



Onlinemedien-Nutzung in der Schweiz 2016

im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM

Management Summary zum Tabellenband 30.11.2016

Benjamin Fretwurst, Tobias Frey, Siri Fischer, Heinz Bonfadelli

Zuhanden von:
Bundesamt für Kommunikation BAKOM

Quellenangabe:

Fretwurst, Benjamin/ Frey, Tobias/ Fischer, Siri/ Bonfadelli, Heinz (2016): *Onlinemedien-Nutzung in der Schweiz 2016*. URL:
www.iakom.ch/Themen/Onlinemediennutzung2016.pdf

Zürich, 30. November 2016

Dr. Benjamin Fretwurst
Tobias Frey, M.A.
Lic. phil. Siri Fischer
Prof. em. Dr. Heinz Bonfadelli

Kontakt
Dr. Benjamin Fretwurst
IaKom GmbH
Wildbachstrasse 3
8008 Zürich

fretwurst@iakom.ch
Tel: +41 76 443 55 99
www.iakom.ch

Inhaltsverzeichnis

1	Onlinenutzung als Basis der Onlinemedienstudie	3
2	Seitennutzung	4
3	Nutzung von Schweizer Medienseiten	5
4	Fragebogen	6

Management Summary

1 Onlinenutzung als Basis der Onlinemedienstudie

Die Rekrutierung für die Onlinemedienstudie erfolgte aus zwei Quellen. Die erste Quelle war die Medienbewertungsstudie 2016 (siehe Fretwurst et al. 2016) und die zweite eine Random-Digit-Dialing-Stichprobe (RDD) im Umfang von knapp 450 Befragten per Mobiltelefon.

Von den 3680 Befragten der per Festnetzstichprobe befragten Schweizer Wohnbevölkerung ab 15 Jahren gaben 3350 (91%) an, in irgendeiner Form das Internet zu nutzen (siehe Abbildung 1). Von diesen Personen haben 2882 eingewilligt, an einer zweiten Befragung zur Onlinenutzung teilzunehmen. Mit diesem Teil der Befragten konnten im Frühsommer (22. August bis 21. September) 2002 Interviews realisiert werden. Da die Messung von Onlinenutzung stärker von Stichprobeneffekten des Festnetzzugangs betroffen ist als die Nutzung klassischer Medien, wurden zusätzlich 402 Interviews via Mobilfunkanschlüsse geführt. Nach einer Gewichtungsanpassung standen für die Auswertung des folgenden Berichtes 1963 gewichtete Fälle aus der Medienbewertungsstudie und 447 gewichtete Fälle der RDD-Stichprobe zur Verfügung. Jeweils ein weiterer kleiner Teil gab am Anfang des Interviews an, das Internet in den letzten 6 Monaten nicht genutzt zu haben. Diese Personen wurden von der weiteren Befragung ausgeschlossen. Somit resultiert eine Stichprobe von gewichteten 1924 Fällen der Medienbewertungsstudie und 415 gewichteten Fällen der RDD-Stichprobe. Insgesamt stehen also für die Auswertung 2339 Fälle zur Verfügung. Die Befragung wurde in Form von computergestützten Telefoninterviews durchgeführt (CATI). Der Fragebogen befindet sich im Anhang.

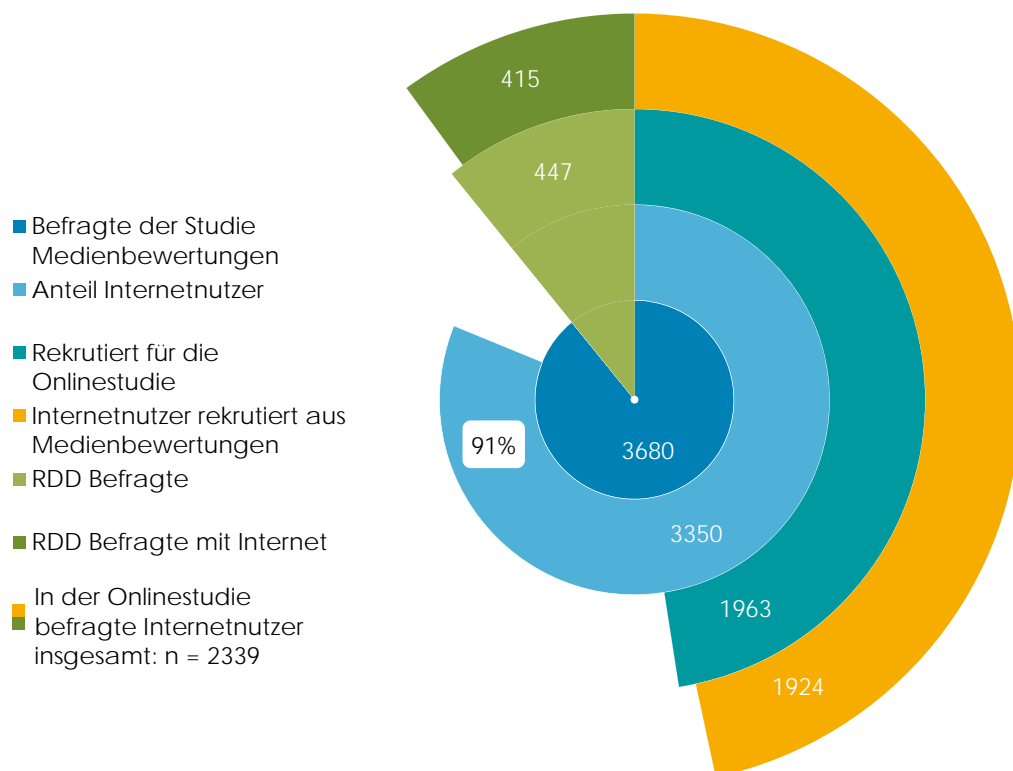
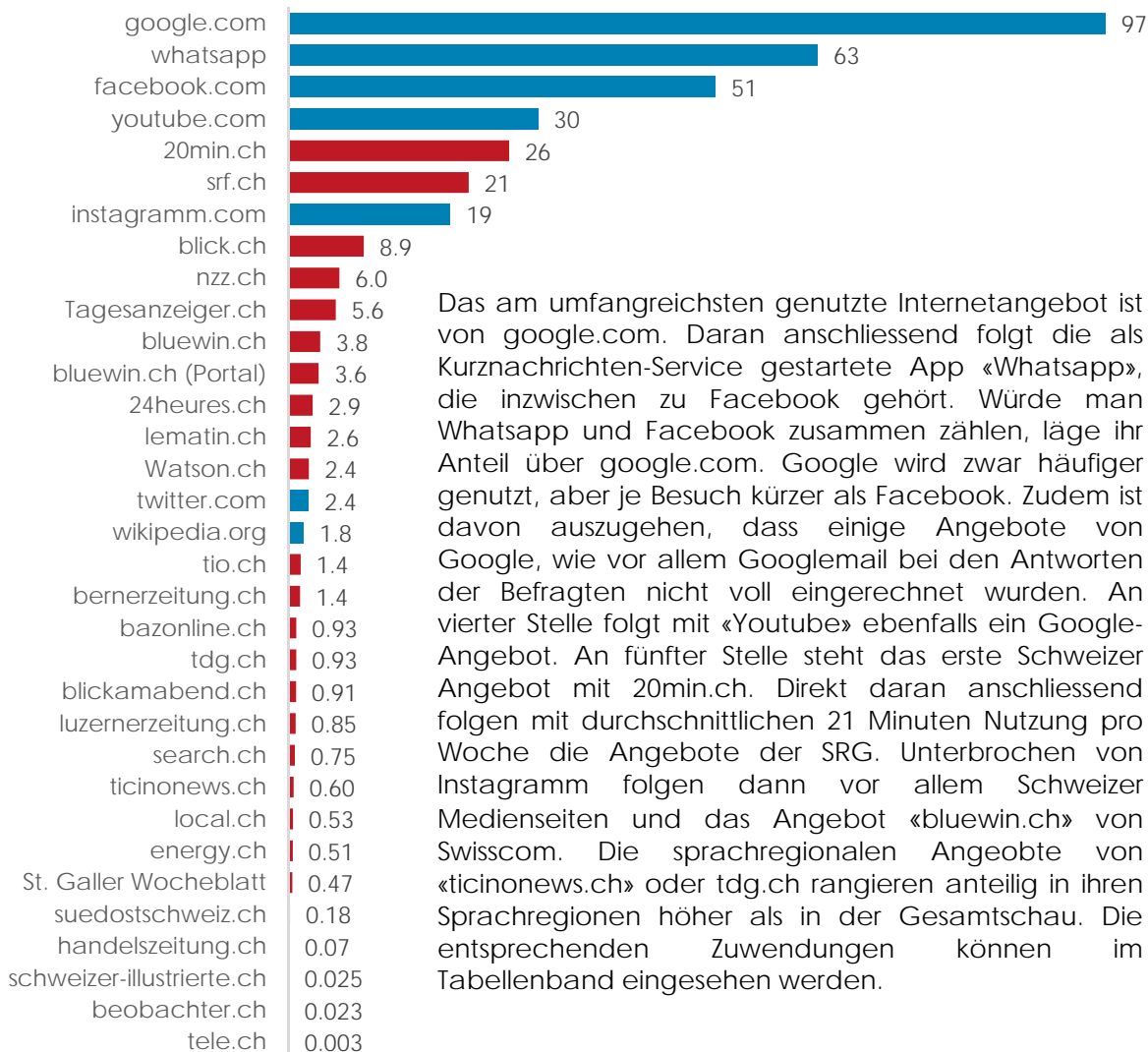
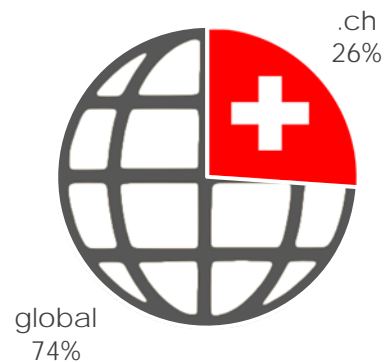


Abbildung 1: Stichprobe der Onlinemedienstudie

2 Seitennutzung

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die globalen Internetangebote etwa drei Viertel der Nutzungsdauer von der Schweizer Wohnbevölkerung ausmachen. Darin enthalten sind neben den klassischen .com-Seiten (u.a. Google und Facebook) auch Wikipedia.org oder Whatsapp. Ein Viertel der Nutzung geht auf die .ch-Seiten zurück. Darin enthalten sind vor allem Internetangebote klassischer Medien und Schweizer Suchmaschinen (wie search.ch). Männer nutzen etwas häufiger die Schweizer Internetseiten, während Frauen häufiger auf die globalen Angebote zurückgreifen. Der Zugriff auf die Schweizer Seiten korreliert positiv mit der Bildung. Das bedeutet, dass mit steigender Bildung häufiger auf Schweizer Seiten zugegriffen wird (tiefe Bildung 13% .ch, mittlere Bildung 76% .ch und hohe Bildung 68% .ch-Nutzung). In der Deutschschweiz ist der Anteil der Nutzer von .ch-Seiten mit 30% etwas höher als im Tessin und vor allem in der Romandie.



Das am umfangreichsten genutzte Internetangebot ist von google.com. Daran anschliessend folgt die als Kurznachrichten-Service gestartete App «Whatsapp», die inzwischen zu Facebook gehört. Würde man Whatsapp und Facebook zusammen zählen, läge ihr Anteil über google.com. Google wird zwar häufiger genutzt, aber je Besuch kürzer als Facebook. Zudem ist davon auszugehen, dass einige Angebote von Google, wie vor allem Googlemail bei den Antworten der Befragten nicht voll eingerechnet wurden. An vierter Stelle folgt mit «Youtube» ebenfalls ein Google-Angebot. An fünfter Stelle steht das erste Schweizer Angebot mit 20min.ch. Direkt daran anschliessend folgen mit durchschnittlichen 21 Minuten Nutzung pro Woche die Angebote der SRG. Unterbrochen von Instagramm folgen dann vor allem Schweizer Medienseiten und das Angebot «bluewin.ch» von Swisscom. Die sprachregionalen Angebote von «ticinonews.ch» oder tdg.ch rangieren anteilig in ihren Sprachregionen höher als in der Gesamtschau. Die entsprechenden Zuwendungen können im Tabellenband eingesehen werden.

Abbildung 2: Nutzung von Internetseiten in Minuten pro Woche

3 Nutzung von Schweizer Medienseiten

Von den Befragten nutzen insgesamt 70 Prozent die Angebote von Schweizer Internetseiten. In der Deutschschweiz sind es mit 72 Prozent etwas mehr als in der Romandie (67%) und im Tessin (62%).

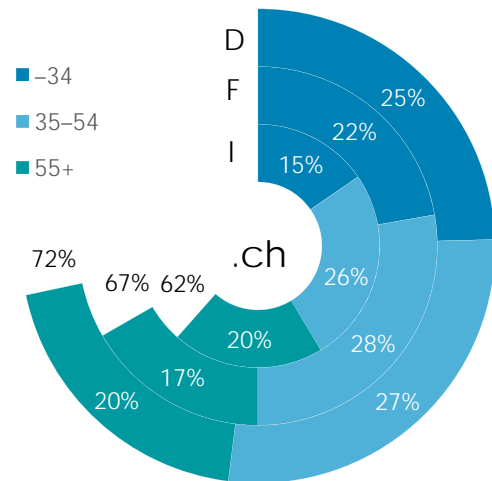
Im Vergleich ist in der Deutschschweiz der Anteil der jüngeren Nutzer von 15 bis 34 Jahren mit 25 Prozent etwas höher als im Tessin mit 15 Prozent. In der Romandie machen die Nutzer der mittleren Altersgruppe 28 Prozent aus. Dieser Anteil ist minimal (nicht signifikant) höher als in der Deutschschweiz (27%) und der italienischen Schweiz (26%). In der ältesten Befragtengruppe liegt die Romandie geringfügig (aber signifikant) unter dem Anteil der Deutschschweiz und dem im Tessin mit jeweils 20 Prozent.

Nimmt man die Angebote der übrigen Schweizer Onlinedienste hinzu, steigen die Anteile minimal (siehe Tabelle 8.1 im Tabellenband). In der Deutschschweiz sind das 74 Prozent gegenüber den 72 Prozent Nutzung von .ch-Medienseiten. In der Romandie ist der Unterschied grösser mit 75 Prozent Gesamtnutzung gegenüber 67 Prozent Nutzung von Medienseiten. Im Tessin ist der Unterschied wieder kleiner mit 66 Prozent insgesamt vs. 62 Prozent für Medienseiten.

Mehr als die Hälfte der Befragten (57%) nutzt Apps von Schweizer Medien auf Smartphones oder Tablets (siehe Tabelle 8.2 im Tabellenband). Der Anteil ist in der Deutschschweiz mit 60 Prozent signifikant höher als in der Romandie mit 51 Prozent. Im Tessin werden mit 35 Prozent noch deutlich seltener die Apps von Schweizer Medien genutzt. Im Vergleich der Altersgruppen fällt auf, dass die mittlere Altersgruppe Apps häufiger nutzt als die jüngste Altersgruppe. Das liegt an der häufigeren Nutzung der Schweizer Medien generell (siehe auch Fretwurst et al. 2016) und an der häufigeren Nutzung von Tablets. Die älteste Gruppe (55%) liegt mit der jüngsten Altersgruppe gleich auf (54%). Die Nutzung von Apps der Schweizer Medien unterscheidet sich klar zwischen den Bildungsgruppen. Von der am höchsten gebildete Gruppe nutzen 61 Prozent Apps von Schweizer Medien. In der mittleren Bildungsgruppe sind es noch 55 Prozent und bei den Befragten mit dem tiefsten formalen Bildungsabschluss sind es 40 Prozent.

In der Deutschschweiz wird von 60 Prozent der Befragten die Internetseite 20min.ch genutzt (Tabelle 8.3). Das Pendant der Romandie wird noch von der Hälfte der Befragten genutzt (51% siehe Tabelle 8.4 im Tabellenband). Im Tessin spielt 20min keine so grosse Rolle und kommt in der Stichprobe auf 4 Fälle und mithin 7 Prozent. Im Tessin ist tio.ch mit 55 Prozent der am häufigsten genutzte Anbieter.

Die Internetangebote der SRG werden in der Deutschschweiz und im Tessin von gut zwei Dritteln der Befragten genutzt (37% und 38%). In der Romandie liegt der Anteil bei 48 Prozent.



4 Fragebogen

FRAGEBOGEN BAKON2

PROG: FÜR NULOM-ADRESSEN

Grüezi, mein Name ist ... vom Befragungsinstitut Demoscope in Adligenswil bei Luzern. Wir haben mit [GESCHLECHT, VORNAME UND NAME AUS NULOM11 EINBLENDEN] vor den Sommerferien ein Interview geführt und die Erlaubnis erhalten, nochmals anzurufen. Sind Sie das selbst, oder können Sie mir [INT: NAME SIEHE OBEN] an das Telefon holen?

Vielen Dank, dass Sie bereit sind an unserer Befragung teilzunehmen. In den folgenden etwa 8 Minuten geht es um Ihre Internetnutzung.

PROG: FÜR NEUE RDD:

Grüezi, mein Name ist ... vom Befragungsinstitut ... Wir führen zur Zeit eine Umfrage im Auftrag von Medienforschern des Instituts IaKom durch.

Ihr Haushalt ist von unserem Computer zufällig für die Befragung ausgewählt worden. Es geht darum ob und wie verschiedene Medien genutzt werden. Gerne möchten wir auch Ihnen dazu ein paar Fragen stellen, egal wie viel oder wie wenig Medien Sie nutzen.

(Bei Nachfrage: Das Interview dauert etwa ... Minuten.)

PROG: NUR FÜR NEUE RDD

S1 PROG: ALTER WIE IN NuLoM

PROG: NUR FÜR NEUE RDD

S2 PROG: GESCHLECHT WIE IN NuLoM

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

Ja

Nein → DIREKT ZU PLZ

PROG: NICHT FRAGEN, WENN SMARTPHONE UND/ODER TABLET BESITZT (NULOM11: PH66 = 1 OR PH67 = 1)

BP2 Man kann ja auch mit einem Smartphone ins Internet gehen. - Haben Sie ein Smartphone?

Ja

Nein

PROG: NICHT FRAGEN, WENN SMARTPHONE UND/ODER TABLET BESITZT (NULOM11: PH66 = 1 OR PH67 = 1)

BP3 Und haben Sie (auch) ein Tablet?

INT: E-BOOK-READER SIND NORMALERWEISE KEINE TABLETS. NUR „KINDLE“ HAT EINEN MIT FARBDISPLAY, DER ALS TABLET GILT → ALLENFALLS KLÄREN!

Ja

Nein

PROG: WENN SMARTPHONE UND/ODER TABLET BESITZT (BP2/3)

O3 An wie vielen Tagen pro Woche sind Sie mit Ihrem Smartphone oder Tablet im Internet? Denken Sie dabei auch an die Nutzung von allfälligen Apps!

INT: WENN ZWISCHEN 2 TAGEN, DAS HÖHERE NEHMEN („2-3 TAGE“ → 3 TAGE) – NICHT VORLESEN

Nie

An weniger als 1 Tag pro Woche (z.B. alle 2 Wochen einmal)

An 1 Tag pro Woche

An 2 Tagen pro Woche

An 3 Tagen pro Woche

An 4 Tagen pro Woche

An 5 Tagen pro Woche

An 6 Tagen pro Woche

(fast) täglich

PROG: WENN NICHT NIE MIT SMARTPHONE/TABLET IM INTERNET (03)

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

___ INT: IN MINUTEN EINGEBEN (STUNDEN UMRECHNEN!)

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

INT: WENN ZWISCHEN 2 TAGEN, DAS HÖHERE NEHMEN („2-3 TAGE“ → 3 TAGE)

Nie

An weniger als 1 Tag pro Woche (z.B. alle 2 Wochen einmal)

An 1 Tag pro Woche

An 2 Tagen pro Woche

An 3 Tagen pro Woche

An 4 Tagen pro Woche

An 5 Tagen pro Woche

An 6 Tagen pro Woche

(fast) täglich

PROG: WENN NICHT NIE MIT COMPUTER/LAPTOP IM INTERNET (01)

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

___ INT: IN MINUTEN EINGEBEN (STUNDEN UMRECHNEN!)

Völlig unterschiedlich INT: DIESE ANTWORT NICHT AKTIV ANBIETEN, NÖTIGENFALLS ABER ANKLICKEN

PROG: ALLE INTERNET-NUTZER (O = JA)

ISM Die klassischen Schweizer Medien, also Fernsehen, Radio, Zeitungen und Zeitschriften haben ja inzwischen alle ihre eigenen Internetseiten und Apps. Sind Sie regelmässig oder mindestens einmal in den letzten 6 Monaten auf einer Internet-Seite von Schweizer Medien gewesen?

Ja

Nein

PROG: WENN MOBIL ONLINE (03 NICHT = NIE)

ISMAPP Haben Sie Apps von Schweizer Medien installiert?

Ja

Nein

WENN ISM=JA

ISM1-5 Welche Internetseiten PROG: WENN ISMAPP = JA: Onlinedienste, egal ob Internetseite oder App von Schweizer Medien nutzen Sie am meisten? Bitte nennen Sie höchstens 5 Seiten in der Reihenfolge von der Häufigkeit, wo Sie sie nutzen.

INT: DIE ADRESSE MUSS NICHT BUCHSTABENGETREU GENANNT WERDEN, ABER UNVERWECHSELBAR SEIN

- 1 srf.ch [Nachfolge von sf.tv und drs.ch, also Schweizer Fernsehen und Radio]
- 2 blick.ch
- 3 blickamabend.ch
- 4 20min.ch (20minuten)
- 5 Tagesanzeiger.ch
- 6 nzz.ch
- 7 watson.ch
- 8 bluewin.ch
- 9 bazonline.ch (Basler Zeitung)
- 10 bernerzeitung.ch
- 11 luzernerzeitung.ch
- 12 migrosmagazin.ch
- 13 St. Galler Tagblatt
- 14 suedostschweiz.ch (Zeitung, Radio, TV)
- 15 energy.ch (Radio Energy)
- 16 handelszeitung.ch
- 17 schweizer-illustrierte.ch
- 18 beobachter.ch
- 19 tele.ch INT: ACHTUNG, IST NICHT DAS TELEFONBUCH!

+ „ANDERES, NÄMLICH“ UND „KEINE“ VORSEHEN!

5 AUFEINANDERFOLGENDE ANTWORTEN VORSEHEN, AB 2. ANTWORT STATT „KEINE“ NEU „KEINE ANDERE“, DAMIT ES DANN STOPPT

ISMT1-5 An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf \$\$\$

\$\$\$ (PROG: ISM1):

\$\$\$ (PROG: ISM2):

\$\$\$ (PROG: ISM3):

\$\$\$ (PROG: ISM4):

\$\$\$ (PROG: ISM5):

Nie

An weniger als 1 Tag pro Woche (z.B. alle 2 Wochen einmal)

An 1 Tag pro Woche

An 2 Tagen pro Woche

An 3 Tagen pro Woche

An 4 Tagen pro Woche

An 5 Tagen pro Woche

An 6 Tagen pro Woche

(Fast) Täglich

ISMM1-5 Und wie viele Minuten pro Tag verweilen Sie durchschnittlich auf \$\$\$

\$\$\$ (PROG: ISM1):

\$\$\$ (PROG: ISM2):

\$\$\$ (PROG: ISM3):

\$\$\$ (PROG: ISM4):

\$\$\$ (PROG: ISM5):

___ INT: IN MINUTEN EINGEBEN (STUNDEN UMRECHNEN!) – WENN ANTWORT „VON TAG ZU TAG ANDERS“ → AUF GESTERN BEZIEHEN

ISO1-5 Und welche Internetseiten (PROG: WENN SMARTPHONE/TABLET: oder Apps) von sozialen Medien und Suchmaschinen nutzen Sie am meisten? Bitte nennen Sie sie in der Reihenfolge von der Häufigkeit, in der Sie sie nutzen, höchstens fünf Seiten.

WENN BEGRIFF „SOZIALE MEDIEN“ UNKLAR: ICH DARF IHNEN KEINE KONKRETE ANGEBOTE NENNEN. ABER ALLGEMEIN SIND MIT „SOZIALE MEDIEN“ ONLINEANGEBOTE ODER APPS GEMEINT, WO MAN MIT ANDEREN LEUTEN VERBUNDEN IST, ALSO ZUM BEISPIEL MIT FREUNDEN UND ABREITSKOLLEGEN. ODER MAN FOLGT LEUTEN, DIE MAN GAR NICHT WIRKLICH KENNT.- BEI DEN MEISTEN ANGEBOTEN KANN MAN BILDER UND FILME ONLINE STELLEN UND OFT AUCH NACHRICHTEN VERSCHICKEN.

PROG: AUCH HIER „KEINE“ BZW. KEINE ANDERE“ IN ANTWORTLISTE EINBAUEN

1 search.ch

2 local.ch

3 bluewin.ch

4 facebook

5 Google

Suche

6 instagramm

7 twitter

8 wikipedia

9 youtube

10 Whatsapp (PROG: NUR WENN BP2=JA)

Anderes, nämlich:

ISOT1-5 An wie vielen Tagen pro Woche gehen Sie auf die von Ihnen gerade genannten Internetseiten von sozialen Medien und Suchmaschinen? Gehen wir der Reihe nach:

\$\$\$ (PROG: ISO1):

\$\$\$ (PROG: ISO2):

\$\$\$ (PROG: ISO3):

\$\$\$ (PROG: ISO4):

\$\$\$ (PROG: ISO5):

Nie

An weniger als 1 Tag pro Woche (z.B. alle 2 Wochen einmal)

An 1 Tag pro Woche

An 2 Tagen pro Woche

An 3 Tagen pro Woche

An 4 Tagen pro Woche

An 5 Tagen pro Woche

An 6 Tagen pro Woche

(fast) täglich

ISOM1-5 Und wie viele Minuten verweilen Sie pro Tag durchschnittlich auf diesen Angeboten?

– Gehen wir wieder der Reihe nach:

\$\$\$ (PROG: ISO1):

\$\$\$ (PROG: ISO2):

\$\$\$ (PROG: ISO3):

\$\$\$ (PROG: ISO4):

\$\$\$ (PROG: ISO5):

___ INT: IN MINUTEN EINGEBEN (STUNDEN UMRECHNEN!)

WWT1-6 An wie vielen Tagen pro Woche besuchen Sie...

PROG: NUR EINBLENDEN, WAS NICHT IN ISO1-5 SCHON GENANNT

- 1 facebook
- 2 Google Suche
- 3 Instagramm
- 4 Twitter
- 5 Wikipedia
- 6 Youtube
- 7 Whatsapp (PROG: NUR WENN BP2=JA)

Nie

An weniger als 1 Tag pro Woche (z.B. alle 2 Wochen einmal)

An 1 Tag pro Woche

An 2 Tagen pro Woche

An 3 Tagen pro Woche

An 4 Tagen pro Woche

An 5 Tagen pro Woche

An 6 Tagen pro Woche

(fast) täglich

WWM1-6 Und wie viele Minuten pro Tag nutzen Sie im Durchschnitt...

PROG: NUR EINBLENDEN, WAS BEI WW1-6 NICHT = NIE

___ INT: IN MINUTEN EINGEBEN (STUNDEN UMRECHNEN!)

ALLE

PLZ Damit sind wir schon fast am Schluss angekommen. - Wohnen Sie immer noch in
(PROG: AUS ADRESSE EINBLENDEN) mit der Postleitzahl ... (PROG: EBENFALLS EINBLENDEN – INT
MUSS MUTIEREN KÖNNEN)

S5 Welche Schule haben Sie zuletzt besucht?

PROG: LISTE AUS NuLoM

MF7: BEI FESTNETZNUMMERN MINIMUM AUF 1 SETZEN!

MF2: BEI RDD-NUMMERN MINIMUM AUF 1 SETZEN!

HHGR: MINIMUM AUF 1!

Bedanken, verabschieden