

Onlinemedien-Nutzung in der Schweiz 2015

Ergebnisse einer Repräsentativbefragung im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation BAKOM

Dr. Benjamin Fretwurst

Zürich 2016

Benjamin Fretwurst
IaKom – Institut für angewandte Kommunikationsforschung
Im Sydefädeli 21
CH – 8037 Zürich
fretwurst@iakom.ch
Tel: +41 764435599

Inhalt

1 Management Summary	5
2 Projektbeschreibung	6
3 Erläuterungen zu den Tabellen	7
3.1 Grundaufbau	7
3.2 Kennwerte in den Tabellenzeilen	7
3.3 Definition der Aufrissgruppen	7
4 Zusammenfassung der Nutzungsintensitäten	8
5 Onlinenutzung	12
5.1 Mobile Geräte	13
5.2 Mobil online	15
5.3 Mit Desktopcomputer oder Laptop online	17
6 Nutzung von Schweizer Medienseiten	19
6.1 Zusammenfassung Onlinenutzung D-CH	21
6.2 Zusammenfassung Onlinenutzung F-CH	22
6.3 Zusammenfassung Onlinenutzung I-CH	23
6.4 Top 5 der am häufigsten genutzten Angebote	24
6.5 Nutzung in Tagen pro Woche	29
6.6 Nutzung in Minuten pro Tag	40
7 Nutzung sozialer Netzwerke und von Suchmaschinen	51
7.1 Zusammenfassung der genannten Seiten	51
7.2 Top 5 der am häufigsten genutzten Angebote	52
7.3 Nutzung in Tagen pro Woche	57
7.4 Nutzung in Minuten pro Tag	67
8 Soziodemographie	77
8.1 Quotenmerkmale	77
8.2 Sprachregion	81
8.3 Sprache	82

Tabellenverzeichnis

4.1	Nutzung Anbietergruppen in Minuten pro Woche	8	6.34	Minuten pro Tag auf «blick.ch»	41
4.2	Nutzung .ch in Minuten pro Woche (Soziodemografie)	9	6.35	Minuten pro Tag auf «blickamabend.ch»	42
4.3	Nutzung .ch in Minuten pro Woche (Nutzervergleich)	10	6.36	Minuten pro Tag auf «20min.ch»	43
4.4	Nutzung Suchmaschinen und Social Media in Minuten pro Woche	11	6.37	Minuten pro Tag auf «tagesanzeiger.ch»	44
5.5	Aktive Onlinenutzer	12	6.38	Minuten pro Tag auf «nzz.ch»	45
5.6	Besitz Smartphone	13	6.39	Minuten pro Tag auf «watson.ch»	46
5.7	Besitz Tablet	14	6.40	Minuten pro Tag auf «bluewin.ch»	47
5.8	Tag pro Woche mit Smartphone oder Tablet im Internet	15	6.41	Minuten pro Tag auf «lematin.ch»	48
5.9	Minuten pro Tag mit Smartphone oder Tablet im Internet	16	6.42	Minuten pro Tag auf «24heures.ch»	49
5.10	Tag pro Woche mit Desktop oder Laptop im Internet	17	6.43	Minuten pro Tag auf «tio.ch»	50
5.11	Minuten pro Tag mit Desktop oder Laptop im Internet	18	7.44	Nutzung von globalen Seiten wie sozialen Netzwerken, Suchma- schinen und Messengern	51
6.12	Nutzung der Internetseiten von Schweizer Medien und Online- diensten	19	7.45	Soziale Medien und Suchmaschinen am meisten genutzt	52
6.13	Apps von Schweizer Medien	20	7.46	Soziale Medien und Suchmaschinen am zweithäufigsten genutzt	53
6.14	Zusammenfassung: Nutzung der Internetseiten von Medien in der Deutschschweiz	21	7.47	Soziale Medien und Suchmaschinen am dritthäufigsten genutzt	54
6.15	Zusammenfassung: Nutzung der Internetseiten von Medien in der Welschschweiz	22	7.48	Soziale Medien und Suchmaschinen am vierthäufigsten genutzt	55
6.16	Zusammenfassung: Nutzung der Internetseiten von Medien im Tessin	23	7.49	Soziale Medien und Suchmaschinen am fünfhäufigsten genutzt	56
6.17	Medienseiten am meisten genutzt	24	7.50	Tage pro Woche auf «search.ch»	57
6.18	Medienseiten am zweithäufigsten genutzt	25	7.51	Tage pro Woche auf «local.ch»	58
6.19	Medienseiten am dritthäufigsten genutzt	26	7.52	Tage pro Woche auf «bluewin.ch»	59
6.20	Medienseiten am vierthäufigsten genutzt	27	7.53	Tage pro Woche auf «facebook»	60
6.21	Medienseiten am fünfhäufigsten genutzt	28	7.54	Tage pro Woche auf «Google Suche»	61
6.22	Tage pro Woche auf «srf.ch»	29	7.55	Tage pro Woche auf «instagramm»	62
6.23	Tage pro Woche auf «blick.ch»	30	7.56	Tage pro Woche auf «twitter»	63
6.24	Tage pro Woche auf «blickamabend.ch»	31	7.57	Tage pro Woche auf «wikipedia»	64
6.25	Tage pro Woche auf «20min.ch»	32	7.58	Tage pro Woche auf «youtube»	65
6.26	Tage pro Woche auf «tagesanzeiger.ch»	33	7.59	Tage pro Woche auf «Whatsapp»	66
6.27	Tage pro Woche auf «nzz.ch»	34	7.60	Minuten pro Tag auf «search.ch»	67
6.28	Tage pro Woche auf «watson.ch»	35	7.61	Minuten pro Tag auf «local.ch»	68
6.29	Tage pro Woche auf «bluewin.ch»	36	7.62	Minuten pro Tag auf «bluewin.ch»	69
6.30	Tage pro Woche auf «lematin.ch»	37	7.63	Minuten pro Tag auf «facebook»	70
6.31	Tage pro Woche auf «24heures.ch»	38	7.64	Minuten pro Tag auf «Google Suche»	71
6.32	Tage pro Woche auf «tio.ch»	39	7.65	Minuten pro Tag auf «instagramm»	72
6.33	Minuten pro Tag auf «srf.ch»	40	7.66	Minuten pro Tag auf «twitter»	73
			7.67	Minuten pro Tag auf «wikipedia»	74
			7.68	Minuten pro Tag auf «youtube»	75
			7.69	Minuten pro Tag auf «Whatsapp»	76

8.70 Geschlecht	77	8.74 Sprachregionen	81
8.71 Alter	78	8.75 Sprache	82
8.72 Bildung	79	8.76 Urbanität	83
8.73 Festnetzanschluss	80		

1 Management Summary

Die vorliegende Studie wurde vom Institut für angewandte Kommunikationsforschung (IaKom) im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation (Bakom) durchgeführt. Dazu wurden vom Befragungsinstitut DemoSCOPE im Zeitraum vom 16. November bis 19. Dezember 2015 2900 Personen ab 15 Jahren befragt, die in der Schweiz wohnhaft sind. Die Gesamtstichprobe setzt sich aus einer Random-Quota-Stichprobe von Festnetznummern (2600 Fälle) und einer RDD-Stichprobe von Mobilfunknummern (300 Fälle) zusammen. Die Stichprobe wurde nach soziodemographischen Merkmalen und dem Befragungsmodus (Festnetz oder Mobile) gewichtet und ist technisch gesehen als repräsentativ zu betrachten. Einschränkend wirkt sich die Gültigkeit der Selbstauskünfte der Befragten über ihre Onlinenutzung aus. Gefragt wurde nach der generellen Onlinenutzung, der technischen Ausstattung mit mobilen Empfangsgeräten und den Nutzungsumfängen für die fünf am häufigsten genutzten Onlineangeboten von Schweizer Medien einerseits und andererseits die fünf am häufigsten genutzten globalen Onlineangeboten von sozialen Medien und Suchmaschinen wie Google, Facebook oder Whatsapp. Zu jedem genannten Onlineangebot (Browser oder Apps auf Desktop oder Mobile) wurde gefragt wie viele Tage je Woche die Angebote genutzt werden und wie viele Stunden pro Tag.

In der Abbildung 1.1 ist aufgeführt, wie viele Minuten die Schweizer Onlinenutzer (2545 von Befragten 2900) die aufgeführten Internetangebote nutzen. Die globalen kommerziellen Internetseiten (.com) sind hellblau eingefärbt und die Schweizer Angebote (.ch) rot. Da Whatsapp ein Messengerdienst und Wikipedia eine .org-Seite ist, sind diese beiden Angebote in der zusammenfassenden Grafik separiert.

Zum Beispiel nutzt ein Onlinenutzer im Durchschnitt 111 Minuten pro Woche das Angebot von google.com. Sämtliche abgefragten .com-Angebote zusammen werden im Durchschnitt pro Person 245 Minuten pro Woche genutzt. Im Vergleich dazu werden zum Beispiel die Internetangebote der SRG im Durchschnitt von einem Onlinenutzer 13 Minuten pro Woche genutzt. Auf den einzelnen Onlinenutzer heruntergerechnet werden alle Angebote der Schweizer Medienseiten (.ch) 87 Minuten pro Woche genutzt. Das ist etwas mehr als ein Drittel der Nutzungszeit der globalen Angebote (eine Aufschlüsselung der Nutzungsvergleiche findet sich in Kapitel 4 auf Seite 8). Insgesamt gaben die Onlinenutzer an, pro Woche im Durchschnitt 419 Minuten, also knapp 7 Stunden online zu sein. Dieser Umfang bezieht sich nur auf die fünf am häufigsten besuchten globalen Onlineangebote.

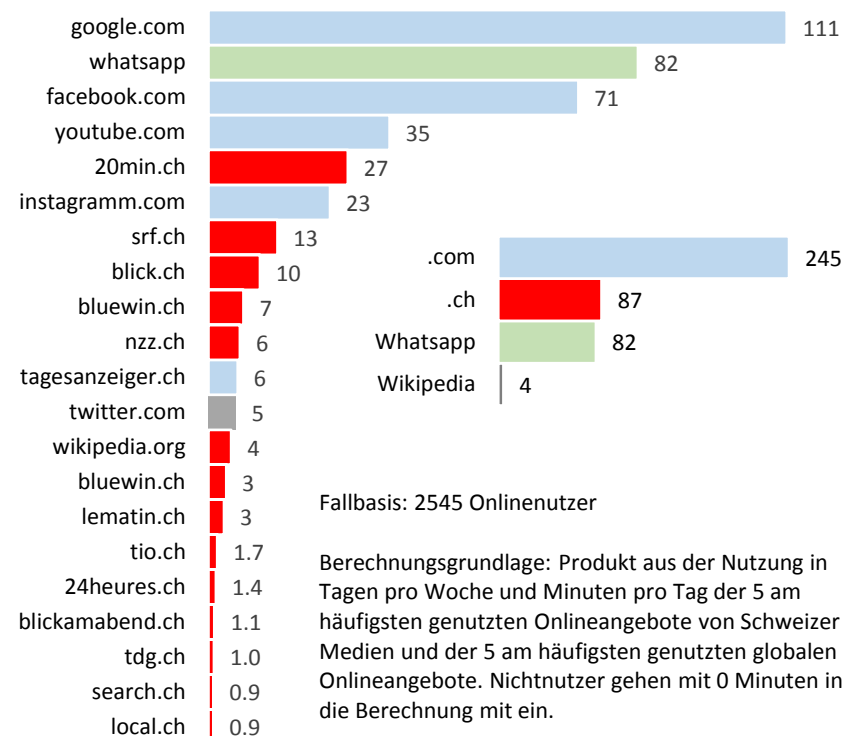


Abbildung 1.1: Onlinenutzung in Minuten pro Woche

2 Projektbeschreibung

Dieser Bericht wurde eingereicht vom Institut für angewandte Kommunikationsforschung – IaKom. Die Zusammenarbeit mit dem Befragungsinstitut DemoSCOPE hat sich bewährt und stellt sicher, dass auch die vorliegende Studie mit hoher Qualität durchgeführt und ausgewertet werden konnte.

Auftrag

Die Nutzung von Schweizer Onlinemedien wird durch technische Messung von NetMetrix erhoben. Dort fehlen allerdings die globalen Anbieter von Suchmaschinen (zum Beispiel Google) und sozialen Medien (zum Beispiel Facebook). Daher hat IaKom eine Befragung entworfen, mit deren Hilfe erfasst wird, wie regelmässig und wie umfangreich die Internetangebote solcher globalen Anbieter genutzt werden. Dazu wird bei Onlinenutzern erfragt ob die Befragten stationär oder mobil über Browser oder über Apps die Onlineangebote nutzen. Die Nutzung der globalen Medienangebote wird zunächst offen und dann mit Hilfe von Vorgaben erfasst. Da eine technische Erhebung derzeit nicht durchgeführt wird und in kurzer Zeit nicht aufgebaut werden konnte, musste auf eine Befragung der Selbstwahrnehmung von Onlinenutzern zurückgegriffen werden. Dieser Erhebungsmodus hat Folgen für die Genauigkeit der Ergebnisse. Eine Konsequenz ist die begrenzte Vergleichbarkeit mit den technisch erhobenen Nutzungsdaten (zum Beispiel von NetMetrix). Aus diesem Grund wird die Nutzung von Angeboten der Schweizer Medienanbieter im gleichen Modus mit erfragt. Für beide Anbietergruppen wird gefragt, welche Seiten genutzt werden, wie viele Tage pro Woche und wie viele Minuten pro Tag sie genutzt werden.

Stichprobe

Grundgesamtheit der Befragung war die Wohnbevölkerung der Schweiz ab 15 Jahren, die so weit

sprachassimiliert sind, dass eine Befragung auf französisch, italienisch oder deutsch möglich war. Befragt wurde im Zeitraum vom 16. November bis 19. Dezember 2015. Es wurde 49'020 Telefonnummern antelefoniert (siehe Tabelle 2.1).

Stichprobe	Festnetz	RDD
Antelefoniert	44'033	4'987
ungültig	25'024	2'520
Quote erfüllt	3'242	–
Probleme	1'802	472
Verweigert	11'365	1'695
Realisiert	2600	300

Tabelle 2.1: Stichprobenausschöpfung

Die Stichprobe wurde mit zwei unterschiedlichen Verfahren gezogen. Einerseits wurde eine Stichprobe von 2600 Festnetznummern aus bestehenden Festnetzlisten gezogen und dann innerhalb der erreichten Haushalte nach einem Quotierungsverfahren (nach Sprachregion, Alter und Geschlecht) die Person bestimmt, mit der ein Interview geführt wird. Andererseits wurden Mobilfunknummern mit Hilfe eines Zufallsverfahrens erzeugt, dass den bekannten Anfang bestehender Nummernblöcke der Schweiz übernimmt und die letzten Ziffern per Zufall erzeugt (Random Digits) und diese über einen Telefonserver (Dialer) versucht zu erreichen. Das Verfahren heisst Random Digit Dialing (RDD) und ermöglicht Interviews mit nicht eingetragenen Mobiltelefonnummern. Die Liberalisierung des Telecom-Marktes hat dazu geführt, dass längst nicht mehr alle Privathaushalte im elektronischen Telefonverzeichnis enthalten sind. Derzeit dürften es noch etwa 80% sein, was immer noch als hinreichende Basis für repräsentative Befragungen taxiert werden kann. Die Ten-

denz ist aber klar abnehmend und betrifft insbesondere jüngere Personen, die von zu Hause wegziehen und lediglich noch mit einer (meist nicht eingetragenen) Handynummer erreichbar bleiben. Es hat sich auch in der vorliegenden Studie gezeigt, dass Interviews auf Mobilfunknummern problemlos geführt werden konnten und letztlich zur Steigerung der Qualität der Studie beitragen. Als Teilstichprobe wurden 300 Interviews mit dem RDD-Verfahren durchgeführt. Die Interviews werden in exakt der gleichen Form geführt, wie die Festnetzinterviews.

Von den 2900 Befragten waren in den letzten 6 Monaten 2545 mindestens einmal online. Das sind 88% Onlinenutzer. Die gesamten Ergebnisse zur Onlinenutzung sind auf die 2545 Onlinenutzer bezogen. Sie stellen damit die Tabulierungsbasis dar.

Gewichtung

Die Bereitschaft an Telefoninterviews teilzunehmen ist nicht in allen Bevölkerungsteilen gleich ausgeprägt. Jüngere Menschen sind generell schwerer für ein Interview zu gewinnen als ältere Menschen. Männer sind über alle Altersklassen hinweg seltener zu Befragungen bereit. Diese Unterschiede in der Teilnahmebereitschaft wurden durch Gewichtung korrigiert, um eine repräsentative Stichprobe in Bezug auf diese Merkmale zu gewährleisten. Die Extreme der Gewichtungsvariablen liegen im unproblematischen Bereich. Da die Stichproben der Sprachregionen disproportional gezogen wurden, wurden die unterschiedlichen Grössen ebenfalls durch Gewichtung korrigiert. Ausserdem bestehen unterschiedliche Wahrscheinlichkeiten für die Teilstichproben der Festnetznummern (Haushalte) und Mobilfunknummern (Personen). Auch diese Verzerrungen wurden per Gewichtung korrigiert. Die Gesamtgewichtung liegt im zulässigen Bereich.

3 Erläuterungen zu den Tabellen

3.1 Grundaufbau

Alle Tabellen in diesem Tabellenband haben den gleichen Grundaufbau. Die Überschrift gibt jeweils das erfragte Merkmal (eine Variable) an, auf das sich die Tabelle bezieht. In der Fussnote (a) sind die im Interview gestellte Frage und die Antwortmöglichkeiten mit ihren Werten als «Skala» dokumentiert. Wenn eine Frage nicht immer gestellt wurde (Filter), wird das in der Fussnote (b) ausgewiesen. In der ersten Spalte der Tabelle werden die Antwortmöglichkeiten aufgelistet. Rechts daneben werden die Anteile der Antwortkategorien als «Gesamt» ausgewiesen. In den weiteren Spalten sind die Antwortverteilungen nach Gruppen aufgeschlüsselt. Die Tabellen basieren auf der gewichteten Stichprobe. Die Tabellen sind nach Kapiteln durchnummeriert.

3.2 Kennwerte in den Tabellenzeilen

In der ersten Zeile jeder Tabelle sind die Aufrissgruppen (siehe unten «Definition der Aufrissgruppen» benannt, nach denen die Werte der jeweilig tabellierten Variable aufgeschlüsselt sind. In der zweiten Zeile stehen die verschiedenen Ausprägungen der Aufrissgruppen. Im oberen Abschnitt der Tabellen beginnen die Prozentangaben für die einzelnen Antworten der Befragten. Die Prozentwerte «Gesamt» und in den Gruppen können in den entsprechenden Spalten abgelesen werden. Bei Fragen mit nur zwei Antwortmöglichkeiten kann in der Zeile «KI 95% ±» das 95%-Konfidenzintervall der Prozentwerte abgelesen werden. Bei mehreren Antwortmöglichkeiten wird in der Zeile «Mittelwert» der Durchschnitt berechnet und mit seinem 95%-KI aufgeführt. Zum Beispiel bedeutet ein KI 95% von 0.1 bei einem Mittelwert von 3.5, dass mit 95

prozentiger Sicherheit der wahre Wert in der Grundgesamtheit bei $3.5 \pm .1$, also zwischen 3.4 und 3.6 liegt. Wenn für zwei Gruppen die Summe ihrer KI-Abweichung kleiner ist als der Unterschied zwischen Mittelwerten der beiden Gruppen (die KIs sich also nicht überschneiden), dann ist der Unterschied signifikant.

Der letzte Block jeder Teiltabelle gibt die Fallbasis der Ergebnisse pro Spalte wieder. In der Zeile «Keine Angabe» ist vermerkt, wie viele Befragte keine Antwort geben konnten oder wollten. In der letzten Zeile «Gültige Fälle» steht die Anzahl der Befragten, die auf die Frage eine inhaltliche Antwort gegeben haben. Für die Gruppen steht in der letzten Zeile die Anzahl Befragter mit einem bestimmten Gruppenmerkmal.

3.3 Definition der Aufrissgruppen

Geschlecht

Das Geschlecht der Befragten wurde von den Interviewern anhand der Stimmen festgestellt.

Das Alter gruppiert

Das Alter wurde anhand des erfragten Geburtsjahres ermittelt und für die Tabellen in die Gruppen 18-34, 35-54 und 55+ eingeteilt.

Bildung

Entsprechend der MA Strategy ab 2013 wurde die formale Bildung in drei Gruppen eingeteilt: Primarschule, Sekundarschule und Anlehre wurden als «tief»; Berufslehre oder Berufsschule, Diplommittelschule oder allgemeinbildende Schule sowie Handelsschule, Handelsdiplom und jede Form der Matura wurde als «mittel» eingestuft. Höhere Fachschulen, Höhere Berufsausbildung und die Fachhochschulen sowie die Universität wurden in der Gruppe

«hoch» zusammengefasst. Da Jugendliche die sich noch in Ausbildung befinden nur die tieferen Bildungsstufen als bereits abgeschlossen angeben können, wurden die Bildungsvergleiche nur für Befragte ab 20 Jahren ausgewiesen. Insgesamt fallen in diese Subgruppe daher 2557 Befragte bzw. 2212 Onlinenutzer.

Urbanität

Anhand der Postleitzahlen wurden die Befragten den den vom Bakom definierten Kommunikationsräumen zugeordnet, die grob in die Kategorien 1. «Metropole», 2. «Urbane Region» und 3. «Rurale Region» unterteilt wurden.

Telefonnetz

Hier wird zwischen dem Befragungsmodus unterschieden, also zwischen der Festnetzstichprobe und der RDD-Stichprobe von Mobilfunknummern.

Sprachregion

Bezüglich Sprachregion wird zwischen der deutschsprachigen (D), der französischsprachigen (F) und der italienischsprachigen Schweiz (I) unterschieden. Die Sprachregionen wurden über die Postleitzahl der Befragten zugeordnet.

Nutzung von Internetseiten

In der zweiten Teiltabelle wird jeweils für die Nutzer und Nutzerinnen der aufgeführten Onlineangebote (mind. einmal in den letzten 6 Monaten genutzt) tabelliert. Es sind zum einen die 6 am häufigsten genutzten Schweizer Onlineangebote und gruppiert die übrigen Schweizer Anbieter (durch «...» gekennzeichnet) aufgeführt. Zum anderen sind die 5 am häufigsten genannten globalen Seiten und wieder gruppiert die übrigen (durch «...» gekennzeichnet) aufgeschlüsselt.

4 Zusammenfassung der Nutzungsintensitäten

In der folgenden Tabelle werden die Nutzungsintensitäten zwischen den Schweizer Angeboten mit denen der globalen Angebote verglichen. Diese Daten sind auch die Basis der Abbildung 1.1 auf Seite 5, wobei im Unterschied zur Grafik hier die globalen Angebote zusammengefasst sind, also .com-Seiten mit Wikipedia und Whatsapp gruppiert sind. Vor allem durch die umfangreiche Nutzung von Whats-

app ergibt sich so das knapp Vierfache für die globalen Angebote im Vergleich zu den Angeboten der Schweizer Medien. Noch deutlicher geht dieses Verhältnis auseinander, wenn man sich die jüngste Altersgruppe der 15 bis 34 Jährigen betrachtet. Dort liegt die Nutzung der globalen Angebote bei einem 6.5-fachen gegenüber den .ch-Angeboten. Bei der ältesten Befragtengruppe hingegen ist es nicht ganz

das Doppelte. Zwischen den Bildungsgruppen (Substichprobe ab 20 Jahren) gibt es keine interpretierbaren Unterschiede in den Nutzungsrelationen. Im Vergleich zwischen den Sprachregionen sind mässige Unterschiede zu erkennen. In der Deutschschweiz liegt die Relation bei etwa 1:3 und in der Romandie bei 1:4. Das Verhältnis im Tessin liegt bei 1:5, ist aber aufgrund der kleinen Fallzahl sehr unsicher.

Tabelle 4.1: Nutzung Anbietergruppen in Minuten pro Woche^a

Antworten ^b	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
.ch	87	37	50	35	31	21	9	40	37	32	34	22	70	17	64	19	4
Angebote global	332	183	149	225	71	36	65	171	95	126	122	84	241	90	227	87	18
Gesamt	2545	1262	1283	848	977	719	300	1160	1066	895	900	746	2105	439	1830	607	109

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
.ch	82	31	29	54	14	14	2	23	83	70	36	28	11	13	13
Angebote global	228	69	72	169	19	20	4	52	330	246	210	167	103	111	25
Gesamt	1630	599	431	968	214	224	34	314	2344	2027	860	642	314	250	261

^aBerechnet als Summe der Produkte für die häufigsten Schweizer Medienseiten mit den Minuten pro Tag und Tage pro Woche

Skala: in Minuten mit Index 100 für die Schweizer Medienseiten als Mittelwert aller Onlinenutzer.

^bNach den Tages- und Minutennutzungen wurde jeweils nur gefragt, wenn die Angebote als eines von 5 am häufigsten genutzten genannt wurden.

Tabelle 4.2: Nutzung .ch in Minuten pro Woche (Soziodemografie)^a

Antworten ^b	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
srf.ch	13.2	5.7	7.5	4.3	5.8	3.1	.9	5.2	7.0	5.8	3.9	3.5	10.1	3.2	8.1	4.7	.5
blick.ch	9.9	3.5	6.4	4.3	3.5	2.0	1.1	6.2	2.5	1.8	5.5	2.6	7.4	2.4	9.8	.0	.0
blickamabend.ch	1.1	.8	.3	.8	.1	.3	.1	.8	.2	.3	.8	.0	1.0	.2	1.1	.0	.0
20min.ch	26.7	12.8	13.9	13.6	9.0	4.1	4.9	12.4	9.3	9.8	10.5	6.4	21.2	5.4	20.1	6.5	.1
Tagesanzeiger.ch	5.6	1.9	3.7	1.6	2.4	1.7	.1	2.0	3.5	2.3	2.7	.6	4.3	1.3	5.5	.1	.0
nzz.ch	6.0	1.7	4.3	1.9	2.0	2.1	.2	2.0	3.9	2.9	2.3	.8	4.6	1.5	5.9	.0	.1
Watson.ch	.8	.2	.5	.4	.2	.1	.1	.3	.3	.3	.4	.1	.5	.2	.7	.0	.0
bluewin.ch	6.7	1.6	5.2	3.0	1.8	2.0	.1	4.6	2.1	1.3	4.4	1.0	6.4	.4	5.6	.8	.3
bazonline.ch	.9	.3	.6	.0	.3	.5	.0	.3	.6	.7	.0	.1	.7	.2	.9	.0	.0
bernerzeitung.ch	.7	.2	.5	.2	.3	.2	.0	.2	.5	.5	.1	.1	.6	.1	.7	.0	.0
luzernerzeitung.ch	.8	.4	.4	.0	.3	.5	.0	.4	.3	.0	.5	.4	.8	.1	.8	.0	.0
St. Galler Wocheblatt	.5	.3	.2	.0	.5	.0	.0	.3	.3	.0	.5	.1	.4	.1	.5	.0	.0
suedostschweiz.ch	.2	.1	.1	.1	.0	.1	.0	.1	.2	.0	.0	.2	.2	.0	.2	.0	.0
energy.ch	.4	.2	.2	.4	.0	.0	.1	.3	.0	.4	.0	.0	.4	.0	.3	.1	.0
handelszeitung.ch	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0
schweizer- illustrierte.ch	.1	.1	.0	.0	.1	.1	.0	.0	.1	.0	.1	.0	.1	.0	.1	.0	.0
beobachter.ch	.1	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.1	.0	.0	.0	.0	.1	.0	.1	.0	.0
tele.ch	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0
tdg.ch	1.0	.5	.5	.5	.3	.2	.1	.1	.8	1.0	.0	.0	.8	.2	.1	1.0	.0
lematin.ch	3.0	1.8	1.2	1.5	1.0	.5	.8	1.1	1.1	2.0	.0	1.0	2.0	1.0	.0	3.0	.0
24heures.ch	1.4	.8	.6	.2	.7	.5	.2	.4	.8	.9	.1	.5	1.3	.1	.1	1.4	.0
tio.ch	1.7	.9	.8	.6	.8	.3	.1	.7	.8	.0	.0	1.7	1.6	.1	.0	.0	1.7
ticinonews.ch	.7	.3	.4	.2	.3	.2	.0	.2	.4	.0	.0	.7	.6	.0	.0	.0	.6

^aBerechnet als Produkt aus Minuten pro Tag und Tage pro Woche

Skala: in Minuten

^bWurde nur gefragt, wenn die jeweiligen Medienseiten genutzt werden.

Tabelle 4.3: Nutzung .ch in Minuten pro Woche (Nutzervergleich)^a

Antworten ^b	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
srf.ch	13.2	13.2	2.1	5.5	1.2	1.3	.1	1.4	12.6	10.9	6.0	3.5	1.4	.8	2.3
blick.ch	9.8	1.7	9.8	5.6	1.2	.5	.3	2.8	9.3	7.8	3.0	3.0	.8	1.3	.5
blickamabend.ch	1.1	.1	.8	.5	.1	.0	.0	1.1	1.1	1.0	.3	.2	.1	.1	.0
20min.ch	26.4	6.5	8.2	26.4	2.4	2.0	.8	4.0	25.5	20.5	12.0	10.5	4.2	5.4	2.4
Tagesanzeiger.ch	5.6	1.5	1.6	2.4	5.6	2.4	.1	1.1	5.3	4.8	1.9	2.0	1.1	.2	.7
nzz.ch	6.0	1.5	.8	2.2	2.8	6.0	.2	.9	5.8	5.1	2.4	1.5	.5	.5	.4
Watson.ch	.8	.2	.3	.6	.1	.1	.8	.0	.7	.7	.4	.2	.2	.0	.0
bluwin.ch	6.7	.9	3.7	3.8	.3	.5	.0	6.6	6.6	6.2	3.6	3.3	.3	2.8	.6
bazonline.ch	.9	.1	.4	.4	.1	.2	.0	.8	.8	.6	.4	.3	.3	.0	.2
bernerzeitung.ch	.7	.2	.2	.2	.0	.2	.0	.7	.7	.6	.2	.2	.0	.0	.1
luzernerzeitung.ch	.8	.2	.5	.5	.1	.2	.0	.7	.8	.8	.2	.1	.1	.0	.1
migrosmagazin.ch	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0
St. Galler Wocheblatt	.5	.1	.3	.3	.1	.1	.0	.5	.5	.5	.1	.1	.0	.0	.1
suedostschweiz.ch	.2	.0	.2	.0	.1	.0	.0	.2	.2	.1	.1	.1	.1	.0	.1
energy.ch	.4	.0	.0	.1	.0	.0	.0	.4	.4	.4	.1	.1	.1	.2	.0
handelszeitung.ch	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0
schweizer-illustrierte.ch	.1	.0	.0	.1	.1	.0	.0	.1	.1	.1	.0	.0	.0	.0	.0
beobachter.ch	.1	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.1	.1	.1	.0	.0	.0	.0	.0
tele.ch	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0
tdg.ch	.9	.5	.0	.6	.0	.1	.0	.1	1.0	.7	.7	.2	.1	.1	.2
lematin.ch	2.3	1.1	.0	2.0	.0	.0	.0	.0	2.8	2.1	1.5	.4	.4	.9	.1
24heures.ch	1.1	.5	.0	.8	.1	.1	.0	.1	1.4	1.2	.4	.3	.2	.1	.0
tio.ch	.9	.7	.0	.1	.0	.0	.0	.2	1.6	1.3	.8	.6	.4	.2	.1

^aBerechnet als Produkt aus Minuten pro Tag und Tage pro Woche

Skala: in Minuten

^bWurde nur einbezogen, wenn die jeweiligen Medienseiten genutzt werden.

Tabelle 4.4: Nutzung Suchmaschinen und Social Media in Minuten pro Woche^a

Antworten ^b	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	-34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
search.ch	.9	.5	.5	.1	.6	.3	.0	.5	.4	.3	.5	.2	.9	.0	.8	.1	.0
local.ch	.9	.7	.3	.4	.3	.2	.1	.1	.8	.4	.2	.2	.5	.5	.7	.2	.1
bluewin.ch (Portal)	3.4	1.1	2.3	.7	.9	1.8	.1	1.8	1.5	.9	1.2	1.3	3.1	.3	2.3	.9	.2
facebook.com	70.9	45.0	25.8	47.4	14.5	9.0	9.0	41.5	20.3	26.8	27.9	16.1	46.2	24.7	46.9	19.4	4.6
google.com	110.8	49.9	60.9	52.2	36.9	21.7	12.6	51.2	46.6	42.6	37.7	30.3	82.9	27.9	76.8	28.3	5.7
instagramm.com	23.3	16.7	6.6	22.8	.4	.1	9.1	12.2	2.0	11.2	7.5	4.6	17.6	5.7	16.8	5.9	.6
twitter.com	5.2	3.4	1.9	4.5	.7	.1	.7	3.0	1.6	2.0	1.3	1.9	4.7	.6	2.5	2.5	.2
wikipedia.org	4.4	2.2	2.2	1.7	1.7	1.0	.8	1.3	2.2	1.9	1.4	1.1	3.9	.5	2.7	1.2	.5
youtube.com	34.7	12.5	22.2	27.9	5.8	1.0	9.2	19.6	5.6	14.3	11.3	9.1	26.7	8.0	20.9	11.5	2.2
bernerzeitung.ch	.7	.2	.5	.2	.3	.2	.0	.2	.5	.5	.1	.1	.6	.1	.7	.0	.0

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
search.ch	.8	.5	.1	.5	.2	.1	.0	.2	.9	.9	.2	.2	.1	.1	.9
local.ch	.6	.6	.0	.4	.0	.1	.0	.1	.9	.9	.6	.1	.1	.0	.9
bluewin.ch (Portal)	1.8	.8	.3	.7	.2	.1	.0	.7	3.1	2.6	.3	.7	.7	.0	3.0
facebook.com	49.6	16.2	16.4	38.9	2.5	3.2	1.0	11.1	70.7	44.7	70.7	31.8	13.3	25.3	3.5
google.com	71.1	26.9	16.8	42.2	11.2	11.1	1.4	11.8	110.2	109.4	40.0	24.3	22.7	11.3	10.9
instagramm.com	18.8	3.1	8.4	16.6	.5	.3	.0	5.6	23.3	10.2	19.2	13.9	5.9	23.3	.6
twitter.com	4.0	1.0	.9	3.3	.6	.3	.3	1.2	5.0	3.7	4.4	2.1	1.4	2.8	.0
wikipedia.org	3.1	1.2	.3	1.6	1.0	.7	.0	.8	4.1	3.6	1.1	1.2	2.4	.7	.7
youtube.com	17.4	5.5	2.4	13.7	.6	1.7	.4	1.9	34.7	28.5	20.2	12.0	34.0	8.1	2.0
bernerzeitung.ch	.7	.2	.2	.2	.0	.2	.0	.7	.7	.6	.2	.2	.0	.0	.1

^aBerechnet als Produkt aus Minuten pro Tag und Tage pro Woche

Skala: in Minuten

^bWurde nur einbezogen, wenn die jeweiligen Medienseiten genutzt werden.

5 Onlinenutzung

Von den 2900 Befragten haben insgesamt 88 Prozent angegeben, dass sie in den letzten 6 Monaten mindestens einmal online waren, also im weitesten Sinne zu den Onlinenutzern gezählt werden können (siehe Abbildung 5.1 rechts). Nur diese 2545 Onlinenutzer wurden im Weiteren nach Ihren Nutzungsgewohnheiten befragt. Die 12 Prozent Nichtnutzer wurden nur noch zu ihrer Soziodemografie befragt.

Zwischen den Geschlechtern besteht ein signifikanter Unterschied, der allerdings mit nur 5 Prozent mehr männlichen Nutzern gering ausfällt. Die Un-

terschiede zwischen den Altersgruppen sind deutlicher. Die Befragten in der jüngsten Alterskategorie liegen mit 99 Prozent nahe an vollen Sättigung, wobei der die älteste Gruppe (ab 55 Jahren) mit 70 Prozent Nutzern einen deutlich grösseren Anteil Nichtnutzer aufweist. Die Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen sind zu einem gewissen Teil auf die Alterskohorten zurückzuführen, da das Alter mit der Nutzung zusammenhängt und die früheren Geburtsjahrgänge seltener die höheren Bildungswege beschritten haben.

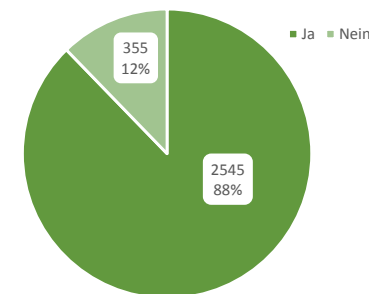


Abbildung 5.1: Onlinenutzung

Tabelle 5.5: Aktive Onlinenutzer^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprache		
		Frau	Mann	-34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
Ja	88%	85%	90%	99%	96%	70%	74%	86%	96%	88%	89%	86%	87%	94%	88%	87%	85%
Nein	12%	15%	10%	1%	4%	30%	26%	14%	4%	12%	11%	14%	13%	6%	12%	13%	15%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
KI 95% ±	2%	3%	2%	2%	2%	3%	6%	3%	2%	3%	3%	3%	2%	5%	2%	4%	5%
Keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gültige Fälle	2900	1479	1421	856	1021	1022	403	1356	1111	1017	1016	864	2432	468	2067	703	130

^aFrage O: Sind Sie in den letzten 6 Monaten mindestens einmal im Internet gewesen?

Skala: 1 «Ja» 2 «Nein»

5.1 Mobile Geräte

Tabelle 5.6: Besitz Smartphone^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	-34	35-54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
Ja	78%	78%	78%	94%	82%	53%	83%	78%	77%	77%	78%	78%	76%	85%	78%	78%	75%
Nein	22%	22%	22%	6%	18%	47%	17%	22%	23%	23%	22%	22%	24%	15%	22%	22%	25%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
KI 95% ±	2%	3%	3%	3%	3%	4%	6%	3%	3%	4%	4%	4%	2%	6%	3%	4%	6%
Keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gültige Fälle	2545	1262	1283	848	977	719	300	1160	1066	895	900	746	2105	439	1830	607	109

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
Ja	86%	88%	85%	92%	80%	83%	98%	78%	80%	78%	92%	100%	86%	100%	73%
Nein	14%	12%	15%	8%	20%	17%	2%	22%	20%	22%	8%	—	14%	0%	27%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
KI 95% ±	2%	4%	5%	3%	7%	7%	9%	6%	2%	2%	3%	2%	6%	4%	6%
Keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gültige Fälle	1630	599	431	968	214	224	34	314	2344	2027	860	642	314	250	261

^aFrage BP2: Haben Sie ein Smartphone?

Skala: 1 «Ja» 2 «Nein»

Tabelle 5.7: Besitz Tablet^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
Ja	50%	52%	48%	46%	61%	38%	50%	47%	53%	49%	50%	49%	51%	45%	47%	56%	53%
Nein	50%	48%	52%	54%	39%	62%	50%	53%	47%	51%	50%	51%	49%	55%	53%	44%	47%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
KI 95% ±	2%	3%	3%	5%	3%	3%	7%	4%	3%	4%	4%	4%	2%	7%	3%	5%	7%
Keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gültige Fälle	2545	1262	1283	848	977	719	300	1160	1066	895	900	746	2105	439	1830	607	109

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
Ja	55%	51%	60%	61%	55%	54%	66%	52%	51%	50%	56%	58%	46%	57%	51%
Nein	45%	49%	40%	39%	45%	46%	34%	48%	49%	50%	44%	42%	54%	43%	49%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
KI 95% ±	3%	5%	6%	4%	8%	8%	17%	6%	2%	3%	4%	5%	7%	8%	7%
Keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gültige Fälle	1630	599	431	968	214	224	34	314	2344	2027	860	642	314	250	261

^aFrage BP3: Und haben Sie (auch) ein Tablet?

Skala: 1 «Ja» 2 «Nein»

5.2 Mobil online

Tabelle 5.8: Tage pro Woche mit Smartphone oder Tablet im Internet ^a

Antworten ^b	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	5%	4%	6%	1%	4%	15%	3%	5%	6%	4%	7%	4%	5%	4%	6%	4%	5%
bis 1 Tag	2%	3%	2%	1%	2%	4%	2%	3%	1%	2%	3%	1%	3%	1%	2%	2%	2%
1–4 Tage	12%	12%	12%	6%	14%	19%	13%	11%	13%	13%	11%	12%	12%	10%	11%	12%	16%
5–6 Tage	4%	4%	4%	3%	6%	4%	6%	4%	4%	3%	5%	5%	5%	3%	4%	6%	4%
täglich	77%	77%	76%	89%	75%	57%	76%	77%	76%	77%	76%	77%	75%	83%	77%	76%	73%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	5.9	5.9	5.9	6.6	5.9	4.7	6.0	5.9	5.9	5.9	5.8	6.0	5.8	6.2	5.9	6.0	5.8
KI 95% ±	.17	.24	.24	.22	.21	.31	.42	.26	.26	.28	.30	.30	.16	.47	.20	.32	.43
Keine Angaben	6	3	3	0	3	2	0	1	4	2	1	3	6	0	2	3	1
Gültige Fälle	2125	1064	1061	815	855	455	267	978	870	751	754	617	1740	385	1524	513	89

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	3%	3%	2%	2%	4%	5%	—	7%	5%	5%	2%	1%	3%	—	6%
bis 1 Tag	1%	2%	2%	1%	4%	0%	—	—	2%	2%	0%	0%	1%	—	4%
1–4 Tage	10%	10%	10%	7%	9%	9%	—	12%	11%	12%	6%	7%	7%	3%	16%
5–6 Tage	4%	5%	3%	4%	4%	3%	—	4%	4%	4%	3%	3%	5%	4%	4%
täglich	82%	80%	83%	87%	79%	83%	100%	78%	78%	77%	89%	88%	84%	93%	70%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	6.2	6.2	6.2	6.5	6.0	6.2	7.0	5.9	6.0	5.9	6.6	6.6	6.4	6.8	5.5
KI 95% ±	.19	.32	.37	.21	.55	.53	.62	.43	.17	.19	.24	.25	.42	.34	.47
Keine Angaben	1	0	1	0	0	0	0	0	4	4	1	0	0	0	0
Gültige Fälle	1473	552	387	925	184	197	33	268	2001	1700	811	642	286	250	210

^aFrage O3: An wie vielen Tagen pro Woche sind Sie mit Ihrem Smartphone oder Tablet im Internet?

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

^bNur gefragt, wenn mobil über ein Smartphone oder Tablet verfügt wird.

Tabelle 5.9: Minuten pro Tag mit Smartphone oder Tablet im Internet^a

Antworten ^b	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	0%	0%	0%	0%	0%	1%	—	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
2–5 Min.	7%	6%	8%	3%	9%	12%	3%	7%	8%	6%	8%	8%	8%	4%	8%	6%	4%
6–10 Min.	11%	11%	11%	4%	15%	15%	8%	11%	11%	9%	9%	14%	12%	5%	11%	10%	11%
11–30 Min.	36%	37%	34%	24%	43%	44%	26%	36%	38%	35%	38%	33%	37%	29%	37%	32%	31%
31–60 Min.	23%	22%	24%	25%	23%	18%	25%	24%	22%	20%	23%	25%	22%	28%	22%	26%	21%
mehr als 60 Min.	23%	23%	23%	43%	11%	9%	38%	22%	21%	29%	21%	20%	21%	34%	22%	27%	33%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	89.7	92.8	86.4	113.3	86.2	47.4	87.9	73.2	104.5	91.1	76.8	103.6	87.0	101.4	75.9	99.7	265.7
KI 95% ±	19.22	27.31	27.07	21.16	40.77	21.68	16.50	14.00	43.17	29.71	19.34	49.74	22.83	24.74	19.19	42.16	208.97
Keine Angaben	528	241	287	40	154	335	41	230	247	178	195	155	458	70	391	112	25
Gültige Fälle	2017	1021	996	809	823	385	259	931	819	717	705	591	1647	370	1439	494	84

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	0%	0%	0%	0%	—	—	—	—	0%	0%	—	0%	—	—	1%
2–5 Min.	6%	7%	7%	4%	4%	5%	—	7%	7%	7%	2%	3%	3%	—	6%
6–10 Min.	10%	10%	10%	9%	8%	11%	—	9%	10%	11%	4%	7%	7%	2%	17%
11–30 Min.	36%	37%	36%	34%	41%	37%	34%	41%	35%	37%	31%	30%	34%	12%	41%
31–60 Min.	24%	23%	23%	25%	26%	25%	28%	22%	23%	22%	28%	27%	22%	28%	23%
mehr als 60 Min.	24%	23%	24%	27%	21%	22%	38%	21%	24%	22%	35%	33%	34%	58%	12%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	86.9	88.8	71.7	86.5	69.6	85.5	80.4	80.4	90.3	77.9	119.2	114.7	84.0	142.2	43.4
KI 95% ±	23.20	44.95	19.17	24.11	24.14	40.98	24.84	29.82	19.85	17.52	33.77	44.43	18.28	31.02	8.24
Keine Angaben	203	64	53	58	38	36	1	63	436	411	65	5	36	0	64
Gültige Fälle	1427	535	378	910	176	188	33	251	1908	1616	795	636	278	250	197

^aFrage O4: Und wie viele Minuten pro Tag machen Sie das etwa?

Skala: Angabe in Minuten

^bNur gefragt, wenn mobil über ein Smartphone oder Tablet verfügt wird.

5.3 Mit Desktopcomputer oder Laptop online

Tabelle 5.10: Tage pro Woche mit Desktop oder Laptop im Internet^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	6%	7%	6%	9%	5%	5%	13%	8%	2%	5%	7%	6%	6%	8%	6%	6%	15%
bis 1 Tag	5%	7%	3%	6%	4%	5%	8%	6%	3%	5%	5%	5%	5%	6%	5%	5%	4%
1–4 Tage	33%	39%	26%	39%	32%	26%	45%	37%	24%	32%	32%	34%	33%	33%	34%	29%	29%
5–6 Tage	14%	13%	14%	15%	14%	11%	13%	12%	16%	14%	14%	13%	15%	9%	13%	15%	15%
täglich	42%	34%	51%	30%	44%	54%	21%	37%	54%	44%	41%	41%	42%	44%	42%	45%	36%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.4	3.9	5.0	3.8	4.6	5.0	3.2	4.0	5.3	4.6	4.4	4.4	4.5	4.4	4.4	4.6	4.1
KI 95% ±	.14	.20	.20	.31	.20	.22	.42	.22	.21	.25	.24	.27	.14	.46	.17	.31	.39
Keine Angaben	4	3	1	2	1	2	0	2	2	2	0	2	4	0	0	3	1
Gültige Fälle	2540	1259	1281	847	976	717	299	1158	1064	893	900	744	2101	439	1830	604	107

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	5%	4%	5%	7%	2%	3%	—	3%	6%	5%	7%	8%	8%	9%	4%
bis 1 Tag	4%	4%	3%	5%	3%	1%	4%	2%	5%	4%	5%	6%	5%	6%	5%
1–4 Tage	30%	27%	35%	33%	18%	18%	19%	25%	32%	31%	31%	38%	33%	47%	33%
5–6 Tage	15%	16%	12%	16%	15%	17%	17%	19%	14%	14%	16%	16%	14%	17%	12%
täglich	45%	48%	45%	40%	63%	62%	60%	50%	43%	45%	42%	32%	41%	20%	46%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.7	4.9	4.6	4.4	5.6	5.7	5.5	5.1	4.5	4.6	4.5	4.0	4.4	3.4	4.6
KI 95% ±	.18	.30	.36	.23	.46	.48	1.03	.37	.15	.16	.27	.30	.44	.47	.39
Keine Angaben	2	0	0	2	0	0	0	0	3	3	2	0	0	0	0
Gültige Fälle	1628	599	431	966	214	224	34	314	2341	2024	858	641	314	250	261

^aFrage O1: An wie vielen Tagen pro Woche sind Sie auf einem Computer oder Laptop im Internet, also nicht mit Tablet oder Smartphone?

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 5.11: Minuten pro Tag mit Desktop oder Laptop im Internet^a

Antworten ^b	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	0%	—	0%	—	—	0%	—	—	0%	0%	0%	—	0%	—	0%	0%	—
2–5 Min.	3%	2%	3%	1%	3%	3%	4%	3%	2%	1%	3%	4%	3%	3%	3%	2%	2%
6–10 Min.	7%	7%	7%	4%	7%	10%	6%	7%	7%	6%	8%	7%	7%	5%	6%	7%	9%
11–30 Min.	35%	39%	31%	26%	36%	44%	35%	39%	31%	35%	36%	34%	37%	26%	37%	30%	34%
31–60 Min.	26%	25%	27%	28%	28%	22%	28%	25%	26%	26%	24%	28%	25%	29%	26%	25%	28%
mehr als 60 Min.	30%	27%	33%	41%	27%	21%	28%	26%	34%	32%	29%	27%	28%	37%	28%	35%	27%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	88.3	79.4	96.8	111.7	85.3	65.6	79.4	74.5	105.1	95.9	84.6	83.5	84.5	106.7	85.7	98.6	73.0
KI 95% ±	6.04	8.28	8.76	13.51	8.46	7.07	18.63	7.40	10.48	11.76	8.91	10.38	5.82	20.51	7.27	12.15	12.86
Keine Angaben	24	18	6	3	11	10	4	8	9	9	5	9	21	3	13	9	2
Gültige Fälle	2357	1153	1204	768	916	674	255	1056	1030	835	828	691	1956	402	1709	559	89

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	0%	—	0%	—	0%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
2–5 Min.	2%	2%	2%	2%	1%	2%	4%	0%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	2%
6–10 Min.	5%	5%	4%	5%	4%	4%	5%	4%	7%	7%	4%	4%	3%	1%	6%
11–30 Min.	33%	28%	35%	32%	26%	25%	22%	35%	35%	35%	29%	30%	26%	28%	39%
31–60 Min.	28%	28%	29%	28%	32%	29%	25%	28%	26%	26%	26%	28%	32%	25%	25%
mehr als 60 Min.	33%	36%	29%	34%	37%	41%	44%	33%	30%	29%	41%	36%	38%	45%	28%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	99.2	98.8	87.5	104.8	116.5	132.2	118.5	102.0	90.4	89.3	112.4	99.6	110.5	118.9	83.7
KI 95% ±	8.22	11.50	14.89	11.17	24.36	32.43	48.25	17.63	6.41	6.89	11.88	14.37	21.00	22.60	17.17
Keine Angaben	13	5	3	3	0	2	0	2	19	16	7	8	1	4	2
Gültige Fälle	1527	567	405	900	211	216	34	301	2179	1900	796	583	287	222	249

^aFrage O2: Und wie viele Minuten pro Tag machen Sie das etwa?

Skala: Angabe in Minuten

^bNur gefragt, wenn mit Desktop-Computer oder Laptop online gegangen werden kann.

6 Nutzung von Schweizer Medienseiten

Tabelle 6.12: Nutzung der Internetseiten von Schweizer Medien und Onlinediensten^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
Ja	70%	67%	73%	75%	73%	60%	60%	69%	75%	70%	70%	70%	70%	69%	70%	70%	68%
Nein	30%	33%	27%	25%	27%	40%	40%	31%	25%	30%	30%	30%	30%	31%	30%	30%	32%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
KI 95% ±	2%	3%	3%	4%	3%	4%	7%	3%	3%	4%	4%	4%	2%	7%	3%	5%	6%
Keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gültige Fälle	2545	1262	1283	848	977	719	300	1160	1066	895	900	746	2105	439	1830	607	109

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
Ja	94%	95%	97%	94%	98%	99%	100%	98%	72%	71%	80%	80%	72%	84%	70%
Nein	6%	5%	3%	6%	2%	1%	—	2%	28%	29%	20%	20%	28%	16%	30%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
KI 95% ±	2%	3%	4%	3%	5%	5%	7%	4%	2%	3%	4%	4%	6%	7%	6%
Keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gültige Fälle	1630	599	431	968	214	224	34	314	2344	2027	860	642	314	250	261

^aFrage ISM: Sind Sie regelmässig oder mind. einmal in den letzten 6 Monaten auf einer Internet-Seite von Schweizer Medien gewesen?

Skala: 1 «Ja» 2 «Nein»

Tabelle 6.13: Apps von Schweizer Medien^a

Antworten ^b	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
Ja	55%	54%	57%	53%	57%	58%	50%	55%	58%	51%	58%	57%	56%	50%	57%	51%	46%
Nein	45%	46%	43%	47%	43%	42%	50%	45%	42%	49%	42%	43%	44%	50%	43%	49%	54%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
KI 95% ±	3%	4%	4%	5%	4%	5%	9%	4%	4%	5%	5%	5%	3%	8%	3%	6%	8%
Keine Angaben	526	240	286	40	153	333	40	229	246	177	195	154	456	70	391	111	23
Gültige Fälle	1855	931	924	731	774	350	219	836	793	667	638	547	1520	335	1331	457	68

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
Ja	70%	65%	67%	77%	67%	67%	83%	70%	55%	54%	58%	57%	49%	64%	59%
Nein	30%	35%	33%	23%	33%	33%	17%	30%	45%	46%	42%	43%	51%	36%	41%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
KI 95% ±	3%	5%	6%	4%	8%	9%	16%	7%	3%	3%	5%	5%	8%	9%	8%
Keine Angaben	203	64	53	58	38	36	1	63	434	409	65	5	36	0	64
Gültige Fälle	1337	508	356	845	173	181	33	240	1764	1506	737	586	252	226	187

^aFrage ISMAPP: Haben Sie Apps von Schweizer Medien installiert?

Skala: 1 «Ja» 2 «Nein»

^bNur gefragt, wenn mindestens gelegentlich mit Smartphone oder Tablet online

6.1 Zusammenfassung Onlinenutzung D-CH

Tabelle 6.14: Zusammenfassung: Nutzung der Internetseiten von Medien in der Deutschschweiz^a

Antworten ^b	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
srf	29%	31%	27%	29%	31%	26%	18%	26%	35%	29%	27%	33%	28%	32%	29%	—	—
blick	33%	28%	38%	33%	35%	32%	42%	38%	25%	27%	34%	40%	32%	38%	33%	—	—
20min	60%	59%	61%	68%	62%	43%	77%	63%	53%	57%	63%	59%	60%	61%	60%	—	—
TA	16%	9%	23%	9%	19%	23%	2%	11%	27%	22%	16%	9%	16%	19%	16%	—	—
nzz	17%	10%	23%	10%	18%	27%	3%	10%	27%	24%	15%	10%	17%	17%	17%	—	—
watson	2%	2%	3%	3%	2%	1%	2%	2%	2%	3%	2%	2%	2%	4%	2%	—	—
bazonline	3%	3%	4%	1%	4%	7%	—	3%	5%	10%	0%	2%	4%	2%	3%	—	—
...	20%	20%	20%	13%	22%	28%	7%	21%	23%	18%	19%	26%	21%	18%	20%	—	—
Prozent Gesamt	181%	162%	198%	167%	192%	186%	151%	174%	197%	190%	177%	179%	179%	191%	181%	—	—
Keine Angaben	391	172	219	27	118	246	25	181	179	116	195	80	336	55	391	—	—
Gültige Fälle	1439	733	706	586	587	266	171	736	527	427	704	304	1161	278	1439	—	—

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
srf	29%	94%	16%	20%	25%	28%	27%	20%	29%	30%	34%	30%	29%	21%	40%
blick	33%	19%	99%	36%	29%	19%	37%	38%	33%	33%	30%	37%	38%	37%	26%
20min	60%	43%	66%	100%	42%	37%	82%	50%	61%	59%	67%	71%	69%	82%	56%
TA	16%	14%	14%	12%	98%	43%	18%	12%	17%	18%	15%	14%	14%	8%	22%
nzz	17%	17%	10%	10%	45%	97%	29%	18%	17%	17%	17%	14%	15%	9%	17%
watson	2%	2%	3%	3%	3%	4%	89%	2%	2%	3%	4%	3%	4%	3%	2%
bazonline	3%	3%	3%	3%	1%	3%	3%	15%	3%	3%	3%	4%	5%	2%	6%
...	20%	14%	24%	17%	15%	21%	15%	89%	21%	21%	21%	16%	19%	11%	29%
Prozent Gesamt	181%	206%	234%	201%	260%	253%	300%	244%	183%	184%	190%	188%	193%	173%	198%
Keine Angaben	151	31	50	46	38	35	1	54	324	303	51	4	20	0	50
Gültige Fälle	1114	362	376	714	173	184	32	233	1359	1165	524	490	187	173	154

^aFrage In dieser Tabelle ist zusammengefasst, wie viel Prozent der Medienseitennutzer die jeweilige Seite genutzt wird.

Skala: 0 nicht genannt, 1 genannt

^bDie Frage wurde nur den Onlinenutzern gestellt.

6.2 Zusammenfassung Onlinenutzung F-CH

Tabelle 6.15: Zusammenfassung: Nutzung der Internetseiten von Medien in der Welschschweiz^a

Antworten ^b	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
rts	46%	42%	49%	46%	47%	43%	22%	40%	54%	43%	—	50%	44%	52%	—	46%	—
20min	53%	57%	49%	60%	52%	43%	59%	62%	47%	53%	—	52%	54%	44%	—	53%	—
Tribune de Genève	10%	11%	9%	10%	10%	12%	10%	7%	13%	17%	—	—	11%	9%	—	10%	—
lematin	30%	31%	28%	33%	29%	25%	42%	33%	25%	28%	—	32%	26%	48%	—	30%	—
24heures	19%	23%	15%	11%	25%	21%	18%	17%	21%	22%	—	14%	20%	16%	—	19%	—
...	11%	10%	12%	4%	13%	20%	10%	12%	11%	8%	100%	15%	11%	13%	—	11%	—
Prozent Gesamt	169%	175%	163%	164%	176%	165%	162%	170%	171%	172%	100%	164%	166%	182%	—	169%	—
Keine Angaben	112	58	54	13	28	72	15	41	54	62	0	51	98	15	—	112	—
Gültige Fälle	494	245	249	192	204	98	79	162	252	290	1	203	406	88	—	494	—

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
rts	54%	98%	—	32%	—	60%	100%	30%	46%	47%	46%	54%	51%	34%	65%
20min	63%	38%	33%	100%	29%	—	100%	47%	54%	52%	63%	58%	56%	84%	41%
Tribune de Genève	9%	9%	—	10%	—	—	—	7%	10%	10%	15%	13%	13%	15%	13%
lematin	26%	21%	14%	36%	29%	—	—	18%	29%	29%	32%	31%	30%	36%	35%
24heures	16%	15%	19%	19%	—	—	—	18%	19%	19%	15%	24%	21%	9%	15%
...	11%	7%	67%	8%	71%	64%	100%	100%	11%	13%	10%	10%	8%	12%	14%
Prozent Gesamt	179%	188%	133%	204%	129%	124%	300%	219%	170%	170%	181%	190%	180%	190%	184%
Keine Angaben	42	27	3	12	0	0	0	7	90	87	11	1	14	0	12
Gültige Fälle	283	153	1	192	2	2	1	11	470	387	230	113	71	69	38

^aFrage In dieser Tabelle ist zusammengefasst, wie viel Prozent der Medienseitennutzer die jeweilige Seite genutzt wird.

Skala: 0 nicht genannt, 1 genannt

^bDie Frage wurde nur den Onlinenutzern gestellt.

6.3 Zusammenfassung Onlinenutzung I-CH

Tabelle 6.16: Zusammenfassung: Nutzung der Internetseiten von Medien im Tessin^a

Antworten ^b	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
rsi	34%	35%	34%	21%	40%	37%	9%	39%	37%	—	—	34%	34%	29%	—	—	34%
20min	6%	4%	7%	13%	2%	6%	—	6%	7%	—	—	6%	6%	3%	—	—	6%
tio.ch	66%	72%	62%	84%	63%	57%	79%	70%	59%	—	—	66%	68%	32%	—	—	66%
ticinonews	30%	30%	29%	33%	26%	33%	40%	28%	31%	—	—	30%	31%	—	—	—	30%
cdt.ch	10%	9%	11%	8%	9%	13%	—	17%	6%	—	—	10%	10%	—	—	—	10%
...	18%	16%	19%	4%	22%	22%	10%	17%	20%	—	—	18%	17%	39%	—	—	18%
Prozent Gesamt	164%	166%	162%	162%	163%	168%	138%	178%	161%	—	—	164%	167%	103%	—	—	164%
Keine Angaben	25	11	13	0	8	17	1	8	14	—	—	25	24	0	—	—	25
Gültige Fälle	84	43	41	31	33	21	9	33	39	—	—	84	80	4	—	—	84

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote					...
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	
rsi	62%	91%	21%	17%	—	—	39%	35%	35%	29%	28%	29%	53%	54%
20min	11%	3%	—	100%	—	—	8%	6%	4%	10%	9%	16%	10%	—
tio.ch	54%	61%	33%	46%	37%	—	62%	67%	67%	73%	75%	69%	86%	72%
ticinonews	26%	32%	54%	25%	—	—	32%	29%	32%	30%	36%	36%	26%	51%
cdt.ch	7%	9%	—	—	—	10%	2%	10%	12%	8%	9%	4%	28%	17%
...	32%	16%	46%	17%	63%	100%	100%	18%	17%	17%	12%	11%	—	20%
Prozent Gesamt	192%	211%	154%	204%	100%	110%	242%	164%	167%	166%	169%	164%	203%	214%
Keine Angaben	9	6	0	0	0	1	2	22	20	3	1	2	0	1
Gültige Fälle	29	20	1	4	1	1	7	80	64	41	33	20	8	5

^aFrage In dieser Tabelle ist zusammengefasst, wie viel Prozent der Medienseitennutzer die jeweilige Seite genutzt wird.

Skala: 0 nicht genannt, 1 genannt

^bDie Frage wurde nur den Onlinenutzern gestellt.

6.4 Top 5 der am häufigsten genutzten Angebote

Tabelle 6.17: Medienseiten am meisten genutzt^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
SRG	22%	23%	21%	22%	23%	22%	11%	19%	28%	22%	18%	28%	22%	22%	19%	32%	22%
blick	10%	9%	11%	10%	11%	10%	12%	13%	7%	7%	12%	10%	10%	11%	14%	—	1%
20min	38%	38%	37%	47%	35%	26%	56%	43%	28%	36%	46%	28%	37%	42%	41%	33%	1%
TA	6%	4%	7%	4%	6%	8%	0%	5%	8%	6%	8%	2%	5%	7%	7%	0%	—
nzz	6%	4%	7%	3%	5%	11%	2%	3%	10%	8%	6%	3%	6%	5%	8%	0%	4%
lematin.ch	3%	4%	2%	4%	3%	2%	6%	2%	3%	5%	—	4%	2%	6%	—	14%	—
24heures.ch	2%	3%	2%	1%	3%	3%	2%	2%	3%	4%	0%	3%	3%	—	0%	10%	2%
tio	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	—	—	6%	2%	0%	—	—	44%
...	12%	13%	10%	8%	12%	16%	8%	12%	12%	11%	9%	15%	13%	6%	11%	11%	27%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Keine Angaben	240	141	99	59	105	76	27	110	102	66	85	87	196	44	152	79	8
Gültige Fälle	1654	784	871	624	649	382	172	743	731	591	589	473	1365	289	1226	360	68

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
SRG	23%	63%	8%	10%	10%	10%	—	10%	23%	24%	22%	20%	24%	10%	27%
blick	11%	3%	40%	9%	9%	4%	14%	10%	10%	10%	9%	10%	10%	11%	7%
20min	40%	18%	36%	66%	19%	18%	39%	25%	38%	37%	43%	45%	36%	55%	33%
TA	6%	2%	5%	3%	45%	15%	4%	4%	5%	6%	4%	6%	6%	4%	6%
nzz	6%	4%	2%	2%	15%	44%	11%	4%	6%	6%	4%	4%	3%	3%	7%
lematin.ch	2%	2%	—	3%	—	—	—	0%	3%	2%	4%	2%	4%	6%	1%
24heures.ch	1%	1%	—	2%	0%	0%	—	1%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	2%
tio	1%	1%	0%	0%	0%	—	—	1%	2%	2%	2%	2%	4%	1%	1%
...	11%	5%	9%	5%	2%	8%	32%	45%	11%	11%	11%	10%	10%	8%	17%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Keine Angaben	62	16	12	31	6	4	0	8	219	195	81	50	23	22	22
Gültige Fälle	1568	583	419	937	209	219	34	306	1566	1326	633	484	213	194	169

^aFrage ISM01: Welche Internetseiten/Onlinedienste von Schweizer Medien nutzen Sie am meisten?

Skala: 1 «srf.ch» 2 «blick.ch» 4 «20min.ch» 5 «tagesanzeiger.ch» 6 «nzz.ch» 7 «watson.ch» 9 übrige (...)

Tabelle 6.18: Medienseiten am zweithäufigsten genutzt^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
SRG	11%	14%	10%	13%	11%	10%	12%	8%	14%	12%	9%	13%	12%	9%	10%	18%	16%
blick	21%	19%	23%	26%	18%	20%	37%	27%	12%	13%	32%	19%	20%	25%	27%	2%	—
20min	27%	31%	24%	30%	30%	20%	22%	28%	28%	25%	25%	32%	28%	23%	28%	30%	9%
TA	8%	3%	13%	5%	8%	13%	—	6%	12%	10%	9%	4%	7%	12%	11%	—	1%
nzz	8%	4%	10%	7%	8%	7%	—	6%	10%	6%	12%	4%	7%	10%	10%	0%	—
lematin.ch	4%	5%	4%	4%	4%	5%	11%	4%	4%	7%	—	6%	4%	4%	—	22%	—
24heures.ch	3%	4%	2%	2%	3%	2%	7%	2%	3%	5%	—	3%	3%	2%	—	13%	—
tio	1%	2%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	2%	—	—	5%	2%	—	—	—	38%
...	16%	19%	13%	12%	16%	22%	10%	17%	16%	20%	12%	15%	16%	15%	15%	15%	36%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	18.8	21.9	16.4	15.0	18.9	24.0	15.3	19.7	18.6	23.6	13.7	18.7	19.2	17.3	16.2	24.4	43.1
KI 95% ±	2.24	3.63	2.78	4.12	3.08	4.94	6.64	3.38	3.33	4.35	3.37	3.38	2.34	6.26	2.58	5.00	7.34
Keine Angaben	985	526	460	383	362	241	122	441	414	317	366	301	823	163	688	255	43
Gültige Fälle	909	399	510	301	391	217	77	412	419	340	307	259	738	170	691	184	33

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
SRG	12%	30%	2%	9%	6%	9%	7%	5%	11%	12%	14%	11%	11%	12%	15%
blick	22%	10%	54%	23%	11%	8%	21%	18%	20%	19%	15%	23%	15%	26%	14%
20min	28%	25%	25%	40%	16%	11%	24%	18%	27%	28%	26%	29%	31%	37%	24%
TA	8%	8%	6%	5%	43%	24%	10%	5%	8%	9%	8%	8%	5%	3%	12%
nzz	8%	6%	3%	4%	21%	41%	7%	9%	8%	7%	8%	8%	10%	6%	6%
lematin.ch	4%	3%	0%	5%	0%	—	—	1%	5%	5%	5%	2%	4%	1%	5%
24heures.ch	2%	3%	0%	2%	—	—	—	0%	3%	2%	3%	3%	3%	1%	1%
tio	1%	2%	0%	—	—	—	—	1%	1%	1%	2%	2%	2%	2%	2%
...	15%	14%	9%	12%	2%	7%	31%	43%	16%	16%	18%	15%	20%	13%	19%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	18.0	16.5	10.7	15.1	6.1	10.6	29.6	40.6	19.1	19.2	21.3	17.7	22.4	14.9	21.5
KI 95% ±	2.27	3.58	3.00	2.54	1.52	3.15	15.52	5.95	2.32	2.50	3.92	4.21	7.15	6.58	6.83
Keine Angaben	744	245	81	345	40	56	4	62	918	774	347	259	111	103	93
Gültige Fälle	886	354	350	623	174	167	30	252	866	747	367	275	124	113	98

^aFrage ISM02: Welche Internetseiten/Onlinedienste von Schweizer Medien nutzen Sie am zweithäufigsten?
Skala: 1 «srf.ch» 2 «blick.ch» 4 «20min.ch» 5 «tagesanzeiger.ch» 6 «nzz.ch» 7 «watson.ch» 9 übrige (...)

Tabelle 6.19: Medienseiten am dritthäufigsten genutzt^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
SRG	18%	20%	17%	29%	16%	13%	29%	23%	15%	20%	17%	18%	17%	24%	16%	24%	28%
blick	13%	16%	12%	11%	17%	8%	—	13%	13%	10%	21%	9%	13%	16%	17%	—	—
20min	19%	20%	19%	18%	23%	13%	42%	20%	17%	22%	17%	20%	22%	11%	18%	30%	—
TA	9%	4%	11%	7%	10%	8%	—	4%	13%	9%	12%	4%	10%	6%	11%	—	—
nzz	10%	7%	12%	6%	8%	19%	—	8%	13%	13%	11%	6%	10%	11%	13%	—	2%
lematin.ch	4%	4%	4%	5%	4%	5%	6%	5%	3%	4%	—	10%	4%	7%	—	22%	—
24heures.ch	2%	4%	1%	4%	2%	1%	5%	1%	3%	5%	—	2%	2%	5%	—	13%	—
tio	1%	2%	1%	—	1%	2%	—	2%	1%	—	—	4%	1%	0%	—	—	29%
...	22%	22%	22%	20%	20%	30%	18%	23%	22%	18%	23%	28%	23%	20%	24%	11%	40%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	24.0	24.3	23.9	21.7	21.7	30.8	20.7	24.8	23.9	20.5	22.4	30.7	24.3	22.8	23.9	20.8	44.5
KI 95% ±	4.01	6.50	5.10	10.84	4.91	6.77	23.50	6.68	5.13	6.36	6.34	8.39	3.96	12.10	4.93	5.94	13.40
Keine Angaben	1526	790	736	594	568	364	185	704	628	521	544	457	1267	259	1094	369	63
Gültige Fälle	369	135	234	89	185	94	14	149	204	135	130	103	294	74	285	71	13

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
SRG	18%	37%	12%	17%	12%	14%	34%	8%	18%	16%	23%	25%	23%	38%	25%
blick	13%	10%	30%	15%	11%	8%	6%	16%	13%	14%	12%	17%	15%	12%	11%
20min	19%	17%	23%	26%	12%	11%	31%	15%	19%	17%	21%	21%	22%	21%	18%
TA	9%	6%	8%	7%	29%	14%	4%	4%	9%	10%	5%	2%	—	3%	13%
nzz	10%	9%	7%	8%	19%	33%	9%	10%	10%	11%	10%	13%	4%	3%	7%
lematin.ch	4%	5%	—	5%	—	—	—	—	4%	5%	6%	3%	8%	13%	3%
24heures.ch	2%	2%	—	3%	—	—	—	—	2%	2%	2%	—	4%	—	1%
tio	1%	1%	—	0%	—	—	—	1%	1%	1%	1%	1%	1%	—	2%
...	22%	13%	21%	20%	16%	20%	15%	46%	23%	24%	20%	18%	24%	10%	20%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	23.8	15.5	20.8	21.7	17.5	20.8	16.0	42.9	24.6	25.7	22.5	19.0	26.0	14.3	21.6
KI 95% ±	4.02	3.74	6.48	4.49	7.36	8.30	12.16	7.65	4.13	4.24	7.04	7.55	14.17	13.33	9.25
Keine Angaben	1263	416	266	695	102	108	13	165	1429	1208	565	417	189	187	141
Gültige Fälle	367	182	166	273	112	115	21	149	356	312	149	116	47	29	50

^aFrage ISM03: Welche Internetseiten/Onlinedienste von Schweizer Medien nutzen Sie am dritthäufigsten?
Skala: 1 «srf.ch» 2 «blick.ch» 4 «20min.ch» 5 «tagesanzeiger.ch» 6 «nzz.ch» 7 «watson.ch» 9 übrige (...)

Tabelle 6.20: Medienseiten am vierthäufigsten genutzt^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
SRG	21%	27%	18%	13%	27%	19%	—	28%	19%	27%	15%	22%	20%	26%	17%	36%	—
blick	11%	6%	14%	13%	6%	18%	—	19%	8%	2%	14%	18%	9%	19%	15%	—	—
20min	16%	19%	14%	20%	9%	23%	31%	3%	21%	12%	12%	29%	19%	7%	13%	25%	—
TA	6%	6%	6%	5%	8%	3%	56%	5%	4%	6%	10%	—	7%	2%	8%	—	—
nzz	8%	5%	9%	—	11%	11%	—	6%	9%	8%	13%	—	10%	2%	10%	—	—
lematin.ch	6%	9%	5%	10%	8%	—	13%	2%	8%	11%	2%	8%	7%	5%	1%	24%	—
24heures.ch	2%	6%	—	3%	3%	—	—	1%	3%	6%	—	—	2%	3%	—	9%	—
tio	0%	—	0%	—	—	1%	—	1%	—	—	—	1%	0%	—	—	—	24%
...	29%	21%	34%	35%	28%	25%	—	34%	28%	28%	35%	21%	27%	36%	36%	5%	76%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	29.8	24.0	33.2	36.2	29.8	24.2	7.6	32.5	29.7	31.1	33.1	22.8	28.1	35.0	33.8	15.1	73.8
KI 95% ±	8.05	9.18	11.37	19.11	10.50	13.86	5.67	13.63	10.36	13.94	14.15	11.38	7.83	21.47	10.20	7.57	31.73
Keine Angaben	1752	873	880	646	690	417	195	809	739	609	616	524	1455	298	1272	406	74
Gültige Fälle	142	52	90	37	64	41	4	44	94	48	58	36	107	35	107	34	2

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
SRG	21%	39%	12%	20%	13%	15%	7%	12%	21%	15%	24%	16%	7%	26%	19%
blick	11%	6%	23%	9%	21%	19%	—	12%	11%	12%	6%	21%	29%	—	17%
20min	16%	16%	10%	20%	12%	15%	3%	12%	15%	17%	15%	11%	29%	30%	7%
TA	6%	4%	8%	5%	15%	10%	5%	5%	6%	6%	4%	5%	—	—	5%
nzz	8%	6%	12%	5%	13%	19%	5%	6%	8%	9%	9%	3%	2%	4%	12%
lematin.ch	6%	10%	—	5%	2%	2%	—	2%	6%	6%	6%	10%	6%	3%	10%
24heures.ch	2%	2%	—	3%	—	—	—	—	2%	3%	2%	2%	5%	—	—
tio	0%	1%	—	0%	—	—	—	1%	0%	0%	1%	—	2%	—	—
...	29%	16%	34%	32%	24%	21%	79%	51%	30%	32%	33%	31%	19%	38%	30%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	29.7	19.4	32.4	32.0	24.3	21.3	70.6	47.2	30.7	32.4	32.8	32.0	22.7	35.7	31.1
KI 95% ±	8.06	8.15	13.09	9.65	10.92	11.43	21.59	14.11	8.24	8.99	12.71	13.58	20.57	25.80	14.86
Keine Angaben	1488	522	363	856	160	166	19	251	1647	1401	641	484	213	198	169
Gültige Fälle	142	77	68	112	54	57	15	63	138	119	73	50	23	18	22

^aFrage ISM04: Welche Internetseiten/Onlinedienste von Schweizer Medien nutzen Sie am vierthäufigsten?
Skala: 1 «srf.ch» 2 «blick.ch» 4 «20min.ch» 5 «tagesanzeiger.ch» 6 «nzz.ch» 7 «watson.ch» 9 übrige (...)

Tabelle 6.21: Medienseiten am fünfthäufigsten genutzt^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
SRG	13%	22%	10%	—	20%	9%	—	17%	13%	8%	13%	18%	12%	20%	15%	—	50%
blick	6%	14%	3%	—	5%	11%	—	—	9%	15%	6%	—	8%	—	8%	—	—
20min	7%	20%	3%	21%	4%	7%	—	—	10%	—	12%	7%	9%	—	10%	—	—
TA	4%	7%	2%	—	8%	—	—	—	5%	—	9%	—	5%	—	5%	—	—
nzz	8%	—	11%	—	16%	—	—	11%	7%	12%	11%	—	10%	—	10%	—	—
lematin.ch	3%	—	4%	—	—	8%	100%	—	—	—	—	9%	4%	—	—	15%	—
24heures.ch	6%	—	9%	43%	—	—	—	—	9%	—	—	19%	—	31%	—	30%	—
...	52%	37%	58%	36%	48%	65%	—	72%	47%	65%	48%	47%	53%	49%	52%	55%	50%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	49.7	34.6	55.7	44.4	43.9	59.9	27.0	63.8	45.4	58.7	44.4	49.2	49.2	52.1	46.9	60.9	44.6
KI 95% ±	16.84	38.01	18.45	45.93	26.96	25.45	—	32.24	20.74	35.15	28.75	27.02	19.71	33.41	20.60	28.29	—
Keine Angaben	1868	917	951	679	741	448	198	846	814	650	663	552	1541	328	1359	434	75
Gültige Fälle	26	7	19	4	13	9	1	7	18	7	11	9	21	5	20	5	1

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
SRG	13%	25%	24%	11%	6%	7%	—	17%	13%	14%	4%	35%	—	—	24%
blick	6%	8%	15%	6%	7%	8%	—	—	6%	7%	6%	10%	22%	—	14%
20min	7%	3%	—	8%	15%	10%	28%	10%	7%	8%	15%	—	23%	—	—
TA	4%	4%	—	4%	12%	4%	—	5%	4%	4%	6%	—	11%	—	11%
nzz	8%	9%	19%	8%	23%	16%	27%	—	8%	9%	13%	—	25%	—	—
lematin.ch	3%	—	—	3%	—	—	—	—	3%	3%	—	—	—	—	—
24heures.ch	6%	12%	—	6%	—	—	—	—	6%	—	—	26%	—	—	—
...	52%	39%	43%	54%	38%	55%	46%	68%	52%	54%	57%	29%	18%	—	52%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	—	100%
Mittelwert	49.7	38.9	39.1	51.2	35.9	50.3	43.1	60.4	49.7	50.0	52.1	33.3	19.7	—	46.5
KI 95% ±	16.84	22.37	28.16	16.99	30.45	25.03	50.64	20.08	16.84	18.48	28.52	31.44	21.41	—	44.16
Keine Angaben	1604	585	421	943	206	211	31	295	1759	1498	705	527	231	216	187
Gültige Fälle	26	14	11	25	9	13	3	19	26	23	10	6	5	0	4

^aFrage ISM05: Welche Internetseiten/Onlinedienste von Schweizer Medien nutzen Sie am fünfthäufigsten?
Skala: 1 «srf.ch» 2 «blick.ch» 4 «20min.ch» 5 «tagesanzeiger.ch» 6 «nzz.ch» 7 «watson.ch» 9 übrige (...)

6.5 Nutzung in Tagen pro Woche

Tabelle 6.22: Tage pro Woche auf «srf.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	3%	4%	1%	2%	3%	3%	3%	5%	1%	2%	3%	4%	2%	6%	3%	2%	2%
bis 1 Tag	16%	20%	11%	18%	14%	16%	18%	17%	15%	14%	17%	17%	17%	13%	17%	13%	25%
1–4 Tage	51%	50%	53%	61%	46%	46%	65%	53%	49%	53%	53%	49%	51%	55%	54%	46%	51%
5–6 Tage	7%	7%	7%	5%	10%	4%	2%	4%	10%	7%	6%	8%	7%	7%	4%	13%	2%
täglich	23%	19%	27%	14%	28%	30%	12%	22%	26%	25%	21%	23%	24%	19%	22%	26%	21%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	3.1	2.8	3.4	2.6	3.4	3.4	2.2	3.0	3.3	3.2	3.0	3.0	3.1	3.0	3.0	3.5	2.6
KI 95% ±	.26	.37	.37	.49	.37	.49	.65	.46	.35	.49	.44	.43	.27	.77	.30	.54	.66
Keine Angaben	1296	627	670	467	497	332	165	619	509	440	493	359	1074	222	986	260	50
Gültige Fälle	598	298	300	216	256	125	34	234	324	217	181	201	487	111	393	180	26

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	2%	2%	—	1%	—	—	—	3%	2%	3%	1%	1%	—	—	2%
bis 1 Tag	16%	16%	22%	14%	13%	21%	20%	13%	16%	16%	15%	21%	26%	19%	24%
1–4 Tage	52%	52%	52%	56%	45%	48%	41%	53%	52%	53%	56%	53%	53%	53%	44%
5–6 Tage	7%	7%	2%	6%	9%	9%	22%	7%	7%	8%	7%	5%	11%	3%	8%
täglich	23%	23%	25%	24%	33%	22%	17%	25%	23%	20%	22%	20%	11%	25%	22%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	3.1	3.1	3.2	3.2	3.7	2.9	3.4	3.2	3.1	3.0	3.1	2.8	2.5	3.1	3.0
KI 95% ±	.26	.26	.73	.42	.77	.71	2.17	.74	.27	.27	.43	.48	.57	1.11	.59
Keine Angaben	1034	3	355	729	156	157	24	240	1210	1027	467	358	156	163	109
Gültige Fälle	596	596	76	239	58	66	10	73	575	494	247	176	79	53	82

^aFrage ISMT01: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - srf.ch

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 6.23: Tage pro Woche auf «blick.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	2%	3%	1%	2%	2%	3%	—	1%	4%	1%	1%	4%	2%	1%	2%	—	—
bis 1 Tag	10%	11%	8%	10%	8%	12%	2%	8%	14%	12%	12%	3%	9%	10%	9%	67%	—
1–4 Tage	45%	52%	40%	46%	46%	40%	51%	48%	37%	39%	46%	49%	42%	54%	45%	14%	20%
5–6 Tage	4%	1%	6%	1%	5%	7%	4%	4%	5%	6%	3%	4%	4%	2%	4%	—	—
täglich	40%	33%	44%	40%	40%	39%	43%	39%	40%	43%	39%	39%	42%	33%	40%	19%	80%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.0	3.5	4.3	3.8	4.2	4.0	4.1	4.0	4.0	4.1	3.9	4.1	4.1	3.6	4.0	1.9	6.2
KI 95% ±	.35	.54	.45	.69	.44	.54	.97	.49	.54	.78	.51	.56	.37	.83	.35	2.01	4.59
Keine Angaben	1463	755	708	530	573	360	150	610	696	554	466	440	1224	239	953	435	75
Gültige Fälle	432	170	262	153	181	97	49	243	137	103	208	120	337	94	426	4	1

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	2%	3%	2%	1%	—	—	—	3%	2%	1%	—	2%	—	—	—
bis 1 Tag	10%	17%	10%	7%	17%	11%	—	10%	10%	11%	11%	8%	15%	8%	23%
1–4 Tage	45%	34%	45%	47%	38%	49%	18%	43%	43%	44%	38%	45%	52%	49%	37%
5–6 Tage	4%	3%	4%	3%	6%	7%	4%	5%	4%	3%	4%	2%	4%	3%	4%
täglich	40%	44%	40%	42%	39%	34%	78%	39%	41%	41%	48%	44%	30%	40%	36%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.0	4.1	4.0	4.1	4.0	3.7	6.1	3.9	4.1	4.0	4.5	4.2	3.3	3.8	3.7
KI 95% ±	.35	.90	.35	.43	.68	.77	1.47	.60	.36	.38	.64	.63	.78	1.19	1.03
Keine Angaben	1200	523	1	686	150	180	22	204	1382	1177	573	384	178	160	153
Gültige Fälle	430	76	430	282	64	44	12	109	403	344	141	149	58	56	39

^aFrage ISMT02: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - blick.ch

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 6.24: Tage pro Woche auf «blickamabend.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	11%	12%	9%	9%	28%	—	—	15%	4%	—	12%	38%	15%	—	11%	—	—
1–4 Tage	55%	65%	43%	58%	51%	54%	69%	65%	31%	72%	36%	46%	52%	65%	55%	—	—
5–6 Tage	13%	—	29%	—	—	39%	—	6%	31%	17%	15%	—	5%	35%	13%	—	—
täglich	21%	22%	20%	33%	20%	7%	31%	14%	33%	11%	38%	16%	29%	—	21%	—	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	—	—
Mittelwert	3.5	3.1	3.9	3.8	2.6	3.7	4.2	2.7	4.8	3.3	4.2	2.5	3.5	3.5	3.5	—	—
KI 95% ±	1.14	1.53	1.72	1.76	1.87	1.87	.93	1.31	1.81	1.46	2.19	2.44	1.32	1.86	1.14	—	—
Keine Angaben	1858	905	953	669	744	445	196	831	822	640	661	554	1535	323	1342	440	76
Gültige Fälle	36	19	17	14	9	12	3	22	11	17	13	6	27	9	36	0	0

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	11%	29%	21%	6%	—	—	—	11%	11%	11%	10%	16%	—	—	—
1–4 Tage	55%	25%	45%	59%	75%	53%	100%	55%	53%	50%	45%	48%	28%	70%	70%
5–6 Tage	13%	24%	18%	17%	—	—	—	13%	14%	18%	22%	24%	72%	—	30%
täglich	21%	22%	15%	18%	25%	47%	—	21%	22%	22%	23%	12%	—	30%	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	3.5	3.5	3.1	3.6	4.0	3.8	1.0	3.5	3.5	3.6	3.7	3.2	4.4	3.9	3.6
KI 95% ±	1.14	2.97	1.88	1.23	1.78	5.57	—	1.14	1.18	1.36	1.93	2.17	2.94	2.35	.49
Keine Angaben	1594	595	413	940	211	222	33	277	1750	1494	699	519	230	210	190
Gültige Fälle	36	4	18	28	4	2	1	36	35	27	15	14	5	6	1

^aFrage ISMT03: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - blickamabend.ch

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 6.25: Tage pro Woche auf «20min.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	1%	2%	0%	1%	2%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	2%	0%	2%	1%	—
bis 1 Tag	8%	11%	5%	7%	8%	6%	4%	9%	7%	8%	8%	6%	9%	2%	7%	9%	7%
1–4 Tage	38%	38%	38%	41%	35%	38%	32%	38%	40%	38%	36%	42%	37%	42%	40%	31%	32%
5–6 Tage	8%	7%	9%	9%	8%	8%	11%	6%	10%	8%	9%	8%	7%	12%	8%	9%	9%
täglich	45%	42%	47%	42%	47%	47%	51%	45%	43%	45%	46%	44%	45%	44%	43%	50%	52%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.5	4.2	4.7	4.3	4.6	4.6	4.9	4.4	4.4	4.4	4.5	4.5	4.4	4.5	4.4	4.7	4.8
KI 95% ±	.24	.36	.31	.41	.32	.47	.64	.35	.37	.42	.39	.39	.24	.68	.27	.51	1.36
Keine Angaben	926	458	468	274	360	292	79	384	454	321	293	310	763	162	618	235	72
Gültige Fälle	969	466	502	409	394	166	120	469	379	335	381	250	798	171	760	204	4

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	1%	1%	1%	1%	2%	—	—	—	1%	2%	1%	1%	1%	1%	2%
bis 1 Tag	8%	10%	5%	8%	7%	7%	3%	4%	7%	8%	8%	7%	13%	3%	17%
1–4 Tage	38%	37%	36%	38%	38%	38%	30%	42%	38%	39%	38%	38%	39%	45%	29%
5–6 Tage	8%	8%	9%	8%	12%	10%	22%	10%	8%	8%	10%	7%	9%	10%	7%
täglich	45%	44%	49%	45%	41%	45%	44%	44%	45%	43%	43%	47%	38%	41%	46%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.5	4.3	4.8	4.5	4.3	4.5	5.0	4.6	4.4	4.4	4.4	4.5	4.2	4.4	4.3
KI 95% ±	.24	.50	.45	.24	.70	.78	1.05	.51	.24	.25	.37	.42	.65	.59	.78
Keine Angaben	663	360	150	2	124	142	6	160	860	749	303	207	101	56	100
Gültige Fälle	967	239	281	966	90	82	28	153	925	772	411	327	134	160	92

^aFrage ISMT04: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - 20min.ch

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 6.26: Tage pro Woche auf «tagesanzeiger.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	1%	1%	1%	—	1%	2%	—	2%	1%	—	2%	—	1%	—	1%	—	—
bis 1 Tag	13%	19%	11%	20%	11%	12%	—	17%	12%	17%	11%	10%	14%	12%	13%	29%	—
1–4 Tage	41%	41%	41%	26%	47%	44%	100%	42%	40%	38%	42%	43%	44%	32%	42%	—	63%
5–6 Tage	10%	6%	11%	11%	8%	12%	—	8%	11%	13%	8%	7%	11%	5%	10%	—	37%
täglich	35%	33%	35%	43%	34%	30%	—	31%	37%	32%	36%	40%	30%	51%	34%	71%	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.1	3.7	4.2	4.6	4.1	3.7	3.7	3.7	4.2	4.0	4.1	4.2	3.9	4.8	4.1	5.1	3.7
KI 95% ±	.53	1.17	.60	1.58	.57	.70	3.63	1.04	.63	.97	.59	1.84	.46	1.57	.54	5.28	—
Keine Angaben	1680	869	811	637	654	389	197	786	688	572	573	533	1393	287	1167	438	75
Gültige Fälle	214	56	158	46	100	69	2	67	144	85	101	27	168	46	211	2	1

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	1%	—	2%	1%	1%	—	—	—	1%	1%	1%	—	—	—	—
bis 1 Tag	13%	4%	11%	9%	13%	7%	—	2%	14%	15%	8%	5%	6%	22%	13%
1–4 Tage	41%	53%	36%	45%	41%	44%	43%	42%	41%	42%	39%	36%	35%	17%	46%
5–6 Tage	10%	4%	6%	10%	10%	8%	20%	2%	10%	10%	7%	5%	16%	15%	22%
täglich	35%	40%	44%	36%	35%	41%	37%	54%	34%	32%	45%	54%	43%	46%	19%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.1	4.5	4.4	4.2	4.1	4.5	4.3	5.0	4.1	3.9	4.4	4.9	4.9	4.4	3.5
KI 95% ±	.53	1.01	.92	.76	.53	.84	2.01	1.35	.56	.59	1.24	1.32	2.10	3.35	1.09
Keine Angaben	1416	541	367	878	0	127	28	278	1582	1335	647	477	214	202	160
Gültige Fälle	214	58	64	90	214	97	6	35	203	185	67	56	21	14	31

^aFrage ISMT05: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - tagesanzeiger.ch

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 6.27: Tage pro Woche auf «nzz.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	3%	4%	2%	—	1%	6%	—	5%	2%	3%	3%	3%	3%	—	3%	—	—
bis 1 Tag	11%	12%	11%	6%	13%	14%	—	14%	11%	11%	14%	6%	13%	4%	11%	36%	49%
1–4 Tage	41%	53%	36%	27%	51%	37%	—	42%	40%	37%	46%	37%	43%	31%	41%	40%	—
5–6 Tage	10%	12%	9%	21%	7%	6%	—	—	14%	14%	5%	11%	6%	23%	10%	—	—
täglich	35%	19%	42%	47%	28%	37%	100%	39%	32%	36%	32%	43%	34%	42%	35%	24%	51%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	3.9	3.1	4.2	4.9	3.4	3.8	7.0	3.7	3.9	4.0	3.6	4.3	3.7	4.7	3.9	3.4	3.8
KI 95% ±	.54	.86	.66	1.42	.61	.65	2.27	1.19	.59	.93	.61	1.59	.46	1.60	.55	3.83	3.16
Keine Angaben	1672	862	810	633	661	377	195	788	680	559	581	528	1385	286	1160	438	73
Gültige Fälle	223	63	160	50	92	81	4	65	153	98	93	33	176	46	218	2	3

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	2%	3%	4%	3%	1%	2%	—	3%	2%	2%	1%	1%	—	—	—
bis 1 Tag	12%	15%	9%	8%	8%	12%	—	11%	12%	11%	7%	10%	8%	—	17%
1–4 Tage	41%	31%	43%	50%	36%	41%	47%	56%	41%	41%	45%	39%	43%	55%	60%
5–6 Tage	10%	13%	2%	8%	11%	10%	9%	7%	11%	9%	10%	15%	—	—	15%
täglich	36%	38%	42%	30%	45%	36%	44%	24%	34%	35%	37%	35%	49%	45%	7%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	3.9	4.1	3.9	3.6	4.5	3.9	4.3	3.2	3.9	3.9	3.9	4.1	4.7	4.0	2.4
KI 95% ±	.54	1.16	1.28	.69	.92	.54	2.14	1.06	.56	.62	1.05	1.34	2.21	2.07	1.23
Keine Angaben	1408	533	388	886	118	2	25	261	1576	1339	631	478	214	202	166
Gültige Fälle	222	66	44	81	97	222	9	53	209	182	83	55	21	14	25

^aFrage ISMT06: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - nzz.ch

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 6.28: Tage pro Woche auf «watson.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	3%	—	4%	—	—	21%	—	—	6%	7%	—	—	4%	—	3%	—	—
bis 1 Tag	3%	10%	—	—	8%	—	—	7%	—	—	—	23%	5%	—	4%	—	—
1–4 Tage	47%	56%	42%	45%	49%	49%	—	50%	51%	56%	32%	77%	43%	57%	45%	100%	—
5–6 Tage	14%	30%	5%	16%	17%	—	—	9%	22%	11%	21%	—	21%	—	15%	—	—
täglich	33%	5%	48%	39%	27%	30%	100%	34%	21%	26%	48%	—	27%	43%	34%	—	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	—
Mittelwert	4.2	3.7	4.4	4.5	4.1	3.2	7.0	3.9	4.0	3.5	5.4	1.8	4.2	4.0	4.2	3.0	—
KI 95% ±	1.09	1.89	1.35	1.85	1.30	2.52	.00	1.57	1.69	1.47	1.54	1.66	1.40	1.76	1.13	.00	—
Keine Angaben	1860	912	948	669	738	453	197	837	817	644	657	555	1538	322	1346	438	76
Gültige Fälle	34	12	22	14	15	4	2	16	16	13	17	5	23	11	33	1	0

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	3%	—	7%	—	—	10%	3%	15%	3%	3%	—	—	—	—	—
bis 1 Tag	3%	—	—	4%	—	—	3%	—	4%	4%	—	—	—	—	—
1–4 Tage	47%	71%	31%	50%	66%	63%	47%	70%	48%	46%	66%	60%	37%	53%	35%
5–6 Tage	14%	12%	10%	13%	20%	—	14%	—	11%	12%	13%	—	42%	—	—
täglich	33%	17%	52%	33%	13%	27%	33%	15%	35%	34%	21%	40%	21%	47%	65%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.2	3.3	4.8	4.2	3.7	3.1	4.2	2.4	4.1	4.2	3.6	4.2	4.7	3.8	5.6
KI 95% ±	1.09	1.73	1.87	1.23	1.62	2.33	1.09	1.98	1.15	1.22	1.57	1.69	2.66	4.57	2.97
Keine Angaben	1596	589	419	939	208	214	0	308	1753	1492	696	522	230	212	189
Gültige Fälle	34	10	12	28	6	9	34	6	32	28	18	12	5	4	2

^aFrage ISMT07: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - watson.ch

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 6.29: Tage pro Woche auf «bluewin.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	1%	—	2%	—	3%	—	—	—	2%	—	3%	—	1%	—	1%	—	—
bis 1 Tag	4%	5%	3%	4%	4%	4%	—	4%	4%	—	6%	5%	4%	—	3%	5%	7%
1–4 Tage	33%	35%	31%	61%	26%	24%	53%	30%	34%	45%	25%	32%	31%	44%	34%	28%	28%
5–6 Tage	10%	13%	7%	6%	11%	10%	17%	10%	9%	2%	15%	10%	11%	—	10%	5%	14%
täglich	53%	48%	56%	30%	56%	62%	30%	57%	51%	53%	51%	53%	52%	56%	51%	62%	51%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.9	4.7	5.1	3.7	5.1	5.4	3.9	5.3	4.7	4.6	5.2	5.0	4.9	5.0	4.9	5.2	4.9
KI 95% ±	.55	.91	.68	1.43	.86	.78	2.12	.78	.81	.98	.85	.99	.57	1.77	.62	1.28	1.13
Keine Angaben	1787	880	907	661	709	417	194	803	780	627	635	521	1467	321	1296	424	67
Gültige Fälle	107	44	63	22	44	41	5	50	53	29	39	39	95	12	82	16	9

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	1%	—	—	3%	—	8%	—	1%	1%	1%	—	5%	—	—	—
bis 1 Tag	4%	3%	—	3%	12%	6%	100%	4%	4%	2%	2%	—	6%	—	7%
1–4 Tage	33%	46%	35%	33%	10%	23%	—	30%	34%	29%	37%	37%	54%	30%	24%
5–6 Tage	10%	14%	10%	5%	17%	22%	—	8%	9%	10%	4%	9%	2%	—	23%
täglich	53%	37%	54%	56%	60%	41%	—	56%	52%	57%	57%	49%	38%	70%	46%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.9	4.3	5.4	4.9	5.5	4.5	.5	5.1	4.9	5.2	5.0	4.8	4.2	5.2	5.0
KI 95% ±	.55	.93	.79	.93	1.96	1.43	—	.57	.55	.59	.97	1.27	1.48	3.80	.93
Keine Angaben	1523	570	403	928	207	209	33	215	1681	1435	675	510	224	211	167
Gültige Fälle	107	29	29	39	7	15	1	98	104	86	40	23	11	5	25

^aFrage ISMT08: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - bluewin.ch

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 6.30: Tage pro Woche auf «lematin.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	4%	5%	2%	5%	—	8%	—	2%	6%	6%	—	1%	3%	4%	—	4%	—
bis 1 Tag	6%	12%	—	10%	4%	4%	13%	4%	5%	7%	—	5%	8%	—	—	6%	—
1–4 Tage	43%	35%	51%	35%	42%	60%	38%	50%	39%	34%	—	54%	46%	33%	—	43%	—
5–6 Tage	9%	8%	10%	6%	16%	3%	18%	2%	11%	10%	—	8%	10%	8%	47%	9%	—
täglich	39%	41%	37%	45%	39%	26%	31%	42%	40%	43%	100%	32%	33%	55%	53%	38%	100%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.1	4.0	4.2	4.2	4.4	3.5	4.2	4.1	4.2	4.4	7.0	3.8	3.9	4.9	6.1	4.1	7.0
KI 95% ±	.84	1.43	.73	1.62	1.03	1.02	1.55	1.39	1.34	1.22	—	1.11	.78	1.89	2.63	.85	—
Keine Angaben	1775	862	913	636	705	434	177	812	777	590	673	508	1473	302	1377	322	76
Gültige Fälle	119	62	57	47	49	24	22	41	56	67	1	52	88	31	2	117	0

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	4%	3%	—	4%	—	—	—	15%	3%	4%	4%	9%	6%	—	11%
bis 1 Tag	8%	8%	—	6%	—	—	—	29%	6%	7%	10%	11%	15%	3%	14%
1–4 Tage	42%	43%	40%	44%	100%	—	—	57%	44%	46%	45%	54%	40%	32%	53%
5–6 Tage	8%	—	—	9%	—	100%	—	—	9%	8%	7%	7%	6%	6%	7%
täglich	38%	45%	60%	37%	—	—	—	—	38%	35%	33%	20%	32%	59%	15%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	—	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.0	4.2	5.4	4.0	3.0	5.0	—	1.8	4.1	3.9	3.6	3.0	3.5	4.9	2.4
KI 95% ±	1.01	1.69	6.30	1.10	—	—	—	2.43	.86	.88	1.35	1.09	2.50	3.10	1.33
Keine Angaben	1540	559	430	889	214	223	34	310	1671	1425	657	507	216	200	181
Gültige Fälle	90	40	2	78	1	1	0	3	114	96	58	27	19	16	11

^aFrage ISMT27: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - lematin.ch

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 6.31: Tage pro Woche auf «24heures.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	3%	4%	3%	7%	—	7%	—	2%	5%	4%	—	2%	2%	12%	—	3%	—
bis 1 Tag	8%	8%	8%	—	9%	14%	10%	9%	8%	7%	—	11%	9%	—	—	8%	—
1–4 Tage	41%	38%	45%	45%	41%	38%	6%	42%	47%	44%	—	36%	43%	25%	—	40%	100%
5–6 Tage	15%	15%	15%	10%	24%	4%	62%	10%	8%	14%	100%	15%	14%	26%	100%	14%	—
täglich	32%	35%	29%	38%	27%	38%	22%	37%	32%	31%	—	36%	32%	38%	—	33%	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.0	4.1	3.8	4.0	4.1	3.9	5.1	4.1	3.7	3.9	6.0	4.1	3.9	4.7	6.0	4.0	1.0
KI 95% ±	.92	1.40	.98	2.59	1.16	1.15	2.37	1.18	1.32	1.21	—	1.42	.77	4.10	—	.94	.00
Keine Angaben	1816	880	936	666	714	437	190	832	785	606	673	534	1493	323	1378	364	75
Gültige Fälle	78	44	33	17	39	21	9	21	47	51	1	26	68	10	1	76	1

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	4%	—	—	4%	—	—	—	13%	4%	4%	4%	6%	8%	—	—
bis 1 Tag	4%	8%	—	—	—	—	—	—	7%	7%	3%	—	11%	—	47%
1–4 Tage	41%	57%	—	41%	—	—	—	40%	42%	42%	53%	69%	55%	74%	40%
5–6 Tage	14%	9%	—	15%	100%	100%	—	—	16%	13%	15%	7%	—	—	—
täglich	37%	27%	100%	40%	—	—	—	47%	31%	34%	25%	18%	25%	26%	13%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	—	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.2	3.6	7.0	4.3	6.0	6.0	—	3.9	4.0	4.0	3.6	3.2	2.9	3.6	1.7
KI 95% ±	1.11	.98	—	1.40	—	—	—	4.07	.95	1.06	1.33	1.20	1.78	2.72	1.75
Keine Angaben	1574	571	431	927	213	223	34	310	1711	1459	686	512	220	213	186
Gültige Fälle	56	28	1	41	1	1	0	4	73	62	28	21	15	3	5

^aFrage ISMT28: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - 24heures.ch

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 6.32: Tage pro Woche auf «tio.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	5%	7%	4%	—	9%	5%	—	3%	9%	100%	100%	—	5%	—	100%	100%	—
bis 1 Tag	5%	10%	—	9%	2%	6%	13%	4%	5%	—	—	5%	5%	—	—	—	5%
1–4 Tage	28%	23%	33%	19%	28%	39%	52%	17%	31%	—	—	30%	29%	—	—	—	30%
5–6 Tage	7%	4%	11%	9%	7%	4%	—	11%	5%	—	—	7%	7%	—	—	—	7%
täglich	54%	56%	53%	62%	55%	45%	35%	64%	50%	—	—	57%	54%	100%	—	—	57%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.9	4.8	5.0	5.4	4.9	4.4	3.7	5.5	4.7	.0	.0	5.2	4.9	7.0	.0	.0	5.2
KI 95% ±	.56	.79	.80	1.15	.75	.94	2.10	.94	.76	.20	—	.54	.56	—	—	.20	.54
Keine Angaben	1844	900	945	669	731	444	194	832	810	655	673	513	1512	332	1378	438	29
Gültige Fälle	50	25	25	14	22	13	5	21	22	2	1	47	49	1	1	2	47

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	11%	—	—	48%	77%	100%	—	—	4%	5%	4%	—	—	22%	—
bis 1 Tag	4%	6%	—	—	—	—	—	—	5%	6%	4%	6%	12%	—	8%
1–4 Tage	21%	22%	—	—	23%	—	—	35%	29%	28%	26%	36%	24%	11%	32%
5–6 Tage	11%	15%	—	—	—	—	—	20%	7%	7%	8%	8%	10%	10%	31%
täglich	53%	57%	100%	52%	—	—	—	45%	54%	54%	57%	50%	55%	57%	29%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	—	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.9	5.3	7.0	3.7	.9	.0	—	5.3	4.9	4.9	5.1	4.8	5.0	4.7	4.3
KI 95% ±	.88	1.02	—	2.82	4.39	—	—	1.10	.57	.64	.90	.82	1.20	3.15	1.90
Keine Angaben	1606	582	431	964	213	223	34	308	1737	1480	691	515	225	211	187
Gültige Fälle	24	16	1	4	1	1	0	6	48	40	24	18	10	5	4

^aFrage ISMT29: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - tio.ch

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

6.6 Nutzung in Minuten pro Tag

Tabelle 6.33: Minuten pro Tag auf «srf.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	3%	3%	2%	4%	2%	1%	—	5%	2%	1%	5%	2%	3%	1%	4%	1%	—
2–5 Min.	28%	31%	24%	23%	32%	28%	8%	29%	29%	28%	33%	24%	28%	28%	31%	21%	30%
6–10 Min.	24%	23%	26%	26%	22%	25%	33%	27%	22%	21%	25%	28%	27%	15%	25%	25%	21%
11–30 Min.	31%	29%	33%	30%	30%	35%	38%	25%	35%	32%	31%	31%	31%	32%	29%	34%	42%
31–60 Min.	10%	10%	10%	12%	9%	6%	8%	9%	9%	15%	3%	11%	8%	16%	8%	15%	4%
mehr als 60 Min.	4%	3%	5%	4%	4%	5%	13%	5%	3%	5%	4%	5%	4%	8%	4%	5%	3%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	19.4	17.3	21.4	21.8	17.4	19.1	29.7	18.0	18.9	22.2	16.7	18.8	18.0	26.0	18.0	22.9	16.6
KI 95% ±	2.44	2.94	3.84	4.86	3.05	4.37	13.44	3.81	3.04	4.25	4.21	4.10	2.39	7.69	2.89	4.94	3.21
Keine Angaben	1319	642	677	472	509	338	166	633	516	446	498	371	1087	231	1003	265	51
Gültige Fälle	575	283	293	211	245	120	33	220	317	211	176	189	474	102	376	174	25

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	3%	3%	4%	3%	—	—	20%	3%	2%	2%	4%	3%	5%	3%	—
2–5 Min.	28%	28%	30%	29%	28%	21%	30%	33%	28%	26%	26%	26%	19%	32%	28%
6–10 Min.	24%	24%	26%	30%	17%	27%	25%	24%	24%	25%	26%	23%	24%	27%	18%
11–30 Min.	31%	31%	27%	25%	44%	38%	25%	31%	31%	32%	29%	35%	39%	33%	38%
31–60 Min.	10%	10%	10%	9%	9%	10%	—	5%	10%	11%	9%	9%	9%	2%	9%
mehr als 60 Min.	4%	4%	3%	5%	2%	4%	—	3%	4%	5%	6%	3%	4%	3%	7%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	19.4	19.4	18.6	19.6	17.4	18.7	9.4	16.0	19.5	20.2	20.8	18.8	19.6	14.4	21.0
KI 95% ±	2.44	2.44	6.09	4.02	5.62	5.66	6.96	4.69	2.50	2.81	4.25	4.13	5.20	5.88	6.21
Keine Angaben	1054	23	355	733	157	159	24	243	1230	1046	472	362	157	163	112
Gültige Fälle	575	575	76	234	57	65	10	71	555	475	242	172	78	53	79

^aFrage ISMM01: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - srf.ch
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 6.34: Minuten pro Tag auf «blick.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	3%	2%	3%	5%	1%	2%	—	2%	4%	5%	2%	1%	2%	4%	3%	—	—
2–5 Min.	33%	31%	34%	26%	36%	38%	39%	31%	33%	42%	27%	34%	34%	28%	32%	81%	47%
6–10 Min.	31%	28%	33%	27%	35%	31%	19%	30%	38%	27%	33%	30%	31%	30%	31%	—	—
11–30 Min.	29%	36%	24%	36%	26%	23%	40%	31%	20%	25%	30%	31%	29%	28%	29%	19%	53%
31–60 Min.	4%	2%	5%	5%	2%	5%	3%	4%	4%	1%	6%	3%	2%	10%	4%	—	—
mehr als 60 Min.	1%	1%	0%	1%	1%	1%	—	1%	1%	—	1%	1%	1%	—	1%	—	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	13.2	13.7	12.9	15.3	11.2	13.8	12.9	14.3	11.4	10.5	14.6	13.1	12.6	15.5	13.3	6.9	13.3
KI 95% ±	1.89	3.20	2.34	3.98	1.49	4.47	3.71	2.85	2.82	1.87	3.32	3.07	1.78	5.55	1.91	2.98	—
Keine Angaben	1472	760	712	533	576	363	150	613	701	555	467	446	1232	239	961	435	75
Gültige Fälle	423	165	258	150	178	95	49	240	132	102	207	114	329	93	418	4	1

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	3%	2%	3%	4%	—	—	—	4%	3%	2%	7%	4%	—	7%	—
2–5 Min.	33%	24%	33%	30%	49%	58%	41%	36%	33%	33%	30%	34%	40%	24%	44%
6–10 Min.	31%	36%	31%	35%	28%	28%	36%	30%	32%	35%	28%	28%	33%	23%	35%
11–30 Min.	29%	39%	29%	30%	22%	10%	23%	24%	28%	26%	33%	31%	27%	42%	21%
31–60 Min.	4%	—	4%	2%	2%	—	—	4%	3%	3%	2%	2%	—	4%	—
mehr als 60 Min.	1%	—	1%	0%	—	4%	—	2%	1%	1%	—	—	—	—	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	13.2	12.4	13.2	12.0	9.9	9.9	8.9	13.1	12.8	12.7	11.2	11.3	10.3	14.0	8.9
KI 95% ±	1.90	2.46	1.90	1.63	1.88	5.79	3.48	4.24	1.85	2.06	1.94	1.87	2.17	4.03	2.15
Keine Angaben	1208	525	10	689	150	180	22	208	1389	1181	573	386	178	160	153
Gültige Fälle	421	74	421	279	64	44	12	106	396	339	141	147	58	56	39

^aFrage ISMM02: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - blick.ch
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 6.35: Minuten pro Tag auf «blickamabend.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
2–5 Min.	17%	12%	22%	7%	66%	—	—	20%	15%	18%	6%	40%	20%	10%	17%	—	—
6–10 Min.	39%	42%	35%	37%	7%	57%	—	42%	44%	42%	34%	38%	40%	35%	39%	—	—
11–30 Min.	39%	36%	43%	42%	27%	43%	100%	29%	41%	40%	45%	22%	33%	55%	39%	—	—
mehr als 60 Min.	5%	10%	—	13%	—	—	—	9%	—	—	15%	—	8%	—	5%	—	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	—	—
Mittelwert	17.9	22.8	12.4	27.3	7.3	13.4	18.5	21.5	11.3	11.4	30.6	9.5	20.2	12.2	17.9	—	—
KI 95% ±	11.57	21.45	4.38	26.55	5.10	4.02	9.28	19.70	4.66	4.09	31.34	7.32	16.34	4.49	11.57	—	—
Keine Angaben	1862	908	954	670	747	445	196	834	822	640	663	556	1539	323	1346	440	76
Gültige Fälle	32	17	15	13	7	12	3	19	11	17	11	4	23	9	32	0	0

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
2–5 Min.	17%	—	24%	21%	19%	—	100%	17%	13%	17%	7%	8%	—	—	—
6–10 Min.	39%	51%	34%	37%	—	53%	—	39%	40%	33%	53%	69%	90%	60%	100%
11–30 Min.	39%	49%	30%	42%	81%	47%	—	39%	41%	43%	40%	23%	10%	40%	—
mehr als 60 Min.	5%	—	12%	—	—	—	—	5%	6%	7%	—	—	—	—	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	17.9	13.4	23.9	12.0	15.3	12.3	5.0	17.9	18.6	20.5	12.2	11.0	11.0	12.0	10.0
KI 95% ±	11.57	4.07	25.28	3.45	12.84	4.14	—	11.57	11.99	15.25	2.50	2.99	2.94	4.17	4.46
Keine Angaben	1597	596	417	942	211	222	33	281	1754	1497	701	522	230	210	190
Gültige Fälle	32	3	14	26	4	2	1	32	31	24	14	12	5	6	1

^aFrage ISMM03: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - blickamabend.ch
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 6.36: Minuten pro Tag auf «20min.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	1%	1%	1%	1%	1%	1%	—	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	0%	—
2–5 Min.	25%	26%	25%	15%	33%	34%	9%	27%	29%	26%	24%	28%	26%	22%	26%	24%	—
6–10 Min.	30%	28%	32%	27%	34%	28%	27%	30%	30%	27%	33%	30%	31%	22%	30%	30%	24%
11–30 Min.	40%	42%	38%	52%	30%	34%	55%	39%	37%	43%	39%	38%	38%	50%	39%	41%	76%
31–60 Min.	3%	3%	3%	5%	2%	2%	7%	3%	2%	1%	4%	4%	3%	4%	3%	3%	—
mehr als 60 Min.	1%	1%	1%	1%	0%	1%	2%	0%	1%	2%	0%	1%	1%	0%	1%	2%	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	14.3	14.6	14.1	17.8	11.5	12.5	19.6	14.1	13.0	14.8	14.6	13.5	13.8	16.9	14.1	15.4	16.2
KI 95% ±	1.09	1.66	1.43	2.07	1.02	1.75	3.12	1.68	1.52	2.04	1.77	1.76	1.06	3.44	1.23	2.40	5.99
Keine Angaben	942	470	472	280	366	296	83	391	459	328	298	314	780	162	630	240	72
Gültige Fälle	952	454	498	403	388	161	116	462	373	329	375	246	781	171	748	200	4

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	1%	2%	1%	1%	1%	4%	7%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	—
2–5 Min.	25%	25%	27%	26%	38%	23%	33%	28%	25%	27%	22%	23%	20%	14%	27%
6–10 Min.	30%	26%	30%	30%	32%	38%	34%	31%	30%	31%	27%	24%	21%	29%	29%
11–30 Min.	40%	44%	37%	40%	25%	31%	24%	38%	40%	38%	45%	47%	53%	49%	42%
31–60 Min.	3%	2%	4%	3%	2%	4%	2%	3%	3%	3%	2%	4%	2%	7%	2%
mehr als 60 Min.	1%	1%	1%	1%	2%	—	—	—	1%	1%	1%	1%	2%	—	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	14.3	14.2	14.1	14.3	13.1	12.0	11.6	13.2	14.4	14.1	15.1	16.1	17.2	17.3	13.7
KI 95% ±	1.08	2.01	1.95	1.09	4.89	2.45	4.52	2.31	1.12	1.23	1.76	2.07	3.66	2.83	2.81
Keine Angaben	679	362	154	18	126	142	6	160	877	764	310	212	104	58	101
Gültige Fälle	951	236	277	950	89	82	28	153	908	757	404	322	131	158	90

^aFrage ISMM04: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - 20min.ch
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 6.37: Minuten pro Tag auf «tagesanzeiger.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	1%	2%	1%	—	3%	—	—	—	2%	—	3%	—	2%	—	1%	—	—
2–5 Min.	22%	20%	23%	36%	19%	18%	—	19%	23%	24%	24%	13%	21%	29%	22%	29%	—
6–10 Min.	28%	17%	32%	23%	25%	36%	13%	28%	29%	22%	28%	49%	28%	30%	28%	—	63%
11–30 Min.	44%	52%	41%	33%	52%	39%	—	46%	44%	46%	43%	35%	46%	33%	43%	71%	37%
31–60 Min.	2%	4%	1%	4%	—	3%	87%	1%	1%	2%	2%	—	1%	5%	2%	—	—
mehr als 60 Min.	3%	6%	1%	4%	1%	3%	—	6%	1%	5%	—	3%	2%	3%	3%	—	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	15.2	20.0	13.5	16.8	14.2	15.5	31.7	18.3	13.6	16.4	14.7	13.2	15.3	14.7	15.2	19.4	17.4
KI 95% ±	2.31	7.28	1.76	8.46	2.00	2.97	25.38	6.19	1.79	5.07	2.24	3.18	2.70	4.25	2.34	17.08	—
Keine Angaben	1686	871	815	637	656	393	197	790	691	574	575	534	1398	288	1173	438	75
Gültige Fälle	208	54	155	46	97	65	2	63	142	82	99	26	164	45	206	2	1

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	1%	2%	—	1%	1%	1%	—	—	1%	1%	—	—	—	—	—
2–5 Min.	22%	16%	28%	31%	22%	22%	15%	18%	22%	21%	26%	19%	15%	50%	13%
6–10 Min.	28%	35%	42%	23%	28%	30%	47%	25%	28%	28%	28%	30%	38%	11%	28%
11–30 Min.	44%	45%	22%	39%	44%	46%	37%	47%	44%	44%	41%	45%	38%	39%	56%
31–60 Min.	2%	—	5%	2%	2%	—	—	6%	2%	2%	—	—	—	—	—
mehr als 60 Min.	3%	2%	2%	3%	3%	1%	—	4%	3%	2%	5%	6%	8%	—	3%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	15.2	14.4	13.0	14.9	15.2	13.4	11.5	16.2	15.3	15.4	15.9	17.8	23.0	13.2	15.3
KI 95% ±	2.31	2.48	3.27	4.67	2.31	2.01	2.82	3.77	2.42	2.60	5.99	6.96	17.38	6.77	3.07
Keine Angaben	1421	542	370	879	6	128	28	280	1588	1340	649	479	214	202	161
Gültige Fälle	208	57	61	89	208	95	6	34	197	181	65	55	21	14	30

^aFrage ISMM05: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - tagesanzeiger.ch
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 6.38: Minuten pro Tag auf «nzz.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	1%	—	1%	—	1%	1%	—	—	1%	1%	1%	—	1%	—	1%	—	—
2–5 Min.	22%	15%	25%	19%	26%	19%	34%	27%	19%	15%	24%	40%	19%	35%	22%	24%	60%
6–10 Min.	26%	21%	28%	18%	27%	30%	—	19%	30%	24%	32%	15%	29%	15%	26%	—	—
11–30 Min.	45%	55%	42%	56%	38%	47%	66%	48%	44%	57%	36%	40%	47%	41%	45%	76%	23%
31–60 Min.	4%	4%	4%	7%	3%	3%	—	7%	3%	1%	6%	5%	3%	6%	4%	—	18%
mehr als 60 Min.	2%	5%	1%	—	4%	—	—	—	3%	3%	2%	—	2%	3%	2%	—	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	16.6	21.3	14.8	19.2	16.2	15.4	19.1	17.5	16.3	18.6	15.2	14.4	17.0	15.3	16.6	18.1	12.4
KI 95% ±	2.47	6.88	2.13	5.35	4.50	2.40	19.90	4.15	3.09	4.75	2.67	4.16	2.68	5.94	2.51	16.87	13.57
Keine Angaben	1679	865	813	633	665	381	195	791	684	562	584	529	1391	287	1168	438	73
Gültige Fälle	216	59	156	50	89	77	4	62	149	94	90	32	170	46	211	2	3

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	1%	3%	—	—	1%	1%	—	—	1%	1%	—	—	—	—	—
2–5 Min.	22%	16%	47%	26%	26%	22%	45%	35%	22%	23%	26%	25%	34%	19%	10%
6–10 Min.	26%	33%	23%	26%	22%	26%	38%	23%	25%	24%	25%	22%	28%	23%	36%
11–30 Min.	45%	44%	24%	40%	47%	45%	17%	40%	46%	45%	39%	45%	38%	49%	54%
31–60 Min.	4%	2%	3%	7%	2%	4%	—	2%	4%	4%	7%	3%	—	8%	—
mehr als 60 Min.	2%	2%	3%	—	2%	2%	—	—	2%	1%	3%	5%	—	—	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	16.6	14.1	10.8	16.3	15.4	16.6	11.1	13.0	16.9	16.9	18.5	19.7	13.6	19.8	14.3
KI 95% ±	2.47	3.32	2.46	3.21	2.81	2.47	5.12	2.91	2.59	2.88	5.31	7.70	4.74	7.73	2.70
Keine Angaben	1414	536	389	889	120	8	25	262	1581	1343	633	481	214	202	166
Gültige Fälle	216	63	42	79	95	216	9	51	203	177	81	53	21	14	25

^aFrage ISMM06: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - nzz.ch
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 6.39: Minuten pro Tag auf «watson.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	6%	—	9%	14%	—	—	—	13%	—	17%	—	—	—	18%	6%	—	—
2–5 Min.	29%	40%	23%	7%	44%	57%	—	25%	39%	31%	27%	33%	24%	39%	31%	—	—
6–10 Min.	28%	11%	37%	23%	38%	—	—	37%	22%	18%	42%	—	36%	11%	29%	—	—
11–30 Min.	35%	49%	27%	57%	18%	23%	100%	21%	40%	28%	30%	67%	36%	33%	32%	100%	—
31–60 Min.	2%	—	3%	—	—	20%	—	4%	—	6%	—	—	3%	—	2%	—	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	—
Mittelwert	12.5	12.5	12.5	15.1	9.5	15.0	22.5	10.8	12.7	12.1	12.4	13.5	13.1	11.2	11.7	30.0	—
KI 95% ±	3.71	5.76	4.93	5.72	4.41	16.20	13.78	4.85	5.96	6.94	4.99	9.90	4.20	7.47	3.55	.00	—
Keine Angaben	1861	912	949	669	738	454	197	837	818	645	657	555	1539	322	1347	438	76
Gültige Fälle	33	12	21	14	15	3	2	16	15	12	17	5	22	11	32	1	0

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	6%	20%	—	7%	—	23%	6%	—	6%	—	11%	17%	—	53%	—
2–5 Min.	29%	10%	34%	32%	31%	28%	29%	66%	28%	32%	31%	25%	—	—	27%
6–10 Min.	28%	29%	42%	28%	42%	30%	28%	17%	25%	23%	10%	17%	—	47%	39%
11–30 Min.	35%	41%	17%	30%	27%	19%	35%	16%	38%	43%	44%	40%	100%	—	35%
31–60 Min.	2%	—	6%	2%	—	—	2%	—	2%	3%	4%	—	—	—	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	12.5	12.5	11.1	11.5	12.6	8.5	12.5	8.8	12.9	13.9	14.1	11.1	18.9	5.2	9.2
KI 95% ±	3.71	7.67	4.98	3.82	6.65	5.48	3.71	8.24	3.93	4.20	5.92	6.19	5.06	7.01	6.74
Keine Angaben	1596	589	420	939	208	215	1	309	1754	1493	696	522	230	212	189
Gültige Fälle	33	10	11	28	6	9	33	5	31	27	18	12	5	4	2

^aFrage ISMM07: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - watson.ch
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 6.40: Minuten pro Tag auf «bluewin.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	1%	2%	1%	—	1%	3%	22%	1%	—	4%	—	1%	2%	—	2%	—	—
2–5 Min.	17%	14%	19%	18%	18%	15%	—	13%	22%	19%	19%	14%	18%	8%	18%	14%	12%
6–10 Min.	35%	44%	28%	43%	30%	35%	—	44%	28%	25%	38%	38%	33%	45%	36%	24%	39%
11–30 Min.	39%	34%	42%	31%	43%	39%	78%	32%	42%	42%	34%	41%	38%	46%	37%	52%	31%
31–60 Min.	5%	3%	7%	3%	5%	6%	—	5%	6%	7%	5%	4%	6%	—	5%	—	18%
mehr als 60 Min.	3%	3%	4%	5%	2%	3%	—	4%	2%	4%	5%	1%	4%	—	2%	10%	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	27.6	17.0	35.1	56.2	19.2	20.6	18.1	36.9	19.3	21.0	45.4	15.1	29.0	16.9	29.1	23.5	20.9
KI 95% ±	18.19	6.75	30.75	84.16	5.92	7.69	12.63	37.88	6.13	8.70	50.26	2.76	20.59	5.40	23.48	14.95	8.12
Keine Angaben	1789	881	908	661	711	418	194	803	782	627	636	522	1468	321	1298	425	67
Gültige Fälle	105	44	61	22	43	40	5	50	51	29	38	38	93	12	81	15	9

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	1%	—	—	1%	—	—	—	2%	1%	1%	3%	5%	13%	—	4%
2–5 Min.	17%	23%	11%	8%	28%	10%	—	16%	17%	17%	20%	16%	9%	—	31%
6–10 Min.	35%	26%	49%	41%	26%	46%	100%	37%	35%	33%	41%	32%	33%	40%	29%
11–30 Min.	39%	41%	30%	43%	40%	41%	—	37%	38%	40%	31%	40%	40%	37%	34%
31–60 Min.	5%	7%	5%	4%	7%	4%	—	6%	5%	5%	2%	3%	4%	—	—
mehr als 60 Min.	3%	2%	4%	3%	—	—	—	3%	3%	4%	3%	5%	—	23%	2%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	27.6	17.0	49.9	41.1	17.8	17.1	10.0	28.4	27.8	30.8	37.1	58.7	15.3	205.6	12.0
KI 95% ±	18.19	5.03	65.54	49.04	8.57	5.68	—	19.81	18.74	22.73	47.56	85.34	6.08	362.58	2.78
Keine Angaben	1524	571	403	930	207	210	33	217	1683	1437	675	512	224	211	167
Gültige Fälle	105	28	29	38	7	14	1	97	102	84	40	22	11	5	24

^aFrage ISMM08: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - bluewin.ch
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 6.41: Minuten pro Tag auf «lematin.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	1%	2%	—	—	3%	—	—	3%	—	2%	—	—	2%	—	—	1%	—
2–5 Min.	26%	18%	36%	27%	27%	24%	13%	26%	32%	22%	100%	30%	26%	27%	53%	26%	—
6–10 Min.	30%	25%	36%	18%	40%	36%	39%	21%	34%	28%	—	34%	33%	22%	47%	30%	—
11–30 Min.	38%	48%	27%	48%	30%	33%	35%	47%	32%	42%	—	33%	33%	51%	—	38%	100%
31–60 Min.	1%	—	1%	—	—	4%	—	2%	—	—	—	2%	1%	—	—	1%	—
mehr als 60 Min.	4%	7%	—	7%	—	4%	13%	—	2%	5%	—	2%	5%	—	—	4%	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	13.8	16.4	11.2	17.3	10.8	13.7	18.4	15.1	11.0	15.3	5.0	12.3	13.5	14.7	7.4	13.9	15.0
KI 95% ±	3.12	5.45	2.12	6.80	2.17	3.88	11.10	5.25	2.80	5.16	—	2.81	3.54	6.04	4.86	3.17	—
Keine Angaben	1781	867	914	640	705	436	178	813	781	595	673	510	1478	303	1377	329	76
Gültige Fälle	113	57	56	43	49	21	21	40	51	62	1	50	83	30	2	111	0

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	2%	—	—	2%	—	—	—	—	1%	1%	2%	—	—	—	—
2–5 Min.	31%	28%	100%	32%	100%	—	—	—	28%	31%	25%	38%	31%	24%	32%
6–10 Min.	28%	28%	—	29%	—	100%	—	66%	30%	31%	23%	26%	19%	17%	27%
11–30 Min.	33%	44%	—	32%	—	—	—	—	37%	31%	42%	36%	51%	47%	40%
31–60 Min.	1%	—	—	1%	—	—	—	—	1%	1%	—	—	—	—	—
mehr als 60 Min.	5%	—	—	4%	—	—	—	34%	4%	4%	7%	—	—	12%	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	—	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	13.6	13.8	5.0	13.7	5.0	10.0	—	10.0	13.7	12.7	15.7	13.1	14.2	22.0	13.2
KI 95% ±	3.97	5.12	1.20	4.43	—	—	—	3.21	3.24	3.32	5.82	5.26	6.39	15.48	7.36
Keine Angaben	1545	560	430	893	214	223	34	312	1677	1431	661	509	217	200	182
Gültige Fälle	85	39	2	74	1	1	0	2	108	90	53	24	18	16	9

^aFrage ISMM27: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - lematin.ch
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 6.42: Minuten pro Tag auf «24heures.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
2–5 Min.	32%	30%	36%	34%	36%	24%	26%	20%	40%	36%	—	27%	30%	52%	—	33%	—
6–10 Min.	34%	37%	29%	28%	38%	29%	42%	44%	27%	33%	—	35%	32%	48%	—	35%	—
11–30 Min.	32%	32%	33%	38%	26%	40%	32%	29%	34%	28%	100%	38%	36%	—	100%	30%	100%
31–60 Min.	1%	2%	—	—	—	4%	—	3%	—	1%	—	—	1%	—	—	1%	—
mehr als 60 Min.	1%	—	2%	—	—	4%	—	4%	—	2%	—	—	1%	—	—	1%	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	11.7	12.1	11.1	10.2	11.0	14.5	12.4	13.3	10.9	11.5	30.0	11.4	12.3	7.4	30.0	11.4	15.0
KI 95% ±	1.70	2.32	2.46	2.23	2.23	4.48	4.19	4.08	2.01	2.23	—	2.40	1.90	2.44	—	1.69	.00
Keine Angaben	1820	882	939	667	715	439	190	833	788	609	673	535	1496	324	1378	368	75
Gültige Fälle	74	43	31	16	39	19	9	20	44	48	1	25	65	9	1	72	1

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
2–5 Min.	34%	34%	—	33%	—	—	—	28%	32%	37%	21%	28%	34%	23%	36%
6–10 Min.	27%	28%	—	30%	—	—	—	55%	34%	29%	48%	39%	21%	—	12%
11–30 Min.	36%	36%	100%	35%	100%	100%	—	17%	33%	32%	31%	34%	45%	77%	37%
31–60 Min.	1%	—	—	2%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
mehr als 60 Min.	1%	3%	—	—	—	—	—	—	1%	1%	—	—	—	—	15%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	—	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	12.2	11.7	15.0	11.6	30.0	30.0	—	12.1	11.4	11.3	10.6	10.2	11.4	12.7	12.6
KI 95% ±	2.12	2.74	—	2.37	—	—	—	7.77	1.55	1.81	2.05	2.43	3.43	7.83	8.63
Keine Angaben	1577	572	431	929	213	223	34	310	1715	1463	687	513	222	213	187
Gültige Fälle	52	27	1	39	1	1	0	3	69	58	27	20	14	3	4

^aFrage ISMM28: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - 24heures.ch
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 6.43: Minuten pro Tag auf «tio.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
2–5 Min.	20%	21%	20%	11%	20%	32%	9%	21%	25%	—	—	20%	21%	—	—	—	20%
6–10 Min.	29%	23%	34%	33%	33%	17%	36%	28%	28%	—	—	29%	29%	—	—	—	29%
11–30 Min.	46%	48%	44%	50%	40%	51%	55%	48%	40%	—	—	46%	45%	100%	—	—	46%
31–60 Min.	5%	7%	3%	6%	7%	—	—	3%	8%	—	—	5%	5%	—	—	—	5%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	—	—	100%	100%	100%	—	—	100%
Mittelwert	16.5	18.1	15.0	17.9	17.4	13.7	16.9	15.9	16.8	—	—	16.5	16.5	21.1	—	—	16.5
KI 95% ±	2.43	4.07	2.76	5.10	3.95	2.72	7.13	3.73	3.98	—	—	2.43	2.46	—	—	—	2.43
Keine Angaben	1847	902	945	669	733	445	194	833	812	657	674	513	1515	332	1379	440	29
Gültige Fälle	47	23	24	14	20	13	5	20	21	0	0	47	47	1	0	0	47

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
2–5 Min.	15%	14%	37%	—	—	—	—	24%	20%	22%	15%	20%	15%	12%	25%
6–10 Min.	31%	36%	—	—	100%	—	—	22%	30%	29%	37%	33%	29%	40%	35%
11–30 Min.	44%	41%	24%	100%	—	—	—	46%	45%	45%	42%	42%	51%	30%	40%
31–60 Min.	10%	10%	39%	—	—	—	—	8%	5%	5%	6%	5%	5%	17%	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	—	—	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	18.4	18.2	27.9	20.5	10.0	—	—	16.2	16.5	16.0	16.3	16.3	17.7	21.1	11.3
KI 95% ±	4.48	5.06	—	8.19	—	—	—	8.84	2.48	2.68	3.84	3.56	4.80	17.15	3.75
Keine Angaben	1608	582	431	966	214	224	34	308	1739	1482	692	515	225	212	187
Gültige Fälle	21	16	1	2	0	0	0	6	46	39	23	18	11	4	4

^aFrage ISMM29: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - tio.ch
Skala: Angabe in Minuten

7 Nutzung sozialer Netzwerke und von Suchmaschinen

7.1 Zusammenfassung der genannten Seiten

Tabelle 7.44: Nutzung von globalen Seiten wie sozialen Netzwerken, Suchmaschinen und Messengern^a

Antworten ^b	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
Facebook	37%	39%	35%	55%	32%	19%	44%	37%	35%	41%	33%	35%	34%	51%	34%	43%	44%
Google	86%	83%	89%	77%	90%	92%	72%	87%	90%	85%	87%	87%	87%	82%	87%	85%	83%
Instagramm	11%	13%	9%	27%	3%	1%	35%	10%	4%	13%	8%	11%	11%	9%	10%	12%	8%
Twitter	4%	4%	4%	6%	4%	1%	6%	3%	5%	5%	2%	4%	4%	4%	3%	7%	3%
Wikipedia	7%	8%	7%	6%	8%	9%	7%	5%	10%	8%	7%	8%	8%	5%	7%	6%	16%
Youtube	13%	12%	14%	22%	10%	7%	25%	13%	11%	13%	12%	15%	13%	13%	12%	15%	22%
Whatsapp	27%	29%	26%	42%	25%	12%	41%	29%	22%	26%	28%	28%	27%	28%	29%	20%	33%
...	11%	12%	10%	5%	13%	17%	6%	11%	13%	10%	12%	11%	12%	6%	12%	9%	6%
Prozent Gesamt	197%	200%	193%	240%	184%	158%	236%	195%	189%	202%	190%	199%	197%	198%	195%	198%	214%
Keine Angaben	2497	1239	1258	834	956	707	295	1140	1045	895	900	699	2059	439	1830	607	61
Gültige Fälle	47	23	24	14	20	13	5	20	21	0	0	47	47	1	0	0	47

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
Facebook	40%	43%	35%	45%	33%	40%	57%	38%	37%	31%	100%	55%	51%	76%	25%
Google	85%	86%	85%	83%	91%	87%	89%	87%	86%	100%	73%	73%	86%	58%	87%
Instagramm	12%	9%	14%	17%	7%	7%	12%	7%	11%	7%	22%	23%	17%	100%	3%
Twitter	5%	5%	4%	5%	4%	4%	1%	3%	4%	3%	8%	4%	5%	14%	1%
Wikipedia	8%	10%	9%	5%	14%	11%	2%	12%	7%	8%	6%	10%	23%	5%	17%
Youtube	13%	14%	14%	15%	10%	10%	17%	13%	13%	13%	19%	25%	100%	21%	24%
Whatsapp	30%	30%	37%	35%	28%	26%	36%	26%	27%	23%	41%	100%	52%	58%	34%
...	11%	14%	9%	10%	15%	12%	7%	17%	11%	11%	8%	14%	20%	3%	100%
Prozent Gesamt	204%	212%	207%	215%	203%	197%	221%	203%	197%	197%	277%	304%	352%	336%	290%
Keine Angaben	1608	582	431	966	214	224	34	308	2298	1988	838	623	303	246	257
Gültige Fälle	21	16	1	2	0	0	0	6	46	39	23	18	11	4	4

^aFrage In dieser Tabelle ist zusammengefasst, welche globalen Kommunikationsseiten in welchem Umfang genutzt werden Es wird jeweils ausgewiesen, wie viel Prozent der Befragten die Seite in den letzten Monaten genutzt haben.

Skala: 0 nicht genannt, 1 genannt

^bDie Frage wurde nur gestellt, wenn die Befragten mindestens eine der Seiten nutzen.

7.2 Top 5 der am häufigsten genutzten Angebote

Tabelle 7.45: Soziale Medien und Suchmaschinen am meisten genutzt^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
Facebook	16%	17%	16%	24%	14%	9%	21%	17%	14%	17%	15%	17%	14%	28%	15%	20%	20%
Google	69%	66%	73%	53%	77%	81%	52%	68%	77%	67%	71%	71%	71%	64%	70%	69%	66%
Instagramm	1%	2%	1%	4%	0%	0%	7%	1%	0%	2%	1%	1%	2%	—	2%	1%	—
Twitter	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	—	1%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	1%
Wikipedia	0%	0%	0%	—	1%	0%	—	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	—	1%
Youtube	1%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	3%
Whatsapp	8%	9%	6%	14%	5%	3%	16%	9%	4%	8%	8%	7%	8%	6%	9%	4%	7%
...	3%	4%	2%	2%	3%	7%	2%	4%	3%	3%	4%	3%	4%	1%	4%	3%	3%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	8.1	9.0	7.3	7.1	7.4	10.6	7.5	8.6	7.9	8.2	8.7	7.5	8.5	6.3	8.5	7.3	7.5
KI 95% ±	.65	1.09	.71	1.01	.92	1.60	1.50	1.03	.99	1.06	1.27	1.01	.76	1.10	.83	1.07	1.69
Keine Angaben	256	117	139	45	84	127	29	96	126	101	91	63	213	42	185	62	9
Gültige Fälle	2289	1145	1144	803	893	593	271	1064	940	794	809	683	1892	397	1645	545	99

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
Facebook	17%	16%	17%	20%	10%	15%	16%	16%	16%	11%	44%	21%	21%	32%	8%
Google	68%	69%	66%	62%	80%	74%	74%	70%	70%	80%	40%	43%	53%	25%	57%
Instagramm	2%	1%	3%	2%	1%	—	—	1%	1%	0%	2%	1%	1%	13%	—
Twitter	0%	1%	0%	0%	1%	1%	—	—	0%	0%	1%	1%	0%	1%	—
Wikipedia	0%	—	0%	—	0%	1%	—	1%	0%	0%	0%	—	0%	—	0%
Youtube	1%	1%	0%	2%	—	1%	—	1%	1%	1%	1%	1%	9%	2%	0%
Whatsapp	9%	7%	10%	11%	5%	6%	7%	6%	8%	5%	9%	28%	10%	26%	4%
...	4%	5%	3%	3%	2%	3%	3%	6%	3%	3%	2%	5%	7%	1%	30%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	8.2	9.3	7.9	8.1	7.3	7.3	7.6	10.0	8.1	7.5	6.9	10.1	11.5	6.8	30.5
KI 95% ±	.85	1.70	1.59	1.04	1.66	1.97	4.74	2.45	.65	.62	1.02	1.54	2.70	1.39	4.94
Keine Angaben	124	41	32	70	19	24	4	14	58	37	24	17	3	5	3
Gültige Fälle	1506	557	399	898	195	199	30	299	2286	1989	836	625	312	245	258

^aFrage ISO01: Welche Internetseiten oder Apps von sozialen Medien und Suchmaschinen nutzen Sie am meisten?

Skala: 1 «search.ch» 2 «local.ch» 3 «bluewin.ch» 4 «facebook» 5 «Google Suche» 6 «instagramm» 7 «twitter» 8 «wikipedia» 9 «youtube» 10 «Whatsapp»

Tabelle 7.46: Soziale Medien und Suchmaschinen am zweithäufigsten genutzt^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
Facebook	28%	29%	26%	32%	25%	22%	26%	27%	29%	32%	24%	26%	27%	33%	25%	35%	28%
Google	20%	20%	21%	17%	22%	27%	11%	24%	20%	18%	24%	20%	21%	18%	22%	17%	19%
Instagramm	8%	10%	6%	16%	2%	—	20%	8%	3%	8%	7%	10%	8%	9%	8%	9%	4%
Twitter	3%	3%	3%	3%	4%	1%	4%	2%	4%	3%	3%	3%	3%	4%	3%	5%	1%
Wikipedia	6%	7%	5%	2%	7%	13%	4%	3%	9%	5%	6%	6%	7%	2%	6%	4%	12%
Youtube	8%	5%	10%	9%	8%	3%	16%	7%	5%	8%	7%	7%	8%	7%	7%	7%	13%
Whatsapp	17%	15%	19%	17%	19%	12%	15%	18%	17%	16%	18%	17%	16%	21%	18%	14%	21%
...	10%	11%	10%	4%	13%	22%	3%	10%	13%	10%	12%	10%	12%	6%	12%	8%	2%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	15.3	15.7	14.9	9.2	18.1	24.9	9.4	14.9	17.6	14.7	16.3	14.9	16.3	11.2	16.6	12.5	8.7
KI 95% ±	1.55	2.25	2.15	1.88	2.68	4.58	2.48	2.20	2.81	2.51	2.64	2.98	1.71	3.69	1.96	2.65	1.90
Keine Angaben	1298	643	654	271	536	492	114	609	559	449	463	385	1096	202	925	323	49
Gültige Fälle	1247	618	628	578	441	228	186	551	507	447	437	361	1010	237	904	283	59

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
Facebook	30%	33%	22%	29%	36%	37%	37%	33%	28%	28%	46%	24%	18%	31%	10%
Google	19%	15%	20%	22%	12%	16%	11%	21%	20%	24%	20%	16%	15%	9%	21%
Instagramm	10%	8%	13%	13%	1%	5%	7%	4%	8%	5%	9%	11%	10%	43%	2%
Twitter	3%	3%	3%	2%	2%	4%	2%	2%	3%	2%	3%	1%	1%	3%	0%
Wikipedia	6%	7%	6%	3%	9%	5%	—	9%	6%	7%	1%	2%	5%	3%	4%
Youtube	5%	5%	5%	6%	5%	8%	18%	3%	8%	8%	5%	5%	31%	3%	2%
Whatsapp	18%	19%	23%	19%	19%	12%	25%	14%	17%	15%	13%	37%	12%	7%	8%
...	9%	9%	8%	6%	16%	12%	—	14%	10%	11%	3%	5%	8%	1%	54%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	13.6	14.3	13.0	11.4	20.3	16.4	6.2	18.0	15.3	15.9	8.1	11.2	15.4	6.1	51.2
KI 95% ±	1.66	2.68	2.95	1.76	6.30	6.01	1.54	4.72	1.55	1.72	1.19	1.48	3.24	.70	6.00
Keine Angaben	776	258	202	419	95	108	10	151	1097	960	102	68	13	18	20
Gültige Fälle	854	341	229	549	119	116	24	163	1247	1067	758	574	301	232	241

^aFrage ISO02: Welche Internetseiten oder Apps von sozialen Medien und Suchmaschinen nutzen Sie am zweithäufigsten?

Skala: 2 «search.ch» 2 «local.ch» 3 «bluewin.ch» 4 «facebook» 5 «Google Suche» 6 «instagramm» 7 «twitter» 8 «wikipedia» 9 «youtube» 10 «Whatsapp»

Tabelle 7.47: Soziale Medien und Suchmaschinen am dritthäufigsten genutzt^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
Facebook	16%	18%	13%	16%	20%	8%	10%	15%	19%	18%	16%	14%	15%	18%	16%	17%	13%
Google	18%	16%	20%	21%	15%	16%	23%	18%	16%	21%	18%	14%	15%	31%	18%	18%	15%
Instagramm	11%	11%	12%	19%	3%	4%	24%	13%	4%	15%	7%	11%	12%	9%	10%	15%	13%
Twitter	4%	4%	3%	5%	4%	2%	5%	2%	6%	5%	1%	6%	4%	2%	3%	8%	3%
Wikipedia	7%	6%	8%	3%	11%	10%	2%	6%	10%	6%	7%	7%	8%	1%	7%	6%	13%
Youtube	13%	12%	15%	13%	12%	21%	13%	13%	14%	12%	13%	15%	13%	13%	12%	17%	17%
Whatsapp	23%	25%	21%	23%	27%	14%	21%	27%	20%	15%	29%	25%	23%	23%	27%	12%	20%
...	8%	7%	8%	1%	10%	26%	3%	5%	12%	7%	8%	7%	9%	3%	8%	8%	7%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	13.9	13.5	14.3	7.3	16.3	33.5	9.2	11.6	18.4	13.0	14.8	14.0	14.8	9.3	13.9	13.8	13.3
KI 95% ±	1.72	2.20	2.69	1.00	3.41	7.41	2.31	2.17	3.47	2.86	3.13	2.99	2.03	2.32	2.13	3.32	4.16
Keine Angaben	1850	894	955	492	739	619	182	860	790	630	678	540	1533	317	1339	438	72
Gültige Fälle	695	368	327	357	238	100	118	301	275	265	222	206	572	123	490	168	37

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
Facebook	16%	17%	15%	15%	5%	10%	18%	13%	16%	15%	23%	14%	10%	14%	10%
Google	16%	19%	15%	16%	23%	22%	25%	13%	18%	21%	19%	16%	16%	16%	13%
Instagramm	11%	7%	10%	15%	8%	8%	16%	7%	11%	9%	15%	10%	4%	40%	—
Twitter	4%	5%	4%	4%	4%	1%	—	2%	4%	4%	5%	2%	3%	4%	—
Wikipedia	7%	9%	5%	5%	10%	10%	—	11%	7%	8%	3%	6%	8%	—	11%
Youtube	12%	13%	12%	12%	10%	5%	—	12%	13%	13%	10%	12%	37%	6%	15%
Whatsapp	26%	20%	36%	28%	27%	27%	29%	28%	23%	22%	21%	36%	20%	20%	17%
...	7%	10%	4%	4%	13%	16%	11%	14%	8%	8%	4%	4%	2%	—	36%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	13.8	15.6	10.6	11.1	19.1	20.9	15.9	20.0	13.9	14.4	9.7	11.2	10.1	6.4	41.0
KI 95% ±	1.99	3.04	2.62	1.80	8.93	9.03	12.37	5.83	1.72	1.92	1.56	1.60	1.43	.44	6.87
Keine Angaben	1130	388	309	638	153	157	22	216	1649	1433	372	202	65	49	114
Gültige Fälle	500	211	123	330	61	67	12	98	695	594	488	439	250	200	147

^aFrage ISO03: Welche Internetseiten oder Apps von sozialen Medien und Suchmaschinen nutzen Sie am dritthäufigsten?

Skala: 3 «search.ch» 2 «local.ch» 3 «bluewin.ch» 4 «facebook» 5 «Google Suche» 6 «instagramm» 7 «twitter» 8 «wikipedia» 9 «youtube» 10 «Whatsapp»

Tabelle 7.48: Soziale Medien und Suchmaschinen am vierthäufigsten genutzt^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
Facebook	8%	6%	10%	8%	9%	7%	9%	10%	6%	8%	7%	9%	9%	4%	9%	3%	14%
Google	12%	11%	13%	15%	8%	10%	15%	11%	11%	18%	7%	10%	13%	9%	12%	13%	10%
Instagramm	10%	8%	12%	16%	5%	—	20%	9%	7%	9%	14%	6%	10%	11%	12%	7%	3%
Twitter	4%	5%	3%	4%	5%	3%	3%	6%	2%	6%	2%	4%	4%	3%	3%	8%	3%
Wikipedia	11%	11%	11%	6%	11%	27%	12%	7%	15%	14%	8%	11%	10%	16%	11%	11%	12%
Youtube	24%	25%	23%	29%	21%	14%	19%	22%	28%	16%	27%	30%	22%	33%	24%	24%	22%
Whatsapp	23%	23%	22%	21%	26%	22%	22%	26%	20%	24%	22%	22%	23%	24%	20%	28%	30%
...	8%	10%	6%	1%	15%	18%	1%	9%	11%	6%	12%	8%	9%	2%	9%	6%	6%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	15.9	18.5	13.1	8.4	22.4	24.3	8.0	16.7	19.5	12.7	20.4	16.1	16.9	9.8	16.9	13.7	13.5
KI 95% ±	2.42	3.93	2.74	1.99	5.76	7.35	1.72	4.16	4.23	3.66	5.16	3.91	2.84	2.84	3.24	3.65	5.42
Keine Angaben	2228	1099	1129	681	879	668	239	1021	950	772	805	648	1840	388	1616	521	90
Gültige Fälle	317	163	154	167	98	51	61	140	115	123	95	98	266	51	213	85	18

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
Facebook	8%	6%	6%	9%	5%	7%	59%	3%	8%	8%	12%	5%	7%	8%	5%
Google	12%	13%	20%	16%	3%	—	—	11%	12%	13%	16%	12%	6%	16%	6%
Instagramm	11%	3%	5%	14%	18%	8%	—	8%	10%	9%	11%	12%	7%	27%	4%
Twitter	6%	4%	3%	6%	2%	2%	—	2%	4%	4%	5%	1%	2%	8%	—
Wikipedia	11%	17%	16%	8%	21%	17%	18%	12%	11%	11%	7%	9%	12%	2%	17%
Youtube	25%	29%	38%	22%	21%	24%	—	30%	24%	23%	22%	23%	45%	18%	23%
Whatsapp	18%	21%	9%	18%	23%	32%	—	14%	23%	23%	25%	31%	16%	19%	21%
...	9%	7%	3%	7%	7%	9%	23%	19%	8%	8%	2%	6%	5%	2%	24%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	17.0	15.3	11.2	14.2	14.5	17.3	24.4	29.3	15.9	16.1	9.4	14.4	15.1	8.4	32.7
KI 95% ±	3.08	4.27	3.91	3.51	7.15	7.35	38.94	7.82	2.42	2.48	1.49	2.59	2.91	2.82	6.50
Keine Angaben	1401	513	374	813	183	193	31	262	2027	1743	639	410	144	133	154
Gültige Fälle	229	86	58	154	32	30	3	52	317	283	221	231	170	117	107

^aFrage ISO04: Welche Internetseiten oder Apps von sozialen Medien und Suchmaschinen nutzen Sie am vierthäufigsten?

Skala: 4 «search.ch» 2 «local.ch» 3 «bluewin.ch» 4 «facebook» 5 «Google Suche» 6 «instagramm» 7 «twitter» 8 «wikipedia» 9 «youtube» 10 «Whatsapp»

Tabelle 7.49: Soziale Medien und Suchmaschinen am fünfthäufigsten genutzt^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
Facebook	7%	8%	6%	6%	13%	—	—	12%	6%	10%	10%	2%	9%	—	7%	6%	13%
Google	15%	16%	15%	20%	6%	19%	8%	20%	13%	21%	7%	15%	16%	11%	14%	17%	16%
Instagramm	5%	3%	6%	7%	3%	—	7%	5%	4%	9%	—	4%	6%	—	1%	12%	7%
Twitter	4%	5%	3%	6%	2%	—	8%	5%	1%	3%	6%	5%	5%	—	5%	3%	—
Wikipedia	12%	12%	13%	16%	9%	2%	12%	15%	9%	13%	4%	17%	7%	39%	12%	11%	23%
Youtube	20%	21%	18%	20%	18%	24%	29%	24%	10%	17%	20%	21%	22%	10%	25%	11%	13%
Whatsapp	19%	24%	14%	17%	21%	27%	20%	10%	30%	21%	24%	14%	20%	17%	18%	23%	17%
...	17%	10%	25%	8%	30%	29%	16%	11%	27%	6%	29%	22%	16%	23%	18%	16%	11%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	24.6	18.0	31.7	15.1	36.2	38.6	25.4	18.1	31.4	12.3	36.7	29.7	23.7	28.8	27.0	21.9	16.9
KI 95% ±	6.98	5.96	12.82	6.48	14.01	31.45	14.48	9.27	13.59	5.15	19.27	11.66	6.97	23.27	9.58	10.70	12.38
Keine Angaben	2426	1199	1227	781	939	705	276	1109	1023	849	869	705	2006	420	1754	571	101
Gültige Fälle	119	63	56	67	38	14	24	52	42	46	31	41	99	19	76	36	7

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
Facebook	8%	5%	2%	10%	6%	17%	—	3%	7%	8%	10%	6%	6%	8%	3%
Google	19%	18%	12%	21%	—	8%	—	18%	15%	18%	14%	14%	12%	23%	8%
Instagramm	4%	7%	—	2%	—	—	—	—	5%	3%	6%	5%	2%	13%	—
Twitter	3%	2%	4%	5%	—	—	—	5%	4%	5%	6%	4%	—	11%	1%
Wikipedia	12%	1%	21%	8%	41%	36%	—	21%	12%	13%	13%	11%	17%	7%	1%
Youtube	22%	9%	24%	28%	17%	—	100%	17%	20%	16%	14%	22%	28%	22%	19%
Whatsapp	16%	33%	16%	8%	9%	13%	—	20%	19%	18%	21%	22%	22%	10%	27%
...	16%	24%	20%	20%	28%	26%	—	15%	17%	19%	16%	16%	14%	6%	42%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	23.6	29.0	29.1	28.6	34.7	27.7	—	21.9	24.6	24.9	21.9	23.7	22.8	12.5	49.2
KI 95% ±	8.08	16.80	16.89	11.13	39.57	20.58	.00	11.57	6.98	7.75	7.44	7.63	7.97	6.90	14.38
Keine Angaben	1536	562	401	904	204	212	33	292	2225	1925	770	540	230	204	212
Gültige Fälle	93	37	31	64	10	12	1	22	119	101	90	102	84	45	49

^aFrage ISO05: Welche Internetseiten oder Apps von sozialen Medien und Suchmaschinen nutzen Sie am fünfthäufigsten?

Skala: 5 «search.ch» 2 «local.ch» 3 «bluewin.ch» 4 «facebook» 5 «Google Suche» 6 «instagramm» 7 «twitter» 8 «wikipedia» 9 «youtube» 10 «Whatsapp»

7.3 Nutzung in Tagen pro Woche

Tabelle 7.50: Tage pro Woche auf «search.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	1%	1%	—	—	2%	—	—	1%	1%	—	1%	2%	1%	—	1%	—	—
bis 1 Tag	25%	25%	24%	25%	17%	36%	25%	24%	26%	26%	25%	22%	25%	20%	26%	12%	49%
1–4 Tage	63%	64%	63%	62%	70%	55%	75%	64%	61%	60%	66%	63%	63%	80%	63%	72%	19%
5–6 Tage	5%	5%	5%	—	4%	7%	—	5%	5%	7%	4%	4%	5%	—	5%	—	—
täglich	6%	5%	8%	13%	7%	2%	—	6%	7%	8%	4%	9%	6%	—	5%	16%	32%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	2.0	1.8	2.2	2.1	2.2	1.6	1.7	1.9	2.1	2.1	1.8	2.3	2.0	1.5	1.9	2.8	3.1
KI 95% ±	.36	.51	.52	1.30	.50	.50	1.18	.58	.50	.64	.53	.84	.37	1.27	.38	1.37	6.72
Keine Angaben	2188	1074	1114	801	845	542	269	1002	905	770	757	658	1785	404	1562	530	96
Gültige Fälle	122	67	55	15	61	46	7	54	61	42	56	24	119	3	110	10	1

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	1%	—	2%	1%	3%	—	—	—	1%	1%	—	—	—	—	1%
bis 1 Tag	24%	9%	23%	24%	26%	27%	—	16%	25%	22%	35%	31%	37%	71%	26%
1–4 Tage	63%	86%	64%	54%	57%	66%	100%	70%	63%	66%	55%	58%	58%	17%	62%
5–6 Tage	4%	—	5%	7%	7%	—	—	7%	5%	4%	7%	7%	5%	—	5%
täglich	8%	5%	6%	14%	7%	7%	—	8%	6%	7%	4%	4%	—	11%	6%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	2.0	2.0	2.2	2.5	2.4	1.8	2.0	2.1	2.0	2.1	1.7	1.8	1.4	1.8	2.0
KI 95% ±	.43	.58	.91	.75	1.01	.93	.23	.80	.37	.39	.62	.56	.77	1.53	.38
Keine Angaben	1442	536	383	876	177	188	33	276	2170	1882	823	595	290	242	130
Gültige Fälle	92	36	19	45	21	21	2	24	120	109	30	43	23	5	116

^aFrage ISOT01: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - search.ch

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 7.51: Tage pro Woche auf «local.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	1%	2%	—	—	—	3%	—	3%	—	3%	—	—	1%	—	2%	—	—
bis 1 Tag	42%	42%	42%	46%	39%	43%	19%	44%	44%	48%	32%	46%	41%	47%	40%	47%	40%
1–4 Tage	47%	44%	52%	36%	53%	44%	81%	45%	43%	37%	58%	46%	51%	29%	47%	47%	40%
5–6 Tage	4%	5%	1%	—	4%	4%	—	5%	4%	4%	3%	4%	4%	—	4%	3%	8%
täglich	6%	7%	5%	18%	3%	6%	—	3%	9%	8%	7%	4%	3%	24%	8%	3%	13%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	1.7	1.8	1.5	2.0	1.6	1.6	1.5	1.4	1.8	1.7	1.7	1.7	1.5	2.5	1.7	1.5	2.3
KI 95% ±	.44	.63	.48	1.95	.49	.59	.78	.73	.61	.98	.60	.60	.35	1.80	.59	.58	1.89
Keine Angaben	2211	1079	1132	802	862	547	268	1025	905	778	780	649	1820	390	1607	510	94
Gültige Fälle	100	63	37	14	44	41	8	31	60	35	33	32	84	16	65	31	4

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	2%	2%	—	—	—	—	—	—	1%	1%	—	—	—	—	1%
bis 1 Tag	46%	44%	54%	54%	80%	51%	—	21%	42%	43%	33%	57%	51%	—	42%
1–4 Tage	43%	43%	46%	38%	20%	32%	100%	76%	47%	45%	53%	40%	45%	100%	47%
5–6 Tage	3%	5%	—	—	—	7%	—	—	4%	4%	3%	—	—	—	4%
täglich	6%	6%	—	8%	—	11%	—	3%	6%	6%	10%	3%	4%	—	6%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	1.6	1.7	1.1	1.5	.8	1.7	2.0	1.9	1.7	1.7	2.0	1.2	1.3	1.0	1.7
KI 95% ±	.59	.82	.70	.95	.54	1.02	—	.72	.44	.47	.94	.47	.67	—	.44
Keine Angaben	1471	531	389	889	189	196	33	280	2190	1902	819	597	290	247	146
Gültige Fälle	62	41	13	33	9	13	1	20	100	88	34	40	23	1	100

^aFrage ISOT02: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - local.ch

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 7.52: Tage pro Woche auf «bluewin.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Tag	9%	7%	11%	9%	10%	8%	—	8%	10%	2%	23%	—	10%	—	11%	4%	—
1–4 Tage	39%	48%	30%	80%	39%	22%	74%	35%	40%	45%	26%	47%	34%	78%	40%	36%	30%
5–6 Tage	10%	10%	11%	—	9%	16%	26%	7%	12%	9%	12%	11%	12%	—	12%	—	37%
täglich	42%	35%	49%	12%	41%	54%	—	49%	38%	44%	39%	42%	44%	22%	38%	61%	33%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	4.5	4.2	4.8	3.1	4.3	5.3	2.7	4.8	4.4	4.7	4.2	4.7	4.6	3.9	4.3	5.3	4.9
KI 95% ±	.60	.82	.89	1.48	1.08	.82	2.21	.88	.86	.89	1.19	.99	.65	1.21	.71	1.23	1.29
Keine Angaben	2230	1102	1128	801	878	551	272	1015	931	789	784	654	1832	398	1610	525	95
Gültige Fälle	81	39	41	15	28	37	4	42	35	24	29	27	72	9	62	15	3

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Tag	8%	6%	10%	16%	20%	—	—	—	9%	10%	—	4%	5%	—	8%
1–4 Tage	27%	34%	26%	26%	15%	—	—	24%	39%	34%	43%	39%	57%	100%	40%
5–6 Tage	16%	19%	16%	8%	19%	100%	—	25%	10%	12%	10%	9%	8%	—	11%
täglich	49%	42%	48%	50%	46%	—	100%	51%	42%	44%	47%	47%	30%	—	42%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	5.1	4.8	5.0	4.7	4.9	5.0	7.0	5.6	4.5	4.6	4.7	4.9	4.0	3.0	4.5
KI 95% ±	.74	1.33	1.39	1.20	2.05	2.82	—	.78	.60	.64	1.32	.84	1.11	.00	.60
Keine Angaben	1490	556	390	900	192	207	34	280	2210	1918	837	614	289	246	169
Gültige Fälle	43	16	12	22	6	2	1	20	81	73	16	23	24	2	77

^aFrage ISOT03: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - bluewin.ch

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 7.53: Tage pro Woche auf «facebook»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	0%	—	1%	0%	—	2%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	—	1%
bis 1 Tag	2%	2%	3%	2%	3%	6%	4%	2%	2%	3%	2%	2%	3%	1%	3%	1%	2%
1–4 Tage	27%	24%	31%	22%	32%	35%	32%	24%	29%	22%	31%	30%	30%	18%	29%	23%	23%
5–6 Tage	9%	10%	7%	9%	9%	4%	13%	5%	11%	9%	8%	9%	10%	4%	9%	7%	7%
täglich	62%	64%	59%	67%	56%	54%	50%	69%	57%	66%	58%	59%	57%	76%	58%	68%	67%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	5.5	5.7	5.2	5.8	5.2	4.8	5.0	5.7	5.3	5.6	5.3	5.4	5.3	5.9	5.3	5.8	5.7
KI 95% ±	.26	.36	.39	.35	.38	.64	.65	.40	.42	.44	.47	.44	.25	.62	.33	.47	.58
Keine Angaben	1454	693	761	366	612	477	155	667	621	477	538	438	1259	196	1091	309	54
Gültige Fälle	856	448	408	451	295	111	121	389	344	336	275	243	645	211	582	231	43

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	0%	0%	—	—	1%	1%	—	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%
bis 1 Tag	2%	2%	2%	1%	4%	2%	—	1%	2%	3%	2%	3%	3%	0%	—
1–4 Tage	29%	28%	29%	25%	32%	35%	28%	38%	27%	28%	27%	26%	29%	23%	42%
5–6 Tage	8%	10%	4%	7%	8%	10%	24%	9%	8%	8%	8%	9%	8%	10%	6%
täglich	61%	60%	64%	66%	55%	51%	47%	52%	62%	60%	62%	62%	59%	66%	51%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	5.4	5.5	5.5	5.6	5.1	5.0	5.6	5.0	5.5	5.4	5.5	5.5	5.3	5.8	5.0
KI 95% ±	.30	.50	.67	.35	1.17	.93	1.22	.63	.27	.31	.27	.41	.54	.53	.78
Keine Angaben	917	323	261	506	131	124	14	186	1440	1368	3	285	153	61	181
Gültige Fälle	617	249	141	416	67	85	20	114	850	622	849	353	160	187	65

^aFrage ISOT04: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - facebook

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 7.54: Tage pro Woche auf «Google Suche»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	0%	0%	0%	1%	0%	0%	—	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	—
bis 1 Tag	3%	3%	3%	1%	2%	6%	3%	4%	2%	3%	2%	4%	3%	3%	3%	2%	2%
1–4 Tage	36%	40%	32%	29%	35%	45%	45%	41%	28%	34%	39%	34%	38%	26%	39%	27%	33%
5–6 Tage	11%	11%	10%	11%	11%	9%	12%	9%	12%	10%	12%	10%	11%	9%	11%	8%	15%
täglich	51%	46%	54%	58%	51%	40%	41%	46%	58%	54%	46%	53%	48%	62%	47%	61%	51%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	5.0	4.8	5.2	5.5	5.1	4.4	4.6	4.7	5.4	5.2	4.9	5.0	4.9	5.5	4.9	5.4	5.2
KI 95% ±	.16	.24	.22	.30	.20	.23	.45	.25	.24	.28	.26	.31	.16	.48	.19	.35	.39
Keine Angaben	298	182	116	175	84	40	78	128	91	118	101	80	227	71	208	76	15
Gültige Fälle	2012	959	1053	642	823	548	198	928	875	694	712	602	1677	335	1465	465	83

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	0%	0%	—	0%	—	—	—	0%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	0%
bis 1 Tag	2%	2%	2%	2%	0%	—	—	1%	3%	3%	1%	2%	2%	—	5%
1–4 Tage	31%	25%	38%	32%	24%	23%	18%	36%	36%	36%	25%	29%	27%	27%	33%
5–6 Tage	11%	14%	10%	11%	13%	15%	6%	13%	11%	11%	12%	13%	11%	11%	17%
täglich	55%	58%	51%	56%	62%	62%	76%	49%	51%	50%	61%	56%	60%	60%	45%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	5.3	5.5	5.1	5.4	5.7	5.8	6.2	5.1	5.0	5.0	5.6	5.4	5.5	5.6	4.9
KI 95% ±	.19	.31	.38	.24	.55	.51	.88	.39	.16	.16	.29	.32	.44	.60	.43
Keine Angaben	219	79	57	146	15	26	2	38	296	6	230	164	41	101	22
Gültige Fälle	1315	494	345	776	184	183	32	262	1995	1985	623	473	272	147	224

^aFrage ISOT05: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - Google Suche

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 7.55: Tage pro Woche auf «instagramm»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	0%	1%	—	—	4%	—	—	1%	—	—	—	1%	0%	—	1%	—	—
bis 1 Tag	1%	0%	1%	1%	2%	—	2%	—	—	2%	—	—	1%	—	—	3%	—
1–4 Tage	20%	15%	28%	15%	65%	53%	18%	20%	27%	17%	23%	23%	20%	21%	19%	21%	50%
5–6 Tage	7%	9%	5%	8%	—	—	7%	5%	13%	6%	5%	11%	6%	10%	7%	7%	—
täglich	71%	75%	66%	77%	28%	47%	73%	74%	60%	76%	73%	65%	72%	69%	73%	69%	50%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	5.9	6.2	5.5	6.2	3.5	4.7	5.9	6.0	5.6	6.0	5.9	5.7	5.9	5.9	6.0	5.7	4.8
KI 95% ±	.48	.61	.75	.46	1.40	2.27	.64	.75	1.46	.78	.76	.89	.47	1.59	.52	1.04	1.34
Keine Angaben	2061	998	1064	595	883	583	179	945	924	704	744	610	1692	369	1498	474	90
Gültige Fälle	249	144	106	221	23	5	97	111	41	108	68	72	212	38	175	67	8

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	1%	2%	—	—	—	—	—	—	0%	1%	1%	—	—	0%	—
bis 1 Tag	0%	1%	—	0%	—	—	—	—	1%	—	1%	—	—	1%	—
1–4 Tage	22%	21%	18%	22%	28%	64%	53%	28%	20%	22%	21%	18%	22%	21%	19%
5–6 Tage	7%	8%	7%	6%	—	—	—	10%	7%	6%	7%	6%	6%	7%	—
täglich	71%	68%	74%	72%	72%	36%	47%	62%	71%	71%	70%	75%	72%	71%	81%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	5.9	5.8	6.1	5.9	5.5	4.4	4.9	5.4	5.9	5.8	5.8	6.0	5.9	5.9	6.2
KI 95% ±	.52	1.16	.86	.57	2.99	1.37	2.90	1.68	.48	.64	.59	.56	1.00	.48	2.43
Keine Angaben	1339	519	347	760	185	195	30	278	2041	1843	665	490	260	0	238
Gültige Fälle	194	53	56	161	14	14	4	22	249	148	188	147	53	248	8

^aFrage ISOT06: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - instagramm

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 7.56: Tage pro Woche auf «twitter»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	1%	1%	2%	—	2%	8%	—	—	3%	—	3%	3%	1%	4%	1%	2%	5%
bis 1 Tag	5%	8%	2%	9%	2%	—	13%	—	6%	5%	—	9%	6%	—	5%	7%	—
1–4 Tage	52%	49%	56%	35%	70%	78%	49%	47%	55%	53%	65%	42%	54%	40%	66%	35%	44%
5–6 Tage	5%	5%	5%	5%	6%	—	11%	4%	3%	2%	9%	7%	4%	11%	8%	1%	—
täglich	36%	37%	36%	52%	20%	14%	26%	48%	33%	40%	24%	40%	35%	45%	19%	56%	51%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	3.9	3.9	3.8	4.7	3.1	2.2	3.5	4.5	3.7	3.9	3.6	4.0	3.7	4.8	3.2	4.6	4.7
KI 95% ±	.72	.93	1.13	.96	1.00	1.33	1.65	1.37	.98	1.05	1.31	1.43	.76	1.89	.84	1.21	3.17
Keine Angaben	2217	1091	1126	766	870	581	258	1027	920	769	793	652	1826	391	1623	499	95
Gültige Fälle	94	51	43	50	37	7	18	30	45	44	20	30	78	16	50	41	3

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	2%	4%	—	—	7%	—	—	—	1%	1%	1%	3%	1%	0%	—
bis 1 Tag	7%	9%	15%	5%	—	—	—	—	5%	4%	4%	—	—	6%	—
1–4 Tage	52%	51%	82%	58%	67%	68%	—	67%	52%	55%	54%	52%	40%	46%	100%
5–6 Tage	4%	1%	3%	3%	6%	14%	31%	19%	5%	6%	5%	13%	3%	8%	—
täglich	35%	35%	—	35%	21%	17%	69%	15%	36%	34%	36%	33%	57%	39%	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	3.7	3.6	1.9	3.7	3.4	3.4	6.4	3.4	3.8	3.6	3.9	4.3	4.9	4.2	2.4
KI 95% ±	.82	1.38	.51	.98	2.60	1.60	5.59	1.45	.73	.85	.83	1.39	2.03	1.20	.13
Keine Angaben	1462	541	387	879	190	200	33	291	2198	1923	781	613	298	213	245
Gültige Fälle	71	31	15	43	8	9	2	9	93	67	71	25	15	35	2

^aFrage ISOT07: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - twitter

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 7.57: Tage pro Woche auf «wikipedia»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	2%	2%	3%	3%	2%	2%	10%	2%	0%	3%	—	3%	2%	3%	2%	4%	2%
bis 1 Tag	12%	10%	14%	7%	12%	17%	10%	11%	14%	8%	18%	12%	13%	8%	13%	8%	11%
1–4 Tage	66%	70%	62%	79%	64%	59%	74%	69%	64%	72%	59%	66%	66%	69%	65%	70%	65%
5–6 Tage	8%	9%	8%	5%	8%	11%	—	9%	10%	7%	12%	5%	7%	14%	8%	7%	9%
täglich	11%	10%	13%	5%	14%	12%	6%	10%	13%	9%	11%	14%	12%	6%	11%	11%	13%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	2.7	2.7	2.7	2.7	2.7	2.7	2.4	2.5	2.8	2.7	2.6	2.7	2.6	2.9	2.5	3.3	2.9
KI 95% ±	.41	.58	.59	.82	.53	.80	1.35	.76	.52	.60	.87	.68	.41	1.44	.50	.86	.73
Keine Angaben	2137	1051	1086	771	831	536	256	998	870	749	759	626	1751	386	1549	506	82
Gültige Fälle	173	90	83	45	76	52	20	58	95	63	54	56	153	21	123	34	16

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	2%	2%	6%	4%	—	—	—	—	2%	2%	5%	4%	3%	—	2%
bis 1 Tag	8%	6%	15%	11%	10%	8%	—	5%	12%	12%	8%	11%	11%	17%	14%
1–4 Tage	70%	71%	65%	64%	60%	75%	100%	72%	66%	66%	74%	68%	67%	75%	66%
5–6 Tage	7%	11%	10%	12%	16%	4%	—	5%	8%	8%	6%	10%	8%	—	10%
täglich	12%	10%	4%	10%	14%	13%	—	17%	11%	12%	6%	8%	12%	8%	7%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	2.7	2.9	2.0	2.7	2.8	2.3	1.9	2.9	2.7	2.7	2.3	2.6	3.0	3.0	2.4
KI 95% ±	.46	.67	.97	.85	1.20	1.05	1.08	.75	.42	.44	.67	.64	.71	1.07	.80
Keine Angaben	1410	512	366	869	170	185	32	262	2121	1829	800	570	242	236	203
Gültige Fälle	124	60	36	52	29	24	2	38	169	162	53	67	71	12	43

^aFrage ISOT08: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - wikipedia

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 7.58: Tage pro Woche auf «youtube»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	1%	0%	1%	—	1%	2%	1%	1%	—	—	1%	1%	1%	—	0%	1%	1%
bis 1 Tag	8%	12%	5%	2%	12%	27%	4%	8%	11%	9%	7%	8%	8%	9%	6%	12%	12%
1–4 Tage	52%	53%	51%	45%	62%	62%	32%	54%	62%	46%	59%	52%	53%	49%	55%	45%	48%
5–6 Tage	7%	5%	10%	10%	4%	2%	11%	6%	7%	10%	6%	6%	8%	4%	9%	4%	2%
täglich	32%	29%	34%	44%	20%	7%	52%	30%	20%	36%	27%	33%	30%	38%	29%	37%	37%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	3.8	3.6	4.0	4.7	3.0	2.0	4.9	3.7	3.2	4.0	3.6	3.8	3.8	4.0	3.7	4.0	3.8
KI 95% ±	.42	.64	.55	.52	.59	.44	.94	.63	.63	.73	.76	.69	.43	1.24	.49	.89	.88
Keine Angaben	1991	995	995	634	812	545	206	914	859	699	712	577	1639	352	1459	456	76
Gültige Fälle	320	146	174	182	95	43	70	142	106	114	101	104	265	55	214	84	22

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	1%	—	—	—	5%	—	—	—	1%	1%	—	—	1%	—	1%
bis 1 Tag	7%	13%	9%	6%	14%	5%	—	12%	8%	9%	3%	8%	8%	—	19%
1–4 Tage	55%	62%	72%	50%	64%	58%	47%	68%	52%	53%	52%	57%	52%	49%	58%
5–6 Tage	10%	4%	6%	13%	4%	4%	—	4%	7%	6%	5%	10%	7%	10%	8%
täglich	27%	21%	13%	32%	13%	33%	53%	17%	32%	32%	40%	25%	32%	41%	14%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	3.7	3.3	2.7	4.0	2.3	3.5	5.4	2.8	3.8	3.7	4.1	3.6	3.8	4.8	2.7
KI 95% ±	.47	.74	.72	.58	1.15	1.47	2.52	.95	.42	.46	.57	.51	.42	.76	.81
Keine Angaben	1329	492	345	786	178	187	28	259	1972	1718	691	472	0	193	185
Gültige Fälle	204	80	58	135	21	22	6	41	319	273	162	166	313	55	62

^aFrage ISOT09: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - youtube

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

Tabelle 7.59: Tage pro Woche auf «Whatsapp»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
nie	0%	0%	0%	—	0%	1%	—	—	1%	0%	—	0%	0%	—	—	1%	—
bis 1 Tag	1%	0%	1%	—	1%	3%	—	0%	1%	0%	0%	1%	1%	—	0%	1%	2%
1–4 Tage	9%	6%	12%	5%	11%	23%	9%	9%	10%	11%	10%	6%	10%	7%	9%	7%	17%
5–6 Tage	4%	3%	4%	3%	4%	5%	6%	2%	5%	6%	1%	4%	4%	4%	4%	1%	3%
täglich	86%	90%	82%	92%	84%	68%	85%	89%	84%	83%	88%	88%	86%	89%	86%	90%	78%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	6.5	6.7	6.3	6.7	6.4	5.7	6.5	6.6	6.4	6.4	6.5	6.6	6.5	6.7	6.5	6.5	6.1
KI 95% ±	.25	.33	.38	.29	.33	.74	.44	.35	.49	.43	.38	.50	.25	.66	.26	.65	.55
Keine Angaben	1667	804	864	471	682	514	161	742	752	595	578	493	1379	288	1175	427	66
Gültige Fälle	643	338	306	345	224	74	115	314	213	217	235	189	525	118	497	114	32

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
nie	0%	0%	—	0%	—	—	—	—	0%	0%	—	0%	0%	—	1%
bis 1 Tag	0%	1%	—	0%	—	—	—	0%	1%	1%	0%	1%	—	—	2%
1–4 Tage	8%	6%	5%	6%	15%	10%	8%	8%	9%	11%	7%	9%	10%	—	15%
5–6 Tage	5%	3%	6%	4%	5%	14%	—	2%	4%	4%	2%	4%	4%	3%	2%
täglich	87%	90%	88%	90%	81%	76%	92%	90%	86%	84%	91%	86%	86%	97%	81%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	6.6	6.7	6.7	6.7	6.2	6.3	6.6	6.6	6.5	6.4	6.7	6.5	6.5	7.0	6.1
KI 95% ±	.28	.46	.52	.30	1.13	1.03	1.33	.68	.25	.30	.33	.25	.47	.35	.69
Keine Angaben	1064	395	255	595	142	154	21	218	1650	1523	498	0	150	102	157
Gültige Fälle	469	177	147	327	56	55	13	81	640	468	355	637	164	146	89

^aFrage ISOT10: An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf - Whatsapp

Skala: 0 «Nie» 0.5 «An weniger als 1 Tag pro Woche» 1 «An 1 Tag pro Woche» 2 «An 2 Tagen pro Woche» 3 «An 3 Tagen pro Woche» 4 «An 4 Tagen pro Woche» 5 «An 5 Tagen pro Woche» 6 «An 6 Tagen pro Woche» 7 «(fast) täglich» 99 «Weiss nicht / keine Angabe»

7.4 Nutzung in Minuten pro Tag

Tabelle 7.60: Minuten pro Tag auf «search.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	10%	16%	3%	13%	14%	5%	—	13%	9%	4%	15%	10%	11%	—	11%	5%	—
2–5 Min.	65%	61%	70%	84%	65%	60%	36%	63%	71%	76%	61%	55%	66%	41%	66%	65%	46%
6–10 Min.	14%	18%	9%	—	10%	23%	64%	14%	8%	8%	15%	22%	14%	—	14%	14%	22%
11–30 Min.	8%	3%	15%	3%	8%	11%	—	7%	11%	10%	5%	13%	7%	59%	7%	16%	32%
31–60 Min.	2%	2%	2%	—	3%	2%	—	4%	1%	2%	4%	—	2%	—	2%	—	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	6.9	5.9	8.1	4.8	7.1	7.3	7.4	7.8	6.0	6.6	7.2	6.8	6.8	10.9	6.8	7.4	13.8
KI 95% ±	1.65	2.40	2.21	1.75	2.93	2.02	2.23	3.33	1.41	2.24	3.07	2.15	1.69	6.93	1.79	4.07	24.13
Keine Angaben	2189	1075	1114	801	846	542	269	1002	905	770	757	658	1786	404	1563	530	96
Gültige Fälle	121	66	55	15	60	46	7	54	60	42	56	23	118	3	109	10	1

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	11%	6%	10%	12%	—	—	53%	18%	10%	10%	11%	12%	7%	—	9%
2–5 Min.	69%	65%	84%	69%	77%	91%	47%	62%	65%	63%	73%	77%	80%	89%	65%
6–10 Min.	10%	12%	6%	7%	15%	—	—	12%	14%	15%	9%	10%	12%	—	15%
11–30 Min.	7%	11%	—	7%	4%	9%	—	5%	9%	9%	6%	1%	1%	—	9%
31–60 Min.	3%	5%	—	4%	3%	—	—	3%	2%	2%	2%	—	—	11%	2%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	6.8	8.8	3.9	7.5	7.1	5.2	1.9	6.1	6.9	7.3	5.9	4.4	5.1	9.1	7.1
KI 95% ±	2.13	4.48	1.12	3.80	3.74	2.13	2.07	3.42	1.68	1.84	2.05	.99	1.23	8.98	1.73
Keine Angaben	1443	536	383	877	178	188	33	276	2171	1883	823	595	290	242	131
Gültige Fälle	91	36	19	45	21	21	2	24	119	108	30	43	23	5	115

^aFrage ISOM01: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - search.ch
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 7.61: Minuten pro Tag auf «local.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	13%	10%	17%	14%	13%	13%	—	13%	15%	17%	10%	11%	15%	—	13%	15%	—
2–5 Min.	69%	71%	66%	58%	78%	64%	25%	77%	71%	65%	78%	64%	67%	82%	74%	60%	53%
6–10 Min.	6%	6%	5%	—	5%	9%	35%	6%	2%	5%	5%	8%	7%	—	4%	8%	21%
11–30 Min.	7%	7%	8%	10%	1%	13%	40%	4%	4%	6%	—	16%	8%	6%	2%	18%	13%
31–60 Min.	4%	5%	2%	18%	3%	—	—	—	6%	6%	4%	1%	2%	13%	5%	—	13%
mehr als 60 Min.	1%	—	2%	—	—	2%	—	—	2%	—	3%	—	1%	—	1%	—	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	7.2	8.0	5.9	16.0	5.6	5.9	13.6	4.0	8.1	8.0	6.0	7.7	6.2	12.5	6.9	7.2	14.0
KI 95% ±	2.83	4.33	2.17	16.17	2.56	1.58	8.29	.83	4.42	7.05	3.39	3.24	1.84	13.91	4.05	3.07	14.78
Keine Angaben	2212	1080	1132	802	862	548	268	1026	905	779	780	649	1821	390	1608	510	94
Gültige Fälle	99	62	37	14	44	40	8	30	60	33	33	32	83	16	64	31	4

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	12%	6%	—	2%	32%	32%	—	9%	13%	12%	13%	15%	1%	—	13%
2–5 Min.	72%	76%	100%	85%	68%	61%	100%	82%	69%	68%	65%	75%	77%	100%	69%
6–10 Min.	4%	4%	—	3%	—	—	—	1%	6%	6%	1%	3%	8%	—	6%
11–30 Min.	6%	7%	—	5%	—	—	—	2%	7%	8%	10%	4%	14%	—	7%
31–60 Min.	5%	7%	—	6%	—	7%	—	—	4%	4%	10%	1%	—	—	4%
mehr als 60 Min.	2%	—	—	—	—	—	—	4%	1%	1%	—	2%	—	—	1%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	7.2	9.3	2.9	8.4	2.5	6.5	3.0	3.7	7.2	7.8	10.7	5.2	6.3	5.0	7.2
KI 95% ±	4.35	6.45	.72	7.43	1.09	7.70	—	.81	2.83	3.19	7.78	2.38	3.53	—	2.83
Keine Angaben	1472	532	389	889	189	196	33	280	2191	1903	819	597	290	247	147
Gültige Fälle	61	40	13	33	9	13	1	20	99	87	34	40	23	1	99

^aFrage ISOM02: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - local.ch
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 7.62: Minuten pro Tag auf «bluewin.ch»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	1%	3%	—	—	—	3%	26%	—	—	4%	—	—	1%	—	2%	—	—
2–5 Min.	17%	17%	16%	—	18%	22%	15%	17%	16%	20%	18%	13%	18%	—	17%	17%	—
6–10 Min.	27%	33%	20%	29%	32%	22%	—	35%	19%	16%	27%	35%	27%	24%	25%	31%	36%
11–30 Min.	44%	35%	51%	47%	45%	41%	12%	36%	57%	42%	43%	45%	40%	76%	46%	33%	43%
31–60 Min.	9%	9%	9%	24%	2%	7%	48%	5%	9%	15%	9%	3%	10%	—	7%	12%	21%
mehr als 60 Min.	3%	4%	3%	—	3%	5%	—	6%	—	3%	3%	4%	4%	—	2%	8%	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	19.5	17.4	21.5	27.0	13.9	20.6	33.1	18.3	19.4	20.5	18.6	19.7	19.5	20.0	18.0	24.3	26.1
KI 95% ±	4.43	5.87	6.58	13.61	2.60	6.23	43.76	6.42	4.56	9.06	7.00	7.47	4.85	7.69	4.80	12.90	14.37
Keine Angaben	2232	1103	1128	801	879	551	272	1016	931	789	785	654	1833	398	1612	525	95
Gültige Fälle	79	38	41	15	27	37	4	40	35	23	28	27	70	9	61	15	3

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	2%	—	—	—	—	—	—	5%	1%	1%	7%	4%	4%	—	1%
2–5 Min.	13%	—	10%	16%	34%	—	—	6%	17%	18%	39%	5%	13%	—	15%
6–10 Min.	35%	51%	60%	32%	15%	—	—	48%	27%	26%	28%	42%	23%	—	28%
11–30 Min.	42%	32%	31%	48%	51%	100%	—	41%	44%	43%	27%	39%	55%	100%	43%
31–60 Min.	2%	4%	—	—	—	—	—	—	9%	8%	—	3%	5%	—	9%
mehr als 60 Min.	6%	13%	—	4%	—	—	100%	—	3%	4%	—	7%	—	—	3%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	17.1	22.5	11.7	14.0	14.8	19.3	—	14.4	19.5	19.6	9.5	15.8	17.0	15.0	19.7
KI 95% ±	4.91	11.91	2.43	3.72	8.02	4.31	—	2.88	4.43	4.81	3.03	4.03	5.18	.00	4.60
Keine Angaben	1492	557	390	901	192	207	34	280	2211	1919	837	616	289	246	171
Gültige Fälle	41	15	12	21	6	2	0	20	79	72	16	22	24	2	76

^aFrage ISOM03: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - bluewin.ch
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 7.63: Minuten pro Tag auf «facebook»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	1%	1%	1%	1%	0%	1%	2%	—	1%	1%	1%	—	1%	—	1%	—	—
2–5 Min.	16%	13%	20%	10%	24%	19%	10%	15%	19%	12%	20%	17%	15%	18%	17%	15%	7%
6–10 Min.	24%	26%	22%	22%	26%	27%	21%	21%	28%	23%	25%	25%	22%	28%	25%	24%	14%
11–30 Min.	39%	38%	39%	37%	40%	39%	46%	37%	38%	44%	32%	39%	42%	29%	37%	42%	41%
31–60 Min.	13%	13%	12%	17%	8%	7%	15%	15%	9%	12%	12%	14%	13%	11%	13%	11%	24%
mehr als 60 Min.	8%	10%	6%	12%	2%	7%	6%	11%	6%	8%	11%	5%	6%	14%	8%	9%	14%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	33.6	39.9	26.6	41.8	21.2	33.6	32.2	41.9	24.8	32.9	40.3	27.5	30.1	44.7	33.0	33.3	44.3
KI 95% ±	6.41	11.23	5.10	10.83	3.58	18.94	12.23	12.52	5.65	7.15	17.50	4.30	4.08	22.64	8.86	8.08	11.68
Keine Angaben	1458	693	766	367	613	479	157	668	623	477	541	439	1260	199	1097	306	56
Gültige Fälle	852	449	403	449	294	109	119	388	342	335	272	242	644	208	576	234	42

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	1%	0%	2%	1%	2%	1%	—	—	1%	0%	1%	1%	—	1%	—
2–5 Min.	17%	14%	22%	16%	28%	21%	32%	26%	16%	16%	16%	16%	16%	6%	17%
6–10 Min.	24%	28%	23%	22%	23%	26%	9%	23%	24%	25%	24%	22%	22%	16%	18%
11–30 Min.	39%	38%	26%	39%	42%	48%	46%	35%	38%	41%	38%	38%	34%	42%	50%
31–60 Min.	11%	11%	16%	12%	5%	5%	13%	10%	13%	11%	13%	15%	20%	22%	12%
mehr als 60 Min.	8%	8%	11%	9%	—	—	—	6%	8%	7%	8%	8%	8%	13%	4%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	32.5	27.4	45.1	36.8	16.3	16.7	19.8	39.1	33.8	29.8	33.8	36.4	35.0	52.6	24.6
KI 95% ±	7.78	5.04	30.13	11.16	4.38	3.73	10.45	34.86	6.46	5.32	6.46	12.50	10.10	22.59	7.48
Keine Angaben	920	325	263	508	132	125	14	187	1444	1374	7	287	156	61	182
Gültige Fälle	613	247	140	414	66	84	20	113	846	617	845	351	157	187	65

^aFrage ISOM04: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - facebook
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 7.64: Minuten pro Tag auf «Google Suche»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	1%	1%	2%	1%	2%	1%	—	0%	2%	1%	1%	2%	1%	0%	1%	1%	—
2–5 Min.	22%	17%	26%	17%	26%	21%	19%	21%	23%	19%	25%	21%	23%	15%	23%	17%	15%
6–10 Min.	23%	24%	23%	22%	22%	27%	23%	25%	22%	27%	22%	21%	23%	24%	24%	23%	15%
11–30 Min.	39%	44%	35%	41%	38%	40%	38%	40%	39%	36%	38%	44%	39%	42%	38%	42%	44%
31–60 Min.	9%	9%	9%	10%	9%	9%	11%	9%	9%	10%	10%	8%	9%	11%	9%	10%	15%
mehr als 60 Min.	5%	5%	5%	9%	3%	3%	7%	5%	4%	6%	4%	5%	5%	8%	4%	6%	11%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	25.7	25.2	26.2	35.9	20.6	21.4	34.7	26.1	23.2	28.9	24.4	23.6	23.8	35.0	24.7	27.3	33.9
KI 95% ±	2.94	3.09	4.87	8.31	1.99	2.86	13.15	4.90	3.11	5.27	5.69	3.75	2.34	12.85	3.77	4.25	8.57
Keine Angaben	313	188	125	180	89	43	79	133	100	122	102	89	241	72	213	81	19
Gültige Fälle	1998	953	1044	636	817	545	197	923	866	691	711	593	1663	335	1459	459	79

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	2%	2%	2%	1%	1%	1%	—	2%	1%	1%	1%	1%	2%	—	2%
2–5 Min.	22%	19%	30%	24%	29%	24%	43%	23%	22%	22%	17%	24%	19%	14%	23%
6–10 Min.	25%	25%	28%	24%	31%	22%	19%	26%	23%	23%	22%	25%	22%	18%	27%
11–30 Min.	38%	40%	29%	37%	25%	39%	25%	40%	39%	39%	41%	37%	38%	44%	37%
31–60 Min.	9%	8%	8%	8%	7%	8%	13%	7%	9%	9%	12%	7%	13%	13%	7%
mehr als 60 Min.	5%	5%	4%	6%	7%	5%	—	3%	5%	5%	7%	7%	8%	11%	4%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	24.0	23.6	21.8	24.4	24.5	24.8	16.7	20.6	25.8	25.8	27.7	23.7	35.9	36.3	22.7
KI 95% ±	2.71	4.08	6.22	3.68	8.67	8.51	7.97	4.47	2.97	2.98	3.81	3.57	15.15	10.98	8.10
Keine Angaben	230	83	59	152	15	27	2	37	310	20	238	172	47	103	23
Gültige Fälle	1304	490	343	770	183	182	32	263	1980	1970	615	466	267	145	224

^aFrage ISOM05: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - Google Suche
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 7.65: Minuten pro Tag auf «instagramm»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
2–5 Min.	13%	10%	17%	11%	31%	26%	14%	10%	21%	13%	11%	16%	12%	22%	8%	27%	13%
6–10 Min.	16%	11%	22%	13%	40%	21%	14%	15%	23%	15%	24%	9%	14%	26%	15%	15%	28%
11–30 Min.	50%	53%	47%	53%	26%	53%	46%	57%	45%	47%	52%	54%	54%	28%	56%	38%	35%
31–60 Min.	15%	20%	9%	17%	2%	—	20%	12%	12%	17%	8%	20%	15%	17%	16%	14%	16%
mehr als 60 Min.	5%	6%	5%	6%	—	—	6%	6%	—	9%	5%	1%	5%	7%	5%	5%	8%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	36.8	44.5	26.4	39.8	12.2	13.1	37.3	42.7	19.6	39.5	43.3	26.8	33.1	57.5	37.8	35.2	28.5
KI 95% ±	12.38	20.56	8.09	13.76	3.38	6.09	15.18	24.20	6.42	14.78	37.87	5.57	7.99	67.56	15.66	21.31	15.03
Keine Angaben	2062	999	1064	595	884	583	179	946	924	704	744	611	1693	369	1499	474	90
Gültige Fälle	248	143	106	221	22	5	97	110	41	108	68	71	211	38	174	67	8

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
2–5 Min.	12%	12%	11%	9%	5%	30%	47%	2%	13%	15%	15%	10%	6%	13%	9%
6–10 Min.	16%	15%	7%	18%	43%	45%	53%	10%	16%	15%	15%	15%	15%	15%	—
11–30 Min.	52%	62%	50%	53%	52%	25%	—	54%	50%	52%	49%	57%	55%	51%	66%
31–60 Min.	16%	9%	23%	15%	—	—	—	17%	15%	14%	14%	15%	19%	15%	25%
mehr als 60 Min.	4%	2%	9%	5%	—	—	—	18%	5%	4%	7%	3%	5%	5%	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	37.9	23.9	57.3	40.1	14.5	11.6	7.6	100.4	36.8	27.8	40.2	37.0	44.2	37.0	28.1
KI 95% ±	15.42	5.42	45.86	18.34	7.06	3.82	4.39	114.28	12.38	6.03	16.27	17.97	26.04	12.46	20.98
Keine Angaben	1340	520	347	760	185	195	30	278	2042	1844	666	490	260	1	238
Gültige Fälle	193	52	56	161	14	14	4	22	248	147	187	147	53	247	8

^aFrage ISOM06: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - instagramm
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 7.66: Minuten pro Tag auf «twitter»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	1%	2%	—	—	2%	—	—	—	—	—	5%	—	—	6%	2%	—	—
2–5 Min.	19%	16%	23%	6%	33%	41%	—	20%	26%	17%	23%	21%	18%	24%	19%	21%	—
6–10 Min.	25%	22%	28%	28%	20%	35%	41%	13%	28%	23%	49%	13%	26%	19%	32%	16%	43%
11–30 Min.	38%	35%	41%	41%	36%	24%	50%	44%	29%	47%	13%	41%	40%	27%	36%	42%	4%
31–60 Min.	8%	10%	5%	13%	2%	—	2%	6%	11%	4%	—	19%	7%	14%	1%	14%	54%
mehr als 60 Min.	9%	14%	3%	12%	7%	—	7%	16%	6%	10%	11%	6%	9%	10%	11%	7%	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	31.7	31.9	31.4	46.5	14.1	10.4	26.0	54.8	18.5	24.7	48.3	30.4	34.0	18.4	33.7	28.9	37.6
KI 95% ±	16.07	12.41	31.71	28.07	5.90	5.30	17.44	46.10	7.05	11.64	67.63	13.01	18.72	13.48	28.90	12.22	27.83
Keine Angaben	2220	1093	1127	766	872	582	258	1027	923	770	793	653	1827	393	1625	500	95
Gültige Fälle	91	49	42	50	35	6	18	30	43	42	20	29	77	14	48	41	3

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	1%	—	6%	2%	12%	10%	—	—	1%	1%	—	4%	6%	—	—
2–5 Min.	23%	31%	16%	21%	27%	48%	—	30%	19%	21%	21%	9%	10%	14%	—
6–10 Min.	22%	21%	43%	17%	6%	6%	31%	15%	25%	22%	22%	39%	17%	22%	—
11–30 Min.	37%	30%	27%	41%	13%	10%	—	26%	38%	43%	38%	22%	35%	47%	100%
31–60 Min.	6%	9%	—	4%	—	—	—	4%	8%	7%	10%	9%	13%	5%	—
mehr als 60 Min.	11%	8%	8%	15%	42%	26%	69%	24%	8%	5%	10%	18%	20%	12%	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	33.4	18.2	56.7	44.0	38.6	18.4	72.2	99.1	30.9	31.4	35.4	54.1	42.7	48.6	15.0
KI 95% ±	20.98	8.73	87.13	33.05	58.68	24.13	120.71	142.78	16.18	21.06	20.86	59.57	30.43	39.37	3.48
Keine Angaben	1465	544	387	879	192	201	33	291	2200	1924	784	615	298	213	245
Gültige Fälle	68	28	15	43	6	8	2	9	90	66	69	23	15	35	2

^aFrage ISOM07: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - twitter
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 7.67: Minuten pro Tag auf «wikipedia»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	1%	2%	—	—	2%	0%	—	—	2%	—	3%	0%	1%	—	1%	—	1%
2–5 Min.	27%	21%	34%	22%	29%	29%	—	27%	32%	33%	16%	31%	26%	30%	27%	31%	16%
6–10 Min.	23%	25%	21%	17%	21%	31%	36%	20%	22%	22%	29%	18%	20%	48%	22%	32%	15%
11–30 Min.	40%	43%	37%	47%	42%	31%	43%	47%	36%	34%	44%	44%	43%	16%	43%	25%	48%
31–60 Min.	5%	7%	3%	8%	5%	2%	15%	1%	5%	5%	6%	5%	5%	5%	3%	8%	12%
mehr als 60 Min.	4%	3%	6%	7%	2%	6%	7%	4%	4%	6%	3%	3%	5%	2%	3%	5%	9%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	18.4	19.0	17.7	27.1	16.0	14.1	36.8	16.7	15.8	20.9	17.8	16.1	18.9	14.3	15.9	24.3	24.6
KI 95% ±	4.15	6.78	4.54	13.46	3.37	3.18	28.90	5.58	3.05	10.28	4.43	3.29	4.64	6.11	3.26	17.09	8.77
Keine Angaben	2144	1054	1090	772	833	539	258	1000	873	752	760	628	1757	387	1553	508	83
Gültige Fälle	167	87	79	44	74	49	18	56	92	61	53	53	147	20	119	33	15

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	0%	0%	—	—	—	—	—	—	1%	1%	0%	—	0%	—	—
2–5 Min.	31%	27%	48%	30%	42%	41%	—	39%	28%	29%	22%	31%	28%	7%	29%
6–10 Min.	24%	28%	20%	28%	22%	13%	69%	18%	23%	24%	30%	20%	19%	—	35%
11–30 Min.	37%	41%	30%	31%	22%	34%	—	33%	40%	38%	42%	41%	40%	67%	29%
31–60 Min.	5%	4%	—	5%	6%	4%	—	8%	5%	5%	1%	7%	8%	17%	3%
mehr als 60 Min.	4%	1%	2%	6%	8%	7%	31%	1%	4%	3%	4%	1%	5%	10%	3%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	17.9	14.6	10.5	22.0	17.5	18.6	10.0	15.1	18.0	16.3	19.0	15.7	23.1	44.3	13.9
KI 95% ±	5.48	3.08	2.81	12.25	10.76	12.04	.00	6.24	4.21	2.93	10.74	3.96	9.22	42.95	3.68
Keine Angaben	1414	513	369	871	170	185	33	263	2128	1835	803	574	245	236	205
Gültige Fälle	119	59	34	50	28	24	1	37	162	156	49	64	68	12	42

^aFrage ISOM08: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - wikipedia
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 7.68: Minuten pro Tag auf «youtube»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	0%	1%	—	—	1%	—	—	—	1%	1%	—	—	1%	—	—	2%	—
2–5 Min.	7%	7%	8%	5%	14%	5%	2%	9%	10%	6%	9%	8%	6%	15%	8%	8%	3%
6–10 Min.	13%	16%	10%	8%	15%	30%	2%	13%	19%	14%	11%	13%	14%	4%	13%	12%	13%
11–30 Min.	37%	37%	37%	37%	36%	41%	37%	37%	38%	35%	40%	37%	38%	35%	39%	31%	49%
31–60 Min.	23%	25%	22%	28%	20%	13%	37%	19%	19%	25%	22%	23%	23%	27%	23%	25%	15%
mehr als 60 Min.	19%	14%	23%	23%	14%	11%	22%	22%	13%	20%	18%	19%	19%	19%	18%	22%	20%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	55.0	46.2	62.3	69.3	39.1	25.9	62.1	66.0	34.5	59.7	57.8	47.5	52.7	66.5	52.3	63.1	50.1
KI 95% ±	13.15	11.30	22.14	21.07	11.89	6.40	17.73	27.13	8.12	18.28	34.68	10.31	9.34	63.02	17.46	22.32	19.16
Keine Angaben	1999	999	1000	635	816	548	208	917	862	702	715	579	1644	355	1464	458	77
Gültige Fälle	312	142	170	181	91	40	68	139	103	110	98	103	260	52	208	82	21

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	1%	2%	—	—	—	—	—	—	0%	0%	—	—	0%	—	—
2–5 Min.	10%	11%	17%	7%	35%	30%	—	24%	7%	8%	9%	10%	8%	1%	9%
6–10 Min.	14%	18%	14%	13%	14%	11%	31%	11%	13%	13%	9%	10%	13%	6%	19%
11–30 Min.	36%	41%	38%	34%	21%	20%	69%	36%	37%	38%	38%	41%	37%	29%	58%
31–60 Min.	23%	16%	16%	26%	29%	23%	—	7%	23%	22%	23%	23%	24%	33%	10%
mehr als 60 Min.	17%	11%	15%	19%	1%	16%	—	23%	19%	18%	22%	16%	19%	30%	5%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	45.2	37.5	33.9	51.7	24.3	38.1	23.9	29.3	55.1	53.7	58.7	43.2	55.0	71.9	24.9
KI 95% ±	8.92	13.48	11.53	12.21	12.34	19.27	10.57	13.33	13.20	14.88	13.66	7.64	13.40	21.92	5.46
Keine Angaben	1335	492	348	789	179	187	28	263	1979	1725	695	476	8	193	187
Gültige Fälle	198	80	55	132	20	22	6	36	311	266	158	161	306	55	59

^aFrage ISOM09: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - youtube
Skala: Angabe in Minuten

Tabelle 7.69: Minuten pro Tag auf «Whatsapp»^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
bis 1 Min.	1%	—	2%	—	1%	3%	—	1%	1%	0%	1%	1%	1%	—	1%	1%	—
2–5 Min.	15%	12%	19%	5%	25%	32%	6%	13%	23%	17%	16%	10%	15%	14%	15%	15%	16%
6–10 Min.	16%	17%	15%	6%	26%	27%	8%	18%	16%	11%	19%	17%	17%	12%	17%	9%	13%
11–30 Min.	35%	34%	37%	35%	37%	30%	30%	35%	39%	34%	37%	35%	35%	36%	35%	40%	23%
31–60 Min.	17%	17%	17%	26%	7%	7%	24%	18%	11%	17%	14%	21%	16%	22%	17%	14%	26%
mehr als 60 Min.	16%	21%	11%	27%	4%	2%	31%	15%	10%	20%	13%	16%	16%	16%	15%	21%	23%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	48.3	59.0	36.6	74.8	18.4	15.9	80.0	49.7	29.3	48.0	53.9	41.9	43.0	71.7	45.8	58.5	51.4
KI 95% ±	10.76	19.08	8.13	19.02	2.52	5.13	25.63	18.85	7.50	14.13	25.41	7.36	7.34	47.47	12.68	24.31	13.84
Keine Angaben	1679	811	868	478	686	515	165	745	759	604	579	496	1390	290	1182	430	67
Gültige Fälle	631	330	301	338	220	73	111	312	207	209	234	186	514	117	490	111	30

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
bis 1 Min.	1%	—	1%	1%	4%	2%	—	—	1%	1%	0%	1%	0%	—	1%
2–5 Min.	17%	16%	18%	15%	25%	27%	29%	24%	15%	18%	13%	15%	14%	1%	25%
6–10 Min.	15%	15%	14%	13%	20%	20%	11%	18%	16%	17%	11%	15%	17%	4%	20%
11–30 Min.	33%	43%	29%	32%	39%	30%	33%	29%	35%	37%	36%	35%	26%	31%	33%
31–60 Min.	16%	15%	16%	17%	6%	18%	27%	10%	17%	14%	19%	17%	21%	28%	14%
mehr als 60 Min.	18%	11%	21%	22%	6%	3%	—	19%	16%	12%	21%	16%	22%	36%	8%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	51.1	33.0	66.0	60.0	16.0	20.6	25.4	87.6	48.5	37.7	58.4	48.6	56.0	98.9	29.1
KI 95% ±	14.35	8.36	39.05	19.61	6.68	9.26	17.42	70.73	10.81	7.66	17.66	10.86	17.95	39.92	9.75
Keine Angaben	1074	399	256	601	145	155	21	218	1662	1533	508	12	156	103	158
Gültige Fälle	460	173	146	320	53	54	13	81	628	458	344	625	158	145	88

^aFrage ISOM10: Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf - Whatsapp
Skala: Angabe in Minuten

8 Soziodemographie

8.1 Quotenmerkmale

Tabelle 8.70: Geschlecht^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
Mann	49%	—	100%	48%	48%	50%	47%	44%	56%	50%	47%	50%	47%	60%	49%	50%	46%
Frau	51%	100%	—	52%	52%	50%	53%	56%	44%	50%	53%	50%	53%	40%	51%	50%	54%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gültige Fälle	2900	1479	1421	856	1021	1022	403	1356	1111	1017	1016	864	2432	468	2075	696	129

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
Mann	53%	50%	61%	52%	74%	72%	64%	52%	50%	52%	48%	48%	54%	42%	45%
Frau	47%	50%	39%	48%	26%	28%	36%	48%	50%	48%	52%	52%	46%	58%	55%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gültige Fälle	1630	599	431	968	214	224	34	314	2344	2027	860	642	314	250	261

^aFrage Das Geschlecht wird von den Interviewern bestimmt und nur in Zweifelsfällen nachgefragt.

Skala: Skala: 1 = «Mann» und 2 = «Frau»

Tabelle 8.71: Alter^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
< 35	30%	30%	29%	100%	—	—	49%	30%	23%	31%	30%	28%	25%	51%	30%	30%	24%
35–55	35%	36%	35%	—	100%	—	18%	34%	43%	32%	37%	36%	36%	31%	36%	34%	34%
> 55	35%	34%	36%	—	—	100%	33%	36%	34%	37%	33%	36%	39%	18%	35%	35%	42%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	47.2	47.0	47.3	23.1	45.9	68.5	40.1	47.5	48.9	47.3	46.8	47.4	48.9	38.0	47.0	47.1	49.5
KI 95% ±	.69	.95	1.02	.82	.68	1.06	2.25	1.03	.96	1.18	1.11	1.33	.73	1.99	.82	1.32	2.56
Keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gültige Fälle	2900	1479	1421	856	1021	1022	403	1356	1111	1017	1016	864	2432	468	2075	696	129

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
< 35	37%	36%	36%	42%	21%	22%	42%	23%	35%	31%	53%	54%	56%	89%	16%
35–55	40%	43%	42%	41%	47%	42%	45%	44%	39%	41%	34%	35%	30%	9%	45%
> 55	23%	21%	23%	17%	32%	36%	13%	33%	26%	28%	13%	11%	14%	2%	40%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	42.1	41.9	41.6	39.1	47.7	49.1	37.2	47.5	43.0	44.4	35.7	34.3	33.7	22.0	50.6
KI 95% ±	.79	1.17	1.62	1.01	2.17	2.10	4.53	1.84	.69	.74	1.10	1.24	1.91	1.34	1.91
Keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gültige Fälle	1630	599	431	968	214	224	34	314	2344	2027	860	642	314	250	261

^aFrage Würden Sie mir bitte für die Statistik sagen wie alt Sie sind?

Skala: Skala: Alter in Jahren. Für die Analyse gruppiert in 15-34, 35-54, 55 und älter.

Tabelle 8.72: Bildung^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
tief	14%	15%	13%	23%	7%	13%	100%	—	—	16%	12%	15%	15%	11%	13%	18%	13%
mittel	47%	52%	42%	47%	45%	49%	—	100%	—	42%	54%	46%	47%	48%	52%	35%	42%
hoch	39%	33%	44%	29%	47%	38%	—	—	100%	43%	34%	39%	38%	41%	35%	48%	46%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	2.2	2.2	2.3	2.1	2.4	2.2	1.0	2.0	3.0	2.3	2.2	2.2	2.2	2.3	2.2	2.3	2.3
KI 95% ±	.04	.05	.05	.09	.05	.05	.03	.04	.06	.07	.06	.07	.04	.12	.04	.09	.11
Keine Angaben	30	15	14	4	6	20	0	0	0	7	8	14	26	3	15	9	5
Gültige Fälle	2870	1464	1407	852	1016	1003	403	1356	1111	1010	1008	849	2406	465	2059	687	124

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
tief	10%	6%	11%	12%	1%	2%	7%	3%	12%	10%	14%	18%	22%	39%	7%
mittel	46%	40%	56%	48%	31%	29%	46%	50%	46%	46%	46%	49%	44%	45%	44%
hoch	44%	55%	32%	39%	68%	69%	47%	47%	42%	44%	40%	33%	34%	16%	49%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	2.3	2.5	2.2	2.3	2.7	2.7	2.4	2.4	2.3	2.3	2.3	2.2	2.1	1.8	2.4
KI 95% ±	.05	.09	.10	.07	.13	.13	.27	.10	.04	.05	.08	.08	.12	.14	.11
Keine Angaben	7	5	2	1	1	1	0	0	14	12	2	2	2	0	1
Gültige Fälle	1622	593	429	967	213	223	34	314	2330	2014	858	639	313	250	260

^aFrage Skala: 1 = «tiefe Bildung» bis 3 = «hohe Bildung»

Skala: Bildung gruppiert in tiefe Bildung, mittlere Bildung, hohe Bildung

Tabelle 8.73: Festnetzanschluss^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
Ja	39%	43%	36%	28%	46%	58%	33%	42%	36%	38%	43%	32%	—	39%	42%	28%	54%
Nein	60%	56%	62%	70%	54%	41%	67%	56%	63%	62%	54%	68%	—	60%	56%	71%	46%
Weiss nicht	1%	1%	2%	2%	1%	0%	—	2%	1%	1%	3%	—	—	1%	1%	1%	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	—	100%	100%	100%	100%
KI 95% ±	5%	9%	7%	8%	8%	11%	16%	8%	7%	8%	9%	12%	—	5%	6%	9%	40%
Keine Angaben	2435	1293	1141	618	878	939	351	1137	920	825	839	770	2432	3	1725	585	125
Gültige Fälle	465	186	280	238	143	84	52	219	191	191	177	94	0	465	350	111	4

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
Ja	41%	37%	31%	43%	39%	40%	100%	58%	39%	40%	34%	46%	37%	27%	51%
Nein	58%	63%	69%	56%	61%	60%	—	42%	59%	58%	64%	54%	63%	73%	49%
Weiss nicht	1%	—	—	1%	—	—	—	—	1%	2%	3%	—	—	—	—
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
KI 95% ±	7%	10%	11%	9%	15%	15%	9%	17%	6%	6%	8%	11%	16%	19%	21%
Keine Angaben	1346	488	338	799	168	176	23	270	1930	1686	650	525	260	212	237
Gültige Fälle	284	111	94	169	46	47	11	44	414	341	211	116	54	38	24

^aFrage M5: Festnetzanschluss
Skala: 1 «Ja» 2 «Nein»

8.2 Sprachregion

Tabelle 8.74: Sprachregionen^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
D	72%	72%	71%	72%	72%	71%	66%	79%	65%	60%	100%	52%	71%	75%	100%	—	—
F	24%	24%	24%	25%	23%	24%	30%	18%	29%	40%	0%	33%	24%	24%	—	100%	—
I	4%	5%	4%	4%	4%	5%	4%	4%	5%	—	—	15%	5%	1%	—	—	100%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.4	1.3	1.4	1.4	1.0	1.6	1.3	1.3	1.0	2.0	3.0
KI 95% ±	.02	.03	.03	.05	.03	.03	.06	.03	.04	.04	.02	.05	.02	.07	.01	.05	.09
Keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gültige Fälle	2900	1479	1421	856	1021	1022	403	1356	1111	1017	1016	864	2432	468	2075	696	129

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
D	78%	66%	99%	79%	99%	98%	96%	91%	72%	72%	67%	77%	66%	69%	78%
F	20%	30%	1%	21%	1%	1%	4%	6%	24%	23%	28%	18%	27%	27%	19%
I	2%	4%	0%	0%	0%	1%	—	3%	4%	4%	5%	5%	7%	3%	2%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	1.2	1.4	1.0	1.2	1.0	1.0	1.0	1.1	1.3	1.3	1.4	1.3	1.4	1.3	1.2
KI 95% ±	.03	.06	.04	.04	.05	.05	.10	.04	.03	.03	.05	.05	.07	.08	.06
Keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gültige Fälle	1630	599	431	968	214	224	34	314	2344	2027	860	642	314	250	261

^aFrage Die Sprachregion wurde über die Postleitzahl der Befragten zugeordnet
Skala: Skala: 1 = «Deutschschweiz», 2 = «Westschweiz», 3 = «Italienische Schweiz»

8.3 Sprache

Tabelle 8.75: Sprache^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
Deutsch	71%	71%	71%	71%	72%	71%	65%	78%	65%	59%	99%	53%	71%	75%	99%	1%	4%
Français	24%	24%	24%	25%	23%	24%	30%	18%	30%	40%	1%	33%	24%	24%	1%	99%	1%
Italiano	4%	5%	4%	4%	4%	5%	5%	4%	5%	0%	0%	15%	5%	2%	0%	0%	95%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.4	1.3	1.4	1.4	1.0	1.6	1.3	1.3	1.0	2.0	2.9
KI 95% ±	.02	.03	.03	.05	.03	.03	.06	.03	.04	.04	.02	.05	.02	.07	.02	.05	.08
Keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gültige Fälle	2900	1479	1421	856	1021	1022	403	1356	1111	1017	1016	864	2432	468	2075	696	129

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
Deutsch	78%	66%	99%	78%	99%	97%	100%	91%	71%	72%	66%	77%	65%	68%	77%
Français	20%	29%	0%	22%	1%	2%	—	6%	24%	23%	28%	18%	28%	28%	20%
Italiano	2%	5%	1%	0%	0%	0%	—	3%	4%	4%	6%	5%	7%	4%	2%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	1.2	1.4	1.0	1.2	1.0	1.0	1.0	1.1	1.3	1.3	1.4	1.3	1.4	1.4	1.3
KI 95% ±	.03	.06	.03	.04	.05	.06	.07	.04	.03	.03	.05	.05	.07	.09	.06
Keine Angaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gültige Fälle	1630	599	431	968	214	224	34	314	2344	2027	860	642	314	250	261

^aFrage Die Sprache in der das Interview geführt wurde.

Skala: Skala: 1 = «Deutsch», 2 = «Französisch», 3 = «Italienisch»

Tabelle 8.76: Urbanität^a

Antworten	Gesamt	Geschlecht		Alter gruppiert			Bildung gruppiert			Urbanität			Telefonnetz		Sprachregion		
		Frau	Mann	–34	35–54	55+	tief	mittel	hoch	metro	urban	rural	fest	mobil	D	F	I
metrol	35%	35%	36%	36%	32%	37%	39%	31%	39%	100%	—	—	34%	41%	29%	59%	—
urban	35%	36%	34%	35%	37%	33%	30%	40%	31%	—	100%	—	34%	39%	49%	0%	—
rural	30%	29%	30%	29%	30%	30%	31%	29%	30%	—	—	100%	32%	20%	22%	41%	100%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	1.9	1.9	1.9	1.9	2.0	1.9	1.9	2.0	1.9	1.0	2.0	3.0	2.0	1.8	1.9	1.8	3.0
KI 95% ±	.04	.06	.06	.09	.06	.06	.10	.06	.07	.02	.04	.07	.04	.13	.04	.10	.09
Keine Angaben	4	2	2	0	4	0	0	2	2	0	0	0	0	4	3	1	0
Gültige Fälle	2896	1477	1419	856	1018	1022	403	1355	1109	1017	1016	864	2432	465	2072	695	129

Antworten	Nutzung von Internetseiten der grössten Schweizer Anbieter								Nutzung globaler Onlineangebote						
	Gesamt	srf	blick	20min	TA	nzz	watson	...	Gesamt	Google	FB	WA	YT	IG	...
metrol	35%	36%	24%	35%	40%	44%	37%	34%	35%	34%	39%	33%	35%	44%	33%
urban	37%	30%	49%	39%	47%	41%	48%	37%	35%	36%	32%	37%	31%	27%	39%
rural	28%	34%	28%	26%	13%	15%	15%	29%	30%	30%	29%	30%	33%	30%	28%
Prozent Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mittelwert	1.9	2.0	2.0	1.9	1.7	1.7	1.8	2.0	1.9	2.0	1.9	2.0	2.0	1.9	2.0
KI 95% ±	.05	.10	.10	.07	.12	.13	.32	.11	.05	.05	.08	.09	.13	.14	.12
Keine Angaben	2	0	1	2	1	0	0	0	3	3	2	2	1	1	0
Gültige Fälle	1628	599	431	966	213	224	34	314	2341	2024	858	639	313	249	261

^aFrage Die Urbanität wurde über die Telefonnummer zugeordnet
Skala: 1 = «metropol», 2 = «urban» 3 = «rural»