

**Landesinstitut für Statistik**Kanonikus-Michael-Gamper-Str. 1 • 39100 Bozen
Tel. 0471 41 84 04-05 • Fax 0471 41 84 19

www.provinz.bz.it/astat • astat@provinz.bz.it

Auszugsweiser oder vollständiger Nachdruck mit Quellenangabe (Herausgeber und Titel) gestattet
Halbmonatliche Druckschrift, eingetragen mit Nr. 10 vom 06.04.89 beim Landesgericht Bozen
Verantwortliche Direktorin: Johanna Plasinger**Istituto provinciale di statistica**Via Canonico Michael Gamper 1 • 39100 Bolzano
Tel. 0471 41 84 04-05 • Fax 0471 41 84 19

www.provincia.bz.it/astat • astat@provincia.bz.it

Riproduzione parziale o totale autorizzata con la citazione della fonte (titolo ed edizione)
Pubblicazione quindicinale iscritta al Tribunale di Bolzano al n. 10 del 06.04.89
Direttrice responsabile: Johanna Plasinger

astatinfo

Nr. **06****02/2014**

Internetnutzung

2013

Beinahe 7 von 10 Südtirolern nutzen das Internet

In den vergangenen Jahren hat die Zahl der Internetnutzer in Südtirol unaufhaltsam zugenommen.

2013 wurden außerdem die geschlechtsspezifischen bzw. territorialen Unterschiede bei der Internetnutzung immer kleiner bis verschwindend gering: Bei

Uso di internet

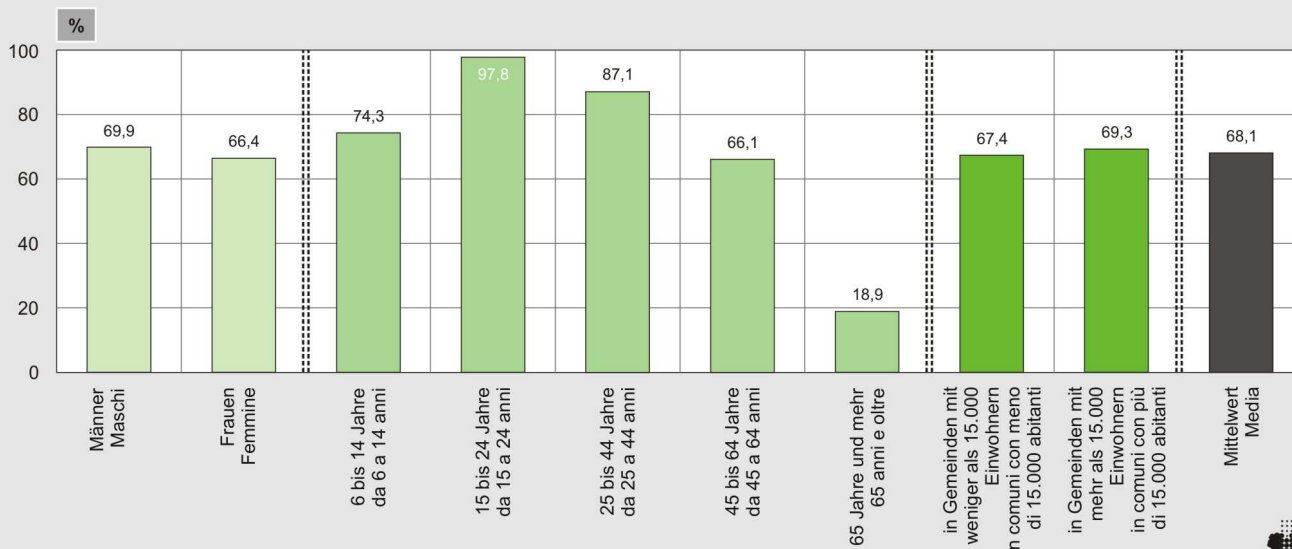
2013

Quasi 7 altoatesini su 10 usano internet

Non conosce sosta l'incremento negli anni degli utilizzatori della rete in Alto Adige.

Nel 2013 si assiste inoltre ad una forte riduzione, fin quasi alla scomparsa, delle differenze sia di genere che territoriali. Le prime indicano che la distanza tra

Graf. 1 Internetnutzer nach Geschlecht, Altersklasse und Gemeindegrößenklasse - 2013
Prozentwerte; Personen mit 6 Jahren und mehr, die in den 12 Monaten vor der Erhebung das Internet genutzt haben
Utilizzatori di internet per sesso, classe di età e ampiezza del comune - 2013
Valori percentuali; persone di 6 anni e oltre che nei 12 mesi precedenti l'intervista hanno usato internet



Ersteren reduzierte sich die Differenz zwischen Männern und Frauen auf etwas mehr als 3 Prozentpunkte (Männer 69,9%, Frauen 66,4%), wobei allerdings zu beachten ist, dass Frauen ein höheres Durchschnittsalter aufweisen. Bei den territorialen Unterschieden hingegen beträgt die Abweichung zwischen Stadt- und Landgemeinden nur mehr zwei Prozentpunkte (69,3% gegenüber 67,4%).

Stark ausgeprägt ist hingegen nach wie vor der Altersunterschied: In der Klasse der etwa 20-Jährigen surfen praktisch alle im Internet (97,8% der 15- bis 24-Jährigen); bei den über 65-Jährigen beträgt der entsprechende Wert 18,9%, Tendenz auch hier steigend.

maschi e femmine si è ridotta a poco più di 3 punti (69,9% dei maschi contro 66,4% delle donne); è necessario considerare che le donne hanno un'età media più elevata. Le seconde, ovvero le differenze territoriali, indicano che la distanza tra città e centri minori è ora di soli due punti (69,3% le prime, 67,4% i secondi).

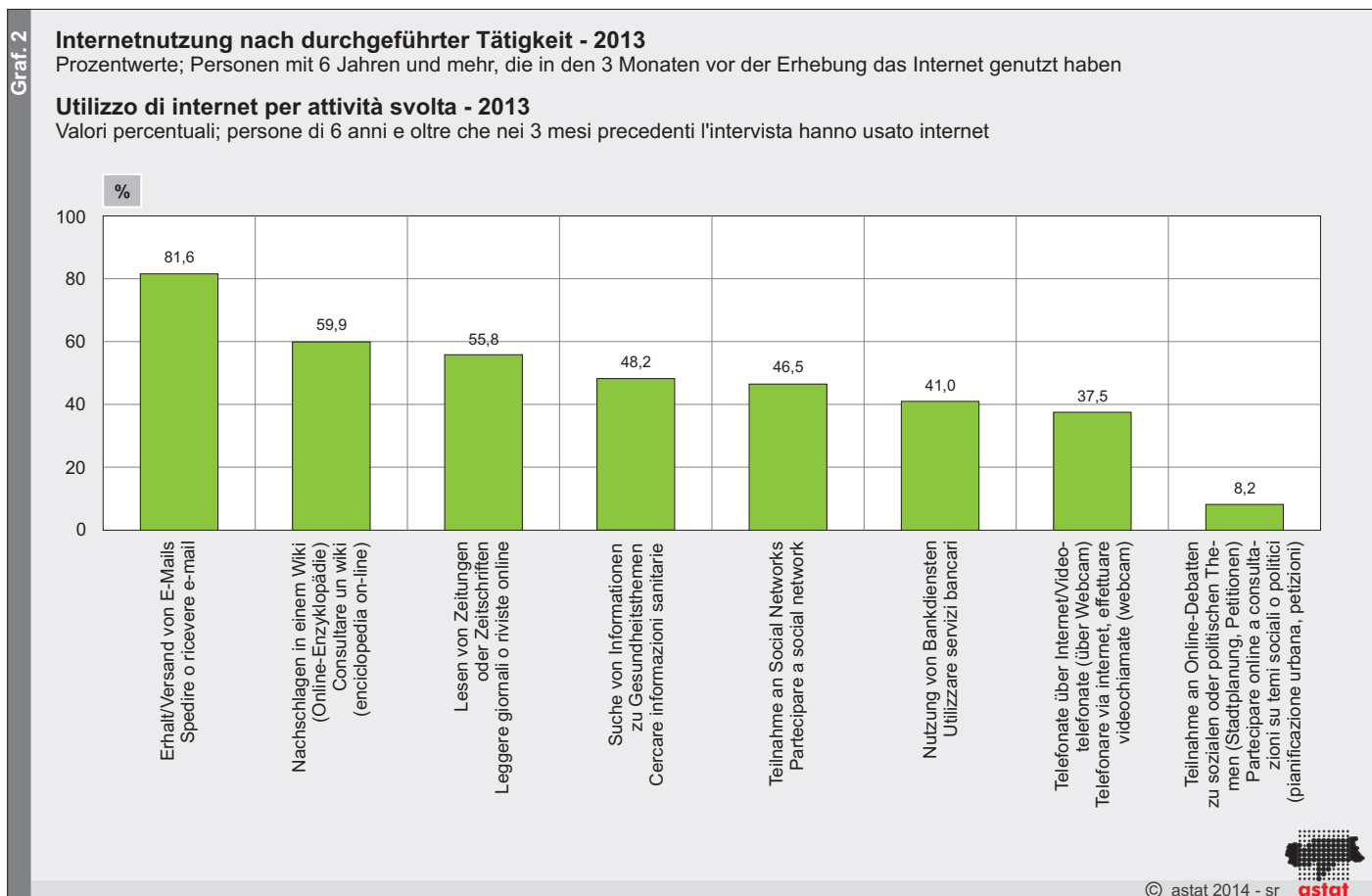
Rimangono al contrario fortissime le differenze di età: attorno ai vent'anni praticamente tutti "navigano" (97,8% per la classe da 15 a 24 anni), mentre tra gli "over-65" si registra un 18,9%; in ogni caso, anche quest'ultimo valore è in crescita.

Internet wird zur Kommunikation und Informationssuche verwendet, Homebanking und E-Commerce nehmen zu

Il web è usato per comunicare e per informarsi. In crescita home-banking e e-commerce

Die regelmäßigen Nutzer (diejenigen, die mindestens einmal alle drei Monate im Netz anzutreffen sind) verwenden das Internet vor allem zur Kommunikation (81,6% senden oder empfangen E-Mails, 37,5% telefonieren oder führen Videoanrufe durch), sehr häufig aber auch als Informationsquelle (59,9% schlagen in einem „Wiki“ (Online-Enzyklopädie) nach, 55,8% lesen Zeitungen online und 48,2% suchen im Netz nach Informationen zu Gesundheitsthemen). Etwas weniger

Gli utilizzatori abituali (chi si collega almeno una volta ogni tre mesi) usano la rete soprattutto per comunicare (l'81,6% scambia e-mail, il 37,5% effettua telefonate o videochiamate), ma anche molto spesso per informarsi (il 59,9% consulta un "wiki" (enciclopedia on-line), il 55,8% legge giornali on-line ed il 48,2% cerca in rete informazioni di tipo sanitario). Diffusa (46,5%) ma leggermente meno che in altre regioni (la corrispondente media italiana è pari a 53,2%), la par-

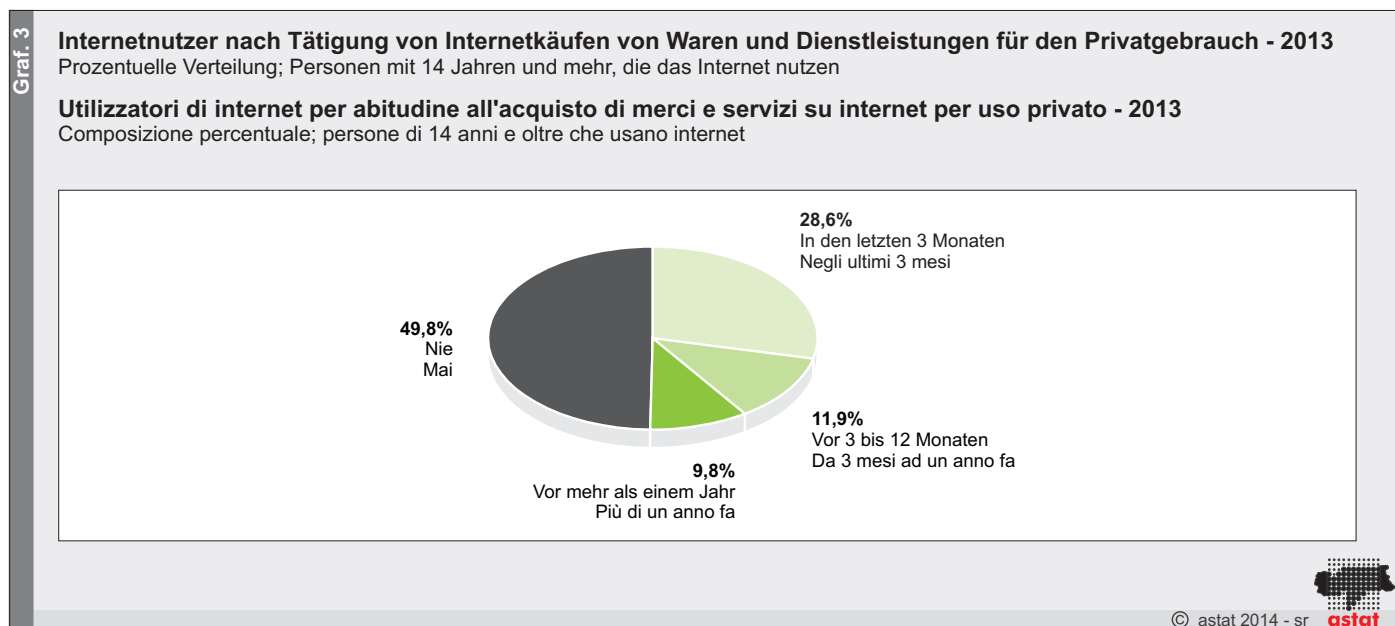


verbreitet als in anderen Regionen ist die Teilnahme an Social Networks (46,5%; der entsprechende gesamtstaatliche Durchschnitt liegt bei 53,2%). Nicht sehr hohe Anteile verzeichnet auch die Teilnahme an Online-Debatten zu sozialen oder politischen Themen (8,2%). Offensichtlich wird bei diesen Themen, welche in Südtirol durchwegs einen hohen Stellenwert genießen, die persönliche Auseinandersetzung bevorzugt.

Auch das „Homebanking“ verzeichnet Zuwächse: 41,0% haben das Netz für Bankdienstleistungen verwendet, 2012 waren es 39,9% (allerdings ist zu bedenken, dass der Prozentsatz auf die Gesamtheit der Internetnutzer berechnet wird und diese zugenommen haben).

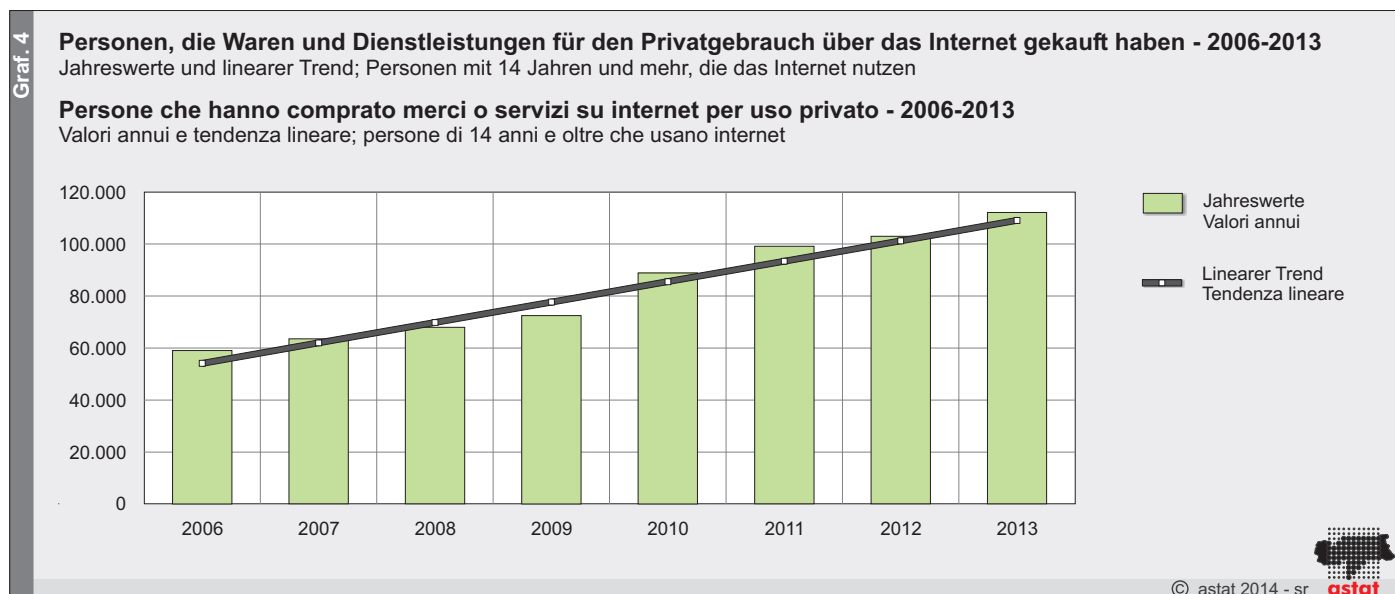
tecipazione ai social network. Livelli non molto elevati si registrano anche per la partecipazione a consultazioni su temi sociali o politici (8,2%). Evidentemente per la partecipazione sociale e politica (che pure in Alto Adige registra livelli elevati) si preferisce l'inter-scambio dal vivo.

In crescita l'„home-banking“: il 41,0% ha usato la rete per servizi bancari, contro il 39,9% del 2012 (si ricorda che la percentuale è calcolata sul totale degli utenti internet e che questi ultimi sono aumentati).



Die Entwicklung, die am meisten ins Auge fällt, ist allerdings das starke Wachstum des E-Commerce: 112.000 Südtiroler haben in den 12 Monaten vor der Befragung Online-Einkäufe getätigt, was einem weite-

Il dato che colpisce maggiormente è comunque la forte crescita dell'e-commerce: 112.000 altoatesini hanno fatto acquisti on-line nei 12 mesi precedenti l'intervista con un ulteriore balzo in avanti rispetto agli anni



ren starken Zuwachs im Vergleich zu den vorhergehenden Jahren entspricht. Zwischen 2006 und 2013 ist die absolute Zahl der Online-Käufer durchschnittlich um 9,6% pro Jahr gestiegen.

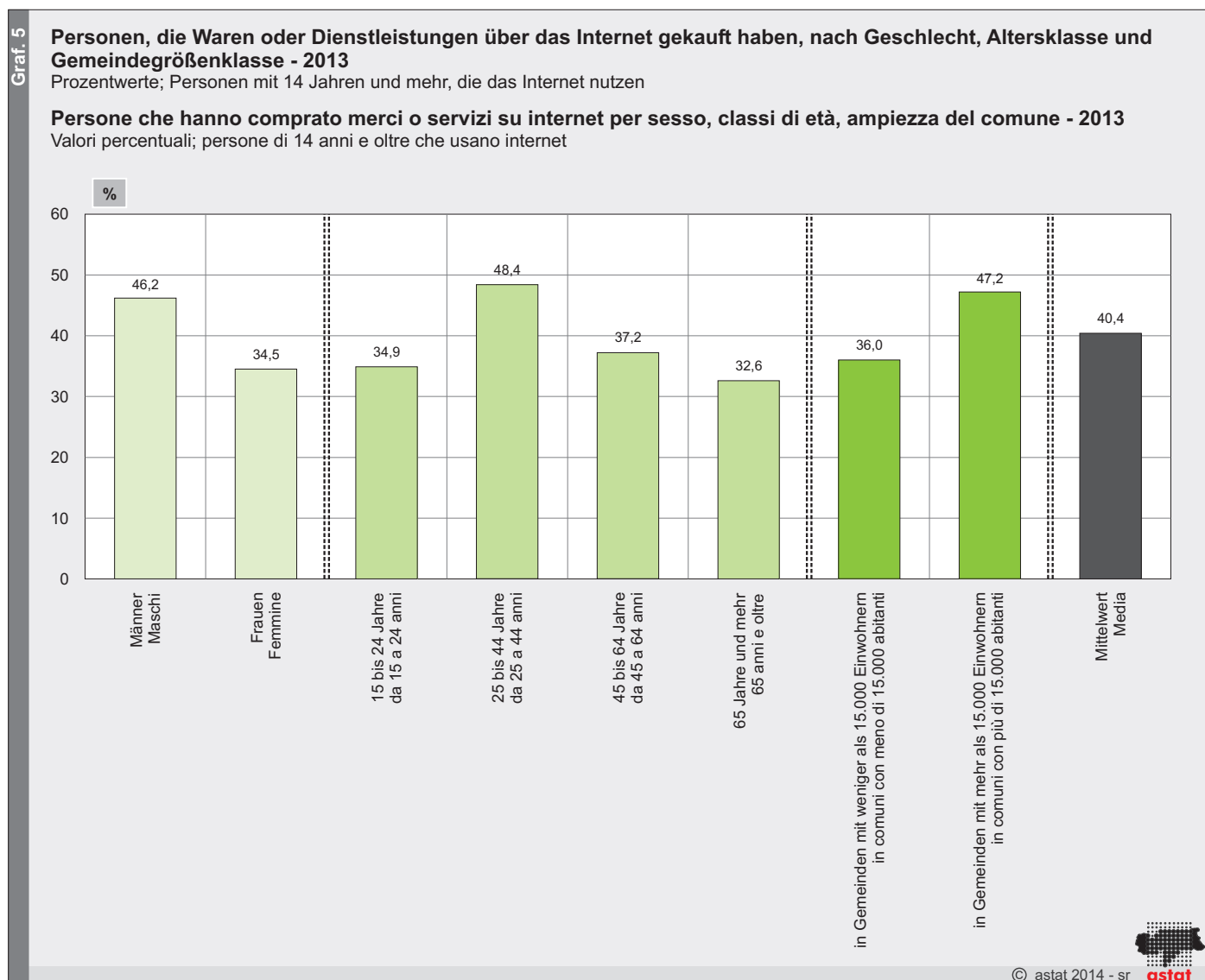
Demgegenüber kaufen 49,8% der Internetnutzer nie im Netz ein.

Analysiert man die Daten der Nutzer des E-Commerce, treten jene Unterschiede nach Geschlecht und Art der Gemeinde zutage, welche beim Prozentsatz der Internetnutzer insgesamt verschwindend klein geworden sind: Es scheint beinahe, als wäre der Online-Kauf eine „zweite Phase“ der Internetnutzung, an welche man sich heranwagt, nachdem man sich mit dem Netz vertraut gemacht hat.

precedenti. L'incremento medio annuo del numero assoluto di acquirenti on-line, nel periodo dal 2006 al 2013, è del 9,6%.

Tra gli utenti del web rimane comunque una metà (49,8%) che non acquista mai nulla in rete.

Disaggregando il dato degli utenti di e-commerce ritroviamo però quelle differenze, per sesso e per tipo di comune, che avevamo visto sparire nella percentuale di utenti di internet complessivi: sembra quasi che l'acquisto on-line sia una "seconda fase" dell'uso di internet alla quale si approda dopo aver preso confidenza con il web.



Hier sind die geschlechtsspezifischen und territorialen Unterschiede fast größer als die traditionell deutliche Differenz bei der Variablen „Alter“: 46,2% der Männer gegenüber 34,5% der Frauen und 47,2% der Stadtbewohner gegenüber 36,0% der Bevölkerung von Gemeinden mit weniger als 15.000 Einwohnern nutzen das Internet für Einkäufe.

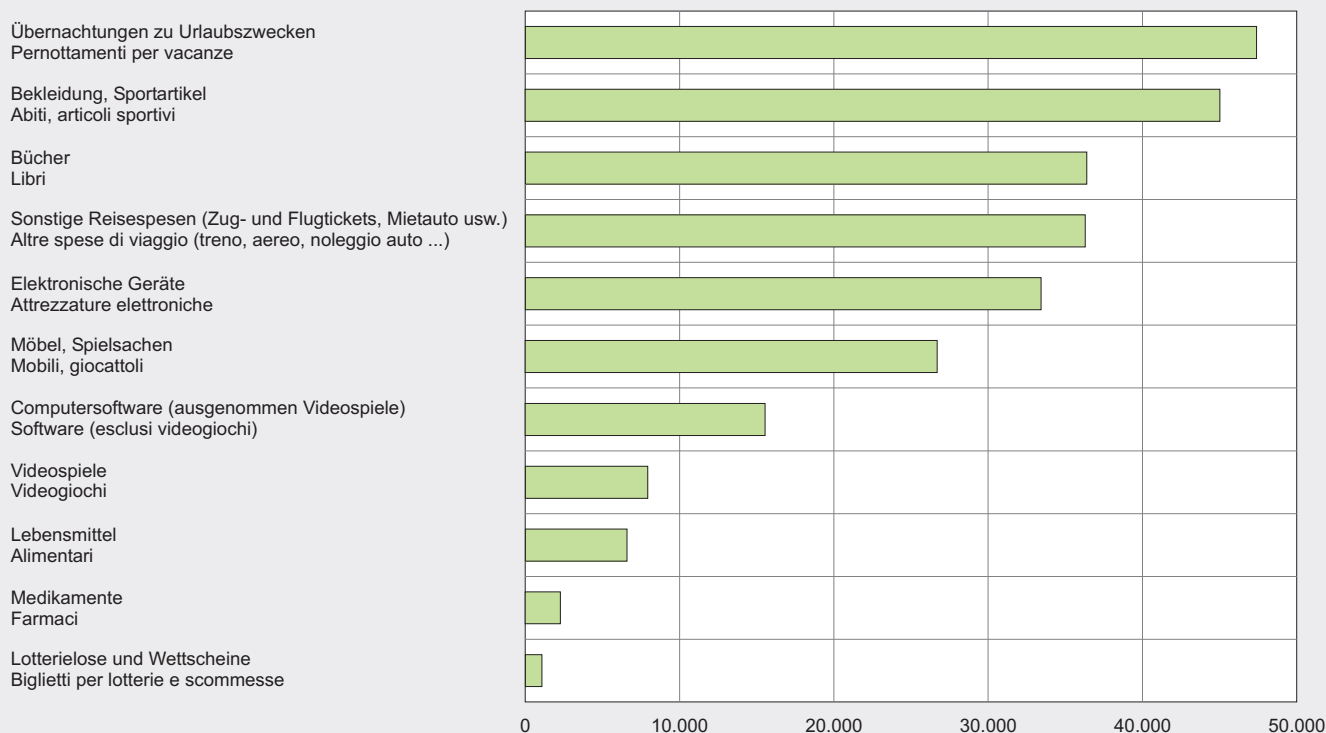
Qui le differenze per sesso e tipo di comune quasi superano la tradizionalmente più elevata differenza per età: il 46,2% degli uomini contro il 34,5% delle donne ed il 47,2% delle città contro il 36,0% dei comuni con meno di 15.000 abitanti utilizza la rete per gli acquisti.


Personen, die Waren oder Dienstleistungen über das Internet gekauft haben, nach Art des erworbenen Produktes oder der erworbenen Dienstleistung - 2013

Personen mit 14 Jahren und mehr, die in den 12 Monaten vor der Erhebung Internetkäufe getätigt haben

Persone che hanno comprato merci o servizi su internet nei 12 mesi precedenti l'intervista per tipo di prodotto o servizio acquistato - 2013

Persone di 14 anni e oltre che nei 12 mesi precedenti l'intervista hanno fatto acquisti su internet



© astat 2014 - sr 

An der Spitze der Rangliste der Online-Einkäufe liegen die Übernachtungen zu Urlaubszwecken (47.000 Käufer) und die Bekleidungsartikel (45.000); bereits deutlich abgeschlagen folgen mit je rund 36.000 Käufern die Bücher und die sonstigen Reisespesen (Flug- und Zugtickets oder Mietautos). Dabei ist zu bedenken, dass die Käufe zu Urlaubszwecken - so wie einige andere auch - eine ganze Familie bzw. Urlaubsgemeinschaft betreffen und deshalb die Zahl der Käufer sicherlich niedriger ist als jene der Nutznießer des Kaufs.

Auf den nächsten Plätzen rangieren die elektronischen Geräte (einschließlich Fotoapparaten und Videokameras), die Haushaltsgegenstände wie Möbel oder Spielzeug und schließlich Software, Videospiele und Lebensmittel.

Demgegenüber werden Medikamente (weniger als 0,5% der Bevölkerung) sowie Lotterielose und Wertscheine nur selten online gekauft.

Ai primi posti della graduatoria degli acquisti on-line si collocano i pernottamenti per vacanze (attorno ai 47.000 acquirenti) e l'abbigliamento (45.000), che "staccano" i libri e le altre spese di viaggio (biglietti d'aereo e treno oppure noleggio auto) entrambi attorno ai 36.000. Non sfugga che gli acquisti per fini turistiche sono, come pure alcuni altri, fatti per tutta la famiglia (o almeno per il nucleo di persone che condivide la vacanza) e che quindi il numero di acquirenti è senz'altro inferiore al numero di beneficiari dell'acquisto.

Seguono in graduatoria: attrezzature elettroniche (incluse macchine fotografiche e telecamere); articoli per la casa come mobili o giocattoli e poi software, videogiochi e alimentari.

Risultano infine poco frequenti gli acquisti on-line di farmaci (nemmeno lo 0,5% della popolazione) e di biglietti di lotterie e scommesse.

Anmerkungen zur Methodik

Die „Mehrzweckerhebung - Aspekte des täglichen Lebens“ des ISTAT wird jährlich durchgeführt und in Südtirol vom ASTAT betreut. Sie erfasst verschiedene soziale Aspekte der Haushalte und Einzelpersonen. Im Jahr 2013 wurde die Erhebung in den Monaten März/April durchgeführt und betraf eine Stichprobe von rund 600 Haushalten (mehr als 1.300 tatsächlich durchgeführte Befragungen).

Die Rücklaufquote, der wichtigste der Indikatoren für die Qualität einer Erhebung, beträgt 78,9%.

Die Erhebung weist ein zweistufiges Stichprobendesign mit Schichtung der Einheiten der ersten Stufe auf. Bei diesen Einheiten handelt es sich um die Gemeinden und ihre einzige Schichtungsvariable ist die Einwohnerzahl. Die Einheiten der zweiten Stufe sind die Haushalte, die mit einer Einfach-Stichprobe, also ohne weitere Schichtung, ermittelt werden. Es sei darauf hingewiesen, dass ein zweistufiges Design immer eine Verschlechterung der Genauigkeit der Schätzungen mit sich bringt, während die Schichtung diese verbessert.

Bei der Berechnung der Endgewichte basiert die nachträgliche Schichtung auf den bekannten Gesamtwerten nach Geschlecht, einigen Altersklassen und Staatsbürgerschaften (in der Dichotomie Italiener-Ausländer).

Die Genauigkeit der Schätzungen und das daraus abgeleitete Konfidenzintervall variieren bei den einzelnen Fragen. Bei dieser Anzahl müsste der Schätzwert mit 99%iger Sicherheit innerhalb von 3,7% liegen. Wenn im Text von signifikanten Unterschieden die Rede ist, handelt es sich um ein Ergebnis der Chi-Quadrat- oder T-Student-Tests, denen alle Erhebungsergebnisse unterzogen wurden.

Hinweis für die Redaktion: Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Dr. Stefano Lombardo (Tel. 0471 41 84 32)

Nachdruck, Verwendung von Tabellen und Grafiken, fotomechanische Wiedergabe - auch auszugsweise - nur unter Angabe der Quelle (Herausgeber und Titel) gestattet.

Nota metodologica

L'indagine "Multiscopo - aspetti della vita quotidiana" dell'ISTAT viene svolta annualmente, in provincia di Bolzano, dall'ASTAT e riguarda svariati aspetti sociali delle famiglie e degli individui. Nel 2013 è stata effettuata nei mesi di marzo-aprile su un campione di circa 600 famiglie, corrispondenti a più di 1.300 interviste individuali effettivamente realizzate.

Il tasso di risposta, il più importante degli indicatori di qualità di un'indagine, è del 78,9%.

L'indagine ha un disegno di campionamento a due stadi con stratificazione delle unità primarie. Le unità primarie sono costituite dai comuni e sola variabile di stratificazione per essi è la dimensione demografica; le unità di secondo stadio sono le famiglie che vengono estratte con campionamento semplice, cioè senza ulteriore stratificazione. Ricordiamo che il disegno a due stadi ha un effetto peggiorativo sulla precisione delle stime, mentre la stratificazione le migliorano.

Nella fase di costruzione dei pesi finali, la post-stratificazione si basa sui totali noti per sesso, alcune classi di età e cittadinanza (nella dicotomia italiani-stranieri).

La precisione delle stime, insieme all'intervallo di confidenza che ne deriva, varia ovviamente da domanda a domanda, ma in generale, con tale numerosità, dovrebbe essere contenuta al 99% di certezza entro un intervallo del 3,7%. Laddove nel testo si parla di differenze significative, tale esito deriva dai test chi-quadro oppure T-Student, ai quali sono stati sottoposti tutti i risultati dell'indagine.

Indicazioni per la redazione: per ulteriori informazioni, si prega di rivolgersi al dott. Stefano Lombardo (tel. 0471 41 84 32)

Riproduzione parziale o totale del contenuto, diffusione e utilizzazione dei dati, delle informazioni, delle tavole e dei grafici autorizzata soltanto con la citazione della fonte (titolo ed edizione).