

Pragmatische Internetnutzung – Sensibilisierung für Datenmissbrauch



Schlussbericht

Studie im Auftrag von ICTswitzerland,
Februar 2017

Projektteam

Urs Bieri Politik- und Medienwissenschaftler

Jonas Ph. Kocher Politikwissenschaftler

Carole Gauch Medien- und Politikwissenschaftlerin

Stephan Tschöpe Politikwissenschaftler

Aaron Venetz Politikwissenschaftler

Noah Herzog Sekretariat und Administration

Inhaltsverzeichnis

1	WICHTIGSTES IN KÜRZE.....	3
1.1	Datenbasis	5
2	EINLEITUNG	6
2.1	Mandat und Fragestellung	6
2.2	Konzept und Fragebogen	6
2.3	Befragung und Stichprobe	9
2.4	Datenanalyse	11
2.5	Grafische Aufbereitung	12
3	BEFUNDE	13
3.1	Internetnutzung.....	13
3.1.1	Zwischenbilanz	22
3.2	Datenschutz und –sicherheit	23
3.2.1	Zwischenbilanz	28
3.3	Effekte der Digitalisierung.....	29
3.3.1	Zwischenbilanz	34
3.4	Politische Forderungen	34
3.4.1	Zwischenbilanz	37
3.5	Clustergruppen	38
3.5.1	Zwischenbilanz	40
4	SYNTHESE	41
5	ANHANG	43
5.1	gfs.bern-Team.....	43

1 Wichtigstes in Kürze

Über 80 Prozent der Stimmberechtigten in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz nutzen das Internet mindestens einmal am Tag. Ein Zehntel der Stimmberechtigten geht seltener als täglich ins Internet. Mit zunehmendem Alter nimmt die Internetnutzung ab. Weniger als ein Zehntel nutzt das Internet nie – dabei handelt es sich grösstenteils um Personen im Rentenalter.

Vor allem Social-Media-Kanäle und "klassische" Newsportale werden von vielen regelmässig genutzt. Auch E-Banking, Kreditkartenzahlungen im Internet sowie Onlineshopping werden mehrheitlich genutzt, jedoch weniger regelmässig.

Die Schweizer sind mehrheitlich bei Neuerungen eher abwartend: Über ein Drittel möchte neue Informations- und Kommunikationstechnologien erst, wenn sie breit etabliert sind, fast ein Viertel will sie gar nicht. Immerhin vier Prozent bemühen sich darum, zu den ersten Nutzern zu gehören, gut ein Zehntel möchte die Technologie rasch und fast ein Viertel nach den ersten Erfahrungsberichten nutzen.

Die abwartende Haltung ist nicht mit Ablehnung zu verwechseln: Mehrheitlich steht man Neuerungen wie dem elektronischen Patientendossier, eVoting oder Smart-Home-Lösungen aufgeschlossen gegenüber. Bedenken bestehen jedoch bei der elektronischen Identität und elektronischen Unterschrift.

Grafik 1

Problemdruck Missbrauch von Nutzerdaten

"Was ist Ihr Eindruck, ist der Missbrauch von persönlichen Daten im Internet ein sehr grosses Problem, ein eher grosses Problem, ein eher kleines Problem oder ein sehr kleines Problem?"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

Die Stimmberechtigten fühlen sich mehrheitlich gut informiert über die Risiken eines Missbrauchs von Nutzerdaten im Internet und erachten dies als sehr oder eher grosses Problem. Weniger als die Hälfte denkt jedoch, dass es ein grosser Schaden wäre, wenn ihre eigenen Daten im Netz in falsche Hände gerieten.

Über die Hälfte hat aus Datenschutzgründen schon komplett auf Apps oder Social-Media-Plattformen verzichtet. Fast drei Viertel nehmen Nutzeneinschränkungen in Kauf, wenn sie weniger Daten preisgeben müssen.

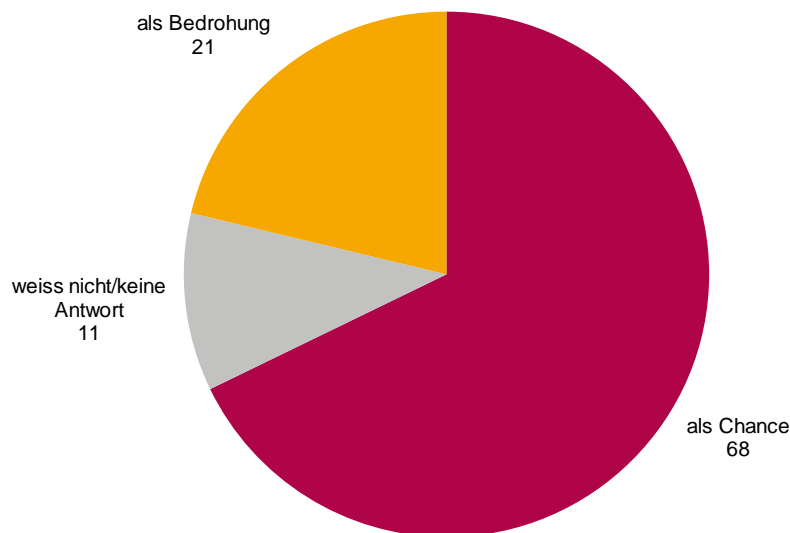
Banken, dem Staat und dem Gesundheitswesen vertraut man im Umgang mit persönlichen Daten. Den Medien und vor allem der ausländischen IT-Branche traut man eher nicht.

Grafik 2

Einschätzung Digitalisierung

"Alles in Allem: Empfinden Sie moderne Technologien und die Digitalisierung eher als Chance oder eher als Bedrohung?"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

Über zwei Drittel sehen in neuen Technologien generell eher eine Chance, nur gut ein Fünftel eher eine Bedrohung.

Eine relative Mehrheit ist jedoch der Meinung, dass dadurch eher Arbeitsplätze abgebaut werden. Nur ein Viertel glaubt an einen positiven Effekt auf den Arbeitsmarkt; ein weiterer Viertel denkt aktuell, dass sich dadurch nicht viel ändern würde.

Die sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen von Uber werden kritischer beurteilt als jene von Airbnb. Insbesondere bezüglich des Effekts von Uber auf die Wirtschaft sind die Stimmberechtigten gespalten. Uber und Airbnb sind mehrheitlich bekannt, werden aber bisher nur minderheitlich genutzt.

Trotz der ausgeglichenen bis positiven Erwartungen möchte eine Mehrheit der Stimmberechtigten das bestehende Gewerbe schützen: Bei Uber ist die Forderung leicht ausgeprägter als bei Airbnb.

Wenn gewisse Internetbereiche reguliert werden müssen, dann würde eine knappe absolute Mehrheit eine schweizerische Lösung internationalen Standards vorziehen.

Sollte es soweit kommen, hätten die Stimmberechtigten mehrheitlich Vertrauen in die Schweizer Politik. Die Mehrheit kann jedoch nicht benennen, welche Partei dem Einsatz neuer Technologien am freundlichsten gegenübersteht. Am ehesten gilt dies noch für die FDP. Die Liberalen.

Die Schweizer Internetnutzenden lassen sich grob in drei Gruppen aufteilen: Enthusiasten, welche das Internet sehr stark nutzen, Neuerungen generell sehr offen gegenüberstehen und diese auch rasch nutzen möchten. Sie sind vor allem unter den Digital Natives zu finden.

Pragmatische, welche das Internet ebenfalls häufig benutzen, jedoch nicht jedem Trend hinterherrennen müssen. Wenn sie auch die kleinste Gruppe sind,

stehen sie stellvertretend für die Durchschnittsnutzerin/den Durchschnittsnutzer. Sie sind in den mittleren Alterskategorien überdurchschnittlich zu finden.

Und Kritische, welche das Internet für ausgewählte Anwendungen benötigen, Neuerungen aber kritisch gegenüberstehen. Sie nutzen neue Technologien, wenn überhaupt, erst spät und befürchten Arbeitsplatzabbau durch Digitalisierung. Vor allem die Älteren zählen häufig zu den Kritischen.

Alle Gruppen, auch die Enthusiasten, sind für das Problem Datenmissbrauch sensibilisiert.

1.1 Datenbasis

Die Ergebnisse der Befragung "Digitalisierungsmonitor" basieren auf einer repräsentativen Befragung von 1'004 Stimmberechtigten des deutsch- und französischsprachigen Landesteils der Schweiz. Die Befragung wurde zwischen dem 10. und dem 18. Februar 2017 mittels computerunterstützten Telefoninterviews (CATI) durchgeführt. Befragt wurde mittels eines RDD-Dualframe-Verfahrens via Festnetz und Handy. Der statistische Fehler bei der Stichprobengrösse für die jeweiligen befragten Gruppen beträgt:

Tabelle 1

Stichprobenfehler

Stichprobengrösse	Fehlerquote Basisverteilung	
	50% zu 50%	20% zu 80%
N = 1'000	±3.2 Prozentpunkte	±2.5 Prozentpunkte
N = 700	±3.8 Prozentpunkte	±3.0 Prozentpunkte
N = 500	±4.5 Prozentpunkte	±3.6 Prozentpunkte
N = 100	±10.0 Prozentpunkte	±8.1 Prozentpunkte
N = 50	±14.0 Prozentpunkte	±11.5 Prozentpunkte

Lesebeispiel: Bei rund 1'000 Befragten und einem ausgewiesenen Wert von 50 Prozent liegt der effektive Wert zwischen 50 Prozent ±3.2 Prozentpunkte, bei einem Basiswert von 20 Prozent zwischen 20 Prozent ±2.5 Prozentpunkte. Dabei setzt man in der Umfrageforschung zumeist ein Sicherheitsmass von 95 Prozent, das heisst man akzeptiert eine Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 Prozent, dass der nachgewiesene statistische Zusammenhang so in der Bevölkerung nicht vorhanden ist.

© gfs.bern

Um Fehlinterpretationen zu minimieren, nehmen wir keine Subgruppenanalysen in Gruppen vor, in denen weniger als 50 Fälle vorliegen.

2 Einleitung

2.1 Mandat und Fragestellung

ICTswitzerland beauftragte das Forschungsinstitut gfs.bern mit der Durchführung der diesjährigen Bevölkerungsbefragung im Rahmen des Digitalisierungsmonitors. Die Studie hat zum Ziel Nutzung, Nutzen und Forderungshaltungen gegenüber verschiedenen Aspekten der Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft in der Schweiz zu beleuchten.

Der vorliegende Schlussbericht umfasst alle Erkenntnisse aus der Studie und schliesst die Berichterstattung ab.

2.2 Konzept und Fragebogen

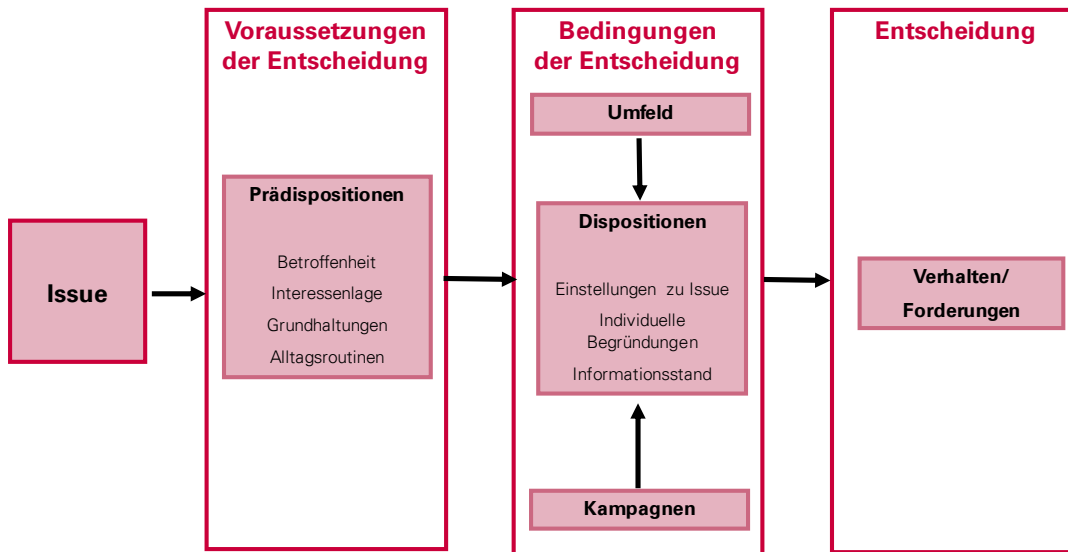
In der Konzeptionsphase des bestehenden Digitalisierungsmonitors waren insbesondere fünf Thesen wegleitend:

- Die Schweizer Bevölkerung trägt durch ihr Verhalten zur Schwächung bisher unumstrittener bürgerlichen Freiheiten (wie z.B. Persönlichkeitsrechte) bei.
- Die Schweizer Bevölkerung beurteilt die Rolle der Schule für die Einführung von neuen Technologien als zentral und befördert die Nutzung solcher Technologien im Unterricht.
- Die Schweizer Bevölkerung erachtet die Rolle von Technologien zur Bewältigung von gesellschaftlichen Problemen als zentral.
- Die Schweizer Bevölkerung hat wenig oder kein Bedarf für zusätzliche Regulierung im Digitalisierungsbereich.
- Die Schweizer Bevölkerung ist gegenüber neuen Technologien im Bereich Digitalisierung grundsätzlich offen eingestellt.

Insgesamt folgt die aufgrund der verwendeten Thesen implizit sichtbare theoretische Fundierung unserem eigens entwickelten Ansatz zur Analyse von gesellschaftlicher und politischer Meinungsbildung in direktdemokratischen Systemen.

In Kurzform gehen wir dabei davon aus, dass auf Basis von Alltagserfahrungen, Nutzungsverhalten, Werthaltungen und Grundgefühlen eine Grundeinstellung zu einem Thema entsteht. Diese Grundeinstellung wird situativ mit dem aktuellen Klima im eigenen Umfeld, der öffentlichen, thematisch relevanten Diskussion und öffentlich spürbaren Kampagnen abgeglichen und im Einzelfall zu einer spezifischen Forderung, einem Konsumentenscheid oder einem Verhalten umgewandelt.

Der allgemeine Dispositionsansatz

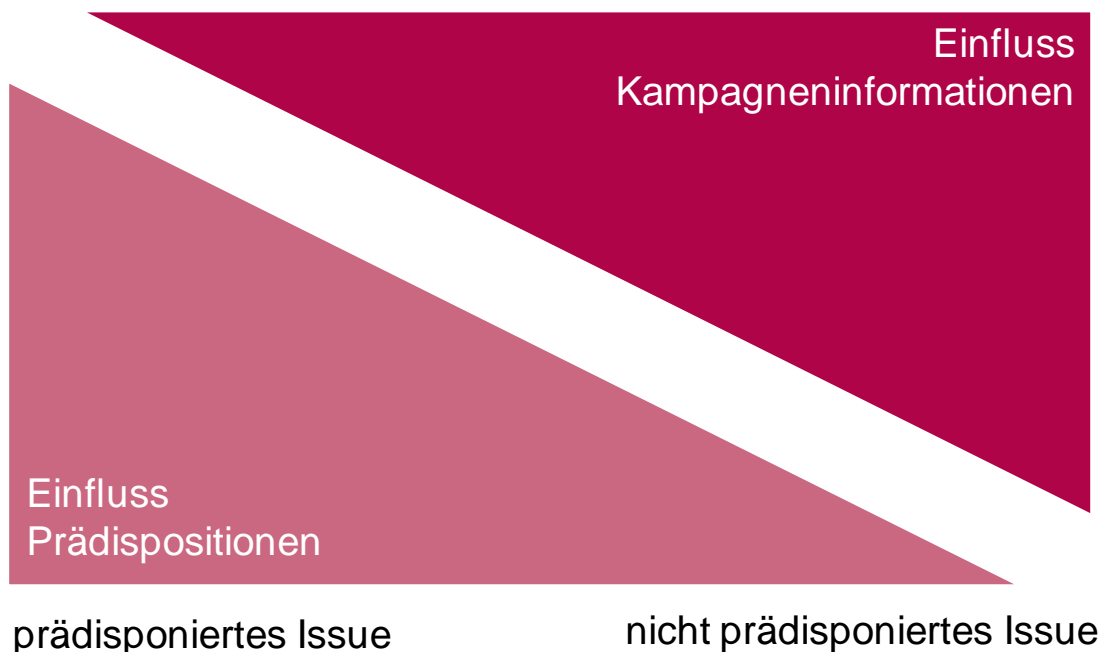


© gfs.bern

Konzeptionell unterscheidet der Dispositionsansatz zwischen Prädispositionen, Dispositionen und Entscheidungen:

Prädispositionen bezeichnen Einstellungen, die aufgrund von Alltagserfahrungen mit einem Gegenstand entstehen. Der Prozess der Meinungsbildung setzt dann ein, wenn man betroffen ist, sich eine Meinung bilden oder wenn man sich für oder gegen etwas entscheiden muss. Die Prädispositionen werden im Verlauf der Zeit mit weiteren Überzeugungen und Informationen ergänzt, die unter dem Eindruck von Erfahrungen, Kampagnen oder Ereignissen entstehen. Prädispositionen sind kurz- bis mittelfristig stabil. Inwiefern Prädispositionen verändert werden können, ist hauptsächlich vom Grad der Prädisponiertheit abhängig.

Verhältnis von Prädispositionen und Kampagnenwirkungen auf Ergebnis



© gfs.bern

Themen mit starkem Alltagsbezug oder langfristig gefestigte Wertebilder sind in Bezug auf Entscheidungsmuster deutlich stabiler als neuartige Themen ohne Kenntnis oder Entscheidungstradition. Entsprechend hat Kommunikation auf erstere eine wesentlich schwächere Wirkung als auf letztere.

Die auf Basis von Prädispositionen entstehenden Sensibilitäten oder Verhaltensabsichten werden **Dispositionen** genannt. Dispositionen werden somit als entscheidungsrelevante Einstellungen definiert. Ihnen ist eigen, dass sie sich über die Zeit hinweg entwickeln, indem sie die äusseren Umstände reflektieren. Dabei ändert sich mindestens einer der individuellen Bestimmungsgründe für Einstellungen. Zu diesen zählt die Sozialpsychologie die Affekte (Emotionen), das Wissen (Kognitionen) und die Beurteilungen. Affekte beinhalten das emotionale Verhältnis zu einem Gegenstand, welches die spontane Beurteilung bestimmt, aber auch Stimmungslagen reflektiert. Das Wissen ergibt sich aus der sachlichen Beschäftigung mit einem Gegenstand, welcher die Sichtweise auf das Objekt verändern kann. Schliesslich beinhalten die Bewertungen die Meinungen, die sich aus der eigenen Erfahrung, aber auch aus dem öffentlichen Diskurs (Klima, Elitediskussion der Öffentlichkeit, aber auch Kampagne) ergeben. Einstellungen sind von einer gewissen Festigkeit und Dauerhaftigkeit, können aber auf Wendereignisse auch kurzfristig reagieren.

Dispositionen bilden die Basis, auf welcher die Informationsaufnahme und -verarbeitung geschieht und auf denen **Entscheidungen** getroffen werden, die zu einem bestimmten Verhalten oder zu einer bestimmten Auffassung in einer Frage führen.

Die Bevölkerungsbefragung 2016 wurde durch ein anderes Befragungsinstitut telefonisch bei 751 Einwohnerinnen und Einwohnern der deutsch- und französischsprachigen Schweiz zwischen 15 und 74 Jahren durchgeführt. Zudem wurden 2017 mehrere Fragen teils leicht, teils stärker umformuliert. Infolgedessen ist die direkte Vergleichbarkeit mit dem Vorjahr eingeschränkt und einzelne Werte sind mit Vorsicht zu interpretieren. Vergleiche der vorliegenden Studie mit jener des Vorjahres heben wir im Befundeteil durch Rahmen und Schattierung hervor.

2.3 Befragung und Stichprobe

Die Ergebnisse der Befragung "Digitalisierungsmonitor" basieren auf einer repräsentativen Befragung von 1'004 Stimmberechtigten des deutsch- und französischsprachigen Landesteils der Schweiz. Die Befragung wurde zwischen dem 10. und dem 18. Februar 2017 mittels computerunterstützten Telefoninterviews (CATI) durchgeführt. Befragt wurde mittels eines Random Digit Dialing (RDD)/Dualframe-Verfahrens via Festnetz und Handy. Über die technischen Eckwerte dieser Umfrage orientiert die nachstehende Übersicht:

Tabelle 2

Technischer Kurzbericht

Auftraggeber	ICTswitzerland
Grundgesamtheit	Stimmberechtigte des deutsch- und französischsprachigen Landesteils der Schweiz
Befragungsgebiet	deutsch- und französischsprachiger Landesteil der Schweiz
Herkunft der Adressen	Stichprobenplan Gabler/Häder für RDD/Dual-Frame; Verwendung der Swiss-Interview-Liste
Datenerhebung	telefonisch, computergestützt (CATI)
Art der Stichprobenziehung	Random-Quota; Geburtstagsmethode im Haushalt
Befragungszeitraum	10. bis 18. Februar 2017
mittlerer Befragungstag	15. Februar 2017
Stichprobengrösse	minimal 1'000, effektiv 1'004
Sprachregionen	n DCH: 703, n FCH: 301
Dual Frame	n Festnetz: 799, n Handy: 205
Fehlerbereich	±3.2 Prozentpunkte bei 50/50 und 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit
Quotenmerkmale	Sprachregion, Alter/Geschlecht interlocked, Festnetz und Handy
Gewichtung nach	Dual-Frame-Gewichtung, Designgewichtung nach Sprachregion, zusätzliches Redressement entlang von Alter/Geschlecht, Kanton und Wohneigentum
Befragungsdauer	
Mittelwert	18.4 Minuten
Standardabweichung	±3.8 Minuten

© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017

Bei einer Stichprobe entscheiden zwei Faktoren über die Qualität der später gewonnenen Aussagen massgeblich mit: Auf der einen Seite definiert sich die Datenqualität über die Grösse des **Stichprobenfehlers**. Dieser Index weist die Irrtumswahrscheinlichkeit und Irrtumsgrösse einer getroffenen statistischen Aussage aus. Einerseits setzt man bei der Umfrageforschung zumeist ein Sicherheitsmass von 95 Prozent, das heisst man akzeptiert eine Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 Prozent, dass der nachgewiesene statistische Zusammenhang so in der Bevölkerung nicht vorhanden ist. Andererseits unterliegen statistische Aussagen einem Stichprobenfehler, welcher von der Grösse der Stichprobe und der Basisverteilung der Variable in der Bevölkerung abhängt, wobei der Fehler kleiner wird, je grösser die Stichprobe ist.

Stichprobenfehler

Ausgewählte statistische Stichprobenfehler nach Stichprobengrösse und Basisverteilung		
Stichprobengrösse	Fehlerquote Basisverteilung	
	50% zu 50%	20% zu 80%
N = 1'000	±3.2 Prozentpunkte	±2.5 Prozentpunkte
N = 700	±3.8 Prozentpunkte	±3.0 Prozentpunkte
N = 500	±4.5 Prozentpunkte	±3.6 Prozentpunkte
N = 100	±10.0 Prozentpunkte	±8.1 Prozentpunkte
N = 50	±14.0 Prozentpunkte	±11.5 Prozentpunkte

Lesebeispiel: Bei rund 1'000 Befragten und einem ausgewiesenen Wert von 50 Prozent liegt der effektive Wert zwischen 50 Prozent ±3.2 Prozentpunkte, bei einem Basiswert von 20 Prozent zwischen 20 Prozent ±2.5 Prozentpunkte. Dabei setzt man in der Umfrageforschung zumeist ein Sicherheitsmass von 95 Prozent, das heisst man akzeptiert eine Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 Prozent, dass der nachgewiesene statistische Zusammenhang so in der Bevölkerung nicht vorhanden ist.

© gfs.bern

Gerade bei Untergruppenanalysen weist die untersuchte Gruppe schnell weniger als 50 Befragte aus, was bei einem Stichprobenfehler von ±14 Prozentpunkten eine adäquate Interpretation nahezu verunmöglicht. Deshalb nehmen wir keine Subgruppenanalysen unter 50 Fällen vor.

Das andere Element einer qualitativ hochstehenden Analyse ist die Gewährleistung von **Repräsentativität**. Repräsentativität bedeutet nichts anderes, als dass jede Person aus der Grundgesamtheit genau die gleiche Chance haben muss, an der Befragung teilnehmen zu können. Werden bei der Stichprobenziehung systematisch Gruppen ausgeschlossen, ist eine Befragung nicht repräsentativ.

Wir gewährleisten die Repräsentativität (neben einem ganztägigen Befragungsfenster) in unseren Telefonbefragungen mit RDD/Dual Frame durch ein dreistufiges System:

- Ausgangslage bildet ein elektronisches Telefonbuch mit allen gemeldeten Telefonanschlüssen der Schweiz (swiss directories, mehrere Jahrgänge gepoolt). Auf dieser Basis werden alle 100er-Blöcke (Fixnet) respektive 10'000er-Blöcke (Mobile) mit eingetragenen Nummern eruiert und daraus alle möglichen Nummern generiert (Gabler-Häder-Design). Aus diesen wird nach einem Zufallsprinzip eine Ausgangsstichprobe gebildet. Nummern, die die sich in der Swiss-Interview-Liste (SIL) des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung¹ eingetragen haben, werden nicht befragt.
- Erfüllt bei einem Fixnet-Anschluss (Haushaltsstichprobe) eine Person im Haushalt die Voraussetzung, zur Grundgesamtheit zu gehören, wird die Adresse verwendet. Erfüllen mehrere Personen im Haushalt die Voraussetzung, wird die Person befragt, welche als letzte im Jahr Geburtstag hat. Durch diese zweite Stufe der Zufallsauswahl wird verhindert, dass systematische Gewohnheitseffekte im Telefonverhalten zu einer Stichprobenverzerrung führen. Bei einem Mobile-Anschluss (Personenstichprobe) wird das Interview mit der Person durchgeführt, die das Gespräch entgegennimmt, sofern sie zur Grundgesamtheit gehört.
- Um wegen unterschiedlicher Erreichbarkeit Verzerrungen vermeiden zu können, werden einerseits Maximalquoten für Geschlecht und Alter vorgegeben, welche nicht überschritten werden können. Andererseits wird die technische Erreichbarkeit (Anzahl Anschlüsse, Anzahl Personen im Haushalt) mit einem Gewichtungsmo­dell korrigiert (Dual-Frame-Gewichtung).

Dieses dreistufige System garantiert eine systematische Zufallsauswahl und damit eine saubere Basis für statistische Auswertungen. Um in beiden Sprachregionen genügend Fälle für eine gesicherte statistische Analyse zu erhalten, wurde

¹ http://www.vsms-asms.ch/files/2013/5625/5076/14_Anhang_VIII__Anwendung_SIL_Juni12.pdf

bei der Befragung eine leichte Übergewichtung der französischsprachigen Schweiz vorgenommen. Im Datensatz wurde diese Übergewichtung mittels Gewichtungsfaktoren wieder rückgängig gemacht.

2.4 Datenanalyse

Die neu generierten Daten werden wie folgt analysiert: Zuerst leisten wir die beschreibende Analyse. Dabei werden vor allem Häufigkeiten in Form von Prozentwerten beschrieben.

Zusammenhänge zwischen zwei Variablen, also beispielsweise zwischen dem Gesundheitszustand und der Sprachregion, werden mittels Korrelationen gemessen. Das normalerweise verwendete Mass ist der Koeffizient Cramérs V. Der Vorteil dieser Masszahl ist, dass sie unabhängig vom Skalenniveau der Indikatoren verwendet werden kann. Damit bestimmen wir die Stärke des Zusammenhangs. Dieser ist umso stärker, je mehr das Cramérs V von Null differiert. Davon unterscheiden wir die Frage, ob der in der Befragung gefundene und gemessene Zusammenhang auch auf die Grundgesamtheit verallgemeinert werden darf. Hierfür verwendeten wir den üblichen Signifikanztest χ^2 . Damit kann man sagen, inwieweit die Untergruppen in sich selbst ein signifikantes unterschiedliches Verhalten an den Tag legen. In der Regel verwendeten wir ein Sicherheitsmass von 95 Prozent.

Gilt es, die Zusammenhänge zwischen mehr als zwei Variablen zu bestimmen, kommen multivariate Analysemethoden zum Einsatz:

Gilt es, Befragte aufgrund ihrer Antwort zu einer Anzahl von Indikatoren zu klassieren, kommt die **Clusteranalyse** zum Zug. Sie vergleicht zwei oder mehr Gruppen von Befragten hinsichtlich ihrer Ähnlichkeit. Die Clusteranalyse ordnet jede befragte Person einer vorbestimmten Zahl von Gruppen zu, sodass sich die Gruppen möglichst stark unterscheiden. Dabei werden nicht alle Indikatoren gleich stark gewichtet, wie dies beispielsweise bei einem Index der Fall ist. Vielmehr werden sie so gewichtet, dass sie zu einer optimalen Teilung der Bürgerschaft in die gewünschte Zahl von Gruppen beitragen.

Eingesetzt wird dieses Verfahren vor allem dann, wenn man aus den einzelnen Antworten der Befragten zu verschiedenen Argumenten eine "konsolidierte Haltung" bestimmen will, die über den Einzelfall hinaus eine höhere Gültigkeit für sich beanspruchen kann. Diese Konsolidierung hat den Vorteil, wenn es gilt, Personen abstrakt zu typisieren, das heisst etwa auf der Dimension "Atom-BefürworterInnen vs. Atom-GegnerInnen" (zu der man Argumente testet) zu verorten.

Daneben fand insbesondere die **Answer-Tree-Analyse** Berücksichtigung. Diese Methode differenziert eine Ausgangspopulation in inhaltlich relevante Teilpopulationen, wobei dabei sowohl die Signifikanz des beobachteten Unterschieds wie auch deren Beitrag zur Erklärung der abhängigen Variable ein ordnendes Kriterium darstellt. Die Visualisierung gleicht dabei einem Baum, wobei den primären Ästen am meisten Erklärungskraft zukommt und weitere Äste diese Erklärungskraft verfeinern.

2.5 Grafische Aufbereitung

Alle im Schlussbericht enthaltenen Grafiken liegen dem gleichen Schema zugrunde, welches im Folgenden kurz erläutert wird:

Grafik 5

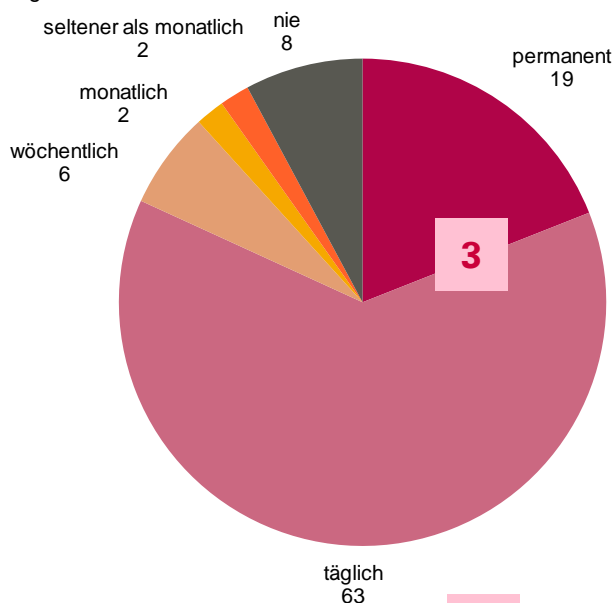
Häufigkeit Nutzung Internet

1

"Ich möchte Ihnen zuerst ein paar Fragen zur Nutzung vom Internet stellen. Wie häufig nutzen Sie das Internet, egal ob beruflich oder privat? Nutzen Sie das Internet..."

in % Stimmberechtigter

2



4

© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

1

Im Titel lässt sich sowohl eine schlagwortartige Zusammenfassung der Frage, als auch in Anführungszeichen der genaue Fragetext ablesen. Der Fragetext selber wird von unseren Interviewenden auf Schweizerdeutsch bzw. Französisch vorgetragen. Dem Titel ist zudem zu entnehmen, ob es sich bei der Grafik um einen Trend oder eine aktuelle Grafik handelt und ob sie gefiltert oder nicht gefiltert ist.

2

Die Referenzgrösse gibt darüber Aufschluss, auf welche Gruppe sich die Auswertung in der Grafik bezieht. In den meisten Fällen sind dies die Stimmberechtigten der Schweiz.

3

Die Ergebnisse werden in grafischer Form dargestellt. Je nach angestrebter Aussage visualisieren wir Resultate mittels Kuchen-, Balken- oder Säulengrafiken. Für die Darstellung von Zusammenhängen werden zudem Answer-Tree-Grafiken verwendet. Ausführungen dazu finden sich bei den entsprechenden Grafiken.

4

Der Fusszeile entnimmt man sowohl den Zeitraum der Befragung (Februar 2017) als auch die Anzahl der befragten Personen, welche für die Aussage in der entsprechenden Grafik relevant sind (N = 1004).

3 Befunde

3.1 Internetnutzung

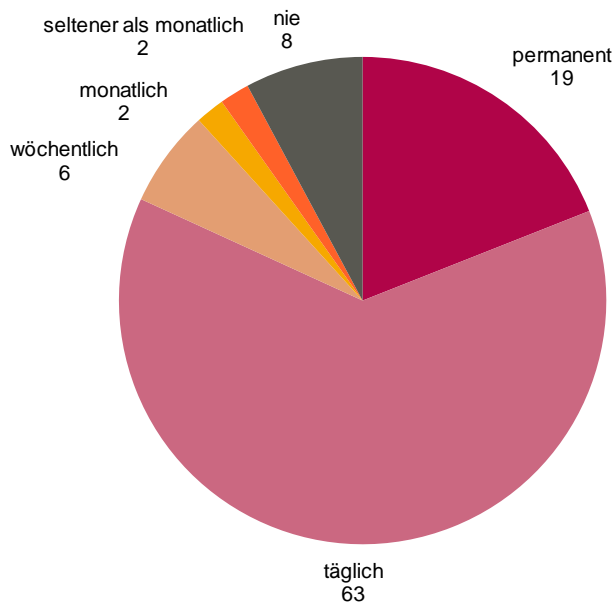
Das Internet ist in der Schweiz eine alltägliche Erfahrung:

Grafik 6

Häufigkeit Nutzung Internet

"Ich möchte Ihnen zuerst ein paar Fragen zur Nutzung vom Internet stellen. Wie häufig nutzen Sie das Internet, egal ob beruflich oder privat? Nutzen Sie das Internet..."

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

Über 80 Prozent der Stimmberechtigten in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz nutzen das Internet mindestens einmal am Tag. Fast ein Fünftel (19%) sieht sich sogar "permanent" im Netz. Ein Zehntel der Stimmberechtigten geht seltener als täglich ins Internet – 6 Prozent wöchentlich, 2 Prozent monatlich, weitere 2 Prozent seltener als monatlich. 8 Prozent nutzen das Internet nie.

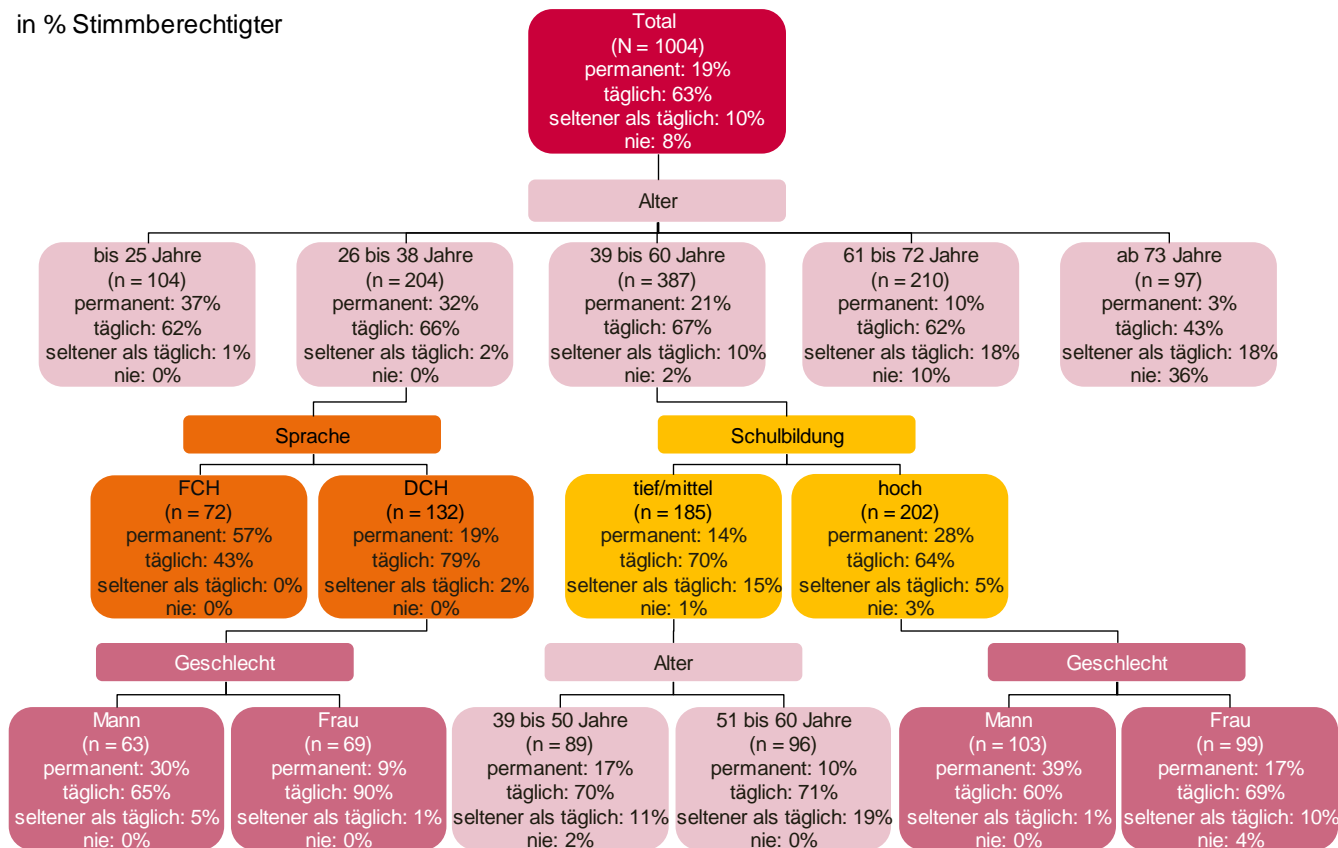
Im Vergleich zur Bevölkerungsbefragung 2016² ist der Anteil an Personen, welche das Internet nie nutzen, leicht erhöht (+4), was daran liegt, dass 2017 auch Personen ab 75 Jahren berücksichtigt wurden.

² s. Kap. 2.2 Konzept und Fragebogen

Grafik 7

Profilbaum zur Häufigkeit Nutzung Internet

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

Erläuterung: Die Answer-Tree-Analyse differenziert für eine abhängige Variable (hier: Häufigkeit Nutzung Internet) eine Ausgangspopulation (hier: die Stimmberechtigten) in inhaltlich relevante Teilpopulationen. Die Methode beginnt mit der unabhängigen Variable, welche die grössten signifikanten Unterschiede aufweist (hier: das Alter der befragten Person). Die Methode fasst dabei Teilgruppen zusammen, wenn der Unterschied untereinander nicht signifikant ist (hier: 26- bis 38-Jährige bilden eine Gruppe). Die Teilgruppen werden in weitere Untergruppen unterteilt, wenn weitere signifikante Unterschiede bestehen und die Fallzahlen genügend gross sind.

Lesebeispiel: 30 Prozent der 26- bis 38-jährigen Männer der Deutschschweiz nutzen das Internet "permanent".

Bei den Altersgruppen bis 38 Jahre sind fast alle (98%) täglich im Internet – rund ein Drittel sogar permanent (bis 25 Jahre: 37%, 26 bis 38 Jahre: 32%). In der mittleren Alterskohorte zwischen 39 und 60 Jahren gibt es immerhin 10 Prozent, welche sich weniger als täglich im Netz bewegen, plus 2 Prozent ohne Internetnutzung. Zwischen 61 und 72 Jahren nutzt zwar die klare Mehrheit (72%) täglich/permanent das Internet, jedoch 18 Prozent seltener und 10 Prozent gar nicht. Bei den ab 73-Jährigen nutzt über ein Drittel (36%) das Internet nicht und weniger als die Hälfte (46%) nutzt es täglich.

Innerhalb der 26- bis 38-Jährigen unterscheidet sich vor allem die Gewichtung zwischen permanent und täglich entlang der Sprachgrenze (FCH: 57% permanent, DCH: 19%) und in dieser Altersgruppe innerhalb der Deutschschweiz zwischen den Geschlechtern (Männer: 30% permanent, Frauen: 9%).

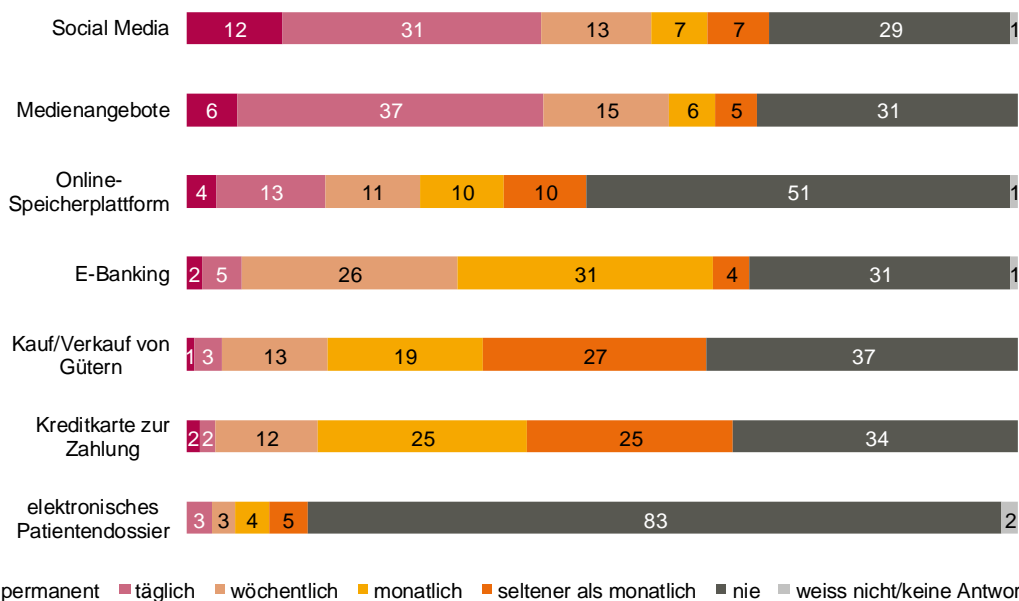
In der Altersgruppe 39 bis 60 zeichnen sich die Befragten mit einem hohen Bildungsgrad durch eine intensivere Nutzung aus (28% permanent/64% täglich), wobei sich insbesondere die Männer hervortun (39%/60%, Frauen: 17%/69%). Bei den tiefen (obligatorische Schule) und mittleren Abschlüssen (Berufslehre) (14%/70%) zeigt sich eine weitere Aufspaltung zwischen den 39- bis 50-Jährigen (17%/70%) und den 51- bis 60-Jährigen (10%/71%).

Grafik 8

Filter Häufigkeit Nutzung Online-Dienstleistungen

"Bitte sagen Sie mir, wie häufig Sie die folgenden Dienstleistungen im Internet nutzen. Nutzen Sie die folgenden Dienstleistungen permanent, täglich, wöchentlich, monatlich, seltener als monatlich oder nie?"

in % Stimmberechtigter, die das Internet mindestens selten nutzen



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (n = 939)

Vor allem Social-Media-Kanäle und "klassische" Medienangebote (Newsportale) werden von den meisten Stimmberechtigten, welche das Internet überhaupt benutzen, genutzt und von vielen sogar regelmässig. Jeweils rund 70 Prozent nutzen diese Dienstleistungen (Social Media: 70% seltener als monatlich oder häufiger, Medienangebote: 69%) – 43 Prozent sogar täglich bis permanent.

Die Medienangebote sind dabei vor allem in den Alterskategorien bis 49 Jahre en vogue: Social Media sind stärker bei den bis 39-Jährigen verbreitet – bei den 18- bis 29-Jährigen geben 84 Prozent an, täglich oder sogar permanent Social Media zu benutzen (30-39 Jahre: 70%). Die klassischen Medienangebote im Internet werden am stärksten von 30- bis 39-Jährigen genutzt (62% täglich/permanent).

Auch E-Banking (68% seltener als monatlich oder häufiger), Kreditkartenzahlung (66%) sowie Onlineshopping respektive den Kauf und Verkauf von Gütern im Internet (63%) hat eine grosse Mehrheit der Internetnutzenden schon mindestens einmal selber im Internet vollzogen. E-Banking braucht man in der Regel aber nur wöchentlich (26%) oder monatlich (31%), Onlineshopping und Kreditkartennutzung im Internet eher nur monatlich (19 resp. 25%) oder seltener (27 resp. 25%).

Die klassischen Nutzergruppen von e-Banking und Kreditkarten sind zwischen 30 und 39 Jahren (85 resp. 84% seltener als monatlich oder häufiger), mit hohem Bildungsabschluss (81 resp. 74%) und hohem Haushaltseinkommen (ab CHF 9'000: 81 resp. 73%). Auch hinsichtlich Online-Shopping weist die Alterskohorte 30 bis 39 Jahre die höchste Nutzungsrate auf (79%); die höheren Bildungsschichten liegen nur leicht über dem Durchschnitt (68%) und das Haushaltseinkommen ist kein signifikantes Merkmal.

Online-Speicherplattformen wie Dropbox, MyDrive oder iCloud nutzt nicht ganz die Hälfte (48%), mit unterschiedlicher Intensität. Das elektronische Patientendossier³ wird hingegen nur von einer kleinen Minderheit von 15 Prozent benutzt (seltener als monatlich oder häufiger).

Die Nutzung von Online-Speicherplattformen ist ebenfalls hochgradig altersabhängig (bis 39-Jährige: 70% seltener als monatlich oder häufiger). Das elektronische Patientendossier wird in der französischsprachigen Schweiz (17%) – wo im Kanton Genf nach einer Pilotphase das Patientendossier schon seit einigen Jahren allen zur Verfügung steht – etwas häufiger genutzt als in der Deutschschweiz (12%).

Im Vergleich zu 2016 hat die Nutzung von elektronischen Patientendossiers zugenommen (+5). Innerhalb des Stichprobenfehlers haben auch die Nutzung von E-Banking leicht zu- (+3) und jene von Online-Speichermedien leicht abgenommen (-3), während die Werte bei den Kreditkarten stabil sind (-1).

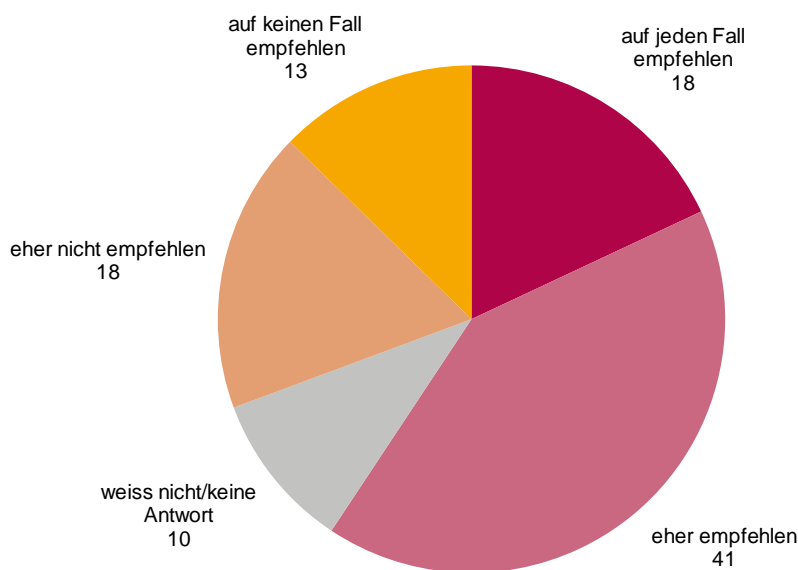
Trotz bisher geringer Verbreitung sind die Befragten jedoch nicht grundsätzlich einem elektronischen Patientendossier abgeneigt:

Grafik 9

Empfehlung elektronisches Patientendossier

"Würden Sie Ihren Bekannten die Nutzung vom elektronischen Patientendossier empfehlen? Würden Sie die Nutzung..."

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

59 Prozent würden dessen Benutzung einem Bekannten eher oder auf jeden Fall empfehlen, 31 Prozent gleichermaßen davon abraten.

Die Empfehlung für ein elektronisches Patientendossier (-1) ist stabil, die Empfehlung dagegen ist leicht rückläufig (-5).

Die stärkste Unterstützung für das Patientendossier kommt aus der Altersgruppe der 30- bis 39- (70% auf jeden Fall oder eher empfehlen) respektive 40- bis 49-Jährigen (69%). Auch Personen mit hohem Haushaltseinkommen (ab CHF 9'000:

³ Wir gehen davon aus, dass hier verschiedene eHealth-Dienstleistungen (elektronische Krankengeschichte, elektronische Dossiers von einzelnen Ärztinnen/Ärzten/Apotheken etc.) von den Befragten in Betracht gezogen wurden, da "das elektronische Patientendossier" (<http://www.e-health-suisse.ch/umsetzung/00282/index.html?lang=de>) erst ab 2017 schrittweise in der gesamten Schweiz umgesetzt wird.

71%) würden es eher empfehlen. In den untersten Einkommensschichten (bis CHF 5'000) würden es gleich viele empfehlen wie es nicht empfehlen (je 45%).

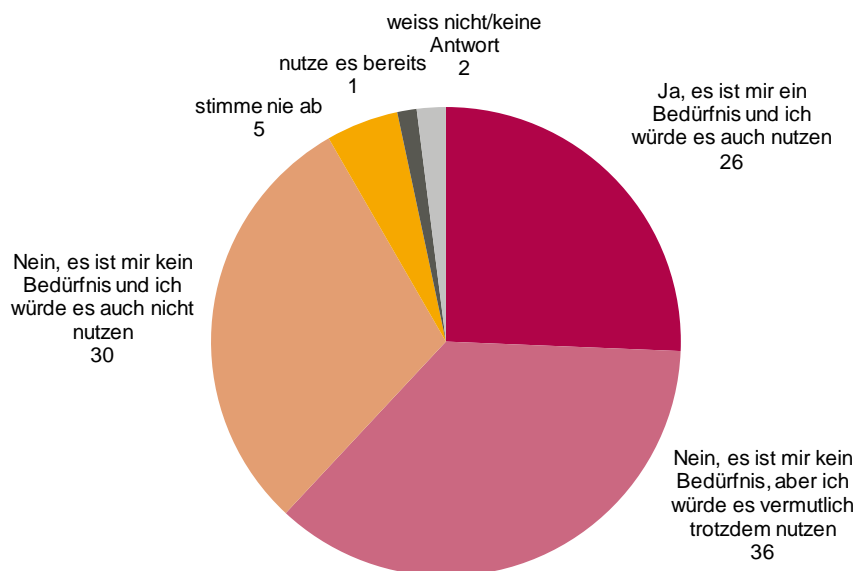
Eine Mehrheit kann sich vorstellen, elektronisch abzustimmen:

Grafik 10

Bedürfnis elektronische Abstimmung

"Ist es Ihnen ein Bedürfnis, elektronisch abstimmen zu können? Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie am ehesten zu?"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

Für gut ein Viertel (26%) wäre es ein Bedürfnis. Für weitere 36 Prozent ist es zwar kein Bedürfnis, sie würden es aber vermutlich trotzdem benutzen. Für 30 Prozent ist es kein Bedürfnis und würden es auch nicht benutzen. Fünf Prozent stimmen nach eigenen Aussagen eh nie ab und ein Prozent stimmt bereits elektronisch ab.

Im Jahresvergleich zurückgegangen ist der Anteil an Personen, welche eVoting benutzen würden, aber kein aktuelles Bedürfnis haben (-11), während der Anteil jener angestiegen ist, welche es gar nicht nutzen würden (+6).

Wie so vieles rund um Digitalisierung und neue Technologien ist die Einstellung dazu primär eine Frage des Alters: eVoting nennen 35 Prozent der 30- bis 49-Jährigen als ein Bedürfnis, während bei den ab 70-Jährigen die Mehrheit (58%) es nicht benutzen würde. Zudem ist es eher den höheren Einkommens- (ab CHF 9'000: 34%) und Bildungsschichten (33%) ein Bedürfnis.

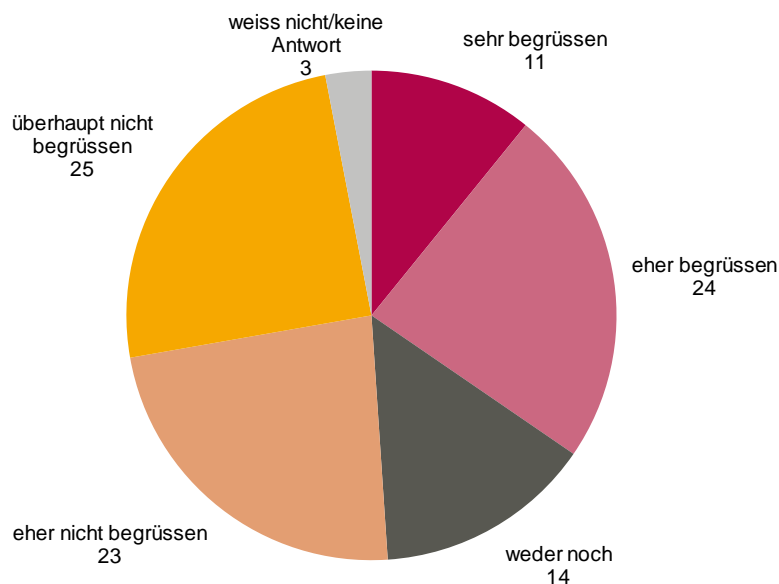
Kritischer als bei eVoting und elektrischem Patientendossier sind die Stimmberechtigten bezüglich der elektronischen Identität und elektronischen Unterschrift:

Grafik 11

Akzeptanz elektronische Identität

"Würden Sie es grundsätzlich begrüßen, wenn Sie sich mit einer elektronischen Identität digital ausweisen könnten? Würden Sie das..."

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

Gut ein Drittel (35%) würde es sehr oder eher begrüßen, sich digital mit einer elektronischen Identität ausweisen zu können. Nicht ganz die Hälfte (48%) würde es eher oder überhaupt nicht begrüßen. 14 Prozent wählen eine mittlere Position (weder noch).

Etwas mehr als im Vorjahr würden eine elektronische Identität (eher) nicht begrüßen (+4).

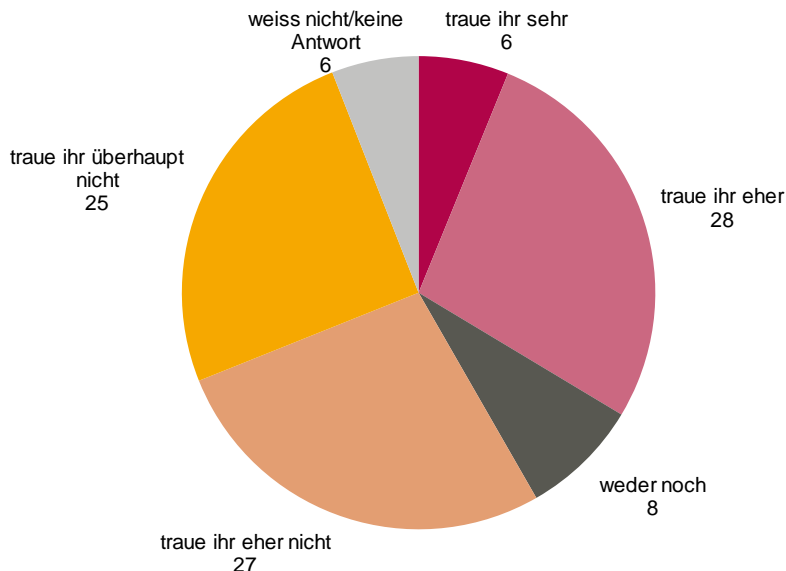
Klar mehrheitlich begrüßen würden es die 30- bis 39-Jährigen (60% sehr oder eher begrüßen). In der Einkommensklasse ab 9'000 Schweizer Franken pro Monat ist es fast die Hälfte (49%).

Grafik 12

Vertrauen elektronische Unterschrift

"Es ist möglich, ein Dokument mit einer elektronischen Unterschrift rechtsgültig zu unterschreiben, z.B. mit einer SuisseID. Trauen Sie einer solchen elektronischen Unterschrift sehr, trauen Sie ihr eher, trauen Sie ihr eher nicht oder trauen Sie ihr überhaupt nicht?"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

Gut ein Drittel (34%) traut der elektronischen Unterschrift sehr oder eher, während gut die Hälfte (52%) ihr sehr oder eher nicht traut. 8 Prozent sagen "weder noch".

Um drei Prozentpunkte ist das Vertrauen in die elektronische Unterschrift gegenüber 2016 geschrumpft; um denselben Wert ist das Misstrauen gestiegen.

Wie bei der elektronischen Identität sind auch bei der elektronischen Unterschrift die 30- bis 39-Jährigen die grössten Unterstützer (63% sehr oder eher trauen). Hohe Werte sind auch unter den höchsten Einkommen (48%) und Bildungsgraden (45%) zu finden.

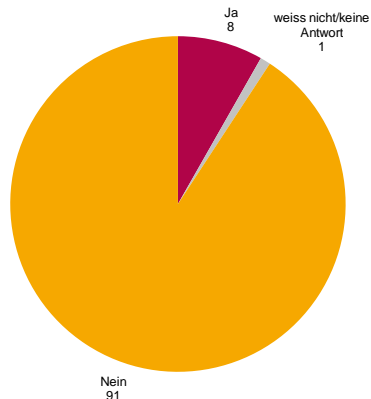
Noch wenig verbreitet sind "smarte" Technologien im Hausbereich:

Grafik 13

Verwendung "Smart Home" Lösung

"Verwenden Sie eine 'Smart Home' Lösung, die Ihnen von extern die Steuerung der Beleuchtung, die Regelung der Heizung oder die Überwachung Ihres Hauses ermöglicht?"

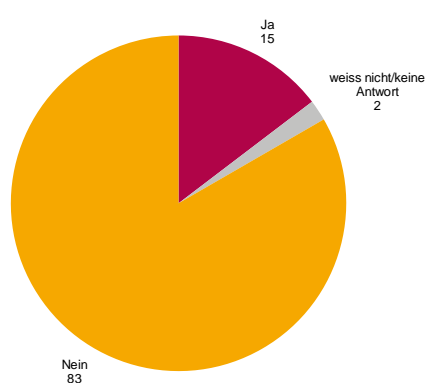
in % Stimmberechtigter



Möglichkeit Einsehen Stromverbrauch

"Können Sie einsehen, wie hoch der Stromverbrauch von Ihrer Wohnung oder Ihrem Haus ist, zum Beispiel auf einer Website oder via einer App auf Ihrem Smartphone?"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

Erst acht Prozent haben eine Smart-Home-Lösung, mittels derer sie extern die Beleuchtung oder Heizung steuern oder auf die Hausüberwachung zugreifen können. Immerhin 15 Prozent haben die Möglichkeit, ihren Stromverbrauch auf einer Website oder über eine App einzusehen.

Binnen Jahresfrist sind beide Werte (Smart-Home-Lösung und Möglichkeit Einsehen Stromverbrauch) um vier Prozentpunkte angewachsen.

Unter den Haus- und Wohnungseigentümerinnen und -eigentümern sind die Anteile mit 10 ("Smart Home") respektive 20 Prozent (Stromverbrauch einsehen) tendenziell höher als unter den Mieterinnen und Mietern (7 resp. 11%). Auch hier zählen wiederum die 30- bis 39-Jährigen zu den Vorreiterinnen und Vorreitern (21 resp. 25%). Einsicht in den Stromverbrauch ist zudem den höheren Einkommensklassen häufiger möglich (CHF 7'000-9'000: 18%, ab CHF 9'000: 19%).

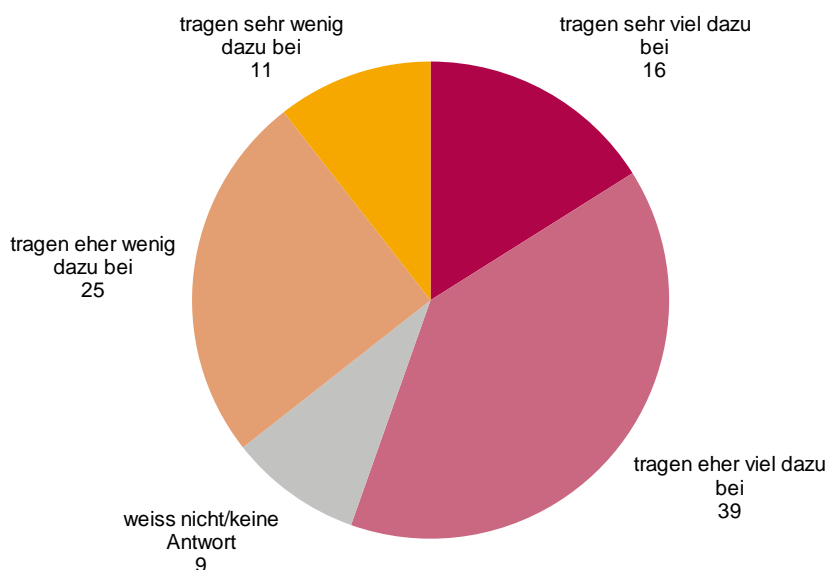
Ähnlich wie beim elektronischen Patientendossier sehen die Stimmberechtigten jedoch trotz bisher relativ geringer Verbreitung den Nutzen solcher Massnahmen:

Grafik 14

Beitrag "Smarter Technologien" zum Energiesparen

"Was denken Sie, wie fest tragen solche 'Smarte Technologien' dazu bei, dass wir den Energieverbrauch in der Schweiz senken können? Tragen 'Smarte Technologien' sehr viel dazu bei, eher viel dazu bei, eher wenig dazu bei oder sehr wenig dazu bei?"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

55 Prozent denken, dass smarte Technologien eher bis sehr viel zum Energiesparen beitragen können. Nur 36 Prozent erachten den Anteil als sehr oder eher gering.

Mit 74 Prozent ist der summierte Anteil aus "eher viel" und "sehr viel" Beitrag bei den 30- bis 39-Jährigen am höchsten.

Die Schweizer Stimmberechtigten sind in ihrer Mehrheit bei Neuerungen eher abwartend:

Grafik 15

Adaption neue Technologien

"Wie reagieren Sie jeweils auf solche neuen Informations- und Kommunikationstechnologien? Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie am ehesten zu?"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

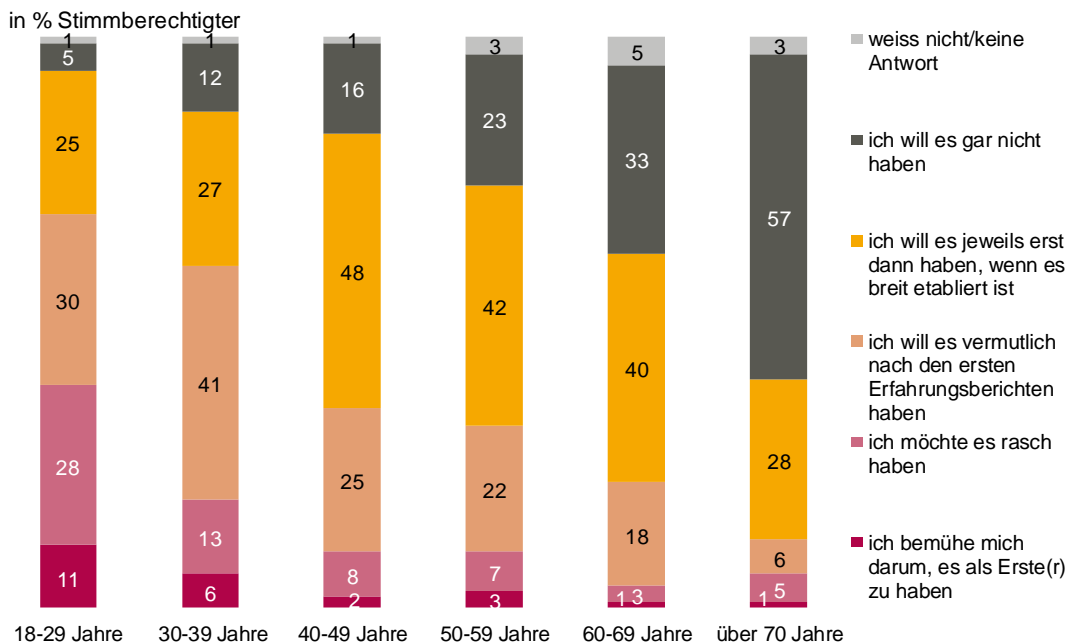
Über ein Drittel (36%) möchte neue Informations- und Kommunikationstechnologien erst, wenn sie breit etabliert sind ("Late Majority"⁴), fast ein Viertel (23%) will sie gar nicht haben ("Laggards"). Immerhin vier Prozent bemühen sich darum, zu den ersten Nutzenden zu gehören ("Innovators"), gut ein Zehntel (11%) möchte die Technologie rasch ("Early Adopters") und fast ein Viertel (24%) nach den ersten Erfahrungsberichten ("Early Majority") nutzen.

Gegenüber dem Vorjahr gibt es leicht mehr, welche eine neue Technologie gar nicht haben wollen (+4), dafür leicht weniger, welche sie nach den ersten Erfahrungsberichten anschaffen (-4), was aber auf die leicht ältere Grundgesamtheit zurückzuführen ist.

⁴ Terminologie gemäss Rogers (2003 [1962]) zum "Innovation Adoption Lifecycle".

Adaption neue Technologien nach Alter

"Wie reagieren Sie jeweils auf solche neuen Informations- und Kommunikationstechnologien? Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie am ehesten zu?"



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004), sig.

Vor allem in jungen Jahren (bis 29 Jahre) möchte man neue Geräte möglichst als Erste oder Erster besitzen (11%) oder sie möglichst rasch haben (28%). Mit zunehmendem Alter nimmt der Drang danach ab. Die 30- bis 39-Jährigen möchten neue Informations- und Kommunikationstechnologie am ehesten nach den ersten Erfahrungsberichten benutzen (41%). Erst nachdem sie sich etabliert hat, besorgen sich Leute in ihren Vierzigern (48%), Fünfzigern (42%) und Sechzigern (40%) eine neue Technologie. Erst die ab 70-Jährigen verzichten mehrheitlich lieber auf einen Technologiewandel (57%).

Neben dem Alter ist die Adaption neuer Technologien eine Frage des Einkommens: So sind es überdurchschnittlich oft Personen aus gutverdienenden Haushalten, welche sich neue Geräte anschaffen wollen und es sich auch leisten können (ab CHF 9'000: 6% als Erste, 16% rasch).

3.1.1 Zwischenbilanz

Über 80 Prozent der Stimmberechtigten in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz nutzen das Internet mindestens einmal am Tag. Ein Zehntel der Stimmberechtigten geht seltener als täglich ins Internet. Mit zunehmendem Alter nimmt die Internetnutzung ab. Weniger als ein Zehntel nutzt das Internet nie – dabei handelt es sich grösstenteils um Personen im Rentenalter.

Vor allem Social-Media-Kanäle und "klassische" Newsportale werden von vielen regelmässig genutzt. Auch E-Banking, Kreditkartenzahlungen im Internet sowie Onlineshopping werden mehrheitlich genutzt, jedoch weniger regelmässig.

Die Schweizer sind mehrheitlich bei Neuerungen eher abwartend: Über ein Drittel möchte neue Informations- und Kommunikationstechnologien erst, wenn sie breit etabliert sind, fast ein Viertel will sie gar nicht. Immerhin vier Prozent bemühen sich darum, zu den ersten Nutzern zu gehören, gut ein Zehntel möchte die Technologie rasch und fast ein Viertel nach den ersten Erfahrungsberichten nutzen.

Die abwartende Haltung ist nicht mit Ablehnung zu verwechseln: Mehrheitlich steht man Neuerungen wie dem elektronischen Patientendossier, eVoting oder Smart-Home-Lösungen aufgeschlossen gegenüber. Bedenken bestehen jedoch bei der elektronischen Identität und elektronischen Unterschrift.

3.2 Datenschutz und –sicherheit

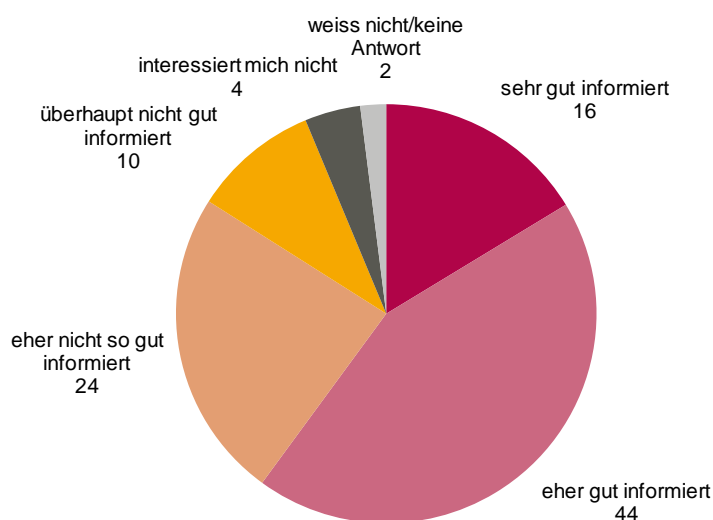
Die Stimmberechtigten fühlen sich mehrheitlich gut informiert über die Risiken eines Missbrauchs von Nutzerdaten im Internet:

Grafik 17

Informationsgrad Missbrauch von Nutzerdaten

"In letzter Zeit wird immer wieder über den Missbrauch von Nutzerdaten im Internet diskutiert und über einen besseren Schutz von persönlichen Daten im Internet. Wie gut fühlen Sie sich informiert, wenn es um die Risiken von Missbrauch von Ihren Nutzerdaten im Internet geht. Fühlen Sie sich über solche Risiken sehr gut, eher gut, eher nicht so gut oder überhaupt nicht gut informiert?"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

60 Prozent fühlen sich sehr oder eher gut informiert, nur 34 Prozent sind eher nicht oder überhaupt nicht gut informiert.

Wie meistens bei Fragen zum Informationsgrad fühlen sich Personen mit einem hohen Bildungsabschluss (69% sehr und eher gut informiert) besser informiert als jene mit einem tiefen Bildungsabschluss (36%; mittlere Bildung: 56%). Stimmberechtigte zwischen 40 und 49 Jahren fühlen sich zu 72 Prozent gut informiert; jene ab 70 Jahren nur zu 43 Prozent.

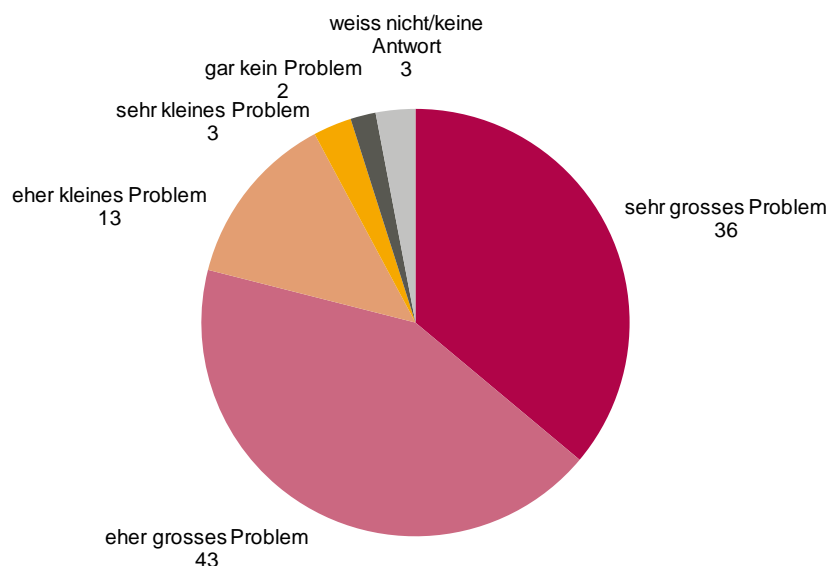
Die grosse Mehrheit der Stimmberechtigten erachten den Missbrauch von Nutzerdaten als Problem:

Grafik 18

Problemdruck Missbrauch von Nutzerdaten

"Was ist Ihr Eindruck, ist der Missbrauch von persönlichen Daten im Internet ein sehr grosses Problem, ein eher grosses Problem, ein eher kleines Problem oder ein sehr kleines Problem?"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

36 Prozent erachten es als sehr grosses, weitere 43 Prozent als eher grosses Problem. Weniger als ein Fünftel (18%) erachtet das Problem als eher bis sehr klein oder inexistent.

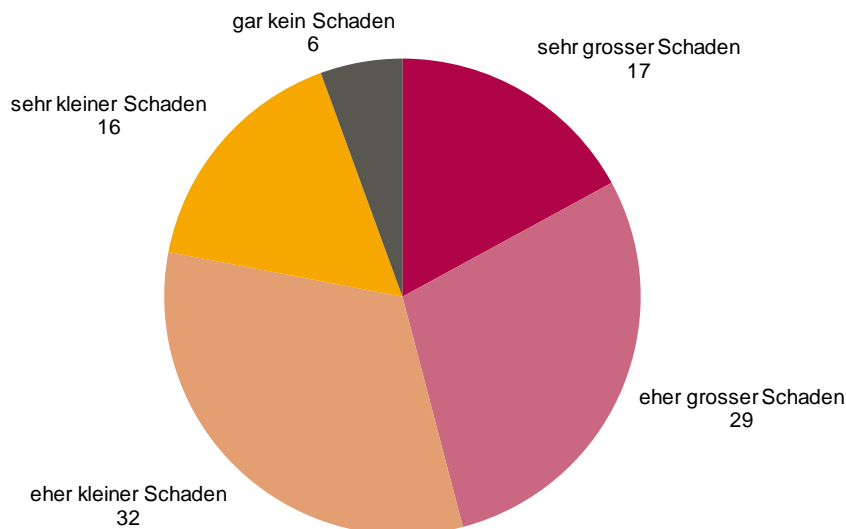
Der gefühlte Problemdruck durch Datenmissbrauch ist in allen Nutzer- und Altersschichten klar mehrheitlich vorhanden: Sowohl "permanente" Internetnutzende (76% sehr oder eher grosses Problem) als auch Internet-Abstinente (69%) sehen es als Problem (täglich sowie seltener als täglich je 81%). Von der Altersstruktur her ist das Problembewusstsein in der Alterskohorte 40 bis 49 Jahre am höchsten (89%) und bei den ab 70-Jährigen am tiefsten (69%), aber ebenfalls deutlich mehrheitlich.

Grafik 19

Filter Schaden Missbrauch von Nutzerdaten

"Wenn Sie sich kurz überlegen, welche Daten von Ihnen vermutlich irgendwo im Internet gespeichert sind. Wie gross wäre für Sie persönlich der Schaden, wenn diese Daten in falsche Hände geraten würden. Wäre der Schaden für Sie persönlich sehr gross, eher gross, eher klein oder sehr klein?"

in % Stimmberechtigter, die das Internet mindestens selten nutzen



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (n = 939)

Nur 46 Prozent der Internetnutzenden denken, dass es ein eher oder sehr grosser Schaden wäre, wenn ihre eigenen Daten im Netz in falsche Hände gerieten. Die knappe Mehrheit von 54 Prozent schätzt den potenziellen Schaden als geringer ein.

In der französischsprachigen Schweiz ist die Befürchtung vor eher bis sehr grossen Schäden (69%) deutlich verbreiteter als in der deutschsprachigen Schweiz (39%).

Der geringere befürchtete individuelle Schaden trotz hoher Problemwahrnehmung kommt wohl unter anderem daher, dass viele Nutzende zurückhaltend sind mit der Freigabe ihrer Daten. So passen viele ihr Verhalten gemäss eigenen Aussagen im Internet an:

Grafik 20

Filter Schutz vor Datensammlung

"Wie ist das bei Ihnen: Wenn Sie sich für eine Plattform wie Facebook registrieren, Apps herunterladen oder im Internet ein Email-Konto wie Google Mail (Gmail) erstellen..."

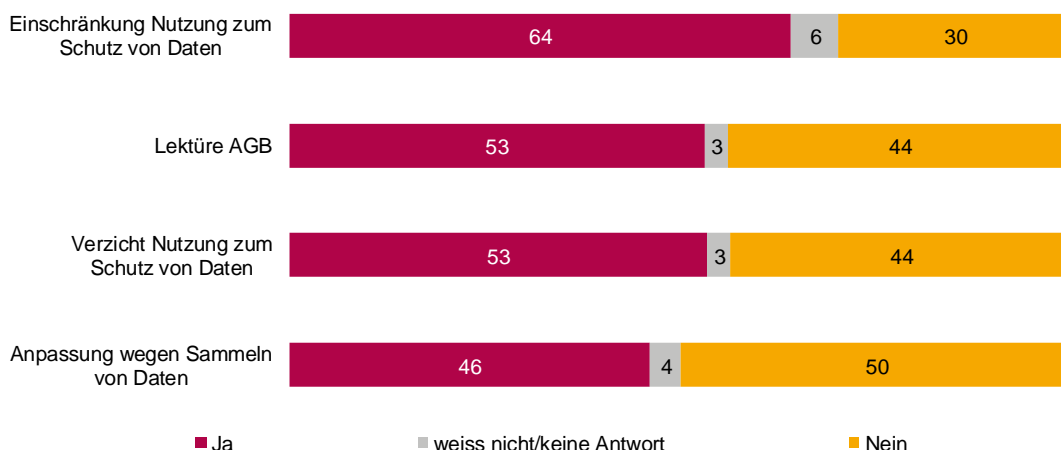
Einschränkung Nutzung zum Schutz von Daten "Nehmen Sie Einschränkungen bei der Nutzung von Facebook oder von Apps in Kauf, wenn im Gegenzug weniger Daten über Ihr Nutzerverhalten gesammelt werden?"

Lektüre AGB "Lesen Sie in der Beschreibung vom Anbieter, welche Daten über Sie gesammelt werden?"

Verzicht Nutzung zum Schutz von Daten "Haben Sie auch schon eine App oder eine Social-Media-Plattform nicht genutzt, weil zu viele Daten gesammelt werden?"

Anpassung wegen Sammeln von Daten "Haben Sie auch schon Ihr Verhalten bei der Nutzung von Facebook oder Apps angepasst, wenn in den Medien über das Sammeln von Daten berichtet worden ist?"

in % Stimmberechtigter, die das Internet mindestens selten nutzen



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (n = 939)

64 Prozent der Internetnutzenden geben an, Einschränkungen bei der Benutzung von Apps hinzunehmen, wenn dafür weniger Daten gesammelt würden. 53 Prozent sagen, dass sie die AGB der Anbieter zur Datensammlung lesen. Ebenso viele (53%) haben schon ganz auf die Benutzung von Apps oder Social-Media-Plattformen aus Datenschutzbedenken verzichtet.

Überdurchschnittlich oft geben 30- bis 39-Jährige an, Nutzungseinschränkungen hinzunehmen (81%) oder ganz zu verzichten (61%). Die Nutzungsbedingungen werden häufiger von 40- bis 49-Jährigen gelesen (61%).

Eine knappe Minderheit von 46 Prozent hat ihr Nutzungsverhalten aufgrund von Medienberichten über das Sammeln von Daten geändert.

Überdurchschnittlich viele sind es unter den 40- bis 49-Jährigen (60%) und eine knappe Mehrheit auch in der französischsprachigen Schweiz (53%).

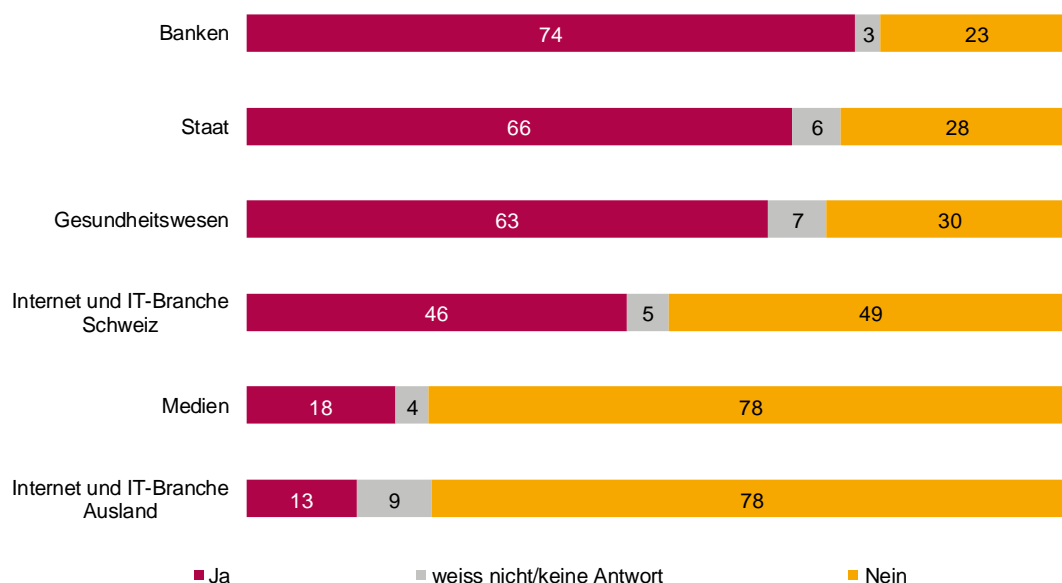
Auch wenn die Befragten möglicherweise ihr eigenes Verhalten vorbildlicher beschreiben, als sie es im Einzelnen in der Realität umsetzen, sind sich viele der potenziellen Gefahren eines Datenmissbrauchs gewahr und haben für sich selber die Konsequenzen daraus gezogen.

Insbesondere die Nicht-Nutzung ist im Vergleich zu 2016 zurückgegangen (-8), wobei 2016 ausschliesslich nach Apps, nicht jedoch nach Social-Media-Plattformen gefragt wurde. Die Lektüre der AGB ist minim angewachsen (+4), während die Nutzungseinschränkung (-3) und die Verhaltensanpassung (+1) sich nur innerhalb des Stichprobenfehlers bewegt haben.

Vertrauen in Umgang mit Daten

"Welchen von den folgenden Institutionen und Branchen trauen Sie einen sicheren Umgang mit Ihren Daten zu?"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

Mit fast drei Vierteln (74%) geniessen die Banken das höchste Vertrauen im Umgang mit persönlichen Daten. Mit 66 respektive 63 Prozent ist auch das Vertrauen in den Staat und das Gesundheitswesen (Krankenkassen, Spitalern und Ärzten) klar mehrheitlich.

Umstritten ist, wie vertrauenswürdig die Schweizer Internet-, IT- und Telekommunikationsbranche ist: 46 Prozent vertrauen ihr, 49 Prozent nicht.

Vor allem Personen, welche das Internet nie nutzen, haben wenig Vertrauen in die Institutionen im Umgang mit persönlichen Daten (Banken 42%, Staat 53%, Gesundheitswesen 39%, IT Schweiz: 23%).

Kein Vertrauen hinsichtlich sicheren Umgangs mit persönlichen Daten haben die Stimmberechtigten in die Medien und die ausländische IT-Branche (je 78% kein Vertrauen).

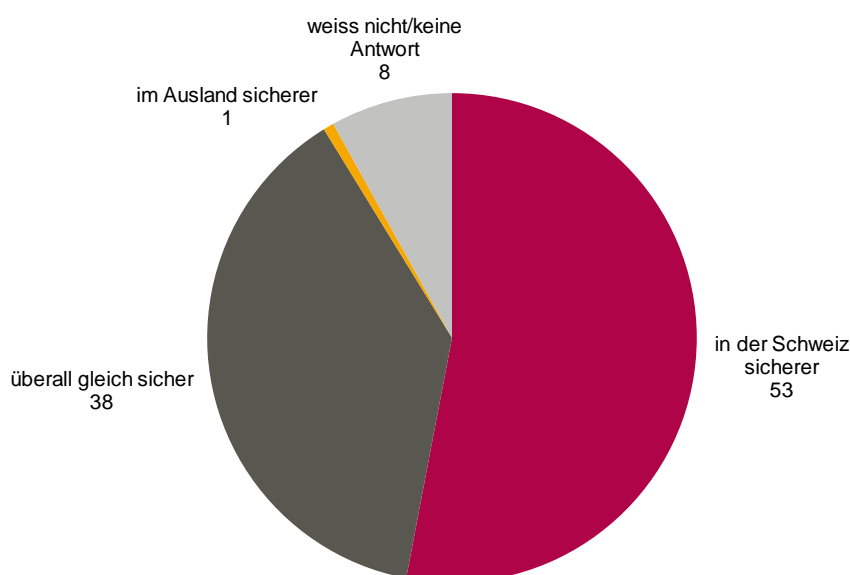
In keiner Untergruppe findet sich ein mehrheitlich vorhandenes Vertrauen in die Medien oder die ausländische IT-Branche. Überdurchschnittliche Werte finden sich am ehesten noch in der französischsprachigen Schweiz (29 resp. 20%).

Schon 2016 wurde den Banken (-4), dem Staat (-4) und dem Gesundheitswesen (-5) am stärksten vertraut, den Medien (+3) und der IT-Branche (ohne Unterscheidung zwischen In- und Ausland) jedoch mehrheitlich nicht.

Filter Datensicherheit Schweiz vs. Ausland

"Was denken Sie, wo sind Ihre persönlichen Daten sicherer: Wenn Sie in der Schweiz gespeichert werden, wenn sie im Ausland gespeichert werden oder sind die Daten überall gleich sicher?"

in % Stimmberechtigter, die das Internet mindestens selten nutzen



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (n = 939)

In der Gegenüberstellung der Schweiz mit dem Ausland ist für die knappe Mehrheit (53%) der Schweizer Internetnutzenden klar, dass persönliche Daten sicherer sind, wenn sie in der Schweiz gespeichert werden. Für 38 Prozent ist dies überall gleich sicher oder unsicher. Nur ein Prozent glaubt hingegen, dass eine Speicherung im Ausland sicherer sei als in der Schweiz.

Das Vertrauen in die Schweiz gegenüber dem Ausland hat sich gegenüber 2016 sogar noch leicht erhöht (+4).

Das deutlich höhere Vertrauen in die Schweiz im Vergleich zum Ausland zieht sich durch alle soziodemografischen Untergruppen.

3.2.1 Zwischenbilanz

Die Stimmberechtigten fühlen sich mehrheitlich gut informiert über die Risiken eines Missbrauchs von Nutzerdaten im Internet und erachten dies als sehr oder eher grosses Problem. Weniger als die Hälfte denkt jedoch, dass es ein grosser Schaden wäre, wenn ihre eigenen Daten im Netz in falsche Hände gerieten.

Über die Hälfte hat aus Datenschutzgründen schon komplett auf Apps oder Social-Media-Plattformen verzichtet. Fast drei Viertel nehmen Nutzeneinschränkungen in Kauf, wenn sie weniger Daten preisgeben müssen.

Banken, dem Staat und dem Gesundheitswesen vertraut man im Umgang mit persönlichen Daten. Den Medien und vor allem der ausländischen IT-Branche traut man eher nicht.

3.3 Effekte der Digitalisierung

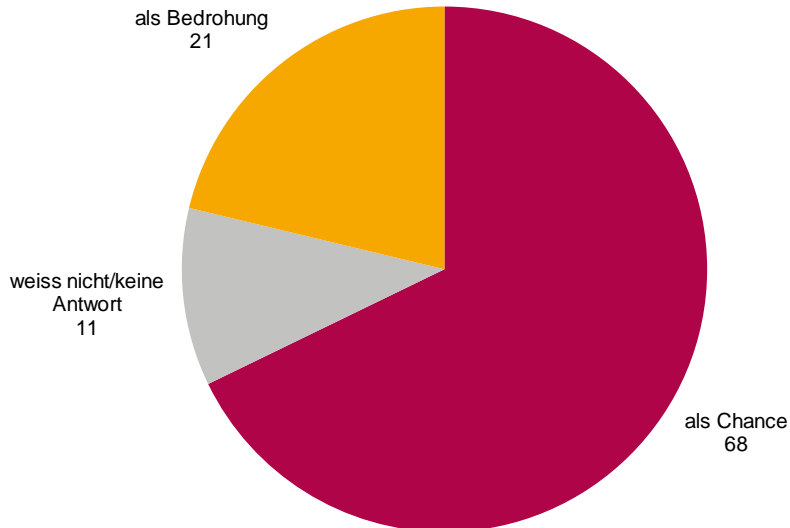
Alles in allem glauben die Stimmberechtigten mehrheitlich an einen positiven Effekt moderner Technologien und der Digitalisierung:

Grafik 23

Einschätzung Digitalisierung

"Alles in Allem: Empfinden Sie moderne Technologien und die Digitalisierung eher als Chance oder eher als Bedrohung?"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

Über zwei Drittel (68%) sehen darin eher eine Chance und nur gut ein Fünftel (21%) eher eine Bedrohung.

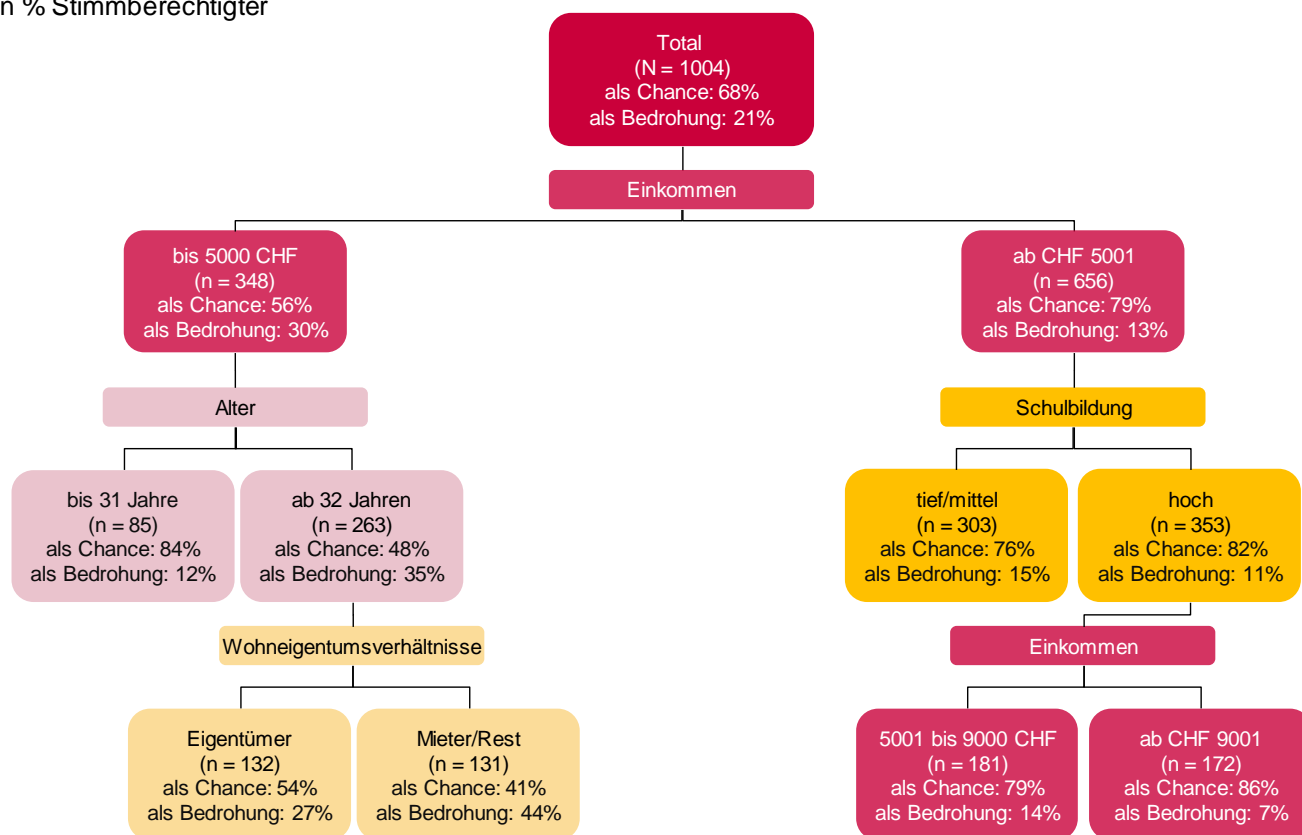
In dieser Gesamtbetrachtung ist die Wahrnehmung als Chance gegenüber dem Vorjahr gestiegen (+7), jene als Bedrohung hingegen klar zurückgegangen (-12).

Die Einschätzung hängt stark von der individuellen Nutzung und infolgedessen vom daraus abgeleiteten individuellen Nutzen ab: Wer permanent (81%) oder täglich (73%) das Internet nutzt, hat eine deutlich positivere Sichtweise als die gelegentlichen Nutzenden (56%). Wer das Internet nie nutzt, sieht in der Digitalisierung mehrheitlich eine Bedrohung (59%).

Grafik 24

Profilbaum zur Einschätzung Digitalisierung

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

Wer zurzeit in einem Haushalt lebt, der über 5'000 Schweizer Franken pro Monat netto verdient, ist optimistisch (79%) hinsichtlich der allgemeinen Effekte der Digitalisierung. Insbesondere Hochgebildete mit sehr hohen Einkommen (ab CHF 9'000) weisen den höchsten Wert auf (86%).

Auf der anderen Seite, bei Einkommen unter 5'000 Franken, ist die Chancensicht zwar mehrheitlich, aber deutlich geringer (56%). Ausnahme sind die sehr jungen (bis 31 Jahre) Geringverdienenden (84%). Wer jedoch wenig verdient, nicht mehr zu den Jüngsten gehört und zur Miete wohnt – was hier vermutlich auch mit einem geringen Vermögen korreliert –, ist eher pessimistisch: Nur 41 Prozent sehen in modernen Technologien und Digitalisierung eine Chance, 44 Prozent dagegen eine Bedrohung.

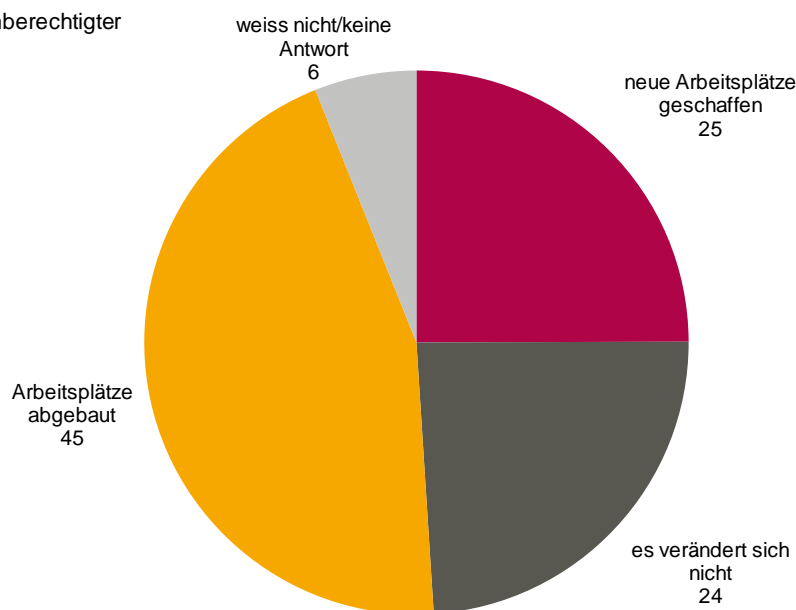
Trotz der mehrheitlich positiven Einstellungen zu neuen Technologien und der Digitalisierung kann die Beurteilung je nach Aspekt komplett anderes ausfallen:

Grafik 25

Auswirkungen neuer Technologien auf Arbeitsmarkt

"Was denken Sie: Wie wirkt sich der Einsatz von neuen Technologien insgesamt auf den Arbeitsmarkt in der Schweiz aus? Sie können mir sagen, es werden mittelfristig insgesamt..."

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

Gerade hinsichtlich des Arbeitsmarkts ist eine relative Mehrheit von 45 Prozent der Meinung, dass dadurch eher Arbeitsplätze abgebaut werden. Nur ein Viertel (25%) glaubt an einen positiven Effekt auf den Arbeitsmarkt; ein weiterer Viertel (24%) denkt nicht, dass sich dadurch viel ändern würde.

Gegenüber dem Vorjahr ist die negative Sichtweise leicht zurückgegangen (-5). Die positive (-2) und neutrale Optik (+3) sind innerhalb des Stichprobenfehlers stabil.

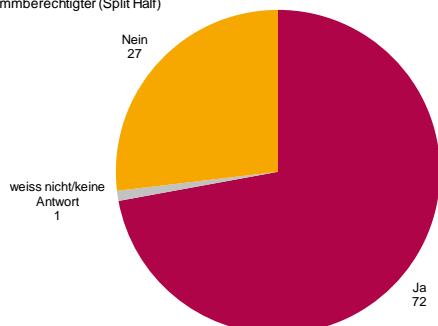
In der französischsprachigen Schweiz (35%) und unter Personen mit einem Haushaltseinkommen über 9'000 Franken (30%) sind überdurchschnittlich viele der Meinung, dass neue Arbeitsplätze geschaffen würden. Auf der anderen Seite befürchtet jeweils rund die Hälfte der 50- bis 59- (50%) respektive 60- bis 69-Jährigen (51%) sowie die Einkommen bis 5'000 Franken (50%), dass Arbeitsplätze abgebaut würden.

Die Einschätzung von neuen Technologien hängt auch von der konkreten Dienstleistung ab – hier mit den Beispielen Uber und Airbnb. Beide Dienste sind der Mehrheit der Stimmberechtigten bekannt:

Grafik 26

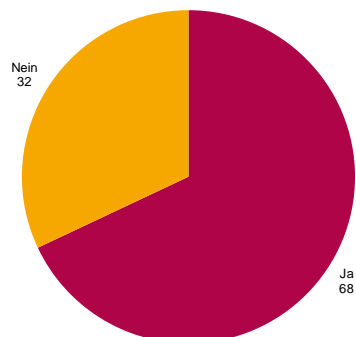
Kenntnis Uber

"Eine solche neue Technologie ist Uber. Das ist ein Vermittlungsdienst, wo man Taxis oder private Fahrer mit eigenem Auto bestellen kann und damit nicht mehr auf das klassische Taxigewerbe angewiesen ist. Kennen Sie Uber, wenn auch nur vom Hörensagen?"
in % Stimmberechtigter (Split Half)



Kenntnis Airbnb

"Eine solche neue Technologie ist Airbnb. Das ist ein Vermittlungsdienst, wo man Zimmer bei Privatpersonen zum Übernachten buchen kann. Kennen Sie Airbnb, wenn auch nur vom Hörensagen?"
in % Stimmberechtigter (Split Half)



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (n = 513)

© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (n = 491)

Uber ist den Stimmberechtigten leicht geläufiger (72%) als Airbnb (68%).

Sowohl die Kenntnis von Uber (+10) als auch von Airbnb (+8) hat binnen Jahresfrist klar zugenommen.

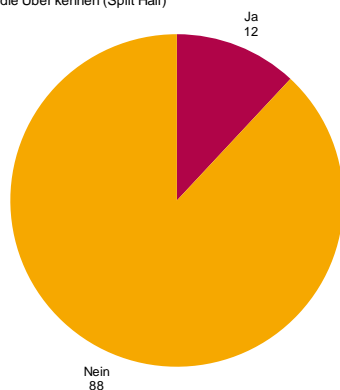
Die Kenntnis beider Dienste ist besonders hoch unter 30- bis 39-Jährigen (Uber: 86%, Airbnb: 80%), Personen mit hohem Bildungsgrad (84%, 82%), hohem Einkommen (über CHF 9'000; 79%, 75%); in der Tendenz auch bei Männern (78%, 76%) und in der französischsprachigen Schweiz (79%, 75%). Hingegen sind die Dienste nur Minderheiten der über 70-Jährigen (48%, 45%) und Personen mit tiefer Bildung (47%, 42%) bekannt.

Trotz hoher Bekanntheit werden die Dienste nur minderheitlich genutzt:

Grafik 27

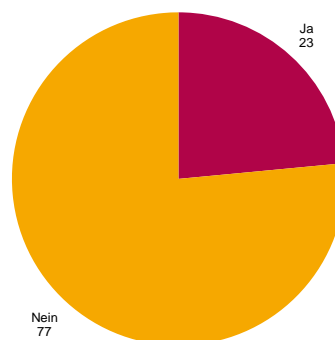
Filter Nutzung Uber

"Haben Sie selber Uber schon einmal genutzt?"
in % Stimmberechtigter, die Uber kennen (Split Half)



Filter Nutzung Airbnb

"Haben Sie selber Airbnb schon einmal genutzt?"
in % Stimmberechtigter, die Airbnb kennen (Split Half)



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (n = 381)

© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (n = 340)

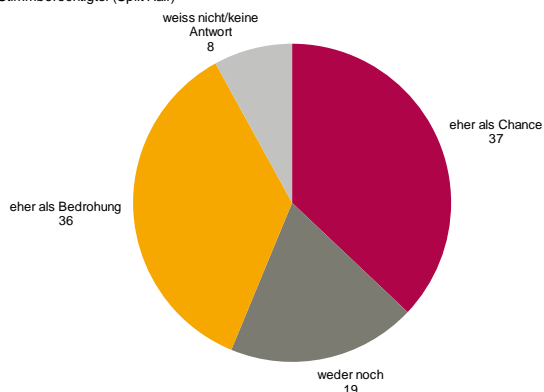
Airbnb wird von 23 Prozent derjenigen, die den Dienst kennen, auch genutzt, was leicht grösser ist als die 12 Prozent bei Uber. Rechnet man es auf alle Stimmberechtigten um (inklusive denjenigen, welche den jeweiligen Dienst nicht kennen), liegen die Nutzungsanteile bei 16 (Airbnb) respektive 9 Prozent (Uber).

Je nach Dienst unterscheiden sich die erwarteten Effekte auf Wirtschaft und Gesellschaft:

Grafik 28

Auswirkungen Uber auf Schweizer Wirtschaft

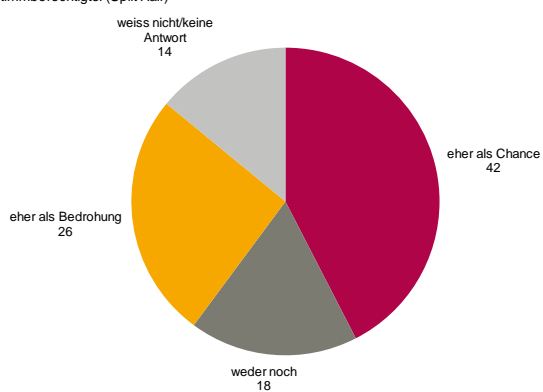
"Was ist Ihre Meinung, empfinden Sie persönlich neue Technologien wie Uber für die bestehende Schweizer Wirtschaft eher als Chance oder eher als Bedrohung?"
in % Stimmberechtigter (Split Half)



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (n = 513)

Auswirkungen Airbnb auf Schweizer Wirtschaft

"Was ist Ihre Meinung, empfinden Sie persönlich neue Technologien wie Airbnb für die bestehende Schweizer Wirtschaft eher als Chance oder eher als Bedrohung?"
in % Stimmberechtigter (Split Half)



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (n = 491)

Beim Fahrdienst Uber halten sich jene, welche die Auswirkungen auf die Wirtschaft eher als Chance (37%) oder eher als Bedrohung (36%) wahrnehmen, die Waage. In der Vermietungsplattform Airbnb sehen hingegen mehr eine Chance (42%) als eine Bedrohung (26%) für die Wirtschaft.

Uber wird überdurchschnittlich von Personen mit hohem Bildungsabschluss (44%) und 30- bis 39-Jährigen (52%) als Chance wahrgenommen. 50- bis 59-Jährige halten Uber in ihrer relativen Mehrheit (49%) für eine Bedrohung der Schweizer Wirtschaft. Personen mit tiefem Bildungsabschluss können es zu grossen Teilen nicht beurteilen (71% weder noch oder weiss nicht/keine Antwort). Auch Airbnb wird in wirtschaftlicher Hinsicht von Höhergebildeten (50%) sowie 18- bis 39-Jährigen (57%) positiv gesehen.

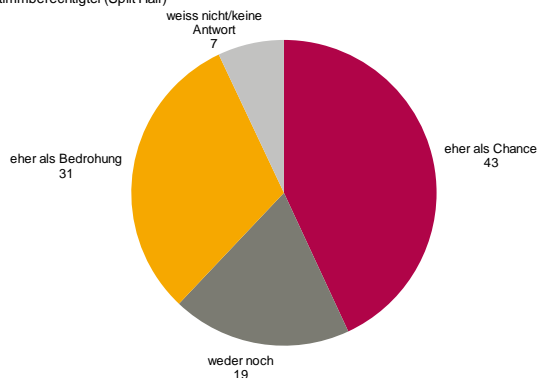
Hinsichtlich der Auswirkungen auf die Gesellschaft sind die Erwartungen bei beiden Diensten etwas positiver als hinsichtlich der Auswirkungen auf die Wirtschaft:

Grafik 29

Auswirkungen Uber auf Schweizer Gesellschaft

"Und empfinden Sie persönlich neue Technologien wie Uber für die Schweizer Gesellschaft eher als Chance oder eher als Bedrohung?"

in % Stimmberechtigter (Split Half)

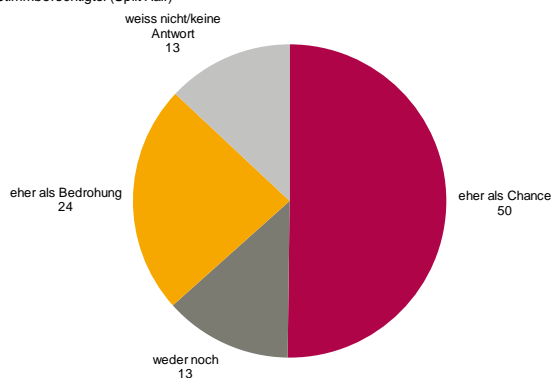


© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (n = 513)

Auswirkungen Airbnb auf Schweizer Gesellschaft

"Und empfinden Sie persönlich neue Technologien wie Airbnb für die Schweizer Gesellschaft eher als Chance oder eher als Bedrohung?"

in % Stimmberechtigter (Split Half)



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (n = 491)

Auch die sozialen Auswirkungen von Airbnb (50% Chance zu 24% Bedrohung) werden positiver gesehen als jene von Uber (43% zu 31%).

Gesellschaftlich positive Auswirkungen erwarten insbesondere Personen zwischen 30 und 39 Jahren (66% Chance), Höhergebildete (54%) und Befragte in der Deutschschweiz (48%). Bei den über 70-Jährigen (47% Bedrohung) und Französischsprachigen (40%) ist hingegen eine relative Mehrheit negativ eingestellt.

Bei Airbnb sind die positiv eingestellten Gruppen die 18- bis 39-Jährigen (65% Chance), Personen mit hohem Bildungsabschluss (57%) und mittleren bis hohen Einkommen (CHF 7'000 bis 9'000: 64%).

3.3.1 Zwischenbilanz

Über zwei Drittel sehen in neuen Technologien generell eher eine Chance, nur gut ein Fünftel eher eine Bedrohung.

Eine relative Mehrheit ist jedoch der Meinung, dass dadurch eher Arbeitsplätze abgebaut werden. Nur ein Viertel glaubt an einen positiven Effekt auf den Arbeitsmarkt; ein weiterer Viertel denkt aktuell, dass sich dadurch nicht viel ändern würde.

Die sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen von Uber werden kritischer beurteilt als jene von Airbnb. Insbesondere bezüglich des Effekts von Uber auf die Wirtschaft sind die Stimmberechtigten gespalten. Uber und Airbnb sind mehrheitlich bekannt, werden aber bisher nur minderheitlich genutzt.

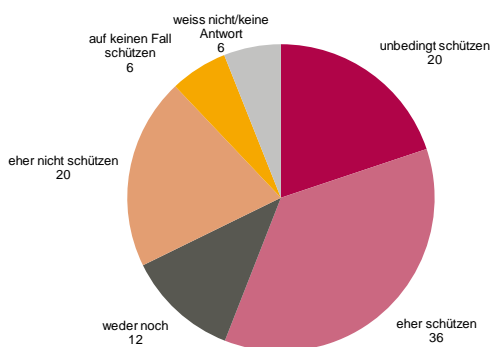
3.4 Politische Forderungen

Trotz der ausgeglichenen bis positiven Erwartungen für die Wirtschaft durch Uber und Airbnb möchte eine Mehrheit der Stimmberechtigten das bestehende Gewerbe schützen:

Grafik 30

Schutz Taxigewerbe

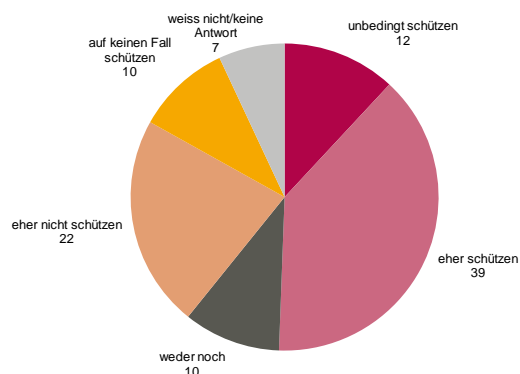
"Finden Sie, dass das bestehende Taxigewerbe vor neuen Dienstleistungen wie z.B. Uber geschützt werden soll? Muss man das bestehende Taxigewerbe..."
in % Stimmberechtigter (Split Half)



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (n = 513)

Schutz Hotelgewerbe

"Finden Sie, dass das bestehende Hotelgewerbe vor neuen Dienstleistungen wie z.B. Airbnb geschützt werden soll? Muss man das bestehende Hotelgewerbe..."
in % Stimmberechtigter (Split Half)



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (n = 491)

Bei Uber wollen mit 56 Prozent leicht mehr Befragte das Taxigewerbe vor der neuen Dienstleistung eher oder unbedingt schützen als bei Airbnb, wo nur eine knappe absolute Mehrheit (51%) für den Schutz des Hotelgewerbes votiert. Gegen einen Schutz sprechen sich nur 26 (Taxigewerbe) respektive 32 Prozent (Hotelgewerbe) der Stimmberechtigten aus. Die Meinungen sind aber noch kaum gefestigt, wenn man die dezidierten Äusserungen (unbedingt resp. auf keinen Fall schützen) als Massstab nimmt (26 resp. 22%).

Beide Forderungen haben im Vergleich⁵ zur Vorjahresbefragung klar an Zustimmung gewonnen (Taxigewerbe +10, Hotelgewerbe +21). Das kann einerseits mit der starken medialen Aufmerksamkeit der Themen zusammenhängen, andererseits auch mit der leicht höheren Anzahl älterer Befragter in der Stichprobe. Zumindest die Forderung bezüglich Taxigewerbe ist stark altersabhängig.

⁵ Vergleich von Personen, welche Uber/Airbnb kennen.

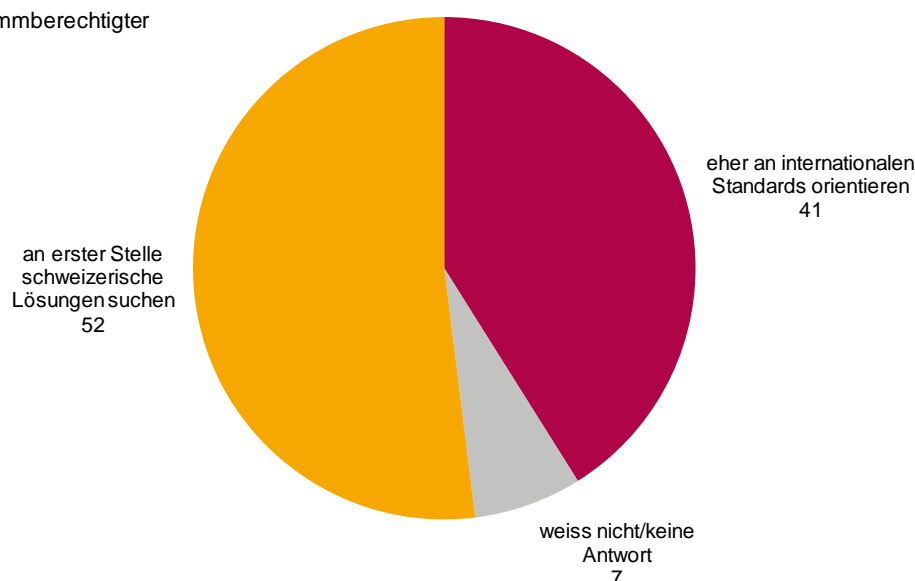
Den Schutz des Taxigewerbes fordern überdurchschnittlich Personen ab 70 Jahren (74%), mit einem Haushaltseinkommen unter 5'000 Franken (73%) und aus der französischsprachigen Schweiz (70%). Am geringsten ist die Unterstützung der Forderung unter den bis 29-Jährigen, welche sie nur mit einer relativen Mehrheit von 41 Prozent unterstützen. Der grösste Unterschied beim Hotelgewerbe zeigt sich zwischen der französischsprachigen (67% unbedingt oder eher schützen) und der deutschsprachigen Schweiz (46%; relative Mehrheit). Zudem ist die Unterstützung unter Wohneigentümerinnen und -eigentümern (57%) grösser als unter Mieterinnen und Mietern (43%, relative Mehrheit).

Grafik 31

Internationale Standards vs. schweizerische Lösungen bei Gesetzgebung

"Durch neue internationale Technologieanbieter wird immer sichtbarer, dass die Schweizer Gesetze im Internetbereich überarbeitet werden müssen. Was ist Ihr Eindruck, soll sich die Schweiz bei Gesetzen im Internetbereich grundsätzlich an internationalen Standards orientieren oder an erster Stelle schweizerische Lösungen suchen?"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

Wenn gewisse Internetbereiche reguliert werden müssen, dann würde eine knappe absolute Mehrheit (52%) eine schweizerische Lösung vorziehen. Nur 41 Prozent sagen, der Gesetzgeber solle sich an internationalen Standards orientieren.

Die schweizerische Lösung (+5) hat gegenüber dem Vorjahr an Sukkurs auf Kosten der internationalen Standards (-7) gewonnen.

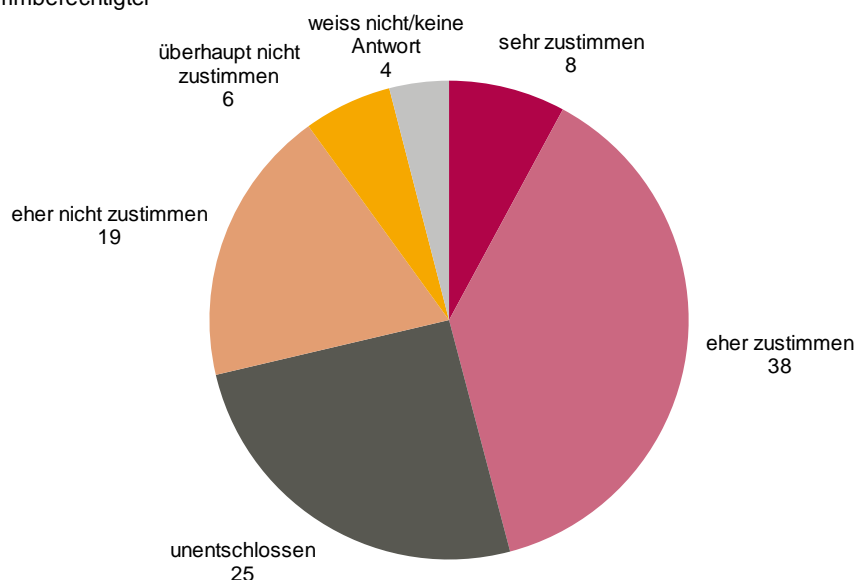
Für eine Schweizer Lösung votieren vor allem Personen mit einem tiefen Bildungsabschluss (68% schweizerische Lösung), mit einem tiefen Haushaltseinkommen (57%) sowie zwischen 40 und 49 (60%) oder über 70 Jahren (58%). Die Präferenz für internationale Standards ist knapp (relativ) mehrheitlich bei Einkommen über 9'000 Franken (52% internationale Standard), zwischen 50 und 59 (52%) respektive 60 und 69 Jahren (49%). Bei Personen mit hoher Bildung halten sich beide Auffassungen die Waage (je 48%).

Grafik 32

Einschätzung Verständnis Schweizer Politiker

"Bitte sagen Sie mir, ob Sie der folgenden Aussage sehr zustimmen, eher zustimmen, eher nicht zustimmen, überhaupt nicht zustimmen oder ob Sie unentschlossen sind. 'Die Schweizer Politiker verstehen die Bedeutung und Auswirkung von neuen Technologien für die Zukunft der Schweiz.'"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

46 Prozent stimmen sehr oder eher zu, dass die Schweizer Politiker die Bedeutung und Auswirkung von neuen Technologien für die Zukunft der Schweiz verstehen. Nur ein Viertel (25%) würde dem eher oder überhaupt nicht zustimmen, während ein weiterer Viertel (25%) unentschlossen ist.

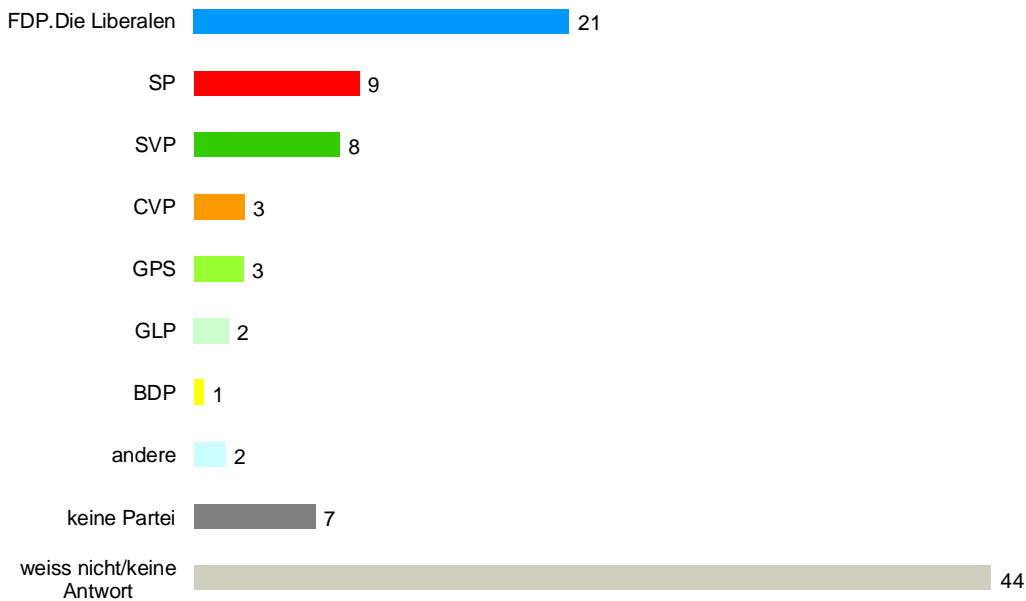
2016 war die Aussage klar umstrittener. Die Zustimmung hat seither klar zugenommen (+10) und die Ablehnung abgenommen (-7).

Interessanterweise stimmt gerade die jüngste Kohorte (18 bis 29 Jahre) der Aussage mit 58 Prozent am stärksten zu. Mit zunehmendem Alter nimmt die Zustimmung ab: Bei den ab 70-Jährigen teilen nur 31 Prozent diese Meinung. Andererseits nimmt die Zustimmung mit dem Haushaltseinkommen von tief (bis CHF 5'000: 38%) zu hoch (ab CHF 9'000: 51%) zu.

Technologiefreundlichste Partei

"Welche politische Partei steht dem Einsatz von neuen Technologien Ihrer Meinung nach am Positivsten gegenüber?"

in % Stimmberechtigter



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (N = 1004)

Auf die Frage, welche Partei am positivsten gegenüber dem Einsatz neuer Technologien sei, können 44 Prozent keine Antwort geben und weitere 7 Prozent nennen "keine Partei". Wird eine konkrete Partei genannt, liegt die FDP.Die Liberalen (21%) klar vor SP (9%) und SVP (8%). Alle anderen Parteien erhalten Werte im einstelligen Prozentbereich (CVP und GPS je 3%, GLP 2%, BDP 1%, andere 2%).

2017 ergibt sich somit praktisch dasselbe Bild wie 2016, mit der FDP.Die Liberalen (+2) mit klarem Abstand vor SP (+1) und SVP (± 0), während die absolute Mehrheit (-3) keine Partei benennen kann.

Die Einschätzung hängt unter anderem von der Sprachregion ab: In der französischsprachigen Schweiz nennen 11 Prozent "keine Partei" und weitere 59 Prozent "weiss nicht/keine Antwort" (total 70%). In der deutschsprachigen Schweiz sind es nur 5 resp. 41 Prozent (total 46%). Die Reihenfolge der drei obersten Parteien ist in beiden Sprachregionen gleich. Weiter hängt sie vom Alter ab: Die jüngste Kohorte kann mangels Erfahrung oder Interesse häufiger keine Partei benennen (total 66%). Hohe Anteile an "keine Partei/weiss nicht/keine Antwort" gibt es zudem bei den tiefsten Einkommens- (62%) und Bildungsschichten (75%). Die FDP.Die Liberalen schwimmt vor allem bei den 40- bis 49-Jährigen (31%) und den höchsten Einkommen (33%) obenauf.

3.4.1 Zwischenbilanz

Trotz der ausgeglichenen bis positiven Erwartungen möchte eine Mehrheit der Stimmberechtigten das bestehende Gewerbe schützen: Bei Uber ist die Forderung leicht ausgeprägter als bei Airbnb.

Wenn gewisse Internetbereiche reguliert werden müssen, dann würde eine knappe absolute Mehrheit eine schweizerische Lösung internationalen Standards vorziehen.

Sollte es soweit kommen, hätten die Stimmberechtigten mehrheitlich Vertrauen in die Schweizer Politik. Die Mehrheit kann jedoch nicht benennen, welche Partei dem Einsatz neuer Technologien am freundlichsten gegenübersteht. Am ehesten gilt dies noch für die FDP. Die Liberalen.

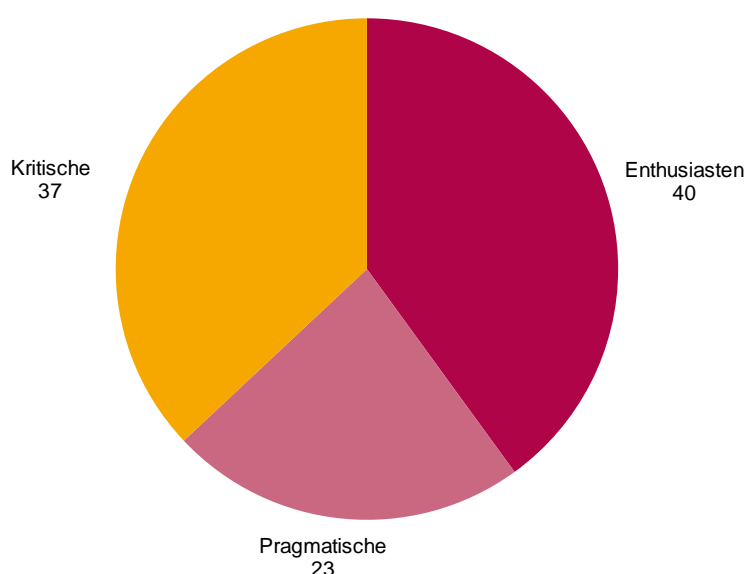
3.5 Clustergruppen

Aufgrund ihres Nutzungsverhaltens, ihrer Einstellung zu Datenschutz und –sicherheit, ihrer Einschätzung der Effekte der Digitalisierung und den daraus abgeleiteten politischen Forderungen lassen sich die Stimmberechtigten, welche das Internet mindestens selten nutzen⁶, grob in drei Gruppen teilen:

Grafik 34

Filter Cluster

in % Stimmberechtigter, die das Internet mindestens selten nutzen



© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (n = 939)

Die mit 40 Prozent grösste Gruppe haben wir **Enthusiasten** genannt. Dabei handelt es sich fast ausschliesslich um Personen, die täglich im Internet sind – ein Drittel sogar permanent. Vor allem Social Media und andere Medienangebote im Netz sind für sie zentral. Sie sind neuen Technologien gegenüber grundsätzlich offen eingestellt. Eine klare Mehrheit sieht die Digitalisierung als Chance. Man glaubt an den Nutzen von smarten Technologien beim Energiesparen und traut selbst der elektronischen Unterschrift mehrheitlich. Ein Drittel möchte als Erste oder zumindest rasch neue Geräte besitzen, ein weiterer Drittel nach den ersten Erfahrungsberichten.

Enthusiastisch ist jedoch nicht mit blauäugig zu verwechseln: Die Mitglieder dieser Gruppe sind sich klar der Gefahr des Missbrauchs persönlicher Daten bewusst. Eine Mehrheit sieht den potentiellen Schaden für sich selber als eher bis sehr gross – gerade weil sie das Internet intensiv nutzen. Mehr als die anderen Gruppen haben sie ihr Verhalten aufgrund der Sammelwut von einzelnen Apps und Social-Media-Plattformen angepasst und lesen die Nutzungsbedingungen.

⁶ Da Personen, welche das Internet nie nutzen, mehrere Fragen nicht gestellt wurden, beschränkt sich das Cluster auf Stimmberechtigte, welche das Internet mindestens selten nutzen.

Grundsätzlich haben sie jedoch ein hohes Vertrauen in die (inländischen) Anbieter von Dienstleistungen.

Eine sehr ähnliche Struktur sehen wir bei den **Pragmatischen**, welche jedoch in ihrem Verhalten etwas zurückhaltender sind als die Enthusiasten und 23 Prozent ausmachen. Auch sie sind zum allergrössten Teil mindestens täglich, wenngleich nicht permanent im Netz. Neben den klassischen Medienangeboten stehen vor allem "nützliche" Dienstleistungen wie E-Banking und Kreditkartenzahlung im Vordergrund. Auch die Pragmatischen sind Neuem grundsätzlich aufgeschlossen und sehen klar mehrheitlich die Digitalisierung als Chance. Bei einzelnen Anwendungen wie der elektronischen Unterschrift oder smarten Technologien sind sie jedoch zurückhaltender als die Enthusiasten. Rund der Hälfte genügt es auch, ein Gerät erst zu kaufen, wenn es sich etabliert hat.

Wie die anderen Gruppen sehen die Pragmatischen im Datenmissbrauch ein generelles Problem. Im Vergleich zu den anderen Gruppen nehmen sie eher einen eingeschränkten Nutzungsumfang in Kauf oder verzichten gleich ganz auf die Nutzung von Apps und Social Media.

Auch wenn die Pragmatischen die kleinste Gruppe sind, repräsentieren sie jedoch – als Gruppe zwischen den Enthusiasten und den Kritischen – den schweizerischen Durchschnittsinternetnutzer respektive die schweizerische Durchschnittsinternetnutzerin.

Auf der anderen Seite sind die **Kritischen** (37%) zu finden. Da das Internet die Schweizer Bevölkerung (zumindest im berufstätigen Alter) fast komplett durchdringt, nutzt selbst die grosse Mehrheit der Kritischen das Internet täglich. Immerhin ein Viertel nutzt es jedoch seltener als täglich. Sie benutzen jedoch nur ein reduziertes Set an Dienstleistungen im Internet, wobei neben klassischen Internetangeboten interessanterweise auch Social Media relativ häufig genutzt werden. Neuerungen stehen sie jedoch eher kritisch gegenüber. Zwar sieht eine knappe absolute Mehrheit die Digitalisierung als Chance; eine klare Mehrheit befürchtet, dass dadurch Arbeitsplätze verloren gehen. Man hegt Misstrauen gegenüber der elektronischen Identität, der elektronischen Unterschrift und hat keinen Bedarf an eVoting. Neue Technologien möchte man erst nutzen, wenn sie etabliert sind – wenn überhaupt.

Die Kritischen sehen ebenfalls im Datenmissbrauch ein Problem, jedoch eher nicht bei sich selber (da man das Internet auch nur für ausgewählte Zwecke nutzt). Die Kritischen fühlen sich in der Datenschutzproblematik aber auch weniger gut informiert als die Enthusiasten oder die Pragmatischen. Man hegt auch weniger Vertrauen in die Akteure.

Die drei Clustergruppen zeichnen sich durch ein individuelles, soziodemografisches Profil aus:

Tabelle 4

Soziodemografisches Profil der Clustergruppen

Stimmberechtigte, die das Internet mindestens selten nutzen

Untergruppen, in denen der Anteil der Clustergruppe mindestens 5 Prozentpunkte höher ist als in der Grundgesamtheit⁷

Enthusiasten	Pragmatische	Kritische
bis 39 Jahre	40-69 Jahre	ab 50 Jahre
über CHF 9'000	hohe Bildung	tiefe bis mittlere Bildung
Mieter	über CHF 7'000 CHF	bis CHF 7'000
Erwerbstätige	Eigentümer	
andere berufliche Situation	in Rente	in Rente

© gfs.bern, Digitalisierungsmonitor, Februar 2017 (n = 939)

⁷ Daraus kann jedoch nicht der Schluss gezogen werden, dass die Clustergruppe mehrheitlich oder zu einem grossen Teil aus der genannten Untergruppe besteht.

Das deutlich wichtigste Unterscheidungsmerkmal ist das Alter. Die Enthusiasten sind klar übervertreten bei den bis 39-Jährigen – den "Digital Natives"⁸. Die Pragmatischen finden sich überdurchschnittlich in den Alterskohorten zwischen 40 und 69 Jahre, womit es eine Überschneidung zu den Kritischen gibt, welche besonders ab 50 Jahren klar zunehmen. Aufgrund der Altersstruktur erstaunt es nicht, dass unter den Erwerbstätigen und Personen in anderen beruflichen Situationen (hier vor allem in Ausbildung) die Enthusiasten häufiger auftreten, während bei den Rentnerinnen und Rentnern die anderen beiden Gruppen (insbesondere die Kritischen) gängiger sind.

Bei einem Haushaltseinkommen ab 7'000 Franken nimmt der Anteil an Pragmatischen zu, ab 9'000 Franken auch derjenige der Enthusiasten. Bei den tieferen Einkommen stellen die Kritischen hingegen die Mehrheit. Je höher der Ausbildungsgrad, desto mehr Pragmatische finden sich; je tiefer er ist, desto mehr Kritische.

Bedingt durch die Alters-, Einkommens- und Ausbildungssituation gibt es unter Mieterinnen und Mietern mehr Enthusiasten, unter Wohneigentümerinnen und -eigentümern hingegen mehr Pragmatische.

3.5.1 Zwischenbilanz

Die Schweizer Internetnutzenden lassen sich grob in drei Gruppen aufteilen: Enthusiasten, welche das Internet sehr stark nutzen, Neuerungen generell sehr offen gegenüberstehen und diese auch rasch nutzen möchten. Sie sind vor allem unter den Digital Natives zu finden.

Pragmatische, welche das Internet ebenfalls häufig benutzen, jedoch nicht jedem Trend hinterherrennen müssen. Wenn sie auch die kleinste Gruppe sind, stehen sie stellvertretend für die Durchschnittsnutzerin/den Durchschnittsnutzer. Sie sind in den mittleren Alterskategorien überdurchschnittlich zu finden.

Und Kritische, welche das Internet für ausgewählte Anwendungen benötigen, Neuerungen aber kritisch gegenüberstehen. Sie nutzen neue Technologien, wenn überhaupt, erst spät und befürchten Arbeitsplatzabbau durch Digitalisierung. Vor allem die Älteren zählen häufig zu den Kritischen.

Alle Gruppen, auch die Enthusiasten, sind für das Problem Datenmissbrauch sensibilisiert.

⁸ Nach Prensky (2001) zählen alle nach 1980 geboren zu den "Digital Natives", womit alle bis 36-Jährigen und ein Teil der 37-Jährigen dazuzählen.

4 Synthese

Aus den Ergebnissen lassen sich folgende Befunde ziehen:

Befund 1

Die Stimmberechtigten pflegen einen offenen und pragmatischen Umgang mit neuen Technologien und dem Internet. Sie müssen aber nicht jedem Trend hinterherrennen.

Das Internet wird heutzutage zumindest von den arbeitstätigen Jahrgängen praktisch flächendeckend benutzt. Neben klassischen Medienangeboten im Internet und Social Media, welche mit hoher Frequenz genutzt werden, sind auch Online-shopping und Geldgeschäfte im Internet etabliert.

Die Schweizer Stimmberechtigten sind grundsätzlich offen gegenüber Neuerungen, von denen sie sich einen Nutzen versprechen – wie dem elektronischen Patientendossier oder eVoting. Die Mehrheit ist aber durchaus pragmatisch; viele wollen nach Einführung einer neuen Technologie erst abwarten, bis sie sich etabliert hat. So zeigen sie durchaus Vorbehalte gegenüber einzelnen digitalen Lösungen wie der elektronischen Identität respektive der elektronischen Unterschrift.

Befund 2

Die Stimmberechtigten sind für den Datenschutz im Internet sensibilisiert und haben daraus für sich Konsequenzen gezogen.

Hinsichtlich Datenschutz fühlen sich die Schweizer Stimmberechtigten gut informiert. Sie sind grossmehrheitlich der Meinung, dass der Missbrauch von persönlichen Daten im Internet ein grosses Problem ist – auch wenn sie die Gefahr für sich selbst als weniger dramatisch sehen.

Viele schränken ihre Internetnutzung und Nutzung von Apps ein, um nicht zu viele Daten von sich preiszugeben; sei dies durch eingeschränkte Features, den kompletten Verzicht auf einzelne Apps oder schon nur durch die Lektüre der AGB der Anbieter.

Beim Umgang mit persönlichen Daten wird Schweizerischen Anbietern klar mehr Vertrauen entgegengebracht als ausländischen. Vor allem den Banken, welche in der Schweiz generell ein hohes Ansehen geniessen, aber auch dem Staat und dem Gesundheitswesen wird mehrheitlich zugetraut, sicher mit den Daten umgehen zu können. Dies gilt aber nicht für alle Institutionen. Kein Vertrauen hat man diesbezüglich in die Medien.

Befund 3

Die Auswirkungen neuer Technologien werden generell positiv beurteilt. Je nach Anwendung und Aspekt, insbesondere hinsichtlich des Arbeitsmarkts, zeigt sich eine differenziertere Meinung.

Durch den alltäglichen Umgang mit dem Internet und Online-Dienstleistungen haben die Schweizer Stimmberechtigten eine positive Sicht auf neue Technologien und die Digitalisierung. Sie urteilen jedoch sehr differenziert. So zeigt sich beispielsweise einerseits eine leicht kritischere Beurteilung von Uber als von Airbnb, andererseits werden die Effekte der beiden Dienstleistungen auf die Gesellschaft positiver wahrgenommen als die Effekte auf die Wirtschaft. Bezüglich Arbeitsmarkt geht eine relative Mehrheit sogar davon aus, dass neue Technologien summa summarum eher zu einem Abbau von Arbeitsplätzen führen als zu neuen Arbeitsplätzen.

Befund 4

Neue Technologien sollen bestehende Gewerbe nicht zu sehr bedrängen. Knappe Mehrheiten befürworten den Schutz des Taxi- und Hotelgewerbes.

Weil der Effekt neuer Technologien auf die Wirtschaft nicht nur positiv gesehen wird und ein Stellenabbau befürchtet wird, ist die Forderung nach einem Schutz des Taxigewerbes vor Uber respektive des Hotelgewerbes vor Airbnb zurzeit mehrheitlich. Insbesondere finden sich hier im Vergleich zum Vorjahr die grössten Veränderungen (die nicht allein durch die leicht veränderte Zusammensetzung der Stichprobe oder Anpassungen an Frage und Antwortkategorien zu erklären ist). Die Anteile für einen stärkeren Schutz sind jedoch nur knapp absolut mehrheitlich und scheinen noch kaum gefestigt.

Die Stimmberechtigten haben dabei aber durchaus Vertrauen in die Schweizer Politik, die Folgen neuer Technologien richtig abzuschätzen. Als die technologiefreundlichste Partei wird dabei die FDP. Die Liberalen genannt – wenn überhaupt eine Partei dies für sich beanspruchen kann.

Befund 5

Die Einstellung zu neuen Technologien und Digitalisierung ist primär vom Alter abhängig.

Auch wenn der Befund kaum verwundert, so hat er sich auch in dieser Studie bestätigt. Sowohl in den Clustergruppen, welche für konsolidierte Meinungsbilder stehen, sowie in den meisten einzelnen Fragen hat sich ein sichtbarer Alterseffekt gezeigt. Nicht bei jeder Frage und nicht immer linear, jedoch hat sich immer wieder gezeigt, dass Jüngere (vor allem Digital Natives) geringere Berührungssängste haben, das Internet häufig nutzen und Neuerungen grundsätzlich offener gegenüberstehen als Ältere (vor allem Rentnerinnen und Rentner).

Neben dem Alter sind auch das Haushaltseinkommen und der Bildungsgrad wichtige Indikatoren: Je höher die beiden Werte sind, desto positiver sieht man die Digitalisierung. Für namhafte Teile der unteren Einkommensschichten (gepaart mit erhöhtem Alter und tiefem Vermögen) hat die Digitalisierung aber auch etwas Bedrohliches. Gerade ältere Arbeitnehmende fürchten, abgehängt oder wegrationalisiert zu werden.

5 Anhang

5.1 gfs.bern-Team



URS BIERI

Co-Leiter, Politik- und Medienwissenschaftler, Executive MBA FH in strategischem Management, Lehrbeauftragter an der Kalaidos Fachhochschule

Schwerpunkte:

Themen- und Issue-Monitoring, Image- und Reputationsanalysen, Risikotechnologien, Abstimmungsanalysen, Kampagnenvorbereitung und -begleitung, Integrierte Kommunikationsanalysen, Qualitative Methoden

Publikationen in Sammelbänden, Fachmagazinen, Tagespresse und im Internet



JONAS PHILIPPE KOCHER

Projektleiter, Politikwissenschaftler

Schwerpunkte:

Analyse politischer Themen und Issues, Abstimmungen und Wahlen, Kampagnenvorbereitung und -begleitung, Gesellschaftsthemen, Integrierte Kommunikationsanalysen, Medieninhaltsanalysen, Hochrechnungen, Feldaufträge



CAROLE GAUCH

Projektleiterin, Medien- und Politikwissenschaftlerin

Schwerpunkte:

Themen- und Issue-Monitoring, Abstimmungen und Wahlen, Meinungsbildung zu aussenpolitischen Angelegenheiten, Medieninhaltsanalysen, qualitative Methoden, Feldaufträge, Lehre



STEPHAN TSCHÖPE

Leiter Analyse und Dienste, Politikwissenschaftler

Schwerpunkte

Koordination Dienstleistungen, komplexe statistische Datenanalytik, Programmierung der EDV und der Befragungen, Hochrechnungen, Parteien- und Strukturanalysen mit Aggregatdaten, integrierte Kommunikationsanalysen, Visualisierung



AARON VENETZ

Datenanalytiker, Politikwissenschaftler

Schwerpunkte

Datenmodellierungen, qualitative Methoden, Recherchen, Datenanalyse, Programmierungen, Medienanalysen, Visualisierungen



NOAH HERZOG

Sekretariat und Administration, Kaufmann EFZ

Schwerpunkte

Desktop-Publishing, Visualisierungen, Projektadministration, Vortragsadministration

gfs.bern ag
Effingerstrasse 14
Postfach
CH – 3001 Bern
Telefon +41 31 311 08 06
Telefax +41 31 311 08 19
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

Das Forschungsinstitut gfs.bern ist Mitglied des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung und garantiert, dass keine Interviews mit offenen oder verdeckten Werbe-, Verkaufs- oder Bestellabsichten durchgeführt werden.

Mehr Infos unter www.schweizermarktforschung.ch

