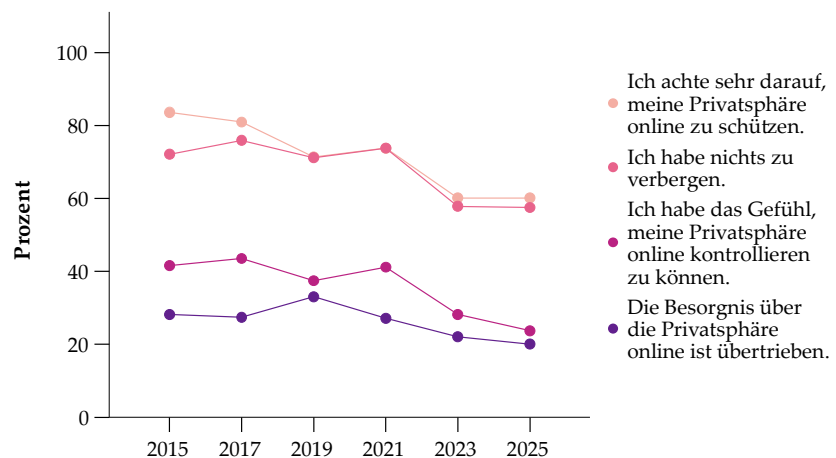
Abbildung 26: Einstellungen gegenüber Privatsphäre im Internet nach Alter



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

- Ältere Internetnutzer*innen geben deutlich häufiger an, sehr auf den Schutz ihrer Privatsphäre online zu achten. Bei den über 70-Jährigen sind es 77%, bei den 14- bis 19-Jährigen etwa halb so viele (40%).
- Das Gefühl, nichts zu verbergen zu haben, nimmt mit dem Alter zu. Während es in den beiden jüngsten Gruppen jeweils knapp die Hälfte betrifft (44–49%), sind es bei den über 70-Jährigen fast drei Viertel (72%).
- Hinsichtlich des Gefühls, die eigene Privatsphäre online kontrollieren zu können, zeigen sich geringe altersbedingte Unterschiede (21–28%).
- Auch die Zustimmung zur Aussage, dass die Besorgnis über die Privatsphäre online übertrieben sei, ist in allen Gruppen ähnlich (17–28%).

Abbildung 27: Einstellungen gegenüber Privatsphäre im Internet im Zeitvergleich 2015–2025



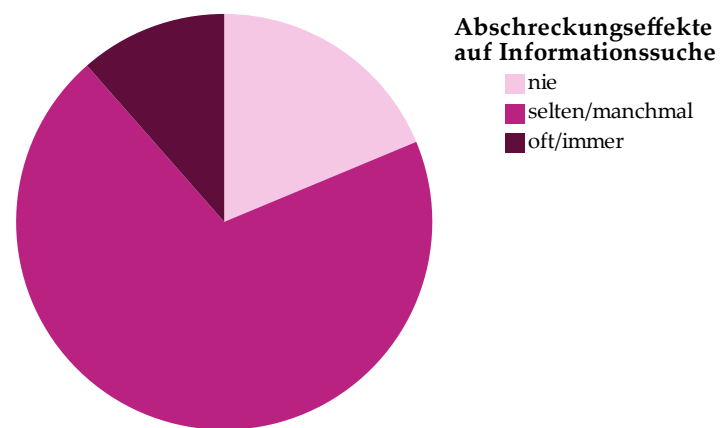
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

- Im Jahresvergleich zeigt sich, dass der Anteil der Nutzer*innen, die angeben, sehr auf den Schutz ihrer Privatsphäre im Internet zu achten, seit 2015 um 24 Prozentpunkte gesunken ist und seit 2023 unverändert ist (2015: 84%, 2017: 81%, 2019: 71%, 2021: 74%, 2023: 60%, 2025: 60%).
- Ähnlich sieht es auch in Bezug auf das Gefühl aus, nichts zu verbergen zu haben. Hier kam es zu einer insgesamten Abnahme in der Zustimmung um 14 Prozentpunkte (2015: 72%, 2025: 58%).
- Die Zustimmungen zu den übrigen Aussagen, die die Privatsphäre im Internet betreffen, haben seit 2015 leicht abgenommen. Jeweils weniger als die Hälfte der Befragten gaben an, das Gefühl zu haben, ihre Privatsphäre im Internet kontrollieren zu können (2015: 42%, 2025: 24%) und die Besorgnis über die Privatsphäre online als übertrieben einzustufen (2015: 28%, 2025: 20%).

5 Abschreckungseffekte auf freie Internetnutzung

Überwachungsmöglichkeiten im Internet sind oft Thema in den Medien und die Besorgnis darüber ist in der Schweizer Bevölkerung verbreitet. Das Gefühl der Überwachung im Internet kann dazu führen, dass Nutzer*innen bestimmten, durchaus legitimen oder gar gesellschaftlich erwünschten Tätigkeiten im Internet nicht (mehr) nachgehen. Diese Abschreckungseffekte (auch *Chilling Effects* genannt) können beispielsweise dann auftreten, wenn sich Internetnutzer*innen in ihrer Informationssuche zu einem sensiblen Thema im Internet einschränken aufgrund der Möglichkeit, überwacht zu werden. Wie oft trifft das auf Schweizer Internetnutzer*innen zu?

Abbildung 28: Abschreckungseffekte auf Informationssuche

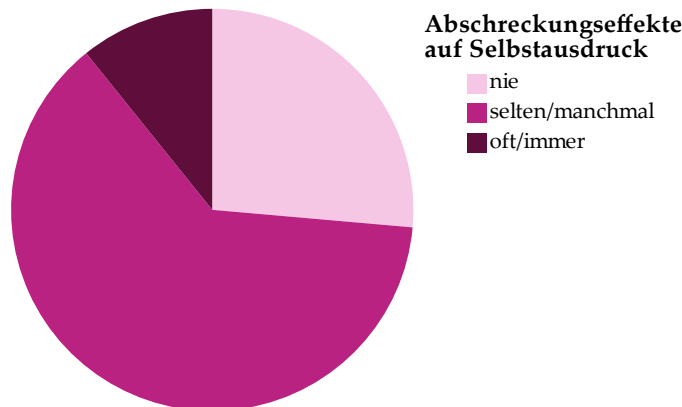


Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

Starke Abschreckungseffekte auf Informationssuche

- 70% der Schweizer Internetnutzer*innen geben an, sich selten oder manchmal bei der Informationssuche zu einem sensiblen Thema im Internet von Überwachungsmöglichkeiten abschrecken zu lassen.
- Weitere 12% geben an, solche Abschreckungseffekte auf die Informationssuche oft oder immer zu empfinden.
- 2 von 10 (19%) fühlen sich von Überwachungsmöglichkeiten im Internet bei der Suche nach Informationen zu einem sensiblen Thema gar nie eingeschränkt.

Solche Abschreckungseffekte können nicht nur dann auftreten, wenn Nutzer*innen im Internet nach Informationen zu einem sensiblen Thema suchen möchten. Es kommt auch vor, dass Internetnutzer*innen sich dabei einschränken, ihre Interessen, Gefühle oder Meinungen im Internet auszudrücken (z.B. Kommentare schreiben). Wie oft trifft das auf Schweizer Internetnutzer*innen zu?

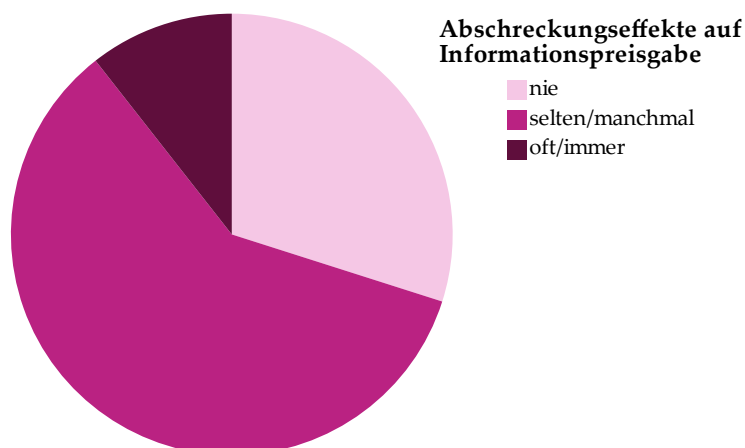
Abbildung 29: Abschreckungseffekte auf Selbstausdruck

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

– Mehr als die Hälfte (63%) der Schweizer Internetnutzer*innen geben an, sich selten oder manchmal aufgrund der Überwachungsmöglichkeiten davon abschrecken zu lassen, ihre Gefühle, Interessen oder Meinungen im Internet zu äussern. Jede*r Zehnte (11%) erlebt diese Abschreckungseffekte oft oder immer und ein Viertel (26%) erlebt diese nie.

Starke Abschreckungseffekte auf Selbstausdruck

Neben Abschreckungseffekten auf die Informationssuche und den Selbstausdruck gibt es auch solche auf die Informationspreisgabe. Damit ist gemeint, dass Nutzer*innen sich dabei einschränken, welche persönlichen Informationen sie über sich im Internet teilen, z.B. indem sie ein Bild hochladen, ihren Standort teilen oder Angaben über sich selbst machen. Wie oft trifft das auf Schweizer Internetnutzer*innen zu?

Abbildung 30: Abschreckungseffekte auf Informationspreisgabe

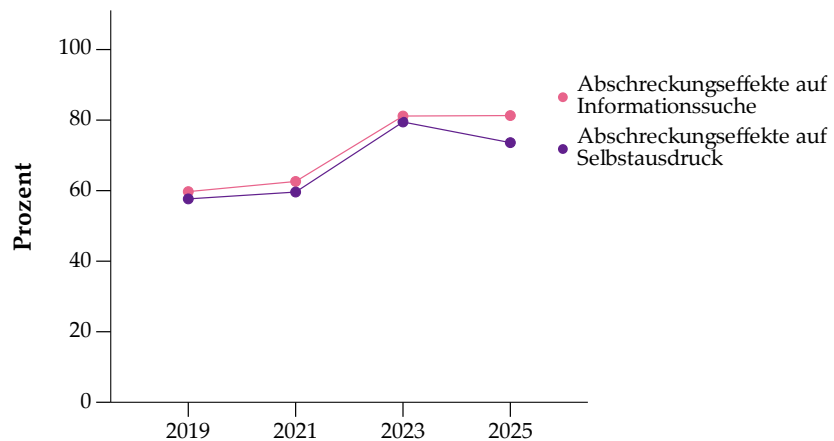
Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH 2025.

– 6 von 10 Schweizer Internetnutzer*innen (60%) geben an, sich selten oder manchmal aufgrund der Überwachungsmöglichkeiten davon abschrecken zu lassen, persönliche Informationen über sich im Internet

Starke Abschreckungseffekte auf Informationspreisgabe

zu teilen. Jede*r Zehnte (11%) erlebt diese Abschreckungseffekte oft oder immer und 3 von 10 (30%) erleben diese nie.

Abbildung 31: Abschreckungseffekte im Zeitvergleich 2019–2025

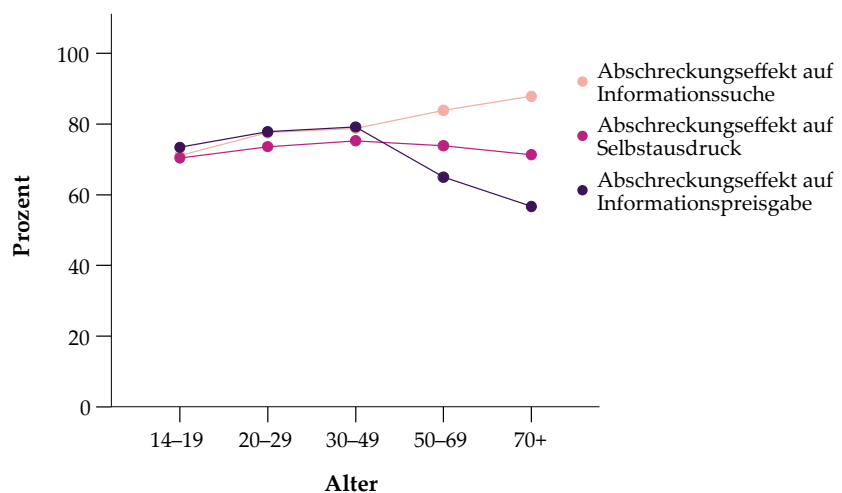


Datenbasis: Schweizer Internetnutzer*innen, WIP-CH.

Abschreckungseffekte nehmen seit 2019 zu

- Im Zeitvergleich zeigt sich, dass die Abschreckungseffekte auf die Informationssuche und den Selbstausdruck seit 2019 angestiegen sind. Im Jahr 2019 haben 60% zumindest manchmal Abschreckungseffekte auf die Informationssuche erlebt. Im Jahr 2021 waren es 63% und in den Jahren 2023 und 2025 jeweils 81%. Im Jahr 2019 haben 58% zumindest manchmal Abschreckungseffekte auf den Selbstausdruck erlebt. Im Jahr 2021 waren es 60%, 2023 80% und 2025 sind es 74%.
- Die Abschreckungseffekte auf die Informationspreisgabe sind im Jahr 2025 etwas tiefer (70%) als im Jahr 2023 (85%).

Abbildung 32: Abschreckungseffekte nach Alter



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

- Hinsichtlich der Abschreckungseffekte zeigen sich Altersunterschiede, wobei in allen Altersgruppen eine Mehrheit solche Effekte erlebt.

- Während sich bei der Informationssuche zu sensiblen Themen ältere Personen stärker abschrecken lassen (70+: 88% vs. 14–19: 71%), sind bei den Abschreckungseffekten auf die Informationspreisgabe die jüngeren Altersgruppen stärker betroffen (20–49: 78–79% vs. 70+: 57%).
- Die Abschreckungseffekte auf den Selbstaussdruck zeigen nur geringe Unterschiede nach Alter (70–75%).
- Bezüglich dieser Abschreckungseffekte lassen sich kaum Unterschiede zwischen den Geschlechtern oder Bildungsgruppen feststellen.

Ältere erleben Abschreckungseffekte eher auf Informationssuche, Jüngere auf Informationspreisgabe

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**