

STUDIE III

DIGITALE SENIOREN 2020

NUTZUNG VON INFORMATIONEN-UND
KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIEN
DURCH PERSONEN AB 65 JAHREN
IN DER SCHWEIZ

Institut

Zentrum für Gerontologie der Universität Zürich

Autoren

Alexander Seifert
Tobias Ackermann
Hans Rudolf Schelling

Herausgeberin

Pro Senectute Schweiz

September 2020

**PRO
SENECTUTE**
GEMEINSAM STÄRKER



Universität
Zürich ^{UZH}

Mit freundlicher Unterstützung von



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

RAIFFEISEN

MIGROS
kulturprozent

Impressum

Studie III

Digitale Senioren 2020

Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien
durch Personen ab 65 Jahren in der Schweiz

Institut

Zentrum für Gerontologie der Universität Zürich

Autoren

Alexander Seifert
Tobias Ackermann
Hans Rudolf Schelling

Herausgeberin und Vertrieb

Pro Senectute Schweiz
Lavaterstrasse 60
8027 Zürich

Tel. 044 283 89 89
info@prosenectute.ch
www.prosenectute.ch

Publikation

September 2020

Gestaltung Umschlag

Komplizen GmbH Agentur für Werbung, Emmenbrücke



**Universität
Zürich^{UZH}**

Zentrum für Gerontologie

Digitale Senioren III - 2020

**Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT)
durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz**

Alexander Seifert, Tobias Ackermann und Hans Rudolf Schelling

03.03.2020

Eine Studie des Zentrums für Gerontologie im Auftrag von Pro Senectute Schweiz

Inhaltsverzeichnis

Management Summary	4
1 Einleitung	5
2 Ziele der Fortsetzungsstudie	7
3 Methodik der Studie	8
3.1 Empirisches Vorgehen und Erhebungsdesign	8
3.2 Erhebungsinstrument	8
3.3 Grundgesamtheit und Stichprobe	9
3.3.1 Durchführung und Rücklauf	10
3.3.2 Merkmale der realisierten Stichprobe	10
3.3.3 Datengrundlage für den Jahresvergleich	12
4 Deskriptive Ergebnisse	13
4.1 Allgemeine Technikeinstellung	13
4.2 Gerätebesitz und Mediennutzung	15
4.2.1 Gerätebesitz	15
4.2.2 Internetnutzung im sozialen Umfeld und Ansprechpersonen bei Problemen mit elektronischen Geräten	18
4.3 Internetnutzung: „Onliner“ und „Offliner“	20
4.3.1 Aktuelle Internetnutzung	20
4.3.2 Internetnutzung im Zeitvergleich	22
4.3.3 Zeitraum und Intensität der Internetnutzung	23
4.3.4 Mobile Internetnutzung	24
4.4 Merkmale der Onliner und Offliner	25
4.4.1 Nutzung von IKT-Geräten	26
4.4.2 Genutzte und interessante Internetanwendungen	27
4.4.3 Einstellungen	30
4.4.3.1 Einstellungen zu Technik	30
4.4.3.2 Einstellungen und Meinungen zum Internet	31
4.4.4 Onliner- und Offlinertypen	32
4.4.5 Befürchtungen und Ängste	33
4.4.5.1 Schwierigkeiten und Hindernisse der Internetnutzung	33
4.4.5.2 Soziale Teilhabe durch Internetnutzung	35
4.4.6 Ressourcen und Kompetenzen	36
4.4.6.1 Bildung und Einkommen als Ressourcen	36

4.4.6.2 Räumliche Ressourcen (Region)	36
4.4.6.3 Sozialer Kontakt zu den eigenen Kindern	37
4.4.6.4 Kompetenzen im Umgang mit dem Internet	37
4.4.7 Gesundheit und Altersbild	38
4.4.7.1 Gesundheit, Selbstständigkeit und Freude	38
4.4.7.2 Aussagen zum eigenen Alter	39
4.5 Gesundheitsapplikationen	41
4.5.1 Nutzung von und Interesse an Gesundheitsapps	41
4.5.2 Datenaustausch mittels Gesundheitsapplikationen	43
4.6 Digitale Dienstleistungen	44
4.6.1 Nutzung von (neuen) technischen Dienstleistungen	44
4.6.2 Meinungsbild zu digitalen Lösungen	46
4.6.3 Einstellungstypen hinsichtlich digitaler Dienstleistungen	47
4.6.4 Einschätzungen zu zukünftigen Angeboten	48
5 Einflussfaktoren auf die Internetnutzung und die Nutzung von bzw. die Einstellung zu digitalen Dienstleistungen	50
5.1 Erklärende Faktoren der Internetnutzung	50
5.2 Erklärende Faktoren der mobilen Internetnutzung (Onliner)	52
5.3 Erklärende Faktoren der Nutzung von digitalen Dienstleistungen	53
5.4 Erklärende Faktoren der Einstellung gegenüber digitalen Dienstleistungen	54
6 Fazit zum zeitlichen Vergleich der Erhebungen 2009 bis 2019	56
7 Exkurs: Mögliche Massnahmen	61
8 Schlussbemerkungen	64
Literaturverzeichnis	66
ANHANG: Fragebogen	67

Management Summary

Ausgangslage

Informationen und Kommunikationsangebote konzentrieren sich immer mehr auf das Internet. Seit 1997 nutzen auch immer mehr Schweizerinnen und Schweizer das Netz. Dabei ist ein starker Anstieg der Nutzung bei den bis 64-Jährigen zu verzeichnen; die Altersgruppe ab 65 Jahren bleibt etwas zurück. Vor diesem Hintergrund und mit dem Interesse, mehr von der älteren Personengruppe hinsichtlich ihrer Internetnutzung zu erfahren, initiierte Pro Senectute Schweiz 2009 erstmals eine repräsentative Befragungsstudie – damals im Auftrag des Bundes. 2014 konnte die Studie mit einer zweiten Befragung fortgesetzt werden. Um das Thema weiter zu erforschen, insbesondere um auch Fragen der Nutzung von digitalen Dienstleistungen und eHealth-Angeboten zu klären und um einen Jahresvergleich der allgemeinen Internetnutzungszahlen zu erstellen, gab Pro Senectute Schweiz 2019 eine Fortsetzungsstudie in Auftrag. Die hier vorliegende Studie ist somit die dritte Studie innerhalb der Trendstudie „Digitale Senioren“.

Methode

Mittels einer repräsentativen telefonischen und postalischen Erhebung in der gesamten Schweiz wurden bei insgesamt 1.149 Menschen ab 65 Jahren Informationen zu ihrer Person, ihrem Technik- und Mediennutzungsverhalten sowie ihren Einstellungen gegenüber digitalen Dienstleistungen erhoben. Es konnten sowohl Personen befragt werden, die das Internet nutzen, als auch Personen, die das Internet nicht selbst nutzen.

Ergebnisse

Mit den gewichteten Daten ergibt sich ein aktuelles Verhältnis von 74 % Onlinern, also Personen ab 65 Jahren, die das Internet nutzen, und 26 % Offlinern, also Personen, die das Internet nicht nutzen. Dies bedeutet annähernd eine Verdoppelung der Onliner gegenüber der ersten Erhebung 2009. Onliner und Offliner unterscheiden sich statistisch bedeutsam hinsichtlich des Alters und des Bildungsstands. Neben diesen Merkmalen sind es vor allem die Technikaffinität, die Bedienungsleichtigkeit und die Nutzenbewertung, die eine Internetnutzung bedingen. Innerhalb der aktuellen Befragungsstudie konnte erstmals auch die Nutzung von digitalen Dienstleistungen und eHealth-Anwendungen (hier vertreten durch Gesundheitsapplikationen) erforscht werden. Es wurde festgestellt, dass bisher nur wenige Personen Apps auf Smartphones oder Tablets zur Gesundheitsprävention bzw. -kontrolle nutzen, aber dennoch Potenziale erkennbar sind. Die Ergebnisse zeigen auch, dass weit verbreitete technische Dienstleistungen wie der Geldautomat oder der ÖV-Ticketautomat von vielen der befragten Personen genutzt werden. Anders sieht es bei neueren Anwendungen aus wie z. B. den Self-Checkout-Kassen oder der kontaktlosen Bezahlung, die eher von den Onlinern genutzt werden. Dennoch benennen beide Gruppen Probleme in Bezug auf die Nutzung solcher technischer Dienstleistungen; so wird z. B. die Bedienung der Ticketautomaten als teilweise schwierig erlebt. Onliner stimmten den Aussagen zu den Vorteilen der digitalen Dienstleistungen eher zu, als dies die Offliner taten. Dies deutet an, dass Onliner mehr Vorteile in den digitalen Dienstleistungen sehen als Offliner.

Schlussbemerkung

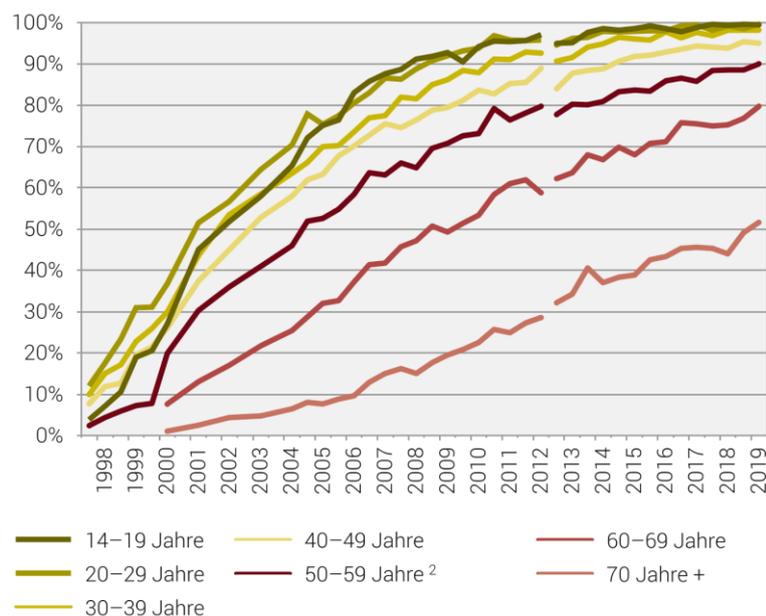
Hinsichtlich der Internetnutzung ist zehn Jahre nach der ersten Befragung erkennbar, dass sich die Nutzungszahlen älterer Personengruppen denjenigen der jüngeren annähern. Dennoch ist in Zeiten der digitalen Transformation, die sich u.a. in der Ausbreitung von digitalen Dienstleistungen und Self-Service-Technologien zeigt, anhand der aktuellen Befragung sichtbar, dass das Thema des Erlernens und des Umgangs mit neuen technischen Herausforderungen im Alter weiterhin aktuell bleibt; ältere Personen nutzen aktuelle technische Innovationen nicht im gleichen Umfang wie jüngere Personen, diese Technologien werden aber gesellschaftlich laufend relevanter.

1 Einleitung

Die Bedeutung und Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) hat in den letzten Jahren nochmals stark zugenommen. Informationen und Kommunikationsangebote konzentrieren sich heute auf Medien wie das Internet und mobile Geräte (z. B. das Smartphone). Seit 1997 ist die mindestens gelegentliche Nutzung des Internets stetig gestiegen. Während die Altersgruppen bis 69 Jahre in diesem Zeitraum einen starken Anstieg aufweisen (siehe Abb. 1), bleibt die intensive Nutzung der Altersgruppe ab 70 Jahren etwas zurück und betrug Ende 2019 erst 52 % (Bundesamt für Statistik, 2019). Dieser Unterschied zwischen den Altersgruppen lässt sich auch in Europa wiederfinden (siehe Abb. 2), womit gezeigt werden kann, dass Personen ab 65 Jahren auch heute noch weniger häufig das Internet nutzen als jüngere Personen.

Internetnutzung in der Schweiz nach Alter, Entwicklung¹

Regelmässige Nutzerinnen und Nutzer (ENK), in % der Personen ab 14 Jahren



¹ Aus methodischen Gründen können die Ergebnisse ab Herbst 2012 nicht mit älteren Studien verglichen werden. Ein Vergleich mit den kommenden Jahren ist dagegen möglich

² ab 50 Jahren in den Jahren 1997-1999

Quelle: MANet: Net-Matrix-Base

© BFS 2019

Abb. 1: Haushaltsinventar

Quelle: Bundesamt für Statistik, 2019

Ältere Menschen sind daher weiterhin von der „digitalen Spaltung“ besonders betroffen. Jedoch zeigen die Zahlen auch, dass die generelle Nutzung bei der älteren Generation ansteigt und viele ältere Menschen das Internet bereits intensiv nutzen. Dennoch ist das Thema „Digitalisierung“ auch weiterhin ein wichtiges Gegenwartsthema, das auch die Gerontologie massgeblich beeinflusst, wenn ältere Menschen im Alltag mit Technik in Kontakt kommen und dabei Hindernisse und Barrieren der Nutzung erleben oder sich gar ausgeschlossen fühlen (Seifert & Misoch, 2016; Seifert et al., 2018). Die beiden vorhergehenden „Digitale Senioren“-IKT-Studien (2010 und 2015) des Zentrums für Gerontologie und Pro Senectute Schweiz konnten für die Schweiz repräsentative Daten zur stationären und mobilen Internetnutzung im Alter und zu den Gründen der Nichtnutzung des Internets erheben. Die Ergebnisse der

Studien trafen auf eine breite und interessierte Öffentlichkeit und wurden in den Medien und bei Fachanlässen diskutiert.

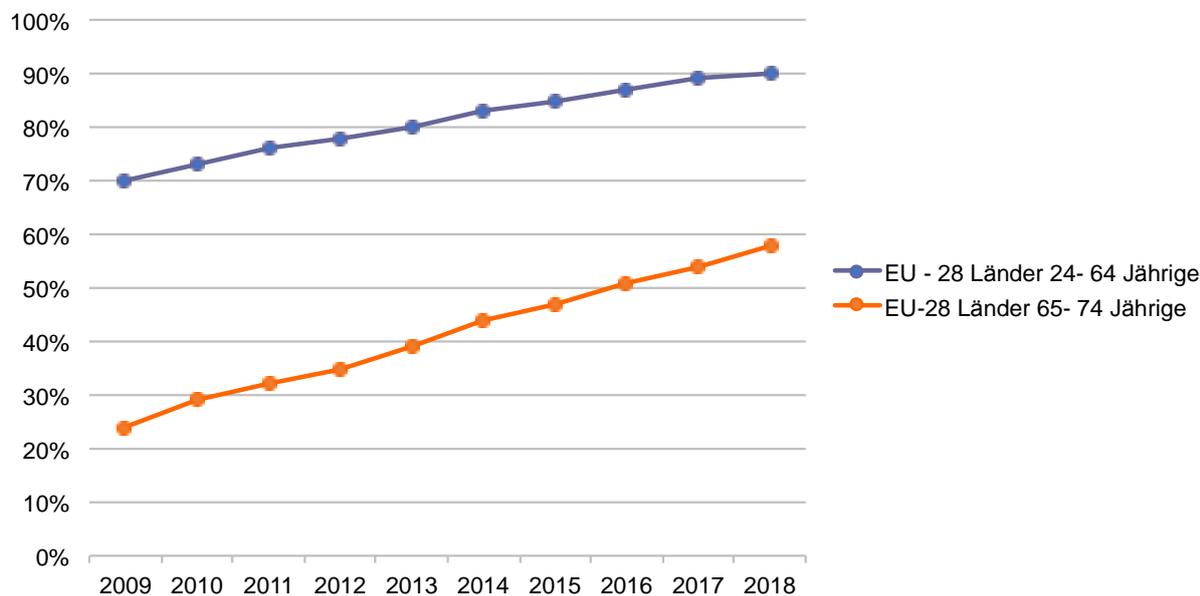


Abb. 2: Internetnutzung in Europa bei den 24-64- und 65-74-Jährigen

Quelle: eigene Darstellung nach Daten aus dem Jahr 2018 (Eurostat, 2019). Die Daten beziehen sich auf die Internetnutzung in den letzten zwölf Monaten.

Seit der letzten „Digitale Senioren“-Studie (2015) haben sich in der Schweiz auch weitere Forschungseinrichtungen mit dem Thema IKT-Nutzung und den Folgen der Digitalisierung für ältere Menschen beschäftigt. Die hiermit angestossene Forschung ist sehr wichtig in Zeiten der vermehrten Alltagsberührung älterer Menschen mit digitalisierten Dienstleistungen wie etwa der Selbst-Scanner-Kasse, dem Bahn-Ticketautomaten oder anderen Self-Service-Diensten. Daher sollte dieser Teilfragebereich auch Eingang in die hier vorliegende dritte „Digitale Senioren“-Studie (2019/20) finden. Es ist wichtig, das Thema auf digitale Dienstleistungen auszuweiten, weil heute immer mehr Informationen und Dienstleistungen online angeboten werden und auch Alltags- und Haushaltsgeräte mit dem Internet verbunden sind. Somit ergeben sich hier Fragen zum alltäglichen Umgang mit Alltagstechniken, zur Alltags- und Medienkompetenz sowie zu deren Bedeutungszuschreibung. Ein Beispiel hierbei ist die Anwendung mobiler Wearables zur Gesundheitsförderung und Prävention. Die Gesundheit kann z. B. durch das Tragen eines Fitnessarmbandes unterstützt werden, da dieses etwa die Einhaltung gesundheitsrelevanter Trainings und Interventionen erleichtert. In diesem Kontext ist es wichtig, die positiven und negativen Aspekte einer zunehmenden Digitalisierung für ältere Menschen zu erheben (Händler-Schuster & Seifert, 2016).

Darüber hinaus sollte die vorliegende „Digitale Senioren“-Studie nicht nur untersuchen, ob und wie häufig, sondern auch, in welcher Weise, zu welchem Zweck und mit welchem Nutzen jemand das Internet nutzt und inwieweit die Nutzung von IK-Technologie oder digitalisierten Dienstleistungen als Alltagsressource erlebt wird. Daraus ergibt sich hier die Zusatzfrage, was Personen *mit* dem Internet machen – und eben nicht nur die Frage, ob sie das Internet nutzen (Hunsaker & Hargittai, 2018). Zudem soll die Befragung mögliche Hemmnisse und Gründe der Nichtnutzung des Internets und digitaler Dienstleistungen ausfindig machen. Die aktuellen Ergebnisse werden mit jenen aus den vorhergehenden zwei Befragungsstudien aus dem Jahr 2010 und 2015 verglichen.

2 Ziele der Fortsetzungsstudie

Hauptziel des Projekts ist es, die beiden bestehenden Befragungsstudien fortzusetzen und zu erweitern, um somit Auskunft über aktuelle Trends der IKT-Nutzung im Alter und deren allfällige Zugangshindernisse zu geben.

Zehn Jahre nach der ersten (und fünf Jahre nach der zweiten) Befragung von Personen ab 65 Jahren in der Schweiz bestehen nun weitere offene Forschungsfragen zur IKT-Nutzung im Alter. So ist es interessant zu sehen, ob sich die Nutzung solcher Technologien im Alltag von älteren Menschen seit der ersten bzw. zweiten Erhebung verändert hat. Ein weiterer Aspekt ist die Frage, inwieweit heute mobile Technologien (z. B. das Smartphone, die Smartwatch, Fitness-Tracker) und Gesundheitsapplikationen von der älteren Generation z. B. für die Gesundheitsmessung und -dokumentation genutzt werden. Zusätzlich stellt sich die Frage, wie diese Menschen gegenüber digitalen Self-Services-Dienstleistungen eingestellt sind und ob/wie sie diese nutzen – und zwar nicht nur bezogen auf klassische Internetanwendungen, sondern auch auf alltägliche Technologien wie z. B. Ticketautomaten oder Selbst-Scanner-Kassen.

Diese offenen Forschungsfragen lauten:

1. Wie haben sich die Nutzungsprofile und die möglichen Hemmnisse gegenüber dem Internet (stationär wie mobil) seit den Datenerhebungen 2009 und 2014 verändert?
2. **Erster neuer Teilfokus:** Wie sehen die Einstellungen, die Bereitschaft und die Nutzung hinsichtlich der Anwendung von Gesundheitsapplikationen und mobilen Selbstvermessungstechnologien aus?
3. **Zweiter neuer Teilfokus:** Welche heutigen digitalen Dienstleistungen werden genutzt und wie werden zukünftige digitale Dienstleistungen eingeschätzt?
4. **Dritter neuer Teilfokus:** Welche Einstellungen und Nutzungsabsichten bestehen gegenüber aktuellen und zukünftigen digitalen Dienstleistungen?

3 Methodik der Studie

In den nachfolgenden Unterkapiteln werden die methodischen Gesichtspunkte vorgestellt. Grundsätzlich orientiert sich das methodische Vorgehen stark an dem der beiden vorhergehenden Studien (Schelling & Seifert, 2010; Seifert & Schelling, 2015).

3.1 Empirisches Vorgehen und Erhebungsdesign

Die Beantwortung der vorgegebenen Fragestellungen erforderte folgende Schritte:

1. *Informations- und Literaturrecherche* zu empirischen Studien zur Internetnutzung in der Schweiz und im Ausland sowie zu passenden Mediennutzungstheorien (Desk Research) zwecks wissenschaftlicher Verankerung der Studie und Entwicklung eines adäquaten Erhebungsinstruments.
2. *Repräsentative Befragungsstudie* in der Wohnbevölkerung der Schweiz ab 65 Jahren (deutsch-, französisch- und italienischsprachig). Die Erhebungsmethode musste zugleich den Anforderungen einer möglichst hohen Repräsentativität für die entsprechende Population, der wissenschaftlichen Validität der erhobenen Variablen sowie den finanziellen und zeitlichen Randbedingungen der Studie entsprechen. Es wurden sowohl Internetnichtnutzer/-innen als auch Nutzer/-innen befragt. Zu einem gewissen Teil wurden Elemente aus bestehen Erhebungsinstrumenten herangezogen (vorwiegend aus Seifert & Schelling, 2015).
3. *Erstellung eines wissenschaftlichen Berichts*, der über Grundlagen und empirische Ergebnisse der aktuellen Studie Auskunft gibt.

In Abwägung von Überlegungen zur Stichprobenziehung sowie der Vor- und Nachteile verschiedener Erhebungsverfahren wendeten wir – wie 2009 und 2014 – ein kombiniertes Design an, das eine hohe Repräsentativität und eine optimale Ausschöpfung der Stichprobe versprach:

- *Wahrscheinlichkeitsauswahl* einer Stichprobe der ständigen Bevölkerung der Schweiz ab 65 Jahren (ohne Obergrenze) aus dem AZ-Direct-Verzeichnis (Random-Random). Ziel-Stichproben-grösse (netto): 1.000 Personen (De 700, Fr 200, It 100). Die Erhebung wurde dreisprachig durchgeführt; Personen, die keine der drei Sprachen verstehen, wurden nicht befragt.
- *A) Telefonisches Interview* (CATI) als Haupterhebungsmethode in Haushalten, für die eine Festnetztelefonnummer ausfindig gemacht werden konnte. Schriftliches Ankündigungsschreiben vor Telefonanruf. Mehrere Anrufversuche derselben Adressaten, um Stichprobenverzerrungen wegen unterschiedlicher Erreichbarkeit zu minimieren. Befragung mittels standardisiertem Instrument mit geschlossenen Fragen.
- *B) Postalische, schriftliche Befragung* in Haushalten ohne eingetragenen Telefonanschluss oder auf besonderen Wunsch der Zielperson. Analoges Befragungsinstrument wie bei telefonischer Befragung, mit angepasster (typo-)grafischer Gestaltung.

3.2 Erhebungsinstrument

Der Fragebogen (siehe Anhang) wurde vor der Befragung auf Grundlage der Befragungen aus den Jahren 2009 und 2014 sowie der aktuellen Informations- und Literaturrecherche erarbeitet. Bei der Erstellung wurden die Befragungszielgruppe (65+) sowie die Vergleichbarkeit der Internetnutzenden und -

nichtnutzenden besonders berücksichtigt. Als Grundgerüst des Fragebogens dienten die bereits vorgestellten Forschungsfragen. Der chronologische Aufbau des Fragebogens folgt einer bestimmten Dramaturgie, die u. a. dadurch gekennzeichnet war, dass die Befragung zur Nutzung und Einstellung zum Internet durch allgemeine Fragen zur Technik eingeführt wurde und dass sie bei bestimmten Fragen spezifische Frageformulierungen für Nutzer/-innen und Nichtnutzer/-innen bereithielt. Im Einzelnen beinhaltet der Fragebogen Fragen zu folgenden Bereichen:

- a) Einstellung zu Technik
- b) Haushaltsgeräte und Mediennutzung
- c) Internetzugang/Onlineaktivitäten
- d) Gründe für Nichtnutzung des Internets (Offliner)
- e) Nutzung von Gesundheitsapplikationen
- f) Einstellung zum Internet
- g) Nutzung von und Einstellungen gegenüber digitalen Dienstleistungen
- h) IKT-Kompetenzen
- i) Nutzung des Internets im sozialen Umfeld
- j) Persönliche Gesundheits- und Lebenssituation
- k) Statistische Angaben zur Person

Am Ende enthielt der Fragebogen 36 unterschiedlich komplexe Fragen auf 19 Seiten. Leider konnte eine Anzahl von Fragen aufgrund des definierten Umfangs der Befragung nicht mit einfließen (insbesondere zu den Bereichen Persönlichkeit, Technikbiografie und Aktivitäten des täglichen Lebens). Zur Vergleichbarkeit mit den beiden vorhergehenden Befragungsstudien aus der Trendstudie „Digitale Senioren“ wurden bestehende Elemente wiederverwendet und mit neuen thematischen Fragestellungen ergänzt.

3.3 Grundgesamtheit und Stichprobe

Grundgesamtheit ist die ständige Wohnbevölkerung der Schweiz ab 65 Jahren. Wie in den beiden vorhergehenden Befragungen der Trendstudie wurde eine Wahrscheinlichkeitsauswahl aus den Adresssätzen von AZ-Direct getroffen, welche die in der Schweiz wohnhafte Bevölkerung weitestgehend abdecken.

Es wurde folgende Zielgruppe befragt:

- Random-Stichprobe der in der Schweiz wohnhaften Personen ab 65 Jahren, ohne Altersobergrenze, ungeachtet ihrer Nationalität und unter Einschluss von Heimbewohnenden.
- Die Personen werden unabhängig von ihrer Internetnutzung befragt, um eine Vergleichsgruppe zu erhalten (keine Quoten).

Insgesamt sollten 1.000 Personen im Alter von mindestens 65 Jahren befragt werden, basierend auf einer direkten Zufallsauswahl der Zielperson ab 65 Jahren – verteilt auf 700 Interviews in der Deutschschweiz, 200 in der Romandie und 100 im Tessin. Davon sollten ca. 80 % auf telefonische Interviews (CATI) entfallen.

3.3.1 Durchführung und Rücklauf

Die damaligen (2009/2014) Studien und die aktuelle (2019) Befragung wurden vom Befragungsinstitut M.I.S. Trend S.A in Lausanne/Bern durchgeführt. Die aktuelle Befragung erfolgte in den Monaten August/September 2019. Es konnten insgesamt 1.149 Personen in allen Sprachregionen der Schweiz (Deutschschweiz: 779; Romandie: 261; Tessin: 109) vollständig befragt werden.

Von den 1.149 befragten Personen wurden 717 Personen telefonisch (CATI Methode) erreicht und 432 postalisch. Bei den telefonischen Befragungen wurde eine sehr gute Brutto-Response-Rate von 42.6 % erreicht, bei der postalischen Befragung eine Ausschöpfung von 22.1 %.

Eine telefonische Befragung dauerte im Durchschnitt 28.2 Minuten, ein Offliner-Interview 28.9 Minuten und die Befragung einer Person mit Internetnutzung 28.0 Minuten.

3.3.2 Merkmale der realisierten Stichprobe

Ausgewählte Merkmale der realisierten Stichprobe (ungewichtete und gewichtete Daten) können der Tabelle 1 entnommen werden. Die Gewichtung erfolgte gemäss offizieller Verteilungen nach Altersgruppen, Geschlecht, Bildung und Sprachregion.

Mit 49 % befragten Männern und 51 % interviewten Frauen ist die erreichte Stichprobe etwas „männlerlastig“, was beim vorliegenden Thema auch der Erwartung entspricht, da Männer im Allgemeinen noch immer etwas technikaffiner als Frauen sind. Die Altersverteilung weist im Vergleich zur Bevölkerungsstatistik eine leichte Übervertretung der Altersgruppe 65 bis 79 Jahre auf und somit eine entsprechende Untervertretung der Gruppe ab 80 Jahren auf. Mit 96 Personen ab 85 Jahren konnten aber auch die Hochbetagten erstaunlich gut erreicht werden. In der vorliegenden Stichprobe sind die jüngsten Personen (aufgrund der methodischen Festlegung) 65 Jahre alt, die älteste befragte Person ist 101 Jahre alt. Im Durchschnitt sind die befragten Personen 74 Jahre alt (Frauen: 74, Männer: 73).

Gesundheitliche Probleme und die Untervertretung von Personen in Kollektivhaushalten im Telefonverzeichnis dürften dafür verantwortlich sein, dass Bewohner/-innen von Alters- und Pflegeeinrichtungen in der Stichprobe mit etwa 5 % gegenüber 10 % in der Bevölkerung ab 65 Jahren geringer vertreten sind. Obwohl diese Ausschöpfung trotzdem erfreulich hoch ist, wird es nicht möglich sein, sehr detaillierte Auswertungen zu Personen in Kollektivhaushalten vorzunehmen.

Bei Befragungen ist generell mit einer Übervertretung höherer Bildungsschichten zu rechnen, und bei einem „technischen“ Thema erhöht sich dieses Risiko. Bildung ist in dieser Altersgruppe meist mit Geschlecht und Alter korreliert; die bereits erwähnten dortigen Verzerrungen finden sich bezüglich der Bildung akzentuiert. Personen ohne Berufs- oder weiterführende Ausbildung sind in der Stichprobe geringer vertreten, demgegenüber wurden mehr Personen mit Bildung der Sekundarstufe II und der Tertiärstufe befragt.

Tab. 1: Merkmale der Stichprobe		Anzahl	Prozente in Stichprobe	Prozente nach Gewichtung*	Prozente nach offiz. Statistik Schweiz **
Stichprobe Gesamt		1149	100.0	100.0	100.0
Geschlecht	Mann	556	49.0	44.4	44.4
	Frau	579	51.0	55.6	55.6
	<i>Keine Angabe</i>	14			
Altersgruppen	65-69 Jahre	344	30.4	27.1	27.7
	70-74 Jahre	318	28.1	25.6	25.3
	75-79 Jahre	227	20.1	19.0	19.0
	80-84 Jahre	145	12.8	14.3	14.0
	85 +	96	8.5	14.0	14.0
	<i>Keine Angabe</i>	19			
Sprachregion	Französisch	261	22.7	23.8	22.9
	Deutsch	779	67.8	70.7	71.8
	Italienisch	109	9.5	5.5	5.3
Haushaltsform	Privathaushalt	1098	96.7	95.1	90.2
	Kollektivhaushalte	38	3.3	4.9	9.8
	<i>Keine Angabe</i>	13			
Bildung	<i>(Prozente nach Altersgruppen)</i>		65-74 / 75+	65-74 / 75+	65-74 / 75+
	Obligatorische Schule	143	9.6 / 17.4	16.3 / 29.7	17.8 / 28.6
	Sekundarstufe II (Berufsbildung)	508	45.0 / 47.6	48.2 / 45.0	47.5 / 45.2
	Sekundarstufe II (All.bildung)	82	7.4 / 7.3	7.0 / 6.2	6.9 / 6.2
	Tertiärstufe (höhere Berufsbild.)	168	16.5 / 13.4	13.1 / 9.3	12.7 / 9.8
	Tertiärstufe (Hochschulen)	203	21.4 / 14.3	15.4 / 9.8	15.1 / 10.3
	<i>Keine Angabe</i>	45			

*Gewichtung gemäss offiziellen Verteilungen nach Altersgruppen, Geschlecht, Bildung und Sprachregion, kumulativ

** Quelle: Vergleichszahlen Schweiz: Bundesamt für Statistik, Daten von 2019

Repräsentativität: Gewichtungen und Vertrauensintervalle

Es liegt nahe und ist auch üblich, Stichprobenverzerrungen nachträglich anhand bekannter soziodemografischer Merkmale durch eine Nachgewichtung zu korrigieren, das heisst untervertretenen Personengruppen mehr, übervertretenen Gruppen weniger Gewicht zu geben, um wenigstens formal die Repräsentativität zu erhöhen. Ein solches Vorgehen ist – sofern es sich nicht nur um eine Korrektur bestimmbarer unterschiedlicher Auswahlwahrscheinlichkeiten handelt – in der Fachliteratur äusserst umstritten. Es besteht gar die Gefahr, dass befragte Personen aus untervertretenen Gruppen in anderen, nicht nachprüfbar, aber mit der Teilnahmewahrscheinlichkeit korrelierten Merkmalen deutlich von den entsprechenden Gruppen abweichen. Dann kann eine Nachgewichtung die Verzerrung sogar noch verschärfen (Diekmann, 2018).

Aus diesem Grund wurden in dieser Studie keine generellen, für alle Analysen wirksamen Nachgewichtungen anhand demografischer Merkmale vorgenommen. Für die hier im Vordergrund stehenden Gruppen- und Merkmalsvergleiche, für Zusammenhangsmasse sowie für multivariate Auswertungsverfahren sind davon keine Vorteile zu erwarten; die genannte Verzerrungsgefahr überwiegt den möglichen Gewinn bei Weitem. In Tabelle 1 (zweitletzte Spalte) sind die soziodemografische Merkmale der nach Altersgruppen, Geschlecht, Sprachregion und formaler Bildung gewichteten Stichprobe aufgeführt. Da nicht alle Merkmale der Bevölkerung in kombinierter Form vorliegen, musste die Gewichtung nach Einzelmerkmalen kumulativ erfolgen. Dadurch ergeben sich auch in den kontrollierten Merkmalen der gewichteten Stichprobe noch geringfügige Abweichungen von den Populationsdaten. Trotzdem ist auch bezüglich der unkontrollierten Merkmale eine Verbesserung der demografischen Passung festzustellen.

Selbst wenn es gelänge, eine ideale Wahrscheinlichkeitsstichprobe ohne systematische Verzerrungen als perfektes Abbild der Grundgesamtheit zu ziehen – in unserem Fall also der ständigen Wohnbevölkerung der Schweiz ab 65 Jahren –, bliebe eine Unsicherheit bezüglich der genauen Verteilungen bestehen, da sich jede Stichprobe zufallsbedingt leicht von der Grundgesamtheit unterscheiden kann. Bei einer hinreichend grossen Stichprobe hält sich dieser Zufallsfehler aber in begrenztem Rahmen. Seine Grösse kann – mit einer bestimmten Wahrscheinlichkeit versehen – als Vertrauensintervall berechnet werden. Bei allen Prozentangaben der Stichprobe ist bezogen auf die entsprechende Gesamtbevölkerung ein 95 %iges Vertrauensintervall von $\pm 2\text{--}3\%$ zu berücksichtigen, das heisst, die „wahren Werte“ liegen mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 % innerhalb dieses Bereichs, sofern keine systematischen Stichprobenverzerrungen vorliegen.

3.3.3 Datengrundlage für den Jahresvergleich

Da sich die aktuelle Befragungsstudie in gewissen Teilen mit den vorgehenden Erhebungen aus dem Jahr 2009 und 2014 inhaltlich wie strukturell deckt, bietet es sich an, vergleichbare Fragen zu analysieren. Es ist aber darauf hinzuweisen, dass es sich hier nicht um Paneldaten handelt (was heissen würde, dass dieselbe Person ein zweites oder drittes Mal befragt werden konnte). Bei den beiden Erhebungen handelt es sich um Querschnittsdaten, die dennoch aber in der Tendenz vergleichbar sind, da sie denselben Samplingbedingungen unterliegen.

Bei der Auswertung der aktuellen Studiendaten wird der Jahresvergleich bei ausgewählten Fragestellungen berücksichtigt. Die Stichproben der drei Erhebungen sind vergleichbar und weisen ähnliche Merkmale auf (siehe Tabelle 2).

Tab. 2: Merkmale der Stichproben		Erhebung 2009		Erhebung 2014		Erhebung 2019	
		Anzahl	Prozente*	Anzahl	Prozente *	Anzahl	Prozente *
Stichprobe Gesamt		1105	100.0	1037	100.0	1149	100
Geschlecht	Mann	499	45.3	490	47.3	556	49.0
	Frau	602	54.7	547	52.7	579	51.0
Altersgruppen	65-69 Jahre	401	36.7	304	29.3	344	30.4
	70-74 Jahre	247	22.6	289	27.9	318	28.1
	75-79 Jahre	197	18.0	202	19.5	227	20.1
	80-84 Jahre	147	13.4	134	12.9	145	12.8
	85 +	102	9.3	108	10.4	96	8.5
Staatsangehörigkeit	Schweizer/-in	1030	93.8	970	93.9	1074	94.6
	andere Staatsangehörigkeit	68	6.2	63	6.1	61	5.4
Haushaltsform	Privathaushalt	1036	93.8	976	94.8	1098	96.7
	andere Formen	69	6.2	53	5.2	38	3.3

*gültige Angaben; ungewichtete Daten

4 Deskriptive Ergebnisse

Im Folgenden werden in einem ersten Schritt die wichtigsten deskriptiven Ergebnisse der Befragungsstudie anhand der Forschungsfragen vorgestellt. In den darauffolgenden Kapiteln werden die Resultate mit erweiterten Auswertungen vertieft.

4.1 Allgemeine Technikeinstellung

Die Einstellung zu Technik ist ein wichtiger Faktor bei der Erklärung von Unterschieden in der Techniknutzung. Gerade älteren Menschen wird in der öffentlichen Wahrnehmung oft zugeschrieben, dass sie sich weniger für (moderne) Technik interessieren bzw. eine negativere Einstellung zu Technik hätten und diese deshalb weniger nutzen. Eine andere Erklärung ist, dass die Anwendung von Technik und Technologien weniger direkt mit dem persönlichen Nutzen verbunden wird. Darüber hinaus wird häufig auch angenommen, dass älteren Menschen die Bedienung moderner technischer Geräte schwerer falle (Seifert & Doh, 2016).

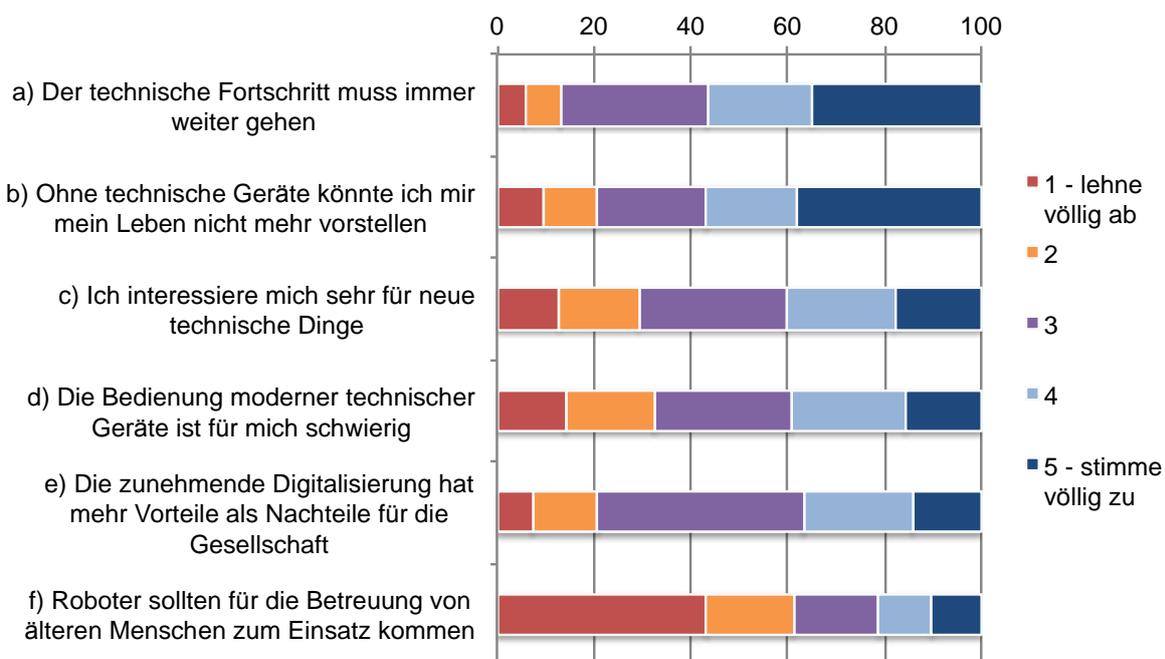


Abb. 3: Aussagen zu Technik allgemein

Den befragten Personen wurden daher sechs Aussagen zur Technikeinstellung (siehe Abb. 3) vorgelegt, und sie hatten die Möglichkeit, diesen Aussagen zuzustimmen oder diese abzulehnen (1 „lehne völlig ab“ bis 5 „stimme völlig zu“).

In einer ersten Aussage wurden die befragten Personen gebeten, die Aussage „Der technische Fortschritt muss immer weitergehen“ zu bewerten. Die deutliche Mehrzahl (57 %) stimmt dieser Aussage eher oder völlig zu; nur 6 % der Befragten lehnen diese völlig ab. Männer stimmen dieser Aussage eher zu (67 %) als Frauen (46 %). Auch der Bildungsstand ($r = .089$, $p = .004$) und das Einkommen ($r = .157$, $p < .001$) nehmen hier einen signifikanten Einfluss: Personen mit einer höheren Bildung bzw. einem höheren Einkommen stimmen der Aussage zum technischen Fortschritt eher zu als Personen mit einem geringeren Bildungsstand bzw. Personen mit einem geringeren Einkommen. Hinsichtlich des Alters ergeben sich keine signifikanten Zusammenhänge.

In der zweiten Aussage („Ohne technische Geräte könnte ich mir mein Leben nicht mehr vorstellen“) ging es um die Bedeutung technischer Geräte für das alltägliche Leben. Auch hier stimmt die Mehrheit (57 %) dieser Aussage eher bzw. völlig zu und nur 20 % lehnen diese Aussage eher oder völlig ab; der Rest liegt in der Mitte. Interessant ist, dass hier das Geschlecht keine signifikant erklärende Variable ist, beide Geschlechter bewerten diese Aussage ähnlich. Jedoch zeigt sich hinsichtlich des Alters eine signifikante negative Beziehung ($r = -.097$, $p = .001$): Jüngere Personen stimmen dieser Aussage eher zu als ältere Personen. Hinsichtlich der Bildung und des Einkommens zeigen sich ähnliche Zusammenhänge wie bei der ersten Aussage zur Technikeinstellung, sodass auch hier Personen mit höherem Bildungsstand und Einkommen eher der zweiten Aussage zustimmen.

Mit einer weiteren Aussage, die „Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge“ lautete, sollte das persönliche Interesse an Technik erfasst werden. Bei dieser Aussage sind sich die befragten Personen nicht so stark einig, es zeigen sich stärkere Varianzen im Antwortverhalten: 40 % stimmen dieser Aussage eher oder völlig zu und 29 % lehnen diese Aussage eher oder völlig ab. Jüngere Personen stimmen dieser Aussage eher zu als ältere Personen ($r = -.134$, $p < .001$). Männer stimmen der Aussage zur Technikaffinität deutlicher zu als Frauen (53 % der Männer stimmen der Aussage eher oder völlig zu, aber nur 28 % der Frauen). Damit verbunden zeigt sich auch eine positive Korrelation zwischen der Zustimmung zu dieser Aussage und dem Bildungsstand ($r = .209$, $p < .001$) bzw. dem Einkommen ($r = .223$, $p < .001$). Dies bedeutet, dass Personen mit einer höheren Bildung und Personen mit einem höheren Einkommen eher technikaffin sind. Personen, die angaben, dass sie sich für neue technische Dinge interessieren, stimmen auch eher der ersten Aussage zum technischen Fortschritt ($r = .400$, $p < .001$) sowie der zweiten Aussage zur Alltagsrelevanz von Technik ($r = .354$, $p < .001$) zu.

Mit der vierten Aussage aus diesem Themenkomplex wurden die befragten Personen gebeten, Schwierigkeiten in der Bedienung von neuen technischen Geräten zu bewerten („Die Bedienung moderner technischer Geräte ist für mich schwierig“). Es zeigt sich hier ein ähnliches differenziertes Bild wie bei der vorhergehenden Aussage zum Technikinteresse: 39 % stimmen der Aussage eher oder völlig zu; 32 % lehnen die Aussage eher oder völlig ab. Auch bei dieser Aussage lassen sich Zusammenhänge zum Alter, Geschlecht, Bildungsstand und Einkommen nachzeichnen, die andeuten, dass Männer, jüngere Personen, Personen mit einem höheren Bildungsabschluss und Personen mit einem höheren Einkommen am ehesten die Aussage ablehnen; für sie ist die Bedienung von neuen technischen Geräten einfach.

Mit den bisherigen vier Aussagen kann auch ein Jahresvergleich zwischen den drei Befragungsstudien innerhalb der Trendstudie „Digitale Senioren“ vorgelegt werden (siehe Tab. 3). Dieser Jahresvergleich zeigt, dass die Technikeinstellungen relativ gleich geblieben sind, wenn auch hinsichtlich des Technikinteresses und der Alltagsbedeutung von Technik ein kleiner Anstieg zu verzeichnen ist.

Tab. 3: Vergleich Technikeinstellungen	Erhebung 2009	Erhebung 2014	Erhebung 2019
a) Der technische Fortschritt muss immer weitergehen	3.86	3.82	3.73
b) Ohne technische Geräte könnte ich mir mein Leben nicht mehr vorstellen	3.79	3.61	3.64
c) Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge	3.08	2.96	3.16
d) Die Bedienung moderner technischer Geräte ist für mich schwierig	*	3.23	3.08

Abgebildet sind Mittelwerte (1 „lehne völlig ab“ bis 5 „stimme völlig zu“); * Nicht mit gleicher Skala gemessen; ungewichtete Daten

Eine der beiden in der aktuellen Befragungsstudie neu getesteten Aussagen im Themenfeld Technikeinstellung (siehe Abb. 3) lautete „Die zunehmende Digitalisierung hat mehr Vorteile als Nachteile für die Gesellschaft“. Mit dieser Aussage sollte insbesondere die digitale Transformation unseres Alltags mitberücksichtigt werden. Auch diese Aussage wurde eher ambivalent beantwortet. So sehen 37 % der befragten Personen mehr Vorteile als Nachteile (gemessen an „stimme eher bzw. völlig zu“), aber auch 21 % sehen eher Nachteile als Vorteile (gemessen an „lehne eher bzw. völlig ab“). Dass die Digitalisierung ambivalent, also mit Vor- und Nachteilen, wahrgenommen wird, zeigt sich an der hohen Anzahl (42 %) von Personen, die hier die Mitte (3) gewählt hatten. Hinsichtlich des Alters der befragten Personen ergibt sich keine signifikante Korrelation, jedoch sehen Männer (41 %) etwas mehr Vorteile in der Digitalisierung als Frauen (33 %). Hinsichtlich des Bildungsstands und des Einkommens zeigt sich, dass Personen mit einem höheren Bildungsstand ($r = .071$, $p = .022$) und einem höheren Einkommen ($r = .130$, $p < .001$) eher der Aussage zustimmen, also mehr Vorteile darin sehen.

Die zweite neue Aussage („Roboter sollten für die Betreuung von älteren Menschen zum Einsatz kommen“) sollte das Meinungsbild zum Einbezug von Robotern in die Betreuungsarbeit von älteren Personen abfragen. Hier ist das Meinungsbild eher eindeutig: Nur 21 % stimmten dieser Aussage eher bzw. völlig zu und die Mehrheit von 61 % lehnt diese Aussage eher bzw. völlig ab. Dennoch zeigen sich hier auch Unterschiede zwischen Männern und Frauen sowie hinsichtlich des Bildungsstands und des Einkommens: Männer sowie Personen mit einem höheren Bildungsabschluss und Personen mit einem höheren Einkommen stimmten dieser Aussage eher zu. Hinsichtlich des Alters der befragten Personen lässt sich kein signifikanter Unterschied erkennen.

4.2 Gerätebesitz und Mediennutzung

Es sollte nicht nur die Einstellung zu Technik erfragt werden, sondern es ist auch wichtig herauszufinden, welche Haushaltsgeräte vorhanden sind und welche Medien zur Informationssuche und Kommunikation von älteren Menschen genutzt werden.

4.2.1 Gerätebesitz

Auch innerhalb der aktuellen Befragungsstudie wurden klassische IKT-Produkte abgefragt, um aufzuzeigen, ob hier eventuell ein Rückgang zu beobachten ist. Von den befragten Personen ab 65 Jahren geben 96 % an, dass sie mindestens einen Fernseher im Haushalt haben, nur 4 % haben keinen Fernseher. Von den Personen, die angaben, einen Fernseher zu besitzen und zu nutzen, schalten 86 % ihn täglich ein, 11 % tun dies nur wöchentlich und der Rest seltener (siehe Abb. 4). Ein Radio nutzen 91 % der befragten Personen, davon 76 % täglich. Im Zeitvergleich sind die Nutzungszahlen von Fernseher und Radio in etwa gleich geblieben, wobei tendenziell die täglichen Nutzungszahlen etwas rückgängig sind.

Ein Festnetztelefon besitzen und nutzen 83 % der befragten Personen. Ein klassisches Mobiltelefon, also kein Smartphone (siehe Kapitel 4.2.2), nutzen 44 % der Befragten. Ein weiteres IKT-Gerät, das heute in fast allen Haushalten zu finden ist, ist der Computer. Dieser steht auch in den meisten Haushalten der älteren Bevölkerungsgruppen: So besitzen und nutzen 74 % einen solchen Computer oder einen Laptop. Dennoch zeigt sich hier auch ein Unterschied beim Alter: So sind Personen, die einen Computer besitzen, im Durchschnitt jünger (72 Jahre) als Personen, die keinen Computer besitzen (78 Jahre).

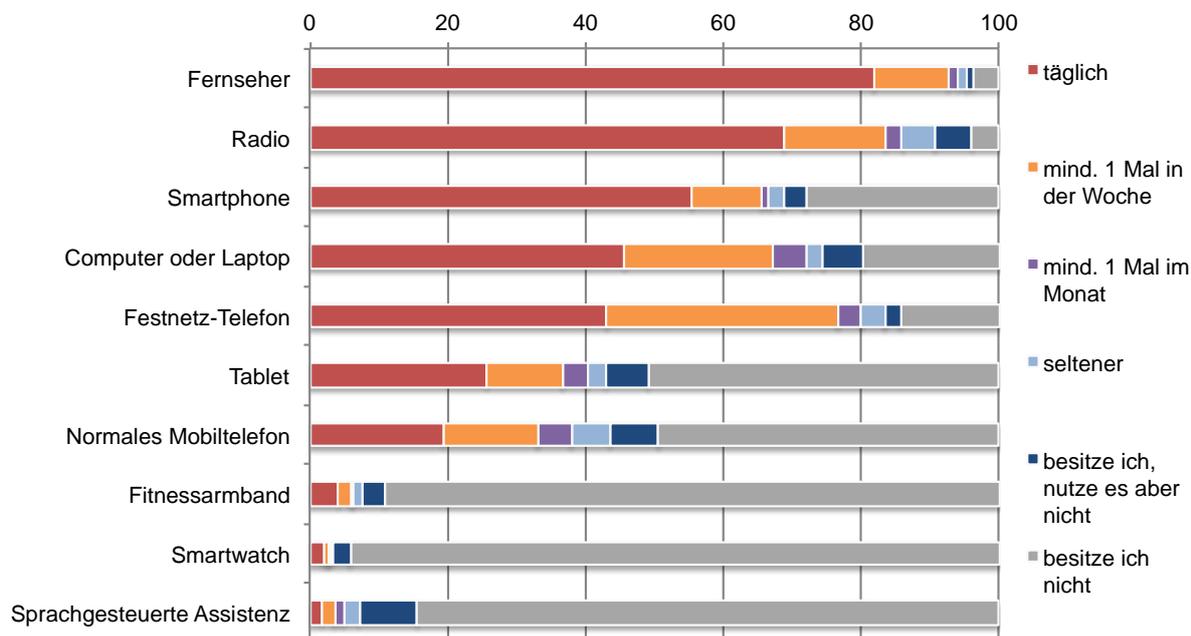


Abb. 4: Nutzung von IKT-Geräten

Das Smartphone ist in den letzten Jahren zu einem wichtigen mobilen Alltagsgerät für die Informationssuche und Kommunikation geworden. Dass das Smartphone nun auch breit in der älteren Bevölkerung angekommen ist, zeigt die Anzahl von 69 % Nutzerinnen und Nutzern. Auch wird das Smartphone täglich (81 %) genutzt (siehe Abb. 4) und ist mittlerweile auch bei der Altersgruppe der 85-Jährigen und Älteren zum Teil angekommen (25 % Nutzerinnen/Nutzer). Dennoch zeigt sich weiterhin ein deutlicher Altersunterschied: So sind die Personen, die ein Smartphone nutzen, im Durchschnitt jünger (72 Jahre) als die Personen, die kein Smartphone nutzen (78 Jahre). Dieser Altersunterschied zeigt sich auch bei der Tabletnutzung (72 Jahre zu 75 Jahre), dennoch hat insgesamt in allen Altersgruppen die Tabletnutzung zugenommen und beträgt in der aktuellen Befragungsstudie 43 %. Männer nutzen weiterhin häufiger ein Smartphone als Frauen; bei der Tabletnutzung besteht hingegen kein signifikanter Unterschied zwischen Männern und Frauen mehr. Hatten 2014, bei der letzten Befragung, 32 % der befragten Personen ein Smartphone und 26 % ein Tablet, so gibt es heute bereits 69 % Smartphone-Nutzer/-innen und 43 % Tabletnutzer/-innen. Dies entspricht fast einer Verdoppelung (siehe Abb. 5).

Eher seltener genutzt bis gar nicht genutzt werden in der gesamten älteren Bevölkerung moderne Wearables wie Fitnessarmbänder oder Smartwatches. Dennoch sind auch hier Anstiege in der Nutzung zu verzeichnen; meist auch mit dem damit verbundenen Nutzen der Gesundheitskontrolle und -motivation. Demzufolge war es auch wichtig abzufragen, ob die befragten Personen solche Wearables nutzen. Nur 8 % tragen ein Fitnessarmband und auch nur 3 % eine Smartwatch; dies ist also ein eher geringer Anteil (siehe Abb. 4). Allerdings verwenden 56 % der Fitnessarmbandnutzer/-innen und 61 % der Smartwatch-Nutzer/-innen ihre Geräte täglich.

In letzter Zeit gewinnen sprachgesteuerte Assistenzen an Bedeutung. Diese mit dem Internet verbundenen Geräte ermöglichen eine sprachgesteuerte Informationssuche und Kommunikation im Haushalt. Zu den bekanntesten Geräten gehören z. B. Amazon Echo (Alexa), Apple HomePod (Siri) oder Google Home ("Okay Google"). Diese Geräte werden immer beliebter, werden aber von der älteren Bevölkerung – zumindest nach den Ergebnissen unserer vorliegenden Befragungsstudie – kaum genutzt: Nur 7 % greifen zu einer solchen Sprachassistenten in ihrem Haushalt (siehe Abb. 4). Im Vergleich mit den Fitnessarmbändern sind dies jedoch ähnliche Zahlen, was anzeigt, dass Sprachassistenten in kurzer

Zeit dennoch zumindest teilweise Verbreitung finden. Auch ist erkennbar, dass einige Personen (8 %) sprachgesteuerte Assistenzen im Haushalt haben, die sie selbst zwar nicht nutzen, vielleicht aber deren Partnerin/Partner oder Mitbewohnenden. Dennoch zeigt sich hier auch ein Unterschied beim Alter: So sind die Nutzer/-innen von solchen Sprachassistenzen im Durchschnitt jünger (72 Jahre) als die Nichtnutzer/-innen (74 Jahre).

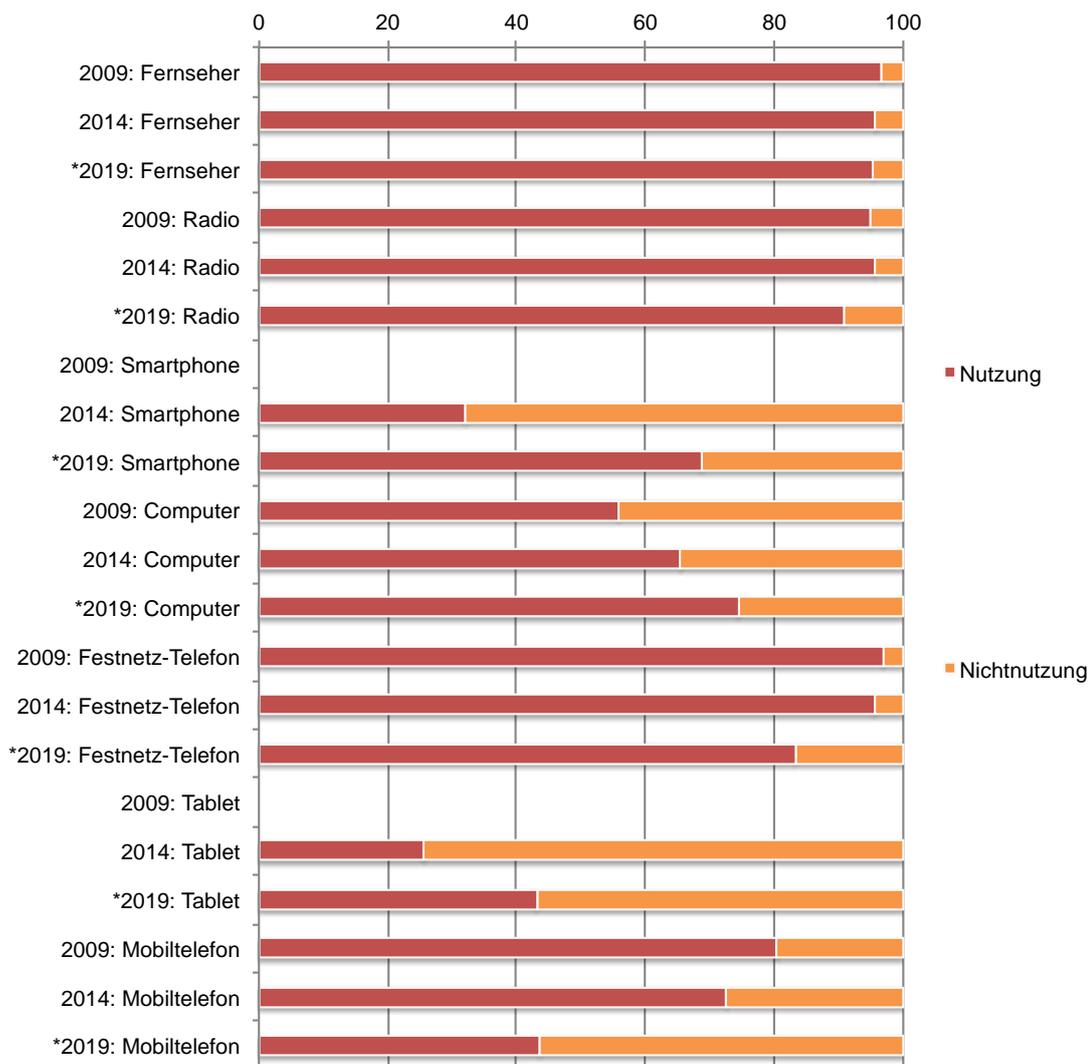


Abb. 5: Nutzung von IKT-Geräten im Jahresvergleich (nur vergleichbare Daten)

Wird der Jahresvergleich seit 2009 berücksichtigt (siehe Abb. 5), ist erkennbar, dass die Nutzung des Fernsehers oder Radios sehr stabil ist, wenn hier auch teilweise ein kleiner Rückgang beobachtbar ist. Sichtbar rückgängig ist die Nutzung des Festnetztelefons und des klassischen Mobiltelefons. Deutlich zugenommen haben dafür die Nutzungszahlen beim Computer und beim Tablet und noch deutlicher die bei der Nutzung des Smartphones. Gerade am Beispiel Smartphone wird erkennbar, dass das herkömmliche Mobiltelefon dem Smartphone gewichen und nun auch innerhalb der älteren Bevölkerung mehrheitlich vorhanden ist.

Der Vergleich der Altersgruppen unter und über 79 Jahre in der aktuellen Befragung zeigt daher auch, dass es vorwiegend Personen ab 80 Jahren sind, die das herkömmliche Mobiltelefon, also nicht das

Smartphone, nutzen. Die Personen unter 80 Jahren nutzen dafür häufiger das Smartphone, das Tablet, den Computer und neuere Wearables. Dafür besitzen Personen ab 80 Jahren eher noch ein Festnetztelefon (siehe Abb. 6).

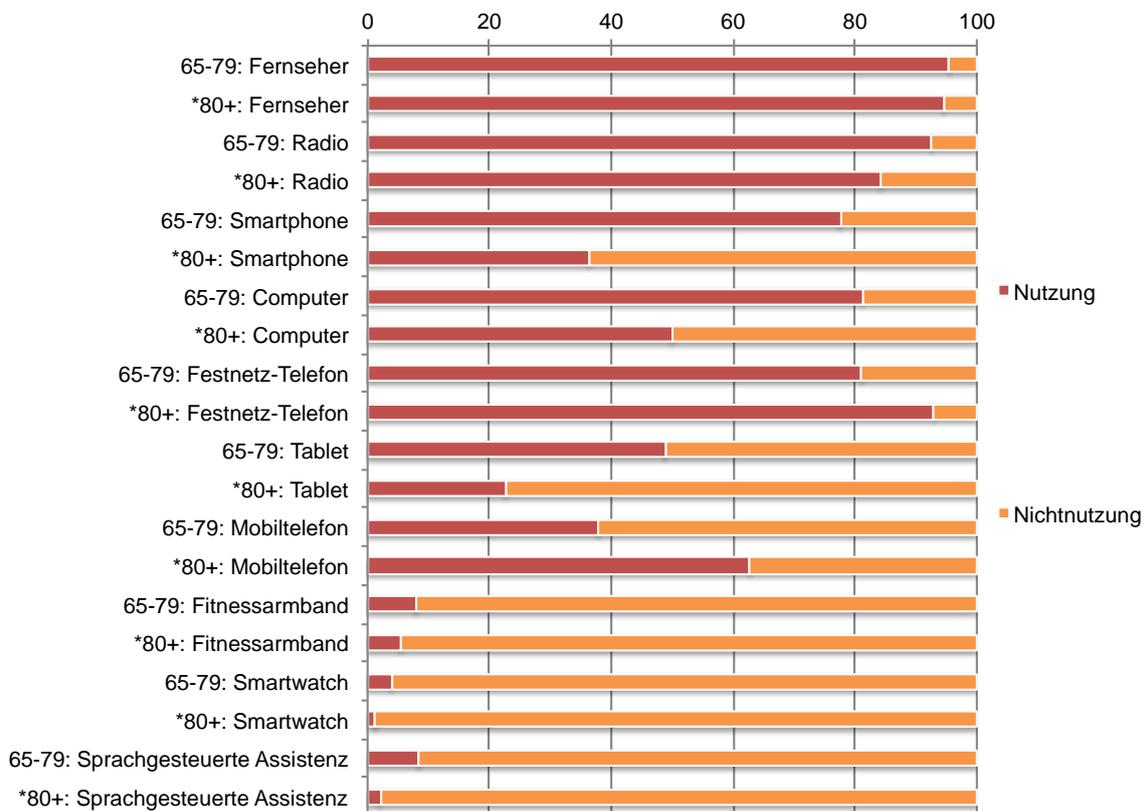


Abb. 6: Nutzung von IKT-Geräten (2019), nach Alter aufgeteilt

4.2.2 Internetnutzung im sozialen Umfeld und Ansprechpersonen bei Problemen mit elektronischen Geräten

Neben der Selbstnutzung von IKT-Geräten ist auch deren Nutzung im sozialen Umfeld wichtig, da sich in diesem Umfeld Ressourcen der Unterstützung bei technischen Problemen ergeben können, wenn das Umfeld selbst die neusten technischen Geräte beherrscht. In der vorliegenden Befragung wird das soziale Umfeld eher als internetaffin beschrieben, da hier insbesondere die Familienangehörigen (meist die eigenen Kinder) und Freunde häufig das Internet nutzen (siehe Abb. 7). So leben Personen, die das Internet nutzen, auch eher mit Personen zusammen, die ebenfalls das Internet nutzen.

Die Nutzung von elektronischen Geräten kann jedoch auch mit Problemen verbunden sein, beispielsweise wenn der Fernseher oder das Smartphone nicht mehr funktionieren. Es ist daher auch wichtig zu fragen, wo die befragten älteren Personen sich in diesem Fall Hilfe besorgen bzw. welche Personengruppen sie dann ansprechen. Hauptsächlich und zuerst wenden sich die Befragten bei technischen Problemen an die Angehörigen (sofern vorhanden), dann an Bekannte und Freunde oder auch an den Fachhandel (siehe Abb. 8).

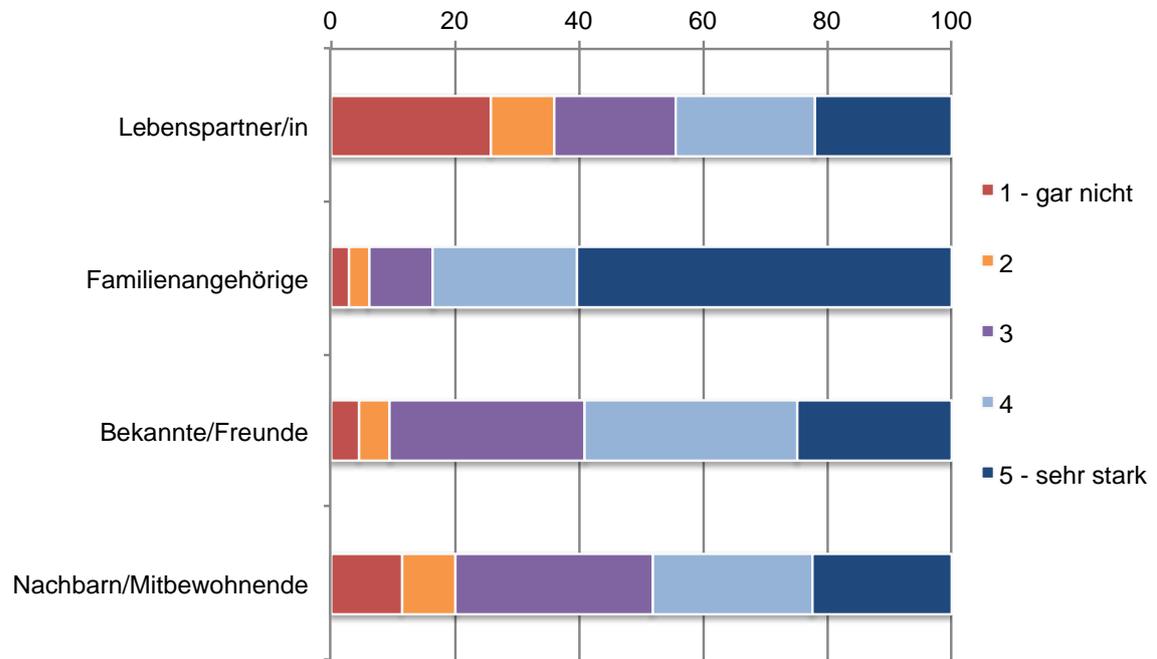


Abb. 7: Internetnutzung im sozialen Umfeld

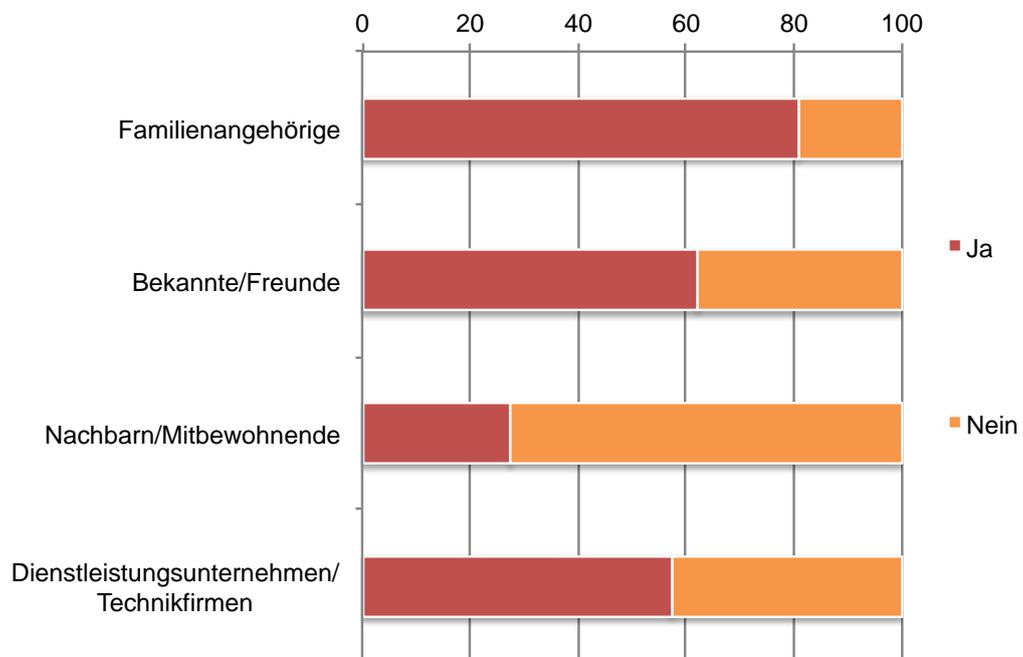


Abb. 8: IT-Support

4.3 Internetnutzung: „Onliner“ und „Offliner“

Im Folgenden werden Nutzer/-innen und Nichtnutzer/-innen des Internets als „Onliner“ bzw. „Offliner“ bezeichnet. Die Onliner entsprechen dabei dem „weitesten Nutzerkreis“ in den einschlägigen Statistiken des Bundesamts für Statistik (BFS) und müssen das Internet damit mindestens einmal in den letzten sechs Monaten genutzt haben. Als Offliner werden diejenigen Personen bezeichnet, die angaben, das Internet mindestens in den letzten sechs Monaten nie selbst genutzt zu haben. Somit gehören zur Gruppe der Offliner die Personen, die gänzlich ohne persönliche Anwendungserfahrungen sind, sowie diejenigen, die das Internet vielleicht bereits genutzt haben, dies aber nicht in den letzten sechs Monaten taten.

4.3.1 Aktuelle Internetnutzung

Die folgende Beschreibung bezieht sich vorerst auf die befragte Stichprobe ohne jede Nachgewichtung. Auf die allgemeine Frage, ob sie das Internet schon einmal genutzt hätten, antworteten 81.4 % der Befragten mit „ja“ und 18.6 % mit „nein“.

In der realisierten Stichprobe konnten 922 Personen (80.2 %) als Onliner definiert werden und 227 Personen (19.8 %) als Offliner. Werden nur die Personen berücksichtigt, die das Internet mindestens mehrmals pro Woche nutzen, also laut Bundesamt für Statistik der „Engere Nutzerkreis (ENK)“, können noch 70.1 % der befragten Personen ab 65 Jahren in der aktuellen Erhebung als Onliner definiert werden.

60.4 % der Internetnutzer/-innen sind täglich online, 27.0 % mehrmals pro Woche, 9.0 % mehrmals pro Monat und 3.6 % seltener.

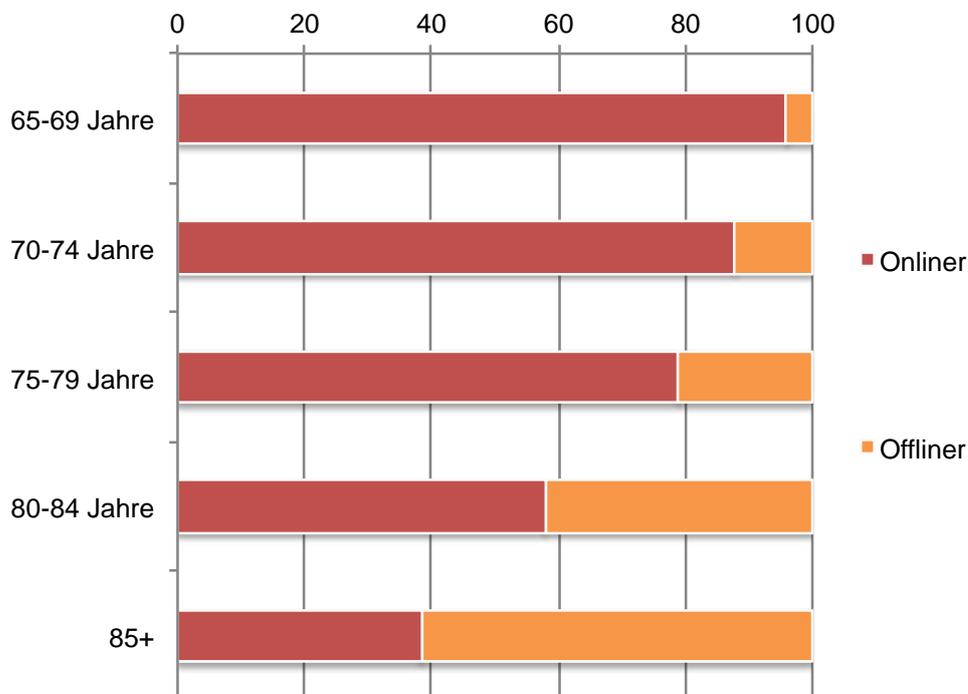


Abb. 9: Nutzungshäufigkeit des Internets nach Alter (ungewichtete Stichprobe)

Die starke Altersabhängigkeit der Internetnutzung zeigt sich auch in der aktuellen Erhebung: Nutzen bereits 95.9 % der 65–69-Jährigen das Internet, sind es nur 38.5 % bei den Personen ab 85 Jahren (siehe

Abb. 9). Es ist deutlich zu erkennen, dass in der aktuellen Befragungsstudie fast alle unter 75-Jährigen das Internet nutzen, wobei gerade bei Personen ab 80 Jahren die Nutzung noch nicht flächendeckend erfolgt.

Die geschlechtsspezifische Verteilung ergibt folgendes Bild, das bereits in den Untersuchungen von 2009 und 2014 zu beobachten war und als eine Art Genderkluft bezeichnet werden kann: 87 % der Männer und 74 % der Frauen sind Onliner; jedoch zeigen die aktuellen Zahlen, dass sich dieser Unterschied immer mehr angleicht und unter gleichzeitiger Berücksichtigung anderer Faktoren verwischt (siehe Kapitel 5.1). Hinsichtlich des Einkommens und der Bildung lässt sich eine Kluft zwischen den Onlinern mit eher hohem Einkommen und hoher Bildung und den Offlinern mit eher niedrigerem Einkommen und geringerer formaler Bildung feststellen (siehe Kapitel 4.4.6).

Internetnutzung korrigiert: gewichtete Stichprobe

Wird die im Kapitel 3.3.2 dargestellte Gewichtung (Nachgewichtung gemäss Altersgruppen, Geschlecht, Bildung und Sprachregion) berücksichtigt, verringert sich der Anteil der Onliner insgesamt von 80.2 % auf 74.2 %.

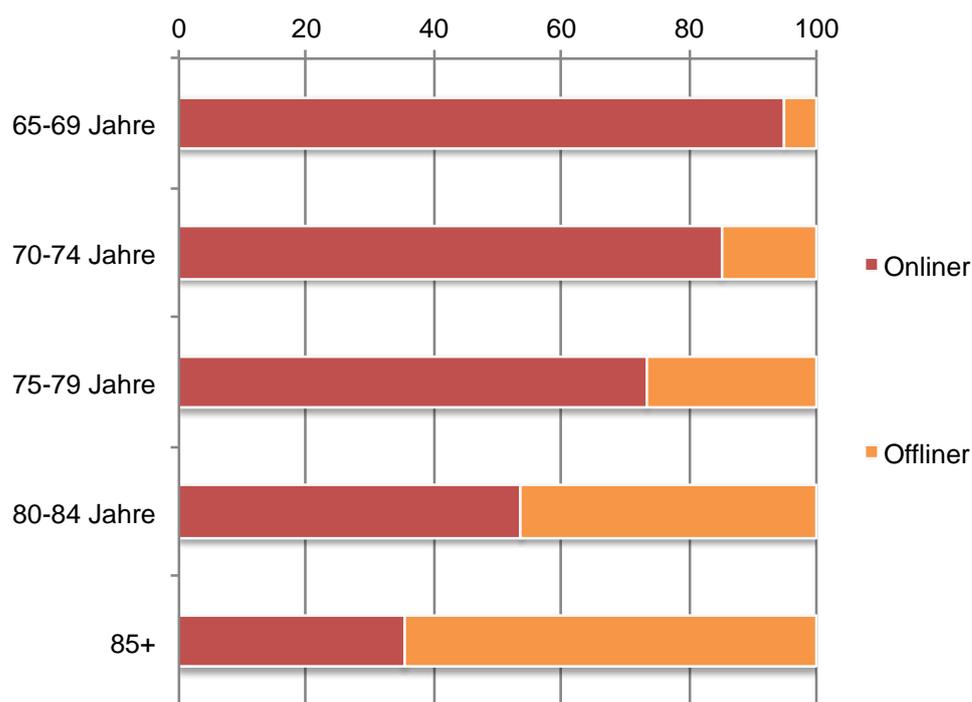


Abb. 10: Nutzungshäufigkeit des Internets nach Alter (gewichtete Stichprobe)

Nach der Gewichtung sind immer noch 84 % bei den Männern Onliner und 67 % bei den Frauen. Kaum eine Veränderung zeigt sich, wenn in der gewichteten Stichprobe die Nutzung nach Altersgruppen differenziert wird (Abb. 10): Zwar ist in allen Altersgruppen die Nutzung etwas geringer, das Gesamtbild der Altersabhängigkeit verändert sich aber nicht. Der Gesamteffekt der geringeren Nutzung in der gewichteten Stichprobe ist vor allem darauf zurückzuführen, dass jetzt die Älteren insgesamt sowie Menschen mit einer geringeren Bildung in den jüngeren Altersgruppen stärker ins Gewicht fallen.

Alle nachfolgenden Analysen beziehen sich wieder auf ungewichtete Daten, das heisst auf die Ergebnisse in der echten Stichprobe.

4.3.2 Internetnutzung im Zeitvergleich

Ein Vergleich der bisher durchgeführten drei Befragungsstudien (2009, 2014 und 2019) zeigt auf, dass sich der Anteil der Onliner in der Altersgruppe 65 plus deutlich erhöht hat (siehe Tabelle 4). Werden die gewichteten Daten der ersten und letzten Erhebung berücksichtigt, ist der Anstieg deutlich erkennbar: So steigt die Anzahl der Onliner (weiterer Nutzerkreis) von 37.8 % auf 74.2 %. Die Differenz zwischen beiden Werten entspricht etwa 36 Prozentpunkten bzw. einem relativen Anstieg um 96 %.

Tab. 4 Vergleich der Erhebungen	2009	2014	2019
Gewichtete Daten			
Onliner (weiterer Nutzerkreis)	37.8	55.7	74.2
Onliner (engerer Nutzerkreis)	29.5	45.8	63.8
Ungewichtete Daten			
Onliner (weiterer Nutzerkreis)	43.5	60.4	80.2
Onliner (engerer Nutzerkreis)	33.7	50.2	70.1

Anmerkungen: Prozentangaben. Weiterer Nutzerkreis: Innerhalb der letzten sechs Monate mindestens eine gelegentliche Nutzung. Engerer Nutzerkreis: Innerhalb der letzten sechs Monate eine Nutzung von mindestens mehrmalige wöchentliche Nutzung. Gewichtung erfolgte nach Altersgruppen, Geschlecht, Bildung und Sprachregion.

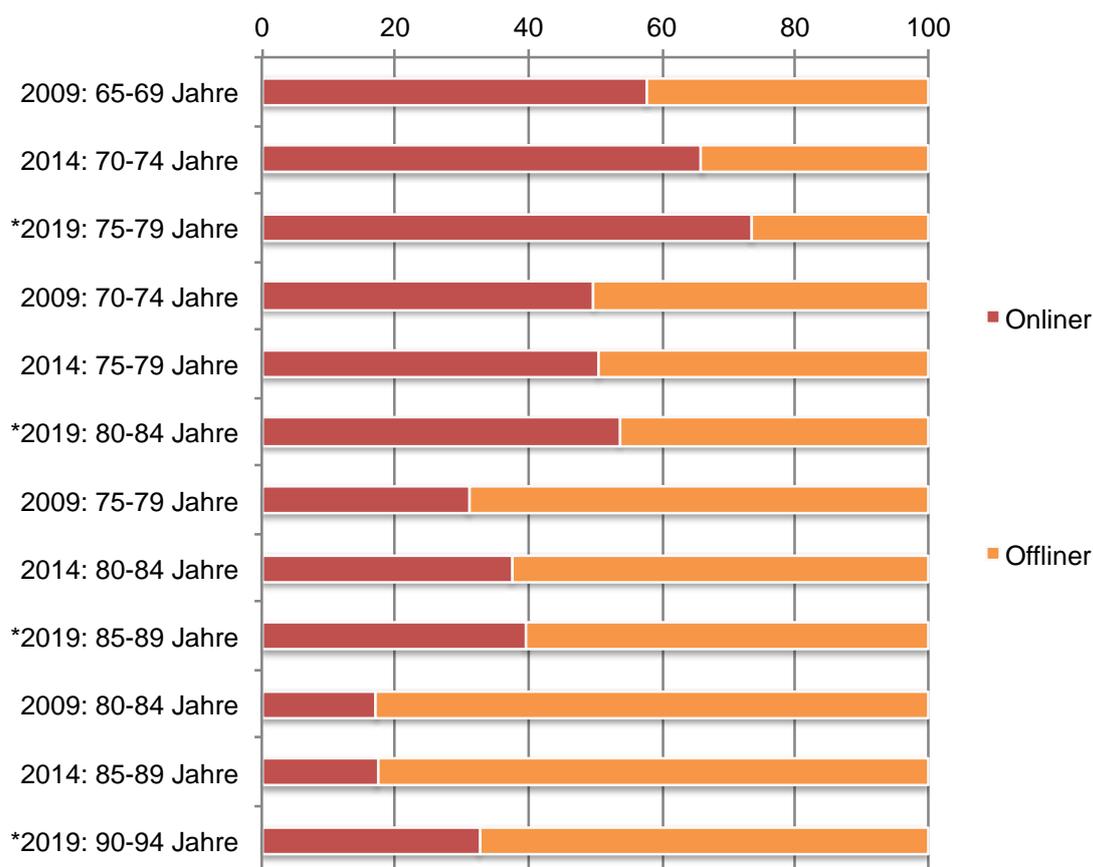


Abb. 11: Veränderungen der Internetnutzung zwischen den vergleichbaren Kohorten (gewichtete Daten)

Wird die natürliche Alterung (zehn Jahre seit 2009 bzw. fünf Jahre seit 2014) seit den beiden vorhergehenden Befragungen einbezogen, sollte der direkte Vergleich der älter gewordenen Kohorten berücksichtigt werden. Dies bedeutet, dass im Jahr 2009 damalige 65-Jährige mit heutigen 75-Jährigen verglichen werden sollten. Auch dieser Vergleich zeigt einen Anstieg der Internetnutzung insbesondere bei

den heute 75–79-Jährigen, aber eben auch bei den heutigen über 85-jährigen Personen (siehe Abb. 11). Dies spricht nicht nur für einen kohortenbegründeten Anstieg, sondern auch für eine vom Individuum ausgehende Veränderung: Also, dass z. B. Personen, die 2009 pensioniert wurden, erst dann angefangen haben, sich mit dem Internet auseinanderzusetzen und dessen Anwendung zu erlernen. Leider sind die vorliegenden Daten Querschnittsdaten und keine echten Längsschnittdaten (also Daten, bei denen bei jeder Befragung dieselben Personen geantwortet haben), womit direkte Veränderungen auf individueller Ebene nicht abbildbar sind.

4.3.3 Zeitraum und Intensität der Internetnutzung

Werden die befragten Personen, die das Internet nutzen, gebeten anzugeben, seit wann sie das Internet nutzen, geben nur 8.7 % an, dass sie dies erst seit ein bis fünf Jahren tun. Weitere 20.7 % geben an, dies seit 6 bis 10 Jahren zu tun, 16.0 % geben an, dies seit 11 bis 15 Jahren zu tun und 28.8 % nutzen es seit etwa 16 bis 20 Jahren. Seit mehr als 20 Jahren nutzen es 25.8 %, wobei hier auch berücksichtigt werden muss, dass die Angaben subjektiv sind und vielleicht auch Vorstufen der heutigen Internetanwendungen berücksichtigt worden sind.

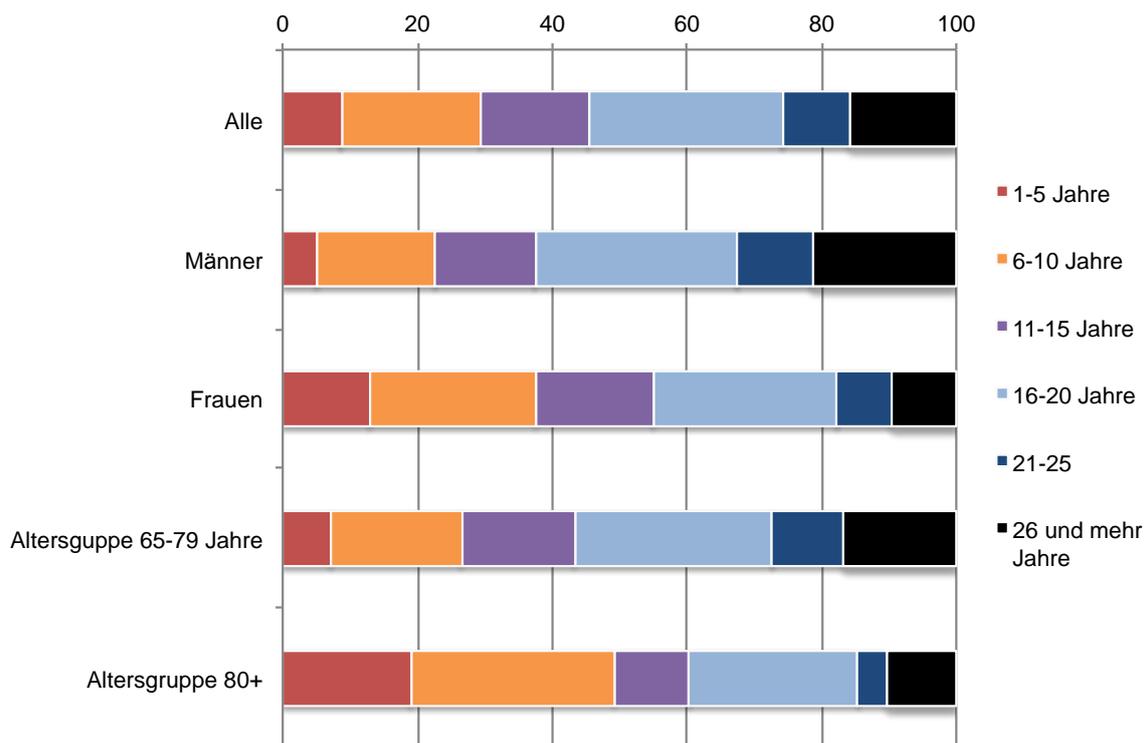


Abb. 12: Zeitraum der Internetnutzung

Wird hinsichtlich des Geschlechts und des Alters unterschieden (siehe Abb. 12), wird deutlich, dass Männer und jüngere Personen (65–79 Jahre) das Internet bereits länger nutzen als Frauen und Personen ab 80 Jahren. Dies macht aber auch deutlich, dass die Internetnutzung nicht nur unter Heranziehung der jüngeren Kohorte oder eines technisch-nahen Berufsfelds (z. B. bei Männern in der Altersgruppe) erklärbar ist, sondern dass es auch viele ältere Personen gibt (hier vor allem ältere Frauen), die den Umgang mit dem Internet erst spät in ihrem Leben erlernt haben.

Aber wie zeitlich intensiv nutzen die befragten Personen das Internet? Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass das Internet im Durchschnitt 92 Minuten am Tag genutzt wird (Standardabweichung:

101.49 Minuten, Median: 60 Minuten). Jedoch ist auch festzustellen, dass die Mehrheit (59.7 %) das Internet nicht mehr als eine Stunde am Tag nutzt. Männer nutzen das Internet im Durchschnitt 97 Minuten und Frauen 85 Minuten am Tag. Personen ab 80 Jahren nutzen das Internet täglich zwar etwas kürzer als jüngere Personen (65–79 Jahre), jedoch beträgt dieser Unterschied nur 10 Minuten im Durchschnitt (83 zu 93 Minuten).

4.3.4 Mobile Internetnutzung

Neben der stationären Internetnutzung gewinnt die mobile Internetnutzung, also die Nutzung des Internets unterwegs z. B. mithilfe eines Smartphones oder Tablets, immer mehr an Bedeutung. Dies zeigt auch die vorliegende Studie, die darlegt, dass von den Onlinern 70.2 % das Internet auch mobil nutzen. Wird die Nachgewichtung der Stichprobe (nach Alter, Geschlecht, Bildung und Sprachregion) herangezogen, ergibt sich immerhin noch ein Wert von 68.1 %. Hinsichtlich der Unterschiede zwischen den Altersgruppen ist ein ähnliches Muster wie bei der allgemeinen Internetnutzung zu beobachten: Jüngere Personen nutzen das Internet eher auch mobil (siehe Abb. 13).

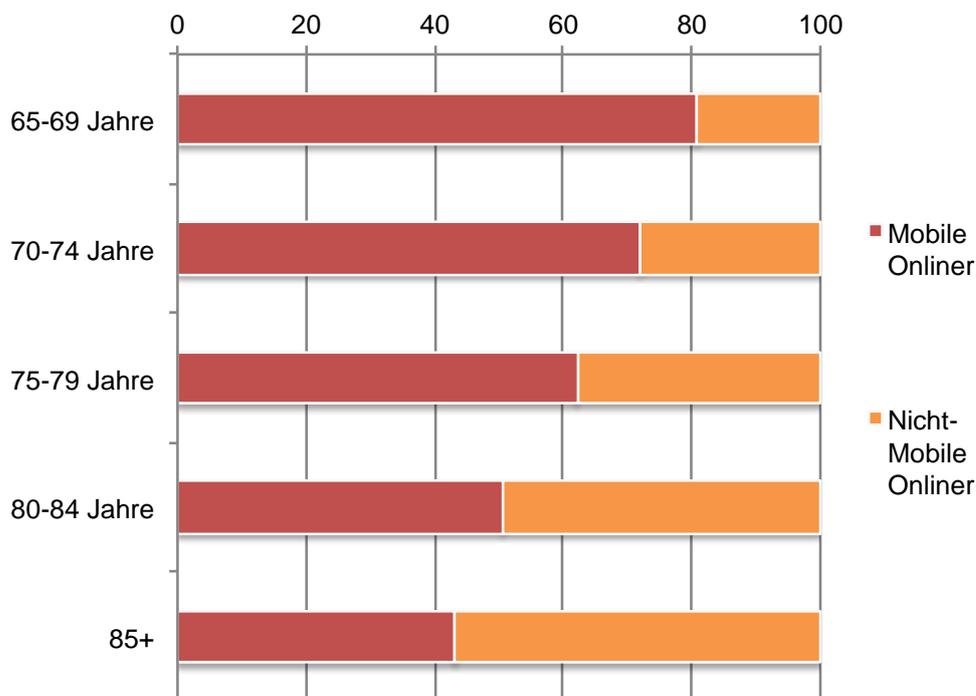


Abb. 13: Mobile Internetnutzung (nur Onliner, n = 922)

Von den Personen, die das Internet auch mobil nutzen, tun dies 31.4 % täglich, 29.8 % mehrmals pro Woche, 15.8 % mehrmals pro Monat und 23.0 % nutzen es seltener. Die Personen, die das Internet mobil nutzen, besitzen in 94.5 % der Fälle ein Smartphone und in 58.8 % der Fälle ein Tablet.

4.4 Merkmale der Onliner und Offliner

Als erste Beschreibung der Gruppe der Onliner und Offliner soll nachfolgende Tabelle 5 angeführt werden. Hier lassen sich die wichtigsten soziodemografischen Gruppenmerkmale herauslesen.

Tab. 5 Merkmale nach Internetnutzung, in Prozenten

		2019			2009	2014
		Onliner N = 922	Offliner N = 227	Alle N = 1149	Onliner N = 481	Onliner N = 626
Geschlecht	Mann	53	33	49	55	56
	Frau	47	67	51	45	44
Altersgruppen	65-69	36	6	30	52	39
	70-74	31	18	28	27	32
	75-79	20	22	20	14	17
	80-84	9	27	13	6	9
	85+	4	27	9	2	3
Sprache	Französisch	22	23	22	20	21
	Deutsch	69	62	68	73	71
	Italienisch	9	15	10	7	8
Zivilstand	ledig	5	8	5	6	5
	verheiratet oder in Partnerschaft	68	50	64	75	67
	verwitwet	14	32	18	10	14
	geschieden oder getrennt lebend	13	10	13	9	13
Staatsangehörigkeit	Schweizer/-in	95	92	95	94	95
	andere Staatsangehörigkeit	5	8	5	6	5
Haushaltsform	Privathaushalt	98	93	97	99	98
	Kollektivhaushalt	2	7	3	1	2
Personen im Haushalt	1 Person	28	43	31	25	29
	2 und mehr Personen	72	57	69	6	3
Schule/ Ausbildung	Obligatorische Schule: Primarschule	9	30	14	8	10
	Sekundarstufe II (Berufsbildung)	44	53	46	52	51
	Sekundarstufe II (Allgemeine Bildung)	8	4	7	7	7
	Tertiärstufe (höhere Berufsbildung)	17	9	15	14	14
	Tertiärstufe (Hochschulen)	22	4	18	19	19
Haushalts-einkommen (CHF)	Bis 2'000	2	8	3	2	3
	2'001 bis 4'000	22	48	27	21	24
	4'001 bis 8'000	52	36	49	52	47
	Mehr als 8'000	24	8	21	25	26
Total (pro Variable)		100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Spaltenprozentage, gültige Angaben (ungewichtete Daten). Lesebeispiel: 47 % der Onliner sind Frauen, 53 % Männer.

Aus der Tabelle geht ebenso hervor, dass Onliner eher Männer und in der Regel jünger sind. Hieraus ergibt sich auch die höhere Anzahl der Personen, die in einer Partnerschaft und in einem Privathaushalt leben. Bei den befragten Onlinern haben mehr Personen eine höhere Ausbildung und ein höheres Haushaltseinkommen.

Werden die Daten aus den beiden letzten Erhebungen berücksichtigt (siehe die letzten beiden Spalten in Tab. 5) zeigt sich, dass die Gruppenmerkmale zwischen der vorangegangenen und aktuellen Erhebung nicht stark variieren. Dies spricht dafür, dass sich die Gruppenmerkmale der Onliner in den letzten Jahren nur bedingt angepasst haben und wir immer noch z. B. eine Bildungskluft feststellen können.

4.4.1 Nutzung von IKT-Geräten

Zweifelloos hängt die Internetnutzung auch vom Vorhandensein der entsprechenden technischen Infrastruktur, etwa der Verfügbarkeit eines Computers, ab. So verwundert es auch nicht, dass 90 % der Onliner einen Computer oder ein Laptop besitzen. Dagegen besitzen nur 12 % der Offliner einen Computer (siehe Abb. 14). Es ist zu vermuten, dass ein grosser Teil dieser Computer an sich internetfähig ist, aber dazu nicht genutzt wird. So gibt es auch Offliner, die offenbar ein Smartphone oder Tablet besitzen, dieses aber nicht für das Internet nutzen oder nicht wissen, dass diese Geräte das Internet im Hintergrund nutzen (können).

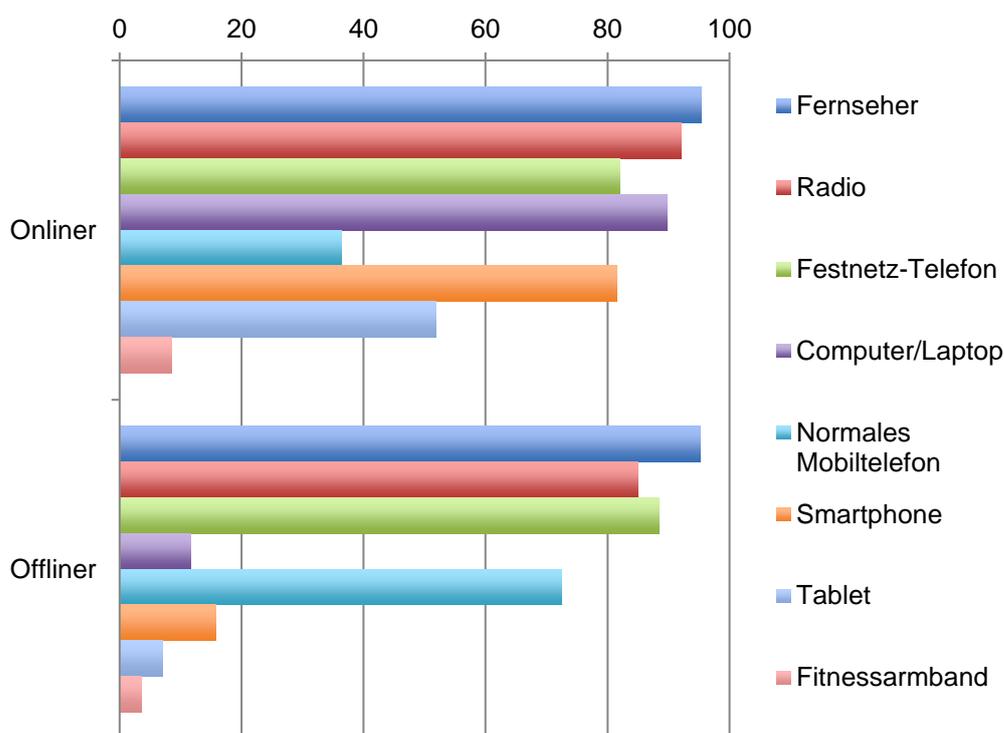


Abb. 14: Elektronische Geräte im Haushalt, aufgeteilt nach Onlinern/Offlinern

Werden die jüngsten Daten mit denen der Erhebung aus dem Jahre 2014 verglichen, zeigt sich, dass in der aktuellen Erhebung immer weniger Onliner ein altes Mobiltelefon (ohne Internetanschluss) besitzen und dafür eher ein Smartphone. Dahingegen ist das alte Mobiltelefon bei den Offlinern noch weit verbreitet. Für die aktuelle Erhebung ist die relativ hohe Anzahl der Smartphones und Tabletcomputer bei den Onlinern ein Zeichen dafür, dass zunehmend mobile Endgeräte wichtiger werden (siehe Kapitel 4.2).

4.4.2 Genutzte und interessante Internetanwendungen

Die teilnehmenden Onliner wurde anhand einer Liste gefragt, welche Internetanwendungen sie in den letzten drei Monaten genutzt haben und welche sie – wenn noch nicht genutzt – interessant finden. Den Offlinern wurde eine analoge Frage nach interessanten Anwendungsmöglichkeiten gestellt.

Die Rangfolge der Nutzungsarten (Abb. 15) entspricht weitgehend der Rangfolge der Erhebung aus dem Jahr 2014. Mit jeweils fast 100 % wird die Liste angeführt von den Punkten allgemeine Informationssuche und E-Mails senden und empfangen, gefolgt von den Items Chatten/Telefonieren, Navigation und Abrufen von Fahrplan- und Reiseinformationen. Danach folgen, mit jeweils zwischen 50 % und 65 % Nutzungsanteilen, die Aspekte Informationssuche zu Gesundheitsthemen, Onlinebuchungen, das Lesen von Zeitungen und das Internetbanking. Von weniger als 50 % genutzt werden Angebote wie Onlineservices von Ämtern, Kauf von Waren und Streamingdienste. Von weniger als 30 % werden Angebote wie Onlinespiele, Soziale Netzwerke und der Verkauf von Waren wahrgenommen. Mit 13 % Nutzungshäufigkeit bildet das Kommentieren, Diskutieren und Eintragen von Blogbeiträgen im Internet das Schlusslicht.

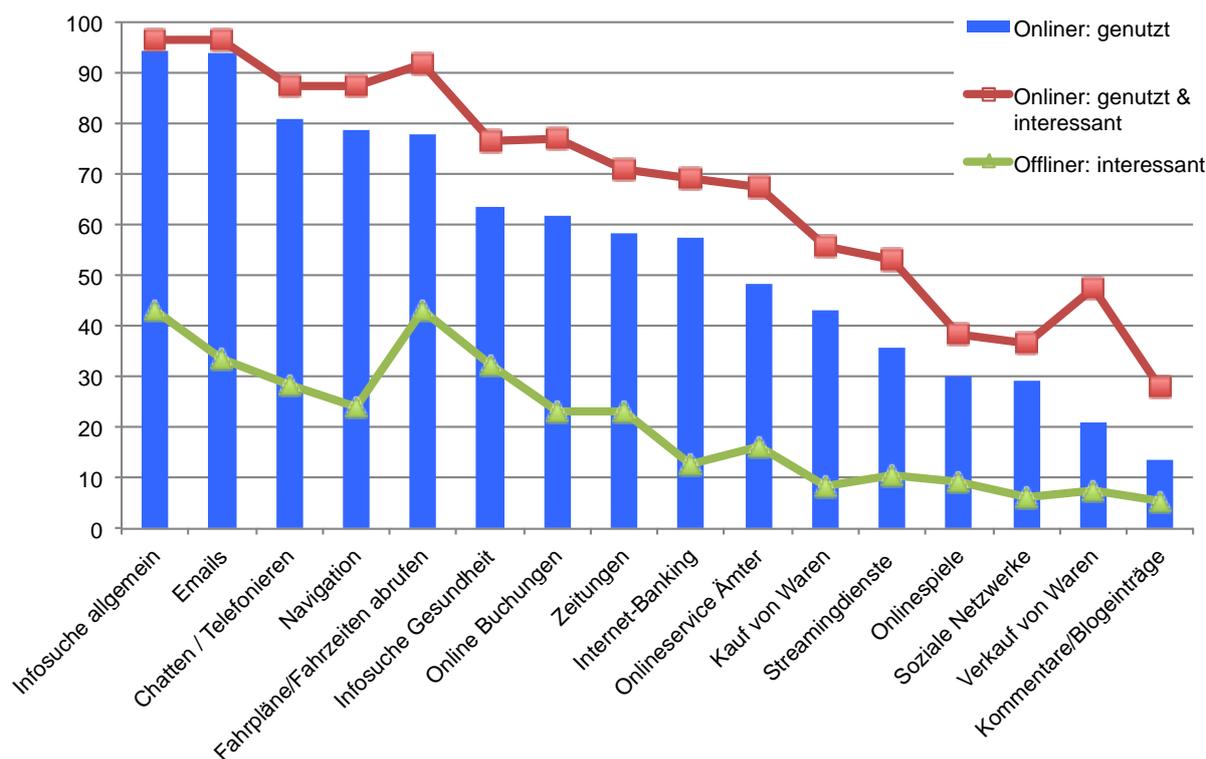


Abb. 15: Genutzte und interessante Internetanwendungen der On- und Offliner

Ein grosser Teil der Onliner interessiert sich auch für bisher nicht genutzte Anwendungen. So besitzen alle Anwendungen – bis auf Bereiche wie die allgemeine Informationssuche oder das E-Mail-Schreiben (hier ist das Maximum bereits fast vollständig ausgeschöpft) – noch Nutzungspotenzial; insbesondere zeigt sich dies z. B. bei der Nutzung von Onlineservices von Ämtern, beim Verkauf von Waren und der Nutzung von Streamingdiensten (siehe Abb. 15).

Das Interesse der Offliner an den aufgelisteten Anwendungen entspricht in etwa – wie bereits in den vorhergehenden beiden Befragungsstudien festgestellt wurde – der Prioritätenliste der Onliner, wenn auch auf einem deutlich tieferen Niveau (siehe Abb. 15). So sind die von den Onlinern häufig genutzten

Anwendungen auch für rund 30–50 % der Offliner interessant, für die übrigen erwärmen sich lediglich 10–20 %. Auf das grösste Interesse stossen bei Offlinern Onlinefahrpläne öffentlicher Verkehrsmittel (43 %), das Schreiben von E-Mails (34 %) und die Suche im Internet zu Gesundheitsthemen (32 %); weniger interessant sind soziale Netzwerke (6 %), der Verkauf von Waren (8 %) und das Onlinekommentieren (6 %).

Die Daten können nicht nur gesamthaft dargestellt werden, sondern auch hinsichtlich des Alters aufgeteilt werden (siehe Abb. 16). Personen ab 80 Jahren nutzen zwar weniger häufig die verschiedenen Internetanwendungen als jüngere befragte Personen, aber dennoch ähneln sich ihre Prioritätenlisten. Interessanterweise geben Personen ab 80 Jahren etwas häufiger an, Spiele im Internet zu machen.

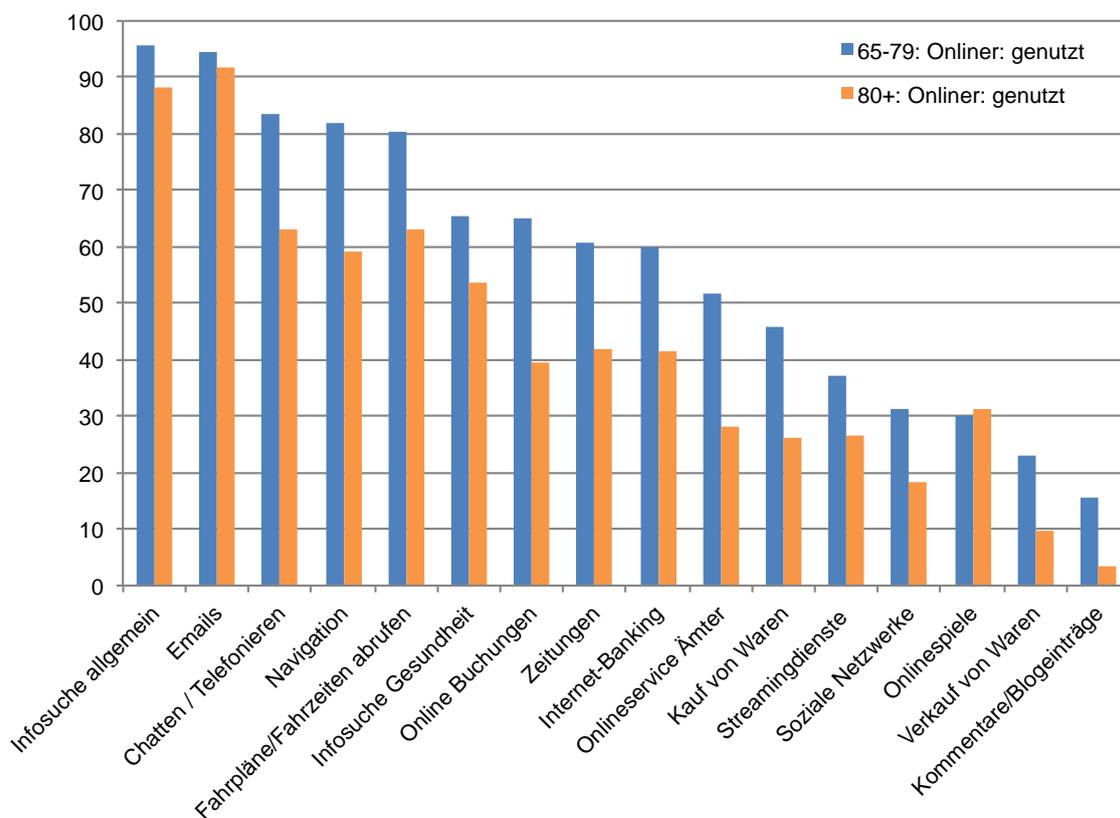


Abb. 16: Internetanwendungen im Vergleich der Altersgruppen

Werden die drei Befragungsstudien miteinander verglichen, zeigt sich, dass mehrheitlich ein Zuwachs der Nutzung der Internetanwendungen zu verzeichnen ist; dies insbesondere beim Chatten/Telefonieren und bei der Nutzung sozialer Netzwerke (siehe Abb. 17).

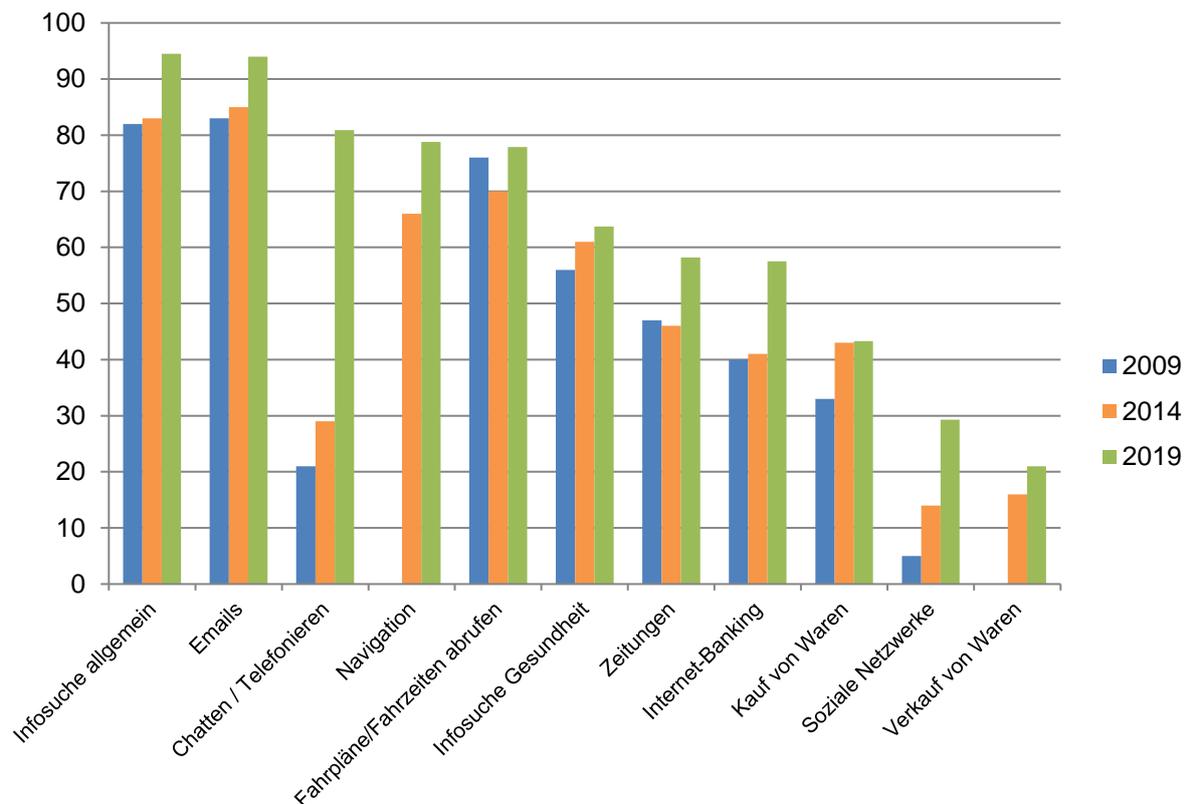


Abb. 17: Internetanwendungen im Jahresvergleich (nur vergleichbare Anwendungen)

Bei der aktuellen Erhebung wurde auch unterschieden, ob die Personen die 16 Internetanwendungen nicht nur am stationären Computer ausführen, sondern auch am Mobilgerät (z. B. Smartphone oder Tablet). Wie Abbildung 18 zeigt, werden alle Anwendungen sowohl am stationären Computer als auch am Mobilgerät genutzt, wenn auch generell häufiger am stationären Computer. Dennoch gibt es auch Anwendungen, die häufiger am Mobilgerät getätigt werden. Zu diesen gehören das Chatten und Videotelefonieren, zum Teil auch das Lesen von Zeitungen oder das Nutzen von sozialen Netzwerken. Anwendungen, die selten am Mobilegerät genutzt werden, dafür aber am Computer, sind: Internetbanking, Onlineservices von Ämtern, Onlinebuchungen oder der Verkauf von Waren (siehe Abb. 18).

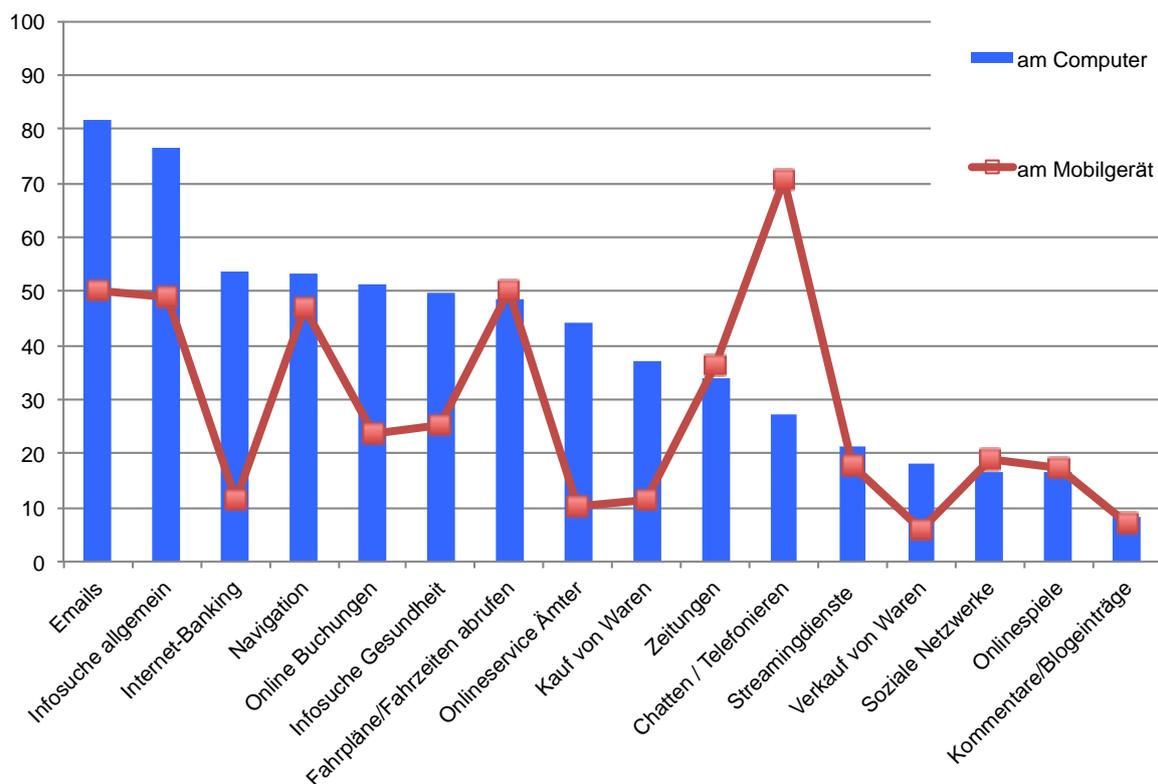


Abb. 18: Stationäre und mobile Nutzung der Internetanwendungen

4.4.3 Einstellungen

4.4.3.1 Einstellungen zu Technik

Bereits innerhalb der beiden letzten Erhebungen konnte aufgezeigt werden, dass die Internetnutzung etwas mit der generellen Technikaffinität zu tun hat. Auch in der aktuellen Befragung zeigt sich, dass Onliner eine höhere Technikaffinität aufweisen (siehe Tab. 6), gemessen an den Einstellungsaussagen aus Kapitel 4.1.

Tab. 6: Vergleich Technikeinstellungen	Total	Onliner*	Offliner*
a) Der technische Fortschritt muss immer weitergehen	3.73	3.80	3.43
b) Ohne technische Geräte könnte ich mir mein Leben nicht mehr vorstellen	3.64	3.80	2.98
c) Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge	3.16	3.35	2.34
d) Die Bedienung moderner technischer Geräte ist für mich schwierig	3.08	2.92	3.77
e) Die zunehmende Digitalisierung hat mehr Vorteile als Nachteile für die Gesellschaft	3.23	3.28	2.97
f) Roboter sollten für die Betreuung von älteren Menschen zum Einsatz kommen	2.27	2.32	2.06

Mittelwerte (Skala 1 „lehne völlig ab“ bis 5 „stimme völlig zu“); *Alle Mittelwerte unterscheiden sich signifikant (T-Test, $p < .01$).

4.4.3.2 Einstellungen und Meinungen zum Internet

Mit der Zustimmung oder Ablehnung zu einer Reihe von Aussagen konnten auch bei der vorliegenden Befragungsstudie die persönlichen Einstellungen und Meinungen zum Internet erfasst werden. Den Befragten wurden insgesamt sechs Aussagen zum Internet vorgelegt; einige von ihnen spiegeln eher positive Aspekte, die dem Internet zugeschrieben werden können, und andere spiegeln eher negative Aspekte wider (siehe Abb. 19).

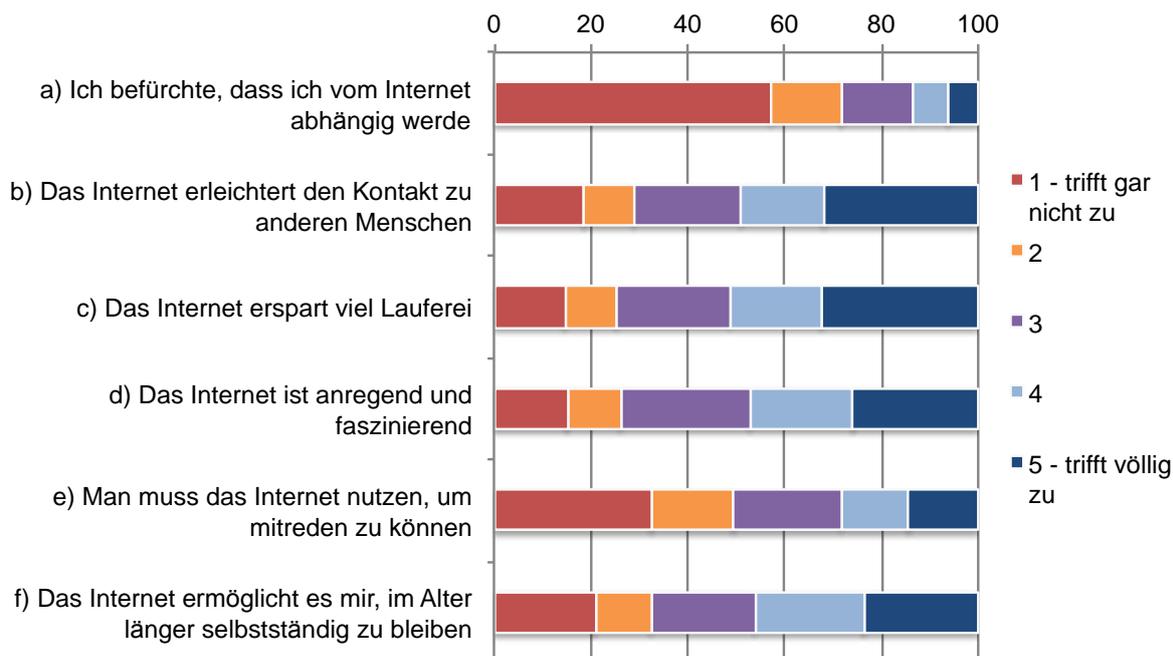


Abb. 19: Meinungen zum Internet

Die höchste Zustimmung erhält die positiv gerichtete Aussage „Das Internet erspart viel Lauferei“ und die geringste Zustimmung erfährt die negativ gerichtete Aussage „Ich befürchte, dass ich vom Internet abhängig werde“. Demnach wird den positiven Aspekten des Internets (Kontakterleichterung, Ersparung von Lauferei, Anregung, Alltagsrelevanz) eher zugestimmt und den negativen Aspekten (Abhängigkeit, „Man muss das Internet nutzen, um mitreden zu können“) eher weniger. Auch geben 33.3 % der Befragten an, dass sie der Aussage „Das Internet ermöglicht es mir, im Alter länger selbstständig zu bleiben“ eher bzw. sehr zustimmen; dies zeigt auch, dass dem Internet eine Alltagsrelevanz zugeschrieben wird – bis hin zur Bewahrung der Selbstständigkeit im Alter.

	Total	Männer	Frauen	65-79 Jahre	80+ Jahre
a) Ich befürchte, dass ich vom Internet abhängig werde	1.91	1.99*	1.82*	1.89	1.98
b) Das Internet erleichtert den Kontakt zu anderen Menschen	3.33	3.50*	3.15*	3.38*	3.14*
c) Das Internet erspart viel Lauferei	3.43	3.52	3.35	3.50*	3.18*
d) Das Internet ist anregend und faszinierend	3.31	3.39	3.23	3.42*	2.91*
e) Man muss das Internet nutzen, um mitreden zu können	2.61	2.69*	2.51*	2.68*	2.31*
f) Das Internet ermöglicht es mir, im Alter länger selbstständig zu bleiben	3.16	3.31*	3.00*	3.27*	2.74*

Mittelwerte (Skala 1 „trifft gar nicht zu“ bis 5 „trifft völlig zu“); *Mittelwerte unterscheiden sich signifikant (T-Test, $p < .05$).

Frauen stimmten den positiven Aspekten des Internets etwas weniger zu als Männer, wobei Männer etwas mehr befürchten vom Internet abhängig zu werden (siehe Tab. 7). Jüngere Personen stimmen den positiven Aspekten mehr zu als Personen ab 80 Jahren.

Tab. 8: Vergleich Einstellungen zum Internet	2009		2014		2019	
	Onliner	Offliner	Onliner	Offliner	Onliner	Offliner
Das Internet erleichtert den Kontakt zu anderen Menschen	3.48	2.92	3.49	2.83	3.45	2.74
Das Internet erspart viel Lauferei	3.67	3.06	3.77	3.09	3.53	2.98
Das Internet ist anregend und faszinierend	3.77	2.77	3.75	2.83	3.51	2.31
Man muss das Internet nutzen, um mitreden zu können	2.61	1.99	2.62	2.13	2.72	2.04

Mittelwerte (Skala 1 „trifft gar nicht zu“ bis 5 „trifft völlig zu“)

Der Vergleich von Onlinern und Offlinern zeigt, dass Onliner den positiv gerichteten Aussagen deutlicher zustimmen (siehe Tab. 8). Der Vergleich mit den Ergebnissen aus den beiden vorherigen Befragungen (nur vergleichbare Aussagen) weist weniger systematische Unterschiede zwischen den Erhebungen (siehe Tab. 8) auf. Somit bestätigt auch die aktuelle Studie die dargestellten Unterschiede zwischen On- und Offlinern, und sie scheinen demzufolge eher stabil zu sein.

4.4.4 Onliner- und Offlinertypen

Wie bei der letzten Befragung im Jahr 2014 sollen im Folgenden sechs Internettypen vorgestellt werden. Diese Gruppen wurden aus der theoretischen Überlegung heraus berechnet, die Heterogenität der On- und Offliner besser darstellen zu können. Es werden drei Onlinertypen und drei Offlinertypen voneinander unterschieden. Die Onlinertypen werden deswegen charakterisiert, um jene Personen voneinander zu trennen, die das Internet unterschiedlich stark nutzen: „Intensivnutzende“ sind Personen, die das Internet täglich nutzen, „Gelegenheitsnutzende“ sind Personen, die es weniger, aber zu mindestens monatlich nutzen, und „Seltennutzende“ sind jene, die das Internet seltener als monatlich nutzen. Die Offlinertypen werden hinsichtlich ihrer Einstellung zum Internet (siehe Kapitel 4.4.3) eingeteilt. Hierzu wurde auf die positiven Aussagen zum Nutzen des Internets zurückgegriffen, indem aus den vier Aussagen der Mittelwert gezogen wurde. Eine eher negative Bewertung des Nutzens (Werte unter 3) wurde der Gruppe „Ablehnende“ zugeordnet, eine eher ambivalente Bewertung (Wert 3) der Gruppe „Ambivalente“ und eine positive Bewertung (Werte über 3) der Gruppe „Befürwortende“.

Tab. 9: Onliner-/Offlinertypen	Onliner	Offliner	Männer	Frauen	65-79 Jahre	80+ Jahre
Onlinertypen						
Intensivnutzende	60.4		68.5	51.4	62.3	47.1
Gelegenheitsnutzende	36.0		29.2	44.0	34.8	46.3
Seltennutzende	3.6		2.3	4.7	2.9	6.6
Offlinertypen						
Befürwortende		35.5	25.4	39.7	36.3	35.2
Ambivalente		17.7	23.7	15.1	15.0	20.0
Ablehnende		46.8	50.8	45.2	48.8	44.8

Abgebildet sind Prozente.

Es ergeben sich sechs unterschiedliche Typen, die unterschiedliche Merkmalsausprägungen aufweisen (siehe Tab. 9). Aus der Gegenüberstellung der sechs Gruppen ergibt sich eine systematische Charakte-

risierung, die anzeigt, dass es sowohl bei den Offlinern Personen mit einer positiven Nutzungszuschreibung bezüglich des Internets gibt, aber dass es auch bei den Onlinern „Seltennutzer“ gibt, die das Internet vielleicht in Zukunft nicht mehr nutzen möchten. Des Weiteren wird deutlich, dass nicht alle Onliner „heavy users“ sind und es sich bei einem grossen Teil eher um Gelegenheitsnutzer handelt. Bei den Offlinern haben nicht alle eine negative bzw. desinteressierte Einstellung zum Internet, viele von ihnen haben eine ambivalente oder positive Haltung. Demzufolge sind Onliner und Offliner in ihren Gruppen heterogen. Bei den Offlinertypen ist auch zu erkennen, dass hier weniger soziodemografische Merkmale den Unterschied sichtbar machen, sondern dass eher die tatsächliche Nutzung oder die Einstellung zum Internet ausschlaggebend ist. Es scheint, dass sich die Befürwortenden theoretisch mit dem Internet beschäftigt haben, aber gewisse Schwierigkeiten scheinen diese Personen noch daran zu hindern, den Einstieg zu vollziehen.

4.4.5 Befürchtungen und Ängste

4.4.5.1 Schwierigkeiten und Hindernisse der Internetnutzung

Dass die Nutzung des Internets auch mit Schwierigkeiten verbunden sein kann, zeigt sich daran, dass auch aktuelle Onliner angeben, heute noch Schwierigkeiten bei der Benutzung des Internets zu haben: Bei der Frage nach den allgemeinen Schwierigkeiten ergibt sich auf einer Skala von 1 (gar keine Schwierigkeiten) bis 10 (sehr viele Schwierigkeiten) konkret bewertet ein Mittelwert von 3.94 (SD: 2.26, Median: 4). Frauen geben hier häufiger Schwierigkeiten an als Männer, was sich im signifikanten Mittelwertunterschied zeigt (4.32 zu 3.59; $T = -4.840$, $p < .001$). Ein signifikanter Zusammenhang ($r = .146$, $p = <.001$) ist auch zwischen dem Alter der befragten Personen und den erlebten Schwierigkeiten zu erkennen: Ältere Personen geben häufiger Probleme bei der Nutzung an als jüngere Personen.

Um mögliche Hindernisse bei der Internetnutzung und damit Gründe für eine Nichtnutzung zu beleuchten, wurden die Offliner nach konkreten Gründen für die Nichtnutzung des Internets gefragt (siehe Abb. 20). Am häufigsten geben die Offliner folgende Gründe für die Nichtnutzung an: Kompliziertheit der Benutzung (77 %), Sicherheitsbedenken (74 %) und zu hoher Aufwand beim Erlernen (65 %). Daneben wird aber auch von mehr als 60 % jeweils angegeben, dass eine andere Person Informationen im Internet abrufen (65 %) oder dass kein persönlicher Nutzen erkannt wird (61 %). Die anderen Gründe werden seltener genannt, wobei auch die fehlende Unterstützung von immerhin 37 % als Grund für die Nichtnutzung des Internets angegeben wird. Die Faktoren Kosten und gesundheitliche Probleme werden nur von 20–29 % genannt.

Werden die Gründe für die Nichtnutzung hinsichtlich des Geschlechts und des Alters der befragten Personen miteinander verglichen, wird deutlich, dass es keine signifikanten Unterschiede zwischen Männern und Frauen bzw. jüngeren und älteren Personen gibt (siehe Tab. 10). Dennoch wird in der Tendenz deutlich, dass ältere Personen häufiger z. B. eine fehlende Unterstützung oder Angst vor der Kompliziertheit der Anwendung angeben als jüngere Personen; wobei z. B. jüngere Personen ihre Nichtnutzung etwas häufiger mit „Kein Nutzen erkennbar“ begründen.

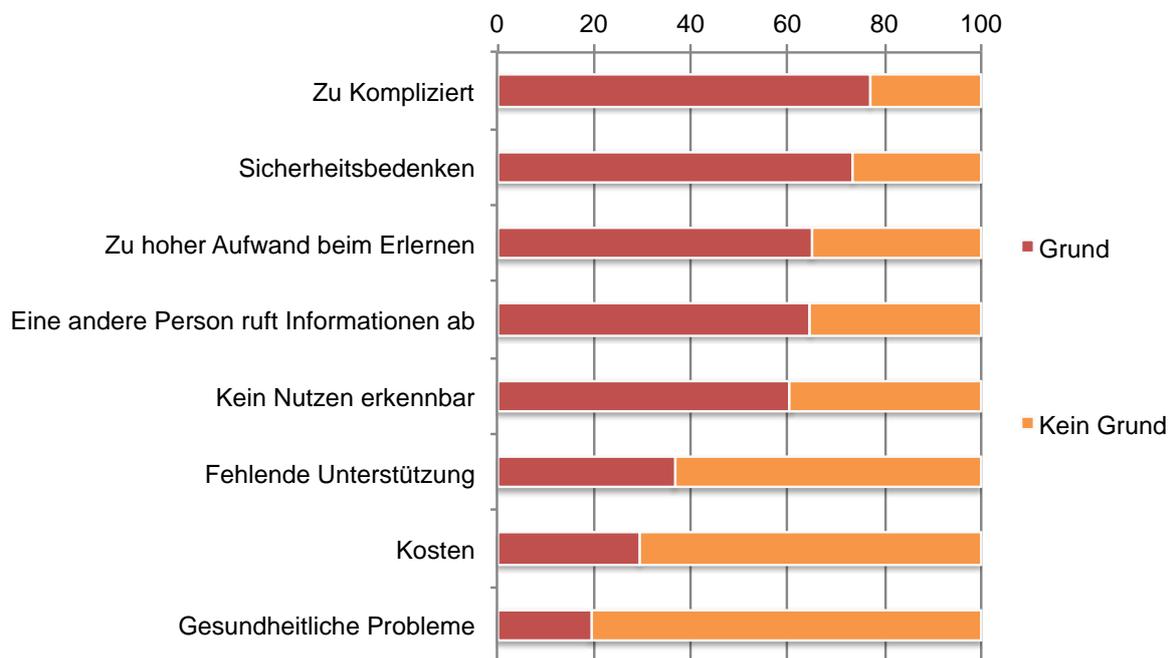


Abb. 20: Gründe der Nichtnutzung

	Total	Männer	Frauen	65-79 Jahre	80+ Jahre
Zu kompliziert	77.0	75.4	77.3	72.1	81.4
Sicherheitsbedenken	73.5	73.4	73.6	77.8	70.9
Zu hoher Aufwand beim Erlernen	65.0	63.6	64.8	61.4	67.9
Eine andere Person ruft Informationen ab	64.7	62.5	65.9	64.8	65.4
Kein Nutzen erkennbar	60.6	58.5	62.1	62.2	59.4
Fehlende Unterstützung	36.7	34.9	36.6	33.0	38.9
Kosten	29.5	29.5	29.4	32.6	27.7
Gesundheitliche Probleme	19.5	14.3	22.1	19.1	20.2

Angegeben sind Prozente („ein Grund“). Alle Gruppenunterschiede sind statistisch nicht signifikant (Cramers-V, $p < .05$).

Der Vergleich (siehe Tab. 11) mit den Ergebnissen der beiden vorhergehenden Studien aus den Jahren 2009 und 2014 zeigt auf, dass sich die Gründe der Nichtnutzung nicht wesentlich verändert haben: Nach wie vor sind starke Sicherheitsbedenken vorhanden und erschweren die Internetnutzung bzw. schränken diese ein.

	2009	2014	2019
Zu kompliziert	71	70	77
Sicherheitsbedenken	60	64	74
Zu hoher Aufwand beim Erlernen	60	63	65
Eine andere Person ruft Informationen ab	48	55	65
Kein Nutzen erkennbar	-	61	61
Fehlende Unterstützung	33	36	37
Kosten	33	38	29

Angegeben sind Prozente („ein Grund“). Auflistung der vergleichbaren Aspekte nach Rangliste 2019

Bei den Offlinern sind es vor allem die Aspekte „Kompliziertheit“ und „Aufwand“, die damals und in der aktuellen Erhebung am häufigsten genannt wurden. Die Kosten werden in der aktuellen Befragung

weniger häufig angegeben. Relative Stabilität zeigt sich hingegen bei der Aussage, dass eine soziale Unterstützung fehlt; dies scheint – zeitunabhängig – weiterhin ein wichtiges Hindernis für einige der Offliner zu sein. Interessant ist, dass der Aspekt „Eine andere Person ruft Informationen ab“ sogar über die Jahre hinweg angestiegen ist: So geben heute mehr Personen diesen Grund an als in den Jahren 2009 und 2014. Man kann vermuten, dass hier vielleicht auch die Notwendigkeit steigt, Inhalte aus dem Internet beziehen zu wollen bzw. zu müssen.

4.4.5.2 Soziale Teilhabe durch Internetnutzung

Um den Aspekt der sozialen Teilhabe durch die Internetnutzung zu eruieren, wurde gefragt: „Würden Sie sich manchmal aus der Gesellschaft ausgeschlossen fühlen, wenn Sie das Internet nicht mehr nutzen könnten?“ Für die Offliner wurde diese Frage angepasst: „Fühlen Sie sich manchmal aus der Gesellschaft ausgeschlossen, weil Sie das Internet nicht nutzen?“ Diese Frage bejahten 30.5 % der Onliner und 11.7 % der Offliner mit „ja sehr“ oder „eher ja“ (siehe Abb. 21). Wird der Mittelwert zu diesen beiden Fragen hinsichtlich des Geschlechts und des Alters der befragten Personen verglichen, ergeben sich keine statistisch signifikanten Unterschiede (siehe Tab. 12).

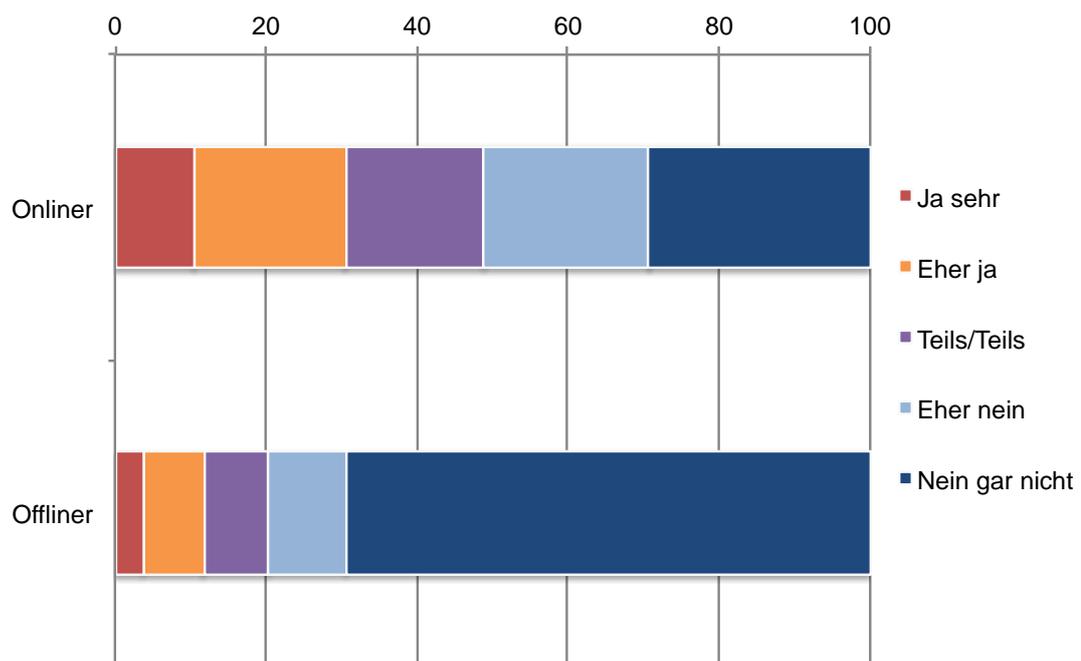


Abb. 21: Gefühl der Ausgeschlossenheit aus der Gesellschaft bei Nichtnutzung des Internets

	Total	Männer*	Frauen*	65-79 Jahre*	80+ Jahre*
Onliner	3.39	3.37	3.43	3.41	3.33
Offliner	4.34	4.35	4.36	4.30	4.40

Mittelwerte (Skala 1 „ja sehr“ bis 5 „nein gar nicht“); *Mittelwerte unterscheiden sich statistisch nicht signifikant (T-Test, $p < .05$).

In der ersten (2009, Onliner: 32 %, Offliner: 16 %) und zweiten Befragung (2014, Onliner: 33 %, Offliner: 14 %) bejahten ähnlich viele Onliner diese Frage. Jedoch zeigt sich bei den Offlinern ein Rückgang der Zustimmung, was vielleicht auch andeutet, dass die Personen, die heute Offliner sind, sich bewusst gegen eine Internetnutzung entschieden haben, weniger Vorteile in der Nutzung sehen und auch weniger die Gefahr der sozialen Ausgrenzung. Dennoch sollten die Offliner, die hier angeben, sich von der Gesellschaft ausgeschlossen zu fühlen, in der gesellschaftlichen Wahrnehmung nicht vernachlässigt

werden – immerhin empfinden sie eine gewisse soziale Exklusion. Trotz der geringen Zustimmung zu dieser Aussage ist in der Selbstwahrnehmung eines Teils der befragten Personen die Gefahr eines Ausschlusses präsent – und zwar vermehrt bei jenen Onlinern, für die der Verlust des Internetzugangs auch ein Einschnitt in heute bestehende Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten bedeuten würde.

4.4.6 Ressourcen und Kompetenzen

4.4.6.1 Bildung und Einkommen als Ressourcen

Die bisherigen Befragungen haben gezeigt, dass für die Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien wie dem Internet bestimmte grundlegende Ressourcen benötigt werden, z. B. Bildung und Einkommen. In der aktuellen Befragungsstudie zeigen sich diese Unterschiede zwischen On- und Offlinern hinsichtlich der Ressource Einkommen und Bildung wieder deutlich (Zusammenhangsmessungen: a) Einkommen: $r = .285$, $p < .001$; b) Bildung: $r = .287$, $p < .001$). Es zeigt sich, dass Onliner gebildeter sind und über mehr Einkommen verfügen. So haben 38.7 % der Onliner eine Ausbildung auf Tertiärstufe, aber nur 12.5 % der Offliner. Auch haben 34.7 % der Offliner im Durchschnitt ein Haushaltseinkommen von weniger als CHF 3.001, wohingegen nur 12.4 % der Onliner ein solches Einkommen haben. Es lässt sich daher vermuten, dass auch heute noch die Ressourcen Einkommen und Bildung wichtige Voraussetzungen für die Internetnutzung sind (siehe hierzu auch Kapitel 5).

4.4.6.2 Räumliche Ressourcen (Region)

In der Forschungsliteratur zur Internetnutzung lassen sich immer wieder Hinweise finden, dass auch die Region bzw. der Regionaltypus das Nutzungsverhalten beeinflussen kann. So wird häufig angenommen, dass Personen im ländlichen Raum das Internet weniger nutzen als Personen, die in der Stadt wohnen. Um diese möglichen räumlichen und regionalen Unterschiede zu beleuchten, soll nun das Verhältnis von On- zu Offlinern hinsichtlich der räumlichen Region und der Sprachregion verglichen werden.

Tab. 13: Raumtypologien Onliner/Offliner	Total	Onliner	Offliner
Agglomerationskerngemeinden	59.4	59.4	59.0
Agglomerationsgürtelgemeinden	15.0	15.2	14.1
Mehrfach orientierte Gemeinden	7.5	8.1	4.8
Kerngemeinden ausserhalb von Agglomerationen	3.4	3.5	3.1
Ländliche Gemeinden ohne städtischen Charakter	14.8	13.8*	18.9*

Abgebildet sind Spaltenprozent; * Gruppenunterschiede sind statistisch signifikant (Cramers-V, $p < .05$).

Ein erster Vergleich soll auf der Ebene „Raum mit städtischem Charakter“ aus der Gemeindetypologie des Bundesamtes für Statistik (Bundesamt für Statistik, 2014) erfolgen. Das Bundesamt hat damit eine neue Methode entwickelt, um die urbanen Strukturen der Schweiz statistisch abzubilden. Die Einteilung beruht dabei auf einem Algorithmus, in den sowohl morphologische als auch funktionelle Kriterien einfließen und in dem Agglomerationskerne (Kernstädte), Agglomerationsgürtel, Kerngemeinden ausserhalb von Agglomerationen und ländliche Gemeinden differenziert werden.

Der Vergleich der Raumtypen verdeutlicht, dass sich kaum Unterschiede bei der Internetnutzung in den unterschiedlichen Räumen ergeben (siehe Tab. 13). Dennoch lässt sich für den Typus „Ländliche Gemeinde ohne städtischen Charakter“ ein statistisch signifikanter Unterschied erkennen, der aufzeigt, dass in solchen ländlichen Gebieten mehr Offliner zuhause sind als Onliner. Oder, anders gesagt: In

den ländlichen Regionen sind mit 74.7 % etwas weniger Onliner vertreten als in Agglomerationskerngemeinden (80.4 %) oder in der gesamten Schweiz (80.2 %). Jedoch ist dieser Unterschied zwar noch statistisch signifikant, aber auch sehr schwach, und er befindet sich im Grenzbereich (Cramer-V = .058, $p = .049$). Demzufolge lassen sich keine markanten Unterschiede in der räumlichen Verteilung der Internetnutzung erkennen, was eher für eine weitgehend flächendeckende Gleichverteilung in der Schweiz spricht.

Ein zweiter Vergleich erfolgt nun auf der Ebene der drei Sprachregionen der Schweiz. Es lassen sich theoretisch nur schwer die Gründe für mögliche Unterschiede benennen; hier spielen offenbar Aspekte wie die Besiedlungsdichte und das generelle Einkommensverhältnis eine relevante Rolle. Dennoch lassen sich teilweise Unterschiede in der Anzahl der On- und Offliner in der jeweiligen Sprachregion erkennen. In der Deutschschweiz beträgt das Verhältnis 81.9 % Onliner zu 18.1 % Offlinern. In der Romandie entspricht dieses Verhältnis noch 79.8 % zu 20.2 %. In der italienischsprachigen Schweiz ist das Verhältnis etwas weniger polarisiert: 70.4 % sind Onliner und 29.6 % sind Offliner. In den Erhebungen im Jahr 2009 und 2014 wurden ähnliche Verhältnisse beobachtet. Demnach gibt es im Tessin weniger Onliner als in den anderen beiden Sprachregionen. Dennoch können die räumlichen Unterschiede nicht allein als Erklärung fungieren; eher beeinflussen auch Faktoren wie Bildung, Alter und Einstellung zu Technik eine (Nicht-)Nutzung (siehe Kapitel 5).

4.4.6.3 Sozialer Kontakt zu den eigenen Kindern

Von den befragten Personen haben 84.9 % eigene Kinder und entsprechend 15.1 % keine Kinder. Wird nun geschaut, ob die Personen mit Kindern häufiger zu den Onlinern gehören, zeigen sich keine statistisch signifikanten Unterschiede (siehe Tab. 14).

Tab. 14: Sozialer Kontakt zu den Kindern	Total	Onliner	Offliner
Kinder vorhanden (ja/nein)	84.9 / 15.1	84.4 / 15.6	86.8 / 13.2
Kontakt zu Kindern (n = 927; Mittelwert ¹)	2.42	2.38*	2.59*

¹ Mittelwert (Skala 1 „seltener“ bis 4 „täglich“); * Mittelwerte unterscheiden sich statistisch signifikant (T-Test, $p < .05$).

Werden nun aber die Personen mit Kindern gefragt, wie häufig sie diese sehen, dann ergeben sich Unterschiede hinsichtlich der Internetnutzung (siehe Tab. 14). Demnach haben Offliner mehr physischen Kontakt zu ihren Kindern, dies kann aber verschiedene Gründe haben. Eine Hypothese, die mit den vorliegenden Daten allerdings nicht überprüft werden kann, ist, dass Onliner mehr Kontakt zu ihren Kindern über das Internet (z. B. via Videotelefonie oder Chatten) pflegen und somit weniger physischen Kontakt haben. Eine andere These ist, dass Offliner häufiger auf Hilfe (z. B. Haushaltshilfe, Pflege) angewiesen sind als Onliner (siehe Kapitel 4.4.7) und daher vielleicht auch mehr physischen Kontakt zu ihren Kindern haben, da diese Kinder mehr Unterstützung vor Ort leisten.

4.4.6.4 Kompetenzen im Umgang mit dem Internet

Bereits bei der Betrachtung der allgemeinen Einstellung zu Technik (siehe Kapitel 4.4.3) konnte festgestellt werden, dass Onliner eine etwas andere Affinität zum Internet besitzen als Offliner. Auch bei der eigenen Kompetenzeinschätzung geben Offliner häufiger an, dass ihnen die Bedienung moderner technischer Geräte schwerfällt. 61.7 % der Offliner stimmen der Aussage „Die Bedienung moderner technischer Geräte ist für mich schwierig“ eher bis völlig zu, bei den Onlinern sind dies nur 33.8 %.

Werden die Studienteilnehmer gefragt, wie sie ihre Internetkenntnisse einschätzen (egal, ob sie das Internet nutzen oder nicht), ist es nicht verwunderlich, dass Onliner sich mehr Kenntnisse im Umgang

mit dem Internet zuschreiben als Offliner (siehe Tab. 15): Auf einer Skala von 1 für „keine Kenntnisse“ bis 10 für „Internetexpertin/-experte“ erreichen Offliner im Durchschnitt eine 1.57 (SD: 1.19) und Onliner eine 5.47 (SD: 1.85). Dennoch ist auch erkennbar, dass nicht alle Onliner angeben, hohe Internetkenntnisse zu haben. Die signifikante Korrelation zwischen der Angabe zum eigenen Kenntnisstand und der täglichen Nutzungsintensität des Internets in Minuten ($r = .241, p < .001$) zeigt, dass Personen mit einer diesbezüglich hohen Kompetenz auch eher zu den intensiven Nutzerinnen bzw. Nutzern gehören (und vice versa). Frauen bewerten ihre Internetkenntnisse signifikant geringer als Männer. Auch bewerten ältere Personen ihre Internetkenntnisse schlechter als jüngere Personen (siehe Tab. 15).

Tab. 15: Internetkenntnisse	Total	Onliner	Offliner	Männer	Frauen	65-79 Jahre	80+ Jahre
Subjektive Internetkenntnisse ¹	4.71	5.47*	1.57*	5.39*	4.07*	5.17*	3.06*
Web-use skills ²	2.23	2.49*	1.12*	2.57*	1.88*	2.42*	1.54*

¹Mittelwerte (Skala 1 „keine Kenntnisse“ bis 10 „Internetexpertin/ -experte“); ²Mittelwerte (Skala 1 „keine Kenntnisse“ bis 5 „vollständige Kenntnisse“); *Mittelwerte unterscheiden sich statistisch signifikant (T-Test, $p < .05$).

In der aktuellen Befragung sollten die Studienteilnehmer nicht nur ihre Internetkenntnisse einschätzen, sondern es wurde zudem ein neues Instrument zur Messung der Internetkenntnisse, der sogenannten „Web-use skills“, herangezogen (Hargittai & Hsieh, 2012). Mithilfe dieses Instrumentes werden diverse Begriffe (Erweiterte Suche, PDF, Spyware, Wiki, Cache, Phishing) aus dem Nutzungsalltag einer Internetnutzerin bzw. eines Internetnutzers abgefragt, um herauszufinden, ob die befragten Personen den Begriff kennen oder nicht (gemessen auf eine 5er-Skala von 1 „keine Kenntnisse“ bis 5 „vollständige Kenntnisse“). Anhand dieser Bewertungen kann eine gesamthafte Mittelwertskala erzeugt werden, die angibt, ob die jeweilige Person hohe Internetkenntnisse hat (sogenannte „Skills“) oder weniger von diesen besitzt. Es ergibt sich über alle befragten Personen hinweg ein Mittelwert von 2.23 (SD: 1.17), der sich deutlich zwischen Onlinern und Offlinern unterscheidet. Dies war zwar nicht anders zu erwarten, jedoch zeigen sich auch statistisch signifikante Unterschiede zwischen Frauen und Männern sowie 65-79-Jährigen und älteren Personen (siehe Tab. 15).

Interessant ist auch, dass 24.0 % aller befragten Personen keinen der sechs vorgelegten Begriffe kennen: Bei den Offlinern sind es 82.7 % und bei den Onlinern 9.9 %. Dies zeigt einerseits, dass Offliner weniger in Berührung gekommen sind mit solchen Begriffen, obwohl solche Begriffe teilweise auch in die Alltagssprache Eingang gefunden haben (z. B. PDF, Wiki oder Spyware); andererseits zeigt sich hier auch, dass nicht alle Onliner sämtliche Begriffe kennen.

4.4.7 Gesundheit und Altersbild

4.4.7.1 Gesundheit, Selbstständigkeit und Freude

Im Fragebogen konnten wegen des vorgegebenen Umfangs keine expliziten Fragen zu körperlichen, kognitiven, psychischen und sensorischen Randbedingungen gestellt werden. Dennoch konnten hierzu einige Aussagen zur Bewertung vorgelegt werden. Wie bereits erwähnt, ist der Altersdurchschnitt bei der Gruppe der Onliner im Mittel etwas geringer als der der Offliner. Dementsprechend bewerteten Offliner ihre Gesundheit subjektiv schlechter als Onliner (siehe Abb. 22). So stimmten 61.5 % der Offliner und 71.8 % der Onliner der Aussage „Meine Gesundheit ist für mein Alter noch sehr gut“ eher bzw. sehr zu.

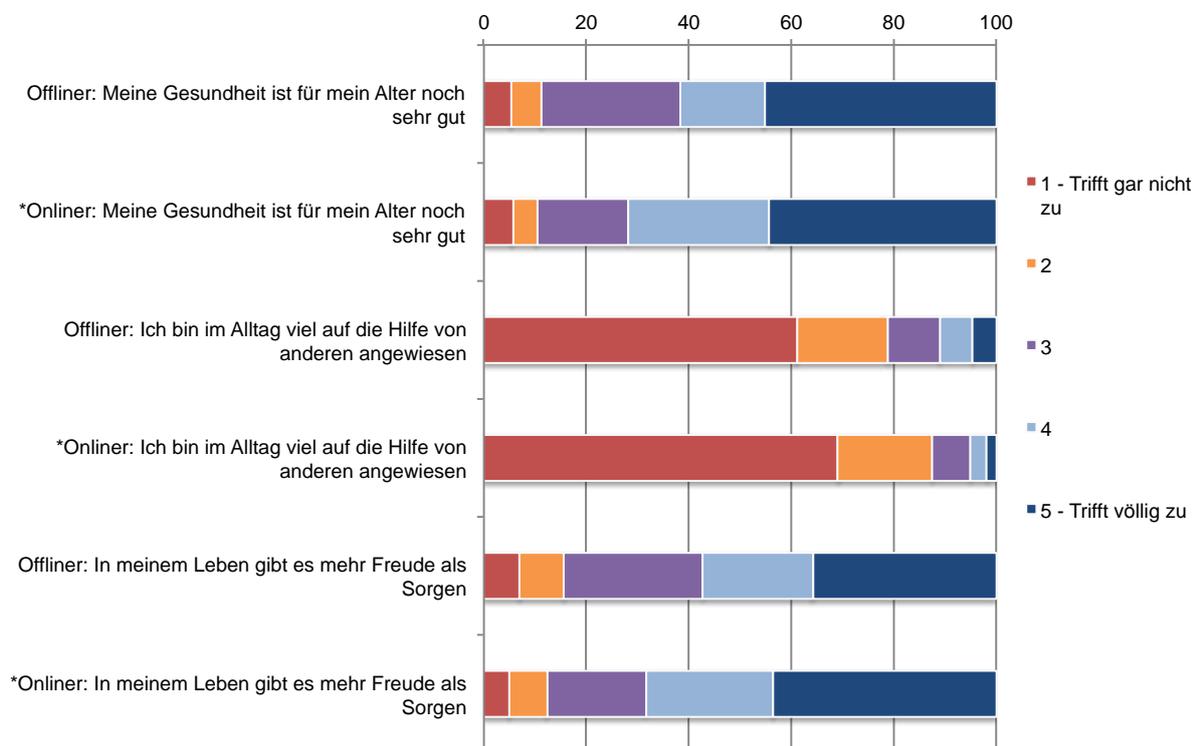


Abb. 22: Gesundheitliche und psychologische Aspekte

Neben der Gesundheit wurde in einer weiteren Aussage die Selbstständigkeit im Alltag erfragt. Die dazugehörige Aussage lautete „Ich bin im Alltag viel auf die Hilfe von anderen angewiesen“ und ihr wurde von 5.1 % der Onliner und 11.0 % der Offliner eher bis völlig zugestimmt, was bedeutet, dass Offliner mehr auf Unterstützung angewiesen sind als Onliner. Dieser Unterschied lässt sich auch bei der dritten Aussage („In meinem Leben gibt es mehr Freude als Sorgen“), die auf das psychische Wohlbefinden abzielte, erkennen: Dieser Aussage stimmten 68.4 % der Onliner und 57.1 % der Offliner zu. Insgesamt ist zu beobachten, dass sich Offliner tendenziell weniger gesundheitliche Ressourcen zuschreiben als Onliner. Jedoch ist hier nochmals auf das durchschnittlich höhere Alter der Offliner hinzuweisen.

4.4.7.2 Aussagen zum eigenen Alter

Um neben den Aussagen zur Gesundheit auch die Wahrnehmung des eigenen Alter(ns) zu erfragen, wurden zusätzlich drei Aussagen vorgelegt (siehe Abb. 23). Mittels dieser Aussagen können das Verhältnis und die persönliche Haltung zum eigenen Alter(n) herausgestellt werden. Die erste Aussage hierzu („Ich fühle mich sehr alt“) wurde nur von 6.8 % aller befragten Personen als eher oder völlig zutreffend markiert. Offliner (13.7 %) stimmten dieser Aussage häufiger zu als Onliner (5.2 %).

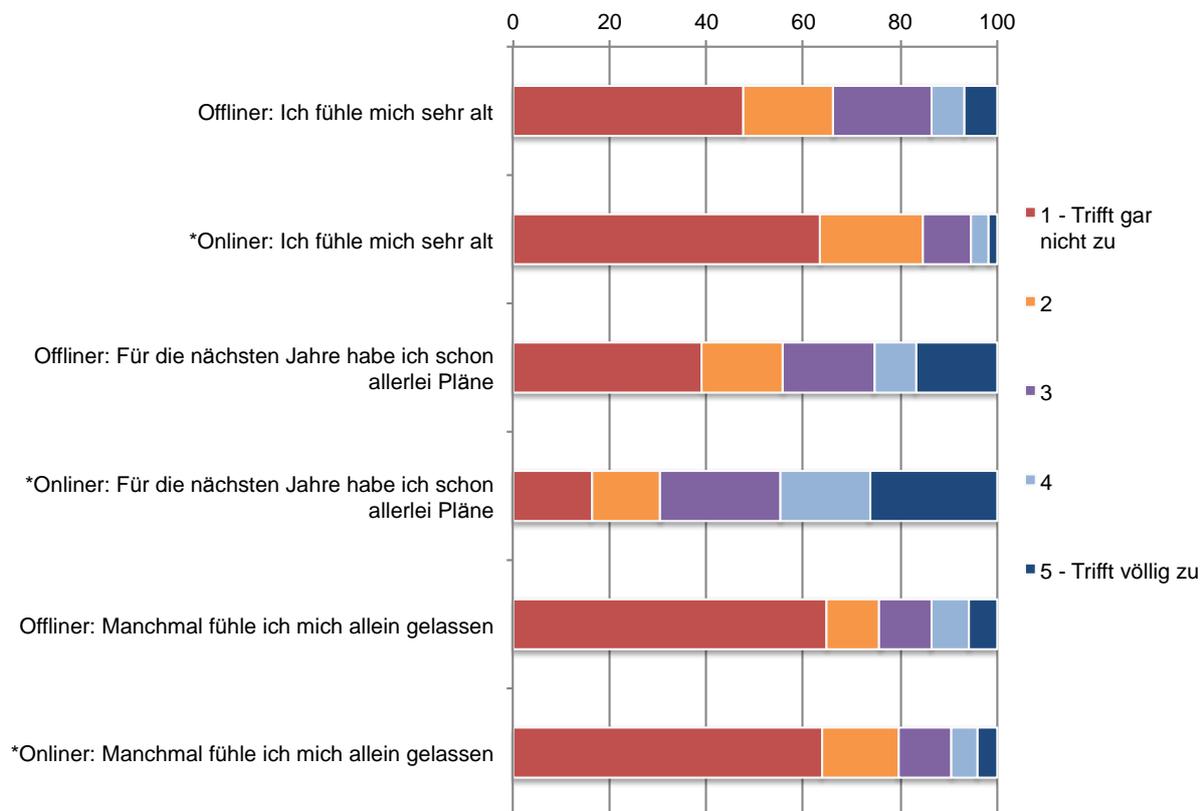


Abb. 23: Aussagen zum eigenen Alter

Die zweite Aussage in diesem Themenbereich, „Für die nächsten Jahre habe ich schon allerlei Pläne“, wurde diesmal von den Onlinern häufiger als zutreffend markiert: 44.7 % der Onliner und 25.5 % der Offliner stimmen dieser Aussage eher oder völlig zu. Die dritte Aussage, „Manchmal fühle ich mich allein gelassen“, ist zwar weniger eine direkte Aussage zum Alter, jedoch kann damit auch ein Aspekt des Älterwerdens berücksichtigt werden, nämlich die Gefahr der sozialen Isolation. Hier stimmen wieder mehr Offliner (13.7 %) als Onliner (9.5 %) zu (siehe Abb. 23). Die Ergebnisse der drei Aussagen korrelieren natürlich auch mit dem objektiv höheren Lebensalter der Offliner, dennoch gehen Onliner tendenziell etwas positiver mit dem eigenen Alter(n) um. Dies zeigt sich auch daran, dass sich die Unterschiede zwischen On- und Offlinern nicht auflösen, wenn nur Personen im Alter von 65 bis 74 Jahren berücksichtigt werden.

4.5 Gesundheitsapplikationen

4.5.1 Nutzung von und Interesse an Gesundheitsapps

Ein neuer Aspekt, der bei der aktuellen Befragung berücksichtigt worden ist, ist der Fokus auf Gesundheitsapplikationen, also auf Apps auf mobilen Geräten (z. B. Smartphone, Tablet), die genutzt werden können, um gesundheitsrelevante Informationen zu erfassen, zu speichern und auszutauschen. Diese Gesundheitsapplikationen könnten insbesondere für ältere Menschen von Bedeutung sein, wenn es z. B. darum geht, präventiv oder therapeutisch den Gesundheitszustand zu kontrollieren und sich motivieren zu lassen, diesen zu verbessern (Seifert & Meidert, 2018).

Werden die Onliner gefragt, ob sie bereits Gesundheitsapps genutzt haben bzw. ob sie diese interessant finden, zeigt sich, dass vor allem Fitness-Apps und Krankenkassen-Apps genutzt werden – auch wenn diese nicht sehr verbreitet sind (siehe Abb. 24). Selten bis kaum genutzt werden Apps zur Messung oder Speicherung von Vitalwerten, Apps zur Kommunikation mit Ärztinnen/Ärzten oder zur Erinnerung an die Medikamenteneinnahme. Dennoch gibt es auch einige Onliner, die diese Apps zwar nicht selbst nutzen, aber interessant finden (siehe Abb. 24).

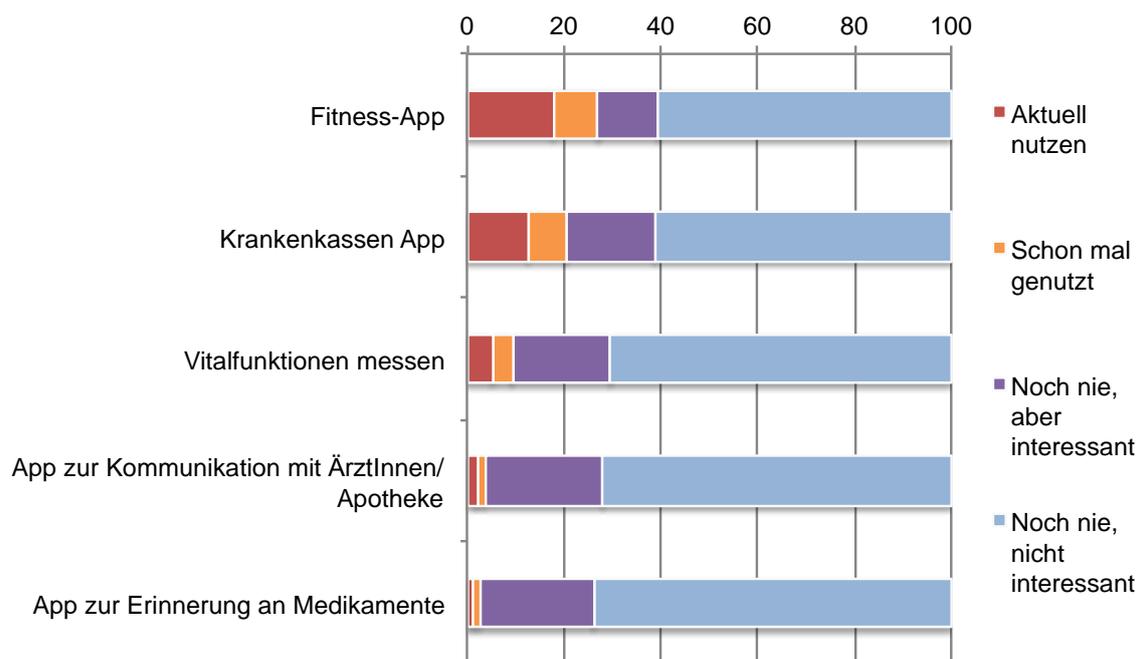


Abb. 24: Gesundheitsapps bei Onliner

Werden die Verteilungen der Nutzungshäufigkeiten hinsichtlich des Geschlechts und des Alter miteinander verglichen, zeigt sich bei den Onlinern, dass Männer etwas häufiger Krankenkassen-Apps und Apps zur Messung von Vitaldaten nutzen (siehe Tab. 16). Personen im Alter von 65 bis 79 Jahren nutzen häufiger Gesundheitsapplikationen als ältere Personen. Dennoch zeigen sich zwischen Personen mit einer hohen subjektiven Gesundheitseinschätzung und Personen mit einer niedrigen subjektiven Gesundheitseinschätzung keine signifikanten Unterschiede – bis auf die Nutzung von Applikationen zur Vitalmessung: Hier verwenden eher Personen mit einem niedrigeren Gesundheitszustand solche Applikationen. Es darf vermutet werden, dass es sich dabei vielleicht um jene handelt, die solche Apps zur Kontrolle ihrer chronischen Krankheiten wie z. B. Bluthochdruck oder Diabetes nutzen.

Tab. 16: Gesundheitsapps	Anteil	Männer	Frauen	65-79 Jahre	80+ Jahre	Gesundheit: hoch	Gesundheit niedrig
Online: Anteil „aktuelle Nutzung“							
Fitness-App	17.8	17.8	17.7	19.1*	8.6*	18.5	15.6
Krankenkassen-App	12.7	15.5*	9.8*	13.2*	9.3*	12.3	13.7
Vitalfunktionen messen	5.4	6.8*	3.7*	5.9*	1.7*	4.6*	7.1*
App zur Kommunikation	2.1	2.1	2.2	2.1	2.6	1.7	3.4
Medikamentenkontrolle	1.4	1.5	1.2	1.5*	0.9*	0.8	3.0
Offline: Anteil „würde ich ausprobieren“							
Fitness-App	10.3	14.7	7.5	10.6	9.3	8.7	12.2
Krankenkassen-App	18.0	20.9	16.8	25.3*	12.1*	16.9	20.8
Vitalfunktionen messen	16.7	26.9*	11.2*	21.1	12.3	16.1	17.3
App zur Kommunikation	12.9	19.1*	9.0*	12.9	12.0	11.2	14.9
Medikamentenkontrolle	17.2	26.5*	11.3*	17.2	15.7	15.2	18.9

Angegeben sind Prozente. *Gruppenunterschiede sind statistisch signifikant (Cramers-V, $p < .05$).

Die Offliner wurden gefragt, ob sie solche Gesundheits-Apps einmal ausprobieren würden. Die Präferenzliste unterscheidet sich hier schon etwas von den tatsächlichen Nutzungszahlen der Online: So sind bei den Offlinern Fitness-Apps weniger gefragt, dafür aber Krankenkassen-Apps und Apps zur Medikamentenkontrolle (siehe Abb. 25). Dennoch ist das generelle Interesse an solchen Gesundheitsapps bei den Offlinern eher als zurückhaltend zu bewerten.

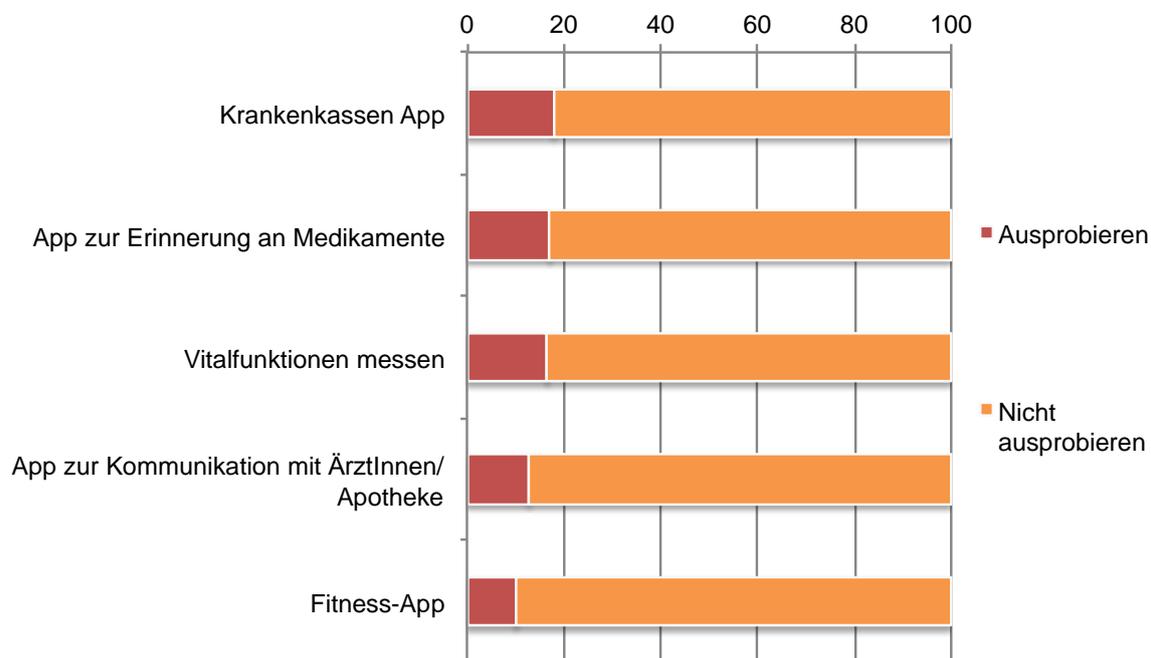


Abb. 25: Interesse an Gesundheitsapps bei Offlinern

Werden männliche und weibliche Offliner miteinander verglichen, wird deutlich, dass Männer eher Interesse an den Gesundheitsapplikationen zeigen als Frauen. Hinsichtlich des Alters lassen sich, bis auf die Krankenkassen-Apps (hier sind mehr jüngere Personen interessiert als ältere Personen), keine signifikanten Unterschiede erkennen. Auch hinsichtlich des Gesundheitszustands ergeben sich keine statistisch signifikanten Unterschiede (siehe Tab. 16).

4.5.2 Datenaustausch mittels Gesundheitsapplikationen

Es wurde nicht nur nach der Nutzung von Gesundheitsapplikationen gefragt, sondern auch danach, ob die befragten Personen bereit wären, ihre gesundheitsbezogenen Daten an Dritte über die App (bzw. über das Internet) zu teilen. Ziel der Frage war es, herauszulesen, ob eine Bereitschaft zum Datenaustausch besteht und welchen Personengruppen dabei mehr vertraut wird. Die Daten könnten z.B. geteilt werden, um individuelle Therapien empfehlen zu können. Dazu würden diese Daten eben mithilfe mobiler Apps personalisiert erfasst und an die behandelnden Ärzte weitergeleitet werden.

Bei den Onlinern sind 47.8 % eher bzw. voll und ganz bereit, ihre Daten mit der (Haus-)Ärztin bzw. dem (Haus-)Arzt zu teilen; wiederum 32.5 % wären bereit, ihre Daten mit der öffentlichen Forschung zu teilen und 29.5 % sind bereit, ihre gesundheitsrelevanten Daten mit ihrer Krankenversicherung zu teilen. Bei den Offlinern, also jenen, die bisher noch keine Gesundheitsapplikationen nutzen, sieht diese Priorisierung ähnlich aus: 35.8 % würden ihre Daten mit der ärztlichen Seite teilen, 24.5 % mit der Forschungsseite und 28.0 % mit der Krankenkassenseite (siehe Tab. 17). Demnach wird bezüglich der Datennutzung der Ärztin bzw. dem Arzt am meisten vertraut – jeweils mehr als den Krankenkassen (vgl. auch Seifert et al., 2018)

Tab. 17: Bereitschaft Datenteilung	Mittelwert	Männer	Frauen	65-79 Jahre	80+ Jahre	Gesundheit: hoch	Gesundheit: niedrig
Onliner							
(Haus-)Ärzte/-Ärztinnen oder Spital	3.09	3.34*	2.79*	3.10	3.09	3.09	3.09
Krankenkassen	2.49	2.69*	2.24*	2.47	2.62	2.45	2.57
(öffentliche) Forschung	2.63	2.81*	2.43*	2.63	2.74	2.65	2.64
Offliner							
(Haus-)Ärzte/-Ärztinnen oder Spital	2.59	2.85	2.47	2.73	2.47	2.44	2.91
Krankenkassen	2.33	2.54	2.25	2.52	2.20	2.35	2.38
(öffentliche) Forschung	2.21	2.62*	2.02*	2.15	2.28	2.21	2.25

Angegeben sind Mittelwerte (1 „bin nicht bereit zu teilen“ bis 5 „bin voll und ganz bereit zu teilen“). *Mittelwertsunterschiede sind statistisch signifikant (T-Test, $p < .05$).

Es ist zu erkennen, dass Onliner insgesamt eher bereit wären als Offliner, ihre Daten zu teilen. Wird hinsichtlich des Geschlechts der befragten Personen unterschieden, wird bei den Onlinern deutlich, dass Männer bei allen Adressaten eher bereit wären als Frauen, ihre Daten zu teilen. Bei den Offlinern zeigt sich dieser Unterschied statistisch signifikant nur bei der Forschung: Hier sind auch mehr Männer als Frauen bereit, ihre Daten der öffentlichen Forschung zur Verfügung zu stellen. Bei Personen, die jünger bzw. älter als 80 Jahre alt sind, und bei Personen, die einen guten bzw. schlechten Gesundheitszustand angeben, zeigen sich keine Mittelwertsunterschiede (siehe Tab. 17).

Personen, die angegeben hatten, bereits viele Gesundheitsapplikationen zu nutzen (siehe Kapitel 4.5.1), sind auch eher bereit, ihre Daten zu teilen als jene, die nur wenige Gesundheitsapplikationen nutzen (Korrelation: $r = .129$, $p < .001$). Demzufolge sehen jene Personen, die bereits gesundheitsbezogene Applikationen nutzen, vermutlich auch mehr Vorteile im Datenaustausch.

4.6 Digitale Dienstleistungen

In den nachfolgenden Unterkapiteln wird der neu eingeführte Teilfokus der zunehmenden digitalen Dienstleistungen berücksichtigt. Diese Dienstleistungen können einerseits durch bestimmte öffentlich zugängliche Geräte, wie z. B. den an das Internet angeschlossenen Ticketautomaten, repräsentiert werden oder auch durch Dienstleistungen im Internet, wie die Onlinebuchung von Kinokarten. Allen diesen Anwendungen gemeinsam ist die digitale Anwendung mithilfe einer Vernetzung und eines Datentransfers (z. B. via Internet).

4.6.1 Nutzung von (neuen) technischen Dienstleistungen

Die Personen, die an der Befragung teilgenommen hatten, wurden gebeten anzugeben, welche aktuellen technischen Dienstleistungen sie im Alltag nutzen. Wie in Abbildung 26 ersichtlich ist, werden der Geldautomat und der ÖV-Ticketautomat am meisten genutzt. Selten wird kontaktlos bezahlt und auch Self-Checkout-Kassen werden kaum benutzt; die digitale Selbstausleihe bildet dabei das Schlusslicht. Diese neueren Möglichkeiten der digitalen Dienstleistung (kontaktloses Bezahlen, Self-Checkout-Kassen und Selbstausleihe) werden bisher selten genutzt, wobei dennoch einige Personen diese Möglichkeiten als interessant bewerteten. Allerdings schätzen rund 50 % diese drei Anwendungen als nicht interessant ein; sie bevorzugen vermutlich die klassischen Formen, wie z. B. das Bezahlen an der bedienten Kasse. Dennoch nutzen auch etwa 30 % bereits die Möglichkeit der Self-Check-Kassen, zumindest ab und zu.

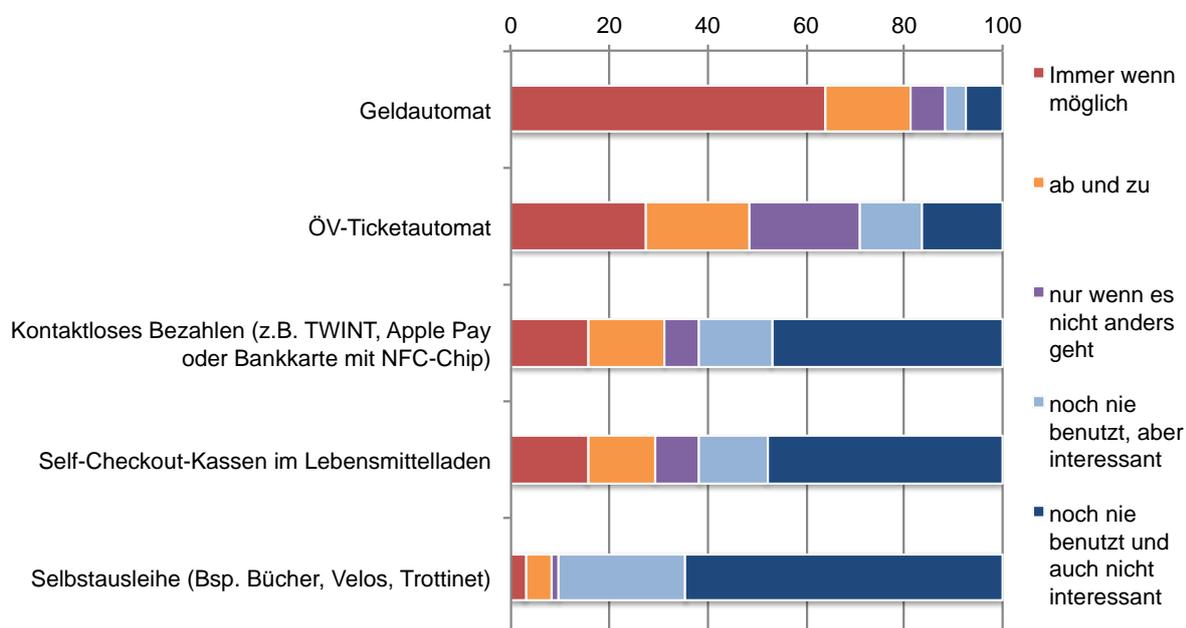


Abb. 26: Nutzung von technischen Dienstleistungen

Wird zwischen Onlinern und Offlinern unterschieden (siehe Tab. 18), zeigt sich, dass Onliner deutlich häufiger als Offliner die abgefragten technischen Dienstleistungen nutzen; hier sind Offliner etwas zurückhaltender. Männer nutzen im Vergleich zu Frauen statistisch signifikant häufiger Geldautomaten und das kontaktlose Bezahlen. Personen, die älter als 80 Jahre alt sind, nutzen alle technischen Anwendungen seltener als jüngere Personen (siehe Tab. 18).

Tab. 18: Nutzung von technischen Dienstleistungen	Anteil	Onliner	Offliner	Männer	Frauen	65-79 Jahre	80+ Jahre
Geldautomat	81.2	87.9*	53.2*	84.8*	77.4*	85.3*	65.4*
ÖV-Ticketautomat	48.4	53.4*	27.8*	49.5	47.3	52.6*	33.9*
Kontaktloses Bezahlen (z. B. TWINT, Apple Pay oder Bankkarte mit NFC-Chip)	31.4	35.4*	14.1*	35.0*	27.9*	34.4*	21.0*
Self-Checkout-Kassen im Lebensmittelladen	29.5	34.5*	8.3*	30.3	28.6	33.4*	15.3*
Selbstausleihe (z. B. Bücher, Velos, Trottinette)	8.4	9.2	5.3	7.6	9.5	9.5*	5.2*

Abgebildet sind Spaltenprozent der Werte (1 „immer wenn möglich“ und 2 „ab und zu“); *Gruppenunterschiede sind statistisch signifikant (Cramers-V, $p < .05$).

Neben der Nutzung der Anwendungen wurde auch gefragt, wie einfach bzw. schwer die befragten Personen die Bedienung dieser Technologien finden, wenn sie diese bereits einmal genutzt haben, bzw. wie schwer sie diese Bedienung finden würden, wenn sie diese noch nie genutzt haben. Auch wenn der Geldautomat häufig genutzt und auch als eher leicht in der Bedienung beschrieben wird, fällt auf, dass auch der ÖV-Ticketautomat häufig benutzt wird, obwohl er teilweise als schwierig zu benutzen eingeschätzt wird (siehe Abb. 27). Dafür werden Anwendungen, die nicht so häufig genutzt werden, als eher bedienungsfreundlich eingeschätzt, so wie z. B. das kontaktlose Bezahlen oder die Self-Checkout-Kassen.

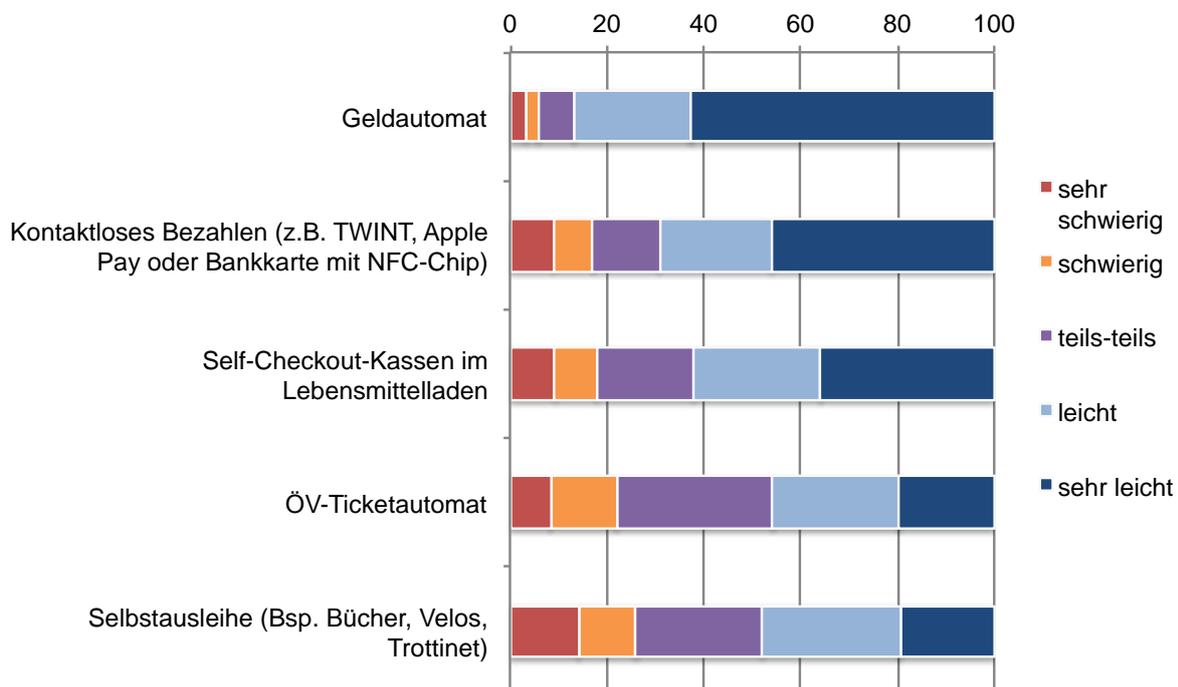


Abb. 27: Schwierigkeit der Nutzung von technischen Dienstleistungen

Werden Onliner wieder mit Offlinern verglichen, wird deutlich, dass Onliner die Bedienung aller Anwendungen als leichter einschätzen als Offliner (siehe Tab. 19). Die Bedienung des Geldautomaten und das kontaktlose Bezahlen fallen Männern leichter als Frauen. Personen, die jünger als 80 Jahre alt sind, schätzen die Bedienung aller Anwendungen als leichter ein als ältere Personen. Personen, die bereits viele Anwendungen nutzen, bewerten diese im Durchschnitt auch als leichter zu bedienen als Personen, die bisher weniger Anwendungen genutzt haben (Korrelation: $r = .386$, $p < .001$).

Tab. 19: Schwierigkeit der Benutzung von technischen Dienstleistungen	Mittelwert	Onliner	Offliner	Männer	Frauen	65-79 Jahre	80+ Jahre
Geldautomat	4.40	4.51*	3.90*	4.48*	4.33*	4.47*	4.18*
Kontaktlos Bezahlen (z. B. TWINT, Apple Pay oder Bankkarte mit NFC-Chip)	3.89	4.01*	3.19*	4.01*	3.78*	3.97*	3.53*
Self-Checkout-Kassen im Lebensmittelladen	3.71	3.84*	3.03*	3.77	3.65	3.80*	3.31*
ÖV-Ticketautomat	3.35	3.46*	2.83*	3.42	3.31	3.43*	3.10*
Selbstausleihe (z. B. Bücher, Velos, Trottinette)	3.28	3.45*	2.40*	3.41	3.18	3.39*	2.82*

Angegeben sind Mittelwerte (1 „sehr schwierig“ bis 5 „sehr leicht“). *Mittelwertsunterschiede sind statistisch signifikant (T-Test, $p < .05$).

4.6.2 Meinungsbild zu digitalen Lösungen

Neben der Nutzung und Einschätzung der Bedienungsleichtigkeit der digitalen Dienstleistungen war es in der aktuellen Befragung auch wichtig herauszufinden, welche Einstellung gegenüber solchen Dienstleistungen (wie beispielsweise dem Onlineshopping oder der Nutzung von Self-Checkout-Kassen) überhaupt vorherrscht. Hierzu wurden den Befragten verschiedene Aussagen zur Bewertung vorgelegt. Diese Bewertung erfolgte anhand einer Skala von 1 „stimme gar nicht zu“ bis 5 „stimme voll und ganz zu“.

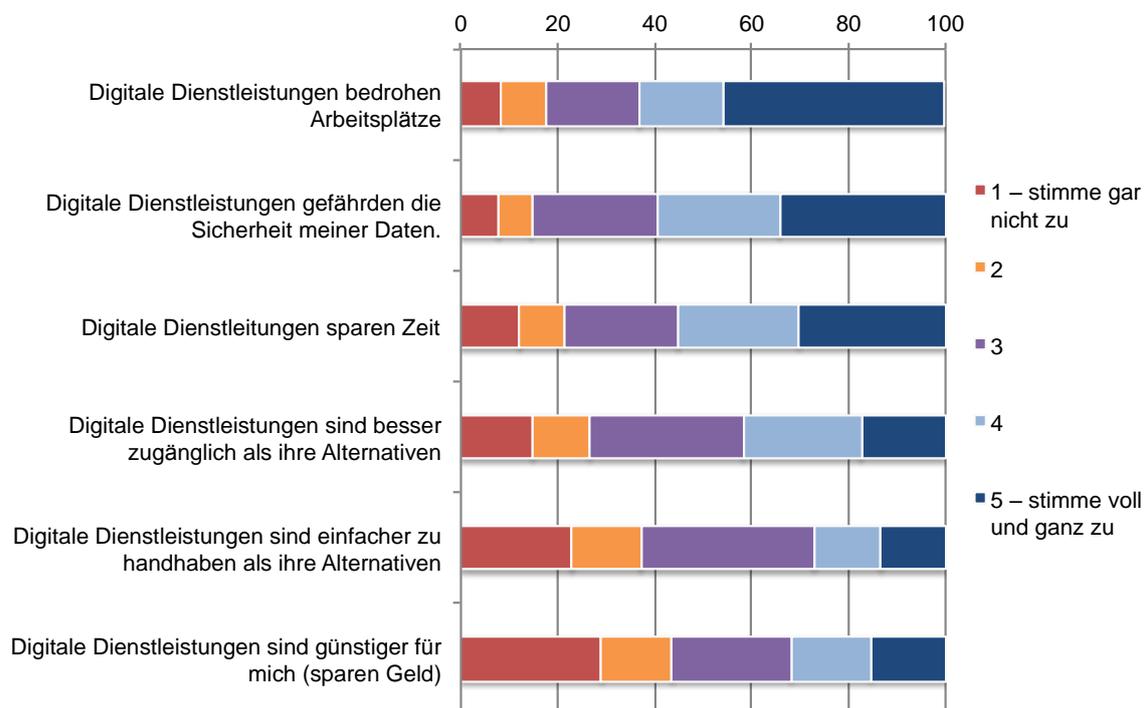


Abb. 28: Bewertung von Aussagen zu digitalen Dienstleistungen

Wie in Abbildung 28 zu sehen ist, wird der Aussage „Digitale Dienstleistungen bedrohen Arbeitsplätze“ am meisten zugestimmt, gefolgt von der Aussage „Digitale Dienstleistungen gefährden die Sicherheit meiner Daten“. Demnach wird vor allem negativ gerichteten Aussagen am meisten zugestimmt. Dennoch wird von mehr als der Hälfte der Befragten der positiv gerichteten Aussage „Digitale Dienstleistungen sparen Zeit“ zugestimmt. Immerhin mehr als 40 % stimmen der Aussage „Digitale

Dienstleistungen sind besser zugänglich als ihre Alternativen“ eher bzw. voll und ganz zu. Dafür werden die beiden Aussagen „Digitale Dienstleistungen sind einfacher zu handhaben als ihre Alternativen“ und „Digitale Dienstleistungen sind günstiger für mich (sparen Geld)“ eher kritischer bewertet.

Tab. 20: Einstellung zu digitalen Dienstleistungen	Mittelwert	Onliner	Offliner	Männer	Frauen	65-79 Jahre	80+ Jahre
Digitale Dienstleistungen bedrohen Arbeitsplätze	3.83	3.82	3.88	3.60*	4.06*	3.82	3.89
Digitale Dienstleistungen gefährden die Sicherheit meiner Daten	3.71	3.69	3.82	3.54*	3.90*	3.75	3.62
Digitale Dienstleistungen sparen Zeit	3.51	3.61*	3.04*	3.65*	3.38*	3.58*	3.24*
Digitale Dienstleistungen sind besser zugänglich als ihre Alternativen	3.18	3.29*	2.55*	3.33*	3.02*	3.26*	2.79*
Digitale Dienstleistungen sind einfacher zu handhaben als ihre Alternativen	2.80	2.94*	2.11*	3.00*	2.61*	2.88*	2.49*
Digitale Dienstleistungen sind günstiger für mich (sparen Geld)	2.75	2.87*	2.03*	3.04*	2.42*	2.84*	2.34*

Angegeben sind Mittelwerte (1 „stimme gar nicht zu“ bis 5 „stimme voll und ganz zu“). *Mittelwertsunterschiede sind statistisch signifikant (T-Test, $p < .05$).

Onliner stimmten den positiv gerichteten Aussagen im Durchschnitt mehr zu als Offliner. Dies deutet an, dass Onliner mehr Vorteile in der Nutzung der heutigen digitalen Dienstleistungen sehen als Offliner (siehe Tab. 20). Jedoch gibt es hinsichtlich der negativ gerichteten Aussagen (Bedrohung von Arbeitsplätzen und Datensicherheit) kaum Unterschiede zwischen On- und Offlinern, was zeigt, dass diese Aspekte für beide Gruppen wichtig sind. Männer wiederum bewerten alle negativ gerichteten Aussagen geringer und alle positiv gerichteten Aussagen höher als Frauen, was darauf hinweist, dass Frauen mehr Nachteile in den digitalen Dienstleistungen sehen. Personen, die jünger als 80 Jahre alt sind, stimmten den positiv gerichteten Aussagen häufiger zu als Personen, die mindestens 80 Jahre alt sind (siehe Tab. 20).

4.6.3 Einstellungstypen hinsichtlich digitaler Dienstleistungen

Um die Einstellung gegenüber digitalen Dienstleistungen in Gruppen einzuteilen, werden im Folgenden die Bewertungen der Aussagen zu den Dienstleistungen (siehe Kapitel 4.6.2) hinsichtlich ihrer positiven und negativen Ausprägung unterteilt. Es werden drei Typen voneinander unterschieden. Die Einstellungstypen werden deswegen charakterisiert, um jene Personen voneinander zu trennen, die eine positive und eine negative Einstellung vorweisen. Hierzu wurde zuerst ein Mittelwert aus allen sechs Aussagen (siehe Kapitel 4.6.2) gebildet, wobei die negativ gerichteten Aussagen („Digitale Dienstleistungen bedrohen Arbeitsplätze“ und „Digitale Dienstleistungen gefährden die Sicherheit meiner Daten“) recodiert wurden. Damit bedeutet ein höherer Wert im berechneten Mittelwert eine positivere Einstellung gegenüber digitalen Dienstleistungen und niedrigere Werte zeigen eine negativere Einstellung an. Im Schnitt liegt der berechnete Mittelwert über alle sechs Aussagen bei 2.79 (SD: .823; Range: 1-5).

Die Typen wurden nun aus diesem gesamthaften Mittelwert gebildet, indem eine eher negative Bewertung (Werte unter 2.51) in die Gruppe der „Ablehnenden“ aufgenommen wurde, eine eher ambivalente Bewertung (Werte zwischen 2.50 und 3.49) der „Ambivalenten“ Gruppe zugeordnet wurde und eine positive Bewertung (Werte über 3.49) der „Befürwortenden“ Gruppe zugeschlagen wurde. Es ergeben sich damit drei unterschiedliche Typen, die unterschiedliche Merkmalsausprägungen aufweisen (siehe Tab. 21).

Tab. 21: Digitalisierungstypen	Anteil	Online	Offline	Männer	Frauen	65-79 Jahre	80+ Jahre
Ablehnende	37.3	32.8*	61.1*	27.7*	46.8*	35.4*	45.1*
Ambivalente	40.3	42.1*	30.9*	42.4*	38.2*	40.0*	42.4*
Befürwortende	22.4	25.1*	8.0*	29.9*	15.0*	24.6*	12.5*

Abgebildet sind Spaltenprozentage. *Gruppenunterschiede sind statistisch signifikant (Cramers-V, $p < .05$).

Aus der Gegenüberstellung der Gruppen ergibt sich eine systematische Charakterisierung, die anzeigt, dass es auch bei den Offlinern Personen mit einer positiven Einstellung bezüglich digitaler Dienstleistungen gibt und bei den Onlinern wiederum „Ablehnende“ (siehe Tab. 21). Dennoch zeigt die Unterscheidung auch deutlich, dass Onliner eher eine positivere Einstellung hierzu aufweisen als Offliner; bei den Offlinern nehmen immerhin 61 % eine eher ablehnende Einstellung gegenüber den digitalen Dienstleistungen ein. Männer weisen im Vergleich zu Frauen eine eher positivere Einstellung gegenüber den digitalen Angeboten auf. Auch finden sich unter jenen Personen, die unter 80 Jahre alt sind, mehr Befürwortende als bei der Gruppe der 80-Jährigen und Älteren (siehe Tab. 21).

4.6.4 Einschätzungen zu zukünftigen Angeboten

Neben den bereits bestehenden digitalen Dienstleistungen sollten zusätzlich auch erst teilweise bzw. noch nicht eingeführte Dienstleistungen von Behörden und Gemeinden bewertet werden. Hierbei konnte angegeben werden, ob diese Dienstleistungen als nötig oder als eher unnötig empfunden werden. Am besten kommt die Möglichkeit an, die Steuererklärung online ausfüllen und einreichen zu können, gefolgt von der Möglichkeit, Ausweise online bei Städten und Gemeinden bestellen zu können (siehe Abb. 29). Als weniger nötig bewertet werden die Möglichkeiten des elektronischen Patientendossiers und des E-Votings (Wahlen und Abstimmungen über das Internet).

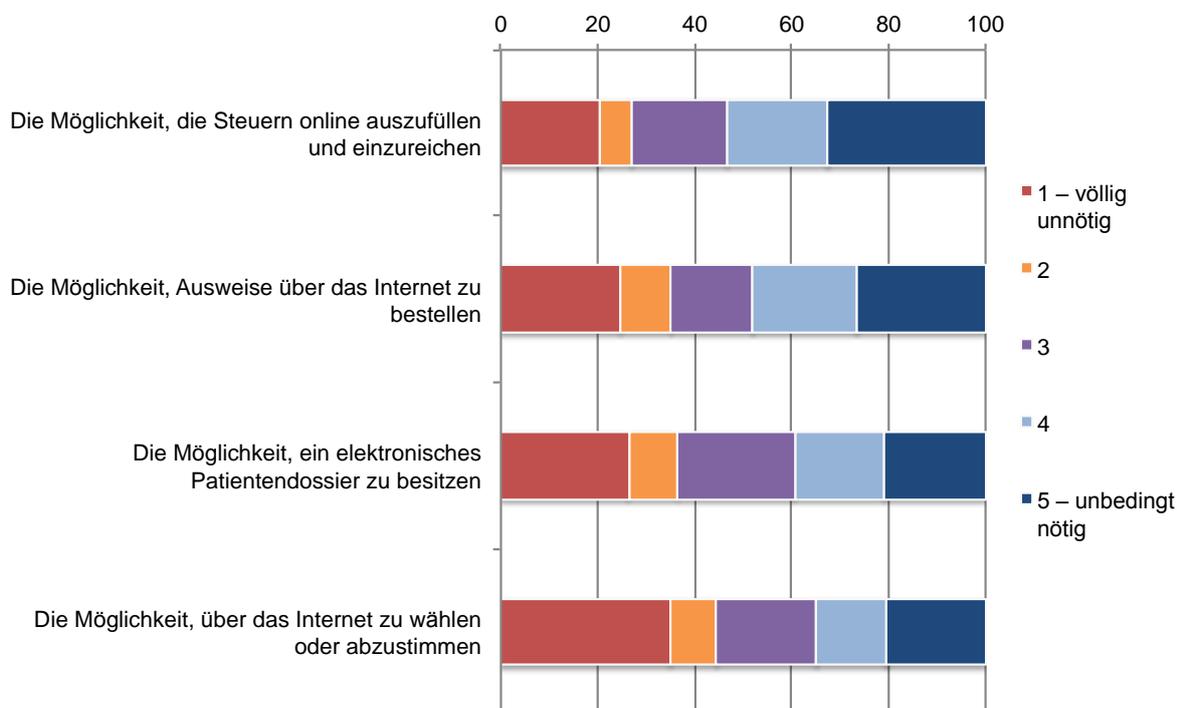


Abb. 29: Bewertung von Aussagen zu zukünftigen digitalen Angeboten

Vergleicht man auch diesbezüglich Onliner und Offlinern miteinander, wird deutlich, dass Onliner die verschiedenen Möglichkeiten als viel nötiger bewerten als Offliner (siehe Tab. 22). Auch bewerteten Männer und unter 80-Jährige diese digitalen Möglichkeiten als nötiger als Frauen bzw. über 80-Jährige.

Tab. 22: Bewertung von zukünftigen Angeboten	Mittelwert	Onliner	Offliner	Männer	Frauen	65-79 Jahre	80+ Jahre
Die Möglichkeit, die Steuern online auszufüllen und einzureichen	3.39	3.60*	2.41*	3.57*	3.20*	3.54*	2.77*
Die Möglichkeit, Ausweise über das Internet zu bestellen	3.15	3.32*	2.31*	3.37*	2.91*	3.24*	2.73*
Die Möglichkeit, ein elektronisches Patientendossier zu besitzen	2.97	3.09*	2.44*	3.17*	2.78*	3.04*	2.72*
Die Möglichkeit, über das Internet zu wählen oder abzustimmen	2.76	2.91*	2.07*	2.90*	2.62*	2.82*	2.54*

Angegeben sind Mittelwerte (1 „völlig unnötig“ bis 5 „unbedingt nötig“). *Mittelwertsunterschiede sind statistisch signifikant (T-Test, $p < .05$).

Jene Personen, die generell eine positive Einstellung zu digitalen Dienstleistungen (siehe Kapitel 4.6.3) haben, sehen auch mehr Vorteile in den genannten neuen digitalen Möglichkeiten (Korrelation zwischen dem Mittelwert aller Einstellungsaussagen – negative Aussagen wurden umgedreht – und der durchschnittlichen Bewertung aller digitaler Möglichkeiten: $r = .470$, $p < .001$). Folglich sind es gerade jene Personen, welche die Vorteile der digitalen Dienstleistungen heute erleben, die auch zukünftige Möglichkeiten der digitalen Anwendungen begrüßen.

5 Einflussfaktoren auf die Internetnutzung und die Nutzung von bzw. die Einstellung zu digitalen Dienstleistungen

Die Daten sollen nun multivariat ausgewertet werden. Zum einen interessiert dabei der Einfluss bestimmter Faktoren auf die tatsächliche Nutzung des allgemeinen und mobilen Internets, zum anderen soll der Einfluss dieser Faktoren auf die Nutzung von und auf die Einstellung gegenüber digitalen Dienstleistungen untersucht werden. Im Folgenden ist es daher das Ziel, die wichtigsten Einflussgrößen unter Berücksichtigung von Wechselwirkungen zu bestimmen, um damit Aussagen über eventuelle Wirkungsmechanismen treffen zu können.

Mithilfe der linearen bzw. binären logistischen Regressionsanalyse soll versucht werden, die jeweilige abhängige Variable (hier: Internetnutzung bzw. digitale Dienstleistungen) durch verschiedene unabhängige Variablen zu erklären. Hierzu werden die unabhängigen Variablen stufenweise in hierarchische Modelle eingebunden. Bei einer binären logistischen Regression (siehe Kapitel 5.1 und 5.2) wird analysiert, welche Faktoren die Wahrscheinlichkeit erhöhen, einer der beiden Gruppen (z. B. Onliner/Offliner) anzugehören. Mithilfe dieser Regression sollen die relativen Wahrscheinlichkeiten bestimmt werden, mit denen ein bestimmtes Ereignis in Abhängigkeit der unabhängigen Variablen eintritt. Im Kapitel 5.3 und 5.4 wird eine lineare Regressionsanalyse verwendet. Mit diesem Verfahren können auch Beziehungen zwischen einer abhängigen und mehreren unabhängigen Variablen festgestellt werden, wobei die Interkorrelation zwischen den unabhängigen Variablen kontrolliert wird. Im Vergleich zur logistischen Analyse kann hier von einem linearen Zusammenhang ausgegangen werden, also von dem Umstand, dass ein Zuwachs bei einer unabhängigen zu einem Zuwachs bei der abhängigen Variable führt.

Hinsichtlich der herangezogenen abhängigen und unabhängigen Variablen sind bestimmte mathematische Anforderungen für eine Regressionsanalyse verletzt bzw. nur teilweise erfüllt. Wir haben uns entschieden, die Verfahren dennoch zu explorativen Zwecken anzuwenden, wobei die Ergebnisse aber mit einer gewissen Vorsicht zu interpretieren sind.

5.1 Erklärende Faktoren der Internetnutzung

In der ersten binären logistischen Regressionsanalyse (siehe Tab. 23) werden zehn unabhängige Variablen stufenweise eingebunden. Die abhängige Variable ist die Gruppeneinteilung zu Onlinern oder Offlinern. Alle einbezogenen unabhängigen Variablen haben bivariat betrachtet (siehe „Bruttomodell“ in der Tab. 23) einen statistisch signifikanten Einfluss auf die Internetnutzung. Als unabhängige Variablen werden im ersten Modell die soziodemografischen Merkmale Geschlecht, Alter, Bildung, Einkommen und Einpersonenhaushalt berücksichtigt. Im zweiten Modell werden diese durch die subjektive Gesundheit erweitert. Im dritten Modell wird die Variable zur Internetnutzung des sozialen Umfelds (Mittelwertskala aus den vier Personengruppen und ihrer Internetnutzung, siehe Kapitel 4.2.2) ergänzt. Im letzten Modell wird die Regressionsanalyse mit den Aussagen zur Technikaffinität („Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge“ und „Die Bedienung moderner technischer Geräte ist für mich schwierig“) hinzugefügt (siehe Tab. 23).

Im letzten Modell der Regressionsanalyse können 45 % der Varianz der Internetnutzung durch die unabhängigen Variablen erklärt werden. Das Gesamtmodell ist signifikant. Die abgebildeten Odds-Ratio-Werte sagen etwas über die Stärke des gerichteten Zusammenhangs der einzelnen unabhängigen Variablen mit der abhängigen Variable aus – unter Berücksichtigung aller anderen einbezogenen Variablen.

Tab. 23: Regressionsanalyse mit Internetnutzung (Onliner = 1, Offliner = 0) als abhängige Variable

Variablen	Brutto-Modelle		Modell 1: Sozio- demografie		Modell 2: Gesundheit		Modell 3: Soziales Umfeld		Modell 4: Technik- affinität	
	OR	p	OR	p	OR	p	OR	p	OR	p
Frau (ref. Mann)	.436	.000	.741	.180	.729	.159	.651	.064	.773	.316
Alter (Jahre)	.846	.000	.849	.000	.849	.000	.851	.000	.851	.000
Bildung tertiär (ref. obli- gatorische Schule)	3.382	.000	2.605	.000	2.539	.000	2.320	.002	1.932	.023
Bildung Sekundarstufe II (ref. obligatorische Schule)	11.232	.000	9.851	.000	9.421	.000	8.787	.000	7.626	.000
Haushaltseinkommen	2.636	.000	1.837	.000	1.816	.000	1.661	.002	1.388	.073
Einpersonenhaushalt (ref. Mehrpersonenhaus- halt)	.507	.000	1.283	.292	1.293	.277	1.336	.239	1.378	.235
Subjektive Gesundheit gut (ref. schlecht)	1.597	.003			1.230	.344	1.277	.279	1.352	.217
Internetnutzung im sozi- alen Umfeld (Mittelwert)	1.806	.000					1.238	.078	1.192	.189
Technikinteresse (Skala)	1.978	.000							1.718	.000
Bedienungsprobleme (Skala)	.552	.000							.656	.000
Modelle										
			Nagelkerkes R ²		Chi-Quadrat ²		p	N		
(1) Soziodemografie			.379		236.951		.000	913		
(2) Gesundheit			.380		237.841		.000	913		
(3) Soziales Umfeld			.372		222.319		.000	896		
(4) Technikaffinität			.451		268.398		.000	882		

Abgebildet sind standardisierte Koeffizienten (OR = Odds Ratio).

Statistisch signifikante Einflüsse auf die Internetnutzung haben im Gesamtmodell (Modell 4) somit:

- das Alter,
- die Bildung,
- das Technikinteresse sowie
- die Bedienungsschwierigkeiten.

Auf das Alter bezogen bedeuten die Werte (Odds Ratio), dass ältere Personen eine höhere Chance haben, zu den Offlinern zu gehören. Für die Bildung bedeuten die Werte, dass Personen mit einer höheren Bildung der Wahrscheinlichkeit nach eher das Internet nutzen. Die Werte für die Technikaffinität können ähnlich interpretiert werden: Personen mit einer Affinität für Technik und wenigen Bedienungsschwierigkeiten im Umgang mit Technik sind eher jene, die das Internet auch selbst nutzen.

Der direkte Vergleich der Regressionsanalysen aus den Daten von 2014 und aus den aktuellen Daten zeigt auf, dass auch in der aktuellen Erhebung ähnliche Faktoren die Internetnutzung signifikant beeinflussen. In beiden Erhebungen waren folgende Variablen im Gesamtmodell signifikant: Alter, Bildung und Technikaffinität. Interessanterweise tragen in der aktuellen Erhebung das Geschlecht sowie das Einkommen nun nicht mehr signifikant zur Erklärung der Internetnutzung im Gesamtmodell bei.

5.2 Erklärende Faktoren der mobilen Internetnutzung (Onliner)

Da in der aktuellen Erhebung auch die mobile Nutzung des Internets (z. B. mit Smartphones und Tablets) erhoben worden ist, ist es sinnvoll, hier eine ähnliche multivariate Zusammenhangsmessung vorzunehmen. Uns interessiert dabei, welche Merkmale die mobile Internetnutzung beeinflussen und wie sich dadurch die Gruppe der mobilen Onliner von der Gruppe der Onliner, die das Internet nicht mobil nutzen, unterscheidet. Um hierzu eine Aussage zu treffen, modellieren wir aus den Angaben zur mobilen Internetnutzung eine binäre (0/1 kodierte) Variable, in der alle Onliner enthalten sind. Dabei sind jene mit einer 1 kodiert, die das Internet auch mobil nutzen ($n = 640$), und jene, die das Internet zwar generell nutzen, aber nicht mobil, mit einer 0 ($n = 272$). Diese Variable wird als abhängige Variable im Analysemodell verwendet. Als unabhängige Variablen werden dieselben Variablen wie bei der ersten Regressionsanalyse (siehe Kapitel 5.1) verwendet.

Tab. 24: Regressionsanalyse mit mobiler Internetnutzung (mobile Onliner = 1, nicht mobile Onliner = 0) als abhängige Variable

Variablen	Brutto-Modelle		Modell 1: Sozio- demografie		Modell 2: Gesundheit		Modell 3: Soziales Umfeld		Modell 4: Technik- affinität	
	OR	p	OR	p	OR	p	OR	p	OR	p
Frau (ref. Mann)	.707	.018	.796	.209	.800	.221	.746	.113	.981	.924
Alter (Jahre)	.915	.000	.911	.000	.910	.000	.916	.000	.916	.000
Bildung tertiär (ref. obli- gatorische Schule)	1.636	.057	1.582	.126	1.597	.120	1.466	.212	1.567	.160
Bildung Sekundarstufe II (ref. obligatorische Schule)	2.359	.001	1.911	.046	1.940	.043	1.779	.084	1.902	.063
Haushaltseinkommen	1.502	.000	1.508	.003	1.514	.002	1.370	.026	1.325	.055
Einpersonenhaushalt (ref. Mehrpersonenhaus- halt)	.829	.249	1.394	.119	1.392	.121	1.286	.242	1.433	.107
Subjektive Gesundheit gut (ref. schlecht)	1.189	.279			.932	.718	.887	.544	.870	.495
Internetnutzung im sozi- alen Umfeld (Mittelwert)	1.538	.000					1.403	.002	1.361	.007
Technikinteresse (Skala)	1.610	.000							1.591	.000
Bedienungsprobleme (Skala)	.802	.000							.869	.082
Modelle			Nägelkerkes R ²		Chi-Quadrat ²		p		N	
(1) Soziodemografie			.116		62.531		.000		746	
(2) Gesundheit			.116		62.662		.000		746	
(3) Soziales Umfeld			.134		72.312		.000		741	
(4) Technikaffinität			.204		112.388		.000		735	

Abgebildet sind standardisierte Koeffizienten (OR = Odds Ratio).

Mit den eingebundenen unabhängigen Variablen erhalten wir bei der binären logistischen Regressionsanalyse ein signifikantes Gesamtmodell und gute Modellwerte (siehe Tab. 24). Einen statistisch signifikanten Einfluss auf die Frage, ob eine Person das Internet auch mobil (unterwegs) nutzt oder nicht, haben im Gesamtmodell (Modell 4):

- das Alter,
- die Internetnutzung des sozialen Umfelds sowie

- das Technikinteresse.

Interessant ist, dass die anderen aus der deskriptiven Analyse ermittelten Faktoren wie z. B. Geschlecht, Bildung und Bedienungsschwierigkeiten im Gesamtmodell nicht statistisch signifikant sind. Dies spricht aber auch dafür, dass zwar das Alter immer noch eine wichtige Erklärungskraft besitzt, jedoch auch individuelle Faktoren wie das Technikinteresse und das soziale Umfeld (Internetnutzung im sozialen Umfeld) die mobile Internetnutzung besser vorhersagen. Anhand der zweiten Regressionsanalyse ergibt sich für den Gruppenvergleich (mobile Onliner/nicht mobile Onliner) folgende Interpretation: Ein höheres kalendarisches Alter reduziert die relative Wahrscheinlichkeit, das Internet mobil zu nutzen; jedoch kann hier nicht von einem linearen Zusammenhang gesprochen werden. Die Werte der unabhängigen Variablen Technikinteresse und Internetnutzung des sozialen Umfelds können folgendermassen interpretiert werden: Statistisch gesehen haben Personen, die sowohl ein Interesse an Technik als auch ein soziales Umfeld mit Onlinern haben, eine höhere relative Wahrscheinlichkeit, mobil online zu sein im Vergleich zu Personen, die weniger Technikinteresse haben oder in einem sozialen Umfeld von Wenignutzer(inne)n bzw. Offlinern leben.

Auf Grundlage der zwei durchgeführten Regressionsanalysen kann gesagt werden, dass die Internetnutzung durch verschiedene Faktoren bedingt ist. Neben den soziodemografischen Merkmalen Alter und Bildung ist es vor allem die persönliche Technikaffinität, die eine Nutzung des Internets begünstigt. Für die spezifische mobile Nutzung des Internets mit Smartphones oder Tabletcomputern unterwegs scheinen sich diese Zusammenhangsbedingungen zu bestätigen, jedoch konnte mit der Analyse nur untermauert werden, dass das Alter, die Technikaffinität und das soziale Umfeld eine mobile Nutzung zusätzlich fördern. Es zeigt sich aber auch, dass allein soziodemografische Merkmale die generelle Internetnutzung nicht erklären können, vielmehr sind es das Interesse sowie die empfundene Leichtigkeit der Bedienung von technischen Geräten, die eine Beschäftigung mit dem Internet fördern.

5.3 Erklärende Faktoren der Nutzung von digitalen Dienstleistungen

Neben den multivariaten Analysen zur Internetnutzung sollte der Schwerpunkt der aktuellen Befragung auf digitale Dienstleistungen gelegt werden. Um bestimmen zu können, welche Faktoren eine Nutzung von bestehenden technischen Dienstleistungen beeinflussen, wurde eine lineare Regressionsanalyse durchgeführt (siehe Tab. 25). Die abhängige Variable ist hierbei die Angabe, wie viele Dienstleistungen (ÖV-Ticketautomat, Geldautomat, Self-Checkout-Kassen, kontaktloses Bezahlen und Selbstausleihe; siehe Kapitel 4.6.1) die befragten Personen bisher bereits einmal genutzt haben. Die abhängige Variable ist in diesem Fall ein Summenscore (Mittelwert: 2.42, SD: 1.24) aus den bereits genutzten Anwendungen, der von 0 (noch keine Anwendung genutzt) bis 5 (alle fünf Anwendungen bereits einmal genutzt) reicht. Als unabhängige Variablen werden dieselben Variablen wie bei den ersten beiden Regressionsanalysen (siehe Kapitel 5.1 und 5.2) verwendet.

Mit den eingebundenen unabhängigen Variablen erhalten wir bei der linearen Regressionsanalyse ein signifikantes Gesamtmodell und gute Modellwerte (siehe Tab. 25). Statistisch signifikante Einflüsse auf den Umstand, ob eine Person bereits viele technische Dienstleistungen genutzt hat, haben im Gesamtmodell:

- das Alter,
- die Bildung,
- das Einkommen,
- die Internetnutzung des sozialen Umfelds,

- das Technikinteresse sowie
- die Bedienungsschwierigkeiten.

Tab. 25: Regressionsanalyse mit Nutzung von technischen Dienstleistungen (Summenscore von 0 bis 5) als abhängige Variable

Variablen	<i>Brutto-Modelle</i>		Modell 1: Sozio- demografie		Modell 2: Gesundheit		Modell 3: Soziales Umfeld		Modell 4: Technik- affinität	
	Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p
Frau (ref. Mann)	-.075	.012	.016	.620	.015	.651	.006	.849	.042	.210
Alter (Jahre)	-.315	.000	-.258	.000	-.257	.000	-.229	.000	-.205	.000
Bildung (3 Gruppen)	.275	.000	.214	.000	.211	.000	.202	.000	.189	.000
Haushaltseinkommen	.256	.000	.155	.000	.153	.000	.125	.001	.106	.004
Einpersonenhaushalt (ref. Mehrpersonenhaushalt)	-.072	.018	.059	.081	.060	.078	.042	.217	.041	.227
Subjektive Gesundheit gut (ref. schlecht)	.060	.045			.017	.573	.003	.927	-.005	.867
Internetnutzung im sozialen Umfeld (Mittelwert)	.233	.000					.111	.001	.105	.001
Technikinteresse (Skala)	.200	.000							.107	.001
Bedienungsprobleme (Skala)	-.191	.000							-.090	.005
Modelle										
			Korrigiertes R ²		F		p	N		
(1) Soziodemografie			.169		38.003		.000	906		
(2) Gesundheit			.168		31.698		.000	904		
(3) Soziales Umfeld			.170		27.199		.000	893		
(4) Technikaffinität			.189		23.774		.000	879		

Abgebildet sind standardisierte Koeffizienten (Beta).

Auf das Alter bezogen bedeuten die negativen Beta-Werte: Je älter die befragte Person, umso höher die Wahrscheinlichkeit, dass sie technische Dienstleistungen wenig oder gar nicht nutzt. Für die Bildung und das Einkommen bedeuten diese Werte, dass Personen mit einer höheren Bildung und einem höheren Einkommen der Wahrscheinlichkeit nach bisher mehrere Dienstleistungen genutzt haben. Personen, die in einem sozialen Umfeld leben, in dem das Internet häufig genutzt wird, greifen eher auf technische Dienstleistungen zurück. Die Werte für das Technikinteresse und die Bedienungsleichtigkeit können dahingehend interpretiert werden, dass Personen mit einem hohen Technikinteresse und wenigen Bedienungs-schwierigkeiten bei technischen Geräten eher bereits viele technische Dienstleistungen genutzt haben. Frauen unterscheiden sich hier nicht von Männern.

5.4 Erklärende Faktoren der Einstellung gegenüber digitalen Dienstleistungen

Wie in Kapitel 4.6.2 erläutert worden ist, konnte nicht nur die Nutzung von digitalen Dienstleistungen (wie z. B. Onlineshopping oder die Nutzung von Self-Check-Automaten) erfragt werden, sondern auch die Einstellung gegenüber solchen Dienstleistungen. Um die beeinflussenden Faktoren auf diese Einstellung herauszuarbeiten, wurde eine lineare Regressionsanalyse gerechnet (siehe Tab. 26). Die abhängige Variable ist hierbei die errechnete Mittelwertskala aus den sechs Aussagen zur Einstellung (siehe Kapitel 4.6.3). Die abhängige Variable ist in diesem Fall eine Mittelwertskala (Mittelwert: 2.79, SD: .823)

aus der Bewertung der Einstellungsaussagen, die von 1 (stimme gar nicht zu) bis 5 (stimme voll und ganz zu) reicht; höhere Werte spiegeln eine positivere Einstellung wider. Als unabhängige Variablen werden dieselben Variablen wie bei der letzten Regressionsanalyse (siehe Kapitel 5.3) verwendet.

Tab. 26: Regressionsanalyse mit Einstellungen zu digitalen Dienstleistungen (Mittelwertskala von 1 bis 5) als abhängige Variable

Variablen	<i>Brutto-Modelle</i>		Modell 1: Sozio- demografie		Modell 2: Gesundheit		Modell 3: Soziales Umfeld		Modell 4: Technik- affinität	
	Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p
Frau (ref. Mann)	-.237	.000	-.184	.000	-.186	.000	-.198	.000	-.142	.000
Alter (Jahre)	-.138	.000	-.092	.007	-.090	.008	-.073	.034	-.048	.148
Bildung (3 Gruppen)	.202	.000	.088	.015	.085	.021	.072	.050	.053	.135
Haushaltseinkommen	.215	.000	.139	.000	.136	.000	.102	.010	.066	.088
Einpersonenhaushalt (ref. Mehrpersonenhaushalt)	-.119	.000	.019	.607	.019	.604	.008	.829	.005	.900
Subjektive Gesundheit gut (ref. schlecht)	.071	.024			.027	.423	.016	.632	.012	.719
Internetnutzung im sozialen Umfeld (Mittelwert)	.189	.000					.129	.000	.100	.004
Technikinteresse (Skala)	.350	.000							.219	.000
Bedienungsprobleme (Skala)	-.247	.000							-.116	.001
Modelle			Korrigiertes R ²		F		p		N	
(1) Soziodemografie			.096		18.705		.000		831	
(2) Gesundheit			.096		15.687		.000		831	
(3) Soziales Umfeld			.107		15.149		.000		823	
(4) Technikaffinität			.174		19.899		.000		810	

Abgebildet sind standardisierte Koeffizienten (Beta).

Mit den eingebundenen unabhängigen Variablen erhalten wir bei der linearen Regressionsanalyse ein signifikantes Gesamtmodell und akzeptable Modellwerte (siehe Tab. 26). Einen statistisch signifikanten Einfluss auf die Frage, ob eine Person eine eher positive Einstellung zu digitalen Dienstleistungen hat, haben im Gesamtmodell (Modell 4):

- das Geschlecht,
- die Internetnutzung des sozialen Umfelds,
- das Technikinteresse sowie
- die Bedienungsschwierigkeiten.

Auf das Geschlecht bezogen können die negativen Beta-Werte dahingehend interpretiert werden, dass Männer eine positivere Einstellung gegenüber den digitalen Dienstleistungen haben als Frauen. Personen, die in einem sozialen Umfeld leben, in dem das Internet häufig genutzt wird, haben eine positivere Einstellung als Personen, die in einem Umfeld von Wenignutzer(inne)n und Offlinern leben. Die Werte für das Technikinteresse und die Bedienungsleichtigkeit können dahingehend interpretiert werden, dass Personen mit einem hohen Technikinteresse und wenigen Schwierigkeiten beim Bedienen technischer Geräte digitalen Lösungen gegenüber eher positiv eingestellt sind. Hinsichtlich des Alters der befragten Personen lassen sich, zumindest im Gesamtmodell, keine Unterschiede mehr erkennen.

6 Fazit zum zeitlichen Vergleich der Erhebungen 2009 bis 2019

Der zeitliche Verlauf der vergleichbaren Fragestellungen der drei Befragungen wurde in den deskriptiven Analysen (siehe Kapitel 4) bereits vorgenommen. Im Folgenden soll der zeitliche Verlauf noch einmal resümiert werden. Grundsätzlich kann festgestellt werden, dass sich der Anteil der Onliner in der Altersgruppe 65 plus noch einmal deutlich erhöht hat (Kapitel 4.3). Werden die gewichteten Daten aller drei Erhebungen berücksichtigt, ist der Anstieg prägnant: So stieg die Anzahl der Onliner (weiterer Nutzerkreis) von 37.8 % im Jahr 2009 auf 74.2 % im Jahr 2019. Die Differenz zwischen beiden Werten entspricht etwa 36 Prozentpunkten, was einem relativen Anstieg um 96 % entspricht; also eine annähernde Verdoppelung. Daraus kann gefolgert werden, dass sich die Nutzungszahlen der Personen ab 65 Jahren der Nutzungshäufigkeit der jüngeren Generationen annähern. Auch hinsichtlich der mobilen Internetnutzung mit Smartphone und Tablet sehen wir einen deutlichen Trend: 2014 gehörten 34 % zu den mobilen Onlinern, im Jahr 2019 waren es bereits 70 %. So stieg auch der Anteil der Personen, die ein Smartphone nutzen, von 32 % im Jahr 2014 auf 69 % im Jahr 2019. Gerade in der deutlichen Zunahme an mobilen Technologien spiegelt sich die digitale Transformation des Alltags wider; ein Trend, der nun auch bei den Personen ab 65 Jahren sichtbar ist.

Dennoch kann immer noch ein „digitaler Gap“ zwischen den Personen unter und ab 65 Jahren festgestellt werden, der sich in den unterschiedlichen Nutzungszahlen niederschlägt. Weiterhin lässt sich dieser Unterschied nicht nur zwischen den Gruppen der unter und über 65-Jährigen feststellen, sondern auch in der Gruppe der Personen ab 65 Jahren. Die Nutzungszahlen bei dieser Gruppe unterscheiden sich stark nach dem Kriterium Alter: So nutzen über 80-Jährige deutlich seltener das Internet als Personen zwischen 65 und 79 Jahren. Für die weitere Zukunft kann bezüglich der Internetnutzung vermutet werden, dass sich die Nutzungszahlen aller Generationen in etwa anpassen werden. Jedoch impliziert diese beobachtbare Anpassung der Nutzungszahlen nicht zwangsläufig eine Anpassung hinsichtlich aller bestehenden und kommenden technischen Innovationen. Es kann davon ausgegangen werden, dass neuere und heute noch selten genutzte Technologien und Technikanwendungen gerade für ältere Menschen, die mit diesen neuen Technologien nicht aufgewachsen sind oder diese im Arbeitsleben nicht stark genutzt haben, eine (grössere) Herausforderung bedeuten werden.

Tabelle 27 zeigt die im Bericht in den einzelnen Kapiteln bereits besprochenen Unterschiede zwischen den Erhebungszeitpunkten noch einmal zusammenfassend auf. Anhand dieser Tabelle werden Veränderungen seit der ersten Befragung 2009 in ausgewählten Aspekten ersichtlich. Bezüglich der Internetnutzung in der Bevölkerungsgruppe der 65-jährigen und älteren Personen wird sichtbar, dass sich der Anteil der Onliner fast verdoppelt hat: eine deutliche Mehrheit der untersuchten Altersgruppe nutzt nun auch das Internet. Auch der Anteil der mobilen Onliner, also jener Onliner, die das Internet auch mobil z.B. mit einem Smartphone oder Tablet nutzen, ist von 2014 bis zur aktuellen Befragung noch einmal deutlich von 31 % auf 68 % gestiegen. Somit wird das Internet mehrheitlich nicht nur stationär am Computer genutzt, sondern vermehrt und parallel auch mit mobilen Endgeräten. Anhand dieses Trends wird deutlich, dass Unterstützungen und Kurse für die Heranführung an das Internet heute nicht nur die stationäre, sondern auch die mobile Anwendung einbeziehen sollte.

Dieser Trend der zunehmenden Nutzung kann auch anhand des Besitzes und des Einsatzes von mobilen Endgeräten gezeigt werden. Aktuell nutzen über 68 % ein Smartphone und 43 % ein Tablet; dies ist jeweils fast eine Verdoppelung im Vergleich zur Befragung im Jahr 2014 (Tab. 27). Das Smartphone hat demnach das klassische Mobiltelefon weitgehend ersetzt. Die Nutzung eines stationären Computers oder mobilen Laptops ist zwar seit der ersten Befragung 2009 stetig angestiegen, aber nicht so schnell wie beim Smartphone; mobile Geräte wie Tablets oder Smartphones übernehmen heute zum Teil Aufgaben der Informationsbeschaffung, für die noch 2009 nur der Computer zur Verfügung stand.

Tab. 27 Vergleich der Erhebungen bezüglich ausgewählter Aspekte	2009	2014	2019
Veränderung Anteile Onliner/Offline			
<i>Anteil Onliner</i>	37.8	55.7	74.2
<i>davon Anteil mobile Onliner (alle Onliner = 100 %)</i>	-	31.1	68.1
Veränderungen bei der Gerätenutzung			
<i>Anteil Smartphone-Nutzende</i>	-	32.1	68.7
<i>Anteil Tablet-Nutzende</i>	-	25.7	43.1
<i>Anteil Computer-Nutzende</i>	55.9	65.5	74.4
Veränderung bei der Technikeinstellung (Mittelwerte) <i>(anhand der drei Aussagen «Der technische Fortschritt muss immer weitergehen», «Ohne technische Geräte könnte ich mir mein Leben nicht mehr vorstellen» und «Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge»; Ausmass der Zustimmung auf einer Skala von 1 bis 5)</i>			
<i>Alle</i>	3.51	3.46	3.47
<i>Nur Onliner</i>	4.01	3.78	3.62
<i>Nur Offline</i>	3.21	3.04	2.95
Veränderung der Einstellung zum Internet (Mittelwerte) <i>(anhand der drei Aussagen «Das Internet erleichtert den Kontakt zu anderen Menschen», «Das Internet erspart viel Lauferei» und «Das Internet ist anregend und faszinierend»); Ausmass der Zustimmung auf einer Skala von 1 bis 5)</i>			
<i>Alle</i>	3.20	3.34	3.28
<i>Nur Onliner</i>	3.64	3.65	3.45
<i>Nur Offline</i>	2.88	2.91	2.71

Anmerkungen: Gewichtete und vergleichbare Daten der jeweiligen Erhebungswellen.

Werden die Einstellungen gegenüber Technik im Allgemeinen und der Internetnutzung im Speziellen im Zeitvergleich verglichen (siehe Tab. 27), wird deutlich, dass die Technikeinstellungen relativ stabil geblieben sind. Die Einstellung zur allgemeinen Technik hat sich insgesamt seit der ersten Befragung im Jahr 2009 kaum geändert. Bei den Offline sind aber zu beobachten, dass die Einstellung zu Technik über die Jahre stetig gesunken ist bzw. zurückhaltender wurde; dies ist dadurch erklärbar, dass die Offline, die heute das Internet noch nicht nutzen, sich vermutlich zu einem grösseren Teil aus Personen zusammensetzen, die gegenüber neuen Technologien ablehnend sind und sich auch bewusst gegen eine Internetnutzung entscheiden, während positiver Eingestellte häufiger zu Onlinern geworden sind.

Dies spiegelt sich auch in der spezifischen Einstellung von Offline gegenüber dem Internet; auch hier bewerten Offline das Internet etwas reservierter als Onliner. Dennoch ist auch erkennbar, dass das Internet generell, auch wenn es heute mehr genutzt wird, nicht unbedingt positiver bewertet wird, vielmehr werden die Vor- und Nachteile individuell häufig ambivalent bewertet (siehe Tab. 27). Daher ist es auch wichtig, die Gruppen der Onliner wie der Offline nicht als homogen zu betrachten, es lassen sich vielmehr Differenzierungen in der Einstellung gegenüber der technischen Transformation erkennen, die anzeigen, dass es nicht nur um die Frage geht, ob eine Person das Internet nutzt oder nicht, sondern was sie mit den gegebenen digitalen Möglichkeiten macht und welche Vor- und Nachteile sie in den jeweiligen differenzierten Anwendungen im Internet sieht.

Für die Zukunft bedeutet dies, dass neue Technologien immer wieder zu spezifischen Anpassungsprozessen und -herausforderungen in der Altersgruppe der 65-Jährigen und Älteren führen, die durch unterschiedliche Nutzungszahlen zwischen den Generationen sichtbar werden. Demzufolge ist es wichtig, zur Überwindung von allfälligen Hindernissen und Schwierigkeiten zu ermutigen, zu einer sozialen Unterstützung zu raten und den Nutzen der neuen Technologien zu betonen, ohne die Risiken unter den Teppich zu kehren (siehe Kapitel 7).

Von den Onlinern wurden 2014 und werden aktuell ähnliche Internetanwendungen genutzt und auch von den Offlinern als attraktiv eingeschätzt. Führend sind damals wie heute Bereiche wie das Schreiben/Empfangen von E-Mails, das Abrufen von Fahrplänen und die Suche nach allgemeinen Informationen im Internet. Weniger attraktiv sind weiterhin spezifische Anwendungen wie z. B. multimediale Inhalte oder soziale Netzwerke. Gerade spezifische Anwendungen wie z.B. die Nutzung von sozialen Netzwerken werden weiterhin nur von weniger als 30 % der Onliner als genutzte Anwendung angegeben, obwohl in der Gesamtbevölkerung deutlich höhere Nutzungszahlen vorliegen. Dennoch ist insgesamt zu erkennen, dass alle Anwendungen 2019 häufiger als 2009 genutzt werden (siehe Abb. 30). Bestimmte Anwendungen haben auch einen gewissen Deckeneffekt erreicht, so dass z.B. fast jede Person, die das Internet heute nutzt, auch damit Informationen sucht, E-Mails schreibt, chattet bzw. telefoniert und Fahrpläne abrufen. Auch wenn z.B. soziale Netzwerke aktuell nur von 29 % genutzt werden, so ist hier dennoch auch ein starker Anstieg zur ersten Befragung 2009 erkennbar; damals gaben nur 5 % an, dass sie soziale Netzwerke nutzten.

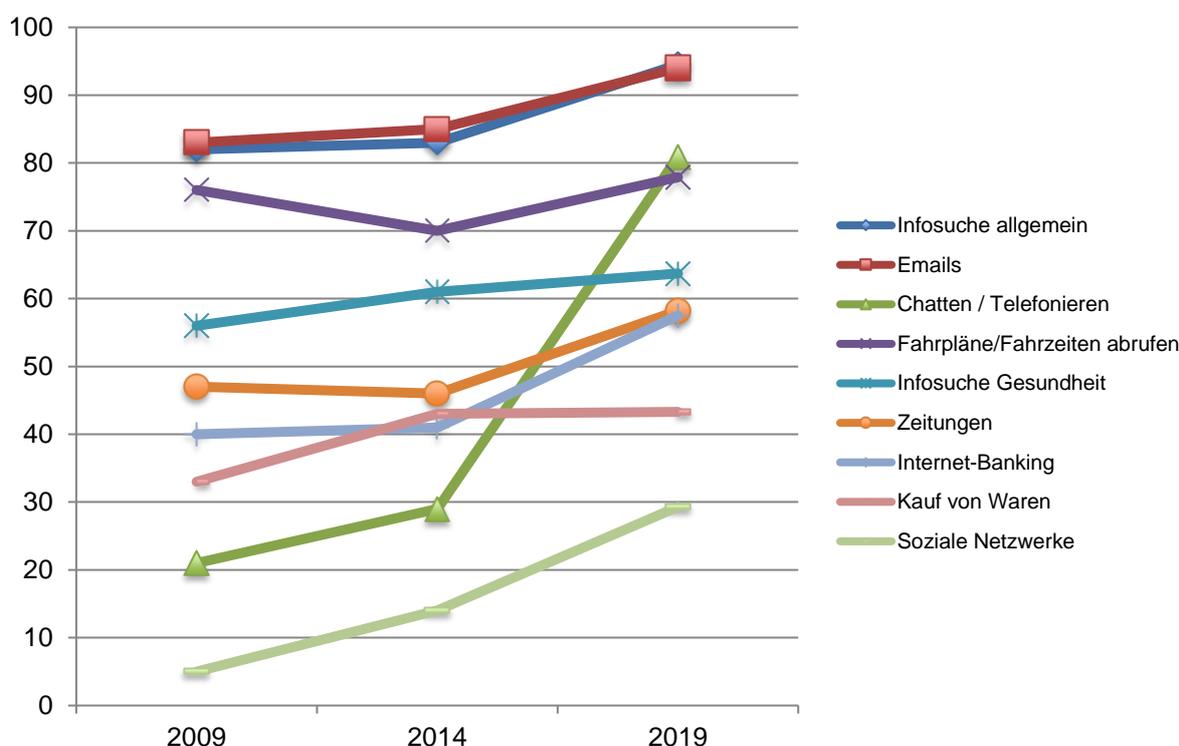


Abb. 30: Internetanwendungen im Zeitvergleich (Nutzung durch Onliner, in Prozenten)

Bei den Schwierigkeiten und Hindernissen zur Internetnutzung geben die damaligen und heutigen Offliner ähnliche Punkte in ähnlichen Prioritäten an (siehe Kapitel 4.4.5). Die am häufigsten genannten Punkte 2009 wie 2019 sind: Die Anwendung ist zu kompliziert, das Erlernen ist zu aufwendig, Sicherheitsbedenken, fehlender Nutzen und fehlende Unterstützung. Interessant ist, dass die Kosten für die Internetnutzung, die in den letzten zehn Jahren sogar eher gesunken sind, in der aktuellen Erhebung (30 %) ähnlich häufig als Hinderungsgrund der Nutzung eingestuft wurden wie 2009 (33 %). Aktuell und damals ein brennendes Thema für Offliner sind die Sicherheitsbedenken (siehe Abb. 31). Daneben spielen Aspekte wie „zu kompliziert“ und „zu hoher Aufwand beim Erlernen“ eine Rolle, mit denen eher die persönlichen Kompetenzen berührt werden. Der Jahresvergleich macht hier deutlich, dass diese Aspekte auch nach zehn Jahren nichts an Bedeutung verloren haben (siehe Abb. 31). Diese Aspekte sollten in Schulungen zur Internetnutzung angesprochen oder auch bei einem Erfahrungsaustausch mit Neu-Onlinern thematisiert werden, da diese den tatsächlichen Aufwand nach dem Erlernen

der Nutzung vermutlich geringer einschätzen dürften; dies konnte anhand retrospektiver Fragen an aktuelle Onliner deutlich belegt werden.

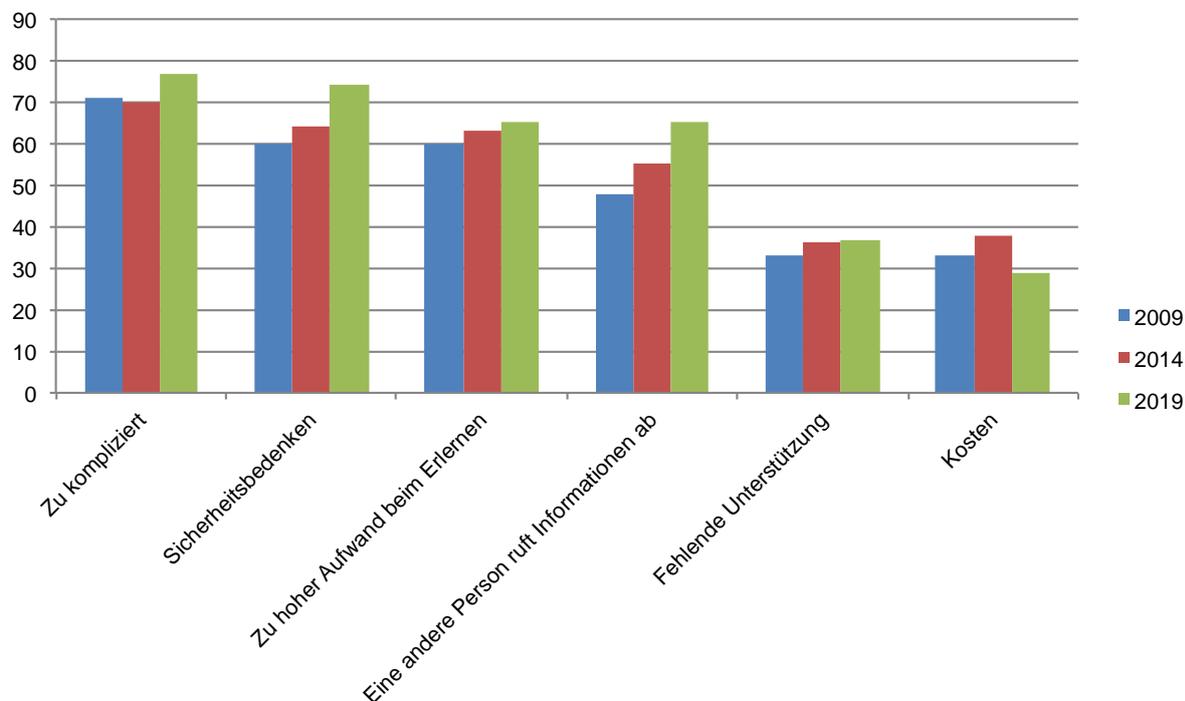


Abb. 31: Hindernisse der Internetnutzung im Zeitvergleich (Offliner, in Prozenten)

Aus den durchgeführten deskriptiven und multivariaten Analysen kann gefolgert werden, dass sich die Charakteristiken der Onliner und Offliner seit 2009 nicht stark geändert haben. Dennoch ist auch festzustellen, dass z. B. das Geschlecht bei der multivariaten Analyse an Bedeutung verloren hat, also nicht mehr statistisch signifikant miterklärt, ob jemand Onliner oder Offliner ist. Dies erklärt sich durch die Verbreitung der Internetnutzung in der gesamten älteren Population. Aus den Ergebnissen lässt sich weiterhin ableiten, dass damals wie heute das Alter als Erklärungsgrösse herangezogen werden kann. Dennoch sollte dies nicht als kausaler oder altersbedingter Zusammenhang verstanden werden, wonach die Nutzung mit dem Alter automatisch abnehme; vielmehr bedeutet dies nur, dass sich die tatsächlichen Nutzungszahlen zwischen den Altersgruppen bzw. -kohorten unterscheiden. Der Vergleich zwischen den Jahren 2009 und 2019 zeigt auch, dass es nicht nur zu kohortenbedingten Erhöhungen der Nutzungszahlen in der Personengruppe ab 65 Jahren gekommen ist, sondern dass auch individuelle Anpassungen stattgefunden haben müssen. Dies bedeutet, dass es auch in dieser Altersgruppe offenbar viele Neunutzerinnen und Neunutzer gibt, die erst nach ihrer Pensionierung damit begonnen haben, das Internet zu nutzen. Des Weiteren trägt der Faktor Bildung zur Erklärung der Internetnutzung bei. Neben den soziodemografischen Merkmalen unterscheiden sich On- und Offliner auch weiterhin hinsichtlich ihrer Affinität der Technik gegenüber. Auch sehen Offliner eher Schwierigkeiten und Hindernisse, insbesondere beim Erlernen dieser neuen Technologie. Zudem haben sie Angst vor technischen Problemen, die eine potenzielle Nutzung verhindern. Darüber hinaus besteht das soziale Umfeld der Offliner damals wie heute eher aus Offlinern.

Bei der Betrachtung der Typologie der Einstellungen zum Internet (siehe Kapitel 4.4.4) fällt auf, dass sich bei den Offlinern auch in der aktuellen Erhebung wieder Personen finden (36 %), die das Internet zwar nicht nutzen, aber eine positive Einstellung dazu haben. Das sind diejenigen Personen, die vermutlich planen, einmal das Internet zu nutzen, aber dennoch Hindernisse und Schwierigkeiten angeben, die eine tatsächliche Nutzung verhindern; dazu gehören vor allem Schwierigkeiten mit dem Aufwand

des Erlernens, die allfälligen technischen Probleme und die fehlende Unterstützung. Gerade hier könnten Kursangebote zur Schulung des Umgangs mit der Hard- und Software ansetzen, um jenen Personen zu helfen, die erste Hürde zur Internetnutzung zu überwinden. Dennoch zeigen die aktuellen Zahlen auch, dass von den heutigen Offlinern mehr Personen (47 %) eine ablehnende Einstellung gegenüber dem Internet haben. Vermutlich sind es insbesondere ältere Personen, die sich heute sehr bewusst gegen eine Nutzung entscheiden und keinen erheblichen Nutzensvorteil in der Anwendung des Internets sehen.

7 Exkurs: Mögliche Massnahmen

Auch im Jahr 2020 ist das Thema Internetnutzung bei älteren Menschen – gerade wegen der weiterhin beobachtbaren, wenn auch geringer gewordenen digitalen Spaltung in Bezug auf die Internetnutzung – ein relevantes gesellschaftliches Thema. Daher wird auch in der aktuellen Strategie zur Digitalen Schweiz betont, dass alle Bevölkerungsteile zur digitalen Teilnahme befähigt werden sollen (BAKOM, 2018). Hierbei werden ältere Menschen besonders als Zielgruppen betont; so wird innerhalb der Strategie auch viel Hoffnung in innovative Technologien zur Unterstützung von älteren Menschen gelegt (BAKOM, 2018).

Im Vergleich zur Befragungsstudie 2009 kann festgestellt werden, dass das Thema IKT im Alter immer noch ein relevantes Thema ist, gerade auch, weil weiterhin festgestellt werden konnte, dass nicht alle älteren Personen das Internet, viele neuere Geräte (z. B. Fitnessarmband, Gesundheitsapplikationen) und digitale Dienstleistungen (z. B. Onlinebuchungen, Onlinebanking) nutzen. Wenn es 2009 noch mehr um die Frage ging, warum ältere Menschen das Internet nicht nutzen, sind es heute eher Fragen zu konkreten Anwendungen im Internet oder zu neuen Formen digitaler Dienstleistungen wie das Nutzen einer Self-Service-Kasse. Demnach geht es heute nicht mehr nur um das Näherbringen des Internets an sich, sondern um die möglichen Anwendungen im Internet. Darüber hinaus stellen neue technische Lösungen wie Gesundheitsapplikationen, Wearables oder digitale Lösungen wie die Online-Steuererklärung neue Herausforderungen dar. Diese sind nicht einfach damit bewältigt, indem man weiss, wie der Computer anzustellen ist und wie der Internetbrowser aufgerufen wird. Vielmehr benötigt es Schulungsangebote in diversen Angebotsfeldern, die über die eigentliche Hardware-Schulung hinausgehen und die Software und die inhaltliche Anwendung als solche thematisieren, also Fragen wie „Was kann mit den neuen technischen Lösungen alles im Alltag gemacht werden, und inwieweit können solche technischen Lösungen meinen Alltag erleichtern?“. Demzufolge ist die Diskussion über Massnahmen zur Unterstützung älterer Personen bei der Nutzung von technischen Dingen zeitgemäss und wird uns sicherlich auch in den nächsten Jahren begleiten. Wie schon in den beiden vorhergehenden Befragungsstudien konstatiert wurde, sollten daher auch weiterhin bestehende Massnahmen gefördert werden.

Ein wichtiger Punkt hierbei ist die Betonung des Nutzengewinns: Nur, wenn Personen einen direkten Nutzen in der Anwendung von technischen Geräten und digitalen Anwendungen sehen, sind sie auch bereit, diese zu erlernen und dann zu nutzen. Hierfür benötigt es aber auch Unterstützungen, da Aspekte wie der als hoch bewertete Aufwand beim Erlernen oder die Einschätzung, dass die Anwendung z.B. des Internets zu schwer sei, auch in der aktuellen Erhebung betont wurden. Diese Unterstützungen könnten z. B. durch formelle Kurse und Schulungen erfolgen, aber auch durch informelle Unterstützungen z. B. durch Familienangehörige, Freunde oder Nachbarn. Neben der Fokussierung auf die Nachfrageseite, der Heranführung der bisherigen Offliner an das Internet und der Vermittlung von Kompetenzen im Umgang mit diesem Medium gibt es auch die Angebotsseite. Auf der Angebotsseite geht es um die Benutzerfreundlichkeit von Internetseiten oder die Handhabbarkeit von Hardware- und Softwarelösungen bei den digitalen Dienstleistungen (vgl. Seifert et al., 2016; Seifert & Schelling, 2016a; Seifert & Schelling, 2016b).

Aus den Ergebnissen der vorliegenden Studie lässt sich herauslesen, dass das Internet bei den Onlinern einen Nutzen hervorruft, der von der Mehrheit der Offliner so nicht gesehen wird. Demnach ist die Formulierung des Nutzengewinns ein entscheidender Punkt bei allfälligen Massnahmen. Der Nutzen kann dabei unterschiedlich definiert sein, sei es als direkter Nutzen durch die Aufrechterhaltung von Kommunikationswegen oder als eher indirekter Nutzen, der darin besteht, mithilfe des Internets länger selbstständig im eigenen Wohnraum leben zu können. Als weiterer potenzieller Nutzen ist Spass und

Freude bei der Anwendung zu sehen, sei es als Funktionsfreude bei „produktiven“ Anwendungen, sei es als Freude bei Spielen und in der Unterhaltung.

Dem gegenüber steht die Einschätzung der Leichtigkeit der Nutzung. Werden weniger Schwierigkeiten und Hindernisse gesehen bzw. wird schnell erkennbar, dass diese Hindernisse überwindbar sind, wird das Internet eher genutzt. Dazu kommt die erhöhte Leichtigkeit der Nutzung durch angepasste und barrierefreie Webseiten und Nutzungsgeräte. Zur Definition der Leichtigkeit gehört auch die soziale und direkte Unterstützung durch das Umfeld. Wenn das soziale Umfeld beim Erlernen hilft, fällt die Beschäftigung mit dem Internet leichter.

Neben dem Nutzen und der Leichtigkeit ist es vor allem die Einstellung zum Internet, die den Weg zu einer Nutzung ebnet. Demnach sind zentrale Aspekte die „Nützlichkeit“, „Leichtigkeit“ und „Einstellung“, welche die Internetnutzung bedingen. Werden diese Grundbereiche als Grundlage verwendet, ist es einfacher, Massnahmen gezielt dem jeweiligen Bereich zuzuordnen. Demnach beeinflusst z. B. eine öffentliche Kampagne zur Aufklärung über allfällige Gefahren des Internets den Faktor „Einstellung“ und konkrete Verbesserungen von Webseiten wirken auf den Punkt „Leichtigkeit“ ein.

Neben den bisherig genannten Punkten sind folgende Bereiche bei der Formulierung von Massnahmen wichtig:

- Die Gruppe der Offliner ist in ihren Merkmalen und auch in den Einstellungen zum Internet sehr heterogen, weshalb Massnahmen immer zielgruppenbezogene oder, noch besser, individuell angepasste Lösungen berücksichtigen sollten.
- Eine gewisse Skepsis bzw. Angst vor Technik ist bei der Sensibilisierung für das Internet mit zu beachten, eine zu technische Sprache ist zu vermeiden, im Vordergrund sollte der Nutzen, nicht der technische Weg dazu stehen.
- Offliner, die eine überwiegend positive Einstellung zum Internet aufweisen, sind sicherlich mit weniger Massnahmen zur Internetnutzung zu bewegen als Offliner, die dem Internet ablehnend gegenüberstehen. Ersteren könnten z. B. bessere Gelegenheiten und gezielte Unterstützungen helfen, für die andere Gruppe müsste sich vorerst etwas bei der Einschätzung des potenziellen Nutzens und beim Image des Internets ändern.
- Das Aufzeigen des möglichen persönlichen Nutzens des Internets kann als anziehender Faktor genutzt werden.
- Für Offliner sollte das soziale Umfeld als Ressource herangezogen werden – als Impulsgeber und informelle Unterstützung.
- Die Unterstützung und Kursangebote sollten an den individuellen Bedürfnissen und Kompetenzen der jeweiligen Personen ausgerichtet sein; gerade ein individualisierter Support scheint den besten Erfolg zu versprechen.

Detaillierte Massnahmen ausschliesslich aus den Befragungsdaten zu bestimmen, war nicht Ziel der Studie und auch nicht möglich. Vielmehr sollen die bisher genannten Erkenntnisse dazu beitragen, allfällige weitere Empfehlungen zu planen. Der digitale Graben wird nicht durch eine allein stehende Massnahme überwunden. Eher sollten die bereits bestehenden Projekte und Massnahmen weiterhin gefördert und dort ergänzt werden, wo es örtliche oder strukturelle Defizite in der Angebotspalette gibt.

Auch zehn Jahre nach der ersten Befragungsstudie ist eine generelle Sensibilisierung für das Thema in der Gesellschaft zu fordern. Dies betrifft dann zum einen die Nachfragerinnen und Nachfrager, aber eben auch die Anbieter digitaler Inhalte (z. B. Optimierung des Webangebots). Wichtig ist dabei, dass die Offliner mit einer ablehnenden Haltung gegenüber dem Internet nicht in eine Ecke gedrängt werden, nur, weil sie das Internet nicht nutzen. Weiterhin sollten auch alternative Zugänge zu Informationen und Kommunikationswege für alle zugänglich und kostenbefreit bleiben.

Innerhalb der Befragungsstudie aus dem Jahr 2009 konnte eine Übersicht zu Massnahmenempfehlungen erarbeitet werden. Da sich diese Liste in wesentlichen Punkten nicht geändert hat und diese Empfehlungen auch noch heute gelten, sollen diese Massnahmenempfehlungen, mit wenigen Updates, noch einmal abschliessend aufgelistet werden (siehe Tab. 28).

Tab. 28: Massnahmenempfehlungen

Bereich	Empfehlungen
Sensibilisierung	Sensibilisierung der älteren Menschen, mit den neuen IKT-Möglichkeiten umzugehen und diese zu erlernen. Sensibilisierung der Gesellschaft für die Belange der älteren Onliner und Offliner
Ermutigung	Direkte und indirekte Ermutigung, eigene Bedürfnisse und Angebote des Internets zu vergleichen, um dadurch mögliche Nutzen zu erkennen
Aktivierung sozialer Ressourcen	Aktivierung des sozialen Umfeldes als Ressource beim Erlernen des Internets
Förderung von Schulungsangeboten	Bestehende und neue Schulungsangebote von verschiedenen (privaten oder nicht privaten) Trägern durch finanzielle/strukturelle Mittel fördern. Ansatz: niederschwellige, quartier-, gemeinde- und bedarfsorientierte Kursangebote in professioneller wie informeller Form
Förderung von Ehrenamt	Aktivierung und Anerkennung/Ehrung von Personen, die freiwillig in ihrem sozialen Umfeld ältere Menschen beim Erlernen unterstützen; ggf. Mentorenausbildung
Förderung von selbst organisierten Seniorengruppen	Aktivierung und Förderung von Selbsthilfegruppen, die Senioren in ihrem Umfeld unterstützen. Gemeinsames Lernen als Grundmethode
Benutzerfreundlichkeit	Sensibilisierung für und Förderung von benutzerfreundliche(n) Applikationen und Internetangebote(n)
Finanzielle Erleichterungen	Finanzielle Erleichterung bei Internetanschlusskosten für Personen in materiell engen Verhältnissen
Ehrung von Projekten	Öffentliche Ehrung bestehender Unterstützungsprojekte
Garantie alternativer Zugänge	Garantie alternativer Zugänge (offline, über herkömmliche Kanäle) zu wichtigen Informationen und Dienstleistungen (vor allem öffentlicher Angebote, Service Public)

8 Schlussbemerkungen

Die Befragungsstudie konnte das gesellschaftlich wichtige Thema der Techniknutzung im Alter am Beispiel der Internetnutzung und der Nutzung von Gesundheitsapplikationen sowie digitalen Dienstleistungen mit wichtigen repräsentativen Daten bereichern. Der direkte Vergleich mit der 2009 durchgeführten ersten Befragung zu diesem Thema zeigt auf, dass sich die Internetnutzung in den letzten zehn Jahren auch bei der Bevölkerungsgruppe der 65-Jährigen und Älteren weiter verbreitet hat. Waren es 2009 noch 38 %, sind es nun 74 % der befragten Personen, die angaben, das Internet zu nutzen. Dennoch zeigen sich weiterhin Nutzungsunterschiede zwischen den unter und über 65-Jährigen – auch wenn diese nur gering sind. Diese Unterschiede sind auch innerhalb der Altersgruppe der 65-Jährigen und Älteren erkennbar: So nutzen Person ab 80 Jahren weiterhin seltener das Internet als Personen zwischen 65 und 75 Jahren. Die Gruppen der On- und Offliner sind sehr heterogen. Es gibt die intensiven Internetnutzer/-innen, die Gelegenheitsnutzer/-innen und die Gruppe der seltenen Nutzer/-innen, die noch zwischen On- und Offleben schwanken. Unter den Offlinern gibt es drei Untergruppen: die Befürwortenden, die Ambivalenten und die Ablehnenden. Jede dieser Untergruppen hat bestimmte Merkmale, so dass Offliner nicht immer Personen mit einer ablehnenden Haltung gegenüber dem Internet sind – bei ihnen handelt es sich vielmehr um eine Gruppe mit diversen Einstellungen zum Internet.

Auch wenn nun in der aktuellen Befragung im Gegensatz zur Erhebung 2009 in der befragten Gruppe mehr Onliner als Offliner vorzufinden sind, zeigen sich ähnliche Merkmalsunterschiede zwischen den Untergruppen. Onliner waren und sind eher jünger und meist gut gebildet. Daneben sind Onliner auch eher an neuer Technik interessiert und geben weniger Schwierigkeiten bei der Nutzung neuer technischer Dinge an. Dennoch zeigen sich auch Unterschiede zwischen den Untersuchungen. So erklärt z. B. das Geschlecht nicht mehr zwangsläufig die Gruppenzuteilung (offline/online). Auch wenn weiterhin das Alter und der Bildungsstand wichtig sind für die Gruppenunterscheidung, so haben weiterhin auch individuelle Faktoren wie „Nutzenerwartung“, „Leichtigkeit der Nutzung“ und „Einstellungen“ hohe Erklärungsanteile. Auf die soziodemografischen Merkmale können allfällige Interventionen zur Heranführung an das Internet kaum eingehen und diese ändern, jedoch auf die eher „weichen“ Faktoren wie beispielsweise das Aufzeigen des persönlichen Nutzengewinns durch das Internet, die Erleichterung des Zugangs oder die Aufklärung möglicher Schwierigkeiten und Probleme mit der Internetnutzung. Gerade hier sollten Massnahmen und Interventionen ansetzen und dabei auch immer die individuellen Bedürfnisse und Wünsche berücksichtigen.

Innerhalb der aktuellen Befragungsstudie konnte erstmals auch die Nutzung von Fitnessarmbändern und Gesundheitsapplikationen (Apps z. B. auf Smartphone und Tablet) erforscht werden. Es zeigt sich, dass bisher nur wenige dieser gesundheitsbezogenen Wearables und Apps genutzt werden. Am häufigsten werden Fitness-Apps und Krankenkassen-Apps verwendet, wenn auch von weniger als 20 %. Nur sehr selten werden z. B. Apps zur Erinnerung an die Medikamenteneinnahme genutzt. Generell ist die Nutzung von Gesundheits-Wearables und -Apps eher zurückhaltend bzw. es ist hier noch viel Potenzial zu erkennen. Auch wenn diese gesundheitsbezogenen Apps wenig genutzt werden, sind die heutigen Nutzerinnen und Nutzer, zumindest 48 % von ihnen, bereit, ihre selbst erzeugten und aufgenommenen Gesundheitsdaten mit ihren Ärztinnen und Ärzten zu teilen. Daraus lassen sich auch zukünftige Potenziale für die Nutzung der Telemedizin (bzw. eHealth) erkennen.

Ein weiterer neuer Schwerpunkt der vorliegenden Arbeit waren digitale Dienstleistungen, also die Frage, welche neuen digitalen Dienstleistungen heute bereits genutzt werden, als wie schwierig deren Nutzung eingeschätzt wird und welche Einstellungen die befragten Personen hierzu haben. Die Ergebnisse zeigen, dass weit verbreitete technische Dienstleistungen wie der Geldautomat oder der ÖV-Ti-

cketautomat auch von vielen der befragten Personen genutzt werden. Anders sieht es bei neueren Anwendungen aus wie z. B. dem Benutzen von Self-Checkout-Kassen oder dem kontaktlosen Bezahlen. Onliner sind hier eher als Offliner unter den Nutzenden vertreten. Dennoch benennen beide Gruppen Schwierigkeiten in der Nutzung solcher technischen Dienstleistungen, so wird z. B. die Bedienung der Ticketautomaten als teilweise schwierig erlebt. Es wurde nicht nur nach der Nutzung/den Bedienungsschwierigkeiten gefragt, sondern auch generell eruiert, welche Meinungen gegenüber diesen digitalen Dienstleistungen (z. B. Onlineshopping oder die Nutzung von Self-Checkout-Kassen) vorherrschen. Hierzu wurden diverse Aussagen vorgelegt. Dabei wurde sowohl den negativen Aussagen (z. B. digitale Dienstleistungen bedrohen Arbeitsplätze) als auch den positiven Aussagen (z. B. digitale Dienstleistungen sparen Zeit) zugestimmt, wobei die negativen Aussagen tendenziell mehr Zuspruch erhielten. Onliner stimmten den positiv gerichteten Aussagen im Durchschnitt mehr zu als Offliner, was andeutet, dass die Onliner mehr Vorteile in den heutigen digitalen Dienstleistungen sehen als Offliner. Auch empfinden Onliner die Möglichkeiten der zukünftigen digitalen Anwendungen bei behördlichen Anliegen (Digital Service Public) als nötiger bzw. positiver als Offliner. Dennoch sind hier auch bei den Onlinern unterschiedliche Einstellungen zu erkennen. Digitale Dienstleistungen werden sicherlich in Zukunft noch mehr an Bedeutung gewinnen, weshalb es gut war, bereits heute die Nutzung und Einstellung gegenüber diesen Services zu eruieren.

Abschliessend soll noch einmal betont werden, dass die gewollte Nichtnutzung digitaler Dienstleistungen und technischer Innovationen durch ältere Personengruppen akzeptiert werden sollte. Es sollte im Kontext der dynamischen Entwicklung auf dem Technikmarkt und der damit verbundenen fortschreitenden Technogisierung unseres Alltags vermieden werden, ältere Menschen als «Randgruppe einer technisch geprägten Gesellschaft» wahrzunehmen und zu behandeln. Die Gefahr liegt darin, auch und gerade wenn z.B. das Internet nun von der deutlichen Mehrheit der älteren Bevölkerung genutzt wird, jene technikfernen Personen von Informationen und Dienstleistungen auszuschliessen, wenn sie die Bedienung der für die digitalen Angebote notwendigen Technologien nicht beherrschen. Es sollten auch weiterhin Alternativzugänge zu Informationen und Dienstleistungen (z. B. der klassische Bank- und Bahnschalter) erhalten bleiben sowie Schulungen und Einführungen im Umgang mit neuen technischen Dingen, z. B. auch von Firmen, die solche digitalen Lösungen anbieten, angeboten werden. Auch wenn in Zukunft eine weitere Annäherung der Nutzungszahlen von heute aktuellen technischen Geräten zwischen den Generationen zu erwarten ist, ist dennoch davon auszugehen, dass es immer einen Nutzungsunterschied bei dann aktuellen Technologien zwischen älterer und jüngerer Bevölkerung geben wird. Immer neuere und teilweise „kompliziertere“ Techniken und Technologien werden den zukünftigen Alltag bestimmen und damit auch in Zukunft eine Herausforderung gerade für ältere Menschen darstellen, womit das Thema der vorliegenden Arbeit auch weiterhin gesellschaftlich wichtig und zeitgemäss bleibt.

Literaturverzeichnis

- BAKOM. (2018). *Strategie Digitale Schweiz*. Bundesamt für Kommunikation. <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/digital-und-internet/strategie-digitale-schweiz.html>
- Bundesamt für Statistik. (2014, Dezember 18). *Raum mit städtischem Charakter 2012*. Bundesamt für Statistik. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/querschnittsthemen/raeumliche-analysen.assetdetail.349558.html>
- Bundesamt für Statistik. (2019). *Internetnutzung in der Schweiz nach Alter*. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/informationsgesellschaft/gesamtindikatoren/haushalte-bevoelkerung/internetnutzung.assetdetail.11307953.html>
- Diekmann, A. (2018). *Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Eurostat. (2019). *Digital economy and society statistics – Households and individuals – Statistics Explained*. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals
- Händler-Schuster, D., & Seifert, A. (2016). Technische Hilfen im Alter – Vor- oder Nachteil? *NOVAcura*, 47(4), 36–38.
- Hargittai, E., & Hsieh, Y. P. (2012). Succinct survey measures of web-use skills. *Social Science Computer Review*, 30(1), 95–107. <https://doi.org/10.1177/0894439310397146>
- Hunsaker, A., & Hargittai, E. (2018). A review of Internet use among older adults. *New Media & Society*, 20(10), 3937–3954. <https://doi.org/10.1177/1461444818787348>
- Schelling, H. R., & Seifert, A. (2010). *Internet-Nutzung im Alter. Gründe der (Nicht-)Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz*. Zentrum für Gerontologie (Zürcher Schriften zur Gerontologie).
- Seifert, A., Christen, M., & Martin, M. (2018). Willingness of Older Adults to Share Mobile Health Data with Researchers. *GeroPsych*, 31(1), 41–49. <https://doi.org/10.1024/1662-9647/a000181>
- Seifert, A., Darvishy, A., & Roth, S. (2016). Altersgerechtes Webdesign. *Angewandte GERONTOLOGIE Appliquée*, 1(1), 21–22. <https://doi.org/10.1024/2297-5160/a000009>
- Seifert, A., & Doh, M. (2016). Internetnutzung im Alter – Diffusion, Alltagsrelevanz und Kompetenzvermittlung. *Report Psychologie*, 41(10), 394–402.
- Seifert, A., & Misoch, S. (2016). Ältere Personen in der digitalen Gesellschaft. *SozialAktuell*, 48(7/8), 34–35.
- Seifert, A., & Schelling, H. R. (2015). *Digitale Senioren. Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz im Jahr 2015*. Pro Senectute.
- Seifert, A., & Schelling, H. R. (2016a). Altersbedingte Einschränkungen – ältere Menschen in der digitalen Gesellschaft. In A. Bolfinger, B. Heinsler, G. Giudice, & P. Ritter (Eds.), *Schweizer Accessibility-Studie 2016* (pp. 17–19). Stiftung für alle.
- Seifert, A., & Schelling, H. R. (2016b). Alt und offline?: Befunde zur Nutzung des Internets durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz. *Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie*, 49(7), 619–625. <https://doi.org/10.1007/s00391-015-0965-1>
- Seifert, A., Hofer, M., & Rössel, J. (2018). Older adults' perceived sense of social exclusion from the digital world. *Educational Gerontology*, 44(12), 775–785. <https://doi.org/10.1080/03601277.2019.1574415>
- Seifert, A., & Meidert, U. (2018). „Quantified seniors“: Technisch unterstützte Selbstvermessung bei älteren Personen. *Prävention und Gesundheitsförderung*, 13(4), 353–360. <https://doi.org/10.1007/s11553-018-0646-1>

ANHANG: Fragebogen



Kommen wir zuerst zu einigen Aussagen zu Technik allgemein.

- 1 Bitte kreuzen Sie für jeden der folgenden Sätze auf einer Skala von 1 bis 5 an, wie sehr Sie selber die darin enthaltene Aussage ablehnen oder ihr zustimmen. 1 bedeutet dabei lehne völlig ab“, 5 „stimme völlig zu“, mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.**

	(1) lehne völlig ab	(2)	(3)	(4)	(5) stimme völlig zu	<i>weiss nicht</i>
Der technische Fortschritt muss immer weiter gehen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Ohne technische Geräte könnte ich mir mein Leben nicht mehr vorstellen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Die Bedienung moderner technischer Geräte ist für mich schwierig	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Die zunehmende Digitalisierung hat mehr Vorteile als Nachteile für die Gesellschaft	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Roboter sollten für die Betreuung von älteren Menschen zum Einsatz kommen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888

- 2 Kreuzen Sie bitte an, wie häufig Sie folgende Geräte in ihrem Haushalt benutzen:**

	täglich	mind. 1 Mal in der Woche	mind. 1 Mal im Monat	seltener	besitze ich, nutze es aber nicht	besitze ich nicht
Fernseher	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
Radio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
Festnetz-Telefon	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
Smartphone (Erläuterung: mobiles Telefon mit Internetzugang, in der Regel mit Touchscreen)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6



	täglich	mind. 1 Mal in der Woche	mind. 1 Mal im Monat	seltener	besitze ich, nutze es aber nicht	besitze ich nicht
Normales Mobiltelefon (also kein Smartphone)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
Tablet-Computer (z.B. iPad, Samsung Galaxy Tab)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
Computer oder Laptop	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
Fitnessarmband (Erläuterung: Armband mit dem Sie z.B. Kalorienverbrauch, Schritte etc. messen können)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
Smartwatch (Erläuterung: Uhr mit Touchscreen, z.B. Apple Watch)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
Sprachgesteuerte persönliche Assistenz, welche mit dem Internet verbunden ist (z.B. Amazon Echo bzw. „Alexa“, Apple HomePod „Siri“, Google Home „Ok Google“)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6

3 Haben Sie jemanden in den folgenden Personengruppen, an den Sie sich wenden können, wenn Sie Probleme mit technischen Geräten haben?

	ja	nein	<i>weiss nicht</i>
Familienangehörige	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Bekannte/Freunde	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Nachbarn/MitbewohnerIn/UntermieterIn	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Dienstleistungsunternehmen Technikfirmen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888

4 Haben Sie schon einmal das Internet genutzt?

ja	nein
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2

Falls „ja“:
Weiter mit
Frage 5
(auf Seite 5)

Falls „nein“:
Weiter mit
Frage 13
(auf Seite 9)



5 Wie oft haben Sie selber das Internet im Durchschnitt in den letzten 6 Monaten genutzt?

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet schon einmal genutzt haben!

täglich	mehrmals pro Woche	mehrmals pro Monat	seltener	nie
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Falls „täglich“: Weiter mit Frage 6	Falls „mehrmals pro Woche/Monat“ oder „seltener“: Weiter mit Frage 7			Falls „nie“: Weiter mit Frage 13 (auf Seite 9)

Die Fragen 6 bis und mit 12 nur beantworten, wenn sie das Internet in den letzten 6 Monaten benutzt haben.

6 Wie viele Stunden und Minuten nutzen Sie das Internet am Tag durchschnittlich?

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet täglich nutzen!

Stunden: _____

Minuten: _____

weiss nicht

888

7 Wie häufig im Durchschnitt haben Sie in den letzten 6 Monaten das Internet unterwegs, also mobil mit dem Smartphone oder dem Tablet-Computer genutzt?

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet selber nutzen!

täglich	mehrmals pro Woche	mehrmals pro Monat	seltener	nie	<i>weiss nicht</i>
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888

8 Wissen Sie noch ungefähr, seit wann Sie das Internet insgesamt nutzen (privat oder beruflich)? Bitte geben Sie dazu an, seit wie vielen Jahren Sie selber das Internet nutzen. (Eine grobe Schätzung reicht)

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet selber nutzen!

Seit _____ Jahren

weiss nicht

888



9 Wofür haben Sie in den letzten 3 Monaten das Internet genutzt? Bitte geben Sie jeweils an ob Sie diese Möglichkeit selber am Computer oder Laptop, mit einem Mobilgerät (Smartphone oder Tablet-Computer) oder mit beidem (Sie können beides ankreuzen) genutzt haben.

Falls Sie diese Möglichkeit in den letzten 3 Monaten nicht genutzt haben, geben Sie bitte an, ob Sie diese Möglichkeit interessant oder nicht interessant finden.

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet selber nutzen!

Bitte alles Zutreffende ankreuzen!

	<u>genutzt</u>		<u>nicht genutzt</u>		<i>weiss nicht</i>
	am Computer / Laptop	auf einem Mobilgerät	aber interessant	und nicht interessant	
Senden und Empfangen von E-Mails	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
Nachrichten schreiben (z.B. WhatsApp) oder Telefonieren über das Internet (z.B. Skype)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
Fahrpläne oder Fahrzeiten von öffentlichen Verkehrsmitteln im Internet abrufen (SBB, etc.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
Allgemeine Informationen im Internet suchen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
Sich über Gesundheitsthemen informieren	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
Karteninformationen abrufen Navigation (z.B. Google-Maps)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
Streamingdienste für Sendungen (Radio/TV), auch Podcast, Netflix, Spotify oder SRF Play (Online Mediathek)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
Spielen von Spielen im Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
Lesen von Zeitungen, Zeitschriften oder Magazinen im Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
Nutzen von sozialen Netzwerken (z.B. Facebook, Instagram, Twitter)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
Hinterlassen von Kommentaren, Blogbeiträge oder Diskutieren in Foren	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
Online Buchungen (z.B. Restaurants, Hotels, Kino, Theater, Fahrkarten, Flugtickets)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888



	<u>genutzt</u>		<u>nicht genutzt</u>		<i>weiss nicht</i>
	am Computer / Laptop	auf einem Mobilgerät	aber interessant	und nicht interessant	
Einkaufen im Internet (z.B. Kleider oder Essen)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
Verkauf von Waren oder Dienstleistungen (z.B. Ebay, Ricardo)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
Internet-Banking und andere Finanz- dienstleistungen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
Onlineservices von Ämtern und Behörden	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888

10 Oft muss man bei der Nutzung des Internets verschiedene Schwierigkeiten überwinden. Bitte geben Sie auf einer Skala von 1 bis 10 an, wie sehr Sie heute noch Schwierigkeiten bei der Benutzung des Internets haben (z.B. gesundheitliche Probleme, Sicherheitsbedenken oder die Benutzung ist zu kompliziert)

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet selber nutzen!

gar keine Schwierigkeit (1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	sehr viele Schwierigkeiten (10)	<i>weiss nicht</i>
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 888

11 Das Smartphone oder das Tablet bietet die Möglichkeit Informationen bzgl. Ihrer Gesundheit zu sammeln und diese zu speichern.

Bitte geben Sie an, ob sie folgende Apps oder Funktionen „aktuell nutzen“, „schon mal benutzt haben“, „noch nie benutzt haben, aber mal ausprobieren würden“; „noch nie benutzt haben und nicht ausprobieren würden.“

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet selber nutzen!

	nutze ich aktuell	habe ich schon mal benutzt	habe ich noch nie benutzt, würde es ausprobieren	habe ich noch nie benutzt, würde es nicht ausprobieren	<i>weiss nicht</i>
Krankenkassen Apps	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888



	nutze ich aktuell	habe ich schon mal benutzt	habe ich noch nie benutzt, würde es ausprobieren	habe ich noch nie benutzt, würde es nicht ausprobieren	<i>weiss nicht</i>
Vitalfunktionen messen (z.B. Blutzucker, Puls, Kalorienverbrauch)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
Fitness-App (z.B. Schrittzähler, sportliche Aktivitäten)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
App zur Kommunikation mit ÄrztInnen oder Apotheken	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888
App zur Erinnerung an Medikamente oder Kontrolle von Medikamenten	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888

12 Wenn Sie eine der vorher genannten Gesundheits-Applikationen nutzen bzw. nutzen würden: Inwiefern sind Sie bereit, Ihre Daten mit folgenden Personen oder Dritten über das Internet/die App zu teilen?

Bitte kreuzen Sie auf einer Skala von 1 bis 5 an, ob Sie eher bereit sind die Daten zu teilen oder nicht. 1 bedeutet „bin nicht bereit meine Daten zu teilen“, 5 „bin voll und ganz bereit meine Daten zu teilen“. Mit den Zwischenwerten können Sie Ihr Urteil abstufen.

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet **selber nutzen!**

	bin nicht bereit zu teilen (1)	(2)	(3)	(4)	bin voll und ganz bereit zu teilen (5)	<i>weiss nicht</i>
(Haus-) ÄrztInnen oder Spitäler	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Krankenkassen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
(öffentliche) Forschung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888



Wenn Sie das Internet nutzen: Bitte direkt weiter zu Frage 17 (Seite 12)!
Die Fragen 13 bis und mit 16 bitte nur beantworten, wenn Sie das Internet nicht nutzen!

13 Es gibt vielseitige Anwendungsmöglichkeiten im Internet. Geben Sie bitte anhand der folgenden Liste möglicher Aktivitäten im Internet an, ob dies für Sie „interessant“ oder „nicht interessant“ wäre.

	wäre interessant	wäre nicht interessant	<i>weiss nicht</i>
Senden und Empfangen von E-Mails	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Nachrichten schreiben (z.B. WhatsApp) oder Telefonieren über das Internet (z.B. Skype)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Fahrpläne oder Fahrzeiten von öffentlichen Verkehrsmitteln im Internet abrufen (SBB, etc.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Allgemeine Informationen im Internet suchen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Sich über Gesundheitsthemen informieren	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Karteninformationen abrufen Navigation (z.B. Google-Maps)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Streamingdienste für Sendungen (Radio/TV), auch Podcast, Netflix, Spotify oder SRF Play (Online Mediathek)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Spielen von Spielen im Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Lesen von Zeitungen, Zeitschriften oder Magazinen im Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Nutzen von sozialen Netzwerken (z.B. Facebook, Instagram, Twitter)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Hinterlassen von Kommentaren, Blogeinträge oder Diskutieren in Foren	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Online Buchungen (z.B. Restaurants, Hotels, Kino, Theater, Fahrkarten, Flugtickets)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Einkaufen im Internet (z.B. Kleider oder Essen)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888



	wäre interessant	wäre nicht interessant	<i>weiss nicht</i>
Verkauf von Waren oder Dienstleistungen (z.B. Ebay, Ricardo)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Internet-Banking und andere Finanzdienstleistungen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Onlineservices von Ämtern und Behörden	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888

14 Es gibt verschiedene Gründe, das Internet nicht zu nutzen. Was sind für Sie persönlich Gründe, das Internet nicht zu nutzen? Nachfolgend sehen Sie eine Liste mit möglichen Gründen. Geben Sie bitte jeweils an, ob dies für Sie persönlich „ein Grund“ oder „kein Grund“ ist, das Internet nicht zu nutzen.

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet selber nicht nutzen!

	ein Grund	kein Grund	<i>weiss nicht</i>
Zu hohe Kosten für Internetanschluss und Geräte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Die Benutzung der Internet-Programme ist zu kompliziert	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Sicherheitsbedenken im Internet (Datensicherheit, Internetkriminalität)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Gesundheitliche Probleme	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Zu hoher Aufwand beim Erlernen der Anwendung des Internets	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Fehlende Unterstützung beim Umgang mit dem Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Sie sehen keinen Nutzen darin	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Eine andere Person ruft für Sie Informationen im Internet ab	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888



15 Die Technik bietet die Möglichkeit, Informationen bzgl. Ihrer Gesundheit zu sammeln und diese zu speichern. Bitte geben Sie an, ob Sie folgende Apps oder Funktionen „ausprobieren würden“ oder „nicht ausprobieren würden.“

	würde ich ausprobieren	würde ich nicht ausprobieren	<i>weiss nicht</i>
Krankenkassen Apps	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Vitalfunktionen messen (z.B. Blutzucker, Puls, Kalorienverbrauch)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
Fitness-App (z.B. Schrittzähler, sportliche Aktivitäten)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
App zur Kommunikation mit ÄrztInnen oder Apotheken	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888
App zur Erinnerung an Medikamente oder Kontrolle von Medikamenten	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 888

16 Wenn Sie eine der vorher genannten Gesundheits-Applikationen nutzen würden: Inwiefern wären Sie bereit, Ihre Daten mit folgenden Personen oder Dritten über das Internet/die App zu teilen? Bitte kreuzen Sie auf einer Skala von 1 bis 5 an, ob Sie eher bereit sind die Daten zu teilen oder nicht.

1 bedeutet „bin nicht bereit meine Daten zu teilen“ - 5 „bin voll und ganz bereit meine Daten zu teilen“. Mit den Zwischenwerten können Sie ihr Urteil abstufen.

	bin nicht bereit zu teilen (1)	(2)	(3)	(4)	bin voll und ganz bereit zu teilen (5)	<i>weiss nicht</i>
(Haus-) ÄrztInnen oder Spitäler	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Krankenkassen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
(öffentliche) Forschung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888



Die folgenden Fragen richten sich wieder an alle.

17 Im Folgenden geht es nun um allgemeine Meinungen zum Internet. Bitte geben Sie für jeden der folgenden Sätze auf einer Skala von 1 bis 5 an, wie sehr die darin enthaltene Aussage Ihrer Meinung nach zutrifft. 1 bedeutet dabei „trifft gar nicht zu“, 5 heisst „trifft völlig zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

	trifft gar nicht zu (1)	(2)	(3)	(4)	trifft völ- lig zu (5)	<i>weiss nicht</i>
Ich befürchte, dass ich vom Internet abhängig werde	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Das Internet erleichtert den Kontakt zu anderen Menschen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Das Internet erspart viel Lauferei	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Das Internet ist anregend und faszinierend	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Man muss das Internet nutzen, um mitreden zu können	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Das Internet ermöglicht es mir, im Alter länger selbstständig zu bleiben	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888

18 Falls Sie das Internet nutzen: Würden Sie sich manchmal aus der Gesellschaft ausgeschlossen fühlen, wenn Sie das Internet **nicht mehr nutzen** könnten? (Skala unten)

Falls Sie das Internet nicht nutzen: Fühlen Sie sich manchmal aus der Gesellschaft ausgeschlossen, **weil** Sie das Internet nicht nutzen?

	ja sehr (1)	eher ja (2)	teils- teils (3)	eher nein (4)	nein gar nicht (5)	<i>weiss nicht</i>
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888



19 Nun folgen Beispiele für technische Dienstleistungen, welche im Alltag bereits genutzt werden.

Bitte geben Sie an, ob Sie diese „immer nutzen, wenn die Gelegenheit gegeben ist“, „ab und zu nutzen“; „nur nutzen, wenn es nicht anders geht“, „noch nie benutzt haben aber interessant finden“ oder „noch nie benutzt haben und nicht interessant finden“

	immer wenn möglich	ab und zu	nur wenn es nicht anders geht	noch nie benutzt, aber interessant	noch nie benutzt und nicht interessant	weiss nicht
ÖV-Ticketautomat	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Geldautomat (Bank oder Post)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Self-Checkout-Kassen im Lebensmittel-laden (Selbstbedienungskasse)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Kontaktloses Bezahlen (Twint, Apple-Pay, oder Bankkarte mit NFC-Chip)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Selbstaussleihe oder Rückgabe (z.B. Bücher, Velos, Trottnet)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888

20 Wie einfach finden Sie oder stellen Sie sich die Bedienung dieser technischen Geräte vor? 1 bedeutet „sehr schwierig“ - 5 „sehr leicht“.

	sehr schwierig	schwierig	teils-teils	leicht	sehr leicht	weiss nicht
ÖV-Ticketautomat	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Geldautomat (Bank oder Post)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Self-Checkout-Kassen im Lebensmittel-laden (Selbstbedienungskasse)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Kontaktloses Bezahlen (Twint, Apple-Pay, oder Bankkarte mit NFC-Chip)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Selbstaussleihe oder Rückgabe (Z.B. Velos, Trottnet, Bücher)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888



21 Nun geht es nochmals um digitale Dienstleistungen wie beispielsweise Online-Shopping, Self-Scan-Kassen oder das Lösen von Fahrkarten am Automaten.

Bitte kreuzen Sie an, wie sehr Sie den folgenden Aussagen zustimmen. 1 bedeutet „stimme gar nicht zu“, 5 bedeutet „stimme voll und ganz zu“, mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

	stimme gar nicht zu (1)	(2)	(3)	(4)	stimme voll und ganz zu (5)	<i>weiss nicht</i>
Digitale Dienstleistungen sind einfacher zu handhaben als ihre Alternativen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Digitale Dienstleistungen sparen Zeit	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Digitale Dienstleistungen sind besser zugänglich als ihre Alternativen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Digitale Dienstleistungen sind günstiger für mich (sparen Geld)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Digitale Dienstleistungen bedrohen Arbeitsplätze	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Digitale Dienstleistungen gefährden die Sicherheit meiner Daten	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888

22 In der Schweiz werden bereits verschiedene Dienstleistungen seitens der Behörden digital zur Verfügung gestellt.

Inwiefern finden Sie, dass folgende Dienstleistungen notwendig sind? 1 bedeutet „völlig unnötig“ und 5 bedeutet „unbedingt nötig“, mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

	völlig unnötig (1)	(2)	(3)	(4)	Unbe- dingt nötig (5)	<i>weiss nicht</i>
Die Möglichkeit, die Steuern online auszufüllen und einzureichen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Die Möglichkeit, über das Internet zu wählen oder abzustimmen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Die Möglichkeit, ein elektronisches Patientendossier zu besitzen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Die Möglichkeit, Ausweise (z.B. Identitätskarte oder Pass) über das Internet zu bestellen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888



23 Wie schätzen Sie ihre Internetkenntnisse im Allgemeinen ein? 1 bedeutet „keine Kenntnisse“ und 10 bedeutet „Internet Expertin/Experte“, mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

keine Kenntnisse (1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	Internet Experte (10)	<i>weiss nicht</i>
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/> 888

24 Wie vertraut sind Sie mit den folgenden Begriffen aus dem Internet? 1 Bedeutet „keine Kenntnisse“ und 5 „vollständige Kenntnisse“, mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

	keine Kenntnisse (1)	(2)	(3)	(4)	vollständige Kenntnisse (5)	<i>weiss nicht</i>
Erweiterte Suche	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
PDF	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Spyware	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Wiki	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Cache	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Phishing	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Proxypod	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888

25 Geben Sie bitte auf einer Skala von 1 bis 5 an, wie stark das Internet Ihrer Meinung nach von folgenden Personen oder Gruppen mehrheitlich genutzt wird. 1 bedeutet dabei „gar nicht“, 5 „sehr stark“, mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

	(1) gar nicht	(2)	(3)	(4)	(5) sehr stark	<i>Person(en) nicht vorhanden</i>	<i>weiss nicht</i>
Ihr/e Lebenspartner/in	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 666	<input type="checkbox"/> 888
Familienangehörige	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 666	<input type="checkbox"/> 888



	(1) gar nicht	(2)	(3)	(4)	(5) sehr stark	<i>Person(en) nicht vorhanden</i>	<i>weiss nicht</i>
Bekannte/Freunde	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 666	<input type="checkbox"/> 888
Nachbarn MitbewohnerIn	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 666	<input type="checkbox"/> 888

26 Nun folgen noch ein paar Aussagen zu Ihrer Lebenssituation. Bitte geben Sie für jeden der folgenden Sätze auf einer Skala von 1 bis 5 an, wie sehr die darin enthaltene Aussage Ihrer Meinung nach zutrifft. 1 bedeutet dabei „trifft gar nicht zu“, 5 „trifft völlig zu“, mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen.

	(1) trifft gar nicht zu	(2)	(3)	(4)	(5) Trifft völlig zu	<i>weiss nicht</i>
Ich bin im Alltag viel auf die Hilfe von anderen angewiesen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Ich fühle mich sehr alt	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Für die nächsten Jahre habe ich schon allerlei Pläne	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Manchmal fühle ich mich allein gelassen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
In meinem Leben gibt es mehr Freude als Sorgen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888
Meine Gesundheit ist für mein Alter noch sehr gut	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 888



32 Wie viele Personen leben ständig in Ihrem Haushalt, Sie selbst miteingeschlossen?

Personenzahl: (insgesamt im Haushalt) _____ 

(Falls Sie in einem Heim wohnen: Anzahl Personen in Ihrem Zimmer)

33 Welche war die letzte Schule/Ausbildung, die Sie besucht haben?

Bitte nur die höchste (Schul-) Ausbildung ankreuzen!

Bitte nur eine Antwort ankreuzen.

Primarschule	<input type="checkbox"/> 1
Sekundar-/Real-/Bezirksschule	<input type="checkbox"/> 2
Berufsschule / Lehre	<input type="checkbox"/> 3
Mittelschule / Gymnasium	<input type="checkbox"/> 4
Seminar / Technikum / HTL / HWV	<input type="checkbox"/> 5
Universität / ETH / Hochschule / HSG / Polytechnikum	<input type="checkbox"/> 6

34 Wie viele (lebende) Kinder haben Sie?

(Wenn Sie keine Kinder haben, bitte eine 0 eintragen)

Kinderanzahl: _____ 

35 Falls Sie Kinder haben, wie häufig sehen Sie sie?

täglich	mehrmals in der Woche	mehrmals im Monat	seltener	<i>weiss nicht</i>
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 888



36 Wie gross ist ungefähr das monatliche Brutto-Einkommen Ihres Haushalts? Gemeint ist damit alles inklusive, auch AHV, Pension, Zinserträge usw. aller Personen im Haushalt zusammen, vor Steuern.

Angaben in Schweizer Franken (CHF)	Bitte nur <u>eine Antwort</u> ankreuzen.
Bis 1000.-	<input type="checkbox"/> 1
1001.- bis 1500.-	<input type="checkbox"/> 2
1501.- bis 2000.-	<input type="checkbox"/> 3
2001.- bis 2500.-	<input type="checkbox"/> 4
2501.- bis 3000.-	<input type="checkbox"/> 5
3001.- bis 4000.-	<input type="checkbox"/> 6
4001.- bis 5000.-	<input type="checkbox"/> 7
5001.- bis 6000.-	<input type="checkbox"/> 8
6001.- bis 8000.-	<input type="checkbox"/> 9
8001.- bis 10'000.-	<input type="checkbox"/> 10
über 10'000.-	<input type="checkbox"/> 11

*weiss
nicht*

888



**Universität
Zürich** UZH

Das Zentrum für Gerontologie (ZfG) ist ein interdisziplinäres und interfakultäres Kompetenzzentrum der Universität Zürich. Es erarbeitet wissenschaftliche Grundlagen für ein Altern mit guter Lebensqualität und strebt zu diesem Zweck die interdisziplinäre Vernetzung von Forschung und Lehre auf allen Gebieten der Alterswissenschaften an. Das Zentrum sensibilisiert Wirtschaft, Politik, Kultur, Kirche und Öffentlichkeit für gerontologische Fragen und fördert die Zusammenarbeit und Verständigung zwischen Forschenden, älteren Menschen selbst und in der praktischen Altersarbeit Tätigen.



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

Gesundheitsförderung Schweiz ist eine Stiftung, die von Kantonen und Versicherern getragen wird. Mit gesetzlichem Auftrag initiiert, koordiniert und evaluiert sie Massnahmen zur Förderung der Gesundheit (Krankenversicherungsgesetz, Art. 19). Die Stiftung unterliegt der Kontrolle des Bundes. Oberstes Entscheidungsorgan ist der Stiftungsrat. Die Geschäftsstelle besteht aus Büros in Bern und Lausanne. Jede Person in der Schweiz leistet einen monatlichen Beitrag von 40 Rappen zugunsten von Gesundheitsförderung Schweiz, der von den Krankenversicherern eingezogen wird.

RAIFFEISEN

Die Raiffeisen Gruppe ist die führende Schweizer Retailbank. Die dritte Kraft im Schweizer Bankenmarkt zählt rund 1,9 Millionen Genossenschafterinnen und Genossenschafter sowie 3,5 Millionen Kundinnen und Kunden. Die Raiffeisen Gruppe ist an 847 Standorten in der ganzen Schweiz präsent. Die 229 rechtlich autonomen und genossenschaftlich organisierten Raiffeisenbanken sind in der Raiffeisen Schweiz Genossenschaft zusammengeschlossen. Diese hat die strategische Führungsfunktion der gesamten Raiffeisen Gruppe inne. Mit Gruppengesellschaften, Kooperationen und Beteiligungen bietet Raiffeisen Privatpersonen und Unternehmen ein umfassendes Produkt- und Dienstleistungsangebot an.

MIGROS kulturprozent

Das Migros-Kulturprozent ist ein freiwilliges, in den Statuten verankertes Engagement der Migros, das in ihrer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft gründet. Es verpflichtet sich dem Anspruch, der Bevölkerung einen breiten Zugang zu Kultur und Bildung zu verschaffen, ihr die Auseinandersetzung mit der Gesellschaft zu ermöglichen und die Menschen zu befähigen, an den sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Veränderungen zu partizipieren. Tragende Säulen sind die Bereiche Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft.



Pro Senectute ist die grösste und bedeutendste Fach- und Dienstleistungsorganisation für ältere Menschen und deren Angehörige in der Schweiz. Wir beraten Seniorinnen und Senioren kostenlos in über 130 Beratungsstellen. Mit vielfältigen Dienstleistungen und spezifischen Angeboten unterstützen 1'800 Mitarbeitende und 18'400 Freiwillige die ältere Bevölkerung in allen Belangen rund um das Alter. Rund 700'000 Menschen im Pensionsalter sowie deren Angehörige nutzen unsere Angebote.

Die Studie kann online bestellt werden unter:
www.prosenectute.ch/shop

Spendenkonto: PC 87-500301-3
www.prosenectute.ch