

Presseexemplar

INFORMATIONS- TECHNOLOGIE IN HAUSHALTEN

Ergebnisse einer Pilotstudie für das Jahr 2002



Presseexemplar

INFORMATIONS- TECHNOLOGIE IN HAUSHALTEN

**Nutzung von Informations- und
Kommunikationstechnologien in privaten Haushalten –
Ergebnisse einer Pilotstudie für das Jahr 2002**

Impressum

Herausgeber: Statistisches Bundesamt – Pressestelle, Wiesbaden

Der Bericht „Informationstechnologie in Haushalten – Ergebnisse einer Pilotstudie für das Jahr 2002“ wurde verfasst von **Olga Pöttsch, Birgit Korth und Dr. Susanne Schnorr-Bäcker**.



Fachliche Informationen zu dieser Veröffentlichung können Sie direkt beim Statistischen Bundesamt erfragen.

Wenden Sie sich hierzu bitte an:
Gruppe I B „Institut für Forschung und Entwicklung in der Bundesstatistik“
Telefon: 06 11 / 75 - 31 36
Telefax: 06 11 / 75 - 39 50
E-Mail: birgit.korth@destatis.de

oder an die Pressestelle:
Telefon 06 11 / 75 - 34 44, Telefax 06 11 / 75 - 39 76, E-Mail: presse@destatis.de

Grundlage der vorliegenden Publikation sind die anlässlich des Pressegesprächs des Statistischen Bundesamtes am 6. Februar 2003 in Frankfurt am Main veröffentlichten Daten.



Einen kostenfreien Download des Berichtes im PDF-Format sowie weitere Informationen zum Thema der vorliegenden Publikation werden in der Internetpräsentation des Statistischen Bundesamtes (<http://www.destatis.de>) unter der Rubrik „Presse -> Presseveranstaltungen“ veröffentlicht.



Informationen über das Statistische Bundesamt und sein Datenangebot erhalten Sie:

- im Internet: <http://www.destatis.de>

oder bei unserem journalistischen Informationsservice:

Statistisches Bundesamt
65180 Wiesbaden

- Telefon: 06 11 / 75 - 34 44
- Telefax: 06 11 / 75 - 39 76
- E-Mail: presse@destatis.de

Bestellnummer: 0140107-03900

© Fotoquellen Titelseite:

- 1.) Imagine Fotoagentur GmbH / Ident-Nummer EV107-021
- 2.) Imagine Fotoagentur GmbH / Ident-Nummer EV116-022

Gedruckt auf Recycling-Papier.

Erschienen im Februar 2003.

- © Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2003.
Vielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet.

Verzeichnis der Schaubilder und Tabellen	4
1. Einleitung.....	5
2. Ergebnisse der Pilotstudie 2002 in Deutschland	9
2.1 Ausstattung privater Haushalte mit Informations- und Kommunikationstechnologien	9
2.2 Ausstattung privater Haushalte mit Internetzugang	10
2.2.1 Haushalte ohne Internetzugang	14
2.3 Nutzer von Computer und Internet und deren soziodemographische Struktur	15
2.4 Ort und Intensität der Nutzung.....	18
2.5 Private und berufliche Internet-Nutzung, Schwerpunkte der Nutzung.....	20
2.6 Eckdaten zu E-Commerce	23
2.6.1 Produktinformationen und Produktsuche, Bestellungen und Käufe im Internet	23
2.6.2 Produktpalette/Ausgaben	25
2.6.3 Soziodemographische Besonderheiten.....	29
3. Rechtliche und methodische Grundlagen der Pilotstudie.....	31
4. Erhebungsinstrumentarium.....	33
5. Ausblick.....	35
6. Zusammenfassung.....	37

Anhang

Fragebogen

- Haushaltsfragebogen
- Personenfragebogen.....

**Verzeichnis der
Schaubilder
und Tabellen**

Schaubild 1:	Haushalte mit Internetzugang nach ausgewählten Ländern in den Jahren 2000 bis 2002	10
Schaubild 2:	Haushalte mit Internetzugang nach Haushaltszusammensetzung in Deutschland.....	11
Schaubild 3:	Struktur der Haushalte mit und ohne Internetzugang nach sozialer Stellung des Haupteinkommensbeziehers in Deutschland.....	12
Schaubild 4:	Haushalte mit Internetzugang nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen in Deutschland.....	13
Schaubild 5:	Hauptgründe für Haushalte in Deutschland, keinen privaten Internetzugang zu haben	14
Schaubild 6:	Altersstruktur der PC- und Internet-Nutzer im Vergleich zur Altersstruktur der Bevölkerung nach Geschlecht in Deutschland.....	16
Schaubild 7:	PC- und Internet-Nutzer in der jeweiligen Bevölkerungsgruppe nach sozialer Stellung in Deutschland.....	17
Schaubild 8:	Bildungsstruktur der On- und Offliner in Deutschland	17
Schaubild 9:	On- und Offliner innerhalb der Bildungsgruppen in Deutschland.....	18
Schaubild 10:	Durchschnittliche wöchentliche Dauer der Internetnutzung nach Geschlecht in Deutschland	20
Schaubild 11:	Wofür wird das Internet privat genutzt?.....	21
Schaubild 12:	Personen, die das Internet zu Hause für berufliche Zwecke genutzt haben, nach Stellung im Beruf in Deutschland	22
Schaubild 13:	Anteil der Internet-Nutzer, die das Internet für Bestellungen bzw. Käufe genutzt oder nicht genutzt haben, an den Internet-Nutzern insgesamt in Deutschland.....	23
Schaubild 14:	Anteil der Internet-Nutzer, die online eingekauft haben, an den Internet-Nutzern insgesamt in EU-Mitgliedstaaten.....	24
Schaubild 15:	Nutzung des Internets in Bezug auf E-Commerce in Deutschland.....	25
Schaubild 16:	Produkte und Ausgaben bei Online-Bestellungen/-Käufen in Deutschland.....	26
Schaubild 17:	Verteilung der Online-Käufer nach Höhe der Ausgaben für im Internet gekaufte Waren in Deutschland.....	27
Schaubild 18:	Gründe gegen Online-Bestellungen/-Käufe	28
Tabelle 1:	Ausstattung privater Haushalte mit ausgewählten Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) nach unterschiedlichen Erhebungen in Deutschland	9
Tabelle 2:	PC- und Internet-Nutzung nach Nutzungsort und Altersgruppen im ersten Quartal 2002 in Deutschland.....	19
Tabelle 3:	Online-Käufer in Deutschland im ersten Quartal 2002	29
Tabelle 4:	Produktpräferenzen von Online-Käufern nach Geschlecht in Deutschland im ersten Quartal 2002.....	29
Tabelle 5:	Anteile der Online-Käufer an den Internet-Nutzern nach Altersgruppen in Deutschland im ersten Quartal 2002.....	30
Tabelle 6:	Anteile der Online-Käufer an den Internet-Nutzern nach sozialer Stellung in Deutschland im ersten Quartal 2002	30

Zeichenerklärung in Tabellen

- = nicht vorhanden
- / = Zahlenwert unbekannt oder geheim zu halten

1. Einleitung

Seit Beginn der 90er Jahre hat die so genannte New Economy rund zehn Jahre lang das wirtschaftliche Geschehen vor allem in den hoch industrialisierten Ländern geprägt und u.a. die deutschen (Kapital)-Märkte beeinflusst. Diese „Blase“ ist bereits vor einiger Zeit geplatzt. Dennoch kommen der „Net-Economy“ und dem „E-Business“ eine zentrale Rolle bei der Diskussion um Wachstum, Beschäftigung oder ganz allgemein Wohlstand zu. Auch in vielen privaten Haushalten sind moderne Informations- und Kommunikationstechnologien weit verbreitet und finden breite Anwendung z.B. bei der Suche nach Informationen (wie Telefonnummern, Zug- oder Straßenverbindungen), der Bestellung von Büchern oder Compact Discs, dem Buchen von Reisen sowie dem Online-Banking. Dies gilt sowohl für Deutschland, für die Europäische Union in ihrer Gesamtheit wie auch weltweit.

Charakteristisch für die so genannte Net-Economy sind moderne Informations- und Kommunikationstechnologien. Von besonderer Bedeutung sind netzbasierte Technologien, vor allem das Internet, aber auch Netzwerke innerhalb von Unternehmen oder Organisationen bzw. zwischen diesen. Die besondere Bedeutung dieser Technologien besteht im Wesentlichen darin, dass allgemein Informationen weitgehend unabhängig von Ort und Zeit zur Verfügung stehen – entsprechende technische Einrichtungen, wie z.B. Personal-Computer oder Mobiltelefone der neuen Generation, vorausgesetzt. Dieses elektronische „Netz“ gehört praktisch niemandem. Das bedeutet: Jeder, ob Privatperson, Wirtschaftseinheit oder öffentliche Einrichtung, kann in diesem Netzwerk agieren. Das Internet lässt für alle Bereiche einer Volkswirtschaft – die privaten Haushalte, die Wirtschaft und den Staat – Informationen zu einem wichtigen, die künftigen Entwicklungen bestimmenden Wirtschaftsfaktor werden. Während noch vor einiger Zeit der Zugang zu aktuellen und zielorientierten Informationen verschiedenen Beschränkungen unterlag, gilt dies für die postindustrielle Gesellschaft immer weniger. Dies mag ein wesentlicher Grund dafür sein, dass der Begriff „Informationsgesellschaft“ – ein an und für sich wenig aussagekräftiger Begriff – so weite Verbreitung gefunden hat.

Durch das Internet sind enorme Zugewinne an Wissen wie auch an Transparenz für Gesellschaft, Wirtschaft und Politik möglich, wenn gewisse Voraussetzungen erfüllt sind.

Von besonderer Bedeutung sind hierfür

- die Ausstattung mit entsprechenden Technologien,
- die Zugangsbedingungen,
- die tatsächliche Nutzung des Internets,
- die Situation in Deutschland im internationalen sowie im europäischen Vergleich.

Wichtige Anhaltspunkte hierfür liefern die Daten der amtlichen Statistik.

In Deutschland vollzieht sich seit einiger Zeit ein Strukturwandel. Im Rahmen des so genannten E-Business bzw. einer „digitalen Wirtschaft“ bilden sich neue Jobs, neue Aufgaben, neue Produktions-, Absatz- und Organisationsformen heraus. Die Schlüsselbranchen sind hierbei nicht nur die Finanz- oder Telekommunikationsdienstleistungen, sondern auch klassische Bereiche der „Old Economy“, wie z.B. die Energiewirtschaft. Online- und Offline-Wirtschaft stehen sich nicht mehr gegenüber, sondern wachsen zusammen. Die „Old Economy“ wird zum Träger der modernen Entwicklung.

Solchen Strukturwandel nachzuzeichnen und Antworten auf die damit verbundenen Fragen von Politik und Wissenschaft zu geben, ist die Hauptaufgabe der amtlichen

Statistik. Als größter Anbieter von Informationsdienstleistungen mit ihrem breit gefächerten Angebot an tief gegliederten, aktuellen und zuverlässigen statistischen Informationen verfügt sie bereits seit längerer Zeit über ausgewählte Nachweisungen, die erste Einblicke in die oben genannten Aspekte liefern. Dazu gehören u.a. Ergebnisse aus den Laufenden Wirtschaftsrechnungen oder der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe über die Ausstattung der Haushalte mit entsprechenden internetfähigen technischen Geräten. Dazu gehören im Weiteren statistische Informationen über die Preisentwicklung, und zwar für ausgewählte internetbasierte Technologien wie Computer oder für Telekommunikationsdienstleistungen bzw. Internet-Nutzungsgebühren, die jährlich oder wie in den letzteren beiden Fällen monatlich bereitgestellt werden.

Über die Ausstattung von Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen mit entsprechenden Technologien, über deren Investitionen in diese neuen Technologien u.ä.m. gab es bislang in der amtlichen Statistik indessen noch keine differenzierten Nachweise. Diese Güter, die üblicherweise nicht nur aus einem Sachgut, sondern aus einem Güterbündel, häufig unterteilt in Hardware, Software und Dienstleistungen bestehen, werden zwar in der amtlichen Statistik erfasst, aber deren vollständige und systematisierte Zuordnung zu modernen Informations- und Kommunikationstechnologien ist bislang nicht erfolgt.

Statistische Angaben über die Nutzung von modernen Informations- und Kommunikationstechnologien gab es bislang ebenfalls nicht. Diese Lücke konnte im Jahre 2002 durch zwei Pilotstudien, die vom Statistischen Bundesamt im Auftrag von Eurostat koordiniert und in Zusammenarbeit mit Statistischen Landesämtern durchgeführt wurden, geschlossen werden. Da diese Pilotstudien ebenfalls in fast allen anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union durchgeführt wurden, sind Vergleiche mit anderen Ländern möglich.

Die eine Pilotstudie gibt Aufschluss über die Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien durch private Haushalte. Die andere Pilotstudie hat die Nutzung von Informationstechnologien in Unternehmen zum Gegenstand; über erste Ergebnisse der Unternehmensstudie hat das Statistische Bundesamt bereits im November 2002 mit einer Pressemitteilung berichtet. Beide Erhebungen sind so konzipiert, dass die Ergebnisse ein erstes statistisches Gesamtbild erlauben, und zwar

- über die Ausstattung von Haushalten und Unternehmen in nahezu der gesamten gewerblichen Wirtschaft mit modernen Informations- und Kommunikationstechnologien. Dabei hat sich gezeigt, dass mehr als die Hälfte der Unternehmen (62%) über einen Internetzugang verfügen gegenüber 43% bei den Haushalten.
- Während in der Erhebung bei den Haushalten die Nutzung von Internet, E-Commerce und E-Learning im Vordergrund stand, wurden für die gewerbliche Wirtschaft deren Aktivitäten im Internet detaillierter erfragt. Rund 40% der befragten Unternehmen praktizieren Online-Banking.

Beide Erhebungen sollen im Jahr 2003 noch einmal als Pilotstudien wiederholt werden. Für die nachfolgenden Jahre – so ist von Eurostat geplant – sollen diese Erhebungen auf der Basis einer EU-weiten Rechtsgrundlage durchgeführt werden. Ausgewählte statistische Merkmale oder Indikatoren, die sich vor allem auf diese beiden Erhebungen stützen, könnten u.a. die Grundlage für ein EU-weites Benchmarking bilden.

Mit der **ersten Europäischen Studie zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien in privaten Haushalten (Pilotstudie)** beginnen die Statistischen Ämter der EU die Erfassung von kohärenten und konsistenten Informationen über Verbreitung und über unterschiedliche Nutzungsaspekte von PC und Internet sowie über Umfang und Schwerpunkte von E-Commerce. Letzteres wird gleichzeitig für die Unternehmensseite im Rahmen einer europäisch harmonisierten Unternehmensbefragung erfasst, so dass ein geschlossenes statistisches Bild zur aktuellen Entwicklung des elektronischen Handels entsteht.

An der Pilotstudie haben zwölf EU-Mitgliedstaaten teilgenommen: Belgien, Dänemark, Deutschland, Griechenland, Spanien, Italien, Luxemburg, Österreich, Portugal, Finnland, Schweden und das Vereinigte Königreich. Die Befragung wurde auf Basis eines europäisch harmonisierten Fragenkatalogs durchgeführt, welcher sich wiederum an den OECD-Empfehlungen¹ anlehnt. Europaweit nahmen an der Pilotstudie 120 000 Haushalte und ca. 200 000 Personen teil.

Diese Veröffentlichung stellt die Ergebnisse der in Deutschland im April und Mai 2002 durchgeführten Befragung vor. Sie umfasste ca. 5 000 private Haushalte und 10 700 Personen in diesen Haushalten. Die Schwerpunkte der Befragung waren Verbreitung, Art und Umfang der Nutzung von PC und Internet (einschließlich der Gründe bzw. Bedenken, welche Menschen eventuell vom direkten Kontakt mit neuen Technologien abhalten) sowie E-Commerce. Zu den Schattenseiten der Informations- und Kommunikationstechnologien gehört, dass manche Menschen keinen oder nur schwer Zugang zu den Möglichkeiten dieser modernen Techniken finden. Um das Ausmaß dieser „digitalen Spaltung“ quantifizieren zu können, wurden umfassende soziodemographische Merkmale bei den Befragten erhoben und in die Auswertung der für die Nutzung von Computer und Internet relevanten Sachverhalte einbezogen. Für die Darstellung der deutschen Ergebnisse im internationalen Kontext werden vorrangig Eurobarometerdaten herangezogen. Da bisher Daten der Pilotstudie nur für einzelne Teilnehmerstaaten vorliegen, wird eine vergleichende Darstellung der Ergebnisse dieser Studie zu einem späteren Zeitpunkt erfolgen.

*Beschreibung der
Haushaltspilotstudie in
Deutschland*

Im Vergleich zu nichtamtlichen Umfragen zu diesem Thema weist die hier ausgewertete Pilotstudie der deutschen amtlichen Statistik folgende Besonderheiten auf:

- Anhand eines einheitlichen Merkmalskatalogs wurden amtliche EU-weit vergleichbare Daten erfasst.
- Die repräsentative Quotenstichprobe bezog sich auf alle privaten Haushalte am Ort der Hauptwohnung der Bezugsperson, welche vom Mikrozensus für das Vorjahr nachgewiesen wurden. Dadurch konnten Haushalte aus unterschiedlichen sozioökonomischen Gruppen erreicht werden – unabhängig davon, ob sie einen Telefon- oder Internet-Anschluss besitzen.
- Es liegen Daten sowohl über Haushalte als auch über Personen vor.
- In die Befragung wurden Kinder und Jugendliche schon ab 10 Jahren einbezogen. Die Altersgrenze von 10 Jahren war ein Kompromiss zwischen dem großen Interesse an Daten über die Verbreitung und Nutzung von Computer und Internet unter Kindern und Jugendlichen und gewissen Einschränkungen infolge der zum Teil anspruchsvollen und nicht auf Kinder ausgerichteten Frageformulierungen.
- Die Angaben zu PC- und Internetnutzung sowie zu E-Commerce wurden gemeinsam mit soziodemographischen Hintergrundinformationen erfragt, welche Verbindungen und Vergleiche mit anderen amtlichen Statistiken wie dem Mikrozensus oder der Zeitbudgeterhebung ermöglichen.

2. Ergebnisse der Pilotstudie 2002 in Deutschland

Im Folgenden werden die hochgerechneten Ergebnisse der Pilotstudie für rund 38 Mill. Haushalte² und ca. 74 Mill. Personen im Alter von 10 Jahren und älter dargestellt. Falls nicht gesondert angegeben, beziehen sich die Ergebnisse auf das erste Quartal 2002.

2.1 Ausstattung privater Haushalte mit Informations- und Kommunikationstechnologien

Von allen abgefragten Geräten und Anschlüssen (vgl. Anhang A, Seite 45) sind Fernsehanschlüsse am meisten verbreitet. Rund 36 Mill. Haushalte haben zu Hause Fernsehen, was einer Ausstattung von 95% entspricht. Bei den Fernsehanschlüssen dominiert nach wie vor der Kabelanschluss (49%) vor dem Satellitenanschluss (37%) und dem analogen Antennenanschluss (23%; Mehrfachnennungen waren möglich). Der Blick auf die zeitliche Entwicklung zeigt, dass der Kabelanschluss etwas an Bedeutung verliert und der Anteil der Satellitenanschlüsse zunimmt. Am zweithäufigsten nach dem Fernsehgerät wird das Handy (ohne Internetzugang) genannt (64%). Über die Hälfte der Haushalte besitzt einen PC und jeder zehnte ein Notebook, wobei Vergleiche mit den Daten der Haushaltsbudgeterhebungen (Einkommens- und Verbrauchsstichprobe 1998 (EVS 98) und Laufende Wirtschaftsrechnungen privater Haushalte (LWR)) ein stetiges Wachstum in diesem Bereich zeigen. Während 1998 erst 4% der Haushalte über einen ISDN-Anschluss verfügten, waren es im ersten

Tabelle 1: Ausstattung privater Haushalte mit ausgewählten Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) nach unterschiedlichen Erhebungen in Deutschland¹⁾

Gegenstand der Nachweisung	Einkommens- und Verbrauchsstichprobe	Laufende Wirtschaftsrechnungen				IKT-Pilotstudie
		1998	1999	2000	2001	
Erfasste Haushalte (Anzahl)	64 056	5 693	5 827	5 850	4 962	
Hochgerechnete Haushalte (1 000)	34 134	34 170	34 390	34 777	37 739	
		in %				
Handy ohne Internet-Zugang	–	–	–	–	64	
Handy mit Internet-Zugang	–	–	–	–	12	
ISDN-Anschluss	4	5	8	12	21	
DSL/TDSL/ADSL-Anschluss	–	–	–	–	6	
Fernsehen mit Satellitenempfangsanlage	29	28	32	32	37	
Fernsehen mit Kabelanschluss	54	53	54	54	49	
PC stationär	–	43	46	52	55	
Notebook, Laptop	–	5	6	6	10	
Handheld Computer (Palmtop)	–	–	–	–	3	
DVD-Player	–	–	–	–	10	
DVD-Laufwerk (integriert im PC)	–	–	–	–	13	

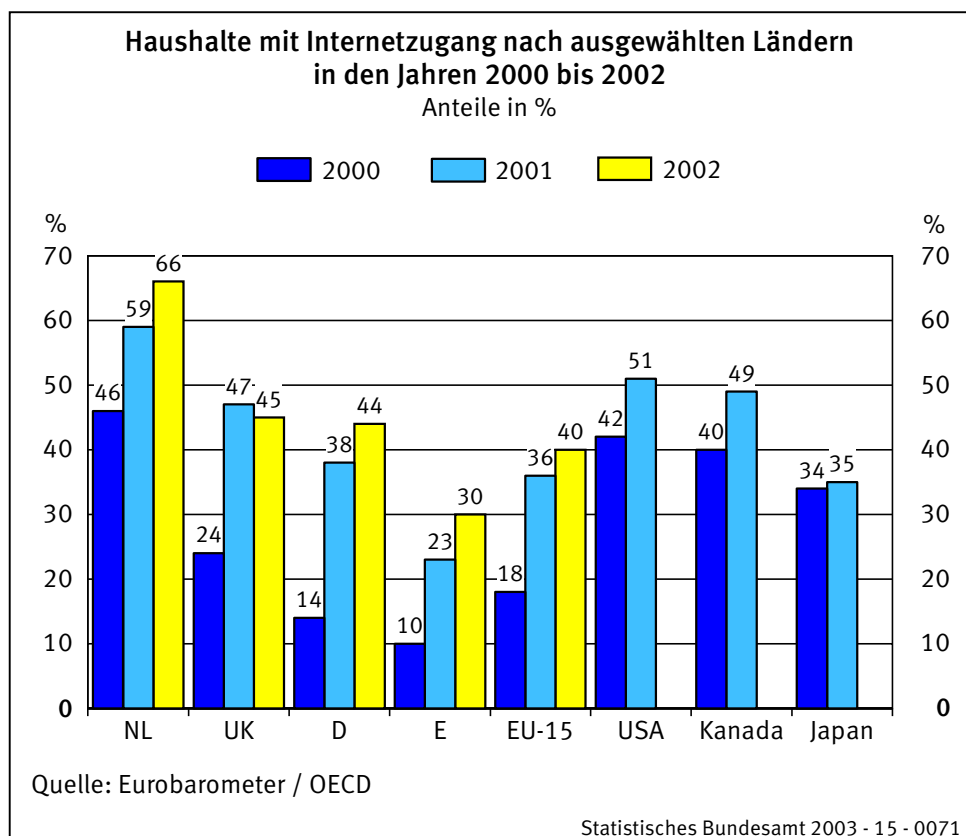
¹⁾ Mehrfachnennungen waren möglich.

Quartal 2002 schon gut ein Fünftel. Obwohl die DVD-Technologie erst seit relativ kurzer Zeit auf dem Markt erhältlich ist, ist bereits jeder zehnte Haushalt im Besitz eines DVD-Players (10%) und fast jeder Achte im Besitz eines DVD-Laufwerks (13%). Andere Technologien, wie Palmtop, Fernsehen mit digitalem Antennenanschluss (DVB-T) und Navigationssysteme für das Auto, sind kaum vorhanden.

2.2 Ausstattung privater Haushalte mit Internetzugang

Einen Internetzugang von zu Hause aus hatten im ersten Quartal 2002 43% oder gut 16 Mill. Haushalte (Online-Haushalte). Damit liegt Deutschland etwas über dem EU-Durchschnitt, welcher nach Angaben des Eurobarometer im Juni 2002 bei 40% lag, erreicht jedoch bei weitem nicht den Verbreitungsgrad in den auf dem Sektor der Informations- und Kommunikationstechnologien führenden EU-Ländern wie die Niederlande (66%) und bleibt leicht hinter dem Niveau der USA (51%) und Kanadas (49%)³ zurück. Wie aus dem Schaubild 1 ersichtlich, scheint sich der anfangs rasche Anstieg der Internetnutzer sowohl in Deutschland als auch in anderen Ländern allmählich abzuflachen.

Schaubild 1



Nach den Ergebnissen der Pilotstudie hat in 15% der Haushalte mit Internet-Zugang mindestens ein Haushaltsmitglied eine eigene Homepage. Im Durchschnitt waren Haushalte im ersten Quartal 2002 6 Stunden wöchentlich online, wobei für mehr als 80% die Surfzeit bis zu 7 Stunden pro Woche betrug. Jeder fünfte Online-Haushalt nimmt das Angebot einer Flatrate in Anspruch. Die durchschnittliche wöchentliche Nutzungsdauer solcher Haushalte ist doppelt so hoch und liegt bei 15 Stunden.

Die Internetverbreitung ist vorrangig an die Ausstattung mit Stand-(Tisch-)Computern geknüpft: Knapp 92% aller Haushalte mit einem Internet-Anschluss nutzen einen solchen Personal-Computer als Zugangsggerät. Erst an zweiter Stelle liegen Notebooks mit ca. 15%, und in 8% der Haushalte wird von einem Handy auf das Internet zugegriffen (Direktverbindung).

Es sind häufig Kinder, welche Haushalte zum Erwerb von Computern veranlassen. Diesen Schluss legt die Verteilung von PCs bei den verschiedenen Haushaltstypen nahe: Über 80% der Haushalte mit Kind(ern) haben einen PC; bei Paaren mit Kindern liegt der Anteil sogar bei 87%. Dagegen besitzt nur die Hälfte der kinderlosen Paare einen PC (49%). Einen noch geringeren Anteil (38%) weisen Einpersonenhaushalte auf. Die gleiche Beobachtung wird beim Zugang zum Internet gemacht, wie aus dem Schaubild 2 ersichtlich ist.

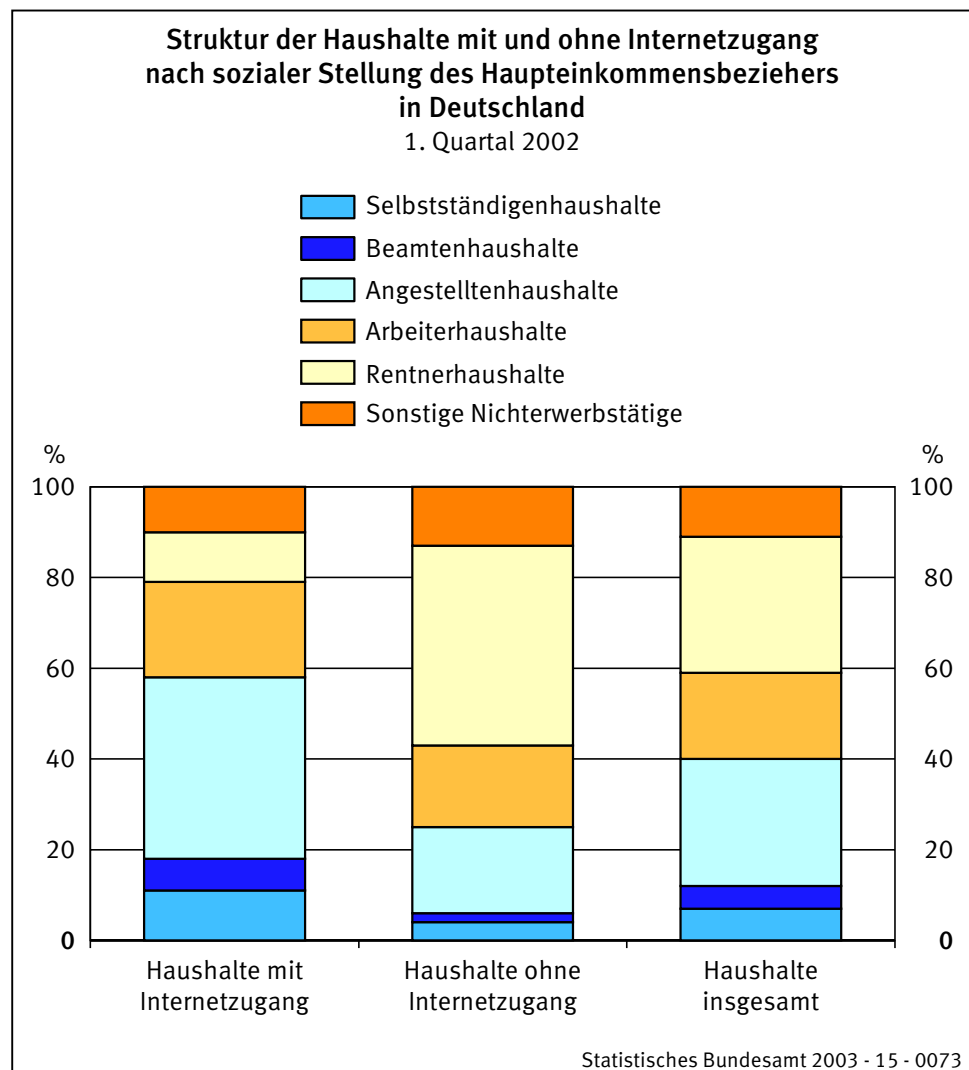
PC und Internet sind vor allem in Haushalten mit Kind(ern) weit verbreitet.

Schaubild 2



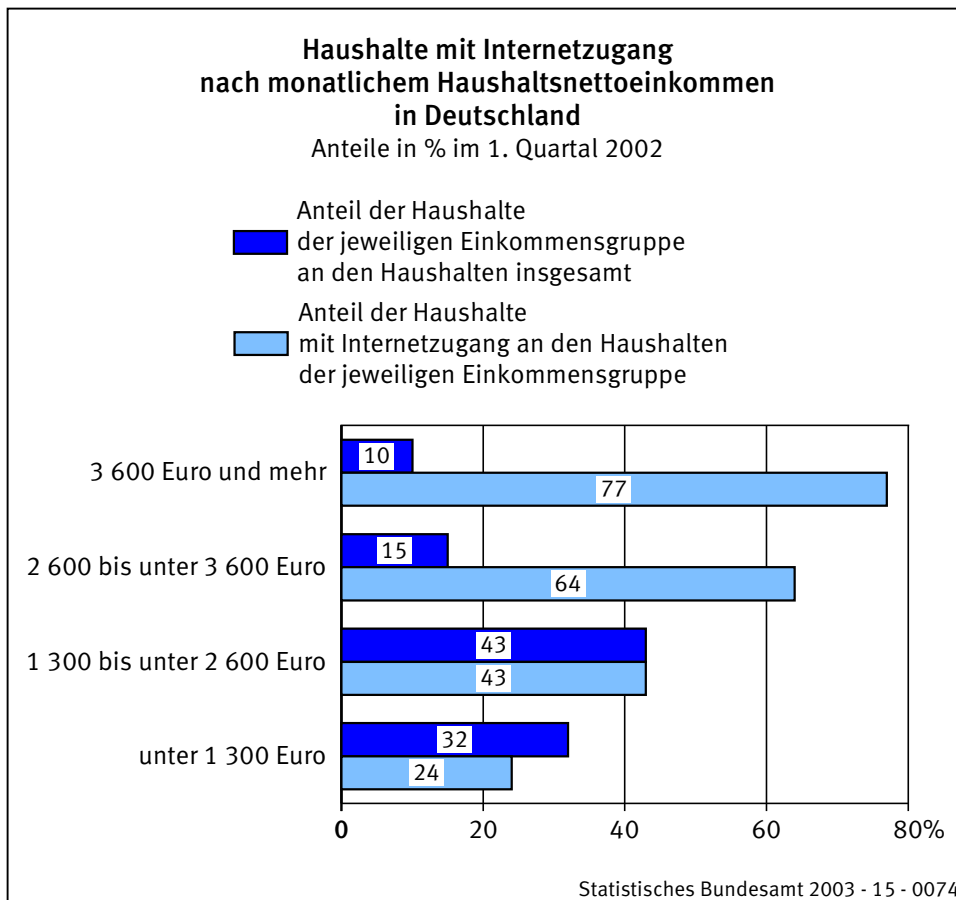
Die Struktur der Haushalte mit Internetzugang unterscheidet sich, was die soziale Stellung des Haupteinkommensbeziehers angeht, deutlich von den Haushalten ohne Internetzugang (Offline-Haushalte; vgl. Schaubild 3). Während der Anteil der Selbstständigen-, Beamten- und Angestelltenhaushalte in der Gruppe der Online-Haushalte bedeutend höher ist als in der Bevölkerung insgesamt (mindestens um das 1,5fache), schrumpft der Anteil der Rentnerhaushalte von 30% in der Bevölkerung insgesamt auf 11% bei den Online-Haushalten. Dagegen überwiegen die Rentnerhaushalte mit 44% bei der sozialen Struktur der Haushalte ohne Internetzugang.

Schaubild 3



Zugang zum Internet von zu Hause aus haben nach wie vor in erster Linie Haushalte mit hohem Einkommen: 77% der Haushalte mit einem monatlichen Nettoeinkommen ab 3 600 Euro (Anteil an der Gesamtzahl der Haushalte: 10%) haben einen Internet-Anschluss. Dagegen liegt der Anteil der privaten Internetanschlüsse bei Haushalten der unteren Einkommensgruppe (unter 1 300 Euro) bei 24% (Anteil an der Gesamtzahl der Haushalte: 32%). In Schaubild 4 werden die Anteile der Internet-Nutzer an den Haushalten, gegliedert nach deren monatlichem Haushaltsnettoeinkommen, dargestellt. Zum Vergleich sind die Anteile der jeweiligen Einkommensgruppe an den Haushalten insgesamt dargestellt.

Schaubild 4



2.2.1 Haushalte ohne Internetzugang

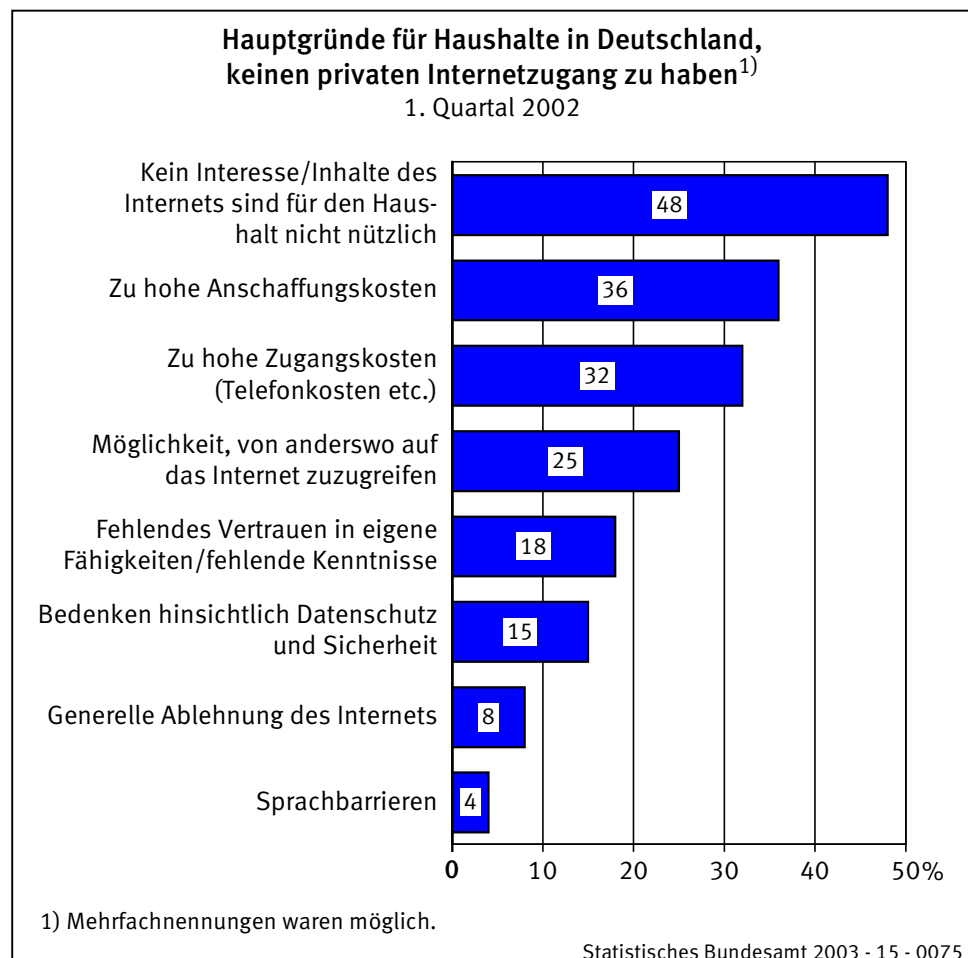
Bei den Offline-Haushalten dominieren Rentnerhaushalte.

Die Gruppe der Haushalte ohne Internetzugang ist deutlich anders zusammengesetzt als die der Online-Haushalte: Die meisten der ersteren sind Einpersonenhaushalte und Paare ohne Kinder, wobei in beiden Gruppen der Anteil der Rentnerhaushalte hoch ist. Ein Vergleich der Haushalte hinsichtlich der sozialen Stellung des Haupteinkommensbezieher zeigt, dass knapp drei Viertel der Rentnerhaushalte und 56% der sonstigen Nichterwerbstätigen-Haushalte keinen Zugang zum World-Wide-Web von zu Hause aus haben. Die Mehrzahl der Offline-Haushalte ist in den unteren Einkommensgruppen zu finden: Gut ein Drittel dieser Haushalte verfügt über ein monatliches Einkommen unter 1 500 Euro und rund die Hälfte über ein Einkommen, das unter 2 000 Euro liegt.

Die Offline-Haushalte besitzen zwar keinen Internetzugang, verfügen aber im Übrigen durchaus in beträchtlichem Umfang über neue Informations- und Kommunikationstechnologien: So besitzen 53% ein Handy, 25% einen PC, 6% einen ISDN-Anschluss und 3% ein Notebook.

Die Gründe für den fehlenden privaten Internetzugang (vgl. Schaubild 5), welche von den Offline-Haushalten angegeben wurden, machen deutlich, dass trotz Liberalisierung des Telekommunikationsmarktes und allgemein gesunkener Preise auf dem Sektor der Informations- und Kommunikationstechnologien der eigene Zugang zum Internet nach wie vor eine monetäre Frage ist: Für weit über ein Drittel der Haushalte führen die Anschaffungs- und Zugangskosten zu einer Entscheidung gegen das Internet.

Schaubild 5



Eine weitere wichtige Erklärung für das Fehlen eines privaten Internetzugangs ist, dass ein Drittel der Offline-Haushalte nur zu Hause offline ist, aber anderswo einen Zugang zum Internet hat.

Fast die Hälfte der Offline-Haushalte gibt an, kein Interesse am Internet zu haben. Diese Gruppe besteht zu einem Drittel aus Rentnerhaushalten. Es fällt auf, dass ein großer Teil der Haushalte, der mangelndes Interesse angibt, gleichzeitig zu hohe Anschaffungs- und Zugangskosten als Hinderungsgründe anführt. Möglicherweise beeinflussen sich beide Aspekte gegenseitig.

2.3 Nutzer von Computer und Internet und deren soziodemographische Struktur

Rund 45 Mill. Menschen nutzten im April/Mai 2002 nach der Pilotstudie in Deutschland einen PC und über 34 Mill. das Internet, dies sind jeweils 61% bzw. 46% der Bevölkerung im Alter ab 10 Jahren.

Der Anteil der Internet-Nutzer bei Männern ist mit 52% um 11 Prozentpunkte höher als bei Frauen (41%); für PC-Nutzer beträgt diese Differenz 10 Prozentpunkte. Innerhalb einzelner Altersgruppen divergieren die Anteile der Nutzer nach Geschlecht unterschiedlich stark: In der jüngsten betrachteten Bevölkerungsgruppe von 10 bis 15 Jahren ist der Anteil der PC- und Internet-Nutzer bei Mädchen etwas höher als bei Jungen. In der Gruppe der 16- bis 24-Jährigen sind die Nutzer-Anteile für Frauen und Männer fast gleich groß. In den höheren Altersgruppen bleiben die Frauen gemessen am Anteil der PC- und Internet-Nutzer immer mehr zurück.

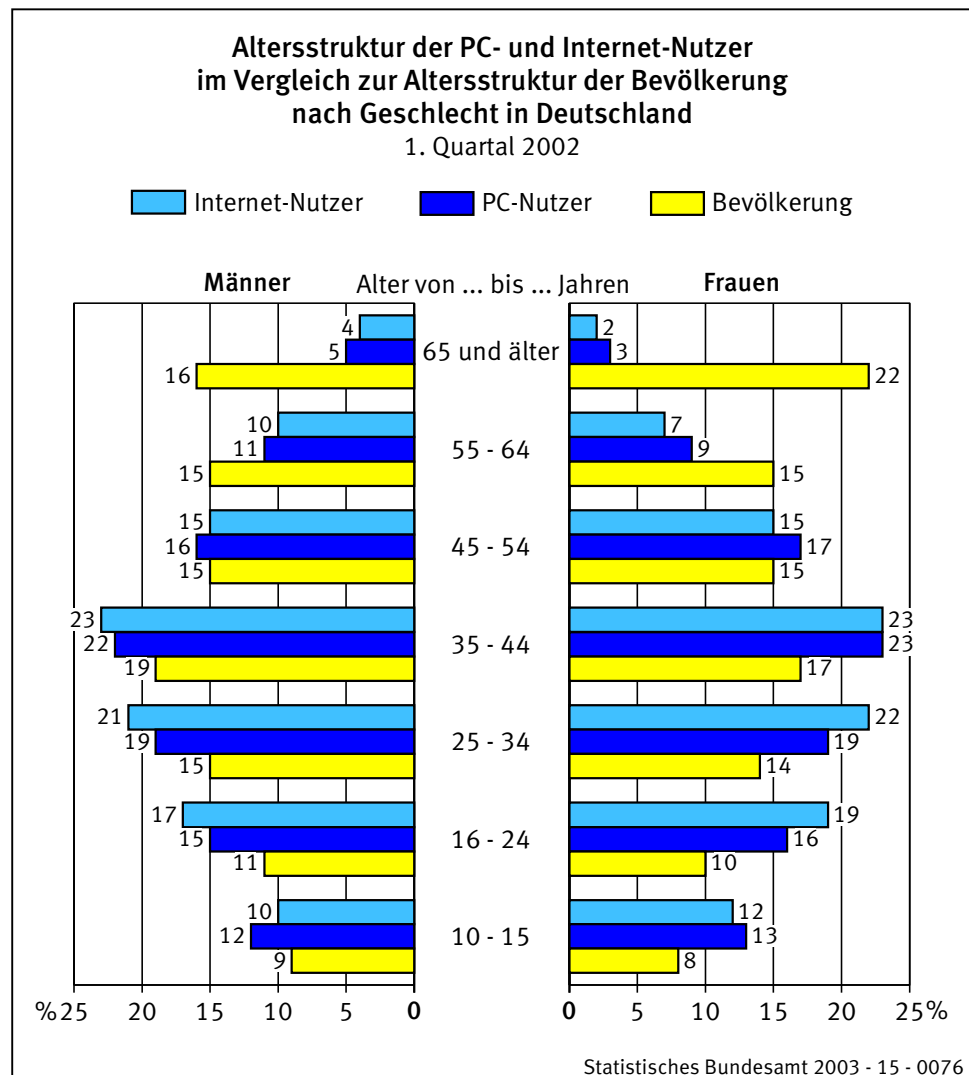
52 % der Männer und 41 % der Frauen gehen online.

In der Altersgruppe der 16- bis 24-Jährigen wird das Internet am häufigsten genutzt (77%). In der Gruppe der 55- bis 64-Jährigen sind dagegen lediglich 26% der Personen online, obwohl der Anteil der PC-Nutzer in dieser Gruppe bedeutend höher ist und bei knapp 40% liegt.

Die Internet-Nutzer sind jünger als die Bevölkerung insgesamt.

Daraus ergeben sich Unterschiede in der Altersstruktur der Bevölkerung (ab 10 Jahre) einerseits und den Subpopulationen der PC- und Internet-Nutzer andererseits (Schaubild 6): Personen im Alter bis 44 Jahren sind bei PC- und Internet-Nutzern im Vergleich zur Bevölkerung insgesamt deutlich überrepräsentiert. In der Gruppe der 45- bis 54-Jährigen stimmen die Anteile fast überein und in den höheren Altersgruppen sind die PC- und Internet-Nutzer unterrepräsentiert.

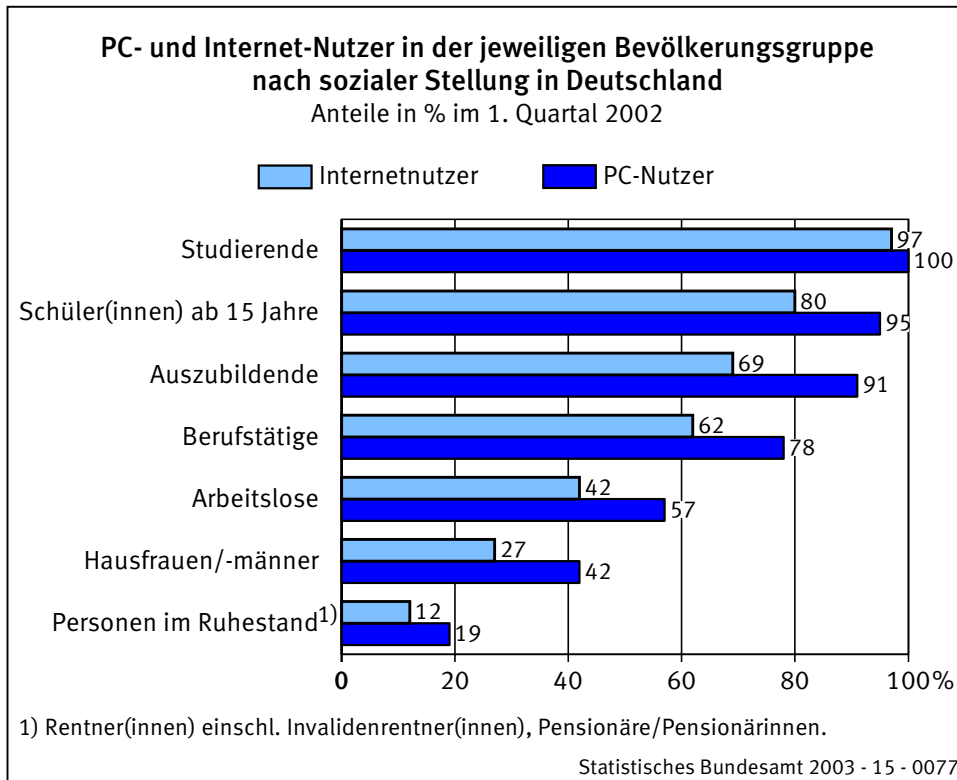
Schaubild 6



Bei Betrachtung der unterschiedlichen sozialen Gruppen (vgl. Schaubild 7) ergibt sich folgendes Bild: Besonders hoch ist der Anteil der Nutzer bei jungen Personen, die sich im Studium bzw. in der Ausbildung befinden. 100% der Studenten sowie jeweils über 90% der Schüler ab 15 Jahre und der Auszubildenden nutzen einen PC. Ebenfalls sehr hoch – entsprechend 97%, 80% und 69% – ist der Anteil der Internet-Nutzer in diesen Gruppen. Bei den Berufstätigen nutzen 78% einen PC und 62% das Internet. Gut 20 Prozentpunkte weniger betragen die Anteile der PC- und Internet-Nutzer unter den Arbeitslosen (jeweils 57% und 42%). Noch weniger Nutzer finden sich unter den Hausfrauen und -männern sowie unter den Personen im Ruhestand.

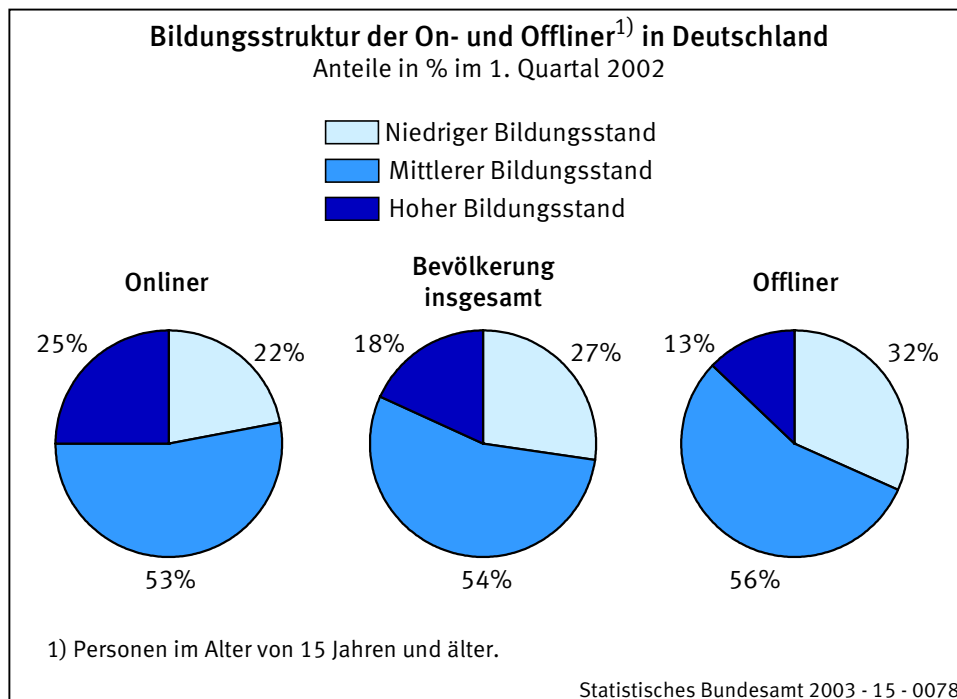
Deutliche Unterschiede ergeben sich bei der Bildungsstruktur zwischen den Internet-Nutzern und den so genannten Offlinern. Im Schaubild 8 sind die Anteile für drei grobe Kategorien formaler Bildung dargestellt: niedriger Bildungsstand (z.B. weder allgemeiner Schulabschluss noch beruflicher Abschluss vorhanden, Hauptschul- oder Realschulabschluss ohne beruflichen Abschluss); mittlerer Bildungsstand (z.B. Fachhochschulreife/Hochschulreife ohne beruflichen Abschluss, Abschluss einer Lehrausbildung, berufsqualifizierender Abschluss an Berufsschulen/Kollegschulen); höherer Bildungsstand (z.B. Meister/Technikerausbildung oder gleichwertiger Fachhochschulabschluss, Fachhochschul-/Hochschulabschluss, Promotion).

Schaubild 7



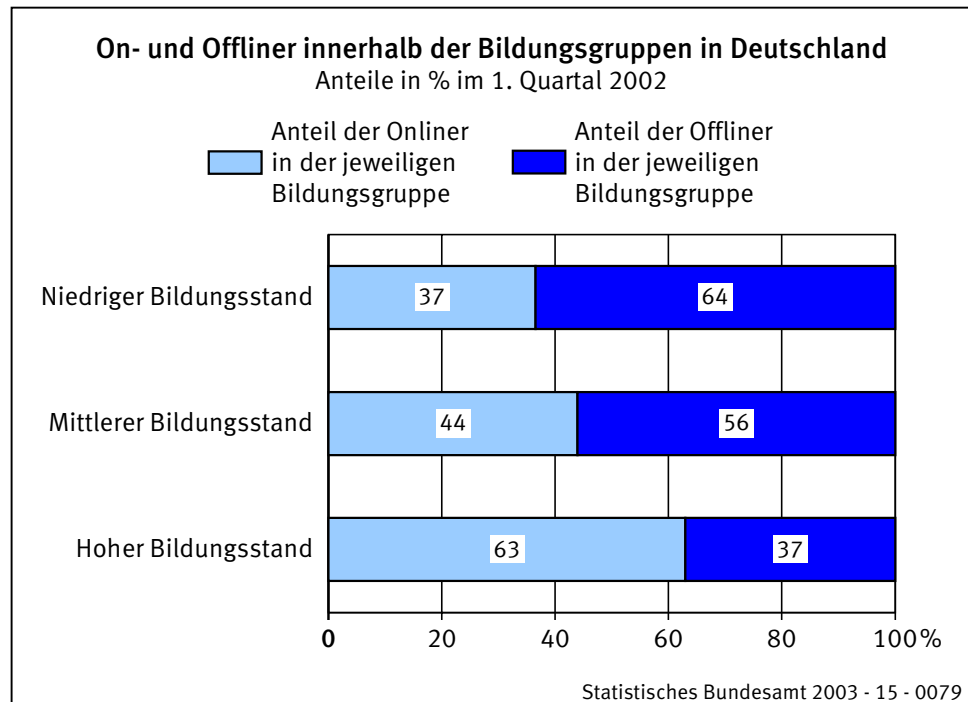
Verglichen mit der Bevölkerungsstruktur insgesamt lassen sich bei den Internet-Nutzern deutliche Verschiebungen in Richtung höhere Bildung feststellen, und zwar um 7 Prozentpunkte. Dagegen sind in der Gruppe der Offliner um 5 Prozentpunkte mehr Personen mit niedriger Bildung vertreten als in der Grundgesamtheit.

Schaubild 8



Solche strukturellen Unterschiede sind die Folge der stark divergierenden Nutzeranteile innerhalb der betrachteten Gruppen (Schaubild 9). Der Anteil der Internet-Nutzer bei Personen mit höherer Bildung beträgt mit 63% das 1,7fache vom entsprechenden Anteil in der Gruppe mit einem niedrigen Bildungsstand (37%).

Schaubild 9



2.4 Ort und Intensität der Nutzung

In der Pilotstudie sollten die Befragten angeben, an welchen Orten sie im ersten Quartal 2002 einen Computer genutzt bzw. auf das Internet zugegriffen haben.

Das Internet wird am häufigsten zu Hause genutzt.

Betrachten wir zunächst die Gruppe der Personen im Alter von 10 bis 24 Jahren. In mehr als einem Drittel der Fälle wird auf PC und Internet zu Hause zugegriffen (vgl. Tabelle 2). In 31% der Fälle erfolgt die Nutzung des PC's am Ort der Ausbildung und in 28% an anderen Orten. Beim Zugriff auf das Internet werden dagegen am zweithäufigsten nicht die Ausbildungsstätten, sondern Internet-Anschlüsse bei öffentlichen Stellen, wie z.B. Bibliotheken, Internet-Cafés, Gemeindezentren oder bei Freunden und Bekannten genutzt (31%). Ein Internet-Anschluss am Ort der Ausbildung wird von jungen Menschen in 26% der Fälle in Anspruch genommen. Die Pilotstudie zeigt auch, dass 52% der Schüler das Internet in der Schule nutzen.

Personen im Alter von 25 bis 54 Jahren nutzen einen PC eindeutig mehr am Arbeitsplatz (47% der Fälle) als zu Hause (35% der Fälle). Für die Internet-Nutzung ist ein umgekehrtes Verhältnis zu beobachten: Während 45% der Zugriffsfälle auf das Internet von zu Hause aus erfolgen, sind es am Arbeitsplatz, der nicht zu Hause ist, nur noch 34%. Der Anteil der „Nutzungsfälle“ an anderen Orten ist nur halb so hoch wie in der Gruppe der 10- bis 24-Jährigen.

In der Altersgruppe der 55-Jährigen und Älteren dominiert die Nutzung von PC und Internet zu Hause.

Tabelle 2: PC- und Internet-Nutzung nach Nutzungsort und Altersgruppen im ersten Quartal 2002 in Deutschland

Alter von ... bis .. Jahren	Anteil an der Nutzung ¹⁾ von									
	PC					Internet				
	Zu Hause	Am Ar- beits- platz	Am Ort der Aus- bil- dung	An an- deren Orten	Nut- zungs- fälle insge- samt	Zu Hause	Am Ar- beits- platz	Am Ort der Aus- bil- dung	An an- deren Orten	Nut- zungs- fälle insge- samt
	in %									
10 – 24	34	7	31	28	100	36	7	26	31	100
25 – 54	35	47	4	14	100	45	34	4	17	100
55 und älter	67	21	2	11	100	66	18	/	16	100

¹⁾ Die Prozentuierung bezieht sich auf die Nutzungsfälle, nicht auf die Personen.

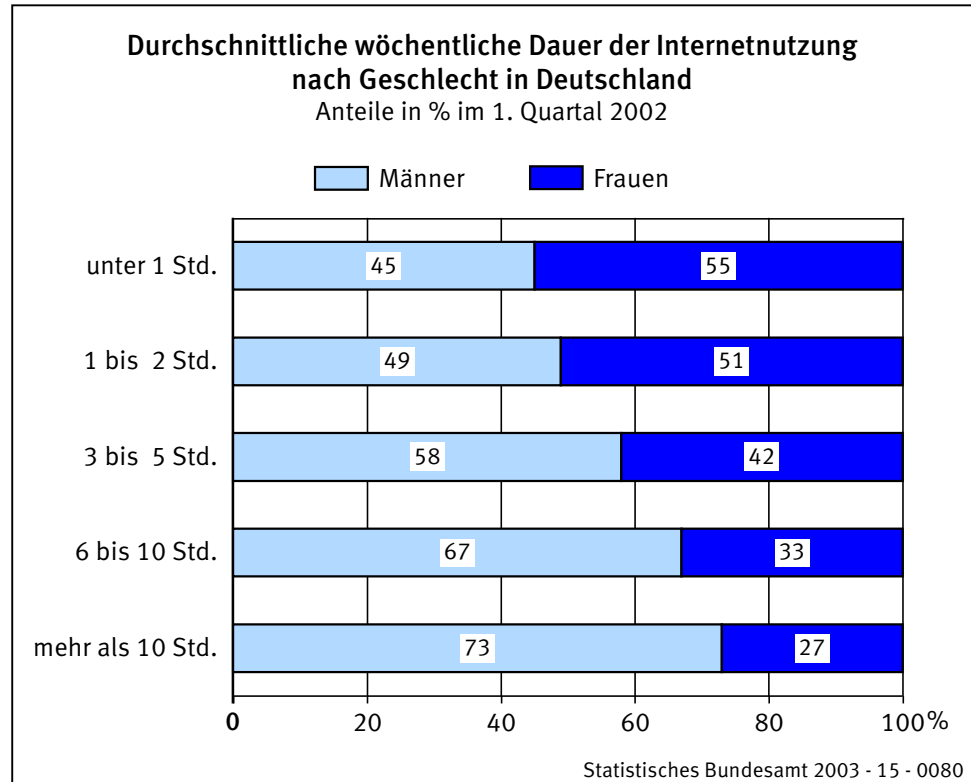
Eine öffentliche Infrastruktur zum Internetzugang (z.B. Ausbildungsorte, Gemeindezentren, Bibliotheken etc.) ist insbesondere für Bevölkerungsgruppen wichtig, die von zu Hause aus keinen Internetzugang haben. Die Pilotstudie macht jedoch deutlich, dass diese Möglichkeiten bisher in einem sehr begrenzten Umfang in Anspruch genommen wurden: Ca. 19% aller Arbeitslosen und Rentner gehören zu den Internet-Nutzern. Das öffentliche Netz wird dabei nur von knapp 8% von ihnen in Anspruch genommen.

Der öffentliche Zugang zum Internet wurde bisher nur eingeschränkt genutzt.

Bei der Frage nach der Häufigkeit der Nutzung geben die meisten Befragten an, PC und Internet zu Hause mindestens einmal wöchentlich, jedoch nicht jeden Tag genutzt zu haben (jeweils 48% und 54%). Wenn ein PC oder das Internet am Arbeitsplatz zum Einsatz kommen, dann geschieht es meistens jeden Tag (78% und 47%). Am Ort der Ausbildung wird von den Meisten auf einen PC bzw. auf das Internet mindestens einmal pro Woche zugegriffen (48% und 41%). An anderen Orten kommt es in der Mehrheit der Fälle zur Nutzung von einem PC mindestens einmal im Monat (32%) und zum Zugriff auf das Internet noch seltener (40%).

Nach Dauer der Nutzung ergeben sich deutliche Unterschiede zwischen Frauen und Männern. Während Frauen bei einer durchschnittlichen wöchentlichen Online-Zeit bis 2 Stunden die Mehrheit aller Internet-Nutzer bilden, dominieren bei einer Surfzeit ab 3 Stunden Männer (vgl. Schaubild 10).

Schaubild 10



2.5 Private und berufliche Internet-Nutzung, Schwerpunkte der Nutzung

Das Internet wird überwiegend für private Zwecke genutzt: Nahezu alle Internet-Nutzer gehen online, um private Geschäfte zu erledigen bzw. Informationen für sich oder ihr privates Umfeld einzuholen.

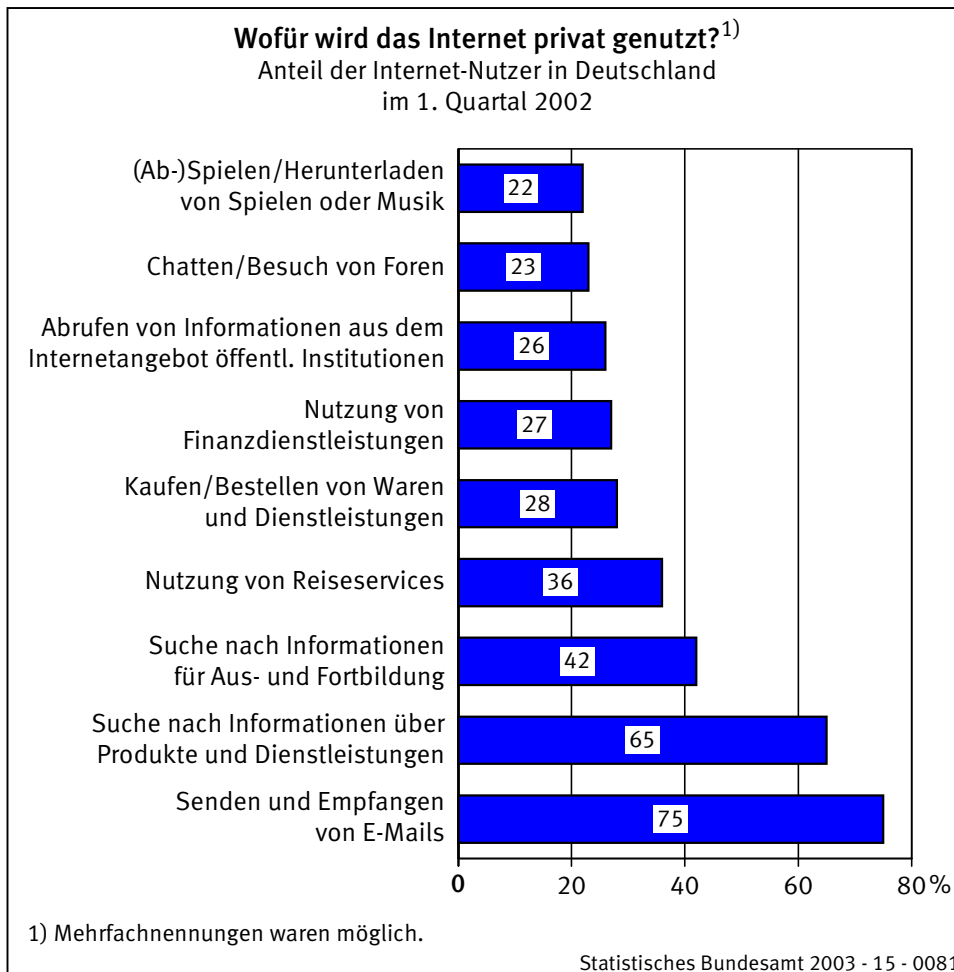
Das Internet wird vor allem als Kommunikationsmittel und Informationsquelle verwendet.

Hierbei wird das Internet von 75% der Nutzer (dies entspricht etwa 26 Mill. Menschen) vor allem als Kommunikationsmittel (Senden und Empfangen von E-Mails) in Anspruch genommen (vgl. Schaubild 11). Vielen dient es bei der Suche nach Informationen: 65% der Nutzer informieren sich online über Produkte und Dienstleistungen, 42% aller Nutzer und fast 70% der 10- bis 24-Jährigen nutzen zahlreiche Internet-Adressen als Wissensfundus für Schule, Studium oder berufliche Bildung. Ebenfalls attraktiv ist das Internet für Organisation und Buchung von Reisen: 36% nutzen Online-Reiseservices. Fast jeder Dritte Internetsurfer gibt an, das Internet für den Kauf oder das Bestellen von Waren und Dienstleistungen zu nutzen. Online-Finanzdienste werden von 28% der Nutzer in Anspruch genommen. Besonders populär scheint dies für die Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen zu sein (41%). Etwa jeder Fünfte nutzt das Internet für das so genannte Chatten, für den Besuch von Foren oder als Fundort für Spiele bzw. Musik. Jeder zehnte Internet-Nutzer sucht eine Arbeitsstelle im World-Wide-Web.

Einen separaten Block bildeten Fragen zur Nutzung der Internet-Angebote von Behörden (E-Government). Die Kontakte zu öffentlichen Institutionen via Internet beschränken sich hauptsächlich auf das Abrufen von Informationen aus den entsprechenden

Internetangeboten: 26% der Internet-Nutzer geben an, im ersten Quartal 2002 ein solches Informationsangebot genutzt zu haben. Lediglich 12% nehmen die Möglichkeit des Herunterladens von Formularen in Anspruch und nur 6% senden ausgefüllte Formulare an Behörden zurück. Dieses Ergebnis entspricht Angaben aus anderen europäischen Studien⁴. Danach hat fast die Hälfte aller europäischen Internet-Nutzer bereits die Webseiten der Regierungsstellen besucht. Jedoch haben lediglich weniger als 10% der Nutzer Formulare online eingereicht.

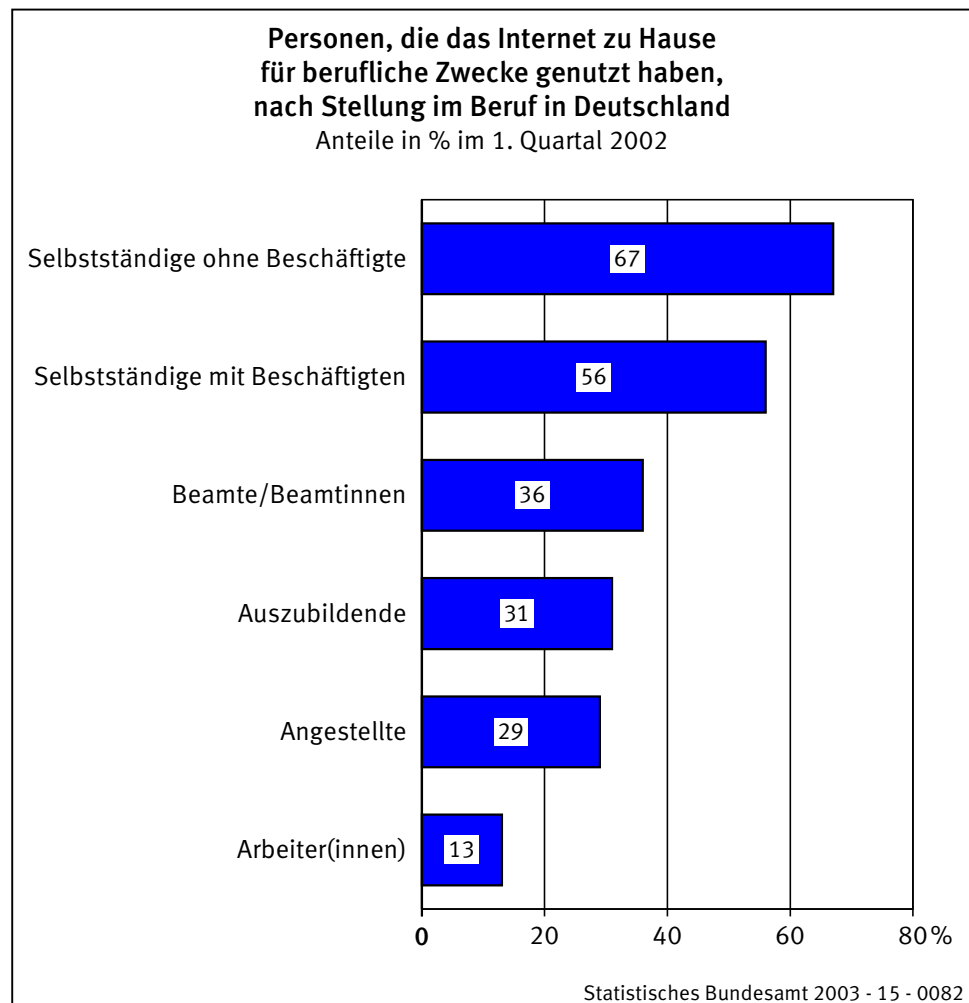
Schaubild 11



22% der Onliner geben an, das Internet zu Hause auch für berufliche Zwecke zu nutzen. Dies ist besonders charakteristisch für Selbstständige: 67% der Selbstständigen ohne Beschäftigte und 56% der Selbstständigen mit Beschäftigten gehören zu dieser Nutzergruppe. Relativ weit verbreitet ist die berufliche Internet-Nutzung zu Hause auch unter Beamten (36%), Auszubildenden (31%) und Angestellten (29%). Dagegen nutzen nur 13% der Arbeiter das Internet zu Hause für berufliche Zwecke.

Für berufliche Zwecke wird das Internet zu Hause verstärkt von Selbstständigen genutzt.

Schaubild 12



Nach den Befragungsergebnissen handelt es sich bei der beruflichen Internet-Nutzung vor allem um die Suche nach Informationen mit Bezug zur eigenen Arbeit. Dies geben 80% der betroffenen Nutzer an. Mehr als die Hälfte von Ihnen schreibt u.a. zu Hause berufliche E-Mails und jede(r) Fünfte versendet die zu Hause erledigten Arbeiten an den Arbeitsplatz.

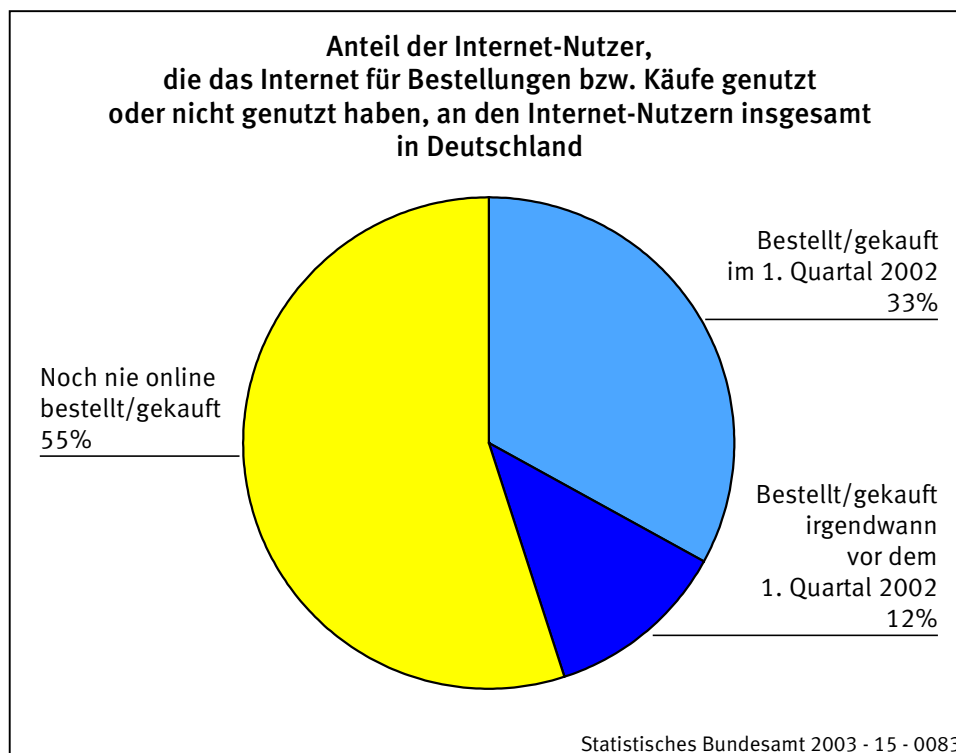
2.6 Eckdaten zu E-Commerce

Als E-Commerce wird der Handel von Waren und Dienstleistungen bezeichnet, der über elektronisch vermittelte Kommunikation, z.B. über Internet oder Teleshopping, betrieben wird. In der Regel handelt es sich hier um das Internet. In diesem Kapitel wird dargestellt, inwieweit der neue „Marktplatz per Internet“ genutzt wird. Es wurden nur Befragte einbezogen, die im ersten Quartal 2002 im Internet waren; Bestellungen oder Dienstleistungen werden in der Pilotstudie dem Kauf gleichgesetzt.

2.6.1 Produktinformationen und Produktsuche, Bestellungen und Käufe im Internet

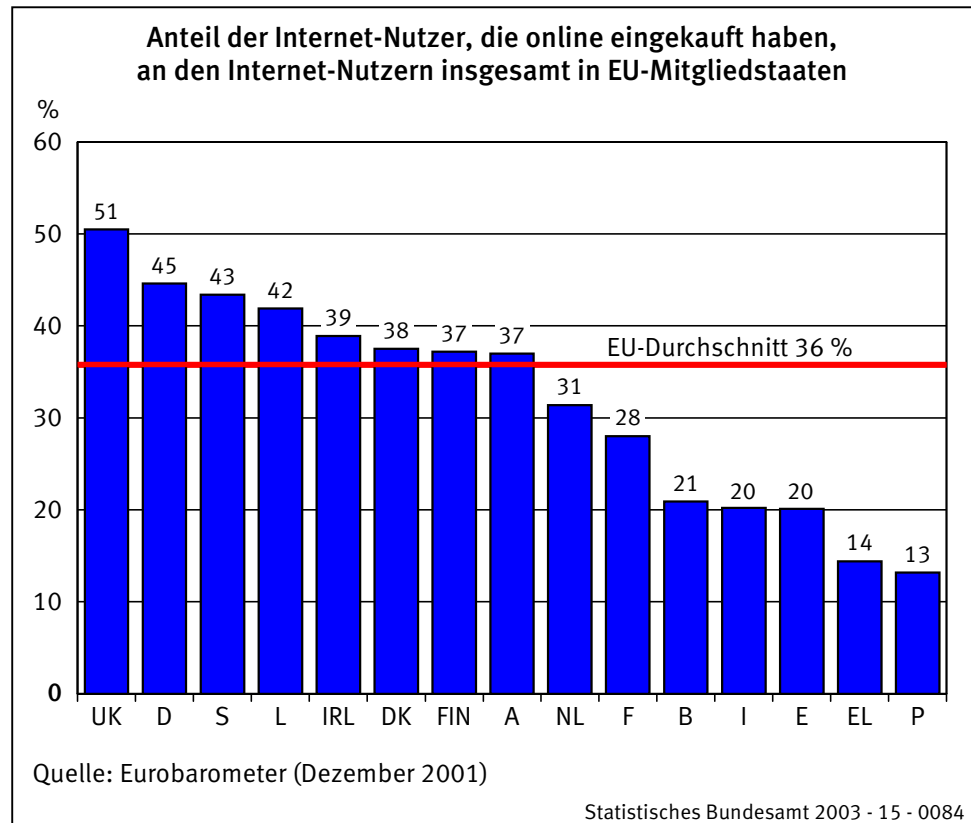
Von wie vielen wird das Internet als Einkaufsmöglichkeit genutzt? Führt der Internet-Markt ein Nischendasein, oder wird das Internet verwendet, um auf elektronischem Wege Geschäfte abzuschließen? In Schaubild 13 ist zu sehen, dass knapp die Hälfte der Internet-Nutzer bereits via Netz einkaufte. Ein Drittel gab an, auch im ersten Quartal 2002 bestellt zu haben.

Schaubild 13



Im Vergleich zu den anderen EU-Mitgliedstaaten steht Deutschland im Hinblick auf den Anteil der Online-Käufer an den Internet-Nutzern insgesamt auf dem zweiten Platz:

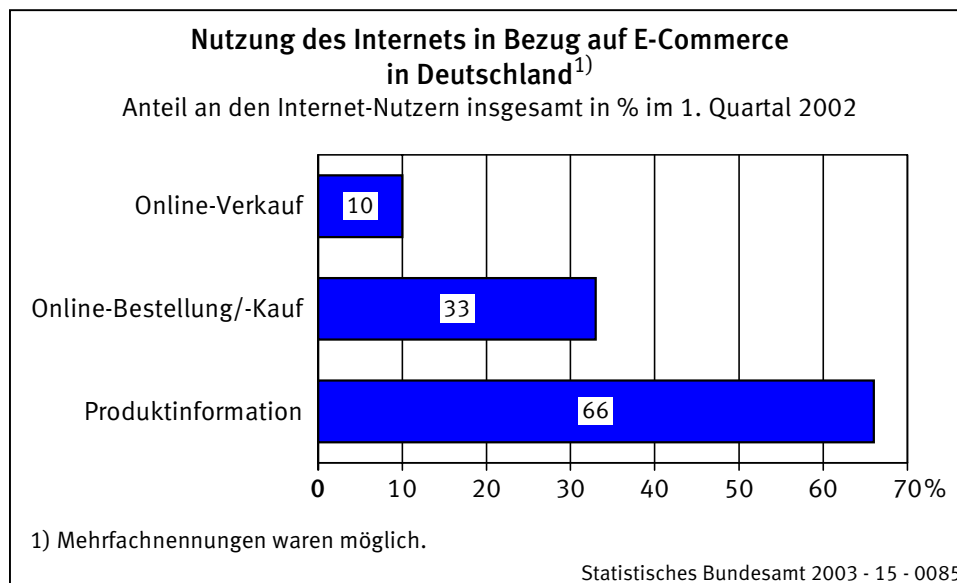
Schaubild 14



Zwischen Internet-Nutzung und -Kauf besteht ein starker Zusammenhang. Je häufiger das Internet genutzt wird, desto eher wird über dieses Medium eingekauft: Von den Befragten, die sich mindestens einmal im Monat zu Hause im Internet befanden, bestellten 21% im ersten Quartal 2002 online – und von denjenigen, die mindestens einmal täglich im Internet waren, bestellten 55%.

In Schaubild 15 sind die Aspekte der Nutzung des Internets nebeneinander gestellt, die im direkten Bezug zu E-Commerce stehen: So informierten sich im Netz über Produkte und Dienstleistungen 66% der Internet-Nutzer, nur halb so viele kauften dort ein und jeder zehnte Internet-Nutzer bot selbst Waren an, z.B. im Rahmen von Auktionen. Die Pilotstudie zeigte außerdem auch, dass 43% derjenigen, die sich im Internet über Produkte und Dienstleistungen informierten, dort auch einkauften.

Schaubild 15



2.6.2 Produktpalette/Ausgaben

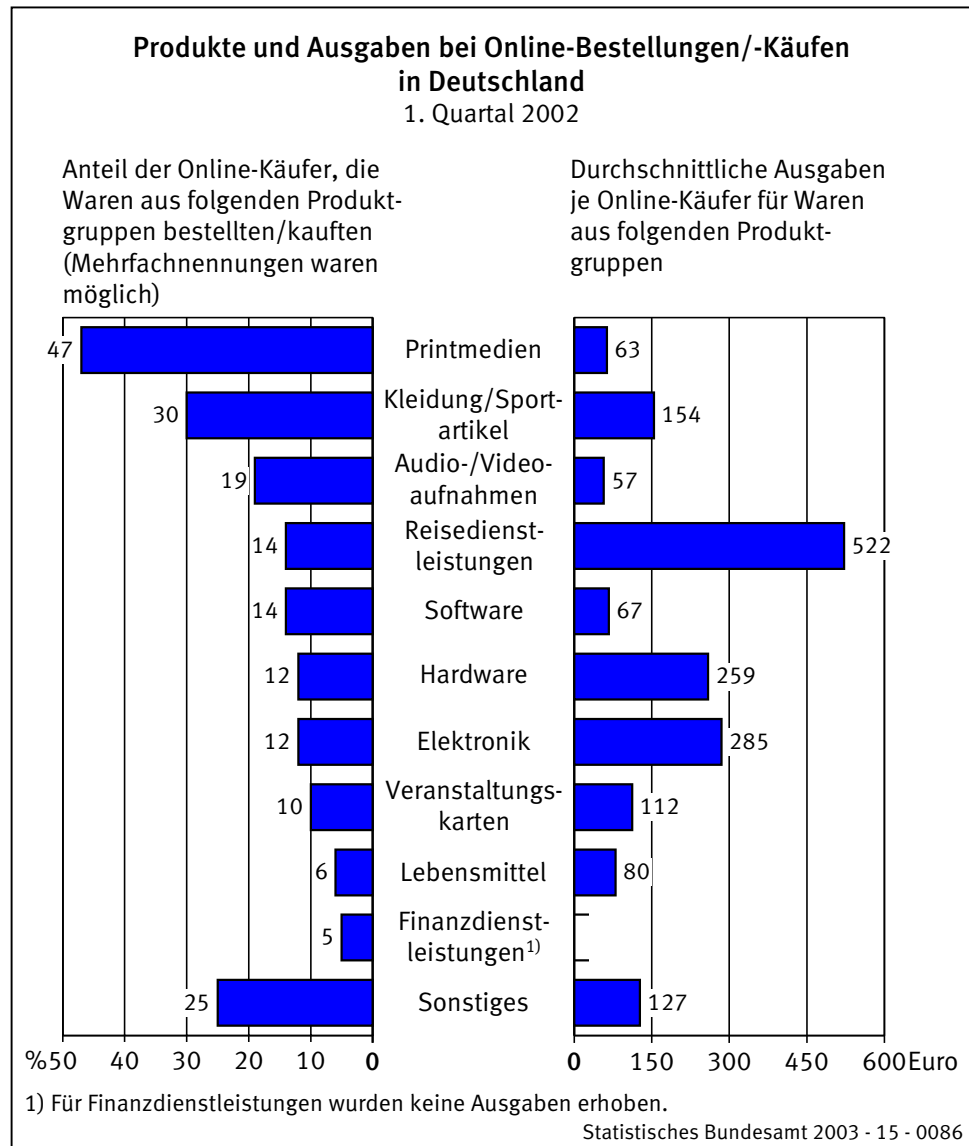
Bei den Produkten, die online bestellt werden, gibt es deutliche Vorlieben.

Am beliebtesten sind bei Online-Käufern Bücher oder Zeitschriften (Schaubild 16), wohl weil die Nutzer insoweit ein geringes Produktrisiko sehen, da zu vielen Büchern Inhalte bzw. Rezensionen angeboten werden. Kleidung und Sportartikel besitzen ebenfalls einen hohen Stellenwert. Sowohl die großen Anbieter als auch die Verbraucher können hier auf lange Erfahrungen im Versandhandel zurückblicken – nicht der Vorgang an sich, sondern lediglich das Bestellmedium hat sich geändert. Eine inhaltliche Affinität zum Thema Internet und E-Commerce weisen die technischen Artikelgruppen Audio-/Videoaufnahmen, Soft- und Hardware und allgemein Elektronik auf. Reisedienstleistungen sind sehr „alltagspraktisch“, indem z.B. Fahrkarten gekauft werden. Dass „Sonstiges“ am dritthäufigsten genannt wurde, liegt am breiten Angebotsspektrum im Internet. Unter diesem Punkt sind unterschiedlichste Produkte angegeben, deren Nennwerte im Einzelnen zu gering sind, als dass sie aufgeführt werden sollten.

*Es werden hauptsächlich
Bücher bzw. Zeitschriften
sowie Kleidung und
Sportartikel online gekauft.*

Der Anteil der Käufer gibt für sich betrachtet noch keine Auskunft über die Höhe der durchschnittlichen Ausgaben in einer bestimmten Produktgruppe. Unter Reisedienstleistungen fallen z.B. teure Produkte wie Flugtickets. Printmedien, also Bücher und Zeitschriften, sind als Ware interessant, kosten aber im Vergleich weniger Geld. Hardwareanschaffungen sind in der Regel langlebige Güter, für die nicht oft, aber bei Bedarf durchaus viel Geld ausgegeben wird.

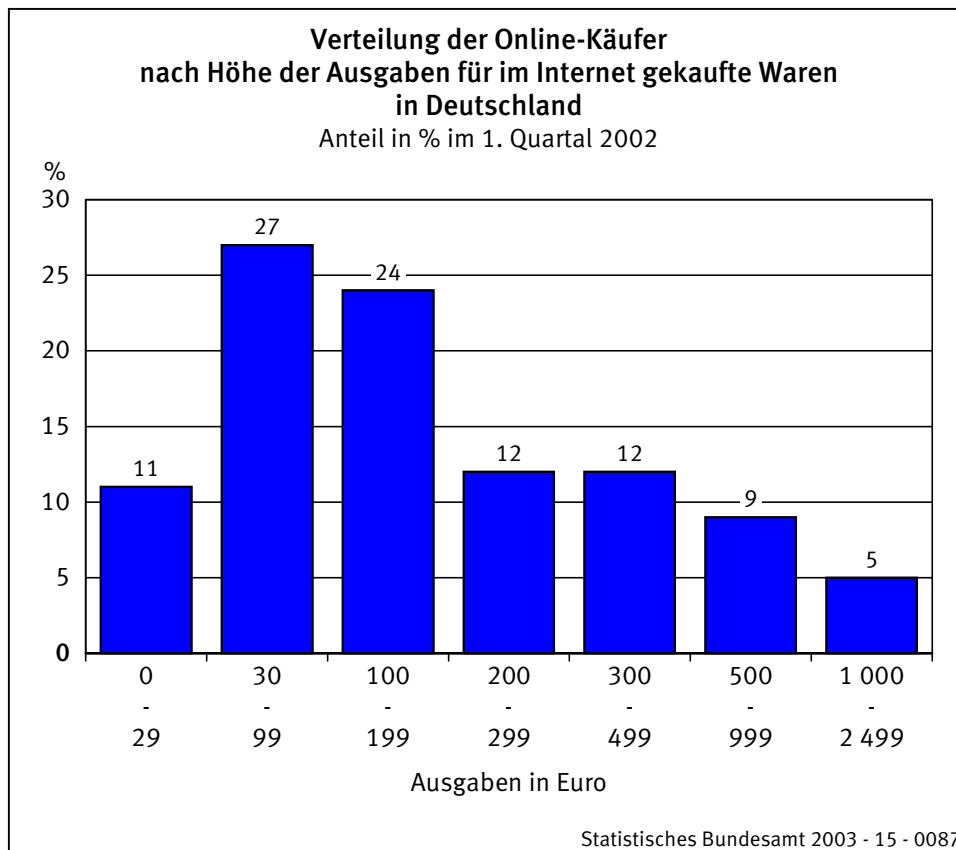
Schaubild 16



Im ersten Quartal 2002 wurden von den Befragten insgesamt gut 21 000 Euro bei Online-Käufen ausgegeben; auf Deutschland hochgerechnet sind das rund 95 Mill. Euro. Im Durchschnitt waren die Befragten bereit, für 279 Euro einzukaufen. Die Hälfte der Online-Käufer bestellte im ersten Quartal 2002 insgesamt für 30 bis 199 Euro Waren (vgl. Schaubild 17).

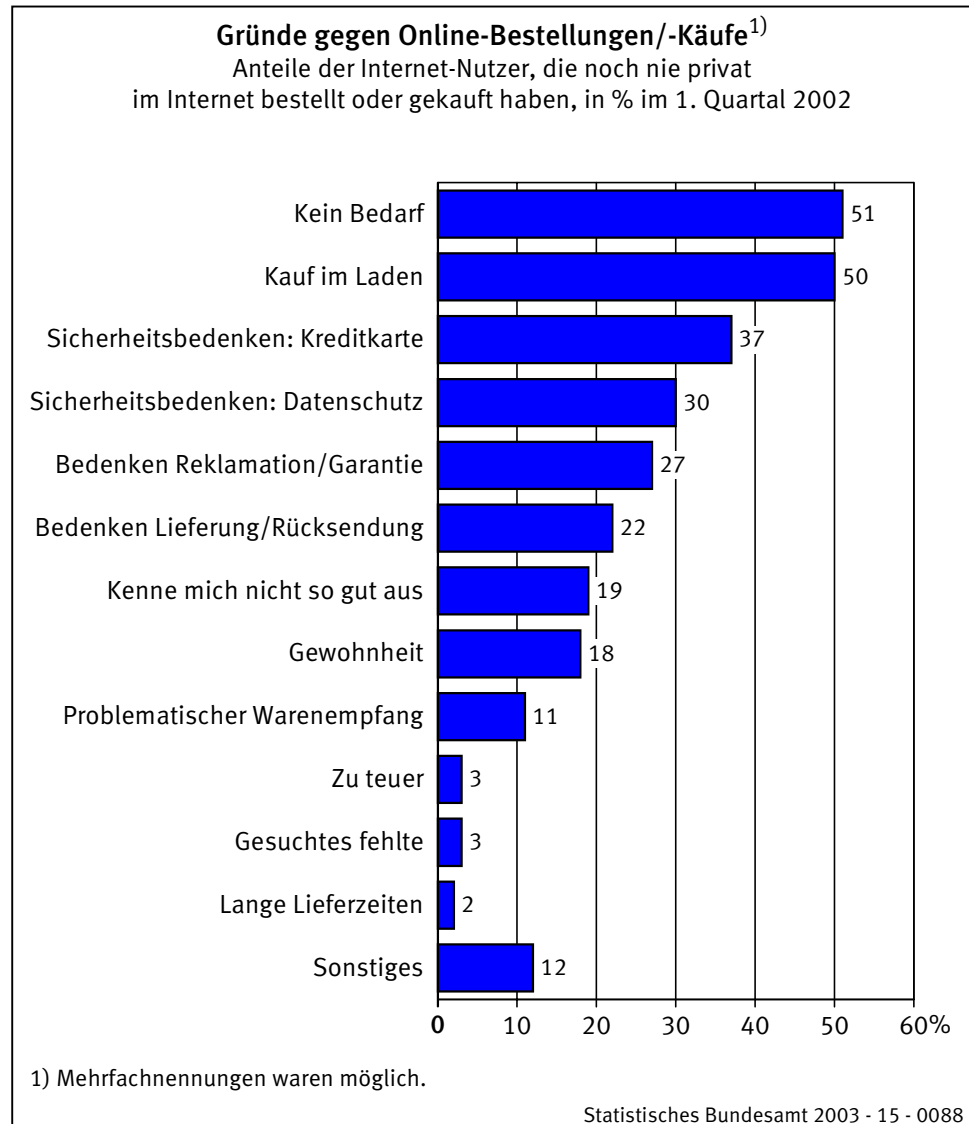
Jeder zweite Online-Käufer gab im ersten Quartal 2002 30 bis 199 Euro aus.

Schaubild 17



55% der Internet-Nutzer tätigten bisher noch keine Internet-Käufe, hauptsächlich mangels Interesse an E-Commerce: Die Hälfte gab an, dass sie keinen Bedarf hat und ebenfalls die Hälfte kaufte lieber direkt im Geschäft. Ein Fünftel kannte sich im Internet nicht gut genug aus. Ein weiterer Aspekt ist fehlendes Vertrauen in E-Commerce: Es gab sowohl Sicherheitsbedenken bei Kreditkartenzahlungen und gegenüber Missbrauch persönlicher Angaben als auch Befürchtungen zu Reklamationen, Lieferung und Rückgaberecht (vgl. Schaubild 18).

Schaubild 18



2.6.3 Soziodemographische Besonderheiten

Die Befragten aus den Neuen Ländern und Berlin-Ost hatten im Gegensatz zu den westdeutschen Befragten weniger Bedenken, im Internet anstatt im Geschäft einzukaufen (vgl. Tabelle 3).

In Ostdeutschland wurden weitaus häufiger Kleidung und Sportartikel im Internet bestellt als in Westdeutschland (West 28%/Ost 39%). Westdeutsche waren bei Audio-/ Videoaufnahmen (West 21%/Ost 12%) eher bereit, im Netz zu kaufen als Ostdeutsche.

Tabelle 3: Online-Käufer in Deutschland im ersten Quartal 2002

	Online-Käufer	
	Anzahl in Mill.	Anteil der Online-Käufer an den Internet-Nutzern in %
Neue Länder und Berlin-Ost	1,6	34
Früheres Bundesgebiet	9,6	29
Deutschland	11,2	33

Obwohl Frauen nahezu ebenso oft im Netz einkauften (im ersten Quartal 2002: Frauen 31%/Männer 35%), zeigten sie sich weniger an E-Commerce interessiert als Männer. Als Indikator gilt z.B. die Möglichkeit, das Internet als Informationsquelle über Produkte zu nutzen (Frauen 59%/Männer 73%) und dort selber Artikel anzubieten (Männer 13%/Frauen 7%). Männer gaben bei Internet-Käufen mehr Geld aus (im Durchschnitt im ersten Quartal 2002: Männer 300 Euro/Frauen 247 Euro). Auch die Produktpräferenzen sind unterschiedlich: Frauen kauften online eher Kleidung und Sportartikel sowie Bücher und Zeitschriften. Männer bevorzugten technische Artikel und Finanzdienstleistungen (vgl. Tabelle 4).

Frauen und Männer haben unterschiedliche Vorlieben bei Online-Käufen.

Tabelle 4: Produktpräferenzen von Online-Käufern nach Geschlecht in Deutschland im ersten Quartal 2002¹⁾

Produktgruppen	Online-Käufer		
	Frauen	Männer	Insgesamt
	in %		
Printmedien	52	43	47
Kleidung/Sportartikel	42	20	30
Audio-/Videoaufnahmen ...	18	20	19
Software	/	19	14
Hardware	/	18	12
Elektronik	/	17	12
Reisedienstleistungen	14	15	14
Veranstaltungskarten	10	10	10
Finanzdienstleistungen	/	8	5
Sonstiges	25	24	25

1) Mehrfachnennungen waren möglich.

Die meisten Online-Käufer sind unter den 25- bis 34-Jährigen zu finden.

Bei den 25- bis 34-Jährigen kauft fast jeder Zweite online ein (Tabelle 5). In den Altersgruppen von 10 bis 15 Jahren sowie bei den älteren Internet-Nutzern ab 65 Jahre sind die Online-Käufer kaum vertreten. Relativ hohe Anteile an Online-Käufern mit weit über einem Drittel weisen die Altersgruppen der 34- bis 54-Jährigen auf.

Tabelle 5: Anteile der Online-Käufer an den Internet-Nutzern nach Altersgruppen in Deutschland im ersten Quartal 2002

Alter (von ... bis ... Jahren)	Anteil der Online-Käufer an den Internet-Nutzern in der jeweiligen Altersgruppe in %
10 – 15	/
16 – 24	28
25 – 34	48
35 – 44	37
45 – 54	34
55 – 64	22
65 und älter	/
Insgesamt	33

Die verschiedenen Gruppen nach sozialer Stellung zeigten keine so klaren Unterschiede bei Online-Käufen wie die Altersklassen (vgl. Tabelle 6). Studierende sind am meisten vertreten. Die von ihnen am häufigsten gekauften Produkte sind Printmedien (64%). Kaum weniger aktiv sind hier Berufstätige – ihr beliebtestes Produkt waren ebenfalls Printmedien (48%). Hausfrauen bzw. -männer bevorzugten Kleidung und Sportartikel (47%).

Tabelle 6: Anteile der Online-Käufer an den Internet-Nutzern nach sozialer Stellung in Deutschland im ersten Quartal 2002

Haupttätigkeit	Anteil der Online-Käufer an den Internet-Nutzern in der jeweiligen Gruppe in %
Studierende	40
Berufstätige	39
Hausmann/-frau	38
Arbeitslose	31
Personen im Ruhestand	24
Schüler (ab 15 Jahre)	18

3. Rechtliche und methodische Grundlagen der Pilotstudie

Die Pilotstudie wurde in Deutschland als eigenständige Testerhebung nach § 7 Abs. 2 Bundesstatistikgesetz (BStatG) durchgeführt. Danach dürfen Bundesstatistiken ohne Auskunftspflicht zur Klärung wissenschaftlich-methodischer Fragestellungen durchgeführt werden. In der Pilotstudie sollten konzeptionelle Fragestellungen für künftige, möglicherweise regelmäßige Erhebungen untersucht werden. Die Freiwilligkeit der Auskunftserteilung musste bei der Stichprobenplanung sowie bei der Konzeption der Fragebogen berücksichtigt werden.

*Stichprobenerhebung ohne
Auskunftspflicht*

Mit Ausnahme von Sachsen, wo die Haushalte telefonisch interviewt wurden, wurde schriftlich befragt, wobei die Befragten den Fragebogen auf postalischem Weg erhielten und selbstständig ausfüllten. Jeder Haushalt sollte einen Haushaltsfragebogen sowie Personenfragebogen pro Haushaltsmitglied im Alter von 10 Jahren und älter ausfüllen.

*Postalische Befragung
der Haushalte in zehn
Bundesländern*

An der Pilotstudie nahmen zehn Bundesländer teil: Baden-Württemberg, Brandenburg, Bayern, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Saarland, Sachsen, Schleswig-Holstein, Thüringen. Der Sollstichprobenumfang der an der Erhebung nicht beteiligten Bundesländer wurde bei der Stichprobenplanung auf die beteiligten Bundesländer umgelegt.

Als Stichprobenverfahren wurde angesichts zeitlicher und finanzieller Restriktionen eine Quotenstichprobe gewählt. Die Stichprobeneinheiten sind private Haushalte, wobei unter Haushalt eine allein lebende Person bzw. eine Gemeinschaft von zusammen wohnenden und wirtschaftenden Individuen verstanden wird. Für die Berechnung der Quotenvorgaben wurden, wie eingangs erwähnt, alle im Rahmen des Mikrozensus 2000 ermittelten Privathaushalte am Ort der Hauptwohnung der Bezugsperson zu Grunde gelegt (ohne Gemeinschaftshaushalte).

*Quotenstichprobe als
Stichprobenverfahren*

Als Schichtungsmerkmale für die Quotenvorgabe je Bundesland wurden die soziale Stellung der Haupteinkommensbezieherin bzw. des Haupteinkommensbeziehers in sechs Ausprägungen, die Haushaltszusammensetzung nach fünf Haushaltstypen sowie das monatliche Haushaltsnettoeinkommen in vier Klassen festgelegt. Die Schichtung für die Hochrechnung stützte sich einerseits auf die Quotierungsmerkmale und andererseits auf die für die Ergebnisdarstellung vom Statistischen Amt der Europäischen Gemeinschaften (Eurostat) vorgegebenen Merkmale Haushaltstyp, Alter, Geschlecht, Beschäftigungsstatus sowie Bildungsstand. Die Hochrechnungsfaktoren wurden auf Grund zum Teil unzureichender Zellenbesetzungen nicht auf Länderebene, sondern lediglich für die beiden Gebiete „Früheres Bundesgebiet“ und „Neue Länder einschließlich Berlin-Ost“ gebildet. Die Anpassung der erfassten Schichtungsmerkmale erfolgte für Haushalte und Personen getrennt entsprechend den Randverteilungen des Mikrozensus 2001⁵.

In die Hochrechnung und Auswertung sind Daten von exakt 4 962 Haushalten eingegangen. Knapp 98% aller Personen im Alter von 10 Jahren und älter in diesen Haushalten füllten ebenfalls einen Personenfragebogen aus. In 1% der Fälle fehlen einzelne Angaben. Eine Imputation fehlender Werte wurde nicht vorgenommen. In die Hochrechnung wurden schließlich 10 718 Personen im Alter von 10 Jahren und älter einbezogen.

*98 % der Personen ab
10 Jahren in den befragten
Haushalten nahmen teil.*

Bei der Anwerbung der Haushalte haben fünf der zehn beteiligten Bundesländer (Brandenburg, Bayern, Hessen, Nordrhein-Westfalen und Thüringen) ein neu entwickeltes Instrument der amtlichen Statistik eingesetzt, welches sich zurzeit in der Testphase befindet: Eine auf der Grundlage des Mikrozensus 2001 im Rahmen einer Pilotstudie

Erstmalige Anwendung eines Pilot-Access-Panels als Auswahlgrundlage

aufgebaute Dauerstichprobe befragungsbereiter Haushalte (Pilot-Access-Panel). Das Pilot-Access-Panel dient als Basis für die Ziehung von Stichproben für Befragungen ohne Auskunftspflicht und erlaubt eine effektive Korrektur von Verzerrungen, die auf Grund der Freiwilligkeit der Auskunftserteilung entstehen (Freiwilligkeitsbias). Hierfür wurden Haushalte nach Beendigung ihrer Mikrozensus-Teilnahme angesprochen, ob sie bereit wären, an weiteren Befragungen der amtlichen Statistik auf freiwilliger Basis teilzunehmen. Außerdem wurden mit ihrer Zustimmung ihre Adressdaten und ihre zuvor im Rahmen des letzten Mikrozensus abgefragten Merkmale in der Datenbank des Pilot-Access-Panels gespeichert. In dem Pilotprojekt, das seit 2001 in der deutschen amtlichen Statistik durchgeführt wird, werden die Teilnahmebereitschaft der Haushalte, stichprobenmethodische sowie technisch-organisatorische Aspekte eines Access-Panels für die amtliche Statistik untersucht⁶. In der Pilotstudie wurde unter anderem die Bereitschaft der angeworbenen Haushalte getestet, an einer Erhebung tatsächlich teilzunehmen. Außerdem wurden ihre Profilmerekmale aktualisiert. Von den gut 2 700 angeschriebenen Haushalten haben 2 222 Haushalte an der Erhebung teilgenommen, was einer Antwortquote von 81% entspricht. Der Einsatz des Pilot-Access-Panels erlaubte, die Anwerbephase zu verkürzen und damit finanzielle und personelle Ressourcen zu schonen.

4. Erhebungsinstrumentarium

Um eine Verzerrung der freiwilligen Stichprobe in Richtung der Haushalte zu vermeiden, die den Informations- und Kommunikationstechnologien aufgeschlossen sind, und um auch Haushalte, die wenig oder gar nicht mit Computertechnik bzw. mit dem Internet in Berührung kommen, zu gewinnen, wurde für die Anwerbung der Haushalte ein Informationsfaltblatt konzipiert. Darin wurden der Hintergrund und die Ziele der Befragung dargestellt. Zusätzlich zum Faltblatt erhielten die Haushalte eine Teilnahmeerklärung, in der sie neben ihrer Teilnahmebereitschaft auch Auskünfte über die für die Stichprobe relevanten Quotierungsmerkmale erteilen sollten.

Informationsblatt für die Anwerbung der Haushalte

Bei der Entwicklung der Fragebogen stand die Umsetzung der Eurostat-Vorgaben im Vordergrund. Da aber die Option bestand, den Fragenkatalog auf nationaler Ebene zu ergänzen, haben auch nationale Erfordernisse Berücksichtigung gefunden. Dies geschah jedoch unter der Prämisse, die Belastung der Befragten möglichst gering zu halten.

Konzeption der Fragebogen

Der Haushaltsfragebogen enthielt die Angaben von allen Haushaltsmitgliedern bzw. für den Haushalt als Ganzes. Der Personenfragebogen wurde ausschließlich von Personen ab 10 Jahren ausgefüllt, wobei der sozioökonomische Teil nur an Personen im Alter von 15 Jahren und älter gerichtet war.

Das Ausfüllen der beiden Fragebogen wurde durch den Einsatz von Filterfragen unterstützt. Die Fragen waren für eine schriftliche Erhebung konzipiert. Damit stand den Befragten ausreichend Zeit zur Verfügung, um die zum Teil aufwendigen Fragen, z.B. zum Einkommen oder zur Aufteilung der Internetkäufe auf einzelne Produktgruppen, zu beantworten. Gleichwohl entfiel bei dieser Befragungsart die Möglichkeit, schwierige technische bzw. englischsprachige Begriffe zusätzlich zu erläutern oder auf Rückfragen unmittelbar einzugehen. Daher wurden fremd- und fachsprachliche Bezeichnungen nach Möglichkeit anhand eines Beispiels oder eines deutschsprachigen Synonyms kurz erklärt. Weitere ausführliche Erläuterungen erfolgten nicht, da angenommen wurde, dass die Fachbegriffe beim Vorhandensein von entsprechenden Geräten bzw. bei Nutzung der jeweiligen Technologien bekannt sind.

Da es sich bei der Pilotstudie um eine erstmalige Umfrage handelte, war die Durchführung eines Pretests unerlässlich. Der vom Statistischen Bundesamt konzipierte und durchgeführte Pretest sollte u.a. zeigen, welche Schwierigkeiten beim Ausfüllen der Fragebogen auftreten können, wie viel Zeit das Ausfüllen beansprucht und ob die gestellten Fragen richtig verstanden werden. Da die Erhebungsinstrumente nicht speziell für Kinder entwickelt wurden, sie aber zum Befragtenkreis gehörten, galt es ferner festzustellen, ob das Ausfüllen der Fragebogen für Kinder möglich ist und ob die dafür entwickelte Filterführung greift. Ferner sollte der Pretest dazu genutzt werden, Erkenntnisse über den Umgang der Befragten mit den eingearbeiteten Erläuterungen und Hinweisen sowie über unterschiedliche Vorgehensweisen beim Beantworten von bestimmten Fragen zu gewinnen. Für diesen Zweck wurde ein spezieller Pretest-Fragebogen entwickelt.

Pretest der Erhebungsinstrumente

Die an dem Pretest teilnehmenden Haushalte wurden in einem beigefügten Anschreiben über die Durchführung des Pretests und die damit verbundene Intention informiert. Gleichwohl wurden sie gebeten, die Fragebogen unter weitgehend realen Bedingungen auszufüllen. Dazu sollten vorab die Ausfüllhinweise, die wichtige Details zur Beantwortung der Fragen enthalten, durchgelesen werden. Nach dem Ausfüllen der Haushalts- und Personenfragebogen sollte der Pretest-Fragebogen, der sowohl geschlossene als auch offene Fragen enthielt, beantwortet werden.

Der Pretest zeigte, dass der Zeitaufwand für das Ausfüllen des Haushaltsfragebogens 5 bis 10 Minuten betrug, für den Personenfragebogen variierte er zwischen 20 Minuten für Internet-Nutzer und 5 Minuten für Offliner. Inhaltlich wurden u.a. Redundanzen in den Ausprägungen festgestellt, die zu Irritationen geführt haben. Auch die Frage nach den im Haushalt vorhandenen Geräten/Anschlüssen wurde so verändert, dass in der Antwortvorgabe weit verbreitete Techniken zuerst genannt werden. Überdies gab es Ergänzungen bei einigen Antwortkategorien, um bestimmte Personenkreise anzusprechen oder um bestimmte Sachverhalte deutlicher abzugrenzen und Fehlinterpretationen zu verhindern. Diese für den weiteren Verlauf der Erhebung wichtigen Hinweise konnten weitgehend in die Fragebogen (vgl. Anhang ab Seite 41) eingearbeitet werden.

5. Ausblick

Die Informations- und Kommunikationstechnologien zeichnen sich durch eine ausgesprochen dynamische Entwicklung aus. Es ist zu erwarten, dass Interesse und Nutzung weiter steigen. Um eine tatsächliche Entwicklung abbilden zu können, wird 2003 eine Nachfolgeuntersuchung durchgeführt. Es werden zusätzlich Rheinland-Pfalz und Berlin teilnehmen. Der Fragenkatalog wird zum Teil erweitert. Diese Untersuchung wird ebenfalls auf Basis des § 7 Abs. 2 BStatG durchgeführt. Ab 2004 soll die Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologien in die regelmäßige statistische Berichterstattung eingegliedert werden. Mit einer solchen europaweiten Erhebung würden Zeitvergleiche über alle Teilnehmerstaaten möglich.

6. Zusammenfassung

Im April und Mai 2002 hat die amtliche Statistik in zehn deutschen Bundesländern eine Europäische Pilotstudie über die Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien durchgeführt. Hierbei wurde ein von Eurostat entwickelter harmonisierter Fragenkatalog getestet. Erstmals wurden in diesem Zusammenhang amtliche Daten über die Verbreitung und Nutzung insbesondere des Internets und von E-Commerce in privaten Haushalten erfasst. An der Erhebung in Deutschland nahmen ca. 5 000 Haushalte und über 10 700 Personen in diesen Haushalten im Alter von 10 Jahren und älter teil. Die Befragung bezog sich auf das erste Quartal 2002.

Nach den hochgerechneten Ergebnissen der Pilotstudie haben 43% der Haushalte in Deutschland einen Internet-Zugang. Damit bleibt Deutschland hinter den führenden skandinavischen Staaten, den USA und Kanada zurück, liegt jedoch leicht über dem EU-Durchschnitt. Es sind vor allem Haushalte mit Kindern sowie Haushalte mit höherem Einkommen, die PC und Internet-Zugang zu Hause haben. Die Mehrheit der Rentnerhaushalte hat bislang keinen Zugang zum World-Wide-Web. Als Gründe für den fehlenden Internet-Zugang wurden von den meisten so genannten Offline-Haushalten neben Desinteresse zu hohe Anschaffungs- und Zugangskosten genannt. Jeder dritte Offline-Haushalt hat jedoch die Möglichkeit, von anderen Orten aus auf das Internet zuzugreifen.

Auf Personenebene hängt die Internet-Nutzung in erster Linie von Alter und Bildungsstand ab: Je jünger und formal gebildeter die Personengruppe ist, desto höher ist der Anteil der Internet-Nutzer. Frauen bleiben insgesamt etwas hinter Männern zurück (um 11 Prozentpunkte). In den jüngeren Jahrgängen verringert sich jedoch der Abstand zwischen den männlichen und weiblichen Internet-Nutzern.

Beim Zugriffsort auf das Internet sind junge Menschen flexibel: Sie greifen von zu Hause, vom Ort ihrer Ausbildung oder von anderen Orten (z.B. Bibliotheken, öffentlichen Einrichtungen, Freunden oder Bekannten) gleichermaßen zu. Über die Hälfte aller Schüler nutzt das Internet am Ort der Ausbildung. In der Altersgruppe 25 – 54 Jahre werden der PC am Arbeitsplatz und das Internet vorwiegend zu Hause genutzt. Öffentliche Internet-Anschlüsse werden nur sehr eingeschränkt in Anspruch genommen.

Der überwiegende Teil der Nutzer sieht im Internet vor allem

- ein Kommunikationsmittel,
- eine wichtige Informationsquelle über Produkte und Dienstleistungen sowie
- eine Wissensquelle für die allgemeine und berufliche Bildung.

Weit verbreitet ist die Nutzung von Online-Reiseservices und von Finanzdienstleistungen. Die Internet-Angebote von Behörden (E-Government) werden vorrangig für die Suche nach Informationen genutzt und sind bis jetzt überwiegend eine „Einbahnstraße“. Für berufliche Zwecke wird ein privater Internet-Anschluss von zwei Drittel der Selbstständigen und von etwa einem Drittel der Beamten, der Auszubildenden und der Angestellten verwendet.

Jeder zweite volljährige Internet-Nutzer kauft mittlerweile unter anderem online ein. Zu E-Commerce-Kunden werden vor allem die „Vielsurfer“. Die Masse der Befragten kaufte im ersten Quartal 2002 in erster Linie Bücher und Zeitschriften im Internet.

Ebenfalls im Internet werden Kleidung und Sportartikel sowie Hard- und Software nachgefragt. Die Durchschnittsausgaben der Online-Käufer betragen im ersten Quartal 2002 ca. 280 Euro; gut die Hälfte von ihnen kaufte bzw. bestellte Waren im Wert von 30 bis 199 Euro.

Eine zweite Welle der Erhebung wird im zweiten Quartal 2003 durchgeführt.

Fußnoten:

- ¹ Der OECD-Fragebogen wurde auf der Sitzung der Working Party on Indicators for the Information Society im April 2001 präsentiert.
- ² Es handelt sich um private Haushalte am Ort der Hauptwohnung der Bezugsperson. Die Anstaltshaushalte wurden nicht einbezogen.
- ³ Die Daten für die USA und Kanada beziehen sich auf das Jahr 2001, Quelle: OECD, ICT Database, August 2002
- ⁴ eEurope Benchmarking-Bericht „eEurope 2002“, Europäische Kommission, Februar 2002; Studie Cap Gemini Ernst & Young, April 2002.
- ⁵ Zum Verfahren der Hoch- und Fehlerrechnung bei einer Quotenstichprobe siehe: Carola Kühnen „Das Stichprobenverfahren der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe 1998“, Methodenberichte Heft 1, Wiesbaden 2001
- ⁶ Mehr dazu siehe in: Sabine Bechtold, Anja Müller, Olga Pöttsch „Ein Access-Panel als Auswahlgrundlage für Haushalts- und Personenerhebungen ohne Auskunftspflicht“ in „Wirtschaft und Statistik“, 5/2002

Anhang A

**PRIVATE HAUSHALTE
IN DER INFORMATIONSGESELLSCHAFT**

**EUROPÄISCHE UMFRAGE ZUR NUTZUNG VON
INFORMATIONSGESELLSCHAFT
2002**



HAUSHALTSFRAGEBOGEN

Haushaltsnummer

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Rechtliche Hinweise für die Befragten

Zweck, Art und Umfang der Erhebung

Die Umfrage bei privaten Haushalten über die Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Statistischen Amt der Europäischen Gemeinschaften in zahlreichen Mitgliedsstaaten der Europäischen Union. In Deutschland werden ca. 4 000 Haushalte befragt. Ziel ist, die Möglichkeiten der Bereitstellung vergleichbarer Daten zu ermitteln und die Informationen über die Verbreitung von Informations- und Kommunikationstechnik und die Nutzung des Internets in den privaten Haushalten zu erfassen. Mit diesen Daten kann die Entwicklung der Informationsgesellschaft verfolgt und ihr Einfluss auf soziale und wirtschaftliche Prozesse untersucht werden.

Rechtsgrundlage

Die Erhebung erfolgt nach § 7 Abs. 2 des Bundesstatistikgesetzes (BStatG) vom 22. Januar 1987 (BGBl. I S. 462, 565), das zuletzt durch Artikel 3 Abs. 18 des Gesetzes vom 21. Dezember 2000 (BGBl. I S. 1857) geändert worden ist.
Die Auskunftserteilung ist freiwillig.

Geheimhaltung

Die erhobenen Einzelangaben werden nach § 16 BStatG grundsätzlich geheimgehalten. Nur in ausdrücklich gesetzlich geregelten Ausnahmefällen dürfen Einzelangaben übermittelt werden. Die Namen und Adressen der Befragten werden in keinem Fall an Dritte weitergegeben.
Nach § 16 Abs. 6 BStatG ist es möglich, den Hochschulen oder sonstigen Einrichtungen mit der Aufgabe unabhängiger wissenschaftlicher Forschung für die Durchführung wissenschaftlicher Vorhaben Einzelangaben dann zur Verfügung zu stellen, wenn diese so anonymisiert sind, dass sie nur mit einem unverhältnismäßig großen Aufwand an Zeit, Kosten und Arbeitskraft dem Befragten oder Betroffenen zugeordnet werden können. Die Pflicht zur Geheimhaltung besteht auch für Personen, die Empfänger von Einzelangaben sind.

Löschen der Hilfsmerkmale, Haushaltsnummer

Name und Anschrift sind Hilfsmerkmale, die lediglich der technischen Durchführung der Erhebung dienen. Sie werden nach Abschluss der Prüfung auf Vollständigkeit und Schlüssigkeit von den übrigen Angaben getrennt und gelöscht. Die Hilfsmerkmale der Teilnehmer am Projekt HAUSHALTE HEUTE werden anhand der neu erfragten bzw. korrigierten Angaben aktualisiert. Die Erhebungsvordrucke werden nach Abschluss der Prüfung vernichtet.
Die Haushaltsnummer dient der Unterscheidung der bei der Erhebung beteiligten Haushalte. Sie besteht aus je einer Kennziffer für das Bundesland, der eigentlichen Haushaltsnummer und einer laufenden Nummer für die Person.
Die im Erhebungsvordruck als Hilfsmerkmal anzugebenden Vornamen dienen der Zuordnung der Erhebungsmerkmale zu den Haushaltsmitgliedern.

Fragen zur Haushaltszusammensetzung	
Tragen Sie bitte hier aktuelle Angaben des Ansprechpartners in Ihrem Haushalt ein	
Vor- und Nachname:	_____
Straße:	_____
PLZ, Ort:	_____
Telefonnummer:	_____

E-Mail:	_____

Nr. der Person	Vor- und Nachname aller Haushaltsmitglieder in der Reihenfolge:
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ehe-/Lebenspartner ▪ Kinder ▪ andere Verwandte ▪ familienfremde Personen
01	➔
02	➔
03	➔
04	➔
05	➔
06	➔
07	➔
08	➔
09	➔
10	➔

Haushaltszusammensetzung

Wichtig! Bevor Sie die Fragen zur Haushaltszusammensetzung beantworten, machen Sie sich bitte mit den Erläuterungen auf der rechten Seite vertraut !

1 Geben Sie bitte die Anzahl der Personen an, die zurzeit in Ihrem Haushalt lebenAnzahl:

2 Hat sich die Anzahl der Personen in Ihrem Haushalt seit April 2001 verändert ?

Nein 2

Ja 1 und zwar: eine Person ist/mehrere Personen sind dazugekommen

eine Person ist/mehrere Personen sind ausgeschieden

3 Geben Sie bitte für alle Personen, die zurzeit in Ihrem Haushalt leben, Vornamen und Nachnamen (links auf der La-sche), Geburtsmonat und Geburtsjahr, Geschlecht, Staatsangehörigkeit, Familienstand sowie Beziehung zu den übrigen Personen des Haushalts an. Beachten Sie bitte die Hin-weise und das Fallbeispiel auf der rechten Seite.

Beziehung aller Haushaltsmitglieder zueinander

- 1 =...Ehepartner(in), Lebensgefährte(in) von ...
- 2 =...Kind von ...(einschl. Stief-, Adoptiv-, Pflege- und Schwiegerverhältnis)
- 3 =...Bruder/Schwester von ...(einschl. Stiefgeschwister)
- 4 =...Enkelkind von ...(einschl. Stief-, Adoptiv-, Pflege- und Schwiegerverhältnis)
- 5 =...Vater/Mutter von ...(einschl. Stief-, Adoptiv-, Pflege- und Schwiegerverhältnis)
- 6 =...Großvater/Großmutter von ...(einschl. Stief-, Adoptiv-, Pflege- und Schwiegerverhältnis)
- 7 =...ein(e) andere(r) Verwandte(r) von ... bzw. verschwägert mit ...
- 8 =...sonstige nicht verwandte/nicht verschwägere Person

Tragen Sie bitte für jede Person die Beziehungen zu den anderen Haushaltsmitgliedern ein:

Nr. der Person	Geburtsdatum		Geschlecht 1 = männlich 2 = weiblich	Staatsangehörigkeit 1 = nur deutsche Staatsangehörigkeit 2 = deutsche und eine andere Staatsang. 3 = keine deutsche Staatsangehörigkeit	Familienstand 1 = verheiratet 2 = ledig 3 = geschieden 4 = verwitwet	Beziehungen zu anderen Haushaltsmitgliedern														
	Monat	Jahr				01	02	03	04	05	06	07	08	09	10					
01						0														
02																				
03																				
04																				
05																				
06																				
07																				
08																				
09																				
10																				

Erläuterungen zu den Fragen zur Haushaltszusammensetzung

➔ Wer gehört zum Haushalt ?

Einen Haushalt bilden alle Personen, die gemeinsam wohnen und wirtschaften, d.h. ihren Lebensunterhalt gemeinsam finanzieren. Wer alleine wirtschaftet, bildet einen eigenen Haushalt, und zwar auch dann, wenn er oder sie mit anderen Personen eine gemeinsame Wohnung bewohnt (z. B. Wohnheimbewohner(innen), Untermieter(innen)).

Mitglieder von Wohngemeinschaften bilden dann einen Haushalt, wenn sie gemeinsam wirtschaften.

Zum Haushalt zählen auch aus beruflichen oder sonstigen Gründen vorübergehend abwesende Personen, wenn sie in der Wohnung des Haushalts wohnberechtigt sind (z. B. der Wehr-/Zivildienst leistende Sohn; die auswärts studierende Tochter; Erwerbstätige, die mehrere Tage beruflich unterwegs sind; Personen, die im Krankenhaus oder auf Urlaubsreise sind usw.).

➔ Nicht zum Haushalt gehören:

- Nur zu Besuch anwesende Personen (Aufenthalt weniger als 1 Jahr),
- Haushaltshilfen, landwirtschaftliche Arbeitskräfte, Gesellen und Auszubildende, auch wenn sie Unterkunft und Verpflegung erhalten.

➔ Wie sind die Angaben in die Tabelle einzutragen:

Tragen Sie bitte in die Lasche links die Vor- und Nachnamen aller zum Haushalt gehörenden Personen ein. Wenn Ihr Haushalt aus mehreren Personen besteht, machen Sie bitte die Eintragungen in folgender Reihenfolge: Ehe-/Lebenspartner, Kinder, andere Verwandte, familienfremde Personen. In die Tabellenfelder soll die Zahl/Ziffer eingetragen werden, die dem Geburtsmonat, Geburtsjahr, Geschlecht, der Staatsangehörigkeit, dem Familienstand sowie der Verwandtschaftsbeziehung der jeweiligen Person zu den übrigen Personen im Haushalt entspricht, wie dies im folgenden Beispiel gezeigt ist.

Beispiel:

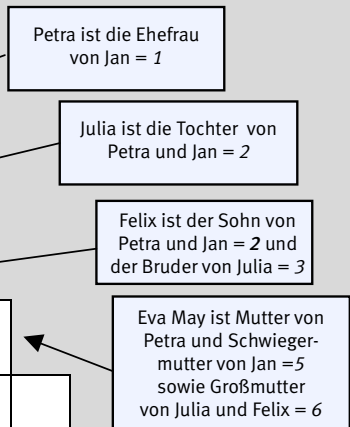
Unser Beispielhaushalt besteht aus 5 Personen: Ehepaar Petra und Jan Krüger, ihre Kinder Julia und Felix sowie die Mutter von Petra Krüger namens Eva May.

Beziehung aller Haushaltsmitglieder zueinander:

- 1 =...Ehepartner(in), Lebensgefährte(in) von ...
- 2 =...Kind von ...(einschl. Stief-, Adoptiv-, Pflege- und Schwiegerverhältnis)
- 3 =...Bruder/Schwester von ... (einschl. Stiefgeschwister)
- 4 =...Enkelkind von ... (einschl. Stief-, Adoptiv-, Pflege- und Schwiegerverhältnis)
- 5 =...Vater/Mutter von ... (einschl. Stief-, Adoptiv-, Pflege- und Schwiegerverhältnis)
- 6 =...Großvater/Großmutter von ... (einschl. Stief-, Adoptiv-, Pflege- und Schwiegerverhältnis)
- 7 =...ein(e) andere(r) Verwandte(r) von ... bzw. verschwägert mit ...
- 8 =...sonstige nicht verwandte/nicht verschwägte Person

Tragen Sie bitte für jede Person die Beziehungen zu den anderen Haushaltsmitgliedern ein:

Nr. der Person	Geburtsdatum		Geschlecht 1 = männlich 2 = weiblich	Staatsangehörigkeit 1 = nur deutsche Staatsangehörigkeit 2 = deutsche und eine andere Staatsang. 3 = keine deutsche Staatsangehörigkeit	Familienstand 1 = verheiratet 2 = ledig 3 = geschieden 4 = verwitwet	Beziehungen zu den anderen Haushaltsmitgliedern														
	Monat	Jahr				01	02	03	04	05	06	07	08	09	10					
1	06	1962	1	1	1	0														
2	10	1964	2	1	1	1														
3	01	1986	2	1	2	2	2													
4	04	1989	1	1	2	2	2	3												
5	12	1937	2	3	3	5	5	6	6											
6																				



Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologien im Haushalt

4 Welche der hier genannten Geräte/Anschlüsse sind in Ihrem Haushalt vorhanden ?

Bitte Zutreffendes ankreuzen
(Mehrfachnennungen sind möglich)

- Handy ohne Internetzugang ₀₁
- Handy mit Internetzugang (z. B. WAP-Handy (WAP=Wireless Application Protocol)) ... ₀₂
- ISDN-Anschluss ₀₃
- DSL/TDSL/ADSL-Anschluss
(Digital Subscriber Line) ₀₄
- Fernsehen mit einem analogen Anschluss
(konventioneller Antennenanschluss) ₀₅
- Fernsehen mit Kabelanschluss
(Empfang von TV-Programmen über Breitbandkabel) ₀₆
- Fernsehen mit Satellitenantenne (auch wenn Gemeinschaftsantenne)
(Empfang von TV-Programmen über sog. Schlüssel) ₀₇
- Fernsehen mit einem digitalen Antennenanschluss
(DVB-T (digitales terrestrisches Fernsehen) in Deutschland zurzeit in der
Erprobungsphase) ₀₈
- Personal-Computer (Tisch-/Standgerät) ₀₉
- Tragbarer Computer (Laptop/Notebook) ₁₀
- Handheld Computer (Palmtop) ₁₁
- DVD-Player ₁₂
- DVD-Laufwerk (integriert im PC) ₁₃
- Auto mit Satellitennavigationssystem ₁₄

5 Hat mindestens ein Mitglied Ihres Haushalts in irgendeiner Form von zu Hause aus Zugang zum Internet (unabhängig vom Zweck der Nutzung) ?

Ja ₁ \Rightarrow Bitte weiter mit Frage 7

Nein ₂

Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologien im Haushalt

6 Was sind die Hauptgründe für Ihren Haushalt, keinen Zugang zum Internet zu haben ?

Bitte Zutreffendes ankreuzen
(Mehrfachnennungen sind möglich)

- Möglichkeit, von anderswo auf das Internet zuzugreifen 01
- Kein Interesse/Inhalte des Internets sind für Ihren Haushalt nicht nützlich 02
- Zu hohe Anschaffungskosten 03
- Zu hohe Zugangskosten (Telefonkosten etc.) 04
- Fehlendes Vertrauen in eigene Fähigkeiten/fehlende Kenntnisse 05
- Sprachbarrieren 06
- Körperliche Einschränkung 07
- Bedenken hinsichtlich Datenschutz und Sicherheit 08
- Generelle Ablehnung des Internets
(u. a. wegen bedenklichen bzw. illegalen Inhalts (z. B. für Kinder) u. ä.) 09
- Sonstige Gründe 88

⇒ Bitte weiter mit Frage 11

7 Welche der folgenden Geräte werden in Ihrem Haushalt für den Internetzugang genutzt ?

Bitte Zutreffendes ankreuzen
(Mehrfachnennungen sind möglich)

- Personal-Computer (Tisch-/Standgerät) 1
- Tragbarer Computer (Laptop/Notebook) 2
- Handheld Computer (Palmtop) 3
- Fernseher (Digital-TV oder Set Top Box) 4
- Handy (z. B. über WAP (Wireless Application Protocol) oder
GPRS (general packet radio service)) 5
- Spielkonsole 6
- Sonstige Geräte 7
- Weiß nicht 9

Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologien im Haushalt

Die Fragen 8 bis 9a beziehen sich auf die Nutzung von Internetanschlüssen, die ausschließlich von Ihrem Haushalt bezahlt werden.

8 Wie lange war Ihr Haushalt innerhalb der letzten 3 Monate durchschnittlich pro Einwahl im Internet ?

Bitte Zutreffendes ankreuzen

- Unter 30 Minuten..... 1
- 30 bis 60 Minuten 2
- Über 60 Minuten 3

8a Nutzen Sie eine Flatrate (einen festen Pauschaltarif) ?

Ja 1

Nein 2

9 Wie viele Stunden pro Woche hat Ihr Haushalt innerhalb der letzten 3 Monate im Durchschnitt den privaten Internetanschluss genutzt ?

Stunden pro Woche

Bitte geben Sie die volle Stundenzahl an.
Bei weniger als 1/2 Stunde tragen Sie „0“ ein.

9a Wie viel Prozent dieser wöchentlichen Internetzeit entfallen gewöhnlich auf:

Eine Schätzung genügt!

- Montag bis Freitag von 8 bis 18 Uhr %
- Montag bis Freitag in der übrigen Zeit %
- Wochenende %

10 Hat mindestens ein Mitglied Ihres Haushalts eine eigene Homepage im Internet ?

Ja 1

Nein 2 \Rightarrow Bitte weiter mit Frage 11

10a Wie viele Mitglieder Ihres Haushalts haben eine eigene Homepage im Internet ?

Haushaltseinkommen

Um die Rahmenbedingungen für den Zugang zu Informations- und Kommunikationstechnologien zu untersuchen, werden u.a. die Angaben zum Haushaltseinkommen benötigt.

11 Ein Haushalt kann verschiedene Einkommensquellen haben und mehr als ein Haushaltsmitglied kann dazu beitragen. Welche der folgenden Einkommensquellen hat zurzeit Ihr Haushalt ?

Bitte Zutreffendes ankreuzen
(Mehrfachnennungen sind möglich)

- Lohn oder Gehalt, d.h. Einkommen aus Arbeitnehmer-Tätigkeit 01
- Einkommen aus selbstständiger oder aus landwirtschaftlicher Tätigkeit 02
- Rente/Pension 03
- Arbeitslosengeld/-hilfe 04
- Sozialhilfe 05
- Stipendien/BAföG u.ä..... 06
- Kindergeld 07
- Sonstige öffentliche Zahlungen, z. B. Wohngeld, Unterhaltsvorschussleistungen, Pflegegeld u.ä. .. 08
- Einkommen aus Kapitalvermögen (Zinsen, Dividenden u.ä.), Vermietung und Verpachtung .. 09
- Private Unterhaltszahlungen durch Eltern, Ehepartner(in) etc. 10
- Sonstige Einkommensquellen 88

12 Bitte zählen Sie die Euro-Beträge sämtlicher oben angegebenen Einkommen für alle Haushaltsmitglieder zusammen. Denken Sie daran, Sonderzahlungen wie etwa Weihnachtsgeld oder Urlaubsgeld anteilig auf das Monateinkommen anzurechnen.

Kreuzen Sie die Einkommensgruppe an, in der das durchschnittliche monatliche Nettoeinkommen Ihres Haushalts liegt:

Unter dem Nettoeinkommen ist das Einkommen ohne Lohnsteuer, Kirchensteuer und Sozialversicherungsbeiträge zu verstehen.

- | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| unter 150 Euro | <input type="checkbox"/> 01 | 2 600 bis unter 2 900 Euro | <input type="checkbox"/> 13 |
| 150 bis unter 300 Euro | <input type="checkbox"/> 02 | 2 900 bis unter 3 200 Euro | <input type="checkbox"/> 14 |
| 300 bis unter 500 Euro | <input type="checkbox"/> 03 | 3 200 bis unter 3 600 Euro | <input type="checkbox"/> 15 |
| 500 bis unter 700 Euro | <input type="checkbox"/> 04 | 3 600 bis unter 4 000 Euro | <input type="checkbox"/> 16 |
| 700 bis unter 900 Euro | <input type="checkbox"/> 05 | 4 000 bis unter 4 500 Euro | <input type="checkbox"/> 17 |
| 900 bis unter 1 100 Euro | <input type="checkbox"/> 06 | 4 500 bis unter 5 000 Euro | <input type="checkbox"/> 18 |
| 1 100 bis unter 1 300 Euro | <input type="checkbox"/> 07 | 5 000 bis unter 5 500 Euro | <input type="checkbox"/> 19 |
| 1 300 bis unter 1 500 Euro | <input type="checkbox"/> 08 | 5 500 bis unter 6 000 Euro | <input type="checkbox"/> 20 |
| 1 500 bis unter 1 700 Euro | <input type="checkbox"/> 09 | 6 000 bis unter 7 500 Euro | <input type="checkbox"/> 21 |
| 1 700 bis unter 2 000 Euro | <input type="checkbox"/> 10 | 7 500 bis unter 10 000 Euro | <input type="checkbox"/> 22 |
| 2 000 bis unter 2 300 Euro | <input type="checkbox"/> 11 | 10 000 bis unter 18 000 Euro | <input type="checkbox"/> 23 |
| 2 300 bis unter 2 600 Euro | <input type="checkbox"/> 12 | 18 000 und mehr Euro | <input type="checkbox"/> 24 |

Anhang B

PRIVATE HAUSHALTE IN DER INFORMATIONSGESELLSCHAFT

Europäische Umfrage zur Nutzung von
Informations- und Kommunikationstechnologien
2002



PERSONENFRAGEBOGEN (für Personen im Alter von 10 Jahren und älter)

von: _____
Bitte Vor- und Nachnamen der Person eintragen

Wird vom Statistischen Landesamt ausgefüllt

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Haushaltsnummer

--	--	--

Nummer der Person aus dem Haushaltsfragebogen

Die rechtlichen Hinweise für die Befragten sind im Haushaltsfragebogen enthalten

Persönliche Nutzung von Computer und Internet

Alle Fragen zur Internetnutzung in diesem Fragebogen beziehen sich auf die Nutzung von beliebigen Internetzugängen unabhängig davon, wer die Kosten für den jeweiligen Internetanschluss trägt (z. B. Sie selbst, Ihre Firma, Ihr Arbeitgeber, eine öffentliche Bibliothek, ein Internetcafe u.ä.).

Für die Beantwortung der Fragen 1 bis 5 ist es egal, ob Sie Computer und Internet privat, beruflich oder im Rahmen einer Ausbildung genutzt haben.

1 Haben Sie innerhalb der letzten 3 Monate einen Computer genutzt ?

Ja ₁

Nein ₂ ⇒ Bitte weiter mit Frage 3

2 Wo und wie oft haben Sie innerhalb der letzten 3 Monate einen Computer genutzt ?

	Mindestens einmal am Tag	Mindestens einmal pro Woche, aber nicht jeden Tag	Mindestens einmal im Monat, aber nicht jede Woche	Ein bis zwei Mal in 3 Monaten	Gar nicht
--	--------------------------	---	---	-------------------------------	-----------

Bitte Zutreffendes in jeder Zeile ankreuzen

Zu Hause	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
Am Arbeitsplatz (nicht zu Hause)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
Am Ort der Ausbildung/Schule	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
An anderen Orten	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅

3 Haben Sie innerhalb der letzten 3 Monate das Internet genutzt ?

Ja ₁

Nein ₂ ⇒ Bitte weiter mit Punkt 17

Persönliche Nutzung von Computer und Internet

4 Wo und wie oft haben Sie innerhalb der letzten 3 Monate das Internet genutzt ?

	Minde- stens einmal am Tag	Mindestens einmal pro Woche, aber nicht jeden Tag	Mindestens einmal im Mo- nat, aber nicht jede Woche	Ein bis zwei Mal in 3 Monaten	Gar nicht
	<i>Bitte Zutreffendes in jeder Zeile ankreuzen</i>				
Zu Hause	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
Am Arbeitsplatz (nicht zu Hause)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
Am Ort der Ausbil- dung/Schule	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅
An anderen Orten	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄	<input type="checkbox"/> ₅



Welche Orte waren es:

*Bitte Zutreffendes ankreuzen
(Mehrfachnennungen sind möglich)*

- Öffentliche Bibliothek..... ₁
- Post ₂
- Öffentliche Räume, Rathaus, Gemeindezentrum ₃
- Internetcafé ₄
- Wohnung von Nachbarn, Freunden oder Verwandten ₅
- An sonstigen Orten ₆

und zwar:

5 Wie viele Stunden pro Woche haben Sie im Durchschnitt das Internet innerhalb der letzten 3 Monate genutzt (egal ob zu Hause oder woanders) ?

Stunden pro Woche

Bitte geben Sie die volle Stundenzahl an. Bei weniger als 1/2 Stunde tragen Sie „0“ ein.

Art der Internet-Nutzung

6 Für welche der folgenden Aktivitäten haben Sie innerhalb der letzten 3 Monate das Internet für private Zwecke genutzt (egal ob zu Hause oder woanders) ?

*Bitte Zutreffendes ankreuzen
(Mehrfachnennungen sind möglich)*

Kommunikation

Senden und Empfangen von E-Mails 01

Telefonieren, Durchführung von Videokonferenzen 02

Chatten/Besuch von Foren 03

Suche nach Informationen und Nutzung von Online-Services

Suche nach Informationen über Produkte und Dienstleistungen 04

Nutzung von Reiseservices (z. B. Suche nach Reiseinformationen, Buchung von Fahrkarten und Unterkünften) 05

Suche nach Informationen für Schule, Studium, berufliche Aus- und Fortbildung 06

Nutzung von Dienstleistungen im Gesundheitsbereich 07

Radiohören, Fernsehen (Webradio/-TV) 08

(Ab-)Spielen/Herunterladen von Spielen oder Musik 09

Lesen von Internet-Zeitungen oder -Magazinen 10

Abwickeln von Bankgeschäften, Ein- und Verkauf

Nutzung von Finanzdienstleistungen (z. B. Bankgeschäfte, Aktienhandel) 11

Kaufen/Bestellen von Waren und Dienstleistungen (außer Finanzdienstleistungen) 12

Verkaufen/Anbieten von Waren und Dienstleistungen (z. B. über Auktionen) .. 13

Kontakte zu öffentlichen Institutionen

Abrufen von Informationen aus dem Internetangebot öffentlicher Institutionen..... 14

Herunterladen von Formularen 15

Versenden von ausgefüllten Formularen 16

Arbeitssuche, Versenden von Bewerbungen 17

Sonstige Nutzung für private Zwecke 88

Art der Internetnutzung

7 Haben Sie das Internet innerhalb der letzten 3 Monate zu Hause für berufliche Zwecke benutzt ?

Ja ₁

Nein ₂ ⇒ Bitte weiter mit Frage 8

7a Für welche der folgenden beruflichen Aktivitäten haben Sie das Internet innerhalb der letzten 3 Monate zu Hause genutzt ?

*Bitte Zutreffendes ankreuzen
(Mehrfachnennungen sind möglich)*

Suche nach Informationen mit Bezug zur eigenen Arbeit/
zum eigenen Geschäft ₁

Versand von zu Hause erledigten Arbeiten an den Arbeitsplatz
außerhalb der eigenen Wohnung/des eigenen Hauses
(z. B. bei einem Telearbeitsverhältnis) ₂

Sonstige berufliche Aktivitäten
(z. B. Schreiben von beruflichen E-Mails, etc.) ₈

Einkaufen über das Internet

8 Haben Sie innerhalb der letzten 3 Monate Waren oder Dienstleistungen (ohne Home-Banking) für den privaten Gebrauch über das Internet bestellt oder gekauft ?

Ja ₁ ⇒ Bitte weiter mit Frage 11

Nein ₂

9 Haben Sie überhaupt schon einmal Waren oder Dienstleistungen (ohne Home-Banking) für den privaten Gebrauch über das Internet bestellt oder gekauft ?

Ja ₁ ⇒ Bitte weiter mit Frage 15

Nein ₂

Einkaufen über das Internet

10 Was sind die Hauptgründe dafür, dass Sie noch nie Waren oder Dienstleistungen für den privaten Gebrauch über das Internet bestellt bzw. gekauft haben ?

Bitte Zutreffendes ankreuzen
(Mehrfachnennungen sind möglich)

- Sie möchten eine persönliche Beratung/Kontakt haben
bzw. ein Produkt ansehen können 01
 - Gewohnheit/Sie möchten Geschäften bzw. Lieferanten Treue halten 02
 - Benötigte Waren/Dienstleistungen werden im Internet nicht angeboten 03
 - Internetangebote sind zu teuer 04
 - Zu lange Lieferzeiten 05
 - Probleme hinsichtlich Empfang der Waren zu Hause 06
 - Sicherheitsbedenken hinsichtlich Weitergabe
von Kreditkarteninformationen über das Internet 07
 - Bedenken hinsichtlich Datenschutz bei
der Übermittlung persönlicher Daten 08
 - Vertrauensbedenken hinsichtlich Lieferung und Rücksendung von Waren ... 09
 - Bedenken wegen Schwierigkeiten bei Reklamationen oder
Garantieleistungen 10
 - Sie kennen sich nicht so gut im Internet aus..... 11
 - Bis jetzt bestand kein Bedarf 12
 - Sonstige Gründe 88
- Welche ?

⇒ Bitte weiter mit Punkt 17

11 Welche der folgenden Geräte haben Sie innerhalb der letzten 3 Monate genutzt, um über das Internet Waren oder Dienstleistungen zu bestellen oder zu kaufen ?

Bitte Zutreffendes ankreuzen
(Mehrfachnennungen sind möglich)

- Computer (PC, Laptop/Notebook, Palmtop, etc.)..... 1
- Mobiltelefon/Handy
(WAP (Wireless Application Protocol), GPRS (general packet radio service)) 2
- Andere Geräte (z. B. Fernseher mit Internetanschluss, etc.) 3

Einlaufen über das Internet

12 Welche Art von Waren oder Dienstleistungen für den privaten Gebrauch haben Sie innerhalb der letzten 3 Monate über das Internet bestellt bzw. gekauft ?

	<i>Bitte Zutreffendes ankreuzen (Mehrfachnennungen sind möglich)</i>	Wie viel haben Sie für diese Käufe/Dienst- leistungen ausgegeben (Euro) (grobe Schätzung genügt)
Lebensmittel	<input type="checkbox"/> 1	<input type="text"/>
Filme, Musik, Hörspiele und sonstige Video- und Audio-Aufnahmen	<input type="checkbox"/> 2	<input type="text"/>
Bücher, Zeitschriften	<input type="checkbox"/> 3	<input type="text"/>
Kleidung, Sportartikel	<input type="checkbox"/> 4	<input type="text"/>
Computer-Software (einschl. Videospiele)	<input type="checkbox"/> 5	<input type="text"/>
Computer-Hardware	<input type="checkbox"/> 6	<input type="text"/>
Elektronikartikel (einschl. Video- und Fotokameras).....	<input type="checkbox"/> 7	<input type="text"/>
Versicherungen, Aktien, andere Finanzdienstleistungen	<input type="checkbox"/> 8	<input type="text"/>
Reisen, Unterkünfte, Bahn- bzw. Flugtickets u.ä.	<input type="checkbox"/> 9	<input type="text"/>
Karten für Veranstaltungen	<input type="checkbox"/> 10	<input type="text"/>
Lotterien und Wetten	<input type="checkbox"/> 11	<input type="text"/>
Sonstiges,	<input type="checkbox"/> 88	<input type="text"/>

und zwar:

13 Haben Sie einige dieser Waren oder Dienstleistungen über das Internet mit Ihrer Kreditkarte bezahlt?

Ja 1

Nein 2

Einkaufen über das Internet

14 Haben Sie innerhalb der letzten 3 Monate Waren oder Dienstleistungen bei Anbietern bestellt oder gekauft,

Bitte Zutreffendes ankreuzen
(Mehrfachnennungen sind möglich)

die Ihnen auch außerhalb des Internets bekannt waren
(z. B. durch Geschäfte oder Kataloge) ? 1

die Sie ausschließlich aus dem Internet kennen oder im Internet gefunden
haben ? 2

15 Traten Probleme beim Einkauf über das Internet auf ?

Ja 1

Nein 2 ➡ Bitte weiter mit Punkt 17

16 Welche Probleme traten beim Einkauf über das Internet auf ?

Bitte Zutreffendes ankreuzen
(Mehrfachnennungen sind möglich)

Lieferzeit länger als angegeben 01

Lieferkosten höher als angegeben 02

Endpreis höher als angegeben 03

Falsche Waren geliefert 04

Schwierigkeiten beim Zahlungsverkehr 05

Keine Einhaltung der Garantieleistungen 06

Schwierigkeiten bei Reklamationen bzw. Rücksendungen 07

Keine zufriedenstellende Antwort auf Beschwerde erhalten 08

Sonstige Probleme 88

Welche ?

Ausbildung

17 Die nachfolgenden Fragen sind nur von Personen im Alter von 15 Jahren und älter zu beantworten !

18 Haben Sie einen allgemeinen Schulabschluss ?

Ja 1

Nein 2 \Rightarrow Bitte weiter mit Frage 19

18a Welchen höchsten allgemeinen Schulabschluss haben Sie ?

Bitte Zutreffendes ankreuzen

- Haupt- /Volksschulabschluss 1
- Abschluss der allgemeinbildenden polytechnischen Oberschule der ehem. DDR 2
- Realschulabschluss (Mittlere Reife) oder gleichwertiger Abschluss 3
- Fachhochschulreife 4
- Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Abitur) 5
- Sonstiger Abschluss 8

19 Haben Sie einen beruflichen Ausbildungs- oder Hochschul-/Fachhochschulabschluss ?

Ja 1

Nein 2 \Rightarrow Bitte weiter mit Frage 20

19a Welchen höchsten beruflichen Ausbildungs- oder Hochschul-/Fachhochschulabschluss haben Sie ?

Bitte Zutreffendes ankreuzen

- Anlernausbildung, berufliches Praktikum 01
- Berufsvorbereitungsjahr 02
- Abschluss einer Lehrausbildung, Vorbereitungsdienst für den mittleren Dienst in der öffentlichen Verwaltung 03
- Berufsqualifizierender Abschluss an einer Berufsfachschule/Kollegschule, Abschluss einer 1-jährigen Schule des Gesundheitswesens 04
- Meister-/Technikerausbildung od. gleichwertiger Fachschulabschluss, Abschluss einer 2- oder 3-jährigen Schule des Gesundheitswesens, einer Fachakademie oder einer Berufsakademie 05
- Abschluss einer Fachschule der ehemaligen DDR 06
- Abschluss einer Verwaltungsfachhochschule 07
- Fachhochschulabschluss (auch Ingenieurschulabschluss) 08
- Abschluss einer Universität (wissenschaftliche Hochschule, auch Kunsthochschule) 09
- Promotion 10
- Sonstiger Abschluss 88

Gegenwärtige Situation/Haupttätigkeit

20 Welche der aufgeführten Aussagen trifft für Sie zu ?

Bitte nur eine Möglichkeit ankreuzen

Ich bin berufstätig
(als Arbeitnehmer(in), Selbstständige(r) oder mithelfende(r) Familienangehörige(r)) ... ₀₁

Ich bin in einer Lehre bzw. in einer anderen beruflichen Ausbildung ₀₂

Ich bin im Mutterschutz ₀₃

Ich bin in der Elternzeit/im Erziehungsurlaub mit Gesamtdauer bis zu 3 Monaten ₀₄

Ich bin in der Elternzeit/im Erziehungsurlaub mit Gesamtdauer länger als 3 Monate ₀₅

Ich bin im (Sonder-)Urlaub mit Gesamtdauer bis zu 3 Monaten ₀₆

Ich bin im (Sonder-)Urlaub mit Gesamtdauer länger als 3 Monate ₀₇

Ich bin in der Altersteilzeit nicht am Arbeitsplatz ₀₈

Ich bin arbeitslos ₀₉

Ich bin im Ruhestand (einschl. Invalidenrente) ₁₀

Ich bin Hausfrau(-mann) ₁₁

Ich bin im Studium ₁₂

Ich bin im Grundwehr-/Zivildienst ₁₃

Ich bin in der schulischen Ausbildung ₁₄

Sonstiges ₈₈

und zwar:

Erwerbstätigkeit/Berufstätigkeit

21 Haben Sie in den letzten 7 Tagen irgendeine bezahlte Arbeit (mindestens 1 Stunde) ausgeübt bzw. waren Sie im eigenen oder Familienbetrieb tätig ?

Kreuzen Sie bitte unten „ja“ an, wenn Sie in den letzten 7 Tagen

- in einem Arbeits-/Dienstverhältnis standen (auch als Soldat(in), Wehrpflichtiger und Zivildienstleistender),
- selbstständig ein Gewerbe, einen freien Beruf, eine Landwirtschaft oder ähnlichen Betrieb betrieben oder im Familienbetrieb mitgearbeitet haben,
- in einem Ausbildungsverhältnis standen,
- geringfügige oder gelegentliche Tätigkeiten ausübten (z. B. Putztätigkeit, bezahlte Kinderbetreuung, Taxifahren, Nachhilfeunterricht, Austragen von Zeitungen oder Zeitschriften u. ä.),
- ihre Tätigkeit nur mit einer geringen Stundenzahl ausübten (evtl. nur eine Stunde pro Woche),
- als mithelfende(r) Familienangehörige(r) ohne förmliches Arbeitsverhältnis im Betrieb eines Haushalts bzw. Familienmitgliedes mitarbeiteten,
- sich als Rentner(in) noch etwas hinzuverdienten,
- sich als Arbeitslose(r) neben Arbeitslosengeld/Arbeitslosenhilfe noch etwas hinzuverdienten.

Wenn Sie ausschließlich eine ehrenamtliche Tätigkeit z. B. als Schöffin/Schöffe, Vormund oder Stadtverordnete(r)/Gemeinderat(-rätin) ausgeübt haben, kreuzen Sie bitte „nein“ an.

Ja ₁ \Longrightarrow Bitte weiter mit Frage 22

Nein ₂

21a Gehen Sie normalerweise einer Tätigkeit im Sinne von Frage 21 nach, die Sie jedoch in den letzten 7 Tagen z. B. wegen Krankheit oder Urlaub nicht ausüben konnten ?

Ja ₁

Nein ₂ \Longrightarrow Bitte weiter mit Frage 25

Erwerbstätigkeit/Berufstätigkeit

22 Sind Sie tätig als ... ?

Bitte Zutreffendes ankreuzen

- ... Selbstständige(r) ohne Beschäftigte 01
- ... Selbstständige(r) mit Beschäftigten 02
- ... Mithelfende(r) Familienangehörige(r) 03
- ... Beamter(in), Richter(in) 04
- ... Angestellte(r) 05
- ... Arbeiter(in), Heimarbeiter(in) 06
- ... Auszubildende(r) 07
- ... Zeit-/Berufssoldat(in) (einschl. BGS und Bereitschaftspolizei) 08
- ... Grundwehr-/Zivildienstleistende(r) 09
- Sonstiges 88

23 Wie viele Stunden arbeiten Sie normalerweise pro Woche ?

Stunden

24 Wo üben Sie Ihre Erwerbs- bzw. Berufstätigkeit aus ?

Bitte Zutreffendes ankreuzen

- Ausschließlich an einem Arbeitsplatz außerhalb Ihrer Wohnung/Ihres Hauses (z. B. in einer Firma, im Außendienst u.ä.) 1
- Ausschließlich am Arbeitsplatz zu Hause 2
- Teils zu Hause, teils an einem Arbeitsplatz außerhalb Ihrer Wohnung/Ihres Hauses 3

Bitte weiter mit Frage 28

Wie viele Stunden üben Sie im Durchschnitt Ihre Erwerbs-/Berufstätigkeit pro Woche zu Hause aus ?
(eine grobe Schätzung über die letzten 3 Monate genügt)

Stunden

Arbeitssuche

25 Haben Sie sich in den letzten 4 Wochen um eine Tätigkeit als Arbeitnehmer(in) oder Selbstständige(r) aktiv bemüht ?

Kreuzen Sie bitte unten „ja“ an, falls Sie

- Inserate aufgegeben haben
- sich auf Inserate beworben haben
- sich auf eine ausgeschriebene Stelle beworben haben
- an Tests, Vorstellungsgesprächen teilgenommen haben
- über das Arbeitsamt, Internet-Jobbörsen, private Vermittlung gesucht haben
- Voraussetzungen für eine selbständige Tätigkeit (Grundstücke, Geschäftsräume, Ausrüstungen, Konzessionen usw.) geprüft haben
- andere konkrete Schritte unternommen haben.

Ja ₁

Nein ₂ ⇒ Bitte weiter mit Frage 27

26 Wenn Ihnen jetzt eine Tätigkeit angeboten würde, könnten Sie diese Tätigkeit innerhalb von 2 Wochen aufnehmen ?

Ja ₁

Nein ₂ } ⇒ Bitte weiter mit Frage 28

27 Warum haben Sie (noch) keine aktiven Bemühungen unternommen ?

Bitte Zutreffendes ankreuzen

Die Suche ist abgeschlossen, und Sie nehmen eine Tätigkeit innerhalb der nächsten 3 Monate auf. ₁

Die Suche ist abgeschlossen, und Sie nehmen eine Tätigkeit später als nach 3 Monaten auf. ₂

Sie rechnen mit Wiedereinstellung (nach vorübergehender Entlassung). ₃

Sie warten auf das Ergebnis Ihrer früheren Aktivitäten. ₄

Aus sonstigen Gründen (z. B. Aus- oder Fortbildung, familiäre Verpflichtungen, Krankheit/Behinderung, schlechte Arbeitsmarktsituation etc.). ₅

Es wird keine Veränderung erwünscht. ₆

Einkommen

28 Bitte zählen Sie die Euro-Beträge sämtlicher Einkommen zusammen, die Sie persönlich beziehen. Kreuzen Sie bitte die Einkommensgruppe an, in der Ihr durchschnittliches monatliches persönliches Nettoeinkommen (d.h. das Einkommen nach dem Abzug der Lohnsteuer, Kirchensteuer und Sozialversicherungsbeiträge) liegt:

Zum Einkommen zählen u.a. Lohn oder Gehalt, Unternehmereinkommen, Rente, Pension, Arbeitslosengeld/-hilfe, andere öffentliche Unterstützungen, Einkommen aus Kapital (z. B. Zinsen, Dividenden), Vermietung und Verpachtung, Kindergeld, Wohngeld. Denken Sie daran, Sonderzahlungen wie etwa Weihnachts- oder Urlaubsgeld anteilig auf das Monatseinkommen anzurechnen.

- | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| unter 150 Euro | <input type="checkbox"/> 01 | 2 600 bis unter 2 900 Euro | <input type="checkbox"/> 13 |
| 150 bis unter 300 Euro | <input type="checkbox"/> 02 | 2 900 bis unter 3 200 Euro | <input type="checkbox"/> 14 |
| 300 bis unter 500 Euro | <input type="checkbox"/> 03 | 3 200 bis unter 3 600 Euro | <input type="checkbox"/> 15 |
| 500 bis unter 700 Euro | <input type="checkbox"/> 04 | 3 600 bis unter 4 000 Euro | <input type="checkbox"/> 16 |
| 700 bis unter 900 Euro | <input type="checkbox"/> 05 | 4 000 bis unter 4 500 Euro | <input type="checkbox"/> 17 |
| 900 bis unter 1 100 Euro | <input type="checkbox"/> 06 | 4 500 bis unter 5 000 Euro | <input type="checkbox"/> 18 |
| 1 100 bis unter 1 300 Euro | <input type="checkbox"/> 07 | 5 000 bis unter 5 500 Euro | <input type="checkbox"/> 19 |
| 1 300 bis unter 1 500 Euro | <input type="checkbox"/> 08 | 5 500 bis unter 6 000 Euro | <input type="checkbox"/> 20 |
| 1 500 bis unter 1 700 Euro | <input type="checkbox"/> 09 | 6 000 bis unter 7 500 Euro | <input type="checkbox"/> 21 |
| 1 700 bis unter 2 000 Euro | <input type="checkbox"/> 10 | 7 500 bis unter 10 000 Euro | <input type="checkbox"/> 22 |
| 2 000 bis unter 2 300 Euro | <input type="checkbox"/> 11 | 10 000 bis unter 18 000 Euro | <input type="checkbox"/> 23 |
| 2 300 bis unter 2 600 Euro | <input type="checkbox"/> 12 | 18 000 und mehr Euro | <input type="checkbox"/> 24 |

Kein Einkommen 99

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit !

Platz für Ihre Anmerkungen und Hinweise

Unser Presseservice für SIE !

Die Pressestelle des Statistischen Bundesamtes bietet einen umfassenden Service für Journalisten rund um die amtliche Statistik. Wenden Sie sich an uns, wir helfen Ihnen gerne weiter!

Tagesaktuelle Pressedienste

Die Pressestelle des Statistischen Bundesamtes veröffentlicht die neuesten statistischen Ergebnisse in jährlich ca. 450 Pressemitteilungen.

Sie können unsere Presseinformationen beziehen

- per Internet:
Über die Anschrift „<http://www.destatis.de>“ erreichen Sie die Homepage des Statistischen Bundesamtes. Von dort gelangen Sie zu den Pressediensten mit dem Link „Presse“. Die Pressemitteilungen werden in einer deutschen und zumeist einer englischen Version für Sie zum sofortigen Abruf zur Verfügung gestellt. Jeden Freitag wird im Netz eine Vorschau der wichtigsten Pressemitteilungen der kommenden Woche veröffentlicht.
- und per E-Mail:
In unserem Internetangebot haben Sie über den Link „E-Mail-Presserverteiler“ die Möglichkeit, sich unter Angabe Ihrer E-Mail-Adresse selbst in unseren E-Mail-Verteiler einzutragen. Als besonderen Service bieten wir Ihnen dort — neben der allgemein üblichen Zusendung aller Pressemitteilungen — auch die Möglichkeit, nur die Meldungen zu den Themen zu beziehen, die Sie für Ihre journalistische Arbeit benötigen.

„Zahl der Woche“

Jeden Dienstag geben wir besonders bemerkenswerte und eine breite Öffentlichkeit interessierende Daten schlaglichtartig in unserer „Zahl der Woche“ bekannt. Auch diesen Pressedienst können Sie bei uns kostenfrei abonnieren.

Persönlicher Informationsservice über Post, Telefon, Telefax und E-Mail

Unsere Postadresse lautet: **Statistisches Bundesamt, Pressestelle, 65180 Wiesbaden**. Für telefonische Anfragen erreichen Sie uns montags bis donnerstags von 8 bis 17 Uhr und freitags von 8 bis 15 Uhr unter der **Rufnummer (0611) 75 34 44**, die **Faxverbindung lautet (0611) 75 39 76** und die **E-Mail-Anschrift ist „presse@destatis.de“**. Ihre Anfragen werden von uns — mediengerecht aufbereitet — schnellstmöglich beantwortet oder an einen auf Ihre Belange direkt eingehenden Experten weitergeleitet.

Interviews

Für Interviews vermitteln wir Ihnen schnellstmöglich sachkundige Gesprächspartner aus den verschiedensten Bereichen der amtlichen Statistik. Bitte rufen Sie uns an: (0611) 75 34 44.

Pressekonferenzen und Pressegespräche

Mehrmals jährlich führen wir Pressekonferenzen und -gespräche zu wichtigen Themen der amtlichen Statistik durch. Informationen zu allen Presseveranstaltungen sowie die entsprechenden Presseunterlagen können Sie über das Internet abrufen. Bezieher unserer Pressemitteilungen erhalten automatisch Einladungen zu Veranstaltungen, die ihre Themenschwerpunkte betreffen.

Wenden Sie sich an uns, wir helfen Ihnen gerne weiter!