

Dipl.-Verwaltungswissenschaftlerin Sabine Mohr

Informations- und Kommunikationstechnologien in privaten Haushalten

Ergebnisse der Erhebung 2006

Seit 2002 beteiligt sich die deutsche amtliche Statistik an den europäischen Erhebungen zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) in Unternehmen und in privaten Haushalten. Beide Erhebungen stehen im Zeichen der Initiative „i2010: Informationsgesellschaft 2010“ der Europäischen Kommission. Als Nachfolgeprogramm des Aktionsplans „eEurope 2005“ wird mit dieser Initiative das Ziel verfolgt, den Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechnologien zu fördern, um damit wichtige Impulse für Wachstum und Beschäftigung in Europa zu geben. Die Ergebnisse der IKT-Erhebungen dienen zur Evaluation dieser Aktionspläne und zur Durchführung eines gemeinsamen Benchmarkings. Die Erhebungen werden in allen Mitgliedstaaten der Europäischen Union (EU) als methodisch harmonisierte Befragungen durchgeführt. Somit stehen EU-weit amtliche Zahlen zur Verfügung, welche dazu dienen, die Entwicklung der Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien in Unternehmen und in privaten Haushalten aufzuzeigen.

Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich mit der Erhebung zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien in privaten Haushalten. Diese Befragung wird vom Statistischen Bundesamt in Kooperation mit den Statistischen Ämtern der Länder sowie mit Unterstützung des Statistischen Amtes der Europäischen Gemeinschaften (Eurostat) durchgeführt. Die Erhebung liefert einen Überblick über den Ausstattungsstandard und die Nutzung von modernen Informations- und Kommunikationstechnologien in privaten Haushalten. Neben Informationen über die Verbreitung der Computer-

und Internetnutzung befasst sich die Studie mit verschiedenen Nutzungsaspekten moderner Informationstechnologien, wie etwa E-Government oder E-Commerce. Zusätzlich werden Informationen zu den Fähigkeiten und Kenntnissen im Umgang mit Computern und Internet ermittelt.

Der Beitrag stellt ausgewählte Ergebnisse der Erhebung 2006 vor. Dabei wird insbesondere auf die Frage nach Nutzungsunterschieden zwischen einzelnen Bevölkerungsgruppen eingegangen und versucht, Entwicklungstendenzen der letzten Jahre aufzuzeigen. Zudem wird die Situation Deutschlands im europäischen Vergleich dargestellt. Einleitend skizziert der Beitrag das methodische Konzept der Erhebung und informiert über die Rechtsgrundlagen auf nationaler und europäischer Ebene.

Rechtsgrundlagen und Methode der Erhebung

In einer ersten Phase von 2002 bis 2005 wurde die Erhebung über die Nutzung von IKT in privaten Haushalten als Pilotstudie durchgeführt. Seit dem Jahr 2006 basiert die Erhebung auf der Verordnung (EG) Nr. 808/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. April 2004. Diese Verordnung verpflichtet die Mitgliedstaaten der Europäischen Union, in den Jahren 2006 bis 2010 jährlich statistische Ergebnisse für die Erstellung von Gemeinschaftsstatistiken über die Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien durch Haushalte und Einzelpersonen zu liefern.¹⁾ Die EG-Verordnung wird jedes Jahr

1) Die Verordnung regelt zusätzlich die Erhebung über die Nutzung von IKT in Unternehmen. Siehe Verordnung (EG) Nr. 808/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. April 2004 über Gemeinschaftsstatistiken zur Informationsgesellschaft (Amtsbl. der EU Nr. L 143, S. 49).

durch eine Durchführungsverordnung ergänzt, in welcher die Erhebungsinhalte der betreffenden Berichtsjahre festgelegt werden.

In Deutschland wird die europäische Rechtsgrundlage durch das Informationsgesellschaftsstatistikgesetz (InfoGesStatG) vom 22. Dezember 2005²⁾ ergänzt. Diese zusätzliche nationale Rechtsgrundlage war notwendig, weil der europäische Rechtsrahmen den vom Bundesstatistikgesetz geforderten Regelungsinhalt nicht vollständig abbildet. Seit dem Jahr 2006 wird die IKT-Befragung in Deutschland auf der Grundlage des InfoGesStatG durchgeführt.

In der Pilotphase von 2002 bis 2005 wurden in Deutschland knapp 5 000 Haushalte befragt. Mit der nationalen Rechtsgrundlage ist der Bruttostichprobenumfang auf 12 000 Haushalte erhöht worden, um die Datenqualität zu verbessern und die Qualitätsanforderungen innerhalb des Europäischen Statistischen Systems zu erfüllen.

Grundgesamtheit der Erhebung sind alle privaten Haushalte in Deutschland (am Hauptwohnsitz) sowie die darin lebenden Personen. Personen in Anstaltshaushalten und ohne festen Wohnsitz bleiben unberücksichtigt. Die Stichprobenhaushalte werden nach einem Quotenverfahren ausgewählt. Im Jahr 2006 wurden als Quotierungsmerkmale für die Aufteilung des Stichprobenumfangs die Merkmale Bundesland, Haushaltstyp, soziale Stellung des Haupteinkommensbeziehers/der Haupteinkommensbezieherin und Haushaltsnettoeinkommen herangezogen.

Die Erhebung wird als schriftliche Befragung durchgeführt und besteht aus zwei Erhebungsteilen. Über einen Haushaltfragebogen werden Informationen zur Ausstattung der Haushalte mit Informations- und Kommunikationstechnologien erhoben. Um ein genaues Bild über die Nutzungsgewohnheiten der Einzelpersonen in den Haushalten ermitteln zu können, erhält jede im Haushalt lebende Person ab 10 Jahren einen Personenfragebogen mit Fragen zur ihrer Computer- und Internetnutzung. Die Teilnahme an der Befragung ist freiwillig. Im Jahr 2006 nahmen insgesamt 11 511 Haushalte und 24 787 Personen an der Erhebung teil.

Im Folgenden werden ausgewählte Ergebnisse aus der Befragung im Jahr 2006 in Deutschland präsentiert.³⁾ Dies sind die hochgerechneten Ergebnisse für rund 38 Mill. Haushalte und etwa 74 Mill. Personen im Alter von 10 und mehr Jahren. Die Ergebnisse beziehen sich, sofern nicht anders angegeben, auf das erste Vierteljahr 2006. Um die Position Deutschlands im europäischen Vergleich darstellen zu können, werden für zentrale Indikatoren zudem die europäischen Vergleichszahlen präsentiert. Anders als die nationalen Zahlen beziehen sich diese Ergebnisse auf die Bevölkerung zwischen 16 und 74 Jahren und zudem nur auf

die Haushalte, bei denen mindestens ein Haushaltsmitglied zwischen 16 und 74 Jahren alt ist. Aus diesem Grund kann es im Vergleich zu den nationalen Ergebnissen zu leicht abweichenden Zahlen kommen.

Ausstattung privater Haushalte mit modernen Informations- und Kommunikationstechnologien

Die Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien setzt die Ausstattung mit entsprechenden Geräten und Anschlüssen voraus. Im Folgenden wird daher zunächst ein Überblick über die Verbreitung von Informations- und Kommunikationstechnologien in den Haushalten in Deutschland gegeben.

Im Jahr 2006 gab es in 71 % der Haushalte in Deutschland einen stationären und/oder tragbaren Personalcomputer (PC). Stationäre PC (Desktop-PC) waren dabei stärker verbreitet als tragbare PC (Notebooks). 64 % der Haushalte besaßen einen Desktop-PC und 25 % ein Notebook. In insgesamt 18 % dieser Haushalte war sowohl ein stationärer als auch ein tragbarer PC vorhanden.

Neben der PC-Ausstattung ist die Möglichkeit, von zu Hause aus Zugang zum Internet zu erhalten, von besonderer Bedeutung für die Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien. Der Anteil der privaten Haushalte mit einem Internetzugang ist darüber hinaus ein wichtiger Indikator für die Bewertung der politischen Ziele, die in den europäischen und nationalen Strategiepapieren festgelegt worden sind. Nach den Ergebnissen der Erhebung 2006 verfügten 61 % der Haushalte in Deutschland über die notwendige Infrastruktur, um von zu Hause aus ins Internet zu gelangen. Rund die Hälfte (50 %) dieser Haushalte mit Internetzugang (Online-Haushalte) nutzte einen Breitbandanschluss (DSL-Anschluss oder andere Breitbandverbindungen) für den Zugang zum Internet. Dies entspricht 31 % aller Haushalte in Deutschland.

Betrachtet man die Entwicklung der PC-Ausstattung sowie der Verfügbarkeit eines Internetzugangs in privaten Haus-

Tabelle 1: Private Haushalte mit PC oder mit Internetzugang
Prozent

Jahr	PC	Internetzugang
2002	57	43
2003	62	51
2004	66	57
2005	67	58
2006	71	61

2) Gesetz über die Statistik zur Informationsgesellschaft (Informationsgesellschaftsstatistikgesetz – InfoGesStatG) vom 22. Dezember 2005 (BGBl. I S. 3685).

3) Weitere Ergebnisse der Erhebung zur Nutzung von IKT in privaten Haushalten 2006 enthält die Fachserie 15 „Wirtschaftsrechnungen“, Reihe 4 „Private Haushalte in der Informationsgesellschaft – Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)“ (im Erscheinen). Diese kann zusammen mit dem Qualitätsbericht und den Erhebungsunterlagen auf der Homepage des Statistischen Bundesamtes (<http://www.destatis.de>; Thema Wirtschaftsrechnungen und Zeitbudgets) abgerufen werden. Ergebnisse und Erhebungsunterlagen der Erhebungen 2003 bis 2005 sind ebenfalls über diese Seiten verfügbar. Ferner sind bereits mehrere Aufsätze zu dem Thema in dieser Zeitschrift erschienen. Zum Ausstattungsbestand siehe Deckl, S.: „Zur Ausstattung privater Haushalte mit Informations- und Kommunikationstechnologie“ in WiSta 4/2003, S. 354 ff. Zu den Ergebnissen der IKT-Erhebung 2002 siehe Pöttsch, O./Decker, J./Kühnen, C.: „Private Haushalte in der Informationsgesellschaft“ in WiSta 2/2003, S. 94 ff. Zu den Ergebnissen der IKT-Erhebung 2003 siehe Kahle, I./Timm, U./Schäfer, D.: „Internetnutzung in privaten Haushalten“ in WiSta 10/2004, S. 1110 ff. Ergebnisse der Erhebung 2004 siehe Timm, U./Kahle, I.: „E-Government und andere Zwecke der Internetnutzung“ in WiSta 7/2005, S. 717 ff. Zu den Ergebnissen der Erhebung 2005 siehe Kahle, I./Timm, U.: „Internetnutzung und die Aneignung von E-Skills“ in WiSta 7/2006, S. 722 ff.

halten ab 2002, ist ein kontinuierlicher Anstieg beim Ausstattungsgrad mit Informations- und Kommunikationstechnologien zu verzeichnen. Für das Jahr 2006 hat sich der Anteil der Haushalte mit Internetzugang im Vergleich zum Vorjahr um 3 Prozentpunkte erhöht; der Anteil der Haushalte mit einem PC ist von 67 auf 71 % gestiegen.

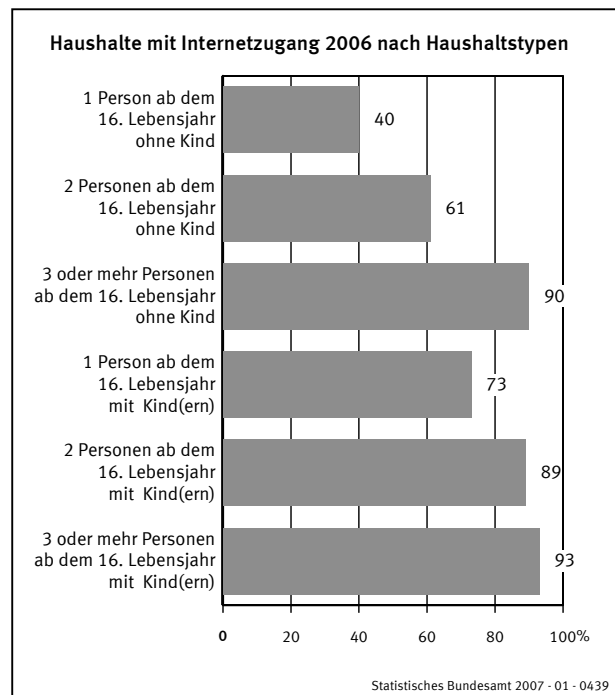
Im europäischen Vergleich, der sich auf Haushalte beschränkt, in denen mindestens ein Mitglied zwischen 16 und 74 Jahren alt ist, zählt Deutschland zu den Ländern mit einem überdurchschnittlich hohen Anteil an Online-Haushalten.⁴⁾ Mit 67 % liegt Deutschland klar über dem europäischen Durchschnitt. Dies gilt sowohl für den Durchschnitt der EU-15-Länder (54 %) als auch für den Durchschnitt der 25 Mitgliedstaaten der Europäischen Union (51 %).⁵⁾ Deutschland steht jedoch deutlich hinter anderen EU-Mitgliedstaaten wie den Niederlanden, wo 80 % der privaten Haushalte einen Zugang zum Internet haben, sowie Dänemark (79 %) und Schweden (77 %).

Tiefer gehende Analysen der Ergebnisse für Deutschland zeigen, dass die Verfügbarkeit eines Internetanschlusses in privaten Haushalten durch unterschiedliche Haushaltsmerkmale begünstigt wird. Deutlich wird dies bei der Differenzierung nach verschiedenen Haushaltstypen. Hier wird die Anzahl der Haushaltsmitglieder berücksichtigt und gleichzeitig zwischen Haushalten mit bzw. ohne Kind(er) unter 16 Jahren unterschieden.

Wie das Schaubild 1 zeigt, haben Haushalte eher einen eigenen Internetzugang, wenn im Haushalt Kinder unter 16 Jahren leben. Ferner wird deutlich: je höher die Anzahl der Haushaltsmitglieder, desto eher verfügten Haushalte über einen eigenen Internetzugang. Nur 40 % der Einpersonenhaushalte waren Online-Haushalte, dagegen hatten 93 % der Haushalte, in denen mehr als drei Erwachsene (ab 16 Jahren) und mindestens ein Kind lebten, einen Internetzugang. Ob ein Haushalt über einen eigenen Internetzugang verfügt, ist auch von der sozialen Stellung der Person mit dem höchsten Einkommen im Haushalt abhängig: So gab es bei den Rentnerhaushalten nur einen sehr niedrigen Anteil an Online-Haushalten (31 %). Ein anderes Bild ergab sich bei Haushalten, in denen die Person mit dem höchsten Einkommen im Berufsleben steht: 84 % der Selbstständigenhaushalte⁶⁾ und 79 % der Arbeitnehmerhaushalte hatten von zu Hause aus einen Zugang zum Internet. Haushalte mit Studierenden oder sonstigen Nichterwerbstätigen als Haupteinkommensbeziehern waren zu 57 % mit einem Internetzugang ausgestattet.

Die Ausstattung mit einem Internetzugang steht ferner in Zusammenhang mit dem Haushaltsnettoeinkommen. Während 89 % der Haushalte mit einem monatlichen Haushalts-

Schaubild 1



nettoeinkommen von mehr als 2 600 Euro Online-Haushalte waren, betrug der Anteil bei Haushalten aus der untersten Einkommensgruppe (unter 1 100 Euro) nur 35 %. In der Einkommensgruppe von 1 100 bis unter 1 700 Euro hatten 50 % und in der Einkommensgruppe von 1 700 bis unter 2 600 Euro 68 % der Haushalte einen Internetzugang.

Dass Haushalte aus Kostenerwägungen keinen Internetzugang von zu Hause aus haben, zeigte auch die Analyse der Gründe für das Fehlen eines Internetzugangs in privaten Haushalten. 31 % der Haushalte ohne eigenen Internetzugang (Offline-Haushalte) führten zu hohe Anschaffungskosten und 29 % zu hohe Nutzungskosten als einen der Beweggründe für den fehlenden Zugang zum Internet auf. Insgesamt wurde damit von 38 % der Offline-Haushalte der Kostenaspekt (für die Anschaffung und/oder die Nutzung) als Hindernis für den eigenen Internetzugang genannt. Allerdings sollten finanzielle Gründe nicht überbewertet werden. Für das Fehlen eines eigenen Internetzugangs gibt es weitere Erklärungen: 33 % der Offline-Haushalte nannten „fehlende Kenntnisse“; 12 % hatten Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes und der Privatsphäre. Der am häufigsten genannte Grund war jedoch, dass Offline-Haushalte keinen Bedarf an einem Internetzugang meldeten (60 %). Zudem gaben 23 % der Offline-Haushalte an, keinen Internetzugang zu haben, weil sie die Möglichkeit nutzten, von anderen Orten auf das Internet zuzugreifen.

4) Die Ergebnisse für andere Länder und für die Europäische Union (die aggregierten EU-15- sowie EU-25-Ergebnisse) wurden der Eurostat Online Datenbank über den EDS Europäischer Datenservice (<http://www.eds-destatis.de>) entnommen. Bei den aggregierten Ergebnissen für die EU-15 bzw. EU-25 sind in der Regel nicht von allen Mitgliedsländern Daten verfügbar. Im EDS sind Werte für die EU-15 bzw. EU-25 nur dann ausgewiesen, wenn die Länder, von denen Daten vorliegen, mindestens 60 % der Bevölkerung und 55 % der Mitgliedstaaten abdecken. Da bei einzelnen Indikatoren und Berichtsjahren für unterschiedliche Länder keine Angaben vorliegen, wird an dieser Stelle auf eine exakte Dokumentation der jeweils einbezogenen Länder verzichtet. Die Angaben für die EU-15 bzw. EU-25 sind daher als Größenordnungen für Niveau und Entwicklung der einzelnen Indikatoren zu verstehen.
 5) Beim EU-15-Durchschnitt sind die Mitgliedstaaten, die am 1. Mai 2004 bzw. am 1. Januar 2007 der Europäischen Union beigetreten sind, nicht enthalten. Beim EU-25-Durchschnitt sind die am 1. Januar 2007 beigetretenen Staaten Bulgarien und Rumänien nicht berücksichtigt.
 6) Zur Gruppe der Selbstständigen zählen Landwirte, freiberuflich Tätige, selbstständige Erwerbstätige sowie mithelfende Familienangehörige.

Computer- und Internetnutzung in Deutschland

Die Ausstattung mit IKT-Gütern bietet einen ersten Anhaltspunkt über die Verbreitung moderner Technologien in privaten Haushalten. Daran schließt sich jedoch eine Reihe weiterer Fragen an. Für welche Zwecke werden diese Technologien – insbesondere das Internet – genutzt? Wie verbreitet ist die Computer- und Internetnutzung innerhalb der Bevölkerung in Deutschland? Welche Unterschiede gibt es beim Vergleich zwischen einzelnen Bevölkerungsgruppen und lassen sich hier Trends über die Jahre hinweg feststellen? Diesen Fragen wird in den folgenden Abschnitten nachgegangen.

Computernutzung

Wie bereits die Auswertungen der Ergebnisse in den vergangenen Jahren gezeigt haben, ist ein beständiger Zuwachs des Anteils der Computernutzer und -nutzerinnen in Deutschland zu beobachten. Mit den Zahlen für das Jahr 2006 setzt sich dieser Trend fort. In Deutschland haben 79% der Personen ab 10 Jahren schon einmal einen Computer für private oder berufliche Zwecke oder für die Schule oder Ausbildung genutzt. Dies entspricht rund 58,7 Mill. Personen. Knapp drei Viertel der Bevölkerung ab 10 Jahren (73%) setzten im ersten Vierteljahr 2006 einen Computer ein. Damit hat sich dieser Anteil im Vergleich zum Vorjahr (70%) um etwa drei Prozentpunkte erhöht. Noch deutlicher ist der Anstieg beim Vergleich mit den Ergebnissen aus dem Jahr 2002. Ausgehend von der Bevölkerung ab 10 Jahren lag der Anteil der Computernutzer und -nutzerinnen im ersten Vierteljahr 2002 nur bei 61%.

Bei der Frage nach dem Zusammenhang zwischen soziodemographischen Charakteristika und der Computernutzung lassen sich als Erstes klare Unterschiede zwischen verschiedenen Altersgruppen feststellen.

Tabelle 2: PC-Nutzung im ersten Vierteljahr 2006 nach Altersgruppen und Geschlecht
Prozent

Alter von ... bis ... Jahren	Insgesamt	Männlich	Weiblich
10 – 15	97	97	98
16 – 24	97	97	98
25 – 34	93	95	92
35 – 44	88	88	88
45 – 54	80	81	78
55 – 64	62	67	56
65 und älter	24	35	16

Jeweils 97% der 10- bis 15-Jährigen wie auch der 16- bis 24-Jährigen haben im ersten Vierteljahr 2006 einen Computer genutzt. Wie aus Tabelle 2 hervorgeht, ist der Anteil der Computernutzer und -nutzerinnen bis zur Altersgruppe der 45- bis 54-Jährigen mit 80% ebenfalls sehr hoch. Auch in der Gruppe der 55- bis 64-Jährigen nutzte weit mehr als die Hälfte (62%) im ersten Vierteljahr 2006 einen Computer. Einen deutlichen Unterschied gibt es aber in der Altersgruppe der Personen ab 65 Jahren. Hier betrug der Anteil der Computernutzer und -nutzerinnen lediglich 24%.

Außer nach dem Alter bestehen auch zwischen Männern und Frauen Unterschiede bei der Computernutzung. Im ersten Vierteljahr 2006 nutzten 68% der Frauen und 77% der Männer einen Computer. Allerdings zeigen die Ergebnisse in Tabelle 2, dass sich nur in den höheren Altersgruppen die Computernutzung in der Untergliederung nach dem Geschlecht stark unterscheidet: Bei den Personen ab 65 Jahren ist der Anteil der Computernutzer mehr als doppelt so hoch wie der Anteil der Computernutzerinnen (35% im Vergleich zu 16%). Innerhalb der jüngeren Altersgruppen gibt es dagegen bei der Computernutzung praktisch keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern.

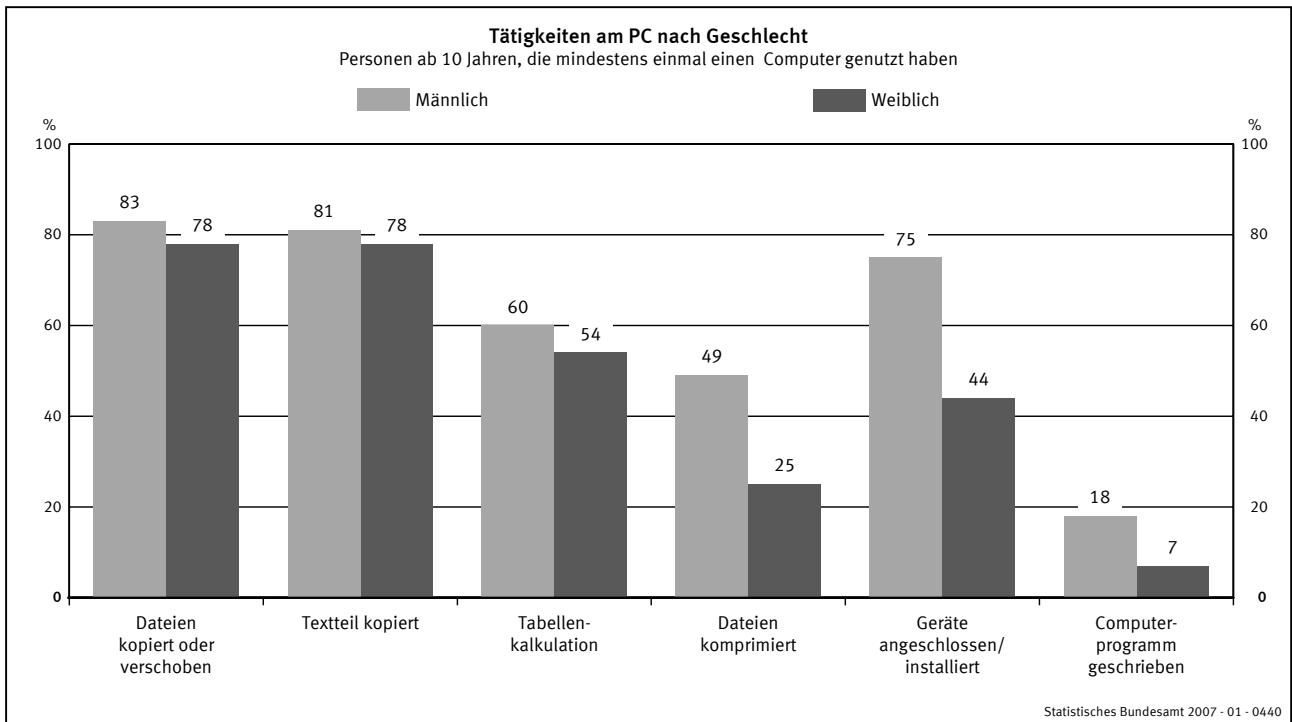
Fertigkeiten und Kenntnisse im Umgang mit dem Computer

Der Einsatz von Computern hat sich heute in vielen Bereichen – sei es in der Schule oder am Arbeitsplatz – etabliert. Daher ist der Erwerb von Kenntnissen im Umgang mit dem Computer unverzichtbar geworden. Von den Personen ab 10 Jahren, die im ersten Vierteljahr 2006 mindestens einmal einen Computer genutzt haben, haben 58% schon einmal an einem Computerkurs von mindestens dreistündiger Dauer teilgenommen. Der Anteil der Frauen, die einen Computerkurs besuchten, lag dabei mit 63% knapp zehn Prozentpunkte über dem Anteil der Männer (54%), die an einem solchen Kurs teilnahmen.

Personen ab 10 Jahren, die im ersten Vierteljahr 2006 mindestens einmal einen Computer genutzt haben, wurden zusätzlich danach gefragt, welche Tätigkeiten sie am Computer bereits durchgeführt haben. Tätigkeiten, die zu den Standardanwendungen zählen und Grundkenntnisse erfordern, wurden von einem Großteil dieser Personen durchgeführt: 80% haben schon einmal Dateien kopiert oder verschoben, 79% kopierten Textteile und 60% haben Geräte (z. B. Drucker) angeschlossen bzw. installiert. Immerhin 57% dieser Personen haben bereits mit einem Tabellenprogramm (z. B. Microsoft Excel) gerechnet. 37% nutzten den Computer, um Dateien zu komprimieren. Der Anteil derer, die ein Computerprogramm geschrieben haben, betrug 13%.

Die Ergebnisse in Schaubild 2 machen deutlich, dass bei Standardanwendungen im Umgang mit dem Computer kaum geschlechterspezifische Unterschiede existieren. 83% der männlichen Bevölkerung ab 10 Jahren, die im ersten Vierteljahr 2006 mindestens einmal einen Computer bedient haben, haben Dateien kopiert oder verschoben, 81% kopierten Textteile. Bei den Frauen betragen die entsprechenden Anteile für beide Tätigkeiten 78% und fallen damit nur geringfügig niedriger aus als bei den Männern. Je anspruchsvoller die Computertätigkeiten sind, desto stärker treten jedoch Unterschiede bei der Computernutzung zwischen Männern und Frauen auf. Von den Personen ab 10 Jahren, die im ersten Vierteljahr 2006 mindestens einmal einen Computer genutzt haben, hat fast jeder zweite Mann (49%), aber nur jede vierte Frau (25%) Dateien komprimiert. Noch größer sind die Unterschiede beim Schreiben eines Computerprogramms. Diese Tätigkeit führten 18% der Computernutzer, aber nur 7% der Computernutzerinnen aus.

Schaubild 2



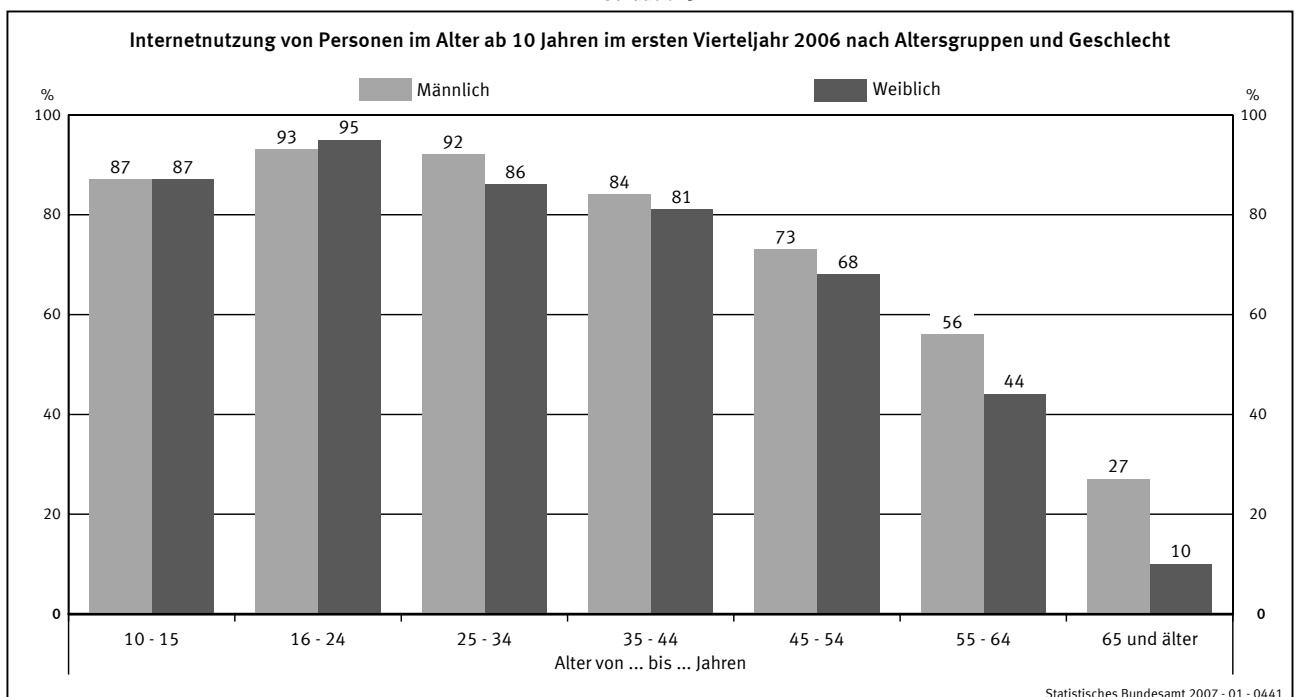
Internetnutzung

Vergleichbar zur Computernutzung nimmt auch die Internetnutzung in Deutschland kontinuierlich zu. Nach den Ergebnissen der Befragung 2006 sind rund 70 % der Personen ab 10 Jahren in Deutschland mindestens einmal im Internet gewesen – sei es für berufliche oder private Zwecke. Dieser Anteil entspricht 51,7 Mill. Menschen.

48,5 Mill. Personen, und damit 65 % der Bevölkerung ab 10 Jahren, haben das Internet innerhalb des ersten Vierteljahres 2006 genutzt. Im Vergleich zum Vorjahr ist dieser Anteil um vier Prozentpunkte angestiegen (2005: 61 %). Bezogen auf das Jahr 2002 ergibt sich sogar eine Steigerung um knapp 20 Prozentpunkte (2002: 46 %; 2003: 52 %; 2004: 58 %).

Große Differenzen bei der Internetnutzung sind weiterhin zwischen den Altersgruppen erkennbar. Obwohl immer

Schaubild 3



mehr ältere Menschen das Internet nutzten, zählen in erster Linie die jüngeren Leute zu den Onlinern. Im ersten Vierteljahr 2006 haben 30% der Personen ab 55 Jahren das Internet genutzt. Verglichen mit den Werten aus dem Jahr 2002 (16%) hat sich der Anteil dieser Internetnutzer/-innen somit fast verdoppelt. Allerdings liegen die Werte weit hinter den Anteilen der Personen aus der Altersgruppe der 10- bis 24-Jährigen, die im ersten Vierteljahr 2006 online waren (2006: 92% und 2002: 71%).

Auch zwischen Männern und Frauen bestehen weiterhin Unterschiede bei der Internetnutzung. Im ersten Vierteljahr 2006 nutzten 60% der Frauen und 71% der Männer das Internet.

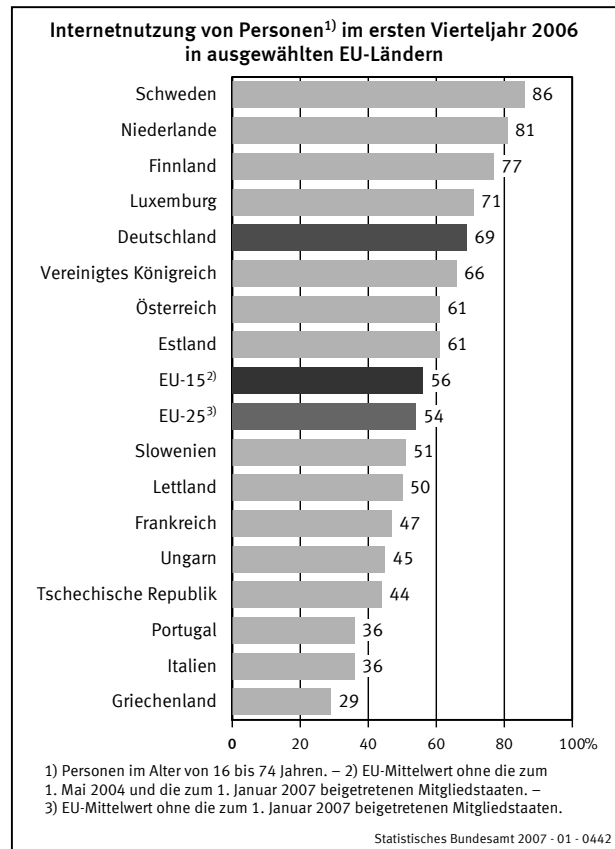
Wie schon bei den Ergebnissen zur Computernutzung deutlich wurde, zeigt auch die Analyse zur Internetnutzung, dass nur in den höheren Altersgruppen deutliche Unterschiede in der Internetnutzung zwischen Frauen und Männern bestehen (siehe Schaubild 3). In der Generation der Personen ab 65 Jahren waren nur 10% der Frauen im ersten Vierteljahr 2006 online, dagegen 27% der Männer. In allen anderen Altersgruppen ist der Unterschied in der Internetnutzung zwischen Frauen und Männern deutlich geringer oder gar nicht vorhanden (z. B. bei den 10- bis 15-Jährigen). In der Altersgruppe der 16- bis 24-Jährigen liegt der Anteil der Internetnutzerinnen sogar leicht über dem der Internetnutzer.

Das Schaubild 4 stellt die Position Deutschlands bei der Internetnutzung durch die Bevölkerung im Vergleich zu ausgewählten Mitgliedstaaten der Europäischen Union (EU) dar. Der Anteil der Personen im Alter von 16 bis 74 Jahren, die das Internet im ersten Vierteljahr 2006 nutzten, lag in Deutschland mit 69% deutlich über den EU-Durchschnittswerten (56% für die EU-15 und 54% für die EU-25). Im Vergleich zu den skandinavischen Ländern sowie den Niederlanden ist die Internetnutzung in Deutschland jedoch deutlich geringer.

Wie häufig wird das Internet genutzt? Um diese Frage zu beantworten, wird im Folgenden nicht die Bevölkerung insgesamt, sondern nur die Personengruppe betrachtet, die das Internet im ersten Vierteljahr 2006 verwendet hat. Mehr als die Hälfte (56%) dieser Personengruppe ging im ersten Vierteljahr 2006 täglich oder fast täglich online. Ein Jahr zuvor lag der entsprechende Anteil noch bei 50%. Der Anteil der Personen, für welche die Nutzung des Internets zum Alltag geworden ist, hat somit im Jahr 2006 gegenüber dem Vorjahr zugenommen. Im Jahr 2006 waren 29% der Internetnutzer gegenüber 32% im Jahr 2005 einmal in der Woche online. Nur 15% der Internetnutzenden surfen 2006 einmal im Monat oder seltener; 2005 waren es noch 18%.

Auch bei der Frage, von welchen Orten aus der Zugang zum Internet erfolgt, werden nur die Personen betrachtet, die der Gruppe der Internetnutzenden im ersten Vierteljahr 2006 angehören. Aus dieser Personengruppe ging der größte Anteil von zu Hause aus online (88%). 42% griffen ausschließlich von zu Hause aus auf das Internet zu. Die anderen 46% nutzten das Internet sowohl zu Hause als auch an anderen Orten.

Schaubild 4



36% der Personen, die im ersten Vierteljahr 2006 das Internet genutzt haben, gingen am Arbeitsplatz online, 15% am Ort der Ausbildung, also beispielsweise in der Schule oder an der Universität. 20% der Internetnutzenden hatten in Wohnungen anderer Personen Zugriff auf das Internet und 9% gingen an anderen Orten, wie beispielsweise in Internetcafés, Hotels oder Flughäfen, online.

Zwecke der Internetnutzung

Die bisher dargestellten Ergebnisse haben die allgemeine Entwicklung der Internetnutzung in Deutschland skizziert. Es wurde gezeigt, wie verbreitet die Internetnutzung innerhalb der Bevölkerung ist. Dabei blieb unberücksichtigt, ob das Internet für berufliche oder private Belange genutzt wird und welche Nutzungsaspekte im Vordergrund stehen. Die nachfolgenden Darstellungen konzentrieren sich nun auf die Frage, für welche Zwecke das Internet im privaten Kontext eingesetzt wird.

Nutzung unterschiedlicher Internet-Angebote

In Tabelle 3 wird zwischen vier übergeordneten Nutzungsschwerpunkten unterschieden: das Internet als Medium für die Kommunikation, für die Suche nach Informationen und Online-Diensten, um Bankgeschäfte abzuwickeln oder Waren und Dienstleistungen zu verkaufen sowie um sich

Tabelle 3: Internetaktivitäten zu privaten Zwecken im ersten Vierteljahr 2006
Prozent¹⁾

Gegenstand der Nachweisung	Ins- gesamt	Männlich	Weiblich
Kommunikation			
Senden und empfangen von E-Mails	85	85	85
Telefonieren	15	18	12
Chatten/besuchen von Foren	40	42	37
Informationssuche, Online-Services			
Informationen über Waren und Dienstleistungen	83	85	80
Nutzung von Reisedienstleistungen (z.B. Buchung von Fahrkarten)	55	53	56
Nutzung von Internet-Radio/Internet- Fernsehen	17	22	12
(Ab-)spielen/herunterladen von Spielen und Musik	28	34	22
Herunterladen von Software	36	48	22
Lesen/herunterladen von Internet- Zeitungen oder Magazinen	26	31	21
Arbeitssuche, Versenden von Bewerbungen	22	21	24
Informationen zu Gesundheitsthemen ..	46	39	55
Informationen oder Nutzung von sonstigen Online-Services	38	43	33
Bankgeschäfte, Verkauf von Waren und Dienstleistungen			
Internet-Banking	42	45	39
Verkaufen von Waren und Dienstleistungen	27	31	22
Bildung			
Schul- oder Hochschulbildung	22	21	23
Weiterbildung aus privatem Interesse ...	40	43	37
Weiterbildung aus beruflichem Interesse	27	30	24

1) Anteil an Personen im Alter ab 10 Jahren, die im ersten Vierteljahr 2006 das Internet nutzten.

aus- oder weiterzubilden. Auch bei diesen Ergebnissen werden nur Personen ab 10 Jahren betrachtet, die das Internet im ersten Vierteljahr 2006 genutzt haben. Ferner beziehen sich die Ergebnisse auf die Internetaktivitäten im ersten Vierteljahr 2006.

Wie die Ergebnisse verdeutlichen, ist die Verwendung des Internets zu Kommunikationszwecken und zur Informationssuche am weitesten verbreitet. Insgesamt haben 89% der Nutzerinnen und Nutzer über das Internet kommuniziert. 96% begaben sich online auf die Suche nach Informationen und/oder nutzten Online-Services. 51% verwendeten das Internet zur Abwicklung von Bankgeschäften oder zum Verkauf von Waren und 54% nutzten es für Bildungszwecke.

Von den unterschiedlichen elektronischen Kommunikationsmöglichkeiten ist das Kommunizieren per E-Mail am weitesten verbreitet. 85% der Personen, die im ersten Vierteljahr 2006 das Internet nutzten, haben in diesem Zeitraum E-Mails gesendet oder empfangen. Rund 40% haben im ersten Vierteljahr 2006 „gechattet“ oder Foren besucht; mit einem Anteil von 15% ist das Telefonieren über das Internet dagegen noch kaum verbreitet.

83% der Internetnutzenden waren online, um nach Informationen zu Waren und Dienstleistungen zu suchen. Mehr

als die Hälfte (55%) nahm Reisedienstleistungen, wie beispielsweise die Buchung von Fahrkarten, in Anspruch. Dagegen ist die Nutzung von Internet-Radio oder Internet-Fernsehen bislang noch kaum verbreitet (17%). Über ein Drittel der Personen (36%) war online, um Software herunterzuladen, 28% nutzten die Möglichkeit, Spiele oder Musik online abzuspielen oder herunterzuladen, und Internet-Zeitungen oder Magazine wurden von 26% der Internetnutzenden gelesen oder heruntergeladen. Ein recht hoher Anteil (46%) suchte im Internet nach Informationen zu Gesundheitsthemen. 22% der Personen haben das Internet ferner für die Arbeitssuche oder den Versand von Bewerbungen verwendet. Betrachtet man nur die Gruppe der Arbeitslosen⁷⁾, so liegt dieser Anteil, wie zu erwarten, wesentlich höher – und zwar bei 79%.

Über ein Viertel der Onliner hat im ersten Vierteljahr 2006 über das Internet Waren oder Dienstleistungen, beispielsweise über Online-Auktionen, verkauft. Zudem nutzten 42% das Internet für die Abwicklung von Bankgeschäften (Online-/Internet-Banking).

Mit Blick auf die Nutzung des Internets für Bildungszwecke zeigen die Ergebnisse, dass ein höherer Anteil der Personen aus privatem Interesse online ging (40%) als aus beruflichem Interesse (27%). Für die Schul- und Hochschulbildung waren insgesamt 22% der Personen im Netz. Betrachtet man hier nur die Gruppe der Schüler und Studierenden⁸⁾, so erhöht sich dieser Anteil auf 86%.

Tabelle 3 enthält zudem einige Ergebnisse, die interessante geschlechterspezifische Unterschiede bei den aufgeführten Internetaktivitäten zu privaten Zwecken widerspiegeln. Zunächst lässt sich festhalten, dass bei den meisten Internetaktivitäten der Anteil der Männer, die diese nutzten, höher lag als der Anteil der Frauen. Keine oder nur geringfügige geschlechterspezifische Unterschiede gab es bei der Nutzung des Internets für E-Mails, für Bildungszwecke oder auch für die allgemeine Suche nach Informationen zu Waren oder Dienstleistungen. Sehr große Unterschiede waren jedoch beim Herunterladen bzw. direkten Abspielen unterschiedlicher Produkte (Software, Musik, Internet-Magazine, Internet-Radio/Fernsehen) aus dem Internet zu beobachten, das unter den Internetnutzern viel verbreiteter ist als unter den Internetnutzerinnen. Beispielsweise nutzten Internet-Radio oder -Fernsehen 22% der Männer, jedoch nur 12% der Frauen. Ferner haben 48% der Männer, aber nur 22% der Frauen Software aus dem Internet heruntergeladen. Bei der Suche nach Informationen zu Gesundheitsthemen lagen dagegen die Frauen vorn: Ihr Anteil betrug 55%, der der Männer 39%.

Elektronische Post statt Papierpost?

Dass das Internet insbesondere für die Kommunikation mit anderen verwendet wird, belegt ein sehr hoher Anteil der Internetnutzenden, die im ersten Vierteljahr 2006 E-Mails versendet oder empfangen haben (85%). Zudem gaben

7) Diese Zahl bezieht sich auf Personen ab 16 Jahren.

8) Auch diese Gruppe enthält nur Personen ab 16 Jahren.

85 % dieser Personen an, über eine persönliche E-Mail-Adresse zu verfügen. Angesichts der verbreiteten Nutzung elektronischer Kommunikationsformen stellt sich die Frage, ob und wenn ja, in welchem Ausmaß, die elektronische Post traditionelle Postsendungen ersetzt. Oder anders formuliert, werden Briefe oder Karten in Papierform durch E-Mails substituiert? 38% der Personen ab 10 Jahren, die das Internet im ersten Vierteljahr 2006 nutzten, gaben an, „sehr häufig“ oder „häufig“ Briefe oder Karten in Papierform durch E-Mails ersetzt zu haben, weitere 35 % gaben an, dies „selten“ zu tun. Der Anteil der Personen, die E-Mails nicht als Ersatz für Papierpost versendet haben, betrug 23 %. Die verbleibenden 4 % der Personen gaben an, generell keine Briefe oder Karten zu versenden.

Tabelle 4: Ersatz von Karten und Briefen durch E-Mail im ersten Vierteljahr 2006 nach Altersgruppen
Prozent¹⁾

Alter von ... bis ... Jahren	Karten und Briefe wurden durch E-Mail ersetzt			
	häufig/ sehr häufig	selten	gar nicht	trifft nicht zu; habe keine Karten/Briefe geschrieben
10 – 15	24	29	38	8
16 – 24	47	30	17	6
25 – 44	41	36	20	3
45 – 64	32	40	26	2
65 und älter	33	34	32	/ ²⁾

1) Anteil an Personen im Alter ab 10 Jahren, die im ersten Vierteljahr 2006 das Internet nutzten. – 2) Fehlender Wert wegen zu geringer Fallzahl.

Der Vergleich über unterschiedliche Altersgruppen zeigt, dass in den Altersgruppen der 16- bis 24-Jährigen und der 25- bis 44-Jährigen die Anteile derer, die konventionelle Post durch elektronische ersetzen, am höchsten sind. 47 % der 16- bis 24-Jährigen substituierten konventionelle Briefe und Karten sehr häufig oder häufig. 30 % taten dies selten und lediglich 17 % gar nicht. Ähnlich sieht die Verteilung bei den 25- bis 44-Jährigen aus: 41 % gaben an, sehr häufig oder häufig Karten oder Briefe durch E-Mails zu ersetzen, 36 % taten dies eher selten und 20 % nie. In der Altersgruppe der 45- bis 64-Jährigen betrug der Anteil derer, die E-Mails sehr häufig oder häufig als Ersatz für Karten und Briefe versendet haben, dagegen nur 32 %. Bei den Personen im Alter von 65 Jahren und älter lag der entsprechende Anteil bei 33 %. Dass bei den 10- bis 15-Jährigen der Anteil derer, die anstelle von Papierpost elektronische Post versenden, von allen Altersgruppen am niedrigsten ausfällt, ist vermutlich auch darauf zurückzuführen, dass hier 8 % der Kategorie „trifft nicht zu, habe keine Karten/Briefe geschrieben“ zuzuordnen waren.

Online-Kontakte mit Behörden und öffentlichen Einrichtungen

Ein wichtiger Aspekt der Erhebung ist es, die Entwicklung der Nutzung von Online-Dienstleistungen von Behörden (E-Government) zu verfolgen. Die Verbreitung der Nutzung

des Internets für E-Government zählt zu den Benchmarking-Indikatoren, die zur Überprüfung der Aktionspläne „eEurope 2005“ bzw. „i2010: Informationsgesellschaft 2010“, in welchen unter anderem der Ausbau von E-Government-Angeboten als Ziel formuliert wurde, verwendet werden.

Der in der Erhebung verwendete Indikator für die Nutzung von E-Government ist recht breit definiert und bezieht sich auf Kontakte zu Behörden oder öffentlichen Einrichtungen für private Zwecke. Dabei wird nach drei Nutzungsaspekten gefragt: die Suche nach Informationen auf den Webseiten von Behörden, das Herunterladen von amtlichen Formularen sowie das Versenden ausgefüllter Formulare.

Im Jahr 2006 hatten 28% der Personen ab 10 Jahren in Deutschland im ersten Vierteljahr 2006 über das Internet Kontakte zu Behörden oder öffentlichen Einrichtungen. Betrachtet man nur die Personen, die das Internet im ersten Vierteljahr 2006 mindestens einmal nutzten, betrug der Anteil 43%. Bei diesen Personen war das Abrufen von Informationen am weitesten verbreitet (37%). 23% der Personen, die das Internet im ersten Vierteljahr 2006 nutzten, riefen amtliche Formulare im Internet ab und 13% sendeten solche Formulare online zurück.

E-Commerce: Onlineeinkäufe von Privatpersonen

Ein weiterer Schwerpunkt der Erhebung befasst sich mit dem Thema E-Commerce, also dem elektronischen Handel mit Waren und Dienstleistungen. Auch dieser Indikator ist ein Benchmarking-Indikator, der zur Evaluierung der Aktionspläne „eEurope 2005“ bzw. „i2010: Informationsgesellschaft 2010“ herangezogen wird.

E-Commerce in der Europäischen Union und in Deutschland

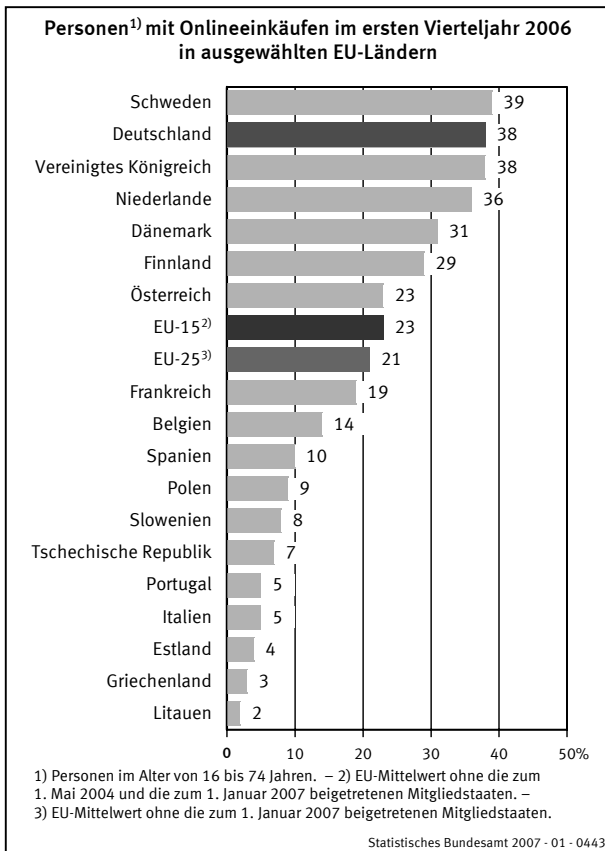
Der Anteil der Personen, die über das Internet Waren oder Dienstleistungen für private Zwecke erwerben, ist in den vergangenen Jahren EU-weit kontinuierlich angestiegen. Im EU-15-Durchschnitt⁹⁾ hatte im Jahr 2006 knapp ein Viertel (23%) der Personen im Alter von 16 bis 74 Jahren im ersten Vierteljahr Waren oder Dienstleistungen über das Internet bestellt; im Jahr 2002 lag der entsprechende Anteil noch bei 13%. Die europäischen Zahlen zeigen darüber hinaus, dass die Verbreitung von E-Commerce in Deutschland im Vergleich zu anderen Mitgliedstaaten recht hoch ausfällt.

Deutschland steht mit einem Anteil von Personen mit Onlineeinkäufen von 38% zusammen mit dem Vereinigten Königreich an zweiter Stelle im EU-Vergleich und wird nur von Schweden (39%) übertroffen.

Da die Nutzung von E-Commerce für private Zwecke in Zusammenhang mit der allgemeinen Nutzung des Internets steht, konzentriert sich die nachfolgende Darstellung

9) Durchschnittswert der EU-Mitgliedstaaten ohne die zum 1. Mai 2004 und die zum 1. Januar 2007 beigetretenen Mitgliedsländer.

Schaubild 5



der Ergebnisse für Deutschland auf die Personen ab 10 Jahren, die im ersten Vierteljahr 2006 das Internet genutzt haben.

Mehr als jeder zweite Internetnutzende (52%) hatte in Deutschland im ersten Vierteljahr 2006 Waren oder Dienstleistungen über das Internet gekauft. Weitere 14% hatten zwar nicht innerhalb des letzten Vierteljahres, jedoch innerhalb von zwölf Monaten vor dem Befragungszeitpunkt (im zweiten Vierteljahr 2006) Onlineeinkäufe getätigt. Bei lediglich 7% lag der letzte Einkauf über das Internet mehr als ein Jahr zurück und etwas mehr als ein Viertel der Internetnutzenden (28%) hat noch nie Waren oder Dienstleistungen online erworben. Wie hat sich die Nutzung von E-Commerce in Deutschland entwickelt?

Tabelle 5: Personen mit Onlineeinkäufen im ersten Vierteljahr Prozent¹⁾

Jahr	Insgesamt	Männer	Frauen
2002	33	35	31
2003	42	45	38
2004	43	47	40
2005	46	50	41
2006	52	54	49

1) Personen im Alter ab 10 Jahren, die im ersten Vierteljahr 2006 das Internet nutzen.

Seit dem Jahr 2002 hat das Einkaufen von Waren und Dienstleistungen über das Internet bei Personen, die das

Internet nutzen, kontinuierlich zugenommen, und zwar bis zum Jahr 2006 um 19 Prozentpunkte. Tabelle 5 zeigt diese Entwicklung anhand der Anteile der Personen, die sich jeweils im ersten Vierteljahr eines Erhebungsjahres am E-Commerce beteiligt haben. Die Analyse nach dem Merkmal „Geschlecht“ zeigt, dass der Anteil der Männer, die Onlineeinkäufe tätigten, höher ausfällt als der entsprechende Anteil bei den Frauen. Allerdings ist sowohl bei den männlichen wie auch den weiblichen Internetnutzenden der Trend zum Online-Shopping erkennbar.

Unterschiede bei der Nutzung von E-Commerce findet man auch zwischen den Altersgruppen. Den höchsten Anteil an Online-Einkäufern/-Einkäuferinnen findet man in der Altersgruppe der 25- bis 44-Jährigen. 63% aus dieser Altersgruppe haben im ersten Vierteljahr 2006 Waren oder Dienstleistungen über das Internet erworben. Am geringsten ist das Einkaufen per Internet bei den Internetnutzenden im Alter ab 65 Jahren (32%) und bei Kindern zwischen 10 und 15 Jahren (21%) verbreitet. Beim Anteil der 10- bis 15-Jährigen ist jedoch zu berücksichtigen, dass dieser Wert möglicherweise auch deshalb vergleichsweise niedrig ausfällt, weil der Kauf von Waren oder Dienstleistungen häufig ein Mindestalter von 16 Jahren voraussetzt.

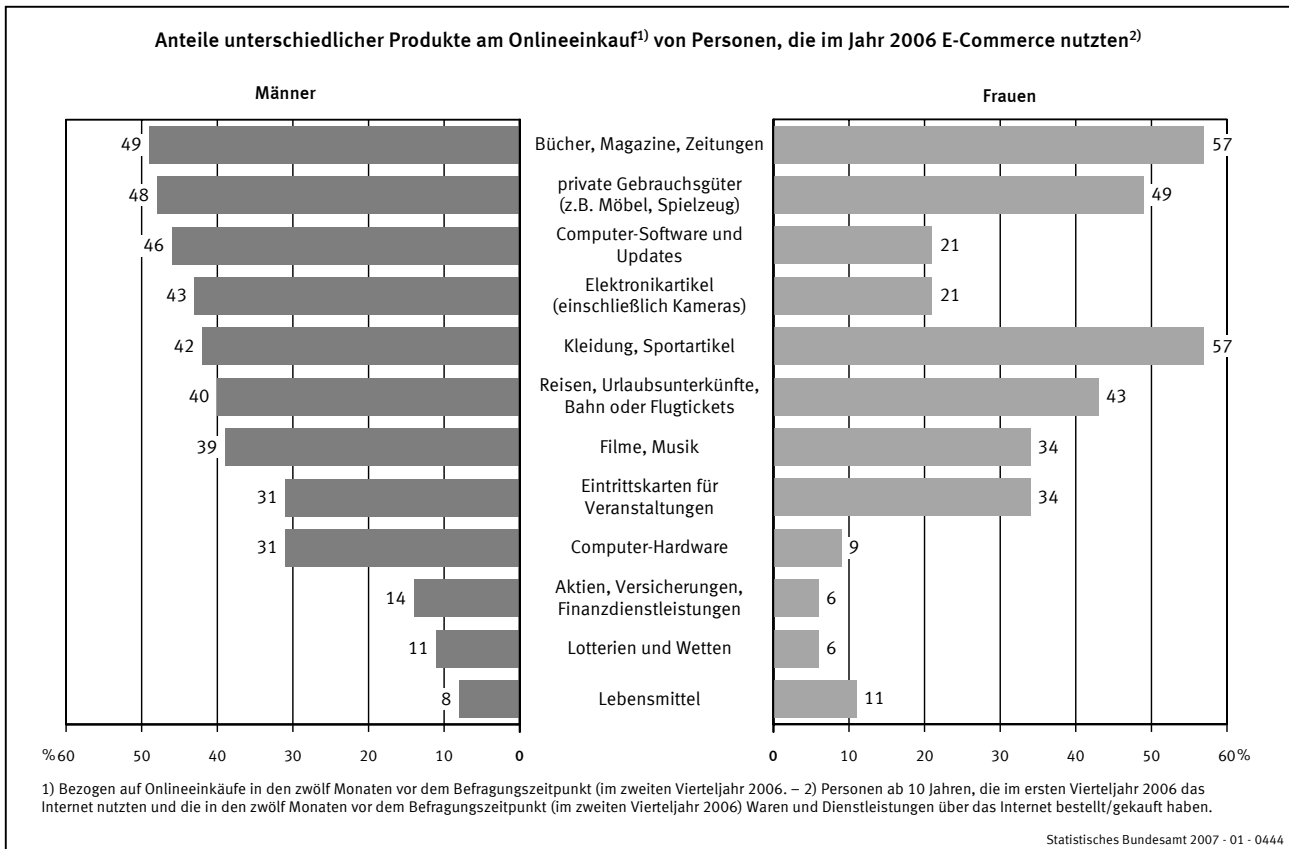
Arten der über das Internet gekauften Waren und Dienstleistungen

Die Darstellung der Produkte, die über das Internet erworben werden, bezieht sich nur auf die Personen ab 10 Jahren, die das Internet im ersten Vierteljahr 2006 genutzt und innerhalb von zwölf Monaten vor dem Befragungszeitpunkt (im zweiten Vierteljahr 2006) Waren oder Dienstleistungen über das Internet bestellt haben.

Mehr als die Hälfte der Internetkäufer/-innen (53%) hat in den zwölf Monaten vor dem Befragungszeitpunkt Bücher, Magazine oder Zeitungen über das Internet gekauft. Unter den Internetkäufern/-käuferinnen war damit der Kauf solcher Printprodukte am beliebtesten. Ebenfalls sehr verbreitet war der Onlineeinkauf von Kleidung und Sportartikeln (49%), gefolgt vom Kauf anderer privater Gebrauchsgüter wie Möbel oder Spielzeug (48%). 41% der Internetkäufer/-innen haben Reisen, Urlaubsunterkünfte sowie Bahn- oder Flugtickets online bestellt. Weitere beliebte Produkte beim E-Commerce waren Filme und Musik (37%), Computersoftware und Updates (35%) oder Elektronikartikel (33%). Eine untergeordnete Rolle spielte dagegen der Kauf von Lebensmitteln (9%) oder der Abschluss von Wetten und Lotterien (9%) über das Internet.

Ein Vergleich der Onlineeinkäufe nach dem Geschlecht (siehe Schaubild 6) zeigt, dass Frauen und Männer unterschiedliche Produkte nachfragen. 57% der Frauen kauften online Kleidung oder Sportartikel, von den Männern dagegen nur 42%. Frauen lagen auch beim Onlinekauf von Printprodukten vorn (57% gegenüber 49% bei den Männern). Männer kauften dagegen vor allem Computersoftware und Updates, Elektronikartikel und Computer-Hardware. Bei diesen Produkten sind die Anteile der Männer jeweils mehr als doppelt so hoch, wie die entsprechenden Anteile der Frauen. Allerdings ist es fraglich, ob dies allein auf geschlechterspe-

Schaubild 6



zifische Unterschiede beim E-Commerce zurückzuführen ist. Vielmehr ist es naheliegend, dass solche Produkte generell stärker von Männern nachgefragt werden. Einige Produkte werden von Männern und Frauen ähnlich häufig online gekauft. Dazu zählen insbesondere private Gebrauchsgüter sowie Reisen, Urlaubsunterkünfte und Bahn- oder Flugtickets.

Gründe gegen den Onlineeinkauf

Obwohl immer mehr Internetnutzende Waren oder Dienstleistungen über das Internet kaufen, hat ein Viertel der Internetnutzenden noch nie etwas online bestellt oder gekauft. Bei weiteren 7 % lag der letzte Einkauf über zwölf Monate zurück. Diese Personen wurden zu den Gründen befragt, die gegen die Nutzung von E-Commerce sprechen.

Die wichtigsten Gründe gegen den Onlineeinkauf waren der „fehlende Bedarf“ (67 %) sowie die „Bevorzugung von persönlicher Beratung oder das Ansehen der Produkte beim Einkauf“ (65 %). Es wird jedoch auch auf spezifische Probleme beim E-Commerce verwiesen. Für die Hälfte der Personen (52 %) waren Sicherheits- und Datenschutzbedenken ein Grund für den Verzicht auf den Onlineeinkauf, 51 % hatten Bedenken hinsichtlich des Erhalts, der Rücksendung oder der Reklamation von Waren und 40 % gaben an, keine Kreditkarte für den Interneteinkauf zu besitzen.

Nur ein geringer Anteil der Personen (20 %) gab an, dass es Probleme beim Empfang der Waren zu Hause gäbe. Eine

untergeordnete Rolle spielte auch eine „zu langsame Internetverbindung“ (15 %). Für 37 % der Personen waren mangelnde Kenntnisse im Umgang mit dem Internet einer der Gründe dafür, Onlineeinkäufe nicht zu tätigen.

Fazit und Ausblick

Für immer mehr Menschen in Deutschland ist die Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien aus dem (Arbeits-)Alltag kaum noch wegzudenken. Die Ergebnisse der Erhebung zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien in privaten Haushalten im Jahr 2006 belegen, dass sich dieser Trend fortsetzt: Die Verbreitung der Computer- und Internetnutzung hat weiter zugenommen und inzwischen ein recht hohes Niveau erreicht. Allerdings zeigt sich, dass das Internet in erster Linie für Kommunikations- und Informationszwecke genutzt wird. Dagegen sind Internetaktivitäten wie beispielsweise die Nutzung von Internet-Radio und Internet-Fernsehen bislang kaum verbreitet. Darüber hinaus wird die Verwendung dieser modernen Technologien weiterhin durch soziodemographische Merkmale beeinflusst. Die geringste IKT-Nutzung lässt sich bei älteren Menschen, bei Frauen sowie bei nichterwerbstätigen Personen beobachten.

Auf europäischer Ebene kommt der Bereitstellung von Indikatoren, die die Entwicklung der Verbreitung von Informations- und Kommunikationstechnologien in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union abbilden, eine hohe

politische Bedeutung zu. Nach den Pilotstudien der Jahre 2002 bis 2005 wird die Erhebung zur IKT-Nutzung in Haushalten durch die im Jahr 2005 erlassene EG-Verordnung über Gemeinschaftsstatistiken zur Informationsgesellschaft für die Jahre 2006 bis 2010 weiter fortgesetzt. Damit wird gewährleistet, dass weiterhin EU-weit vergleichbare Daten bereitgestellt werden, welche Aufschluss über die künftigen Entwicklungen geben können. [u](#)

Auszug aus Wirtschaft und Statistik

© Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2007

Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet.

Herausgeber: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden

Schriftleitung: N. N.
Verantwortlich für den Inhalt:
Brigitte Reimann,
65180 Wiesbaden

- Telefon: +49 (0) 6 11/75 20 86
- E-Mail: wirtschaft-und-statistik@destatis.de

Vertriebspartner: SFG Servicecenter Fachverlage
Part of the Elsevier Group
Postfach 43 43
72774 Reutlingen
Telefon: +49 (0) 70 71/93 53 50
Telefax: +49 (0) 70 71/93 53 35
E-Mail: destatis@s-f-g.com

Erscheinungsfolge: monatlich



Allgemeine Informationen über das Statistische Bundesamt und sein Datenangebot erhalten Sie:

- im Internet: www.destatis.de

oder bei unserem Informationsservice
65180 Wiesbaden

- Telefon: +49 (0) 6 11/75 24 05
- Telefax: +49 (0) 6 11/75 33 30
- www.destatis.de/kontakt