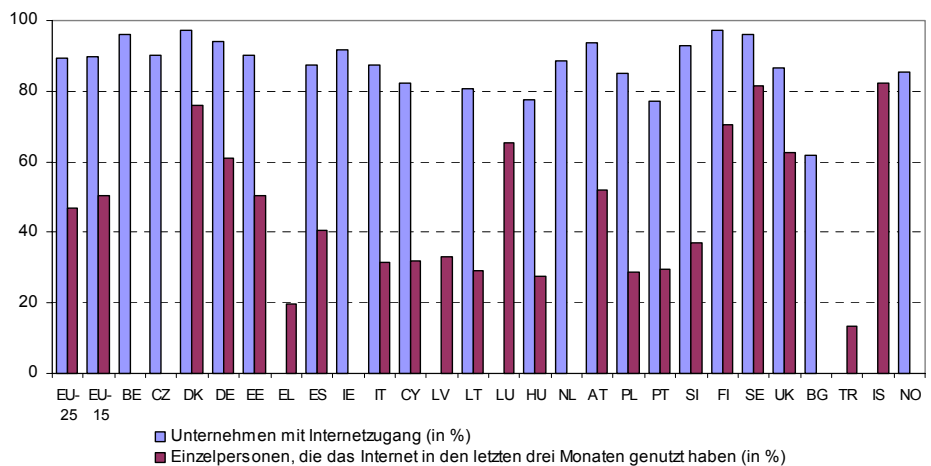


Internetaktivitäten in der Europäischen Union

Das Wichtigste in Kürze

- 89 % der Unternehmen in der EU nutzten 2004 das Internet aktiv; 65 % verfügten über eine Website.
- 47 % der Einzelpersonen hatten kürzlich das Internet genutzt. Dabei wurde das Internet in erster Linie zur Suche nach Informationen und für Online-Dienste sowie zur Kommunikation (E-Mail) genutzt.
- Lesen und Herunterladen von Online-Zeitungen war eine besonders verbreitete Internetaktivität in den baltischen Staaten und Island; das Abspielen oder Herunterladen von Spielen war beliebt in Griechenland, Zypern und in der Türkei, aber auch in Finnland.
- Wie zu erwarten war, das Abspielen und Herunterladen von Spielen und Musik besonders beliebt unter den 16- bis 24-Jährigen, am anderen Ende des Spektrums erscheinen die Internetnutzer im Rentenalter (65 bis 74 Jahre), bei denen der Anteil häufig höher ist als in der Altersgruppe der 55- bis 64-Jährigen.
- In Dänemark, Deutschland, Estland und Finnland suchten rund drei Viertel der Internetnutzer, die zum Zeitpunkt der Erhebung arbeitslos waren, mit Hilfe des Internets einen Arbeitsplatz oder verschickten eine Bewerbung.
- Internetbasierte Bankgeschäfte waren relativ weit verbreitet und wurden von Internetnutzern aller Altersgruppen, mit Ausnahme der 16- bis 24-Jährigen, abgewickelt

Abbildung 1: Internetnutzung nach Unternehmen und Einzelpersonen – 2004 (in %)



Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch private Haushalte und Einzelpersonen.

2004 hatten mehr als 89 % der Unternehmen in den Mitgliedstaaten Internetzugang und nutzten ihn. Die Länder mit dem höchsten Anteil von Unternehmen mit Internetzugang waren Dänemark und Finnland (97 %), Belgien und Schweden (96 %) sowie Deutschland (94 %). Die niedrigsten Raten wurden in Litauen (80 %) sowie in Portugal und Ungarn (77 %) beobachtet, wobei diese beiden Länder 12 Prozentpunkte unter dem Durchschnitt für EU-25 lagen.

Betrachtet man die Einzelpersonen, die 2004 das Internet nutzten, so war Schweden das Land, in dem das Internet am meisten genutzt wurde (81 %), gefolgt von Dänemark (75 %) und Finnland (70 %). Diese Länder lagen weit über dem Durchschnitt der Mitgliedstaaten, der bei 47 % lag.

In Bezug auf Einzelpersonen sei vermerkt, dass Island mit 82 % einen leicht höheren Wert aufwies als Schweden.

Die Abbildung oben bestätigt, dass Dänemark, Finnland und Schweden in Bezug auf die Internetnutzung die am weitesten fortgeschrittenen Länder bleiben, dies gilt sowohl für Unternehmen als auch für Einzelpersonen.

Statistik

kurz gefasst

INDUSTRIE, HANDEL UND DIENSTLEISTUNGEN

BEVÖLKERUNG UND SOZIALE BEDINGUNGEN

WISSENSCHAFT UND TECHNOLOGIE

40/2005

Autor

Christophe DEMUNTER

Inhalt

Das Wichtigste in Kürze 1

Informationssuche und Kommunikation unbestreitbar die häufigste Aktivität 2

Auf Online-Zeitungen wird häufig in den baltischen Staaten zugegriffen 3

Das Abspielen und Herunterladen von Spielen und Musik nimmt im Allgemeinen mit zunehmendem Alter ab, mit Ausnahme der über 65-Jährigen 4

Arbeitsplatzsuche über das Internet: am häufigsten bei den Arbeitslosen in Estland 4

Internet-Banking in allen Altersgruppen verbreitet, mit Ausnahme der 16- bis 24-Jährigen 5

Telearbeit mit IKT am meisten verbreitet in Dänemark, Deutschland und Luxemburg 5

90 % der großen Unternehmen im Internet vertreten 6



Manuskript abgeschlossen: 11.08.2005

Datenextraktion am: 31.01.2005

ISSN 1561-4832

Katalognummer: KS-NP-05-040-DE-N

© Europäische Gemeinschaften, 2005

Informationssuche und Kommunikation unbestreitbar die häufigste Aktivität

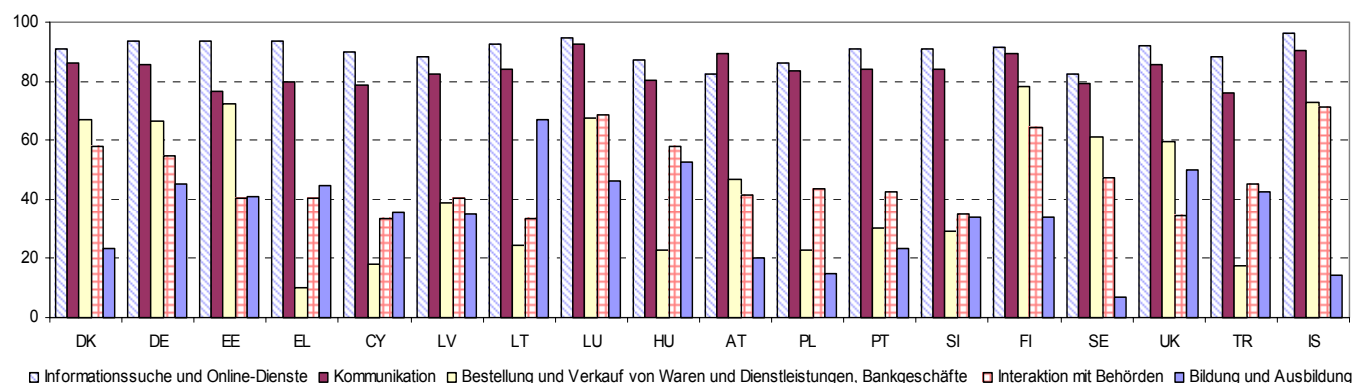
Wie Abbildung 2 zeigt, waren Informationssuche und Online-Dienste die am häufigsten genutzte Funktion des Internets in allen Mitgliedstaaten, für die Daten vorliegen, ausgenommen Österreich, wo „Kommunikation“ an erster Stelle stand. Der Anteil der Informationssuche und der Online-Dienste lag immer über 80 % und reichte von 82 % in Schweden bis 95 % in Luxemburg. Direkt dahinter folgte „Kommunikation“, d.h. Versenden und Empfangen von E-Mails, Teilnahme an Chats und Foren, hier lagen die Werte zwischen 77 % (Estland) und 92 % (Luxemburg). Die Nutzung des Internets für Online-Bestellungen und -Verkauf von Waren und Dienstleistungen sowie für Bankgeschäfte folgte in einem Abstand. In sieben der 16 aufgeführten Mitgliedstaaten nutzten mehr als 50% diese Möglichkeit, während die Internetnutzer in Griechenland und Zypern hier besonders zurückhaltend waren (unter 20%).

Trotz einer starken Abhängigkeit vom Informationsangebot ist eine Interaktion mit Behörden (E-Government) mittlerweile recht verbreitet. E-Government ist besonders gut entwickelt in Luxemburg und Finnland: Mehr als 60 % der Internetnutzer gaben an, das Internet in diesem Bereich genutzt zu haben.

Die Nutzung des Internets für Bildungs- und Ausbildungszwecke schließlich war besonders verbreitet in Litauen (67 %) und Ungarn (53 %), weit weniger hingegen in Dänemark, Österreich, Polen und Schweden.

Insgesamt waren Luxemburg, Finnland, Deutschland, Dänemark und Estland die Mitgliedstaaten, die den höchsten Anteil an Einzelpersonen aufwiesen, die das Internet für private Zwecke nutzten.

Abbildung 2: Anteil der Internetnutzer, die das Internet für private Zwecke genutzt haben – 2004 (%)



Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch private Haushalte und Einzelpersonen.

Tabelle 1 unten zeigt, dass die geschlechterspezifischen Profile der Internetnutzer, die E-Mails versenden und erhalten, recht ausgeglichen sind. Die aktivste Altersgruppe (unabhängig vom Geschlecht) ist die der 25- bis 34-Jährigen, gefolgt von den 16- bis 24-Jährigen. Unabhängig von Alter und Geschlecht rangierte im Durchschnitt Luxemburg an erster Stelle (91 %), dicht gefolgt

von Finnland (88 %) und Österreich (87 %). Die geringsten Anteile verzeichneten Polen und Ungarn mit 67 % bzw. 74 %.

Das Nicht-EU-Land Island hat im Allgemeinen hohe Werte und weist ähnliche (oder höhere) Anteile als die meisten fortgeschrittenen Mitgliedstaaten auf.

Tabelle 1: Anteil der Internetnutzer, die E-Mails versenden/erhalten, nach Geschlecht und Altersgruppe – 2004 (%)

	DK	DE	EE	EL	CY	LV	LT	LU	HU	AT	PL	PT	SI	FI	SE	UK	TR	IS
nach Geschlecht																		
Frauen	85,3	82,0	77,1	74,1	73,9	74,5	78,6	88,3	73,3	87,0	65,2	79,1	83,3	88,7	80,0	82,9	70,9	91,0
Männer	85,5	84,2	76,6	81,1	76,7	73,9	75,9	92,4	73,7	87,7	68,0	82,5	75,6	87,3	76,1	86,0	67,9	87,5
nach Altersgruppe																		
16-24	87,4	86,2	82,1	78,5	71,5	73,9	75,9	90,7	77,5	86,8	64,7	78,5	80,7	90,3	79,6	83,4	72,7	91,2
25-34	90,7	88,3	82,5	80,7	85,0	78,6	83,3	94,5	75,3	88,5	78,2	84,1	83,0	89,5	81,2	84,2	69,6	92,4
35-44	84,0	82,4	64,0	75,1	68,4	71,5	73,9	86,7	63,6	84,7	58,2	83,7	73,2	87,7	77,2	86,3	60,0	91,9
45-54	82,1	77,7	78,4	73,2	78,0	70,1	79,0	89,4	72,3	90,7	64,9	76,9	80,0	87,4	78,8	81,4	59,5	85,3
55-64	84,0	77,8	75,1	87,7	70,9	75,9	77,6	94,9	:	87,4	58,7	78,1	:	85,6	75,5	86,3	44,0	82,3
65-74	79,0	84,5	64,3	100,0	83,3	71,8	51,3	87,8	:	85,4	72,3	:	:	74,9	70,6	90,6	100,0	73,4
16-74	85,4	83,2	76,9	78,2	75,4	74,2	77,3	90,6	73,5	87,4	66,6	80,9	79,2	88,0	78,0	84,5	68,8	89,2
nach Geschlecht und Altersgruppe																		
Frauen 16-24	93,0	85,8	81,5	80,8	70,3	72,7	78,4	89,2	76,2	86,6	63,4	77,1	:	91,9	82,7	86,0	72,7	92,7
Frauen 25-54	84,3	81,6	75,9	69,8	76,0	75,2	79,0	87,1	72,5	87,2	68,1	81,0	82,8	89,0	80,3	80,8	69,6	91,8
Frauen 55-74	81,3	77,6	72,2	85,7	76,1	79,3	77,6	97,1	58,9	86,1	52,4	64,8	:	83,5	77,1	88,3	42,7	82,4
Männer 16-24	81,8	86,6	82,7	76,8	72,6	75,0	73,4	92,2	78,7	87,1	66,1	79,9	75,8	88,9	76,7	81,0	72,7	89,6
Männer 25-54	86,9	84,4	73,5	82,9	79,6	73,4	79,1	92,6	69,7	87,9	69,8	83,9	76,5	87,4	77,9	87,4	64,3	88,6
Männer 55-74	84,2	81,0	72,4	93,8	73,1	69,6	65,8	92,1	:	87,6	68,6	82,6	:	84,7	70,8	86,9	54,6	78,8

Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch private Haushalte und Einzelpersonen.

Auf Online-Zeitungen wird häufig in den baltischen Staaten zugegriffen.

Tabelle 2 liefert Einzelheiten zu Internetnutzern, die nach spezifischen Informationen und Online-Diensten suchen. Die Kategorie „Suche nach Informationen über Waren und Dienstleistungen“ schien in den EU-Mitgliedstaaten die am weitesten verbreitete Aktivität zu sein, mit Ausnahme der drei baltischen Staaten, wo „Lesen oder Herunterladen von Online-Zeitungen“ den höchsten Anteil aufwies. In Island und – in geringerem Maße – in der Türkei war die zuletzt genannte Aktivität ebenfalls recht verbreitet.

Das „Abspielen/Herunterladen von Spielen und Musik“ war besonders beliebt in Griechenland und Zypern (bei rund 55 % der Internetnutzer), aber auch in Finnland (54 %). Die niedrigsten Werte wurden in Österreich (19 %), gefolgt von Deutschland (24 %), Dänemark (25 %) und Schweden (28 %) gemeldet.

„Arbeitsplatzsuche oder Übermittlung einer Bewerbung“ wies ungefähr gleiche Anteile in den meisten Ländern auf, mit Ausnahme von Griechenland und Zypern, wo diese Möglichkeit nicht häufig genutzt wurde (8 % bzw. 9 %). Den Gegensatz dazu bildete Finnland, das als einziges Land in diesem Bereich 30 % aufwies.

Spezifische Dienstleistungen im Zusammenhang mit Reisen und Unterbringung haben sich in den letzten Jahren rasant entwickelt, angekurbelt durch die Einführung der so genannten Billigflieger, deren Angebote häufig am günstigsten sind, wenn die Buchung der Flüge über das Internet erfolgt. Betrachtet man die Länderdaten in Tabelle 3, ergeben sich hier jedoch erhebliche Unterschiede: Während die Anteile im Vereinigten Königreich und in Luxemburg bei 68 % bzw. 66 % lagen, wiesen Litauen (18 %), Polen (26 %) und Österreich (28 %) bemerkenswert niedrige Werte auf..

Tabelle 2: Anteil der Internetnutzer, die nach spezifischen Informationen und Online-Diensten suchen – 2004 (in %)

	DK	DE	EE	EL	CY	LV	LT	LU	HU
Suche nach Informationen über Waren und Dienstleistungen	77,6	85,5	63,9	69,0	67,1	56,9	52,4	80,8	70,3
Nutzung für Reise und Unterbringung	42,7	51,7	:	52,1	35,7	28,5	17,9	65,8	42,6
Web-Radio/Web-Fernsehen	21,2	12,5	26,3	21,7	36,2	28,6	28,4	22,8	12,1
Abspielen/Herunterladen von Spielen und Musik	24,5	23,9	38,8	55,2	55,1	46,9	52,3	44,5	42,5
Lesen/Herunterladen von Online-Zeitungen	47,1	24,4	75,1	57,1	53,8	58,1	71,9	42,6	51,3
Arbeitsplatzsuche oder Übermittlung einer Bewerbung	21,5	22,8	23,8	8,1	8,8	26,7	15,2	17,0	22,6
	AT	PL	PT	SI	FI	SE	UK	TR	IS
Suche nach Informationen über Waren und Dienstleistungen	68,8	50,9	79,1	79,8	83,7	72,7	78,4	47,6	87,3
Nutzung für Reise und Unterbringung	27,9	25,9	30,9	43,3	60,1	35,1	68,2	30,2	62,1
Web-Radio/Web-Fernsehen	6,2	19,5	27,5	17,4	16,9	15,6	15,4	37,9	25,7
Abspielen/Herunterladen von Spielen und Musik	19,1	48,5	45,2	42,6	53,9	28,3	40,3	62,7	41,1
Lesen/Herunterladen von Online-Zeitungen	31,0	47,1	50,2	44,3	52,1	34,3	29,2	61,5	74,2
Arbeitsplatzsuche oder Übermittlung einer Bewerbung	8,0	17,4	11,1	15,1	31,4	19,1	22,5	17,0	19,0

Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch private Haushalte und Einzelpersonen.

Betrachtet man die Internetnutzung in Bezug auf Dienstleistungen für den Bereich Reise und Unterbringung nach Altersgruppen, ist es vielleicht überraschend, dass die über 55-Jährigen häufig den höchsten Anteil aufweisen. Denn von den 15 Mitgliedstaaten, für die diese detaillierten Daten vorliegen (jedoch nicht für alle Altersklassen in Ungarn, Portugal und Slowenien), weisen sieben Länder den höchsten Anteil in der Altersklasse der 65- bis 74-Jährigen auf und weitere zwei in der Altersklasse der 55- bis 64-Jährigen.

Dabei ist darauf hinzuweisen, dass diese Altersgruppen nicht den Teil der Bevölkerung repräsentieren, der das Internet am meisten nutzt, sondern, denjenigen, der das Internet häufig für Reise und Unterbringung nutzt.

In Island ist der Anteil aller Altersgruppen recht hoch und die Spanne zwischen den Werten recht gering (von 56 % für die 16- bis 24-Jährigen bis 67 % für die 55- bis 64-Jährigen).

Tabelle 3: Anteil der Internetnutzer, die das Internet für Reise und Unterbringung nutzen, nach Altersgruppe – 2004 (in %)

Altersgruppe	DK	DE	EL	CY	LV	LT	LU	HU	AT	PL	PT	SI	FI	SE	UK	TR	IS
16-24	30,3	38,9	47,7	21,9	21,5	10,8	39,8	36,7	15,6	17,1	20,6	33,6	46,5	22,5	56,4	21,6	56,2
25-34	40,7	57,0	54,2	45,1	37,5	23,2	68,9	49,2	29,5	36,5	40,1	50,8	62,3	38,0	70,2	37,3	60,2
35-44	45,6	51,6	54,3	42,3	31,1	24,6	73,9	42,0	34,4	31,2	34,6	42,7	67,9	37,5	74,1	37,4	66,7
45-54	47,8	54,8	56,3	40,2	29,8	21,9	73,1	47,1	29,8	27,8	30,9	:	63,1	38,4	70,8	40,1	63,0
55-64	49,6	55,2	44,8	40,0	17,1	25,6	74,2	:	29,5	37,3	30,7	:	60,1	34,7	73,2	28,0	66,9
65-74	36,4	59,8	76,2	55,6	30,1	30,2	54,8	:	37,5	44,6	:	:	59,9	43,9	59,2	58,1	66,7
16-74	42,7	51,7	52,1	35,7	28,5	17,9	65,8	42,6	27,9	25,9	30,9	43,3	60,1	35,1	68,2	30,2	62,1

Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch private Haushalte und Einzelpersonen.

Das Abspielen und Herunterladen von Spielen und Musik nimmt im Allgemeinen mit zunehmendem Alter ab, mit Ausnahme der über 65-Jährigen

Betrachtet man die Internetnutzer näher, die Spiele oder Musik abspielen und/oder herunterladen, ist es kaum überraschend, dass die höchsten Anteile bei den 16- bis 24-Jährigen zu beobachten sind (siehe Tabelle 4). Dies gilt für alle Länder, für die Daten vorliegen. Dennoch gibt es erhebliche Unterschiede: Zypern und Finnland liegen mit 83 % bzw. 81 % in dieser Altersgruppe unbestritten an erster Stelle. Dänemark und Österreich sind die einzigen Länder, in denen dieser Anteil unter 50 % liegt. Österreich meldete sogar den niedrigsten Anteil mit 39 %.

Im Allgemeinen geht die Nutzung des Internets für diesen Zweck mit zunehmendem Alter zurück. In vielen Ländern liegt

jedoch der Anteil der ältesten Altersklasse (der 65- bis 74-Jährigen) höher als der der 55- bis 74-Jährigen. Dies ist besonders deutlich in Lettland und Luxemburg. Griechenland, Litauen, Österreich und Polen weisen ein anderes Muster auf. In Polen wurde der niedrigste Anteil für das Abspielen/Herunterladen von Spielen oder Musik beobachtet: 4 % der 65- bis 74-Jährigen nutzten das Internet zu diesem Zweck im Vergleich zu 22 % bei den 55- bis 64-Jährigen.

Unabhängig von der Altersgruppe wurde das Internet im Jahr 2004 für das Herunterladen/Abspielen von Spielen und Musik in Dänemark, Deutschland und insbesondere in Österreich am wenigsten genutzt.

Tabelle 4: Anteil der Internetnutzer, die Spiele und Musik abspielen/herunterladen, nach Altersgruppe – 2004 (in %)

Altersgruppe	DK	DE	EE	EL	CY	LV	LT	LU	HU	AT	PL	PT	SI	FI	SE	UK	TR	IS
16-24	49,2	51,6	63,2	74,2	82,6	63,7	69,4	71,4	64,4	38,6	68,9	68,7	60,7	80,5	56,6	62,1	73,8	70,5
25-34	28,5	25,6	41,8	51,1	53,3	46,4	49,0	45,4	37,0	18,7	39,2	44,6	42,1	64,4	31,5	39,9	59,4	45,1
35-44	21,8	15,7	20,7	42,8	34,0	33,7	35,7	37,0	27,5	12,1	30,6	27,1	:	46,4	23,9	39,4	45,8	30,1
45-54	15,2	14,8	25,6	37,7	27,3	26,8	28,4	36,9	23,1	8,9	27,3	21,2	:	40,3	19,0	28,1	41,7	25,6
55-64	10,9	10,6	11,6	24,0	18,2	21,1	24,1	28,4	:	11,6	22,3	17,4	:	30,8	12,4	28,3	30,9	22,7
65-74	12,5	:	13,3	17,2	22,2	40,8	15,1	38,1	:	10,3	4,4	21,5	:	36,5	18,6	:	41,7	24,5
16-74	24,5	23,9	38,8	55,2	55,1	46,9	52,3	44,5	42,5	19,1	48,5	45,2	42,6	53,9	28,3	40,3	62,7	41,1

Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch private Haushalte und Einzelpersonen.

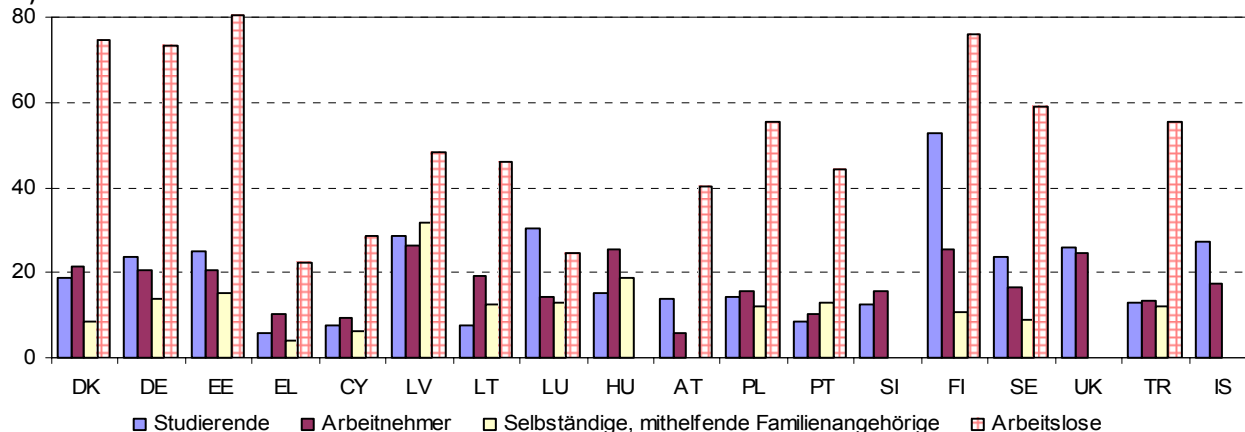
Arbeitsplatzsuche über das Internet: am häufigsten bei den Arbeitslosen in Estland

In den meisten Ländern ist die Arbeitsplatzsuche über das Internet mittlerweile recht verbreitet. Websites mit Stellenanzeigen beispielsweise, die Links zu den Homepages potenzieller Arbeitgeber beinhalten, bieten den Vorteil der Schnelligkeit und Effizienz für den Arbeitsplatzsuchenden. Indem dieser seinen Lebenslauf ins Internet stellt, kann er eine größere Anzahl potenzieller Arbeitgeber erreichen.

Abbildung 3 enthält Einzelheiten zu Internetnutzern, untergliedert nach Beschäftigungsstatus, die 2004 nach einem Arbeitsplatz suchten oder eine Bewerbung

verschickten. Wie erwartet hatten die Arbeitslosen, weit vor den Studierenden, diese Möglichkeit am meisten genutzt. Besonders hervor sticht die Nutzung dieser Möglichkeit durch Arbeitslose in Dänemark (75 %), Deutschland (74 %), Estland (80 %) und Finnland (76 %). Studierende in Finnland stehen mit einem Anteil von 53 % an erster Stelle, weit vor Luxemburg (30 %). Der Unterschied in der Nutzung zwischen Studierenden und Arbeitnehmern ist in der Regel gering, und in vielen Ländern nutzten die Arbeitnehmer diese Internetmöglichkeit stärker, insbesondere in Lettland und Ungarn.

Abb. 3: Anteil der Internetnutzer, die einen Arbeitsplatz suchen oder eine Bewerbung versenden, nach Beschäftigungsstatus – 2004 (in %)



Anmerkung: Österreich: „Selbständige, mithelfende Familienangehörige“ wurden unter Arbeitnehmer erfasst.
Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch private Haushalte und Einzelpersonen.

Internet-Banking in allen Altersgruppen verbreitet, mit Ausnahme der 16- bis 24-Jährigen

Die Abwicklung von Bankgeschäften über das Internet, die ursprünglich für größere Unternehmen gedacht war, ist jetzt auch für Einzelpersonen zur Normalität geworden. Durch den Einsatz sicherer Server und Datenverschlüsselungstechnologien beispielsweise hat sich diese Art der Abwicklung von Bankgeschäften rasch verbreitet. Viele Internetnutzer dürften jedoch noch zögern, diese Möglichkeit zu nutzen, da sie im Hinblick auf Sicherheit und Vertraulichkeit Bedenken haben.

Tabelle 5 zeigt den Anteil der Internetnutzer nach Altersgruppen, die im Jahr 2004 Bankgeschäfte über das Internet abgewickelt haben.

Ingesamt (unter Berücksichtigung der Internetnutzer im Alter zwischen 16 und 74 Jahren) zeigt sich, dass im Jahr 2004 die Abwicklung von Bankgeschäften über das Internet am meisten verbreitet war in Finnland und Estland mit Anteilen von 72 % bzw. 69 %. Dies steht in starkem Gegensatz zu

Griechenland und Ungarn, wo lediglich 7 % bzw. 10 % der Internetnutzer von dieser Möglichkeit Gebrauch machten.

Bei einer Betrachtung der einzelnen Altersgruppen zeigt sich, dass häufig die Gruppe der 25- bis 34-Jährigen, einer Generation, die weitestgehend berufstätig ist, die höchsten Prozentsätze aufweist. Die niedrigsten Werte findet man im Allgemeinen in der Altersklasse der 16- bis 24-Jährigen, da sie sich zum Teil aus Personen zusammensetzt, die sich noch in der Ausbildung befinden und wahrscheinlich diese Möglichkeit eher nicht nutzen.

Bemerkenswert ist, dass die Unterschiede zwischen den Altersgruppen (abgesehen von der Altersgruppe der 16 bis 24-Jährigen) innerhalb eines Landes relativ klein sind. Mit anderen Worten, alle Altersgruppen nutzen diese Möglichkeit, und es ist keine mit zunehmendem Alter einhergehende klare Abnahme zu beobachten.

Tabelle 5: Anteil der Internetnutzer, die Bankgeschäfte online abwickeln, nach Altersgruppe – 2004 (in %)

Altersgruppe	DK	DE	EE	EL	CY	LV	LT	LU	HU	AT	PL	PT	SI	FI	SE	UK	TR	IS
16-24	43,6	26,6	44,2	2,4	4,3	22,0	9,3	23,1	7,1	17,9	5,3	8,5	7,2	49,0	34,1	29,6	5,7	55,2
25-34	71,6	54,8	84,3	8,7	17,1	51,0	37,3	58,5	7,5	42,3	25,3	34,6	28,4	81,7	63,2	43,7	21,6	78,3
35-44	62,5	47,0	79,1	7,8	17,7	36,1	28,1	64,6	13,1	45,1	17,8	35,4	27,3	79,5	54,7	37,8	31,9	70,1
45-54	60,8	41,7	81,5	12,7	18,9	41,3	38,0	53,4	14,3	33,7	17,9	37,7	36,4	76,7	51,7	34,2	23,5	62,0
55-64	54,7	41,5	84,0	5,6	12,7	34,9	34,7	64,6	:	32,0	19,9	24,1	:	69,5	45,6	33,1	24,1	57,2
65-74	47,6	43,9	53,8	0,0	27,8	63,0	31,9	49,3	:	35,7	14,7	:	:	71,5	35,9	:	23,1	42,3
16-74	59,2	43,3	69,4	6,6	12,8	35,4	23,1	52,9	9,6	35,2	13,9	25,9	23,4	71,5	49,4	35,8	15,9	65,1

Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch private Haushalte und Einzelpersonen.

Dasselbe gilt für die Bestellung von Waren und Dienstleistungen über das Internet für private Zwecke. Internetnutzer in Luxemburg, Deutschland und im Vereinigten Königreich bestellten am ehesten online (mit Anteilen von

60 % bzw. 58 und 56 %). Die Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen lag in den meisten Ländern leicht vorn, ausgenommen in Zypern und Litauen, wo die höchsten Anteile für die Altersgruppe der 65- bis 74-Jährigen beobachtet wurden.

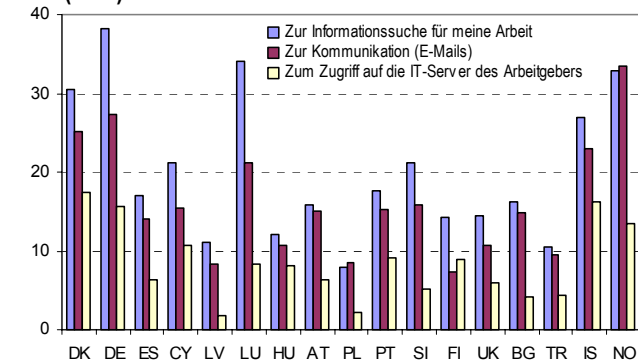
Tabelle 6: Anteil der Internetnutzer, die Waren/Dienste für private Zwecke online bestellt haben, nach Altersgruppe – 2004 (in %)

Altersgruppe	EU-25	EU-15	DK	DE	EE	EL	ES	CY	LV	LT	LU	HU	AT	PL	PT	FI	SE	UK	BG	TR	IS	NO
16-24	34,6	41,2	62,3	56,2	10,1	2,7	12,6	6,7	7,3	3,2	44,8	10,8	26,7	11,4	9,9	48,9	55,1	47,6	5,1	2,6	39,4	57,9
25-34	51,6	56,0	60,8	73,6	15,2	7,3	22,8	19,2	12,9	4,2	67,1	20,6	45,0	21,4	17,7	60,3	64,1	63,3	4,3	6,6	49,3	63,0
35-44	48,1	51,0	55,6	57,8	11,0	8,6	22,1	12,0	8,1	2,3	64,2	15,6	37,6	18,7	18,6	48,1	56,1	59,9	8,5	8,0	50,2	53,4
45-54	43,9	47,9	51,9	51,1	13,8	11,2	19,5	11,7	5,9	3,9	62,2	11,8	30,5	9,8	:	37,4	45,3	59,7	4,5	2,3	42,5	44,2
55-64	37,5	39,7	33,5	42,8	5,3	4,8	15,2	13,8	1,0	0,0	60,0	12,7	21,4	7,8	:	26,6	37,7	47,2	2,2	2,2	34,6	44,1
65-74	:	:	21,3	:	12,5	9,8	6,9	50,0	12,2	9,5	53,9	20,4	25,1	17,7	:	23,6	:	39,4	15,4	0,0	17,5	28,1
16-74	43,7	48,0	52,2	57,6	11,7	6,3	18,9	12,6	8,5	3,3	60,1	14,3	34,3	14,3	14,3	45,3	51,0	55,9	55,3	4,6	43,7	52,8

Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch private Haushalte und Einzelpersonen.

Telearbeit mit IKT am meisten verbreitet in Dänemark, Deutschland und Luxemburg

Abb.4: Anteil der Internetnutzer, die ausgewählte Arbeiten außerhalb der Räumlichkeiten ihres Arbeitgebers durchführen - 2004 (in %)



Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch private Haushalte und Einzelpersonen.

Aufgrund der allgemeinen Entwicklung des Internets und besserer Zugangsmöglichkeiten (insbesondere in Bezug auf Kosten und Schnelligkeit) sind neue Möglichkeiten für die Telearbeit entstanden.

Bei den Arbeitnehmern, die das Internet außerhalb der Räumlichkeiten ihres Arbeitgebers zu beruflichen Zwecken nutzen, weisen die EU-Mitgliedstaaten Dänemark, Deutschland und Luxemburg den höchsten Anteil auf. Der wichtigste Grund (ausgenommen Polen) war die Beschaffung von berufsbezogenen Informationen, gefolgt von Kommunikation (E-Mail). Für den Fernzugriff auf den IT-Server des Arbeitgebers benötigt man eine weiter fortgeschrittene IT-Infrastruktur und, wie zu erwarten, wurden hier die niedrigsten Werte für die drei Kategorien ermittelt, ausgenommen Finnland, wo dieser Anteil höher lag als für Kommunikation (9 % gegenüber 7 %).

90 % der großen Unternehmen im Internet vertreten

Da die Suche nach Informationen und Online-Diensten bei den Einzelpersonen am stärksten verbreitet ist (siehe Abbildung 2), gewinnt die Einrichtung und Pflege von Websites zunehmend an Bedeutung. Auf der Ebene von EU-25 hatten bis 2004 65 % der Unternehmen unabhängig von ihrer Größe eine Website eingerichtet (siehe Tabelle 7). Bei großen Unternehmen (250 und mehr Beschäftigte) lag der Wert bei nahezu 90 %. Allgemein lässt sich feststellen, dass kleinere Unternehmen weniger häufig über eine Website verfügen. Hier lag der Durchschnittswert bei nur 61 %.

Interessanter ist ein Blick auf spezifische nationale Merkmale: Nimmt man alle Unternehmen zusammen, lagen die Prozentsätze zwischen 38 % in Portugal und 86 % in Schweden.

Mehr als 95 % der großen Unternehmen in Dänemark, Deutschland, Österreich und Schweden verfügten über eine Website, der niedrigste Anteil war in Ungarn zu beobachten (64 %).

Tabelle 7: Anteil der Unternehmen mit Internet-Zugang die über eine Website verfügen, nach Größenklasse – 2004 (in %)

Größenklasse	EU-25	EU-15	BE	CZ	DK	DE	EE	ES	IE	IT	CY	LT
Klein (10-49)	61,4	63,0	67,5	63,8	80,6	73,2	54,6	41,8	60,0	47,5	49,9	44,1
Mittel (50-249)	78,8	80,7	82,4	80,7	93,2	88,6	67,6	60,7	75,6	69,9	71,5	57,1
Groß (250+)	89,7	91,1	89,9	87,8	97,0	95,9	81,9	77,1	92,5	80,1	93,2	73,4
Alle Unternehmen	65,2	66,6	70,4	67,6	83,1	76,9	57,5	45,5	64,8	50,5	54,3	48,1

Größenklasse	HU	NL	AT	PL	PT	SI	FI	SE	UK	BG	NO
Klein (10-49)	42,9	71,7	72,2	45,4	33,4	56,1	73,7	83,3	73,5	37,6	69,0
Mittel (50-249)	49,0	82,3	89,2	67,3	52,3	79,1	92,7	95,3	87,0	44,7	86,1
Groß (250+)	63,5	92,2	95,1	84,0	75,5	90,3	92,9	97,8	92,4	58,4	91,0
Alle Unternehmen	44,7	74,1	75,6	51,5	38,1	62,3	77,6	85,6	76,5	40,3	71,9

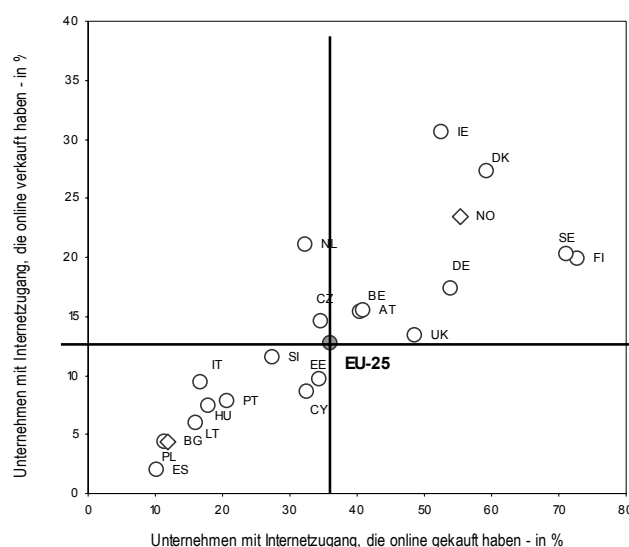
Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch private Haushalte und Einzelpersonen.

Voraussetzung für den Verkauf über das Internet ist die dortige Präsenz. In Abbildung 5 unten wird der Prozentsatz der Unternehmen, die im Internet verkaufen, mit dem der Unternehmen verknüpft, die online kaufen. Berücksichtigt man, dass der Online-Einkauf allgemein stärker verbreitet ist als der Online-Verkauf, bilden die nordischen Länder (Finnland, Schweden, Dänemark und Norwegen) und Irland ein Cluster, in dem diese beiden Elemente am stärksten entwickelt sind.

Am anderen Ende des Spektrums findet man alle neuen Mitgliedstaaten, ausgenommen die Tschechische Republik, mit Prozentsätzen unter dem EU-Durchschnitt sowohl für den Kauf als auch für den Verkauf.

Bei den anderen von den Unternehmen genutzten Internet-Möglichkeiten (siehe Tabelle 8) war der Bereich „Bankgeschäfte und Finanzdienstleistungen“ gut entwickelt. Sofern Daten vorlagen, schien die „Marktüberwachung“ relativ bedeutend zu sein. Die übrigen Dienstleistungen waren für die Unternehmen häufig von geringerer Relevanz. Aufgrund der Datenlage ist es jedoch nicht möglich, ein detailliertes Bild zu zeichnen.

Abbildung 5: E-Commerce nach Unternehmen – 2004 (in %)



Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch private Haushalte und Einzelpersonen.

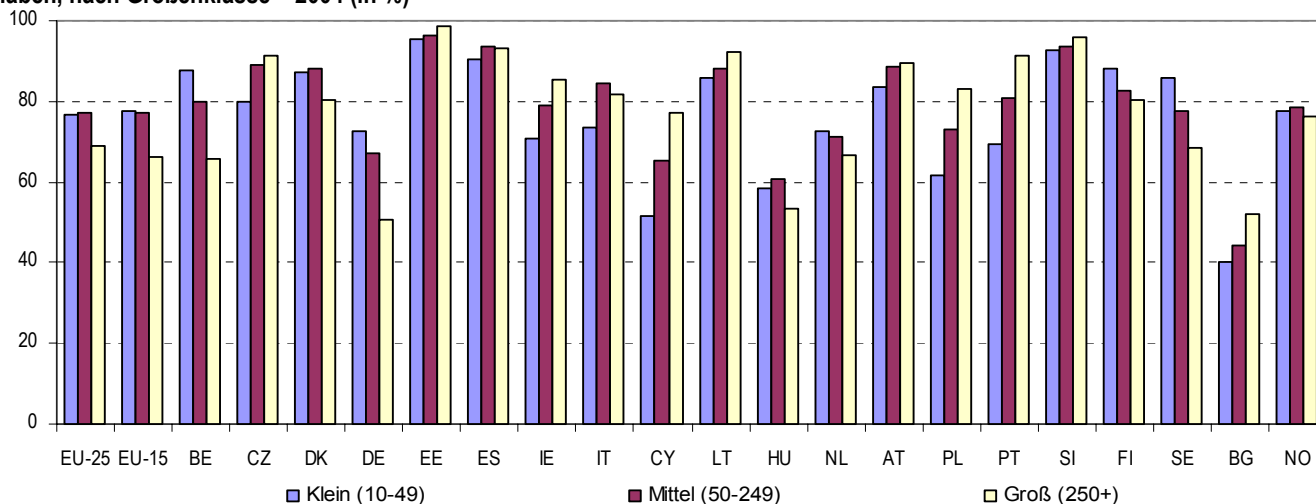
Tabelle 8: Internetnutzung (als Kunde) durch die Unternehmen mit Internet-Zugang – 2004 (in %)

	EU-25	EU-15	BE	CZ	DK	DE	EE	ES	IE	IT	CY	LT
Bankgeschäfte und Finanzdienstleistungen	76,4	77,3	85,7	82,1	87,0	70,8	95,6	91,0	73,1	74,9	54,5	86,6
Bildung und Ausbildung	21,6	19,7	14,7	:	9,4	21,5	28,0	30,9	23,3	8,9	58,9	58,9
Marktüberwachung	:	:	56,9	:	37,5	64,6	:	43,1	35,2	:	70,0	52,4
Bezug digitaler Produkte	:	:	35,6	:	35,4	52,7	:	29,7	23,2	:	23,0	23,4
Inanspruchnahme eines Kundendienstes	:	:	24,2	:	:	52,3	:	25,1	15,8	:	22,6	8,1

	HU	NL	AT	PL	PT	SI	FI	SE	UK	BG	NO
Bankgeschäfte und Finanzdienstleistungen	58,7	72,1	84,4	64,7	72,2	93,0	86,7	84,3	:	41,8	77,6
Bildung und Ausbildung	12,6	10,4	24,7	41,9	23,5	32,3	33,2	20,2	:	41,0	17,8
Marktüberwachung	72,5	75,3	49,3	51,4	43,3	:	:	:	:	61,6	40,4
Bezug digitaler Produkte	16,8	24,4	33,5	42,9	22,0	:	:	65,4	:	24,3	41,3
Inanspruchnahme eines Kundendienstes	15,4	27,8	14,8	12,7	17,8	:	:	:	:	9,4	44,7

Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch private Haushalte und Einzelpersonen.

Abbildung 6: Anteil der Unternehmen mit Internet-Zugang, die das Internet für Bankgeschäfte und Finanzdienstleistungen genutzt haben, nach Größenklasse – 2004 (in %)



Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch private Haushalte und Einzelpersonen.

Betrachtet man die Nutzung des Internets für Bankgeschäfte und Finanzdienstleistungen nach Unternehmensgrößenklassen, ergeben sich relativ kleine Unterschiede. Ungarn erreicht relativ niedrige Werte im Vergleich zu Estland, Spanien und Slowenien, die alle über dem EU-Durchschnitt

liegen. In Deutschland, den Niederlanden, Finnland und Schweden nimmt der Anteil der Unternehmen, die das Internet für Bankgeschäfte und Finanzdienstleistungen nutzen, mit der Unternehmensgröße ab, eine im Vergleich zu vielen anderen Ländern gegenläufige Entwicklung.

➤ ESSENTIAL INFORMATION – METHODOLOGICAL NOTES

ABKÜRZUNGEN

EU: Europäische Union (EU-25) bestehend aus 25 Mitgliedstaaten: Belgien (BE), Tschechische Republik (CZ), Dänemark (DK), Deutschland (DE), Estland (EE), Griechenland (EL), Spanien (ES), Frankreich (FR), Irland (IE), Italien (IT), Zypern (CY), Lettland (LV), Litauen (LT), Luxemburg (LU), Ungarn (HU), Malta (MT), Niederlande (NL), Österreich (AT), Polen (PL), Portugal (PT), Slowenien (SI), Slowakei (SK), Finnland (FI), Schweden (SE), Vereinigtes Königreich (UK).

EU-15: Europäische Union bestehend aus 15 Mitgliedstaaten (BE, DK, DE, EL, ES, FR, IE, IT, LU, NL, AT, PT, FI, SE, UK).

BG: Bulgarien – RO: Rumänien – TR: Türkei – IS: Island – NO: Norwegen

SYMBOLE

“..” nicht verfügbar oder vertraulich

ERHEBUNG ZUM IKT-EINSATZ IN UNTERNEHMEN

Erhebungszeitraum: 1. Quartal 2004

Stichprobenumfang: 99 069 Unternehmen mit mindestens 10 Beschäftigten (in EU-25, in den Kandidatenländern, Island und Norwegen)

Erfasste Wirtschaftszweige: Unternehmen aus den folgenden Abschnitten der NACE Rev. 1.1

Abschnitt D – Herstellung von Waren

Abschnitt F- Bau

Abschnitt G – Handel

Abschnitt H, Gruppen 55.1 und 55.2 – Hotels, Gasthöfe und Pensionen sowie Sonstige Beherbergungsstätten

Abschnitt I – Verkehr und Nachrichtenübermittlung

Abschnitt J - Abteilung 67 – Mit den Kreditinstituten und Versicherungen verbundene Tätigkeiten

Abschnitt K - Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen, Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen
Abschnitt O Gruppen 92.1 und 92.2 – Film- und Videoherstellung, -verleih und -vertrieb; Kinos sowie Rundfunkveranstalter, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen

Eine vollständige Darstellung der NACE-Systematik findet sich auf dem Klassifikationsserver RAMON von Eurostat unter: <http://europa.eu.int/comm/eurostat/ramon>.

ERHEBUNG ÜBER DEN IKT-EINSATZ DURCH HAUSHALTE UND EINZELPERSONEN

Erhebungsart: Haushaltserhebung

Erhebungszeitraum: 1. Quartal 2004

Stichprobenumfang: 75 016 Haushalte und 136 452 Einzelpersonen (in EU-25, in den Kandidatenländern, Island und Norwegen)

Mindestalter für die Erhebung der Einzelpersonen: 16 Jahre

Höchsteralter für die Erhebung der Einzelpersonen: 74 Jahre

DATENAUSZUG aller Zahlen dieser Veröffentlichung: 31. Januar 2005

Daten aus Luxemburg erhalten nach dem Datum der Datenextraktion:

Tabelle 7: Klein: 64,4 ; Mittel: 69,3 ; Groß: 86,9 ; Alle Unternehmen: 66,3.

Tabelle 8: Bankgeschäfte und Finanzdienstleistungen: 67,8 ; Bildung und Ausbildung: 12,3 ; Marktüberwachung: 40,7 ; Bezug digitaler Produkte: 47,2 ; Inanspruchnahme eines Kundendienstes: 24,3.

Abbildung 6: Klein: 69,7 ; Mittel: 60,0 ; Groß: 69,2.

Weitere Informationsquellen:

Datenbanken: [EUROSTAT Webseite/Leitseite/Daten](#)

- [-]  **Industrie, Handel und Dienstleistungen**
 - [+]  Industrie, Handel und Dienstleistungen - horizontale Ansicht
 - [-]  **Statistik der Informationsgesellschaft**

- [-]  **Bevölkerung und soziale Bedingungen**
 - [+]  Bevölkerung
 - [+]  Gesundheit
 - [+]  Bildung und Weiterbildung
 - [+]  Arbeitsmarkt
 - [+]  Lebensbedingungen und Sozialleistungen
 - [-]  **Statistik der Informationsgesellschaft**

- [-]  **Wissenschaft und Technologie**
 - [+]  Forschung und Entwicklung
 - [+]  Erhebung über Innovation in EU-Unternehmen
 - [+]  Spitzentechnologiesektoren und wissensintensive Dienstleistungen
 - [+]  Patent-Systeme in Europa und Amerika
 - [+]  Humanressourcen im Wissenschafts- und Technologiebereich
 - [-]  **Statistik der Informationsgesellschaft**

Journalisten können den Media Support Service kontaktieren:

BECH Gebäude Büro A4/017
L - 2920 Luxembourg

Tel. (352) 4301 33408
Fax (352) 4301 35349

E-mail: eurostat-mediasupport@cec.eu.int

European Statistical Data Support:

Eurostat hat zusammen mit den anderen Mitgliedern des „Europäischen Statistischen Systems“ ein Netz von Unterstützungszentren eingerichtet; diese Unterstützungszentren gibt es in fast allen Mitgliedstaaten der EU und in einigen EFTA-Ländern.

Sie sollen die Internetnutzer europäischer statistischer Daten beraten und unterstützen.

Ausführliche Informationen über dieses Unterstützungsnetz finden Sie auf unserer Webseite: www.europa.eu.int/comm/eurostat/

Ein Verzeichnis unserer Verkaufsstellen in der ganzen Welt erhalten Sie beim:

Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften

2, rue Mercier
L - 2985 Luxembourg

URL: <http://publications.eu.int>

E-mail: info-info-opoce@cec.eu.int
