



**Universität  
Zürich** UZH

**IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung**

---

Forschungsbericht – Abteilung Medienwandel & Innovation

# Internetverbreitung und digitale Bruchlinien in der Schweiz

*Themenbericht aus dem*



**World Internet Project – Switzerland  
2011**

**MEDIA CHANGE**  
and innovation  
a division of ipmz

Michael Latzer (Projektleitung)

Natascha Just

Sulkhan Metreveli

Florian Saurwein

Das World Internet Project – Switzerland wird unterstützt von:  
Dekanat der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich  
BAKOM – Bundesamt für Kommunikation

Zürich, März 2012

# Impressum

## HERAUSGEBER

Universität Zürich  
IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung  
Abteilung Medienwandel & Innovation  
Andreasstrasse 15  
8050 Zürich  
<http://www.mediachange.ch>  
<http://www.mediachange.ch/research/world-internet-project-switzerland-wip-ch/>

## PROJEKTLEITUNG

Prof. Dr. Michael Latzer ([m.latzer@ipmz.uzh.ch](mailto:m.latzer@ipmz.uzh.ch))

## MITARBEIT

Mag. Dr. Natascha Just ([n.just@ipmz.uzh.ch](mailto:n.just@ipmz.uzh.ch))  
Lic. phil. Sulkhan Metreveli ([s.metreveli@ipmz.uzh.ch](mailto:s.metreveli@ipmz.uzh.ch))  
Mag. Dr. des. Florian Saurwein ([f.saurwein@ipmz.uzh.ch](mailto:f.saurwein@ipmz.uzh.ch))

Für Unterstützung bedanken wir uns herzlich bei Joëlle Eschmann, Aleksandra Hiltmann, B.A. und MMag. Katharina Hollnbuchner, Bakk.

## ZITATIONSHINWEIS

Latzer, M.; Just, N.; Metreveli, S. & Saurwein, F. (2012). Internetverbreitung und digitale Bruchlinien in der Schweiz. Themenbericht aus dem World Internet Project – Switzerland 2011. Universität Zürich, Zürich.  
[http://www.mediachange.ch/media/pdf/publications/Verbreitung\\_und\\_Bruchlinien.pdf](http://www.mediachange.ch/media/pdf/publications/Verbreitung_und_Bruchlinien.pdf)

Das World Internet Project – Switzerland (WIP-CH) ist Partner des World Internet Project, das am Annenberg School Center for the Digital Future, University of Southern California (USC), Los Angeles angesiedelt ist.

# Inhaltsverzeichnis

|   |           |
|---|-----------|
| EXECUTIVE SUMMARY .....   | 5         |
| <b>1 INTERNET-VERBREITUNG IM ÜBERBLICK .....</b>  | <b>7</b>  |
| 1.1 Orte der Internet-Nutzung.....  | 8         |
| 1.2 Arten der Internet-Verbindung zu Hause .....  | 9         |
| 1.3 Mobiles Internet.....   | 10        |
| <b>2 VERBREITUNGSMUSTER.....</b>  | <b>11</b> |
| 2.1 Verlauf der Internet-Verbreitung.....   | 11        |
| 2.2 Soziodemographische Muster der Internet-Verbreitung .....                             | 12        |
| 2.3 Muster der Verbreitung von mobilem Internet .....                                     | 14        |
| <b>3 NICHT-NUTZER.....</b>  | <b>16</b> |
| 3.1 Soziodemographische Charakteristika der Nicht-Nutzer.....                             | 16        |
| 3.2 Gründe der Nicht-Nutzung .....  | 17        |
| 3.3 Einstiegsmotivation.....  | 18        |
| 3.4 Proxy-Nutzung .....   | 20        |
| <b>4 EMPFUNDENE BRUCHLINIEN.....</b>  | <b>21</b> |
| 4.1 Fähigkeiten im Umgang mit dem Internet .....  | 21        |
| 4.2 Einbindung in die Informationsgesellschaft .....                                      | 23        |
| <b>WORLD INTERNET PROJECT SWITZERLAND .....</b>   | <b>25</b> |
| <b>METHODISCHER STECKBRIEF.....</b>   | <b>26</b> |
| <b>LITERATUR.....</b>   | <b>27</b> |
| <b>ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS</b>  |           |
| <b>Abbildung 1:</b> Internet-Verbreitung in der Schweiz 2011 im Überblick .....           | <b>7</b>  |
| <b>Abbildung 2:</b> Orte der Internet-Nutzung .....                                       | <b>8</b>  |
| <b>Abbildung 3:</b> Arten der Internet-Verbindung zu Hause .....                          | <b>9</b>  |
| <b>Abbildung 4:</b> Zugang zu mobilem Internet .....                                      | <b>10</b> |
| <b>Abbildung 5:</b> Erfahrung mit dem Internet nach Einstiegszeitpunkt.....               | <b>11</b> |
| <b>Abbildung 6:</b> Soziodemographische Muster der Internet-Verbreitung.....              | <b>12</b> |
| <b>Abbildung 7:</b> Soziodemographische Muster der Verbreitung von mobilem Internet ..... | <b>14</b> |
| <b>Abbildung 8:</b> Soziodemographische Muster der Nicht-Nutzung .....                    | <b>16</b> |

|  |    |
|--|----|
| <b>Abbildung 9:</b> Hauptgründe für die Nicht-Nutzung.....   | 17 |
| <b>Abbildung 10:</b> Befürchtung etwas zu verpassen, weil man das Internet nicht nutzt.....                    | 18 |
| <b>Abbildung 11:</b> Voraussichtlicher Einstieg ins Internet im Laufe des kommenden Jahres.                    | 19 |
| <b>Abbildung 12:</b> Merkmale der Proxy-Nutzung .....  | 20 |
| <b>Abbildung 13:</b> Umgang mit dem Internet: Selbsteinschätzung .....   | 21 |
| <b>Abbildung 14:</b> Selbsteinschätzung zum Umgang mit dem Internet nach<br>Geschlecht und Altersgruppen ..... | 22 |
| <b>Abbildung 15:</b> Einbindung in die Informationsgesellschaft: Selbstempfinden.....                          | 23 |
| <b>Abbildung 16:</b> Fühlen Sie sich in die Informationsgesellschaft eingebunden? .....                        | 24 |
| <br>   |    |
| <b>Tabelle 1:</b> Vorgaben und realisierte Interviews in Prozent.....  | 27 |
| <b>Tabelle 2:</b> Vorgaben und realisierte Interviews in absoluten Zahlen.....                                 | 27 |

# Executive Summary

Das World Internet Project ist ein internationales, kollaboratives Wissenschafts-Projekt, das seit 1999 die Verbreitung und Nutzung des Internet im internationalen Vergleich erfasst. Die Schweiz hat 2011 mit dem World Internet Project – Switzerland (WIP-CH) erstmals am WIP teilgenommen und die Schweizer Bevölkerung zu ihrer Internet-Nutzung und ihren Einstellungen zum Internet befragt.

Die Ergebnisse der Untersuchung werden als Themenberichte veröffentlicht. Diese widmen sich dem Thema Internet und Politik in der Schweiz, den Mustern der Nutzung von Internet-Anwendungen sowie dem Thema Vertrauen und Sorgen der Schweizer Bevölkerung bei der Internet-Nutzung. Der hier vorliegende Bericht liefert Ergebnisse zur Internet-Verbreitung und zu digitalen Bruchlinien in der Schweiz.

## **Internetverbreitung: Drei Viertel der Bevölkerung online – Neuzuwachs gering**

- Mehr als drei Viertel (77%) der Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren nutzen 2011 das Internet. Die Schweiz liegt damit im internationalen Vergleich im Spitzenfeld, wenn auch nicht auf den vordersten Rängen.
- Die Durchdringung mit privaten und leistungsfähigen Anschlüssen ist hoch. 97% der Internet-Nutzer verwenden das Internet zu Hause, davon verfügen drei Viertel über einen Breitbandanschluss.
- 43% der Internet-Nutzer bzw. ein Drittel der Bevölkerung (33%) verwenden das Internet am Arbeitsplatz. 8% nutzen das Internet in der Schule oder an der Universität.
- 26% der Internet-Nutzer (20% der Bevölkerung) verwenden das Internet unterwegs/mobil, gut die Hälfte davon mit Smartphones (54%).
- Schweizer Internet-Nutzer haben im Durchschnitt 10.5 Jahre Internet-Erfahrung. Der stärkste Verbreitungsschub hat um die Jahrtausendwende stattgefunden, im letzten Jahr war der Zuwachs nur mehr sehr gering.

## **Digitale Bruchlinien: Einkommen und Bildung**

- Obwohl die Schweiz bei verschiedenen Kennziffern zur Internetverbreitung im internationalen Spitzenfeld liegt, sind Bruchlinien der digitalen Spaltung sichtbar.

- 23% der Bevölkerung nutzen das Internet nicht. Der Alters-Gap ist ab der Gruppe der 60-74-Jährigen sehr deutlich ausgeprägt.
- Leute, die das Internet nicht nutzen, sind überdurchschnittlich in Bevölkerungsgruppen mit niedriger Bildung (49%), niedrigem Einkommen (50%) oder ohne Erwerbstätigkeit (40%) vertreten.
- Auch die Penetration von mobilem Internet wird bislang vor allem von einkommensstarken und höhergebildeten Bevölkerungsgruppen getragen, in denen die mobile Nutzung 2011 bereits 30-40% erreicht.
- In Bevölkerungsgruppen mit niedrigem Einkommen und niedriger Bildung surft nur etwas mehr als jeder Zehnte mobil.
- Der Gender-Gap ist bei der Internet-Verbreitung kaum mehr vorhanden (Frauen 75%; Männer 79%). Bei der Verbreitung von mobilem Internet ist der Unterschied stärker ausgeprägt (Frauen 15%; Männer 25%).

#### **Nicht-Nutzer: Geringe Einstiegsmotivation in höheren Altersgruppen**

- Fast die Hälfte (45%) der Nicht-Nutzer gibt als Hauptgrund an, kein Interesse am Internet zu haben bzw. keinen Nutzen im Internet zu sehen.
- Für je ein Zehntel der Nicht-Nutzer scheitert der Einstieg am notwendigen technischen Equipment, am technischen Know-how oder an finanziellen Barrieren.
- Zwar ist eine Reduktion, aber kein Ende der digitalen Bruchlinien in Sicht. Die Phase des zähen Internet-Wachstums ist erreicht. Fast die Hälfte der Nicht-Nutzer hat kein Interesse am Internet. Nur ein Fünftel der Nicht-Nutzer hat das Gefühl, ohne Internet etwas zu verpassen und 64% planen keinen Einstieg in absehbarer Zeit.
- Doch zeigen sich dabei deutliche altersbezogene Differenzen. 14-29-Jährige haben deutlich öfter das Gefühl, ohne Internet etwas zu verpassen (49%) als ältere Generationen (10-20%) und dementsprechend sind Einstiegspläne unter jüngeren Nicht-Nutzern deutlich stärker verbreitet (79%).
- Ältere Nicht-Nutzer sind hingegen öfter indirekte Profiteure der Internet-Verbreitung. Jeder dritte Nicht-Nutzer ist ein sogenannter Proxy-Nutzer, der andere Leute das Internet für sich und seine Zwecke nutzen lässt. Proxy-Nutzer sind mehrheitlich älter als 60 Jahre. Häufig sind es Frauen, die ihre Kinder oder Partner recherchieren bzw. Dinge buchen lassen.

**Empfundene Bruchlinien: 42% fühlen sich nicht in die Informationsgesellschaft eingebunden**

- Neben faktischen Bruchlinien der Internetverbreitung existieren auch empfundene Bruchlinien, die sich in Einstellungen und Einschätzungen zum Internet zeigen.
- Beinahe drei von vier Schweizer Internet-Nutzern (72%) schätzen ihre Internet-Fähigkeiten als gut, sehr gut oder ausgezeichnet ein.
- 27% der Internet-Nutzer geben, an schlecht oder nur ausreichend mit dem Internet umgehen zu können, Frauen (34%) etwas öfter als Männer (21%).
- 42% der Schweizer Bevölkerung fühlen sich gar nicht oder nur ein wenig in die Informationsgesellschaft eingebunden, drei Viertel davon sind Nicht-Nutzer und ein Drittel Internet-Nutzer.



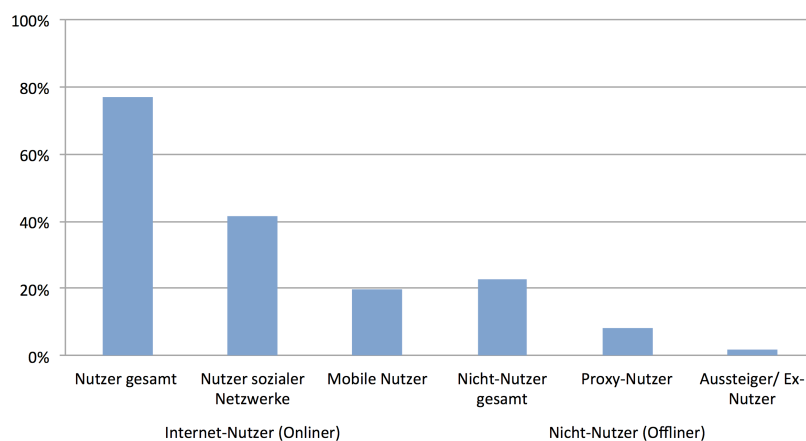


# 1 Internet-Verbreitung im Überblick

Die Verbreitung des Internet wird in einer Vielzahl länderspezifischer und ländervergleichender Untersuchungen dargestellt. In den Teilnehmerstaaten des *World Internet Project* liegt beispielsweise Schweden im Jahr 2011 mit einer Internet-Penetration von 88% an der Spitze, aber auch in Polen nutzen aktuell bereits fast zwei Drittel der Bevölkerung das Internet. Wie sieht es mit der Internet-Verbreitung in der Schweiz aus, wie hoch ist der Anteil der Nutzung von mobilem Internet und von sozialen Netzwerken und wie viel Prozent der Schweizer Bevölkerung nutzen das Internet nicht oder nicht mehr? Abb. 1 gibt einen ersten Überblick zu ausgewählten Eckdaten der Internet-Verbreitung in der Schweiz im Jahr 2011.

*Eckdaten zur Internet-Verbreitung in der Schweiz*

Abbildung 1: Internet-Verbreitung in der Schweiz 2011 im Überblick



Datenbasis:  $n=1104$ , Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren.

- Mehr als drei Viertel (77%) der Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren nutzen das Internet. Im Vergleich zu anderen WIP-Ländern liegt die Schweiz damit sicher im obersten Drittel, obwohl sie kein absoluter Spitzenreiter ist. In Schweden (88%), Neuseeland (86%) und den USA (82%) ist die Internet-Verbreitung beispielsweise stärker. Grossbritannien (73%) und Polen (62%) liegen 2011 hinter der Schweiz zurück.<sup>1</sup>
- Ein Fünftel der Bevölkerung ab 14 Jahren nutzt das Internet auch *unterwegs* über mobile Endgeräte wie zum Beispiel Mobiltelefone oder Laptops. Die Gruppe dieser *mobilen Nutzer* umfasst damit ein Viertel (26%) der Internet-Nutzer.

*77% der Schweizer Bevölkerung nutzen das Internet*

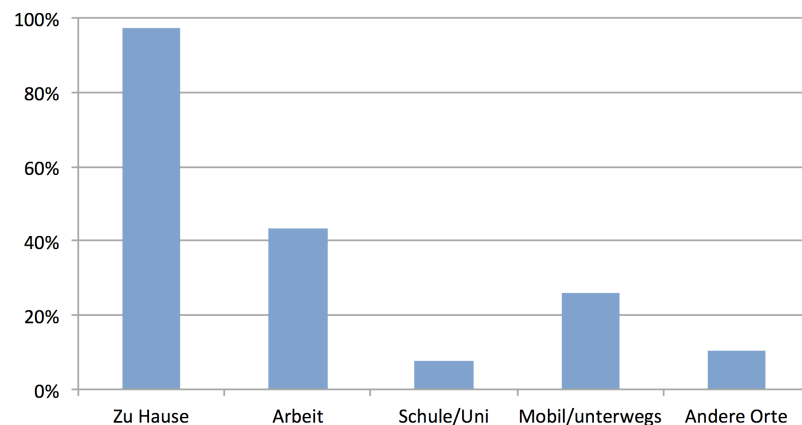
*Mobile Internet-Nutzung*

<sup>1</sup> Internationale Vergleichsdaten stammen aus aktuellen Berichten der WIP-Partnerländer Schweden (Findahl 2010; 2011), Neuseeland (Smith 2011), Grossbritannien (Dutton/Blank 2011), Polen (Toczyski et al. 2011) und den USA (Cole et al. 2011).

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <b>Soziale Online-Netzwerke</b> | – Soziale Online-Netzwerke wie beispielsweise Facebook sind in den vergangenen Jahren rasch gewachsen. 2011 loggen sich in der Schweiz 42% der Bevölkerung (54% der Internet-Nutzer) in soziale Netzwerke ein.   |
| <b>23% Nicht-Nutzer</b>         | – 23% der Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren, etwa 1.5 Mio. Personen, nutzen das Internet 2011 nicht, wenngleich auch in dieser Gruppe ein Teil bereits direkte und indirekte Erfahrungen mit dem Internet gemacht hat.  |
| <b>Proxy-Nutzer</b>             | – 8% der Schweizer Bevölkerung, rund 550'000 Personen, sind sogenannte <i>Proxy-Nutzer</i> . Sie nutzen das Internet nicht selbst aktiv, haben aber im vergangenen Jahr andere Leute (meist Familienangehörige) darum gebeten, etwas für Sie im Internet zu tun, z.B. nach Informationen zu suchen, e-Mails zu schreiben oder etwas zu kaufen. Die Proxy-Nutzer umfassen damit mehr als ein Drittel (36%) der Nicht-Nutzer.  |
| <b>Ex-Nutzer</b>                | – 2% der Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren sind Ex-Nutzer. Sie haben das Internet einst genutzt, sind jedoch aus verschiedenen Gründen wieder aus dem Internet ausgestiegen. Der Anteil der Ex-User in der Gruppe der Nicht-Nutzer beträgt etwa 9% und umfasst ca. 140'000 Personen der Schweizer Bevölkerung. In den USA ist der Anteil an Ex-Usern unter den Nicht-Nutzern mit 39% deutlich höher (Cole et al. 2011, 54). |

## 1.1 Orte der Internet-Nutzung

Abbildung 2: Orte der Internet-Nutzung



Datenbasis: n=851 Internet-Nutzer ab 14 Jahren.

### **Internet-Nutzung zu Hause stark verbreitet**

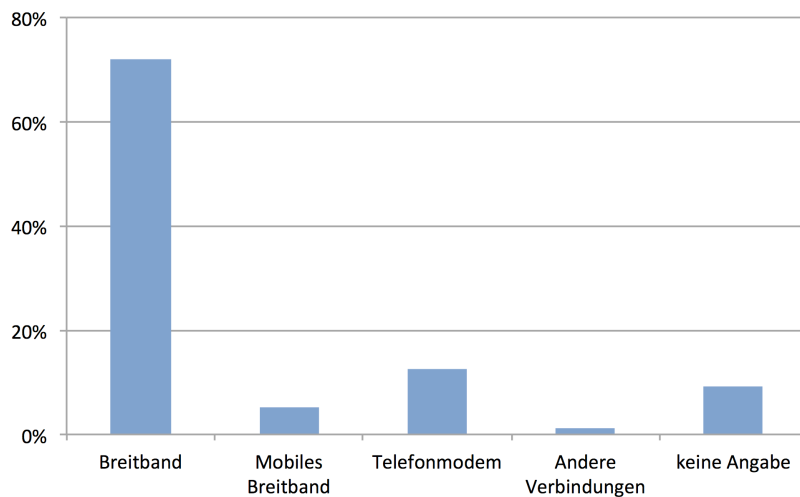
– Beinahe alle Schweizer Internet-Nutzer (97%) verwenden das Internet zu Hause. Das bedeutet, dass knapp drei Viertel der Schweizer Bevölkerung zu Hause über einen Internet-Anschluss verfügen.

- 43% der Internet-Nutzer verwenden das Internet in der Arbeit. Dies entspricht einem Drittel der Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren und 55% der Schweizer Erwerbstätigen.
- 8% verwenden das Internet in der Schule oder an der Universität. Ein Zehntel der Internet-Nutzer gibt an, das Internet an anderen Orten zu verwenden, etwa bei Freunden, in Internet-Cafés oder in Bibliotheken.
- Ein Viertel der Internet-Nutzer (26%) greift auch unterwegs auf das Internet zu.

### *Internet in der Arbeit und in der Schule/Uni*

## 1.2 Arten der Internet-Verbindung zu Hause

Abbildung 3: Arten der Internet-Verbindung zu Hause



Datenbasis: n=851 Internet-Nutzer ab 14 Jahren.

- Die private Breitbanddurchdringung in der Schweiz ist hoch. 72% der Internet-Nutzer verfügen zu Hause über einen Breitbandanschluss über Telefonnetz oder Kabel-TV und weitere 5% über einen mobilen Breitbandanschluss. Doch auch in der Breitbanddurchdringung ist die Schweiz nicht absolute Spitze. So verfügen beispielsweise in Schweden beinahe alle Internet-Nutzer (97%) bereits über einen solchen Anschluss (Findahl 2010, 9).
- Telefonmodem (12%) und andere Arten von Verbindungen (1%) werden in der Schweiz deutlich weniger genutzt als Breitbandanschlüsse.
- 9% der Befragten können zu ihrer Internet-Verbindung zu Hause keine genauen Angaben machen.

### *Hohe Breitband- durchdringung*

### 1.3 Mobiles Internet

*26% der Internet-Nutzer verwenden mobiles Internet*

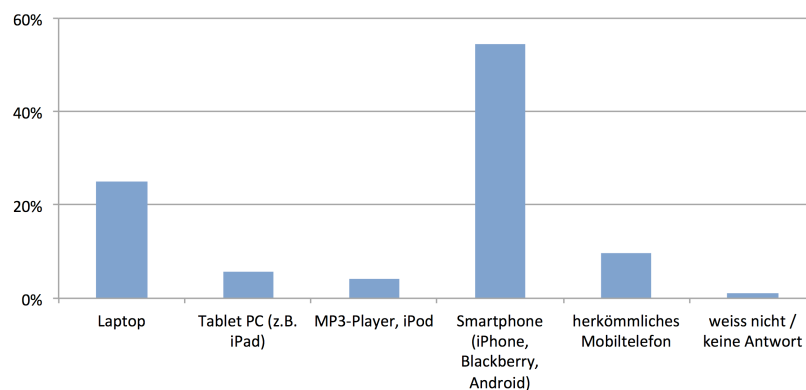
Die Verwendung von mobilem Internet liegt noch deutlich hinter der allgemeinen Internet-Verbreitung. Sie gilt jedoch als Zugangsform mit hohem Wachstumspotenzial und aktuell besonders rascher Verbreitung. 2011 nutzen in der Schweiz 26% der Internet-Nutzer (20% der Bevölkerung) mobiles Internet. Im internationalen Vergleich zeigen sich einige nennenswerte Unterschiede und Trends.

*Mobiles Internet in WIP-Ländern*

In Polen ist die Verbreitung von mobilem Internet 2011 mit 10% noch vergleichsweise gering (Toczyski et al. 2011, 26). In Grossbritannien greifen 40% der Internet-Nutzer 2011 mittels mobilen Endgeräten auf das Internet zu (Dutton/Blank 2011, 13). Diese Zahl schliesst jedoch den WiFi-Zugang zu Hause über Router mit ein. In Schweden zeigt sich das aktuell besonders starke Wachstum von mobilem Internet: Von 22% (2010) auf 36% (2011) in nur einem Jahr (Findahl 2011, 26). Auch in Neuseeland steigt der Anteil jener Personen, die mobile Geräte für die Internet-Nutzung verwenden, kontinuierlich an (Smith et al. 2011, 21): Von 7% (2007) auf 18% (2009) und 27% (2011).

In der Schweiz ist das wichtigste Zugangsgerät für die Internet-Nutzung unterwegs das Smartphone (Abb.4).

Abbildung 4: Zugang zu mobilem Internet



Datenbasis: n=217 Nutzer von mobilem Internet ab 14 Jahren.

*Wichtigstes Zugangsgerät: Smartphone*

–Smartphones sind die am meisten genutzten Geräte für mobiles Internet. So verwendet gut die Hälfte (54%) der mobilen Nutzer iPhones, Blackberrys oder Android-Handys für den Zugang zum Internet von unterwegs.

–Jeder vierte mobile Nutzer (25%) verwendet dafür einen Laptop.

–Andere Endgeräte (herkömmliche Mobiltelefone, Tablet PCs, MP-3 Player) werden deutlich seltener für mobiles Internet verwendet als Smartphones und Laptops.

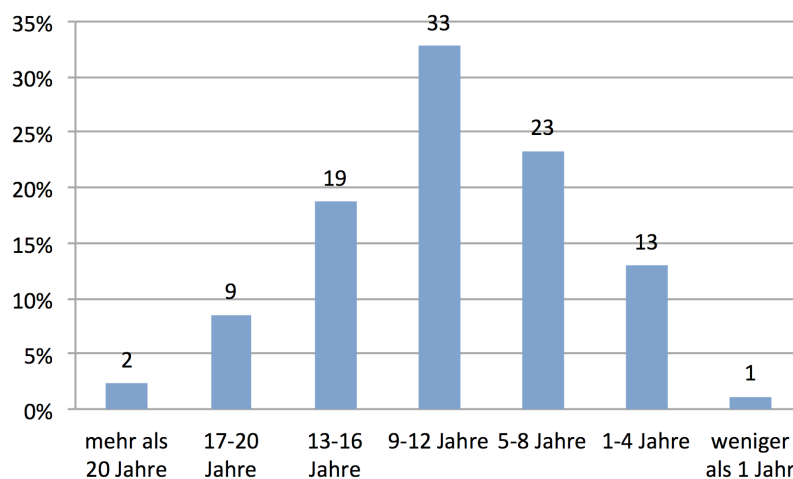
## 2 Verbreitungsmuster

Die Analyse der Muster der Internet-Verbreitung liefert Ergebnisse zum Verlauf der Internet-Diffusion (2.1) sowie zu soziodemographischen digitalen Bruchlinien in der Schweizer Bevölkerung (Digital Divide). 2011 zeigen sich Bruchlinien sowohl bei der Internet-Verbreitung (2.2) als auch bei der Verbreitung des mobilen Internet (2.3).

*Digitale Bruchlinien*

### 2.1 Verlauf der Internet-Verbreitung

Abbildung 5: Erfahrung mit dem Internet nach Einstiegszeitpunkt



Datenbasis: n=851 Internet-Nutzer ab 14 Jahren.

–Schweizer Internet-Nutzer haben im Schnitt 10.5 Jahre Erfahrung im Umgang mit dem Internet. In den USA waren es beispielsweise 2010 11.6 Jahre (Cole et al. 2011, 41).

–2% der Befragten geben 2011 an, das Internet bereits seit mehr als 20 Jahren zu nutzen. Die Gruppe bildet den kleinen Kreis der *early adopters*, der mit der Internet-Nutzung bereits vor der Einführung des WWW begonnen hat.

*Stärkster Verbreitungsschub um die Jahrtausendwende*

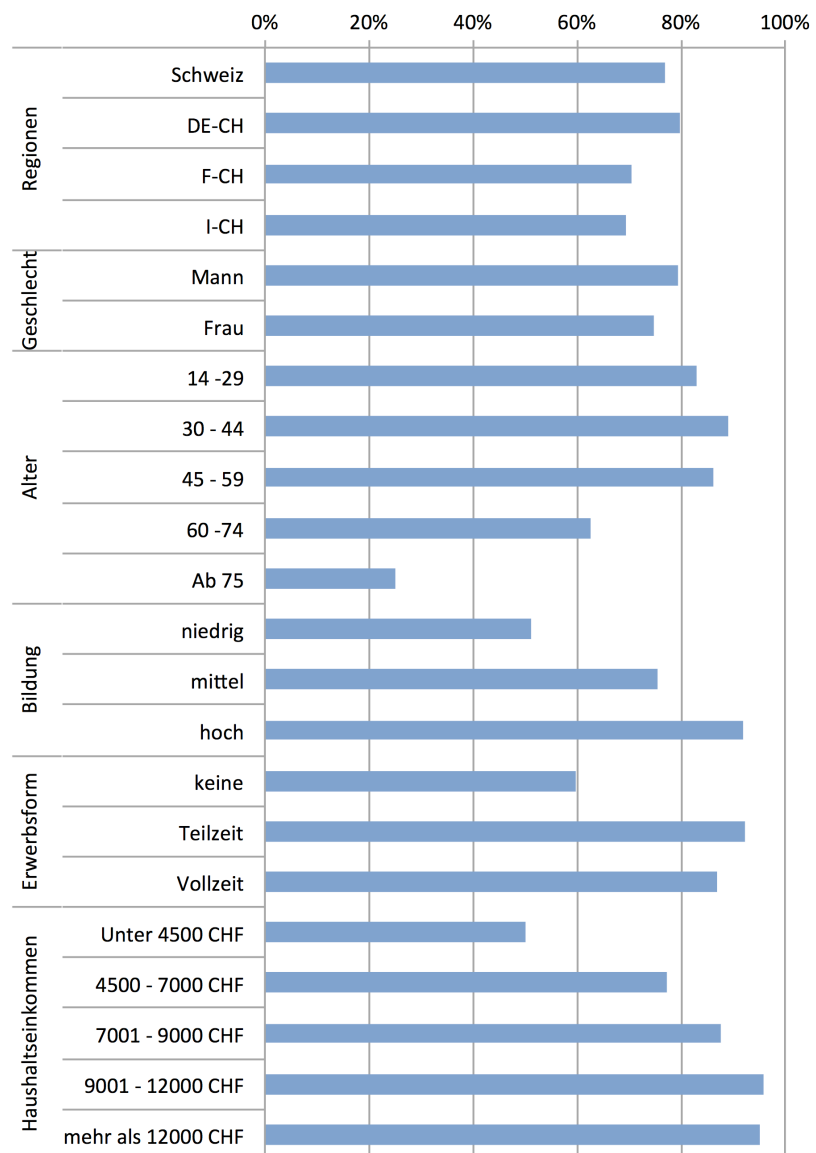
–Etwa ein Drittel der Befragten (33%) nutzt das Internet seit 9 bis 12 Jahren. Der grösste Internet-Zuwachs in der Schweiz hat dementsprechend um die Jahrtausendwende stattgefunden.

*Neuzuwachs nur noch gering*

–Der jährliche Zuwachs an Neueinsteigern hat in den letzten Jahren abgenommen. Nur 13% der aktuellen Internet-Nutzer haben vor 1 bis 4 Jahren mit der Internet-Nutzung begonnen. Mit nur 1% ist das Wachstum im letzten Jahr verschwindend klein gewesen.

## 2.2 Soziodemographische Muster der Internet-Verbreitung

Abbildung 6: Soziodemographische Muster der Internet-Verbreitung



Datenbasis: n=1104, Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren.

*Verbreitung in Sprachregionen*

–Bei der Internet-Verbreitung in der Schweiz zeigen sich sprachregionale Unterschiede: In der Deutschschweiz liegt die durchschnittliche

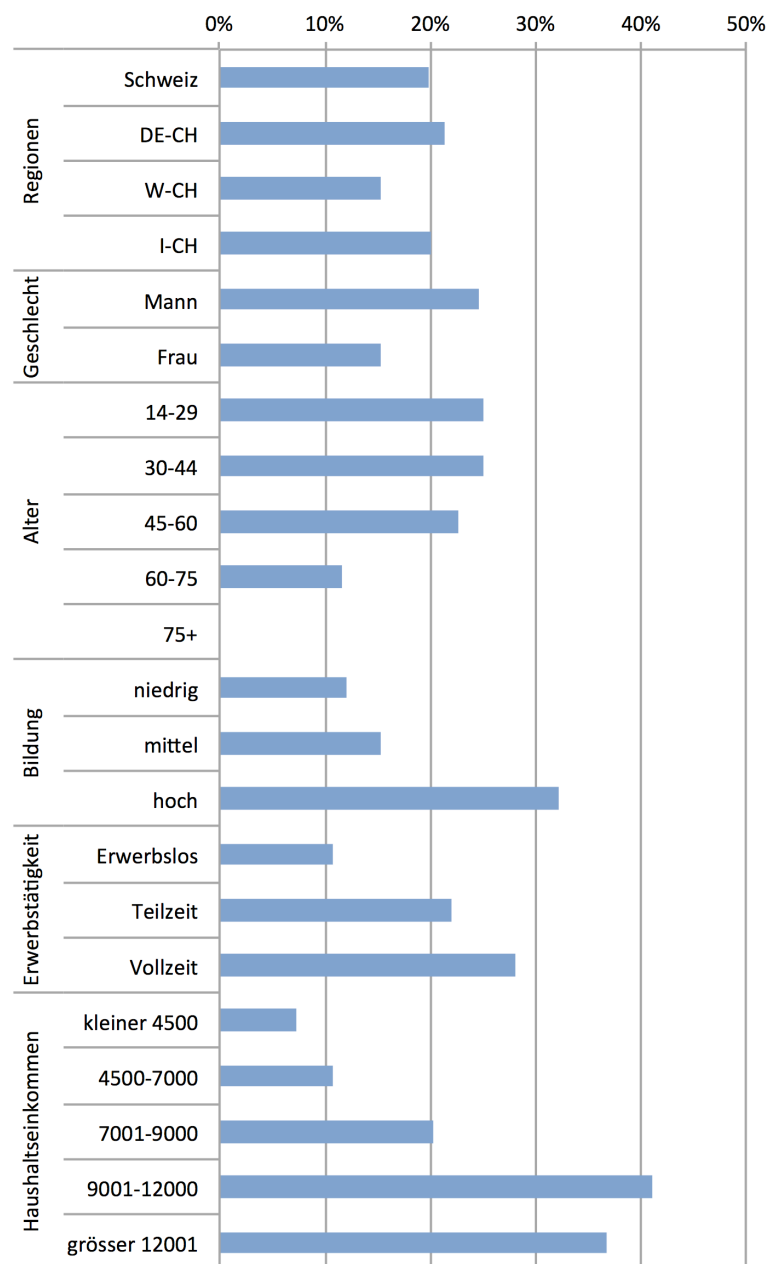
- Internet-Verbreitung bei 80%, während sie in der französischsprachigen Schweiz (70%) und in der italienischsprachigen Schweiz (69%) darunter liegt.
- Geschlechtsspezifische Verbreitungsunterschiede sind vergleichsweise schwach ausgeprägt. Zwar nutzen mehr Männer (79%) als Frauen (75%) das Internet, die Differenz ist jedoch deutlich geringer als bei Bildung, Einkommen, Erwerbstätigkeit und Alter. *Gender-Gap gering*
  - Altersabhängige Unterschiede sind zwischen den Altersgruppen bis 59 Jahren relativ gering. Die Altersgruppe 60-74 liegt mit 63% bereits deutlich unter dem Durchschnitt, in der Altersgruppe 75+ ist die Internetpenetration am geringsten. Doch auch in dieser Gruppe nutzt bereits jeder Vierte das Internet. *Differenzen nach Alter*
  - Deutliche Unterschiede zeigen sich bei der Internet-Verbreitung nach *Bildungsgrad*. Während in der Bevölkerungsgruppe mit niedrigem Bildungsgrad nur etwa die Hälfte (51%) das Internet nutzt, sind es in der Bevölkerungsgruppe mit hoher Bildung 92%. *Bildung*
  - Die Internet-Nutzung variiert auch stark mit der Erwerbstätigkeit. Unter den Erwerbstätigen ist die Internet-Verbreitung deutlich höher (87-92%) als unter den Nicht-Erwerbstätigen (60%). *Erwerbstätigkeit*
  - Die Internet-Verbreitung steigt mit dem Haushaltseinkommen. Während in der Gruppe mit einem Haushaltseinkommen bis CHF 4'500 pro Monat nur etwa die Hälfte das Internet nutzt, sind in den Gruppen mit den höchsten Haushaltseinkommen nur noch 5% oder weniger Personen ohne Internet. *Haushaltseinkommen*

## 2.3 Muster der Verbreitung von mobilem Internet

### Verbreitungsdifferenzen bei mobilem Internet

2011 zeigen sich auch einige Bruchlinien der Verbreitung von mobilem Internet. Die frühe Phase der Verbreitung wird von einkommensstarken und höher gebildeten Nutzern getragen (Abb. 7).

Abbildung 7: Soziodemographische Muster der Verbreitung von mobilem Internet



Datenbasis: n=1104, Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren.



- Die Verbreitung von mobilem Internet variiert besonders deutlich nach dem Haushaltseinkommen. Während in der niedrigsten Einkommensgruppe nur 7% mobiles Internet nutzen, sind es in den höchsten Einkommensgruppen rund 40%.
- Ebenfalls stark ausgeprägt sind Differenzen nach Bildung und Erwerbstätigkeit. Unter Personen mit niedrigem Bildungsgrad (12%) und Erwerbslosen (11%) liegt die Nutzung bei etwas mehr als einem Zehntel. Unter höher Gebildeten (32%) und Vollzeitbeschäftigten (28%) hingegen bei rund 30%.
- Bei der Verbreitung von mobilem Internet zeigen sich, ähnlich wie bei der Internet-Verbreitung allgemein, auch Unterschiede in Altersgruppen: Die Verbreitung von mobilem Internet liegt in der Altersgruppe 14-44 bei 25%. In der Gruppe der 60-74-Jährigen steigen nur noch 12% unterwegs ins Internet ein.
- Geschlechtsspezifische Unterschiede sind bei der mobilen Internet-Nutzung stärker ausgeprägt als bei der Internet-Verbreitung allgemein. Mobiles Internet ist bei männlichen Internet-Nutzern (25%) stärker verbreitet als bei weiblichen (15%).
- Geringer sind die sprachregionalen Unterschiede. Der Anteil der mobilen Nutzung ist 2011 in der französischsprachigen Schweiz (15%) etwas niedriger als in der deutschsprachigen Schweiz (21%) und in der italienischsprachigen Schweiz (20%).

*Haushaltseinkommen*

*Bildung und  
Erwerbstätigkeit*

*Alter*

*Geschlecht*

*Sprachregionen*

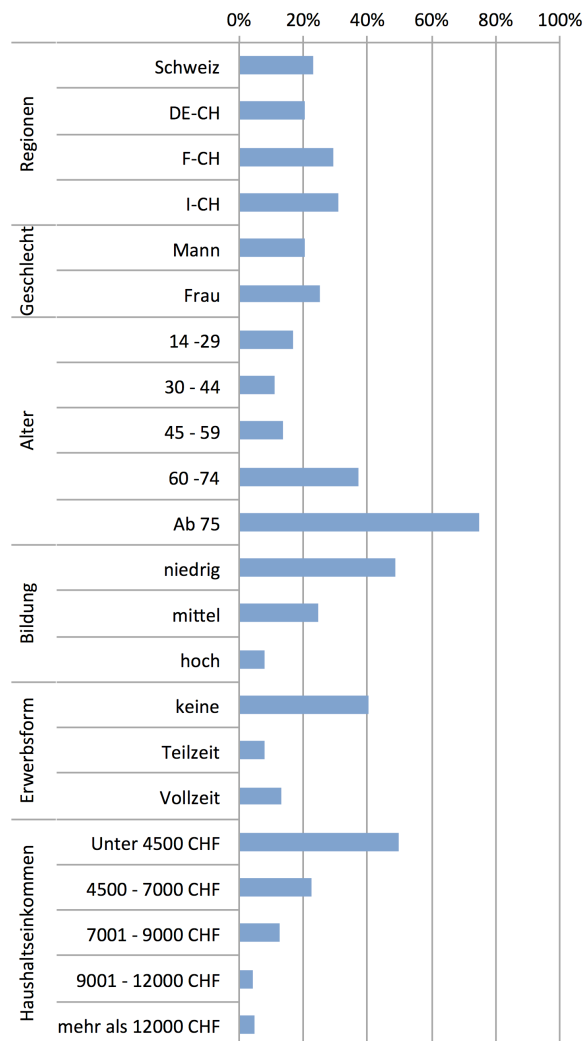
### 3 Nicht-Nutzer

*23% der Schweizer Bevölkerung nutzen das Internet nicht*

23% der Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren, rund 1.5 Mio. Personen, nutzen das Internet nicht. 9% davon (ca. 140'000 Personen) sind Internet-Aussteiger, also Ex-User. In den USA ist dieser Anteil an Ex-Usern 2010 mit 39% der Nicht-Nutzer deutlich höher (Cole et al. 2011, 54). Die soziodemographischen Charakteristika der Nicht-Nutzer verweisen auf einige Bruchlinien der digitalen Spaltung (Abb. 8).

#### 3.1 Soziodemographische Charakteristika der Nicht-Nutzer

Abbildung 8: Soziodemographische Muster der Nicht-Nutzung



Datenbasis: n=253 Nicht-Nutzer ab 14 Jahren.

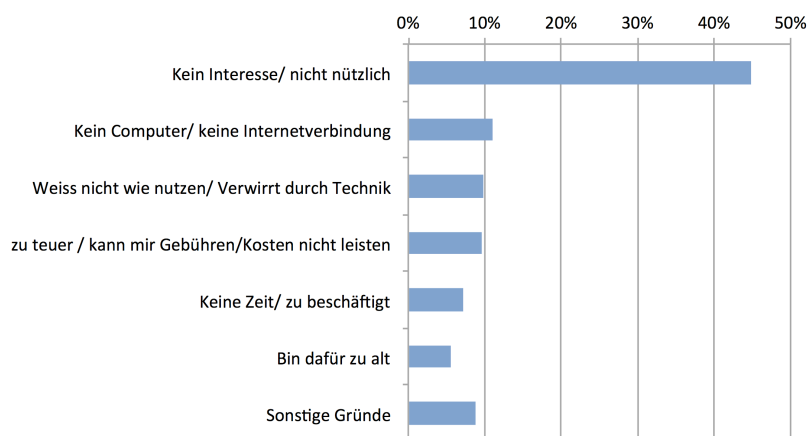
– Nicht-Nutzer sind überdurchschnittlich in höheren Altersgruppen ab 60 Jahren sowie in Bevölkerungsgruppen mit niedriger Bildung (49%), niedrigem Einkommen (50%) und ohne Erwerbstätigkeit (40%) vertreten.

### 3.2 Gründe der Nicht-Nutzung

Für die Nicht-Nutzung des Internet gibt es häufig mehrere Gründe. In den USA haben beispielsweise 25% der befragten Nicht-Nutzer kein Interesse am Internet und 37% geben an, dass sie über keine Internetverbindung verfügen (Cole et al. 2011, 55; Mehrfachantworten möglich). In der Schweiz werden Nicht-Nutzer auch nach dem *Hauptgrund* für die Nicht-Nutzung gefragt und geben darauf folgende Antworten (Abb. 9).

#### *Hauptgründe für die Nicht-Nutzung*

Abbildung 9: Hauptgründe für die Nicht-Nutzung. Was ist der wichtigste Grund, warum Sie das Internet nicht nutzen?



Datenbasis: n=253 Nicht-Nutzer ab 14 Jahren. Befragt nach dem Hauptgrund für die Nicht-Nutzung (nur eine Antwortmöglichkeit, 3% ohne Angabe/weiss nicht).

– Fast die Hälfte (45%) der Nicht-Nutzer gibt als Hauptgrund an, kein Interesse am Internet zu haben bzw. in der Internet-Verwendung keinen Nutzen zu erkennen.

*45% haben kein Interesse am Internet*

– 11% nennen als wichtigsten Grund für die Nicht-Nutzung, dass das notwendige technische Equipment (Computer, Internet-Verbindung) nicht vorhanden ist.

– Für ein Zehntel der Nicht-Nutzer (10%) liegt der Hauptgrund in fehlendem Know-how. Sie wissen nicht, wie die Technik zu nutzen ist.

– Für ein Zehntel der Nicht-Nutzer scheitert der Einstieg ins Internet hauptsächlich an den damit verbundenen Kosten (z.B. für Equipment und Nutzungsgebühren). Für sie ist die Nutzung des Internet zu teu-

*Für 10% sind Kosten ausschlaggebend*

er. In den USA (Cole et al. 2011, 55) und in Grossbritannien (Dutton/Blank 2011, 57) geben 7% der Nicht-Nutzer an, dass ihnen das Internet zu teuer sei.

6% fühlen sich zu alt

–7% der Befragten in der Schweiz geben an, zu beschäftigt zu sein und für das Internet keine Zeit zu haben. 6% fühlen sich für einen Einstieg ins Internet zu alt.

Ängste und Sorgen werden selten als wichtigste Gründe genannt

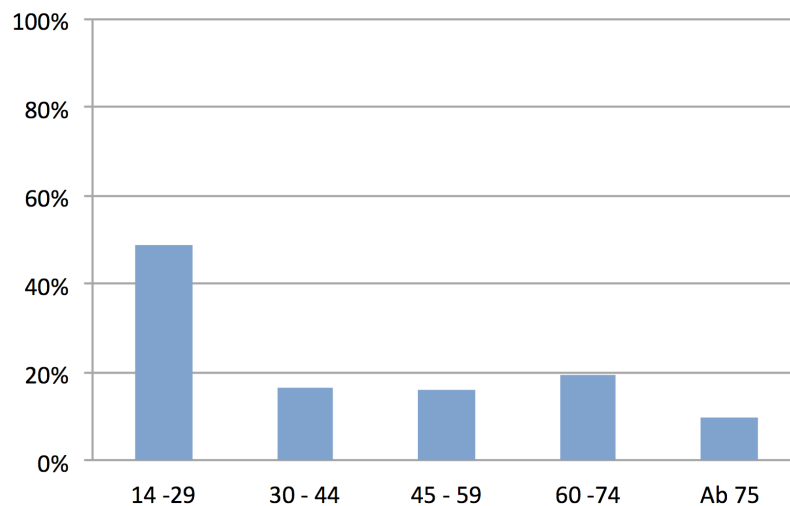
–Andere Gründe spielen als Hauptfaktoren für die Nicht-Nutzung eine vergleichsweise geringe Rolle. Jeweils weniger als 1% der Befragten nennen als Hauptgrund die Angst um Privatsphäre, potenzielle Gefahren, schlechte Erfahrungen (Spam, Virus oder Kreditkartenmissbrauch) oder die Angst, etwas kaputt zu machen. Für 1.5% sind gesundheitliche Gründe für die Nicht-Nutzung ausschlaggebend.

### 3.3 Einstiegsmotivation

Nur 20% der Nicht-Nutzer haben das Gefühl etwas zu verpassen

Entsprechend dem hohen Anteil der Nicht-Nutzer, die kein Interesse am Internet haben, glauben auch 61% der Nicht-Nutzer nicht, dass sie ohne Internet etwas verpassen. Etwa 20% der Nicht-Nutzer denken, ohne Internet-Nutzung etwas zu verpassen. Dabei zeigen sich jedoch deutliche Differenzen in den verschiedenen Altersgruppen (Abb. 10).

Abbildung 10: Befürchtung etwas zu verpassen, weil man das Internet nicht nutzt



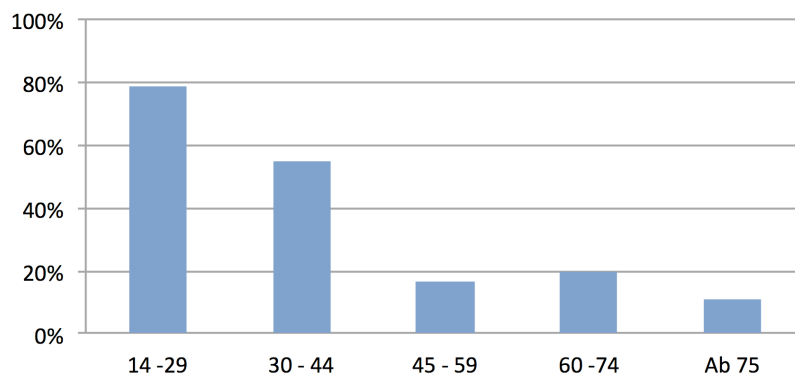
Datenbasis: n=253 Nicht-Nutzer ab 14 Jahren. Nach Alterskategorien.

–Die Sorge, ohne Internet etwas zu verpassen, ist unter jüngeren Nicht-Nutzern deutlich stärker verbreitet als unter älteren. Unter den 14-29-Jährigen ist es knapp die Hälfte (49%), bei den restlichen Altersgruppen sind es zwischen 10 und 20 Prozent.

Entsprechend dem weit verbreiteten fehlenden Interesse unter den Nicht-Nutzern, sehen rund zwei Drittel (64%) einen Einstieg im nächsten Jahr als unwahrscheinlich an. Auch in den USA und in Grossbritannien haben im Jahr 2011 rund zwei Drittel der Nicht-Nutzer dies so beurteilt (Cole et al. 2011, 58; Dutton/Blank 2011, 57). Doch die Einstiegspläne in der Schweiz variieren stark zwischen den Altersgruppen (Abb. 11).

*Für 64% Einstieg im kommenden Jahr unwahrscheinlich*

Abbildung 11: Voraussichtlicher Einstieg ins Internet im Laufe des kommenden Jahres



Datenbasis: n=253 Nicht-Nutzer ab 14 Jahren. Nach Alterskategorien.

–Tendenziell sinkt der Anteil derjenigen, die einen Einstieg ins Internet in absehbarer Zeit planen, mit dem Alter. Während 79% der 14-29-Jährigen im kommenden Jahr einen Einstieg ins Internet planen, sind es bei den 60-74-Jährigen 20% und bei der Generation 75+ nur 11%.

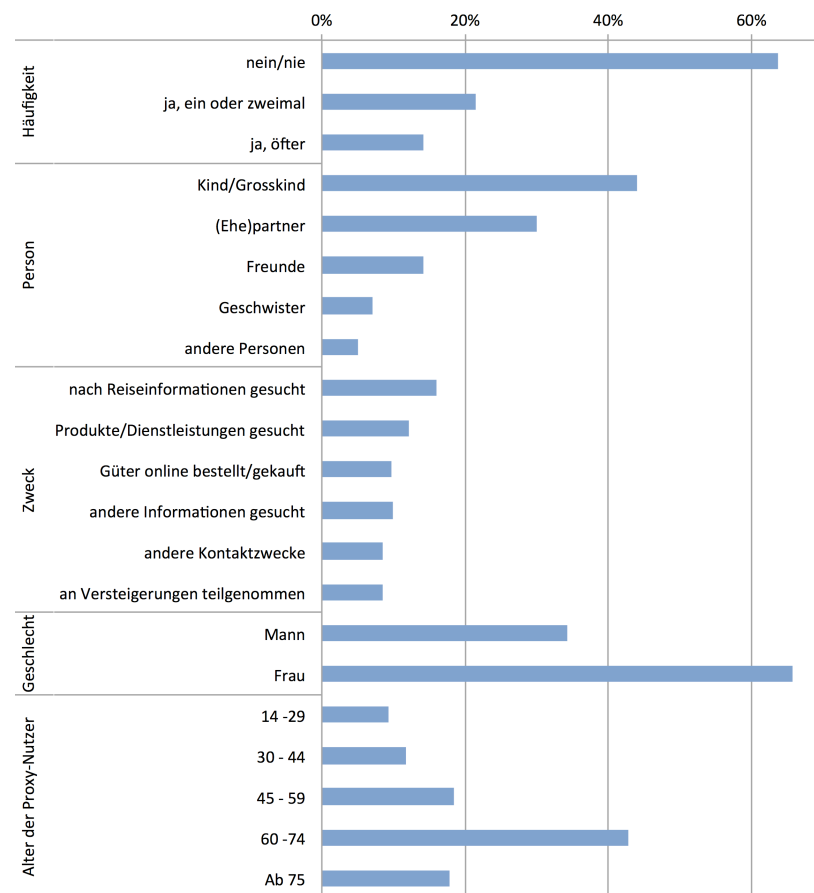
*Hohe Einstiegs-motivation unter jungen Nicht-Nutzern*

### 3.4 Proxy-Nutzung

**35% der Nicht-Nutzer sind Proxy-Nutzer**

– Mehr als ein Drittel (35%) der Nicht-Nutzer, etwa 550'000 Personen, sind sogenannte *Proxy-Nutzer*, die andere Leute darum bitten, etwas für Sie im Internet zu tun. Abb. 12 zeigt ausgewählte Merkmale der Proxy-Nutzung.

Abbildung 12: Merkmale der Proxy-Nutzung



Datenbasis: n=253 Nicht-Nutzer ab 14 Jahren, n=92 Proxy-Nutzer ab 14 Jahren

**Hoher Anteil unter Frauen und älteren Leuten**

– Proxy-Nutzer bilden insgesamt mehr als ein Drittel der Nicht-Nutzer (35%). Zwei Drittel davon sind Frauen und 43% sind zwischen 60 und 74 Jahre alt.

– 21% betreiben Proxy-Nutzung nur sporadisch (ein- bis zweimal). 14% lassen öfter bzw. regelmässig andere Personen etwas im Internet erledigen.

**Unterstützung durch Kinder, Grosskinder und Partner**

– Meist greifen Proxy-Nutzer dafür auf ihre Kinder/Grosskinder (44%) oder ihre Partner/Ehepartner (30%) zurück.

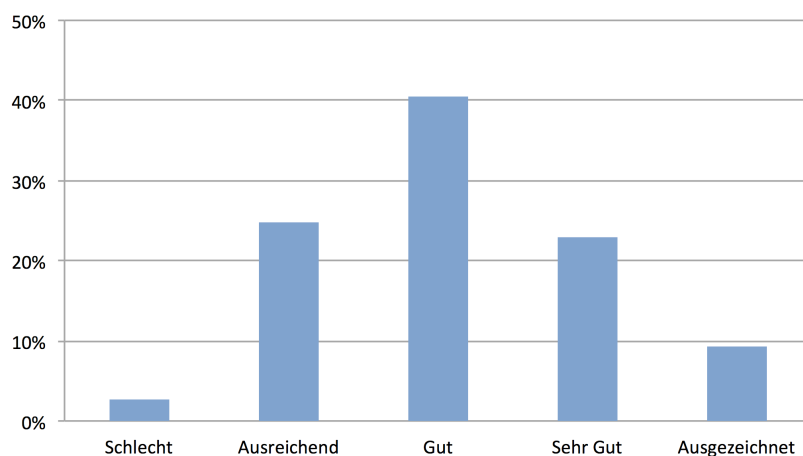
–Proxy-Nutzung erfolgt häufig für e-Commerce. Proxy-Nutzer lassen nach Reiseinformationen (16%), nach Produkten oder Dienstleistungen (12%) sowie nach anderen Informationen (10%) suchen. 10% der Proxy-Nutzer liessen bereits Dinge online bestellen oder kaufen und für 8% nehmen andere im Internet an Versteigerungen teil. Für 9% dient die Proxy-Nutzung Kontaktzwecken.

## 4 Empfundene Bruchlinien

Neben faktischen digitalen Bruchlinien, die an soziodemographischen Mustern der Internet-Verbreitung abzulesen sind, existieren auch empfundene Bruchlinien, die sich u.a. in Einstellungen zum Internet und in Einschätzungen zu den eigenen Fähigkeiten im Umgang mit dem Internet zeigen.

### 4.1 Fähigkeiten im Umgang mit dem Internet

Abbildung 13: Umgang mit dem Internet: Selbsteinschätzung



Datenbasis: 862 Internet-Nutzer und Ex-Nutzer ab 14 Jahren.

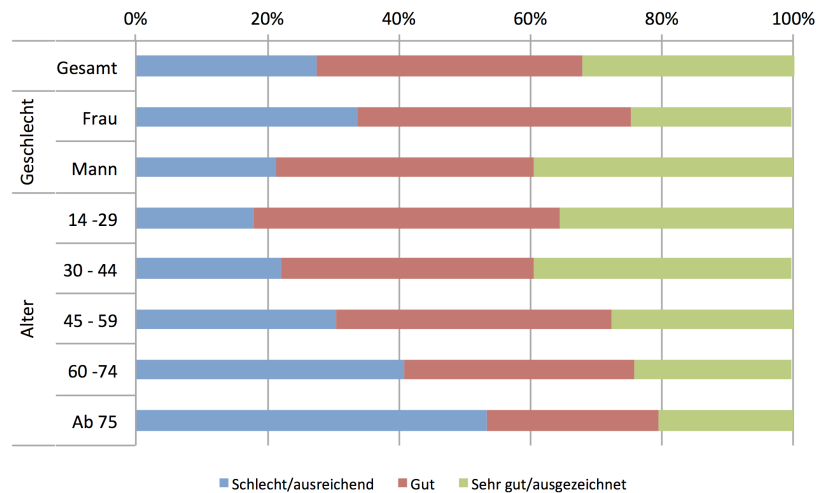
–Beinahe drei von vier Schweizer Internet-Nutzern (72%) können laut Selbsteinschätzung zumindest gut mit dem Internet umgehen. 40% bezeichnen ihre Internet-Fähigkeiten als gut, 23% als sehr gut und 9% sogar als ausgezeichnet.

**72% mit zumindest guten Internet-Fähigkeiten**

–Ein Viertel hat nach Eigeneinschätzung ausreichende Internet-Fähigkeiten (25%) und nur 3% geben an, schlecht mit dem Internet umgehen zu können.

Die Selbsteinschätzungen variieren zwischen Männern und Frauen sowie zwischen Altersgruppen (Abb. 14).

Abbildung 14: Selbsteinschätzung zum Umgang mit dem Internet nach Geschlecht und Altersgruppen



Datenbasis: 862 Internet-Nutzer und Ex-Nutzer ab 14 Jahren.

#### Differenzen zur Einschätzung der Fähigkeiten nach Geschlecht

– Frauen schätzen ihre Internet-Fähigkeiten schlechter ein als Männer. Während ein Fünftel (21%) der Männer angeben, schlechte oder nur ausreichende Internet-Fähigkeiten zu besitzen, sind es bei den Frauen ein Drittel (34%). Ähnliche Ergebnisse werden in Grossbritannien ausgewiesen. Dort sind es 24% der Männer und 36% der Frauen, die ihre Fähigkeiten als schlecht oder nur ausreichend einstufen (Dutton/Blank 2011, 14). Die grosse Mehrheit bezeichnet ihre Fähigkeiten jeweils als gut oder ausgezeichnet.

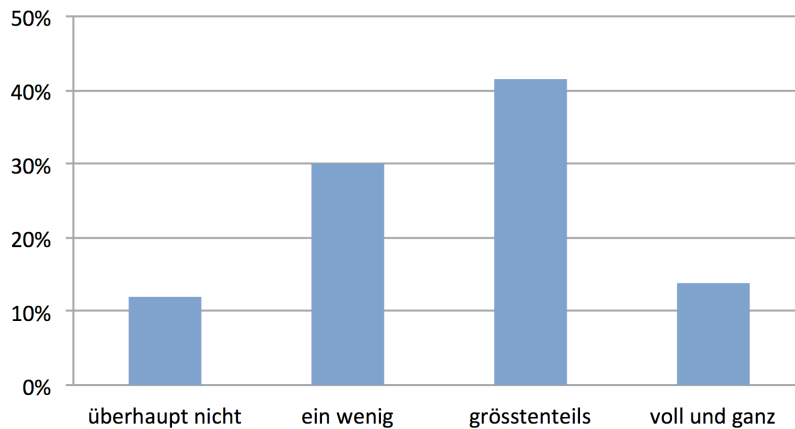
#### Unterschiede nach Alter

– Auch mit zunehmendem Alter werden die Fähigkeiten als tendenziell schwächer eingeschätzt. Während in der Altersgruppe der 14-29-Jährigen nur 18% das Gefühl haben, schlecht oder nur ausreichend mit dem Internet umgehen zu können, sind es in der Altersgruppe ab 75 Jahren bereits 53%.



## 4.2 Einbindung in die Informationsgesellschaft

Abbildung 15: Einbindung in die Informationsgesellschaft: Selbstempfinden



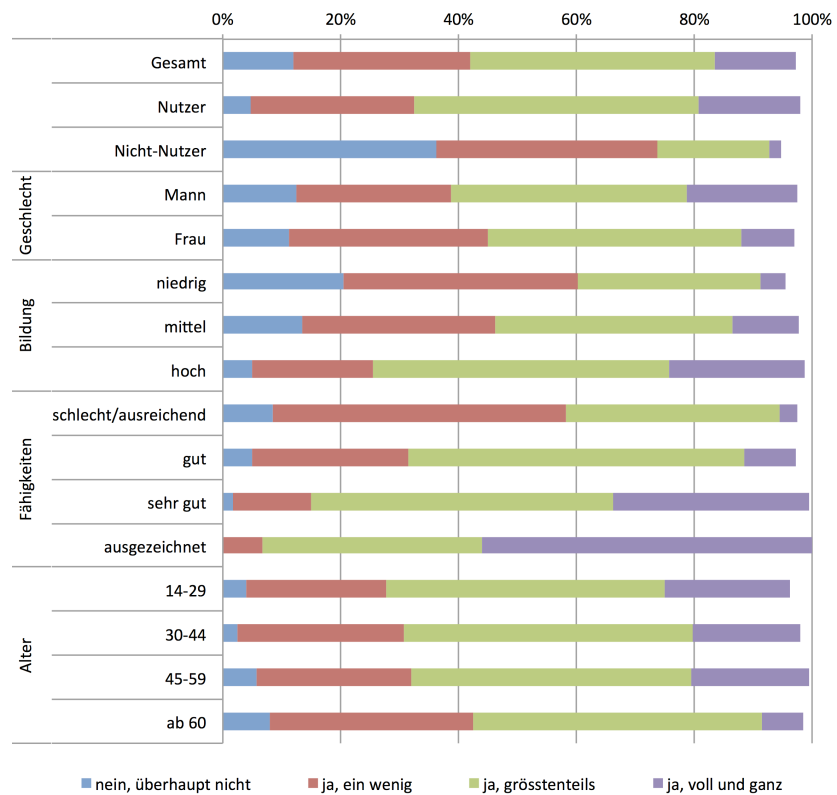
Datenbasis: n=1104, Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren.

- Obwohl das Internet in der Schweiz sehr weit verbreitet ist, fühlt sich die Schweizer Bevölkerung bislang nicht voll und ganz in die Informationsgesellschaft eingebunden.
- Nur 14% fühlen sich voll und ganz eingebunden. Gemeinsam mit jenen, die sich grösstenteils eingebunden fühlen (41%) bilden sie knapp die Mehrheit der Bevölkerung.
- Insgesamt fühlen sich jedoch 42% der Gesamtbevölkerung nur ein wenig oder nicht in die Schweizer Informationsgesellschaft eingebunden. Mit diesem Phänomen steht die Schweiz nicht alleine da: In Schweden fühlen sich 44% der Bevölkerung nicht der neuen Informationsgesellschaft zugehörig. Der Anteil betrug 2008 noch 39% (Findahl 2010, 51).

**42% fühlen sich nicht oder nur ein wenig in die Informationsgesellschaft eingebunden**

Die Wahrnehmung der Eingebundenheit in die Informationsgesellschaft divergiert zwischen Nutzern und Nicht-Nutzern, zwischen Männern und Frauen und mit der Selbsteinschätzung bezüglich der Fähigkeiten im Umgang mit dem Internet (Abb. 16).

Abbildung 16: Fühlen Sie sich in die Informationsgesellschaft eingebunden?  
Selbstempfinden in unterschiedlichen Nutzergruppen



Datenbasis: Gesamt, Nutzer/Nicht-Nutzer und Geschlecht n=1104 Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren; Fähigkeiten und Alter n= 851 Internet-Nutzer.

#### Differenzen beim Gefühl der Eingebundenheit nach Nutzergruppen und Geschlecht

– Jeder dritte Internet-Nutzer (33%) und drei Viertel der Nicht-Nutzer (74%) fühlen sich in die Schweizer Informationsgesellschaft nur ein wenig oder nicht eingebunden.

– Männer (59%) fühlen sich etwas stärker eingebunden als Frauen (52%).

#### Bildungsniveau

– Das Zugehörigkeitsgefühl der Internet-Nutzer zur Informationsgesellschaft variiert mit dem Bildungsniveau: 60% der niedrig Gebildeten, aber nur 26% der hoch Gebildeten fühlen sich nicht oder nur ein wenig in die Informationsgesellschaft eingebunden.

#### Einschätzung der eigenen Fähigkeiten

– Das Empfinden, nicht Teil der Informationsgesellschaft zu sein, variiert auch in Gruppen, die ihre Internetfähigkeiten unterschiedlich einschätzen: Unter jenen, die glauben ausgezeichnet mit dem Internet umgehen zu können, fühlt sich niemand überhaupt nicht in die Informationsgesellschaft eingebunden und lediglich 7% fühlen sich nur ein wenig eingebunden. Unter jenen mit dem Gefühl ausreichender Internet-Kenntnisse fühlen sich 50% nur ein wenig und weitere 8% gar nicht eingebunden.

–Das Zugehörigkeitsgefühl zur Informationsgesellschaft ist bei älteren Menschen weniger stark: In den Altersgruppen bis 59 Jahre fühlen sich über zwei Drittel der Internet-Nutzer in die Informationsgesellschaft eingebunden, in der Altersgruppen ab 60 Jahren sinkt dieser Wert auf 56% der Internet-Nutzer.

*Alter*

## World Internet Project – Switzerland

Die Abteilung *Medienwandel & Innovation* des IPMZ der Universität Zürich ist seit Herbst 2010 Schweizer Länderpartner des *World Internet Project* (WIP). Das WIP ist ein internationales, kollaboratives Wissenschafts-Projekt, das seit 1999 die Verbreitung und Nutzung des Internet im internationalen Vergleich erfasst. Es ist am *Center for the Digital Future* der Annenberg School for Communication an der University of Southern California (USC) in Los Angeles angesiedelt und wird von Prof. Jeff Cole international koordiniert. Heute hat das WIP Universitäten und Forschungsinstitutionen in über 30 Ländern als Partner, u.a. in Italien, Schweden, Grossbritannien, Spanien, Portugal, Ungarn, Singapur, China, Japan, Kanada, Chile, Australien, Argentinien und Südkorea.

Das WIP verfolgt das Ziel unabhängige und international vergleichbare Langzeitdaten zur Internet-Entwicklung zu gewinnen. Im Zentrum der Forschung stehen die Verbreitung und die Nutzung des Internet sowie die damit einhergehenden sozialen, politischen und ökonomischen Implikationen. Das WIP produziert eine Vielfalt wissenschaftlicher Publikationen und veranstaltet jährliche Konferenzen. Die Forschungsergebnisse werden mit Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Medien sowie der interessierten Zivilgesellschaft geteilt.

*Ziel: international vergleichbare Langzeitdaten zu sozialen, politischen und ökonomischen Implikationen der Netzentwicklung*

Die Relevanz des WIP ergibt sich durch eine Reihe qualitativer Spezifika:

- Die Kombination aus internationaler Vergleichbarkeit und Langzeitcharakter, wodurch sich sowohl allgemeine Veränderungstrends als auch die Besonderheiten der Internet-Entwicklung in den WIP-Teilnehmerländern erfassen lassen.
- Die kombinierte Erhebung von Verhaltensdaten (Was wird wie intensiv genutzt?) und von Einschätzungen (Welche Auswirkungen hat die Internet-Nutzung im privaten, beruflichen und politischen Bereich?), wodurch sich aussagekräftige Zusammenhänge analysieren lassen.
- Die Kombination aus dem international standardisierten Kernfragebogen und einer jeweils länderspezifischen Erweiterung, wodurch bedarfsabhängig nationale Schwerpunkte in der Befragung gesetzt werden können.

*Relevante Spezifika des WIP*

–Die Einbeziehung von Nutzern und Nicht-Nutzern in die Befragung, wodurch sich erweiterte Analysemöglichkeiten ergeben, etwa zur Frage der Digitalen Spaltung.

*World Internet Project –  
Switzerland*

Die Schweiz hat 2011 mit dem World Internet Project – Switzerland (WIP-CH) erstmals am WIP teilgenommen und die Schweizer Bevölkerung zu ihrer Internet-Nutzung und ihren Einstellungen zum Internet befragt.

## Methodischer Steckbrief

*Repräsentative  
Befragung der Schweizer  
Bevölkerung*

Methodisch handelt es sich bei der WIP-Studie um eine *repräsentative Befragung* der Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren auf Basis einer Zufallsstichprobe, die periodisch wiederholt wird. Wie in anderen Ländern bereits praktiziert, wurde auch in der Schweiz der international standardisierte WIP-Fragebogen durch einen *länderspezifischen Fragenkatalog* durch die Abteilung für *Medienwandel & Innovation* des IPMZ ergänzt. Die erste Untersuchung wurde im Jahr 2011 als *Telefonbefragung* (CATI – Computer Assisted Telephone Interview) durch *gfs-Zürich* von 9. Mai bis 21. Juni 2011 dreisprachig in der Schweiz durchgeführt.

*Telefonbefragung –  
CATI von 1'104  
Personen*

Im Unterschied zu reinen Online-Befragungen ermöglicht die CATI-Befragung sowohl Internet-Nutzer als auch Nicht-Nutzer und Ex-Nutzer zu erfassen. Die befragten Personen wurden per Zufall aus dem elektronischen Telefonbuch ausgewählt. Die Stichprobe umfasst 1'104 Personen und ist repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren, nach Alter, Geschlecht und nach drei Sprachregionen (deutschsprachige, französischsprachige und italienischsprachige Schweiz). Daten zum Verhältnis von Vorgaben und realisierten Interviews finden sich in den Tabellen 1 und 2.

*Konfidenzintervall +/-2.95  
Konfidenzniveau 95%*

Mit dieser Anzahl der Befragten wird ein Konfidenzintervall von +/-2.95 Prozent auf 95-prozentigem Konfidenzniveau erreicht. Die Stichprobe wurde leicht disproportional erhoben, damit auch für die italienischsprachige Schweiz statistische Auswertungen erfolgen können. Um diese regionale Disproportion auf die Grundgesamtheit auszugleichen, wurden die Daten später rückgewichtet, wofür Methoden der analytischen Gewichtung nach Alter und Geschlecht verwendet wurden.

*Internet-Nutzer, Nicht-  
Nutzer, Ex-Nutzer*

Die Befragten werden in drei Gruppen aufgeteilt: Die erste Gruppe umfasst Internet-Nutzer, die zweite Nicht-Nutzer und die dritte ehemalige Internet-Nutzer (Ex-Nutzer). Die Interviewdauer variierte je nach Gruppenzugehörigkeit der Befragten. Sie betrug bei den 841 Nutzern im Durchschnitt 31.1 Minuten und bei den 263 Nicht- bzw. Ex-Nutzern 19.2 Minuten.

Tabelle 1: Vorgaben und realisierte Interviews in Prozent

| Realisierte Interviews in Prozent |            |         |         |       |       |       |
|-----------------------------------|------------|---------|---------|-------|-------|-------|
| Alter                             | Vorgaben % | Absolut | Total % | DCH % | WCH % | ICH % |
| 14-24                             | 15.1       | 166     | 15.1    | 15.1  | 15.4  | 14.7  |
| 25-34                             | 15.3       | 169     | 15.2    | 15.4  | 15.0  | 14.7  |
| 35-44                             | 18.1       | 199     | 18.1    | 18.0  | 18.1  | 18.7  |
| 45-54                             | 17.8       | 196     | 17.7    | 17.7  | 17.7  | 17.3  |
| 55-64                             | 14.1       | 155     | 14.1    | 14.0  | 14.2  | 14.7  |
| 65+                               | 19.6       | 216     | 19.7    | 19.7  | 19.7  | 20.0  |
|                                   | 100.0      | 1100    | 100     | 100   | 100   | 100   |

Tabelle 2: Vorgaben und realisierte Interviews in absoluten Zahlen

| Realisierte Interviews in absoluten Zahlen |            |         |       |     |     |     |
|--|------------|---------|-------|-----|-----|-----|
| Alter                                      | Vorgaben % | Absolut | Total | DCH | WCH | ICH |
| 14-24                                      | 15.1       | 166     | 167   | 106 | 39  | 22  |
| 25-34                                      | 15.3       | 169     | 168   | 108 | 38  | 22  |
| 35-44                                      | 18.1       | 199     | 200   | 126 | 46  | 28  |
| 45-54                                      | 17.8       | 196     | 195   | 124 | 45  | 26  |
| 55-64                                      | 14.1       | 155     | 156   | 98  | 36  | 22  |
| 65+  | 19.6       | 216     | 218   | 138 | 50  | 30  |
|  | 100.0      | 1100    | 1104  | 700 | 254 | 150 |

## Literatur

Cole, Jeffrey I. / Suman, Michael / Schramm, Phoebe / Lunn, Robert / Zhou, Liuning / Salvador, Andromeda / Ognyanova, Katherine / Lebo, Harlan (2011): The 2011 Digital Future Report. Surveying The Digital Future Year Ten. A Portrait of Americans on the Internet. Los Angeles: USC Annenberg School Center for the Digital Future.

Dutton, William H. / Blank, Grant (2011): Next Generation Users: The Internet in Britain. Oxford Internet Survey 2011. Oxford Internet Institute, University of Oxford.

Findahl, Olle (2011): Swedes and the Internet 2011. World Internet Project Sweden. Sockholm: The Internet Infrastructure Foundation, .SE.

Findahl, Olle (2010): Swedes and the Internet 2010. World Internet Project Sweden. Stockholm: The Internet Infrastructure Foundation, .SE.

Smith, Philippa / Gibson, Andy / Crothers, Charles / Billot, Jennie / Bell, Allan (2011): *The Internet in New Zealand 2011*. World Internet Project New Zealand. Auckland, New Zealand: Institute of Culture, Discourse & Communication, AUT University.

Toczyski, Piotr / Kustra, Arkadiusz / Rzeźnik, Jakub / Gerszewska, Maria (2011): *World Internet Project. Poland 2011*. Warsaw, Poland: Agora S.A. & TP Group.