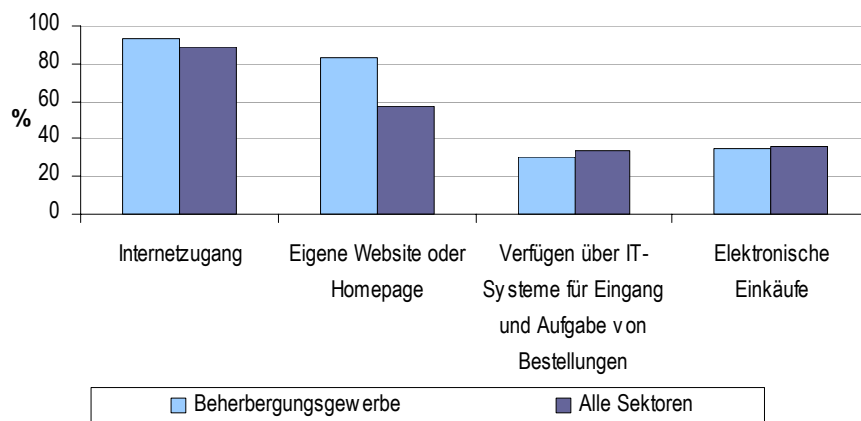


IKT im Tourismussektor

Das Wichtigste in Kürze

- Websites oder Homepages sowie die Nutzung des Internet sind im Beherbergungsgewerbe weiter verbreitet als in der Gesamtwirtschaft.
- 82 % der Unternehmen des Beherbergungsgewerbes haben eine Website bzw. Homepage.
- 93 % der Beherbergungsunternehmen sind ans Internet angeschlossen.
- Was IT-Systeme für den Eingang oder die Vergabe von Aufträgen sowie für elektronische Einkäufe angeht, bleibt der Beherbergungssektor hinter der Gesamtwirtschaft zurück.
- Marktbeobachtung mittels Internet ist im Beherbergungsgewerbe weit verbreitet.
- Internetverkäufe sind für den Tourismussektor typisch.
- Mit zunehmendem Bildungsgrad steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Haushalte oder Einzelpersonen Reise- und Beherbergungsdienstleistungen über das Internet in Anspruch nehmen, erheblich an.
- Besonders die 25- bis 34-Jährigen nutzen elektronische Reise- und Beherbergungsdienste.

Abbildung 1: Unternehmen, die IKT nutzen, EU-25, 2004 (%)



Quelle: Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen.

Einleitung

Im Zusammenhang mit der „Lissabon-Strategie“ zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Wirtschaft ist man sich bewusst, dass IKT enorme Bedeutung für das Wachstum haben. In den vergangenen 30 Jahren erlebte die Tourismusbranche drei größere Wellen von IKT-Innovationen: das Computerreservierungssystem (CRS) in den Siebzigerjahren, das Global Distribution System (GDS) in den Achtzigerjahren und das Internet ab Mitte der Neunzigerjahre. Die digitale Wirtschaft hat also die Tourismuskörperschaft strukturell und organisatorisch in vielerlei Hinsicht verändert. Ein neues Geschäftsprofil hat sich herausgebildet, das auf verschärftem Wettbewerb, neuen Arten des Kaufens und Verkaufens und insbesondere neuen Geschäftsmöglichkeiten beruht. Einige Merkmale des neuen Geschäftsprofils des Beherbergungsgewerbes werden hier anhand eines Vergleichs mit der Gesamtwirtschaft dargestellt.

Zur Umsetzung der Lissabonner Strategie, insbesondere durch den Aktionsplan „eEurope 2005: Eine Informationsgesellschaft für alle“, werden eine Reihe von Maßnahmen durchgeführt, die dazu dienen sollen, Unternehmen die IKT-Nutzung zu erleichtern, die Entwicklung neuer digitaler Dienste zu fördern sowie den Bürgern einen leichteren Zugang zu Informations- und Kommunikationsinstrumenten zu verschaffen. In dieser Ausgabe von Statistik kurz gefasst werden einige der wichtigsten Merkmale der IKT-Nutzung im Tourismussektor vorgestellt. Die in dieser Veröffentlichung verwendeten Daten wurden im Rahmen der Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch Haushalte und Einzelpersonen und der Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen erfasst.

Statistik

kurz gefasst

INDUSTRIE, HANDEL UND
DIENSTLEISTUNGEN

BEVÖLKERUNG UND
SOZIALE BEDINGUNGEN

WISSENSCHAFT UND
TECHNOLOGIE

34/2005

Autor

**François-Carlos
BOVAGNET**

Inhalt

Das Wichtigste in Kürze.....	1
Einleitung.....	1
Internetzugang für viele Unternehmen lebenswichtig.....	2
Über 82 % der Unternehmen verfügen über eine Website bzw. Homepage.....	2
Weniger als ein Drittel der Unternehmen verfügt über ein IT-System für den Eingang und die Aufgabe von Bestellungen.....	3
Marktbeobachtung: typisch für das E-Business des Tourismussektors.....	3
Reise- und Beherbergungsdienstleistungen sind für 23 % der Internetnutzer interessant.....	5
Je höher das Bildungsniveau, desto häufiger wird das Internet genutzt.....	5
Besonders die 25- bis 34-Jährigen nutzen elektronische Reise- und Beherbergungsdienste.....	6



Internetzugang für viele Unternehmen lebenswichtig

Das Internet ist zu einem wichtigen und weit verbreiteten Instrument für das Beherbergungsgewerbe geworden. Im Jahr 2004 waren 93,2 % der Beherbergungsunternehmen an das Internet angeschlossen, verglichen mit 88,9 % in der Gesamtwirtschaft. In vierzehn EU-Ländern haben im Beherbergungsgewerbe prozentual mehr Unternehmen einen Internetzugang als in allen Wirtschaftszweigen zusammen. Die höchste Quote aller EU-Länder meldeten Slowenien und Finnland: In diesen Ländern nutzen 100 % der Beherbergungsunternehmen das Internet. Litauen verzeichnet mit 77,7% die niedrigste Quote für den Internetanschluss von Beherbergungsbetrieben.

Was die Art der Internetverbindung betrifft, so soll mit eEurope die Verbreitung der Breitbandtechnologie gefördert werden, mit der mehr Informationen in kürzerer Zeit übertragen werden können als mit der herkömmlichen analogen Wählverbindung. Allerdings erfolgt die Übernahme dieser Technologie durch den Beherbergungssektor alles andere als gleichmäßig, wie aus Tabelle 1 hervorgeht. Die schwache Position des Beherbergungsgewerbes zeigt sich daran, dass in mehr als der Hälfte der Länder, für die vergleichbare Daten vorliegen, der Anteil von Breitbandverbindungen in der Gesamtwirtschaft höher ist als im Beherbergungsgewerbe. Im EU-25-Durchschnitt nutzten nur 48,3 % der Beherbergungsbetriebe die Breitbandtechnologie, während es in der Gesamtwirtschaft 52,1 % waren. Im Jahr 2004 basierten in elf Ländern über die Hälfte der Internetanschlüsse auf Breitbandtechnologie. Die skandinavischen Länder und Spanien wiesen sehr hohe Breitbandquoten auf: Dänemark 87,8 %, Spanien 81,3 %, Schweden 76,4 % sowie Finnland 74,9 %. Die Slowakei verzeichnete mit 13,7 % von allen EU-Ländern die geringste Verbreitung von Breitbandverbindungen im Beherbergungssektor.

Tabelle 1: Anteil der Unternehmen mit Internetzugang, 2004 (%)

(%)	Beherbergungsgewerbe		Alle Sektoren	
	Internet	Breitbandanschluss	Internet	Breitbandanschluss
EU-25	93,2	48,3	88,9	52,1
Eurozone	93,5	48,4	90,3	55,9
BE	96,4	73,6	96,0	69,9
CZ	93,5	35,5	90,1	38,0
DK	97,1	87,8	97,4	79,8
DE	93,5	37,3	94,1	53,6
EE	88,6	69,0	90,0	67,7
EL	83,5	18,7	87,4	20,6
ES	93,0	81,3	87,4	71,6
FR⁽¹⁾	82,6	32,0	82,9	49,1
IE	86,4	24,6	91,8	31,5
IT	95,3	58,2	87,4	51,3
CY	90,8	40,5	82,3	35,4
LV	82,8	42,3	74,1	44,8
LT	77,7	54,4	80,7	50,1
LU	80,5	46,8	89,8	48,0
HU	94,3	:	77,5	:
MT	:	:	:	:
NL	95,0	52,9	88,5	53,7
AT	96,4	50,3	93,7	54,8
PL	83,2	25,8	85,0	27,8
PT	95,3	57,5	77,3	48,6
SI	100,0	:	93,1	61,8
SK	84,3	13,7	71,3	24,8
FI	100,0	74,9	97,1	70,9
SE	98,2	76,4	95,9	74,7
UK	:	:	86,6	44,1
IS⁽¹⁾	100,0	15,4	97,4	19,9
NO	98,0	:	85,5	60,3
BG	73,1	29,8	61,8	28,4
RO	69,3	6,7	52,2	7,0

⁽¹⁾ 2003.

Anmerkung: Daten für LI, CH, HR und TR liegen nicht vor.

Quelle: Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen.

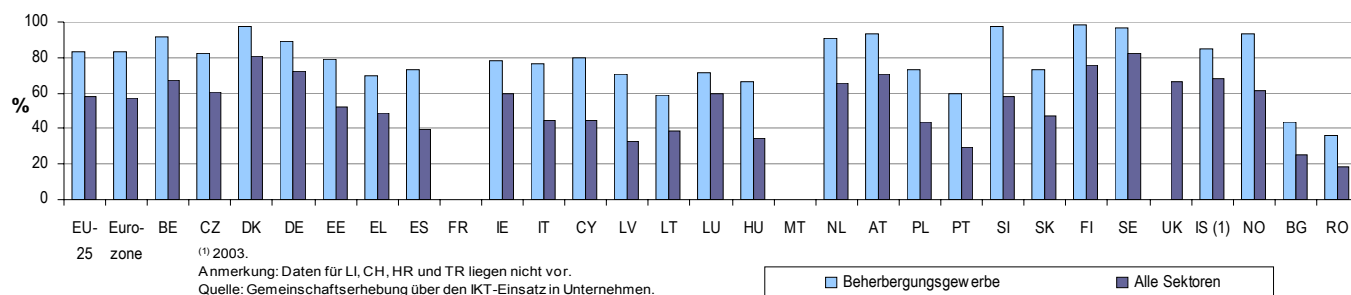
Über 82 % der Unternehmen verfügen über eine Website bzw. Homepage

Websites oder Homepages sind das Tor zum elektronischen Geschäftsverkehr (E-Business). Durch E-Business ändert sich das Wettbewerbshalten der Tourismusindustrie, da es die sofortige Übermittlung ausführlicher Informationen an alle potenziellen Kunden ermöglicht und große Entfernungen mit Leichtigkeit überwindet.

Deshalb ist im Beherbergungsgewerbe der EU-25 der Anteil der Unternehmen mit eigener Website bzw. Homepage mit 82,3 %

wesentlich höher als bei den Unternehmen aller Sektoren zusammengenommen (57,7 %). Dies gilt für alle Länder, für die Daten vorliegen. Die höchsten Prozentsätze wurden in Finnland (98,6 %), Dänemark (97,1 %), Slowenien (97,1 %), Schweden (96,5 %), Österreich (93,5 %) und Belgien (91,2 %) verzeichnet, die niedrigsten in Litauen (59,2 %) und Portugal (59,4 %).

Abbildung 2: Anteil der Unternehmen mit eigener Website bzw. Homepage, 2004 (%)



Weniger als ein Drittel der Unternehmen verfügt über ein IT-System für den Eingang und die Aufgabe von Bestellungen

IT-Systeme sind von unterschiedlicher Art und Komplexität. Es kann sich dabei um einfache Systeme für den Eingang und die Aufgabe von Bestellungen handeln, aber auch um Systeme, die die Gesamtheit von Verkauf, Fakturierung, Buchhaltung und Bestandsverwaltung umfassen. Welches Komplexitätsniveau gewählt wird, hängt meistens von den Eigenschaften des jeweiligen Sektors ab (z. B. von der Art der hergestellten Güter oder erbrachten Dienstleistungen, den Merkmalen der Produktionskette, der Nachfragestruktur usw.) sowie von den damit verbundenen Investitions- und Instandhaltungskosten. In Branchen wie dem Verarbeitenden Gewerbe liegt der Schwerpunkt meistens auf der Lieferkette, während in der Tourismusbranche neue IT-Systeme vor allem dem Erschließen neuer Marketing- und Vertriebskanäle dienen sollen.

Aus den vorliegenden Daten für die EU-25 ist ersichtlich, dass im Jahr 2004 30,3 % der Beherbergungsunternehmen über ein IT-System für den Eingang und die Aufgabe von Bestellungen verfügten. Diese Zahl liegt unter der

vergleichbaren Zahl für die Gesamtwirtschaft (33,8 %). Interessanterweise ist es in Estland, Lettland, Litauen, Ungarn, der Slowakei und Finnland anders herum: Dort liegt der Anteil bei den Unternehmen des Gastgewerbes höher als bei denen der Gesamtwirtschaft. Finnland (66,1%) ist in der EU führend, während Slowenien (10,3%) und Spanien (10,4%) die niedrigsten Quoten vermeldeten.

Von den Beherbergungsunternehmen, die über ein IT-System für den Eingang und die Aufgabe von Bestellungen verfügen, haben 73,2 % ein Fakturierungs- und Zahlungssystem aufgebaut. Diese Zahl bleibt unter der Zahl von 76,1 % für die Gesamtwirtschaft. Allerdings ist in Belgien, Deutschland, Spanien, Zypern, Lettland, Litauen, Slowenien und der Slowakei der Anteil im Beherbergungsgewerbe höher als in der Wirtschaft insgesamt. Slowenien und die Slowakei liegen innerhalb der EU an der Spitze: Dort verfügen 100 % der Beherbergungsunternehmen über solch ein IT-System. Innerhalb der EU weist Irland mit 51,7 % den niedrigsten Anteil auf.

Tabelle 2: Unternehmen mit IT-Systemen für den Eingang und die Aufgabe von Bestellungen, 2004 (%)

(%)	EU-25	Eurozone	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV	LT	LU	HU
Unternehmen mit IT-Systemen																	
Beherbergungsgewerbe	30,3	30,5	22,3	:	:	34,1	45,7	25,7	10,4	:	29,6	31,8	26,7	30,3	25,2	32,5	49,3
Alle Sektoren	33,8	39,9	55,3	:	40,1	47,4	30,9	39,1	13,5	:	40,4	38,7	34,8	15,9	20,8	42,2	35,4
davon Unternehmen mit Fakturierungs- und Zahlungssystemen																	
Beherbergungsgewerbe	73,2	75,1	82,5	:	:	72,7	79,6	68,4	96,1	:	51,7	87,8	96,2	94,9	84,6	56,0	:
Alle Sektoren	76,1	80,0	78,0	:	76,9	71,6	78,7	87,1	86,3	:	59,7	93,1	92,8	81,5	77,8	68,1	3,8
(%)	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK	IS	NO	BG	RO			
Unternehmen mit IT-Systemen																	
Beherbergungsgewerbe	:	53,0	30,3	19,8	28,6	10,3	32,6	66,1	23,3	:	23,1 ⁽¹⁾	42,8		4,3	66,7		
Alle Sektoren	:	64,2	41,0	20,1	35,3	24,2	22,6	65,4	29,3	14,6	:	35,1		6,6	57,0		
davon Unternehmen mit Fakturierungs- und Zahlungssystemen																	
Beherbergungsgewerbe	:	79,1	55,6	61,0	65,9	100,0	100,0	79,5	54,5	:	100,0 ⁽¹⁾	43,3		61,5	65,9		
Alle Sektoren	:	85,0	67,2	70,6	90,5	74,0	86,9	87,2	75,8	54,6	:	72,1		69,7	82,0		

⁽¹⁾ 2003.

Anmerkung: Daten für LI, CH, HR und TR liegen nicht vor.

Quelle: Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen.

Marktbeobachtung: typisch für das E-Business des Tourismussektors

Der Tourismusmarkt wird zum großen Teil von den Kunden bestimmt. Das Internet ist zu einem unerlässlichen Kommunikations- und Transaktionskanal für diese Branche geworden. Es wird sowohl vor der eigentlichen Verkaufsphase (zur Informationsbereitstellung oder -gewinnung) als auch für Online-Bestellungen (z. B. die Buchung von Hotelzimmern) verwendet.

Marktbeobachtung spielt im E-Business des Tourismus-sektors eine herausragende Rolle. Eine Marktbeobachtung via Internet wurde in allen Ländern (außer Frankreich), für die Daten vorliegen, von prozentual mehr Unternehmen des Beherbergungssektors praktiziert als von Unternehmen der Gesamtwirtschaft. Allerdings reichte die Bandbreite bei den Prozentpunkten von 0,2 (Griechenland) bis 27,6 (Litauen). Ungarn (85,1%), die Tschechische Republik (85,3%, Daten für

2003), Zypern (81,9%) und Litauen (80,0%) meldeten die höchsten Quoten, Italien (45 % für 2003) die niedrigste.

Die Tourismusindustrie befindet sich, was die Integration der Lieferkette betrifft, noch im Anfangsstadium. Dies wird sich wahrscheinlich ändern, da die verschiedenen Mittler, wie z. B. Reiseveranstalter oder Online-Vermittler an Bedeutung zunehmen, wodurch das Ausmaß des Handels zwischen Firmen (Business to Business) zunehmen wird. Dennoch wird dieser Prozess bestimmt nicht so weit fortschreiten wie in anderen Sektoren, z. B. dem Verarbeitenden Gewerbe, wo das Potenzial zur Kosteneinsparung größer ist. So ist denn auch die geringe Bedeutung elektronischer Einkäufe ein weiteres Kennzeichen des E-Business des Tourismussektors, wie aus Tabelle 3 ersichtlich. Von den Beherbergungsunternehmen der EU-25 mit Internetanschluss kauften 2004 34,7% online ein, während dies in der Wirtschaft insgesamt 35,5% taten. In 13 von 21 Berichtsländern wurde in der Gesamtwirtschaft häufiger

elektronisch eingekauft als im Beherbergungsgewerbe. Mit Abstand am größten war der Anteil der Unternehmen, die im Internet einkauften, in Schweden (73,9 %) und Finnland (73,8 %), gefolgt mit einigem Abstand von Österreich (53,0 %), Irland (51,3 %) und Deutschland (49,7 %). Diese Länder waren die einzigen, die erklärten, dass mindestens die Hälfte der Unternehmen des Gastgewerbes, die das Internet nutzten, Güter und Dienstleistungen per Internet bestellten. Slowenien (6,0 %), Polen (6,0 %) und Lettland (5,2 %) meldeten die niedrigsten Quoten aller EU-Länder, für die Daten vorliegen.

Die Bedeutung der Internetverkäufe (E-Sales) ist ein weiteres hervorstechendes Merkmal des touristischen E-Business. Von

den Unternehmen mit Zugang zum Internet weisen diejenigen im Beherbergungsgewerbe einen wesentlich höheren Anteil von E-Sales auf als die Unternehmen in der Gesamtwirtschaft, und zwar in allen Meldeländern. Im Durchschnitt liegen die Zahlen in allen Ländern im Gastgewerbe um das Dreifache höher. So verkauften beispielsweise in der Eurozone 44,1 % der Beherbergungsunternehmen mit Internetzugang im Jahr 2004 Dienstleistungen über das Internet, verglichen mit 12,7 % in allen Sektoren. Die höchsten Prozentsätze von Unternehmen mit E-Sales wurden in Dänemark (81,4 %), Irland (72,4 %), Finnland (66,6 %), den Niederlanden (63,9 %), Schweden (59,3 %) und Österreich (50,9 %) verzeichnet. Polen (10,0%) und Lettland (8,7%) meldeten innerhalb der EU die niedrigsten Anteile.

Tabelle 3: Unternehmen mit Internetzugang: Anteil der Unternehmen, die das Internet für ihre Marktaktivitäten nutzen, nach Art der Tätigkeit, 2004 (%)

(%)	EU-25	Eurozone	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV	LT	LU	HU
Marktbeobachtung																	
Beherbergungsgewerbe	:	56,1 ⁽¹⁾	65,6	85,3 ⁽¹⁾	:	66,9	:	59,6	61,8	47,0 ⁽¹⁾	54,5	45,3 ⁽¹⁾	81,9	70,7	80,0	64,5	85,1
Alle Sektoren	:	46,2 ⁽¹⁾	56,9	83,4 ⁽¹⁾	37,5	64,6	:	59,4	43,1	55,4 ⁽¹⁾	35,2	27,3 ⁽¹⁾	70,0	62,7	52,4	40,7	72,5
Einkauf																	
Beherbergungsgewerbe	34,7	35,2	47,2	31,1	:	49,7	33,8	17,3	7,9	:	51,3	15,0	26,0	5,2	26,3	41,9	6,1
Alle Sektoren	35,5	34,1	40,4	34,7	59,3	53,8	34,4	15,3	10,2	:	52,6	16,9	32,4	9,0	16,0	36,6	17,9
Verkauf																	
Beherbergungsgewerbe	:	44,1	42,9	42,4	81,4	47,0	31,8	43,3	17,3	:	72,4	27,0 ⁽¹⁾	45,8	8,7	32,5	37,1	14,9
Alle Sektoren	12,5	12,7	15,4	14,6	27,3	17,3	9,7	6,1	1,9	0,0	30,6	9,5 ⁽¹⁾	8,6	1,7	6,0	12,1	7,4

(%)	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK	IS	NO	BG	RO
Marktbeobachtung														
Beherbergungsgewerbe	:	79,0	61,7	57,2	73,0	:	69,1	:	62,2	:	53,9 ⁽¹⁾	48,8	67,3	58,8
Alle Sektoren	:	75,3	49,3	51,4	43,3	:	67,7	:	48,1	:	59,6 ⁽¹⁾	40,4	61,6	:
Einkauf														
Beherbergungsgewerbe	:	38,7	53,0	6,0	8,7	6,0	16,9	73,8	73,9	:	:	52,4	2,7	4,3
Alle Sektoren	:	32,4	40,9	11,4	20,8	27,4	22,9	72,9	71,3	48,5	:	55,3	11,8	3,7
Verkauf														
Beherbergungsgewerbe	:	63,9	50,9	10,0	46,0	:	:	66,6	59,3	:	46,2 ⁽¹⁾	66,2	5,8	15,5
Alle Sektoren	0,0	21,1	15,5	4,4	7,8	11,5	9,1	19,9	20,2	13,4	6,1 ⁽¹⁾	23,4	4,4	4,2

⁽¹⁾ 2003.

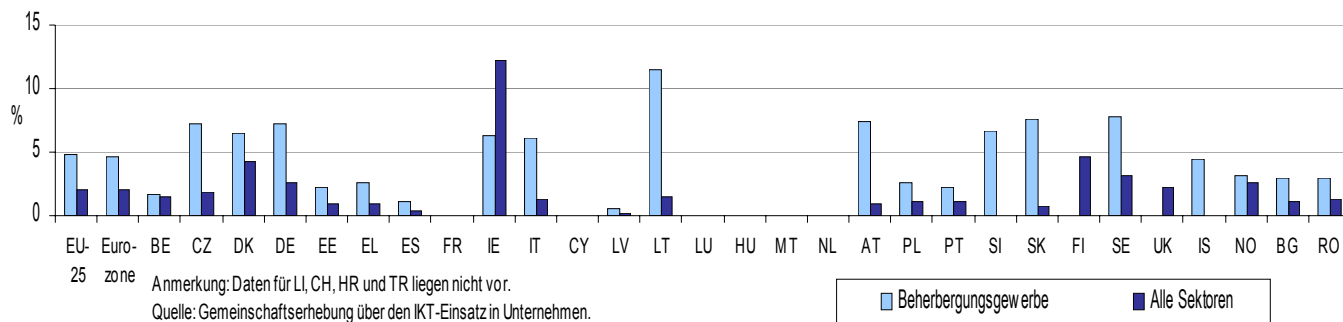
Anmerkung: Daten für LI, CH, HR und TR liegen nicht vor.

Quelle: Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen.

Als unmittelbare Folge der Wichtigkeit der E-Sales innerhalb des E-Business des Tourismussektors übertrifft der prozentuale Anteil der Internetverkäufe im Verhältnis zum Gesamtumsatz in diesem Sektor den Vergleichswert der Gesamtwirtschaft. Dennoch ist der Anteil der Internetverkäufe am Gesamtumsatz noch ausbaufähig. Die tatsächliche Auswirkung des Internet auf die Verkäufe wird von den Zahlen für E-Sales bei weitem nicht vollständig wiedergegeben, da die Phase vor dem Verkauf nicht berücksichtigt wird. 2004 erreichte der Anteil der E-Sales am Gesamtumsatz der Beherbergungsunternehmen der EU-25 4,8

%, gegenüber 2,1 % für die Gesamtwirtschaft. Außer im Falle Irlands übersteigen die Zahlen des Beherbergungsgewerbes die aller Sektoren in allen Meldeländern. In Italien, Litauen, Österreich und der Slowakei liegen die Zahlen für das Gastgewerbe mindestens fünfmal so hoch wie die für die Gesamtwirtschaft. Litauen (11,5 %), die Slowakei (7,5 %) und Schweden (7,8 %) meldeten die höchsten Quoten für Internetverkäufe in der EU. Spanien (1,2 %) und Lettland (0,6 %) hingegen wiesen die niedrigsten auf.

Abbildung 3: Anteil der Internetverkäufe am Gesamtumsatz ohne MwSt., 2003 (%)



Anmerkung: Daten für LI, CH, HR und TR liegen nicht vor.

Quelle: Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen.

Reise- und Beherbergungsdienstleistungen sind für 23 % der Internetnutzer interessant

Die Maßnahmen im Rahmen von eEurope zielen ganz besonders auf die Internetnutzer ab. Dazu wurde ein Konzept entwickelt, das den Bürgern den Zugang zu Informationen und elektronischen Diensten erleichtern soll. Die Förderung neuer Arten des Kaufens und Verkaufens führt dazu, dass sich Produkte und Dienstleistungen noch besser auf Kundenwünsche zuschneiden lassen und ist ein Kernelement des durch die E-Economy geschaffenen neuen Geschäftsmodells.

Was die Tourismusindustrie betrifft, sind einige der neuen elektronischen Dienstleistungen, die z. B. von Online-Vermittlern, Reiseveranstaltern oder bestimmten Unternehmen auf ihrer Website angeboten werden, äußerst relevant für den Bereich Reise und Unterkunft. Diese neuen Dienste können von Haushalten oder

Einzelpersonen genutzt werden, um entweder online zu bestellen oder zumindest Informationen zu erhalten (vor der eigentlichen Bestellung). Die folgenden Daten stammen aus der Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch Haushalte und Einzelpersonen.

Wie aus Tabelle 4 hervorgeht, hatte 2004 während der zwölf Monate vor der Erhebung fast die Hälfte (49,3 %) der EU-Bevölkerung das Internet genutzt (aus ganz unterschiedlichen Gründen). 23,2 % davon hatten es während der drei Monate vor der Erhebung für touristische Zwecke (Reise und Unterkunft) genutzt. Die höchsten Prozentsätze für die Verwendung des Internet für Reise- und Beherbergungszwecke im Jahr 2004 meldeten Luxemburg (42,9%), das Vereinigte Königreich (42,8%) und Finnland (42,3%), während Litauen mit 5,2 % im selben Zeitraum den geringsten Anteil vermeldete.

Tabelle 4: Anteil derjenigen, die das Internet für Reise- und Beherbergungsdienstleistungen nutzen, an den Internetnutzern insgesamt, 2004 (%)

(%)	EU-25	Eurozone	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV	LT	LU	HU
Für Reise und Unterkunft <i>(in den letzten 3 Monaten)</i>	23,2	:	:	10,9	32,4	31,6	:	10,3	9,8	:	17,9	:	11,4	9,4	5,2	43,0	11,8
Alle Internetnutzer <i>(in den letzten 12 Monaten)</i>	49,3	48,0	:	35,5	80,9	64,7	53,2	21,4	44,0	:	37,0	33,2	33,8	38,6	31,2	65,9	29,1
(%)	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK	IS	NO	BG	RO			
Für Reise und Unterkunft <i>(in den letzten 3 Monaten)</i>	:	:	14,5	7,5	9,1	16,0	15,9	42,3	28,6	42,8	51,1	39,9	2,4	0,9			
Alle Internetnutzer <i>(in den letzten 12 Monaten)</i>	:	:	54,3	32,5	31,8	40,8	52,9	72,4	83,9	65,6	83,9	77,7	18,1	14,5			

Anmerkung: Daten für LI, CH, HR und TR liegen nicht vor.

Quelle: Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen.

Je höher das Bildungsniveau, desto häufiger wird das Internet genutzt

Die Nutzung elektronischer Dienstleistungen scheint stark mit dem Bildungsniveau zu korrelieren. Das Internet wird im Verhältnis häufiger genutzt, je höher der erreichte Bildungsgrad ist: Die Zahlen reichen von 26,8 % für Personen mit niedrigem Bildungsniveau bis 79,5 % für diejenigen mit dem höchsten Bildungsniveau.

Dieser allgemeine Trend setzt sich auch deutlich bei denen fort, die das Internet für Reise- und Unterkunftszwecke nutzen. Hier reichten die Quoten von 8,3 % für gering Gebildete bis 43,5 % für die Personen mit der höchsten Bildung. Dennoch erschienen die von den Internetnutzern mit geringem Bildungsniveau angegebenen Prozentzahlen für die Nutzung des Web für Reise und Unterkunft besonders niedrig, und zwar hauptsächlich in den neuen

Mitgliedstaaten und den Mittelmeerländern. So liegt zum Beispiel in Griechenland der Anteil der Personen mit hoher Bildung, die das Internet für Reise- und Beherbergungsdienste in Anspruch genommen haben, 17mal höher als der Anteil der gering Gebildeten. Den höchsten Prozentsatz für Personen mit niedrigerem Bildungsstand, die das Internet für touristische Zwecke nutzten, verzeichnete Finnland (24,1 %). Luxemburg (51,8 %) lag bei den Personen mit mittlerem Bildungsgrad und das Vereinigte Königreich (67,6 %) bei den Personen mit hohem Bildungsgrad vorn. Litauen meldete für alle drei Bildungsniveaus die geringste Internetnutzung: 1,3 % für den niedrigen Bildungsgrad, 3,7 % für den mittleren Bildungsgrad und 9,7 % für den höchsten Bildungsgrad.

Tabelle 5: Anteil derjenigen, die das Internet für Reise- und Beherbergungsdienstleistungen nutzen, an den Internetnutzern insgesamt, nach Bildungsgrad, 2004 (%)

(%)	EU-25	Eurozone	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV	LT	LU	HU
Für Reise und Unterkunft <i>(in den letzten 3 Monaten)</i>																	
niedrig	8,3	:	:	3,3	21,2	19,0	:	1,6	1,8	:	4,6	:	2,4	2,7	1,3	18,6	2,6
mittel	25,7	:	:	10,1	33,4	32,1	:	14,2	13,9	:	19,6	:	9,1	7,3	3,7	51,8	20,9
hoch	43,5	:	:	33,0	46,0	48,0	:	27,2	23,8	:	40,1	:	28,0	25,6	9,7	66,7	39,7
Alle Internetnutzer <i>(in den letzten 12 Monaten)</i>																	
niedrig	26,8	25,2	:	26,2	69,7	0,0	45,2	4,3	18,6	:	19,0	13,7	14,1	23,2	28,6	42,0	13,5
mittel	56,2	60,7	:	32,5	81,6	65,0	48,2	30,5	67,1	:	42,1	54,2	32,5	35,4	22,6	75,7	47,2
hoch	79,5	77,6	:	77,6	94,3	78,7	70,5	51,7	80,7	:	62,9	73,3	64,5	69,2	40,9	87,8	69,7
(%)	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK	IS	NO	BG	RO			
Für Reise und Unterkunft <i>(in den letzten 3 Monaten)</i>																	
niedrig	:	:	4,2	3,3	2,9	:	3,9	24,1	13,3	12,9	40,2	18,2	0,5	:			
mittel	:	:	15,5	5,6	24,7	14,7	17,6	43,5	27,0	46,4	52,2	36,5	1,6	:			
hoch	:	:	28,9	28,1	34,8	50,7	36,0	63,2	41,9	67,6	69,8	58,5	7,7	:			
Alle Internetnutzer <i>(in den letzten 12 Monaten)</i>																	
niedrig	:	:	34,4	30,3	16,6	19,5	27,0	55,9	71,9	30,7	76,3	47,0	7,6	:			
mittel	:	:	57,0	26,4	76,3	40,5	58,9	74,3	82,0	72,8	85,5	77,7	16,0	12,4			
hoch	:	:	79,3	72,5	87,2	88,3	82,5	90,3	95,2	88,1	96,7	92,3	41,0	54,3			

Anmerkung: Daten für LI, CH, HR und TR liegen nicht vor.

Quelle: Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen.

Besonders die 25- bis 34-Jährigen nutzen elektronische Reise- und Beherbergungsdienste

Bei der Aufschlüsselung nach Altersgruppen ergibt sich für die Internetnutzer in den verschiedenen Meldeländern ein recht ähnliches Bild. Jüngere Menschen nutzen das Internet besonders fleißig, am meisten in der Altersgruppe der 16-24-Jährigen, und zwar quer durch alle EU-Berichtsländer.

Bei den Zahlen für die Verwendung für Reise- und Unterkunftszwecke ergibt sich jedoch ein anderes Bild: Hier liegt in 15 von 20 Meldeländern die Gruppe der 25-34-Jährigen vorn.

Tabelle 6: Anteil derjenigen, die das Internet für Reise- und Beherbergungsdienstleistungen nutzen, an den Internetnutzern insgesamt, nach Alter, 2004 (%)

(%)	Für Reise und Unterkunft (in den letzten 3 Monaten)						Alle Internetnutzer (in den letzten 12 Monaten)					
	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74
EU-25	25,9	32,4	28,9	23,0	15,4	6,7	78,5	65,0	56,6	45,0	28,0	10,8
Eurozone	:	:	:	:	:	:	77,6	65,2	56,9	44,8	25,3	9,8
BE	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
CZ	15,4	15,7	15,1	11,4	6,3	0,8	71,2	46,3	43,3	32,6	16,2	2,0
DK	28,0	35,1	39,0	37,2	32,4	10,9	96,4	92,7	89,6	82,8	70,3	36,4
DE	35,6	48,7	38,0	33,6	20,0	10,0	:	:	79,0	65,7	:	:
EE	:	:	:	:	:	:	84,1	68,6	62,3	44,1	28,3	11,6
EL	19,7	15,5	13,6	6,5	1,2	0,8	44,9	30,8	27,1	12,4	3,0	1,2
ES	13,3	15,5	12,1	7,9	3,1	0,7	81,6	62,9	47,5	32,9	15,1	3,5
FR	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
IE	15,7	26,1	24,2	17,0	9,6	1,8	48,9	47,3	43,5	31,5	17,0	6,3
IT	:	:	:	:	:	:	61,4	48,8	39,0	29,2	13,2	3,2
CY	13,9	20,1	13,4	7,5	3,9	2,3	67,4	48,1	33,1	19,5	10,2	4,2
LV	14,8	17,8	11,1	6,6	1,6	0,5	78,3	55,6	40,8	27,9	11,0	1,9
LT	7,7	8,0	6,4	3,9	2,0	0,6	75,3	38,1	28,0	19,9	8,3	2,1
LU	35,0	51,9	55,2	49,1	36,3	8,4	89,0	75,7	75,3	68,4	48,9	15,3
HU	24,4	17,5	11,2	9,7	:	:	69,7	37,7	27,9	21,2	9,2	1,9
MT	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
NL	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
AT	12,2	21,6	20,3	14,1	8,0	3,3	81,2	75,6	62,0	49,4	28,9	10,3
PL	11,3	13,5	7,0	5,3	3,8	1,1	71,7	42,5	26,4	20,9	12,7	3,1
PT	13,1	17,1	10,2	6,3	2,5	0,0	68,7	45,8	31,5	22,4	0,0	0,0
SI	23,9	30,2	15,0	0,0	0,0	0,0	79,5	63,2	41,1	32,1	0,0	0,0
SK	20,6	21,0	21,3	15,3	4,0	0,7	79,5	63,9	59,0	53,3	17,3	6,3
FI	44,6	58,1	57,9	43,0	31,9	7,4	97,5	95,6	86,8	71,3	55,3	13,5
SE	21,9	35,2	33,5	31,5	24,0	21,5	98,9	95,4	91,5	85,5	72,4	0,0
UK	46,9	56,2	51,4	44,9	31,0	13,8	86,4	83,1	73,0	66,7	45,2	23,8
IS	54,4	55,8	59,0	50,6	41,2	22,0	97,8	94,9	89,7	82,9	63,1	33,7
NO	48,6	48,7	46,6	43,3	27,5	10,0	98,4	92,1	88,6	80,7	57,9	22,2
BG	4,9	4,6	1,9	1,8	0,4	0,1	44,4	27,1	17,1	11,9	3,7	0,9
RO	1,1	1,4	1,2	0,6	0,4	0,1	33,2	18,0	13,7	9,9	3,4	0,6

Anmerkung: Daten für LI, CH, HR und TR liegen nicht vor.

Quelle: Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen.

➤ WISSENSWERTES ZUR METHODIK

BE (Belgien), CZ (Tschechische Republik), DK (Dänemark), DE (Deutschland), EE (Estland), EL (Griechenland), ES (Spanien), FR (Frankreich), IE (Irland), IT (Italien), CY (Zypern), LV (Lettland), LT (Litauen), LU (Luxemburg), HU (Ungarn), MT (Malta), NL (Niederlande), AT (Österreich), PL (Polen), PT (Portugal), SI (Slowenien), SK (Slowakei), FI (Finnland), SE (Schweden), UK (Vereinigtes Königreich), IS (Island), LI (Liechtenstein), NO (Norwegen), CH (Schweiz), BG (Bulgarien), HR (Kroatien), RO (Rumänien), TR (Türkei)

Symbole:

“.” Daten nicht verfügbar oder vertraulich

Datenquellen:

Erhebung über den IKT-Einsatz durch Haushalte und Einzelpersonen 2004

Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen:

Erhebungszeitraum: Erstes Quartal 2005

Berichtszeitraum: 2004 für die Prozentzahlen zu Verkäufen/Bestellungen, und/oder 2003.

Gewichtung der Ergebnisse: Die hier aufgeführten Ergebnisse sind nach der Zahl der Unternehmen gewichtet.

Aggregation der Ergebnisse: Ein EU-25-Aggregat wird berechnet, wenn sowohl in den EU-15-Ländern als auch in den neuen Mitgliedstaaten Daten zu 60 % der Bevölkerung und zu 55 % der Länder verfügbar sind.

Es werden keine Schätzungen vorgenommen.

Erfasste Wirtschaftszweige:

- **Beherbergungsgewerbe:** Umfasst Nace Rev. 1: 55.1 „Hotels, Gasthöfe, Pensionen und Hotels garnis“ und 55.2 „Sonstiges Beherbergungsgewerbe“.
- **Gesamtwirtschaft (alle Wirtschaftszweige):** Umfasst 7 Abschnitte der NACE Rev. 1: Abschnitt D (Verarbeitendes Gewerbe), Abschnitt F (Baugewerbe), Abschnitt G (Handel), Abschnitt H (Gastgewerbe, jedoch nur NACE 55.1 und 55.2), Abschnitt I (Verkehr und Nachrichtenübermittlung), Abschnitt K (Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen, Erbringung von Dienstleistungen überwiegend für Unternehmen) und Abschnitt O (Film- und Videoherstellung, -verleih und -vertrieb; Kinos sowie Rundfunkveranstalter, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen, jedoch nur NACE 92.1 und 92.2)

Erfasste Größenklassen: Unternehmen mit mindestens 10 Beschäftigten.

Eine vollständige Darstellung der NACE-Systematik finden Sie auf dem Klassifikationsserver RAMON von Eurostat unter:

<http://www.europa.eu.int/comm/eurostat/ramon>.

Gemeinschaftserhebung über den IKT-Einsatz durch Haushalte und Einzelpersonen:

Auswahleinheiten: Haushalte und Einzelpersonen

Erhebungszeitraum: April/Mai 2004

Berichtszeitraum: Bei den Personen, die das Internet für Reise- und Beherbergungsdienstleistungen genutzt haben, die drei der Erhebung vorausgehenden Monate.

Bei den Personen, die das Internet aus den unterschiedlichsten Motiven genutzt haben, die zwölf der Erhebung vorausgehenden Monate.

Untere Altersgrenze für die Erhebung von Einzelpersonen: 16 Jahre.

Obere Altersgrenze für die Erhebung von Einzelpersonen: 74 Jahre.

Gewichtung der Ergebnisse: Die Ergebnisse wurden nach der Zahl der Haushalte und der Zahl der Einzelpersonen gewichtet.

Aggregation der Ergebnisse: Ein EU-25-Aggregat wird berechnet, wenn sowohl in den EU-15-Ländern als auch in den neuen Mitgliedstaaten Daten zu 60 % der Bevölkerung und zu 55 % der Länder verfügbar sind

Erreichter Bildungsgrad: Der Bildungsabschluss basiert auf der Internationalen Standardklassifikation des Bildungswesens (ISCED), Revision 1997. Danach wird Bildung in sieben große Bereiche untergliedert, die für die vorliegende Analyse zu drei Gruppen zusammengefasst wurden:

- niedrig (ISCED 1 bis 2): Primarbereich und unterer Sekundarbereich; diese beiden Stufen umfassen in der Regel die Schulpflicht;
- mittel (ISCED 3 und 4): Sekundarbereich und nicht-tertiäre Bildung nach dem Sekundarbereich; diese Stufe beginnt in der Regel nach Beendigung der Schulpflicht;
- hoch (ISCED 5 und 6): erste und zweite Stufe des Tertiärbereichs.

Definitionen

IT-System: Informationstechnologiesystem zur internen Nutzung.

Internetverkäufe im Verhältnis zum Gesamtumsatz: Die gesamten Internetverkäufe enthalten sowohl Verkäufe <1 % des Umsatzes als auch Verkäufe ≥1 % des Umsatzes. Nur Verkäufe ≥1 % wurden berücksichtigt im Fall von BE, BG, DK, EL, ES, LT, NO, FI, PT, RO, SE, SI und SK.

Breitband: Dienst oder Verbindung zur Übertragung von großen Datenmengen, z. B. Fernseh Bildern, im Allgemeinen mit einer Bandbreite größer als 2Mb/s.

Handel zwischen Firmen („Business to Business“): Handel zwischen zwei Unternehmen über ein Intranet, Extranet oder das Internet. Dieser Handel findet zwischen einem Unternehmen und einem anderen Unternehmen aus seiner Lieferkette oder zwischen einem Unternehmen und einem anderen Unternehmen, das als Endverbraucher fungiert, statt. Er kann direkt zwischen Käufer und Verkäufer oder über einen Dritten, den Online-Vermittler, abgewickelt werden.

Zeitpunkt der Datenextraktion: 5. September 2005

Diese Veröffentlichung wurde in Zusammenarbeit mit Mathieu Mballa (Text) und Christiane Gengler (Tabellen, Abbildungen und Layout) hergestellt.

SONSTIGE VERÖFFENTLICHUNGEN JÜNGEREN DATUMS ZUM TOURISMUS:

Statistik kurz gefasst 32/2005 – Beschäftigung im Gastgewerbe der erweiterten EU nimmt weiter zu

Statistik kurz gefasst 19/2005 – Trends im Sommertourismus 2004









Statistik kurz gefasst 13/2005 – Tourismus in der erweiterten Europäischen Union

BEVORSTEHENDE VERÖFFENTLICHUNGEN:

Taschenbuch über Tourismus

Weitere Informationsquellen:

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

- [-]  **Industrie, Handel und Dienstleistungen**
 - [+]  Industrie, Handel und Dienstleistungen - horizontale Ansicht
 - [+]  Statistiken nach Produkten
 - [-]  Statistik der Informationsgesellschaft
 - [+]  Politikrelevante Indikatoren
 - [+]  Strukturindikatoren
 - [+]  Fernmeldedienste
 - [+]  Computer und das Internet in Haushalte und Unternehmen

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.

Kontakt Informationen für 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
