

Die Eidgenossen und ihre ICT-Nutzung

Die Schweiz gehört bei der Internetnutzung zur Weltspitze. Was die Verbreitung von Mobilfunkkommunikation und -diensten betrifft, hinkt sie anderen Ländern hinterher. Entwicklungspotenzial ist in beiden Bereichen vorhanden.



Corinne Hügli
ist Leiterin New Media
Research/Kommunikation
bei der Publica Data AG

Die Schweiz belegte im Jahr 2006 erstmals einen Platz unter den Top 5 im globalen Technologie-Ranking des World Economic Forums (WEF) und stieg somit innerhalb von vier Jahren von Rang 13 um acht Plätze auf. Der im April 2007 erschienene Global Information Technology Report des WEF bewertete zum sechsten Mal in Folge das ICT-Potenzial von 122 Industrienationen. Insgesamt wird das Ranking aus 67 verschiedenen Teilaspekten der drei Bereiche Umweltfaktoren, Bereitschaft zur Einsetzung von ICT-Medien sowie der tatsächlichen ICT-Nutzung berechnet.

Betrachtet man den Teilbereich der ICT-Nutzung genauer, so belegt die Schweiz für die personenindividuelle Nutzung von Internet- und Mobilfunkmedien gar den vierten Platz nach den Niederlanden, Schweden und Dänemark. Auch im Bereich der geschäftlichen ICT-Nutzung liegt die Schweiz auf Rang vier hinter Japan, Schweden und Deutschland. Andere Nationen hinken der Schweiz im Bereich der ICT-Nutzung hinterher – die USA etwa liegen auf Platz 16, Österreich auf Platz 18.

Die Schweiz gehört also im weltweiten Vergleich offensichtlich zu den Nationen mit einer überdurchschnittlich hohen Verbreitung und Nutzung von ICT-Medien. Doch wie genau werden Informations- und Telekommunikationsmedien von den Schweizerinnen und Schweizern genutzt, und wie unterscheidet sich die Nutzung in verschiedenen soziodemografischen Bevölkerungsgruppen?

Internet – Medium der Gegenwart und der Zukunft

Vor zehn Jahren nutzten gemäss WEMF gerade mal 7 Prozent der Schweizer Bevölkerung das Internet regelmässig. Damals waren die Nutzer hauptsächlich männlich, jung und gut gebildet. Heute nutzt eine breitere Bevölkerungsschicht das Internet. Rund zwei Drittel der Personen ab 15 Jahren tun dies mindestens einmal pro Woche.

Doch nicht nur die Nutzerschaft des Internets hat sich vergrössert, auch die Nutzungsmöglichkeiten des Webs scheinen sich unerschöpflich weiterzuentwickeln. So sind heute Dienste wie Internettelefonie, Social Networks oder Live- und On-Demand-Streaming schon fast nicht mehr aus dem Alltag eines Internetnutzers wegzudenken. Der Internet-TV-Anbieter Zattoo erreichte beispielsweise in der Schweiz im Herbst 2007 bereits eine halbe Million angemeldete User, und dies nach noch nicht einmal einem Betriebsjahr.

Wie die Ergebnisse der KommTech-Studie 2007 von Publica Data zeigen, nutzen 97,4 Prozent der regelmässigen Internetuser das Web von zu Hause aus, knapp

«Dienste wie Internettelefonie, Social Networks oder Live- und On-Demand-Streaming sind schon fast nicht mehr aus dem Alltag eines Internetnutzers wegzudenken.»

50 Prozent tun dies am Arbeitsplatz und gerade mal 2,5 Prozent gehören zu den mobilen Internetnutzern, die auch unterwegs nicht auf das Medium verzichten möchten. Bereits über 80 Prozent der regelmässigen Internetnutzer verfügen zu Hause über einen Breitbandanschluss (ADSL, TV-Kabel), was die Nutzung von datenintensiven Angeboten weiter begünstigt.

Allgemein verfügt die Schweiz bereits über eine der weltweit dichtesten Abdeckungen mit Breitbandanschlüssen. Dies ergibt der im Juni 2007 von der OECD veröffentlichte Ländervergleich, bei dem die Schweiz den dritten Rang hinter den Niederlanden und Dänemark belegt. Gemäss den Resultaten der KommTech-Studie lebten im Jahr 2007 bereits 54 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer ab 15 Jahren in einem Privathaushalt mit Breitbandanschluss. Zwei Jahre zuvor waren es erst knapp 40 Prozent. Allein für Breitbandverbindungen gaben die Schweizerinnen und Schweizer im Jahr 2006 gemäss dem Verband Schweizer Presse rund 1,1 Milliarden Franken aus, von denen 60 Prozent von Privathaushalten berappt wurden. Gerade der Vorsprung im Bereich der Breitbandausstattung im Vergleich zu anderen Ländern treibt die ICT-Nutzung in der Schweiz weiter voran.

Auch Senioren schreiben E-Mails

Betrachtet man die private Nutzung verschiedener Internetdienste, fällt auf, dass das Netz zur Informationssuche sowie zum Versand von E-Mails von regelmässigen Nutzern aller Bevölkerungsgruppen bereits rege genutzt wird (siehe Abbildung 1). Die Kommunikation über weniger klassische Wege, zum Beispiel via Chat oder Instant-Messenger, oder die Nutzung von Internettelefonie scheint jedoch eher unter den jüngeren Usern verbreitet zu sein. Wie die Time-Use-Study von Mediapulse ergab, chatten an einem durchschnittlichen Wochentag rund 6 Prozent der Personen ab zwölf Jahren in der Deutschschweiz. Ein Deutschschweizer Chatter verbringt täglich rund zwei Stunden im Chat. Die Nutzung von Radio- und TV-Streaming zu Hause liegt generell auf einem tieferen Nutzungsniveau und scheint auch eher jüngere Nutzer anzusprechen.

Im Unterschied zur privaten Internetnutzung sind für die berufliche Nutzung Dienste wie Chatten, Kommunikation via Instant-Messenger, Internettelefonie oder Radio- und TV-Streaming (noch) nicht von Bedeutung. Für die E-Mail-Kommunikation und die Informationssuche wird das Netz von 80 bis 90 Prozent der Internetuser am Arbeitsplatz häufig genutzt, wobei die Suche nach Informationen bei der beruflichen Nutzung gar einen höheren Stellenwert einnimmt als der Versand von E-Mails.

Mobilkommunikation – Nutzung hinkt Ausstattung hinterher

Schon mehr als neun von zehn Schweizerinnen und Schweizer besitzen gemäss Angaben des Bundesamts für Statistik (BFS) einen Mobilfunkvertrag. Trotzdem gehört die Schweiz im OECD-Ländervergleich zu den Ländern mit einer geringen Mobilfunkteilnehmerdichte, auch wenn noch weit vor Kanada, den USA, Japan oder Frankreich. Italien liegt mit mehr als 120 Abonnenten pro 100 Einwohner auf dem ersten Platz.

Generell nutzen gemäss der KommTech-Studie 2007 rund 84 Prozent der Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren selbst ein Mobiltelefon – 2005 waren es noch 81

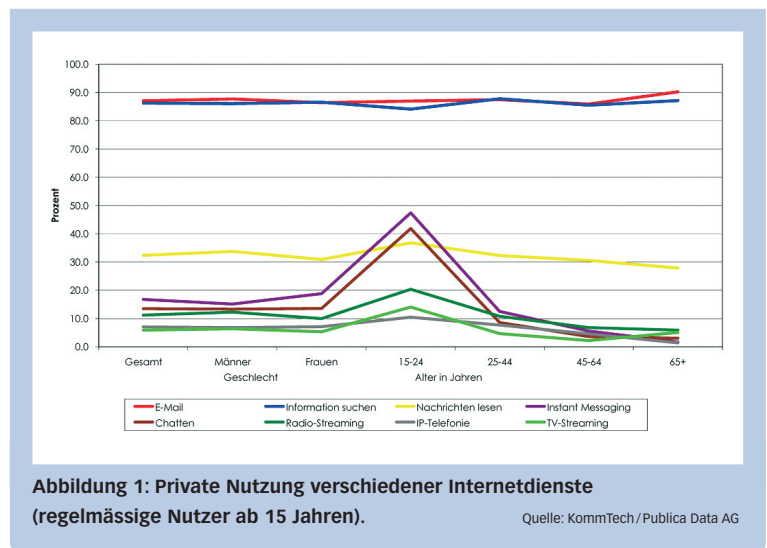


Abbildung 1: Private Nutzung verschiedener Internetdienste (regelmässige Nutzer ab 15 Jahren).

Quelle: KommTech / Publica Data AG

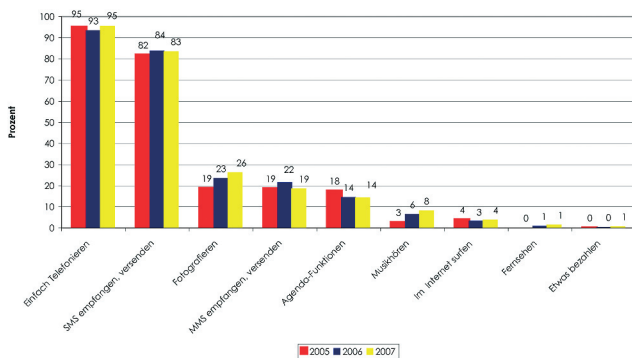


Abbildung 2: Nutzungsentwicklung von verschiedenen Handyfeatures (Handynutzer ab 15 Jahren).

Quelle: KommTech / Publica Data AG

Prozent. Schaut man sich die Mobiltelefon-Nutzung der Schweizerinnen und Schweizer genauer an, fällt zuerst einmal auf, dass die Ausstattung der Geräte weit über der Nutzung der verfügbaren Features liegt. Die Nutzungsgewohnheiten hinken der rasanten Entwicklung der Mobiltelefone also noch hinterher. Der stärkste Nutzungszuwachs kann im Bereich des Fotografierens und des Musikhörens verzeichnet werden (siehe Abbildung 2), obwohl das Nutzungspotenzial noch lange nicht ausgeschöpft ist: Knapp 60 Prozent der genutzten Mobiltelefone verfügen bereits über eine Fotokamera, 30 Prozent über Radioempfang oder einen MP3-Player. Generell werden alle Handy-Features von jüngeren Personen überdurchschnittlich genutzt. Unterschiede in der Nutzung bezüglich des Geschlechts sind erstaunlicherweise nicht annähernd vorhanden.

Warten auf attraktive Dienste und Preismodelle

Die regelmässige Nutzung von SMS und MMS scheint sich bei knapp über 80 Prozent, beziehungsweise bei rund 20 Prozent der Handynutzer eingependelt zu haben. SMS werden von über 30 Prozent mehrmals täglich verschickt, MMS jedoch nur von knapp einem Prozent. Rund die Hälfte der Handynutzer verschickt SMS beziehungsweise MMS für private Zwecke, etwas über 10 Prozent auch für geschäftliche Belange.

Das Verbreitungspotenzial von derzeit noch kaum genutzten mobilen Diensten wie Mobile-TV oder Bezahlservices wird sich erst zeigen, wenn mehr entsprechende Angebote vorhanden sind. Solche müssen jedoch gemäss einer Publicom-Studie drei Kriterien erfüllen, um am Markt erfolgreich zu werden. Sie müssen erstens die spezifischen Vorteile des Handys optimal ausnutzen, das heisst beispielsweise, eine wichtige Information zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem bestimmten Ort nutzbar machen. Weiter müssen sie herkömmliche Abläufe vereinfachen können, beispielsweise dem Konsumenten den Gang zum Billetschalter ersparen oder die Abfrage des Kontostands ermöglichen. Als drittes Kriterium sollen neue mobile Dienste eine Zeitlücke sinnvoll füllen können.

Im Jahr 2006 gaben die Schweizerinnen und Schweizer rund 250 Millionen Franken für mobile Dienste aus. Dieser Betrag könnte gemäss Publicom in den nächsten fünf Jahren um weitere 620 Millionen Franken steigen. Eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg mobiler Dienste ist auch eine für den Endkunden attraktive und transparente Preisgestaltung.

Anwendungen und Dienste als Wachstumstreiber

Zusammenfassend kann man die Schweizerinnen und Schweizer als im internationalen Vergleich erfahrene und bereits weit entwickelte ICT-Nutzer bezeichnen. Die Internet- und Mobiltelefonpenetration scheint nicht mehr stark zu steigen. Die ICT-Nutzung wird sich auf weitere Anwendungen und Dienste verlagern, sobald entsprechende Angebote vorhanden sind, wodurch zunehmend mehr Werbegelder in diese Medienbereiche fliessen werden. ■