

**Landesinstitut für Statistik**

Kanonikus-Michael-Gamper-Str. 1 • 39100 Bozen

Tel. 0471 41 84 04-05 • Fax 0471 41 84 19

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

Auszugsweiser oder vollständiger Nachdruck mit Quellenangabe (Herausgeber und Titel) gestattet
Halbmonatliche Druckschrift, eingetragen mit Nr. 10 vom 06.04.89 beim Landesgericht Bozen
Verantwortliche Direktorin: Johanna Plasinger

astat

Istituto provinciale di statistica

Via Canonico Michael Gamper 1 • 39100 Bolzano

Tel. 0471 41 84 04-05 • Fax 0471 41 84 19

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

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

astatinfo

Nr. **18**

03/2016

Internetaktivitäten der Bürger und Unternehmen

2014 und 2015

Le attività in internet di cittadini ed imprese

2014 e 2015

**7 von 10 Südtirolern verwenden
das Internet**

70,7% der Personen im Alter von 6 Jahren und älter (etwa 340.000 Personen) verwenden das Internet zumindest gelegentlich; 68,3% haben es in den 12 Monaten vor der Befragung genutzt.

7 altoatesini su 10 usano internet

Il 70,7% delle persone di 6 anni e più (circa 340.000 persone) usa internet almeno saltuariamente; il 68,3% lo ha usato nei 12 mesi precedenti l'intervista.

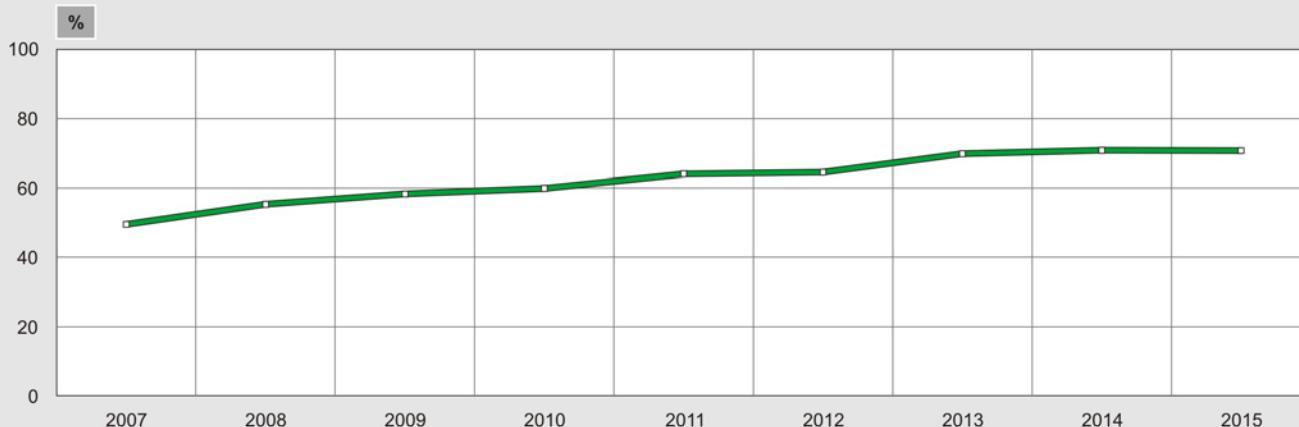
Graf. 1

Personen, die das Internet nutzen - 2007-2015

Prozentwerte; Personen mit 6 Jahren und mehr

Persone che utilizzano internet - 2007-2015

Valori percentuali; popolazione di 6 anni e oltre



Den größten Einfluss auf die Internetnutzung hat mit Abstand das Alter: Mehr als 95% der 16- bis 34-Jährigen sind Internetnutzer.

Bei den Unternehmen zeigt sich, dass im Jahr 2015 mittlerweile fast alle Südtiroler Unternehmen mit mindestens zehn Beschäftigten zumindest einen PC mit Internetverbindung verwenden.

47,6% der Beschäftigten arbeiten mindestens einmal in der Woche mit dem Computer. Dieser Prozentsatz hängt sehr stark vom Tätigkeitssektor des Unternehmens ab und bewegt sich zwischen 62,3% in der *Energieversorgung* und 32,7% im *Baugewerbe*. 41,3% der Beschäftigten steht eine Internetverbindung zur Verfügung. Der Anteil der Beschäftigten, die tragbare Geräte mit mobiler Internetverbindung nutzen, liegt bei 15,9%.

96,1% der Unternehmen verfügen mindestens über eine Breitbandinternetverbindung: 95,2% nutzen einen festen Breitbandanschluss und 69,4% eine mobile Internetverbindung.

Die vertraglich vorgesehene maximale Downloadgeschwindigkeit beträgt bei den meisten Unternehmen zwischen 2 und 10 Mbit/s (52,7%) bzw. zwischen 10 und 30 Mbit/s (35,5%).

L'età è di gran lunga il fattore che incide di più sull'uso del web: oltre il 95% dei giovani tra i 16 ed i 34 anni ne è utente.

Analizzando il fenomeno dal lato delle imprese si evidenzia come nel 2015 ormai la totalità delle imprese altoatesine con almeno 10 dipendenti utilizza almeno un PC connesso ad internet.

Il 47,6% degli addetti usa il computer almeno una volta a settimana. Tale percentuale è molto variabile a seconda del settore di attività economica dell'impresa e va dal 62,3% nella *Fornitura di energia* al 32,7% nelle *Costruzioni*. Il 41,3% degli addetti ha a disposizione una connessione ad internet. La quota di addetti provvisti di dispositivi portatili con connessione mobile è del 15,9%.

Il 96,1% delle imprese dispone di almeno un collegamento ad internet a banda larga: il 95,2% utilizza una connessione di tipo fisso ed il 69,4% una connessione mobile.

La velocità massima di download di connessione ad internet prevista contrattualmente è compresa per la maggior parte tra i 2 ed i 10 Mbit/s (52,7%) e tra i 10 ed i 30 Mbit/s (35,5%).

Internetnutzung: kultureller Konsum, Kommunikation, Angebot und Nutzung von Diensten

Im Jahr 2015 haben die meisten Personen das Internet verwendet, um kulturelle Inhalte aufzurufen.

Die Lektüre von Zeitungen und Zeitschriften ist in allen Altersklassen relativ weit verbreitet (zwei von drei Internetnutzern). Die anderen Formen des kulturellen

L'uso del web: consumo culturale, comunicazione, offerta e fruizione di servizi

Nel 2015 la maggior parte delle persone che ha utilizzato internet lo ha fatto per fruire di contenuti culturali.

È risultata alquanto diffusa, in tutte le classi di età, l'attività di lettura di giornali e di riviste online (due utenti internet su tre). Le altre forme di consumo cultu-

Tab. 1

Internetnutzer nach Art des kulturellen Konsums und Altersklasse - 2015

Prozentwerte; Personen mit 16-74 Jahren, die in den 3 Monaten vor der Befragung das Internet genutzt haben; Mehrfachantworten möglich

Persone che utilizzano internet per tipologia di consumo culturale e classe di età - 2015

Valori percentuali; persone di 16-74 anni che nei 3 mesi precedenti l'intervista hanno utilizzato internet: più risposte possibili

KULTURELLER KONSUM	Altersklassen (Jahre) / Classi di età (anni)				CONSUMO CULTURALE
	16-34	35-54	55-74	Insgesamt Totale	
Online Zeitungen, Informationen, Zeitschriften lesen	66,9	63,7	62,8	64,7	Leggere giornali, informazioni, riviste online
Online Bücher oder E-Books lesen oder herunterladen	15,4	10,3	10,9	12,2	Leggere o scaricare libri online o e-book
Webradio hören	24,2	22,7	12,6	21,4	Ascoltare la radio sul web
Webfernsehen sehen	22,1	12,0	8,9	15,0	Guardare programmi TV su web
Filme über Streaming anschauen	35,3	12,2	4,7	19,0	Guardare film in streaming
Videos über Streaming anschauen	40,2	21,1	9,9	25,8	Guardare video in streaming
Einen Online-Kurs besuchen	8,1	6,8	7,0	7,3	Fare un corso online
Didaktische Unterlagen online verwenden	23,6	10,7	6,9	14,6	Utilizzare materiale didattico online

Konsums im Internet finden sich hingegen typischerweise bei den jüngeren Nutzern. Filme und Videos über Streaming sehen sowie Fernseh- und Radiosendungen über Web konsumieren sind Nutzungsmöglichkeiten, die vor allem bei den jungen Altersgruppen beliebt sind. Die Verwendung von Online-Lernunterlagen ist ebenfalls bei den jüngeren Nutzern verbreitet. Dies lässt sich jedoch auf die Ausbildung und das Studium zurückführen.

rale online si configurano invece come più tipicamente giovanili. Soprattutto guardare film e video in streaming, ma anche seguire programmi televisivi e radiofonici rappresentano una modalità d'uso più frequente tra le classi giovanili. Anche l'utilizzo di materiale didattico è più tipico dei giovani, ma questo risultato è ben spiegabile alla luce delle attività di studio e formazione.

Tab. 2

Internetnutzer nach Kommunikationstätigkeit und Altersklasse - 2015

Prozentwerte; Personen mit 16-74 Jahren, die in den 3 Monaten vor der Befragung das Internet genutzt haben; Mehrfachantworten möglich

Persone che utilizzano internet per attività di comunicazione e classe di età - 2015

Valori percentuali; persone di 16-74 anni che nei 3 mesi precedenti l'intervista hanno utilizzato internet: più risposte possibili

KOMMUNIKATIONSTÄTIGKEIT	Altersklassen (Jahre) / Classi di età (anni)				ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE
	16-34	35-54	55-74	Insgesamt Totale	
Erhalt/Versand von E-Mails	88,8	86,1	81,2	86,2	Spedire o ricevere e-mail
Telefonate über Internet, Videotelefonate über Webcam	42,2	29,9	30,5	34,4	Telefonare via internet, effettuare videochiamate webcam
Nachrichten in Chatrooms, soziale Netzwerke, Blogs, Newsgruppen oder Online-Diskussionsforen stellen	65,5	37,1	15,4	43,2	Inviare messaggi su chat, blog, newsgroup o forum
Nutzung von Instant-Messaging-Diensten	40,7	32,3	19,0	32,8	Usare servizi di messaggia istantanea
Teilnahme an sozialen Netzwerken	75,2	41,5	17,5	49,0	Partecipare a social network
Posten von Meinungen über soziale oder politische Probleme	17,4	11,7	5,2	12,5	Esprimere opinioni su temi sociali o politici
Online-Teilnahme an Beratungen oder Abstimmungen zu sozialen oder politischen Themen	8,7	7,1	9,3	8,1	Partecipare online a consultazioni su temi sociali o politici

Die Kommunikationstätigkeiten im Internet zählen ebenso zu den „Basisaktivitäten“, die von Nutzern jeden Alters durchgeführt werden (jeweils über 80%). In diesem Fall sind es der Austausch von E-Mails sowie eine Reihe von Aktivitäten, die vor allem bei den Jüngeren beliebt sind: Dazu gehören besonders das Schreiben von Nachrichten in Chats, Blogs, Newsgruppen und Diskussionsforen sowie die Beteiligung in den sozialen Netzwerken (das Verhältnis zu den über 55-jährigen Nutzern beträgt 4 zu 1).

Anche le attività di comunicazione svolte in internet presentano un'attività "di base", ovvero svolta dagli utenti di tutte le età (valori sempre superiori all'80%), che in questo caso è lo scambio di e-mail, e poi un'ulteriore gamma di attività ad appannaggio della popolazione più giovane. In particolare l'invio di messaggi su chat, blog, newsgroup e forum di discussione e la partecipazione ai social network risultano essere tipicamente giovanili (in rapporto di 4 a 1 rispetto agli over-55).

Die Online-Teilnahme an Befragungen zu sozialen und politischen Themen kennt hingegen keine Altersgrenzen. Hier gleichen sich zwei Faktoren aus: die größere Nutzungshäufigkeit des Internets durch die Jüngeren und das größere Interesse für Politik der Älteren.

Partecipare online a consultazioni su temi sociali o politici è invece un'attività "senza età". Verosimilmente qui si compensano due fattori: la maggior frequenza d'uso del web dei più giovani e il maggior interesse per la politica dei più anziani.

Insgesamt zeigen die Tabellen 1 und 2, dass die jungen Nutzer das Internet nicht nur häufiger verwenden als die höheren Altersklassen, sondern dass sie auch deutlich mehr Funktionen nutzen und somit dieses Medium vielfältiger einsetzen.

Complessivamente, anche in tabella 2, come già visto in tabella 1, si nota dunque che i giovani non solo usano la rete con frequenza maggiore delle classi d'età più adulte, ma anche che lo usano in una gamma più ampia di funzioni; sono dunque, in questo campo, molto più versatili.

Anders als die bisher genannten Tätigkeiten weisen die mit Diensten verbundenen Aktivitäten, abgesehen von der Arbeitsuche, keine altersspezifischen Unterschiede auf.

Le attività "di servizio", a differenza delle precedenti non mostrano invece differenze per età, eccezion fatta per la ricerca di lavoro.

Internetnutzer nach mit Diensten verbundenen Aktivitäten und Altersklasse - 2015

Prozentwerte; Personen mit 16-74 Jahren, die in den 3 Monaten vor der Befragung das Internet genutzt haben; Mehrfachantworten möglich

Persone che utilizzano internet per attività connesse a servizi e classe di età - 2015

Valori percentuali; persone di 16-74 anni che nei 3 mesi precedenti l'intervista hanno utilizzato internet: più risposte possibili

MIT DIENSTEN VERBUNDENE AKTIVITÄTEN	Altersklassen (Jahre) / Classi di età (anni)				Insgesamt Totale	ATTIVITÀ CONNESSE A SERVIZI
	16-34	35-54	55-74			
Inanspruchnahme von Reise- und Unterkunftsdiensten	42,2	46,1	43,2	44,2	Servizi relativi a viaggi o soggiorni	
Eine Arbeit suchen	29,0	11,9	3,0	16,3	Cercare lavoro	
Einen Arzttermin vereinbaren	7,2	11,6	5,5	8,9	Prendere appuntamento medico	
Informationen zu Gesundheitsthemen suchen	43,7	47,7	46,7	46,1	Cercare informazioni sanitarie	
Suche von Informationen über Waren und Dienstleistungen	58,4	62,2	44,6	57,6	Cercare informazioni su merci o servizi	

Die Suche nach Informationen über Waren und Dienstleistungen (durchschnittlich 57,6% im Dreimonatszeitraum) ist sehr weit verbreitet. Ebenfalls sehr beliebt sind die Suche nach medizinischen Informationen (46,1%) und die Dienstleistungen für Reisen und Urlaube (44,2%).

Die Unternehmen sind ihrerseits ebenfalls im Internet präsent und zwar nicht nur als Nutzer, sondern auch und vor allem als Anbieter von Diensten. 82,3% der Südtiroler Unternehmen hat eine eigene Homepage oder eine oder mehrere Seiten im Internet.

Die am häufigsten auf den Unternehmensseiten angebotenen Dienste sind Hinweise zum Datenschutz (60,0%), die Anzeige von Produktkatalogen oder Preislisten (44,8%) und die Möglichkeit, online Beschwerden einzureichen (43,7%).

Fast zwei von drei Unternehmen verwenden mindestens ein soziales Medium: In den *Dienstleistungen* sind es 66,8%, während die Verbreitung der Social Media im *Baugewerbe* (27,8%) und in der *Energieversorgung* (22,7%) deutlich geringer ist.

Die sozialen Netzwerke (49,8%) werden am meisten genutzt. Es folgen die Websites zum Teilen von multimedialen Inhalten (23,4%).

Die Nutzung von sozialen Medien durch die Unternehmen zielt hauptsächlich auf die Entwicklung des Images oder der Darstellung der Produkte des Betriebs ab (45,2%) sowie auf die Möglichkeit, Meinungen, Rezensionen und Fragen der Kunden zu erfassen bzw. darauf zu reagieren (30,4%).

2015 wurde die Intensität der Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologien durch die Unternehmen mit dem synthetischen Digitalisierungsindex bewertet. Dieser Index wird berechnet, indem 12 bei der Erhebung erfasste Merkmale verwendet werden (z.B. die Geschwindigkeit der Internetverbindung, das Vorhandensein einer Unternehmenshomepage und der Online-Verkauf von Waren und Dienst-

le). Molto diffusa la ricerca di informazioni su merci e servizi (in media 57,6%) e di informazioni sanitarie (46,1%) e molto utilizzati anche i servizi relativi a viaggi o soggiorni (44,2%; sempre nell'arco di un trimestre).

Anche le imprese sono a loro volta presenti su internet, non solo sul versante della fruizione, ma anche e soprattutto su quello dell'offerta di servizi. Infatti l'82,3% delle imprese della Provincia di Bolzano dispone di un proprio sito internet oppure di una o più pagine sul web.

I servizi offerti più frequentemente dai siti internet aziendali sono le avvertenze sulla politica in materia di privacy (60,0%), l'accesso a cataloghi di prodotti o a listini prezzi (44,8%) e la possibilità di presentare dei reclami online (43,7%).

Quasi due imprese su tre utilizzano almeno un social media: nel settore dei *Servizi* questa percentuale raggiunge il 66,8%, mentre nell'ambito delle *Costruzioni* (27,8%) e della *Fornitura di energia* (22,7%) l'utilizzo di questi mezzi è invece meno diffuso.

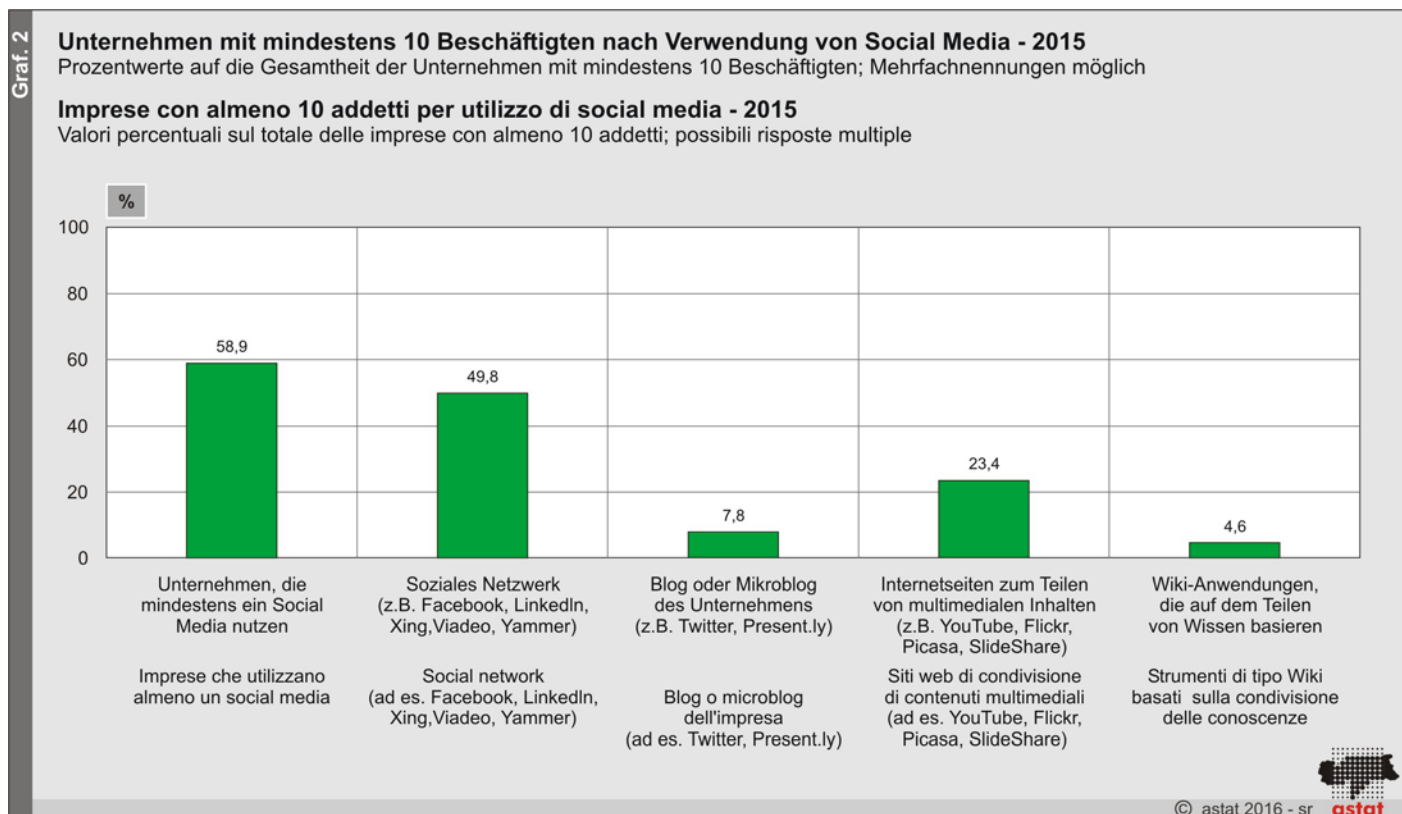
In particolare, ad essere più utilizzati sono i social network (49,8%), seguiti dai siti web di condivisione di contenuti multimediali (23,4%).

Gli scopi dell'utilizzo dei social media per le imprese sono prevalentemente lo sviluppo dell'immagine dell'impresa o dei suoi prodotti (45,2%) e la possibilità di raccogliere o rispondere ad opinioni, recensioni o domande dei clienti (30,4%).

Nel 2015 l'intensità di utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione da parte delle imprese è stata valutata tramite l'indice composito di digitalizzazione. Tale indice viene calcolato utilizzando 12 caratteristiche rilevate nell'indagine (tra cui ad esempio la velocità di connessione ad internet, l'esistenza di un sito web aziendale e la vendita di prodotti e servizi online). Le imprese altoatesine che hanno al-

leistungen). 12,9% der Südtiroler Unternehmen weisen mindestens 7 dieser Merkmale auf und erreichen somit ein „hohes“ oder „sehr hohes“ Digitalisierungsniveau. Der Wert entspricht den 12,4% auf gesamtstaatlicher Ebene. Die Unterschiede zwischen den Sektoren sind verhältnismäßig gering. Den höchsten Wert erreichen die *Dienstleistungen* mit 15,2%. Die einzige eindeutige Ausnahme ist das *Baugewerbe*: Hier erreichen nur 1,9% der Unternehmen ein hohes bzw. sehr hohes Niveau der Digitalisierung.

meno 7 di queste caratteristiche e che quindi si situa ad un livello di digitalizzazione "alto" o "molto alto" sono il 12,9%, in linea con il 12,4% a livello nazionale. Le differenze tra i settori risultano piuttosto contenute, con un valore massimo del 15,2% nei *Servizi*. Unica evidente eccezione è costituita dalle *Costruzioni*, in cui solo l'1,9% delle imprese si situa ad un livello alto o molto alto.



E-Commerce

Bei den Online-Aktivitäten, die zu Finanztransaktionen führen, verhalten sich die über 55-Jährigen „vorsichtiger“ als die Jüngeren. Nicht einmal jeder fünfte Internetnutzer dieser Altersklasse kauft online ein. Nur knapp signifikant sind die Unterschiede zwischen den jungen Altersklassen und den 35- bis 54-Jährigen.

Tab. 4

Internetnutzer nach anderen durchgeführten Tätigkeiten und Altersklasse - 2015

Prozentwerte; Personen mit 16-74 Jahren, die in den 3 Monaten vor der Befragung das Internet genutzt haben; Mehrfachantworten möglich

Personen che utilizzano internet per altra attività svolta e classe di età - 2015

Valori percentuali; persone di 16-74 anni che nei 3 mesi precedenti l'intervista hanno utilizzato internet: più risposte possibili

	Altersklassen (Jahre) / Classi di età (anni)				
	16-34	35-54	55-74	Insgesamt Totale	
Nutzung von Bankdiensten	52,5	54,8	37,2	50,7	Usare servizi bancari
Verkauf von Waren oder Dienstleistungen	22,4	17,6	8,8	17,7	Vendere merci o servizi
Kauf von Waren oder Dienstleistungen für private Zwecke	37,3	32,8	17,5	31,6	Comprare merci o servizi per uso privato

Personen, die Waren oder Dienstleistungen über das Internet gekauft haben, nach ausgegebenem Betrag - 2015

Absolute Werte (auf 100 gerundet)

Persone che hanno acquistato beni o servizi su internet negli ultimi 3 mesi, per importo speso - 2015

Valori assoluti (arrotondati alle centinaia)



© astat 2016 - sr

Die Online-Käufer geben im Dreimonatszeitraum am häufigsten etwa 100 Euro oder wenig mehr aus. Seltener (nur einer von 50 Südtirolern) werden mehr als 500 Euro im Laufe von drei Monaten für Online-Einkäufe ausgegeben.

44,6% der Südtiroler Unternehmen tätigen Online-Einkäufe oder -Verkäufe. Am häufigsten sind sie in den *Dienstleistungen* (48,4%), am seltensten im *Baugewerbe* (33,9%) anzutreffen.

Im Detail tätigen 38,8% der Unternehmen Online-Einkäufe und in jedem Wirtschaftsbereich greift mindestens ein Drittel der Unternehmen darauf zurück.

Chi effettua acquisti online spende nel giro di un trimestre più spesso cifre attorno ai 100 euro oppure poco al di sopra. Più raramente (un altoatesino su 50) troviamo chi spende più di 500 euro nell'arco di un trimestre.

Le imprese altoatesine che effettuano vendite o acquisti online sono il 44,6%. Il settore di imprese che utilizza maggiormente i canali informatici del commercio è quello dei *Servizi* (48,4%), quello che vi fa un minor ricorso è quello delle *Costruzioni* (33,9%).

In particolare per quanto riguarda gli acquisti, il 38,8% delle imprese effettua acquisti online ed in ogni settore di attività economica almeno un terzo delle imprese fa ricorso ad essi.

Tab. 5

Unternehmen mit mindestens 10 Beschäftigten, die Online-Einkäufe oder Online-Verkäufe tätigen (E-Commerce), nach Wirtschaftsbereich - 2013 und 2014

Prozentwerte auf die Gesamtheit der Unternehmen mit mindestens 10 Beschäftigten

Imprese con almeno 10 addetti che acquistano o vendono online (E-Commerce) per settore di attività economica - 2013 e 2014

Valori percentuali sul totale delle imprese con almeno 10 addetti

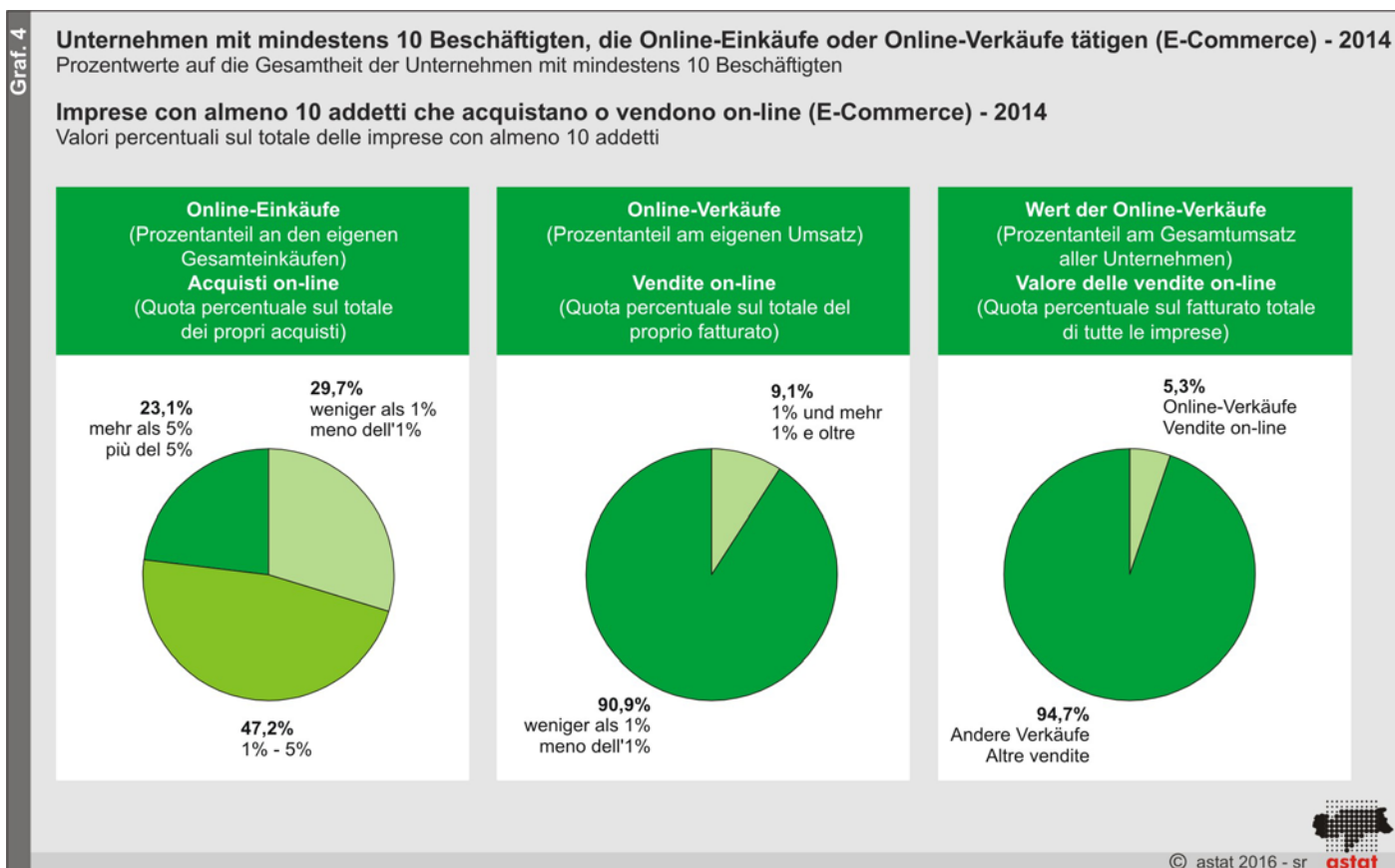
WIRTSCHAFTSBEREICH	Elektronischer Handel (E-Commerce)	Online-Einkäufe	Online-Verkäufe	SETTORE DI ATTIVITÀ ECONOMICA
	Commercio elettronico (E-Commerce)	Acquisti online	Vendite online	
Verarbeitendes Gewerbe	40,8	40,4	7,3	Attività manifatturiere
Energieversorgung	37,2	37,2	3,8	Fornitura di energia
Baugewerbe	33,9	33,9	..	Costruzioni
Dienstleistungsbereiche (ohne Finanzdienstleistungen)	48,4	39,5	19,6	Servizi (non finanziari)
Insgesamt 2014	44,6	38,8	14,1	Totale 2014
Insgesamt 2013	42,4	33,1	15,9	Totale 2013

14,1% der Unternehmen hingegen verkaufen ihre Waren und Dienstleistungen über das Internet. In diesem Fall bestehen deutliche Unterschiede zwischen den Sektoren, wobei die Unternehmen der *Dienstleistungsbereiche* (19,6%) klar überwiegen. In den übrigen Sektoren beträgt der Anteil höchstens 7,3% und im *Baugewerbe* wird dieser Verkaufskanal überhaupt nicht genutzt. Dies zeigt eindeutig, dass die Unterschiede hauptsächlich auf die Natur und Art der angebotenen Waren und Dienstleistungen zurückgehen.

Die Online-Verkäufe machen 5,3% des Gesamtumsatzes aller Südtiroler Unternehmen aus. In diesem Fall verzeichnet die *Energieversorgung* (12,6%) den höchsten Anteil aller Wirtschaftsbereiche.

Il 14,1% delle imprese vende invece i propri prodotti o servizi online. In questo caso le differenze tra i vari settori sono evidenti, con una netta prevalenza (19,6%) delle imprese dei *Servizi*, mentre in nessun altro settore la percentuale supera il 7,3% e le imprese di *Costruzioni* sono assenti da questa tipologia di mercato. Appare evidente come a determinare tali differenze siano soprattutto la natura e la tipologia dei prodotti e servizi offerti.

Il totale delle vendite online ammonta al 5,3% del fatturato totale delle imprese altoatesine. In questo caso, la percentuale nettamente più alta tra i vari settori è quella della *Fornitura di energia* (12,6%).



E-Government

Ein letzter Schwerpunkt der Analyse der Online-Aktivitäten betrifft die Beziehung zwischen Bürgern und Verwaltung. Jeder dritte Internetnutzer verwendet das Netz, um Informationen auf den Seiten der öffentlichen Verwaltung zu suchen. Weniger als einer von fünf Internetnutzern übermittelt ausgefüllte Formulare online an die öffentliche Verwaltung. Diesbezüglich besteht keinerlei Zusammenhang zwischen der Nutzung dieser Angebote und der Altersklasse.

E-Government

Un'ultimo settore di analisi delle attività svolte online è quello relativo al rapporto tra cittadino ed amministrazione. Un utente internet su tre usa la rete per ottenere informazioni dai siti della Pubblica Amministrazione e meno di uno su cinque invia alla stessa P.A. moduli compilati online. In questo caso si nota la più totale assenza di relazione tra l'utilizzo di questi servizi e la classe di età.

Internetnutzer nach Nutzung von E-Government und Altersklasse - 2015

Prozentwerte; Personen mit 16-74 Jahren, die in den 12 Monaten vor der Befragung das Internet genutzt haben; Mehrfachantworten möglich

Persone che utilizzano internet per attività di e-government e classe di età - 2015

Valori percentuali; persone di 16-74 anni che nei 12 mesi precedenti l'intervista hanno utilizzato internet: più risposte possibili

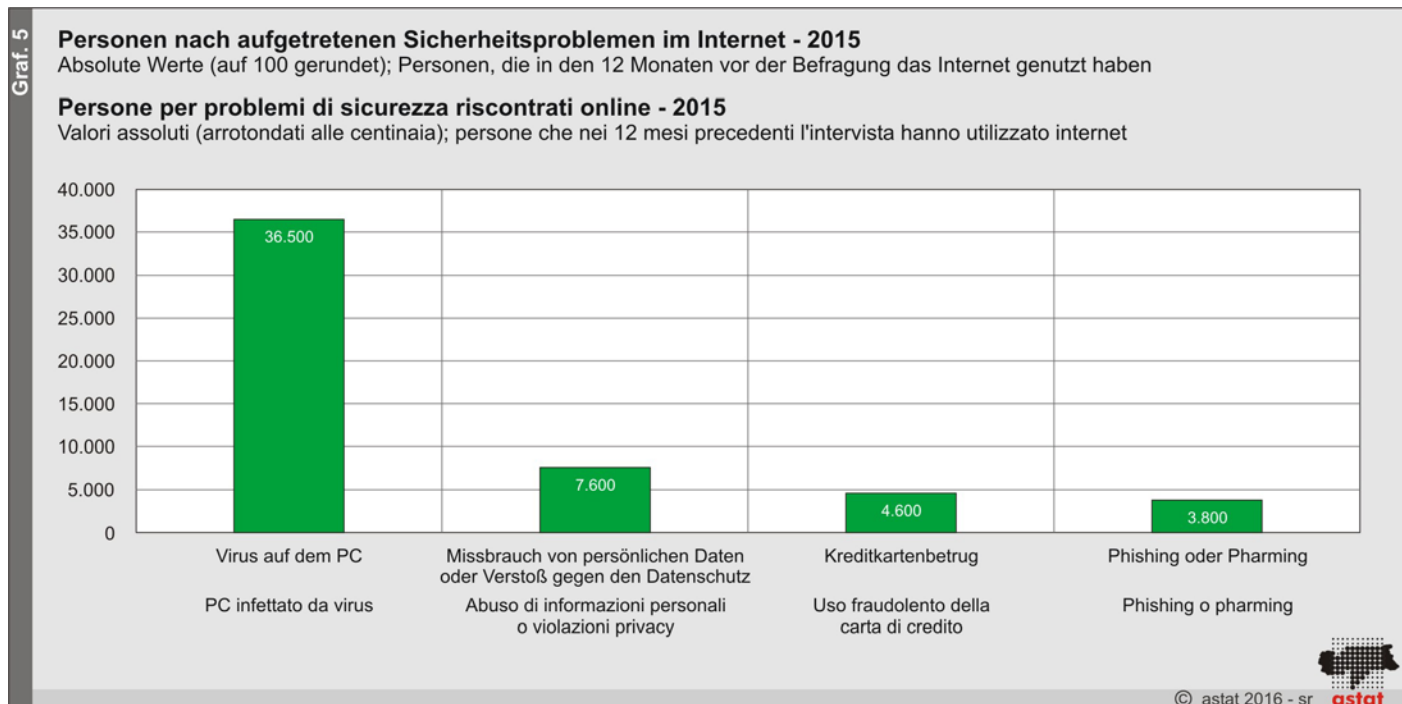
E-GOVERNMENT	Altersklassen (Jahre) / Classi di età (anni)				E-GOVERNMENT
	16-34	35-54	55-74	Insgesamt Totale	
Informationen auf Websites der öffentlichen Verwaltung beziehen	33,3	33,7	30,0	32,9	Ottenere informazioni da siti web della Pubblica Amministrazione
Formblätter der öffentlichen Verwaltung herunterladen	27,9	25,2	27,9	26,6	Scaricare moduli ufficiali della Pubblica Amministrazione
Ausgefüllte Formblätter an die öffentliche Verwaltung schicken	19,7	17,3	17,5	18,2	Inviare moduli compilati alla Pubblica Amministrazione

Sicherheit im Internet

Die Sicherheitsprobleme, auf welche die Internetnutzer im letzten Jahr gestoßen sind, betreffen vor allem das Auftreten von Viren (fast jeder zehnte Südtiroler machte im Laufe eines Jahres diese Erfahrung).

La sicurezza in internet

I problemi di sicurezza riscontrati in internet dagli utilizzatori di internet nell'ultimo anno riguardano soprattutto la presenza di virus (poco meno di un altoatesino su 10 lo sperimenta in un anno).



Weiters werden pro Jahr mehrere Tausend Fälle von Kreditkartenbetrug gemeldet.

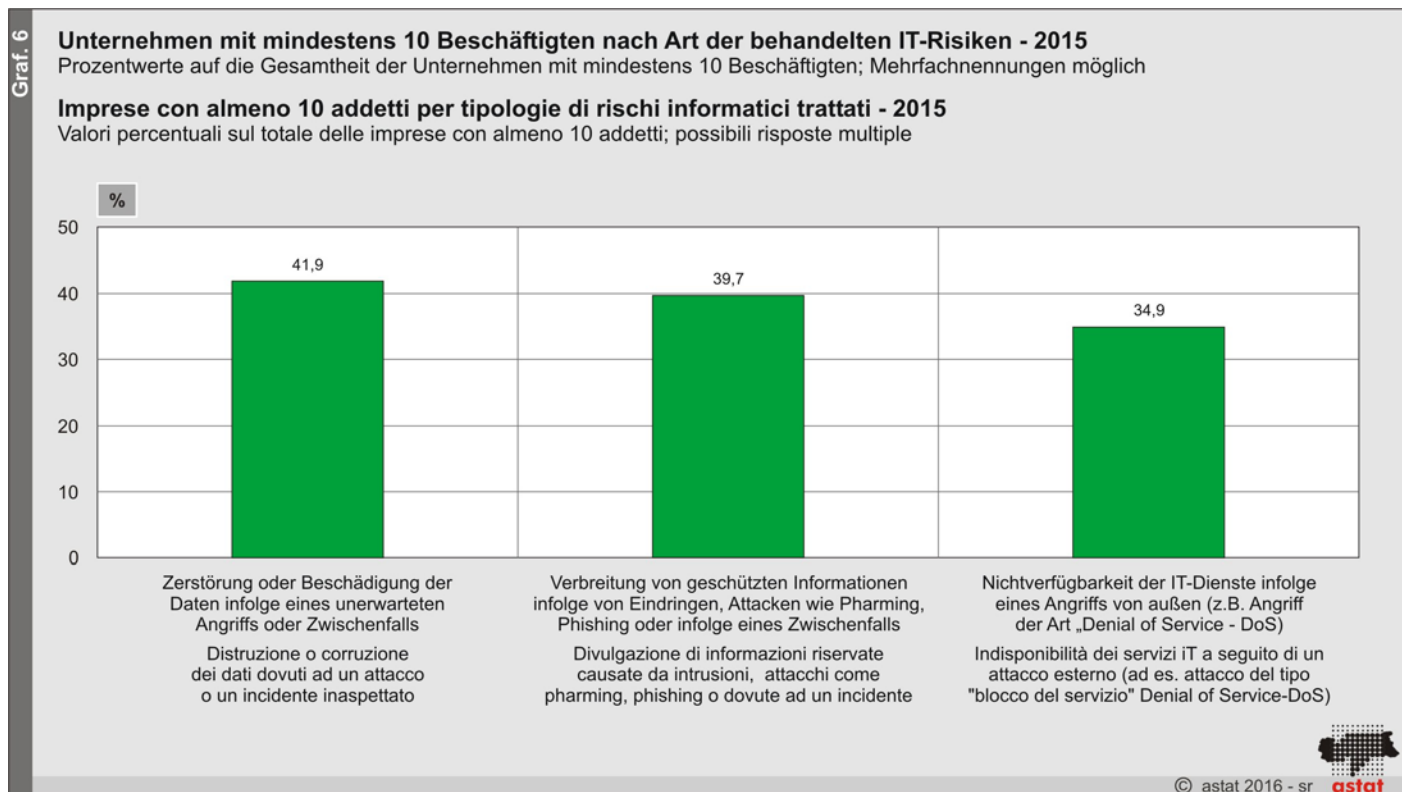
L'uso fraudolento della carta di credito si è verificato comunque in diverse migliaia di casi l'anno.

Die Probleme mit der Sicherheit im Internet und allgemeine Computerprobleme betreffen nicht nur die Bürger, sondern selbstverständlich auch die Unternehmen: Aus diesem Grund hat jedes zweite Südtiroler Unternehmen (49,9%) eine formell festgelegte IT-Sicherheitspolitik. Der Anteil beträgt zwischen 68,0% im *Verarbeitenden Gewerbe* und 32,8% im *Baugeerbe*.

Non solo i cittadini ma ovviamente anche le imprese si trovano a fronteggiare problemi relativi alla sicurezza in internet ed a livello informatico in generale: a questo scopo in Alto Adige un'impresa su due (49,9%) dispone di una politica di sicurezza informatica e tecnologica formalmente definita: tale percentuale varia dal 68,0% del settore *Attività manifatturiere* al 32,8% delle *Costruzioni*.

Die größten Gefahren, die im Rahmen der IT-Sicherheitspolitik behandelt werden, sind vor allem die Zerstörung oder Beschädigung von Daten infolge eines unerwarteten Angriffs oder Zwischenfalls (41,9%) und die Verbreitung von geschützten Informationen infolge von Eindringen, Attacken wie Pharming, Phishing oder infolge eines Zwischenfalls (39,7%).

I rischi maggiormente trattati nell'ambito della politica di sicurezza informatica sono innanzitutto la distruzione o corruzione dei dati in conseguenza ad un attacco o un incidente inaspettato (41,9%) e la divulgazione di informazioni riservate a seguito di intrusioni, di attacchi come pharming, phishing o a seguito di un incidente (39,7%).



Anmerkungen zur Methodik: Erhebung der Haushalte

Die „Mehrzweckerhebung - Aspekte des täglichen Lebens“ des ISTAT wird jährlich durchgeführt und in Südtirol vom ASTAT betreut. Sie erfasst verschiedene soziale Aspekte der Haushalte und Einzelpersonen. Im Jahr 2015 wurde die Erhebung in den Monaten März/April durchgeführt und betraf eine Stichprobe von rund 600 Haushalten (entspricht 1.300 tatsächlich durchgeführten Befragungen von Einzelpersonen).

Die Stichprobe ist eine Wahrscheinlichkeitsstichprobe, da die Namen der Befragten aus den Melderegistern gezogen wurden. Die Rücklaufquote, der wichtigste der Indikatoren für die Qualität einer Erhebung, beträgt 75%.

Die Erhebung weist ein zweistufiges Stichprobendesign mit Schichtung der Einheiten der ersten Stufe auf. Bei diesen Einheiten handelt es sich um die Gemeinden und ihre einzige Schichtungsvariable ist die Einwohnerzahl. Die Einheiten der zweiten Stufe sind die Haushalte, die mit einer Einfachstichprobe, also ohne weitere Schichtung, ermittelt werden.

Bei der Berechnung der Endgewichte basiert die nachträgliche Schichtung auf den bekannten Gesamtwerten nach

Nota metodologica indagine famiglie

L'indagine "Multiscopo - aspetti della vita quotidiana" dell'ISTAT viene svolta annualmente, in provincia di Bolzano, dall'ASTAT e riguarda svariati aspetti sociali delle famiglie e degli individui. Nel 2015 è stata effettuata nei mesi di marzo-aprile su un campione di circa 600 famiglie, corrispondenti a 1.300 interviste individuali effettivamente realizzate.

Il campionamento è probabilistico essendo i nominativi estratti dalle anagrafi. Il tasso di risposta, il più importante degli indicatori di qualità di un'indagine, è del 75%.

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

Nella fase di costruzione dei pesi finali, la post-stratificazione si basa sui totali noti per sesso, alcune classi di età e

Geschlecht, einigen Altersklassen und Staatsbürgerschaften (in der Dichotomie Italiener-Ausländer).

Die Genauigkeit der Schätzungen und das daraus abgeleitete Konfidenzintervall variieren bei den einzelnen Fragen. Bei dieser Anzahl liegt der Schätzwert mit 99%iger Sicherheit innerhalb von 3,7% Stichprobenfehler.

Wenn im Text von signifikanten Unterschieden die Rede ist, handelt es sich um ein Ergebnis der Chi-Quadrat- oder T-Student-Tests, denen alle Erhebungsergebnisse unterzogen wurden.

Anmerkungen zur Methodik: Erhebung der Unternehmen

Die Stichprobenerhebung des Nationalinstituts für Statistik (ISTAT) über die Informations- und Kommunikationstechnologien in den Unternehmen wird in Südtirol jährlich vom ASTAT durchgeführt. Die Grundgesamtheit bilden alle aktiven Unternehmen mit 10 und mehr Beschäftigten, die ihren Rechts- oder Verwaltungssitz in Südtirol haben. Bei den Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten wird eine Stichprobenerhebung durchgeführt, bei den größeren Unternehmen eine Vollerhebung. Diese wurden zwischen April und Juli 2014 durchgeführt. Das Stichprobendesign sah als Domänen vier Gruppen von Wirtschaftstätigkeiten vor. Der Fragebogen wurde von den Unternehmen selbst über das Internet ausgefüllt (CAWI). Von den 618 gezogenen Unternehmen haben 409 geantwortet; die Rücklaufquote beträgt 66,2%. Die Ergebnisse der Stichprobenerhebung wurden anschließend auf die Gesamtheit der Südtiroler Unternehmen mit mehr als 10 Beschäftigten hochgerechnet (2.914 Unternehmen).

Die prozentuelle Zusammensetzung der Grundgesamtheit der Unternehmen nach Wirtschaftsbereich ist folgende:

Verarbeitendes Gewerbe	19,0%
Energieversorgung	1,9%
Baugewerbe	14,8%
Dienstleistungen (ohne Finanzdienstleistungen)	64,3%

Die Erhebung deckt die meisten Bereiche des Produzierenden Gewerbes und des Dienstleistungssektors ab. Ausgenommen sind die Unternehmen im Kredit- und Versicherungswesen, welche nicht Gegenstand der vorliegenden Analyse sind. Im Sinne der Erhebung versteht man unter Unternehmen jede Einheit, welche Tätigkeiten in den Bereichen Verarbeitendes Gewerbe, Energieversorgung, Bauwesen, Groß- und Einzelhandel, Gastgewerbe, Transport, Lagerung und Nachrichtenübermittlung, Immobiliengeschäfte, Verleih, Informatik, Forschung und Entwicklung und Audiovisuelles ausübt.

Die Genauigkeit der Schätzungen sowie das daraus abgeleitete Konfidenzintervall variieren bei den einzelnen Fragen. Bei dieser Anzahl und einem Konfidenzniveau von 95% liegt der Schätzwert $p \pm 3,8$ Prozentpunkten. Bei der Ermittlung der Endgewichte wurden die direkten Gewichte anhand der Gesamtwerte der bekannten gesamten Beschäftigtenzahlen kalibriert (Quelle ASIA - Archivio Statistico delle Imprese Attive).

Die Daten zur Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologien beziehen sich auf den Jänner 2015, wäh-

cittadinanza (nella dicotomia italiani-stranieri).

La precisione delle stime, insieme all'intervallo di confidenza che ne deriva, varia ovviamente da domanda a domanda, ma in generale, con tale numerosità, è contenuta al 99% di certezza entro un 3,7% di errore di campionamento.

Laddove nel testo si parla di differenze significative, tale esito deriva dai test chi-quadro oppure T-Student, ai quali sono stati sottoposti tutti i risultati dell'indagine.

Nota metodologica indagine imprese

L'indagine campionaria dell'Istituto Nazionale di statistica (ISTAT) sulle tecnologie dell'informazione e comunicazione delle imprese viene svolta annualmente in Alto Adige dall'ASTAT. L'universo di riferimento dell'indagine è costituito dalle imprese di 10 e più addetti attive ed aventi la sede legale o amministrativa in Alto Adige. La rilevazione è campionaria nel caso di imprese con meno di 250 addetti, censuaria per quelle maggiori e si è svolta tra aprile e luglio 2014. Il disegno campionario ha previsto come domini a priori 4 gruppi di attività economica. La somministrazione è avvenuta in auto-compilazione C.A.W.I. (online). Rispetto alle 618 aziende estratte, 409 hanno risposto, per un tasso di risposta pari al 66,2%. I risultati ottenuti dall'indagine sono stati poi riportati all'universo delle imprese con almeno 10 addetti esistenti in provincia (2.914 imprese).

La suddivisione percentuale dell'insieme delle imprese per settore di attività economica è la seguente:

Attività manifatturiere	19,0%
Fornitura di energia	1,9%
Costruzioni	14,8%
Servizi (non finanziari).....	64,3%

L'indagine copre la gran parte dei settori dell'industria e dei servizi. Sono escluse le imprese che operano nel settore del credito e delle assicurazioni, che quindi non sono oggetto della presente analisi. Ai fini della rilevazione si intende per impresa qualsiasi entità che svolga attività nei settori delle attività manifatturiere, della fornitura di energia, delle costruzioni, del commercio all'ingrosso e al dettaglio, degli alberghi, dei trasporti, magazzinaggio e comunicazioni, delle attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca e sviluppo e degli audiovisivi.

La precisione delle stime, insieme all'intervallo di confidenza che ne deriva, varia da domanda a domanda, ma in generale, con tale numerosità, e un livello di confidenza del 95%, il valore stimato p è contenuto nell'intervallo $p \pm 3,8$ punti percentuali. Per la costruzione dei pesi finali, i pesi diretti sono stati calibrati tramite i totali noti del totale del numero di addetti (fonte ASIA - Archivio Statistico delle Imprese Attive).

I dati relativi all'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione si riferiscono al mese di gennaio 2015.

rend sich die Daten zum E-Commerce auf das Vorjahr beziehen (Kalenderjahr 2014). Die Wirtschaftsbereiche und -tätigkeiten wurden gemäß dem Klassifizierungsschema ATECO 2007 klassifiziert.

I dati sull'E-Commerce si riferiscono all'anno precedente (anno solare 2014). Per la disaggregazione in settori e sezioni di attività economica è stato utilizzato lo schema di classificazione ATECO 2007.

Glossar

IKT ist die Abkürzung für „Informations- und Kommunikationstechnologien“.

Breitband: Zu den Breitbandinternetverbindungen zählen alle festen und mobilen Internetverbindungen, bei denen die Datenübertragungsrate über 256 kbit/s hinausgeht (Definition gemäß Internationaler Fernmeldeunion ITU).

Social Media: ist ein Oberbegriff für Online-Technologien, mit denen Personen Texte, Bilder, Audio- und Videoinhalte teilen.

Synthetischer Digitalisierungsindex der Unternehmen:

Der Indikator kann Werte zwischen 0 und 12 annehmen, je nachdem, ob 12 Voraussetzungen in Zusammenhang mit den folgenden Merkmalen erfüllt werden: Anteil der Beschäftigten, die mit dem Internet verbundene Computer oder tragbare Geräte verwenden (mehr als 50% bzw. mehr als 20%), Einsatz von (internen oder externen) IKT-Spezialisten, Downloadgeschwindigkeit der Verbindung, Nutzung einer Unternehmenshomepage, Dienstangebot auf der Internetseite, Verwendung von Social Media, Verwendung von Instrumenten des E-Business (ERP, CRM, SCM), Anteil der Online-Verkäufe von mindestens 1% an den Gesamterträgen, Anteil der Online-Verkäufe B2C (Business to Consumer) von mehr als 10% der Online-Verkäufe.

Phishing oder Pharming: Betrügerische Vorgangsweise über Computer, um an persönliche und geheime Informationen zu gelangen. Das Phishing wird ausschließlich durch die Nutzer durchgeführt: Das Opfer wird aufgefordert, einen Link aufzurufen, der zu einer Internetseite führt, die jener einer Bank täuschend ähnlich sieht, und dort die eigenen persönlichen Daten einzugeben. Diese werden somit gestohlen. Beim Pharming wird hingegen der Server angegriffen, sodass der Schutz dagegen viel schwieriger wird.

Hinweis für die Redaktion:

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Stefano Lombardo, Tel. 0471 41 84 32 oder Stefano Podda, Tel. 0471 41 84 52.

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

Glossario

ICT è l'abbreviazione per "tecnologie dell'informazione e della comunicazione".

Banda larga: le connessioni internet a banda larga comprendono tutti i collegamenti fissi o mobili con velocità superiore ai 256 kbit/s (definizione ai sensi delle disposizioni dell'International Telecommunication Union ITU).

Social media: è un termine generico che indica tecnologie e pratiche online che le persone adottano per condividere contenuti testuali, immagini, video e audio.

Indicatore composito di digitalizzazione delle imprese:

l'indicatore può assumere valori compresi tra 0 e 12 in relazione al verificarsi di 12 condizioni legate alle seguenti caratteristiche: percentuale di addetti che utilizzano computer connessi o device mobili connessi (rispettivamente più del 50% e del 20%), utilizzo di specialisti ICT (interni o esterni), velocità di download della connessione, utilizzo di sito web dell'impresa, offerta di servizi sul sito web, utilizzo di social media, utilizzo di strumenti di e-business (ERP, CRM, SCM), valore delle vendite online almeno pari all'1% dei ricavi totali, valore delle vendite web B2C (Business to Consumer) maggiore del 10% delle vendite via web.

Phishing e pharming: Tecniche informatiche fraudolente per ottenere informazioni personali e riservate. Il phishing viene effettuato esclusivamente lato client: la vittima viene invitata a cliccare su collegamenti che portano a siti quasi identici a quelli di banche e invitano ad inserire propri dati personali. I dati personali vengono così rubati. Il pharming invece agisce attaccando il server, rendendo molto più complicata la difesa.

Indicazioni per la redazione:

per ulteriori informazioni si prega di rivolgersi a Stefano Lombardo, tel. 0471 41 84 32, o Stefano Podda, tel. 0471 41 84 52.

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