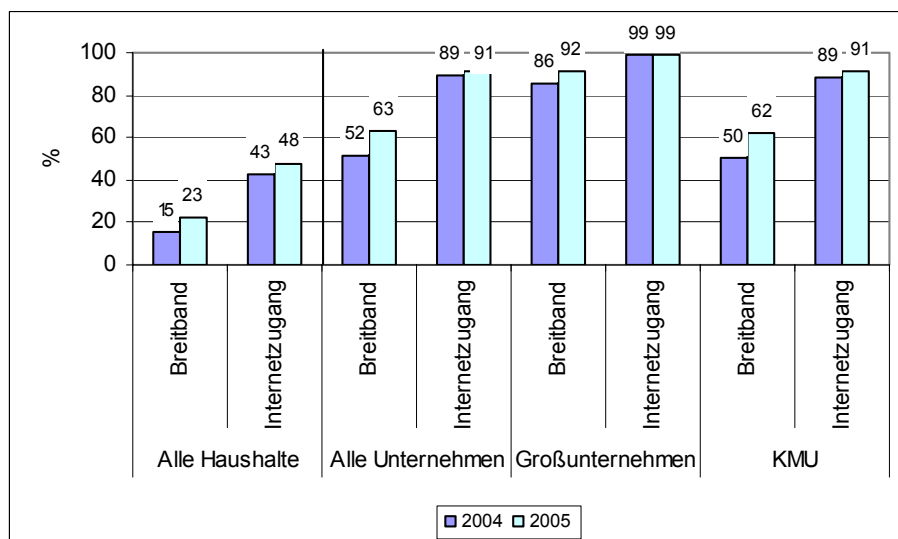


Internetnutzung durch Privatpersonen und Unternehmen

Kernaussagen dieser Ausgabe sind:

- Der Prozentanteil der Haushalte mit Internetzugang ist 2005 weiter gestiegen und insbesondere die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) und die Haushalte verwenden vermehrt Breitbandanschlüsse.
- In Island und den Niederlanden ist der Anteil der Haushalte mit Internetzugang am höchsten, in Finnland der Anteil der Unternehmen.
- Breitbandanschlüsse sind bei den Haushalten in Belgien und Estland am weitesten verbreitet.
- In den neuen Mitgliedstaaten ist der Anteil der Privatpersonen, die noch nie das Internet genutzt haben, größer als der Anteil der regelmäßigen Internetnutzer, außer in der Slowakei und in Estland.
- 36 % der Unternehmen benutzen das Internet, um Waren und Dienstleistungen einzukaufen.
- Fast 90 % der Unternehmen haben eine eigene Internetseite, über die sie ihre Produkte anbieten.
- Privatpersonen kaufen online am häufigsten Bücher und Reisen.

Schaubild 1: Breitband-Internetzugang der Unternehmen und Haushalte – EU-25, 2004-2005



Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebungen über IKT-Nutzung in Unternehmen und Haushalten
Anmerkung: Angaben für Haushalte in FR, IE, MT nicht verfügbar, für Unternehmen in FR, MT, PT.

Auf dem Europäischen Rat von Lissabon haben die Staats- und Regierungschefs der Europäischen Union eine Strategie für die Vorbereitung der EU auf die Herausforderungen des neuen Jahrhunderts angenommen. Sie ist seither unter der Bezeichnung „Lissabon-Strategie“ bekannt. Die in Lissabon festgelegten Ziele - dauerhaftes Wachstum, mehr und höher qualifizierte Arbeitsplätze und stärkerer sozialer Zusammenhalt - waren ehrgeizig und es hat sich gezeigt, dass der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) bei der Erreichung dieser Ziele eine Schlüsselrolle zukommt. So hat die Kommission, um dem Aufbau der Informationsgesellschaft politischen Elan zu verleihen, die Initiative eEurope auf den Weg gebracht. Diese Initiative hat die echten Schwierigkeiten zum richtigen Zeitpunkt in Angriff genommen und so viel zur politischen Debatte über die Informationsgesellschaft in Europa und darüber hinaus beigetragen. Der aktuelle eEurope-Aktionsplan ist Ende 2005 ausgelaufen.

Mit den Erhebungen über die IKT, die Eurostat bei den Haushalten und Unternehmen durchführt, werden unter anderem der Verbreitungsgrad dieser Technologien und ihre Nutzung gemessen. In der vorliegenden Ausgabe von „Statistik kurz gefasst“ werden einige der ersten Ergebnisse der Erhebungswelle 2005 vorgestellt.

Statistik

kurz gefasst

INDUSTRIE, HANDEL UND DIENSTLEISTUNGEN

BEVÖLKERUNG UND SOZIALE BEDINGUNGEN

WISSENSCHAFT UND TECHNOLOGIE

12/2006

Autor

Morag OTTENS

Inhalt

Internet und Breitband – Vergleich zwischen Haushalten und Unternehmen..... 2

23 % der Haushalte haben einen Breitbandanschluss 3

Zwischen der regelmäßigen Internetnutzung von Studenten und jener von Arbeitslosen zeigt sich ein Unterschied von 46 Prozentpunkten 3

Die Unternehmen nutzen das Internet mehr für den Einkauf als für den Verkauf von Gütern..... 4

62 % der Unternehmen sind im Internet präsent, hauptsächlich zur Vermarktung ihrer Produkte..... 4

Privatpersonen kaufen über Internet am öftesten Reisen und Bücher..... 6



Manuskript abgeschlossen: 20.03.2006

Datenextraktion am: 10.01.2006

ISSN 1561-4832

Katalognummer: KS-NP-06-012-DE-N

© Europäische Gemeinschaften, 2006

Internet und Breitband – Vergleich zwischen Haushalten und Unternehmen

In Schaubild 2 wird der Internetzugang von Haushalten und Unternehmen in mehreren europäischen Ländern und in der EU-25 verglichen. Aus der horizontalen Achse ist ersichtlich, dass 2005 etwas weniger als die Hälfte (48 %) der Haushalte in der EU-25 zu Hause einen Internetzugang hatten. Im Januar 2005 waren im Durchschnitt 91 % der Unternehmen mit 10 oder mehr Beschäftigten an das Internet angeschlossen, wie auf der vertikalen Achse gezeigt wird. Die höchste Anschlussdichte wurde für Unternehmen in Finnland (98 %) und Dänemark (97 %) verzeichnet, für Haushalte in den Niederlanden (78 %) und Luxemburg (77 %).

Von den neuen Mitgliedstaaten wies Slowenien sowohl bei Haushalten (48 %, Niveau der EU-25) die größte Anschlussdichte auf, als auch bei Unternehmen, wo der Wert von 96 % demjenigen Schwedens entspricht.

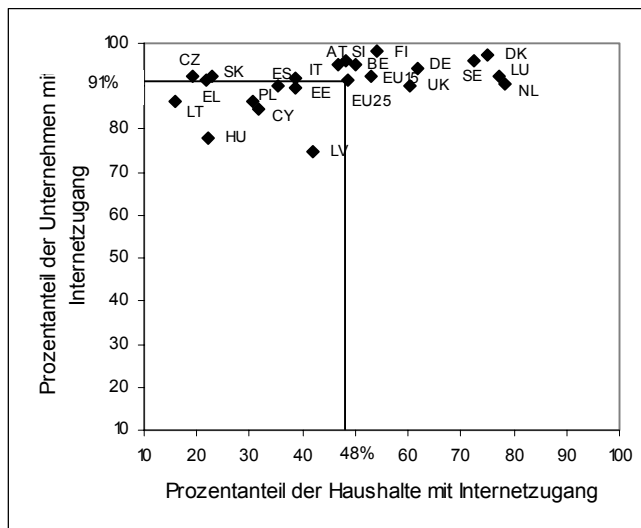
In der Tschechischen Republik, Litauen, Griechenland und der Slowakei ist der Unterschied zwischen der Anschlussdichte der Haushalte und jener der Unternehmen am größten. Für Haushalte wurde die geringste Anschlussdichte (16 %) in Litauen verzeichnet, für Unternehmen (75 %) in Lettland.

In den meisten Ländern hat die Internetdurchdringung in den Großunternehmen und den KMU den Sättigungspunkt erreicht. Ein Vergleich der Internetnutzung in den Unternehmen der verschiedenen Größenklassen zeigt, dass in Dänemark, Finnland, Schweden und Slowenien der Unterschied zwischen großen und kleinen Unternehmen am geringsten ist (Tabelle 1).

Die Breitbandtechnologien, die einst den großen privaten Unternehmen vorbehalten waren, halten offenbar bei vielen KMU und Haushalten Einzug. Fast ein Viertel (23 %) der europäischen Haushalte hat einen Breitbandanschluss, was eine Zunahme von acht Prozentpunkten im Jahr 2005 bedeutet, während die Mehrheit (62 %) der KMU Breitbandtechnologien nutzen, was einem Anstieg von zwölf Prozentpunkten in einem Jahr entspricht (Schaubild 1)

Den höchsten Prozentanteil an Unternehmen mit Breitbandanschlüssen wiesen Schweden, Dänemark und Finnland auf. Sie lagen weit über dem Durchschnitt der Mitgliedstaaten, der sich auf 63 % belief. Breitbandanschlüsse sind bei Unternehmen insgesamt in Zypern (40 %), Polen (43 %) und Griechenland (44 %) am seltensten. Diese drei Länder liegen durchschnittlich zwanzig Prozentpunkte unter dem Durchschnitt der EU-25.

Schaubild 2: Internetzugang 2005 von Haushalten und Unternehmen



Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über IKT-Nutzung in Unternehmen und Haushalten
Anmerkung: Angaben für Haushalte in FR, IE, MT, NO nicht verfügbar; für Unternehmen in FR, MT, PT, IS.

Tabelle 1: Anteil der Unternehmen mit Internetzugang und Breitbandanschluss 2005 (in %)

		EU25	EU15	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK	IS	NO
Alle Unternehmen	Breitband	63	65	78	52	82	62	67	44	76	:	48	57	40	48	57	64	48	:	71	61	43	:	74	48	81	83	65	:	78
	Internet	91	92	95	92	97	94	90	92	90	:	92	92	85	75	86	92	78	:	91	95	87	:	96	92	98	96	90	:	93
Groß	Breitband	92	93	93	81	97	95	91	77	93	:	86	93	91	73	72	85	83	:	92	94	90	:	96	66	96	98	90	:	98
	Internet	99	99	98	100	100	99	95	100	98	:	100	99	100	98	100	100	99	:	97	100	99	:	100	98	100	100	100	:	100
Mittel	Breitband	79	83	89	65	91	82	79	59	86	:	62	79	60	60	67	77	66	:	84	81	65	:	88	60	90	94	84	:	91
	Internet	98	98	99	98	100	99	96	98	96	:	98	98	99	93	98	98	100	:	96	99	98	:	98	98	99	100	99	:	98
Klein	Breitband	59	61	75	48	80	57	63	41	74	:	43	54	36	45	54	61	43	:	68	56	36	:	69	45	78	80	61	:	76
	Internet	90	91	94	91	97	93	88	90	89	:	90	91	82	71	83	91	74	:	89	94	84	:	95	91	98	95	88	:	92

Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über IKT-Nutzung in Unternehmen
Anmerkung: Angaben für FR, MT, PT, IS nicht verfügbar

23 % der Haushalte haben einen Breitbandanschluss

Breitbandanschlüsse sind mit 63 % in Island am weitesten verbreitet, es folgen die Niederlande mit 54 % und Dänemark mit 51 % (Tabelle 2). Fast die Hälfte der europäischen Haushalte hat einen Internetzugang und 23 % einen Breitbandanschluss.

Es ist festzustellen, dass die Internet-Anschlussdichte in ländlichen Gebieten niedriger ist (40 %) als in den dicht besiedelten städtischen Zonen (52 %).

Tabelle 2: Anteil der Haushalte mit Breitbandanschluss nach Verstärkerungsgrad 2005 (in %)

		EU25	EU15	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK	IS	NO
Alle	Breitband	23	25	41	5	51	23	30	1	21	:	:	13	4	13	12	39	11	:	54	23	16	20	19	7	36	40	32	63	:
	Internet	48	53	50	19	75	62	39	22	36	:	:	39	32	42	16	77	22	:	78	47	30	31	48	23	54	73	60	84	:
Dicht	Breitband	27	28	40	7	59	25	37	1	26	:	:	16	7	19	20	38	19	:	57	30	26	27	28	15	43	45	34	:	:
	Internet	52	55	49	22	80	62	45	29	42	:	:	41	40	50	25	68	32	:	80	49	40	36	53	33	59	67	58	:	:
Mittel	Breitband	23	25	44	5	52	24	u	3	20	:	:	13	3	11	:	42	11	:	53	24	15	16	u	:	42	49	34	69	:
	Internet	49	53	54	18	74	61	u	15	34	:	:	38	39	59	:	83	22	:	78	48	31	30	50	:	56	83	64	86	:
Gering	Breitband	15	19	29	3	42	15	22	0	10	:	:	6	1	7	6	36	5	:	49	15	5	11	13	4	30	36	22	54	:
	Internet	40	49	41	17	70	62	32	16	23	:	:	34	16	34	9	81	14	:	75	44	19	23	45	19	51	72	67	82	:

Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über IKT-Nutzung in Haushalten

Anmerkung: Angaben für FR, IE, MT, NO nicht verfügbar

u = Angabe unzuverlässig

Zwischen der regelmäßigen Internetnutzung von Studenten und jener von Arbeitslosen zeigt sich ein Unterschied von 46 Prozentpunkten

2005 haben 43 % der Privatpersonen durchschnittlich mindestens ein Mal pro Woche auf das Internet zugegriffen. Der gleiche Prozentsatz hat angegeben, das Internet nie genutzt zu haben (Tabelle 3)

In den EU-15-Ländern gibt es mehr Personen, die das Internet regelmäßig nutzen, als solche, die es nach eigenen Angaben noch nie genutzt haben. In den neuen Mitgliedstaaten ist dies nur für die Slowakei und Estland der Fall. In den anderen neuen Ländern sind die Personen, die noch nie auf das Internet zugegriffen haben, zahlreicher als die regelmäßigen Nutzer. Dies gilt auch für Griechenland, Spanien, Italien und Portugal.

Betrachtet man die regelmäßige Nutzung des Internets in der EU-25 nach Berufen, so zeigt sich, dass Studenten den

größten Anteil der regelmäßigen Internetnutzer stellen. Hingegen geben 48 % der Arbeitslosen an, nie auf das Internet zuzugreifen. Am öftesten nutzen Arbeitslose in den Niederlanden (87 %) regelmäßig das Internet, gefolgt von Schweden (80 %). Diese beiden Länder liegen weit über dem Durchschnitt der Mitgliedstaaten, der 32 % beträgt.

Die Aufschlüsselung der regelmäßigen Internetnutzer nach Geschlecht ergibt einen Unterschied von elf Prozentpunkten zwischen Männern und Frauen. In Ungarn, Lettland und Litauen ist dieser Abstand mit nur einem Prozentpunkt deutlich geringer. Insgesamt haben 47 % der Frauen und 39 % der Männer noch nie das Internet genutzt. In Ungarn und Finnland wurden für Frauen und Männer die gleichen Quoten verzeichnet.

Tabelle 3: Regelmäßige Internetnutzung nach Geschlecht und Berufstätigkeit 2005 – EU-25*

	EU25	EU15	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK	IS	NO		
Benutzen das Internet mindestens ein Mal in der Woche																															
Insgesamt	43	46	53	26	73	54	54	18	35	:	:	28	26	36	30	63	34	:	74	49	29	28	40	43	62	76	54	81	:		
Männer	49	52	58	29	75	62	57	22	40	:	:	34	28	37	30	76	34	:	79	54	31	31	42	47	64	80	61	82	:		
Frauen	38	41	48	23	71	47	51	15	30	:	:	23	24	36	29	51	33	:	68	43	28	25	39	39	60	72	47	79	:		
StudentInnen	79	81	88	63	95	88	95	48	77	:	:	66	64	81	85	87	71	:	97	91	74	88	u	79	79	95	86	98	:		
Erwerbstätige	55	59	65	33	81	64	63	28	46	:	:	39	30	46	38	73	44	:	85	61	38	34	54	49	76	84	64	85	:		
Selbständige/ mithelfende Familienangehörige	47	51	69	u	74	73	u	20	39	:	:	38	22	22	16	66	49	:	83	59	24	23	u	63	67	79	61	80	:		
Arbeitslose	32	38	39	12	68	45	u	14	27	:	:	23	29	15	7	45	22	:	87	39	12	15	u	26	37	80	u	66	:		
Haben das Internet noch nie benutzt																															
Insgesamt	43	40	39	63	14	29	36	73	50	:	:	62	64	51	61	29	60	:	18	40	58	63	48	42	23	12	28	11	:		
Männer	39	36	35	60	13	24	33	71	45	:	:	56	62	50	61	17	60	:	14	35	56	59	45	38	23	10	26	9	:		
Frauen	47	44	43	65	16	33	38	75	54	:	:	67	66	52	62	40	60	:	22	45	59	66	50	45	23	13	31	12	:		
StudentInnen	7	7	6	17	1	u	u	31	4	:	:	19	17	3	4	4	20	:	1	3	7	4	u	2	0	1	u	0	:		
Erwerbstätige	29	26	25	54	7	17	25	59	35	:	:	49	59	39	51	20	48	:	7	25	46	54	31	35	12	6	18	6	:		
Selbständige/ mithelfende Familienangehörige	41	38	24	u	15	14	27	74	48	:	:	52	70	65	77	22	47	:	9	32	66	68	u	20	21	11	23	9	:		
Arbeitslose	48	41	48	75	14	28	48	72	49	:	:	64	55	72	82	45	69	:	8	45	69	70	u	53	32	8	u	21	:		

Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über IKT-Nutzung durch Privatpersonen

Anmerkung: Angaben für FR, IE, MT, NO nicht verfügbar

* Anteil in Prozent der Gesamtbevölkerung

u = Angabe unzuverlässig

Die Unternehmen nutzen das Internet mehr für den Einkauf als für den Verkauf von Gütern

Online-Bestellungen sind im Allgemeinen häufiger als Online-Verkäufe (Tabelle 4). 2004 haben 36 % der Unternehmen das Internet zur Bestellung von Waren und Dienstleistungen genutzt. Am öftesten haben finnische, schwedische und dänische Unternehmen auf diese Weise Bestellungen aufgegeben. Die über Internet eingegangenen Bestellungen

beliefen sich auf 11 %. Außer in der Tschechischen Republik verzeichneten die Unternehmen der neuen Mitgliedstaaten bei den Einkäufen, den Verkäufen und den insgesamt über Internet abgewickelten Verkäufen im Verhältnis zu ihrem Gesamtumsatz Werte unter dem EU-Durchschnitt.

Tabelle 4: Elektronischer Geschäftsverkehr der Unternehmen über Internet in 2004 (in %)

	Alle Unternehmen			Großunternehmen			Mittlere Unternehmen			Kleinunternehmen		
	Einkauf	Verkauf	Internet- verkäufe als Prozentsatz des Gesamt- umsatzes	Einkauf	Verkauf	Internet- verkäufe als Prozentsatz des Gesamt- umsatzes	Einkauf	Verkauf	Internet- verkäufe als Prozentsatz des Gesamt- umsatzes	Einkauf	Verkauf	Internet- verkäufe als Prozentsatz des Gesamt- umsatzes
EU25	36	11	2.5	54	21	3.5	45	14	2.0	34	10	1.0
EU15	39	12	2.7	59	23	3.6	49	16	2.1	37	11	1.3
BE	52	12	2.1	70	23	1.8	60	15	2.7	50	11	2.1
CZ	37	15	3.1	45	16	3.8	46	18	3.4	35	15	1.6
DK	64	35	u	84	45	u	74	34	u	61	34	u
DE	54	17	3.0	64	27	3.5	61	20	2.7	52	16	1.6
EE	23	7	0.9	43	17	1.7	29	9	0.9	22	6	0.8
EL	14	6	1.6	25	10	2.5	19	8	2.9	13	6	0.4
ES	10	2	0.5	19	8	0.7	13	3	0.4	9	2	0.2
FR	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
IE	53	22	9.6	76	32	10.5	64	30	8.3	50	20	8.8
IT	19	3	0.7	39	10	1.2	31	5	0.5	18	3	0.3
CY	27	4	0.2	43	27	0.6	43	15	0.5	24	2	0.1
LV	7	2	0.6	17	3	c	9	3	0.7	7	2	0.7
LT	15	6	1.8	21	7	1.0	18	6	1.3	14	6	3.4
LU	40	u	:	57	u	:	44	u	:	38	u	:
HU	5	5	1.0	7	7	0.8	7	5	0.8	5	5	1.9
MT	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
NL	35	21	:	56	31	:	45	24	:	33	21	:
AT	39	13	1.0	61	22	0.9	47	15	0.9	37	12	1.1
PL	17	4	1.5	31	8	1.7	24	6	1.6	15	4	1.0
PT	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
SI	26	9	u	30	18	1.2	24	9	0.9	26	8	u
SK	22	7	0.0	23	6	0.0	25	7	0.0	22	6	0.1
FI	75	18	4.7	85	29	u	84	22	u	73	17	u
SE	67	22	u	87	37	u	81	24	c	64	22	c
UK	54	15	4.0	69	27	5.2	62	20	2.7	52	13	1.7
IS	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
NO	57	20	3.7	78	31	2.7	71	23	5.3	55	19	3.5

Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über IKT-Nutzung und elektronischen Geschäftsverkehr in Unternehmen

Anmerkung: Angaben für FR, MT, PT, IS nicht verfügbar

u = Angabe unzuverlässig; c = Angabe vertraulich

62 % der Unternehmen sind im Internet präsent, hauptsächlich zur Vermarktung ihrer Produkte

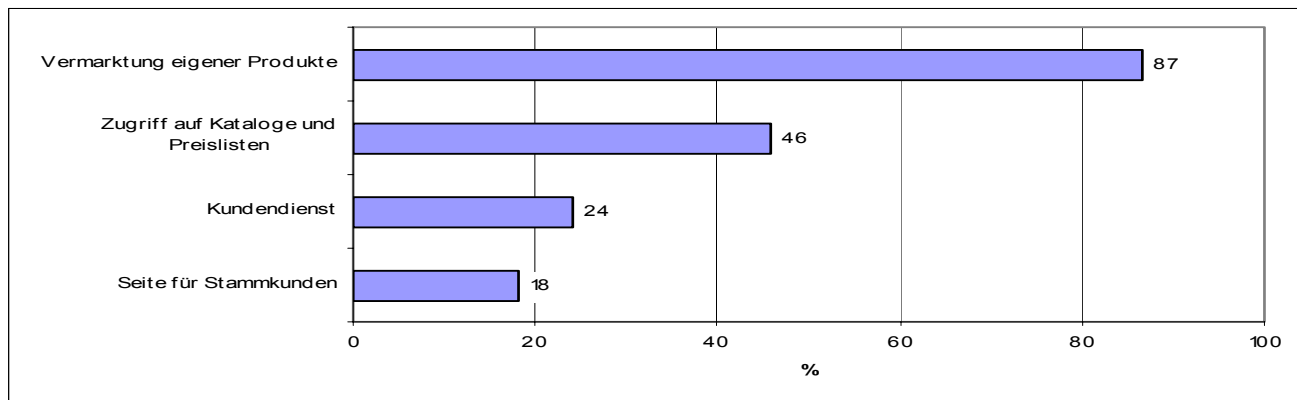
Im Januar 2005 hatten in den 25 Ländern der EU 62 % der Unternehmen einen Internetzugang und eine eigene Website. Diese Firmen können so über sich und ihr Angebot informieren, die verfügbaren Waren und Dienstleistungen samt Preisen auflisten bzw. einen Katalog davon bereitstellen oder einen Kundendienst anbieten. Der Webauftritt ermöglicht auch die Vermarktung der eigenen Produkte und die Bereitstellung einer Seite für Stammkunden. Die Länder mit der höchsten Internetpräsenz sind Schweden und Dänemark. Hingegen besitzen in Lettland nur 29 % der Unternehmen eine Website, in Ungarn 40 % und in Litauen 41 % (Tabelle 5).

Die meisten Unternehmen mit eigener Website nutzen diese hauptsächlich für die Vermarktung ihrer Produkte. Etwas weniger als die Hälfte stellen Kataloge mit ihren Waren und Dienstleistungen und deren Preisen bereit. Ein Viertel bietet seinen Kundendienst über Internet an (Schaubild 3 und Tabelle 6).

In den verschiedenen Wirtschaftszweigen wird die IKT unterschiedlich stark genutzt. Der Anteil der Firmen mit eigener Internetsite ist in den Bereichen „Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen, Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen“ (NACE K), „Hotels, Gasthöfe und Pensionen sowie sonstige Beherbergungsstätten“ (NACE H 55.1-55.2) und „Film- und Videofilmherstellung, -verleih und -vertrieb; Kinos sowie Rundfunkveranstalter, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen“ (NACE O 92.1-92.2) höher als in den Sektoren „Verkehr und Nachrichtenübermittlung“ (NACE I), „Handel“ (NACE G), „Bau“ (NACE F) und „Herstellung von Waren“ (NACE D).

Wie zu erwarten, ist der Anteil der Unternehmen mit eigener Internetsite in der Film-, Video-, Rundfunk- und Fernsehbranche sowie bei Beherbergungsbetrieben am höchsten. Am wenigsten eigene Internetsites werden im Bausektor betrieben.

Schaubild 3 – Über das Internet angebotene Dienste *



Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über IKT-Nutzung und elektronischen Geschäftsverkehr in Unternehmen

Anmerkung: Angaben für FR, MT, PT nicht verfügbar

* als Prozentanteil der Unternehmen mit eigener Internetsite

Tabelle 5: Anteil der Unternehmen mit eigener Internetsite nach NACE-Abteilung 2005 (in %)

	EU25	EU15	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK	IS	NO
Insgesamt	62	64	65	67	82	72	53	56	43	:	60	54	44	29	41	59	40	:	72	70	49	:	59	61	76	85	74	:	67
D	63	66	69	66	u	72	53	55	47	:	67	59	35	26	40	54	40	:	76	73	52	:	62	59	86	86	78	:	76
F	46	47	54	62	66	58	39	42	24	:	40	34	30	20	39	50	33	:	62	57	39	:	37	38	53	69	67	:	61
G	62	65	65	65	u	72	54	55	49	:	46	56	33	28	39	56	38	:	70	70	44	:	64	61	76	88	68	:	57
H*	90	91	97	88	u	91	91	80	81	:	77	92	83	65	80	66	68	:	88	94	75	:	90	88	97	91	100	:	83
I	54	55	47	59	u	55	49	45	46	:	67	43	57	26	33	56	40	:	62	59	55	:	u	57	57	73	65	:	62
K	70	71	74	76	u	75	59	61	51	:	73	50	76	44	52	77	46	:	80	76	60	:	64	84	83	94	77	:	82
O*	94	94	84	89	u	96	85	79	71	:	70	69	56	42	71	100	59	:	95	99	86	:	u	84	98	94	100	:	76

Tabelle 6: Über das Internet angebotene Dienste nach NACE-Abteilung 2005 (in %)*

	EU25	EU15	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK	IS	NO		
Vermarktung eigener Produkte																															
Insgesamt	87	88	94	96	94	89	88	96	87	:	83	95	97	91	79	56	u	:	68	83	89	:	98	42	89	93	:	:	98		
D	89	91	96	97	u	92	91	98	83	:	84	96	96	92	79	56	u	:	74	83	92	:	98	45	92	94	:	:	98		
F	83	85	93	96	87	88	79	94	91	:	71	94	100	93	77	57	u	:	42	82	85	:	99	36	87	91	:	:	97		
G	84	86	93	96	u	84	90	95	83	:	80	95	97	91	82	61	u	:	75	83	87	:	100	47	86	92	:	:	97		
H*	95	96	98	97	u	96	96	100	97	:	89	98	99	96	79	92	u	:	83	91	95	:	100	60	100	98	:	:	100		
I	86	87	90	93	u	89	87	95	92	:	80	95	99	86	72	54	u	:	61	80	91	:	u	41	87	88	:	:	95		
K	85	88	92	95	u	90	82	95	91	:	84	93	94	88	80	45	u	:	67	84	88	:	95	33	88	97	:	:	99		
O*	88	89	85	92	u	88	72	94	90	:	82	96	100	83	79	79	u	:	83	96	90	:	u	46	90	97	:	:	100		
Einfacher Zugang zu Katalogen und Preislisten																															
Insgesamt	46	44	35	49	44	40	49	41	53	:	40	42	43	52	55	38	u	:	70	36	58	:	50	48	37	42	:	:	44		
D	50	48	38	50	u	45	50	38	61	:	42	44	40	58	52	42	u	:	76	35	67	:	u	54	35	44	:	:	47		
F	24	22	11	23	14	19	30	26	31	:	16	14	46	37	49	25	u	:	45	18	34	:	31	38	u	16	:	:	17		
G	55	53	45	62	u	48	57	45	60	:	50	47	45	55	65	56	u	:	78	50	63	:	u	60	49	55	:	:	59		
H*	71	72	67	69	u	59	85	52	78	:	45	90	55	84	68	77	u	:	93	71	80	:	u	52	89	82	:	:	64		
I	40	38	28	44	u	38	45	44	37	:	31	30	42	46	51	38	u	:	63	28	48	:	50	33	42	39	:	:	44		
K	36	34	26	42	u	27	37	34	45	:	32	21	31	44	45	25	u	:	69	26	41	:	u	29	30	33	:	:	34		
O*	47	47	53	69	u	47	45	39	49	:	42	40	51	50	67	53	u	:	83	27	54	:	u	98	u	u	:	:	62		
Kundendienst																															
Insgesamt	24	26	15	26	31	43	14	11	10	:	18	12	13	7	5	16	u	:	15	10	7	:	22	15	24	24	:	:	25		
D	16	18	12	19	u	30	9	7	7	:	17	10	3	6	4	14	u	:	15	9	4	:	14	7	u	20	:	:	26		
F	18	20	6	17	19	39	5	8	5	:	3	6	11	5	7	15	u	:	5	2	2	:	7	9	u	13	:	:	10		
G	29	31	20	33	u	51	16	14	14	:	18	19	20	11	5	19	u	:	17	15	11	:	u	17	u	30	:	:	29		
H*	24	25	4	29	u	48	23	9	7	:	9	12	9	6	5	3	u	:	13	9	3	:	17	7	40	15	:	:	29		
I	29	31	16	32	u	58	20	9	12	:	30	12	23	8	2	17	u	:	17	4	5	:	37	10	26	14	:	:	25		
K	30	32	16	34	u	48	20	19	13	:	21	15	14	5	4	16	u	:	18	11	9	:	u	29	27	32	:	:	28		
O*	47	47	25	26	u	52	17	7	6	:	2	8	7	0	4	26	u	:	19	0	4	:	5	0	u	26	:	:	31		
Spezielle Seite für Stammkunden																															
Insgesamt	18	18	18	13	22	16	13	10	19	:	12	24	15	21	44	19	u	:	14	20	21	:	20	37	9	19	:	:	16		
D	16	16	14	11	u	13	11	10	16	:	11	22	9	18	40	20	u	:	10	16	20	:	17	26	u	17	:	:	11		
F	10	9	7	14	20	4	4	1	11	:	7	18	5	17	43	19	u	:	4	17	13	:	5	39	u	5	:	:	6		
G	20	19	20	15	u	16	17	8	21	:	12	27	13	19	46	17	u	:	19	24	24	:	25	35	u	19	:	:	21		
H*	19	19	45	19	u	9	14	9	26	:	14	31	16	12	63	31	u	:	17	11	21	:	9	42	u	23	:	:	24		
I	21	21	33	12	u	18	16	16	27	:	16	27	23	33	58	25	u	:	15	17	25	:	23	29	u	18	:	:	21		
K	22	22	19	16	u	22	15	17	21	:	15	28	24	23	34	17	u	:	15	26	21	:	u	58	u	26	:	:	19		
O*	28	28	22	19	u	28	17	17	17	:	8	34	22	25	75	47	u	:	18	19	25	:	5	32	u	30	:	:	3		

Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über IKT-Nutzung und elektronischen Geschäftsverkehr in Unternehmen

Anmerkung: Angaben für FR, MT, PT, IS nicht verfügbar

* als Prozentanteil der Unternehmen mit eigener Internetsite

** nur H 55.1 und H 55.2 - Hotels, Gasthöfe und Pensionen sowie sonstige Beherbergungsstätten; nur O 92.1 und 92.2 - Film- und

Videofilmherstellung, -verleih und -vertrieb; Kinos sowie Rundfunkveranstalter, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen

u = Angabe unzuverlässig

Privatpersonen kaufen über Internet am öftesten Reisen und Bücher

23 % der der Privatpersonen haben 2005 in den vergangenen zwölf Monaten Online-Bestellungen aufgegeben. Am öftesten wird das Internet benutzt, um Bücher zu kaufen und Reisen zu organisieren. (Tabelle 7). Etwa 8 % gaben an, Bücher gekauft zu haben und fast ebenso viele, über Internet Reisen vorbereitet zu haben. Außerdem wurden über Internet oft Kleidung, Sportartikel, Filme und Musik gekauft.

In Schaubild 4 und Tabelle 8 sind die vier am öftesten über Internet gekauften Waren und Dienstleistungen

nach Altersklasse der Käufer aufgeschlüsselt. Die 16 bis 24-jährigen nutzen zwar das Internet am häufigsten (84 %), den höchsten Anteil an Online-Einkäufen weist aber die Gruppe der 25 bis 55-jährigen auf. Junge Menschen interessieren sich vor allem für Musik, Filme und Kleidung. Die mittlere Altersgruppe gibt die meisten Bestellungen auf, sie interessiert sich für Bücher und Reisen. Die 55 bis 74-jährigen greifen am seltensten auf das Internet zu (25 %), geben aber auch Bestellungen auf, hauptsächlich für Reisen und Beherbergung.

Tabelle 7: Am öftesten von Privatpersonen über Internet gekaufte Waren und Dienstleistungen 2005 (in %)*

	EU25	EU15	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK	IS	NO
% der Personen, die in den letzten 12 Monaten gekauft haben	23.1	27.2	16.3	5.5	48.0	42.4	6.8	2.5	11.7	:	:	5.9	5.1	4.8	2.2	39.0	8.1	:	:	25.3	6.9	5.8	u	9.0	38.0	50.3	44.1	44.0	:
Bücher/Zeitschriften/elektron. Lernen	7.9	9.3	:	1.6	10.9	16.9	2.3	0.8	1.9	:	:	1.6	2.0	0.7	0.8	24.1	3.0	:	:	10.0	2.9	1.9	u	2.6	8.5	12.2	14.4	16.1	:
Reisen und Beherbergung im Urlaub	7.8	9.7	:	0.7	17.7	10.0	2.2	0.4	4.9	:	:	2.0	1.3	0.8	0.4	16.7	1.7	:	:	3.4	0.6	0.9	u	1.7	10.0	16.3	23.5	31.1	:
Kleidung/Sportartikel	7.5	9.1	:	1.1	13.7	16.9	2.4	0.4	1.0	:	:	1.0	1.0	0.6	0.2	10.3	1.2	:	:	7.4	1.6	1.1	u	2.9	10.5	12.8	14.8	8.7	:
Filme/Musik	7.4	9.0	:	0.5	11.3	11.1	u	0.4	1.5	:	:	1.1	1.2	1.0	0.5	15.5	1.6	:	:	4.9	1.4	1.5	u	1.1	6.8	12.7	23.4	12.3	:
Tickets	5.6	6.9	:	4.6	11.2	u	0.3	:	:	:	:	0.5	0.4	0.8	0.1	7.7	0.7	:	:	4.1	1.0	u	u	1.6	4.7	3.0	11.2	8.7	:
Haushaltswaren	5.5	6.8	:	1.0	16.8	7.6	2.8	0.2	3.1	:	:	0.9	0.1	0.6	0.5	12.4	1.6	:	:	3.9	0.6	1.4	u	0.8	8.5	9.1	15.9	11.0	:
Elektronische Geräte	4.6	5.4	:	2.1	8.6	8.6	u	0.3	1.2	:	:	1.0	0.9	1.4	0.1	7.3	0.9	:	:	4.4	1.6	1.1	u	1.0	4.4	7.3	10.2	4.8	:
Computer-Software	4.2	5.0	:	0.4	8.5	7.3	u	0.2	1.2	:	:	1.0	1.1	0.5	0.4	8.6	1.4	:	:	2.7	1.2	1.1	u	1.1	3.9	3.8	10.9	8.5	:
Computer-Hardware	3.5	4.2	:	0.3	10.3	5.8	u	0.6	1.2	:	:	0.8	0.7	0.4	0.2	5.9	0.8	:	:	2.2	1.3	0.9	u	0.6	5.9	5.5	8.3	4.4	:
Nahrungs- bzw. Lebensmittel	2.3	2.8	:	0.2	3.3	2.5	u	0.0	1.0	:	:	0.4	0.3	0.1	0.1	3.1	0.5	:	:	1.8	1.2	u	u	0.2	u	0.7	8.7	2.2	:
Aktien/Finanzdienstleistungen/Versicherungen	2.2	2.8	:	u	2.4	2.0	u	0.1	0.6	:	:	0.5	0.4	0.1	0.1	2.6	0.4	:	:	0.5	0.3	0.7	u	0.2	2.4	2.7	9.3	3.1	:

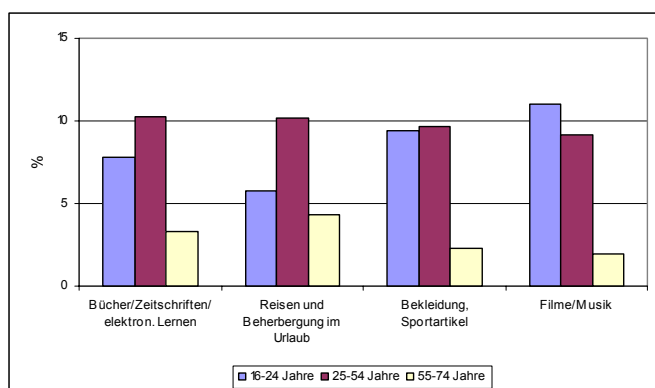
Quelle: Eurostat, Gemeinschaftserhebung über IKT-Nutzung und elektronischen Geschäftsverkehr in Unternehmen

Anmerkung: Angaben für FR, IE, MT, NL, NO nicht verfügbar

* Anteil in Prozent der Gesamtbevölkerung

u = Angabe unzuverlässig

Schaubild 4 – Die vier am öftesten über Internet gekauften Waren und Dienstleistungen nach Altersgruppe, EU-25 *



* Anteil in Prozent der Gesamtbevölkerung

Tabelle 8 – Online-Käufe von Privatpersonen nach Altersgruppe EU-25 *

	Insgesamt	16-24 Jahre	25-54 Jahre	55-74 Jahre
Einzelpersonen, die das Internet in den letzten 12 Monaten genutzt haben	54.5	83.7	61.7	24.9
Einzelpersonen, die in den letzten 12 Monaten über Internet eingekauft haben	23.1	28.0	28.4	9.9
Bücher/Zeitschriften/elektron. Lernen	7.9	7.8	10.2	3.3
Reisen und Beherbergung im Urlaub	7.8	5.8	10.1	4.3
Bekleidung, Sportartikel	7.5	9.4	9.7	2.3
Filme/Musik	7.4	11.0	9.2	1.9
Tickets	5.6	2.7	7.9	2.6
Haushaltswaren	5.5	6.1	7.0	2.3
Elektronische Geräte	4.6	5.2	5.8	1.9
Computer-Software	4.2	4.5	5.1	2.2
Computer-Hardware	3.5	4.3	4.2	1.6
Nahrungs- bzw. Lebensmittel	2.3	1.8	3.1	1.1
Aktien/Finanzdienstleistungen/Versicherungen	2.2	1.6	3.1	0.8

* Anteil in Prozent der Gesamtbevölkerung

➤ WISSENSWERTES ZUR METHODIK

ABKÜRZUNGEN

EU oder EU-25 (Europäische Union, mit 25 Mitgliedstaaten); 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); BG (Bulgarien), RO (Rumänien), TR (Türkei); IS (Island), NO (Norwegen).

ZEICHEN

„.“ Angabe nicht verfügbar
„u“ Angabe unzuverlässig
„c“ Angabe vertraulich

Die mit „u“ (unzuverlässig) bezeichneten einzelstaatlichen Angaben sind in den EU-Aggregaten enthalten, die mit „c“ (vertraulich) bezeichneten nicht.

GEMEINSCHAFTSERHEBUNG ÜBER DIE IKT-NUTZUNG VON HAUSHALTEN UND PRIVATPERSONEN (2005)

Bezugszeitraum: Erstes Quartal 2005.

2005 wurden nach den verfügbaren Angaben in den Ländern, die Daten bereitgestellt haben, insgesamt 116 580 Haushalte und 173 470 Einzelpersonen befragt.

Erfassungsbereich (Einzelpersonen): Personen von 16 bis 74 Jahren.

Erfassungsbereich (Haushalte): Haushalte mit mindestens einem Mitglied zwischen 16 und 74 Jahren.

Gewichtung: Die Ergebnisse wurden nach der Anzahl der Haushalte oder Einzelpersonen gewichtet.

Anmerkungen:

2004:

Luxemburg – In den Breitbandanschlüssen sind auch die drahtlosen Anschlüsse enthalten.

2005:

Zypern – Zugang der Haushalte zum Internet – Unterschiedliche Definitionen 2004 und 2005. 2005: Internetzugang mindestens ein Mal im ersten Quartal 2005.

Finnland – Kauf elektronischer Geräte durch Privatpersonen – schließt auch Haushaltsgeräte ein.

Niederlande – Haushalte mit Breitbandanschluss – Klarstellung der Frage gegenüber 2004.

Polen - Verstädterungsgrad - hoch: Stadtgebiete mit über 100 000 Einwohnern; mittel: Stadtgebiete mit weniger als 100 000 Einwohnern; gering: ländliche Gebiete.

Vereinigtes Königreich – für 10 % aller Angaben ist der Verstädterungsgrad unbestimmt.

DATUM DER DATENEXTRAKTION:

10. Januar 2006.

GEMEINSCHAFTSERHEBUNGEN ÜBER IKT-NUTZUNG UND ELEKTRONISCHEN GESCHÄFTSVERKEHR IN UNTERNEHMEN (2005)

Bezugszeitraum: Januar 2005 und/oder Jahr 2004. Die Fragen zum elektronischen Geschäftsverkehr beziehen sich auf 2004.

2005 wurden nach den verfügbaren Angaben in den Ländern, die Daten bereitgestellt haben, insgesamt 111 740 Unternehmen befragt

Erfassungsbereich: Unternehmen mit 10 oder mehr Beschäftigten in ausgewählten Wirtschaftszweigen (siehe unten).

Erfasste Wirtschaftszweige: Unternehmen aus folgenden Kategorien der NACE Rev. 1.1 :

Abschnitt D - Herstellung von Waren

Abschnitt F - Bau

Abschnitt G - Handel

Abschnitt H - (nur Klassen 55.1 und 55.2) - Hotels, Gasthöfe und Pensionen sowie sonstige Beherbergungsstätten

Abschnitt I - Verkehr und Nachrichtenübermittlung

Abschnitt K - Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen, Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen

Abschnitt O - (nur die Klassen 92.1 und 92.2) - Film- und Videofilmherstellung, -verleih und -vertrieb; Kinos sowie Rundfunkveranstalter, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen

Die vollständige NACE kann über den RAMON-Server (Eurostat-Nomenklaturen) abgefragt werden:

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

Aufschlüsselung nach Größenklasse:

Kleinunternehmen – 10 bis 49 Beschäftigte;

Mittlere Unternehmen – 50 bis 249 Beschäftigte;

Großunternehmen - 250 und mehr Beschäftigte.

Anmerkungen:

2004:

Vereinigtes Königreich - In den Breitbandanschlüssen sind auch die drahtlosen Anschlüsse enthalten.

2005 :

Estland, Vereinigtes Königreich - O 92.1 und 92.2: Der gesamte Abschnitt O der NACE wurde erfasst.

DATUM DER DATENEXTRAKTION:

10. Januar 2006.

Die vorliegende Veröffentlichung wurde von Martina Pitonakova erstellt

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.

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
