

16

Kultur, Medien, Informationsgesellschaft, Sport

1238-1000

Internet in den Schweizer Haushalten

Ergebnisse der Erhebung Omnibus IKT 2010

Die vom Bundesamt für Statistik (BFS)
herausgegebene Reihe «Statistik der Schweiz»
gliedert sich in folgende Fachbereiche:

- 0** Statistische Grundlagen und Übersichten
- 1** Bevölkerung
- 2** Raum und Umwelt
- 3** Arbeit und Erwerb
- 4** Volkswirtschaft
- 5** Preise
- 6** Industrie und Dienstleistungen
- 7** Land- und Forstwirtschaft
- 8** Energie
- 9** Bau- und Wohnungswesen
- 10** Tourismus
- 11** Mobilität und Verkehr
- 12** Geld, Banken, Versicherungen
- 13** Soziale Sicherheit
- 14** Gesundheit
- 15** Bildung und Wissenschaft
- 16** Kultur, Medien, Informationsgesellschaft, Sport
- 17** Politik
- 18** Öffentliche Verwaltung und Finanzen
- 19** Kriminalität und Strafrecht
- 20** Wirtschaftliche und soziale Situation der Bevölkerung
- 21** Nachhaltige Entwicklung und Disparitäten auf regionaler und internationaler Ebene

Internet in den Schweizer Haushalten

Ergebnisse der Erhebung Omnibus IKT 2010

Bearbeitung Yves Froidevaux

Herausgeber Bundesamt für Statistik (BFS)

Herausgeber: Bundesamt für Statistik (BFS)
Auskunft: Yves Froidevaux, Tel. 032 713 67 26, E-Mail: yves.froidevaux@bfs.admin.ch
Gregory Rais, Tel. 032 713 66 77, E-Mail: gregory.rais@bfs.admin.ch
Autor: Yves Froidevaux
Realisierung: Sektion Struktur und Konjunktur (SUKO)
Vertrieb: Bundesamt für Statistik, CH-2010 Neuchâtel
Tel. 032 713 60 60 / Fax 032 713 60 61 / E-Mail: order@bfs.admin.ch
Bestellnummer: 1238-1000
Preis: Fr. 20.– (exkl. MWST)
Reihe: Statistik der Schweiz
Fachbereich: 16 Kultur, Medien, Informationsgesellschaft, Sport
Originaltext: Französisch
Übersetzung: Sprachdienste BFS
Titelgrafik: BFS; Konzept: Netthoevel & Gaberthüel, Biel; Foto: © Corbis – Fotolia.com
Grafik/Layout: Sektion DIAM, Prepress / Print
Copyright: BFS, Neuchâtel 2012
Abdruck – ausser für kommerzielle Nutzung –
unter Angabe der Quelle gestattet
ISBN: 978-3-303-16090-9

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3	3 Elektronischer Handel	32
Einleitung	5	3.1 Bedeutung des E-Commerce	32
1 Internetzugang der Haushalte	7	3.2 Profil der E-Konsumentinnen und -Konsumenten	33
1.1 Merkmale der Haushalte	7	3.3 Häufigkeit der Online-Käufe	33
1.2 Art der Internetanschlüsse	11	3.4 Hauptsächliche Produkte und Dienstleistungen	34
1.3 Internetzugangsart	13	3.5 Standort der Anbieter	35
1.4 Gründe für fehlenden Internetzugang	14	3.6 Verwendete Zahlungsarten	36
1.5 Fazit	15	3.7 Probleme der E-Konsumentinnen und -Konsumenten	38
2 Individuelle Internetnutzung	17	3.8 Gründe für den Verzicht auf Online-Käufe	39
2.1 Merkmale der Internetnutzerinnen und -nutzer	17	3.9 Fazit	40
2.2 Nichtnutzung des Internets	20	4 Sicherheit im Internet	41
2.3 Nutzungshäufigkeit und Nutzungsdauer	21	4.1 Bedenken angesichts von Sicherheitsproblemen	41
2.4 Mobile Internetnutzung	23	4.2 Von den Internetnutzerinnen und -nutzern ergriffene Vorsichtsmassnahmen	43
2.5 Online-Aktivitäten	24	4.3 Aufgetretene Probleme	45
2.5.1 Information und Kommunikation	25	4.4 Verzicht aus Sicherheitsgründen	46
2.5.2 Konsum	27	4.5 Fazit	48
2.5.3 Kultur und Unterhaltung	27		
2.5.4 Beziehungen zu den Behörden	28		
2.6 «Internetkenntnisse» der Nutzerinnen und Nutzer	29		
2.7 Fazit	31		

5	Internationaler Vergleich	49	Anhänge	62
5.1	Internetzugang der Haushalte	49	I. Methodik	62
5.2	Die Internetnutzerinnen und -nutzer	50	II. Definitionen	65
5.3	Online-Aktivitäten	51	III. Detailtabellen	67
5.4	E-Government	54	A: Internetzugang der Haushalte, Art der Breitbandanschlüsse, 2010	68
5.5	Kenntnisse der Internetnutzerinnen und -nutzer	55	B: Internetnutzerinnen und -nutzer und Nutzungsprofile, 2010	69
5.6	Sicherheit im Internet	57	C: Tätigkeiten im Internet, 2010	71
5.7	Fazit	59	D: E-Commerce, gekaufte Produkte, 2010	77
			E: E-Commerce, Zahlungsarten, 2010	79
			F: E-Commerce, Gründe für den Verzicht auf Online-Käufe, 2010	81
			G: Bedenken angesichts von Sicherheits- problemen im Internet, 2010	83
			H: Nicht ausgeübte Tätigkeiten aus Sicherheitsgründen, 2010	85
			I: Internationaler Vergleich: Internet- Tätigkeiten von Privatpersonen, 2010	87
			J: Internationaler Vergleich: Sicherheitssoftware, Aktualisierungen und Sicherheitskopien, 2010	88
	Allgemeines Fazit	60		

Einleitung

Das Ende des 20. Jahrhunderts und der Beginn des 21. Jahrhunderts sind stark von der Revolution im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) geprägt. Wie bei der Elektrizität am Ende des 19. Jahrhunderts handelt es sich beim **Internet** um eine **generische Technologie**, die sich schrittweise in allen Bereichen unseres sozioökonomischen Systems und unseres Alltags verbreitet.

Die im Jahr 1998 lancierte und 2012 aktualisierte **Strategie des Bundesrates für die Informationsgesellschaft in der Schweiz**¹ ist darauf ausgerichtet, eine koordinierte Verbreitung der IKT zum Nutzen aller Einwohnerinnen und Einwohner zu fördern. Wenn den Grundsätzen des Universaldienstes, des Vertrauens, des freien Zugangs für die gesamte Bevölkerung und des Rechts aller Einwohnerinnen und Einwohner auf Bildung Rechnung getragen wird, bietet das Internet ein grosses Potenzial für die weitere Verbesserung der Produktivität und der Innovationsfähigkeit unseres Landes.

Um die mit der Verbreitung des Internets verbundenen Entwicklungen und Veränderungen erfassen zu können, veröffentlicht das Bundesamt für Statistik (BFS) seit einigen Jahren die «Indikatoren zur Informationsgesellschaft». In diesem Zusammenhang wurde im Jahr **2004** eine **erste Haushaltserhebung** zum Zugang zum Internet und dessen Nutzung durchgeführt². Im Rahmen der Einführung des neuen Systems für die Eidgenössische Volkszählung im Jahr **2010** wurde eine neue Art der Personenerhebung entwickelt³. Diese erste Omnibuserhebung (im Folgenden Omnibus IKT 2010) wurde im Mai und Juni 2010 durchgeführt und war ausschliesslich dem Themenbereich Internetzugang der Haushalte und Internetnutzung durch die Anwenderinnen und Anwender gewidmet.

Der Mehrwert der Omnibus IKT 2010 besteht zum einen in der Erfassung von Informationen auf der Ebene der **Haushalte**, die für die sozioökonomische Analyse bedeutende Wohn- und Konsumeinheiten darstellen. Zum anderen beruht diese Erhebung auf einer für die **Europäische Union (EU) standardisierten Methodik**. Somit liefert sie Daten, die auf **internationaler Ebene** tatsächlich **vergleichbar** sind. In den EU-Ländern wird diese Erhebung jedes Jahr durchgeführt, wobei Eurostat für die Koordination zuständig ist.

Die ersten Ergebnisse der Omnibus IKT 2010 wurden Anfang 2011 in der Publikationsreihe BFS Aktuell veröffentlicht⁴. Die vorliegende Publikation hat den Zweck, einen umfassenderen Gesamtüberblick über die erhobenen Informationen zu liefern und im Rahmen des Möglichen Vergleiche mit der Erhebung von 2004 anzustellen. Dabei handelt es sich nicht in erster Linie um eine eingehende Analyse des Phänomens «Internet», sondern vielmehr um die Präsentation der Ergebnisse einer bestimmten Erhebung. Aufgrund der Vielfalt der erhobenen Informationen bestehen zahlreiche weitere Analysemöglichkeiten.

Die Präsentation der Ergebnisse der **Omnibus IKT 2010** ist in fünf Kapitel unterteilt. In Kapitel 1 geht es um den **Zugang der Haushalte** zum Internet. Ausgehend von den soziodemografischen Merkmalen der Haushalte werden die Art des Internetzugangs, die verwendeten Geräte und – bei den Haushalten ohne Internetzugang – die angeführten Gründe untersucht.

In den nachfolgenden Kapiteln liegt der Fokus auf den **«Internetnutzerinnen und -nutzern»**, d. h. auf den Personen, die im ersten Quartal 2010 das Internet genutzt haben. In Kapitel 2 werden deren soziodemografische Merkmale und die **Entwicklung des «digitalen Grabens»**

¹ Strategie des Bundesrates für die Informationsgesellschaft in der Schweiz, März 2012, online auf www.infosociety.ch (BAKOM).

² Froidevaux, Y. und V. G. Täube (2006). Internetnutzung in den Haushalten der Schweiz. Ergebnisse der Erhebung 2004 und Indikatoren. Neuchâtel, BFS.

³ siehe www.volkszählung.ch.

⁴ Bundesamt für Statistik (BFS), Internet in den Schweizer Haushalten. Information, Kommunikation, Konsum, Reisen und Freizeit: Das Internet ist allgegenwärtig. BFS Aktuell, Februar 2011.

seit 2004 untersucht. Es werden die verschiedenen **Nutzungsmodalitäten**, die mit einem privaten Zweck verbundenen **Online-Aktivitäten**⁵, darunter die Nutzung der **E-Government**-Dienstleistungen, sowie das **Erfahrungsniveau** der Anwenderinnen und Anwender erläutert. In Kapitel 3 geht es um die Bedeutung des **E-Commerce** für Privatpersonen, insbesondere unter dem Gesichtspunkt der gekauften Produkte und Dienstleistungen, der Häufigkeit der Einkäufe und der Zahlungsarten. In Kapitel 4 wird die Problematik der **Sicherheit im Internet** behandelt. Zu den wichtigsten Punkten, die zur Sprache kommen, gehören die Beurteilung der Sicherheitsrisiken, die von den Internetnutzerinnen und -nutzern ergriffenen Vorsichtsmassnahmen und die Probleme, mit denen die Anwenderinnen und Anwender konfrontiert werden. In Kapitel 5 schliesslich werden **internationale Vergleiche** zwischen der Schweiz und den Mitgliedstaaten der EU in Bezug auf die verschiedenen behandelten Bereiche angestellt.

Zum besseren Verständnis der veröffentlichten Daten sind im Anhang zusätzlich zu einigen detaillierten Tabellen eine Methodenübersicht und ein Glossar der verwendeten Begriffe enthalten⁶.

⁵ Verschiedene Internet-Aktivitäten hängen mit dem Kulturverhalten der Bevölkerung zusammen. Was den Zusammenhang zwischen Internetnutzung und anderen Formen des Kulturverhaltens anbelangt, siehe Moeschler, O. und S. Vanhooydonck (2011), Kulturverhalten in der Schweiz. Eine vertiefende Analyse – Erhebung 2008. Neuchâtel, BFS.

⁶ Der Fragebogen der Erhebung steht zur Verfügung unter: www.infosociety-stat.admin.ch.

1 Internetzugang der Haushalte

Im ersten Quartal 2010 verfügten **77% der Schweizer Haushalte** über einen Internetanschluss; dies entspricht 2,5 Millionen Haushalten. Hochgeschwindigkeits-Internetanschlüsse sind mittlerweile allgemein verbreitet: 2,3 Millionen Haushalte sind mit einem solchen Anschluss ausgestattet.

Für über drei Viertel der privaten Haushalte in der Schweiz ist ein privater Internetzugang heute eine Realität. Um bestimmen zu können, in welchem Ausmass hinsichtlich des Internetzugangs weiterhin Ungleichheiten bestehen, werden in der vorliegenden Publikation die soziodemografischen und geografischen Merkmale der Haushalte untersucht.

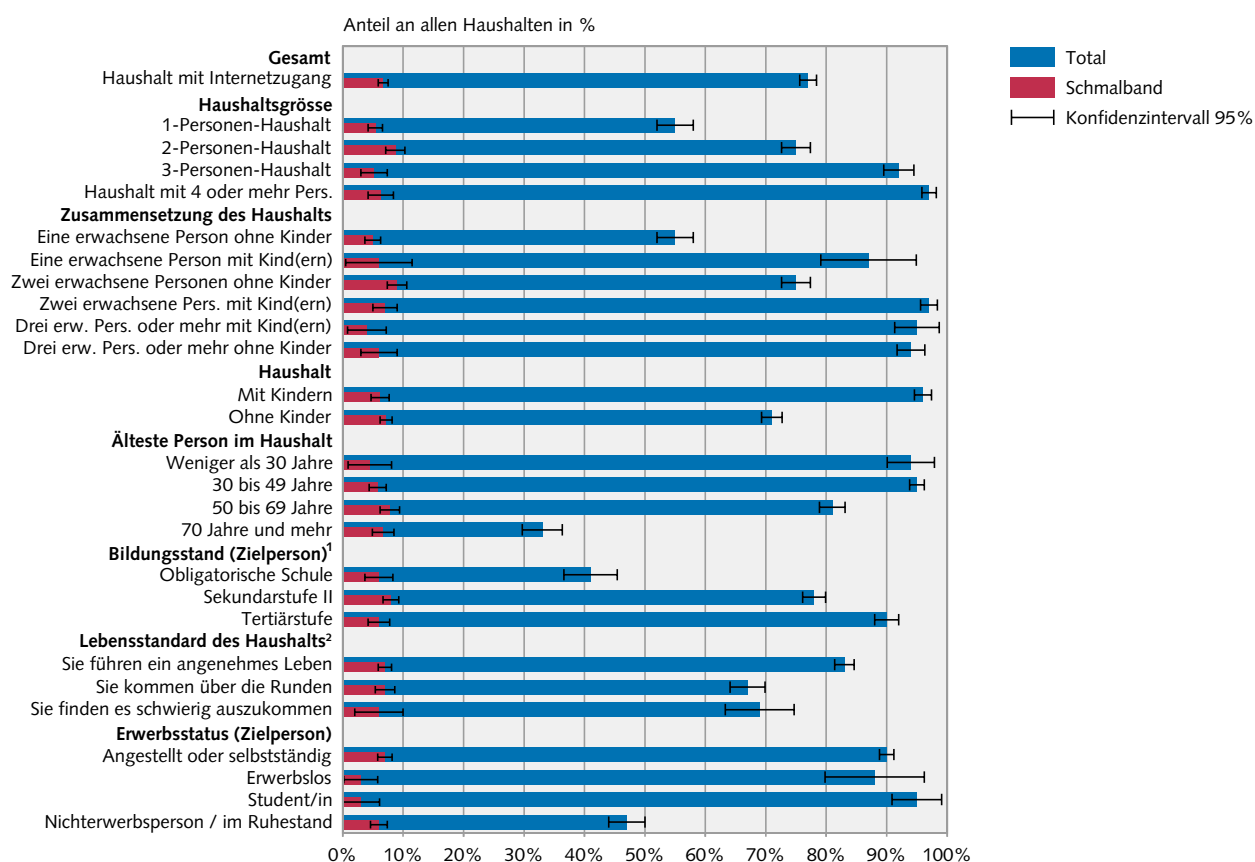
1.1 Merkmale der Haushalte

Es besteht ein enger Zusammenhang zwischen der Verfügbarkeit eines privaten Internetanschlusses und der **Grösse und Zusammensetzung des Haushalts** (siehe Grafik G1).

Es gibt eine grosse Diskrepanz in Bezug auf den Anteil der Haushalte mit Internetanschluss: Dieser liegt zwischen 97% bei den Haushalten mit mindestens vier Personen und 55% bei den Einpersonenhaushalten. Die Haushaltsgrösse hängt im Wesentlichen davon ab, ob ein

Internetzugang der Haushalte im Jahr 2010 (erstes Quartal)

G 1



¹ Zielperson ab 25 Jahren

² Beurteilung der Zielperson bezüglich der finanziellen Verhältnisse ihres Haushalts

Haushalt Kinder umfasst: 96% der Haushalte mit einem oder mehreren Kindern verfügen über einen Internetanschluss, gegenüber 71% der kinderlosen Haushalte. Der höchste Anteil von 97% besteht bei Haushalten mit zwei Erwachsenen und einem oder mehreren Kindern.

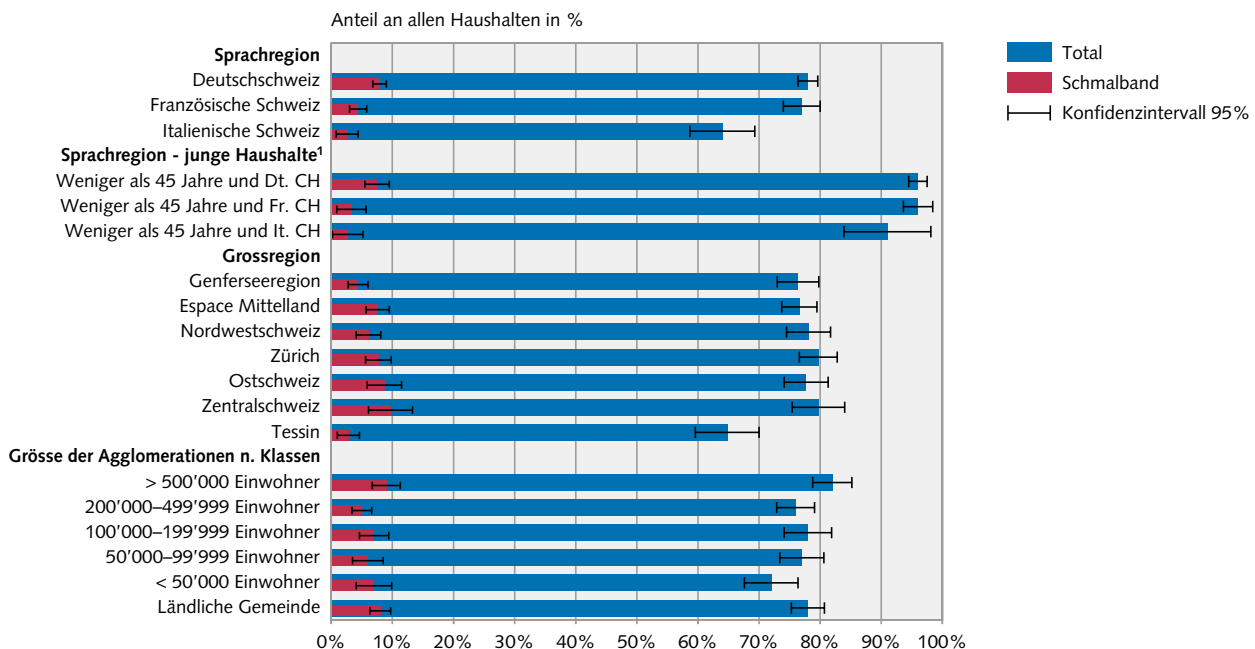
Die Merkmale des Lebenszyklus eines Haushaltes (Haushaltsgrösse, Kinder) hängen eng mit dem Alter der Erwachsenen zusammen, die den Haushalt bilden. Somit führt das **Alter der ältesten Person eines Haushaltes**, welches als Indikator für die «Generation» eines Haushaltes betrachtet wird, zu den grössten Unterschieden zwischen Haushalten mit und ohne Internetzugang. Über 90% der «jüngeren» Haushalte – deren älteste Person weniger als 50 Jahre alt ist – verfügen über einen Internetanschluss, gegenüber lediglich 33% der Haushalte, deren älteste Person mindestens 70 Jahre alt ist. Da es sich beim Internet um eine verhältnismässig neue Technologie handelt, ist es nicht überraschend, dass die stark ausgeprägten Diskrepanzen auf **das Alter** zurückzuführen sind.

Der **Lebensstandard** des Haushaltes, der von der befragten Person gesamthaft beurteilt wird⁷, spielt im Zusammenhang mit dem eigenen Internetzugang ebenfalls eine nicht unerhebliche Rolle. So verfügen 83% der Haushalte, die in finanzieller Hinsicht ein angenehmes Leben führen, über einen Internetanschluss, gegenüber weniger als 70% der Haushalte, die in bescheideneren wirtschaftlichen Verhältnissen leben.

Noch grösser ist der Unterschied, wenn der **Bildungsstand** und der **Erwerbsstatus** herangezogen werden: 90% der Haushalte, bei denen die befragte Person eine tertiäre Ausbildung abgeschlossen hat, verfügen über einen Internetanschluss, gegenüber lediglich 41% der Haushalte, bei denen die befragte Person keine nachobligatorische Ausbildung vorzuweisen hat. Es besteht auch ein signifikanter Unterschied zu den Haushalten, bei denen die befragte Person über einen Abschluss der Sekundarstufe II verfügt (nachobligatorische Allgemeinbildung oder Berufsausbildung bis zur Maturitätsstufe): Bei

Internetzugang der Haushalte im Jahr 2010 (erstes Quartal) (Fortsetzung)

G 2



¹ Alter der älteste Person im Haushalt

© Bundesamt für Statistik (BFS)

⁷ Die genaue Definition der Variablen, die für die Charakterisierung der Haushalte verwendet werden, ist im Kapitel Methodik aufgeführt.

diesen Haushalten liegt der Anteil der Haushalte mit einem Internetanschluss bei 78%. Schliesslich verfügen weniger als 50% der Haushalte, bei denen die befragte Person nicht erwerbstätig ist, über einen Internetanschluss, gegenüber 90% der Haushalte, bei denen die betreffende Person angestellt oder selbstständigerwerbend ist. Aus **geografischer** Sicht (siehe Grafik G2) besteht in Bezug auf den Prozentsatz der Haushalte mit einem eigenen Internetzugang kein signifikanter Unterschied zwischen der Deutschschweiz (78%) und der Westschweiz (77%). Mit 64% der Haushalte, die über einen eigenen Internetanschluss verfügen, weist hingegen die italienische Schweiz einen gewissen Rückstand auf.

Abgesehen vom Tessin bestehen zwischen den sieben Grossregionen des Landes in Bezug auf die Internetanschlüsse der Haushalte nur geringfügige Unterschiede. Was die Hochgeschwindigkeits-Internetanschlüsse betrifft, weisen die Region Zürich, die Genferseeregion und die Nordwestschweiz (Basel) mit einem Anteil von 72% die höchsten Quoten auf. Bei einer Analyse nach der Grösse der Agglomerationen, der die Haushalte angehören, zeigt sich ein **leichter Vorsprung der grössten Agglomerationen**. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass kein signifikanter Unterschied zwischen Stadt und Land besteht.

Insgesamt bestand somit auch im Jahr 2010 ein (je nach betrachteten Merkmalen) mehr oder weniger ausgeprägter **digitaler Graben**. Da Letzterer mehrere Dimensionen aufweist, muss die Analyse detaillierter ausgearbeitet werden, indem das Alter mit den anderen Merkmalen kombiniert wird. Der Tabelle T1 ist zu

entnehmen, dass der mit dem Lebensstandard verbundene Unterschied bei den Haushalten, in denen Personen unter 35 Jahren leben, eindeutig geringer ist: Unabhängig von ihrem Lebensstandard verfügen über 90% dieser Haushalte über einen Internetanschluss. Bei den Haushalten, in denen die älteste Person zwischen 35 und 64 Jahre alt ist, sieht die Situation weit heterogener aus und bei den Haushalten mit Personen ab 65 Jahren sind die Unterschiede in Bezug auf einen eigenen Internetzugang noch grösser.

Dasselbe gilt, wenn das Alter mit dem Bildungsstand kombiniert wird. Bei den Haushalten mit jüngeren Personen sind die Unterschiede im Zusammenhang mit dem Internetanschluss deutlich geringer als bei den übrigen Haushalten: Unabhängig vom Bildungsstand verfügen über 90% der erstgenannten Haushalte über einen Internetanschluss.

Der tiefere Prozentsatz der Haushalte mit eigenem Internetzugang in der italienischen Schweiz hängt ebenfalls mit dem Alter zusammen. Bei den Haushalten, in denen die älteste Person weniger als 45 Jahre alt ist, besteht in Bezug auf den Anteil der Haushalte mit einem eigenen Internetanschluss kein signifikanter Unterschied zu den anderen Sprachregionen (siehe Grafik G2).

Somit bestehen bei Haushalten mit jüngeren Personen viel geringere oder sogar fast keine Unterschiede hinsichtlich des eigenen Internetzugangs. Mit anderen Worten ist der Unterschied zwischen Haushalten mit und ohne eigenem Internetanschluss **in erster Linie auf das Alter zurückzuführen**.

T1 Internetzugang der Haushalte nach Alter, 2010

In % aller Haushalte

Alter der ältesten Person im Haushalt	Lebensstandard		
	Schwieriges Leben	Sie kommen über die Runden	Sie führen ein angenehmes Leben
Weniger als 35 Jahre	92	93	98
35–64 Jahre	82	84	94
65 Jahre und mehr	()	32	50

Alter der ältesten Person im Haushalt	Bildungsstand		
	Obligatorische Schule	Sekundarstufe II	Tertiärstufe
Weniger als 35 Jahre	(92)	96	96
35–64 Jahre	81	91	96
65 Jahre und mehr	18	47	63

Lebensstandard: subjektive Beurteilung der Zielperson hinsichtlich der wirtschaftl. Situation ihres Haushalts

Bildungsstand der Zielperson (ab 25 Jahren)

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch ($VK \geq 30\%$)

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient ($10\% < VK < 30\%$)

Quelle: BFS

T2 Internetzugang der Haushalte, Entwicklung 2004–2010

In % aller Haushalte

	2004	2010	Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate
Total			
Haushalte mit Internetzugang	61	77	4,0%
Haushaltsgrösse			
1-Personen-Haushalt	42	55	4,6%
2-Personen-Haushalt	60	75	3,8%
Haushalt mit drei oder mehr Personen	81	96	2,9%
Bildungsstand			
Obligatorische Schule	40	54	5,0%
Sekundarstufe II	61	79	4,5%
Tertiärstufe	80	90	2,0%
Sprachregion			
Deutschschweiz	63	78	3,6%
Französische Schweiz	56	77	5,5%
Italienische Schweiz	54	64	2,9%

Quelle: BFS

Die Entwicklung seit 2004 ist dadurch gekennzeichnet, dass die Haushalte mit eigenem Internetanschluss stetig zunehmen (siehe Tabelle T2). **Von 2004 bis 2010** stieg ihr Anteil von 61% auf 77%. Dies entspricht einer **durchschnittlichen jährlichen Zuwachsrate von 4%**. Diese Zunahme fiel abhängig von den Merkmalen der Haushalte mehr oder weniger stark aus und weist auf einen Aufholeffekt hin.

Bei den Haushaltskategorien, die einen niedrigen Anteil an Haushalten mit einem Internetanschluss aufweisen, liegen die Zuwachsraten sowohl in Bezug auf die Haushaltsgrösse, als auch auf den Bildungsstand, deutlich höher als bei den anderen Haushaltskategorien.

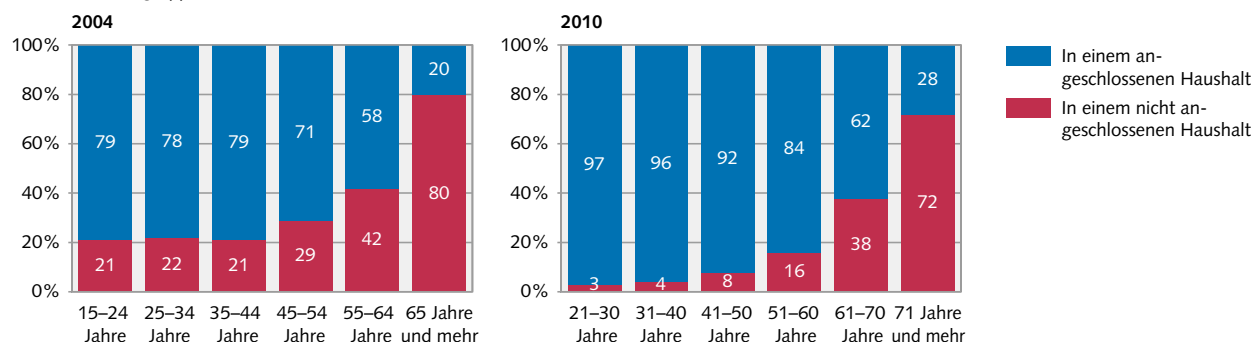
Da der Faktor Alter die Hauptrolle spielt, stellt sich die Frage, ob die allgemeine Verbreitung der privaten Internetanschlüsse tatsächlich noch das Ergebnis einer eigenen Dynamik ist oder ob diese Entwicklung ganz einfach auf den Generationenwechsel zurückzuführen ist.

Die Grafik G3 zeigt nach Alterskategorien den Anteil der befragten Personen, die in einem Haushalt mit einem eigenen Internetanschluss leben. Die für das Jahr 2010 betrachteten Alterskategorien sind gegenüber denjenigen von 2004 um sechs Jahre verschoben, damit die Ergebnisse nach Kohorten verglichen werden können. So entspricht die Alterskategorie der 15- bis 24-Jährigen im Jahr 2004 jener der 21- bis 30-Jährigen im Jahr 2010.

Personen, die in einem Haushalt mit Internetzugang leben, 2004 und 2010

G 3

In % nach Altersgruppen



Für 2010 sind die Altersgruppen im Vergleich zu 2004 um sechs Jahre (+) verschoben

© Bundesamt für Statistik (BFS)

Die Zunahme der Internetanschlüsse zwischen 2004 und 2010 ist in allen Altersgruppen beeindruckend. Im Jahr 2010 betrug der Anteil der 21- bis 30-jährigen Personen, die in einem Haushalt ohne Internetanschluss leben, lediglich 3 %, während sich der entsprechende Anteil in der Alterskategorie der 15- bis 24-Jährigen im Jahr 2004 noch auf 21 % belaufen hatte.

Auf der anderen Seite der Altersskala sank der Anteil der Personen, die in einem Haushalt ohne Internetanschluss leben, von 80 % im Jahr 2004 auf 72 % im Jahr 2010. Bei den Personen, die im Jahr 2004 jünger als 35 Jahre waren, ist eine bemerkenswerte Entwicklung zu verzeichnen. Im Jahr 2004 verfügte noch ein Fünftel dieser Personen über keinen eigenen Internetanschluss, 2010 hingegen waren es nur noch einige Prozent.

Aus diesem **Kohortenvergleich** geht hervor, dass der Generationenwechsel bei Weitem nicht der einzige Faktor für die Zunahme von eigenen Internetanschlüssen ist. Die Verbreitung des Internets in den Haushalten entspricht einer dynamischen Entwicklung und ist in allen Altersgruppen zu verzeichnen.

Im Jahr 2010 bestand bei den Personen über 60 Jahren in Bezug auf den privaten Internetzugang weiterhin eine grosse Diskrepanz, während sich die Situation bei den Personen unter 40 Jahren sehr homogen gestaltete.

1.2 Art der Internetanschlüsse

Während die **Hochgeschwindigkeits-Internetanschlüsse** im Jahr 2004 noch in der Minderheit waren, machten sie im Jahr 2010 mit 91 % bereits die Mehrheit aus. Demnach ist die verbleibende Anzahl Haushalte, denen weiterhin nur ein Schmalbandanschluss zur Verfügung steht, gering. Die raschen technologischen Fortschritte und die Entwicklung der im Internet angebotenen Inhalte und Dienstleistungen gehen mit der Zunahme der Übertragungsgeschwindigkeit der Internetanschlüsse einher.

Bei den Hochgeschwindigkeits-Internetanschlüssen ist zwischen dem **Festnetzzugang** – über die Telefonleitung (Typ ADSL), das Kabelfernsehen oder eine Glasfaserverbindung, die zunehmend mit einer drahtlosen Installation (WIFI) kombiniert werden – und dem **mobilen Zugang**, dem eigentlichen «mobilen Internet», zu unterscheiden⁸. Der letztere Zugang besteht in einem Internetanschluss über das Mobiltelefonnetz der dritten Generation oder

einer nachfolgenden Generation (3G+). Der Zugang zum Mobiltelefonnetz erfolgt hauptsächlich über ein Mobiltelefon (Smartphone) oder ein Laptop, das mit einer Modemkarte oder mit einem USB-Modem ausgestattet ist.

Mit einem Anteil von 53 % unter den Schweizer Haushalten dominieren die ADSL-Anschlüsse den Markt der Verbindungen mit hoher Übertragungsgeschwindigkeit im Festnetzbereich deutlich. 17 % der Haushalte verfügen über einen Kabel-TV-Anschluss (CATV), während die Glasfaserverbindungen mit einem Anteil von 1 % weiterhin nur von marginaler Bedeutung sind (siehe Tabelle T3 und Tabelle A im Anhang).

Sowohl bei den ADSL- als auch bei den Kabel-TV-Anschlüssen ergaben sich bei der Analyse nach **soziodemografischen Merkmalen** keine bedeutenden Unterschiede hinsichtlich des Ausstattungsgrads; weder die Haushaltsgrösse, noch das Alter oder die wirtschaftlichen Verhältnisse spielen eine Rolle. Der jeweilige Entscheid für die Art des Hochgeschwindigkeitsanschlusses auf Festnetzbasis hängt viel mehr von subjektiven Präferenzen und von technischen Faktoren wie der lokalen Verfügbarkeit ab.

Bei der Ausstattung der Haushalte mit **drahtlosen Verbindungen** (WIFI) und der Nutzung des **mobilen Internets** hingegen sieht die Situation anders aus. Je grösser ein Haushalt ist und je jünger dessen Mitglieder sind, desto höher sind der WIFI-Ausstattungsgrad und die Nutzung des mobilen Internets. Der Lebensstandard hat keinen Einfluss darauf, ob ein Haushalt über einen WIFI-Anschluss verfügt. WIFI-Verbindungen werden von den Internet-Zugangsanbietern in vielen Fällen standardmässig angeboten, und die Modems und Router sind zu verhältnismässig günstigen Preisen erhältlich. Bei den **mobilen Internetanschlüssen** dagegen sind die signifikanten Unterschiede durch die finanziellen Verhältnisse des Haushalts bedingt: 27 % der Haushalte, die nach eigener Beurteilung ein angenehmes Leben führen, weisen ein oder mehrere Haushaltsmitglieder auf, die das Internet über ein Mobiltelefon nutzen. Bei den Haushalten, die ihre finanziellen Voraussetzungen weniger positiv beurteilen, beträgt der entsprechende Anteil nur 18 %.

Der **Breitband-Internetzugang** hat sich in letzter Zeit stark verbreitet. Im Festnetzbereich entspricht der **Breitbandanschluss** mittlerweile einer **Standardausstattung**. Die Nutzung des **mobilen Internets über ein Smartphone** dagegen, die von einem Viertel der Haushalte angegeben wurde, hängt weiterhin eindeutig auch von **wirtschaftlichen Faktoren** und vom Bildungsstand ab. Die im internationalen Vergleich nach wie vor hohen Abonnementsgebühren des mobilen Internets sind für die Haushaltsbudgets eine starke Belastung.

⁸ Die befragte Person wurde darauf hingewiesen, dass sich die Frage auf die Nutzung einer solchen mobilen Verbindung durch irgendein Haushaltsmitglied bezieht. Auf die individuelle Nutzung von mobilen Verbindungen wird weiter unten eingegangen.

T3 Typ des Breitbandanschlusses, 2010

	Fester Breitbandanschluss				Mobiler Breitbandanschluss	
	ADSL	CATV	Glasfaser	Mit WIFI	3G mit Mobiltelefon	3G mit Laptop
In % aller Haushalte	53	17	1	44	17	7
Anzahl Haushalte (Extrapolation)	1 750 000	550 000	50 000	1 400 000	550 000	250 000
In % der Haushalte mit Internetanschluss						
Gesamt	70	23	2	58	24	(10)
Haushaltsgrösse						
1-Personen-Haushalt	72	23	()	50	20	(8)
2-Personen-Haushalt	67	23	()	54	21	(9)
3-Personen-Haushalt	75	(21)	()	64	27	(11)
Haushalt mit vier oder mehr Personen	70	24	()	66	28	(11)
Alter der ältesten Person im Haushalt						
Weniger als 30 Jahre	73	(25)	()	73	(39)	()
30–49 Jahre	70	25	()	63	28	(12)
50–69 Jahre	71	22	()	56	20	(9)
70 Jahre und mehr	65	(19)	()	35	()	()
Lebensstandard des Haushalts						
Sie führen ein angenehmes Leben	71	22	()	60	27	(10)
Sie kommen über die Runden	69	24	()	56	18	(9)
Sie finden es schwierig/ sehr schwierig auszukommen	72	(21)	()	59	()	()
Sprachregion						
Deutschschweiz	66	25	()	56	23	(9)
Französische Schweiz	78	20	()	67	26	(11)
Italienische Schweiz	87	()	()	57	(22)	()

3G: Mobiltelefonnetz der dritten Generation (UMTS, HSPDA)

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch (VK $\geq 30\%$)(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient ($10\% < VK < 30\%$)

Quelle: BFS

Die Bedeutung von **lokalen Faktoren** bei der Art des genutzten Hochgeschwindigkeits-Internetanschlusses zeigt sich bei den Unterschieden zwischen den Sprachregionen und Grossregionen (siehe Tabelle T3 und Tabelle A im Anhang). In der Westschweiz (78%) und in der italienischen Schweiz (87%) sind die ADSL-Anschlüsse vorherrschend. In der Region Zürich verfügen 60% der Haushalte mit einem Internetzugang über einen ADSL-Anschluss, während etwa ein Drittel der Haushalte über das Kabelfernsehen aufs Internet zugreift. Festzuhalten ist auch, dass der Anteil der Haushalte, die nur über einen Schmalbandanschluss verfügen, in der Deutschschweiz im Allgemeinen etwas höher ist. Da die Installation von Internetanschlüssen in den französisch- und italienischsprachigen Regionen der Schweiz etwas später erfolgte, sind die Hochgeschwindigkeitsanschlüsse, bei denen es sich um eine verhältnismässig neue Technologie handelt, in diesen Regionen stärker vertreten.

Signifikante **Unterschiede beim ADSL-Ausstattungsgrad** bestehen abhängig vom **Urbanisierungsgrad** und von der **Agglomerationsgrösse** (siehe Tabelle A im

Anhang). Aus einer Kombination der Merkmale Sprachregion und Urbanisierungsgrad geht hervor, dass die ADSL-Anschlüsse in den wenig bevölkerten Regionen am häufigsten vertreten sind. Dies ist darauf zurückzuführen, dass das Telefonnetz des Universaldienstes, das für die Anschlüsse vom Typ ADSL genutzt wird, in der ganzen Schweiz verfügbar ist (siehe Tabelle T4).

Umgekehrt ist das Hochgeschwindigkeits-Internet über das Kabelfernsehen in den dichtbesiedelten Regionen und den durchschnittlich grossen Agglomerationen häufiger vertreten, da dort die Fernsehnetze am stärksten ausgebaut sind.

Auf regionaler Ebene besteht auch beim Ausstattungsgrad der Haushalte mit einem drahtlosen lokalen Netz (WIFI) ein Unterschied: 67% der Westschweizer Haushalte mit einem Internetzugang verfügen über einen WIFI-Anschluss, gegenüber 56% der Deutschschweizer Haushalte (siehe Tabelle T3). Diese Differenz hängt wahrscheinlich mit dem Umstand zusammen, dass WIFI von den Internet-Zugangsanbietern zunehmend als standardmässiger

T4 ADSL-Anschluss nach Sprachregion und Urbanisierungsgrad, 2010

In % der Haushalte mit Internetanschluss

	Deutschschweiz	Französische Schweiz	Italienische Schweiz
Dicht besiedeltes Gebiet	64	68	73
Mitteldicht besiedeltes Gebiet	82	72	80
Gering besiedeltes Gebiet	84	87	(93)

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient (10% < VK < 30%)

Quelle: BFS

Anschluss angeboten wird. Da die Westschweiz ihren Rückstand bei den Internetanschlüssen in den letzten Jahren aufgeholt hat, wurden dort jeweils Anlagen entsprechend dem modernsten Standard installiert.

Interessant ist auch die Tatsache, dass die Nutzung des **mobilen Internets** in den beiden Grossregionen Genfersee und Zürich sowie in den Agglomerationen mit mehr als 200'000 Einwohnerinnen und Einwohnern am häufigsten angegeben wurde (siehe Tabelle A im Anhang).

1.3 Internetzugangsart

Da die Frage nach dem Hochgeschwindigkeits-Internetanschluss im Jahr 2004 nicht gestellt wurde, wurde die technologische Entwicklung anhand der 2004 und 2010 für den Internetzugang verwendeten **Geräte** nachvollzogen. In den letzten Jahren hat sich ein bemerkenswerter technischer Wandel vollzogen, der mit einem Preistrückgang bei den Geräten einherging. So waren im Jahr 2004 Laptops kostspielig, und Netbooks, Tablet-PCs und Smartphones gab es noch kaum.

T5 Benutzte Geräte für den Internetzugang der Haushalte, 2004 und 2010

In % der Haushalte mit Internetanschluss

	Stationärer Computer		Tragbarer Computer		Mobiltelefon oder anderes mobiles Gerät		Ausschliesslich ein Zugangsmedium	
	2004	2010	2004	2010	Anderes mobiles Gerät 2004	Mobiltelefon 2010	2004	2010
Gesamt	83	69	26	68	1	39	90	45
Haushaltsgrösse								
1-Personen-Haushalt	66	52	40	66	()	29	92	63
2-Personen-Haushalt	82	68	25	62	()	33	91	52
Haushalt mit drei oder mehr Personen	92	76	18	73	()	48	90	33
Sprachregion								
Deutschschweiz	82	70	26	68	()	38	90	45
Französische Schweiz	85	66	24	68	()	44	91	43
Italienische Schweiz	78	62	30	68	()	(34)	91	49
Bildungsstand (Zielperson)								
Obligatorische Schule	91	73	15	62	()	40	92	45
Sekundarstufe II	84	70	23	65	()	36	91	48
Tertiärstufe	75	64	36	77	()	(45)	88	38
Alter der ältesten Person im Haushalt								
Weniger als 30 Jahre		51		77		53		41
30–49 Jahre		67		71		46		39
50–69 Jahre		75		66		34		46
70 Jahre und mehr		65		52		14		75
Lebensstandard des Haushalts								
Sie führen ein angenehmes Leben		70		71		42		41
Sie kommen über die Runden		65		66		34		51
Sie finden es schwierig auszukommen		68		59		(29)		58

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch (VK ≥ 30%)

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient (10% < VK < 30%)

Quelle: BFS

Die Entwicklung im Bereich der Geräte, die von den Haushalten für den Zugriff aufs Internet verwendet werden (siehe Tabelle T5), ist durch drei Hauptphänomene gekennzeichnet, die alle dazu beitragen, die **Nutzung des mobilen Internets zu steigern**:

1. Zunahme der Zugangsmedien;
2. sehr starke Zunahme der Nutzung von Mobiltelefonen;
3. teilweiser Ersatz der Desktop-Computer durch Laptops.

Im Jahr 2004 verfügten 90% der Haushalte nur über ein Gerät für den Internetzugang; dieser Anteil war im Jahr 2010 nur noch halb so gross.

Während im Jahr 2004 nur 1% der Haushalte anführte, für den Internetzugang über ein anderes Hilfsmittel als einen Desktop-Computer oder ein Laptop zu verfügen – dabei kann es sich beispielsweise um ein Mobiltelefon handeln –, gaben im Jahr 2010 **39% der Haushalte an, dass sie mithilfe eines Mobiltelefons auf das Internet zugreifen**.

Ein Viertel der Haushalte verfügte im Jahr 2004 über ein **Laptop**; im Jahr 2010 gaben über zwei Drittel der Haushalte an, dass sie für den Internetzugang ein Laptop benutzen. Demzufolge ging der Anteil der Haushalte, die gemäss ihren Angaben über einen Desktop-Computer auf das Internet zugreifen, von 83% im Jahr 2004 auf 69% im Jahr 2010 zurück.

Was die Informatikausstattung der Haushalte angeht, ist die Haushaltsgrösse nach wie vor ein entscheidendes Kriterium. Je höher die Zahl der Haushaltsmitglieder, desto höher ist der Anteil der Haushalte, die über einen **Desktop-Computer** verfügen. Bei den **Laptops** ist eine äusserst markante Entwicklung zu verzeichnen. Im Jahr 2010 benutzten 73% der Haushalte mit drei und mehr Personen mindestens ein Laptop. Lediglich ein Drittel der Haushalte ab drei Personen gab an, ausschliesslich über ein Internetzugangsmedium zu verfügen.

Ebenso ist auch der Zusammenhang mit dem Bildungsstand weiterhin feststellbar: Je höher dieser ist, desto geringer ist der Anteil der Haushalte, die für den Internetzugang einen Desktop-Computer oder nur ein einziges Gerät verwenden.

Im Jahr 2010 hingen die Unterschiede zwischen den Haushalten bezüglich der Verfügbarkeit von Laptops und der Nutzung von **Mobiltelefonen** hauptsächlich von den Faktoren Generation (Alter des ältesten Haushaltsmitglieds) und Lebensstandard des Haushalts ab. So gab die Mehrheit (53%) der Haushalte mit jüngeren Personen an, für den Internetzugang ein Mobiltelefon zu benutzen. Die zunehmende **Verbreitung** von Mobiltelefonen und Laptops lässt sich zweifellos zu einem gewissen Teil mit dem Rückgang der Gerätepreise, insbesondere bei den Laptops, erklären, doch diese Geräte sind **in der Bevölkerung weiterhin ungleich verteilt**.

1.4 Gründe für fehlenden Internetzugang

Im ersten Quartal 2010 verfügten 77% der Haushalte über einen Internetzugang. Demzufolge hatten 23% (knapp 750'000 Haushalte) keinen Internetanschluss. Die überwiegende Mehrheit der Haushalte ohne Internetanschluss gab an, keinen Internetzugang zu wollen oder keinen zu benötigen (87%, siehe Tabelle T6). Aus diesem hohen Anteil geht hervor, dass der Sättigungsgrad in Bezug auf die Verbreitung des Internets in den Schweizer Haushalten derzeit nahe des **Maximums** liegt.

Interessant ist die Analyse der anderen Gründe, die von den Haushalten ohne Internetzugang angegeben wurden (es konnten mehrere Gründe angeführt werden). 40% nannten **mangelnde Kenntnisse** als Hinderungsgrund. **Mangelndes Vertrauen** in die Sicherheit oder in die Respektierung der Privatsphäre wurde von 24% der Haushalte ohne Internetzugang als Grund angeführt. Schliesslich verfügten 19% der Haushalte **an einem anderen Ort über einen Internetanschluss**, während 17% als Grund eine **körperliche Behinderung** und 16% die **hohen Kosten** anführten.

Je höher das Alter der befragten Person ist, desto häufiger werden als Gründe für den fehlenden Internetzugang die Tatsache, dass man keinen Internetanschluss will oder keinen Internetzugang benötigt, sowie mangelnde Kenntnisse angegeben. Grosse Unterschiede sind auch abhängig vom Bildungsstand zu verzeichnen: Je höher dieser ist, desto weniger werden als Gründe für den fehlenden Internetzugang die Kosten, mangelnde Kenntnisse oder mangelndes Vertrauen angegeben.

Auf regionaler Ebene ist festzustellen, dass die Haushalte der lateinischen Schweiz eher mangelnde Kenntnisse und mangelndes Vertrauen als Gründe für den fehlenden Internetzugang anführen. Schliesslich korreliert ein tiefer Urbanisierungsgrad mit einem höheren Anteil Haushalte, die ungenügende Kenntnisse oder mangelndes Vertrauen angeben.

Zwischen 2004 und 2010 hat sich die Verteilung der Gründe, weshalb Haushalte über keinen Internetzugang verfügen, nur wenig verändert (siehe Grafik G4).

Bereits im Jahr 2004 hatte ein Fünftel aller Haushalte angegeben, keinen privaten Internetzugang zu benötigen oder zu wollen. Alle anderen Gründe waren wie im Jahr 2010 von weniger als 10% aller Haushalte angeführt worden.

Die Unterschiede werden jedoch erst deutlich, wenn man den Anteil Haushalte ohne Internet betrachtet. Die Tatsache, dass **kein privater Internetzugang gewünscht** wird, traf im Jahr 2004 auf 670'000 Haushalte zu, was einem Anteil von 55% der Haushalte ohne Internetanschluss

T6 Gründe für den fehlenden Internetzugang des Haushalts, 2010

Der Haushalt...	...will oder braucht keinen Internetzugang	...hat nicht das nötige Wissen	...hat kein Vertrauen, (Sicherheit, Risiko für die Privatsphäre)	...hat woanders einen Internetzugang	...kann das Internet nicht nutzen, Probleme mit Lesen/Schreiben (Behinderung)	...hat die Mittel nicht (zu hohe Kosten)
In % aller Haushalte	20	9	5	4	4	4
Anzahl Haushalte (Extrapolation)	650 000	300 000	170 000	140 000	130 000	120 000
In % der nicht angeschlossenen Haushalte	87	40	24	19	17	16
Alter der ältesten Person im Haushalt						
Weniger als 60 Jahre	78	(21)	(21)	38	()	(26)
60 Jahre und mehr	89	45	24	15	19	13
Bildungsstand (Zielperson)						
Obligatorische Schule	91	56	27	12	23	20
Sekundarstufe II	86	34	23	22	13	13
Tertiärstufe	81	()	()	(30)	()	()
Lebensstandard des Haushalts						
Sie führen ein angenehmes Leben	90	34	18	25	15	()
Sie kommen über die Runden	86	47	29	16	16	21
Sie finden es schwierig auszukommen	83	49	(32)	()	()	46
Sprachregion						
Deutschschweiz	86	37	21	22	17	13
Französische Schweiz	91	45	31	()	17	22
Italienische Schweiz	84	58	29	()	()	()
Urbanisierungsgrad						
Dicht besiedeltes Gebiet	86	38	24	18	16	18
Mitteldicht besiedeltes Gebiet	88	43	22	21	18	14
Gering besiedeltes Gebiet	90	44	28	()	(20)	()

Hinweis: mehrere Antworten möglich

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch ($VK \geq 30\%$)(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient ($10\% < VK < 30\%$)

Quelle: BFS

entsprach. 2010 lag die Zahl der Haushalte, die keinen Nutzen in einem Internetzugang sahen und/oder keinen privaten Internetanschluss wünschten, etwas tiefer (650'000 Haushalte). Doch diese Zahl entspricht knapp 90% der Haushalte ohne Internetzugang.

Mangelnde Kenntnisse waren 2004 von 15% der Haushalte ohne Internetzugang angegeben worden, gegenüber 40% im Jahr 2010. Die Zahl der Haushalte, die diesen Grund anführten, stieg von ungefähr 200'000 auf rund 300'000. Dieser Grund hängt sicherlich mit dem Alter zusammen (vgl. Tabelle T6), jedoch nicht ausschliesslich, da 21% der Haushalte, deren älteste Person weniger als 60 Jahre alt ist, diesen Grund für den fehlenden privaten Internetzugang angegeben haben.

Anteilmässig wurden die mit einem Internetanschluss verbundenen **Kosten** im Jahr 2010 ebenfalls häufiger als Grund dafür angeführt, weshalb kein Internetzugang vorhanden ist. Die absolute Zahl der Haushalte, die diesen Grund angaben, hat sich seit 2004 indessen nicht erhöht, sondern liegt weiterhin bei rund 120'000 Haushalten.

1.5 Fazit

Im Jahr 2010 verfügte mit 77% eine grosse Mehrheit der Schweizer Haushalte über einen privaten Internetzugang. 20% der Haushalte gaben an, dass sie keinen privaten Internetanschluss wollen oder benötigen. Damit liegt der Sättigungsgrad der Haushalte mit Internetzugang derzeit nahe des **Maximums**.

Die Entwicklung seit 2004 ist bemerkenswert. Die regionalen Unterschiede sind weniger deutlich. Breitbandanschlüsse sind heute Standard. Die Zahl der für den Internetzugang verwendeten Geräte hat zugenommen, und die Geräte sind kleiner geworden. Ausserdem nimmt die Internetnutzung über das Mobiltelefonnetz der dritten Generation rasch zu und betrifft mittlerweile ein Viertel der Haushalte.

In Bezug auf den Internetzugang besteht nach wie vor ein deutlicher **digitaler Graben**, bei den **Haushalten mit jüngeren Personen** (unter 30 Jahren) ist dieser jedoch sehr viel **geringer ausgeprägt**.

Bei den jüngeren Generationen ist ein Internetzugang über das Festnetz unabhängig von den Merkmalen der Haushalte heute Standard. Der Zugang zum mobilen Internet (3G) dagegen bleibt, abhängig von den finanziellen Verhältnissen des Haushalts, sehr unterschiedlich verbreitet. Wie schon in der Vergangenheit ist auch beim mobilen Internet der Kostenfaktor in den ersten Phasen der Verbreitung einer neuen Technologie von entscheidender Bedeutung.

2 Individuelle Internetnutzung

Damit die gesamte Bevölkerung das Internet nutzen kann, ist ein privater Internetzugang Voraussetzung. In den folgenden Kapiteln liegt der Schwerpunkt auf den **Personen**, damit die **individuelle Internetnutzung** sowie die **privaten Online-Aktivitäten** bestimmt und **gemessen** werden können.

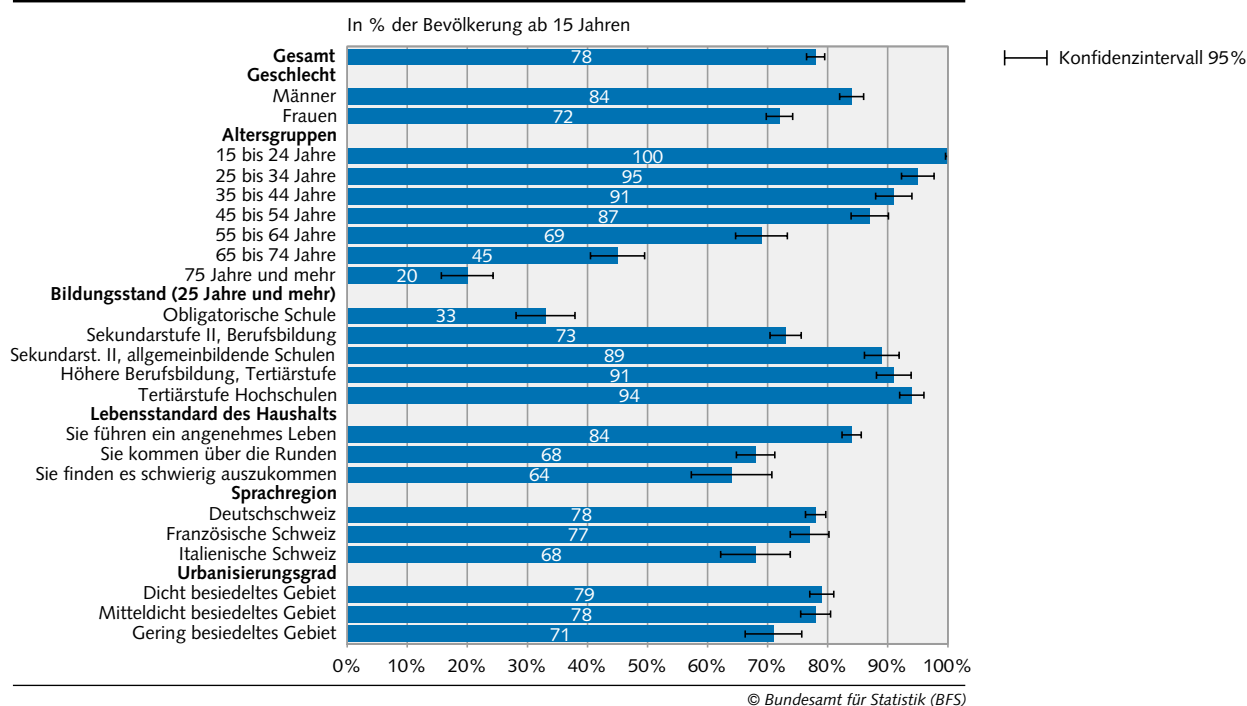
Im Verlauf des ersten Quartals 2010 haben **78% der Personen** ab 15 Jahren das Internet genutzt.⁹ Dies entspricht **5,1 Millionen Benutzerinnen und Benutzern**, die im Folgenden als **Internetnutzerinnen und -nutzer** bezeichnet werden. Im Jahr 2004 lag dieser Anteil bei knapp 50%, was 3 Millionen Personen entspricht¹⁰. Somit ist die **Zahl** der Internetnutzerinnen und -nutzer von 2004 bis 2010 **sehr stark angestiegen** (durchschnittlich +9% pro Jahr).

2.1 Merkmale der Internetnutzerinnen und -nutzer

Wie beim Internetzugang der Haushalte bestanden im Jahr 2010 hinsichtlich der Internetnutzung **grosse Unterschiede** zwischen den Internetnutzerinnen und -nutzern. Die Grafik G5 zeigt deren **Anteil an der Gesamtbevölkerung** nach den wichtigsten soziodemografischen Merkmalen (siehe auch Tabelle B im Anhang).

Das **Alter** ist das wichtigste Differenzierungskriterium. Alle Personen, die mit dem Internet aufgewachsen sind, gehören zu den Internetnutzerinnen und -nutzern. Von

Internetnutzerinnen und -nutzer in der Schweiz im Jahr 2010 (erstes Quartal) G 5



⁹ Die Internetnutzung wird unabhängig von Nutzungsort (zu Hause oder anderswo) und Zweck (privat oder beruflich) erfasst.

¹⁰ Durch die unterschiedliche Definition der Internetnutzerinnen und -nutzer im Jahr 2004 (Internetnutzung im letzten Monat vor der Befragung) und im Jahr 2010 (während der drei Monate vor der Befragung) wird die Aussagekraft des Vergleichs nicht beeinträchtigt, da im Jahr 2010 nur 2% der Internetnutzerinnen und -nutzer weniger als ein Mal pro Monat auf das Internet zugegriffen. Siehe Anhang I, Methodik.

den Personen unter 45 Jahren nutzen über 90% das Internet. Unterschiede zeigen sich vor allem bei den Personen ab 55 Jahren, d. h. bei jenen Personen, die beim Aufkommen des Internets Mitte der 1990er-Jahre bereits über 35 Jahre alt waren. Von den über 65-Jährigen gehört weniger als die Hälfte zu den Personen mit regelmässiger Internetnutzung. Das Alter ist somit das wichtigste Differenzierungskriterium zwischen den Internetnutzerinnen und -nutzern und den Personen, die das Internet nicht oder sehr selten nutzen. Diesem Umstand muss bei der Untersuchung der anderen soziodemografischen Merkmale in ihrer Gesamtheit Rechnung getragen werden.

Das **Geschlecht** ist in Bezug auf die Internetnutzung ebenfalls ein bedeutender Faktor: 84% der Männer nutzen das Internet, gegenüber 72% der Frauen. Der **Bildungsstand** ist das dritte Differenzierungskriterium¹¹. Während 94% der Personen mit einer tertiären Ausbildung (Hochschulen) zu den Internetnutzerinnen und -nutzern gehören, gilt dies nur für 33% der Personen ohne nachobligatorische Ausbildung. Unter diesem Gesichtspunkt besteht somit nach wie vor ein sehr ausgeprägter digitaler Graben.

Aus der Einschätzung des **Lebensstandards** ihres Haushalts durch die befragte Person geht hervor, dass die wirtschaftlichen Voraussetzungen bei der Frage, ob eine Person zu den Internetnutzerinnen und -nutzern gehört oder nicht, eine Rolle spielen können. Während 84% der Personen, die in finanzieller Hinsicht gemäss eigener Einschätzung ein angenehmes Leben führen, dazu zählen, beträgt der entsprechende Anteil bei den Personen, die gemäss ihren Angaben finanziell gerade so über die Runden kommen, 68% und bei den Personen, die ihre finanziellen Verhältnisse als schwierig oder sehr schwierig einstufen, 64%. Dieser verhältnismässig hohe Anteil verdeutlicht den Umstand, dass das Internet im Alltag zunehmend unverzichtbar wird. Denn knapp zwei Drittel der Personen, die in eher angespannten oder sogar schwierigen wirtschaftlichen Verhältnissen leben, nutzen das Internet und tragen folglich auch die damit verbundenen Kosten.

Die hinsichtlich des Internetzugangs der Haushalte festgestellten Unterschiede finden sich auf **regionaler** Ebene wieder. In der Westschweiz (77%) und der Deutschschweiz (78%) ist der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer

praktisch gleich gross. Die italienische Schweiz (68%) befindet sich auch diesbezüglich im Rückstand, jedoch nur bei den älteren Personen (unter den 15- bis 29-Jährigen liegt der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer in der italienischen Schweiz bei 96%).

Eine Analyse nach dem **Urbanisierungsgrad**¹² der Wohngemeinde zeigt, dass der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer in wenig bevölkerten Regionen tiefer ist. Der Unterschied ist indessen gering, und aus einer Untersuchung nach der Grösse der Agglomerationen ist ersichtlich, dass die ländlichen Gemeinden auf dem Niveau des schweizerischen Durchschnitts liegen (siehe Tabelle B im Anhang). In den städtischen Zentren wird das Internet zwar etwas intensiver genutzt als in den kleinen und mittelgrossen Agglomerationen, doch es besteht in der Schweiz kein digitaler Graben zwischen Stadt und Land.

Eine detaillierte Untersuchung der **Entwicklung seit 2004** (siehe Grafik G6) liefert die Bestätigung dafür, dass sich **die Unterschiede zwischen den Internetnutzerinnen und -nutzern und den Personen, die das Internet nicht nutzen, kontinuierlich verringern**.

Die Zuwachsraten des Anteils der Internetnutzerinnen und -nutzer an der Gesamtbevölkerung bringen klar den **Aufholeffekt** im Zeitraum 2004 bis 2010 zum Ausdruck. Bei den Frauen, den höheren Altersklassen und den Personen mit einem verhältnismässig tieferen Bildungsstand sowie in der Westschweiz und in der italienischen Schweiz sind höhere Zuwachsraten zu verzeichnen.

Die zunehmende Verringerung des digitalen Grabens lässt sich veranschaulichen, indem die wichtigsten soziodemografischen Merkmale mit dem Alter der Internetnutzerinnen und -nutzer kombiniert werden (siehe Grafik G7).

Im Jahr 2010 gehörten beinahe 100% der 15- bis 29-Jährigen unabhängig vom Geschlecht, vom Bildungsstand¹³ und vom Lebensstandard ihres Haushalts zu den Internetnutzerinnen und -nutzern. Bei den jungen Generationen ist der digitale Graben somit so gut wie verschwunden.

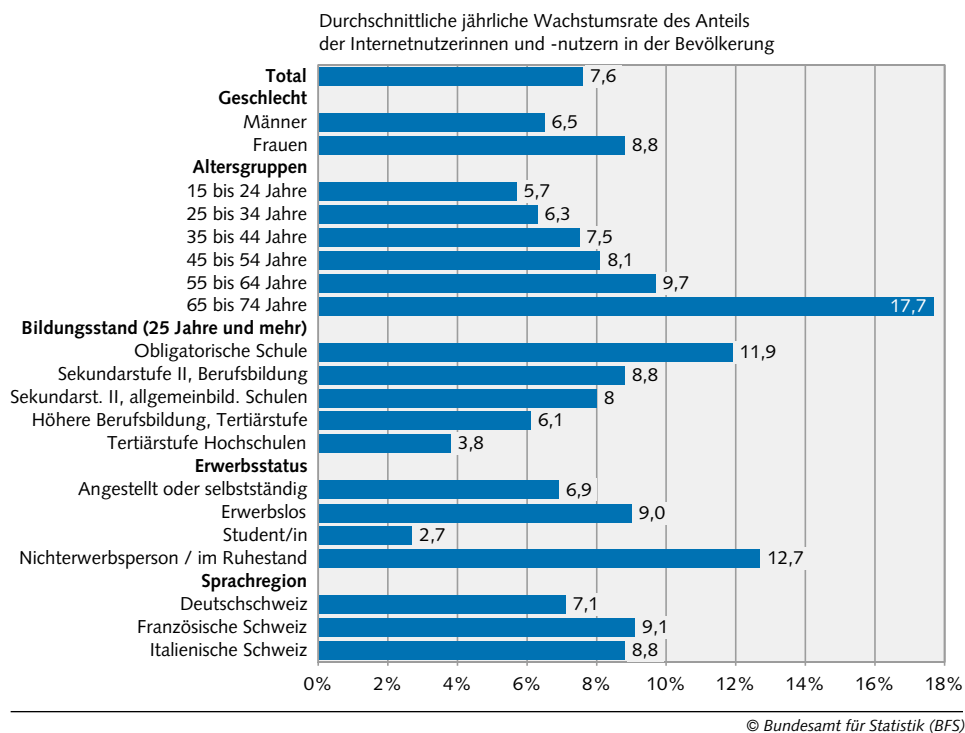
¹¹ Bei diesem Kriterium werden nur Personen ab 25 Jahren berücksichtigt, da sich ein grosser Anteil der Personen unter 25 Jahren noch in der Ausbildung befindet.

¹² Charakterisierung der Ortschaften nach ihrer Bevölkerungsdichte und nach der Dichte der zusammenhängenden Ortschaften, siehe Definitionen.

¹³ Angesichts der geringen Zahl der Fälle wurden diesmal alle Personen im Alter von 15 bis 29 Jahren berücksichtigt.

Internetnutzerinnen und -nutzer: Entwicklung 2004–2010

G 6

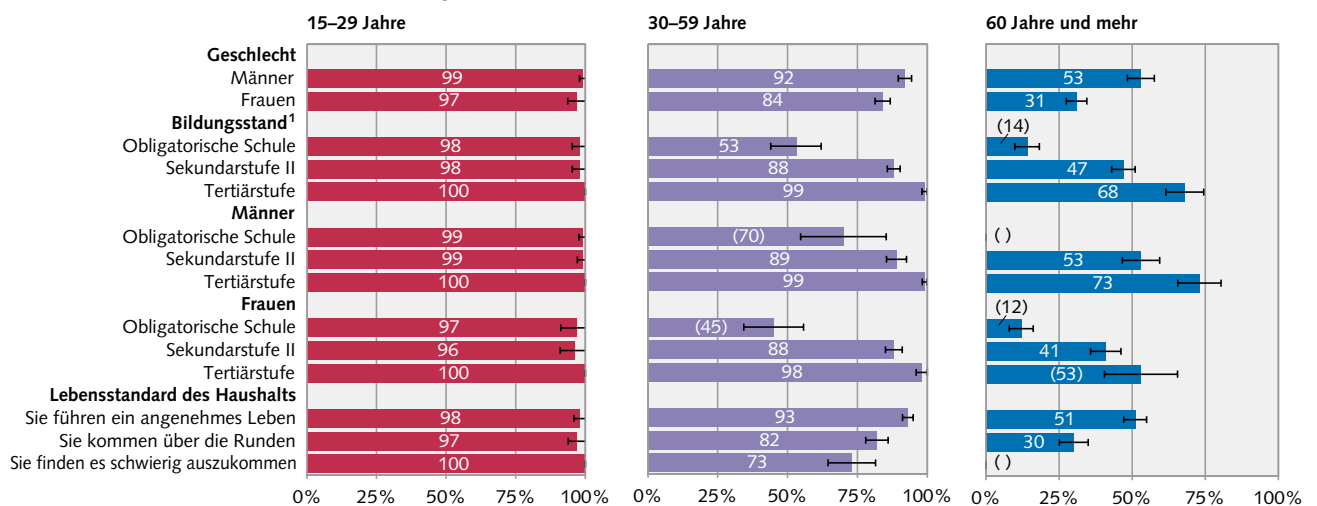


Soziodemografische Merkmale der Internetnutzerinnen und -nutzer nach Alter, 2010

G 7

Internetnutzerinnen und -nutzer in % der Bevölkerung

Konfidenzintervall 95 %

¹ Die Bevölkerung unter 25 Jahren ist inbegriffen, andernfalls würde die Anzahl Fälle nicht ausreichen, um die Ergebnisse zu veröffentlichen

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch (VK ≥ 30 %)

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient (10 % < VK < 30 %)

© Bundesamt für Statistik (BFS)

2.2 Nichtnutzung des Internets

In der Schweiz wird das Internet von 22% der Bevölkerung, d. h. von rund 1,4 Millionen Personen, nicht genutzt. Ihre Merkmale entsprechen logischerweise dem umgekehrten Bild der Merkmale der Internetnutzerinnen und -nutzer. Bei den Personen, die das Internet nicht nutzen, handelt es sich überwiegend um ältere Personen (67% der Personen über 65 Jahre gehören nicht zu den Internetnutzerinnen und -nutzern, während der entsprechende Anteil bei den Personen unter 65 Jahren lediglich 11% beträgt) und um Frauen (28% der Frauen nutzen das Internet nicht, gegenüber 16% der Männer).

Wie die Tabelle T7 zeigt, sind ein **nicht vorhandener Bedarf und fehlendes Interesse** die Hauptgründe für die Nichtnutzung des Internets. 13% der Bevölkerung (820'000 Personen) gaben an, das Internet nicht zu benötigen. Dies entspricht einem Anteil von 58% der Personen, die das Internet nicht nutzen. **Die ausdrückliche Absicht**, das Internet nicht zu nutzen, wurde von einem Drittel der Personen, die das Internet nicht nutzen, genannt. Zusammengefasst umfassen diese beiden Gründe über drei Viertel der Personen, die das Internet nicht nutzen, d. h. 1,1 Millionen Personen. Werden diese Personen abgezogen, verbleiben nur noch 5% der Bevölkerung, d. h. rund 300'000 Personen, bei denen gemäss ihren Angaben andere Gründe für die Nichtnutzung des Internets bestehen. Wie beim Internetzugang

der Haushalte liegt der Sättigungsgrad auch beim **Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer** an der Gesamtbevölkerung **nahe des Maximums**.

Was die **übrigen angeführten Gründe** anbelangt, sind **mangelnde Kenntnisse** der wichtigste Grund für die **Nichtnutzung** des Internets. Das Internet wird von 15% der Personen, die das Internet nicht nutzen, als zu kompliziert beurteilt (22% der Personen unter 65 Jahren). **Mangelndes Vertrauen** und **zu hohe Kosten** wurden nur selten als Gründe angeführt. Schliesslich nannten 4% der Personen, die das Internet nicht nutzen, spontan **mangelndes Vertrauen** in die Sicherheit des Internets.

Unter Berücksichtigung der oben aufgeführten Gründe (mangelnde Kenntnisse, hohe Komplexität) und angesichts der Tatsache, dass gewisse Dienstleistungen nur noch online zur Verfügung stehen, stellt sich die interessante Frage, ob sich die **potenziell vom Internet ausgeschlossenen Personen von anderen helfen lassen**, und falls ja, in welchem Ausmass dies erfolgt. Auf die Frage «*Haben Sie in den letzten drei Monaten jemanden gebeten, im Internet etwas für Sie zu erledigen?*» haben 6% der Befragten mit Ja geantwortet. Diese «**Stellvertreter-Internetnutzung**» gilt für einen Viertel der Personen, die das Internet nicht nutzen, d. h. für rund 400'000 Personen. Auf diese Weise gehört eine grosse Zahl der Personen, die das Internet nicht nutzen, auf indirektem Weg trotzdem zu den Internetnutzerinnen und -nutzern oder Kundinnen und Kunden von Online-Diensten.

T 7 Gründe für die Nichtnutzung des Internets, 2010

Personen, die das Internet nicht nutzen: haben das Internet nie oder seit mehr als einem Jahr nicht genutzt

	In % der Gesamtbevölkerung	In % der Personen, die das Internet nicht nutzen				
		Gesamt	Männer	Frauen	Unter 65 Jahren	65 Jahre und mehr
Hat keinen Internetzugang	(2)	(10)	(9)	(10)	(7)	(12)
Will das Internet nicht nutzen	7	33	37	31	30	35
Hat keinen Bedarf, kein Interesse	13	58	59	58	56	60
Zu hohe Kosten	(1)	(3)	()	()	()	()
Kein Vertrauen, Risiken für die Privatsphäre	(1)	(4)	()	()	()	()
Zu kompliziert, mangelnde Kenntnisse	(3)	(15)	(12)	(17)	(22)	(11)
Probleme beim Lesen oder Schreiben	(1)	(7)	(7)	(6)	()	(9)
Andere Gründe	(2)	(9)	(9)	(10)	(16)	(5)

Hinweis: mehrere Antworten möglich

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch ($VK \geq 30\%$)

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient ($10\% < VK < 30\%$)

Quelle: BFS

2.3 Nutzungshäufigkeit und Nutzungsdauer

Eine grosse Mehrheit der Bevölkerung nutzt heutzutage das Internet, das mittlerweile für eine Vielzahl von Tätigkeiten unabdingbar ist.

Nachdem beschrieben wurde, wie sich die Internetnutzerinnen und -nutzer zusammensetzen, geht es nun um die Frage, wie diese Personen das Internet nutzen. In diesem Kapitel wird die **individuelle Internetnutzung im Allgemeinen** erörtert, **unabhängig vom** privaten oder beruflichen **Zweck und vom Nutzungsort**.

Einer Analyse der **Nutzungshäufigkeit** (siehe Tabelle T8) ist zu entnehmen, dass im ersten Quartal 2010 insgesamt 74% der Internetnutzerinnen und -nutzer, d. h. **3,8 Millionen Personen, täglich oder beinahe täglich** das Internet genutzt haben. Eine Million Personen nutzten das Internet mindestens einmal wöchentlich (20% der Internetnutzerinnen und -nutzer).

Die **Nutzungshäufigkeit** ist bei **jungen Personen**, bei Personen mit einem **hohen Bildungsstand** und bei **Männern höher**: Über 80% der Internetnutzerinnen und -nutzer unter 30 Jahren und jener mit einer tertiären Ausbildung nutzen das Internet täglich.

Aus der Tabelle T9 ist ersichtlich, dass im Jahr 2010 bei einer **Mehrheit** der Internetnutzerinnen und -nutzer (58%), d. h. bei 3 Millionen Personen, die **wöchentliche**

Nutzungsdauer unter sechs Stunden lag. Ein Fünftel der Internetnutzerinnen und -nutzer verbrachte nach eigener Einschätzung sechs bis zehn Stunden pro Woche im Internet, und bei einem weiteren Fünftel waren es mehr als 10 Stunden.

Die wöchentliche Dauer der Internetnutzung ist sehr unterschiedlich und abhängig von **Geschlecht, Alter** und **Bildungsstand**. Knapp die Hälfte der Männer gab an, das Internet mehr als sechs Stunden pro Woche zu nutzen, während der entsprechende Anteil bei den Frauen bei einem Drittel lag.

Die Mehrheit der Internetnutzerinnen und -nutzer unter 35 Jahren und jener mit einer tertiären Ausbildung ist mindestens sechs Stunden pro Woche online. Bei der Beurteilung dieser Unterschiede muss der Situation von Männern und Frauen in der Berufswelt Rechnung getragen werden. Von den Männern ist ein grösserer Anteil berufstätig und sie sind häufiger vollzeitangestellt als Frauen. Damit lassen sich die Unterschiede zwischen den Männern und den Frauen in Bezug auf die Dauer der Internetnutzung zumindest teilweise erklären.

Aus dem **Vergleich mit dem Jahr 2004** geht hervor, dass die Dauer der Internetnutzung **deutlich angestiegen** ist (siehe Tabelle T9 und Grafik G8). Die Anzahl Internetnutzerinnen und -nutzer, die am wenigsten lang online sind, ist gesunken, während gleichzeitig die Zahl jener, die das Internet sechs bis zehn Stunden pro Woche

T 8 Nutzungshäufigkeit des Internets, 2010

In % der Internetnutzerinnen und -nutzer

	Jeden oder fast jeden Tag	Mindestens einmal pro Woche	Weniger als einmal pro Woche
Total	74	20	(6)
Geschlecht			
Männer	78	18	(4)
Frauen	69	24	(7)
Alter			
15–29 Jahre	81	17	(2)
30–39 Jahre	76	19	(5)
40–49 Jahre	72	24	(4)
50–59 Jahre	70	22	(8)
60–69 Jahre	65	23	(12)
70 Jahre und mehr	56	34	(10)
Bildungsstand (ab 25 Jahren)			
Obligatorische Schule	45	39	(16)
Sekundarstufe II	68	25	(7)
Tertiärstufe	85	11	(4)

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient ($10\% < VK < 30\%$)

Quelle: BFS

T9 Wöchentliche Nutzungsdauer, 2004 und 2010

In % der Internetnutzerinnen und -nutzer

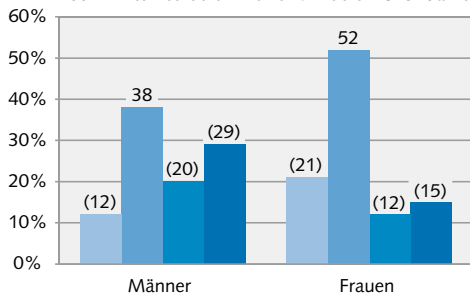
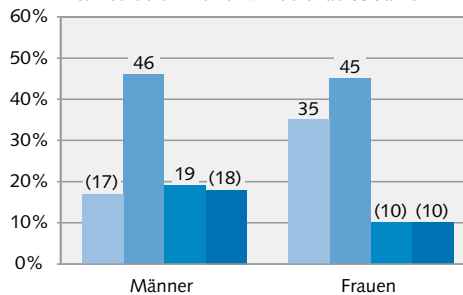
	Weniger als 1 Stunde	1 bis 5 Stunden	6 bis 10 Stunden	11 bis 15 Stunden	Über 15 Stunden
Total 2004	22	45	16	(6)	11
Total 2010	14	44	21	(7)	15
<i>Männer 2004</i>	15	43	19	(8)	(14)
<i>Männer 2010</i>	10	42	23	(8)	18
<i>Frauen 2004</i>	29	48	(11)	(5)	(7)
<i>Frauen 2010</i>	18	47	18	(5)	12
<i>15–34 Jahre 2004</i>	(17)	45	(16)	(9)	(14)
<i>15–34 Jahre 2010</i>	(7)	39	26	(9)	20
<i>35 Jahre und mehr 2004</i>	25	45	15	(5)	(9)
<i>35 Jahre und mehr 2010</i>	18	47	18	(5)	13
<i>Obligatorische Schule 2004</i>	(25)	(44)	(17)	(5)	(9)
<i>Obligatorische Schule 2010</i>	(13)	42	(21)	(11)	(13)
<i>Sekundarstufe II 2004</i>	24	47	15	(5)	(10)
<i>Sekundarstufe II 2010</i>	17	47	19	(5)	13
<i>Tertiärstufe 2004</i>	(16)	43	(16)	(10)	(15)
<i>Tertiärstufe 2010</i>	(9)	38	24	(7)	22

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient (10% < VK < 30%)

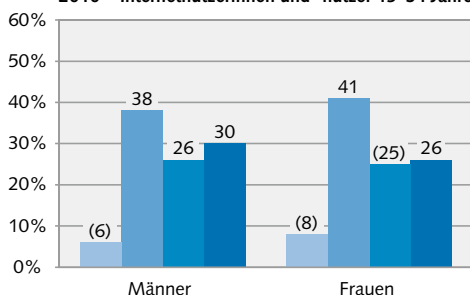
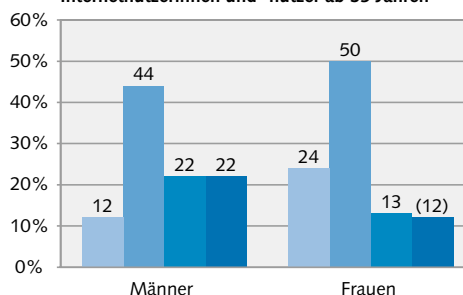
Quelle: BFS

Wöchentliche Nutzungsdauer, 2004 und 2010 nach Alter und Geschlecht**G 8**

Anteil der Männer oder der Frauen in jeder Altersgruppe

2004 – Internetnutzerinnen und -nutzer 15–34 Jahre**2004 – Internetnutzerinnen und -nutzer ab 35 Jahren**

Weniger als 1 Stunde
1 bis 5 Stunden
6 bis 10 Stunden
Über 10 Stunden

2010 – Internetnutzerinnen und -nutzer 15–34 Jahre**2010 – Internetnutzerinnen und -nutzer ab 35 Jahren**

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient (10 % < VK < 30 %)

© Bundesamt für Statistik (BFS)

nutzen, gestiegen ist. Ausserdem sind mehr Personen über 15 Stunden pro Woche online. Diese Entwicklung ist bei den Frauen ausgeprägter, was auf einen Aufholeffekt hindeutet. Auch bei den Internetnutzerinnen und -nutzern unter 35 Jahren und bei jenen mit einer tertiären Ausbildung war die Zunahme grösser. Dies verdeutlicht, dass zwischen den Internetnutzerinnen und -nutzern Unterschiede bestehen, die auf das Alter sowie die Ausbildung zurückzuführen sind.

Im Jahr 2004 bestanden in Bezug auf die **Profile der Nutzungsdauer** (siehe Grafik G8) recht grosse Unterschiede zwischen Männern und Frauen. Dies galt sowohl für die unter 35-jährigen als auch für die älteren Internetnutzerinnen und -nutzer. Im Jahr 2010 entsprachen die Profile der Internetnutzerinnen und -nutzer über 35 Jahre weitgehend jenen des Jahres 2004, wobei eine Verschiebung zu einer längeren Nutzungsdauer zu verzeichnen war. Es besteht nach wie vor ein deutlicher Unterschied zwischen Männern und Frauen. Bei den Internetnutzerinnen und -nutzern unter 35 Jahren dagegen ist abgesehen von einem beträchtlichen Anstieg der Nutzungsdauer vor allem auch die **Angleichung der Profile der Männer und Frauen** bemerkenswert.

Wenn die **Nutzungshäufigkeit** und die **Nutzungsdauer** gleichzeitig berücksichtigt werden, lassen sich entsprechend der **Nutzungsintensität** drei Gruppen unterscheiden: **Personen mit intensiver Internetnutzung**, die das Internet täglich oder mindestens sechs Stunden pro Woche nutzen. Ihr Anteil an der Gesamtzahl der Internetnutzerinnen und -nutzer beträgt 42%.

Personen mit durchschnittlicher Internetnutzung, die das Internet ebenfalls täglich, aber weniger als sechs Stunden pro Woche nutzen. Ihr Anteil beträgt 33%.

Personen mit mässiger Internetnutzung, die das Internet weniger häufig und weniger als sechs Stunden pro Woche nutzen (25%).

Aus den soziodemografischen Merkmalen der Personen mit intensiver Internetnutzung ist ersichtlich, dass das **Alter weiterhin das wichtigste Differenzierungskriterium ist**, nicht nur hinsichtlich der Frage, ob das Internet genutzt wird oder nicht, sondern auch in Bezug auf die **Art der Internetnutzung**, d. h. betreffend Nutzungshäufigkeit und Nutzungsdauer (siehe Grafik G9 und Tabelle B im Anhang).

Über die Hälfte (52%) der Internetnutzerinnen und -nutzer mit einer **tertiären Ausbildung** gehört zu der Kategorie der Personen mit intensiver Internetnutzung, während lediglich 33% jener mit einer Ausbildung der Sekundarstufe II zu dieser Kategorie gehören. Der grösste Unterschied zeigt sich in Bezug auf den ausgeübten

Beruf: 58% der Internetnutzerinnen und -nutzer, die eine Führungstätigkeit, einen freien Beruf oder eine wissenschaftliche Tätigkeit ausüben, gehören zu den Personen mit intensiver Internetnutzung, während der entsprechende Anteil bei jenen ohne berufliche Qualifikation sowie bei den Arbeiterinnen und Arbeitern weniger als ein Drittel beträgt. Auch auf **geografischer Ebene** bestehen signifikante Unterschiede. In der Grossregion Zürich beträgt der Anteil der **Personen mit intensiver Internetnutzung** 50% und liegt damit deutlich über dem entsprechenden Anteil von 39%, der beispielsweise in der Ostschweiz und im Tessin verzeichnet wurde.

2.4 Mobile Internetnutzung

Im ersten Quartal 2010 nutzten rund **2,2 Millionen Personen**, d. h. ein Drittel der Bevölkerung ab 15 Jahren, das Internet über ein **mobiles Gerät**, entweder zusammen mit einem Desktop-Computer oder ohne Kombination mit einem Festnetzgerät. Dieses Ergebnis zeigt, dass das Internet immer mobiler wird.

Von diesen Nutzerinnen und Nutzern von mobilen Geräten setzen **79% ein Laptop ein**, zusammen mit einem anderen Gerät oder ohne. **56% verwenden ein Mobiltelefon** und 13% ein anderes mobiles Gerät (Palm, Konsole, Tablet-PC usw.). Die **kombinierte Nutzung** von mehreren mobilen Geräten ist sehr verbreitet: 46% der Personen, die ein Laptop benutzen, surfen auch mit einem Mobiltelefon, während zwei Drittel der Benutzerinnen und Benutzer von Mobiltelefonen das Internet auch mit einem Laptop nutzen.

Auf der Basis einer Kombination der **mobilen Internetnutzung** (ausserhalb des privaten Heims bzw. des Arbeitsplatzes) mit den verwendeten **Gerätetypen** können die folgenden **drei sehr unterschiedlichen Gruppen von Internetnutzerinnen und -nutzern** definiert werden.

1. Die «**mobilen Internetnutzerinnen und -nutzer**», die das **Mobiltelefon** verwenden, um ins Internet zu gelangen, zusammen mit einem anderen mobilen Gerät oder ohne. Diese Gruppe umfasst 24% der Internetnutzerinnen und -nutzer, d. h. 1,2 Millionen Personen.
2. Die zweite Gruppe setzt sich aus den Internetnutzerinnen und -nutzern zusammen, die mithilfe eines **Laptops** als mobiles Gerät im Internet surfen (19% der Internetnutzerinnen und -nutzer).
3. Die dritte Gruppe schliesslich besteht aus den nicht mobilen Internetnutzerinnen und -nutzern, die das

Internet **ausschliesslich** über einen **Desktop-Computer** nutzen (57% der Internetnutzerinnen und -nutzer). Diese letzte Kategorie bildet auch die Mehrheit der Personen mit regelmässiger Internetnutzung.

Aus der Untersuchung der **soziodemografischen Merkmale der «mobilen» Internetnutzerinnen und -nutzer** (siehe Grafik G9 und Tabelle B im Anhang) geht **eine deutliche Differenzierung nach dem Geschlecht** hervor, die für alle Altersklassen, einschliesslich der Personen unter 30 Jahren, gilt. Was die Mobilität der Internetnutzerinnen und -nutzer angeht, sind der **Bildungsstand** und der **Lebensstandard des Haushalts** eindeutig von Bedeutung. In geografischer Hinsicht liegt die Grossregion Zürich mit 31% mobilen Internetnutzerinnen und -nutzern erneut an der Spitze, gefolgt von der Genferseeregion mit einem Anteil von 26%, die damit leicht über dem schweizerischen Durchschnitt von 24% liegt.

Aus den soziodemografischen Merkmalen der Personen mit der **mobilsten und intensivsten** Internetnutzung (siehe Grafik G9) ist ein ähnliches Profil ersichtlich wie jenes der Internetnutzerinnen und -nutzer im Allgemeinen, wobei die Unterschiede deutlich ausgeprägter sind. So besteht **unter den** Internetnutzerinnen und -nutzern **selbst ein neuer digitaler Graben**, der mit der Art der Internetnutzung zusammenhängt und nicht mehr mit dem Internetzugang oder damit, ob das Internet überhaupt genutzt wird oder nicht.

2.5 Online-Aktivitäten

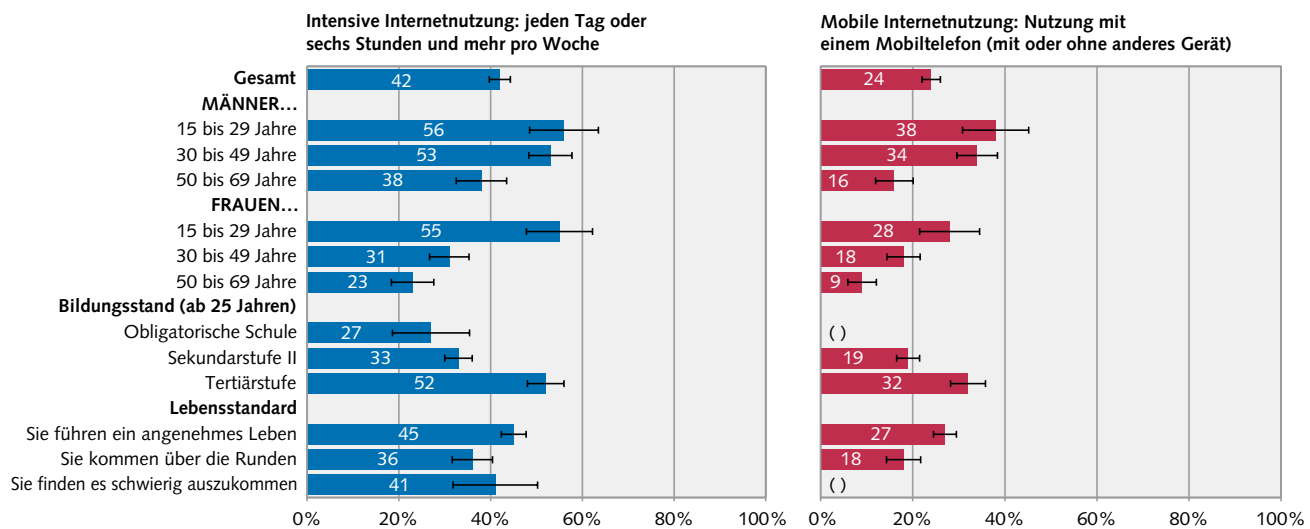
Aus den vorhergehenden Kapiteln geht hervor, dass **nicht alle Internetnutzerinnen und -nutzer das Internet auf dieselbe Weise nutzen**. Diese sozioökonomische Differenzierung bei der Internetnutzung zeigt sich auch auf der Ebene der **privaten Online-Aktivitäten**. Aufgrund seiner generischen und bereichsübergreifenden Technologie spielt das Internet heutzutage in zahlreichen Bereichen des täglichen Lebens eine wichtige Rolle. Durch die allgemeine Verbreitung des Internets werden die **Kommunikation, die Informationssuche, der Konsum**, der Erwerb von **Kenntnissen, die Kultur und Unterhaltung** und die Beziehungen mit der öffentlichen **Verwaltung** kontinuierlich tiefgreifend verändert. Die grosse Zahl der betroffenen Bereiche ist der Grund dafür, dass das Internet mittlerweile für eine Mehrheit der Bevölkerung praktisch unentbehrlich ist.

Ziel dieses Kapitels ist es, die Entwicklung der Nachfrage nach Online-Diensten aufzuzeigen. Die Untersuchung beruht auf dem Anteil der Bevölkerung, der Online-Dienste nutzt, und auf den soziodemografischen Merkmalen der Internetnutzerinnen und -nutzer. Zu diesem Zweck wurden im Fragebogen der Omnibus IKT 2010 insgesamt **25 Tätigkeiten** thematisiert. Dabei handelt es sich um Tätigkeiten, die im ersten Quartal 2010 unabhängig vom Nutzungsort **zu privaten Zwecken** ausgeübt wurden.

Profil der Internetnutzerinnen und -nutzer nach Nutzungsintensität und Mobilität, 2010

G 9

In % der Internetnutzerinnen und -nutzer

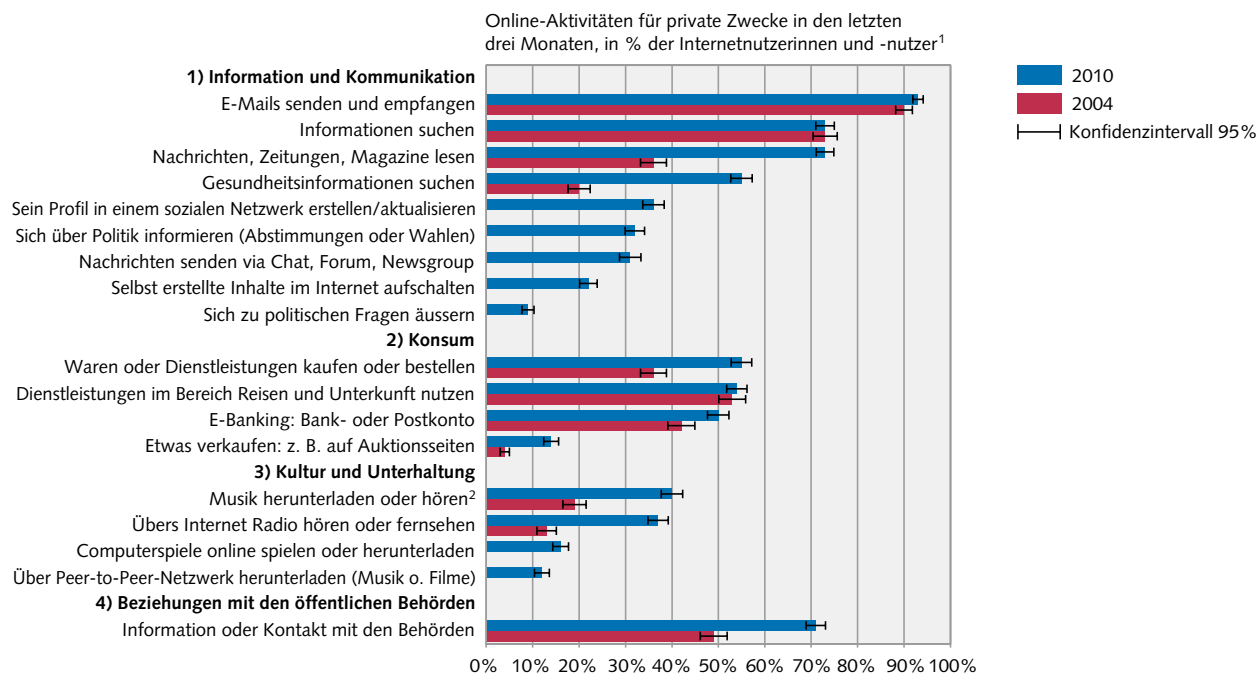


() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch (VK $\geq$ 30 %)

© Bundesamt für Statistik (BFS)

Online-Aktivitäten für private Zwecke in den letzten drei Monaten

G 10



¹ Internetnutzung während der letzten drei Monate im Jahr 2010 und während des letzten Monats im Jahr 2004

² Im Jahr 2004, Musik und Spiele zusammengefasst

© Bundesamt für Statistik (BFS)

Die Analyse ist auf **einige der Tätigkeiten fokussiert, die im Rahmen der Befragung untersucht wurden**. In der Tabelle C im Anhang sind die Ergebnisse aller Tätigkeiten enthalten, kombiniert mit den soziodemografischen Merkmalen der Internetnutzerinnen und -nutzer. Es ist darauf hinzuweisen, dass der Vergleich mit 2004 heikel ist, da sich die Frage damals auf einen anderen Betrachtungszeitraum und eine geringere Zahl von Tätigkeiten bezog¹⁴.

Die Grafik G10 zeigt den Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die in den Jahren 2010 und 2004 (sofern Daten verfügbar sind) verschiedene Online-Dienste nutzten, wobei diese nach verschiedenen Funktionen zusammengefasst wurden:

1. Information und Kommunikation;
2. Konsum;
3. Kultur und Unterhaltung;
4. Beziehungen mit der öffentlichen Verwaltung.

2.5.1 Information und Kommunikation

E-Mails erfüllen seit dem Aufkommen des Internets Anfang der 1990er-Jahre eine «**Kommunikationsfunktion**» und sind auch im Jahr 2010 der wichtigste Grund für die Internetnutzung. 93% der Internetnutzerinnen und -nutzer haben E-Mails versandt, wobei der entsprechende Anteil schon im Jahr 2004 90% betrug. Im Jahr 2010 bestand **nach dem Geschlecht überhaupt kein und nach dem Alter nur ein sehr geringer Unterschied** (siehe Tabelle C im Anhang). Es ist jedoch festzuhalten, dass der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die per E-Mail kommunizieren, im Jahr 2010 bei den 25- bis 34-Jährigen (97%) höher war als bei den Personen unter 25 Jahren (93%). Dies scheint darauf hinzudeuten, dass bei den jüngeren Personen das Senden und Empfangen von E-Mails durch andere Kommunikationskanäle verdrängt wird, beispielsweise durch soziale Netzwerke oder SMS. Doch die Tatsache, dass von 98% der «mobilen» Internetnutzerinnen und -nutzer – von denen in der Regel die modernste Technologie benutzt wird – E-Mails versandt und empfangen wurden, zeigt, dass die Vorherrschaft der E-Mails nicht ernsthaft bedroht ist.

Die Suche nach Informationen über Waren und Dienstleistungen gehört ebenfalls zu den zentralen

¹⁴ Im Jahr 2004 entsprach der Betrachtungszeitraum einem Monat. Da jedoch im Jahr 2010 die überwiegende Mehrheit der Internetnutzerinnen und -nutzer das Internet täglich oder zumindest einmal wöchentlich nutzte, ist die Verzerrung diesbezüglich begrenzt, womit der Vergleich nicht beeinträchtigt wird.

Funktionen des Internets. Wie schon im Jahr 2004 gaben auch im Jahr 2010 73 % der Internetnutzerinnen und -nutzer diesen Zweck der Internetnutzung an. Wie bei der grossen Mehrheit der Online-Aktivitäten ist der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die diesen Zweck der Internetnutzung als bedeutend einstufen, umso höher, **je höher ihr Bildungsstand ist**: Bei den Internetnutzerinnen und -nutzern mit einer tertiären Ausbildung beträgt der entsprechende Anteil 84 %, gegenüber 57 % bei jenen ohne nachobligatorische Ausbildung.

Das Lesen von Nachrichten auf den Internetseiten von Zeitungen oder anderen Medien gehört zu den Bereichen, bei denen seit 2004 die höchsten Zuwachsraten zu verzeichnen waren (von 36 % auf 73 %). Die Entwicklung der Breitbandanschlüsse gab den traditionellen Medien die Möglichkeit, ihr Angebot an Inhalten im Internet beträchtlich auszubauen. Im Jahr 2010 informierten sich 3,7 Millionen Personen im Internet, während es im Jahr 2004 nur rund eine Million Personen waren. Während sich die Zahl der Internetnutzerinnen und -nutzer verdoppelt hat, stieg die Zahl der Personen, die Nachrichten im Internet lesen, beinahe um das Vierfache. Dies veranschaulicht auf eindrückliche Weise die Rolle der digitalen Revolution im Zusammenhang mit der gegenwärtigen Krise im Bereich der Printmedien. Das Lesen von Nachrichten im Internet hängt vom **Geschlecht** – höherer Anteil bei den Männern – und in hohem Masse vom **Bildungsstand** ab (siehe Tabelle C im Anhang).

Eine Mehrheit der Internetnutzerinnen und -nutzer **sucht nach Informationen in den Bereichen Gesundheit und Lebensmittel**. Der entsprechende Anteil hat sich seit 2004 mehr als verdoppelt, von 20 % auf 55 %. Die Suche nach Informationen dieser Art **hängt stark vom Geschlecht ab**. Sie wird von 62 % der Frauen und von 48 % der Männer betrieben. Ausserdem suchen mehrheitlich Personen über 25 Jahre nach solchen Informationen. Im Gegensatz zu den meisten Online-Aktivitäten sind bei der Informationssuche im Gesundheitsbereich keine signifikanten Unterschiede nach dem Bildungsstand und dem Lebensstandard der Haushalte zu verzeichnen.

Die **sozialen Netzwerke** sind eines der wesentlichen Elemente dessen, was gemeinhin als «Web 2.0» bezeichnet wird. **Das eigene Profil in einem sozialen Netzwerk anlegen und aktualisieren** wurde im Jahr 2010 (erstes Quartal) von 36 % der Internetnutzerinnen und -nutzer genannt, **chatten oder Nachrichten** auf der Plattform eines sozialen Netzwerks, eines Blogs oder eines Forums **hinterlassen**, von 31 %. Diese Tätigkeiten, die zu den neuesten Entwicklungen im Internet gehören, hängen sehr **stark vom Alter ab**: 70 % bis 80 % der 15- bis

24-jährigen Internetnutzerinnen und -nutzer gaben diese Aktivitäten an; ab der Altersgruppe der 35- bis 44-jährigen geht der entsprechende Anteil auf etwa ein Viertel zurück. Werden alle Internetnutzerinnen und -nutzer berücksichtigt, bestehen **in Bezug auf das Geschlecht nur geringe Unterschiede**. Bei genauerer Betrachtung ist festzustellen, dass die jungen Frauen die Männer in sehr geringem Masse übertreffen: 73 % der 15- bis 29-jährigen Frauen hinterlassen Nachrichten in einem sozialen Netzwerk, gegenüber 71 % der Männer. Die aktive Beteiligung in sozialen Netzwerken geht mit einer hohen Mobilität und – wenig überraschend – mit einer hohen Intensität der Internetnutzung einher (siehe Tabelle C im Anhang). So gehören rund 50 % der Personen mit intensiver Internetnutzung (über sechs Stunden pro Woche) zu den Benutzerinnen und Benutzern von sozialen Netzwerken. Unter diesen Personen mit intensiver Internetnutzung sind die Frauen stärker vertreten: 53 % der Frauen nutzen ein soziales Netzwerk, gegenüber 48 % der Männer. Es besteht auch ein deutlicher Unterschied zwischen den «mobilen» (von denen 57 % über ein Profil in einem sozialen Netzwerk verfügen) und den nicht mobilen Internetnutzerinnen und -nutzern (25 %). Wie bei der Suche nach Informationen im Gesundheitsbereich liegen die Anteile der Internetnutzerinnen und -nutzer, die Tätigkeiten im Zusammenhang mit **sozialen Netzwerken** ausüben, unabhängig vom Bildungsstand, vom ausgeübten Beruf und vom Lebensstandard des Haushalts sehr nahe beieinander.

Das Aufschalten von selbst erstellten Inhalten auf Internetseiten oder Plattformen, um sie mit anderen Leuten zu teilen – Fotos, Texte oder Videos –, wurde von 22 % der Internetnutzerinnen und -nutzer angegeben. Diese Aktivität, die eng mit den sozialen Netzwerken zusammenhängt, ist typisch für Personen mit intensiver Internetnutzung, die mobile Geräte benutzen. Sie wird hauptsächlich von Internetnutzerinnen und -nutzern unter 35 Jahren praktiziert, wobei nur geringe Unterschiede nach Geschlecht und Bildungsstand zu verzeichnen sind. Was das Aufschalten von Informationen im Web und das Teilen von Inhalten mit anderen Leuten betrifft, liegen die Frauen unter den Personen mit intensiver Internetnutzung mit einem Anteil von 37 % vor den Männern (33 %).

Mittlerweile ist allgemein anerkannt, dass das Internet bei der Bildung der öffentlichen Meinung und bei der Führung von politischen Diskussionen im Rahmen von Kampagnen eine wichtige Rolle spielen kann. 2010 gaben 32 % der Internetnutzerinnen und -nutzer, d. h. **1,6 Millionen** Personen, an, das Internet zu nutzen, um

sich in Bezug **auf politische Themen**, Abstimmungen oder Wahlen **zu informieren**. Diese Aktivität ist häufiger bei Männern als bei Frauen (38% gegenüber 25%) und vor allem bei Personen zu verzeichnen, die einen hohen Bildungsstand aufweisen und gemäss eigener Einschätzung in finanzieller Hinsicht ein angenehmes Leben führen (35%). Der Unterschied zwischen den Sprachregionen, 38% in der Deutschschweiz gegenüber 20% in der Westschweiz, muss unter Berücksichtigung der regionalen politischen Agenden im ersten Quartal 2010 interpretiert werden. In diesem Zeitraum fanden die kantonalen Wahlen in Bern und die Gemeindewahlen im Kanton Zürich statt, während in der Westschweiz keine bedeutenden politischen Themen behandelt wurden. Die Kenntnisnahme von aktuellen politischen Fragen ist eine Sache, eine andere ist die Beteiligung an der politischen Diskussion. Weniger als 10% der Internetnutzerinnen und -nutzer gaben an, **im Internet ihre Meinung zu politischen Themen** geäußert zu haben. Die Zahl der Personen, die sich im Internet über politische Themen informieren, ist zwar alles andere als vernachlässigbar, doch gleichzeitig sind wir noch weit entfernt von einer Internet-Agora als zentraler Ort der politischen Diskussion und der Meinungsbildung.

2.5.2 Konsum

Unter allen Tätigkeiten, die zur Funktion «**Konsum**» (oder E-Commerce) gehören, hat sich der **Kauf oder die Bestellung von Waren und Dienstleistungen** im Internet im Lauf der Zeit allgemein verbreitet. Im Jahr 2004 hatten 36% der Internetnutzerinnen und -nutzer im Monat vor der Befragung online irgendetwas gekauft oder bestellt, im ersten Quartal 2010 waren es 55%. Der E-Commerce wird in Kapitel 3 im Detail analysiert.

Das Internet kann auch eine Funktion als **Verkaufsplattform** erfüllen. Der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die Waren verkauft haben, liegt deutlich unter dem Anteil jener, die als Käufer aufgetreten sind. Im Jahr 2010 lag der erstere Anteil bei 14%, was im Vergleich mit 2004 (4%) einer sehr starken Zunahme entspricht. Diese Tätigkeit wird häufiger von Männern (18% gegenüber 10%) und von Internetnutzerinnen und -nutzern im Alter von 35 bis 44 Jahren (20%) ausgeübt. Hingegen sind keine signifikanten Unterschiede nach dem Lebensstandard des Haushalts zu verzeichnen.

Die Nutzung von E-Banking, mit anderen Worten der **Online-Zugriff auf das Bank- oder Postkonto**, um Zahlungen vorzunehmen oder einen Kontoauszug zu erhalten, wurde von der Hälfte der Internetnutzerinnen und

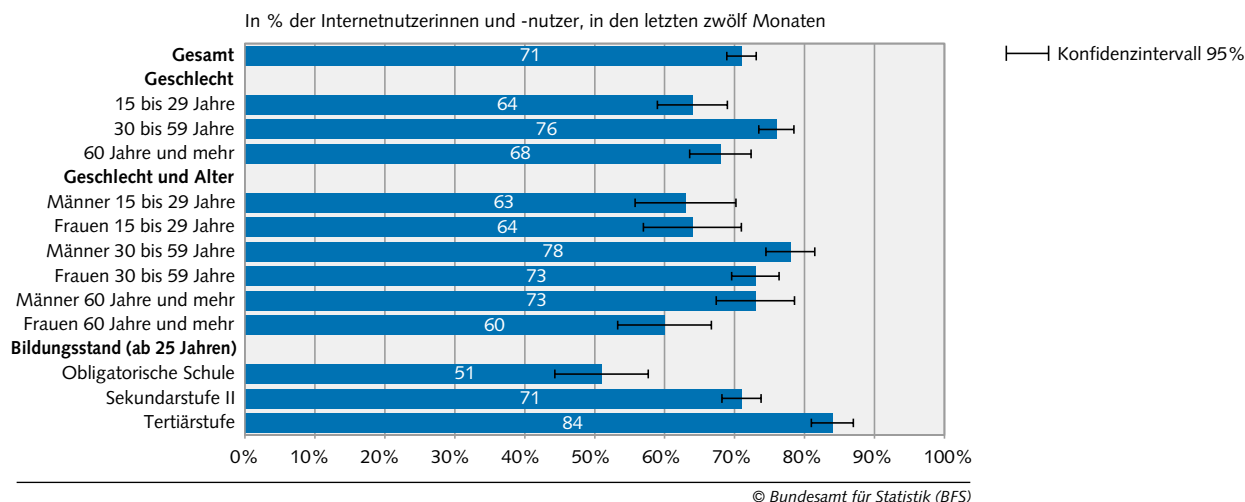
-nutzer genannt (50%). Im Jahr 2004 betrug dieser Anteil 42%. Der Umfang der Zunahme wird klar, wenn die **Zahl der Personen** berücksichtigt wird. Diese stieg im Zeitraum 2004 bis 2010 von 1,2 auf 2,6 Millionen Personen und hat sich damit **mehr als verdoppelt**. Das E-Banking wird häufiger von Männern und von Internetnutzerinnen und -nutzern mit höherer Bildung genutzt. Bei den Internetnutzerinnen und -nutzern zwischen 15 und 29 Jahren, die über eine tertiäre Ausbildung verfügen, beträgt dieser Anteil 87%. Bei den mobilen Internetnutzerinnen und -nutzern und den Personen mit intensiver Internetnutzung sind die Anteile der Benutzerinnen und Benutzer von E-Banking ebenfalls verhältnismässig hoch: 71% gegenüber lediglich 40% der nicht mobilen Internetnutzerinnen und -nutzer. Die Entwicklung geht klar in Richtung einer allgemeinen Verbreitung des E-Banking, das gegenwärtig von den höheren sozialen Schichten noch deutlich häufiger genutzt wird.

2.5.3 Kultur und Unterhaltung

Was die Tätigkeiten anbelangt, die in der Funktion «**Kultur und Unterhaltung**» zusammengefasst sind, gaben 44% der Internetnutzerinnen und -nutzer (d. h. 2,2 Millionen Personen) an, dass sie **Filme und Videos herunterladen oder ansehen** (siehe Tabelle C im Anhang). Tiefere Anteile wurden bei den Tätigkeiten **Musik herunterladen oder hören** (40%), **Radio hören** und **Fernsehen** im Internet (37%) verzeichnet. Bei diesen Tätigkeiten bestehen je nach Alter sehr grosse Unterschiede. Das Ansehen oder Herunterladen von Filmen und Videos wurde von 83% der 15- bis 24-Jährigen genannt. Bei den 25- bis 34-Jährigen lag der entsprechende Anteil unter 60%, und bei den höheren Alterskategorien wurden immer tiefere Werte erfasst.

Im Vergleich zu 2004 hat sich der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die gemäss ihren Angaben Musik heruntergeladen haben, mehr als verdoppelt (von 19% auf 40%). Dieses Ergebnis zeigt, dass hinsichtlich dieser Tätigkeit in den nächsten Jahren noch ein **grosses Wachstumspotenzial** besteht. Im Jahr 2010 wurde von 78% der 15- bis 24-jährigen Internetnutzerinnen und -nutzer online Musik konsumiert. Bei den 25- bis 34-Jährigen lag der entsprechende Anteil bei 50% und bei den Personen über 45 Jahren bei weniger als 30%. Der Online-Konsum von Musik hängt prinzipiell stark vom Geschlecht ab. Bei den Männern ist die Nachfrage nach Multimediainhalten in allen Altersgruppen grösser; dies gilt auch für den Musikbereich. Bei der Altersgruppe der 15- bis 29-Jährigen ist der Unterschied jedoch geringer.

Online-Beziehungen mit den öffentlichen Behörden zu privaten Zwecken, 2010 G 11



2.5.4 Beziehungen zu den Behörden

Die **elektronische Verwaltung** (oder E-Government) ist einer der prioritären Massnahmenbereiche der **Strategie des Bundesrates für die Informationsgesellschaft**. Im Jahr 2010 konnte dank der Omnibuserhebung eine Gesamtübersicht über die Nutzung der E-Government-Dienstleistungen für private Zwecke vorgelegt werden.

Unter Berücksichtigung aller Arten von Dienstleistungen (siehe Grafik G10) haben in den zwölf Monaten vor der Befragung 71% der Internetnutzerinnen und -nutzer, d. h. **3,6 Millionen Personen**, über das Internet **irgendeine Beziehung mit den Behörden** hergestellt. Im Jahr 2004 waren es 49%, d. h. 1,4 Millionen Personen, die Webseiten der öffentlichen Verwaltungen besucht haben. Das E-Government gehört zu den Online-Aktivitäten, bei denen in diesem Zeitraum die höchsten Zuwachsraten verzeichnet wurden.

Bei den Internetnutzerinnen und -nutzern, welche die E-Government-Dienstleistungen in Anspruch nehmen, handelt es sich in erster Linie um **Männer im fortgeschrittenen Alter**, die über eine **tertiäre Ausbildung** verfügen und **täglich im Internet surfen** (siehe Grafik G11). Grosse Unterschiede bestehen vor allem abhängig vom **Bildungsstand**. Erhebliche geschlechtsabhängige Unterschiede sind nur bei den Internetnutzerinnen und -nutzern über 30 Jahren zu verzeichnen. Auch diesbezüglich lässt sich eine Angleichung der Verhaltensweisen zwischen den jüngeren Männern und Frauen feststellen.

Die Beziehungen der Bürgerinnen und Bürger mit den Behörden können unter dem Gesichtspunkt des **Komplexitätsgrades** der verschiedenen Interaktionen betrachtet

werden. Diese reichen von einer einfachen Suche nach Informationen auf einer Webseite bis zu einer umfassenden Online-Transaktion, einschliesslich allfälliger Zahlungen. Die Komplexität beruht in der Einrichtung und Verwaltung dieser Online-Dienstleistungen. Während mittlerweile alle Verwaltungen Online-Informationen zur Verfügung stellen, ist es in vielen Fällen noch nicht möglich, umfassende Transaktionen online abzuwickeln. Der Anteil der Benutzerinnen und Benutzer nimmt mit der Komplexität der Dienstleistungen ab, was sich auch mit dem verfügbaren Angebot erklären lässt.

Der Tabelle T10 ist zu entnehmen, dass 60% der Internetnutzerinnen und -nutzer, d. h. 3,1 Millionen Personen, in den zwölf Monaten vor der Befragung mindestens einmal **eine Webseite einer öffentlichen Verwaltung besucht haben**. 52%, d. h. 2,7 Millionen Personen, haben Formulare heruntergeladen, gegenüber 17% im Jahr 2004. Diese Entwicklung zeigt die Bedeutung, die das E-Government in der Schweiz mittlerweile erlangt hat.

Der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die gemäss ihren Angaben online Formulare ausgefüllt haben, ist ebenfalls recht hoch (41%). Dasselbe gilt bei den Zahlungen an die Verwaltung (36%).

Ausgehend von der **Häufigkeit der Nutzung dieser Dienstleistungen** lässt sich die Nachfrage der Öffentlichkeit in diesem Bereich skizzieren. Die Mehrheit der Internetnutzerinnen und -nutzer, die E-Government-Dienstleistungen in Anspruch nehmen, macht nur sporadisch, d. h. ein bis zwei Mal pro Jahr, von diesem Angebot Gebrauch. Diese Häufigkeit mag recht gering erscheinen, doch sie entspricht der Häufigkeit zahlreicher anderer

T 10 Online-Beziehungen mit den öffentlichen Behörden zu privaten Zwecken, 2010

In % der Internetnutzerinnen und -nutzer während der letzten zwölf Monate

	Mindestens einmal pro Jahr [1+2+3]	Jede Woche [1]	1 bis 2 Mal pro Monat [2]	1 bis 2 Mal pro Jahr [3]
Internetseiten von öffentlichen Behörden abrufen	60	6	22	32
Herunterladen von Formularen	52	(3)	13	36
Formulare online ausfüllen	41	(2)	10	29
Zahlungen an eine öffentliche Verwaltung vornehmen	36	(3)	17	16

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient (10% < VK < 30%)

Quelle: BFS

Kontakte zwischen den Bürgerinnen und Bürgern und der Verwaltung. 28% der Internetnutzerinnen und -nutzer (1,2 Millionen Personen) haben **ein bis zwei Mal pro Monat oder häufiger** zu privaten Zwecken **Webseiten der öffentlichen Verwaltungen besucht**. Über 800'000 Personen haben mindestens einmal pro Monat ein Formular heruntergeladen.

Die Entwicklung seit 2004 ist bemerkenswert. Die Arbeiten, die im Rahmen der Strategie des Bundesrates für den Ausbau des Angebots durchgeführt wurden, haben gezeigt, dass die Nachfrage der Öffentlichkeit stark zugenommen hat und dass das Internet entsprechend umfassender und intensiver genutzt wird.

2.6 «Internetkenntnisse» der Nutzerinnen und Nutzer

Die Kompetenzen im Bereich der IKT sind heutzutage ein wesentliches Element des Qualifikationsniveaus der Bevölkerung eines Landes oder der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eines Unternehmens. Dies gilt insbesondere unter dem Gesichtspunkt der Entwicklung in Richtung einer wissensbasierten Volkswirtschaft. Es lässt sich eine allgemeine Übersicht über die «Internetkenntnisse» erstellen, indem die **Internetenerfahrung der Nutzerinnen und Nutzer evaluiert wird** (siehe Tabelle T11). Diese wird erfasst, indem anhand der folgenden sechs Tätigkeiten die Gesamtzahl der bereits durchgeführten Tätigkeiten verzeichnet wird:

1. Verwendung einer Suchmaschine;
2. Versand von E-Mails mit angehängter Datei;
3. Nutzung von sozialen Netzwerken;
4. Internet-Telefonie;
5. Verwendung von Peer-to-Peer-Tauschsoftware;
6. Erstellung einer Internetseite.

Dabei wird kein bestimmter Betrachtungszeitraum berücksichtigt. Es wird vielmehr davon ausgegangen, dass die Tatsache, dass die betreffende Tätigkeit schon einmal ausgeübt wurde, darauf hinweist, dass die dafür erforderlichen Kompetenzen vorhanden sind. Damit eine Übersicht über die gesamte Bevölkerung vorliegt, wurde diese Frage allen Personen gestellt, die in der Vergangenheit das Internet genutzt haben, einschliesslich der Personen, bei denen die Internetnutzung schon mehr als ein Jahr zurückliegt (weniger als 2% der Gesamtbevölkerung).

Die Unterschiede zwischen den unten vorgelegten Ergebnissen (Tabelle T11) und den Ergebnissen, die zuvor für die gleichen Tätigkeiten registriert wurden (Grafik G10 und Tabelle C im Anhang), lassen sich auf den Umstand zurückführen, dass kein bestimmter Betrachtungszeitraum berücksichtigt wurde. Beim Chatten, bei der Internettelefonie und beim Herunterladen im Rahmen von Peer-to-Peer-Netzwerken liegen die Anteile der Benutzerinnen und Benutzer durchwegs höher. Dies bedeutet, dass die Internetnutzerinnen und -nutzer bestimmte Tätigkeiten während einer gewissen Zeit ausgeübt und in der Folge aufgegeben haben oder dass sie diese Tätigkeiten nur sehr sporadisch ausüben. Mit anderen Worten sind bestimmte Arten der Internetnutzung nicht für immer festgelegt. Das Verhalten der Internetnutzerinnen und -nutzer ist somit im Verlauf der Zeit gewissen Änderungen unterworfen.

Aus der Zahl der ausgeübten Tätigkeiten ergeben sich **drei Kompetenzstufen** oder **Ebenen der Internetenerfahrung**, auf die sich die Bevölkerung sehr ungleich verteilt. Die **höchste Kompetenzstufe umfasst 15% der Bevölkerung ab 15 Jahren**, d. h. weniger als eine Million Personen. Die grösste Gruppe – Personen der mittleren Kompetenzstufe – entspricht 35% der Bevölkerung (2,3 Millionen), während 28% der Bevölkerung nur über eine geringe Internetenerfahrung verfügen. Schliesslich gaben 22% der

T 11 Internetkenntnisse der Bevölkerung, 2010

	In % der Bevölkerung ab 15 Jahren	In % der Internetnutzerinnen und -nutzer ¹
Online-Tätigkeiten: Haben Sie schon...		
eine Suchmaschine benutzt	76	95
E-Mails mit angehängten Dateien verschickt	68	85
«gechattet» oder Nachrichten hinterlassen (soziales Netzwerk, Blog)	37	47
über das Internet telefoniert	33	41
Peer-to-peer Netzwerke genutzt	17	21
eine Website erstellt und aktualisiert	20	25
Personen, die...		
das Internet nie genutzt/keine erwähnte Tätigkeit durchgeführt haben	22	4
schon 1 oder 2 «Internet-Tätigkeiten» durchgeführt haben	28	34
schon 3 oder 4 «Internet-Tätigkeiten» durchgeführt haben	35	44
schon 5 oder 6 «Internet-Tätigkeiten» durchgeführt haben	15	18

¹ Internetnutzung in den letzten zwölf Monaten
Quelle: BFS

Bevölkerung an, dass sie das Internet noch nie genutzt oder keine der sechs untersuchten Tätigkeiten ausgeübt haben.

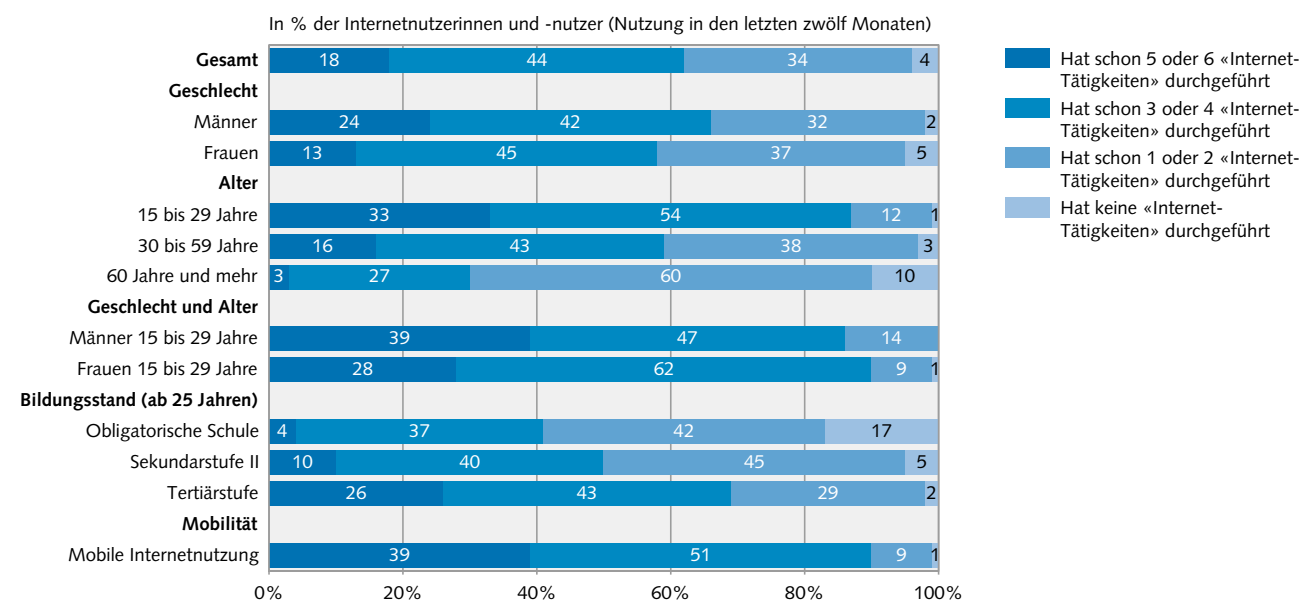
Aus einer detaillierten Analyse dieser Tätigkeiten nach den soziodemografischen Merkmalen (siehe Grafik G12) geht wiederum hervor, dass auch **unter den Internetnutzerinnen und -nutzern** in Bezug auf die Kriterien **Alter**, **Geschlecht** und insbesondere **Bildungsstand** grosse Discrepanzen bestehen.

Die Analyse der **Internetnutzerinnen und -nutzer, die fünf oder sechs** der betreffenden **Internet-Tätigkeiten ausgeübt haben**, zeigt in allen Altersgruppen **grosse Unterschiede nach dem Geschlecht**. So gehören bei den

15- bis 29-Jährigen 39% der Männer zu dieser Gruppe, gegenüber 28% der Frauen. Es ist indessen auch festzuhalten, dass in dieser Alterskategorie der Anteil der Frauen in der Gruppe der Personen mit geringer Internetfahrung tiefer liegt als jener der Männer. Auch mit dem Bildungsstand besteht eine starke Korrelation. **Die Mobilität bei der Internetnutzung** scheint wiederum eines der wichtigsten **Differenzierungskriterien** zu sein. So gaben 39% der mobilen Internetnutzerinnen und -nutzer, die über ein Smartphone verfügen, an, dass sie fünf oder sechs der betreffenden Tätigkeiten ausüben, während der entsprechende Anteil bei den nicht mobilen lediglich 10% betrug.

Internetkenntnisse der Bevölkerung, 2010

G 12



© Bundesamt für Statistik (BFS)

Diese Ergebnisse sind darauf zurückzuführen, dass es sich bei den berücksichtigten Tätigkeiten um verhältnismässig neue Aktivitäten handelt. Dies gilt insbesondere für die sozialen Netzwerke und die Internettelefonie. Auf der Grundlage der Ergebnisse kann jedoch bestätigt werden, dass die neuen Nutzungsarten von Personen verbreitet werden, die hohen sozioprofessionellen Kategorien angehören und einen hohen Bildungsstand aufweisen. Demzufolge bestehen die **Unterschiede innerhalb der Internetnutzerinnen und -nutzer auch auf der Ebene der Internetkenntnisse**.

2.7 Fazit

Parallel zum Anstieg der Zahl der Internetnutzerinnen und -nutzer von 3 auf 5,1 Millionen Personen im Zeitraum 2004 bis 2010 nahm auch die **Nutzungsdauer** stark zu. Damit verstärkte sich die Präsenz des Internets im Alltag.

Das **Alter** ist der Hauptfaktor für den digitalen Graben zwischen den Internetnutzerinnen und -nutzern einerseits und den Personen, die das Internet nicht nutzen, andererseits. Dieser Graben entwickelt sich jedoch eindeutig kontinuierlich zurück. Bei den jüngeren Personen besteht er schon heute nicht mehr, da 98% der Personen unter 30 Jahren das Internet nutzen.

Hingegen zeigt eine detaillierte Analyse der **Nutzungsarten** (Intensität, Mobilität), der **ausgeübten Online-Aktivitäten** und des **Grades der Interneterfahrung**, dass innerhalb der Gruppe der Internetnutzerinnen und -nutzer **grosse Unterschiede** bestehen. So korrelieren insbesondere ein hoher Bildungsstand und ein hoher Lebensstandard mit einer hohen Nutzungsintensität, der mobilen Internetnutzung und der Nutzung einer überdurchschnittlich hohen Zahl von Online-Dienstleistungen. Das Internet wird kontinuierlich in alle Aktivitäten des täglichen Lebens integriert, **wobei bei dessen Nutzung die sozioökonomischen Unterschiede innerhalb der Bevölkerung zum Ausdruck kommen**.

3 Elektronischer Handel

Die grösste **wirtschaftliche Auswirkung** des Internets auf der Ebene der privaten Haushalte und der Internetnutzerinnen und -nutzer resultiert aus der Ausweitung des **elektronischen Handels** (E-Commerce). Zu den direkten Folgen für die traditionellen Vertriebskanäle kommen die Konsequenzen hinzu, die mit dem härteren Wettbewerb zwischen den Webseiten der Anbieter aus der ganzen Welt verbunden sind. Da im Internet problemlos auf eine Vielzahl von Informationen zugegriffen werden kann, sind die Anbieter einem sehr starken Preisdruck ausgesetzt.

Im ersten Teil dieses Kapitels wird die **Verbreitung dieser Konsumart** in der Bevölkerung analysiert. Auf der Grundlage ihrer soziodemografischen Merkmale werden das **Musterprofil der Online-Konsumentinnen und – Konsumenten (E-Konsumentinnen und -Konsumenten)** sowie die Entwicklung seit 2004 erläutert.

Im zweiten Teil werden die wichtigsten Produkte und Dienstleistungen untersucht, die vom Online-Handel betroffen sind. Das Ziel besteht darin, das Potenzial dieser neuen Vertriebskanäle zu erfassen. Anschliessend geht es bei der Analyse um die Ergebnisse hinsichtlich der **Kaufhäufigkeit** und des jeweiligen Standorts der Anbieter. Zur Sprache kommen auch die **Zahlungsarten**. Diese liefern nicht nur Hinweise zur Entwicklung der Konsumgewohnheiten, sondern bringen auch zum Ausdruck, inwieweit die Internetnutzerinnen und -nutzer Vertrauen in die Sicherheit¹⁵ von Internet-Transaktionen haben. Schliesslich wird thematisiert, wodurch der E-Commerce gebremst wird. Hierzu werden Gründe aufgeführt, die von Personen, die E-Commerce nicht nutzen, genannt wurden.

3.1 Bedeutung des E-Commerce

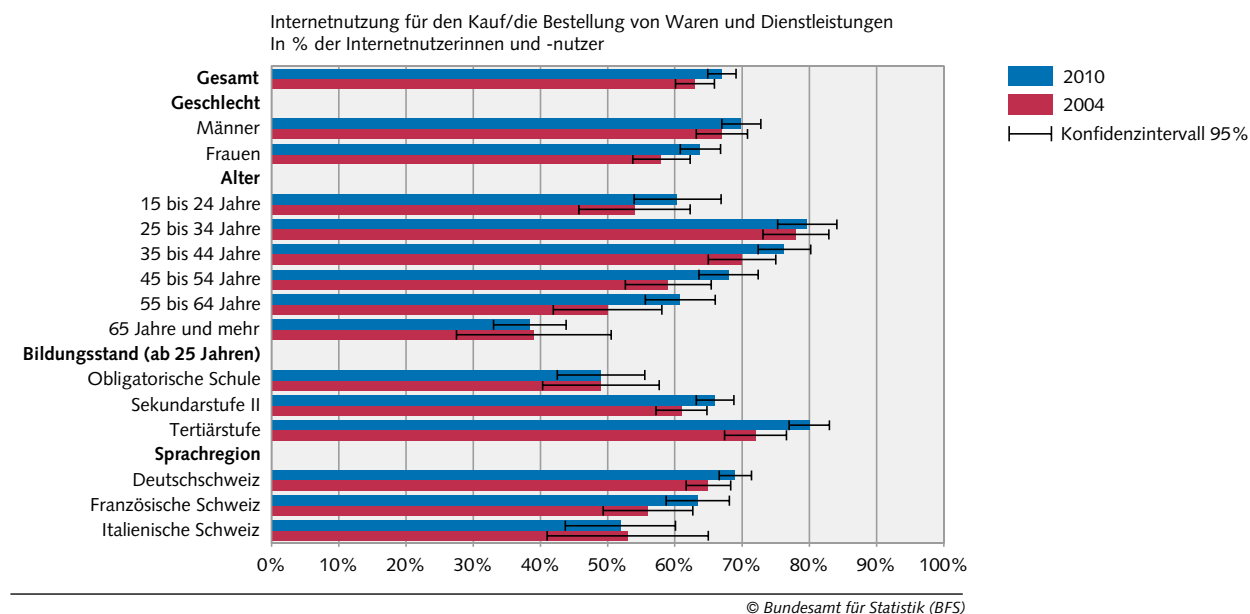
Die Bedeutung des E-Commerce im Bereich des Konsums der privaten Haushalte lässt sich anhand von zwei Definitionen der E-Konsumentinnen und -Konsumenten festhalten. Zum einen haben in den drei Monaten vor der Befragung – wie in Kapitel 2.5 ausgeführt wurde – 55% der Internetnutzerinnen und -nutzer online Waren oder Dienstleistungen bestellt oder gekauft (enge Definition, siehe Grafik G10). Zu diesen «regelmässigen» Internetnutzerinnen und -nutzern und E-Konsumentinnen und -Konsumenten zählen 2,8 Millionen Personen. Zum anderen wurde die Frage nach dem Kauf von Waren und Dienstleistungen im Internet zu privaten Zwecken ohne Bezug zu einem bestimmten Betrachtungszeitraum gestellt (breite Definition). Da somit alle Personen berücksichtigt wurden, die zu irgendeinem Zeitpunkt online etwas gekauft haben, ergab sich eine höhere Zahl von E-Konsumentinnen und –Konsumenten: 3,5 Millionen Personen. Bei der breiteren Definition beträgt der Anteil der E-Konsumentinnen und -Konsumenten daher 67% der Internetnutzerinnen und -nutzer (siehe Grafik G13). Demzufolge umfasst der E-Commerce zu privaten Zwecken im ersten Quartal 2010 mindestens 2,8 und höchstens 3,5 Millionen Personen, d. h. 54% der Gesamtbevölkerung.

Die Entwicklung des E-Commerce seit 2004 ist bemerkenswert. In jenem Jahr beliefen sich die beiden entsprechenden Schätzungen auf 1,1 bzw. 1,8 Millionen E-Konsumentinnen und -Konsumenten. Die Zahl der Personen, die mindestens einmal im Internet etwas bestellt haben, hat sich somit innerhalb von sechs Jahren **beinahe verdoppelt** (von 1,8 auf 3,5 Millionen). Die Zahl der Konsumentinnen und Konsumenten, die in den drei Monaten vor der Befragung Online-Käufe getätigt haben, hat sogar **noch stärker zugenommen**: Sie ist von 1,1 auf 2,8 Millionen Personen angestiegen.

¹⁵ In Kapitel 4 ist die Sicherheit im Internet Gegenstand einer speziellen Analyse.

E-Commerce, 2004 und 2010

G 13



3.2 Profil der E-Konsumentinnen und -Konsumenten

Die **soziodemografischen Merkmale** der E-Konsumentinnen und -Konsumenten sind in der Grafik G13 festgehalten (siehe auch Tabelle B im Anhang).

Generell werden Online-Käufe eher von **Männern** als von Frauen sowie eher von Personen **mittleren Alters** (25 bis 45 Jahre) getätigt, die über eine **höhere Bildung** verfügen und **finanziell gut gestellt** sind. So gehören 72% der Internetnutzerinnen und -nutzer, die in finanzieller Hinsicht gemäss eigener Einschätzung ein angenehmes Leben führen, zu den E-Konsumentinnen und -Konsumenten (breitere Definition), gegenüber 48% der Personen, welche die finanzielle Situation ihres Haushalts als schwierig oder sehr schwierig beurteilen.

Der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die Online-Käufe tätigen, ist seit 2004 nur geringfügig angestiegen – von 63% auf 67% –, doch die Zahl der E-Konsumentinnen und -Konsumenten hat sich in diesem Zeitraum verdoppelt. Die E-Konsumentinnen und -Konsumenten wiesen **in den Jahren 2004 und 2010 das gleiche allgemeine Profil** auf. Bei einer detaillierten Betrachtung ist wiederum der Aufholeffekt festzustellen, der schon bei der Entwicklung der Internetnutzung im Allgemeinen verzeichnet wurde. Diesbezüglich besteht indessen eine bemerkenswerte Ausnahme: Im Bereich des E-Commerce nimmt die Zahl der Internetnutzerinnen und -nutzer mit einer tertiären Ausbildung stärker zu als die Zahl der übrigen Internetnutzerinnen und -nutzern.

Auf geographischer Ebene ist der Anteil der E-Konsumentinnen und -Konsumenten in der Deutschschweiz höher als in den übrigen Landesteilen. Doch der Unterschied ist nur im Vergleich zur italienischen Schweiz signifikant.

Im Jahr 2010 waren die höchsten Anteile von E-Konsumentinnen und -Konsumenten bei den Männern mit intensiver Internetnutzung (85%) und bei den Internetnutzerinnen und -nutzern mit Mobiltelefon (84%) zu verzeichnen. Schliesslich korrelieren die vorhandenen Kompetenzen im Bereich der Internetnutzung mit der Inanspruchnahme von E-Commerce-Angeboten: 90% der erfahrensten Internetnutzerinnen und -nutzer haben schon Online-Käufe getätigt.

3.3 Häufigkeit der Online-Käufe

Aus einer Analyse der **Häufigkeit der Online-Käufe** der regelmässigen E-Konsumentinnen und -Konsumenten für das Jahr 2010 (siehe Tabelle T12)¹⁶ können verschiedene Schlussfolgerungen gezogen werden.

Die aktivsten E-Konsumentinnen und -Konsumenten tätigen mindestens einen Online-Kauf pro Woche. Diese entsprechen nur 3% der Bevölkerung, d. h. rund 200'000 Personen. Zusammen mit den Letzteren machen die E-Konsumentinnen und -Konsumenten, die

¹⁶ Da die Häufigkeit der Online-Käufe der E-Konsumentinnen und -Konsumenten im Rahmen der Befragung des Jahres 2004 nicht erhoben wurde, sind keine Vergleiche mit 2010 möglich.

T 12 Häufigkeit der Online-Käufe/-Bestellungen, 2010

Letzter Online-Kauf	In % der gesamten Bevölkerung	In % der E-Konsumentinnen und -Konsumenten
In den letzten drei Monaten	43	80
Zwischen drei Monaten und einem Jahr	7	13
Vor über einem Jahr	4	7
	54	100

Häufigkeit der Online-Käufe in den letzten drei Monaten	In % der gesamten Bevölkerung	In % der E-Konsumentinnen und -Konsumenten der letzten drei Monate
Jede Woche	(3)	(8)
Jeden Monat	17	44
Weniger als einmal pro Monat	18	48
	38 ¹	100

¹ Um auf die 43% Online-Käufe in den letzten drei Monaten in der gesamten Bevölkerung zu kommen, müssen die Antworten «Weiss nicht» (5%) einbezogen werden

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient ($10\% < VK < 30\%$)

Quelle: BFS

mindestens einen Online-Kauf pro Monat tätigen, einen Anteil von 20% der Gesamtbevölkerung aus. Dies entspricht insgesamt **1,5 Millionen Personen**. Mit anderen Worten liegt die **Häufigkeit der Online-Käufe** bei knapp der Hälfte der E-Konsumentinnen und -Konsumenten (48%) **auf einem tiefen Niveau**. Diese Personen nehmen weniger als einmal pro Monat eine Internetbestellung vor.

3.4 Hauptsächlichste Produkte und Dienstleistungen

Die Frage zu den Online-Käufen wurde ausdrücklich zu rund 15 Produkten und Dienstleistungen gestellt (siehe Grafik G14 und Tabelle D im Anhang)¹⁷.

Aus der Grafik 14 geht hervor, dass **kein Online-Angebot von allen** E-Konsumentinnen und -Konsumenten **gekauft** wird. Mit einem Anteil von 51% der E-Konsumentinnen und -Konsumenten weisen die **Transportreservierungen** (Flugtickets, Bahnбилет, Fahrzeugmiete) die höchsten Nachfragewerte auf. In den zwölf Monaten vor der Befragung hat etwa die Hälfte der E-Konsumentinnen und -Konsumenten, d. h. 1,6 Millionen Personen, online **Eintrittskarten für Veranstaltungen oder Vorstellungen** bestellt und Reservierungen für **Hotelzimmer oder Ferienaufenthalte** vorgenommen. Bei allen anderen Produkten und Dienstleistungen liegen die Anteile deutlich

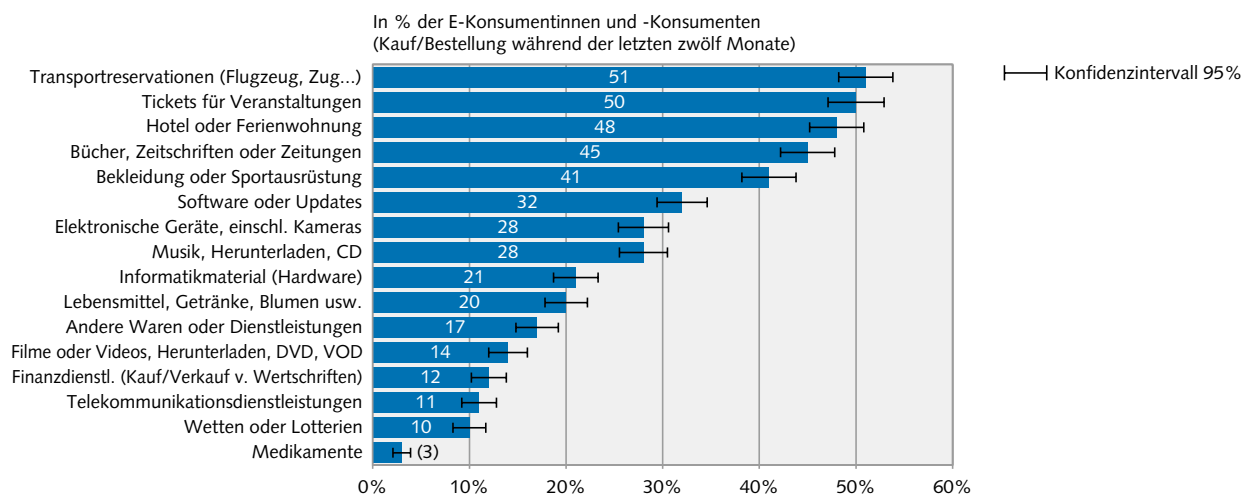
tiefer. So kaufen weniger als **30% der E-Konsumentinnen und -Konsumenten Musik** im Internet (900'000 Personen). Nur ein Fünftel der E-Konsumentinnen und -Konsumenten bestellt **Lebensmittel**, Getränke, Blumen oder Parfum. Die Teilnahme an **Wetten oder Lotterien** aller Art wurde von 10% der E-Konsumentinnen und -Konsumenten angegeben (rund 300'000 Personen). Die Frage nach dem Online-Kauf von **Medikamenten** wurde nur von 3% der E-Konsumentinnen und -Konsumenten positiv beantwortet. Diese Fokussierung auf eine begrenzte Zahl von Produkten und Dienstleistungen deutet darauf hin, dass der E-Commerce sehr spezifischen Bedürfnissen entspricht. Die einzelnen Konsumentinnen und Konsumenten haben den elektronischen Handel noch nicht für die gesamte Palette der Waren und Dienstleistungen angenommen, die über das Internet vertrieben werden.

Aus einer Analyse des **soziodemografischen Profils** der E-Konsumentinnen und -Konsumenten gehen einige bemerkenswerte Tatsachen hervor (siehe Tabelle D im Anhang). Bei einigen online gekauften Waren bestehen **deutliche Unterschiede nach dem Geschlecht**. So werden Produkte aus den Bereichen Elektronik, Hardware und Software häufiger von Männern gekauft. Umgekehrt kaufen Frauen im Internet häufiger Bücher, Kleider und Lebensmittel. Generell gilt in Bezug auf die meisten Produkte, dass im Bereich des E-Commerce hauptsächlich erwerbstätige Erwachsene als Käuferinnen und Käufer auftreten. Ausnahmen hiervon bilden Kleider, Musik und Filme, bei denen die 15- bis 29-jährigen E-Konsumentinnen und -Konsumenten den höchsten Anteil aufweisen.

¹⁷ Damit weniger häufige Arten von Online-Käufen erfasst werden können (Ferienreisen, Hardware usw.), wurde der Betrachtungszeitraum, in dem die Online-Käufe getätigt wurden, auf zwölf Monate erweitert.

Im Internet gekaufte/bestellte Produkte, 2010

G 14



(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient (10 % < VK < 30 %)

© Bundesamt für Statistik (BFS)

3.5 Standort der Anbieter

Der E-Commerce hat dazu geführt, dass Waren und Dienstleistungen problemlos im Ausland bestellt werden können. Dies trägt zur tiefgreifenden Veränderung der bestehenden Vertriebskanäle bei. Um Hinweise zur geografischen Verteilung des E-Commerce zu erhalten, wurde eine Frage zum jeweiligen Standort der Anbieter gestellt¹⁸.

Als erstes Element ist der Umstand festzuhalten, dass nur ein **sehr geringer Teil** der E-Konsumentinnen und -Konsumenten **nicht weiss**, in welchen Ländern die Anbieter ihre Standorte haben (1%). Zweitens ist der Anteil der E-Konsumentinnen und -Konsumenten umso geringer, je grösser die Distanz zum Anbieter ist. 44% der Gesamtbevölkerung haben einen Online-Kauf in der Schweiz getätigt, 25% in einem EU-Land, 7% in den USA und lediglich 3% in einer anderen Region.

Drittens bestätigt eine Analyse der Profile der Personen nach den Standortländern der Anbieter, dass **grosse sozioökonomische Unterschiede** zwischen den E-Konsumentinnen und -Konsumenten, die im Ausland bestellen, bestehen (siehe Grafik G15).

Der **Anteil der E-Konsumentinnen und -Konsumenten**, die gemäss ihren Angaben Bestellungen/Käufe auf **Webseiten von in der Schweiz domizilierten Anbietern** vornehmen, beträgt **90%**. Die Unterschiede nach den

soziodemografischen Merkmalen sind gering, abgesehen von der regionalen Ebene: 95% der Deutschschweizer E-Konsumentinnen und -Konsumenten haben Online-Käufe auf Schweizer Webseiten getätigt, gegenüber 85% der Westschweizer und Tessiner E-Konsumentinnen und -Konsumenten. Dieser Umstand lässt sich möglicherweise mit der geringen Grösse des lokalen Marktes erklären. Gekoppelt mit der Sprachbarriere hat ein verhältnismässig beschränktes lokales Online-Angebot eine stärkere Inanspruchnahme der Angebote auf ausländischen Webseiten zur Folge.

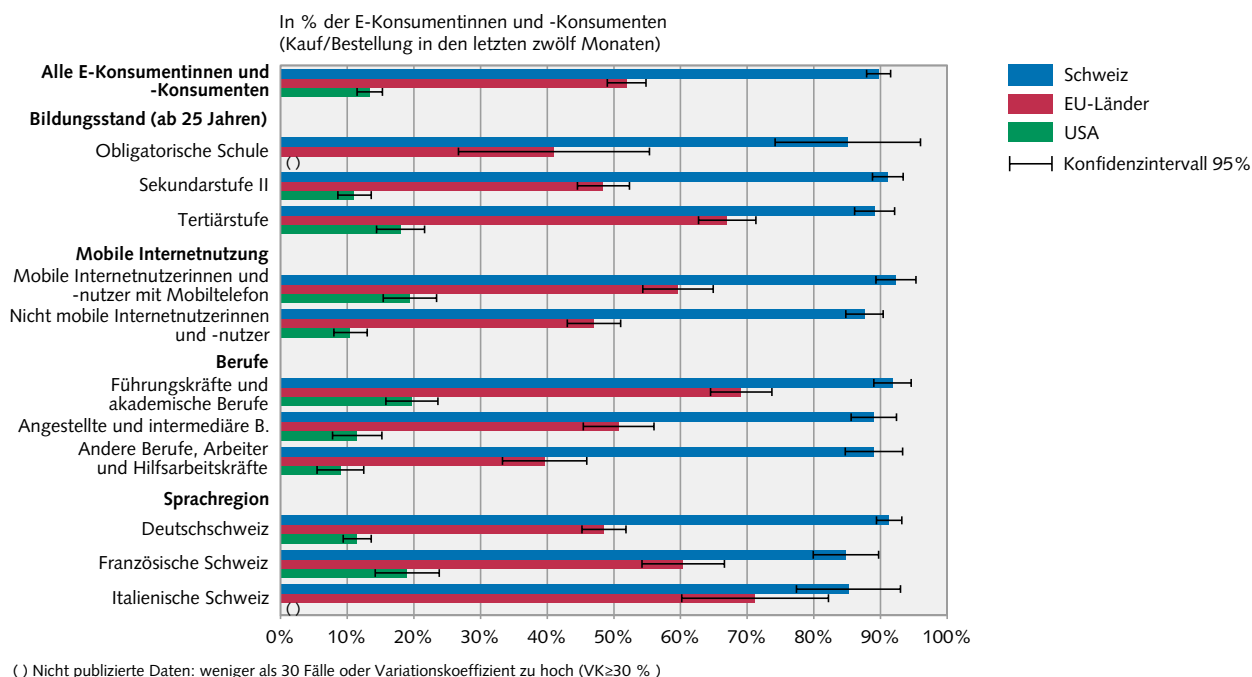
Der Anteil der E-Konsumentinnen und -Konsumenten bei Anbietern in der EU beträgt 52%. Daraus ist ersichtlich, dass es sich dabei um eine weit verbreitete Praxis handelt. Dies gilt insbesondere für versierte, gut ausgebildete Internetnutzerinnen und -nutzer mit intensiver und mobiler Internetnutzung, die sich in einer vorteilhaften sozioökonomischen Situation befinden.

In regionaler Hinsicht steht die Neigung, in den EU-Ländern Online-Käufe zu tätigen, im umgekehrten Verhältnis zur Grösse der Sprachregion. Während weniger als 50% der Deutschschweizerinnen und Deutschschweizer in EU-Ländern online einkaufen, beträgt der entsprechende Anteil bei den Westschweizerinnen und Westschweizern 60% und bei den Tessinerinnen und Tessinern 71%. Entsprechend dem verfügbaren Angebot ist jede Region auf ihr Sprachgebiet und auf den Markt des Nachbarlandes ausgerichtet.

¹⁸ Die Frage wurde den E-Konsumentinnen und -Konsumenten, die in den zwölf Monaten vor der Befragung einen Online-Kauf getätigt hatten, nicht in Bezug auf jedes Produkt, sondern gesamthaft gestellt.

Standort der Anbieter, 2010

G 15



© Bundesamt für Statistik (BFS)

Der Anteil der E-Konsumentinnen und -Konsumenten, die Bestellungen in den USA vornehmen, ist recht bescheiden (13%). Mit einem Anteil von 19% kaufen E-Konsumentinnen und -Konsumenten mit intensiver und mobiler Internetnutzung und einer höheren Bildung viel häufiger auf amerikanischen Internetseiten ein. Der Online-Konsum in der restlichen Welt ist mit einem Anteil von lediglich 6% nur von marginaler Bedeutung.

Die Analyse zur Herkunft der Käufe bestätigt, dass in Bezug auf den E-Commerce von Privatpersonen eine **sozioökonomische Diskrepanz** besteht. Die regelmässigen E-Konsumentinnen und -Konsumenten, die online zahlreiche Produkte und Dienstleistungen in der Schweiz, in Europa und in den USA kaufen, lassen sich folgendermassen charakterisieren: Es handelt sich tendenziell um **mobile Internetnutzerinnen und -nutzer mit Smartphone, einer tertiären Ausbildung und einer Führungstätigkeit oder einem akademischen Beruf**.

3.6 Verwendete Zahlungsarten

Die Bezahlung von Online-Käufen – insbesondere die Sicherheit des Zahlungsprozesses – ist einer der Faktoren, die die Entwicklung dieser Konsumart bremsen. Um die gegenwärtige Situation zu analysieren, wurden im Rahmen der Erhebung die folgenden vier möglichen Zahlungsarten untersucht:

1. Kreditkarte;
2. konventionelle Zahlung mit Einzahlungsschein;
3. Online-Überweisung (E-Banking);
4. Prepaid-Konto beim Anbieter.

Insgesamt gaben 69% der E-Konsumentinnen und -Konsumenten an, dass sie für die Bezahlung ihrer Online-Käufe eine Kreditkarte benutzen. 53% begleichen die Rechnungen mit einer konventionellen Zahlung, 38% nutzen eine E-Banking-Applikation, und lediglich 13% gaben an, dass sie beim Anbieter oder bei einer spezialisierten Online-Vermittlungsstelle über ein Prepaid-Konto verfügen (siehe Tabelle T13 und Tabelle E im Anhang).

T 13 Zahlungsarten bei Online-Käufen/-Bestellungen, 2010

	Kreditkarte	Konventionell (ES)	E-Banking	Prepaid-Konto
<i>Anzahl Personen</i>	2 300 000	1 700 000	1 200 000	400 000
In % der E-Konsumentinnen und -Konsumenten				
Gesamt	69	53	38	13
Geschlecht und Alter				
Männer 15–29	55	53	(37)	()
Frauen 15–29	61	63	(35)	()
Männer 30–59	79	45	47	19
Frauen 30–59	69	59	30	(10)
Männer 60 Jahre und mehr	69	49	(41)	()
Frauen 60 Jahre und mehr	65	57	(31)	()
Bildungsstand (ab 25 Jahren)				
Obligatorische Schule	(44)	(58)	()	()
Sekundarstufe II	67	54	37	(12)
Tertiärstufe	85	48	44	(16)
Häufigkeit der Käufe/Bestellung				
Online-Kauf jede Woche	83	(41)	54	(27)
...jeden Monat	74	53	49	20
...weniger als einmal pro Monat	68	52	31	(8)
Mobile Internetnutzung				
Mobile Internetnutzerinnen und -nutzer mit Mobiltelefon	82	48	47	(20)
Nicht mobile Internetnutzerinnen und -nutzer	63	56	31	(9)
Sprachregion				
Deutschschweiz	65	56	40	12
Französische Schweiz	83	46	32	(17)
Italienische Schweiz	81	(42)	()	()

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch (VK ≥ 30%)

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient (10% < VK < 30%)

Quelle: BFS

Im Vergleich zum Jahr 2004 lässt sich ausgehend von diesen Ergebnissen festhalten, dass die **Nutzung von Kreditkarten** bei Online-Käufen **beträchtlich zugenommen hat**. Im Jahr 2004 benutzten 47% der Online-Käuferinnen und -Käufer eine Kreditkarte. Im Jahr 2010 betrug der Anteil unter Berücksichtigung aller E-Konsumentinnen und -Konsumenten 69%. Bei den E-Konsumentinnen und -Konsumenten, die durchschnittlich einen Online-Kauf pro Monat tätigen, belief sich der entsprechende Anteil sogar auf 75%.

Trotz der gesamthaften Zunahme seit 2004 lassen sich mit einer detaillierten Analyse einige Konstanten feststellen. **Kreditkarten** werden für Online-Käufe im Allgemeinen mehrheitlich von Männern benutzt. Eine Ausnahme bildet diesbezüglich die Altersgruppe der 15- bis 29-Jährigen. Von den E-Konsumentinnen und -Konsumenten unter 25 Jahren werden Kreditkarten weiterhin

unterdurchschnittlich häufig verwendet. Schliesslich werden Kreditkarten tendenziell mehr von Personen genutzt, die über eine tertiäre Ausbildung verfügen. Es besteht ein klarer Unterschied zwischen der Deutschschweiz und der lateinischen Schweiz: Die Westschweizer und Tessiner E-Konsumentinnen und -Konsumenten verwenden Kreditkarten deutlich häufiger als die Deutschschweizerinnen und Deutschschweizer (80% gegenüber 65%). Dieser Unterschied lässt sich dadurch erklären, dass auch ein entsprechend grösserer Anteil E-Konsumentinnen und -Konsumenten Bestellungen im Ausland vornimmt und die Kreditkarte dabei die einzige oder die einfachste Zahlungsmöglichkeit darstellt. In dicht besiedelten Gebieten werden Kreditkarten ebenfalls häufiger eingesetzt. Nicht überraschend ist die Tatsache, dass eine **hohe Häufigkeit von Online-Käufen mit einer zahlreicheren Verwendung von Kreditkarten einhergeht**.

Im Weiteren ist festzuhalten, dass im Jahr 2010 Personen mit intensiver Internetnutzung sowie mobile Internetnutzerinnen und -nutzer am häufigsten eine Kreditkarte verwendet haben. Bei einer Gliederung nach Berufsgruppen ergeben sich die deutlichsten Unterschiede: 87% der Internetnutzerinnen und -nutzer mit einer Führungsfunktion oder einem akademischen Beruf benutzten eine Kreditkarte, gegenüber 72% der Angestellten und Fachspezialistinnen und -spezialisten und 54% der übrigen Berufe, der Arbeiterinnen und Arbeiter sowie der unqualifizierten Angestellten (siehe Tabelle E im Anhang).

Wenn keine Kreditkarte verfügbar ist (oder wenn Online-Käufe nicht mit der Kreditkarte bezahlt werden können), beglichen 53% der E-Konsumentinnen und -Konsumenten die Rechnung mit einer **konventionellen Zahlung**. Die Merkmale dieser E-Konsumentinnen und -Konsumenten ergänzen die früher gemachte Beschreibung, wobei sich die betreffenden Zahlungsarten nicht gegenseitig ausschliessen.

Die dritte bestehende Zahlungsart ist das **E-Banking**, d.h. die elektronische Zahlung im Internet über ein Bank- oder Postkonto. 38% der E-Konsumentinnen und -Konsumenten (1,2 Millionen Personen) gaben an, ihre Online-Käufe auf diese Weise zu bezahlen. Im Vergleich mit dem Anteil von 50% der Internetnutzerinnen und -nutzer (2,6 Millionen Personen), die gemäss ihren Angaben das E-Banking nutzen (siehe Grafik G10, Kapitel 2.5.2), erscheint der obige Anteil von 38% eher gering. Dies lässt sich in erster Linie mit dem Umstand erklären, dass **zahlreiche Anbieter im Internet eine Bezahlung mit Kreditkarte verlangen** und keine Alternative anbieten. Ebenfalls zu berücksichtigen ist die Tatsache, dass 15% der Nutzerinnen und Nutzer von E-Banking-Dienstleistungen nicht zu den E-Konsumentinnen und -Konsumenten gehören.

Interessant ist schliesslich die Untersuchung der vierten Zahlungsart, die auch die neueste Zahlungsmöglichkeit ist. Diese besteht darin, dass die Käuferin oder der Käufer über ein **Online-Konto bei einem Internet-Anbieter** oder bei einer **spezialisierten Vermittlungsstelle** verfügt. Diese Zahlungsart, **die im Jahr 2004 nur von marginaler Bedeutung war**, wurde auch 2010 verhältnismässig **wenig benutzt** (13% der E-Konsumentinnen und -Konsumenten). Die Zahlung per Prepaid-Konto wird häufiger von Männern als von Frauen verwendet. Je intensiver E-Konsumentinnen und -Konsumenten das Internet nutzen, je mobiler ihre Internetnutzung ist, je mehr Online-Käufe sie tätigen, desto eher wenden sie diese Zahlungsart an. Wie bei der Kreditkartennutzung hängt der Unterschied zwischen der lateinischen Schweiz und

der Deutschschweiz (17% gegenüber 12%) mit der Häufigkeit der Online-Käufe im Ausland und mit den Zahlungsmöglichkeiten auf den Webseiten der ausländischen Anbieter zusammen.

3.7 Probleme der E-Konsumentinnen und -Konsumenten

Wie oben erläutert wurde, weist der E-Commerce ein starkes Wachstum auf. In einem internationalen Markt mit unterschiedlichen, manchmal sogar unzureichend festgelegten Handelsregeln für den Bereich E-Commerce, sind die Konsumentinnen und Konsumenten verschiedenen Risiken ausgesetzt. In diesem Kapitel werden die **hauptsächlichen Probleme** beschrieben, mit denen die Internetnutzerinnen und -nutzer beim Online-Kauf möglicherweise konfrontiert sind.

T 14 Probleme bei Online-Käufen, 2010

	In % der E-Konsumentinnen und -Konsumenten
Probleme beim Einkaufen im Internet	(6)
	In % der E-Konsumentinnen und -Konsumenten, die Probleme gehabt haben
Technisches Problem auf der Internetseite	(46)
Betrugsprobleme, z.B. Ware nicht erhalten	(33)
Keine zufriedenstellende Antwort auf Reklamation	(29)
Andere Probleme	(33)
Schwer oder nicht auffindbare Angaben zu Garantien	()

Anmerkung: mehrere Antworten möglich

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch ($VK \geq 30\%$)

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient ($10\% < VK < 30\%$)
Quelle: BFS

Auf der Grundlage der Tabelle T14 kann eine wichtige Feststellung gemacht werden: Der Anteil der E-Konsumentinnen und -Konsumenten, die in den zwölf Monaten vor der Befragung bei ihren Online-Käufen mit irgendeinem Problem konfrontiert waren, ist eher tief (6%). Dieser Prozentsatz entspricht immerhin rund 200'000 Personen. Was die Gesamtheit der betroffenen Probleme anbelangt, war der Anteil der **technischen**

Probleme am grössten (46%), gefolgt von **Betrugsproblemen** (33%), die von rund 70'000 Personen beklagt wurden. Von ungefähr einem Drittel der E-Konsumentinnen und -Konsumenten wurden auch **Schwierigkeiten, sich zu beschweren, nicht zufriedenstellende Antworten** des Anbieters und **andere nicht genauer umschriebene Probleme** erwähnt.

3.8 Gründe für den Verzicht auf Online-Käufe

Anhand der Gründe für den Verzicht auf Online-Käufe, die von einem bedeutenden Teil der Internetnutzerinnen und -nutzer (33%) angeführt wurde, wird klar, wodurch die Entwicklung des E-Commerce gebremst wird. Ausserdem ist eine Schätzung des Wachstumspotenzials des E-Commerce möglich (siehe Tabelle T15 und Tabelle F im Anhang).

T 15 Gründe für den Verzicht auf Online-Käufe/-Bestellungen, 2010

	In % der Personen, die keine Online-Käufe vornehmen
Ich bevorzuge Einkäufe in einem Geschäft, um die Waren zu sehen, oder wegen des persönlichen Kontakts	90
Ich brauche keine Internetkäufe	75
Ich möchte nicht, dass sich Informationen über meine Person im Internet befinden	62
Ich habe zu wenig Vertrauen in die Zahlungssicherheit	60
Ich habe keine Kreditkarte für das Bezahlen von Online-Käufen	37
Ich befürchte, dass ich die bestellten Waren/Dienstleistungen nicht bekomme	32
Wichtige Informationen über die Waren und Dienstleistungen sind im Internet schwierig zu finden	26
Im Internet einzukaufen ist zu schwierig, zu kompliziert	23

Anmerkung: mehrere Antworten möglich
Quelle: BFS

Die Tatsache, dass **Einkäufe in einem Geschäft** bevorzugt werden, um die Waren zu sehen oder aufgrund des persönlichen Kontakts mit der Verkäuferin oder dem Verkäufer, war der bedeutendste der angeführten Gründe.

Drei Viertel der Personen, die keine Online-Käufe tätigen, gaben an, dass sie **keinen Bedarf an Internetkäufen haben**. Für diese Personen bestehen somit keine eigentlichen Hinderungsgründe für das Einkaufen im Internet, sie sehen ganz einfach keinen Nutzen darin. **Das Wachstumspotenzial des E-Commerce bezüglich der Zahl der Internetnutzerinnen und -nutzer ist somit verhältnismässig begrenzt.** Ein Viertel der Internetnutzerinnen und -nutzer, die keine Online-Käufe tätigen, d. h. knapp 0,5 Millionen Personen, würde grundsätzlich jedoch gerne Waren im Internet bestellen, verzichtet gegenwärtig allerdings aus verschiedenen Gründen darauf.

Das **Entwicklungspotenzial des E-Commerce** beruht demzufolge eher auf einer **Zunahme der Kaufhäufigkeit** der bestehenden E-Konsumentinnen und -Konsumenten **und auf einer Erweiterung der Produktpalette** als auf neuen E-Konsumentinnen und -konsumenten.

62% der Personen, die keine Online-Käufe tätigen (1,2 Millionen Personen), gaben als wesentlichen Grund für den Verzicht auf Online-Käufe den **Schutz der Privatsphäre**, d.h. den Wunsch, keine persönlichen Informationen im Internet preiszugeben, an. Dieses Misstrauen besteht tendenziell häufiger bei Frauen als bei Männern (65% gegenüber 58%) und ist in allen Altersgruppen zu finden. Besonders ausgeprägt ist es bei den älteren Internetnutzerinnen und -nutzern und bei den Personen mit mässiger Internetnutzung.

Ein ähnlich grosser Anteil der Befragten (60%) gab an, zu wenig **Vertrauen in die Zahlungssicherheit zu haben**. Diese Befürchtung wurde vor allem von Internetnutzerinnen und -nutzern über 35 Jahren von Männern und von nicht mobilen Internetnutzerinnen und -nutzern geäussert. Ein Drittel der Personen, die keine Online-Käufe tätigen, befürchtet, **die bestellten Waren/Dienstleistungen nicht zu erhalten**.

Das bestehende **Misstrauen** in Bezug auf die Abwicklung des Bestellungs- und Zahlungsprozesses ist somit einer der häufigsten Hinderungsgründe.

Danach folgen die **fehlende Verfügbarkeit einer Kreditkarte** (37%), **mangelnde Kenntnisse** (23%) und die **Schwierigkeit, wichtige Informationen** über die angebotenen Waren und Dienstleistungen **zu finden** (26%). Die fehlende Verfügbarkeit einer Kreditkarte ist der Grund, bei dem die grössten soziodemografischen Unterschiede bestehen. Dieser Grund wurde häufiger von Frauen, von den jungen Befragten (60% der 15- bis 24-Jährigen) und von Internetnutzerinnen und -nutzern mit einem verhältnismässig tiefen Bildungsstand angeführt.

3.9 Fazit

Die **Zahl der Online-Konsumentinnen und -Konsumenten** hat sich **seit 2004 mehr als verdoppelt**. In der Schweiz haben im ersten Quartal 2010 insgesamt 2,8 Millionen Personen eine Bestellung im Internet getätigt. Die **Häufigkeit der Online-Käufe** ist indessen noch **verhältnismässig tief**. Knapp die Hälfte der E-Konsumentinnen und -Konsumenten (48%) tätigte weniger als einen Online-Kauf pro Monat. Es ist auch darauf hinzuweisen, dass die E-Konsumentinnen und -Konsumenten nach wie vor auf **ganz bestimmte Produkte** fokussiert sind. Das grösste Wachstumspotenzial beruht demzufolge auf einer Intensivierung der Online-Käufe und auf einem Ausbau der Produktpalette.

Was die **im Ausland** vorgenommenen **Bestellungen** betrifft, ist der Umstand interessant, dass nur die Hälfte der E-Konsumentinnen und -Konsumenten (52%) angegeben hat, Waren oder Dienstleistungen auf Webseiten in der Europäischen Union zu bestellen. Hinsichtlich der Anbieter in den Vereinigten Staaten liegt der entsprechende Anteil noch tiefer (13%). Bei einem grossen Teil der E-Konsumentinnen und -Konsumenten ist somit der E-Commerce vorerst auf den Binnenmarkt begrenzt. Parallel zum Ausbau des E-Commerce nimmt seit 2004 auch die **Nutzung von Kreditkarten** zu. Während diese im Jahr 2004 von 47% der E-Konsumentinnen und -Konsumenten eingesetzt worden waren, war dies im Jahr 2010 bei 69% der Fall.

Die soziodemografischen Merkmale der E-Konsumentinnen und -Konsumenten entsprechen dem typischen Profil für die Diskrepanz zwischen den Internetnutzerinnen und -nutzern (siehe Kapitel 2.3 bis 2.6). Bei den **E-Konsumentinnen und -Konsumenten** handelt es sich tendenziell um **Personen mit intensiver und mobiler Internetnutzung, die über eine tertiäre Ausbildung verfügen, eine Führungstätigkeit ausüben und finanziell gut gestellt sind**.

Abgesehen vom fehlenden Bedarf liegt der Hauptgrund für den Verzicht auf Online-Käufe im mangelnden Vertrauen. Die am häufigsten geäusserten Befürchtungen beziehen sich auf die Vertraulichkeit der persönlichen Daten sowie auf die Zuverlässigkeit und Sicherheit der Zahlungsverfahren.

4 Sicherheit im Internet

Das Thema Sicherheit im Internet, das sowohl die **Sicherheit der Daten** als auch die **Sicherheit der Personen** umfasst, ist ein ausschlaggebendes Element für die Entwicklung des Internets und seiner zahlreichen Anwendungen.

Die **Beurteilung** der Risiken, die **Konfrontation** mit Problemen und die von den Internetnutzerinnen und -nutzern ergriffenen **Vorsichtsmassnahmen** im Rahmen der privaten Internetnutzung sind die drei Elemente, die bei der Befragung untersucht wurden. Die ersten Ergebnisse, die im Februar 2011 veröffentlicht wurden, haben gezeigt, dass sich **eine Mehrheit** der Internetnutzerinnen und -nutzer der Risiken **durchaus bewusst ist**. Dieses Kapitel hat den Zweck, die **Analyse zu erweitern**, indem die soziodemografischen Kriterien und die verschiedenen Arten der

Internetnutzung berücksichtigt werden. Die zum Ausdruck gebrachten Bedenken sind ein Hinweis darauf, wie gross das Vertrauen der Internetnutzerinnen und -nutzer ist. Dieses wird mit einer Frage zum Verzicht auf bestimmte Aktivitäten aus Sicherheitsgründen ebenfalls untersucht.

4.1 Bedenken angesichts von Sicherheitsproblemen

Nur eine **kleine Minderheit** der Internetnutzerinnen und -nutzer gab an, **«gar nicht besorgt»** über die verschiedenen Sicherheitsprobleme im Internet zu sein. Es ist davon auszugehen, dass Bedenken aus einer gewissen Kenntnis

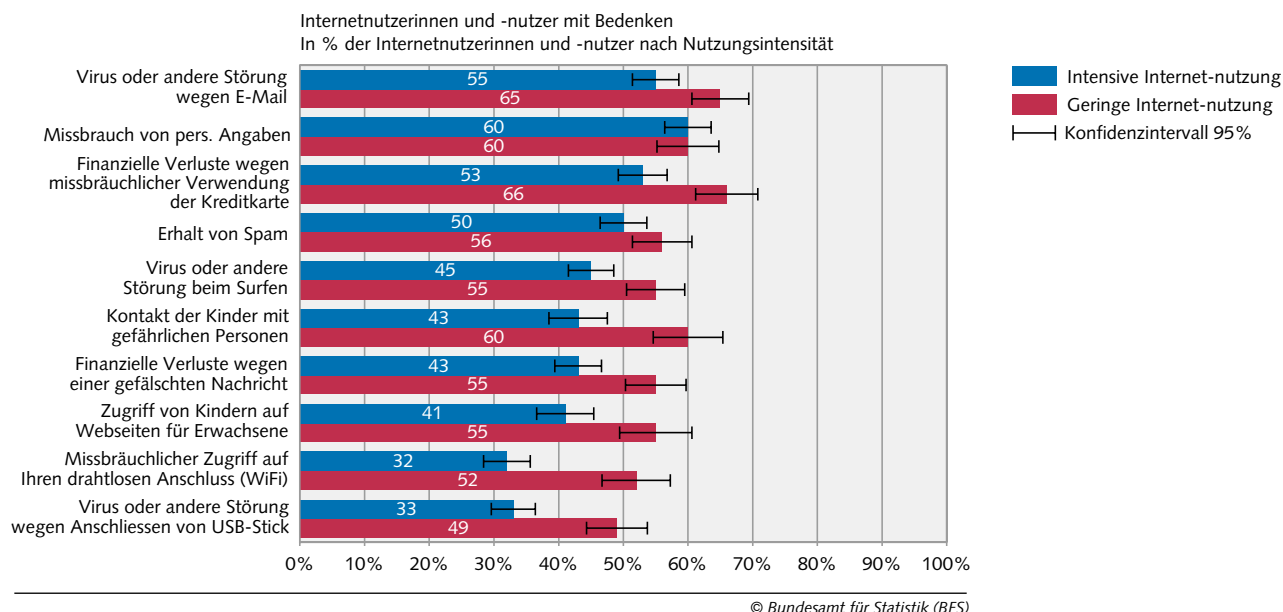
T 16 Bedenken in Bezug auf mögliche Sicherheitsprobleme im Internet, 2010

	In % der Internetnutzerinnen und -nutzer (in den letzten zwölf Monaten)				
	[1] Sehr besorgt	[2] Eher besorgt	[3] Eher nicht besorgt	[4] Gar nicht besorgt	[1+2] Besorgt
Zugriff von Kindern auf Seiten, auf denen sie unter Umständen mit gefährlichen Personen in Kontakt treten	29	20	14	37	50
Finanzielle Verluste wegen missbräuchlicher Verwendung der Kreditkarte	29	30	20	21	59
Missbrauch von persönlichen Angaben, Verletzung der Privatsphäre	24	36	20	20	60
Zugriff von Kindern in Ihrem Haushalt auf Webseiten für Erwachsene (Gewalt, Wette, pornografische Inhalte)	24	22	14	40	46
Erhalt von Spam	22	33	22	23	55
Mit einem E-Mail oder angehängten Datei einen Virus oder eine andere Störung einfangen	22	38	21	18	60
Finanzielle Verluste wegen einer gefälschten Nachricht (Phishing, Pharming)	20	29	25	26	49
Bei der Internetnutzung einen Virus oder eine andere Störung einfangen	17	34	26	23	51
Missbräuchlicher Zugriff von Dritten auf einen drahtlosen Anschluss (WiFi)	15	26	23	36	41
Beim Anschliessen eines USB-Sticks oder eines anderen Geräts einen Virus oder eine andere Störung einfangen	11	29	27	32	40

Quelle: BFS

Bedenken in Bezug auf mögliche Sicherheitsprobleme im Internet nach Nutzungsintensität, 2010

G 16



der Risiken resultieren. Vor diesem Hintergrund kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass das **Problembewusstsein weit verbreitet ist**. Bei den meisten aufgeführten Problemen (siehe Tabelle T16 und Grafik G16) gab über die Hälfte der Internetnutzerinnen und -nutzer an, «sehr besorgt» oder «eher besorgt» zu sein.

Das **Ausmass der Bedenken** ist jedoch abhängig von den erwähnten Sicherheitsproblemen sehr unterschiedlich. Beim Risiko von **finanziellen Verlusten** wegen einer missbräuchlichen Verwendung der Kreditkarte und beim Risiko, dass Kinder im Internet **mit gefährlichen Personen in Kontakt kommen**, beträgt der Anteil der «sehr besorgten» Internetnutzerinnen und -nutzer 29%. Beim Risiko des **Missbrauchs von persönlichen Angaben** und beim Risiko des **Zugriffs von Kindern auf Webseiten für Erwachsene** beläuft sich der entsprechende Anteil auf 24%. Nur 11% der Internetnutzerinnen und -nutzer sind sehr besorgt über das Risiko, beim Anschluss eines USB-Sticks oder eines anderen Geräts auf dem Computer **einen Virus oder eine andere Störung einzufangen**.

Diese erste **Analyse kann detaillierter ausgearbeitet werden**, indem die Internetnutzerinnen und -nutzer berücksichtigt werden, die **gemäss eigenen Angaben je nach Intensität der Internetnutzung «Bedenken haben»** (siehe Grafik G16).

Grundsätzlich kann Folgendes festgehalten werden: Was die verschiedenen Sicherheitsprobleme im Internet anbelangt, haben **die aktivsten Internetnutzerinnen und -nutzer am wenigsten Bedenken**. Eine Ausnahme bilden

diesbezüglich das Risiko des Missbrauchs von persönlichen Angaben sowie einer Verletzung der Privatsphäre. Umgekehrt haben **Personen mit mässiger Internetnutzung deutlich häufiger Bedenken**. Die Berücksichtigung der Mobilität, der Erfahrung (Anzahl durchgeführte Aktivitäten) und des Online-Konsums liefert die Bestätigung der Tatsache, dass die **Internetnutzerinnen und -nutzer mit der geringsten Erfahrung am häufigsten Bedenken haben** (siehe Tabelle G im Anhang). Es ist kaum davon auszugehen, dass das Bewusstsein für die möglichen Sicherheitsprobleme bei den erfahrensten Internetnutzerinnen und -nutzern geringer ist als bei den übrigen. Vor diesem Hintergrund scheinen gesammelte Erfahrungen im Internet – ob zu Recht oder zu Unrecht – dazu zu führen, dass ein gewisses Vertrauen entsteht und damit die Bedenken abnehmen.

In diesem Zusammenhang verweisen die **individuellen Merkmale der Internetnutzerinnen und -nutzer** mit den grössten Bedenken logischerweise auf die Personen mit der geringsten Internetnutzung. Es müssen indessen einige Ausnahmen von diesem allgemeinen Grundsatz festgehalten werden. Insbesondere das **Risiko des Missbrauchs von persönlichen Angaben und einer Verletzung der Privatsphäre** unterscheidet sich von allen anderen Sicherheitsproblemen. Denn dies ist das einzige Sicherheitsrisiko, bei dem **das Ausmass der Bedenken nicht direkt mit der Interneterfahrung und der Art der Internetnutzung zusammenhängt**. Was dieses Sicherheitsproblem betrifft, liegt der Anteil der besorgten Internetnutzerinnen und -nutzer bei 60%.

Aus der Kombination dieser Bedenken mit der **Benutzung eines Schutzprogramms** ergibt sich ein höherer Anteil von Internetnutzerinnen und -nutzern, die «gar nicht besorgt» sind und keine Schutzprogramme verwenden. Daraus lässt sich der Schluss ziehen, dass **Personen, die keine Bedenken bezüglich möglicher Sicherheitsprobleme haben, keine Notwendigkeit sehen, sich mit einem Schutzprogramm auszustatten**. Wenn die Bedenken mit der Häufigkeit der Erstellung von Sicherheitskopien kombiniert werden, gelangt man zum gleichen Ergebnis. Bei den Personen, die keine Sicherheitskopien anfertigen oder dies nur sehr selten tun, ist der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die gar nicht besorgt sind, höher.

4.2 Von den Internetnutzerinnen und -nutzern ergriffene Vorsichtsmassnahmen

Die **grosse Mehrheit der Internetnutzerinnen und -nutzer** (79%) gab an, den eigenen Computer oder jenen des Haushalts mit einer **Sicherheitssoftware zu schützen**. Unter Berücksichtigung jener 8% der Internetnutzerinnen und -nutzer, die diese Aufgabe einem anderen Haushaltsmitglied anvertrauen, haben 87% der Internetnutzerinnen und -nutzer ihren Computer mit einem Schutzprogramm ausgestattet. Somit verfügen 13% über kein Schutzprogramm oder sind der Auffassung, keines zu haben.

Aus einer detaillierten Untersuchung der Benutzerinnen und Benutzer von Schutzprogrammen (siehe Tabelle B im Anhang) ist ersichtlich, dass die Verwendung von **Schutzprogrammen** in allen Altersgruppen **allgemein verbreitet**

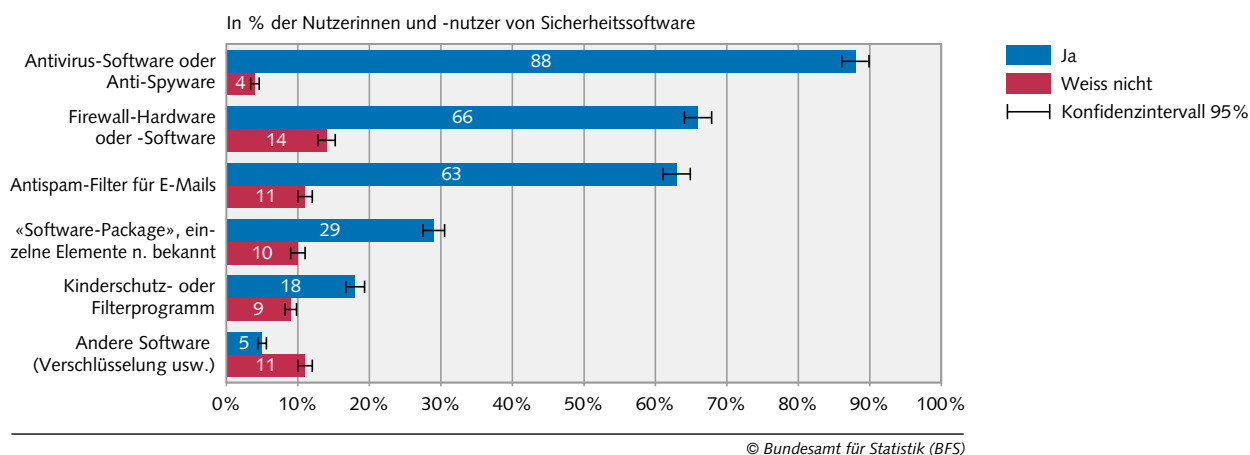
ist. Der entsprechende Anteil liegt zwischen 91% bei den 45- bis 54-Jährigen und 75% bei den älteren Personen (ab 74 Jahren). Es bestehen **keine Unterschiede nach Geschlecht**. Hingegen ist bei Personen mit einer Ausbildung der Tertiärstufe und der Sekundarstufe ein höherer Ausstattungsgrad zu verzeichnen (90% bzw. 87%). Im Gegensatz dazu verfügen nur 77% der Internetnutzerinnen und -nutzer ohne nachobligatorische Ausbildung über ein Schutzprogramm. Bei Personen, die finanziell gut gestellt sind, liegt der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die über ein Schutzprogramm verfügen, überdurchschnittlich hoch. Schliesslich haben 89% der Deutschschweizerinnen und Deutschschweizer angegeben, dass sie ein Schutzprogramm verwenden, gegenüber 83% der Westschweizerinnen und Westschweizer und 82% der Tessinerinnen und Tessiner (siehe Tabelle B im Anhang).

Unter Berücksichtigung der erfassten **Standardsoftware** (Antivirus, Firewall, Antispam) und der Software-Packages scheinen die Internetnutzerinnen und -nutzer gut ausgestattet zu sein (siehe Grafik G17). Doch etwas **speziellere Schutzmassnahmen** wie Kinderschutz- oder Filterprogramme und die Installation von anderer Sicherheitssoftware **sind noch eher die Ausnahme**. Weniger als 20% aller Nutzerinnen und Nutzer von Sicherheitssoftware und nur **ein Drittel der Nutzerinnen und Nutzer von Sicherheitssoftware, die in einem Haushalt mit Kindern (Personen unter 16 Jahren) leben**, verwenden ein Kinderschutz- oder Filterprogramm.

Die Verwendung von Schutzprogrammen und insbesondere von sehr spezialisierter Software hängt eindeutig mit einer **hohen Intensität** sowie der **Mobilität** bei der

Benutzte Sicherheitssoftware, 2010

G 17



T 17 Installierte Sicherheitssoftware nach Nutzungsprofil, 2010

In % der Internetnutzerinnen und -nutzer, die ein (oder mehrere) identifizierte Sicherheitsprogramme verwenden

	Gesamt	Internetnutzerinnen und -nutzer				
		Intensiv	Mässig	Mobil mit Mobiltelefon	Nicht mobil	E-Konsumentinnen und -Konsumenten
Antivirus-Software oder Anti-Spyware	92	94	90	95	91	92
Firewall-Hardware oder -Software	76	81	65	85	71	79
Antispam-Filter für E-Mails	70	73	60	77	66	74
«Software-Package», einzelne Elemente nicht bekannt	32	29	37	26	35	32
Kinderschutz- oder Filterprogramm	20	23	(15)	24	19	20
Andere Software (Verschlüsselung usw.)	(6)	(9)	()	(10)	(3)	(7)

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch (VK $\geq$ 30%)

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient (10% < VK < 30%)

Quelle: BFS

Internetnutzung zusammen (siehe Tabelle T17). Die Tatsache, dass die aktivsten Internetnutzerinnen und -nutzer am besten ausgerüstet sind, ist mit den weiter oben festgestellten geringeren Bedenken in Verbindung zu bringen. Durch die Installation der notwendigen Sicherheitssoftwares fühlen sie sich besser vor Risiken geschützt.

Je intensiver die Internetnutzung ist, desto höher ist der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die Schutzprogramme verwenden. Je geringer die Intensität der Internetnutzung ist, desto höher ist der Anteil der Benutzerinnen und Benutzer, die eine Software-Suite verwenden, ohne die einzelnen Komponenten zu kennen.

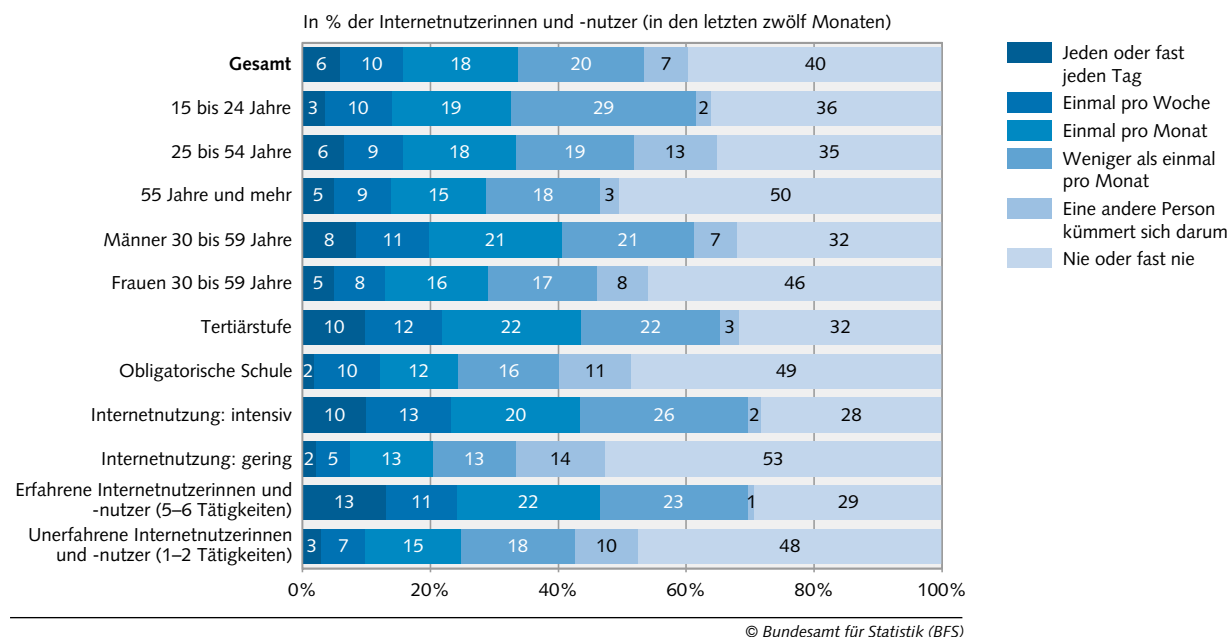
Die **Aktualisierung** von Sicherheitssoftware, die eine unabdingbare Voraussetzung für deren Schutzwirkung darstellt, ist ein **ausschlaggebender Punkt**, auf den die Spezialisten regelmässig mit Nachdruck hinweisen. Wenn ein Schutzprogramm vorhanden ist, scheint **die grosse Mehrheit der Internetnutzerinnen und -nutzer** die notwendigen Aktualisierungen durchzuführen: Werden zu den automatischen Aktualisierungen (63%) die Aktualisierungen hinzugezählt, die vorgenommen werden, sobald ein Update verfügbar ist (18%), oder die von Dritten durchgeführt werden (13%), ergibt sich ein Anteil von 94% der mit einem Schutzprogramm ausgestatteten Internetnutzerinnen und -nutzer. **Lediglich 1%** der Internetnutzerinnen und -nutzer gab an, **nicht zu wissen, wie** eine Aktualisierung durchgeführt wird. **1%** führt gemäss den Angaben **keine Aktualisierungen** durch, und **4%** nehmen nur gelegentlich eine Aktualisierung vor.

Hingegen wird eine der wichtigsten Vorsichtsmassnahmen – das regelmässige **Erstellen von Sicherheitskopien der eigenen Daten** (siehe Grafik G18) – bei Weitem noch nicht generell ergriffen. Nur **ein Drittel der Internetnutzerinnen und -nutzer** erstellt mindestens einmal pro Monat **Sicherheitskopien**. Konkret wurden die folgenden Anteile verzeichnet: 6% täglich oder beinahe täglich, 10% einmal pro Woche und 18% einmal pro Monat. Ein Fünftel der Internetnutzerinnen und -nutzer geht davon aus, dass sie mindestens einmal pro Monat Sicherheitskopien erstellen, und 7% übertragen diese Aufgabe an ein anderes Haushaltsmitglied. **40%** erstellen **nie oder fast nie** Sicherheitskopien.

Das Erstellen von Sicherheitskopien hängt stark vom Alter, vom Geschlecht, vom Bildungsstand und von der Art der Internetnutzung ab. Erfahrene Internetnutzerinnen und -nutzer im fortgeschrittenen Alter mit intensiver Internetnutzung und einer tertiären Ausbildung erstellen am ehesten Sicherheitskopien. Von den Personen mit mässiger Internetnutzung (nicht jeden Tag und weniger als sechs Stunden pro Woche im Internet), die über keine nachobligatorische Ausbildung und nur über wenig Internet Erfahrung verfügen sowie von den jüngsten und von den ältesten Internetnutzerinnen und -nutzern erstellt knapp die Hälfte keine Sicherheitskopien. Das Erstellen von Sicherheitskopien wird eher von Frauen, von Personen mit einem tiefen Bildungsstand und von Personen mit geringer Internetnutzung an eine andere Person übertragen.

Häufigkeit des Erstellens von Sicherheitskopien nach Alter, Geschlecht, Bildungsstand und Nutzungsintensität, 2010

G 18



Die Bedeutung des Erstellens von Sicherheitskopien der persönlichen Daten wird **von den Internetnutzerinnen und -nutzern offensichtlich unterschätzt**. Denn mit der kontinuierlichen Verbreitung von Internetanwendungen im Alltag enthalten die Festplatten von Personal Computern und Servern immer mehr sensible Daten, deren Verlust nicht bedeutungslos ist.

4.3 Aufgetretene Probleme

Nach der Untersuchung des Ausmasses der Bedenken und der Vorsichtsmassnahmen, die angesichts der Sicherheitsprobleme getroffen werden, geht es nun um die Art der wichtigsten **aufgetretenen Sicherheitsprobleme** (siehe Tabelle T18).

Gemäss dem Anteil der betroffenen Internetnutzerinnen und -nutzer sind **unerwünschte E-Mails** (oder **Spam**) mit einem Anteil von 68% das grösste Problem. Danach folgen **Störungen auf dem Computer durch Viren** oder andere Schadprogramme, von denen 20% der Internetnutzerinnen und -nutzer, d. h. über eine Million Personen, betroffen sind. An dritter Stelle liegt der **Missbrauch von persönlichen Angaben** – oder die Verletzung der Privatsphäre (3% der Internetnutzerinnen und -nutzer). Der **Zugriff von Kindern auf Webseiten für Erwachsene** oder der Kontakt mit potenziell gefährlichen Personen wurden von 2% der Internetnutzerinnen und -nutzer angegeben.

T 18 Aufgetretene Sicherheitsprobleme, 2010

	In % der Internetnutzerinnen und -nutzer (in den letzten zwölf Monaten)
Mindestens eines der erwähnten Probleme	73
Spam (unerwünschte E-Mails)	68
Virus oder andere Störung	20
Eines der erwähnten Probleme ausser Spam	24
Eines der erwähnten Probleme ausser Spam oder Virus	6
Missbrauch von persönlichen Angaben	(3)
Zugriff von Kindern auf Webseiten für Erwachsene oder Kontakt mit gefährlichen Personen	(2)
Finanzielle Verluste wegen einer gefälschten Nachricht (Phishing)	(1)
Finanzielle Verluste wegen missbräuchlicher Verwendung der Kreditkarte	(1)
Missbräuchlicher Zugriff über Ihren drahtlosen Anschluss (WiFi)	(1)

Bemerkung: Aufgetretene Probleme in den letzten zwölf Monaten (n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient ($10\% < VK < 30\%$)
Quelle: BFS

(dies entspricht rund 100'000 Personen). Gleich viele Personen erwähnten **finanzielle Verluste** wegen einer missbräuchlichen Verwendung der Kreditkarte oder wegen einer **gefälschten Nachricht** (Phishing).

Insgesamt waren über 70% der Internetnutzerinnen und -nutzer mit **irgendeinem Sicherheitsproblem** konfrontiert, wobei es in der Mehrzahl der Fälle um unerwünschte E-Mails ging. Abgesehen von Spam und Viren gaben 6%, d. h. rund 300'000 Personen, einen personenbezogenen oder finanziellen Schaden an¹⁹.

Was die häufigsten Sicherheitsprobleme angeht, lassen sich aus der Analyse **drei Schlussfolgerungen** ziehen (siehe Grafik G19). Erstens **hängt die Häufigkeit der Probleme direkt mit der Höhe der Risikoexposition zusammen**. Mit anderen Worten sind die aktivsten Internetnutzerinnen und -nutzer am stärksten betroffen, obwohl sie am meisten Vorsichtsmassnahmen treffen. Zweitens liefern die Ergebnisse keine statistische Evidenz dafür, dass irgendein Zusammenhang zwischen der Verwendung einer Sicherheitssoftware und der Tatsache, dass man von Sicherheitsproblemen nicht betroffen war, besteht. Drittens sind die **jüngsten Internetnutzerinnen und -nutzer**, die auch die intensivste Internetnutzung aufweisen, tendenziell noch **mehr** als die anderen Internetnutzerinnen und

-nutzer von Sicherheitsproblemen wie Viren und Schadsoftware betroffen; hingegen sind sie gemäss ihren Angaben weniger mit dem Problem von unerwünschten E-Mails konfrontiert.

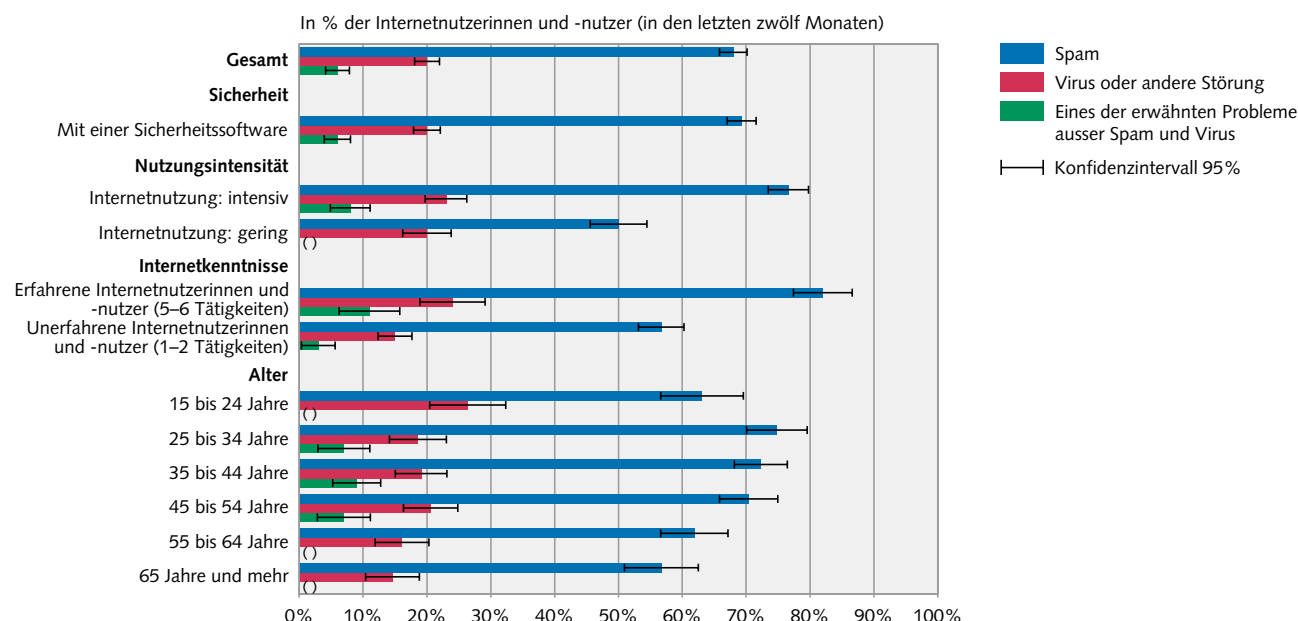
Durch diese Ergebnisse werden **die Wirksamkeit der Schutzprogramme und die Effizienz ihrer Verwendung** durch die Anwenderinnen und Anwender auf den ersten Blick in Frage gestellt. In allen Fällen sind die **Vorsichtsmassnahmen lückenhaft**, insbesondere bei den Sicherheitskopien.

4.4 Verzicht aus Sicherheitsgründen

Das Verhalten der Internetnutzerinnen und -nutzer im Zusammenhang mit möglichen Sicherheitsproblemen kann auch überprüft werden, indem untersucht wird, in welchem Masse sie **aus Sicherheitsgründen** auf bestimmte Aktivitäten im Internet **verzicht haben**. Ein Verzicht aus mangelndem Vertrauen kann so interpretiert werden, dass das Bewusstsein für das Bestehen von Risiken im Zusammenhang mit Online-Aktivitäten vorhanden ist (siehe Tabelle T19 und Tabelle H im Anhang).

Aufgetretene Sicherheitsprobleme in den letzten zwölf Monaten, 2010

G 19



© Bundesamt für Statistik (BFS)

¹⁹ Die Zahl der Fälle ist jedoch zu gering, um eine eingehende quantitative Analyse auf der Grundlage der Daten der Omnibus IKT 2010 vorzunehmen.

T 19 Verzicht auf Online-Tätigkeiten aus Sicherheitsgründen, 2010

In % der Internetnutzerinnen und -nutzer (ausgenommen Personen, die angaben, nicht betroffen zu sein)

	Gesamt	Internet- nutzung: intensiv	Internet- nutzung: mässig	Mobile Internet- nutzerinnen und -nutzer mit Mobil- telefon	Nicht mobile Internet- nutzerinnen und -nutzer	Hat 1 oder 2 der «Internet- Tätigkeiten» durchgeführt	Hat 5 oder 6 der «Internet- Tätigkeiten» durchgeführt
Auf mindestens eine der erwähnten Tätigkeiten verzichten	56	62	46	63	53	50	65
Auf persönliche Angaben auf Seiten von sozialen Netzwerken verzichten	38	44	27	45	34	30	46
Auf das Herunterladen von Programmen, Musikdateien, Videos usw. verzichten	32	34	26	34	31	27	35
Auf den Kauf/die Bestellung im Internet verzichten	25	26	25	25	25	26	24
Auf Stellungnahmen/Reaktionen auf Internetseiten verzichten	23	24	18	24	22	21	(22)
Auf das Ausführen von E-Banking verzichten	21	19	24	(15)	23	27	(13)
Auf die Nutzung von mobilen Zugangsgeräten ausserhalb des Hauses verzichten	12	(12)	(13)	(9)	14	15	(9)
Auf die Kommunikation mit Behörden per Internet verzichten	8	(7)	(10)	()	(9)	(11)	()

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch ($VK \geq 30\%$)(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient ($10\% < VK < 30\%$)

Quelle: BFS

Die Problematik des **Aufschaltens von persönlichen Angaben** steht zuoberst auf der Liste. Dies zeigt die hohe Sensibilität dieses Bereichs. So haben 38% der Internetnutzerinnen und -nutzer angegeben, dass sie darauf verzichten haben, persönliche Angaben auf Webseiten von sozialen Netzwerken zu machen. In diesem Verhalten kommt eine gewisse Vorsicht zum Ausdruck. Unter den Internetnutzerinnen und -nutzern bestehen diesbezüglich **keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern**, doch bei jenen unter 60 Jahren ist eine grössere Zurückhaltung zu verzeichnen. Personen mit intensiver, mobiler Internetnutzung und grosser Internet-erfahrung haben am häufigsten darauf verzichtet, persönliche Angaben ins Internet zu stellen. Diese Internetnutzerinnen und -nutzer müssen auch am ehesten einen entsprechenden Entscheid treffen. 43% der Internetnutzerinnen und -nutzer, die in einem sozialen Netzwerk aktiv sind, verzichteten auf das Veröffentlichen von persönlichen Angaben, während der Anteil bei jenen, die keine sozialen Netzwerke nutzen, bei 35% lag. Letztere halten sich von sozialen Netzwerken fern, weil sie unter anderem zu wenig Vertrauen haben und sich der Risiken im Zusammenhang mit der Sicherheit der persönlichen Daten bewusst sind.

Der Verzicht auf das Herunterladen von Dateien aus Sicherheitsgründen ist ebenfalls ein verhältnismässig häufiges Phänomen. Der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die aus Sicherheitsgründen auf das Herunterladen von Dateien verzichtet haben, beträgt 32%. Es ist jedoch schwierig, diesen Anteil richtig zu beurteilen. Bei den Internetnutzerinnen und -nutzern, die am meisten Gelegenheit zum Herunterladen von Dateien haben, besteht ein höherer Anteil von Personen, die darauf verzichten: So beträgt der entsprechende Anteil bei den Personen mit intensiver Internetnutzung 34%, gegenüber 26% bei den Personen mit mässiger Internetnutzung.

Ein Viertel der Internetnutzerinnen und -nutzer hat angegeben, aus Sicherheitsgründen **auf Online-Käufe verzichtet zu haben**. Die entsprechenden Bedenken bestehen unabhängig vom Geschlecht und sind bei den älteren Personen in höherem Masse zu verzeichnen. Der Verzicht auf Online-Käufe erfolgt **unabhängig von der Intensität der Internetnutzung, der Mobilität und sogar der Interneterfahrung**. Somit haben alle Typen von Internetnutzerinnen und -nutzern schon einmal aus Sicherheitsgründen auf einen Online-Kauf verzichtet. Ein **einzig markanter Unterschied** besteht im Zusammenhang mit der Frage, ob die betreffenden Internetnutzerinnen und -nutzer schon einmal einen Online-Kauf getätigt haben oder nicht. Von jenen, die bereits Online-Käufe

getätigt haben, haben 23 % schon einmal darauf verzichtet, während von den Personen, die noch nie etwas im Internet gekauft haben, 31 % aus Sicherheitsgründen auf Online-Käufe verzichten. Dieser Anteil entspricht 400'000 Personen. Dies ist die Bestätigung dafür, dass **Sicherheitsbedenken viele Internetnutzerinnen und -nutzer tatsächlich davon abhalten, Online-Käufe zu tätigen.**

23 % der Internetnutzerinnen und -nutzer haben angegeben, dass sie aus Sicherheitsgründen **auf Stellungnahmen** oder auf Reaktionen auf Internetseiten oder in einem Forum **verzichten**. Das Führen **einer Bankbeziehung im Internet** ist eine Online-Aktivität, bei der Sicherheitsbedenken und das Vertrauen von entscheidender Bedeutung sind. **Ein Fünftel der Internetnutzerinnen und -nutzer** hat angegeben, aus Sicherheitsgründen und infolge mangelnden Vertrauens **auf E-Banking verzichtet zu haben**. Bei dieser Online-Aktivität bestehen zwischen den Internetnutzerinnen und -nutzern erhebliche Unterschiede. Aus diesen geht hervor, dass Personen mit mässiger Internetnutzung, Frauen und ältere Personen häufiger auf E-Banking verzichten als die übrigen Internetnutzerinnen und -nutzer. Es besteht auch ein **grosser Unterschied** zwischen den Internetnutzerinnen und -nutzern, die bereits E-Banking-Angebote in Anspruch nehmen (Verzichtsquote von 8 %), und den Personen, die kein E-Banking betreiben (39 %). Dieser Unterschied lässt sich wie folgt erklären: Wenn die Vorbehalte aufgrund von Sicherheitsbedenken einmal überwunden sind und das E-Banking genutzt wird, fassen die Internetnutzerinnen und -nutzer zunehmend Vertrauen. Nur ein kleiner Teil verzichtet dann noch gelegentlich auf das Durchführen von Transaktionen. Von den Internetnutzerinnen und -nutzern, die kein E-Banking betreiben, haben 39 %, d. h. 700'000 Personen, mangelndes Vertrauen angegeben. Dies stellt somit einen entscheidenden Faktor für den Verzicht auf E-Banking dar.

12 % der Internetnutzerinnen und -nutzer haben angegeben, auf die Nutzung von **mobilen Zugangsgeräten** ausserhalb des Hauses zu verzichten.

Schliesslich haben lediglich 8 % der Internetnutzerinnen und -nutzer gemäss ihren Angaben aus Sicherheitsgründen auf die **Kommunikation mit Behörden** per Internet verzichtet. Daraus kann der Schluss gezogen werden, dass die Internetnutzerinnen und -nutzer grosses Vertrauen in die Webseiten der öffentlichen Dienste und in die Dienstleistungsangebote im Bereich des E-Government haben.

Gesamthaft gesehen lässt sich festhalten, dass **ein grosser Teil der Internetnutzerinnen und -nutzer aus Sicherheitsgründen auf bestimmte Online-Aktivitäten verzichtet**. Wenn man jene, die mindestens auf eine

Online-Aktivität verzichtet haben, berücksichtigt, ergibt sich eine knappe Mehrheit von 56 %, die teilweise oder vollständig vom Ausführen einer Online-Tätigkeit abgesehen hat.

4.5 Fazit

Die Analyse der Sicherheit im Internet ergibt ein uneinheitliches Bild. Erstens scheint das **Bewusstsein** für die mit Online-Aktivitäten verbundenen Risiken **gut entwickelt** zu sein. Aus der Analyse geht auch hervor, dass die am wenigsten aktiven und **unerfahrensten** Internetnutzerinnen und -nutzer **am meisten besorgt** über die verschiedenen Sicherheitsprobleme sind. Das Risiko des **Missbrauchs von persönlichen Angaben** und einer **Verletzung der Privatsphäre** bildet diesbezüglich die Ausnahme. Was dieses Risiko angeht, haben alle Internetnutzerinnen und -nutzer unabhängig von ihrer Interneterfahrung und von der Art ihrer Internetnutzung **grosse Bedenken** zum Ausdruck gebracht.

Zweitens werden die **elementaren Vorsichtsmassnahmen unterschiedlich umgesetzt**. Einerseits werden die standardmässigen Schutzprogramme von einer grossen Mehrheit der Internetnutzerinnen und -nutzer verwendet und regelmässig auf den neuesten Stand gebracht. Andererseits gibt nur eine **Minderheit** an, spezifische Sicherheitssoftware zu installieren und **regelmässig Sicherheitskopien** der persönlichen Daten zu erstellen.

Drittens hängt die **Häufigkeit der Sicherheitsprobleme**, mit denen die Internetnutzerinnen und -nutzer konfrontiert sind, direkt mit der **Höhe der Risikoexposition** zusammen: Unabhängig von der Ausstattung mit Sicherheitssoftware sind erfahrene Personen mit intensiver Internetnutzung häufiger von Sicherheitsproblemen betroffen als Personen mit durchschnittlicher und mässiger Internetnutzung.

Schliesslich hat eine knappe **Mehrheit** der Internetnutzerinnen und -nutzer (56 %) mindestens einmal **aus Sicherheitsgründen** auf das Ausführen von Online-Aktivitäten **verzichtet**. Dies kann als Bestätigung dafür betrachtet werden, dass ein weit verbreitetes Bewusstsein für die vorhandenen Risiken besteht. Dass ein nicht unerheblicher Teil der Internetnutzerinnen und -nutzer noch nie aus Sicherheitsgründen auf eine Online-Aktivität verzichtet hat, bedeutet jedoch auch, dass weiterhin eine potenziell risikobehaftete Internetnutzung besteht.

5 Internationaler Vergleich

Da der Fragebogen der **Omnibus IKT 2010 auf dem europäischen Modell** für die jährliche Erhebung zur Internetnutzung beruht, ermöglichen die in der Schweiz erhobenen Daten einen zuverlässigen Vergleich mit den Mitgliedstaaten der Europäischen Union (EU). Dieses Kapitel hat den Zweck, **die Stärken und Schwächen der Schweiz im Vergleich zu den EU-Ländern** aufzuzeigen. Im Hinblick auf den Vergleich wurde eine Länderauswahl getroffen. Berücksichtigt wurden die Staaten, die bei der Verbreitung der IKT am meisten vorangekommen sind, die direkten Nachbarländer der Schweiz und die südeuropäischen Länder, die bei der Entwicklung der IKT den grössten

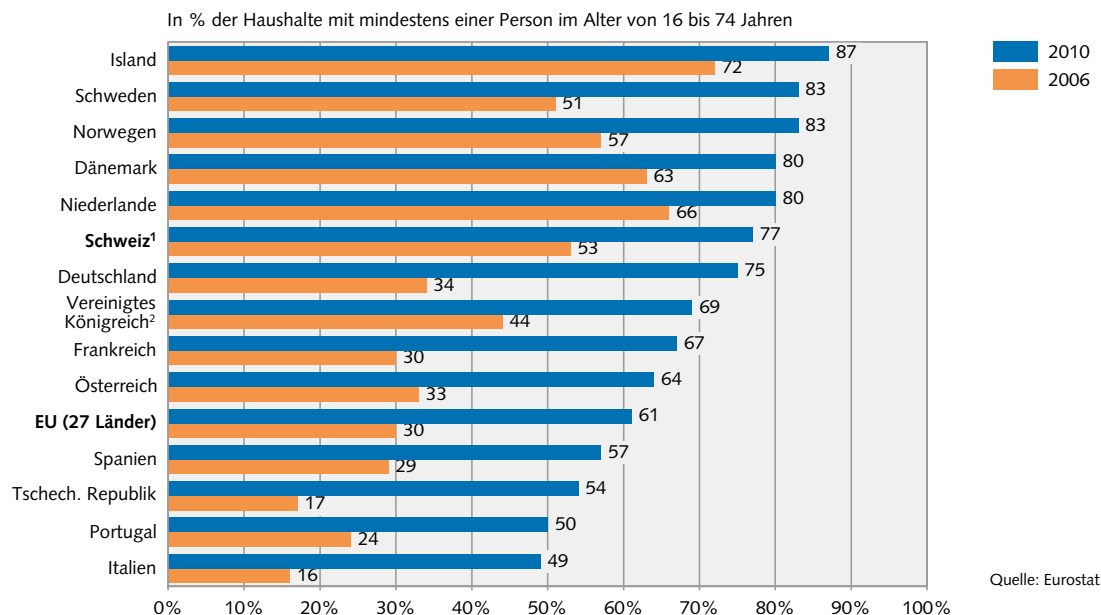
Rückstand aufweisen. Um die Auswahl zu vervollständigen, ist in den Grafiken und Tabellen auch die Tschechische Republik aufgeführt, ein ehemaliger Ostblockstaat, der im Bereich der IKT ein starkes Wachstum aufweist.

5.1 Internetzugang der Haushalte

Gemäss den Normen der europäischen Erhebung²⁰ verfügten in der Schweiz im Jahr 2010 insgesamt 85% der Haushalte über einen Internetanschluss. Unser Land befindet sich damit in einer guten Position hinter der

Anteil der Haushalte mit Breitband-Internetzugang, 2006 und 2010

G 20



¹ 2006, Quelle BFS, HABE, in % aller Haushalte

² 2009 statt 2010

²⁰ Im Rahmen der auf europäischer Ebene standardisierten Methode werden nur Personen im Alter von 16 bis 74 Jahren und nur Haushalte berücksichtigt, die mindestens eine Person dieser Altersbandbreite aufweisen. In diesem Kapitel wurden daher die in der Schweiz ermittelten Ergebnisse in Bezug auf diese Zielgruppe umgerechnet.

Spitzengruppe, die aus den skandinavischen Ländern und den Niederlanden besteht. In diesen Staaten liegt der Anteil der Haushalte mit eigenem Internetzugang bei 90%. Aus diesem Ergebnis geht hervor, dass der Sättigungsgrad in der Schweiz hoch ist (siehe Kapitel 1).

Da **Breitbandanschlüsse** zum Standard werden, können sie als **wichtiger Indikator** für einen internationalen Vergleich dienen.

In der Schweiz liegt der Anteil der Haushalte, die über einen Internetzugang mit Breitband verfügen, bei 77% (siehe Grafik G20). Damit **bestätigt unser Land seine gute Position** hinter den skandinavischen Staaten und den Niederlanden sowie knapp vor Deutschland. Aus der Grafik G20 ist ersichtlich, dass die Schweiz deutlich über dem EU-Durchschnitt liegt (27 Staaten).

Seit dem Jahr 2006 – dem ersten Jahr, für das in der Schweiz Daten auf der Ebene der Haushalte verfügbar sind²¹ – weist unser Land eine Steigerung um 24 Prozentpunkte auf (durchschnittliche jährliche Zuwachsrate von 9,8%). Diese beträchtliche Zunahme liegt indessen deutlich unter den Zuwachsraten, die in Deutschland und Frankreich verzeichnet wurden (durchschnittliche

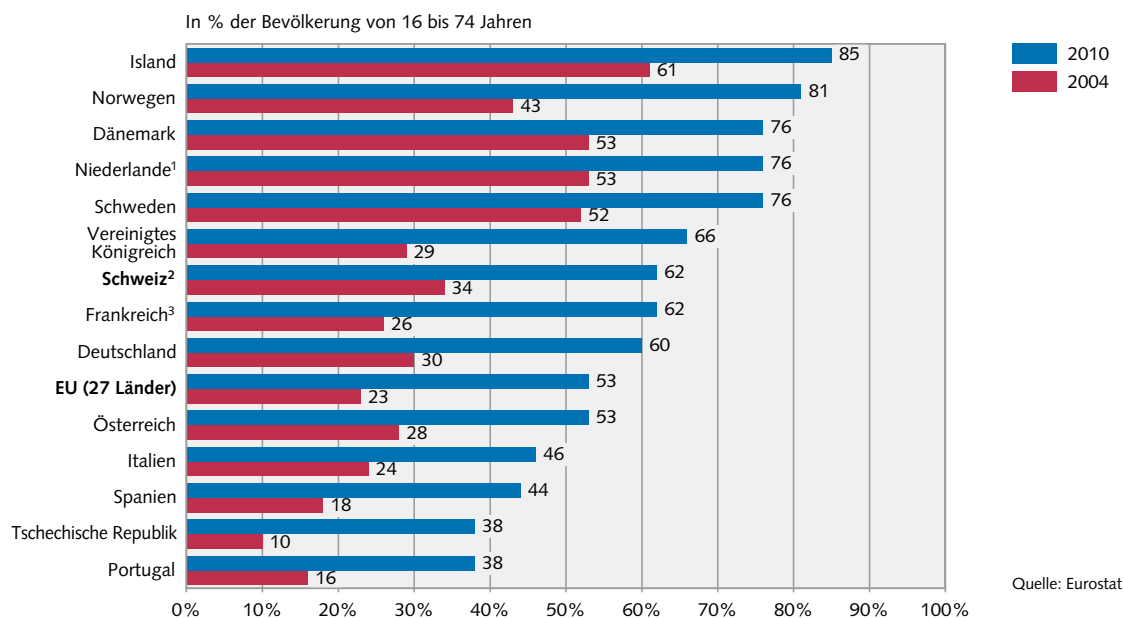
jährliche Zuwachsrate von 22%). Angesichts des Prozentsatzes der Haushalte mit eigenem Breitband-Internetzugang in den am weitesten fortgeschrittenen Ländern (beispielsweise 87% in Island) **hat die Schweiz im internationalen Vergleich eine beneidenswerte Position**. Es besteht jedoch weiterhin ein Wachstumspotenzial, vor allem bei den Breitbandanschlüssen mit mittlerer Übertragungsgeschwindigkeit, bei denen die Schweiz hinter den meisten EU-Ländern zurückliegt²².

5.2 Die Internetnutzerinnen und -nutzer

Im ersten Quartal 2010 haben in unserem Land 83% der Bevölkerung im Alter von 16 bis 74 Jahren das Internet genutzt. Damit liegt die Schweiz auf einer **guten Position** hinter den skandinavischen Ländern und den Niederlanden und gleichauf mit dem Vereinigten Königreich. Mit 93% weisen Norwegen und Island die höchsten Anteile von Internetnutzerinnen und -nutzern auf. Deutschland und Frankreich liegen mit einem Anteil von 80% bzw. 79% gleich hinter der Schweiz (siehe Tabelle I im Anhang).

Internetnutzung jeden Tag oder fast jeden Tag, 2004 und 2010

G 21



¹ 2005 statt 2004

² 2004 – «mindestens einmal pro Tag»

³ 2006 statt 2004

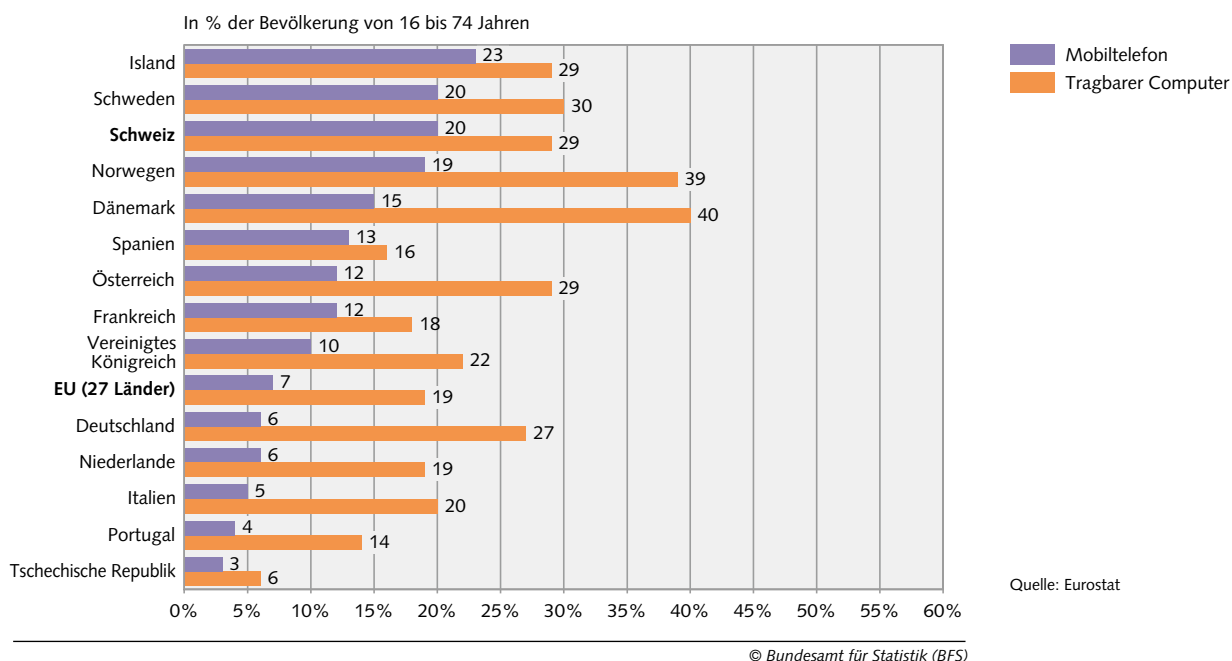
© Bundesamt für Statistik (BFS)

²¹ Die Daten wurden im Rahmen der Haushaltsbudgeterhebung (HABE) erhoben und online auf www.infosociety-stat.ch veröffentlicht.

²² Siehe das Statistikportal der OECD zu den Breitbandanschlüssen, <http://www.oecd.org/sti/ict/broadband>, sowie den entsprechenden Indikator auf www.infosociety-stat.ch.

Internetnutzung ausserhalb des Hauses, 2010

G 22



Aus dem Vergleich der **Anteile der Internetnutzerinnen und -nutzer, die das Internet jeden Tag oder fast jeden Tag nutzen**, gehen **zwei** interessante Elemente hervor (siehe Grafik G21).

Erstens stimmt die Rangliste der Länder praktisch mit der Rangliste der Internetnutzerinnen und -nutzer überein, wobei die Schweiz im Vergleich mit den Niederlanden (76%) und Island (85%) mit ihrem Anteil von 62% weniger gut da steht. **Zweitens** ist seit 2004 eine äusserst starke Zunahme zu verzeichnen. Die Anteile der Internetnutzerinnen und -nutzer, die täglich im Internet surfen, haben sich in vielen Fällen mehr als verdoppelt, beispielsweise in der Tschechischen Republik oder in Frankreich. Dies zeigt erneut, dass **das Internet für immer mehr Personen immer bedeutender wird**.

Die neuesten Entwicklungen im Bereich des Internets bestätigen, dass diese Kommunikations- und Informationstechnologie, die zunehmend auch zu einer Transaktionstechnologie wird, **Fortschritte in den Bereichen Mobilität sowie ständige und ortsunabhängige Nutzbarkeit (Allgegenwärtigkeit)** gemacht hat. Um die Schweiz im Rahmen dieser Entwicklung positionieren zu können, muss untersucht werden, welcher Anteil der Bevölkerung mit einem Mobiltelefon oder einem tragbaren Computer auf das Internet zugreift (siehe Grafik G22).

Die **Schweiz** gehört wiederum zu den **Ländern, die am weitesten fortgeschritten sind**. 20% der Bevölkerung im Alter von 16- bis 74 Jahren verwenden für den Internet-

zugang ein Mobiltelefon. Damit weist die Schweiz den gleichen Prozentsatz auf wie Schweden und liegt nur drei Prozentpunkte hinter Spitzenreiter Island. Unser Land ist also weit über dem EU-Durchschnitt positioniert.

Die **hohe Mobilität der Internetnutzerinnen und -nutzer in der Schweiz** zeigt sich auch, wenn die **Benutzung von tragbaren Computern für den Internetzugang** untersucht wird. Die skandinavischen Länder liegen klar an der Spitze der Rangliste, was darauf zurückzuführen ist, dass sich in Skandinavien tragbare Computer schon zu einem frühen Zeitpunkt verbreitet haben. In Norwegen und Dänemark greifen knapp 40% der Bevölkerung auf diese Weise auf das Internet zu. Die Schweiz und Österreich liegen mit einem Anteil von je 29% auf dem vierten Rang.

5.3 Online-Aktivitäten

Im Rahmen einer Analyse der durchgeführten Online-Aktivitäten lassen sich die Besonderheiten der Schweizer Internetnutzerinnen und -nutzer im europäischen Vergleich erkennen. Zu diesem Zweck wurde eine Auswahl von Online-Aktivitäten, die mit den Bereichen Kommunikation, Information und Konsum sowie mit der Kultur und Unterhaltung zusammenhängen, getroffen (für weitere Einzelheiten siehe Tabelle I im Anhang).

Bei den **Kommunikationsaktivitäten** werden **E-Mails** auf breiter Ebene genutzt. Durchschnittlich wenden 90% der Internetnutzerinnen und -nutzer diese Art der Kommunikation an (in den Niederlanden beispielsweise 96%, in der Schweiz 94%).

Weniger als ein Drittel der Europäerinnen und Europäer nutzt das Internet, um zu **telefonieren oder Video-konferenzen durchzuführen**. Mit einem Anteil von 28% der Internetnutzerinnen und -nutzer liegt die Schweiz in diesem Bereich nahe beim Durchschnitt. In der Tschechischen Republik (Anteil von 40%), die üblicherweise weniger gut positioniert war, hat sich diese Tätigkeit stark entwickelt. In einigen Ländern dagegen, die sonst weiter fortgeschritten sind – wie beispielsweise die Niederlande –, wird die Internettelefonie weiterhin nur wenig genutzt.

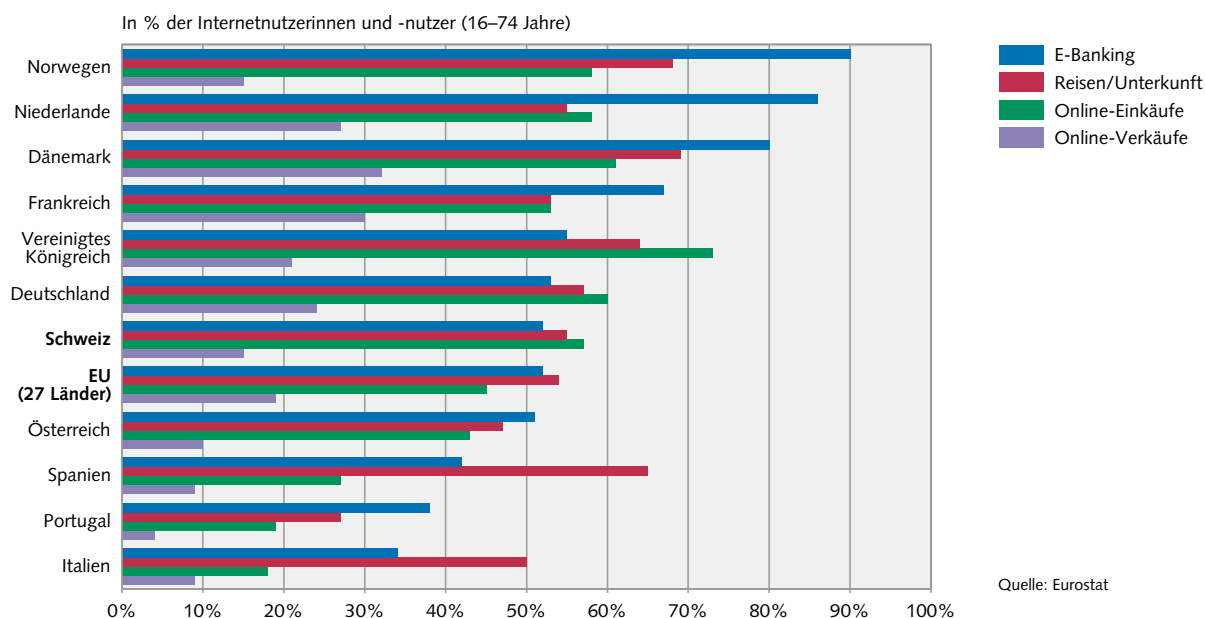
46% der Internetnutzerinnen und -nutzer in der EU **nutzen soziale Netzwerke**. Mit einem Anteil von 45% liegt die Schweiz wiederum im Mittelfeld. Diesbezüglich ist festzuhalten, dass die meisten Länder ähnliche Anteile aufweisen (zwischen 40 und 50%). Nur Portugal unterscheidet sich stark von den anderen Ländern: Über zwei Drittel der portugiesischen Internetnutzerinnen und -nutzer surfen auf sozialen Netzwerken (69%)²³.

Zwei Online-Aktivitäten stehen in einem direkten Zusammenhang mit den **Medien** und dem **Informationsbereich**. Das Lesen/Herunterladen von **Zeitung**en und Nachrichtenmagazinen wird in Europa noch sehr uneinheitlich praktiziert. Mit 50% der Internetnutzerinnen und -nutzer liegt der europäische Durchschnitt weit unter jenem der Schweiz. **In unserem Land lesen drei Viertel der Internetnutzerinnen und -nutzer, d. h. rund 3,7 Millionen Personen, im Internet Zeitung**en und **Nachrichtenmagazine**. Die Schweiz liegt diesbezüglich in der Spitzengruppe, höhere Anteile weisen nur Island (94%) und Norwegen (84%) auf. Zu erwähnen ist der Umstand, dass in diesem Zusammenhang Frankreich eine Ausnahme bildet: Lediglich 27% der Internetnutzerinnen und -nutzer haben diese Tätigkeit angegeben. Um daraus detailliertere Schlussfolgerungen ziehen zu können, müsste selbstverständlich das kulturelle und mediale Umfeld der verschiedenen Länder analysiert werden.

Im Internet **Fernsehen und Radio hören** ist heutzutage in mehreren Ländern eine sehr häufige Tätigkeit. In Island und Schweden wurde diese Tätigkeit von über 60% der Internetnutzerinnen und -nutzer angegeben. Portugal, dessen Anteil mit 50% klar über dem Schweizer

Konsumtätigkeiten, 2010

G 23



© Bundesamt für Statistik (BFS)

²³ Diese Unterschiede lassen sich nicht mit der Altersstruktur der Bevölkerung erklären: Der Anteil der 15- bis 35-Jährigen beträgt in der Schweiz 24%, in Frankreich 25%, in Portugal 26% und in Italien 22%. Damit weisen diese Länder sehr ähnliche Anteile auf.

Durchschnitt (37%) und dem europäischen Mittel (38%) liegt, unterscheidet sich auch in Bezug auf diese Tätigkeiten. Da ihr Anteil unter dem europäischen Durchschnitt liegt, weist die Schweiz diesbezüglich einen Rückstand auf. Seit 2004 ist jedoch eine äusserst rasche Entwicklung zu verzeichnen, sowohl in der Schweiz als auch in mehreren anderen Ländern, in denen durchschnittliche jährliche Zuwachsraten von 20% oder mehr registriert werden (Schweden, Österreich, Vereinigtes Königreich).

Bei der dritten Gruppe der Tätigkeiten, bei denen es um den **Konsum und den geschäftlichen Verkehr** geht, sind die Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern viel ausgeprägter (siehe Grafik G23).

So liegt beispielsweise der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die **E-Banking-Dienstleistungen** in Anspruch nehmen, zwischen einem Drittel in Italien und 90% in Norwegen. Mit einem Anteil von 52% befindet sich die Schweiz im Mittelfeld. Die skandinavischen Länder und die Niederlande liegen mit einem Anteil von jeweils über 80% deutlich an der Spitze. Danach folgen Frankreich mit 67% und das Vereinigte Königreich mit 55%.

Der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die **Online-Käufe** tätigen oder **im Internet Bestellungen** vornehmen, ist ebenfalls sehr unterschiedlich. So wurden in Bezug auf den E-Commerce die folgenden Anteile verzeichnet: weniger als 20% der Internetnutzerinnen und -nutzer in Italien, 45% im europäischen Durchschnitt und bis zu 73% im Vereinigten Königreich, dem europäischen Spitzenreiter in diesem Bereich. In der Schweiz gehören 57% der Internetnutzerinnen und -nutzer zu den E-Konsumentinnen und -Konsumenten. **Damit liegt sie hinter der Spitzengruppe.** Interessant ist die Tatsache, dass der Anteil der E-Konsumentinnen und -Konsumenten deutlich tiefer ist als der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die E-Banking-Dienstleistungen nutzen. Dies gilt insbesondere in den skandinavischen Ländern, die im Bereich der Online-Finanztransaktionen am weitesten fortgeschritten sind. Entsprechend den Online-Käufen wird der **Verkauf** von Waren und Dienstleistungen durch Private weniger häufig und je nach Land sehr uneinheitlich praktiziert. Die Anteile der Internetnutzerinnen und -nutzer, die im Internet als Verkäufer auftreten, sind unabhängig von den anderen analysierten Konsumtätigkeiten. Dies ist Ausdruck der Verschiedenartigkeit der Verhaltensweisen und Gewohnheiten sowie des wirtschaftlichen und kulturellen Umfelds. Während in den südeuropäischen Ländern weniger als 10% der Internetnutzerinnen und -nutzer Online-Verkäufe tätigen, liegt der entsprechende Anteil in Dänemark und

Frankreich bei über 30%. In der Schweiz beträgt der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die Online-Verkäufe realisieren, 15%. Damit ist unser Land unter dem europäischen Durchschnitt positioniert.

Im **Bereich Kultur und Unterhaltung** kann der Vergleich nur in Bezug auf eine **Reihe von Aktivitäten** vorgenommen werden. Dazu gehören **Online-Spiele, Musik hören, Fotos, Filme und Videos ansehen sowie das Herunterladen der entsprechenden Dateien**. Mit einem Anteil von 59% liegt die Schweiz unmittelbar vor den Niederlanden (56%) und Belgien (45%) und sehr deutlich über dem europäischen Durchschnitt (40%). In diesem Bereich sind die Länder der iberischen Halbinsel ausnahmsweise ebenfalls über dem europäischen Durchschnitt positioniert. **Das Aufschalten von selbst erstellten Inhalten**, um sie mit anderen Leuten zu teilen – Fotos, Videos, Musik usw. –, wird in Europa durchschnittlich von einem Drittel der Internetnutzerinnen und -nutzer praktiziert (32%). Mit einem Anteil von 36% liegt die Schweiz leicht darüber, allerdings ziemlich deutlich hinter den führenden Ländern Island (44%) und Dänemark (42%).

Aus einem Vergleich der verschiedenen Online-Aktivitäten geht hervor, dass **die Schweiz in vielen Fällen ganz in der Nähe des europäischen Durchschnitts liegt**. Sie unterscheidet sich nur wenig von ihren Nachbarländern, insbesondere von Deutschland. Es bestehen nur wenige Ausnahmen, bei denen die Schweiz besser positioniert ist, beispielsweise beim Lesen von Zeitungen im Internet oder beim Hören/Herunterladen von Musik, Spielen oder Videos. **Im Bereich des E-Banking und der Online-Verkäufe zeigen die Schweizer Internetnutzerinnen und -nutzer hingegen eine gewisse Zurückhaltung.**

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass nach wie vor beträchtliche Unterschiede zwischen den Ländern und den verschiedenen Online-Aktivitäten zu verzeichnen sind. Selbst im Bereich des Internets kam es nicht bzw. noch nicht zu einer Vereinheitlichung der Verhaltensweisen und Gewohnheiten. In diesem Zusammenhang ist daran zu erinnern, dass bei diesem Vergleich der Online-Aktivitäten nur die Internetnutzerinnen und -nutzer berücksichtigt wurden. Die grössten Unterschiede zwischen den Ländern bestehen in Bezug auf den Anteil der Haushalte mit einem Internetzugang und den Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer an der Gesamtbevölkerung (siehe Grafik G20 und G21).

5.4 E-Government

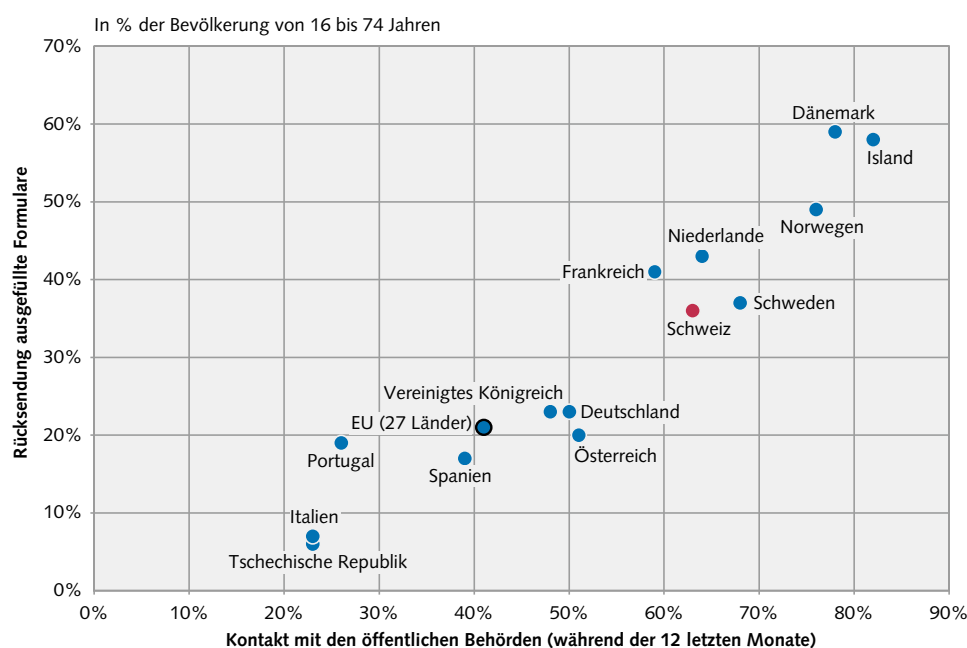
Ein internationaler Vergleich der Zunahme der Nutzung des E-Governments durch Privatpersonen ergibt ein vorteilhaftes Bild der Schweiz als dies bei den Analysen des Dienstleistungsangebots der Fall ist. Während die Schweiz hinsichtlich des Angebots unter 32 analysierten Staaten nur den 24. Rang belegt²⁴, ist sie bei **der Nutzung der Online-Dienstleistungen durch Privatpersonen weit über dem europäischen Durchschnitt positioniert**.

Der Vergleich beruht auf der **Kombination von zwei Indikatoren**. Der **erste Indikator** besteht im Anteil der Personen an der Gesamtbevölkerung, die in den zwölf Monaten vor der Befragung irgendeinen Online-Kontakt mit der öffentlichen Verwaltung hatten. Der **zweite Indikator** entspricht einem zusätzlichen Schritt der Interaktion, d. h. dem Anteil der Personen, die der Verwaltung

ein online ausgefülltes Formular zugesandt haben. Diese beiden Arten der Nutzung von E-Government-Dienstleistungen werden zu privaten Zwecken und unabhängig von der institutionellen Ebene vorgenommen (siehe Grafik G24). Bei beiden Indikatoren **ist die Schweiz gut positioniert**. Zusammen mit den Niederlanden sowie mit Frankreich und Schweden gehört sie zu einer kleinen Gruppe von vier Staaten, die hinter den am weitesten fortgeschrittenen skandinavischen Ländern liegen.

Durch die Entwicklung seit 2004 wurde die Rangliste der Länder nicht wesentlich verändert (siehe Tabelle T20). Der Anteil der Personen, die das Internet nutzten, um ganz allgemein in Kontakt mit der öffentlichen Verwaltung zu treten, **hat sich im europäischen Durchschnitt beinahe verdoppelt**. Noch stärker zugenommen hat die Zusendung von online ausgefüllten Formularen: Der betreffende Anteil hat sich sowohl in der EU insgesamt als auch in der Schweiz vervierfacht.

Kontakt der Bevölkerung mit den öffentlichen Behörden über das Internet, 2010 G 24



© Bundesamt für Statistik (BFS)

²⁴ Europäische Kommission, *Digitizing Public Services in Europe: Putting ambition into action. 9th Benchmark Measurement*, Dezember 2010 (Bericht, der von CapGemini für die Generaldirektion Informationsgesellschaft und Medien erarbeitet wurde).

T20 Kontakt mit den öffentlichen Behörden, 2004 und 2010

Kontakt und Formulare online ausfüllen in den letzten zwölf Monaten

In % der Bevölkerung von 16 bis 74 Jahren

	2010		2004	
	Kontakt im Allgemeinen	Formulare online ausfüllen	Kontakt im Allgemeinen	Formulare online ausfüllen
Island	82	58	58	19
Dänemark	78	59	44	14
Norwegen	76	49	37	8
Schweden	68	37	39	11
Niederlande ¹	64	43	46	20
Schweiz	63	36	26	9
Frankreich ²	59	41	26	12
Österreich	51	20	21	8
Deutschland	50	23	33	7
Vereinigtes Königreich	48	23	22	3
EU (27 Länder) ¹	41	21	23	5
Spanien ²	39	17	25	7
Portugal	26	19	13	8
Tschechische Republik	23	6	7	1
Italien ¹	23	7	14	4

¹ 2005 statt 2004² 2006 statt 2004

Quelle: BFS, Eurostat

5.5 Kenntnisse der Internetnutzerinnen und -nutzer

Im gegenwärtigen Umfeld, das durch den allgemeinen Wettbewerb zwischen den Staaten und das Streben nach Innovationen geprägt ist, sind die **Kenntnisse der Bevölkerung im Bereich der Internetnutzung** ein entscheidender Faktor.

Der internationale Vergleich der «Internetkenntnisse» der Internetnutzerinnen und -nutzer, die anhand ihrer Interneterfahrung erfasst werden, muss aus zwei Perspektiven vorgenommen werden. In einem **ersten Schritt** geht es bei der Analyse um die Aufteilung der Internetnutzerinnen und -nutzer in **drei Kenntnisstufen** innerhalb der Gesamtbevölkerung (siehe Grafik G25). **Anschliessend** wird die Gliederung nach diesen Stufen entsprechend den **Altersgruppen der Internetnutzerinnen und -nutzer** präsentiert, womit die gegenwärtige Entwicklung zum Ausdruck gebracht wird (siehe Grafik G26).

Die Rangliste der Länder nach dem Anteil der erfahrensten Internetnutzerinnen und -nutzer an der Gesamtbevölkerung zeigt, dass Frankreich und die Schweiz zwischen dem Spitzenreiter Island und Schweden liegen.

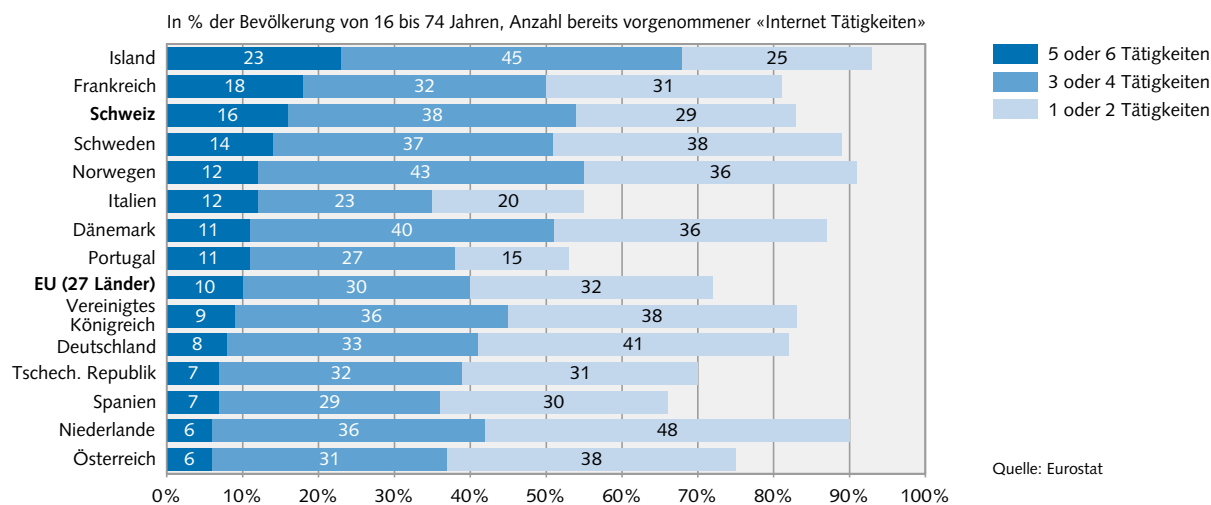
Italien und Portugal befinden sich über dem europäischen Durchschnitt. Sie weisen zwar einen verhältnismässig geringen Anteil von Internetnutzerinnen und -nutzern an der Gesamtbevölkerung auf, doch der Anteil jener mit Erfahrung ist in diesen beiden Ländern überdurchschnittlich hoch. Dieses Ergebnis muss mit der Häufigkeit der Freizeitaktivitäten im Internet und der Chats in den beiden Ländern in Beziehung gesetzt werden. Hierbei handelt es sich gemäss dem Ansatz, wonach die Kenntnisse auf der Erfahrung basieren, um Schlüsselaktivitäten. In den Niederlanden dagegen liegt der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die täglich surfen, bei über drei Vierteln. Doch der Anteil jener, die zur höchsten Erfahrungsstufe gehören, beträgt lediglich 6%.

Ein Vergleich der Verteilung der Erfahrungsstufen in den Altersgruppen der 16- bis 24-Jährigen und der 25- bis 54-Jährigen zeigt, dass **die Interneterfahrung in den verschiedenen Ländern stark zugenommen hat** (siehe Grafik G26).

Unter den jungen Internetnutzerinnen und -nutzern hat der Anteil mit sehr geringer Erfahrung um rund die Hälfte abgenommen. In Frankreich, Italien und Portugal war eine sehr rasche Entwicklung zu verzeichnen: Diese

Internetkenntnisse der Bevölkerung, 2010

G 25

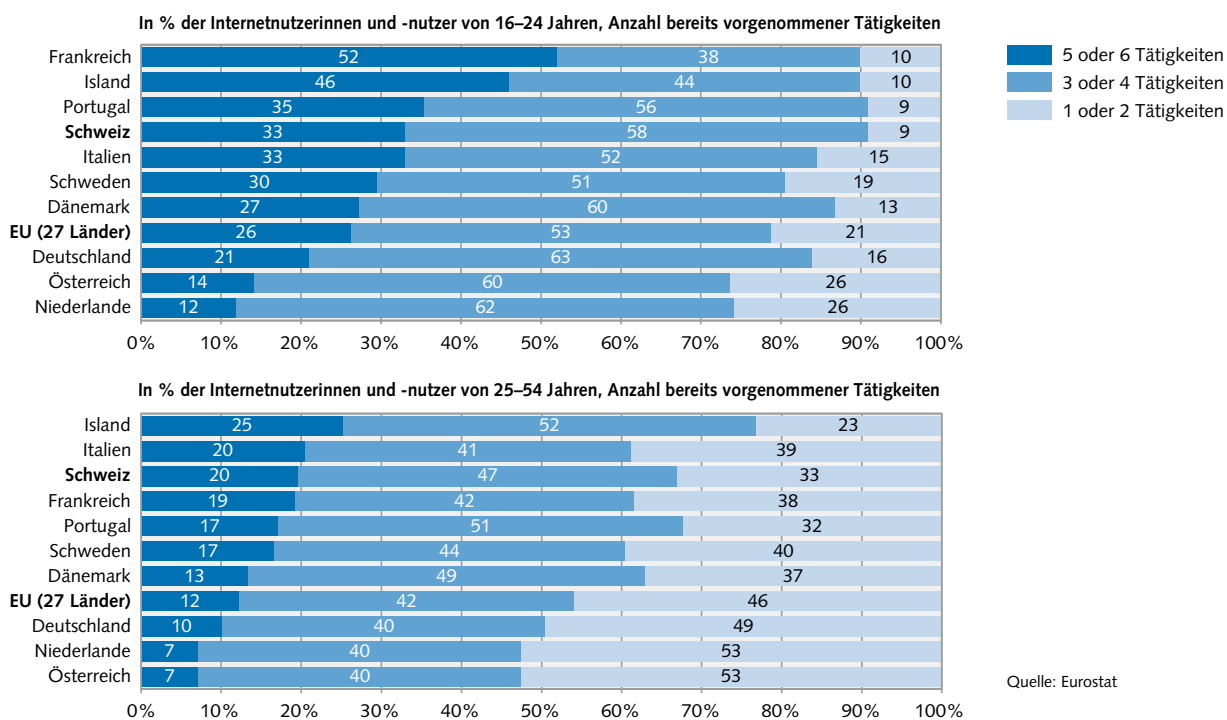


Nota bene: Das Total entspricht der Zahl der Internetnutzerinnen und -nutzer, die in den letzten zwölf Monaten mindestens eine der folgenden Tätigkeiten vorgenommen haben: Benutzung einer Suchmaschine, Versand einer E-Mail mit einer angehängten Datei; Online-Diskussion (Chat); Internettelefonie; Nutzung von Peer-to-peer-Netzwerken; Erstellen einer Website.

© Bundesamt für Statistik (BFS)

Internetkenntnisse der Internetnutzerinnen und -nutzer nach Altersgruppen, 2010

G 26



© Bundesamt für Statistik (BFS)

Länder weisen unter den jungen Personen die höchsten Anteile von erfahrenen Internetnutzerinnen und -nutzern auf. In diesen Staaten ist zwar der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer an der Gesamtbevölkerung geringer, doch die Personen, die das Internet nutzen, verfügen über überdurchschnittliche Erfahrung. **Mit 33% sehr erfahrenen (16- bis 24-Jährige) und lediglich 9% unerfahrenen Internetnutzerinnen und -nutzern befindet sich die Schweiz in einer guten Position.** Bei der Schlussfolgerung ist jedoch Vorsicht geboten, denn dieser Indikator beruht nur auf einigen Aktivitäten, deren relative Bedeutung auch von kulturellen Unterschieden abhängt.

5.6 Sicherheit im Internet

Im Jahr 2010 war ein Spezialmodul der europäischen Erhebung der Sicherheit im Internet gewidmet. Den Ergebnissen für die Schweiz (siehe Kapitel 4) war zu entnehmen, dass das allgemeine Bewusstsein für die Sicherheitsrisiken zugenommen hat. Gleichzeitig waren Lücken im Bereich der Vorsichtsmassnahmen zu verzeichnen. Durch den Vergleich mit den europäischen Ländern kann die Schweiz eingeordnet und die Ergebnisse können mit den Resultaten in anderen Staaten in Beziehung gesetzt werden.

Was die Bedenken im Zusammenhang mit Sicherheitsproblemen im Internet betrifft, beispielsweise das Risiko, auf dem Computer **einen Virus** oder eine andere Störung einzufangen, **liegt die Schweiz in der Nähe des europäischen Durchschnitts** (siehe Grafik G27). In den Ländern, die hinsichtlich der Verbreitung des Internets am weitesten

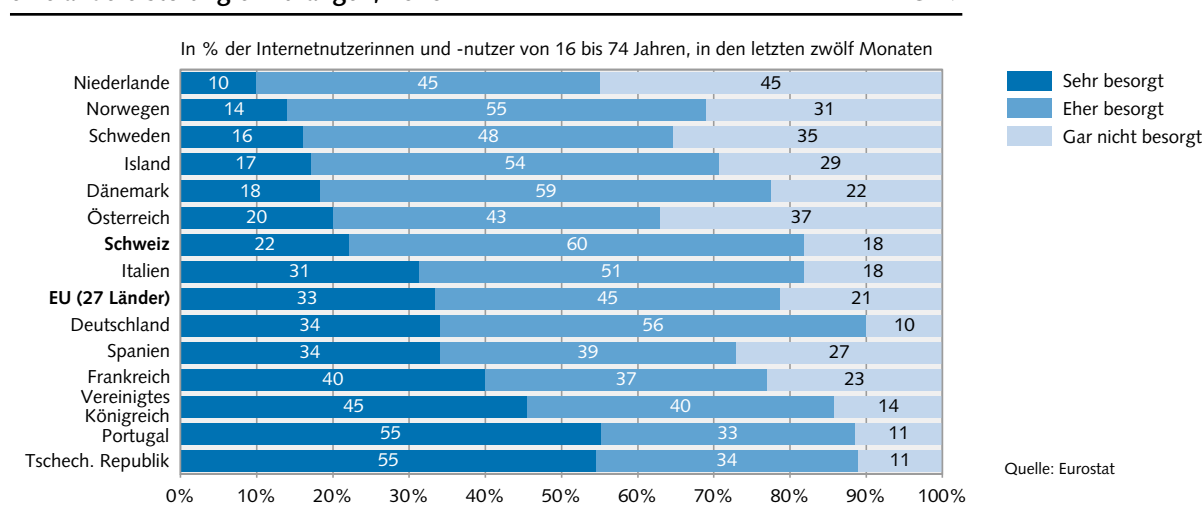
fortgeschritten sind, d. h. in den skandinavischen Staaten und in den Niederlanden, ist der Anteil der sehr besorgten Internetnutzerinnen und -nutzer mit weniger als 20% am tiefsten. Am anderen Ende der Bandbreite liegen Portugal und die Tschechische Republik: In diesen Ländern ist über die Hälfte gemäss eigenen Angaben sehr besorgt.

Der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die gar nicht besorgt sind, beträgt in der Schweiz ungefähr ein Fünftel. Damit liegt unser Land wiederum **in der Nähe des europäischen Durchschnitts**. In den am weitesten fortgeschrittenen Ländern bestehen höhere Anteile von Internetnutzerinnen und -nutzern, die gar nicht besorgt sind. Es ist schwierig, diese Tatsache richtig ausulegen. Da die Entwicklung in diesen Ländern weit fortgeschritten ist, sind diese hohen Anteile aller Wahrscheinlichkeit nach nicht auf ein mangelndes Bewusstsein für die Sicherheitsrisiken zurückzuführen. Sie hängen wohl eher damit zusammen, dass die betreffenden Internetnutzerinnen und -nutzer nur selten mit solchen Problemen konfrontiert sind, dass sie Vertrauen in die ergriffenen Vorsichtsmassnahmen haben oder dass sie davon ausgehen, die Konsequenzen von Sicherheitsproblemen bewältigen zu können.

Bei der wichtigsten Vorsichtsmassnahme, der **Installation von Schutzprogrammen**, zeigt sich auf europäischer Ebene ein uneinheitliches Bild. In der Tabelle J im Anhang sind die Ergebnisse geordnet nach den Softwaretypen detailliert aufgeführt. Unabhängig von der Art der Sicherheitssoftware **liegen die Anteile in der Schweiz über dem EU-Durchschnitt**. In allen Ländern werden Anti-Virus-Programme von 60 bis 80% der Internetnutzerinnen

Bedenken in Bezug auf das Risiko, ein Virus oder eine andere Störung einzufangen, 2010

G 27



© Bundesamt für Statistik (BFS)

und -nutzer installiert. Mit einem Anteil von 77% liegt die Schweiz über dem Durchschnitt (71%), aber hinter den skandinavischen Ländern (Anteile von über 80%).

Filter- und Kinderschutzprogramme werden in allen europäischen Ländern deutlich weniger häufig verwendet. Der tiefe Anteil von 16% der Schweizer Internetnutzerinnen und -nutzer, die gemäss ihren Angaben ein solches Programm installiert haben, wurde als eher negativ beurteilt. **Im internationalen Vergleich gehört die Schweiz jedoch zu den am besten ausgestatteten Ländern.** Schliesslich verfügt in der Schweiz, wie in Schweden und Dänemark, ein verhältnismässig hoher Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer über Software-Packages, ohne deren Komponenten genau zu kennen. Die Internetnutzerinnen und -nutzer in der Schweiz haben somit verhältnismässig wenig Bedenken, sind sich der Sicherheitsprobleme mehrheitlich bewusst und weisen einen überdurchschnittlichen Ausstattungsgrad auf.

Was konkrete Erfahrungen mit aufgetretenen Sicherheitsproblemen betrifft, **gehören die Schweizer Internetnutzerinnen und -nutzer zu jener Gruppe, die am stärksten von Spam** (knapp 70%) **und am wenigsten von Virenattacken** und anderen Computerstörungen betroffen sind (20% der Internetnutzerinnen und -nutzer, siehe Tabelle T21).

Von der nach der Häufigkeit dritten Art der Sicherheitsprobleme, d. h. vom **Missbrauch von persönlichen Angaben**, sind in der Schweiz 3% der Internetnutzerinnen und -nutzer betroffen, während der entsprechende Anteil in der EU bei durchschnittlich 4% liegt. Von **finanziellen Verlusten** durch Phishing oder Kreditkartenmissbrauch sind 1 bis 2% der Internetnutzerinnen und -nutzer betroffen. Diesbezüglich weisen alle EU-Staaten ähnliche Ergebnisse auf.

Wenn Sicherheitsprobleme durch Viren oder andere Computerstörungen in Beziehung zum Vorhandensein von Sicherheitssoftware gesetzt werden, ergibt sich daraus keine klare Tendenz. So besteht in den verschiedenen EU-Ländern **kein direkter Zusammenhang zwischen der Quote der installierten Schutzprogramme und jener der aufgetretenen Sicherheitsprobleme.** Hingegen ist eine Korrelation zwischen aufgetretenen **Virusproblemen** und der **regelmässigen Aktualisierung** von Schutzprogrammen zu verzeichnen (siehe Grafik G28). Die Ergebnisse bestätigen, dass solche Updates eine unerlässliche Voraussetzung für den entsprechenden Schutz sind: Die Aktualisierungen von Sicherheitssoftware müssen durchgeführt werden, sobald sie verfügbar sind.

Je höher der Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer ist, die ihre Schutzprogramme auf den neuesten Stand bringen, sobald ein Update verfügbar ist, desto geringer

T21 Aufgetretene Sicherheitsprobleme, 2010

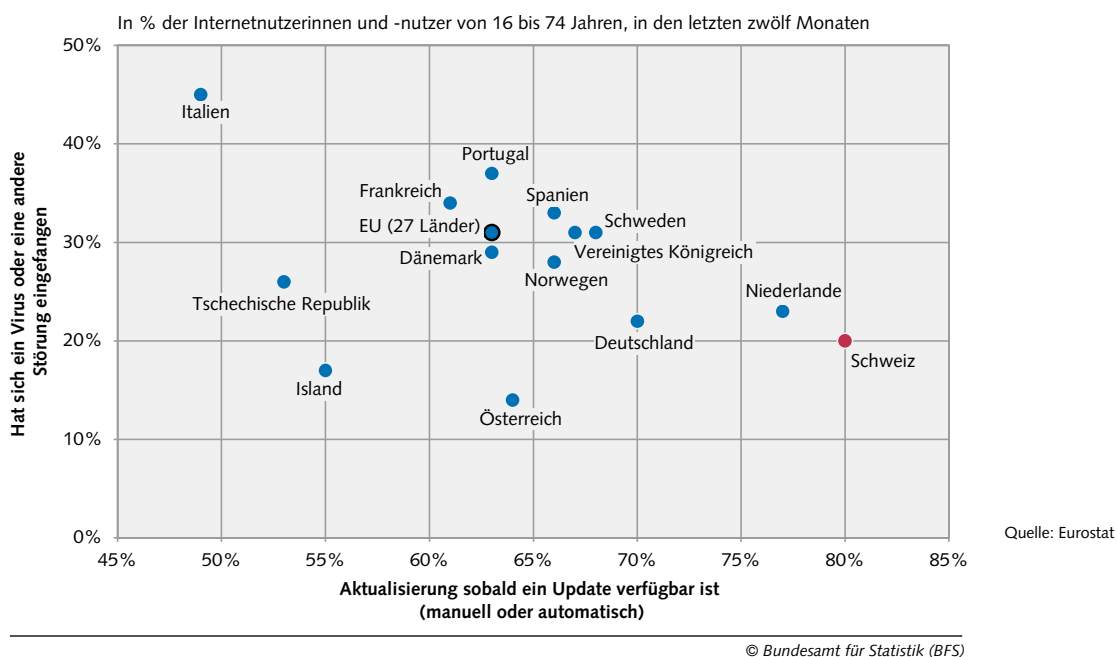
In % der Internetnutzerinnen und -nutzer von 16 bis 74 Jahren in den letzten zwölf Monaten

	Virus oder andere Störung	Spam erhalten: Eingang von unerwünschten E-Mails	Missbrauch von persönlichen Angaben	Finanzielle Verluste (Phishing oder Missbrauch Kreditkarte)
Italien	45	54	6	2
Portugal	37	52	4	2
Frankreich	34	70	5	NA
Spanien	33	50	7	3
EU (27 Länder)	31	56	4	2
Vereinigtes Königreich	31	54	4	3
Schweden	31	53	1	1
Dänemark	29	54	4	1
Norwegen	28	70	3	2
Tschechische Republik	26	47	1	0
Niederlande	23	68	6	2
Deutschland	22	68	2	2
Schweiz	20	69	3	2
Island	17	73	2	NA
Österreich	14	20	3	3

Quelle: BFS, Eurostat

Virus oder andere Störung und Aktualisierung der Sicherheitssoftware, 2010

G 28



ist der Anteil derjenigen, die von einem Virus oder einer anderen Computerstörung betroffen sind. **Zusammen mit den Niederlanden und Deutschland liegt die Schweiz** in der unteren rechten Ecke der Grafik G28. Diese Länder unterscheiden sich von der Mehrheit der Staaten und vom europäischen Durchschnitt durch **eine tiefe Quote von Virusattacken und eine hohe Quote von Internetnutzerinnen und -nutzern, die ihre Schutzprogramme aktualisieren, sobald ein Update verfügbar ist**. Auch Italien unterscheidet sich diesbezüglich deutlich von den anderen Ländern – im Gegensatz zu den oben aufgeführten Staaten jedoch durch einen geringen Anteil Internetnutzerinnen und -nutzer, die ihre Sicherheitssoftware immer möglichst rasch auf den neuesten Stand bringen, und eine hohe Quote derjenigen, die von Virenproblemen betroffen sind.

5.7 Fazit

Der internationale Vergleich beruht dank einer standardisierten Methode auf zuverlässigen Grundlagen. Er zeigt, dass **sich die Schweiz in einer guten Position befindet**. Sowohl beim Internetzugang der Haushalte als auch bei der Internetnutzung durch die Privatpersonen liegt die Schweiz hinter der Spitzengruppe, die aus den skandinavischen Ländern und den Niederlanden besteht. Insgesamt **konnte die Schweiz ihren Rang beibehalten, den sie Anfang 2000 erreicht und im Jahr 2004 bestätigt**

hatte. Punktuell zeichnet sich unser Land auch durch eine **gewisse Dynamik** aus, beispielsweise bei der **Verwendung von Mobiltelefonen** für den Zugriff aufs Internet. Diese günstige Position zeigt sich auch beim Vergleich der Kompetenzen der Internetnutzerinnen und -nutzer. **Was die ausgeübten Online-Aktivitäten anbelangt, unterscheidet sich die Schweiz in den meisten Fällen kaum von den anderen Ländern**. Sie befindet sich in der Regel im **Mittelfeld der Rangliste**, leicht über dem EU-Durchschnitt. **Bei den folgenden beiden Tätigkeiten** ist indessen die **Nutzungsrate in der Schweiz deutlich höher**: Lesen/Herunterladen von Zeitungen und Unterhaltung (Hören/Herunterladen von Musik, Fotos, Videos, Filmen, Spielen). Der Online-Verkauf durch Private hingegen ist in der Schweiz weniger entwickelt als in den anderen europäischen Ländern.

Auch im Bereich der **Sicherheit** hat die Schweiz eine gute Position inne. Die Schweizer Internetnutzerinnen und -nutzer sind **verhältnismässig gut geschützt**. Sie verfügen häufiger über verschiedene Schutzprogramme als jene in den übrigen europäischen Ländern und bringen ihre Sicherheitssoftware **regelmässig auf den neuesten Stand**. Das verzeichnete Paradox, das zwischen dem allgemeinen Bewusstsein für die Sicherheitsrisiken und gewissen Lücken bei den Vorsichtsmassnahmen besteht – insbesondere in Bezug auf den geringen Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer, die Sicherheitskopien erstellen –, bestätigt sich auch auf europäischer Ebene.

Allgemeines Fazit

Aus einer detaillierten Analyse der Ergebnisse der Omnibus IKT 2010 geht hervor, dass eine **grosse Mehrheit der Haushalte** in der Schweiz **über einen Internetanschluss verfügt**. Diesbezüglich, sowie bei den Hochgeschwindigkeits-Internetanschlüssen, ist der Ausstattungsgrad sehr hoch, der Sättigungsgrad liegt **nahe des Maximums**.

Der **digitale Graben** beim Internetzugang der Haushalte **verschwindet zunehmend**. Bei den Haushalten mit jungen Personen und jenen mit Kindern besteht praktisch keine Diskrepanz mehr (90% dieser Haushalte verfügen über einen Internetanschluss). Ebenso verschwinden bei den jüngeren Personen die soziodemografischen Unterschiede zwischen den Internetnutzerinnen und -nutzern und den Personen ohne Internetanschluss: **Von den Personen unter 30 Jahren gehören praktisch alle zu den Internetnutzerinnen und -nutzern**. Bei den Personen über 30 Jahren bestehen jedoch weiterhin gewisse Unterschiede. Diese sind umso grösser, je älter die betroffenen Personen sind.

Seit 2004 sind drei bedeutende Phänomene zu beobachten. Erstens ist die **Zahl der Internetnutzerinnen und -nutzer rasch von 3 auf 5,1 Millionen Personen angestiegen**. Zweitens hat die **Internetnutzung** sowohl in Bezug auf die Häufigkeit als auch hinsichtlich der Dauer **zugekommen**. Drittens hat sich die **Mobilität** der Internetnutzung **stark entwickelt**.

Bei diesen **Arten der Internetnutzung** und in Bezug auf die ausgeübten Online-Aktivitäten bestehen nach wie vor deutliche Unterschiede zwischen den Internetnutzerinnen und -nutzern. Die bestimmenden Faktoren dieser Diskrepanzen sind nicht nur das Alter und das Geschlecht, sondern insbesondere der **Bildungsstand**, der **Lebensstandard** und die **berufliche Tätigkeit**.

So zeigen sich deutliche soziale Unterschiede zwischen Personen mit intensiver Internetnutzung, die auf dem neuesten Stand der Technik sind, und Personen mit mässiger Internetnutzung, die das Internet nicht täglich oder nur über das Festnetz nutzen. **Bei der Internetnutzung über das Mobiltelefon ist gegenwärtig eine starke Entwicklung festzustellen**. Die Anwendung dieser neuen

Technologie ist stark durch das Geschlecht, den Bildungsstand und den Lebensstandard geprägt.

Bei der Untersuchung der Internetkompetenzen auf der Grundlage der **Erfahrung der Internetnutzerinnen und -nutzer** bestätigt sich der Unterschied zwischen den sozialen Kategorien: Eine tertiäre Ausbildung, ein freier Beruf oder eine Führungstätigkeit sowie finanzieller Wohlstand gehen mit hohen Internetkompetenzen einher.

Seit 2004 ist beim E-Commerce ein **starkes Wachstum** zu verzeichnen und es besteht weiterhin ein **grosses Entwicklungspotenzial**. Parallel zum Anstieg der Zahl der E-Konsumentinnen und -Konsumenten nehmen auch die Kaufhäufigkeit und die Vielfalt der online bestellten Produkte zu.

Dank der Omnibuserhebung IKT 2010 konnten zum ersten Mal zahlreiche Informationen zum Bereich der **Sicherheit im Internet** erhoben werden. In diesem Zusammenhang wurde ein **generelles Bewusstsein** für die bestehenden Sicherheitsrisiken festgestellt. Die grosse Mehrheit der Internetnutzerinnen und -nutzer verfügt über standardmässige Schutzprogramme und bringt diese regelmässig auf den neuesten Stand. Es bestehen **erhebliche Bedenken gegenüber dem Risiko von finanziellen Verlusten und den Gefahren** für Kinder. Ausserdem befürchten Internetnutzerinnen und -nutzer, dass persönliche Angaben, die sie ins Internet stellen, zu einer Verletzung der Privatsphäre führen könnten. Auch wenn diese Befürchtungen in einer Zeit, in der soziale Netzwerke auf dem Vormarsch sind, gelegentlich als widersprüchlich bezeichnet werden könnten, gehen sie doch mit einer Zunahme der Risiken einher.

Bei einer Analyse der aufgetretenen Sicherheitsprobleme zeigt sich, dass die **Häufigkeit dieser Probleme damit zusammenhängt, wie sehr die Internetnutzerinnen und -nutzer den Risiken ausgesetzt sind**. Für die aktivsten unter ihnen sind die Risiken am höchsten, obwohl sie am besten mit Schutzprogrammen ausgestattet sind. Die Sicherheitsanalyse führt zum paradoxen Ergebnis, dass das Bewusstsein für die Sicherheitsprobleme zwar weitgehend vorhanden ist, die **Vorsichtsmassnahmen**

jedoch **nach wie vor lückenhaft** sind. So erstellen insbesondere 40% der Internetnutzerinnen und -nutzer überhaupt keine Sicherheitskopien ihrer Daten.

Aus dem **internationalen Vergleich**, der für alle in dieser Erhebung behandelten Themen durchgeführt wurde, ist ersichtlich, dass **die Schweiz** in Bezug auf den Prozentsatz der Haushalte mit eigenem Internetzugang und den Anteil der Internetnutzerinnen und -nutzer an der Gesamtbevölkerung **ihre gute Position im europäischen Vergleich beibehalten hat**. Im Jahr 2010 lag die Schweiz nach wie vor direkt hinter der Spitzengruppe, die sich aus den skandinavischen Ländern und den Niederlanden zusammensetzte.

Nebst den Ergebnissen der Omnibus IKT 2010 können allgemein auch **einige Indikatoren** festgehalten werden, **die für die Schweiz weniger vorteilhaft sind**: Dazu gehören die verhältnismässig tiefe **Übertragungsgeschwindigkeit** der Breitbandanschlüsse, die noch **in den Kinderschuhen steckende Entwicklung der Internetzugänge über Glasfaserverbindungen**²⁵ und die im internationalen Vergleich hohen **Internetpreise**.

²⁵ Siehe Indikatoren zur Informationsgesellschaft auf www.infosociety-stat.admin.ch

Anhänge

I. Methodik

Stichprobe, Antwortquote und Hochrechnung

Die Omnibuserhebung IKT basiert auf einer Bruttostichprobe von 6400 Haushalten, die aus einer telefonbasierten Stichprobengrundlage gezogen wurde. Von diesen Haushalten erfüllten 4900 die festgelegten Kriterien (77% der Bruttostichprobe): Privathaushalt mit mindestens einer Person ab 15 Jahren. Die Nettostichproben enthielten 3621 Haushalte, was einer Antwortquote von 74% entspricht, bzw. 3450 Personen (Antwortquote von 70%).

Das Ziel bestand darin, über eine Stichprobe von 3000 bis 4000 Auskunftspersonen ab 15 Jahren (Zielpopulation) zu verfügen, um die Anforderungen von Eurostat bezüglich der Genauigkeit der Daten für die Gemeinschaftsstatistiken zur Informationsgesellschaft zu erfüllen. Der Variationskoeffizient eines gegebenen Anteils an der Gesamtbevölkerung der 16- bis 74-Jährigen darf 2% nicht übersteigen, und der Variationskoeffizient eines Anteils an Teilpopulationen, die mindestens 5% der Grundgesamtheit abbilden, darf nicht über 4% liegen. Diese Stichprobe wurde nach Grossregionen (NUTS 2) geschichtet. Dabei wurden die Schichtgrößen proportional zur Grundgesamtheit jeder Grossregion gebildet,

ausser für die kleinste Region, das Tessin, dem eine gleich grosse Schicht wie der zweitkleinsten Region, der Zentralschweiz, zugewiesen wurde. Die telefonbasierte Stichprobengrundlage wurde vom BFS im Januar 2010 gemäss den Informationen der verschiedenen Schweizer Telefondienstbetreiber über die gültigen Telefonnummern erstellt. Die Basis der Stichprobe entspricht somit weitgehend den Schweizer Haushalten. Im ersten Teil des telefonischen Interviews wurden die Haushalte kontaktiert (Haushaltsfragebogen). Anschliessend wurde in jedem Haushalt eine Zielperson für den zweiten Teil des telefonischen Interviews per Zufall ausgewählt (Personenfragebogen). Die Zusammenstellung der Stichprobengrundlage anhand von Telefonnummernverzeichnissen führt zu einer Unter- oder Überdeckung der Zielpopulation. Letztere wird durch die Auswahl der verwendbaren Haushalte aufgehoben.

Zur Schätzung der interessierenden Erhebungsvariablen wurden die Haushalte in Bezug auf die Antworten des Haushaltsfragebogens und die Personen hinsichtlich der Antworten des Personenfragebogens gewichtet. Zur Kompensation der Antwortausfälle wurde für die Haushalte und für die Personen ein korrigiertes Stichprobengewicht ermittelt.

T22 Stichproben und Antwortquote Schichten

Nummer	Name der Grossregion	Bruttostichprobe	Verwertbare Haushalte		Haushaltinterviews		Personeninterviews	
			Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl	%
1	Genferseeregion	1 139	854	75%	583	68%	559	65%
2	Espace Mittelland	1 385	1 054	76%	770	73%	726	69%
3	Nordwestschweiz	831	665	80%	512	77%	493	74%
4	Zürich	1 043	812	78%	621	76%	591	73%
5	Ostschweiz	849	652	77%	486	75%	466	71%
6	Zentralschweiz	567	455	80%	330	73%	319	70%
7	Tessin	586	408	70%	319	78%	296	73%
Total		6 400	4 900	77%	3 621	74%	3 450	70%

Quelle: BFS

In einem weiteren Schritt wurde durch Kalibrierung dieser beiden Gewichte die Unterrepräsentation der Zielpopulation in der Stichprobengrundlage korrigiert und die Präzision der Schätzergebnisse verbessert. Für das Haushaltsgewicht wurden das Geschlecht und das Alter als Kalibrierungsvariablen verwendet (acht Altersgruppen: 15 Jahre/16 bis 24 Jahre/25 bis 34 Jahre/35 bis 44 Jahre/45 bis 54 Jahre/55 bis 64 Jahre/65 bis 74 Jahre/75 Jahre und älter). Für das Personengewicht wurden das Geschlecht, das Alter (die gleichen acht Altersgruppen), der Zivilstand (ledig/verheiratet/verwitwet/geschieden) und die Nationalität (Schweiz/Ausland) verwendet. Als Kalibrierungsbasis diente die Statistik des jährlichen Bevölkerungsstandes Ende 2009 (ESPOP 2009).

Interpretation der Ergebnisse und Angaben zur Genauigkeit der Daten

Bei der Präsentation der Ergebnisse werden nur die signifikantesten Resultate erläutert. Aufgrund der verhältnismässig geringen Grösse der Stichprobe überschneiden sich die Vertrauensintervalle oftmals. In diesen Fällen lassen sich aus den Ergebnissen keine endgültigen Schlussfolgerungen ziehen.

Die Genauigkeit der Daten wird in den Grafiken durch die Konfidenzintervalle angegeben, die durch schwarze Linien dargestellt sind. Für eine bessere Lesbarkeit ist diese Angabe in Balkendiagrammen, die eine Gliederung darstellen, nicht enthalten. Auch in Grafiken zu internationalen Vergleichen ist diese Angabe nicht enthalten, da sie auf internationaler Ebene nicht verfügbar ist.

In den Tabellen sind wenig verlässliche Daten in Klammern angegeben, wenn der Variationskoeffizient über 10% liegt. Wenn der Variationskoeffizient über 30% liegt oder wenn die Zahl der Fälle weniger als 30 beträgt, sind die Ergebnisse nicht ausreichend verlässlich und können nicht veröffentlicht werden.

Soziodemografische Merkmale der Haushalte

In Bezug auf die Erhebung von Variablen zu den Haushalten ist die Omnibuserhebung relativ begrenzt. Mit dem Zweck, eine Zielperson nach dem Zufallsprinzip zu ziehen, wurden nur die Variablen Grösse und Art des Haushalts sowie Alter und Geschlecht der Personen erhoben, die zum betreffenden Haushalt gehören. Für die Auslegung der Daten zum Internetzugang der Haushalte wurden die Merkmale der ältesten Person des Haushalts oder der befragten Person berücksichtigt. Diese Person, die Zielperson, wurde nach dem Zufallsprinzip unter den Haushaltsmitgliedern ab 15 Jahren ausgewählt.

So beruht die Klassifizierung der Haushalte nach Generationen auf dem Alter der ältesten Person des Haushalts. Für die Charakterisierung des Haushalts wurde der Bildungsstand der Zielperson berücksichtigt, sofern diese mindestens 25 Jahre alt war (weil sich jüngere Personen in der Regel noch in der Ausbildung befinden).

Da die Variable Einkommen nicht verfügbar war, diente die Beurteilung der jeweiligen finanziellen Verhältnisse des Haushalts durch die befragte Zielperson als Indikator. Dabei standen die folgenden Antwortmöglichkeiten zur Verfügung: i) «Sie führen ein angenehmes Leben», ii) «Sie kommen über die Runden», iii) «Sie finden es schwierig auszukommen» oder iv) «Sie finden es sehr schwierig auszukommen». Die letzten beiden Antworten wurden zusammengefasst, damit für das Vornehmen von Merkmalkombinationen eine ausreichende Zahl von Fällen zur Verfügung stand.

Internetnutzerinnen und -nutzer:

In den Erhebungsmodulen berücksichtigte Varianten des Kollektivs der Internetnutzerinnen und -nutzer

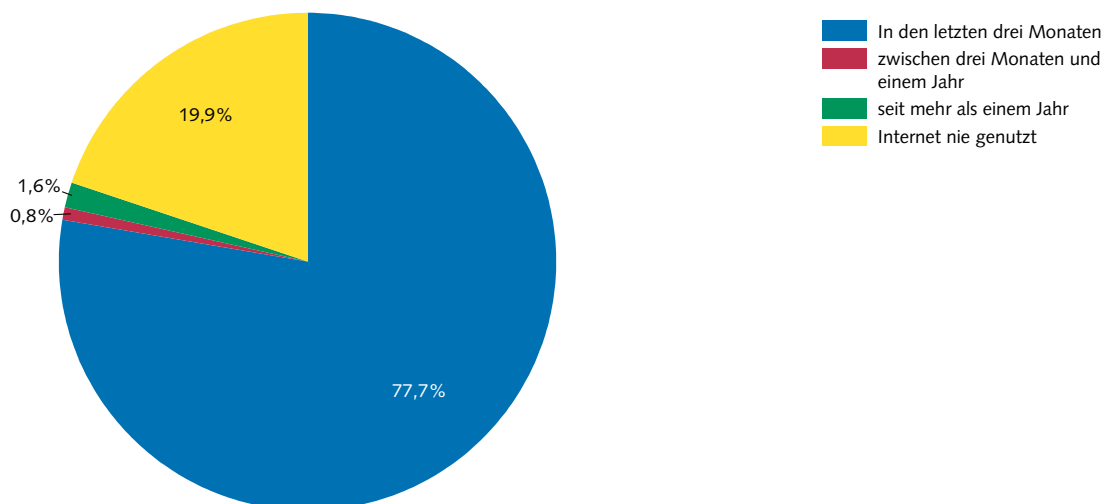
Die Definition der Internetnutzerinnen und -nutzer beruht auf dem europäischen Standard. Als Internetnutzerinnen und -nutzer gelten Privatpersonen, die in den drei Monaten vor der Befragung, d.h. im ersten Quartal 2010, das Internet genutzt haben (siehe Grafik G29). Dabei handelt es sich um die hauptsächliche Zielpopulation für die Analyse der Modalitäten der Internetnutzung und der ausgeübten Online-Aktivitäten. Damit die Personen mit sporadischer oder unregelmässiger Internetnutzung ebenfalls in die Analyse einbezogen werden konnten, wurden die Fragen zum E-Commerce, zur Sicherheit, zum E-Government und zur Interneterfahrung allen Internetnutzerinnen und -nutzern gestellt, d. h. allen Personen, die das Internet in den zwölf Monaten vor der Befragung genutzt haben.

Aus den Ergebnissen der Omnibus IKT 2010 ging schliesslich hervor, dass der Anteil der Personen, die das Internet zwischen drei und zwölf Monaten vor der Befragung genutzt haben, äusserst gering war. Von allen befragten Personen (ab 15 Jahren) haben knapp 78% das Internet in den drei Monaten vor der Befragung genutzt, weniger als 1% zwischen drei und zwölf Monaten vor der Befragung und knapp 2% vor mehr als einem Jahr. Rund 20% haben das Internet nie genutzt. Personen, die das Internet ausschliesslich vor mehr als einem Jahr genutzt haben, werden als Personen betrachtet, die das Internet nicht nutzen.

Letzte Internetnutzung, 2010

G 29

In % der ständigen Wohnbevölkerung ab 15 Jahren



© Bundesamt für Statistik (BFS)

Internationaler Vergleich

Der Fragebogen und die Definitionen der Variablen der Omnibus IKT 2010 beruhen auf dem europäischen Modell für die Gemeinschaftsstatistiken zur Informationsgesellschaft, die in den Ländern der Europäischen Union jedes Jahr erstellt und von Eurostat koordiniert werden. Diese standardisierte Methode ermöglicht aussagekräftige internationale Vergleiche. Damit jedoch die Ergebnisse der Schweiz mit den Resultaten anderer Länder verglichen werden können, muss die betrachtete Zielpopulation angepasst werden. Während sich die Omnibuserhebung des BFS auf die Personen ab 15 Jahren und auf alle Haushalte bezieht, werden bei der Erhebung der Europäischen Union nur Personen im Alter von 16 bis 74 Jahren und nur die Haushalte berücksichtigt, die mindestens ein Haushaltsmitglied innerhalb dieser Altersgrenzen aufweisen. Die in der Schweiz ermittelten Ergebnisse wurden daher in Bezug auf diese Zielgruppe der 16- bis 74-Jährigen umgerechnet. Die in Kapitel 5 dargelegten Ergebnisse unterscheiden sich somit teilweise deutlich von den spezifisch schweizerischen Daten, die hinsichtlich aller Personen ab 15 Jahren berechnet wurden.

II. Definitionen

ADSL: Asymmetrical Digital Subscriber Line; Highspeed-Internetanschlusstechnik via Telefonleitung

Ausgeübte Berufe (ISCO_1): Internationale Berufsnomenklatur ISCO-88; auf der ersten Ebene werden die Berufe neun Berufshauptgruppen zugeordnet: 1. Angehörige gesetzgebender Körperschaften, leitende Verwaltungsbedienstete und Führungskräfte in der Privatwirtschaft; 2. Wissenschaftler; 3. Techniker und gleichrangige nichttechnische Berufe; 4. Bürokräfte, kaufmännische Angestellte; 5. Dienstleistungsberufe, Verkäufer in Geschäften und auf Märkten; 6. Fachkräfte in der Landwirtschaft und Fischerei; 7. Handwerks- und verwandte Berufe; 8. Anlagen- und Maschinenbediener sowie Montierer; 9. Hilfsarbeitskräfte.

Für die Analyse wurden drei Gruppen von Berufen zusammengestellt: A) Führungskräfte und intellektuelle und wissenschaftliche Berufe (Kategorien 1 und 2); B) Techniker und gleichrangige nichttechnische Berufe sowie Bürokräfte und kaufmännische Angestellte (Kategorien 3 und 4); C) Übrige Berufe, Arbeiterinnen und Arbeiter, Handwerkerinnen und Handwerker, Hilfsarbeitskräfte (Kategorien 5 bis 9).

Bildungsstand: 1) Keine nachobligatorische Ausbildung; entspricht der Sekundarstufe I; 2) Sekundarstufe II: umfasst die nachobligatorischen Ausbildungen (allgemeinbildende und berufsbildende Ausbildungen) bis zur Maturitätsstufe; 3) Tertiärstufe: umfasst die höhere Berufsbildung und die Hochschulen, FH und Universitäten, Bachelor-Stufe und höher.

E-Commerce: Elektronischer Handel. Alle geschäftlichen Transaktionen, die über das Internet oder andere elektronische Medien abgewickelt werden. Die Waren oder Dienstleistungen werden über diese Medien bestellt, die Zahlungen und/oder die eigentliche Auslieferung können jedoch online oder offline erfolgen (Definition OECD).

Grossregionen: Genferseeregion (Genf, Waadt, Wallis); Espace Mittelland (Bern, Freiburg, Jura, Neuenburg, Solothurn); Nordwestschweiz (Aargau, Basel-Landschaft, Basel-Stadt); Zürich (Zürich); Ostschweiz (Appenzell, Glarus, Graubünden, St. Gallen, Schaffhausen, Thurgau); Zentralschweiz (Luzern, Nidwalden, Obwalden, Schwyz, Uri, Zug); Tessin (Tessin).

Highspeed, Breitband: Synonyme Begriffe für Hochgeschwindigkeits-Internetanschlüsse mit Datenübertragungsraten von mehr als 256 Kbit/s, im Unterschied zu den älteren (Schmalband)-Zugangstechniken via Telefonmodem (Dialup).

Intensität der Internetnutzung: Auf der Grundlage des zweifachen Kriteriums der Häufigkeit und der durchschnittlichen Nutzungsdauer pro Woche lassen sich die folgenden drei Kategorien von Internetnutzerinnen und -nutzern unterscheiden: 1) Personen mit intensiver Internetnutzung: tägliche Internetnutzung oder während mindestens sechs Stunden pro Woche; 2) durchschnittliche Internetnutzerinnen und -nutzer: tägliche Internetnutzung und weniger als sechs Stunden pro Woche; 3) Personen mit mässiger Internetnutzung: sporadische Internetnutzung, nicht täglich und weniger als sechs Stunden pro Woche.

Internetenerfahrung: Summarische Erfassung der Kompetenzen der Internetnutzerinnen und -nutzer anhand der Zahl der bereits ausgeübten Tätigkeiten. Die Frage bezieht sich darauf, ob die Tätigkeit schon einmal ausgeübt wurde, unabhängig von einem bestimmten Zeitraum. Es werden sechs Internet-Tätigkeiten berücksichtigt: 1) Benutzung einer Suchmaschine, um Informationen zu finden; 2) Versand einer E-Mail mit angehängten Dateien; 3) Versand von Nachrichten in einem Chat, einer Diskussionsgruppe oder einem Online-Diskussionsforum; 4) Nutzung des Internets, um Telefonanrufe durchzuführen; 5) Nutzung von Peer-to-Peer-Netzwerken, um Filme, Musik usw. auszutauschen; 6) Erstellen einer Webseite. Bei Internetnutzerinnen und -nutzern, die bereits eine oder zwei dieser sechs Tätigkeiten ausgeübt haben, wird von einer grundlegenden Internetenerfahrung, von einem tiefen Kompetenzniveau, ausgegangen. Wenn bereits drei oder vier Tätigkeiten ausgeübt wurden, entspricht dies dem mittleren Kompetenzniveau, und fünf oder sechs ausgeübte Tätigkeiten sind ein Indikator für ein hohes Kompetenzniveau.

Internetnutzerinnen und -nutzer: Personen, die das Internet in den letzten drei Monaten vor der Befragung, d. h. im ersten Quartal 2010, genutzt haben (siehe Methodik und Grafik G29).

Kabel-TV (CATV): TV-Koaxialkabel, das gleichzeitig einen Hochgeschwindigkeitszugang zum Internet ermöglicht

Mobile Internetnutzung: Entsprechend dem zweifachen Kriterium der mobilen Internetnutzung ausserhalb des privaten Heims bzw. des Arbeitsplatzes und des Geräts, mit dem auf das Internet zugegriffen wird, können die folgenden drei Gruppen von Internetnutzerinnen und -nutzern unterschieden werden: 1) mobile Internetnutzerinnen und -nutzer mit Mobiltelefon, die mit mindestens einem Mobiltelefon (und in den meisten Fällen auch mit anderen Geräten) auf das Internet zugreifen; 2) mobile Internetnutzerinnen und -nutzer ohne Mobiltelefon mit einem tragbaren Computer oder einem anderen mobilen Gerät (Tablet-PC, E-Book usw.); 3) nicht mobile Internetnutzerinnen und -nutzer, die weder einen tragbaren Computer noch ein Mobiltelefon oder ein anderes mobiles Gerät benutzen, um auf das Internet zuzugreifen.

Peer-to-Peer (p2p): Peer-to-Peer-Netzwerke ermöglichen die Kommunikation zwischen mehreren Computern und das Austauschen von Dateien, Informationsflüssen und Dienstleistungen. Alle Internetnutzerinnen und -nutzer sind Peers des betreffenden Netzwerks und können ihre Dateien austauschen und die Dateien von anderen herunterladen.

Phishing: Eine Technik, bei der Betrüger versuchen, an vertrauliche persönliche Daten, wie beispielsweise Zugangsdaten für Online-Banking, heranzukommen, wobei den Opfern mit gefälschten E-Mails oder Webseiten vorgespielt wird, dass sie es mit vertrauenswürdigen Personen zu tun haben.

Schadsoftware/Malware: «Böswillige» Computerprogramme, die entwickelt wurden, um IT-Systeme zu beschädigen. Zu den bekanntesten Beispielen gehören Computerviren und -würmer.

Spam: unerwünschte E-Mails. Lästige, vielfach nutzlose E-Mails – hauptsächlich Werbung –, die ohne deren Einwilligung an eine grosse Zahl von Internetnutzerinnen und -nutzern versandt werden und die man normalerweise unmittelbar nach dem Eingang löscht.

Urbanisierungsgrad: Charakterisierung der Ortschaften nach ihrer Bevölkerungsdichte und nach der Dichte der zusammenhängenden Ortschaften entsprechend einer dreistufigen Skala: *dicht besiedeltes Gebiet* (Dichte von mehr als 500 E/km² und Komplex aneinandergrenzender Gemeinden mit einer Gesamtbevölkerung von mehr als 50'000 Einwohnerinnen und Einwohnern); *Gebiet mit mittlerer Besiedlungsdichte* (Dichte von mehr als 100 E/km² und Komplex, der an ein dicht besiedeltes Gebiet angrenzt, mit mehr als 50'000 Einwohnerinnen und Einwohnern); *gering besiedeltes Gebiet* (Komplex aneinandergrenzender Gemeinden, die weder einem dicht besiedelten Gebiet noch einem Gebiet mit mittlerer Besiedlungsdichte zugehören).

Variationskoeffizient: Der Variationskoeffizient (VK) – oder die relative Standardabweichung – ist der Quotient der Standardabweichung (Quadratwurzel der Varianz) des Schätzers des Wertes, den dieser Schätzer sucht:

$$CV(\hat{\theta}) = \frac{\sqrt{Var(\hat{\theta})}}{\hat{\theta}}$$

Das 95%-Vertrauensintervall, ausgedrückt in Prozenten des geschätzten Wertes, kann errechnet werden, indem der Variationskoeffizient mit 1,96 (häufig auf 2 gerundet) multipliziert wird. Ein Variationskoeffizient von 5% bedeutet demnach, dass das 95%-Vertrauensintervall des Schätzers etwa +/- 10% um den geschätzten Wert liegt. Wenn der geschätzte Wert 1000 beträgt, errechnet sich das 95%-Vertrauensintervall durch $1000 \pm (1000 \times 10\%) = 1000 \pm 100 = [900 ; 1100]$.

WIFI: Wireless Fidelity; Begriff zur Kennzeichnung drahtloser Datennetze, insbesondere im privaten Heim.

3G, 3G-Karte, USB-Modem: Mobiltelefon-Funknetze der 3. Generation, die es erlauben, mit dem Mobiltelefon oder einem mit Modemkarte oder USB-Stick ausgestatteten tragbaren Computer auf das Internet zuzugreifen.

Detailtabellen

III. Detailtabellen

- A: Internetzugang der Haushalte, Art der Breitbandanschlüsse, 2010
- B: Internetnutzerinnen und -nutzer und Nutzungsprofile, 2010
- C: Tätigkeiten im Internet, 2010
- D: E-Commerce, gekaufte Produkte, 2010
- E: E-Commerce, Zahlungsarten, 2010
- F: E-Commerce, Gründe für den Verzicht auf Online-Käufe, 2010
- G: Bedenken angesichts von Sicherheitsproblemen im Internet, 2010
- H: Nicht ausgeübte Tätigkeiten aus Sicherheitsgründen, 2010
- I: Internationaler Vergleich: Internet-Tätigkeiten von Privatpersonen, 2010
- J: Internationaler Vergleich: Sicherheitssoftware, Aktualisierungen und Sicherheitskopien, 2010

TA Breitbandanschlüsse der Haushalte: Verbindungstyp, 2010

	Fester Breitbandanschluss				Mobiler Breitbandanschluss	
	ADSL	CATV	Glasfaser	mit WIFI	3G mit Mobiltelefon	3G mit Laptop
In % aller Haushalte	53	17	1	44	17	7
Anzahl Haushalte (Extrapolation)	1 750 000	550 000	50 000	1 400 000	550 000	250 000
In % der Haushalte mit Internetanschluss						
Gesamt	70	23	2	58	24	(10)
Haushaltsgrösse						
1-Personen-Haushalt	72	23	()	50	20	(8)
2-Personen-Haushalt	67	23	()	54	21	(9)
3-Personen-Haushalt	75	(21)	()	64	27	(11)
Haushalt mit vier oder mehr Personen	70	24	()	66	28	(11)
Alter der ältesten Person im Haushalt						
Weniger als 30 Jahre	73	(25)	()	73	(39)	()
30–49 Jahre	70	25	()	63	28	(12)
50–69 Jahre	71	22	()	56	20	(9)
70 Jahre und mehr	65	(19)	()	35	()	()
Lebensstandard des Haushalts						
Sie führen ein angenehmes Leben	71	22	()	60	27	(10)
Sie kommen über die Runden	69	24	()	56	18	(9)
Sie finden es schwierig/ sehr schwierig auszukommen	72	(21)	()	59	()	()
Sprachregion						
Deutschschweiz	66	25	()	56	23	(9)
Französische Schweiz	78	20	()	67	26	(11)
Italienische Schweiz	87	()	()	57	(22)	()
Grossregion						
Genferseeregion	81	(18)	()	68	29	(12)
Espace Mittelland	66	25	()	59	22	(10)
Nordwestschweiz	65	30	()	54	(20)	(8)
Zürich	60	32	()	58	29	(12)
Ostschweiz	73	(16)	()	56	(20)	()
Zentralschweiz	73	(14)	()	53	(18)	()
Tessin	86	()	()	57	(22)	()
Urbanisierungsgrad						
Dicht besiedeltes Gebiet	68	28	()	60	26	(11)
Mitteldicht besiedeltes Gebiet	70	19	()	60	22	(10)
Gering besiedeltes Gebiet	76	(16)	()	51	(17)	()
Agglomerationsgrösse						
> 500 000 Einwohner	59	33	()	57	29	(13)
200 000–499 999 Einwohner	76	21	()	66	29	(12)
100 000–199 999 Einwohner	70	(24)	()	55	(22)	()
50 000–99 999 Einwohner	66	29	()	57	24	(9)
< 50 000 Einwohner	66	(26)	()	55	(15)	()
Ländliche Gemeinde	76	(14)	()	57	21	(9)
Abgelegene Stadt	()	()	()	()	()	()

3G: Die «Dritte Generation» bei Mobilfunkstandards (UMTS, HSPDA)

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch (VK $\geq$ 30 %)

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient (10% < VK < 30 %)

Quelle: BFS

T B Internetnutzerinnen und -nutzer und Nutzungsprofil, im ersten Quartal 2010

	Internetnutzerinnen und -nutzer ¹	Internetnutzung: intensiv ²	Mobile Internet- nutzung ³	E-Konsumentinnen und -Konsumenten ⁴	Nutzerinnen und Nutzer von Sicher- heitssoftware ⁵
	In % der Bevölkerung ab 15 Jahren	In % der Internet- nutzerinnen und -nutzer (drei Monate)	In % der Internet- nutzerinnen und -nutzer (drei Monate)	In % der Internetnutzerinnen und -nutzer (zwölf Monate)	In % der Internetnutzerinnen und -nutzer (zwölf Monate)
Anzahl Personen	5 100 000	2 150 000	1 200 000	3 550 000	4 100 000
Gesamt	78	42	24	67	87
Geschlecht					
Männer	84	49	29	70	87
Frauen	72	35	18	64	88
Altersgruppen					
15–24 Jahre	100	57	32	60	87
25–34 Jahre	95	51	34	80	82
35–44 Jahre	91	42	27	76	90
45–54 Jahre	87	36	20	68	91
55–64 Jahre	69	31	11	61	87
65–74 Jahre	45	25	()	44	87
75 Jahre und mehr	(20)	()	()	()	75
Männer...					
15–29 Jahre	99	56	38	69	84
30–49 Jahre	95	53	34	78	87
50–69 Jahre	78	38	16	63	90
70 Jahre und mehr	37	()	()	(41)	83
Frauen...					
15–29 Jahre	97	55	28	63	86
30–49 Jahre	88	31	18	73	89
50–69 Jahre	64	23	9	57	89
70 Jahre und mehr	17	()	()	()	72
Haushaltsgrösse					
1-Personen-Haushalt	58	44	23	65	85
2-Personen-Haushalt	71	39	23	64	86
Haushalt mit drei oder mehr Personen	89	44	25	69	89
Haushaltstyp					
1-Personen-Haushalt	58	44	23	65	85
Nichtfamilienhaushalt	83	(59)	()	74	69
Paare ohne Kinder im Haushalt	70	39	23	64	85
Paare mit Kind(ern) im Haushalt	90	43	25	70	90
Einelternerhaushalte mit Kind(ern) im Haushalt	88	(44)	(23)	62	88
Bildungsstand (ab 25 Jahren)					
Obligatorische Schule	33	27	()	45	77
Sekundarstufe II	77	33	19	65	87
Tertiärstufe	93	52	32	81	90
Bildungsstand (ab 25 Jahren)					
Obligatorische Schule	33	(27)	()	45	77
Sekundarstufe II, Berufsbildung	73	33	17	64	87
Sekundarstufe II, allgemeinbildende Schulen	89	34	(23)	68	85
Höhere Berufsbildung, Tertiärstufe	91	46	(29)	76	92
Tertiärstufe Hochschulen	94	55	33	83	89

T B Internetnutzerinnen und -nutzer und Nutzungsprofil, im ersten Quartal 2010 (Fortsetzung)

	Internetnutzerinnen und -nutzer ¹	Internetnutzung: intensiv ²	Mobile Internet-nutzung ³	E-Konsumentinnen und -Konsumenten ⁴	Nutzerinnen und Nutzer von Sicherheitssoftware ⁵
	In % der Bevölkerung ab 15 Jahren	In % der Internet-nutzerinnen und -nutzer (drei Monate)	In % der Internet-nutzerinnen und -nutzer (drei Monate)	In % der Internetnutzerinnen und -nutzer (zwölf Monate)	In % der Internetnutzerinnen und -nutzer (zwölf Monate)
Lebensstandard des Haushalts					
Sie führen ein angenehmes Leben	84	45	27	72	89
Sie kommen über die Runden	68	36	18	59	84
Sie finden es schwierig/ sehr schwierig auszukommen	64	41	()	48	83
Erwerbsstatus					
Angestellt oder selbstständig	89	43	26	73	88
Erwerbslos	88	(48)	()	(53)	81
Student/in	99	61	(31)	(54)	90
Nichterwerbsperson/im Ruhestand	44	27	(8)	46	83
Berufsgruppen					
Führungskräfte	96	60	(44)	88	93
Wissenschaftler/innen	98	57	35	85	88
Techniker/innen und gleichrangige					
Nichttechnische Berufe	96	42	26	75	89
Bürokräfte, kaufmännische Angestellte	93	(37)	()	79	88
Dienstleistungsberufe, Verkaufspersonal in Geschäften	79	40	(24)	62	88
Fachkräfte in der Landwirtschaft und Fischerei	62	()	()	()	89
Handwerks- und verwandte Berufe	78	(32)	(20)	60	82
Anlagen- und Maschinenbediener/innen sowie Montierer/innen	85	()	()	(56)	82
Hilfsarbeitskräfte	65	()	()	(56)	87
Urbanisierungsgrad					
Dicht besiedeltes Gebiet	79	46	25	68	86
Mitteldicht besiedeltes Gebiet	78	40	21	69	89
Gering besiedeltes Gebiet	71	34	24	58	85
Sprachregion					
Deutschschweiz	78	43	24	69	89
Französische Schweiz	77	40	22	63	83
Italienische Schweiz	68	(38)	(23)	52	82
Grossregion					
Genferseeregion	77	41	26	65	84
Espace Mittelland	76	39	21	66	88
Nordwestschweiz	81	44	20	70	89
Zürich	81	50	31	70	85
Ostschweiz	76	39	21	69	90
Zentralschweiz	79	39	24	66	91
Tessin	68	39	21	53	81

¹ Internetnutzerinnen und -nutzer: Internetnutzung in den letzten drei Monaten² Intensive Internetnutzung: tägliche Nutzung während sechs Stunden oder mehr pro Woche³ Mobile Internetnutzung: Nutzung mit Mobiltelefon (mit oder ohne anderes Gerät)⁴ E-Konsumentinnen und -Konsumenten: Internetnutzerinnen und -nutzer, die schon für private Zwecke online gekauft/bestellt haben⁵ Nicht inbegriffen sind Internetnutzerinnen und -nutzer, die die Sicherheit an eine andere Person im Haushalt delegieren() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch (VK $\geq 30\%$)(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient ($10\% < VK < 30\%$)

Quelle: BFS

TC Online-Aktivitäten, im ersten Quartal 2010

In % der Internetnutzerinnen und -nutzer, Nutzung in den letzten drei Monaten

	E-Mails senden und empfangen	Informationen suchen über Güter oder Dienst- leistungen	Nachrichten, Zeitungen, Magazine lesen	Internet mit der Absicht nutzen, etwas zu lernen	Informationen suchen, die die Gesundheit betreffen	Waren oder Dienst- leistungen kaufen oder bestellen	Dienst- leistungen im Bereich Reisen und Unterkunft nutzen	E-Banking: Bank- oder Postkonto	Filme und Videos herunter- laden oder schauen	Informationen im Ausbildungs- bereich suchen	Musik herunterladen oder hören	Über das Internet Radio hören oder online Fernsehen	Sein eigenes Profil in einem sozialen Netzwerk anlegen und aktualisieren
Anzahl Personen	4 800 000	3 700 000	3 700 000	3 700 000	2 800 000	2 800 000	2 800 000	2 600 000	2 200 000	2 100 000	2 100 000	1 900 000	1 800 000
<i>Total: in % der Bevölkerung ab 15 Jahren</i>	72	57	57	57	42	43	42	39	34	32	31	29	28
Total: in % der Internet- nutzerinnen und -nutzer	93	73	73	73	55	55	54	50	44	41	40	37	36
Intensität der Internetnutzung													
Internetnutzung: intensiv	98	81	85	85	59	68	62	63	63	47	55	52	50
Internetnutzung: mässig	96	79	78	77	60	60	55	53	36	44	34	34	32
Internetnutzung: gering	81	53	47	49	42	28	40	25	23	27	23	(16)	(16)
Mobilität der Internetnutzung													
Mobile Internetnutzerinnen und -nutzer mit Mobiltelefon	98	84	87	86	58	73	66	71	63	51	60	53	57
Mobile Internetnutzerinnen und -nutzer ohne Mobiltelefon	94	74	79	79	59	59	59	54	48	46	44	43	39
Internetnutzerinnen und -nutzer nur mit Festnetz- anschluss	91	69	66	66	52	47	48	40	35	35	31	28	25
Geschlecht													
Männer	93	77	77	75	48	58	55	54	51	40	44	42	37
Frauen	93	70	69	72	62	52	54	46	36	42	36	31	34
Altersgruppen													
15–29 Jahre	95	63	76	82	45	49	43	45	77	48	68	48	72
30–59 Jahre	93	79	73	72	59	62	58	56	37	43	34	35	26
60 Jahre und mehr	92	67	66	61	54	38	57	37	(12)	20	(16)	25	(7)
15–24 Jahre	93	56	75	85	41	42	37	34	83	43	78	48	78
25–34 Jahre	97	81	78	77	60	68	56	67	59	56	50	45	55
35–44 Jahre	94	81	76	74	62	67	59	61	42	42	36	37	27
45–54 Jahre	92	79	70	70	56	57	62	51	27	43	28	32	(17)
55–64 Jahre	90	72	71	63	55	49	56	43	(18)	28	(19)	26	(10)
65–74 Jahre	92	65	66	62	52	37	58	(31)	(13)	(17)	(15)	(27)	()
75 Jahre und mehr	89	61	(56)	(56)	(53)	()	(38)	()	()	()	()	()	()

TC Online-Aktivitäten, im ersten Quartal 2010 (Fortsetzung)
In % der Internetnutzerinnen und -nutzer, Nutzung in den letzten drei Monaten

	E-Mails senden und empfangen	Informationen suchen über Güter oder Dienst- leistungen	Nachrichten, Zeitungen, Magazine lesen	Internet mit der Absicht nutzen, etwas zu lernen	Informationen suchen, die die Gesundheit betreffen	Waren oder Dienst- leistungen kaufen oder bestellen	Dienst- leistungen im Bereich Reisen und Unterkunft nutzen	E-Banking: Bank- oder Postkonto	Filme und Videos herunter- laden oder schauen	Informationen im Ausbildungs- bereich suchen	Musik herunterladen oder hören	Über das Internet Radio hören oder online Fernsehen	Sein eigenes Profil in einem sozialen Netzwerk anlegen und aktualisieren
Geschlecht und Alter													
Männer 15–29 Jahre	93	68	74	82	(35)	53	43	44	83	49	71	51	71
Frauen 15–29 Jahre	97	58	78	82	57	46	44	46	71	48	65	44	73
Männer 30–59 Jahre	94	81	79	74	53	66	59	62	46	41	40	41	30
Frauen 30–59 Jahre	92	78	67	70	66	58	58	50	26	44	27	29	22
Männer 60 Jahre und mehr	92	75	72	65	55	41	59	43	(13)	(20)	(17)	(30)	()
Frauen 60 Jahre und mehr	92	56	58	57	53	(33)	54	28	()	(21)	(14)	(19)	()
Bildungsstand (ab 25 Jahren)													
Obligatorische Schule	80	57	57	(46)	53	(37)	(45)	(34)	(27)	(25)	(38)	(24)	(24)
Sekundarstufe II	93	75	70	66	58	54	52	50	32	37	27	31	25
Tertiärstufe	97	85	81	83	59	69	71	65	42	51	39	42	29
Lebensstandard des Haushalts													
Sie führen ein angenehmes Leben	95	75	75	76	55	61	58	55	44	43	41	39	37
Sie kommen über die Runden	91	72	72	69	57	45	49	40	42	36	38	32	34
Sie finden es schwierig/ sehr schwierig auszukommen	90	62	64	65	(44)	(37)	(37)	(42)	51	(37)	(38)	(37)	(33)
Berufsgruppen													
Akademische Berufe und oberes Kader	98	88	87	87	61	74	71	72	51	55	47	49	37
Intermediäre Berufe	96	78	72	78	60	63	62	59	39	45	35	34	34
Ungelernte Angestellte und Arbeiterinnen und Arbeiter	88	67	65	57	49	48	43	38	41	36	34	31	31
Urbanisierungsgrad													
Dicht besiedeltes Gebiet	95	74	76	75	58	56	58	50	46	43	43	38	38
Mitteldicht besiedeltes Gebiet	92	75	71	71	53	57	50	52	41	40	38	35	34
Gering besiedeltes Gebiet	91	69	68	73	50	48	49	47	43	36	35	36	(30)

TC Online-Aktivitäten, im ersten Quartal 2010 (Fortsetzung)
 In % der Internetnutzerinnen und -nutzer, Nutzung in den letzten drei Monaten

	E-Mails senden und empfangen	Informationen suchen über Güter oder Dienst- leistungen	Nachrichten, Zeitungen, Magazine lesen	Internet mit der Absicht nutzen, etwas zu lernen	Informationen suchen, die die Gesundheit betreffen	Waren oder Dienst- leistungen kaufen oder bestellen	Dienst- leistungen im Bereich Reisen und Unterkunft nutzen	E-Banking: Bank- oder Postkonto	Filme und Videos herunter- laden oder schauen	Informationen im Ausbildungs- bereich suchen	Musik herunterladen oder hören	Über das Internet Radio hören oder online Fernsehen	Sein eigenes Profil in einem sozialen Netzwerk anlegen und aktualisieren
Sprachregion													
Deutschschweiz	93	72	75	69	55	56	53	48	43	41	39	37	34
Französische Schweiz	94	77	70	84	52	54	57	56	48	40	43	38	41
Italienische Schweiz	91	79	70	88	62	46	54	49	(28)	43	(39)	(28)	(37)
Grossregion													
Genferseeregion	95	79	72	84	52	55	59	58	48	41	44	36	39
Espace Mittelland	91	72	73	71	55	55	51	48	42	39	40	39	37
Nordwestschweiz	93	75	75	72	55	55	55	45	47	41	38	40	34
Zürich	96	75	77	74	60	59	58	53	46	45	42	39	38
Ostschweiz	92	66	68	66	53	56	48	48	42	39	39	33	33
Zentralschweiz	95	69	74	62	50	53	51	46	40	38	(36)	36	(28)
Tessin	91	78	72	88	63	46	56	49	(29)	45	(41)	(28)	(35)

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch (VK $\geq$ 30%)

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient (10% < VK < 30%)

Quelle: BFS

TC Online-Aktivitäten, im ersten Quartal 2010 – zweiter Teil
In % der Internetnutzerinnen und -nutzer, Nutzung in den letzten drei Monaten

	Sich über politische Themen, Abstimmungen oder Wahlen informieren	Nachrichten senden via Chat, Forum, Newsgroup	Software herunterladen	Über das Internet telefonieren oder Videokonferenzen	Selbst erstellte Inhalte auf Internetseiten oder Plattformen aufschalten	Eine Stelle suchen	Computerspiele online spielen oder herunterladen	Etwas verkaufen: z. B. auf Auktionsseiten im Internet	Musik oder Filme, über ein Peer-to-Peer-Netzwerk herunterladen	Eine Meinung zu politischen Themen äussern	Online einen Kurs besuchen
Anzahl Personen	1 600 000	1 600 000	1 500 000	1 400 000	1 100 000	800 000	800 000	700 000	600 000	400 000	200 000
<i>Total: in % der Bevölkerung ab 15 Jahren</i>	25	24	23	22	17	13	13	11	10	7	3
Total: in % der Internetnutzerinnen und -nutzer	32	31	30	28	22	17	16	14	12	9	4
Intensität der Internetnutzung											
Internetnutzung: intensiv	45	45	43	41	35	21	23	19	19	12	5
Internetnutzung: mässig	31	24	27	22	17	16	(13)	(13)	(9)	(8)	()
Internetnutzung: gering	(12)	(15)	(10)	(12)	(8)	(11)	(9)	(7)	()	()	()
Mobilität der Internetnutzung											
Mobile Internetnutzerinnen und -nutzer mit Mobiltelefon	45	48	43	42	37	20	24	22	21	15	()
Mobile Internetnutzerinnen und -nutzer ohne Mobiltelefon	38	32	36	34	26	(16)	(16)	(14)	(13)	(8)	()
Internetnutzerinnen und -nutzer nur mit Festnetzanschluss	25	23	22	20	14	16	13	11	9	6	3
Geschlecht											
Männer	38	33	38	31	23	16	19	18	14	10	4
Frauen	25	28	20	24	21	18	13	10	10	7	4
Altersgruppen											
15–29 Jahre	28	63	33	37	41	23	26	12	20	8	4
30–59 Jahre	33	22	29	26	17	18	13	16	11	8	4
60 Jahre und mehr	36	(7)	26	(16)	(8)	()	(11)	(9)	(5)	(11)	()
15–24 Jahre	(25)	70	33	35	46	(17)	(28)	(9)	(22)	()	()
25–34 Jahre	33	42	31	40	30	31	(19)	(18)	(17)	(10)	()
35–44 Jahre	33	24	32	27	(18)	20	(14)	20	(11)	(8)	()
45–54 Jahre	33	(16)	28	22	(11)	(15)	(12)	(13)	(10)	(9)	()
55–64 Jahre	35	(9)	(23)	(19)	(10)	(7)	(10)	(12)	(5)	(8)	()

TC Online-Aktivitäten, im ersten Quartal 2010 – zweiter Teil (Fortsetzung)
In % der Internetnutzerinnen und -nutzer, Nutzung in den letzten drei Monaten

	Sich über politische Themen, Abstimmungen oder Wahlen informieren	Nachrichten senden via Chat, Forum, Newsgroup	Software herunterladen	Über das Internet telefonieren oder Videokonferenzen	Selbst erstellte Inhalte auf Internetseiten oder Plattformen aufschalten	Eine Stelle suchen	Computerspiele online spielen oder herunterladen	Etwas verkaufen: z. B. auf Auktionsseiten im Internet	Musik oder Filme, über ein Peer-to-Peer-Netzwerk herunterladen	Eine Meinung zu politischen Themen äussern	Online einen Kurs besuchen
Geschlecht und Alter											
Männer 15–29 Jahre	(31)	68	38	39	40	(20)	(36)	(17)	(21)	()	()
Frauen 15–29 Jahre	(24)	57	(27)	(35)	41	(26)	(16)	(7)	(20)	()	()
Männer 30–59 Jahre	41	24	39	32	19	19	(14)	20	(14)	(10)	()
Frauen 30–59 Jahre	25	20	19	20	16	18	(12)	(12)	(8)	(7)	()
Männer 60 Jahre und mehr	41	()	36	(17)	(11)	()	(9)	()	()	(12)	()
Frauen 60 Jahre und mehr	30	()	()	(15)	()	()	(13)	()	()	()	()
Bildungsstand (ab 25 Jahren)											
Obligatorische Schule	(20)	(23)	()	()	()	24	()	()	()	()	()
Sekundarstufe II	27	21	23	21	16	15	15	16	(9)	(8)	(3)
Tertiärstufe	48	23	42	35	19	19	(11)	(16)	(13)	(12)	(5)
Lebensstandard des Haushalts											
Sie führen ein angenehmes Leben	35	31	34	28	23	15	16	15	13	10	(4)
Sie kommen über die Runden	26	31	21	28	20	20	(17)	(13)	(11)	(7)	()
Sie finden es schwierig/ sehr schwierig auszukommen	(20)	(31)	()	(26)	(22)	(34)	(15)	(17)	()	()	()
Berufsgruppen											
Akademische Berufe und oberes Kader	51	29	47	37	24	18	(16)	(16)	(15)	(12)	(6)
Intermediäre Berufe	33	28	26	25	21	(15)	(13)	(14)	(11)	(10)	()
Ungelernte Angestellte und Arbeiterinnen und Arbeiter	21	28	21	21	(18)	(19)	(16)	(17)	(11)	(7)	()
Urbanisierungsgrad											
Dicht besiedeltes Gebiet	36	33	32	31	25	19	16	13	14	11	(5)
Mitteldicht besiedeltes Gebiet	29	30	28	25	19	16	17	16	(10)	(7)	(3)
Gering besiedeltes Gebiet	(26)	(24)	(23)	20	(18)	(11)	(14)	(13)	(12)	()	()

TC Online-Aktivitäten, im ersten Quartal 2010 – zweiter Teil (Fortsetzung)
In % der Internetnutzerinnen und -nutzer, Nutzung in den letzten drei Monaten

	Sich über politische Themen, Abstimmungen oder Wahlen informieren	Nachrichten senden via Chat, Forum, Newsgroup	Software herunterladen	Über das Internet telefonieren oder Videokonferenzen	Selbst erstellte Inhalte auf Internetseiten oder Plattformen aufschalten	Eine Stelle suchen	Computerspiele online spielen oder herunterladen	Etwas verkaufen: z. B. auf Auktionsseiten im Internet	Musik oder Filme, über ein Peer-to-Peer-Netzwerk herunterladen	Eine Meinung zu politischen Themen äussern	Online einen Kurs besuchen
Sprachregion											
Deutschschweiz	38	28	31	28	22	17	16	14	12	9	(4)
Französische Schweiz	20	38	27	26	24	(17)	(17)	(17)	(15)	(7)	(5)
Italienische Schweiz	()	(39)	(22)	(32)	()	(19)	()	()	()	()	()
Grossregion											
Genferseeregion	(19)	37	26	28	(25)	(18)	(16)	(17)	(15)	(8)	()
Espace Mittelland	32	31	32	24	24	(16)	(19)	(16)	(13)	(8)	()
Nordwestschweiz	35	(26)	32	(25)	(21)	(16)	(17)	(12)	(12)	()	()
Zürich	44	30	34	33	25	(19)	(19)	(15)	(13)	(12)	()
Ostschweiz	36	(28)	(27)	(28)	(19)	(18)	(12)	(12)	(10)	(9)	()
Zentralschweiz	(34)	(24)	(25)	(27)	(17)	(14)	(14)	(12)	()	()	()
Tessin	()	(38)	(23)	(33)	()	(19)	()	()	()	()	()

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch ($VK \geq 30\%$)

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient ($10\% < VK < 30\%$)

Quelle: BFS

TD E-Commerce: Im Internet gekaufte/bestellte Produkte, im ersten Quartal 2010

In % der E-Konsumentinnen und -Konsumenten in den letzten zwölf Monaten

	Transport- reservationen (Flugzeug, Zug...)	Tickets für Veranstaltungen	Übernachtungen im Hotel oder in einer Ferienwohnung	Bücher, Zeitschriften oder Zeitungen	Kleidung und Sportausrüstung	Software oder Updates	Elektronische Geräte, ein- schliesslich Kameras	Musik (CD, bezahltes Herunterladen usw.)	Informatik- material (Hardware)	Lebensmittel, Getränke, Blumen usw.	Filme (DVD, bezahltes Herunterladen, VOD)
<i>Anzahl Personen</i>	<i>1 600 000</i>	<i>1 600 000</i>	<i>1 600 000</i>	<i>1 500 000</i>	<i>1 300 000</i>	<i>1 000 000</i>	<i>900 000</i>	<i>900 000</i>	<i>700 000</i>	<i>600 000</i>	<i>500 000</i>
Gesamt	51	50	48	45	41	32	28	28	21	20	14
Geschlecht											
Männer	52	50	47	40	35	42	39	31	31	17	15
Frauen	49	50	48	50	48	21	16	23	(10)	23	(13)
Altersgruppen											
15–29 Jahre	42	44	34	35	46	(28)	(28)	32	(15)	12	(18)
30–59 Jahre	54	52	53	49	41	34	29	28	23	23	(15)
60 Jahre und mehr	50	46	50	44	(30)	(31)	(24)	(15)	(24)	18	()
15–24 Jahre	(33)	(42)	(26)	(32)	(48)	(22)	(26)	(32)	()	()	(18)
25–34 Jahre	56	52	47	43	44	34	33	35	(20)	(20)	(18)
35–44 Jahre	49	50	51	49	44	35	30	28	22	29	(15)
45–54 Jahre	60	56	59	50	37	37	(27)	(25)	(25)	(18)	(13)
55–64 Jahre	53	48	52	49	(32)	(29)	(24)	(17)	(24)	(20)	()
65 Jahre und mehr	(42)	(41)	(49)	(39)	()	(30)	()	()	()	()	()
Geschlecht und Alter											
Männer 15–29 Jahre	(35)	(36)	(27)	(27)	39	(33)	(37)	(31)	(21)	()	(21)
Frauen 15–29 Jahre	(49)	52	(42)	(43)	53	(22)	(18)	(33)	()	()	()
Männer 30–59 Jahre	58	56	54	45	36	45	42	35	34	21	(16)
Frauen 30–59 Jahre	49	48	52	53	46	21	15	(20)	10	26	(13)
Männer 60 Jahre und mehr	(50)	(43)	52	(44)	24	(39)	(31)	()	(32)	()	()
Frauen 60 Jahre und mehr	(51)	(51)	(46)	(43)	41	()	()	()	()	()	()
Bildungsstand (ab 25 Jahren)											
Obligatorische Schule	(45)	()	()	()	()	()	(38)	()	()	()	()
Sekundarstufe II	46	43	45	41	40	29	24	25	19	22	12
Tertiärstufe	66	64	()	59	38	42	35	31	29	23	17

TD E-Commerce: Im Internet gekaufte/bestellte Produkte, im ersten Quartal 2010 (Fortsetzung)

In % der E-Konsumentinnen und -Konsumenten in den letzten zwölf Monaten

	Transport- reservationen (Flugzeug, Zug...)	Tickets für Veranstaltungen	Übernachtungen im Hotel oder in einer Ferienwohnung	Bücher, Zeitschriften oder Zeitungen	Kleidung und Sportausrüstung	Software oder Updates	Elektronische Geräte, ein- schliesslich Kameras	Musik (CD, bezahltes Herunterladen usw.)	Informatik- material (Hardware)	Lebensmittel, Getränke, Blumen usw.	Filme (DVD, bezahltes Herunterladen, VOD)
Lebensstandard des Haushalts											
Sie führen ein angenehmes Leben	52	54	50	49	41	34	29	29	23	19	(15)
Sie kommen über die Runden	48	37	45	33	38	(27)	(25)	(25)	(17)	22	(10)
Sie finden es schwierig/ sehr schwierig auszukommen	()	()	()	(36)	(47)	(29)	(28)	(27)	()	()	()
Mobilität der Internetnutzung											
Mobile Internetnutzerinnen und -nutzer mit Mobiltelefon	59	59	55	47	45	49	43	42	35	22	(17)
Mobile Internetnutzerinnen und -nutzer ohne Mobiltelefon	54	49	52	50	39	32	29	(25)	(23)	22	(15)
Internetnutzerinnen und -nutzer nur mit Festnetz- anschluss	44	44	42	41	39	22	19	20	(12)	17	(13)
Sprachregion											
Deutschschweiz	47	51	47	47	42	33	30	27	21	18	14
Französische Schweiz	62	47	51	38	38	(30)	(26)	33	(22)	26	(18)
Italienische Schweiz	63	()	(53)	(34)	(39)	()	()	()	()	()	()
Urbanisierungsgrad											
Dicht besiedeltes Gebiet	57	53	53	45	37	36	28	29	22	20	(13)
Mitteldicht besiedeltes Gebiet	43	45	43	45	43	28	29	26	(20)	(18)	(15)
Gering besiedeltes Gebiet	43	50	(40)	(40)	53	(27)	(26)	(30)	(20)	(21)	(18)
Nutzungshäufigkeit											
Jede Woche	70	58	64	61	(51)	59	(53)	(51)	(45)	(48)	(30)
Jeden Monat	54	58	55	55	48	41	38	35	31	26	(19)
Weniger als 1 x pro Monat	47	47	42	38	37	24	20	22	(13)	(15)	(10)

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch (VK $\geq 30\%$)(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient ($10\% < VK < 30\%$)

Quelle: BFS

T E Zahlungsart bei Online-Käufen/Bestellungen, im ersten Quartal 2010

	Kreditkarte	Zahlung, Cash	E-Banking	Prepaid-Konto
<i>Anzahl Personen</i>	2 300 000	1 700 000	1 200 000	400 000
in % der E-Konsumentinnen und -Konsumenten				
Gesamt	69	53	38	13
Geschlecht				
Männer	72	48	44	17
Frauen	66	59	31	(8)
Altersgruppen				
15–29 Jahre	58	57	36	(10)
30–59 Jahre	74	51	39	15
60 Jahre und mehr	67	52	37	()
15–24 Jahre	50	59	(30)	()
25–34 Jahre	72	53	41	(14)
35–44 Jahre	72	52	40	(15)
45–54 Jahre	77	50	39	(15)
55–64 Jahre	73	53	38	()
65 Jahre und mehr	62	50	(27)	()
Geschlecht und Altersgruppen				
Männer 15–29 Jahre	55	53	(37)	()
Frauen 15–29 Jahre	61	63	(35)	()
Männer 30–59 Jahre	79	45	47	19
Frauen 30–59 Jahre	69	59	30	(10)
Männer 60 Jahre und mehr	69	49	(41)	()
Frauen 60 Jahre und mehr	65	57	(31)	()
Bildungsstand (ab 25 Jahren)				
Obligatorische Schule	(44)	(58)	()	()
Sekundarstufe II	67	54	37	(12)
Tertiärstufe	85	48	44	(16)
Häufigkeit der Online-Käufe				
Jede Woche	83	(41)	54	(27)
Jeden Monat	74	53	49	20
Weniger als einmal pro Monat	68	52	31	(8)
Intensität der Internetnutzung				
Internetnutzung: intensiv	74	51	46	17
Internetnutzung: mässig	69	53	34	(11)
Internetnutzung: gering	53	60	(19)	()
Mobilität der Internetnutzung				
Mobile Internetnutzerinnen und -nutzer mit Mobiltelefon	82	48	47	(20)
Mobile Internetnutzerinnen und -nutzer ohne Mobiltelefon	66	55	42	(13)
Internetnutzerinnen und -nutzer nur mit Festnetzanschluss	63	56	31	(9)
Lebensstandard des Haushalts				
Sie führen ein angenehmes Leben	72	52	40	13
Sie kommen über die Runden	62	57	30	(13)
Sie finden es schwierig/ sehr schwierig auszukommen	(65)	(50)	(34)	()

TE Zahlungsart bei Online-Käufen/Bestellungen, im ersten Quartal 2010 (Fortsetzung)

	Kreditkarte	Zahlung, Cash	E-Banking	Prepaid-Konto
Berufsgruppen				
Akademische Berufe und oberes Kader	87	44	47	(21)
Intermediäre Berufe	72	52	37	(10)
Ungelernte Angestellte und Arbeiterinnen und Arbeiter	54	62	35	(9)
Sprachregion				
Deutschschweiz	65	56	40	12
Französische Schweiz	83	46	32	(17)
Italienische Schweiz	81	(42)	()	()
Urbanisierungsgrad				
Dicht besiedeltes Gebiet	75	47	38	15
Mitteldicht besiedeltes Gebiet	63	58	40	(11)
Gering besiedeltes Gebiet	62	66	(33)	()

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch ($VK \geq 30\%$)(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient ($10\% < VK < 30\%$)

Quelle: BFS

TF E-Commerce: Gründe für den Verzicht auf Online-Einkäufe, im ersten Quartal 2010

	Bevorzugt Einkäufe in einem Geschäft, um die Waren zu sehen, oder wegen des persönlichen Kontakts	Braucht keine Internetkäufe	Möchte keine Informationen über sich im Internet ¹	Hat zu wenig Vertrauen in die Zahlungssicherheit	Hat keine Kreditkarte für das Bezahlen der Einkäufe	Befürchtet, die bestellten Waren/ Dienstleistungen nicht zu bekommen	Wichtige Informationen über die Waren und Dienstleistungen sind im Internet schwierig zu finden	Einkufen im Internet zu schwierig, zu kompliziert
In % der Bevölkerung	27	23	19	18	11	9	7	7
<i>Anzahl Personen</i>	<i>1 800 000</i>	<i>1 500 000</i>	<i>1 200 000</i>	<i>1 150 000</i>	<i>700 000</i>	<i>600 000</i>	<i>450 000</i>	<i>450 000</i>
In % der Internetnutzerinnen und -nutzer, die nicht E-Konsumentinnen und -Konsumenten sind	90	75	62	60	37	32	26	23
Geschlecht								
Männer	88	74	58	62	35	35	26	23
Frauen	92	76	65	59	39	28	26	24
Altersgruppen								
15–29 Jahre	91	74	55	55	56	(39)	(28)	(19)
30–59 Jahre	90	74	64	62	34	29	24	25
60 Jahre und mehr	90	78	65	62	(22)	30	(29)	(26)
15–24 Jahre	93	74	56	58	60	(39)	(29)	()
25–34 Jahre	87	73	(52)	(50)	(43)	(33)	()	()
35–44 Jahre	89	69	65	66	(34)	(31)	(21)	(24)
45–54 Jahre	91	79	65	60	(30)	(29)	(24)	(25)
55–64 Jahre	92	76	64	67	(31)	(28)	(26)	(25)
65 Jahre und mehr	88	79	66	60	(21)	(28)	(30)	(28)
Geschlecht und Alter								
Männer 15–29 Jahre	88	68	(51)	(56)	(51)	(40)	()	()
Frauen 15–29 Jahre	95	81	(58)	(54)	62	37	()	()
Männer 30–59 Jahre	88	75	59	63	(34)	(35)	(27)	(29)
Frauen 30–59 Jahre	91	74	67	60	34	(23)	(22)	(21)
Männer 60 Jahre und mehr	89	79	64	65	(19)	(30)	(30)	(26)
Frauen 60 Jahre und mehr	91	77	66	60	(25)	(29)	(27)	(26)
Bildungsstand (ab 25 Jahren)								
Obligatorische Schule	87	71	(56)	58	(31)	(36)	()	(33)
Sekundarstufe II	91	78	64	62	33	31	25	26
Tertiärstufe	88	71	67	59	(24)	(24)	(27)	(18)

TF E-Commerce: Gründe für den Verzicht auf Online-Einkäufe, im ersten Quartal 2010 (Fortsetzung)

	Bevorzugt Einkäufe in einem Geschäft, um die Waren zu sehen, oder wegen des persönlichen Kontakts	Braucht keine Internetkäufe	Möchte keine Informationen über seine Person im Internet ¹	Hat zu wenig Vertrauen in die Zahlungssicherheit	Hat keine Kreditkarte für das Bezahlen der Einkäufe	Befürchtet, die bestellten Waren/ Dienstleistungen nicht zu bekommen	Wichtige Informationen über die Waren und Dienstleistungen sind im Internet schwierig zu finden	Einkufen im Internet zu schwierig, zu kompliziert
Intensität der Internetnutzung								
Internetnutzung: intensiv	87	69	55	58	48	(31)	(21)	(20)
Internetnutzung: mässig	89	72	63	65	34	34	(24)	(17)
Internetnutzung: gering	94	80	64	59	34	30	31	29
Mobilität der Internetnutzung								
Mobile Internetnutzerinnen und -nutzer mit Mobiltelefon	88	71	65	(50)	(38)	()	()	()
Mobile Internetnutzerinnen und -nutzer ohne Mobiltelefon	94	77	62	62	(41)	(31)	(28)	26
Internetnutzerinnen und -nutzer nur mit Festnetzanschluss	90	75	60	62	37	33	27	(24)
Lebensstandard des Haushalts								
Sie führen ein angenehmes Leben	91	77	62	59	36	27	27	22
Sie kommen über die Runden	92	74	63	62	37	38	(24)	(26)
Sie finden es schwierig/ sehr schwierig auszukommen	84	69	(57)	64	(44)	(37)	()	()
Sprachregion								
Deutschschweiz	90	75	62	60	38	28	28	26
Französische Schweiz	90	74	59	61	(36)	40	(21)	(19)
Italienische Schweiz	95	79	64	(59)	()	(38)	()	()

¹ Vollständiger Wortlaut: Ich möchte nicht, dass sich Informationen über meine Person im Internet befinden

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch (VK $\geq$ 30%)

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient (10% < VK < 30%)

Quelle: BFS

T G E-Sicherheit: Bedenken in Bezug auf Sicherheitsprobleme im Internet, im ersten Quartal 2010

Besorgte Personen (sehr besorgt oder eher besorgt) in % der Internetnutzerinnen und -nutzer in den letzten zwölf Monaten

	Mit einem E-Mail einen Virus oder eine andere Störung einfangen	Missbrauch von persönlichen Angaben, Verletzung der Privatsphäre	Finanzielle Verluste wegen missbräuchlicher Verwendung Ihrer Kreditkarte	Erhalt von Spam	Beim Surfen einen Virus oder eine andere Störung einfangen	Zugriff von Kindern auf Seiten, auf denen sie mit gefährlichen Personen in Kontakt treten könnten	Finanzielle Verluste wegen einer gefälschten Nachricht	Zugriff von Kindern auf Webseiten für Erwachsene über einen Computer in Ihrem Haushalt	Beim Anschliessen eines USB-Sticks einen Virus oder eine andere Störung einfangen	Missbräuchlicher Zugriff durch Dritte über Ihren drahtlosen Anschluss (WiFi)
In % der Bevölkerung¹	47	45	37	42	40	26	40	24	30	27
In % der Internetnutzerinnen und -nutzer ¹	60	60	59	55	51	50	49	46	40	40
Geschlecht										
Männer	55	56	53	54	49	43	45	41	39	36
Frauen	67	65	65	55	52	57	53	52	41	45
Altersgruppen										
15–29 Jahre	57	57	46	48	44	39	41	35	31	36
30–59 Jahre	62	63	63	57	53	56	50	53	43	41
60 Jahre und mehr	63	56	64	58	52	36	57	36	48	45
Geschlecht und Alter										
Männer 15–29 Jahre	88	68	(51)	(56)	(51)	(40)	()	()	(36)	(33)
Frauen 15–29 Jahre	95	81	(58)	(54)	62	37	()	()	(26)	40
Männer 30–59 Jahre	88	75	59	63	(34)	(35)	(27)	(29)	39	36
Frauen 30–59 Jahre	91	74	67	60	34	(23)	(22)	(21)	47	47
Männer 60 Jahre und mehr	61	53	59	58	53	(25)	56	(27)	47	40
Frauen 60 Jahre und mehr	65	61	71	57	51	(50)	58	(46)	49	53
Bildungsstand (ab 25 Jahren)										
Obligatorische Schule	63	64	61	55	58	63	58	61	51	53
Sekundarstufe II	63	61	65	56	54	57	54	52	45	45
Tertiärstufe	59	60	57	56	47	42	44	42	37	34
Intensität der Internetnutzung										
Internetnutzung: intensiv	55	60	53	50	45	43	43	41	33	32
Internetnutzung: mässig	63	59	59	58	54	49	50	45	41	41
Internetnutzung: gering	65	60	66	56	55	60	55	55	49	52

T G E-Sicherheit: Bedenken in Bezug auf Sicherheitsprobleme im Internet, im ersten Quartal 2010 (Fortsetzung)

Besorgte Personen (sehr besorgt oder eher besorgt) in % der Internetnutzerinnen und -nutzer in den letzten zwölf Monaten

	Mit einem E-Mail einen Virus oder eine andere Störung einfangen	Missbrauch von persönlichen Angaben, Verletzung der Privatsphäre	Finanzielle Verluste wegen missbräuchlicher Verwendung Ihrer Kreditkarte	Erhalt von Spam	Beim Surfen einen Virus oder eine andere Störung einfangen	Zugriff von Kindern auf Seiten, auf denen sie mit gefährlichen Personen in Kontakt treten könnten	Finanzielle Verluste wegen einer gefälschten Nachricht	Zugriff von Kindern auf Webseiten für Erwachsene über einen Computer in Ihrem Haushalt	Beim Anschliessen eines USB-Sticks einen Virus oder eine andere Störung einfangen	Missbräuchlicher Zugriff durch Dritte über Ihren drahtlosen Anschluss (WiFi)
Mobilität der Internetnutzung										
Mobile Internetnutzerinnen und -nutzer mit Mobiltelefon	56	59	54	55	44	45	44	43	36	35
Mobile Internetnutzerinnen und -nutzer ohne Mobiltelefon	56	61	60	53	49	44	47	40	37	38
Internetnutzerinnen und -nutzer nur mit Festnetzanschluss	63	60	60	54	53	53	50	49	42	42
E-Konsum										
Hat schon Online-Einkäufe getätigt	58	58	56	52	48	45	45	42	36	36
Hat noch nie Online-Einkäufe getätigt	66	66	65	60	57	60	58	54	50	51
Internetkenntnisse										
Hat schon 1 oder 2 der «Internet-Tätigkeiten» vorgenommen	67	61	65	57	56	54	55	51	48	48
Hat schon 3 oder 4 der «Internet-Tätigkeiten» vorgenommen	61	59	57	54	51	51	47	48	38	40
Hat schon 5 oder 6 der «Internet-Tätigkeiten» vorgenommen	47	60	50	50	40	37	39	34	29	27
Lebensstandard des Haushalts										
Sie führen ein angenehmes Leben	58	58	57	53	48	44	45	40	37	38
Sie kommen über die Runden	66	65	64	58	55	61	58	57	46	45
Sie finden es schwierig/ sehr schwierig auszukommen	70	64	62	56	61	68	60	62	54	54
Sprachregion										
Deutschschweiz	57	58	56	55	47	41	46	38	36	39
Französische Schweiz	69	66	68	55	60	68	57	63	53	44
Italienische Schweiz	65	65	57	54	62	68	53	64	44	(41)

¹ In % der Internetnutzerinnen und -nutzer, ausgenommen Personen, die angaben, nicht betroffen zu sein

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch (VK ≥ 30%)

(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient (10% < VK < 30%)

Quelle: BFS

TH Verzicht auf Online-Tätigkeiten aus Sicherheitsgründen, 2010

In % der Internetnutzerinnen und -nutzer (ohne Personen, die gemäss ihren Angaben von der Frage nicht betroffen sind)

	Verzicht auf mindestens eine der erwähnten Tätigkeiten	Verzicht auf persönliche Angaben auf Seiten von sozialen Netzwerken	Verzicht auf das Herunterladen von Programmen, Musikdateien, Videos usw.	Verzicht auf den Kauf oder die Bestellung von Waren im Internet	Verzicht auf Stellungnahmen/ Reaktionen auf Internetseiten oder Foren	Verzicht auf die Nutzung von E-Banking	Verzicht auf die Nutzung eines schnurlosen mobilen Zugangs- geräts ausserhalb des Hauses	Verzicht auf die Kommunikation mit Behörden per Internet
Anzahl Personen	2 900 000	1 750 000	1 400 000	1 200 000	1 000 000	950 000	550 000	400 000
Gesamt	56	38	32	25	23	21	12	8
Geschlecht								
Männer	56	39	32	24	21	19	13	(8)
Frauen	56	38	32	26	25	24	12	(9)
Altersgruppen								
15–29 Jahre	60	40	34	(21)	(21)	(16)	(9)	(8)
30–59 Jahre	55	39	31	27	24	22	13	(8)
60 Jahre und mehr	52	32	30	27	(22)	30	(17)	(12)
Intensität der Internetnutzung								
Internetnutzung: intensiv	62	44	34	26	24	19	(12)	(7)
Internetnutzung: mässig	56	40	32	24	25	22	(13)	(8)
Internetnutzung: gering	46	27	26	25	18	24	(13)	(10)
Mobilität der Internetnutzung								
Mobile Internetnutzerinnen und -nutzer mit Mobiltelefon	63	45	34	25	24	(15)	(9)	()
Mobile Internetnutzerinnen und -nutzer ohne Mobiltelefon	57	43	29	25	(24)	(23)	(12)	(9)
Internetnutzerinnen und -nutzer nur mit Festnetzanschluss	53	34	31	25	22	23	14	(9)
Internetkenntnisse								
Hat schon 1 oder 2 der «Internet-Tätigkeiten» vorgenommen	50	30	27	26	21	27	15	(11)
Hat schon 3 oder 4 der «Internet-Tätigkeiten» vorgenommen	58	41	34	26	25	20	13	(8)
Hat schon 5 oder 6 der «Internet-Tätigkeiten» vorgenommen	65	46	35	24	(22)	(13)	(9)	()

TH Verzicht auf Online-Tätigkeiten aus Sicherheitsgründen, 2010 (Fortsetzung)

In % der Internetnutzerinnen und -nutzer (ohne Personen, die gemäss ihren Angaben von der Frage nicht betroffen sind)

	Verzicht auf mindestens eine der erwähnten Tätigkeiten	Verzicht auf persönliche Angaben auf Seiten von sozialen Netzwerken	Verzicht auf das Herunterladen von Programmen, Musikdateien, Videos usw.	Verzicht auf den Kauf oder die Bestellung von Waren im Internet	Verzicht auf Stellungnahmen/ Reaktionen auf Internetseiten oder Foren	Verzicht auf die Nutzung von E-Banking	Verzicht auf die Nutzung eines schnurlosen mobilen Zugangs- geräts ausserhalb des Hauses	Verzicht auf die Kommunikation mit Behörden per Internet
Entsprechende Internet-Tätigkeiten:								
Internetnutzerinnen und -nutzer mit eigenem Profil in einem sozialen Netzwerk	62	43						
Internetnutzerinnen und -nutzer ohne eigenes Profil in einem sozialen Netzwerk	53	35						
Herunterladen von Software, Spielen, Dateien usw.	59		33					
Verzichtet auf das Herunterladen	50		29					
Hat schon Online-Einkäufe getätigt	58			23				
Hat noch nie Online-Einkäufe getätigt	51			31				
Sendet Nachrichten via Chat, Forum	61				21			
Sendet keine Nachrichten via Chat, Forum	54				24			
Nutzt E-Banking	58					(8)		
Verzichtet auf E-Banking	54					39		
Online-Kontakte mit den Behörden	59							7
Keine Online-Kontakte mit den Behörden	47							(11)

() Nicht publizierte Daten: weniger als 30 Fälle oder Variationskoeffizient zu hoch ($VK \geq 30\%$)(n) Unzuverlässige Daten: hoher Variationskoeffizient ($10\% < VK < 30\%$)

Quelle: BFS

T1 Internationaler Vergleich: Online-Aktivitäten der Bevölkerung, im ersten Quartal 2010

	In % der Bevölkerung von 16 bis 74 Jahren	In % der Internetnutzerinnen und -nutzer von 16 bis 74 Jahren												
	Internet-nutzerinnen und -nutzer	Online-Aktivitäten für private Zwecke												
	(Internetnutzung in den letzten drei Monaten)	E-Mails senden und empfangen	Bildfern-sprechen IP (Skype)	Nachrichten senden via Chat, Forum, Newsgroup, soziale Netzwerke	Informationen suchen, die die Gesundheit oder die Ernährung betreffen	Nachrichten, Zeitungen, Magazine lesen/herunterladen	Über das Internet Radio hören oder online Fernsehen	E-Banking	Irgendetwas kaufen oder bestellen: Waren oder Dienstleistungen	Etwas verkaufen: z. B. auf Auktionsseiten im Internet	Dienstleistungen im Bereich Reisen und Unterkunft nutzen	Online einen Kurs besuchen	Lesen/ Herunterladen von Spielen, Bildern, Filmen oder Musik	Selbst erstellte Inhalte auf Internetseiten oder Plattformen aufschalten
Deutschland	80	91	21	41	60	53	31	53	60	24	57	4	36	27
Österreich	74	90	22	36	50	58	21	51	43	10	47	3	24	26
Belgien	78	93	25	39	47	49	29	66	35	22	49	5	45	23
Dänemark	88	94	36	51	59	72	46	80	61	32	69	6	41	42
Spanien	64	86	20	49	53	62	42	42	27	9	65	13	44	36
Frankreich	79	91	28	41	46	27	34	67	53	30	53	6	36	35
Island	93	93	35	46	45	94	69	83	31	17	62	10	42	44
Italien	51	83	28	41	45	47	31	34	18	9	50	6	37	37
Norwegen	93	92	20	47	51	84	56	90	58	15	68	6	44	29
Niederlande	90	96	19	44	56	53	58	86	58	27	55	5	56	29
Portugal	51	88	26	69	59	56	50	38	19	4	27	4	44	40
Tschechische Republik	66	89	41	39	31	66	34	34	22	13	40	2	44	10
Vereinigtes Königreich	83	90	24	44	39	51	46	55	73	21	64	8	40	38
Schweden	91	92	23	51	45	60	61	83	55	21	57	8	28	30
Schweiz	83	94	28	45	55	74	37	52	57	15	55	4	59	36
EU (27 Länder)	69	89	27	46	49	50	38	52	45	19	54	6	40	32

Quelle: Eurostat, EU Erhebung zur Informationsgesellschaft, BFS

TJ Internationaler Vergleich: installierte Sicherheitssoftware, Aktualisierung und Sicherheitskopien, im ersten Quartal 2010

In % der Internetnutzerinnen und -nutzer in den letzten zwölf Monaten

	Installierte Sicherheitssoftware						Aktualisierung der Sicherheitssoftware				Sicherheitskopien auf externem Laufwerk oder Online-Server			
	Antivirus-Software oder Anti-Spyware	Firewall-Hardware oder -Software	Antispam-Filter für E-Mails	Kinderschutz- oder Filterprogramm	Andere Software (Verschlüsselung usw.)	Ganzes Software-Package, einzelne Elemente nicht bekannt	Sobald ein Update verfügbar ist [1]	Ab und zu oder wenn Sie sich daran erinnern [2]	Nie oder fast nie	Mindestens ab und zu [1+2]	Immer oder fast immer	Manchmal	Nie oder fast nie	Nicht relevant ²
Deutschland	62	64	40	6	NA	9	70	12	6	82	18	40	31	10
Österreich	73	57	49	13	2	16	64	18	5	82	26	22	43	8
Belgien	82	38	35	7	5	5	63	15	9	78	17	38	32	5
Dänemark	83	70	63	17	9	32	63	19	4	82	16	38	39	3
Spanien	74	42	31	10	2	19	66	10	8	76	22	25	46	6
Frankreich	77	57	39	15	4	12	61	15	14	76	27	37	30	4
Island	81	53	42	16	1	18	55	25	3	80	19	38	40	3
Italien	58	16	16	3	2	5	49	13	5	62	15	20	27	39
Norwegen	88	77	59	13	4	0	66	21	3	87	18	37	36	0
Niederlande	79	64	59	11	1	12	77	11	7	89	32	26	40	3
Portugal	84	41	24	7	NA	NA	63	14	9	78	21	30	37	8
Tschechische Republik	65	16	15	4	2	NA	53	10	4	63	33	31	15	20
Vereinigtes Königreich	75	55	40	14	2	10	67	14	6	81	23	30	38	8
Schweden	84	79	56	10	14	31	68	13	7	81	16	28	48	6
Schweiz ¹	77	57	55	16	5	25	80	4	1	84	NA	NA	39	6
EU (27 Länder)	71	48	34	9	2	11	63	14	7	77	21	33	33	12

NA: Daten nicht verfügbar

¹ Für die Schweiz ist der Vergleich bezüglich der Sicherheitskopien nicht möglich, da eine andere Skala verwendet wird

² Keine Daten auf dem Computer, oder eine andere Person kümmert sich darum

Quelle: Eurostat, EU Erhebung zur Informationsgesellschaft, BFS

Publikationsprogramm BFS

Das Bundesamt für Statistik (BFS) hat – als zentrale Statistikstelle des Bundes – die Aufgabe, statistische Informationen breiten Benutzerkreisen zur Verfügung zu stellen.

Die Verbreitung der statistischen Information geschieht gegliedert nach Fachbereichen (vgl. Umschlagseite 2) und mit verschiedenen Mitteln:

Diffusionsmittel

Individuelle Auskünfte

Das BFS im Internet

Medienmitteilungen zur raschen Information
der Öffentlichkeit über die neusten Ergebnisse

Publikationen zur vertieften Information

Online Datenrecherche (Datenbanken)

Kontakt

032 713 60 11

info@bfs.admin.ch

www.statistik.admin.ch

www.news-stat.admin.ch

032 713 60 60

order@bfs.admin.ch

www.stattab.bfs.admin.ch

Nähere Angaben zu den verschiedenen Diffusionsmitteln im Internet unter der Adresse www.statistik.admin.ch → Dienstleistungen → Publikationen Statistik Schweiz

Informationsgesellschaft

Das BFS publiziert und betreut ein Indikatorensystem im Internet:
www.infosociety-stat.admin.ch

Die letzten Publikationen des BFS in diesem Bereich:

«Internet in den Schweizer Haushalten», Neuchâtel 2011, BFS Aktuell

Bestellnummer: 823-1000-05

«Internetnutzung in den Haushalten der Schweiz. Ergebnisse der Erhebung 2004 und Indikatoren», Neuchâtel 2006

Bestellnummer: 823-0400

Das Ende des 20. Jahrhunderts und der Beginn des 21. Jahrhunderts sind stark von der Revolution im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) geprägt. Das Internet ist eine Technologie, die sich schrittweise in allen Bereichen unseres sozioökonomischen Systems und unseres Alltags verbreitet.

Die ersten Ergebnisse der Erhebung «Omnibus IKT 2010» zum Internetzugang der Haushalte und zur Internetnutzung durch die Bevölkerung wurden Anfang 2011 veröffentlicht. In der vorliegenden Publikation werden die erhobenen Daten umfassend und detailliert dargelegt. Ausserdem werden die wesentlichen Elemente der Entwicklung seit 2004 aufgezeigt. Dank einer standardisierten Methodik auf europäischer Ebene ermöglicht diese Erhebung aussagekräftige internationale Vergleiche zu den in dieser Erhebung untersuchten Themen: Internetzugang der Haushalte, Internetnutzung durch die Privatpersonen, Online-Tätigkeiten, E-Commerce, E-Government und Sicherheit im Internet.

Bestellnummer

1238-1000

Bestellungen

Tel.: 032 713 60 60

Fax: 032 713 60 61

E-Mail: order@bfs.admin.ch

Preis

Fr. 20.– (exkl. MWST)

ISBN 978-3-303-16090-9