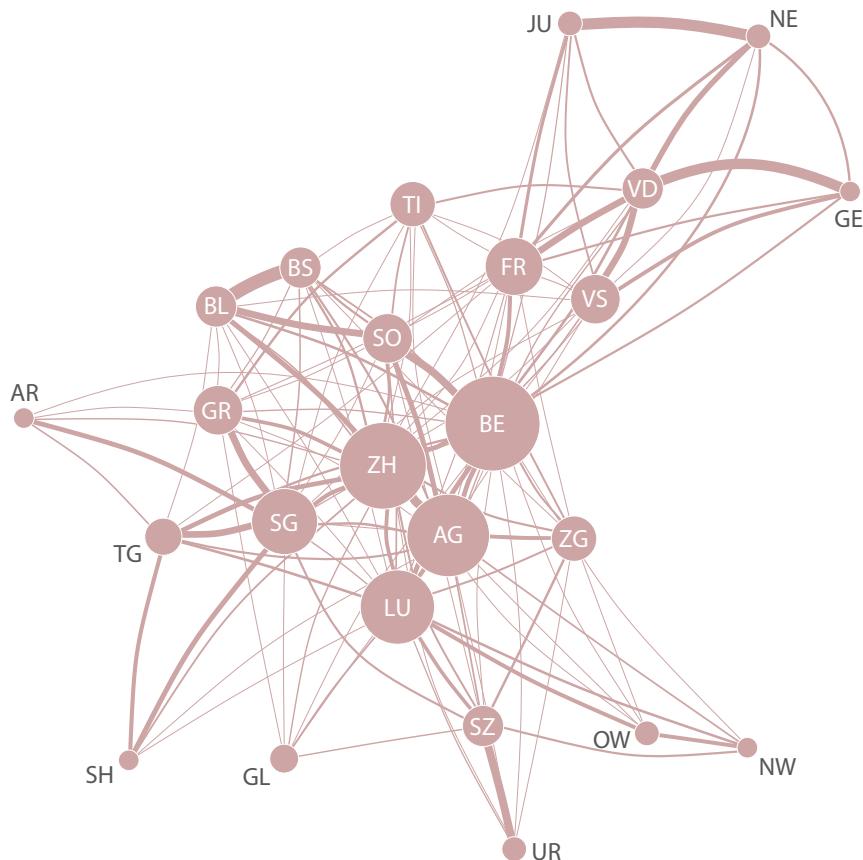


Vernetzte Schweiz 2016

Wie sich Schweizer und Schweizerinnen vernetzen –
Studienbericht zur grossen Umfrage



sotomo GmbH
Winterthurerstrasse 92
8006 Zürich

Projektteam: Dr. Michael Hermann, Mario Nowak, Lorenz Bosshardt, Dr. Thomas Milic
Zürich, 8. Mai 2016

Inhalt

1. Vernetze Schweiz – die grosse Umfrage	4
2. Wichtigste Ergebnisse	5
3. Kommunikations- und Verkehrsmittel im Vergleich	7
3.1 Kein digitaler, sondern nur ein Mobilitätsgraben zwischen Stadt und Land.....	7
3.2 Ausgeprägter Generationengraben bei Festnetz und beim mobilem Internet.....	8
3.3 Kommunikationsaffine Romandie	10
4. Digitalisierung schafft Potenziale für Heimarbeit.....	11
4.1 Digitale Arbeiten werden besonders oft zuhause erledigt.....	11
4.2 Wunsch nach mehr Heimarbeit.....	12
4.3 Mögliche Entlastung der Verkehrsinfrastruktur dank Digitalisierung	12
5. Textnachrichten vernetzen die Schweiz	14
5.1 Geringe Bedeutung traditioneller Formen der Vergemeinschaftung	14
5.2 Altersabhängige soziale Vernetzung	15
5.3 Italianità: Treffen auf der Piazza.....	16
6. Wo Paare sich finden.....	18
6.1 Der ‚Schulschatz‘ ist nicht fürs Leben.....	18
6.2 Aargauer und Aargauerinnen finden sich häufiger im Internet	19
6.3 Das Liebesbeziehungsnetz der Schweiz.....	20
7. Zwischen Heimweh und Ankommen.....	22
7.1 Heimweh-Walliser und Aargauer ohne Wehmut	23
7.2 Familienbesuche halten Kontakt zur alten Heimat aufrecht.....	23
8. Was macht Heimat aus?.....	25
8.1 Menschen schaffen Heimat.....	26
8.2 Landschaft statt Siedlungsraum	27
8.3 Dialekt, Fasnacht und FCB – die eigensinnigen Basler	27
8.4 Für Jüngere die Freunde, für Ältere die Landschaft	30
8.5 Auch Städter identifizieren sich mit der Landschaft.....	30
9. Reisen verbindet (aber nicht zwischen Ost und West).....	32
9.1 Wenig Austausch über den Röstigraben	33
10. Methodik	35
10.1 Die Stichprobe	35
10.2 Die Gewichtung	35

1. Vernetzte Schweiz – die grosse Umfrage

Wie pflegt die Schweizer Bevölkerung ihre Kontakte mit Freunden und Verwandten? Was ist ihr wichtiger: das Handy oder das Auto? Wann kommt man wirklich an, wenn man für die Arbeit oder für die Liebe in eine neue Region zieht? Und wie bleibt man mit der Heimat verbunden? Wie vernetzt sind die Schweizerinnen und Schweizer und mit welchen Mitteln vernetzen sie sich?

Die Forschungsstelle sotomo hat im Auftrag der Swisscom vom 11. bis zum 23. Februar 2016 14'174 Personen über verschiedene Online-Kanäle befragt (blick.ch, lematin.ch, bluewin.ch, facebook.com). Die Resultate sind nach soziodemographischen Kriterien gewichtet. Sie sind repräsentativ für die 18- bis 75-jährige Wohnbevölkerung der Schweiz. Die grosse Zahl der Teilnehmenden erlaubt eine Auswertung nach Kantonen und Regionen.

Heute verfügen in der Schweiz über 90 Prozent über einen Zugang zum Internet. Mindestens 86 Prozent sind regelmässig online, während der Anteil der Festnetztelefonierenden laufend zurückgeht. Gerade beim Thema Kommunikation hat der Befragungskanal, trotz Repräsentativität der Ergebnisse, zwangsläufig einen gewissen Einfluss. Eine Telefonbefragung führt zu einer leichten Überschätzung der Bedeutung der Festnetztelefonie, eine Online-Befragung entsprechend zu einer leichten Überschätzung der Bedeutung des Internets.

2. Wichtigste Ergebnisse

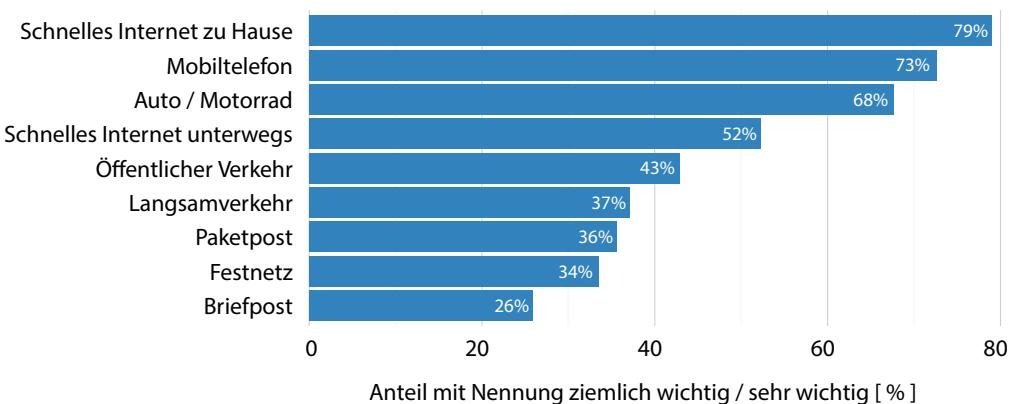
- Für die Schweizer Bevölkerung sind heute **Internet und Mobiltelefonie wichtiger als das Auto**. Eine schnelle Internetverbindung zuhause halten beinahe vier von fünf der Befragten (79%) für ‚ziemlich wichtig‘ oder ‚sehr wichtig‘. 73 Prozent hängen besonders am Mobiltelefon. Das Auto als wichtigstes Verkehrsmittel erreicht nicht die Bedeutung dieser Kommunikationsmittel. Es wird von zwei von drei Befragten als ziemlich oder sehr wichtig erachtet. Mobiles Internet hat für 52 Prozent eine besondere Bedeutung. Es hat damit den öffentlichen Verkehr (43 %) überholt.
- Die **traditionellen Kommunikationsmittel erachtet nur noch eine Minderheit als ziemlich oder sehr wichtig**. Bei der Briefpost ist dies nur ein Viertel, ein Drittel ist es bei der Festnetztelefonie und 35 Prozent bei der Paketpost. Nur bei der Festnetztelefonie gibt es aber eine Mehrheit (51%), welche diese als ‚gar nicht wichtig‘ oder ‚wenig wichtig‘ erachtet.
- **Es gibt keinen digitalen Graben zwischen Stadt und Land**. Internet und Mobiltelefonie sind für die Bewohnerinnen des ländlichen Raums annähernd gleich wichtig wie für die städtische Bevölkerung. Entgegen der Erwartung liegt auch die Bedeutung der traditionellen Kommunikationsmittel (Festnetztelefon, Brief, Paket) im ländlichen Raum auf gleich tiefem Niveau wie im städtischen. **Zwischen Stadt und Land existiert aber ein Mobilitätsgraben**. Für drei Viertel der Landbewohnenden ist das Auto ziemlich oder sehr wichtig, jedoch nur für die Hälfte der Stadtbewohnenden. Für 57 Prozent der Stadtbewohnenden ist dafür der ÖV zentral, während er nur für einen Drittels der Landbewohnenden eine besondere Bedeutung hat.
- Die Digitalisierung hat dazu geführt, dass heute **mehr als die Hälfte der Arbeitstägigen auch von Zuhause aus arbeiten**. Drei von vier bearbeiten berufliche Emails auch daheim. 54 Prozent erledigen auch andere Arbeiten am Computer. Andere Arbeiten erledigen aber nur etwas mehr als ein Drittel zuhause.
- **Die Digitalisierung schafft Potenziale für die Entlastung der Verkehrsinfrastruktur**. Von allen Berufstätigen würden 35 Prozent gerne mehr zuhause arbeiten, 20 Prozent lieber weniger. Mehr zuhause arbeiten wollen dabei vor allem Personen, die hauptsächlich am Computer arbeiten und meist online sind (42%). Bezüglich Arbeitsweg sind es insbesondere Personen, die lange Pendelwege zurückzulegen, die gerne mehr zuhause arbeiten wollen (45%). Das heisst, Personen, welche die Verkehrsinfrastruktur besonders belasten, würden dank Digitalisierung gerne häufiger zuhause bleiben können.
- **Neben Besuchen zuhause sind Textnachrichten heute die wichtigste Form der Freundschaftspflege**. 73 bzw. 72 Prozent der Schweizer Bevölkerung nutzen diese Formen der Vernetzung (SMS, Whatsapp usw.). Auf Rang drei und vier folgen mit deutlichem Abstand das Telefon (56%) und das gemeinsame Ausgehen (53%). In der lateinischen Schweiz und bei den unter 35-Jährigen sind Textnachrichten bereits klar an erster Stelle.

- **Vereine und die Nachbarschaft dienen selbst auf dem Land nur noch für eine Minderheit (24% bzw. 32%) zur Freundschaftspflege.** Die traditionellen Formen der Vergemeinschaftung werden überall in der Schweiz von schriftlicher digitaler Kommunikation und von privaten Besuche in den Schatten gestellt.
- **Bereits 13 Prozent aller Paare in der Schweiz haben sich im Internet kennengelernt.** Bei den den Paaren mittleren Alters ist es sogar jedes siebte. Am wichtigsten ist das Internet als Ausgangsort für Paarbeziehungen im Kanton Aargau. In der Romandie ist die Bedeutung des Internets dagegen nur etwa halb so gross wie in der Deutschschweiz.
- **Heimatgefühle sind wandelbar.** Wer seine Herkunftsregion verlässt, identifiziert sich im Durchschnitt nach fünf bis zehn Jahren stärker mit seiner neuen Wohn- als mit seiner Herkunftsregion. 86 Prozent bleiben aber mit ihrer alten Heimat verbunden.
- Am wichtigsten für die Identifikation mit der Wohnregion sind Freunde, die Familie und die Landschaft. Diese Identifikationsmerkmale unterscheiden sich jedoch regional und es kann eine **Familien-Schweiz** (Westen und Süden), eine **Freunde-Schweiz** (Mittelland) und eine **Landschafts-Schweiz** (Deutschschweizer Alpen) unterschieden werden.
- 14 Prozent der Deutschschweizer waren noch nie in der Romandie. 15 Prozent der Romands waren noch nie in der Deutschschweiz. Insgesamt sind es aber vor allem die **Deutschschweizer, die selten den Röstigraben überqueren**. 63 Prozent von ihnen tun es weniger als einmal im Jahr. Von den Romands sind dies nur 37 Prozent.

3. Kommunikations- und Verkehrsmittel im Vergleich

Es gibt verschiedene technische Hilfsmittel zum Austausch und zur Vernetzung. Es sind dies die verschiedenen Kanäle der Telekommunikation, dazu kommt das Postwesen und schliesslich auch die verschiedenen Transportmittel, die der Vernetzung dienen. Wir haben diese verschiedenen Kanäle in einen direkten Vergleich gesetzt und nach ihrer Wichtigkeit für die schweizerische Bevölkerung gefragt. Wir sind dabei bemerkenswerte Relationen gestossen und es zeigt sich ein radikaler Wandel seit den Zeiten der PTT.

Abbildung 1: Wichtigkeit von Kommunikations- und Verkehrsmittel



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

Für die Schweizer Bevölkerung sind heute Internet und Mobiltelefonie wichtiger als das Auto. Eine schnelle Internetverbindung zuhause halten beinahe vier von fünf der Befragten (79%) für ‚ziemlich wichtig‘ oder ‚sehr wichtig‘. 73 Prozent hängen besonders am Mobiltelefon. Das Auto als wichtigstes Verkehrsmittel erreicht nicht die Bedeutung dieser Kommunikationsmittel. Es wird von zwei von drei Befragten als ziemlich oder sehr wichtig erachtet. Mobiles Internet hat für 52 Prozent eine besondere Bedeutung. Es hat damit den öffentlichen Verkehr (43 %) überholt.

Die traditionellen Kommunikationsmittel erachtet nur noch eine Minderheit als ziemlich oder sehr wichtig. Bei der Briefpost ist dies nur ein Viertel, ein Drittel ist es bei der Festnetztelefonie und 36 Prozent bei der Paketpost. Nur bei der Festnetztelefonie gibt es aber eine Mehrheit (51%), welche diese als ‚gar nicht wichtig‘ oder ‚wenig wichtig‘ erachtet. Spannend ist, dass die Paketpost als deutlich wichtiger eingestuft wird als die Briefpost. Hier dürfte sich die Wichtigkeit des Online-Versandhandels widerspiegeln, dessen Umsatz in den letzten Jahren stetig gestiegen ist¹.

3.1 Kein digitaler, sondern nur ein Mobilitätsgraben zwischen Stadt und Land

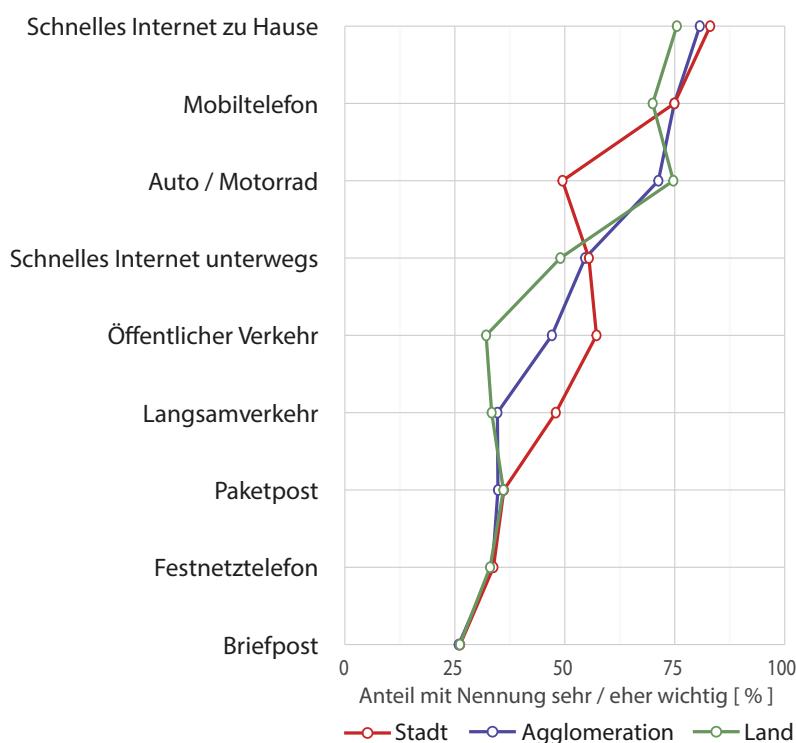
Es gibt keinen digitalen Graben zwischen Stadt und Land. Internet und Mobiltelefonie sind für die Bewohnerinnen des ländlichen Raums annähernd gleich wichtig wie für die städtische Bevölkerung. Im ländlichen Raum ist die Wichtigkeit jeweils nur um 5 bis 8

¹ <http://www.vsv-versandhandel.ch/media/filemanager/facts/2014/2015-03-13-gfk-online-und-versandhandelsmarkt-schweiz-2014-grafiken.pdf>

Prozentpunkte tiefer. In der Agglomeration und in der Stadt ist die Wichtigkeit praktisch identisch.

Entgegen der Erwartung ist auch die Bedeutung der traditionellen Kommunikationsmittel (Festnetztelefon, Brief, Paket) im ländlichen Raum gleich stark zurückgegangen wie im städtischen. Zwischen Stadt und Land existiert aber ein Mobilitätsgraben. Für drei Viertel der Landbewohnenden ist das Auto ziemlich oder sehr wichtig, jedoch nur für die Hälfte der Stadtbewohnenden. Für 57 Prozent der Stadtbewohnenden ist dafür der ÖV zentral, während er nur für einen Drittel der Landbewohnenden eine besondere Bedeutung hat.

Abbildung 2: Wichtigkeit von Kommunikations- und Verkehrsmitteln nach Raumtyp



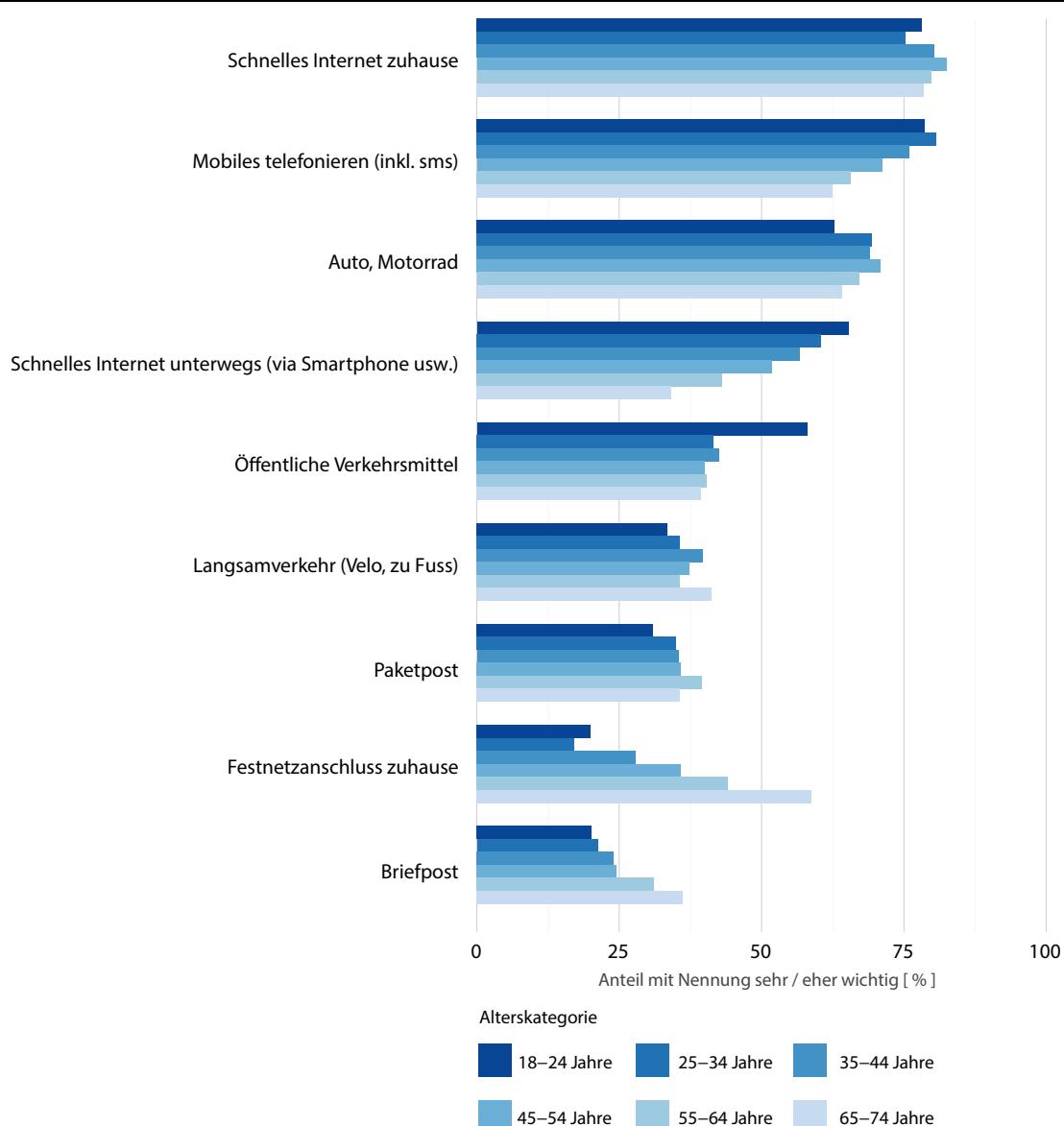
Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

3.2 Ausgeprägter Generationengraben bei Festnetz und beim mobilem Internet

Es gibt eine digitale Kluft zwischen alt und jung. Diese ist jedoch nicht bei allen Kanälen gleich stark. Besonders ausgeprägt ist sie beim mobilen Internet. Für 65 Prozent der 18 bis 24-jährigen ist dieses ‚ziemlich‘ oder ‚sehr wichtig‘, jedoch nur für 34 Prozent der 65 bis 74-jährigen. Weniger stark ausgeprägt ist der Altersgegensatz beim mobilen Telefonieren. Der schnelle Internetanschluss zuhause ist allen Altersgruppen annähernd gleich wichtig. In diesem Ergebnis spiegelt sich jedoch die Tatsache, dass die Befragung online durchgeführt wurde.

Ein massiver Altersgraben, jedoch mit umgekehrten Vorzeichen, zeigt sich beim Festnetz. Etwas weniger ausgeprägt ist er bei der Briefpost. Kaum einen Unterschied gibt es jedoch bei der Paketpost, die über alle Alterskategorien hinweg eine ähnliche Wichtigkeit aufweist.

Abbildung 3: Wichtigkeit von Kommunikations- und Verkehrsmitteln nach Altersgruppe

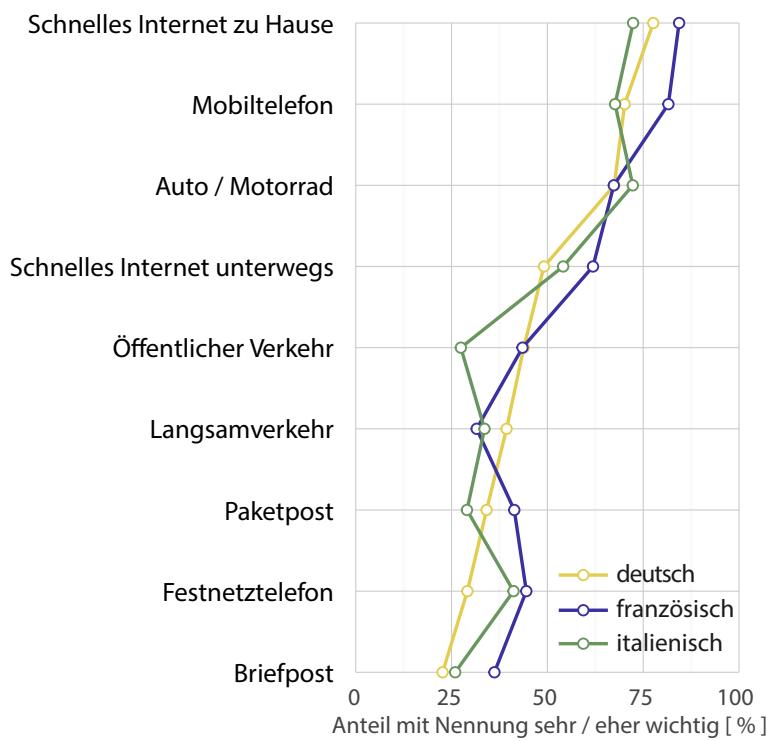


Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

3.3 Kommunikationsaffine Romandie

Obwohl bei der Gliederung nach Sprachregionen die Unterschiede eher gering sind, fällt auf, dass sowohl die französische als auch die italienische Schweiz die Festnetztelefonie wichtiger einschätzen als die deutschsprachigen Schweizer. Es zeigt sich auch, dass die Romands das Telefonieren (Festnetz und Mobiltelefon) im Vergleich zu den anderen Regionen als wichtiger einschätzen.

Abbildung 4: Wichtigkeit von Kommunikations- und Verkehrsmitteln nach Sprachregion



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

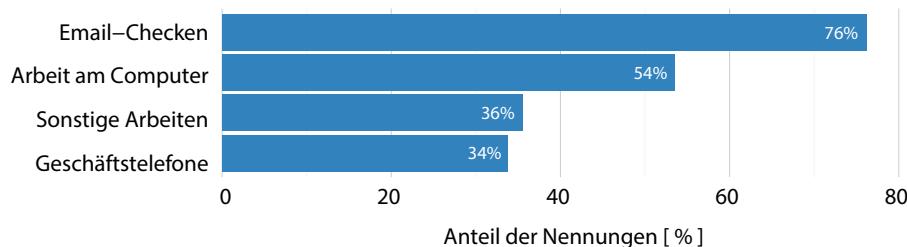
4. Digitalisierung schafft Potenziale für Heimarbeit

Die Bedeutung der Digitalisierung für die Arbeitswelt ist hinlänglich bekannt. Wir haben uns für die Vernetzung von Arbeitsplatz, Arbeitsweg und dem Zuhause interessiert. Eine zentrale Rolle spielt dabei die digitale Vernetzung, die das Arbeiten ausserhalb der Büroräume oft erst möglich und praktikabel macht.

4.1 Digitale Arbeiten werden besonders oft zuhause erledigt

Drei Viertel aller Arbeitstätigen, die nicht ohnehin zuhause arbeiten, bearbeiten Geschäfts-E-mails von zuhause. Dies ist die mit Abstand häufigste Form der Heimarbeit. Immerhin 54 Prozent erledigen auch andere geschäftliche Arbeiten am Computer zuhause. Im Vergleich dazu werden andere berufliche Tätigkeiten nur von einer Minderheit zuhause erledigt. 36 Prozent erledigen sonstige Arbeiten, 34 Prozent führen Geschäftstelefonate von zuhause. Dies zeigt, dass die digitale Vernetzung ein wesentlicher Faktor für die Expansion der Arbeit vom Arbeitsplatz in den privaten Bereich darstellt.

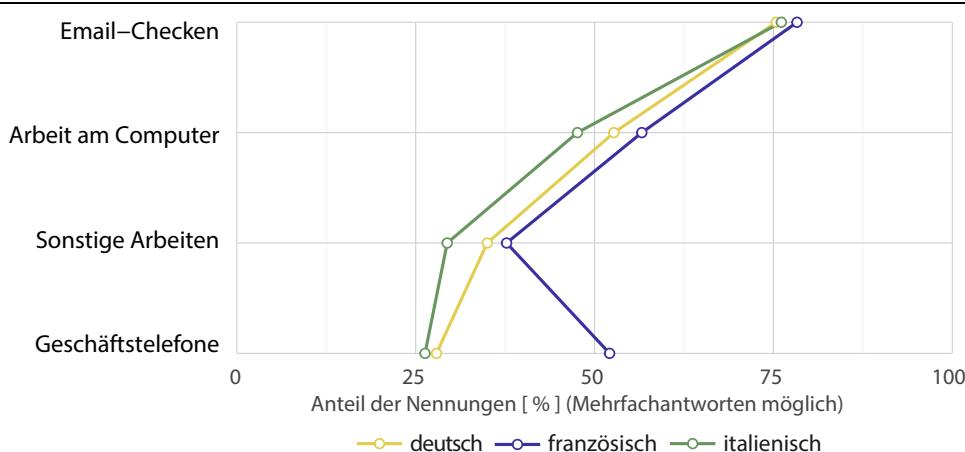
Abbildung 5: Arbeit, die zu Hause erledigt wird



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

Die Häufigkeit der verschiedenen beruflichen Tätigkeiten zuhause unterscheidet sich kaum zwischen Stadt und Land. Etwas stärker jedoch zwischen den Sprachregionen. Dabei fällt auf, dass in der Romandie viel häufiger als in der übrigen Schweiz Geschäftstelefonate zuhause geführt. Dies deckt sich mit der grösseren Bedeutung des Telefons bei der Freundschaftspflege.

Abbildung 6: Arbeit, die zu Hause erledigt wird, nach Sprachregion

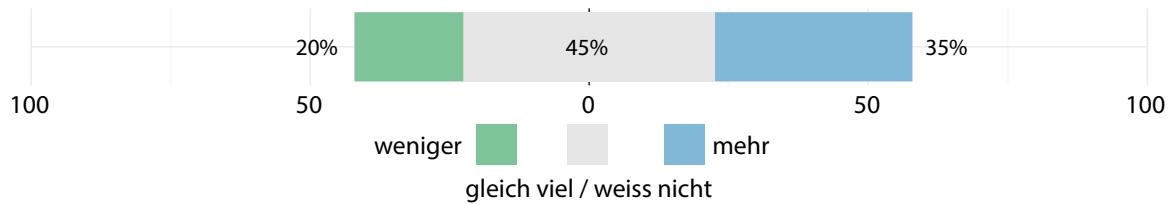


Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

4.2 Wunsch nach mehr Heimarbeit

Von allen Berufstätigen würden 35 Prozent gerne mehr zuhause arbeiten, 20 Prozent lieber weniger. Dies zeigt, dass die durch die Digitalisierung vorangetriebene Expansion der Arbeit in den privaten Bereich grossmehrheitlich eher positiv als negativ gesehen wird.

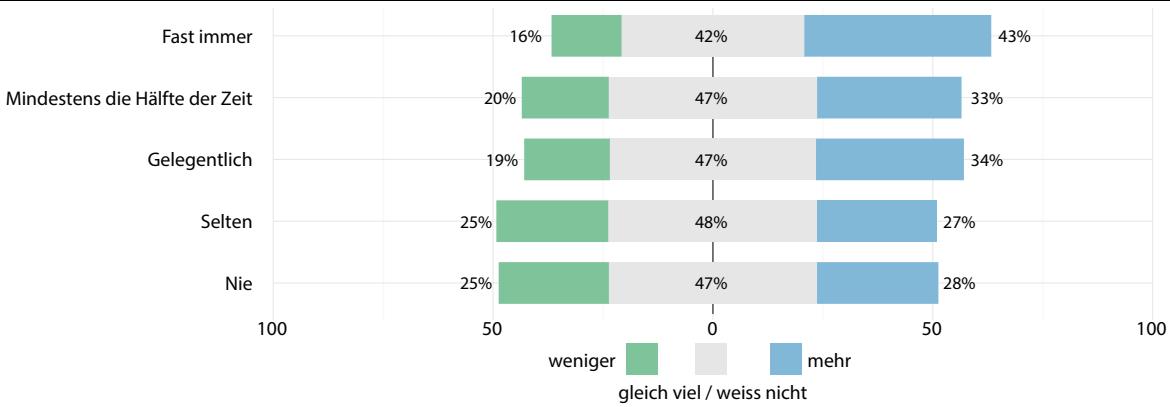
Abbildung 7: Wunsch nach mehr/weniger Arbeit zu Hause



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

Bestätigt wird diese Einschätzung durch das Tätigkeitsprofil derjenigen, die gerne mehr oder weniger zuhause Arbeiten wollen. Personen, die beruflich ‚fast immer‘ online sind, wollen ihre Arbeitszeit zuhause am häufigsten erweitern (42%). Nur ganz wenige (16%) von ihnen wollen weniger oft zuhause arbeiten. Bei jenen, die ‚selten‘ oder ‚nie‘ beruflich online sind, gibt es zwar auch einige, die lieber häufiger zuhause arbeiten würden (27 bzw. 28%). Praktisch gleich viele wollen jedoch auch weniger häufig zuhause arbeiten (25%). Wer beruflich viel vernetzt ist, der oder die zieht offenbar weniger klare Grenzen zwischen Arbeitsort und zuhause und kann sich entsprechend die Erweiterung der Arbeit zuhause oft gut vorstellen.

Abbildung 8: Wunsch nach mehr/weniger Arbeit zu Hause, nach Online-Zeit im Beruf



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

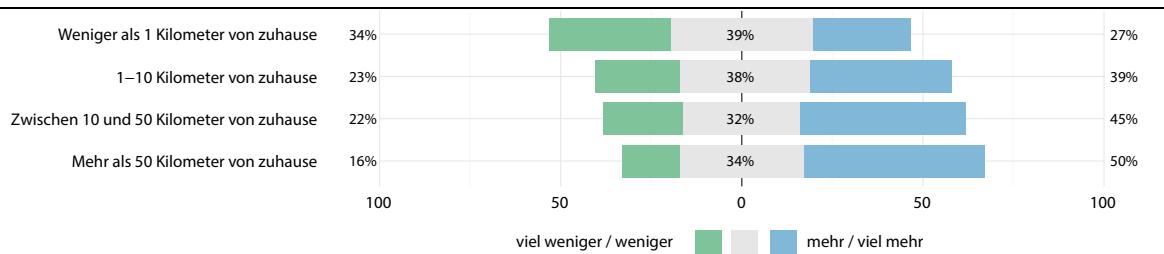
4.3 Mögliche Entlastung der Verkehrsinfrastruktur dank Digitalisierung

Es erstaunt nicht, dass Personen mit einem langen Arbeitsweg gerne häufiger zuhause arbeiten würden. Fast die Hälfte (44%) der Berufstätigen, die für ihre Arbeit mehr als 50 Kilometer zurücklegen, möchte häufiger zuhause arbeiten. Nur 14 Prozent dieser Gruppe möchte es weniger häufig tun. Jene, die in unmittelbarer Nähe von zuhause arbeiten

(weniger als 1 Kilometer entfernt), sind die einzige Gruppe, die eher weniger in den eigenen vier Wänden arbeiten wollen.

Je mehr eine Person die Verkehrsinfrastruktur belastet, desto eher zeigt sie Interesse an mehr Heimarbeit. Wenn die Arbeitgebenden diesem Wunsch der Beschäftigten nachkommen würden, liesse sich damit die ohnehin überlastete Verkehrsinfrastruktur entlasten. Da es sich dabei in der Regel um Personen mit einer computerlastigen Tätigkeit handelt, spielt der Standort der Tätigkeit eine untergeordnete Rolle. Die digitale Vernetzung schafft hier Potenziale, die bislang offensichtlich nur ungenügend genutzt werden.

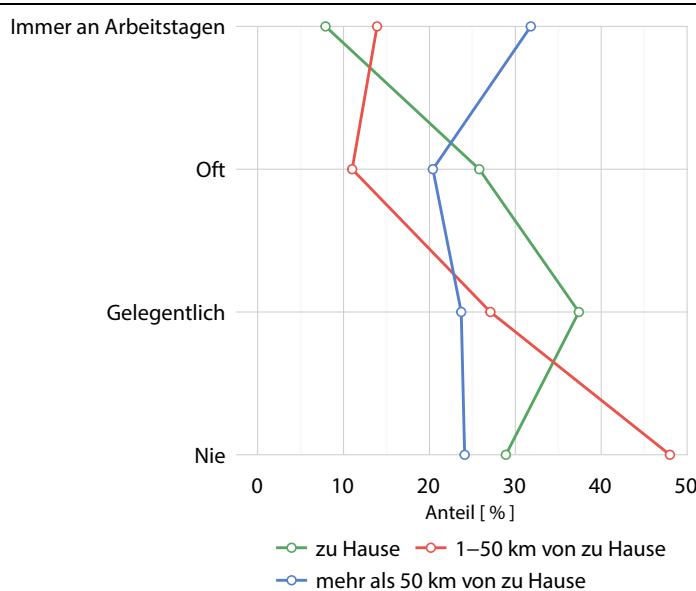
Abbildung 9: Wunsch nach mehr/weniger Arbeit zu Hause, nach Distanz des Arbeitsortes vom Wohnort



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

Das Potenzial der Heimarbeit ist auch deshalb wichtig, weil relativ viele Pendler und Pendlerinnen ihren Arbeitsweg nicht zum Arbeiten nutzen. Knapp die Hälfte jener mit einem Arbeitsweg von über 50 Kilometer arbeitet ‚nie‘ oder nur ‚gelegentlich‘ auf dem Arbeitsweg. Bei jenen mit einem Pendelweg von bis zu 50 Kilometer ist es nur ein Viertel.

Abbildung 10: Häufigkeit von Arbeit unterwegs, nach Distanz des Arbeitsortes vom Wohnort



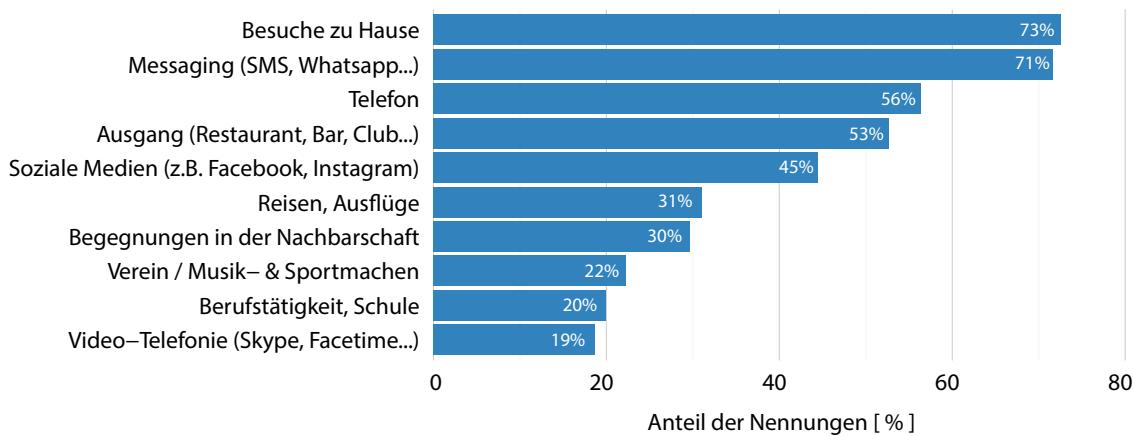
Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

5. Textnachrichten vernetzen die Schweiz

Wie vernetzt sich die Bevölkerung der Schweiz in sozialer Hinsicht? Wie pflegt sie ihren Freundeskreis? Wir haben verschiedene gängige Praktiken zur Pflege privater sozialer Netze nach ihrer Wichtigkeit abgefragt. Klar an der Spitze stehen eine klassische Praktik und eine digitale Form, die komplementär dazu steht.

Am wichtigsten ist der direkte persönliche Austausch zuhause. Diese klassische und sehr private Weise des Austauschs wird von 73 Prozent praktiziert. Fast ebenso wichtig ist mit 71 Prozent der Austausch von Textnachrichten (SMS, Whatsapp usw.). Interessanterweise nehmen Textnachrichten eine Schlüsselrolle unter den Nicht-Face-to-Face-Kommunikationsformen an. Mit 56 Prozent deutlich weniger verbreitet ist das Telefonieren (mobil & fix) zur Freundschaftspflege.

Abbildung 11: Wie Beziehungen gepflegt werden



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

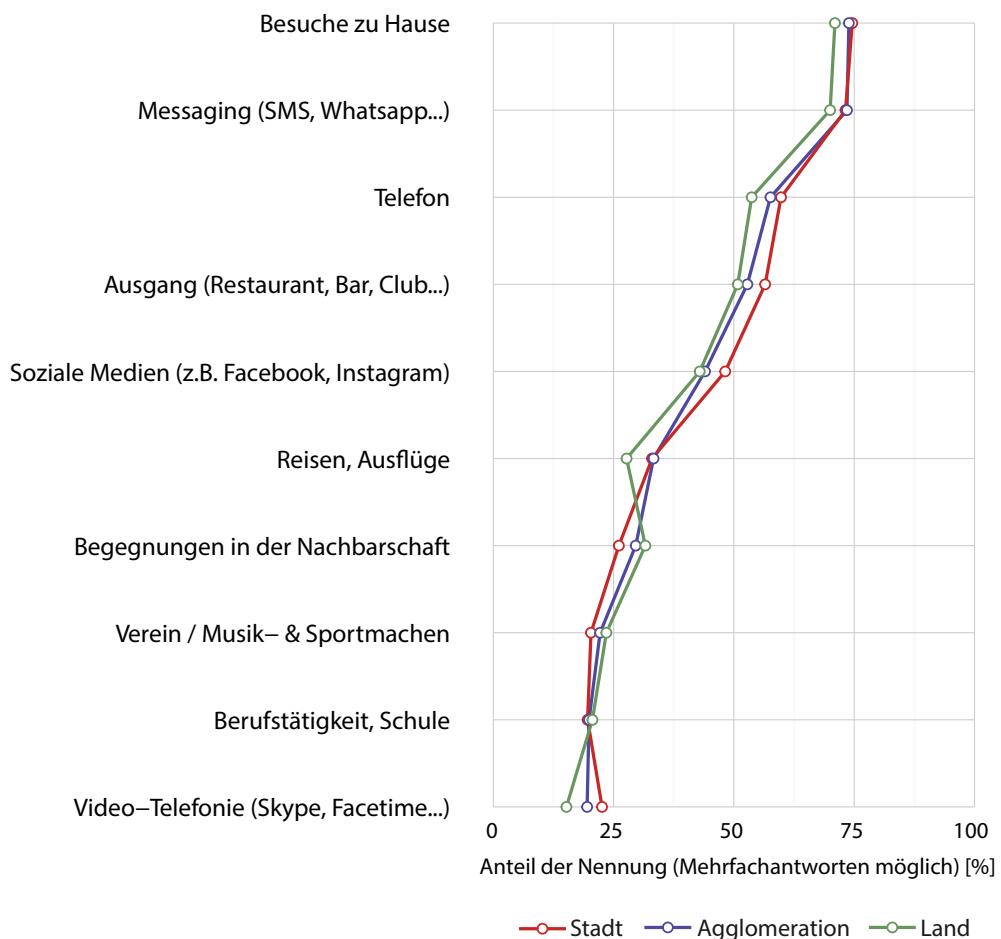
Nur 19 Prozent setzen auf Videotelefonie zur privaten Vernetzung. Mit den Textnachrichten ist ausgerechnet der Kanal mit der geringsten Virtualität am beliebtesten und die Videotelefonie, die sich am ehesten mit einer direkten persönlichen Interaktion vergleichen lässt, am unbeliebtesten. Gerade weil Textnachrichten am komplementärsten zur persönlichen Begegnung sind, eignen sie sich besonders gut für Situationen ohne Kopräsenz. Sie lassen sich in andere alltägliche Abläufe integrieren.

5.1 Geringe Bedeutung traditioneller Formen der Vergemeinschaftung

Bei der Freundschaftspflege zeigen sich nur sehr geringe Stadt-Land-Unterschiede. Bemerkenswert ist dabei, dass vermeintlich typisch ländliche Formen der Vergemeinschaftung selbst auf dem Land nur eine untergeordnete Rolle spielen. 32 Prozent der ländlichen Bevölkerung nutzt „Begegnungen in der Nachbarschaft“ zur Freundschaftspflege. Vereinstätigkeit spielt nur bei 24 Prozent eine Rolle. Die traditionellen Formen der Vergemeinschaftung sind also nicht überall so wichtig wie erwartet.

schaftung werden in Stadt, Agglomeration und Land von schriftlicher digitaler Kommunikation und von privaten Besuchen in den Schatten gestellt.

Abbildung 12: Wie der Freundeskreis gepflegt wird, nach Raumtyp

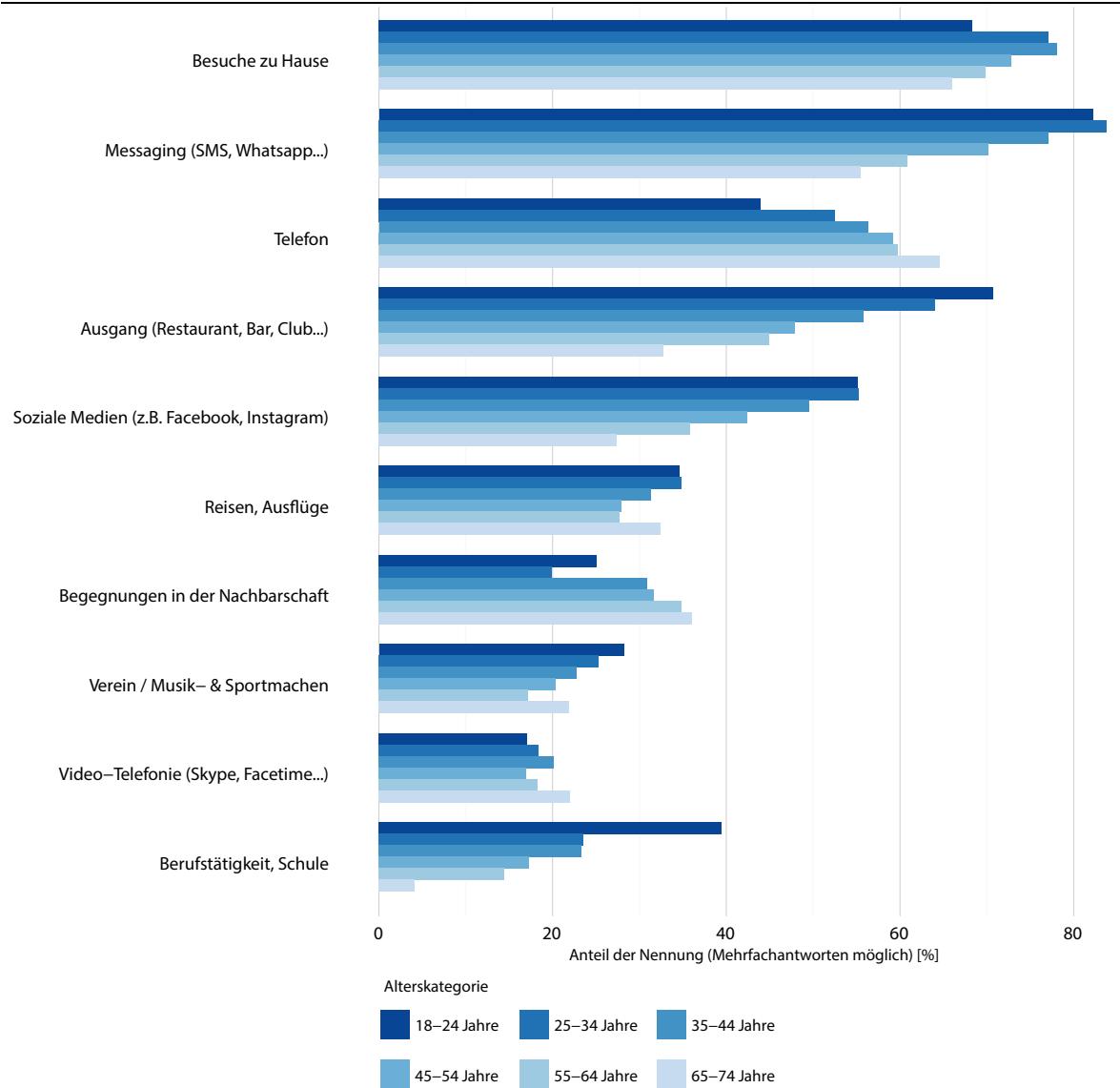


Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

5.2 Altersabhängige soziale Vernetzung

Fast alle Formen der Freundschaftspflege sind altersabhängig. Besonders massiv ist der Gegensatz bei der Kategorie ‚Berufstätigkeit, Schule‘ die vor allem für die 18-24-Jährigen bedeutsam ist (40%) und mit dem Erreichen des Pensionsalters fast bedeutungslos wird. Sehr ausgeprägt ist der sinkende Altersgradient auch beim ‚Ausgang‘. Generell nutzen ältere Menschen weniger Kanäle zur Freundschaftspflege als jüngere. Die 18-24-Jährigen nutzen im Schnitt 4,6 von 10, die 65-74-Jährigen 3,6. Dabei zeigt sich womöglich nicht nur ein eingeschränkteres Verhaltensspektrum, sondern eine generell weniger intensive Pflege sozialer Netze.

Abbildung 13: Wie der Freundeskreis gepflegt wird, nach Altersgruppe



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

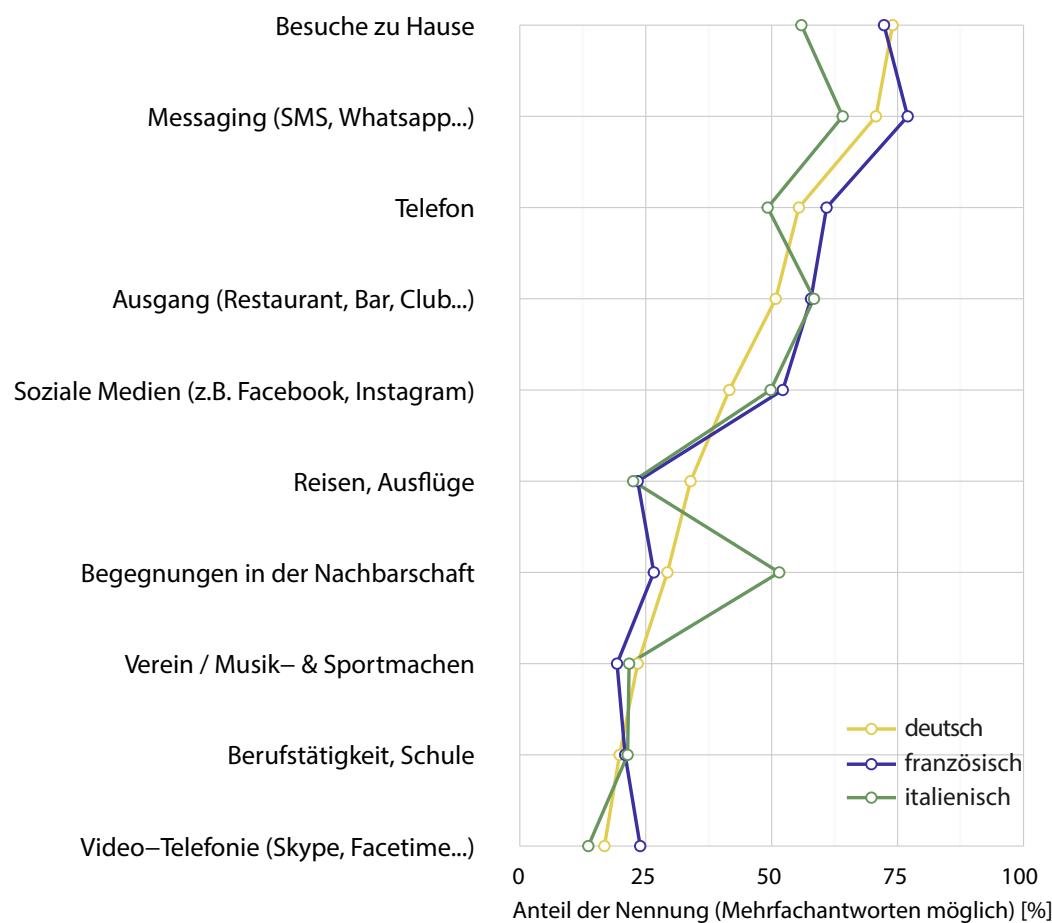
Einzig das Telefonieren mit Freunden und Bekannten nimmt mit dem Alter zu. Dabei handelt es sich aber eher um einen Generationen- als um einen Alterseffekt. Umgekehrt dazu sind Textnachrichten und Soziale Medien umso wichtiger je jünger die Befragten sind. Der Trend zeigt also in Richtung asynchrone Kommunikation.

Es fällt auf, dass die Bedeutung von Besuchen zu Hause bis zur Gruppe der 35-44-jährigen zunimmt und dann wieder abnimmt.

5.3 Italianità: Treffen auf der Piazza

In der Romandie sind Textnachrichten für 77 Prozent wichtig für die Freundschaftspflege. Das ist die höchste Quote überhaupt. Wichtiger als in der Deutschschweiz sind aber auch alle anderen Kanäle der Nicht-Face-to-Face-Kommunikation: das Telefon, Soziale Medien und Video-Telefonie sind wichtiger als in der Deutschschweiz.

Abbildung 14: Wie der Freundeskreis gepflegt wird, nach Sprachregion



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

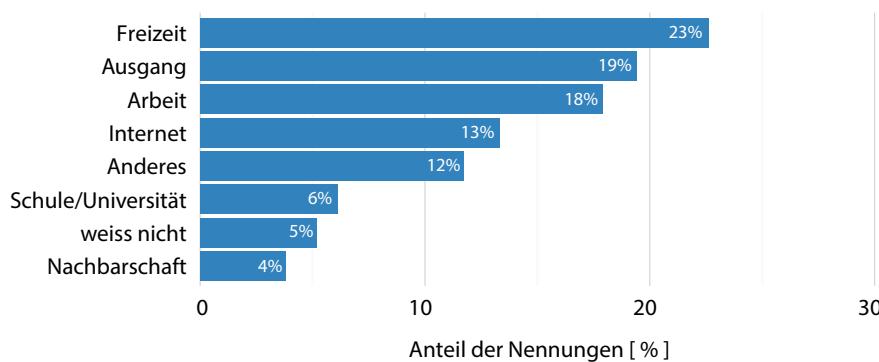
Augenfällig ist die Wichtigkeit, die Begegnungen in der Nachbarschaft in der italienischen Schweiz geniessen. Offenbar zeigt sich hier etwas von der Italianità mit Treffen auf der Piazza oder beim Espresso. Entsprechend weniger häufig sind Treffen im privaten Rahmen zuhause.

6. Wo Paare sich finden

Der Arbeitsplatz ist ein wichtiger Ort der Vernetzung. Als Ort, an dem Liebespaare entstehen, spielt er nicht die Hauptrolle. 18 Prozent der Paare in der Schweiz haben sich bei der Arbeit kennengelernt. Sechs weitere Prozent bei der Ausbildung. Dreiviertel der Paarbeziehungen sind somit keine Nebenprodukte von Arbeit und Ausbildung, sondern sie sind in der Freizeit entstanden. Freizeitaktivitäten – ohne Ausgang und Internet – bilden die Basis für 23 Prozent der Beziehungen. Dazu gehören Tätigkeiten wie Sport, Reisen und Vereine. Im ‚Ausgang‘ haben sich weitere 19 Prozent der Beziehungen gefunden.

Bereits 13 Prozent aller Paarbeziehungen in der Schweiz haben ihre Wurzeln im Internet. Bei den den Paaren mittleren Alters (35 bis 44 Jahre) ist es sogar jedes siebte, das sich online kennengelernt hat.

Abbildung 15: Wo Beziehungen entstehen



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

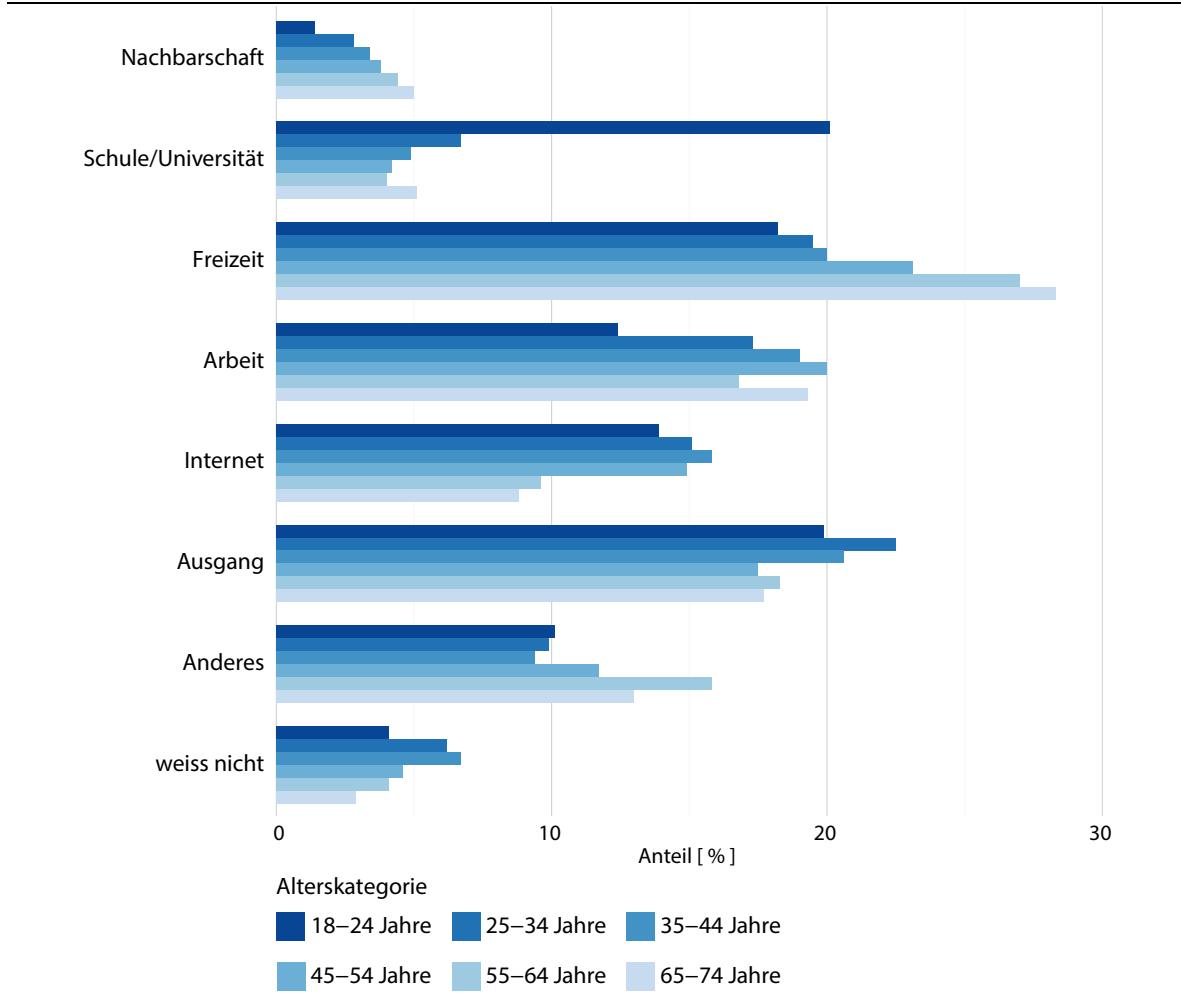
6.1 Der ‚Schulschatz‘ ist nicht fürs Leben

Junge Erwachsene (18 bis 24-Jährige) haben ihren Partner oder ihre Partnerin häufiger als alle anderen am Ausbildungs- oder Arbeitsort kennengelernt. Es erstaunt nicht, dass insbesondere der Ausbildungsort (Schule/Universität) für die Jüngeren ein wichtiger Kennenlernort ist. Er ist für diese Altersgruppe sogar noch wichtiger als der Ausgang. Wie Abbildung 16 zeigt, werden Schule und Universität bereits bei den den 25 bis 34-Jährigen viel seltener als genannt. Dies zeigt, dass Beziehungen, die am Ausbildungsort entstanden sind, in der Regel nicht sehr lange halten.

Weil in der Befragung nur der Ort des Kennenlernens der aktuellen Beziehung erfragt wurde, fallen langfristige Beziehungen mehr ins Gewicht als kurze. Viele haben einmal einen ‚Schulschatz‘ gehabt. Nur die wenigsten davon sind heute noch mit ihm zusammen.

Auch bei den Beziehungen, die im Internet entstanden sind, erfassen wir nur jene, die von Dauer sind. Es zeigt sich dabei ein klarer Generationengraben. Bei den über 55-Jährigen ist der Anteil der Internetbeziehungen viel tiefer als bei den jüngeren. Der entsprechend höhere Wert bei ‚Anderes‘ deutet darauf hin, dass für die ältere Generation die klassische Annonce und Partnerschaftsvermittlung, die bei der Befragung nicht zur Auswahl stand, diese Rolle eingenommen hatte.

Abbildung 16: Kennenlernorte für eine Beziehung nach Altersklassen



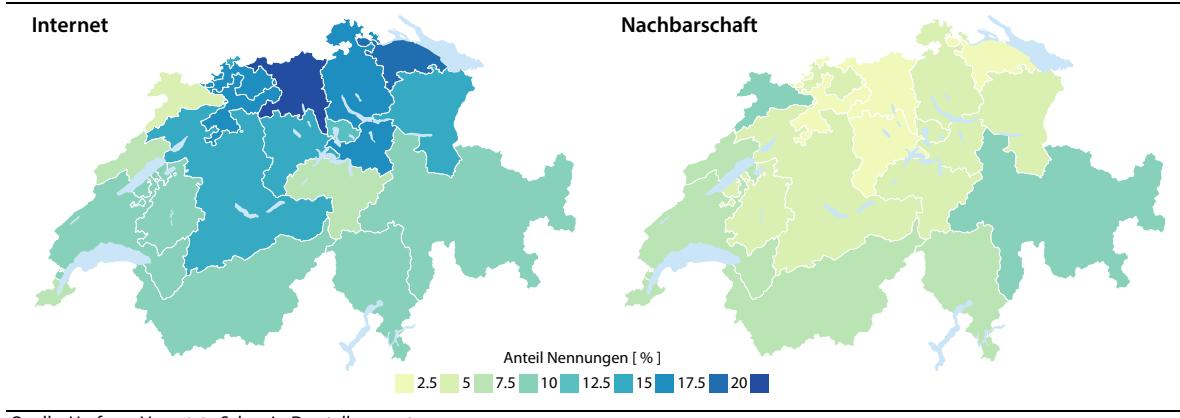
Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

6.2 Aargauer und Aargauerinnen finden sich häufiger im Internet

Bereits 13 Prozent aller Paare haben sich im Internet gefunden. Dieser Weg des Kennenlernens hat den direkten Kontakt noch nicht verdrängt. Ganz an den Rand gedrängt ist aber heute das sich Kennenlernen in der Nachbarschaft. Nur vier Prozent der heutigen Beziehungen entstanden aus dieser ursprünglichsten Form der Nähe. Internet und Nachbarschaft sind die Pole einer Entwicklung von der traditionellen dörflichen Gemeinschaft zur digital vernetzten Welt. Diese beiden Wege des Kennenlernens zeigen denn auch die interessantesten räumlichen Muster.

Die Aargauerinnen und Aargauer führen die Rangliste bei den Beziehungen, die im Internet entstanden sind mit 21 Prozent an. Auf Rang zwei folgt der Kanton Thurgau mit 18 Prozent. Es sind dies die beiden Mittellandkantone mit vergleichsweise schwachen städtischen Zentren. Viel weniger verbreitet ist das Internet als Beziehungsort in den Bergregionen und insbesondere in der Westschweiz. Im Kanton Genf haben nur sechs Prozent der Beziehungen diesen Ursprung, im Kanton Jura sind es gar nur drei Prozent.

Abbildung 17: Regionale Verbreitung der Kennenlernorte ‚Internet‘ und ‚Nachbarschaft‘



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

Wie Abbildung 17 zeigt, ist die Nachbarschaft als Beziehungsort fast komplementär dazu verbreitet. Die Nachbarschaft als Ort, an dem Beziehungen entstehen im Deutschschweizer Mittelland annähernd bedeutungslos. Noch am meisten Beziehungen sind in den Kantonen Graubünden und Jura in der Nachbarschaft entstanden. Mit jeweils acht Prozent gehört dazu jedoch auch in diesen beiden Kantonen nur eine kleine Minderheit.

Bei den anderen Kennenlernorten zeigt sich vor allem ein Gegensatz zwischen der Westschweiz, wo Beruf und Ausbildung wichtiger sind und der Deutschschweiz, wo Ausgang und Freizeit im Vordergrund stehen.

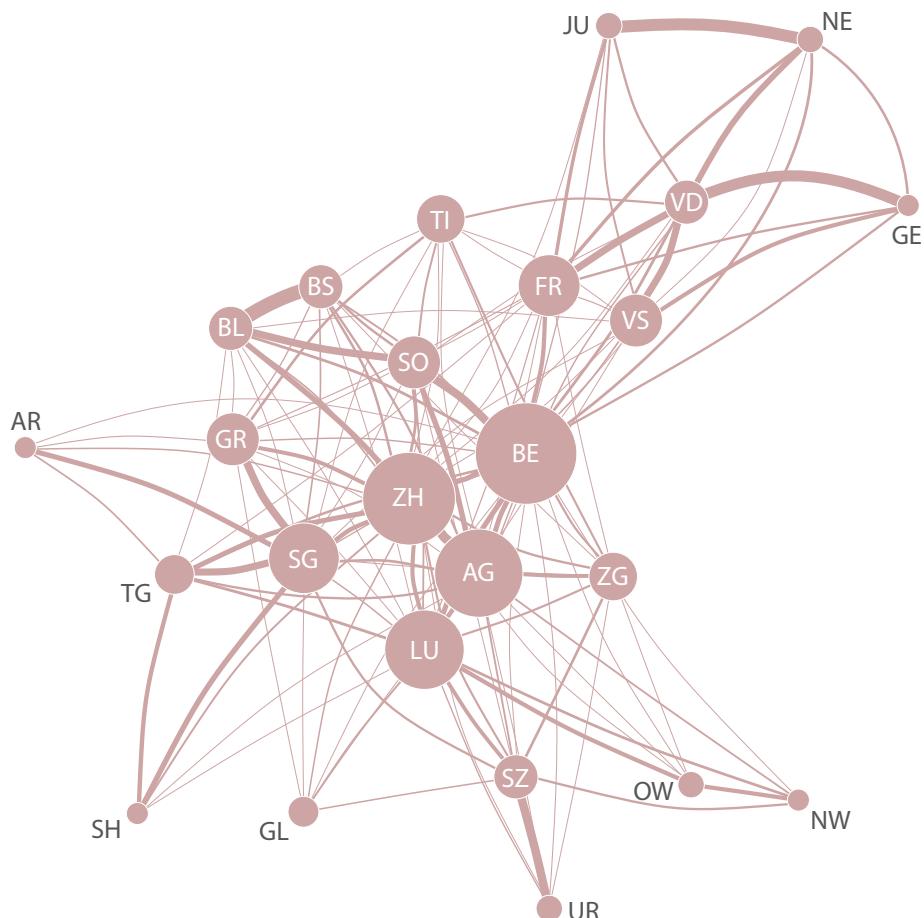
6.3 Das Liebesbeziehungsnetz der Schweiz

Eine grosse Mehrheit der Stimmberchtigten des Kantons Baselland wollte 2014 nichts von einer Heirat mit dem Kanton Basel-Stadt wissen. Die Vorlage für die Vorbereitung einer Kantonsfusion erhielt nur 32 Prozent Zustimmung. Geht es um private Beziehungen, kennen die Baselbieter keine Vorbehalte. Gemessen am Total der interkantonalen Beziehungen sind Paarbeziehungen zwischen Personen aus Baselland und Basel-Stadt am häufigsten. Kein anders Kantonspaar ist so verflochten wie die beiden Basel. Ob an der Arbeit, im Ausgang, an der Fasnacht, an der Hochschule oder beim FCB – Gelegenheiten, sich zu treffen, gibt es viele.

Abbildung 18 zeigt das Liebesbeziehungsnetz zwischen den Kantonen. Je breiter die Verbindungslien, desto häufiger sind Paarbeziehungen zwischen Personen, die aus den verbunden Kantonen stammen – jeweils gemessen am Total der interkantonalen Beziehungen, das der Grösse der Kreisscheiben entspricht. Nach den beiden Basel sind Verbindungen zwischen Neuenburg und Jura am zweithäufigsten. Nummer drei in der Beziehungsrangliste sind die Waadt und Genf, dann folgt der Aargau und Zürich. Letzteres zeigt: was sich neckt, das liebt sich. In absoluten Zahlen ist die Verbindung Aargau-Zürich sogar die häufigste.

Das Liebesbeziehungsnetz zeigt, dass räumliche Nähe für die Beziehungswahrscheinlichkeit entscheidend ist. Wichtig ist aber auch der Grad der Verflechtung. Nur wenige Beziehungen bestehen dagegen über die Sprachgrenzen hinaus.

Abbildung 18: Liebesbeziehungsnetz zwischen den Kantonen

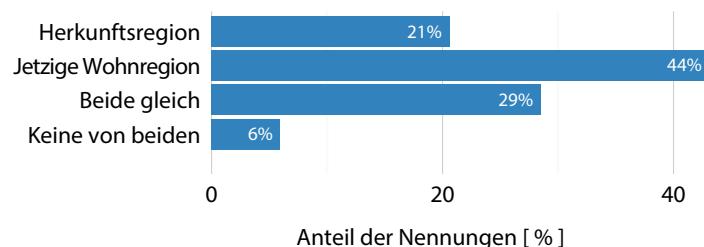


Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

7. Zwischen Heimweh und Ankommen

Mit was identifizieren sich die Bewohner und Bewohnerinnen der Schweiz stärker: Mit ihrer Herkunftsregion oder mit ihrer jetzigen Wohnregion? Diese Frage wurde allen gestellt, die nicht mehr dort leben, wo sie aufgewachsen sind. Ihr Entscheid fällt klar zugunsten der jetzigen Wohnregion aus. Nur 21 Prozent gehören zur ‚Heimwehfraktion‘, die sich stärker mit ihrer Herkunftsregion identifizieren. 44 Prozent identifizieren sich vor allem mit ihrer jetzigen Wohnregion. 29 Prozent fühlen sich beiden gleich verbunden.

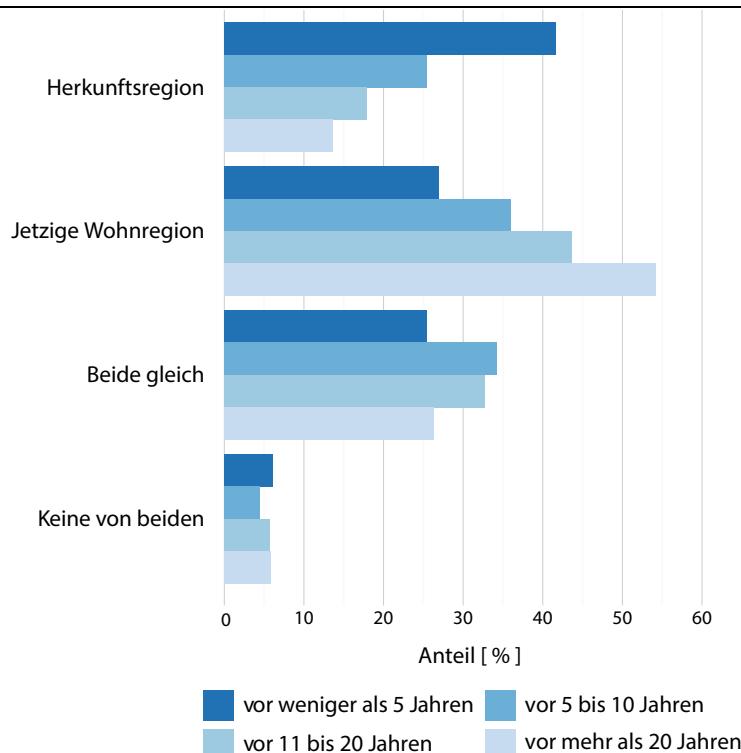
Abbildung 19: Identifikation mit Herkunfts- oder jetziger Wohnregion



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

Die Identität folgt den Menschen zeitverzögert. Wie durch ein Gummiband ist sie an die Herkunftsregion gebunden. Dieses Band wird mit den Jahren immer lockerer und die Anziehungskraft der neuen Wohnregion immer wirksamer. Liegt der Umzug weniger als fünf Jahre zurück, ist die emotionale Bindung zur Herkunftsregion noch deutlich stärker als zur neuen Region.

Abbildung 20: Identifikation mit Herkunfts- oder jetziger Wohnregion nach Umzugszeitpunkt



Doch dann kippen die Verhältnisse. Wie Abbildung 20 zeigt, nimmt nun die Identifikation mit der Wohnregion mehr und mehr zu. Bei jenen, die ihre Herkunftsregion vor mehr als 20 Jahren verlassen haben, identifizieren sich schliesslich nur noch 14 Prozent stärker mit dieser, während 54 Prozent die jetzige Wohnregion als ihre Heimat sehen. Immerhin 26 Prozent identifizieren sich mit beiden gleich stark. Diese Entwicklung zeigt sehr schön, dass Identität und Heimatgefühle dauerhafte und dennoch wandelbare Phänomene sind.

7.1 Heimweh-Walliser und Aargauer ohne Wehmut

Von den Befragten, die ihren Herkunftskanton verlassen haben, hängt niemand so sehr an der alten Heimat wie die Walliserinnen und Walliser. Während sich von allen, die umgezogen sind 21 Prozent stärker mit ihrer Herkunftsregion als mit ihrer jetzigen Wohnregion identifizieren, gehören 50 Prozent jener, die im Wallis aufgewachsen sind zur ‚Heimwehfraktion‘. Am wenigsten an ihrer alten Heimat hängen die Aargauerinnen und Aargauer, die ihren Kanton verlassen haben. Von ihnen identifizieren sich nur 15 Prozent mit der Herkunftsregion. Menschen aus dem Aargau vermögen innerhalb der Schweiz offenbar rasch eine neue Identität anzunehmen.

Abbildung 21: Identifikation und Heimweh nach Umzug in einen anderen Kanton

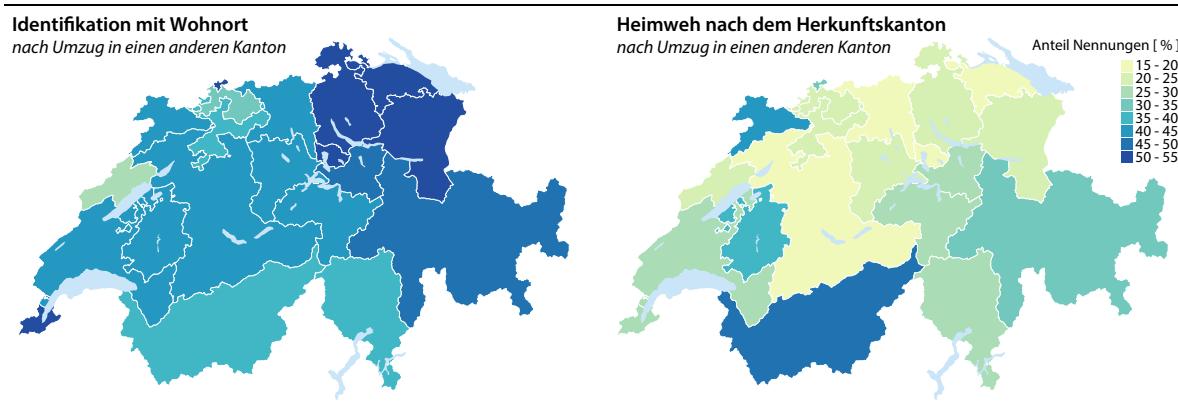


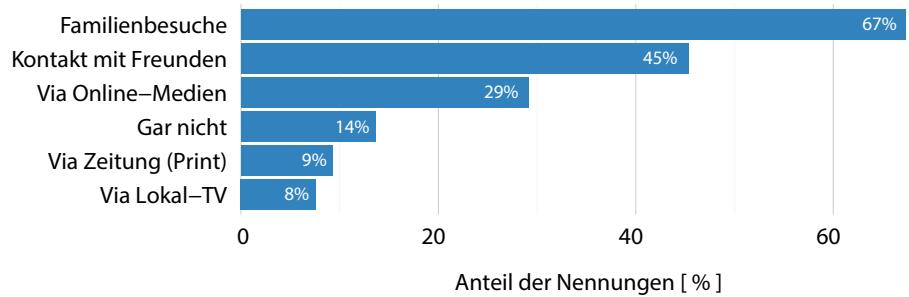
Abbildung 21 zeigt nicht nur die ausgeprägten Heimwehregionen, sondern auch jene, in denen die Umgezogenen rasch ankommen. Das ist zum einen die Ostschweiz und zum anderen sind es die urbanen Kantone Genf und Baselstadt. Weniger schnell erfolgt die Identifikation der Zugezogenen mit Neuenburg, Baselland und auch dem Wallis. Das Wallis mit seinem eigensinnigen Profil weist somit in alle Richtungen eine besondere Beharrungskraft auf: Man kommt nicht so schnell davon los, aber auch nicht so schnell dort an.

7.2 Familienbesuche halten Kontakt zur alten Heimat aufrecht

Nur gerade 14 Prozent derer, die ihre ursprüngliche Heimat verlassen haben, brechen alle Brücken ab. Sie sind mit ihrer Herkunftsregion gar nicht mehr verbunden. Die mit Abstand wichtigste Verbindung zum Ort der Jugend sind Familienbesuche. Zwei Drittel der Befragten, die weggezogen sind, bleiben durch Familienbesuche mit ihrer alten Heimat verbun-

den. Immerhin 45 Prozent pflegen weiterhin Kontakte mit Freunden in der Herkunftsregion und bleiben so mit ihr verbunden.

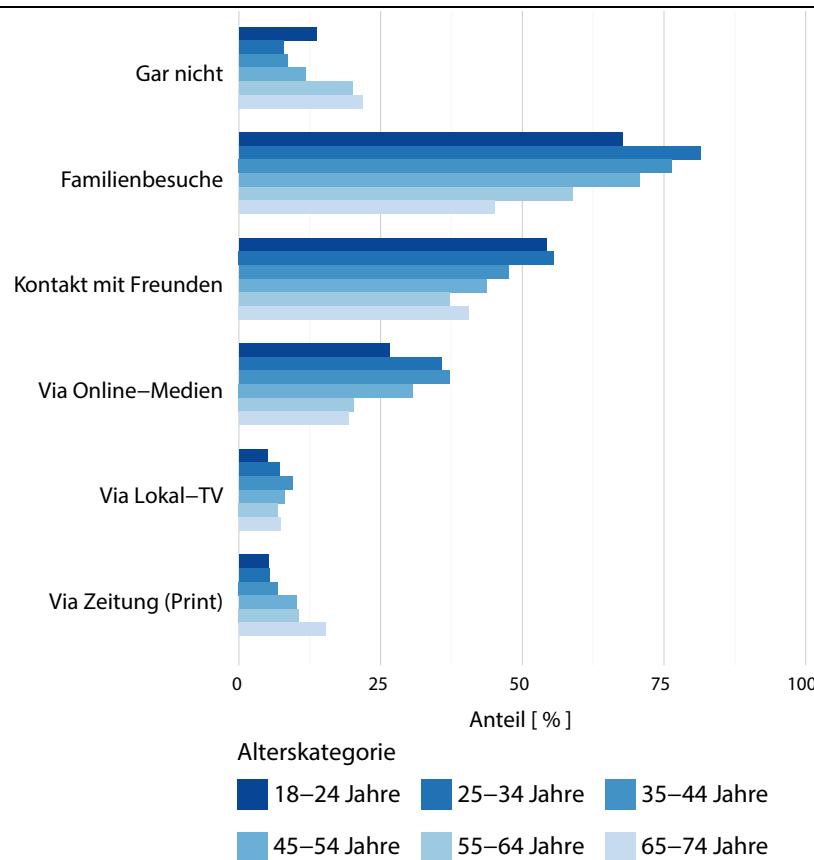
Abbildung 22: Wie man mit der Herkunftsregion verbunden bleibt (Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

Ohne diese persönlichen, sozialen Beziehungen würde sich die Verbindung zur Herkunftsregion viel schneller auflösen. Der Kontakt via Medien wird nur von einer Minderheit gepflegt. Gedruckte Zeitungen und Lokalfernsehen spielen dabei nur eine marginale Rolle. Immerhin knapp 30 Prozent informieren sich aber mittels Online-Medien über ihre Herkunftsregion und bleiben so mit ihr verbunden. Wie Abbildung 23 zeigt, nutzt heute vor allem die Gruppe der 25- bis 54-Jährigen diesen digitalen Informationskanal.

Abbildung 23: Wie man mit der Herkunftsregion verbunden bleibt, nach Alter

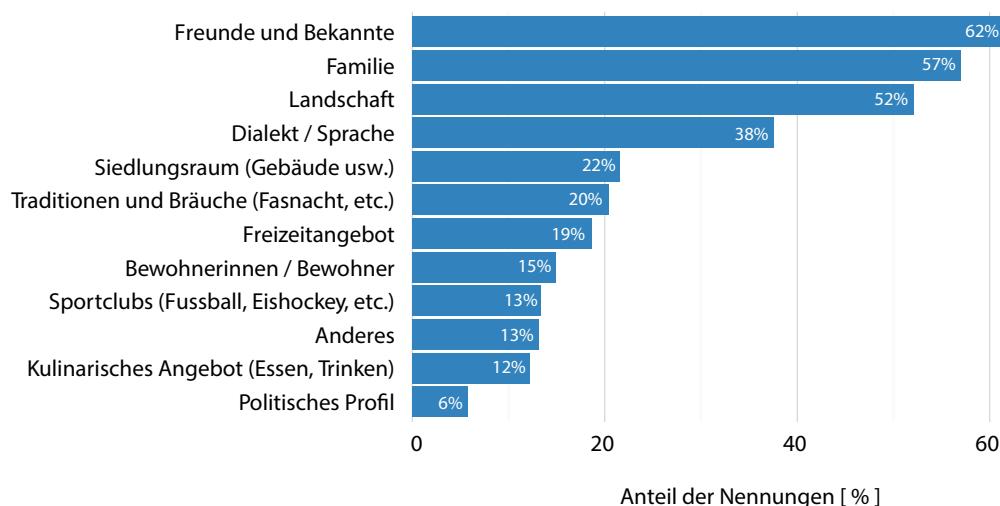


Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

8. Was macht Heimat aus?

Warum fühlen wir uns mit unserer Wohnregion verbunden? Was macht Heimat aus? Ist es die Landschaft, sind es die Menschen oder die Bräuche einer Region? Bindung ist eine spezielle Facette der Vernetzung. Es ist eine Facette, die besonders interessante regionale Unterschiede sichtbar macht.

Abbildung 24: Nennungen der Identifikationsmerkmale mit der Wohnregion



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

Familie, Freunde und die Landschaft – das sind die wichtigsten Faktoren der Identifikation mit der Wohnregion. Danach folgen mit einem Abstand der Dialekt bzw. die Sprache. Alle anderen Faktoren spielen jeweils nur bei einer klaren Minderheit eine bedeutende Rolle. Trotz politischem Röstigraben und Stadt-Land-Gegensatz finden nur gerade sechs Prozent, dass das politische Profil zur Identifikation mit ihrer Wohnregion beiträgt.

Die Hauptfaktoren sind nicht überall gleich wichtig. Wie Abbildung 25 zeigt, gibt es drei grosse Regionen mit drei unterschiedlichen Prioritäten. Es gibt so etwas wie die Familien-Schweiz, die Freunde-Schweiz und die Landschafts-Schweiz. Die Familien-Schweiz befindet sich im Westen und im Süden. Wie die Karte zeigt, ist die Familie in der gesamten lateinischen Schweiz, mit Ausnahme Neuenburgs, der wichtigste Bindungsfaktor zur Wohnregion. Die Freunde-Schweiz liegt im Deutschschweizer Mittelland. Wie in der lateinischen Schweiz sind hier soziale Beziehungen am wichtigsten für die Bindung zur Wohnregion. Die Freunde werden jedoch als noch wichtiger für den lokalen Bezug gesehen als die Familie. In den Deutschschweizer Bergkantonen liegt schliesslich die Landschafts-Schweiz. Die Landschaft wird in der Südostschweiz und der Zentralschweiz als wichtigstes Element der Identifikation gesehen.

Abbildung 25: Wichtigster Faktor für die Identifikation mit der Wohnregion

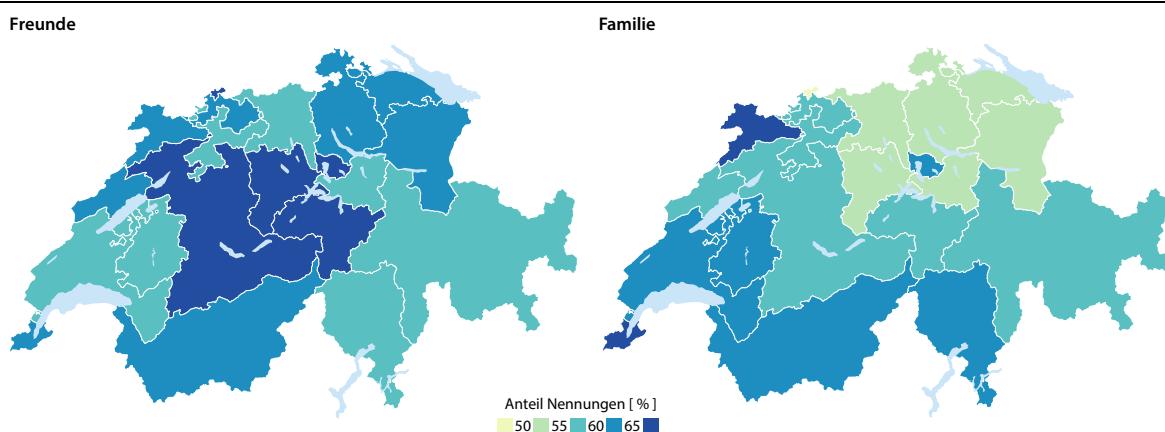


Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

8.1 Menschen schaffen Heimat

Mit 62 Prozent sind Freunde (und Bekannte) der wichtigste Bindungsfaktor an die Wohnregion überhaupt. Hohe Anteile finden sich überall in der Schweiz. In Graubünden mit dem tiefsten Wert sind es immer noch 56 Prozent. Auch die Familie spielt mit insgesamt 57 Prozent Nennungen eine sehr wichtige Rolle. Es ist bemerkenswert ist, dass die Familie weniger häufig genannt wurde als Freunde. Eine mögliche Erklärung liegt darin, dass zumindest die Kernfamilie bei einem Umzug in der Regel mitzieht, während die Freunde mit ihren eigenen Lebenspfaden ein wichtiges Bindeglied zur Wohnregion darstellen.

Abbildung 26: Anteile der Identifikationsmerkmale ‚Freunde‘ und ‚Familie‘



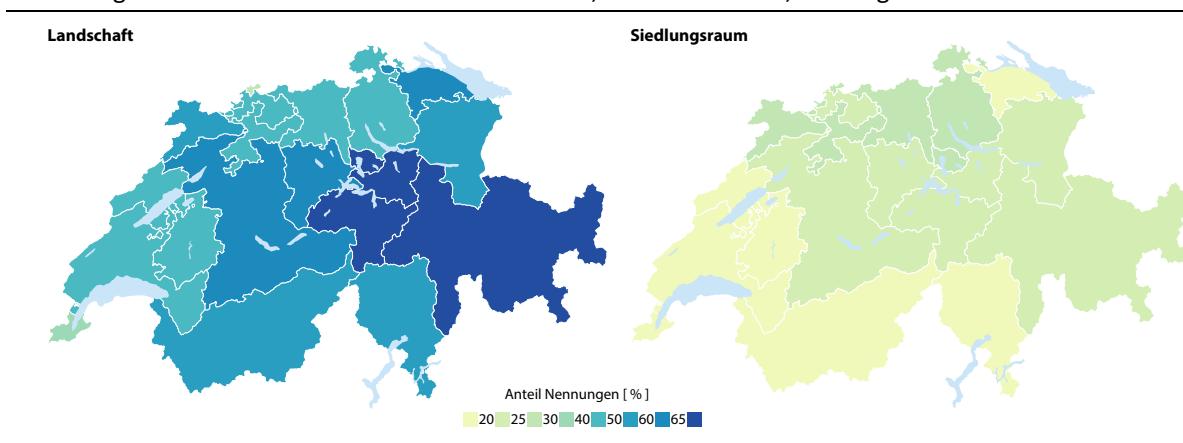
Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

Die Bedeutung der Familie unterscheidet sich räumlich stärker als die der Freunde. Zwei Drittel der Jurassier und Genfer erachten sie als wichtig für die Bindung zur Wohnregion, aber weniger als die Hälfte der Baselstädter. Wie Abbildung Abbildung 26 zeigt, ist die Bedeutung der Familie besonders im Nordosten des Land unterdurchschnittlich ausgeprägt.

8.2 Landschaft statt Siedlungsraum

Neben den Menschen ist es vor allem die Landschaft, die Verbundenheit herzustellen vermag. Etwas mehr als die Hälfte aller Schweizerinnen und Schweizer erachten die Landschaft als Identifikationsmerkmal. Abbildung 27 zeigt die regionale Verteilung. Am wenigsten trägt die Landschaft im dicht besiedelten Mitteland zur Identifikation bei. Am geringsten ist die Bedeutung der Landschaft in den Stadtkantonen Basel-Stadt (26%) und Genf (32%); am wichtigsten, mit 74 Prozent, in der Innerschweizer Kantonsgruppe Nid-, Obwalden und Uri.

Abbildung 27: Anteile der Identifikationsmerkmale ‚Landschaft‘ und ‚Siedlungsraum‘



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

Nur 22 Prozent sehen im Siedlungsraum einen wichtigen Identifikationsfaktor. Darin spiegelt sich, trotz fortgeschrittenener Urbanisierung, die immer noch ländlich geprägte Identität der Schweiz. Am meisten zur Bindung trägt der Siedlungsraum im Kanton Zürich mit 29 Prozent – vor Zug (28%) und Basel-Stadt (27%). Es handelt sich dabei um dicht besiedelte, urbane Regionen. Dennoch ist die Verbundenheit mit dem Siedlungsraum nicht einfach gespiegelt zur Verbundenheit mit der Landschaft. Der Kanton Zug, der schon in der alten Eidgenossenschaft eine Doppelrolle als Land- und Stadtort hatte, zeigt bei beiden Kategorien hohe Werte. In der Romandie und speziell im Kanton Genf tragen sowohl die Landschaft wie auch der Siedlungsraum wenig zur Verbundenheit bei. Am wenigsten identifizieren sich die Walliserinnen und Walliser mit ihrem Siedlungsraum.

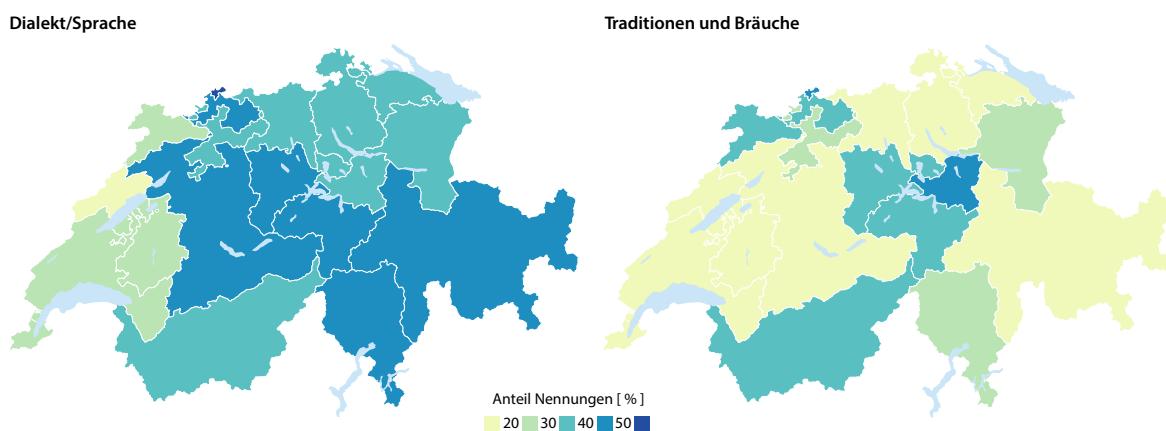
8.3 Dialekt, Fasnacht und FCB – die eigensinnigen Basler

Der Dialekt oder generell die Sprache sind insgesamt für 38 Prozent der Bevölkerung ein Faktor für die Identifikation mit ihrer Wohnregion. Am wichtigsten ist der Dialekt mit

einem Anteil Nennungen von 52 im Kanton Basel-Stadt, mit 48 bzw. 47 Prozent folgen Basel-Landschaft und Bern. In der Deutschschweiz identifizieren sich die Thurgauer am wenigsten mit ihrem Dialekt (31 Prozent). Hier trifft sich offenbar die kritische Aussensicht mit der Selbstwahrnehmung.

Während sich 42 Prozent der Deutschschweizer und Deutschschweizerinnen über ihre Sprache mit ihrer Wohnregion identifizieren, sind es in der Romandie nur 24 Prozent. Dies erstaunt nicht. Zum einen sind die sprachlichen Unterschiede zum dem Standardfranzösisch viel geringer als die Unterschiede zwischen Schweizerdeutsch und Hochdeutsch, zum anderen sind die regionalen Dialektunterschiede nur schwach ausgeprägt. Am seltensten wird Sprache mit 19 Prozent im Kanton Neuenburg als Identifikationsfaktor angegeben. Für die Tessiner dagegen spielt mit einem Anteil von 45 Prozent die Sprache oder der Dialekt eine überdurchschnittliche Rolle. Im Tessin ist der Dialekt wichtiger als in der Romandie. Weil zudem nur ein hauptsächlich italienischsprachiger Kanton existiert, wird die Sprache womöglich stärker mit der eigenen Wohnregion in Verbindung gebracht.

Abbildung 28: Anteile der Identifikationsmerkmale ‚Dialekt/Sprache‘ und ‚Traditionen/Bräuche‘

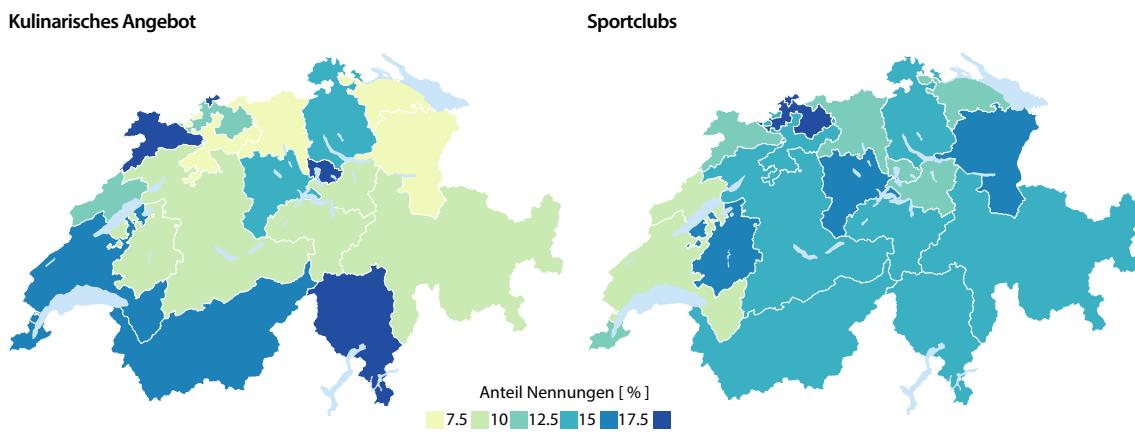


Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

„Traditionen und Bräuche“ wurden räumlich sehr unterschiedlich häufig genannt. Fast die Hälfte der Baselstädter erachtet diese als wichtiges Bindungsmerkmal zur Wohnregion, in Bern und Zürich es nur etwas mehr als zehn Prozent. Hier zeigt sich die Bedeutung der traditionsreichen Basler Fasnacht, die wie Abbildung 28 zeigt, in die ganze Region Nordwestschweiz ausstrahlt. Daneben ist es die traditionsverbundene Zentralschweiz mit ihrer ebenfalls ausgeprägten Fasnachtskultur, die hier ebenfalls hohe Werte ausweist.

Neben der Fasnacht ist der FCB der grosse Stolz der Basler. „Sportclubs“ tragen in den beiden Basel denn auch mehr zur Identifikation bei als in allen anderen Kantonen. Dennoch sind es jeweils nur 18 Prozent, die dieses Merkmal als wichtig für die Identifikation mit der Wohnregion angeben. Knapp hinter Basel folgt der Kanton Freiburg, der sich offenbar besonders stark mit dem Eishockeyclub Fribourg-Gottéron identifiziert. Ausserhalb Freiburgs herrscht in der Romandie jedoch eine Misere im Clubsport. Das zeigt sich schön in Abbildung 29.

Abbildung 29: Anteile der Identifikationsmerkmale „Kulinarisches Angebot“ und „Sportclubs“



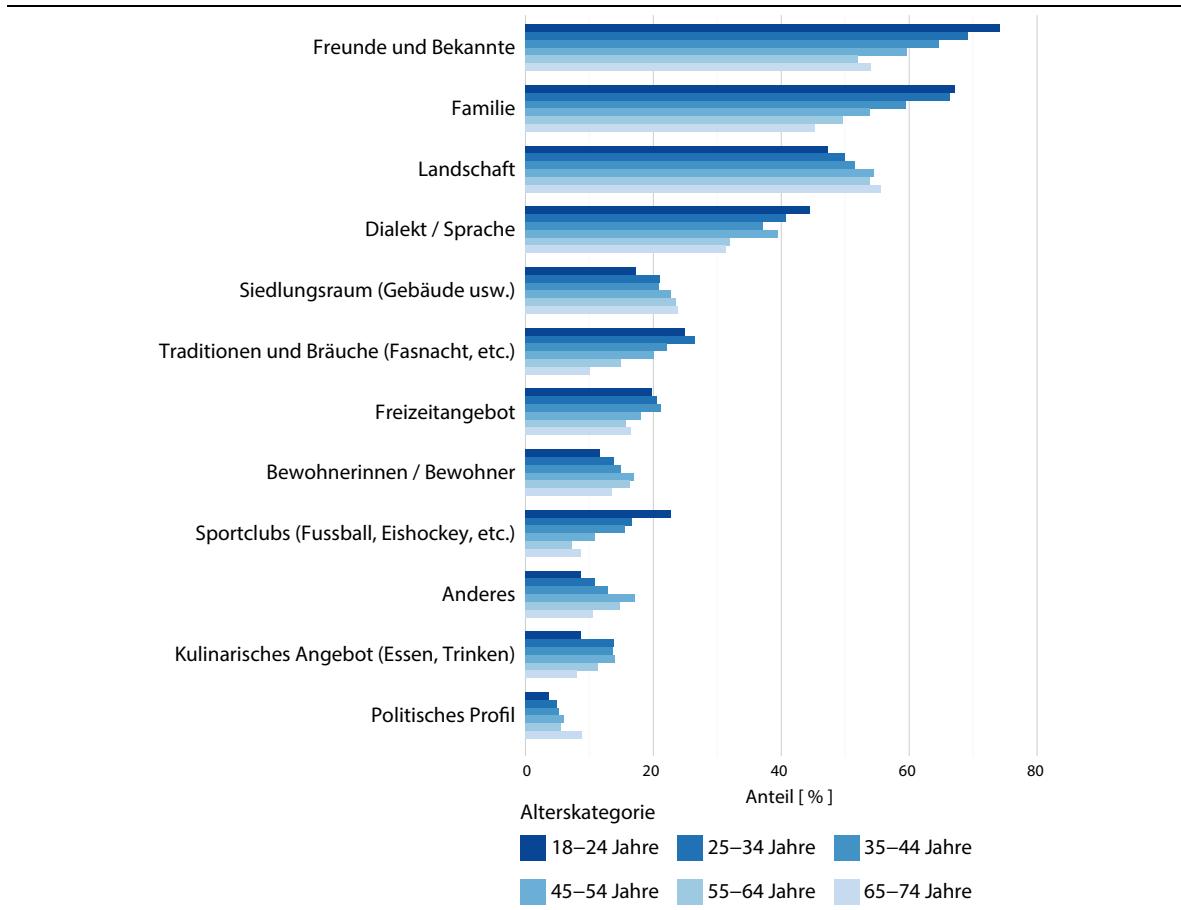
Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

Insbesondere in der lateinischen Schweiz geht die Identifikation auch durch den Magen. Allerdings sind die Werte hier allgemein eher tief und liegen in den meisten Kantonen unter 20 Prozent. Etwas wichtiger wird das Freizeitangebot eingeschätzt. Hier liegen die urbanen Kantone Basel-Stadt und Zürich an der Spitze. Am anderen Ende der Skala findet sich der Kanton Aargau.

8.4 Für Jüngere die Freunde, für Ältere die Landschaft

Für jüngere Personen läuft die Identifikation mit der Wohnregion vor allem über persönliche Beziehungen – nämlich über Freunde und Familie. Wie Abbildung 29 zeigt, nimmt die Bedeutung des Freundeskreises und der Familie für die Identifikation mit steigendem Alter ab. Wichtiger werden demgegenüber die unpersönlichen Merkmale Landschaft und der Siedlungsraum.

Abbildung 30: Identifikation mit der Wohnregion nach Alter



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

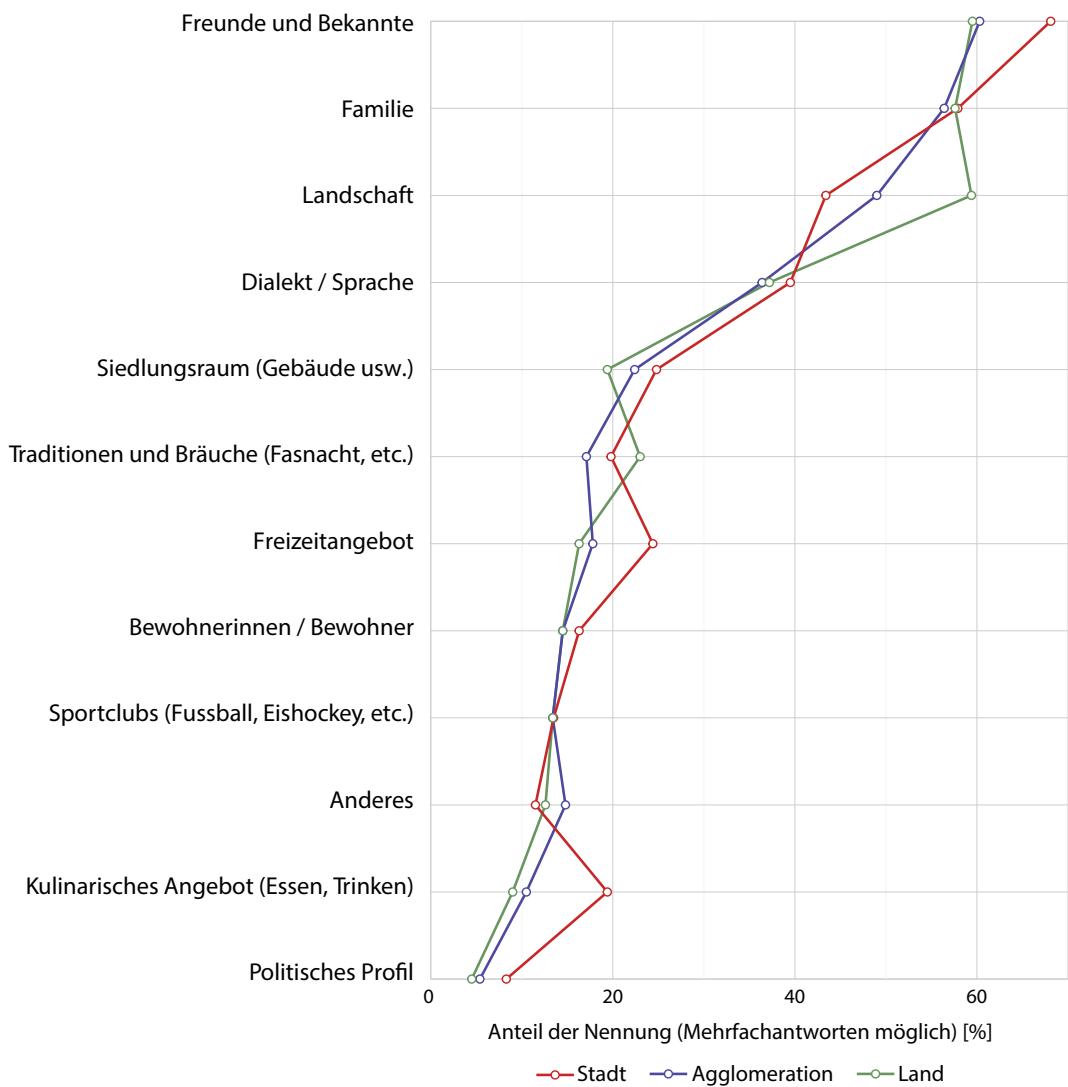
Interessanterweise nimmt mit dem Alter auch die Bedeutung von ‚Traditionen und Bräuchen‘ für die Identifikation stark ab. Dies konträrkt mit der Vorstellung, dass die ältere Generation traditionsverbundener ist als die jüngere. Tatsächlich deutete es aber darauf hin, dass insbesondere das aktive Fasnachtsleben eher von den Jüngeren intensiver betrieben wird als von älteren Personen. Ähnliches gilt für die Identifikation über die Sportclubs der Wohnregion.

8.5 Auch Städter identifizieren sich mit der Landschaft

Für Personen, die im ländlichen Raum leben, ist die Landschaft als Verbindung zum Wohnort besonders wichtig. Wie Abbildung 31 zeigt, ist der Anteil bei den Städtern deutlich tiefer. Dennoch gehört auch dort die Landschaft zu den drei wichtigsten Identifikationsmerkmalen. Der Siedlungsraum wird von den Städtern dagegen nicht besonders häufig

erwähnt. Im Vergleich zu den anderen Raumtypen wurde von den Städtern vor allem das Freizeit- und das kulinarische Angebot überdurchschnittlich häufig genannt.

Abbildung 31: Identifikation mit der Wohnregion nach Raumtyp



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

9. Reisen verbindet (aber nicht zwischen Ost und West)

Wir haben die Befragungsteilnehmer gefragt, wo sie letztes Jahr ihre Ferien verbracht haben. Wer Ferien in der Schweiz gemacht hat, tat dies am häufigsten im Wallis oder in Graubünden. Je 24 Prozent der Binnentouristen und -touristinnen waren 2015 in diesen beiden Destinationen. 20 Prozent waren im Tessin, 16 Prozent im Kanton Bern.

Abbildung 32: Karte der beliebtesten Ferienkantone



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

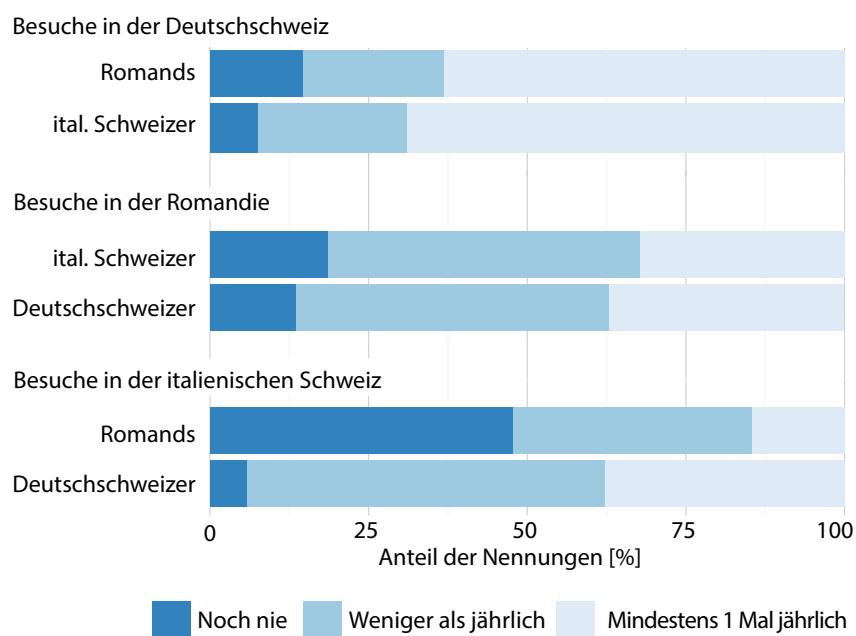
Die Ferienvorlieben unterscheiden sich jedoch regional. Abbildung 32 zeigt für alle Kantone die häufigste Schweizer Feriendestination. Die beiden Hauptdestinationen Wallis und Graubünden teilen die Schweiz in West und Ost. Dazwischen bleiben für das Tessin und den Kanton Bern noch ein paar einzelne Kantone. Der italienischsprachige Kanton war die Topdestination der Basler, der Zuger und der St. Galler. Für den Ferienkanton Bern sind es vor allem die Bernerinnen und Berner selber, die ihm besonders die Stange halten. Daneben war Bern 2015 nur noch für die Soloturner die häufigste Feriendestination.

Die Berner sind aber nicht die einzigen, die am liebsten im eigenen Kanton ihre Schweiz-Ferien verbringen. Auch die Bewohner und Bewohnerinnen der drei anderen Top-Ferienkantone sind ihrem eigenen Kanton treu.

9.1 Wenig Austausch über den Röstigraben

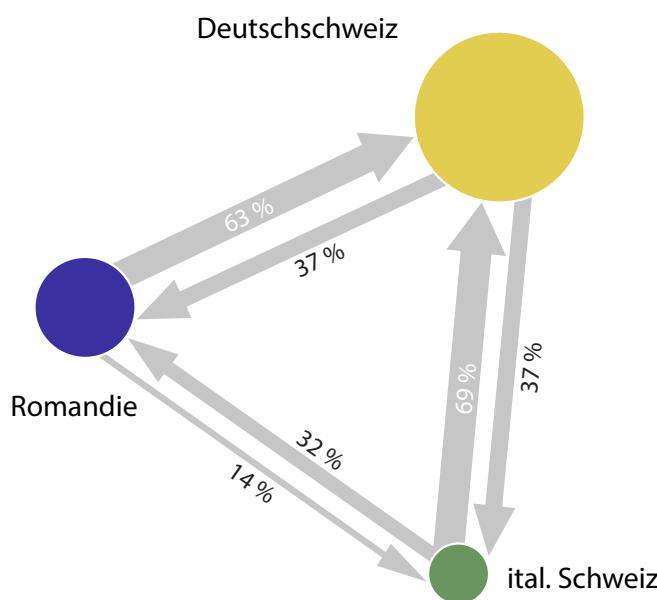
Über 49 Prozent der Deutschschweizer reisen weniger als einmal im Jahr in die Romandie. 14 Prozent waren überhaupt noch nie dort. Die Romands ignorieren die Deutschschweiz weit weniger als umgekehrt. Nur 22 Prozent besuchen die Deutschschweiz weniger als einmal im Jahr. Der Anteil derer, die den Röstigraben noch gar nie überschritten haben ist mit 15 Prozent jedoch ähnlich hoch.

Abbildung 33: Wer besucht wen wie oft: Sprachregionen im Vergleich



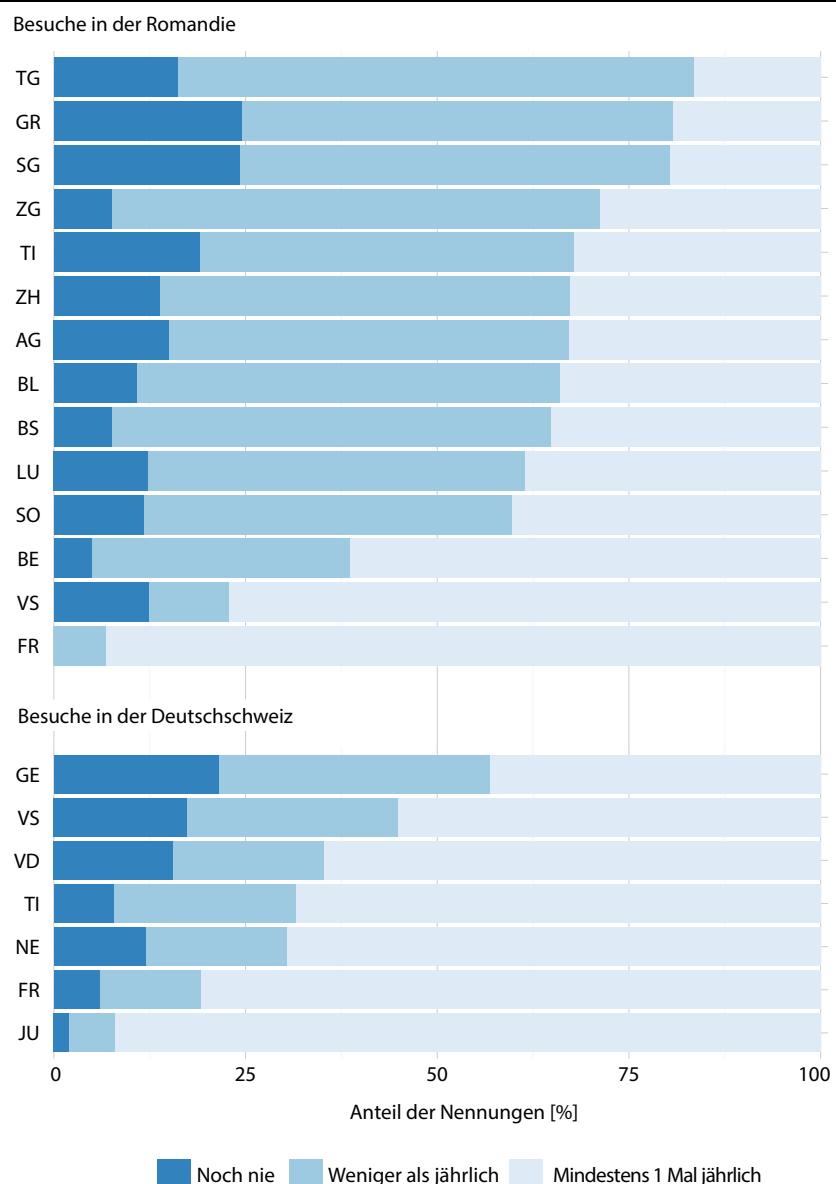
Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

Abbildung 34: Wie viele mindestens einmal im Jahr in die anderen Sprachregionen reisen.



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

Abbildung 35: Wer weniger als einmal im Jahr über den Röstigraben reist



Quelle: Umfrage Vernetzte Schweiz; Darstellung: sotomo

Innerhalb der Sprachregionen ist die Distanz entscheidend. Wer nahe am Sprachgraben lebt, überschreitet ihn eher, wer weit entfernt zuhause ist, weniger. Über 80 Prozent der Thurgauer sind weniger als einmal im Jahr in der frankophonen Schweiz. Jeder vierte St. Galler und jeder vierte Bündner war überhaupt noch nie dort. Demgegenüber passieren nur 7 Prozent der Deutschfreiburger die Saane weniger als einmal im Jahr Richtung Westen. Unter den einsprachigen Kantonen überbrücken die Jurassier den Röstigraben am fleissigsten. Nur 8 Prozent tun dies weniger als einmal im Jahr. Die wichtigen Verkehrsverbindungen aus diesem Kanton ohne starkes eigenes Zentrum führen schliesslich alle in die Deutschschweiz und die nächste grössere Stadt ist Basel.

Die Sprache als Trägerin der Kommunikation ist das wichtigste Schmiermittel der Vernetzung. Das gilt auch in der mehrsprachigen Schweiz und es gilt für alle Kanäle, ob digital, face-to-face oder in gedruckter Form.

10. Methodik

10.1 Die Stichprobe

Die Forschungsstelle sotomo hat vom 11. bis zum 23. Februar 2016 14'174 Personen über verschiedene Online-Kanäle befragt ([blick.ch](#), [lematin.ch](#), [bluewin.ch](#), [facebook.com](#)). Die Resultate sind nach soziodemographischen Kriterien gewichtet. Sie sind repräsentativ für die 18- bis 75-jährige Wohnbevölkerung der Schweiz.

10.2 Die Gewichtung

Bei der vorliegenden Umfrage handelt es sich um eine Befragung, bei der sich die Teilnehmer selbst rekrutierten (*opt-in online survey*). Weil diese Stichprobe selbst nicht repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung steht, wurde sie nach der Erhebung gewichtet. Zu den Gewichtungsmerkmalen gehören das Alter, das Geschlecht, der Kanton, das Bildungsniveau. Diese Gewichtung gewährleistet eine hohe soziodemographische Repräsentativität der Stichprobe.

Weil die Stichprobe nicht auf einer Zufallsauswahl beruht, können nur Punktschätzungen der einzelnen Werte angegeben werden. Der Stichprobenfehler, der bei Zufallsauswahlen jeweils ausgewiesen wird und die Fehlerspanne der Parameterschätzung angibt, kann bei *opt-in* Umfragen nicht berechnet werden.