

# Spezial Eurobarometer 438

## Zusammenfassung

# Elektronische Kommunikation und digitaler Binnenmarkt

Befragung  
Oktober 2015  
Veröffentlichung  
Mai 2016

Umfrage von der Europäischen Kommission,  
Generaldirektion Kommunikationsnetze, Inhalte und Technologien in Auftrag  
gegeben und von der Generaldirektion Kommunikation koordiniert

Dieses Dokument gibt nicht die Meinung der Europäischen Kommission wieder.  
Die darin enthaltenen Interpretationen oder Ansichten sind ausschließlich die der Autoren.

# Spezial Eurobarometer 438

## Zusammenfassung

### Elektronische Kommunikation und digitaler Binnenmarkt

Oktober 2015

Durchgeführt von TNS Political & Social im Auftrag der Europäischen Kommission  
Generaldirektion Kommunikationsnetze, Inhalte und Technologien

Koordination der Befragung durch die Generaldirektion Kommunikation der Europäischen Kommission  
(GD Kommunikation, Referat Strategie, Corporate Communication Maßnahmen und Eurobarometer)

Projektbezeichnung

Spezial Eurobarometer 438 – Oktober 2015  
„Elektronische Kommunikation und digitaler Binnenmarkt“  
Zusammenfassung

Sprachfassung  
Katalognummer  
ISBN

DE  
KK-04-16-237-DE-N  
978-92-79-57133-6  
doi:10.2759/3180

© Europäische Union, 2015

<http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/PublicOpinion>

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>EINLEITUNG</b>	<b>2</b>
<b>I. MOMENTAUFNAHMEN UND WICHTIGSTE ERGEBNISSE</b>	<b>5</b>
<b>II. NUTZUNG VON KOMMUNIKATIONSDIENSTEN</b>	<b>11</b>
1 Erfahrung mit der Nutzung verschiedener Kommunikationsdienste	11
2 Wichtigste Kommunikationsdienste	15
3 Nutzung kostenpflichtiger Dienste über das Internet	16
<b>III. TELEFONANSCHLUSS</b>	<b>18</b>
1 Telefonanschluss im Allgemeinen	18
2 Festnetztelefonie	19
<b>IV. INTERNETANSCHLUSS</b>	<b>21</b>
1 Internetzugang in den Haushalten	21
2 Mobiler Internetzugang in den Haushalten	22
<b>V. FERNSEHANSCHLUSS</b>	<b>25</b>
<b>VI. KOMMUNIKATIONSPAKETE</b>	<b>26</b>
<b>VII. KAUF UND WECHSEL VON LEISTUNGEN</b>	<b>28</b>
<b>VIII. VERBRAUCHERSCHUTZ UND KOMMUNIKATIONSDIENSTE</b>	<b>30</b>
1 Verbraucherschutz bei der Nutzung digitaler Dienste	30
2 Fortgesetzte Nutzung von Telefonnummern und E-Mail-Adressen beim Wechsel des Anbieters	31
<b>IX. VERTRÄGE FÜR KOMMUNIKATIONSDIENSTE</b>	<b>33</b>
1 Erfahrungen mit der Unterzeichnung eines Vertrags in den vergangenen drei Jahren	33
2 Längerer Internetvertrag im Gegenzug für weitaus höhere Geschwindigkeit und verbesserte Qualität	34
<b>X. KENNTNIS DER EINHEITLICHEN EUROPÄISCHEN NOTRUFNUMMER 112</b>	<b>35</b>
1 Anwahl der Notrufnummer im eigenen Land	35
2 Anwahl der Notrufnummer überall in der EU	35

## ANHANG

*Technischer Hinweis*

## EINLEITUNG

Getrieben vom technologischen Wandel und von Entwicklungen am Markt setzt sich die Weiterentwicklung der digitalen Kommunikationslandschaft in Europa weiterhin mit rasanter Geschwindigkeit fort. Um die Trends am Markt und neue Nutzungsformen zu beobachten führt die Generaldirektion Kommunikationsnetze, Inhalte und Technologien der Europäischen Kommission regelmäßig Meinungsumfragen zum Thema der elektronischen Kommunikation durch. Diese Befragungen liefern auch Aufschluss darüber, wie die Bürgerinnen und Bürger sowie Haushalte in der EU einen Nutzen aus ihrem vom Wettbewerb geprägten innovativen digitalen Umfeld ziehen.

Die Kommission anerkennt die Möglichkeiten und Vorteile von digitalen Technologien, insbesondere jene im Kommunikationsbereich. Ein vernetzter digitaler Binnenmarkt könnte für die EU-Volkswirtschaft jährlich einen Mehrwert in Höhe mehr als 415 Mrd. EUR schaffen, indem Arbeitsplätze und neue Arbeitsmöglichkeiten geschaffen sowie Wachstum, Wettbewerb, Investitionen und Innovation vorangetrieben werden. Ein digitaler Binnenmarkt könnte zudem auch Chancen für innovative Unternehmensgründungen schaffen und bestehenden Unternehmen die Möglichkeit geben, in einem Markt mit mehr als 500 Mio. Menschen zu wachsen und prosperieren. Die Arbeit an der Bereitstellung eines digitalen Binnenmarktes ist ein Kernziel der Kommission<sup>1</sup>.

Damit die Bürgerinnen und Bürger, die Unternehmen und die öffentlichen Verwaltungen von sämtlichen Vorteilen des digitalen Binnenmarktes profitieren können, muss Europa über gut funktionierende Märkte verfügen, die einen Zugang zu sicheren und zuverlässigen hochleistungsfähigen Breitbandinfrastrukturen im Festnetz und Funknetz ermöglichen. Hierfür wird die Kommission im Jahr 2016 Rechtsvorschläge zur Überarbeitung des Regelungsrahmens für die elektronische Kommunikation einführen, um sicherzustellen, dass die EU-Vorschriften weiterhin ihren Zweck in einem sich schnell weiterentwickelnden technologischen Umfeld bzw. Marktumfeld erfüllen. Dieses Eurobarometer unterstützt die Kommission dabei, ein besseres Verständnis von den Einstellungen der Bürgerinnen und Bürger der EU zu neuen internetbasierten Kommunikationsdiensten zu gewinnen und die damit verbundenen Erwartungen und Bedürfnisse im Hinblick auf den Verbraucherschutz zu erfassen.

Im Zentrum der diesjährigen Ausgabe des Berichts steht die Nutzung von neuen und innovativen Diensten, wie beispielsweise dem mobilen Internet, Sofortnachrichten (Instant Messaging) und sozialen Medien, neben traditionellen Kommunikationsdiensten, wie Festnetztelefonie, und der bereits stärker etablierten Mobilfunktelefonie und SMS durch die Bürgerinnen und Bürger.

Ein zweites Thema in der aktuellen Ausgabe bilden Verträge und Verbraucherschutz. Der Anteil der Verbraucher, die Telekommunikationsverträge durchlesen, sowie ihre Zufriedenheit mit den darin enthaltenen Informationen werden in diesem Bericht untersucht. Zudem werden die Meinungen der Bürgerinnen und Bürger zu den erforderlichen Arten von Schutzmaßnahmen für neuere digitale Kommunikationsdienste untersucht.

Weitere wichtige in diesem Bericht behandelten Themen sind:

- Mobiltelefon- und Festnetzanschlüsse
- Festnetzinternet und mobiles Internet
- Fernsehempfangsarten
- Verbreitung von Kommunikationspaketen
- Auswahlkriterien bei der Auswahl eines Internetanbieters
- Mühelosigkeit von Paketvergleichen und Anbieterwechseln

<sup>1</sup> [http://ec.europa.eu/news/2015/05/20150506\\_de.htm](http://ec.europa.eu/news/2015/05/20150506_de.htm), [http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-communication\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/docs/dsm-communication_en.pdf)

- Kenntnis der einheitlichen europäischen Notrufnummer 112

Diese Umfrage schließt sich an mehrere frühere Umfragen an: jene vom Januar 2014<sup>2</sup>, Februar/März 2013<sup>3</sup>, Dezember 2011<sup>4</sup>, Februar/März 2011<sup>5</sup>, November/Dezember 2009<sup>6</sup>, November/Dezember 2007<sup>7</sup>, November/Dezember 2006<sup>8</sup> und Dezember 2005/Januar 2006<sup>9</sup>.

Die Ergebnisse im Bericht beziehen sich auf alle 28 Mitgliedstaaten der EU. Soweit möglich wurden Vergleiche mit früheren Umfragen vorgenommen. Die Daten wurden – je nach Art der Frage – nach Befragten über 15 Jahre oder nach EU-Haushalten gewichtet. Die Indikatoren, wie Telefon- und Internetanschluss, beziehen sich auf die Haushalte. Die Meinungsfragen beziehen sich hingegen auf Einzelpersonen und wurden repräsentativ für Personen im Alter von mehr als 15 Jahren dargestellt.

Diese Umfrage wurde vom Netzwerk von TNS Opinion & Social im Zeitraum vom 17. bis zum 26. Oktober 2015 in den 28 Mitgliedstaaten der Europäischen Union durchgeführt. Insgesamt wurden im Auftrag der Generaldirektion Kommunikationsnetze, Inhalte und Technologie 27.822 Personen aus unterschiedlichen sozialen und demografischen Gruppen zu Hause in einem persönlichen Gespräch in ihrer Muttersprache befragt.

Die angewandte Methodik ist die der Eurobarometer-Umfragen der Generaldirektion Kommunikation (Referat „Strategie, Corporate Communication Maßnahmen und Eurobarometer“). Diesem Bericht ist ein technischer Hinweis zur Art der Durchführung der Interviews durch die Institute innerhalb des Netzwerks von TNS Opinion & Social als Anhang beigelegt. In diesem Hinweis werden auch die Interviewverfahren und Konfidenzintervalle erläutert.

---

<sup>2</sup> [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_414\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_414_de.pdf)

<sup>3</sup> [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_396\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_396_de.pdf)

<sup>4</sup> [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_381\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_381_de.pdf)

<sup>5</sup> [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_362\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_362_de.pdf)

<sup>6</sup> [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_335\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_335_de.pdf)

<sup>7</sup> [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_293\\_full\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_293_full_de.pdf)

<sup>8</sup> [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_274\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_274_de.pdf)

<sup>9</sup> [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_249\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_249_de.pdf)

Hinweis: Die Länder sind in diesem Bericht mit ihren amtlichen Abkürzungen wiedergegeben. Die im Bericht verwendeten Abkürzungen lauten wie folgt:

Belgien	BE	Litauen	LT
Bulgarien	BG	Luxemburg	LU
Tschechische Republik	CZ	Ungarn	HU
Dänemark	DK	Malta	MT
Deutschland	DE	Niederlande	NL
Estland	EE	Österreich	AT
Irland	IE	Polen	PL
Griechenland	EL	Portugal	PT
Spanien	ES	Rumänien	RO
Frankreich	FR	Slowenien	SI
Kroatien	HR	Slowakei	SK
Italien	IT	Finnland	FI
Republik Zypern	CY*	Schweden	SE
Lettland	LV	Vereinigtes Königreich	UK
Europäische Union – gewichteter Durchschnittswert für die 28 Mitgliedstaaten			EU28
BE, IT, FR, DE, LU, NL, DK, UK, IE, PT, ES, EL, AT, SE, FI			EU15**
BG, CZ, EE, HR, CY, LT, LV, MT, HU, PL, RO, SI, SK			NMS13***

\* Zypern ist als Ganzes einer der 28 Mitgliedstaaten der Europäischen Union. Für den Teil des Landes, der nicht von der Regierung Zypern kontrolliert wird, ist der gemeinschaftliche Besitzstand („acquis communautaire“) aufgehoben. Aus praktischen Gründen wurden nur die im von der Regierung der Republik Zypern kontrollierten Landesteil durchgeführten Interviews in der Kategorie „CY“ ausgewiesen und in den EU28-Durchschnitt einbezogen.

\*\* EU15 bezieht sich auf die 15 Mitgliedstaaten der Europäischen Union vor den Erweiterungen in den Jahren 2004 und 2007.

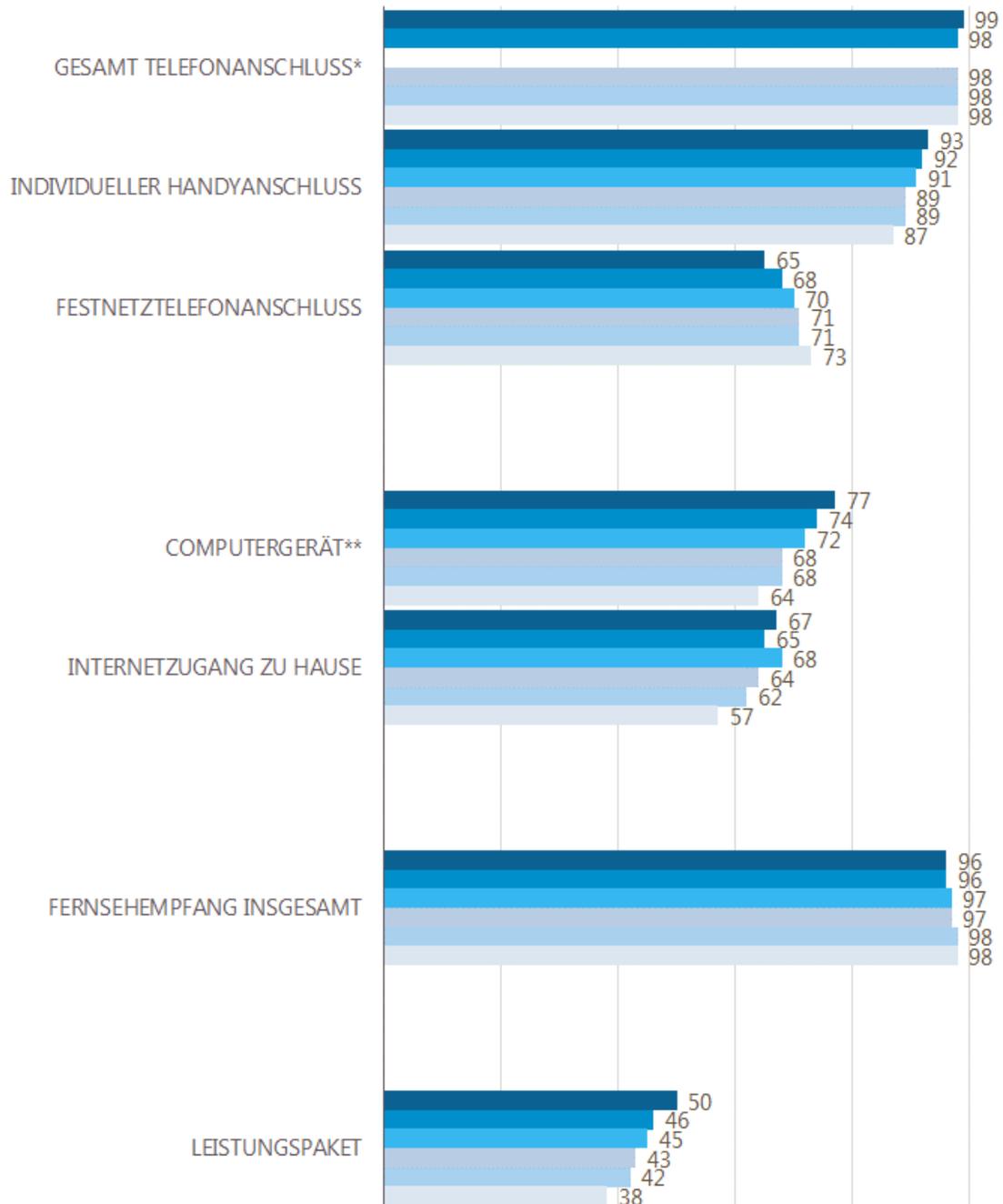
\*\*\* NMS13 bezeichnet die 13 ‚neuen Mitgliedstaaten‘, die der Europäischen Union im Zuge der Erweiterungen 2004, 2007 und 2013 beigetreten sind.

*Wir möchten den Befragten aus ganz Europa danken,  
die ihre wertvolle Zeit auf die Teilnahme an dieser Umfrage verwendet haben.  
Ohne ihre aktive Mitarbeit wäre diese Studie nicht möglich gewesen.*

## I. MOMENTAUFNAHMEN UND WICHTIGSTE ERGEBNISSE

### Penetrationsraten von elektronischen Kommunikationsdienstleistungen in der Europäischen Union (%)

■ Okt. 2015 ■ Jan. 2014 ■ Feb.-Mar. 2013 ■ Dez. 2011 ■ Feb.-Mar. 2011 ■ Nov.-Dez. 2009



\*Frage zum Mobiltelefonanschluss (QA1.1) wurde in der Befragung EB79.1 nicht gestellt.

\*\* Zu „Computergeräten“ gehören in der aktuellen und in der vorherigen Befragung Computer, Laptops, Tablets und Smartphones. In früheren Befragungen wurde dies als „Personal Computer“ bezeichnet.

## **Mobiltelefongespräche sind die vorherrschende Kommunikationsleistung in Europa und für die Mehrheit ist Mobilfunk die wichtigste Leistung.**

- Mehr als neun von zehn Befragten (93%) tätigen Telefonanrufe mit einem Mobiltelefon oder nehmen diese damit an, während 75% SMS senden oder empfangen. Fast sieben von zehn (69%) versenden E-Mails, während 67% Telefonanrufe mit einem Festnetztelefon tätigen oder annehmen. Mehr als die Hälfte nutzt einen Sofortnachrichtendienst im Internet (53%).
- In der gesamten EU sind es 62%, die mehrmals pro Tag Telefonanrufe mit einem Mobiltelefon tätigen oder annehmen, und in jedem Mitgliedstaat nutzen mindestens 60% das Mobiltelefon täglich für Anrufe.
- In allen Altersgruppen gehören das Tätigen und Annehmen von Telefonanrufen mit einem Mobiltelefon und der Versand und Empfang von SMS zu den beliebtesten Kommunikationstätigkeiten.
- Bei der Nutzung von neuen und bereits stärker etablierten Kommunikationsdiensten gibt es offenbar eine Kluft zwischen den Generationen. Ältere Befragte, insbesondere diejenigen im Alter von 55 Jahren oder darüber eignen sich mit geringerer Wahrscheinlichkeit neue Dienste wie Internettelefonie und Sofortnachrichten an. Seltener nutzen sie auch einige der bereits stärker etablierten Dienste wie E-Mail und sogar Mobilfunktelefonie.
- Diese Kluft zwischen den Generationen zeigt sich zudem auch ziemlich deutlich bei der Nutzung von sozialen Medien: Hier stellen im EU-Durchschnitt 44% der Befragten im Alter von 15 bis 24 Jahren täglich Beiträge ein, während dies bei den Befragten im Alter von 40 bis 54 Jahren lediglich 18% und bei den Befragten im Alter von 55 Jahren oder darüber sogar nur 5% sind.
- Noch bemerkenswerter ist die Tatsache, dass es bei der Nutzung sozialer Medien in allen Altersgruppen zwischen den EU-Mitgliedstaaten größere Unterschiede gibt als innerhalb der Gruppe der Befragten im Alter von 15 bis 24 Jahren. Diese Beobachtung legt den Schluss nahe, dass der digitale Binnenmarkt im Hinblick auf die Nutzung sozialer Medien unter jungen Menschen weniger stark fragmentiert ist.
- Die Mobilfunktelefonie ist der bei weitem wichtigste Kommunikationsdienst im Alltag der Befragten (74%). Hierauf folgen das mobile Internet (34%) und die Festnetztelefonie (32%). Mindestens zwei Drittel der Befragten in jedem Mitgliedstaat geben an, dass Mobiltelefonie der wichtigste Dienst sei. Zudem gehören das Internet (52%) und Kommunikationsdienste im Internet (46%) für etwa die Hälfte der Europäer zu den wichtigsten Diensten im Alltag.
- Auch bei den nach Auffassung der Befragten wichtigsten Diensten im Alltag gibt es eine Kluft zwischen den Generationen: Die jüngsten Befragten (im Alter von 15 bis 24 Jahren) nennen mit weitaus höherer Wahrscheinlichkeit Kommunikationsdienste im Internet als wichtigsten Dienst als diejenigen im Alter von 55 Jahren oder darüber (66% gegenüber 26%). Ein klares Altersgefälle zeigt sich auch bei der Bedeutung, die dem mobilen Internet beigemessen wird: 62% der Befragten im Alter von 15 bis 24 Jahren gegenüber nur 12% derjenigen im Alter von 55 Jahren oder darüber.
- Beinahe ein Drittel (32%) derjenigen Befragten, die über einen Internetzugang verfügen, hat mindestens einen kostenpflichtigen Dienst im Internet genutzt, wobei Musik (14%) bzw. Filme oder Dokumentarfilme (12%) am häufigsten genannt werden. Bei der Nutzung von kostenpflichtigen Diensten zeigen sich mit einem Nutzeranteil unter den Befragten von 69% in Schweden bis hin zu 14% in Litauen zwischen Ländern erhebliche Unterschiede.

- Ein ausgeprägtes Altersgefälle besteht zwischen den jüngsten und ältesten Befragten bei der Nutzung von kostenpflichtigen Diensten für den Zugang zu Musik (25% gegenüber 4%) und kostenpflichtigen Diensten für den Zugang zu Filmen und Dokumentarfilmen (20% im Vergleich zu 5%).

### **Der mobile Internetzugang nimmt weiter in signifikantem Maße zu.**

- Telefonanschlüsse sind nahezu flächendeckend vorhanden (98%), wobei 59% der Befragten in Haushalten mit Festnetz- und Mobilfunkanschluss und 33% in Haushalten mit lediglich einem Mobilfunkanschluss leben. Der Anteil der Haushalte, in denen nur Mobilfunkanschlüsse vorhanden sind, nimmt weiter zu: ein Anstieg um 15 Prozentpunkte seit Dezember 2005/Januar 2006 (18%).
- Befragte im Alter von 29 Jahren oder darunter, die in Einpersonenhaushalten leben (58%), verfügen eher als diejenigen im Alter von 30 bis 59 Jahren (42%) oder 60 Jahren oder darüber (23%) lediglich über einen Mobilfunkanschluss.
- In fast zwei Dritteln der Haushalte (65%) gibt es einen Festnetzanschluss. Hinter diesem Wert verbergen sich jedoch große Unterschiede zwischen den Mitgliedstaaten: 93% der Haushalte auf Malta haben einen Festnetzanschluss. Demgegenüber sind es in Finnland nur 13% und in der Tschechischen Republik 14%. In allen Mitgliedstaaten, mit Ausnahme Griechenlands (17%), sind es jedoch niemals mehr als 10 %, die lediglich über einen Festnetzanschluss verfügen.
- In 93% der europäischen Haushalte gibt es einen Mobilfunkanschluss über mindestens ein Mobiltelefon und in jedem Mitgliedstaat verfügen mindestens 88% über einen Mobilfunkanschluss.
- In knapp mehr als zwei Dritteln der Haushalte ist ein Internetzugang (67%) vorhanden. Bei den Penetrationsraten in den einzelnen Mitgliedstaaten gibt es jedoch große Unterschiede: Sie reicht von 41% in Italien bis zu 96% in den Niederlanden. Auf EU-Ebene hat die Verbreitung des Internets in den Haushalten seit dem Jahr 2009 um 10 Prozentpunkte zugenommen.
- Interessanterweise ist jedoch beim Internetanschluss zu Hause in zehn Mitgliedstaaten seit dem Jahr 2014 ein Rückgang zu verzeichnen. In den meisten Ländern fällt dieser Rückgang relativ gering aus und lässt sich teilweise mit der allgemeinen Zunahme des mobilen Internetzugangs erklären.
- Seit der letzten Befragung hat der mobile Internetzugang erheblich zugenommen: plus 23 Prozentpunkte auf 75% der Haushalte mit einem Mobilfunkanschluss. Insgesamt bedeutet dies, dass es in 69% der EU-Haushalte mindestens einen Angehörigen mit einem Internetzugang über das eigene Mobiltelefon gibt.
- Zudem ist beim mobilen Internetzugang in jedem Mitgliedstaat eine Zunahme zu verzeichnen und der Anteil von Haushalten mit mobilem Internetzugang reicht mittlerweile von 91% in Dänemark (plus 16 Prozentpunkte seit dem Jahr 2014) bis hin zu 64% in Griechenland (plus 35).
- In nahezu allen EU-Haushalten gibt es einen Fernsehanschluss (96%), wobei digitales terrestrisches Fernsehen (38%), der Satellitenanschluss (24%) und digitales Kabelfernsehen (20%) zu den gebräuchlichsten Empfangsarten gehören. Der Fernsehanschluss über das Telefonnetz ist jedoch auf dem Vormarsch (plus 5 Prozentpunkte seit dem Jahr 2014 auf 12%). Auf Ebene der Mitgliedstaaten reichen die Anteile beim Empfang von digitalem terrestrischen Fernsehen von 90% in Spanien bis hin zu 5% in Slowenien.

- Interessanterweise bleiben Telefoniedienste (Festnetz und Mobilfunk) trotz der stetigen Zunahme des Internetzugangs weiterhin die wichtigsten Dienste im Alltag der Befragten: Fast neun von zehn Befragten in Europa (89%) betrachten das Festnetztelefon oder das Mobiltelefon als wichtigsten Dienst. Im Vergleich dazu wird der Internetzugang über das Festnetz oder das mobile Internet nur von knapp mehr als der Hälfte der Befragten in Europa (52%) als wichtigster Dienst betrachtet.

### **Die Hälfte aller EU-Haushalte entscheidet sich bei Kommunikationsleistungen für Paketangebote**

- Der Bezug von Kommunikationspaketen nimmt weiter zu: ein Anstieg von ursprünglich 38% im Jahr 2009 auf 50% in der aktuellen Befragung. Pakete mit Internetzugang sind am weitesten verbreitet (80%, -11 Prozentpunkte). Hierauf folgen Pakete mit Festnetzanschluss (65%, -15), Fernsehsendern (53%, -1) und Mobiltelefonanschluss (45%, +16).
- Dieser steile Anstieg bei der Inanspruchnahme von Mobiltelefonanschlüssen im Rahmen von Paketen ist ein guter Indikator für den Trend zur Konvergenz von Festnetz und Mobilfunk am Markt. Tatsächlich verfügen mittlerweile 25% der EU-Haushalte über ein Paket mit einem Mobiltelefonanschluss, was einem Anstieg um 10 Prozentpunkte seit dem Jahr 2014 entspricht.
- Pakete mit zwei Diensten (Zweifachpakete) sind gebräuchlicher als im Jahr 2014 (+6 Prozentpunkte auf 31%), während Dreifachpakete seltener vorkommen (Rückgang um -3 Prozentpunkte auf 13%). Nur 5% hatten Vierfachpakete. Es ist anzumerken, dass der Internetzugang bei der Mehrheit der Haushalte mit Internetzugang (60%) in einem Paket enthalten ist.
- Der Preis bleibt der wichtigste Faktor bei der Auswahl eines Internetanschlusses (69%). Hierauf folgen die maximale Download- oder Uploadgeschwindigkeit (48%) und die maximale Datenmenge, die herunter- oder hochgeladen werden kann (32%). Insgesamt besitzen kostenbezogene Kriterien (79%), gefolgt von qualitätsbezogenen Kriterien (70%) und servicebezogenen Kriterien (51%) den höchsten Stellenwert.
- Bei der Auswahl eines Internetanschlusses werden qualitätsbezogene Faktoren zunehmend wichtiger: Die maximale Download- oder Uploadgeschwindigkeit (+7 Prozentpunkte) und die maximale Datenmenge, die herunter- oder hochgeladen werden kann (+6), werden mittlerweile häufiger genannt als noch im Januar 2014.
- In 23 Mitgliedstaaten sind kostenbezogene Kriterien die wichtigsten Faktoren bei der Auswahl eines Internetanschlusses. In Österreich, Deutschland, Estland und auf Malta werden qualitätsbezogene Kriterien am häufigsten als Hauptfaktor genannt. Portugal ist das einzige Land, in dem servicebezogene Kriterien am häufigsten genannt werden.
- Fast sieben von zehn Befragten (69%) stimmen der Aussage zu, dass sie die Leistungen und Preise ihres aktuellen Pakets mühelos mit anderen Paketangeboten vergleichen können. Zudem leben 57% der Befragten in Haushalten, in denen jemand mindestens einmal den Anbieter des Pakets gewechselt hat. Dies entspricht einem Anstieg um 12 Prozentpunkte gegenüber der vorherigen Befragung im Jahr 2014. In 21 Mitgliedstaaten hat die Mehrheit mindestens einmal den Anbieter des Pakets gewechselt.

- Von denjenigen, die den Anbieter des Pakets nicht gewechselt haben (41% der Haushalte mit einem Paket), haben 61% dies noch nie in Erwägung gezogen, während dies bei 32% bereits der Fall war. Allerdings ist der Anteil derjenigen, die einen Wechsel nicht in Erwägung gezogen haben, in allen Mitgliedstaaten bis auf einen zurückgegangen. Dabei reicht die Spanne von - 2 Prozentpunkten in Deutschland bis hin zu einem Rückgang um -35 Prozentpunkte in Irland. Die Ausnahme bildet Schweden: Hier hat der Anteil derjenigen, die niemals einen Wechsel in Erwägung gezogen haben, um +17 Prozentpunkte zugelegt.
- Bei denjenigen, die niemals den Anbieter des Pakets gewechselt haben, ist der Grund dafür weitaus eher die Trägheit der Verbraucher als einen externen Hinderungsgrund<sup>10</sup> (82% gegenüber 15%). Allerdings muss angemerkt werden, dass der Anteil derjenigen, die an einem Wechsel gehindert wurden, in einer Reihe von Mitgliedstaaten größer geworden ist, insbesondere auf Zypern (+22 Prozentpunkte) und in Irland (+18).

**Fast die Hälfte hat in den letzten drei Jahren einen Vertrag für eine Kommunikationsleistung unterzeichnet, aber nur 22% davon haben die Vertragsbestimmungen vollständig gelesen.**

- 86% stimmen zu, dass bei Kommunikationsdiensten im Internet dasselbe Maß an Verbraucherschutz wie bei traditionellen Kommunikationsdiensten zur Anwendung kommen sollte, wobei 58% voll und ganz zustimmen. In jedem Mitgliedstaat stimmen mehr als zwei Drittel zu.
- Für die Verbraucher ist es wichtig, dass sie beim Anbieterwechsel die Telefonnummer, E-Mails oder Onlineinhalte behalten können: 89% geben an, dass es wichtig wäre, die eigene Mobiltelefonnummer zu behalten; 82% sagen dies über ihre Festnetztelefonnummer und 78% über ihre beim Anbieter gespeicherten E-Mails bzw. sonstigen online verfügbaren Inhalte.
- Die Mehrheit sagt, dass es einfach sei, das eigene Nutzungsverhalten bei einer Reihe von Kommunikationsdiensten zu überwachen und zu kontrollieren: Mobiltelefonanschluss (78%), Festnetztelefonanschluss (71%), mobiler Internetzugang (69%) und Internetzugang über das Festnetz (67%).
- Knapp die Hälfte hat in den vergangenen drei Jahren einen Vertrag für einen Kommunikationsdienst unterzeichnet (49%), wobei dies für Mobiltelefonverträge am häufigsten der Fall war (29%).
- Von denjenigen, die in den vergangenen drei Jahren einen Vertrag unterzeichnet haben, haben 22% die Vertragsbestimmungen zu den Nutzerrechten vollständig gelesen und 40% taten dies teilweise. Mindestens ein Drittel der Befragten in Litauen, Lettland (jeweils 35%), in der Tschechischen Republik und auf Zypern (jeweils 34%) geben an, dass sie die Vertragsbestimmungen zu den Nutzerrechten vollständig gelesen haben. Demgegenüber sind es jeweils nur 10% in Schweden und Frankreich.

<sup>10</sup> Haushalte mit Verbrauchern, die am Wechsel gehindert werden, sind diejenigen, in denen die Befragten einen Wechsel in Erwägung gezogen haben und bei denen es jedoch in der Gegend, in der sie leben, keine anderen Anbieter von Paketen gibt, bei denen es keine anderen Anbieter von Paketen gibt, die ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten, die vorerst an den Vertrag ihres derzeitigen Anbieters gebunden sind, die nicht Gefahr laufen wollen, während des Anbieterwechsels vorübergehend keinen Zugriff auf den Dienst zu haben, die nicht Gefahr laufen wollen, während des Anbieterwechsels für zwei Anbieter bezahlen zu müssen, die nicht genau wissen, welche Schritte sie tun müssen, um den Anbieter zu wechseln, die ihre aktuelle E-Mail-Adresse oder Webseite bzw. ihre aktuellen E-Mail-Adressen oder Webseiten nicht verlieren wollen, die sich auf dem Server ihres derzeitigen Anbieters befinden, oder bei denen einige Dienstleistungen des Pakets nicht gleichzeitig gekündigt werden konnten.

- Mehr als acht von zehn Befragten stimmen zu, dass im Vertrag ausreichende und klare Informationen über die Laufzeit und Verlängerung bzw. automatische Verlängerung (Rollover) enthalten waren (84%). 83% stimmen zu, dass darin ausreichend und klare Informationen über die Qualität der erworbenen Leistungen enthalten waren, und 79% stimmen zu, dass der Vertrag ausreichende und klare Informationen über die Kündigung enthielt.
- Die Mehrzahl der Befragten (68%), die ihren letzten Vertrag für eine Kommunikationsleistung gelesen haben, waren mit den darin enthaltenen Informationen im Hinblick auf alle drei Aspekte in hohem Maße zufrieden. Auf Ebene der Mitgliedstaaten schwankt dieser Wert jedoch und zwar zwischen 82% in der Slowakei und 49% in den Niederlanden.
- Die Mehrheit der Befragten, die zu Hause einen Internetanschluss haben, sagen, dass sie nicht bereit wären, mit einem Anbieter im Gegenzug für eine weitaus höhere Geschwindigkeit und eine verbesserte Leistungsqualität einen Vertrag für einen längeren Zeitraum als für zwei Jahre zu schließen (55%).
- Fast die Hälfte der jüngsten Befragten mit Internet wäre hingegen bereit, mit einem Anbieter im Gegenzug für eine weitaus höhere Geschwindigkeit und eine verbesserte Leistungsqualität einen Vertrag für einen längeren Zeitraum zu schließen (46%). Demgegenüber besteht diese Bereitschaft bei nur 29% der Befragten im Alter von 55 Jahren oder darüber.

### **Die Bekanntheit der Notrufnummer 112 nimmt weiter zu**

- Mehr als sechs von zehn Befragten würden bei einem Notfall im eigenen Land die Rufnummer 112 wählen (61%): die entspricht einem Anstieg um +3 Prozentpunkte seit dem Jahr 2014. Nahezu alle Befragten in Finnland (99%), in den Niederlanden (98%), in Portugal und Schweden (jeweils 97%) würden die Rufnummer 112 wählen. Demgegenüber würden sich nur 6% der Befragten in Griechenland, 9% im Vereinigten Königreich und 19% in Frankreich ebenso verhalten.
- Seit dem Jahr 2014 hat der Anteil der Befragten, die die Rufnummer 112 wählen würden, bei den Befragten auf Zypern (+20 Prozentpunkte), auf Malta (+9), in Ungarn und Polen (jeweils +7) am stärksten zugenommen. Andererseits ist der Anteil der Befragten, die die 112 wählen würden, in der Tschechischen Republik und in Kroatien um -6 Prozentpunkte zurückgegangen.
- Fast die Hälfte der Befragten (46%) erkennt die Rufnummer 112 korrekt als einheitliche Nummer, die überall in der EU im Notfall zu wählen ist, ein Anstieg um +6 Prozentpunkte seit dem Jahr 2014. Mit größter Wahrscheinlichkeit wird die Rufnummer 112 von den Befragten in Polen (82%), Luxemburg (78%) und in der Slowakei (70%) genannt, während dies bei den Befragten in Griechenland (13%) und im Vereinigten Königreich (22%) am seltensten der Fall ist.
- Seit dem Jahr 2014 hat der Anteil der Befragten auf Zypern, die lediglich die Rufnummer 112 als Antwort wählen, um +20 Prozentpunkte zugenommen. Hierauf folgen die Befragten in Deutschland (+18 Prozentpunkte), Ungarn (+17), Portugal (+17) und Estland (+17). Im Gegensatz dazu ist der Anteil der Befragten, die lediglich die Rufnummer 112 als Antwort wählen, in Rumänien (-9) und Bulgarien (-9) kleiner geworden.

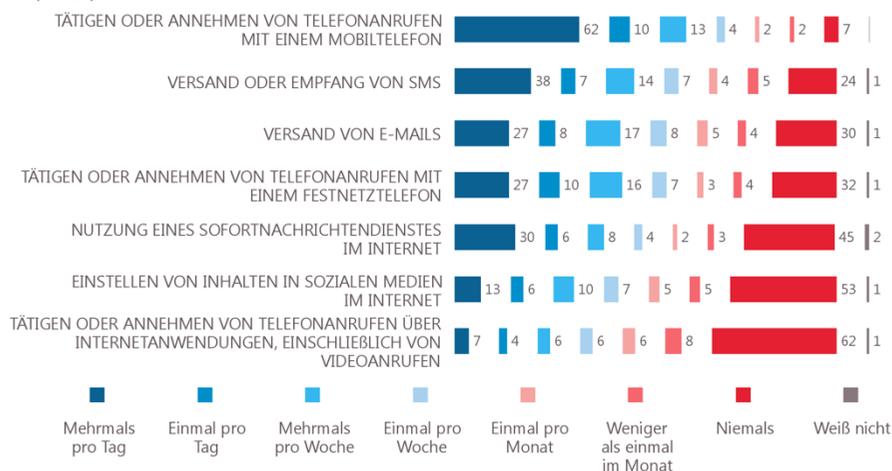
## II. NUTZUNG VON KOMMUNIKATIONSDIENSTEN

### 1 Erfahrung mit der Nutzung verschiedener Kommunikationsdienste

**Telefonanrufe mit dem Mobiltelefon sind die bei weitem häufigste Kommunikationstätigkeit<sup>11</sup>.** Mehr als neun von zehn Befragten (93%) tätigen Telefonanrufe mit einem Mobiltelefon oder nehmen diese damit an, während 75% SMS senden oder empfangen. Fast sieben von zehn (69%) versenden E-Mails, während 67% Telefonanrufe mit einem Festnetztelefon tätigen oder annehmen. Knapp mehr als die Hälfte nutzen einen Sofortnachrichtendienst im Internet (53%), während 46% der Befragten Inhalte in sozialen Medien im Internet einstellen. Das Tätigen oder Annehmen von Telefonanrufen über Internetanwendungen ist mit einem Anteil von 37% der Befragten am wenigsten verbreitet.

Zudem ist anzumerken, dass ein höherer Anteil der Befragten eher mehrmals pro Tag einen Sofortnachrichtendienst – einen vergleichsweise neueren Dienst – nutzt anstatt E-Mails zu versenden oder Anrufe mit einem Festnetztelefon zu tätigen (30% gegenüber 27%).

QA4 Wie häufig tun Sie Folgendes?  
(% - EU)



Basis: Alle Befragten (n = 27822)

<sup>11</sup> QA4 Wie häufig tun Sie Folgendes? Tätigen oder Annehmen von Telefonanrufen mit einem Festnetztelefon; Tätigen oder Annehmen von Telefonanrufen mit einem Mobiltelefon; Versand oder Empfang von SMS; Nutzung eines Sofortnachrichtendienstes im Internet; Tätigen oder Annehmen von Telefonanrufen über Internetanwendungen, einschließlich von Videoanrufen; Versand von E-Mails; Einstellen von Inhalten in sozialen Medien im Internet.

Mindestens sechs von zehn Befragten in jedem Mitgliedstaat tätigen täglich **Telefonanrufe mit einem Mobiltelefon** bzw. nehmen diese täglich damit an<sup>12</sup>. Am häufigsten ist dies bei den Befragten in Lettland (91%) der Fall. Hierauf folgen die Befragten auf Zypern (88%), in Litauen (86%), Estland, Slowenien und in der Tschechischen Republik (jeweils 85%).

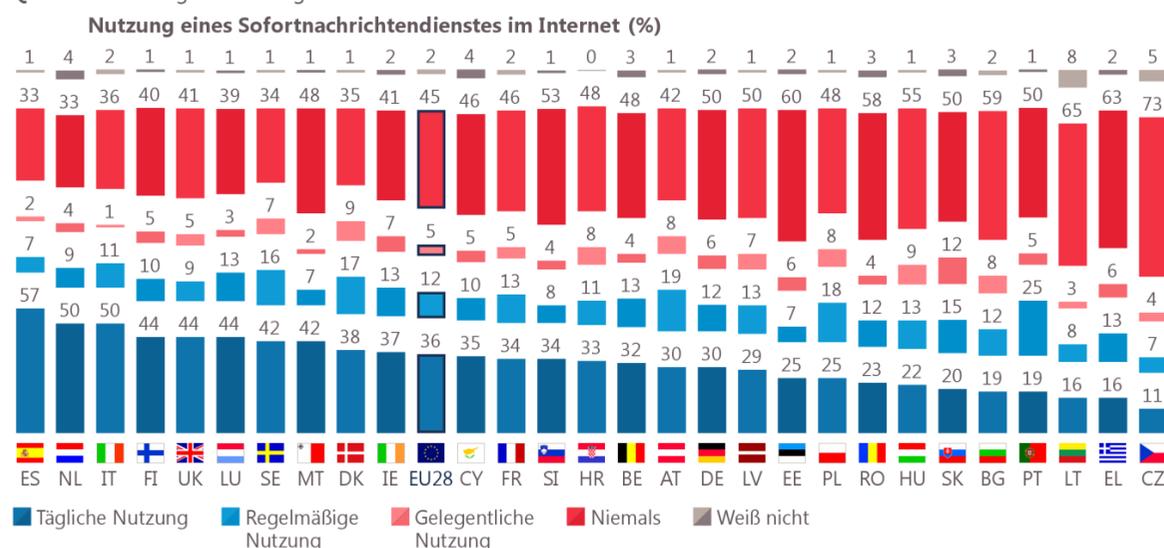
Weitaus größere Unterschiede zwischen Mitgliedstaaten gibt es beim Anteil der Befragten, die **täglich SMS versenden oder empfangen**, wobei dies jedoch in 18 Mitgliedstaaten bei mindestens der Hälfte der Befragten täglich der Fall ist. Drei Viertel der Befragten in Irland und Dänemark senden und empfangen täglich SMS (jeweils 75%). Gleiches gilt für 68% im Vereinigten Königreich und in Schweden. Ganz im Gegensatz dazu senden oder empfangen in Spanien nur 6% der Befragten täglich SMS. In der Tat sind es dort sogar 62%, die angeben, dies niemals zu tun.

In vier Mitgliedstaaten **sendet** mindestens die Hälfte der Befragten täglich **E-Mails**: in den Niederlanden (66%), in Schweden (54%), Dänemark (52%) und Belgien (50%). Weiterhin sind die Niederlande, Schweden und Dänemark die einzigen Länder, in denen weniger als einer von zehn Befragten E-Mails versendet.

In den meisten Mitgliedstaaten nutzen weniger als vier von zehn Befragten ihr **Festnetztelefon täglich zum Tätigen oder Annehmen von Telefonanrufen**. Die Befragten in Griechenland nutzen ihr Festnetztelefon mit größter Wahrscheinlichkeit täglich (69%). Hierauf folgen 64% der Befragten in Deutschland und 57% der Befragten auf Malta. Interessanterweise ist festzuhalten, dass Deutschland der einzige Mitgliedstaat ist, in dem die tägliche Nutzung des Festnetztelefons verbreiteter als die tägliche Nutzung des Mobiltelefons ist (64% gegenüber 62%).

Spanien (57%), die Niederlande und Italien (jeweils 50%) sind die einzigen Länder, in denen mindestens die Hälfte der Befragten täglich einen **Sofortnachrichtendienst** nutzt. Demgegenüber sind es in der Tschechischen Republik nur 11% und jeweils 16% in Litauen und Griechenland. Interessanterweise greifen die Befragten in Spanien, dem Land mit dem höchsten Anteil bei der täglichen Nutzung von Sofortnachrichtendiensten über das Internet, am seltensten auf SMS zurück. Ferner senden 33% der Befragten in Spanien niemals eine Sofortnachricht. Im Vergleich dazu sind es dort 62%, die niemals SMS versenden oder empfangen.

#### QA4.4 Wie häufig tun Sie Folgendes?



Basis: Alle Befragten (n = 27822)

<sup>12</sup> „Tägliche Nutzung“ = „Mehrere Male pro Tag“ + „Einmal pro Tag“

„Regelmäßige Nutzung“ = „Mehrere Male pro Woche“ + „Einmal pro Woche“

„Gelegentliche Nutzung“ = „Einmal pro Monat“ + „Weniger als einmal im Monat“

**Das tägliche Einstellen von Inhalten in sozialen Medien im Internet** ist in allen Mitgliedstaaten ganz allgemein weniger stark verbreitet<sup>13</sup>. Die Befragten in Dänemark stellen mit größter Wahrscheinlichkeit täglich Inhalte ein (43%); ihnen folgen die Befragten in Irland (31%) und im Vereinigten Königreich (30%). Demgegenüber sind es in Deutschland nur 9% und jeweils 11% in Litauen und Slowenien.

Die Befragten auf Zypern (21%), in Kroatien und Irland (jeweils 20%) **nehmen** mit größter Wahrscheinlichkeit **täglich Telefonanrufe über Internetanwendungen vor**. Demgegenüber sind es in Portugal nur 6%. Tatsächlich wird dieser Typ von Anruf in den meisten Mitgliedstaaten von einer Mehrheit der Befragten niemals getätigt.

Bei der soziodemografischen Analyse treten eine Reihe interessanter Unterschiede zu Tage, wobei jedoch vergleichsweise wenige geschlechtsspezifisch sind.

Bei der Nutzung der Kommunikationsdienste gibt es eine Reihe altersbezogener Unterschiede, wobei allgemein gilt, dass Befragte in jüngerem Alter die meisten der folgenden Tätigkeiten mit größerer Wahrscheinlichkeit täglich vornehmen.

- Je älter der Befragte ist, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit dafür, dass er täglich Telefonanrufe mit einem Festnetztelefon tätigt oder annimmt: Bei 46% ist dies der Fall, demgegenüber sind es 23% bei denjenigen im Alter von 15 bis 24 Jahren und 27% bei denjenigen im Alter von 25 bis 39 Jahren.
- Mehr als acht von zehn Befragten im Alter von 55 Jahren oder darunter tätigen täglich Telefonanrufe mit einem Mobiltelefon oder nehmen diese damit täglich entgegen. Bei Befragten im Alter von 25 bis 39 Jahren ist dies mit größter Wahrscheinlichkeit der Fall (89%). Hierauf folgen die Befragten im Alter von 15 bis 24 Jahren (83%) und diejenigen im Alter von 40 bis 54 Jahren (82%). Diese Werte liegen jeweils erheblich über dem Wert bei denjenigen Befragten im Alter von 55 Jahren oder darüber (53%).
- 71% der jüngsten Befragten versenden oder empfangen täglich SMS. Im Vergleich dazu sind es 63% bei denjenigen im Alter von 25 bis 39 Jahren, 53% bei denjenigen im Alter von 40 bis 54 Jahren und 23% bei denjenigen im Alter von 55 Jahren oder darüber.
- Mindestens die Hälfte der Befragten im Alter von 39 Jahren oder darunter nutzt täglich Sofortnachrichtendienste, wobei dieser Anteil bei den jüngsten Befragten eine Höhe von 68% erreicht. Demgegenüber sind es 39% der Befragten im Alter von 40 bis 54 Jahren und nur 12% derjenigen im Alter von 55 Jahren oder darüber.
- Fast ein Viertel der jüngsten Befragten nimmt täglich Telefonanrufe über Internetanwendungen vor (24%). Demgegenüber sind es nur 3% derjenigen im Alter von 55 Jahren oder darüber.
- Am weitesten verbreitet ist die tägliche Nutzung von E-Mails bei den Befragten im Alter von 25 bis 39 Jahren (50%) und hierauf bei denjenigen im Alter von 40 bis 54 Jahren (45%) sowie denjenigen im Alter von 15 bis 24 Jahren (40%). Die tägliche Nutzung von E-Mails findet bei den Befragten im Alter von 55 Jahren oder darüber erheblich seltener statt.
- Die jüngsten Befragten sind die bei weitem aktivsten täglichen Nutzer von sozialen Medien (Einstellen von Inhalten in sozialen Medien): 44% stellen täglich Inhalte ein. Im Vergleich dazu sind es 29% bei denjenigen im Alter von 25 bis 39 Jahren, 18% der Befragten im Alter von 40 bis 54 Jahren und nur 5% derjenigen im Alter von 55 Jahren oder darüber.

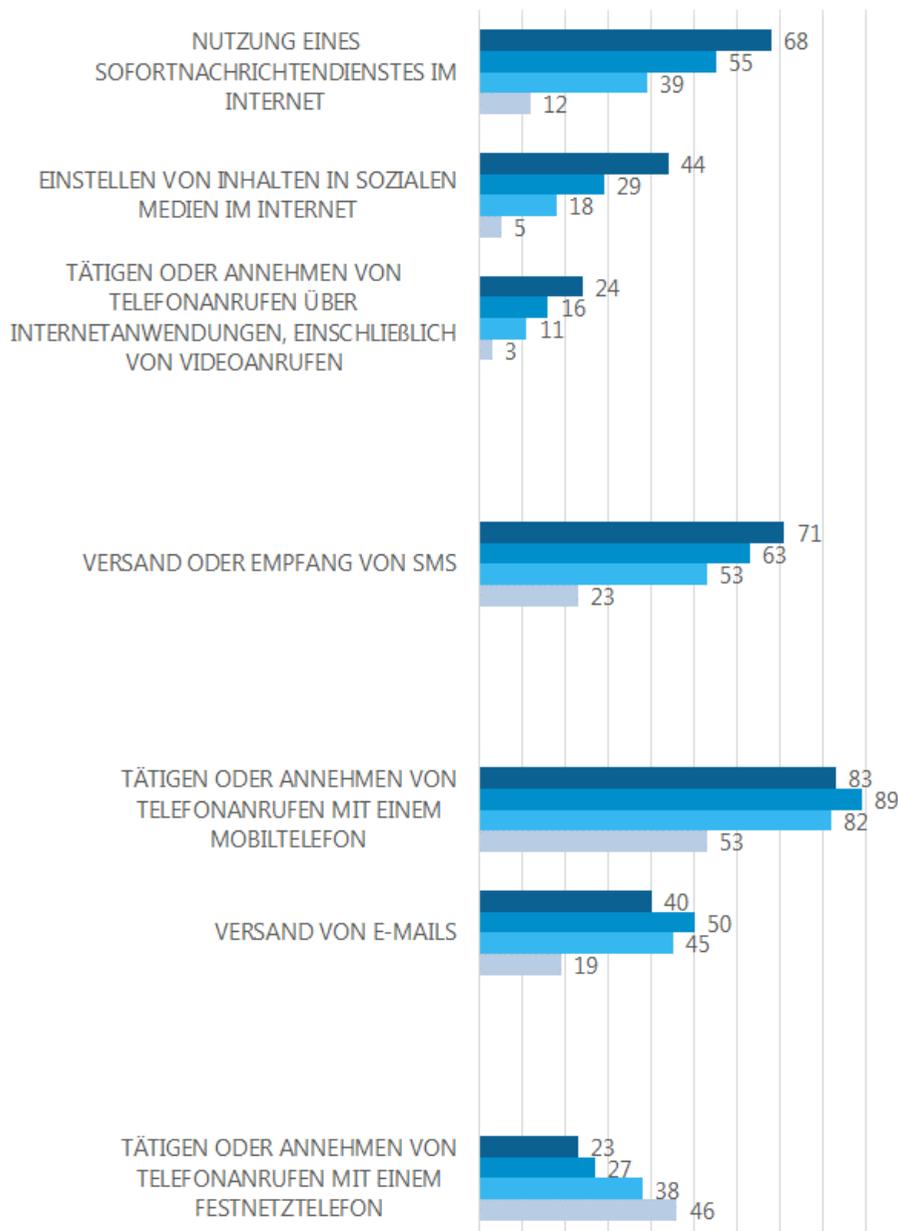
<sup>13</sup> In diesem Zusammenhang muss unbedingt beachtet werden, dass mit dieser Frage lediglich die aktive Nutzung von sozialen Medien im Internet erfasst wird und sich diese nicht auf das passive Nutzerverhalten, wie beispielsweise bei der Sichtung von erhaltenen Nachrichten oder eingestellten Inhalten von anderen Nutzern, erstreckt.

Zusätzlich zur Tatsache, dass die ältesten Befragten die Mehrzahl dieser Dienste und Anwendungen am seltensten täglich nutzen, geben sie auch mit größter Wahrscheinlichkeit an, dass sie jeden dieser Dienste niemals nutzen. Eine Ausnahme bildet hier lediglich das Tätigen oder Annehmen von Telefonanrufen mit einem Festnetztelefon. So stellen beispielsweise 83% niemals Inhalte in sozialen Medien ein. Im Vergleich dazu sind dies bei denjenigen im Alter von 15 bis 24 Jahren 14%.

Diese Ergebnisse im Hinblick auf das Alter weisen auf **eine Generationenkluft** bei der Nutzung von neuen und bereits stärker etablierten Kommunikationsdiensten hin.

### Tägliche Nutzung von Kommunikationsdiensten in der Europäischen Union (%)

■ 15-24 ■ 25-39 ■ 40-54 ■ 55 +

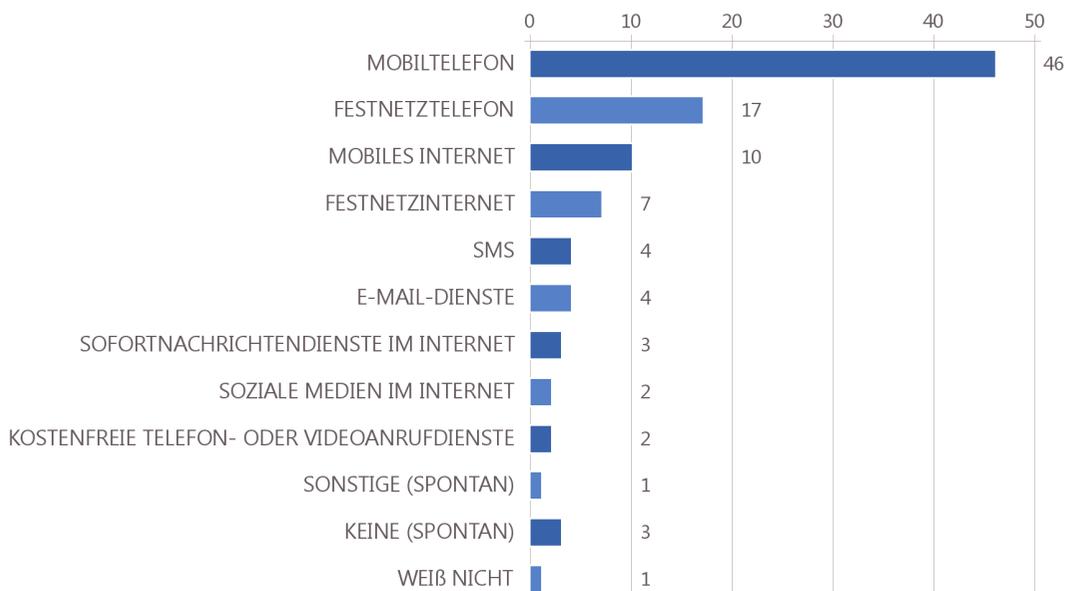


Basis: Alle Befragten (n = 27822)

## 2 Wichtigste Kommunikationsdienste

**Mobiltelefone sind für die Befragten weitaus wichtiger als andere Kommunikationsdienste<sup>14</sup>.** Fast die Hälfte der Befragten gaben dies als wichtigsten Dienst an (46%). Festnetztelefone werden am nächsthäufigsten genannt, aber es sind nur 17% der Befragten, für die diese am wichtigsten sind. Nur jeder zehnte Befragte (10%) gibt an, dass das mobile Internet im eigenen Alltag am wichtigsten sei.

**QA5a** Welche der folgenden Dienste und Anwendungen sind nach Ihrer Auffassung in Ihrem Alltag am wichtigsten? Erstens? (% - EU)



Basis: Alle Befragten (n = 27822)

Bei der soziodemografischen Analyse des Dienstes beziehungsweise der Anwendung, der bzw. die als für den Alltag am wichtigsten betrachtet wird, ergeben sich eine Reihe interessanter Unterschiede. Junge Menschen geben mit größter Wahrscheinlichkeit an, dass das mobile Internet oder SMS in ihrem Alltag am wichtigsten sind. Die Mobilfunktelefonie erwähnen sie jedoch seltener als die Befragten im Alter von 25 bis 54 Jahren (41% gegenüber 53%). Ferner geben die Befragten mit steigendem Alter immer seltener an, dass das mobile Internet im eigenen Alltag am wichtigsten sei: 20% der Befragten im Alter von 15 bis 24 Jahren geben dies an. Demgegenüber sind es nur 3% der Befragten im Alter von 55 Jahren oder darüber.

Zusätzlich zur Frage nach dem für sie wichtigsten Dienst bzw. der für sie wichtigsten Anwendung konnten die Befragten drei weitere Dienste und Anwendungen benennen, die sie im eigenen Alltag als wichtig betrachteten.

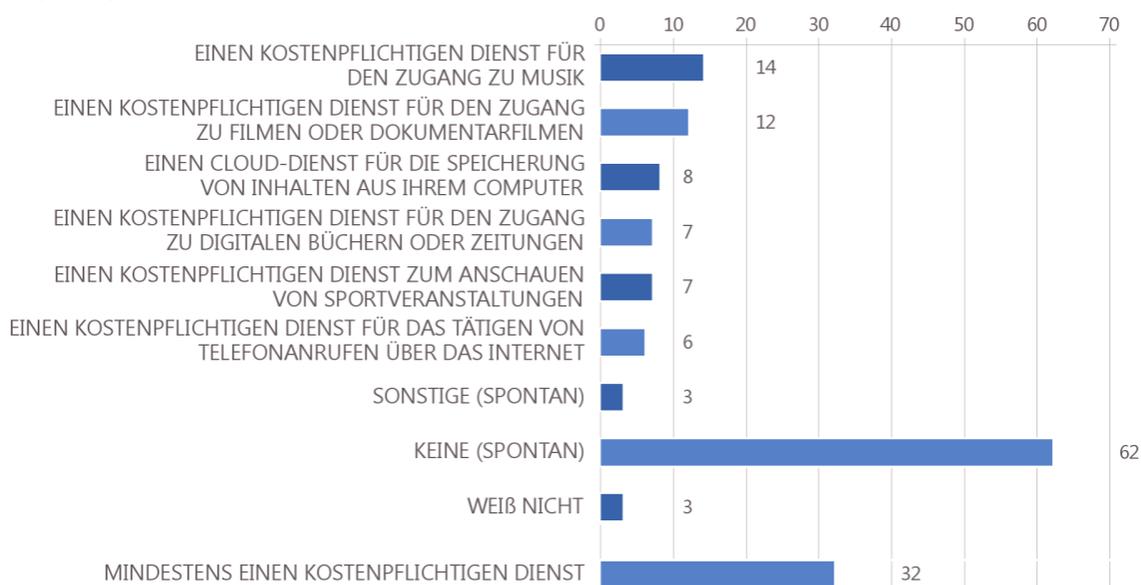
Wie bei der vorherigen Analyse handelt es sich bei der Mobilfunktelefonie erneut um den weitaus wichtigsten Kommunikationsdienst im Alltag der Befragten (74%). Etwa ein Drittel gibt an, dass das mobile Internet (34%) oder die Festnetztelefonie (32%) am wichtigsten sind, während das Festnetzinternet (27%), SMS (26%) oder E-Mails (25%) von mindestens einem Viertel genannt werden. Sofortnachrichten (14%), soziale Medien im Internet (11%) oder kostenfreie Telefon- oder Videoanrufdienste (9%) werden am seltensten für wichtig gehalten.

<sup>14</sup> QA5a Welche der folgenden Dienste und Anwendungen sind nach Ihrer Auffassung in Ihrem Alltag am wichtigsten? Erstens? QA5b Und dann? Festnetztelefon; Mobiltelefon; SMS; Sofortnachrichtendienste im Internet; Kostenfreie Telefon- oder Videoanrufdienste; Festnetzinternet; Mobiles Internet; E-Mail-Dienste; Soziale Medien im Internet; Spontan; Sonstige; Spontan: Keine; Weiß nicht / Keine Angabe.

### 3 Nutzung kostenpflichtiger Dienste über das Internet

**Fast ein Drittel der Befragten (32%) hat schon einmal kostenpflichtige Dienste über das Internet genutzt**<sup>15</sup>. Die Befragten haben mit größter Wahrscheinlichkeit schon einmal einen kostenpflichtigen Dienst für den Zugang zu Musik genutzt (14%) oder einen für den Zugang zu Filmen oder Dokumentarfilmen (12%). Aber selbst in diesen Fällen hat nur etwas mehr als einer von zehn Befragten diese Dienste genutzt. Noch weniger haben einen Cloud-Dienst für die Speicherung von Inhalten aus ihrem Computer genutzt (8%) oder einen kostenpflichtigen Dienst für den Zugang zu digitalen Büchern oder Zeitungen beziehungsweise einen kostenpflichtigen Dienst zum Anschauen von Sportveranstaltungen (jeweils 7%). Nur 6% haben einen kostenpflichtigen Dienst für das Tätigen von Telefonanrufen über das Internet genutzt.

**QA6** Welche der folgenden kostenpflichtigen Dienste, auf die Sie über das Internet zugreifen können, haben Sie genutzt?  
(MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)  
(% - EU)



Basis: Befragte mit Internetanschluss im Haushalt (n = 23395)  
(MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

Insgesamt betrachtet sind es die Befragten in Schweden (69%), Dänemark (60%), im Vereinigten Königreich (55%) und in den Niederlanden (50%), die mit größter Wahrscheinlichkeit mindestens einen dieser kostenpflichtigen Dienste über das Internet in Anspruch genommen haben.

In 12 Mitgliedstaaten geben die Befragten mit größter Wahrscheinlichkeit an, dass sie einen **kostenpflichtigen Dienst für den Zugang zu Musik** genutzt haben. In Schweden sagt dies in der Tat knapp die Hälfte (47%)<sup>16</sup>. Mehr als ein Viertel der Befragten im Vereinigten Königreich haben ebenfalls einen kostenpflichtigen Dienst für den Zugang zu Musik genutzt (27%); gleiches gilt für 22% in den Niederlanden.

<sup>15</sup> QA6 Welche der folgenden kostenpflichtigen Dienste, auf die Sie über das Internet zugreifen können, haben Sie genutzt? Einen kostenpflichtigen Dienst für den Zugang zu Musik; Einen kostenpflichtigen Dienst für den Zugang zu Filmen oder Dokumentarfilmen; Einen kostenpflichtigen Dienst für den Zugang zu digitalen Büchern oder Zeitungen; Einen kostenpflichtigen Dienst zum Anschauen von Sportveranstaltungen; Einen kostenpflichtigen Dienst für das Tätigen von Telefonanrufen über das Internet; Einen Cloud-Dienst für die Speicherung von Inhalten aus Ihrem Computer; Spontan: Sonstige; Spontan: Keine; Weiß nicht / Keine Angabe.

<sup>16</sup> Hierbei ist zu beachten, dass der internationale Zugang zu einem kostenpflichtigen Dienst für digitale Inhalte im Internet von den Geschäftsbedingungen des Anbieters abhängig ist.

Die Befragten in Schweden geben ebenfalls am häufigsten an, dass sie schon einmal einen kostenpflichtigen Dienst für den Zugang zu **Filmen oder Dokumentarfilmen** (37%) genutzt haben. Hierauf folgen die Befragten in Dänemark (36%) und Finnland (30%).

Erneut sind es die Befragten in Schweden, die mit größter Wahrscheinlichkeit einen **Cloud-Dienst** für die Speicherung von Inhalten aus ihrem Computer genutzt haben (23%), wobei diese Art von Dienst auch von 19% der Befragten in Dänemark und 17% im Vereinigten Königreich in Anspruch genommen wurde.

Die Befragten in Schweden (20%), Dänemark (16%), auf Malta (16%) und im Vereinigten Königreich (15%) haben mit größter Wahrscheinlichkeit einen kostenpflichtigen Dienst für den Zugang zu **digitalen Büchern oder Zeitungen** genutzt.

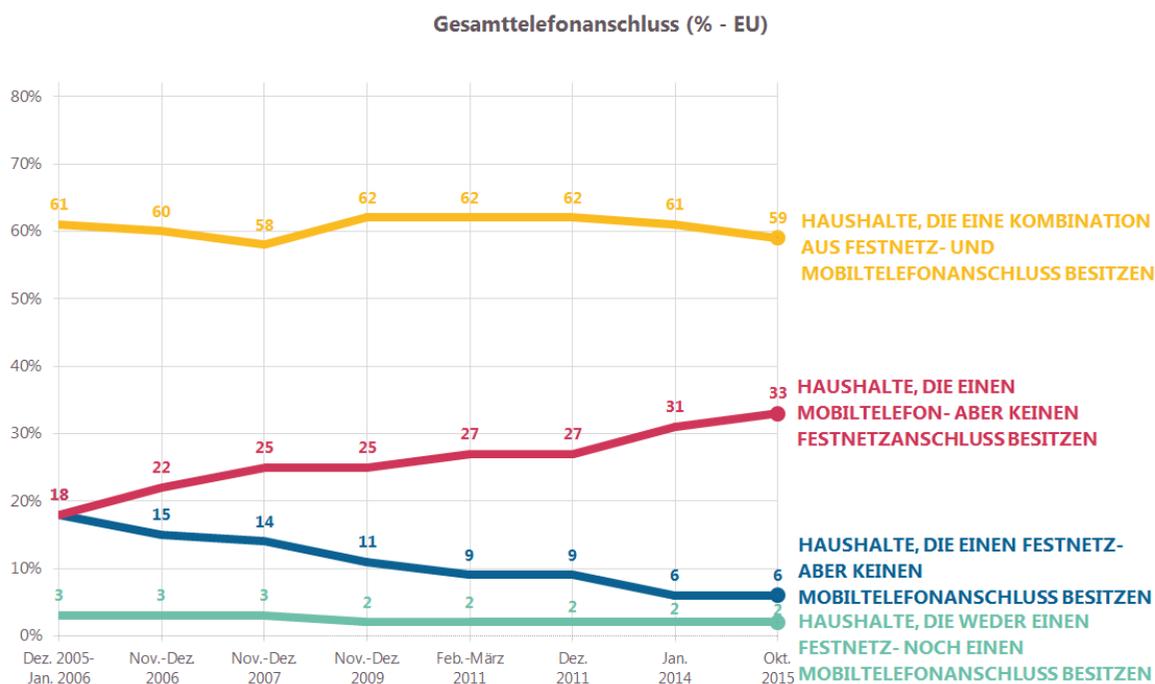
### III. TELEFONANSCHLUSS

## 1 Telefonanschluss im Allgemeinen

**Fast alle Befragten (98%) leben in Haushalten, in denen ein Telefonanschluss über mindestens ein Gerät (Mobiltelefon oder Festnetz) vorhanden ist.** In jedem Mitgliedstaat sind die Anschlüsse nahezu flächendeckend vorhanden: Die Verbreitung reicht von 100% in Belgien, auf Zypern, in Dänemark, Estland, Finnland, Frankreich, Irland, Luxemburg, auf Malta, in Schweden und im Vereinigten Königreich bis hin zu 94% in Rumänien.

Bei fast sechs von zehn Befragten in der EU sind im Haushalt sowohl ein Festnetz- als auch ein Mobiltelefonanschluss vorhanden (59%). Nur ein Drittel (33%) besitzt lediglich einen Mobiltelefonanschluss, während nur 6% einen Festnetzanschluss aber keinen Mobiltelefonanschluss haben. Zwei Prozent besitzt überhaupt keinen Telefonanschluss.

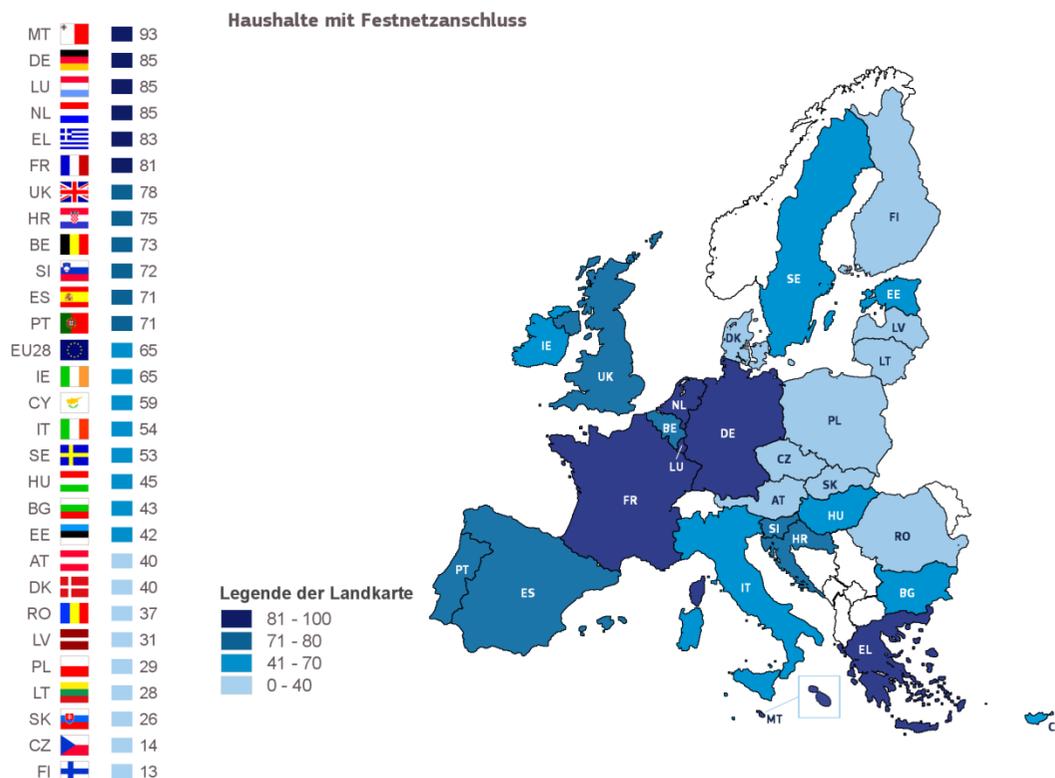
Der Anteil der Haushalte mit einem kombinierten Festnetz- und Mobilfunkanschluss ist seit dem Jahr 2014 leicht zurückgegangen (-2 Prozentpunkte), wobei der Anteil für diese Anschlussart langfristig betrachtet jedoch relativ stabil geblieben ist. Andererseits hat der Anteil der Befragten, die in Haushalten nur mit einem Mobiltelefonanschluss leben, weiter zugenommen. Seit dem Jahr 2014 ist er um +2 Prozentpunkte gestiegen beziehungsweise um +15 Prozentpunkte seit Ende des Jahres 2005/Anfang des Jahres 2006.



Basis: Alle Befragten (n = 27822)

## 2 Festnetztelefonie

**Die Mehrheit hat im eigenen Haushalt Zugang zu einem Festnetzanschluss (65%), auch wenn der Anteil weiter rückläufig ist<sup>17</sup>.** Hinter diesem Wert verbergen sich jedoch große Unterschiede beim Festnetzanschluss auf Ebene der Mitgliedstaaten. Malta ist das einzige Land, in dem fast neun von zehn Befragten einen Festnetzanschluss haben (93%). Hierauf folgen Deutschland, Luxemburg und die Niederlande mit jeweils 85%, Griechenland mit 83% und Frankreich mit 81%. Ganz im Gegensatz dazu verfügen nur 13% der Befragten in Finnland und 14% in der Tschechischen Republik im eigenen Haushalt über einen Festnetzanschluss.



Basis: Alle Befragten (n = 27822)

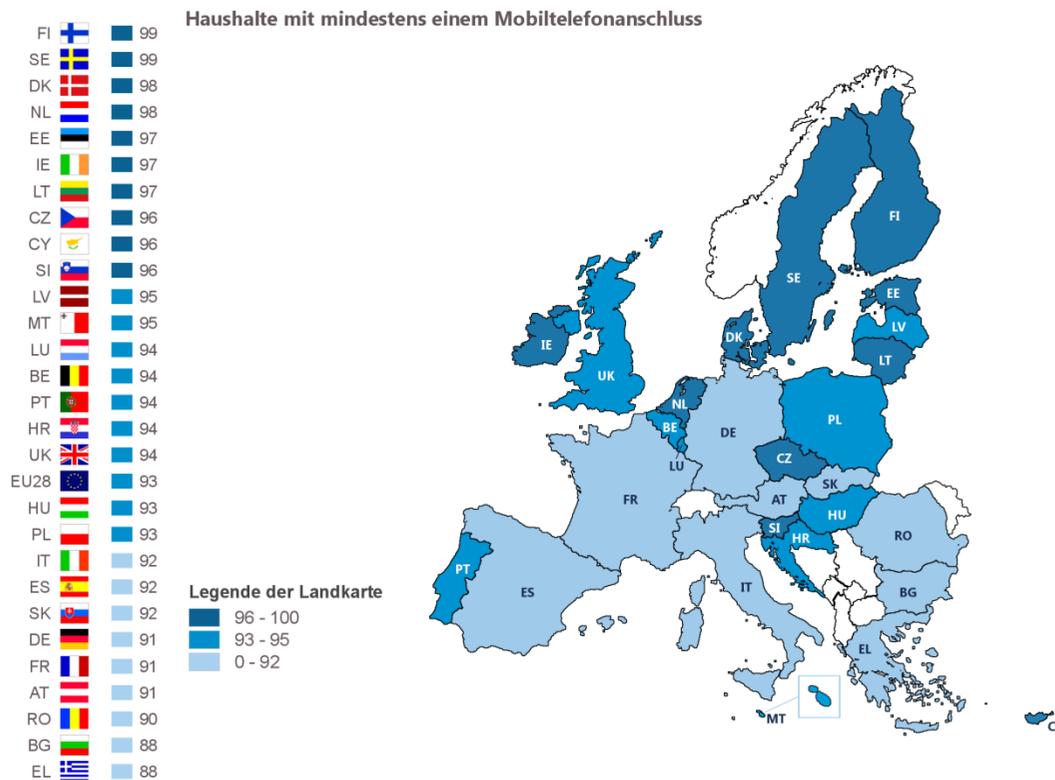
Auf EU-Ebene insgesamt ist der Anteil der Befragten, die in Haushalten mit einem Festnetzanschluss leben, seit dem Jahr 2014 um -3 Prozentpunkte zurückgegangen. Auf Ebene der einzelnen Mitgliedstaaten zeigen sich jedoch weitaus größere Veränderungen. Einen großen Rückgang gab es beispielsweise auf Zypern (-9 Prozentpunkte) und in Kroatien (-8).

Andererseits ist der Anteil der Haushalte mit einem Festnetzanschluss in sechs Mitgliedstaaten um mindestens +3 Prozentpunkte gestiegen: Portugal (+10 Prozentpunkte), Irland (+8), Belgien (+7), Slowakei (+6), Estland und Lettland (jeweils +3).

<sup>17</sup> D43a.1 Gibt es in Ihrem Haushalt einen Festnetz-Telefonanschluss? Ja; Nein.

### 3 Mobiltelefonie

**Mehr als neun von zehn Haushalten haben einen Mobiltelefonanschluss.** Mobiltelefone sind weitaus stärker verbreitet als Festnetzanschlüsse: 93% der Haushalte haben Zugang zu einem Mobiltelefon. In Finnland und Schweden (jeweils 99%) sowie in Dänemark und in den Niederlanden (jeweils 98%) sind Mobiltelefonanschlüsse fast flächendeckend vorhanden. In allen bis auf zwei Mitgliedstaaten leben mindestens neun von zehn Befragten in Haushalten mit einem Mobiltelefonanschluss. Die Ausnahme bilden Bulgarien und Griechenland (jeweils 88%), aber auch dort sind die Anteile sehr hoch.



Basis: Alle Befragten (n = 27822)

Auf EU-Ebene insgesamt vollzog sich beim Mobiltelefonanschluss in den Haushalten seit der letzten Befragung im Jahr 2014 kaum eine Veränderung (+1 Prozentpunkt) und auch auf Ebene der Mitgliedstaaten fallen die Veränderungen im Allgemeinen nur gering aus.

**In einem Drittel der Haushalte gibt es ausschließlich einen Mobiltelefonanschluss (33%).**

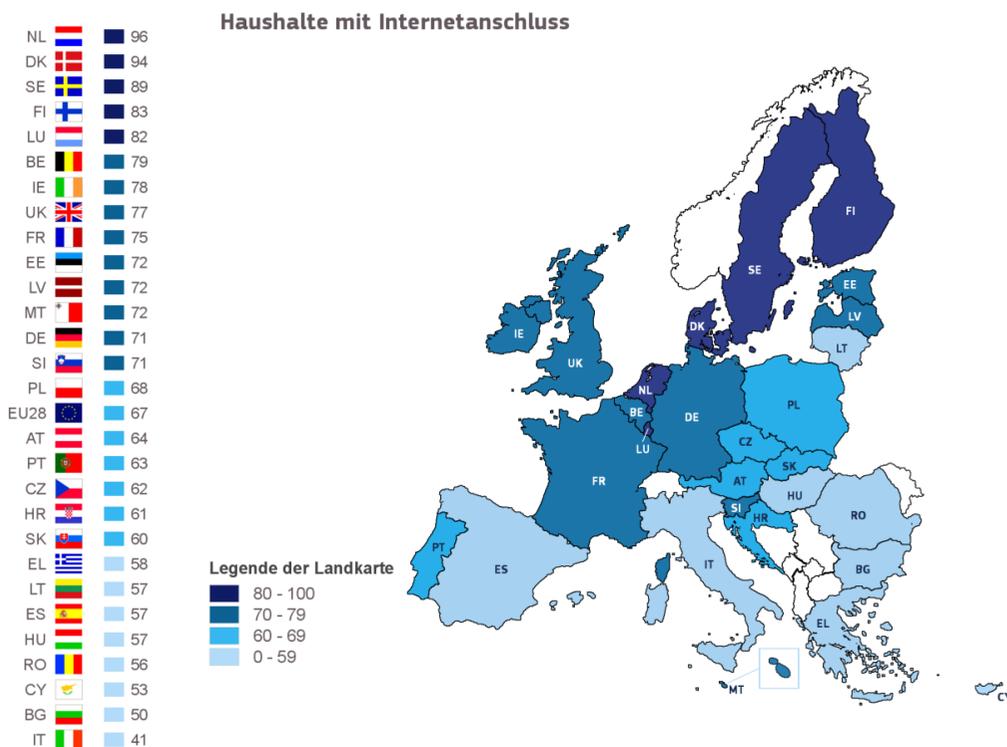
Wie auch beim Festnetzanschluss zeigen sich beim Anteil der Haushalte mit ausschließlich einem Mobiltelefonanschluss große Unterschiede auf Ebene der Mitgliedstaaten. In mindestens acht von zehn Haushalten in Finnland (87%) und in der Tschechischen Republik (84%) gibt es lediglich einen Mobiltelefonanschluss; ähnliches gilt auch in 71% der Haushalte in Litauen und in 70% der Haushalte in der Slowakei. Im Gegensatz dazu sind es auf Malta 7% der Haushalte und in Deutschland, Luxemburg und den Niederlanden jeweils 15% der Haushalte, die lediglich über einen Mobiltelefonanschluss verfügen.

Der größte Anstieg seit dem Jahr 2014 ist bei den Haushalten auf Zypern zu verzeichnen (+9 Prozentpunkte). Hierauf folgt ein Zuwachs um +7 Prozentpunkte bei den Haushalten in Deutschland, Kroatien und Rumänien.

## IV. INTERNETANSCHLUSS

### 1 Internetzugang in den Haushalten

**Knapp mehr als zwei Drittel der EU-Haushalte besitzen zu Hause einen Internetanschluss (67%).** Dies entspricht einem leichten Anstieg seit dem Jahr 2014 (+2 Prozentpunkte)<sup>1819</sup>. Jedoch ist der Internetzugang in allen Mitgliedstaaten nicht gleichermaßen stark verbreitet. Nahezu flächendeckend ist er in den Haushalten in den Niederlanden (96%) und in Dänemark (94%) vorhanden und in Schweden (89%), Finnland (83%) und Luxemburg (82%) verfügen mindestens acht von zehn Haushalten darüber. Weitaus geringer fällt der Anteil jedoch in Italien aus (41%), dem einzigen europäischen Mitgliedstaat, in dem es in weniger als der Hälfte der Haushalte zu Hause einen Internetanschluss gibt.



Basis: Alle Befragten (n = 27822)

Seit dem Jahr 2014 hat der Anteil der Haushalte mit einem Internetanschluss am meisten in Portugal (+16 Prozentpunkte), Irland und Polen (jeweils +11) zugenommen. Andererseits ist der Anteil der Haushalte mit einem Internetanschluss auf Zypern (-10), in Kroatien (-9) und Deutschland (-5) deutlich zurückgegangen.

Interessanterweise ist beim Internetanschluss zu Hause in zehn Mitgliedstaaten seit dem Jahr 2014 ein Rückgang zu verzeichnen: Zypern (53%, -10 Prozentpunkte), Kroatien (61%, -9), Deutschland (71%, -5), Frankreich (75%, -3), Tschechische Republik (62%, -3), Litauen (57%, -3), Bulgarien (50%, -3), Italien (41%, -3), Schweden (89%, -2) und Slowenien (71%, -2). In den meisten Ländern fällt dieser Rückgang relativ gering aus und lässt sich teilweise mit der allgemeinen Zunahme des mobilen Internetzugangs erklären, die weiter unten in der Zusammenfassung analysiert wird.

<sup>18</sup> D46. Welche Dinge auf dieser Liste besitzen Sie? Eine Internetverbindung zu Hause.

<sup>19</sup> In diesem Zusammenhang ist angesichts des jüngsten Zuwachses beim mobilen Internet zu beachten, dass es sich bei der „Internetverbindung zu Hause“ entweder um einen Internetzugang über Festnetz oder um mobiles Internet handeln kann.

## 2 Mobiler Internetzugang in den Haushalten

**Der mobile Internetzugang nimmt weiter stark zu.** Drei Viertel der Befragten mit Mobilfunkanschluss geben an, dass mindestens eine Person in ihrem Haushalt einen Mobiltelefonvertrag oder Prepaid-Vertrag hat, in dem der Zugang zum Internet enthalten ist (75%).<sup>20</sup> Hierbei handelt es sich um einen Anstieg um +23 Prozentpunkte seit dem Jahr 2014 beziehungsweise um einen Zuwachs um +39 Prozentpunkte seit dem Jahr 2011.

**Insgesamt verfügen 69% der EU-Haushalte über mindestens einen mobilen Internetzugang. Hierbei handelt es sich um einen Anstieg um +21 Prozentpunkte seit dem Jahr 2014.**

In Dänemark (91%), in den Niederlanden und in Schweden (jeweils 90%) ist in mindestens neun von zehn Haushalten ein mobiler Internetzugang vorhanden. In der Tat leben in allen Mitgliedstaaten mindestens sechs von zehn Befragten in Haushalten dieser Art. Seit dem Jahr 2014 ist der Anteil der Haushalte mit Mobiltelefonverträgen oder Prepaid-Verträgen, die den Zugriff auf das Internet erlauben, in jedem Mitgliedstaat gestiegen, teilweise sogar drastisch.

---

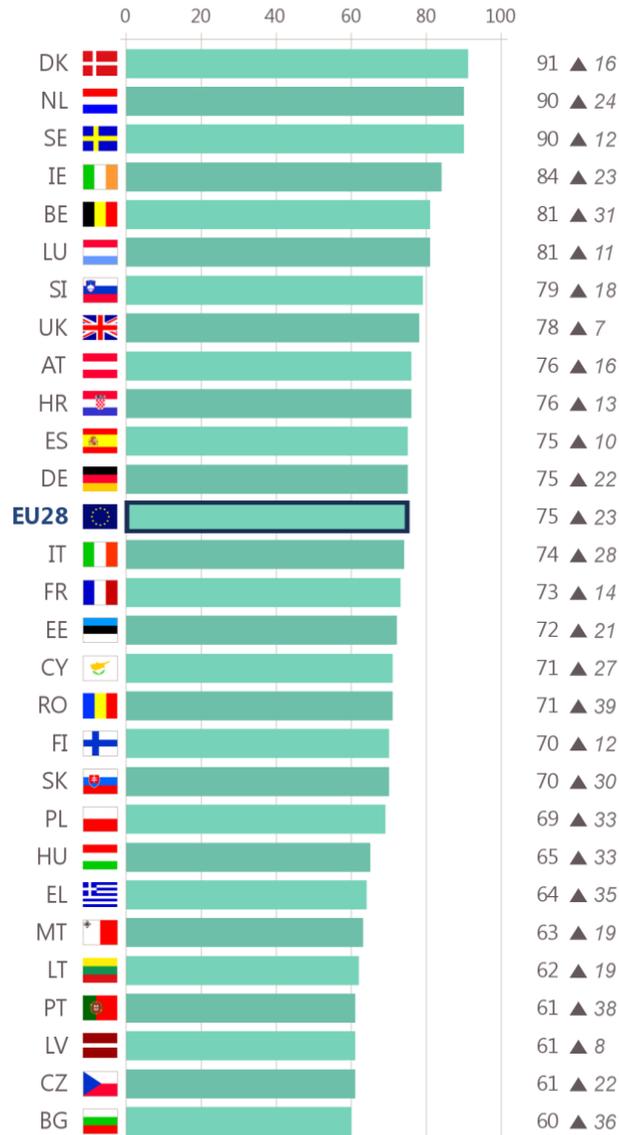
<sup>20</sup> QA1.2 Wenn Sie einmal an alle Mitglieder Ihres Haushalts denken, Sie selbst eingeschlossen: Bitte sagen Sie mir für jedes der folgenden Dinge, wie viele Sie davon in Ihrem Haushalt haben. Mobiltelefonverträge oder Prepaid-Verträge, die den Zugriff auf das Internet erlauben, um dort z. B. Spiele zu spielen, Audio- oder Videoinhalte herunterzuladen oder um E-Mails zu empfangen und zu versenden.

**QA1.2** Wenn Sie einmal an alle Mitglieder Ihres Haushalts denken, Sie selbst eingeschlossen: Bitte sagen Sie mir für jedes der folgenden Dinge, wie viele Sie davon in Ihrem Haushalt haben.

**Mobiltelefonverträge oder Prepaidverträge, die den Zugriff auf das Internet erlauben, um dort z. B. Spiele zu spielen, Audio- oder Videoinhalte herunterzuladen oder um E-Mails zu empfangen und zu versenden**

(% - MINDESTENS EINEM)

Okt. 2015 -  
Jan. 2014



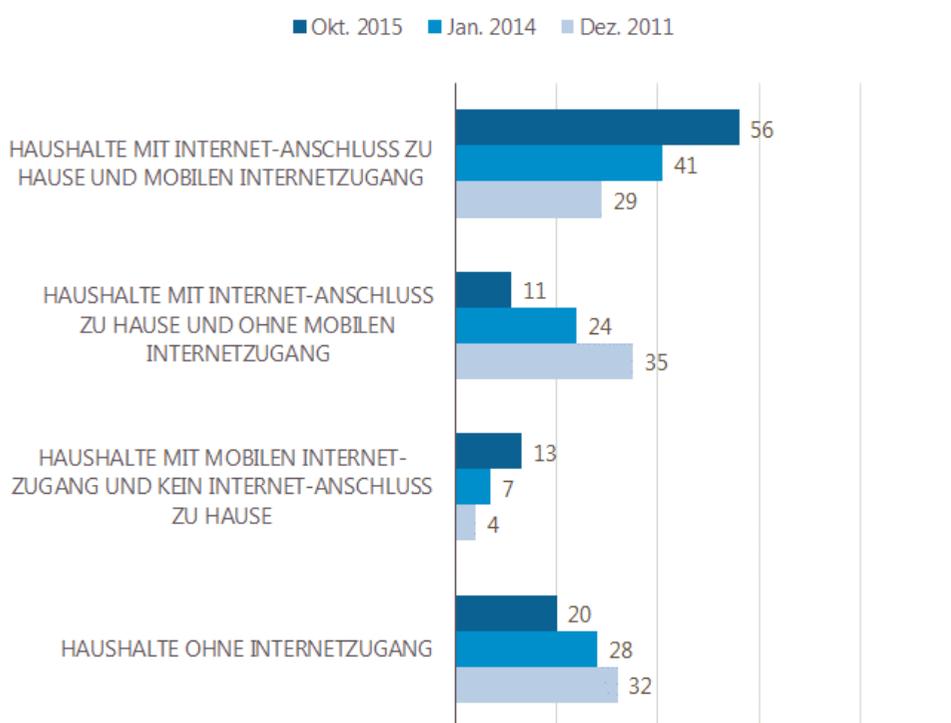
Basis: Befragte mit mindestens einem Mitglied in ihrem Haushalt, das über einen mobilen Internetzugang verfügt  
(n = 25825)

Europäische Haushalte verfügen jetzt mit erheblich größerer Wahrscheinlichkeit über mobiles Internet als noch im Jahr 2011. Der Anteil der Haushalte mit einem mobilen Internetzugang hat sich in den vergangenen vier Jahren mehr als verdoppelt (69%, +36 Prozentpunkte).

Dies ist eher eine Folge der Zunahme beim mobilen Internetzugang zusätzlich zum Festnetzinternet, da die Haushalte nun mit geringerer Wahrscheinlichkeit lediglich über Festnetzinternet verfügen (11%, -24 Prozentpunkte). Daher ist dies mit geringerer Wahrscheinlichkeit ein Ergebnis des insgesamt stärker verbreiteten Zugangs zum Internet (-12 beim Anteil der Haushalte ohne Internetzugang).

#### D46.1\_ Haushaltsinternetzugang

QA1 (% - EU)



Basis: Alle Befragten (n = 27822)

## V. FERNSEHANSCHLUSS

**Fernsehanschlüsse sind nahezu flächendeckend vorhanden.** Fast alle EU-Haushalte können Fernsehen empfangen (96%)<sup>21</sup>. Dieser Anteil entspricht in etwa denen im Jahr 2014 (96%), im Jahr 2013 (97%), im Jahr 2011 (97%) und im Jahr 2009 (98%) festgestellten.

Auf Ebene der Mitgliedstaaten reichen die Anteile beim Fernsehempfang von 100% auf Zypern bis hin zu 86% in Schweden. Schweden ist das einzige Land, in dem weniger als neun von zehn Befragten Fernsehempfang haben.

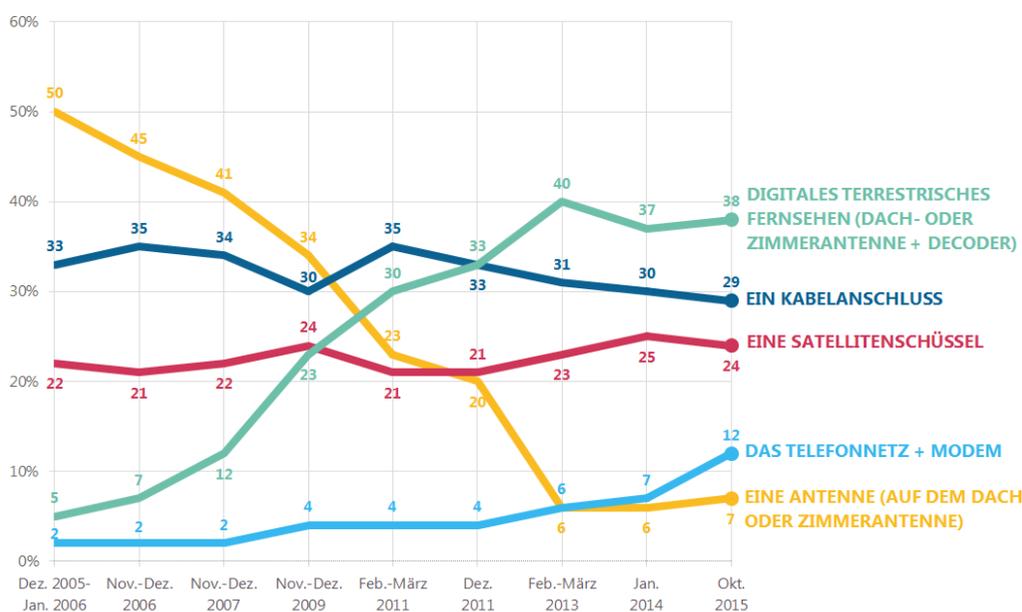
Die Befragten mit einem Fernsehgerät im Haushalt empfangen mit größter Wahrscheinlichkeit digitales terrestrisches Fernsehen (DVB-T) (38%), während das Fernsehen nur von 7% mit einer Antenne empfangen wird. Fast ein Viertel der Haushalte haben Satellitenfernsehen (24%). Einer von fünf Befragten (20%) empfängt Digitalfernsehen („einen Kabelanschluss + Decoder“), während weitere 9% einen analogen Kabelanschluss haben („einen analogen Kabelanschluss (=Kabelanschluss, der direkt mit dem Fernsehgerät verbunden ist)“). Vergleichsweise wenige Befragte empfangen ihr Fernsehen über das Telefonnetz (12%).

Insgesamt leben 43% der Befragten in Haushalten mit Antennenempfang oder DVB-T<sup>22</sup>, während 29% einen Kabelanschluss haben.

Seit dem Jahr 2014 gab es nur wenige Veränderungen. Die deutlichste Veränderung ist der Anstieg um fünf Prozentpunkte beim Anteil der Befragten, die über das Telefonnetz Fernsehen empfangen.

Beim Blick auf die längerfristigen Trends wird klar, dass sich die Verbreitung des digitalen terrestrischen Fernsehens nach einem leichten Rückgang im Zeitraum von 2013 bis 2014 stabilisiert hat. Auch die Zahl der Kabel- und Satellitenanschlüsse ist stabil geblieben. Tatsächlich ist der Fernsehempfang über das Telefonnetz der einzige Bereich, in dem sich in den vergangenen zwei Jahren ein spürbares Wachstum vollzogen hat (+ 6 Prozentpunkte).

Empfangsarten (% - EU)



Basis: Alle Befragten, die im Haushalt ein Fernsehgerät haben (n = 26680)

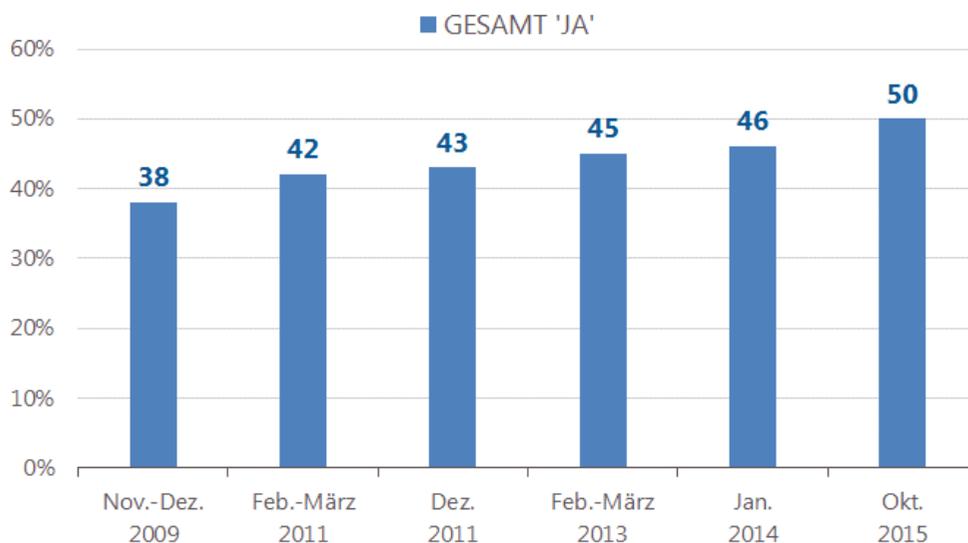
<sup>21</sup> D46 Welche Dinge auf dieser Liste besitzen Sie? Fernsehgerät.

<sup>22</sup> „Kabelfernsehen“ = „einen analogen Kabelanschluss (=Kabelanschluss, der direkt mit dem Fernsehgerät verbunden ist)“ + „einen Kabelanschluss + Decoder (Digitalfernsehen)“  
 „Antenne oder DVB-T“ = „eine Antenne (auf dem Dach oder Zimmerantenne)“ + „digitales terrestrisches Fernsehen (Dach- oder Zimmerantenne + Decoder) (DVB-T)“.

## VI. KOMMUNIKATIONSPAKETE

**Der Kauf von Kommunikationspaketen nimmt weiter zu.** Die Hälfte aller EU-Haushalte kaufen Kommunikationspakete, d. h. Pakete in denen zwei oder mehr Leistungen zu einem Pauschalpreis kombiniert werden<sup>23</sup>. Hierbei handelt es sich um einen Anstieg um vier Prozentpunkte seit der Befragung im Jahr 2014 und +12 Prozentpunkte seit dem Jahr 2009.

**QA7** Unter einem Paket verstehen wir eine Kombination verschiedener elektronischer Kommunikationsdienstleistungen (oder eine Kombination mit anderen Leistungen, wie beispielsweise die Übertragung von Fernsehsendern) von ein und demselben Anbieter zu einem Pauschalpreis. Bezieht Ihr Haushalt zwei oder mehr der folgenden Leistungen als Teil eines Pakets?  
(% - EU)



Basis: Alle Befragten (n = 27822)

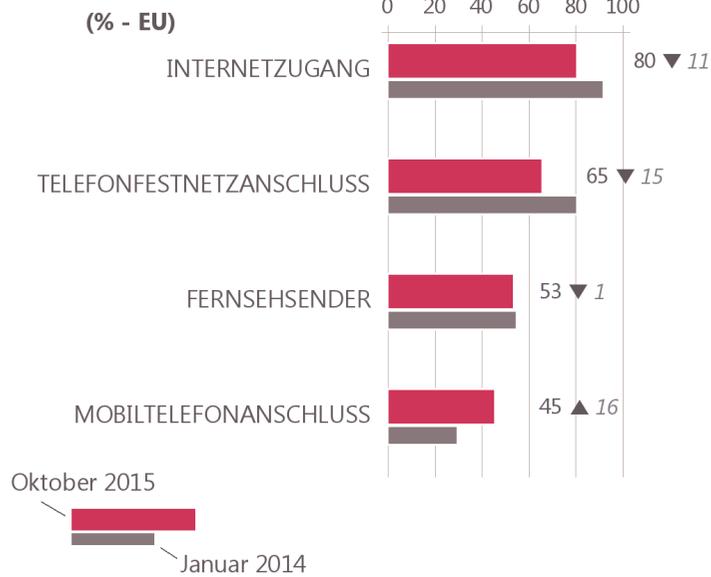
Haushalte in den Niederlanden (87%) und auf Malta (78%) beziehen mit größter Wahrscheinlichkeit Leistungen im Rahmen eines Pakets. In 19 weiteren Mitgliedstaaten trifft dies ebenfalls auf mindestens die Hälfte aller Haushalte zu. Am anderen Ende der Skala sind es 31% der Befragten in Italien, 32% in der Tschechischen Republik und 34% in Litauen, die ein Kommunikationspaket erworben haben.

Wenn Haushalte ein Paket beziehen, ist im Paket mit größter Wahrscheinlichkeit der Internetzugang (80%), gefolgt von der Festnetztelefonie (65%) und das Fernsehen (53%) enthalten. Im Paket von 45% der Haushalte, in denen die Befragten leben, ist ein Mobiltelefon enthalten (+16 Prozentpunkte). Dieser drastische Anstieg bei der Inanspruchnahme von Mobiltelefonanschlüssen im Rahmen von Paketen ist ein guter Indikator für den Trend zur Konvergenz von Festnetz und Mobilfunk am Markt.

Im Vergleich zum Jahr 2014 verfügen die Haushalte mittlerweile mit weitaus größerer Wahrscheinlichkeit über ein Paket mit Mobilfunktelefonie (+16 Prozentpunkte), aber seltener über eines mit Festnetztelefonie (-15) oder Internetzugang (-11). Diese Trends zeigen, dass in gewissem Maße eine Substitution von Festnetzinternet durch mobiles Internet stattfindet.

<sup>23</sup> QA7 Unter einem Paket verstehen wir eine Kombination verschiedener elektronischer Kommunikationsdienstleistungen (oder eine Kombination mit anderen Leistungen, wie beispielsweise die Übertragung von Fernsehsendern) von ein und demselben Anbieter zu einem Pauschalpreis. Bezieht Ihr Haushalt zwei oder mehr der folgenden Leistungen als Teil eines Pakets? Nein, wir beziehen keine Dienstleistungen im Rahmen eines Pakets; Ja, Festnetzanschluss; Ja, Mobiltelefonanschluss; Ja, Internetzugang über Festnetz oder mobiles Internet; Ja, Fernsehsender; Spontan: Sonstiges; Weiß nicht / Keine Angabe.

**QA7** Unter einem Paket verstehen wir eine Kombination verschiedener elektronischer Kommunikationsdienstleistungen (oder eine Kombination mit anderen Leistungen, wie beispielsweise die Übertragung von Fernsehsendern) von ein und demselben Anbieter zu einem Pauschalpreis. Bezieht Ihr Haushalt zwei oder mehr der folgenden Leistungen als Teil eines Pakets?



Basis: Befragte, die ein Paket nutzen (n = 14766)

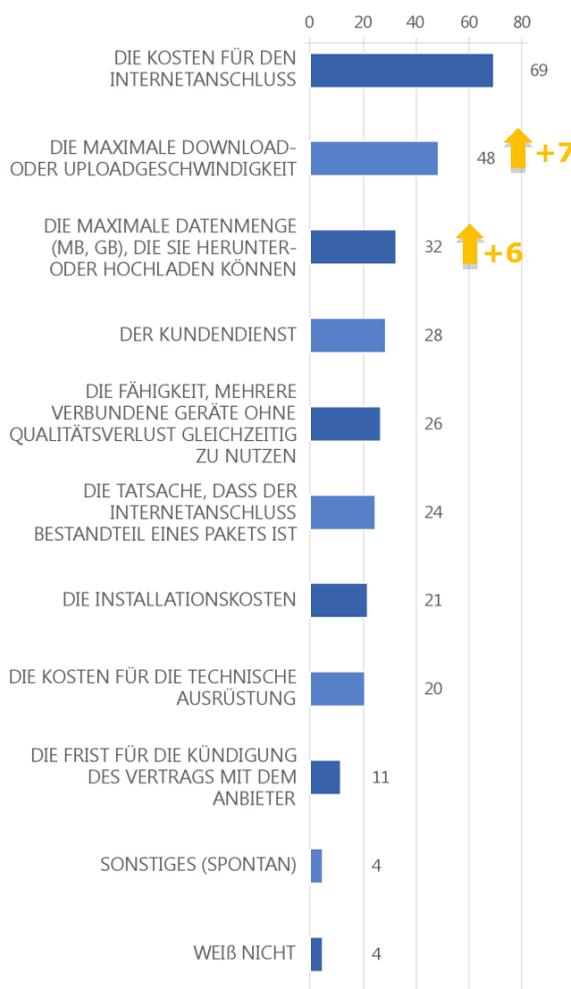
## VII. KAUF UND WECHSEL VON LEISTUNGEN

### Kostenbezogene Kriterien sind bei der Wahl eines Internetanschlusses am wichtigsten<sup>24</sup>.

Dies wird insgesamt von 69% als wichtigster Faktor bei der Auswahl eines Internetanschlusses genannt. Hierauf folgen die maximale Download- oder Uploadgeschwindigkeit (48%) und die maximale Datenmenge, die herunter- oder hochgeladen werden kann (32%).

Da diese Frage seit Januar 2014 verändert wurde, ist ein direkter Vergleich aller Antworten nicht möglich. Beim Blick auf die vergleichbaren Einzelantworten wird jedoch klar, dass die Befragten eher als noch im Jahr 2014 dazu neigen, qualitätsbezogene Kriterien wie beispielsweise die maximale Download- oder Uploadgeschwindigkeit (+7 Prozentpunkte) oder die maximale Datenmenge, die herunter- oder hochgeladen werden kann (+6), als wichtig einzustufen.

**QA3T** Welche Faktoren sind für Sie bei der Auswahl eines Internetanschlusses am wichtigsten? Erstens? Und dann? (MAX. 4 NENNUNGEN)  
(% - EU)



Basis: Befragte mit Internetzugang im Haushalt (n = 19642)

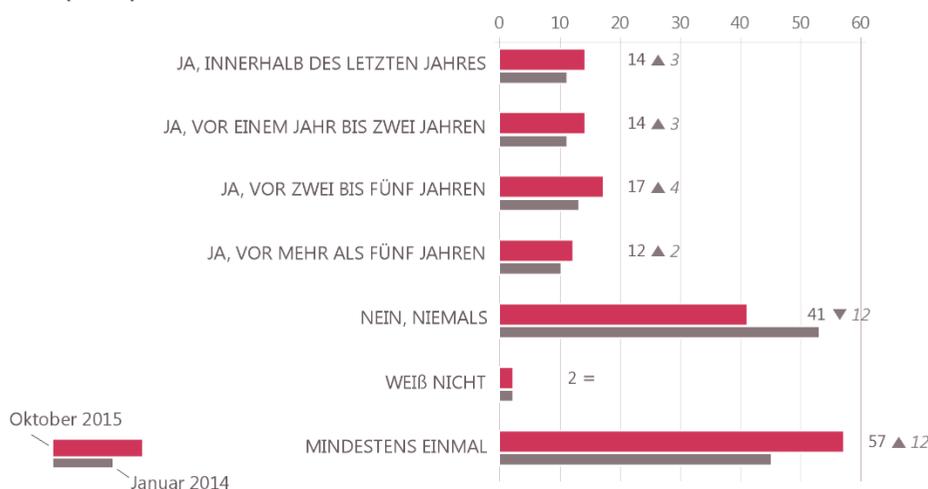
<sup>24</sup> QA3a Welche Faktoren sind für Sie bei der Auswahl eines Internetanschlusses am wichtigsten? Erstens? QA3b Und dann? Die maximale Download- oder Uploadgeschwindigkeit; Die maximale Datenmenge (MB, GB), die Sie herunter- oder hochladen können; Die Kosten für den Internetanschluss; Die Frist für die Kündigung des Vertrags mit dem Anbieter; Die Tatsache, dass der Internetanschluss Bestandteil eines Pakets ist (INT.: FALLS ERFORDERLICH: Mit einem Paket meinen wir eine Kombination mehrerer Kommunikationsdienstleistungen, die von ein und demselben Anbieter zu einem Pauschalpreis angeboten werden); Der Kundendienst; Die Kosten für die technische Ausrüstung; Die Installationskosten; Die Fähigkeit, mehrere verbundene Geräte ohne Qualitätsverlust gleichzeitig zu nutzen; Spontan: Sonstiges; Weiß nicht / Keine Angabe.

**In allen Mitgliedstaaten bis auf einen stimmt die Mehrheit zu, dass es einfach sei, Paketangebote zu vergleichen<sup>25</sup>.** Mehr als zwei Drittel (69%) stimmen zu, dass diese Vergleiche mühelos möglich seien. In der Tat stimmen 29% sogar voll und ganz zu. Fast ein Viertel stimmt nicht zu (24%), wobei 16% eher nicht zustimmen und 8% überhaupt nicht zustimmen. Seit der letzten Befragung im Jahr 2014 gab es hier keine bedeutenden Veränderungen.

**Die Mehrheit der Befragten lebt in Haushalten, in denen jemand schon einmal den Paketanbieter gewechselt hat.** Von den Befragten, die in Haushalten mit einem Kommunikationspaket leben, leben mehr als die Hälfte in Haushalten, in denen jemand mindestens einmal den Paketanbieter gewechselt hat (57%)<sup>26</sup>. In der Tat haben 28% in den vergangenen zwei Jahren einen Wechsel vorgenommen.

Hierbei handelt es sich um einen merklichen Anstieg seit dem Jahr 2014, als 45% (+12 Prozentpunkte) den Paketanbieter mindestens einmal gewechselt hatten.

QA9 Haben Sie oder jemand in Ihrem Haushalt den Anbieter des Pakets gewechselt? (% - EU)



Basis: Befragte, die ein Paket nutzen (n = 14766)

Unter denjenigen mit Kommunikationspaketen sind es die Haushalte in Griechenland, die das Paket am ehesten mindestens einmal gewechselt haben (80%). Hierauf folgen die Haushalte in Finnland (73%), Italien (70%), Spanien (69%) und Österreich (68%). Tatsächlich hat eine Mehrheit in 21 Mitgliedstaaten den Anbieter des Pakets mindestens einmal gewechselt.

Von den Befragten, die in Haushalten leben, in denen noch nie jemand den Paketanbieter gewechselt hat, erklären die meisten, dass sie dies auch noch nie erwogen haben (61%)<sup>27</sup>. Fast ein Drittel der Befragten (32%) hat den Wechsel des Paketanbieters bereits in Erwägung gezogen, obwohl dieses Ansinnen dann aber nie in die Tat umgesetzt wurde.

<sup>25</sup> QA8 Bitte sagen Sie mir, ob Sie der folgenden Aussage zustimmen oder nicht zustimmen: Sie können die Leistungen und Preise Ihres aktuellen Pakets mühelos mit anderen Paketangeboten vergleichen. Stimme voll und ganz zu; Stimme eher zu, Stimme eher nicht zu, Stimme überhaupt nicht zu; Weiß nicht / Keine Angabe.

<sup>26</sup> QA9 Haben Sie oder jemand in Ihrem Haushalt den Anbieter des Pakets gewechselt? Ja, innerhalb des letzten Jahres; Ja, vor einem Jahr bis zwei Jahren; Ja, vor zwei bis fünf Jahren; Ja, vor mehr als fünf Jahren; Nein, niemals; Weiß nicht / Keine Angabe.

<sup>27</sup> QA10. Haben Sie oder hat jemand in Ihrem Haushalt jemals in Erwägung gezogen, den Anbieter Ihres Pakets zu wechseln? Nein, Sie haben das noch nie in Erwägung gezogen; Ja, aber Sie sind zufrieden mit dem Service, den Sie zurzeit bekommen; Ja, aber in der Gegend, in der Sie leben, gibt es keine anderen Anbieter von Paketen; Ja, aber es gibt keine anderen Anbieter von Paketen, die ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten; Ja, aber Sie sind durch Ihren aktuellen Vertrag an Ihren derzeitigen Anbieter gebunden; Ja, aber Ihr Anbieter hat Ihnen schließlich bessere Konditionen angeboten, weshalb Sie entschieden haben, nicht zu wechseln; Ja, aber Sie wollen nicht Gefahr laufen, während des Anbieterwechsels vorübergehend keinen Zugriff auf den Dienst zu haben; Ja, aber Sie wollen nicht Gefahr laufen, während des Anbieterwechsels für zwei Anbieter bezahlen zu müssen; Ja, aber Sie wissen nicht genau, welche Schritte Sie tun müssen, um den Anbieter zu wechseln; Ja, aber Sie möchten nicht Ihre aktuelle E-Mail-Adresse oder Webseite bzw. Ihre aktuellen E-Mail-Adressen oder Webseiten verlieren, die sich auf dem Server Ihres derzeitigen Anbieters befinden; Ja, aber es kostet zu viel Aufwand und Zeit; Ja, aber einige Dienstleistungen des Pakets konnten nicht gleichzeitig gekündigt werden; Spontan; Sonstige; Weiß nicht / Keine Angabe.

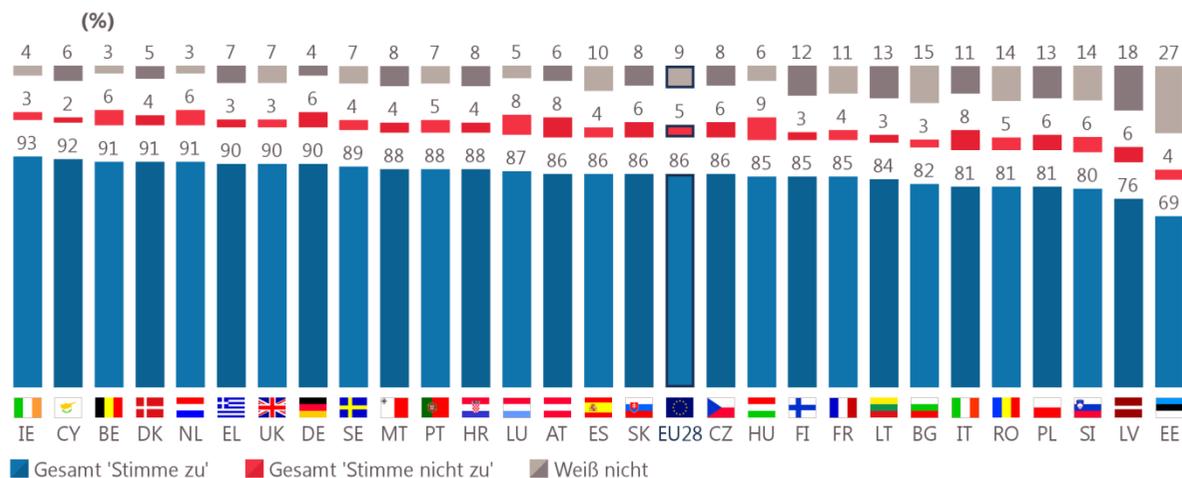
## VIII. VERBRAUCHERSCHUTZ UND KOMMUNIKATIONSDIENSTE

### 1 Verbraucherschutz bei der Nutzung digitaler Dienste

**Fast neun von zehn Befragten stimmen zu, dass sowohl bei der Nutzung von digitalen als auch von traditionellen Kommunikationsdiensten dasselbe Maß an Verbraucherschutz zur Anwendung kommen sollte<sup>28</sup> (86%).** In der Tat stimmen mehr als die Hälfte (58%) voll und ganz zu. Nur 5% stimmen nicht zu.

In jedem Mitgliedstaat stimmen mehr als sechs von zehn Befragten zu, dass bei der Nutzung von Nachrichtendiensten, E-Mail-Diensten oder Telefonanwendungen über das Internet dasselbe Maß an Verbraucherschutz, einschließlich Datenschutz und -sicherheit, zur Anwendung kommen sollte wie bei der Nutzung traditioneller Kommunikationsdienste (wie beispielsweise von Telefonen oder SMS).

**QA11** Bitte sagen Sie mir, ob Sie der folgenden Aussage zustimmen oder nicht zustimmen: Bei der Nutzung von Nachrichtendiensten, E-Mail-Diensten oder Telefonanwendungen über das Internet sollte dasselbe Maß an Verbraucherschutz, einschließlich Datenschutz und -sicherheit, zur Anwendung kommen, wie bei der Nutzung traditioneller Kommunikationsdienste (wie beispielsweise von Telefonen oder SMS).



Basis: Alle Befragten (n = 27822)

<sup>28</sup> QA11 Bitte sagen Sie mir, ob Sie der folgenden Aussage zustimmen oder nicht zustimmen: Bei der Nutzung von Nachrichtendiensten, E-Mail-Diensten oder Telefonanwendungen über das Internet sollte dasselbe Maß an Verbraucherschutz, einschließlich Datenschutz und -sicherheit, zur Anwendung kommen, wie bei der Nutzung traditioneller Kommunikationsdienste (wie beispielsweise von Telefonen oder SMS). Stimme voll und ganz zu; Stimme eher zu, Stimme eher nicht zu, Stimme überhaupt nicht zu; Weiß nicht / Keine Angabe.

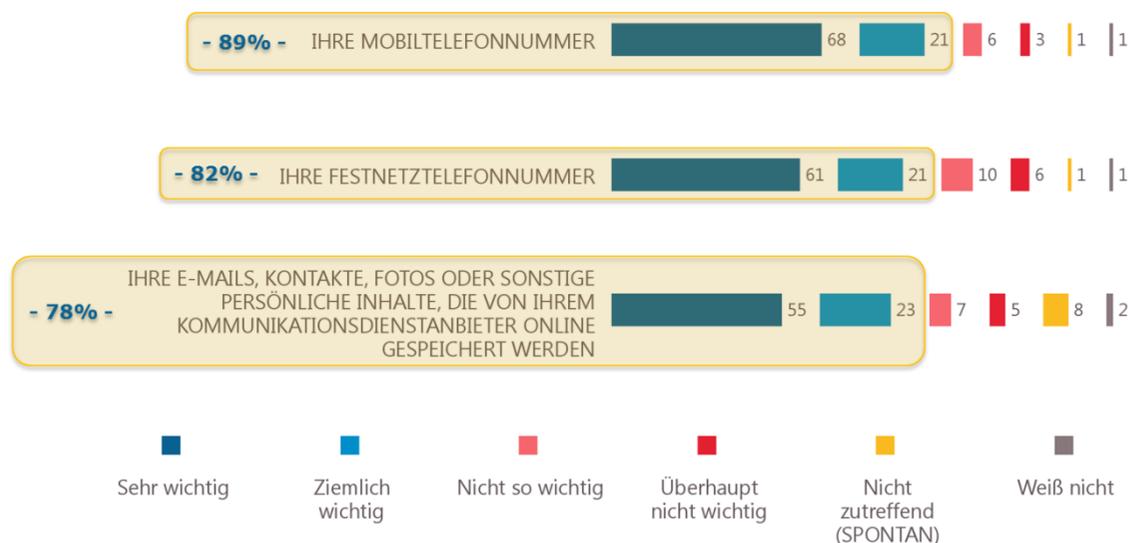
## 2 Fortgesetzte Nutzung von Telefonnummern und E-Mail-Adressen beim Wechsel des Anbieters

**Mindestens drei Viertel sagen, dass es wichtig wäre, beim Wechsel des Anbieters die Telefonnummern, E-Mails sowie online gespeicherte Inhalte zu behalten<sup>29</sup>.** Fast neun von zehn Befragten mit einem Mobiltelefon (89%) sagen, dass es wichtig wäre, die eigene Mobiltelefonnummer zu behalten, wobei 68% dies für sehr wichtig halten.

Mehr als acht von zehn Befragten mit einem Festnetzanschluss (82%) sagen, dass es wichtig wäre, die eigene Telefonnummer zu behalten, wobei 61% dies für sehr wichtig halten.

Mehr als drei Viertel derjenigen mit einem Internetanschluss zu Hause sagen, dass es wichtig wäre, die eigenen E-Mails, Kontakte, Fotos oder sonstigen persönlichen Inhalte, die vom eigenen Kommunikationsdienstanbieter online gespeichert werden, zu behalten (78%), wobei dies für 55% sehr wichtig wäre.

**QA12** Wie wichtig wäre es Ihnen, jedes der folgenden Dinge zu behalten, wenn Sie Ihren Kommunikationsdienstanbieter wechseln würden?  
(% - EU)



Basis: Befragte mit einem Zugang zu den jeweiligen Kommunikationsdiensten

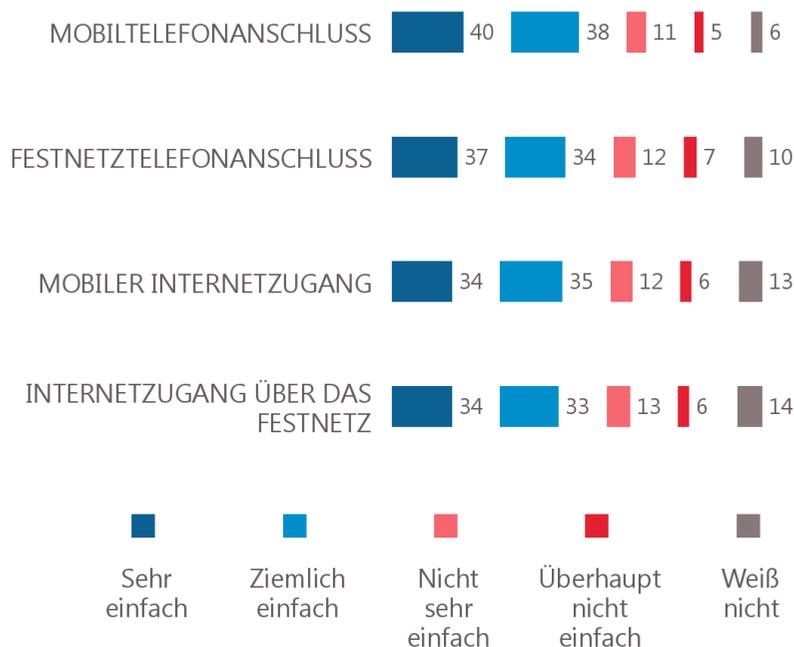
<sup>29</sup> QA12 Wie wichtig wäre es Ihnen, jedes der folgenden Dinge zu behalten, wenn Sie Ihren Kommunikationsdienstanbieter wechseln würden? 12a.1 Ihre Festnetztelefonnummer; 12a.2 Ihre Mobiltelefonnummer; 12a.3 Ihre E-Mails, Kontakte, Fotos oder sonstige persönliche Inhalte, die von Ihrem Kommunikationsdienstanbieter online gespeichert werden.

### 3 Mühelosigkeit der Kontrolle und Überwachung von Kommunikationsdiensten

**Mindestens zwei Drittel meinen, dass es einfach ist, das eigene Nutzungsverhalten bei Kommunikationsdiensten zu überwachen und zu kontrollieren.** Die Mehrheit der Befragten sagt, dass es einfach sei, das eigene Nutzungsverhalten bei einer Reihe von Kommunikationsdiensten zu überwachen und kontrollieren<sup>30</sup>.

Mehr als drei Viertel der Mobilfunknutzer sagen, dass es einfach sei, das eigene Nutzungsverhalten beim Mobiltelefon zu überwachen und zu kontrollieren (78%), wobei 40% dies für „sehr einfach“ halten. Knapp mehr als sieben von zehn Befragten (71%) sagen, dass es einfach sei, bei ihrem Festnetztelefon das Nutzungsverhalten zu überwachen und zu kontrollieren, wobei 37% dies für „sehr einfach“ halten. Fast genauso viele sagen, dass es einfach sei, das eigene Nutzungsverhalten beim mobilen Internetzugang zu überwachen und zu kontrollieren (69%), während es 67% sind, die dies über den Internetzugang über das Festnetz sagen. Bei beiden dieser Internetdienste sind es jeweils 34%, die die Überwachung und Kontrolle des eigenen Nutzungsverhalten für „sehr einfach“ halten.

**QA16** Bitte sagen Sie mir für jeden der folgenden Dienste, ob es Ihrer Auffassung nach einfach oder nicht einfach ist, Ihr Nutzungsverhalten zu überwachen und zu kontrollieren.  
(% - EU)



Basis: Befragte mit einem Zugang zu den jeweiligen Kommunikationsdiensten

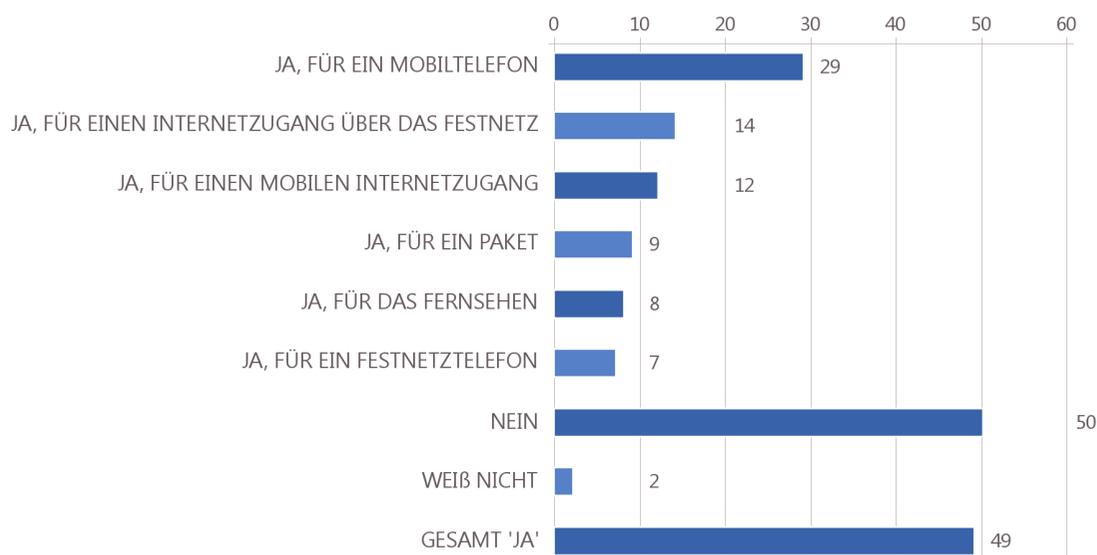
<sup>30</sup> QA16 Bitte sagen Sie mir für jeden der folgenden Dienste, ob es Ihrer Auffassung nach einfach oder nicht einfach ist, Ihr Nutzungsverhalten zu überwachen und zu kontrollieren. 16.1 Festnetztelefonanschluss; 16.2 Mobiltelefonanschluss; 16.3 Internetzugang über das Festnetz; 16.4 Mobiler Internetzugang.

## IX. VERTRÄGE FÜR KOMMUNIKATIONSDIENSTE

### 1 Erfahrungen mit der Unterzeichnung eines Vertrags in den vergangenen drei Jahren

**In den letzten drei Jahren hat fast die Hälfte der Befragten einen Vertrag für eine Kommunikationsleistung unterzeichnet<sup>31</sup>.** Fast drei von zehn Befragten haben in den vergangenen drei Jahren einen neuen, verlängerten oder geänderten Vertrag für ein Mobiltelefon unterzeichnet (29%), während dies bei 14% für einen Internetzugang über das Festnetz und bei 12% für einen mobilen Internetzugang der Fall war.

**QA13** Haben Sie persönlich in den vergangenen drei Jahren einen neuen, verlängerten oder geänderten Vertrag für eine oder mehrere der folgenden Leistungen unterzeichnet? (MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)  
(% - EU)



Basis: Alle Befragten (n = 27822)

Insgesamt sagen 62%, dass sie diese gelesen haben<sup>32</sup>. Aber **nur 22% haben sie vollständig gelesen**, während sie von 40% der Befragten nur teilweise gelesen wurden. Mehr als ein Drittel (37%) haben diese Bestimmungen nicht gelesen.

**Die meisten Befragten sind in hohem Maße mit den in Telekommunikationsverträgen enthaltenen Informationen zufrieden<sup>33</sup>.** Mehr als acht von zehn Befragten stimmen zu, dass im Vertrag ausreichende und klare Informationen über die Laufzeit und Verlängerung bzw. automatische Verlängerung (Rollover) enthalten waren (84%). Fast genauso viele (83%) stimmen zu, dass darin ausreichend und klare Informationen über die Qualität der erworbenen Leistungen enthalten waren. Mehr als drei Viertel (79%) stimmen zu, dass darin ausreichende und klare Informationen über die Kündigung des Vertrags enthalten waren.

<sup>31</sup> QA13 Haben Sie persönlich in den vergangenen drei Jahren einen neuen, verlängerten oder geänderten Vertrag für eine oder mehrere der folgenden Leistungen unterzeichnet? Ja, für einen Internetzugang über das Festnetz; Ja, für einen mobilen Internetzugang; Ja, für ein Mobiltelefon; Ja, für ein Festnetztelefon; Ja, für das Fernsehen; Ja, für ein Paket; Nein; Weiß nicht / Keine Angabe.

<sup>32</sup> QA14 Haben Sie, als Sie zuletzt einen Vertrag für eine Kommunikationsleistung unterzeichnet haben, die Vertragsbestimmungen zu Ihren Nutzerrechten gelesen? Ja, vollständig; Ja, teilweise; Nein; Weiß nicht / Keine Angabe.

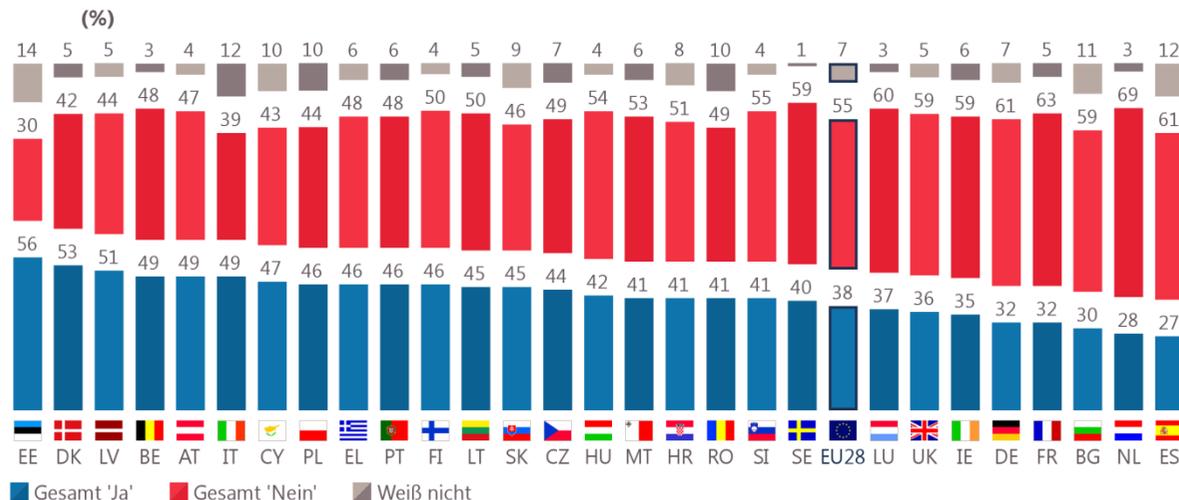
<sup>33</sup> QA15 „Bitte sagen Sie mir, ob Sie jeder der folgenden Aussagen zustimmen oder nicht zustimmen: Im Vertrag, den Sie unterzeichnet haben, waren ausreichende und klare Informationen enthalten über ... QA15.1 die Qualität der erworbenen Leistungen; QA15.2 die Kündigung (einschließlich möglicher Gebühren für eine vorzeitige Kündigung); QA15.3 dessen Laufzeit und Verlängerung bzw. automatische Verlängerung (Rollover).

## 2 Längerer Internetvertrag im Gegenzug für weitaus höhere Geschwindigkeit und verbesserte Qualität

**Die meisten Befragten würden keinen Vertrag mit einer längeren Dauer im Gegenzug für höhere Geschwindigkeiten oder eine verbesserte Qualität unterzeichnen<sup>34</sup>.** Fast vier von zehn Befragten (38%) sagen, dass sie hierzu bereit wären, wobei jedoch nur 11% mit Sicherheit dazu bereit wären. Eine knappe Mehrheit (55%) würde unter diesen Umständen keinen Vertrag mit einer längeren Laufzeit abschließen. In der Tat antworten 29%, dass sie dies ganz sicher nicht tun würden.

In drei Mitgliedstaaten würde mindestens die Hälfte der Befragten im Gegenzug für eine weitaus höhere Geschwindigkeit und eine verbesserte Leistungsqualität einen Vertrag für einen längeren Zeitraum abschließen: in Estland (56%), Dänemark (53%) und Lettland (51%). Im Gegensatz dazu ist dies nur bei 27% der Befragten in Spanien und 28% in den Niederlanden der Fall.

**QA17** Gegenwärtig beträgt die maximale Dauer von Verträgen über Kommunikationsdienste zwei Jahre. Wären Sie bereit, mit einem Anbieter im Gegenzug für eine weitaus höhere Geschwindigkeit und eine verbesserte Leistungsqualität einen Vertrag für einen längeren Zeitraum zu schließen?



Basis: Befragte mit Internetzugang im Haushalt (n = 19642)

<sup>34</sup> QA17. Gegenwärtig beträgt die maximale Dauer von Verträgen über Kommunikationsdienste zwei Jahre. Wären Sie bereit, mit einem Anbieter im Gegenzug für eine weitaus höhere Geschwindigkeit und eine verbesserte Leistungsqualität einen Vertrag für einen längeren Zeitraum zu schließen? Ja, sicher; Ja, wahrscheinlich; Nein, wahrscheinlich nicht; Nein, sicher nicht; Weiß nicht/Keine Angabe.

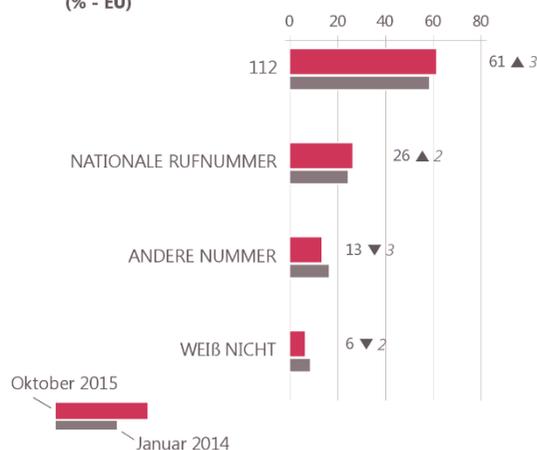
## X. KENNNTNIS DER EINHEITLICHEN EUROPÄISCHEN NOTRUFNUMMER 112

### 1 Anwahl der Notrufnummer im eigenen Land

**Mehr als sechs von zehn Befragten würden in einem Notfall im eigenen Land die Rufnummer 112 wählen<sup>35</sup>.** Die meisten Befragten (61%) würden die Rufnummer 112 wählen, während 26% die nationale Notrufnummer wählen würden. Knapp mehr als einer von zehn Befragten

**QA18** Können Sie mir bitte sagen, welche Telefonnummer Sie bei einem Notfall in (UNSEREM LAND) anrufen würden, zum Beispiel, wenn jemand dringend medizinische Hilfe benötigt oder Sie die Polizei oder Feuerwehr kontaktieren müssten? (MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

(% - EU)



Basis: Alle Befragten (n = 27822)

(13%) würde eine andere Rufnummer wählen, während 6% nicht wissen, welche Rufnummer sie wählen würden.

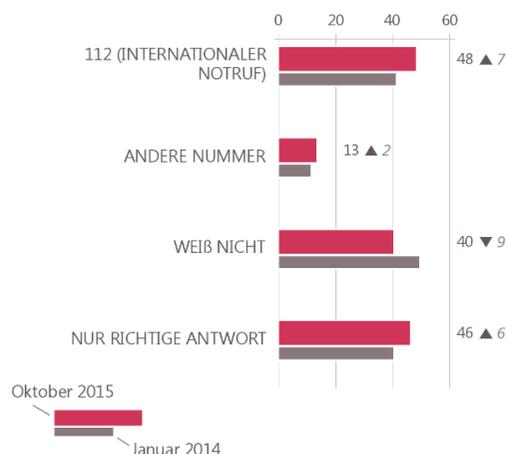
Der Anteil der Befragten, die die Rufnummer 112 wählen würden, ist seit dem Jahr 2014 leicht gestiegen (+3 Prozentpunkte), ebenso der Anteil der Befragten, die die nationale Rufnummer wählen würden (+2). Der Anteil der Befragten, die andere Rufnummern wählen, ist um -3 Prozentpunkte zurückgegangen.

In 23 Mitgliedstaaten würde eine Mehrheit der Befragten im Notfall im eigenen Land die Rufnummer 112 wählen. Insgesamt würden dies fast alle Befragten in Finnland (99%), in den Niederlanden (98%) sowie in Portugal und Schweden (jeweils 97%) tun.

### 2 Anwahl der Notrufnummer überall in der EU

**QA19** Können Sie mir sagen, welche Telefonnummer es Ihnen ermöglicht, innerhalb der EU einen Notdienst anzurufen? (MEHRFACHNENNUNGEN MÖGLICH)

(% - EU)



Basis: Alle Befragten (n = 27822)

**Fast die Hälfte der Befragten erkennt die Rufnummer 112 richtig als einheitliche europäische Notrufnummer für die gesamte EU<sup>36</sup>.** Seit dem Jahr 2014 hat die Bekanntheit der Rufnummer 112 als einheitliche Notrufnummer um +6 Prozentpunkte zugenommen und die Zahl der Nennungen der Rufnummer 112 in Verbindung mit einer anderen Rufnummer ist um -7 Prozentpunkte zurückgegangen.

In 16 Mitgliedstaaten ist es mindestens die Hälfte der Befragten, die die Rufnummer 112 richtig als einheitliche Notrufnummer innerhalb der EU erkennen.

<sup>35</sup> QA18 Können Sie mir bitte sagen, welche Telefonnummer Sie bei einem Notfall in (UNSEREM LAND) anrufen würden, zum Beispiel, wenn jemand dringend medizinische Hilfe benötigt oder Sie die Polizei oder Feuerwehr kontaktieren müssten?

<sup>36</sup> QA19 Können Sie mir sagen, welche Telefonnummer es Ihnen ermöglicht, innerhalb der Europäischen Union einen Notdienst anzurufen?

**TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN**

Zwischen dem 17. und dem 26. Oktober 2015 hat TNS opinion & social, ein Konsortium aus TNS political & social, TNS UK und TNS opinion, im Auftrag der EUROPÄISCHEN KOMMISSION, Generaldirektion Kommunikation, Referat „Strategie, Corporate Communication Maßnahmen und Eurobarometer“, die EUROBAROMETER-Umfragewelle 84.2 durchgeführt.

Die Welle 84.2 beinhaltet die SPEZIAL-EUROBAROMETER 438 Umfrage und deckt die Bevölkerung mindestens 15-jähriger Personen ab, die über die Nationalität eines EU-Mitgliedsstaates verfügen und in einem der 28 Mitgliedstaaten der Europäischen Union ihren Wohnsitz haben.

	LÄNDER	INSTITUT	ZAHL DER INTERVIEWS	FELDZEIT		BEVÖLKERUNG 15+	ANTEIL EU28
BE	Belgien	TNS Dimarso	1,001	17/10/2015	26/10/2015	9,263,570	2.18%
BG	Bulgarien	TNS BBSS	1,021	17/10/2015	26/10/2015	6,294,563	1.48%
CZ	Tschech.Rep.	TNS Aisa	1,002	17/10/2015	26/10/2015	8,955,829	2.11%
DK	Dänemark	TNS Gallup DK	1,036	17/10/2015	26/10/2015	4,625,032	1.09%
DE	Deutschland	TNS Infratest	1,585	17/10/2015	26/10/2015	71,283,580	16.79%
EE	Estland	TNS Emor	1,000	17/10/2015	26/10/2015	1,113,355	0.26%
IE	Irland	Behaviour & Attitudes	1,002	17/10/2015	26/10/2015	3,586,829	0.84%
EL	Griechenland	TNS ICAP	1,007	17/10/2015	26/10/2015	8,791,499	2.07%
ES	Spanien	TNS Spain	1,015	17/10/2015	26/10/2015	39,506,853	9.31%
FR	Frankreich	TNS Sofres	1,028	17/10/2015	26/10/2015	51,668,700	12.17%
HR	Kroatien	HENDAL	1,004	17/10/2015	26/10/2015	3,625,601	0.85%
IT	Italien	TNS Italia	1,015	17/10/2015	26/10/2015	51,336,889	12.09%
CY	Zypern	CYMAR	501	17/10/2015	26/10/2015	724,084	0.17%
LV	Lettland	TNS Latvia	1,013	17/10/2015	26/10/2015	1,731,509	0.41%
LT	Litauen	TNS LT	1,010	17/10/2015	26/10/2015	2,535,329	0.60%
LU	Luxemburg	TNS ILReS	505	17/10/2015	26/10/2015	445,806	0.11%
HU	Ungarn	TNS Hoffmann	1,047	17/10/2015	26/10/2015	8,477,933	2.00%
MT	Malta	MISCO	501	17/10/2015	26/10/2015	360,045	0.08%
NL	Niederlande	TNS NIPO	1,044	17/10/2015	26/10/2015	13,901,653	3.27%
AT	Österreich	ipr Umfrageforschung	1,009	17/10/2015	26/10/2015	7,232,497	1.70%
PL	Polen	TNS Polska	1,002	17/10/2015	26/10/2015	32,736,685	7.71%
PT	Portugal	TNS Portugal	1,051	17/10/2015	26/10/2015	8,512,269	2.01%
RO	Rumänien	TNS CSOP	1,017	17/10/2015	26/10/2015	16,880,465	3.98%
SI	Slowenien	RM PLUS	1,000	17/10/2015	26/10/2015	1,760,726	0.41%
SK	Slowakei	TNS Slovakia	1,028	17/10/2015	26/10/2015	4,580,260	1.08%
FI	Finnland	TNS Gallup Oy	1,011	17/10/2015	26/10/2015	4,511,446	1.06%
SE	Schweden	TNS Sifo	1,041	17/10/2015	26/10/2015	7,944,034	1.87%
UK	Vereinigtes Königreich	TNS UK	1,326	17/10/2015	26/10/2015	52,104,731	12.27%
	GESAMT EU28		27,822	17/10/15	26/10/15	424,491,772	100%*

\* Es ist zu beachten, dass die in dieser Tabelle angegebene Gesamtprozentzahl durch Rundung 100% übersteigen können

Zu diesem Zweck wurden aus den "regionalen Verwaltungseinheiten" nach einer Schichtung pro Einzeleinheit und nach Regionstypen, diese Erhebungspunkte systematisch durch Ziehung ermittelt. Sie repräsentieren so das Gesamtgebiet des an der Studie teilnehmenden Landes, nach EUROSTAT-NUTS II (oder entsprechendem) und nach der Verteilung der nationalen Wohnbevölkerung in Bezug auf großstädtische Ballungszentren sowie städtische und ländliche Gebiete.

Für jeden der Erhebungspunkte wurde nach dem Zufallsprinzip eine Ausgangsadresse gezogen. Die weiteren Adressen (jede n-te Adresse) wurden daraufhin ausgehend von der Ausgangsadresse nach einem Random-Route-Verfahren ausgewählt. In jedem Haushalt wurde dann der Befragte nach einem Zufallsprinzip bestimmt (nach der Regel des „zeitlich am nächsten liegenden Geburtstags“). Alle Interviews wurden von Angesicht zu Angesicht mit dem Befragten und in der jeweiligen Landessprache durchgeführt. Was die Technik der Datensammlung betrifft, wurde in allen Ländern, in denen dies möglich war, das CAPI-System (Computer Assisted Personal Interview) eingesetzt.

In jedem Land wurde ein Vergleich der Stichprobe mit der Grundgesamtheit durchgeführt. Die Beschreibung der Grundgesamtheit basiert auf den Bevölkerungsdaten von EUROSTAT bzw. den von den nationalen Statistik-Instituten stammenden Daten. Für alle von der Studie abgedeckten Länder wurde auf der Basis dieser Beschreibung der Grundgesamtheit ein Verfahren zur nationalen Gewichtung ausgearbeitet (unter Einbeziehung von Marginal- und Kreuzgewichtungen). In allen Ländern wurden das Geschlecht, das Alter, die Regionen und die Siedlungsgröße in das Iterationsverfahren einbezogen. Für die internationale Gewichtung (z.B. EU-Mittelwerte) hat TNS Opinion & Social auf die offiziellen, von EUROSTAT oder den nationalen Statistik-Instituten herausgegebenen Zahlen zurückgegriffen. Die vollständigen Bevölkerungszahlen, die in dieses Verfahren der nachträglichen Gewichtung eingeflossen sind, sind unten angegeben.

Der Leser sollte darauf hingewiesen werden, dass es sich bei den Ergebnissen einer Umfrage stets um Schätzungen handelt, deren Genauigkeit – bei sonst gleichen Voraussetzungen – von der Stichprobengröße und dem Stichprobenanteil abhängig ist. Für eine Stichprobengröße von ungefähr 1.000 Interviews, schwanken die wahren Werte innerhalb der folgenden Konfidenzintervalle:

#### Statistische Margen aufgrund der Probenahme

(auf dem 95% Konfidenzniveau)

Verschiedene Stichprobengrößen sind in Reihen beobachteten Ergebnisse sind in Spalten

	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	
	95%	90%	85%	80%	75%	70%	65%	60%	55%	50%	
N=50	6.0	8.3	9.9	11.1	12.0	12.7	13.2	13.6	13.8	13.9	N=50
N=500	1.9	2.6	3.1	3.5	3.8	4.0	4.2	4.3	4.4	4.4	N=500
<b>N=1000</b>	<b>1.4</b>	<b>1.9</b>	<b>2.2</b>	<b>2.5</b>	<b>2.7</b>	<b>2.8</b>	<b>3.0</b>	<b>3.0</b>	<b>3.1</b>	<b>3.1</b>	<b>N=1000</b>
N=1500	1.1	1.5	1.8	2.0	2.2	2.3	2.4	2.5	2.5	2.5	N=1500
N=2000	1.0	1.3	1.6	1.8	1.9	2.0	2.1	2.1	2.2	2.2	N=2000
N=3000	0.8	1.1	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	1.8	1.8	N=3000
N=4000	0.7	0.9	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.5	1.5	1.5	N=4000
N=5000	0.6	0.8	1.0	1.1	1.2	1.3	1.3	1.4	1.4	1.4	N=5000
N=6000	0.6	0.8	0.9	1.0	1.1	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3	N=6000
N=7000	0.5	0.7	0.8	0.9	1.0	1.1	1.1	1.1	1.2	1.2	N=7000
N=7500	0.5	0.7	0.8	0.9	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	1.1	N=7500
N=8000	0.5	0.7	0.8	0.9	0.9	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	N=8000
N=9000	0.5	0.6	0.7	0.8	0.9	0.9	1.0	1.0	1.0	1.0	N=9000
N=10000	0.4	0.6	0.7	0.8	0.8	0.9	0.9	1.0	1.0	1.0	N=10000
N=11000	0.4	0.6	0.7	0.7	0.8	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	N=11000
N=12000	0.4	0.5	0.6	0.7	0.8	0.8	0.9	0.9	0.9	0.9	N=12000
N=13000	0.4	0.5	0.6	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8	0.9	0.9	N=13000
N=14000	0.4	0.5	0.6	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	N=14000
N=15000	0.3	0.5	0.6	0.6	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8	0.8	N=15000