



Institut de recherches sociales et économiques - Institut für Sozial- und Wirtschaftsforschung
Pont Bessières 3 - CH 1005 Lausanne – Tél. +41 21 320 95 03 - Fax + 41 21 312 88 46 - e-mail : info@mistrend.ch - www.mistrend.ch

Studie über den Internetanschluss und dessen Nutzung in der Schweiz

durchgeführt im Auftrag des Bundesamtes für
Kommunikation, Abteilung Telecomdienste

November 2009



INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
1. STUDIENBESCHREIBUNG	
1.1. Ziele der Studie	4
1.2. Methodisches Konzept	5
1.3. Struktur der Stichprobe	6
1.4. Informationserhebung	9
1.5. Gliederung des Berichts	9
2. AUSRÜSTUNG UND INTERNETANSCHLUSS	
2.1 Versorgung der Schweizer Haushalte mit Fernsehern und Empfangsarten	11
2.2 Versorgung der Schweizer Haushalte mit Computern	12
2.3 Internetanschluss zu Hause	13
2.4 Art des Internetanschlusses	14
2.5. Gründe für Verzicht auf Breitbandanschluss	16
2.6. Schutz des Computers	17
2.7. Gründe für Verzicht auf Internetanschluss	18
2.8 Überblick	20
3. WAHL DES ANBIETERS	
3.1. Aktueller Anbieter	21
3.2. Zugangsgeschwindigkeit	22
3.3. Anbieterwechsels	24
3.4. Häufigkeit der Marktangebotsvergleiche	25
3.5. Kriterien bei der Auswahl eines Anbieters	26

4.	KUNDENZUFRIEDENHEIT	
4.1.	Zufriedenheit mit der Qualität des Anschlusses	28
4.2.	Zufriedenheit mit dem Preis	29
4.3.	Betreuung durch den Anbieter bei Problemen	30
5.	INTERNETNUTZUNG ZU HAUSE DURCH SCHWEIZER HAUSHALTE	
5.1.	Häufigkeit der Nutzung	31
5.2.	Intensität der Nutzung	32
5.3.	Art der Nutzung	33
	1. Fernarbeit oder Fernstudium	33
	2. Kommunikation	34
	3. Informationsbezug	34
	4. Unterhaltung im Internet	35
	5. Bürgerpflicht	35
	6. Kauf und Verkauf	36
	7. Webpräsenz	39
5.4.	Übersicht	40
6.	BEFÜRCHTUNGEN IM ZUSAMMENHANG MIT DER INTERNETNUTZUNG	44
7.	ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN	45

1. STUDIENBESCHREIBUNG



1.1. Ziele der Studie

Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) hat unter anderem die Aufgabe, regelmässig Informationen für die Akteure auf dem Schweizer Fernmeldemarkt bereitzustellen, d.h. für die Behörden, den Gesetzgeber, den Regulator, die Anbieter und die Konsumenten. Zu diesem Zweck erstellt das BAKOM jährlich eine amtliche Fernmeldestatistik, die auf den Daten beruht, welche von den auf dem Schweizer Markt tätigen Anbieter zur Verfügung gestellt werden. Um aber nicht nur auf das Angebot zu fokussieren, sondern auch die Meinung der Nutzer von Fernmeldediensten zu verschiedenen Fragen von allgemeinem Interesse zu erfahren, führt das BAKOM von Zeit zu Zeit Umfragen durch. So veröffentlichte es 2005 die Ergebnisse einer Umfrage über die Nutzung der Festnetztelefonie und 2007 eine Studie über die Nutzung der Mobilfunktelefonie.

2009 hat sich das BAKOM nun dem Internetzugang der Schweizer Haushalte gewidmet und eine Studie durchgeführt, deren Ergebnisse in diesem Bericht zu finden sind und die vor allem folgende Ziele verfolgt hat:

- zu ermitteln, wie gut die Haushalte mit Computern und Fernsehern ausgestattet sind,
- den Internet-Versorgungsgrad und die verwendeten Anschlussarten (über Fest- oder Mobilnetz) zu kennen,
- zu verstehen, aus welchen Gründen das Internet nicht genutzt wird,
- die Kriterien für die Wahl des Dienstleistungserbringers für den Internetanschluss zu Hause zu erfassen,
- das Ausmass und die Arten der Internetnutzung zu ermitteln,
- den Zufriedenheitsgrad in Bezug auf die bezogenen Leistungen zu erfassen,
- die Bereiche zu ermitteln, in denen das Vertrauen in die Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) fehlt,
- allfällige Wert- und Verhaltensunterschiede je nach berücksichtigten soziodemografischen Variablen aufzuzeigen.

Bei den Haushalten mit eigenem Internetanschluss ging es also darum herauszufinden, wie der Anbieter gewählt wird und wie man mit diesem zufrieden ist, welche Gewohnheiten es bei der Internetnutzung gibt (Häufigkeit, Dauer, genutzte Anwendungen) und wie ausgeprägt das Sicherheitsgefühl im Umgang mit den IKT und anderen mit deren Nutzung verbundenen Elementen ist.

Bei den Haushalten ohne eigenen Internetanschluss ging es darum herauszufinden, aus welchen Gründen diese auf das Internet verzichten.



1.2. Methodisches Konzept

Um den Internet-Versorgungsgrad zu messen, musste man eine für die Schweizer Haushalte vollkommen repräsentative Studie durchführen. Eine einfache Zufallsauswahl aus dem Telefonbuch hätte wegen der steigenden Zahl nicht eingetragener Haushalte, u.a. jener, die lediglich mit mobilen Anschlüssen ausgestattet sind, nicht ausgereicht. Daher griff man auf bewährte Mittel zurück, um die Unvollständigkeit des Telefonbuchs zu umgehen.

Die **Stichprobe** der vorliegenden Studie ist der fortwährend aktualisierten Datei des Fachunternehmens *AZ direct* entnommen, die fast alle Schweizer Haushalte umfasst. Wir haben diese sorgfältig geprüft, indem wir ihre Struktur mit jener verglichen haben, die man mit einer von M.I.S Trend erarbeiteten Stichprobenerhebungs-Methode erhält, die ausgereift und mehrfach für wissenschaftliche Studien verwendet wurde. Diese Analysen zeigen, dass die Datei denselben Anteil von Adressen ohne Telefonangaben enthält und somit eine echte Alternative darstellt, da sie deutlich weniger kostspielig als die wissenschaftliche Stichprobenerhebung von M.I.S Trend ist.

Die vorliegende Studie über den Internetanschluss beruht also auf einer repräsentativen Zufallsauswahl von Privathaushalten in der Datei *AZ direct*, die auch die Privathaushalte ohne Eintrag im Telefonbuch einbezieht. Um die Stichprobenfehler für jede der drei Sprachregionen zu minimieren, wurde die Stichprobe im Verhältnis von 40% in der Deutschschweiz zu 40% in der Westschweiz und 20% im Tessin aufgeteilt.

In der Bruttostichprobe wurden 20% Adressen ohne Telefonangaben ausgewählt. Dieser Anteil bestätigte sich in allen wissenschaftlichen Studien, die mit der wissenschaftlichen Stichprobenerhebung von M.I.S Trend durchgeführt wurden.

Alle Haushalte erhielten ein Informationsschreiben, das die Ziele der Studie darlegte. Vom Auftraggeber wurde eine Gratis-Hotline für weitere Auskünfte eingerichtet.

Die Haushalte, für die eine Telefonnummer verfügbar war, wurden **telefonisch** befragt (CATI), wodurch mehrere Kontaktierungsversuche möglich waren, was die Nichtbeantwortungsrate verringerte. Ausserdem gewährleistete die ständige Überwachung der Informationserhebung in unseren Telefonzentralen die Qualität.

Die Haushalte, für die keine Nummer bekannt war, erhielten einen **Fragebogen auf Papier** mit der alternativen Möglichkeit, die Fragen im **Internet** zu beantworten. Dazu erhielten sie einen Link zu einem Online-Fragebogen mit einem personalisierten und gesicherten Zugangscod. Sie erhielten alle einen 10-Franken-Schein als Dank im Voraus. Jene, die bei Ablauf der ersten Frist noch nicht geantwortet hatten, erhielten eine schriftliche Mahnung mit einem neuen Fragebogen.

1.3. Struktur der Stichprobe

Vorgegeben war, 1'000 Schweizer Haushalte zu befragen. Diese Stichprobe sah **vor der Gewichtung**, die jeder Region wieder ihr reales demografisches Gewicht verleiht, wie folgt aus:

- 433 Haushalte in der Westschweiz, mit einem maximalen Stichprobenfehler von $\pm 4,7\%$,
- 489 Haushalte in der Deutschschweiz, mit einem maximalen Stichprobenfehler von $\pm 4,4\%$,
- 225 Haushalte im Tessin, mit einem maximalen Stichprobenfehler von $\pm 6,5\%$.

Bei der telefonischen Befragung wurde eine Antwortrate von 52% der Bruttostichprobe erreicht. Die Informationserhebung erfolgte vom 31. August bis 12. September 2009 von den Telefonzentralen von M.I.S Trend in Lausanne und Bern aus. Dank der Teilnahmeprämie von 10 Franken und der Mahnung konnte bei der Stichprobe ohne bekannte Telefonnummer fast die gleiche Antwortrate (51%) erreicht werden. Lediglich 14 Personen verwendeten den Online-Fragebogen; das sind 7% der Haushalte, denen diese Möglichkeit geboten wurde. Schliesslich gingen 82% der Antworten telefonisch ein, was dem Anteil der im öffentlichen Telefonbuch eingetragenen Haushalte entspricht.

Gegenstand der Studie waren somit:

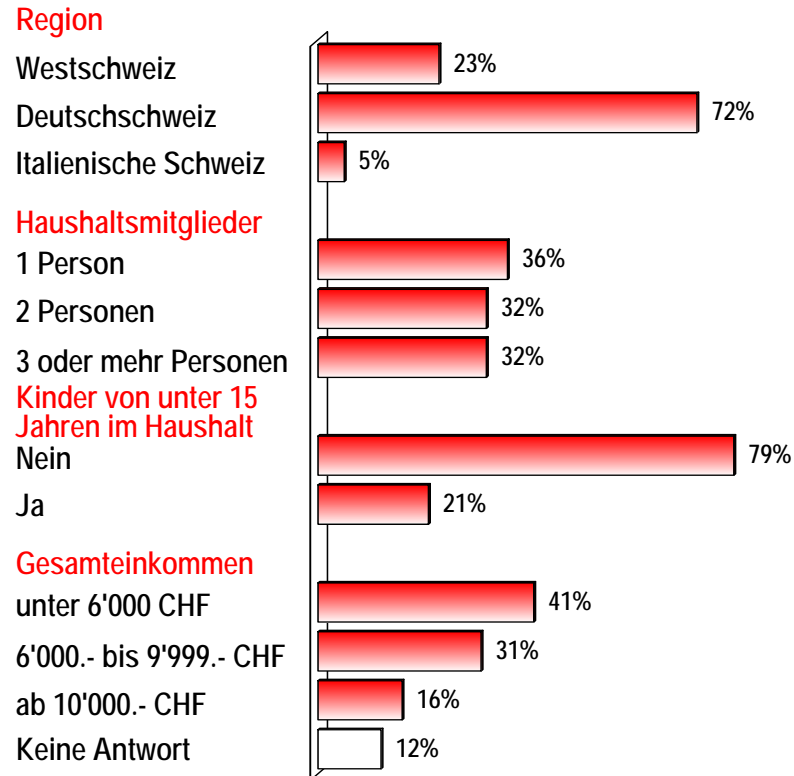
- 1'147 Haushalte als Grundlage für die Analyse der Versorgung mit einem Internetanschluss je nach Sprachregion, Haushaltgrösse und Gesamteinkommen (Stichprobenfehler: $\pm 2,9\%$);
- 827 Haushalte mit eigenem Internetanschluss innerhalb der oben genannten 1'147 Haushalte (Stichprobenfehler: $\pm 3,4\%$).

Die Struktur der Haushalte ist auf folgenden Grafiken dargestellt, gewichtet nach Sprachregion und Grösse des Haushalts.

Die Personenstichprobe ist kein repräsentatives Spiegelbild der Schweizer Bevölkerung. Es wurde diesbezüglich keine Repräsentativität angestrebt. In jedem Haushalt wurde die Person befragt, die am besten in der Lage war, die Fragen zum Internet zu beantworten.

Haushaltsstichprobe

(Basis: 1147 repräsentative Haushalte in der Schweiz)



Die Grundstichprobe war bezüglich Sprachregionen zwecks Minimierung des Stichprobenfehlers bei den sprachlichen Minderheiten disproportional. Die Grösse der schliesslich befragten Haushalte entsprach nicht ganz der vom BFS gemeldeten, da die Wahrscheinlichkeit, einen Haushalt zu erreichen, proportional zu seiner Grösse ist. Die Haushaltsstichprobe wurde daher nach diesen beiden Variablen gewichtet, damit man vollkommen repräsentative Zahlen für die Gesamtheit der Schweizer Haushalte erhielt.

Ein Fünftel der befragten Haushalte umfasste mindestens ein Kind unter 15 Jahren.

Die Höhe des Gesamteinkommens der befragten Haushalte entspricht der vom BFS gemeldeten Verteilung: 40% verfügen über ein Einkommen von unter 6'000.- Fr., 20% liegen zwischen 6'000.- und 10'000.- Fr. und 20% erreichen über 10'000.- Fr. In der Studie liegen die entsprechenden Anteile bei 41%, 31% und 16%, aber 12% der Haushalte weigerten sich, sich dazu zu äussern, und die Erfahrung zeigt, dass diese Haushalte zu einem grossen Teil zur oberen Einkommensklasse gehören, die in der Regel wenig geneigt ist, sich zu diesem Thema zu äussern.

Personenstichprobe

(Basis: 1147 Personen im Alter von mindestens 15 Jahren)

Geschlecht

Männlich

46%

Weiblich

54%

Alter

15 - 44 Jahre

34%

45 - 64 Jahre

35%

65 Jahre & +

31%

Bildungsniveau

Obligatorische Schule

16%

Lehre, Berufsschule

50%

Gymnasium, Lehrersemin.,
Handlersch., Technikum

18%

UNI, ETH, FH

16%

Die Personenstichprobe ist nicht repräsentativ für die Bevölkerung, da es in der Studie um die Haushalte geht.

So wurde in jedem Haushalt einfach eine Person befragt, die verfügbar und in der Lage war, Fragen zum Internetanschluss zu beantworten.

Im Vergleich zur Schweizer Bevölkerung sind Frauen und ältere Personen leicht übervertreten, was wahrscheinlich auf ihre Verfügbarkeit zurückzuführen ist, während die Verteilung auf die verschiedenen Bildungsniveaus sehr nahe bei der tatsächlichen Verteilung in der erwachsenen Gesamtbevölkerung liegt.

1.4. Informationserhebung

Wie oben erwähnt, wurden die Arbeiten mittels zwei Methoden durchgeführt: eine telefonische Informationserhebung bei den Haushalten, deren Telefonnummer bekannt war, und eine schriftliche Erhebung auf Papier oder online bei den Haushalten ohne bekannte Telefonnummer. Das Informationsschreiben wurde am 25. August 2009 an alle in der Grunddatei erfassten Adressen geschickt.

Die telefonische Informationserhebung erfolgte vom 31. August bis 12. September 2009.

Die schriftliche Informationserhebung (Papier und Internet) erfolgte Ende August bis 12. Oktober 2009.

Alle Befragter erhielten zuvor Anweisungen betreffend den Erhebungszweck, die Schwierigkeiten und die einzuhaltenden Qualitätsvorschriften.

1.5. Gliederung des Berichts

Zweck dieses Berichts ist:

- die Versorgung der Haushalte mit Fernsehgeräten und Computern sowie die verwendeten Arten des Internetanschlusses zu analysieren;
- Fragen zum Anbieter zu klären: aktueller Anbieter, Häufigkeit des Wechsels und des Marktangebotsvergleichs sowie Kriterien für die Auswahl eines Anbieters;
- die von den Benutzern gefühlte Zufriedenheit bezüglich der Qualität des Anschlusses, des Preises und der Betreuung bei allfälligen Problemen zu messen;
- zu ermitteln, wie das Internet von den Schweizer Haushalten genutzt wird, dies unter Berücksichtigung der Häufigkeit und der Intensität der Nutzung sowie der verschiedenen möglichen Nutzungsarten;
- allfällige Befürchtungen der Haushalte in Zusammenhang mit der Internetnutzung zu ermitteln.

Der Bericht schliesst mit einer Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse aus der Studie ab.

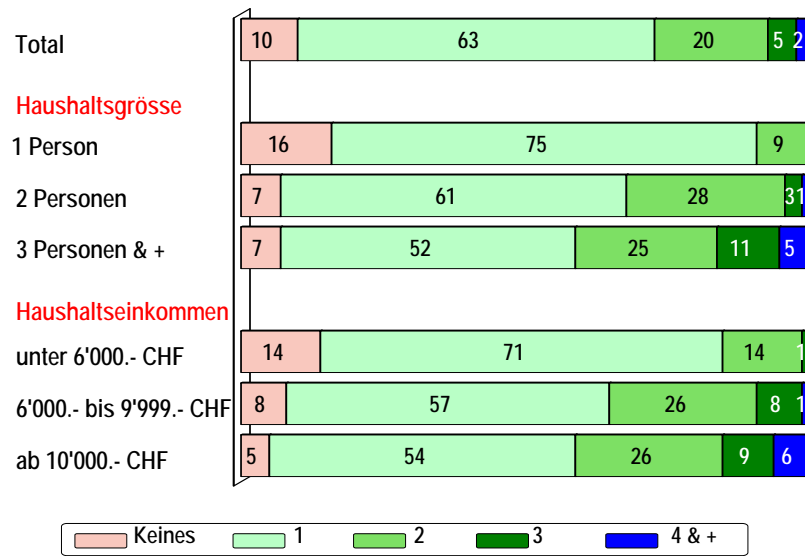
2. AUSRÜSTUNG UND INTERNETANSCHLUSS

Die Studie ermöglicht, die Versorgung der Schweizer Haushalte mit Fernseher, Computer und Internetanschluss zu ermitteln:

- 90% ($\pm 1,7\%$) der Schweizer Haushalte haben mindestens ein Fernsehgerät zu Hause. Dieser Prozentsatz liegt bei Haushalten mit einem Einkommen von unter 6'000.- Fr. pro Monat leicht tiefer (86%), ebenso bei Einpersonenhaushalten (86%).
- 71% ($\pm 2,7\%$) der Schweizer Haushalte besitzen mindestens einen Computer zu Hause. Dieser Prozentsatz ist deutlich tiefer in der italienischsprachigen Schweiz (56%), bei den Haushalten mit einem Einkommen von unter 6'000.- Fr. pro Monat (50%) und in den Einpersonenhaushalten (53%).
- 71% ($\pm 2,7\%$) der Schweizer Haushalte verfügen über einen Internetanschluss zu Hause. Dieser Prozentsatz ist deutlich tiefer in der italienischsprachigen Schweiz (57%), bei den Haushalten mit einem Einkommen von unter 6'000.- Fr. pro Monat (48%) und in den Einpersonenhaushalten (45%).
- Trotz desselben Versorgungsgrades bei Computern und Internetanschluss haben 3% der Haushalte mit einem Computer keinen Internetanschluss, während 3% der Haushalte ohne Computer über einen Internetanschluss zu Hause verfügen.
- Von den 11% Haushalte ohne TV-Empfang haben über die Hälfte (58%) einen Internetanschluss. Lediglich 4% aller Schweizer Haushalte verfügen weder über TV-Empfang noch Internetanschluss. Haushalte mit tiefem Einkommen und Einpersonenhaushalte gehören zweimal mehr zu dieser Kategorie.
- Der Internetanschluss zu Hause erfolgt hauptsächlich über eine Festnetz-Breitbandverbindung (89% der Haushalte mit Internetanschluss haben eine solche Verbindung ($\pm 2,1\%$)). Nur 6% der Haushalte verfügen lediglich über eine Festnetz-Schmalbandverbindung. Die Haushalte mit Mobilnetz-Breitbandverbindung machen nur 2% aus, und für lediglich 1% ist dies der einzige Anschluss zu Hause.

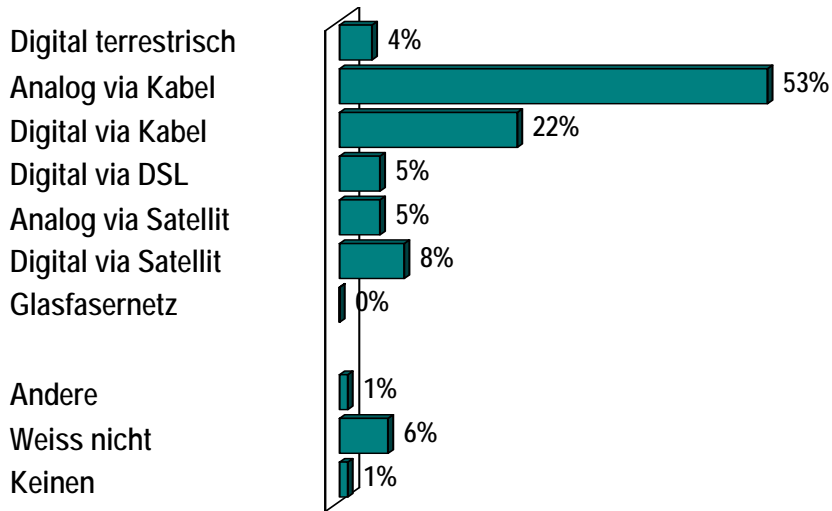
Bei den Haushalten, die über keine bekannte Telefonnummer verfügen und somit mit einem Papier-Fragebogen geantwortet haben, kommt es am häufigsten vor, dass weder TV-Empfang noch Internetanschluss vorhanden ist (11% gegenüber 4% im Durchschnitt).

2.1 Versorgung der Schweizer Haushalte mit Fernsehgeräten (Basis: 1147 repräsentative Haushalte in der Schweiz)



Anzahl Fernsehgeräte (Frage 1)

- 10% der Haushalte geben an, kein Fernsehgerät zu haben.
- In Einpersonen- und Niedriglohnhaushalten kommt es häufiger vor, dass kein Fernsehgerät vorhanden ist.
- Ein Viertel der Haushalte besitzt mehr als ein Gerät.
- Die Zahl der Geräte steigt mit der Anzahl Personen im Haushalt und mit dessen Einkommen.

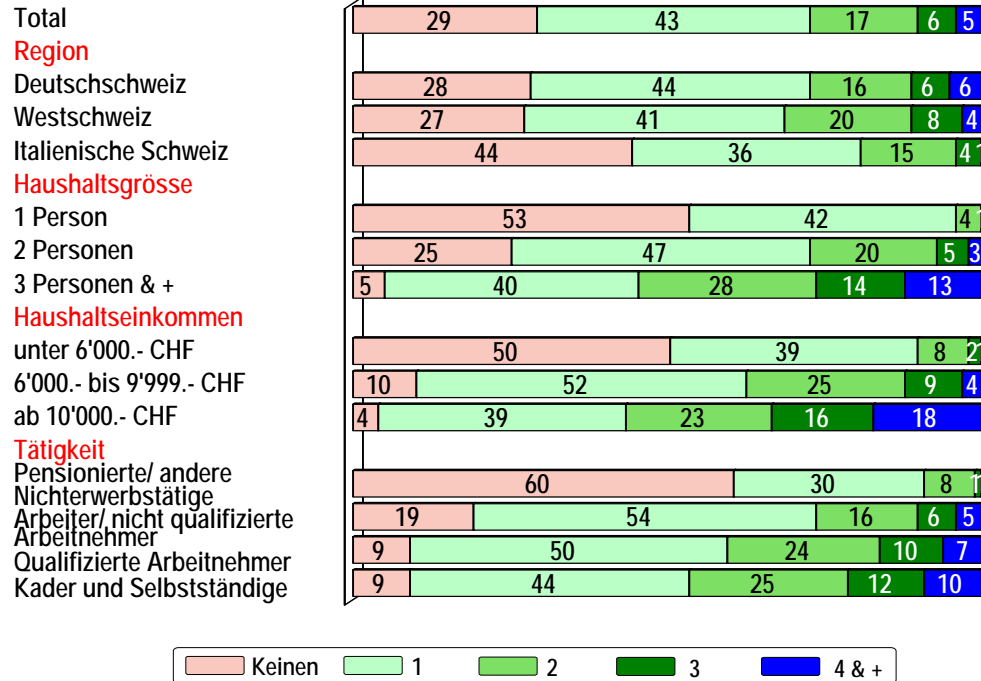


Art des Empfangs (Frage 2)

(Basis: 1033 Haushalte mit TV-Gerät)

- Von den Haushalten, die mindestens ein Fernsehgerät besitzen, empfängt 1% kein Fernsehprogramm.
- Der Fernsehempfang ist hauptsächlich analog via Kabel (53%), gefolgt von digitalen Anschlüssen via Kabel (22%).
- Der analoge Empfang via Kabel ist in der Deutschschweiz stärker verbreitet (57%) als in der Westschweiz (44%) und im Tessin (41%). Die letztgenannten Regionen haben etwas häufiger einen digital terrestrischen Empfang (DS: 3%, WS 8% und TI 8%). Bei den Tessinern gibt es auch häufiger digitalen Empfang via Satellit (17% gegenüber 8% in der DS und 4% in der WS).

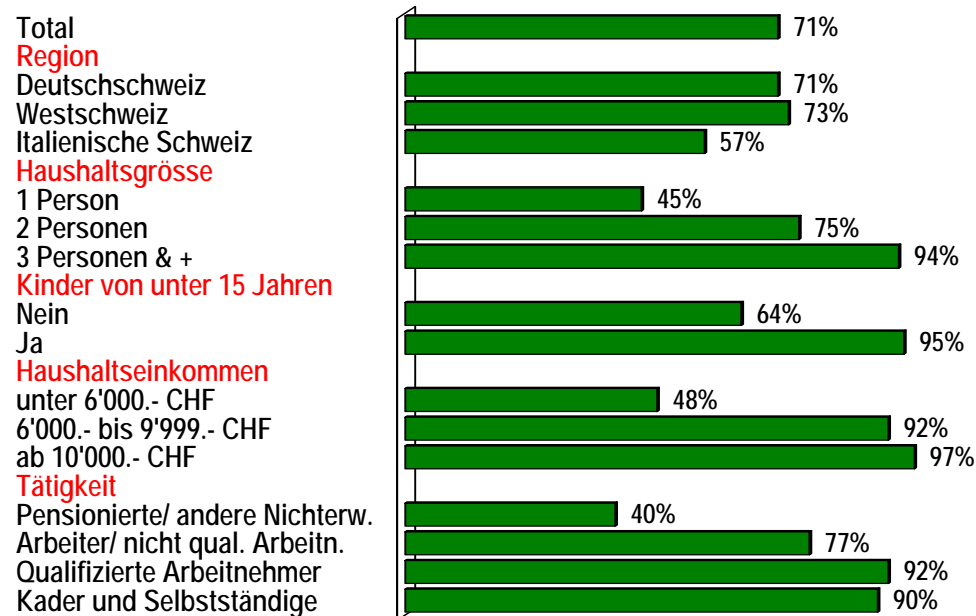
2.2 Versorgung der Schweizer Haushalte mit Computern (Basis: 1147 repräsentative Haushalte in der Schweiz)



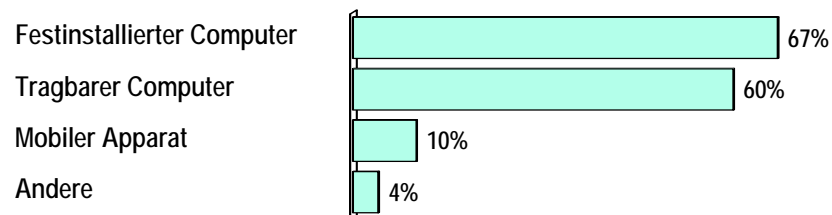
Anzahl Computer in den Haushalten (Frage 3)

- Die Computer sind deutlich weniger in den Haushalten verbreitet als die Fernsehgeräte: Fast 30% besitzen überhaupt keinen, dies gegenüber 10% bei den Fernsehgeräten.
- Im Tessin kommt es häufiger vor, dass kein Computer vorhanden ist (44%). Dasselbe gilt für Haushalte von Personen im Ruhestand und anderen Nichterwerbstätigen (das Tessin ist ja auch bei den Pensionierten als Wohnort besonders beliebt).
- 28% der Haushalte besitzen mehrere Computer.
- Die Anzahl Computer steigt mit der Grösse und dem Einkommen des Haushaltes wie auch mit dem sozioprofessionellen Status, dies im stärkeren Masse als bei den Fernsehgeräten.

2.3 Internetanschluss zu Hause



(mehrere Antworten möglich)



- 10% der Haushalte geben an, dass sie mit einem mobilen Gerät (z.B. Mobiltelefon oder Personal Assistant) auf das Internet zugreifen.
- 4% der Haushalte greifen mittels einer anderen Ausrüstung, z.B. einer Play Station, auf das Internet zu.

Anteil der Schweizer Haushalte mit Internetanschluss zu Hause (Frage 4)

(Basis: 1147 repräsentative Haushalte in der Schweiz)

- 71% der Haushalte haben einen Internetanschluss. 4% davon geben an, keinen Computer zu haben. Sie greifen somit auf anderem Weg auf das Internet zu (z.B. Play Station, iPhone, Computer des Arbeitgebers usw.).
- Der Internetanschluss ist im Tessin besonders gering (57%).
- Der Internetanschluss nimmt mit der Grösse und dem Einkommen des Haushaltes sowie mit der Anzahl Kinder und dem sozioprofessionellen Status zu.

Ausrüstungen für den Internetzugang (Frage 6)

(Basis: 812 Haushalte mit eigenem Internetanschluss)

- Der Zugang erfolgt hauptsächlich über einen festinstallierten und/oder einen tragbaren Computer, in 27% der Fälle über beides.
- Der festinstallierte Computer wird in Haushalten mit Kindern häufiger gebraucht (74%); die Benutzung des tragbaren Computers ist dagegen in Haushalten mit hohem Einkommen häufiger (10'000.- und +: 73%).

2.4 Art des Internetanschlusses (Frage 8)
 (Basis: 812 Haushalte mit Internetanschluss)

(mehrere Antworten möglich)

Schmalbandverbindung

Analoge Telefonleitung 5%

Digitale Telefonleitung 3%

Festnetz-Breitbandverbindung

Via ADSL oder DSL 68%

Via Kabel 21%

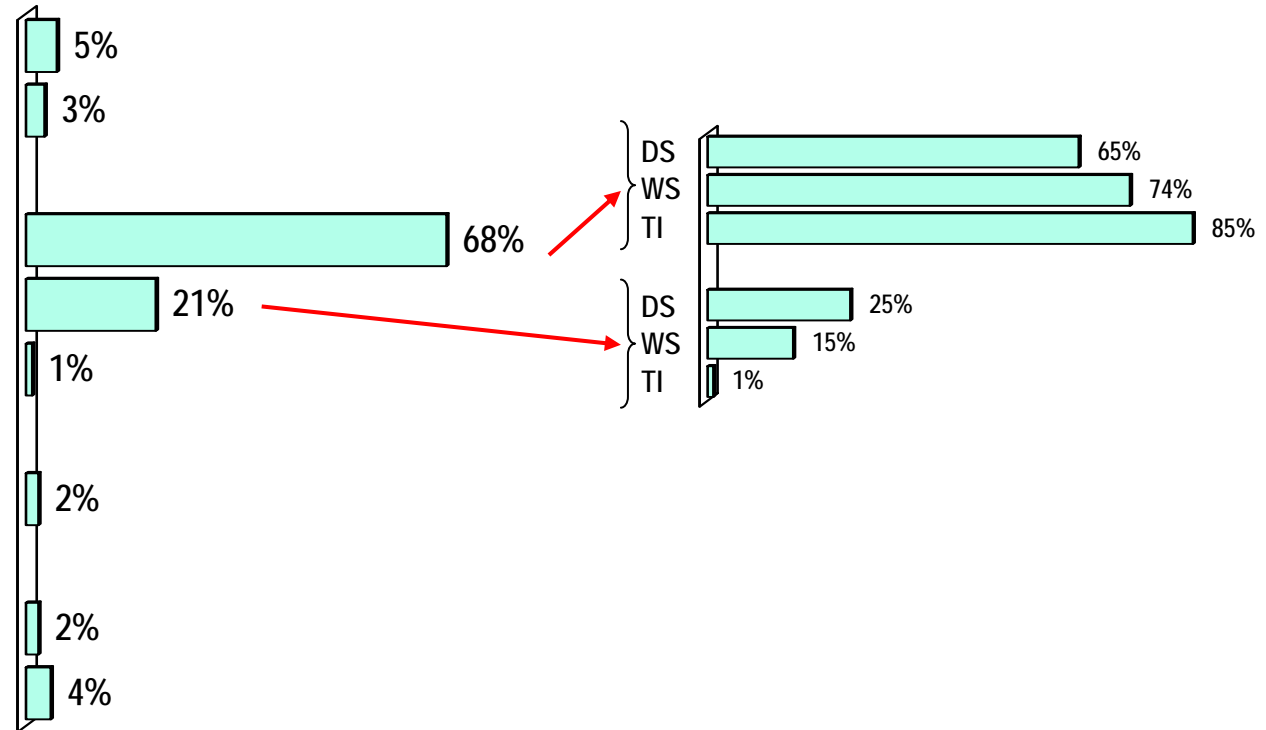
Andere (PLC, Glasfaser, Satellit) 1%

Mobilnetz-Breitbandverbindung

PC-Karte oder USB-Modem 2%

Andere (hot spot, wi-fi, Netz des Nachbarn, Mobiltelefon mit GPRS...) 2%

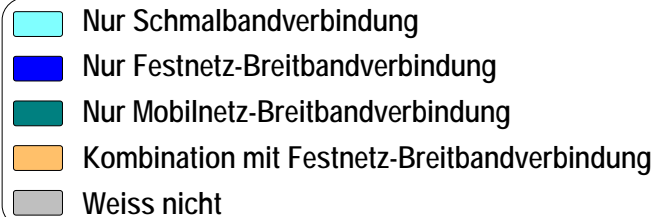
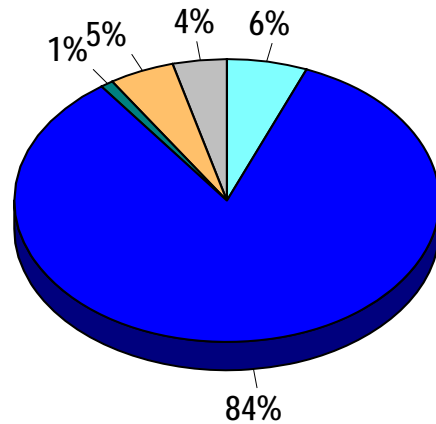
Weiss nicht 4%



Die am meisten verbreitete Anschlussart ist Breitband via ADSL oder DSL, gefolgt von Breitband via Kabel. Ersteres ist im Tessin und in der Westschweiz mehr verbreitet, zweiteres in der Deutschschweiz.

Art des Internetanschlusses (Frage 8)

(Basis: 812 Haushalte mit Internetanschluss)



Insgesamt haben 89% der Haushalte mit eigenem Internetanschluss eine Festnetz-Breitbandverbindung – 5% davon im Kombination mit Schmalband, Mobilnetz-Breitband oder einer anderen Anschlussart.

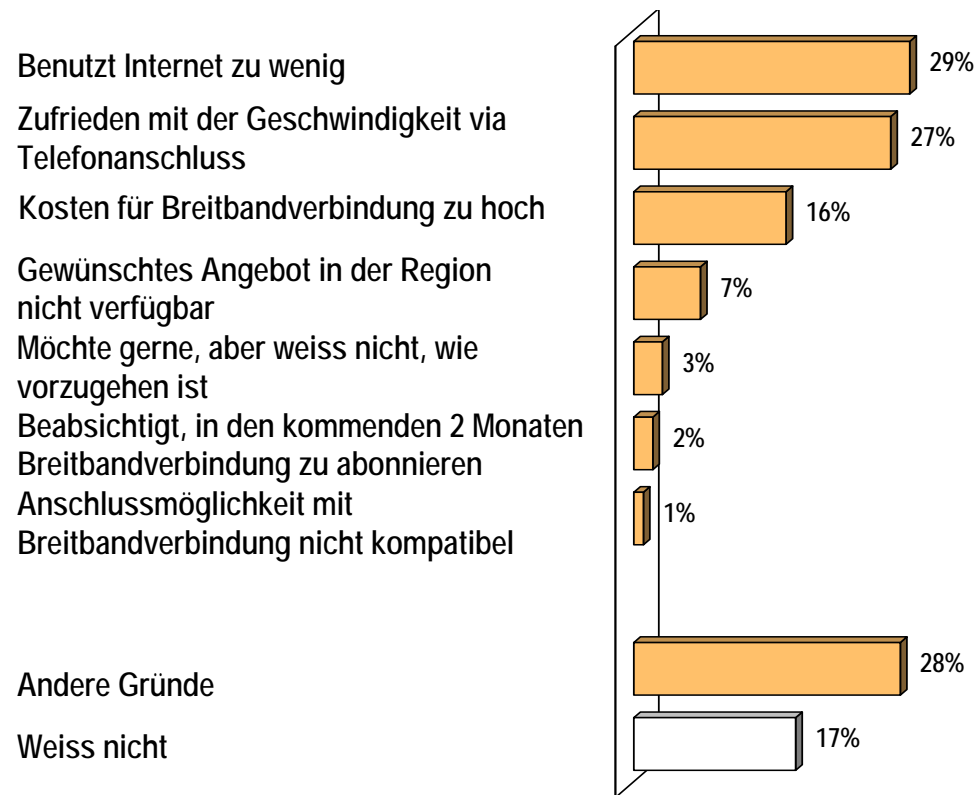
Der Anteil der Haushalte, die lediglich eine Schmalbandverbindung haben, beträgt nur 6%. Es handelt sich dabei eher um Einpersonenhaushalte (10%) und Haushalte von Personen im Ruhestand und anderen Nichterwerbstätigen (16%).

Haushalte, die ausschliesslich über eine Mobilnetz-Breitbandverbindung auf das Internet zugreifen, sind sehr selten (unter 1%). Die Haushalte, die mittels Papier-Fragebogen geantwortet haben, haben dreimal häufiger angegeben, eine Mobilnetz-Breitbandverbindung zu haben. Es handelt sich also eher um Haushalte ohne Festnetztelefonie.

2.5. Gründe für Verzicht auf Breitbandanschluss (Frage 18)

(Basis: 49 Haushalte mit Schmalbandverbindung)

Spontane Antworten – mehrere Antworten möglich

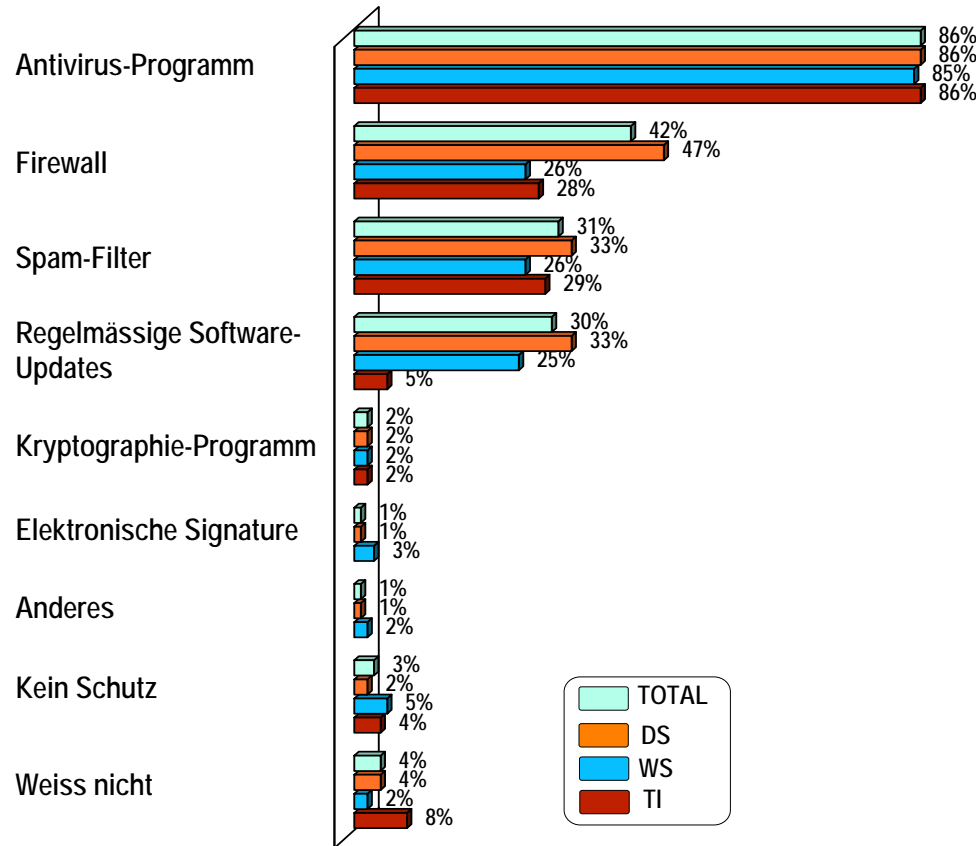


- Die 6% Haushalte, die lediglich eine Schmalbandverbindung haben, begnügen sich hauptsächlich deshalb damit, weil sie das Internet nicht oft brauchen oder weil sie mit der Schmalband-Geschwindigkeit zufrieden sind.
- Vor allem Haushalte mit tiefem Einkommen (unter 6'000.- Fr.) sind mit der Geschwindigkeit zufrieden (51% gegenüber 27% im Durchschnitt). Diese Haushalte sind auch zweimal mehr der Ansicht, dass eine Breitbandverbindung zu teuer ist (32% gegenüber 16% im Durchschnitt).
- Haushalte mit hohem Einkommen (mind. 10'000.- Fr.) gaben hauptsächlich andere Gründe als die vorgegebenen an (57%). Diese Antworten wurden nicht im Detail erfasst. Es geht wahrscheinlich um Prinzipien sowie darum, dass diese Haushalte ausserhalb über eine Breitbandverbindung verfügen (z.B. vom Arbeitgeber bezahlt).
- Die grosse Zahl der «Weiss nicht»-Antworten stammt von den Papier-Fragebögen, wo die Befragten diese Frage oft unbeantwortet gelassen haben.

2.6. Schutz des Computers (Frage 7)

(Basis: 812 Haushalte mit Internetanschluss)

Spontane Antworten – mehrere Antworten möglich

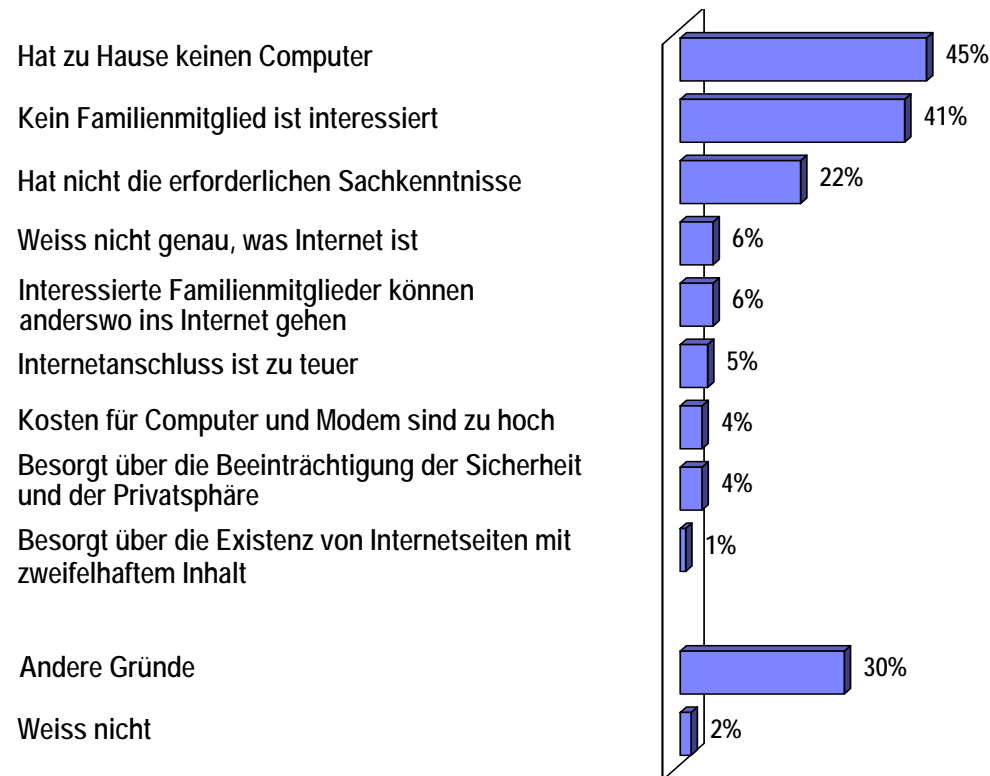


- Die grosse Mehrheit der Haushalte mit Internetanschluss gibt an, den Computer zu schützen (93%); nur 3% geben zu ihn gar nicht zu schützen und 4% wissen nicht ob sie ihn schützen.
- Die am meisten verbreiteten Tools sind Antivirus-Programme (86%), dies in allen Arten von Haushalten. Aus den Antworten auf diese Frage geht jedoch nicht hervor, ob diese Programme auf dem neusten Stand sind.
- Firewalls, Spam-Filter und regelmässiges Software-Update sind ebenfalls weit verbreitet mit jeweils 42%, 31% und 30%.
- Haushalte in der Deutschschweiz schützen ihre Computer häufiger mit Firewall, Spam-Filter und/oder regelmässigem Software-Update.
- Die Verwendung der Firewall ist auch mit der Höhe des Haushaltseinkommens verbunden: Sie wird von 30% der Haushalte mit einem Einkommen von unter 6'000.-, von 43% der Haushalte mit einem Einkommen von 6'000.- bis 9'999.- und von 52% der Haushalte mit einem Einkommen von mindestens 10'000.- Fr. eingesetzt.
- Die anderen Schutztools werden nur sehr selten eingesetzt.

2.7. Gründe für Verzicht auf Internetanschluss zu Hause (Frage 5)

(Basis: 335 Haushalte ohne Internetanschluss)

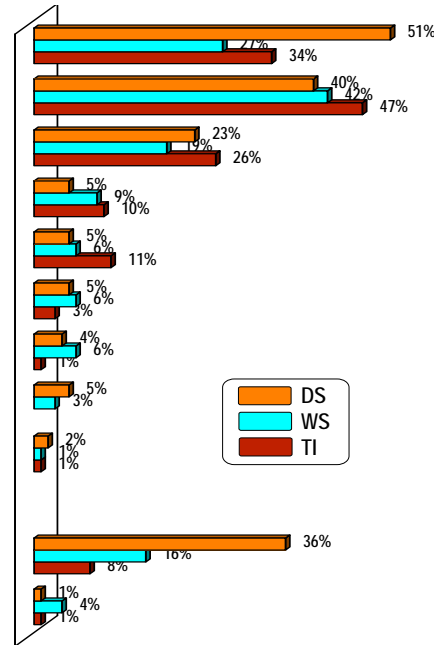
Spontane Antworten – mehrere Antworten möglich



- Die beiden Hauptgründe, aus denen auf einen Internetanschluss zu Hause verzichtet wird, sind der fehlende Computer und das fehlende Interesse der Haushaltsmitglieder. Die beiden Gründe können im Übrigen als miteinander verknüpft erachtet werden (fehlender Computer durch fehlendes Interesse), da die finanziellen Gründe nebensächlich sind. 68% der Haushalte ohne Internetanschluss haben mindestens einen dieser beiden Gründe genannt.
- Das fehlende Interesse wird besonders von den Haushalten genannt, deren Haupteinkommen von einer pensionierten oder nicht erwerbstätigen Person stammt (48%).
- Das Fehlen der erforderlichen Sachkenntnisse wird immerhin von fast einem Viertel der Haushalte ohne Internetanschluss genannt. Zusammen mit jenen, die überhaupt nicht wissen, was Internet ist, ergibt sich ein Anteil von 26%.
- Die Kosten sind ein eher nebensächlicher Grund für den Verzicht auf den Internetanschluss. Das variiert auch kaum in den verschiedenen Einkommenskategorien.
- Die Fragen der Sicherheit und des Inhalts der Websites sind ebenfalls kein Grund, der viele Haushalte vom Internetanschluss abhält.

Nach Region

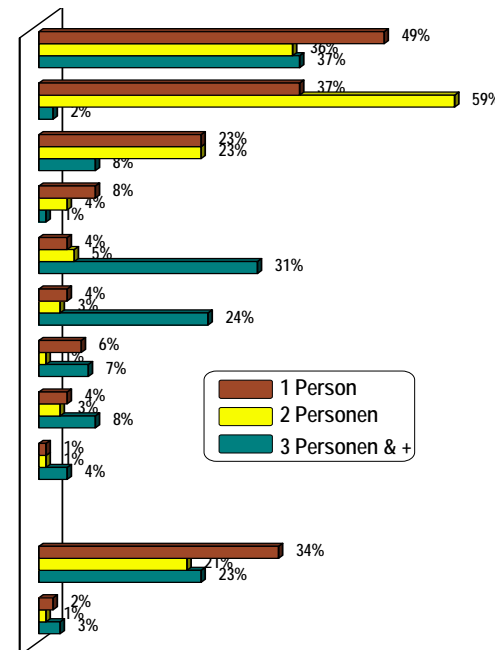
- Hat zu Hause keinen Computer
- Kein Familienmitglied ist interessiert
- Hat nicht die erforderlichen Sachkenntnisse
- Weiss nicht genau, was Internet ist
- Interessierte Familienmitglieder können anderswo ins Internet gehen
- Internetanschluss ist zu teuer
- Kosten für Computer und Modem sind zu hoch
- Besorgt über die Beeinträchtigung der Sicherheit und der Privatsphäre
- Besorgt über die Existenz von Internetseiten mit zweifelhaftem Inhalt
- Andere Gründe
- Weiss nicht



- In der Deutschschweiz ist der wichtigste Grund für den Verzicht auf einen Internetanschluss zu Hause der fehlende Computer, gefolgt vom fehlenden Interesse.
- Im Tessin und in der Westschweiz ist diese Reihenfolge dagegen genau umgekehrt (der wichtigste Grund ist das fehlende Interesse, gefolgt vom fehlenden Computer).
- Interessant ist die Feststellung, dass im Tessin, wo der Internetanschluss zu Hause weniger verbreitet ist, 11% der Haushalte angeben, dass die interessierten Mitglieder anderswo Zugang haben.
- Über ein Drittel der Haushalte in der Deutschschweiz geben ausserdem einen anderen Grund an, dies gegenüber 16% in der Westschweiz und 8% im Tessin.

Nach Haushaltsgrösse

- Hat zu Hause keinen Computer
- Kein Familienmitglied ist interessiert
- Hat nicht die erforderlichen Sachkenntnisse
- Weiss nicht genau, was Internet ist
- Interessierte Familienmitglieder können anderswo ins Internet gehen
- Internetanschluss ist zu teuer
- Kosten für Computer und Modem sind zu hoch
- Besorgt über die Beeinträchtigung der Sicherheit und der Privatsphäre
- Besorgt über die Existenz von Internetseiten mit zweifelhaftem Inhalt
- Andere Gründe
- Weiss nicht

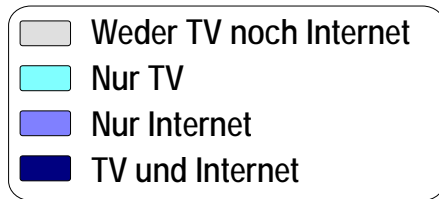
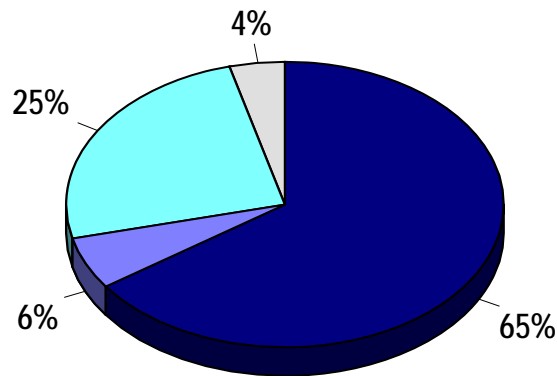


In Haushalten mit mindestens 3 Personen (und somit oft mit Kindern) sind die Kosten oder die Sicherheitsaspekte häufiger für den fehlenden Internetanschluss zu Hause verantwortlich. Ausserdem können die interessierten Mitglieder viel häufiger anderswo darauf zugreifen als in kleineren Haushalten.

Vor allem in Haushalten mit 2 Personen ist das fehlende Interesse für das Internet auffällig.

Ab 3 Personen im Haushalt wird der Mangel an Sachkenntnissen ein marginaler Grund.

2.8 Überblick: Versorgung mit TV-Empfang und Internetanschluss (Fragen 2 und 4)
 (Basis: 1147 repräsentative Haushalte in der Schweiz)



Region

DS

WS

TI

Haushaltsgrösse

1 Person

2 Personen

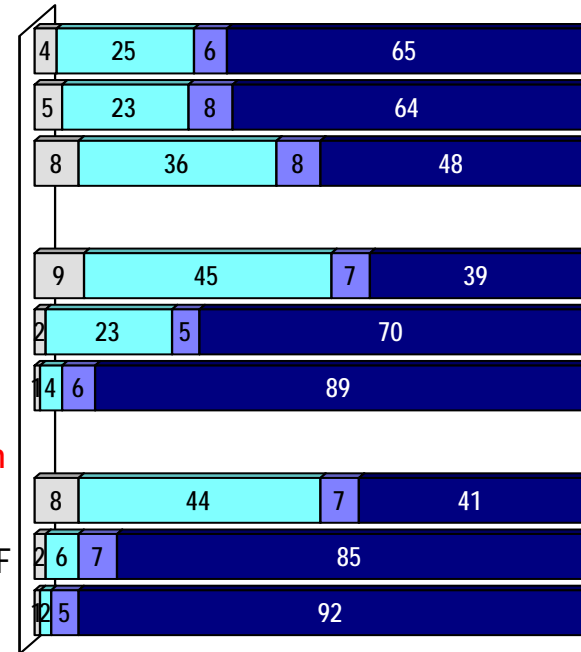
3 Personen & +

Haushaltseinkommen

unter 6'000.- CHF

6'000.- bis 9'999.- CHF

ab 10'000.- CHF



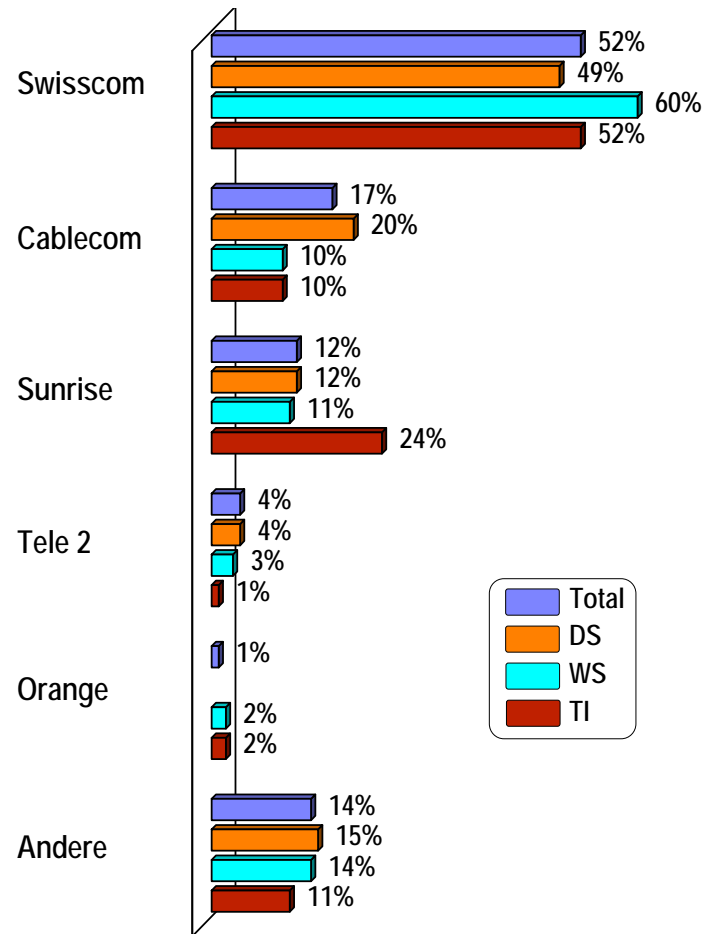
Nur eine kleine Minderheit der Schweizer Haushalte (4%) verfügt weder über Fernsehempfang noch Internetanschluss. Diese Gruppe ist im Tessin leicht grösser als in den anderen Sprachregionen. Das Fehlen von TV-Empfang und Internetanschluss ist auch bei Einpersonnen- und Niedriglohnhaushalten verbreiteter. Es sind auch die Haushalte aus diesen drei Gruppen, die am häufigsten nur TV-Empfang besitzen.

Haushalte mit hohem Einkommen und Haushalte mit mindestens 3 Personen sind in überwältigender Mehrheit an das Internet angeschlossen (zu 97% bzw. 95%). Sie sind zudem die einzigen Gruppen, die häufiger nur über Internet als nur über TV-Empfang verfügen.

3. WAHL DES ANBIETERS

3.1. Aktueller Anbieter

(Basis: 723 Haushalte mit Festnetz-Breitbandanschluss)



Anbieter des Festnetz-Breitbandanschlusses (Frage 10A)

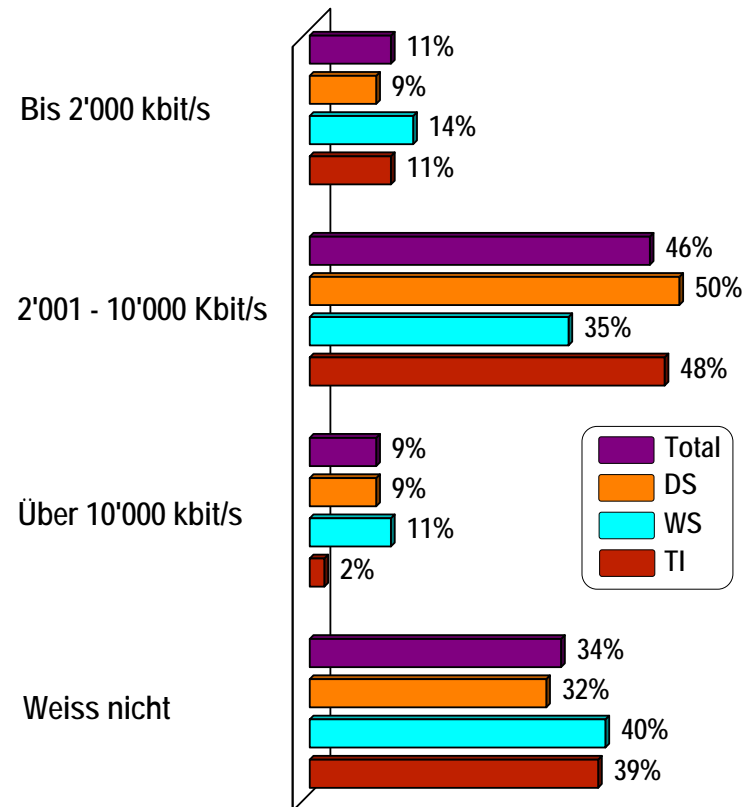
- Die Swisscom ist für mehr als die Hälfte der Schweizer Haushalte die Anbieterin des Festnetz-Breitbandanschlusses.
- Die Cablecom ist die zweitwichtigste Anbieterin. Da der Anschluss via Kabel in der Deutschschweiz häufiger ist, ist es nicht überraschend, dass Cablecom in dieser Sprachregion weiter verbreitet ist.
- Sunrise ist im Tessin deutlich mehr präsent als in den anderen Sprachregionen.
- Tele2 und Orange machen sich schliesslich nur noch einen winzigen Marktanteil streitig.

Anbieter des Mobilnetz-Breitbandanschlusses (Frage 10B)

- Da nur wenige Haushalte einen Mobilnetz-Breitbandanschluss abonniert haben (Basis: 19 Haushalte), sind die Ergebnisse kaum repräsentativ, was den Verzicht auf eine Grafik rechtfertigt. Alle **Ergebnisse bezüglich Mobilnetz-Breitbandanschluss** sind daher **mit Vorsicht zu interpretieren**.
- Die wichtigste Anbieterin von Mobilnetz-Breitbandanschlüssen ist, wie im Festnetzbereich, die Swisscom (7 von 19), gefolgt von Sunrise (1 von 19) und Orange (1 von 19). Über die Hälfte (10 von 19) geben einen Anbieter an, der auf der Liste nicht aufgeführt ist.

3.2. Zugangsgeschwindigkeit

(Basis: 723 Haushalte mit Festnetz-Breitbandanschluss)

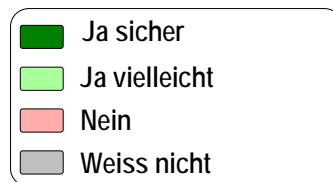
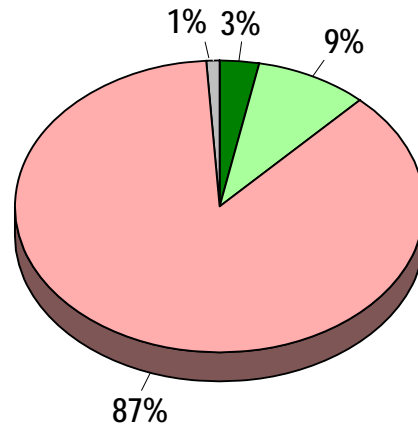


Geschwindigkeit des Festnetz-Breitbandanschlusses (Frage 11A)

- Die meisten Schweizer Haushalte wählten eine mittlere Zugangsgeschwindigkeit (2'001 bis 10'000 Kbit/s).
- Ein Drittel der in den Haushalten befragten Personen wissen nicht, welche Geschwindigkeit ihr Anbieter bereitstellt. Sie wissen höchstens den Betrag, den sie bezahlen.
- Die Zugangsgeschwindigkeiten im unteren Bereich (bis 2'000 Kbit/s) sind selten, da lediglich 11% der Haushalte diese in Anspruch nehmen. In der Westschweiz sind sie etwas mehr verbreitet (14%).
- Die ganz hohen Geschwindigkeiten sind noch seltener, vor allem im Tessin (nur 2% gegenüber 9% im Durchschnitt). Haushalte, deren Oberhaupt einen höheren Beruf ausübt oder selbstständig arbeitet, verfügen am ehesten über sehr hohe Zugangsgeschwindigkeiten (15% davon).
- In Anbetracht dieser Ergebnisse kann man sagen, dass die Zugangsgeschwindigkeit derzeit kein wichtiges Thema für die meisten Schweizer Haushalte ist.

Wunsch nach einer leistungsfähigeren Festnetz-Breitbandverbindung zu höherem Preis (Frage 17A)

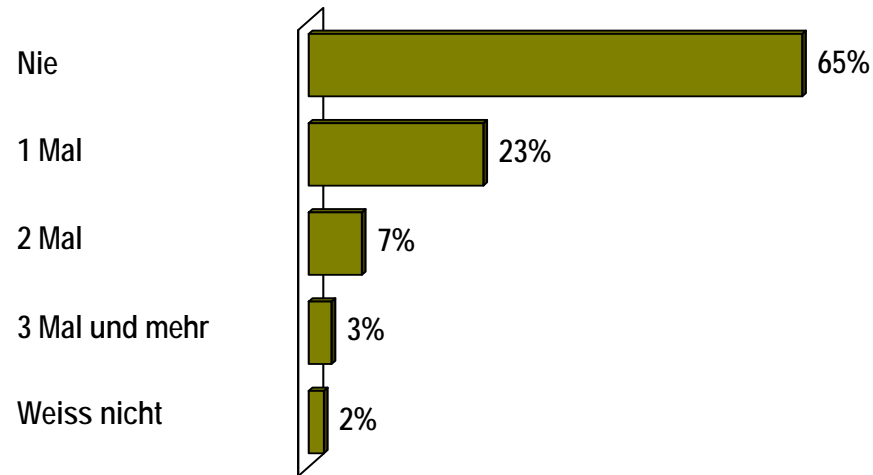
(Basis: 723 Haushalte mit Festnetz-Breitbandanschluss)



- Auf die Frage, ob sie beabsichtigen, mehr zu zahlen, um über eine leistungsfähigere Festnetz-Breitbandverbindung zu verfügen, antworteten die meisten Haushalte mit Nein. Nur 3% ziehen dies ernsthaft in Betracht. Dieses Ergebnis bestätigt den von der vorhergehenden Frage vermittelten Eindruck: Die Zugangsgeschwindigkeit ist derzeit kein wichtiges Thema für die meisten Schweizer Haushalte.
- Diese Haltung teilen alle Arten von Haushalten, unabhängig von ihrem Standort, ihrer Grösse, ihrem Einkommen und dem sozioprofessionellen Status.

3.3. Häufigkeit des Anbieterwechsels, seit der Haushalt mit Internet ausgerüstet ist

(Basis: 723 Haushalte mit Festnetz-Breitbandanschluss)



Wechsel des Festnetz-Breitband-Anbieters (Frage 12A)

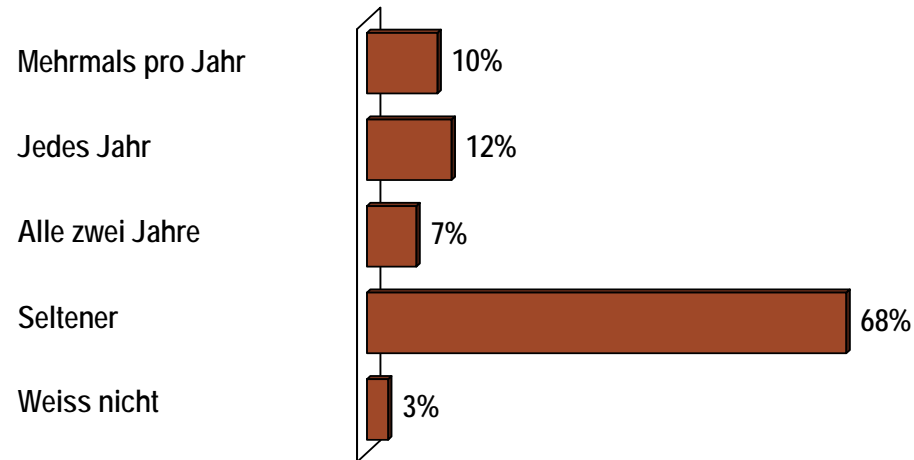
- Zwei Drittel der Haushalte haben den Anbieter noch nie gewechselt und ein knappes Viertel ein einziges Mal.
- Häufige Anbieterwechsel sind ziemlich selten. Lediglich 10% haben den Anbieter mindestens zweimal gewechselt. Die höchste Zahl von Wechseln ist 15.
- Dieses Verhalten ist bei allen Arten von Haushalten gleich (Sprachregion, Grösse, Einkommen und sozioprofessioneller Status).

Wechsel des Mobilnetz-Breitband-Anbieters (Frage 12B)

- Wechsel scheinen bei Mobilnetz-Breitbandverbindungen etwas häufiger zu sein.
- 11 von 19 haben noch nie gewechselt, und 4 von 19 haben mindestens zweimal gewechselt.

3.4. Häufigkeit der Marktangebotsvergleiche

(Basis: 723 Haushalte mit Festnetz-Breitbandanschluss)



Angebote für Festnetz-Breitband (Frage 13A)

- Über zwei Drittel der Haushalte vergleichen die Marktangebote sehr selten oder sogar überhaupt nicht.
- Etwas mehr als einer von fünf Haushalten nimmt sich die Mühe, sich mindestens einmal pro Jahr zu informieren.

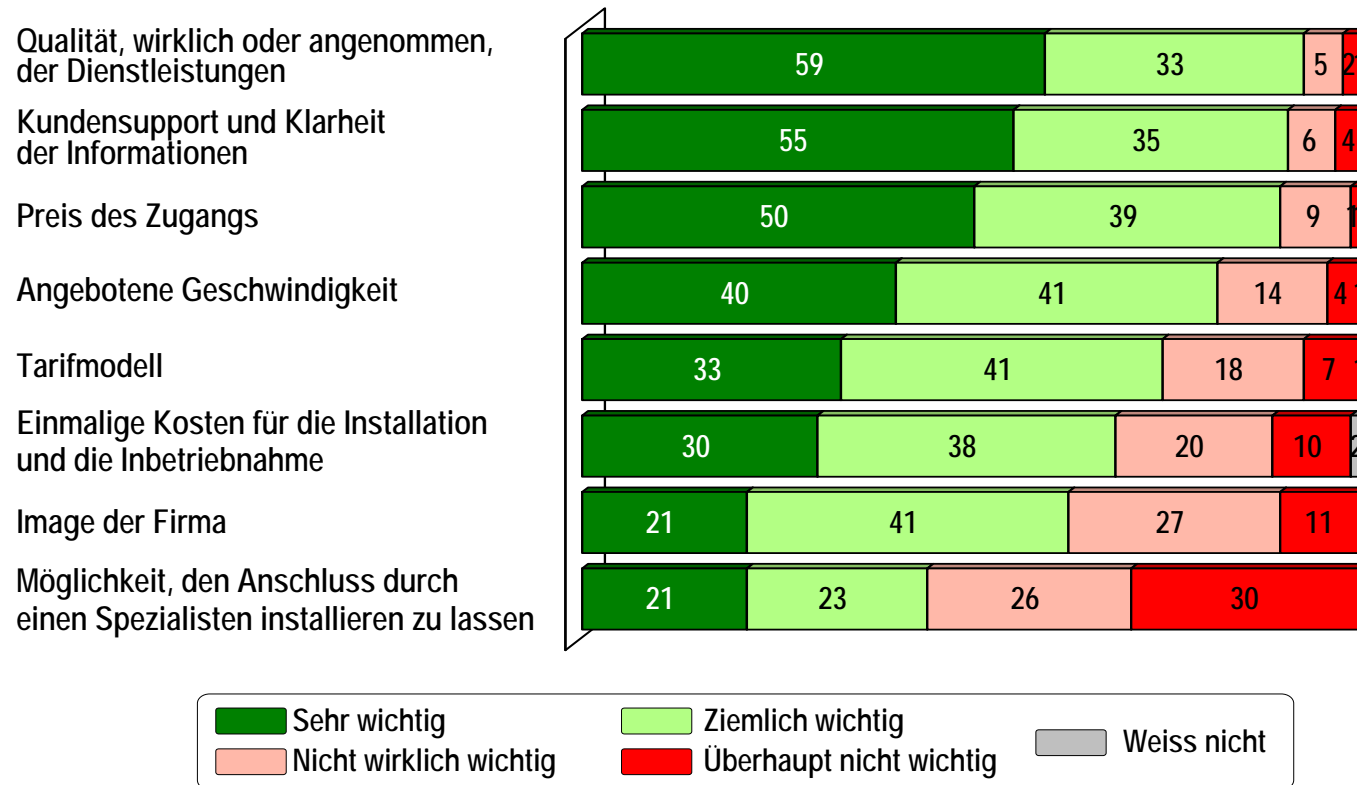
Angebote für Mobilnetz-Breitband (Frage 13B)

- Die Angebote für Mobilnetz-Breitband werden praktisch gleich häufig verglichen wie im Festnetzbereich.

Über zwei Drittel der Haushalte suchen also nicht aktiv nach dem besten Preis-/Leistungsverhältnis für ihre Breitband-Internetverbindung, und zwar sowohl im Festnetz- als auch im Mobilnetzbereich. Ist dies so, weil sie mit ihrem Anbieter zufrieden sind oder weil es angesichts der Fülle an Angeboten zu schwierig ist, Vergleiche zu ziehen? Oder gibt es noch weitere Gründe dafür?

3.5. Kriterien bei der Auswahl eines Anbieters (Frage 14A)

(Basis: 723 Haushalte mit Festnetz-Breitbandanschluss)



Das Hauptkriterium bei der Wahl eines Festnetz-Breitbandanbieters ist die Qualität der Dienstleistungen, gefolgt vom Kundensupport und der Klarheit der Informationen. Diese beiden Kriterien sind für 92% bzw. 90% der Haushalte wichtig. Der Preis des Zugangs ist für 89% der Haushalte ebenfalls wichtig. Die beiden anderen mit dem Preis verbundenen Kriterien sind etwas weniger wichtig (74% beim Tarifmodell und 68% bei der Höhe der einmaligen Kosten).

Die angebotene Geschwindigkeit steht bei den Auswahlkriterien erst an vierter Stelle. Das Image der Firma ist mit 62% im Vergleich weniger wichtig als die Qualität der angebotenen Dienstleistungen. An letzter Stelle steht die Installation durch einen Spezialisten. Auch wenn dieser Aspekt weniger wichtig ist als andere Auswahlkriterien, bleibt er für 44% der Haushalte von Bedeutung. Diese fühlen sich wahrscheinlich im Umgang mit den technischen Aspekten der Installation hilflos.

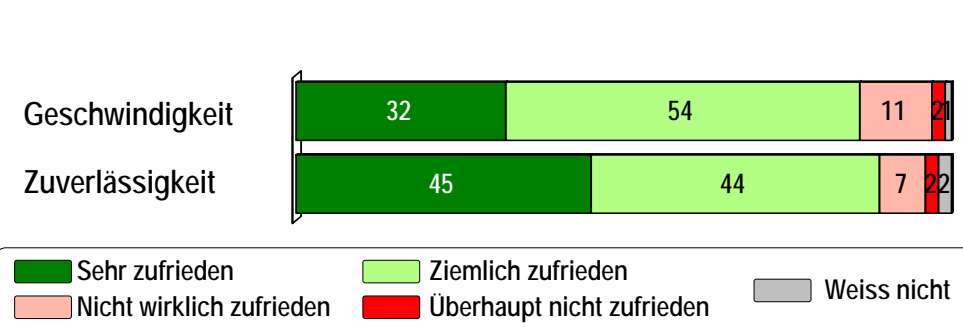
Diese Klassierung der Auswahlkriterien ist bei allen Arten von Haushalten praktisch gleich. Einzige Ausnahme: Die angebotene Geschwindigkeit ist weniger wichtig für Personen im Ruhestand und andere Nichterwerbstätige und wichtiger für Haushalte mit hohem Einkommen.

Bei der Mobilnetz-Breitbandverbindung werden die Auswahlkriterien ganz anders gewichtet. Die beiden wichtigsten Kriterien sind die Abdeckung des Netzes (wichtig für 18 von 19) und die angebotene Geschwindigkeit (18 von 19). An dritter Stelle steht das Tarifmodell (17 von 19), das wichtiger ist als der Zugangspreis selbst (13 von 19). Die Qualität der Dienstleistungen und der Kundensupport kommen an vierter und fünfter Stelle (16 von 19 und 13 von 19). Die drei Kriterien einmalige Kosten, Image und Installation stehen am Schluss der Rangliste.

4. KUNDENZUFRIEDENHEIT

4.1. Zufriedenheit mit der Qualität des Anschlusses

(Basis: 723 Haushalte mit Festnetz-Breitbandanschluss)



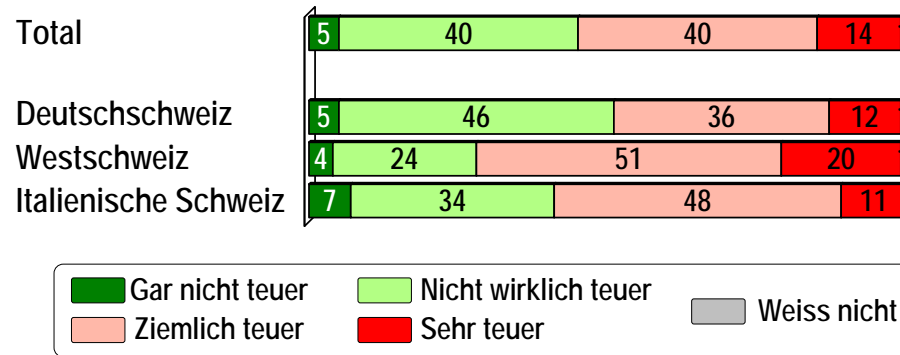
- Die Haushalte sind mehrheitlich mit der Zuverlässigkeit und der Geschwindigkeit ihrer Festnetz-Breitbandverbindung zufrieden (89% bzw. 86%), auch wenn diese Zufriedenheit nicht sehr ausgeprägt ist (weniger als die Hälfte der Zufriedenen sind sehr zufrieden, die anderen lediglich ziemlich).

- Die Kundinnen und Kunden eines bestimmten Anbieters sind zweimal unzufriedener mit der Zuverlässigkeit der Verbindung als der Durchschnitt (20% gegenüber 9%). Dasselbe gilt für die Geschwindigkeit der Verbindung (21% Unzufriedene bei diesem Anbieter gegenüber 13% im Durchschnitt).

Mobilnetz-Breitbandverbindungen (Frage 15B)

- Die Zufriedenheit mit der Geschwindigkeit der Mobilnetz-Breitbandverbindung ist sehr ähnlich wie im Festnetzbereich.
- Die Zufriedenheit mit der Zuverlässigkeit ist dagegen insofern leicht tiefer, als es mehr «ziemlich zufriedene» und weniger «sehr zufriedene» Haushalte gibt.
- Die Zufriedenheit mit der Abdeckung des Mobilnetzes sieht gleich aus wie bei der Geschwindigkeit: Über die Hälfte der Befragten sind mittelmässig zufrieden, ein Drittel ist sehr zufrieden, und etwas mehr als 2 von den insgesamt 19 Haushalten sind unzufrieden.

4.2. Einschätzung des Preises für den Breitband-Internetanschluss (Basis: 723 Haushalte mit Festnetz-Breitbandanschluss)



Festnetz-Breitbandverbindungen (Frage 16A)

- Die Haushalte sind deutlich weniger zufrieden mit dem Preis als mit der Qualität der Verbindung. Über die Hälfte ist der Ansicht, dass ihr Internetanschluss ziemlich oder sehr teuer ist.
- Es sind eher die Haushalte in der Westschweiz, die ihren Anschluss als teuer erachten: Die Hälfte findet ihn ziemlich teuer und ein Fünftel sogar sehr teuer.
- Die Haushalte, die einen nicht auf der Liste aufgeführten Anbieter angegeben haben, sind mit dem Preis für den Zugang zufriedener (57% halten den Preis für nicht wirklich teuer).

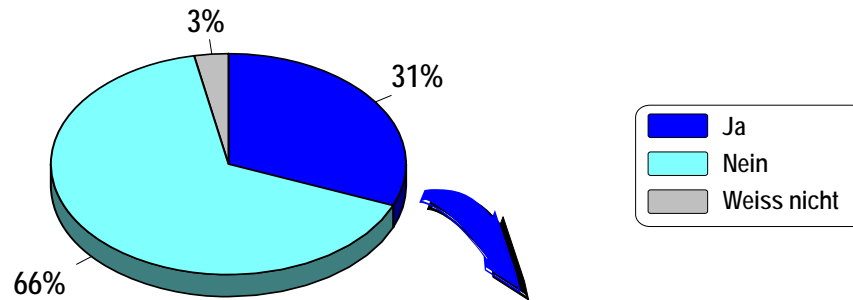
Mobilnetz-Breitbandverbindungen (Frage 16B)

- Der Preis für Mobilnetz-Breitbandverbindungen wird insgesamt als teurer empfunden. Der Anteil der Haushalte, die den Preis als gar nicht teuer oder nicht wirklich teuer erachten, ist zwar gleich, aber der Anteil der Haushalte, welche die Verbindung sehr teuer finden, ist doppelt so hoch.

4.3. Betreuung durch den Anbieter bei Problemen

Kontaktierung der Anbieterin wegen eines Problems in den letzten 12 Monaten (Frage 27)

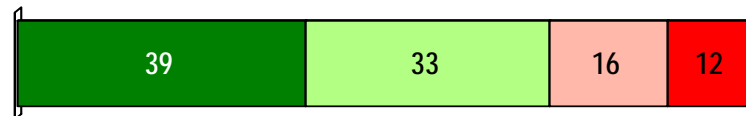
(Basis: 804 Haushalte mit Internetanschluss in den letzten 12 Monaten)



- Weniger als ein Drittel der Stichprobe hat sich in den letzten 12 Monaten wegen eines Problems an seinen Anbieter gewandt.
- Es bestehen bedeutende Unterschiede zwischen den Anbietern: Vor allem die Kunden eines bestimmten Anbieters haben sich häufiger wegen eines Problems an diesen gewandt (42%).

Zufriedenheit mit der Betreuung (Frage 28)

(Basis: 246 Haushalte, die sich in den letzten 12 Monaten an ihre Anbieterin gewandt haben)



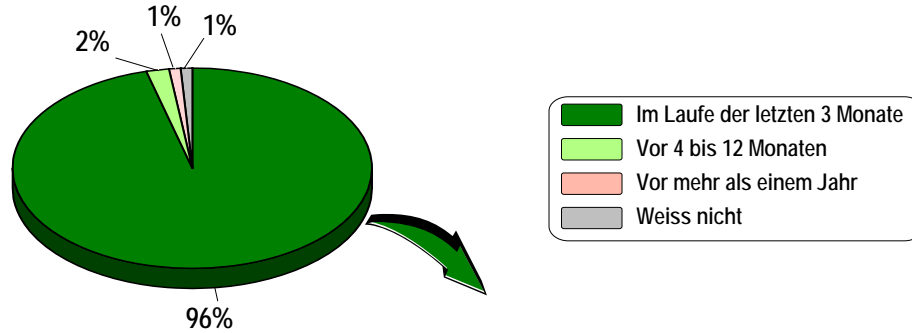
- Von den Haushalten, die sich in den letzten 12 Monaten an ihren Anbieter gewandt haben, waren 39% sehr zufrieden mit der Problembetreuung und 33% ziemlich zufrieden. Folglich sind 28% unzufrieden.
- Die Kunden des weiter oben genannten Anbieters haben sich nicht nur häufiger an diesen gewandt, sondern sind auch deutlich weniger zufrieden mit der Problembetreuung (67% Unzufriedene).

Da die Qualität der Dienstleistung und die Kundenbetreuung grundlegende Kriterien bei der Wahl des Anbieters sind, stellt die Behandlung allfälliger Probleme eine besondere Herausforderung für die Schweizer Anbieter dar.

5. INTERNETNUTZUNG ZU HAUSE DURCH SCHWEIZER HAUSHALTE

5.1. Häufigkeit der Nutzung

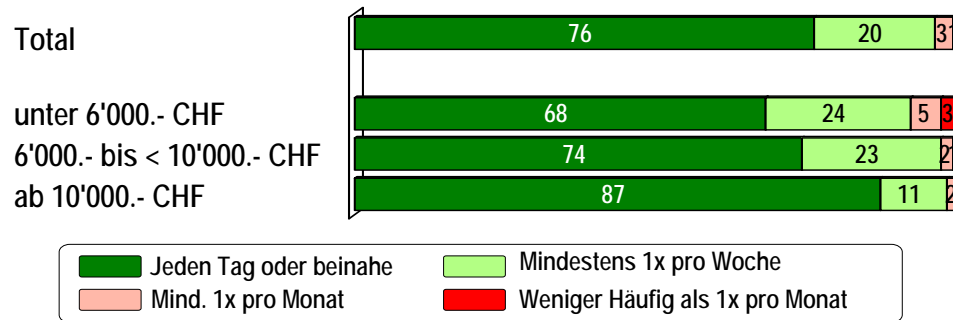
Letzter Zugriff auf das Internet von zu Hause aus (Frage 19)
 (Basis: 812 Haushalte mit eigenem Internetanschluss)



- Fast alle Haushalte, die einen eigenen Internetanschluss haben, nutzten diesen auch in den letzten 3 Monaten (96%).

Durchschnittliche Häufigkeit der Nutzung in den letzten 3 Monaten (Frage 20)

(Basis: 793 Haushalte, die in den letzten 3 Monaten zu Hause auf das Internet zugegriffen haben)



- Drei Viertel der Haushalte greifen jeden oder fast jeden Tag auf das Internet zu, und ein weiteres Fünftel mindestens einmal pro Woche.

- Die Häufigkeit der Nutzung steigt mit dem Haushaltseinkommen.

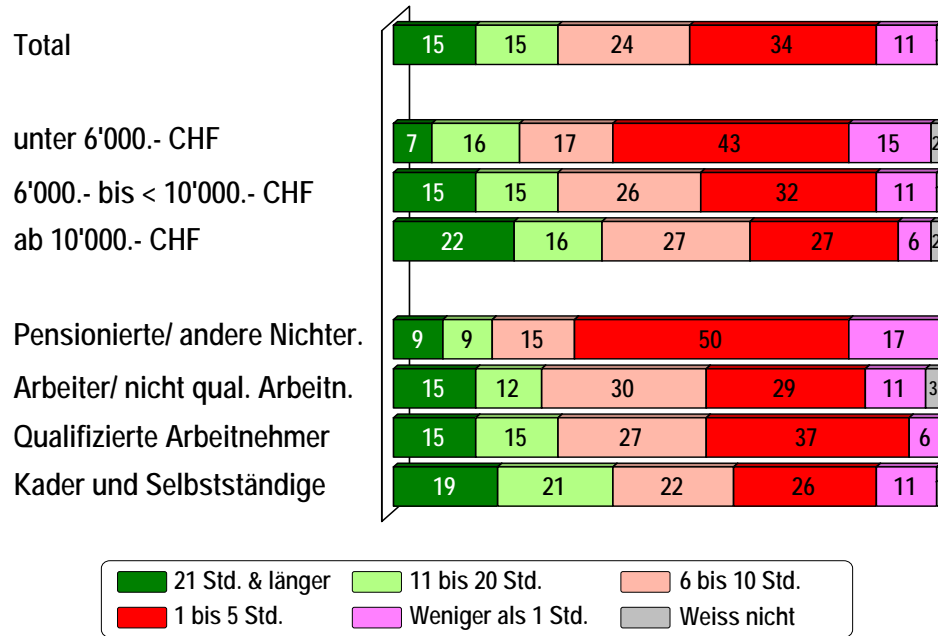
- Die Häufigkeit der Nutzung steigt auch mit der Zugangsgeschwindigkeit der Verbindung oder umgekehrt: Je öfter das Internet genutzt wird, desto höher ist die gewählte Zugangsgeschwindigkeit.

- Hervorzuheben ist, dass die Zugangsgeschwindigkeit nicht direkt mit dem Einkommensniveau des Haushaltes zusammenhängt.

5.2. Intensität der Nutzung

(Basis: 793 Haushalte, die in den letzten 3 Monaten zu Hause auf das Internet zugegriffen haben)

Durchschnittliche Wochenstunden in den letzten 3 Monaten (Frage 21)



- Das Internet wird von den Schweizer Haushalten nicht nur sehr regelmässig, sondern auch ziemlich intensiv genutzt: 30% benutzen es über 10 Stunden pro Woche und nur 11% weniger als eine Stunde pro Woche im Durchschnitt.
- Die Nutzungsintensität steigt, genau wie die Häufigkeit, mit dem Haushaltseinkommen.
- Die Nutzungsintensität hängt direkt mit der Zugangsgeschwindigkeit zusammen: Haushalte mit einer Breitbandverbindung nutzen das Internet durchschnittlich dreimal intensiver als Haushalte mit Schmalbandanschluss.
- Haben Haushalte von Personen im Ruhestand oder anderen Nichterwerbstätigen Internetanschluss, so nutzen sie diesen deutlich weniger intensiv als die anderen.

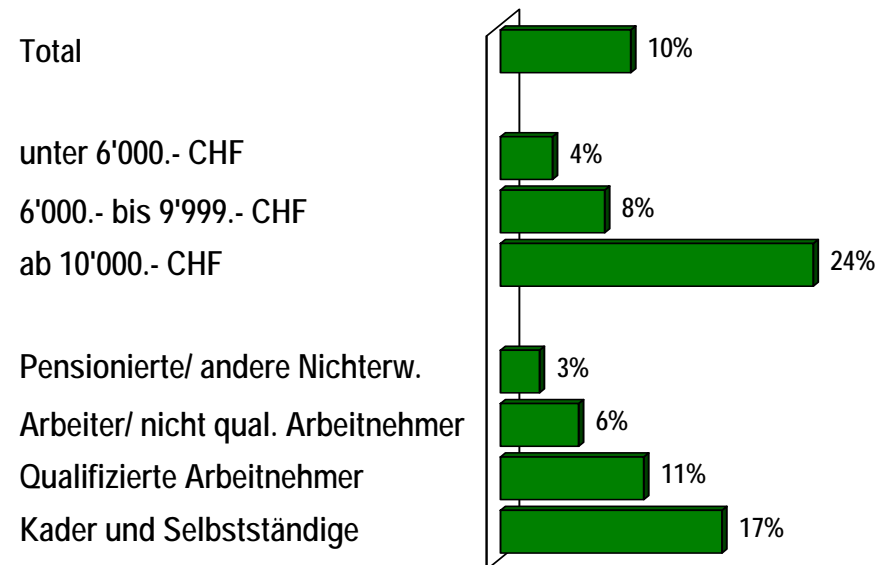
Ausserdem hängen die Häufigkeit und die Intensität der Nutzung logischerweise stark mit der Grösse des Haushaltes zusammen: 83% der Haushalte mit 3 und mehr Personen greifen jeden oder fast jeden Tag auf das Internet zu, und 25% nutzen es über 20 Stunden pro Woche (gegenüber 62% und 5% bei den Einpersonenhaushalten).

5.3. Art der Nutzung

1) Fernarbeit oder Fernstudium (Frage 22)

(Basis: 793 Haushalte, die in den letzten 3 Monaten zu Hause auf das Internet zugegriffen haben)

Anteil der Haushalte, die das eine oder das andere praktizieren



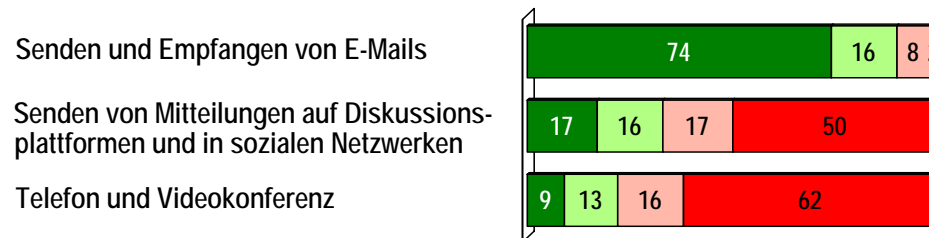
- Nur 10% der Haushalte, die regelmässig auf das Internet zugreifen, praktizieren Fernarbeit oder Fernstudium. Es ist hervorzuheben, dass diese beiden Tätigkeiten ziemlich strikt definiert wurden, nämlich als regelmässige, mit dem Arbeitgeber vereinbarte Fernarbeit sowie formelles Fernstudium.

- Fernarbeit und Fernstudium nehmen mit dem Einkommen und dem sozioprofessionellen Status des Haushaltes deutlich zu.

- Auch die Grösse des Haushaltes hat einen positiven Einfluss darauf (5% bei den Einpersonenhaushalten und 13% bei Haushalten mit mindestens 3 Personen).

2) Kommunikation mittels Internet (Frage 23 1.-3.)

(Basis: 804 Haushalte, die in den letzten 12 Monaten zu Hause auf das Internet zugegriffen haben)

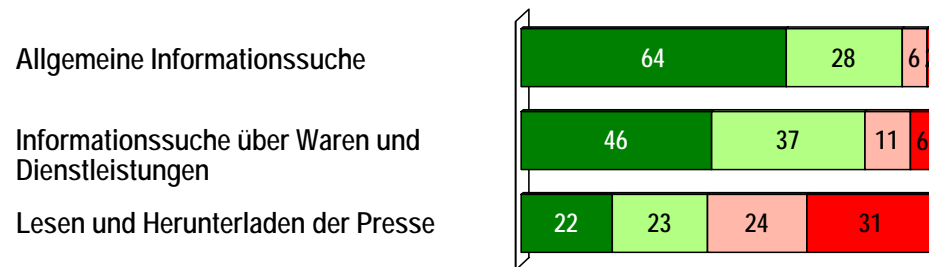


- Das Senden und Empfangen von E-Mails ist eine weit verbreitete Tätigkeit: 90% tun dies zumindest von Zeit zu Zeit, drei Viertel sogar oft.

- Im Vergleich dazu werden Diskussionsplattformen, soziale Netzwerke, Foren, Blogs und die Internettelefonie wenig genutzt.

3) Informationsbezug mittels Internet (Frage 23 4.-6.)

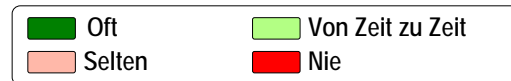
(Basis: 804 Haushalte, die in den letzten 12 Monaten zu Hause auf das Internet zugegriffen haben)



- Das Internet wird oft für die allgemeine Informationssuche verwendet: 92% nutzen es zumindest von Zeit zu Zeit dafür.

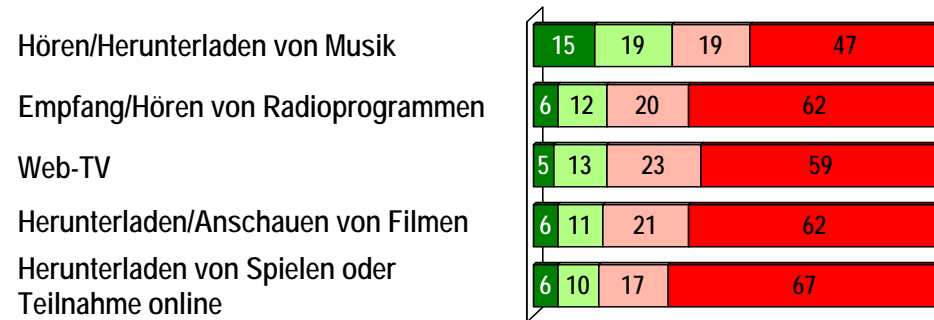
- Die Informationssuche über Güter und Dienstleistungen ist etwas weniger weit verbreitet, aber immerhin 83% nutzen diese Möglichkeit zumindest von Zeit zu Zeit.

- Das Lesen der Presse im Internet ist deutlich weniger häufig. Es bleiben 45%, die das zumindest von Zeit zu Zeit tun, und 22% oft, was für traditionelle Medien nicht vernachlässigbar ist.



4) Unterhaltung im Internet (Frage 23 7.-11.)

(Basis: 804 Haushalte, die in den letzten 12 Monaten zu Hause auf das Internet zugegriffen haben)



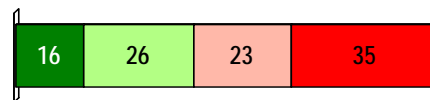
- Die Unterhaltung im Internet ist insgesamt weniger verbreitet als die Kommunikation und die Information.

- In diesem Bereich schwingt die Musik oben aus: In einem Drittel der Haushalte wird Musik zumindest von Zeit zu Zeit im Internet gehört oder von dort heruntergeladen.

5) Bürgerpflicht (Frage 23 15.)

(Basis: 804 Haushalte, die in den letzten 12 Monaten zu Hause auf das Internet zugegriffen haben)

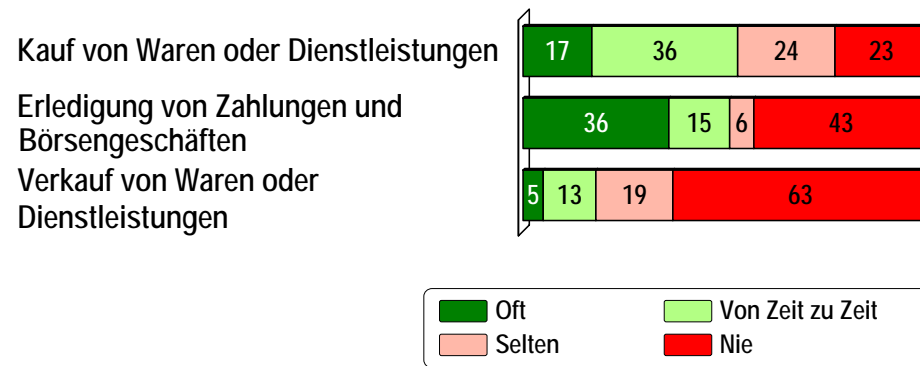
Erledigung von administrativen Aufgaben



- Die Erledigung von administrativen Aufgaben im Internet ist eher eine gelegentliche als eine häufige Tätigkeit. Insgesamt kommt sie dennoch in zwei Dritteln der Haushalte vor.

6) Kauf und Verkauf (Frage 23 12.-14.)

(Basis: 804 Haushalte, die in den letzten 12 Monaten zu Hause auf das Internet zugegriffen haben)

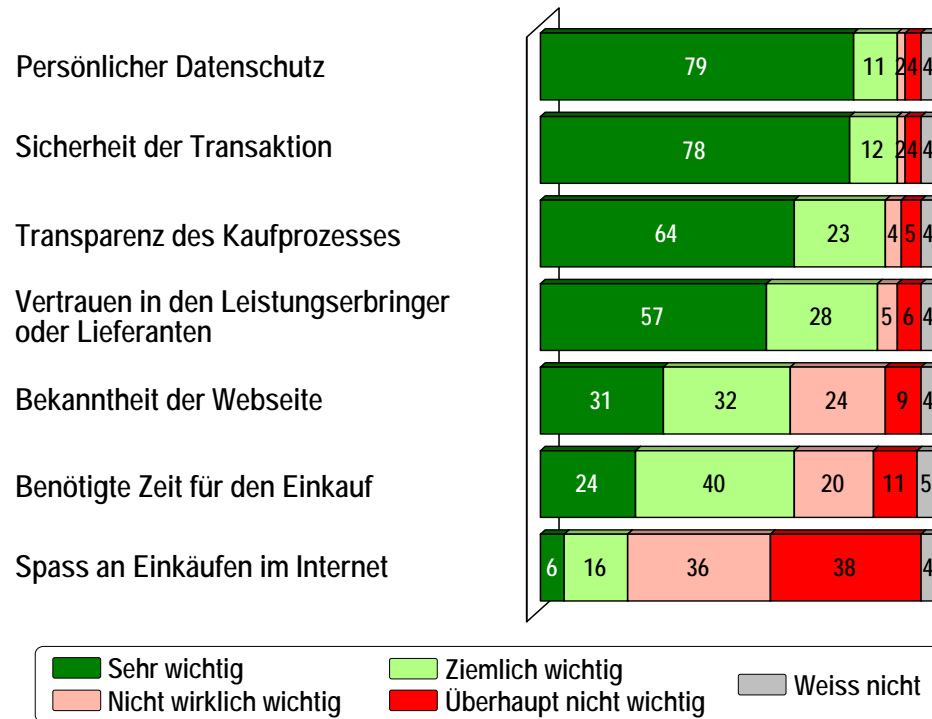


- Über die Hälfte der Haushalte, die in den letzten 12 Monaten auf das Internet zugegriffen haben, kaufen zumindest von Zeit zu Zeit im Internet ein. Ein knappes Viertel hat noch nie im Internet eingekauft.
- Dagegen werden Verkäufe im Internet viel weniger getätigt: Lediglich ein Drittel der Haushalte hat schon mindestens einmal auf diese Möglichkeit zurückgegriffen.
- Zahlungen über das Internet werden entweder oft oder gar nicht vorgenommen. Ein gutes Drittel der Haushalte hat sich für die systematische Nutzung dieses Mittels entschieden, und die Hälfte nutzt es nie oder selten.

- Lediglich 16% der Haushalte geben an, keine dieser drei Tätigkeiten des Kaufs/Verkaufs im Internet je ausgeübt zu haben.

Für den Entscheid, etwas im Internet zu kaufen, ausschlaggebende Kriterien (Frage 24)

(Basis: 669 Haushalte, die mindestens einmal ein Produkt oder eine Dienstleistung im Internet gekauft haben)



- Damit die Benutzer im Internet einkaufen, müssen vor allem der Datenschutz und die Sicherheit der Transaktionen gewährleistet sein. Diese beiden Kriterien beeinflussen den Kaufentscheid im Internet am meisten.

- Die Transparenz des Kaufprozesses und das Vertrauen in den Leistungserbringer oder Lieferanten sind ebenfalls wichtige Faktoren. Aber die Bekanntheit der Website ist allein nicht ausreichend, um den Benutzern Vertrauen einzuflössen.

- Die für den Einkauf benötigte Zeit ist ein etwas weniger wichtiges Kriterium.

- Der Spass an Einkäufen im Internet scheint dagegen kein Faktor zu sein, der die Benutzer dazu bringt, ihre Einkäufe auf diesem Weg zu tätigen.

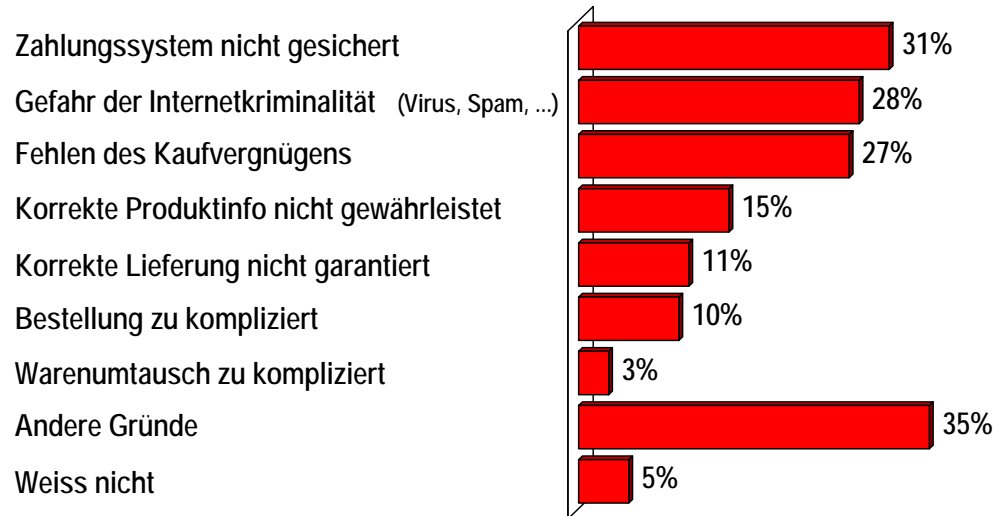
- Die Bekanntheit der Website spielt eine wichtigere Rolle in der Westschweiz als in der Deutschschweiz (74% gegenüber 60% erachten dies als wichtig).

- Die für den Einkauf benötigte Zeit ist in der Westschweiz ein wichtigeres Kriterium als in der Deutschschweiz (76% gegenüber 60% erachten dies als wichtig).

Gründe für den Verzicht auf Einkäufe im Internet (Frage 25)

(Basis: 131 Haushalte, die nie im Internet eingekauft haben)

Mehrere Antworten möglich



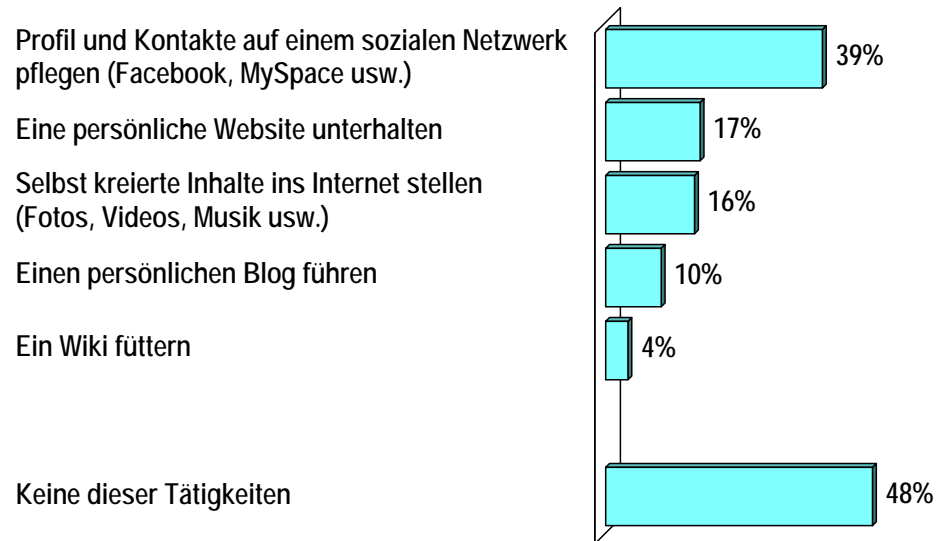
- In erster Linie sind auch hier Gründe der Sicherheit dafür verantwortlich, dass ein Viertel der Benutzer nie im Internet einkauft. Das gilt für alle Arten von Haushalten.
- Deutschschweizer und Personen im Ruhestand haben etwas öfter Angst vor Internetkriminalität (34% bzw. 37% gegenüber 28% im Durchschnitt).
- Das Fehlen des Kaufvergnügens ist ein weiterer wichtiger Faktor. Ebenso ist das Kaufvergnügen kein Grund für Einkäufe im Internet bei denjenigen, die das mindesten einmal getan haben.
- Falsche Lieferungen werden vor allem von Familien mit Kindern befürchtet (25% gegenüber 11% im Durchschnitt).
- Das komplizierte Bestellverfahren ist vor allem für Personen im Ruhestand ein Problem (17% gegenüber 10% im Durchschnitt).
- 35% der Befragten geben noch weitere Gründe an, dies vor allem, wenn sie Mitglieder von Haushalten mit hohem Einkommen sind (74%).

7) Webpräsenz

Weitere Tätigkeiten im Internet (Frage 26)

(Basis: 804 Haushalte, die in den letzten 12 Monaten zu Hause auf das Internet zugegriffen haben)

Anteil der Haushalte, in denen mindestens ein Mitglied folgende Tätigkeiten schon ausgeübt hat:



- Fast die Hälfte der Haushalte, die Internet zu Hause nutzen, übt keine Tätigkeit aus, die eine gewisse Webpräsenz voraussetzt.

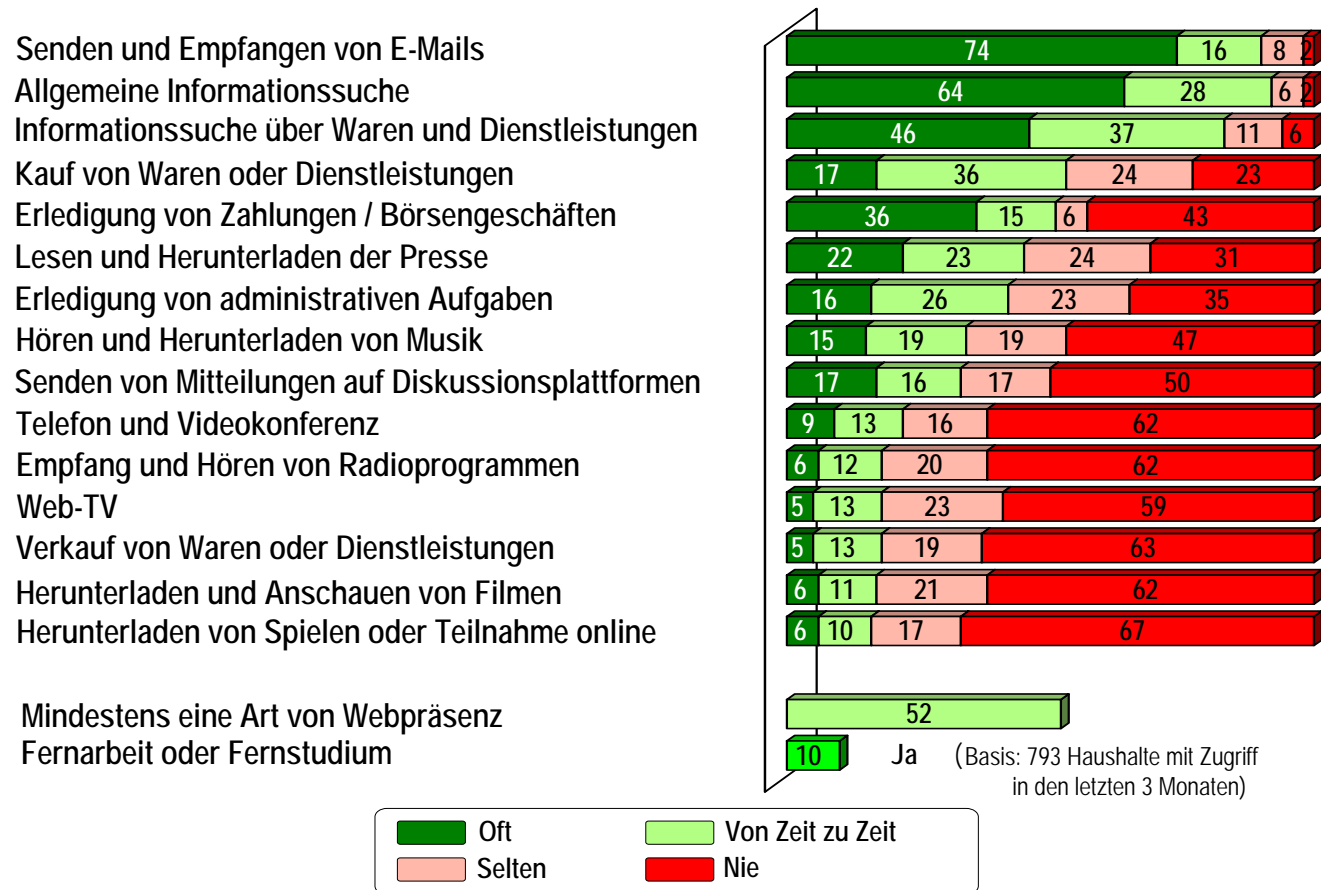
- Dieser Anteil nimmt mit steigender Anzahl Personen im Haushalt ab (er liegt nur noch bei 34% in den Haushalten mit mindestens 3 Personen).

- Er ist besonders hoch in Haushalten von Personen im Ruhestand und anderen Nichterwerbstätigen (73%), aber auch in Haushalten mit tiefem Einkommen (58%) sowie in Haushalten ohne Kinder unter 15 Haushalten (52% gegenüber 40% in Haushalten mit Kindern).

- Blogs werden vor allem in der Westschweiz geführt (21% gegenüber 6% in der Deutschschweiz und 11% im Tessin).

5.4. Übersicht über die Nutzungsarten (Fragen 23, 26 und 22)

(Basis: 804 Haushalte, die in den letzten 12 Monaten zu Hause auf das Internet zugegriffen haben)



Die häufigste Tätigkeit im Internet ist das Senden und Empfangen von E-Mails: 74% der Haushalte üben diese Tätigkeit oft aus und nur 10% selten oder nie.

Die allgemeine Informationssuche ist ebenfalls sehr verbreitet, kommt aber doch etwas seltener vor, gefolgt von der Informationssuche über Güter und Dienstleistungen.

Der Kauf von Gütern oder Dienstleistungen ist relativ verbreitet, aber es handelt sich dabei nicht um eine wirklich häufige Tätigkeit, während die Zahlungen über das Internet, die fast ebenso verbreitet sind, häufiger vorgenommen werden. Der Verkauf über das Internet ist dagegen eine relativ seltene Tätigkeit, da 63% der Haushalte dies noch nie gemacht haben.

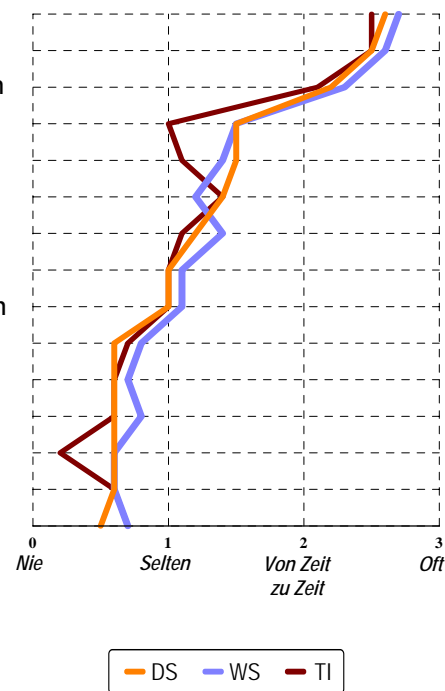
Abgesehen vom Hören und Herunterladen von Musik sind Tätigkeiten zur Unterhaltung im Internet relativ wenig verbreitet.

Internetaktivitäten nach Sprachregion

(Basis: 804 Haushalte, die in den letzten 12 Monaten zu Hause auf das Internet zugegriffen haben)

Durchschnittliche Häufigkeiten

Senden und Empfangen von E-Mails
Allgemeine Informationssuche
Informationssuche über Waren und Dienstleistungen
Kauf von Waren oder Dienstleistungen
Erledigung von Zahlungen / Börsengeschäften
Lesen und Herunterladen der Presse
Erledigung von administrativen Aufgaben
Hören und Herunterladen von Musik
Senden von Mitteilungen auf Diskussionsplattformen
Telefon und Videokonferenz
Empfang und Hören von Radioprogrammen
Web-TV
Verkauf von Waren oder Dienstleistungen
Herunterladen und Anschauen von Filmen
Herunterladen von Spielen oder Teilnahme online

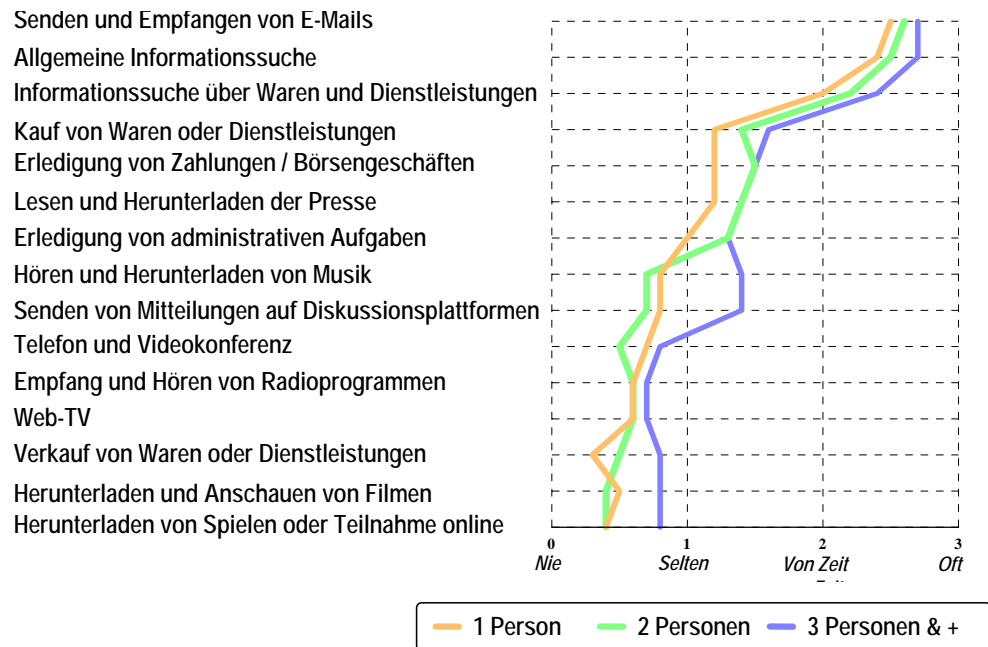


- Die Unterschiede zwischen den drei Sprachregionen sind nicht sehr markant, mit Ausnahme der Käufe und Verkäufe im Internet, die im Tessin deutlich weniger verbreitet sind als anderswo.

Internetaktivitäten nach Haushaltsgrösse

(Basis: 804 Haushalte, die in den letzten 12 Monaten zu Hause auf das Internet zugegriffen haben)

Durchschnittliche Häufigkeiten

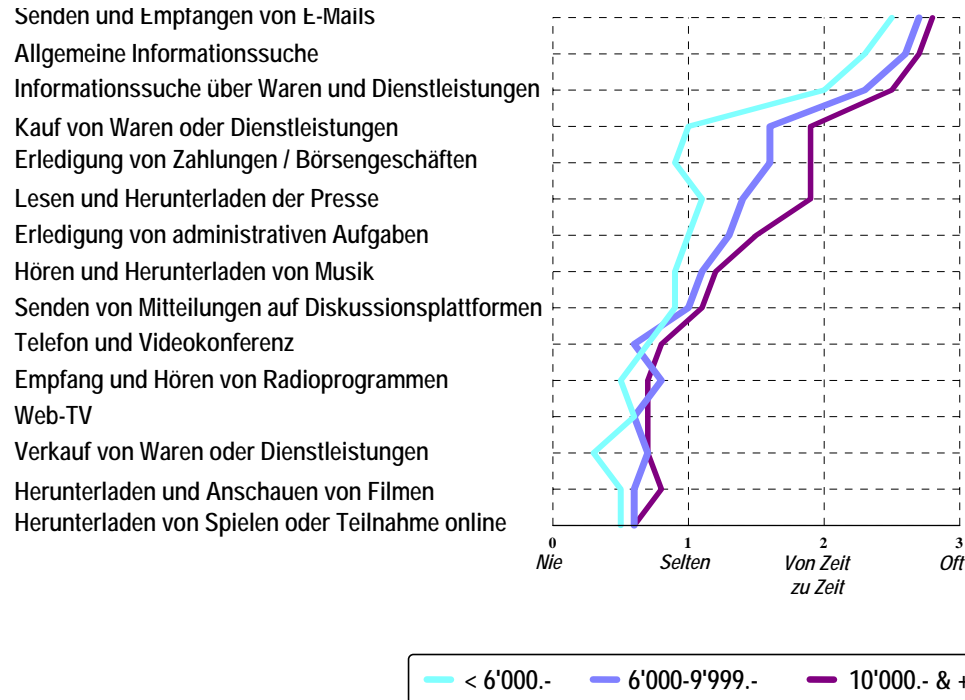


- Die Häufigkeit vieler Internetaktivitäten ist mit der Grösse des Haushalts verbunden.
- Grundsätzlich werden Tätigkeiten zur Unterhaltung häufiger in Einpersonenhaushalten ausgeübt als in Zweipersonenhaushalten.
- Die Nutzung von Chatforen ist in Haushalten mit mindestens 3 Personen deutlich wichtiger, wahrscheinlich vornehmlich bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen (ein Zusammenhang mit Kindern unter 15 Jahren ist nicht erwiesen).

Internetaktivitäten nach Einkommensniveau

(Basis: 804 Haushalte, die in den letzten 12 Monaten zu Hause auf das Internet zugegriffen haben)

Durchschnittliche Häufigkeiten



- Viele Internetaktivitäten stehen in positivem Zusammenhang mit dem Haushaltseinkommen, dies mit Ausnahme der meisten Unterhaltungstätigkeiten.
- Die grössten Unterschiede bestehen beim Kauf von Gütern und Dienstleistungen, bei den Zahlungen und beim Lesen der Presse. Letzteres ist wahrscheinlich eher mit einem kulturellen als mit einem finanziellen Faktor verbunden, da die Häufigkeit der Lektüre im Internet mit dem Bildungsniveau des Befragten zunimmt.

6. BEFÜRCHTUNGEN IM ZUSAMMENHANG MIT DER INTERNETNUTZUNG

Befürchtungen in Zusammenhang mit der Sicherheit, d.h. Angst vor einem Eingriff in die Privatsphäre oder vor zweifelhaften Inhalten von Websites, sind nur sehr marginale Gründe für einen Verzicht auf einen Internetanschluss zu Hause. Lediglich 4% bzw. 1% der Haushalte haben einen dieser beiden Gründe als Erklärung für ihren Verzicht auf das Internet angegeben. In Haushalten mit mindestens drei Personen sind diese Befürchtungen jedoch etwas öfter ausschlaggebend.

Bei den Haushalten mit Internetanschluss ist die Sicherheit jedoch ein zentrales Anliegen: 93% geben an, ihren Computer zu schützen (hauptsächlich mit Antivirus-Programmen). Die Sicherheit ist auch der wichtigste Faktor bei Käufen/Verkäufen im Internet. Die beiden wichtigsten Kriterien für den Entscheid, im Internet einzukaufen oder nicht, betreffen Sicherheitsaspekte: Für 90% der Haushalte, die schon im Internet eingekauft haben, sind der Schutz der persönlichen Daten und die Sicherheit der Transaktion wichtig, für fast 80% sogar sehr wichtig. Umgekehrt sind für 16% der Haushalte, die noch nie Käufe/Verkäufe im Internet getätigt haben, hauptsächlich diese Elemente verantwortlich für den Verzicht auf diese Art der Internetnutzung. 31% geben an, dass das Zahlungssystem nicht sicher genug ist, und 28% nennen die Gefahr eines kriminellen Angriffs (Virus, Spam usw.), was zusammen 47% ausmacht, die mindestens einen der beiden Gründe angeben.

Man kann daraus schliessen, dass das Vertrauen in die IKT insgesamt gut ist, denn Befürchtungen bezüglich Sicherheit halten weniger als 5% der Haushalte davon ab, einen Internetanschluss einzurichten, und nicht einmal 8% der Haushalte verzichten deswegen auf Käufe/Verkäufe im Internet. Dennoch ist die Sicherheit ein wichtiges Anliegen, denn fast alle Internetbenutzer schützen ihren Computer vor Viren und anderen Angriffen, und der Schutz der persönlichen Daten sowie die Sicherheit des Zahlungssystems sind die beiden ausschlaggebenden Kriterien für den Entscheid, im Internet einzukaufen oder nicht.

7. ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Gliederung dieser Zusammenfassung entspricht den vom BAKOM festgelegten Zielen der Studie (in fetter Schrift).

Ermitteln, wie gut die Haushalte mit Computern und Fernsehern versorgt sind

☞ 90% der Haushalte verfügen über mindestens ein Fernsehgerät. 53% empfangen Fernsehprogramme analog via Kabel. An zweiter Stelle steht der digitale Empfang via Kabel (22%). Derzeit wird Digital TV via DSL nur in 5% der Haushalte verwendet. Die Glasfaser spielt eine marginale Rolle (unter 1%).

Auf struktureller Ebene hängt das Vorhandensein, aber auch die Zahl der Fernsehgeräte von der Grösse und vom Einkommen des Haushaltes ab. Einpersonenhaushalte und Haushalte mit einem Einkommen von unter 6'000.- CHF haben häufiger keinen Fernseher (16% bzw. 14%).

Der analoge Empfang via Kabel ist verbreiteter in der Deutschschweiz (57% gegenüber 44% in der Westschweiz und 41% im Tessin).

☞ 71% der Haushalte verfügen über mindestens einen Computer zu Hause. Es gibt in Schweizer Haushalten somit weniger Computer als Fernsehgeräte.

Auf struktureller Ebene besitzen Tessiner Haushalte und Haushalte von Personen im Ruhestand und anderen Nichterwerbstätigen deutlich weniger häufig einen Computer (56% bzw. 50% besitzen einen). Genau wie bei den Fernsehgeräten hängt auch die Zahl der Computer von der Grösse und vom Einkommen des Haushaltes ab. 28% der Schweizer Haushalte besitzen mehrere Computer.

Den Internet-Versorgungsgrad und die verwendeten Verbindungsarten kennen

- ☞ 71% der Schweizer Haushalte verfügen über einen eigenen Internetanschluss, der nicht vom Arbeitgeber bezahlt wird. 3% der Haushalte haben einen Internetanschluss, aber keinen Computer, und 3% der Haushalte, die einen Computer besitzen, haben keinen Internetanschluss.

Auf struktureller Ebene sind es erneut die Tessiner Haushalte und die Haushalte von Personen im Ruhestand und anderen Nichterwerbstätigen, die deutlich weniger Internetanschluss zu Hause haben (nur 57% bzw. 48% haben einen Anschluss). Der Zugang steigt mit dem Einkommen und der Grösse des Haushaltes sowie mit dem Vorhandensein von Kindern.

- ☞ Die Internetverbindung zu Hause erfolgt hauptsächlich über Festnetz-Breitband: 89% der Haushalte mit Internetanschluss haben eine solche Verbindung. Schmalband als einzige Verbindungsart trifft lediglich auf 6% der Haushalte zu und Mobilnetz-Breitband auf nur 1%. Lediglich 1% der Haushalte mit Internetanschluss wählte eine besondere Verbindung wie PLC, Glasfaser oder Satellit.

Auf struktureller Ebene besteht der einzige Unterschied darin, dass Breitband via ADSL oder DSL im Tessin und in der Westschweiz verbreiteter ist, während Breitband via Kabel in der Deutschschweiz häufiger vorkommt. Ausserdem ist die Mobilnetz-Breitbandverbindung dreimal mehr in Haushalten verbreitet, die keine Festnetztelefonie haben. Es ist hervorzuheben, dass die Verbindungsart nicht vom Haushaltseinkommen abhängt.

Verstehen, aus welchen Gründen auf das Internet verzichtet wird

- ☞ Von den 29% der Haushalte ohne eigenen Internetanschluss geben 68% als Grund das Fehlen eines Computers und/oder das fehlende Interesse an. Das mangelnde Interesse ist ein Grund, der häufiger von Haushalten von Personen im Ruhestand oder Nichterwerbstätigen genannt wird. Die fehlenden Sachkenntnisse sind für 28% der Haushalte ein Grund. Die Preisfrage und Befürchtungen bezüglich Sicherheit sind nur marginale Gründe (5% oder weniger der genannten Gründe).

Die Kriterien für die Wahl des Dienstleistungserbringers für den Internetanschluss zu Hause zu erfassen

☞ Derzeit sind mehr als die Hälfte der Haushalte mit Festnetz-Breitbandverbindung Kunden der Swisscom. Ein Drittel der Haushalte weiss nicht, welche Zugangsgeschwindigkeit ihr Provider anbietet. Bei denen, die diesen Wert angeben können, handelt es sich in 70% der Fälle um eine mittelschnelle Breitbandverbindung (zwischen 2'001 und 10'000 Kbit/s für den Download). Die restlichen 30% verteilen sich zu gleichen Teilen auf den unteren und den oberen Geschwindigkeitsbereich. Die Zugangsgeschwindigkeit zum Internet scheint also für die meisten Schweizer Haushalte kein wichtiges Thema zu sein.

☞ Zwei Drittel der Haushalte mit Festnetz-Breitbandverbindung haben noch nie den Anbieter gewechselt, und diese Treue ist bei allen Arten von Haushalten gleich. Die Treue ist bei den Mobilnetz-Breitbandverbindungen leicht geringer.

Über zwei Drittel der Haushalte suchen nicht nach dem besten Preis-/Leistungsverhältnis für ihre Breitbandverbindung. Das gilt sowohl für das Festnetz als auch für das Mobilnetz. 68% vergleichen die Marktangebote nie oder weniger als alle zwei Jahre. 22% vergleichen sie immerhin mindestens einmal pro Jahr.

☞ Die acht vorgegebenen Kriterien für die Wahl des Anbieters beziehen sich also in den meisten Fällen auf die erste getroffene Wahl. Beim Festnetz-Breitband stehen die Qualität der Dienstleistungen, die Kundenbetreuung und die Klarheit der Informationen an der Spitze. Diese Kriterien sind für 92% bzw. 90% der Haushalte ziemlich bis sehr wichtig bei der Wahl des Anbieters, dicht gefolgt vom Zugangspreis, der für 89% der Haushalte wichtig ist.

Die angebotenen Zugangsgeschwindigkeiten stehen in Bezug auf die Bedeutung erst an vierter Stelle der Auswahlkriterien. Immerhin erachten 81% der Haushalte dieses Kriterium als wichtig. Es ist weniger wichtig für Personen im Ruhestand, aber wichtiger für Haushalte mit hohem Einkommen.

Es folgen, in abnehmender Reihenfolge bezüglich Bedeutung, das Tarifmodell, die Höhe der einmaligen Gebühren, das Image der Firma und am Schluss die Installation durch einen Spezialisten, was für 44% der Haushalte ein wichtiges Kriterium ist. Mit Ausnahme der angebotenen Zugangsgeschwindigkeit sind diese Kriterien für alle Arten von Haushalten dieselben, unabhängig von Sprachregion, Grösse und Einkommensniveau.

☞ Im Mobilnetzbereich folgen die Auswahlkriterien einer anderen Logik. Die beiden wichtigsten Kriterien sind die Netzabdeckung und die angebotenen Zugangsgeschwindigkeiten (wichtig für 18 von 19 Haushalten). Es folgen die Qualität der Dienstleistungen, das Tarifmodell, die Kundenbetreuung und die Klarheit der Informationen ex aequo mit den Preisen. Das Schlusslicht bilden die einmaligen Gebühren, das Image und die Installation.

Den Zufriedenheitsgrad in Bezug auf die bezogenen Leistungen erfassen

☞ Die grosse Mehrheit der Haushalte sind mit der Geschwindigkeit und der Zuverlässigkeit ihrer Festnetz-Breitbandverbindung zufrieden (89% bzw. 86% Zufriedene). Bei der Geschwindigkeit gibt es etwas weniger sehr Zufriedene (32%) als bei der Zuverlässigkeit (45%).

☞ Dafür ist eine gewisse Unzufriedenheit beim Preis zu beobachten: 40% finden ihre Festnetz-Breitbandverbindung ziemlich teuer und 14 % sogar sehr teuer.

Die Westschweizer Haushalte beklagen sich stärker über den Preis: 51% finden ihn ziemlich teuer und 20% sehr teuer.

☞ Die Zufriedenheit mit der Qualität der Mobilnetz-Breitbandverbindung ist ziemlich nahe bei der Zufriedenheit mit dem Festnetzanschluss. Sie ist praktisch gleich in Bezug auf die Geschwindigkeit der Verbindung und leicht niedriger in Bezug auf die Zuverlässigkeit. Die Netzabdeckung gibt auch keinen Anlass zur Unzufriedenheit: Ein Drittel ist damit sehr zufrieden, eine gute Hälfte mittelmässig zufrieden und etwas mehr als ein Zehntel unzufrieden.

Der Preis für die Mobilnetz-Breitbandverbindung wird insgesamt als etwas teurer beurteilt als jener für das Festnetz.

☞ Weniger als ein Drittel der Stichprobe wandte sich in den letzten 12 Monaten wegen eines Problems mit der Internetnutzung an seinen Anbieter, und 28% davon waren nicht wirklich oder sogar überhaupt nicht zufrieden mit der Problembetreuung. Insgesamt, d.h. im Verhältnis zur gesamten befragten Stichprobe, machen die mit der Problembetreuung unzufriedenen Haushalte jedoch weniger als 9% der Haushalte mit eigenem Internetanschluss aus.

Das Ausmass und die Arten der Internetnutzung ermitteln

☞ Die grosse Mehrheit der Haushalte nutzt das Internet sehr regelmässig: 96% griffen in den letzten drei Monaten darauf zu, drei Viertel davon nutzen es täglich oder fast täglich, und ein Fünftel verwendet es zumindest wöchentlich.

Die Schweizer Haushalte nutzen das Internet aber nicht nur sehr regelmässig, sondern auch ziemlich intensiv: 30% nutzen es über 10 Stunden pro Woche und nur 11% weniger als eine Stunde pro Woche im Schnitt.

Sowohl die Häufigkeit als auch die Intensität der Internetnutzung zu Hause hängen stark von Haushaltsgrösse und -einkommen ab. So nutzen 90% der Haushalte mit mindestens drei Personen und einem monatlichen Einkommen von über 10'000.- CHF das Internet täglich, und 34% dieser Haushalte verbringen über 21 Stunden pro Woche im Internet. Demgegenüber stehen 61% bzw. 6% bei den Einpersonenhaushalten mit einem Einkommen von unter 6'000.- CHF. Schliesslich greifen Haushalte mit einem schnellen Breitbandanschluss häufiger auf das Internet zu als andere.

Haushalte, deren Haupteinkommen von einer pensionierten oder nicht erwerbstätigen Person stammt, greifen nicht nur weniger häufig auf das Internet zu, sondern bleiben auch deutlich weniger lange am Stück online. Diese Haushalte sind im Durchschnitt auch kleiner.

☞ Das Internet wird in erster Linie für den Versand und den Empfang von E-Mails sowie für die allgemeine Informationssuche und das Einholen von Informationen über Güter und Dienstleistungen genutzt. Jeweils 74%, 64% und 46% der Haushalte benutzen es oft für diese drei Tätigkeiten und nur einige wenige Haushalte haben es noch nie zu diesem Zweck verwendet.

Der Kauf von Gütern oder Dienstleistungen auf dem Internet ist ebenfalls ziemlich verbreitet, obwohl man das nicht häufig macht. Zahlungen über das Internet nehmen die Hälfte der Haushalte vor. Der Verkauf über das Internet ist dagegen seltener: 63% haben solche Verkäufe noch nie getätigt und 19% lediglich selten. Die Tessiner Haushalte kaufen und verkaufen besonders wenig über das Internet.

Unterhaltungsaktivitäten sind insgesamt nicht sehr verbreitet. Die häufigste ist das Hören oder Herunterladen von Musik. Das macht ein Drittel der Haushalte zumindest gelegentlich. Diese Tätigkeiten sind die einzigen, die nicht linear mit der Grösse und dem Einkommen des Haushaltes variieren, da sie eher in Einpersonenhaushalten als in Zweipersonenhaushalten ausgeübt werden.

Fast die Hälfte der Haushalte hat noch nie eine Tätigkeit ausgeübt, die mit einer gewissen Webpräsenz verbunden ist (soziales Netzwerk, persönliche Website, Teilen von Dokumenten, Blogs usw.). Von den genannten Tätigkeiten sind die sozialen Netzwerke am meisten verbreitet (39% der Haushalte). Leben Kinder im Haushalt, nimmt diese Art von Aktivitäten zu.

Fernarbeit und Fernstudium gibt es schliesslich nur bei 10% der Haushalte.

Die Bereiche ermitteln, in denen das Vertrauen in die IKT fehlt

☞ Das Vertrauen in die IKT ist insgesamt gut, denn Ängste bezüglich Sicherheit halten weniger als 5% der Haushalte davon ab, einen Internetanschluss einzurichten, und nicht einmal 8% der Haushalte verzichten deswegen auf Käufe/Verkäufe im Internet. Dennoch ist die Sicherheit ein wichtiges Anliegen der Internetbenutzer, auch wenn sie keinen Angstfaktor darstellt: 93% der Internetbenutzer schützen ihren Computer vor Viren und anderen Angriffen, und der Schutz der persönlichen Daten sowie die Sicherheit des Zahlungssystems sind die beiden ausschlaggebenden Kriterien für den Entscheid, im Internet einzukaufen oder nicht.

Schlussfolgerungen

☞ Die Studie ergibt insgesamt, dass die Versorgung mit Internetanschlüssen zu Hause im Gegensatz zum Trend der Vorjahre im Vergleich zu den vom BFS / SUKO 2007 veröffentlichten Zahlen nicht im Steigen begriffen ist. Die geringste Versorgung ist im Tessin, in Einpersonenhaushalten, Haushalten mit einem Einkommen von unter 6'000.- CHF pro Monat und Haushalten von Personen im Ruhestand und anderen Nichterwerbstätigen zu beobachten.

Dass die Internetversorgung nicht zugenommen hat, ist jedoch weder auf den Preis noch auf Ängste in Zusammenhang mit dem Internet zurückzuführen, sondern eher auf mangelndes Interesse.

Bei den Haushalten mit Internetanschluss ist Festnetz-Breitband sehr verbreitet, aber die Zugangsgeschwindigkeit scheint kein besonders wichtiger Punkt zu sein. Erwartungen werden eher an die Dienstleistung und die Kundenbetreuung gestellt. Die Erwartungen werden mit Ausnahme eines bestimmten Anbieters ziemlich gut erfüllt. Mobilnetz-Breitband spielt derzeit noch eine marginale Rolle.

Das Internet wird zu Hause regelmässig und häufig genutzt. Die Nutzung nimmt mit der verfügbaren Zugangsgeschwindigkeit, der Grösse und dem Einkommen des Haushaltes zu. Einzige Ausnahme bilden die Unterhaltungsaktivitäten, die im Übrigen nur wenig verbreitet sind. Die häufigsten Tätigkeiten sind Versand und Empfang von E-Mails und Informationssuche.