

STUDIE 4

# DIGITAL SENIORS 2025

DIGITALISIERUNG IM ALLTAG VON PERSONEN  
AB 65 JAHREN IN DER SCHWEIZ

**PRO  
SENECTUTE**  
GEMEINSAM STÄRKER



Fachhochschule Nordwestschweiz  
Hochschule für Soziale Arbeit

Mit freundlicher Unterstützung von



Gesundheitsförderung Schweiz  
Promotion Santé Suisse  
Promozione Salute Svizzera

## **Impressum**

Studie 4

### **Digital Seniors 2025**

Digitalisierung im Alltag von Personen ab 65 Jahren in der Schweiz

## **Institut**

Hochschule für Soziale Arbeit, Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW

## **Autor**

Dr. Alexander Seifert

## **Mitarbeit**

Carlo Fabian, FHNW

Andreas Pfeuffer, FHNW

Alexander Widmer, Pro Senectute Schweiz

Eliane Müller, Pro Senectute Schweiz

Peter Burri Follath, Pro Senectute Schweiz

## **Herausgeberin und Vertrieb**

Pro Senectute Schweiz

Lavaterstrasse 60

8027 Zürich

Telefon 044 283 89 89

info@prosenectute.ch

www.prosenectute.ch

## **Publikation**

Juni 2025

## **Gestaltung**

Pro Senectute Schweiz

## **Zitiervorschlag**

Seifert, A. (2025). Digital Seniors 2025. Zürich: Pro Senectute Schweiz.

© Pro Senectute Schweiz



Dieses Werk einschliesslich aller seiner Teile ist unter der Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 Lizenz BY, NC lizenziert. Diese Lizenz erlaubt unter Voraussetzung der Namensnennung der Urheberin die Nutzung, Vervielfältigung und Verbreitung des Materials in jedem Format oder Medium. Eine kommerzielle Nutzung ist untersagt. Die Bedingungen der Creative-Commons-Lizenz gelten ausschliesslich für das Originalmaterial. Die Wiederverwendung von hier genutztem Material aus anderen Quellen (gekennzeichnet mit Quellenangabe) wie Abbildungen, Fotos oder Textauszüge erfordert gegebenenfalls weitere Nutzungsgenehmigungen durch die Rechteinhaberin / den Rechteinhaber.

ISBN 978-3-907481-09-7



9 783907 481097 >

# Management Summary

## Ausgangslage

Die zunehmende Digitalisierung hat unseren Alltag in den letzten 15 Jahren grundlegend verändert und beeinflusst, wie wir kommunizieren, arbeiten und leben. Die Digitalisierung bringt jedoch auch Herausforderungen mit sich. Als Stichworte seien hier beispielhaft der Datenschutz und die digitale Spaltung (durch eine unterschiedliche Nutzung der Technologien) genannt. Die nunmehr vierte Studie in der Studienreihe «Digital Seniors» von Pro Senectute Schweiz untersucht das digitale Nutzungsverhalten älterer Menschen und die Auswirkungen der Digitalisierung auf ältere Menschen in der Schweiz.

## Daten und Methode

Mittels einer repräsentativen Befragung in der gesamten Schweiz wurden bei insgesamt 1455 Personen ab 65 Jahren Informationen zu ihrer Person, ihrem Technik- und Mediennutzungsverhalten sowie ihrem Online-Verhalten und ihren Einstellungen gegenüber digitalen Dienstleistungen erhoben. Es konnten sowohl Personen befragt werden, die das Internet nutzen, als auch Personen, die das Internet nicht nutzen.

## Ergebnisse

Die Studie zeigt, dass ältere Menschen die Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) unterschiedlich häufig beziehungsweise intensiv nutzen und dass sie auch heterogene Einstellungen zur Technik haben. Viele von ihnen wünschen sich eine Kombination aus digitaler und nicht digitaler Welt, wobei der Faktor Sicherheit eine wichtige Rolle spielt. Digitale Grundkompetenzen sind oft vorhanden, aber es gibt Unterschiede je nach Geschlecht, Alter, Bildung, Einkommen und Wohnort. Digitale Technologien werden immer häufiger genutzt. Auch das bargeldlose Zahlen ist auf dem Vormarsch – auch wenn die Barzahlung nach wie vor einen hohen Stellenwert genießt. Trotz eines enormen Anstiegs der Internetnutzung seit 2010 sind zwar jetzt 89 Prozent der Befragten online, aber immer noch 11 % der älteren Bevölkerung offline, und zwar hauptsächlich aufgrund der Komplexität, eines fehlenden Nutzens und der Verwendung traditioneller Medien. Die ambivalenten Einstellungen gegenüber dem Internet nehmen zwar insgesamt zu, aber Personen, die täglich im Internet unterwegs sind, haben eine positivere Einstellung. Wichtige Online-Aktivitäten sind nach wie vor das Schreiben/Empfangen von E-Mails, die Suche nach Informationen und die Inanspruchnahme der Fahrplanauskunft, während die sozialen Medien und das Online-Banking zunehmend von den 65- bis 79-Jährigen genutzt werden. In Abhängigkeit von ihren digitalen Kompetenzen nutzen ältere Menschen die Möglichkeiten der digitalen Welt unterschiedlich stark. Nicht alle verfügen über grundlegende Kompetenzen, weshalb es wichtig bleibt, die digitalen Kompetenzen weiterhin gezielt zu fördern und parallel dazu klassische (nicht-digitale) Zugänge zu Informationen und Dienstleistungen weiterhin anzubieten.

## Schlussbemerkung

Die Studie verdeutlicht, dass ältere Menschen zwar bereits viele der moderneren Alltagstechnologien verwenden, aber noch nicht alle Potenziale der digitalen Welt ausschöpfen. Daher ist es wichtig, ältere Personen gezielt in die Entwicklung neuer Technologien einzubeziehen und sie durch die Unterstützung von Familie und Freunden sowie durch Schulungsangebote zu motivieren. Eine gewollte Nichtnutzung der neueren Technologien sollte respektiert werden und Alternativen sollten erhalten bleiben. Eine Sensibilisierung von Gesellschaft, Wirtschaft und Politik für die Bedürfnisse älterer Menschen ist ebenfalls erforderlich, um den digitalen Graben zu verringern.

# Inhaltsverzeichnis

|          |                                                                                                |           |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>EINLEITUNG.....</b>                                                                         | <b>3</b>  |
| 1.1      | FORTSCHREITENDE DIGITALISIERUNG .....                                                          | 3         |
| 1.2      | DIGITALISIERUNG IM ALLTAG ÄLTERER MENSCHEN .....                                               | 4         |
| 1.3      | WARUM BENÖTIGT ES EINE FORTSETZUNGSSTUDIE? .....                                               | 5         |
| <b>2</b> | <b>ZIELE DER FORTSETZUNGSSTUDIE .....</b>                                                      | <b>7</b>  |
| <b>3</b> | <b>METHODIK DER STUDIE .....</b>                                                               | <b>8</b>  |
| 3.1      | EMPIRISCHES VORGEHEN .....                                                                     | 8         |
| 3.2      | ERHEBUNGSINSTRUMENT .....                                                                      | 9         |
| 3.3      | GRUNDGESAMTHEIT UND DURCHFÜHRUNG DER STUDIE .....                                              | 9         |
| 3.4      | MERKMALE DER REALISIERTEN STICHPROBE.....                                                      | 10        |
| <b>4</b> | <b>ERGEBNISSE .....</b>                                                                        | <b>12</b> |
| 4.1      | ALLGEMEINE EINSTELLUNG ZUR TECHNIK UND DIGITALISIERUNG .....                                   | 12        |
| 4.2      | DIGITALE KOMPETENZEN UND VERTRAUTHEIT MIT BEGRIFFEN DIGITALER ANWENDUNGEN.....                 | 15        |
| 4.2.1    | <i>Digitale Kompetenz</i> .....                                                                | 15        |
| 4.2.2    | <i>Vertrautheit mit Begriffen zur Digitalisierung</i> .....                                    | 17        |
| 4.3      | TECHNISCHE SCHWIERIGKEITEN IM ALLTAG .....                                                     | 18        |
| 4.4      | ALLTAGSTECHNIK IM HAUSHALT.....                                                                | 19        |
| 4.4.1    | <i>Ausstattung mit Informations- und Kommunikationstechnik</i> .....                           | 19        |
| 4.4.2    | <i>Gesundheitstechnologien, Wearables und smarte Haustechnik</i> .....                         | 22        |
| 4.4.3    | <i>Erklärungsfaktoren für die Breite der Nutzung von Alltagstechnologien im Haushalt</i> ..... | 23        |
| 4.5      | NUTZUNG VON ÖFFENTLICHEN TECHNOLOGIEN AUSSER HAUS .....                                        | 24        |
| 4.6      | INTERNETNUTZUNG UND GRÜNDE FÜR DIE NICHTNUTZUNG .....                                          | 26        |
| 4.6.1    | <i>Anteil der Internetnutzung</i> .....                                                        | 26        |
| 4.6.2    | <i>Hürden der Internetnutzung</i> .....                                                        | 28        |
| 4.6.3    | <i>Erklärungsfaktoren für die Internetnutzung</i> .....                                        | 29        |
| 4.6.4    | <i>Erklärungsfaktoren für die tägliche Internetnutzung</i> .....                               | 32        |
| 4.7      | EINSTELLUNG ZUM INTERNET UND DAS GEFÜHL DER AUSGESCHLOSSENHEIT .....                           | 33        |
| 4.7.1    | <i>Einstellungen und Meinungen zum Internet</i> .....                                          | 33        |
| 4.7.2    | <i>Gefühl von sozialer Ausgeschlossenheit aufgrund der Nichtnutzung von Technik</i> .....      | 36        |
| 4.8      | ONLINE-AKTIVITÄTEN, GENUTZTES ENDGERÄT UND HINDERUNGSGRÜNDE .....                              | 38        |
| 4.8.1    | <i>Nutzung von Online-Aktivitäten</i> .....                                                    | 38        |
| 4.8.2    | <i>Erklärungsfaktoren für die Vielfalt der genutzten Online-Aktivitäten</i> .....              | 42        |
| 4.8.3    | <i>Endgeräte zur Nutzung der Online-Aktivitäten</i> .....                                      | 43        |
| 4.8.4    | <i>Hinderungsgründe für die Nutzung von Online-Aktivitäten</i> .....                           | 44        |
| 4.9      | DIGITALER ALLTAG AM BEISPIEL DER TÄGLICHEN KOMMUNIKATION .....                                 | 45        |
| 4.10     | BARGELDLOSES ZAHLEN .....                                                                      | 46        |
| 4.11     | EINSTELLUNGEN GEGENÜBER (ZUKÜNFTIGEN) DIGITALEN DIENSTLEISTUNGEN .....                         | 48        |
| 4.11.1   | <i>Online-Steuererklärung und E-ID</i> .....                                                   | 48        |
| 4.11.2   | <i>Sicherheitsbedenken und Ängste</i> .....                                                    | 49        |
| 4.11.3   | <i>Künstliche Intelligenz und die Weitergabe von Daten</i> .....                               | 50        |
| <b>5</b> | <b>ZIELGRUPPEN UND MÖGLICHE EMPFEHLUNGEN .....</b>                                             | <b>52</b> |
| 5.1      | PERSONAS – UNTERSCHIEDLICHE NUTZUNGSGRUPPEN .....                                              | 52        |
| 5.1.1    | <i>Clusteranalyse</i> .....                                                                    | 52        |
| 5.1.2    | <i>Personas</i> .....                                                                          | 52        |
| 5.2      | ALLGEMEINE UND ZIELGRUPPENSPEZIFISCHE EMPFEHLUNGEN.....                                        | 55        |
| 5.2.1    | <i>Allgemeine Empfehlungen</i> .....                                                           | 55        |
| 5.2.2    | <i>Zielgruppenspezifische Empfehlungen</i> .....                                               | 58        |
| <b>6</b> | <b>KERNAUSSAGEN DER STUDIE .....</b>                                                           | <b>60</b> |
| <b>7</b> | <b>SCHLUSSBEMERKUNGEN .....</b>                                                                | <b>64</b> |
| <b>8</b> | <b>LITERATURVERZEICHNIS .....</b>                                                              | <b>67</b> |

# 1 Einleitung

## 1.1 Fortschreitende Digitalisierung

Nunmehr 15 Jahre nach der Veröffentlichung des ersten Berichts der Studienreihe «Digital Seniors» im Jahr 2010 befinden wir uns jetzt in einer Zeit, in der die Digitalisierung vollumfänglich unseren Alltag mitprägt. Der rasante Fortschritt in der Technologie hat nicht nur unsere Kommunikationsweise verändert, sondern auch die Art, wie wir arbeiten, lernen und leben, revolutioniert (Brynjolfsson & McAfee, 2016). Die Verbreitung des Internets und mobiler Geräte hat den Zugang zu Informationen und Dienstleistungen erleichtert und die Vernetzung zwischen Menschen weltweit gefördert. Waren Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) vor 15 Jahren noch vermehrt klassisch der Fernseher, das Festnetz- oder tastenbasierte Mobiltelefon oder die Print-Medien, sind es heute vor allem digitale Angebote von Video- und Streaming-Plattformen, smarte Mobiltelefone (die sogenannten Smartphones mit der Rechnerleistung früherer Grossrechner) oder die digital aufbereiteten News aus der News-App auf dem Tablet. Soziale Medien haben neue Plattformen für den Austausch von Ideen und Meinungen geschaffen, während E-Commerce den Einzelhandel transformiert hat.

In den letzten 15 Jahren hat die technische Entwicklung rasant Fahrt aufgenommen. Ein herausragendes Beispiel ist das Smartphone, das seit der Einführung des ersten iPhones im Jahr 2007 für viele Menschen zu einem unverzichtbaren Begleiter geworden ist. Smartphones kombinieren Telefonie, Internetzugang, Fotografie und zahlreiche weitere Anwendungen in einem kompakten Gerät. Im Bereich der Unterhaltungselektronik haben Streaming-Dienste (wie zum Beispiel Netflix und SRF-Mediatheken) das Fernseherlebnis verändert. Diese digitalen Anwendungen ermöglichen es den Nutzenden, Inhalte nach ihren Wünschen zu konsumieren, ohne auf Ausstrahlungszeiten angewiesen zu sein. Zusätzlich haben Entwicklungen in der Wearable-Technologie, wie Smartwatches und Fitnesstracker, an Bedeutung gewonnen. Solche Wearables helfen den Nutzerinnen und Nutzern, ihre Gesundheit zu überwachen und aktiv zu bleiben, indem sie ihre täglichen Schritte zählen, ihre Herzfrequenz messen oder ihr Schlafmuster analysieren. Insgesamt zeigen diese Beispiele, wie technologische Innovationen in den letzten Jahren unser Leben verändert haben, indem sie neue Möglichkeiten für Kommunikation, Alltag und Gesundheit geschaffen haben.

Die digitale Kompetenz ist in der heutigen Gesellschaft von entscheidender Bedeutung, da sie den Zugang zu Informationen, Dienstleistungen und sozialen Interaktionen – und so schliesslich die gesellschaftliche Teilhabe – massgeblich beeinflusst. In einer Welt, die zunehmend von digitalen Technologien geprägt ist, ist es unerlässlich, dass alle Menschen, unabhängig von Alter, Bildung oder sozialem Hintergrund, die Möglichkeit haben, aktiv am digitalen Leben teilzunehmen. Die digitale Teilhabe ermöglicht es den Menschen, ihre Meinungen zu äussern, sich über aktuelle Themen zu informieren und sich an gesellschaftlichen Prozessen zu beteiligen. Sie fördert auch den Zugang zu Bildung, Gesundheitsdiensten und sozialen Kontakten, was für die persönliche Entwicklung und die gesellschaftliche Teilhabe von grosser Bedeutung ist. Eine umfassende digitale Teilhabe ist somit ein Schlüssel zu einer zukunftsfähigen Gesellschaft. So formuliert die «Strategie Digitale Schweiz» (Schweizerische Bundeskanzlei, 2025, S. 1), welche die Leitlinien für die digitale Transformation der Schweiz setzt, auch folgende Vision: «Die Schweiz priorisiert digitale Angebote konsequent zum Nutzen aller Menschen, unabhängig von Geschlecht, Alter und Herkunft (Digital First)». Sie nutzt gezielt die Chancen eines nachhaltigen digitalen Wandels, sodass alle langfristig davon profitieren. Die Schweiz zählt zu den digital wettbewerbsfähigsten und innovativsten Ländern Europas.»

Gleichzeitig bringt die zunehmende Digitalisierung auch Herausforderungen mit sich. Datenschutz, Privatsphäre im digitalen Raum und Cyber-Sicherheit sind zu zentralen Themen geworden, da persönliche Daten zunehmend online gespeichert und verarbeitet werden (Ramp et al., 2024). Im heutigen digital geprägten Alltag ist Technologie ein zweischneidiges Schwert, das beispiellose Potenziale bietet, aber gleichzeitig komplexe ethische Dilemmata und Sicherheitsfragen aufwirft (Kumar et al., 2024). Zudem gibt es Bedenken hinsichtlich der digitalen Spaltung, da nicht alle Menschen über die notwendigen Kompetenzen verfügen beziehungsweise gleichberechtigten Zugang zu den neuen Technologien haben. Zu jener Gruppe, die weniger Zugang zu den neusten Technologien hat, gehören weiterhin ältere Personen. Viele ältere Personen nutzen zwar digitale Technologien, um ihre Lebensqualität zu verbessern, soziale Kontakte zu pflegen und ihre Selbstständigkeit zu stabilisieren. Dennoch gibt es auch Herausforderungen. Viele ältere Menschen fühlen sich unsicher im Umgang mit neuen Technologien oder haben Schwierigkeiten, sich in der digitalen Welt zurechtzufinden (Seifert & Cotten, 2021).

## 1.2 Digitalisierung im Alltag älterer Menschen

Der Umgang mit technologischen Innovationen und digitalen Inhalten ist charakteristisch für unsere Gesellschaft. Nachrichten werden heute meist auf dem Tablet gelesen, persönliche Texte in Form von E-Mails verfasst, sportliche Aktivitäten werden mithilfe von Wearables (zum Beispiel Smartwatches, Fitnessarmbändern) getrackt oder Zahlungen digital mit dem Smartphone durchgeführt. Allerdings setzen all diese Handlungen auch digitale Kenntnisse voraus. Problematisch kann das Leben in einer weitestgehend digitalisierten Gesellschaft vor allem für Menschen werden, die im Umgang mit den neuesten Technologien nicht versiert sind oder Schwierigkeiten haben, sich an digitale Innovationen anzupassen. Bestimmten Teilen der älteren Bevölkerung in der Schweiz (und auch weltweit) fehlen eben diese digitalen Kompetenzen, die ihnen in ihrem täglichen Leben dienlich bis hin zu notwendig sein könnten (Seifert & Cotten, 2021). Dies führt zu einer «digitalen Spaltung», also einer wahrgenommenen Kluft zwischen denjenigen, die Zugang zu den neuesten IKT haben, und denjenigen, die keinen Zugang haben (Compaine, 2001). Dabei spielen neben soziodemografischen Merkmalen (zum Beispiel Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen) auch persönliche Faktoren (zum Beispiel Gesundheit, Einstellung zu Technologien, Ängste im Zusammenhang mit der Nutzung von IKT) eine Rolle, aber auch Umweltfaktoren wie die IKT-Infrastruktur und der Wohlstandsstatus der Region prägen diese digitale Kluft (Cotten, 2021; Hunsaker & Hargittai, 2018).

Die digitale Ungleichheit lässt sich anhand von drei Ebenen unterscheiden: die grundlegendste Ebene, die den Zugang zu IKT umfasst (zum Beispiel der Internetanschluss und die generelle Internetnutzung); die zweite Ebene, welche die Art und Weise der Nutzung der IKT betrifft (zum Beispiel die Vielfalt der genutzten Online-Aktivitäten); die dritte Ebene der digitalen Kluft, die sich auf die Wirkungen der IKT-Nutzung für deren Nutzerinnen und Nutzer konzentriert (zum Beispiel Steigerung des Wohlbefindens durch die Nutzung von Online-Aktivitäten) (Scheerder et al., 2017). Digitale Ungleichheit bezieht sich also nicht nur auf (a) den Zugang zu digitalen Technologien, sondern auch darauf, ob (b) man aktiv oder passiv an der digitalen Gesellschaft teilnimmt und (c) ob individuelle Vorteile aus der Nutzung dieser Technologien gezogen werden können.

Das Internet als ein wichtiges Beispiel für moderne IKT eröffnete weltweit neue Dimensionen der digitalen Teilhabe. Soziale Interaktionen wurden auch über grosse Distanzen hinweg möglich. Videochats brachten visuelle Interaktion, wo eine persönliche Interaktion wegen der geografischen Entfernung oder gesundheitlicher Einschränkungen nicht möglich war. Auch die Informationsbeschaffung wurde leichter. Auffällig ist, dass trotz einer tendenziellen Zunahme der Internetnutzung in der älteren Bevölkerung dennoch eine digitale Kluft bestehen bleibt. So nutzen 97 % der Gesamtbevölkerung in der Schweiz das Internet und 100 % allein bei der Altersgruppe der 15–29-Jährigen, aber nur 91 % bei den 60-Jährigen und Älteren (BFS, 2023). Die letzte «Digital Seniors»-Studie aus dem Jahr 2020 zeigte, dass 74 % der Personen ab 65 Jahren online sind. Im internationalen Vergleich liegt die Internetnutzung der älteren Bevölkerung in der Schweiz damit zwar über dem europäischen Durchschnitt, jedoch weiterhin tiefer als in den skandinavischen Ländern (König & Seifert, 2023).

Aber was genau machen ältere Personen eigentlich im Internet? Die Forschung hat hier klar gezeigt, dass sich das Internetverhalten von jüngeren und älteren Personen unterscheidet. So fanden Büchi et al. (2016) in ihrer länderübergreifenden Studie heraus, dass das Alter bei Weitem der wichtigste Prädiktor für die Nutzungshäufigkeit verschiedener Internetdienste war. Insgesamt deuten ihre Ergebnisse darauf hin, dass jüngere Menschen (<60 Jahre) das Internet häufiger für soziale Zwecke, zur Informationsbeschaffung, zur Unterhaltung und für Transaktionen verwenden als ältere Menschen (60 Jahre und älter). Auch in der letzten «Digital Seniors»-Studie aus dem Jahr 2020 gaben die befragten Personen im Alter von 65 Jahren und älter an, dass sie das Internet für allgemeine Funktionen wie das Schreiben von E-Mails, die Suche nach Informationen und die Suche nach Zugfahrplänen nutzen, während sie von spezifischen Anwendungen wie Multimedia-Inhalten (Musik, Video, Spiele), sozialen Netzwerken oder Plattformen für den Kauf/Verkauf von Waren weniger häufig Gebrauch machen (Seifert et al., 2020). Internationale Ergebnisse zeigen aber auch, dass in den letzten fünf Jahren der Besuch von sozialen Netzwerken bei der älteren Bevölkerung zugenommen hat, auch wenn ihre Nutzungsraten immer noch hinter denen jüngerer Altersgruppen liegen (Cotten et al., 2022). Dabei konnte beobachtet werden, dass sich die Verwendung sozialer Medien positiv auf das Wohlbefinden älterer Personen auswirkt – und zwar gerade im Kontext der sozialen Verbundenheit mit anderen Personen und der Vermeidung von Einsamkeit (ebd.).

Es gibt eine Reihe von Faktoren, die mit der Nutzung von IKT in Verbindung gebracht werden. Das Alter ist aber oftmals der Schlüsselfaktor für die digitale Kluft. Gleichzeitig zeigen frühere Forschungsergebnisse, dass auch andere Faktoren wie Bildung und Einkommen den Zugang zu und die Nutzung von IKT beeinflussen

(Cotten et al., 2022). Personen mit einem niedrigeren Bildungs- und Einkommensniveau haben in der Regel weniger Zugang zu IKT und beherrschen deren Nutzung daher auch weniger gut (Seifert, 2022). Ein unterschiedlicher Zugang zu neuen Technologien hängt somit auch mit sozioökonomischen Ressourcen zusammen. Personen, denen diese Ressourcen fehlen, profitieren weniger von der zunehmenden Digitalisierung. Darüber hinaus sind persönliche Ressourcen wie fehlende kognitive Fähigkeiten, körperliche Einschränkungen sowie eine fehlende Motivation Faktoren, welche die IKT-Akzeptanz negativ beeinflussen können (Seifert & Cotten, 2021). Auch negative Einstellungen gegenüber neueren Technologien und eine fehlende Unterstützung beim Erlernen dieser stehen in Zusammenhang mit der Technologienutzung (Schmidt & Wahl, 2023). Die geringere Nutzung von neuerer Technik führt dazu, dass ältere im Vergleich zu jüngeren Menschen über weniger digitale Kompetenzen verfügen. Dies ist teilweise auch auf die Tatsache zurückzuführen, dass Menschen unter 65 Jahren mit grösserer Wahrscheinlichkeit bereits in ihrem Berufsleben mit IKT in Berührung gekommen sind und diese möglicherweise auch nach dem Eintritt in die Pensionierung weiterhin nutzen. Eine Verschlechterung des Gesundheitszustands und Einschränkungen bei den instrumentellen Aktivitäten des täglichen Lebens (zum Beispiel Verwaltung von Finanzen und Medikamenten, Kochen, Haushaltsführung) können ebenfalls dazu führen, dass ältere Personen die IKT-Nutzung allmählich einstellen (Cotten, 2021). Neben individuellen Faktoren sind auch Faktoren auf der Mesoebene (soziale und technische Unterstützung) und Einflüsse auf der Makroebene (technische Infrastruktur im Land) für eine erfolgreiche Nutzung von IKT relevant. Ältere Personen, die Verwandte oder Freunde haben, die im Umgang mit dem Internet versiert sind, und informelle und emotionale Unterstützung erhalten, gehören mit einer grösseren Wahrscheinlichkeit zu den Personen, die das Internet nutzen (König et al., 2018). Was die Einflüsse auf der Makroebene betrifft, so verfügen ländliche oder wirtschaftlich schwächere Gebiete oft über eine weniger moderne und ausgebaute Infrastruktur und bieten daher einen vergleichsweise eingeschränkten Zugang zum Internet (König & Seifert, 2023).

Auch wenn IKT den Alltag von Menschen erleichtern können, steigt mit der zunehmenden Digitalisierung auch die Gefahr einer wachsenden Altersdiskriminierung – zum Beispiel dann, wenn Nichtnutzende von bestimmten technischen Lösungen ausgeschlossen und daher als Aussenseiterinnen und Aussenseiter betrachtet werden (Seifert, Cotten et al., 2021). Wenn Inklusion in der heutigen Gesellschaft die aktive Teilnahme an der digitalen Welt voraussetzt, dann sind ältere Personen, die zum Beispiel keinen Zugang zu einem Smartphone haben oder nicht im Internet aktiv sind, von sozialer Ausgrenzung bedroht. Eine frühere Studie aus der Schweiz bei Personen ab 18 Jahren ergab, dass ein Teil der Personen unter und über 65 Jahren sich jeweils sozial ausgegrenzt fühlt, da sie nicht immer den Umgang mit den aktuellen Alltagstechnologien beherrschen (Seifert, 2023). Innerhalb der Gruppe der 18- bis 64-Jährigen haben 3,6 % ein sehr starkes Exklusionsempfinden, und bei der älteren Gruppe (65 bis 98 Jahre) beträgt dieser Wert 5,5 %, womit ältere Personen eher zur Gruppe jener Personen gehören, die sehr stark das Gefühl haben, digital exkludiert zu sein (ebd.). Insbesondere für ältere Menschen bedeutet dies nicht nur, dass sie möglicherweise über geringere digitale Kompetenzen verfügen als jüngere Menschen, sondern auch, dass sie sich aufgrund ihrer geringeren digitalen Kompetenzen stärker ausgegrenzt fühlen.

### **1.3 Warum benötigt es eine Fortsetzungsstudie?**

In der Schweiz ist es von entscheidender Bedeutung, den digitalen Fortschritt kontinuierlich zu beobachten und digitale Ungleichheiten frühzeitig zu erkennen, um sicherzustellen, dass ältere Menschen nicht zu den «Abgehängten» der Gesellschaft werden. Die rasante Entwicklung digitaler Technologien bietet zahlreiche Vorteile, birgt jedoch auch das Risiko, dass bestimmte Bevölkerungsgruppen, insbesondere ältere Personen, den Anschluss verlieren. Um dem entgegenzuwirken, ist es wichtig, die aktuelle Technikausstattung und -nutzung von Personen ab 65 Jahren und die damit verbundenen Technikeinstellungen und Wünsche regelmässig zu erfassen. So können soziale Ungleichheiten erfasst werden, die durch eine Weniger- oder Nichtnutzung von neueren Technologien, die im Alltag immer wichtiger werden, entstehen. Durch die Identifizierung digitaler Ungleichheiten und gezielten Massnahmen kann die Schweiz sicherstellen, dass ältere Menschen aktiv am gesellschaftlichen Leben teilnehmen und die Vorteile der Digitalisierung in vollem Umfang nutzen können.

Auch 15 Jahre nach der ersten Studie in der Reihe «Digital Seniors» bleiben bestimmte Fragen offen, so zum Beispiel wie sich die Internetnutzung und Online-Aktivitäten seit der COVID-19-Pandemie entwickelt haben und ob es einen «digital Push» (Gallistl et al., 2021) gegeben hat, also eine enorme Zunahme zum Beispiel der Internetnutzung, da die Menschen wegen der physischen Kontaktbeschränkungen vermehrt auf digitale Kommunikationswege angewiesen waren. Oder auch die Frage, inwieweit heute ältere Menschen selbstverständlich mit der Digitalisierung umgehen und zum Beispiel bargeldlos zahlen, vorwiegend das Smartphone

zur Kommunikation nutzen oder neuere Technologien wie die KI befürworten. Auch da gerade die digitale Teilhabe heute umso mehr an Bedeutung gewonnen hat – es gibt mittlerweile kaum noch Alltagsbereiche, die keine digitalen Kompetenzen erfordern –, bleibt die Frage offen, ob sich Personen ab 65 Jahren von dieser technisch dominierten Gesellschaft ausgeschlossen fühlen und welche Bedenken sie generell hinsichtlich der zunehmenden Digitalisierung haben.

Um die neusten Entwicklungen und den aktuellen Einfluss der Digitalisierung auf das Leben älterer Menschen in der Schweiz umfassend abbilden zu können, initiierte Pro Senectute Schweiz die Fortsetzung ihrer etablierten Studienreihe «Digitale Senioren». Die hier vorliegende Studie ist bereits der vierte Bericht nach 2010, 2015 und 2020. Bei der neuen Studie sollen neben den positiven Aspekten der Digitalisierung auch die damit einhergehenden Herausforderungen beleuchtet werden, um fundierte, an die neuen Entwicklungen angepasste Handlungsempfehlungen für diese Zielgruppe zu entwickeln.

## 2 Ziele der Fortsetzungsstudie

Hauptziel des Projekts war es, die drei bestehenden Befragungsstudien (2010, 2015, 2020) fortzusetzen und mit neuen Fragestellungen zu den neusten digitalen beziehungsweise technischen Entwicklungen zu erweitern, um somit Auskunft über aktuelle Trends bei der Nutzung moderner IKT sowie die Alltagsnutzung digitaler Angebote im Leben von Personen ab 65 Jahren geben zu können.

Um die Fortführung der bestehenden Studienreihe zu gewährleisten und zugleich neue Impulse und Bereiche der Digitalisierung des heutigen Alltags zu berücksichtigen, wurde zweierlei anvisiert: zum einen eine kombinierte Nutzungs- und Einstellungsabfrage mit Aspekten des Zugangs zu digitalen Ressourcen in unterschiedlichen häuslichen und ausserhäuslichen Kontexten, zum anderen eine Untersuchung der Auswirkungen der Digitalisierung auf die soziale Teilhabe.

Die Fortsetzungsstudie fokussiert auf folgende Themenbereiche:

1. **Nutzung und Kompetenzen:** Nutzung und Kompetenzeinschätzungen hinsichtlich diverser Alltagstechnologien, wie zum Beispiel Internetanwendungen, mobile Endgeräte (Smartphone, Tablet, Smartwatch etc.).
2. **Hürden und Herausforderungen:** wahrgenommene Hürden und Herausforderungen im Umgang mit alltäglichen beziehungsweise modernen Technologien.
3. **Erleben des digitalen Alltags und digital unterstützter sozialer Interaktion:** Nutzung von beziehungsweise Einstellungen zu aktuellen und zukünftigen digitalen öffentlichen Dienstleistungen und Services; Einstellungen, Wünsche und potenzielle Hürden gegenüber digitalen Dienstleistungen; Nutzung von vernetzten Home-Anwendungen. Nutzung von digitalen Kommunikationskanälen und deren Auswirkung auf die sozialen Interaktionen im Alltag.
4. **Sicherheitsaspekte:** Einstellung zur Sicherheit bezüglich des Einsatzes digitaler Lösungen, wahrgenommene Sicherheitsrisiken und Datenschutzbedenken, Einstellung zu digitalen Zahlungsmöglichkeiten versus Bargeldgeschäften.
5. **Soziale Ungleichheiten in einer fragilen Lebensphase:** Ungleichheiten hinsichtlich des Zugangs zu digitalen Angeboten in der älteren Bevölkerung und Wahrnehmung von sozialer Ausgeschlossenheit aufgrund der Nichtnutzung digitaler Angebote.

### 3 Methodik der Studie

In den nachfolgenden Unterkapiteln werden die methodischen Eckpunkte der Studie vorgestellt. Grundsätzlich orientiert sich das methodische Vorgehen an dem der drei vorhergehenden Studien von 2010 (Schelling & Seifert, 2010), 2015 (Seifert & Schelling, 2015) und 2020 (Seifert et al., 2020).

#### 3.1 Empirisches Vorgehen

Die Erarbeitung der Fortsetzungsstudie erforderte folgende Schritte:

1. Informations- und Literaturrecherche zu empirischen Studien zur Nutzung digitaler Anwendungen und Dienstleistungen im Alter in der Schweiz und im Ausland sowie zu passenden Digitalisierungstrends (Desk Research) zwecks wissenschaftlicher Verankerung der Studie und Entwicklung eines adäquaten Erhebungsinstruments.
2. Repräsentative Befragungsstudie in der Wohnbevölkerung der Schweiz ab 65 Jahren. Die Erhebungsmethode musste zugleich den Anforderungen einer möglichst hohen Repräsentativität für die entsprechende Population, der wissenschaftlichen Validität der erhobenen Variablen sowie den finanziellen und zeitlichen Randbedingungen der Studie entsprechen.
3. Erstellung eines wissenschaftlichen Berichts, der über die Grundlagen und empirischen Ergebnisse der aktuellen Studie Auskunft gibt und, wo möglich, die Ergebnisse der Studien von 2010, 2015 und 2020 zum Vergleich heranzieht.

In Abwägung von Überlegungen zur Stichprobenziehung sowie der Vor- und Nachteile verschiedener Erhebungsverfahren wurde für die Fortsetzungsstudie (in Anlehnung an die vorhergehenden Studien dieser Reihe) ein kombiniertes Design angewendet, das eine hohe Repräsentativität und eine optimale Ausschöpfung der Stichprobe versprach. Als Neuerung zu den bisherigen Studien dieser Reihe wurde neben der telefonischen und postalischen Befragung die Option der Teilnahme an einer Online-Befragung angeboten. Da heutzutage viele Personen ab 65 Jahren auch online erreichbar sind, wurde das Erhebungsverfahren um die Online-Teilnahme ergänzt. Dieser neue Mix aus den drei Erhebungsmethoden sollte es ermöglichen, alle zu Befragenden mit jeweils dem Modus zu erreichen, der für sie am besten nutzbar ist (Lipps & Pekari, 2020). Das Erhebungsdesign sieht somit wie folgt aus:

- Wahrscheinlichkeitsauswahl (Random) einer Stichprobe der ständigen Bevölkerung der Schweiz ab 65 Jahren aus dem AZ-Direct-Verzeichnis. Zielstichprobengrösse (netto): 1200 Personen. Die Erhebung wurde dreisprachig durchgeführt. Personen, die keine der drei Sprachen verstehen, wurden nicht befragt.
- (A) **Online-Befragung** (CAWI) als Haupterhebungsmethode bei Personen, die Zugang zum Internet haben. Die Einladung erfolgte durch ein schriftliches (postalisch versendetes) Ankündigungsschreiben sowie ein Erinnerungsschreiben. Die Teilnahme an der Befragung erfolgte via einer Website, die durch das beauftragte Befragungsinstitut Demo SCOPE AG bereitgestellt wurde.
- (B) **Telefonisches Interview** (CATI) als Nebenmethode bei Personen, die über eine Festnetztelefonnummer verfügten, oder auf besonderen Wunsch der Zielperson. Vor dem Telefonanruf wurde ein schriftliches (postalisches) Ankündigungsschreiben versendet. Es erfolgten gegebenenfalls mehrere Anrufversuche bei derselben Adresse, um unterschiedliche Erreichbarkeiten am Tag zu berücksichtigen.
- (C) **Postalisch-schriftliche Befragung** (PAPI) bei Personen ohne eingetragenen Telefonanschluss oder auf besonderen Wunsch der Zielperson. Die Einladung erfolgte durch ein schriftliches Ankündigungsschreiben sowie ein Erinnerungsschreiben mit Zusendung des analogen Befragungsinstruments wie bei den beiden anderen Befragungsmethoden – mit angepasster grafischer Gestaltung.

### 3.2 Erhebungsinstrument

Der Fragebogen wurde auf Grundlage der Befragungen der Studienreihe aus den Vorjahren sowie der aktuellen Informations- und Literaturrecherche gemeinsam mit Pro Senectute Schweiz erarbeitet. Bei der Erstellung wurde die Befragungszielgruppe (65+) berücksichtigt und darauf geachtet, dass ein Vergleich zwischen den Nutzenden von IKT sowie digitalen Angeboten gezogen werden kann. Als Grundgerüst des Fragebogens dienten die bereits vorgestellten Zielsetzungen. Im Einzelnen beinhaltet der Fragebogen Fragen zu folgenden Bereichen:

- a. Einstellung zur Technik generell
- b. Haushaltsgeräte, IKT sowie Mediennutzung
- c. Nutzung von technischen Lösungen im Alltag
- d. Internetnutzung und Gründe für die Nichtnutzung
- e. Online-Aktivitäten und genutztes Endgerät dafür sowie Hürden der Nutzung
- f. Einstellung zum Internet und Gefühl der Ausgeschlossenheit
- g. Digital unterstützte Kommunikationswege im Alltag
- h. Bargeldloses Zahlen im Alltag und Einstellungen hierzu
- i. Nutzung und Einstellungen gegenüber (zukünftigen) digitalen Dienstleistungen
- j. Technikkompetenzen und Vertrautheit mit Begriffen digitaler Anwendungen
- k. Technische Schwierigkeiten im Alltag
- l. Persönliche Gesundheits- und Lebenssituation
- m. Statistische Angaben zur Person

Am Ende enthielt der Fragebogen 34 unterschiedlich komplexe Fragen beziehungsweise Frageblöcke. Zur Vergleichbarkeit mit den drei vorhergehenden Befragungsstudien aus der Trendstudie «Digital Seniors» wurden bestehende Elemente wiederverwendet und mit neuen thematischen Fragestellungen ergänzt.

### 3.3 Grundgesamtheit und Durchführung der Studie

Grundgesamtheit ist die ständige Wohnbevölkerung der Schweiz ab 65 Jahren. Wie in den drei vorhergehenden Befragungen der Trendstudie wurde eine Wahrscheinlichkeitsauswahl aus den Adresssätzen von AZ Direct getroffen, welche die in der Schweiz wohnhafte Bevölkerung weitestgehend abdecken.

Es wurde eine Zufallsstichprobe der in der Schweiz wohnhaften Personen ab 65 Jahren gezogen – und zwar ohne Altersobergrenze und ungeachtet ihrer Nationalität. Insgesamt sollten mindestens 1200 Personen im Alter von mindestens 65 Jahren in den drei Sprachregionen der Schweiz (deutsch, französisch und italienisch) befragt werden.

Die Studie wurde von der Hochschule für Soziale Arbeit der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW (vertreten durch Dr. Alexander Seifert) realisiert und von Pro Senectute Schweiz finanziert und begleitet. Die Befragung wurde vom Schweizer Befragungsinstitut Demo SCOPE AG durchgeführt. Sie erfolgte in der Zeit vom 21.10.2024 bis zum 17.12.2024. Es konnten insgesamt 1455 Personen in drei Sprachregionen der Schweiz (Deutschschweiz: 1056; Romandie: 324; Tessin: 75) vollständig befragt werden.

Von den 1455 befragten Personen wurden 722 online erreicht, weitere 231 telefonisch und 502 postalisch. Es konnte gemittelt auf alle drei Methoden eine Rücklaufquote (Netto-Ausschöpfung) von 19 % realisiert werden.

### 3.4 Merkmale der realisierten Stichprobe

Ausgewählte Merkmale der realisierten Stichprobe (ungewichtete und gewichtete Daten) können der Tabelle 1 entnommen werden. Die Gewichtung erfolgte durch die Demo SCOPE AG gemäss offizieller Verteilungen nach Altersgruppen (65–69, 70–74, 75–79, 80+), Geschlecht (Mann/Frau) und Sprachregion (Deutschschweiz, Westschweiz und Tessin).

| Merkmale                 |                               | Anzahl | Prozente | Prozente nach Gewichtung |
|--------------------------|-------------------------------|--------|----------|--------------------------|
| <i>Stichprobe gesamt</i> |                               | 1455   | 100.0    | 100.0                    |
| <b>Geschlecht</b>        | Frau                          | 592    | 41.0     | 53.6                     |
|                          | Mann                          | 853    | 59.0     | 46.4                     |
|                          | Keine Angabe                  | 10     |          |                          |
| <b>Altersgruppen</b>     | 65–74 Jahre                   | 646    | 45.6     | 51.0                     |
|                          | 75–84 Jahre                   | 603    | 42.5     | 36.5                     |
|                          | 85+                           | 169    | 11.9     | 12.5                     |
|                          | Keine Angabe                  | 37     |          |                          |
| <b>Sprachregion</b>      | Deutsch                       | 1056   | 72.6     | 72.6                     |
|                          | Französisch                   | 324    | 22.3     | 22.2                     |
|                          | Italienisch                   | 75     | 5.2      | 5.2                      |
| <b>Haushaltsform</b>     | Privathaushalt                | 1432   | 99.1     | 99.0                     |
|                          | Alters-/Pflegeeinrichtung     | 13     | 0.9      | 1.0                      |
|                          | Keine Angabe                  | 10     |          |                          |
| <b>Alleinlebend</b>      | Alleinlebend                  | 501    | 35.6     | 40.9                     |
|                          | Nicht alleinlebend            | 907    | 64.4     | 59.1                     |
|                          | Keine Angabe                  |        |          |                          |
| <b>Wohnregion</b>        | Städtisch                     | 939    | 64.5     | 65.3                     |
|                          | Intermediär                   | 309    | 21.2     | 20.9                     |
|                          | Ländlich                      | 207    | 14.2     | 13.8                     |
| <b>Bildung</b>           | Obligatorische Schulbildung   | 111    | 7.8      | 8.3                      |
|                          | Sekundarstufe 2 und Tertiär 1 | 1006   | 71.0     | 72.2                     |
|                          | Tertiärstufe 2                | 300    | 21.2     | 19.5                     |
|                          | Keine Angabe                  | 38     |          |                          |

Tabelle 1: Merkmale der Stichprobe

Mit 59 % befragten Männern und 41 % interviewten Frauen sind Männer in der erreichten Stichprobe übervertreten. Dies entspricht beim vorliegenden Thema den Erwartungen, da Männer im Allgemeinen etwas technikinteressierter als Frauen in dieser Altersgruppe sind (Seifert et al., 2020). Die Altersverteilung weist im Vergleich zur Bevölkerungsstatistik eine leichte Übervertretung der Altersgruppe 75 bis 84 Jahre und somit eine entsprechende geringe Untervertretung der 65–74-Jährigen sowie der Gruppe ab 80 Jahren auf. Mit 169 Personen ab 85 Jahren konnte aber auch die älteste Gruppe gut erreicht werden. In der vorliegenden Stichprobe sind die jüngsten Personen entsprechend der definierten Grundpopulation 65 Jahre alt, die älteste befragte Person ist 96 Jahre alt. Im Durchschnitt sind die befragten Personen 75.5 Jahre alt (Frauen 75.8, Männer 75.3).

Gesundheitliche Probleme und die Untervertretung von Personen in Kollektivhaushalten im Adressverzeichnis dürften dafür verantwortlich sein, dass Bewohnende von Alters- und Pflegeeinrichtungen in der Stichprobe seltener als in der Grundgesamtheit vertreten sind. Eine Auswertung zu Personen in Kollektivhaushalten ist daher nicht möglich. Bei Befragungen ist generell mit einer Übervertretung höherer Bildungsschichten zu rechnen. Bei einem «technischen» Thema erhöht sich diese Wahrscheinlichkeit zusätzlich. Personen ohne eine Berufs- oder weiterführende Ausbildung sind in der Stichprobe geringer vertreten, als in der Stichprobe zu erwarten wäre. Demgegenüber wurden mehr Personen befragt, die den höchsten Bildungsabschluss (Tertiärstufe) vorweisen konnten.

## 4 Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der aktuellen Befragungsstudie vorgestellt. Die hier dargelegten Ergebnisse beziehen sich, sofern es nicht anders gekennzeichnet, auf gewichtete Daten. Wo möglich wurden auch Vergleiche zu den Vorjahren (bisherige Befragungen aus der Studienreihe) sowie Kontextualisierungen mit Forschungsergebnissen anderer Studien vorgenommen.

### 4.1 Allgemeine Einstellung zur Technik und Digitalisierung

Bereits mit der Einstiegsfrage im Fragebogen «Welches Gerät/Medium nutzen Sie am liebsten, um sich über aktuelle Nachrichten zu informieren?» konnte sichtbar gemacht werden, dass moderne Technik wie ein Smartphone den Alltag der älteren Bevölkerung prägt. Schon diese Frage weist auf ein heterogenes Nutzungsverhalten der Gruppe der über 65-Jährigen hin. So nutzt zwar die Mehrheit der Personen ab 65 Jahren den Fernseher als wichtigste und erste Quelle für das Abrufen aktueller Nachrichten, gefolgt von den gedruckten Tages-/Wochenzeitungen und Zeitschriften, aber auch 18 % greifen zuerst zu ihrem Smartphone. Einige Befragte, genauer 15 %, verwenden hierfür das Radio. Das Tablet oder den stationären Computer nutzen die befragten Personen für die News-Suche am seltensten (Abb. 1). Auch wenn der Fernseher zuerst angestellt wird, kommt die Nutzung der digitalen Möglichkeiten (Smartphone, Tablet und Computer) zusammengerechnet auf 33 % und damit auf eine höhere Nutzungsgruppe als der Fernseher mit 30 % allein.

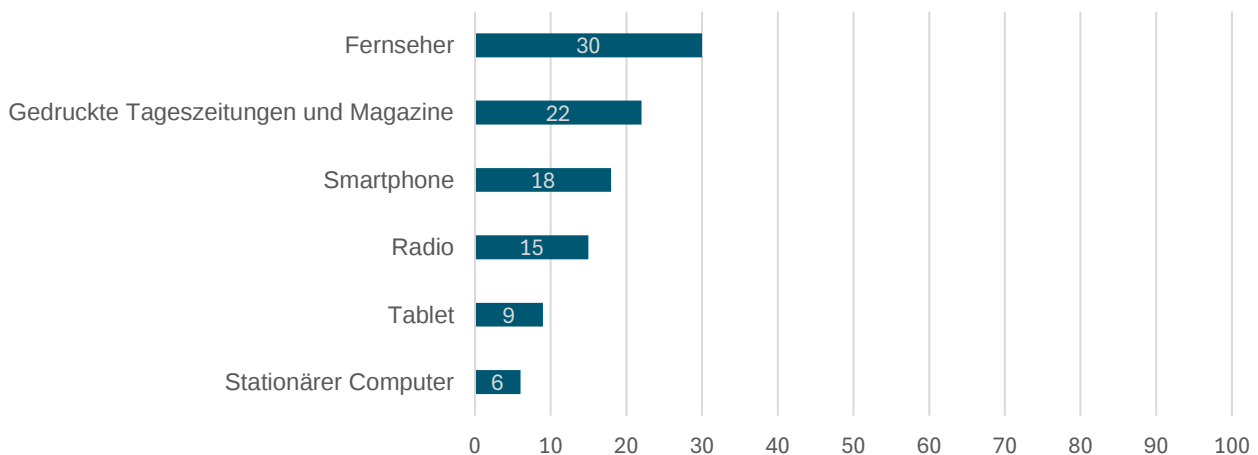


Abbildung 1: Präferiertes Gerät/Medium zur Suche nach aktuellen Nachrichten (sortiert nach Häufigkeit)

Bevor die befragten Personen zu spezifischen Anwendungen und ihrem damit verbundenen Nutzungsverhalten interviewt wurden, wurde im Fragebogen eingangs die grundlegende Einstellung zur Technik und Digitalisierung im Alltag abgefragt. Die Einstellung zur Technik im Allgemeinen beeinflusst auch die Nutzungswahrscheinlichkeit spezifischer Techniken wie zum Beispiel von IKT (Chen & Chan, 2014). Gerade älteren Menschen wird in der öffentlichen Wahrnehmung – oft zu Unrecht – zugeschrieben, dass sie sich weniger für moderne Technik oder digitale Anwendungen wie eine News-App auf einem Smartphone interessieren beziehungsweise eine negativere Einstellung zur Technik hätten, ihnen die Bedienung schwerfalle oder sie den Nutzen einer solchen Anwendung nicht sehen und diese deshalb weniger oder gar nicht nutzen würden (Schmidt & Wahl, 2023; Seifert & Cotten, 2021).

Um die Einstellung zur Technik und zunehmenden Digitalisierung im Alltag in der aktuellen Befragung zu erheben, wurden den befragten Personen acht Aussagen vorgelegt, und sie hatten die Möglichkeit, diese als eher zutreffend oder nicht zutreffend (1 «trifft gar nicht zu» bis 5 «trifft völlig zu») zu bewerten (Abb. 2).

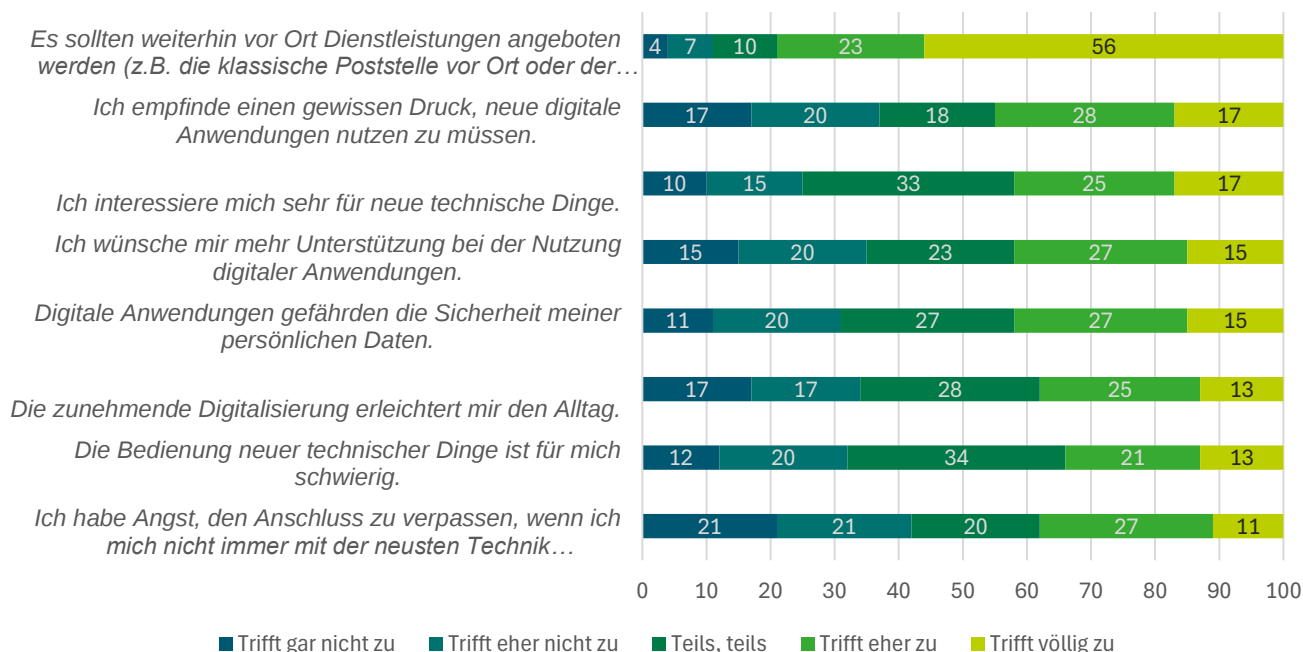


Abbildung 2: Allgemeine Aussagen zur Technik und -nutzung (sortiert nach «trifft völlig zu»)

Die vorher angesprochene Heterogenität der Zielgruppe der 65-Jährigen und Älteren kann anhand der Aussage «Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge» gut gezeigt werden: So gaben zwar zusammengeordnet 42 % der Befragten an, dass diese Äusserung für sie eher beziehungsweise völlig zutrifft, aber 33 % stimmten dieser Aussage auch nur «teils, teils» zu und weitere 25 % interessieren sich nur wenig für neue technische Dinge. Personen im Alter von 65 bis 74 Jahren interessieren sich mehr für technische Dinge als Personen ab 85 Jahren (T-Test:  $t(891) = 8.7, p < .001$ ). Dennoch ist das Technikinteresse in der Altersgruppe der 65-Jährigen und Älteren nicht allein durch das Alter erklärbar. So ergeben sich bei dieser Aussage statistisch signifikante Unterschiede ( $t(1428) = 11.0, p < .001$ ) hinsichtlich des Geschlechts. So interessieren sich Männer eher als Frauen für neue technische Dinge. Auch hinsichtlich des Bildungsstands (Pearson Korrelation:  $r = .249, p < .001$ ) und der subjektiven Einschätzung der eigenen finanziellen Lage ( $r = .138, p < .001$ ) ergeben sich entsprechende statistisch signifikante Zusammenhänge, die andeuten, dass sich Personen mit einem höheren Bildungsstand und einer höheren Zufriedenheit mit ihrem monatlich zur Verfügung stehenden Einkommen eher für technische Neuerungen interessieren.

Im Gegensatz zum Interesse an neuen technischen Dingen steht die Einschätzung, inwieweit den Befragten die Bedienung dieser Geräte schwerfällt. Bei 34 % der Befragten trifft dies eher beziehungsweise völlig zu, bei 32 % jedoch gar nicht. Auch hier zeigen sich Unterschiede in Bezug auf die Personenmerkmale. Den über 85-Jährigen fällt die Bedienung schwerer als den Angehörigen der jüngeren Altersgruppen und Frauen schätzen die Bedienung von Technik als aufwendiger ein als Männer. Hinsichtlich der Aspekte Bildung und Einkommen zeigen sich ähnliche Zusammenhänge wie bei der ersten Aussage zur Einstellung zur Technik. Personen mit einem höheren Bildungsstand/Einkommen lehnten die Aussage eher ab. Die Personen, die angegeben haben, dass ihnen die Bedienung von neuen technischen Dingen eher schwerfalle, gehören auch eher zu jenen Personen, welche die Aussage «Ich wünsche mir mehr Unterstützung bei der Nutzung digitaler Anwendungen» ( $r = .326, p < .001$ ) befürworten. Mit den zwei ersten Aussagen «Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge» und «Die Bedienung neuer technischer Dinge ist für mich schwierig» kann auch ein Vergleich zwischen den vier Befragungsstudien («Digital Seniors» von 2010 bis 2025) vorgelegt werden (Tab. 2). Dieser zeigt, dass die Einstellungen zur Technik stabil geblieben sind, wenn auch hinsichtlich des Technikinteresses ein kleiner Anstieg und den Bedienungsschwierigkeiten eine leichte Abnahme zu verzeichnen ist.

| Einstellungsfragen                                                  | 2010 | 2015 | 2020 | 2025 |
|---------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|
| <i>Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge</i>         | 3.08 | 2.96 | 3.16 | 3.31 |
| <i>Die Bedienung neuer technischer Dinge ist für mich schwierig</i> | +    | 3.23 | 3.08 | 3.01 |

**Tabelle 2: Vergleich der Einstellungen zur Technik im Jahresvergleich**

Anmerkungen: abgebildet sind Mittelwerte (1 «trifft gar nicht zu» bis 5 «trifft völlig zu»); \*nicht mit derselben Skala gemessen.

Mit den höchsten Zustimmungswerten innerhalb der aktuellen Befragung wurde die Aussage «Es sollten weiterhin vor Ort Dienstleistungen angeboten werden (zum Beispiel klassische Poststellen oder der Bank-Schalter vor Ort)» von allen acht Aussagen bewertet. Allein 56 % der Befragten bewerteten diese Aussage als «völlig zutreffend» und weitere 23 % als «eher» zutreffend. Somit wünscht sich die deutliche Mehrheit (79 %) der älteren Personen eine zu den digitalen Angeboten parallele Beibehaltung klassischer Vor-Ort-Angebote; sei dies zum Beispiel die Ansprechperson in der Bankfiliale oder der Ticketkauf am Schalter/Ticketautomaten. Bei den Personen ab 85 Jahren ist die Zustimmung (trifft eher beziehungsweise völlig zu) mit 89 % sogar noch höher als bei den 65–74-Jährigen mit 74 % Zustimmung. Bei Personen, die das Internet nicht nutzen, erreicht die Zustimmung 92% im Vergleich zu 78 % zu Personen, die das Internet nutzen. Somit wünschen sich vorwiegend Personen, welche die digitalen Zugänge selbst weniger nutzen, dass alternative Zugänge zu Informationen und Dienstleistungen erhalten bleiben. Da es aber nicht nur Personen sind, die das Internet nicht nutzen, scheint der Wunsch nach klassischen Zugängen (zuweilen parallel zu digitalen Zugängen) bei der älteren Bevölkerung gesamthaft vorhanden zu sein.

Deutlich weniger Zustimmung erfährt die Aussage «Ich empfinde einen gewissen Druck, neue digitale Anwendungen nutzen zu müssen». Auch wenn hier 45 % der Befragten eher beziehungsweise völlig zustimmen, landet diese Äusserung nur auf Platz 2 aller acht Aussagen. Und auch wenn 37 % der befragten Personen dieser Aussage eher oder gar nicht zustimmen, wird dennoch deutlich, dass viele ältere Menschen heutzutage einen gewissen Druck erleben, up to date sein zu müssen, wenn es um neue technische Dinge und digitale Anwendungen geht. Diesen Druck nehmen besonders Personen ab 85 Jahren wahr; hier stimmten 50 % der Befragten eher beziehungsweise völlig zu, während es bei den 65–74-Jährigen nur 40 % waren. Auch berichteten Frauen (47 %) etwas häufiger von diesem Druck als Männer (43 %).

Neben dem Druck, sich mit der neusten Technik auseinandersetzen zu müssen, stimmten 38 % der befragten Personen auch der Aussage «Ich habe Angst, den Anschluss zu verpassen, wenn ich mich nicht immer mit der neusten Technik auseinandersetze» eher beziehungsweise völlig zu. Dies sind zwar deutlich weniger Personen im Gegensatz zu jenen Personen, die einen Druck, die neuste Technik nutzen zu müssen, erleben, aber dennoch handelt es sich um einen nicht zu vernachlässigenden Anteil von Menschen ab 65 Jahren, die bereits jetzt Angst haben, den Anschluss an die schnelllebige und digital dominierte Alltagswelt zu verlieren. Unter jenen, die diese Angst verspüren, finden sich mehr Frauen: 41 % der Frauen und 34 % der Männer stimmten der entsprechenden Aussage eher beziehungsweise völlig zu. Interessanterweise ergeben sich zwischen den 85-Jährigen und Älteren sowie den 65–74-Jährigen zwar auch Unterschiede (30 % der über 85-Jährigen und 41 % der 65–74-Jährigen stimmten der Äusserung eher beziehungsweise völlig zu), aber anders als vielleicht erwartet. So erleben nicht die Ältesten unter den Befragten diese Ängste, sondern vor allem die 65–74-Jährigen, also jene, denen die Nutzung von neuen technischen Dingen eigentlich leichter fällt (siehe oben). Daher kann vermutet werden, dass die 85-Jährigen und Älteren vielleicht weniger auf die neuste Technik angewiesen sind (zum Beispiel da sie klassische Zugänge wie Print-Medien nutzen) und dem «Up-to-date-sein»-Gefühl weniger hinterherjagen müssen, als es bei den jüngeren Personen in der Altersgruppe der über 65-Jährigen der Fall ist.

Die zunehmende Digitalisierung wird aber nicht nur negativ gesehen, sondern auch positiv wahrgenommen. So bewerteten 38 % der befragten Personen die Aussage «Die zunehmende Digitalisierung erleichtert mir den Alltag» als eher beziehungsweise völlig zutreffend. Personen im Alter zwischen 65 und 74 Jahren stimmten diese Aussage deutlich häufiger zu als Personen ab 85 Jahren (47 % zu 19 %). Hinzukommend erleben Männer die zunehmende Digitalisierung eher als Alltagserleichterung als Frauen (45 % zu 32 %). Konkrete Schwierigkeiten erleben die befragten Personen bei der Anwendung digitaler Techniken beim Thema «Sicherheit». So bewerteten 42 % die Aussage «Digitale Anwendungen gefährden die Sicherheit meiner persönlichen Daten» als eher beziehungsweise völlig zutreffend; bezüglich des Geschlechts zeigen sich hier zwar keine Unterschiede, im Hinblick auf das Alter aber schon: Auch hier haben wieder mehr Personen im Alter von 65–74 Jahren als Personen ab 85 Jahren die grösseren Befürchtungen (43 % zu 39 %).

## 4.2 Digitale Kompetenzen und Vertrautheit mit Begriffen digitaler Anwendungen

### 4.2.1 Digitale Kompetenz

Erstmals wurde in der Studienreihe die Kompetenz, digitale Anwendungen nutzen zu können, die sogenannte digitale Kompetenz, mithilfe eines auf Grundlage des «European Digital Competence Framework for Citizens» (European Commission, 2016) vorliegenden Instruments aus der DigCompSAT-Studie (Clifford et al., 2020) gemessen (wobei die Übersetzung von Stürz et al. (2023) verwendet wurde). In Anlehnung an Weinhold et al. (2023) wurde das Instrument für die vorliegende Studie auf zehn Items gekürzt. Aus diesen zehn Items (unter anderem «Ich weiss, wie ich mich online je nach Situation richtig verhalte», «Ich weiss, dass manche Informationen im Internet falsch sind», «Ich weiss, welche Wörter ich verwenden muss, um schnell zu finden, wonach ich suche (zum Beispiel im Internet oder in einem Dokument)» oder «Ich weiss, wie ich digitale Textdokumente erstelle und bearbeite») wurde ein Score der digitalen Kompetenz berechnet, der von 0 (gar keine Kompetenz) bis 100 (vollständige Kompetenz) reicht.

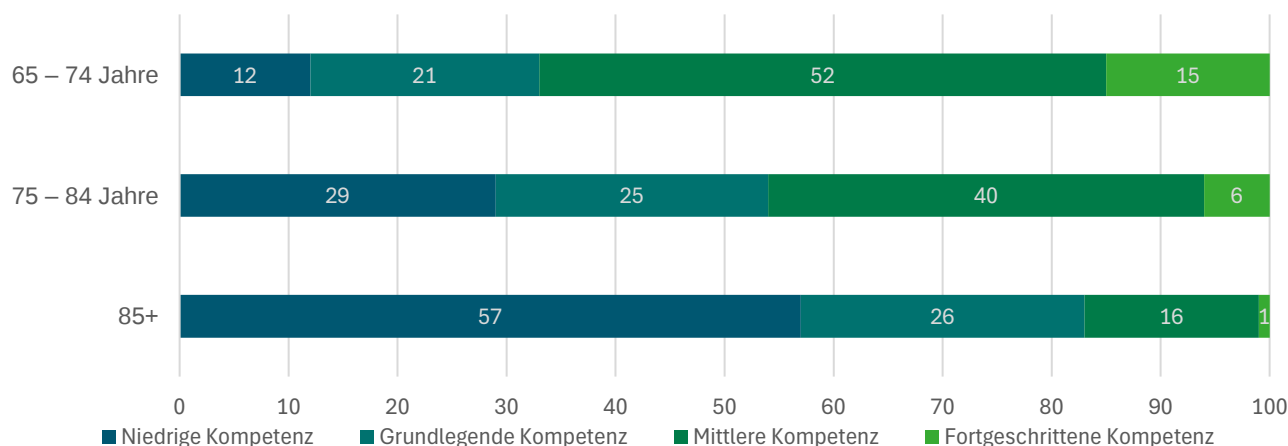


Abbildung 3: Durchschnittliche digitale Kompetenzen (gruppiert nach Altersgruppen)

Über alle befragten Personen ergibt sich ein Durchschnitt der digitalen Kompetenz von 48; wobei dieser zwischen Frauen und Männern (Frauen: 42 und Männer: 54), Bildungsabschluss (obligatorische Schule: 23; Sekundar- bis Tertiärstufe 1: 47 und Tertiärstufe 2 (Universität, Fachhochschule): 61) sowie den Altersgruppen (siehe Abb. 3) unterschiedlich ausfällt. Wird der Score in die von den Entwicklerinnen und Entwicklern des Erhebungsinstruments vorgesehenen vier Gruppen inhaltlich eingeteilt, ergibt sich folgendes Bild für die Personen ab 65 Jahren: 23 % weisen eine «niedrige» Kompetenz auf, 23 % eine «grundlegende», 44 % eine «mittlere» und 10 % eine «fortgeschrittene» Kompetenz. Werden diese Werte mit den Daten der Gesamtbevölkerung national und international (wobei bei der vorliegenden «Digital Seniors»-Erhebung eine leicht angepasste und auf zehn Items reduzierte Skala verwendet wurde) verglichen (BFS, 2025a; Stürz et al., 2023), so zeigt sich, dass gerade die 65–74-Jährigen über ähnlich hohe Kompetenzen wie die Gesamtbevölkerung verfügt, dass sich dies aber mit zunehmendem Alter deutlich verringert. Abbildung 3 zeigt, dass gerade Personen ab 85 Jahren die wenigsten digitalen Kompetenzen aufweisen. Auf der anderen Seite zeigt dies jedoch auch, dass gerade die 65- bis 74-Jährigen über sehr hohe Kompetenzen verfügen beziehungsweise immerhin 88 % von ihnen Grundkenntnisse oder höher haben.

Um nun die Einflussfaktoren auf die digitale Kompetenz zu analysieren beziehungsweise eruieren zu können, welche Personengruppe eine hohe digitale Kompetenz aufweist, wurde eine binär-logistische Regressionsanalyse gerechnet (Tab. 3). Die abhängige Variable ist die Gruppeneinteilung zu hoher digitaler Kompetenz («mittlere» und «fortgeschrittene») oder niedriger digitaler Kompetenz («niedrige» und «grundlegende»). Als unabhängige Variablen wurden sozioökonomische Merkmale berücksichtigt. Mit dem vorliegenden signifikanten Regressionsmodell können 30 % der Varianz durch die unabhängigen Variablen erklärt werden. Die abgebildeten Odds-Ratio-Werte geben die Stärke des gerichteten Zusammenhangs der einzelnen unabhängigen Variablen mit der abhängigen Variable an – unter Berücksichtigung aller anderen einbezogenen Variablen.

| Merkmale                                                     |                                                                   | OR     | p      |
|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|--------|--------|
| <b>Geschlecht</b>                                            | Frau (ref. Mann)                                                  | .553   | < .001 |
|                                                              |                                                                   |        |        |
| <b>Altersgruppen</b>                                         | 65–74 Jahre (ref. 85+)                                            | 10.467 | < .001 |
|                                                              | 75–84 Jahre (ref. 85+)                                            | 4.422  | < .001 |
| <b>Sprachregion</b>                                          | Französisch (ref. deutsch)                                        | .823   | .226   |
|                                                              | Italienisch (ref. deutsch)                                        | .699   | .225   |
| <b>Staatsangehörigkeit</b>                                   | Schweiz (ref. andere Staatsangehörigkeit)                         | 1.139  | .695   |
| <b>Alleinlebens</b>                                          | Nicht alleinlebens (ref. alleinlebens)                            | 1.295  | .085   |
| <b>Wohnregion</b>                                            | Städtisch (ref. ländlich)                                         | 1.516  | .025   |
|                                                              | Intermediär (ref. ländlich)                                       | 1.418  | .110   |
| <b>Bildung</b>                                               | Sekundarstufe und Tertiär 1 (ref. obligatorische Schule)          | 6.134  | < .001 |
|                                                              | Tertiär 2 (ref. obligatorische Schule)                            | 20.698 | < .001 |
| <b>Zurechtkommen mit dem Einkommen</b>                       | Eher einfach (ref. eher schwierig bis sehr schwierig)             | 1.257  | .193   |
|                                                              | Einfach bis sehr einfach (ref. eher schwierig bis sehr schwierig) | 2.013  | < .001 |
| <i>Modellgüte:</i>                                           |                                                                   |        |        |
| Nagelkerkes R2: .301; Chi-Quadrat: 330.22; p: <.001; N: 1297 |                                                                   |        |        |

**Tabelle 3: Regressionsanalyse mit digitaler Kompetenz**

Anmerkungen: binär-logistische Regressionsanalyse; abgebildet sind standardisierte Koeffizienten (OR = Odds Ratio). Abhängige Variable: hohe digitale Kompetenz = 1; niedrige digitale Kompetenz = 0.

Statistisch signifikante Einflüsse auf die digitale Kompetenz haben das Geschlecht, das Alter, die Bildung, die Zufriedenheit mit dem Einkommen und der direkte Vergleich zwischen städtischem und ländlichem Wohnen. Auf das Alter bezogen bedeuten die Werte (Odds Ratio), dass die jüngste (65–74 Jahre) und die mittlere (75–84 Jahre) Altersgruppe jeweils im Vergleich zur ältesten Altersgruppe (85+) eine höhere Chance besitzen, über eine hohe digitale Kompetenz zu verfügen. Auch Männer gehören eher – unter Kontrolle aller anderen herangezogenen unabhängigen Variablen – zu jenen, die eine hohe digitale Kompetenz aufweisen. Für die Bildung bedeuten diese Werte, dass Personen mit einer höheren Bildung der Wahrscheinlichkeit nach eher eine grössere digitale Kompetenz besitzen. Für die Wohnregion kann nur der direkte Unterschied zwischen städtischem und ländlichem Wohnen als statistisch signifikant bewertet werden. Inhaltlich bedeutet dies, dass Personen aus dem urbanen Raum eine grössere Chance haben, eine höhere digitale Kompetenz zu besitzen, als Personen im ländlichen Raum. In Bezug auf das Einkommen ist auch nur der extreme Vergleich zwischen Personen, die eher schwer bis sehr schwer mit ihrem monatlichen Einkommen zurechtkommen, und Personen, die eher bis sehr leicht mit ihrem Einkommen zurechtkommen, signifikant. Inhaltlich bedeutet dies, dass Personen mit einem guten Einkommen auch eher digitale Kompetenzen vorweisen als Personen, die mit ihrem Einkommen unzufrieden sind.

#### 4.2.2 Vertrautheit mit Begriffen zur Digitalisierung

Neben der digitalen Kompetenz wurde in der Befragung auch die Vertrautheit mit heutigen Begriffen aus dem Bereich der Digitalisierung abgefragt, um zu erfahren, welche diesbezüglichen Kenntnisse bei den befragten Personen vorhanden sind und ob sie die hinter diesen Begriffen liegenden Anwendungen vielleicht schon genutzt haben. Basierend auf dem Grundkonzept der «Web Skills»-Skala von Hargittai und Hsieh (2012) wurden folgende sechs Begriffe vorgelegt, die anhand einer subjektiven Einstufung von 1 «gar keine Kenntnisse» bis 5 «vollständige Kenntnisse» bewertet werden konnten: «PDF», «Cookies», «KI (künstliche Intelligenz)», «Zwei-Faktor-Authentisierung (kurz 2FA)», «Cache» und «ChatGPT».

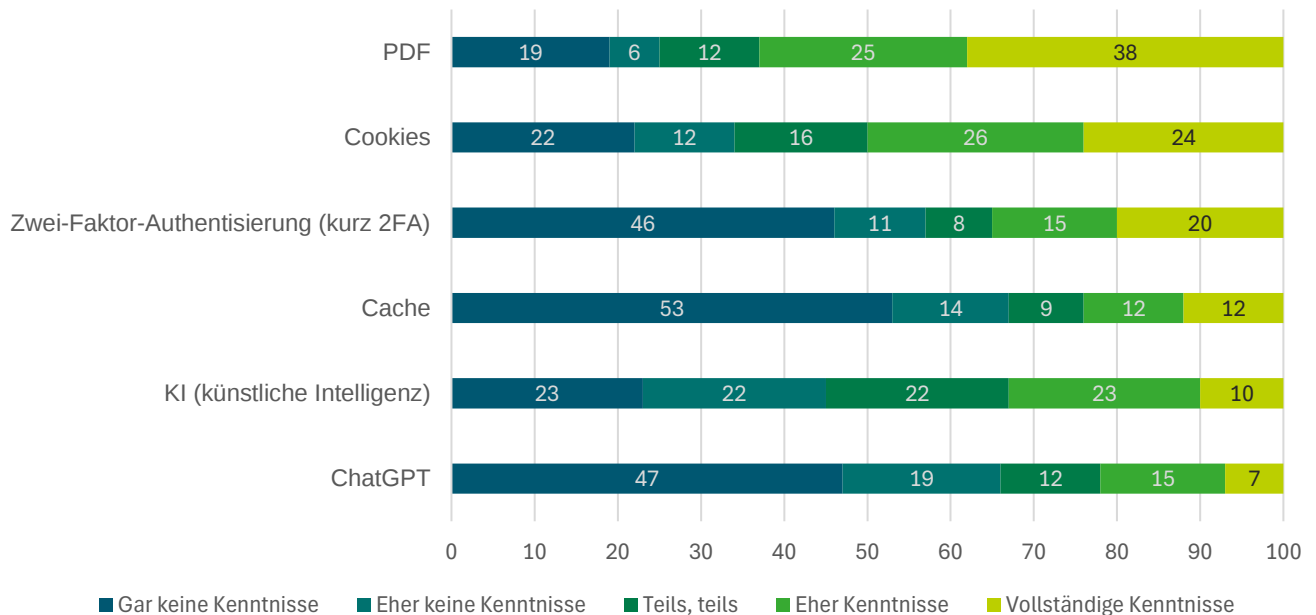


Abbildung 4: Vertrautheit mit Begriffen aus der Digitalisierung (sortiert nach «vollständige Kenntnisse»)

Am meisten vertraut sind die befragten Personen mit dem Begriff «PDF», gefolgt vom Begriff «Cookies» (Abb. 4). Die Begriffe «PDF» und «Cookies» sind auch die Begriffe, die bereits eine gewisse Zeit im Umlauf sind und daher einer breiteren Bevölkerungsgruppe bekannt sind. Die Zwei-Faktor-Authentisierung kennen zwar 35 % der befragten Personen eher oder sehr gut, jedoch geben auch 57 % von ihnen an, dass sie damit eher beziehungsweise gar nichts anfangen können. Eine ähnliche Spaltung ist auch bei den Begriffen «Cache» und «ChatGPT» zu finden; hier gibt es zwar einen gewissen Anteil von Personen, die mit diesen Begriffen etwas anfangen können, aber der grösste Teil der Befragten (jeweils über 65 %) kann damit eher beziehungsweise gar nichts anfangen. Dahingegen wird der Begriff «KI (künstliche Intelligenz)» etwas differenzierter bewertet, das heisst, dass es hier Sowohl-als-auch-Kenntnisstände gibt und ein Teil der befragten Personen genau in der Mitte liegt und sich nicht eindeutig entscheiden kann.

Aus den Kenntnisständen zu allen sechs Begriffen kann ein Summenscore (6–30) erstellt werden, der alle Einzelbewertungen aufaddiert. Im Durchschnitt weisen die befragten Personen einen Score von 16.3 auf; Frauen haben einen Mittelwert von 14.6 und Männer einen statistisch signifikant ( $t(1293) = 8.8, p < .001$ ) höheren Mittelwert von 18.1. Jedoch kann hier nicht ausgeschlossen werden, dass Männer sich in der Selbstwahrnehmung grundsätzlich als kompetenter im Umgang mit technischen Dingen einschätzen als Frauen, die eher etwas zurückhaltender sind (Casillas et al., 2017). Auch hinsichtlich der Altersgruppen ergeben sich statistisch signifikante Unterschiede ( $t(814) = 14.4, p < .001$ ), die aufzeigen, dass Personen ab 85 Jahren weniger über die vorgelegten Begriffe wissen als Personen im Alter von 65–74 Jahren (Mittelwerte: 10.3 zu 18.6). Zwischen der digitalen Kompetenz und den Kenntnisständen der sechs technischen Begriffe ergibt sich eine starke Korrelation ( $r = .821, p < .001$ ), die aufzeigt, dass digital kompetente Personen meist auch gut über die vorgelegten Begriffe Bescheid wissen.

### 4.3 Technische Schwierigkeiten im Alltag

In der Folge betrachten wir die Häufigkeit der erlebten Schwierigkeiten in der Nutzung bei den Personen ab 65 Jahren genauer. Hierzu wurde folgende Aussage vorgelegt: «Bitte geben Sie an, wie häufig Sie Schwierigkeiten bei der Benutzung moderner Technik (zum Beispiel Smartphone, Internet, Selbst-Scanner-Kassen) haben (zum Beispiel technische Probleme, Sicherheitsbedenken oder zu komplizierte Benutzung)». Bei dieser globalen Frage gaben 47 % der Personen an, dass sie gar keine beziehungsweise eher wenige Schwierigkeiten erleben. Dahingegen erfahren 19 % von ihnen solche Schwierigkeiten eher beziehungsweise sehr häufig. Im Hinblick auf die Altersgruppen zeigt sich, dass Personen ab 85 Jahren hier häufiger Schwierigkeiten haben als Angehörige der jüngsten Altersgruppe (65–74 Jahre) (Abb. 5).

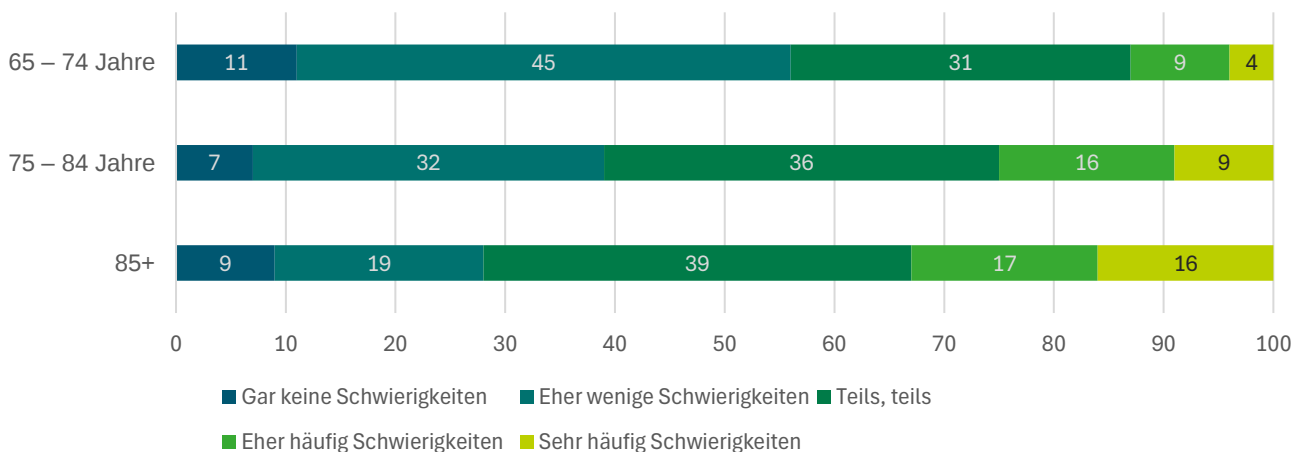


Abbildung 5: Erleben von Schwierigkeiten bei der Nutzung von moderner Technik nach Altersgruppen

Bei der Frage nach den konkreten Problemen erklärten die befragten Personen, die vorher «teils, teils», «eher» oder «sehr häufig» in Bezug auf die Schwierigkeiten angegeben hatten, dass die Technik plötzlich nicht mehr so funktioniert habe, wie sie es sollte, dass sie nicht logisch gewesen sei, dass Anleitungen unzureichend präzise oder die Erklärungen (meist englischsprachig und sehr technisch) nicht verständlich gewesen seien. Aber es wurde auch davon berichtet, dass man selbst zu ungeduldig sei, wenn mal wieder etwas nicht gelinge, oder dass man das Gefühl habe, dass die Bedienung zu aufwendig sei und man zum Beispiel nicht verstehe, warum ein Passwort wieder und wieder verlangt würde.

## 4.4 Alltagstechnik im Haushalt

### 4.4.1 Ausstattung mit Informations- und Kommunikationstechnik

Auch in der aktuellen Befragungsstudie wurden klassische und modernere IKT, die im Haushalt und auch unterwegs genutzt werden können, abgefragt. Auch in dieser Befragung nimmt der Fernseher – mit 87 % täglichem Nutzungsanteil – die erste Position in der nach Häufigkeit sortierten Liste ein (Abb. 6). Danach wird das Smartphone (75 %) und das Radio (74 %) von vielen fast täglich genutzt. Nachrangiger werden der stationäre Computer, das Notebook oder das Tablet täglich – wenn vorhanden – verwendet. Auch wenn noch viele der befragten Personen ein Festnetztelefon besitzen, so nutzen es die meisten von ihnen nicht täglich, sondern eher seltener als ihr Smartphone, sofern sie eines haben. Auf dem letzten Platz rangiert das «nicht smarte» normale Mobiltelefon mit physischen Tasten – also ohne Touchscreen wie beim Smartphone.

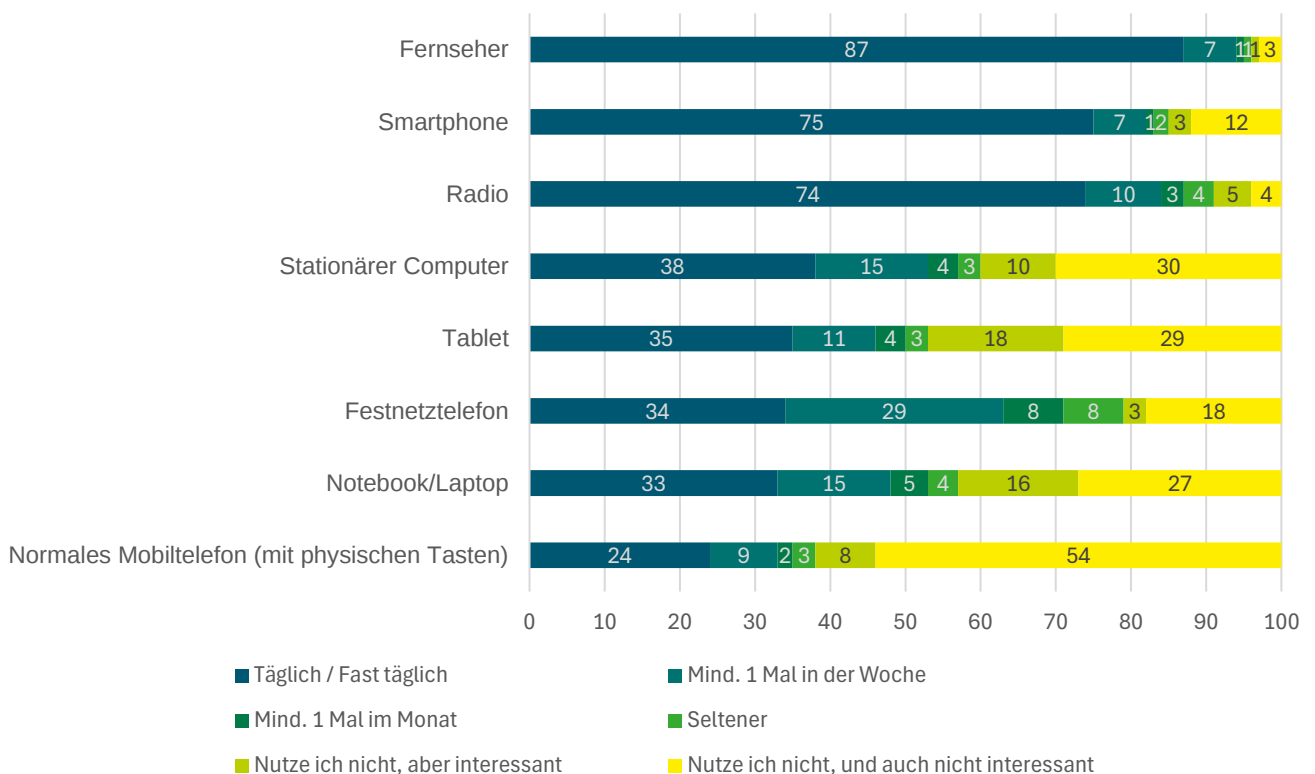


Abbildung 6: Intensität der Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (sortiert nach «täglich/fast täglich»)

Der Besitz von IKT hängt auch stark vom Alter ab (Seifert & Cotten, 2021), weshalb es Sinn macht, sich einmal die Verteilung der Nutzung von IKT nach Altersgruppen aufgeteilt anzuschauen (Abb. 7). Es wird deutlich, dass auch in der aktuellen Befragung klassische Geräte wie der Fernseher und das Radio zwar von den Angehörigen aller Altersgruppen häufig besessen und fast täglich genutzt werden, dass aber die 65–74-Jährigen deutlich häufiger ein Smartphone oder Tablet besitzen als die 85-Jährigen und Älteren. Bei der ältesten Altersgruppe (85+) sind es dafür das Festnetztelefon und das normale Mobiltelefon (kein Smartphone), die im Vergleich mit den jüngeren Altersgruppen häufiger genutzt werden.

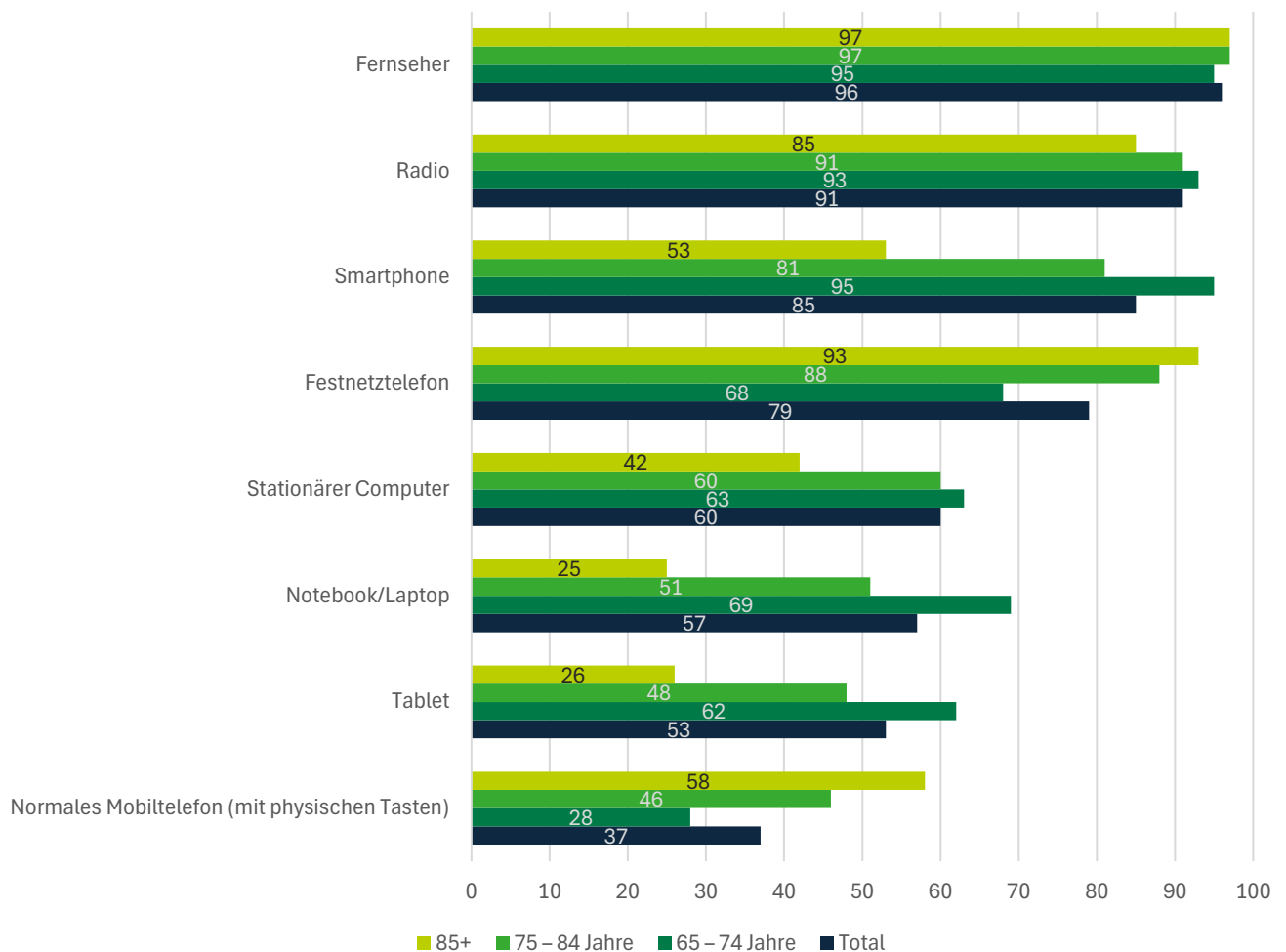


Abbildung 7: Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien; gruppiert nach Altersgruppen

Der Vergleich mit den vorhergehenden Befragungen zeigt, dass seit den ersten Befragungen eine enorme Entwicklung bei der Smartphone- und Tablet-Nutzung zu beobachten ist. So haben sich zum Beispiel die Werte für die Smartphone-Nutzung seit 2015 mehr als verdoppelt (2015: 32 % zu 2025: 85 %). Gerade am Beispiel Smartphone wird erkennbar, dass das herkömmliche Mobiltelefon (mit physischen Tasten) dem Smartphone gewichen ist und nun auch innerhalb der älteren Bevölkerung mehrheitlich genutzt wird (Abb. 8). Dafür ist die Nutzung des Fernsehers über die Befragungsjahre hinweg sehr stabil geblieben. Der Fernseher war und bleibt in den Haushalten vorhanden und zählt damit auch zu einer wichtigen Informationsquelle in den Haushalten der 65-Jährigen und Älteren. Rückgängig ist dafür die Nutzung des Festnetztelefons.

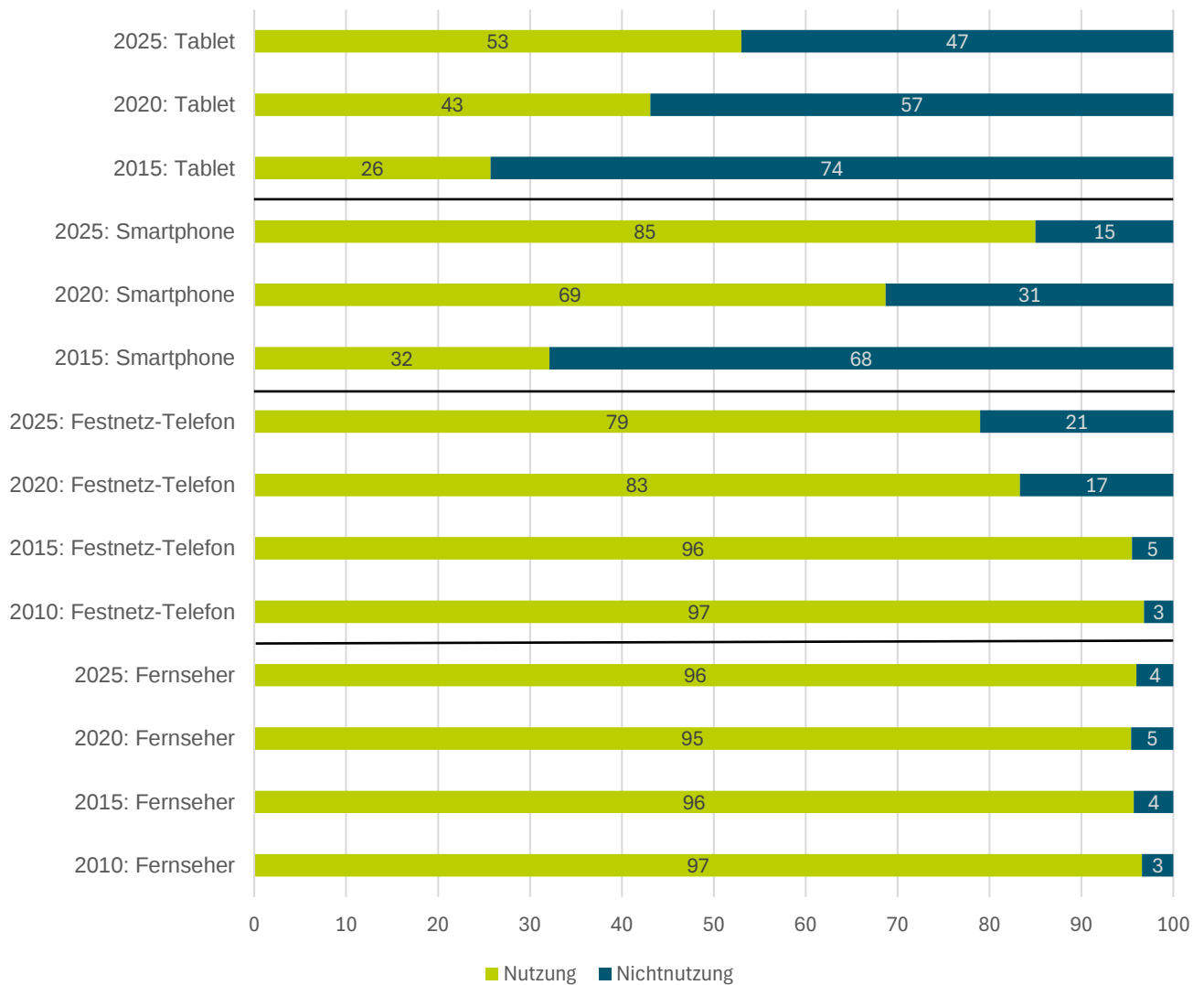


Abbildung 8: Jahresvergleich ausgewählter Informations- und Kommunikationstechnik (nur vergleichbare Daten)

#### 4.4.2 Gesundheitstechnologien, Wearables und smarte Haustechnik

Neben den oben genannten IKT haben in den letzten Jahren auch weitere Technologien Einzug in die Haushalte der älteren Bevölkerung gehalten, so zum Beispiel Wearables, also mobile Technologien zum Beispiel in Form von Smartwatches, oder Assistenzsysteme wie zum Beispiel die sprachgesteuerte Assistenz (beispielsweise Google «Ok, Google», Amazon «Alexa», Apple «Siri»). Auch wird smarte Haustechnik zunehmend genutzt, wie zum Beispiel die sprachgesteuerte Lampe im Wohnzimmer (Hugentobler & Seifert, 2024). Zudem werden immer öfter gesundheitsorientierte Technologien eingesetzt, wie zum Beispiel ein Fitnessarmband oder ein Notfallarmband. All diese Technologien könnten dazu beitragen, ältere Menschen dabei unterstützen, im eigenen Haushalt selbstständig den Alltag zu bewältigen, damit sie vielleicht auch länger im angestammten Wohnumfeld verbleiben können (Schmidt & Wahl, 2023).

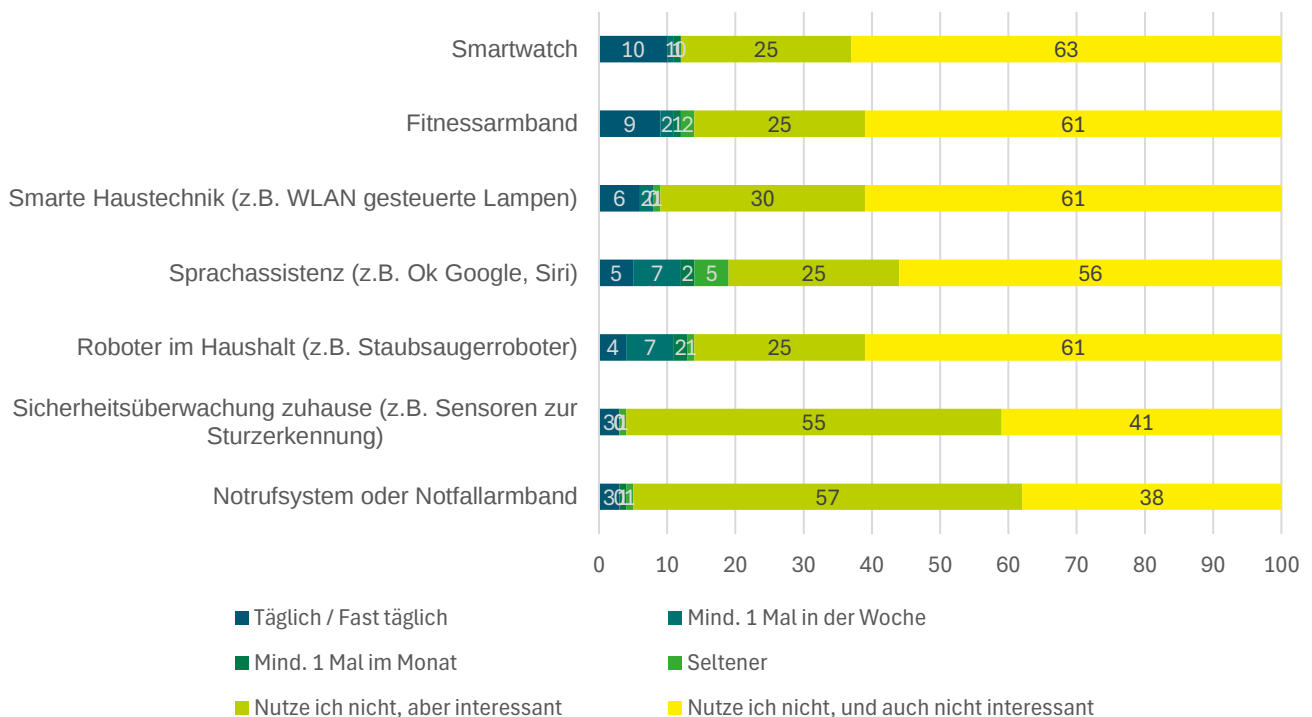


Abbildung 9: Nutzung von Gesundheitstechnologien, Wearables und smarter Haustechnik (sortiert nach «täglich/fast täglich»)

Am häufigsten (täglich beziehungsweise fast täglich) wird – wenn vorhanden – die Smartwatch oder das Fitnessarmband genutzt. Deutlich seltener kommt hingegen die smarte Haustechnik oder eine Sprachassistent zum Einsatz (Abb. 9). Wird die Liste nach dem grundsätzlichen Besitz einer Technologie sortiert, ist erkennbar, dass in den Haushalten der älteren Bevölkerung am häufigsten Sprachassistent-Technologien (19 %), Fitnessarmbänder (14 %) und auch Robotik (14 %) vorzufinden sind; die Werte liegen hier jedoch unter 20 %, was auf keine sehr hohe Durchdringung im Alltag der älteren Bevölkerung hinweist (Abb. 10). Auch liegen die Werte für Smartwatches bei nur 12 % und für die smarte Haustechnik sogar bei nur 10 %.

Das Beispiel des Notrufarmbands zeigt zudem, dass solche notfallorientierten Technologien erst im sehr hohen Alter eingesetzt werden; so besitzen zwar 18 % der 85-Jährigen und Älteren eine solche Technik, aber nur 5 % der 75–84-Jährigen. Auch die Sicherheitsüberwachung zum Beispiel in Form von Sensoren zur automatischen Erkennung von Stürzen ist eher bei der ältesten Altersgruppe anzutreffen; wobei diese Technologien in der breiten Bevölkerung der über 65-Jährigen aktuell ohnehin kaum vorzufinden sind (4 %). Dafür besitzt die jüngste Altersgruppe alle anderen Technologien häufiger, als dies die älteste Altersgruppe tut. Gerade die 65–74-Jährigen besitzen noch eher eine Smartwatch oder nutzen die sprachgesteuerte Assistenztechnologie.

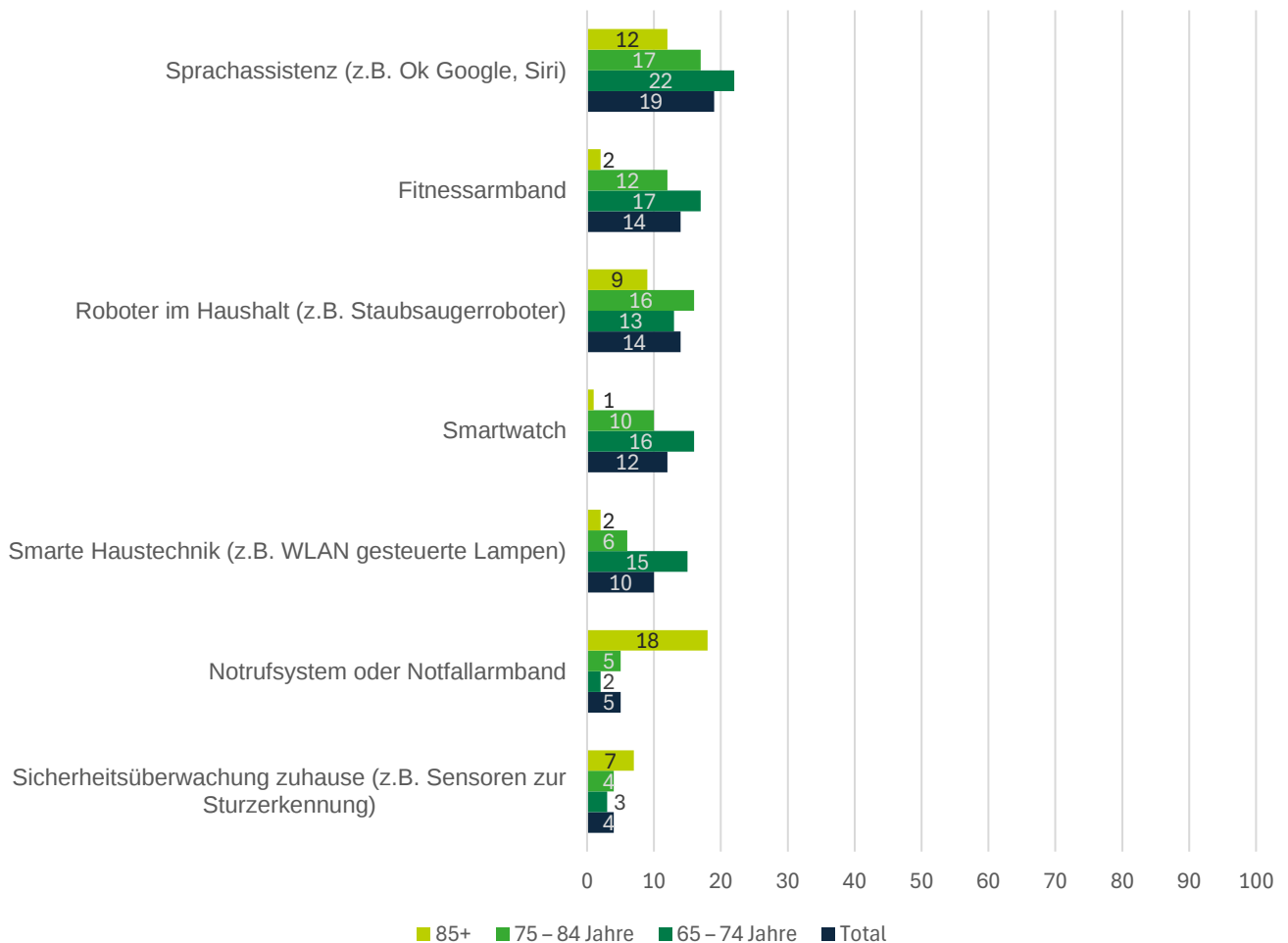


Abbildung 10: Gesundheitstechnologien, Wearables und smarte Haustechnik; gruppiert nach Altersgruppen (sortiert nach Total)

#### 4.4.3 Erklärungsfaktoren für die Breite der Nutzung von Alltagstechnologien im Haushalt

Wird nun aus den 15 verschiedenen Alltagstechnologien – IKT, Gesundheitstechnologie, Wearables und smarte Haustechnik – (siehe die beiden oberen Unterkapitel) ein Summenscore (durch das Aufaddieren der Häufigkeiten der genutzten Geräte) berechnet, ergibt sich ein gesamthafter Mittelwert von 6.12 (Standardabweichung: 1.96; Median: 6) auf einer Summenskala von 0 (kein Gerät genutzt) bis 15 (alle Geräte genutzt). Es ist jedoch auch festzuhalten, dass die tatsächliche Breite nur von 0 bis 13 reicht, was bedeutet, dass maximal 13 Geräte gleichzeitig genutzt werden. Frauen nutzen im Schnitt statistisch signifikant ( $t(1443) = -5.6, p < .001$ ) weniger Geräte als Männer (Mittelwerte: 5.86 zu 6.44). Auch nutzen Personen ab 85 Jahren weniger Geräte als Personen im Alter zwischen 65 und 74 Jahren (Mittelwerte: 5.11 zu 6.46;  $t(895) = 8.5, p < .001$ ).

Um herauszufinden, inwieweit das Geschlecht, das Alter, die Wohnregion, die Bildung und das Einkommen sowie die digitale Kompetenz die Breite der Nutzung beeinflussen, wurde eine lineare Regressionsanalyse unter allen Personen durchgeführt (Tab. 4). Das signifikante Regressionsmodell hat eine erklärte Varianz von 19 %.

| Merkmale                           |                                       | Beta  | p      |
|------------------------------------|---------------------------------------|-------|--------|
| <b>Geschlecht</b>                  | Frau (ref. Mann)                      | -.049 | .056   |
| <b>Alter</b>                       | Metrische Skala                       | -.033 | .235   |
| <b>Wohnregion</b>                  | Städtisch/Intermediär (ref. ländlich) | -.004 | .871   |
| <b>Bildung</b>                     | 3-stufige Skala (tief zu hoch)        | -.038 | .159   |
| <b>Zurechtkommen mit Einkommen</b> | 4-stufige Skala (schwer zu einfach)   | .029  | .271   |
| <b>Digitale Kompetenz</b>          | Score von 0–100                       |       | < .001 |

Modellgüte:  
Adjusted R<sup>2</sup>: .191; F: 52.86 p: <.001; N: 1322

**Tabelle 4: Regressionsanalyse mit der Breite der Nutzung von Alltagstechnologien im Haushalt**

Anmerkungen: lineare Regressionsanalyse; abgebildet sind standardisierte Koeffizienten (Beta); abhängige Variable: Summenskala von 0 (kein Gerät genutzt) bis 15 (alle Geräte genutzt).

Statistisch signifikante Einflüsse auf die Breite der Nutzung von Alltagstechnologien im Haushalt hat nur die digitale Kompetenz. Die Analyse zeigt, dass Personen mit einer hohen digitalen Kompetenz eher viele Geräte nutzen. Auch wenn die digitale Kompetenz sehr ausschlaggebend und dies sicherlich nachvollziehbar ist, ist dennoch interessant, dass keine Personenmerkmale, wie zum Beispiel das Alter oder das Geschlecht, im multivariaten Modell statistisch signifikant sind, obwohl sich bivariat Unterschiede (siehe oben) ergeben haben. Es kann hier vermutet werden, dass die digitale Kompetenz für die Breite der Nutzung entscheidender ist als die Personenmerkmale.

## 4.5 Nutzung von öffentlichen Technologien ausser Haus

Technik begegnet uns nicht nur im eigenen Haushalt, sondern auch ausserhalb, zum Beispiel am Geld- oder Billettautomaten oder an der Self-Checkout-Kasse beim Einkaufen. Am ehesten – fast täglich – praktizieren die Befragten der aktuellen Studie das kontaktlose Bezahlen mit Karte oder Smartphone, jedoch sind es auch nur unter 32 %, die dies tun (Abb. 11). Interessanterweise werden heutzutage auch häufig die Self-Checkout-Kassen genutzt, zumindest häufiger als ÖV-Ticketautomaten oder Geldautomaten. Gerade die Nutzung von solchen Kassen und das kontaktlose Bezahlen mit dem Smartphone sind Anwendungen, die von den befragten Personen zwar nicht zwangsläufig umfassend genutzt werden, aber als interessant empfunden werden (15–20 %); jedoch haben auch 35–36 % der Befragten angegeben, dass sie diese Anwendungen gar nicht interessant finden und die klassischen Wege (klassische Kasse oder das Zahlen in bar) vermutlich auch in Zukunft bevorzugen würden.

Der Vergleich mit der letzten Studie aus dem Jahr 2020 zeigt, dass die Nutzungshäufigkeit des Geldautomaten relativ stabil geblieben ist (2020: 81 %; 2025: 89 %). Dafür ist der Anteil derjenigen, die eine Self-Checkout-Kasse nutzen, von damals zu heute deutlich angestiegen (2020: 29 %; 2025: 49 %), was verdeutlicht, dass diese Alltagstechnologie von der älteren Bevölkerung selbstverständlich im Alltag genutzt wird.

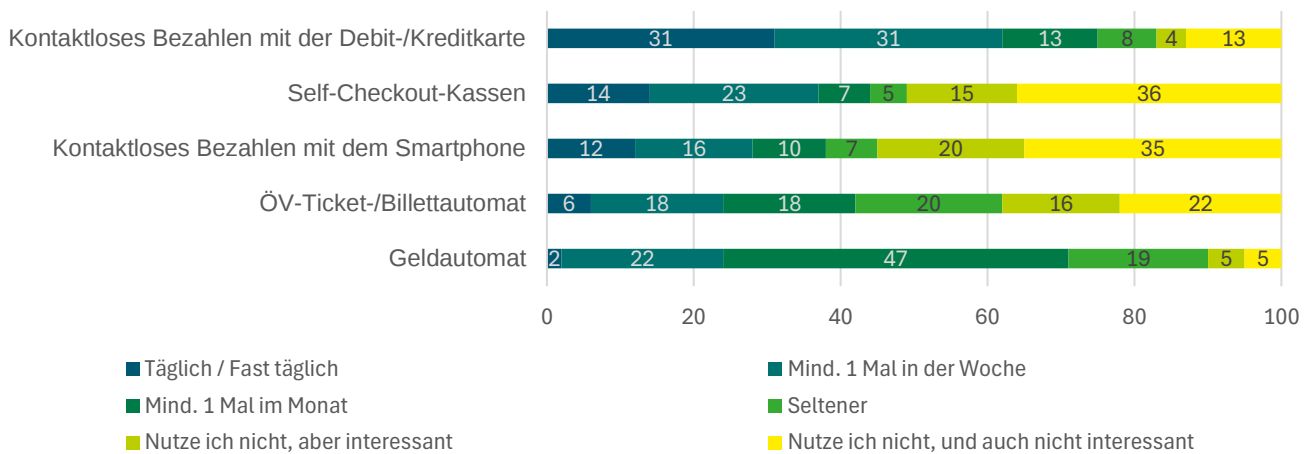


Abbildung 11: Nutzung von Alltagstechnologien ausser Haus (sortiert nach «täglich/fast täglich»)

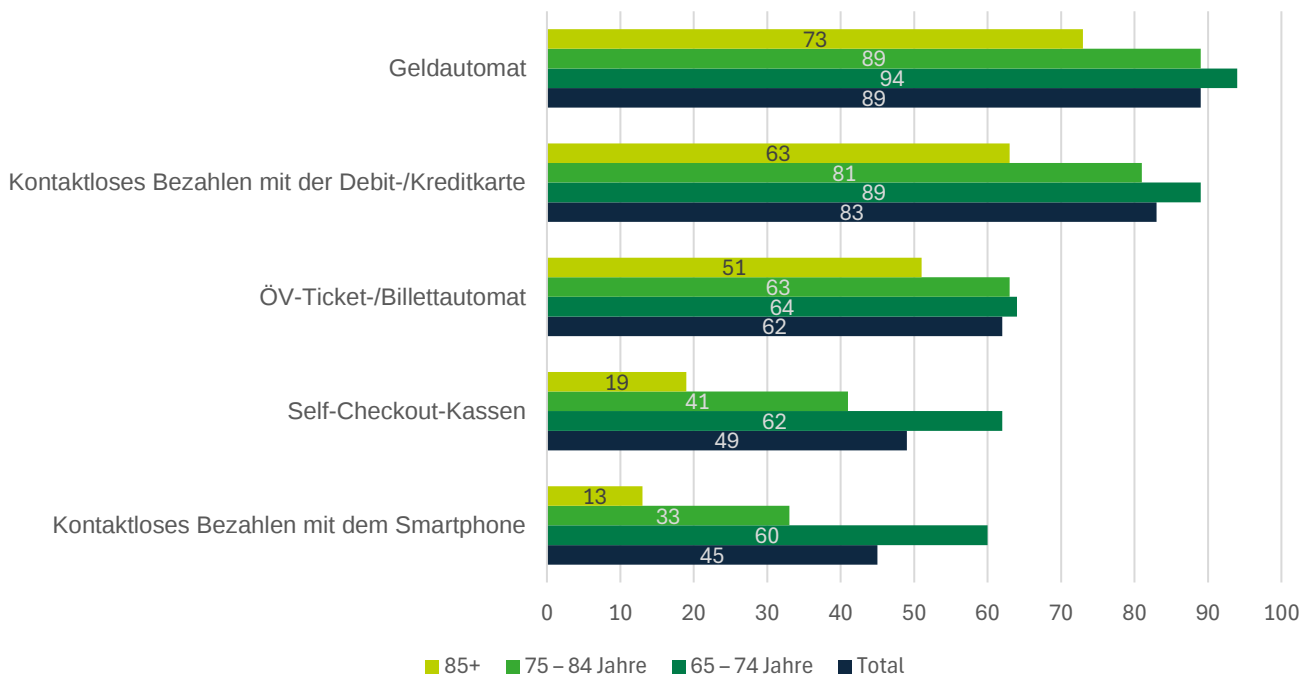


Abbildung 12: Nutzung von Alltagstechnologien ausser Haus; gruppiert nach Altersgruppen

Der Vergleich zwischen den Altersgruppen zeigt, dass die Angehörigen der Gruppe der 65–74-Jährigen deutlich häufiger als die Angehörigen der ältesten Gruppe (85+) kontaktlos mit dem Smartphone zahlen oder auch die Self-Checkout-Kasse nutzen (Abb. 12). Für Menschen ab 85 Jahren wirkt die Self-Checkout-Kasse oft weniger attraktiv. Stattdessen bevorzugen sie offenbar die vertraute, bediente Kasse, an der sich während des Bezahlens auch ein kurzes Gespräch ergeben kann. Interessanterweise werden der Geldautomat und der ÖV-Ticketautomat gar nicht mehr so häufig von der ältesten Altersgruppe genutzt, sondern eher von den jüngeren Personen; es kann vermutet werden, dass sehr alte Menschen, bedingt durch Mobilitätseinschränkungen, an sich weniger mobil (unterwegs) sind. Zu beobachten ist auch, dass Männer häufiger als Frauen Self-Checkout-Kassen (54 % zu 44 %) nutzen; bei den anderen aufgelisteten Anwendungen ergeben sich keine statistisch signifikanten Unterschiede hinsichtlich des Geschlechts.

## 4.6 Internetnutzung und Gründe für die Nichtnutzung

### 4.6.1 Anteil der Internetnutzung

Im Folgenden werden Nutzerinnen und Nutzer des Internets als «Onlinerinnen und Onliner» und die Nichtnutzerinnen und Nichtnutzer als «Offlinerinnen und Offliner» bezeichnet. Die Onlinerinnen und Onliner entsprechen dabei dem «weitesten Nutzungskreis» in den einschlägigen Statistiken des Bundesamts für Statistik (BFS) und müssen das Internet damit mindestens einmal in den letzten sechs Monaten genutzt haben. Als Offlinerinnen und Offliner werden diejenigen Personen bezeichnet, die angaben, das Internet mindestens in den letzten sechs Monaten nie selbst genutzt zu haben oder früher einmal genutzt zu haben und nun nicht mehr. Grundlage für die Zuteilung der Nutzung des Internets war die Frage «Wie oft haben Sie das Internet im Durchschnitt in den letzten sechs Monaten genutzt?». Bei dieser Frage gaben die Befragten prozentual gesehen Folgendes an: 61 % «täglich», 19 % «mehrmals pro Woche», 6 % «mehrmals pro Monat», 3 % «seltener» und 11 % «nie beziehungsweise ich habe es früher einmal genutzt, aber heute nicht mehr».

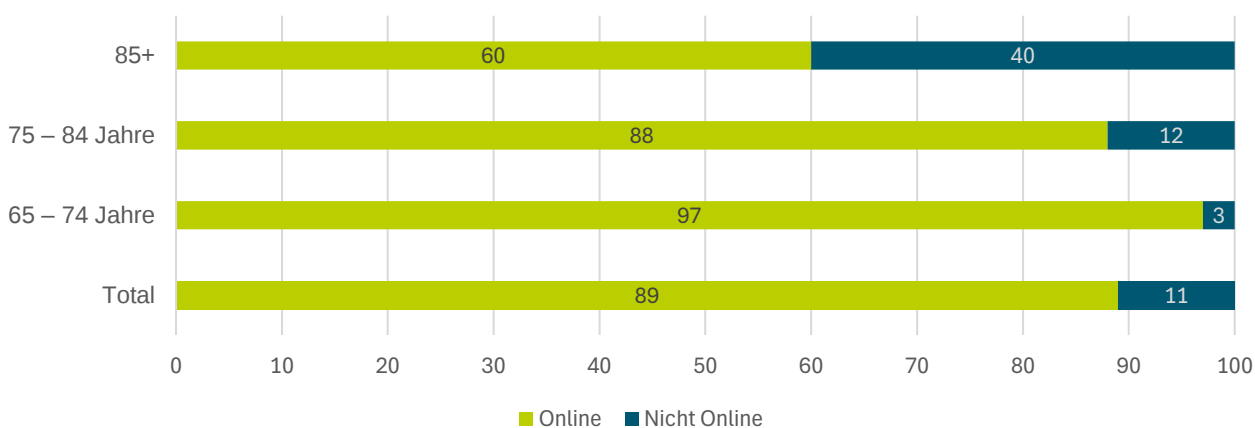


Abbildung 13: Anteil Internetnutzung nach Altersgruppen

Es kann somit von einem Anteil von 89 % «Onlinerinnen und Onlinern» und 11 % «Offlinerinnen und Offlinern» in der aktuellen Befragung ausgegangen werden. Von den Onlinerinnen und Onlinern nutzen es 69 % täglich, der Rest tut dies seltener. Die starke Altersabhängigkeit der Internetnutzung zeigt sich auch in der aktuellen Erhebung: Sind 97 % der 65–74-Jährigen im Internet unterwegs, so sind es nur 60 % bei den Personen ab 85 Jahren (Abb. 13). Damit sind es in der aktuellen Erhebung weiterhin vor allem die Personen ab 85 Jahren, die das Internet seltener nutzen. Auch wenn über die Hälfte (60 %) von ihnen das Internet verwendet, sind es doch noch 40 %, die dies nicht tun.

Sind nun 89 % Onlinerinnen und Onliner unter den Personen ab 65 Jahren viel oder wenig? Ein Vergleich mit den Daten des Bundesamts für Statistik aus dem letzten Erhebungsjahr 2023 zeigt, dass 97,3 % der Gesamtbevölkerung in der Schweiz das Internet (in den letzten drei Monaten) nutzen (BFS, 2023). Bei den 15- bis 29-Jährigen sind es alle (100 %) und bei der Altersgruppe der 30- bis 59-Jährigen liegt der Anteil bei 99,8 %; bei den 60-Jährigen und Älteren sind es aber nur 91,3 %. Es muss jedoch berücksichtigt werden, dass die «Digital Seniors»-Studie Personen ab 65 Jahren berücksichtigt hat und damit einen höheren Anteil von Personen ab 80 Jahren repräsentiert – sie ist somit für die Gruppe der über 65-Jährigen repräsentativ. Der Vergleich mit der Altersgruppe der 15- bis 59-Jährigen zeigt aber deutlich, dass die älteren Menschen das Internet immer noch seltener nutzen – allerdings macht der Abstand nur rund 11 Prozentpunkte aus.

Der Vergleich der Befragungen innerhalb der «Digital Seniors»-Studienreihe zeigt, dass der Anteil der Personen, die das Internet nutzen, in den letzten Jahren noch einmal angestiegen ist. Waren es 2010 noch 38 %, 2015 56 % und 2020 74 %, so sind es nun 89 % (Abb. 14). Dies ist mehr als eine Verdoppelung seit 2010 beziehungsweise ein relativer Anstieg von 134 %. Der Anstieg zwischen der letzten Befragung von 2020 und der aktuellen entspricht etwa 15 Prozentpunkten beziehungsweise einem relativen Anstieg um 20 %. Der Anstieg zwischen den Jahren ist damit nicht mehr so stark wie noch zwischen den ersten Erhebungen. Dieser zurückhaltende Anstieg ist vielleicht damit zu erklären, dass zwar mehr Personen, die das Internet bereits nutzen, in die Altersgruppe der über 65-Jährigen kommen und ihr Nutzungsverhalten beibehalten, dass aber auch anscheinend mehr Personen ab 85 Jahren etwas zurückhaltender mit dem Neuerlernen der Anwendung

sind. Es ist aber auch möglich, dass gerade die Ältesten in dieser Altersgruppe durch zunehmende gesundheitliche Einschränkungen die Internetnutzung wieder aufgeben. Wird zum Beispiel ein Vergleich zwischen den Personen, die bei der letzten Befragung (2020) 80–84 Jahre alt waren, mit den heute fünf Jahre Älteren (85+-Jährigen) angestellt, ist erkennbar, dass der tatsächliche Anstieg nur 6 Prozentpunkte beträgt (von 54 % zu 60 %).

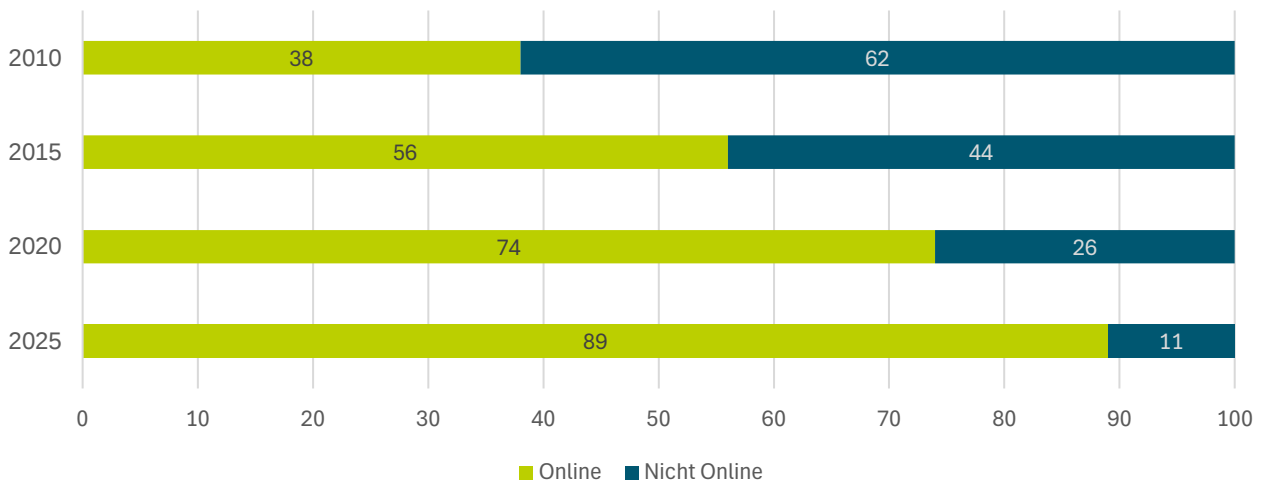


Abbildung 14: Internet-Nutzungszahlen im Zeitvergleich

Werden die befragten Personen, die das Internet nutzen, gebeten anzugeben, seit wie vielen Jahren sie bereits im Internet unterwegs sind, gibt nur 1 % von ihnen an, dies seit weniger als drei Jahren zu tun. Weitere 3 % geben an, dass sie seit drei bis fünf Jahren online sind, 8 % geben an, sich seit sechs bis zehn Jahren im Internet zu bewegen und 30 % nutzen es seit etwa elf bis zwanzig Jahren. Seit mehr als zwanzig Jahren sind 58 % der Befragten online – und damit die Mehrheit. Bei den 85-Jährigen und Älteren ist der Anteil jener, die das Internet erst seit den letzten fünf Jahren nutzen, mit 6 % etwas höher als bei den 65–74-Jährigen (1 %). Der Unterschied zwischen Personen, die erst seit weniger als elf Jahren im Internet unterwegs sind, zeigt sich bei diesen beiden Altersgruppen noch deutlicher: 8 % der 65–74-Jährigen nutzen das Internet erst seit weniger als elf Jahren und bei den 85-Jährigen und Älteren liegt der Anteil bei 26 %. Männer sind im Schnitt bereits länger als Frauen online. Es kann hier vermutet werden, dass Männer vielleicht schon vor ihrer Pensionierung bereits häufiger – beruflich bedingt – mit dem Computer und dem Internet in Kontakt gekommen sind (Doh et al., 2015).

Die vorliegende Untersuchung befasste sich auch mit der Frage, wie intensiv die Onlinerinnen und Onliner das Internet am Tag nutzen. Die Ergebnisse zeigen, dass sie im Durchschnitt 115 Minuten pro Tag online sind (Standardabweichung 97; Median: 90). Jedoch ist auch festzustellen, dass die Mehrheit von ihnen (74 %) das Internet nicht mehr als zwei Stunden am Tag nutzt. Männer sind im Durchschnitt 118 Minuten am Tag im Internet unterwegs und damit etwa genauso lang wie Frauen (111 Minuten). Personen ab 85 Jahren nutzen das Internet täglich zwar etwas kürzer als Personen aus der jüngsten Altersgruppe (65–74 Jahre), jedoch beträgt dieser Unterschied nur 17 Minuten im Durchschnitt (102 zu 119 Minuten). Im direkten Vergleich mit der vorherigen Studie aus dem Jahr 2020 ist gut erkennbar, dass der Anteil der Minuten, die täglich im Internet verbracht werden, seit den letzten fünf Jahren noch einmal angestiegen ist. So waren es 2020 noch 92 Minuten (Median 60 Minuten) und in der aktuellen Befragung sind es nun 115 Minuten – und damit 23 Minuten mehr (zwischen den beiden Median-Werten sind es sogar 30 Minuten mehr). Demzufolge wird das Internet heute – fünf Jahre später – nicht nur von mehr Personen ab 65 Jahren genutzt, sondern auch die Nutzungsintensität hat sich erhöht.

#### 4.6.2 Hürden der Internetnutzung

Um mögliche Gründe für eine Nichtnutzung des Internets zu beleuchten, wurden die Personen, die das Internet nicht nutzen, nach konkreten Gründen dafür gefragt (Abb. 15). Die vier am häufigsten genannten Gründe sind: «Die Informations- und Unterhaltungsangebote von Presse, Radio und TV reichen mir aus» (44 %), «Nutzung ist zu kompliziert» (37 %), «Ich sehe keinen Nutzen darin» (31 %) und «Zu hoher Aufwand beim Erlernen» (31 %). Daneben wurde aber auch von 29 % der Befragten angegeben, dass eine andere Person Informationen im Internet abrufe (29 %). Sicherheitsbedenken wurden in der aktuellen Befragung deutlich weniger häufig als Grund angegeben, als dies noch in den vorherigen Jahren der Fall war (2010: 60 %, 2015: 64 %, 2020: 74 % und 2025: 21 %); jedoch muss hierbei berücksichtigt werden, dass bei der aktuellen Befragung mehr Gründe zur Auswahl vorgelegt wurden. Dennoch ist die Rangliste hinsichtlich der Gründe «Nutzung ist zu kompliziert» und «Zu hoher Aufwand beim Erlernen» zwischen den Jahren relativ gleichgeblieben. Andere Gründe wurden seltener genannt, wobei auch die Haltung «Ich lehne das Internet grundsätzlich ab» von immerhin 15 % als Grund angegeben wurde; hier waren es mehr Personen ab 85 Jahren als Personen im Alter von 65–74 Jahren (33 % zu 19 %). Die Faktoren Kosten, Unterstützung und gesundheitliche Probleme wurden nur von 7–13 % der Befragten genannt.

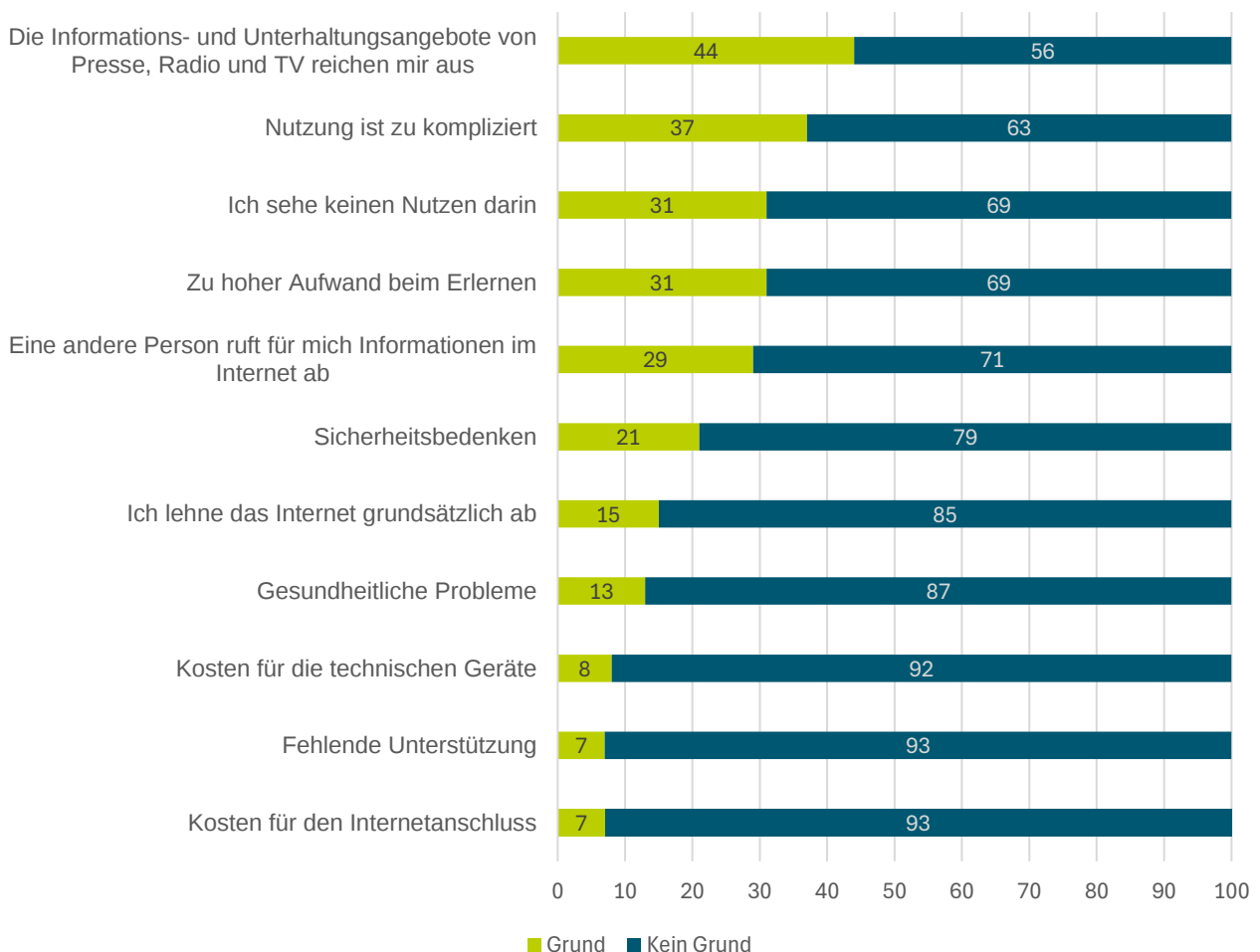


Abbildung 15: Gründe für die Nichtnutzung des Internets

#### 4.6.3 Erklärungsfaktoren für die Internetnutzung

Als eine erste Beschreibung der Gruppe der Personen, die «online» beziehungsweise «nicht online» sind, soll nachfolgende Tabelle (Tab. 5) angeführt werden; hier lassen sich die wichtigsten soziodemografischen Gruppenmerkmale herauslesen.

| Merkmale                        |                                   | Online   | Nicht online |
|---------------------------------|-----------------------------------|----------|--------------|
|                                 |                                   | Prozente |              |
| Gesamt                          |                                   | 89       | 11           |
| Geschlecht                      | Frau                              | 85*      | 15*          |
|                                 | Mann                              | 93*      | 7*           |
| Altersgruppen                   | 65–74 Jahre                       | 97*      | 3*           |
|                                 | 75–84 Jahre                       | 88*      | 12*          |
|                                 | 85+                               | 60*      | 40*          |
| Sprachregion                    | Deutsch                           | 90*      | 10*          |
|                                 | Französisch                       | 86*      | 14*          |
|                                 | Italienisch                       | 80*      | 20*          |
| Staatsangehörigkeit             | Schweiz                           | 90*      | 10*          |
|                                 | Andere Staatsangehörigkeit        | 74*      | 26*          |
| Alleinlebend                    | Alleinlebend                      | 84*      | 16*          |
|                                 | Nicht alleinlebend                | 93*      | 7*           |
| Wohnregion                      | Städtisch                         | 90       | 10           |
|                                 | Intermediär                       | 88       | 12           |
|                                 | Ländlich                          | 84       | 16           |
| Bildung                         | Obligatorische Schulbildung       | 61*      | 39*          |
|                                 | Sekundarstufe und Tertiär 1       | 90*      | 10*          |
|                                 | Tertiärstufe 2                    | 98*      | 2*           |
| Zurechtkommen mit dem Einkommen | Eher schwierig bis sehr schwierig | 87       | 13           |
|                                 | Eher einfach                      | 92       | 8            |
|                                 | Einfach bis sehr einfach          | 89       | 11           |

**Tabelle 5: Merkmale der Personen, die online bzw. nicht online sind**

Anmerkungen: Zeilenprozente, gültige Angaben. Lesebeispiel: 85 % der Frauen sind online, 93 % der Männer sind online.

\*Unterschiede zwischen den Merkmalsgruppen sind signifikant (Cramers-V,  $p < .010$ ).

Aus der Gegenüberstellung geht hervor, dass im bivariaten Vergleich Männer häufiger online sind als Frauen, so auch eher jüngere Menschen (65–84 Jahre) als Hochaltrige (85+). Deutlich zeigt sich ein Unterschied auch zwischen den Bildungsgruppen. So nutzt mittlerweile fast jede Person mit einem akademischen Abschluss (Tertiärstufe 2) das Internet, aber bei der Gruppe jener mit nur einer obligatorischen Schulbildung sind es nur 61 %. Aber auch hinsichtlich der Sprachregionen lässt sich ein Unterschied vor allem zwischen der Deutschschweiz und dem Tessin erkennen: Im Tessin sind weniger Internetnutzende zu finden als in der Deutschschweiz. Auch nutzen Personen mit einer Schweizer Staatsangehörigkeit häufiger das Internet als Personen ohne diese. Interessanterweise verwenden Personen, die allein leben, seltener das Internet als Personen, die nicht allein leben, wobei hier vermutlich auch der Anteil der über 85-Jährigen höher sein wird. Werden alle drei Wohnregionen (städtisch, intermediär und ländlich) miteinander verglichen, ergibt sich kein statistisch signifikanter Unterschied – wenn auch rein von der Nutzungshäufigkeit her Personen in ländlichen Regionen seltener im Internet unterwegs sind als Personen im urbanen Raum. So ergeben sich auch keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen den Gruppen, die eher schwer oder eher leicht mit ihrem monatlich zur Verfügung stehenden Einkommen auskommen.

Um nun die vorgefundenen Unterschiede einmal gesamthaft, das heisst unter Kontrolle aller Faktoren, zu analysieren, wurde eine binär-logistische Regressionsanalyse gerechnet (Tab. 6). Die abhängige Variable ist die Gruppeneinteilung zu Personen, die das Internet nutzen, und Personen, die das Internet nicht nutzen. Als unabhängige Variablen wurden alle in Tabelle 5 erwähnten Merkmale berücksichtigt. Mit dem vorliegenden signifikanten Regressionsmodell können 29 % der Varianz der Internetnutzung durch die unabhängigen Variablen erklärt werden.

| Merkmale                               |                                                                   | OR     | p      |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|--------|--------|
| <b>Geschlecht</b>                      | Frau (ref. Mann)                                                  | .805   | .370   |
| <b>Altersgruppen</b>                   | 65–74 Jahre (ref. 85+)                                            | 18.132 | < .001 |
|                                        | 75–84 Jahre (ref. 85+)                                            | 5.092  | < .001 |
| <b>Sprachregion</b>                    | Französisch (ref. deutsch)                                        | .842   | .506   |
|                                        | Italienisch (ref. deutsch)                                        | .826   | .654   |
| <b>Staatsangehörigkeit</b>             | Schweiz (ref. andere Staatsangehörigkeit)                         | 1.731  | .216   |
| <b>Alleinlebens</b>                    | Nicht alleinlebens (ref. alleinlebens)                            | 1.272  | .319   |
| <b>Wohnregion</b>                      | Städtisch (ref. ländlich)                                         | 2.827  | < .001 |
|                                        | Intermediär (ref. ländlich)                                       | 2.111  | .019   |
| <b>Bildung</b>                         | Sekundarstufe und Tertiär 1 (ref. obligatorische Schule)          | 5.103  | < .001 |
|                                        | Tertiär 2 (ref. obligatorische Schule)                            | 21.880 | < .001 |
| <b>Zurechtkommen mit dem Einkommen</b> | Eher einfach (ref. eher schwierig bis sehr schwierig)             | 1.450  | .187   |
|                                        | Einfach bis sehr einfach (ref. eher schwierig bis sehr schwierig) | 1.390  | .213   |

*Modellgüte:*  
Nagelkerkes R2: .298; Chi-Quadrat: 202.29; p: <.001; N: 1322

**Tabelle 6: Regressionsanalyse mit Internetnutzung**

Anmerkungen: binär-logistische Regressionsanalyse; abgebildet sind standardisierte Koeffizienten (OR = Odds Ratio).  
Abhängige Variable: Internetnutzung (ja = 1; nein = 0).

Statistisch signifikante Einflüsse auf die Internetnutzung haben nur das Alter, die Bildung und der direkte Vergleich zwischen städtischem und ländlichem Wohnen. Auf das Alter bezogen bedeuten die Werte (Odds Ratio), dass die jüngste (65–74 Jahre) und die mittlere (75–84 Jahre) Altersgruppe im Vergleich zur jeweils ältesten Altersgruppe (85+) eine höhere Wahrscheinlichkeit haben, zu den Personen zu gehören, die das Internet nutzen. Für die Bildung bedeuten diese Werte, dass Personen mit einer höheren Bildung der Wahrscheinlichkeit nach eher das Internet nutzen. Für die Wohnregion kann nur der direkte Unterschied zwischen städtischem und ländlichem Wohnen als statistisch signifikant bewertet werden. Inhaltlich bedeutet dies, dass Personen aus dem urbanen Raum eine um zweifach höhere Chance haben, zu den Personen zu gehören, die das Internet nutzen, als Personen im ländlichen Raum.

Ein Vergleich mit der Studie aus dem Jahr 2020 zeigt, dass schon damals die Faktoren «Alter» und «Bildung» im Regressionsmodell für die Frage nach der (Nicht-)Nutzung des Internets statistisch signifikant waren (Seifert et al., 2020). Der Faktor «Wohnort» – also die Frage, ob eine Person im ländlichen oder städtischen Raum lebt – hat in der aktuellen Befragung an Bedeutung gewonnen und stellt einen Einflussfaktor dar. Auf der anderen Seite ist zum Beispiel der Aspekt «Geschlecht» mittlerweile nicht mehr signifikant, sodass sich der vorher bivariat vorgefundene Unterschied, nach dem mehr Männer als Frauen das Internet nutzen, nicht mehr nachweisen lässt.

In den letzten Befragungen der Studienreihe wurden – angelehnt an das Technik-Akzeptanz-Modell (Venkatesh & Davis, 2000) – auch die (neben den standarddemografischen) beiden wichtigsten Faktoren in die Regressionsanalysen eingebunden: das «Technikinteresse» (gemessen mit der Aussage «Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge») und die «Bedienungsleichtigkeit von Technik» (gemessen mit der Aussage «Die Bedienung neuer technischer Dinge ist für mich schwierig»). Werden diese beiden Faktoren zusätzlich in die oben erwähnte Regression eingebunden, erhöht sich die erklärte Varianz auf 42 %, und die bisherigen statistisch signifikanten Faktoren «Alter» und «Bildung» sowie «Stadt/Land-Vergleich» bleiben weiterhin statistisch signifikant. Jedoch erweisen sich dann auch das «Technikinteresse» (OR: 2.476;  $p < .001$ ) und die «Bedienungsleichtigkeit» (OR: .812;  $p = .038$ ) als statistisch signifikant (wenn auch bei der Bedienungsleichtigkeit nur sehr schwach). Interpretativ bedeutet dies, dass Personen mit einem hohen Interesse an Technik und Personen, denen die Bedienung von technischen Dingen weniger schwerfällt, eher online sind. Damit bleiben diese zusätzlichen Faktoren im Vergleich zu den vorhergehenden Befragungen der Trendstudie als Erklärungsfaktoren stabil.

Neben den sozioökonomischen Merkmalen spielt auch das persönliche und gesundheitliche Wohlbefinden bei der (Nicht-)Nutzung des Internets eine Rolle, weshalb die beiden Nutzungsgruppen nun hinsichtlich ihrer Antworten zu verschiedenen Aspekten ihres Lebens miteinander verglichen werden (Tab. 7).

| Faktoren                     |                                                                                   | Online             | Nicht online |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------|
|                              |                                                                                   | <i>Mittelwerte</i> |              |
| <b>Subjektives Alter</b>     | «Ich fühle mich jünger als ich bin»                                               | 3.61*              | 3.00*        |
| <b>Sportlich aktiv sein</b>  | «Ich bin sportlich sehr aktiv (mindestens mehrmals in der Woche sportlich aktiv)» | 3.31*              | 2.07*        |
| <b>Subjektive Gesundheit</b> | «Meine Gesundheit ist für mein Alter noch sehr gut»                               | 4.00*              | 3.57*        |
| <b>Alltagsbewältigung</b>    | «Ich bin im Alltag viel auf die Hilfe von anderen angewiesen»                     | 1.58*              | 2.35*        |
| <b>Einsamkeit</b>            | «Manchmal fühle ich mich allein gelassen»                                         | 1.79               | 1.90         |
| <b>Selbstwirksamkeit</b>     | «Die meisten Probleme kann ich aus eigener Kraft gut meistern»                    | 4.13*              | 3.72*        |

**Tabelle 7: Unterschiede im Wohlbefinden zwischen Personen, die das Internet nutzen, und jenen, die es nicht tun.**

Anmerkungen: Skala (1 «trifft gar nicht zu» bis 5 «trifft völlig zu»), gültige Angaben.

\*Unterschiede zwischen den Merkmalsgruppen sind signifikant (T-Test,  $p < .010$ ).

Aus der Gegenüberstellung (Tab. 7) wird deutlich, dass sich Personen, die das Internet nutzen, jünger und gesünder fühlen, dass sie sportlich aktiver und auch weniger auf Unterstützung angewiesen sind. Zudem weisen sie eine höhere Selbstwirksamkeit auf als Personen, die das Internet nicht nutzen. Einzig bei dem Gefühl der Einsamkeit lassen sich keine statistisch signifikanten Unterschiede berichten. Dass sich die Personen, die online sind, mehrheitlich jünger und fitter fühlen, kann sicherlich auch zum Teil mit dem durchschnittlich höheren Alter der Personen, die das Internet nicht nutzen, erklärt werden: So sind Personen, die das Internet nutzen, im Durchschnitt 74 Jahre alt und Personen, die das Internet nicht nutzen, 83 Jahre alt. Dennoch lässt der Vergleich vermuten, dass Personen, die das Internet nutzen, nicht nur per se jünger sind, sondern sich darüber hinaus auch eher jünger fühlen.

Ein Anreiz, das Internet zu nutzen, könnte auch darin bestehen, mit den eigenen Kindern auch über eine weite Distanz hinweg – zum Beispiel, wenn sie nicht in derselben Sprachregion wohnen – in Kontakt zu bleiben. Werden die befragten Personen daher gefragt, wie weit entfernt ihre Kinder von ihnen wohnen, wird deutlich, dass Personen, die das Internet nutzen, eher Kinder haben, die nicht im selben Ort, sondern eher weiter entfernt wohnen, wohingegen die Kinder von Offlinerinnen und Offlinern eher in deren Nähe wohnen (Tab. 8). Aus diesem Umstand lässt sich ableiten, dass die Wohnentfernung vielleicht auch ein Anreiz dafür sein kann, nicht nur das Festnetztelefon zu benutzen, sondern sich auch einmal online zum Beispiel via Videotelefonie zu «sehen». Dies bedeutet aber auch, dass Offlinerinnen und Offliner, deren Kinder in der Nachbarschaft wohnen, vielleicht gar keinen Bedarf haben, den Umgang mit dem Internet zu erlernen, um mit ihren Kindern in Kontakt zu bleiben, da sie sie sowieso vor Ort sehen können.

| Wohnentfernung zu eigenen Kindern                       | Online | Nicht online |
|---------------------------------------------------------|--------|--------------|
| In der Nachbarschaft                                    | 25     | 43           |
| Im selben Ort                                           | 23     | 28           |
| Anderer Ort, aber innerhalb von zwei Stunden erreichbar | 45     | 25           |
| Weiter entfernt, aber noch in der Schweiz               | 3      | 2            |
| Weiter entfernt, im Ausland                             | 4      | 2            |

**Tabelle 8: Wohnentfernung zu eigenen Kindern und Internetnutzung**

Anmerkungen: Spaltenprozente.

#### 4.6.4 Erklärungsfaktoren für die tägliche Internetnutzung

Von den Personen, die das Internet nutzen, tun dies 69 % täglich, der Rest verwendet das Internet seltener. Um herauszufinden, welche Faktoren die tägliche Nutzung beeinflussen, wurde eine binär-logistische Regression berechnet (Tab. 9). Hierfür wurden nur Personen berücksichtigt, die das Internet nutzen. Als abhängige Variable diente die Einteilung in «tägliche Nutzung» und «nicht tägliche Nutzung». Mit dem vorliegenden Regressionsmodell können 22 % der Varianz der täglichen Internetnutzung durch die unabhängigen Variablen erklärt werden.

| Merkmale                               |                                                                   | OR    | p      |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------|--------|
| <b>Geschlecht</b>                      | Frau (ref. Mann)                                                  | .720  | .044   |
|                                        |                                                                   |       |        |
| <b>Altersgruppen</b>                   | 65–74 Jahre (ref. 85+)                                            | 3.910 | < .001 |
|                                        | 75–84 Jahre (ref. 85+)                                            | 2.289 | .001   |
| <b>Sprachregion</b>                    | Französisch (ref. deutsch)                                        | 1.061 | .738   |
|                                        | Italienisch (ref. deutsch)                                        | 1.488 | .275   |
| <b>Staatsangehörigkeit</b>             | Schweiz (ref. andere Staatsangehörigkeit)                         | .691  | .376   |
| <b>Alleinlebens</b>                    | Nicht alleinlebens (ref. alleinlebens)                            | .874  | .420   |
| <b>Wohnregion</b>                      | Städtisch (ref. ländlich)                                         | 1.584 | .025   |
|                                        | Intermediär (ref. ländlich)                                       | 1.709 | .028   |
| <b>Bildung</b>                         | Sekundarstufe und Tertiär 1 (ref. obligatorische Schule)          | 2.712 | < .001 |
|                                        | Tertiär 2 (ref. obligatorische Schule)                            | 6.004 | < .001 |
| <b>Zurechtkommen mit dem Einkommen</b> | Eher einfach (ref. eher schwierig bis sehr schwierig)             | .839  | .367   |
|                                        | Einfach bis sehr einfach (ref. eher schwierig bis sehr schwierig) | 1.105 | .596   |
| <b>Technikinteresse</b>                | Skala (1 «trifft gar nicht zu» bis 5 «trifft völlig zu»)          | 1.704 | < .001 |
| <b>Bedienungsleichtigkeit</b>          | Skala (1 «trifft gar nicht zu» bis 5 «trifft völlig zu»)          | .906  | 1.63   |

Modellgüte:

Nagelkerkes R<sup>2</sup>: .224; Chi-Quadrat: 200.66; p: <.001; N: 1176

**Tabelle 9: Regressionsanalyse mit täglicher Internetnutzung**

Anmerkungen: binär-logistische Regressionsanalyse; abgebildet sind standardisierte Koeffizienten (OR = Odds Ratio). Abhängige Variable: tägliche Nutzung = 1; nicht tägliche Nutzung = 0.

Statistisch signifikante Einflüsse auf die tägliche Internetnutzung haben das Geschlecht, das Alter, die Bildung, die Wohnregion und das Technikinteresse. Die vorliegenden Werte belegen, dass das Technikinteresse den stärksten Einfluss hat. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Männer, jüngere Personen, Personen mit einem höheren Bildungsstand, Personen, die in urbanen Räumen wohnen, und Personen mit einem hohen Technikinteresse eher zur Gruppe derjenigen gehören, die das Internet täglich nutzen.

## 4.7 Einstellung zum Internet und das Gefühl der Ausgeschlossenheit

### 4.7.1 Einstellungen und Meinungen zum Internet

Auch wenn das Internet bereits breit genutzt wird, heisst das noch nicht, dass alle Personen, die grundsätzlich das Internet nutzen, auch die gleiche Einstellung zum Internet aufweisen. Um diese unterschiedlichen Einstellungsfacetten abbilden zu können, wurden den Personen, die das Internet nutzen, sieben Aussagen zur Internetnutzung zur Bewertung vorgelegt (Abb. 16).

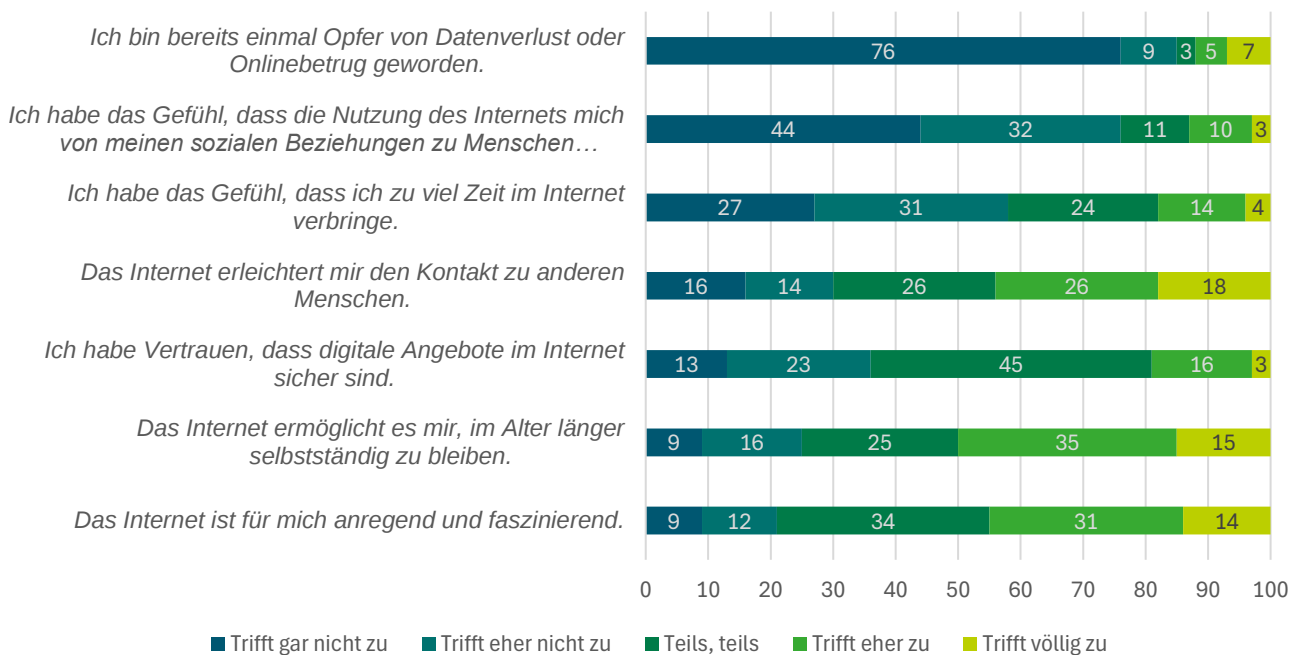


Abbildung 16: Einstellungen und Meinungen zur Internetnutzung (sortiert nach «trifft gar nicht zu»)

Sortiert nach «trifft gar nicht zu» auf der Fünferskala von 1 «trifft gar nicht zu» bis 5 «trifft völlig zu» nimmt die Aussage «Ich bin bereits einmal Opfer von Datenverlust oder Online-Betrug geworden» die erste Position ein. Demzufolge ist die Mehrheit der befragten Personen noch nicht bewusst Opfer eines solchen Datenverlusts geworden. 12 % der Befragten haben der Aussage allerdings «eher» beziehungsweise «sehr» zugestimmt und haben somit bereits eine negative Erfahrung gemacht. Eher verneint wurde auch die Aussage «Ich habe das Gefühl, dass die Nutzung des Internets mich von meinen sozialen Beziehungen zu Menschen entfremdet». 44 % der Befragten kreuzten hier «trifft gar nicht zu» an und weitere 32 % wählten die Bewertung «trifft eher nicht zu» aus. Somit haben die meisten älteren Personen hier kaum das Gefühl, dass ihre zwischenmenschlichen Kontakte durch die Nutzung digitaler Angebote leiden. Dennoch ist hier festzuhalten, dass 13 % von ihnen dieser Aussage eher beziehungsweise völlig zustimmen. Ein Vergleich zwischen den Geschlechtern lässt erkennen, dass Männer der Aussage statistisch signifikant ( $t(1236) = 2.8, p = .003$ ), wenn auch eher schwach ausgeprägt, eher zustimmten als Frauen (Mittelwerte: 2.06 zu 1.88). Hinsichtlich des Unterscheidungsmerkmals Alter lässt sich hier kein Zusammenhang erkennen.

Dass das Internet Kontakt zu anderen Menschen ermöglicht, zeigt sich auch daran, dass 44 % der Befragten die entsprechende Aussage («Das Internet erleichtert mir den Kontakt zu anderen Menschen») als eher beziehungsweise völlig zutreffend bewerteten. Auch wenn dies 30 % der befragten Personen gar nicht so sehen, ist doch eine Tendenz erkennbar: dass das Internet von vielen Menschen als Möglichkeit gesehen wird, mit anderen in Kontakt zu bleiben. So konnte zum Beispiel während der COVID-19-Pandemie der Kontakt zu Familienangehörigen digital aufrechterhalten werden, während Treffen vor Ort eingeschränkt waren (Drury et al., 2022).

Eine Aussage, die ambivalent bewertet wurde, ist folgende: «Ich habe das Gefühl, dass ich zu viel Zeit im Internet verbringe». Hier stimmen 27 % der Befragten gar nicht zu, aber 24 % von ihnen stimmten «teils, teils» zu und wiederum 18 % von ihnen eher beziehungsweise völlig. Inwiefern diese Selbsteinschätzung zutrifft, konnte mit einer Korrelation zwischen dieser Aussage und den angegebenen Minuten, welche die Personen täglich im Internet verweilen, testweise überprüft werden. Die Auswertung zeigt, dass Personen, die diese Aussage für sich als zutreffend bewerteten, tendenziell tatsächlich auch viele Minuten am Tag im Internet verbringen ( $r = .099$ ,  $p = .005$ ). Mit dem grössten «teils, teils»-Anteil von 45 % wird die Aussage «Ich habe Vertrauen, dass digitale Angebote im Internet sicher sind» schon sehr viel ambivalenter wahrgenommen. Zum Teil erleben die befragten Personen das Internet und dessen Angebote als sicher, jedoch nicht alle beziehungsweise nicht in jeder Situation oder nicht bei allen Webseiten.

Für ältere Menschen wird die Frage immer relevanter, inwieweit die Technik auch den Alltag beziehungsweise das Wohnen zu Hause erleichtern kann (zum Beispiel durch Assistenz- oder Sicherheitssysteme). Da das Internet nicht nur den Zugang zu Informationen und Dienstleistungen ermöglicht, sondern zum Beispiel auch das Einkaufen (Online-Bestellung/Haustürlieferung) erleichtern kann, sollte die Aussage «Das Internet ermöglicht es mir, im Alter länger selbstständig zu bleiben» bewertet werden. Auch wenn 25 % der Befragten diese Aussage eher beziehungsweise völlig ablehnen und 25 % hier «teils, teils» ankreuzten, stimmte hier die Hälfte der Personen (50 %) eher beziehungsweise völlig zu. Damit verzeichnet diese Aussage auch die grössten Zustimmungswerte (Mittelwert: 3.31) von allen sieben vorgelegten Aussagen. Zwischen den Geschlechtern lässt sich kein statistisch signifikanter Unterschied erkennen, so auch nicht in Bezug auf das Alter oder die Anzahl an Minuten, welche die Personen am Tag online sind. Zudem wurde auch die Aussage «Das Internet ist für mich anregend und faszinierend» von 45 % der befragten Personen als eher beziehungsweise völlig zutreffend bewertet.

Der Vergleich mit den Ergebnissen aus den drei vorherigen Befragungen (nur zwei vergleichbare Aussagen) zeigt, dass den beiden positiv formulierten Aussagen in der aktuellen Befragung weniger zugestimmt wird (Tab. 10). Jedoch muss darauf hingewiesen werden, dass der direkte Vergleich methodisch etwas schwerfällt, da die Formulierungen bei der aktuellen Befragung minimal angepasst wurden (die Aussagen wurden durch den Ich-Bezug stärker personalisiert, was in der Tabelle 10 – siehe Klammern – zu erkennen ist). Dennoch ist zu sehen, dass mit einer Zunahme der Internetnutzenden eine Abnahme der positiven beziehungsweise eine Zunahme der ambivalenten Meinungen einhergeht, da die Mittelwerte gesamthaft betrachtet über die Jahre kontinuierlich abnehmen (Tab. 10).

| <b>Einstellungsfragen</b>                                             | <b>2010</b> | <b>2015</b> | <b>2020</b> | <b>2025</b> |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <i>Das Internet erleichtert (mir) den Kontakt zu anderen Menschen</i> | 3.48        | 3.49        | 3.45        | 3.20        |
| <i>Das Internet ist (für mich) anregend und faszinierend</i>          | 3.77        | 3.75        | 3.51        | 3.31        |

**Tabelle 10: Vergleich der Einstellungen zum Internet im Zeitvergleich**

Anmerkungen: Nur Personen, die das Internet nutzen; abgebildet sind Mittelwerte auf der Skala: 1 «trifft gar nicht zu» bis 5 «trifft völlig zu».

Werden nun die sechs Aussagen zur Interneteinstellung als Mittelwertskala (negativ gepolte Aussagen wurden umgepolte) berechnet, ergibt sich ein gesamthafter Mittelwert von 3.35 (Standardabweichung: 0.62) auf der bekannten Skala von 1 «trifft gar nicht zu» bis 5 «trifft völlig zu». (Die Aussage «Ich bin bereits einmal Opfer von Datenverlust oder Online-Betrug geworden» wurde aus der Wertung ausgeschlossen, da sie zu sehr einer Ja/Nein-Frage entspricht.) Um herauszufinden, inwieweit das Geschlecht, das Alter, die Wohnregion, die Bildung und das Einkommen sowie die digitale Kompetenz und die Angabe, ob das Internet täglich oder nicht täglich genutzt wird, die Einstellung zum Internet beeinflussen, wurde eine lineare Regressionsanalyse unter Personen, die das Internet nutzen, durchgeführt (Tab. 11). Das signifikante Regressionsmodell hat eine erklärte Varianz von 14 %.

| Merkmale                           |                                                | Beta  | p      |
|------------------------------------|------------------------------------------------|-------|--------|
| <b>Geschlecht</b>                  | Frau (ref. Mann)                               | .054  | .057   |
| <b>Alter</b>                       | Metrische Skala                                | .169  | < .001 |
| <b>Wohnregion</b>                  | Städtisch/Intermediär (ref. ländlich)          | -.008 | .759   |
| <b>Bildung</b>                     | 3-stufige Skala (tief zu hoch)                 | -.018 | .539   |
| <b>Zurechtkommen mit Einkommen</b> | 4-stufige Skala (schwer zu einfach)            | .077  | .007   |
| <b>Digitale Kompetenz</b>          | Score von 0–100                                | .286  | < .001 |
| <b>Daily online</b>                | Tägliche Internetnutzung (ref. nicht tägliche) | .165  | < .001 |

Modellgüte:

Adjusted R<sup>2</sup>: .139; F: 27.97 p: <.001; N: 1167

**Tabelle 11: Regressionsanalyse mit der Einstellung zum Internet**

Anmerkungen: lineare Regressionsanalyse; abgebildet sind standardisierte Koeffizienten (Beta). Abhängige Variable: Mittelwertscore der Einstellungsaussagen zum Internet (1 «trifft gar nicht zu» bis 5 «trifft völlig zu»).

Statistisch signifikante Einflüsse auf die Einstellung zum Internet haben nur das Alter, das Zurechtkommen mit dem monatlichen Einkommen, die digitale Kompetenz und die tägliche Nutzung des Internets. Die Beta-Werte (und t-Werte) verdeutlichen, dass die digitale Kompetenz den stärksten Einfluss ausübt. Die Analyse zeigt, dass ältere Personen, Personen, die mit ihrem monatlichen Einkommen gut zurechtkommen, Personen mit einer hohen digitalen Kompetenz und Personen, die mehrheitlich täglich online sind, eher eine positive Einstellung zum Internet haben. Dass die tägliche Nutzung und die digitale Kompetenz die Einstellung zum Internet beeinflussen, ist nachvollziehbar, da der Umgang mit dem Internet dadurch besser beherrscht und damit vielleicht auch grundsätzlich positiver eingeschätzt wird. Verblüffend ist aber, dass der Faktor Alter hier die Vermutung widerlegt, dass ältere Personen eine negativere Einstellung zum Internet haben, da sie im Umgang damit vielleicht weniger erfahren sind. Da hier aber nur die Personen, die das Internet nutzen, berücksichtigt wurden, lässt sich eher vermuten, dass gerade die hochaltrigen Personen, die online sind, die Vorteile des Internets deutlicher wahrnehmen beziehungsweise vielleicht auch weniger «negative Erfahrungen» bei einer geringeren Nutzung gemacht haben und daher weniger negative Aspekte sehen. Diese Vermutungen können mit den vorhandenen Daten jedoch nicht eindeutig beantwortet werden.

| Einstellungsgruppen     | Total | Frauen | Männer | 65–74 Jahre | 75–84 Jahre | 85+ Jahre |
|-------------------------|-------|--------|--------|-------------|-------------|-----------|
| Negative Einstellung    | 11    | 11     | 11     | 10          | 11          | 10        |
| Ambivalente Einstellung | 53    | 54     | 51     | 56          | 47          | 50        |
| Positive Einstellung    | 36    | 35     | 39     | 34          | 42          | 40        |

**Tabelle 12: Einstellungsgruppen**

Anmerkungen: Nur Personen, die das Internet nutzen; abgebildet sind Spaltenprozente. Lesebeispiel: 35 % der Frauen und 39 % der Männer haben eine positive Einstellung. \*Unterschiede zwischen den Merkmalsgruppen sind signifikant (Cramers-V,  $p < .010$ ).

Für die Auswertung wurde die Mittelwertvariable in drei Gruppen aufgeteilt: jene Gruppe, die eine eher negative Einstellung aufweist (Mittelwerte von 1 bis 2.50); jene, die eine ambivalente Einstellung hat (Mittelwerte von 2.55 bis 3.50); und jene, die tendenziell eine positive Einstellung hat (Mittelwerte von 3.55 bis 5). Dieser Einteilung zufolge befinden sich 11 % der Personen ab 65 Jahren in der «negativen» Gruppe, 53 % in der «ambivalenten» Gruppe und 36 % in der «positiven» Gruppe. Diese Verteilung zeigt, dass die Personen, die das Internet nutzen, eine heterogene Meinung über das Internet haben: Nicht alle von ihnen befürworten es, nicht alle lehnen es ab. Unter den Personen, die eine positive Einstellung aufweisen, befinden sich auch deutlich mehr Personen, die das Internet täglich nutzen (81 % nutzen es täglich und nur 19 % nicht täglich). Dennoch befinden sich unter jenen mit einer negativen Einstellung sowohl gleich viele täglich als auch nicht täglich Nutzende (jeweils 50 %). Zwischen den Geschlechtern und den Altersgruppen sind – zumindest in der Gegenüberstellung der Einstellungsgruppen – keine signifikanten Unterschiede zu erkennen (Tab. 12). Interessanterweise liegt die Gruppe der Personen mit einer negativen Einstellung sehr stabil bei 10–11 % – egal ob bezüglich der Geschlechter oder Altersgruppen.

#### 4.7.2 Gefühl von sozialer Ausgeschlossenheit aufgrund der Nichtnutzung von Technik

Auch wenn die Zahlen der aktuellen Befragung dafür sprechen, dass nun mehr ältere Personen das Internet nutzen als noch vor fünf oder zehn Jahren, wissen wir aus der gerontologischen Forschung auch, dass auch heute noch Formen einer digitalen Spaltung zwischen jüngeren (unter 65 Jahre) und älteren Altersgruppen (über 65 Jahre) bestehen (BMFSFJ, 2020; Cotten, 2021). Darüber hinaus hat die COVID-19-Pandemie noch einmal deutlich gemacht, dass gerade jene ältere Menschen, die weniger Erfahrungen mit modernen IKT haben, nicht selbstverständlich beziehungsweise automatisch auf eine digitale Kontaktaufrechterhaltung über das Internet bei den zunehmenden physischen Kontaktbeschränkungen umstellen konnten und sich so in der Gefahr einer doppelten Ausgrenzung befanden: einerseits durch physische Kontaktbeschränkungen und andererseits durch eine fehlende Kompensation mit digitalen Lösungen (Seifert, 2020). Aber auch andere sichtbare Veränderungen im Schweizer Alltag wie beispielsweise die 2022 vollzogene Umstellung auf die Begleichung von Rechnungen mittels QR-Code sowie das zunehmende Verschwinden von lokalen Post- und Bankstellen oder Ticketautomaten machen einerseits die digitale Transformation spür- und sichtbar, bringen andererseits aber auch die Notwendigkeit mit sich, digitale Kompetenzen zu besitzen, um digital geprägte Dienstleistungen im Alltag nutzen zu können und nicht von diesen Informationen und Angeboten ausgeschlossen zu sein. Hill, Betts und Gardner (2015) haben bereits 2015 eine kumulative, sich selbst verstärkende Spirale der Isolation in dieser Hinsicht festgestellt, in der die digital Versierten immer mehr integriert und die digital Nichtversierten immer mehr isoliert werden. Unklar bleibt jedoch, wie digital ausgeschlossen (subjektiv exkludiert) sich ältere Personen insgesamt fühlen.

Die Frage, wie es sich anfühlt, durch die zunehmende Digitalisierung im Alltag «abgehängt» zu sein, konnte bereits durch zwei Aussagen zur Techniknutzung (siehe Kapitel 4.1) angeschnitten werden. Hier zeigte sich, dass von allen befragten Personen 38 % die Aussage «Ich habe Angst, den Anschluss zu verpassen, wenn ich mich nicht mit der neusten Technik auseinandersetze» und 46 % die Aussage «Ich empfinde einen gewissen Druck, neue digitale Geräte und Anwendungen nutzen zu müssen» eher beziehungsweise völlig zutreffend finden. Werden nur die Personen, die offline sind, betrachtet, verringert sich zwar der Wert (22 %) bei der ersten Aussage (Angst, den Anschluss zu verpassen), aber der Wert bei der zweiten Aussage (Druck, das Internet nutzen zu müssen) erhöht sich auf 51 %. Es kann vermutet werden, dass Personen, die das Internet nicht nutzen, zwar nicht unbedingt Angst haben, den Anschluss zu verpassen – vielleicht auch, da sie sich heute mehr denn je aktiv für eine Nichtnutzung entscheiden und klassische Wege wählen (zum Beispiel Besuch vor Ort, Festnetztelefon) –, aber zunehmend einen sozialen Druck erleben, die neusten technischen Geräte und digitalen Anwendungen nutzen zu müssen. Bei den Personen, die das Internet nutzen, ist es eher die eigene digitale Kompetenz beziehungsweise das Fehlen dieser, die mit dem wahrgenommenen Druck, die neusten Technologien verwenden zu müssen, korreliert: Personen, die weniger digitale Kompetenzen aufweisen, erleben eher den Druck, technisch auf dem neusten Stand sein zu müssen ( $r = .160, p < .001$ ).

Um den Aspekt der sozialen Teilhabe durch die Internetnutzung beziehungsweise das Gefühl von sozialer Exklusion durch die Nichtnutzung zu eruieren, wurden den befragten Personen folgende Fragen gestellt: «Würden Sie sich manchmal aus der Gesellschaft ausgeschlossen fühlen, wenn Sie das Internet nicht mehr nutzen könnten?» (Onlinerinnen und Onliner) «Fühlen Sie sich manchmal aus der Gesellschaft ausgeschlossen, weil Sie das Internet nicht nutzen?» (Offlinerinnen und Offliner). Diese Frage bejahten 51 % der Personen, die das Internet nutzen, und 8 % der Personen, die das Internet nicht nutzen, mit «ja sehr» oder «eher ja» (Abb. 17). Demzufolge würde sich über die Hälfte der Onlinerinnen und Onliner ausgeschlossen (sozial exkludiert) fühlen, wenn sie das Internet nicht mehr nutzen könnte. Das Gefühl der Ausgeschlossenheit aufgrund der Nichtnutzung des Internets empfinden im Vergleich dazu tatsächlich nur 8 % der Offlinerinnen und Offliner; dennoch sind dies gerade jene Personen, die sich aktuell ausgeschlossen fühlen und die digitale Transformation eher als Gefahr sehen. Wird der Mittelwert zu dieser Frage herangezogen, zeigt sich, dass sich bei den Personen, die das Internet nutzen, mehr Frauen als Männer ausgeschlossen fühlen würden ( $t(1257) = 2.8, p = .003$ ), wenn sie das Internet nicht mehr nutzen könnten. Bei den Personen, die nicht online sind, sind es statistisch signifikant ( $t(143) = 3.1, p = .001$ ) eher jüngere Personen (65–79 Jahre), die sich ausgeschlossen fühlen würden als über 79-Jährige. Da sich viele der Personen, die das Internet nutzen, potenziell ausgeschlossen fühlen würden, wenn sie das Internet nicht mehr nutzen dürften/könnten, kann vermutet werden, dass gerade sie die Vorteile des Internets wahrnehmen und eine Wegnahme als grösseren Verlust und vielleicht auch als Einschränkung ihres täglichen Lebens erleben würden, da zum Beispiel der schnelle Online-Ticketkauf für einen Kinobesuch oder eine Bahnfahrt entfallen würde.

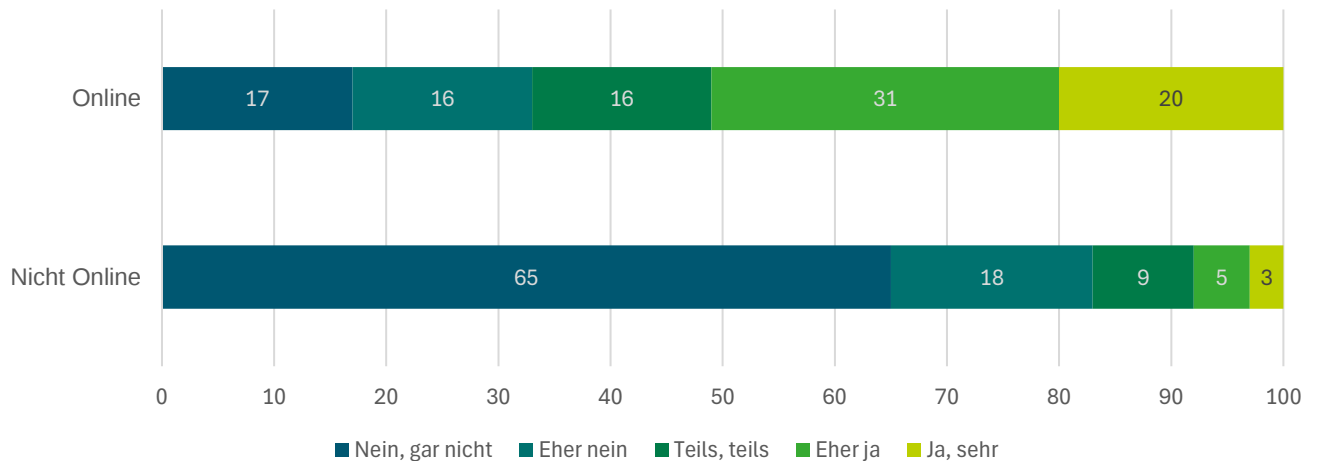


Abbildung 17: Gefühl der Ausgeschlossenheit aus der Gesellschaft bei Nichtnutzung des Internets

Zwischen dem Gefühl der Ausgeschlossenheit durch die Nichtnutzung bei den Personen, die das Internet nicht nutzen, und der allgemeinen Aussage «Ich habe zunehmend das Gefühl, den Anschluss an die heutige Zeit verpasst zu haben» ergibt sich eine statistisch signifikante Korrelation ( $r = .302$ ,  $p < .001$ ), die aussagt, dass Personen, die sich durch die Nichtnutzung des Internets ausgeschlossen fühlen, auch generell das Gefühl haben, dass sie den Anschluss an die heutige Zeit verpasst haben. Dies betont noch einmal den Stellenwert des Zugangs zur digitalen Welt für die soziale Teilhabe in der realen Welt (Seifert, 2023).

Es zeigt sich, dass sich bei den Onlinerinnen und Onlinern das potenzielle Exklusionsgefühl bei einem Verzicht der Internetnutzung im Laufe der Zeit stark vergrößert hat. Waren es 2010 noch 32 %, 2015 noch 33 % und 2020 noch 31 %, so sind es 2025 bereits 51 %, die sich sozial ausgeschlossen fühlen würden, wenn sie das Internet nicht mehr nutzen könnten. Bei den Offlinerinnen und Offlinern hat sich der Anteil über die Erhebungsjahre jeweils um 2 Prozentpunkte verringert (2010: 16 %; 2015: 14 %; 2020: 12 %) und liegt nun bei 8 %. Dieser Rückgang kann aber auch bedeuten, dass sich die Personen, die heute das Internet nicht nutzen, bewusst gegen eine Internetnutzung entschieden haben, weil sie darin weniger Vorteile sehen und auch kaum eine soziale Ausgrenzung befürchten, da sie noch alternative Zugänge nutzen (zum Beispiel Lesen von Print-Medien, Bankgeschäfte am Bankschalter erledigen, Ticket direkt am Automaten ziehen).

## 4.8 Online-Aktivitäten, genutztes Endgerät und Hinderungsgründe

### 4.8.1 Nutzung von Online-Aktivitäten

Die Personen, die das Internet nutzen, sollten auf einer Liste ankreuzen, welche Internetanwendungen sie in den letzten drei Monaten genutzt haben und welche sie – wenn noch nicht genutzt – interessant fänden (Abb. 18).

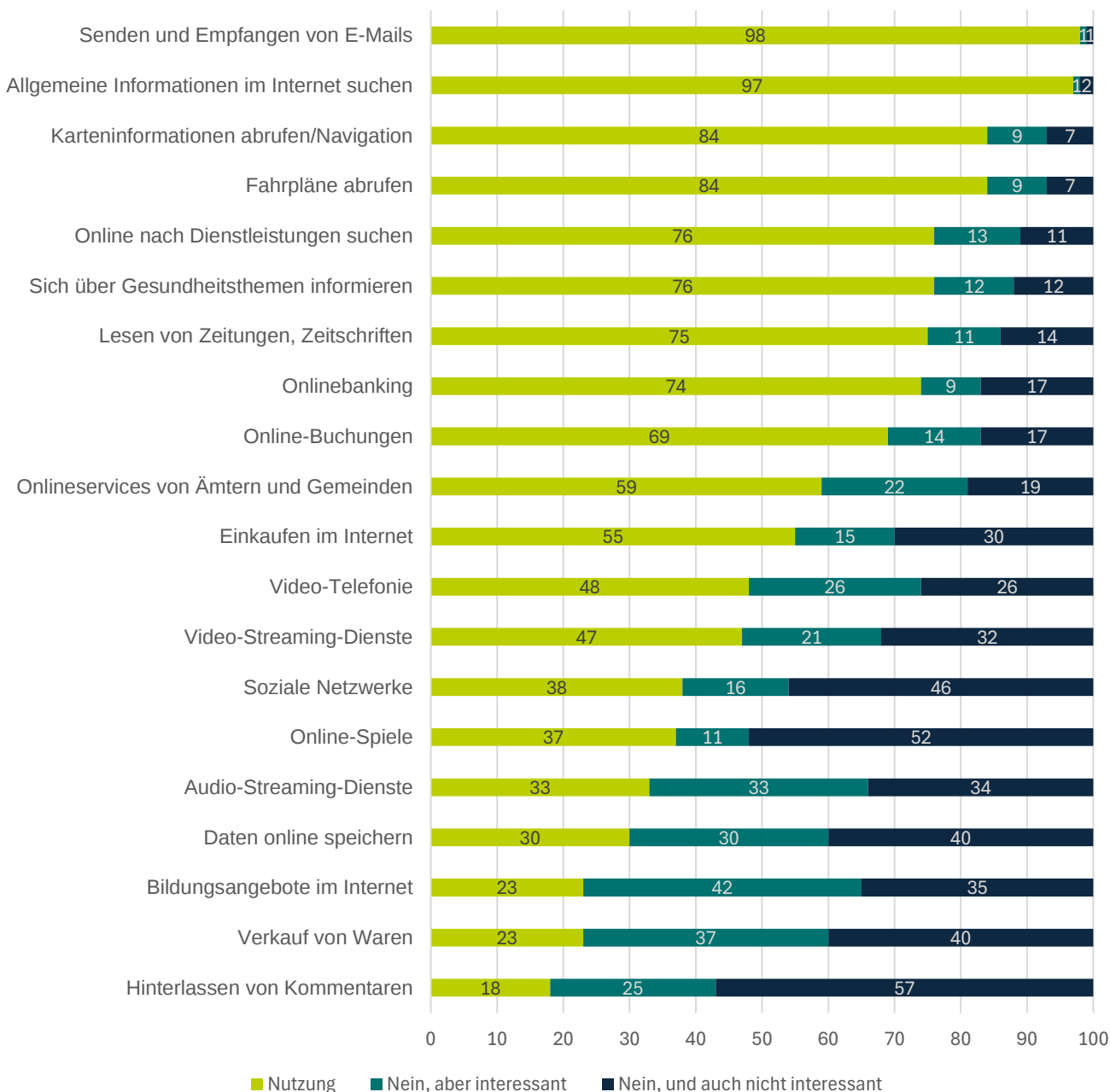


Abbildung 18: Nutzung von Online-Aktivitäten (sortiert nach «Nutzung»)

Werden die 20 vorgelegten Online-Aktivitäten nach deren Gebrauch sortiert, so zeigt sich, dass fast alle Befragten (98 %) die Funktion E-Mails schreiben/empfangen nutzen, dicht gefolgt von der allgemeinen Informationssuche (97 %) und dem Abrufen von Karteninformationen (84 %) und Fahrplänen (84 %). Die Aktivitäten «Online nach Dienstleistungen suchen», «Sich über Gesundheitsthemen informieren», «Lesen von Zeitungen und Zeitschriften online» und «Online-Banking» folgen auf dieser Liste knapp dahinter (74–76 %). Im Mittelfeld – mit 47 % bis 69 % – rangieren die Nutzung von Online-Angeboten von Ämtern und Gemeinden, Video-Streaming-Dienste, Video-Telefonie, Soziale Netzwerke, Online-Spiele, Audio-Streaming-Dienste, Daten online speichern, Bildungsangebote im Internet, Verkauf von Waren und Hinterlassen von Kommentaren.

der generelle Einkauf von Produkten oder Dienstleistungen im Internet sowie die Nutzung von Videotelefonie (Videokonferenzlösungen) und Video-Streaming-Diensten wie beispielsweise Netflix, der SRF Mediathek oder YouTube. Mit 38 % werden soziale Netzwerke wie beispielsweise Facebook, Instagram, X oder LinkedIn nur von wenigen der über 65-Jährigen verwendet; wenn dann eher noch von Personen im Alter von 65–74 Jahren (45 % Nutzungsanteil in dieser Altersgruppe). Auch Online-Spiele (37 %) oder Audio-Streaming-Dienste wie zum Beispiel Spotify oder Amazon Music (33 %) werden nur von etwa einem Drittel der älteren Bevölkerung genutzt. Mit einem Anteil von 30 % rangiert die Aktivität «Daten online speichern» nur auf Platz 17 der 20 möglichen Anwendungen. Die letzten drei Plätze – mit einem Nutzungsanteil von nur 18–23 % – belegen die Anwendungen «Bildungsangebote im Internet», «Verkauf von Waren» und «Hinterlassen von Kommentaren und Blogseinträgen».

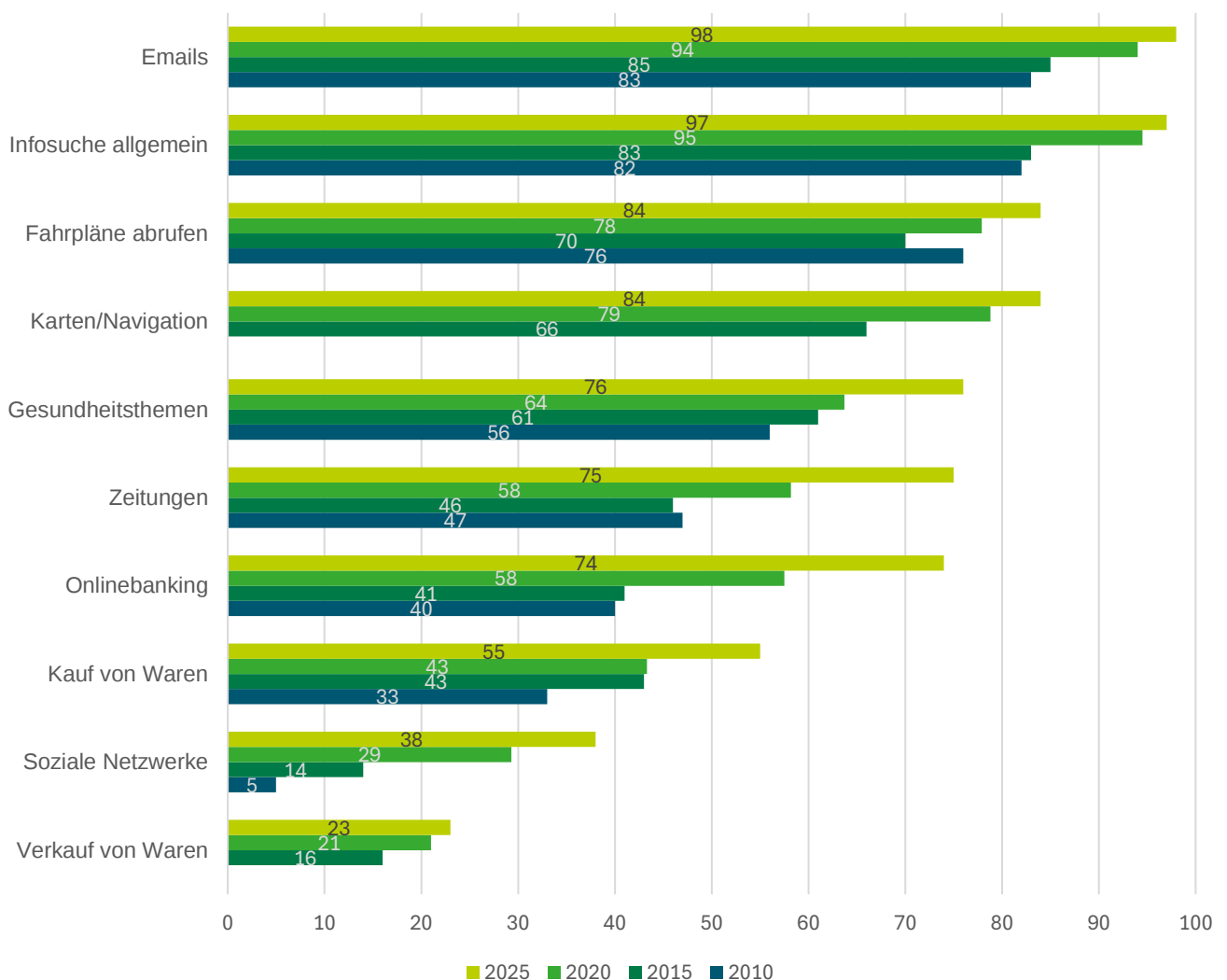


Abbildung 19: Nutzung von Online-Aktivitäten im Vergleich (nur vergleichbare Aktivitäten; sortiert nach Nutzung aus dem Jahr 2025)

Der Vergleich mit den bisherigen Befragungsrunden in der Studienreihe zeigt zunächst generell, dass der Nutzungsanteil aller vergleichbarer Anwendungen erneut zugenommen hat. Dies bedeutet, dass nunmehr gewisse Anwendungen sehr intensiv und fast täglich genutzt werden (Abb. 19). Die Klassiker des E-Mail-Schreibens und der allgemeinen Informationssuche, aber auch das Abrufen von Fahrplänen und Fahrinformationen sowie das Navigieren und Abrufen von Karteninformationen gehören heute zum festen Bestandteil der Internetnutzung bei der älteren Zielgruppe. Einen grossen Push seit der letzten Studie aus dem Jahr 2020 gab es zum Beispiel beim Lesen von Zeitungen online oder dem Online-Banking. Ähnlich gross ist der Anstieg (27 % relativer Anstieg/prozentuale Veränderung) beim Kauf von Waren im Internet. Jedoch verzeichnet die Nutzung

von sozialen Netzwerken den grössten Anstieg in den letzten fünf Jahren: Auch wenn in der aktuellen Befragung nur 38 % die sozialen Netzwerke nutzen, so ist hier in den letzten fünf Jahren ein relativer Anstieg von 29 % zu verzeichnen – diese Steigerung wird noch einmal deutlicher, wenn man die erste mit der aktuellen Befragung vergleicht: Hier beläuft sich der relative Anstieg auf 480 % beziehungsweise hier hat sich die Nutzung der sozialen Netzwerke mehr als vervierfacht.

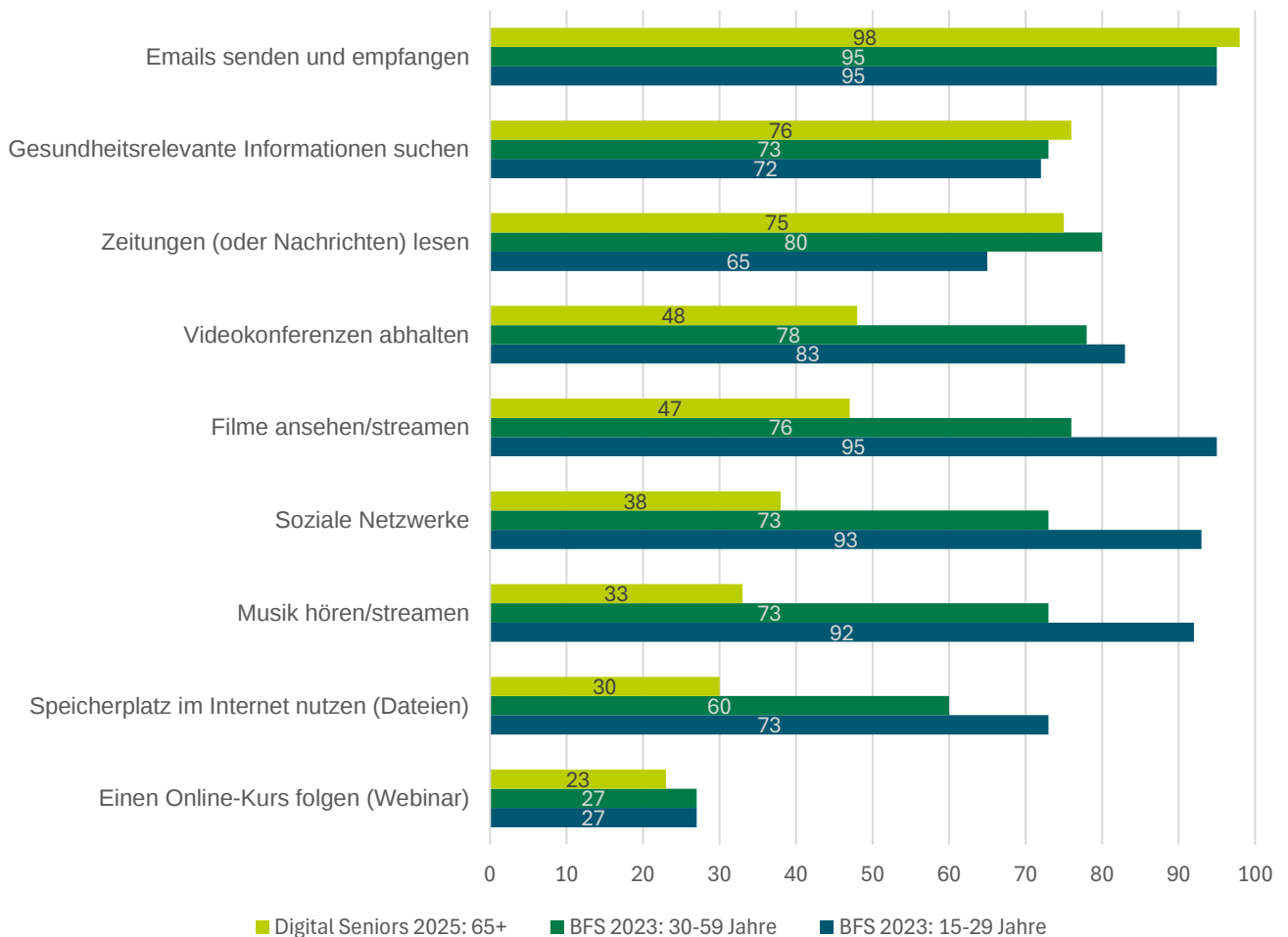


Abbildung 20: Nutzung von Online-Aktivitäten im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (Grundlage ist die Erhebung zur Internetnutzung (OMN2023) des Bundesamts für Statistik mit Daten aus dem Jahr 2023; Ergebnisse sortiert nach «Digital Seniors»-Studie 65+)

Doch üben Personen ab 65 Jahren nun mehr oder weniger Online-Aktivitäten aus? Um diese Frage beantworten zu können, wurden vergleichbare Aktivitäten im Internet, die vom Bundesamt für Statistik 2023 (BFS, 2025b) erhoben wurden, herangezogen (Abb. 20). Es ist dabei zu betonen, dass der Vergleich nur eine grobe Einschätzung bieten kann, da die abgefragten Aktivitäten im Wortlaut nicht immer identisch sind und somit nicht vollständig vergleichbar sind. Jedoch können sie dazu dienen, ein erstes Gesamtbild zu zeichnen. Im direkten Vergleich wird deutlich, dass das klassische Lesen und Schreiben von E-Mails in allen Altersgruppen gleich oft vorkommen. Danach folgt bereits das Suchen von gesundheitsrelevanten Informationen im Internet oder das Lesen von Zeitungen und News. Bei den Videokonferenzen wird der Unterschied dann schon etwas grösser; diese nutzt die ältere Bevölkerung nur zu 48 % und die Bevölkerung im Alter von 15 bis 29 Jahren zu immerhin 83 %. Bei Letzteren könnte insbesondere die Nutzung im beruflichen Alltag eine Rolle spielen. Deutlicher zeigt sich der Unterschied bei der Nutzung von Unterhaltungsanwendungen – seien es Audios oder sei es das Streamen von Videos. Hier ist es vor allem die jüngste Altersgruppe (15–29 Jahre) in der Schweiz, die beides intensiv nutzt; die ältere Bevölkerung ist hier noch eher zurückhaltender beziehungsweise nutzt solche Unterhaltungsangebote eher via Fernsehen oder Radio. Auch bei der Nutzung von sozialen Netzwerken (sozialen Medien) zeigt sich der Zusammenhang zwischen Aktivität und Alter deutlich. Bei jüngeren Personen gehört deren tägliche Verwendung zum Alltag, während die 30–59-Jährigen hier etwas weniger engagiert sind, aber die ältere Bevölkerung zu nur 38 % dabei ist. Auf der anderen Seite ist aber auch erkennbar, dass

Bildungsangebote online von allen Altersgruppen ähnlich häufig genutzt werden, auch wenn der Anteil hier bei nur unter 28 % liegt. Dies spricht für ein altersunabhängiges Interesse für Online-Bildungsangebote und sollte auch bei der Planung von Bildungsangeboten für ältere Personen berücksichtigt werden (Seifert, Perrig-Chiello et al., 2021).

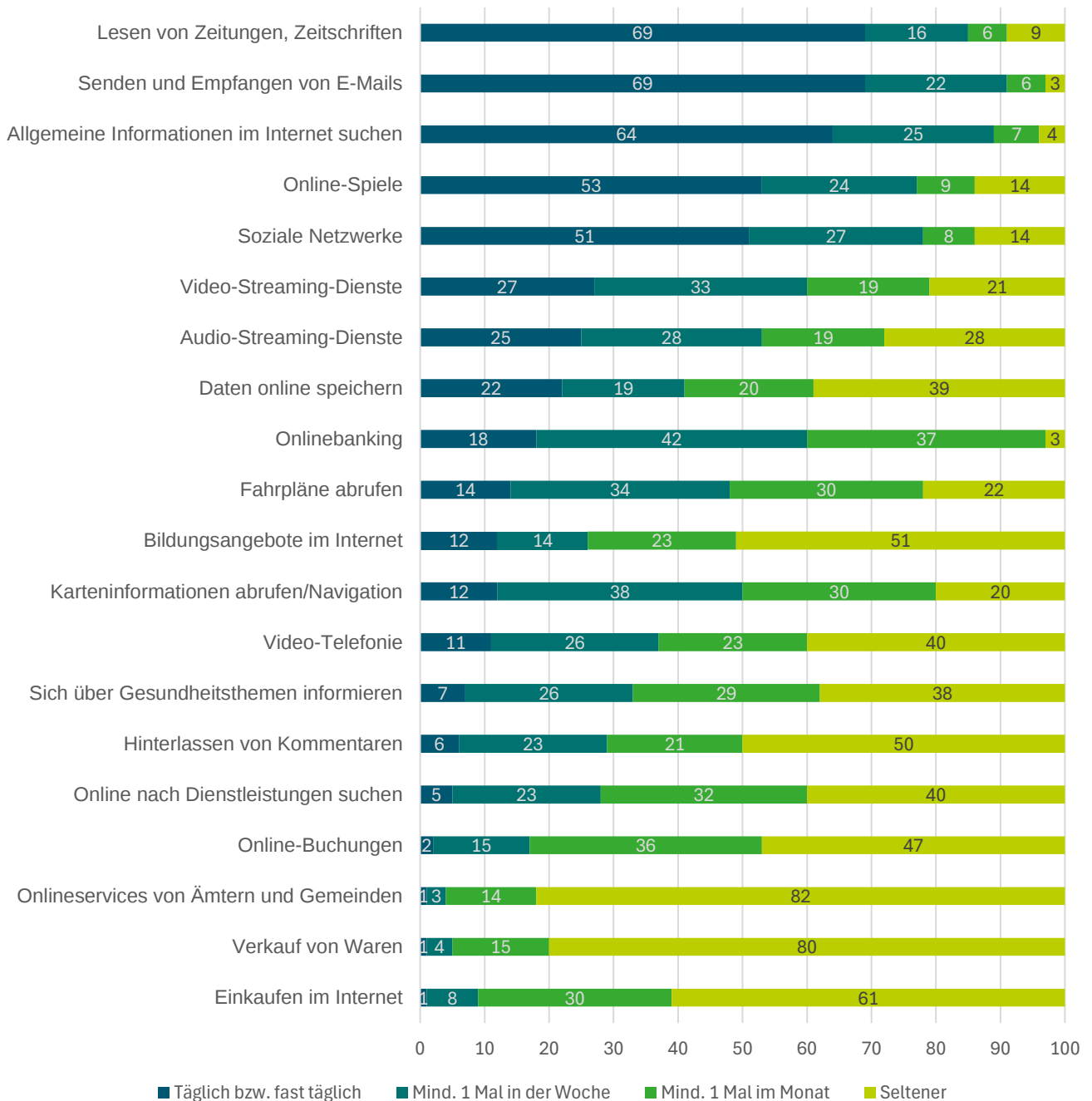


Abbildung 21: Intensität der Nutzung von Online-Aktivitäten (sortiert nach «täglich beziehungsweise fast täglich»)

Abgefragt wurde in der aktuellen Studie auch, wie intensiv die Online-Aktivitäten genutzt werden. Betrachtet wurden hierbei nur Personen, welche die jeweilige Aktivität auch generell nutzen (Abb. 21). Sehr viele der befragten Personen lesen Zeitungen/Zeitschriften online, senden/empfangen E-Mails und suchen im Internet nach Informationen – und zwar täglich. Gut die Hälfte (53 %) jener Menschen, die Online-Spiele verwenden, tun dies interessanterweise täglich. Das Gleiche gilt für die Nutzung sozialer Netzwerke (51 %). Demzufolge handelt es sich hierbei zwar jeweils um eine kleinere Gruppe innerhalb der älteren Bevölkerung, aber wenn sie aktiv ist, dann auch meist täglich. On-Demand-Angebote in Form von Videos oder Musik werden hingegen

seltener täglich gestreamt und vielleicht eher als eine Ergänzung zum klassischen Angebot von Radio und Fernsehen angesehen. Die anderen Aktivitäten werden seltener ausgeführt (wöchentliche, monatliche oder noch geringere Nutzung). Angebote wie Online-Services von Ämtern und Gemeinden werden ebenfalls seltener genutzt. Es gilt hier aber zu berücksichtigen, dass diese Services, zum Beispiel die Beantragung eines Passes oder das Ausfüllen der Online-Steuererklärung, grundsätzlich weniger oft benötigt werden.

#### 4.8.2 Erklärungsfaktoren für die Vielfalt der genutzten Online-Aktivitäten

Neben der Intensität kann auch die Vielfalt der Nutzung der Online-Aktivitäten Auskunft darüber geben, wie sich Personengruppen innerhalb der älteren Bevölkerung voneinander unterscheiden. Um die Vielfalt der Nutzung abzubilden, wurde ein Summenscore aus den 20 vorgestellten Aktivitäten berechnet, der eine Variable ergibt, welche die Ausprägung von 0 (keine der aufgelisteten Aktivitäten ausgeübt) bis 20 (alle Aktivitäten ausgeübt) hat. Über alle Personen betrachtet, die das Internet nutzen, ergibt sich ein Mittelwert von 9.90 (Standardabweichung: 5.45; Median: 11); demzufolge sind es im Schnitt etwa zehn Aktivitäten. Bei Männern sind es im Schnitt elf Aktivitäten und damit statistisch signifikant ( $t(1443) = 7.0, p < .001$ ) mehr als bei Frauen mit neun Aktivitäten. Bei Personen ab 85 Jahren sind es mit fünf deutlich weniger Aktivitäten ( $t(895) = 21.5, p < .001$ ) als bei Personen im Alter von 65 bis 74 Jahren mit zwölf Aktivitäten.

Um nun herauszufinden, inwieweit das Geschlecht, das Alter, die Wohnregion, die Bildung, das Einkommen, die digitale Kompetenz und die Angabe, ob man täglich oder nicht täglich online ist, die Vielfalt der genutzten Online-Aktivitäten beeinflusst, wurde eine lineare Regressionsanalyse durchgeführt (Tab. 13). Das signifikante Regressionsmodell hat eine erklärte Varianz von 49 %.

| Merkmale                                                                          |                                                | Beta  | p      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-------|--------|
| <b>Geschlecht</b>                                                                 | Frau (ref. Mann)                               | -.006 | .793   |
| <b>Alter</b>                                                                      | Metrische Skala                                | -.205 | < .001 |
| <b>Wohnregion</b>                                                                 | Städtisch/Intermediär (ref. ländlich)          | .020  | .339   |
| <b>Bildung</b>                                                                    | 3-stufige Skala (tief zu hoch)                 | .045  | .041   |
| <b>Zurechtkommen mit Einkommen</b>                                                | 4-stufige Skala (schwer zu einfach)            | .028  | .188   |
| <b>Digitale Kompetenz</b>                                                         | Score von 0–100                                | .534  | < .001 |
| <b>Täglich online</b>                                                             | Tägliche Internetnutzung (ref. nicht tägliche) | .136  | < .001 |
| <i>Modellgüte:</i><br>Adjusted R <sup>2</sup> : .496; F: 169.84 p: <.001; N: 1192 |                                                |       |        |

**Tabelle 13: Regressionsanalyse mit der Vielfalt der Online-Aktivitäten**

Anmerkungen: lineare Regressionsanalyse; abgebildet sind standardisierte Koeffizienten (Beta). Abhängige Variable: Summenscore der genutzten Online-Aktivitäten (0–20 Aktivitäten).

Statistisch signifikante Einflüsse auf die Vielfalt der genutzten Online-Aktivitäten haben das Alter, die Bildung, die digitale Kompetenz und die tägliche Nutzung des Internets. Die abgebildeten Beta-Werte verdeutlichen, dass die digitale Kompetenz die wichtigste Rolle spielt. Die Analyse zeigt, dass jüngere Personen, Personen mit einem höheren Bildungsabschluss, Personen mit einer hohen digitalen Kompetenz und Personen, die mehrheitlich täglich online sind, eher mehr Online-Aktivitäten nutzen. Dass die Vielfalt der Online-Aktivitäten auch die Einstellung zur Digitalisierung positiv beeinflusst, belegt die statistisch signifikante Korrelation ( $r = .582, p < .001$ ) zwischen der Breite der Online-Aktivitäten und der Aussage «Die zunehmende Digitalisierung erleichtert mir den Alltag»: Demzufolge haben die Personen, die viele Facetten der Online-Welt nutzen, auch das Gefühl, dass die Digitalisierung ihnen die alltäglichen Aufgaben eher erleichtert. Im Gegenzug heisst das aber auch, dass Personen, die im Internet kaum aktiv sind, beziehungsweise nur wenig ausprobieren, auch eher weniger Vorteile in diesen digitalen Möglichkeiten sehen.

### 4.8.3 Endgeräte zur Nutzung der Online-Aktivitäten

Die oben erwähnten Online-Anwendungen können mit unterschiedlichen Endgeräten genutzt werden, sei dies der stationäre Computer, der Laptop, das Tablet oder das Smartphone. Wird die Liste hinsichtlich der Nutzung mit dem Computer sortiert, wird deutlich, dass vor allem Online-Services von Ämtern, das Speichern von Daten und das Online-Banking am Computer ausgeführt werden (Abb. 22). Mit dem Smartphone werden vor allem Fahrpläne und Karteninformationen abgerufen, Musik gestreamt und soziale Netzwerke besucht. Grundsätzlich wird damit das Smartphone heute für viele Online-Aktivitäten eingesetzt. Das Beispiel «Online-Banking» zeigt aber auch, dass hierfür nur 23 % der Befragten das Smartphone nutzen, 6 % verwenden dafür das Tablet und die überwiegende Mehrheit erledigt ihre Bankgeschäfte doch eher mithilfe des Notebooks (29 %) oder stationären Computers (42 %). Es kann vermutet werden, dass das Smartphone beim Online-Banking aufgrund von Sicherheitsbedenken (zum Beispiel was passiert, wenn ich mein Smartphone verliere, verliere ich damit auch meine Bankdaten?) seltener zum Einsatz kommt oder dass die Bedienung am Computer durch den grösseren Bildschirm und die grössere Tastatur leichter fällt. Auch Online-Services von Gemeinden und Ämtern werden lieber am Computer genutzt; ebenso wird der Ein- und Verkauf von Waren lieber am Computer erledigt – vielleicht auch wegen der bereits vermuteten Sicherheitsbedenken beziehungsweise Bedienungsvorteile am Computer (siehe das Beispiel Online-Banking).

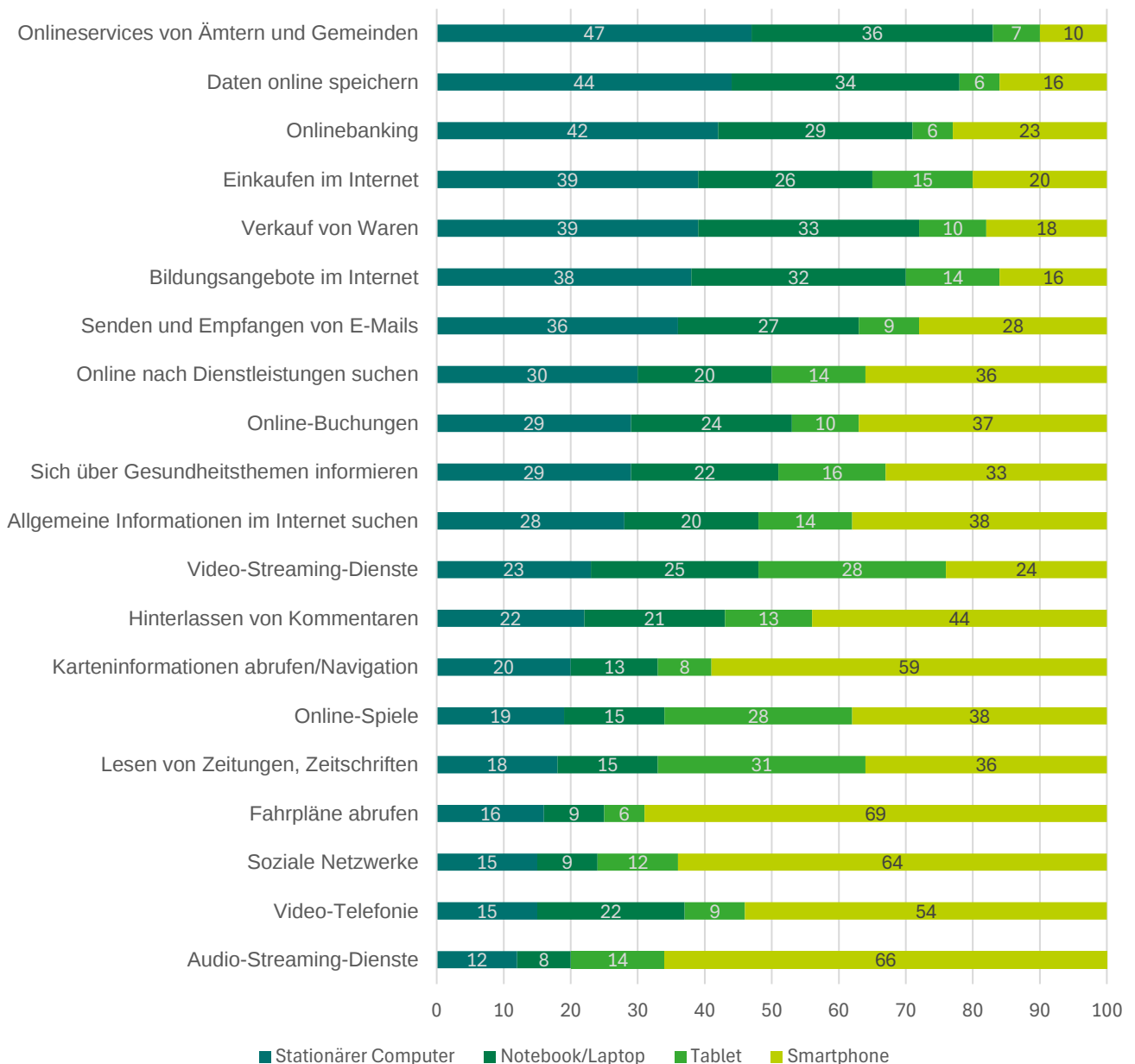


Abbildung 22: Endgeräte zur Nutzung von Online-Aktivitäten (sortiert nach «Stationärer Computer»)

#### 4.8.4 Hinderungsgründe für die Nutzung von Online-Aktivitäten

Wie bereits erkennbar wurde, nehmen nicht alle Personen, die grundsätzlich das Internet nutzen, an allen möglichen Online-Aktivitäten teil. Daher war es uns wichtig, die möglichen Hinderungsgründe zu erfassen. Hierfür wurden den Befragten sieben für bestimmte Anwendungsfelder stellvertretende Online-Aktivitäten vorgelegt, damit sie den jeweiligen Hauptgrund für deren Nichtnutzung angeben konnten (Abb. 23).

Sortiert nach dem Grund «Die klassischen Zugänge reichen mir aus», der häufig genannt wurde, wird insbesondere das Lesen von Zeitschriften oder das Einkaufen angeführt. Beim Aspekt Einkaufen lassen sich zwei Hauptgründe für die Nichtnutzung der Online-Möglichkeiten erkennen: einerseits der fehlende Nutzen, andererseits die Tatsache, dass die Wege zum Lebensmittelgeschäft eingespielt sind und eine weitere Einkaufsquelle nicht benötigt wird. Aber auch beim Online-Lesen von Zeitschriften/Magazinen ist dieser Zwiespalt zu erkennen: So bevorzugen 51 % der Befragten die klassischen Print-Medien-Angebote, während 39 % dem digitalen Zugang zu Zeitschriften/Magazinen per se nichts abgewinnen können. «Kein Nutzen» wird am häufigsten in den Online-Aktivitäten «Video-Streaming» und «Soziale Netzwerke» gesehen. Bei den Online-Services von Ämtern und Gemeinden kommt neben dem fehlenden Nutzen und der Bevorzugung von klassischen Wegen – neben anderen Faktoren, die weniger markant sind – noch der Faktor «Es ist zu kompliziert» hinzu. Vermutlich bevorzugen es viele Personen, sich direkt vor Ort an ein Amt zu wenden oder ihre Steuererklärung auf Papier zu erledigen. Beim Aspekt Online-Banking ist erkennbar, dass hier ein spezifischer Hinderungsgrund (mit 38 %) eine wichtige Rolle spielt – nämlich «Sicherheitsbedenken». Gerade bei Bankgeschäften, die online erfolgen, haben einige Personen, die das Internet ansonsten für andere Dinge nutzen, eine Hemmschwelle; sie empfinden das Online-Banking offenbar weiterhin als nicht sehr sicher.

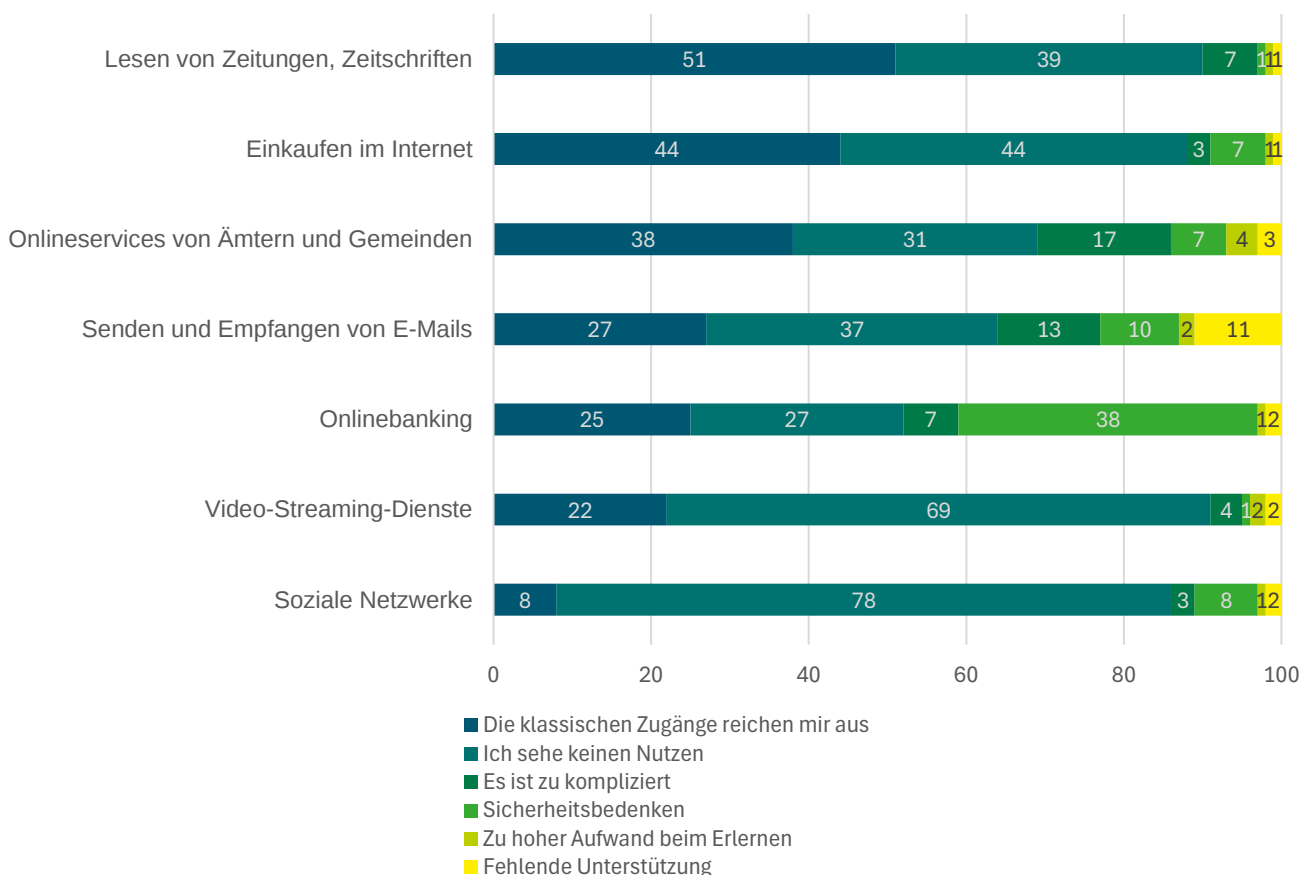


Abbildung 23: Gründe für die Nichtnutzung von ausgewählten Online-Aktivitäten (sortiert nach «Die klassischen Zugänge reichen mir aus»)

## 4.9 Digitaler Alltag am Beispiel der täglichen Kommunikation

Unser heutiger Alltag ist oftmals geprägt von sozialen Interaktionen, die häufig auch digital erfolgen – sei es zum Beispiel eine kurze Sprachnachricht auf dem Smartphone, das Wiedersehen beim Videocall oder das Kommentieren von Beiträgen von Freunden auf sozialen Netzwerken. Für viele Menschen sind diese digitalen Kommunikationswege kaum noch wegzudenken. Aber wie sieht dies bezüglich der Alltag bei Personen ab 65 Jahren aus? Um dies klären zu können, wurde den Befragten eine Liste mit verschiedenen Kommunikationswegen für den Kontakt zu diversen Personengruppen vorgelegt; sie sollten jeweils entscheiden, wie sie am ehesten (häufigsten) kommunizieren – sei dies persönlich vor Ort, telefonisch, handschriftlich oder digital mit dem Smartphone oder anderen Geräten (Abb. 24).

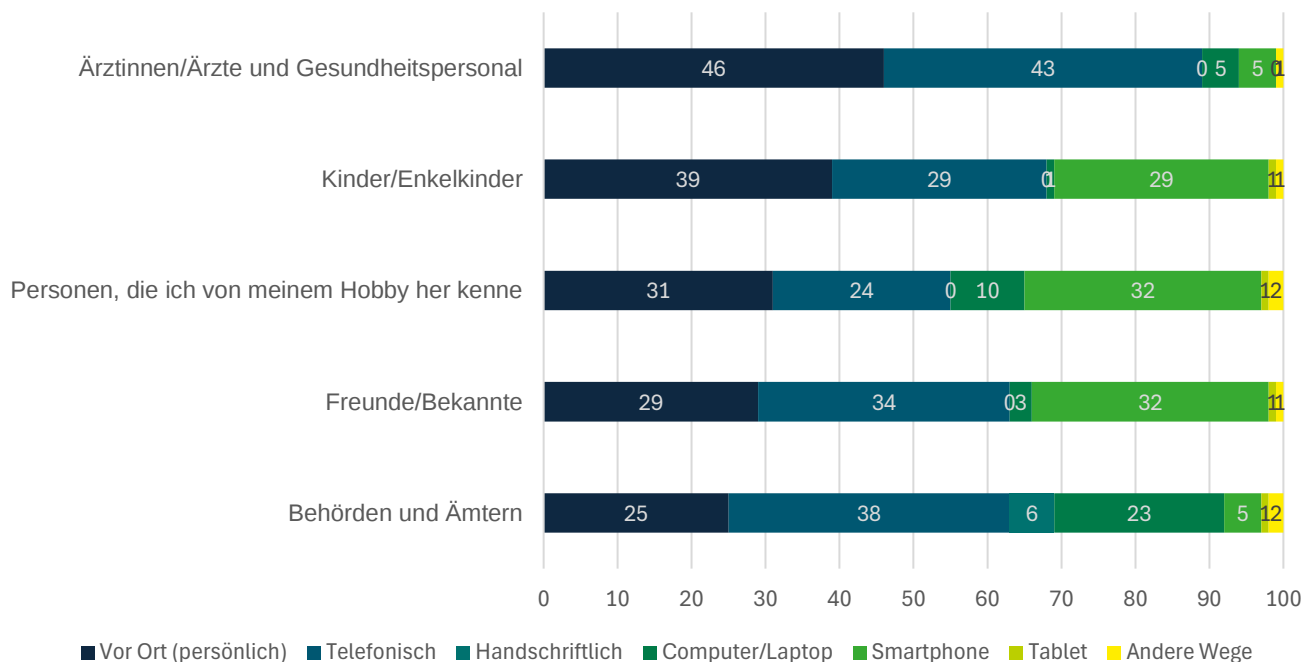


Abbildung 24: Häufig genutzte Kommunikationswege zu diversen Personengruppen (sortiert nach «Vor Ort»)

Werden die Kommunikationswege nach «vor Ort» sortiert, zeigt sich, dass der Kontakt zur Ärztin beziehungsweise zum Arzt meistens persönlich erfolgt, manchmal auch telefonisch, aber nur in seltenen Fällen digital (zum Beispiel über den Computer oder eine App auf dem Smartphone). Auch der Kontakt zu den Kindern beziehungsweise Enkelkindern findet eher persönlich vor Ort oder telefonisch statt; wobei auch hier 29 % der Befragten angeben, dass sie häufiger bereits ein Smartphone für zum Beispiel einen Videocall mit ihren Enkelkindern nutzen. Mit Personen, die man durch die Ausübung eines Hobbys kennt, oder generell mit Freunden und Bekannten wird bereits öfter via Smartphone kommuniziert (jeweils 32 %). Dies zeigt, dass digitale Lösungen und Apps zur Kontaktpflege auch im Alltag der älteren Bevölkerung immer mehr an Bedeutung gewinnen. Noch etwas «klassischer» geht es bei der Kommunikation mit Ämtern und Behörden zu. Hier wird zuerst zum Telefon (meistens Festnetz) gegriffen oder der Besuch beim Amt geplant. Am stationären Computer oder Laptop wird vielleicht noch die Steuererklärung gemacht oder sonstige Korrespondenz mit Behörden geführt.

Die Studienteilnehmerinnen und Studienteilnehmer wurden des Weiteren gefragt, wie sie ihre Einkäufe erledigen: Die Einkäufe für den täglichen Bedarf werden überwiegend (90 %) vor Ort (zum Beispiel im Lebensmittelgeschäft) getätigt. Nur 2 % der Befragten nutzen dafür den Computer und nur 1 % verwendet dafür vorwiegend das Smartphone. Bei den Einkäufen, die nicht zum Bedarf des täglichen Lebens gehören, wie zum Beispiel Möbel, Kleidung oder Elektrogeräte, liegt der Anteil jener, die am liebsten direkt vor Ort in ein Geschäft gehen, bei 79 %. Der Anteil jener, die dafür den Computer nutzen, liegt bei 10 %, nur gerade 2 % der Befragten nutzen dafür vorwiegend das Smartphone.

#### 4.10 Bargeldloses Zahlen

Ein Themenfeld, das bei der aktuellen Befragung neu hinzugekommen ist, ist das bargeldlose Bezahlen. Hier wurde zunächst gefragt, inwieweit die ältere Bevölkerung heute bereits bargeldlos (zum Beispiel beim Einkaufen oder im Restaurant) bezahlt und was sie darüber denkt. 32 % der Befragten zahlen demnach immer oder meistens bar und 30 % immer oder meistens bargeldlos. Der grössere Teil der Personen macht dies – mit 38 % – von der Situation abhängig (Abb. 25). Personen, die das Internet nutzen, zahlen häufiger bargeldlos als Personen, die das Internet nicht nutzen. Abgesehen von der Internetnutzung sind es auch eher Personen ab 85 Jahren, die lieber mit Bargeld zahlen. Dennoch sind auch unter ihnen 22 %, welche die bargeldlose Zahlung bevorzugen. Ob jemand eher bargeldlos zahlt oder nicht, hängt auch stark von seiner digitalen Kompetenz ab ( $r = .451, p < .001$ ): Je grösser diese Kompetenz, umso grösser die Wahrscheinlichkeit, dass bargeldlos gezahlt wird.

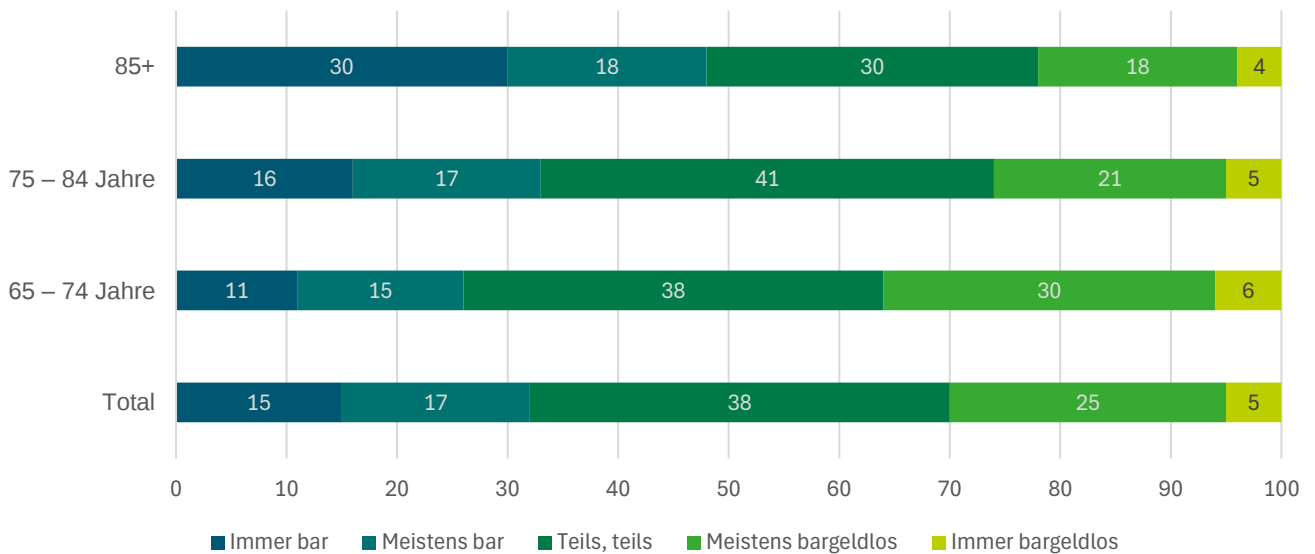


Abbildung 25: Bargeldloser Alltag (aufgeteilt nach Altersgruppen)

Die Personen, die meistens oder immer bar bezahlen, wurden zusätzlich gefragt, warum sie nicht bargeldlos zahlen (Abb. 26). Die häufigste Antwort (80 %) darauf war: «Ich zahle lieber mit Bargeld.» Dies spiegelt eine grundsätzliche Präferenz wider. Mit deutlich weniger Zustimmung, aber immerhin mit noch 28 %, wurde angegeben, dass man in der bargeldlosen Zahlweise keinen Vorteil sieht. Schwierigkeiten mit dem bargeldlosen Zahlungsverkehr, fehlende Unterstützung oder fehlende Hilfsmittel (zum Beispiel App auf dem Smartphone) wurden nur von wenigen Personen als Gründe für eine ablehnende Haltung angegeben. 13 % der Befragten kreuzten den Punkt «andere Gründe» an (zum Beispiel Barzahlung ist einfacher, Trinkgeld kann einfacher gegeben werden, erst bei grösseren Summen macht das bargeldlose Zahlen Sinn). Ein wichtiger Grund, der bei «anderen Gründen» oft angegeben wurde, ist der Aspekt Sicherheit – genauer gesagt die Angst vor Datenverlust oder Diebstählen.

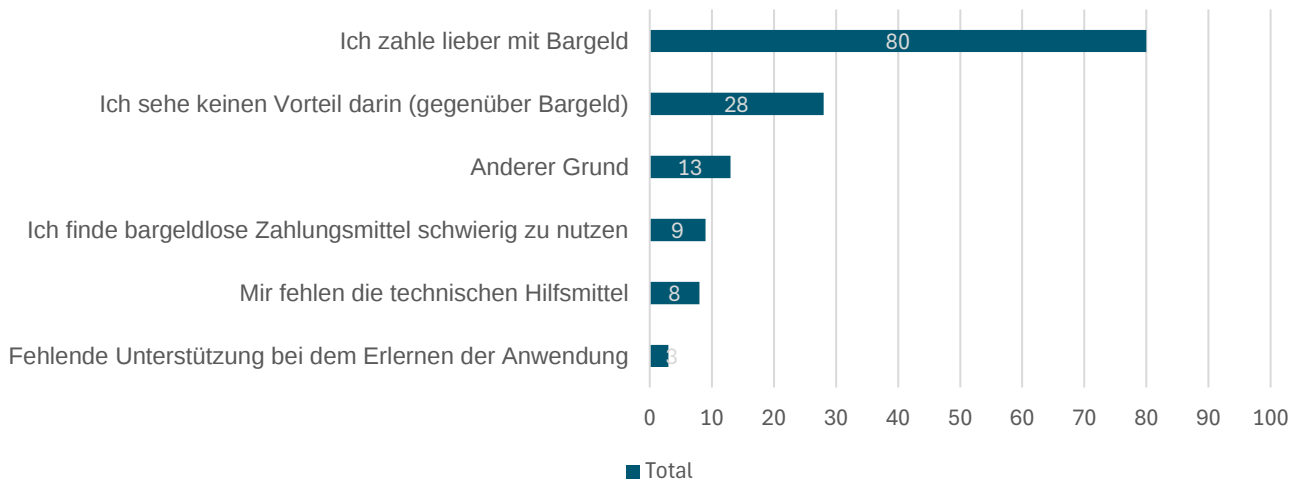


Abbildung 26: Gründe für die Bevorzugung der Barzahlung (sortiert nach Häufigkeit)

Neben der Frage, wie aktuell am liebsten bezahlt wird, konnte mit drei weiteren Aussagen auch die Einstellung gegenüber der bargeldlosen Zahlung erhoben werden (Abb. 27). Die erste Aussage «Ich zahle nur ungern bargeldlos» bewerteten 53 % der Befragten als eher beziehungsweise völlig unzutreffend. Dennoch gaben auch 28 % von ihnen an, dass sie der Aussage eher beziehungsweise völlig zustimmen. Unter jenen, die nur ungern bargeldlos zahlen, sind es auch eher jene, die aktuell lieber mit Bargeld zahlen. Die zweite Aussage «Ohne Bargeld könnte ich meinen Alltag nicht bewältigen» bewerteten immerhin 32 % der befragten Personen als eher beziehungsweise völlig zutreffend; sie scheinen auf das Bargeld angewiesen zu sein beziehungsweise erleichtert es ihnen ihren Alltag. Die dritte Aussage «Im täglichen Leben könnte ich auf Bargeld verzichten, wenn es sein muss» zielte auf die in den Medien häufig diskutierte Frage ab, ob in Zukunft kein Bargeld mehr in Umlauf gebracht werden soll. Die ältere Bevölkerung ist hier eher skeptisch, und 59 % der Befragten stellen sich eine solche bargeldlose Zukunft nur ungern vor. Für 24 % von ihnen ist eine solche Zukunft «machbar» – gerade dann, wenn sie bereits jetzt häufig bargeldlos zahlen.

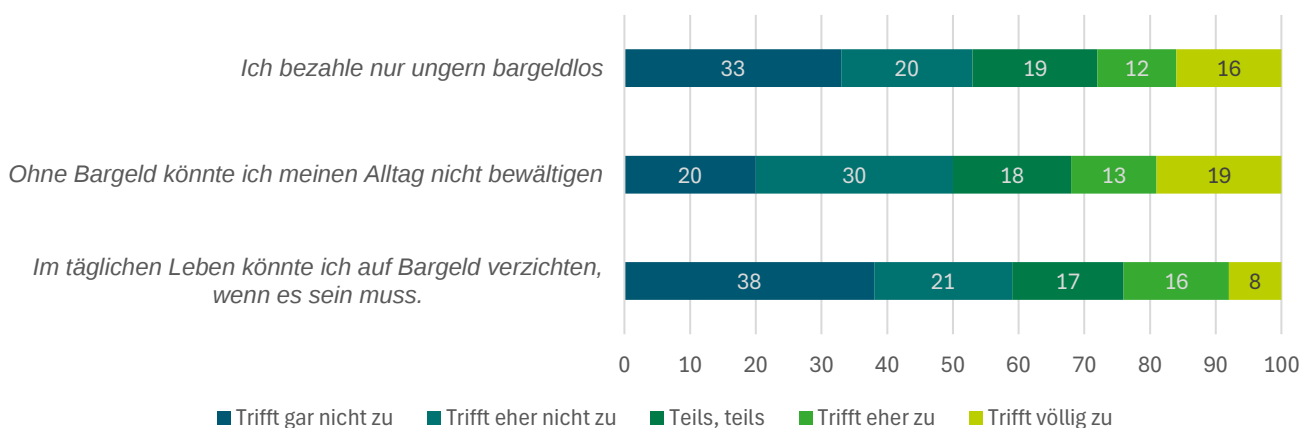


Abbildung 27: Einstellungen zur bargeldlosen Zahlung

Konkret wurde auch noch gefragt, ob die älteren Personen in den vergangenen sechs Monaten einmal eine Situation erlebt haben, in der ihre Zahlung mit Bargeld nicht akzeptiert wurde oder unerwünscht war. Diese Frage bejahten 16 % und 84 % verneinten sie. Zusätzlich wurde gefragt, ob es Verkaufspunkte gibt, die gemieden werden, weil dort keine Barzahlungen akzeptiert werden. Diese Frage bejahten 19 % und 81 % verneinten sie.

4.11 Einstellungen gegenüber (zukünftigen) digitalen Dienstleistungen

Hinsichtlich aktueller und zukünftiger digitaler Dienstleistungen gibt es unterschiedliche Meinungen. Während die einen fast jede neue digitale Lösung befürworten, da sie ihnen den Alltag erleichtert, sehen andere darin eher einen Einschnitt in ihre Freiheiten und die Gefahr der Datenüberwachung (Ramp et al., 2024). Daher sollte die aktuelle Studie sowohl die Potenziale als auch die Bedenken der zunehmenden Digitalisierung abbilden. Um dies darstellen zu können, sollten die befragten Personen aktuelle und zukünftige Dienstleistungen bewerten, ihre Meinung zu potenziellen Bedenken äussern, ihre Ängste offenlegen und generell neue Technologien wie die KI bewerten.

4.11.1 Online-Steuererklärung und E-ID

Seit nunmehr einigen Jahren gibt es in der Schweiz die Möglichkeit, die Steuererklärung auch online auszufüllen. Konkret finden 65 % der älteren Bevölkerung die Möglichkeit, die Steuererklärung online zu machen, eher beziehungsweise völlig gut (Abb. 28). Bei den Personen, die das Internet aktuell nutzen, sind dies 69 % und bei den Personen, die nicht online sind, nur noch 23 %. Bei den Personen, die das Internet täglich nutzen, sind es sogar 76 %. Für sie gehören diese Online-Services anscheinend selbstverständlich zum Alltag dazu. Der Punkt Steuererklärung konnte bereits im Jahr 2020 abgefragt werden: Damals waren es bereits 53 %, die diesen Online-Service als eher beziehungsweise völlig nötig bewerteten.

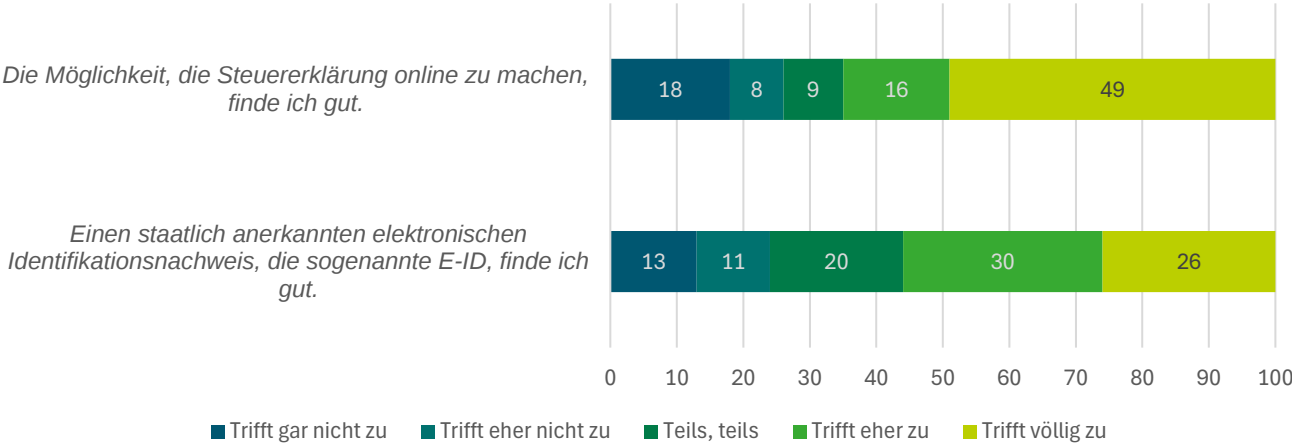


Abbildung 28: Einstellungen zu behördlichen digitalen Services

Wird der Aspekt Steuererklärung hinsichtlich der digitalen Kompetenz, des Geschlechts und Alters untersucht, so zeigt sich, dass Personen mit einer hohen digitalen Kompetenz die Online-Steuererklärung eher befürworten als dies Personen mit einer niedrigeren digitalen Kompetenz tun. Daneben sind es aber auch eher Männer als Frauen und eher jüngere Personen als Personen ab 85 Jahren, die diesen Online-Service der Ämter schätzen (Tab. 14).

| Behördliche Services   | Niedrige Digitalkompetenz | Hohe Digitalkompetenz | Frauen | Männer | 65–74 Jahre | 75–84 Jahre | 85+ Jahre |
|------------------------|---------------------------|-----------------------|--------|--------|-------------|-------------|-----------|
| Online-Steuererklärung | 3.00*                     | 4.31*                 | 3.44*  | 3.98*  | 4.05*       | 3.50*       | 2.91*     |
| E-ID                   | 2.97*                     | 3.76*                 | 3.22*  | 3.65*  | 3.50        | 3.41        | 3.20      |

Tabelle 14: Behördliche Services  
Anmerkungen: niedrige Digitalkompetenz (Level «niedrig» oder «grundlegend»); hohe Digitalkompetenz (Level «mittel» oder «fortgeschritten»); abgebildet sind Mittelwerte (1 «trifft gar nicht zu» bis 5 «trifft völlig zu»); \*Unterschiede zwischen den Merkmalsgruppen sind signifikant (ANOVA beziehungsweise T-Test, p < .010).

Neben der Möglichkeit, die Steuererklärung online zu machen, soll man sich nun bald auch mithilfe des staatlich anerkannten elektronischen Identifikationsnachweises (E-ID) digital ausweisen können, um unter anderem Verwaltungsdienstleistungen online nutzen zu können. Der Bundesrat plant, den E-ID im kommenden Jahr einzuführen, nachdem Ständerat und Nationalrat in der Wintersession 2024 in ihren Schlussabstimmungen

das Bundesgesetz über den E-ID verabschiedet haben (Elektronische Identität und Vertrauensinfrastruktur, 2024). 56 % der älteren Personen finden den E-ID eher beziehungsweise völlig gut, 24 % finden ihn eher beziehungsweise gar nicht gut (Abb. 28). Die Personen, die das Internet nutzen, finden den E-ID zu 58 % eher beziehungsweise sehr gut, und die Personen, die das Internet nicht nutzen, bewerten ihn zu immerhin 31 % als eher beziehungsweise sehr gut. Bei den Personen, die das Internet täglich nutzen, sind es sogar 62 %. Für sie scheint diese neue digitale Identifikationsmöglichkeit besonders attraktiv zu sein. Bei einer Unterscheidung hinsichtlich der digitalen Kompetenz, des Geschlechts und Alters wird deutlich, dass der E-ID wiederum eher von Personen mit einer hohen digitalen Kompetenz und von Männern befürwortet wird. Hinsichtlich der Altersgruppen lässt sich kein statistisch signifikanter Unterschied erkennen (Tab. 14).

#### 4.11.2 Sicherheitsbedenken und Ängste

Neue digitale Lösungen können aber auch Sicherheitsbedenken/Ängste auslösen (zum Beispiel Datenmissbrauch, Verlust von Privatsphäre). Dass die älteren Menschen Sicherheitsbedenken haben, wurde bereits durch die Zustimmung von 42 % der Befragten zu der Aussage «Digitale Anwendungen gefährden die Sicherheit meiner persönlichen Daten» in Kapitel 4.1 deutlich. Den Befragten wurden zwei Aussagen zur Einschätzung vorgelegt (Abb. 29).

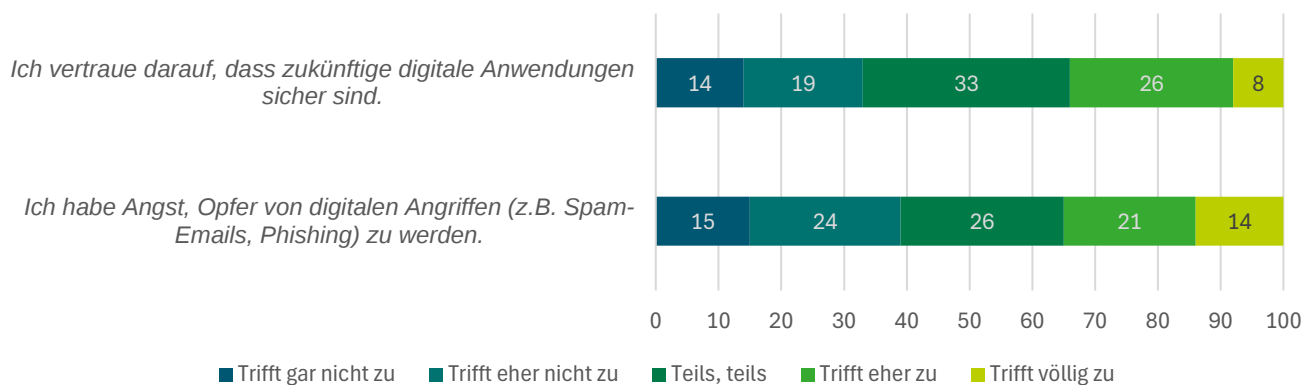


Abbildung 29: Sicherheitsbedenken und Ängste

Die erste Aussage «Ich vertraue darauf, dass zukünftige digitale Anwendungen sicher sind» zielte auf die allgemeine Einschätzung ab, ob digitale Anwendungen als sicher empfunden werden. Diese erste Aussage bewerteten 34 % als eher beziehungsweise völlig zutreffend; für einen ähnlich grossen Anteil der Befragten (33 %) trifft dies nur teils, teils zu und weitere 33 % lehnten die Aussage eher beziehungsweise völlig ab. Hier zeigt sich ein interessantes 1/3-Verhältnis, was deutlich macht, dass es sowohl Personen gibt, die digitale Anwendungen sicher finden, als auch Personen, die dies gar nicht so sehen, und einen gleichen Anteil von Befragten, der dies sehr ambivalent wahrnimmt. Vermutlich kommt es auch sehr auf die jeweiligen digitalen Angebote an. Interessanterweise glauben genauso viele Onlinerinnen und Onliner wie Offlinerinnen und Offliner (jeweils 33 %), dass digitale Anwendungen eher beziehungsweise sehr sicher sind; einzig bei der Ablehnung zeigt sich, dass Personen, die das Internet nicht nutzen, häufiger dieser Aussage eher beziehungsweise gar nicht zugestimmt haben. Bei den Personen, die das Internet täglich nutzen, sind es 35 %, die glauben, dass zukünftige digitale Anwendungen sicher sind.

| Bedenken und Ängste           | Niedrige Digitalkompetenz | Hohe Digitalkompetenz | Frauen | Männer | 65–74 Jahre | 75–84 Jahre | 85+ Jahre |
|-------------------------------|---------------------------|-----------------------|--------|--------|-------------|-------------|-----------|
| Vertrauen in Sicherheit       | 2.73*                     | 3.09*                 | 2.93   | 2.94   | 2.94        | 2.87        | 3.14      |
| Angst vor digitalen Angriffen | 3.09*                     | 2.81*                 | 2.95   | 2.94   | 2.93        | 3.04        | 2.62      |

Tabelle 15: Bedenke und Ängste

Anmerkungen: niedrige Digitalkompetenz (Level «niedrig» oder «grundlegend»); hohe Digitalkompetenz (Level «mittel» oder «fortgeschritten»); abgebildet sind Mittelwerte (1 «trifft gar nicht zu» bis 5 «trifft völlig zu»).

\*Unterschiede zwischen den Merkmalsgruppen sind signifikant (ANOVA beziehungsweise T-Test,  $p < .010$ ).

Wird die Aussage zum Sicherheitsempfinden hinsichtlich der Aspekte digitale Kompetenz, Geschlecht und Alter untersucht, wird erkennbar, dass Personen mit einer hohen digitalen Kompetenz eher als Personen mit einer niedrigeren digitalen Kompetenz davon ausgehen, dass digitale Anwendungen sicher sind beziehungsweise dies auch in Zukunft sein werden. Hinsichtlich der Punkte Geschlecht und Alter lässt sich kein statistisch signifikanter Unterschied erkennen (Tab. 15).

Mit der zweiten Aussage «Ich habe Angst, Opfer von digitalen Angriffen (zum Beispiel Spam-E-Mails, Phishing, betrügerische E-Mails) zu werden» konnte konkret erhoben werden, ob die ältere Bevölkerung Angst vor digitalen Angriffen hat, zumal dieses Thema gerade im Kontext von Finanzmissbrauch und sogenannten digitalen Einzeltrick-Betrügereien in den Medien viel diskutiert wird und vor allem ältere Menschen Opfer solcher Angriffe werden (Beaudet-Labrecque, 2023). Der oben genannten Aussage, ob man Angst habe, Opfer von digitalen Angriffen zu werden, stimmten 35 % der Befragten eher beziehungsweise völlig zu, aber immerhin 39 % von ihnen äusserten sich hier entgegengesetzt. Auch hier zeigt sich ein gewisses 1/3-Verhältnis, obwohl auf die «teils, teils»-Gruppe diesmal nur 26 % entfielen. Unter den Personen, die das Internet nutzen, sind es 34 % (unter den täglich Nutzenden 33 %) und unter den Personen, die nicht online sind, sind es 42 %, die Angst vor solchen Angriffen haben. Somit verspüren sowohl Personen, die das Internet nicht nutzen, als auch einige Personen, die es fast täglich nutzen, diese Angst. Wird die Aussage zur Angst hinsichtlich der Aspekte digitale Kompetenz, Geschlecht und Alter untersucht, wird erkennbar, dass erneut Personen mit einer hohen digitalen Kompetenz weniger Angst haben, Opfer von digitalen Angriffen zu werden, als Personen mit einer niedrigeren digitalen Kompetenz. Hinsichtlich der Punkte Geschlecht und Alter ist wiederum kein statistisch signifikanter Unterschied zu erkennen (Tab. 15).

#### 4.11.3 Künstliche Intelligenz und die Weitergabe von Daten

Bei der Frage, ob sie den Begriff «KI (künstliche Intelligenz)» kennen, gaben 33 % der befragten Personen an, dass sie eher beziehungsweise vollständig über den Begriff Bescheid wissen. Allerdings erklärten auch 45 % von ihnen, dass sie eher beziehungsweise gar keine Kenntnis von KI hätten (siehe Kapitel 4.2). Demzufolge ist die KI vielen Angehörigen der älteren Bevölkerung trotz hoher Medienpräsenz eher wenig bekannt. Doch welche Einstellung haben die älteren Menschen zur KI? In der Gesamtbevölkerung haben im Schnitt gleich viele Personen eine positive (35 %) beziehungsweise negative (34 %) Grundhaltung zu KI-basierten Technologien; 27 % der Befragten stehen diesen Technologien eher neutral gegenüber (Ramp et al., 2024). In der vorliegenden «Digital Seniors»-Studie wurde den älteren Personen hierfür die Aussage «Ich sehe mehr Vorteile als Nachteile in neuen Technologien wie der künstlichen Intelligenz (KI)» vorgelegt (Abb. 30). Insgesamt stimmten 27 % dieser Aussage eher beziehungsweise völlig zu. Weitere 32 % bewerteten sie mit «teils, teils» und 41 % mit eher beziehungsweise völlig unzutreffend. Demzufolge sehen mehr Personen die Nachteile einer solchen Technologie als deren Vorteile. Verglichen mit den oben erwähnten Ergebnissen aus der Gesamtbevölkerung tendiert die ältere Bevölkerung zu einer eher skeptischeren Grundhaltung. Es zeigt sich aber auch, dass ein grösseres Wissen über den KI-Begriff mit einer positiven Sichtweise korreliert ( $r = .275, p < .001$ ). Es sind zudem eher Personen, die das Internet nutzen (28 %), welche die Vorteile von KI und ähnlichen Technologien sehen als Personen, die nicht online sind (17 %).

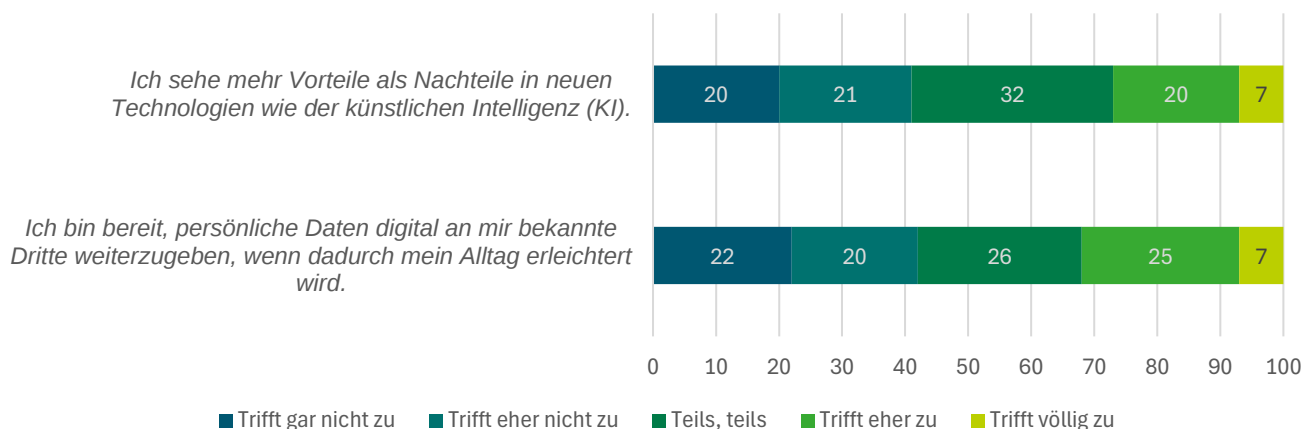


Abbildung 30: KI und Datenweitergabe

Wird die Aussage zur KI hinsichtlich der Aspekte digitale Kompetenz, Geschlecht und Alter untersucht, wird erkennbar, dass Personen mit einer hohen digitalen Kompetenz eher die Vorteile in neuen Technologien wie der KI sehen als Personen mit einer niedrigeren digitalen Kompetenz. Daneben sind es aber auch eher Männer als Frauen, die diese Vorteile eher sehen (Tab. 16). Personen im Alter von 65–74 Jahren sehen im Vergleich zu den 85-Jährigen und Älteren eher Vorteile als Nachteile in der KI.

| KI und Datenweitergabe                                        | Niedrige Digitalkompetenz | Hohe Digitalkompetenz | Frauen | Männer | 65–74 Jahre | 75–84 Jahre | 85+ Jahre |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------|--------|--------|-------------|-------------|-----------|
| Mehr Vorteile als Nachteile bei KI und ähnlichen Technologien | 2.42*                     | 2.98*                 | 2.58*  | 2.90*  | 2.82*       | 2.66*       | 2.55*     |
| Bereitschaft zur Datenweitergabe                              | 2.47*                     | 2.97*                 | 2.64*  | 2.85*  | 2.87*       | 2.63*       | 2.58*     |

**Tabelle 16: Künstliche Intelligenz und Datenweitergabe**

Anmerkungen: niedrige Digitalkompetenz (Level «niedrig» oder «grundlegend»); hohe Digitalkompetenz (Level «mittel» oder «fortgeschritten»); abgebildet sind Mittelwerte (1 «trifft gar nicht zu» bis 5 «trifft völlig zu»).

\*Unterschiede zwischen den Merkmalsgruppen sind signifikant (ANOVA beziehungsweise T-Test,  $p < .010$ ).

Um KI-Anwendungen vollumfänglich zu nutzen, müssen die Nutzerinnen und Nutzer bereit sein, ihre eigenen Daten zur Verfügung zu stellen. So kann zum Beispiel eine Suchmaschine personalisierte Ergebnisse zur Verfügung stellen, wenn dieser Zugriff auf die Aktivitäten gewährt wird. Aber eine solche Freigabe von Daten kann auch hilfreich sein, gerade dann, wenn ich dadurch personalisierte Empfehlungen erhalte (Seifert & Vandelanotte, 2021). Konkret wären 32 % der älteren Menschen eher beziehungsweise völlig bereit, ihre persönlichen Daten an Dritte weiterzugeben, wenn ihnen dadurch der Alltag erleichtert wird. Dennoch lehnt auch ein grösserer Anteil von 42 % dies ab, und 26 % der Befragten sind sich noch nicht ganz sicher (Abb. 30). Personen, die das Internet nutzen, sind eher bereit, ihre Daten zu teilen (33 %), als Personen, die dies nicht tun (17 %). Zwischen der Aussage zur KI-Technologie und der Aussage zur Bereitschaft der Datenweitergabe besteht eine statistisch signifikante Korrelation ( $r = .363$ ,  $p < .001$ ), die zeigt, dass Personen, die mehr Vor- als Nachteile in Technologien wie der KI sehen, auch eher bereit sind, ihre Daten an Dritte weiterzugeben. So ist es dann auch nicht verwunderlich, wenn erneut die digitale Kompetenz mit der Bereitschaft, Daten weiterzugeben oder nicht, korreliert. Daneben sind es aber auch wieder eher die Männer und die 65–74-Jährigen, die bereit wären, ihre Daten weiterzugeben (Tab. 16).

## 5 Zielgruppen und mögliche Empfehlungen

### 5.1 Personas – unterschiedliche Nutzungsgruppen

#### 5.1.1 Clusteranalyse

Um Nutzungsgruppen – sogenannte Personas – entwickeln zu können, also hypothetische/fiktive Nutzende, die stellvertretend für die Personen einer realen Gruppe digitaler Anwendungen stehen, wurde zusätzlich eine Clusteranalyse durchgeführt, die auf den Daten der vorliegenden Befragungsstudie basiert. Die Clusteranalyse ist ein Verfahren zur Aufdeckung von Ähnlichkeitsstrukturen in Datensätzen (Backhaus et al., 2018). Die so gefundenen Gruppen von «ähnlichen» Objekten beziehungsweise Personen werden als Cluster bezeichnet, die Gruppenzuordnung als Clustering. Die Gruppenangehörigen sollen dabei eine weitgehend verwandte Eigenschaftsstruktur aufweisen, das heisst sich möglichst ähnlich sein. Ein wesentliches Charakteristikum der Clusteranalyse ist die gleichzeitige Heranziehung mehrerer Eigenschaften zur Gruppenbildung.

Die Clusteranalyse<sup>1</sup> für den vorliegenden Bericht erfolgte mit allen Observationen der aktuellen Studie. Für die Analyse wurden sowohl die soziodemografischen Merkmale als auch die digitale Kompetenz und Einstellung zu digitalen Anwendungen sowie die Breite der Nutzung von IKT als Variablen verwendet.

Es wurden folgende Variablen einbezogen:

- Soziodemografische Merkmale (Alter, Geschlecht, Bildung, Zurechtkommen mit dem monatlichen Einkommen)
- Häufigkeit Internetnutzung (täglich bis nie)
- Digitale Kompetenz (Score)
- Vielfalt (Breite) der genutzten Alltagstechnik im Haushalt (15 diverse Geräte)
- Technikinteresse («Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge») (Skala)
- Einstellung zur Digitalisierung («Die zunehmende Digitalisierung erleichtert mir den Alltag») (Skala)

#### 5.1.2 Personas

Auf Grundlage der Clusteranalyse lassen sich insgesamt fünf Gruppen identifizieren, die sich vorwiegend durch die Faktoren Alter, Technikinteresse, digitale Kompetenz und Internetnutzung unterscheiden. Die Gruppenunterschiede können der nachfolgenden Tabelle entnommen werden (Tab. 17).

<sup>1</sup> Die Anzahl möglicher Cluster entspricht den Einträgen des Samples; das heisst, dass jedes Element seine eigene Gruppe bildet. Da allerdings eine Reduktion der Komplexität angestrebt ist, muss ein Mass gefunden werden für die Trennschärfe zwischen den Gruppen. Bei intervallskalierten Variablen wird sehr oft die quadrierte euklidische Distanz als Distanzmass genommen. Ist das Proximitätsmass berechnet, so wird anhand eines Clustering-Algorithmus die eigentliche Gruppierung vorgenommen. Im vorliegenden Fall wurde die Ward-Methode als Varianzmethode verwendet und die Clusteranalyse erfolgte mit SPSS. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass das hier beschriebene Verfahren der Clusteranalyse explorativ und nicht theoriegeleitet (deduktiv) ist. Dennoch kann die Clusteranalyse dazu genutzt werden, erste Gemeinsamkeiten der Gruppen (Cluster) herauszufinden.

| Merkmale                                                     |                            | Gruppe 1 | Gruppe 2 | Gruppe 3 | Gruppe 4 | Gruppe 5 |
|--------------------------------------------------------------|----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Spaltenprozente                                              |                            |          |          |          |          |          |
| Anteil in Stichprobe                                         |                            | 16       | 24       | 13       | 30       | 17       |
| Anteil Internetnutzung                                       |                            | 48       | 97       | 98       | 100      | 100      |
| Geschlecht                                                   | Frauen                     | 67       | 62       | 63       | 43       | 35       |
|                                                              | Männer                     | 33       | 38       | 37       | 57       | 65       |
| Bildung                                                      | Obligatorische Schule      | 27       | 4        | 8        | 3        | 1        |
|                                                              | Sekundar und Tertiär 1     | 69       | 80       | 82       | 71       | 61       |
|                                                              | Tertiär 2                  | 4        | 16       | 10       | 26       | 38       |
| Zurechtkommen mit dem Einkommen                              | Eher/Sehr schwierig        | 35       | 27       | 30       | 20       | 9        |
|                                                              | Eher einfach               | 23       | 36       | 34       | 30       | 29       |
|                                                              | Einfach bis sehr einfach   | 42       | 37       | 36       | 50       | 62       |
| Wohnregion                                                   | Städtisch oder intermediär | 81       | 88       | 87       | 88       | 87       |
|                                                              | Ländlich                   | 19       | 12       | 13       | 12       | 13       |
| Alleinlebend                                                 | Anteil alleinlebend        | 55       | 43       | 49       | 32       | 23       |
| Smartphone                                                   | Anteil der Nutzung         | 50       | 91       | 81       | 96       | 98       |
| Tablet                                                       | Anteil der Nutzung         | 20       | 52       | 46       | 68       | 69       |
| Smartwatch                                                   | Anteil der Nutzung         | 2        | 13       | 4        | 14       | 22       |
| Smarte Haustechnik                                           | Anteil der Nutzung         | 1        | 7        | 3        | 14       | 21       |
| Self-Checkout-Kassen                                         | Anteil der Nutzung         | 10       | 51       | 33       | 67       | 78       |
| Bargeldloses Zahlen                                          | Immer/Meistens/Teils bar   | 92       | 72       | 86       | 57       | 46       |
|                                                              | Immer/Meistens bargeldlos  | 8        | 28       | 14       | 43       | 54       |
| Internetnutzung                                              | Anteil täglich im Internet | 28       | 60       | 52       | 83       | 93       |
| Mittelwerte                                                  |                            |          |          |          |          |          |
| Alter (Durchschnitt)                                         | Metrisch (65–96)           | 79.81    | 75.14    | 76.59    | 72.73    | 70.82    |
| Minuten im Internet am Tag                                   | Metrisch (0–900)           | -        | 86.27    | 103.12   | 120.06   | 140.56   |
| Technikinteresse                                             | Skala 1–5                  | 2.07     | 3.16     | 2.80     | 3.78     | 4.26     |
| Digitale Kompetenz                                           | Score 0–100                | 9.26     | 46.29    | 30.14    | 63.65    | 83.99    |
| Einstellung zum Internet                                     | Skala 1–5                  | 2.99     | 3.35     | 3.16     | 3.45     | 3.63     |
| Breite der genutzten Alltagstechnik                          | Score 0–15                 | 4.57     | 6.36     | 5.64     | 6.88     | 6.95     |
| Breite der genutzten Online-Aktivitäten                      | Score (0–20)               | 2.52     | 10.26    | 8.06     | 13.22    | 14.79    |
| Digitalisierung erleichtert mir den Alltag                   | Skala 1–5                  | 1.87     | 2.93     | 2.57     | 3.59     | 3.93     |
| Mehr Vorteile als Nachteile in neuen Technologien wie der KI | Skala 1–5                  | 2.06     | 2.71     | 2.47     | 3.01     | 3.13     |

Tabelle 17: Personas

Es lassen sich folgende Gruppenbeschreibungen vornehmen:

#### 1. Gruppe: «Die hochaltrigen und technikfernen Personen»

Die erste Gruppe gehört mit 52 % von Personen, die das Internet nicht nutzen, eher zu den Offlinerinnen und Offlinern als zu den Onlinerinnen und Onlinern. Dennoch befinden sich auch unter ihnen Personen, die das Internet nutzen, wenn dann aber auch eher selten täglich (28 %). Sie verwenden das Internet nur dann, wenn es sein «muss». Die Hälfte von ihnen besitzt ein Smartphone. Diese Gruppe ist aber auch die älteste (Durchschnittsalter: 80 Jahre). Die Gruppenangehörigen sind meist Frauen und besitzen nur selten eine akademische Ausbildung. Sie wohnen eher auf dem Land und allein. In der Rangliste sind sie am weitesten entfernt von den technisch versierten Personen, da nur wenige von ihnen ein Tablet besitzen (20 %), da sie nur selten eine Self-Checkout-Kasse nutzen (10 %) und meistens bar bezahlen (92 %). Auch im Hinblick auf ihr Technikinteresse sind sie am weitesten von den anderen Gruppen entfernt, und sie verfügen auch über die geringste digitale Kompetenz. Über Neuigkeiten informieren sie sich vorwiegend in Fernsehsendungen (49 %); zudem hören sie sich – wenn auch eher nachrangig – Radiosendungen an (19 %) oder lesen Zeitungsartikel (28 %). Sie besitzen meistens einen Fernseher (97 %), ein Radio (86 %), ein Festnetztelefon (87 %) oder ein Mobiltelefon ohne Touchscreen (57 %). Neuere Alltagstechnologien wie zum Beispiel eine Smartwatch haben sie kaum. Aber auch einen Computer besitzen nur 25 % (12 % haben noch einen Laptop). Entsprechend werden vermutlich zum Beispiel die Steuererklärungen postalisch eingereicht und die Bankgeschäfte vor Ort getätigt. Möglicherweise werden auch Familienangehörige dafür als Unterstützung herangezogen. Jedoch haben 31 % eher beziehungsweise sehr das Gefühl, den Anschluss an die heutige Zeit verpasst zu haben. Es kann daher vermutet werden, dass gerade diese Gruppe bei der zunehmenden Digitalisierung – wenn Informationen/Dienstleistungen nur noch digital angeboten werden – am stärksten «abgehängt» ist und einen höheren Aufwand betreiben müsste, um technisch auf dem neusten Stand zu sein.

#### 2. Gruppe: «Die technisch Versierten, aber selektiv Nutzenden»

Die zweite Gruppe sticht durch ihre eher gute Technikversiertheit hervor. Angehörige dieser Gruppe haben mit einem Mittelwert von 46.29 eine deutlich höhere digitale Kompetenz als die Angehörigen der dritten Gruppe (siehe unten). Auch nutzen 91 % von ihnen bereits ein Smartphone und verfügen über ein eher mittleres Technikinteresse. Damit gehören sie eigentlich zu den «technisch Versierten», auch wenn 3 % von ihnen angegeben haben, das Internet nicht zu nutzen. Sie sind somit digital grundlegend versiert, nutzen aber die digitalen Angebote eher selektiv. Wenn sie online sind, verweilen sie im Schnitt 86 Minuten im Internet. So besitzen sie zwar auch schon neuere Technik wie zum Beispiel eine Smartwatch (13 %) und nutzen die Self-Checkout-Kassen beim Einkaufen (51 %), dennoch sind der klassische Fernseher (97 %), das Radio (95 %) und das Festnetztelefon (80 %) die IKT der Wahl. Wenn es um aktuelle Nachrichten geht, dann informieren sie sich in erster Linie über den Fernseher (32 %), gefolgt vom Radio (21 %) und den Print-Medien (18 %). Sie erleben aber dennoch, dass die Digitalisierung ihnen auch Vorteile bringt und sind gegenüber neueren Technologien wie zum Beispiel der KI ambivalent bis offen eingestellt. Die meisten Angehörigen dieser Gruppe sind noch keine 80 Jahre alt (72 %). Unter ihnen befinden sich vor allem Frauen und Personen, die eher in der Stadt wohnen.

#### 3. Gruppe: «Die digital weniger Versierten und wenig Internetnutzenden»

Die dritte Gruppe ist die kleinste Gruppe (13 %), aber auch diejenige, deren Gruppenangehörige neben denen der ersten Gruppe eher zu jenen gehören, die weniger digitale Kompetenzen aufweisen – obwohl diese das Internet nur wöchentlich oder noch seltener nutzen. Diese Gruppe besteht eher aus Frauen und Personen mit einem mittleren Bildungsabschluss. Sie hat die zweitältesten Gruppenangehörigen (Durchschnittsalter: 77 Jahre). Die Angehörigen dieser Gruppe wohnen eher allein. Sie gehören zwar zu den Personen, die das Internet nutzen, und verwenden auch mehrheitlich ein Smartphone, jedoch bezahlen sie vorwiegend bar und geben der klassischen, bedienten Kasse beim Einkaufen den Vorzug. In neuen Technologien wie der KI sehen sie eher wenige Vorteile. Wenn es um tagesaktuelle News geht, wird zuerst der Fernseher eingeschaltet (34 %), die Tageszeitung zur Hand genommen (27 %) oder das Radio angemacht (16 %), nur selten wird dafür das Smartphone oder Tablet genutzt, obwohl 46 % der Gruppenangehörigen ein Tablet besitzen. Wearables wie zum Beispiel Fitnessarmbänder (8 %), Smartwatches (4 %) oder smarte Haustechnik (3 %) werden selten verwendet. Die Gruppenangehörigen haben eher eine negativere bis ambivalenter Einstellung zum Internet und nutzen es vermutlich nur, da sie es nutzen «müssen». Im Internet verwenden sie im Durchschnitt etwa acht Anwendungen, darunter eher klassische Dinge wie das Schreiben/Empfangen von E-Mails, das Suchen nach Informationen, das Abrufen von Fahrplänen/Karten oder die Suche nach Dienstleistungen. Auch nehmen nur 52 % der Befragten in dieser Gruppe am Online-Banking teil. An mehr beziehungsweise diverseren Online-Aktivitäten sind sie eher nicht interessiert und nutzen eher klassische Angebote wie zum Beispiel den Einkauf vor Ort oder die Bankgeschäfte am Bankschalter.

#### 4. Gruppe: «Das grosse Mittelfeld – dabei und dennoch nicht überall dabei»

Die grösste Gruppe (30 %) befindet sich hinsichtlich ihrer Techniknutzung, Technikeinstellung und digitalen Kompetenz genau im Mittelfeld zwischen den anderen Gruppen. Die Angehörigen dieser Gruppe nutzen das Internet mehrheitlich (fast) täglich und verfügen auch fast alle über ein Smartphone (96 %). Viele besitzen auch ein Tablet (68 %). Dennoch bezahlen sie noch immer lieber bar und sehen in den neuen Technologien wie der KI nicht nur Vorteile. Immerhin nutzen bereits 17 % von ihnen ein Fitnessarmband und 14 % eine Smartwatch. Auch die sprachgesteuerte Assistenz (28 %) kennen und verwenden sie, und 17 % besitzen einen Saug- oder Mähroboter. Sie haben eine eher ambivalente Einstellung zum Internet und nutzen im Schnitt etwa 13 Online-Aktivitäten. Auch wenn sie somit digital unterwegs und mit der gängigsten Alltagstechnik vertraut sind, schöpfen sie jedoch nicht sämtliche digitalen Angebote aus. In Bezug auf die Personenmerkmale lässt sich sagen, dass es sich hier um jüngere und etwas höher gebildete Personen handelt, die gut mit ihren Einkommen auskommen (im Vergleich mit den Angehörigen der ersten drei Gruppen). Dennoch vertreten die Befragten hier eher das Mittelfeld. Die Gruppenangehörigen setzen sich sowohl aus Frauen als auch Männern zusammen, obwohl der Anteil der Männer mit 57 % hier deutlich höher ausfällt als bei den drei vorhergehenden Gruppen. Sie wohnen eher nicht allein und vorwiegend in urbanen Räumen.

#### 5. Gruppe: «Die digital Interessierten und Versierten»

Die Angehörigen der fünften Gruppe gehören zu den technisch versiertesten. Die Gruppe besteht mehrheitlich aus jüngeren Personen (Durchschnittsalter: 71 Jahre), Männern (65 %) und Personen mit einem akademischen Abschluss (38 %). Die Personen aus dieser Gruppe kommen mit ihrem Einkommen eher gut zurecht und wohnen oftmals im urbanen Raum. Diese Gruppe verfügt über die höchste digitale Kompetenz und das höchste Technikinteresse. Auch befürwortet sie das Internet, nutzt im Durchschnitt 15 Online-Aktivitäten – und dies täglich – und sieht in neuen Technologien wie der KI eher Vorteile als Nachteile. Fast jede Person aus der Gruppe nutzt ein Smartphone und bereits 54 % der Befragten bezahlen meistens oder immer bargeldlos. Sie gehören zu jenen, welche die meisten Vorteile aus der digitalen Welt ziehen und damit auch mehrheitlich zufrieden sind. Auch wenn 69 % von ihnen bereits ein Tablet besitzen, 22 % eine Smartwatch und 26 % eine sprachgesteuerte Assistenz, so besitzen doch noch 92 % von ihnen weiterhin einen Fernseher, 90 % ein Radio und 68 % einen stationären Computer. Viele nutzen das Smartphone, um sich über tagesaktuelle News zu informieren (25 %), jedoch nehmen auch 24 % die gedruckte Zeitung zur Hand.

## **5.2 Allgemeine und zielgruppenspezifische Empfehlungen**

Die aktuellen Ergebnisse der Fortsetzungsstudie zeigen, dass zwar immer noch ein «Digital Divide», also eine Spaltung hinsichtlich der Internetnutzung zwischen Personen unter und über 65 Jahren besteht, diese sich aber vor allem auf die Gruppe der über 85-Jährigen konzentriert. Die 65-Jährigen und Älteren nutzen derzeit zu 89 % das Internet. Bei den 85-Jährigen und Älteren sind dies nur 60 %. Gerade die 65- bis 84-Jährigen sind mit Technologien wie dem Internet bereits sehr vertraut und nutzen das Internet und andere Technologien selbstverständlich im Alltag. Aber auch bei den über 85-Jährigen ist die Mehrheit online, wenn auch nicht alle von ihnen. Auch wenn wir eine Verringerung des «Digital Divide» beobachten und heutzutage eher von einer Mehrheit von älteren Personen, die das Internet nutzen, sprechen können, darf nicht ausser Acht gelassen werden, dass insgesamt 11 % – und allein unter den 85-Jährigen und Älteren 40 % – dies nicht (mehr) tun.

Des Weiteren verdeutlicht die aktuelle Studie, dass die digitale Durchdringung unseres Alltags zunehmend alle Bereiche betrifft und die Fokussierung ausschliesslich auf das «Internet» nicht mehr hilfreich beziehungsweise zweckmässig ist. Die vorliegende Studie konnte neben der Internetnutzung auch andere Technologien und digitale Anwendungen abfragen und zeigen, dass innerhalb der älteren Bevölkerung eine heterogene digitale Kompetenz und Nutzungsvielfalt besteht. Diese Heterogenität in der Nutzung von diversen Online-Aktivitäten, Alltagstechnologien und modernen technischen Geräten beweist, dass sich die Angehörigen der grossen Gruppe der 65-Jährigen und Älteren stark voneinander unterscheiden. Es gibt sowohl Geringnutzende, Ab-und-zu-Nutzende und Intensivnutzende als auch Personen mit einer eher negativen, ambivalenten oder positiven Einstellung gegenüber neuen Technologien wie zum Beispiel der KI. Somit ist es auch hier wichtig, die Gruppe der älteren Bevölkerung nicht als entweder «technikfern» oder «techniknah» pauschal zu kategorisieren, sondern sich die einzelnen Gruppen innerhalb dieser Altersgruppe genauer – hinsichtlich ihrer unterschiedlichen Bedürfnisse und Fähigkeiten zum Erlernen digitaler Kompetenzen – anzuschauen.

### **5.2.1 Allgemeine Empfehlungen**

Aus der oben beschriebenen Situation der Heterogenität der Nutzung digitaler Anwendungen in der älteren Bevölkerung lassen sich verschiedene Adressatinnen und Adressaten erkennen: einerseits die Nutzenden

dieser Technologien, andererseits die Anbietenden solcher technischen Anwendungen. Grundsätzlich wird oft davon ausgegangen, dass sich nur die Nutzenden den technischen Anforderungen stellen müssten und deren Anwendung erlernen beziehungsweise zum Erlernen motiviert werden sollten. Dabei wird aber oft die Tatsache vernachlässigt, dass auch die Anbietenden solcher Lösungen eine Verantwortung haben, ihre digitalen Angebote gut selbsterklärend, nutzerfreundlich, anwendbar, sicher und stabil zu gestalten. So gibt es zum Beispiel bereits Empfehlungen für die Erstellung digitaler Kanäle wie Websites oder Apps spezifisch für den Schweizer Markt (Darvishy et al., 2021) und regelmässige Accessibility-Studien (Stiftung «Zugang für alle», 2023), die aufzeigen, dass noch längst nicht sämtliche Webseiten und Apps für alle zugänglich und barrierefrei sind. Gerade deswegen benötigt es hier auch eine Sensibilisierung für die Thematik bei den Anbietenden und – damit verbunden – die Berücksichtigung der spezifischen Bedürfnisse, Kompetenzen und Wünsche der älteren Bevölkerung an technische Lösungen. Eine konsequente und frühzeitige Einbindung von zukünftigen Nutzenden wird daher zunehmend als eine wichtige Voraussetzung für erfolgreiche Produktinnovationen und -entwicklungen angesehen (Kernebeck & Fischer, 2024).

Aufseiten der älteren Nutzenden sollten folgende Punkte bei der Formulierung von Empfehlungen berücksichtigt werden:

1. Nutzenabwägung und Motivation
2. Technikinteresse und Einstellung zu Technik
3. Benutzerfreundlichkeit und Unterstützung
4. Digitale Kompetenzen

Nutzenabwägung und Motivation: Ein zentraler Punkt, der sich auch wieder durch die vorliegende Befragungsstudie gezeigt hat, ist die Betonung des Nutzens: Nur wenn Personen einen direkten Nutzen – also einen persönlichen Mehrwert – in der Anwendung von technischen Lösungen sehen, sind sie auch bereit, diese zu erlernen und dann zu nutzen. Hierfür benötigt es aber das Aufzeigen des Mehrwerts, denn sonst kommt oft die Antwort: «Warum sollte ich diese Technik noch erlernen, es geht ja bisher auch so?». Dabei ist zu berücksichtigen, dass ein Mehr an Nutzung digitaler Möglichkeiten nicht per se ein «Besser» ist, vielmehr ist es hier wichtig, die Qualität der Inhalte und digitalen Angebote zu beschreiben und zu erläutern, wo hier vielleicht auch der qualitative Mehrwert liegt, beziehungsweise wo es vielleicht auch Sinn macht, etwas Neues auszuprobieren. Diese Motivation «etwas Neues auszuprobieren» könnte zum Beispiel in formellen Kursen und Schulungen erfolgen, aber auch durch informelle Ermutigungen, zum Beispiel durch Familienangehörige, Freunde oder Nachbarn. Der Nutzen kann dabei unterschiedlich definiert sein, sei es ein direkter Nutzen durch zum Beispiel die Aufrechterhaltung von Kommunikationswegen durch digitale Lösungen oder ein eher indirekter Nutzen, der darin besteht, mithilfe der digitalen Angebote länger selbstständig im eigenen Wohnraum leben zu können. Sätze wie «Ich zeig es dir gerne schnell» oder «Schau, so nutze ich diese App» können hierbei erste Motivationsimpulse geben. Gerade die technisch interessierten Wenignutzenden wären vielleicht durch eine solche Motivation angeregt, sich vermehrt und intensiver mit dem Internet beziehungsweise neueren Technologien zu beschäftigen.

Technikinteresse und Einstellung zu Technik: Die Studie zeigt deutlich, dass innerhalb der älteren Bevölkerung ein unterschiedliches Interesse an Technik besteht. Dieses Interesse ist auch nicht zwangsläufig mit dem kalendarischen Alter zu erklären, sondern variiert von Person zu Person. Demzufolge ist das Interesse an Technik auch altersunspezifisch. Dabei ist das individuelle Technikinteresse sehr entscheidend für die tatsächliche Nutzung. Die Studie hat erneut zeigen können, dass technisch interessierte Personen auch offener für die Nutzung neuerer Technologien sind. Durch das Aufzeigen des Nutzens einer neuen Technik kann vielleicht so etwas wie Technikinteresse geweckt werden, jedoch ist dieses meist stabil über den Lebenslauf und fällt vermutlich in Abhängigkeit des technischen Gerätes eher höher oder tiefer aus. Dahingegen ist die grundsätzliche Einstellung zu Technik weitgehend stabil und variiert je nach Technik. Einstellungen lassen sich jedoch auch revidieren, wenn eine solche Technik näher erklärt, selbst ausprobiert und genutzt wird und wenn deren mögliche Vor- und Nachteile gegeneinander abgewogen werden. Gerade hier könnte mit Unterstützungen zum Beispiel in Form des Vorführs der Technik und dem Erklären der Vermeidung allfälliger damit verbundener Gefahren angesetzt werden. Diese Unterstützungen könnten zum Beispiel informell durch ein Peer-to-Peer-Erlebnis erfolgen, also wenn ältere Personen anderen gleichaltrigen Personen eine technische Anwendung erklären und näherbringen (so wie dies zum Beispiel in der Schweiz in «Digital Cafés» bei einem offenen Beratungsaustausch geschieht). Eine zu technische Sprache ist zu vermeiden und im Vordergrund sollte die Vermittlung des Nutzens stehen – nicht der technische Weg.

Benutzerfreundlichkeit und Unterstützung: Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Einschätzung der Leichtigkeit der Nutzung. Werden weniger Schwierigkeiten und Hindernisse gesehen beziehungsweise wird schnell erkennbar, dass diese Hindernisse überwindbar sind, werden technische Lösungen eher genutzt. Durch angepasste beziehungsweise barrierefreie Webseiten und Nutzungsgeräte (siehe oben) kann die Nutzung erleichtert werden. Zur Leichtigkeit trägt auch die Unterstützung durch das soziale Umfeld (zum Beispiel durch Angehörige, Freunde, Bekannte oder Nachbarn) bei. Wenn das soziale Umfeld beim Erlernen hilft, fällt die Beschäftigung mit der bisher unbekannten Technik leichter. Dabei zeigt sich eine Unterstützung in drei Aspekten: erstens, als soziale Motivation, sich mit der Technik zu beschäftigen, zum Beispiel indem gesagt wird, dass die digitale Kommunikation via Videotelefonie einmal gemeinsam ausprobiert werden kann. Zweitens im Schaffen von Anreizen, zum Beispiel durch die Gegebenheit, dass überhaupt jemand im Freundes-/Bekanntenkreis Videotelefonie verwendet und diese Person auch digital zu erreichen ist. Und drittens im tatsächlichen technischen Support, also Dem-sich-Zeit-Nehmen, um gemeinsam technische Probleme zu lösen und seinem Gegenüber neue digitale Anwendungen beizubringen.

Digitale Kompetenzen: Wie die Studie zeigen konnte, hängt die vielfältige und breite Nutzung moderner digitaler Anwendungen und Technologien stark davon ab, wie digital kompetent die Personen sind. Eine digital kompetente Person wird sich wahrscheinlich leichter mit neuen Technologien vertraut machen können als eine Person ohne digitale Grundkenntnisse. Im Gegensatz dazu fühlt sich eine digital weniger kompetente Person beim Erlernen einer neuartigen Technologie eher überfordert und ausgeschlossen. Daher ist es sinnvoll, ältere Menschen in ihren digitalen Kompetenzen zu unterstützen, damit auch sie sich im Laufe der Zeit eine gewisse grundlegende Technikkompetenz aneignen können. Dies ist vor allem für die Gruppen der technikfernen Personen wichtig, da sie im Hinblick auf ihre digitale Kompetenz den grössten Aufholbedarf aufweisen. Unterstützt werden könnten die technikfernen älteren Personen zum Beispiel durch niederschwellige Kurse und Schulungen bei Pro Senectute und anderen Anbietenden, aber auch informell zum Beispiel durch Familienangehörige, Freunde oder Nachbarn. Am meisten Erfolg verspricht dabei ein Kursangebot, das an den individuellen Bedürfnissen, Lerntempos und Kompetenzen der Personen ausgerichtet ist.

Detaillierte Massnahmen ausschliesslich aus den Befragungsdaten zu bestimmen, war nicht Ziel der Studie und ist auch nicht möglich. Vielmehr sollen die bisher genannten Erkenntnisse und bereits formulierten allgemeinen Empfehlungen (siehe oben) dazu beitragen, bestehende und geplante Massnahmen zu optimieren. Der digitale Graben wird nicht durch eine alleinstehende Massnahme überwunden. Eher sollten die bereits bestehenden Projekte und Massnahmen weiterhin gefördert und dort ergänzt werden, wo es regionale Defizite in der Angebotspalette gibt. Dabei sollte es nicht vorderhand nur darum gehen, den digitalen Graben zu schliessen - auch weil es immer Unterschiede in der Nutzung moderner Technologien zwischen jüngeren und älteren Generationen geben wird -, sondern darum, dass die möglichen Vorteile digitaler Anwendungen genutzt werden können, wenn ältere Menschen dies wollen und nicht nur, weil sie es "müssen". Vielmehr müssen digitale Angebote und Inhalte auch die Frage beantworten können, inwieweit sie das Leben eines Menschen unterstützen bzw. verbessern oder eher schaden, wenn beispielsweise durch die Nutzung moderner Technologien neue Abhängigkeiten entstehen, anstatt Nutzen zu stiften. Auch fünfzehn Jahre nach der ersten Befragungsstudie ist eine generelle Sensibilisierung für das Thema in der Wirtschaft, Politik und Praxis der Altersarbeit zu fordern. Wichtig ist dabei, dass technikferne ältere Personen nicht das Gefühl bekommen, zunehmend aus der Gesellschaft ausgeschlossen zu werden, da sie technisch nicht auf dem neusten Stand sind. Darüber hinaus sollten auch alternative Zugänge zu Informationen bestehen und andere als digitale Kommunikationswege für alle zugänglich bleiben, womit die klassischen (nicht-digitalen) Zugänge weiterhin ihre Notwendigkeit behalten.

### 5.2.2 Zielgruppenspezifische Empfehlungen

Im vorhergehenden Kapitel konnten fünf sogenannte Personas ausgearbeitet werden. Da bereits betont wurde, dass Empfehlungen immer auch zielgruppenspezifisch erfolgen sollten, werden in den nächsten Schritten anhand der Personas spezifische Empfehlungen formuliert.

#### 1. Gruppe: «Die hochaltrigen und technisch fernen Personen»

Die Angehörigen der ersten Gruppe zählen zu den ältesten Befragten und nutzen moderne Technologien im heutigen Alltag am geringsten. Sie besitzen nur selten eine akademische Ausbildung, wohnen mehrheitlich auf dem Land und sind alleinstehend. Nur wenige von ihnen nutzen ein Smartphone oder eine Self-Checkout-Kasse, und meistens bezahlen sie bar. Auch in Bezug auf ihr Technikinteresse sind sie am weitesten von den Angehörigen der anderen Gruppen entfernt, und sie verfügen über die geringste digitale Kompetenz. Es kann vermutet werden, dass gerade diese Gruppe bei der zunehmenden Digitalisierung am stärksten «abgehängt» ist und einen höheren Aufwand betreiben müsste, um digitale Grundkompetenzen zu erlangen. Damit ist sie aber auch eine der wichtigsten Zielgruppen für Interventionen und Schulungen, die vor allem die grundlegenden Kompetenzen zuerst ansprechen (Messer, 2023). Bei den Gruppenangehörigen geht es neben der Nutzenabwägung besonders um die Vermittlung digitaler Kompetenzen. Sie würden am ehesten von grundlegenden Schulungskursen zum Beispiel bei Pro Senectute oder anderen Anbietenden profitieren, wenn sie denn auch bereit dazu wären, diese Kurse oder aber auch generelle Technikberatungsangebote (Weidekamp-Maicher & Apfelbaum, 2022) wahrzunehmen. Erst wenn die Frage «Was bringt es mir, das Gerät XY zu nutzen, wenn ich bisher gut auch ohne zurechtgekommen bin?» beantwortet werden kann, wird der Erwerb der benötigten technischen Kompetenzen vielleicht in Erwägung gezogen. Darüber hinaus könnten Anbietende von Kursen und Schulungen, in denen man zum Beispiel den Umgang mit einer App auf dem Smartphone erlernen kann, ihr Angebot in Schnupperkursen auf Wochenmärkten oder Veranstaltungen vorstellen. Für diese Gruppe ist es zudem sicherlich wichtig, dass eine neue Technik einen hohen Mehrwert im Vergleich zu bisherigen Zugängen (wie zum Beispiel Print-Medien, Ticketkauf an der Theaterkasse) bietet. Somit wäre es hier zuerst wichtig, den Personen aus dieser Gruppe den Mehrwert der digitalen Möglichkeiten näherzubringen. Dies könnte zum Beispiel niederschwellig durch das Aufzeigen von Vorteilen gewährleistet werden. Hier könnten vor allem Personen aus dem eigenen sozialen Netzwerk behilflich sein. Zum Beispiel könnte die Freundin einer älteren Person dieser einmal das Lesen einer digitalen Zeitschrift auf dem Tablet demonstrieren und ihr gleichzeitig erklären, worin ihrer Meinung nach die Vorteile – im Vergleich zum Print-Medium – liegen. Da es sich bei den Gruppenangehörigen um die ältesten Befragten handelt, taucht hier aber auch eher generell eine Hürde auf: die Frage nach dem «Warum?». Mit anderen Worten: Sie fragen sich, warum sie sich «das» in ihrem hohen Alter noch «antun» sollten. Dies ist sicherlich eine berechtigte Frage, die daher frühzeitig angesprochen werden muss. Für sie wird es in den nächsten Jahren vermutlich zunehmend schwerer werden, ihren Alltag ohne digitale Inhalte und Zugänge zu bewerkstelligen, wenn zum Beispiel immer mehr Informationen und Dienstleistungen einen Internetzugang (zum Beispiel Online-Banking) oder ein Smartphone (zum Beispiel für das Abscannen einer QR-Code-Speisekarte im Restaurant) erfordern.

#### 2. Gruppe: «Die technisch Versierten, aber selektiv Nutzenden»

Die zweite Gruppe zeichnet sich insbesondere durch eine im Vergleich zur vorherigen Gruppe höhere digitale Kompetenz aus. Es ist wahrscheinlich nicht erforderlich, viel Zeit in das Erlernen grundlegender Kompetenzen zu investieren, da bereits gewisse Grundkenntnisse vorhanden sind. Allerdings nutzt nicht jede Person aus der Gruppe das Internet regelmässig –die Nutzung erfolgt eher selten und sehr gezielt für bestimmte Anwendungen. Gerade diese bewusste und selektive Nutzung deutet darauf hin, dass es ihnen weniger um den Erwerb digitaler Kompetenzen geht, sondern vielmehr um die Frage: «Welchen konkreten Nutzen bringt mir das digitale Angebot im Vergleich zu bisherigen Alternativen?» Diese Gruppe könnte potenziell stärker auf aktuelle und zukünftige digitale Angebote zurückgreifen, benötigt dafür jedoch einen überzeugenden Anreiz. Entscheidend ist für sie, dass neue Technologien einen klaren Mehrwert gegenüber etablierten Zugängen wie beispielsweise dem Radio bieten. Daher sollte der Nutzen des digitalen Zugangs beziehungsweise der Mehrwert der Nutzung (zum Beispiel Zeitersparnis im Vergleich zur Nutzung von klassischen Angeboten) verdeutlicht werden. Besonders Personen aus dem persönlichen Umfeld könnten hierbei eine unterstützende Rolle einnehmen. Zudem macht die selektive Nutzung deutlich, dass sich einige Gruppenangehörige bewusst gegen bestimmte digitale Inhalte entscheiden – sei es aus der Überlegung heraus, dass die digitale Welt nicht zu viel Raum in ihrem Alltag einnehmen sollte, oder sie, wie beschrieben, keinen Mehrwert darin sehen. Daher wären diese Gruppenangehörigen eher durch gezielt auf eine Anwendung und einen damit verbundenen Mehrwert orientierte Informationsveranstaltungen zu adressieren.

### 3. Gruppe: «Die digital weniger Versierten und wenig Internetnutzenden»

Obwohl sie das Internet nutzen – wenn auch meist selten – und 81 % von ihnen ein Smartphone besitzen, gehören auch die Angehörigen dieser Gruppe zu jenen Personen, die über eine eher niedrigere digitale Kompetenz verfügen und IKT, Wearables, smarte Haustechnik oder Angebote wie die Self-Checkout-Kasse eher selten nutzen. Sie gehören – nach den Befragten der ersten Gruppe – zu den zweitältesten Studienteilnehmenden und damit vielleicht auch zu jenen Personen, die im Berufsleben nicht mehr mit den aktuellen technischen Geräten in Kontakt gekommen sind, sodass sie sich mit vielen Dingen, wie zum Beispiel dem Tablet, erst nach dem Berufsaustritt beschäftigt haben. Somit besteht hier die Möglichkeit, dass sie mit zunehmendem Alter (und zunehmenden gesundheitlichen Einschränkungen) vielleicht noch seltener (oder gar nicht mehr) ins Internet gehen oder von digitalen Anwendungen Gebrauch machen. Daher ist es bei dieser Gruppe vorwiegend wichtig, für ein regelmässiges «Update» ihrer digitalen Kompetenzen zu sorgen. Dies kann zum Beispiel in Tageskursen oder Wochenendschulungen erfolgen. Aber auch das soziale Netzwerk kann dabei unterstützen, erworbene Technikkompetenzen aufzufrischen und nicht zu verlieren; dazu trägt auch eine regelmässige Nutzung dieser Techniken bei. Zudem haben die Gruppenangehörigen eine eher negative bis ambivalente Einstellung zum Internet und zu neuen Technologien wie zum Beispiel der KI. Daher müssen neben den grundlegenden digitalen Kompetenzen bei Schulungen auch die allfälligen Risiken der Technikanwendungen angesprochen und diskutiert werden. Hier wäre vermutlich auch das Aushändigen einer übersichtlichen Broschüre hilfreich, in der die möglichen Risiken einer Technologie und Bewältigungsstrategien (zum Beispiel Sicherheitsvorkehrungen beim Online-Banking) beschrieben werden.

### 4. Gruppe: «Das grosse Mittelfeld – dabei und dennoch nicht überall dabei»

Die vierte Gruppe ist «dabei und dennoch nicht überall dabei», was bedeutet, dass sie zwar das Internet/Online-Aktivitäten und Technologien nutzt (so zum Beispiel Smartphones, Tablets, Wearables), dies aber nicht umfangreich und auch ohne Ausschöpfung des gesamten Potenzials. Auch ihre digitale Kompetenz liegt im höheren Mittelfeld, sodass der digitale Alltag gut bewerkstelligt wird und vermutlich weniger Bedarf für den Besuch von Bildungsangeboten zum Erlernen der neuen Technik besteht. Sollte von den Gruppenangehörigen eine höhere Techniknutzung erwünscht sein, wäre es hier sinnvoll, sie dabei zu unterstützen. Auch nutzen die Angehörigen dieser Gruppe das vollständige Potenzial der digitalen Welt meist nicht ganz aus. So wird das Internet zwar beispielsweise zum Versenden von E-Mails genutzt, aber noch nicht zum Übersetzen von Texten zum Schreiben einer fremdsprachigen E-Mail. Neben klassischen Schulungsangeboten könnte eine Broschüre für diese Gruppe von Interesse sein, die kompakt über die Potenziale und Risiken einer Technologie informiert. Eine verständliche und praxisnahe Darstellung würde es den Angehörigen dieser Gruppe ermöglichen, sich eigenständig mit dem Thema auseinanderzusetzen. Dies könnte dazu beitragen, Unsicherheiten abzubauen und eine fundierte Entscheidung über die Nutzung digitaler Angebote zu treffen.

### 5. Gruppe: «Die digital Interessierten und Versierten»

Die Gruppe der «digital Interessierten und Versierten» befindet sich auf der Skala der digitalen Kompetenz am anderen Ende: Sie zeichnet sich durch eine sehr hohe Kompetenz und eine sehr hohe Techniknutzung aus. Die Angehörigen dieser Gruppe nutzen selbstverständlich die Vorteile der neusten Technik, interessieren sich für neue technische Entwicklungen und probieren diese auch gerne einmal aus. Beim Erlernen neuer digitaler Anwendungen benötigen sie kaum Unterstützung und eignen sich daher weniger als Zielgruppe für Schulungen oder Hilfsangebote. Vielmehr wären sie aber – gerade durch ihre technische Versiertheit – perfekte Unterstützerinnen und Unterstützer für gleichaltrige Personen, die gewisse Technologien erlernen möchten. Sie wären somit gute «Technikbotschafterinnen und Technikbotschafter» (Doh et al., 2015) für die Nutzung von neusten Alltagstechnologien. Sie könnten zum Beispiel in Kursen oder Digital Cafés und Computerias, aber auch im privaten Raum (zum Beispiel in der Nachbarschaft) ihr Wissen an Interessierte weitergeben. Für dieses Engagement sollten sie motiviert werden. Schulungen zur didaktischen Aufbereitung ihrer potenziellen Peer-to-Peer-Beratungsangebote wären hierbei sinnvoll.

## 6 Kernaussagen der Studie

Es lassen sich folgende Kernaussagen aus den Studienergebnissen zusammenfassen:

1. **Die Nutzung von IKT und die Einstellung zu Technik ist bei der älteren Bevölkerung sehr heterogen:** Die Umfrage zeigt, dass ältere Menschen in ihrem Nutzungsverhalten hinsichtlich moderner Technik sehr unterschiedlich sind. Beispielsweise nutzt zwar die Mehrheit der über 65-Jährigen den Fernseher oder die Print-Medien, um sich über aktuelle Nachrichten zu informieren, aber 18 % von ihnen greifen bereits zum Smartphone und 9 % zum Tablet. Auch die Einstellungen zu Technik sind sehr heterogen: So interessieren sich 42 % der Befragten sehr für neue Technologien, während 25 % von ihnen nur wenig Interesse haben. Männer, jüngere Personen (65–74 Jahre) und Personen mit einem höheren Bildungsstand interessieren sich stärker für Technik.
2. **Die Kombination aus digitaler und nicht digitaler Welt wird mehrheitlich gewünscht, digitale Angebote müssen aber den Alltag erleichtern:** Die Mehrheit der Befragten wünscht sich eine Kombination aus digitalen und klassischen Vor-Ort-Dienstleistungen. Viele der Studienteilnehmenden (45 %) spüren einen Druck, digitale Anwendungen zu nutzen, wobei dieser besonders bei den über 85-Jährigen und Frauen stärker ausgeprägt ist. Zudem fürchten 38 % der Befragten, den Anschluss zu verpassen. Trotz dieser Bedenken empfinden 38 % von ihnen die Digitalisierung als Alltagserleichterung, vor allem Männer und Personen zwischen 65 und 74 Jahren.
3. **Zunehmend wird auch digital kommuniziert:** Im Alltag von Personen ab 65 Jahren gewinnt die digitale Kommunikation an Bedeutung, jedoch dominiert der persönliche Kontakt nach wie vor. Der Kontakt zu ärztlichen Fachpersonen oder Ämtern und Behörden erfolgt meistens persönlich, ebenso wie der zu Kindern und Enkelkindern, wobei ein Teil der Befragten auch bereits das Smartphone für Videocalls nutzt. Mit Freunden und Bekannten wird dafür häufiger über das Smartphone kommuniziert.
4. **Grundlegende digitale Kompetenzen sind zwar oftmals vorhanden, aber es gibt Unterschiede nach Geschlecht, Alter, Bildung, Einkommen und Wohnregion:** Der durchschnittliche digitale Kompetenzscore auf der Skala von 0 bis 100 der Befragten liegt bei 48. Dabei haben 88 % der 65- bis 74-Jährigen zumindest grundlegende digitale Kenntnisse, während über 85-Jährige deutlich geringere Kompetenzen aufweisen. Die vertiefte Analyse zeigt, dass Faktoren wie Geschlecht, Alter, Bildung, Einkommen und Wohnregion die digitale Kompetenz signifikant beeinflussen. Jüngere Personen (65–74 Jahre), Männer, Personen mit einer höheren Ausbildung, Personen mit einem höheren Einkommen und Personen aus einem urbanen Raum weisen eine höhere digitale Kompetenz auf.
5. **Zu den grundlegenden Begriffen in der heutigen digitalen Welt bestehen elementare Kenntnisse, aber nicht zu allen:** In der aktuellen Befragung wurde auch das Wissen der älteren Bevölkerung zu Begriffen aus dem Digitalisierungsbereich abgefragt. Am bekanntesten ist der Begriff «PDF», gefolgt von «Cookies», während Begriffe wie «Cache» und «ChatGPT» bei vielen der Befragten nicht geläufig sind. Der Begriff «KI» wurde unterschiedlich bewertet, wobei sich einige Teilnehmende unsicher waren, ob sie davon schon einmal etwas gehört haben. Der Durchschnitt der Kenntnisse lag bei 16 auf einer Skala von 6–30, wobei Männer im Vergleich zu Frauen und jüngere im Vergleich zu älteren Personen in der Altersgruppe der über 65-Jährigen etwas häufiger angaben, die Begriffe zu kennen.
6. **Auch wenn modernere Technik im Alltag genutzt wird, ergeben sich bei einigen Befragten alltägliche Schwierigkeiten:** 47 % der Befragten gaben an, dass sie bei der Nutzung moderner Technik (zum Beispiel Smartphones, Internet, Ticketautomaten) nur selten oder gar nie Schwierigkeiten haben, während 19 % von ihnen diese eher oder sogar sehr häufig erleben. Personen ab 85 Jahren haben häufiger Schwierigkeiten als die Angehörigen der jüngeren Altersgruppe (65–74 Jahre). Häufig wurden technische Störungen, unverständliche Anleitungen, eine unlogische Bedienung oder wiederholte Passwordeingaben genannt. Menschen mit einer geringeren digitalen Kompetenz empfinden diese Schwierigkeiten als besonders herausfordernd.

7. **Im Haushalt älterer Menschen gibt es meistens einen Fernseher und ein Radio, während jüngere Seniorinnen und Senioren zunehmend Smartphones, Wearables und smarte Haustechnik verwenden:** Der Fernseher führt mit 87 % die Rangliste der täglichen Nutzung an, gefolgt vom Smartphone und Radio. Das Festnetztelefon wird seltener genutzt, vor allem im Vergleich zum Smartphone. Personen ab 85 Jahren bevorzugen eher Festnetztelefone und Mobiltelefone ohne Touchscreen, während die Angehörigen jüngerer Altersgruppen häufiger Smartphones und Tablets besitzen. Im Vergleich zu früheren Befragungen ist die Nutzung von Smartphones und Tablets stark angestiegen, während die Nutzung des Fernsehers konstant hoch bleibt und die des Festnetztelefons zurückging. In den letzten Jahren haben neue Technologien wie Wearables (zum Beispiel Smartwatches), Sprachassistenzsysteme (zum Beispiel Google Home, Alexa, Siri) und smarte Haustechnik auch Einzug in die Haushalte der älteren Bevölkerung gehalten. Am häufigsten werden – dann meist von jüngeren Personen in der Altersgruppe der über 65-Jährigen – Smartphones und Fitnessarmbänder genutzt, während smarte Haustechnik und Sprachassistenzsysteme seltener zum Einsatz kommen. Notfalltechnologien wie Notrufarmbänder werden vor allem von sehr alten Menschen genutzt. Bezogen auf alle 15 abgefragten Alltagstechnologien ist festzuhalten, dass Frauen im Durchschnitt weniger Geräte als Männer verwenden und Personen ab 85 Jahren wiederum weniger als jüngere Personen. Darüber hinaus beeinflusst die digitale Kompetenz auch die Breite der Nutzung, wobei Personen mit einer höheren digitalen Kompetenz mehr Geräte verwenden.
8. **Ältere Menschen setzen zunehmend auf das kontaktlose Bezahlen und auf Self-Checkout-Kassen, bevorzugen jedoch weiterhin klassische Zahlungsmethoden:** Die Befragung zeigt, dass Technik nicht nur im Haushalt, sondern auch im öffentlichen Raum genutzt wird, zum Beispiel beim kontaktlosen Bezahlen oder der Nutzung von Self-Checkout-Kassen. Auch wenn bereits einige der älteren Personen fast täglich kontaktlos mit Karte oder Smartphone bezahlen, ist es dennoch nur weniger als die Hälfte der Befragten. Der Vergleich mit der Studie aus dem Jahr 2020 zeigt eine stabil hohe Nutzung von Geldautomaten und einen Anstieg der Nutzung von Self-Checkout-Kassen. Personen ab 85 Jahren nutzen diese Technologien seltener, sie bevorzugen klassische Zahlungsmethoden oder bediente Kassen. 32 % der Befragten gaben an, meistens oder immer bar zu bezahlen, während 30 % von ihnen bevorzugt bargeldlos bezahlen. Personen, die das Internet nutzen, zahlen ebenso wie jüngere und digital kompetentere Personen häufiger bargeldlos. Die häufigste Begründung für eine Barzahlung ist die grundlegende Präferenz der Barzahlung. 59 % der Studienteilnehmenden lehnen eine bargeldlose Zukunft eher ab, während 24 % von ihnen eine solche als möglich ansehen.
9. **Starker Anstieg der Internetnutzung seit 2010, wobei weiterhin 11 % der Befragten das Internet nicht nutzen:** In der aktuellen Befragung gaben 89 % der über 65-Jährigen an, das Internet zu nutzen, wobei 69 % von ihnen täglich online sind. Der Anteil der Onlinerinnen und Onliner ist seit 2010 stark angestiegen (von 38 % auf 89 %). Auch hat sich die Nutzung des Internets intensiviert: Die durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer liegt mittlerweile bei 115 Minuten. Ein Vergleich mit Daten des Bundesamts für Statistik zeigt, dass die 65-Jährigen und Älteren, insbesondere die über 85-Jährigen, weiterhin seltener online sind als jüngere Menschen. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die Internetnutzung besonders durch das Alter, den Bildungsstand, den Wohnort, das Technikinteresse und die Bedienungsleichtigkeit beeinflusst wird. Personen zwischen 65 und 84 Jahren haben im Vergleich zu den über 85-Jährigen eine höhere Chance, online zu sein. Höher gebildete Menschen nutzen häufiger das Internet, und Personen aus dem urbanen Raum haben im Gegensatz zu auf dem Land lebenden Personen eine doppelt so hohe Wahrscheinlichkeit, online zu sein. Technikinteressierte und Personen, die den Umgang mit einer neuen Technik als leicht empfinden, nutzen auch häufiger das Internet.
10. **Hauptgründe für die Internet-Nichtnutzung: Komplexität, fehlender Nutzen und ausreichende klassische Medienangebote:** Die häufigsten Gründe für die Nichtnutzung des Internets sind: «Die Informations- und Unterhaltungsangebote von Presse, Radio und TV reichen mir aus» (44 %), «Nutzung ist zu kompliziert» (37 %), «Ich sehe keinen Nutzen darin» (31 %) und «Zu hoher Aufwand beim Erlernen» (31 %). 29 % der Befragten gaben an, dass jemand anderes gegebenenfalls für sie Informationen im Internet abrufen. Sicherheitsbedenken wurden im Vergleich zu den Studien aus früheren Jahren deutlich seltener als Grund angeführt (21 %). Auch die generelle Ablehnung des Internets wurde nur von 15 % der Befragten als Motiv genannt, insbesondere von den über 85-Jährigen (33 %). Kosten, eine fehlende Unterstützung und gesundheitliche Probleme wurden nur selten erwähnt.

11. **Ambivalente Einstellungen zum Internet haben zugenommen, jedoch fördert die tägliche Nutzung eine positivere Einstellung:** Von den Befragten haben 12 % bereits negative Erfahrungen im Internet gemacht und einen Datenverlust oder Online-Betrug erlebt. 44 % der Studienteilnehmenden sind der Meinung, dass sich ihre Internetnutzung nicht negativ auf ihre sozialen Beziehungen auswirkt, während 13 % von ihnen eine Entfremdung spüren. Das Internet wird von 44 % der Befragten als wichtige Möglichkeit zur Kontaktpflege gesehen. 27 % von ihnen empfinden ihren eigenen Internetgebrauch als zu intensiv. Immerhin 45 % der Befragten haben eine ambivalente Haltung zur Sicherheit digitaler Angebote. 50 % der Studienteilnehmenden glauben, dass das Internet ihre Selbstständigkeit im Alter fördern kann, und 45 % empfinden das Internet als anregend und faszinierend. Insgesamt haben 11 % der Befragten eine negative, 53 % eine ambivalente und 36 % eine positive Einstellung zum Internet. Verglichen mit früheren Befragungen zeigt sich heute eine differenziertere Haltung: Mehr Personen äussern sich im Hinblick auf die Internetnutzung ambivalent, was auf eine breitere Einstellungsspanne schliessen lässt. Personen, die gut mit ihrem Einkommen zurechtkommen, digital kompetent sind und täglich online sind, haben tendenziell eine positive Einstellung.
12. **Druck, mithalten zu können, und Angst vor dem Ausschluss aus der Gesellschaft durch fehlende Technikenntnisse treten bei einem Teil der befragten älteren Menschen auf:** Veränderungen wie die Einführung von QR-Codes und das Verschwinden lokaler Banken und Poststellen verstärken die Notwendigkeit digitaler Kompetenzen. Die Untersuchung zeigt, dass 38 % der Befragten Angst haben, den Anschluss zu verpassen, wenn sie sich nicht mit neuer Technik beschäftigen, und 46 % von ihnen fühlen sich unter Druck, die heutigen digitalen Anwendungen nutzen zu müssen. Bei den Personen, die das Internet nicht nutzen, erhöht sich dieser Druck sogar auf 51 %, auch wenn sie nicht unbedingt Angst haben, den Anschluss zu verlieren. Es zeigt sich, dass Personen mit weniger digitalen Kompetenzen einen stärkeren Druck verspüren, technisch auf dem neuesten Stand zu bleiben. Aktuell würden sich 51 % der Onlinerinnen und Onliner ausgeschlossen fühlen, wenn sie das Internet nicht mehr nutzen könnten – im Vergleich mit 8 % der Personen, die das Internet nicht nutzen, die sich aktuell bereits ausgeschlossen fühlen. Über die Jahre hinweg ist der Anteil der Personen, die das Internet nicht nutzen, und sich ausgeschlossen fühlen, weiter gesunken.
13. **Das Versenden/Empfangen von E-Mails, die Informationssuche und das Abrufen von Fahrplänen bleiben die wichtigsten Online-Aktivitäten, während auch soziale Medien und das Online-Banking zunehmend genutzt werden:** Zu den häufigsten Online-Aktivitäten gehören das Schreiben und Empfangen von E-Mails (98 %), die allgemeine Informationssuche (97 %) sowie das Abrufen von Karten und Fahrplänen (84 %). Die Punkte Online-Dienstleistungen, Gesundheitsinfos, Zeitungen und Online-Banking folgen mit 74–76 %. Weiterhin nutzen 47–69 % der Befragten die Online-Angebote von Ämtern, die Einkaufsmöglichkeiten im Internet und die Videotelefonie. Soziale Netzwerke (38 %) und Online-Spiele (37 %) sind weniger verbreitet, auch wenn sich die Nutzung von sozialen Netzwerken in den letzten fünf Jahren noch einmal deutlich erhöht hat. Der Vergleich zwischen älteren Menschen und Personen unter 65 Jahren zeigt folgende Unterschiede: Das Versenden/Empfangen von E-Mails ist über alle Altersgruppen gleich verteilt, während es bei den Videokonferenzen, beim Streaming und der Nutzung der sozialen Medien grössere Unterschiede gibt – jeweils zugunsten der jüngeren Generationen. Im Durchschnitt nutzen Personen etwa 10 der 20 in der Studie vorgestellten Online-Aktivitäten. Personen im Alter zwischen 65 und 74 Jahren, besser ausgebildete Personen mit einer hohen digitalen Kompetenz und solche, die täglich online sind, nehmen eine breitere Palette an Online-Aktivitäten in Anspruch.
14. **Gründe für die Nichtnutzung von Online-Aktivitäten: fehlender Nutzen beziehungsweise Mehrwert und Sicherheitsbedenken:** Nicht alle Personen, die das Internet nutzen, beteiligen sich an allen Online-Aktivitäten, was verschiedene Ursachen hat. Die häufigste Begründung für eine Nichtnutzung war: «Ich sehe keinen Nutzen darin». Besonders bei der Nutzung von sozialen Netzwerken und Video-Streaming-Diensten werden im Vergleich mit traditionellen Angeboten wie dem Fernsehen oder einem Kinobesuch keine Vorteile erkannt. Als Hauptgrund gegen den Online-Einkauf wird entweder der fehlende Nutzen genannt oder die Gewohnheit, vor Ort den Einkauf zu tätigen. Beim Online-Lesen von Zeitungen/Magazinen bevorzugt die Mehrheit klassische Print-Medien. Im Hinblick auf die Online-Services von Ämtern wird neben dem fehlenden Nutzen oft die Komplexität des Prozesses als Hindernis genannt. Beim Online-Banking sind Sicherheitsbedenken das Hauptmotiv für die Nichtnutzung.

15. **Die Online-Services von Ämtern und der E-ID stossen auf Zustimmung bei technisch versierten Älteren:** Das Angebot der Online-Services von Ämtern, wie zum Beispiel die Online-Steuererklärung, begrüsst über die Hälfte der älteren Bevölkerung, wobei Personen, die täglich im Internet sind, mit einer Zustimmung von 76 % hier besonders positiv eingestellt sind. Die Akzeptanz der Online-Steuererklärung hängt stark von der digitalen Kompetenz und dem Alter ab, wobei Personen mit einer höheren digitalen Kompetenz und jüngere Menschen diese eher befürworten. Zusätzlich befürworten 56 % der älteren Personen den E-ID, vor allem Personen mit einer höheren digitalen Kompetenz.
16. **Das Vertrauen in digitale Anwendungen variiert – weniger Angst bei höherer digitaler Kompetenz:** Die ältere Bevölkerung hat unterschiedliche Sicherheitsbedenken gegenüber digitalen Anwendungen. Grundsätzlich empfinden 34 % der befragten Personen digitale Anwendungen als sicher, während 33 % ihnen gegenüber ambivalent eingestellt sind und 33 % diese als eher unsicher ansehen. Personen mit einer höheren digitalen Kompetenz vertrauen digitalen Anwendungen in der Regel mehr. Angst vor digitalen Angriffen wie Phishing und Spam haben 35 % der Befragten. Personen mit einer höheren digitalen Kompetenz haben weniger Angst
17. Die ältere Bevölkerung hat Vorbehalte gegenüber neueren Technologien wie der KI – eine höhere digitale Kompetenz führt jedoch zu positiveren Ansichten: Die Einstellung zu neuen Technologien wie der KI ist in der älteren Bevölkerung eher negativ: 41 % der Befragten sehen mehr Nachteile als Vorteile in dieser Technologie, obwohl 27 % auch deren Vorteile anerkennen. Personen mit einer höheren digitalen Kompetenz tendieren zu einer positiveren Sicht auf die KI. Männer und jüngere Personen (65–74 Jahre) sind ebenfalls eher geneigt, hier Vorteile zu sehen. 32 % der Befragten wären bereit, ihre persönlichen Daten an bekannte Dritte weiterzugeben, wenn dies ihren Alltag erleichtern würde. Personen, die das Internet nutzen, sind eher bereit, ihre Daten zu teilen als Personen, die nicht online sind. Eine positive Einstellung zur KI korreliert mit einer höheren Bereitschaft zur Datenfreigabe.
18. **Es lassen sich fünf Gruppen (sogenannte Personas) herausbilden:** Die erste Gruppe besteht aus hochaltrigen und technisch fernen Personen, die das Internet kaum nutzen und grösstenteils offline sind. Die zweite Gruppe ist technisch versierter, nutzt digitale Angebote aber gezielt und selektiv, während die dritte Gruppe über geringe digitale Kompetenzen verfügt und das Internet eher aus Notwendigkeit nutzt. Die vierte Gruppe bildet das Mittelfeld, ist digital aktiv, schöpft jedoch nicht alle Möglichkeiten aus, während die fünfte Gruppe die digital Interessierten und Versierten umfasst, die moderne Technologien intensiv nutzen und ihnen offen gegenüberstehen.

## 7 Schlussbemerkungen

Die aktuelle Studie zeigt, dass ältere Menschen Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) sehr unterschiedlich nutzen – hier variiert nicht nur die Intensität des Gebrauchs, sondern auch die Einstellung zur Technik. Während einige von ihnen digitale Anwendungen bereits selbstverständlich in ihren Alltag integrieren, verwenden andere diese nur, wenn sie ihnen einen klaren Vorteil gegenüber klassischen, nicht digitalen Lösungen bieten. Ausserdem gibt es noch eine Gruppe, die digitale Technologien auch heute noch kaum oder gar nicht nutzt, weil sie darin keinen Mehrwert für ihren Alltag sieht. Diese Vielfalt zeigt, dass es längst nicht mehr nur um die Frage des reinen Zugangs zu Technologien wie dem Internet geht, wie es vielleicht noch bei der ersten Befragung 2010 der Fall war. Vielmehr steht heute die differenzierte Betrachtung der Nutzung digitaler Anwendungen im Mittelpunkt. Entscheidend ist nicht nur, wer online ist, sondern auch, wer digitale Technologien sinnvoll verwendet und deren Vor- und Nachteile bewusst abwägen kann. Damit rückt die Vermittlung von digitalen Kompetenzen in den Mittelpunkt – also die Kombination von technischer Kompetenz (Ich weiss, wie ich den Computer bediene) und Mediennutzungskompetenz (Ich weiss, wie ich mich zum Beispiel sicher im Internet bewege und welchen Inhalten ich trauen kann). Mittlerweile geht es demnach vor allem darum, Menschen dabei zu unterstützen, digitale Anwendungen sicher und kritisch zu nutzen, um den grösstmöglichen Vorteil daraus zu ziehen.

Hinsichtlich der thematischen Studienziele (siehe Kapitel 2) lassen sich die Ergebnisse wie folgt zusammenfassen:

**1. Nutzung und digitale Kompetenzen:** In den Haushalten älterer Menschen gibt es häufig einen Fernseher/ein Radio, während jüngere Seniorinnen und Senioren zunehmend Smartphones und smarte Technologien nutzen. Die Internetnutzung der über 65-Jährigen hat in den letzten Jahren stark zugenommen – von 38 % im Jahr 2010 auf mittlerweile 89 %. Wichtige Online-Aktivitäten bleiben das Schreiben/Empfangen von E-Mails, die Informationssuche und das Abrufen von Fahrplänen, während die sozialen Medien und das Online-Banking zunehmend auch von den 65- bis 79-Jährigen genutzt werden. Dennoch bleibt ein Teil dieser Altersgruppe, insbesondere Personen über 85 Jahre, weiterhin offline – vor allem wegen der Komplexität der Internetnutzung, eines empfundenen fehlenden Nutzens (Mehrwerts) und der Zweckdienlichkeit der klassischen Medien. Ob und wie das Internet genutzt wird, hängt massgeblich von Faktoren wie Alter, Bildung, Technikinteresse und der empfundenen Bedienungsleichtigkeit ab, während Geschlecht und Einkommen kaum eine Rolle spielen. Smartphones, Wearables und smarte Haustechnik werden immer häufiger genutzt, während das klassische Festnetztelefon an Relevanz verliert. Ein ähnlicher Wandel zeigt sich beim Bezahlen – kontaktlose Zahlungsmethoden nehmen zu, doch bevorzugt die Mehrheit weiterhin klassische Zahlungsmöglichkeiten. Trotz der wachsenden Digitalisierung bestehen jedoch deutliche Unterschiede in den digitalen Kompetenzen: Jüngere und besser gebildete Personen verfügen in der Regel über höhere digitale Fähigkeiten als ältere und weniger gebildete Gruppen.

**2. Hürden und Herausforderungen:** Fast die Hälfte der älteren Befragten hat selten oder nie Probleme mit der Technik, doch insbesondere Personen ab 85 Jahren kämpfen häufiger mit einer komplizierten Bedienung und technischen Störungen. Viele Studienteilnehmende, die das Internet nicht nutzen, sehen darin keinen persönlichen Mehrwert, empfinden die digitale Welt als zu komplex oder finden, dass die klassischen Medienangebote für ihre Bedürfnisse ausreichen. Selbst von den internetaffinen Menschen ab 65 Jahren werden nicht alle digitalen Dienste genutzt – vor allem soziale Medien, Streaming-Dienste und das Online-Banking stossen aufgrund von Sicherheitsbedenken oder einem empfundenen mangelnden Nutzen auf Zurückhaltung. Gleichzeitig sorgt die fortschreitende Digitalisierung für Unsicherheiten: Ein Drittel der älteren Menschen befürchtet, den gesellschaftlichen Anschluss zu verlieren, wenn man technisch nicht auf dem neuesten Stand bleibt, und fast die Hälfte von ihnen fühlt sich unter Druck gesetzt, digitale Technologien nutzen zu müssen.

**3. Digitale Alltagsgestaltung und soziale Interaktion:** Die häufigsten Online-Aktivitäten älterer Menschen umfassen E-Mails, die Suche nach Informationen und Fahrplanauskünften, während soziale Medien und Videokonferenzen seltener genutzt werden. Obwohl die digitale Kommunikation zunimmt, bleibt der persönliche Kontakt für viele weiterhin wichtiger. Daher wünschen sich viele Studienteilnehmende eine Mischung aus digitalen und analogen Angeboten. Die Einstellung zum Internet ist dabei unterschiedlich: 36 % der Befragten sehen es positiv, 53 % haben eine ambivalente Haltung und 11 % stehen dem Internet negativ gegenüber. Vor allem jüngere, besser gebildete und digital kompetente Personen zeigen sich offener für zukünftige digitale Lösungen.

**4. Sicherheitsaspekte:** Fast die Hälfte der älteren Befragten hat eine ambivalente Haltung punkto Sicherheit von digitalen Angeboten. Während Sicherheitsbedenken eine untergeordnete Rolle bei der generellen Internet-Nichtnutzung spielen, sind sie ein Hauptgrund für die Nichtnutzung bestimmter Online-Aktivitäten, insbesondere beim Online-Banking. Das Vertrauen in digitale Anwendungen wächst mit der digitalen Kompetenz: Personen mit höheren digitalen Fähigkeiten haben weniger Angst vor Sicherheitslücken online und fühlen sich sicherer im Umgang mit digitalen Technologien.

**5. Soziale Ungleichheiten in der Digitalisierung:** Die Nutzung digitaler Technologien wird in erster Linie durch die Bildung, das Technikinteresse und die digitalen Kompetenzen beeinflusst. Zwar spielen auch Alter, Geschlecht, Einkommen und Wohnregion eine Rolle, aber eher nachrangig. In diesem Kontext wird die digitale Teilhabe – und das Vorhandensein von digitalen Kenntnissen – immer mehr zu einem entscheidenden Faktor für eine gesellschaftliche Teilhabe im Alter, da der Zugang zu digitalen Technologien zunehmend als Voraussetzung für die gesellschaftliche Integration älterer Menschen betrachtet werden kann. Ältere Menschen, die über grundlegende digitale Fähigkeiten verfügen, können die Potenziale der digitalen Welt besser ausschöpfen, indem sie digitale Angebote aktiver und umfangreicher nutzen. Jedoch zeigen die Studienergebnisse auch, dass nicht alle älteren Menschen über ausreichende digitale Kompetenzen verfügen. Daher ist es wichtig, die digitalen Kompetenzen älterer Menschen gezielt zu fördern, um sicherzustellen, dass sie nicht von unserer zunehmend technikdominierten Welt ausgeschlossen werden.

Unser Leben – so wie es die Ergebnisse der Studie auch zeigen – ist ein Zusammenspiel von digitalen und nicht digitalen Inhalten und Anwendungen – ein klares Entweder-oder gibt es im Alltag meist nicht, eher ein Sowohl-als-auch. Manche älteren Menschen profitieren von digitalen Kommunikationswegen, um mit Familie und Freunden in Kontakt zu bleiben, während andere digitale Gesundheitsanwendungen oder Smart-Home-Technologien als grosse Erleichterung im Alltag empfinden. Wieder andere bevorzugen es, bestimmte Dinge weiterhin analog zu erledigen und nutzen digitale Möglichkeiten nur selektiv. Diese Vielfalt erfordert eine differenzierte Sichtweise, welche die grosse Anzahl älterer Personen nicht als homogene Gruppe wahrnimmt. Auch wenn digitale Anwendungen längst zu einem selbstverständlichen Bestandteil unseres Lebens geworden sind, sollten die mit der Digitalisierung verbundenen Nachteile nicht ausser Acht gelassen werden. Um einige Stichworte zu nennen: Abhängigkeit von Technologien, soziale Isolation durch rein digitale Nutzungen. Daher reicht es nicht aus, nur den Zugang zu IKT zu ermöglichen; vielmehr muss darauf geachtet werden, dass digitale Inhalte und Anwendungen verständlich, anwendungsfreundlich und alltagstauglich sind, um auch den Alltag älterer Menschen zu bereichern, anstatt ihn unnötig zu verkomplizieren oder zu einer Belastung werden zu lassen.

Aus den Studienergebnissen lassen sich unterschiedliche Punkte herausarbeiten, die bei zukünftigen Massnahmen zur digitalen Inklusion von älteren Menschen zu berücksichtigen sind: Zuerst sollten Anbieterinnen und Anbieter digitaler Inhalte und Technologien ihre technischen Lösungen nutzerfreundlich, barrierefrei und selbsterklärend gestalten und ältere Personen bereits frühzeitig in die Entwicklung von Technik partizipativ einbinden. Parallel dazu sollten ältere Menschen, die eine neue Technologie erlernen möchten, unterstützt werden. Dabei sollten sie den Nutzen beziehungsweise den Mehrwert dieser Technologien gegenüber den bisherigen Lösungen erkennen, um motiviert zu werden, diese zu verwenden. Die Unterstützung durch Familie und Freunde kann hier hilfreich sein. Das individuelle Technikinteresse variiert zwar von Person zu Person, kann jedoch durch gezielte Unterstützungen und das Aufzeigen der Vorteile dieser Technik angeregt werden. Dabei erleichtert die niederschwellige Unterstützung durch das soziale Umfeld das Erlernen. Um ältere Menschen zu befähigen, mit modernen Technologien umzugehen, sind zudem weiterhin gezielte Schulungen und individuelle Unterstützungen zum Beispiel in Form von Technikberatungsangeboten, Peer-to-Peer-Angeboten oder Tageskursen notwendig. Darüber hinaus ist eine umfassende gesellschaftliche Sensibilisierung vonnöten, um den digitalen Graben zu verkleinern und auf die Bedürfnisse von älteren Menschen aufmerksam zu machen.

Die Herausforderung besteht also darin, Brücken zwischen der digitalen und der nicht digitalen Welt zu bauen und älteren Menschen individuell angepasste Lösungen anzubieten. Schulungen, einfache Bedienkonzepte und ein unterstützendes Umfeld sind dabei entscheidend. Es geht nicht darum, ältere Menschen zu einer umfassenden Digitalisierung zu drängen, sondern ihnen die Wahlmöglichkeit zu geben, die digitale Welt so zu nutzen, dass sie ihren Alltag sinnvoll bereichert. Letztlich sollte das Ziel nicht nur die technische Vermittlung digitaler Anwendungen sein, sondern auch die Schaffung eines Bewusstseins dafür, dass Digitalisierung kein Selbstzweck ist. Sie sollte dazu beitragen, das Leben einfacher, sicherer und sozial vernetzter zu gestalten – immer in einem ausgewogenen Zusammenspiel mit der analogen Welt, die für viele weiterhin eine grosse Bedeutung hat. So entsteht eine digitale Teilhabe, die nicht überfordert, sondern unterstützt und den Alltag auf sinnvolle Weise bereichert.

Abschliessend sollte betont werden, dass die gewollte Nichtnutzung digitaler Technologien durch ältere Menschen respektiert werden muss. Auch wenn viele ältere Menschen mittlerweile das Internet nutzen, besteht das Risiko, dass technikferne Personen aufgrund mangelnder Kenntnisse über die digitalen Angebote sozial ausgeschlossen werden. Daher sollten weiterhin Alternativen wie der klassische Bank- und Bahnschalter erhalten bleiben. Trotz einer zunehmenden Annäherung zwischen den Generationen bei der Internetnutzung, ist dennoch davon auszugehen, dass es immer Unterschiede bei der Verwendung neuer Technologien geben wird, was darauf hinweist, dass das Thema «Techniknutzung im Alter» weiterhin gesellschaftlich relevant bleibt.

## 8 Literaturverzeichnis

- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., & Weiber, R. (2018). Clusteranalyse. In K. Backhaus, B. Erichson, W. Plinke, & R. Weiber, *Multivariate Analysemethoden* (S. 435–496). Springer Berlin Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-662-56655-8\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-662-56655-8_9)
- Beaudet-Labrecque, O. (2023). Finanzieller Missbrauch bei Personen ab 55 Jahren in der Schweiz. Pro Senectute Schweiz.
- BFS. (2023). *Internetnutzungsmodalitäten und Kompetenzen*. Bundesamt für Statistik. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kataloge-datenbanken.assetdetail.28725487.html>
- BFS. (2025a). Digitale Kompetenzen. *Bundesamt für Statistik*. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/informationsgesellschaft/gesamtindikatoren/haushalte-bevoelkerung/digitalekompetenzen.html>
- BFS. (2025b). *Einzelpersonen und Online-Aktivitäten* [Dataset]. Bundesamt für Statistik. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/erhebungen/omn2023.assetdetail.28725492.html>
- BMFSFJ. (2020). *Achter Altersbericht – Ältere Menschen und Digitalisierung*. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. [https://www.achter-altersbericht.de/fileadmin/altersbericht/pdf/aktive\\_PDF\\_Altersbericht\\_DT-Drucksache.pdf](https://www.achter-altersbericht.de/fileadmin/altersbericht/pdf/aktive_PDF_Altersbericht_DT-Drucksache.pdf)
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2016). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies* (First published as a Norton paperback). W. W. Norton & Company.
- Büchi, M., Just, N., & Latzer, M. (2016). Modeling the second-level digital divide: A five-country study of social differences in Internet use. *New Media & Society*, 18(11), 2703–2722. <https://doi.org/10.1177/1461444815604154>
- Casillas, S., Cabezas, M., Ibarra, M. S., & Rodríguez, G. (2017). Evaluation of digital competence from a gender perspective. *Proceedings of the 5th International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality*, 1–5. <https://doi.org/10.1145/3144826.3145372>
- Chen, K., & Chan, A. H. S. (2014). Gerontechnology acceptance by elderly Hong Kong Chinese: A senior technology acceptance model (STAM). *Ergonomics*, 57(5), 635–652. <https://doi.org/10.1080/00140139.2014.895855>
- Clifford, I., Kluzer, S., Troia, S., Jakobsone, M., & Zandbergs, U. (2020). *DigCompSat*. <https://doi.org/10.2760/77437>
- Compaine, B. M. (Hrsg.). (2001). *The digital divide: Facing a crisis or creating a myth?* MIT Press.
- Cotten, S. R. (2021). Chapter 23 - Technologies and aging: Understanding use, impacts, and future needs. In K. F. Ferraro & D. Carr (Hrsg.), *Handbook of Aging and the Social Sciences (Ninth Edition)* (S. 373–392). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-815970-5.00023-1>
- Cotten, S. R., Schuster, A. M., & Seifert, A. (2022). Social media use and well-being among older adults. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101293. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.005>
- Darvishy, A., Hutter, H.-P., & Seifert, A. (2021). *Altersgerechte digitale Kanäle: Webseiten und mobile Apps*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-35501-2>
- Doh, M., Schmidt, L. I., Herbolzheimer, F., Jokisch, M., & Wahl, H.-W. (2015). Patterns of ICT Use among “Senior Technology Experts”: The Role of Demographic Variables, Subjective Beliefs and Attitudes. In J. Zhou & G. Salvendy (Hrsg.), *Human Aspects of IT for the Aged Population. Design for Aging* (Bd. 9193, S. 177–188). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-20892-3\\_18](https://doi.org/10.1007/978-3-319-20892-3_18)
- Drury, L., Abrams, D., & Swift, H. J. (2022). Intergenerational contact during and beyond COVID-19. *Journal of Social Issues*, 78(4), Article 4. <https://doi.org/10.1111/josi.12551>
- Elektronische Identität und Vertrauensinfrastruktur. (2024). *Parlament verabschiedet das e-ID-Gesetz*. <https://www.eid.admin.ch/de/parlament-verabschiedet-das-e-id-gesetz-d>
- European Commission. (2016). *DigComp 2.0: The digital competence framework for citizens*. Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2791/11517>

- Gallistl, V., Seifert, A., & Kolland, F. (2021). COVID-19 as a “Digital Push?” Research Experiences From Long-Term Care and Recommendations for the Post-pandemic Era. *Frontiers in Public Health*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.660064>
- Hargittai, E., & Hsieh, Y. P. (2012). Succinct survey measures of web-use skills. *Social Science Computer Review*, 30(1), 95–107. <https://doi.org/10.1177/0894439310397146>
- Hill, R., Betts, L. R., & Gardner, S. E. (2015). Older adults’ experiences and perceptions of digital technology: (Dis)empowerment, wellbeing, and inclusion. *Computers in Human Behavior*, 48, 415–423. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.062>
- Hugentobler, V., & Seifert, A. (Hrsg.). (2024). *Wohnen und Nachbarschaft im Alter – Age Report V*. Seismo Verlag.
- Hunsaker, A., & Hargittai, E. (2018). A review of Internet use among older adults. *New Media & Society*, 20(10), 3937–3954. <https://doi.org/10.1177/1461444818787348>
- Kernebeck, S., & Fischer, F. (Hrsg.). (2024). *Partizipative Technikentwicklung im Sozial- und Gesundheitswesen: Interdisziplinäre Konzepte und Methoden* (1. Auflage). Hogrefe.
- König, R., & Seifert, A. (2023). Internet usage, frequency and intensity in old age during the COVID-19 pandemic—A case study for Switzerland. *Frontiers in Sociology*, 8, 1268613. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1268613>
- König, R., Seifert, A., & Doh, M. (2018). Internet use among older Europeans: An analysis based on SHARE data. *Universal Access in the Information Society*, 17(3), 621–633. <https://doi.org/10.1007/s10209-018-0609-5>
- Kumar, S., Verma, A. K., & Mirza, A. (2024). Digital Revolution, Artificial Intelligence, and Ethical Challenges. In S. Kumar, A. K. Verma, & A. Mirza, *Digital Transformation, Artificial Intelligence and Society* (S. 161–177). Springer Nature Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-97-5656-8\\_11](https://doi.org/10.1007/978-981-97-5656-8_11)
- Lipps, O., & Pekari, N. (2020). Sequentially mixing modes in an election survey. *FORS Working Paper Series*, 2020(3). <https://doi.org/10.24440/FWP-2020-00003>
- Messer, M. (2023). Förderung digitaler Kompetenzen im Alter. In F. Fischer & J. Zacher (Hrsg.), *Digitale Chancen in der häuslichen Pflege nutzen* (S. 47–54). Springer Berlin Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-662-68012-4\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-662-68012-4_6)
- Ramp, D., Köng, A.-L., Holenstein, M., & Angst, L. (2024). *Mobiliar #Digital Barometer 2024*. Stiftung Risiko-Dialog. [https://www.digitalbarometer.ch/uploads/digitalbarometer\\_2024\\_de.pdf](https://www.digitalbarometer.ch/uploads/digitalbarometer_2024_de.pdf)
- Scheerder, A., van Deursen, A., & van Dijk, J. (2017). Determinants of Internet skills, uses and outcomes. A systematic review of the second- and third-level digital divide. *Telematics and Informatics*, 34(8), 1607–1624. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.07.007>
- Schelling, H. R., & Seifert, A. (2010). Internet-Nutzung im Alter. Gründe der (Nicht-)Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz. Zentrum für Gerontologie (Zürcher Schriften zur Gerontologie).
- Schmidt, L., & Wahl, H.-W. (2023). Alter und Technik. In K. Hank, M. Wagner, & S. Zank (Hrsg.), *Alternsforschung* (S. 535–556). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. <https://doi.org/10.5771/9783748938095-535>
- Schweizerische Bundeskanzlei. (2025). *Strategie Digitale Schweiz*. Strategie Digitale Schweiz. <https://digital.swiss/de/strategie/strategie.html>
- Seifert, A. (2020). The digital exclusion of older adults during the COVID-19 pandemic. *Journal of Gerontological Social Work*.
- Seifert, A. (2022). Digitale Transformation in den Haushalten älterer Menschen. *Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie*, 55(4), 305–311. <https://doi.org/10.1007/s00391-021-01897-5>
- Seifert, A. (2023). Subjektives Gefühl digitaler Ausgrenztheit. *Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie*, 56(3), 181–188. <https://doi.org/10.1007/s00391-023-02170-7>
- Seifert, A., Ackermann, T., & Schelling, H. R. (2020). *Digitale Senioren III – 2020/Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz*. Zentrum für Gerontologie.

- Seifert, A., & Cotten, S. R. (2021). Use of Information and Communication Technologies among Older Adults: Usage Differences, Health-Related Impacts, and Future Needs. In D. A. Rohlinger & S. Sobieraj (Hrsg.), *The Oxford Handbook of Sociology and Digital Media* (S. 1–27). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780197510636.013.12>
- Seifert, A., Cotten, S. R., & Xie, B. (2021). A Double Burden of Exclusion? Digital and Social Exclusion of Older Adults in Times of COVID-19. *The Journals of Gerontology: Series B*, 76(3), e99–e103. <https://doi.org/10.1093/geronb/gbaa098>
- Seifert, A., Perrig-Chiello, P., & Martin, M. (2021). Bildungs- und Lernbedürfnisse im Alter—Bericht zur nationalen Befragungsstudie in der Schweiz. U3/VSV/SAGW.
- Seifert, A., & Schelling, H. R. (2015). Digitale Senioren. Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz im Jahr 2015. Pro Senectute.
- Seifert, A., & Vandelanotte, C. (2021). The use of wearables and health apps and the willingness to share self-collected data among older adults. *Aging and Health Research*, 1(3), 100032. <https://doi.org/10.1016/j.ahr.2021.100032>
- Stiftung «Zugang für alle». (2023). *Schweizer Accessibility Studie 2023*. <https://as23.access-for-all.ch/>
- Stürz, R. A., Stumpf, C., Schlude, A., Mendel, U., & Harles, D. (2023). *Das bidt-Digitalbarometer.international* [Application/pdf]. bidt – Bayerisches Forschungsinstitut für Digitale Transformation. <https://www.bidt.digital/publikation/bidt-digitalbarometer-international/>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Weidekamp-Maicher, M., & Apfelbaum, B. (2022). Technische Entwicklungen: Soziale Arbeit mit alten Menschen im digitalen Wandel. In C. Bleck & A. Van Rießen (Hrsg.), *Soziale Arbeit mit alten Menschen* (S. 137–156). Springer Fachmedien Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-37573-7\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-658-37573-7_8)
- Weinhold, N., Barczik, K., Jokisch, M., Doh, M., & Göbl, L. (2023). Einführung in die Messung digitaler Kompetenzen im Alter: Bestandsaufnahme und erste Ableitungen zur Erfassung der digitalen Kompetenz bei älteren Menschen. *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*, 581–618. <https://doi.org/10.21240/mpaed/jb20/2023.09.22.X>



Die Hochschule für Soziale Arbeit FHNW mit Standorten in Muttenz und Olten ist lokal und regional verankert, international vernetzt und in ihren Leistungen in Aus- und Weiterbildung, Forschung und Dienstleistung breit anerkannt. In ihrem Forschungs- und Entwicklungsschwerpunkt «Soziale Innovation» analysiert, initiiert und begleitet sie Innovationsprozesse in Kooperation und im Austausch mit der Praxis. Sie fördert damit die Professionalisierung der Sozialen Arbeit und trägt massgeblich zum Verständnis und zur innovativen Bearbeitung sozialer Probleme und gesellschaftlicher Herausforderungen bei. Im Institut Integration und Partizipation ist u.a. der Schwerpunkt «Menschen im Kontext von Alter» verortet.



Google ist ein weltweit führendes Technologieunternehmen, das Menschen neue Zugangsmöglichkeiten zu Informationen ermöglicht. Googles Innovationen im Bereich der Internetsuche und -werbung haben die Google Startseite zu einer Top-Adresse im Internet und die Marke Google zu einer der bekanntesten der Welt gemacht. Google ist eine Marke von Alphabet Inc.; alle anderen Unternehmens- und Produktbezeichnungen können Handelsmarken der jeweiligen Unternehmen sein, mit denen sie assoziiert sind. Google ist seit 2004 in der Schweiz tätig. Mit rund 5000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus 85 Nationen ist Zürich einer der grössten Forschungs- und Entwicklungsstandorte von Google weltweit. Weitere Informationen finden Sie unter [google/CH](http://google/CH).



SIX betreibt die Infrastruktur für den Finanzplatz Schweiz und sichert damit den Informations- und Geldfluss zwischen den Akteuren. SIX bietet Dienstleistungen für den Kapitalmarkt, Finanzinformationen und Bankdienstleistungen. Darüber hinaus entwickelt und digitalisiert SIX auch den geschäftlichen und privaten Zahlungsverkehr. Im Zentrum stehen die Infrastruktur für den Interbank-Zahlungsverkehr sowie Dienstleistungen rund um kartenbasierte und mobile Transaktionen. Damit erfüllt SIX massgeblich die Bedürfnisse von Finanzinstituten, Softwareanbietern, Unternehmen und zunehmend auch der ganzen Schweizer Bevölkerung. Kunden und Partner profitieren so von aufeinander abgestimmten Dienstleistungen rund um den Zahlungsverkehr – aus einer Hand.



Gesundheitsförderung Schweiz  
Promotion Santé Suisse  
Promozione Salute Svizzera

Gesundheitsförderung Schweiz ist eine nationale Stiftung mit dem gesetzlichen Auftrag, Massnahmen zur Gesundheitsförderung und Prävention in der Schweiz zu initiieren, zu koordinieren und zu evaluieren. Sie unterstützt Akteurinnen und Akteure aus verschiedenen Bereichen bei der Gestaltung gesundheitsfördernder Rahmenbedingungen. Dabei berücksichtigt sie auch gesellschaftliche Entwicklungen, die sich auf die Gesundheit der Bevölkerung auswirken. Die Stiftung finanziert sich durch einen jährlichen Beitrag von CHF 4.80 pro versicherte Person.



Pro Senectute ist die grösste und bedeutendste Fach- und Dienstleistungsorganisation für ältere Menschen und deren Angehörige in der Schweiz. Wir beraten Seniorinnen und Senioren kostenlos in über 130 Beratungsstellen. Mit vielfältigen Dienstleistungen und spezifischen Angeboten unterstützen 1'500 Mitarbeitende und 15'000 Freiwillige die ältere Bevölkerung in allen Belangen rund um das Alter. Rund 700'000 Menschen im Pensionsalter sowie deren Angehörige nutzen unsere Angebote.

Die Studie kann online bestellt werden unter:  
[www.prosenectute.ch/shop](http://www.prosenectute.ch/shop)

Spendenkonto: IBAN CH91 0900 0000 8750 0301 3  
[www.prosenectute.ch](http://www.prosenectute.ch)