

Verbraucher in Europa

Zahlen, Daten, Fakten

Daten 1996-2000



EUROPÄISCHE
KOMMISSION



THEMENKREIS 3
Bevölkerung
und soziale
Bedingungen

3

Zahlreiche weitere Informationen zur Europäischen Union sind verfügbar über Internet, Server Europa (<http://europa.eu.int>).

Luxemburg: Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften, 2002

ISBN 92-894-1399-9

© Europäische Gemeinschaften, 2002

Der Start von *Verbraucher in Europa - Zahlen, Daten, Fakten* ist ein weiterer wichtiger Schritt nach vorn auf dem Wege zu einer besseren Gestaltung der Politik der Europäischen Kommission im Bereich des Verbraucherschutzes. Zu oft sind in der Vergangenheit politische Initiativen und andere Aktionen auf der Grundlage einer nur begrenzten Verfügbarkeit der erforderlichen quantitativen Daten gestartet worden. Um diese Informationslücke aufzufüllen, hat die Kommission im Laufe der letzten zehn Jahre eine signifikante Anzahl von verbraucherbezogenen Aktionen auf Pilotbasis auf den Weg gebracht. Dennoch ist in diesem jetzt aufkommenden Informationszeitalter eine noch umfassendere, systematische und ständige Anstrengung erforderlich, um eine geeignete „Wissensbasis“ als wesentliches Instrument der politischen Planung zu entwickeln.

Das Ziel von *Verbraucher in Europa - Zahlen, Daten, Fakten* ist es daher, die zweckdienlichsten Daten als notwendiges Fundament für die Bewertung und Weiterentwicklung der Verbraucherpolitik zusammenzustellen. Das hier vorgestellte Datenmaterial stammt aus verschiedenen Quellen, darunter Eurostat, andere Dienststellen der Kommission sowie andere Erhebungen und Untersuchungen.

Obwohl diese Publikation primär das Ziel verfolgt, den Politikern auf der europäischen Ebene zu einem besseren Verständnis der Bedürfnisse der Verbraucher im Allgemeinen zu verhelfen, sollte sie doch auch von Nutzen sein für andere Stellen, die sich für Verbraucherangelegenheiten interessieren, wie z. B. Verbraucherorganisationen, andere staatliche Instanzen, ja selbst Lieferanten von Waren und Dienstleistungen. Darüber hinaus sind wir gern zur Zusammenarbeit mit Vertretern all dieser Stellen bereit, wenn diese den Wunsch haben sollten, einen eigenen Beitrag zur Erweiterung des Profils unserer Publikation zu leisten.

Dies ist die erste Ausgabe einer Publikationsreihe, die regelmäßig erscheinen wird. Wir sind uns dessen bewusst, dass trotz all unserer Anstrengungen einige Schwächen bleiben. Insbesondere die inhaltlichen Grenzen sind noch nicht vollständig definiert, so dass wir beabsichtigen, in den kommenden Jahren weitere Daten - sobald sie vorliegen - einfließen zu lassen. Nichtsdestoweniger stellt diese erste Ausgabe einen ersten Schritt auf dem Wege zum Aufbau einer soliden „Wissensbasis“ dar.

Wir hoffen, dass Sie zu der Meinung kommen werden, dass diese Initiative ein nützlicher Schritt ist zur Herstellung verbraucherbezogener Statistiken, die auch für eine breitere Öffentlichkeit zugänglich sind.



Pedro Solbes



David Byrne

Vorwort	1
Einführung	4
Aufbau der Publikation	4
Auswertung der Daten	5
Weitere Informationen	7
Abkürzungen und Symbole	7
1 Verbraucher und Verbrauchsausgaben	9
1.1 Verbraucherprofil	13
1.2 Verbrauchsausgaben	18
1.3 Einzelhandelsstruktur, Werbung und Direktmarketing	32
1.4 Preise und indirekte Steuern	41
1.5 Verbraucherverhalten und -zufriedenheit	52
1.6 Verbrauchervertretung und Verbraucherschutz	57
2 Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	67
3 Bekleidung und Schuhe; Körperpflege und persönliche Gebrauchsgüter	85
3.1 Bekleidung und Schuhe	86
3.2 Körperpflege und persönliche Gebrauchsgüter	92
4 Haus und Garten	99
4.1 Wohnung	101
4.2 Haushaltsausstattung und -geräte	111
4.3 Hausrat und laufende Instandhaltung der Wohnung	117
4.4 Energie	120
4.5 Wasserversorgung	131
5 Verkehr	137
5.1 Individualverkehr	140
5.2 Verkehrsdienstleistungen	157

6 Telekommunikationsdienste und Informationsgesellschaft	175
6.1 Postdienste	178
6.2 Nachrichtenübermittlung	182
6.3 Internet	200
7 Freizeit und Erholung	211
7.1 Zeitungen und Bücher	213
7.2 Geräte für Audiovision und Personalcomputer	217
7.3 Filmtheater	231
7.4 Tourismus, Hotels und Restaurants	235
7.5 Freizeit- und Sportdienstleistungen	247
8 Ersparnisse, Investitionen und Finanzdienstleistungen	255
8.1 Ersparnisse, Finanzinvestitionen und Vermögensgüter	256
8.2 Finanzdienstleistungen	259
9 Bewerberländer	271
Methodologie	281
COICOP-Klassifikation	288

Verbraucher in Europa - Zahlen, Daten, Fakten:

Diese Veröffentlichung ist in der Regie von Eurostat - Referat E2 - Lebensbedingungen (Leiter des Referats: Herr Antonio Baigorri) - entstanden. Die hier geäußerten Meinungen spiegeln einzig und allein die persönlichen Ansichten der Verfasser wider und müssen nicht unbedingt mit dem Standpunkt der Europäischen Kommission übereinstimmen.

Koordinatoren:

Karin Winqvist (Eurostat, Referat E2)
Matti Sikstroem (Eurostat, Referat B3)
Statistisches Amt der Europäischen Gemeinschaften,
Gebäude Joseph Bech
Rue Alphonse Weicker, 5
L-2721 Luxembourg
karin.winqvist@cec.eu.int
matti.sikstroem@cec.eu.int

Cathal O'Cionnaith (Generaldirektion Gesundheit und Verbraucherschutz, Referat B1)
David Voidies (Generaldirektion Gesundheit und Verbraucherschutz, Referat B1)
Europäische Kommission
Rue de la Loi, 200
B-1049 Bruxelles
cathal.o'cionnaith@cec.eu.int
david.voidies@cec.eu.int

Produktion:

Datenverarbeitung, statistische Analyse, ökonomische Analyse, Design und Desktop Publishing
INFORMA sarl (informa@informa.lu):
Giovanni Albertone, Simon Allen, Iain Christopher, Sabine Joham, Andrew Redpath, Markus Voget, Daniel Waterschoot.

Die nachfolgende Liste enthält die internationalen Organisationen, Berufsverbände und privaten Quellen, die dankenswerterweise Informationen für diese Publikation zur Verfügung gestellt haben:

ACEA (Association des Constructeurs Européens d'Automobiles)
ACEM (Association des Constructeurs Européens de Motocycles)
AEA (Association of European Airlines)
autoPOLIS
Colipa (European Cosmetic Toiletry and Perfumery Association)
Degryse & Verboven
EBMA (European Bicycle Manufacturers Association)
Electrabel
EDF (Electricité de France) and OFGEM (Office of Gas and Electricity Markets, UK)
Empirica
EQO (European Organization for Quality)
Eurocontrol (European organisation for the safety of air navigation)
Eurofinas (European Federation of Finance House Associations)
EMF (European Mortgage Federation)
EZB (Europäische Zentralbank)
FAO (Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen)
FEDMA (Federation of European Direct Marketing)
FEDSA (Federation of European Direct Selling Associations)
FEVE (European Glass Container Federation)
IAAPA (International Association of Amusement Parks and Attractions)
IEFS (Institute of European Food Studies)
IEIC (Institut Européen Interrégional de la Consommation)
IPC (International Post Corporation)

IP Group (CMI - International Marketing Committee)
M+M euroData
Media Salles
Ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement (F)
Nilson Report
OECD (Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung)
OETH (L'Observatoire Européen du Textile et de l'Habillement)
Office for National Statistics (UK)
UNESCO (Organisation für Erziehung, Wissenschaft und Kultur der Vereinten Nationen)
UNICEF (Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen)
UPU (Weltpostverband)
WAN (World Association of Newspapers)
WHO (Weltgesundheitsorganisation)
Zenithmedia

Veröffentlicht durch:

Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften, Luxemburg

Anfragen bezüglich des Datenerwerbs sind an einen der im Anhang dieser Publikation aufgeführten Eurostat Dashshops zu richten.

Darüber hinaus bietet das Internet eine Fülle von zusätzlichen Informationen bezüglich Statistiken über die Europäische Union. Sie können über den Europa-Server unter der Adresse <http://europa.eu.int/comm/eurostat> aufgerufen werden. Mehr Informationen zu Verbraucherfragen befinden sich auf der Website der Generaldirektion Gesundheit und Verbraucherschutz unter http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/index_en.htm.

© Europäische Gemeinschaften

AUFBAU DER PUBLIKATION

Mit dieser Publikation soll erstmalig eine umfassende Sammlung der wichtigsten, aus unterschiedlichen Quellen stammenden Daten zum Verbrauchsverhalten in der Europäischen Union vorgelegt werden. Der vorliegende Band enthält dazu Informationen zu Verbrauchsausgaben und Preisen sowie zu den Verbrauchergewohnheiten und zu Qualitätsindikatoren in der EU. Darüber hinaus beschreibt er Einzelheiten europäischer Politikinitiativen (siehe Kapitel 1.6, 2 und 4.3). Da es die Gegebenheiten der europäischen Wirtschaft und des EU-Binnenmarkts aus der Sicht des Verbrauchers untersucht, stellt dieses Material für Politiker eine wichtige Informationsquelle zum Thema Verbraucherschutz und zu den Auswirkungen der gemeinschaftlichen wie der nationalen Politiken auf die Verbraucher dar, richtet sich aber ebenso an Werbeunternehmen und andere Firmen mit Interesse an europaweiten Märkten, ja an alle, die sich über das Kaufverhalten und die Verbrauchsgewohnheiten in Europa informieren wollen.

Das erste Kapitel gibt zunächst einen allgemeinen Überblick über Verbraucher und Verbrauch (Unterkapitel 1.1) und geht dann in Unterkapitel 1.2 mit mehr Detail auf die Ausgabenmuster im Verbrauchsbereich ein. Eine wichtige Rolle bei der Herausbildung von Verbrauchstrends spielt - vor dem Hintergrund größerer Veränderungen wie z. B. der steigenden Anzahl von älteren Menschen oder von Ein-Personen-Haushalten, einer verstärkten Berufstätigkeit der Frauen sowie mehr Freizeit - alles dies Entwicklungen, die nicht nur den Verbrauch der privaten Haushalte beeinflussen, sondern auch die Art und Weise, wie die Europäer einkaufen - das Profil des europäischen Verbrauchers. Verbraucherverhalten und Verbrauchszufriedenheit haben auch Einfluss auf die Ausgabenmuster in ganz Europa (Unterkapitel 1.5), ebenso wie die Preise, die den Verbrauch entscheidend beeinflussen, und wie die relative Kaufkraft der verschiedenen Landeswährungen sowie die Höhe der indirekten Steuern in den einzelnen Mitgliedstaaten (Unterkapitel 1.4). Die Verbraucher sollten feststellen, dass sich die Preistransparenz innerhalb der Eurozone nach Einführung der Euro-Noten und -Münzen verbessert.

Neben dem Ladenkauf gibt es eine zunehmende Anzahl alternativer Vertriebsformen wie z. B. den Versandhandel und den „Business-to-Consumer- (B2C) E-Commerce“ (Unterkapitel 1.3). Auch Auswahl, Wettbewerb und Innovation sind unverzichtbar für eine Stimulierung der Nachfrage und der Ausgabenfreudigkeit der privaten Haushalte. Dies gilt vor allem für die Warenmärkte, jedoch nicht durchweg für den Dienstleistungssektor. Die anhaltende Liberalisierung der Dienstleistungs- und Energieversorgungsmärkte in der EU (z. B. in den Sektoren Telekommunikation, Energie und Finanzdienstleistungen) könnte den Verbrauch der privaten Haushalte in diesen Sektoren in den kommenden Jahren erhöhen und/oder zu Preissenkungen führen.

Der Hauptteil der statistischen Daten von *Verbraucher in Europa - Zahlen, Daten, Fakten* findet sich in den Kapiteln 2 bis 8. Diese Kapitel sollen die Daten auf eine harmonisierte Weise darstellen; zu diesem Zweck endet jedes Kapitel mit einem statistischen Anhang, der eine Sammlung von Schlüsselindikatoren im Tabellenformat (abgeleitet von der Erhebung über Haushaltsrechnungen) enthält. Die Kapitel 2 bis 4 behandeln einige der notwendigen Artikel des Grundbedarfs wie z. B. Nahrungsmittel und Getränke sowie Bekleidung, Schuhe und Wohnung.

Der zweitgrößte Ausgabenposten nach der Wohnung ist für die meisten Haushalte der Kauf eines Pkw, der - neben anderen privaten Verkehrsmitteln sowie Verkehrsdienstleistungen - Gegenstand von Artikel 5 ist. Die nächsten beiden Kapitel sind Positionen gewidmet, die in den kommenden Jahren wohl einen zunehmend höheren Anteil am Budget der privaten Haushalte beanspruchen werden: Telekommunikationsdienste und die Informationsgesellschaft (Kapitel 6) sowie Freizeit und Erholung (Kapitel 7). Das letzte der produkt-/dienstleistungsorientierten Kapitel befasst sich mit dem Thema Ersparnisse, Investitionen und Finanzdienstleistungen (Kapitel 8). Sparen kann als Wahl zwischen Verbrauch heute und Verbrauch morgen gesehen werden. Mit anderen Worten: Spargelder sind zukünftiger oder aufgeschobener Verbrauch. Die Publikation schließt mit einem statistischen Anhang mit Schlüsselindikatoren für die EU-Bewerberländer (Kapitel 9).

AUSWERTUNG DER DATEN

Nachstehend folgen einige allgemeine Anmerkungen mit kurzen Erläuterungen zur Interpretation der in dieser Publikation enthaltenen Daten. Für detailliertere methodische Anmerkungen zu den verwendeten Hauptdatenquellen wird auf Seite 281 verwiesen.

Zeitraumen

Die in dieser Publikation verwendeten Daten von Eurostat wurden am 29. Mai 2001 den verschiedensten Datenbanken entnommen - mit Ausnahme der Informationen zu den Beitrittsländern in Kapitel 9, die vom 26. Juli 2001 datieren. Der begleitende Text zu den Tabellen und Abbildungen wurde im Zeitraum Juni bis August 2001 verfasst. Neuere Daten sind möglicherweise in der Referenzdatenbank von Eurostat „NewCronos“ enthalten, wo unter Umständen auch detailliertere Daten zu finden sind. Der „NewCronos“-Bereich, aus dem die Daten stammen, wird als eine der Quellen in den einzelnen Tabellen und Abbildungen, die unter Nutzung von Eurostat-Daten aufbereitet wurden, angegeben. Leser und Leserinnen, die sich für die Daten hinter den Tabellen und Abbildungen im elektronischem Format interessieren, sollten in einem der Eurostat-Datashops (nähere Angaben auf der Seite gegenüber der 3. Umschlagseite) einen „maßgeschneiderten“ Auszug bestellen.

COICOP-Klassifikation

Die Daten sind mit Hilfe der COICOP-Klassifikation (Classification Of Individual Consumption by Purpose) klassifiziert worden. Im März 1999 verabschiedeten die Vereinten Nationen eine neue Version der COICOP, auf die sich die in dieser Veröffentlichung vorgestellten Hauptdatenquellen stützen (weitere Informationen unter <http://esa.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=5&Lg=1>).

Die COICOP ist hierarchisch in drei Ebenen gegliedert. Die Bezeichnungen der Wirtschaftsgruppen in dieser Veröffentlichung beruhen im Allgemeinen auf den COICOP-Abschnitten (Stufe 1), während die detaillierteren Informationen in den Kapiteln enthalten sind. Während die COICOP-Klassifikation offiziell dreistellig aufgebaut ist, wird der Leser feststellen, dass für einige Verbrauchsartikel eine vierte Ebene hinzugekommen ist.

Geografische Einheiten

Bei den als EU-Gesamtwerte veröffentlichten Daten handelt es sich entweder um die Summe oder um den Durchschnitt für alle fünfzehn Mitgliedstaaten oder alternativ um eine Zahl, die Schätzungen für fehlende Daten auf der nationalen Ebene enthält. Soweit EU-Aggregate nicht anhand eines kompletten Satzes von Länderdaten berechnet werden können, sind entsprechende Fußnoten angebracht worden. Die Zahlen für Deutschland gelten - sofern nicht anders angegeben - für das ganze Land nach der Wiedervereinigung.

Monetäre Werte

Alle nominellen finanziellen/monetären Werte sind in ECU/Euro angegeben; die Umrechnung aus der Landeswährung erfolgte auf der Grundlage der für das jeweilige Jahr geltenden durchschnittlichen Wechselkurse. Mit Wirkung ab 1. Januar 1999 bildeten elf Mitgliedstaaten die Wirtschafts- und Währungsunion (EWWU), die inzwischen unter dem Begriff „Eurozone“ bekannt ist. Auf der technischen Ebene sollten Daten, die zu diesem Stichtag bereits vorlagen, auch weiter auf ECU lauten, während Daten, die nach dem Stichtag verfügbar wurden, in Euro (€) anzugeben sind. Da der Umrechnungskurs 1 ECU = 1 Euro betrug, wurden die beiden Begriffe aus Gründen der besseren Praktikabilität unterschiedslos verwendet, wenn es um eine Reihe ging, die beide Zeiträume einschließt. Per 1. Januar 2001 ist auch Griechenland Mitglied der Eurozone geworden.

Die Umrechnung der in eine Landeswährung ausgedrückten Daten in eine gemeinsame Währung erleichtert den Vergleich. Allerdings können zumindest für einige der Bewegungen, auf die man bei der Betrachtung der Entwicklung einer Zeitreihe in ECU/Euro stößt, auch Schwankungen auf den Devisenmärkten verantwortlich gewesen sein.

Durchschnittlicher Wechselkurs (1 ECU/€=...nationaler Währung) (1)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
B	42,4257	42,2233	41,5932	40,4713	39,6565	38,5519	39,2986	40,5332	40,6207	40,3399	40,3399
DK	7,85652	7,90859	7,80925	7,59359	7,54328	7,32804	7,35934	7,48361	7,4993	7,43556	7,45382
D	2,05209	2,05076	2,02031	1,93639	1,92453	1,87375	1,90954	1,96438	1,96913	1,95583	1,95583
EL	201,412	225,216	247,026	268,568	288,026	302,989	305,546	309,355	330,731	325,763	336,63
E	129,411	128,469	132,526	149,124	158,918	163,000	160,748	165,887	167,184	166,386	166,386
F	6,91412	6,97332	6,84839	6,63368	6,58262	6,52506	6,493	6,6126	6,60141	6,55957	6,55957
IRL	0,767768	0,767809	0,760718	0,799952	0,793618	0,815525	0,793448	0,747516	0,786245	0,787564	0,787564
I	1521,98	1533,24	1595,52	1841,23	1915,06	2130,14	1958,96	1929,3	1943,65	1936,27	1936,27
L	42,4257	42,2233	41,5932	40,4713	39,6565	38,5519	39,2986	40,5332	40,6207	40,3399	40,3399
NL	2,31212	2,31098	2,27482	2,17521	2,15827	2,09891	2,13973	2,21081	2,21967	2,20371	2,20371
A	14,4399	14,4309	14,2169	13,6238	13,5396	13,1824	13,4345	13,824	13,8545	13,7603	13,7603
P	181,109	178,614	174,714	188,37	196,896	196,105	195,761	198,589	201,695	200,482	200,482
FIN	4,85496	5,00211	5,80703	6,69628	6,19077	5,70855	5,82817	5,88064	5,98251	5,94573	5,94573
S	7,52051	7,47927	7,53295	9,12151	9,16308	9,33192	8,51472	8,65117	8,91593	8,80752	8,44519
UK	0,713851	0,701012	0,73765	0,779988	0,775903	0,828789	0,813798	0,692304	0,676434	0,658735	0,609478
CA	1,4854	1,41981	1,56863	1,5107	1,6247	1,79483	1,73147	1,5692	1,66506	1,58399	1,37058
CH	1,76218	1,77245	1,81776	1,73019	1,62128	1,54574	1,5679	1,644	1,62203	1,60034	1,55786
JP	183,66	166,493	164,223	130,148	121,322	123,012	138,084	137,077	146,415	121,317	99,4748
NO	7,94851	8,01701	8,04177	8,30954	8,3742	8,28575	8,19659	8,01861	8,46587	8,31041	8,11292
US	1,27343	1,23916	1,2981	1,171	1,18952	1,30801	1,26975	1,13404	1,12109	1,06578	0,921937

(1) B, D, E, F, IRL, I, L, NL, A, P und FIN wurden am 1. Januar 1999 Mitglieder der Eurozone; EL wurde am 1. Januar 2001 Mitglied der Eurozone.

Quelle: Eurostat (theme2/mny/exchrt/eurer/eurer_an)

Inoffizielle Datenquellen

Während die meisten Daten in dieser Publikation aus offiziellen Quellen kommen (von den einzelnen nationalen statistischen Ämtern an Eurostat geliefert), waren auch Daten aus alternativen Quellen erforderlich. Bei der Interpretation von Daten aus inoffiziellen Quellen ist Vorsicht angezeigt, da die Sammlung der Daten, die verwendeten Erhebungstechniken und die Methoden der Aufbereitung möglicherweise nicht völlig harmonisiert sind und der Erhebungsbereich möglicherweise nicht repräsentativ ist.

WEITERE INFORMATIONEN

Verbraucher in Europa - Zahlen, Daten, Fakten ist als Printausgabe in englischer und als Datei im PDF-Format in deutscher, englischer und französischer Sprache in den üblichen Verkaufsstellen für Veröffentlichungen der Kommission (nähere Angaben auf der 3. Umschlagseite) oder alternativ über die Eurostat-Website (<http://europa.eu.int/comm/eurostat>) erhältlich. Weitere Informationen zu Verbraucherfragen können über die Website der Generaldirektion Gesundheit und Verbraucherschutz der EU-Kommission abgerufen werden (http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/index_de.htm).

Eurostat und die Generaldirektion Gesundheit und Verbraucherschutz der EU-Kommission erwarten gern Hinweise von Lesern, die dazu beitragen können, künftige Ausgaben dieser Publikation zu verbessern (Kontaktadressen siehe Seite 3).

ABKÜRZUNGEN UND SYMBOLE**EU-MITGLIEDSTAATEN**

EU	Europäische Union
EU-15	Die fünfzehn Mitgliedstaaten der Europäischen Union
EUR-11	Eurozone vor dem Beitritt Griechenlands (bis 31.12.2000)
Eurozone	Geografische Einheit derjenigen Mitgliedstaaten, die am Euro teilnehmen
B	Belgien
DK	Dänemark
D	Deutschland
EL	Griechenland
E	Spanien
F	Frankreich
IRL	Irland
I	Italien
L	Luxemburg
NL	Niederlande
A	Österreich
P	Portugal
FIN	Finnland
S	Schweden
UK	Vereinigtes Königreich

ANDERE LÄNDERCODES

AL	Albanien
BG	Bulgarien
CA	Kanada
CH	Schweiz
CY	Zypern
CZ	Tschechische Republik
EE	Estland
HU	Ungarn
IS	Island
JP	Japan
LT	Litauen
LV	Lettland
MT	Malta
NO	Norwegen
PL	Polen
RO	Rumänien
SI	Slowenien
SK	Slowakei
TR	Türkei
US	Vereinigte Staaten von Amerika

ABKÜRZUNGEN

ADSL	Asynchrone digitale Teilnehmeranschlussleitung (Asynchronous Digital Subscriber Line)
ATFM	Flugverkehrsflussmanagement (Air Traffic Flow Management)
B2B	Handel zwischen Unternehmen (Business to Business)
B2C	Handel mit Endkunden (Business to Consumer)
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BMI	Body-Mass-Index (kg/m ²)
CD	Compact Disc
COICOP	Klassifikation der Verwendungszwecke des Individualkonsums (Classification Of Individual Consumption According to Purpose)
DSL	Digitale Teilnehmeranschlussleitung (Digital Subscriber Line)
DVD	Digital Versatile Disc oder Digital Video Disc
EFTPOS	Elektronischer Zahlungsverkehr an der Verkaufsstelle (Electronic Funds Transfer Point-Of-Sale)
ESVG 95	Europäisches System Volkswirtschaftlicher Gesamtrechnungen (1995)
ESZB	Europäisches System der Zentralbanken
EVPI	Europäischer Verbraucherpreisindex
EWU	Europäische Wirtschafts- und Währungsunion
EZB	Europäische Zentralbank
GVO	Genetisch veränderte Organismen
HVPI	Harmonisierter Verbraucherpreisindex
ISDN	Dienste-integrierendes digitales Netzwerk (Integrated Services Digital Network)
ITU	Internationale Union für Telekommunikation
KKP	Kaufkraftparität
KKS	Kaufkraftstandard
LP	Langspielplatte
MC	Musikkassette
MEL	Mitteeuropäische Länder
MKAPH	Monetäre Konsumausgaben der privaten Haushalte
MwSt	Mehrwertsteuer
NACE Rev. 1	Statistische Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft, Revision 1
NA-HC	Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen - Gliederung der Verbrauchsausgaben privater Haushalte nach Verwendungszwecken
NewCronos	Referenzdatenbank von Eurostat
NUTS	Systematik der Gebietseinheiten für die Statistik

OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
PC	Personalcomputer
PNI	Preisniveauindex
pOE	Private Organisationen ohne Erwerbszweck
TV	Fernsehen
UNESCO	Organisation für Erziehung, Wissenschaft und Kultur der Vereinten Nationen
VCR	Videorecorder
VPI-EWU	Verbraucherpreisindex der Europäischen Währungsunion

UNITS AND MEASURES

Bio.	Billion
ECU	Europäische Währungseinheit
EUR	Euro
g/km	Gramm pro Kilometer
GJ	Gigajoule (Milliarde Joule)
ha	Hektar
kg	Kilogramm
kgRÖE	Kilogramm Rohöleinheiten
km	Kilometer
km/h	Kilometer pro Stunde
km ²	Quadratkilometer
kWh	Kilowattstunde
m	Meter
m ³	Kubikmeter
mg/ml	Milligramm pro Milliliter
Mio	Million
MJ	Megajoule (Million Joule)
Mrd.	Milliarde
pkm	Passagierkilometer
tRÖE	Tonne Rohöleinheiten

SYMBOLS

€	Euro
-	Nicht anwendbar
:	Nicht verfügbar
%	Prozent
0	Echte Null oder Wert kleiner als 0,5
0,0	Echte Null oder Wert kleiner als 0,05



1. Verbraucher und Verbrauchsausgaben



1 VERBRAUCHER UND VERBRAUCHSAUSGABEN

VERBRAUCHER UND VERBRAUCH: EINE DEFINITION

Aus der Perspektive einer Volkswirtschaft als Gesamtheit gesehen, gibt es nur drei Kategorien von Endverbrauchern: Einzelpersonen, Organisationen ohne Erwerbszweck im Dienste privater Haushalte und den Staat. Jeder unternehmensseitige Verbrauch wird als Vorleistung angesehen - im Sinne eines Inputs in die Produktion von Waren und Dienstleistungen.

Die in dieser Publikation genannten Zahlen betreffen ausschließlich den Verbrauch von Einzelpersonen. Das Verbrauchsverhalten von Einzelpersonen ist insofern von politischem Interesse, als es Anhaltspunkte über die Entwicklung des relativen Lebensstandards sowohl zwischen den Mitgliedstaaten als auch zwischen verschiedenen Personengruppen innerhalb der Mitgliedstaaten liefert. Verbrauch ist nicht mit monetären Ausgaben identisch. Monetäre Ausgaben der Verbraucher werden häufig durch verschiedene Formen nichtmonetären Verbrauchs ergänzt. Zum Beispiel:

- Ein Beschäftigter kann im Rahmen seines Arbeitsvertrags einen Firmenwagen zur persönlichen Nutzung erhalten;
- Personen bauen für den Eigenverbrauch Obst und Gemüse an oder halten Tiere für Eier und Fleisch.

Der Wert dieser Posten geht in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung in die Verbrauchsausgaben privater Haushalte ein und wird außerdem für Größen der Verbrauchsausgaben in der Erhebung über Haushaltsrechnungen geschätzt.

Der Staat stellt privaten Haushalten in allen Mitgliedstaaten unter anderem Gesundheits- und Bildungsleistungen kostenlos (oder zu stark reduzierten Preisen) vor Ort zur Verfügung. Angaben zum Wert dieser Dienstleistungen werden in dieser Publikation generell nicht gemacht. Allerdings hat die Höhe der staatlichen Leistungen einen Einfluss auf jenen Betrag, den der Einzelne für diese Leistungen aus eigenen Mitteln bestreiten muss.

Die in dieser Publikation genannten Ausgabendaten sind durchweg über Haushalte hinweg aggregiert und beziehen sich nicht auf Einzelpersonen. Dem liegt zugrunde, dass zum Beispiel Nahrungsmittel für einen gesamten Haushalt möglicherweise von einer Person eingekauft, aber von allen Haushaltsmitgliedern konsumiert und aus einem gemeinsamen Einkommenstopf bestritten werden. Der Verbrauch des Einzelnen kann daher nicht mit Bezug auf die ihm entstehenden Ausgaben bestimmt werden; in der Regel wird vielmehr angenommen, dass diese Ausgaben von allen zum Haushalt gehörenden Personen geteilt werden.

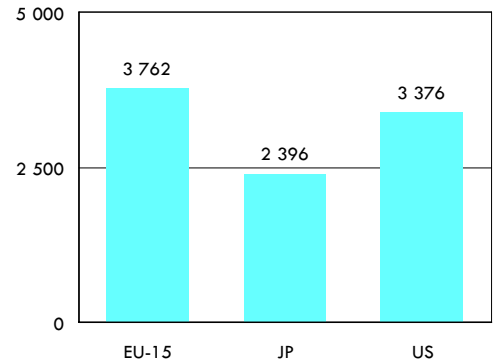
DER EUROPÄISCHE VERBRAUCHERMARKT

Abbildung 1.1 stellt den Verbrauchermarkt der Europäischen Union in einen weltweiten Kontext und vergleicht dabei die Höhe der Verbrauchsausgaben privater Haushalte in der EU mit jenen in Japan und den USA. 1996, dem letzten Jahr, für das Daten für alle drei Wirtschaftsgebiete vorliegen, wurde der EU-Verbrauchermarkt mit 3,76 Bio. ECU bewertet, 57% höher als der japanische und 11% höher als jener der USA. 1999 teilten sich nur vier Länder 72% des EU-Verbrauchermarktes: Deutschland, das Vereinigte Königreich, Italien und Frankreich (Tabelle 1.1). Auf Spanien entfielen 9% des EU-Verbrauchs, auf die Niederlande 4%, während die übrigen Mitgliedstaaten jeweils weniger als 3% erreichten.

Das durchschnittliche Wachstum zu konstanten Preisen (mit einem anderen Wort: mengenmäßig) betrug zwischen 1995 und 1998 in der EU 2,4% pro Jahr, gegenüber 3,8% in den USA. Zwischen 1998 und 1999 stiegen die Verbrauchsausgaben privater Haushalte in der EU zu konstanten Preisen um 3,1% auf €4,08 Bio. an.

Die Höhe der Verbrauchsausgaben privater Haushalte wird sowohl vom Niveau der allgemeinen Wirtschaftstätigkeit - gemessen am Bruttoinlandsprodukt (BIP) - als auch von der Verteilung des BIP zwischen privaten Haushalten und Staat bestimmt. Die Verbrauchsausgaben machten 1999 im Durchschnitt 56,5% des EU-BIP aus, doch zeigt Abbildung 1.2 (umseitig), dass dieser Anteil zwischen den Mitgliedstaaten beträchtlich variierte. Für Länder mit einem hohen Anteil - z. B. Griechenland (72,1%) - deutet dies auf eine geringere staatliche Aktivität hin als für Länder mit einem niedrigen Anteil - z. B. Luxemburg (42,6%).

Abbildung 1.1: Verbrauchermarkt in der EU, Japan und den USA, 1996 (€ Mrd.) (1)



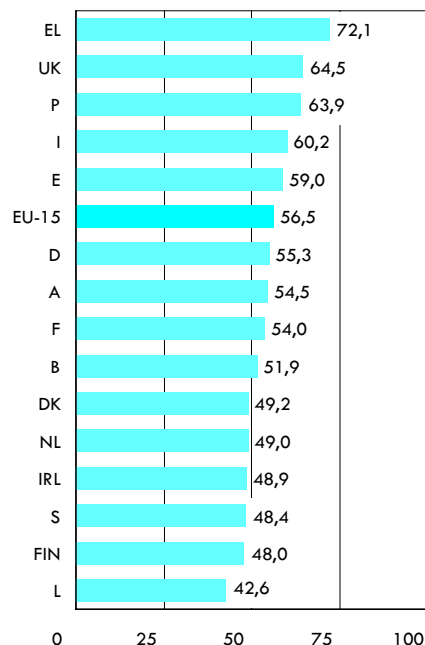
(1) Zu Preisen von 1995.
 Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen - ESVG95 - Aggregate (theme2/aggs)

Tabelle 1.1: Gesamtverbrauchsausgaben der privaten Haushalte, 1999 (Mrd.)

Kaufkraftstandard (KKS)	
EU-15	4 547
B	124
DK	65
D	1 028
EL	106
E	393
F	682
IRL	41
I	746
L	7
NL	191
A	103
P	97
FIN	53
S	93
UK	817

Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen - ESVG95 - Aggregate (theme2/aggs)

Abbildung 1.2: Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte als Anteil am BIP, 1999 (%)



Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen - ESVG95 - Aggregate (theme2/aggs)

Wegen des Zusammenhangs zwischen Verbrauchsausgaben und dem BIP ist zu erwarten, dass in Zeiten eines wirtschaftlichen Abschwungs die reale (d. h. deflationierte) Wachstumsrate des Verbrauchs privater Haushalte zurückgeht und bei einer schweren Rezession der Verbrauch als Ganzes auch real (d. h. mengenmäßig) fällt. Der Konjunkturzyklus kann das Verbraucherverhalten beeinflussen, da in Zeiten einer wirtschaftlichen Rezession das Verbrauchervertrauen häufig sinkt und mit ihm die Geldmenge, die für den Verbrauch verfügbar ist. Dies führt in der Regel zu weniger Einkäufen von Luxuswaren und -dienstleistungen wie auch von teureren Gütern wie Autos oder elektrische Haushaltsgeräte. Der Index für das Verbrauchervertrauen misst die Meinung der Verbraucher zu einer Vielzahl ökonomischer Entscheidungen, z. B. ob sie es derzeit als günstig ansehen, teure Güter zu kaufen, und stellt den Anteil der Haushalte mit optimistischer abzüglich des Anteils mit pessimistischer Einschätzung dar. Der Index zeigt für die meisten Mitgliedstaaten, dass das Verbrauchervertrauen 1992 und 1993 auf einem Tiefpunkt angekommen war, sich danach wieder erholte und die Verbraucher 1999 die wirtschaftliche Entwicklung generell weit weniger pessimistisch einschätzten (siehe Tabelle 1.2). Nennenswerte Ausnahmen von dieser Regel waren Griechenland und Italien.

Tabelle 1.2: Index für das Verbrauchervertrauen in der EU (1)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
EU (2)	-17	-15	-14	-13	-5	-5	-5	-6	-9	-14	-18	-25	-16	-13	-17	-11	-4	-2
B	-27	-28	-27	-21	-16	-11	-6	1	0	-7	-12	-26	-15	-14	-23	-22	-6	-2
DK	-12	0	6	3	-3	-9	-14	-14	-8	-2	-2	-5	8	9	4	9	3	-3
D (3)	-26	-15	-10	-8	3	-1	-4	1	1	-12	-20	-28	-15	-9	-21	-19	-7	-3
EL	0	-11	-4	-5	-19	-28	-20	-13	-25	-27	-31	-27	-22	-31	-27	-26	-29	-15
E	:	:	:	0	-5	-8	-2	1	-2	-6	-20	-34	-25	-20	-14	-3	5	8
F	-5	-15	-23	-22	-13	-17	-11	-11	-13	-21	-22	-25	-17	-17	-28	-20	-10	-4
IRL	-34	-39	-33	-28	-27	-28	-16	-7	-7	-18	-21	-14	-1	4	11	18	17	20
I	-18	-24	-15	-11	-4	-3	-4	-6	-6	-13	-19	-32	-21	-21	-25	-22	-11	-12
L	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
NL	-32	-30	-22	-7	4	-2	1	9	3	-10	-10	-17	-7	4	3	17	22	19
A	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	-15	-12	-3	3
P	:	:	0	0	-4	0	-7	-10	-2	3	-5	-24	-26	-20	-18	-10	-5	-5
FIN	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	-8	9	11	9	15	15	14
S	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	-7	1	6	10
UK	-12	-3	-4	-11	-7	4	2	-18	-26	-17	-15	-13	-12	-10	-5	4	0	1

(1) Der Verbrauchervertrauensindex ist Ergebnis eines arithmetischen Mittels von 5 Indizes über Verbrauchermeinungen und stellt den Saldo von jenem Anteil der Haushalte mit optimistischer Sicht abzüglich jenem Anteil der Haushalte mit pessimistischer Sicht dar.

(2) 1982-83 EU-10, ohne L; 1984 EU-12, ohne E und L; 1985-92 EU-12, ohne L; 1993-95 EU-15, ohne L, A und S; 1996-99 EU-15, ohne L; ab 1995 einschließlich der ehemaligen DDR; blaue Zahlen für Länder, die im jeweiligen Referenzjahr nicht Mitgliedstaat der EU waren, jedoch für die Bildung des EU-Aggregats herangezogen wurden.

(3) Ab 1995 einschließlich der ehemaligen DDR.

Quelle: Europäische Wirtschaft, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Wirtschaft und Finanzen

1.1 VERBRAUCHERPROFIL

Die Entwicklung und Veränderung der Verbrauchsstruktur folgt dem Verbraucherverhalten und der Verbraucherzufriedenheit. Auf der Angebotsseite kann der Grund an der Einführung neuer Produkte oder einer veränderter Verfügbarkeit bereits vorhandener Produkte liegen. Betrachtet man die Verbraucher als Gruppe, kann sich deren Nachfrage nach bestimmten Produkten mit dem veränderten Verhalten von Einzelpersonen innerhalb der Gruppe oder mit der veränderten Zusammensetzung der Gruppe entwickeln.

PERSONEN UND PRIVATE HAUSHALTE

1998 hatte die EU insgesamt 375 Mio. Einwohner, von denen sich mehr als zwei Drittel auf nur vier Länder verteilen: Deutschland, das Vereinigte Königreich, Frankreich und Italien (siehe Abbildung 1.3). Zwischen 1995 und 1998 nahm die Bevölkerung um 0,8% oder 3 Mio. Personen zu. Da andererseits die durchschnittliche Größe der privaten Haushalte abgenommen hat, wuchs die Zahl der privaten Haushalte in der EU im gleichen Zeitraum mit mehr als 3% schneller als die Bevölkerung¹. 1995, dem letzten Jahr, für das Daten für alle Mitgliedstaaten vorliegen, wurden in der EU 146,2 Mio. Haushalte gezählt (siehe Tabelle 1.3). 1999 bewegte sich die durchschnittliche Haushaltsgröße zwischen 2,14 Personen in Dänemark und 3,24 in Spanien² (siehe Abbildung 1.4).

(1) Ohne P.

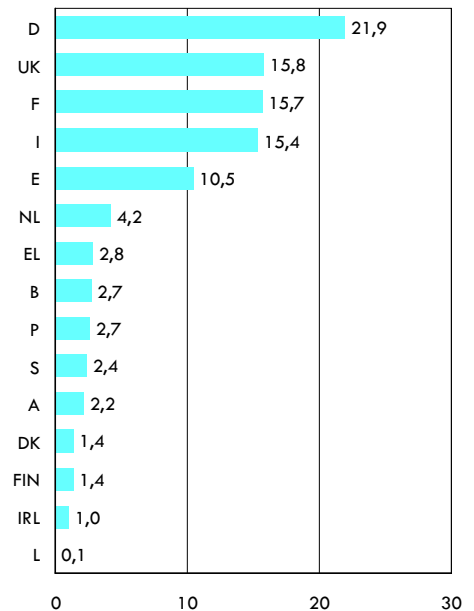
(2) F und P, 1994.

Tabelle 1.3: Zahl der Haushalte in der EU (Mio.)

	1980	1985	1990	1995	1996	1997	1998
EU-15	:	:	133,6	146,2	:	:	:
B	3,3	3,5	4,0	4,1	4,1	4,2	4,2
DK	2,1	2,2	2,3	2,4	2,4	2,4	2,4
D	24,8	26,4	28,2	36,9	37,3	37,5	37,5
EL	3,0	3,2	3,5	3,6	3,6	3,6	3,7
E	10,0	10,7	11,3	11,9	12,1	12,1	12,1
F	19,2	20,5	21,6	22,9	23,1	23,3	23,5
IRL	0,9	1,0	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2
I	18,4	19,9	20,8	20,1	20,1	21,6	21,8
L	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2
NL	4,9	5,5	6,0	6,4	6,6	6,6	6,7
A	2,7	2,8	2,9	3,1	3,2	3,2	3,2
P	2,9	3,2	3,3	3,3	:	:	:
FIN	1,8	2,0	2,1	2,3	2,3	2,3	2,3
S	3,5	3,7	3,8	4,1	4,1	4,1	4,1
UK	:	:	22,5	23,9	24,1	24,3	24,5

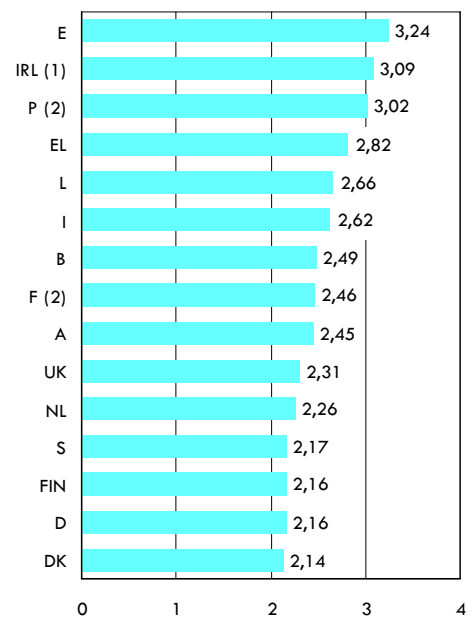
Quelle: Eurostat, Audiovisuelle Dienste (theme4/auvis)

Abbildung 1.3: Bevölkerung der EU nach Mitgliedstaaten, 1998 (Anteil in % am Gesamtwert)



Quelle: Eurostat, Bevölkerung und soziale Bedingungen - Demographie (theme3/demo)

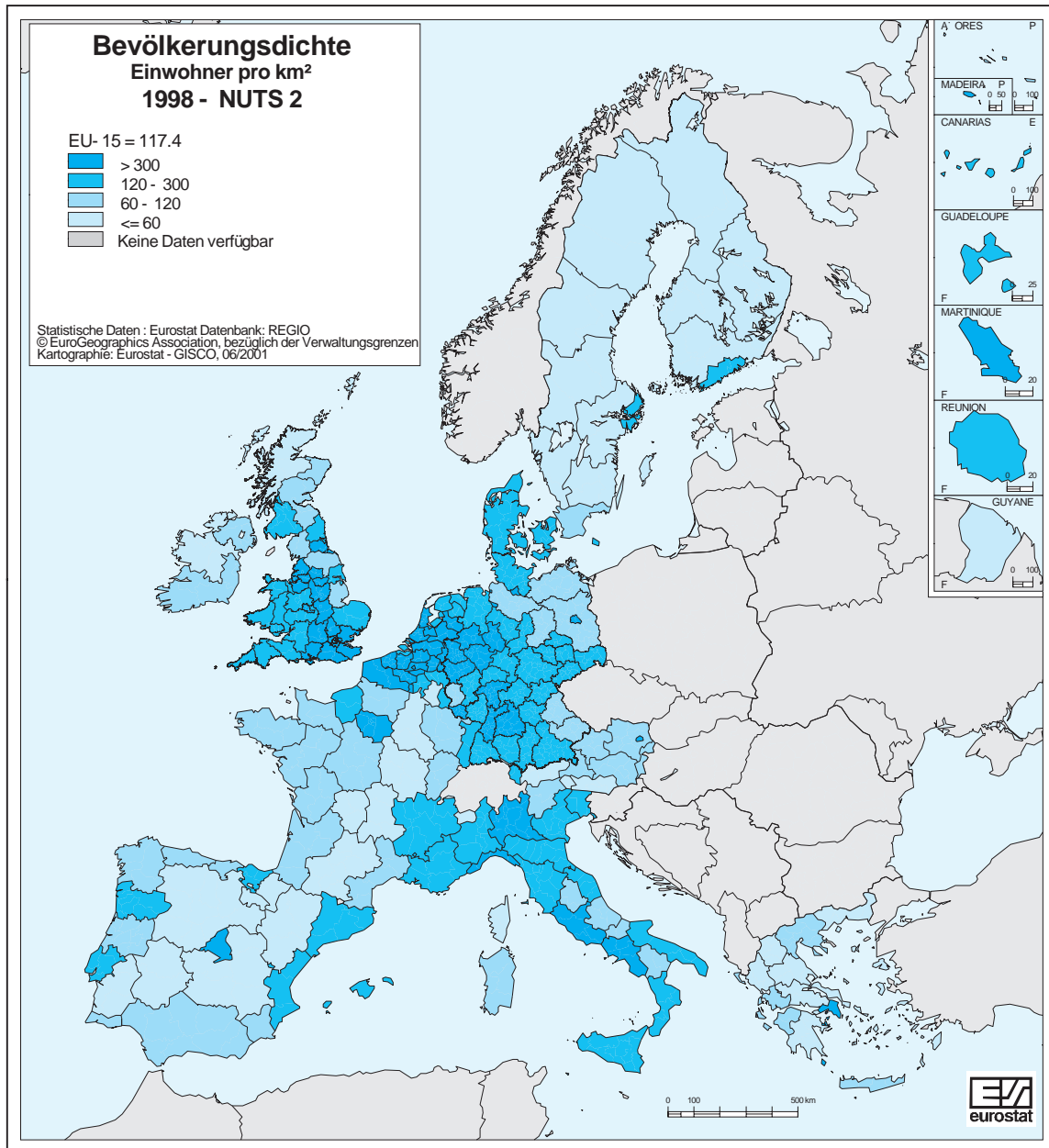
Abbildung 1.4: Durchschnittliche Zahl der Bewohner je Haushalt, 1999 (Einheiten)



(1) Vorläufig.

(2) 1994.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)



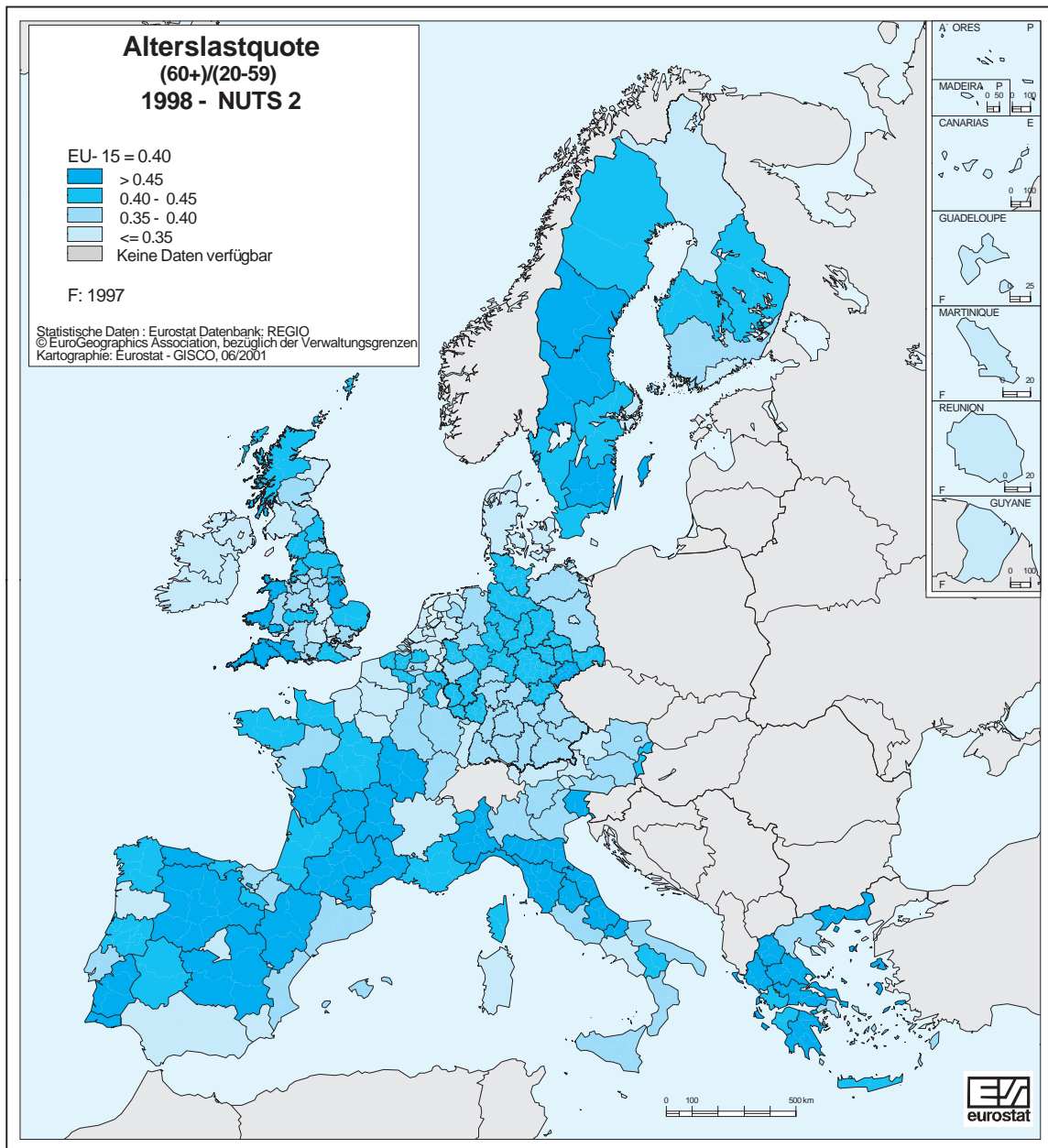
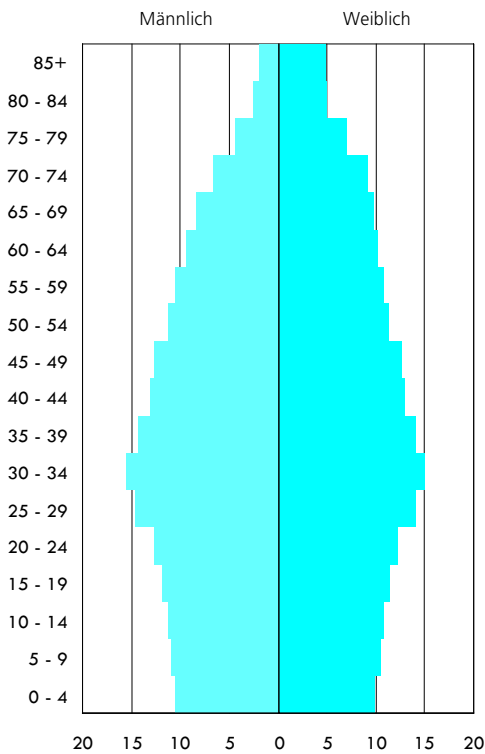


Abbildung 1.5: Bevölkerung nach Altersgruppen in der EU, 1998 (Mio.)



Quelle: Eurostat, Bevölkerung und soziale Bedingungen - Demographie (theme3/demo)

56% der Bevölkerung in der EU war 1998 zwischen 20 und 59 Jahre alt, 23% unter 20 Jahre und ein etwas kleinerer Anteil (21%) älter als 59 (siehe Abbildung 1.5). Ein Fünftel bis ein Viertel der Bevölkerung war in allen Mitgliedstaaten (außer Irland) jünger als 20 Jahre. Irland hat eine wesentlich jüngere Bevölkerungsstruktur, wo fast jeder Dritte jünger als 20 war. Obwohl der Anteil der jungen Bevölkerung unter 20 größer war als jener der über 59-Jährigen, hat die EU eine alternde Bevölkerung (siehe Tabelle 1.4). Zwischen 1995 und 1998 ging die Zahl der Jungen in allen Mitgliedstaaten mit Ausnahme von Dänemark, Deutschland, Luxemburg, den Niederlanden und dem Vereinigten Königreich (1995 bis 1997) zurück, während die Zahl der über 59-Jährigen in allen Mitgliedstaaten gestiegen ist. Das Wachstum in der Zahl der über 59-Jährigen war in Deutschland (6,5%) am höchsten, gefolgt von Griechenland (5,4%) und Italien (4,6%).

ERWERBSTÄTIGKEIT

Im Jahr 2000 waren die Beschäftigungsraten bei Männern im erwerbsfähigen Alter überall in der EU höher als bei Frauen. Dieser Abstand hat sich allgemein verringert, außer bei Frauen zwischen 15 und 24 Jahren, was auf eine stärkere Teilnahme von Frauen an Weiterbildungsmaßnahmen hindeuten kann (siehe Tabelle 1.5). Zwischen 1995 und 2000 nahm die Erwerbstätigkeit der Frauen in allen Altersgruppen zu, mit einem Höchstwert von 68,6% in der Altersgruppe der 40- bis 44-Jährigen. Die Beschäftigungsrate bei Männern war für die Gruppe zwischen 35 und 44 Jahren am höchsten (90,1%). Andererseits waren die Beschäftigungsraten für Männer und Frauen zwischen 30 und 49 Jahren relativ konstant.

Der Anteil der erwerbstätigen 15- bis 24-Jährigen wird vom Ausmaß der Inanspruchnahme einer Vollzeitausbildung der höheren Sekundarstufe und an Hochschulen beeinflusst und bewegte sich zwischen 26,1% in Italien (und weniger als 30% in Griechenland und Frankreich) bis zu 67,1% in Dänemark und 68,2% in den Niederlanden. Der EU-Durchschnitt lag 2000 bei 39,9%.

Ab einem Alter von 50 Jahren gehen die Beschäftigungsraten mit zunehmendem Alter zurück, da Personen in den Ruhestand treten. Dieser Rückgang hat sich in den letzten Jahren beschleunigt, da sich die Pensionierung vor dem gesetzlichen Pensionsalter mehr verbreitete. Allerdings gibt es zwischen den Mitgliedstaaten beträchtliche Unterschiede: In Belgien waren im Jahre 2000 51,5% der Männer zwischen 50 und 64 Jahren noch erwerbstätig, gegenüber 73,7% in Schweden (siehe Abbildung 1.6). Bei den Frauen war der Unterschied sogar noch größer, zwischen einem Anteil von 23,1% in Italien und 70,4% in Schweden.

Tabelle 1.4: Veränderung in der Einwohnerzahl unter 20 und über 60 Jahren zwischen 1995 und 1998 (1995=100)

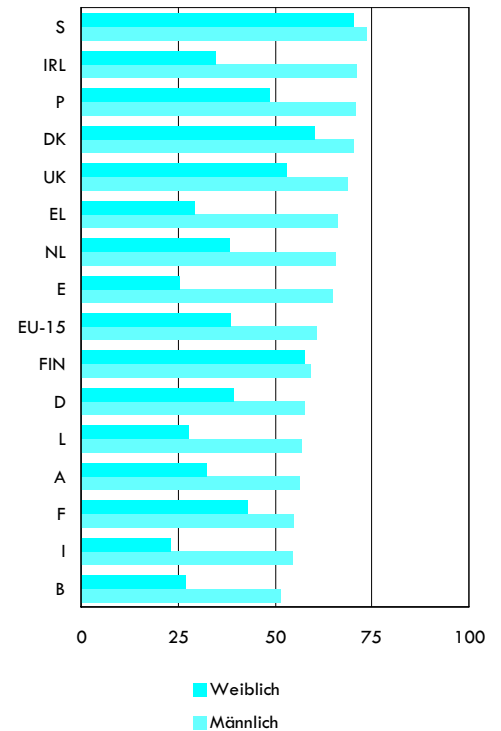
	Unter 20 Jahre alt	Über 59 Jahre alt
B	99,6	102,3
DK	101,7	100,6
D	100,2	106,5
EL	93,8	105,4
E	91,9	103,5
F	99,9	102,9
IRL	97,4	102,5
I	94,8	104,6
L	105,9	104,0
NL	101,6	103,0
A	99,4	100,8
P	93,8	103,1
FIN	98,9	103,6
S	99,1	100,4
UK (1)	101,1	100,4

(1) 1997 statt 1998.
Quelle: Eurostat, Bevölkerung und soziale Bedingungen - Demographie (theme3/demo)

Tabelle 1.5: Beschäftigungsraten von Männern und Frauen nach Altersgruppen in der EU (%)

	1995		2000	
	Weiblich	Männlich	Weiblich	Männlich
15 - 19	18,7	23,1	21,2	26,1
20 - 24	47,9	56,4	51,1	60,6
25 - 29	61,4	78,7	66,2	81,2
30 - 34	62,1	86,8	66,9	89,1
35 - 39	63,6	89,1	67,9	90,1
40 - 44	64,9	88,8	68,6	90,1
45 - 49	61,3	87,2	66,4	88,4
50 - 54	52,9	81,5	57,7	82,5
55 - 59	36,2	61,6	40,6	63,4
60 - 64	13,5	29,9	14,7	30,9
65 - 69	3,9	9,5	4,1	9,2

Quelle: Eurostat, Erhebung über Arbeitskräfte (theme3/lfs)

Abbildung 1.6: Beschäftigungsraten von Personen zwischen 50 und 64 Jahren, 2000 (%)

Quelle: Eurostat, Erhebung über Arbeitskräfte (theme3/lfs)

EINKOMMENSHÖHE UND -VERTEILUNG

Fast 70% der Bevölkerung in der EU lebt in einem Haushalt, dessen Haupteinkommensquelle Arbeit ist. Allerdings erstreckt sich die Schwankungsbreite von 40% in der untersten bis über 80% in der obersten Einkommensdezilgruppe. Die meisten Personen aus der untersten Dezilgruppe leben in Haushalten, deren Haupteinnahmequelle Sozialleistungen sind. 1996 lag das mittlere Äquivalenznettoeinkommen je privaten Haushalt in der EU bei 12 121 KKS (Kaufkraftparität), variierte jedoch von 7 722 KKS in Portugal bis 21 992 KKS in Luxemburg (siehe Tabelle 1.6)³. Die Haushalte, deren Haupteinkommensquelle Arbeit war, verzeichneten Einkommen, die durchschnittlich um 41,7% höher waren als in Haushalten mit der Haupteinkommensquelle Sozialleistungen. In Irland erreichte das Einkommen der arbeitenden Haushalte sogar das Doppelte des Einkommens jener, die im Wesentlichen von Sozialleistungen abhingen. Andererseits lag das Einkommen der arbeitenden Haushalte in Italien und Österreich nur um ungefähr 25% über jenem der auf Sozialleistungen angewiesenen Haushalte.

(3) F, FIN und S, nicht verfügbar.

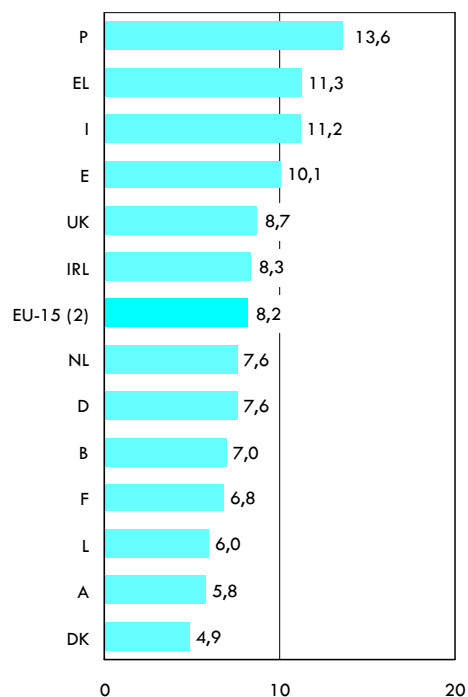
Tabelle 1.6: Mittleres Äquivalenznettoeinkommen, nach Haupteinkommensquelle, 1996 (KKS)

	Gesamt	Privat-einkommen	Sozial-leistungen	Arbeits-einkommen
EU-15 (1)	12 121	12 067	9 421	13 349
B	13 857	14 571	11 179	15 365
DK	14 043	23 410	10 678	15 373
D	14 052	10 515	11 762	15 132
EL	8 400	7 126	6 856	8 983
E	9 104	8 142	6 931	10 059
F	:	:	:	:
IRL	10 949	9 966	6 463	13 150
I	10 101	9 678	8 555	10 747
L	21 992	:	17 874	23 397
NL	13 414	9 139	10 948	14 564
A	14 377	14 973	12 169	15 182
P	7 722	8 232	5 532	8 394
FIN	:	:	:	:
S	:	:	:	:
UK	13 721	19 702	8 711	16 083

(1) Ohne F, FIN und S; auch ohne L für Privateinkommen.

Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/ilc)

Abbildung 1.7: Verhältnis des Durchschnittseinkommens von der höchsten Dezilgruppe zu jenem der niedrigsten Dezilgruppe, 1996 (%) (1)



(1) FIN und S, nicht verfügbar.
 (2) Ohne FIN und S.
 Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/ilc)

Tabelle 1.7: Durchschnittliche Verbrauchsausgaben je Haushalt, 1999 (Einheiten)

	§	Nationale Währung	Kaufkraftstandard (KKS)
B	27 188	1 096 761	27 405
DK	29 255	217 511	23 439
D	25 134	49 158	23 487
EL	19 147	6 203 602	23 401
E	16 775	2 804 610	19 976
F (1)	24 507	161 323	22 319
IRL (2)	24 628	23 041	24 628
I	24 081	46 627 685	27 220
L	44 564	1 797 692	45 179
NL	24 607	54 135	25 657
A	28 145	387 272	26 453
P (1)	11 333	2 231 349	16 311
FIN	21 571	128 348	18 211
S	28 883	236 669	21 673
UK	29 850	20 148	27 646

(1) 1994.
 (2) Vorläufig.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Das Verhältnis des Durchschnittseinkommens der Haushalte in der obersten Dezilgruppe zum Durchschnittseinkommen der Haushalte in der untersten Dezilgruppe ist ein Maß für die Einkommensverteilung. Abbildung 1.7 zeigt, dass dieses Verhältnis zwischen 4,9 in Dänemark (die gleichmäßigste Verteilung unter den Mitgliedstaaten) und 13,6 in Portugal variierte.

1.2 VERBRAUCHSAUSGABEN

Die durchschnittlichen Ausgaben privater Haushalte unterscheiden sich zwischen den EU-Mitgliedstaaten beträchtlich, selbst nach Anpassung an Unterschiede in der Kaufkraft (siehe methodologische Anmerkungen auf Seite 281). Tabelle 1.7 zeigt, dass Luxemburg, obwohl der kleinste Verbrauchermarkt innerhalb der EU (ersichtlich aus Tabelle 1.1 auf Seite 11), 1999 mit 45 200 KKS die höchsten durchschnittlichen Verbrauchsausgaben und damit fast das Dreifache von Portugal (16 300 KKS)⁴ erreichte. Die Unterschiede sind noch größer, wenn eine Korrektur entsprechend der Haushaltsgröße erfolgt, da Haushalte in Portugal tendenziell größer sind als in Luxemburg. Für die meisten Mitgliedstaaten lagen die durchschnittlichen Ausgaben pro Haushalt innerhalb des Bereichs von 21 000 KKS bis 28 000 KKS pro Jahr.

(4) In der gesamten Publikation sind Daten für F und P aus der Erhebung über Haushaltsrechnungen für 1994.

Tabelle 1.8: Durchschnittliche Haushaltsausgaben nach Einkommensquintilgruppen, 1999 (Tsd. KKS)

	Erstes Quintil	Zweites Quintil	Drittes Quintil	Viertes Quintil	Fünftes Quintil	Gesamt
B	18,7	23,8	25,7	30,1	38,7	27,4
DK	13,6	17,8	22,9	28,5	34,4	23,4
D	12,5	17,8	22,1	27,2	37,9	23,5
EL	12,6	17,1	21,7	27,1	38,6	23,4
E	13,8	16,3	18,6	21,8	29,4	20,0
F (1)	13,8	17,2	21,0	25,8	33,8	22,3
IRL	:	:	:	:	:	:
I	19,3	22,9	26,1	29,9	38,0	27,2
L	28,1	38,1	41,4	49,7	68,5	45,2
NL	17,5	20,2	24,5	29,8	36,2	25,7
A	:	:	:	:	:	:
P (1)	6,0	10,2	14,4	19,3	31,6	16,3
FIN (2)	10,0	14,0	18,1	21,5	27,4	18,2
S	14,0	19,3	21,9	24,1	29,1	21,7
UK	14,3	20,1	26,9	32,1	44,8	27,6

(1) 1994.
 (2) Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Die durchschnittlichen Ausgaben unterscheiden sich auch zwischen verschiedenen Haushaltstypen innerhalb der Mitgliedstaaten. Viele dieser Unterschiede hängen mit dem Einkommen zusammen. Tabelle 1.8 zeigt die Durchschnittsausgaben pro Haushalt nach Einkommensquintilen, d. h. die Haushalte wurden nach ihrem Einkommen geordnet und anschließend in fünf gleich große Gruppen geteilt. Diese Unterteilung zeigt, möglicherweise wenig überraschend, dass die Ausgaben bei steigendem Einkommen zunehmen. Allerdings ist die Zunahme in einigen Mitgliedstaaten weitaus steiler als in anderen. Das Verhältnis der durchschnittlichen Ausgaben des obersten Quintils zu jenen des untersten Quintils gibt einen Hinweis auf die Verteilung der Haushaltsausgaben, wobei hohe Werte für ein geringeres Maß an Gleichheit stehen. Der Bereich umfasst 5,2 für Portugal bis 2,0 für Italien (siehe Abbildung 1.8)⁵.

Wegen des Zusammenhangs mit dem Einkommen ist es auch nicht überraschend, dass in allen Mitgliedstaaten Haushalte ohne wirtschaftlich aktive Person die niedrigsten durchschnittlichen Ausgaben haben (siehe Tabelle 1.9). Um wie viel die Ausgaben höher sind, wenn zum Haushalt eine wirtschaftlich aktive Person gehört, ist von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat unterschiedlich. In Portugal führte es praktisch zu einer Verdoppelung der Ausgaben, während sich in Schweden die Ausgaben durchschnittlich um nicht mehr als 8% erhöhten. Diese Zahlen spiegeln die unterschiedlichen Einkommen aus Sozialleistungen, die für Nichterwerbspersonen verfügbar sind.

(5) IRL und A, nicht verfügbar.

Tabelle 1.9: Durchschnittliche Haushaltsausgaben nach der Zahl der wirtschaftlich aktiven Personen, 1999 (Tsd. KKS)

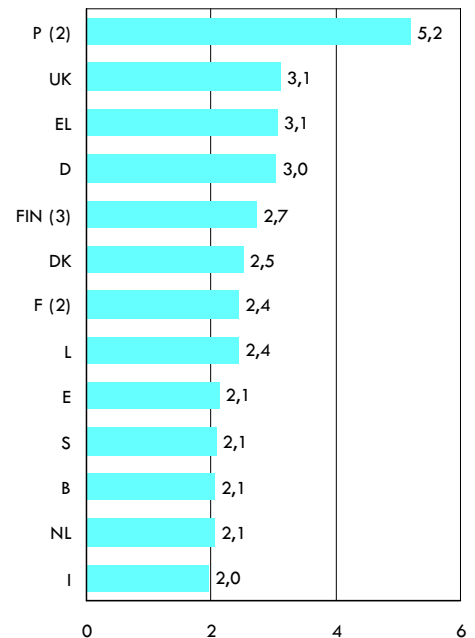
	Null	1	2	3 oder mehr	Gesamt
B	19,6	25,6	36,7	43,5	27,4
DK	15,8	21,9	32,5	41,8	23,4
D	18,4	21,6	30,8	36,0	23,5
EL	14,2	24,2	29,4	30,8	23,4
E	12,1	19,3	24,2	26,2	20,0
F (1)	16,3	20,6	28,8	32,5	22,3
IRL (2)	11,4	22,9	32,5	43,9	24,6
I	20,2	30,6	37,2	38,8	27,2
L	33,6	44,9	55,7	60,3	45,2
NL	18,6	24,1	34,2	42,4	25,7
A	18,1	26,2	32,9	36,8	26,5
P (1)	8,1	15,3	21,3	23,0	16,3
FIN	11,6	16,3	26,5	29,4	18,2
S	16,3	17,6	29,1	33,1	21,7
UK	17,7	25,9	36,8	47,5	27,6

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 1.8: Verhältnis der durchschnittlichen Haushaltsausgaben der höchsten Quintilgruppe zu jenen der niedrigsten, 1999 (Einheiten) (1)



(1) IRL und A, nicht verfügbar.

(2) 1994.

(3) Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 1.10: Durchschnittliche Haushaltsausgaben nach sozio-ökonomischer Kategorie des Haushaltsvorstands, 1999 (Tsd. KKS)

	Arbeiter in Industrie & Dienst- leistungen (1)	Angestellte in Industrie & Dienst- leistungen	Selbstständig	Alters- & Ruhegeld- empfänger	Sonstige Nichterwerbs- personen (2)	Arbeitslos	Gesamt
B	27,0	32,9	36,0	20,4	21,6	14,3	27,4
DK	24,5	29,5	34,4	16,5	14,0	16,2	23,4
D	26,2	:	32,3	:	14,3	15,9	23,5
EL	22,8	32,7	26,9	17,8	16,4	18,5	23,4
E	19,9	27,6	21,4	15,4	12,2	16,8	20,0
F (3)	22,4	27,5	29,8	17,7	13,3	15,4	22,3
IRL (4)	:	:	:	:	:	:	22,2
I	32,1	:	34,0	22,7	19,2	21,3	27,2
L	38,7	59,0	58,4	40,4	31,6	30,6	45,2
NL	27,5	31,1	30,5	21,7	16,8	15,7	25,7
A	28,0	31,3	33,5	20,3	21,6	22,8	26,5
P (3)	15,9	27,3	15,0	9,9	11,9	14,9	16,3
FIN	20,1	23,2	24,7	12,3	11,3	11,8	18,2
S	20,6	25,0	34,2	18,0	16,4	15,7	21,7
UK	28,0	36,1	38,6	18,9	17,5	16,7	27,6

(1) D, einschließlich Angestellte; I einschließlich aller Beschäftigten im nichtlandwirtschaftlichen Bereich. (2) D, einschließlich Alters- und Ruhegeldempfänger.
(3) 1994. (4) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 1.11: Durchschnittliche Haushaltsausgaben nach Alter des Haushaltsvorstands, 1999 (Tsd. KKS)

	Unter 30 Jahren	Zwischen 30 und 44 Jahren	Zwischen 45 und 59 Jahren	60 und mehr Jahre	Gesamt
B	23,8	31,5	31,4	20,6	27,4
DK	18,7	28,5	27,2	17,3	23,4
D	18,1	24,7	27,7	20,4	23,5
EL	19,5	27,7	29,2	17,1	23,4
E	16,8	21,9	24,6	14,9	20,0
F (1)	18,3	25,0	27,3	17,6	22,3
IRL (2)	29,6	27,9	29,7	14,0	24,6
I	26,8	30,8	33,0	21,5	27,2
L	40,8	48,3	52,5	37,7	45,2
NL	21,4	28,0	30,4	20,4	25,7
A	20,8	31,4	29,8	20,1	26,5
P (1)	16,3	20,3	20,7	11,1	16,3
FIN	15,8	22,0	21,1	12,8	18,2
S	15,5	23,0	25,0	20,0	21,7
UK	25,8	31,6	33,6	19,6	27,6

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 1.10 bestätigt die Beobachtung, dass Haushalte, deren Vorstand erwerbstätig ist, die höchsten Ausgaben haben sowie dass innerhalb dieser Kategorie Angestellte und Selbstständige höhere Ausgaben haben als Arbeiter. Unter den nicht erwerbstätigen Haushalten haben in der Regel jene die niedrigsten Ausgaben, die wirtschaftlich inaktiv, aber weder pensioniert noch arbeitslos sind, auch wenn es in Portugal und Österreich die Alters- und Ruhegeldempfänger und in Belgien, Luxemburg, den Niederlanden und dem Vereinigten Königreich die Arbeitslosen waren⁶.

Die Ausgaben hängen auch vom Einfluss des Lebenszyklus auf das Einkommen ab. Das Einkommen und damit die Ausgaben sind in den jüngsten Altersgruppen - wenn die berufliche Laufbahn noch in ihren Anfängen steckt - relativ niedrig. Gegen Ende eines normalen Arbeitslebens erreicht das Einkommen in der Regel seinen Höchststand, während in den Folgejahren, mit dem Ausscheiden aus dem Arbeitsprozess, Einkommen und Ausgaben wieder sinken (siehe Tabelle 1.11). Das Ausmaß dieses Rückgangs hängt wesentlich von der Höhe der Pensionsversorgung ab: In Schweden erreichten die durchschnittlichen Ausgaben privater Haushalte mit einem Vorstand von über 59 Jahren 80,2% der Ausgaben jener mit einem Vorstand zwischen 45 und 59 Jahren. In Irland lag dieser Anteil bei nur 47,3% (siehe Abbildung 1.9). In den meisten Mitgliedstaaten bewegte er sich zwischen 60% und 70%.

(6) D, Alters- und Ruhegeldempfänger sind unter sonstige Nichterwerbspersonen erfasst; IRL, nicht verfügbar.

Tabelle 1.12: Durchschnittliche Haushaltsausgaben nach dem Urbanisierungsgrad, 1999 (Tsd. KKS)

	Dicht besiedeltes Gebiet (1)	Mittelstark besiedeltes städtisches Gebiet (2)	Dünn besiedeltes Gebiet (3)	Gesamt
B	26,9	28,7	23,5	27,4
DK	22,7	24,8	24,0	23,4
D	:	:	:	:
EL	:	:	:	:
E	22,0	19,4	17,2	20,0
F	:	:	:	:
IRL	:	:	:	:
I	28,5	26,5	24,2	27,2
L	42,3	46,2	47,0	45,2
NL	:	:	:	:
A	26,3	27,2	26,1	26,5
P (4)	19,5	14,4	9,4	16,3
FIN	18,5	19,6	16,7	18,2
S	22,5	22,0	21,2	21,7
UK	27,2	28,1	28,4	27,6

(1) Mindestens 500 Einwohner/km².

(2) Zwischen 100 und 499 Einwohnern/km².

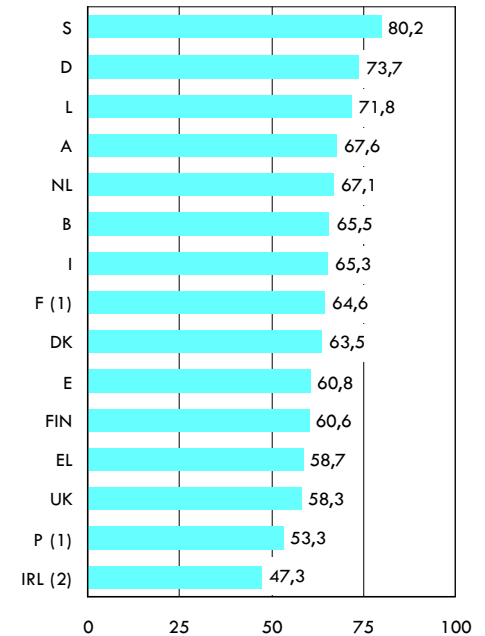
(3) Weniger als 100 Einwohner/km².

(4) 1994.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Die Mitgliedstaaten unterscheiden sich auch darin, wie weit Ausgaben vom Grad der Urbanisierung der Gebiete, in denen die Haushalte wohnen, beeinflusst sind. In Portugal gaben Haushalte in dünn besiedelten Gebieten durchschnittlich weniger als die Hälfte des Betrages aus, der von Haushalten in dicht besiedelten Gebieten ausgegeben wird (siehe Tabelle 1.12). Abgesehen davon, dass das Einkommen möglicherweise niedriger ist, kann der Grund auch darin liegen, dass Menschen, die im ländlichen Raum wohnen, einen größeren Teil ihrer Lebensmittel selbst produzieren und ihr Wert von der Erhebung über Haushaltsrechnungen (HBS) möglicherweise nicht voll erfasst wird. Unter den anderen Ländern, für die Daten vorliegen, sind die auf den Urbanisierungsgrad zurückzuführenden Unterschiede weitaus weniger ausgeprägt.

Abbildung 1.9: Verhältnis der durchschnittlichen Haushaltsausgaben von Haushalten mit Vorständen über 59 Jahren zu jenen mit Vorständen zwischen 45 und 59 Jahren, 1999 (%) (1)



(1) 1994.

(2) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Die andere Hauptdeterminante der Ausgaben privater Haushalte - neben dem Einkommen - ist die Zusammensetzung der Haushalte. Tabelle 1.13 zeigt, dass generell die durchschnittlichen Ausgaben mit der Größe des Haushalts zunehmen. Diese Beziehung ist jedoch aufgrund der Skalenerträge, die erreicht werden können, wenn mehrere Personen zusammen wohnen, nicht linear. Ein aus zwei Erwachsenen bestehender Haushalt hatte durchweg weniger Ausgaben als das Doppelte eines Single-Haushalts. Die Anwesenheit abhängiger Kinder ließ die durchschnittlichen Ausgaben eines Haushalts mit zwei Erwachsenen um zwischen 16,5% (Deutschland) und 88,0% (Portugal) ansteigen. Diese Zahlen werden nicht nur über die durchschnittliche Zahl der Kinder pro Haushalt bestimmt, sondern auch dadurch, inwieweit Kosten wie für Kinderbetreuung über Sozialleistungen anstatt durch Haushaltsausgaben gedeckt werden.

Tabelle 1.13: Durchschnittliche Haushaltsausgaben nach Haushaltszusammensetzung, 1999 (Tsd. KKS)

	Single	Alleinerziehender mit abhängigen Kindern	Zwei Erwachsene	Zwei Erwachsene mit abhängigen Kindern	Drei oder mehr Erwachsene	Drei oder mehr Erwachsene mit abhängigen Kindern	Gesamt
B	16,4	22,7	26,7	37,6	31,4	42,7	27,4
DK	14,0	22,0	25,5	34,3	33,8	39,1	23,4
D	14,6	18,5	26,4	30,7	34,0	37,7	23,5
EL	13,7	24,5	18,2	30,2	26,7	29,9	23,4
E	9,9	16,7	15,0	23,4	21,2	25,6	20,0
F (1)	13,3	19,9	22,9	29,9	26,6	34,5	22,3
IRL (2)	10,0	17,3	19,9	30,6	34,9	39,7	24,6
I	16,6	27,9	24,6	33,2	32,3	37,0	27,2
L	28,6	37,4	46,0	54,4	50,1	58,5	45,2
NL	16,3	21,1	28,4	33,2	37,4	40,5	25,7
A	17,2	24,3	26,3	33,5	32,7	37,6	26,5
P (1)	7,2	13,1	11,1	20,9	19,6	23,6	16,3
FIN	10,5	15,8	19,8	27,8	24,7	31,6	18,2
S	14,3	17,3	24,5	29,7	29,9	32,3	21,7
UK	16,2	18,8	29,6	37,2	40,0	46,6	27,6

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

AUSGABENSTRUKTUR BEI VERSCHIEDENEN VERBRAUCHSPOSTEN

Tabelle 1.14 zeigt in groben Zügen die Ausgabenstruktur in den einzelnen Mitgliedstaaten im Jahr 1999. In allen Ländern (außer Portugal) entfällt der größte Teil der Ausgaben privater Haushalte auf den Bereich Wohnen einschließlich Nebenkosten und reicht von 31,2% der Gesamtausgaben (Deutschland) bis 19,9% (Portugal). In sieben Mitgliedstaaten (Belgien, Griechenland, Spanien, Frankreich, Irland, Italien und Schweden) nahmen Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke den zweiten Platz ein, in Portugal jedoch den ersten und in den übrigen Mitgliedstaaten entweder den dritten oder vierten Rang. Auch die Verkehrsausgaben fanden sich in den meisten Mitgliedstaaten unter den ersten Drei. Zusammengenommen machten Wohnung, Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke sowie Verkehr zwischen 47,5% (Niederlande) und 59,3% (Finnland) der Gesamtausgaben aus.

Für Bildung wurde in allen Mitgliedstaaten 2,4% (Griechenland) oder weniger des Gesamtbudgets ausgegeben, Ausdruck der Tatsache, dass der größte Teil der Bildungsleistungen staatlich umsonst vor Ort bereitgestellt wird. Ausgaben für Gesundheit erreichten einen etwas höheren Anteil und lag zwischen 1,1% (Niederlande und Vereinigtes Königreich) und 6,3% (Griechenland), wiederum zu einem gewissen Grad abhängig von staatlichen Leistungen. Dabei muss unterstrichen werden, dass die Vergleichbarkeit der Haushaltsausgaben für Bildung und Gesundheit innerhalb eines Landes sowie zwischen Ländern durch die Bedeutung der vor Ort umsonst angebotenen Leistungen begrenzt ist.

Tabelle 1.14: Struktur der Verbrauchsausgaben je Haushalt, 1999 (% der Gesamtausgaben) (1)

	B	DK	D	EL	E	F (2)	IRL (3)	I	L	NL	A	P (2)	FIN	S	UK
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	13,3	13,1	11,1	16,6	18,3	16,2	15,2	19,0	10,1	10,5	13,4	21,2	14,2	15,4	10,5
Alkoholische Getränke und Tabak	2,3	4,2	2,8	3,5	2,7	2,7	7,2	1,9	2,0	2,1	2,6	2,8	2,9	2,9	3,0
Bekleidung und Schuhe	5,4	5,5	5,7	8,6	7,4	5,6	5,9	7,5	5,9	6,0	6,6	6,3	4,6	5,2	5,5
Wohnung, Wasser, Elektrizität, Gas, andere Brennstoffe	26,2	28,4	31,2	21,9	27,5	23,2	23,0	24,7	27,4	26,7	23,9	19,9	28,1	26,8	28,3
Hausrat & lfd. Instandhaltung der Wohnung	6,5	6,4	7,4	7,5	5,0	7,6	4,7	7,6	8,2	7,2	7,2	6,7	4,5	5,0	7,3
Gesundheitspflege	4,7	2,4	3,6	6,3	2,5	5,2	1,8	4,4	2,4	1,1	2,4	4,6	3,7	3,0	1,1
Verkehr	12,5	14,1	13,3	11,2	12,5	14,5	13,0	13,7	15,4	10,3	14,4	15,7	17,0	13,4	13,6
Nachrichtenübermittlung	2,2	2,1	2,5	3,3	2,0	2,0	2,3	2,5	2,1	2,2	2,6	2,0	2,8	2,6	2,3
Freizeit und Kultur	10,7	11,2	11,9	4,5	6,2	7,6	:	6,3	8,7	10,4	12,3	3,7	10,7	14,6	13,4
Bildungswesen	0,5	0,4	0,5	2,4	1,4	0,5	1,4	0,8	0,1	1,2	0,3	1,3	0,2	0,1	1,3
Restaurants und Hotels	5,7	4,1	4,9	8,8	9,2	6,9	4,9	4,6	9,6	7,0	5,4	9,2	4,1	3,8	7,9
Verschiedene Waren & Dienste	10,0	8,1	5,0	5,5	5,1	8,1	10,8	7,1	8,0	15,3	8,9	6,5	7,1	7,2	5,8

(1) Fett steht für das Land mit dem niedrigsten Anteil an den Gesamtausgaben; blau steht für das Land mit dem höchsten Anteil an den Gesamtausgaben.

(2) 1994.

(3) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Bei Ausgaben für Waren und Dienstleistungen, die eher als Luxus denn als Grundbedarf angesehen werden könnten - z. B. Freizeit und Kultur oder Restaurants und Hotels - wäre eigentlich in den Mitgliedstaaten mit den höchsten Gesamtausgaben pro Haushalt ein höherer Anteil zu erwarten. Dies bestätigte sich jedoch nicht durchweg, so war z. B. der Anteil der Ausgaben für Restaurants und Hotels in Luxemburg mit 9,6% am höchsten, doch lag er in Spanien, Portugal und Griechenland nur etwas darunter. Der relative Anteil der Ausgaben für Freizeit und Kultur war in Schweden, dem Vereinigten Königreich, Österreich und Deutschland am höchsten⁷.

Die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung zeigt die reale Veränderung der Anteile einzelner Waren- und Dienstleistungskategorien an den Gesamtausgaben privater Haushalte für den Zeitraum 1994 bis 1999. Der Anteil der Ausgaben für Nahrungsmittel, alkoholische Getränke und Tabak sank in allen Mitgliedstaaten, für die Daten vorliegen, während der Ausgabenanteil für Nachrichtenübermittlung schnell stieg (siehe Tabelle 1.15).

(7) IRL, nicht verfügbar.

Tabelle 1.15: Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate der Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte nach den wichtigsten Ausgabenkategorien, 1994-1999 (%)

	B	DK	D	EL	E	F	IRL	I	L	NL	A	P	FIN	S	UK
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	:	-0,7	-0,6	:	:	:	-5,4	-1,9	:	:	-1,4	:	-2,0	:	:
Alkoholische Getränke und Tabak	:	-1,0	-0,1	:	:	:	-1,2	-2,3	:	:	-0,1	:	-2,6	:	:
Bekleidung und Schuhe	:	0,3	-1,7	:	:	:	6,4	-1,0	:	:	-1,5	:	0,6	:	:
Wohnung, Wasser, Elektrizität, Gas, andere Brennstoffe	:	-1,1	0,5	:	:	:	-1,7	-0,9	:	:	-0,3	:	-1,8	:	:
Hausrat & lfd. Instandhaltung der Wohnung	:	0,4	-1,6	:	:	:	0,8	0,6	:	:	-0,1	:	1,7	:	:
Gesundheitspflege	:	1,2	0,6	:	:	:	-4,1	1,6	:	:	1,1	:	-1,1	:	:
Verkehr	:	-0,4	0,9	:	:	:	2,7	0,8	:	:	0,3	:	2,0	:	:
Nachrichtenübermittlung	:	3,2	8,8	:	:	:	10,2	11,7	:	:	12,4	:	14,7	:	:
Freizeit und Kultur	:	2,6	-0,2	:	:	:	-2,0	1,7	:	:	1,7	:	1,5	:	:
Bildungswesen	:	-0,9	-2,2	:	:	:	-2,2	-0,9	:	:	-2,2	:	1,5	:	:
Restaurants und Hotels	:	0,2	-2,8	:	:	:	0,2	0,0	:	:	-1,7	:	-1,1	:	:
Verschiedene Waren & Dienste	:	1,1	0,2	:	:	:	3,7	0,6	:	:	0,3	:	1,7	:	:

Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen - ESA95 - Gliederungen nach Wirtschaftsbereichen (theme2/brkdowns)

AUSGABENSTRUKTUR NACH DEM HAUSHALTSEINKOMMEN

Es ist bereits gezeigt worden, dass die Höhe der Ausgaben privater Haushalte deutlich mit der Höhe der Haushaltseinkommen zusammenhängt und wie aus Tabelle 1.16 zu ersehen ist, gilt dies auch für die Ausgabenstruktur⁸. Bei den Ausgabenkategorien, die als Grundbedarf angesehen werden können, Nahrungsmittel und Wohnung, nimmt der Anteil an den Gesamtausgaben mit steigendem Einkommen ab, wenn auch in den einzelnen Mitgliedstaaten in unterschiedlichem Maße. In Portugal lag der Anteil der Ausgaben für Nahrungsmittel in der niedrigsten Einkommensgruppe bei 36,7% der Gesamtausgaben, verglichen mit nur 13,4% in der höchsten Einkommensgruppe, während die entsprechenden Zahlen für Dänemark 15,5% bzw. 11,2% betragen. In den meisten Mitgliedstaaten lag der Anteil der Ausgaben für Nahrungsmittel in der höchsten Einkommensgruppe zwischen 50% und 65% des Anteils in der untersten Einkommensgruppe.

Inwieweit Verkehr als Notwendigkeit oder als Luxus angesehen werden kann, hängt von der Situation des einzelnen Haushalts ab. Tabelle 1.17 zeigt, dass, obwohl auf Verkehr in allen Mitgliedstaaten ein hoher Ausgabenanteil entfällt, die Bedeutung des Verkehrs an den Gesamtausgaben mit dem Einkommen steil zunimmt. In Finnland entfielen z. B. auf den Verkehr im Durchschnitt aller Haushalte 17% und reichte von nur 9,7% für das unterste bis 20,8% für das oberste Einkommensquintil.

(8) Für den gesamten folgenden Abschnitt über die Ausgabenstruktur nach dem Einkommen: IRL und A, nicht verfügbar; FIN, Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.

Tabelle 1.16: Ausgaben für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke als Anteil der gesamten Haushaltsausgaben, nach Einkommensquintilgruppen, 1999 (%)

	Erstes Quintil	Zweites Quintil	Drittes Quintil	Viertes Quintil	Fünftes Quintil
B	16,9	14,9	14,0	12,9	10,6
DK	15,5	14,8	13,7	12,8	11,2
D	15,5	13,5	12,1	10,8	8,2
EL	24,0	20,6	18,4	15,8	12,1
E	24,9	21,6	19,6	17,4	13,3
F (1)	20,7	19,2	17,5	15,3	12,8
IRL	:	:	:	:	:
I	25,1	22,4	20,1	18,0	14,0
L	14,2	12,5	10,5	9,3	7,5
NL	13,0	12,8	10,8	9,8	8,4
A	:	:	:	:	:
P (1)	36,7	30,3	25,4	21,2	13,4
FIN (2)	17,0	17,0	14,9	13,8	11,5
S	17,5	16,5	16,8	15,0	12,8
UK	15,1	12,9	11,3	10,2	7,6

(1) 1994.

(2) Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 1.17: Ausgaben für Verkehr als Anteil der gesamten Haushaltsausgaben, nach Einkommensquintilgruppen, 1999 (%)

	Erstes Quintil	Zweites Quintil	Drittes Quintil	Viertes Quintil	Fünftes Quintil
B	9,5	12,4	12,6	11,7	14,4
DK	9,1	10,2	15,1	16,4	15,6
D	8,5	10,4	11,4	12,7	17,9
EL	7,8	8,8	10,0	11,8	13,5
E	11,7	12,3	12,2	12,7	13,2
F (1)	10,7	12,3	13,6	15,5	17,0
IRL	:	:	:	:	:
I	12,1	12,4	13,1	14,1	15,3
L	13,5	15,0	14,3	15,5	16,9
NL	8,5	8,2	10,1	11,8	11,2
A	:	:	:	:	:
P (1)	7,1	11,1	14,7	16,3	18,9
FIN (2)	9,7	13,5	16,7	18,0	20,8
S	8,8	13,0	11,7	15,4	15,4
UK	9,3	9,4	12,9	13,8	17,1

(1) 1994.

(2) Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 1.18: Ausgaben für Bekleidung und Schuhe als Anteil der gesamten Haushaltsausgaben, nach Einkommensquintilgruppen, 1999 (%)

	Erstes Quintil	Zweites Quintil	Drittes Quintil	Viertes Quintil	Fünftes Quintil
B	4,8	4,5	5,5	6,2	5,6
DK	5,7	5,5	5,4	5,8	5,4
D	5,3	5,8	5,8	5,9	5,6
EL	7,2	7,9	8,5	8,6	9,4
E	7,2	7,7	7,6	7,5	7,2
F (1)	5,3	5,2	5,3	5,4	6,2
IRL	:	:	:	:	:
I	7,6	7,0	7,5	7,3	7,9
L	5,4	5,8	5,7	6,0	6,4
NL	5,6	5,3	6,1	6,0	6,4
A	:	:	:	:	:
P (1)	6,1	6,1	6,4	6,4	6,3
FIN (2)	4,1	4,2	4,6	4,6	5,2
S	5,5	5,2	5,3	4,4	5,8
UK	5,0	5,5	5,7	5,6	5,5

(1) 1994.

(2) Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 1.19: Ausgaben für Freizeit und Kultur als Anteil der gesamten Haushaltsausgaben, nach Einkommensquintilgruppen, 1999 (%)

	Erstes Quintil	Zweites Quintil	Drittes Quintil	Viertes Quintil	Fünftes Quintil
B	8,8	9,8	9,8	11,2	12,3
DK	11,7	10,6	10,4	11,2	11,9
D	10,8	11,8	12,0	12,1	12,2
EL	2,8	3,6	4,0	4,5	5,7
E	4,8	5,3	5,7	6,7	7,4
F (1)	6,0	6,7	7,4	7,9	8,6
IRL	:	:	:	:	:
I	5,0	5,6	6,2	6,4	7,3
L	7,0	8,0	8,8	9,2	9,4
NL	9,4	9,5	10,3	10,5	11,3
A	:	:	:	:	:
P (1)	2,5	2,6	2,9	3,8	4,6
FIN (2)	10,0	9,8	10,0	11,1	11,7
S	14,1	13,4	13,2	15,1	16,4
UK	10,8	12,4	13,2	13,8	14,6

(1) 1994.

(2) Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Ausgaben für Bekleidung und Schuhe andererseits, die ebenso als Grundbedarf angesehen werden können, variierten sowohl zwischen als auch innerhalb der Mitgliedstaaten nur wenig gemessen als Anteil an den Gesamtausgaben und lag für die Mehrheit der EU-Haushalte zwischen 5% und 8% (siehe Tabelle 1.18). Höhere Einkommensgruppen gaben für diese Posten in der Regel mehr aus.

Die Ausgaben für Luxusartikel gewannen mit steigendem Einkommen an Bedeutung. So stieg der Anteil von Freizeit und Kultur an den Gesamtausgaben mit dem Einkommen in allen Mitgliedstaaten außer in Dänemark, auch wenn die Steigerungsrate deutlich niedriger war als der Rückgang beobachtet bei Ausgaben für Nahrungsmittel (siehe Tabelle 1.19). In Griechenland gab die unterste Einkommensgruppe 2,8% ihres Gesamteinkommens für Freizeit und Kultur aus, verglichen mit 5,7% in der höchsten Einkommensgruppe. In Schweden lagen die entsprechenden Zahlen bei 14,1% bzw. 16,4%.

AUSGABENSTRUKTUR NACH DER ZUSAMMENSETZUNG DER HAUSHALTE

Die andere oben genannte Hauptdeterminante für die Ausgabenhöhe privater Haushalte war deren Zusammensetzung. Tabelle 1.20 zeigt, dass der Anteil der Ausgaben für das Wohnen für Single-Haushalte sehr viel höher war als für größere Haushalte, ein Hinweis auf die Skalenerträge, die mit größeren Wohneinheiten verbunden sein können. Auf der anderen Seite nahm der Anteil der Ausgaben für Nahrungsmittel, die in stärkerem Maße von der Anzahl der Haushaltsmitglieder bestimmt wird, bei größeren Haushalten eher zu (siehe Tabelle 1.21). Die Ausgaben für Bekleidung und Schuhe zeigten nur geringe Unterschiede zwischen Haushalten mit ein, zwei, drei oder mehr Erwachsenen, hatten aber in Haushalten mit Kindern fast immer einen größeren Anteil (siehe Tabelle 1.22).

Tabelle 1.20: Ausgaben für Wohnung, Wasser, Elektrizität, Gas und andere Brennstoffe als Anteil der gesamten Haushaltsausgaben, nach Haushaltstypen, 1999 (%)

	Single	Alleinerziehender mit abhängigen Kindern	Zwei Erwachsene	Zwei Erwach- sene mit abhängigen Kindern	Drei oder mehr Erwachsene	Drei oder mehr Erwachsene mit abhängigen Kindern	Unbekannt
B	35,4	28,3	27,3	22,1	25,1	21,5	:
DK	34,3	29,7	28,3	25,3	23,4	23,7	:
D	35,6	32,8	30,2	29,5	30,2	30,0	:
EL	29,0	23,6	25,5	19,8	19,7	18,8	:
E	43,1	31,7	33,2	26,0	25,9	22,6	:
F (1)	31,5	24,8	23,3	20,0	21,2	19,6	28,1
IRL (2)	38,9	26,0	27,0	20,3	20,0	16,5	:
I	33,0	23,0	27,2	21,2	23,9	21,0	:
L	34,5	28,3	27,3	25,3	27,3	23,4	:
NL	32,9	28,9	25,9	24,4	22,6	18,7	:
A	28,5	22,9	23,1	22,2	24,3	21,8	:
P (1)	28,4	22,8	22,9	18,6	21,6	15,5	26,5
FIN	34,6	32,1	27,7	24,6	25,6	23,8	:
S	30,6	33,8	26,7	23,7	23,2	22,7	:
UK	39,2	34,1	28,6	23,9	22,3	19,7	:

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 1.21: Ausgaben für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke als Anteil der gesamten Haushaltsausgaben, nach Haushaltstypen, 1999 (%)

	Single	Alleinerziehender mit abhängigen Kindern	Zwei Erwachsene	Zwei Erwach- sene mit abhängigen Kindern	Drei oder mehr Erwachsene	Drei oder mehr Erwachsene mit abhängigen Kindern	Unbekannt
B	11,0	13,4	13,1	14,2	15,7	14,3	:
DK	12,2	14,4	12,6	13,9	13,6	14,5	:
D	9,5	12,8	10,6	12,5	11,4	12,3	:
EL	13,1	13,9	18,3	16,0	17,2	18,1	:
E	15,7	15,6	18,8	17,1	19,6	19,9	:
F (1)	14,1	14,9	17,4	16,4	19,6	18,1	10,9
IRL (2)	12,6	18,1	14,3	16,2	13,4	16,4	:
I	18,9	19,0	19,0	18,9	19,2	19,7	:
L	8,0	9,5	9,4	10,6	11,7	12,1	:
NL	9,0	11,8	10,1	11,7	10,1	11,4	:
A	10,7	13,6	12,8	13,5	15,8	17,0	:
P (1)	19,2	21,7	24,6	19,8	20,4	22,7	18,5
FIN	13,0	16,1	13,6	14,9	16,1	15,4	:
S	14,3	15,4	14,7	16,5	15,3	19,3	:
UK	9,0	13,2	10,1	11,3	10,6	11,1	:

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 1.22: Ausgaben für Bekleidung und Schuhe als Anteil der gesamten Haushaltsausgaben, nach Haushaltstypen, 1999 (%)

	Single	Alleinerziehender mit abhängigen Kindern	Zwei Erwachsene	Zwei Erwach- sene mit abhängigen Kindern	Drei oder mehr Erwachsene	Drei oder mehr Erwachsene mit abhängigen Kindern	Unbekannt
B	3,5	6,4	4,5	6,7	4,6	4,8	:
DK	4,7	7,0	5,1	6,2	4,6	8,0	:
D	5,1	6,4	5,5	6,2	5,8	6,4	:
EL	7,8	9,0	8,1	9,3	8,1	9,0	:
E	6,9	7,8	6,9	8,0	7,1	7,3	:
F (1)	4,5	6,2	4,9	6,3	4,5	6,1	6,4
IRL (2)	3,6	6,0	4,2	6,5	6,4	7,8	:
I	6,4	8,4	6,6	8,6	7,0	7,9	:
L	4,3	5,9	5,9	6,5	6,0	6,8	:
NL	4,8	6,3	5,7	6,9	6,4	5,5	:
A	5,8	6,5	6,9	6,8	6,5	7,3	:
P (1)	6,1	7,1	5,3	6,6	6,3	6,5	4,3
FIN	4,5	5,3	3,7	5,7	3,3	4,2	:
S	5,0	6,1	4,8	5,6	5,1	5,3	:
UK	3,9	6,6	5,0	6,4	5,8	8,1	:

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 1.23: Ausgaben für Verkehr als Anteil der gesamten Haushaltsausgaben, nach Haushaltstypen, 1999 (%)

	Single	Alleinerziehender mit abhängigen Kindern	Zwei Erwachsene	Zwei Erwach- sene mit abhängigen Kindern	Drei oder mehr Erwachsene	Drei oder mehr Erwachsene mit abhängigen Kindern	Unbekannt
B	9,1	11,0	12,0	14,2	9,6	15,1	:
DK	10,2	9,2	15,7	15,1	20,3	15,1	:
D	10,4	10,1	13,9	14,3	15,8	15,7	:
EL	8,8	8,3	9,8	12,2	11,9	11,9	:
E	5,2	7,5	10,3	13,3	13,2	14,6	:
F (1)	10,5	14,2	14,5	15,8	15,6	15,5	16,2
IRL (2)	8,0	9,4	13,6	13,1	14,7	14,6	:
I	9,1	12,1	12,6	15,4	14,8	14,9	:
L	11,8	14,7	15,8	16,0	15,9	18,1	:
NL	8,9	7,7	10,8	10,2	13,6	16,1	:
A	13,0	10,2	14,0	15,3	14,3	17,4	:
P (1)	7,3	11,1	12,9	17,1	16,3	18,5	17,8
FIN	10,7	12,4	18,5	19,2	20,0	24,2	:
S	9,3	8,1	14,2	15,6	23,1	13,4	:
UK	12,0	6,8	14,0	14,8	14,9	13,9	:

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Singles, ob sie im Haushalt allein oder mit abhängigen Kindern wohnten, gaben einen geringeren Teil ihrer Ausgaben für Verkehr aus als andere Haushaltstypen. Dies war besonders deutlich im Vereinigten Königreich, wo Alleinerziehende nur 6,8% ihrer Gesamtausgaben für Verkehr aufwendeten, verglichen mit 13,9 bzw. 14,9% für Familien mit zwei oder mehr Erwachsenen. Dies lässt sich teilweise durch den Besitz und die Nutzung von mehr als einem Pkw in der Familie erklären (siehe Tabelle 1.23). Auch auf die Ausgaben für Freizeit und Kultur entfällt in der Regel in Single-Haushalten ein geringerer Einkommensanteil als auf größere Haushalte, obwohl die Unterschiede zwischen den verschiedenen Haushaltstypen nicht so deutlich sind.

AUSGABENSTRUKTUR AUSGEWÄHLTER BEVÖLKERUNGSSEGMENTE

Ältere Menschen

Wenn die Menschen älter werden, geben sie nicht nur weniger aus (siehe Tabelle 1.11 auf Seite 20), sondern es verändert sich auch ihre Ausgabenstruktur. In Haushalten mit einem Vorstand von über 59 Jahren entfällt ein sehr viel niedrigerer Ausgabenanteil auf den Verkehr (insbesondere auf den Kauf und Betrieb von Kraftfahrzeugen) als in Haushalten aller Altersgruppen. Diese Differenz lag 1999 zwischen 1,9 (Schweden) und 6,0 (Finnland) Prozentpunkten (siehe Tabelle 1.24). Auch Bekleidung und Schuhe, Freizeit und Kultur sowie Restaurants und Hotels spielten in der Ausgabenstruktur von Personen über 59 Jahren eine geringere Rolle. Andererseits stiegen die Bedeutung des Wohnens sowie der Gesundheitspflege.

Tabelle 1.24: Unterschied in der Ausgabenstruktur zwischen Haushalten mit Vorständen über 59 Jahren und allen Haushalten, 1999 (Differenz in Prozentpunkten im Vergleich zu allen Haushalten)

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	0,5	0,4	-0,6	3,1	2,9	2,5	1,3	2,4	1,5	0,8	1,9	4,1	2,3	0,7	1,6
Alkoholische Getränke und Tabak	0,2	0,4	-0,2	-0,5	-0,2	-0,2	-1,4	-0,1	-0,1	0,0	-0,4	0,1	-0,8	-0,2	-0,5
Bekleidung und Schuhe	-1,9	-1,2	-0,6	-1,4	-0,4	-1,4	-1,8	-1,5	-0,6	-0,7	-0,9	-0,6	-1,5	-0,6	-1,7
Wohnung, Wasser, Elektrizität, Gas, andere Brennstoffe	6,5	7,5	3,6	4,1	5,0	3,8	9,8	4,7	5,2	5,9	3,9	1,9	8,3	4,2	9,5
Hausrat & lfd. Instandhaltung der Wohnung	0,5	-0,9	0,2	0,2	0,1	-0,3	-0,1	-0,3	-1,0	0,2	0,0	-0,6	-0,7	-0,1	0,5
Gesundheitspflege	2,1	1,1	1,7	2,1	0,3	1,7	0,3	1,2	0,6	0,4	0,9	1,8	3,6	2,3	0,4
Verkehr	-4,9	-3,5	-3,2	-2,6	-4,0	-3,1	-3,0	-3,3	-3,9	-2,1	-4,0	-3,7	-6,0	-1,9	-3,0
Nachrichtenübermittlung	-0,2	0,0	-0,1	-0,2	0,2	0,1	0,0	0,1	-0,3	-0,1	-0,1	0,3	-0,3	-0,5	-0,2
Freizeit und Kultur	-1,0	-1,2	-0,1	-1,0	-1,3	-1,5	:	-1,3	-0,8	-1,2	-1,2	-0,7	-1,4	-0,1	-1,4
Bildungswesen	-0,5	-0,2	-0,3	-1,7	-0,9	-0,4	-0,8	-0,3	0,0	-1,0	-0,2	-0,7	-0,1	:	-1,1
Restaurants und Hotels	-0,6	-1,2	-0,3	-1,3	-1,8	-1,9	-1,6	-1,3	0,0	-1,0	-0,8	-1,9	-2,6	-1,7	-3,2
Verschiedene Waren & Dienste	-0,7	-1,2	0,2	-0,7	0,1	0,7	-1,3	-0,4	-0,5	-1,2	1,0	0,2	-0,8	-2,0	-0,8

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Haushalte mit Niedrigeinkommen

Haushalte aus dem untersten Quintil der Einkommensverteilung gaben im Allgemeinen zwischen 50% und 70% der Durchschnittsausgaben aller Haushalte aus. Portugal war eine Ausnahme von dieser Regel, wo Haushalte mit niedrigem Einkommen auf 37,1% des durchschnittlichen Ausgabenniveaus kamen (siehe Tabelle 1.8 auf Seite 18). Wenig überraschend ist die Ausgabenstruktur der Niedrigeinkommen-Haushalte auf Nahrungsmittel sowie Wohnen einschließlich Nebenkosten ausgerichtet (siehe Tabelle 1.25). Ein überdurchschnittlich hoher Anteil der Wohnausgaben entfällt auf Mietzahlungen, im Unterschied zur „unterstellten Miete“ (einer Schätzung der Miete, die der Eigentümer zahlen müsste, wenn er die Wohnung/das Haus gemietet hätte), was zeigt, dass in dieser Einkommensgruppe selbstgenutztes Wohneigentum weniger wahrscheinlich ist. Haushalte mit Niedrigeinkommen geben auch einen höheren Anteil der Gesamtausgaben für Tabak, nicht aber für alkoholische Getränke aus. Andererseits nehmen, wie in der Gruppe mit Haushaltsvorständen von über 59 Jahren, der Kauf und Betrieb von Kraftfahrzeugen in der Ausgabenstruktur einen der hinteren Ränge ein, so wie auch Freizeit und Kultur sowie Restaurants und Hotels.

Welchen Unterschied machen Kinder?

Tabelle 1.26 vergleicht die Ausgabenstruktur von 1999 für Haushalte mit zwei Erwachsenen mit oder ohne abhängigen Kindern. Daraus lassen sich einige allgemeine Schlussfolgerungen ziehen, obgleich diese auch auf andere Weise durch den Lebenszyklus beeinflusst werden (z. B. umfassen Haushalte mit zwei Erwachsenen junge Paare, die noch keine Kinder haben, sowie ältere Paare, deren Kinder nicht mehr abhängig sind).

Auf das Wohnen (einschließlich Nebenkosten) entfällt für Haushalte mit Kindern in allen Mitgliedstaaten ein geringerer Ausgabenanteil, so wie auch in geringerem Maße für die Gesundheitspflege. Ein höherer Anteil an den Ausgaben entfällt auf Bekleidung und Schuhe (außer in Österreich) und Verkehr (letzteres jedoch nicht in Dänemark, Irland und den Niederlanden). In den meisten Mitgliedstaaten ist der Ausgabenanteil für Nahrungsmittel in Haushalten mit Kindern höher als in kinderlosen Haushalten, in Portugal, Griechenland, Spanien, Frankreich und Italien ist er jedoch niedriger (in Portugal um 4,8 Prozentpunkte). Kinder haben auf den Ausgabenanteil für Restaurants und Hotels von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat unterschiedliche Auswirkungen. In fünf Mitgliedstaaten betrug der Unterschied weniger als 0,5 Prozentpunkte, während er in Portugal, Spanien, Frankreich und Griechenland für Haushalte mit Kindern um mehr als 1 Prozentpunkt höher, in den Niederlanden andererseits um 2 Prozentpunkte niedriger lag.

Tabelle 1.25: Unterschied in der Ausgabenstruktur zwischen Haushalten mit niedrigem Einkommen und allen Haushalten, 1999 (Differenz in Prozentpunkten im Vergleich zu allen Haushalten)

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL	I	L	NL	A	P (1)	FIN (2)	S	UK
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	3,6	2,4	4,4	7,4	6,6	4,5	:	6,1	4,1	2,5	:	15,5	2,8	2,1	4,6
Alkoholische Getränke und Tabak	0,6	0,7	1,1	1,6	1,0	0,7	:	0,6	0,9	0,4	:	1,7	1,0	0,7	1,8
Bekleidung und Schuhe	-0,6	0,2	-0,4	-1,4	-0,2	-0,3	:	0,1	-0,5	-0,4	:	-0,2	-0,5	0,3	-0,5
Wohnung, Wasser, Elektrizität, Gas, andere Brennstoffe	3,1	3,7	4,7	2,3	-2,3	4,8	:	-2,1	0,8	4,1	:	-2,8	5,5	4,3	4,1
Hausrat & lfd. Instandhaltung der Wohnung	-1,1	-1,7	-1,6	-1,6	-0,8	-1,8	:	-0,4	-1,1	-1,2	:	-0,9	-0,6	-1,4	-1,2
Gesundheitspflege	1,3	0,0	-1,3	0,0	0,1	-0,4	:	0,3	0,4	-0,4	:	2,5	0,2	-0,8	-0,3
Verkehr	-3,0	-5,1	-4,8	-3,4	-0,8	-3,8	:	-1,6	-1,9	-1,8	:	-8,6	-7,3	-4,6	-4,3
Nachrichtenübermittlung	0,5	1,0	1,0	0,1	-0,1	0,4	:	0,5	0,8	0,6	:	0,4	1,4	1,1	0,7
Freizeit und Kultur	-1,9	0,5	-1,1	-1,8	-1,4	-1,6	:	-1,3	-1,7	-1,0	:	-1,2	-0,8	-0,5	-2,6
Bildungswesen	-0,1	0,2	0,1	-0,9	-0,6	-0,1	:	0,0	0,1	0,8	:	-1,0	0,0	0,0	-0,3
Restaurants und Hotels	-1,2	-0,3	-1,2	-1,5	-0,4	-2,0	:	-1,8	-1,6	-2,4	:	-3,5	-0,4	0,7	-1,0
Verschiedene Waren & Dienste	-1,1	-1,8	-0,6	-0,9	-0,9	-0,6	:	-0,3	-0,1	-1,2	:	-1,7	-1,2	-1,9	-1,0

(1) 1994.

(2) Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 1.26: Unterschied in der Ausgabenstruktur zwischen Haushalten mit 2 Erwachsenen und Haushalten mit 2 Erwachsenen plus Kindern, 1999 (Differenz in Prozentpunkten im Vergleich zu Haushalten mit 2 Erwachsenen plus Kindern)

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	1,0	1,3	1,8	-2,3	-1,8	-1,0	1,9	-0,1	1,2	1,6	0,7	-4,8	1,3	1,8	1,3
Alkoholische Getränke und Tabak	-0,5	-1,6	0,5	-0,1	0,2	-0,2	-1,2	-0,1	-0,2	-0,6	-0,4	0,0	-0,4	-0,8	-0,4
Bekleidung und Schuhe	2,2	1,1	0,7	1,2	1,1	1,4	2,2	2,1	0,6	1,3	-0,1	1,3	2,0	0,8	1,4
Wohnung, Wasser, Elektrizität, Gas, andere Brennstoffe	-5,2	-3,0	-0,7	-5,7	-7,2	-3,3	-6,7	-6,0	-2,1	-1,5	-0,9	-4,3	-3,1	-3,1	-4,7
Hausrat & lfd. Instandhaltung der Wohnung	0,3	1,1	-0,7	-0,8	-0,3	1,1	0,3	-0,3	1,0	-0,1	0,4	0,5	-0,2	0,0	-0,3
Gesundheitspflege	-1,3	-1,3	-1,4	-1,3	-0,6	-1,3	0,0	-1,0	-0,5	-0,2	-0,6	-2,8	-2,1	-2,1	-0,5
Verkehr	2,2	-0,6	0,4	2,4	3,0	1,2	-0,5	2,8	0,2	-0,7	1,3	4,2	0,8	1,4	0,8
Nachrichtenübermittlung	0,4	-0,2	0,0	-0,3	-0,3	-0,3	-0,2	-0,1	0,2	0,0	0,4	-0,5	-0,1	0,3	0,1
Freizeit und Kultur	0,3	-0,4	-0,5	1,2	1,6	1,1	:	1,2	0,4	-0,1	-0,3	1,5	0,1	-1,2	-1,0
Bildungswesen	0,8	0,4	0,6	4,1	2,2	0,7	1,1	1,0	0,2	1,2	0,5	1,9	0,1	-0,2	2,2
Restaurants und Hotels	-0,7	0,0	-0,8	1,1	2,3	1,7	0,4	0,4	-0,7	-2,3	-0,9	3,4	0,4	-0,3	0,3
Verschiedene Waren & Dienste	0,5	3,3	0,2	0,4	-0,2	-1,1	2,0	0,1	-0,4	1,3	-0,1	-0,3	1,2	3,5	0,8

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

1.3 EINZELHANDELSSTRUKTUR, WERBUNG UND DIREKTMARKETING

Dieses Unterkapitel gibt einen Einblick in die Möglichkeiten, die den Verbrauchern im Hinblick auf das Wo und Wie des Einkaufs von Waren und Dienstleistungen zur Verfügung stehen. Im ersten Teil geht es um die Einzelhandelsstruktur und stellt dabei gegenüber: Einzelhandel in Verkaufsräumen jenem nicht in Verkaufsräumen, Facheinzelhandel dem Einzelhandel mit Waren verschiedener Art sowie Einzelhandel mit Nahrungsmitteln jenem mit Waren anders als Nahrungsmittel. Daran schließt sich eine Untersuchung einiger Einzelhandelsformen nicht in Verkaufsräumen an, wie der E-Commerce mit Verbrauchern (B2C). Das Unterkapitel schließt mit Informationen zu Werbung und Direktmarketing ab, zwei Techniken, die den Verkauf fördern sowie Verbraucherverhalten und -meinungen formen sollen.

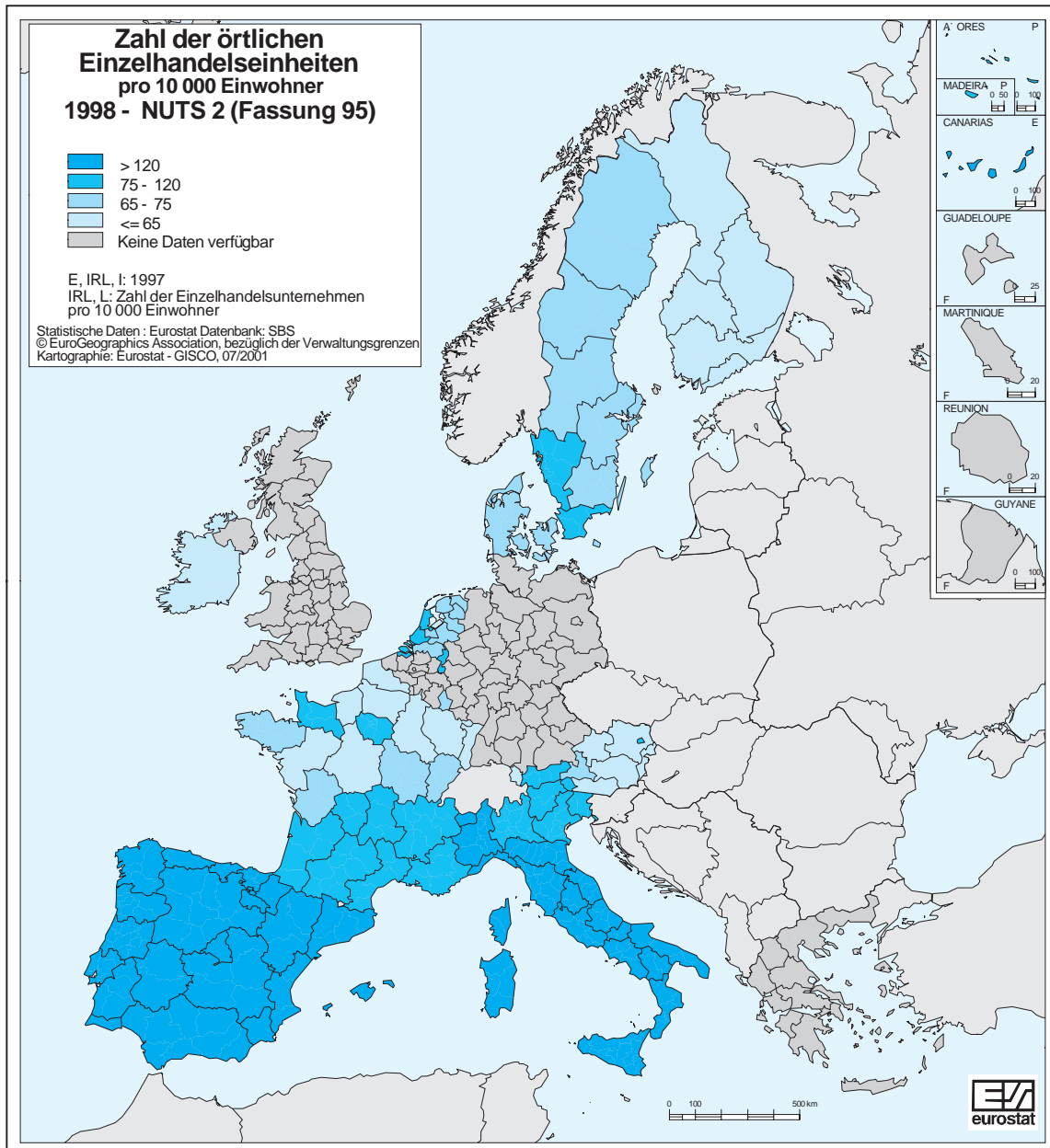


Tabelle 1.27: Einzelhandelsumsatz nach Tätigkeit, 1997 (%) (1)

	NACE Rev. 1	Anteil am gesamten Einzelhandels- umsatz	Anteil am Einzelhandels- umsatz von Nahrungsmitteln
Einzelhandel	52	100,0	100,0
Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen)	52.1	43,5	77,1
Hauptrichtung Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren	52.11	37,9	74,8
Sonstiges	52.12	5,6	2,3
Facheinzelhandel (in Verkaufsräumen)	52.2, 52.3, 52.4	49,8	19,5
Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren	52.2	6,7	17,4
Apotheken; Facheinzelhandel mit medizinischen, orthopädischen und kosmetischen Artikeln	52.3	7,2	0,4
Sonstiger Facheinzelhandel	52.4	35,9	1,7
Sonstiger Einzelhandel	52.5, 52.6, 52.7	6,7	3,4

(1) Die Daten umfassen DK, D, E, F, NL, P, UK und Norwegen; ohne NACE Rev. 1 52.12 und 52.3 für NL; ohne NACE Rev. 1 52.7 für D.
Quelle: Eurostat, Strukturelle Unternehmensstatistik (theme4/sbs)

1.3.1 DIE EUROPÄISCHE EINZELHANDELSSTRUKTUR EINZELHANDEL IM VERKAUFSRAUM

Nach Schätzungen für 1996 gab es in der EU annähernd 3 Mio. Einzelhandelsunternehmen (Abteilung 52 von NACE Rev. 1), davon 80% im Facheinzelhandel (Gruppen 52.2, 52.3 und 52.4) und 10% im Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (Gruppe 52.1). Der Rest handelte mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern, war nicht in Verkaufsräumen tätig oder führte Reparaturen aus. Daten für acht EU-Mitgliedstaaten zeigen, dass mehr als 99% der Einzelhandelsunternehmen weniger als 50 Beschäftigte hatten. Auf sehr kleine Unternehmen, mit weniger als 10 Beschäftigten, entfielen 1997 in Italien (60%) und Spanien (55%) mehr als die Hälfte des Einzelhandelsumsatzes, verglichen mit einem Viertel in Dänemark (26%), Österreich (27%), Finnland (27%), Frankreich (29%) und Schweden (29%) für 1998.

Eine spezielle Untersuchung basierend auf Daten für 1997 beschäftigte sich insbesondere mit den in Einzelhandelsunternehmen verkauften Produkten. Die Ergebnisse für acht europäische Länder⁹ zeigt, dass 77% der Nahrungsmittelprodukte im Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (wie Supermärkten) und 17% im Nahrungsmittelfacheinzelhandel verkauft wurden (siehe Tabelle 1.27). Umgekehrt wurden drei Viertel der sonstigen Produkte (anders als Nahrungsmittel) im Facheinzelhandel verkauft. Mehrere Produkte wurden vorwiegend, wenn nicht ausschließlich, im Facheinzelhandel verkauft, z. B. 94% der pharmazeutischen Produkte in Apotheken und 70% der Bekleidung im Bekleidungseinzelhandel (siehe Tabelle 1.28). Auf der anderen Seite wurden nur 11% der Bäckereiprodukte durch Bäckereien verkauft.

(9) DK, D, E, F, NL, P, UK und Norwegen.

Tabelle 1.28: Anteil am Facheinzelumsatz mit diesen Produkten, 1997 (%) (1)

Obst, Gemüse und Kartoffel	13,6
Fleisch, Fleischwaren, Geflügel und Wild	29,4
Fisch und Fischerzeugnisse	30,0
Backwaren und Süßwaren	11,1
Getränke	16,5
Tabakwaren	36,5
Sonstige Nahrungsmittel, einschließlich Milch und Milchprodukte	4,3
Pharmaka	94,1
Medizinische und orthopädische Produkte	39,6
Parfüms und Kosmetikprodukte	27,9
Textilien	23,4
Bekleidung	69,5
Schuhe und Lederwaren	65,9
Möbel und Hausrat	60,9
Elektrische Haushaltsgeräte, Radios und Fernseher	60,2
Metallwaren, Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf	67,5
Bücher, Zeitschriften, Schreibwaren	52,8

(1) Angeführte Daten umfassen DK, D, E, F, NL, P, UK und Norwegen.
Quelle: Eurostat, Strukturelle Unternehmensstatistik (theme4/sbs)

Tabelle 1.29: Die 30 weltweit bedeutendsten Lebensmittelhändler, 2000

	Land	Umsatz (§ Mio.)	Lebens- mittel- umsatz (%)	Aus- lands- umsatz (%)
Wal-Mart	US	199 096	39,8	17
Carrefour	F	64 791	71,0	48
Ahold	NL	52 471	91,1	82
Kroger	US	50 990	91,0	0
Metro	D	48 235	48,2	44
Albertson's	US	38 999	90,0	0
Kmart	US	38 531	36,0	0
Tesco	UK	34 400	86,5	10
Safeway	US	33 275	92,0	11
Rewe	D	33 193	73,4	20
Costco	US	32 905	41,0	15
Aldi	D	31 000	84,2	41
ITM Enterprises	F	30 600	82,3	31
Ito-Yokado	JP	30 235	46,0	30
Dalei	JP	28 296	35,0	1
Jusco	JP	26 678	49,0	9
Sainsbury	UK	25 603	90,0	15
Edeka	D	24 669	84,5	10
Tengelmann	D	24 432	65,0	49
Auchan	F	23 620	71,3	30
Leclerc	F	21 000	52,4	2
IGA (Supervalu)	US	20 812	75,0	25
Casino	F	19 049	75,0	24
Delhaize „Le Lion“	B	18 168	92,8	84
Mycal	JP	16 788	27,0	1
Lidl & Schwarz	D	16 477	83,4	30
Coles Myer	AU	14 604	57,0	1
Winn-Dixie	US	14 254	98,0	0
Marks & Spencer	UK	12 895	40,4	15
Safeway	UK	12 882	93,0	0

Quelle: M+M Planet Retail

Tabelle 1.30: Mediane Ausgaben für Online-Shopping pro Monat, 1999 (€ je regulären Nutzer des Online-Shoppings)

DK	117
D	73
E	59
F	76
IRL	42
I	78
FIN	84
S	37
UK	74

Quelle: E-commerce data report, Empirica, 2000; verfügbar unter <http://www.empirica.com>

INTERNATIONALISIERUNG DER EINZELHANDELSSTRUKTUR

Die nationalen Einzelhandelsmärkte innerhalb Europas wurden traditionell von einer Mischung aus lokalen Geschäften und landesweiten Ketten bedient. In den letzten Jahren, insbesondere im Verlauf der 90er Jahre, war eine Expansion von Gruppen aus EU-Ländern auf andere Märkte innerhalb der EU sowie nach Osteuropa zu beobachten.

Im Jahr 2000 verzeichneten die dreißig größten Lebensmitteleinzelhändler der Welt zusammen einen Umsatz von über €1 Bio.¹⁰. Diese Lebensmittelketten machten zusammen 10% des weltweiten Einzelhandelsmarktes aus. In letzter Zeit entstand auf dem EU-Einzelhandelsmarkt Wettbewerb durch das Auftreten von Gruppen von außerhalb der EU, insbesondere im Januar 1998 durch den weltweit größten Einzelhändler in Deutschland sowie im Juli 1999 im Vereinigten Königreich (siehe Tabelle 1.29).

EINZELHANDEL NICHT IM VERKAUFSRAUM

E-Commerce

Bei jeder Art von Schätzung zum Umfang des E-Commerce ist Vorsicht geboten, da Versuche, entsprechende Informationen mit Unternehmenserhebungen zu erfassen, unter der Einschränkung überholter Erhebungsrahmen und der Verschiedenheit der Definitionen, die auf den E-Commerce angewendet werden können, leiden. International harmonisierte und vergleichbare Statistiken in diesem Bereich sind dünn gesät (jedoch wird intensiv daran gearbeitet). Nach der allgemeinen Arbeitsdefinition von E-Commerce schließt dieser alle Waren und Dienstleistungen ein, die über computerbasierte Netze (wie das Internet) bestellt werden; die Zahlung und/oder Lieferung der Produkte kann, muss aber nicht über ein solches Netz erfolgen.

In einer Zusammenstellung privater Quellen, veröffentlicht in einem OECD-Bericht vom Juni 2000, wurde der EU-weite E-Commerce mit Verbrauchern (B2C) für 1999 auf einen Wert von über €3,3 Mrd. geschätzt (siehe Tabelle 1.31). In Schweden, dem Land mit der höchsten Durchdringungsrate in der EU, machte dies noch immer weniger als 1% des gesamten Einzelhandelsumsatzes aus. Trotz seines geringen Umfangs ist diese Art von Einzelhandel wegen seines exponentiellen Wachstums von besonderem Interesse, wobei die meisten Mitgliedstaaten zwischen 1998 und 1999 ein Wachstum von mehr als 150% und einige einen verdreifachten Umsatz registrierten.

In Tabelle 1.32 ist die Nutzung des Internet für die Bestellung von Waren und Dienstleistungen dargestellt, entsprechend dem Bericht von Empirica über E-Commerce für zehn EU-Länder¹¹. Von den ausgewählten Produkten bestellten Verbraucher Tickets (Eintrittskarten, Übernachtungen oder Reisen) am häufigsten über das Internet. Weitere Informationen über andere Verwendungen des Internet werden in Unterkapitel 6.3 gegeben.

(10) M+M Planet Retail.

(11) B, EL, L, A und P wurden nicht erfasst.

Tabelle 1.31: E-Commerce mit Verbrauchern (B2C), Hauptindikatoren

	Wert der Transaktionen, 1999 (§ Mio.)	Wachstumsrate des Transaktionswerts (1999/98) (%)	Durchdringungsrate, Anteil am Einzelhandelsumsatz (%)	Zahl der Käufer, Ende 1998 (Tsd.)	Zahl der Käufer als Anteil an den Internetnutzern (%)	Zahl der Käufer als Anteil an der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter (%)
B	77	447	0,16	90	11	1,3
DK	43	237	0,20	90	8	2,5
D	1 125	216	0,30	1 370	13	2,4
EL	:	:	:	30	11	0,4
E	66	200	0,06	220	11	0,9
F	324	231	0,14	310	8	0,8
IRL	:	:	:	40	13	1,6
I	182	158	0,09	360	12	0,9
NL	171	226	0,34	320	13	3,0
A	90	226	0,23	120	13	2,2
P	66	200	0,06	50	11	0,7
FIN	48	173	0,22	160	10	4,7
S	218	184	0,68	260	10	4,6
UK	976	300	0,37	970	11	2,5

Quelle: OECD Sekretariat, Boston Consulting Group, Warburg Dillon Reed in E-commerce: impacts and policy challenges von Jonathan Coppel, 23. Juni 2000

Tabelle 1.32: Anteil der Personen, die Onlinedienste zur Bestellung ausgewählter Produkte nutzen, 1999 (%) (1)

		DK	D	E	F	IRL	I	NL	FIN	S	UK
Eintrittskarten	Reguläre Nutzer	2,4	0,8	0,3	1,6	0,5	0,4	0,8	1,9	4,2	1,3
	Gelegenheitsnutzer	2,3	2,8	0,9	3,4	1,0	1,5	2,9	3,3	4,5	1,8
Computersoftware und -hardware	Reguläre Nutzer	2,5	2,0	0,2	0,8	1,1	0,8	1,9	3,2	2,2	1,9
	Gelegenheitsnutzer	3,1	3,4	0,9	2,4	1,5	1,3	3,4	3,0	2,6	3,3
Bücher und audiovisuelle Medien	Reguläre Nutzer	2,5	1,1	0,8	2,5	1,4	0,8	3,4	3,1	2,8	2,5
	Gelegenheitsnutzer	3,4	3,1	1,3	2,9	2,3	1,1	3,0	1,9	7,1	3,3
Nahrungsmittel, Bekleidung, Gebrauchsgüter	Reguläre Nutzer	0,8	0,0	0,0	1,8	0,4	0,1	0,4	0,8	1,0	0,4
	Gelegenheitsnutzer	0,9	1,2	0,2	2,7	0,6	0,2	1,7	1,4	2,6	1,2
Buchung von Urlaub, Hotelunterkunft	Reguläre Nutzer	3,5	1,0	0,0	3,7	1,6	0,8	1,7	2,1	2,9	1,7
	Gelegenheitsnutzer	3,7	2,9	0,3	5,2	1,4	0,9	2,5	1,7	3,7	1,9
Sonstige Güter und Dienste	Reguläre Nutzer	2,7	1,3	0,3	1,2	0,9	1,0	1,5	0,2	2,7	1,1
	Gelegenheitsnutzer	1,1	1,1	0,3	3,0	1,1	1,3	2,3	3,9	3,6	1,9
Bestellung bezahlter Onlinedienste	Reguläre Nutzer	1,6	0,8	0,4	1,0	1,5	0,7	1,7	2,5	0,8	1,1
	Gelegenheitsnutzer	1,9	1,1	0,4	3,0	0,9	1,0	0,6	2,1	0,5	2,1
Herunterladen kostenpflichtiger Informationen	Reguläre Nutzer	4,1	1,9	1,0	1,5	2,8	0,8	5,5	1,3	0,7	3,0
	Gelegenheitsnutzer	3,1	2,9	1,6	2,3	2,4	1,4	6,5	1,9	2,3	3,7
Leisten von Zahlungen	Reguläre Nutzer	2,1	0,8	0,2	3,7	2,0	0,9	4,0	4,6	1,0	3,2
	Gelegenheitsnutzer	2,2	1,7	0,6	4,2	1,5	1,4	3,0	1,7	1,9	4,0

(1) Daten für fehlende Länder nicht verfügbar.

Quelle: Empirica, E-commerce data report (population survey), 2000

Tabelle 1.33: Anteil des Versandhandels am Gesamteinzelhandelsumsatz (%) (1)

	Jahr	Anteil
D (2)	1998	5,5
UK	1998	3,6
A	1998	3,0
F	1998	2,6
S	1998	2,1
B	1998	1,4
NL (3)	1995	1,4
FIN	1998	1,4
DK	1998	0,9
IRL	1997	0,8
E	1997	0,7
I	1997	0,4
P	1998	0,3

(1) Anteil der NACE Rev. 1 Klasse 52.61 an Abteilung 52; Daten für fehlende Länder nicht verfügbar.

(2) Einzelhandel, ohne Reparatur.

(3) Einzelhandel, ohne Apotheken.

Quelle: Eurostat, Strukturelle Unternehmensstatistik (theme4/sbs)

Tabelle 1.34: Durchschnittswert des Direktverkaufs, 1999 (€ per Einwohner)

UK	24,7
D	23,1
FIN	19,0
F	18,7
EU-15 (1)	17,1
A	16,1
E	15,1
I	13,1
S	12,4
B	8,1
NL	7,5
L	6,3
P (2)	5,8
EL (2)	5,7
DK	5,5
IRL	5,0

(1) EL und P, 1998.

(2) 1998.

Quelle: FEDSA (Federation of European Direct Selling Associations); verfügbar unter <http://www.fedsa.be>

Versandhäuser

Tabelle 1.33 macht deutlich, dass Versandhäuser einen wichtigen Anteil am Einzelhandelsumsatz in Deutschland, dem Vereinigten Königreich, Österreich und Frankreich haben. Eine längere Zeitreihe von EMOTA (European Mail Order and Distance Selling Trade Association) für zwölf Mitgliedstaaten¹² zeigt, dass Versandhausverkäufe in der EU in jedem Jahr zwischen 1992 und 1998 stabil geblieben oder gewachsen sind, wobei die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate über den gesamten Zeitraum 4% betrug.

Direktverkauf

Nach Schätzungen von FEDSA (Federation of European Direct Selling Associations) tätigte jeder Europäer 1999 im Durchschnitt Direkteinkäufe in Höhe von €17,1. Die höchsten wertmäßigen Einkäufe pro Einwohner registrierten das Vereinigte Königreich (€24,7) und Deutschland (€23,1), dieselben Länder, in denen auch die größte Bereitschaft zur Nutzung des Versandhandels bestand (siehe Tabelle 1.34).

Nach einem von PricewaterhouseCoopers für FEDSA erstellten Bericht¹³ waren die gängigsten Produktkategorien im Direktverkauf 1998 entweder Haushalts- (z. B. Reinigungsmittel) oder persönliche Güter (z. B. Kosmetika), in Spanien dagegen Bücher (siehe Tabelle 1.35).

Derselbe Bericht nennt als Hauptgründe für Käufe per Direkthandel im Vereinigten Königreich den Bedarf an einem bestimmten Produkt, dessen Reiz, Zweckmäßigkeit oder das Verhältnis von Preis zu Wert. Auf die Frage nach dem Hauptgrund verwiesen Männer und Jugendliche zumeist darauf, für ihr Geld etwas zu bekommen, während Frauen und ältere Personen den Hauptvorteil des Direktkaufs in der Zweckmäßigkeit der Produkte und deren hohem Reiz sahen (siehe Tabelle 1.36).

(12) EL, IRL und L wurden nicht erfasst.

(13) Socio-economic impact of the direct selling industry in the European Union, Zusammenfassung verfügbar unter <http://www.fedsa.be>; Erhebung durchgeführt in D, E, F, I, S und UK.

Straßenmärkte

In der statistischen Systematik der Wirtschaftszweige (NACE Rev. 1) werden Verkaufsstände und Märkte in Klasse 52.62 zusammengefasst. Den Daten der Tabelle 1.37 lässt sich entnehmen, dass dieser Wirtschaftszweig in Italien, Spanien und Frankreich einen signifikant höheren Anteil am Einzelhandelsumsatz hatte als z. B. in den nordischen Ländern.

Märkte in Frankreich

INSEE veröffentlichte im März 1999 einen Bericht¹⁴ über den Typ von Verkaufsstellen, die in Frankreich für den Kauf von Nahrungsmitteln genutzt werden. Daten für 1998 zeigen, dass 29% der Haushalte in Frankreich mindestens einmal pro Woche einen Markt (oder einen Verkaufswagen) aufsuchten, verglichen mit 83% für Verbraucher- oder Supermärkte, während 12% der Verbraucher mindestens zwei Mal pro Woche auf einen Markt gingen. Fast 50% der Marktkunden waren über 60 Jahre, gegenüber nur 4% unter 30.

Tankstellen

Europia (European Petroleum Industry Association) schätzt den Einzelhandelsumsatz mit Benzin in der EU 1998 auf 238 Mio. m³, das etwas mehr als 630 Liter pro Einwohner entsprach. Fast drei Viertel (74%) dieses Umsatzes entfielen auf Tankstellen, die von den größeren Marken beliefert werden, 5% auf Super- und Verbrauchermärkte und ein Fünftel (21%) auf andere Lieferanten.

Tankstellen im Vereinigten Königreich

Zwischen 1990 und 1998 veränderte sich der Benzineinzelhandel des Vereinigten Königreichs signifikant, was direkte Auswirkungen auf den Verbraucher gehabt hat. Die wichtigste Veränderung war die zunehmende Aktivität von Supermärkten. In den 90er Jahren wuchs der Anteil der Supermärkte von 5% auf etwas über 25% des gesamten Benzinabsatzes. Ihren Kostenvorteil aufgrund von Skalenerträgen gaben sie häufig, oder zumindest teilweise, an den Verbraucher weiter.

(14) INSEE premiere N° 636, März 1999; methodologische Anmerkung: Die Erhebung wurde im Juni 1998 durchgeführt und es mag durchaus einen saisonalen Effekt gegeben haben, der zu einer Überschätzung der Bedeutung der Märkte geführt hat.

Tabelle 1.35: Direktverkauf nach Produktkategorien, 1998
(% des Gesamtwertes)

	D	E	F	I	S	UK
Dienste	4	0	7	3	0	14
Familie	9	59	15	22	18	18
Haushalt	51	16	25	34	30	23
Gesundheit	0	2	7	7	25	6
Persönlich	13	23	21	17	27	35
Sonstiges	23	0	25	17	0	4

Quelle: Socio-economic impact of the direct selling industry in the European Union, PriceWaterhouseCoopers für FEDSA (Federation of European Direct Selling Associations); verfügbar unter <http://www.fedsa.be>

Tabelle 1.36: Verbraucherhaltung im Vereinigten Königreich gegenüber dem Direktverkauf - Hauptgründe für Käufe über den Direktverkauf (%) (1)

	Gesamt	Männ- Weib-		Alter			
		lich	lich	16-34	35-54	55-64	>65
Produktbedarf und Reiz	77	60	85	75	85	71	75
Zweckmäßigkeit	71	50	83	68	69	71	88
Wert für Geld	64	80	56	79	54	43	50
Angebote Dienste	39	30	44	39	23	43	63
Image des Unternehmens	20	30	14	21	23	29	0
Image des Verkäufers	18	20	17	11	23	29	25

(1) Die Befragten wurden gebeten, drei Hauptgründe zu wählen.

Quelle: Socio-economic impact of the direct selling industry in the European Union, PriceWaterhouseCoopers für FEDSA (Federation of European Direct Selling Associations); verfügbar unter <http://www.fedsa.be>

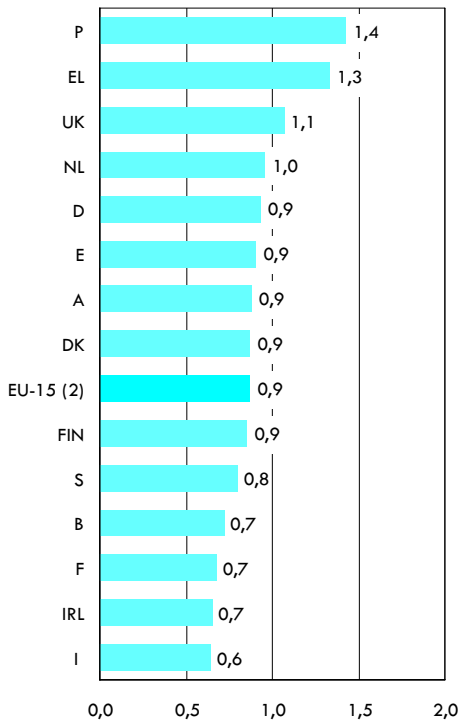
Tabelle 1.37: Anteil der Straßenmärkte am Gesamteinzelhandelsumsatz (%) (1)

	1997	1998
B	0,8	0,9
DK	0,1	0,1
E	1,3	:
F	1,2	1,2
IRL	0,0	:
I	2,4	:
A	0,1	0,1
P	0,7	0,5
FIN	0,1	0,1
S	0,1	0,1
UK	0,2	0,1

(1) Anteil der NACE Rev 1 Klasse 52.62 an Abteilung 52; Daten für fehlende Länder nicht verfügbar.

Quelle: Eurostat, Strukturelle Unternehmensstatistik (theme4/sbs)

Abbildung 1.10: Werbeausgaben als Prozentsatz des BIP, 1999 (%) (1)



(1) Keine Bereinigung unterschiedlicher Erhebungsmethoden, weshalb die Zahlen nicht immer direkt vergleichbar sind; L, nicht verfügbar.

(2) Ohne L.

Quelle: Western European Market and Mediafact, Zenithmedia

1.3.2 WERBUNG UND DIREKTMARKETING

Werbung und Direktmarketing sind Techniken, mit denen der Verbraucher in seiner Wahl beeinflusst werden soll. Sie helfen Meinungen und Verhalten zu formen und Kaufwünsche zu wecken. Die Daten dieses Abschnitts stammen aus nicht-offiziellen Quellen, und es muss darauf hingewiesen werden, dass sie möglicherweise auf unterschiedliche Methodologien basieren. Außerdem überlappen sich Werbung und Direktmarketing zu einem gewissen Grad, so dass es durchaus möglich ist, dass in den angeführten Daten einige Doppelzählungen enthalten sind.

WERBUNG

Ausgaben für Werbung bewegten sich in der EU 1999 zwischen 0,6% (Italien) und 1,4% (Portugal) des BIP (siehe Abbildung 1.10). Die Gesamtausgaben für Werbung wurden für die EU 1999 auf €68,9 Mrd., oder €184 pro Einwohner, geschätzt.

Zur Kategorisierung der Werbetätigkeit gibt es viele Möglichkeiten. Eine Unterscheidung kann zwischen Marken- und Produktwerbung oder zwischen regelmäßiger Werbung (um die Aufmerksamkeit aufrechtzuerhalten) und speziellen Einzelkampagnen (für die Markteinführung) gemacht werden. Unabhängig davon, welche angewandt wird, ein breites Spektrum von Unternehmen nutzt Werbung, um seine Waren und Dienstleistungen zu fördern (z. B. von der Einzelhandelsgruppe bis zum Produzenten, vom Finanzdienstleister bis hin zum Reisebüro).

Den Werbekunden eine Vielzahl von Medien zur Verfügung steht, obwohl im letzten Jahrzehnt eine zunehmende Bewegung weg von der Werbung in den Massenmedien hin zu zielgerichteter Werbung zu beobachten war. Dennoch bleiben landesweite Tageszeitungen und kommerzielle Fernsehstationen die beliebtesten Medien zur Verbreitung von Werbung und zur Erhöhung der Verbraucherwahrnehmung (siehe Tabelle 1.38). Das breite Spektrum der Medien, das Werbekunden zur Verfügung steht, erlaubt es ihnen, Nischenmärkte zu erreichen und die Werbung dem Verbraucherprofil nach Alter, Geschlecht, Tätigkeit und Einkommensgruppe so weit wie möglich anzupassen. Die Werbekunden stellen dabei die Kosten, eine große Zahl von Verbrauchern zu erreichen, der Wahrscheinlichkeit gegenüber, dass sie die richtige Zielgruppe ansprechen (siehe Tabelle 1.39).

Tabelle 1.38: Aufgliederung der gesamten Werbeausgaben nach Medium, 1999 (Anteil an Gesamtausgaben, %) (1)

	Gesamtwerbeausgaben (§ Mio.)	Tageszeitungen	Kommerzielles Fernsehen	Zeitschriften	Außenwerbung	Kommerzielles Radio	Kino
EU-15 (2)	68 932	36,1	30,9	20,7	6,3	5,2	0,8
B	1 674	23,6	41,3	14,8	9,5	9,2	1,5
DK (3)	1 418	51,9	17,1	3,9	24,9	1,8	0,5
D	18 457	44,2	23,4	24,0	3,7	3,8	0,9
EL	1 557	17,2	41,2	25,6	10,9	4,6	0,5
E	5 038	30,4	41,7	13,4	4,3	9,3	0,8
F	9 190	17,7	29,2	33,4	11,9	7,0	0,7
IRL	570	48,2	30,4	3,5	8,5	8,6	0,9
I	7 003	22,6	52,8	14,8	4,1	5,3	0,6
L	:	:	:	:	:	:	:
NL	3 537	48,2	17,1	25,7	3,2	5,4	0,4
A	1 728	31,5	24,6	27,7	6,9	8,8	0,5
P	1 453	11,2	57,6	14,6	8,7	7,3	0,5
FIN	1 023	56,5	20,1	16,7	3,2	3,4	0,2
S	1 786	55,6	21,8	14,1	4,5	3,5	0,4
UK	14 497	39,6	32,6	17,2	5,4	4,1	1,1

(1) Keine Bereinigung unterschiedlicher Erhebungsmethoden, weshalb die Zahlen nicht immer direkt vergleichbar sind.

(2) Ohne L.

(3) Außenwerbung schließt freie Zeitschriften, Verzeichnisse, jährliche Erscheinungen und Fachpresse ein.

Quelle: Western European Market and Mediafact, Zenithmedia

Tabelle 1.39: Kosten und Reichweite von Werbung, 1999 (€)

	Meistgesehener kommerzieller Fernsehkanal (1)		Am weitesten verbreitete nationale Tageszeitung (2)		Meistgehörter kommerzieller Radiosender (3)	
	Kosten eines 30 s-Werbepots zur Hauptsendezeit	Kosten, um 1 000 Einwohner zu erreichen	Kosten einer ganzseitigen Schwarz-Weiß-Anzeige	Kosten, um 1 000 Einwohner zu erreichen	Kosten eines 30 s-Werbepots zur Hauptsendezeit	Kosten, um 1 000 Einwohner zu erreichen
B	8 087	13,0	17 848	23,3	1 934	3,6
DK	11 701	19,6	15 026	19,8	941	3,8
D	39 197	13,2	232 732	20,8	5 150	3,4
EL	4 850	7,3	4 298	41,0	614	5,5
E (4)	18 029	5,1	13 672	9,4	5 171	3,6
F	56 307	9,7	67 000	32,4	7 119	3,0
IRL	3 809	9,6	20 316	31,6	1 417	3,2
I	60 000	8,9	85 272	31,1	5 120	3,6
L	:	:	:	:	:	:
NL	5 197	5,8	35 800	15,6	1 455	3,1
A	8 396	12,5	22 333	7,9	2 793	2,7
P	14 608	11,6	5 739	8,1	873	3,0
FIN	6 307	9,6	14 397	11,6	310	2,2
S	11 013	14,1	11 544	15,0	849	5,1
UK	80 380	11,5	55 837	5,8	1 834	3,5

(1) B: VTM; DK: TV2; D: RTL; EL: Mega; E: TVE1; F: TF1; IRL: RTE1; I: Rai 1; NL: NL 1; A: ORF 1; P: SIC; FIN: MTV3; S: TV4; UK: ITV.

(2) B: Het Laaste Nieuws; DK: Jyllandsposten; D: Bild; EL: Ta Nea; E: El Pais; F: Le Parisien; IRL: Irish Independent; I: Corriere Della Sera; NL: De Telegraaf; A: Kronen Zeitung; P: Jornal de Noticias; FIN: Helsingin Sanomat; S: Aftonbladet; UK: The Sun.

(3) B: Radio 2; DK: Nordisk Radio Reklame; D: Funk Combi Nord; EL: Sky; E: Ser; F: RTL; IRL: RTE Radio 1; I: Rai Radio 1; NL: Sky Radio; A: ORF Regional; P: Renascença Canal 1; FIN: Radio Nova; S: Radiobokningen; UK: Classic FM.

(4) Kosten eines 20-Sekunden-Fernsehwerbespots.

Quelle: Western European Market and Mediafact, Zenithmedia

DIREKTMARKETING

FEDMA (Federation of European Direct Marketing) definiert Direktmarketing als „als Teil des kommerziellen Kommunikationssektors... welcher Produkte im Fernverkauf vertreibt, Kundenbetreuung bietet, Geld beschafft, Kunden über Angebote informiert (Sonderangebote), usw.“ Als solches ist dieser Wirtschaftszweig ein Hybrid, der Elemente von Werbung, Einzelhandel, Kundendatenmanagement und Kundendienst einschließt.

Das Direktmarketing kann folgendermaßen klassifiziert werden: Direktwerbung (jede Art von Werbematerial, die einem Kunden auf dem Postweg zugestellt wird), Teleservices (mit Hilfe des Telefons zur Absatzförderung oder zur Aufrechterhaltung von Kundenkontakten) oder Direct Response Advertising (über verschiedene Medien verbreitete Werbeeinschaltungen mit Möglichkeit einer Antwort, z. B. mit Coupons, kostenlosen Rufnummern oder Internet-Adressen).

Nach Schätzungen von FEDMA erreichte Direktmarketing in der EU 1999 einen Gesamtwert von €42,1 Mrd., oder €116,5 pro Einwohner. Das Land mit den meisten Sendungen in der EU waren 1999 die Niederlande, wo jeder Einwohner durchschnittlich 669 Direktwerbungen erhielt (davon 577 unadressiert). Im Nachbarland Belgien erhielt jeder Einwohner im Durchschnitt 107 adressierte Sendungen, die höchste Zahl in der EU. Am anderen Ende der Skala erhielt jeder Spanier im Durchschnitt nur zwei unadressierte und jeder Portugiese durchschnittlich 19 adressierte Sendungen. Ein schneller Zuwachs war Ende der 90er Jahre beim Online- (Internet-) und Telefonmarketing zu verzeichnen, obwohl diese Form des Direktmarketing in den meisten Mitgliedstaaten noch abgeschlagener Zweiter hinter der Direktwerbung ist, mit Ausnahme jener Länder mit einer hohen Internet-Durchdringungsrate wie die Niederlande (siehe Tabelle 1.40).

Tabelle 1.40: Überblick über Ausgaben für und Umfang des Direktmarketings pro Kopf, 1999

	Umfang je Einwohner (Stück)			Ausgaben je Einwohner (€)		
	Adressiert	Unadressiert	Gesamt	Direktwerbung	Teleservices	Gesamt
EU-15 (1)	67,1	223,5	290,6	72,9	43,6	116,5
B	106,6	:	106,6	64,0	:	64,0
DK	49,3	350,8	400,2	71,3	:	71,3
D	78,0	188,9	267,0	102,2	31,2	133,4
EL	:	:	:	:	:	:
E	21,7	1,6	23,3	55,3	11,0	66,3
F	70,0	307,2	377,2	99,1	10,1	109,2
IRL	27,0	59,0	86,0	14,2	7,5	21,6
I	:	:	:	:	:	:
L	:	:	:	:	:	:
NL	92,0	577,1	669,1	136,3	323,8	460,1
A	83,3	447,7	531,0	136,0	:	136,0
P	18,9	63,7	82,6	4,2	:	4,2
FIN	98,8	214,7	313,5	89,0	:	89,0
S	68,4	318,7	387,1	79,7	:	79,7
UK	73,0	:	73,0	53,8	76,3	130,1

(1) Durchschnitt der verfügbaren Länder.

Quelle: 2000 Survey on Direct Marketing Activities in the European Union, FEDMA (Federation of European Direct Marketing)

1.4 PREISE UND INDIREKTE STEUERN

Der erste Teil dieses Unterkapitels beschäftigt sich mit der Frage, warum es in der EU unterschiedliche Preise geben kann, sowie mit der Inflationsrate. Ein Teil des Preises eines Produktes, mitunter ein signifikanter Teil, besteht aus indirekten Steuern (Mehrwertsteuer, Verbrauchsabgaben oder andere Steuern), womit sich der zweite Teil dieses Unterkapitels beschäftigt.

1.4.1 PREISE

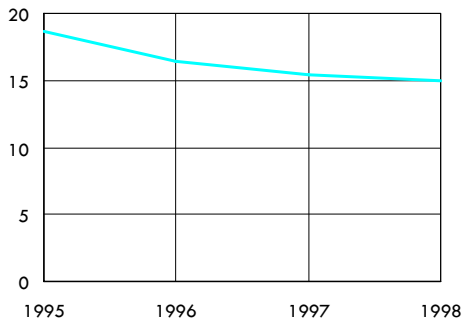
Ein Preis gibt an, wie viel ein Käufer für ein Gut zu bezahlen hat. Die Veränderungsrate für Preise von Waren und Dienstleistungen spiegelt die Preisinflation wider, mit der sich Verbraucher konfrontiert sehen. Verbraucher dürften sich nicht nur für steigende oder fallende Preise interessieren, sondern auch für Preisvergleiche zwischen verschiedenen Anbietern, z. B. zwischen verschiedenen Einzelhandelstypen (Supermärkte, „Tante Emma“-Läden oder E-Commerce) oder zwischen geographischen Regionen oder Ländern. Dieses Interesse kann sich aus einer abstrakten Perspektive ergeben, in der die eigenen Lebenshaltungskosten mit denen einer Person in einem anderen Land verglichen werden, oder auch aus dem praktischen Zweck heraus, um günstigere Einkaufsmöglichkeiten zu ermitteln. Das Verbraucherinteresse an günstigeren Preisen gilt entweder für größere, unregelmäßige Käufe wie einen Pkw (was eine spezielle Reise rechtfertigen mag) oder kleineren Schnäppchen, die auf einer Urlaubsreise oder einer gelegentlichen Einkaufsfahrt ins Nachbarland erworben werden. Methodologische Anmerkungen zur Erfassung von Preisindizes, des harmonisierten Verbraucherpreisindex und von Scannerdaten (zum Preisvergleich über die Zeit und zwischen verschiedenen Märkten) sind am Ende dieser Publikation zu finden.

PREISSTREUUNG - WARUM GIBT ES IN DER EU FÜR JEDES PRODUKT NICHT EINFACH NUR EINEN PREIS?

Die Preise der Produkte in verschiedenen Ländern könnten durch einfache Umrechnung in eine gemeinsame Währung auf der Basis üblicher Wechselkurse miteinander verglichen werden. Die Einführung des Euro (€) wird den Verbrauchern helfen, grenzüberschreitende Vergleiche innerhalb der Eurozone anzustellen. Ein Vergleich auf der Grundlage von Kaufkraftstandards (KKS)¹⁵ und der daraus resultierenden Preisindizes (PNIs) gibt jedoch die relativen Preisunterschiede zwischen den Ländern genauer wieder. In der Praxis können sich Verbraucher nur selten das Land aussuchen, in dem sie ihre regelmäßigen Einkäufe von Waren und Dienstleistungen tätigen.

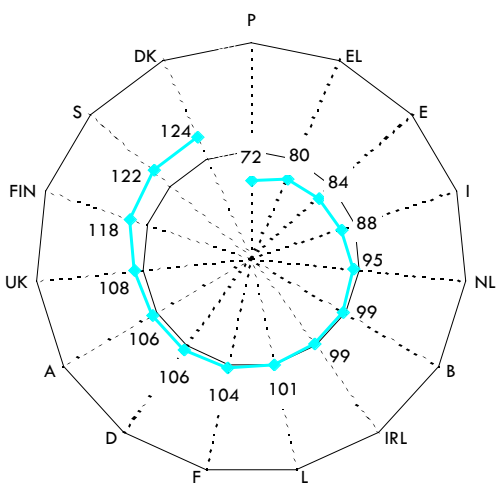
(15) Zur Erläuterung von KKS siehe methodologische Anmerkungen auf Seite 283.

Abbildung 1.11: Preisstreuung, Standardabweichung des Preisniveauindex für den privaten Verbrauch in der EU (%)



Quelle: Eurostat, Preisniveauindizes (theme2/price)

Abbildung 1.12: Preisniveauindizes für den privaten Verbrauch, 1998 (EU-15=100)



Quelle: Eurostat, Preisniveauindizes (theme2/price)

Die Schaffung des Binnenmarktes zum 1. Januar 1993 war von einer nationalen Grenzen überschreitenden Preiskonvergenz begleitet. Trotz des seit mehreren Jahren bestehenden Binnenmarktes gibt es immer noch unterschiedliche Preisniveaus zwischen den Mitgliedstaaten. 1998 variierte das Preisniveau für den privaten Endverbrauch in der EU, gemessen an Preisniveauindizes, von 72% des EU-Durchschnitts in Portugal bis 124% in Dänemark (siehe Abbildung 1.12). Zwischen 1995 und 1998 war eine Konvergenz des relativen Preisniveaus zwischen den EU-Mitgliedstaaten zu beobachten (siehe Abbildung 1.11). Diese Entwicklung dürfte sich innerhalb der Eurozone noch verstärken, da mit der Einführung der gemeinsamen Währung eine größere Preistransparenz erwartet wird.

Aus einer Reihe von Gründen wird es in der EU auch weiterhin Preisunterschiede geben. Dazu gehören Unterschiede in der Besteuerung, Transport- und Informationskosten, regionale und nationale Präferenzen, unterschiedliche Einzelhandelsstrukturen und Ausmaß des Marktwettbewerbs. Das relative Preisniveau des Verbrauchs privater Haushalte von Waren und Dienstleistungen ist Tabelle 1.41 zu entnehmen. Diese zeigt niedrige Preise in einer Gruppe südeuropäischer Länder (Portugal, Griechenland, Spanien und Italien), ein relatives Preisniveau nahe dem EU-Durchschnitt (von 100) in einer großen Gruppe bestehend aus den Niederlanden, Belgien, Irland, Luxemburg, Frankreich, Deutschland, Österreich und dem Vereinigten Königreich sowie ein hohes Preisniveau in den drei nordischen Ländern.

Größere Preiskonvergenz bei Waren als bei Dienstleistungen

Die Preisstreuung kann anhand der Standardabweichung der Preisindizes in den fünfzehn Mitgliedstaaten gemessen werden. Die Ergebnisse für 1998 und die vorläufigen Ergebnisse für 1999 zeigen, dass diese Unterschiede in der Regel bei Waren niedriger als bei Dienstleistungen und generell für Gebrauchs- und Halbverbrauchsgüter niedriger sind als für Verbrauchsgüter. Dies wird aus einem Blick auf die Preisniveaus für Verkehr oder bestimmte Nahrungsmittel und Getränke in Tabelle 1.41 deutlich.

Waren und Dienstleistungen, die der Regulierung unterliegen, tendierten ebenfalls zu einer größeren Preisstreuung, da die Märkte möglicherweise gegen Wettbewerb geschützt und die Preise unabhängig von den Marktbedingungen festgelegt werden (z. B. Heizung und Beleuchtung). Produkte mit einer starken nationalen (oder regionalen) Präferenz dürften ebenfalls eine breite Preisstreuung zeigen.

Tabelle 1.41: Preisniveauindizes, 1998 (EU-15=100) (1)

	B	DK	D	EL	E	F	IRL	I	L	NL	A	P	FIN	S	UK
Privater Verbrauch	99	124	106	80	84	104	99	88	101	95	106	72	118	122	108
Nahrungsmittel, Getränke, Tabak	100	131	101	83	78	103	111	96	94	93	104	77	120	126	114
Nahrungsmittel	102	129	106	85	83	107	99	98	106	94	108	82	110	118	99
Brot und Mehlwaren	98	138	110	81	99	108	99	92	102	84	112	72	125	130	89
Fleisch	103	132	117	68	74	110	90	94	111	108	108	72	100	112	97
Fisch	111	110	114	91	84	107	91	101	108	90	130	114	83	107	94
Milch, Käse und Eier	111	104	87	99	88	106	115	109	96	91	97	89	104	108	109
Speisefette und Öle	109	133	110	109	81	107	95	96	114	84	121	86	121	125	100
Obst, Gemüse, Kartoffeln	96	134	107	78	80	108	109	97	116	91	104	74	114	124	110
Sonstige Nahrungsmittel	98	139	95	112	88	101	96	104	97	92	110	108	126	125	97
Getränke	96	132	88	92	65	91	146	87	85	96	95	67	165	150	146
Alkoholfreie Getränke	105	165	101	92	65	78	125	79	84	96	87	90	135	140	144
Alkoholische Getränke	93	123	85	91	66	96	154	92	86	97	98	64	173	153	147
Tabakwaren	90	141	96	70	60	94	137	95	69	87	92	65	124	153	172
Bekleidung und Schuhe	114	97	109	102	92	96	84	90	115	104	110	85	98	102	107
Bekleidung einschließlich Reparaturen	113	92	106	101	93	97	84	92	113	102	108	85	96	101	107
Schuhe einschließlich Reparaturen	119	119	122	109	92	94	88	84	123	114	122	86	108	104	109
Bruttomieten, Heizung und Beleuchtung	101	125	128	71	77	111	104	70	125	91	100	46	127	126	100
Bruttomieten	102	119	135	72	75	113	111	63	142	91	100	33	139	136	106
Heizung und Beleuchtung	99	155	107	72	86	107	85	107	85	96	106	113	91	98	86
Waren und Dienstleistungen für das Haus	97	107	101	88	91	103	93	99	105	96	103	77	93	109	106
Möbel, Bodenbeläge einschl. Reparaturen	88	91	101	93	101	96	111	114	101	99	92	96	83	95	95
Haushaltstextilien einschl. Reparaturen	127	94	107	87	85	112	110	87	122	111	112	64	79	97	124
Haushaltsgeräte einschl. Reparaturen	103	111	104	88	88	103	96	90	103	91	123	82	109	109	106
Sonst. Waren & Dienstleist. für das Haus	96	129	100	85	88	108	82	93	107	91	108	74	104	133	112
Gesundheitsausgaben	90	128	106	63	103	100	99	100	111	76	121	99	132	148	99
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	97	130	97	71	84	103	104	88	86	105	109	89	112	113	120
Private Verkehrsmittel	89	171	92	120	95	98	119	92	88	112	94	120	128	100	119
Kostenaufwand für private Verkehrsmittel	96	120	96	72	77	104	94	90	89	102	116	78	111	122	126
Fremde Verkehrsleistungen	97	117	114	44	79	114	100	73	81	109	98	60	113	143	118
Nachrichtenübermittlung	134	86	100	83	89	98	119	91	81	97	140	114	89	94	112
Unterhaltung, Bildung und Kultur	103	115	97	90	97	106	93	104	95	89	107	79	119	118	99
Waren für Unterhaltungszwecke	99	116	94	98	98	109	101	98	97	86	97	90	122	113	103
Dienstleist. für Unterhaltung & Kultur	114	103	97	75	92	107	82	109	93	89	116	70	104	111	101
Bücher, Zeitschriften und Zeitungen	99	144	104	115	105	95	96	104	90	103	97	78	144	147	82
Bildungswesen	108	116	97	88	103	109	93	109	97	90	111	80	119	118	98
Verschiedene Waren & Dienste	97	135	102	86	87	106	92	90	96	101	107	70	121	135	110
Restaurants, Gaststätten und Hotels	100	140	105	95	88	102	86	92	100	98	101	68	122	138	112
Sonstige Güter und Dienste	94	131	98	72	85	112	103	87	91	102	118	72	121	130	107

(1) Fett steht für das Land mit dem niedrigsten Preisniveau; blau steht für das Land mit dem höchsten Preisniveau.

Quelle: Eurostat, Kaufkraftparitäten (theme2/price)

Verbleibende Preisunterschiede spielen für Verbraucher eine Rolle

Die Ergebnisse aus zwei Piloterhebungen, bei denen Preisdaten mit Hilfe von Strichkodesegeräten erfasst wurden, sind von der Generaldirektion der Europäischen Kommission für Binnenmarkt analysiert worden¹⁶. Erhoben wurden frische Nahrungsmittel und Unterhaltungselektronik.

Die Analyse zeigt, dass es innerhalb der EU nach wie vor erhebliche Preisunterschiede gibt. Diese Preisunterschiede waren erheblich größer für Verbrauchs- (z. B. frische Lebensmittel) als für Gebrauchsgüter (z. B. Unterhaltungselektronik), wie in diesem Unterkapitel bereits anhand der Preisniveauintizes gezeigt wurde. Die Analyse zeigt ferner, dass unterschiedliche Mehrwertsteuersätze nicht Hauptursache der Preisstreuung waren. Auch bei Preisen ohne Mehrwertsteuer wurden große Unterschiede zwischen Mitgliedstaaten festgestellt.

Die Erhebungen erlauben einen Vergleich der regionalen Preisstreuung innerhalb der Mitgliedstaaten wie auch der Preisstreuung zwischen den Mitgliedstaaten. Die Ergebnisse ergaben, dass für Erzeugnisse der Unterhaltungselektronik die Preisunterschiede zwischen den Mitgliedstaaten in der Regel dreimal größer waren als die regionalen Preisunterschiede innerhalb der Mitgliedstaaten.

Diese Preisunterschiede spielen für Verbraucher eine Rolle. Für einen Korb aus Fernsehern und Videorekordern ergibt sich unter der Annahme, Verbraucher können diese Geräte immer im Land mit den niedrigsten Preisen kaufen, dass spanische Verbraucher nicht weniger als 20% sparen könnten. Im Durchschnitt könnten Verbraucher in der EU rund 12% sparen.

(16) Binnenmarktzeiger Nr. 8, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Binnenmarkt, Mai 2001, verfügbar unter http://europa.eu.int/comm/internal_market/de/update/score/score8.htm

Tabelle 1.42: Relative Preisindices, 1999 (Länderdurchschnitt für jede Produktgruppe = 100) (1)

		B	DK	D	EL	E	F	IRL	I	L	NL	A	P	FIN	S	UK
Zahnpasta	PE	94	:	102	108	76	88	109	101	:	101	101	76	95	124	126
Haarshampoo	PE	88	107	82	:	76	100	126	83	:	125	98	91	112	:	111
Butter	G	98	127	87	:	121	99	77	124	:	84	102	98	79	:	102
Mehl	G	:	114	116	:	87	118	:	144	:	63	117	75	72	66	126
Gemahlener u. Bohnenkaffee	G	82	87	80	129	54	107	178	75	:	69	:	98	87	108	145
Marmelade	G	80	154	100	:	79	:	81	88	:	65	119	142	119	97	75
Vollmilch (ultrahocherhitzt)	G	65	:	75	:	78	121	:	126	:	64	113	84	137	106	133
H-Milch (ultrahocherhitzt)	G	90	:	97	:	82	103	:	123	:	88	:	80	139	99	:
Olivenöl	G	126	:	94	81	51	108	113	69	:	89	118	58	166	127	:

(1) Die Tabelle zeigt für eine Auswahl an Supermarktprodukten das Preisniveau in jedem Mitgliedsstaat, verglichen mit dem einfachen EU-Durchschnitt. Die verwendeten Preise sind nationale Jahresdurchschnittspreise. Die für die Berechnungen verwendete Datenbank enthält zwei Preise für jedes Produkt, je einen für die gängige Packungsgröße sowie für eine einheitliche Packungsgröße (über Länder hinweg). Die Berechnungen beruhen jeweils auf dem (nach Mengen) gewichteten Durchschnittspreis. Bei den paneuropäischen Produkten (mit PE gekennzeichnet) wird das Länderpreisniveau einer ausgewählten Marke gemessen. Bei den generischen Produkten (mit G gekennzeichnet) wird der Durchschnittspreis aller generischen Produkte in einem Land berechnet.
 Quelle: Generaldirektion Binnenmarkt der Europäischen Kommission (Scannerdaten), basierend auf Daten von AC Nielsen

VERBRAUCHERPREISINFLATION

Preisveränderungen sind mit Vorsicht zu betrachten. Bei Preisen, die in einer gemeinsamen Währung wie dem Euro angegeben werden, können Veränderungen aus realen Veränderungen in den zugrundeliegenden Preisen oder aufgrund von Bewegungen in den Wechselkursen entstehen.

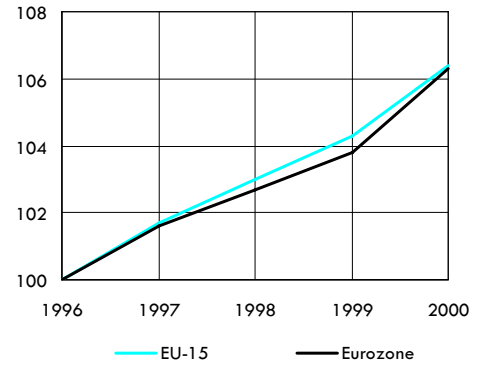
Der harmonisierte Gesamtverbraucherpreisindex (Gesamtindex) erhöhte sich zwischen 1996 und 2000 sowohl in der EU als auch in der Eurozone um fast 6,5% (siehe Abbildung 1.13). In der Eurozone waren die Preise bis 1999 langsamer angestiegen, doch ein Anstieg von 2,3% im Jahre 2000 (verglichen mit 2,1% in der EU) hat die absoluten Wachstumsraten für den Vierjahreszeitraum einander angenähert.

Die Inflation in den Vereinigten Staaten war zwischen 1996 und 2000 durchweg höher als in der EU, die ihrerseits, mit Ausnahme von 1997, durchweg höhere Inflationsraten hatte als Japan (siehe Tabelle 1.43). Japan verzeichnete im Jahre 2000 das zweite Jahr in Folge einen Rückgang des jährlichen Verbraucherpreisindex (Deflation), was das erste Mal war, seit Einführung der aktuellen Zeitreihe im Jahr 1971.

Fallende Preise bei Waren und Dienstleistungen der Nachrichtenübermittlung

Dienstleistungen, bei denen die Preise am meisten bzw. am wenigsten gestiegen sind. Zwischen 1996 und 2000 stiegen die Preise für Leistungen des Bildungswesens in der EU um 15,7%, während sie sich für alkoholische Getränke und Tabak um 13,9%, Gesundheitspflege um 12,1%, Hotels und Restaurants um 11,1% und Verkehr um 10,0% erhöhten (siehe Tabelle 1.44). In den übrigen sieben Abteilungen ergaben sich über diesen Zeitraum entweder Preissteigerungen um weniger als 10% oder, wie im Falle der Nachrichtenübermittlung, einen Preisrückgang (-10,4%). Ein genauerer Blick auf die Daten der Nachrichtenübermittlung ergibt, dass die Preise in dieser Abteilung zwischen 1996 und 2000 in jedem Jahr rückläufig waren, in den Jahren 1999 und 2000 um mehr als 4% pro Jahr.

Abbildung 1.13: Entwicklung des harmonisierten Gesamtverbraucherpreisindex (1996=100)



Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Tabelle 1.43: Harmonisierter Verbraucherpreisindex, Wachstumsraten für den Gesamtindex (%)

	1996	1997	1998	1999	2000
EU-15	2,4	1,7	1,3	1,2	2,1
Eurozone	2,2	1,6	1,1	1,1	2,3
B	1,8	1,5	0,9	1,1	2,7
DK	2,1	1,9	1,3	2,1	2,7
D	1,2	1,5	0,6	0,6	2,1
EL	7,9	5,4	4,5	2,1	2,9
E	3,6	1,9	1,8	2,2	3,5
F	2,1	1,3	0,7	0,6	1,8
IRL	2,2	1,2	2,1	2,5	5,3
I	4,0	1,9	2,0	1,7	2,6
L	1,2	1,4	1,0	1,0	3,8
NL	1,4	1,9	1,8	2,0	2,3
A	1,8	1,2	0,8	0,5	2,0
P	2,9	1,9	2,2	2,2	2,8
FIN	1,1	1,2	1,4	1,3	3,0
S	0,8	1,8	1,0	0,6	1,3
UK	2,5	1,8	1,6	1,3	0,8
JP (1)	0,1	1,8	0,6	-0,3	-0,7
US (1)	3,0	2,3	1,6	2,2	3,4

(1) Daten sind für nationale Verbraucherpreisindizes (VPIs) gegeben, die streng genommen nicht mit den harmonisierten Indizes vergleichbar sind.

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price); Statistics Bureau & Statistics Center, Ministry of Public Management, Home Affairs, Posts and Telecommunications (JP); Bureau of Labor Statistics (US)

Tabelle 1.44: Entwicklung des harmonisierten Verbraucherpreisindex (1996=100)

	EU-15					Eurozone				
	1996	1997	1998	1999	2000	1996	1997	1998	1999	2000
Gesamtindex	100,0	101,7	103,0	104,3	106,4	100,0	101,6	102,7	103,8	106,3
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	100,0	100,8	102,3	102,6	103,5	100,0	100,9	102,3	102,5	103,6
Alkoholische Getränke und Tabak	100,0	103,9	107,5	111,0	113,9	100,0	103,5	106,2	108,8	111,1
Bekleidung und Schuhe	100,0	100,8	101,4	101,6	101,2	100,0	101,0	102,0	103,0	103,8
Wohnung, Wasser, Elektrizität, Gas und andere Brennstoffe	100,0	102,7	103,9	105,5	109,6	100,0	102,8	103,8	105,3	109,8
Hausrat & lfd. Instandhaltung der Wohnung	100,0	101,0	102,1	102,8	103,4	100,0	100,9	102,0	103,0	104,0
Gesundheitspflege	100,0	104,1	107,6	110,0	112,1	100,0	104,6	108,7	111,2	113,1
Verkehr	100,0	102,1	102,8	104,9	110,0	100,0	101,5	101,8	103,8	109,4
Nachrichtenübermittlung	100,0	98,7	97,9	93,9	89,6	100,0	98,6	97,7	93,4	89,4
Freizeit und Kultur	100,0	101,3	102,1	102,5	103,2	100,0	101,3	102,2	102,6	103,2
Bildungswesen	100,0	103,4	107,4	111,5	115,7	100,0	102,2	104,8	107,4	110,4
Restaurants und Hotels	100,0	102,5	105,3	108,0	111,1	100,0	102,1	104,3	106,6	109,5
Verschiedene Waren & Dienste	100,0	101,9	103,3	105,2	107,3	100,0	101,5	102,3	103,9	106,1

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Tabelle 1.45 zeigt die Klassen, in denen die Preise im Zeitraum von 1996 bis 2000 am schnellsten gestiegen sind, und Tabelle 1.46 jene Positionen mit fallenden oder am wenigsten gestiegenen Preisen. Gebrauchs- und Halbverbrauchsgüter, insbesondere Elektronikgüter, dominieren die Liste der Positionen mit fallenden Preisen. Nahe der Spitze dieser Liste stehen zwei Klassen, die die Abteilung Nachrichtenübermittlung ausmachen, nämlich Telefon- und Telefaxgeräte sowie -leistungen. Interessant ist auch, dass Elektrizität, ein Produkt, dessen Markt im Laufe des betrachteten Zeitraums in vielen Ländern liberalisiert wurde, das einzige Energieprodukt auf der Liste ist. Sowohl Erdgas (dessen Markt ebenfalls liberalisiert wurde), flüssige Brennstoffe und Wärmeenergie tauchen alle in Tabelle 1.45 mit den höchsten Preissteigerungen auf. Diese Tabelle enthält ausschließlich Dienstleistungen und Verbrauchsgüter.

VERBRAUCHERPREISINFLATION ZWISCHEN 1996 UND 2000

Eine Analyse der Veränderungsdaten des Gesamtverbraucherpreisindex für die einzelnen Mitgliedstaaten (siehe Tabelle 1.43) zeigt, dass die Inflationsrate in Griechenland zwischen 1996 und 2000 durchweg über dem EU-Durchschnitt lag, sich aber diesem Durchschnitt immer mehr genähert hat. Die Inflationsraten der anderen vierzehn EU-Mitgliedstaaten wichen zwischen 1997 und 2000 etwas voneinander ab. Irland (2,5%), Spanien (2,2%) und Portugal (2,2%) hatten 1999 die höchsten Inflationsraten. Im Jahre 2000 erhöhte sich die Inflationsrate in allen EU-Mitgliedstaaten mit Ausnahme des Vereinigten Königreichs.

Wie die Verbraucher in Griechenland sahen sich auch jene in Italien, Spanien und Portugal zwischen 1996 und 2000 im Vergleich zum EU-Durchschnitt durchweg höheren Inflationsraten gegenüber, während Deutschland, Frankreich, Österreich und Schweden in der Regel, wenn nicht über den gesamten Zeitraum hinweg, niedrigere Inflationsraten hatten. Für Verbraucher in den Benelux-Ländern, Dänemark, Finnland und Irland haben sich die Inflationsraten von Werten unter dem EU-Durchschnitt (1996) auf solche über dem EU-Durchschnitt (2000) bewegt, während im Vereinigten Königreich eine Bewegung in Gegenrichtung registriert wurde.

Tabelle 1.45: Entwicklung des harmonisierten Verbraucherpreisindex in der EU für Positionen mit den höchsten Preisanstiegen zwischen 1996 und 2000 (1996=100)

		1996	1997	1998	1999	2000
Flüssige Brennstoffe	Verbrauchsgut	100,0	100,6	88,0	97,2	138,8
Kraft- und Schmierstoffe für private Verkehrsmittel	Verbrauchsgut	100,0	104,3	102,1	107,8	125,5
Tabakwaren	Verbrauchsgut	100,0	106,5	112,2	117,4	122,6
Müllabfuhr	Dienstleistung	100,0	105,6	111,5	115,0	118,3
Personenverkehr in See- und Binnenschifffahrt	Dienstleistung	100,0	104,4	105,1	108,4	117,2
Wärmeenergie	Verbrauchsgut	100,0	105,3	103,9	100,6	116,4
Fisch und Seelebensmittel	Verbrauchsgut	100,0	102,9	109,1	112,6	116,1
Bildungswesen	Dienstleistung	100,0	103,4	107,4	111,5	115,7
Reparatur von Haushaltsgeräten	Dienstleistung	100,0	104,5	108,1	111,9	115,2
Pauschalreisen	Dienstleistung	100,0	103,5	107,1	109,6	115,1
Versicherungen im Zusammenhang mit dem Verkehr	Dienstleistung	100,0	102,7	101,9	107,5	114,6
Dienstleistungen für den Haushalt, Vermietung von Hausrat	Dienstleistung	100,0	104,1	107,5	110,6	114,5
Beherbergungsleistungen	Dienstleistung	100,0	102,8	106,4	109,7	114,5
Abwasserbeseitigung	Dienstleistung	100,0	105,7	109,6	113,7	114,0
Straßenpersonenverkehr	Dienstleistung	100,0	103,3	106,2	108,8	112,2
Freizeit- und Sportdienstleistungen	Dienstleistung	100,0	103,7	106,3	109,4	112,1
Kombinierter Personenverkehr	Dienstleistung	100,0	103,5	106,8	108,8	111,9
Gas	Verbrauchsgut	100,0	104,8	103,9	102,1	111,8
Sonstige Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Wohnung	Dienstleistung	100,0	103,4	106,1	108,8	111,6
Wasserversorgung	Verbrauchsgut	100,0	103,6	107,1	110,0	111,5

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Tabelle 1.46: Entwicklung des harmonisierten Verbraucherpreisindex in der EU für Positionen mit fallenden Preisen oder den niedrigsten Preisanstiegen zwischen 1996 und 2000 (1996=100)

		1996	1997	1998	1999	2000
Datenverarbeitungsgeräte	Gebrauchsgut	100,0	89,4	76,7	65,0	58,2
Telefonapparate und Telefaxgeräte	Gebrauchsgut	100,0	92,2	84,3	79,6	75,1
Empfangs-, Aufzeichnungs- und Wiedergabegeräte für Ton und Bild	Gebrauchsgut	100,0	95,8	91,9	86,9	82,2
Foto-, Kino- und optische Geräte	Gebrauchsgut	100,0	94,9	90,2	86,4	83,8
Telefon- und Telefaxdienste	Dienstleistung	100,0	97,8	95,9	90,5	86,4
Speisefette und Öle	Verbrauchsgut	100,0	93,8	91,2	93,1	92,3
Haushaltsgroßgeräte und elektrische Haushaltskleingeräte	(Halb-)Gebrauchsgut	100,0	99,2	98,5	97,4	95,7
Aufzeichnungsmedien	Gebrauchsgut	100,0	99,8	99,8	98,1	96,4
Elektrizität	Verbrauchsgut	100,0	99,2	99,0	98,6	97,2
Sportgeräte und Ausrüstungen für Camping und Erholung im Freien	Halbgebrauchsgut	100,0	99,5	99,2	99,0	98,6
Spiel- und Hobbywaren	Halbgebrauchsgut	100,0	100,7	101,3	100,6	98,7
Schmuck und Uhren	Gebrauchsgut	100,0	99,8	99,1	98,5	99,4
Ersatzteile und Zubehör	Halbgebrauchsgut	100,0	100,0	99,7	99,9	99,9
Neue und gebrauchte Fahrzeuge	Gebrauchsgut	100,0	100,0	101,2	100,7	100,3
Bekleidungsartikel	Halbgebrauchsgut	100,0	100,8	101,2	101,3	100,4
Werkzeuge und andere Gebrauchsgüter für Haus und Garten	(Halb-)Gebrauchsgut	100,0	100,3	100,3	100,2	100,4
Medizinische und paramedizinische Dienstleistungen	Dienstleistung	:	:	:	:	101,1
Milch, Käse und Eier	Verbrauchsgut	100,0	100,4	100,8	100,5	101,2
Sonstige Versicherungen	Dienstleistung	:	:	:	:	101,4
Pharmazeutische Erzeugnisse	Verbrauchsgut	100,0	101,2	99,3	100,4	101,5

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Preise für Bekleidung und Schuhe steigen und fallen quer durch die EU

Eine Analyse der Inflationsraten der einzelnen Mitgliedstaaten auf der Ebene der Abteilungen zeigt, dass es (zwischen 1996 und 2000) bei Bekleidung und Schuhen, Gesundheitspflege sowie alkoholischen Getränken und Tabak beträchtliche Preisunterschiede gab (siehe Tabelle 1.47). Besonders hohe Preissteigerungen wurden für Bekleidung und Schuhe in Griechenland erfasst (20%), wohingegen die Preise in Irland (-21%), dem Vereinigten Königreich (-18%) und Dänemark (-12%) fielen. Die Preise für Gesundheitspflege fielen erheblich in Griechenland (-13%), während sie am stärksten in Italien stiegen (23%). Die kräftigsten Preisanstiege für alkoholische Getränke und Tabak verzeichneten Spanien (27%), Griechenland (26%) und Irland (25%), verglichen mit dem niedrigsten Anstieg von 4% in Österreich. Die fallenden Preise in der Nachrichtenübermittlung zwischen 1996 und 2000 in der gesamten EU resultierten aus einer Preisreduzierung in jedem Mitgliedstaat, welche von -17% in Irland und -16% in Deutschland bis -1% in Spanien reichte.

PREISTRENDS IN DER EU

Von den Schlüsselpunkten dieses Abschnitts scheint der Typ des Produkts (sei es eine Dienstleistung oder eine bestimmte Warenkategorie) im Hinblick auf unterschiedliche Preisniveaus zwischen Mitgliedstaaten und das Ausmaß der Preisveränderungen von besonderer Bedeutung zu sein. Fallende Preise und die geringsten Unterschiede in den Preisniveaus der Länder ergaben sich für eine Anzahl von Gebrauchs- und Halbgebrauchsgütern. Zu den Produkten dieser Kategorien gehören Haushaltsgeräte (z. B. Kühl- oder Gefrierschränke), Telefonapparate, Fernseher, Radios, Videorekorder, Datenverarbeitungsgeräte sowie elektrische Geräte zur Körperpflege.

Tabelle 1.47: Absolute Veränderung des harmonisierten Verbraucherpreisindex, 1996 bis 2000 (%)

	B	DK	D	EL	E	F	IRL	I	L	NL	A	P	FIN	S	UK
Gesamtindex	6,4	8,3	4,9	15,8	9,7	4,4	11,5	8,4	7,3	8,2	4,5	9,4	7,0	4,8	5,6
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	4,8	6,4	0,6	13,8	4,1	5,9	12,3	3,3	7,2	6,0	4,1	8,4	3,9	4,0	0,7
Alkoholische Getränke und Tabak	9,3	7,4	6,7	26,1	26,9	14,0	24,6	11,7	10,9	12,5	4,3	15,6	7,8	13,2	22,2
Bekleidung und Schuhe	0,2	-12,0	1,3	19,5	8,9	0,6	-21,3	9,8	3,2	3,3	-1,3	-3,7	-0,7	3,0	-17,7
Wohnung, Wasser, Elektrizität, Gas, andere Brennstoffe	11,3	16,4	9,6	13,1	11,8	4,0	11,2	14,7	12,2	17,3	9,0	11,7	10,8	4,9	6,7
Hausrat & lfd. Instandhaltung der Wohnung	3,3	6,1	1,3	16,3	8,6	2,5	11,6	7,3	5,9	5,6	2,2	8,6	2,5	0,9	-1,5
Gesundheitspflege	3,2	4,9	6,1	-13,3	10,5	7,4	21,0	22,5	14,9	6,8	2,9	15,2	8,5	9,7	11,6
Verkehr	12,2	11,9	10,0	13,3	12,1	6,8	15,6	9,3	9,4	10,9	7,8	15,5	10,7	7,6	12,7
Nachrichtenübermittlung	-4,1	-9,9	-16,3	-13,9	-1,0	-10,4	-16,8	-4,1	-14,1	-9,4	-8,7	-9,2	-1,2	-5,1	-10,7
Freizeit und Kultur	2,9	6,0	4,1	14,3	10,1	-0,4	10,4	3,9	4,0	0,3	0,9	2,4	4,8	-0,3	2,5
Bildungswesen	0,4	10,0	15,7	23,7	14,9	5,6	22,6	8,2	11,9	11,4	15,1	16,3	15,0	17,4	24,2
Restaurants und Hotels	8,7	10,9	5,0	28,5	14,9	7,3	17,5	11,9	7,8	11,4	7,5	12,3	10,6	6,6	15,1
Verschiedene Waren & Dienste	5,5	10,6	5,2	20,1	10,3	3,1	17,2	8,9	3,7	8,4	3,4	15,6	8,8	9,0	11,3

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Auf der anderen Seite verzeichneten Verbrauchsgüter und Dienstleistungen 1998 in der Regel die größte Preisstreuung und zwischen 1996 und 2000 die höchsten Preissteigerungen. Als Beispiele für diese Preisentwicklung seien Verbrauchsgüter wie Getränke und Tabak, Brennstoffe und Strom sowie insbesondere Mieten und Verkehr genannt.

Natürlich passen manche Produkte nicht in diese sehr vereinfachte Kategorisierung. Darunter fallen die Nachrichtenübermittlung (wie z. B. Telefon- und Telefaxdienste), wo die Preisniveaus stark variieren und Preise fallen, oder Fischprodukte, deren Verbraucherpreise zwischen 1996 und 2000 um relativ hohe 16,1% gestiegen sind, jedoch kaum zwischen den Mitgliedstaaten unterschieden.

INDIREKTE BESTEUERUNG

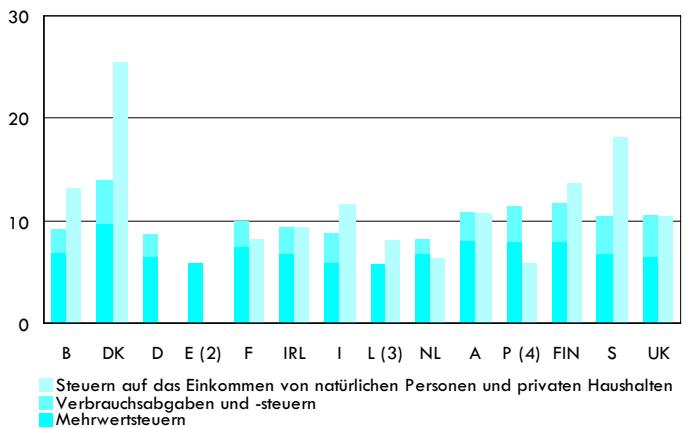
Besteuerung ist ein Instrument, mit dem der Staat Verbrauchs- und Spargewohnheiten beeinflussen kann, indem er das Verhalten von Personen und Unternehmen beeinflusst. Direkte Steuern werden vom Steuerzahler gezahlt und getragen (z. B. Einkommen-, Unternehmen-, Vermögensteuer und die meisten Steuern einer unteren Verwaltungsebene, wie Gemeindesteuern), während indirekte Steuern auf Produktion und Verbrauch von Waren und Dienstleistungen erhoben werden. Eine indirekte Besteuerung wird häufig als „regressiv“ beschrieben, wenn sie dazu führt, dass untere Einkommensgruppen relativ mehr Steuern zahlen.

Sind sich die Europäer dessen bewusst, dass sie ebenso viel Steuern auf ihren Verbrauch wie auf ihr Einkommen zahlen?

Das Aufkommen aus indirekten und direkten Steuern ist in der EU etwa gleich (siehe Abbildung 1.14). Die Steuer auf individuelles und Haushaltseinkommen lag 1999 zwischen 5,9% (Portugal, 1998) und 25,5% (Dänemark¹⁷) des BIP bei einem EU-Durchschnitt von 10,7%¹⁸. Pro Kopf bedeutet dies, dass 1999 jeder Europäer im Durchschnitt €2 342 an Einkommensteuer gezahlt hat. Was die indirekte Besteuerung anbelangt, so betragen 1999 Einnahmen aus der Mehrwertsteuer (MwSt) in der EU €528 Mrd.¹⁹, während die Einnahmen aus Verbrauchsabgaben €207 Mrd. betragen²⁰. Zum Vergleich, jeder Europäer zahlte 1999 im Durchschnitt €1 410 Mehrwertsteuer und €638 Verbrauchsabgaben.

(17) Der Dänische Wert ist besonders hoch, da der Wohlfahrtsstaat großteils aus direkten Steuern, im Gegensatz zu Sozialversicherungsbeiträgen finanziert wird.
 (18) Ohne D, EL und E; P, 1998.
 (19) Ohne EL.
 (20) Ohne EL und E; P, 1998.

Abbildung 1.14: Anteil der Steuern am BIP, 1999 (%) (1)



(1) EL, keine Daten verfügbar.
 (2) Keine Daten für Einkommensteuer und Verbrauchsabgaben verfügbar.
 (3) Keine Daten für Verbrauchsabgaben verfügbar.
 (4) Einkommensteuer und Verbrauchsabgaben, 1998.
 Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen - ESGV95 - Steueraggregate (theme2/gov)

EINNAHMEN INDIREKTER STEUERN

Daten aus der Erhebung über Haushaltsrechnungen schließen auch indirekte Steuern ein, da die Sammlung von Daten über Ausgaben auf den von den Haushalten beim Einkauf von Waren und Dienstleistungen tatsächlich gezahlten Preisen beruht. Indirekte Steuern können auf verschiedene Art und Weise erhoben werden: als Prozentanteil des Verkaufspreis (wie bei der MwSt), als Festbetrag pro Einheit des Produktes (wie bei den meisten Verbrauchsabgaben) oder als Pauschale (wie bei den Verwaltungsgebühren). Indirekte Steuern werden in der Regel von Industrie-, Dienstleistungs- oder Handelsunternehmen im Auftrag des Staates einbehalten. Die beiden Hauptquellen für das Aufkommen an indirekten Steuern in der EU sind die Mehrwertsteuer und Verbrauchsabgaben. Sonstige Formen, wie Stempelgebühren, Vergnügungsteuer, Lotterien, Glücksspiel und Wetten, Fernsehgebühren und Kfz-Steuer erbringen im Durchschnitt etwas weniger als jeweils 1,0% des BIP.

Nach Schätzungen der Generaldirektion der Europäischen Kommission für Wirtschaft und Finanzen machen in Dänemark, Frankreich, Irland, Luxemburg, Finnland und Schweden indirekte Steuern 25% oder mehr des Endverbrauchs (inklusive Steuern) aus, mit Raten zwischen 29,6% (Dänemark) und 18,3% (Spanien) für 2000. Deutschland und das Vereinigte Königreich hatten relativ niedrige indirekte Verbrauchssteuersätze (jeweils 18,4%). Diese Zahlen stehen in deutlichem Kontrast zu den vorliegenden Schätzungen für die Vereinigten Staaten, nach denen auf Verbrauchsteuern 9,1% des Endverbrauchs, d. h. weniger als die Hälfte des EU-Durchschnitts von 20,9%, entfallen.

Mehrwertsteuer

Die Mehrwertsteuer (MwSt) ist eine vom Verbraucher zu zahlende allgemeine Verbrauchssteuer. Wie aus Tabelle 1.48 hervorgeht, werden die MwSt-Sätze nicht systematisch auf alle Waren und Dienstleistungen angewendet. Die MwSt wurde 1992 an die Erfordernisse des Binnenmarktes angepasst. Nach dem Steueraufkommen ist die MwSt die wichtigste indirekte Steuer, sie lag 1999 zwischen 5,8% (Spanien) und 9,7% (Dänemark) des BIP, mit einem EU-Durchschnitt von 6,7%²¹. Der Normalsatz der MwSt bewegte sich in den Mitgliedstaaten zwischen 15% in Luxemburg und 25% in Dänemark und Schweden im Mai 2001.

Verbrauchsabgaben

Verbrauchsabgaben sind Steuern, die auf drei Hauptkategorien von Verbrauchsgütern erhoben werden: Mineralöle (Benzin und Diesel), alkoholische Getränke und Tabakerzeugnisse. Seit ihrer EU-weiten Harmonisierung zu Beginn 1993 entwickelten sich die Verbrauchsabgaben zu einer wichtigen Einnahmenquelle, die 1999 bei etwa 2,6% des EU-BIP lag²². Verbrauchsabgaben können im Interesse der Gesundheit, des Verbraucherschutzes oder für ökologische Zwecke erhoben werden, im Glauben, dass damit der Tabak- oder Alkoholmissbrauch eingeschränkt oder, alternativ, Autofahrer abgehalten werden können, ihren Fahrzeug nicht zu benutzen. Sie können aber auch einfach eine Alternative zum Aufkommen aus direkten Steuern sein.

Abgaben werden in der Regel, jedoch nicht immer, als Festbetrag pro Einheit erhoben, so dass das Aufkommen aus einer solchen Quelle nicht mit dem Preis des so besteuerten Gutes wächst (oder abnimmt). Verbraucher sind sich möglicherweise beim Kauf einer Ware nicht bewusst, welcher Anteil des Einzelhandelspreises auf Verbrauchsabgaben entfällt. Tabelle 1.49 zeigt die Verbrauchsabgaben, die 1999 in der EU erhoben worden sind. Die höchsten Pro-Kopf-Einnahmen werden in den nordischen Ländern, Irland und dem Vereinigten Königreich erzielt (insbesondere für alkoholische Getränke).

(21) Ohne EL.

(22) Ohne EL, E und I; P, 1998.

Tabelle 1.48: Die angewandten Mehrwertsteuersätze in den Mitgliedstaaten der EG am 1. Mai 2001 (%) (1)

	B	DK	D	EL	E	F	IRL	I	L	NL	A	P	FIN	S	UK
Normalsatz	21	25	16	18	16	19,6	20	20	15	19	20	17	22	25	17,5
Nahrungsmittel	6/12/21	25	7/16	8	4/7	5,5/19,6	0/4,3/12,5/20	4/10	3	6	10	5/12/17	17	12/25	0
Bier und Alkohol	21	25	16	18	16	19,6	20	20	15	19	20	17	22	25	17,5
Wein	21	25	16	18	16	19,6	20	20	12	19	20	5	22	25	17,5
Erwachsenenkleidung	21	25	16	18	16	19,6	20	20	12/15	19	20	17	22	25	17,5
Kinderkleidung	21	25	16	18	16	19,6	0	20	3	19	20	17	22	25	0
Tabakwaren	21	25	16	18	16	19,6	20	20	12	19	20	17	22	25	17,5
Bücher	6/21	25	7	4	4/16	5,5	0	4	3	6	10	5	8	25	0
Tageszeitungen	0/6/21	0	7	4	4/16	2,1	12,5	4	3	6	10	5	0/22	6	0
Elektr. Haushaltsgeräte	21	25	16	18	16	19,6	20	20	15	19	20	17	22	25	17,5
Wasser	6	25	7	8	7	5,5	Ex	10	3	6/19	10	5	22	25	0/17,5
Gas (2) (3)	21	25	16	8	16	19,6/5,5	12,5	10	6	19	20	17	22	25	5
Elektrizität (3)	21	25	16	8	16	19,6/5,5	12,5	10	6	19	20	5	22	25	5
Heizöl	21	25	16	18	16	19,6	12,5	20	12	19	20	5	22	25	5
Telefon-, Faxdienste	21	25	Ex/16	18	16	19,6	20	20	15	19	10	17	22	25	17,5
Pkw	21/6	25	16	18	16	19,6	20	20	15	19	20/12	17	22	25	17,5
Bleifreies Benzin	21	25	16	18	16	19,6	20	20	12	19	20	17	22	25	17,5
Diesel	21	25	16	18	16	19,6	20	20	15	19	20	12	22	25	17,5
Hotels	Ex/6	25	16	8	7	5,5	12,5	10	3	6	10	5	8	12	17,5
Restaurants	21	25	16	8/18	7	19,6	12,5	10	3	6	10/20	12	22	25	17,5

(1) Ex, befreit.

(2) E, auf Gasflaschen wird ein Satz von 7% angewandt.

(3) IRL, Zwischensatz wird angewandt.

Quelle: Die Mehrwertsteuersätze in den Mitgliedstaaten der Europäischen Gemeinschaft, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Steuern und Zollunion; verfügbar unter http://europa.eu.int/comm/taxation_customs/publications/info_doc/info_doc.htm**Tabelle 1.49: Steueraufkommen aus ausgewählten Verbrauchsabgaben, 1999**

	Bier		Spirituosen		Benzin		Diesel		Zigaretten	
	(§ Mio.)	(§/Einwohner)	(§ Mio.)	(§/Einwohner)	(§ Mio.)	(§/Einwohner)	(§ Mio.)	(§/Einwohner)	(§ Mio.)	(§/Einwohner)
B	210	20,6	193	18,9	1 631	160,0	1 721	168,8	1 074	105,4
DK (1)	214	40,5	220	41,7	1 197	226,9	517	97,6	903	170,5
D	845	10,3	2 233	27,2	21 243	258,9	11 376	138,6	11 271	137,4
EL (2)	63	6,0	188	17,8	1 404	133,5	931	88,6	1 717	163,4
E (3)	175	4,5	664	16,9	4 186	106,7	3 665	93,4	3 325	84,5
F (4)	308	5,3	1 809	30,9	11 277	193,6	9 895	168,5	6 677	113,7
IRL	479	129,6	218	59,0	707	191,3	655	177,3	845	228,8
I	248	4,3	467	8,1	12 956	225,1	8 127	141,2	6 704	116,5
L	3	6,7	25	58,1	187	441,0	190	447,9	292	690,2
NL (5)	280	17,9	383	24,5	3 149	201,2	2 072	132,4	1 603	102,4
A (6)	144	17,8	88	10,9	2 695	333,7	:	:	1 157	143,3
P (1)	85	8,6	85	8,5	1 307	131,8	1 172	118,1	999	100,4
FIN (3)	548	107,1	505	98,7	1 390	271,6	564	110,2	510	99,0
S	305	34,6	594	67,2	3 073	347,7	1 495	169,2	767	86,8
UK (1)	3 741	63,7	2 225	37,9	17 860	304,2	10 945	186,4	5 143	87,6

(1) 1998, ausgenommen für Zigaretten (1999).

(2) Zwischenprodukte der Alkoholerzeugung unter Spirituosen erfasst; Zigarren unter Zigaretten erfasst.

(3) 1997, ausgenommen für Zigaretten (1999).

(4) 1997 für Benzin und Diesel; 1998 für alkoholische Getränke; Zigarren unter Zigaretten erfasst.

(5) Zigarren unter Zigaretten erfasst.

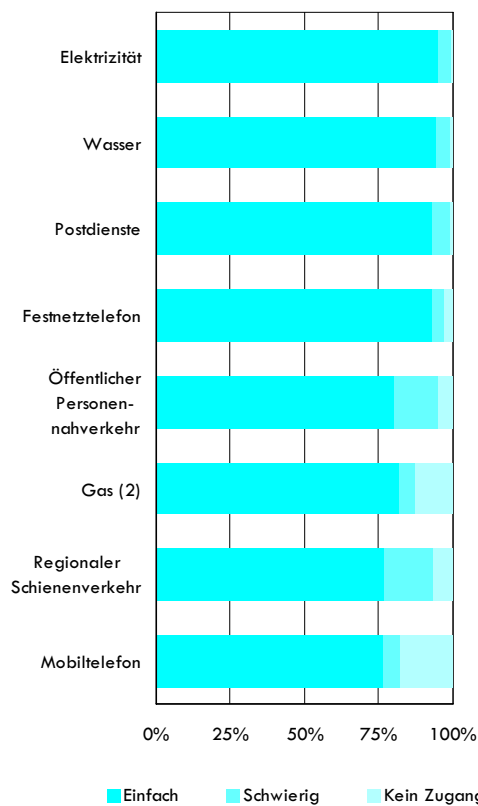
(6) Diesel unter Benzin erfasst; Zigarren unter Zigaretten erfasst.

Quelle: Excise duty tables, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Steuern und Zollunion; verfügbar unter http://europa.eu.int/comm/taxation_customs/publications/info_doc/info_doc.htm

1.5 VERBRAUCHERVERHALTEN UND -ZUFRIEDENHEIT

Das Verbraucherverhalten beeinflusst die Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen und bestimmt somit zusammen mit dem Angebot Preis und Höhe des Verbrauchs. Das Verhalten seinerseits wird von zahlreichen Faktoren bestimmt, z. B. der Verbraucherzufriedenheit, Erwartungen an Qualität und Sicherheit (Gegenstand von Unterkapitel 1.6), Umweltbelangen, Mode sowie der Verfügbarkeit und Zuverlässigkeit von Informationen.

Abbildung 1.15: Meinung der Umfrageteilnehmer, wie einfach der Zugang zu Produkten öffentlicher Dienstleistungsanbieter in der EU sei, 2000 (%) (1)



(1) Ohne Befragte, die „weiß es nicht“ antworteten.

(2) Ohne EL.

Quelle: Eurobarometer 53 (Öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte), Europäische Kommission, 2000

SCHWERPUNKT ÖFFENTLICHE DIENSTLEISTUNGSANBIETER

Öffentliche Dienstleistungsanbieter²³ können als marktbestimmte und nicht marktbestimmte Leistungen definiert werden, die von den Behörden als von allgemeinem Interesse eingestuft werden und für deren Bereitstellung spezielle öffentliche Verpflichtungen bestehen. Dazu gehören insbesondere Telefondienstleistungen (Festnetz und Mobiltelefon), Energieversorgung (Elektrizität und Erdgas), Verkehrsleistungen (Luft-, Schienen-, Schiffs- und innerstädtischer Verkehr), Wasserversorgung und Postdienste. Dieses sind Dienstleistungen, welche europäische Verbraucher täglich nutzen können und für die deshalb Verbraucherverhalten und -zufriedenheit Schlüsselindikatoren für Dienstleistungsanbieter sowie Politik sind.

In der Vergangenheit war der allgemeine Zugang zu diesen Dienstleistungen durch Verpflichtung der staatlichen Anbieter garantiert. Eine Quersubventionierung zwischen verschiedenen Dienstleistungen oder Märkten war oft zulässig. Diese Situation veränderte sich deutlich in einer großen Zahl von Mitgliedstaaten als Ergebnis von technologischen Veränderungen, Privatisierung, Liberalisierung, der Einführung von Regulierungsstellen, leichterem Marktzugang und des Aufbrechens vertikal integrierter Industrien/Dienstleistungen.

In den Monaten April und Mai 2000 hat eine Eurobarometer-Umfrage (53) den Zugang zu Produkten von acht öffentlichen Dienstleistungsanbietern mit dem Ziel untersucht, Zugang und Zufriedenheit der Verbraucher zu bestimmen. Abbildung 1.15 zeigt, dass der Zugang zu vier der Dienstleistungsanbieter (Elektrizität, Wasser, Festnetztelefon und Post) für rund 90% der Verbraucher in der EU leicht war, während für die anderen vier Dienstleistungsanbieter (Personennahverkehr, Gas, regionaler Nahverkehr und Mobiltelefon) etwa ein Fünftel der Bevölkerung keinen oder nur erschwerten Zugang hatte (in diesen Zahlen sind die Befragten, die mit „weiß nicht“ antworteten, nicht enthalten).

Eine weitere Eurobarometer-Umfrage (47.1) von 1997 ergab, dass eine Mehrheit der Europäer der Meinung war, dass ein genereller Zugang zu folgenden Dienstleistungen garantiert sein sollte: Wasser (88%), Elektrizität (80%), Müllabfuhr (63%) und Gas (56%). Andererseits meinten nur 35% der Europäer, dass jeder Zugang zum Personennahverkehr haben müsse, und 24% forderten einen Zugang zum Telefon für alle.

(23) Zwei Mitteilungen der Europäischen Kommission von 1996 bzw. 2000 sprechen öffentliche Dienstleistungsanbieter an (KOM/1996/443 endg. vom 11. September 1996 und KOM/2000/580 endg. vom 20. September 2000).

In der Umfrage von 2000 über öffentliche Dienstleistungsanbieter wurde die Zufriedenheit mit Dienstleistungen anhand von vier Kriterien gemessen: Preis, Qualität des Produktes, klare Informationen und faire Vertragsbedingungen. Ein einfacher Durchschnitt dieser Kriterien für die acht Dienstleistungsanbieter zeigte, dass die Europäer, die Zugang zu diesen Dienstleistungen hatten, am meisten mit den Postdiensten und der Elektrizitätsversorgung (etwa 74%) und am wenigsten mit der Mobiltelefonie und dem regionalen Nahverkehr (weniger als 60%) zufrieden waren (siehe Tabelle 1.50). Die Zufriedenheit war im Allgemeinen am höchsten in Bezug auf die Qualität des Produkts und die Klarheit der Informationen, am niedrigsten im Hinblick auf den Preis. Die Frage, ob sie sich schon einmal beschwert haben, wurde am häufigsten mit „Ja“ für Mobiltelefon- (6,1%), Festnetztelefon- (5,6%) und Postdienstleistungen (3,4%) beantwortet. Was die Bearbeitung der Beschwerden anbelangt, so gab es die höchsten Unzufriedenheitsraten beim Personennahverkehr (55% der Beschwerdeführer waren mit der Bearbeitung ihrer Beschwerde nicht zufrieden), regionalen Nahverkehr (55%) und der Gasversorgung (52%).

Tabelle 1.50: Allgemeine Nutzerzufriedenheit mit den öffentlichen Dienstleistungsanbietern, 2000 (%) (1)

	Elektrizitätsversorgung	Gasversorgung (2)	Wasserversorgung	Mobiltelefon	Festnetztelefon	Postdienste	Öffentlicher Personennahverkehr	Eisenbahnen
EU-15	73,8	68,5	71,4	56,9	69,8	73,9	60,2	55,2
B	70,3	63,8	72,4	54,7	64,5	78,1	60,0	41,5
DK	86,7	62,0	84,6	59,4	78,3	86,8	77,3	75,2
D	72,3	61,9	68,5	54,3	75,1	64,9	53,6	46,1
EL	71,2	:	80,1	62,3	70,9	85,2	76,7	77,4
E	68,3	66,3	70,4	44,7	57,8	71,6	65,3	61,3
F	76,6	73,7	70,3	49,4	73,4	78,1	62,6	58,7
IRL	83,9	67,0	74,7	63,0	76,1	85,2	64,2	62,7
I	63,3	60,2	60,5	63,7	53,1	63,0	53,3	46,7
L	87,9	80,9	88,5	73,3	84,6	85,4	82,2	80,7
NL	83,9	82,7	84,9	61,5	79,9	85,8	54,9	55,9
A	74,9	59,2	77,3	66,8	67,8	74,1	63,2	62,8
P	62,1	59,2	66,8	50,4	49,2	73,8	56,0	56,5
FIN	79,0	39,4	79,6	73,0	79,4	77,4	72,2	71,1
S	73,4	44,9	68,9	68,7	79,9	69,9	72,0	64,7
UK	85,2	82,6	80,4	65,7	81,5	86,4	63,4	57,6

(1) Das Umfragesample wurde gefiltert, um jene Befragten auszuschließen, die spontan antworteten, dass sie keinen Zugang zum fraglichen Dienst hätten.

(2) EU-15 ohne EL, wegen der geringen Zahl an Befragten mit Zugang zu Gasversorgungsdiensten (2,7%).

Quelle: Eurobarometer 53 (Öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte), Europäische Kommission, 2000

Tabelle 1.51: Nutzerzufriedenheit mit dem Preis öffentlicher Dienstleistungsanbieter, EU-15, 2000 (%) (1)

	Zufrieden	Nicht zufrieden
Elektrizität	56,6	39,3
Wasser	55,3	39,4
Festnetztelefon	49,9	46,6
Postdienste	67,3	29,0
Öffentl. Personennahverkehr	49,8	40,9
Gas (2)	54,8	34,9
Regionaler Schienenverkehr	41,6	45,9
Mobiltelefon	38,9	48,5

(1) Das Umfragesample wurde gefiltert, um jene Befragten auszuschließen, die spontan antworteten, dass sie keinen Zugang zum fraglichen Dienst hätten. (2) Ohne EL.

Quelle: Eurobarometer 53 (Öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte), Europäische Kommission, 2000

Tabelle 1.52: Nutzerzufriedenheit mit der Qualität öffentlicher Dienstleistungsanbieter, EU-15, 2000 (%) (1)

	Zufrieden	Nicht zufrieden
Elektrizität	93,7	4,4
Wasser	90,7	6,7
Festnetztelefon	91,0	5,8
Postdienste	81,5	16,2
Öffentl. Personennahverkehr	66,6	25,2
Gas (2)	86,4	5,0
Regionaler Schienenverkehr	61,7	26,9
Mobiltelefon	78,1	7,2

(1) Das Umfragesample wurde gefiltert, um jene Befragten auszuschließen, die spontan antworteten, dass sie keinen Zugang zum fraglichen Dienst hätten. (2) Ohne EL.

Quelle: Eurobarometer 53 (Öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte), Europäische Kommission, 2000

Tabelle 1.53: Nutzerzufriedenheit mit der erhaltenen Information über öffentliche Dienstleistungsanbieter, EU-15, 2000 (%) (1)

	Zufrieden	Nicht zufrieden
Elektrizität	75,7	19,3
Wasser	72,6	18,8
Festnetztelefon	75,8	18,7
Postdienste	78,6	11,5
Öffentl. Personennahverkehr	68,1	14,9
Gas (2)	69,0	17,1
Regionaler Schienenverkehr	64,9	16,4
Mobiltelefon	59,9	20,5

(1) Das Umfragesample wurde gefiltert, um jene Befragten auszuschließen, die spontan antworteten, dass sie keinen Zugang zum fraglichen Dienst hätten. (2) Ohne EL.

Quelle: Eurobarometer 53 (Öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte), Europäische Kommission, 2000

Tabelle 1.54: Nutzerzufriedenheit mit dem Vertrag öffentlicher Dienstleistungsanbieter, EU-15, 2000 (%) (1)

	Zufrieden	Nicht zufrieden
Elektrizität	69,0	19,2
Wasser	66,8	19,4
Festnetztelefon	62,5	25,0
Postdienste	68,0	14,2
Öffentl. Personennahverkehr	56,3	17,9
Gas (2)	63,7	17,5
Regionaler Schienenverkehr	52,7	19,4
Mobiltelefon	50,6	24,0

(1) Das Umfragesample wurde gefiltert, um jene Befragten auszuschließen, die spontan antworteten, dass sie keinen Zugang zum fraglichen Dienst hätten. (2) Ohne EL.

Quelle: Eurobarometer 53 (Öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte), Europäische Kommission, 2000

Tabelle 1.55: Beschwerden der Umfrageteilnehmer über öffentliche Dienstleistungsanbieter in den 12 Monaten vor der Umfrage, EU-15, 2000 (%) (1)

	Haben Beschwerde erhoben	Anteil der Europäer mit der Meinung, dass die Beschwerden gut beantwortet wurden		
		Ja	Nein	Weiß nicht
Elektrizität	2,9	57	38	5
Wasser	2,5	52	42	6
Festnetztelefon	5,6	51	45	4
Postdienste	3,4	47	48	5
Öffentl. Personennahverkehr	2,5	40	55	5
Gas (2)	2,6	42	52	6
Regionaler Schienenverkehr	2,5	42	55	3
Mobiltelefon	6,1	53	45	2

(1) Das Umfragesample wurde gefiltert, um jene Befragten auszuschließen, die spontan antworteten, dass sie keinen Zugang zum fraglichen Dienst hätten. (2) Ohne EL.

Quelle: Eurobarometer 53 (Öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte), Europäische Kommission, 2000

SCHWERPUNKT E-COMMERCE

Im Jahre 2000 veröffentlichte Empirica einen Bericht über zehn EU-Länder²⁴. Dabei wurden von Nutzern und interessierten Nichtnutzern von Online-Diensten die Hauptvorteile dieser Dienste wie folgt formuliert: erfordern weniger Aufwand (68%); bieten interessantere Produkte (59%); Waren waren schneller erhältlich (59%). Dagegen nannten nur 37% der Befragten Kosteneinsparungen unter den Vorteilen (siehe Tabelle 1.56).

Die Gründe, nicht online einzukaufen, können unter den Überschriften „technische Hindernisse“ und „Befürchtungen“ zusammengefasst werden, wobei technische Hindernisse häufiger genannt wurden als Befürchtungen (siehe Tabelle 1.57). Der am häufigsten genannte Einzelgrund für die Nicht-Nutzung von Online-Diensten war jedoch mangelnder Bedarf - 85% der Nicht-Nutzer von Online-Shopping-Diensten sagten, sie seien an solchen Diensten nicht interessiert (in Finnland 93%) - wohingegen nur 1,7% der Nicht-Nutzer erklärten, sie seien an diesen Diensten sehr interessiert.

E-Commerce wird mit Schlagworten wie Schnelligkeit, leichte Handhabbarkeit und Auswahl assoziiert. Ende 1999 veröffentlichte Consumers International²⁵ eine vergleichende Studie zum E-Commerce, die einen anderen Aspekt in den Mittelpunkt rückte, dass Rückerstattungen nur langsam erfolgten und die entsprechenden Websites keine Informationen über Lieferkosten, Datenschutz, Rückerstattungen und Abhilfe bei Mängeln enthielten. Obwohl es sich dabei nicht um eine statistische Erhebung handelte, zeigte diese Studie doch, dass knapp die Hälfte der untersuchten Websites einen Termin für den Versand der Waren und etwas mehr als die Hälfte einen Termin für die Auslieferung angaben, dass aber nur ein kleiner Teil der Versender diese Fristen einhielt. Schlimmer noch, fast 10% der bestellten Waren kamen nie beim Besteller an.

(24) E-commerce data report, Empirica, 2000; B, EL, L, A und P wurden nicht erfasst.

(25) Der vollständige Bericht ist verfügbar über <http://www.consumersinternational.org>.

Tabelle 1.56: Vorteile des Online-Shoppings, 1999 (%) (1)

	Interessantere Dinge zu kaufen	Schneller	Weniger Aufwand	Geldersparnis	Keins davon
Gesamt	59,5	59,3	68,4	36,8	13,9
DK	55,5	36,6	58,2	34,0	17,1
D	69,4	58,8	72,2	38,8	11,7
E	67,4	69,1	83,6	33,6	8,2
F	43,5	49,8	46,5	37,7	22,5
IRL	75,4	67,0	79,3	46,5	7,2
I	68,2	68,7	79,9	31,8	8,8
NL	46,2	63,1	64,1	27,2	16,6
FIN	47,0	46,0	70,4	33,5	15,7
S	60,3	71,9	63,9	41,0	11,8
UK	58,5	58,0	73,1	40,1	13,7

(1) Anteil der Nutzer von Onlinediensten sowie am Online-Shopping interessierte Befragte.
Quelle: E-commerce data report, Empirica, 2000; verfügbar unter <http://www.empirica.com>

Tabelle 1.57: Schranken für das Online-Shopping, 1999 (%)

	Mangelnde Ausstattung	Kosten	Verständlichkeit, mangelndes Wissen	Gefahren (Datensicherheit)	Gefahren (Betrug)	Produkteigenschaften (1)	Sonstige Gründe
Gesamt	21	5	7	4	6	15	15
DK	24	4	10	5	18	11	7
FIN	50	16	6	9	15	4	9
F	7	6	3	3	8	25	17
D	20	4	11	4	4	13	13
IRL	28	3	6	4	5	12	18
I	25	4	7	2	3	13	10
NL	51	13	7	11	13	5	3
E	14	3	8	2	3	9	17
S	15	2	9	12	15	19	10
UK	26	7	5	6	6	16	24

(1) Die Tatsache, dass im Internet angebotene Produkte zum Beispiel nicht berührt oder anprobiert werden können.

Quelle: E-commerce data report, Empirica, 2000; verfügbar unter <http://www.empirica.com>

Tabelle 1.58: Anteil der Umfrageteilnehmer, die Umweltsteuern auf Produkte in der EU befürworten, 1997 (%)

	Sind dafür
Steuern auf umweltschädliche Produkte	74
Höhere Steuern auf umweltschädliche und reduzierte Steuern auf umweltfreundliche Verpackungen	79
Reduzierte Steuern auf umweltfreundliche Produkte und Herstellungsverfahren	88

Quelle: Eurobarometer 47, Europäische Kommission, 1997

SCHWERPUNKT UMWELTBEWUSSTSEIN

Die Eurobarometer-Umfrage (47) vom Frühjahr 1997 zu Bürgern und Umweltproblemen kam zu dem Schluss, dass 68% der Befragten der Meinung waren, dass das Ausmaß der menschlichen Aktivität geändert werden müsse, um Umweltschäden zu mindern. Dieselbe Umfrage interessierte sich auch für die Meinungen zur Anwendung steuerlicher Maßnahmen zum Schutz der Umwelt (siehe Tabelle 1.58). Etwa drei Viertel der Befragten befürworteten Umweltsteuern, um die Verwendung von umweltschädlichen Produkten und Prozessen zu reduzieren.

Die meisten Statistiken über Verbraucherverhalten beruhen auf Meinungen, die zu theoretischen Situationen geäußert werden. Recyclingraten von Glas und Kunststoffen (siehe Tabelle 1.59) vermitteln einen Eindruck, inwieweit solche Meinungen Eingang in die Praxis finden²⁶. Neuere Daten von FEVE (European Glass Container Federation) zeigen, dass die Niederländer 1999 insgesamt 91% ihres Behälterglases der Wiederverwertung zugeführt haben, gefolgt von den Österreichern und den Schweden mit nationalen Recyclingraten von 84%. Nach Angaben von APME (Association of Plastics Manufacturers in Europe) überstieg die Wieder- oder die energetische Verwertung von Kunststoffen in Dänemark 1997 90%, während sie in den meisten anderen EU-Ländern in der Regel unter 50% lag.

(26) Es sollte beachtet werden, dass bei einigen kommerziellen Aktivitäten Verpackungsmüll wie in Haushalten anfällt.

Tabelle 1.59: Recyclingrate von Behälterglas (%)

	1990	1995	1996	1997	1998	1999
B	59	67	67	75	:	:
DK	40	63	63	70	63	63
D	54	75	75	79	81	81
EL	16	35	35	26	27	25
E	27	32	32	37	41	40
F	41	50	50	52	55	55
IRL	19	39	39	38	37	35
I	49	53	53	34	37	41
L	:	:	:	:	:	:
NL	66	80	80	82	85	91
A	60	:	77	88	86	84
P	23	42	42	44	42	42
FIN	46	50	50	62	69	78
S	35	61	61	76	84	84
UK	21	27	27	23	24	26

Quelle: FEVE (European Glass Container Federation)

1.6 VERBRAUCHERVERTRETUNG UND VERBRAUCHERSCHUTZ

Verbraucher und Unternehmen brauchen Behörden, die den gesetzlichen Rahmen festlegen, in dem sie handeln können. Verbraucher sind in der Regel eine heterogene Gruppe, deren Interessen häufig kollektiv durch spezielle Vereinigungen oder Verbände vertreten werden. Diese Organisationen bieten möglicherweise ein besseres Gegengewicht zum speziellen Wissen und den Erfahrungen der Unternehmen.

Nach dem EG-Vertrag in seiner geänderten Fassung im Vertrag von Amsterdam (Artikel 153) beschreibt das Ziel der Verbraucherpolitik in den Formulierungen „Förderung der Interessen der Verbraucher“ und „Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzniveaus“. Dieses Unterkapitel beschäftigt sich mit den verschiedenen Organisationen, welche die Verbraucher vertreten können, sowie mit den politischen Fragen des Verbraucherschutzes und geht dabei auf Kennzeichnung, Produktsicherheit und Unfälle ein.

1.6.1 VERBRAUCHERVERTRETUNG

Der verbraucherpolitische Aktionsplan der Kommission für 1999 bis 2001 wurde mit Blick auf Veränderungen der Produktmerkmale, der Funktionsweise von Märkten und den Verbrauchererwartungen als Folge der zunehmenden Globalisierung der Märkte und neuer Technologien formuliert.

Verbrauchern eine mächtigere Stimme zu verleihen, dies ist eine der Hauptaufgaben, die sich die Kommission in ihrem Aktionsplan stellt. In der Praxis bedeutet dies, „den Verbrauchern Hilfe zur Selbsthilfe zu geben“. Den Verbraucherverbänden soll eine größere Rolle bei dem Bemühen eingeräumt werden, Verbraucher über die zunehmende Vielfalt und Komplexität von Produkten und Märkten zu unterrichten, um damit sicher zu stellen, dass deren Rechte und Interessen wirksam gewahrt und durch eine wirksame Vertretung bei Entscheidungsfindungen geschützt werden.

Tabelle 1.60: Meinung der Befragten darüber, was die Hauptaufgabe von Verbraucherorganisationen sei, 1999 (1)

	Verteilen von Information	Beratung & Unterstützung aller Verbraucher	Beratung & Unterstützung nur für Mitglieder von Verbraucherorganisationen	Rechtsberatung	Publizieren einer Zeitschrift	Beeinflussung der Regierung	Schutz der Verbraucherinteressen	Vertretung der Verbraucherinteressen	Sonstige Aufgaben (spontan)	Weiß nicht oder keine Antwort
EU-15	26,8	25,4	2,2	4,6	3,3	5,2	19,2	7,3	0,2	5,7
B	34,6	18,9	1,9	4,4	3,8	7,0	16,9	7,4	0,2	4,1
DK	23,2	27,5	2,0	3,4	3,0	1,8	22,8	14,0	0,4	2,0
D	23,4	34,0	3,2	5,5	2,1	5,4	13,1	6,8	0,2	5,6
EL	26,2	23,7	3,2	3,4	4,2	8,3	21,4	4,5	0,2	4,9
E	26,4	26,8	2,0	2,5	1,5	3,6	25,2	7,6	0,0	4,5
F	25,6	20,2	2,0	6,9	6,4	7,9	21,0	7,1	0,3	2,8
IRL	21,9	21,6	2,5	5,4	4,3	4,9	23,1	7,9	0,1	8,3
I	32,7	24,8	1,7	2,3	1,8	3,5	21,2	5,3	0,3	6,4
L	29,8	24,3	2,6	6,6	8,7	4,4	12,3	4,6	2,0	4,6
NL	28,8	16,2	2,0	2,4	2,4	3,5	24,6	17,8	0,2	2,0
A	28,8	25,4	3,0	3,6	6,6	5,0	12,5	5,1	0,4	9,7
P	32,9	20,0	1,1	3,1	3,8	8,5	20,2	4,4	0,4	5,6
FIN	36,0	30,8	1,4	2,2	3,4	2,3	9,7	7,2	0,0	7,0
S	37,9	24,4	0,6	2,0	2,4	4,7	18,0	8,9	0,2	1,0
UK	22,0	22,7	2,0	6,6	4,0	4,4	20,1	7,7	0,2	10,3

(1) Frage: „Welche der folgenden Aufgaben sollte Ihrer Meinung nach Priorität einer Verbraucherorganisation sein?“; nur eine Antwort.

Quelle: Eurobarometer 51.1, Europäische Kommission, 1999

Tabelle 1.61: Mitgliedschaft bei Verbraucherorganisationen, 1999 (%)

	Mitglied	Kein Mitglied	Weiß nicht oder keine Antwort
EU-15	4,1	94,5	1,2
B	5,6	94,0	0,3
DK	8,6	90,7	0,7
D	2,9	95,1	1,5
EL	0,6	99,0	0,4
E	1,0	98,2	0,9
F	1,9	96,1	2,0
IRL	0,9	98,3	0,7
I	3,6	95,7	0,7
L	28,9	69,1	1,8
NL	24,7	74,2	1,1
A	7,2	87,3	5,5
P	2,5	96,9	0,6
FIN	2,0	95,8	2,3
S	21,5	75,8	2,7
UK	2,6	96,9	0,5

Quelle: Eurobarometer 51.1, Europäische Kommission, 1999

Die von der Kommission in diesem Bereich geleistete finanzielle Unterstützung soll die Zusammenarbeit stärken, wobei Gruppierungen von Verbraucherorganisationen bevorzugt werden. Unterstützt werden sollen spezielle Projekte zur Verbesserung der Fähigkeit der Organisationen, Verbraucher zu vertreten, zu informieren und zu beraten. Die Kommission unterstützte 1999 insgesamt 45 Verbraucherinformations- und -bildungsprojekte mit einem Gesamtbetrag von €4,5 Mio. und im Jahr 2000 36 solcher Projekte mit einem Gesamtbetrag von €4,7 Mio. Darüber hinaus werden drei europäische Verbraucherorganisationen in ihrer Arbeit finanziell unterstützt.

ROLLE DER VERBRAUCHERORGANISATIONEN

Aus historischen und rechtlichen Gründen ist die Verbrauchervertretung in den Mitgliedstaaten vielfältig strukturiert: neben allgemeinen Organisationen, die eine breite Palette von Dienstleistungen anbieten, bestehen spezialisierte Gruppen. Den meisten dieser Organisationen gemeinsam sind die Bereitstellung von Informations- und Beratungsleistungen, Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen für Verbraucher und - in einigen Fällen - Verbraucherforschung/ Aktivitäten im Bereich der Verbrauchergesetzgebung. Mit einer Ausnahme gibt es in allen Mitgliedstaaten mindestens eine Organisation, die Waren testet, und in der überwiegenden Mehrzahl der Mitgliedstaaten mindestens eine, die rechtlichen Beistand bietet.

Genaue Angaben zur Anzahl der von diesen Organisationen vertretenen Personen sind schwer zu erhalten, da einige von ihnen nicht auf Mitgliedschaft basieren, während andere eine Gruppen- oder Familienmitgliedschaft kennen. Eine Eurobarometer-Umfrage (51.1) von 1999 hatte diese Verbände zum Gegenstand und festgestellt, dass nur 4% der Europäer Mitglied einer Verbraucherorganisation sind (siehe Tabelle 1.61). Mit Abstand an erster Stelle stand dabei Luxemburg (29%), gefolgt von den Niederlanden (25%) und Schweden (22%). In allen anderen Mitgliedstaaten lag der entsprechende Wert unter 10%. Die Mitgliedschaft stieg mit dem Bildungsstand und dem Einkommen.

Die beiden wichtigsten Aufgaben einer Verbraucherorganisation waren nach Angaben der Befragten an dieser Umfrage Information (erste Priorität für 27% der Befragten) und Beratung (25%), gefolgt von Schutz (19%) und Vertretung (7%) der Verbraucherinteressen. Abweichende Meinung fand sich in den Niederlanden, wo Beratung nach Schutz und Vertretung der Interessen reihte.

Tabelle 1.62 zeigt, wie oft und aus welchem Grunde die Befragten Verbraucherorganisationen in Anspruch genommen haben. Eine Analyse ähnlicher Daten für jeden Mitgliedstaat ergibt, dass eine Verbraucherorganisation um Rat oder Informationen am häufigsten in den drei Mitgliedstaaten angesprochen wurde, in denen diese Organisationen auch die meisten Mitglieder haben. Andererseits kann diesen Umfrageergebnissen entnommen werden, dass der Anteil der Befragten in den EU-Ländern, die Beratung oder Information gesucht haben, zweimal so hoch ist wie der Anteil der Mitglieder dieser Organisationen. Am häufigsten wurde um rechtliche Beratung und um Informationen zu Produkten sowie um allgemeinen Rat oder um Rat zu einzelnen Käufen gebeten. Wenn man unter den Befragten, die bisher keine Verbraucherorganisation in Anspruch genommen haben, diejenigen herausnimmt, die sagten, sie brauchten eine solche Beratung grundsätzlich nicht, dann war der häufigste Grund dafür, dass sie keine Kontaktadresse hatten oder nicht Mitglied waren.

EUROPÄISCHE ORGANISATIONEN - VERBRAUCHERBERATUNGSSTELLEN (EUROGUICHETS) UND VERBRAUCHERORGANISATIONEN

Die Verbraucherberatungsstellen (Euroguichets) sind die wichtigste Kontaktstelle zwischen der Kommission und dem einfachen Verbraucher²⁷. Bei ihrem Entstehen lag ihre Hauptaufgabe in der Information und Beratung zu grenzüberschreitenden Fragen. Mit dem Aktionsplan 1999-2001 ist die Aufgabenstellung auf Information und Bildung über eine breite Palette von Verbraucherfragen erweitert worden. Die Art der von den Verbraucherberatungsstellen erbetenen Informationen ist außerordentlich vielfältig, doch ging es 1999 in der Hauptsache um Pauschalreisen, Versandhandel, Autos und Finanzdienstleistungen.

Fünf europaweite Verbraucherorganisationen arbeiten im Verbraucherausschuss der Europäischen Kommission mit einem gemeinsamen Budget von mehr als €3 Mio. und etwa 30 Mitarbeitern. Die Organisation mit dem größten Einzelbudget und der größten Mitarbeiterzahl ist die Europäische Verbraucherorganisation (BEUC). Diese Organisationen vertreten die Verbraucher im Allgemeinen nicht direkt, sondern wirken im Interesse ihrer Mitglieder auf der internationalen Ebene.

(27) Verbraucherschutz, verfügbar unter:
http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/index_de.htm.

Tabelle 1.62: Praktischer Nutzen von Verbraucherorganisationen in der EU, 1999 (%)

Haben Sie jemals Verbraucherorganisationen um Beratung/Unterstützung gebeten?	
Ja	9,7
Nein	88,9
Weiß nicht oder keine Antwort	1,3
Wenn ja, um was?:	
Allgemeine Beratung/Unterstützung	26,4
Information über Produkte oder Dienstleistungen	31,2
Rechtsberatung	34,2
Einkaufsberatung	25,5
Versicherungsberatung	9,3
Sonstige finanzielle Beratung	7,2
Sonstige Gründe	4,9
Wenn nein, warum?:	
Ich benötigte niemals die Unterstützung einer Verbraucherorganisation	74,6
Ich weiß nicht, wie ich mich mit ihnen in Verbindung setzen soll	22,4
Sie bieten nicht die Beratung/Unterstützung, die ich bräuchte	2,3
Sie sind zu teuer	1,7
Sie bieten keinen guten Service	1,4
Sie verstehen meine Probleme nicht	1,1
Ich bin nicht Mitglied	9,2
Sie sind zu weit entfernt	4,1
Aus sonstigen Gründen	2,9
Weiß nicht	3,3

Quelle: Eurobarometer 51.1, Europäische Kommission, 1999

1.6.2 VERBRAUCHERSCHUTZ

Neben dem Bemühen, den Verbrauchern eine machtvollere Stimme zu geben, sind die beiden Hauptziele der Verbraucherpolitik der Kommission Gesundheit und Sicherheit sowie Beachtung der wirtschaftlichen Interessen von Verbrauchern. In diesem Abschnitt geht es um drei besondere Bereiche: die Kennzeichnung von Waren, Produktsicherheit sowie Haus- und Freizeitunfälle.

Jenseits der Maßnahmen zur Gewährleistung sicherer Waren und Dienstleistungen bedeutet eine Gesundheits- und Sicherheitspolitik, mit der besten verfügbaren wissenschaftlichen Beratung eine einheitliche Risikoanalyse zu erhalten. Eine von der Kommission durchgeführte spezielle Aktion war auf die Stärkung des Verbrauchervertrauens in die Sicherheit von Nahrungsmitteln gerichtet, wozu mit der Verabschiedung eines Weißbuches zur Lebensmittelsicherheit ein integrierter Ansatz „vom Bauernhof auf den Tisch“ gestartet wurde. Dies wurde durch die Bildung einer Europäischen Lebensmittelbehörde weiter gestärkt. Im Hinblick auf die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher liegt der Schwerpunkt der Kommissionspolitik auf Produkten öffentlicher Dienstleistungsanbieter (siehe Seite 52), der Informationsgesellschaft (siehe Seite 55 und Unterkapitel 6.2 und 6.3), Finanzdienstleistungen (siehe Kapitel 8) und der Einführung der einheitlichen Währung. Abgesehen von diesen speziellen Bereichen sieht der Aktionsplan der Kommission Maßnahmen zur Durchsetzung und Überwachung von Rechtsvorschriften und zur Erhaltung der Relevanz von Vorschriften auf einem sich ständig veränderndem Markt vor.

KENNZEICHNUNG (STANDARDISIERUNG) UND LOGOS

Verbraucher sind immer stärker an einer Produktkennzeichnung interessiert. Eine der Möglichkeiten, Verbrauchern zu erklären, dass ein Produkt bestimmte Sicherheits- oder Leistungsstandards erfüllt, ist die Zertifizierung. Einen wichtigen Beitrag zur Verbrauchersicherheit können auch Kennzeichnungen leisten, die Tests durch Dritte voraussetzen.

Tabelle 1.63: CE-Zeichen - Verständnis und Mißverständnis, 1999 (Anteil der Befragten, die glauben, dass das CE-Zeichen die folgenden Merkmale bezeichnet, %) (1)

	In Europa hergestellt	Nicht gefährlich	Hohe Qualität	Entspricht gesetzlichen Anforderungen	Entspricht technischen Standards	Sonstiges	Weiß nicht oder keine Antwort
EU-15	34,1	9,7	11,0	32,6	22,7	1,3	27,1
B	30,5	9,9	12,6	30,4	31,7	1,1	23,7
DK	27,2	5,8	6,3	39,6	32,4	1,8	19,1
D	16,9	11,9	14,6	31,2	27,2	0,6	35,7
EL	36,7	22,5	17,6	8,6	12,9	1,6	38,8
E	54,0	1,8	5,6	25,4	8,9	1,7	24,0
F	55,7	11,6	13,6	38,2	37,5	2,9	11,0
IRL	24,9	8,4	17,6	18,1	14,2	3,1	40,0
I	43,1	10,6	8,5	45,4	16,5	0,9	14,6
L	37,0	9,7	18,8	29,3	35,4	1,2	20,7
NL	16,1	4,6	8,9	45,1	22,6	1,2	29,6
A	31,4	6,5	10,7	23,4	21,4	1,0	35,8
P	46,7	9,2	14,2	18,1	10,9	1,5	24,9
FIN	28,5	10,4	7,4	37,9	29,0	1,7	23,7
S	29,9	8,6	8,1	42,8	32,1	0,6	23,1
UK	19,8	9,1	8,9	24,5	17,8	1,0	43,2

(1) Mehrfachantwort möglich.

Quelle: Eurobarometer 52.1, Europäische Kommission, 2000

Das CE-Zeichen wurde geschaffen, um Handelshindernisse abzubauen, die sich möglicherweise aus der Anwendung nationaler Standardisierungsvorschriften ergeben. Als solches ist das CE-Zeichen streng genommen weder ein Sicherheits- noch ein Qualitätsstandard, obwohl viele Verbraucher dies meinen und damit seinen Zweck missverstehen (siehe Tabelle 1.63). Mit dem CE-Zeichen erklärt der Hersteller, dass das Produkt den Anforderungen bestimmter Richtlinien (bekannt als „Richtlinien nach der neuen Konzeption“) entspricht, so dass es frei gehandelt und überall innerhalb des Europäischen Wirtschaftsraumes verkauft werden darf, wobei Tests durch einen Dritten erfolgen können, aber nicht müssen.

In einer Eurobarometer-Umfrage (52.1) von 1999 antworteten 27% der Befragten, dass sie die Bedeutung des CE-Zeichens nicht kennen. Von denjenigen Befragten, die angaben, dass sie seine Bedeutung kennen, hatten viele eine falsche Vorstellung. So waren 34% der Ansicht, das Zeichen bedeute, dass das Produkt in Europa hergestellt wurde, 23%, dass das Produkt technische Standards erfüllt, 11% sahen darin ein Zeichen für hohe Qualität, und 10%, dass es die Sicherheit eines Produkts bestätige. Nur ein Drittel der Befragten kannte die genaue Bedeutung des Zeichens. Diese weite Fehlinterpretation bzw. Unkenntnis der Bedeutung kann nicht darauf zurückgeführt werden, dass das CE-Zeichen unbekannt sei, da 62% der Befragten das Symbol von Produkten, die sie kaufen, kennen. Fast die Hälfte der Befragten (49%) meinte jedoch, dass das Vorhandensein des CE-Zeichens sie bei keiner Kaufentscheidung beeinflusst habe, verglichen mit 11%, die sagten, dass das Zeichen ihre Entscheidung immer oder häufig beeinflusse.

Eine relativ neue Initiative ist das europäische Konformitätszeichen („Keymark“), welches die Übereinstimmung des Produkts mit den europäischen Normen (einschließlich der Sicherheits- und Qualitätsnormen) bestätigt und Ergebnis einer Zertifizierung durch eine dritte Partei ist. Der erste Sektor, für den das Konformitätszeichen entwickelt wurde, sind elektrische Haushaltsgeräte. Das Zeichen steht auf freiwilliger Basis für interessierte Anbieter zur Verfügung.

AUSSAGEN DER KENNZEICHNUNG - INFORMATION ODER MARKETING?

Die oberste Leitsatz für Vorschriften zur Lebensmittelkennzeichnung ist die Notwendigkeit des Verbraucherschutzes und -information. Nährwertangaben sind für Lebensmittelkennzeichnungen nicht zwingend vorgeschrieben, wenn jedoch ein Hersteller solche Hinweise anbringen möchte, muss er den Bestimmungen der Richtlinie 90/496/EWG über die Nährwertkennzeichnung folgen.

Eine Eurobarometer-Umfrage (49) von 1998 ergab, dass zwei Drittel der Befragten Lebensmittelkennzeichnungen in der Regel lesen (siehe umseitige Tabelle 1.64). Eine große Mehrheit der Befragten (86%) war der Meinung, dass auf dem Etikett oder der Verpackung Ursprung der Produkte angegeben werden sollte. Zwei Drittel der Befragten sagten, dass die Informationen, die sie auf der Kennzeichnung suchen, in aller Regel angegeben sind. Aber nur etwas über die Hälfte (57%) war der Meinung, dass die Informationen auf den Etiketten richtig sind, obwohl sich ein hoher Prozentsatz (16%) zu dieser Frage nicht äußerte. Ein hoher Anteil der Befragten äußerte Bedenken hinsichtlich einer einheitlichen Kennzeichnung innerhalb des Binnenmarktes. Mehr als 84% der Befragten unterstützten den Gedanken, dass der Begriff „light product“ in allen Ländern die gleiche Bedeutung haben müsse. Ein ähnlich hoher Prozentsatz war sich darin einig, dass „Bioerzeugnisse“ ohne chemische Stoffen erzeugt werden sollten (81%), dass die Beigabe von genetisch veränderten Inhaltsstoffen ebenso angegeben werden sollte (86%) wie das Fehlen solcher Inhaltsstoffe (77%).

Tabelle 1.64: Anteil der Befragten, die generell die Information auf Lebensmitteletikettierungen lesen, 1998 (%)

	Gründe für das Nichtlesen des Etiketts (% jener, die generell Etikett nicht lesen) (1)									
	Lesen generell Etikett	Lesen generell nicht Etikett	Etikett ist nicht klar formuliert	Zu viel Information	Zu komplizierte Sprache	Nicht interessiert	Weiß, dass Produkt sicher ist	Zu kleine Schrift	Sonstiges	Weiß nicht oder keine Antwort
EU-15	66	32	6	6	5	8	6	7	3	2
B	66	33	7	6	5	10	5	7	1	1
DK	64	34	5	5	5	9	8	7	7	2
D	59	39	6	12	5	7	8	7	2	2
EL	81	18	4	2	4	4	1	6	4	1
E	70	28	3	2	4	6	7	7	5	2
F	69	29	9	7	5	8	5	6	2	2
IRL	49	45	4	6	4	15	6	7	9	6
I	70	27	7	3	6	6	3	8	3	3
L	75	24	6	2	6	5	6	6	1	1
NL	70	29	2	4	2	10	15	2	4	1
A	58	39	11	8	9	9	7	10	2	3
P	69	26	4	2	7	4	2	4	8	5
FIN	69	29	6	4	5	6	9	9	3	2
S	75	24	5	3	2	6	5	5	3	1
UK	63	35	4	4	2	12	8	7	5	2

(1) Mehrfachantwort möglich.

Quelle: Eurobarometer 49, Europäische Kommission, 1998

SCHWERPUNKT SICHERHEIT

Eine Eurobarometer-Umfrage (47) vom Frühjahr 1997 untersuchte das Interesse von Menschen an und deren Ansichten zur Sicherheit von 13 verschiedenen Typen unterschiedlicher Produkte. Die Ergebnisse dieser Umfrage zeigten deutlich zwei größere Bereiche, bei denen Verbraucher Bedenken haben: Lebensmittel und Medikamente, wo 68% bzw. 67% der Befragten die Meinung äußerten, dass deren Sicherheit ein Problem sei. Danach gefragt, ob sie der Meinung sind, dass die Produkte sicher sind oder nicht, zeigten sich wiederum für Lebensmittel die größten Bedenken, wobei nur 60% diese für sicher hielten.

Jüngste landwirtschaftliche Krisen haben das öffentliche Vertrauen in die Sicherheit von Lebensmitteln vermindert²⁸. Eine Eurobarometer-Umfrage (49) von 1998 zeigte beträchtliche Unterschiede in der Verbrauchermeinung zur Sicherheit verschiedener Lebensmittelgruppen. Tabelle 1.65 zeigt, dass von den von der Umfrage erfassten Erzeugnisgruppen Brot, Käse und frisches Obst als die sichersten Erzeugnisse gelten, während Fertiggerichte und andere abgepackte Produkte als am wenigsten sicher angesehen wurden. Von Supermärkten und ähnlichen großen Einzelhandelszentren erwarteten 47% der Befragten, dass sie die sichersten Lebensmittel anbieten²⁹, dicht gefolgt von Bauern und anderen kleinen Einheiten (46%). Märkten und kleinen Geschäften wurden von 24% bzw. 20% der Befragten die sichersten Produkte zugesprochen.

(28) Siehe Kapitel 2 für weitere Informationen zur Politik der Europäischen Kommission im Bereich Nahrungsmittelsicherheit.

(29) Es ist anzumerken, dass die Umfrageteilnehmer mehr als einen Typ von Einzelhandelsgeschäft als Anbieter der „sichersten Lebensmittel“ auswählen konnten.

Eine Folge der Bedenken bezüglich der Lebensmittelsicherheit war ein Interesse an ökologischen oder Biolebensmitteln. Eine 1999 in Bayern (D) und Languedoc-Roussillon (F) durchgeführte Studie³⁰ ergab, dass mehr als 50% der in der Stichprobe erfassten Verbraucher in beiden Regionen Bioprodukte kaufte und mehr als ein Viertel regelmäßig Bioprodukte kaufte. Knapp über ein Drittel (35%) der in Languedoc-Roussillon Befragten waren bereit, für Bioprodukte mehr (durchschnittlich um 28% mehr) zu bezahlen, verglichen zu über zwei Drittel (68%) in Bayern (durchschnittlich um 18% mehr). Die Befragten in beiden Regionen sahen die zwei Hauptvorteile von Bioprodukten gegenüber gewöhnlichen Produkten in der Schonung der Umwelt und ihrem gesundheitlichen Nutzen.

(30) A cross-cultural research on consumers' attitudes and behaviour towards organic and regional foods, Lucie Siriex und Burkhard Schaefer.

Tabelle 1.65: Meinung der Umfrageteilnehmer über die Sicherheit von bestimmten Lebensmittelgruppen, EU-15, 1998 (%) (1)

	Sicher	Unsicher
Brot und Backwaren	86	11
Käse	80	15
Frisches Obst	80	17
Frische Milch	79	17
Frisches Gemüse	77	18
Eier	73	22
Frischer Fisch	69	25
Frisches Fleisch	60	34
Tiefkühlprodukte	58	34
Konservenprodukte	52	40
Sonstige abgepackte Produkte	42	43
Fertiggerichte	39	49

(1) Ohne Befragte, die „weiß es nicht“ antworteten.
Quelle: Eurobarometer 49, Europäische Kommission, 1998

Tabelle 1.66: Meinung der Umfrageteilnehmer über Faktoren, die die Lebensmittelsicherheit bestimmen, 1998 (%) (1)

	Keine Zusatzstoffe	Auftreten von zugelassenen Zusatzstoffen	Keine Konservierungsmittel	Auftreten von zugelassenen Konservierungsmitteln	Keine Pestizide	Keine Hormone	Hormone und Pestizide begrenzt auf wissenschaftlich ermitteltes Niveau	Angemessene Verpackung	Produktregulierung durch zuständige Organe	Kein/sonstiges/weiß nicht
EU-15	36	33	28	35	56	54	21	29	49	7
B	37	27	32	31	55	64	21	37	52	9
DK	31	52	19	49	62	64	23	32	54	3
D	34	41	28	38	58	55	18	28	51	8
EL	46	18	50	26	63	69	15	20	43	1
E	37	34	36	35	48	48	14	33	47	10
F	35	30	28	34	55	60	31	35	57	5
IRL	39	26	23	25	52	51	23	15	25	8
I	44	18	35	28	64	49	13	24	52	5
L	37	29	26	27	48	53	16	27	35	9
NL	22	49	15	44	53	59	30	35	58	1
A	38	36	29	36	54	56	21	16	44	7
P	27	11	19	14	46	42	18	23	33	13
FIN	31	56	20	54	46	54	17	23	56	4
S	37	53	20	49	61	63	16	35	50	4
UK	34	34	20	35	56	49	26	27	40	9

(1) Mehrfachantwort möglich.
Quelle: Eurobarometer 49, Europäische Kommission, 2000

Tabelle 1.67: Meinung der Umfrageteilnehmer darüber, wo es die sichersten Lebensmittel gibt, 1998 (%) (1)

	Supermärkte, Verbrauchermärkte, großflächige Fachmärkte	Kleine und lokale Lebensmittel- händler	Märkte	Von Bauern und kleinen Produzenten	Anderswo (spontane Antwort)	Nirgendwo (spontane Antwort)	Weiß nicht
EU-15	47	20	24	46	3	6	7
B	39	22	29	49	3	12	7
DK	53	32	10	39	2	4	8
D	22	10	28	62	2	12	8
EL	32	12	32	46	4	7	2
E	62	36	36	21	2	3	7
F	37	18	40	60	3	6	5
IRL	54	15	7	30	2	5	16
I	47	17	10	45	4	7	7
L	27	13	46	58	4	7	3
NL	83	42	18	29	3	1	4
A	36	30	26	59	3	2	5
P	27	10	23	56	2	5	5
FIN	54	34	30	62	1	1	3
S	47	27	21	55	2	3	8
UK	78	17	9	24	2	2	6

(1) Mehrfachantwort möglich.

Quelle: Eurobarometer 49, Europäische Kommission, 2000

Das RAPEX-System

Die Kommission betreibt ein Meldesystem zum Austausch von Informationen über Produkte, die eine ernste und unmittelbare Gefahr für die Gesundheit und Sicherheit von Verbrauchern darstellen (RAPEX-System). Artikel 8 der Richtlinie 92/59/EWG sieht Verfahrensregeln für den schnellen Informationsaustausch vor, falls ein Mitgliedstaat in seinem Hoheitsgebiet Sofortmaßnahmen gegen ein Produkt trifft oder die Einführung solcher Maßnahmen beschließt. Die Kommission prüft solche Informationen bei Erhalt auf Übereinstimmung mit der Richtlinie und übermitteln sie den übrigen Mitgliedstaaten. Das System erfasst sowohl Nahrungsmittelprodukte als auch Produkte anders als Nahrungsmittel, wobei jeder Sektor sein eigenes Netz hat. Erfasst werden weiter Konsumgüter, die nach den sektoralen Richtlinien harmonisiert sind, sofern die entsprechende sektorale Richtlinie nicht ein äquivalentes Notifizierungssystem hat. Das System arbeitet nach dem im Anhang zur Richtlinie enthaltenen Verfahren. Die übrigen Mitgliedstaaten sind gehalten, die Dienststellen der Kommission über alle Maßnahmen unterrichten, die sie entweder bereits getroffen oder beschlossen haben. Wenn das Produkt auf ihren Märkten gefunden wird, ohne dass Maßnahmen getroffen worden sind, müssen die Gründe für diese Entscheidung angegeben werden.

Obwohl es dafür keine rechtlich relevante Forderung gibt, können die Mitgliedstaaten Notifizierungen auch nur zu Informationszwecken vornehmen, z. B. im Sektor mit Waren anders als Nahrungsmittel im Fall einer freiwilligen Rücknahme eines Produktes durch einen Hersteller oder im Nahrungsmittelsektor, wenn ein gefährliches Produkt an einer Grenze entdeckt wird.

Tabelle 1.68: Gemeldete gefährliche Produkte (anders als Lebensmittel) nach Produktkategorien, 2000 (Einheiten) (1)

Gesamt	138
Spielwaren	32
Elektrische Geräte/Material	23
Kinderausstattung	22
Kosmetik und Hygiene	14
Beleuchtungszubehör	7
Möbel	7
Gadgets	4
Feuerzeuge	4
Bekleidung	3
Laserpointer	3
Hobby- und Sportausstattung	3
Küchen- und Kochzubehör	2
Sonstiges	14

(1) Diese Zahlen umfassen Meldungen bearbeitet von der Europäischen Kommission aufgrund Artikel 7 und 8 in Richtlinie 92/59/EWG über die allgemeine Produktsicherheit.

Quelle: Generaldirektion der Europäischen Kommission für Gesundheit und Verbraucherschutz

Dasselbe Netz wird von den Mitgliedstaaten für die Übermittlung von Notifizierungen gemäß der Schutzklausel aus Artikel 7 der Richtlinie 92/59/EWG über allgemeine Produktsicherheit und von der Kommission zur Verbreitung ihrer Position zur Begründung der von den Mitgliedstaaten getroffenen Maßnahmen benutzt. Artikel 7 kommt zur Anwendung, wenn ein Mitgliedstaat Maßnahmen zur Beschränkung des Inverkehrbringens oder für den Rückruf eines Produktes vom Markt trifft, das ein Gesundheits- und/oder Sicherheitsrisiko für Verbraucher darstellt. In der Praxis wird dieser Artikel jedoch nur für Waren anders als Nahrungsmittel angewendet, weil in den speziellen Vorschriften über Nahrungsmittel ähnliche Verfahren vorgesehen sind.

Daten über die im Jahr 2000 nach der Richtlinien über die allgemeine Produktsicherheit ergangenen Meldungen sind in den Tabellen 1.68 bis 1.70 enthalten.

Tabelle 1.69: Gemeldete gefährliche Produkte (anders als Lebensmittel) nach Herkunft, 2000 (Einheiten) (1)

Gesamt (2)	140
B	3
DK	1
D	8
E	6
F	2
I	19
NL	1
P	1
UK	8
China	30
Hongkong	3
Japan	1
Norwegen	1
Polen	1
Taiwan	6
Thailand	3
USA	4
Unbekannt	42

(1) Diese Zahlen umfassen Meldungen bearbeitet von der Europäischen Kommission aufgrund Artikel 7 und 8 in Richtlinie 92/59/EWG über die allgemeine Produktsicherheit.

(2) Dasselbe Produkt konnte von verschiedenen Ländern gemeldet worden sein.

Quelle: Generaldirektion der Europäischen Kommission für Gesundheit und Verbraucherschutz

Tabelle 1.70: Gemeldete gefährliche Produkte (anders als Lebensmittel) nach Natur der Gefahr, 2000 (Einheiten) (1)

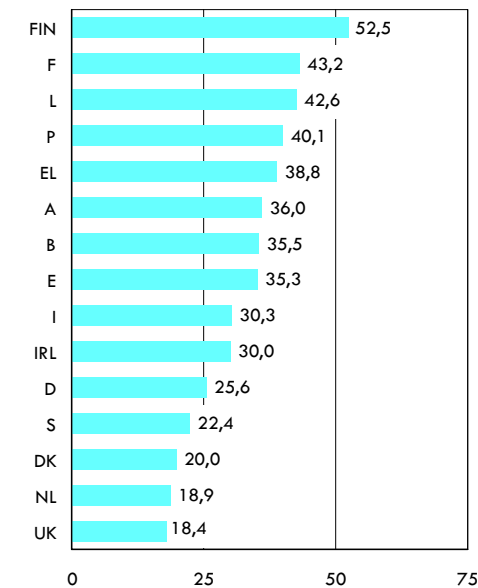
Gesamt (2)	150
Verletzungsgefahr	36
Ersticken	30
Elektrischer Schlag	25
Feuer-/Verbrennungsgefahr	17
Hautverletzung/-irritation	12
Freisetzen von Metall	7
Sturzgefahr	6
Todesgefahr	4
Vergiftung	3
Schnittwunden	2
Freisetzen von Phthalaten	2
Mögliche Verwirrung mit Spielzeug	1
Sonstiges	5

(1) Diese Zahlen umfassen Meldungen bearbeitet von der Europäischen Kommission aufgrund Artikel 7 und 8 in Richtlinie 92/59/EWG über die allgemeine Produktsicherheit.

(2) Ein und dasselbe Produkt kann verschiedene Gefahren in sich bergen.

Quelle: Generaldirektion der Europäischen Kommission für Gesundheit und Verbraucherschutz

Abbildung 1.16: Haushalts- und Freizeitunfälle in der EU, 1995 (altersstandardisierte Mortalität je 100 000 Einwohner)



Quelle: WHO mortality statistics, 1995

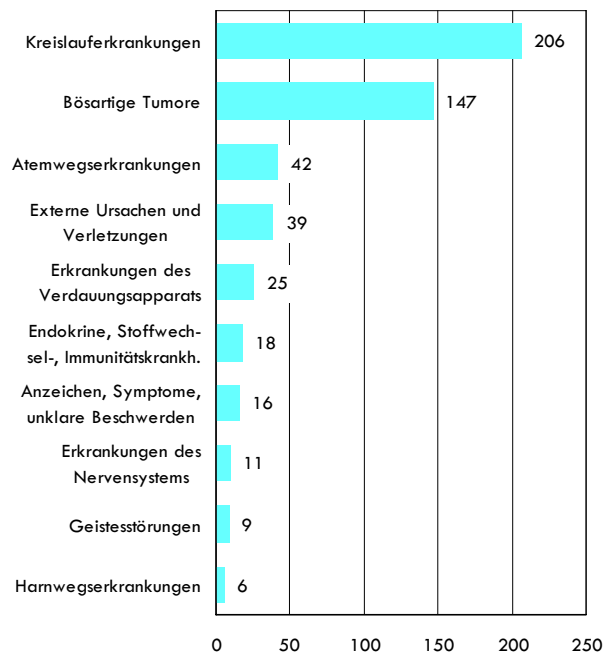
HAUS- UND FREIZEITUNFÄLLE

Nach ECOSA (European Consumer Safety Association)³¹ kommt es in der Europäischen Union im Haus und in der Freizeit jedes Jahr zu etwa 80 000 Unfällen mit Todesfolge, 43 000 im Straßenverkehr und 5 500 am Arbeitsplatz. Mehr als 40 Mio. werden jährlich in der EU in Folge von Haus- und Freizeitunfällen verletzt³². ECOSA schätzt, dass Produkte oder deren unsachgemäßer Gebrauch die Hälfte dieser Verletzungen verursacht oder dazu beigetragen haben. Im EU-Durchschnitt ereignen sich etwa 70% aller Unfälle in der Gesellschaft zuhause oder in der Freizeit. Die am stärksten betroffenen Gruppen sind Kinder und ältere Menschen. Abbildung 1.16 enthält Daten über Heim- und Freizeitunfälle in der EU. Weitere Angaben zu diesen Unfällen sind dem Kapitel 4 zu entnehmen (siehe Seite 119).

(31) Weitere Informationen verfügbar unter <http://www.ecosa.org>

(32) Priorities for consumer safety in the European Union, agenda for action, ECOSA, September 2001.

Abbildung 1.17: Zehn Haupttodesgründe in der EU, 1995 (Raten je 100 000 Einwohner)



Quelle: WHO mortality statistics, 1995



2. Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren



2 NAHRUNGSMITTEL, GETRÄNKE UND TABAKWAREN

Lebensmittel und Getränke gehören zu den wichtigsten Konsumgütern. Sie befriedigen die physiologischen Grundbedürfnisse Hunger und Durst und sind damit für die Mehrzahl der EU-Haushalte einer der am häufigsten wiederkehrenden Ausgabenposten. Da der Anteil der Erwerbstätigen an der europäischen Bevölkerung steigt und die Zahl großer Supermärkte (vor allem in Nordeuropa) wächst, hat sich jedoch die durchschnittliche Anzahl wöchentlicher Lebensmittelkäufe insgesamt verringert.

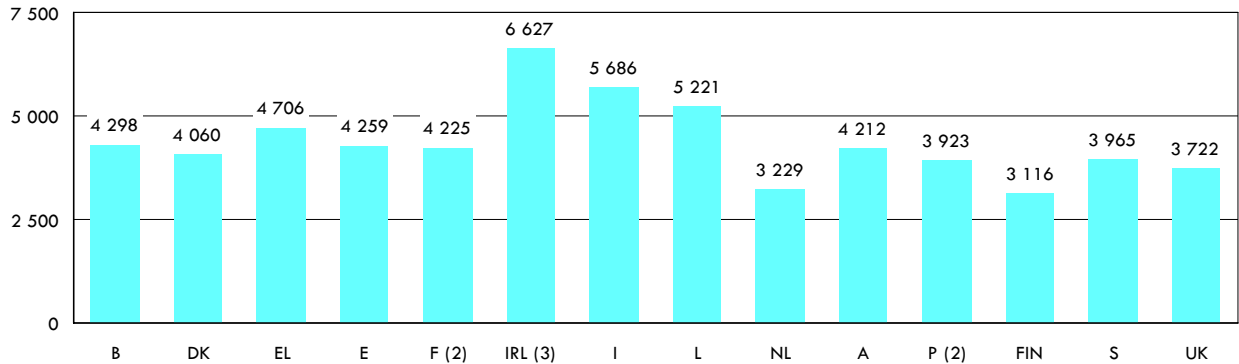
Der Nahrungsmittel- und Getränkeverbrauch folgt ganz unterschiedlichen regionalen Trends, welche durch die Vielfalt der in der EU erhältlichen Produkte bedingt sind. Mit zunehmender Freizeit stiegen Auslandsurlaube und Restaurantbesuche, wodurch sich das Verbraucherbewusstsein für ausländische Lebensmittel und Getränke erhöhte. Da außerdem die Verteilungsnetze besser geworden sind, ist eine Angleichung im Verbraucherverhalten festzustellen (zum Beispiel der steigende Weinkonsum in Nordeuropa und der vermehrte Bierverbrauch in Südeuropa).

Lebensmittel, Getränke und Tabakwaren machten 1999 zwischen 12,1% (Luxemburg) und 24,1% (Portugal) der Gesamtausgaben privater Haushalte aus (siehe Abbildung 2.1 und 2.2). Zu berücksichtigen ist, dass die in diesem Kapitel angegebenen Daten aus der Erhebung über Haushaltsrechnungen keine in Hotels, Restaurants, Cafés und Bars zum sofortigen Verzehr verkauften Speisen und Getränke sowie keine von Restaurants oder Caterern zubereiteten Mahlzeiten (weder vom Verbraucher abgeholt, noch zum Verbraucher geliefert) enthalten. Außerdem erfassen die Daten nicht immer die Eigenerzeugung von Nahrungsmitteln und Getränken, die einen erheblichen Anteil am Verbrauch privater Haushalte ausmachen kann¹. In Frankreich wurden nach Schätzung von INSEE 1999 11% des Verbrauchs an Frischobst und -gemüse durch selbst erzeugte Produkte gedeckt (9% davon entfiel auf Gemüse und 2% auf Obst)².

(1) Der Verbrauch selbst erzeugter Güter dürfte in der Erhebung über Haushaltsrechnungen allgemein unterschätzt sein; S, kein Verbrauch selbst erzeugter Güter; DK, Verbrauch selbst erzeugter Güter nur erfasst, wenn >1 000 Dänische Kronen.

(2) La consommation des ménages en 1999, Infos - Cifil - Nr. 166, November 2000.

Abbildung 2.1: Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS je Haushalt) (1)



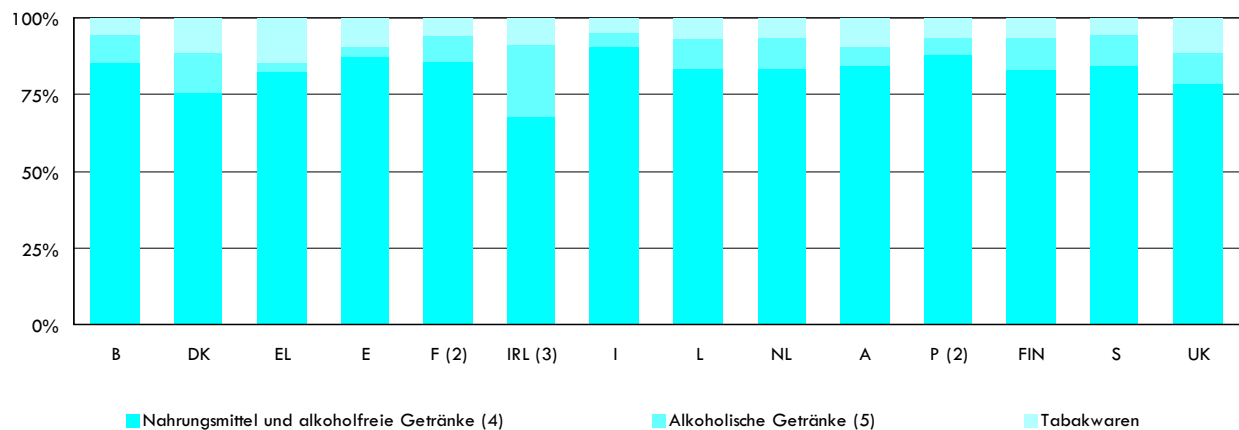
(1) D, nicht verfügbar.

(2) 1994.

(3) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 2.2: Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren
Aufgliederung der Verbrauchsausgaben, 1999 (%) (1)



(1) D, nicht verfügbar.

(2) 1994.

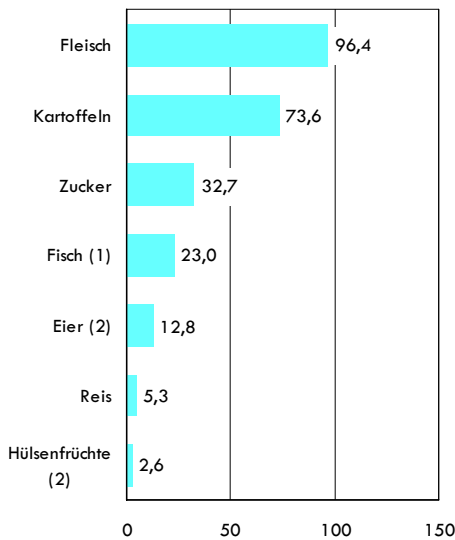
(3) Vorläufig.

(4) S, einschließlich Teile von Bier sowie Nahrungsmittel und Getränke zum Mitnehmen.

(5) A, Daten für alkoholische Getränke sind unzuverlässig; S, ohne Teile von Bier.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 2.3: Nahrungsverbrauch von ausgewählten Produkten in der EU, 1999 (kg/Einwohner)



(1) 1997.
 (2) 1998.
 Quelle: Eurostat, Landwirtschaft und Fischerei (theme5/zpa1 & theme5/fish)

VERBRAUCH

Abbildung 2.3 zeigt den Verbrauch ausgewählter Nahrungsmittel für 1999 gemessen an der Menge. Danach aßen Europäer 1999 durchschnittlich mehr als viermal so viel Fleisch (96kg/Einwohner) wie Fisch (23kg) und verbrauchten fast 33kg Zucker.

Eine detailliertere Betrachtung in Tabelle 2.1 ergibt, dass es im Verbrauch mancher Nahrungsmittel und Getränke innerhalb der EU immer noch erhebliche Unterschiede gibt. Das Konsumverhalten wird üblicherweise davon bestimmt, ob ein Produkt vor Ort erzeugt und angeboten wird. So sind Griechenland, Spanien und Italien führend im Verbrauch von pflanzlichen Ölen, während Österreich (ein Binnenland) den höchsten Pro-Kopf-Verbrauch an Fleisch verzeichnet und in Portugal und Griechenland die größten Mengen an Fisch und Meeresfrüchten verzehrt werden.

Laut FAO nahmen die Europäer 1996 durchschnittlich fast 3 400 Kalorien pro Tag zu sich. Mehr als zwei Drittel dieser Menge entfielen auf pflanzliche Produkte, während die tägliche Aufnahme durch Fleisch im Schnitt gut 400 und durch Fisch unter 50 Kalorien betrug (siehe Tabelle 2.2). Die durchschnittliche Kalorienaufnahme der Einwohner in der EU war mit Werten zwischen 3 013 Kalorien in Finnland und 3 621 Kalorien in Österreich³ relativ einheitlich.

(3) Ohne L.

Tabelle 2.1: Jährliches Nahrungsmittelangebot pro Kopf, 1996 (kg) (1)

	EU-15	B/L	DK	D	EL	E	F	IRL	I	L	NL	A	P	FIN	S	UK
Getreide	110,6	103,5	102,0	98,3	150,4	101,4	111,2	130,7	157,8	:	77,7	102,3	125,8	92,9	97,5	91,7
Stärkehaltige Wurzeln	78,3	105,2	67,3	80,6	65,2	88,1	67,3	127,5	37,6	:	86,5	61,7	128,5	68,0	56,4	110,0
Zucker & Süßungsmittel	38,1	48,1	48,6	40,8	31,4	33,3	38,4	43,4	30,3	:	46,3	46,3	34,8	38,0	45,0	39,1
Hülsenfrüchte	3,4	2,4	0,9	1,5	5,2	6,5	2,0	2,9	5,2	:	2,7	0,8	4,5	1,5	1,2	4,5
Baumnüsse	4,4	4,4	3,6	4,7	10,5	6,5	3,6	0,8	5,8	:	5,4	5,4	3,8	1,3	2,7	1,5
Ölfrüchte	3,3	2,6	1,0	2,9	12,6	4,8	2,2	1,4	2,4	:	5,3	2,8	1,5	1,2	1,9	4,1
Pflanzliche Öle	19,8	23,3	7,2	18,5	28,1	26,8	16,8	14,1	24,8	:	17,4	19,0	17,0	8,7	15,8	17,4
Gemüse	119,4	126,1	88,1	77,4	284,0	155,2	122,4	74,2	177,2	:	87,4	89,4	179,7	69,3	71,1	83,4
Obst	105,5	141,1	77,0	115,3	144,9	99,8	87,3	88,0	127,3	:	136,9	98,6	109,5	69,3	88,9	80,7
Anregungsmittel	8,4	6,4	14,1	9,7	5,6	6,1	9,1	5,8	6,4	:	12,0	10,0	5,4	11,4	12,2	8,3
Gewürze	0,4	0,7	0,7	0,5	0,4	0,2	0,3	0,3	0,1	:	1,0	0,8	0,2	0,3	0,5	0,5
Alkoholische Getränke	115,7	131,5	151,3	155,1	52,8	105,0	108,0	152,1	81,2	:	92,8	148,1	131,6	93,1	80,5	118,4
Fleisch	87,3	87,5	102,2	86,5	76,8	102,1	98,8	80,7	86,0	:	92,8	105,2	78,6	63,1	66,4	72,2
Genießbare Innereien	4,6	4,6	1,3	4,1	4,0	3,8	9,3	20,5	3,9	:	2,3	3,1	5,6	2,5	1,7	2,7
Tierische Fette	13,8	26,4	27,0	21,6	2,6	3,9	18,2	17,4	10,5	:	7,9	20,2	11,6	14,0	19,1	7,3
Milch	240,4	207,8	239,9	234,2	257,1	165,6	248,7	246,1	257,3	:	338,6	261,3	185,2	357,8	342,6	232,3
Eier	12,6	13,0	13,7	12,5	10,3	13,7	15,5	8,9	12,5	:	15,2	13,6	9,0	10,4	12,2	10,0
Fisch & Meeresfrüchte	24,9	20,9	24,0	14,9	26,1	40,7	29,8	17,2	23,5	:	15,8	14,2	63,3	34,0	30,1	21,5
Sonstige Aquaprodukte	0,0	0,2	:	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	:	0,0	0,0	0,2	:	:	0,0

(1) Fett steht für das Land mit dem niedrigsten Pro-Kopf-Angebot; blau steht für das Land mit dem höchsten Pro-Kopf-Angebot; EU-15, ohne L.
 Quelle: Welternährungsorganisation der Vereinten Nationen (FAO)

Tabelle 2.2: Tägliches Kalorienangebot pro Kopf, 1996 (Einheiten) (1)

	EU-15	B/L	DK	D	EL	E	F	IRL	I	L	NL	A	P	FIN	S	UK
Gesamt	3 393	3 579	3 287	3 395	3 580	3 310	3 500	3 525	3 519	:	3 256	3 621	3 602	3 013	3 054	3 203
Pflanzliche Produkte (2)	2 338	2 445	2 018	2 336	2 774	2 433	2 179	2 444	2 601	:	2 132	2 381	2 629	1 794	2 023	2 194
Getreide	832	728	793	766	1 056	748	837	982	1 132	:	604	824	1 022	739	729	713
Stärkehaltige Wurzeln	142	191	120	148	119	160	121	216	67	:	159	115	234	133	100	199
Zucker & Süßungsmittel	368	458	446	398	302	323	366	415	289	:	451	452	327	370	448	381
Hülsenfrüchte	32	23	9	13	49	61	18	27	49	:	25	7	42	14	11	42
Baumnüsse	29	33	30	37	58	36	22	5	36	:	32	34	20	10	20	9
Ölfrüchte	25	15	5	28	45	34	18	12	11	:	30	26	7	13	17	39
Pflanzliche Öle	482	527	165	446	681	649	406	339	596	:	417	469	408	207	375	448
Gemüse	80	112	68	56	160	105	84	60	103	:	66	61	115	47	50	60
Obst	125	133	90	140	179	127	93	95	160	:	130	123	143	83	101	96
Anregungsmittel	23	11	52	38	10	12	18	21	11	:	66	19	25	16	18	16
Gewürze	3	6	6	4	3	2	3	3	1	:	9	7	2	3	4	4
Alkoholische Getränke	196	208	234	262	96	176	193	268	145	:	145	244	281	160	147	184
Tierische Produkte	1 055	1 134	1 269	1 059	805	877	1 321	1 081	918	:	1 124	1 240	974	1 220	1 031	1 010
Fleisch	416	321	399	375	295	414	534	364	388	:	438	484	354	483	292	437
Genießbare Innereien	14	15	4	13	12	12	28	61	12	:	7	9	17	7	5	9
Tierische Fette	220	420	436	328	30	62	293	214	158	:	153	338	210	183	240	151
Milch	314	287	305	270	385	261	363	379	272	:	434	336	264	442	391	342
Eier	49	50	55	49	40	53	60	34	48	:	59	52	35	40	48	38
Fisch & Meeresfrüchte	42	40	70	25	42	75	43	30	41	:	34	21	93	64	56	33

(1) Fett steht für das Land mit dem niedrigsten Pro-Kopf-Angebot; blau steht für das Land mit dem höchsten Pro-Kopf-Angebot; EU-15, ohne L.

(2) Gesamtwert einschließlich vermischte Produkte, die in der Aufgliederung nicht präsentiert werden.

Quelle: Welternährungsorganisation der Vereinten Nationen (FAO)

Gesunde Ernährung?

Laut einem Bericht von IEFS⁴ glauben alle sozio-ökonomischen Gruppen in der EU, dass eine nahrhafte Vollwertkost Krankheiten vorbeugen und zur Erhaltung der Gesundheit beitragen kann. Auf die Frage nach den wichtigsten Bestandteilen einer gesunden Ernährung wurden in erster Linie weniger Fett und mehr Obst und Gemüse genannt (siehe Tabelle 2.3).

Mehr als 70% der Befragten der genannten Umfrage glaubten, sich gesund zu ernähren, von 47% in Finnland bis zu 87% in Italien. Trotzdem hatte 1996 mehr als die Hälfte der Bewohner der EU ein Gewicht, das nicht der Körpergröße entsprach (siehe Tabelle 2.4). Eine Betrachtung nach Mitgliedstaaten ergab, dass in der EU Fettleibigkeit im Vereinigten Königreich am weitesten verbreitet war (12% der Bevölkerung). Ein hoher Prozentsatz untergewichtiger Frauen und Mädchen fand sich in der Gruppe der 15- bis 24-jährigen.

Viele Ernährungswissenschaftler und Gesundheitsexperten vertreten die Meinung, dass gesunde Ernährungsgewohnheiten bereits in jungem Alter eingeführt werden sollten, weshalb die Essgewohnheiten von Schülern von besonderem Interesse sind. Tabelle 2.5 enthält dazu Angaben von 15-jährigen Schülern. Besonders aufschlussreich ist die Statistik, dass mehr als 50% der Mädchen in der EU entweder Diät hielten oder meinten, dass sie dies tun sollten. Der höchste Anteil von Befragten, die mindestens einmal pro Tag Obst aßen, fand sich mit einem Spitzenwert von 95% bei 15-jährigen Mädchen in Portugal. Portugal war auch das einzige Land in der EU, in dem mehr als 50% der Schüler angaben, täglich rohes Gemüse zu essen.

(4) Umfrage durchgeführt zwischen Oktober 1995 und Februar 1996; A Pan-EU Survey on Consumer Attitudes to Food, Nutrition and Health, Report Number Four - Dietary Changes, IEFS (Institute of European Food Studies).

Tabelle 2.3: Änderungen in der Ernährung der Befragten während der letzten sechs Monate, 1996
(Anteil der Befragten, die eine Veränderung ihrer Essgewohnheiten angaben, %) (1)

	Weniger Fett	Mehr Obst und Gemüse	Weniger Zucker	Mehr Wasser trinken	Vermeiden von Zusatzstoffen	Weniger Salz	Mehr Vollkorn- oder Vollwertkost	Weniger Alkohol
B	21	19	19	16	11	12	10	7
DK	23	22	15	15	12	9	15	8
D	18	17	17	8	10	10	14	11
EL	21	21	17	11	12	10	4	8
E	24	19	19	13	11	14	5	14
F	20	16	16	14	7	6	8	9
IRL	21	20	16	13	8	9	11	7
I	20	17	16	11	12	8	6	8
L	25	24	23	21	16	15	16	15
NL	29	21	21	15	13	12	15	7
A	34	33	32	15	16	16	19	15
P	15	13	15	9	8	12	5	7
FIN	37	32	32	26	22	35	21	13
S	23	22	19	18	9	9	13	5
UK	37	34	29	19	14	16	18	14

(1) Mehrfachantwort möglich.

Quelle: A Pan-EU Survey on Consumer Attitudes to Food, Nutrition and Health, Report Number Four - Dietary Changes, IEFS (Institute of European Food Studies)

Tabelle 2.4: Body-Mass-Index, 1996
(Anteil der Bevölkerung in jeder Kategorie,%) (1)

	Unter- gewicht	Normal- gewicht	Über- gewicht	Fett- leibig
EU-15	11	48	31	10
B	12	48	31	9
DK	13	49	31	8
D	8	46	35	11
EL	9	45	35	11
E	9	47	33	11
F	17	52	24	7
IRL	10	50	31	8
I	14	49	30	7
L	11	53	27	9
NL	9	52	29	10
A	10	48	32	10
P	8	50	33	9
FIN	9	48	33	10
S	11	49	33	7
UK	12	46	30	12

(1) Der Body-Mass-Index wird als kg/m² berechnet; Untergewicht, <=19,99; Normalgewicht, 20 - 24,99; Übergewicht, 25 - 29,99; Fettleibig, >30.

Quelle: A Pan-EU Survey on Consumer Attitudes to Physical Activity, Body-weight and Health, IEFS (Institute of European Food Studies)

Tabelle 2.5: Essgewohnheiten von Schülern im Alter von 15 Jahren, 1997/1998 (%)

	Machen oder glauben, sie sollten eine Diät machen		Essen täglich				Trinken täglich				Essen täglich Pommes frites oder gebratene Kartoffeln		Essen täglich Obst	
	Männl.	Weibl.	Trinken täglich Magermilch		Süßigkeiten oder Schokolade		Essen täglich Kartoffelchips		Soft Drinks		Männl.	Weibl.	Männl.	Weibl.
			Männl.	Weibl.	Männl.	Weibl.	Männl.	Weibl.	Männl.	Weibl.				
B (1)	16	51	45	41	33	24	12	8	55	39	3	2	39	53
DK	20	47	77	70	31	27	5	2	40	22	4	1	48	59
D (2)	22	50	29	28	45	41	10	7	54	37	5	2	51	63
EL	29	56	26	25	43	47	18	15	61	41	32	19	75	76
F (2)	19	52	65	58	47	40	22	15	42	27	11	7	53	59
IRL	20	50	24	27	80	75	56	50	75	51	28	13	66	75
A	18	53	16	14	43	42	12	6	39	26	3	2	55	69
P	18	44	13	15	60	55	21	17	58	42	27	20	91	95
FIN	16	42	80	75	24	14	:	:	22	6	:	:	43	56
S	19	51	33	37	31	28	6	4	32	19	5	2	58	69
UK (3)	20	49	73	67	62	54	60	50	67	53	33	19	52	57

(1) Nur Flandern.

(2) Regionaldaten.

(3) Nur England.

Quelle: Bearbeitet von Currie, C, et al., ed. Health and health behaviour among young people in Health Behaviour in School-aged Children: a WHO Cross-national study (HBSC); International report; Kopenhagen, WHO Regionalkomitee für Europa, 2000 (Dokument EUR/ICP/IVST 0603 05(A))

VERBRAUCHSAUSGABEN

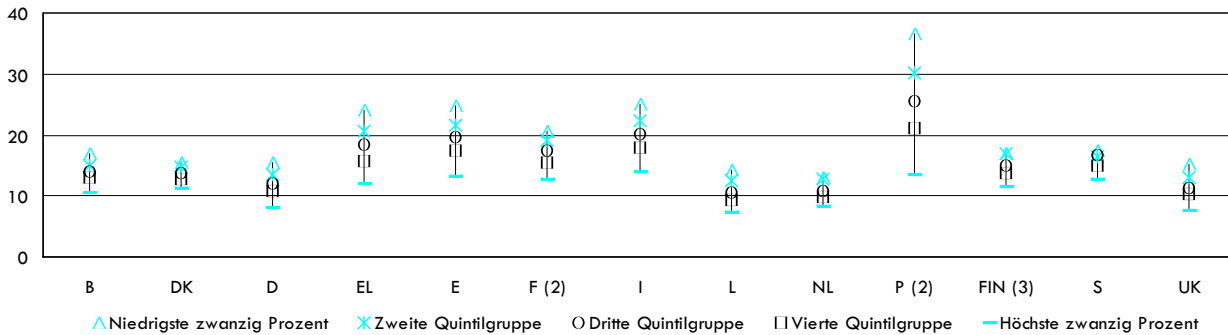
Nahrungsmittel als Grundbedarf

Zwischen 1994 und 1999 sank die relative Bedeutung von Nahrungsmitteln und alkoholfreien Getränken in den Gesamtausgaben privater Haushalte in sieben von acht Ländern, für die Daten verfügbar waren⁵. Der größte Rückgang verzeichneten Irland und das Vereinigte Königreich, wo der Anteil von Nahrungsmitteln und alkoholfreien Getränken an den Gesamtausgaben um 3,9 bzw. 3,6 Prozentpunkte zurückging.

Abbildung 2.4 zeigt die Verbrauchsausgaben für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke nach Einkommensquintilen im Jahr 1999⁶. Da Nahrungsmittel als Grundbedarf betrachtet werden können, steht der Ausgabenanteil für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke in umgekehrtem Verhältnis zum Einkommen. Deshalb beeinflusst die Einkommensverteilung die Aufschlüsselung der Ausgaben nach Einkommensquintilen. In Dänemark und Schweden ist der Anteil der Gesamtausgaben für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke in den verschiedenen Einkommensgruppen relativ ähnlich, während in Portugal größere Unterschiede festzustellen sind.

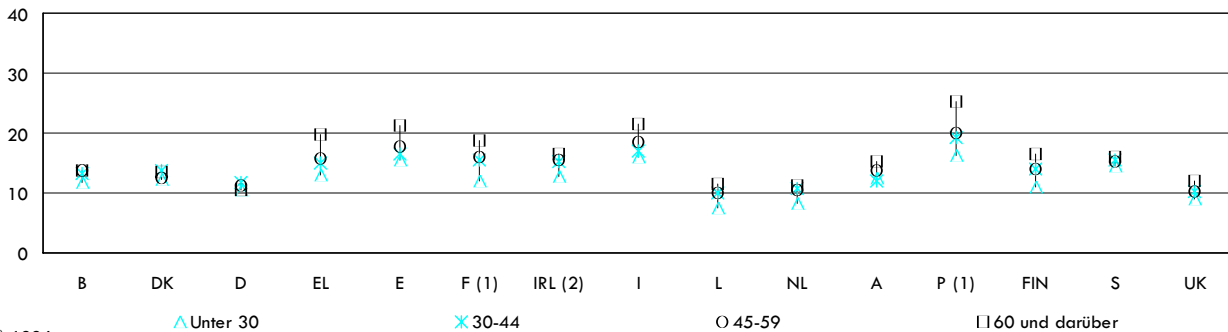
(5) DK, EL, IRL, NL, FIN, S und UK; in B erhöhte sich der Anteil.
 (6) Für den gesamten folgenden Abschnitt über Verbrauchsausgaben: F und P, 1994; IRL und A, Verbrauchsausgaben nach Einkommensquintilen, nicht verfügbar; FIN, Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.

Abbildung 2.4: Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke
 Anteil an den Gesamtverbrauchsausgaben, nach der Einkommensverteilung, 1999 (%) (1)



(1) IRL und A, nicht verfügbar.
 (2) 1994.
 (3) Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 2.5: Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke
 Anteil an den Gesamtverbrauchsausgaben, nach dem Alter des Haushaltsvorstandes, 1999 (%)



(1) 1994.
 (2) Vorläufig.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Gesundheits- und Ernährungsfaktoren sowie die Besorgnis der Verbraucher über die Nahrungsmittelsicherheit spielen eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung. Nahrungsmittel, die mit gesunder Lebensführung oder schneller und einfacher Zubereitung verbunden werden (z. B. Fisch, Gemüse und Mineralwasser, Erfrischungsgetränke und Fruchtsäfte), verzeichneten zwischen 1994 und 1999 den schnellsten relativen Zuwachs⁷. Dagegen ging der Anteil von Fleisch und Milch sowie Käse und Eiern an den Gesamtausgaben privater Haushalte am stärksten zurück.

Abbildung 2.5 zeigt, dass in Haushalten mit einem Vorstand von 60 Jahren und darüber allgemein ein höherer Ausgabenanteil auf Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke entfiel. Zwischen zwei Drittel und vier Fünftel dieses Anteils machten im Allgemeinen die entsprechenden Ausgaben in Haushalten mit einem Vorstand von unter 30 Jahren aus (wenn auch in Dänemark, Deutschland und Schweden mehr als neun Zehntel).

Das Europäische Haushaltspanel gibt einen Hinweis auf die Zahl der Haushalte, die sich Fleisch oder Fisch nicht mindestens jeden zweiten Tag leisten können (siehe Abbildung 2.6). Ihr Anteil lag meist unter 10%, ausgenommen Griechenland mit beträchtlichen 48%.

PREISE

Der harmonisierte Verbraucherpreisindex für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke stieg in der EU zwischen 1996 und 2000 um 3,5%, was durchschnittlich weniger als 1% pro Jahr entsprach (siehe Abbildung 2.7). Dies war fast die Hälfte der Zuwachsrates für den Gesamtverbraucherpreisindex, der sich im gleichen Zeitraum absolut um 6,4% erhöhte.

(7) Alle Angaben in diesem Absatz stützen sich auf Daten für B, DK, EL, IRL, NL, FIN, S und UK.

Abbildung 2.6: Haushalte, die sich nicht jeden zweiten Tag Fleisch oder Fisch leisten können, 1996 (%) (1)



(1) S, nicht verfügbar.

(2) Ohne S.

Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/ilc)

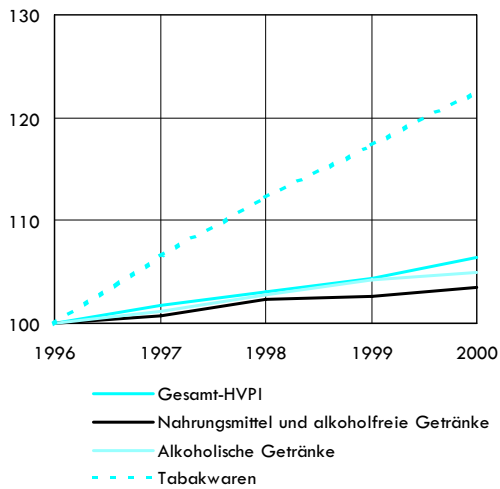
Table 2.6: Relative Preisindices, 1999 (Länderdurchschnitt für jede Produktgruppe = 100) (1)

		B	DK	D	EL	E	F	IRL	I	L	NL	A	P	FIN	S	UK
Brausegetränke - Cola	PE	99	139	73	91	93	78	92	88	:	116	90	82	112	135	113
Brausegetränke - Nicht-Cola	PE	90	145	81	95	88	85	115	82	:	77	95	81	120	146	:
Schokoladentafeln (einzeln)	PE	73	143	85	:	:	:	:	98	:	80	98	106	95	142	78
Getrocknete Nudeln	PE	118	:	115	:	97	94	105	62	:	:	:	108	112	88	99
Pulverkaffee	PE	93	113	88	77	87	93	100	133	:	86	103	117	108	107	94
Ketchup	PE	93	117	66	124	109	108	84	138	:	88	105	108	86	88	86
Mineralwasser	PE	63	:	85	76	:	44	98	58	:	95	116	:	189	176	99
Fertigcerealien	PE	91	88	100	152	82	94	:	115	:	93	123	85	112	93	71
Trinkschokolade	G	:	118	56	:	76	76	:	147	:	:	78	97	91	157	104
Tiefkühlpizza	G	100	103	71	83	96	99	:	89	:	78	103	152	107	108	110
Kristallzucker	G	89	113	:	:	89	120	114	:	:	87	106	100	96	110	77
Honig	G	:	108	73	:	91	95	97	108	:	57	91	:	115	160	104
Mineralwasser	G	79	139	109	73	39	57	145	49	:	68	60	:	153	199	129

(1) Die Tabelle zeigt für eine Auswahl an Supermarktprodukten das Preisniveau in jedem Mitgliedsstaat, verglichen mit dem einfachen EU-Durchschnitt. Die verwendeten Preise sind nationale Jahresdurchschnittspreise. Die für die Berechnungen verwendete Datenbank enthält zwei Preise für jedes Produkt, je einen für die gängige Packungsgröße sowie für eine einheitliche Packungsgröße (über Länder hinweg). Die Berechnungen beruhen jeweils auf dem (nach Mengen) gewichteten Durchschnittspreis. Bei den paneuropäischen Produkten (mit PE gekennzeichnet) wird das Länderpreisniveau einer ausgewählten Marke gemessen. Bei den generischen Produkten (mit G gekennzeichnet) wird der Durchschnittspreis aller generischen Produkte in einem Land berechnet.

Quelle: Generaldirektion Binnenmarkt der Europäischen Kommission (Scannerdaten), basierend auf Daten von AC Nielsen

Abbildung 2.7: Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren
Entwicklung der harmonisierten
Verbraucherpreisindizes in der EU (1996=100)



Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Zum Vergleich sind in Abbildung 2.7 auch die Verbraucherpreisindizes für alkoholische Getränke und Tabakwaren angegeben. Während der Anstieg der Verbraucherpreise für alkoholische Getränke (4,9% zwischen 1996 und 2000) ebenfalls unter jenem des Gesamtindex lag, erhöhte sich der Preisindex für Tabakwaren im gleichen Zeitraum um 22,6% (das entsprach einem durchschnittlichen jährlichen Anstieg von 5,2%).

Ein detaillierteres Bild der Entwicklung der Verbraucherpreisindizes für Nahrungsmittel, Getränke und Tabak gibt Tabelle 2.7. Für die meisten Artikel entsprach der Preisanstieg weitgehend dem beobachteten Anstieg des Aggregats Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren. Ein schnellerer Anstieg erfolgte jedoch für Fisch und Meeresfrüchte mit durchschnittlich 3,8% pro Jahr zwischen 1996 und 2000. Der Kaffeepreis erhöhte sich 1997 und 1998 ebenfalls sehr schnell, um 1999 und 2000 wieder zu fallen. Dagegen sank der Preis für Öle und Fette zwischen 1996 und 2000 um durchschnittlich 2,0% pro Jahr.

Allgemein zeigten die Preisniveauidizes, dass die meisten Nahrungsmittel in den südlichen Mitgliedstaaten billiger waren (siehe Tabelle 1.41 auf Seite 43). Ein Vergleich zwischen den teuersten und den billigsten Ländern 1998 zeigt, dass die Preisniveaus im Allgemeinen im Faktor 1,5 bis 2 zueinander standen. Für alkoholische Getränke und Tabakwaren ergab sich jedoch ein Faktor von knapp 3.

Tabelle 2.7: Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren
Entwicklung der harmonisierten Verbraucherpreisindizes
in der EU (1996=100)

1996 1997 1998 1999 2000

	1996	1997	1998	1999	2000
Gesamt-HVPI	100	102	103	104	106
Nahrungsmittel & alkoholfreie Getränke	100	101	102	103	104
Nahrungsmittel	100	101	102	103	104
Alkoholfreie Getränke	100	103	105	103	103
Nahrungsmittel	100	101	102	103	104
Brot & Getreideerzeugnisse	100	101	102	103	104
Fleisch	100	102	101	100	102
Fisch & Meeresfrüchte	100	103	109	113	116
Milch, Käse & Eier	100	100	101	101	101
Öle & Fette	100	94	91	93	92
Obst	100	101	105	105	105
Gemüse	100	98	102	105	105
Zucker, Marmelade & Süßwaren	100	102	103	104	105
Nahrungsmittel a.n.g.	100	101	103	104	104
Alkoholfreie Getränke	100	103	105	103	103
Kaffee, Tee & Kakao	100	106	110	103	102
Mineralwasser, Limonade & Saft	100	101	102	103	103
Alkoholische Getränke	100	101	103	104	105
Branntwein	100	101	102	102	103
Wein	100	101	103	106	107
Bier	100	101	103	103	104
Tabakwaren	100	107	112	117	123

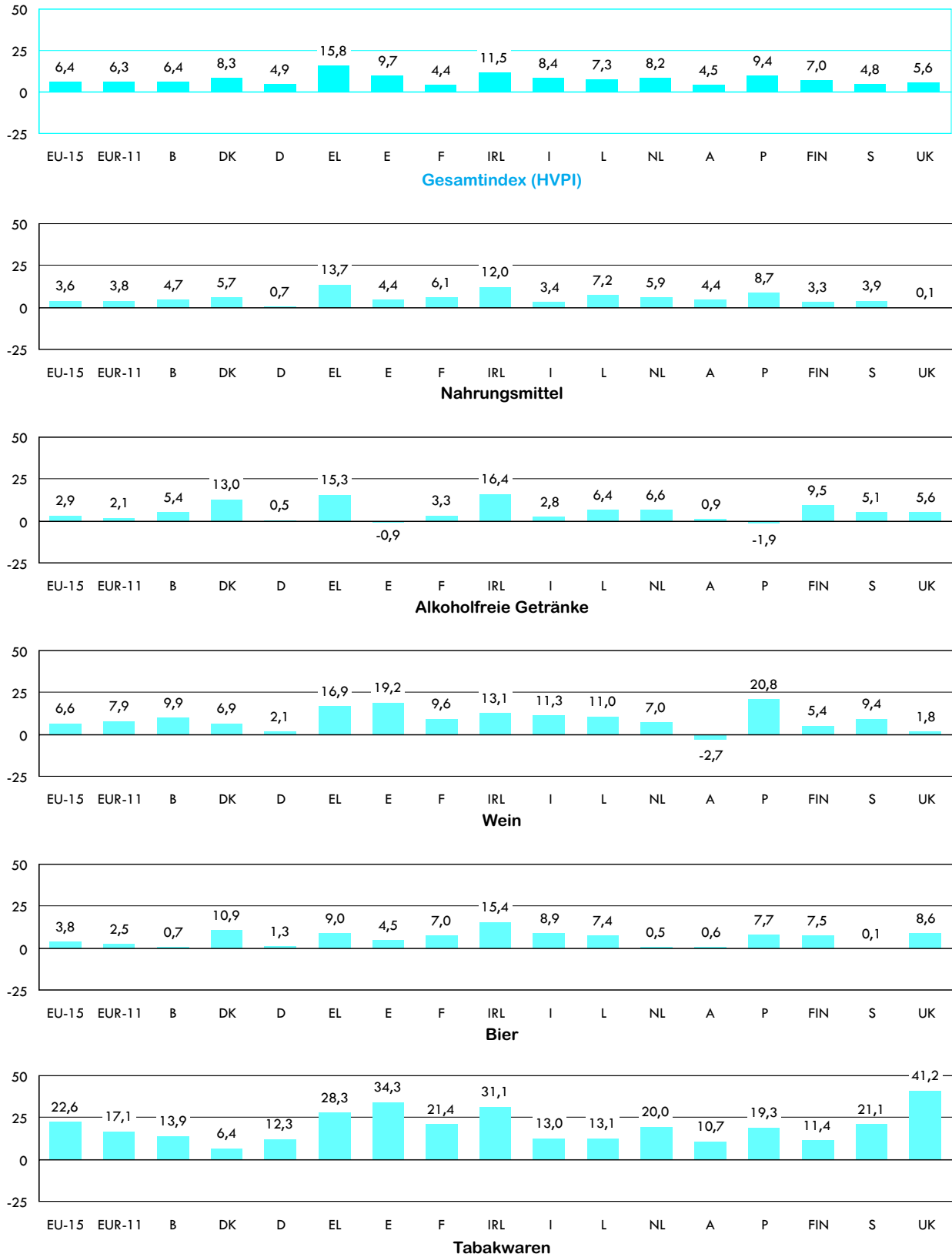
Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Die nordischen Länder, Irland und das Vereinigte Königreich waren 1998 am teuersten in Bezug auf den Kauf von alkoholischen Getränken, wobei indirekte Steuern den Preis stark beeinflussten. Die fünf für alkoholische Getränke teuersten Länder waren tatsächlich auch die einzigen, in denen das Aufkommen von Verbrauchsabgaben auf diese Artikel 1999 im Schnitt mehr als €100 pro Einwohner betrug. Die selben Länder verzeichneten das höchste relative Preisniveau für Tabakwaren, am teuersten das Vereinigte Königreich, gefolgt von Schweden, Dänemark, Irland und Finnland.

Am billigsten waren alkoholische Getränke in Portugal und Spanien (mit einem Preisniveau von 64% bzw. 66% des EU-Durchschnitts), während sich die billigsten Tabakwaren in Spanien (60% des EU-Durchschnitts), Portugal (65%), Luxemburg (69%) und Griechenland (70%) fanden.

Den höchsten Preisanstieg zwischen 1996 und 2000 verzeichneten Fisch und Meeresfrüchte, wobei die Preisunterschiede für Fisch zwischen den Ländern relativ gering waren. Finnland und Spanien berichteten 1998 das niedrigste Preisniveau für Fisch (20% unter dem EU-Durchschnitt) und Österreich das höchste Preisniveau (30% über dem EU-Durchschnitt). Etwas größer waren die Unterschiede für frisches Obst, Gemüse und Kartoffeln, wobei das Preisniveau in Portugal 26% unter und in Dänemark dagegen 34% über dem EU-Durchschnitt lag. In Dänemark war das Preisniveau für Nahrungsmittel generell sehr hoch, etwa ein Drittel über dem EU-Durchschnitt. Nur Fisch, Milch, Käse und Eier hatte etwa ein Preisniveau, das dem EU-Durchschnitt entsprach.

Abbildung 2.8: Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren
Absolutes Wachstum der Verbraucherpreise, 1996-2000 (%)



Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Sind Nahrungsmittelpreise so wichtig für die Verbraucher?

Für europäische Verbraucher ist Sicherheit der wichtigste Aspekt ihrer Nahrungsmittel. Befragt über die entscheidenden Faktoren, welche die Auswahl ihrer Nahrungsmittel beeinflussen, betonen sie die wahrgenommene Qualität am stärksten (siehe Tabelle 2.8)⁸. Die dargestellte Information berücksichtigt nicht Angaben mit weniger als 5% der Antworten, wie ärztlich verordnete Diäten oder vegetarische Ernährung, Präsentation/Verpackung von Nahrungsmitteln oder kulturelle Faktoren. Interessanterweise reicht der Anteil der Befragten, für die der Preis einer der drei wichtigsten Faktoren beim Einkauf von Nahrungsmitteln ist, von nur 18% in Griechenland und Luxemburg bis zu 62% in Finnland. Obwohl Qualität und Frische (Voraussetzungen für jeden Nahrungsmittelkauf) ausschlaggebend für die Wahl der Verbraucher sind, wurde der Preis in sechs Ländern (Deutschland, Spanien, Frankreich, Österreich, Finnland und Schweden) als zweitwichtigster Faktor genannt.

44% der männlichen und 32% der weiblichen Befragten bezeichneten den Geschmack von Nahrungsmitteln als wichtig für die Kaufentscheidung (siehe Tabelle 2.9). Dagegen räumten Frauen dem Gesundheitsaspekt einen höheren Stellenwert ein. Die Umfrage hat gezeigt, dass Frauen zwischen 35 und 54 Jahren, die mindestens einen Sekundarschulabschluss hatten, bei der Auswahl von Nahrungsmitteln am ehesten die Ernährungshinweise lasen (außerdem interessierten sie sich mehr fürs Abnehmen, Zusatzstoffe und Vegetarismus). Zweckmäßigkeit wurde von 10% bis 20% der Befragten als wichtiger Faktor genannt, wobei Dänemark (25%) und Österreich (8%) außerhalb dieser Bandbreite lagen. Eine Betrachtung nach Alter ergab, dass jüngere Menschen (17%) diesem Faktor größere Bedeutung beimäßen als Personen von 55 Jahren und darüber (10%).

(8) A Pan-EU Survey on Consumer Attitudes to Food, Nutrition and Health, Report Number Four - Dietary Changes, IEFS (Institute of European food Studies).

Tabelle 2.8: Faktoren, wahrgenommen als unter den stärksten Einflüssen auf die Nahrungsmittelwahl, 1996 (%) (1)

	Qualität/ Frische	Preis	Geschmack	Gesunde Ernährung	Familien- vorlieben	Gewohnheit	Zweck- mäßigkeit	Beinhaltet Zusatzstoffe
B	76	34	46	37	29	19	12	11
DK	64	39	29	48	22	18	25	17
D	76	40	31	31	29	26	11	7
EL	75	18	47	32	38	28	11	5
E	80	52	22	32	25	20	11	5
F	77	57	42	25	21	20	13	5
IRL	49	30	45	35	36	29	13	5
I	84	29	40	25	36	19	15	5
L	68	18	49	24	18	18	14	21
NL	73	36	41	28	36	21	16	9
A	90	54	25	50	32	10	8	8
P	66	38	40	34	24	21	12	5
FIN	67	62	41	40	17	20	17	7
S	73	59	37	30	31	21	17	8
UK	59	43	49	40	30	20	15	5

(1) Die Befragten wurden gebeten, die drei wichtigsten Faktoren zu nennen, wobei hier die acht häufigsten Antworten dargestellt sind.

Quelle: A Pan-EU Survey on Consumer Attitudes to Food, Nutrition and Health, Report Number Four - Dietary Changes, IEFS (Institute of European Food Studies)

Tabelle 2.9: Faktoren, wahrgenommen als unter den stärksten Einflüssen auf die Nahrungsmittelwahl in der EU, 1996 (%) (1)

	Qualität/ Frische	Preis	Geschmack	Gesunde Ernährung	Familien- vorlieben	Gewohnheit	Zweck- mäßigkeit	Beinhaltet Zusatzstoffe
Geschlecht								
Männlich	71	41	44	27	25	23	13	5
Weiblich	78	44	32	37	32	19	13	7
Alter								
15-34	70	42	42	29	27	23	17	6
35-54	77	42	34	33	34	20	12	7
55+	78	44	36	33	25	20	10	6
Beruf								
Beschäftigt	74	41	40	33	30	21	13	7
Hausfrau/-mann	80	42	33	33	40	20	12	6
Student	63	41	48	27	21	23	17	5
Arbeitslos	68	48	34	27	23	21	17	7
Rentner	78	46	34	33	22	21	10	5
Bildungswesen								
Primär	77	48	33	28	27	23	11	6
Sekundär	74	40	41	33	31	20	13	6
Tertiär	74	38	38	38	28	23	16	6

(1) Die Befragten wurden gebeten, die drei wichtigsten Faktoren zu nennen, wobei hier die acht häufigsten Antworten dargestellt sind.

Quelle: A Pan-EU Survey on Consumer Attitudes to Food, Nutrition and Health, Report Number Four - Dietary Changes, IEFs (Institute of European Food Studies)

SICHERHEIT UND QUALITÄT:

DIE ZWEI WICHTIGSTEN ASPEKTE VON NAHRUNGSMITTELN

Wie oben gezeigt, sind für europäische Verbraucher Sicherheit und Qualität der Nahrungsmittel wichtiger als der Preis. Es ist Aufgabe der Europäischen Kommission, für den Bereich Lebensmittelsicherheit und -qualität auf europäischer Ebene den rechtlichen Rahmen für einen optimalen Gesundheitsschutz der Verbraucher und höchste Sicherheitsstandards für Lebensmittel zu schaffen. Dieser Rahmen wird dann von den Mitgliedstaaten umgesetzt und durchgeführt. Die Kommission ist außerdem für die Integration der Lebensmittelsicherheit und -qualität in andere Bereiche wie die Gemeinsame Agrarpolitik sowie für die Überwachung der in den Mitgliedstaaten vorgenommenen Kontrollen der Lebensmittelsicherheit verantwortlich.

Zur Zeit wird intensiv an den Rechtsvorschriften für die Lebensmittelsicherheit gearbeitet. Auf der Basis eines kohärenten, umfassenden Konzepts bereitet die Europäische Kommission mehrere Vorschläge zur Umsetzung der Maßnahmen vor, die sie in ihrem Weißbuch über Lebensmittelsicherheit vom Januar 2000 umrissen hat. Lebensmittelqualität, Ernährung und Lebensmittelsicherheit waren auch die drei Hauptthemen auf dem 3. Europäischen Verbrauchertag am 15. März 2001⁹⁾.

⁹⁾ Weitere Informationen über Debatten, Reden und Gesprächsrunden zum Thema Lebensmittelqualität finden Sie unter http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/library/debate/index_en.html

Tabelle 2.10: Zahl der Produkte eingetragen als g.U. und g.g.A. unter Gemeinschaftsrecht bis Mai 2001 (Einheiten)

	Geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.)	Geschützte geographische Angabe (g.g.A.)
EU-15	346	216
B	2	1
DK	0	3
D	37	24
EL	58	18
E	34	20
F	60	65
IRL	1	2
I	77	34
L	2	2
NL	5	0
A	8	3
P	49	29
FIN	1	0
S	0	2
UK	12	13

Quelle: Generaldirektion der Europäischen Kommission für Landwirtschaft; verfügbar unter http://europa.eu.int/comm/agriculture/qual/en/prodb_en.htm

Tabelle 2.11: Inzidenzraten für ausgewählte Krankheiten im Zusammenhang mit nahrungs- und wasserbedingten Krankheiten (Personen je 100 000 Einwohner, die eine übertragbare Krankheit angaben)

	Botulismus (1)	Campylobakteriose (2)	Salmonellose (3)	Shigellose (4)
B	0,01	63,8	85,0	2,9
DK	0,00	66,2	61,5	1,0
D	0,02	40,5	103,8	2,0
EL	0,00	:	0,1	0,0
E	0,02	13,2	17,6	0,2
F	0,04	:	23,2	1,6
IRL	:	55,8	25,8	3,1
I	0,04	:	24,5	3,1
L	:	:	11,6	0,0
NL	0,00	22,1	13,7	2,1
A	0,00	40,2	85,2	3,0
P	:	:	3,4	0,1
FIN	0,00	64,0	54,2	1,4
S	0,00	80,6	55,2	5,3
UK	:	110,4	:	3,3

(1) EL, NL und FIN, 1998. (2) DK, D und UK, 1998. (3) B, EL, L und P, 1998.

(4) EL, P und UK, 1998.

Quelle: Eurostat, Gesundheit und Sicherheit (theme3/health)

Sicherheit und Qualität von Lebensmitteln müssen in allen Bereichen der Nahrungsmittelkette verbessert werden: Futtermittelproduktion, Primärproduktion, Verarbeitung, Lagerung, Transport und Einzelhandel. Die Rechtsvorschriften sollen dafür sorgen, dass Sicherheit und Qualität den Kern der europäischen Nahrungsmittelkette bilden. Zwei andere wichtige Eckpfeiler der Politik sind bessere Information der Verbraucher und die Rückverfolgbarkeit von Nahrungsmittelerzeugnissen.

Die Fähigkeit der Wissenschafts- und Verwaltungsstrukturen in der Union, unverzüglich auf neue und erneute Bedrohungen der Lebensmittelsicherheit in Zusammenarbeit und Koordination mit den Mitgliedstaaten zu reagieren, wird verbessert. Das wissenschaftliche Beratungssystem, das ein hohes Maß an Gesundheits- und Verbraucherschutz garantiert, wird verstärkt. Netzwerke und strukturelle Voraussetzungen für eine engere Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten werden geschaffen. Die Wissenschafts- und Verwaltungsstrukturen der Union sind zudem aktiv in die Forschung auf diesem Gebiet eingebunden. Maßnahmen zur Information und Aufklärung der Verbraucher über das Thema Nahrungsmittelsicherheit und eine Ernährungspolitik werden ebenfalls entwickelt.

Es wurden spezielle Instrumente entwickelt, um Lebensmittel von besonderer Qualität anzuerkennen. Dazu gehören Regeln der Verordnung (EWG) Nr. 2081/92 zum Schutz von geographischen Angaben (g.g.A.) und Ursprungsbezeichnungen (g.U.) für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel. Weitere Vorschriften enthält die Verordnung (EWG) Nr. 2082/92 über Bescheinigungen besonderer Merkmale von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln (g.t.S.). Diese Verordnungen wurden 1992 verfasst, um bestimmte Produktbezeichnungen vor Missbrauch und Nachahmung zu schützen und Verbrauchern mit Informationen über spezielle Produkteigenschaften zu helfen. Die Bezeichnungen von mehr als 500 Käse-, Fleisch-, Obst- und Gemüseprodukten wurden bisher als g.U. oder g.g.A. registriert (siehe Tabelle 2.10).

In einer Eurobarometer-Umfrage (49) vom April und Mai 1998 wurde ermittelt, welche Eigenschaften nach Ansicht der Verbraucher Nahrungsmittel besonders sicher machen. Die drei wichtigsten genannten Aspekte waren pestizidfreie Produkte (56%), hormonfreie Produkte (54%) und ein wirksames Kontrollsystem zuständiger Behörden (49%). Weitere Informationen über Verbraucherverhalten zum Thema Nahrungsmittelsicherheit und -kennzeichnung finden Sie im Unterkapitel 1.6.2. Ein Indikator, an dem der Erfolg von Maßnahmen zur Nahrungsmittelsicherheit gemessen werden kann, ist die Inzidenzrate ausgewählter übertragbarer Krankheiten (siehe Tabelle 2.11).

Ökologische Erzeugung und genetisch veränderte Lebensmittel

Nach Schätzungen von Eurostat wurde 1998 auf fast 2% der landwirtschaftlichen Fläche ökologischer Landbau betrieben. Die Verordnung (EWG) Nr. 2092/91 des Rates legt die strengen Voraussetzungen dar, die eingehalten werden müssen, bevor von ökologischer Erzeugung gesprochen werden kann. Die Verordnung schränkt insbesondere den Einsatz von Düngemitteln und Pestiziden ein. Zwar hat der ökologische Landbau bisher nur einen kleinen Anteil an der landwirtschaftlichen Erzeugung, doch stieg 1998 die Zahl der ökologischen Betriebe in Dänemark, Belgien und Portugal um mehr als 40%. Am weitesten verbreitet (gemessen an der Fläche) war der ökologische Landbau in Italien und Frankreich (siehe Tabelle 2.12).

Rechtsvorschriften der EU für genetisch veränderte Organismen (GVO) und genetisch veränderte Lebens- und Futtermittel basieren auf folgenden Grundsätzen: GVO und genetisch veränderte Lebens- und Futtermittel müssen sicher sein; ausreichende Informationen müssen gegeben werden, damit sich die Verbraucher frei entscheiden können; GVO müssen sorgfältig überwacht werden. GVO einschließlich Saatgut und genetisch veränderte Lebens- und Futtermittel dürfen nur zugelassen werden, wenn eine umfassende wissenschaftliche Risikobewertung vorgenommen wurde und feststeht, dass von ihnen keine Gefahr für Gesundheit von Mensch und Tier sowie für die Umwelt ausgeht.

Tabelle 2.12: Getreideanbau auf ökologisch bewirtschafteten Flächen in ausgewählten Mitgliedstaaten, 1998 (ha Land) (1)

	DK	EL	F	I	L	NL	P	S
Getreide	30 070	1 000	34 117	177 017	116	3 424	3 424	31 751
Hülsenfrüchte	2 746	57	2 836	:	12	171	:	4 289
Kartoffeln	768	7	580	:	12	816	:	1 007
Zuckerrübe	193	:	8	:	:	404	:	425
Handelsgewächse	921	197	9 637	32 724	2	195	:	1 221
Schalenobst	:	:	1 298	:	:	:	1 606	:
Zitrusfrüchte	:	1 299	182	51 982	:	:	104	:
Trauben	:	1 566	7 896	27 005	1	:	782	:
Oliven	:	9 475	242	48 435	:	:	13 743	:
Futter	:	437	8 825	162 266	177	2 650	5 476	56 981
Dauerweiden	14 739	60	134 786	:	404	11 826	738	24 209
Blumen und Zierpflanzen	:	:	13	:	:	14	:	5
Gartenbau	1 074	240	3 909	22 154	9	1 455	1 425	496
Saat- und Pflanzgut	:	:	524	23 168	:	:	0	:
Frischobst	:	:	3 727	:	8	175	429	294

(1) Fehlende Länder, nicht verfügbar.

Quelle: Eurostat, Umweltstatistik (theme8/milieu)

Rechtsvorschriften der EU für genetisch veränderte Lebens- und Futtermittel, die bereits gelten und weiter entwickelt werden, sehen eine umfassende Bewertung der Lebensmittelsicherheit und der Umweltverträglichkeit, befristete Zulassungen für GVO und die obligatorische Überwachung von GVO nach ihrer Vermarktung, Transparenz wissenschaftlicher Beratung sowie eine harmonisierte Rückverfolgbarkeit und umfassende Kennzeichnung vor, um Verbrauchern und Nutzern mit genauen Informationen zu versorgen.

Eine Eurobarometer-Umfrage (46.1) liefert vergleichende Daten zum Thema Biotechnologie. 1996 beurteilten generell Italiener, Spanier und Portugiesen die Biotechnologie am positivsten. Jedoch hatte die Mehrheit der Europäer Bedenken gegenüber transgenen Nahrungsmitteln. Mehr als sechs von zehn Befragten äußerten sich besorgt über die Risiken. In einer Eurobarometer-Umfrage (52.1) von Ende 1999 ging es um die Gründe für die Bedenken der Verbraucher gegenüber genetisch veränderten Lebensmitteln. Besonders häufig gaben die Befragten Antworten wie „selbst wenn genetisch veränderte Nahrungsmittel Vorteile haben, ist es gegen die Natur“, „wenn etwas schief ginge, wäre es eine globale Katastrophe“ und „genetisch veränderte Lebensmittel sind einfach überflüssig“. Der Anteil der Befragten, die den Nahrungsmittelsektor für einen sinnvollen Anwendungsbereich der Biotechnologie halten, ging in der Zeit zwischen den beiden Umfragen von 54% auf 43% zurück. 1999 waren 53% der Befragten bereit, mehr Geld für genetisch unveränderte Nahrungsmittel auszugeben, gegenüber 36%, die nicht dazu bereit wären.

Tabelle 2.13: Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben und Struktur der Haushaltsausgaben, 1999 (%)

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK
DURCHSCHNITTLICHE VERBRAUCHSAUSGABEN (PPS JE HAUSHALT)															
Nahrungsmittel, Getränke & Tabak (3)	4 298	4 060	2 605	4 706	4 259	4 225	6 627	5 686	5 221	3 229	4 212	3 923	3 116	3 965	3 722
Nahrungsmittel	3 303	2 725	:	3 680	3 508	3 399	4 014	4 748	3 911	2 437	3 181	3 348	2 351	:	2 638
Brot und Mehlwaren	647	511	:	459	572	631	723	891	708	455	576	523	443	:	561
Fleisch	981	666	:	939	1 043	1 005	1 122	1 268	1 172	568	768	1 010	490	:	651
Fisch und Seelebensmittel	209	129	:	304	496	218	110	438	219	67	81	528	91	:	103
Milch, Käse und Eier	442	434	:	591	509	495	603	753	569	416	477	406	449	:	361
Speisefette und Öle	92	87	:	354	137	89	104	237	143	69	120	195	71	:	61
Obst	233	174	:	320	290	250	216	477	338	207	264	254	175	:	187
Gemüse	339	296	:	455	291	400	503	457	378	322	277	328	235	:	402
Zucker, Marmel., Schokol., Süßwaren	248	355	:	223	121	173	396	184	265	187	272	88	204	:	202
Nahrungsmittel a.n.g.	113	74	:	35	49	138	237	44	119	147	346	16	194	:	111
Alkoholfreie Getränke	354	348	:	212	202	223	485	431	450	260	354	112	230	:	259
Kaffee, Tee und Kakao	85	130	:	81	75	74	100	171	144	93	128	47	98	:	85
Mineralwasser, Limonade, Saft	269	218	:	131	126	149	385	260	306	168	226	66	132	:	174
Alkoholische Getränke & Tabakwaren (4)	408	531	:	146	161	367	1 528	239	512	326	277	223	334	412	397
Branntwein	52	91	:	51	30	111	224	:	75	74	35	28	93	:	87
Wein	256	243	:	53	84	257	218	171	336	142	123	166	92	:	189
Bier	100	197	:	42	47	:	1 086	49	100	109	119	30	150	:	121
Tabakwaren	233	456	:	668	389	236	600	267	348	206	400	239	201	224	428
STRUKTUR DER AUSGABEN (% der GESAMTEN HAUSHALTS-AUSGABEN)															
Nahrungsmittel, Getränke & Tabak (3)	15,6	17,3	11,1	20,1	21,0	18,9	22,4	20,9	12,1	12,6	15,9	24,1	17,1	18,3	13,4
Nahrungsmittel	12,1	11,6	:	15,7	17,3	15,2	13,6	17,4	9,1	9,5	12,0	20,5	12,9	:	9,5
Brot und Mehlwaren	2,4	2,2	:	2,0	2,8	2,8	2,4	3,3	1,6	1,8	2,2	3,2	2,4	:	2,0
Fleisch	3,6	2,8	:	4,0	5,1	4,5	3,8	4,7	2,7	2,2	2,9	6,2	2,7	:	2,4
Fisch und Seelebensmittel	0,8	0,6	:	1,3	2,4	1,0	0,4	1,6	0,5	0,3	0,3	3,2	0,5	:	0,4
Milch, Käse und Eier	1,6	1,9	:	2,5	2,5	2,2	2,0	2,8	1,3	1,6	1,8	2,5	2,5	:	1,3
Speisefette und Öle	0,3	0,4	:	1,5	0,7	0,4	0,4	0,9	0,3	0,3	0,5	1,2	0,4	:	0,2
Obst	0,8	0,7	:	1,4	1,4	1,1	0,7	1,8	0,8	0,8	1,0	1,6	1,0	:	0,7
Gemüse	1,2	1,3	:	1,9	1,4	1,8	1,7	1,7	0,9	1,3	1,0	2,0	1,3	:	1,5
Zucker, Marmel., Schokol., Süßwaren	0,9	1,5	:	1,0	0,6	0,8	1,3	0,7	0,6	0,7	1,0	0,5	1,1	:	0,7
Nahrungsmittel a.n.g.	0,4	0,3	:	0,1	0,2	0,6	0,8	0,2	0,3	0,6	1,3	0,1	1,1	:	0,4
Alkoholfreie Getränke	1,3	1,5	:	0,9	1,0	1,0	1,6	1,6	1,0	1,0	1,3	0,7	1,3	:	0,9
Kaffee, Tee und Kakao	0,3	0,6	:	0,3	0,4	0,3	0,3	0,6	0,3	0,4	0,5	0,3	0,5	:	0,3
Mineralwasser, Limonade, Saft	1,0	0,9	:	0,6	0,6	0,7	1,3	1,0	0,7	0,7	0,9	0,4	0,7	:	0,6
Alkoholische Getränke & Tabakwaren (4)	1,5	2,3	:	0,6	0,8	1,6	5,2	0,9	1,2	1,3	1,0	1,4	1,8	1,9	1,4
Branntwein	0,2	0,4	:	0,2	0,1	0,5	0,8	:	0,2	0,3	0,1	0,2	0,5	:	0,3
Wein	0,9	1,0	:	0,2	0,4	1,1	0,7	0,6	0,8	0,6	0,5	1,0	0,5	:	0,7
Bier	0,4	0,8	:	0,2	0,2	:	3,7	0,2	0,2	0,4	0,5	0,2	0,8	:	0,4
Tabakwaren	0,8	1,9	:	2,9	1,9	1,1	2,0	1,0	0,8	0,8	1,5	1,5	1,1	1,0	1,5

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

(3) D, ohne alkoholische Getränke und Tabakwaren; S, einschließlich Teile von Bier sowie Nahrungsmittel und Getränke zum Mitnehmen.

(4) A, Daten für alkoholische Getränke sind unzuverlässig; S, ohne Teile von Bier.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 2.14: Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren
Struktur der Haushaltsausgaben, 1999 (%)

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK
NACH EINKOMMENSVERTEILUNG (3)															
Niedrigste zwanzig Prozent	19,8	20,4	:	29,1	28,5	24,1	:	27,6	17,1	15,4	:	41,2	20,9	21,1	19,9
Zweite Quintilgruppe	17,2	19,9	:	25,0	24,8	22,3	:	24,4	14,8	15,0	:	34,1	19,8	19,2	16,9
Dritte Quintilgruppe	16,2	18,0	:	22,2	22,4	20,3	:	22,0	12,5	13,0	:	29,0	17,8	19,6	14,2
Vierte Quintilgruppe	15,3	16,7	:	19,2	19,9	17,9	:	19,8	11,2	11,9	:	24,1	16,9	18,1	13,0
Höchste zwanzig Prozent	12,7	14,8	:	14,5	15,3	15,1	:	15,5	8,9	10,2	:	15,3	14,0	15,5	9,8
NACH ALTER DES HAUSHALTSVORSTANDES															
Unter 30	13,8	16,0	:	16,9	19,3	15,0	24,3	17,7	9,3	9,8	14,8	19,6	13,8	17,7	12,5
Zwischen 30 und 44	15,3	17,4	:	18,7	19,4	18,5	21,7	18,9	11,8	12,6	14,6	22,0	17,1	18,1	13,3
Zwischen 45 und 59	16,3	17,3	:	19,5	20,5	18,8	22,5	20,4	12,0	13,1	16,8	22,7	17,3	18,4	13,2
60 und darüber	16,3	18,0	:	22,7	23,7	21,1	22,3	23,2	13,5	13,4	17,4	28,2	18,6	18,8	14,6
NACH HAUSHALTSTYP															
1 Erwachsener ohne abhängige Kinder	13,5	17,2	:	15,5	17,0	16,6	18,3	20,6	10,2	11,2	13,3	21,1	16,1	17,7	12,0
2 Erwachsene ohne abhängige Kinder	15,8	17,2	:	21,6	21,2	20,2	21,2	20,9	11,5	12,4	15,4	27,4	16,7	17,9	13,0
3+ Erwachsene ohne abhängige Kinder	18,9	18,6	:	21,5	22,9	22,6	24,1	21,2	13,8	12,4	18,9	23,4	19,6	17,9	14,5
Alleinerziehender mit abhäng. Kind(ern)	15,7	18,0	:	16,2	17,7	17,8	24,4	20,8	11,7	13,5	16,1	23,9	18,9	17,8	16,4
2 Erwachsene mit abhäng. Kind(ern)	16,3	17,0	:	19,2	19,6	19,0	21,9	20,7	12,5	13,5	15,7	22,6	17,6	18,9	13,9
3+ Erwachsene mit abhäng. Kind(ern)	16,9	20,0	:	22,6	23,1	21,2	26,5	21,7	13,9	:	19,7	26,2	18,2	22,1	14,9
NACH SOZIO-ÖKONOMISCHER KATEGORIE DES HAUSHALTSVORSTANDES															
Arbeiter (4)	17,3	17,9	:	22,7	23,2	21,2	:	19,7	14,3	12,3	18,0	27,2	18,8	19,8	15,4
Angestellte	14,9	16,3	:	16,0	17,2	16,6	:	:	9,4	11,8	12,9	18,0	15,0	16,8	11,8
Selbständig	14,7	15,5	:	20,8	22,1	20,1	:	18,7	10,9	12,7	16,1	28,5	16,7	17,1	12,3
Arbeitslos	18,0	22,0	:	23,6	24,7	21,6	:	24,8	:	:	20,1	24,8	22,1	20,6	18,1
Alters- & Ruhegeldempfänger	16,5	18,6	:	22,5	24,6	21,3	:	22,9	13,8	13,5	17,8	28,8	19,1	18,6	14,4
Sonstige Nichterwerbspersonen (5)	17,0	18,7	:	18,1	22,8	18,4	:	22,9	13,2	14,5	16,7	26,2	15,3	19,7	17,1
NACH URBANISIERUNGSGRAD															
Dicht (>500 Einwohner/km ²)	15,7	17,5	:	:	19,5	:	:	20,3	11,8	:	14,1	21,4	16,2	17,5	13,3
Mittel (100-499 Einwohner/km ²)	15,6	16,0	:	:	21,1	:	:	21,4	12,2	:	16,1	27,9	17,4	17,9	13,4
Dünn (<100 Einwohner/km ²)	16,8	18,8	:	:	23,9	:	:	22,3	12,3	:	18,0	32,1	19,4	18,9	13,7

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

(3) FIN, Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie von Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.

(4) I, einschließlich aller Beschäftigten im nichtlandwirtschaftlichen Bereich.

(5) D, einschließlich Alters- und Ruhegeldempfänger.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)



3. Bekleidung und Schuhe; Körperpflege und persönliche Gebrauchsgüter



3 BEKLEIDUNG UND SCHUHE; KÖRPERPFLEGE UND PERSÖNLICHE GEBRAUCHSGÜTER

Die in diesem Kapitel behandelten Positionen decken ein breites Spektrum von Waren und Dienstleistungen ab, die eher von einzelnen Haushaltsmitgliedern als vom Haushalt als Ganzem verwendet werden. In den letzten Jahren zeigte der Anteil der Verbraucherausgaben für Kleidung und Schuhe in Europa eine rückläufige Tendenz. Nach Schätzungen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung sank der Anteil von Kleidung und Schuhen an den Gesamtausgaben privater Haushalte zwischen 1970 und 1997 von 9,3% auf 6,4%¹. Während der Kauf von Kleidung für einige ein Grundbedarf bleibt, lässt die zunehmende Bedeutung von Mode darauf schließen, dass Bekleidungskäufe häufig als über den Grundbedarf hinausgehende, nicht unbedingt notwendige (oder sogar Luxus-)Anschaffungen anzusehen sind. Im Jahr 1999 entfielen in der EU auf Bekleidung und Schuhe zusammen etwa 6% aller Haushaltsausgaben. Ihr Anteil erreichte damit in den meisten Ländern mindestens das Doppelte der Ausgaben für Körperpflege und persönliche Gebrauchsgüter (siehe Abbildung 3.1 und 3.2).

Eine ähnliche Dichotomie besteht zwischen Artikeln der Körperpflege und persönlichen Gebrauchsgütern, wo ein Grundbedarf wie für Friseurleistungen, Rasierklingen und Seife neben Luxusartikeln wie Schmuck und Parfüm anzutreffen ist. Wie schon bei Bekleidung und Schuhen kann es zwischen dem Kaufverhalten von Männern und Frauen auch hier erhebliche Unterschiede geben.

3.1 BEKLEIDUNG UND SCHUHE

Dieses Unterkapitel über Bekleidung und Schuhe beinhaltet auch Daten zur Reinigung, Reparatur und Vermietung dieser Artikel sowie über ihren Kauf².

VERBRAUCH

Nach Angaben von OETH³ entfielen 1998 auf die fünf größten Bekleidungsmärkte in der EU (Deutschland, Vereinigtes Königreich, Italien, Frankreich und Spanien) 80% des EU-Verbrauchs. Das wichtigste Bekleidungssegment war Damenbekleidung (43%). An zweiter Stelle folgten von Frauen wie Männern gleichermaßen zu tragende Kleidungsstücke (Unisex) wie T-Shirts, Pullover und Sportbekleidung (37%), an dritter Stelle Herrenbekleidung (20%).

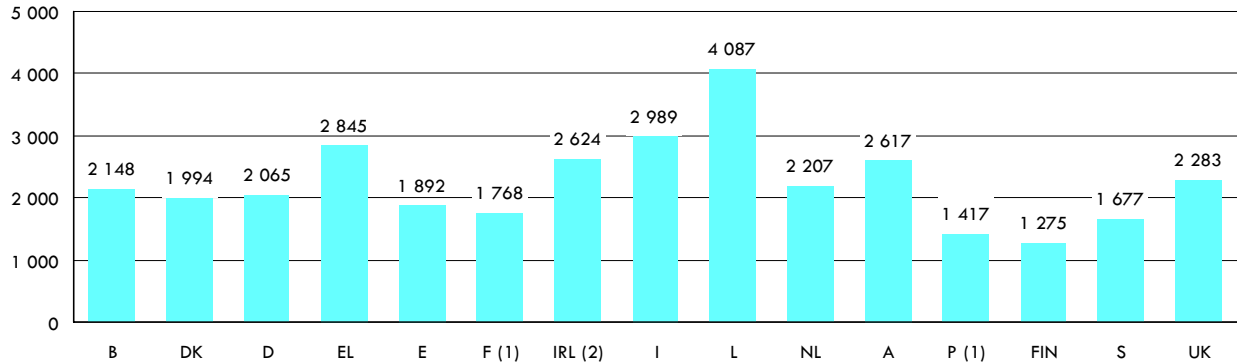
Die Nachfrage nach Bekleidung wird durch demographische Veränderungen, die Anzahl jener, die sich in ihrer Kleidung am „Lifestyle“ orientieren, und relative Preise beeinflusst. Eine der wichtigsten demographischen Veränderungen der letzten Jahre war der zunehmende Anteil von Frauen in Vollzeitbeschäftigung, insbesondere im Büro und Dienstleistungsgewerbe, in denen häufig ein bestimmter Bekleidungsstandard gefordert wird. Da die Bekleidungs Vorschriften aber lockerer geworden sind, hat auch der Markt für legere Herrenbekleidung an Bedeutung gewonnen. Die wachsende Anzahl berufstätiger Frauen, kleinere Familien und spätere Elternschaft bewirken, dass in zahlreichen Familien die Pro-Kopf-Ausgaben für Kinderbekleidung heute höher sind. Dieser Trend wird noch dadurch verstärkt, dass Eltern für ihre Kinder dieselben Marken wählen, die sie auch selbst tragen, und dass größere Kinder in zunehmendem Maße modebewusst werden.

(1) Der Datenerfassungsbereich spiegelt die veränderte Mitgliedschaft der EU während dieses Zeitraums wider.

(2) Obwohl die Bedeutung von Reparatur und Vermietung in den letzten Jahren zurückging.

(3) The EU Textile and Clothing Sector, OETH (L'Observatoire Européen du Textile et de l'Habillement), 1999.

Abbildung 3.1: Bekleidung und Schuhe; Körperpflege und persönliche Gebrauchsgüter a.n.g.
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS je Haushalt)

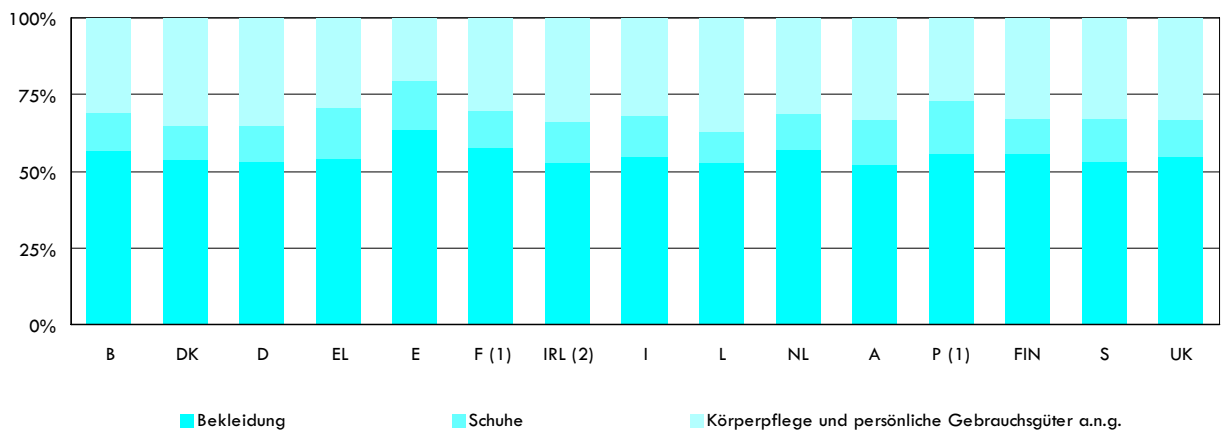


(1) 1994.

(2) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 3.2: Bekleidung und Schuhe; Körperpflege und persönliche Gebrauchsgüter a.n.g.
Aufgliederung der Verbrauchsausgaben, 1999 (%)



(1) 1994.

(2) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Bei Artikeln des Grundbedarfs sind die Verbraucher preisbewusst, wohingegen Designer- und Markenbekleidung relativ weniger preiselastisch ist (mit anderen Worten wirken sich bei letzteren Preisänderungen in geringerem Maße auf die Nachfrage aus). Diese Polarisierung der Bekleidungs- und Schuhmärkte hat größere Auswirkungen auf die verschiedenen Typen von Einzelhandelsgeschäften gehabt (auf Details wird am Ende dieses Unterkapitels eingegangen).

VERBRAUCHSAUSGABEN

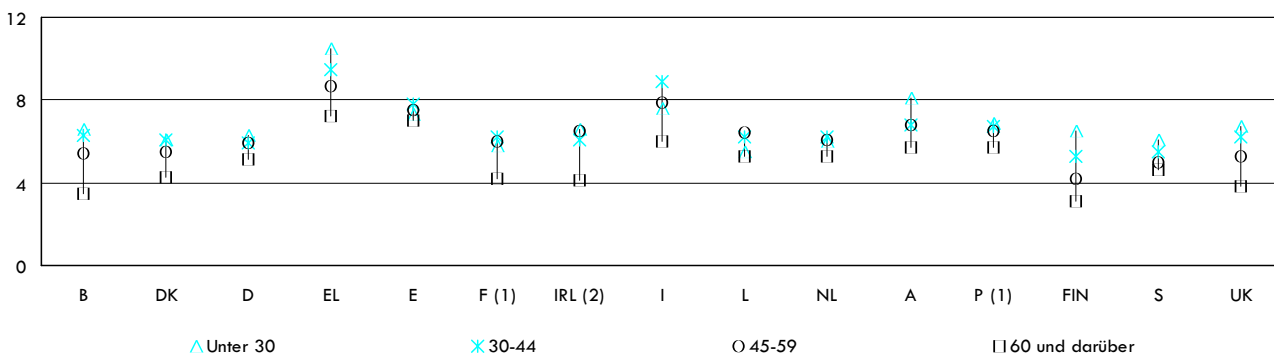
Die durchschnittlichen Verbrauchsausgaben privater Haushalte für Bekleidung und Schuhe lagen 1999⁴ zwischen 845 KKS (Finnland) und 2 568 KKS (Luxemburg). In relativen Zahlen entfielen auf Bekleidung und Schuhe zwischen 4,6% (Finnland) und 8,6% (Griechenland) der Gesamtausgaben privater Haushalte. Die Europäer gaben 1999 zwischen 3,2- (Portugal) und 5-mal (Luxemburg) mehr für Bekleidung aus als für Schuhe.

Die mit Abstand wichtigste Position unter den Waren und Dienstleistungen, die Gegenstand dieses Kapitels sind, war der Kauf von Kleidungsstücken, deren Anteil an den Gesamtausgaben der Haushalte 1999 zwischen 3,5% (Finnland) und 6,1% (Griechenland) lag. Griechenland verzeichnete außerdem den höchsten relativen Anteil an Ausgaben für Schuhe (2,0%), welcher 470 KKS pro Haushalt entsprach (der höchste Wert in der EU). Die Ausgaben für Stoffe und Nähmittel zum Schneidern, für Bekleidungszubehör (wie Krawatten, Schals und Tücher, Hüte und Handschuhe) sowie für die Reinigung, Reparatur und Miete von Bekleidung lagen bis auf eine Ausnahme zu keinem Zeitpunkt über 0,3% der Gesamtausgaben privater Haushalte. Diese Ausnahme bildete Italien, wo auf die Reinigung, Reparatur und Miete von Bekleidung 0,6% der Ausgaben entfielen.

Die Ausgaben für Bekleidung und Schuhe folgen in gewissem Maße dem Konjunkturzyklus, wenngleich kurzfristigere, saisonale Schwankungen auf den Modemärkten zu beobachten sind, insbesondere bei Damenbekleidung (z. B. rund um die Einführung neuer Kollektionen). In Zeiten einer Rezession können sich sinkende Einkommen oder bestehende Unsicherheiten auf die Verbrauchsausgaben auswirken, da die meisten Bekleidungskäufe hinausgeschoben werden können (vor allem bei Erwachsenen). Wie bei Nahrungsmitteln (einem weiteren Grundbedarf - siehe Kapitel 2) nimmt der Anteil des Einkommens, der für die

(4) Für den folgenden Abschnitt über Verbrauchsausgaben: F und P, 1994.

Abbildung 3.3: Bekleidung und Schuhe
Anteil an den Gesamtverbrauchsausgaben, nach dem Alter des Haushaltsvorstandes, 1999 (%)



(1) 1994.
(2) Vorläufig.
Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Grundausrüstung an Bekleidung ausgegeben wird, mit steigendem Einkommen in der Regel ab. In der letzten Erhebung über Haushaltsrechnungen von 1999 gab das niedrigste Einkommensquintil einen geringeren Anteil seines Budgets für Bekleidung und Schuhe aus als das höchste Einkommensquintil. Dies gilt für alle Mitgliedstaaten außer Dänemark⁵ und lässt darauf schließen, dass Käufe aus frei verfügbarer Kaufkraft größere Bedeutung hatten als unbedingt notwendige Käufe.

Ein weiterer wichtiger Faktor für das Ausgabenverhalten bei Bekleidung und Schuhen sind altersgruppenbedingte Effekte. Ein Vergleich des Ausgabenanteils, den Haushalte mit einem Vorstand von 60 Jahren und darüber für Bekleidung und Schuhe aufwenden, mit dem entsprechenden Anteil bei Haushalten mit einem Haushaltsvorstand von unter 30 Jahren zeigte, dass ältere Personen relativ weniger für Bekleidung und Schuhe ausgeben. Der entsprechende Anteil lag in acht Mitgliedstaaten unter 75%⁶, wodurch die Annahme bestätigt wird, dass Mode bei jüngeren Menschen eine der Antriebskräfte für Ausgaben in diesem Sektor darstellt (siehe Abbildung 3.3).

Aus einer für OETH⁷ durchgeführten Studie geht hervor, dass die Verbraucher in den vier größten Mitgliedstaaten 1999 durchschnittlich zwischen 11 (Frankreich und Italien) und 18 (Vereinigtes Königreich) Touren zum Einkauf von Bekleidung unternahmen (siehe Tabelle 3.1). Die durchschnittlichen Ausgaben pro Fahrt lagen zwischen €60 (Vereinigtes Königreich) und €77 (Deutschland). Etwa 13% der EU-Haushalte, die im Rahmen des Europäischen Haushaltspanels befragt wurden, gaben für 1996 an, sich keine neuen, sondern nur gebrauchte Kleidung leisten zu können (siehe Abbildung 3.4).

PREISE

Einer der Haupttrends auf Bekleidungs- und Schuhmärkten in der zweiten Hälfte der 90er Jahre war der langsame Preisanstieg. Dies mag verschiedene Gründe haben, wie den starken Wettbewerb im Einzelhandel⁸. Vielleicht liegt der Hauptgrund aber auch in der steigenden Marktdurchdringung mit Importen aus Niedriglohnländern außerhalb der EU.

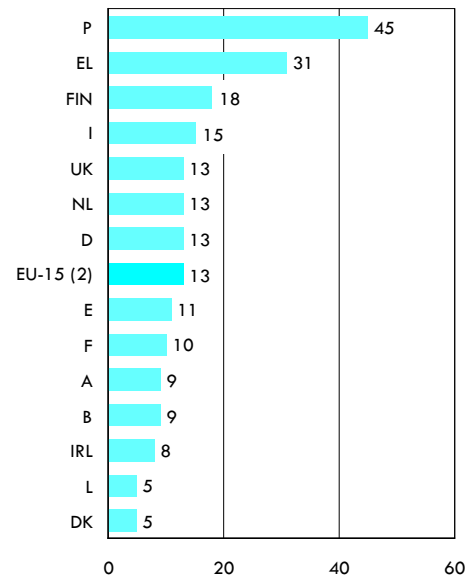
(5) IRL und A, nicht verfügbar.
 (6) IRL, nicht verfügbar.
 (7) Cotton Incorporated in The EU Textile and Clothing sector, OETH (L'Observatoire Européen du Textile et de l'Habillement), 2000.
 (8) The Long-Term Scenarios for the EU Textile and Clothing Industry - Consumption and Distribution Update; OETH, demzufolge führte die wachsende Bedeutung großer Einzelhändler zu Skalenerträgen, womit die Inflation niedrig gehalten werden konnte.

Tabelle 3.1: Häufigkeit des Einkaufens von Kleidern in ausgewählten Mitgliedstaaten, 1999

	Durchschnittliche Touren pro Jahr (Einheiten)	Durchschnittsausgaben je Tour (§)
D	16	76,9
F	11	73,0
I	11	72,7
UK	18	59,6

Quelle: Cotton Incorporated in The EU Textile and Clothing Sector, OETH (L'Observatoire Européen du Textile et de l'Habillement), 2000

Abbildung 3.4: Haushalte, die sich keine neue statt gebrauchter Kleidung leisten können, 1996 (%) (1)

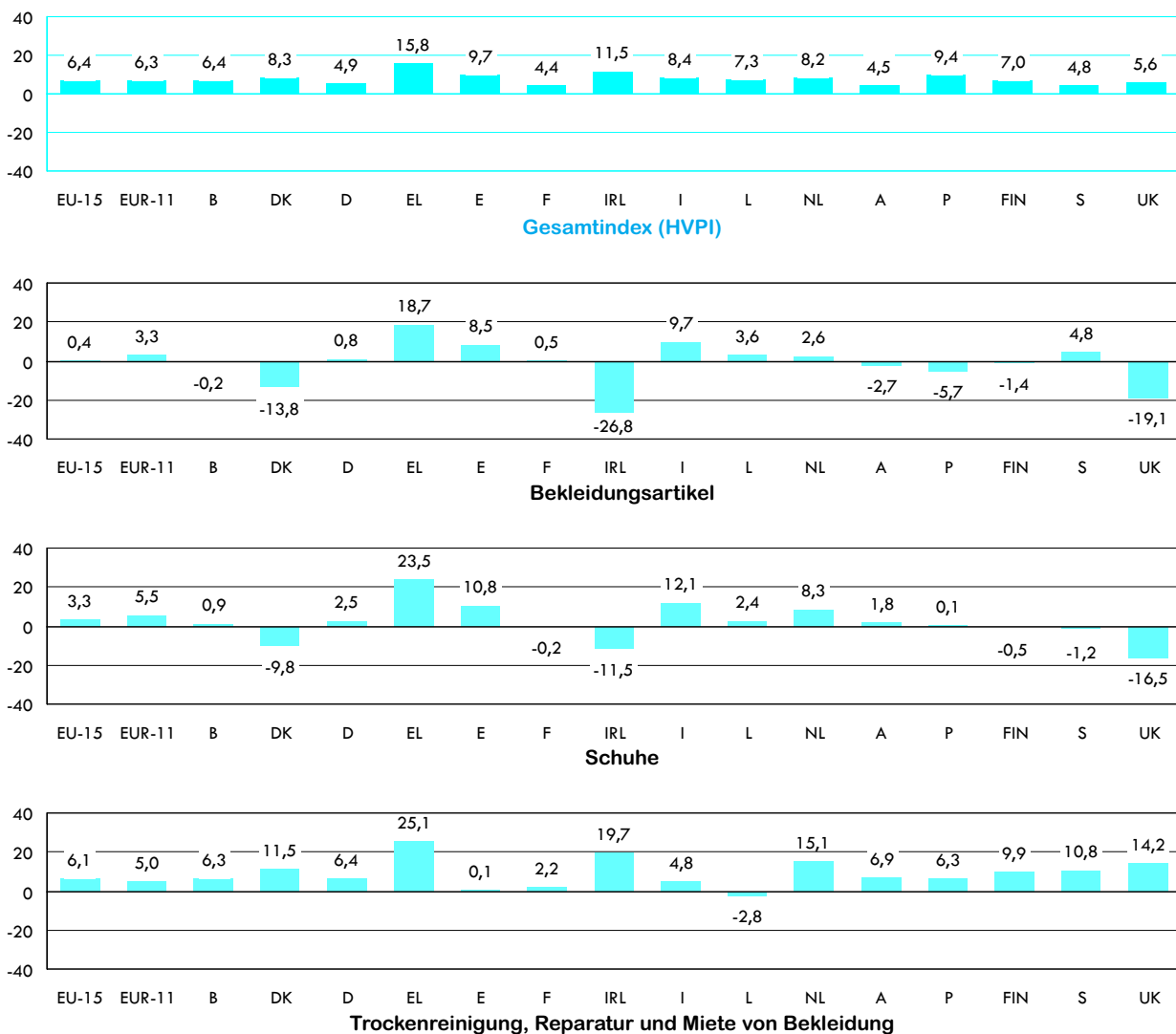


(1) S, nicht verfügbar.
 (2) Ohne S.
 Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/ilc)

Im Zeitraum zwischen 1996 und 2000 stiegen die Preise für Bekleidung und Schuhe um nur 0,7% an. Die Preise für Reinigung, Reparatur und Miete von Bekleidung sind dagegen - wie auch für viele andere Dienstleistungen - sehr viel schneller gestiegen (plus 6,1%), obgleich dieser Anstieg immer noch geringer war als bei anderen Reparaturdienstleistungen. Die signifikantesten Preisrückgänge wurden in Dänemark, Irland und im Vereinigten Königreich (siehe Abbildung 3.5) registriert.

Die Preise für Bekleidungsartikel wiesen 1998 - wie bei Halbgebrauchsgütern nicht anders zu erwarten - überall in der EU eine verhältnismäßig geringe Schwankungsbreite auf (siehe Tabelle 1.41 auf Seite 43). Die Schwankung der Preise für Schuhe war nur geringfügig höher. Irland meldete das niedrigste relative Preisniveau für Bekleidung und Italien für Schuhe (in beiden Fällen jeweils 84% des EU-Durchschnitts), gefolgt von Portugal mit dem zweitniedrigsten Preisniveau für beide Artikel. Bekleidung und Schuhe waren mit einem Preisniveau von 13% bzw. 23% über dem EU-Durchschnitt in Luxemburg am teuersten.

Abbildung 3.5: Bekleidung und Schuhe
Absolutes Wachstum der Verbraucherpreise, 1996-2000 (%)



Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

STRUKTUR DES EINZELHANDELS

Während die Preise für Bekleidung so gut wie konstant geblieben sind, hat sich das Einkaufsverhalten der Verbraucher erheblich verändert. Die Veränderungen im Verbraucherverhalten während der 90er Jahre spiegelten sich im Trend weg von Geschäften, die ein breites Sortiment von Nicht-Markenbekleidung oder von Bekleidung mit hauseigenem Label anbieten, hin zu Fachgeschäften, die auf „Lifestyle“-Kunden zielen (Sportbekleidung und Designermode), wider. Die zunehmende Bedeutung von Markenartikeln begann bei Jeans, setzte sich bei Sportschuhen fort und umfasst heute auch Sport- und Freizeitbekleidung, Designermode und Schuhe.

Einige Warenhäuser haben sich diesen neuen Herausforderungen gestellt und eigene Einzelhandelsstrukturen aufgebaut, z. B. durch Erlangung von Konzessionen für den Verkauf von Markenbekleidung und Designermode neben den hauseigenen Marken. Am unteren Ende der Preisskala nahmen immer mehr Verbraucher die Vorteile der neuen Einzelhandelsstrukturen wie fabrikeigene Verkaufsstellen („Factory Outlets“) und Discount-Angebote in Super- und Verbrauchermärkten (siehe Tabelle 3.2) in Anspruch.

Tabelle 3.2: Einzelhandelsumsatz mit Bekleidung in der EU nach Vertriebsweg (%)
1996 1999

Unabhängige Fachgeschäfte	41	33
Facheinzelhandelsketten	24	25
Kaufhaus & Kleinpreismärkte	13	15
Verbraucher- und Supermärkte	6	8
Versandhäuser	8	8
Sonstiges	8	12

Quelle: The EU Textile and Clothing Sector, OETH (L'Observatoire Européen du Textile et de l'Habillement), 2000

3.2 KÖRPERPFLEGE UND PERSÖNLICHE GEBRAUCHSGÜTER

Im vorangegangenen Unterkapitel wurde auf die zunehmende Bedeutung von Marken bei Bekleidung und Schuhen hingewiesen. Viele Körperpflegeartikel wie Seifen, Toilettenartikel und Parfüm haben ebenfalls ein starkes Markenimage, das das Produkt in den Augen des Verbrauchers aus der Masse des Angebots heraushebt. Zu den persönlichen Gebrauchsgütern gehören verschiedene Gruppen mit Artikeln langer oder mittlerer Nutzdauer wie Uhren, Reiseartikel, Sonnenbrillen und Schirme.

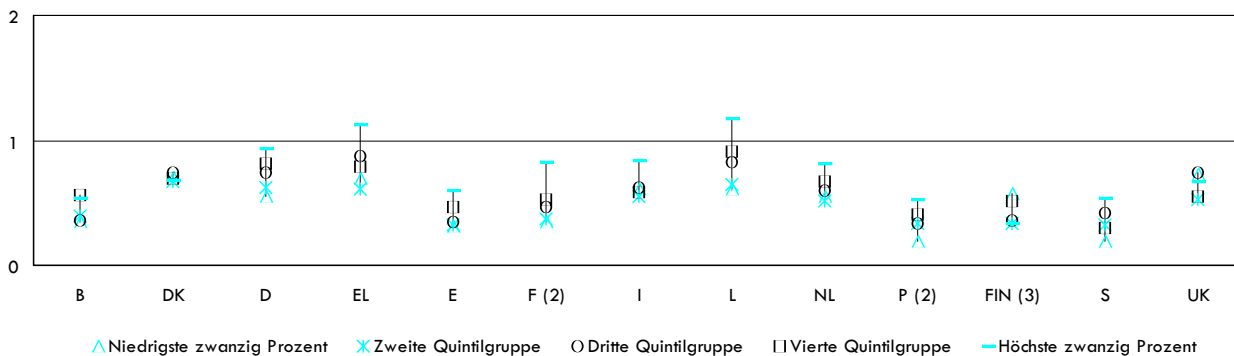
VERBRAUCHSAUSGABEN

Die durchschnittlichen Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte für Körperpflegeartikel und persönliche Gebrauchsgüter lagen 1999 in den meisten Mitgliedstaaten zwischen 500 KKS und 1 000 KKS, wobei sich Finnland, Spanien und Portugal am unteren Ende des genannten Bereichs bewegten und Luxemburg (1 519 KKS) weit darüber⁹. Gemessen an ihrem relativen Gewicht an den Gesamtausgaben machten diese Artikel zwischen 1,9% (Spanien) und 3,6% (Griechenland) aller Käufe aus. Das Gros der Ausgaben machten Körperpflegeartikel (insbesondere Artikel zur Körperhygiene und Schönheitspflege) aus. Die durchschnittlichen Ausgaben für persönliche Gebrauchsgüter (wie Schmuck und Uhren) lagen dagegen in keinem Fall über 1% der Gesamtausgaben.

Haushalte mit einem Vorstand im Alter von unter 30 Jahren oder Haushalte in einem höheren Einkommensquintil (siehe Abbildung 3.6) gaben in der Regel mehr für persönliche Gebrauchsgüter aus. Acht Mitgliedstaaten meldeten 1999 einen Anstieg der durchschnittlichen Verbrauchsausgaben privater Haushalte für Schmuck und Uhren auf über 100 KKS. Griechenland und Finnland waren die einzigen Länder, die höhere Haushaltsausgaben für sonstige persönliche Gebrauchsgüter als für Schmuck und Uhren registrierten¹⁰.

(9) Für den folgenden Abschnitt über Verbrauchsausgaben: F und P, 1994.
 (10) IRL, nicht verfügbar.

Abbildung 3.6: Persönliche Gebrauchsgüter a.n.g.
 Anteil an den Gesamtverbrauchsausgaben, nach der Einkommensverteilung, 1999 (%) (1)



(1) IRL und A, nicht verfügbar.
 (2) 1994.
 (3) Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 3.3: Verbrauchsausgaben für Kosmetik, Körperpflegemittel und Parfüms, 1999 (€ je Einwohner) (1)

	EU-15	B (2)	DK	D	EL	E	F	IRL	I	L (3)	NL	A	P	FIN	S	UK
Kosmetik, Körperpflege & Parfüms	123,9	126,5	125,3	122,8	90,8	116,3	148,4	102,3	120,7	:	122,2	130,4	74,2	102,3	112,3	127,5
Schönheitskosmetika	15,1	15,1	16,4	12,3	8,2	27,3	18,8	14,2	17,1	:	12,7	19,7	3,4	15,7	18,6	18,6
Deodorants und Parfüms	19,1	23,9	21,1	16,4	13,7	11,6	29,8	15,3	16,3	:	16,9	15,3	12,0	4,5	9,0	14,7
Haarpflegemittel	31,1	38,6	39,9	30,8	27,2	27,6	34,9	21,7	26,6	:	31,9	35,1	26,7	37,8	30,4	32,9
Hautpflegemittel	26,3	24,3	20,9	25,0	24,5	26,5	36,8	19,0	29,0	:	25,6	25,4	13,0	21,5	17,3	20,8
Körperpflegemittel	32,3	24,5	27,1	38,3	17,2	23,3	28,2	32,1	31,6	:	35,1	34,9	19,0	22,9	36,9	40,5

(1) Zu Einzelhandelspreisen.

(2) Einschließlich L.

(3) Erfasst mit B.

Quelle: Colipa (European Cosmetic, Toiletry and Perfumery Association)

Tabelle 3.3 enthält detailliertere Angaben über die Verbrauchsausgaben auf den europäischen Märkten für Kosmetik, Körperpflegemittel und Parfüm im Jahre 1999. Es sollte beachtet werden, dass diese Daten nicht aus der Erhebung über Haushaltsrechnungen stammen, sondern von der COLIPA (European Cosmetic, Toiletry and Perfumery Association), die die Durchschnittsausgaben von Einzelpersonen und nicht von Haushalten ermittelt. Die Europäer gaben 1999 durchschnittlich €124 für Kosmetik, Körperpflege und Parfüm aus, davon 25% für Haar- bzw. Körperpflegemittel. In absoluten Zahlen verzeichneten die Franzosen 1999 im Durchschnitt die höchsten Ausgaben für Kosmetik, Körperpflegemittel und Parfüm, in erster Linie wegen überdurchschnittlicher Ausgaben für Parfüm und Hautpflegemittel.

Tabelle 3.4: Körperpflege und persönliche Gebrauchsgüter a.n.g.
 Entwicklung der harmonisierten Verbraucherpreisindizes
 in der EU (1996=100)

	1996	1997	1998	1999	2000
Gesamt-HVPI	100	102	103	104	106
Körperpflege	100	102	104	106	108
Friseursalons & ähnliche Einricht.	100	103	106	108	111
Güter für die Körperpflege	100	102	103	105	105
Persönliche Gebrauchsgüter a.n.g.	100	100	100	100	101
Schmuck und Uhren	100	100	99	99	99
Sonstige persönl. Gebrauchsgüter	100	101	101	102	102

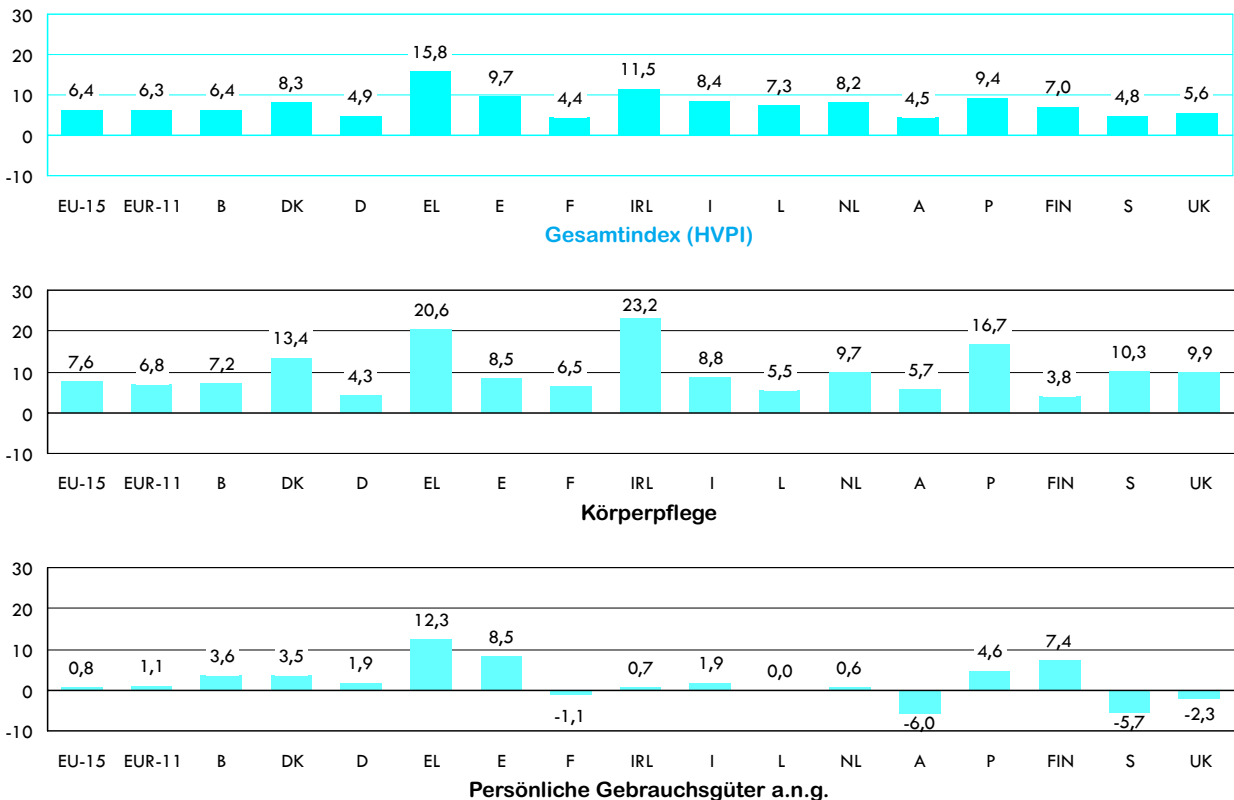
Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

PREISE

Unter den Mitgliedstaaten bestanden bei Waren und Dienstleistungen für Körperpflege und persönliche Gebrauchsgüter erhebliche Preisunterschiede. Die Preise in Dänemark lagen etwa 26% über dem EU-Durchschnitt, in Portugal dagegen 33% darunter. Auch die beiden anderen nordischen Mitgliedstaaten registrierten relativ hohe Ausgaben für Waren und Dienstleistungen für Körperpflege und persönliche Gebrauchsgüter. Dabei muss darauf hingewiesen werden, dass diese Preisangaben sehr stark aggregiert sind und somit mögliche beträchtliche Preisunterschiede auf einer detaillierteren Ebene verdecken können.

Die größten Preisunterschiede ergaben sich zwischen 1996 und 2000 für Friseur- und ähnliche Einrichtungen (siehe Tabelle 3.4 und Abbildung 3.7). Die Preise in Friseursalons der EU stiegen jährlich um 2,6% (insgesamt um 11% im Verlauf der vier Jahre). Auf der anderen Seite stiegen die Preise von Gütern für die Körperpflege (5,3%) und von sonstigen persönlichen Gebrauchsgütern (2,4%) im Verlauf des Vierjahreszeitraums langsamer als der Gesamtverbraucherpreisindex (6,4%). Der Preis von Schmuck und Uhren, den einzigen Gebrauchsgütern in diesem Unterkapitel, ging im gleichen Zeitraum um 0,6% zurück.

Abbildung 3.7: Körperpflege und persönliche Gebrauchsgüter a.n.g.
 Absolutes Wachstum der Verbraucherpreise, 1996-2000 (%)



Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Table 3.5: Relative Preisindices, 1999 (Länderdurchschnitt für jede Produktgruppe = 100) (1)

		B	DK	D	EL	E	F	IRL	I	L	NL	A	P	FIN	S	UK
Einweg-Rasierapparate	PE	76	129	93	84	93	78	111	89	:	123	:	103	:	121	100
Pflegespülung	PE	:	118	82	109	86	90	113	97	:	:	112	94	103	95	100
Rasierschaumgel	PE	85	116	90	:	84	81	:	84	:	91	91	89	115	131	142
Oberflächenreiniger	PE	83	97	107	71	44	61	169	64	:	:	85	154	129	115	120
Haarshampoo	PE	88	107	82	:	76	100	126	83	:	125	98	91	112	:	111
Geschirrspülmittel	G	125	:	116	73	86	124	40	97	:	70	142	109	93	136	88

(1) Die Tabelle zeigt für eine Auswahl an Supermarktprodukten das Preisniveau in jedem Mitgliedsstaat, verglichen mit dem einfachen EU-Durchschnitt. Die verwendeten Preise sind nationale Jahresdurchschnittspreise. Die für die Berechnungen verwendete Datenbank enthält zwei Preise für jedes Produkt, je einen für die gängige Packungsgröße sowie für eine einheitliche Packungsgröße (über Länder hinweg). Die Berechnungen beruhen jeweils auf dem (nach Mengen) gewichteten Durchschnittspreis. Bei den paneuropäischen Produkten (mit PE gekennzeichnet) wird das Länderpreisniveau einer ausgewählten Marke gemessen. Bei den generischen Produkten (mit G gekennzeichnet) wird der Durchschnittspreis aller generischen Produkte in einem Land berechnet.

Quelle: Generaldirektion Binnenmarkt der Europäischen Kommission (Scannerdaten), basierend auf Daten von AC Nielsen

STRUKTUR DES EINZELHANDELS

Nach Angaben von COLIPA unterscheiden sich die Geschäfte für den Kauf von Kosmetiken, Körperpflegemitteln und Parfüms von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat erheblich. So erzielten in Frankreich die Fachgeschäfte die höchsten Verkaufsanteile, während in Deutschland der Versandhandel eine wichtige Rolle spielte. Discounter gewannen in den späten 90er Jahren überall in Europa Marktanteile.

Daten des „Family Expenditure Survey 1999/2000“ in Großbritannien ergeben, dass Verbraucher in Supermärkten für Seife fast das Doppelte ausgaben als in anderen Geschäften, annähernd gleich viel für Toilettenartikel, während Parfüm mit fünfmal höherer Wahrscheinlichkeit in anderen Geschäften als Supermärkten gekauft wurden.

Eine deutliche Veränderung der Einzelhandelsstruktur in den letzten Jahren war die Abschaffung der zollfreien Einkäufe für Verbraucher aus einem Mitgliedstaat, die per Schiff oder per Flugzeug in einen anderen Mitgliedstaat reisen. Durch die Schaffung des Binnenmarktes entfiel für die Einzelhändler die Möglichkeit einer Nichtberechnung bzw. Rückerstattung der Mehrwertsteuer auf Parfüm und Toilettenartikel. Durch Entscheidungen von 1991 (MwSt) und 1992 (Verbrauchsabgaben)¹¹ wurde ein Übergangszeitraum bis zum 30. Juni 1999 eingeräumt. Die zollfreien Einkäufe von Parfüm und Kosmetika innerhalb der EU wurden für 1996 auf 0,9 Mrd. ECU geschätzt (durchschnittlich geringfügig mehr als 6 ECU pro Haushalt). Nach COLIPA-Schätzungen machten zollfreie Einkäufe etwa 3,8% der Gesamtkäufe von Kosmetika, Toilettenartikeln und Parfüm aus, bevor diese Möglichkeit nicht mehr gegeben war.

(11) Richtlinie 91/680/EWG des Rates vom 16. Dezember 1991 und Richtlinie 92/12/EWG des Rates vom 25 Februar 1992.

**Tabelle 3.6: Bekleidung und Schuhe; Körperpflege und persönliche Gebrauchsgüter a.n.g.
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben und Struktur der Haushaltsausgaben, 1999 (%)**

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK
DURCHSCHNITTliche VERBRAUCHSAUSGABEN (PPS JE HAUSHALT)															
Bekleid., Schuhe; Körperpfl., pers. Güter	2 148	1 994	2 065	2 845	1 892	1 768	2 624	2 989	4 087	2 207	2 617	1 417	1 275	1 677	2 283
Bekleidung und Schuhe	1 489	1 296	1 338	2 011	1 505	1 245	1 752	2 044	2 568	1 530	1 759	1 032	845	1 132	1 527
Bekleidung	1 210	1 067	1 093	1 541	1 205	1 024	1 398	1 627	2 153	1 264	1 369	790	705	890	1 243
Bekleidungsstoffe	14	11	16	13	14	32	12	11	5	21	6	0	11	15	:
Bekleidungsartikel	1 119	966	997	1 429	1 162	949	1 348	1 374	2 009	1 154	1 279	753	639	831	1 147
Sonst. Bekleidung & Zubehör	43	56	50	46	19	43	34	76	91	70	55	32	45	42	58
Reinigung, Reparatur & Vermietung	33	34	30	53	9	:	4	167	48	18	29	5	10	1	38
Schuhe	279	229	245	470	300	221	354	417	415	266	389	242	140	242	284
Schuhe	268	225	233	467	297	210	350	384	401	255	385	240	138	240	280
Reparatur und Vermietung	11	3	12	3	3	11	4	33	14	11	4	1	2	1	4
Körperpflege & persönl. Gebrauchsgüter	659	698	727	834	387	523	872	945	1 519	677	858	385	430	545	756
Körperpflege	533	534	544	628	298	397	698	765	1 133	509	675	317	355	463	579
Friseursalons & ähnliche Einricht. (3)	242	207	219	91	145	207	182	352	567	181	283	121	135	198	171
Güter für die Körperpflege	12	13	325	2	4	:	516	12	28	14	15	1	4	7	:
Sonst. Erzeugnisse & Geräte	278	314	:	535	149	190	516	401	537	313	377	195	215	258	408
Persönliche Gebrauchsgüter a.n.g.	126	164	183	206	89	126	174	180	386	168	183	68	75	82	177
Schmuck und Uhren	63	102	114	59	60	63	174	109	265	101	105	45	34	48	117
Sonstige persönl. Gebrauchsgüter	62	62	69	147	30	63	:	71	121	67	78	24	40	34	60
STRUKTUR DER AUSGABEN (% der GESAMTEN HAUSHALTS-AUSGABEN)															
Bekleid., Schuhe; Körperpfl., pers. Güter	7,8	8,5	8,8	12,2	9,3	8,0	8,9	11,0	9,4	8,7	9,9	8,6	6,9	7,7	8,2
Bekleidung und Schuhe	5,4	5,5	5,7	8,6	7,4	5,6	5,9	7,5	5,9	6,0	6,6	6,3	4,6	5,2	5,5
Bekleidung	4,4	4,6	4,7	6,6	5,9	4,6	4,7	6,0	5,0	4,9	5,2	4,8	3,9	4,1	4,5
Bekleidungsstoffe	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	:
Bekleidungsartikel	4,1	4,1	4,2	6,1	5,7	4,3	4,6	5,0	4,7	4,5	4,8	4,6	3,5	3,8	4,1
Sonst. Bekleidung & Zubehör	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Reinigung, Reparatur & Vermietung	0,1	0,1	0,1	0,2	0,0	:	0,0	0,6	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1
Schuhe	1,0	1,0	1,0	2,0	1,5	1,0	1,2	1,5	1,0	1,0	1,5	1,5	0,8	1,1	1,0
Schuhe	1,0	1,0	1,0	2,0	1,5	0,9	1,2	1,4	0,9	1,0	1,5	1,5	0,8	1,1	1,0
Reparatur und Vermietung	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Körperpflege & persönl. Gebrauchsgüter	2,4	3,0	3,1	3,6	1,9	2,4	3,0	3,5	3,5	2,7	3,3	2,3	2,3	2,5	2,7
Körperpflege	1,9	2,3	2,3	2,7	1,5	1,8	2,4	2,8	2,6	2,0	2,6	1,9	1,9	2,1	2,1
Friseursalons & ähnliche Einricht. (3)	0,9	0,9	0,9	0,4	0,7	0,9	0,6	1,3	1,3	0,7	1,1	0,7	0,7	0,9	0,6
Güter für die Körperpflege	0,0	0,1	1,4	0,0	0,0	:	1,7	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	:
Sonst. Erzeugnisse & Geräte	1,0	1,3	:	2,3	0,7	0,9	1,7	1,5	1,2	1,2	1,4	1,2	1,2	1,2	1,5
Persönliche Gebrauchsgüter a.n.g.	0,5	0,7	0,8	0,9	0,4	0,6	0,6	0,7	0,9	0,7	0,7	0,4	0,4	0,4	0,6
Schmuck und Uhren	0,2	0,4	0,5	0,3	0,3	0,3	0,6	0,4	0,6	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,4
Sonstige persönl. Gebrauchsgüter	0,2	0,3	0,3	0,6	0,1	0,3	:	0,3	0,3	0,3	0,3	0,1	0,2	0,2	0,2

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

(3) DK, einschließlich Körperpflege a.n.g.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 3.7: Bekleidung und Schuhe; Körperpflege und persönliche Gebrauchsgüter a.n.g.
Struktur der Haushaltsausgaben, 1999 (%)

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK
NACH EINKOMMENSVERTEILUNG (3)															
Niedrigste zwanzig Prozent	6,8	9,1	8,2	10,2	8,9	7,1	:	11,3	9,1	8,0	:	8,1	6,6	7,7	7,9
Zweite Quintilgruppe	6,9	8,5	8,8	10,9	9,5	7,3	:	10,6	9,2	7,9	:	8,3	6,4	7,9	8,2
Dritte Quintilgruppe	8,0	8,3	9,0	12,0	9,5	7,6	:	11,1	9,2	8,6	:	8,7	7,1	7,9	8,8
Vierte Quintilgruppe	8,8	8,8	9,0	12,5	9,4	7,8	:	10,7	9,4	8,7	:	8,8	7,0	6,9	8,2
Höchste zwanzig Prozent	8,1	8,2	8,7	13,2	9,3	8,9	:	11,2	9,9	9,2	:	8,9	7,4	8,2	8,1
NACH ALTER DES HAUSHALTSVORSTANDES															
Unter 30	9,6	9,6	9,5	14,7	9,5	8,1	9,7	11,4	9,3	8,5	11,6	9,8	9,4	8,2	9,8
Zwischen 30 und 44	8,7	9,2	8,8	13,4	9,6	8,4	9,9	12,6	9,6	8,9	9,9	9,3	7,9	8,2	9,1
Zwischen 45 und 59	7,8	8,4	9,0	12,4	9,3	8,4	9,0	11,2	9,8	8,8	9,9	8,8	6,4	7,5	8,0
60 und darüber	5,8	6,8	8,4	10,2	9,0	6,7	:	9,4	8,9	7,9	9,3	7,9	4,9	7,2	6,2
NACH HAUSHALTSTYP															
1 Erwachsener ohne abhängige Kinder	5,6	7,6	8,5	11,0	9,3	6,9	:	9,9	7,5	7,2	9,6	8,4	6,6	7,5	5,9
2 Erwachsene ohne abhängige Kinder	7,0	7,9	8,7	11,5	9,0	7,5	:	10,1	9,8	8,5	10,2	7,3	5,8	7,2	7,8
3+ Erwachsene ohne abhängige Kinder	6,6	7,0	8,8	11,7	9,1	6,5	:	10,4	9,3	8,6	9,5	8,6	5,2	7,4	8,7
Alleinerziehender mit abhäng. Kind(ern)	8,8	10,6	9,5	12,8	9,9	8,4	10,3	12,1	10,0	9,3	9,6	9,7	8,4	9,1	9,8
2 Erwachsene mit abhäng. Kind(ern)	9,2	9,4	9,0	13,0	9,8	8,5	10,3	12,1	10,0	9,7	9,9	9,0	8,3	8,3	9,3
3+ Erwachsene mit abhäng. Kind(ern)	7,3	10,7	9,1	12,6	9,0	8,2	:	11,2	9,8	7,6	10,1	9,1	6,9	7,4	11,2
NACH SOZIO-ÖKONOMISCHER KATEGORIE DES HAUSHALTSVORSTANDES															
Arbeiter (4)	8,1	7,5	9,1	12,4	9,7	7,4	:	12,0	9,1	8,4	9,8	8,5	6,6	7,2	8,5
Angestellte	8,8	9,4	:	13,9	9,4	8,8	:	:	10,2	9,2	10,6	9,4	8,2	8,5	9,0
Selbständig	7,9	9,4	9,1	12,4	9,7	8,7	:	11,7	9,6	9,4	9,1	8,6	7,1	7,4	8,2
Arbeitslos	9,2	7,0	7,4	11,1	8,7	6,7	:	11,5	:	:	11,6	7,3	5,2	6,6	8,4
Alters- & Ruhgeldempfänger	5,9	6,8	:	10,2	8,9	6,6	:	9,5	8,8	7,7	9,3	7,8	5,0	7,1	6,2
Sonstige Nichterwerbspersonen (5)	7,5	10,7	8,1	11,0	9,4	7,3	:	10,0	8,4	8,1	9,7	8,4	8,0	7,5	7,6
NACH URBANISIERUNGSGRAD															
Dicht (>500 Einwohner/km ²)	7,7	9,0	:	:	8,6	:	:	10,4	9,4	:	10,8	9,0	7,4	8,6	8,4
Mittel (100-499 Einwohner/km ²)	8,1	8,1	:	:	9,9	:	:	11,5	9,6	:	9,2	8,4	6,5	7,6	8,2
Dünn (<100 Einwohner/km ²)	6,4	7,4	:	:	10,2	:	:	11,7	9,4	:	9,3	7,9	6,0	7,4	8,0

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

(3) FIN, Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie von Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.

(4) D, einschließlich Angestellte; I, einschließlich aller Beschäftigten im nichtlandwirtschaftlichen Bereich.

(5) D, einschließlich Alters- und Ruhgeldempfänger.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)



4. Haus und Garten

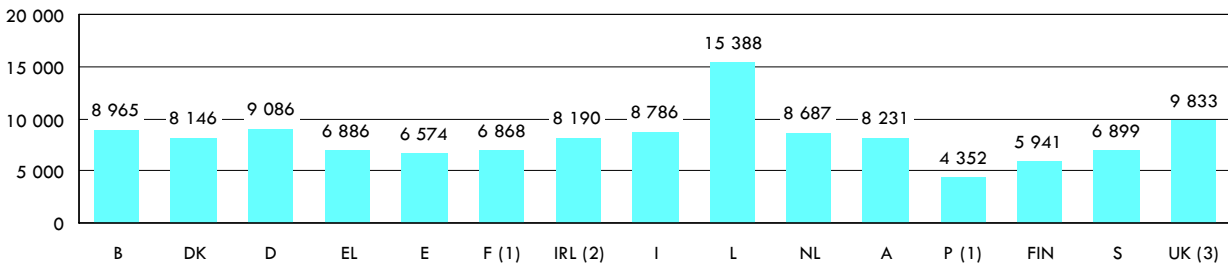


4 HAUS UND GARTEN

Der größte Anteil des privaten Verbrauchs wird dem Wohnen gewidmet. Gegenstand dieses Kapitels sind die Verbrauchsausgaben für „Haus und Garten“ im weitesten Sinne, erfasst unter Wohnung, Wasser, Elektrizität, Gas und andere Brennstoffe, sowie Hausrat und laufende Instandhaltung des Hauses.

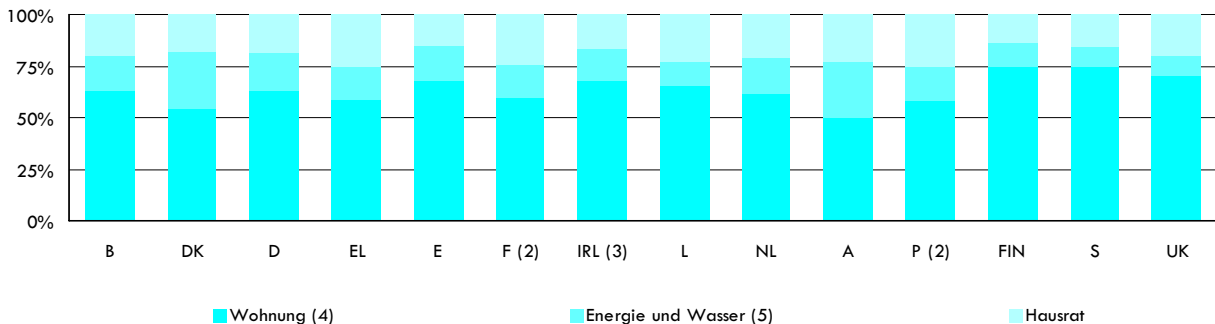
Dieser Definition folgend, gaben private Haushalte in den meisten EU-Ländern im Durchschnitt etwa ein Drittel aller Verbrauchsausgaben für ihre Wohnung aus. In absoluten Zahlen heißt dies, dass die privaten Haushalte im Durchschnitt zwischen 5 900 KKS (Finnland) und 9 800 KKS (Vereinigtes Königreich) pro Jahr aufgewendet haben, um ein Heim zu haben, es einzurichten, instand zu halten und zu beheizen. Nur Portugal (4 352 KKS) und Luxemburg (15 388 KKS) lagen außerhalb dieser Spannweite (siehe Abbildung 4.1). Den größten Ausgabenposten bildete die Wohnung selbst, auf die in der Regel mehr als zwei Drittel der Gesamtausgaben für die in diesem Kapitel behandelten Posten entfielen. Der Rest verteilte sich mehr oder weniger gleichmäßig auf Hausrat sowie Energie und Wasser (siehe Abbildung 4.2).

Abbildung 4.1: Wohnung, Wasser, Elektrizität, Gas und andere Brennstoffe; Hausrat und laufende Instandhaltung des Hauses
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS je Haushalt)



(1) 1994.
 (2) Vorläufig.
 (3) Einschließlich Wohnungsversicherung.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 4.2: Wohnung, Wasser, Elektrizität, Gas und andere Brennstoffe; Hausrat und laufende Instandhaltung des Hauses
Aufgliederung der Verbrauchsausgaben, 1999 (%) (1)



(1) I, nicht verfügbar.
 (2) 1994.
 (3) Vorläufig.
 (4) D, geschätzt; FIN, einschließlich Heizung; S, einschließlich Wasserversorgung, Abwasserbeseitigung und Heizung sowie sonstige Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Wohnung; UK, einschließlich Wohnungsversicherung.
 (5) FIN und S, ohne Heizung.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

4.1 WOHNUNG

Dieser Abschnitt beschäftigt sich mit verschiedenen Aspekten des Konsums von Wohnungen europäischer Haushalte. Bei der Analyse der vorliegenden Statistik ist stets zu berücksichtigen, dass internationale Vergleiche in diesem Bereich wegen der von Land zu Land unterschiedlichen Traditionen nur mit großer Vorsicht vorgenommen werden sollten.

Tabelle 4.1: Wohnungstypen in der EU, 1996 (% der Haushalte) (1)

	Haus	Wohnung	Sonstige (2)
EU-15 (3)	52,7	44,9	2,4
Sozio-ökonomischer Status			
Beschäftigt	54,3	43,5	2,1
Arbeitslos	41,2	56,4	2,4
Alters- & Ruhegeldempfänger	51,1	42,2	6,8
Sonstiges	42,1	54,1	3,8
Haushaltstyp			
1 Erwachsener jünger als 30 Jahre	20,6	74,8	4,6
1 Erwachsener zwischen 30 und 64 Jahren	35,4	61,7	2,9
1 Erwachsener älter als 65 Jahre	45,5	51,0	3,5
Alleinerziehender mit abhängigen Kindern	39,7	58,0	2,2
2 Erwachsene mit einem abhängigen Kind	54,7	43,5	1,8
2 Erwachsene mit 2 abhängigen Kindern	61,4	37,1	1,5
2 Erwachsene mit 3 oder mehr abhängigen Kindern	62,6	34,9	2,5
2 Erwachsene, mindestens einer 65 oder älter	61,3	36,7	2,0
Einkommensgruppen (4)			
Hoch	53,7	44,6	1,7
Mittelhoch	54,1	43,9	2,0
Mittelniedrig	52,8	44,7	2,6
Niedrig	49,0	46,9	4,1

(1) S, nicht verfügbar.

(2) Zum Beispiel Hotel, Anstalt oder Zeltplatz.

(3) Ohne S.

(4) Einkommensgruppen gebildet im Verhältnis zum Medianeinkommen: niedriges Einkommen, unter 60%; mittelniedriges Einkommen, 60% bis 100%; mittelhohes Einkommen, 100% bis 140%; hohes Einkommen, über 140%.

Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/housing)

Tabelle 4.2: Wohnbesitzverhältnisse in der EU, 1996
(% der Haushalte) (1)

	Eigen- tümer	Mieter	Mietfrei
EU-15 (2)	60,0	35,5	4,6
Sozio-ökonomischer Status			
Beschäftigt	63,0	32,7	4,3
Arbeitslos	39,2	55,8	5,0
Alters- & Ruhegeldempfänger	61,3	34,3	4,4
Sonstiges	42,5	51,4	6,1
Haushaltstyp			
1 Erwachsener jünger als 30 Jahre	21,4	67,5	11,1
1 Erwachsener zwischen 30 und 64 Jahren	46,4	48,7	4,9
1 Erwachsener älter als 65 Jahre	51,1	42,2	6,7
Alleinerziehender mit abhängigen Kindern	36,2	59,3	4,4
2 Erwachsene mit einem abhängigen Kind	61,6	32,8	5,6
2 Erwachsene mit 2 abhängigen Kindern	67,5	29,0	3,5
2 Erwachsene mit 3 oder mehr abhängigen Kindern	63,7	32,8	3,5
2 Erwachsene, mindestens einer 65 oder älter	69,6	26,2	4,2
Einkommensgruppen (3)			
Hoch	73,2	23,8	3,0
Mittelhoch	64,4	31,6	4,0
Mittelniedrig	55,3	39,5	5,2
Niedrig	43,3	49,9	6,8
Wohnungstyp			
Wohnung	36,2	59,7	4,1
Haus	78,4	16,3	5,3
Andere Unterkunft (Hotel, Anstalt, Zeltplatz)	44,5	42,6	12,9

(1) S, nicht verfügbar.

(2) Ohne S.

(3) Einkommensgruppen gebildet im Verhältnis zum Medianeinkommen: niedriges Einkommen, unter 60%; mittelniedriges Einkommen, 60% bis 100%; mittelhohes Einkommen, 100% bis 140%; hohes Einkommen, über 140%.

Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/housing)

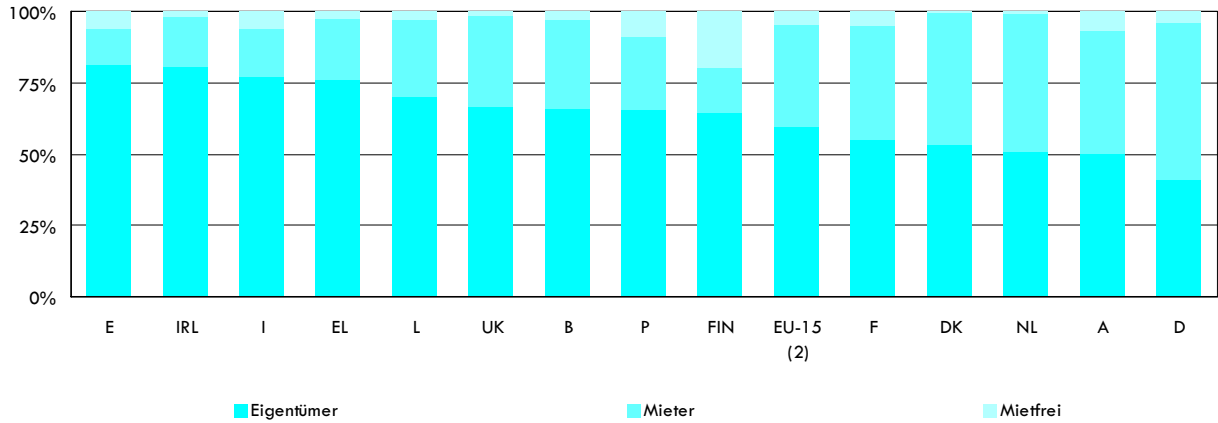
VERBRAUCH: HAUS ODER WOHNUNG - EIGENTÜMER ODER MIETER?

1996 wohnte die Mehrheit der Europäer in Häusern (52,8%), gegenüber 44,8% in Wohnungen, die meisten davon (60,0%) als Eigentümer. Bei den Häusern handelte es sich vorzugsweise um selbstgenutztes Wohneigentum (78,4%), während die Wohnungen eher Mietobjekte waren (59,7%) - siehe Tabelle 4.2. Es bestand verständlicherweise ein deutlicher Zusammenhang zwischen Einkommensniveau und dem Anteil an Wohneigentümern, welcher zwischen 73,2% bei Haushalten mit hohem und 43,3% bei Haushalten mit niedrigem Einkommen lag. Hinsichtlich des Wohnungstyps war ein solcher Zusammenhang weniger deutlich, obwohl Haushalte mit niedrigem Einkommen eher in einer Wohnung lebten.

Mehr als drei Viertel der spanischen (81,4%), irischen (80,8%) und italienischen (77,0%) Haushalte waren 1996 Eigentümer des von ihnen bewohnten Objekts (siehe Abbildung 4.3). Während dies in Irland überwiegend Häuser waren (94,0%), bevorzugten Spanier und Italiener Wohnungen (62,8% bzw. 61,9%) - siehe Abbildung 4.4. Das einzige Land¹, in dem weniger als die Hälfte der Haushalte das Haus oder die Wohnung, worin sie lebten, besaßen, war Deutschland (40,9%).

(1) S, nicht verfügbar.

Abbildung 4.3: Wohnbesitzverhältnisse, 1996 (%) (1)

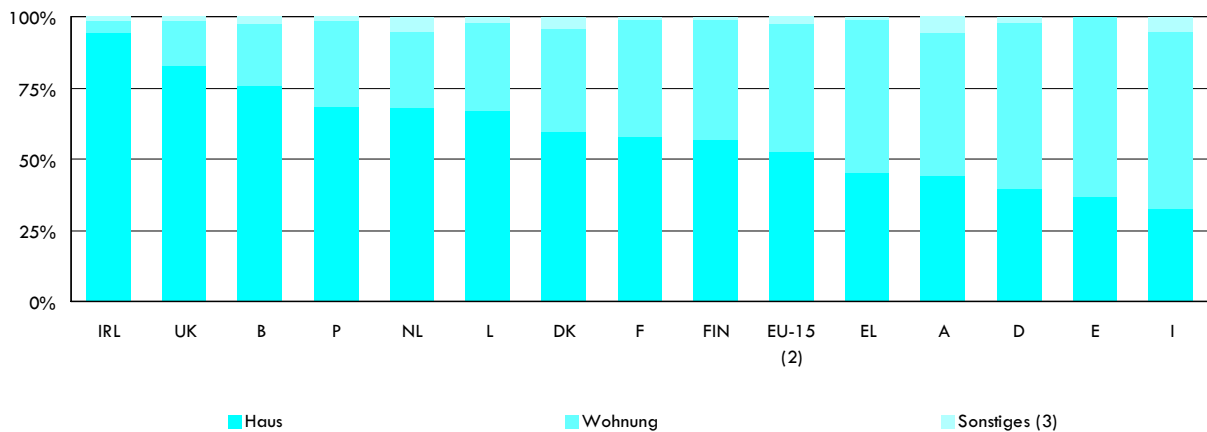


(1) S, nicht verfügbar.

(2) Ohne S.

Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/housing)

Abbildung 4.4: Wohnungstypen, 1996 (%) (1)



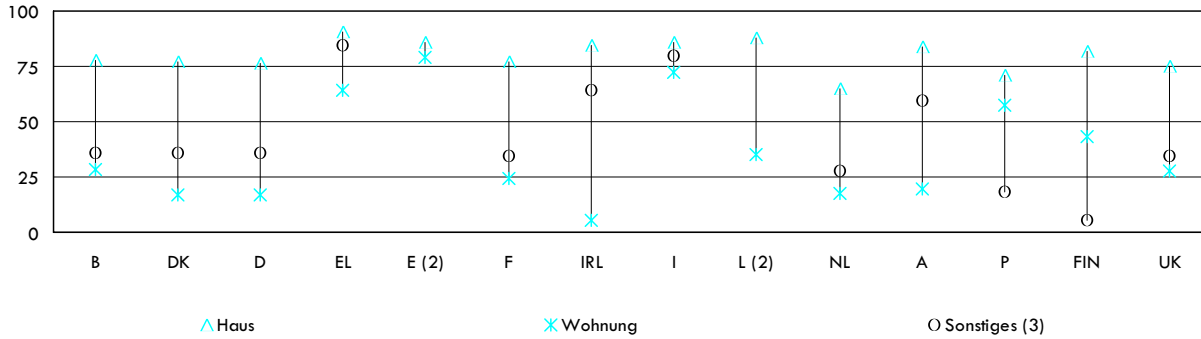
(1) S, nicht verfügbar.

(2) Ohne S.

(3) Zum Beispiel Hotel, Anstalt oder Zeltplatz.

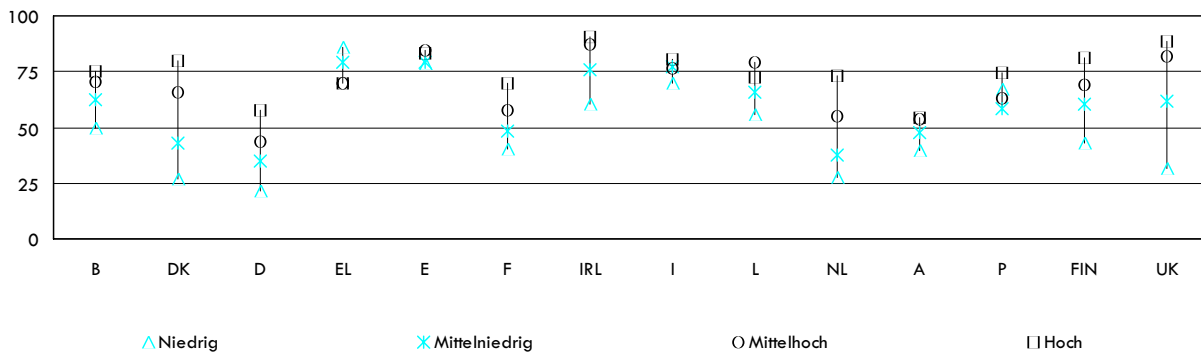
Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/housing)

A bbildung 4.5: Anteil der Haushalte im Besitz ihrer eigenen Wohnung, nach Wohnungstyp, 1996 (%) (1)



(1) S, nicht verfügbar.
 (2) Sonstig, nicht verfügbar.
 (3) Zum Beispiel Hotel, Anstalt oder Zeltplatz.
 Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/housing)

A bbildung 4.6: Anteil der Haushalte im Besitz ihrer eigenen Wohnung, nach Einkommensgruppen, 1996 (%) (1)



(1) Einkommensgruppen gebildet im Verhältnis zum Medianeinkommen: niedriges Einkommen, unter 60%; mittelniedriges Einkommen, 60% bis 100%; mittelhohes Einkommen, 100% bis 140%; hohes Einkommen, über 140%; S, nicht verfügbar.
 Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/housing)

Tabelle 4.3: Wohn- und Besitzverhältnisse in ausgewählten Städten der EU (%) (1)

		Wohnungstyp			Besitzform		Sozial- wohnung (2)
		Haus	Wohnung	Sonstiges	Eigentümer	Mieter	
Bruxelles/Brussels	B	28,8	71,1	1,0	38,1	59,7	:
København	DK	5,1	90,9	3,9	16,1	63,2	19,7
München	D	:	:	:	20,3	65,3	9,6
Athinaï (3)	EL	38,8	61,2	0,0	66,8	31,1	:
Madrid	E	5,4	94,6	:	73,4	18,9	:
Barcelona (3)	E	5,9	94,1	0,1	71,8	27,8	:
Marseille	F	13,9	83,8	2,3	43,9	32,9	15,9
Lyon	F	3,6	93,4	3,0	31,4	46,6	14,8
Lille	F	25,9	69,7	4,5	28,9	35,2	24,2
Dublin	IRL	:	:	:	62,6	17,6	17,0
Roma	I	:	:	:	59,3	35,2	:
Milano	I	:	:	:	51,0	44,4	:
Luxembourg	L	35,2	64,2	0,6	40,5	50,2	:
Amsterdam	NL	13,8	85,2	1,0	12,3	28,9	55,8
Wien	A	6,7	93,3	0,0	17,6	33,5	40,1
Helsinki	FIN	12,9	87,1	:	47,4	27,7	16,9
Stockholm (3)	S	20,7	79,3	0,0	18,1	55,5	:
Leeds	UK	83,3	16,7	0,1	62,4	7,9	29,7
Glasgow	UK	25,9	74,0	0,1	44,3	4,9	50,8
Manchester	UK	73,9	26,0	0,1	41,3	13,1	33,9

(1) 1990/91 Daten; København, München, Barcelona, Helsinki und Leeds, 1996; Amsterdam, 1994; Athinaï und Glasgow, 1996 für Besitzform.

(2) E, Sozialwohnungen können gekauft werden, weshalb der Anteil der Haushalte, welche ihre eigene Wohnung besitzen/kaufen, Sozialwohnungen enthält; B und I, keine Unterscheidung zwischen Sozial- und Privatvermietung.

(3) Als „breitere Gebietseinheit“, oder Ballungsgebiet, um die realen oder zweckmäßigen Grenzen des Stadtgebiets über administrative Grenzen hinaus widerzuspiegeln.

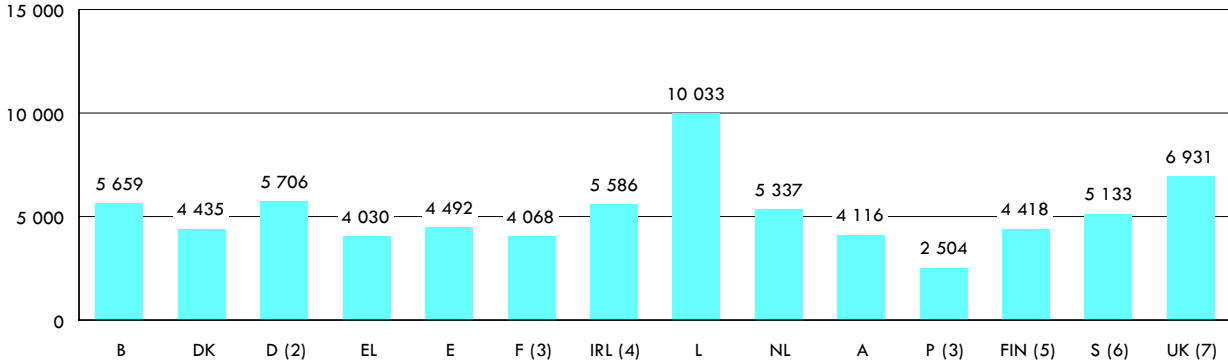
Quelle: Urban Audit, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Regionalpolitik, 2000

VERBRAUCHSAUSGABEN

Die Analyse der Verbrauchsausgaben für die Wohnung soll zeigen, wie viel europäische Haushalte ausgeben, um ein Dach über dem Kopf zu haben. Dabei sollte beachtet werden, dass der Kauf eines Hauses oder einer Wohnung (betrachtet als Bruttoanlageinvestition) sowie größere Verbesserungen am Haus (z. B. Bau, Umbau, Modernisierung und Erweiterung) nicht in den Verbrauchsausgaben privater Haushalte erfasst sind, sondern als Investitionsausgaben angesehen werden können, während Dekoration, Instandhaltung und Reparaturen als Verbrauchsausgaben behandelt werden. Zweitens kann eine Unterscheidung zwischen den Kosten für das Belegen einer Wohnung und den mit dem Wohnen in einer Wohnung verbundenen Betriebskosten gemacht werden. Während letztere weitgehend unabhängig davon sind, ob das Haus oder die Wohnung Mietobjekt oder Eigentum ist, besteht für erstere ein solcher Zusammenhang durchaus. Für Familien, die ein Haus oder eine Wohnung mieten, spiegelt sich dieser Zusammenhang ganz einfach in der Miete für die Wohnung oder das Appartement wider, jedoch nicht im Falle von Eigentum, wo solche Ausgaben nicht direkt anfallen. Um das Ausgabenniveau zwischen beiden Haushaltstypen vergleichen zu können, wird für selbst genutztes Wohneigentum eine Schätzung (bezeichnet als unterstellte Miete) berechnet². Leider sind die Daten der einzelnen Mitgliedstaaten wegen des Fehlens eines gemeinsamen Schätzverfahrens nicht immer vergleichbar.

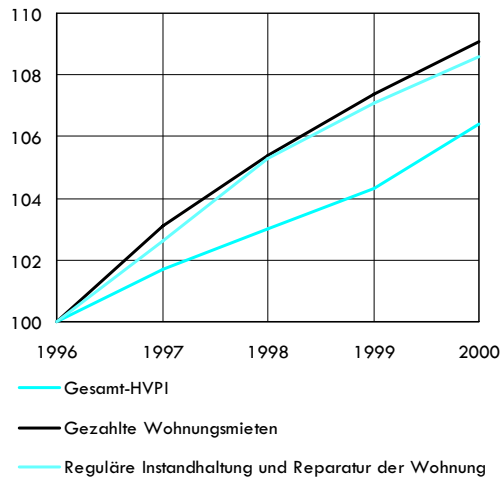
(2) Üblicherweise werden bei Erhebungen über Haushaltsrechnungen unterstellte Mieten nur für den Hauptwohnsitz einbezogen, mit anderen Worten, ohne Ferienwohnungen und sonstigen Zweitwohnsitze.

Abbildung 4.7: Gezahlte und unterstellte Wohnungsmieten; reguläre Instandhaltung und Reparatur der Wohnung
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS je Haushalt) (1)



- (1) I, nicht verfügbar.
 - (2) Geschätzt.
 - (3) 1994.
 - (4) Vorläufig.
 - (5) Einschließlich Heizung.
 - (6) Einschließlich Wasserversorgung, Abwasserbeseitigung und Heizung sowie sonstige Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Wohnung.
 - (7) Einschließlich Wohnungsversicherung.
- Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 4.8: Gezahlte Wohnungsmieten; reguläre Instandhaltung und Reparatur der Wohnung
Entwicklung der harmonisierten Verbraucherpreisindizes in der EU (1996=100)



Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

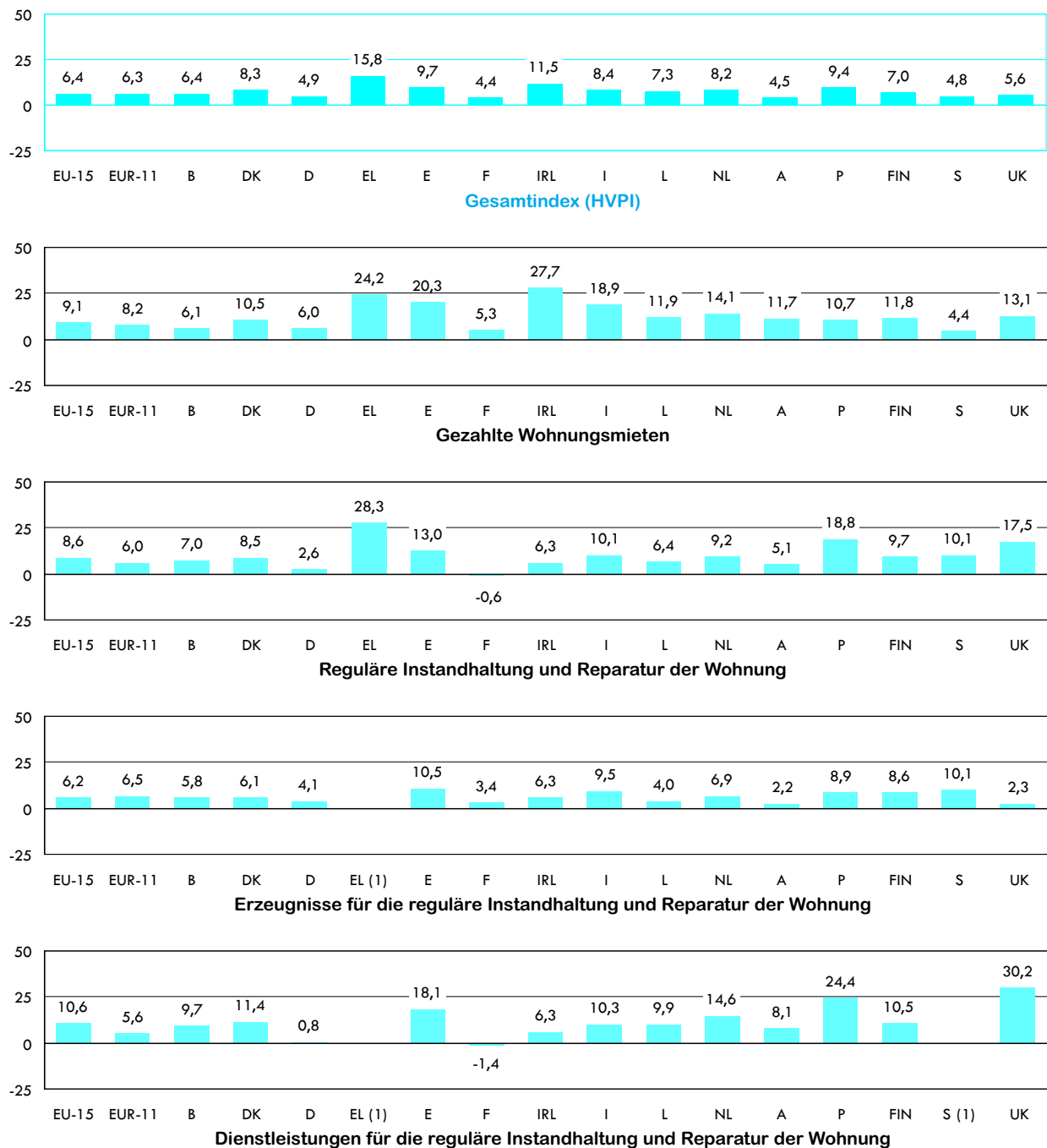
1999 lagen die Wohnungsausgaben (Miete plus Betriebskosten) in den meisten Ländern³ zwischen 4 030 KKS (Griechenland) und 6 931 KKS (Vereinigtes Königreich). Luxemburg und Portugal bewegten sich außerhalb dieses Bereichs und verzeichneten das höchste (10 033 KKS) bzw. das niedrigste (2 504 KKS) mittlere Ausgabeniveau (siehe Abbildung 4.7). In den meisten Ländern betragen die Wohnungsausgaben etwa ein Fünftel der Gesamtausgaben und reichten von 15,4% in Portugal bis 25,1% im Vereinigten Königreich. Interessant ist dabei, dass dieser Anteil sich mit dem Haushaltseinkommen nicht wesentlich verändert. Dagegen scheint der Haushaltstyp (Anzahl der Personen, mit oder ohne abhängigen Kindern) ein wichtiger Unterscheidungsfaktor zu sein, wobei der Anteil der Wohnungsausgaben an den Gesamtausgaben in der Regel mit zunehmender Größe des Haushalts sinkt. Der Anteil der Wohnung an den Gesamtausgaben war auch für ältere Personen recht hoch, jedoch zahlen sie in Wirklichkeit für ihre Unterkunft häufig weniger als die geschätzte Miete.

(3) Für den gesamten folgenden Abschnitt über Verbrauchsausgaben: F und P, 1994; I, nicht verfügbar.

PREISE

Das relative Niveau der Bruttomieten war 1998 in Luxemburg am höchsten (42% über dem EU-Durchschnitt), doch lagen Finnland, Schweden und Dänemark nicht weit davon entfernt (siehe Tabelle 1.41 auf Seite 43). Portugal hatte mit nur 33% des EU-Durchschnitts das niedrigste Preisniveau, während in Italien die Mieten bei 63% des EU-Durchschnitts lagen.

Abbildung 4.9: Gezahlte Wohnungsmieten; reguläre Instandhaltung und Reparatur der Wohnung
Absolutes Wachstum der Verbraucherpreise, 1996-2000 (%)



(1) Nicht verfügbar.

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Tabelle 4.4: Wohnkosten - Verhältnis der durchschnittlichen Hauspreise zum durchschnittlichen Jahreseinkommen in ausgewählten Städten (Jahre) (1)

Stadt	Land	Verhältnis
Bruxelles/Brussels	B	3,8
Leipzig	D	13,3
Athinai (2)	EL	2,2
Barcelona	E	5,6
Marseille	F	5,1
Lyon	F	5,8
Lille	F	5,8
Amsterdam	NL	6,9
Helsinki	FIN	5,0
Stockholm	S	7,0
Göteborg	S	5,3
Leeds	UK	3,4

(1) 1996/97 Daten; Barcelona und Helsinki, 1991; Amsterdam, 1994; Zahlen zum Haushaltseinkommen sind entweder brutto oder netto Steuern, was die Kennziffer beeinflusst.

(2) Als „breitere Gebietseinheit“, oder Ballungsgebiet, um die realen oder zweckmäßigen Grenzen des Stadtgebiets über administrative Grenzen hinaus widerzuspiegeln.

Quelle: Urban Audit, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Regionalpolitik, 2000

Tabelle 4.6: Durchschnittliche nutzbare Wohnfläche je Einwohner in ausgewählten Städten (m²) (1)

Stadt	Land	Wohnfläche (m ²)
Bruxelles/Brussels	B	35,1
Hamburg	D	33,6
Frankfurt	D	34,4
Leipzig	D	32,1
Athinai (2)	EL	28,9
Barcelona	E	28,0
Bordeaux	F	26,5
Lille	F	31,3
Roma	I	32,1
Milano	I	33,3
Luxembourg	L	44,9
Wien	A	33,9
Helsinki	FIN	31,6
Stockholm	S	37,1

(1) 1991 Daten; Frankfurt, Leipzig, Athinai und Helsinki, 1996; Definition kann zwischen Städten variieren.

(2) Als „breitere Gebietseinheit“, oder Ballungsgebiet, um die realen oder zweckmäßigen Grenzen des Stadtgebiets über administrative Grenzen hinaus widerzuspiegeln.

Quelle: Urban Audit, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Regionalpolitik, 2000

Tabelle 4.5: Durchschnittspreis für Wohnungen (1990=100)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
B (1)	138,1	143,9	146,0	150,0	169,0	:
DK (2)	119,0	131,0	144,0	158,0	170,0	180,0
D	133,0	133,0	133,0	137,0	115,0	:
E (3)	117,4	119,7	121,3	127,0	140,0	160,0
F (4)	105,0	108,0	110,0	124,0	:	:
IRL (5)	118,3	133,0	156,0	191,0	227,0	258,0
I (6)	118,2	117,6	:	:	:	:
NL (7)	137,0	151,0	163,0	181,0	216,0	247,0
A (8)	98,5	100,0	102,0	103,0	103,0	104,0
P (9)	110,0	113,0	117,0	130,0	140,0	140,0
FIN (10)	66,5	70,1	82,4	90,9	106,0	109,0
S (11)	91,0	91,0	98,0	107,0	117,0	129,0
UK (12)	95,5	98,9	108,1	120,0	133,8	152,9

(1) Durchschnittspreis für Verkäufe bestehender Wohnungen (kleinere & mittlere Wohnungen).

(2) Bezieht sich auf bestehende Wohnungen (Eigentumswohnungen und Zweitwohnsitze).

(3) Preisindex für bestehende Wohnungen.

(4) Index, 1992=100.

(5) Durchschnittspreis für Neubauten, für welche Darlehen vom Hypothekar genehmigt wurden.

(6) Durchschnittspreis für neue und bestehende Wohnungen in bedeutenden italienischen Städten.

(7) Preisindex für bestehende Wohnmöglichkeiten.

(8) Verkäufe von Wohnungen angeboten von der Wiener Immobilienbörse; Index, 1996=100.

(9) Bezieht sich auf den durchschnittlichen Verkaufspreis für alle Wohnungen; Index, 1993=100.

(10) Hauspreise.

(11) Preisindex für bestehende eigengenutzte Ein- und Zweifamilienhäuser.

(12) Hauspreisindex bereinigt in der Zusammensetzung für alle Wohnungen.

Quelle: Europäischer Hypothekenverband und nationale Quellen, 2001 © European Mortgage Federation; <http://www.hypo.org>

Es muss darauf hingewiesen werden, dass die betrachteten Wohnungskosten nationale Durchschnittswerte sind, es aber innerhalb eines Landes große Unterschiede zwischen einzelnen Regionen geben kann. Hauspreise sind für einige europäische Städte verfügbar (siehe Tabelle 4.4). Die angegebenen Zahlen spiegeln zum einen Preisunterschiede relativ zum Einkommensniveau wider, doch können sie auch von Unterschieden in z. B. Größe, Typ und Wohnqualität beeinflusst sein. Von den untersuchten Städten scheint Athen mit durchschnittlichen Hauspreisen in Höhe von 2,2 Jahren Haushaltsdurchschnittseinkommen die preisgünstigste zu sein.

QUALITÄT

Die Qualität einer Wohnung lässt sich anhand verschiedener Parameter bestimmen: Grundwohnungsausstattung (wie fließendes oder warmes Wasser, Bad oder Zentralheizung), verfügbare Wohnfläche (siehe Tabelle 4.6), Qualität des Gebäudes (ist es feucht oder hat ein undichtes Dach) oder das Umfeld (z. B. Lärm, Dunkelheit, Verschmutzung, Verbrechen oder Vandalismus). Einige dieser Parameter können sehr subjektive Empfindungen, verbunden mit individuellen Präferenzen, sein.

Tabelle 4.7: Anteil der mit ihrer Wohnung unzufriedenen Haushalte und Hauptgründe, 1996 (%)

	Unzufriedenheit	Lärm (1)	Sicherheit (2)	Schlechte Bauqualität (3)	Platzmangel	Umweltverschmutzung	Unzureichende Heizung	Dunkelheit
EU-15 (4)	17,5	30,2	18,2	16,7	15,4	15,4	9,2	9,1
B	15,1	26,5	19,2	18,7	13,9	13,3	8,5	10,5
DK	9,6	17,6	11,0	12,1	15,7	6,9	4,2	3,8
D	15,6	34,8	10,0	9,8	10,9	12,7	3,7	5,5
EL	32,8	21,4	4,6	22,2	24,1	22,6	27,8	9,4
E	21,7	34,7	20,0	24,8	22,1	13,2	1,4	19,2
F	11,6	24,2	22,9	21,1	12,3	15,7	10,1	9,3
IRL	14,9	13,1	15,6	13,9	11,7	8,8	9,1	3,5
I	25,8	35,8	19,1	10,8	17,0	23,9	15,8	11,7
L	8,4	21,7	11,0	10,6	9,4	13,8	6,2	4,4
NL	8,2	33,3	20,0	17,6	10,2	12,8	7,1	5,4
A	9,5	27,7	8,0	11,5	16,1	10,5	6,8	6,8
P	30,3	24,8	22,0	41,9	28,5	18,5	40,0	17,6
FIN	13,9	25,9	19,7	6,7	15,9	20,5	3,8	5,0
S	:	:	:	:	:	:	:	:
UK	15,0	26,8	27,4	21,3	19,0	14,0	9,7	8,3

(1) Von Nachbarn oder von außen.

(2) Vandalismus oder Verbrechen.

(3) Fäulnis im Haus, Feuchtigkeit oder undichtes Dach.

(4) Ohne S.

Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/housing)

Wie aus Tabelle 4.7 ersichtlich, äußerten 32,8% der Griechen und 30,3% der Portugiesen 1996 Unzufriedenheit mit ihren Wohnbedingungen, damit die höchsten Raten in der EU. Mit ihrer Wohnqualität am wenigsten unzufrieden waren Haushalte in Luxemburg (8,4%) und den Niederlanden (8,2%). Als Grund für die Unzufriedenheit wurde am häufigsten Lärm genannt (von 30,2% der Befragten). Dies gilt insbesondere für Italien und Deutschland. An zweiter Stelle rangierten Verbrechen und Vandalismus, die für 18,2% der Haushalte ein Problem darstellten (vor allem im Vereinigten Königreich und in Frankreich), gefolgt von schlechter Qualität des Wohngebäudes, im Durchschnitt von 16,7% der Haushalte genannt, jedoch in Portugal von 41,9%.

Im Allgemeinen waren Haushalte, die in einem Appartement oder einer Mietwohnung lebten, häufiger unzufrieden als solche, die in einer Eigentumswohnung oder einem Haus wohnten. Singles (mit oder ohne Kinder) gaben ihrer Unzufriedenheit eher Ausdruck als Paare mit Kindern (siehe Tabelle 4.8).

Tabelle 4.8: Anteil der mit ihrer Wohnung unzufriedenen Haushalte und Hauptgründe, EU-15, 1996 (%) (1)

	Unzufriedenheit	Lärm (2)	Sicherheit (3)	Schlechte Bauqualität (4)	Platzmangel	Umweltverschmutzung	Unzureichende Heizung	Dunkelheit
EU-15 (5)	17,5	30,2	18,2	16,7	15,4	15,4	9,2	9,1
Wohnungstyp								
Haus	13,4	23,5	13,6	16,9	10,3	11,7	8,1	7,4
Wohnung	23,3	38,4	23,7	16,6	20,5	18,9	10,5	10,8
Sozio-ökonomischer Status								
Beschäftigt	16,9	30,2	17,5	15,9	18,5	15,2	8,0	9,1
Arbeitslos	28,2	37,1	23,5	26,6	23,8	18,0	19,6	15,0
Alters- & Ruhegeldempfänger	14,0	31,5	16,9	14,3	7,6	18,3	8,3	7,2
Besitzverhältnis								
Eigentümer	11,6	25,9	15,5	12,7	10,7	14,0	6,3	7,0
Mieter	30,9	38,2	23,5	23,4	22,9	18,5	14,4	13,3
Haushaltstyp								
1 Erwachsener jünger als 30 Jahre	23,4	36,0	17,6	17,5	19,2	13,3	8,6	12,8
1 Erwachsener zwischen 30 und 64 Jahren	22,8	33,5	20,2	19,3	14,6	18,6	11,8	12,3
1 Erwachsener älter als 65 Jahre	16,5	24,9	17,0	16,9	6,4	13,8	10,2	8,2
Alleinerziehender mit abhängigen Kindern	27,0	37,9	23,9	22,1	22,1	18,3	14,4	11,1
2 Erwachsene mit einem abhängigen Kind	18,6	30,8	17,7	16,2	19,8	14,6	7,9	9,5
2 Erwachsene mit 2 abhängigen Kindern	18,8	29,4	17,8	16,2	23,4	15,8	7,6	8,4
2 Erwachsene mit 3 oder mehr abhäng. Kindern	22,2	30,1	17,7	20,1	29,4	16,7	11,3	10,9
2 Erwachsene, mindestens einer 65 oder älter	13,3	29,4	16,8	13,5	6,8	15,2	7,5	7,1
Einkommensgruppen (6)								
Hoch	10,9	27,8	17,1	10,6	12,0	15,2	4,4	6,5
Mittelhoch	14,6	29,4	18,1	14,5	13,8	15,4	7,1	8,3
Mittelniedrig	19,5	31,3	18,1	18,9	16,7	15,8	10,3	10,2
Niedrig	28,6	33,3	20,4	25,6	21,2	15,2	17,7	13,0

(1) S, nicht verfügbar.

(2) Von Nachbarn oder von außen.

(3) Vandalismus oder Verbrechen.

(4) Fäulnis im Haus, Feuchtigkeit oder undichtes Dach.

(5) Ohne S.

(6) Einkommensgruppen gebildet im Verhältnis zum Medianeinkommen: niedriges Einkommen, unter 60%; mittelniedriges Einkommen, 60% bis 100%; mittelhohes Einkommen, 100% bis 140%; hohes Einkommen, über 140%.

Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/housing)

4.2 HAUSHALTS-AUSSTATTUNG UND -GERÄTE

Die in diesem Kapitel erfassten Gebrauchsgüter schließen jene Güter aus, die in Verbindung mit einer Dienstleistung verwendet werden (wie Fernseher oder Videorekorder). Sie werden zusammen mit der entsprechenden Dienstleistung in speziellen Kapiteln behandelt (zumeist in Kapitel 7). Demzufolge beschränkt sich der Inhalt dieses Unterkapitels auf Einrichtungsgegenstände, Innendekoration, Heimtextilien, Heiz- und Kochgeräte und andere „Weißwaren“.

AUSSTATTUNG: DURCHDRINGUNGSRATE MIT HAUSHALTSGERÄTEN

Kochgeräte und Kühlschränke gehören heute mehr oder weniger zur Ausstattung aller europäischen Haushalte (siehe Tabelle 4.9). Die Durchdringungsrate mit Kühlschränken betrug 79,1%, mit Kühlschränken mit Tiefkühlfach 46,3% (1995). Auch wenn diese Zahlen nicht aggregiert werden können (einige Haushalte besitzen mehr als einen Kühlschrank), lag die Gesamtdurchdringungsrate wahrscheinlich nahe 100%. Waschmaschinen waren 1995 in 88,4% der EU-Haushalte vorhanden, Wäschetrockner dagegen mit 26,2% und Geschirrspüler mit 30,1% sehr viel seltener.

Tabelle 4.9: Durchdringungsrate mit elektrischen Haushaltsgeräten, 1995 (% der Haushalte)

	EU-15 (1)	B	DK	D	EL	E	F	IRL	I	L	NL	A	P	FIN	S	UK
Kühlschrank	79,1	67,0	41,4	82,0	74,0	99,0	98,8	50,9	:	97,0	63,1	98,0	83,8	97,0	95,6	44,0
Gefriergerät	46,3	67,0	44,0	56,1	7,0	25,0	49,1	22,5	:	68,0	31,7	66,0	46,6	83,0	61,6	39,0
Kombiniertes Kühl- & Gefriergerät	24,6	40,0	38,0	27,0	29,0	:	:	49,4	:	68,0	45,6	38,0	9,9	:	:	59,0
Waschmaschine	88,4	92,0	69,3	90,5	78,0	97,0	89,4	85,6	:	91,0	97,3	83,0	75,2	83,0	48,7	91,0
Wäschetrockner	26,2	55,0	27,0	25,7	4,0	:	20,5	26,3	:	:	47,9	12,0	5,7	9,0	15,4	50,0
Geschirrspülmaschine (2)	30,1	31,4	33,7	41,2	21,1	18,8	36,9	22,5	24,3	55,6	22,5	45,8	18,2	43,5	30,6	22,6
Kochgeräte (3)	99,6	100,0	:	100,0	99,0	99,9	99,0	96,7	:	99,8	100,0	100,0	99,4	100,0	100,0	99,5
Mikrowellenherd (2)	44,6	51,6	35,9	49,3	6,8	38,1	48,9	59,1	13,5	32,7	57,3	49,6	17,1	72,8	:	74,1

(1) Ohne Länder, für welche keine Daten verfügbar sind.

(2) Eurostat, Europäisches Haushaltspanel, 1996.

(3) Durchdringungsrate für Wohnungen.

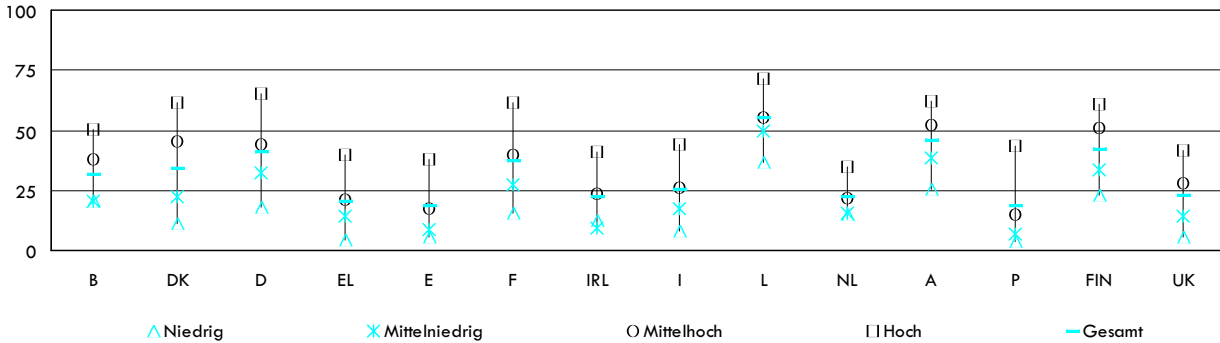
Quelle: Eurostat, Erhebung über den Energieverbrauch der privaten Haushalte

Detaillierte Daten zu Geschirrspülmaschinen und Mikrowellengeräten sind vom Europäischen Haushaltspanel für 1996 verfügbar (siehe Abbildungen 4.10 und 4.11). Sie zeigen, dass Beschäftigungsstatus und Einkommensniveau des Haushaltsvorstands zwei starke Unterscheidungsfaktoren sind, die die Ausstattung beeinflussen. Bei Geschirrspülern erreichte der Ausstattungsgrad für erwerbstätige Europäer 39,6% und für Haushalte mit hohem Einkommen 51,7%, gegenüber nur 16,1% unter den Arbeitslosen und 12,3% in Haushalten mit niedrigem Einkommen. Ähnlich fanden sich Mikrowellengeräte in 54,6% der Haushalte, deren Haushaltsvorstand erwerbstätig war, und in 57,7% der Haushalte mit hohem Einkommen, aber nur in 35,9% der Haushalte, deren Haushaltsvorstand arbeitslos war, und in 31,0% der Haushalte mit niedrigem Einkommen.

Auf die Frage, warum sie keine Geschirrspülmaschine haben, antworteten 16,2%, dass sie sich keine leisten können, ein Anteil, der bei Arbeitslosen (33,3%) und Haushalten mit niedrigem Einkommen (32,8%) doppelt so hoch war. Finanzielle Gründe waren dennoch nicht das am häufigsten genannte Argument, da mehr als die Hälfte der Befragten angab, keine Geschirrspülmaschine zu wollen⁴. Für Mikrowellengeräte können sehr ähnliche Verhältnisse beobachtet werden.

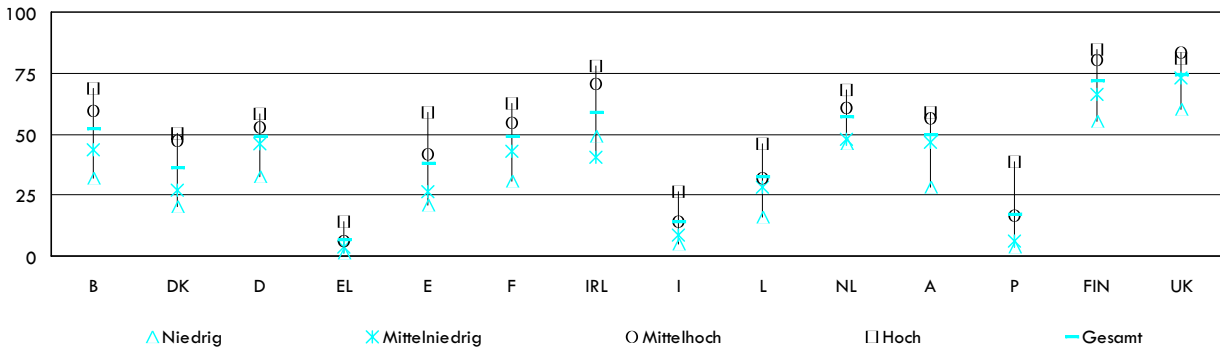
(4) Es sollte die mögliche Rolle psychologischer Faktoren beachtet werden, die den Befragten veranlassen können, dem Interviewer zu antworten, dass er etwas nicht haben möchte, während er es sich tatsächlich nicht leisten kann.

Abbildung 4.10: Anteil der Haushalte im Besitz einer Geschirrspülmaschine, nach Einkommensgruppen, 1996 (%) (1)



(1) Einkommensgruppen gebildet im Verhältnis zum Medianeinkommen: niedriges Einkommen, unter 60%; mittelniedriges Einkommen, 60% bis 100%; mittelhohes Einkommen, 100% bis 140%; hohes Einkommen, über 140%; S, nicht verfügbar.
Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/housing)

Abbildung 4.11: Anteil der Haushalte im Besitz eines Mikrowellenherds, nach Einkommensgruppen, 1996 (%) (1)



(1) Einkommensgruppen gebildet im Verhältnis zum Medianeinkommen: niedriges Einkommen, unter 60%; mittelniedriges Einkommen, 60% bis 100%; mittelhohes Einkommen, 100% bis 140%; hohes Einkommen, über 140%; S, nicht verfügbar.
Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/housing)

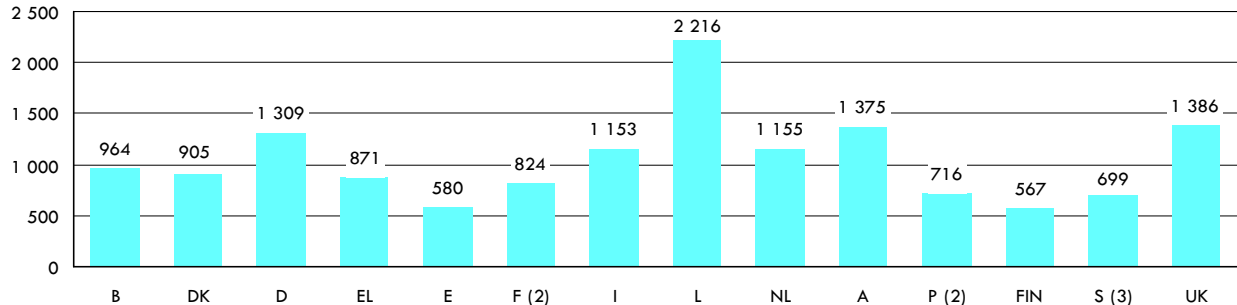
VERBRAUCHSAUSGABEN

In der Mehrzahl der Mitgliedstaaten⁵ bewegten sich 1999 die durchschnittlichen Verbrauchsausgaben für Einrichtungsgegenstände, Heimtextilien und Haushaltsgeräte zwischen 824 KKS in Frankreich und 1 386 KKS im Vereinigten Königreich. Unter den Mitgliedstaaten außerhalb dieses Bereichs wurden bemerkenswert niedrige Werte in Finnland (567 KKS) und in Spanien (580 KKS) verzeichnet - fast viermal niedriger als der Höchstwert, der von Luxemburg (2 216 KKS) gemeldet wurde. Relativ machten diese Ausgabenposten zwischen 2,9% (Spanien) und 5,6% (Deutschland) der Gesamtausgaben privater Haushalte aus (siehe Abbildung 4.12).

Ein Blick auf die verschiedenen Kategorien der Gebrauchsgüter zeigt, dass Einrichtungsgegenstände in Deutschland (980 KKS oder 4,2% der Gesamtausgaben) und Luxemburg (1 515 KKS oder 3,5%) besonders bedeutend waren, während Heimtextilien in Griechenland (319 KKS oder 1,4%) relativ wichtig waren. Auf Haushaltsgeräte entfiel in der Regel 1,0% der Gesamtausgaben, mit Ausgaben zwischen 167 KKS in Spanien und 379 KKS in Luxemburg (siehe Abbildung 4.13).

(5) Für den gesamten folgenden Abschnitt über Verbrauchsausgaben: F und P, 1994; S, nicht verfügbar; IRL, ohne Haushaltstextilien; IRL und A, Verbrauchsausgaben nach Einkommensquintilen, nicht verfügbar.

Abbildung 4.12: Einrichtungsgegenstände, Bodenbeläge und Reparaturen, Heimtextilien und Haushaltsgroßgeräte
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS je Haushalt) (1)



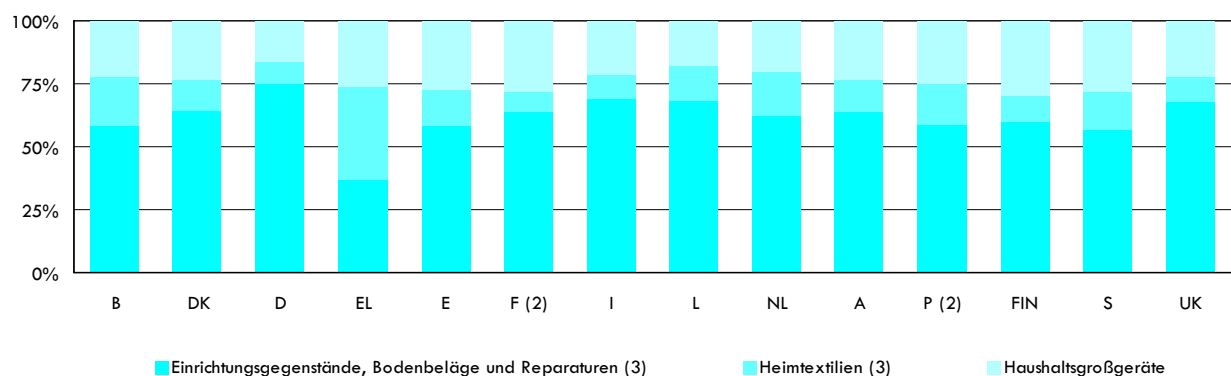
(1) IRL, nicht verfügbar.

(2) 1994.

(3) Einschließlich Teile von nichtspezifizierten Ausgaben für Hausrat und laufende Instandhaltung des Hauses.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 4.13: Einrichtungsgegenstände, Bodenbeläge und Reparaturen, Heimtextilien und Haushaltsgroßgeräte
Aufgliederung der Verbrauchsausgaben, 1999 (%) (1)



(1) IRL, nicht verfügbar.

(2) 1994.

(3) S, einschließlich Teile von nichtspezifizierten Ausgaben für Hausrat und laufende Instandhaltung des Hauses.

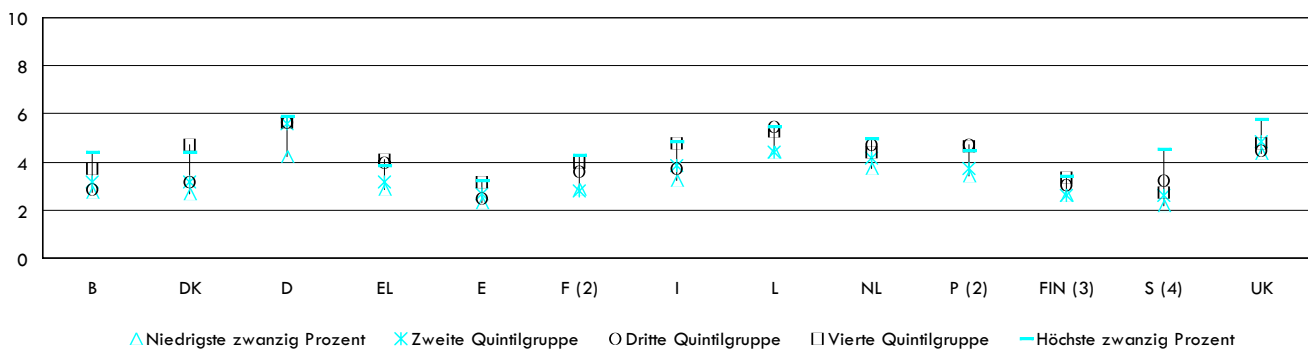
Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Bei steigenden Haushaltseinkommen wachsen die Ausgaben für Einrichtungsgegenstände, Heimtextilien und Haushaltsgeräte noch schneller. Auf diese Posten entfielen im niedrigsten Einkommensquintil zwischen 2,2% (Schweden) und 4,4% (Luxemburg) aller Haushaltsausgaben, ein Anteil, der im höchsten Einkommensquintil zwischen 3,3% (Spanien) und 5,9% (Deutschland) erreichte (siehe Abbildung 4.14). Haushalte mit einem relativ jungen Vorstand gaben einen höheren Anteil ihrer Gesamtausgaben für Einrichtungsgegenstände, Heimtextilien und Haushaltsgeräte aus.

HÄUFIGKEIT DER EINKÄUFE

Die Ergebnisse der letzten Erhebung über Haushaltsrechnungen enthalten für 1999 einige Anhaltspunkte zur Häufigkeit der Käufe von Einrichtungsgegenständen, Heimtextilien und Haushaltsgeräten, indem der Anteil der Haushalte erfasst wurde, der im Berichtszeitraum einen bestimmten Artikel mindestens einmal gekauft hat. In den meisten Ländern kauften mehr als ein Drittel der Haushalte während dieses Zwölfmonatszeitraums Möbel und mehr als ein Viertel Haushaltsgroßgeräte (siehe Tabelle 4.10). Auf der anderen Seite lag der Anteil der Haushalte, die Teppiche oder elektrische Kleingeräte kauften, in den meisten Mitgliedstaaten unter 15%.

Abbildung 4.14: Einrichtungsgegenstände, Bodenbeläge und Reparaturen, Heimtextilien und Haushaltsgroßgeräte
Anteil an den Gesamtverbrauchsausgaben, nach der Einkommensverteilung, 1999 (%) (1)



(1) IRL und A, nicht verfügbar.
 (2) 1994.
 (3) Einkommen ohne zwischenhaushaltlichen Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.
 (4) Einschließlich Teile von nichtspezifizierten Ausgaben für Hausrat und laufende Instandhaltung des Hauses.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 4.10: Einrichtungsgegenstände, Bodenbeläge und Reparaturen sowie Heimtextilien
Verbrauchsmerkmale, 1999 (%)

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK
PROZENTSATZ DER HAUSHALTE, DIE 1999 EINEN POSTEN GEKAUFT HABEN															
Möbel & sonstige Einrichtung (3)	: 61,0	: 23,0	: 33,0	30,0	: 60,0	76,0	33,0	26,0	51,0	56,0	37,0				
Teppiche und andere Bodenbeläge (4)	: 7,0	: 12,0	: 14,0	28,0	: 26,0	21,0	2,0	7,0	19,0	2,0	14,0				
Reparatur v. Einrichtungsgegenständen	: 2,0	: 1,0	: 0,0	4,0	:	5,0	0,0	1,0	4,0	0,0	:				
Haushaltsgroßgeräte	: 30,0	: 23,0	: 32,0	27,0	: 44,0	41,0	20,0	23,0	36,0	30,0	8,0				
Elektrische Haushaltskleingeräte	: 3,0	: 10,0	: 16,0	4,0	: 48,0	26,0	3,0	11,0	31,0	2,0	7,0				
Reparatur von Haushaltsgeräten	: 1,0	: 6,0	: 3,0	2,0	: 17,0	13,0	1,0	5,0	2,0	0,0	4,0				

(1) 1994.
 (2) Vorläufig.
 (3) S, einschließlich Teile von nichtspezifizierten Ausgaben für Hausrat und laufende Instandhaltung des Hauses.
 (4) FIN, ohne Teppichboden und Kunststoff- oder andere Bodenbeläge.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

PREISE

Unterschiede im Preisniveau von Möbeln (einschließlich Wohn- und Esszimmer-, Küchen- und Schlafzimmerelemente) und Bodenbelägen waren 1998 nicht besonders signifikant (siehe Tabelle 1.41 auf Seite 43). Am billigsten waren Finnland und Schweden und lagen 17% bzw. 12% unter dem EU-Durchschnitt, das teuerste Land war Italien (14% über dem Durchschnitt).

Signifikanter waren die Preisunterschiede bei Heimtextilien (Stoffe, Vorhänge und Bettwäsche). Das mit Abstand billigste Land war mit einem Preisniveau 36% unter dem EU-Durchschnitt Portugal, während die teuersten Länder mit einem um 22% bis 27% über dem EU-Durchschnitt liegenden Preisniveau Luxemburg, das Vereinigte Königreich und Belgien waren.

Dagegen bewegten sich die Preisindizes für Haushaltsgeräte (wie Kühlschränke, Tiefkühltruhen, Waschmaschinen und elektrische Kleingeräte) im Allgemeinen innerhalb eines Bereiches von 12% des EU-Durchschnitts, mit Ausnahme Österreichs (mit 23% über dem EU-Durchschnitt das teuerste Land) und Portugals (mit etwa 18% unter dem EU-Durchschnitt). Für all diese Artikel ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die erwähnten begrenzten Unterschiede im Preisniveau signifikantere Unterschiede bei einzelnen Produkten nicht ausschließen.

Jüngste Preisentwicklungen

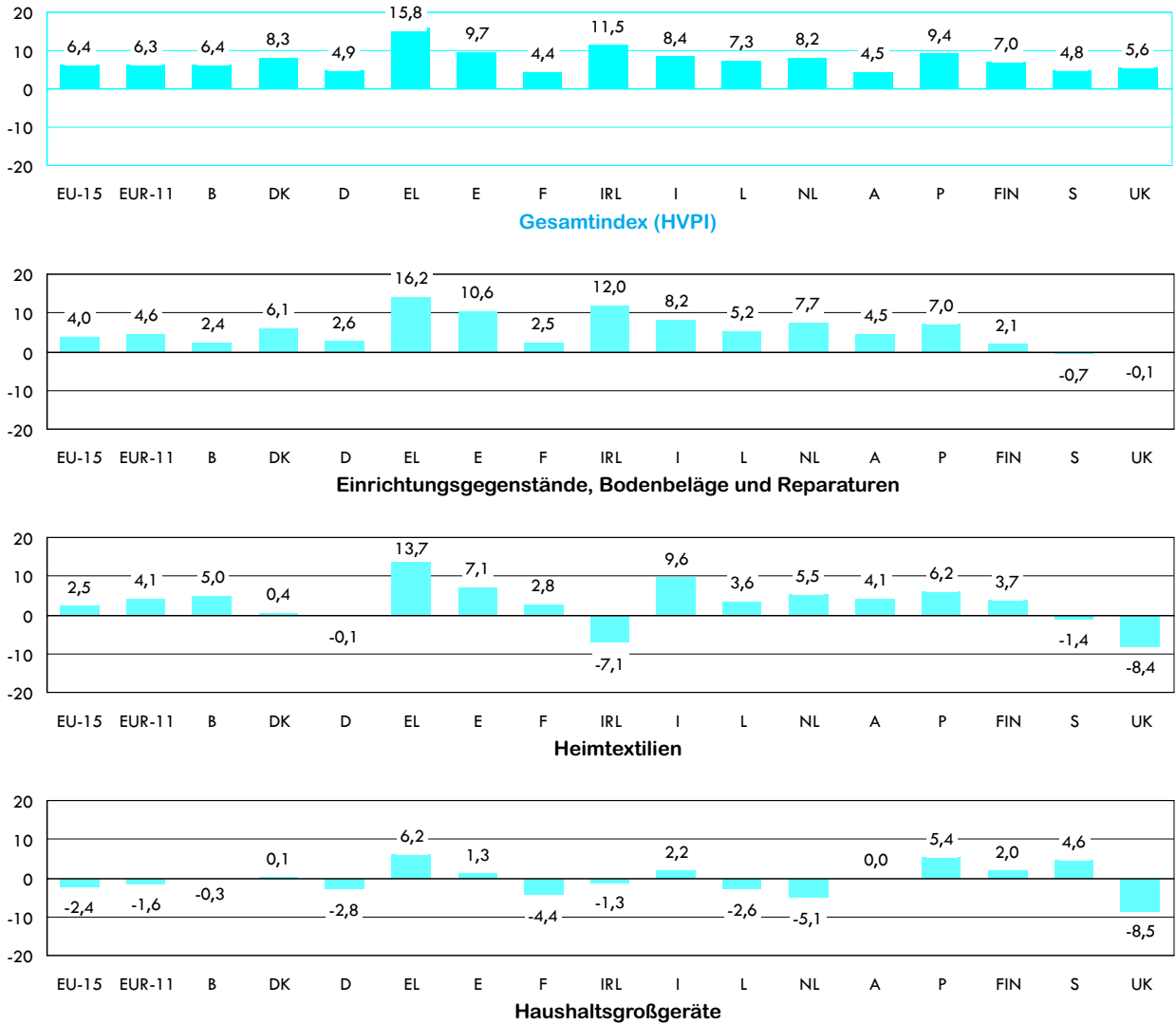
Zwischen 1996 und 2000 sind die Preise für Haushaltsgebrauchsgüter im Allgemeinen langsamer gestiegen als die Inflationsrate, ganz anders als jene für einschlägige Reparaturen. Während der harmonisierte Gesamtverbraucherpreisindex eine durchschnittliche Zunahme von 1,6% pro Jahr auswies, stiegen Möbelpreise durchschnittlich um 1,0% pro Jahr (4,1% insgesamt) - der höchste Anstieg unter den Haushaltsgütern. Der Preis von Haushaltsgroßgeräten ging im Durchschnitt um 1,1% pro Jahr (4,3% insgesamt) zurück. Dagegen stiegen die Preise für Reparaturdienstleistungen im Durchschnitt um 2,2% pro Jahr für Reparaturen von Möbeln und um 3,6% pro Jahr für Reparaturen von Haushaltsgeräten (siehe Tabelle 4.11).

Tabelle 4.11: Einrichtungsgegenstände, Bodenbeläge und Reparaturen, Heimtextilien und Haushaltsgroßgeräte
Entwicklung der harmonisierten Verbraucherpreisindizes in der EU (1996=100)

	1996	1997	1998	1999	2000
Gesamt-HVPI	100	102	103	104	106
Heimtextilien	100	101	102	103	103
Teppiche & Bodenbeläge	100	101	102	102	103
Möbel & sonstige Einrichtung	100	101	103	103	104
Reparatur von Einrichtungen	100	102	105	106	109
Haushaltsgroßgeräte	100	99	99	97	96
Reparatur von Haushaltsgeräten	100	105	108	112	115

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Abbildung 4.15: Einrichtungsgegenstände, Bodenbeläge und Reparaturen, Heimtextilien und Haushaltsgroßgeräte
 Absolutes Wachstum der Verbraucherpreise, 1996-2000 (%)



Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

4.3 HAUSRAT UND LAUFENDE INSTANDHALTUNG DER WOHNUNG

Dieses Unterkapitel umfasst eine große Vielfalt von zumeist kleineren Artikeln des täglichen Bedarfs, die regelmäßig zu den Mahlzeiten oder für Hausarbeiten wie Kochen, Putzen und Bügeln gebraucht werden, sowie Heimwerker- und Gartenartikel. Außerdem werden Dienstleistungen für private Haushalte wie Babysitting und Fensterputzen sowie Artikel zur Reinigung von Heimtextilien und Teppichen erfasst.

1999 für Hausarbeit aufgewendete Zeit in Großbritannien

Tabelle 4.12 zeigt, dass eine Person, Teil eines in einem Haushalt zusammenlebenden Paares, 1999 in Großbritannien durchschnittlich knapp über drei Stunden pro Tag mit Hausarbeit beschäftigt war. Bei Frauen lag der Durchschnitt bei fast vier Stunden. Die einzigen Tätigkeiten, bei deren Verrichtung Männer mehr Zeit verbrachten als Frauen, waren Heimwerker- und Gartenarbeiten sowie die Pflege von Haustieren. Dabei ist anzumerken, dass bei dieser Umfrage gleichzeitig verrichtete Tätigkeiten (z. B. Putzen bei gleichzeitigem Aufpassen auf Kinder) nicht doppelt gezählt wurden.

Die Daten in Tabelle 4.12 zeigen, dass Gartenarbeit gemessen am Zeitaufwand für Haushaltsarbeit in Großbritannien an dritter Stelle liegt. Eine Erhebung aus dem Jahre 1997⁶ zeigt, dass dies nicht ein rein britisches Phänomen ist: Für alle EU-Länder zusammengenommen gaben 18% aller Befragten an, dass sie im Laufe einer normalen Woche im Garten arbeiten. In Dänemark erreichte dieser Anteil 35%, in Österreich 37% (siehe Tabelle 4.13). Allgemein lässt sich sagen, dass der Anteil der Gartenarbeit - außer in Portugal - mit zunehmendem Alter steigt.

(6) A Pan-EU Survey on Consumer Attitudes to Physical Activity, Body-weight and Health, IEFS (Institute of European Food Studies).

Tabelle 4.12: Teilung der wichtigsten Haushaltstätigkeiten unter verheirateten Paaren und in nichtehelichen Lebensgemeinschaften in Großbritannien, Mai 1999 (Minuten pro Tag)

	Männer	Frauen	Alle
Alle Tätigkeiten	142	235	191
Kochen, backen, abspülen	30	74	53
Sauber machen, aufräumen	13	58	36
Gartenarbeit, Haustierpflege	48	21	34
Versorgung der eigenen Kinder	20	45	33
Instandhaltung, Heimwerken	26	9	17
Kleiderwäsche, bügeln, Näharbeit	2	25	14
Versorgung Erwachsener zuhause	4	3	4

Quelle: Omnibus Survey, Office für National Statistics, Mai 1999

Tabelle 4.13: Anteil der EU-Einwohner, die während einer typischen Woche im Garten arbeiten, 1997 (%)

	Gesamt	Alter		
		15-34	35-54	55+
EU-15	18	8	21	27
B	15	9	19	17
DK	35	17	43	41
D	23	12	25	33
EL	10	2	11	19
E	3	1	4	4
F	16	8	20	26
IRL	26	15	32	37
I	12	5	14	20
L	28	13	32	41
NL	32	19	37	44
A	37	17	41	50
P	3	4	2	3
FIN	10	3	11	19
S	26	9	29	45
UK	23	9	26	36

Quelle: A Pan-EU Survey on Consumer Attitudes to Physical Activity, Body-weight and Health, IEFS (Institute of European Food Studies)

VERBRAUCHSAUSGABEN

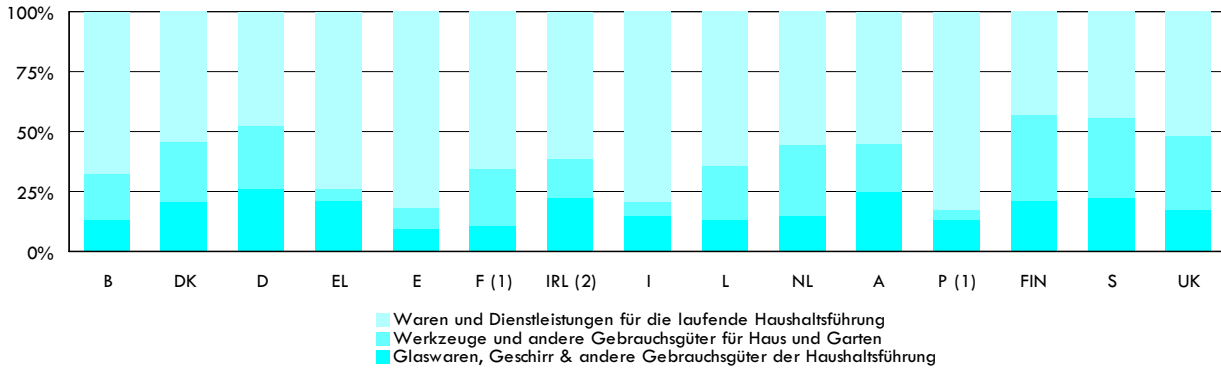
Ausgaben für Hausrat und laufende Instandhaltung der Wohnung machten 1999 zwischen 1,4% (Finnland) und 3,8% (Frankreich)⁷ der durchschnittlichen Ausgaben privater Haushalte aus. In KKS pro Haushalt angegeben, waren dies 1999 z. B. in Luxemburg, dem Mitgliedstaat mit dem höchsten Ausgabenniveau für diese Posten, 1 343 KKS. Fast zwei Drittel der durchschnittlichen Haushaltsausgaben für diese Posten entfielen 1999 allein auf Produkte der laufenden Instandhaltung (siehe Abbildung 4.16), während für Glaswaren, Geschirr und andere Gebrauchsgüter der Haushaltsführung zum einen und für Werkzeuge und Geräte für Haus und Garten zum anderen jeweils etwa ein Sechstel aufgewendet wurde.

PREISE

Der Verbraucherpreisindex für Waren und Dienstleistungen zur laufenden Instandhaltung ist von 1996 bis 2000 schneller (insgesamt um 8%) gestiegen als der Gesamtindex (insgesamt 6%), während Preise für Werkzeuge und Geräte für Haus und Garten fast unverändert blieben (siehe Abbildung 4.18). Ersteres geht zum Teil auf den sehr hohen Anstieg um mehr als 20% in Griechenland und Irland zurück, der seine Ursache vor allem in den steilen Preiserhöhungen für Haus- und Haushaltsdienste hatte.

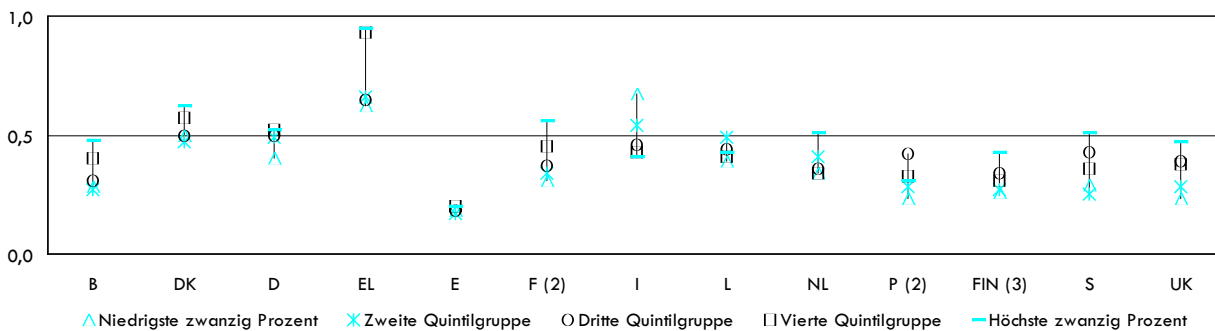
(7) Für den gesamten folgenden Abschnitt über Verbrauchsausgaben: F und P, 1994.

Abbildung 4.16: Hausrat (ohne Geräte); Waren und Dienstleistungen für die laufende Haushaltsführung
Aufgliederung der Verbrauchsausgaben, 1999 (%)



(1) 1994.
 (2) Vorläufig.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 4.17: Glaswaren, Geschirr & andere Gebrauchsgüter der Haushaltsführung
Anteil an den Gesamtverbrauchsausgaben, nach der Einkommensverteilung, 1999 (%) (1)



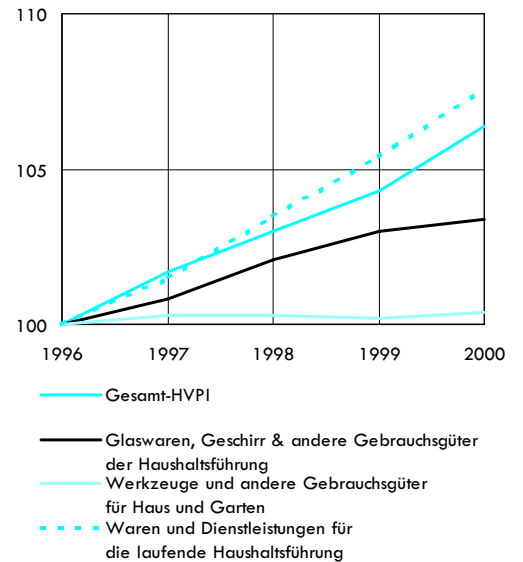
(1) IRL und A, nicht verfügbar.
 (2) 1994.
 (3) Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

SICHERHEIT

Das Gemeinschaftliche Informationssystem für Heim- und Freizeitunfälle (EHLASS) liefert Informationen für 13 Mitgliedstaaten⁸ über die Arten von Tätigkeiten, während derer es zu Unfällen gekommen ist. Obgleich die Ergebnisse nicht repräsentativ sind, vermitteln sie doch einen Eindruck von der Konzentration von Unfällen bei bestimmten Tätigkeiten (ohne Arbeitsunfälle und Unfälle im Straßenverkehr). 1995 ereigneten sich 15-16% aller Heim- und Freizeitunfälle bei Heimwerker-, Garten- und Hausarbeiten. Unfälle im häuslichen Bereich stiegen mit zunehmendem Alter auf ein Hoch bei Männern in den Mittzwanzigern und Frauen Ende Dreißig. Dabei ist die Unfallwahrscheinlichkeit bei erwachsenen Frauen mehr als zweimal so hoch wie bei Männern. Auch die Unfälle bei Heimwerkerarbeiten nahmen mit dem Alter zu, auf ein Hoch für Männer Mitte Dreißig (mehr als fünfmal höheres Unfallrisiko bei Männern als bei Frauen).

(8) Ohne D und A.

Abbildung 4.18: Hausrat (ohne Geräte); Waren und Dienstleistungen für die laufende Haushaltsführung
Entwicklung der harmonisierten Verbraucherpreisindizes in der EU (1996=100)



Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

4.4 ENERGIE

Private Haushalte waren einer der größten Energieverbraucher in der EU, 1998 mit 26,5% des Gesamtenergieverbrauchs (was mit 27,8% für die Industrie verglichen werden kann). Europäische Haushalte wendeten 1999 im Durchschnitt zwischen 3% und 4% ihrer Gesamtausgaben für Energie auf⁹. Der Energieverbrauch fürs Wohnen ist kurzfristig ein relativ unelastischer Ausgabenposten, da als Reaktion auf Preisschwankungen häufig nur Investitionen in neue Anlagen in Frage kommen. Mit steigendem Energieverbrauch sind gleichzeitig vermehrt energiesparende Maßnahmen (wie Doppelfenster oder Wärmeisolierung) realisiert und häufiger Ausrüstungen ausgetauscht worden (zur Erhöhung der Energieeffizienz).

VERBRAUCH

Europäische Haushalte verbrauchten 1998 251,6 Mio. tRÖE an Energie (entsprechend 1,7 tRÖE pro Haushalt), das sind 11,5% mehr als 1988.

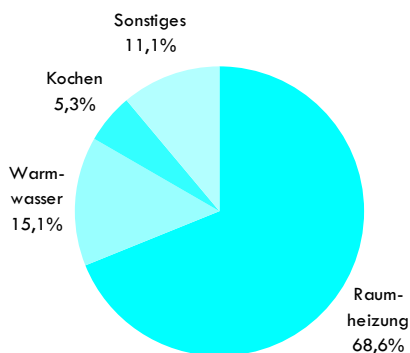
Etwa 85% des Gesamtenergieverbrauchs privater Haushalte in der EU entfielen 1995 auf nur zwei Verwendungszwecke: Raumheizung als größter Verbraucher (68,6%), gefolgt von Warmwasserbereitung (15,1%) - siehe Abbildung 4.19 und Tabelle 4.14. Auf Kochen und sonstige Verwendungszwecke (darunter das Betreiben von elektrischen Haushaltsgeräten) entfielen 1995 5,3% bzw. 11,1% des Energieverbrauchs in der EU.

Der Energiemix

Europäische Haushalte waren für über drei Viertel ihres Energiebedarfs auf drei Energieträger angewiesen. Neben Erdgas (38,0%) waren die bedeutendsten Produkte des Energiemix Elektrizität (21,2%) sowie Dieselmotortreibstoff und Destillattheizöle (19,4%). Im Verlauf der 90er Jahre veränderten private Haushalte den Energiemix, weg von festen Brennstoffen und Erdölprodukten hin zu Erdgas und (in einem geringeren Maße) zu Elektrizität - siehe Abbildung 4.20. Der Anteil von Erdgas am Gesamtenergieverbrauch privater Haushalte in der EU lag 1998 etwa 8 Prozentpunkte höher als 1988. Während der Erdgas- und Elektrizitätsverbrauch pro Einwohner zwischen 1988 und 1998 zunahm (auf 255,1 kgRÖE bzw. 142,4 kgRÖE), ging der Verbrauch von Dieselmotortreibstoff und Destillattheizölen auf 130,22 kgRÖE zurück.

Ein Blick auf die einzelnen Mitgliedstaaten zeigt einen geringen Verbrauch von Erdgas in Griechenland, Finnland und Schweden (1998 mit einem Anteil am Gesamtenergieverbrauch von 0,3%, 0,4% bzw. 1,3%). Dagegen besitzen die beiden letzteren Länder (zusammen mit Dänemark) ein intaktes Fernwärmenetz, das 24,5% (Finnland), 26,9% (Schweden) bzw. 34,8% (Dänemark) des gesamten Energiebedarfs deckt - verglichen mit einem europäischen Durchschnitt von 3,9%. Nach Angaben von SKY (Finnish District Heating Association) erreichte 1999 Fernwärme 1,09 Mio. finnische Haushalte (gegenüber 458 000 Haushalte 1979) und damit 45% der Bevölkerung Finnlands.

Abbildung 4.19: Gesamtenergieverbrauch in Haushalten nach Verwendungszweck in der EU, 1995 (in Mengengrößen) (1)



(1) Ohne I.

Quelle: Eurostat, Erhebung über den Energieverbrauch der privaten Haushalte

Tabelle 4.14: Gesamtenergieverbrauch je Haushalt für Raumheizung und Warmwasser, 1995 (MJ)

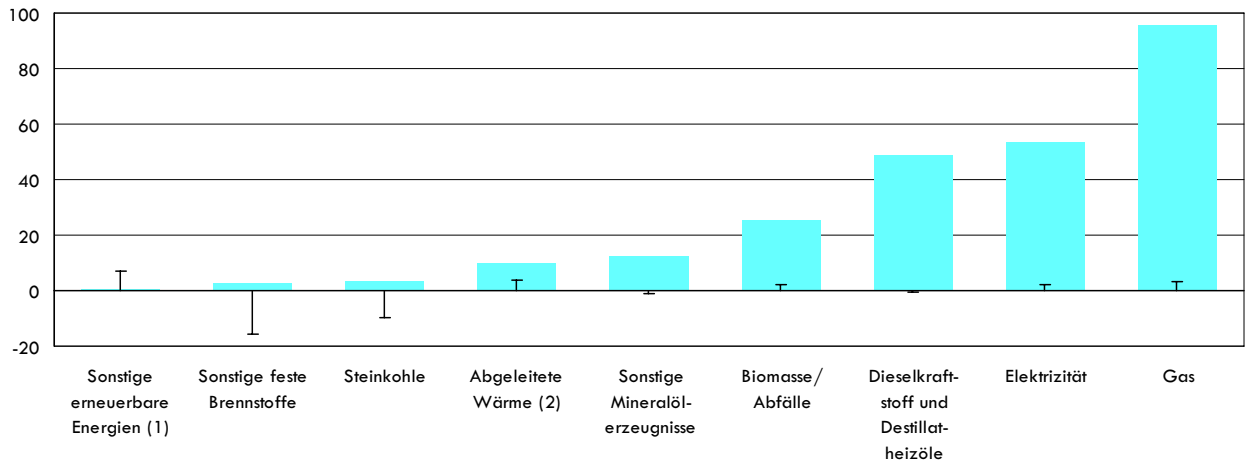
	Raumheizung	Warmwasser
EU-15 (1)	4 836	1 062
B	7 210	1 060
DK	5 534	1 329
D	5 618	897
EL	4 391	142
E	1 528	680
F	5 773	789
IRL	6 105	957
I	:	:
L	12 271	1 215
NL	4 558	1 370
A	6 774	949
P	971	539
FIN	5 873	1 250
S	5 389	1 719
UK	3 997	1 781

(1) Ohne I.

Quelle: Eurostat, Erhebung über den Energieverbrauch der privaten Haushalte

(9) F und P, 1994.

Abbildung 4.20: Gesamtenergieverbrauch der Haushalte in der EU, 1998 (Mio. TRE, Balken) und jährliche durchschnittliche Veränderungsrate des Niveaus des Energieverbrauchs in Haushalten der EU zwischen 1988 und 1998 (% pro Jahr, Linien)



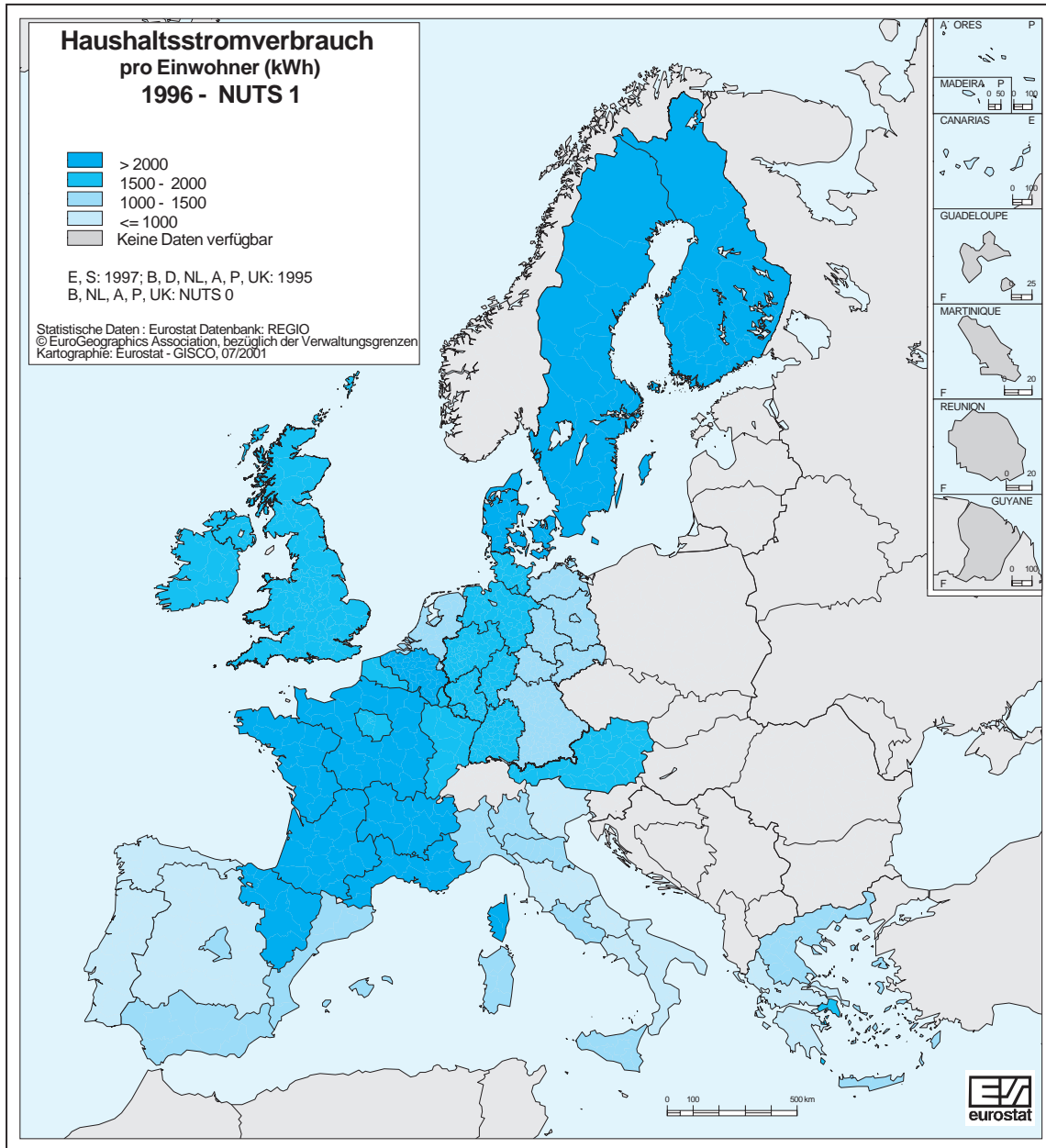
(1) Sonnenenergie, geothermische Energie und Sonstiges.

(2) Fernwärme.

Quelle: Eurostat, Energiestatistik (theme8/sirene)

Erneuerbare Brennstoffe hatten im Energiemix nur eine kleine Rolle inne, verzeichneten aber in den 90er Jahren eine der höchsten Wachstumsraten. So stieg der Verbrauch an Solarenergie zwischen 1988 und 1998 um durchschnittlich 10,4% pro Jahr.

Die Karte auf der nächsten Seite zeigt ein Nord-Süd-Gefälle für den Stromverbrauch pro Einwohner, wonach dieser in Portugal, Spanien, Griechenland und Italien am niedrigsten ist (wegen eines wärmeren Klimas und/oder niedrigerer Durchschnittseinkommen). Da diese Karte auf den Stromverbrauch beschränkt ist, gilt es als Faktor den Energiemix in jedem der Mitgliedstaaten zu berücksichtigen. So war Erdgas in Italien, den Niederlanden und Deutschland relativ wichtig, während in Spanien Flüssiggas weit verbreitet war.



VERBRAUCHSAUSGABEN

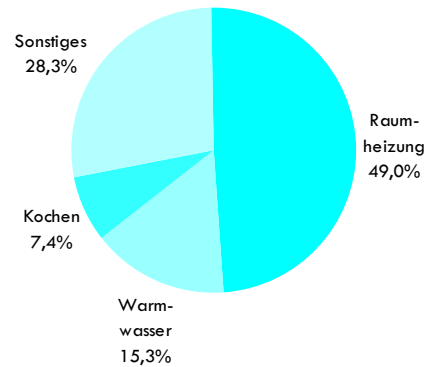
Europäische Haushalte gaben 1999 zwischen 2,9% (Vereinigtes Königreich) und 6,8% (Dänemark) ihrer gesamten Verbrauchsausgaben für Elektrizität, Erdgas und andere Brennstoffe aus¹⁰ (siehe Tabelle 4.27 des statistischen Anhangs zu diesem Kapitel). Die Verbrauchsausgaben lagen im Durchschnitt zwischen 596 KKS pro Haushalt in Finnland¹¹ und 1 600 KKS pro Haushalt in Dänemark.

In den meisten Mitgliedstaaten wurde 1999 mehr als 40% des Energiebudgets für Strom aufgewendet, während Haushalte in den Niederlanden und Italien einen höheren Anteil für Erdgas ausgaben (52,8% bzw. 42,3%). Feste Brennstoffe machten in Frankreich mehr als ein Viertel (28,4%) des Energiebudgets und in Irland mehr als ein Fünftel (21,5%) aus.

Nach dem Verwendungszweck (siehe Abbildung 4.21) verbrauchten Haushalte in der EU 1995 fast die Hälfte (49,0%) ihres Energiebudgets für Raumheizung und über ein Viertel (28,3%) für sonstige Zwecke, d. h. für den Betrieb elektrischer Geräte. 1995 gab ein Durchschnittshaushalt in der EU 438 ECU für Raumheizung, 137 ECU für Warmwasserbereitung, 66 ECU zum Kochen und 253 ECU für sonstige Zwecke (z. B. Beleuchtung und elektrische Haushaltsgeräte) aus. Das relative Preisniveau für die verschiedenen Energieträger erklärt die festgestellte Diskrepanz zwischen diesen Zahlen und den Angaben über die verbrauchte Energiemenge.

Mit steigendem Einkommen tendiert der Anteil der Ausgaben für Energie dazu abzunehmen, weil der Energieverbrauch nicht weiter zunimmt, wenn einmal ein bestimmter Bedarf gedeckt ist (siehe Abbildung 4.22). Angesichts des Zusammenhangs zwischen steigendem Einkommen und einem sinkenden Anteil von Energie an den Gesamtausgaben war es wenig überraschend, dass

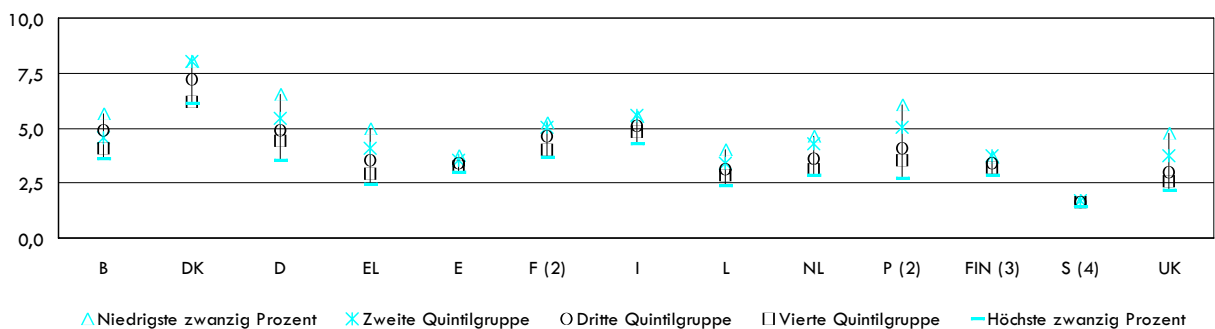
Abbildung 4.21: Gesamtenergieverbrauch in Haushalten nach Verwendungszweck in der EU, 1995 (in Wertgrößen) (1)



(1) Ohne I.
Quelle: Eurostat, Erhebung über den Energieverbrauch der privaten Haushalte

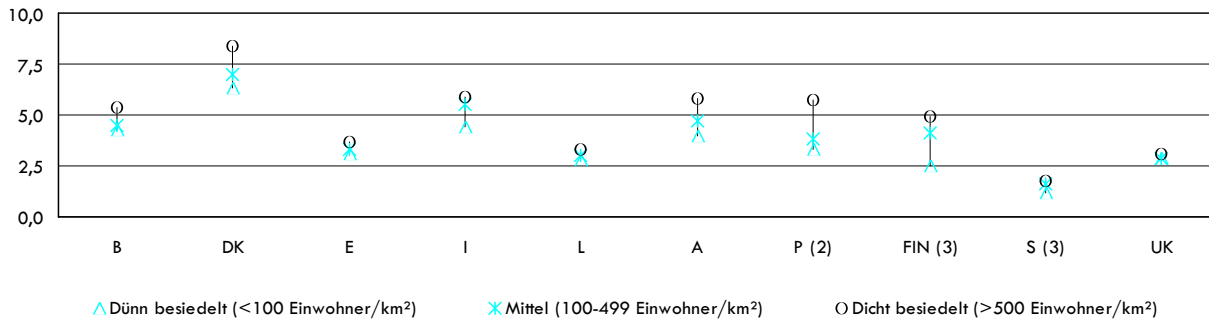
(10) Für den gesamten folgenden Abschnitt über Verbrauchsausgaben: F und P, 1994; FIN und S, ohne Heizung; IRL und A, Verbrauchsausgaben nach Einkommensquintilen, nicht verfügbar.
(11) Heizungsausgaben sind für Mieter im Mietzins und für Haus/Wohnungseigner in den Instandhaltungskosten (und folglich in der unterstellten Miete) erfasst.

Abbildung 4.22: Elektrizität, Gas und andere Brennstoffe Anteil an den Gesamtverbrauchsausgaben, nach der Einkommensverteilung, 1999 (%) (1)



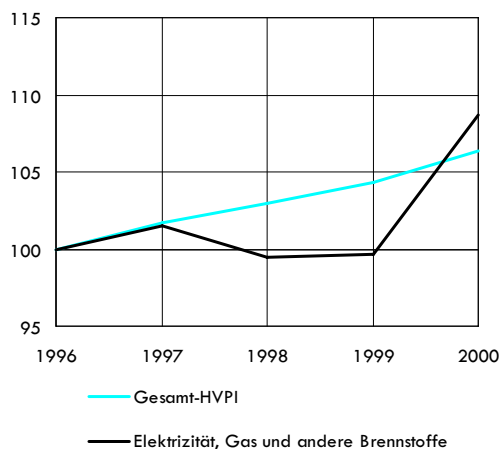
(1) IRL und A, nicht verfügbar.
(2) 1994.
(3) Ohne Heizung; Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein können.
(4) Ohne Heizung.
Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 4.23: Elektrizität, Gas und andere Brennstoffe
Anteil an den Gesamtverbrauchsausgaben, nach dem Urbanisierungsgrad, 1999 (%) (1)



(1) D, EL, F, IRL und NL, nicht verfügbar.
(2) 1994.
(3) Ohne Heizung.
Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 4.24: Elektrizität, Gas und andere Brennstoffe
Entwicklung der harmonisierten Verbraucherpreisindizes in der EU (1996=100)



Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

sich unter den Haushalten, die proportional mehr für Energie ausgaben, solche befanden, deren Vorstand arbeitslos, im Ruhestand oder aus anderen Gründen nicht erwerbstätig war. Eine weitere wichtige Determinante war der Urbanisierungsgrad. Haushalte in einem städtischen Gebiet neigten eher dazu, einen proportional höheren Teil ihres Gesamtbudgets für Energie auszugeben. Das Verhältnis des Energieanteils an den Gesamtausgaben von Haushalten in dünn besiedelten Gebieten zum entsprechenden Anteil in dicht besiedelten Gebieten lag zwischen 0,5% in Finnland und 0,9% im Vereinigten Königreich¹² (siehe Abbildung 4.23).

PREISE

Von den Energiepreisen gehen lang- und kurzfristige Signale für die Verbraucher aus. Ausrüstungsinvestitionen basieren auf zukünftigen Preiserwartungen, neben Faktoren wie Erschwinglichkeit (Einkommen) und Auswahl (ob sich das gewählte Energienetz in der Gegend durchgesetzt hat). Wenn die Energiepreise steigen, nehmen die Verbraucher möglicherweise ihren täglichen Energieverbrauch bewußter wahr und vermeiden einen sehr hohen Energieverbrauch. Alternativ können die Verbraucher nach energiesparenden Maßnahmen Ausschau zu halten. Es besteht allgemein Konsens darüber, dass Verbraucher auf steigende Preise schneller reagieren (asymmetrische Preiselastizität)¹³.

Tabelle 4.15: Elektrizität, Gas und andere Brennstoffe
Entwicklung der harmonisierten Verbraucherpreisindizes in der EU (1996=100)

	1996	1997	1998	1999	2000
Gesamt-HVPI	100	102	103	104	106
Elektrizität, Gas, andere Brennstoffe	100	102	100	100	109
Elektrizität	100	99	99	99	97
Gas	100	105	104	102	112
Flüssige Brennstoffe	100	101	88	97	139
Feste Brennstoffe	100	101	102	104	107
Wärmeenergie	100	105	104	101	116

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

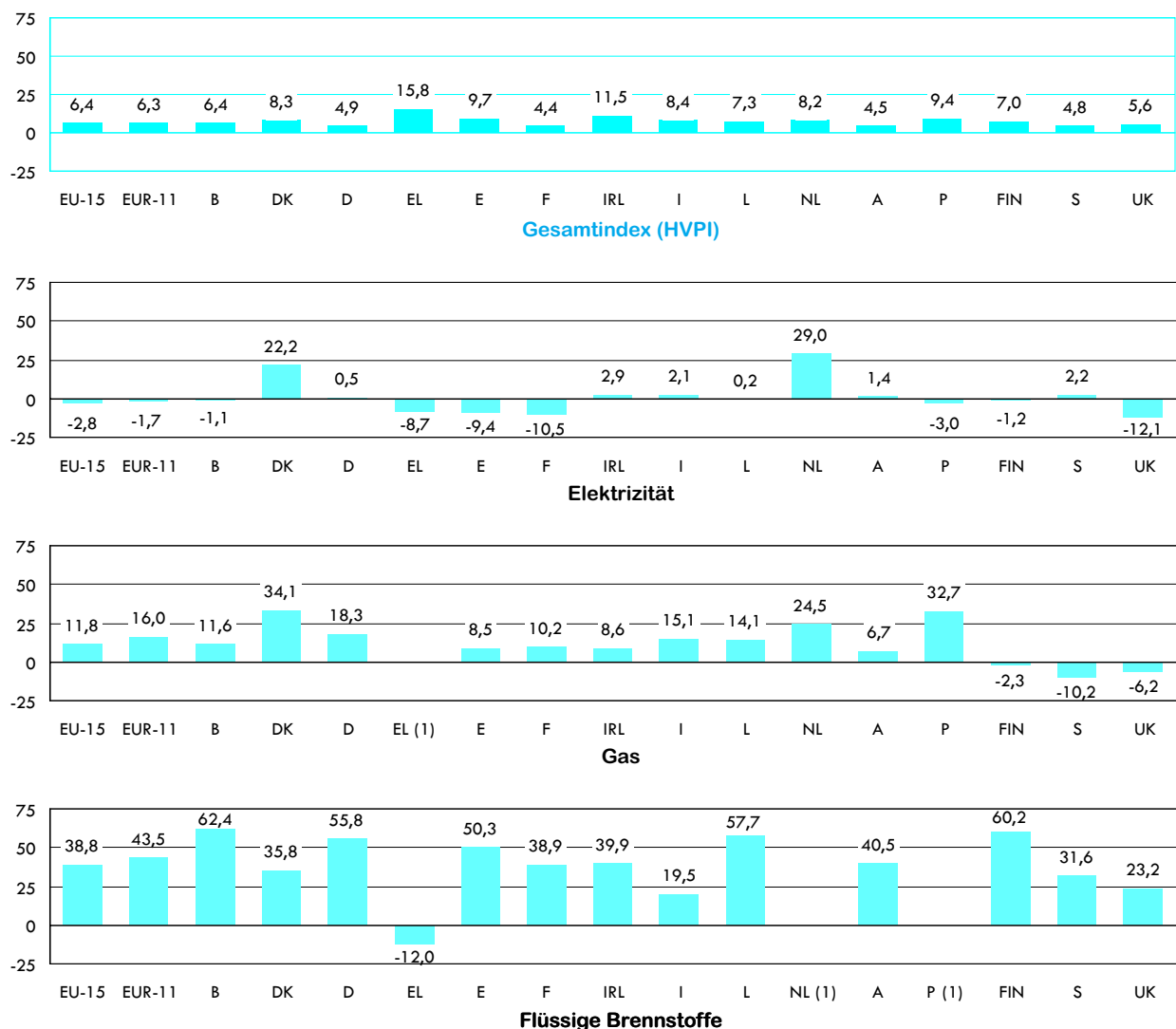
Für Energie (Elektrizität, Erdgas, flüssige und feste Brennstoffe und Wärmeenergie) waren zwischen den Mitgliedstaaten signifikante Preisunterschiede festzustellen, vor allem bedingt durch ein extremes Preisniveau in zwei Ländern (siehe Tabelle 1.41 auf Seite 43): Dänische Haushalte zahlten für ihre Energie doppelt so viel wie die griechischen. Interessanterweise lagen die Energiepreise in den beiden anderen nordischen Mitgliedstaaten etwas unter dem EU-Durchschnitt (Finnland 91% und Schweden 98%).

(12) D, EL, F, IRL und NL, nicht verfügbar.
(13) Environmental Outlook, OECD, 2001.

Der Preis für Energieprodukte stieg im Jahr 2000 deutlich an, wodurch der harmonisierte Verbraucherpreisindex für Energie den Gesamtindex überholte (siehe Abbildung 4.24 und Tabelle 4.15). Die absolute Veränderung der Energiepreise bewegte sich von 1996 bis 2000 zwischen einem Anstieg von 26,2% in den Niederlanden und einem Rückgang von 6,9% in Griechenland und dem Vereinigten Königreich.

Auch unter den verschiedenen Energieträgern gab es zwischen 1996 und 2000 ganz unterschiedliche Preisentwicklungen (siehe Abbildung 4.25). So ging der Preis für Elektrizität in der EU um durchschnittlich 0,7% pro Jahr zurück, während gleichzeitig der Preis für flüssige Brennstoffe um durchschnittlich 8,5% pro Jahr anstieg. Diese absoluten Veränderungen sind in starkem Maße von der Preisentwicklung zwischen 1999 und 2000 beeinflusst, als der Preis für Elektrizität um 1,4% und jener für flüssige Brennstoffe um nicht weniger als 42,8% stieg (letztere Zahl spiegelt das Ungleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage auf den Rohölmärkten wider). Die weitere Entwicklung der Elektrizitätspreise kann durchaus von der laufenden Liberalisierung der Elektrizitätsmärkte beeinflusst werden.

Abbildung 4.25: Elektrizität, Gas und andere Brennstoffe
Absolutes Wachstum der Verbraucherpreise, 1996-2000 (%)



(1) Nicht verfügbar.

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Tabelle 4.16: Preise von Erdgas, Elektrizität und Heizöl für Haushalte, alle Steuern inbegriffen, 1. Januar 2001 (1)

	Erdgas (§ je GJ) (2)	Elektrizität (§ je 100 kWh) (3)	Heizöl (§ je Tsd. Liter) (4)
B	11,8	18,0	328,2
DK	:	24,5	699,9
D	12,3	21,9	377,4
EL	:	7,1	314,3
E	12,8	13,4	392,9
F	9,9	14,5	407,8
IRL	8,2	12,8	502,5
I	18,5	9,7	822,1
L	8,1	16,7	309,9
NL	10,6	14,9	590,8
A	11,8	15,5	413,9
P	:	14,8	359,3
FIN	8,2	11,1	454,1
S	16,1	15,0	671,8
UK	6,8	15,2	323,0

(1) Zugrundeliegende Preise sind Halbjahresdaten; je nach Land stehen die Daten im Zusammenhang mit dem nationalen Durchschnitt oder regionalen Preisen; fett steht für das Land mit dem niedrigsten Preis; blau steht für das Land mit dem höchsten Preis.

(2) Typische Abnehmer sind Haushalte mit einem Jahresverbrauch von 83,7 GJ für Kochen, Warmwasserversorgung und Zentralheizung; FIN, 1. Juli 1999.

(3) Haushalte mit einem Jahresverbrauch von 1 200 kWh für eine normale Wohnung mit 70 m²; D, Südliches Gebiet; EL, Athenai; E, Madrid; F, Paris; IRL, Dublin; NL, Rotterdam, 1. Januar 2000; A, Oberösterreich/Tirol/Wien; P, Lisboa.

(4) Haushalte mit Lieferungen zwischen 2 000 und 5 000 Liter jährlich.

Quelle: Eurostat, Energiestatistik (theme8/sirene)

Steuern können dazu eingesetzt werden, Energie zu verteuern und damit zu versuchen, die Wahl der Verbraucher zu beeinflussen: Besteuerung wird als flexibles Instrument zur Unterstützung von Veränderungen im Verbraucherverhalten angesehen. In Verbindung mit Subventionen kann sie zur Stimulierung einer breiteren Nutzung alternativer Energieprodukte (insbesondere erneuerbarer Energiequellen) eingesetzt werden. Dem Verursacherprinzip folgend werden Energiesteuern mit Externalitäten (z. B. Luft- und Wasserverschmutzung oder Treibhausgasemissionen) gerechtfertigt. Da der Verbrauch von Energieprodukten relativ unelastisch ist, erfolgen Veränderungen der Besteuerung normalerweise in progressiven Schritten, damit Verbraucher ausreichend Zeit haben, sich auf ein neues Preisniveau einzustellen. Die Inelastizität des Energieverbrauchs zeigt eine Studie¹⁴ über die Auswirkungen der gegebenen Energiebesteuerung auf das von Haushalten gewählte Heizsystem. Diese Studie kommt zum Schluss, dass eine mit Erdgas betriebene Zentralheizung billiger ist, unabhängig davon, ob Preise inklusive oder exklusive Verbrauchsabgaben herangezogen werden.

Mit einem Aufkommen von 157,6 Mrd. ECU in der EU machten 1997 Energiesteuern 77,3% aller Umweltsteuern aus¹⁵. Seit 1980 haben sich die Energiesteuereinnahmen vervierfacht und ihr Anteil am Gesamtaufkommen an Steuern und Sozialabgaben erhöhte sich bis 1997 um 1,0 Prozentpunkte auf 5,2%. 1997 wurden in der EU pro Einwohner im Durchschnitt Energiesteuern von 421,2 ECU erhoben. Dahinter verbirgt sich eine breite Spanne von 230 ECU pro Einwohner in Spanien bis knapp über 1 000 ECU in Luxemburg.

In Tabelle 4.16 sind die Energiepreise angegeben, denen sich europäische Haushalte Anfang 2001 gegenübersehen. Tabelle 4.17 zeigt die steuerlichen Unterschiede zwischen den Mitgliedstaaten. Hier wird der Zusammenhang zwischen hohen Steuern und hohen Preisen ersichtlich. So erhob Italien elfmal höhere Steuern (155%) auf einen Liter Heizöl als Luxemburg (14,2%), während die Steuer auf Elektrizität den Elektrizitätspreis in Dänemark mehr als verdoppelte (126%), im Vereinigten Königreich aber nur um 5% erhöhte.

Die steuerliche Belastung setzt sich aus Mehrwertsteuer, Verbrauchsabgaben sowie anderen indirekten Umweltsteuern zusammen. Mehrere Mitgliedstaaten wie das Vereinigte Königreich oder Luxemburg wendeten reduzierte Mehrwertsteuersätze auf Energieprodukte an, während die nordischen Staaten ihre Normsätze verwendeten (siehe Seite 51 für eine Liste der auf Energieprodukte angewandten Mehrwertsteuersätze). Die auf Heizöl erhobenen Verbrauchsabgaben reichten von €5,2 je 1 000 Liter in Luxemburg bis €360,20 je 1 000 Liter in Italien, wobei neun Mitgliedstaaten Abgaben zwischen €40 und €80 je 1 000 Liter berichteten (im April 2001)¹⁶.

(14) Towards a European strategy for the security of energy supply, Europäische Kommission, Generaldirektion Energie und Verkehr, Grünbuch, November 2000.

(15) Diese Zahl schließt die Steuern privater Haushalte sowie anderer Sektoren der Volkswirtschaft ein.

(16) Mitgliedstaaten, die am 1. Januar 1991 keine Verbrauchsabgaben auf Heizöl erhoben haben, dürfen auch weiterhin einen Nullsatz anwenden, sofern sie ab 1. Januar 1993 eine Kontrollgebühr von €5 je 1 000 Liter erheben (Artikel 5.3 der Richtlinie 92/82/EWG)

Die Preis-/Tarifstruktur für Elektrizität ist abhängig vom Grad der Marktöffnung, der Anzahl der Versorgungsunternehmen in einem Gebiet und der Tageszeit (in den meisten Netzen bestehen während der Nacht Überkapazitäten). So bot einer der größten Versorger auf dem deregulierten Markt des Vereinigten Königreichs den Endabnehmern in der London Electricity Region einen Nachttarif an, der um 61,3% unter den Tagtarifen von Juni 2001 lag. In Belgien und Frankreich (wo die Liberalisierung eingeschränkt war) war der Nachttarif um 51,6% (Mai 2001) bzw. 38,8% (Januar 2001) niedriger (siehe Tabelle 4.18).

Der deutsche Elektrizitätsmarkt wurde im April 1998 für den Wettbewerb geöffnet. Ein Blick auf die Entwicklung der Elektrizitätspreise zwischen Januar 1998 und Januar 2001 zeigt, dass für private Haushalte die Vorsteuerpreise in acht von zehn Versorgungsgebieten, für die Daten verfügbar waren¹⁷, zwischen -17,3% in München und -1,0% im Westlichen Gebiet zurückgingen. Im Gegensatz dazu stiegen die Preise in Leipzig (4,1%) und Hannover (2,0%). Nach Steuer ergab sich ein Preisrückgang jedoch nur in drei Gebieten (Südliches Gebiet, München und Erfurt). Dies ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass in Deutschland im April 1999 eine neue Steuer auf den Elektrizitätsverbrauch eingeführt wurde.

AUSWAHL

Die meisten Wohnungen in der EU waren 1995 mit Heizung und Warmwasserbereitung ausgestattet (98,3% bzw. 98,1%), von denen mehr als ein Drittel auf Erdgasbasis arbeiteten. In den Niederlanden und dem Vereinigten Königreich war der Hauptbrennstoff Erdgas, wo 94,6% bzw. 76,4% der Wohnungen mit Gasraumheizung und 86,5% bzw. 69,8% mit einer Gaswarmwasserbereitung ausgestattet waren. Die Größe des Gasverteilungsnetzes unterschied sich zwischen den einzelnen Mitgliedsstaaten; z. B. im Vereinigten Königreich hatten im Jahr 2000 80% der Haushalte einen Zugang zum Netz¹⁸. Andererseits ergab eine Eurobarometer-Umfrage (53) zu öffentlichen Dienstleistungsanbietern im Frühjahr 2000, dass vier Fünftel der Befragten in Schweden und Griechenland keinen Zugang zur Gasversorgung hatten.

(17) Eurostat, Datenbank SIRENE.

(18) The UK Fuel Poverty Strategy, Department of Environment Transport and the Regions (DETR) und Department of Trade and Industry (DTI), 2001.

Tabelle 4.17: Steuersatz auf Erdgas, Elektrizität und Heizöl für Haushalte, 1. Januar 2001 (1) (% des Vorsteuerpreises)

	Erdgas (2)	Elektrizität (3)	Heizöl (4)
B	25,3	22,1	27,4
DK	:	125,6	145,4
D	27,7	26,3	43,0
EL	:	7,9	27,7
E	16,0	21,9	51,1
F	17,4	30,2	31,6
IRL	12,6	12,5	27,4
I	75,2	14,8	155,0
L	6,0	9,5	14,2
NL	67,3	28,1	68,0
A	34,8	36,5	54,0
P	:	5,6	46,1
FIN	30,7	32,1	49,4
S	76,5	48,9	132,7
UK	5,1	5,0	24,5

(1) Zugrundeliegende Preise sind Halbjahresdaten; je nach Land stehen die Daten im Zusammenhang mit dem nationalen Durchschnitt oder regionalen Preisen; fett steht für das Land mit dem niedrigsten Steuersatz; blau steht für das Land mit dem höchsten Steuersatz.

(2) Basierend auf einem Jahresverbrauch von 83,7 GJ für Kochen, Warmwasser und Zentralheizung; FIN, 1. Juli 1999.

(3) Basierend auf einem Jahresverbrauch von 1 200 kWh für eine normale Wohnung mit 70 m²; NL, 1. Januar 2000; D, Südliches Gebiet; EL, Athenai; E, Madrid; F, Paris; IRL, Dublin; A, Oberösterreich/Tirol/Wien; P, Lisboa.

(4) Basierend auf einem Jahresverbrauch zwischen 2 000 und 5 000 Liter.

Quelle: Eurostat, Energiestatistik (theme8/sirene)

Tabelle 4.18: Tag- und Nachttarife für Elektrizität (€ je kWh) (1)

	Tagtarif	Nachttarif
B (2)	0,1569	0,0759
F (3)	0,0779	0,0477
UK (4)	0,0409	0,0158

(1) Ohne jährliche Grundgebühr.

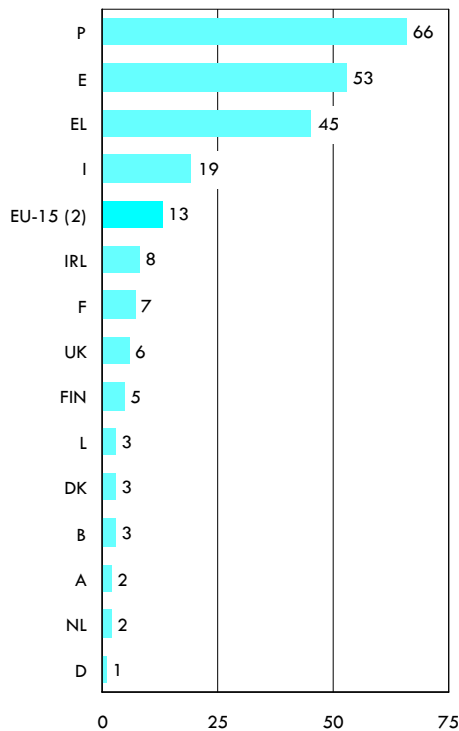
(2) Daten für Mai 2001; repräsentative Preise, einschließlich MwSt (21%) und Energieabgabe (€0,001363 je kWh).

(3) Daten für Januar 2001; Preise ohne Energiesteuer (19,6%).

(4) Daten für Juni 2001, London Electricity Region, Powergen; Elektrizitätsgebühren für einen mittleren Nutzer (Durchschnittshaus, Gaszentralheizung).

Quelle: Electrabel, EDF und OFGEM

Abbildung 4.26: Haushalte, die es sich nicht leisten können, ausreichend zu heizen, 1996 (%) (1)



(1) S, nicht verfügbar.

(2) Ohne S.

Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/ilc)

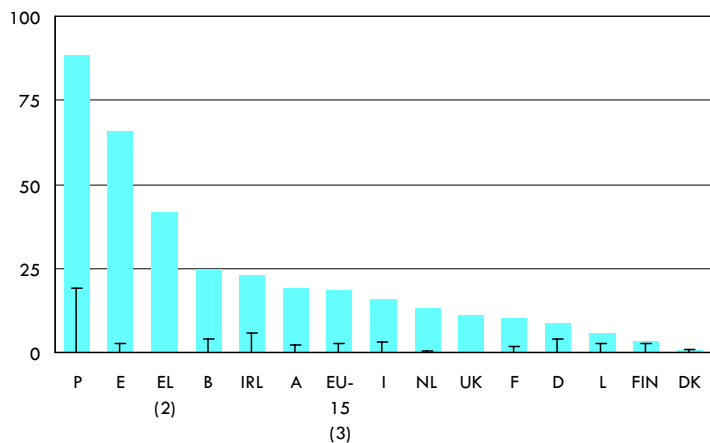
Wohnungsausstattung - eine Kostenfrage?

1996 gaben 13% der europäischen Haushalte an, es sich nicht leisten zu können, ausreichend zu heizen (siehe Abbildung 4.26), ein Anteil, der sowohl Haushalte, die sich keine Heizanlage, als auch Haushalte, die sich keinen Brennstoff leisten können, einschließt. Dieser Durchschnitt verdeckt das Gefälle zwischen einigen südlichen Mitgliedstaaten (Portugal 66%, Spanien 53% und Griechenland 45%) und den übrigen Ländern, wo die Anteile von 19% in Italien und 1% in Deutschland reichten.

Daten über energiebezogene Ausstattung zeigen, dass 1996 vier Fünftel (81,3%) der europäischen Haushalte in Wohnungen mit Zentralheizung wohnten und fast alle (97,2%) warmes Wasser hatten¹⁹ - siehe Abbildung 4.27. Während die Unterschiede zwischen den Mitgliedstaaten zum Teil auf klimatische Ursachen (in den südlichen Mitgliedstaaten ist häufig eine Heizung nur selten oder überhaupt nicht erforderlich) und auf allgemeine Einkommensverhältnisse zurückzuführen sind, bestehen Unterschiede auch aufgrund der Durchdringung mit alternativen Heizsystemen. So spiegelt der relativ niedrige Anteil dänischer und finnischer Haushalte ohne Zentralheizung die Bedeutung der Fernwärme in diesen Ländern wider. Der Anteil der Wohnungen in der EU ohne Zentralheizung oder Warmwasser war höher, wenn der Haushaltsvorstand nicht erwerbstätig oder arbeitslos war (1996 mit 29,1% bzw. 4,2%).

(19) Ohne S für Zentralheizung; ohne EL und S für warmes Wasser.

Abbildung 4.27: Haushalte ohne Zentralheizung (Balken) und warmes Wasser (Linien) in der Wohnung, 1996 (%) (1)



(1) S, nicht verfügbar.

(2) Warmes Wasser, nicht verfügbar.

(3) Ohne S für Zentralheizung; ohne EL und S für warmes Wasser.

Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/housing)

Zufriedenheit mit Elektrizitäts- und Gasversorgung

Die Eurobarometer-Umfrage (53) über öffentliche Dienstleistungsanbieter enthält Angaben über die Verbrauchierzufriedenheit mit der Elektrizitäts- und Gasversorgung. In der Umfrage wurde die Zufriedenheit an vier Kriterien gemessen: Preis, Qualität der Dienste, Verständlichkeit der Information und faire Vertragsbedingungen. Europäische Verbraucher waren vor allem mit der Qualität von Elektrizität (94%) und Gas (87%) zufrieden, am wenigsten jedoch mit dem Preis, womit 39% bzw. 35% der Befragten nicht zufrieden waren (siehe Tabelle 4.19).

Am wenigsten zufrieden waren die portugiesischen Verbraucher, die für alle vier Kriterien eine der drei niedrigsten Bewertungen gaben und somit die niedrigste allgemeine Zufriedenheit für Elektrizität (62%) und die drittniedrigste für Gas (59%) nach Schweden und Finnland äußerten. Auf der anderen Seite gaben Verbraucher in Luxemburg eine der höchsten Bewertungen für alle vier Kriterien ab, darunter die höchsten Werte für den Elektrizitäts- (79%) und Gaspreis (74%). Bezüglich der Bearbeitung von Beschwerden waren 52% der Befragten in der EU im Falle der Gasversorgung und 38% im Falle der Stromversorgung unzufrieden.

UMWELT

Während das öffentliche Bewußtsein über die Auswirkungen des Energieverbrauchs von Industrie und Verkehr hoch ist, lässt sich dies für Schadstoffemissionen in die Luft infolge des Energieverbrauchs in Haushalten nicht immer sagen. Die öffentliche Wahrnehmung von Emissionen wird häufig durch die Distanz zwischen dem Ort der Energieerzeugung und dem Ort des Energieverbrauchs beeinflusst. So kann ein Heizkessel im Keller eines Hauses beim Verbrennen des Öles riechen oder rauchen, wohingegen fernbeheizte Haushalte von ihrer Energiequelle klar getrennt sind. Änderungen in Richtung eines nachhaltigen Energieverbrauchs und damit Änderungen im Lebensstil sind in der Zukunft wahrscheinlich, wenn die Energiepreise zunehmend die Umweltkosten wiedergeben werden.

Tabelle 4.19: Allgemeine Zufriedenheit mit Elektrizitäts- und Gasversorgung, 2000 (% gefiltert) (1)

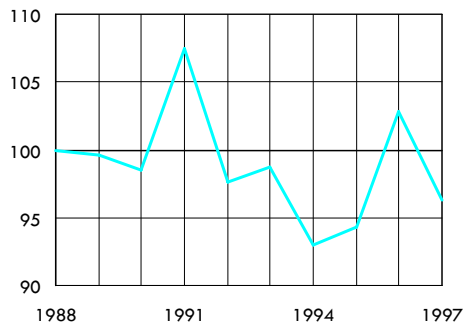
	Elektrizitätsversorgung			Gasversorgung		
	Zu-frieden	Unzu-frieden	Weiß nicht	Zu-frieden	Unzu-frieden	Weiß nicht
EU-15 (2)	73,8	20,6	4,6	68,5	18,6	7,0
B	70,3	23,2	5,5	63,8	19,5	7,4
DK	86,7	10,0	3,2	62,0	6,6	6,6
D	72,3	19,4	6,7	61,9	19,1	10,5
EL	71,2	24,4	3,4	:	:	:
E	68,3	27,1	4,2	66,3	21,8	6,0
F	76,6	19,1	3,6	73,7	13,3	7,1
IRL	83,9	7,6	5,6	67,0	4,9	7,9
I	63,3	31,9	4,9	60,2	33,1	6,2
L	87,9	6,6	4,5	80,9	5,4	7,2
NL	83,9	9,1	5,1	82,7	9,3	5,1
A	74,9	17,9	5,8	59,2	13,3	8,3
P	62,1	32,8	3,9	59,2	27,0	5,7
FIN	79,0	16,4	3,8	39,4	8,5	29,5
S	73,4	21,1	4,5	44,9	7,3	29,7
UK	85,2	9,8	3,2	82,6	9,5	3,7

(1) Das Umfragesample wurde gefiltert, um jene Befragten auszuschließen, die spontan antworteten, dass sie keinen Zugang zum fraglichen Dienst hätten; die Zahlen ergeben aufgrund der Kategorien „trifft nicht zu“ oder „keine Antwort“ nicht 100%.

(2) Ohne EL für Gasversorgung, wegen der geringen Zahl an Befragten mit Zugang zu diesen Diensten (2,7%).

Quelle: Eurobarometer 53 (Öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte), Europäische Kommission, 2000

Abbildung 4.28: Kohlendioxidemissionen aus der Verbrennung fossiler Brennstoffe durch Haushalte in der EU (1988=100)



Quelle: Eurostat, Umweltstatistik (theme8/milieu)

Kohlendioxidemissionen (siehe Abbildung 4.28 und Tabelle 4.20) als wichtigstes Treibhausgas sind mit End-of-pipe-Technologien schwer zu kontrollieren. Dies bedeutet, dass europäische Haushalte, wenn sie ihre Emissionen reduzieren sollen, entweder ihren Energieverbrauch (durch effizienteren Verbrauch) verringern oder auf Brennstoffe mit geringerem oder keinem Kohlenstoffgehalt (z. B. erneuerbare Energien) umstellen müssen. Wie bereits erwähnt, verlagerten europäische Haushalte in den 90er Jahren den Schwerpunkt ihres Brennstoffmix von Öl auf Erdgas (das einen niedrigeren Kohlenstoffgehalt hat). Gleichzeitig jedoch hat ein höherer Energieverbrauch der privaten Haushalte (zwischen 1988 und 1998 absolut um 11,5% gestiegen) einen Teil der Emissionsverminderungen wieder rückgängig gemacht. Die schnellsten Rückgänge verzeichneten Finnland, Schweden und Dänemark (infolge der wachsenden Bedeutung der Fernwärme und der Windenergie in Dänemark). Dem können steigende Emissionen in Griechenland und Spanien (die mit einem gestiegenen Einkommensniveau erklärt werden können) sowie in Österreich (wo Öl im Brennstoffmix an Bedeutung gewonnen hat) gegenübergestellt werden.

Tabelle 4.20: Kohlendioxidemissionen aus der Verbrennung fossiler Brennstoffe durch Haushalte (Mio. Tonnen)

	1988	1990	1995	1996	1997	Jährliche durchschnittliche Wachstumsrate, 1988-1997 (%)
EU-15	459	452	433	472	442	-0,4
B	20	19	20	23	22	1,1
DK	7	5	5	6	5	-3,7
D	139	130	128	144	131	-0,7
EL	4	5	5	6	7	6,4
E	11	13	14	15	14	2,7
F	74	71	65	70	69	-0,8
IRL	7	7	6	6	6	-1,7
I	60	69	65	66	63	0,5
L	1	1	1	1	1	0,0
NL	19	19	21	24	20	0,6
A	12	12	13	13	13	0,9
P	2	2	2	2	2	0,0
FIN	7	6	6	3	4	-6,0
S	6	5	4	5	4	-4,4
UK	90	88	78	88	81	-1,2

Quelle: Eurostat, Umweltstatistik (theme8/milieu)

4.5 WASSERVERSORGUNG

Wasser ist eine natürliche, für die Gesundheit und Entwicklung des Menschen unerlässliche Ressource. Umgekehrt hat die Tätigkeit des Menschen Auswirkungen auf Qualität und Verfügbarkeit dieser Ressource.

Die europäische Wasserpolitik widmet der Wasserqualität große Aufmerksamkeit, unabhängig davon, ob es sich um Trinkwasser oder um Wasser für andere Zwecke handelt. Einschlägiges Gemeinschaftsrecht stammt aus den 70er und 80er Jahren. Im Jahre 2000 wurde ein langfristiger Rahmen für Maßnahmen der Gemeinschaft im Bereich der Wasserpolitik²⁰ mit weiterreichenden Zielen wie der Förderung einer nachhaltigen Wassernutzung abgesteckt. Insbesondere fördert dieser Rahmen eine schrittweise Nutzung von Preisen und Steuern, gemeinsam mit anderen Maßnahmen, als Anreiz für Verbraucher, ihr Verbrauchsverhalten in Richtung eines nachhaltigen Niveaus zu ändern, um auf diese Weise einen Beitrag zur vollen Deckung der Kosten der Wasserversorgung zu leisten.

VERBRAUCH:

WASSER VERBRAUCHENDE AUSSTATTUNG

Tabelle 4.21 zeigt, dass der Wasserverbrauch pro Einwohner in mehreren südlichen Mitgliedstaaten sowie in den nordischen Ländern hoch ist: Italien, Spanien, Portugal und Griechenland sowie Finnland, Schweden und Dänemark registrieren alle einen durchschnittlichen jährlichen Wasserverbrauch von über 58m³ pro Einwohner, während der Verbrauch in den zentraler gelegenen Ländern Belgien, Deutschland, Luxemburg und den Niederlanden niedriger war.

Druck auf den Wasserverbrauch durch Haushalte entstand wegen der starken oder zunehmenden Nutzung von Ausstattungen wie Duschen, WCs, Waschmaschinen und Geschirrspülern, sowie auch sonstige Nutzungen wie Schwimmbecken und Bewässern von Gärten (siehe Tabelle 4.22). Dieser Druck wird bis zu einem gewissen Grade von Verbesserungen in der Technologie/im Design der Einrichtungen aufgefangen, die in einigen Geräten zu einem effizienteren Gebrauch von Wasser geführt haben. Tabelle 4.23 zeigt, dass die wasserverbrauchende Grundausstattung wie Warmwasser, WC in der Wohnung sowie Bad oder Dusche in fast allen Mitgliedstaaten in mehr als 90% der Wohnungen vorhanden sind, mit Portugal als der einzigen klaren Ausnahme.

(20) Richtlinie 2000/60/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. Oktober 2000.

Tabelle 4.21: Wasserverbrauch in den Privathaushalten (1)

	Jahr	Mio. m ³	m ³ pro Kopf pro Jahr
B (2)	1998	381	41
DK	1994	301	58
D	1995	3 872	47
EL	1997	670	64
E	1995	2 849	73
F	1994	2 384	41
IRL	:	:	:
I	1995	4 440	78
L	1999	23	55
NL	1996	733	47
A	1997	456	56
P	1998	680	71
FIN	1999	404	78
S	1995	528	60
UK	:	:	:

(1) Privathaushalte umfassen Haushalte und Kleinunternehmen, die gleichwertige Dienste in Anspruch nehmen.

(2) Flandern und Wallonien.

Quelle: Ressourcen, Entnahme und Verwendung von Wasser in den europäischen Ländern, Statistik kurz gefasst, Themenkreis 8 6/2001, Eurostat, 2001

Tabelle 4.22: Durchschnittsverbrauch von Geräten (Liter je Gebrauch)

	D	F	FIN	UK (1)
Toilettenspülung	9	9	6	9,5
Waschmaschine	72-90	75	74-117	80
Geschirrspüler	27-47	24	25	35
Dusche (2)	30-50	16	60	35
Bad	120-150	100	150-200	80

(1) Nur England und Wales.

(2) F, Liter/Minute.

Quelle: OFWAT, 1997 und Etelämäki, 1999 in Sustainable water uses in Europe, Europäische Umweltagentur, 2001

Tabelle 4.23: Grundwohnungsausstattung in der EU, 1996 (%) (1)

	Warmes Wasser	Bad oder Dusche	WC	Alle drei
B	96,0	96,1	96,9	93,4
DK	99,2	97,5	99,0	97,3
D	96,1	98,3	99,1	94,7
EL	:	96,5	95,7	:
E	97,2	98,4	99,0	96,5
F	98,0	96,2	97,1	94,7
IRL	94,4	95,9	97,0	93,5
I	96,8	98,2	98,9	95,4
L	97,4	98,6	99,3	96,7
NL	99,4	99,0	99,3	98,8
A	97,7	96,8	95,2	93,1
P	81,0	86,9	88,2	79,4
FIN	97,5	95,9	97,7	95,1
UK	99,9	99,7	99,8	99,6

(1) S, nicht verfügbar.

Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/housing)

Tabelle 4.24: Anteil der Wohnungen mit Anschluss an die öffentliche Kanalisation (%)

	Jahr	Gesamte öffentliche Kanalisation	Öffentliche Kanalisation ohne Behandlung
B	1998	82	44
DK	1998	89	0
D (1)	1998	93	1
EL	1997	:	11
E	1992	55	13
F	1995	81	2
IRL (2)	1991	66	20
I (3)	1995	75	:
L	1999	93	0
NL	1999	98	0
A	1998	82	0
P	1994	61	35
FIN	1999	80	0
S	1998	93	0
UK (4)	1997	96	10

(1) Prozentsatz ohne Behandlung, 1995.

(2) Prozentsatz ohne Behandlung, 1993.

(3) Prozentsatz mit Anschluss an die öffentliche Kanalisation mit Behandlung.

(4) England und Wales.

Quelle: Eurostat, Umweltstatistik (theme8/milieu)

Eine der offensichtlichsten Umweltauswirkungen des Wasserverbrauchs der Haushalte ist das damit verbundene Abwasseraufkommen. Tabelle 4.24 zeigt, dass in den meisten EU-Mitgliedstaaten über drei Viertel der Wohnungen an die öffentliche Kanalisation angeschlossen sind und nur Spanien, Portugal und Irland diesen Stand nicht erreichen. In den nordischen Ländern, Luxemburg, den Niederlanden und Österreich schließt die Einleitung der Abwässer in ein öffentliches Kanalisationssystem ein Klären des Wassers ein, während in den anderen Mitgliedstaaten bis zu 44% der Wohnungen an ein öffentliches Kanalisationssystem angeschlossen sein können, in dem es keine Wasserbehandlung gibt.

PREISE:**EINE ROLLE IM LANGFRISTIGEN WASSERMANAGEMENT?**

Die Nutzung des Preises zur Förderung einer nachhaltigen Nutzung von Wasser, wie sie in der Rahmenrichtlinie vorgesehen ist, geht davon aus, dass Verbraucher einen Preis zu zahlen haben, der Umweltkosten und Kosten für den Verbrauch begrenzter Ressourcen sowie auch Betriebs- und Investitionskosten der Verteilungsinfrastruktur einschließt. Als Beispiel für die Preisstruktur lässt sich die Grundstruktur des französischen Preissystems nennen, das auf dem Verursacherprinzip beruht und seit 1964 angewendet wird. Tabelle 4.25 zeigt den steigenden Anteil einer durchschnittlichen Wasserrechnung, der auf die Kosten der Wasserbehandlung und andere Abgaben wie spezielle Steuern als Beitrag zu einem nachhaltigen Management der Wasserressourcen zurückgeht.

Die harmonisierten Verbraucherpreisindizes zeigen, dass die Wasserpreise in der EU zwischen 1996 und 2000 in jedem Jahr gestiegen sind. Bis 1999 waren die Preissteigerungen für Wasser (in Prozent) höher als jene des Gesamtverbraucherpreisindex (siehe Abbildung 4.29). Während des Zeitraumes 1996 bis 2000 stieg der Verbraucherpreisindex für Wasser in allen EU-Mitgliedstaaten²¹ mit Ausnahme Irlands, wo er um nicht weniger als 71% fiel.

(21) E, nicht verfügbar.

Tabelle 4.25: Struktur von Wasserrechnungen in Frankreich (%) (1)

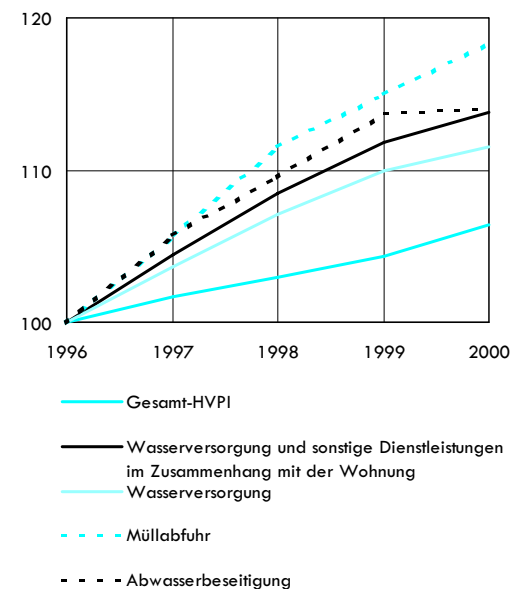
	1991	1996
Wasserverteilung	56,0	45,0
Behandlung	30,0	33,0
Sonstige Gebühren (2)	8,5	16,5
MwSt	5,5	5,5

(1) Durchschnittliche Wasserrechnung zum Jahresende für einen typischen Jahresverbrauch von 120m³ je Einwohner.

(2) Zahlungen an den Wasserversorger, um Qualität und Nachhaltigkeit der Wasserversorgung sicherzustellen.

Quelle: Ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement (Frankreich)

Abbildung 4.29: Wasserversorgung und sonstige Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Wohnung
Entwicklung der harmonisierten Verbraucherpreisindizes in der EU (1996=100)



Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Tabelle 4.26: Allgemeine Zufriedenheit mit der Wasserversorgung, 2000 (%; gefiltert) (1)

	Zufrieden	Unzu- frieden	Weiß nicht
EU-15	71,4	21,1	5,7
B	72,4	20,6	5,6
DK	84,6	10,0	4,5
D	68,5	22,8	7,4
EL	80,1	15,5	4,0
E	70,4	23,0	5,5
F	70,3	23,8	4,7
IRL	74,7	5,5	8,0
I	60,5	32,8	6,6
L	88,5	5,1	5,0
NL	84,9	7,9	5,1
A	77,3	11,9	7,4
P	66,8	25,1	4,0
FIN	79,6	10,3	7,2
S	68,9	8,3	11,6
UK	80,4	13,3	3,6

(1) Das Umfragesample wurde gefiltert, um jene Befragten auszuschließen, die spontan antworteten, dass sie keinen Zugang zum fraglichen Dienst hätten; die Zahlen ergeben aufgrund der Kategorien „trifft nicht zu“ oder „keine Antwort“ nicht 100%.

Quelle: Eurobarometer 53 (Öffentliche Dienstleistungs-anbieter und ihre Produkte), Europäische Kommission, 2000

ZUFRIEDENHEIT

Im April und Mai 2000 erfolgte eine Eurobarometer-Umfrage (53) über Zugang und Zufriedenheit der Abnehmer mit der Wasserversorgung als eines von acht öffentlichen Dienstleistungsprodukten (siehe Seite 52 für einen Vergleich zwischen der verschiedenen Dienstleistungen). Die Zufriedenheit wurde an vier Kriterien gemessen: Preis, Qualität der Dienste, Verständlichkeit der Information und faire Vertragsbedingungen (siehe Tabelle 4.26). Wasser erhielt im EU-Durchschnitt für alle diesen Kriterien eine Zufriedenheitsrate von über 50%, die höchste Zufriedenheitsrate für die Qualität (91%) und die niedrigste für den Preis (55%). Die Raten für Information und Vertragsbedingungen lagen bei 73% bzw. 67%. Die höchste Unzufriedenheit mit dem Preis äußerten die Franzosen und die Italiener (49%), gefolgt von den Belgiern (47%). Gemessen am allgemeinen Zufriedenheitsgrad nahm die Wasserversorgung unter den acht untersuchten Dienstleistungen nach den Postdiensten und der Elektrizitätsversorgung den dritten Platz ein.

Tabelle 4.27: Wohnung, Wasser, Elektrizität, Gas und andere Brennstoffe; Hausrat und laufende Instandhaltung des Hauses
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben und Struktur der Haushaltsausgaben, 1999

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK
DURCHSCHNITTLICHE VERBRAUCHSAUSGABEN (PPS JE HAUSHALT)															
Haus und Garten (3)	8 965	8 146	9 086	6 886	6 574	6 868	8 190	8 786	15 388	8 687	8 231	4 352	5 941	6 899	9 833
Wohnung, Wasser & Energie (3)	7 178	6 654	7 339	5 130	5 566	5 182	6 805	6 719	11 830	6 849	6 331	3 253	5 118	5 814	7 820
Gezahlte Wohnungsmieten (4)	1 319	1 608	1 926	700	329	1 588	587	686	1 832	1 975	1 134	241	1 055	1 479	1 352
Unterstellte Wohnungsmieten (5)	3 916	2 311	3 102	2 947	3 863	2 439	4 563	:	7 884	2 967	2 156	1 928	3 330	3 324	5 144
Instandhaltung & Reparatur (3)	424	516	678	383	300	41	436	288	317	395	826	335	33	330	435
Wasserversorg. & Dienste	312	616	548	337	401	148	96	334	503	607	951	148	104	334	78
Elektrizität, Gas & and. Brennstoffe (6)	1 207	1 604	1 084	764	673	966	1 123	1 350	1 293	905	1 265	601	596	347	810
Hausrat & Instandhaltung	1 787	1 492	1 747	1 756	1 008	1 686	1 385	2 067	3 558	1 838	1 900	1 099	823	1 085	2 013
Einrichtungen, Bodenbeläge (7)	564	585	980	327	336	514	481	797	1 515	720	866	418	331	392	953
Heimtextilien (7)	179	108	113	319	77	76	:	119	322	215	184	116	63	118	134
Haushaltsgroßgeräte	221	212	216	225	167	234	241	237	379	220	325	182	173	189	299
Glas, Geschirr, Gebrauchsgüter	100	128	117	191	38	97	106	132	187	103	130	53	62	84	106
Werkzeug, sonst. f. Haus & Garten	155	152	111	40	31	204	94	58	308	195	115	20	85	130	187
Waren & Dienstleist. f. HH-Führung	568	307	210	654	359	562	320	724	848	385	279	311	110	172	334
STRUKTUR DER AUSGABEN (% der GESAMTEN HAUSHALTS-AUSGABEN)															
Haus und Garten (3)	32,7	34,8	38,6	29,4	32,5	30,8	27,7	32,3	35,6	33,9	31,1	26,6	32,6	31,8	35,6
Wohnung, Wasser & Energie (3)	26,2	28,4	31,2	21,9	27,5	23,2	23,0	24,7	27,4	26,7	23,9	19,9	28,1	26,8	28,3
Gezahlte Wohnungsmieten (4)	4,8	6,9	8,2	3,0	1,6	7,1	2,0	2,5	4,2	7,7	4,3	1,5	5,8	6,8	4,9
Unterstellte Wohnungsmieten (5)	14,3	9,9	13,2	12,6	19,1	10,9	15,4	:	18,3	11,6	8,2	11,8	18,3	15,3	18,6
Instandhaltung & Reparatur (3)	1,5	2,2	2,9	1,6	1,5	0,2	1,5	1,1	0,7	1,5	3,1	2,1	0,2	1,5	1,6
Wasserversorg. & Dienste	1,1	2,6	2,3	1,4	2,0	0,7	0,3	1,2	1,2	2,4	3,6	0,9	0,6	1,5	0,3
Elektrizität, Gas & and. Brennstoffe (6)	4,4	6,8	4,6	3,3	3,3	4,3	3,8	5,0	3,0	3,5	4,8	3,7	3,3	1,6	2,9
Hausrat & Instandhaltung	6,5	6,4	7,4	7,5	5,0	7,6	4,7	7,6	8,2	7,2	7,2	6,7	4,5	5,0	7,3
Einrichtungen, Bodenbeläge (7)	2,1	2,5	4,2	1,4	1,7	2,3	1,6	2,9	3,5	2,8	3,3	2,6	1,8	1,8	3,4
Heimtextilien (7)	0,7	0,5	0,5	1,4	0,4	0,3	:	0,4	0,7	0,8	0,7	0,7	0,3	0,5	0,5
Haushaltsgroßgeräte	0,8	0,9	0,9	1,0	0,8	1,0	0,8	0,9	0,9	0,9	1,2	1,1	0,9	0,9	1,1
Glas, Geschirr, Gebrauchsgüter	0,4	0,5	0,5	0,8	0,2	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4	0,5	0,3	0,3	0,4	0,4
Werkzeug, sonst. f. Haus & Garten	0,6	0,6	0,5	0,2	0,2	0,9	0,3	0,2	0,7	0,8	0,4	0,1	0,5	0,6	0,7
Waren & Dienstleist. f. HH-Führung	2,1	1,3	0,9	2,8	1,8	2,5	1,1	2,7	2,0	1,5	1,1	1,9	0,6	0,8	1,2

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

(3) UK, schließt Wohnungsvericherung ein.

(4) D, geschätzt; FIN, einschließlich Heizung; S, einschließlich Wasserversorgung, Abwasserbeseitigung und Heizung sowie sonstige Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Wohnung.

(5) FIN und S, einschließlich Heizung.

(6) FIN und S, ohne Heizung.

(7) S, einschließlich Teile von nichtspezifizierten Ausgaben für Hausrat und laufende Instandhaltung des Hauses.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 4.28: Wohnung, Wasser, Elektrizität, Gas und andere Brennstoffe; Hausrat und laufende Instandhaltung des Hauses
Struktur der Haushaltsausgaben, 1999 (%)

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK (3)
NACH EINKOMMENSVERTEILUNG (4)															
Niedrigste zwanzig Prozent	34,7	36,9	41,7	30,1	29,4	33,8	:	29,8	35,3	36,8	:	22,9	37,5	34,7	38,5
Zweite Quintilgruppe	32,5	37,4	39,9	30,3	30,7	32,2	:	31,4	34,2	36,8	:	24,7	35,9	31,8	38,9
Dritte Quintilgruppe	33,0	33,3	40,2	29,9	32,6	31,4	:	31,8	36,9	34,2	:	24,6	32,8	32,4	35,4
Vierte Quintilgruppe	32,2	33,1	39,7	29,0	32,5	30,0	:	32,9	36,0	31,4	:	25,7	31,3	30,7	34,9
Höchste zwanzig Prozent	32,1	34,9	35,5	28,9	34,8	29,0	:	33,9	35,5	32,6	:	29,6	30,1	31,0	33,7
NACH ALTER DES HAUSHALTSVORSTANDES															
Unter 30	30,8	30,9	34,6	28,9	32,8	32,0	25,3	31,6	34,2	30,4	29,6	25,4	29,8	31,2	32,4
Zwischen 30 und 44	30,4	33,1	37,0	28,3	31,1	29,6	26,1	29,7	34,6	32,8	29,9	26,5	30,1	30,6	32,5
Zwischen 45 und 59	30,8	33,9	37,9	26,9	29,8	28,6	24,8	30,0	33,6	32,3	30,1	26,0	31,6	30,8	33,6
60 und darüber	39,7	41,4	42,4	33,7	37,6	34,3	37,4	36,7	39,8	40,0	35,0	27,9	40,2	35,9	45,6
NACH HAUSHALTSTYP															
1 Erwachsener ohne abhängige Kinder	41,4	39,2	42,0	37,0	48,6	38,4	43,1	39,1	41,8	39,4	35,1	34,9	38,4	34,9	46,5
2 Erwachsene ohne abhängige Kinder	33,9	34,6	38,3	33,5	38,6	30,6	31,9	35,4	35,6	33,4	30,2	29,6	32,6	32,2	36,6
3+ Erwachsene ohne abhängige Kinder	29,5	30,2	38,3	27,5	30,7	28,0	23,9	31,5	33,9	30,0	31,5	27,9	29,5	27,8	27,6
Alleinerziehender mit abhäng. Kind(ern)	34,5	35,5	39,2	34,0	36,7	31,6	30,5	30,5	36,1	35,7	33,6	29,9	36,3	36,8	40,3
2 Erwachsene mit abhäng. Kind(ern)	29,0	32,7	36,9	27,1	31,0	28,3	25,5	29,1	34,6	31,7	29,7	25,7	29,3	29,1	31,6
3+ Erwachsene mit abhäng. Kind(ern)	26,8	30,1	36,5	24,8	27,1	27,0	20,4	28,3	30,7	24,6	28,2	21,7	27,5	28,0	25,6
NACH SOZIO-ÖKONOMISCHER KATEGORIE DES HAUSHALTSVORSTANDES															
Arbeiter (5)	28,3	33,5	36,5	27,5	29,7	29,3	:	29,9	34,3	31,3	29,9	25,7	30,6	31,6	31,9
Angestellte	30,0	32,4	:	27,9	32,3	29,2	:	:	33,1	31,2	29,4	27,0	29,7	30,1	32,7
Selbständig	33,1	36,0	39,1	26,9	29,2	27,5	:	30,3	36,5	35,1	30,2	23,8	31,9	30,5	32,0
Arbeitslos	36,8	38,1	43,0	29,8	32,8	35,0	:	29,4	34,9	39,3	28,5	29,4	37,2	38,1	41,8
Alters- & Ruhegeldempfänger	39,4	41,2	:	33,4	37,2	34,2	:	35,4	37,6	39,0	35,0	28,2	39,9	37,1	46,5
Sonstige Nichterwerbspersonen (6)	33,4	32,7	44,0	36,9	42,4	37,9	:	38,6	38,7	39,3	30,1	32,0	33,8	33,8	40,2
NACH URBANISIERUNGSGRAD															
Dicht (>500 Einwohner/km ²)	33,4	33,6	:	:	33,9	:	:	33,6	34,5	:	29,7	27,7	32,3	31,4	35,8
Mittel (100-499 Einwohner/km ²)	31,6	37,7	:	:	32,1	:	:	31,1	36,2	:	31,1	24,7	31,5	31,8	35,2
Dünn (<100 Einwohner/km ²)	31,7	34,0	:	:	29,6	:	:	30,0	36,0	:	32,9	24,5	34,4	32,1	35,4

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

(3) Einschließlich Wohnungsversicherung.

(4) FIN, Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie von Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.

(5) D, einschließlich Angestellte; I, einschließlich aller Beschäftigten im nichtlandwirtschaftlichen Bereich.

(6) D, einschließlich Alters- und Ruhegeldempfänger.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)



5. Verkehr



5 VERKEHR

Jeder Europäer legte 1998 durchschnittlich fast 13 800km zurück¹. Fast drei von vier Kilometern entfielen dabei auf den Pkw, das in jedem Mitgliedstaat das bei weitem am häufigsten benutzte Verkehrsmittel ist (siehe Tabelle 5.1). In der gesamten Union hat der Autoverkehr rapide zugenommen, wobei die Zahl der Personenkilometer zwischen 1970 und 1998 um durchschnittlich 3,1% pro Jahr wuchs. Einen noch schnelleren Zuwachs verzeichnete mit durchschnittlich 7,5% pro Jahr der Luftverkehr². Private Haushalte gaben 1999 im Durchschnitt zwischen 6 600 KKS in Luxemburg und 2 500 KKS in Spanien für den Verkehr aus³ (siehe Abbildungen 5.1 und 5.2).

(1) Der Flugverkehr umfasst nur Intra-EU- und Inlandsflüge.

(2) Nur Intra-EU- und Inlandsflüge.

(3) Ohne F und P (auch wenn beide Länder 1994 höhere Werte als E 1999 verzeichneten).

Tabelle 5.1: Personenkilometer pro Person nach Transportmitteln, 1998 (Einheiten)

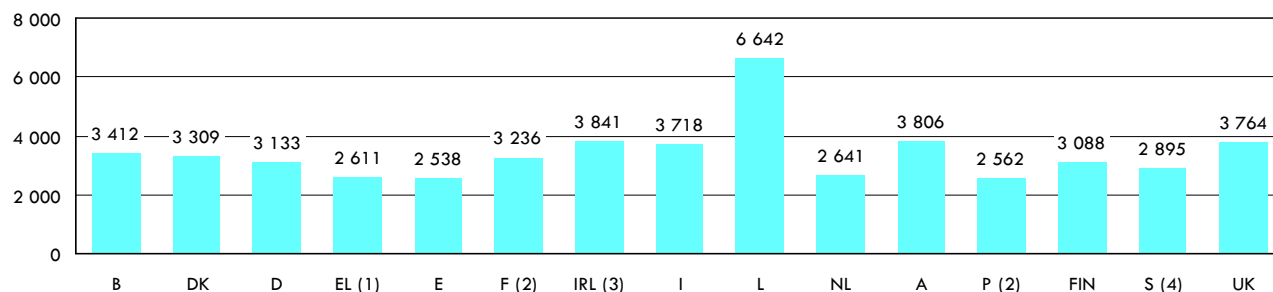
	Pkw	Krafträder	Omnibusse	Straßen-/ Stadtbahn	Eisenbahn	Wasserweg	Fahrrad (1)	Luft (2)	Zu Fuß (1)
EU-15	10 073	358	1 108	134	767	84	188	642	437
B	9 376	137	1 176	79	685	38	326	550	445
DK	11 027	159	2 100	:	978	515	899	1 070	500
D	9 025	188	846	176	828	24	291	402	434
EL	6 463	1 055	2 015	76	179	433	29	1 523	387
E	8 935	356	1 166	123	454	30	20	1 254	415
F	12 038	207	999	172	1 050	50	76	410	438
IRL	7 663	81	1 533	:	373	177	185	1 056	416
I	11 237	1 111	1 548	92	912	61	157	395	470
L	11 725	94	938	:	692	0	39	1 064	439
NL	9 589	178	923	89	918	45	854	505	442
A	8 479	198	1 572	332	1 030	4	143	536	495
P	7 584	401	1 404	55	458	16	30	814	443
FIN	10 342	175	1 514	85	655	634	255	997	460
S	10 733	147	1 073	164	723	502	272	1 257	441
UK	10 655	71	731	123	583	82	77	731	415

(1) 1995.

(2) Nur Intra-EU- und Inlandsflüge.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Abbildung 5.1: Verkehr
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS je Haushalt)



(1) Ohne Kraftfahrzeugsteuer.

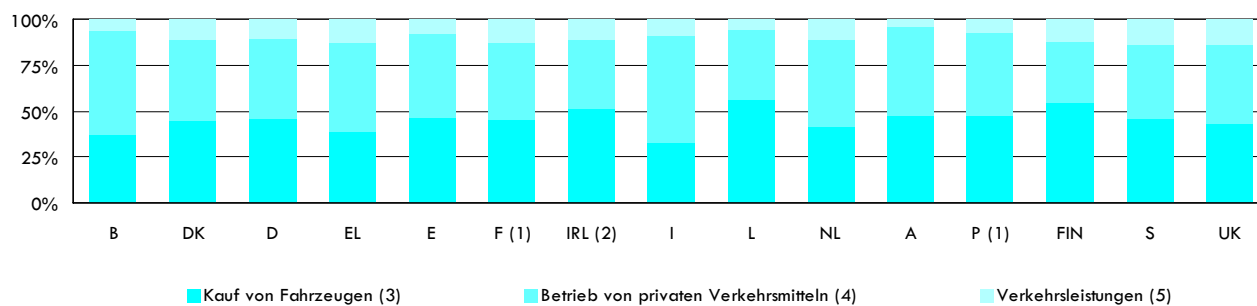
(2) 1994.

(3) Vorläufig.

(4) Ohne Zinszahlungen für Fahrzeugkredite.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 5.2: Verkehr
Aufgliederung der Verbrauchsausgaben, 1999 (%)



(1) 1994.

(2) Vorläufig.

(3) S, ohne Zinszahlungen für Fahrzeugkredite.

(4) EL, ohne Kraftfahrzeugsteuer.

(5) A, ohne Urlaubsreisen.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

5.1 INDIVIDUALVERKEHR

In diesem Unterkapitel geht es um den Kauf von neuen und gebrauchten Pkws, Motorrädern, Mopeds und Fahrrädern und um die Betriebskosten für Fahrzeuge.

Der Kauf eines Autos ist normalerweise die zweitwichtigste Ausgabenentscheidung privater Haushalte nach dem Erwerb einer Wohnung oder eines Hauses. Die durchschnittlichen Ausgaben jener Haushalte, die 1999 einen Gebrauchtwagen kauften, erreichten in Luxemburg, Portugal und dem Vereinigten Königreich mehr als 7 000 KKS⁴ (siehe Tabelle 5.2). Nach Schätzungen der TERM-Datenbank von Eurostat lag das Durchschnittsalter eines Autos in der EU 1999 bei 7,6 Jahren.

FAHRZEUGBESITZ

Bei der Analyse von Daten über private Verkehrsmittel sollte beachtet werden, dass die Unterscheidung zwischen privater und gewerblicher Nutzung von Fahrzeugen häufig Schwierigkeiten bereitet. Entsprechendes gilt für die unterschiedliche Zahl von in jedem Mitgliedstaat getätigten Fuhrparkkäufen⁵ und dem jeweiligen Anteil von gewerblicher und privater Nutzung. Außerdem können Geldleistungen, die Arbeitnehmer erhalten, auch Benzingeld, Reparatur- oder Wartungskosten umfassen. All das kann den Ländervergleich verzerren.

(4) F und P, 1994; B, DK, D, E und I, nicht verfügbar.

(5) Herkömmlicherweise sind Fuhrparkunternehmen Verleihfirmen und Behörden, jedoch umfasst der Begriff auch Käufe von Leasing- und von Vertragsleasingunternehmen, die Firmenwagen zur Verfügung stellen.

Tabelle 5.2: Kauf von Fahrzeugen
Verbrauchsmerkmale, 1999

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S (3)	UK
PROZENTSATZ DER HAUSHALTE, DIE 1999 EINEN POSTEN GEKAUFT HABEN (%)															
Kauf von neuen Kraftfahrzeugen	:	:	:	4,0	:	9,0	:	:	15,0	5,0	7,0	4,0	4,0	6,0	3,0
Kauf von gebrauchten Kraftfahrzeugen	:	:	:	2,0	:	12,0	15,0	:	13,0	11,0	9,0	5,0	14,0	13,0	13,0
DURCHSCHNITZSAUSGABEN DER HAUSHALTE, DIE 1999 EINEN POSTEN KAUFEN (KKS)															
Kauf von neuen Kraftfahrzeugen	:	:	:	19 026	:	8 754	:	:	17 445	15 051	17 365	19 839	19 372	13 790	22 505
Kauf von gebrauchten Kraftfahrzeugen	:	:	:	6 271	:	4 974	5 730	:	7 457	4 951	5 571	7 458	6 349	3 566	7 562

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

(3) Ohne Zinszahlungen für Fahrzeugkredite.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Eingesetzte Pkws

Die Zahl der eingesetzten Personenkraftwagen hat in der EU in den letzten drei Jahrzehnten rapide zugenommen. Während 1970 auf europäischen Straßen 62,5 Mio. Pkws unterwegs waren, hatte sich ihre Zahl bis 1998 auf knapp 170 Mio. fast verdreifacht. Den schnellsten Zuwachs verzeichneten Griechenland (fast eine Verzwölfachung in diesem Zeitraum) und die Iberische Halbinsel (siehe Tabelle 5.3).

1998 kamen in der EU auf 1 000 Einwohner durchschnittlich 451 Pkws. Der Motorisierungsgrad in Luxemburg (572 Pkws pro 1 000 Einwohner), Italien (545) und Deutschland (508) überstieg die Schwelle von 1 Auto je 2 Personen.

Tabelle 5.3: Hauptindikatoren im Zusammenhang mit dem Pkw-Einsatz (Mio.)

	Zahl der eingesetzten Pkw		Zahl der Benziner, 1998 (1)	Zahl der Dieselfahrzeuge, 1998 (2)	Pkw je 1 000 Einwohner, 1998 (Einh.)
	1970	1998			
EU-15	62,5	169,0	137,5	28,3	450,8
B (3)	2,1	4,5	2,8	1,6	440,3
DK (4)	1,1	1,8	1,7	0,1	342,7
D	15,1	41,7	36,2	5,5	508,1
EL	0,2	2,7	2,6	0,0	254,3
E	2,4	16,1	12,7	3,4	407,7
F	11,9	26,8	18,2	8,6	455,6
IRL	0,4	1,1	1,0	0,2	308,9
I	10,2	31,4	26,2	3,7	544,7
L	0,1	0,2	0,2	0,0	572,4
NL	2,6	5,9	4,9	0,7	375,7
A	1,2	3,9	2,7	1,2	481,1
P	0,4	3,2	2,3	0,3	321,0
FIN	0,7	2,0	1,8	0,2	392,2
S	2,3	3,8	3,6	0,2	428,4
UK	11,9	23,9	20,6	2,7	404,2

(1) EU-15, F, L und P, 1995; DK, IRL und NL, 1997.

(2) EU-15, L und P, 1995; DK, IRL und NL, 1997.

(3) Zum 1. August.

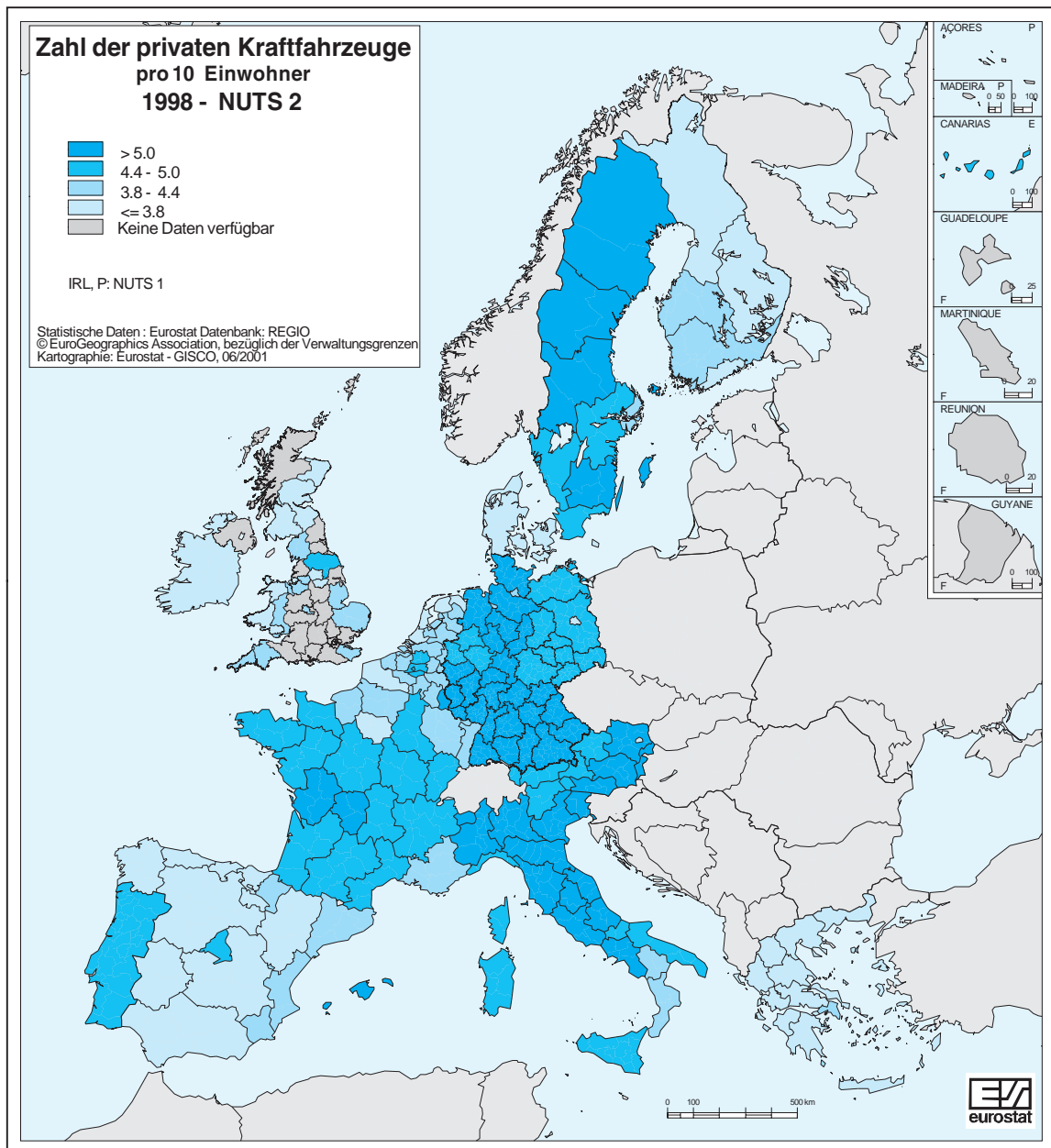
(4) Zum 31. Dezember.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Tabelle 5.4: Zahl der Krafträder in Gebrauch je 1 000 Einwohner, 1998 (Einheiten)

	Motorräder	Mopeds
EU-15	27,3	34,8
B	23,6	30,4
DK	12,0	22,6
D	30,8	24,8
EL	60,2	69,9
E	34,6	56,7
F	14,3	25,2
IRL	6,7	4,0
I	47,5	71,2
L	21,7	46,6
NL	28,6	38,1
A	29,2	44,4
P	26,6	50,1
FIN	14,1	19,3
S	15,5	28,2
UK	9,9	1,7

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr



Verbraucherverhalten zum Pkw-Besitz

Nach Schätzungen des Europäischen Haushaltspanels wollten 16,2% der Haushalte in der EU⁶ 1996 kein Auto besitzen (siehe Tabelle 5.5). Am höchsten war der Prozentsatz in den Niederlanden (26,1%) und Dänemark (23,7%). Weitere 10,5% der EU-Haushalte konnten sich kein Auto leisten, ein Anteil, der in Griechenland und Portugal über 20% und in Italien und Luxemburg unter 4% lag.

Erwartungsgemäß erhöhte sich der Prozentsatz der Pkw-Besitzer mit steigendem Haushaltseinkommen. Weniger als die Hälfte der Haushalte mit niedrigem Einkommen (unter 60% des Medians) besaßen 1996 ein Auto, dafür aber 9 von 10 Haushalten mit hohem Einkommen (mindestens 140% des Medians). Nach der Zusammensetzung der Haushalte verfügten vor allem Haushalte mit zwei Erwachsenen und abhängigen Kindern über ein Auto (93,7%).

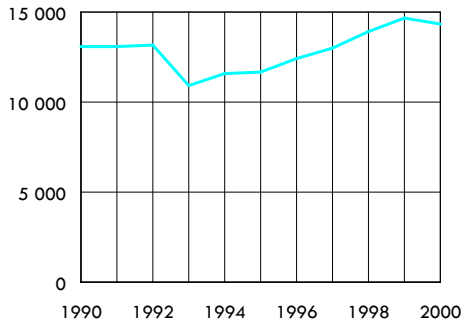
(6) Für den gesamten folgenden Abschnitt über Verbraucherverhalten zum Fahrzeugbesitz: EU-15 ohne S.

Tabelle 5.5: Besitz von Autos nach Haushaltsmerkmalen, 1996 (%)

	Alle Haushalte	Weniger als 60% des Medianeinkommens	Mehr als 140% des Medianeinkommens	Bestehend aus einem Erwachsenen unter 30	Erwachsene und zwei abhängige Kinder	Ein Erwachsener 65 oder darüber	Haushaltsvorstand im Ruhestand	Möchten kein Auto	Können sich kein Auto leisten
EU-15 (1)	73,2	48,6	90,2	58,4	93,7	21,1	50,4	16,2	10,5
B	75,2	57,0	90,9	56,6	93,6	21,5	58,0	16,5	8,3
DK	62,2	30,5	86,7	21,4	88,9	26,2	43,5	23,7	14,1
D	74,0	40,1	92,0	67,8	94,6	21,4	50,8	10,7	15,3
EL	56,8	31,0	78,3	10,7	84,9	9,3	33,4	22,3	20,9
E	68,6	56,0	85,4	52,1	92,5	6,9	42,1	18,6	12,8
F	78,9	60,7	90,5	59,6	97,4	31,9	65,5	14,6	6,5
IRL	69,2	53,8	92,8	54,7	90,3	25,0	56,6	16,0	14,7
I	78,2	67,3	90,5	74,4	97,7	16,1	58,7	18,3	3,5
L	82,7	58,2	92,5	82,6	98,7	34,1	66,7	13,7	3,6
NL	67,6	44,0	82,5	24,4	86,6	24,6	:	26,1	6,3
A	73,2	41,1	88,8	61,4	91,9	13,8	54,3	20,8	6,0
P	60,9	31,4	85,8	:	82,3	4,2	32,7	16,2	22,9
FIN	66,4	48,3	85,2	37,3	95,8	16,2	48,1	23,4	10,3
S	:	:	:	:	:	:	:	:	:
UK	71,9	37,1	94,7	:	91,0	25,8	50,1	17,6	10,5

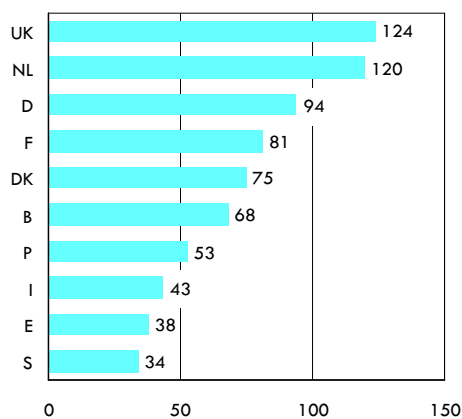
(1) Ohne S; ohne P und UK für Haushalte bestehend aus einem Erwachsenen unter 30; ohne NL für Haushalte, dessen Haushaltsvorstand im Ruhestand ist.
Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/housing)

Abbildung 5.3: Zahl der Kfz-Neuzulassungen in der EU (Tsd.)



Quelle: ACEA (Association des Constructeurs Européens d'Automobiles)

Abbildung 5.4: Gebrauchtwagenverkäufe je 1 000 Einwohner, 1999 (Einheiten)



Quelle: <http://www.british-car-auctions.co.uk/> in The Natural Link between Sales and Service, autoPOLIS

Kfz-Neuzulassungen und Gebrauchtwagenverkäufe

In den 90er Jahren wurden in der EU jedes Jahr zwischen 13 und 14 Mio. Neuwagen zugelassen (siehe Abbildung 5.3). Die Zahl der Zulassungen schwankte mit der Konjunktur. So führte die Verringerung des verfügbaren Haushaltseinkommens in der Rezession Anfang der 90er Jahre dazu, dass die Zahl der Zulassungen 1993 auf 10,9 Mio. zurückging. Im Jahr 2000 erreichte die Zahl der Neuzulassungen in der EU wieder über 14,3 Mio. (siehe Tabelle 5.6).

Bei den meisten Autoverkäufen in Europa handelt es sich um Gebrauchtwagen. 1999 wurden im Vereinigten Königreich 124 und den Niederlanden 120 Gebrauchtwagen pro 1 000 Einwohner verkauft (siehe Abbildung 5.4). Mehr als 100 Gebrauchtwagen waren es nur in diesen beiden Ländern, während Spanien und Schweden die niedrigsten Raten verzeichneten (jeweils weniger als 40 Gebrauchtwagen pro 1 000 Einwohner)⁷.

1998 wurden in der EU über 14 Mio. Fahrräder gekauft, mehr als 1,5 Mio. Mopeds ausgeliefert und fast 1 Mio. Motorräder angemeldet (siehe Tabelle 5.6).

(7) Eine Studie durchgeführt von British Car Auctions; ohne EL, IRL, L, A und FIN.

Tabelle 5.6: Neuzulassungen von Fahrzeugen (Tsd.)

	Pkw, 2000	Motorräder, 1998	Mopeds, 1998 (1)	Fahrräder, 1998 (2)
EU-15	14 308	986	1 526	14 666
B (3)	515	21	38	415
DK	113	3	24	430
D	3 378	290	128	4 500
EL	290	45	:	210
E	1 381	55	320	620
F	2 134	172	190	2 076
IRL	231	3	:	120
I	2 412	228	694	1 350
L (4)	42	1	0	:
NL	598	15	69	1 350
A	309	25	16	430
P	258	14	9	350
FIN	135	4	7	225
S	291	11	7	440
UK	2 222	98	23	2 150

(1) Lieferungen; Gesamtwert für EU-15 ist die Summe der verfügbaren Länder.

(2) Verbrauch.

(3) Schließt Fahrradverbrauch für L ein.

(4) Fahrradverbrauch in B erfasst.

Quelle: ACEA (Association des Constructeurs Européens d'Automobiles), ACEM (Association des Constructeurs Européens de Motocycles) Yearbook 2000, EBMA (European Bicycle Manufacturers Association)

VERBRAUCH: ZURÜCKGELEGTE STRECKEN UND FAHRZEUGBELEGUNG

Zahlen zur Fahrzeugnutzung zeigen wie die Daten zum Fahrzeugbesitz, dass das Auto den Individualverkehr beherrscht. 1998 hatten Autos einen Anteil von 91,2% an den in der EU zurückgelegten Personenkilometern⁸ (siehe Tabelle 5.7). Auf Fußgänger entfiel der zweitgrößte Anteil der zurückgelegten Kilometer im Individualverkehr (3,9% der Gesamtstrecke), vor Kraft- (3,2%) und Fahrrädern (1,7%).

Nur in fünf Mitgliedstaaten machte 1998 das Auto weniger als 90% der zurückgelegten Personenkilometer im Individualverkehr aus. In zwei dieser Länder, Dänemark und den Niederlanden, wurde das Fahrrad vier- bis fünfmal häufiger eingesetzt als im EU-Durchschnitt. In den anderen drei Ländern, Griechenland, Italien und in geringerem Maße auch Portugal, wurden vor allem Krafträder benutzt.

Die Fahrzeugbelegung kann als Maß für die Nutzungseffizienz eines Verkehrsmittels dienen. Eine im Auftrag der Generaldirektion Energie und Verkehr der Europäischen Kommission durchgeführte Untersuchung⁹ zeigt, dass die Zahl der Autofahrten pro Person (durchschnittlich 3 pro Tag) und die Belegung (1,66 Personen pro Fahrzeug) in den 90er Jahren relativ stabil geblieben sind¹⁰. Dagegen hat die durchschnittliche Länge jeder Autofahrt zugenommen. An erster Stelle stand die Nutzung zu Freizeitwecken (40% der Fahrten) vor dem Pendeln zur Arbeit oder Ausbildung (30%) und für Einkaufsfahrten (20%).

(8) Mit dem Auto, zu Fuß, dem Kraftrad oder Fahrrad zurückgelegte Kilometer.

(9) Schätzungen auf Grundlage von Ergebnissen nationaler Mobilitätshebungen in acht Ländern der EU während der 90er Jahre (fortlaufende/regelmäßige Erhebungen: DK, NL, S und UK; periodische Erhebungen: D; andere Erhebungen: F, A und FIN).

(10) Vor diesem Datum war die Fahrzeugauslastung generell höher, da der Besitz von Kfz weniger verbreitet und deshalb mehr Personen pro Fahrzeug unterwegs waren.

Tabelle 5.7: Zurückgelegte Strecke nach Verkehrsmitteln, 1998 (Mrd. Personenkilometer)

	Pkws	Zu Fuß	Kraft- räder (1)	Fahr- räder (2)
EU-15 (3)	3 776,2	162,7	134,1	69,6
B	95,7	4,5	1,4	3,3
DK	58,5	2,6	0,8	4,6
D (3)	740,3	35,4	15,4	23,8
EL (4)	68,0	4,1	11,1	0,3
E (5)	351,8	16,3	14,0	0,8
F	708,4	25,5	12,2	4,4
IRL (5)	28,5	1,5	0,3	0,7
I	647,1	26,9	64,0	9,0
L (4)	5,0	0,2	0,0	0,0
NL	150,6	6,8	2,8	13,5
A	68,5	4,0	1,6	1,2
P	75,6	4,4	4,0	0,3
FIN	53,3	2,4	0,9	1,3
S	95,0	3,9	1,3	2,4
UK	630,0	24,3	4,2	4,1

(1) DK, D, I, FIN und UK aus nationalen Statistikpublikationen; A, vom österreichischen Umweltministerium; alle anderen Länder aus Studien durchgeführt von der Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr sowie Schätzungen basierend auf diesen Studien.

(2) EU-15, DK, D, NL, S und UK, 1997; IRL, 1996; alle anderen Länder, 1995.

(3) Ohne die ehemalige DDR für „zu Fuß“.

(4) Ergebnisse einer Studie durchgeführt von der Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr für Pkws.

(5) Schätzung basierend auf nationalen Daten oder Studien.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

VERBRAUCHSAUSGABEN

Ausgaben für Fahrzeuge

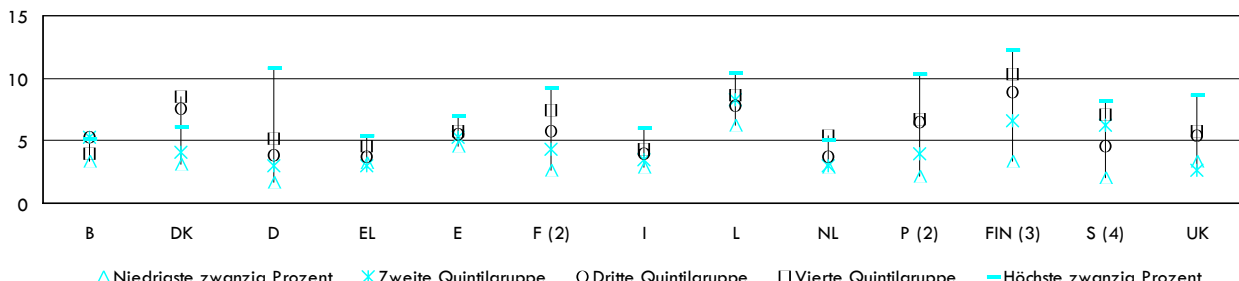
1999 flossen durchschnittlich etwa 6% des Gesamtbudgets europäischer privater Haushalte in den Kauf von privaten Verkehrsmitteln¹¹. Den größten Anteil hatten Autos, während auf Kraft- und Fahrräder in keinem Land mehr als 0,3% der Gesamtausgaben entfielen¹².

Die höchsten mittleren Verbrauchsausgaben für Autos wurden in Luxemburg verzeichnet, wo jeder Haushalt 1999 durchschnittlich 3 600 KKS ausgab, erheblich mehr als in den beiden nachfolgenden Ländern Finnland und Vereinigtes Königreich (jeweils 1 600 KKS).

Nach dem Einkommensniveau zeigten sich 1999 große Unterschiede im für den Fahrzeugkauf aufgebrauchten Anteil an den gesamten Haushaltsausgaben (siehe Abbildung 5.5), während für den Fahrzeugbetrieb (welcher zu einem gewissen Grad als eine Notwendigkeit angesehen werden kann) weniger Unterschiede festzustellen waren (siehe Abbildung 5.6).

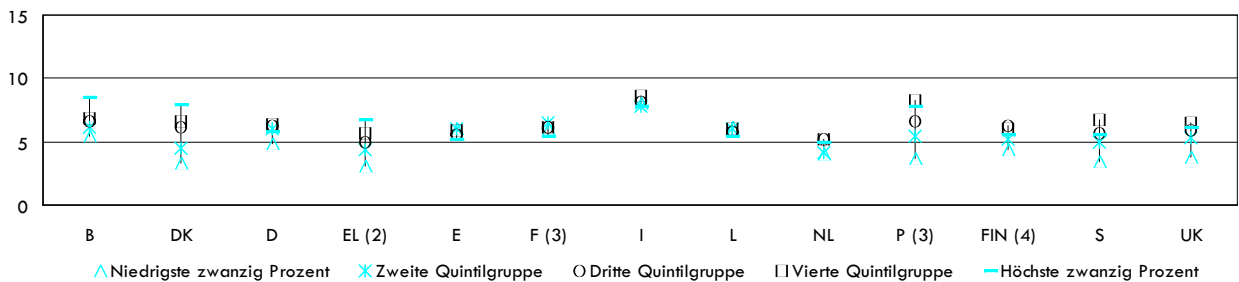
(11) Für den gesamten folgenden Abschnitt über Verbrauchsausgaben: F und P, 1994; IRL und A, Verbrauchsausgaben nach Einkommensquintilen, nicht verfügbar; FIN, Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.
 (12) IRL, keine Daten über Fahrräder verfügbar.

Abbildung 5.5: Kauf von Fahrzeugen
 Anteil an den Gesamtverbrauchsausgaben, nach der Einkommensverteilung, 1999 (%) (1)



△ Niedrigste zwanzig Prozent × Zweite Quintilaruppe ○ Dritte Quintilaruppe □ Vierte Quintilaruppe — Höchste zwanzig Prozent
 (1) IRL und A, nicht verfügbar.
 (2) 1994.
 (3) Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.
 (4) Ohne Zinszahlungen für Fahrzeugkredite.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 5.6: Betrieb von privaten Verkehrsmitteln
 Anteil an den Gesamtverbrauchsausgaben, nach der Einkommensverteilung, 1999 (%) (1)



△ Niedrigste zwanzig Prozent × Zweite Quintilgruppe ○ Dritte Quintilgruppe □ Vierte Quintilgruppe — Höchste zwanzig Prozent
 (1) IRL und A, nicht verfügbar.
 (2) Ohne Kraftfahrzeugsteuer.
 (3) 1994.
 (4) Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Einen Neuwagen haben 1999 zwischen 3% (Vereinigtes Königreich mit einem hohen Anteil an Gebrauchtwagenkäufen) und 15% (Luxemburg) der europäischen Haushalte gekauft (siehe Tabelle 5.2 auf Seite 140). In den meisten Mitgliedstaaten war der Prozentsatz der Haushalte, die 1999 einen Gebrauchswagen kauften, erheblich höher (gewöhnlich über 10%)¹³.

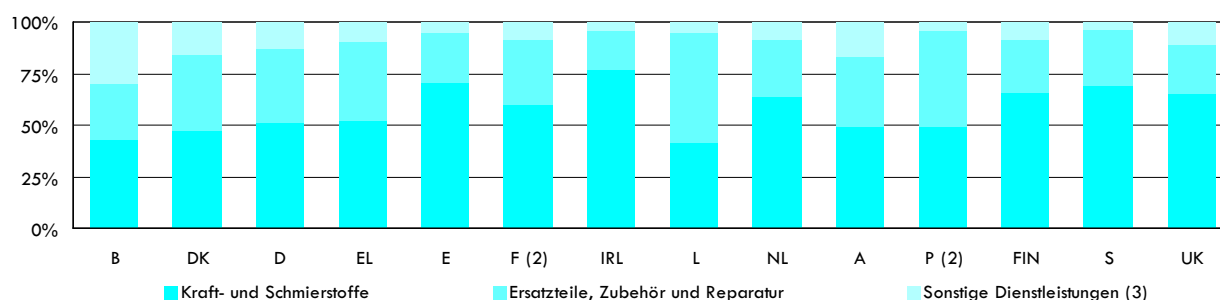
Ausgaben für den Betrieb von Fahrzeugen

Europäer gaben 1999 zwischen 4,8% (Irland und die Niederlande) und 8,1% (Italien) ihrer gesamten Haushaltsausgaben für den Fahrzeugbetrieb aus. Die Betriebskosten hängen vor allem von den gefahrenen Kilometern und vom Kraftstoffpreis ab. Hinzu kommen Kosten für Ersatzteile, Wartung und Reparatur. Davon entfiel 1999 in jedem Mitgliedstaat der höchste Ausgabenposten auf Kraft- und Schmierstoffe (siehe Abbildung 5.7): 5,4% in Italien und am wenigsten in Luxemburg mit 2,4%. Da die pro Auto und Jahr durchschnittlich zurückgelegte Entfernung in den Mitgliedstaaten ziemlich einheitlich ist, wird dieser Anteil weitgehend vom Kraftstoffpreis und von den durchschnittlichen Haushaltsausgaben in jedem Land bestimmt.

Ersatzteile, Zubehör, Wartung und Reparatur machten zwischen 1,3% (die Niederlande) und 2,4% (Österreich) der gesamten Haushaltsausgaben aus, mit Ausnahme von Irland (0,9%) am unteren Ende sowie Luxemburg (3,1%) und Portugal (3,3%) am oberen Ende.

(13) B, DK, D, E und I, nicht verfügbar; IRL, keine Daten verfügbar über den Kauf von Neuwagen.

Abbildung 5.7: Betrieb von privaten Verkehrsmitteln
Aufgliederung der Verbrauchsausgaben, 1999 (%) (1)



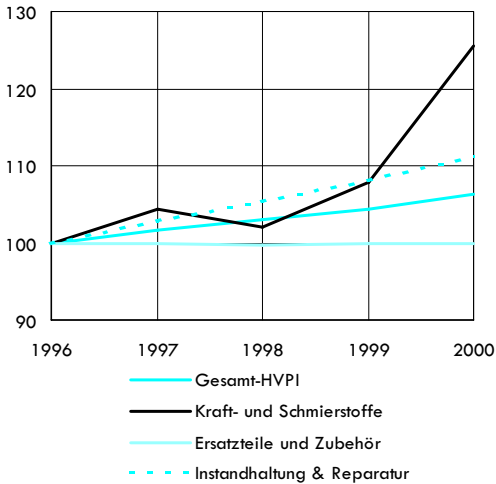
(1) I, nicht verfügbar.

(2) 1994.

(3) EL, ohne Kraftfahrzeugsteuer.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 5.8: Betrieb von privaten Verkehrsmitteln
Entwicklung der harmonisierten Verbraucherpreisindizes in der EU (1996=100)



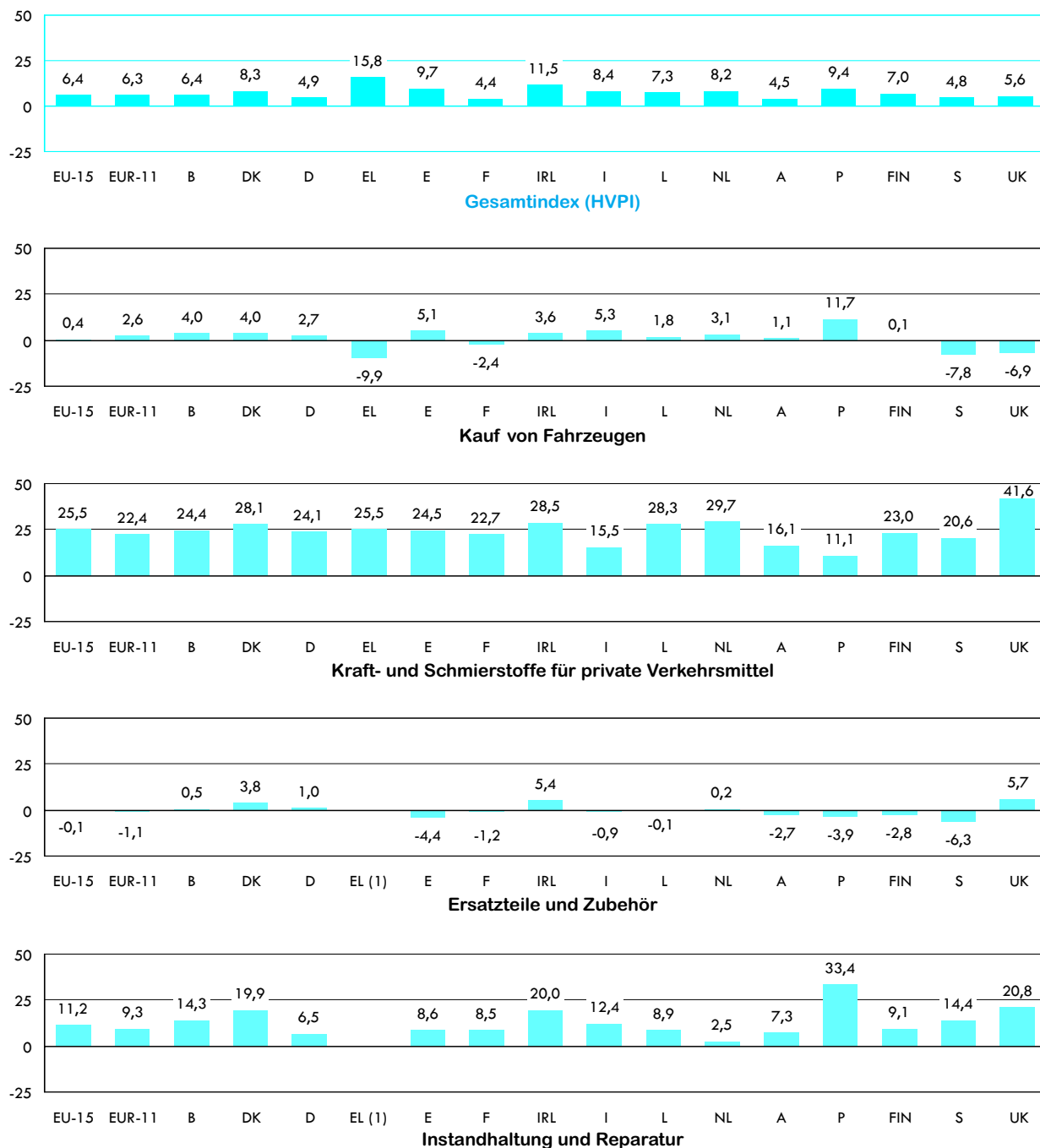
Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

PREISE

Die unterschiedlichen Pkw-Preise in den Mitgliedsländern und der rasche Anstieg der Kraftstoffpreise 2000 haben zu vermehrter Aufmerksamkeit der Verbraucher, ihrer Interessengruppen und der Gesetzgeber geführt. Der relative Preis für Verkehr stieg zwischen 1996 und 2000 in jedem Land (außer Griechenland) schneller als der Gesamtverbraucherpreisindex. Der Verbraucherpreisindex für Verkehr (einschließlich Verkehrsdienstleistungen) erhöhte sich in der EU um 10%, während die allgemeine Verbraucherpreis-inflation 6,4% betrug.

Der allgemeine Verbraucherpreisindex für Verkehr verbarg große Unterschiede. So stieg der Preis für Kraftfahrzeuge zwischen 1996 und 2000 nur um 0,4%, die Betriebskosten dagegen um 16,0%. Noch größer war die Differenz innerhalb einiger Mitgliedstaaten, vor allem im Vereinigten Königreich, wo der Kfz-Preis um 6,9% zurückging, während sich die Betriebskosten um 29,7% erhöhten (siehe Abbildung 5.9).

Abbildung 5.9: Private Verkehrsmittel
Absolutes Wachstum der Verbraucherpreise, 1996-2000 (%)



(1) Nicht verfügbar.

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Tabelle 5.8: Streuung von Autopreisen in der EU (%) (1)

	Durchschnitt	Minimum	Maximum
1995-1996	32,9	11,0	89,5
1997-1998	38,9	7,8	75,7
1999-2000	38,8	5,5	80,5

(1) Ausgedrückt als Prozentsatz des Modellpreises.
Quelle: Car Price Differentials in the European Union: An Economic Analysis, Degryse & Verboven, 2000

Fahrzeugpreise

Preisunterschied bei Autos

Die Generaldirektion der Europäischen Kommission für Wettbewerb führt alle zwei Jahre im Rahmen ihrer Beurteilung der Umsetzung der Verordnung (EG) Nr. 1475/95 über Vertriebs- und Kundendienstvereinbarungen eine Untersuchung über Preisunterschiede bei Autos in den Mitgliedstaaten durch. Diese fortlaufende Untersuchung zeigt, dass die Preisunterschiede bei Personenwagen in der zweiten Hälfte der 90er Jahre nahezu unverändert geblieben sind (siehe Tabelle 5.8). Zwischen dem billigsten und dem teuersten EU-Land bestand 1999-2000 ein Preisunterschied (vor Steuern) für Neuwagen von durchschnittlich 38,8%.

Die Erhebung vom November 2000 hat gezeigt, dass die meisten der 71 untersuchten Automodelle im Vereinigten Königreich am teuersten waren. Dabei sind die Autopreise in nationaler Währung und zu konstanten Preisen Ende der 90er Jahre im Vereinigten Königreich real zurückgegangen (siehe Abbildung 5.9 auf der vorhergehenden Seite).

Innerhalb der Eurozone waren in Deutschland die Preise vor Steuern für 34 Modelle mindestens 20% höher als auf anderen Märkten. Das gilt insbesondere für Fahrzeuge der Volkswagen-Gruppe (VW, Audi und Seat) und für die meisten japanischen Modelle.

Tabelle 5.9: Preis ausgewählter Automobile zum 1. November 2000 (€) (1)

	B	DK	D	EL	E	F	IRL	I	L	NL	A	P	FIN	S	UK
Audi A4	18 123	13 670	18 819	17 658	16 962	18 375	17 314	18 258	18 625	17 668	18 709	18 744	15 549	16 840	19 389
BMW 318	18 942	17 331	20 143	18 510	18 379	19 561	19 374	19 566	20 057	18 176	20 302	19 857	17 828	19 700	22 121
Ford Fiesta	8 410	7 169	9 159	8 016	7 603	8 209	8 900	7 885	8 410	7 794	9 086	7 998	8 429	9 245	10 376
Ford Focus	10 776	9 296	11 890	10 366	10 066	11 013	10 992	10 625	10 776	10 604	11 450	11 058	10 708	12 278	14 209
Ford Mondeo	13 987	11 095	16 304	11 650	12 551	13 562	13 549	14 632	13 987	13 171	12 960	13 491	13 075	15 122	15 383
Opel Astra	12 817	10 242	14 319	11 582	11 813	12 866	13 044	12 041	12 817	12 866	13 203	13 103	11 218	12 809	15 245
Opel Corsa	8 394	7 302	9 799	8 258	7 979	8 218	8 770	8 008	8 394	9 257	8 885	8 610	7 866	8 530	10 573
Opel Vectra	17 932	12 662	18 727	18 524	16 347	16 274	15 288	17 112	17 932	15 735	17 977	17 268	14 958	17 499	18 779
Peugeot 106	7 850	6 592	8 478	6 897	7 857	7 839	7 630	8 126	7 850	7 611	8 230	8 110	:	:	9 953
Peugeot 306	13 087	10 749	13 917	11 726	12 278	13 065	12 202	13 213	13 087	12 188	14 190	12 223	11 937	13 022	17 410
Renault Clio	8 823	7 061	10 110	9 376	8 219	9 178	10 078	8 770	8 823	8 885	9 263	8 807	8 443	9 572	11 602
Renault Mégane	12 810	9 836	13 670	10 869	11 744	13 384	13 063	12 974	12 810	11 531	13 130	12 359	11 780	13 098	16 944
VW Golf	10 983	9 076	11 899	9 344	11 150	11 098	9 919	11 505	11 220	10 604	11 128	10 883	8 956	12 106	12 653
VW Passat	15 786	12 225	16 268	13 378	14 810	14 823	13 454	15 101	15 752	14 802	14 832	15 522	13 326	16 349	16 807
VW Polo	8 386	7 621	9 518	:	8 424	8 576	7 845	8 837	8 611	8 576	8 726	:	7 373	9 089	9 471

(1) Fett steht für das Land mit dem niedrigsten Vorsteuerpreis; blau steht für das Land mit dem höchsten Vorsteuerpreis.
Quelle: Autopreise in der Europäischen Union am 1. November 2000, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Wettbewerb

Tabelle 5.10: Preisunterschiede ausgewählter Automobile
(Prozentsatzdifferenz zwischen dem Land mit dem niedrigsten Vorsteuerpreis und dem Land mit dem höchsten Vorsteuerpreis, in €)

	November 1999	Mai 2000	November 2000
Kleinwagen - Segmente A und B			
Opel Corsa	19,2	14,3	24,6
Ford Fiesta	22,9	20,1	20,5
Renault Clio	19,9	24,0	23,0
Peugeot 106	15,0	14,3	11,4
VW Polo	31,7	26,8	29,1
Mittelklasse - Segment C			
VW Golf	33,2	30,1	32,9
Opel Astra	23,0	28,7	27,6
Ford Focus	14,1	14,5	18,1
Renault Mégane	19,4	17,6	18,5
Peugeot 306	17,2	14,6	18,9
Oberklasse - Segmente D, E und F			
BMW 318	15,1	14,1	13,9
Audi A4	15,5	15,5	21,0
Ford Mondeo	25,0	29,8	29,9
Opel Vectra	20,6	23,6	25,2
VW Passat	24,2	25,2	22,1

Quelle: Autopreise in der Europäischen Union am 1. November 2000, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Wettbewerb

Im November 2000 hatten laut Erhebung nur wenige Hersteller (BMW, Mercedes-Benz, Mitsubishi, Peugeot und Volvo) ihre Preisunterschiede in der Eurozone auf maximal 20% für sämtliche Modelle begrenzt. Prozentual am geringsten war der Preisunterschied in der Oberklasse und erheblich größer bei Kleinwagen, wo der Wettbewerb härter sein dürfte (siehe Tabellen 5.10 und 5.11). Eine länger angelegte Untersuchung über den Zeitraum 1995 bis 2000 hat ergeben, dass nur BMW, Citroën, Lancia, Mercedes, Peugeot und Renault ihr Preisgefälle in den meisten Fällen auf weniger als 30% begrenzten (siehe umseitige Tabelle 5.12).

Erste Ergebnisse aus der Erhebung vom Mai 2001 zeigen, dass die Vorsteuerpreise im Vereinigten Königreich immer noch höher waren als in anderen Ländern. Griechenland, Finnland, Spanien, die Niederlande und Dänemark verzeichneten die niedrigsten Preise vor Steuern.

Tabelle 5.11: Autopreisunterschiede nach Marktsegmenten in der EU, 1995-2000
(Prozentsatz der Modelle in jeder Preisdifferenzierungsklasse)

	(% Preisunterschied zwischen billigstem und teuerstem Land)					
	0-10	10-20	20-30	30-40	40-50	>50
Kleinstwagen	0	11	37	43	6	3
Kleinwagen	0	4	26	36	23	12
Mittelklasse	0	4	13	29	29	24
Obere Mittelklasse	0	8	17	26	30	19
Oberklasse	3	5	34	30	16	12
Luxusklasse	3	49	19	22	3	5

Quelle: Car Price Differentials in the European Union: An Economic Analysis, Degryse & Verboven, 2000

Tabelle 5.12: Autopreisunterschiede in der EU nach Marken, 1995-2000 (Prozentsatz der Modelle in jeder Preisdifferenzierungsklasse)

	0-10%	10-20%	20-30%	30-40%	40-50%	>50%
Alfa Romeo	0	0	21	24	28	28
Audi	0	19	14	58	8	0
BMW	0	12	67	12	3	6
Citroën	0	14	41	32	11	2
Daihatsu	0	25	19	31	13	13
Fiat	0	2	16	31	20	31
Ford	0	0	3	31	33	33
GM	0	0	16	50	32	2
Honda	0	0	5	36	32	27
Lancia	0	9	61	9	21	0
Mazda	0	3	3	12	33	48
Mercedes	15	58	21	3	0	3
Mitsubishi	0	12	4	23	38	23
Nissan	0	0	9	27	36	27
Peugeot	0	20	46	14	20	0
Renault	0	11	39	21	21	8
Rover	0	13	25	28	18	15
Seat	0	7	14	43	20	16
Subaru	0	0	8	25	42	25
Suzuki	0	0	10	62	29	0
Toyota	0	0	3	39	30	27
Volkswagen	0	0	5	36	38	21
Volvo	0	3	14	38	21	24

Quelle: Car Price Differentials in the European Union: An Economic Analysis, Degryse & Verboven, 2000

Besteuerung von Personenwagen und Parallelhandel

In allen Mitgliedstaaten wird beim Kauf von Fahrzeugen Mehrwertsteuer erhoben. Im Mai 2001 lag der Steuersatz zwischen 15% (Luxemburg) und 25% (Dänemark und Schweden). Zusätzlich erheben einige Länder eine einmalige Zulassungs- oder Verkaufssteuer. Im Gegensatz zu allen anderen Waren werden Steuern auf neue Personenwagen nicht in dem Land, in dem das Fahrzeug gekauft wird, sondern im Bestimmungsland abgeführt. Das schafft einen Anreiz für Verbraucher, Autos aus Mitgliedstaaten, in denen die Preise vor Steuer relativ niedrig sind, zu reexportieren. Nach Erkenntnissen der Wettbewerbskommission des Vereinigten Königreichs machte der Parallelhandel mit rechtsgesteuerten Fahrzeugen 1999 gerade einmal 0,5% aller Kfz-Neuzulassungen und 1,0% der von Privatkunden vorgenommenen Anmeldungen aus¹⁴.

Preis des Betriebs von Fahrzeugen

Die Fahrzeugkosten werden u. a. von Kraft- und Schmierstoffpreisen bestimmt, die erheblichen Schwankungen unterliegen. Zwischen 1996 und 2000 haben sich die Kraft- und Schmierstoffpreise in der EU absolut um 25,5% erhöht. Der Großteil dieses Anstiegs war zwischen 1999 und 2000 zu verzeichnen, bedingt durch die steigenden Rohölpreise (siehe Abbildung 5.8 oben). Zwischen 1996 und 2000 erhöhten sich die Preise im Vereinigten Königreich um 41,6%, während Österreich (16,1%), Italien (15,5%) und Portugal (11,1%) die einzigen Mitgliedstaaten waren, wo der Preisanstieg unter 20% lag (siehe Abbildung 5.9 oben).

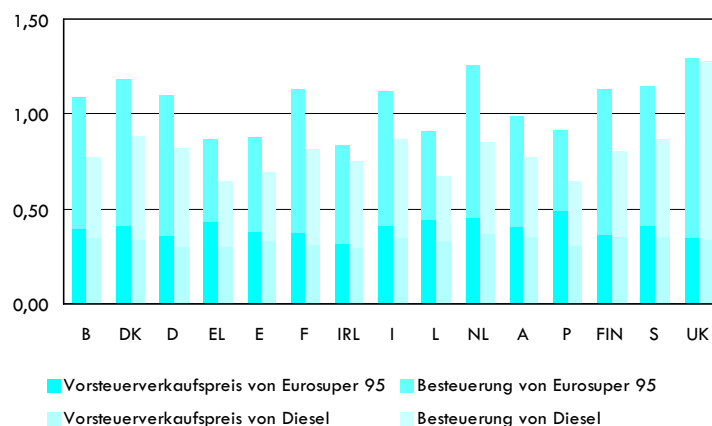
(14) Mehrere britische Verbraucher haben bei der Generaldirektion der Europäischen Kommission für Wettbewerb Beschwerde eingelegt, weil ihnen beim Versuch, ein Auto in einem anderen Mitgliedstaat zu kaufen, Hindernisse in den Weg gelegt wurden, vor allem durch hohe Kosten für Zusatzausstattungen für die Rechtssteuerung und durch lange Lieferfristen.

Besteuerung von Motorkraftstoffen

Der Einzelhandelspreis für Motorkraftstoff ist mit verschiedenen Steuern belegt, wie Mehrwertsteuer, Verbrauchs- und (in einigen Ländern) Umweltabgaben. Verbleites Benzin muss nach Gemeinschaftsrecht¹⁵ höher besteuert werden als unverbleites.

Im Mai 2001 betrug der Steueranteil am Einzelhandelspreis für unverbleites Benzin im Vereinigten Königreich 73,2%, während es in Griechenland nur 49,9% waren. Die Besteuerung auf Diesel war weit weniger breit gestreut, wobei sich der Steueranteil zwischen 50,6% in Luxemburg und 73,7% im Vereinigten Königreich bewegte (siehe Abbildung 5.10).

Abbildung 5.10: Benzin- und Dieselpreis zum 21. Mai 2001 (€/Liter)



Quelle: Oil Bulletin, no. 1065, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Sonstige Preisfragen in Bezug auf den Fahrzeugbetrieb

Der Preis des Fahrzeugbetriebs hängt nicht nur vom Benzin- und Dieselpreis ab. Kraftfahrzeugbesitzer müssen auch Kfz-Steuern, Zulassungsgebühren und Versicherungsprämien entrichten. Die höchsten Kfz-Steuern erheben Dänemark, die Niederlande und Irland. In den meisten Mitgliedstaaten werden darüber hinaus Gebühren für die Teilnahme am Straßenverkehr erhoben, etwa für die Benutzung von Autobahnen (Griechenland, Spanien, Frankreich, Italien, Österreich und Portugal), Brücken und Tunnels.

Die Preise für Ersatzteile und Zubehör sind zwischen 1996 und 2000 nahezu unverändert geblieben (in der EU minus 0,1% und in der Eurozone minus 1,1%) - siehe Abbildungen 5.8 und 5.9 oben. Dagegen sind die Preise für Wartungs- und Reparaturarbeiten relativ schnell gestiegen, in der EU um 11,2% (um mindestens 19% in Dänemark, Irland, Portugal und dem Vereinigten Königreich¹⁶).

(15) In Artikel 3 und 4 der Richtlinie 92/82/EWG wurde der Mindestsatz der Verbrauchsabgabe für verbleites Benzin auf €337 je 1000 Liter und für unverbleites Benzin auf €287 je 1000 Liter festgelegt.

(16) EL, nicht verfügbar.

Tabelle 5.13: Merkmale von Autoverkäufen in ausgewählten Mitgliedstaaten, 1997

	Zahl der Händlernetze (Einheiten)	Anteil der Händlernetze am Gesamteinzelschadelsumsatz (%)	Anteil der Autokäufe privater Kunden mit Inzahlungnahmen, 1997-1999 (%)
D	3 528	58	75
E	1 012	60	61
F	1 713	69	58
I	2 412	70	54
NL	478	67	:
UK	2 171	37	75

Quelle: autoPOLIS submission to House of Commons Trade and Industry Committee, 1998 in The Natural Link between Sales and Service, autoPOLIS

Am teuersten war 1998 der Betrieb von Fahrzeugen im Vereinigten Königreich, Schweden und Dänemark (mit Preisen zwischen 26% und 20% über dem EU-Durchschnitt - siehe Tabelle 1.41 auf Seite 43) und am niedrigsten in Griechenland (28% unter EU-Durchschnitt), gefolgt von Spanien und Portugal.

EINZELHANDELSSTRUKTUR

Die meisten Neuwagenverkäufe in der EU werden über Händler abgewickelt. Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass auf das exklusive Händlernetz (SED) aufgrund der großen Zahl von Fuhrpark- und Gebrauchtwagenverkäufen nur etwa ein Drittel aller Autoverkäufe in Europa entfällt. Über Händler liefen 1997 zwischen 58% und 70% der Neuwagenverkäufe¹⁷, mit Ausnahme des Vereinigten Königreichs, wo sehr viele Fuhrparkverkäufe lag diesen Anteil auf etwa 37% reduzierten (siehe Tabellen 5.13 und 5.14).

Tabelle 5.14: Durchschnittliche Bruttohändlerspanne beim Autoverkauf (%)

	1993	1999
B	17,2	14,9
DK	8,1	8,7
D	18,9	16,7
EL	7,3	10,2
E	15,8	13,9
F	16,8	14,9
IRL	18,7	16,1
I	17,7	15,7
L	14,7	14,0
NL	18,0	16,3
A	18,1	17,4
P	15,1	14,3
FIN	16,1	14,6
S	14,1	14,5
UK	17,4	12,7

Quelle: Car Price Differentials in the European Union: An Economic Analysis, Degryse & Verboven, 2000

Die meisten Händler sind an einen Hersteller gebunden, der den ausschließlichen Verkauf seiner Automarke an der betreffenden Verkaufsstelle vorschreibt. Die Verbraucher wiederum sind an die Händler gebunden, weil sie sich im Garantiefall an einen Vertragshändler oder eine Vertragswerkstatt wenden müssen. Nach Ablauf der Garantiezeit für einen Neuwagen kann der Verbraucher Reparatur und Wartung seines Fahrzeugs weiter von einem Vertragshändler durchführen lassen oder stattdessen einen unabhängigen Reparaturbetrieb oder Schnelldienst aufsuchen. Je älter das Auto, desto seltener wird der Vertragshändler in Anspruch genommen.

Das Auto gehört zu den wenigen Konsumgütern, bei deren Kauf die Verbraucher Rabatt oder als Alternative zusätzliche Einbauten oder die Inzahlungnahme ihres alten Fahrzeugs verlangen. Die meisten Europäer geben ihr altes Auto in Zahlung, statt es privat zu verkaufen. Am niedrigsten war zwischen 1997 und 1999 der Prozentsatz der Inzahlungnahmen in Italien (54%) gegenüber 75% in Deutschland und dem Vereinigten Königreich¹⁸.

(17) Eine Studie durchgeführt von autoPOLIS in D, E, F, I, NL und UK.

(18) Eine Studie durchgeführt von der Wettbewerbskommission des Vereinigten Königreichs in D, E, F, I und UK.

Tabelle 5.15: Sicherheit im Straßenverkehr in der EU, 2000

	Höchstgeschwindigkeit in der Stadt (km/h)	Höchstgeschwindigkeit auf Landstraßen (km/h)	Höchstgeschwindigkeit auf Autobahnen (km/h)	Blutalkoholgrenze (mg/ml)
B	50	90	120	0,5
DK	50	80	110	0,5
D (1)	50	100	-	0,5
EL	50	110	120	0,5
E	50	90	120	0,5
F	50	90	130	0,5
IRL	48	96	112	0,8
I	50	90	130	0,8
L	50	90	120	0,8
NL	50	80	120	0,5
A	50	100	130	0,5
P	50	100	120	0,5
FIN	50	80	120	0,5
S	50	90	110	0,2
UK	48	96	112	0,8

(1) Keine Geschwindigkeitsbeschränkung auf Autobahnen, obwohl eine Richtgeschwindigkeit von 130 km/h und auf über der Hälfte des Netzes eine Beschränkung von 120 km/h oder darunter besteht.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

SICHERHEIT

Welche wichtige Rolle das Fahrzeug im Leben der meisten europäischen Verbraucher spielt, spiegelt sich in der Gesetzgebung zum Schutz von Fahrern und Mitfahrern (Sicherheitsaspekte) und zur Begrenzung von Emissionen und Abfallprodukten (Umweltaspekte und Recycling) wider.

In Anbetracht des hohen Anteils von Europäern, deren bevorzugtes Verkehrsmittel das Auto ist, erstaunt es nicht, dass in die meisten tödlichen Verkehrsunfälle Autos verwickelt sind (siehe Tabellen 5.16 und 5.17). Gemessen an der Zahl der Verkehrstoten pro Personenkilometer im Individualverkehr stehen allerdings Zweiradfahrer an erster Stelle, gefolgt von Fußgängern und Pkw-Insassen. Daten zur Sicherheit von Kindern sind in Tabelle 5.18 angeführt.

Trotz des stark gestiegenen Straßenverkehrsaufkommens ging die Zahl der Verkehrstoten auf Europas Straßen zwischen 1990 und 1998 von 56 400 auf 42 600 zurück (ein Nettorückgang von 25%) - siehe Tabelle 5.16. Um mehr als 30% verringerte sich in diesem Zeitraum die Zahl der Verkehrstoten in Spanien, Österreich, Finnland, Schweden und dem Vereinigten Königreich¹⁹.

(19) Verkehrssicherheit, Statistik kurz gefasst, Themenkreis 7 3/2000, Eurostat, 2000.

Tabelle 5.16: Zahl der Getöteten bei Straßenverkehrsunfällen (Einheiten) (1)

	1990	1998
EU-15	56 413	42 608
B	1 976	1 500
DK	634	449
D	11 046	7 792
EL	2 050	2 226
E	9 032	5 957
F	11 215	8 918
IRL	478	429
I	7 137	6 314
L	71	57
NL	1 376	1 066
A	1 558	963
P	3 017	2 425
FIN	649	400
S	772	531
UK	5 402	3 581

(1) „Getötete Personen“ sind alle Personen, die innerhalb von 30 Tagen an den Unfallfolgen sterben; für Mitgliedstaaten, die diese Definition nicht verwenden - EL (3 Tage für 1990), E (1 Tag für 1990), F (6 Tage), I (7 Tage), A (3 Tage für 1990) und P (1 Tag) - wurden Berichtigungsfaktoren angewendet (EL 1,18, E 1,3 und F 1,09 für 1990 und 1,057 für 1998, I 1,078, A 1,12 und P 1,3).
Quelle: Verkehrssicherheit, Statistik kurz gefasst, Themenkreis 7 3/2000, Eurostat, 2000

Tabelle 5.17: Getötete bei Straßenverkehrsunfällen nach Verkehrsteilnehmern, 1998 (Einheiten)

	Pkw	Fußgänger	Fahrräder	Krafträder
B	936	162	135	199
DK (1)	259	87	65	46
D (2)	4 700	1 080	600	1 010
EL (3)	731	408	29	537
E	3 303	995	114	931
F	5 491	988	301	1 319
IRL (4)	219	130	24	58
I (1)	3 454	828	397	1 133
L (1)	46	8	1	2
NL (1)	547	119	242	180
A	565	165	57	120
P	809	356	65	488
FIN	232	62	54	25
S	327	69	58	52
UK	1 789	946	165	509

(1) 1997.

(2) Daten für Pkws auf zwei Stellen korrekt.

(3) 1994 für Pkws und 1995 für alle anderen Verkehrsmittel.

(4) 1996 für Krafträder und 1997 für alle anderen Verkehrsmittel.

Quelle: Eurostat, Mechanismus für die Verkehrs- und Umweltberichterstattung (TERM) (theme8/milieu)

Tabelle 5.18: Sicherheit von Kindern im Straßenverkehr

	Kinder im Alter von 11 bis 13: immer angeschnallt (%) (1)	Getötete Kinder bei Straßenverkehrsunfällen (2)
B	42	4,3
DK	57	4,0
D	72	3,6
EL	:	4,7
E	42	4,0
F	72	3,8
IRL	:	4,1
I	:	3,3
L	:	:
NL	:	3,4
A	58	4,0
P	:	8,7
FIN	69	4,2
S	71	2,5
UK	:	2,9

(1) Datensammlung während des Schuljahres 1993/1994.

(2) Durchschnitt zwischen 1991 und 1995; Verhältnis je 100 000 Kinder im Alter zwischen 1 und 14.

Quelle: UNICEF, A league table of child deaths by injury in rich nations, Innocenti Report Card No. 2, Februar 2001; UNICEF Innocenti Research Centre, Florenz

© The United Nations Children's Fund, 2001

UMWELT

In die sozialen Kosten des Verkehrs gehen auch Umweltauswirkungen wie Energieverbrauch, Emissionen und die damit verbundene Luftqualität ein. Zwar hat sich die Energieeffizienz in den letzten zwanzig Jahren erheblich verbessert, doch diese Gewinne wurden durch die steigende Zahl und Größe der Autos mehr als aufgehoben.

In den 90er Jahren ist der Anteil unverbleiten Benzins am gesamten Kraftstoffverbrauch rapide gestiegen. 1999 betrug er in der EU 80%, und 2000 wurde nur noch in Griechenland, Spanien und Italien verbleites Benzin angeboten. Der Anstieg des Benzin- und Dieserverbrauchs verlief unterschiedlich, zwischen 1990 und 1999 im Durchschnitt um 0,3% bzw. 10,4% pro Jahr. Während der Benzinverbrauch in den 90er Jahren in sechs Mitgliedstaaten zurückging, hat sich der Dieserverbrauch in allen Mitgliedstaaten absolut um mindestens 50% erhöht.

Seit 1993 ist der Katalysator für Neufahrzeuge vorgeschrieben, und seitdem ist die Zahl der entsprechend ausgerüsteten Fahrzeuge rapide gestiegen. 1998 verfügten etwa 58% aller Pkws in der EU über einen Katalysator (siehe Tabelle 5.19).

Die Emissionsstandards für Pkws sind in der Richtlinie 98/69/EG festgelegt. Sie betragen derzeit für Benziner 2,3g/km Kohlenmonoxid und 0,15g/km Stickstoffoxid sowie für Dieselfahrzeuge 0,64g/km Kohlenmonoxid und 0,5g/km Stickstoffoxid. Eine weitere Reduzierung der bisherigen Grenzwerte für Neufahrzeuge im Großen und Ganzen um die Hälfte ist für Anfang 2005 vorgesehen.

Tabelle 5.19: Geschätzter Anteil der Pkw mit Benzinmotor, die mit Katalysator ausgestattet sind (%)

	1990	1998
EU-15	12	58
B	3	61
DK	2	60
D	38	82
EL	9	54
E	4	30
F	3	49
IRL	5	63
I	3	49
L	5	79
NL	32	82
A	36	83
P	1	25
FIN	2	44
S	4	82
UK	3	46

Quelle: Eurostat, Mechanismus für die Verkehrs- und Umweltberichterstattung (TERM) (theme8/milieu)

5.2 VERKEHRSDIENSTLEISTUNGEN

Ende des 20. Jahrhunderts hat sich die Nachfrage nach verschiedenen Verkehrsdienstleistungen explosionsartig erhöht. In diesem Unterkapitel geht es um die Personenbeförderung per Bahn, Bus, Flugzeug, See- und Binnenschiff, um den kombinierten Personenverkehr und andere von den Verbrauchern in Anspruch genommene Verkehrsdienstleistungen.

NETZZUGANG

Die Zugänglichkeit kann am Verhältnis von Streckenlänge zur Fläche eines Landes gemessen werden. Bei der Interpretation dieses Indikators sollte aber die unterschiedliche Bevölkerungsdichte der einzelnen Länder berücksichtigt werden, zum Beispiel die Niederlande (378 Einwohner und 3,1 km Straße pro km²) und Finnland (15 Einwohner und 0,23 km Straße pro km²).

Ein besseres Maß ist das Verhältnis von Streckenlänge zur Bevölkerung. Danach gab es 1996 in Italien 5,3 m Straße pro Einwohner, die Hälfte des EU-Durchschnitts und fast fünfmal weniger als in Irland (25,2 m). Dünn besiedelte Länder wie Schweden und Finnland, die eine geringe Straßendichte im Verhältnis zur Fläche haben, verzeichneten nach diesem Maßstab ein hohes Straßenangebot (jeweils über 15 m pro Einwohner) und damit mehr als das dicht besiedelte Belgien (14,3 m) und die Niederlande (8,2 m).

Tabelle 5.20: Verkehr - Netzlänge, 1998 (Kilometer)

	Straße, 1996				Eisenbahn, 1999			Metro (1)		Schmalspur- und Straßenbahn (2)	
	Auto- bahnen	National- straßen	Landes- straßen	Gemeinde- straßen	Strecken- länge	Elektri- fiziert (%)	Hochge- schwindig- keitsstrecken	Zahl der Systeme (Einheiten)	Netz- länge	Zahl der Systeme (Einheiten)	Netz- länge
EU-15	46 333	222 175	997 443	2 228 783	153 138	49,5	2 726	27	1 782	101	5 121
B	1 674	12 509	1 326	129 400	3 472	77,8	88	1	40	5	296
DK	880	3 690	7 090	60 000	2 324	26,4	15	0	0	0	0
D	11 300	41 487	178 343	418 580	37 535	50,4	577	5	343	57	2 838
EL	470	9 100	29 107	75 600	2 299	0,0	0	1	26	0	0
E (3)	7 293	17 640	70 455	67 095	12 319	56,5	471	3	252	4	284
F	8 300	26 881	360 100	569 000	31 589	44,9	1 246	5	293	8	125
IRL	80	4 392	10 726	76 314	1 919	2,5	0	0	0	0	0
I	6 439	44 757	113 353	142 000	16 108	66,4	246	3	111	6	444
L	115	954	1 897	2 316	274	95,3	0	0	0	0	0
NL	2 360	2 120	8 580	114 000	2 808	73,4	0	2	120	4	370
A	1 607	10 269	19 780	98 000	5 643	61,2	0	1	38	5	272
P	710	9 032	46 130	62 528	2 813	32,0	0	1	30	2	72
FIN	431	12 338	29 073	35 939	5 836	38,3	0	1	17	1	75
S	1 330	14 647	83 368	38 900	10 799	74,6	31	1	110	3	148
UK	3 344	12 359	38 115	339 111	17 400	29,7	52	3	402	6	197

(1) Umfasst nur Stadtschnell- / eigentliche U-Bahnen.

(2) Nostalgiestraßenbahnen und außerstädtische Schmalspurbahnen sind nicht eingeschlossen.

(3) 503 000 km Nebenstraßen sind innerhalb der Gemeindestraßen erfasst (nicht enthalten im Gesamtwert für EU-15).

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Tabelle 5.21: Durchschnittliche Verfügbarkeit von Fahrzeugen für Verkehrsdienstleistungen, 1998 (Einheiten je Million Einwohner)

	Omnibusse (1)	Registrierte Zivillflugzeuge (2)	Schienenfahrzeuge für den Personenverkehr (3)
EU-15	1 361	102	198
B	1 430	109	332
DK	2 622	208	259
D	1 016	109	221
EL	2 501	27	75
E	1 316	46	97
F	1 393	171	269
IRL	1 613	151	93
I	1 473	42	212
L	2 214	:	342
NL	700	59	173
A	1 198	82	444
P	1 705	46	141
FIN	1 754	156	188
S	1 672	175	178
UK	1 439	126	135

(1) DK, zum 31. Dezember; B, zum 1. August.

(2) 1995.

(3) Waggons, Triebwagen und Anhänger; Daten beziehen sich auf die wichtigsten Eisenbahnen und können von Outsourcing und Leasing der Ausstattung beeinflusst sein. *Quelle:* Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Ein anderes Maß für den Netzzugang ist die Zahl der Fahrzeuge oder Verkehrsknoten im Verhältnis zur Bevölkerung (dargestellt in Tabellen 5.21 und 5.22). In Belgien, Luxemburg und Österreich gab es relativ viele Bahnhöfe, während in Dänemark und Griechenland der Zugang zu Bussen am höchsten war. Außerdem kamen 1999 auf 1 000 Einwohner in der EU im Schnitt 1,2 Taxis (siehe Tabelle 5.23).

Auf die Frage, wie sie die Zugänglichkeit der Verkehrsdienstleistungen im Jahr 2000 beurteilten, gaben in einer Eurobarometer-Umfrage (53) über Produkte öffentlicher Dienstleistungsanbieter 18,3% der Befragten an, nur erschwerten Zugang zum öffentlichen innerstädtischen, und 21,2%, gar keinen Zugang zum urbanen Nahverkehr zu haben. In Dänemark und Spanien war die Zugänglichkeit im Allgemeinen überdurchschnittlich, während in den Niederlanden der Zugang zum innerstädtischen Nahverkehr und in Portugal zu urbanen Nahverkehr unterdurchschnittlich war (siehe Tabelle 5.24).

Tabelle 5.22: Zugänglichkeit des Eisenbahnnetzes - Dichte der Bahnhöfe und öffentlich zugängliche Haltestationen (Einheiten je Tsd. km²)

	1985	1990	1995
B	18,2	18,4	17,6
DK	6,4	6,6	:
D	22,0	20,2	:
EL	4,5	4,2	4,2
E	:	3,2	1,7
F	10,2	9,1	:
IRL	1,7	:	:
I	9,8	9,2	:
L	22,0	22,8	24,7
NL	:	:	:
A	18,5	17,4	:
P	10,0	3,9	5,7
FIN	1,5	1,1	1,1
S	1,5	1,3	:
UK	9,8	10,2	:

Quelle: Eurostat, Mechanismus für die Verkehrs- und Umweltberichterstattung (TERM) (theme8/milieu)**Tabelle 5.23: Zahl der Taxis je 1 000 Einwohner, 1999 (1)**

EU-15	1,2
B, I	Sehr niedrig (<0,5)
D, F, L	Niedrig (0,5-1,0)
DK, NL, UK (2)	Durchschnitt (1-1,5)
S, FIN, E, A	Hoch (>1,5)

(1) Schätzungen.

(2) UK, ohne Kleintaxis.

Quelle: Factsheets (10/99), Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

VERBRAUCH: DIE ZURÜCKGELEGTE STRECKE

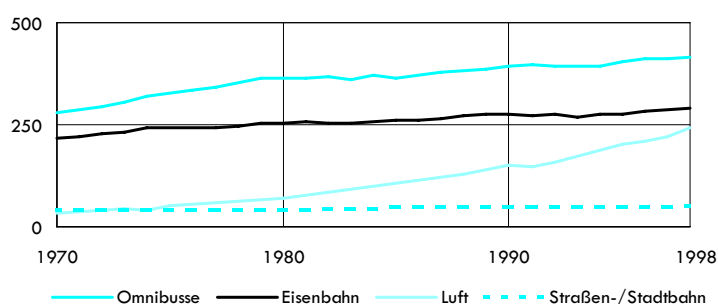
Das Standardmaß für den Verbrauch von Verkehrsdienstleistungen ist die Zahl der Personenkilometer (pkm), d. h. Zahl der Passagiere multipliziert mit der Zahl der zurückgelegten Kilometer. Mit Hilfe dieses Indikators lassen sich die verschiedenen Verkehrsträger vergleichen.

Die gesamte Personenbeförderung durch die wichtigsten Verkehrsdienstleister (Bus, Eisenbahn, Straßen-/Stadtbahn, Flugzeug und Schiff) betrug 1998 in der EU mehr als 1 028 Mrd. pkm (siehe Abbildung 5.11). Das war etwa ein Fünftel des gesamten Personenverkehrs (5 150 Mrd. pkm) einschließlich Pkws, Motorräder, Fahrräder und Fußgänger. Von den sonstigen Verkehrsdienstleistern (die im Allgemeinen von der amtlichen Statistik nicht hinreichend erfasst werden) spielten Taxis eine wichtige Rolle. Mit dem Taxi wurden schätzungsweise 20 Mrd. pkm zurückgelegt, etwa 5% des öffentlichen Personennahverkehrs²⁰.

Aus der Gegenüberstellung von Verkehrs- und Bevölkerungsdaten ergab sich, dass 1998 jeder Europäer durchschnittlich 7,5 km pro Tag mit öffentlichen Verkehrsmitteln - gegenüber 4,7 km 1970 und 5,6 km 1980 - zurückgelegt hat. Nach Verkehrsmitteln entfallen auf jede Person durchschnittlich 3,0 km per Bus, 2,1 km per Eisenbahn und 366 m per Straßen- und U-Bahn. Auf den Flugverkehr innerhalb der EU entfallen weitere 1,8 km pro Passagier und Tag, was 643 km pro Jahr entspricht (siehe Abbildung 5.12).

(20) IRU Taxi Group in Factsheets (10/99), Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr, 1999.

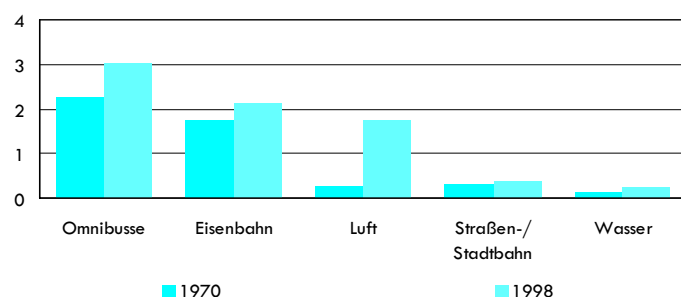
Abbildung 5.11: Entwicklung des Personenverkehrs der wichtigsten Verkehrsdienstleistungen innerhalb der EU (Mrd. Personenkilometer) (1)



(1) Nur Intra-EU-Verkehr.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Abbildung 5.12: Täglich durchschnittlich zurückgelegte Strecke je Einwohner in der EU (Kilometer/Tag) (1)



(1) Nur Intra-EU-Verkehr.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Tabelle 5.24: Anteil der Europäer mit schwierigem oder keinem Zugang zu Verkehrsdienstleistungen, 2000 (%)

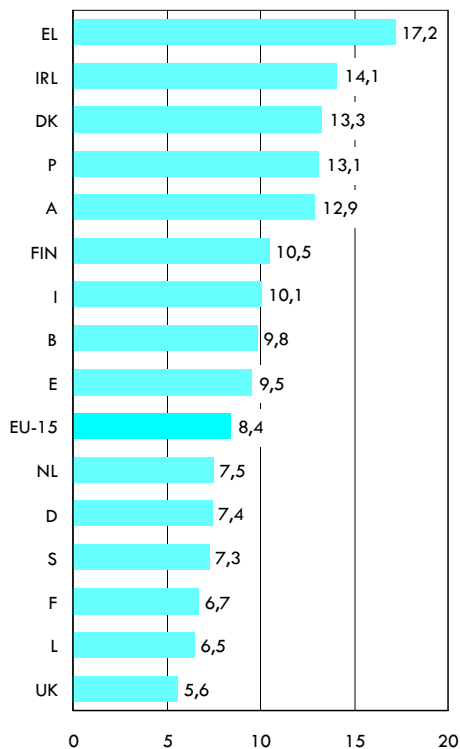
	Öffentlicher Personen-nahverkehr	Eisenbahn zwischen Städten
EU-15	18,3	21,2
B	19,5	22,1
DK	8,5	11,1
D	18,2	22,8
EL	13,7	25,3
E	9,4	13,6
F	21,9	24,0
IRL	25,0	26,7
I	22,8	23,9
L	13,5	19,0
NL	27,3	21,7
A	16,4	17,7
P	22,5	34,5
FIN	12,8	23,1
S	16,3	18,3
UK	15,1	16,6

Quelle: Eurobarometer 53 (Öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte), Europäische Kommission, 2000

Straßenverkehr

Busse waren 1998 mit einem Anteil von 8,4% an der gesamten Personenbeförderung und einer durchschnittlichen Strecke von 1 108 km pro Einwohner das wichtigste Personenbeförderungsmittel in der EU. Der Zuwachs im europäischen Busverkehr seit 1980 war relativ gering mit durchschnittlich 0,8% pro Jahr in den 80er und 0,6% pro Jahr in den 90er Jahren.

Abbildung 5.13: Anteil der Omnibusse am gesamten Personenverkehr, 1998 (%) (1)



(1) Anteil am gesamten Personenverkehr, einschließlich Omnibusse, Eisenbahnen, Straßen-/Stadtbahnen, Fluggesellschaften, Schifffahrt, Pkw und Krafträder; nur Intra-EU-Verkehr.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Tabelle 5.25: Omnibusse - Entwicklung des Personenverkehrs (Mrd. Personenkilometer)

	1970	1980	1990	1998
EU-15 (1)	280,0	364,3	395,2	415,4
B (2)	9,3	9,1	10,9	12,0
DK	4,6	7,3	9,3	11,1
D	67,7	90,0	82,5	69,4
EL (3)	9,4	15,6	17,7	21,2
E	20,9	28,1	33,4	45,9
F (3)	35,2	53,0	57,6	58,8
IRL	3,3	4,5	3,9	5,7
I	32,0	57,8	84,0	89,2
L	0,3	0,3	0,4	0,4
NL	11,1	13,2	13,0	14,5
A	9,1	9,8	8,7	12,7
P	4,4	7,6	10,3	14,0
FIN	7,0	8,5	8,5	7,8
S	5,5	7,3	9,0	9,5
UK	60,2	52,2	46,2	43,2

(1) B, Schätzungen für 1998; EL und F, Schätzungen.

(2) 1998, Schätzungen.

(3) Schätzungen.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Tabelle 5.26: Eisenbahnen - Entwicklung des Personenverkehrs (Mrd. Personenkilometer)

	1970	1980	1990	1998
EU-15 (1)	216,6	252,8	274,0	289,8
B	7,6	7,0	6,5	7,1
DK	3,6	4,5	5,1	5,6
D (1)	56,9	63,0	62,1	66,5
EL	1,5	1,5	2,0	1,8
E	15,0	14,8	16,7	18,9
F	41,0	54,7	63,8	64,5
IRL	0,8	1,0	1,2	1,4
I	34,9	42,9	48,3	50,3
L	0,2	0,2	0,2	0,3
NL	8,0	8,9	11,1	14,8
A	6,4	7,6	8,7	8,2
P	3,5	6,1	5,7	4,6
FIN	2,2	3,2	3,3	3,4
S	4,6	7,0	6,0	7,1
UK	30,6	30,4	33,4	35,4

(1) Ohne die ehemalige DDR, 1970 bis 1990.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

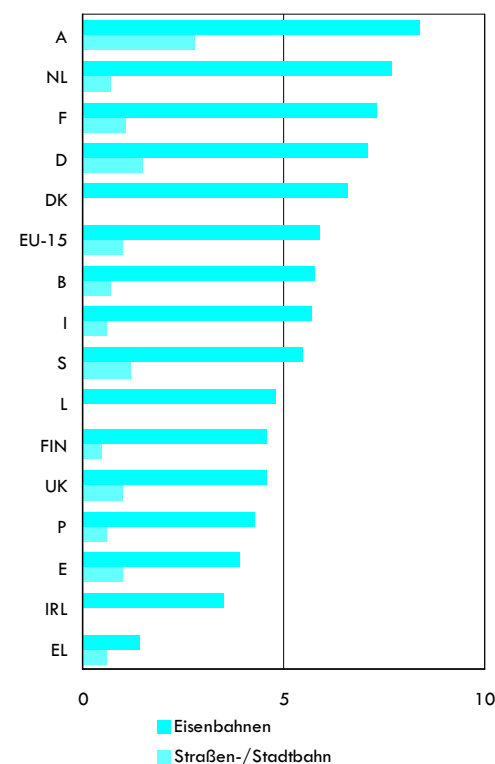
Eisenbahn

Die Eisenbahn bleibt mit einem Anteil von 5,9% an der gesamten Personenbeförderung 1998 ein wichtiges Verkehrsmittel (siehe Tabelle 5.26). Jeder EU-Bürger legte 1998 durchschnittlich 773 km per Bahn zurück. Am häufigsten wurde die Bahn von Franzosen (1 096 km) und Österreichern (1 009 km) benutzt, am wenigsten von Iren (382 km) und Griechen (173 km). Der innerstädtische Schienenverkehr (wie Straßen- und U-Bahn) machte 1998 im EU-Durchschnitt 134 km pro Kopf aus (siehe Tabelle 5.27).

Tabelle 5.27: Straßen- und Stadtbahnen - Entwicklung des Personenverkehrs (Mrd. Personenkilometer)

	1970	1980	1990	1998
EU-15	38,9	40,7	48,6	50,1
B	0,9	0,8	0,7	0,8
DK	0,0	0,0	0,0	0,0
D	14,6	13,8	15,1	14,4
EL	0,6	0,7	0,8	0,8
E	3,7	3,9	4,4	4,8
F	6,5	7,7	10,2	10,1
IRL	0,0	0,0	0,0	0,0
I	2,2	3,7	4,6	5,3
L	0,0	0,0	0,0	0,0
NL	1,2	1,4	1,3	1,4
A	1,5	1,7	2,1	2,7
P	0,9	0,7	0,7	0,6
FIN	0,1	0,1	0,4	0,4
S	1,4	2,0	1,9	1,5
UK	5,2	4,3	6,5	7,3

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Abbildung 5.14: Anteil des Schienenverkehrs am gesamten Personenverkehr, 1998 (%) (1)

(1) Anteil am gesamten Personenverkehr, einschließlich Omnibusse, Eisenbahnen, Straßen-/Stadtbahnen, Fluggesellschaften, Schifffahrt, Pkws und Krafträder; nur Intra-EU-Verkehr; DK, IRL und L haben weder Straßen- noch Stadtbahnen.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Tabelle 5.28: Verwendungsrate des öffentlichen Verkehrs in ausgewählten Städten der EU, 1996 (%) (1)

		Anteil der Fahrten zur Arbeit mit öffentlichem Verkehr	Anteil der Fahrten nicht zu Arbeitszwecken
Amsterdam	NL	29,6	57,3
Athinaï	EL	38,4	80,2
Bruxelles	B	:	60,5
Glasgow	UK	38,9	:
Göteborg	S	25,2	73,0
Helsinki (2)	FIN	28,0	:
Köln	D	17,0	:
Leeds	UK	21,5	:
Lille	F	15,5	87,5
Luxembourg	L	22,9	:
Lyon	F	21,1	84,9
Manchester	UK	27,1	:
Marseille	F	14,7	86,3
Milano	I	44,9	:
München	D	40,2	:
Palermo	I	12,7	:
Roma	I	30,5	:
Sevilla (2)	E	16,8	73,9
Stockholm	S	56,1	73,1
Valencia (2)	E	11,6	62,6
Wien	A	37,0	66,5

(1) Fahrten mit der Eisenbahn, Stadtbahn, Bus oder Straßenbahn; Bruxelles, München, Valencia, Italien und Luxemburg, 1991; Köln, 1992; Athinaï, Lyon und Wien, 1995; Marseille und Amsterdam, 1997; Lille, 1998.

(2) Als „breitere Gebietseinheit“, oder Ballungsgebiet, um die realen oder zweckmäßigen Grenzen des Stadtgebiets über administrative Grenzen hinaus widerzuspiegeln.
Quelle: Urban Audit, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Regionalpolitik, 2000

Tabelle 5.29: Schifffahrt - Entwicklung des Personenverkehrs (Mrd. Personenkilometer) 1970 1980 1990 1998

EU-15 (1)	1970	1980	1990	1998
B	0,8	0,6	0,4	0,3
DK	2,7	2,7	2,7	2,7
D	1,4	1,8	2,0	1,9
EL	1,6	2,7	3,6	5,4
E (2)	1,2	1,2	1,1	1,2
F	0,3	1,0	2,5	2,8
IRL	0,2	0,4	0,6	0,7
I	1,1	2,0	3,3	3,8
L	0,0	0,0	0,0	0,0
NL	0,3	0,5	0,8	0,6
A	0,0	0,0	0,0	0,0
P	0,1	0,1	0,2	0,2
FIN	0,9	1,7	2,8	3,3
S	3,0	3,8	4,3	4,7
UK	1,8	3,0	4,2	4,6

(1) E, nur Inlandsverkehr.

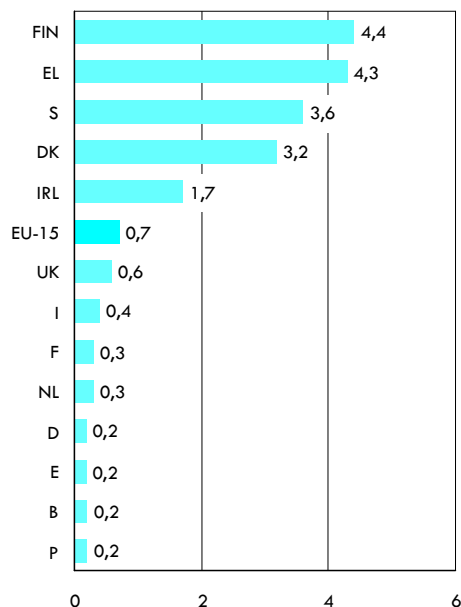
(2) Nur Inlandsverkehr.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Water transport

Den kleinsten Anteil an den wichtigen Verkehrsmitteln hatte in allen Mitgliedstaaten die Schifffahrt, außer Griechenland, wo sie 1998 einen höheren Anteil hatte als die Eisenbahn. Die Personenbeförderung per Schiff verzeichnete in den 80er und 90er Jahren in der EU durchschnittliche jährliche Zuwachsraten von 2,8% bzw. 1,6% (siehe Tabelle 5.29).

Abbildung 5.15: Anteil der Schifffahrt am Gesamten Personenverkehr, 1998 (%) (1)



(1) Anteil am gesamten Personenverkehr, Omnibusse, Eisenbahnen, Straßen-/Stadtbahnen, Fluggesellschaften, Schifffahrt, Pkw und Krafträder; nur Intra-EU-Verkehr; A und L, Wert liegt unter 0,05.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Luftfahrt

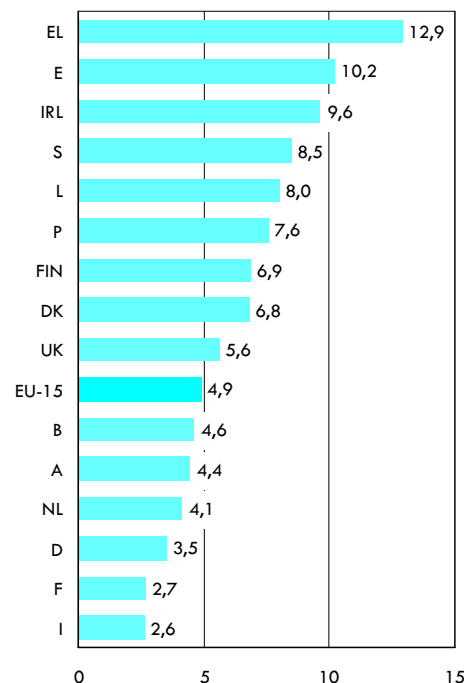
Die innereuropäische Personenbeförderung per Flugzeug nahm in der EU um durchschnittlich jährlich 7,8% in den 80er und 5,5% in den 90er Jahren und damit von 74 Mrd. pkm 1980 auf 240,8 Mrd. pkm 1998 zu (siehe Tabelle 5.30). Wenn die derzeitigen Zuwachsraten anhalten, könnte der Luftverkehr schon bald Eisenbahn und Bus überrunden und zum zweitwichtigsten Personenbeförderungsmittel nach dem Auto werden.

In umseitiger Tabelle 5.31 ist der internationale Luftverkehr nach Abflug- und Zielorten dargestellt. Zu dieser Tabelle ist anzumerken, dass der nationale Flugverkehr ausgeklammert wurde und dass sich die Daten für Italien, Luxemburg, Österreich und Schweden nicht auf Abflug- und Zielort, sondern auf Teilstrecken beziehen²¹.

Tabelle 5.33 (ebenfalls umseitig) zeigt die 2000 am stärksten beflogenen Strecken in der EU nach Städten und Regionen (angegeben ist die Zahl der Flüge und nicht die tatsächliche Personenbeförderungskapazität).

(21) Eine Teilstrecke beginnt mit dem Start des Flugzeugs und endet mit der ersten Landung (welche auch nur ein Zwischenstopp sein kann). Daten zum Abflug- und Zielort beziehen sich auf die Fluggastbeförderung vom Beginn einer Reise bis zum endgültigen Ziel und können aus mehreren Teilstrecken bestehen.

Abbildung 5.16: Anteil der Luftfahrt am Gesamten Personenverkehr, 1998 (%) (1)



(1) Anteil am gesamten Personenverkehr, einschließlich Omnibusse, Eisenbahnen, Straßen-/Stadtbahnen, Fluggesellschaften, Schifffahrt, Pkws und Krafträder; nur Intra-EU-Verkehr.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Tabelle 5.30: Luftfahrt - Entwicklung des Intra-EU- und inländischen Personenflugverkehrs (Mrd. Personenkilometer)

	1990	1995	1996	1997	1998
EU-15	157,3	201,5	208,7	221,9	240,8
B	3,0	3,9	4,1	4,8	5,6
DK	3,5	4,5	5,0	5,3	5,7
D	20,9	28,7	29,4	30,8	33,0
EL	11,9	16,1	15,3	15,2	16,0
E	30,3	40,1	41,8	45,2	49,4
F	18,0	21,2	22,6	23,1	24,1
IRL	2,0	2,8	3,0	3,5	3,9
I	14,4	18,1	19,4	21,3	22,7
L	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5
NL	4,1	5,8	6,2	7,0	7,9
A	2,6	3,7	3,8	4,0	4,3
P	5,3	6,8	7,0	7,3	8,1
FIN	3,7	3,9	4,2	4,6	5,1
S	8,9	9,0	9,5	10,2	11,1
UK	28,4	36,6	36,8	39,1	43,2

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Tabelle 5.31: Luftfahrt - Reiseziele im internationalen Personenflugverkehr, 1999 (Tsd. Fluggäste)

Von	B	DK	D	EL	E	F	IRL	I (1)	L (1)	NL	A (1)	P	FIN	S (1)	UK
Nach EU-15	7 145	5 270	26 565	8 878	32 879	16 004	6 443	11 939	687	10 530	4 169	5 064	2 622	5 709	39 661
B	-	260	870	300	1 638	812	180	856	41	196	159	241	103	245	1 417
DK	264	-	721	319	655	423	94	259	25	302	113	69	215	940	891
D	872	715	-	2 596	9 620	2 677	222	2 165	114	1 249	1 250	903	385	517	4 093
EL	299	324	2 558	-	106	552	35	598	25	661	507	1	161	463	2 622
E	1 466	646	8 936	88	-	2 289	592	1 680	135	1 620	425	616	380	842	11 903
F	821	392	2 435	512	2 326	-	454	2 093	71	881	318	772	128	299	3 918
IRL	93	93	227	34	598	448	-	113	0	206	30	93	14	28	4 491
I	967	272	2 516	677	1 855	2 432	123	-	50	768	311	247	75	188	3 224
L	36	25	108	24	140	64	4	47	-	43	13	45	0	8	113
NL	164	296	1 192	658	1 665	892	202	668	42	-	247	391	132	388	3 385
A	160	108	1 208	501	424	333	31	262	10	247	-	38	39	123	595
P	248	51	988	1	639	824	95	221	50	400	46	-	45	80	1 725
FIN	104	215	384	171	403	146	14	63	0	138	27	30	-	745	333
S	245	976	487	432	865	312	18	122	9	394	121	46	642	-	950
UK	1 406	896	3 934	2 563	11 945	3 800	4 378	2 793	115	3 425	604	1 573	305	842	-
Sonstiges Europa	979	:	7 928	1 540	2 244	2 858	170	1 465	59	2 078	1 466	387	663	1 399	6 589
Nordamerika	799	:	4 180	225	998	3 383	713	1 243	16	2 704	170	277	124	221	10 799
Mittel- & Südamerika	165	:	1 325	1	1 331	846	12	614	0	675	30	257	10	53	1 502
Afrika, Nahost	854	:	3 255	437	644	5 190	40	1 867	31	1 285	488	206	73	108	3 743
Asien, Pazifik	99	:	2 720	99	66	1 688	4	719	0	1 396	332	2	148	139	4 067
Welt, gesamt	10 042	:	45 972	11 181	38 162	29 968	7 380	17 885	794	18 668	6 655	6 193	3 640	7 629	66 645

(1) Teilstreckendaten: Jede Teilstrecke wird als Flugverkehr gerechnet, im Gegensatz zum tatsächlichen Ort des Ein- und Aussteigens von Fluggästen.
 Quelle: Eurostat, Luftverkehr (theme7/aviation)

Tabelle 5.32: Die zwanzig größten Flughäfen in der EU, nach dem internationalen Flugverkehr, 1999

		Gesamtflugverkehr (Mio. Fluggäste) (1)	Anteil der Intra-EU- Flüge (%)	
1	London/Heathrow	UK	54,8	48,6
2	Airport System - Paris (2)	F	44,3	51,6
3	Frankfurt/Main	D	37,1	45,7
4	Amsterdam/Schiphol	NL	36,3	59,8
5	London/Gatwick	UK	27,6	54,1
6	Bruxelles/National	B	20,0	75,0
7	Manchester/Intl	UK	14,7	71,8
8	Palma de Mallorca	E	14,6	98,1
9	Madrid/Barajas	E	14,0	61,9
10	München	D	13,4	68,8
11	Düsseldorf	D	12,0	71,4
12	Dublin	IRL	12,0	91,1
13	Roma/Fiumicino	I	11,5	61,0
14	Milano/Malpensa	I	11,2	53,7
15	Stockholm/Arlanda	S	11,2	83,3
16	Wien/Schwechat	A	10,6	65,3
17	Barcelona	E	8,1	87,4
18	London/Stansted	UK	8,0	95,8
19	Tenerife Sur	E	7,2	97,2
20	Athinai	EL	7,0	67,9

(1) Ankünfte plus Abflüge, ohne Transit.

(2) Charles de Gaulle, Orly und Le Bourget.

Quelle: Eurostat, Luftverkehr (theme7/aviation)

Tabelle 5.33: Stärkstes Flugverkehrsaufkommen, 2000

Von	Nach	Gesamtflüge (Einheiten)	Anteil verspäteter Flüge (%) (1)	Durchschnitts- verspätung je verspätetem Flug (Minuten) (1)	Durchschnitts- verspätung je Flug (Minuten) (1)
Nach Region					
DK, FIN, S, NO	DK, FIN, S, NO	800 098	1,0	20,1	0,2
UK, IRL	UK, IRL	341 466	2,7	16,0	0,4
D (West)	D (West)	287 738	15,3	17,9	2,7
E, P (2)	E, P (2)	271 152	11,4	18,9	2,2
EL, Zypern	EL, Zypern	126 792	17,2	28,2	4,9
I (Süd), Malta	I (Nord)	114 681	15,2	20,7	3,1
I (Nord)	I (Süd), Malta	114 540	13,2	21,5	2,8
UK, IRL	London Airports	110 087	10,2	22,1	2,3
London Airports	UK, IRL	109 998	6,6	16,9	1,1
I (Süd), Malta	I (Süd), Malta	107 190	3,0	22,9	0,7
Nach Stadt					
Barcelona	Madrid/Barajas	21 525	18,5	16,2	3,0
Madrid/Barajas	Barcelona	21 405	25,7	16,8	4,3
Roma/Fiumicino	Milano/Linate	12 728	5,4	17,1	0,9
Milano/Linate	Roma/Fiumicino	12 685	6,2	18,6	1,2
Paris/Orly	Nice	12 451	23,1	20,2	4,7
Nice	Paris/Orly	12 419	12,5	23,6	2,9
Paris/Orly	Toulouse/Blagnac	12 263	7,4	17,3	1,3
Toulouse/Blagnac	Paris/Orly	12 244	12,9	18,2	2,3
Barcelona	Palma de Mallorca	11 728	0,7	34,4	0,2
Palma de Mallorca	Barcelona	11 427	17,0	19,7	3,4

(1) Nur Verspätungen durch das Flugverkehrsflussmanagement (Air traffic flow management, ATFM).

(2) Einschließlich der Kanarischen Inseln.

Quelle: Delays to Air Transport in Europe, Eurocontrol - Central Office für Delay Analysis, 2000

VERBRAUCHSAUSGABEN

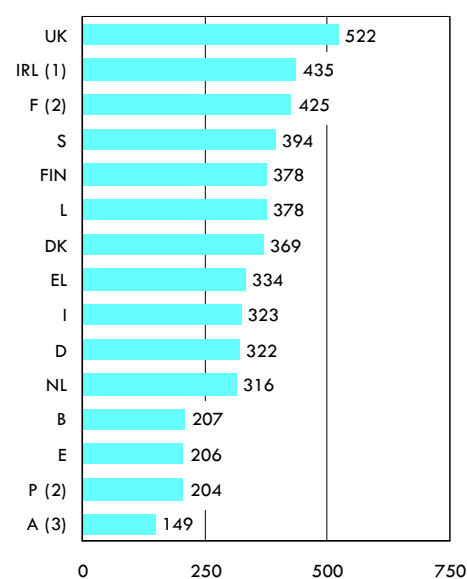
Vom einem methodologischen Standpunkt aus gesehen können Ausgaben für den Verkehr mit ganz unterschiedlichen Aktivitäten verbunden werden, einschließlich dem Tourismus (siehe Seite 235). Ausgaben für Unterkunft und Fahrt lassen sich nicht immer ohne weiteres trennen, vor allem wenn es sich um Pauschalreisen handelt. Oft sind Schätzungen möglich, jedoch nicht für Österreich, wo die Ausgaben für Verkehrsdienstleistungen in die Erhebung über Haushaltsrechnungen (HBS) keine Urlaubsreisen enthält, so dass die durchschnittlichen Ausgaben unterschätzt sind. In Dänemark werden die Daten zur Personenbeförderung per Bahn und per Bus zusammen als kombinierte Personenbeförderung erfasst²².

1999 gaben die europäischen Haushalte zwischen 204 KKS (Portugal) und 435 KKS (Irland) für Verkehrsdienstleistungen aus, mit Ausnahme von Österreich²³ (149 KKS) und dem Vereinigten Königreich (522 KKS), die Werte außerhalb dieser Bandbreite berichteten (siehe Abbildung 5.17). Auf Bus- und Eisenbahnverkehr entfiel in allen Mitgliedstaaten der größte Anteil der Ausgaben. In Belgien, Deutschland, Frankreich, den Niederlanden und Österreich hatten die Ausgaben für die Eisenbahn den größten Anteil²⁴.

(22) Für den gesamten folgenden Abschnitt über Verbrauchsausgaben: F und P, 1994.

(23) Ohne Urlaubsreisen.

(24) DK, I und FIN, nicht verfügbar.

Abbildung 5.17: Verkehrsleistungen
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben,
1999 (KKS je Haushalt)


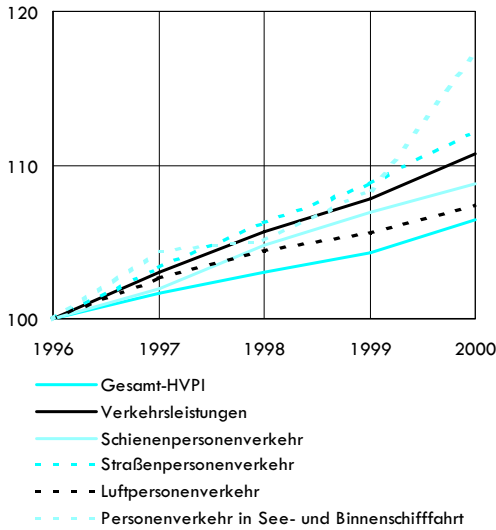
(1) Vorläufig.

(2) 1994.

(3) Ohne Urlaubsreisen.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 5.18: Verkehrsleistungen
Entwicklung der harmonisierten
Verbraucherpreisindizes in der EU (1996=100)



Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

PREISE

Der Anstieg der Beförderungspreise lag zwischen 1996 und 2000 über der Inflation (siehe Abbildungen 5.18 und 5.19). Die Preisniveauindizes veranschaulichen die beträchtlichen Unterschiede zwischen den Personenbeförderungstarifen in den einzelnen Mitgliedstaaten (siehe Tabelle 1.41 auf Seite 43). Diese Differenzen spiegeln ein breites Kostenspektrum und Unterschiede in der Subventionspolitik wider. Generell ist die Personenbeförderung in Nordeuropa teurer als im Süden. Gemessen am EU-Durchschnitt für alle wichtigen Personenbeförderungsmittel verzeichneten 1998 Griechenland und Portugal das niedrigste Preisniveau, während schwedische Verbraucher die höchsten Preise zahlen mussten (43% über dem EU-Durchschnitt). Relativ hoch war das Preisniveau auch im Vereinigten Königreich (18% über dem EU-Durchschnitt), Dänemark (17%) sowie Deutschland und Frankreich (jeweils 14%).

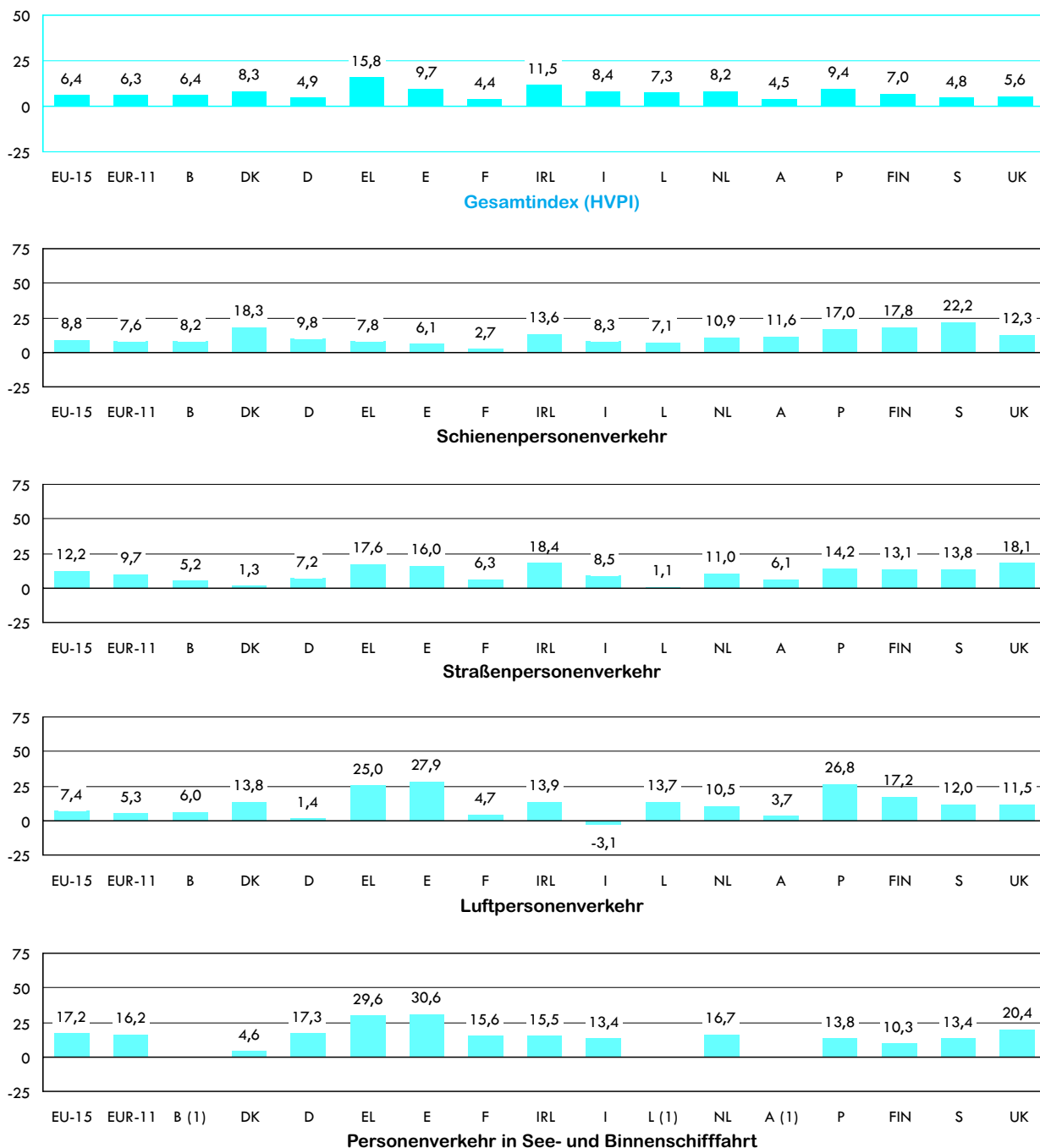
Tabelle 5.34 enthält Tarife für die wichtigsten Verkehrsdienstleistungen für 1997. Es sollte im Hinterkopf behalten werden, dass die Preise für einfache Fahrten gelten und je nach Tageszeit, Wochentag oder Alter der Fahrgäste variieren können. Außerdem sind im Voraus bezahlte Fahrkarten (z. B. Rückfahr-, Streifen- oder Dauerkarten) meist erheblich billiger.

Tabelle 5.34: Durchschnittspreis der
Verkehrsdienstleistungen, 1997 (ECU)

	Stadtbahn oder Bus (1)	Taxi (2)	Eisen- bahn (3)
Durchschnitt	1,45	7,00	19,00
B	1,23	6,20	14,00
DK	2,20	9,40	24,80
D	1,83	9,10	28,10
EL	0,28	2,30	4,30
E	0,78	3,70	9,50
F	1,21	7,50	23,90
IRL	1,29	6,40	23,70
I	0,78	8,90	9,30
L	0,89	8,60	8,00
NL	1,53	9,50	20,10
A	1,34	8,00	21,10
P	0,45	2,80	6,50
FIN	1,54	7,80	17,80
S	1,90	6,90	28,50
UK	1,74	8,30	45,30

(1) Für 10 km oder 10 Haltestellen.
 (2) Für eine Fahrt von 5 km; Preis in den Hauptstädten, außer I (Milano) und D (Berlin).
 (3) 1999 Daten; einfache Fahrkarte zweiter Klasse für eine Fahrt von 200 km; B, Preis basierend auf einer Reise von 150 km; IRL, Durchschnittspreis von 10 verschiedenen Reisen; L, größte Entfernung ist eine Reise von 100 km (4 ECU); S, große Tarifauswahl; UK, 1997; Intercity-Tarife für D (31 ECU), E (12,6 ECU), I (14,6 ECU).
 Quelle: Factsheets (12/99), Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Abbildung 5.19: Verkehrsleistungen
A Absolutes Wachstum der Verbraucherpreise, 1996-2000 (%)



(1) Nicht verfügbar.

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Tabelle 5.35: Durchschnittliche Flugtarife der meistbeflogenen Intra-EU-Strecken, Januar 2000 (€ je Kilometer)

	Verfügbare Kapazität (Sitze pro Woche)	Tarif in der Touristenklasse (1)	Sondertarif (1)
Madrid - Barcelona	126 659	0,19	0,15
London - Dublin	106 634	0,35	0,15
Roma - Milano	97 615	0,32	0,20
London - Amsterdam	97 136	0,54	0,24
London - Paris	86 924	0,64	0,25
Paris - Nice	85 908	0,24	0,14
London - Edinburgh	85 030	0,30	0,13
Paris - Toulouse	82 258	0,25	0,13
London - Glasgow	81 101	0,28	0,13
Paris - Marseille	78 882	0,25	0,13

(1) Gewogener Durchschnitt der veröffentlichten Tarife je Kilometer auf Basis vergleichbarer Leistungen.

Quelle: Annual report on economic and fares data regarding the European Air Travel Industry, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr, 2000

Tabelle 5.36: Allgemeine Zufriedenheit mit Verkehrsdienstleistungen, 2000 (% gefiltert) (1)

	Öffentlicher Personennahverkehr			Eisenbahn zwischen Städten		
	Zufrieden	Unzufrieden	Weiß nicht	Zufrieden	Unzufrieden	Weiß nicht
EU-15	60,2	24,7	9,4	55,2	27,2	10,9
B	60,0	22,6	10,5	41,5	25,4	11,1
DK	77,3	11,7	6,8	75,2	13,0	7,3
D	53,6	30,1	9,7	46,1	34,5	10,5
EL	76,7	17,6	5,3	77,4	13,3	7,9
E	65,3	21,9	7,7	61,3	21,2	10,1
F	62,6	20,0	10,2	58,7	22,1	10,2
IRL	64,2	14,1	12,5	62,7	15,2	13,1
I	53,3	34,2	10,2	46,7	39,9	12,2
L	82,2	7,1	5,9	80,7	7,9	6,6
NL	54,9	31,6	8,9	55,9	29,8	9,6
A	63,2	21,5	8,9	62,8	22,4	9,0
P	56,0	24,7	10,0	56,5	18,1	13,1
FIN	72,2	14,8	8,3	71,1	13,5	9,8
S	72,0	13,9	10,0	64,7	21,3	9,9
UK	63,4	19,6	9,8	57,6	22,1	12,5

(1) Das Umfragesample wurde gefiltert, um jene Befragten auszuschließen, die spontan antworteten, dass sie keinen Zugang zum fraglichen Dienst hätten; die Zahlen ergeben aufgrund der Kategorien „trifft nicht zu“ oder „keine Antwort“ nicht 100%.

Quelle: Eurobarometer 53 (Öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte), Europäische Kommission, 2000

Für die Luftfahrt betragen 2000 innerhalb des EWR die durchschnittlichen Flugpreise €310 in der Touristenklasse und €142 zum Sondertarif (siehe Abbildung 5.20). Auch hier waren die Tarife in Südeuropa durchweg niedriger²⁵ (Touristenklasse €155 und Sondertarif €104) als in Nordeuropa²⁶ (€286 und €126). Transeuropäische Flüge²⁷ (€434 und €184) waren mehr als doppelt so teuer wie Flüge innerhalb Südeuropas und mehr als 50% teurer als Flüge innerhalb Nordeuropas. Um die Tarife für Städteverbindungen vergleichen zu können, wird der Preis pro Kilometer zugrunde gelegt - siehe Tabelle 5.35. Auf den meistbeflogenen Strecken gab es für Madrid-Barcelona für die Touristenklasse (€0,188/km) und Paris-Marseille zum Sondertarif (€0,125/km) die günstigsten Tickets.

Aus der im Frühjahr 2000 durchgeführten Eurobarometer-Umfrage (53) über Produkte öffentlicher Dienstleistungsanbieter geht hervor, dass 40,9% der Europäer die Preise für den öffentlichen innerstädtischen Nahverkehr für unfair oder überhöht hielten. Besonders unzufrieden waren die Befragten in den Niederlanden (58,2%) und Deutschland (55,6%). Viele Europäer (45,9%) bezeichneten die Tarife für den urbanen Nahverkehr als unfair oder überhöht, wobei wiederum die Befragten in den Niederlanden (60,9%) und Deutschland (58,8%) besonders unzufrieden waren.

(25) EL, E, I und P.

(26) B, DK, D, F, IRL, L, NL, A, FIN, S, UK, Island und Norwegen.

(27) Strecken zwischen Nord- und Südeuropa.

QUALITÄT

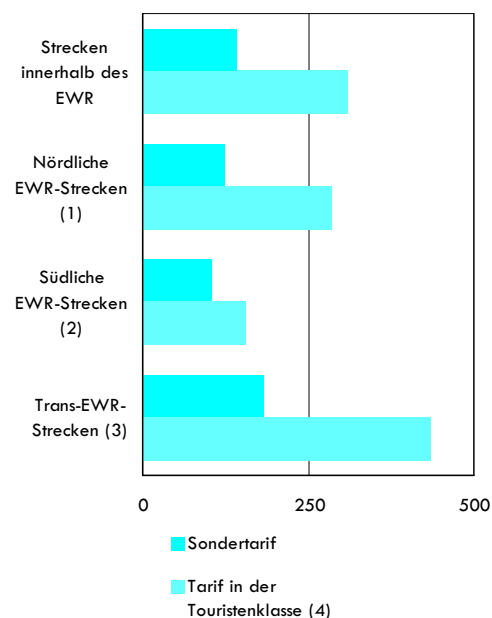
Das Qualitätskonzept kann mit einer Vielzahl von Parametern verbunden werden: Verfügbarkeit, Zugang, Kundeninformation, Zeit (Dauer der Reise, Pünktlichkeit), Kundendienst, Bequemlichkeit, Sicherheit und Umweltschutz. Einige dieser Aspekte wie Zugang, Pünktlichkeit oder Sicherheit können objektiv gemessen werden. Auf sie wird an anderer Stelle in diesem Kapitel eingegangen. Hinzu kommen eher subjektive Einschätzungen, die zur Meinungsbildung der Verbraucher über die allgemeine Qualität der angebotenen Dienstleistungen beitragen. Laut Eurobarometer-Umfrage (53) vom Frühjahr 2000 hielten 24,7% der Europäer die Qualität des öffentlichen innerstädtischen Nahverkehrs und 27,7% die Qualität des urbanen Nahverkehrs für schlecht (siehe Tabelle 5.36). In beiden Fällen äußerten sich die Italiener am kritischsten, gefolgt von Niederländern und Deutschen. Besonders zufrieden waren dagegen die Verbraucher in Luxemburg.

In Bezug auf den urbanen Nahverkehr waren etwa 16,4% der Europäer mit dem Informationsangebot unzufrieden (besonders unzufrieden die Italiener), und 19,4% nannten die Vertragsbedingungen unfair (wiederum die Italiener mit 39,2% besonders unzufrieden).

Im Zusammenhang mit dem öffentlichen innerstädtischen Nahverkehr äußerten sich 14,9% der Europäer mit dem Informationsangebot unzufrieden, angeführt von Niederländern und Italienern mit 24,4% bzw. 23,2%. Fast 18% der Europäer nannten die Vertragsbedingungen unfair. Auch hier waren die Italiener mit 33,9% am unzufriedensten.

55% der europäischen Verbraucher, die sich über den öffentlichen innerstädtischen und den urbanen Nahverkehr beschwert hatten, waren der Meinung, dass ihre Beschwerden nicht zufriedenstellend beantwortet wurden. Das war der höchste Grad an Unzufriedenheit unter den in der Eurobarometer-Umfrage erfassten öffentlichen Dienstleistungsanbietern.

Abbildung 5.20: Durchschnittliche Flugtarife auf Flugstrecken innerhalb des EWR, Januar 2000 (€)



(1) Strecken innerhalb und zwischen B, DK, D, F, IRL, L, NL, A, FIN, S, UK, Island und Norwegen.

(2) Strecken innerhalb und zwischen EL, E, I und P.

(3) Strecken zwischen Nord- und Südeuropa.

(4) Voll flexibler Flugschein der Touristenklasse.

Quelle: Annual report on economic and fares data regarding the European Air Travel Industry, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr, 2000

Verspätungen im Flugverkehr

Von Eurocontrol (European Organisation for the Safety of Air Navigation) veröffentlichte Daten zum Flugverkehr geben Auskunft über Verspätungen durch das Flugverkehrsflussmanagement (Air traffic flow management, ATFM). Im Jahr 2000 gab es auf den Strecken Mailand-London und Madrid-Frankfurt die meisten Verspätungen im europäischen Luftverkehr. Dort kam es auf über zwei Drittel der Flüge durchschnittlich zu mehr als 20 Minuten Verspätung (siehe Tabelle 5.37).

Daten von AEA (Association of European Airlines) bestätigen, dass Mailand und Madrid die beiden Flughäfen mit den längsten Verspätungen waren. Mehr als 36% der innereuropäischen Flüge von Gesellschaften der AEA, die im Jahr 2000 auf diesen beiden Flughäfen starteten, hoben mindestens 15 Minuten später als angekündigt ab. Im Durchschnitt betrug jede Verspätung in Mailand 43 Minuten und in Madrid 38 Minuten.

Tabelle 5.37: Flugverbindungen mit den stärksten Verspätungen, 2000

Von	Nach	Gesamtflüge (Einheiten)	Anteil verspäteter Flüge (%) (1)	Durchschnitts- verspätung je verspätetem Flug (Minuten) (1)	Durchschnitts- verspätung je Flug (Minuten) (1)
Milano/Malpensa	London/Heathrow	3 459	67,9	25,3	17,2
Madrid/Barajas	Frankfurt	3 564	69,3	22,7	15,7
Venezia/Tessera	Paris/CDG	3 209	56,2	25,7	14,5
Dublin	Paris/CDG	3 141	45,0	31,3	14,1
Manchester	Paris/CDG	3 852	40,9	33,4	13,7
Madrid/Barajas	Paris/CDG	5 670	50,1	26,7	13,4
Milano/Malpensa	Paris/CDG	4 455	55,9	23,8	13,3
Düsseldorf	Palma de Mallorca	3 312	54,3	24,1	13,1
Palma de Mallorca	Düsseldorf	3 318	51,7	24,4	12,6
Madrid/Barajas	Amsterdam	3 001	53,1	23,4	12,4
Paris/CDG	Venezia/Tessera	3 182	47,7	23,3	11,1
London/Heathrow	Paris/CDG	9 931	33,7	32,4	10,9
Amsterdam	Zürich	3 669	48,6	22,4	10,9
Bruxelles	Milano/Malpensa	3 017	51,7	20,4	10,6
Birmingham	Paris/CDG	4 002	36,3	29,0	10,5
Frankfurt	Madrid/Barajas	3 574	52,4	20,0	10,5
Zürich	Frankfurt	3 789	52,9	19,7	10,4
London/Heathrow	Milano/Malpensa	3 390	46,2	22,5	10,4
Zürich	Amsterdam	3 720	48,4	21,4	10,4
Düsseldorf	Frankfurt	3 228	50,0	20,5	10,3

(1) Nur Verspätungen durch das Flugverkehrsflussmanagement (Air traffic flow management, ATFM).
Quelle: Delays to Air Transport in Europe, Eurocontrol - Central Office für Delay Analysis, 2000

Die wichtigsten Ursachen dafür lassen sich in fünf Kategorien zusammenfassen (siehe Tabelle 5.38). Am häufigsten verantwortlich sind die Verkehrsmanagement (angemeldete Abflugzeit ist nicht frei) und das Bedingungen auf dem Flughafen²⁸. An zweiter Stelle stehen Verzögerungen in Folge anderer Verspätungen, etwa der verspäteten Landung eines anderen Flugzeugs. Diese Gründe verursachten 2000 etwa 70% der Verspätungen. Bei weniger als einem von zehn verspäteten Flugzeugen lag die Ursache in den Abläufen im Zusammenhang mit der Beladung, der Versorgung oder dem Flugbetrieb, für die im Allgemeinen die Fluggesellschaft oder ihr Handling Agent zuständig sind²⁹. Verspätungen können außerdem durch technische Mängel oder ausnahmsweise durch das Wetter verursacht werden.

(28) Beispielsweise Sicherheits-, Einwanderungs-, Gesundheits- oder Zollkontrollen oder Überlastung des Flughafens.

(29) Beispielsweise Verspätungen beim Einchecken oder Einsteigen, Reinigung des Flugzeugs, Auftanken oder Catering, bei der Fertigstellung des Flugplans oder Boarden der Crew.

Tabelle 5.38: Verspätungsraten bei inhereuropäischen Abflügen, 2000 (%) (1)

Flughafen		Gesamte verspätete Flüge	Flughafen und Flugverkehrs-kontrolle	Folge (späte Ankunft)	Beladung, Abfertigung oder Flugbetrieb	Instandhaltungs- oder Gerätefehler	Wetter	Durchschnitts-erspätung je verspätetem Flug (Min.)
Milano/Malpensa	I	36,6	16,0	12,9	4,7	2,2	0,7	42,7
Madrid	E	36,4	16,6	10,4	6,5	2,7	0,2	38,4
Bruxelles	B	33,3	13,1	14,7	3,0	1,9	0,5	36,3
Barcelona	E	31,5	13,1	13,1	3,2	1,8	0,2	39,5
Paris/CDG	F	31,3	10,3	11,3	7,0	2,1	0,6	42,9
Athinai	EL	30,1	11,4	12,6	3,7	2,1	0,3	41,7
Lisboa	P	29,1	12,9	13,9	1,1	0,9	0,1	41,0
Roma	I	29,1	11,3	10,2	3,4	3,8	0,3	40,0
Amsterdam	NL	28,7	13,4	7,3	5,4	1,9	0,6	37,8
Manchester	UK	26,8	14,4	7,3	2,1	2,5	0,6	39,3
London/Heathrow	UK	25,0	10,5	7,5	3,8	2,1	1,0	40,4
München	D	24,7	10,6	9,4	2,0	2,1	0,6	36,7
Dublin	IRL	23,9	9,6	4,5	3,9	4,0	1,8	47,8
Wien	A	23,2	7,6	9,7	2,2	3,0	0,6	39,2
Milano/Linate	I	20,1	11,3	5,9	1,5	0,8	0,6	42,2
Frankfurt	D	20,0	7,1	8,7	1,7	2,0	0,5	35,0
London/Gatwick	UK	19,2	6,5	6,1	3,5	2,4	0,7	37,0
Paris/Orly	F	19,0	5,7	10,1	1,8	1,0	0,4	43,3
Düsseldorf	D	17,3	8,8	6,1	0,9	1,1	0,3	36,3
København	DK	14,3	3,0	4,2	3,2	3,7	0,2	37,8
Stockholm	S	14,3	4,9	5,0	1,6	2,2	0,6	37,5
Helsinki	FIN	14,0	5,1	3,5	2,3	2,2	0,9	36,7

(1) Die Zahlen beziehen sich nur auf Flüge von zur AEA gehörenden Luftfahrtgesellschaften: Adria, Aer Lingus, Air France, Air Malta, Alitalia, Austrian, British Airways, British Midland, Croatia Airlines, CSA, Cyprus Airways, Finnair, Iberia, Icelandair, JAT, KLM, Lufthansa, Luxair, Malev, Olympic Airways, Sabena, SAS, Spanair, Swissair, TAP, Tarom und Turkish Airlines.

Quelle: AEA Punctuality Data, Association of European Airlines, 2001

Tabelle 5.39: Todesopfer nach Verkehrsmitteln in der EU, 1997

	Todesopfer (Einheiten)	Todesopfer je Milliarde pkm (Einheiten)
Luftfahrtgesellsch. (1)	14	0,04
Omnibusse	173	0,40
Eisenbahnen	139	0,48
Schifffahrt (2)	140	4,40

(1) Durchschnitt 1997–98; Flugzeuge jeder Nationalität über EU-Gebiet.

(2) Schätzungen von Factsheets (02/99), Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Tabelle 5.40: Todesopfer in der Luftfahrt (Personen) (1)

	Welt, gesamt	Weltlinien- verkehr	EU-15 (2)
1970–79	1 621	690	267
1980–89	1 328	495	166
1990–95	1 189	710	42

(1) Nur Düsen- und Turboprop-Flugzeuge; ohne Militär.

(2) Flugzeuge jeder Nationalität über EU-Gebiet.

Quelle: Factsheets (02/99), Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Tabelle 5.41: Todesopfer mit der Eisenbahn (Einheiten) (1)

	1970	1980	1990	1995	1996	1997	1998
Zahl der getöteten Eisenbahnpassagiere	381	318	165	96	93	134	188
Getötete bei Unfällen mit Beteiligung von Eisenbahn	2 044	1 395	987	901	853	787	760
Gesamt	2 425	1 713	1 152	997	946	894	948

(1) Ohne DK, 1996 bis 1998.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

SICHERHEIT

Die Sicherheit der Verkehrsdienstleistungen hat sich in den letzten Jahrzehnten erheblich verbessert. Die Zahl der tödlichen Unfälle ist seit 1970 bei allen Verkehrsträgern sowohl relativ als auch absolut zurückgegangen, und das trotz des gestiegenen Verkehrsaufkommens. Gemessen an der Zahl der getöteten Personen pro Mrd. pkm war das Flugzeug 1997/98 das sicherste Verkehrsmittel, gefolgt von Bussen und Eisenbahn (siehe Tabellen 5.39 bis 5.41).

UMWELT

1998 entfielen auf den Flugverkehr 3,9% des Endenergieverbrauchs in der EU (38,9 Mio. tRÖE) gegenüber 2,5% im Jahr 1985. In diesem Zeitraum blieb der Anteil der Eisenbahn mit 0,8% am gesamten Energieverbrauch stabil, oder 1998 mit 7,53 Mio. tRÖE. Bezogen auf die Zahl der Passagiere ist der Luftverkehr der energieintensivste Verkehrsträger. Das Flugzeug benötigte 161kgRÖE, um eine Person 1 000 Kilometer weit zu befördern, sechsmal mehr als die Eisenbahn (26kgRÖE), und gehörte damit zu den am meisten verschmutzenden Verkehrsmitteln. Der Flugverkehr verursachte 1998 in der EU 3,7% der gesamten Kohlendioxidemissionen, die Eisenbahn dagegen nur 0,3%. Die Emissionen des Straßenverkehrs machten 23,4% aus, worin allerdings sowohl Pkws als auch der Frachtverkehr, Busse und Taxis enthalten sind.

Die Emissionsstandards für den Flugverkehr werden von der Internationalen Zivilluftfahrt-Organisation (ICAO) festgelegt. Wegen der Lärmemissionsnormen müssen in der EU im Jahr 2002 verschiedene vor Oktober 1977 konstruierte Flugzeuge ausgemustert werden (z. B. frühe Modelle der Boeing 737 und der McDonnell Douglas DC-9).

Tabelle 5.42: Verkehr
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben und Struktur der Haushaltsausgaben, 1999

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK
DURCHSCHNITTLICHE VERBRAUCHSAUSGABEN (KKS JE HAUSHALT)															
Kauf von Fahrzeugen (3)	1 295	1 484	1 422	1 008	1 185	1 472	1 976	1 195	3 741	1 101	1 802	1 204	1 690	1 316	1 637
Neue und gebrauchte Fahrzeuge (3)	1 229	1 357	1 330	977	1 153	1 412	1 956	1 135	3 605	978	1 691	1 158	1 591	1 251	1 594
Motorräder	39	76	51	29	26	47	21	53	109	35	62	42	58	30	22
Fahrräder	27	51	41	1	6	14	:	7	28	88	48	4	41	35	22
Kosten für private Verkehrsmittel (4)	1 910	1 457	1 389	1 270	1 147	1 339	1 429	2 200	2 523	1 224	1 855	1 154	1 020	1 185	1 604
Ersatzteile und Zubehör	102	157	131	302	22	113	97	198	415	107	186	143	133	136	147
Kraft- und Schmierstoffe	827	680	719	662	807	806	1 093	1 480	1 035	776	913	577	665	796	1 026
Instandhaltung & Reparatur	416	377	362	177	259	311	168	420	925	227	439	386	133	203	255
Sonstige Dienstleistungen (4)	565	244	177	128	60	109	70	:	148	114	317	47	89	50	176
Verkehrsleistungen (5)	207	369	322	334	206	425	435	323	378	316	149	204	378	394	522
Eisenbahn (5)	83	:	146	9	40	117	49	:	48	207	95	45	:	48	132
Straße (5)	43	42	85	222	115	93	278	:	145	13	36	133	:	66	216
Luft (5)	35	52	59	51	27	8	81	105	172	:	5	23	:	31	106
See- und Binnenschifffahrt (5)	3	49	10	41	2	2	12	19	11	:	1	0	:	36	9
Kombinierte & sonst. Leistungen (5)	42	:	:	11	:	:	:	:	:	96	:	:	:	213	59
STRUKTUR DER AUSGABEN (% der GESAMTEN HAUSHALTS-AUSGABEN)															
Kauf von Fahrzeugen (3)	4,7	6,3	6,1	4,3	5,8	6,6	6,7	4,4	8,7	4,3	6,8	7,4	9,3	6,1	5,9
Neue und gebrauchte Fahrzeuge (3)	4,5	5,8	5,7	4,2	5,7	6,3	6,6	4,2	8,3	3,8	6,4	7,1	8,7	5,8	5,8
Motorräder	0,1	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,3	0,1	0,2	0,3	0,3	0,1	0,1
Fahrräder	0,1	0,2	0,2	0,0	0,0	0,1	:	0,0	0,1	0,3	0,2	0,0	0,2	0,2	0,1
Kosten für private Verkehrsmittel (4)	7,0	6,2	5,9	5,4	5,7	6,0	4,8	8,1	5,8	4,8	7,0	7,1	5,6	5,5	5,8
Ersatzteile und Zubehör	0,4	0,7	0,6	1,3	0,1	0,5	0,3	0,7	1,0	0,4	0,7	0,9	0,7	0,6	0,5
Kraft- und Schmierstoffe	3,0	2,9	3,1	2,8	4,0	3,6	3,7	5,4	2,4	3,0	3,5	3,5	3,7	3,7	3,7
Instandhaltung & Reparatur	1,5	1,6	1,5	0,8	1,3	1,4	0,6	1,5	2,1	0,9	1,7	2,4	0,7	0,9	0,9
Sonstige Dienstleistungen (4)	2,1	1,0	0,8	0,5	0,3	0,5	0,2	:	0,3	0,4	1,2	0,3	0,5	0,2	0,6
Verkehrsleistungen (5)	0,8	1,6	1,4	1,4	1,0	1,9	1,5	1,2	0,9	1,2	0,6	1,2	2,1	1,8	1,9
Eisenbahn (5)	0,3	:	0,6	0,0	0,2	0,5	0,2	:	0,1	0,8	0,4	0,3	:	0,2	0,5
Straße (5)	0,2	0,2	0,4	0,9	0,6	0,4	0,9	:	0,3	0,0	0,1	0,8	:	0,3	0,8
Luft (5)	0,1	0,2	0,3	0,2	0,1	0,0	0,3	0,4	0,4	:	0,0	0,1	:	0,1	0,4
See- und Binnenschifffahrt (5)	0,0	0,2	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	:	0,0	0,0	:	0,2	0,0
Kombinierte & sonst. Leistungen (5)	0,1	:	:	0,0	:	:	:	:	:	0,3	:	:	:	1,0	0,2

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

(3) S, ohne Zinszahlungen für Fahrzeugkredite.

(4) EL, ohne Kraftfahrzeugsteuer.

(5) A, ohne Urlaubsreisen.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 5.43: Verkehr
Struktur der Haushaltsausgaben, 1999 (%)

	B	DK	D	EL (1)	E	F (2)	IRL (3)	I	L	NL	A	P (2)	FIN	S (4)	UK
NACH EINKOMMENSVERTEILUNG (5)															
Niedrigste zwanzig Prozent	9,5	9,1	8,5	7,8	11,7	10,7	:	12,1	13,5	8,5	:	7,1	9,7	8,8	9,3
Zweite Quintilgruppe	12,4	10,2	10,4	8,8	12,3	12,3	:	12,4	15,0	8,2	:	11,1	13,5	13,0	9,4
Dritte Quintilgruppe	12,6	15,1	11,4	10,0	12,2	13,6	:	13,1	14,3	10,1	:	14,7	16,7	11,7	12,9
Vierte Quintilgruppe	11,7	16,4	12,7	11,8	12,7	15,5	:	14,1	15,5	11,8	:	16,3	18,0	15,4	13,8
Höchste zwanzig Prozent	14,4	15,6	17,9	13,5	13,2	17,0	:	15,3	16,9	11,2	:	18,9	20,8	15,4	17,1
NACH ALTER DES HAUSHALTSVORSTANDES															
Unter 30	14,5	17,4	17,0	11,1	13,8	17,2	13,5	17,9	22,9	12,0	14,4	20,1	17,7	11,7	13,4
Zwischen 30 und 44	14,2	13,9	14,8	12,6	14,2	15,0	13,6	15,6	16,3	10,6	16,1	16,7	18,3	13,2	14,7
Zwischen 45 und 59	13,3	15,2	13,9	12,1	13,9	15,9	13,8	15,0	15,1	10,7	15,3	17,5	19,0	15,1	14,5
60 und darüber	7,6	10,6	10,1	8,6	8,5	11,4	10,0	10,4	11,5	8,2	10,4	12,0	11,0	11,5	10,6
NACH HAUSHALTSTYP															
1 Erwachsener ohne abhängige Kinder	9,1	10,2	10,4	8,8	5,2	10,5	8,0	9,1	11,8	8,9	13,0	7,3	10,7	9,3	12,0
2 Erwachsene ohne abhängige Kinder	12,0	15,7	13,9	9,8	10,3	14,5	13,6	12,6	15,8	10,8	14,0	12,9	18,5	14,2	14,0
3+ Erwachsene ohne abhängige Kinder	9,6	20,3	15,8	11,9	13,2	15,6	14,7	14,8	15,9	13,6	14,3	16,3	20,0	23,1	14,9
Alleinerziehender mit abhäng. Kind(ern)	11,0	9,2	10,1	8,3	7,5	14,2	9,4	12,1	14,7	7,7	10,2	11,1	12,4	8,1	6,8
2 Erwachsene mit abhäng. Kind(ern)	14,2	15,1	14,3	12,2	13,3	15,8	13,1	15,4	16,0	10,2	15,3	17,1	19,2	15,6	14,8
3+ Erwachsene mit abhäng. Kind(ern)	15,1	15,1	15,7	11,9	14,6	15,5	14,6	14,9	18,1	16,1	17,4	18,5	24,2	13,4	13,9
NACH SOZIO-ÖKONOMISCHER KATEGORIE DES HAUSHALTSVORSTANDES															
Arbeiter (6)	12,7	17,1	15,3	12,4	14,8	15,8	:	15,2	16,6	11,7	15,7	15,1	19,1	13,2	13,8
Angestellte	14,8	15,4	:	12,4	14,2	15,8	:	:	17,4	11,6	15,9	17,9	19,3	14,4	15,1
Selbständig	13,0	12,5	13,5	12,5	15,6	15,2	:	16,1	14,4	7,1	16,4	17,3	18,7	16,1	16,7
Arbeitslos	8,8	7,3	10,7	8,2	11,3	12,6	:	13,5	12,4	:	13,7	18,6	12,2	9,3	7,0
Alters- & Ruhegeldempfänger	7,7	10,3	:	8,8	9,2	11,6	:	11,3	12,3	9,0	10,6	11,2	10,6	9,3	11,0
Sonstige Nichterwerbspersonen (7)	7,9	9,1	8,1	7,5	7,0	10,4	:	9,3	11,8	7,5	13,6	12,1	12,7	11,6	8,8
NACH URBANISIERUNGSGRAD															
Dicht (>500 Einwohner/km ²)	11,4	13,3	:	:	12,0	:	:	13,2	16,3	:	13,3	15,5	16,4	10,9	13,0
Mittel (100-499 Einwohner/km ²)	13,9	14,5	:	:	12,5	:	:	14,0	14,8	:	14,7	16,6	19,6	13,8	13,7
Dünn (<100 Einwohner/km ²)	14,9	16,2	:	:	13,6	:	:	14,7	15,4	:	15,4	15,0	16,8	14,3	15,3

(1) Ohne Kraftfahrzeugsteuer.

(2) 1994.

(3) Vorläufig.

(4) Ohne Zinszahlungen für Fahrzeugkredite.

(5) FIN, Einkommen ohne zwischenhaushaltlichen Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie von Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.

(6) D, einschließlich Angestellte; I, einschließlich aller Beschäftigten im nichtlandwirtschaftlichen Bereich.

(7) D, einschließlich Alters- und Ruhegeldempfänger.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

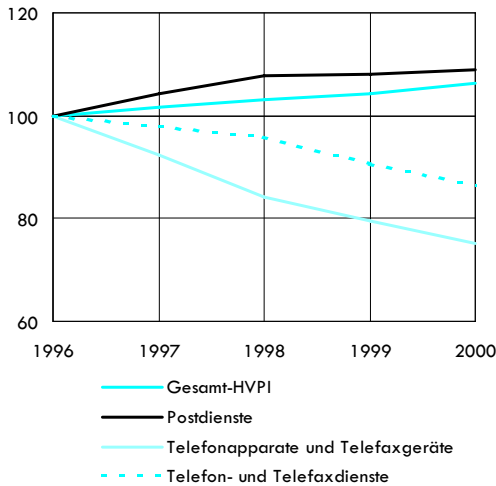


6. Telekommunikationsdienste und Informationsgesellschaft



6 TELEKOMMUNIKATIONSDIENSTE UND INFORMATIONSGESELLSCHAFT

Abbildung 6.1: Nachrichtenübermittlung
Entwicklung der harmonisierten Verbraucherpreisindizes in der EU (1996=100)



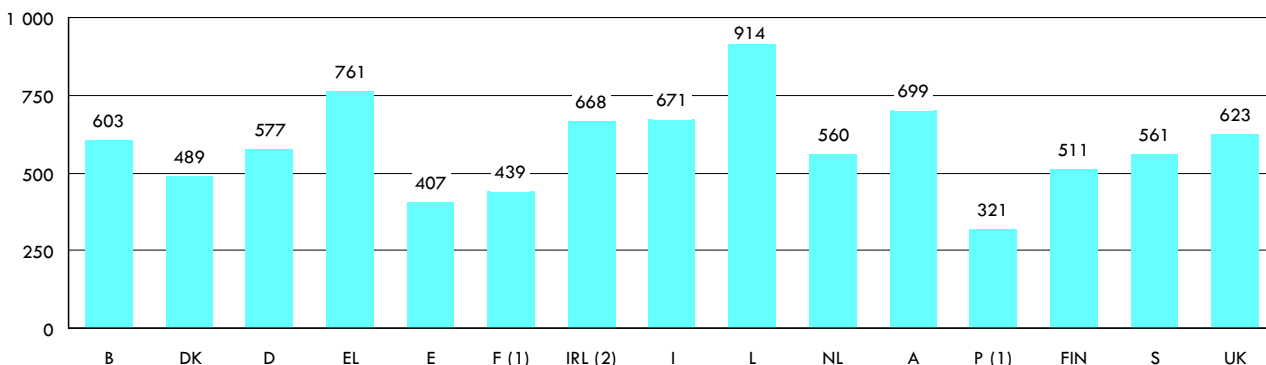
Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Die in diesem Kapitel behandelten Dienste werden in drei Bereiche gegliedert: Postdienste, Telefonapparate und Telefaxgeräte sowie Telefon- und Telefaxdienste (einschließlich Internet-Anschlussdienste). Telekommunikation ist zum Dreh- und Angelpunkt der im Entstehen begriffenen Informationsgesellschaft geworden. Was einmal ein behäbiger, von staatlichen Monopolisten dominierter Sektor war, hat sich innerhalb kurzer Zeit zu einem in hohem Maße wettbewerbsfähigen High-Tech-Sektor gemauert. Es ist noch nicht lange her, dass die Verbraucher zur Deckung ihres Telekommunikationsbedarfs auf Post- und Fernmeldemonopole angewiesen waren. Heute ist der Telekommunikationssektor liberalisiert, sind Mobiltelefone weit verbreitet und können die Verbraucher zwischen einer ständig wachsenden Anzahl verschiedener Diensteanbieter wählen. Allerdings wird aus mehreren Eurobarometer-Umfragen auch deutlich, dass seitens der Verbraucher ein gewisses Maß an Unzufriedenheit mit der Bereitstellung dieser Dienste bleibt.

Die europäischen Haushalte gaben 1999 zwischen 321 KKS (Portugal) und 914 KKS (Luxemburg) für Kommunikation aus, wobei die meisten Länder in den Bereich 500 KKS bis 700 KKS fielen (siehe Abbildung 6.2). Dies entsprach einem Anteil zwischen 2,0% und 2,5% an den gesamten Haushaltsausgaben, welcher weitestgehend den Telekommunikationsdiensten zugute kam. Im Gegensatz dazu sorgten Postdienste und Telekommunikationsausrüstungen nur für geringe Anteile an den gesamten Haushaltsausgaben, etwa 0,1%.

Die aggregierten Preisdaten für den Telekommunikationssektor für 1998 (Postdienste, Telefon- und Telefaxdienste und zugehörige Apparate und Geräte) zeigen, dass die Preise in Österreich um 40% und in Belgien um 34% über dem EU-Durchschnitt lagen (siehe Tabelle 1.41 auf Seite 43). Das niedrigste Preisniveau hatte Luxemburg (81% des EU-Durchschnitts), gefolgt von Griechenland (83%). Auch die relativen Preisniveaus der drei nordischen Mitgliedstaaten lagen jeweils unter dem EU-Durchschnitt. Zwischen 1996 und 2000 sanken in der EU die Preise für Telekommunikationsausrüstungen (24,9%) und -dienste (13,6%). Der Preis für Postdienste stieg dagegen um 9,0%, was oberhalb des durchschnittlichen Preisanstiegs für alle Produkte (6,4%) lag.

Abbildung 6.2: Nachrichtenübermittlung
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS je Haushalt)

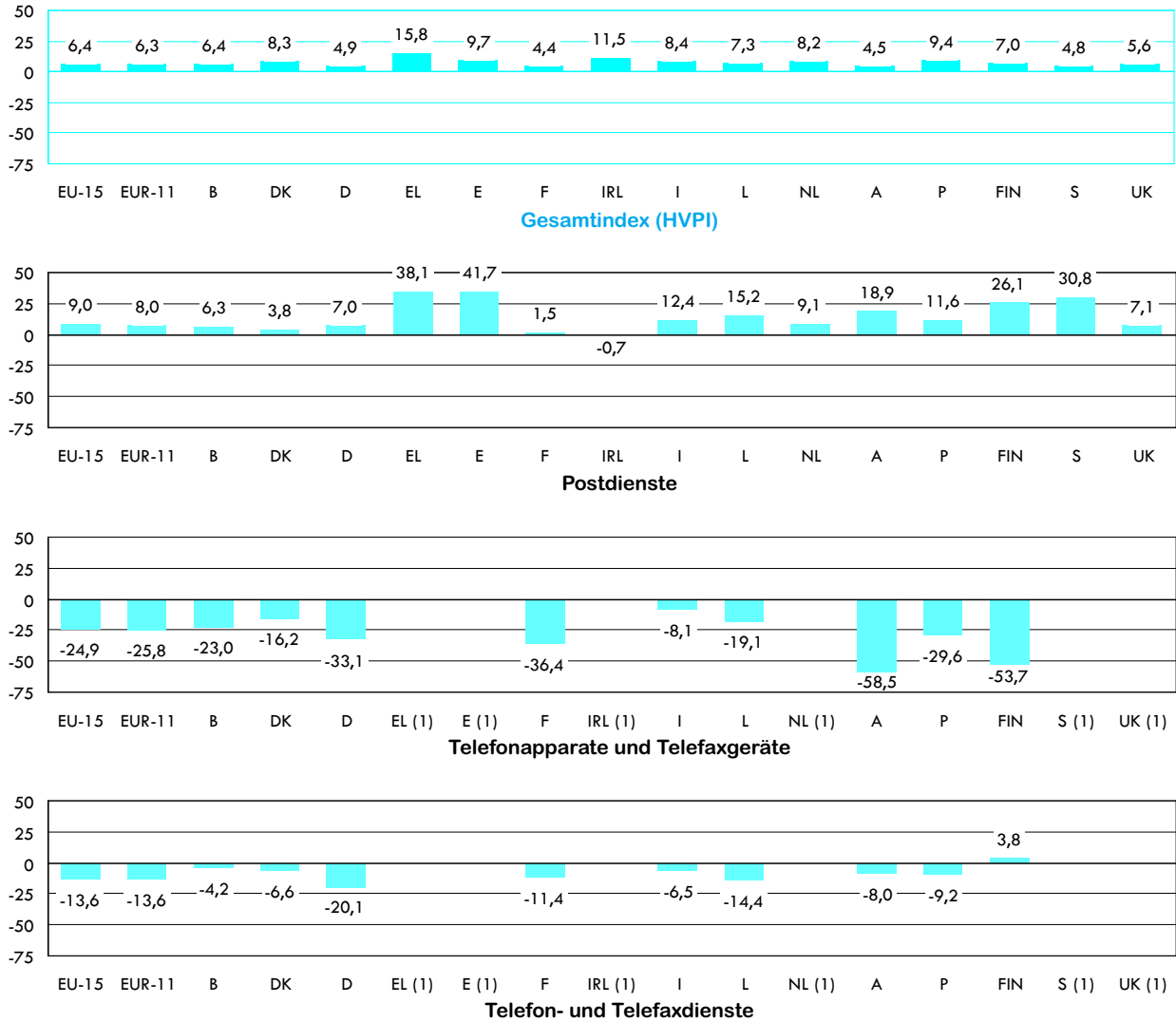


(1) 1994.

(2) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 6.3: Nachrichtenübermittlung
Absolutes Wachstum der Verbraucherpreise, 1996-2000 (%)



(1) Nicht verfügbar.

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Tabelle 6.1: Postdienste - Zugang zum Netz, 1999 (Einheiten)

	Ortsfeste Postämter (1)	Durchschnittliche Einwohnerzahl je ortsfestes Postamt (1)	Briefkästen (2)	Automaten für Postwertzeichen (3)
B	1 637	6 206	20 317	155
DK	1 144	4 650	10 289	0
D	14 000	5 864	140 000	11 000
EL	1 620	6 562	13 025	43
E	3 994	9 870	37 490	5 578
F	16 930	3 491	150 373	5 000
IRL	1 913	1 960	6 300	184
I	15 079	3 803	80 033	:
L	157	2 739	1 181	115
NL	2 361	6 696	19 599	86
A	2 436	3 358	24 000	1 300
P	3 774	2 639	18 698	515
FIN	1 523	3 395	10 000	118
S	1 720	5 140	36 676	:
UK	18 341	3 203	112 000	2 000

(1) B und S, 1996.

(2) EL, 1998; S, 1996.

(3) F und A, 1998; DK, 1997; D, 1996; FIN, 1995.

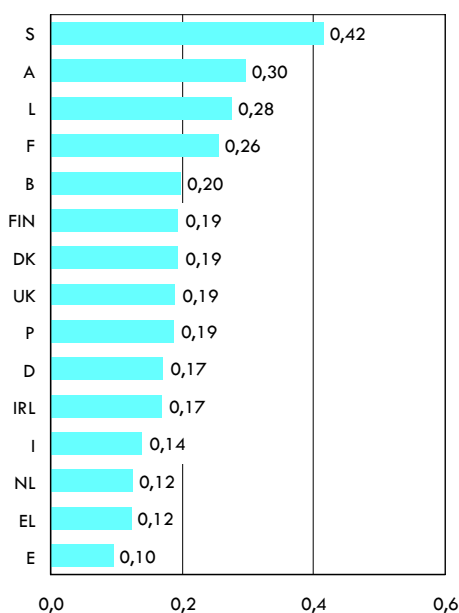
Quelle: UPU (Universal Postal Union)

6.1 POSTDIENSTE

Die Postdienste waren der erste Kommunikationsdienst, der den Verbrauchern zur Verfügung gestellt wurde. Durch ihn konnten sie mit Verwandten, Firmen und Verwaltungen mittels Briefen, Postkarten oder Päckchen in Verbindung bleiben. Mit der Weiterentwicklung der Technologie entstanden den Postdiensten nach und nach Wettbewerber in Gestalt neuer Kommunikationsformen, zunächst ausschließlich mittels Telefon und Telex, später aber auch mit Faxgeräten und jetzt mit elektronischer Post und dem Internet.

NETZZUGANG

Der Zugang der Verbraucher zu den Postdiensten hängt in hohem Maße von der Existenz ortsfester, für die Öffentlichkeit regelmäßig geöffneter Poststellen ab, von denen es in der EU im Jahre 1999 rund 86 600 gab (siehe Tabelle 6.1). Ihre Anzahl ist im Verlauf der letzten zehn Jahre zurückgegangen, was sich als schädlich für die Verbraucherinteressen erweisen könnte, insbesondere in abgelegenen Gebieten. Jede reguläre Poststelle in der EU bediente 1999 durchschnittlich 4 300 Personen, wobei die Spannweite von einer Poststelle pro 2 000 Einwohner in Irland bis zu annähernd einer pro 10 000 Einwohner in Spanien reichte. Die Verbraucher werfen ihre Briefe in einen der 680 000 Briefkästen, die es überall in der EU gibt, wobei statistisch gesehen ein Briefkasten auf jeweils 551 Personen entfällt (siehe Abbildung 6.4).

Abbildung 6.4: Zahl der Briefkästen je 100 Einwohner, 1999 (Einheiten) (1)

(1) EL, 1998; S, 1996; F und UK, Zahl der Einwohner, 1998.

Quelle: UPU (Universal Postal Union) und Eurostat, Regionalstatistiken (theme1/regio)

VERBRAUCH

Im Jahre 1999 wurden von den europäischen Postdiensten annähernd 105 Milliarden Briefsendungen befördert. In dieser Zahl sind Briefe, Postkarten, Drucksachen und Päckchen, nicht jedoch Pakete und Zeitungen, enthalten. Die meisten dieser Sendungen waren an inländische Empfänger adressiert. So entfielen 94% des gesamten Postaufkommens (Summe aus Inlandsverkehr sowie ein- und abgehendem internationalen Postverkehr) auf den Inlandsverkehr. Der größte Teil des in Europa zirkulierenden Postverkehrs kommt aus der Wirtschaft. Allgemeinen Schätzungen zufolge stammt nur ein Zehntel aller in der EU aufgegebenen Postsendungen von privaten Haushalten, während umgekehrt zwei Drittel aller Sendungen an private Haushalte gerichtet sind¹.

(1) Post 2005, Weltpostverein, 1997.

Wenn man den Postverkehr mit demografischen Daten verknüpft, entfielen 1999 auf jeden Einwohner 279 versandte (und hoffentlich am Bestimmungsort angekommene) Briefsendungen, wobei die Spannweite von 47,7 Sendungen in Griechenland bis fast 500 in Schweden reichte (siehe Tabelle 6.2). An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass sich diese Zahlen auf die Anzahl der Briefsendungen beziehen, die von dem jeweiligen nationalen Postdienst als Inlandspost oder als abgehende internationale Post befördert wurden, und dass dort nicht zwischen privater und Geschäfts-post unterschieden wird.

VERBRAUCHSAUSGABEN

Postdienste sind weit davon entfernt, zu den wichtigsten Posten des Budgets der privaten Haushalte zu zählen. Wie den Zahlen der jüngsten Erhebung über Haushaltsrechnungen zu entnehmen ist, wurden die höchsten durchschnittlichen Verbrauchsausgaben pro Haushalt für Postdienste im Jahre 1999² in Deutschland (64 KKS) registriert, mit großem Abstand gefolgt vom Vereinigten Königreich (42 KKS). Am anderen Ende der Skala meldeten Portugal (2 KKS), Griechenland und Spanien (jeweils 5 KKS) die niedrigsten Werte (siehe Abbildung 6.5).

(2) Für den folgenden Abschnitt über Verbrauchsausgaben: F und P, 1994.

Tabelle 6.2: Postverkehr, 1999

	Zahl der aufgegebenen Briefsendungen je Einwohner (Einheiten) (1)	Zahl der von den Postdiensten bearbeiteten Briefsendungen (Mio.)		
		Inlandsdienst (2)	Auslandsdienst, Versand (3)	Auslandsdienst, Empfang (3)
B	344	3 533	194	200
DK	335	1 622	130	78
D	249	21 000	403	702
EL	48	433	74	:
E	120	4 570	141	157
F	443	25 591	576	476
IRL	176	580	81	126
I	104	5 822	154	217
L	336	106	38	26
NL	:	6 769	:	299
A	372	2 868	120	135
P	123	1 161	61	43
FIN	345	1 743	38	63
S	499	4 360	86	125
UK	325	18 090	987	536

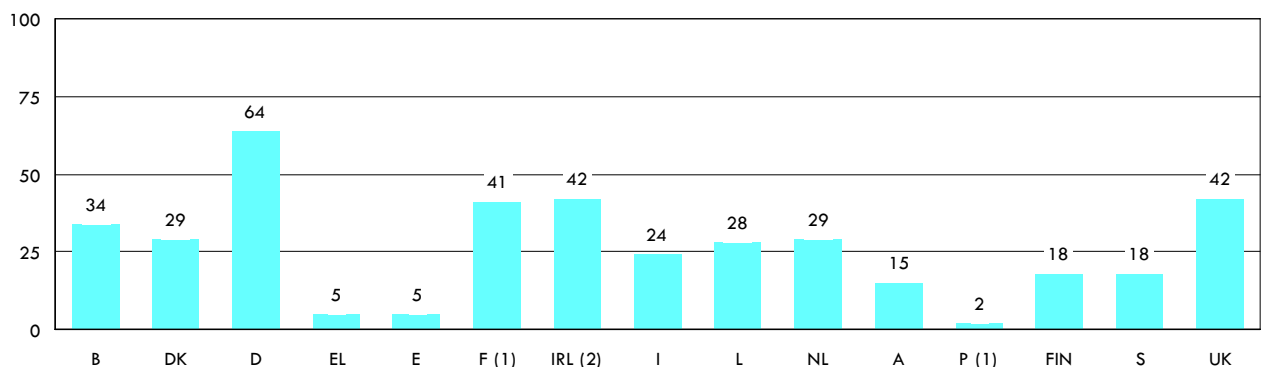
(1) B, 1998; D und A, 1997; S, 1996; DK, 1995.

(2) A, 1997; S, 1996.

(3) B, 1998; D, 1997; S, 1996; DK, 1995.

Quelle: UPU (Universal Postal Union)

Abbildung 6.5: Postdienste
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS je Haushalt)



(1) 1994.

(2) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 6.3: Preis von Postwertzeichen für einen Brief in der EU, 2001 (€)

	National (1)	EU-15 (2)	Rest der Welt (3)
B	0,42	0,52	0,84
DK	0,50	0,60	0,74
D	0,56	0,56	1,53
EL	:	:	:
E	0,24	0,45	0,72
F	0,46	0,46	0,79
IRL (4)	0,38	0,41	0,57
I	0,41	0,62	0,77
L	0,45	0,52	0,74
NL	0,36	0,50	0,73
A	0,51	0,51	1,09
P (4)	0,26	0,52	0,70
FIN	0,61	0,61	0,61
S (4)	0,59	0,83	0,95
UK	0,44	0,59	1,07

(1) Normalsendung, Standardbrief mit weniger als 20 g.
 (2) Vorrangssendung, Standardbrief mit weniger als 20 g.
 (3) Höchstpreis für Vorrangsluftpostsendung, Standardbrief mit weniger als 20 g.
 (4) Spezialtarife für Sendungen in Nachbarländer.
 Quelle: INFORMA

Tabelle 6.4: Indikatoren der Postzustellung, 1999 (1)

	Prozentsatz der Bevölkerung mit Heim- zustellung	Durchschnitts- zahl täglicher Postzustel- lungen in städtischen Gebieten	Durchschnitts- zahl wöchent- licher Postzu- stellungen in ländlichen Gebieten
B	100,0	1	5,0
DK	100,0	1	6,0
D	100,0	1	6,0
EL	100,0	1	4,6
E	99,5	1	6,0
F	100,0	1	6,0
IRL	100,0	1	5,0
I	99,0	1	6,0
L	100,0	1	5,0
NL	100,0	1	6,0
A	99,0	1	5,0
P	99,2	1	5,0
FIN	90,0	1	5,0
S	99,0	1	5,0
UK	100,0	2	6,0

(1) B, zwei Zustellungen je Arbeitstag in Brussels, Antwerp, Charleroi, Ghent und Liège; F, zwei Zustellungen je Arbeitstag in Paris; FIN, 1998; S, 1996.
 Quelle: UPU (Universal Postal Union)

PREISE

Für den Versand eines Standardbriefes per normaler Post an einen inländischen Empfänger mussten die Kunden in der EU diesen im Jahre 2001 mit Postwertzeichen im Gegenwert von €0,44 frankieren. Für Briefe in ein anderes EU-Land als Vorrangssendung wurden weitere €0,11 fällig. Aus Tabelle 6.3 geht jedoch hervor, dass die Portogebühren zwischen den einzelnen EU-Mitgliedstaaten erhebliche Unterschiede aufweisen, häufig bis zu einem Faktor 2. Die niedrigsten Inlandstarife hatten Spanien und Portugal mit €0,24 bzw. €0,26 pro Sendung, die höchsten Schweden (€0,59) und Finnland (€0,61). Für den grenzüberschreitenden Intra-EU-Verkehr hatte Schweden mit €0,83 - mehr als das Doppelte des irischen Tarifs (€0,41) - den höchsten Satz.

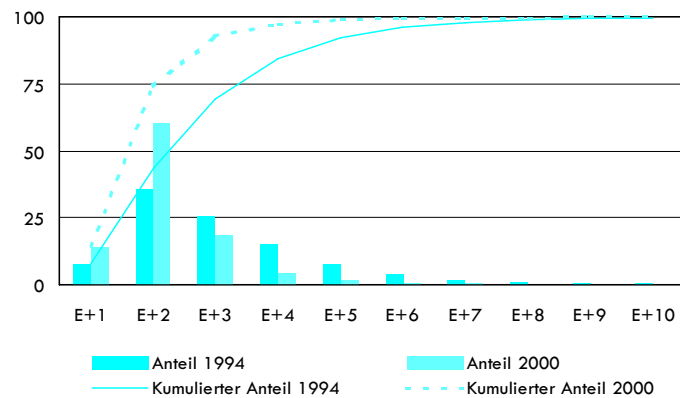
Die Eurobarometer-Umfrage (53) vom Frühjahr 2000 über öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte hält fest, dass sich 29% der Europäer unzufrieden über die Preise der Postdienste geäußert haben. Dabei war die Unzufriedenheit am verbreitetsten in Deutschland (49,7%), Schweden (43,5%), Österreich (35,8%), Italien (33,9%) und Finnland (32,4%), am geringsten dagegen in Griechenland (11,3%), im Vereinigten Königreich (10,1%) und in Irland (5,6%).

QUALITÄT

Praktisch jedermann in der EU erhielt seine Postsendungen 1999 ins Haus geliefert (siehe Tabelle 6.4). In den städtischen Gebieten gab es mindestens eine Zustellung pro Tag (einschließlich der Samstage) und kaum weniger auf dem Land.

Was die Laufzeiten anbelangt, so setzt die geltende Post-Richtlinie (97/67/EG) Qualitätsziele für den grenzüberschreitenden Postverkehr, die zum Nutzen der Verbraucher einzuhalten sind: 85%ige Zustellung innerhalb von drei und 98%ige Zustellung innerhalb von fünf Tagen. Nach Angaben der International Post Corporation werden diese Leistungsvorgaben gegenwärtig von den Postbetreibern mehr als erreicht (siehe Abbildung 6.6 und Tabelle 6.5). Die Organisation stellt fest, dass im Jahre 2000 etwa 92,5% der Vorrangpostsendungen im grenzüberschreitenden Verkehr innerhalb von drei Tagen nach Aufgabe zugestellt waren (1994: 69,1%). Die durchschnittliche Laufzeit für grenzüberschreitende Postsendungen verbesserte sich von 3,1 Arbeitstagen im Jahre 1994 auf 2,3 Arbeitstage im Jahre 2000.

Abbildung 6.6: Zustellungstage von internationalen Erste-Klasse-Sendungen in der EU (%-Anteil der ankommenden Sendungen) (1)



(1) „D“ steht für den Einlieferungstag und „+ X“ drückt die notwendige Anzahl der Tage für Sammlung, Transport und Verteilung zum Empfänger aus; die statistische Genauigkeit bewegt sich zwischen 1% und 5% innerhalb eines Vertrauensniveaus von 95%; die Berechnung basiert auf einer Fünftagearbeitswoche - welche Samstag und Sonntag sowie nationale Feiertage im Empfängerland ausschließt; in den folgenden Ländern gibt es Samstagszustellung, DK, F, D, I, NL und UK.
 Quelle: UNEX - Unipost External Monitoring System, International Post Corporation, 2001

Tabelle 6.5: Durchschnittszahl der Zustellungstage für Intra-EU-Sendungen, 2000 (Einheiten) (1)

	Ziel	B	DK	D	EL	E	F	IRL	I	L	NL	A	P	FIN	S	UK
Herkunft B	-	2,2	2,1	3,9	2,5	2,3	2,5	2,5	1,7	2,2	2,3	2,2	2,5	2,3	2,2	
DK	2,1	-	2,0	3,6	2,4	2,3	2,2	2,3	2,0	2,1	2,2	2,2	2,2	1,9	2,1	
D	2,1	2,0	-	3,6	2,6	2,2	2,2	2,3	1,9	2,0	2,1	2,1	2,2	2,1	2,2	
EL	2,8	2,5	2,5	-	3,5	2,7	3,2	3,0	2,8	2,6	2,7	2,6	3,3	2,7	2,8	
E	2,4	2,3	2,4	4,1	-	2,5	2,7	2,8	2,8	2,4	2,8	2,3	3,0	2,5	2,4	
F	2,2	2,1	2,0	3,7	2,4	-	2,4	2,4	1,9	2,1	2,5	2,2	2,6	2,2	2,2	
IRL	2,3	2,2	2,2	3,9	2,9	2,3	-	2,5	2,3	2,2	2,9	2,5	2,6	2,4	2,1	
I	2,3	2,3	2,2	3,8	2,6	2,4	2,7	-	2,6	2,3	2,5	2,5	2,9	2,5	2,3	
L	2,1	2,1	2,0	4,1	2,5	2,2	2,4	2,5	-	2,1	2,2	2,2	2,6	2,2	2,1	
NL	2,2	2,1	2,3	3,6	2,5	2,5	2,3	2,7	2,2	-	2,2	2,2	2,3	2,1	2,3	
A	2,2	2,1	2,0	3,8	2,7	2,3	3,0	2,4	2,1	2,2	-	2,5	2,5	2,2	2,2	
P	2,2	2,1	2,2	4,3	2,4	2,3	2,8	2,6	2,4	2,1	2,9	-	2,6	2,1	2,2	
FIN	2,2	2,0	2,1	3,9	3,1	2,4	2,5	2,7	2,4	2,1	2,2	2,5	-	1,9	2,2	
S	2,2	2,0	2,2	3,7	2,5	2,3	2,4	2,6	2,2	2,2	2,2	2,4	2,1	-	2,2	
UK	2,3	2,1	2,2	3,9	2,6	2,4	2,1	2,5	2,2	2,4	2,5	2,4	2,4	2,3	-	

(1) Die Berechnung basiert auf einer Fünftagearbeitswoche - welche Samstag und Sonntag sowie nationale Feiertage im Empfängerland ausschließt; in den folgenden Ländern gibt es Samstagszustellung, DK, F, D, I, NL und UK.

Quelle: UNEX - Unipost External Monitoring System, International Post Corporation, 2001

Ganz allgemein äußerten sich in der Eurobarometer-Umfrage (53) über öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte vom Frühjahr 2000 etwa 17,7% der befragten Europäer unzufrieden mit der Qualität der Postdienste. Dabei waren die Italiener am kritischsten (29,8%), gefolgt von den Deutschen (24,3%) und den Schweden (19,6%). Am anderen Ende der Skala befinden sich die Iren, von denen sich nur 3,3% unzufrieden äußerten, und die Briten (5,2%) (siehe Tabelle 6.6).

Die von den Postdiensten bereitgestellten Informationen wurden von 78,6% der Europäer als klar verständlich eingeschätzt. Dennoch gab es Unzufriedenheit mit der Informationspolitik, vor allem in Italien (23,5%), aber auch in Deutschland (13,8%) und Finnland (12,9%). Die allgemeinen Geschäftsbedingungen der Postdienste wurden von 68,0% der Europäer als fair bezeichnet, während die größte Unzufriedenheit wiederum aus Italien (30,0%) gemeldet wurde, gefolgt von Österreich (16,9%) und Spanien (16,4%). Der Anteil der Verbraucher, die im Laufe der letzten 12 Monate vor der Erhebung eine Beschwerde eingereicht hatten, war am höchsten in Finnland (8,6%), Schweden (7,4%) und den Niederlanden (6,9%), verglichen mit einem EU-Durchschnitt von 3,4%. Die Behandlung von Beschwerden war am zufriedenstellendsten in Irland, Finnland, Schweden und dem Vereinigten Königreich. Alle oben angegebenen Daten basieren auf Antworten solcher Befragten, die die Postdienste tatsächlich nutzen. Mit anderen Worten: Nicht-Nutzer der Postdienste wurden aus den Ergebnissen herausgefiltert.

Tabelle 6.6: Allgemeine Zufriedenheit mit Postdiensten, 2000 (%; gefiltert) (1)

	Zufrieden	Unzufrieden	Weiß nicht
EU-15	73,9	17,7	6,1
B	78,1	14,2	5,8
DK	86,8	9,4	2,9
D	64,9	24,3	7,1
EL	85,2	9,2	5,3
E	71,6	16,6	8,3
F	78,1	16,8	4,2
IRL	85,2	3,3	6,6
I	63,0	29,8	7,0
L	85,4	8,2	4,0
NL	85,8	8,4	4,7
A	74,1	18,7	5,8
P	73,8	12,9	6,9
FIN	77,4	17,4	4,3
S	69,9	19,6	7,2
UK	86,4	5,2	4,9

(1) Das Umfragesample wurde gefiltert, um jene Befragten auszuschließen, die spontan antworteten, dass sie keinen Zugang zum fraglichen Dienst hätten. Die Zahlen ergeben aufgrund der Kategorien „trifft nicht zu“ oder „keine Antwort“ nicht 100%. Quelle: Eurobarometer 53 (Öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte), Europäische Kommission, 2000

6.2 NACHRICHTENÜBERMITTLUNG

Bis in die 80er Jahre gruppierten sich die meisten Telekommunikationsmärkte um die unter staatlicher Regie geführten und aus rechtlicher wie ökonomischer Sicht mit einem Monopol ausgestatteten Unternehmen. Nach den ersten Liberalisierungsmaßnahmen zu Beginn der 80er Jahre - diese berührten zunächst Mehrwertdienste und gewerbliche Nutzer - hat sich der Liberalisierungsprozess in diesem Sektor in den 90er Jahren beschleunigt. Seit Januar 1998 sind die Telekommunikationsdienste in den meisten EU-Ländern liberalisiert.

Tabelle 6.7: Haushaltsbesitz von Telekommunikationsgeräten in der EU, 1999 (%)

	Nur Festnetz	Nur Mobilnetz	Beide	Gesamt
EU-15	53	4	39	96
Urbanisierung (1)				
Hauptstädtisch	52	4	41	97
Städtisch	50	4	41	95
Ländlich	57	4	34	95
Einkommen (2)				
Hoch	35	2	62	99
Mittelhoch	50	3	46	99
Mittelniedrig	58	5	32	95
Niedrig	63	6	18	87
Haushaltsgröße (3)				
Ein	69	6	15	90
Zwei	63	3	29	95
Drei	45	4	48	97
Vier+	41	4	53	98

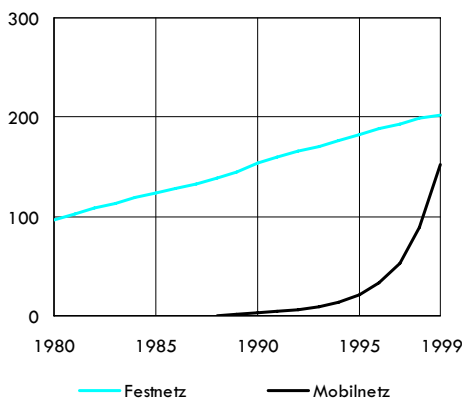
(1) Hauptstädtisch: Hauptballungsgebiete, welche zumindest die Hauptstadt einschließen; städtisch: kleinere Städte und Ballungsgebiete; ländlich: kleinste Ortschaften.
 (2) Qualifikationen (hoch, mittelhoch, mittelniedrig und niedrig) etabliert auf nationalem Niveau.
 (3) Zahl der Personen, die unter demselben Dach leben, als Indikator für den theoretischen Kommunikationsbedarf des Haushalts.
 Quelle: The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, Europäische Kommission, April 2000

AUSSTATTUNG UND NETZZUGANG

Telekommunikationsanschlüsse sind inzwischen praktisch in allen Haushalten in der EU vorhanden. Ihre Durchdringungsrate wurde 1999 auf 96% geschätzt (Spannbreite: von 81% in Portugal bis 99% in Luxemburg und Schweden). Etwa 53% der Haushalte verfügten nur über einen Festnetzanschluss, 39% hatten ein Handy und einen Festnetzanschluss und 4% nur ein Handy.

Eine Aufschlüsselung dieser Ergebnisse nach Einkommenskriterien zeigt, dass es einen klaren Zusammenhang zwischen dem Einkommen und der Nutzung dieser Geräte gibt. Dies gilt insbesondere für zweifach ausgestattete Haushalte: nach dem Stand von 1999 hatten 62% der einkommensstarken Haushalte sowohl einen festen als auch einen mobilen Telefonanschluss, während der entsprechende Anteil bei den einkommensschwachen Haushalten bei nur 18% lag (siehe Tabelle 6.7). Eine Aufschlüsselung nach sozio-ökonomischen Kriterien ließ auch einen Zusammenhang zwischen der Ausstattung und der Größe der Haushalte - und auf diese Weise den größeren Kommunikationsbedarf großer Familien/ Haushaltseinheiten - erkennen. Der Urbanisationsgrad dagegen schien kein Unterscheidungskriterium zu sein, es sei denn für Haushalte mit Festnetzanschluss plus Mobiltelefon, deren Anteil an der Gesamtzahl der Haushalte in ländlichen Gebieten bei 34% und in städtischen bzw. großstädtischen Gebieten bei 41% lag.

Abbildung 6.7: Entwicklung der Telefonteilnehmer im Fest- und Mobilfunknetz in der EU (Mio.)



Quelle: Eurostat, Kommunikation (theme4/coins)

Festnetzanschlüsse

Bei der Analyse der Daten zu den Netzdimensionen ist zu beachten, dass es schwierig sein kann, zwischen einer privaten und einer gewerblichen Nutzung des Telefons zu unterscheiden. Zur Orientierung sei auf die Eurostat-Datenbank COINS hingewiesen, nach der drei Viertel der Telefon-Hauptanschlüsse im Wohnbereich - im Unterschied zum gewerblichen Bereich - liegen (von 65% in Luxemburg [1997] bis 83% in Deutschland [1993]).

Die Anzahl der Festnetzteilnehmer in der EU hat sich in den letzten 20 Jahren mit einem Anstieg von 96,6 Millionen (1980) auf 202,7 Millionen (1999) mehr als verdoppelt (siehe Abbildung 6.7). Mit einer jährlichen Zunahme um durchschnittlich 5,6 Millionen Teilnehmer war das Wachstum während dieses Zeitraums recht stabil. Die schnellste Erweiterung des Netzes erfolgte in Portugal (Anzahl der Teilnehmer über den genannten Zeitraum auf fast das 4,2fache angestiegen) und Irland (auf das 3,6fache). Die nordischen Länder, die bereits 1980 einen recht guten Versorgungsstand aufwiesen hatten, verzeichneten die geringsten Steigerungsraten (siehe Tabelle 6.8).

Tabelle 6.8: Telefonteilnehmer im Fest- und Mobilfunknetz (Mio.)

	Festnetz					Mobilnetz				
	1980	1985	1990	1995	1999	1980	1985	1990	1995	1999
EU-15	96,6	123,8	153,4	182,6	202,7	:	:	3,1	21,5	151,9
B	2,5	3,1	3,9	4,6	5,1	0,0	0,0	0,0	0,2	3,2
DK	2,2	2,5	2,9	3,2	3,6	:	0,0	0,1	0,8	2,6
D	20,5	25,4	32,0	42,0	48,3	:	0,0	0,3	3,8	23,5
EL	2,3	3,1	3,9	5,2	5,6	:	:	0,0	0,3	3,3
E	7,2	9,3	12,6	15,1	17,0	:	0,0	0,1	0,9	15,0
F	15,9	23,0	28,1	32,4	34,1	:	0,0	0,3	1,3	20,6
IRL	0,5	0,7	1,0	1,3	1,8	:	0,0	0,0	0,2	1,7
I	13,0	17,4	22,4	24,8	26,5	:	0,0	0,3	3,9	30,3
L	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	:	0,0	0,0	0,0	0,2
NL	4,9	5,8	6,9	8,1	9,6	:	0,0	0,1	0,5	6,9
A	2,2	2,7	3,2	3,8	3,9	:	0,0	0,1	0,4	4,2
P	1,0	1,4	2,4	3,6	4,2	:	:	0,0	0,3	4,7
FIN	1,7	2,2	2,7	2,8	2,9	0,0	0,1	0,3	1,0	3,4
S	4,8	5,2	5,8	6,0	6,0	0,0	0,1	0,5	2,0	5,2
UK	17,7	21,7	25,4	29,4	33,8	:	0,1	1,1	5,7	27,2

Quelle: Eurostat, Kommunikation (theme4/coins)

Tabelle 6.9: Telefonteilnehmer im Fest- und Mobilfunknetz je 100 Einwohner (Einheiten)

	Festnetz					Mobilnetz				
	1980	1985	1990	1995	1999	1980	1985	1990	1995	1999
EU-15	27,2	34,5	42,1	49,1	54,1	:	:	0,9	5,7	40,5
B	25,0	31,1	39,3	45,7	50,2	0,0	0,0	0,5	2,3	31,4
DK	43,5	49,7	56,6	61,3	68,5	:	0,9	2,9	15,7	49,5
D	26,2	32,7	40,3	51,4	58,8	:	0,0	0,3	4,6	28,6
EL	23,6	31,4	38,9	49,4	52,8	:	:	0,0	2,6	31,1
E	19,3	24,3	32,4	38,5	43,1	:	0,0	0,1	2,4	38,1
F	29,5	41,7	49,5	55,7	57,9	:	0,0	0,5	2,2	35,0
IRL	14,2	19,9	28,0	36,4	47,8	:	0,0	0,7	4,4	45,7
I	23,1	30,7	39,4	43,4	46,2	:	0,0	0,5	6,8	52,8
L	36,3	42,0	48,1	57,1	72,4	:	0,0	0,2	6,6	48,7
NL	34,6	40,2	46,4	52,6	60,6	:	0,0	0,5	3,5	43,5
A	29,0	36,0	41,7	47,2	48,2	:	0,1	0,9	4,8	51,4
P	10,1	14,0	24,0	36,2	42,4	:	:	0,1	3,4	46,8
FIN	36,4	44,7	53,6	55,0	55,2	0,5	1,4	5,2	20,3	65,1
S	58,0	62,8	68,3	68,1	67,4	:	0,9	5,4	22,9	58,3
UK	31,4	38,2	44,1	50,3	57,5	:	0,1	2,0	9,8	46,3

Quelle: Eurostat, Kommunikation (theme4/coins)

Trotz des oben erwähnten starken Wachstums hatte Portugal 1999 noch immer die niedrigste Durchdringungsrate mit nur 42,4 Teilnehmern pro 100 Einwohner, verglichen mit einem EU-Durchschnitt von 54,1 Teilnehmern (siehe Tabelle 6.9). Die höchste Rate meldete Luxemburg mit 72,4 Teilnehmern pro 100 Einwohner vor Dänemark (68,5) und Schweden (67,4).

Tabelle 6.10: Mittlere Zahl der festen Telefonanschlüsse je Haushalt in der EU, 1999 (Einheiten)

EU-15	1,15
Urbanisierung (1)	
Hauptstädtisch	1,17
Städtisch	1,15
Ländlich	1,13
Einkommen (2)	
Hoch	1,35
Mittelhoch	1,13
Mittelniedrig	1,09
Niedrig	1,05
Haushaltsgröße (3)	
Ein	1,09
Zwei	1,13
Drei	1,15
Vier+	1,19

(1) Hauptstädtisch: Hauptballungsgebiete, welche zumindest die Hauptstadt einschließen; städtisch: kleinere Städte und Ballungsgebiete; ländlich: kleinste Ortschaften.

(2) Qualifikationen (hoch, mittelhoch, mittelniedrig und niedrig) etabliert auf nationalem Niveau.

(3) Zahl der Personen, die unter demselben Dach leben, als Indikator für den theoretischen Kommunikationsbedarf des Haushalts.

Quelle: The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, Europäische Kommission, April 2000

Tabelle 6.11: Gründe in der EU dafür, keinen festen Telefonanschluss zu haben, 1999 (%)

	Anschluss geplant, warten auf Installation	Bedarf ander- weitig gedeckt	Möchte keinen	Zu teuer	Son- stiges
EU-15	15	36	20	36	12
Urbanisierung (1)					
Hauptstädtisch	16	40	17	33	16
Städtisch	14	37	20	39	12
Ländlich	15	34	23	35	10
Einkommen (2)					
Hoch	21	47	18	19	9
Mittelhoch	17	48	17	28	12
Mittelniedrig	17	36	19	36	12
Niedrig	11	31	25	45	11
Haushaltsgröße (3)					
Ein	10	39	24	31	13
Zwei	15	35	24	40	12
Drei	21	35	15	37	11
Vier+	15	37	16	38	12

(1) Hauptstädtisch: Hauptballungsgebiete, welche zumindest die Hauptstadt einschließen; städtisch: kleinere Städte und Ballungsgebiete; ländlich: kleinste Ortschaften.

(2) Qualifikationen (hoch, mittelhoch, mittelniedrig und niedrig) etabliert auf nationalem Niveau.

(3) Zahl der Personen, die unter demselben Dach leben, als Indikator für den theoretischen Kommunikationsbedarf des Haushalts.

Quelle: The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, Europäische Kommission, April 2000

Ein interessanter Aspekt ist in Schweden zu bemerken: hier ging die Netzerweiterung in den 90er Jahren langsamer vonstatten als das Bevölkerungswachstum. Infolgedessen ist die schwedische Durchdringungsrate von 68,3 Teilnehmern pro 100 Einwohner (1990) zurückgegangen - ein Zeichen dafür, dass ein oberer Grenzwert erreicht war (Schweden hatte zwischen 1980 und 1998 die höchste Durchdringungsrate in der EU) und dass eine Substitution in Richtung mobile Anschlüsse begonnen haben könnte.

Nach einer im April 2000 von der Europäischen Kommission veröffentlichten Umfrage³ lauteten die beiden häufigsten Gründe, die für das Nichtvorhandensein eines Festnetzanschlusses angegeben wurden, dass der Haushalt keinen Bedarf für einen solchen Dienst habe (36%), weil entweder ein mobiles Telefon oder ein leichter Zugang zu einem fremden Telefon zur Verfügung stehe, oder dass der Haushalt sich diesen Dienst nicht leisten könne (ebenfalls 36%) - siehe Tabellen 6.10 und 6.11.

Die Digitalisierung der Festnetz-Infrastruktur ist praktisch überall in der EU abgeschlossen. Auf der Teilnehmerseite (Unternehmen und private Haushalte) hat die Anzahl der ISDN-Anschlüsse rasch zugenommen. Von praktisch Null im Jahre 1990 ist deren Anzahl bis 1998 auf 17 Millionen angestiegen. Das European Information Technology Observatory (EITO) schätzt, dass die Anzahl der ISDN-Anschlüsse im Jahre 2001 die Marke von 55,6 Millionen und bis zum Jahre 2003 die von 70,9 Millionen erreichen wird⁴.

Die Einrichtung von ISDN-Anschlüssen in privaten Haushalten beginnt langsam eine Eigendynamik zu entwickeln, insbesondere für den Zugang zum schnellen Internet, wo diese Technik mit DSL und Kabel-Modems konkurriert. Etwa 5,4% der Teilnehmer an der Eurobarometer-Umfrage vom Frühjahr 2000 (53) gaben an, dass sie einen ISDN-Anschluss zu Hause haben (siehe Tabellen 6.12 und 6.13). Der ISDN-Anteil war am höchsten in den Niederlanden (13,2%), in Luxemburg (12,4%) und in Deutschland (12,0%).

(3) The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, Europäische Kommission, April 2000.

(4) Westeuropa, einschließlich EWR und Türkei.

Tabelle 6.12: Haushaltsdurchdringung mit Telekommunikationsgeräten und -diensten in der EU, 2000 (%)

	ISDN-Anschluss	Fax (1)	Mobiltelefon	Internetverbindung
EU-15	5,4	9,2	55,0	18,3
B	4,0	12,2	50,2	20,2
DK	9,1	11,2	60,7	45,3
D	12,0	12,8	39,4	13,6
EL	0,4	1,9	52,1	5,8
E	1,1	3,5	56,8	9,6
F	2,3	8,8	52,0	12,9
IRL	1,3	6,1	50,0	17,5
I	3,0	8,3	73,1	19,2
L	12,4	22,2	64,0	26,9
NL	13,2	18,1	63,3	46,1
A	7,7	12,9	51,5	16,9
P	1,1	2,8	46,7	8,4
FIN	5,9	9,4	80,4	28,2
S	4,4	12,2	71,4	47,5
UK	3,6	7,8	56,8	24,4

(1) Funktionieren ohne PC.

Quelle: Eurobarometer 53 (Informationsgesellschaft), Europäische Kommission, 2000

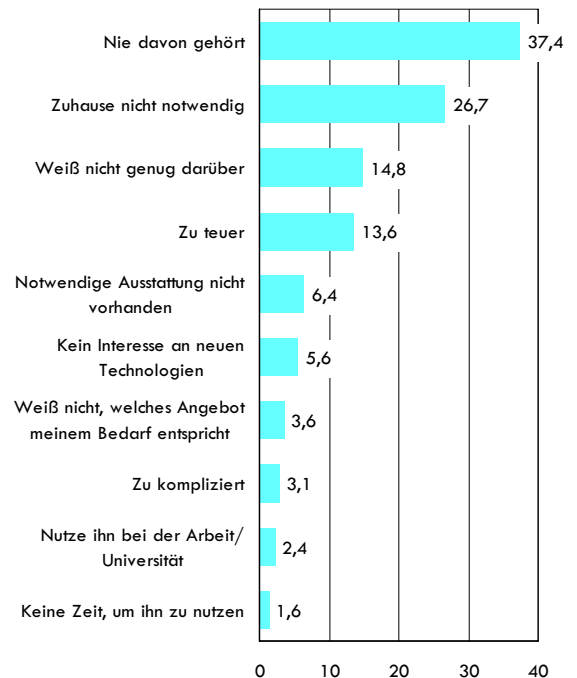
Tabelle 6.13: Haushaltsdurchdringung mit Telekommunikationsgeräten und -diensten in der EU, 2000 (%)

	ISDN-Anschluss	Fax (1)	Mobiltelefon	Internetverbindung
EU-15	5,4	9,2	55,0	18,3
Geschlecht				
Männlich	6,3	10,5	58,6	21,0
Weiblich	4,5	8,0	51,6	15,9
Alter				
15-24	6,1	9,1	73,3	23,2
25-39	7,7	10,8	68,2	23,7
40-54	6,5	12,4	60,7	23,1
55+	2,1	5,6	30,3	7,8
Beruf				
Selbständig	10,4	24,3	73,5	24,1
Manager	12,2	17,3	71,3	39,2
Sonstige Angestellte	6,5	11,1	68,0	26,3
Arbeiter	4,9	5,6	60,3	15,0
Hausfrau/-mann	4,0	6,3	46,1	11,5
Arbeitslos	2,5	4,2	59,9	13,8
Rentner	1,3	4,1	25,0	5,9
Studenten	6,9	12,1	70,5	32,4
Einkommen				
Hoch	12,0	19,0	73,0	37,0
Mittelhoch	7,0	10,0	62,0	20,0
Mittelniedrig	3,0	6,0	48,0	11,0
Niedrig	3,0	3,0	34,0	8,0

(1) Funktionieren ohne PC.

Quelle: Eurobarometer 53 (Informationsgesellschaft), Europäische Kommission, 2000

Abbildung 6.8: Gründe in der EU dafür, keinen ISDN-Anschluss zu haben, 2000 (% jener, die keinen ISDN-Anschluss haben) (1)



(1) Mehrfachantwort möglich.

Quelle: Eurobarometer 53 (Informationsgesellschaft), Europäische Kommission, 2000

Mobiltelefone

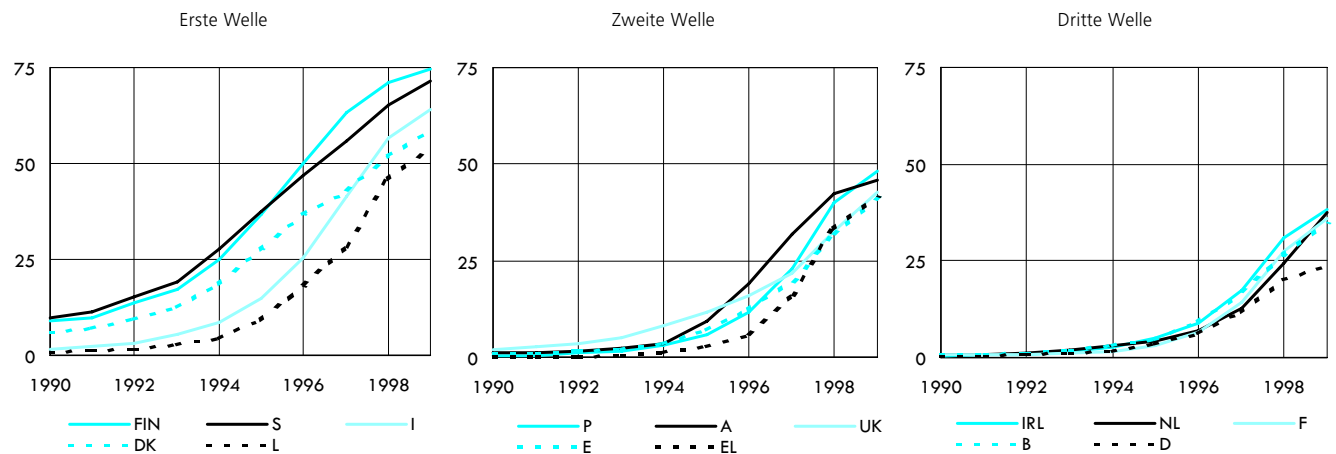
Die Mobiltelefon-Technik hat in den letzten Jahren einen ungeheuren Aufschwung erfahren. In der EU waren 1999 insgesamt 151,9 Millionen Teilnehmer (siehe Tabelle 6.8), entsprechend 40,5% der Bevölkerung, registriert - bei einem Ausgangsbestand von 3,1 Millionen (1990). Schätzungen zur Teilnehmerzahl der mobilen Telefondienste für das Jahr 2000 überschreiten die 235 Millionen⁵. Nach Angaben des EITO soll ihre Anzahl bis zum Jahre 2003 in Europa⁶ bei 429,8 Millionen liegen - etwa 170,1 Millionen mehr, als es heute Festnetzteilnehmer gibt. In einigen Ländern (Italien, Österreich und Finnland) übersteigt die Anzahl der Mobiltelefonteilnehmer bereits heute die der Festnetzteilnehmer (siehe Tabelle 6.9).

Finnland beansprucht für sich (1999) mit 65,1 Teilnehmern pro 100 Einwohner die höchste Durchdringungsrate bei Mobiltelefonen, vor Schweden (58,3) und Italien (52,8). Wie schon im Abschnitt Festnetztelefonie sei auch hier darauf hingewiesen, dass in diesen Zahlen auch Anschlüsse enthalten sind, die für gewerbliche Zwecke genutzt werden. Diese können sogar einen signifikanten Anteil an der Gesamtteilnehmerzahl der mobilen Netze haben.

Die Eurobarometer-Umfrage (53) über die Informationsgesellschaft vom Frühjahr 2000 wirft einiges Licht auf die Durchdringungsrate der Mobiltelefone allein innerhalb der privaten Haushalte (siehe Tabellen 6.12 und 6.13). Etwa 55% der befragten privaten Haushalte in der EU hatten ein Handy. Dabei wurde der höchste Anteil in Finnland registriert (80,4%), gefolgt von Italien (73,1%) als dem Land mit der zweithöchsten Ausstattungsrate und mit nur geringem Abstand vor Schweden (71,4%). Die niedrigste Ausstattungsrate hatte Deutschland (39,4%), das zusammen mit Portugal (46,7%) eine Durchdringungsrate von Mobiltelefonen in privaten Haushalten von unter 50% hatte.

(5) Informa Telecom Group and Information Society Statistics, Statistik kurz gefasst, Themenkreis 4 23/2001, Eurostat, 2001.
 (6) Westeuropa, einschließlich EWR und Türkei.

A **Abbildung 6.9: Inanspruchnahme von Mobiltelefonen durch Haushalte (%) (1)**



(1) 1999 Daten beziehen sich auf die Jahresmitte.
 Quelle: The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, Europäische Kommission, April 2000

Eine wichtige Entwicklung der letzten Jahre auf dem Gebiet der Mobiltelefonie war die Einführung von Pre-paid-Karten. Diese sind ein praktisches Angebot für Menschen, die für sich in Anspruch nehmen, kein Mobiltelefon zu benötigen, oder die dieses für zu teuer halten (siehe Tabelle 6.14). Pre-paid-Karten bieten dem Teilnehmer die grundlegenden Vorteile eines Zuganges zum mobilen Netz (er bleibt erreichbar oder kann dringende Anrufe durchführen) im Verbund mit einer besseren Kontrolle über seine Ausgaben und ohne Belastung durch einen geschlossenen Vertrag. Nach Angaben der OECD⁷ wird mit Ausnahme von Finnland die Rangordnung verschiedener Länder (in der Durchdringung mit Mobiltelefonen) zunehmend dadurch bestimmt, wie aktiv die Diensteanbieter die Verbreitung von Pre-paid-Karten betrieben haben. In Ländern wie Portugal und Italien bezahlen die weitaus meisten Teilnehmer den Betrieb ihres Handys mittels Pre-paid-Karte - mit Raten zwischen 80% und 90% (siehe Tabelle 6.15). Im Gegensatz dazu beruht in Deutschland die überwiegende Mehrheit der Kundenbeziehungen auf dem „Post-paid“-Modell, so dass die Durchdringungsraten auf niedrigem Stand verharren.

(7) Communications Outlook, OECD, 2001.

Tabelle 6.14: Gründe in der EU dafür, kein Mobiltelefon zu haben, 1999 (% jener ohne Mobiltelefon) (1)

	Plan oder Überlegung für eines	Bedarf anderweitig gedeckt	Möchte keines	Zu teuer	Sonstiges
EU-15	13	35	53	12	9
Urbanisierung (2)					
Hauptstädtisch	13	35	53	12	9
Städtisch	13	32	54	13	7
Ländlich	12	38	50	12	10
Einkommen (3)					
Hoch	23	34	44	4	10
Mittelhoch	16	41	47	8	9
Mittelniedrig	12	39	53	13	7
Niedrig	8	30	56	21	8
Haushaltsgröße (4)					
Ein	8	33	59	15	9
Zwei	9	38	57	10	8
Drei	18	34	47	12	9
Vier+	18	33	45	13	10

(1) Mehrfachantwort möglich.

(2) Hauptstädtisch: Hauptballungsgebiete, welche zumindest die Hauptstadt einschließen; städtisch: kleinere Städte und Ballungsgebiete; ländlich: kleinste Ortschaften.

(3) Qualifikationen (hoch, mittelhoch, mittelniedrig und niedrig) etabliert auf nationalem Niveau.

(4) Zahl der Personen, die unter demselben Dach leben, als Indikator für den theoretischen Kommunikationsbedarf des Haushalts.

Quelle: The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, Europäische Kommission, April 2000

Tabelle 6.15: Anteil der Mobiltelefonteilnehmer, welche Pre-paid-Karten nutzen, 1999 (%)

Betreiber	Pre-paid-Teilnehmer	Betreiber	Pre-paid-Teilnehmer	Betreiber	Pre-paid-Teilnehmer
B Belgacom	20	F France Télécom	40	A MaxMobil	40
B Mobistar	59	F SFR	39	A Mobilkom	:
DK Sonofon	39	F Bouygues Télécom	43	A Ein	:
DK Mobilix	60	IRL Eircell	60	P TMN	84
DK Telia Denmark	:	IRL Esat	:	P Telecel	73
D T-Mobil	12	I Telecom Italia Mobile	82	P Optimus	81
D Mannesmann	15	I Omnitel	90	FIN Radiolinja	Prepaid nicht angeboten
D E-Plus	25	I Wind	:	FIN Sonera	1
D Viag	20	L P&T	19	FIN Telia Mobil	:
EL Panafon	62	L Tango	30	S Telia	35
EL Teletet	62	NL KPN	53	S Europolitán	19
EL Cosmote	36	NL Libertel	66	S Comviq	55
E Telefonica	61	NL Dutchtone	Mehrzahl Prepaid	UK Cellnet	50
E Airtel	40	NL Telfort	Mehrzahl Vertrag	UK Vodafone	58
E Amena	:	NL Ben	:	UK Orange	57
				UK One2One	63

Quelle: Communications Outlook, OECD, 2001, und Public Networks Europe in Cellular Mobile Pricing Structures and Trends, OECD, 2000

Tabelle 6.16: Zahl der öffentlichen Münz- und Kartentelefone (Tsd.)

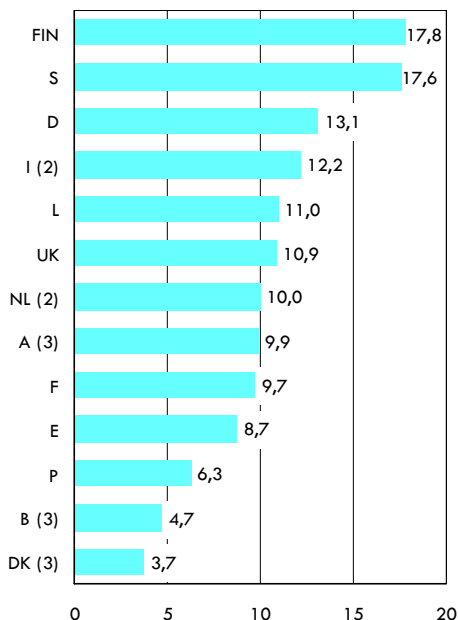
	1995	1998	1999
B	14,9	15,9	16,7
DK	8,1	7,8	6,3
D	165,0	148,0	137,0
EL	40,5	62,1	64,5
E	52,5	64,4	66,9
F	206,0	242,9	243,3
IRL	6,6	8,4	:
I	383,9	380,8	361,3
L	1,3	0,5	:
NL (1)	19,0	22,6	19,2
A (2)	33,8	29,0	29,0
P	33,1	40,0	44,2
FIN (2)	25,3	21,3	16,3
S (3)	:	:	14,0
UK (2)	140,1	143,0	152,0

(1) 1998 und 1999 ohne Telfort.

(2) Einschließlich öffentliche Münz- und Kartentelefone an privaten Stellen.

(3) Telia nur Kartentelefone.

Quelle: Communications Outlook, OECD, 2001

Abbildung 6.10: Durchschnittsdauer von Inlandsgesprächen, 1999 (Minuten je Anschluss pro Tag) (1)

(1) EL und IRL, nicht verfügbar.

(2) 1998.

(3) 1997.

Quelle: Eurostat, Kommunikation (theme4/coins)

Andere Telekommunikationsdienste

In der EU gab es 1999 etwa 1,2 Millionen öffentliche Münztelefone (siehe Tabelle 6.16), deren Anzahl seit 1995 nur geringfügig angestiegen ist. Griechenland und Italien hatten die Netze mit der größten Dichte, d. h. mehr als sechs öffentliche Telefone pro 1 000 Einwohner, das Doppelte des EU-Durchschnitts.

Im Jahre 2000 gaben etwa 9,2% der Haushalte in der EU an, ein „Stand-alone“-Faxgerät zu besitzen. Luxemburg und die Niederlande meldeten signifikant höhere Durchdringungsraten, ebenso Selbstständige und Haushalte mit hohem Einkommen (siehe Tabellen 6.12 und 6.13).

VERBRAUCH

Die Telefonnutzung lässt sich an der Gesamtdauer aller Telefongespräche messen, die in einem Land innerhalb eines vorgegebenes Zeitraumes geführt werden. In Finnland und Schweden wurden im Jahre 1999 an jedem Tag pro Telefonanschluss Inlandsgespräche über eine Dauer von fast 18 Minuten geführt, während es für die EU als Ganzes 10 Minuten waren (siehe Abbildung 6.10). Die Dauer von Inlandsgesprächen wird in erster Linie durch den Preis beeinflusst, wobei inzwischen auch der Internetzugang zu einem wichtigen Faktor geworden ist, da die meisten Haushalte ihren Diensteanbieter über ein Modem anwählen⁸.

Ausgehende Auslandsgespräche, darunter sowohl Intra- als auch Extra-EU-Gespräche, waren sehr viel kürzer als Inlandsgespräche und nahmen 1998 im Durchschnitt knapp 23 Sekunden pro Anschluss und Tag (siehe Tabelle 6.17) oder 2 Minuten 43 Sekunden pro Woche in Anspruch. Natürlich meldeten kleinere Länder eine längere durchschnittliche Dauer für internationale Gespräche; die höchste Dauer meldete 1999 Luxemburg (mit 169 Sekunden pro Tag). Unter den größeren Mitgliedstaaten wurden besonders kurze Zeiten für internationale Gespräche aus Spanien und Frankreich gemeldet (15 Sekunden pro Tag) - zum Vergleich: Vereinigtes Königreich 30 Sekunden pro Tag. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die oben gemachten Angaben nicht unterscheiden zwischen Telefonaten von Haushalten und solchen von Unternehmen, die einen besonders großen Anteil von internationalen Gesprächen hatten.

(8) Nach Angaben der OECD dienten über 38% des gesamten lokalen Telekomverkehrs in S und 32% der Ortsgespräche von KPN in NL dem Internetzugang. In P stieg der Telefonverkehr für den Internetzugang um 154%.

40% der Haushalte in der EU gaben an, dass sie ihr privates Telefon zu Hause - wenn sie es nicht für Gespräche mit Verwandten oder Freunden oder als Zugang zum Internet nutzen - für solche Dienste wie das Telefonbanking, das Bestellen von Waren und Dienstleistungen oder das Beschaffen von Informationen verwendeten. Dies war gängige Praxis insbesondere in Schweden (68% der Haushalte nutzen mindestens einen dieser Dienste) und im Vereinigten Königreich (54%). Am anderen Ende der Skala stehen hier Irland (27%) und Italien (25%). Von den einkommensschwachen Haushalten nutzten nur 24% Mehrwert-Telefondienste, bei den einkommensstarken Haushalten waren es 53%. Der am häufigsten genutzte Dienst war die Abfrage von Informationen mittels kostenloser oder zu einem Standardpreis angebotener Telefonate (z. B. die Telefonauskunft), die von 24% der Haushalte in der EU benutzt wurde (siehe Abbildung 6.11). An zweiter Stelle steht die Bestellung von Waren oder Dienstleistungen (Anlieferung von Nahrungsmitteln oder Versandhandel) mit 16%, gefolgt vom Telefonbanking (12%). „Premium-rate“-Informationsdienste wurden nur von 9% der Haushalte in der EU genutzt.

Die Dauer von über ein Handy geführten Gesprächen, gemessen an der durchschnittlichen Dauer der Gespräche eines Teilnehmers in Minuten, lag 1999 innerhalb der EU⁹ am höchsten in Finnland (3,7 Minuten/Tag) und in Schweden (3,0 Minuten/Tag). Die geringste Nutzung von Mobiltelefonen hatten nach diesem Kriterium Spanien (1,7 Minuten) und Luxemburg (1,1 Minuten). An dieser Stelle sollte festgehalten werden, dass die Anzahl der Teilnehmer weiterhin zunimmt, die durchschnittliche Nutzung der Geräte jedoch rückläufig ist. Die von der OECD bei einer begrenzten Anzahl von Unternehmen abgefragten Daten zeigen, dass die durchschnittliche Gesprächsdauer (in Minuten) für Pre-paid-Karten um mehr als das Dreifache niedriger liegt als bei Nutzern des Post-paid-Systems¹⁰.

(9) Eurostat (COINS); ohne B, EL, F, IRL, I, NL und A.

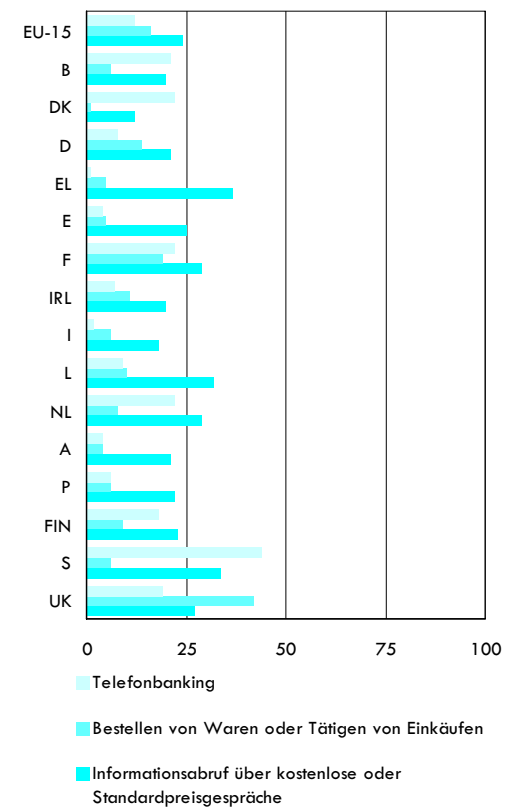
(10) Communications Outlook, OECD, 2001.

Tabelle 6.17: Durchschnittsdauer von ausgehenden Auslandsgesprächen (Sekunden je Anschluss pro Tag)

	1995	1996	1997	1998	1999
EU-15	:	:	17	23	:
B	39	42	45	47	51
DK	27	30	25	27	30
D	:	:	18	21	24
EL	15	16	18	20	21
E	11	10	12	10	15
F	14	14	15	16	15
IRL	51	69	76	91	94
I	12	13	14	17	19
L	163	158	169	165	169
NL	30	29	28	32	37
A	39	40	44	51	:
P	14	13	13	19	21
FIN	18	20	22	23	25
S	:	:	28	35	42
UK	23	24	29	29	30

Quelle: Eurostat, Kommunikation (theme4/coins)

Abbildung 6.11: Mehrwerttelefondienste genutzt von Haushalten, 1999 (%)



Quelle: The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, Europäische Kommission, April 2000

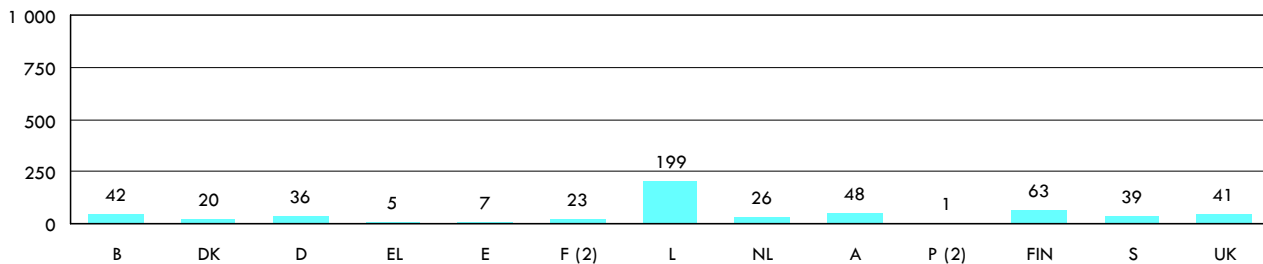
VERBRAUCHSAUSGABEN

Die Verbrauchsausgaben für den Telekommunikationssektor können nach Geräten/Ausrüstungen und Diensten gegliedert werden (siehe Abbildungen 6.12 und 6.13). Als allgemeine Regel kann gelten, dass die Geräte an den Gesamtkosten nur einen marginalen Anteil haben und die von ihnen verursachten Kosten auf den gelegentlichen Kauf von Telefonapparaten (für die Wohnung), Anrufbeantwortern, Handys oder Fax-Geräten beschränkt bleiben. Die durchschnittlichen Verbrauchsausgaben für Telekommunikationsgeräte und -ausrüstungen lagen 1999 unter 30 KKS pro Haushalt. Der von Luxemburg angegebene außerordentlich hohe Wert (199 KKS) ist vermutlich außergewöhnlichen lokalen Umständen geschuldet (z. B. der Beteiligung mehrerer Haushalte an der Umfrage, bei denen ungewöhnlich hohe Ausgaben für den Kauf von Ausrüstungen angefallen waren)¹¹.

Die Verbrauchsausgaben privater Haushalte für Telekommunikationsdienste bewegten sich 1999 zwischen 317 KKS (Portugal) und 751 KKS (Griechenland)¹². Relativ gesehen, waren die Ausgaben der Verbraucher für Telekommunikationsdienste am höchsten in Griechenland (3,2% des Gesamtbudgets) und am niedrigsten in Luxemburg (1,6%), während für die meisten anderen Länder der Durchschnittswert etwa bei 2,1% lag. In einkommensschwachen Haushalten und in jüngeren Altersgruppen war der Anteil der Ausgaben für Telekommunikationsdienste an den gesamten Verbrauchsausgaben höher. Er war deutlich höher für Haushalte mit nur einem Verdienner, sei es ein Single oder ein/e Alleinerziehende/r mit unterhaltsberechtigten Kindern.

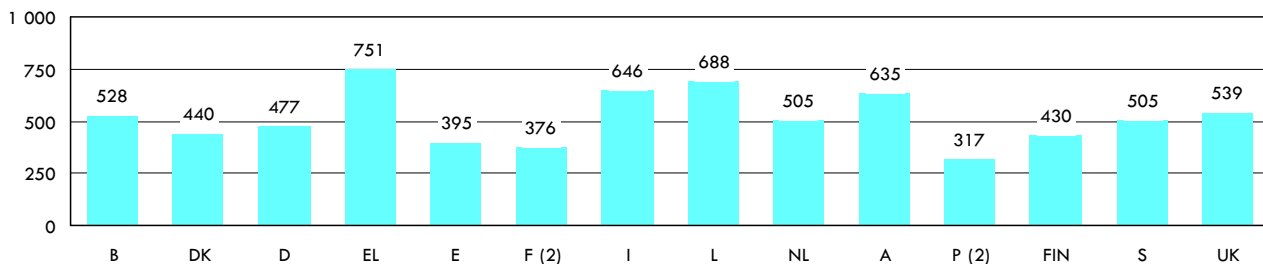
(11) Für den folgenden Abschnitt über Verbrauchsausgaben: F und P, 1994.
 (12) IRL, Daten nicht verfügbar.

Abbildung 6.12: Telefonapparate und Telefaxgeräte
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS je Haushalt) (1)



(1) IRL und I, nicht verfügbar.
 (2) 1994.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 6.13: Telefon- und Telefaxdienste
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS je Haushalt) (1)



(1) IRL, nicht verfügbar.
 (2) 1994.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

PREISE

In den Tabellen 6.18 bis 6.21 sind die Ergebnisse eines Berichts der Europäischen Kommission über Telefongebühren für Privatkunden im Jahre 2000 dargestellt. Die bei den angestammten Betreibern abgefragten Tarife zeigten am Beispiel eines dreiminütigen Telefongesprächs erhebliche Preisunterschiede zwischen den EU-Mitgliedstaaten. Die Preise zwischen dem Land mit dem jeweils niedrigsten und dem Land mit dem jeweils höchsten Tarif in jeder der untersuchten Tarifkategorien (Ortsgespräche, Ferngespräche, Anrufe in das mobile Netz, internationale Telefongespräche) unterschieden sich mindestens um einen Faktor 2. Der Extremfall war ein Inlandsferngespräch zum Spartarif, das in Irland €0,03 und in Griechenland €0,44 kostete. Dagegen lagen die Tarife für Ortsgespräche in Griechenland in der Regel unter dem EU-Durchschnitt.

Anrufe in ein mobiles Netz kosteten durchschnittlich über alle Tarifzeiten mehr als das Achteinhalbfache der Gebühren eines Ortsgesprächs oder ungefähr das Dreifache des Preises für ein Inlandsferngespräch. Sie waren am niedrigsten in Dänemark (€0,59 innerhalb und €0,31 außerhalb der Spitzenzeiten) und am höchsten in Deutschland (€1,27) innerhalb der Spitzenzeiten, in Frankreich (€1,12) außerhalb der Spitzenzeiten und in Griechenland (€1,10) bei Anwendung des Spartarifs.

Tabelle 6.18: Private jährliche Telefongebühren, 2000 (€)

	Verbrauchskorb (1)				
	Sehr niedrig	Niedrig	Mittel	Hoch	Sehr hoch
B	102	309	433	605	1 150
DK	204	294	381	497	849
D	109	263	382	535	1 061
EL	152	206	331	507	1 075
E	57	242	345	489	961
F	171	252	371	534	1 022
IRL	246	297	399	536	919
I	109	257	373	533	1 024
L	212	257	345	459	842
NL	179	266	345	453	777
A	245	331	446	602	1 046
P	191	289	428	618	1 159
FIN	209	259	360	494	886
S	245	288	381	512	934
UK	195	300	415	566	1 063

(1) Sehr niedrig: Telefon vor allem aus Sicherheitsgründen; niedrig: hauptsächlich Nutzung des heimischen Festnetzes, ein kleiner Teil der Anrufe geht ins Ausland, an Mobiltelefone und ins Internet; mittel: durchschnittlicher privater Nutzer; hoch: höheres Nutzungsniveau als „mittel“, wobei nationale Festnetzanrufe dominieren; sehr hoch: höchstes Nutzungsniveau, mit einigen Auslandsgesprächen und vielen Anrufen an Mobiltelefone.
Quelle: Teligen in Report on Telecoms Tariff Analysis - Volume 1: Residential, Europäische Kommission, 2000

Tabelle 6.19: Verbindungs- und monatliche Grundgebühren für Festnetzanschlüsse, 2000 (€, ohne MwSt)

	Standard-anschluss-gebühr (1)	Standard-monats-grund-gebühr (2)	ISDN-Anschluss-gebühr (3)	ISDN-Monats-grund-gebühr (3)
Durchschnitt	83,18	11,21	159,81	27,28
B	54,54	13,39	66,93	29,00
DK	102,10	12,93	150,46	17,27
D	44,46	10,93	44,46	32,89
EL	30,21	6,95	60,41	18,12
E	127,72	8,67	168,28	22,84
F	38,56	9,83	102,90	30,18
IRL	103,88	13,00	441,87	36,82
I	103,29	9,30	103,29	16,53
L	61,97	11,90	74,37	18,59
NL	38,62	13,36	86,89	19,29
A	109,01	14,53	130,81	23,98
P	71,83	11,17	139,66	23,89
FIN	134,55	9,65	84,00	4,20
S	90,73	9,77	229,74	23,26
UK	136,25	12,73	402,69	37,15

(1) Ohne MwSt; B: €16,36 für niedrige Einkommen und ältere Kunden; E: €38,31 für behinderte und ältere Kunden; A: Mindestgebühr; FIN: steuerfrei.
(2) Gebühren können nach Lage oder Wenig-Nutzer-Programmen variieren; ohne MwSt.
(3) Privater ISDN-Basisanschluss (zwei 64 kbits/s Kanäle); ohne MwSt; DK, innerhalb der Region „Fünen“; D, monatliche Miete für Komfortanschluss; F, ohne „Euro-Numeris“; IRL, Zugang mit zwei freien Nummern; S, Städte mit ISDN-Vermittlungsstellen; UK, „Low Start“.
Quelle: Teligen in Report on Telecom Tariff Data as of January 2000, Europäische Kommission, Mai 2000

Tabelle 6.20: Preis eines dreiminütigen Gesprächs auf dem Festnetz, 2000 (€, ohne MwSt) (1)

	Ortsgespräch			Nationales Ferngespräch			Zu einem Mobiltelefon			Intra-EU		
	Spitzenzeit (2)	Nebenzeit (3)	Spartarif (4)	Spitzenzeit (2)	Nebenzeit (3)	Spartarif (4)	Spitzenzeit (2)	Nebenzeit (3)	Spartarif (4)	Spitzenzeit (2)	Nebenzeit (3)	Spartarif (4)
Durchschnitt	0,11	0,08	0,07	0,34	0,22	0,19	0,95	0,70	0,61	0,99	0,89	0,78
B	0,12	0,06	0,06	0,43	0,21	0,21	1,15	0,57	0,57	1,32	1,32	0,89
DK	0,11	0,06	0,06	0,16	0,09	0,09	0,59	0,31	0,31	1,09	0,79	0,79
D	0,11	0,11	0,05	0,48	0,16	0,16	1,27	0,63	0,63	0,84	0,75	0,75
EL	0,06	0,06	0,04	0,57	0,57	0,44	1,10	1,10	1,10	1,14	1,14	0,89
E	0,08	0,07	0,07	0,54	0,28	0,28	0,86	0,86	0,47	1,02	1,02	0,91
F	0,09	0,09	0,09	0,33	0,24	0,24	1,12	1,12	0,74	0,71	0,57	0,57
IRL	0,13	0,03	0,03	0,31	0,21	0,03	0,72	0,48	0,48	1,06	0,92	0,88
I	0,10	0,08	0,08	0,48	0,29	0,29	0,88	0,42	0,42	1,03	1,03	0,88
L	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0,86	0,65	0,65	0,54	0,43	0,43
NL	0,10	0,07	0,06	0,17	0,09	0,11	0,91	0,62	0,62	0,53	0,49	0,49
A	0,19	0,13	0,13	0,48	0,18	0,19	0,78	0,60	0,60	0,95	0,83	0,83
P	0,12	0,12	0,10	0,39	0,39	0,26	0,93	0,93	0,77	1,03	1,03	0,54
FIN	0,11	0,11	0,11	0,25	0,16	0,16	0,83	0,60	0,60	1,28	0,88	0,88
S	0,10	0,07	0,07	0,14	0,09	0,09	1,01	0,74	0,74	0,99	0,99	0,99
UK	0,16	0,06	0,04	0,33	0,16	0,12	1,24	0,83	0,41	1,30	1,16	1,03

(1) Fett steht für das Land mit dem niedrigsten Vorsteuerpreis; blau steht für das Land mit dem höchsten Vorsteuerpreis.

(2) 11 h wochentags.

(3) 20 h wochentags.

(4) Billigste mögliche Rate, unabhängig von der Tageszeit; Raten für Wochentage nachts und Sonntage sind in allen Ländern dieselben (und die niedrigsten), außer D (niedrigste an Wochentagen nachts) und UK (niedrigste an Sonntagen).

Quelle: Teligen in Report on Telecom Tariff Data as of January 2000, Europäische Kommission, Mai 2000

Tabelle 6.21: Preis eines dreiminütigen Intra-EU-Gesprächs auf dem Festnetz zur Spitzenzeit, 2000 (€, ohne MwSt) (1)

Von	B	DK	D	EL	E	F	IRL	I	L	NL	A	P	FIN	S	UK
Nach B	-	1,17	0,63	1,14	1,02	0,65	0,94	1,03	0,54	0,34	0,96	1,05	1,43	0,90	1,17
DK	1,11	-	0,63	1,14	1,02	0,65	1,20	1,03	0,54	0,39	0,96	1,05	0,48	0,46	1,17
D	1,11	0,79	-	1,14	1,02	0,65	0,94	1,03	0,54	0,31	0,77	1,02	1,26	0,71	1,17
EL	1,47	1,46	1,11	-	1,02	0,84	1,20	1,03	0,54	0,97	1,09	1,05	1,43	1,43	1,47
E	1,47	1,46	0,63	1,14	-	0,65	1,20	1,03	0,54	0,49	0,96	0,90	1,43	1,22	1,47
F	1,11	1,16	0,63	1,14	1,02	-	0,94	1,03	0,54	0,38	0,96	1,02	1,43	0,94	1,17
IRL	1,47	1,17	1,11	1,14	1,02	0,84	-	1,03	0,54	0,73	0,96	1,05	1,43	1,15	0,95
I	1,47	1,14	0,63	1,14	1,02	0,65	1,20	-	0,54	0,49	0,77	1,05	1,43	1,13	1,47
L	1,11	1,30	0,63	1,14	1,02	0,65	0,94	1,03	-	0,34	0,96	1,05	1,43	1,15	1,17
NL	1,11	1,01	0,63	1,14	1,02	0,65	0,94	1,03	0,54	-	0,96	1,05	1,43	0,71	1,17
A	1,47	1,14	0,63	1,14	1,02	0,84	1,20	1,03	0,54	0,68	-	1,05	1,43	1,43	1,59
P	1,47	1,46	1,27	1,14	1,02	0,84	1,20	1,03	0,54	0,97	1,09	-	1,43	1,43	1,47
FIN	1,47	0,66	1,27	1,14	1,02	0,84	1,20	1,03	0,54	0,68	0,96	1,05	-	0,46	1,59
S	1,47	0,53	1,27	1,14	1,02	0,65	1,20	1,03	0,54	0,39	0,96	1,05	0,48	-	1,17
UK	1,11	0,79	0,63	1,14	1,02	0,65	0,50	1,03	0,54	0,28	0,96	1,02	1,43	0,71	-

(1) Fett steht für das Land mit dem niedrigsten Vorsteuerpreis; blau steht für das Land mit dem höchsten Vorsteuerpreis.

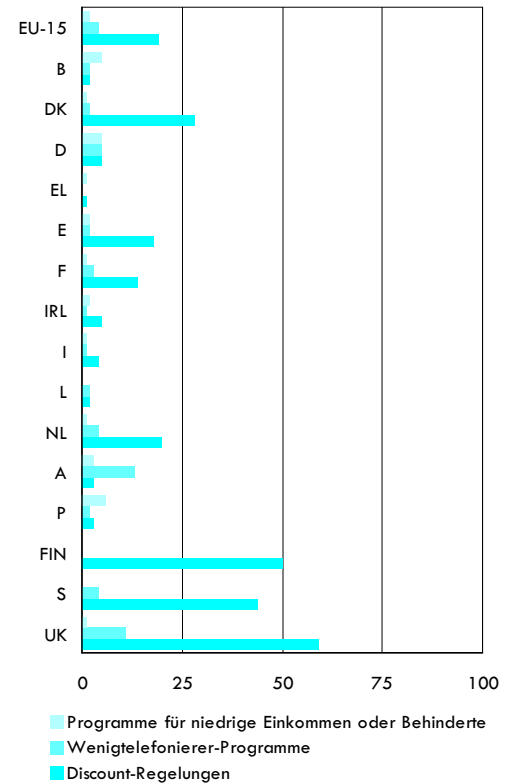
Quelle: Teligen in Report on Telecom Tariff Data as of January 2000, Europäische Kommission, Mai 2000

Internationale Intra-EU-Gespräche waren in der Regel am teuersten, wenn sie von Belgien oder vom Vereinigten Königreich aus geführt wurden (unabhängig davon, ob inner- oder außerhalb der Spitzenzeiten), während Luxemburg und die Niederlande die niedrigsten Tarife anboten.

In diesem Zusammenhang sollte erwähnt werden, dass fast ein Viertel der privaten Haushalte in der EU einen speziellen Telefontarif in Anspruch nahmen, der die Ausgaben im Jahre 1999 begrenzen sollte, sei es durch Discount-Regelungen (19%), Regelungen für Wenigtelefonierer (4%) oder spezielle Tarife für Personen mit geringem Einkommen sowie für Behinderte (2%) - siehe Abbildung 6.14.

Wie aus der Eurobarometer-Umfrage (53) über öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte vom Frühjahr 2000 hervorgeht, äußerten sich 46,6% der Europäer zum Zeitpunkt der Umfrage unzufrieden (und 49,9% zufrieden) mit den Preisen für Leistungen im Festnetz. Der Grad der Unzufriedenheit war am höchsten in Italien (70,4%), Spanien (65,2%) und Portugal (62,5%) und am niedrigsten in Luxemburg (26,7%), im Vereinigten Königreich (28,3%), in Irland (32,7%) und in Deutschland (33,6%). Dennoch war die Unzufriedenheit mit den Tarifen bei Vergleichen mit anderen öffentlichen Dienstleistungen auch in diesen Ländern relativ hoch.

Abbildung 6.14: Gebrauch spezieller Telefontarifprogramme, 1999 (%)



Quelle: The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, Europäische Kommission, April 2000

Tabelle 6.22: Verbindungs-, monatliche Grund- und Betriebsgebühren für Wenigtelefonierer digitaler Mobiltelefondienste, 2000 (€, ohne MwSt) (1)

	Betreiber	Paket (2)	Verbindung	Monatliche Grundgebühr	3-Minutenanruf ins Festnetz		3-Minutenanruf ins selbe Mobilfunknetz		3-Minuten-Intra-EU-Anruf	
					Spitze	Nebenzeit	Spitze	Nebenzeit	Spitze	Nebenzeit
B	Proximus	ProxiFun	30,73	10,76	1,60	0,34	0,37	0,25	2,92	1,23
	Mobistar	Optimum 1	20,49	10,24	0,92	0,31	0,31	0,31	2,85	1,19
DK	Tele Danmark Mobil	Mobil Fritid Plus	75,23	8,95	1,32	0,25	1,32	0,25	1,73	1,43
	Sonofon	Fritids	75,23	8,60	1,32	0,25	1,32	0,25	2,44	1,06
D	T-Mobil D1	Telly D1	22,02	11,00	1,70	0,52	0,90	0,52	2,62	1,72
	Mannesmann D2	Fun	22,02	11,00	1,70	0,52	0,90	0,52	2,50	1,79
EL	Cosmote	Basic Programme 2	0,00	8,46	0,87	0,87	0,87	0,87	2,00	1,76
	Panafon	Economy	0,00	19,63	1,59	0,82	1,59	0,82	2,40	1,52
E	Movistar	Personal	21,04	12,02	1,47	0,66	0,84	0,48	1,74	1,56
	Airtel	Provincial	21,04	11,84	0,75	0,30	0,84	0,30	1,74	1,56
F	Itineris	Declic	53,36	12,52	1,82	0,46	1,36	0,34	1,31	1,31
	SFR	Forfait SFR 30	53,09	17,07	0,95	0,95	0,46	0,46	1,47	1,30
IRL	Eircell	Eirtime 10	44,44	12,60	1,57	0,63	0,38	0,38	2,00	1,62
	Esat Digifone	Select 1	44,44	12,70	1,52	0,48	0,48	0,48	1,97	1,62
I	Telecom Italia Mobile	Euro Time	0,00	7,75	1,27	0,49	1,27	0,49	:	:
	Omnitel	Nuovo Personal 195	0,00	0,00	1,03	0,41	1,03	0,41	1,03	1,03
L	LuxGSM	Liberty	43,11	10,78	0,65	0,32	0,45	0,32	1,26	1,09
	Tango	Twist	0,00	10,78	0,58	0,32	0,32	0,32	1,16	0,91
NL	KPN GSM	Flexibel Hi	41,97	13,50	1,14	0,29	1,14	0,29	1,67	0,78
	Libertel	Personal	40,84	13,50	0,59	0,29	0,59	0,29	2,05	1,04
A	Mobilkom	A-1 Fun	27,25	17,44	0,71	0,34	0,18	0,18	1,07	1,29
	MaxMobil	Freizeit. max	26,89	18,11	0,53	0,34	0,18	0,18	1,36	1,36
P	TMN	TMN Basic	0,00	9,98	0,99	0,99	0,36	0,36	0,45	0,99
	Telecel	IntraRede	0,00	10,47	1,02	1,02	0,37	0,36	1,02	0,49
FIN	Sonera GSM	Private	6,73	2,30	0,99	0,33	0,41	0,33	2,22	1,20
	Radiolinja	Basic	6,47	4,14	0,95	0,26	0,36	0,26	1,96	1,22
S	Telia Mobil	Mobitel Pott	23,26	8,84	1,71	0,60	1,71	0,60	1,71	1,53
	Comviq	Joker	18,61	2,33	1,54	0,56	1,54	0,56	1,62	1,62
UK	Cellnet	Occasional Caller Plus	48,18	24,08	1,53	0,08	1,53	0,08	3,88	3,88
	Vodafone	Vodafone 120	48,19	34,45	1,03	0,21	1,03	0,21	3,88	3,88

(1) Fett steht für das Land mit dem niedrigsten Vorsteuerpreis; blau steht für das Land mit dem höchsten Vorsteuerpreis.

(2) Pakete mit angehängter Zahl (120 oder 6H) schließen normalerweise die entsprechende Zahl von Minuten oder Stunden als Gratisanrufe ein.

Quelle: Teligen in Report on Telecom Tariff Data as of January 2000, Europäische Kommission, Mai 2000

Für den Bereich der Mobiltelefonie enthält Tabelle 6.22 die Preise von Paketangeboten für Wenigtelefonierer von einigen der größten Telekommunikationsanbieter der EU. Diese Preise sollten den Preisen für Pre-paid-Leistungen (siehe Tabellen 6.23 und 6.24) gegenübergestellt werden. Die Preise für das Telefonieren per Handy gehen ähnlich weit auseinander, wobei die höchsten Tarife - unabhängig von der Kategorie des Gesprächs (Inlandsgespräch, Gespräch innerhalb des selben Mobilfunknetzes, Auslandsgespräch) und der Tageszeit (innerhalb oder außerhalb der Spitzenzeiten, Spartarif) - um das Dreifache bis Zehnfache höher liegen als das jeweils billigste Angebot.

Die Eurobarometer-Umfrage (53) über öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte enthält auch Daten zum Grad der Zufriedenheit mit dem Preisniveau für Leistungen in den mobilen Netzen. Danach äußerten sich 48,5% der Befragten in der EU unzufrieden (und nur 38,9% zufrieden) mit den Preisen für Leistungen im Mobilfunkbereich. Der höchste Grad von Zufriedenheit wurde in Spanien (60%), Frankreich (58,6%) und Schweden (56,5%) gemessen, der geringste in Österreich (29,8%), im Vereinigten Königreich (30,2%) und in Luxemburg (33,0%). Dennoch bleibt, wie bereits für die Telefondienste im Festnetzbereich festgestellt, bei den Verbrauchern ein gewisses Maß an Unzufriedenheit mit der Bereitstellung der Dienstleistungen.

Tabelle 6.24: Gesprächsgebühren für Pre-paid-Pakete, 2000 (€) (1)

	3-Minutenanruf ins Festnetz			3-Minutenanruf ins selbe Mobilfunknetz			3-Minuten-Intra-EU-Anruf	
	Spitze	Nebenzeit	Spar	Spitze	Nebenzeit	Spar	Spitze	Nebenzeit
B	1,84	0,61	0,61	0,92	0,61	0,61	3,16	1,50
DK	1,61	0,81	0,81	1,61	0,81	0,81	2,69	1,58
D	2,24	0,90	0,25	0,90	0,52	0,52	4,88	4,88
EL	1,79	1,79	1,79	1,79	1,79	1,79	2,93	2,68
E	2,70	0,45	0,45	0,90	0,45	0,45	:	:
F	1,59	1,59	1,59	0,91	0,91	0,91	1,82	1,82
IRL	1,57	0,63	0,63	1,57	0,63	0,63	2,51	2,51
I	1,22	1,22	1,22	1,22	1,22	1,22	1,60	1,60
L	0,91	0,45	0,45	0,65	0,32	0,32	1,58	0,94
NL	1,73	0,29	0,29	1,73	0,41	0,41	2,90	2,90
A	1,78	0,76	0,76	1,78	0,76	0,76	1,80	1,80
P	0,60	0,60	0,23	0,32	0,32	0,23	0,60	0,25
FIN	1,22	1,22	1,22	1,22	1,22	1,22	:	:
S	1,68	0,56	0,56	1,68	0,56	0,56	:	:
UK	1,46	1,46	1,46	1,46	1,46	1,46	6,19	6,19

(1) Fett steht für das Land mit dem niedrigsten Preis; blau steht für das Land mit dem höchsten Preis; Spitzenzeiten, 11 h; Nebenzeiten, 20 h; Spartarifgespräche sind die billigsten verfügbaren Raten; nur in D und P sind diese niedriger als Nebenzeitraten.

Quelle: Teligen in Report on Telecom Tariff Data as of January 2000, Europäische Kommission, Mai 2000

Tabelle 6.23: Fixe Gebühren für Pre-paid-Pakete, 2000 (€)

	Betreiber	Paket	Kartenpreis	Kartengültigkeit
B	Proximus	Pay & Go	10,24	12 Monate
DK	Tele Danmark Mobil	MobilTid	10,75	3 Monate
D	T-Mobil D1	Xtra	11,02	183 Tage
EL	Cosmote	Cosmokarta	12,80	365 Tage
E	Movistar	Joven	25,91	9 Monate
F	Itineris	Mobicarte Classic	8,85	6 Monate
IRL	Eircell	Ready to go	20,99	8 Monate
I	Telecom Italia Mobile	RicariCard	21,52	12 Monate
L	LuxGSM	Tip Top	21,56	3 Monate
NL	KPN GSM	Hi Pre Pay	9,66	12 Monate
A	Mobilkom	B-Free Classic	12,14	:
P	TMN	Mimo Easy	21,31	90 Tage
FIN	Sonera	Easy	13,78	6 Monate
S	Telia Mobil	Refill	23,26	12 Monate
UK	Cellnet	U	13,76	90 Tage

Quelle: Teligen in Report on Telecom Tariff Data as of January 2000, Europäische Kommission, Mai 2000

Tabelle 6.25: Preisbildung für Kurznachrichtendienste (SMS) in der EU, 1999 (€)

	Betreiber	Preis je Nachricht
B	Belgacom	0,15
DK	Mobilix	0,05
D	Deutsche Telekom	0,07
EL	Panafon	0,10
E	Telefonica	0,19
F	France Telecom	0,14
IRL	Telecom Eireann	0,26
I	TIM	0,18
L	PTT	0,12
NL	KPN	0,23
A	Telekom Austria	0,26
P	TMN	0,14
FIN	Radiolinja	0,14
S	Telia	0,29
UK	Orange	0,10
UK	Vodafone	0,17

Quelle: Cellular Mobile Pricing Structures and Trends, OECD, 2000

Tabelle 6.26: Zahl der Telefonnetzbetreiber, 1999 (Einheiten)

	Festnetz, national (1)	Festnetz, international (2)	Mobilnetz
B	32	:	3
DK	12	12	6
D	250	:	4
E	85	85	4
F	52	3	6
L	1	11	2
NL	1	1	5
P	1	2	3
FIN	120	42	57
S	13	13	4
UK	2	181	4

(1) Betreiber, die nationale Telekommunikationsdienste anbieten.

(2) Betreiber, die internationale Telekommunikationsdienste anbieten.

Quelle: Eurostat, Kommunikation (theme4/coins)

AUSWAHL

Mit der fortschreitenden Liberalisierung im Telekommunikationssektor hat sich die Auswahl der Verbraucher im Laufe des letzten Jahrzehnts rapide erweitert. Neue Telekommunikations- (Telco-) Anbieter - im Gegensatz zu den angestammten nationalen Anbietern - sind auf dem EU-Markt erschienen und haben damit begonnen, nach Preis- und Dienstleistungsangeboten zu konkurrieren. Sie hatten bis 1999 auf dem Mobiltelefon-Markt einen Anteil von 53% und bei den Festnetzanschlüssen einen Anteil von 9% erreicht (siehe Tabelle 6.26). Dabei wies Schweden im Festnetzbereich die höchste Durchdringungsrate mit Wettbewerbern des angestammten Betreibers (27%) auf. Im Bereich Mobiltelefonie wählten 76% der Haushalte im Vereinigten Königreich eine der neuen Telcos - und damit einen Wettbewerber des angestammten Unternehmens - als ihren Anbieter.

Tabelle 6.27: Haushaltsdurchdringung mit alternativen Telekommunikationsanbietern, 1999 (%)

	Festnetztelefonie			Mobiltelefonie		
	Nur angestammte Anbieter	Angestammt und Konkurrenz	Nur Konkurrenz	Nur angestammte Anbieter	Angestammt und Konkurrenz	Nur Konkurrenz
EU-15	91	5	4	47	8	45
B	98	1	2	66	4	30
DK	86	9	5	44	9	47
D	90	8	1	35	2	63
EL	100	0	0	27	5	68
E	93	6	0	68	6	27
F	96	3	0	46	6	48
IRL	99	1	0	71	3	25
I	92	7	2	59	15	27
L	99	0	1	65	5	30
NL	98	1	1	51	7	42
A	96	3	1	55	6	39
P	100	0	0	43	6	51
FIN	97	1	2	58	14	27
S	73	19	9	39	9	52
UK	81	2	16	24	6	70

Quelle: The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, Europäische Kommission, April 2000

QUALITÄT

Aus der Sicht der Verbraucher in der EU kommt es bei den Telekommunikationsdiensten zur Zeit zu generellen Verbesserungen bei Preisen und Qualität. Bei einer Erhebung aus dem Jahre 1999 (siehe Tabelle 6.28) äußerten 29% der Befragten, dass sie zufriedener mit ihren Telekommunikationsdiensten seien als noch im Vorjahr, während nur 9% der Meinung waren, die Situation habe sich verschlechtert. Anhand einer Skala von +100 (viel besser) bis -100 (viel schlechter) meldeten die deutschen Verbraucher den größten Zuwachs in puncto Zufriedenheit (26).

Die verbesserte Qualität der europäischen Telekommunikationsdienste lässt sich an mehreren Indikatoren erkennen. So sind zum einen die Wartezeiten bis zur Einrichtung neuer Anschlüsse stark reduziert worden (siehe Tabelle 6.29), zum anderen werden in den meisten EU-Ländern mehr als 90% aller Störungen innerhalb von 24 Stunden behoben (siehe Tabelle 6.30). Die neuesten Entwicklungen betreffen die Möglichkeit, die eigene Telefonnummer bei einem Betreiberwechsel „mitzunehmen“ (number portability)¹³ sowie einen Betreiber bereits im voraus auszuwählen (carrier pre-selection)¹⁴ (siehe Tabelle 6.31).

(13) „Number portability“ bezeichnet die Möglichkeit, dass die Kunden ihre bisherige Telefonnummer behalten, wenn sie sich für einen Providerwechsel entscheiden.

(14) „Carrier pre-selection“ gibt den Teilnehmern die Möglichkeit eines direkten Routings ihres Telefonanschlusses zu dem von ihnen bevorzugten Betreiber mit dem Abnehmen des Hörers und ohne eine speziellen Routingoperation (z. B. Wählen einer Vorwahlnummer).

Tabelle 6.28: Allgemeines Zufriedenheitsniveau in Bezug auf die Festnetztelefonie in Haushalten, gegenüber dem Vorjahr, 1999 (%)

	Viel besser	Etwas besser	Unge- fähr gleich	Etwas schlech- ter	Viel schlech- ter	Mittel (1)
EU-15	6	23	57	7	2	12
B	4	16	69	7	2	7
DK	3	10	73	8	2	2
D	8	38	46	3	0	26
EL	12	26	41	11	3	18
E	3	23	63	7	2	9
F	5	18	66	5	2	10
IRL	8	19	54	2	1	18
I	4	22	52	14	7	1
L	3	11	61	7	1	4
NL	3	10	51	7	3	2
A	2	12	45	3	1	9
P	4	22	52	14	4	4
FIN	3	18	45	5	1	12
S	2	13	66	6	3	3
UK	7	17	66	4	0	15

(1) Die Skala reicht von -100 (viel schlechter) bis +100 (viel besser).

Quelle: The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, Europäische Kommission, April 2000

Tabelle 6.29: Wartezeit für einen Neuanschluss (Tage)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
B	28	:	7	5	4	5	5
DK	8	9	8	:	:	:	:
D (1)	:	:	:	:	:	:	:
EL	:	220	30	9	5	7	7
E	8	5	3	4	5	5	5
F	8	8	7	6	6	:	:
IRL	:	:	13	:	11	:	:
I	12	10	8	:	:	:	10
L	30	30	30	:	:	:	:
NL	:	:	5	:	1	:	:
A	:	45	40	:	:	6	:
P	60	19	7	7	7	4	6
FIN	5	5	6	4	5	5	4
S	:	:	5	:	:	:	:
UK (2)	:	:	:	:	:	:	:

(1) 1995 erhielten 77,9% der Antragsteller einen Anschluss in weniger als 10 Tagen, 1996 78,5% und 1997 90,1%.

(2) 97% der Aufträge erfolgten innerhalb der mit dem Kunden getroffenen Vereinbarung.

Quelle: Communications Outlook, OECD, 2001

Tabelle 6.30: Störungshäufigkeit und Reparaturdauer, 1999

	Störungen je 100 Anschlüsse pro Jahr (Einheiten) (1)	Anteil der innerhalb von 24h behobenen Störungen (%) (2)	Entschädigungsprogramme (3)
B	4,0	90,0	:
DK	:	96,0	Proportionale Rückerstattung der monatlichen Grundgebühr, wenn sie §186 übersteigt
D	8,7	85,9	Feste geldliche Entschädigung von §49 oder nach 48 Stunden von §98
EL	17,0	90,5	:
E	15,0	95,5	Proportionale Rückerstattung der monatlichen Grundgebühr nach sechs Tagen
F	6,2	87,3	:
IRL	15,0	76,0	:
I	17,2	92,0	Rückerstattung der Grundgebühr für alle 2 Tage Verzögerung über den zweiten Arbeitstag hinaus
L	10,1	93,0	Rückerstattung der Grundgebühr nach fünf Tagen
NL	2,7	98,0	Zweifache Rückerstattung der Grundgebühr falls das Ziel nicht erreicht wird
A	6,2	98,0	:
P	11,2	88,9	Proportionale Verringerung der monatlichen Grundgebühr nach zwei Tagen
FIN	8,4	74,1	Rückerstattung der Grundgebühr nach zwei Tagen
S	4,3	77,0	Dreifache Erstattung der Grundgebühr, falls nicht binnen 5 Tagen behoben, sechsfach, falls nicht binnen 10 Tagen
UK	14,3	92,0	Proportionale Erstattung der monatlichen Grundgebühr zzgl. bewiesene finanzielle Verluste bis zu §659

(1) D, 1995; F, IRL und S, 1997; L, NL, A und FIN, 1998.

(2) DK (innerhalb 12 Arbeitsstunden), 1996; D, innerhalb 3 Arbeitstagen; F, IRL und S, 1997; L und NL (innerhalb 48 Stunden), 1998; P, innerhalb 12 Arbeitsstunden.

(3) Erster Bericht über den Universaldienst in der Telekommunikation in der EU, Europäische Kommission, KOM(1998) 101 endgültig, 1998.

Quelle: Communications Outlook, OECD, 2001

Tabelle 6.31: Übertragbarkeit von Rufnummern und Betreibervoreinstellung, 2001

	Übertragbarkeit von Rufnummern	Betreibervoreinstellung
B	Implementiert	Implementiert, jedoch für Ortsgespräche nicht verfügbar
DK	Implementiert für Festnetze innerhalb desselben geographischen Bereichs, einschließl. ISDN. Ab 1.1.2001 Einführung völliger Übertragbarkeit, auch zwischen Fest- und Mobilnetz. Übertragbarkeit bei Mobiltelefonen zum 1.1.2001 zu implementieren	Implementiert für alle geographischen Gespräche
D	Implementiert für feste geographische Bereiche und für nichtgeographische Nummern	Implementiert für Fern- und internationale Gespräche und für Gespräche Fest-Mobilnetz
EL	Einzuführen bis spätestens 1.1.2003	Einzuführen bis spätestens 1.1.2003
E	Geographische und nichtgeographische Übertragbarkeit implementiert	Implementiert für nationale und internationale Fernverbindungen
F	Implementiert für feste geographische Bereiche. Vom 1.1.2001 an können alle Nutzer von ihrem Betreiber eine Nummer für volle geographische Mobilität erhalten	Implementiert für Fern- und internationale Gespräche
IRL	Nichtgeographische Übertragbarkeit eingeführt am 1.1.2000. Geographische Nummernübertragbarkeit wird während der zweiten Jahreshälfte 2000 eingeführt	Implementiert für alle geographischen Gespräche
I	Geographische Übertragbarkeit nur im lokalen Bereich. Nichtgeographische Übertragbarkeit beschränkt auf gebührenfreie, geteilte Kosten- und Premiumdienste	Implementiert für alle geographischen Gespräche
L	Implementiert	Implementiert
NL	Implementiert. Übertragbarkeit für Mobiltelefon verfügbar	Implementiert für alle geographischen Gespräche
A	Geographische Übertragbarkeit nur innerhalb eines lokalen Bereichs	Implementiert und deckt alle Arten geographischer Gespräche ab
P	Übertragbarkeit wird zum 1.6.2001 für geographische und nichtgeographische Nummern implementiert	Implementiert für nationale und internationale Fernverbindungen
FIN	Geographische Rufnummernübertragbarkeit verfügbar, einschließlich landesweite Übertragbarkeit. Keine Pläne für mobile Übertragbarkeit	Implementiert für Fern- und internationale Gespräche
S	Geographische und nichtgeographische Übertragbarkeit implementiert. Verfügbar für digitale Mobiltelefonienste vom 1.9.2001 an	Implementiert für nationale und internationale Fernverbindungen und Mobilgespräche (sowie für Ortsgespräche mit Ortskennzahl)
UK	Geographische und nichtgeographische Übertragbarkeit implementiert	Verfügbar mit sowie ohne automatische Wählhilfe bis Ende 2001

Quelle: Communications Outlook, OECD, 2001

Die Euro-Barometerumfrage (53) über öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte ergab, dass die Qualität der Telefondienste von den europäischen Verbrauchern in der Regel geschätzt wird. Etwa 69,8% äußerten sich zufrieden mit der Qualität im Festnetz und 56,9% mit der Qualität der mobilen Telefondienste.

Die Informationen der Festnetz-Provider wurden von 75,8% der Europäer als klar verständlich beurteilt, während sich 18,7% unzufrieden zeigten. Die größte Unzufriedenheit herrschte in Italien (34%), Portugal (26,3%), Spanien (21,2%) und Belgien (21,2%). Was die Anbieter mobiler Telefondienste angeht, so äußerten sich in der EU als Ganzes 59,9% zufrieden und etwas über ein Fünftel (20,5%) unzufrieden mit der Verständlichkeit der Informationen. Wie schon bei den Festnetzdiensten waren die Italiener (27,9%) am wenigsten zufrieden, gefolgt von den Franzosen (25,7%), den Spaniern (21,7%) und den Griechen (21,2%).

Die Vertragsbedingungen wurden von fast einem Viertel der Europäer als nicht fair betrachtet (24% bei Mobiltelefonen und 25% bei Festnetzanschlüssen). Auch hier bestand die größte Unzufriedenheit in Italien (40,8%), Frankreich (33%), Griechenland (32,5%) und Spanien (32,4%) für die Mobiltelefonie, während die entsprechenden Zahlen für Festnetzdienste für Italien bei 57,3%, für Portugal bei 41,5% und für Spanien bei 38,9% lagen.

Die Unzufriedenheit mit der Behandlung von Beschwerden war am größten in Frankreich, Dänemark und Spanien bei den Mobilfunk- und in Österreich, Frankreich und Italien bei den Festnetzdiensten. Tabelle 6.32 zeigt eine Auswahl der allgemeinen Ergebnisse der Eurobarometer-Umfrage (53) zum Zufriedenheitsgrad der Teilnehmer mit Mobiltelefon- und Festnetzdiensten.

Tabelle 6.32: Allgemeine Zufriedenheit mit Telefondiensten, 2000 (% , gefiltert) (1)

	Mobiltelefondienste			Festnetzdienste		
	Zu-frieden	Unzu-frieden	Weiß nicht	Zu-frieden	Unzu-frieden	Weiß nicht
EU-15	56,9	25,1	7,0	69,8	24,0	4,1
B	54,7	24,2	8,2	64,5	26,7	4,7
DK	59,4	19,0	6,1	78,3	18,3	2,9
D	54,3	22,2	9,5	75,1	17,4	5,9
EL	62,3	28,1	7,3	70,9	25,4	3,5
E	44,7	30,6	7,4	57,8	33,8	4,5
F	49,4	32,8	6,8	73,4	21,7	3,5
IRL	63,0	15,3	5,1	76,1	12,7	4,9
I	63,7	31,9	4,3	53,1	43,1	3,8
L	73,3	15,8	4,4	84,6	11,4	3,2
NL	61,5	20,8	6,9	79,9	16,0	3,1
A	66,8	15,1	6,4	67,8	22,3	5,0
P	50,4	20,7	8,9	49,2	34,4	5,6
FIN	73,0	18,0	4,7	79,4	14,7	3,6
S	68,7	23,0	5,3	79,9	16,3	2,9
UK	65,7	15,4	6,1	81,5	13,4	2,7

(1) Das Umfragesample wurde gefiltert, um jene Befragten auszuschließen, die spontan antworteten, dass sie keinen Zugang zum fraglichen Dienst hätten. Die Zahlen ergeben aufgrund der Kategorien „trifft nicht zu“ oder „keine Antwort“ nicht 100%.
Quelle: Eurobarometer 53 (Öffentliche Dienstleistungsanbieter und ihre Produkte), Europäische Kommission, 2000

Tabelle 6.33: Zufriedenheitsindex für Mobiltelefonkunden, 2000

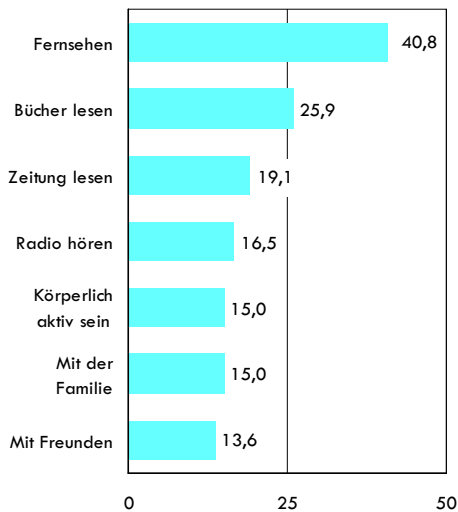
	B	E	IRL	P	FIN	Is-land	Durchschnitt
Image	73,1	71,6	73,5	72,4	77,3	68,9	72,8
Qualität	75,4	74,6	74,2	71,0	79,2	72,2	74,4
Wert für Geld	58,3	60,7	60,3	61,8	69,4	53,9	60,7
Beschwerdewesen	64,7	69,4	70,5	64,8	:	:	67,4
Loyalität	68,3	69,2	64,5	71,1	61,3	66,5	67,9
ECSI (2)	71,9	69,0	71,0	69,1	75,1	66,6	70,5

(1) Index auf einer Skala von 0 (niedrigster Wert) bis 100 (höchster Wert).

(2) ECSI: European Customer Satisfaction Index (Europäischer Kundenzufriedenheitsindex).

Quelle: European Customer Satisfaction Index, EOQ (European Organization for Quality), 2001

Abbildung 6.15: Befragte, die wegen des Internetgebrauchs weniger Zeit für Freizeitaktivitäten aufwenden, EU-15, 2000 (% der Internetnutzer) (1)



(1) Mehrfachantwort möglich.
Quelle: Eurobarometer 53 (Informations-gesellschaft), Europäische Kommission, 2000

6.3 INTERNET

Eines der meistbeschriebenen Ereignisse bei der explosionsartigen Entwicklung der Nachrichtenübermittlung und der Informationstechnologie ist das schnelle Wachstum, das rund um das Internet festzustellen ist. Etwa 5% der Europäer wussten im Jahre 2000 noch nicht, was das Internet ist¹⁵. Für die Zwecke dieser Veröffentlichung wird das Internet in erster Linie als ein Dienst zur Nachrichtenübermittlung angesehen, da er sich auf dieselbe Infrastruktur stützt wie die anderen Telekommunikationsdienste.

ZUGANG

Die Nutzung des Internets erfordert eine Computer-Basisausrüstung und einen entsprechenden Telefonanschluss. Die Eurobarometer-Umfrage (53) über die Informationsgesellschaft vom Frühjahr 2000 bestätigte, dass 34,9% der Haushalte angaben, zu Hause einen Desktop-PC zu haben; 5,4% gaben einen Laptop an. Diese Zahlen können nicht ohne das Risiko des Doppelzählens addiert werden, aber sie lassen sich mit den Ergebnissen einer ähnlichen Erhebung vom Herbst 1998 vergleichen, bei der 30,8% der Befragten erklärten, dass sie zu Hause einen PC haben (wobei hier kein Unterschied zwischen Desktops und Laptops gemacht wurde). Wie im vorangegangenen Abschnitt dieses Kapitels gezeigt, liegen die Durchdringungsraten für Telekommunikationsausrüstungen nahe 100%.

In dem Zeitraum zwischen den beiden Erhebungen ist die Nutzung des Internets rapide angestiegen, und zwar von 8,3% im Jahre 1998 auf 18,3% im Jahre 2000 (siehe Tabellen 6.34 und 6.35). Wie aus der Art der Fragestellung hervorgeht¹⁶, beziehen sich diese Zahlen speziell auf die private Nutzung des Internet, so dass der Netzzugang vom Arbeitsplatz, von der Schule oder von Internet-Cafés aus hier unberücksichtigt geblieben ist.

(15) E-commerce data report, Empirica, 2000 (<http://www.empirica.com>).

(16) 1998: Benutzen Sie in Ihrer Freizeit zu Hause einen Internetanschluss; 2000: Haben Sie zu Hause einen Internetanschluss?

Tabelle 6.34: Haushaltsdurchdringung mit PCs und Internet, 1998-2000 (%)

	PCs (1)		davon mit Internetanschluss	
	1998	2000	1998	2000
EU-15	30,8	34,9	8,3	18,3
B	33,0	42,4	8,2	20,2
DK	56,7	59,0	24,6	45,3
D	30,5	31,9	7,1	13,6
EL	12,2	15,4	2,9	5,8
E	28,4	34,2	5,0	9,6
F	22,8	28,9	3,9	12,9
IRL	26,3	28,0	8,4	17,5
I	26,6	35,5	6,1	19,2
L	42,5	45,3	14,0	26,9
NL	58,8	65,5	19,6	46,1
A	30,8	31,6	6,8	16,9
P	18,4	20,3	3,4	8,4
FIN	38,6	44,9	17,2	28,2
S	59,8	56,3	39,6	47,5
UK	35,2	36,2	10,7	24,4

(1) Nur Desktop-PCs, 2000.
Quelle: Eurobarometer 50.1 und 53 (Informationsgesellschaft), Europäische Kommission, 1999-2000

Die Hauptgründe dafür, dass noch kein Internetanschluss besteht, waren 1999¹⁷ fehlendes Interesse am - oder Unkenntnis über das - Internetangebot (51%) - Tabellen 6.36 und 6.37. Diese Aussage gilt vor allem für Haushalte mit niedrigem Einkommen (60%), wo allerdings nur 9% der Befragten als Grund für das Nichtbestehen eines Anschlusses finanzielle Gründe nannten (weniger als der EU-Durchschnitt

(17) The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, Europäische Kommission, April 2000.

von 11%).

Tabelle 6.35: Haushaltsdurchdringung mit PCs und Internet, EU-15, 1998-2000 (%)

	PCs (1)		davon mit Internetanschluss	
	1998	2000	1998	2000
EU-15	30,8	34,9	8,3	18,3
Geschlecht				
Männlich	34,7	38,5	10,6	21,0
Weiblich	27,1	31,5	6,1	15,9
Alter				
15-24	44,9	46,3	11,8	23,2
25-39	40,1	42,5	11,8	23,7
40-54	37,8	43,7	9,6	23,1
55+	10,4	16,3	2,4	7,8
Beruf				
Selbständig	38,0	43,0	11,6	24,1
Manager	56,8	60,2	21,8	39,2
Sonstige Angestellte	40,1	47,5	11,5	26,3
Arbeiter	30,2	33,6	6,2	15,0
Hausfrau/-mann	21,3	26,5	4,5	11,5
Arbeitslos	24,7	30,7	3,5	13,8
Rentner	8,3	11,7	1,4	5,9
Studenten	60,8	58,8	18,5	32,4
Einkommen				
Hoch	53,1	61,0	18,1	37,0
Mittelhoch	34,2	40,0	8,1	20,0
Mittelniedrig	22,9	25,0	6,1	11,0
Niedrig	14,8	16,0	3,5	8,0

(1) Nur Desktop-PCs, 2000.

Quelle: Eurobarometer 50.1 und 53 (Informationsgesellschaft), Europäische Kommission, 1999-2000

Tabelle 6.36: Gründe, keinen Internetanschluss zu haben, 1999 (%-Anteil der Nichtnutzer des Internets)

	Anschluss bald geplant	Ausreichenden Zugang anderswo	Kein Interesse oder kenne das Internet nicht	Besorgt über Kosten	Kein Zugangsweg	Sonstiges
EU-15	8	8	51	11	33	6
B	9	10	52	11	32	3
DK	18	9	37	5	28	12
D	7	7	53	15	32	7
EL	5	4	65	4	27	4
E	5	5	53	9	39	4
F	9	15	48	17	37	4
IRL	8	6	42	8	28	21
I	9	5	55	6	34	2
L	16	10	46	11	31	3
NL	9	5	51	11	17	15
A	7	10	43	12	24	18
P	5	4	42	10	40	14
FIN	12	21	43	12	22	6
S	17	19	29	11	36	17
UK	9	8	47	9	32	7

Quelle: The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, Europäische Kommission, April 2000

Tabelle 6.37: Gründe, keinen Internetanschluss zu haben, EU-15, 1999 (%-Anteil der Nichtnutzer des Internets)

	Anschluss bald geplant	Ausreichenden Zugang anderswo	Kein Interesse oder kenne das Internet nicht	Besorgt über Kosten	Kein Zugangsweg	Sonstiges
EU-15	8	8	51	11	33	6
Urbanisierung (1)						
Hauptstädtisch	9	10	47	12	33	7
Städtisch	8	7	51	11	32	7
Ländlich	7	7	54	11	35	6
Einkommen (2)						
Hoch	18	15	39	11	23	5
Mittelhoch	10	11	46	13	34	6
Mittelniedrig	5	6	57	11	36	5
Niedrig	3	5	60	9	35	7
Haushaltsgröße (3)						
Ein	4	7	58	8	35	7
Zwei	6	6	59	8	34	6
Drei	10	9	46	12	35	6
Vier+	11	10	42	15	31	6

(1) Hauptstädtisch: Hauptballungsgebiete, welche zumindest die Hauptstadt einschließen; städtisch: kleinere Städte und Ballungsgebiete; ländlich: kleinste Ortschaften.

(2) Qualifikationen (hoch, mittelhoch, mittelniedrig und niedrig) etabliert auf nationalem Niveau.

(3) Zahl der Personen, die unter demselben Dach leben.

Quelle: The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, Europäische Kommission, April 2000

Tabelle 6.38: Zahl der Internetteilnehmer, zum 1. Januar 2000

	Gesamte inländische Teilnehmer (Tsd.)	Teilnehmer je 100 Einwohner (%)
EU-15 (1)	37 208	9,9
B	1 083	10,6
DK	1 135	21,3
D	9 000	11,0
EL	200	1,9
E	3 625	9,2
F	3 030	5,1
IRL	405	10,8
I	4 930	8,6
L	:	:
NL	2 834	17,9
A	486	6,0
P	474	4,7
FIN	564	10,9
S	2 040	23,0
UK	7 400	12,4

(1) Ohne L.

Quelle: Communications Outlook, OECD, 2001

VERBRAUCH

Nutzerbasis

Im Jahre 2000 gab es in der EU 37 Millionen Teilnehmer bei den verschiedenen Diensteanbietern (siehe Tabelle 6.38) und mehr als die doppelte Anzahl von Nutzern¹⁸, wenn man den Zugang von der eigenen Wohnung und von anderen Orten berücksichtigt. Die Gesamtzahl der Internetnutzer in der EU wurde im Jahre 2000 auf 83,1 Millionen (entsprechend 22% der Bevölkerung) geschätzt, verglichen mit 19,3 Millionen nur drei Jahre zuvor¹⁹ (siehe Tabelle 6.39). Aus diesen Zahlen ergibt sich ein durchschnittliches Wachstum von 62,6% mit einer Spannbreite von 26,5% in Schweden bis 104,1% in Frankreich und 128,5% in Portugal. Es wird davon ausgegangen, dass die Anzahl der Internetnutzer in der EU Ende 2000 die 100-Millionen-Marke überschritten hat²⁰.

(18) Der Begriff „subscriber“ (Teilnehmer) hat eine speziellere Bedeutung als nur „user“ (Nutzer); für die meisten „Provider“ bezeichnet der Begriff den Inhaber eines registrierten Internet-Kontos, das im Verlauf der vorangegangenen drei Monate benutzt worden ist.

(19) ITU and Information Society Statistics, Statistik kurz gefasst, Themenkreis 4 4/2001, Eurostat, 2001.

(20) NUA and Information Society Statistics, Statistik kurz gefasst, Themenkreis 4 23/2001, Eurostat, 2001.

Nutzerprofil

Die Eurobarometer-Umfrage (53) über die Informationsgesellschaft macht es möglich, das Profil des typischen Internetnutzers zu zeichnen (siehe Tabelle 6.35). Internetnutzer waren danach vorwiegend männlichen Geschlechts (21,0% hatten einen Internetanschluss), Manager (39,2%) und kamen aus einem einkommensstarken Haushalt (37,4%) - verglichen mit Nutzern weiblichen Geschlechts (15,9%), Rentnern (5,9%) oder Nutzern aus einem einkommensschwachen Haushalt (8,0%). Ein interessanter Befund aus der Erhebung ist, dass die Teilnehmeranteile praktisch in allen Altersgruppen bis 54 Jahre gleich waren (23% bis 24%), in der Altersgruppe 55 Jahre und darüber jedoch auf 7,8% zurückgingen.

Weitere Details zu Internetnutzern sind in einer weiteren Erhebung aus dem Jahre 1999²¹ enthalten, aus der hervorgeht, dass der Anteil der Haushalte mit Internetanschluss in den Großstädten fast doppelt so hoch war (14,3%) wie in ländlichen Gebieten (7,4%) und dass er in Haushalten mit vier oder mehr Mitgliedern (14,1%) doppelt so hoch war wie in Ein-Personen-Haushalten (6,7%).

30,5% der Haushalte mit Internetanschluss war die Wohnung der einzige Platz zum „Surfen“ - siehe Tabelle 6.40. Für die übrigen Befragten war der bevorzugte Zugangsort der Arbeitsplatz (36,1%) oder die Wohnung eines Freundes/einer Freundin (20,3%). Wie aus Tabelle 6.41 zu entnehmen, war die Beschaffenheit des Internetanschlusses in hohem Maße von sozio-ökonomischen Faktoren abhängig. Personen im Rentenalter und Nicht-Erwerbstätige hatten mit hoher Wahrscheinlichkeit ausschließlich einen Anschluss in ihrer Wohnung (in beiden Fällen über 62,0%). Bei den Haushalten mit niedrigem Einkommen hatten 28% Zugang von der Universität, was den hohen Anteil von Studierenden in dieser Einkommensgruppe belegt.

(21) The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, Europäische Kommission, April 2000.

Tabelle 6.39: Zahl der Internetnutzer (Tsd.)

	1997	1998	1999	2000
EU-15	19 340	36 305	55 942	83 120
B	500	800	1 400	2 000
DK	600	1 000	1 500	1 950
D	5 000	10 500	15 900	24 000
EL	200	350	750	1 000
E	1 100	1 733	2 830	5 388
F	1 000	3 500	5 660	8 500
IRL	150	300	444	784
I	1 300	3 000	5 000	6 000
L	30	50	75	100
NL	1 000	1 600	3 000	3 800
A	650	600	850	2 100
P	500	600	700	5 962
FIN	1 000	1 311	1 667	2 088
S	2 000	2 961	3 666	4 048
UK	4 310	8 000	12 500	15 400

Quelle: ITU in Statistik über die Informationsgesellschaft, Statistik kurz gefasst, Themenkreis 4 4/2001, Eurostat, 2001

**Tabelle 6.40: Internetzugang außer Haus, 2000
(%-Anteil der Internetnutzer)**

	Büro	Univer- sität	Schule	Cyber- café	Bei Freun- den	Sonst- wo	Nir- gends
EU-15	36,1	9,5	9,0	5,6	20,3	6,5	30,5
B	35,5	5,7	13,4	3,5	21,8	2,5	33,4
DK	34,3	8,6	5,8	2,4	23,9	3,3	19,5
D	42,4	11,1	7,0	7,2	22,6	3,0	23,9
EL	25,7	18,8	4,1	39,0	24,2	4,9	18,8
E	34,3	19,5	5,8	19,7	13,1	6,8	21,4
F	31,5	7,8	8,5	5,3	18,6	1,8	38,0
IRL	24,3	12,4	17,0	3,5	14,7	4,3	35,6
I	36,2	7,2	3,0	3,4	22,2	7,3	38,1
L	44,6	7,8	23,7	11,7	33,4	1,7	26,7
NL	31,4	6,0	12,5	2,1	17,8	9,1	39,0
A	40,7	12,9	10,5	10,0	25,6	5,6	23,3
P	53,4	16,3	17,6	10,6	30,7	5,3	10,8
FIN	40,2	11,5	22,1	5,7	30,4	9,9	13,0
S	44,3	9,3	14,8	8,1	30,5	11,1	17,7
UK	33,2	9,4	9,7	2,4	15,4	9,2	33,6

Quelle: Eurobarometer 53 (Informationsgesellschaft), Europäische Kommission, 2000

Tabelle 6.41: Internetzugang außer Haus, EU-15, 2000 (%-Anteil der Internetnutzer)

	Büro	Universität	Schule	Cybercafé	Bei Freunden	Sonstwo	Nirgends
EU-15	36,1	9,5	9,0	5,6	20,3	6,5	30,5
Geschlecht							
Männlich	41,5	8,7	8,1	6,0	21,6	6,6	27,5
Weiblich	28,2	10,8	10,2	5,0	18,4	6,4	34,9
Alter							
15-24	17,1	23,6	28,6	13,5	33,0	6,3	17,2
25-39	42,0	7,9	2,6	5,4	22,1	4,8	30,5
40-54	46,6	4,3	5,8	1,3	11,0	8,0	32,4
55+	26,5	1,4	2,0	1,8	13,2	9,3	50,3
Beruf							
Selbständig	42,5	2,6	1,0	1,6	11,9	10,2	33,6
Manager	65,7	5,4	7,1	4,9	14,8	5,6	15,0
Sonstige Angestellte	54,6	4,4	2,8	4,2	20,6	4,2	29,9
Arbeiter	30,7	2,7	4,8	5,4	21,6	4,7	40,0
Hausfrau/-mann	4,5	2,6	1,6	0,7	15,3	7,1	62,8
Arbeitslos	11,8	2,5	3,4	10,6	25,6	12,7	47,2
Rentner	10,6	2,2	1,0	1,5	15,1	13,4	62,1
Studenten	6,4	39,8	35,1	12,8	34,3	5,1	11,4
Einkommen							
Hoch	49,0	5,0	5,0	4,0	17,0	:	30,0
Mittelhoch	37,0	6,0	8,0	3,0	20,0	:	30,0
Mittelniedrig	31,0	9,0	6,0	6,0	23,0	:	34,0
Niedrig	16,0	28,0	11,0	13,0	34,0	:	30,0

Quelle: Eurobarometer 53 (Informationsgesellschaft), Europäische Kommission, 2000

Internet-Aktivitäten

Die beliebteste Aktivität im Internet war im Jahre 2000 die E-Mail. Durchschnittlich 69,0% der Personen mit einem Internetanschluss in der eigenen Wohnung gaben an, diesen zum E-Mail-Austausch mit Verwandten, Freunden oder Kollegen in den letzten drei Monaten vor der Erhebung mindestens ein Mal genutzt zu haben. Andere verbreitete Aktivitäten waren die Suche nach Material für Bildungs- und Ausbildungszwecke (47,0%) und nach Produktinformationen (46,8%) sowie das Herunterladen von Software (43,3%) oder die Beschaffung von Informationen über Sport- und Freizeitaktivitäten (41,5%). Ein hoher Anteil von Menschen nutzt das Internet für die Urlaubsplanung (37,6%) - siehe Tabelle 6.42.

Tabelle 6.43 enthält Material zur Analyse der Online-Aktivität von Internetnutzern nach einer Anzahl soziodemografischer Kriterien. In der Tabelle werden nur die am häufigsten genannten Anwendungen zitiert. Von den hier nicht genannten Anwendungen ist die bemerkenswerteste der Kauf von CDs und Büchern (jeweils 14,0%) oder Software (8,6%), das Telefonieren über das Internet (9,2%), der Aktienhandel (6,7%), das Online-Fernsehen (5,5%) oder die Teilnahme an einer Online-Auktion (3,9%). Für nähere Einzelheiten zum E-Commerce verweisen wir auf Kapitel 1, Seite 55.

Tabelle 6.42: Online-Aktivitäten, 2000 (%-Anteil der Internetnutzer) (1)

	E-Mail	Suche nach Bildungs- material	Suche nach Produkt- informa- tionen	Herunter- laden von Software	Suche nach Sport-/Frei- zeitinforma- tionen	Urlaubs- vorbe- reitung	Lesen von Zeitungen	Spiele	Bankge- schäfte	Arbeits- suche
EU-15	69,0	47,0	46,8	43,3	41,5	37,6	31,2	27,9	24,9	23,3
B	58,4	54,1	38,9	37,2	46,0	32,5	29,9	30,0	35,3	23,6
DK	86,1	46,8	53,8	37,6	36,7	45,9	41,7	27,8	39,9	22,5
D	72,7	51,4	52,7	51,2	33,5	35,4	24,7	30,0	34,7	21,2
EL	53,5	55,2	42,5	50,5	62,5	30,2	40,5	53,9	16,8	26,0
E	71,2	58,4	37,8	35,8	50,0	30,4	42,7	31,3	20,1	20,3
F	58,8	42,8	41,3	40,6	42,2	38,4	29,4	23,6	15,6	23,2
IRL	71,2	56,1	45,3	38,0	40,8	33,5	37,0	34,2	7,4	26,8
I	63,4	32,9	40,3	37,3	48,4	38,3	36,1	20,3	10,4	22,0
L	70,3	42,9	42,8	40,7	37,2	35,7	29,1	21,3	27,1	8,9
NL	62,5	39,9	46,1	56,5	36,0	44,0	25,9	19,3	40,0	24,1
A	56,3	39,0	39,2	40,8	35,4	16,2	25,9	31,1	21,5	14,1
P	48,9	44,9	38,6	29,7	30,1	24,7	38,8	28,3	9,0	11,6
FIN	80,0	54,0	57,6	31,0	57,2	38,7	47,8	37,5	63,8	32,4
S	79,3	43,8	48,5	37,3	34,8	41,9	34,9	28,2	35,4	27,7
UK	75,0	56,0	51,6	43,3	44,8	38,3	28,8	34,5	16,9	25,7

(1) „Wenn überhaupt, welche der folgenden Aktivitäten tätigten Sie in den letzten drei Monaten online?“; Mehrfachantwort möglich.
Quelle: Eurobarometer 53 (Informationsgesellschaft), Europäische Kommission, 2000

Tabelle 6.43: Online-Aktivitäten, EU-15, 2000 (%-Anteil der Internetnutzer) (1)

	E-Mail	Suche nach Bildungs- material	Suche nach Produkt- informa- tionen	Herunter- laden von Software	Suche nach Sport-/Frei- zeitinforma- tionen	Urlaubs- vorbe- reitung	Lesen von Zeitungen	Spiele	Bank- geschäfte	Arbeits- suche
EU-15	69,0	47,0	46,8	43,3	41,5	37,6	31,2	27,9	24,9	23,3
Geschlecht										
Männlich	70,3	44,9	51,9	49,8	45,4	35,5	36,2	29,1	25,6	23,3
Weiblich	67,1	50,1	39,3	33,6	35,8	40,8	23,9	26,1	23,8	23,2
Alter										
15-24	72,4	55,2	42,7	52,4	47,3	32,2	27,7	38,6	14,3	27,4
25-39	73,3	46,0	51,1	44,9	41,8	40,0	33,2	30,3	27,4	28,1
40-54	64,3	46,3	45,4	40,5	38,3	38,0	32,4	18,7	30,3	19,4
55+	59,6	37,0	43,3	27,6	37,9	38,7	28,2	22,1	23,0	8,6
Beruf										
Selbständig	62,0	40,3	53,5	31,1	38,9	32,4	29,6	21,7	26,4	16,7
Manager	73,5	55,0	49,3	45,3	41,2	47,1	38,6	23,1	31,9	21,2
Sonstige Angestellte	74,2	46,5	47,3	47,2	45,3	43,9	32,2	27,0	31,1	32,3
Arbeiter	67,7	34,1	47,6	48,4	40,9	32,3	27,0	33,6	21,2	25,4
Hausfrau/-mann	46,6	41,5	44,1	28,7	33,1	31,7	17,4	26,4	21,6	13,2
Arbeitslos	69,8	35,6	34,8	36,3	40,0	34,0	22,5	29,5	19,5	32,4
Rentner	63,6	39,9	42,2	28,8	36,5	40,7	34,2	21,9	21,0	6,7
Studenten	74,3	63,6	43,1	52,3	46,1	30,4	32,6	35,9	16,3	26,3
Einkommen										
Hoch	72,0	48,0	53,0	45,0	45,0	50,0	34,0	24,0	33,0	23,0
Mittelhoch	68,0	39,0	46,0	41,0	40,0	37,0	33,0	27,0	24,0	21,0
Mittelniedrig	65,0	48,0	43,0	43,0	33,0	34,0	29,0	32,0	28,0	28,0
Niedrig	77,0	52,0	47,0	56,0	41,0	26,0	32,0	34,0	27,0	33,0

(1) „Wenn überhaupt, welche der folgenden Aktivitäten tätigten Sie in den letzten drei Monaten online?“; Mehrfachantwort möglich.
Quelle: Eurobarometer 53 (Informationsgesellschaft), Europäische Kommission, 2000

Tabelle 6.44: Kosten für jährlich 400 Stunden Internetzugang zum Ortstarif (€, ohne MwSt) (1)

	1999		2000	
	Spitze	Spartarif	Spitze	Spartarif
B	573	142	736	370
DK	748	374	748	374
D	846	317	846	317
EL	321	96	507	254
E	650	253	579	253
F	837	455	837	455
IRL	386	193	387	192
I	446	236	371	224
L	1 035	256	776	191
NL	572	201	535	201
A	724	256	724	256
P	339	153	479	227
FIN	273	273	263	263
S (2)	500	257	529	272
UK (2)	1 147	307	1 304	330

(1) 400 Anrufe zu je 1 Stunde; nur Telefonkosten, ohne Providergebühren; Spitzenzeit: 11:00 wochentags; Spartarif: billigster verfügbarer Tarif; ohne kostenlosen Zugang oder reduzierte Tarife spezieller Internetabonnements.

(2) Wechselkursschwankungen zum Euro zwischen 1999 und 2000 beeinflussen den Vergleich: S (5,6%) und UK (13,7%).
Quelle: Teligen in Report on Telecom Tariff Data as of January 2000, Europäische Kommission, Mai 2000

Tabelle 6.45: Internetzugang zu Discounttelefontarifen, 2000 (€, einschließlich MwSt) (1)

	20 Stunden		40 Stunden	
	Spitze	Nebenzeit	Spitze	Nebenzeit
EU-15	44,39	33,79	69,39	46,85
B	54,04	37,36	84,89	54,04
DK	41,63	41,63	65,62	57,27
D	37,95	37,95	56,40	56,40
EL	35,56	31,20	44,26	35,56
E	39,67	24,68	67,12	27,24
F	37,04	37,04	65,50	65,50
IRL	55,12	31,67	76,93	42,67
I	30,65	25,11	43,50	36,92
L	62,45	40,37	106,57	62,45
NL	51,68	36,62	84,24	51,68
A	49,81	36,03	78,42	50,86
P	36,89	35,73	60,22	45,03
FIN	34,69	32,24	47,80	42,91
S	45,79	31,28	75,62	46,62
UK	50,93	33,25	75,51	33,92

(1) Zugangsangebot im September 2000, einschließlich Gebühren für Telefon- sowie Internetprovider.
Quelle: Communications Outlook, OECD, 2001

Tabelle 6.46: Kosten des Internetzugangs über Kabel und ADSL, März 2000 (€)

Unternehmen	Anschlussgebühr	Monatliche Grundgebühr	Geschwindigkeit vom Provider (kbit/s)	Geschwindigkeit zum Provider (kbit/s)	
Kabel					
B	Telenet Pandora Formula 1	260,87	39,10	:	128
B	Brutele Brutelecom@home	63,14	37,88	256	64
B (1)	ALE Economy Pack	75,53	25,96	:	:
B (1)	ALE Family Pack	75,53	41,61	:	:
DK	TeleDanmark	281,92	13,85	512	:
F	France Telecom Cable (Wanadoo) Prime@accès	86,64	51,35	512	128
IRL	Cablenet Cable Net Home	200,44	40,09	128	:
IRL	Cablenet Cable Net Plus	200,44	60,13	256	128
S (1)	Tele2	61,82	38,33	512	:
UK	NTL Hispeed	42,86	84,43	:	:
ADSL					
A	Telekom Austria (A-Online Speed alpha)	7,57	61,11	512	64
B (2)	Belgacom - Turbo Line (Go)	0,00	32,35	300	64
B (2)	Belgacom - Turbo Line (Plus)	232,19	40,94	1 000	128
DK	TeleDanmark (NetExpress)	233,17	55,82	512	128
F (2)	France Telecom (Netissimo 1)	124,35	42,52	500	128
F (2)	France Telecom (Netissimo 2)	158,84	112,31	1 000	256
D	Deutsche Telekom (T-Online Speed 50)	160,90	53,27	768	128
D	Deutsche Telekom (T-Online Speed 100)	160,90	80,18	768	128
E	Telefonica (Terra Familiar)	194,44	47,69	256	128
E	Telefonica (Terra Profesional)	267,82	102,47	512	128

(1) Zusätzlich Kosten für die Modemmieta. (2) Erfordert zusätzlich Interneteinrichtungs- und monatliche Zugangsgebühr.
Quelle: Local access pricing and e-commerce, OECD, 2000

PREISE

Die traditionelle Form des Anschlusses von privaten Haushalten an das Internet erfolgt über ein zwischen den Computer und die Telefonleitung geschaltetes Modem. In diesem Falle hat der Nutzer die Telefonnummer seines Internet-Providers zu wählen, in der Regel zu demselben Preis, den auch ein normales Ortsgespräch kostet (zu näheren Preisangaben siehe Unterkapitel 6.2), auch wenn einige Telefonanbieter für Internetnummern spezielle Tarife anbieten. Tabelle 6.44 enthält die Kosten, die mit einer jährlichen Nutzung des Internets von 400 Stunden (400 Gespräche von einstündiger Dauer pro Jahr), entsprechend fast 8 Stunden pro Woche, verbunden sind. Außerhalb der Spitzenzeiten, wenn die meiste häusliche Internetnutzung stattfindet, lagen die Gebühren im Jahre 2000 zwischen €191 in Luxemburg und €455 in Frankreich.

Die genannten Zahlen decken nur die Telefonzugangsgebühren, nicht aber andere Anschlussgebühren, wie z. B. die monatlichen Provider-Teilnahmegebühren, ab. Die OECD hat einen Korb von Internet-Zugangsdiensten aufgestellt, der die Leitungsgebühr, Telefonnutzungsentgelte und Provider-Gebühren enthält (siehe Tabelle 6.45). Im September 2000 hätten danach die Verbraucher für 20 Stunden Internetnutzung außerhalb der Spitzenzeiten €33,8 und außerhalb der Spitzenzeiten €44,4 bezahlt. Für eine Nutzung von 40 Stunden hätten die Kosten außerhalb der Spitzenzeiten €46,9 und innerhalb der Spitzenzeiten bei €69,4 gelegen.

AUSWAHL

Im Jahre 1999 gingen knapp über die Hälfte (51%) der privaten Haushalte in der EU vertragliche Beziehungen mit neuen Diensteanbietern - hier im Unterschied zu den angestammten Anbietern, den früheren nationalen Monopollieferanten von Telekomleistungen - ein (siehe Tabelle 6.48). Die einzigen Länder mit einer ausgesprochen niedrigen Durchdringungsrate neuer Diensteanbieter waren Frankreich, Italien (jeweils 24%) und Portugal (12%). Städtische Haushalte, einkommensschwache Haushalte und Ein-Personen-Haushalte tendierten mehr zu neuen als zu den angestammten Anbietern.

Tabelle 6.47: Zahl der Internet-Provider, 1999 (Einheiten)

B	48
DK	16
D	1 000
E	276
L	20
P	21
FIN	35
UK	400

Quelle: Eurostat, Kommunikation (theme4/coins)

Tabelle 6.48: Haushaltsdurchdringung mit alternativen Internet-Providern, 1999 (%-Anteil der Internetnutzer)

	Nur angestammte Anbieter	Angestammt sowie Konkurrenz	Nur Konkurrenz
EU-15	48	3	49
Urbanisierung (1)			
Hauptstädtisch	47	4	49
Städtisch	42	2	55
Ländlich	61	2	37
Einkommen (2)			
Hoch	53	5	42
Mittelhoch	58	2	40
Mittelniedrig	42	3	55
Niedrig	37	1	62
Haushaltsgröße (3)			
Ein	38	2	60
Zwei	42	2	56
Drei	52	2	46
Vier+	52	4	45

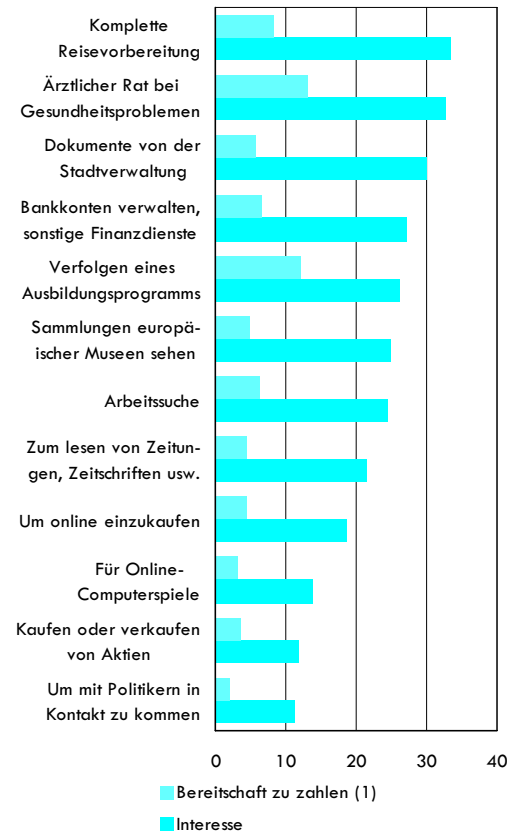
(1) Hauptstädtisch: Hauptballungsgebiete, welche zumindest die Hauptstadt einschliessen; städtisch: kleinere Städte und Ballungsgebiete; ländlich: kleinste Ortschaften.

(2) Qualifikationen (hoch, mittelhoch, mittelniedrig und niedrig) etabliert auf nationalem Niveau.

(3) Zahl der Personen, die unter demselben Dach leben.

Quelle: The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, Europäische Kommission, April 2000

Abbildung 6.16: Interesse und Bereitschaft für Onlinedienste zu zahlen, 2000 (%)



(1) Monatliches Abonnement, Maximum €10.
Quelle: Eurobarometer 53 (Informationsgesellschaft), Europäische Kommission, 2000

QUALITÄT

Nur rund die Hälfte (50,3%) der privaten Haushalte in der EU mit Internetanschluss äußerte sich im Frühjahr 2000 zufrieden mit den Anschlussgeschwindigkeiten. Der wichtigste Grund für diese niedrige Anzahl liegt in dem geringen Anteil zufriedener Kunden in Italien (38,4%), Frankreich (37,7%) und Spanien (30,5%). In allen anderen Ländern mit Ausnahme von Schweden (44,0%) lagen die Zufriedenheitsraten bei über 50%, wobei die Spitzenpositionen von Belgien (64,8%) und Portugal (65,2%) eingenommen wurden.

34,1% der Internetnutzer in der EU äußerten sich dahingehend, dass sie für einen schnelleren Zugang bisher nicht an eine Modernisierung ihres gegenwärtigen Anschlusses gedacht haben (siehe Tabelle 6.49). Die Frauen waren im Allgemeinen weniger an einem moderneren Anschluss interessiert als die Männer: 40,8% zeigten kein Interesse, im Vergleich zu 29,5% der Männer. Am häufigsten wurde die Modernisierung über ein schnelleres Modem (21,5%) und einen ISDN-Anschluss (20,3%) vorgenommen. Kabel- und DSL-Technik interessierten 8,7% bzw. 7,0% der Befragten, wozu allerdings zu bemerken ist, dass die Verbraucherpräferenzen sich in diesem Bereich schnell ändern können. Nach Ansicht der OECD²² steht zu erwarten, dass ISDN schon bald durch DSL („digital subscriber lines“) oder Kabel-Modems abgelöst wird. Die Möglichkeiten, mit DSL oder Kabel-Modems zu einem schnelleren Internet zu kommen, seien weitaus größer als bei ISDN. Der Trend zur Entbündelung lokaler Schleifen werde den Übergang zu schnelleren Zugangstechnologien beschleunigen..

(22) Communications Outlook, OECD, 2001.

Tabelle 6.49: In Erwägung gezogene Alternativen, um zu einem schnelleren Internetanschluss zu kommen (%-Anteil der Internetnutzer) (1)

	Schnel-leres Modem	ISDN-Anschluss	DSL-Anschluss	Kabel-Modem	Nichts davon
EU-15	21,5	20,3	7,0	8,7	34,1
B	14,6	16,7	5,2	20,0	39,7
DK	9,0	19,1	5,9	14,2	39,6
D	12,8	27,0	8,1	4,3	33,8
EL	25,5	31,1	0,0	7,4	26,2
E	39,8	13,3	3,3	9,5	15,0
F	24,6	12,0	15,8	10,5	28,9
IRL	20,6	18,6	1,0	2,2	48,0
I	39,8	25,7	8,0	0,0	22,8
L	26,2	34,0	11,9	11,4	25,0
NL	16,0	19,8	7,3	25,0	35,7
A	12,7	21,3	11,1	6,8	34,6
P	32,3	13,7	1,3	14,2	22,8
FIN	11,4	24,3	6,4	5,9	45,2
S	14,2	18,9	8,9	10,6	38,8
UK	19,2	18,0	2,5	6,1	44,5

(1) Mehrfachantwort möglich.
Quelle: Eurobarometer 53 (Informationsgesellschaft), Europäische Kommission, 2000

Tabelle 6.50: Nachrichtenübermittlung
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben und Struktur der Haushaltsausgaben, 1999

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK
DURCHSCHNITTLICHE VERBRAUCHSAUSGABEN (KKS JE HAUSHALT)															
Nachrichtenübermittlung	603	489	577	761	407	439	668	671	914	560	699	321	511	561	623
Postdienste	34	29	64	5	5	41	42	24	28	29	15	2	18	18	42
Telefonapparate und Telefaxgeräte	42	20	36	5	7	23	:	:	199	26	48	1	63	39	41
Telefon- und Telefaxdienste	528	440	477	751	395	376	:	646	688	505	635	317	430	505	539
STRUKTUR DER AUSGABEN (% der GESAMTEN HAUSHALTS-AUSGABEN)															
Nachrichtenübermittlung	2,2	2,1	2,5	3,3	2,0	2,0	2,3	2,5	2,1	2,2	2,6	2,0	2,8	2,6	2,3
Postdienste	0,1	0,1	0,3	0,0	0,0	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,2
Telefonapparate und Telefaxgeräte	0,2	0,1	0,2	0,0	0,0	0,1	:	:	0,5	0,1	0,2	0,0	0,3	0,2	0,1
Telefon- und Telefaxdienste	1,9	1,9	2,0	3,2	2,0	1,7	:	2,4	1,6	2,0	2,4	1,9	2,4	2,3	2,0

(1) 1994.(2) Vorläufig.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 6.51: Nachrichtenübermittlung
Struktur der Haushaltsausgaben, 1999 (%)

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK
NACH EINKOMMENSVERTEILUNG (3)															
Niedrigste zwanzig Prozent	2,7	3,1	3,5	3,4	1,9	2,4	:	3,0	2,9	2,8	:	2,4	4,2	3,7	3,0
Zweite Quintilgruppe	2,2	2,6	2,8	3,5	2,1	2,1	:	2,7	2,2	2,5	:	2,2	3,2	2,9	2,7
Dritte Quintilgruppe	2,2	2,0	2,5	3,2	2,0	1,9	:	2,5	2,0	2,1	:	2,0	3,0	2,5	2,2
Vierte Quintilgruppe	2,0	1,8	2,3	3,2	2,0	1,8	:	2,3	2,0	2,0	:	1,9	2,6	2,5	2,1
Höchste zwanzig Prozent	2,2	1,7	2,0	3,2	2,0	1,9	:	2,1	2,0	1,9	:	1,8	2,1	2,0	1,9
NACH ALTER DES HAUSHALTSVORSTANDES															
Unter 30	2,7	2,6	3,4	4,3	2,3	2,4	2,2	2,3	2,8	2,7	3,6	1,6	3,9	4,0	2,7
Zwischen 30 und 44	2,2	2,0	2,5	3,2	1,9	1,8	2,2	2,3	2,2	2,2	2,6	1,7	2,7	2,6	2,2
Zwischen 45 und 59	2,2	2,0	2,3	3,3	1,9	1,9	2,4	2,4	2,1	2,1	2,6	2,0	2,7	2,4	2,2
60 und darüber	2,0	2,1	2,4	3,1	2,2	2,1	2,3	2,6	1,8	2,1	2,5	2,3	2,5	2,1	2,1
NACH HAUSHALTSTYP															
1 Erwachsener ohne abhängige Kinder	2,7	2,8	3,3	3,7	2,5	2,7	2,4	3,0	2,3	2,9	3,0	2,6	3,4	3,2	2,5
2 Erwachsene ohne abhängige Kinder	1,8	1,9	2,2	3,3	2,2	1,9	2,4	2,4	1,9	1,9	2,4	2,3	2,6	2,2	2,0
3+ Erwachsene ohne abhängige Kinder	2,2	1,8	2,2	3,3	2,1	1,7	2,2	2,4	2,0	2,1	2,4	1,9	2,8	2,1	2,3
Alleinerziehender mit abhäng. Kind(ern)	3,0	2,6	3,1	4,3	2,8	2,4	3,0	2,8	2,4	3,0	3,4	2,4	3,4	3,5	3,5
2 Erwachsene mit abhäng. Kind(ern)	2,2	1,8	2,2	3,0	1,9	1,7	2,2	2,3	2,2	1,9	2,8	1,8	2,5	2,4	2,1
3+ Erwachsene mit abhäng. Kind(ern)	2,5	1,7	2,1	3,2	1,9	1,7	2,1	2,4	2,3	2,1	2,4	1,7	3,3	3,1	2,3
NACH SOZIO-ÖKONOMISCHER KATEGORIE DES HAUSHALTSVORSTANDES															
Arbeiter (4)	2,3	2,0	2,4	3,1	1,8	1,7	:	2,4	2,3	2,3	3,0	1,8	2,9	2,7	2,3
Angestellte	2,1	1,9	:	3,2	2,1	1,9	:	:	2,1	2,1	2,5	1,8	2,6	2,4	2,2
Selbständig	2,8	1,7	2,4	3,4	2,1	1,6	:	2,4	1,9	1,8	2,3	2,1	2,9	2,1	2,0
Arbeitslos	2,9	2,9	3,2	3,9	2,0	2,9	:	2,8	3,9	2,7	3,9	1,7	3,8	4,0	3,1
Alters- & Ruhegeldempfänger	1,9	2,3	:	3,1	2,2	2,1	:	2,5	1,9	2,0	2,6	2,3	2,6	2,1	2,0
Sonstige Nichterwerbspersonen (5)	2,8	3,6	3,5	3,9	2,4	2,7	:	2,9	2,1	2,7	3,4	2,0	4,4	3,2	3,0
NACH URBANISIERUNGSGRAD															
Dicht (>500 Einwohner/km ²)	2,2	2,3	:	:	2,1	:	:	2,4	2,3	:	2,7	2,0	2,7	2,9	2,3
Mittel (100-499 Einwohner/km ²)	2,1	1,9	:	:	2,0	:	:	2,5	2,1	:	2,7	1,8	2,6	2,4	2,2
Dünn (<100 Einwohner/km ²)	3,2	1,8	:	:	1,9	:	:	2,5	1,9	:	2,5	2,4	3,1	2,5	2,2

(1) 1994. (2) Vorläufig. (3) FIN, Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie von Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann. (4) D, einschließlich Angestellte. (5) D, einschließlich Alters- und Ruhegeldempfänger.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)



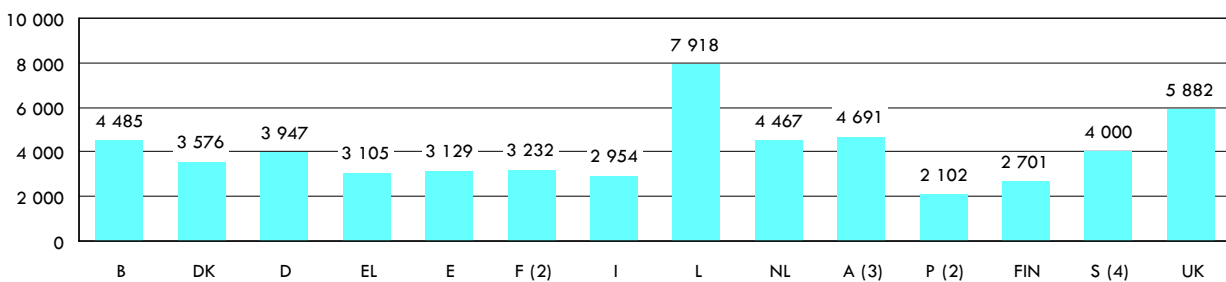
7. Freizeit und Erholung



7 FREIZEIT UND ERHOLUNG

Veränderungen in der Lebensweise wie eine Verringerung der Arbeitszeit und die relative Überalterung der Bevölkerung bedeuten, dass ein immer größerer Anteil der Europäer mehr Zeit hat, an Freizeit- und Unterhaltungsaktivitäten teilzunehmen. Bücher lesen, Fernsehen, Essen gehen, in Urlaub fahren und Sport betreiben - all dies sind Beispiele für Aktivitäten, die einen zunehmenden Anteil der Freizeit ausfüllen.

Abbildung 7.1: Freizeit und Kultur; Hotels, Cafés und Restaurants
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS je Haushalt) (1)



(1) IRL, nicht verfügbar.

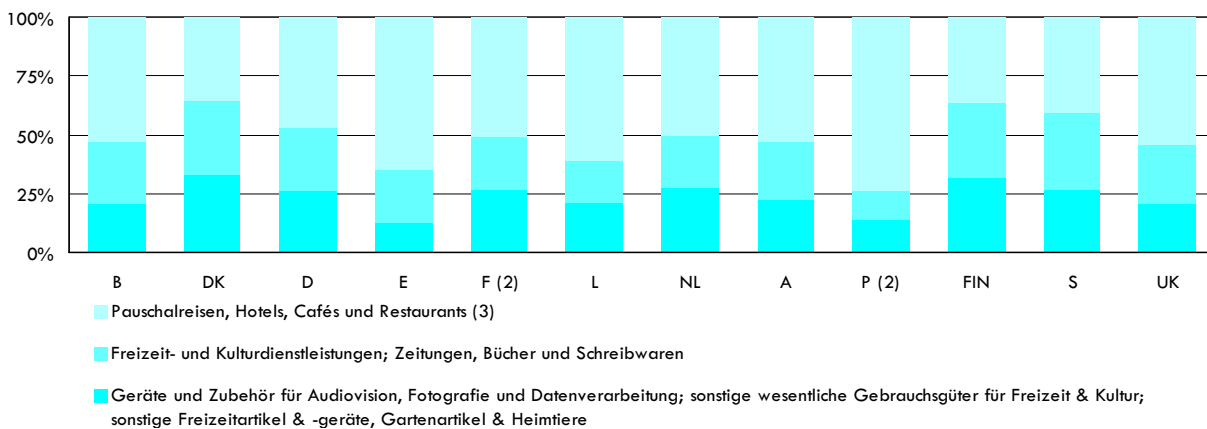
(2) 1994.

(3) Einschließlich Urlaubsreisen.

(4) Ohne Nahrungsmittel und Getränke zum Mitnehmen.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 7.2: Freizeit und Kultur; Hotels, Cafés und Restaurants
Aufgliederung der Verbrauchsausgaben, 1999 (%) (1)



(1) EL, IRL und I, nicht verfügbar.

(2) 1994.

(3) A, einschließlich Urlaubsreisen; S, ohne Nahrungsmittel und Getränke zum Mitnehmen.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

7.1 ZEITUNGEN UND BÜCHER

Zeitungen, Zeitschriften und Bücher bieten den europäischen Haushalten Information und Unterhaltung. In den meisten Fällen bleibt der Verbrauch im wesentlichen auf die nationale Ebene beschränkt (und bei einer großen Anzahl von Zeitungen auf die regionale Ebene), da die elf verschiedenen Amtssprachen der EU ein mitunter beträchtliches Hindernis für eine Marktexpansion darstellen.

VERBRAUCH

Zeitungen

Beim Kauf ihrer Tageszeitung konnten die europäischen Verbraucher 1999 zwischen 1 126 Titeln wählen. In den meisten Mitgliedstaaten lasen mehr als die Hälfte aller Erwachsenen mindestens eine Zeitung am Tag (siehe Tabelle 7.2) - ein Anteil, der in der Regel bei Männern höher war als bei Frauen. Dabei ist festzustellen, dass zwar die Mehrzahl der Tageszeitungen eine regionale Leserschaft ansprechen will, dass aber die überregionalen Tageszeitungen im Allgemeinen die höchsten Auflagen erzielen (siehe Tabelle 7.3).

In den letzten Jahren haben zahlreiche Zeitungen das Internet als neue Möglichkeit zur Erreichung ihrer Leserschaft entdeckt und bieten häufig freien Zugang zu ihrem Angebot. Im Jahre 1999 hatten annähernd zwei Drittel der Tageszeitungen in der EU eine On-line-Ausgabe. Eine Eurobarometer-Umfrage (53) über die Informationsgesellschaft (Frühjahr 2000) ergab, dass 21,5% der Europäer daran interessiert sind, Zeitungen und Zeitschriften on-line zu lesen (aber nur 4,4% dazu bereit sind, für diese Dienstleistung zu bezahlen) und dass fast ein Drittel (31,4%) aller heutigen Internetnutzer On-line-Ausgaben von Zeitungen lasen (siehe Seiten 204 und 205). Die Nutzung des Internets hatte bei einigen Surfern den Effekt, dass sie weniger Zeit für das Lesen von Zeitungen aufwendeten als früher. Dieselbe Eurobarometer-Umfrage (53) zeigte, dass fast ein Fünftel (19,1%) der Internetnutzer angaben, dass die On-line-Aktivitäten die Zeit verkürzen, die sie früher zum Zeitunglesen verwendet haben.

Tabelle 7.1: Durchschnittsverbrauch an Zeitungs- sowie sonstiges Druck- und Schreibpapier, 1997 (kg je 1 000 Einwohner) (1)

	Zeitungspapier	Sonstiges Druck- und Schreibpapier
B	22 308	100 389
DK	49 923	71 916
D	26 116	68 087
EL	9 821	32 199
E	12 400	42 721
F	11 476	60 525
IRL	47 025	32 535
I	10 631	57 131
L	:	:
NL	30 184	63 314
A	24 324	48 192
P	2 160	2 603
FIN	57 963	191 978
S	28 681	49 232
UK	41 097	71 177

(1) Sichtbarer Verbrauch: Produktion+Einfuhren-Ausfuhren.
Quelle: UNESCO

Tabelle 7.2: Tageszeitungen - Hauptindikatoren, 1999 (1)

	Zahl der Titel (Einheiten)		Auflage (Tsd.)		Leser (%-Anteil Erwachsener)			Webseiten (Einheiten)
	Gesamt	National	Gesamt	Nationale Titel	Gesamt	Männer	Frauen	
B (2)	28	:	1 585	:	50,7	56,3	45,5	:
DK	34	10	1 528	871	73,5	76,8	70,3	26
D	387	9	24 565	1 644	78,3	79,9	76,8	179
EL	29	:	637	:	19,5	22,5	17,2	12
E	135	5	4 300	1 500	35,2	46,2	24,8	29
F	81	20	8 593	2 313	:	:	:	19
IRL (3)	6	:	567	:	56,0	58,0	54,0	3
I (4)	88	:	5 937	3 506	39,6	50,2	29,8	62
L (5)	5	5	124	124	69,0	71,0	67,0	4
NL	35	11	4 482	2 165	67,1	71,3	63,0	30
A	17	7	2 896	2 121	76,1	78,2	74,1	15
P	28	10	686	612	40,2	58,3	24,1	12
FIN	56	8	2 331	980	91,0	93,0	90,0	42
S	98	4	3 721	812	88,0	89,0	88,0	66
UK	99	10	18 939	12 649	31,5	32,6	30,4	82

(1) Tageszeitungen sind als solche definiert, die mindestens viermal pro Woche erscheinen (UNESCO-Definition). (2) Zahl der Titel (16 auf französisch, 11 auf niederländisch und 1 auf deutsch); Auflagenzahlen sind Schätzungen. (3) Einschließlich 10 Tageszeitungen aus dem Vereinigten Königreich, mit einer Gesamtauflage von 208 755 Einheiten. (4) Nur FIEG-Mitglieder; Auflagenzahlen sind Schätzungen. (5) Nur bezahlte Auflage.
Quelle: World Press Trends, WAN, 2000

Tabelle 7.3: Die am weitesten verbreiteten Zeitungen nach Auflage, 1999

B	F (2)	A (3)
De Standaard	Ouest France	Neue Kronen Zeitung
Het Laatste Nieuws	Le Parisien/Aujourd'hui	Kleine Zeitung
La Meuse/La Lanterne	Le Monde	Kurier
Le Soir	L'Equipe	Täglich Alles
Gazet van Antwerpen	Le Figaro	OÖ Nachrichten
DK	IRL	P
Jyllands-Posten	Irish Independent	Jornal de Noticias
Berlingske Tidende	The Irish Times	A Bola
Politiken	Evening Herald	Record
Ekstra Bladet	The Star	Correio da Manha
B.T.	The Examiner	Diario de Noticias
D	I	FIN
Bild-Zeitung	Corriere della Sera	Helsingin Sanomat
Bild am Sonntag	Repubblica	Ilta-Sanomat
Zeitungsgruppe WAZ	Gazetta dello Sport	Aamulehti
Zeitungsgruppe Thüringen	Il Sole 24 Ore	Iltaletti
Die Zeit	La Stampa	Turun Sanomat
EL (1)	L	S
Ta Nea	Luxemburger Wort	Aftonbladet
Eleftherotypia	Tageblatt	Expressen/GT
Eleftheros Tipos	Republicain Lorrain (L)	Dagens Nyheter
Ethnos	Letzebuerger Journal	Goteborgs-Posten
Apogevmatina	Zeitung vum L. Vollek	Svenska Dagbladet
E	NL	UK (4)
El Pas	De Telegraaf	The Sun
Marca	Algemeen Dagblad	Daily Mail
ABC	De Volkskrant	The Mirror
El Mundo del Siglo XXI	NRC Handelsblad	Daily Express
La Vanguardia	Dagblad de Limburger	Daily Telegraph

(1) Quelle: Bari (Focus) Report.

(2) Quelle: DHS 1998/99 und EUROPOQ 1999.

(3) Reihung basierend auf Leserzahl und nicht Auflage; Quelle: ÄK, MA, VZ und Verlagsinformationen.

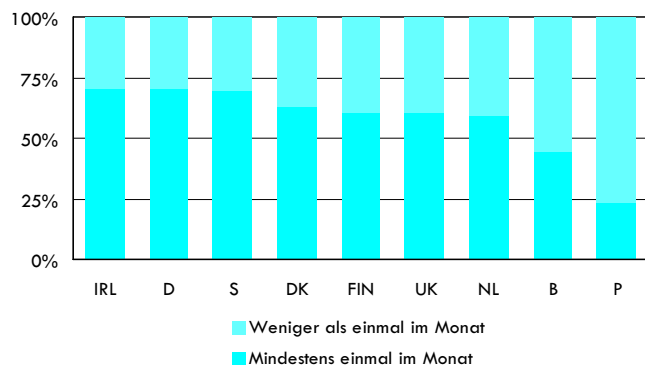
(4) Quelle: BRAD, JICREG, ABC und NS Marketing database.

Quelle: World Press Trends, WAN, 2000

Bücher

Lesen zählt bereits seit langem zu den beliebtesten Unterhaltungsaktivitäten. Außerdem sind Bücher Bildungs- und Nachschlagematerial. Aus einer im Zeitraum 1994 bis 1998 in einigen Mitgliedstaaten durchgeführten Umfrage (Literacy in the Information Age, OECD, 2001) geht hervor, dass in sieben von neun der beteiligten Länder mehr als 60% der Erwachsenen mindestens ein Buch im Monat lesen (siehe Abbildung 7.3). Allerdings hat sich die Zeit, die viele Menschen mit dem Lesen von Büchern verbringen, mit dem Aufkommen der neuen Medien im Verlauf des letzten Jahrhunderts verringert. Nach einer Eurobarometer-Umfrage (53) geben mehr als ein Viertel (25,9%) der Internetnutzer an, dass ihre On-line-Aktivitäten die Zeit, die sie früher zum Bücherlesen verwendet haben, verringert haben. Tabelle 7.4 enthält Daten der UNESCO über die Tätigkeit von öffentlichen und Staatsbibliotheken.

Abbildung 7.3: Anteil der Bevölkerung, der Bücher liest, 1994-1998 (%) (1)



(1) Bevölkerungsanteil von 16 bis 65 Jahren.

Quelle: International Adult Literacy Survey in Literacy in the Information Age, OECD, 2001

Tabelle 7.4: Hauptindikatoren von Bibliotheken, 1997 (Tsd.)

	Leihgaben an Nutzer		Registrierte Nutzer	
	Staatsbibliotheken	Öffentliche Bibliotheken	Staatsbibliotheken (1)	Öffentliche Bibliotheken (2)
B	248	68 475	15	2 310
DK	:	85 880	:	:
D	3 459	310 778	1 996	387 212
EL	484	1 829	605	2 286
E	1 202	18 510	960	186 260
F	1 298	89 559	1 370	265 784
IRL	124	12 582	88	:
I	1 312	257 962	786	274 425
L	128	1 990	9	1 772
NL	175	158 286	360	69 797
A	345	15 728	85	929
P	261	1 113	254	49 328
FIN	8	102 139	501	2 516
S	135	71 005	:	41 924
UK	5 661	573 391	58	33 630

(1) D, EL, E, F, L, NL und P, Zahl der Besuche; IRL, FIN und A, Zahl der Besuche in Staatsbibliotheken (einschließlich Ausstellungen oder Besichtigungen in A); I und S, Zahl der Besuche in öffentlichen Bibliotheken.

(2) Hohe Zahl an registrierten Nutzern kann sich mit jenen Nutzern erklären, die Mitglied bei mehr als einer Bibliothek sein können.

Quelle: UNESCO

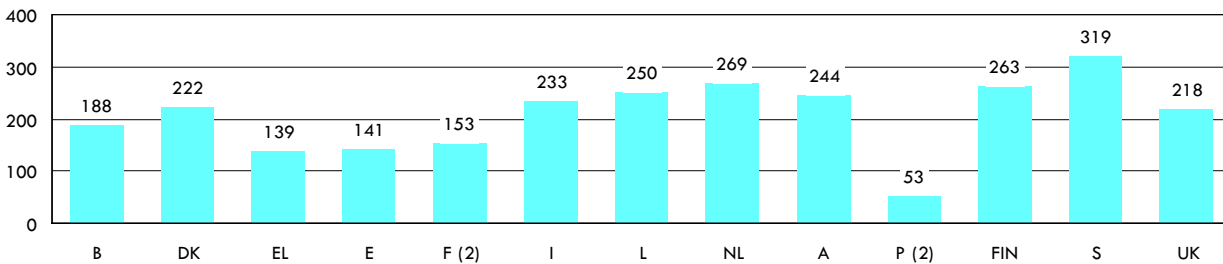
VERBRAUCHSAUSGABEN

In den meisten Mitgliedstaaten gaben die privaten Haushalte 1999 zwischen 313 KKS (Spanien) und 497 KKS (Niederlande) für Zeitungen, Bücher und Schreibwaren aus¹. Nur Portugal (148 KKS) auf der einen und Luxemburg (572 KKS) auf der anderen Seite lagen außerhalb dieses Bereichs. In relativen Zahlen waren dies im Durchschnitt der EU in der Regel etwa 1,6% der Gesamtausgaben; in Finnland und Schweden lag der Anteil mit 2,1% bzw. 2,3% über dem Durchschnitt.

In allen Ländern mit Ausnahme Griechenlands und Portugals² gaben die Haushalte mehr für Zeitungen und Zeitschriften aus als für Bücher (siehe Abbildungen 7.4 und 7.5). Für andere Druckerzeugnisse oder Schreibwaren und Zeichenmaterial wurde nur ein marginaler Teil der Gesamtausgaben aufgewendet.

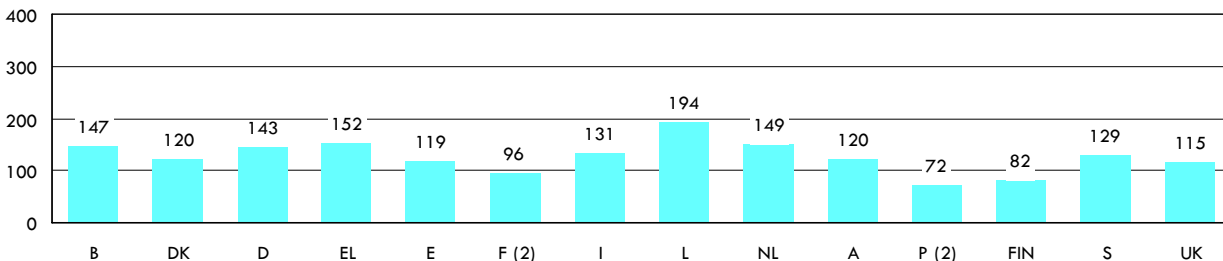
(1) Für den folgenden Abschnitt über Verbrauchsausgaben: F und P, 1994.
 (2) Daten für D und IRL nicht verfügbar.

Abbildung 7.4: Zeitungen und Zeitschriften
 Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS je Haushalt) (1)



(1) D und IRL, nicht verfügbar.
 (2) 1994.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 7.5: Bücher
 Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS je Haushalt) (1)



(1) IRL, nicht verfügbar.
 (2) 1994.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

PREISE

Die Haushalte in den nordischen Ländern mussten 1998 in der Regel die höchsten relativen Preise für Druckerzeugnisse und Schreibwaren zahlen (siehe Tabelle 1.41 auf Seite 43). Schweden war das teuerste Land für Bücher, Zeitungen und Zeitschriften mit einem Preisindex von 47% über dem EU-Durchschnitt, während Portugal mit einem Index von 22% unter dem EU-Durchschnitt das niedrigste Preisniveau aufwies. Bei Büchern muss man wissen, dass in einigen Ländern, insbesondere in Frankreich und Deutschland, ein gewisses Maß an Preisregulierung angewendet wird, wobei für jeden Titel (vom Verleger oder Importeur) ein Preis festgelegt wird, der überall im Einzelhandel gültig ist und damit für eine Discountpraxis nur begrenzten Raum gibt.

Tabelle 7.5: Zeitungen, Bücher und Schreibwaren
Entwicklung der harmonisierten Verbraucherpreisindizes in der EU (1996=100)

	1996	1997	1998	1999	2000
Gesamt-HVPI	100	102	103	104	106
Zeitungen, Bücher & Schreibwaren	100	102	105	107	109
Bücher	100	103	107	108	110
Zeitungen und Zeitschriften	100	102	105	107	109
Schreibwaren & Zeichenmaterial	100	101	102	103	104

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

7.2 GERÄTE FÜR AUDIOVISION UND PERSONALCOMPUTER

Dieses Unterkapitel befasst sich mit einem sehr dynamischen Bereich, der als Teil der sich herausbildenden sogenannten „Informationsgesellschaft“ angesehen wird. Zu den in diesem Unterkapitel behandelten Positionen gehören alle wichtigen audiovisuellen Heimgeräte wie Fernsehgeräte, Videorecorder und HiFi-Systeme sowie Personalcomputer und periphere Geräte.

EIGENTUM: AUSSTATTUNG**Fernsehgeräte**

So gut wie jeder europäische Haushalt ist mit mindestens einem Fernsehgerät ausgestattet. Den letzten verfügbaren Zahlen zufolge gab es 1998 in der EU fast 146 Millionen Fernsehhaushalte - entsprechend 97% aller Haushalte. Davon verfügten 45,4% über einen Zweitfernseher, und 69,5% hatten Zugang zu Videotext (siehe Tabellen 7.6 und 7.7). Die Daten aus dem Europäischen Haushaltspanel für 1996 zeigen, dass die Ausstattung mit Farbfernsehern in Ein-Personen-Haushalten in der Regel niedriger war als in Haushalten, in denen Paare lebten. Bei Haushalten mit geringem Einkommen oder solchen, deren Haushaltsvorstand arbeitslos war, war die Wahrscheinlichkeit, dass kein Farbfernseher vorhanden war, durchschnittlich höher (siehe umseitige Tabelle 7.8).

Tabelle 7.6: Haushaltsdurchdringung mit Fernsehern und Videorekordern, 1998

	Fernseher		Videorekorder	
	Zahl der Haushalte (Tsd.)	(% der Haushalte)	Zahl der Haushalte (Tsd.)	(% der Haushalte)
EU-15	145 956	97	104 798	69
EUR-11	112 342	97	77 566	67
B (1) (2)	4 042	97	2 857	68
DK	2 357	98	1 791	74
D	37 007	99	24 208	64
EL	3 663	99	1 385	37
E (2)	11 951	99	8 397	69
F	21 996	94	17 061	73
IRL	1 175	95	844	69
I	21 149	97	13 489	62
L	162	99	117	71
NL (2)	6 558	98	4 629	69
A	3 032	94	2 340	73
P	3 037	90	1 973	58
FIN	2 233	96	1 651	71
S	3 994	97	3 418	83
UK (2)	23 600	96	20 638	84

(1) Zahl der Haushalte mit Fernseher, Quelle: European Video Yearbook 2000/2001.

(2) Zahl der Haushalte mit Videorekorder, Quelle: European Video Yearbook 2000/2001.

Quelle: Eurostat und Screen Digest in Audiovisuelle Dienstleistungen, Statistik kurz gefasst, Themenkreis 4 3/2001, Eurostat, 2001

Tabelle 7.7: Durchdringungsmerkmale der Haushalte mit Fernsehern, 1999 (%-Anteil der Fernsehhaushalte)

	Farb- fernseher	Zweit- fernseher	Videotext
EU-15 (1)	98,9	45,4	69,5
B	95,0	23,7	52,7
DK	99,8	45,7	78,3
D	99,9	29,9	77,1
EL	98,6	55,5	:
E	99,2	59,4	49,8
F	99,2	40,2	:
IRL	99,0	34,0	:
I	99,3	49,6	56,1
L	100,0	51,0	:
NL	98,2	41,7	86,6
A	98,2	52,0	65,7
P	91,7	69,0	:
FIN	94,7	43,5	61,3
S	100,0	57,0	84,0
UK	99,0	60,0	70,0

(1) Ohne EL, F, IRL, L und P für Videotext.

Quelle: European Keyfacts Television, IP/CMI, 2000

Tabelle 7.8: Haushaltsdurchdringung mit Fernsehern und Videorekordern in der EU, 1996 (% der Haushalte) (1)

	Farb- fernseher	Video- rekorder
Sozio-ökonomischer Status		
Beschäftigt	97,7	79,6
Arbeitslos	93,2	62,1
Alters- & Ruhgeldempfänger	96,0	37,8
Sonstiges	91,5	44,1
Haushaltstyp		
1 Erwachsener jünger als 30 Jahre	86,8	51,8
1 Erwachsener zwischen 30 und 64 Jahren	92,1	54,6
1 Erwachsener älter als 65 Jahre	92,4	19,3
Alleinerziehender mit abhängigen Kindern	96,4	73,0
2 Erwachsene mit einem abhängigen Kind	98,6	85,5
2 Erwachsene mit 2 abhängigen Kindern	98,6	87,3
2 Erwachsene mit 3 oder mehr abhängigen Kindern	97,6	83,7
2 Erwachsene, davon mindestens einer 65 oder älter	97,8	45,7
Einkommen (2)		
Hoch	98,2	78,7
Mittelhoch	97,6	68,2
Mittelniedrig	96,7	58,6
Niedrig	92,1	46,0

(1) Ohne S.

(2) Einkommensgruppen gebildet im Verhältnis zum Medianeinkommen: niedriges Einkommen, unter 60%; mittelniedriges Einkommen, 60% bis 100%; mittelhohes Einkommen, 100% bis 140%; hohes Einkommen, über 140%.

Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/housing)

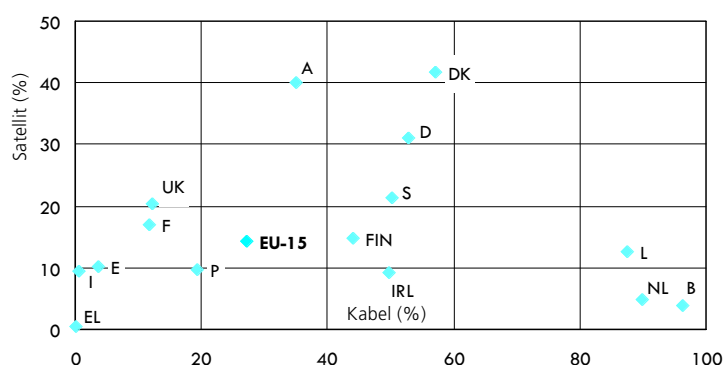
Terrestrisch, Kabel oder Satellit?

Der Empfang von Fernsehprogrammen erfolgte ursprünglich über terrestrische (Hertz'sche) Signale, dann aber kamen Kabel und Satellit als wichtige Alternativen hinzu. Sie bieten häufig einen besseren Empfang und dazu eine breitere Programmauswahl - gelegentlich mit zusätzlichen Leistungen wie z. B. Telefondiensten oder einem schnellen Internetzugang. 1997 waren in der EU 27,1% der TV-Haushalte Abonnenten eines Kabelnetzes, während 14,4% über Satellitenschüsseln verfügten. In einigen Ländern ist das Kabel zum prioritären Übertragungsmedium geworden, insbesondere in den Benelux-Ländern, in denen es 1999 für etwa 90% aller Haushalte das bevorzugte Mittel zum Empfang von TV-Programmen war. Auf Kabel entfielen außerdem die Mehrzahl der Fernsehhaushalte in Dänemark (57,0%) und Deutschland (52,7%). Satellitenempfang war am beliebtesten in Dänemark (41,8%) und in Österreich (40,0%). Mit nur marginaler Ausstattung für Kabel- und Satellitenempfang griffen Länder wie Griechenland, Italien und Spanien immer noch vorrangig auf die Hertz'sche Übertragung zurück (siehe Abbildung 7.6).

Eine von der Europäischen Kommission im Jahre 1999³ durchgeführte Erhebung ergab, dass der Zugang über Kabel besonders in städtischen Gebieten (wo die Mehrzahl der Kabel verlegt worden sind) und in kleinen Haushalten (Ein- oder Zwei-Personenhaushalte) beliebt war. Satellitenschüsseln waren zumeist in ländlichen Gebieten zu finden, und ihre Durchdringungsrate stieg mit dem Haushaltseinkommen oder der Haushaltsgröße (siehe Tabelle 7.10).

(3) The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, April 2000.

Abbildung 7.6: Art des Fernsehempfangs, 1999 (1)



(1) EU-15 und EL, 1997.

Quelle: OECD, OBS und ITU in Communications Outlook, OECD, 2001

Tabelle 7.9: Zahl der Abonnenten bezahlter TV-Dienste, 1999 (1)

	Zahl (Tsd.)	davon (%)			Anteil der Haushalte (%)
		Kabel	Satellit	Terrestrisch	
B	4 092	91,7	0,0	8,3	117,9
DK	1 695	79,6	20,4	0,0	71,5
D	21 245	96,0	4,0	0,0	54,9
EL	300	0,0	0,0	100,0	8,8
E	3 446	12,5	36,3	51,2	28,7
F	10 145	26,2	25,4	48,4	44,1
IRL	723	82,4	17,6	0,0	60,3
I	2 032	4,0	49,2	46,8	10,7
L	:	:	:	:	:
NL	6 050	99,2	0,8	0,0	90,4
A	1 100	100,0	0,0	0,0	34,9
P	810	93,8	6,2	0,0	20,5
FIN	1 031	90,5	9,5	0,0	48,5
S	2 560	78,1	21,9	0,0	64,0
UK	7 203	39,2	55,1	5,7	30,5

(1) Zahl der Abonnenten für Kabel-, Satelliten- und terrestrische Abonnementdienste; Haushalte können mehr als eine Leistung abonnieren.

Quelle: OECD, IDATE/EC Digital TV study und OBS in Communications Outlook, OECD, 2001

Tabelle 7.10: Art des Fernsehempfangs von Haushalten in der EU, 1999 (%) (1)

	An- tenne	Kabel	Satelliten- schüssel
EU-15	53	34	16
Urbanisierung (2)			
Hauptstädtisch	50	40	11
Städtisch	53	36	13
Ländlich	55	25	23
Einkommen			
Hoch	47	36	21
Mittelhoch	47	38	18
Mittelniedrig	52	36	14
Niedrig	56	33	9
Haushaltsgröße (3)			
Ein	51	36	11
Zwei	50	36	15
Drei	53	33	17
Vier+	56	31	18

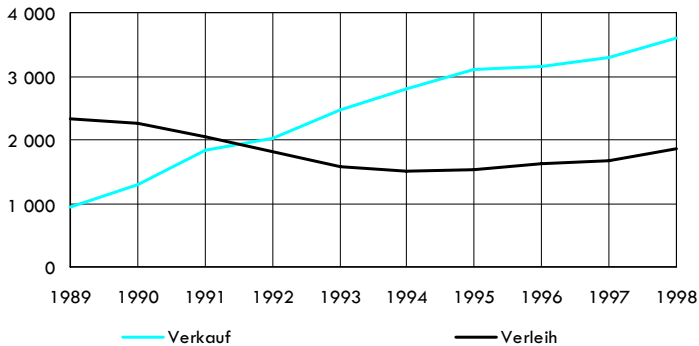
(1) Mehrfachantwort möglich.

(2) Hauptstädtisch: Hauptballungsgebiete, welche zumindest die Hauptstadt einschließen; städtisch: kleinere Städte und Ballungsgebiete; ländlich: kleinste Ortschaften.

(3) Zahl der Personen, die unter demselben Dach leben, als Indikator für den theoretischen Kommunikationsbedarf des Haushalts.

Quelle: The situation of telecommunications services in the regions of the EU, Residential Report, Europäische Kommission, April 2000

Abbildung 7.7: Entwicklung des Verkaufs und Verleihs von bespielten Videos in der EU (Mio. ECU)



Quelle: Eurostat, Audiovisuelle Dienste (theme4/auvis)

Tabelle 7.11: Zahl der Videoverkaufs- und -verleihstellen, 1998 (Einheiten)

	Verkauf	Verleih
B (1)	1 900	700
DK	1 800	2 025
D (2)	10 000	5 550
EL (1)	150	525
E	3 050	4 600
F (1)	5 000	900
IRL	1 650	1 100
I	5 000	2 500
L	:	16
NL	2 500	1 250
A	750	350
P	443	787
FIN (1)	1 500	1 000
S (1)	5 000	600
UK	4 750	4 300

(1) 1997.

(2) Videoverkaufsstellen, 1997.

Quelle: Eurostat, Audiovisuelle Dienste (theme4/auvis)

Videorecorder

Im Verlauf der letzten zwanzig Jahre ist der Videorecorder (Video Cassette Recorder [VCR]) zu einer zunehmend populären Ergänzung des Fernsehgerätes geworden. 1998 verfügten 69% der privaten Haushalte in der EU über einen Videorecorder, wobei die Ausstattung von 37% in Griechenland bis hin zu 84% im Vereinigten Königreich reichte. Nach den Ergebnissen des Europäischen Haushaltspanels aus dem Jahre 1996 war die Ausstattung der Haushalte mit Videorecordern insbesondere abhängig vom Alter des Haushaltsvorstands, da die niedrigsten Raten bei Erwachsenen im Alter von über 65 Jahren - entweder Singles (19,3%) oder Paare (45,7%) - und bei Personen im Ruhestand (37,8%) festgestellt wurden. Die Ausstattung nahm in der Regel mit steigendem Einkommen zu - von 46,0% bei Haushalten mit niedrigem Einkommen bis zu 78,7% bei solchen mit hohem Einkommen (siehe Tabelle 7.8 oben).

Die Einnahmen aus dem Verkauf und dem Verleih von bespielten Videos erreichten 1998 einen Betrag in Höhe von 5,5 Mrd. ECU - entsprechend mehr als 53 ECU pro VCR-Haushalt. Eine wichtige Entwicklung auf diesem Markt war eine deutliche Verlagerung vom Verleih zum Verkauf (siehe Abbildung 7.7). Während 1989 noch mehr als zwei Drittel der Ausgaben für bespielte Videos auf den Verleih und nur ein Drittel auf den Verkauf entfielen, hat sich dieses Verhältnis bis 1998 umgekehrt. Diese Entwicklung spiegelt sich in der Struktur des Einzelhandels wider: bei der Anzahl der Videotheken war in der EU im Verlauf der 90er Jahre ein Rückgang um 35% zu verzeichnen - von etwa 40 000 im Jahre 1990 auf etwa 26 000 im Zeitraum 1997/98 (siehe Tabelle 7.11). Irland verfügte 1998 mit 130 Videoshops und 195 Wiederverkäufern pro 100 000 VCR-Haushalten über die dichteste Einzelhandelsstruktur für bespielte Videos. Auch die nordischen Länder wiesen eine überdurchschnittliche Einzelhandelsdichte auf.

Tabelle 7.12: Schlüsseldaten für den DVD-Markt, 1999/2000

	Durchdringungsrate, 2000 (% der Haushalte) (1)	Zahl der verkauften DVDs, 1999 (Tsd.)	Durchschnittspreis pro DVD, 1999 (§)
EU-15 (2)	3,9	14 576	20
B	3,5	689	16
DK	3,8	183	22
D	2,8	2 600	26
EL	0,7	77	22
E	5,0	700	15
F	4,0	4 200	20
IRL	4,0	77	22
I	4,6	1 000	18
L	6,3	:	:
NL	5,5	500	16
A	2,4	121	22
P	2,5	63	24
FIN	2,3	150	18
S	7,8	216	22
UK	4,1	4 000	20

(1) Quelle: Eurobarometer 53, Europäische Kommission, 2000. (2) Ohne L.

Quelle: Screen Digest in Audiovisuelle Dienstleistungen, Statistik kurz gefasst, Themenkreis 4 3/2001, Eurostat, 2001

Das Aufkommen der DVD

DVD oder Digital Versatile Disc ist ein auf der Compact Disc (CD) beruhendes Videoformat, das eine sehr viel größere Speicherkapazität hat als das konventionelle Videoband. Seit ihrer formellen Markteinführung in Europa im Jahre 1998 hat die DVD schnell an Boden gewonnen und dürfte am Ende den Videorecorder ablösen. Der Eurobarometer-Umfrage (53) vom Frühjahr 2000 zufolge hatten 3,9% der Befragten bereits einen DVD-Player. Der durchschnittliche Preis der Discs selbst lag bei €20. Das Preisniveau reichte von €15 in Spanien bis hin zu €26 in Deutschland (siehe Tabelle 7.12).

Radios

1999 waren mehr als 90% der Haushalte in der EU im Besitz mindestens eines Hörfunkempfängers, entweder eines tragbaren Transistorradios oder in Kombination mit einem Wecker oder auch als HiFi-Tuner oder Autoradio (siehe Tabelle 7.13).

Tabelle 7.13: Haushaltsdurchdringung mit Rundfunkgeräten, 1999 (%-Anteil der Haushalte) (1)

	Gesamt	Tragbare Radios	Wecker	Hi-Fi-Tuner	Auto-radios
B (2)	98,1	75,7	72,5	80,3	65,5
D	98,3	28,6	53,1	70,9	70,4
E	97,6	69,4	42,9	9,9	71,6
F	99,0	86,2	80,7	77,7	80,0
IRL	92,0	:	:	66,0	77,0
L (3)	98,0	:	:	:	:
NL	95,7	89,0	:	:	59,5
A	90,2	:	:	82,2	82,9
FIN	99,0	:	:	:	:
UK	95,0	30,0	57,0	71,0	:

(1) DK, I, P und S, nicht verfügbar. (2) Durchschnitt der für die französischen & niederländischen Sprachregionen getrennt verfügbaren Daten. (3) 1997.

Quelle: European Keyfacts Radio, IP/CMI, 2000

Personalcomputer

Eine 1998 durchgeführte Eurobarometer-Umfrage (50.1) ergab, dass 30,8% der Befragten zu Hause einen PC hatten (dabei wurde nicht zwischen Desktop- und Laptop-PCs unterschieden). Bis zur Eurobarometer-Umfrage vom Frühjahr 2000 (53) verfügten bereits annähernd 34,9% der EU-Haushalte zu Hause über einen Desktop- und 5,4% über einen Laptop-PC⁴ (siehe Tabellen 7.14 und 7.15). Zusätzlich besaßen 3,1% der Europäer einen Handheld Computer (Personal Digital Assistant [PDA]). Besonders gut ausgestattet waren die dänischen Haushalte: 65,5% von ihnen hatten einen Desktop-, 17,7% einen Laptop-PC und 9,1% einen Handheld. Damit hatte Dänemark mit Abstand die höchste Ausstattung in der EU. Alter und Einkommensniveau erwiesen sich als die wichtigsten Faktoren für die Unterscheidung zwischen Haushalten mit oder ohne Computer. Große Unterschiede in der Ausstattung bestanden außerdem zwischen Arbeitslosen (30,7%) und Studenten (58,8%) oder Managern (60,2%).

(4) Da es Haushalte gibt, die sowohl einen Desktop- als auch einen Laptop-PC besitzen, können diese Zahlen nicht ohne das Risiko von Doppelzählungen bei der Berechnung der Gesamt-Ausstattung der Haushalte addiert werden.

Tabelle 7.14: Haushaltsdurchdringung mit PCs, 2000 (%-Anteil der Haushalte) (1)

	Desktop-PC	Laptop-PC	CD-ROM verbunden mit PC
EU-15	34,9	5,4	24,9
B	42,4	7,1	31,3
DK	59,0	10,9	53,5
D	31,9	5,4	24,0
EL	15,4	0,6	6,7
E	34,2	3,1	20,8
F	28,9	4,6	21,7
IRL	28,0	5,2	17,7
I	35,5	0,9	22,7
L	45,3	9,8	43,5
NL	65,5	17,7	55,9
A	31,6	7,2	27,0
P	20,3	3,4	12,5
FIN	44,9	7,3	17,3
S	56,3	10,9	43,4
UK	36,2	8,2	25,6

(1) Frage: „Welche der folgenden Geräte haben Sie zuhause?“; Mehrfachantwort möglich.

Quelle: Eurobarometer 53 (Informationsgesellschaft), Europäische Kommission, 2000

Tabelle 7.15: Haushaltsdurchdringung mit PCs in der EU, 2000
(%-Anteil der Haushalte) (1)

	Desktop-PC	Laptop-PC	CD-ROM verbunden mit PC
EU-15	34,9	5,4	24,9
Geschlecht			
Männlich	38,5	6,1	28,4
Weiblich	31,5	4,7	21,5
Alter			
15-24	46,3	6,3	35,4
25-39	42,5	7,5	30,3
40-54	43,7	6,6	31,3
55+	16,3	2,2	10,3
Beruf			
Selbständig	43,0	7,5	29,6
Manager	60,2	15,4	47,8
Sonstige Angestellte	47,5	6,7	34,7
Arbeiter	33,6	3,4	22,7
Hausfrau/-mann	26,5	3,8	17,8
Arbeitslos	30,7	3,1	18,9
Rentner	11,7	1,5	7,6
Student	58,8	9,5	45,2
Einkommen			
Hoch	61,0	14,0	49,0
Mittelhoch	40,0	5,0	29,0
Mittelniedrig	25,0	3,0	17,0
Niedrig	16,0	2,0	10,0

(1) Frage: „Welche der folgenden Geräte haben Sie zuhause?“; Mehrfachantwort möglich.
Quelle: Eurobarometer 53 (Informationsgesellschaft), Europäische Kommission, 2000

Tabelle 7.16: Durchschnittliche tägliche
Fernsehdauer pro Person (Minuten)

	Ziel- gruppe	1997	1998	1999
		201	205	206
EU-15				
B (1)	15+	184	188	186
DK	4+	162	170	165
D	14+	196	201	198
EL	6+	212	219	227
E	16+	218	218	220
F	15+	192	197	199
IRL	15+	188	197	188
I	15+	221	230	229
L	12+	115	112	124
NL	13+	157	168	166
A	12+	142	146	147
P	15+	173	165	194
FIN	10+	150	150	161
S	15+	149	154	152
UK	16+	229	230	232

(1) Durchschnitt der für die französischen und niederländischen Sprachregionen getrennt verfügbaren Daten.

Quelle: European Keyfacts Television, IP/CMI, 2000

VERBRAUCH

Mit Fernsehen verbrachte Zeit

Mit durchschnittlich drei Stunden und 26 Minuten pro Person und Tag ist Fernsehen in der EU (siehe Tabelle 7.16) eine der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen. Die vor dem Fernsehgerät verbrachte Zeit schwankte zwischen zwei Stunden und 4 Minuten pro Tag in Luxemburg und drei Stunden und 52 Minuten im Vereinigten Königreich. Aus den Zahlen geht hervor, dass die Menschen in Südeuropa (insbesondere Italien, Griechenland und Spanien) pro Tag durchschnittlich eine Stunde mehr vor dem Fernseher verbrachten als die Menschen in Skandinavien. Während beim üblichen Fernsehverhalten ein einziger Peak zur Hauptsendezeit zwischen 18 und 22 Uhr festzustellen ist, tendieren die südeuropäischen Länder - aber auch Frankreich und Belgien - zu einem zweiten Peak um die Mittagszeit.

Tabelle 7.17: Seheranteil führender Fernsehkanäle, 1999 (1)

	Erwachsene			Junge Erwachsene			Kinder		
	Kanal	Zielgruppe	Seheranteil (%)	Kanal	Zielgruppe	Seheranteil (%)	Kanal	Zielgruppe	Seheranteil (%)
B (NL)	VTM	15+	30,8	VTM	15-34	21,5	Ketnet	4-14	23,9
B (F)	RTL-TVi	15+	23,5	RTL-TVi	15-34	22,5	ClubRTL	4-14	24,1
DK	TV 2	12+	36,7	TV 2	14-49	31,2	DR 1	4-11	37,3
D	RTL	14+	14,9	RTL	14-49	17,8	SuperRTL	3-13	18,7
EL	Antenna TV	6+	23,0	MEGA	15-34	24,7	:	:	:
E	TVE 1	16+	25,7	Antena 3	13-24	26,2	Antena 3	4-12	29,5
F	TF 1	15+	34,9	TF 1	15-34	35,5	TF 1	4-10	38,0
IRL	RTE 1	15+	34,9	RTE 1	15-34	23,9	:	4-14	:
I	RAI 1	15+	22,9	Canale 5	15-34	24,9	:	:	:
L	RTL-L	12+	19,7	:	:	:	:	:	:
NL	RTL 4	13+	17,0	RTL 4	20-34	17,3	RTL 4	6-12	12,4
A	ORF 2	12+	34,4	ORF 1	12-49	29,5	ORF 1	3-11	36,7
P	SIC	15+	47,7	SIC	15-24	49,3	SIC	4-14	50,7
FIN	MTV 3	10+	42,0	MTV 3	14-49	43,0	:	:	:
S	TV 4	15+	27,3	TV 4	15-34	28,8	SVT 1	3-14	32,9
UK	ITV	16+	31,8	ITV	16-34	30,6	ITV	4-15	26,9

(1) Durchschnittspublikum eines gesamten Tages, außer B (17-23h) und L (19-23h); B (NL) - Belgien, niederländisch; B (F) - Belgien, französisch.
Quelle: European Keyfacts Television, IP/CMI, 2000

Tabelle 7.18: Seheranteil öffentlicher Fernsehkanäle, 1999 (1)

	Kanäle	Zielgruppe	Seheranteil (%)
B (NL)	TV1, TV2	15+	33,5
B (F)	La Une, La Deux	15+	24,4
DK	DR1+2, TV 2	12+	66,9
D	ARD, ZDF et al. (2)	14+	43,4
EL	ET 1, NET	6+	9,5
E	TVE 1, La 2	16+	33,6
F	FRANCE 2+3, La 5e	15+	43,6
IRL	RTE 1, NET 2, TG4	15+	50,0
I	RAI 1+2+3	15+	48,1
L	RTL-L (3)	12+	19,7
NL	NED 1+2+3	13+	35,4
A	ORF 1+2	12+	58,1
P	RTP 1+2	15+	35,9
FIN	YLE 1+2	10+	43,0
S	SVT 1+2	15+	47,1
UK	BBC 1+2	16+	39,6

(1) Durchschnittspublikum eines gesamten Tages, außer B (17-23h) und L (19-23h); B (NL) - Belgien, niederländisch; B (F) - Belgien, französisch.

(2) 3SAT, Arte, Kinderkanal, Phoenix, ARD III und BR ALPHA.

(3) Télé Lëtzebuerg: privater Kanal mit öffentlicher Dienstleistungsfunktion.

Quelle: European Keyfacts Television, IP/CMI, 2000

Tabelle 7.19: Tagesreichweite und durchschnittliche Radiohördauer, 1999

Zielgruppe	Tagesreichweite (%)	Wochenreichweite (%)	Wochenendreichweite (%)	Durchschnittliche Hördauer (Minuten) (1)	
B (2)	12+	:	73,4	63,8	266
DK	12+	:	55,0	32,0	210
D	14+	:	84,3	:	220
E	14+	53,0	56,2	:	188
F	15+	:	83,3	75,1	193
IRL	15+	:	88,0	60,0	237
I	11+	67,9	:	:	177
L (3)	12+	:	65,9	57,8	198
NL	10+	:	70,3	58,4	147
A	10+	83,0	80,5	74,5	211
P	15+	83,6	80,6	53,7	190
FIN	9+	81,0	96,0	:	246
S	9+	79,8	:	73,3	177
UK	15+	90,0	87,0	74,0	199

(1) Durchschnittliche tägliche Hördauer von Montag bis Freitag, außer I, A, FIN, S und UK (Montag bis Samstag) und IRL (gesamte Woche).

(2) Durchschnitt der für die französischen und niederländischen Sprachregionen getrennt verfügbaren Daten.

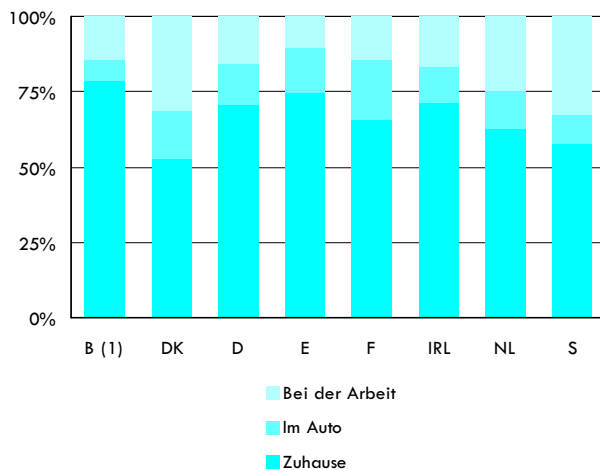
(3) Wochenendreichweite an Samstagen anstatt Wochenenden.

Quelle: European Keyfacts Radio, IP/CMI, 2000

Mit Radiohören verbrachte Zeit

Die durchschnittliche Radiohördauer der Europäer war 1999 vergleichbar mit der Zeit, die sie vor dem Fernseher verbrachten. Die Angaben schwanken von zwei Stunden und 27 Minuten pro Tag in den Niederlanden bis zu vier Stunden und 26 Minuten in Belgien (siehe Tabelle 7.19). Beim Radiohören ist in der Regel ein Peak morgens zwischen 7 und 9 Uhr festzustellen, in einigen Ländern aber auch ein zweiter am späten Nachmittag. Im Unterschied zum Fernsehen wird das Radio mehr als „Begleitmedium“ in dem Sinne betrachtet, dass Radiohören mit Alltagsaktivitäten einhergeht, beispielsweise mit Essen, Autofahren oder der Arbeit (siehe Abbildung 7.8).

Abbildung 7.8: Radiohören nach dem Ort, 1999 (%)



(1) Durchschnitt der für die französischen und niederländischen Sprachregionen getrennt verfügbaren Daten.

Quelle: European Keyfacts Radio, IP/CMI, 2000

Tabelle 7.20: Höreranteile der bedeutendsten Radiostationen, 1999 (1)

	Station	Programmformat	Seheranteil (%)
B (NL)	Radio 2	Vollprogramm	31,3
	Donna	Hitradio	24,8
	StuBru	Hitradio	10,4
B (F)	Contact	Hitradio	23,6
	BelRTL	Vollprogramm	20,4
	Fréq Wallonie	Vollprogramm	8,1
DK	DR/P3	Europäisches Hitradio	35,0
	DR/P2	Klassiksender	27,0
	DR/P1	Vollprogramm	8,0
D (2)	WDR 4	Melody-Radio	5,4
	NDR 1 Niedersachsen	Melody-Radio	5,4
	Radio NRW	-	4,3
E	SER	Vollprogramm	30,3
	Cadena 40	Musiksender	24,3
	Dial	Musiksender	18,7
F	RTL	Vollprogramm	17,7
	France Inter	Vollprogramm	9,8
	NRJ	Hitradio	7,5
IRL	Radio 1	Talk, Nachrichten	29,0
	2FM	Popmusiksender	20,0
	Today FM	Vollprogramm	7,0
I (3)	Radiouno	Vollprogramm	15,5
	Radiodue	Vollprogramm	11,0
	RDS	Dance-Radio	9,0
L	RTL Radio Lëtzebuerg	Vollprogramm	49,9
	Eldorado	Europäisches Hitradio	10,9
	Radio D	Vollprogramm	4,3
NL	Regional radio	Diverses	16,3
	Radio 3	Popmusiksender	16,0
	Sky Radio	Soft Pop	15,9
A	Ö 3	Erwachsenen modern	50,0
	Ö 1	Klassiksender	4,0
	Sonstige	-	46,0
P	Renascença	Vollprogramm	19,9
	Cidade	Europäisches Hitradio	10,1
	RFM	Erwachsenen modern	9,4
FIN	YLE 3	Vollprogramm	45,0
	Radio Nova	Erwachsenen modern	15,0
	YLE 1	Klassiksender	8,0
S	P4	Vollprogramm	45,0
	P3	Jugend	12,0
	P1	Talk, Nachrichten	7,0
UK	BBC 2	Oldiesender	12,5
	BBC 4	Qualitätsradio	10,7
	BBC 1	Popmusiksender	10,3

(1) B (NL) - Belgien, niederländisch; B (F) - Belgien, französisch.

(2) Die Radiolandschaft ist vor allem regional.

(3) Tagesreichweite anstatt des Höreranteils.

Quelle: European Keyfacts Radio, IP/CMI, 2000

Tabelle 7.21: Zahl der verkauften und verliehenen Videokassetten und DVDs, 1998

	Verkauf		Verleih	
	Einheiten (Mio.)	Durchschnitt je Haushalt mit Videorekorder (Einheiten)	Einheiten (Mio.)	Durchschnitt je Haushalt mit Videorekorder (Einheiten)
EU-15 (1)	278,6	2,7	638,9	6,1
B	7,9	2,8	23,5	8,2
DK	6,2	3,5	22,1	12,3
D	43,0	1,8	159,0	6,6
EL	0,5	0,4	10,2	7,3
E	16,0	1,9	73,3	8,7
F	52,0	3,0	73,1	4,3
IRL	3,0	3,5	28,9	34,2
I (2)	17,7	1,3	38,9	2,9
L (3)	0,1	1,2	0,6	5,0
NL	9,5	2,1	35,0	7,6
A	4,4	1,9	11,3	4,8
P	8,5	4,3	7,2	3,6
FIN	3,8	2,3	9,0	5,5
S	6,3	1,8	20,8	6,1
UK	100,0	4,8	186,0	9,0

(1) Verleih, 1997; Verkauf, Schätzungen, ohne L.

(2) Verleih, 1997.

(3) Verkauf, 1993.

Quelle: Audiovisuelle Dienstleistungen, Statistik kurz gefasst, Themenkreis 4 3/2001, Eurostat, 2001

Verkauf und Verleih bespielter Videos

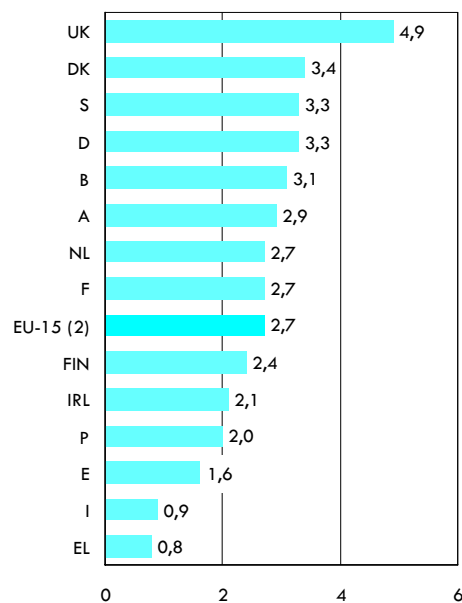
Jeder mit einem Videorecorder ausgestattete Haushalt kaufte 1998 durchschnittlich 2,7 bespielte Videos (Kassetten oder Discs) - d. h. eines mehr als 1990. Infolgedessen wurden 279 Millionen Stück verkauft. Zusätzlich liehen die privaten Haushalte durchschnittlich 6,1 Videos pro Jahr aus (siehe Tabelle 7.21), etwa zehn weniger als 1990 (wenngleich in der zweiten Hälfte des Zehnjahreszeitraumes eine Wiederbelebung des Verleihmarktes zu beobachten war). Die meisten Videos wurden im Vereinigten Königreich (4,8 pro Videohaushalt) und in Portugal (4,3) gekauft, während der Verleih von Videos 1998 besonders in Irland (34,2 ausgeliehene Videos pro Videohaushalt) und in Dänemark (12,3 ausgeliehene Videos) populär war.

Musikaufzeichnungen

1998 kauften die Europäer im Durchschnitt 2,7 bespielte Tonträger (siehe Abbildung 7.9), d. h. Singles, Vinyl-Langspielplatten (LPs), Compact Discs (CDs) und Musikkassetten (MCs). Damit wurden insgesamt mehr als eine Milliarde Stück verkauft. Der Übergang von analogen zu digitalen Medien ist inzwischen praktisch abgeschlossen, da CDs (69,3%) und Singles⁵ (19,8%) zusammen 90% der verkauften Stückzahlen ausmachten. Der Verkauf von Vinyl-LPs in der EU fiel dramatisch von mehr als 140 Millionen Stück im Jahre 1990 auf gerade mal 3,5 Millionen Stück im Jahre 1998 (siehe Tabelle 7.22). Musikkassetten erreichten 1991 einen Rekord mit 274 Millionen Stück, gingen aber bis 1998 auf 108 Millionen Stück zurück. Im Gegensatz dazu erhöhte sich die Anzahl der verkauften Langformat-CDs zwischen 1991 und 1998 um mehr als das Doppelte und erreichte einen Wert von 712 Millionen Stück - gegenüber 350 Millionen Stück im Jahre 1991 (siehe Abbildung 7.10).

(5) Enthält CD-Singles (mehrheitlich), LP-Singles und MC-Singles.

Abbildung 7.9: Zahl der verkauften Tonaufnahmen je Einwohner, 1998 (Einheiten) (1)



(1) L, nicht verfügbar.

(2) Ohne L.

Quelle: Eurostat, Audiovisuelle Dienste (theme4/auvis)

Nach Angaben der IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) stieg der Kauf von Musikaufzeichnungen auf Tonträgern in Europa im Jahre 2000 mengenmäßig um 1,3% - nach einem Wachstum von 1,0% im Jahre 1999. Während der Verkauf von CDs um 5,1% zunahm, gingen die Verkaufszahlen für Singles und Musikkassetten um 14,3% bzw. 9,4% zurück. Die IFPI führt diese Entwicklung (zum Teil) auf das Raubkopieren von Musik zurück, das durch On-line-filesharing-Dienste erleichtert wird. In der Tat haben neue, auf PC-Kompressionstechnologien (wie z. B. MPEG-1 layer 3⁶⁾ basierende Formate in den letzten Jahren - nach der Einführung von tragbaren MP3-Playern (1998) - an Bedeutung zugenommen.

(6) Nach seiner Dateierweiterung auch MP3 genannt; MPEG ist ein ISO/IEC-Standard für einen Algorithmus zur Audiokompression, der von der Moving Picture Experts Group (MPEG) entwickelt wurde. Er wird im Internet stark genutzt und ermöglicht, dass Musikdateien auf etwa ein Zehntel ihrer Originalgröße komprimiert werden und trotzdem eine fast perfekte Wiedergabequalität haben.

Tabelle 7.23: Musikumsatz nach Musikgenre, 1998 (% in Mengengrößen)

	Internationale		
	National	Pop/Rockmusik	Klassik
B (1)	15,0	79,0	5,8
D	:	87,2	7,2
EL (1)	59,0	38,0	3,0
F	50,0	41,7	8,3
IRL	16,0	79,0	5,0
I	46,0	47,7	5,8
NL (1)	23,0	68,0	9,0
A (1)	10,0	82,0	8,0
FIN (2)	40,8	50,8	8,3

(1) 1996.

(2) 1997.

Quelle: Eurostat, Audiovisuelle Dienste (theme4/auvis)

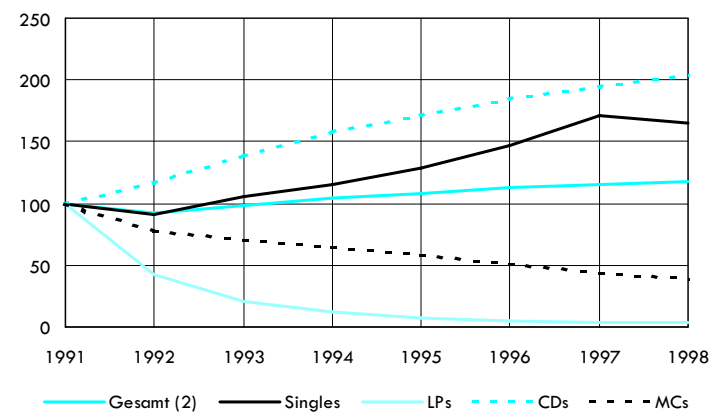
Tabelle 7.22: Zahl der verkauften Tonaufnahmen, 1998 (Tsd.)

	Gesamt	Singles	LPs	CDs	MCs
EU-15 (1)	1 026 185	203 208	3 464	711 624	107 889
B	31 450	8 700	50	22 400	300
DK	18 201	1 100	1	16 900	200
D	270 700	51 800	500	193 300	25 100
EL	8 830	0	30	8 300	500
E	64 630	1 500	30	50 200	12 900
F	157 742	40 023	308	103 604	13 807
IRL	7 779	1 748	14	4 736	1 281
I	51 775	3 464	83	34 169	14 059
L	:	:	:	:	:
NL	41 500	6 600	200	34 100	600
A	23 220	3 100	20	19 200	900
P	19 700	600	0	15 300	3 800
FIN	12 300	500	0	10 500	1 300
S	28 820	4 700	20	23 200	900
UK	289 538	79 373	2 208	175 715	32 242

(1) Ohne L.

Quelle: Eurostat, Audiovisuelle Dienste (theme4/auvis)

Abbildung 7.10: Entwicklung der Zahl der verkauften Musikaufnahmen in der EU (1991=100) (1)

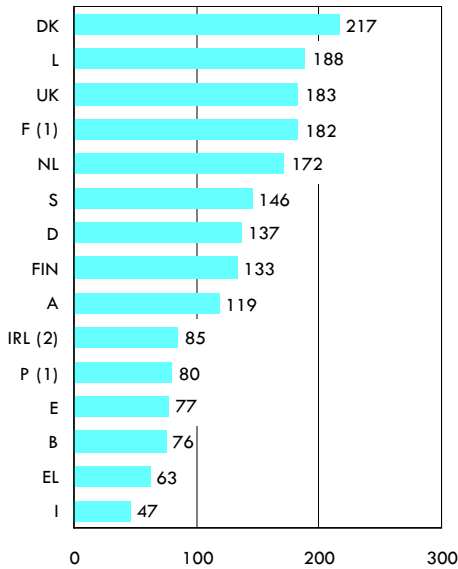


(1) Ohne L.

(2) Drei Singles werden als eine Aufnahme gezählt (IFPI-Standard).

Quelle: Eurostat, Audiovisuelle Dienste (theme4/auvis)

Abbildung 7.11: Empfangs-, Aufzeichnungs- und Wiedergabegeräte für Ton und Bild
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999
(KKS je Haushalt)



(1) 1994.
 (2) Vorläufig.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

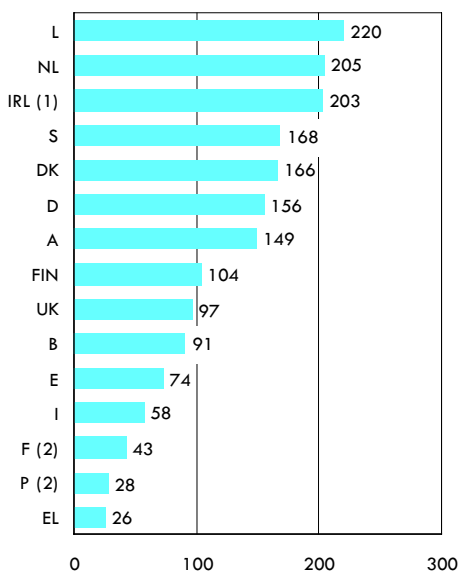
VERBRAUCHSAUSGABEN

Die europäischen Haushalte gaben 1999 durchschnittlich zwischen 156 KKS in Griechenland und 633 KKS in Luxemburg für Geräte für Audiovision, Fotografie und Datenverarbeitung aus, wobei die meisten Länder Werte zwischen 400 KKS und 550 KKS⁷ verzeichneten. In der Regel entfielen auf diese Positionen zwischen 1,5% und 2,0% der Haushaltsausgaben insgesamt. Wichtig ist die Feststellung, dass diese Zahlen allein auf den Kauf von Ausrüstungen beschränkt sind und Leistungsentgelte wie Fernseh- und Hörfunkgebühren sowie Gebühren für Pay-TV-Abonnements ausschließen.

Mehr als vier Fünftel der Ausgaben für Geräte für Audiovision und PCs waren mehr oder weniger zu gleichen Teilen auf die drei Hauptproduktkategorien aufgeteilt: audiovisuelle Geräte (Fernseher, Videorecorder, DVD-Player, Hifi-Systeme) - siehe Abbildung 7.11; Datenverarbeitungsgeräte (PCs einschließlich Drucker und periphere Geräte) - siehe Abbildung 7.12; Aufzeichnungsmedien (bespielt oder leer) - siehe Abbildung 7.13. Der Rest verteilte sich auf Foto- und Kino-Geräte sowie Reparaturleistungen.

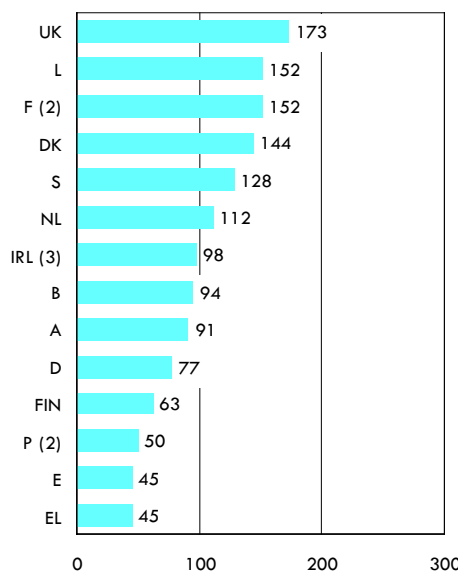
(7) Für den folgenden Abschnitt über Verbrauchsausgaben: F und P, 1994.

Abbildung 7.12: Datenverarbeitungsgeräte
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999
(KKS je Haushalt)



(1) Vorläufig.
 (2) 1994.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 7.13: Aufzeichnungsmedien
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999
(KKS je Haushalt) (1)



(1) I, nicht verfügbar; einschließlich bespielter und unbespielter Tonbänder, Kassetten und CDs, sowie unbelichteter Filme.
 (2) 1994.
 (3) Vorläufig.
 Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 7.24: Hauptpreisindikatoren für audiovisuelle Dienste, 1998

	Farbfernseh- Lizenzgebühr (§)	Anteil der Schwarzseher (%) (1)	Durchschnitts- preis eines Videoverleihs (§) (2)	Durchschnitts- preis eines Videos (§)	Radio- lizenzgebühr (§)	Durchschnitts- preis einer Musik- aufnahme (§) (3)
B	184,3	5,0	2,7	13,4	26,9	12,8
DK	236,8	8,3	3,3	16,5	21,6	13,4
D	114,6	9,3	2,3	11,5	:	10,7
EL	:	:	1,2	13,3	:	11,7
E	0,0	0,0	1,8	11,1	:	9,6
F	111,3	6,5	2,7	15,5	:	8,7
IRL	89,0	13,8	2,7	12,5	0,0	9,2
I	86,0	15,2	1,2	8,2	0,0	10,9
L	0,0	0,0	2,5	:	0,0	:
NL	95,5	8,0	2,8	12,3	26,6	13,5
A	211,9	11,5	2,7	13,0	62,3	14,6
P	0,0	0,0	1,7	3,9	16,5	8,5
FIN	137,4	13,0	2,7	11,9	0,0	10,4
S	176,3	8,0	3,8	13,4	:	13,7
UK	144,1	8,0	1,5	13,9	0,0	10,8

(1) Schätzungen für 1996, außer FIN und S (1995), IRL (1994), D (1992), Quelle: EAO, 2000.

(2) I und L, 1997.

(3) Einnahmen dividiert durch verkaufte Einheiten an Singles, CDs, LPs und MCs; drei Singles werden als eine Aufnahme gezählt (IFPI-Standard).

Quelle: Eurostat, Audiovisuelle Dienste (theme4/auvis)

PREISE

Die Preise für audiovisuelle Produkte und Dienstleistungen sind in Tabelle 7.24 angegeben. Danach zählt Portugal durchweg zu den Ländern mit den niedrigsten und Dänemark zu denen mit den höchsten Preisen. Die Preisunterschiede zwischen den Mitgliedstaaten sind nach wie vor erheblich: die Preise in den teuersten Ländern sind oft doppelt so hoch wie die in den billigsten (wenngleich bedacht werden sollte, dass das öffentlich-rechtliche Angebot an Fernseh- und Hörfunkprogrammen von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat sehr unterschiedlich ist).

Die Preise von Gebrauchsgütern für Freizeitbeschäftigungen gingen im Zeitraum 1996 bis 2000 zurück. Am deutlichsten war dieser Rückgang im Bereich Datenverarbeitungsgeräte, wo der Verbraucherpreisindex um durchschnittlich 12,7% pro Jahr sank. Im gleichen Zeitraum fiel auch der Preis der Geräte für Audiovision und Fotografie/Kinematografie (um durchschnittlich 4,8% bzw. 4,6% pro Jahr). Die Reparaturleistungen bildeten die einzige Kategorie in diesem Unterkapitel, die für den Zeitraum 1996 bis 2000 Preissteigerungen um durchschnittlich 2,6% pro Jahr meldete (siehe Tabelle 7.25).

Tabelle 7.25: Freizeit und Kultur
Entwicklung der harmonisierten Verbraucherpreisindizes in der EU (1996=100)

	1996	1997	1998	1999	2000
Gesamt-HVPI	100	102	103	104	106
Geräte, Zubehör inkl. Reparatur	100	96	92	87	83
Audio-visuell	100	96	92	87	82
Foto-, Kino- & opt. Geräte	100	95	90	86	84
Datenverarbeitung	100	89	77	65	58
Aufzeichnungsmedien	100	100	100	98	96
Reparatur	100	103	106	108	111

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Tabelle 7.26: Zahl der Fernsehkanäle, 2000 (Einheiten)

	Landesweit (1)		Regional (2)		Digital-angebote
	Öffentlich	Privat	Öffentlich	Privat	
B	4	9	0	0	5
DK	3	3	8	53	2
D	5	11	10	61	1
EL	3	5	0	95	1
E	2	2	11	400	2
F	3	3	1	:	2
IRL	3	1	1	1	1
I	3	7	1	616	2
L	0	1	0	0	0
NL	3	10	:	0	2
A	3	1	1	0	1
P	2	2	0	0	0
FIN	2	2	0	3	1
S	4	3	1	1	2
UK	4	4	1	2	2

(1) Technische Durchdringung von mindestens 50% der Haushalte.

(2) 2000 Daten; Quelle: OECD, OBS, EAVO und IDATE/EC Digital TV study in Communications Outlook, OECD, 2001.

Quelle: European Keyfacts Television, IP/CMI, 2000

AUSWAHL

Im Verlauf der letzten beiden Jahrzehnte haben die meisten Mitgliedstaaten ihre nationalen audiovisuellen Märkte für private Veranstalter geöffnet, die neben den öffentlich-rechtlichen Anstalten senden. Es wird davon ausgegangen, dass sich dieser Trend fortsetzen wird, da sich der Sendebetrieb auf die digitale Technologie einstellt, mit der eine größere Zahl von Kanälen auf der gleichen Bandbreite untergebracht werden kann. Im Jahre 2000 gab es EU-weit insgesamt mehr als 100 verschiedene landesweite TV-Kanäle und mehr als 1 000 Regionalsender (siehe Tabelle 7.26). In der europäischen Fernsehlandschaft sind im Verlauf der 80er und 90er Jahre - mit der Weiterentwicklung des Satellitenempfangs - gesamteuropäische TV-Kanäle entstanden (siehe Tabelle 7.27). Was den Hörfunk angeht, so gab es 1998 in der EU etwa 6 000 aktive Hörfunksender, davon zwei Drittel allein in Spanien und Italien (siehe Tabelle 7.28).

Tabelle 7.27: Bedeutende gesamteuropäische Fernsehkanäle, 2000

	Programm	Gründung	Sprachen (1)	Lokale Ausstrahlung	Reichweite (Mio. Haushalte) (2)	Zuschauer (%) (3)
Animal Planet	Dokumentationen	1997	5	Ja	9,0	:
Arte	Generalist/Kultur	1992	2	Nein	75,0	:
BBC World	Nachrichten	1995	1	Nein	43,1	5,7
Bloomberg TV	Nachrichten/Finanz	1996	5	Ja	55,6	2,0
Cartoon Network	Kinder	1993	5+	Ja	:	:
CNBC Europe	Nachrichten/Finanz	1996	1	Ja	44,8	4,5
CNN International	Nachrichten	1987	4	Ja	83,8	18,2
Discovery Europe	Dokumentationen	1989	13	Ja	20,1	10,4
Euronews	Nachrichten	1993	6	Nein	93,7	16,5
Eurosport	Sport	1989	16+	Ja	86,5	33,3
Fashion TV	Mode	1997	1	Nein	18,0	1,5
Fox Kids Europe	Kinder	1996	12	Ja	18,0	:
Fox Sports Europe	Sport	2000	3	Nein	3,0	:
MCM	Musik/Lifestyle	1993	3	Ja	15,0	:
MTV Europe	Musik/Lifestyle	1987	6	Ja	81,4	15,6
National Geographic TV	Dokumentationen	1997	7	Ja	18,0	6,0
Nickleodeon	Kinder	1993	8	Ja	8,5	:
Travel Channel	Reisen	1994	7	Nein	4,5	3,7
Turner Classic Movies	Filmklassiker	1993	5+	Ja	:	:
TV5 Europe	Generalist	1983	1	Nein	62,9	6,5
VH 1	Musik	1994	3	Ja	22,0	:

(1) Mit Untertitel oder synchronisiert.

(2) Gesamtes geschätztes Empfangspotential, einschließlich der einigen Kanälen angebotenen terrestrischen Endverbreitung (Arte in Frankreich, MTV in Italien und zeitweise Ausstrahlung von Euronews auf den öffentlichen terrestrischen Netzen einiger seiner Aktionäre).

(3) Oberste 20% der Einkommensverdiener in der EU (ohne EL); Norwegen und Schweiz, Quelle: EMS 2000.

Quelle: European Keyfacts Television, IP/CMI, 2000

Tabelle 7.28: Zahl der Hörfunksender, 1998
(Einheiten)

	Landesweit		
	Gesamt (1)	Öffentlich (2)	Private (3)
B	256	7	5
DK	274	5	:
D	233	2	9
EL	14	4	0
E	2 742	4	:
F	458	5	15
IRL	35	4	1
I	1 067	3	14
L	22	1	5
NL	30	5	12
A	13	4	0
P	334	3	4
FIN	92	5	1
S	115	5	0
UK	268	5	4

(1) B und A, 1996; E, 1995.

(2) A, 1997; B und DK, 1996; E, 1995.

(3) A, 1996; B, 1995.

Quelle: Eurostat, Audiovisuelle Dienste (theme4/auvis)

7.3 FILMTHEATER

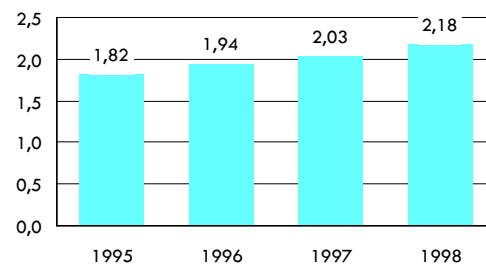
Das Filmtheater oder Kino konkurriert mit anderen Aktivitäten im Unterhaltungssektor um die Freizeit der Verbraucher. In der Erhebung über Haushaltsrechnungen wird es nicht gesondert ausgewiesen, sondern fällt mit unter andere „Kulturdienstleistungen“ wie Theater, Konzerte, Museen und Nationalparks, die sämtlich in Unterkapitel 7.5 behandelt werden.

NETZZUGANG

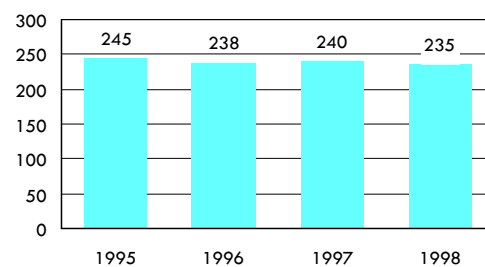
Im Jahre 1998 gab es in der EU mehr als 10 000 Filmtheater, d. h. 2,8 je 100 000 Einwohner (siehe Tabelle 7.29). Jedes verfügte im Durchschnitt über 2,2 Kinosäle (siehe Abbildung 7.14). In Irland waren die Filmtheater im Durchschnitt größer als in den anderen europäischen Ländern. Sie verfügten im Mittel über 3,9 Kinosäle. Griechenland dagegen meldete eine geringe Anzahl von Kinos mit mehreren Sälen (der Durchschnitt lag hier bei etwas mehr als einem Vorführraum pro Kino). Der durchschnittliche Kinosaal hatte 236 Sitzplätze⁸, im Vereinigten Königreich und Spanien dagegen durchschnittlich mehr als 300. In der zweiten Hälfte der 90er Jahre nahm die Anzahl der Vorführräume pro Kino in Verbindung mit einer zurückgehenden durchschnittlichen Anzahl von Sitzplätzen pro Vorführraum zu, beides im Zusammenhang mit der Entwicklung der Multiplex-Kinos.

(8) Daten für EL und I nicht verfügbar.

Abbildung 7.14: Entwicklung der Kinogröße in der EU, 1995-98



Durchschnittszahl an Sälen je Kino (Einheiten)



Durchschnittszahl an Sitzen je Kinosaal (Einheiten)

Quelle: Eurostat, Audiovisuelle Dienste (theme4/auvis)

Tabelle 7.29: Hauptindikatoren - Kinos, 1998

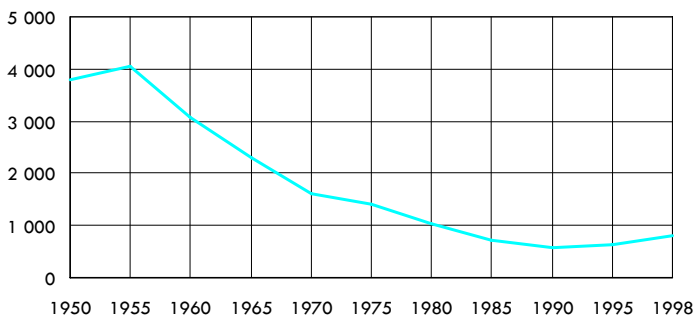
	Zahl der Kinos (Einheiten)	Kinos je 100 000 Einwohner (Einheiten)	Verteilung von Kinos (%) (1)			Durchschnittszahl an Sälen je Kino (Einheiten)	Durchschnittszahl an Sitzen je Kinosaal (Einheiten)	Gesamtkinobesuche (Mio.)
			1 Saal	2 Säle	>8 Säle			
EU-15 (2)	10 461	2,8	:	:	:	2,2	:	796,3
B	137	1,3	12	7	43	3,4	233	25,4
DK	166	3,1	32	20	8	2,0	154	11,0
D	1 445	1,8	20	16	16	2,9	189	148,9
EL	319	3,0	84	5	8	1,1	:	12,4
E	1 329	3,4	29	7	21	2,2	337	108,4
F	2 152	3,7	27	12	17	2,2	208	170,1
IRL	66	1,8	4	11	28	3,9	185	12,4
I	2 159	3,8	74	9	3	2,1	:	118,5
L	8	1,9	29	0	48	2,6	213	1,4
NL	186	1,2	9	14	7	2,8	179	20,1
A	222	2,7	28	:	20	2,0	166	15,2
P (2) (3)	217	2,2	52	10	17	1,5	333	14,8
FIN	234	4,5	56	16	3	1,4	173	6,4
S	839	9,5	63	5	13	1,4	170	15,8
UK (3)	722	1,2	11	8	46	2,6	345	115,5

(1) Quelle: Media Salles.

(2) 1996.

(3) Durchschnittszahl an Sitzen, Quelle: Media Salles.

Quelle: Eurostat, Audiovisuelle Dienste (theme4/auvis)

Abbildung 7.15: Entwicklung der Kinobesuche (Mio.)

Quelle: Kinostatistiken, Statistik kurz gefasst, Themenkreis 4 2/2001, Eurostat, 2001

**VERBRAUCH:
KINOBESUCH**

Die Besucherzahlen der Filmtheater in der EU nahmen nach mehr als 40 Jahren stetigen Rückgangs während der 90er Jahre wieder deutlich zu, so dass 1998 fast 800 Millionen Besucher registriert wurden, ein Durchschnitt von 2,1 Kinobesuchen pro Einwohner (siehe Abbildungen 7.15 und 7.16 auf Seite 234). Die Mitgliedstaaten mit den begeistertsten Kinogängern waren Irland und Luxemburg⁹, wo durchschnittlich 3,4 bzw. 3,3 Kinokarten pro Einwohner verkauft wurden. Im Gegensatz dazu gingen die Griechen und die Finnen 1998 nur wenig mehr als ein Mal ins Kino (1,2 Besucher pro Einwohner).

(9) Die Kinobesucher müssen nicht unbedingt Staatsbürger des Landes sein, in dem sie den Film sehen. Dies ist von besonderer Relevanz für das hier zuletzt genannte Land.

Tabelle 7.30: Kinositze und durchschnittliche Besuchshäufigkeit in ausgewählten Städten der EU, 1996 (%)

		Sitze (Ein- heiten)	Durchschnitt- liche Besuche je Einwohner (Einheiten) (1)
Bruxelles/Brussels	B	15 141	5,0
København	DK	8 800	7,9
Berlin	D	39 399	2,7
München	D	22 844	3,8
Dresden	D	4 176	2,9
Madrid (2)	E	:	3,9
Barcelona	E	51 459	6,6
Sevilla	E	:	3,5
Marseille	F	9 240	2,7
Lyon	F	11 592	9,7
Lille	F	8 511	9,2
Roma	I	:	3,6
Milano	I	:	5,4
Napoli	I	:	2,6
Luxembourg	L	3 642	14,7
Rotterdam	NL	:	2,6
Wien	A	15 992	2,4
Helsinki (3)	FIN	6 935	3,8
Göteborg	S	7 682	3,6
Leeds	UK	:	3,6
Glasgow	UK	:	7,4
Manchester	UK	12 000	8,5

(1) Madrid, Marseille und Lille, 1991.

(2) „Breitere Gebietseinheit“, oder Ballungsgebiet, das die realen oder zweckmäßigen Grenzen des Stadtgebiets über administrative Grenzen hinaus widerspiegelt.

(3) 1997.

Quelle: Urban Audit, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Regionalpolitik, 2000

Tabelle 7.31: Kasseneinnahmen von Kinos, 1998

	Gesamt (Mio. ECU)	Je Ein- wohner (ECU)	Produktionsland (%)		
			National	EU-15	US
EU-15	4269	11,5	:	:	:
B	132	13	2,0	24,5	72,4
DK	72	13,5	12,8	21,7	77,6
D	813	9,9	8,1	14,4	85,4
EL	61	5,8	:	:	:
E	386	9,8	11,9	20,3	78,6
F	907	15,5	27,0	:	64,0
IRL (1)	58	15,8	2,0	:	90,0
I	587	10,2	24,8	35,0	63,7
L (2)	8	18,7	0,2	:	78,5
NL	118	7,6	5,6	:	89,8
A (3)	87	10,8	:	:	:
P	47	4,7	:	:	:
FIN	41	7,9	10,1	18,5	80,0
S	118	13,3	14,7	:	76,1
UK (4)	835	14,1	11,8	9,3	81,7

(1) Nationale Produktion, 1991; US-Produktion, 1995.

(2) Nationale Produktion und US-Produktion, 1996.

(3) Kasseneinnahmen und durchschnittlicher Eintrittspreis je Kinokarte, Quelle: Media Salles.

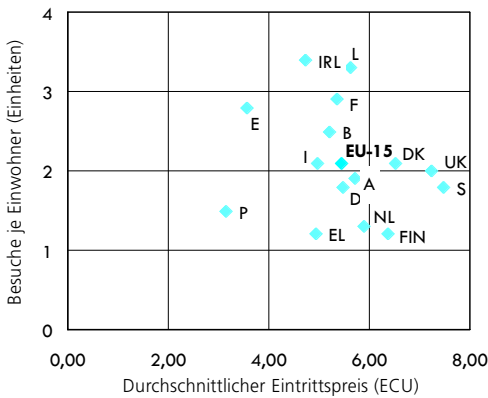
(4) Nationale Produktion, 1996; EU-15-Produktion, 1995.

Quelle: Kinostatistiken, Statistik kurz gefasst, Themenkreis 4 2/2001, Eurostat, 2001

DER PREIS DER KINOLEINWAND

Am billigsten waren Kinokarten im Jahre 2000 in Portugal (€3,14). Sie kosteten weniger als die Hälfte des Preises, den die britischen (€7,23) oder die schwedischen (€7,45) Kinobesucher zu zahlen hatten. Tabelle 7.32 zeigt die Eintrittspreise für Kinos in einigen europäischen Großstädten. Die Unionsbürger gaben im Gesamtjahr 1998 im Durchschnitt 11,5 ECU für Kinobesuche aus, wobei die Spannweite von 4,7 ECU in Portugal bis zu 18,7 ECU in Luxemburg reichte.

Abbildung 7.16: Durchschnittlicher Eintrittspreis und Kinobesuche, 1998



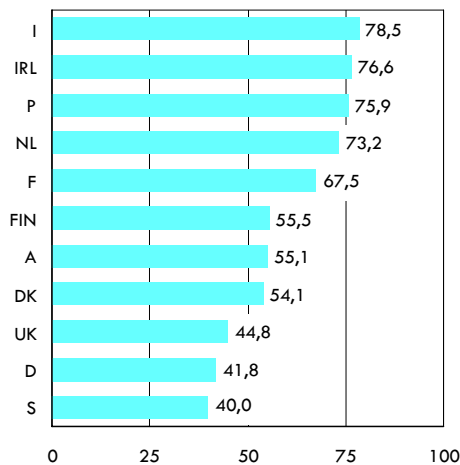
Quelle: Eurostat, Audiovisuelle Dienste (theme4/auvis)

Tabelle 7.32: Höchste Kinokartenpreise, 2000 (€)

		Volle Wochentagspreise		Volle Wochenend- und Feiertagspreise	
		Nachmittag	Abend	Nachmittag	Abend
Berlin	D	7,16	7,16	7,16	7,67
Erfurt	D	5,62	6,14	5,62	6,14
Frankfurt	D	5,62	6,65	6,65	6,65
Madrid	E	4,81	4,81	4,81	4,81
Barcelona	E	4,66	4,66	4,96	4,96
San Sebastian	E	4,51	4,51	4,51	4,51
Paris	F	7,77	7,77	7,77	7,77
Lyon	F	5,79	7,62	7,62	7,77
Rennes	F	7,01	7,01	7,01	7,01
Roma	I	5,16	7,23	7,23	7,23
Milano	I	3,62	6,71	6,71	6,71
Brescia	I	6,20	6,20	7,23	7,23
London	UK	12,76	13,51	13,51	13,51
Leeds	UK	5,25	7,13	6,75	7,13
Manchester	UK	7,36	7,36	7,36	7,36

Quelle: European Cinema Journal, Media Salles, Februar 2000

Abbildung 7.17: Junge Leute mit dem Interesse, mehr europäische Filme zu sehen, 1998-2000 (%) (1)



(1) B, EL, E und L, nicht verfügbar.

Quelle: European Cinema Journal, Media Salles, Februar 2000

AUSWAHL

Die europäische Kinoszene wird von amerikanischen Produktionen beherrscht. Die Zahlen lassen erkennen, dass in den meisten Ländern 70 bis 80% aller Kasseneinnahmen von Filmen amerikanischen Ursprungs eingespielt werden (siehe Tabelle 7.31). Italien und Frankreich bildeten die beiden äußerst bemerkenswerten Ausnahmen von dieser Regel; hier betrug der Anteil der amerikanischen Filme weniger als zwei Drittel aller gespielten Filme.

Media Salles hat zwischen 1998 und 2000 die Kinobesuchsgewohnheiten von Jugendlichen untersucht. Dabei erwies sich Italien als das Land, in dem der höchste Prozentsatz von Jugendlichen angab, an der Vorführung europäischer Filme interessiert zu sein (78,5%), gefolgt von Irland (76,6%), Portugal (75,9%), den Niederlanden (73,2%) und Frankreich (67,5%). Weit unter 50% lag dieser Anteil dagegen im Vereinigten Königreich (44,8%), in Deutschland (41,8%) und in Schweden (40,0%).

7.4 TOURISMUS, HOTELS UND RESTAURANTS

In der amtlichen Statistik wird Tourismus definiert als „alle Aktivitäten von Personen, die aus geschäftlichen, Urlaubs- und anderen Gründen an einen Ort außerhalb ihrer gewöhnlichen Umgebung reisen und dort nicht länger als ein Jahr in Folge verbringen“. Der Tourismus hat stark von der raschen Entwicklung der individuellen Mobilität profitiert, darüber hinaus auch von der allgemeinen Verkürzung der Arbeitszeit. Inzwischen wird ein zunehmender Anteil des Budgets der privaten Haushalte in den europäischen Ländern für touristische Zwecke ausgegeben. Dabei ist anzumerken, dass die Unterscheidung zwischen der Nutzung von Bewirtungs- und Beherbergungsdienstleistungen für geschäftliche oder Freizeitzwecke nicht immer leicht ist, insbesondere für Hotels und Restaurants.

NETZZUGANG:

INFRASTRUKTUR DES BEHERBERGUNGSGEWERBES

Die Hauptkategorien kollektiver Touristenunterkünfte sind Hotels, Campingplätze und Ferienwohnungen. Weitere kollektive Beherbergungseinrichtungen sind Gesundheitseinrichtungen, Ferienlager, Schiffe und Konferenzzentren. Alle diese Unterkünfte sind in den nachstehend präsentierten Statistiken ausgewiesen. Außerdem werden einige Daten zu privaten Touristenunterkünften wie z. B. gemietete Wohnungen, Zweitwohnungen oder von Verwandten oder Freunden kostenlos zur Verfügung gestellte Unterkünfte genannt, die in bestimmten Regionen oder Ländern einen großen Anteil an den Touristenunterkünften haben können.

Tabelle 7.33: Hauptindikatoren für Hotels und ähnliche Betriebe, 1999 (Tsd.)

	Zahl der Hotels und ähnlichen Betrieben	Zahl der Gästezimmer	Zahl der Betten	Ankünfte		Übernachtungen	
				Inländer	Nicht-Inländer	Inländer	Nicht-Inländer
EU-15 (1)	198,5	:	9 521,2	253 657	:	661 721	567 137
B	2,0	51,1	119,4	1 862	4 983	3 652	9 749
DK	0,5	30,9	60,5	1 577	1 268	4 417	4 350
D (2)	38,6	877,1	1 590,3	70 828	16 719	163 429	34 641
EL (1)	8,2	315,3	597,9	5 530	7 276	14 454	45 803
E (2)	16,3	677,1	1 315,7	32 187	27 205	83 350	143 930
F	19,4	659,1	1 485,9	62 128	34 267	108 774	66 330
IRL	5,7	58,7	135,5	2 697	3 343	6 938	14 327
I	33,4	955,8	1 807,3	36 497	26 530	128 238	90 236
L (2)	0,3	7,7	14,4	17	546	68	1 139
NL (2)	2,8	:	173,1	7 801	7 738	14 027	15 895
A (2)	15,9	308,0	628,2	5 956	13 240	18 031	53 617
P	1,8	95,4	216,8	4 272	4 911	9 397	23 331
FIN (2)	1,0	54,9	117,3	5 415	1 751	9 786	3 562
S (2)	1,9	96,1	188,3	10 575	2 465	16 586	4 679
UK (3)	51,3	553,0	1 176,5	37 240	17 019	93 000	55 794

(1) Ankünfte, 1998.

(2) 2000.

(3) Gästezimmer, 1998.

Quelle: Eurostat, Tourismus (theme4/tour)

Tabelle 7.34: Hauptindikatoren für Beherbergungsbetriebe außer Hotels, 1999 (Tsd.)

	Zahl	Betten	Ankünfte		Übernachtungen	
			Inländer	Nicht-Inl.	Inländer	Nicht-Inl.
EU-15 (1)	:	:	:	:	393 077	148 859
B	1,6	517,9	2 185	1 386	9 460	5 617
DK	0,6	318,2	1 450	755	10 829	5 616
D (2)	17,0	1 488,7	21 726	2 220	92 639	7 779
EL (3)	0,3	93,9	109	257	386	527
E (2)	173,4	1 306,5	5 423	10 695	27 419	92 627
F	9,1	2 977,3	10 061	7 654	62 512	37 071
IRL	2,5	54,7	571	553	2 098	3 714
I	36,8	1 816,6	5 979	5 315	53 409	36 432
L (2)	0,3	50,3	23	258	150	1 174
NL (2)	3,6	965,6	8 073	2 264	41 283	11 566
A (2)	5,6	346,2	1 439	2 014	8 211	10 851
P	0,2	268,5	1 106	468	6 846	1 749
FIN (2)	0,5	33,5	1 045	220	2 190	504
S (2)	1,6	66,9	1 334	281	14 570	3 975
UK (4)	11,2	1 759,7	22 860	1 986	94 830	21 807

davon: Campingplätze

EU-15	22,3	8 826,5	:	:	221 774	101 744
B	0,6	362,6	358	401	2 074	1 654
DK	0,4	266,9	856	392	7 592	3 768
D (2)	2,4	780,9	4 449	981	18 063	2 974
EL (3)	0,3	93,9	109	257	386	527
E (2)	1,2	740,0	3 703	1 842	15 800	12 351
F	8,0	2 700,3	10 061	7 654	62 512	37 071
IRL	0,1	33,9	170	100	638	929
I	2,4	1 317,2	3 785	3 514	34 650	24 916
L (2)	0,1	46,1	7	184	88	945
NL (2)	2,1	726,2	2 593	925	16 878	4 056
A (2)	0,5	199,0	242	670	1 147	3 456
P	0,2	261,2	819	422	5 816	1 629
FIN (2)	0,3	21,3	899	165	1 780	343
S (2)	1,0	:	:	:	10 811	3 140
UK	2,7	1 315,5	11 590	792	42 380	3 916

davon: Ferienwohnungen

EU-15	:	:	:	:	:	:
B	0,1	60,3	875	660	3 723	3 309
DK	0,1	40,3	336	193	2 592	1 425
D (2)	10,4	316,4	3 855	196	28 858	1 160
EL	:	:	:	:	:	:
E (2)	172,2	566,6	1 719	8 853	11 619	80 276
F	0,9	261,8	:	:	:	:
IRL	2,2	11,4	122	112	684	1 174
I (5)	25,3	320,4	1 168	1 142	10 827	9 348
L (2)	0,1	1,9	2	18	25	115
NL (3)	0,7	182,6	4 348	1 256	21 224	6 980
A (2)	2,4	54,6	146	580	865	4 412
P	:	:	:	:	:	:
FIN (2)	0,1	9,4	108	26	344	109
S (2)	0,3	49,9	781	161	2 830	633
UK (4)	7,1	308,5	9 070	:	44 130	:

(1) Übernachtungen, 1998.

(2) 2000.

(3) Ankünfte, 1998.

(4) Betten, 1998.

(5) Zahl der Betriebe, 1998.

Quelle: Eurostat, Tourismus (theme4/tour)

Laut der amtlichen Statistik (Tour-Datenbank von Eurostat) gab es 1999 in der EU fast 200 000 Hotels und andere Beherbergungsbetriebe mit insgesamt 9 Millionen Gästebetten (siehe Tabelle 7.33). Im Durchschnitt verfügte ein europäischer Beherbergungsbetrieb über 24 Zimmer¹⁰, verglichen mit nur zehn Zimmern in Irland und zwölf im Vereinigten Königreich, wo „Bed & Breakfast“ eine weit verbreitete Form der Touristenunterkunft darstellt.

Zusätzlich zu den Hotels gab es 1999 in der EU mehr als 22 000 Campingplätze, die durchschnittlich jeweils etwa 400 Camper unterbringen konnten (insgesamt mehr als 8,8 Millionen Schlafstellen) und von denen ein knappes Drittel allein auf Frankreich entfiel (siehe Tabelle 7.34).

Österreich und Griechenland wiesen die dichteste Beherbergungsinfrastruktur, bezogen auf die Größe der einheimischen Bevölkerung, auf. Wenn in diesen Ländern alle verfügbaren Gästebetten gleichzeitig belegt wären, würde die Bevölkerung in Österreich (2000) und in Griechenland (1999) um 7,8% bzw. 5,7% ansteigen.

(10) Ohne NL; D, E, L, A, FIN und S, 2000; UK, 1998.

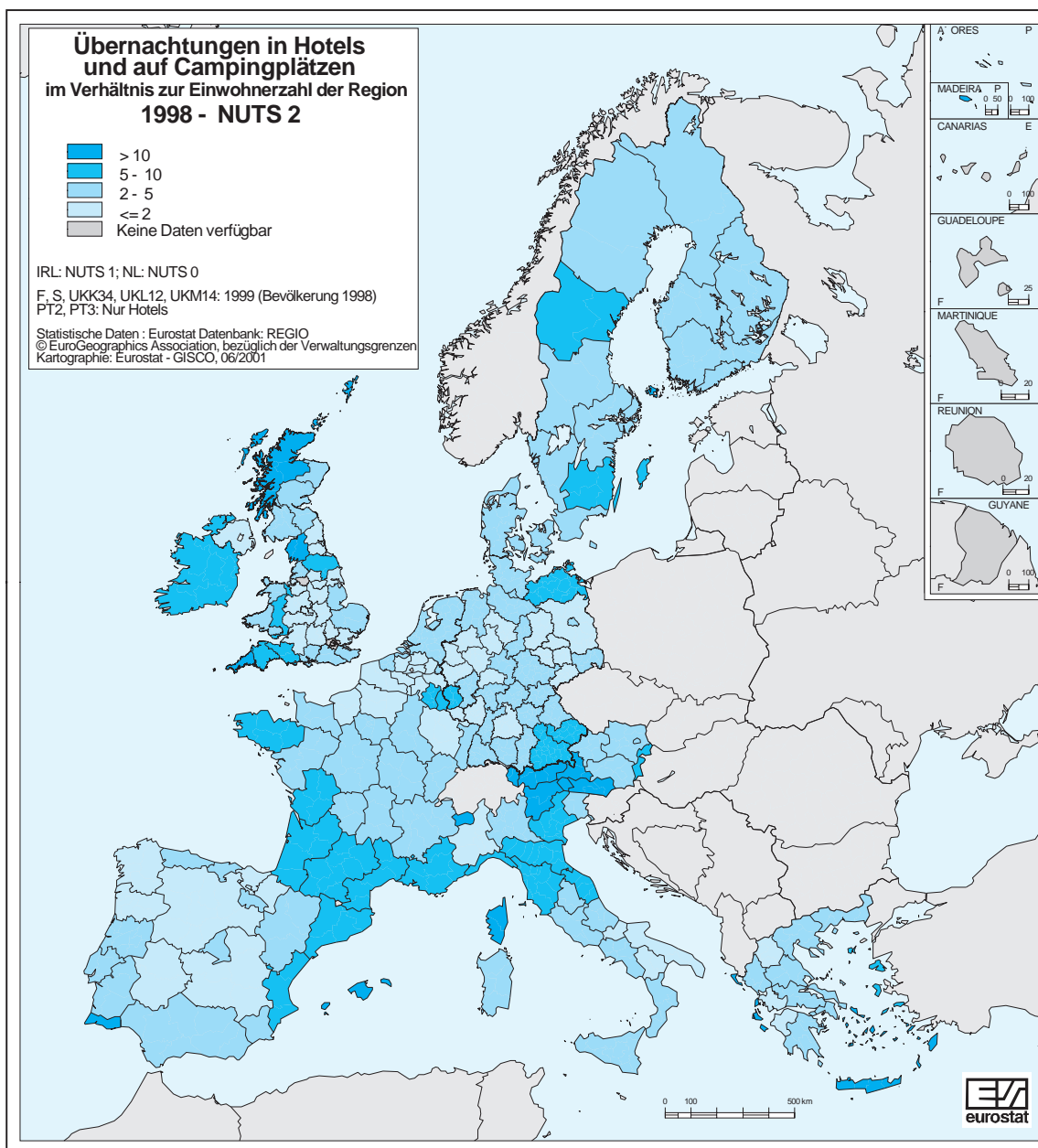


Tabelle 7.35: Zahl der Urlaubsreisen, 1999 (Tsd.) (1)

Herkunft	Inland		International	
	Zahl (Tsd.)	Anteil der Bevölkerung (%)	Zahl (Tsd.)	Anteil der Bevölkerung (%)
B (2)	1 656	16,2	5 370	52,7
DK	1 412	26,6	2 991	56,3
D	33 500	40,8	67 900	82,8
EL (2)	5 500	52,3	261	2,5
E (2)	23 272	59,1	2 778	7,1
F (2)	68 876	117,3	12 656	21,6
IRL	1 121	30,0	1 490	39,9
I	25 821	44,8	8 270	14,4
L	6	1,4	499	116,3
NL	5 906	37,5	9 884	62,7
A	1 843	22,8	3 345	41,4
P	3 034	30,4	662	6,6
FIN	3 432	66,5	1 327	25,7
S (3)	12 275	138,8	5 280	59,7
UK	34 000	57,2	28 400	47,8

(1) Reisen mit mindestens vier Übernachtungen; die Spalte „Anteil der Bevölkerung“ kann mehr als 100% betragen, weil einige Menschen mehr als eine Urlaubsreise pro Jahr unternehmen.

(2) 1998.

(3) 1997.

Quelle: Eurostat, Tourismus (theme4/tour)

Tabelle 7.36: Beliebteste internationale Urlaubsziele der Europäer, 1997 (% der Bevölkerung, die ein bestimmtes Ziel besuchen)

Herkunft	Beliebtestes Ziel	Zweitbeliebtestes Ziel	Gesamt innerhalb der EU	Gesamt außerhalb der EU
EU-15	Frankreich (19)	Spanien (19)	44	9
B	Frankreich (24)	Spanien (21)	74	13
DK	Frankreich (10)	Griechenland (9)	59	9
D	Spanien (17)	Italien (15)	73	9
EL	Deutschland (2)	Frankreich (2)	8	1
E	Frankreich (2)	Portugal (2)	10	4
F	Spanien (7)	Verein. Königreich (2)	22	8
IRL	Spanien (19)	Verein. Königreich (18)	58	14
I	Frankreich (8)	Spanien (4)	25	5
L	Frankreich (23)	Spanien (19)	91	10
NL	Frankreich (20)	Spanien (9)	67	9
A	Italien (19)	Griechenland (13)	65	14
P	Spanien (9)	Frankreich (4)	19	2
FIN	Spanien (8)	Schweden (6)	32	6
S	Spanien (12)	Griechenland (10)	53	8
UK	Spanien (18)	Frankreich (9)	52	16

(1) Reisen mit mindestens vier Übernachtungen, ohne Aufenthalte im Heimatland; Mehrfachantwort möglich.

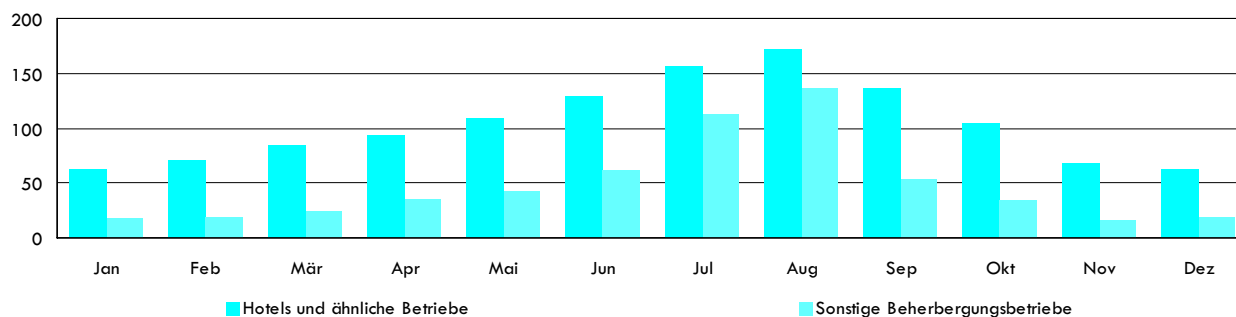
Quelle: Eurobarometer 48, Europäische Kommission, 1998

VERBRAUCH:**PROFIL DES EUROPÄISCHEN TOURISTEN**

Eine Mehrheit der europäischen Touristen wählt in der Regel das eigene Land als Urlaubsziel: annähernd 60% der Europäer, die 1999 in Urlaub fuhren (Definition: mehr als vier Übernachtungen), blieben im Inland, und nur 40% reisten dafür ins Ausland (siehe Tabelle 7.35). Die beliebtesten Reiseziele für Europäer, die außerhalb ihres Heimatlandes Urlaub machten, waren Frankreich und Spanien (siehe Tabelle 7.36).

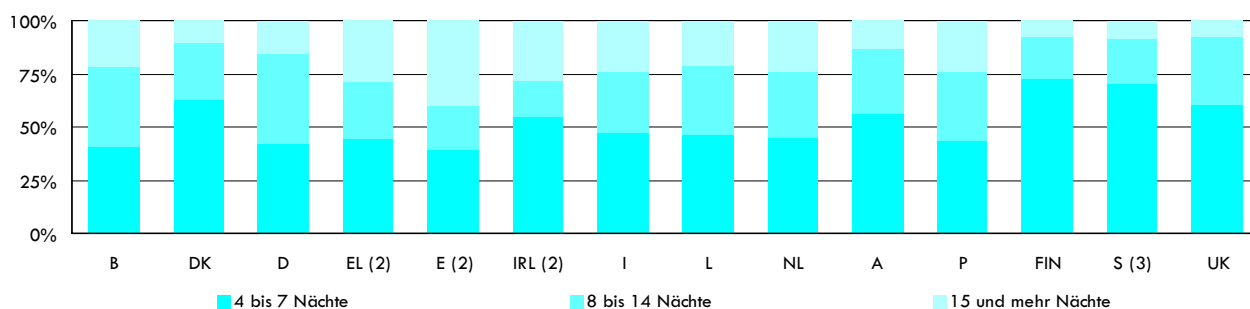
Wie aus Abbildung 7.18 hervorgeht, ist die Nachfrage nach touristischen Dienstleistungen stark saisonabhängig. Die Hochsaison umfasst in allen europäischen Ländern die Monate Juli bis September; der Spitzenwert wird in der Regel im August erreicht. In einigen Ländern (insbesondere in Benelux und im Vereinigten Königreich) ist ein erster Anstieg der Nachfrage um Ostern herum zu beobachten (März, April), während in Österreich, Finnland und Schweden wegen der Skisaison ein Peak auch schon im Februar oder März zu verzeichnen ist. Der bereits seit langem anhaltende Trend zu Mehrfachurlaube im Jahr und eine wachsende Anzahl von Kurzurlauben könnten die Saisonalität der Nachfrage in Zukunft etwas glätten. Kürzere Urlaubsreisen waren am beliebtesten in den skandinavischen Ländern (siehe Abbildung 7.19).

Die Mehrzahl der Europäer (1997: 62,8%) entschied sich für ein Reiseziel am Meer (siehe Tabelle 7.37) - nur die Finnen zogen entweder Städte oder ländliche Erholungsgebiete (einschließlich Seen - einem beliebten Reiseziel in diesem Land) vor.

Abbildung 7.18: Zahl der Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben in der EU, 2000 (Mio.) (1)

(1) Übernachtungen von Inländern und Nicht-Inländern; EL, F, IRL und UK, 1999; ohne IRL für Übernachtungen von Inländern; ohne F für Übernachtungen in sonstigen Beherbergungsbetrieben.

Quelle: Eurostat, Tourismus (theme4/tour)

Abbildung 7.19: Urlaubsreisen nach der Herkunft des Urlaubers entsprechend der Zahl der Übernachtungen, 1999 (%) (1)

(1) Reisen mit mindestens vier Übernachtungen, ohne von unbestimmter Dauer; F, nicht verfügbar.

(2) 1998.

(3) 1997.

Quelle: Eurostat, Tourismus (theme4/tour)

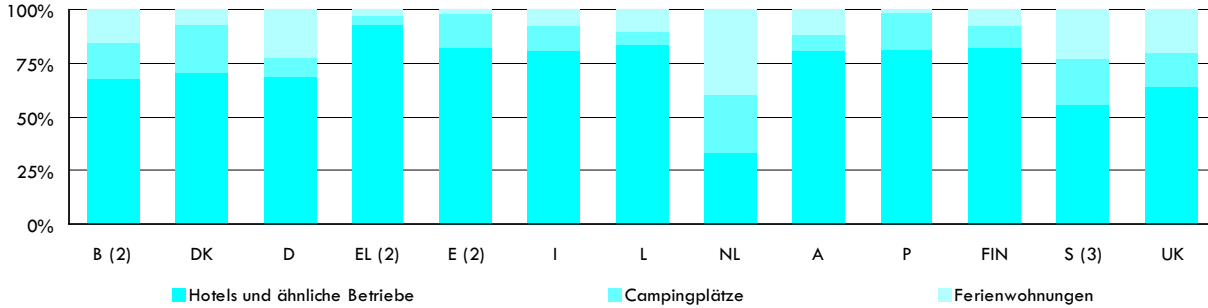
Tabelle 7.37: Beliebteste Urlaubsziele nach Typ (%) (1)

Herkunft	Meer	Berge	Land	Stadt
EU-15	62,8	24,9	23,2	24,5
B	58,1	28,9	23,3	30,1
DK	58,5	30,7	32,5	47,4
D	62,0	32,7	21,2	18,2
EL	78,8	19,9	8,2	16,2
E	59,9	20,8	15,9	32,5
F	68,0	29,2	23,5	22,8
IRL	58,4	13,6	28,8	41,4
I	67,2	20,3	6,3	18,6
L	68,2	33,7	22,9	26,2
NL	45,4	36,5	39,6	31,6
A	59,5	24,7	22,0	23,3
P	60,5	11,9	23,0	22,2
FIN	29,6	12,8	40,1	41,2
S	54,5	23,7	36,1	41,0
UK	67,0	16,4	36,1	24,9

(1) Reisen mit mindestens vier Übernachtungen; Mehrfachantwort möglich.

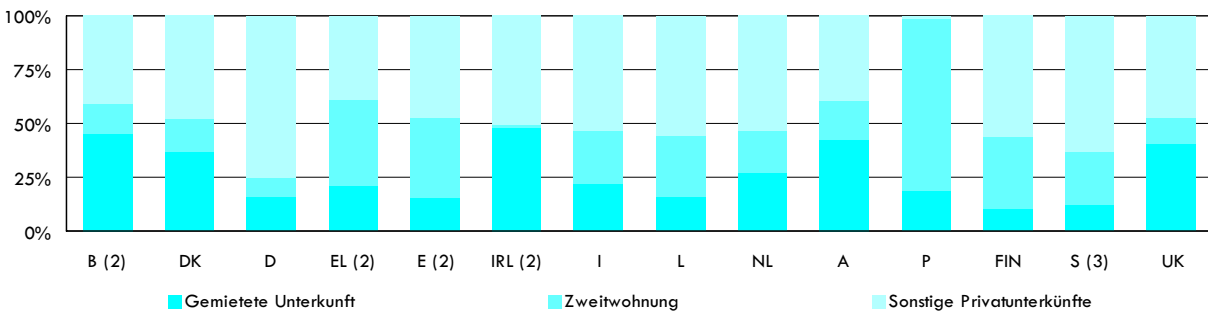
Quelle: Eurobarometer 48, Europäische Kommission, 1998

A **Abbildung 7.20: Urlaubsreisen nach Typ des Beherbergungsbetriebs, 1999 (%) (1)**



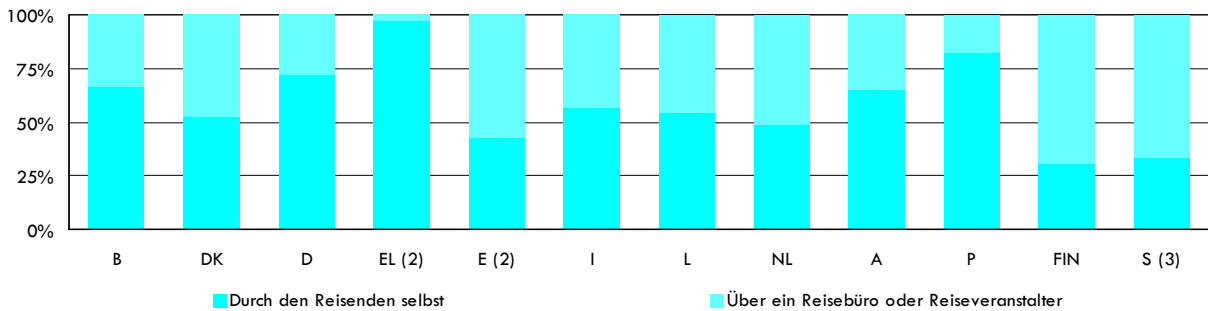
(1) Reisen mit mindestens vier Übernachtungen, ohne sonstige Beherbergungsbetriebe sowie nicht spezifiziert; F und IRL, nicht verfügbar.
 (2) 1998.
 (3) 1997.
 Quelle: Eurostat, Tourismus (theme4/tour)

A **Abbildung 7.21: Urlaubsreisen nach Typ der Privatunterkunft, 1999 (%) (1)**



(1) Reisen mit mindestens vier Übernachtungen, ohne sonstige Beherbergungsbetriebe sowie nicht spezifiziert; F, nicht verfügbar.
 (2) 1998.
 (3) 1997.
 Quelle: Eurostat, Tourismus (theme4/tour)

A **Abbildung 7.22: Urlaubsreisen nach organisatorischer Planung, 1999 (%) (1)**



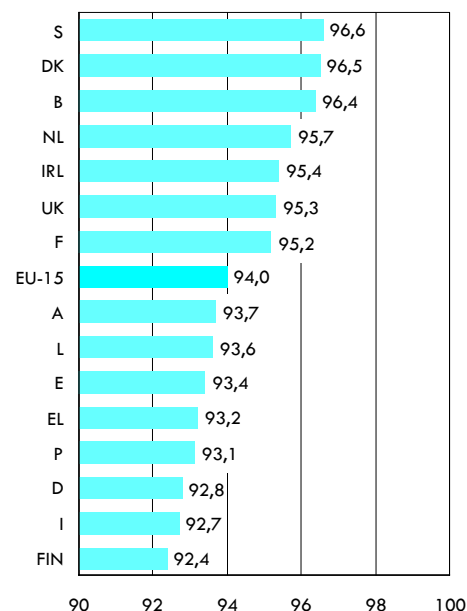
(1) Reisen mit mindestens vier Übernachtungen, ohne sonstige Veranstaltungsarten oder nicht spezifiziert; F, IRL und UK, nicht verfügbar.
 (2) 1998.
 (3) 1997.
 Quelle: Eurostat, Tourismus (theme4/tour)

Was die kollektiven Beherbergungsbetriebe angeht, so wählten die Griechen für ihre Urlaubsreisen in der Regel eher Hotels (1998: 92,8%), während sich zwei Drittel der Niederländer (1999: 66,6%) für Campingplätze oder Ferienwohnungen entschieden (siehe Abbildung 7.20). Was private Unterkünfte angeht, so mieteten 47,6% der Iren, die sich bei ihrer Urlaubsreise für diese Art der Unterkunft entschieden hatten, eine Wohnung (1998), und 79,7% der Portugiesen (1999) verbrachten den Urlaub in ihrer Zweitwohnung (siehe Abbildung 7.21). Während die Schweden und die Finnen es vorzogen, eine Vermittlung zur Organisation ihrer Urlaubsreise einzuschalten, nahmen die Portugiesen und die Griechen diese Organisation lieber in die eigene Hand (siehe Abbildung 7.22).

Unter dem Aspekt der Reisemodalitäten war das bevorzugte Verkehrsmittel in allen Mitgliedstaaten das Auto, gefolgt vom Flugzeug (siehe Tabelle 7.38). Busse waren recht populär in Spanien und Portugal und die Eisenbahn in Frankreich; der Anteil des Schiffsverkehrs war nennenswert nur in Griechenland.

Die überwiegende Mehrheit der Europäer war mit dem Urlaub zufrieden (1997: im Durchschnitt 94%). Die Bewohner der südeuropäischen EU-Länder waren im Allgemeinen weniger zufrieden als der Durchschnitt der EU-Bürger, während die zufriedensten Urlauber in den beiden skandinavischen Ländern Schweden und Dänemark zu finden waren (siehe Abbildung 7.23).

Abbildung 7.23: Anteil jener, die mit ihrem Urlaub zufrieden sind, 1997 (%) (1)



(1) Reisen mit mindestens vier Übernachtungen.

Quelle: Eurobarometer 48, Europäische Kommission, 1998

Tabelle 7.38: Zahl der Urlaubsreisen, nach dem Verkehrsmittel, 1999 (Tsd.) (1)

Herkunft	Flugzeug	Schiff	Eisenbahn	Eigenes oder Mietauto	
				Bus	
B (2)	1 413	64	370	700	4 661
DK	1 587	103	228	438	2 021
D	30 300	0	7 900	9 500	51 200
EL (3)	391	1 331	77	672	3 279
E (3)	2 881	344	1 149	2 494	19 120
F (3)	8 924	749	10 930	3 468	56 706
IRL	:	:	:	:	:
I	6 118	1 778	3 588	1 948	20 563
L	188	1	31	30	253
NL	3 359	214	611	1 285	10 284
A	1 618	15	283	492	2 714
P	584	83	96	503	2 400
FIN	1 108	181	441	332	2 698
S (2)	3 905	427	1 333	1 135	10 734
UK	23 300	1 000	2 900	4 700	29 700

(1) Reisen mit mindestens vier Übernachtungen.

(2) 1997.

(3) 1998.

Quelle: Eurostat, Tourismus (theme4/tour)

Erwähnenswert ist, dass alle oben genannten Zahlen nur geringfügig mehr als die Hälfte der europäischen Bevölkerung betreffen. Tatsächlich gaben etwa 45,8% der Europäer an, 1997 überhaupt nicht in Urlaub gefahren zu sein, wobei finanzielle (49,3%), persönliche (23,5%), berufliche (17,0%) oder gesundheitliche Beweggründe (15,5%) eine Rolle spielten - siehe Tabelle 7.39.

Tabelle 7.39: Anteil jener, die nicht Urlaub machen, nach Gründen, 1997 (%)

	Machten keinen Urlaub	davon, Grund (1)				
		Finanziell	Persönlich/familiär	Beruflich	Gesundheit	Sonstiges
EU-15	45,8	49,3	23,5	17,0	15,5	10,5
Geschlecht						
Männlich	46,0	47,4	21,3	22,9	12,4	10,8
Weiblich	45,7	51,2	25,5	11,4	18,4	10,1
Alter						
15-24	44,1	55,8	19,6	25,7	2,3	12,3
25-39	40,3	59,2	23,5	24,1	4,3	6,8
40-54	42,6	53,2	24,3	19,9	8,6	9,5
55+	54,2	37,5	24,8	6,6	32,9	12,6
Dauer der Ausbildung						
<=15 Jahre	60,5	49,8	22,7	109,0	22,1	10,5
16-19 Jahre	44,6	50,7	23,1	19,3	11,9	9,1
20+ Jahre	30,7	41,7	27,7	28,1	10,3	12,4
Einkommen						
Hoch	26,8	36,8	30,6	29,4	12,0	9,4
Mittelhoch	38,3	46,7	27,2	19,2	12,6	10,6
Mittelniedrig	52,8	51,4	24,1	14,9	16,4	8,6
Niedrig	66,3	59,0	19,4	9,1	22,0	7,8
Beruf						
Selbständig	45,9	38,1	18,9	51,3	6,5	6,3
Manager	22,7	34,6	39,9	28,7	9,0	10,7
Sonstige Angestellte	34,7	52,8	25,1	20,3	6,3	8,5
Arbeiter	47,1	58,3	21,9	22,0	7,0	9,0
Hausfrau/-mann	55,1	51,6	28,1	6,3	18,2	10,5
Arbeitslos	63,6	70,0	13,3	11,9	4,4	10,5
Rentner	55,9	34,7	25,4	1,6	39,0	13,2
Student	34,3	54,0	21,7	18,3	5,7	14,5

(1) Häufigkeit des angeführten Grundes, nicht Urlaub zu machen (mindestens vier Übernachtungen), Mehrfachantwort möglich.
Quelle: Eurobarometer 48, Europäische Kommission, 1998

VERBRAUCHSAUSGABEN

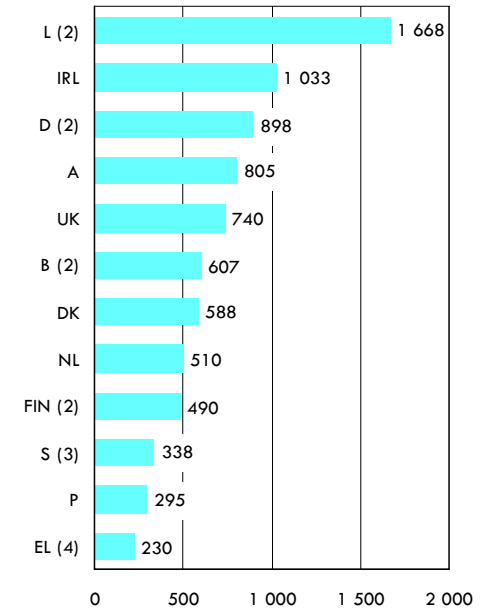
Die durchschnittlichen Ausgaben der privaten Haushalte für touristische Aktivitäten lassen sich in die drei Hauptverbrauchs-kategorien Pauschalreisen, Bewirtungsdienstleistungen (einschließlich Restaurants und Bars) und Beherbergungsdienstleistungen gliedern. Dabei ist die Feststellung wichtig, dass diese Kategorien nicht ausschließlich an einen Urlaub geknüpft sind¹¹.

Pauschalreisen, Restaurants sowie Beherbergungsdienstleistungen machten 1999 einen bedeutenden Anteil an den Gesamtausgaben der privaten Haushalte in Europa aus¹². Sie reichten von 5,4% in Finnland bis hin zu 11,5% im Vereinigten Königreich. In absoluten Zahlen lagen die entsprechenden Werte zwischen 992 KKS (Finnland) und 4 877 KKS (Luxemburg), wobei die meisten Länder in den Bereich von 1 500 KKS bis 2 500 KKS fallen (siehe Abbildung 7.25). In der Mehrzahl der Länder entfielen auf Restaurants mindestens zwei Drittel der einschlägigen Ausgaben (von 678 KKS in Finnland bis fast 4 000 KKS in Luxemburg) - siehe Abbildung 7.26.

(11) Für einige Länder werden die Ausgabendaten für Hotels und Restaurants im Rahmen der Erhebung über Haushaltsrechnungen privater Haushalte unter der Rubrik Pauschalreisen klassifiziert.

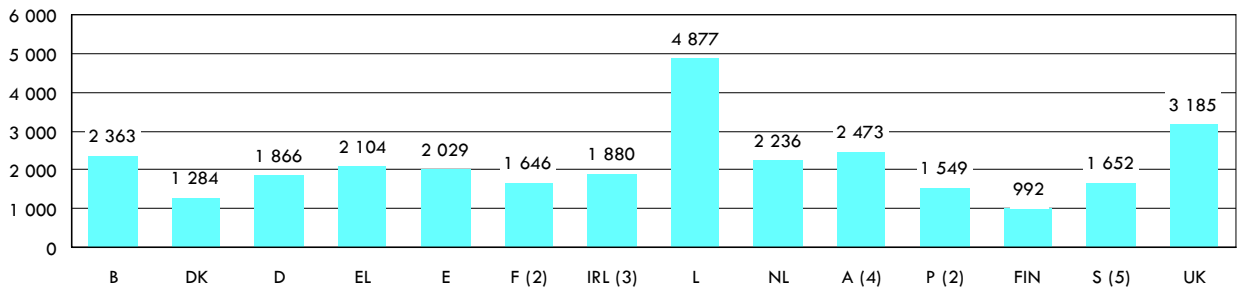
(12) Für den folgenden Abschnitt über Verbrauchsausgaben: F und P, 1994; Daten zu IRL, nicht verfügbar.

Abbildung 7.24: Durchschnittsausgaben je Urlaubsreise, 1999 (€) (1)



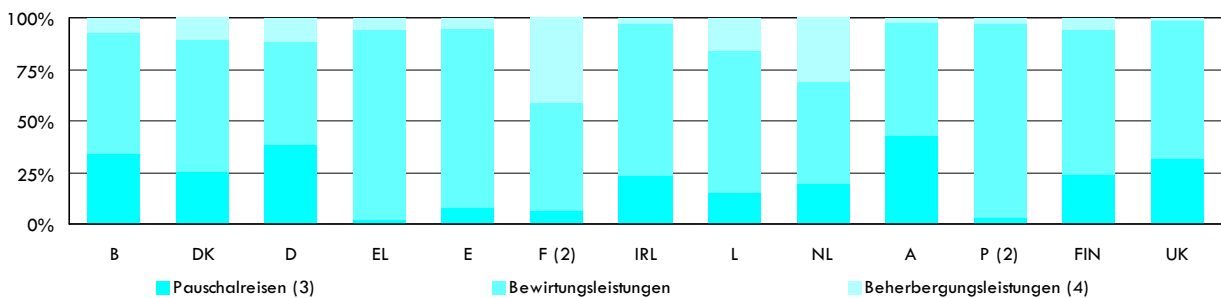
(1) Ausgaben für Urlaube mit mindestens vier Übernachtungen geteilt durch Zahl der Inlands- und Auslandsreisen; E, F und I, nicht verfügbar. (2) 2000. (3) 1997. (4) 1998. Quelle: Eurostat, Tourismus (theme4/tour)

Abbildung 7.25: Pauschalreisen, Hotels, Cafés und Restaurants
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS je Haushalt) (1)



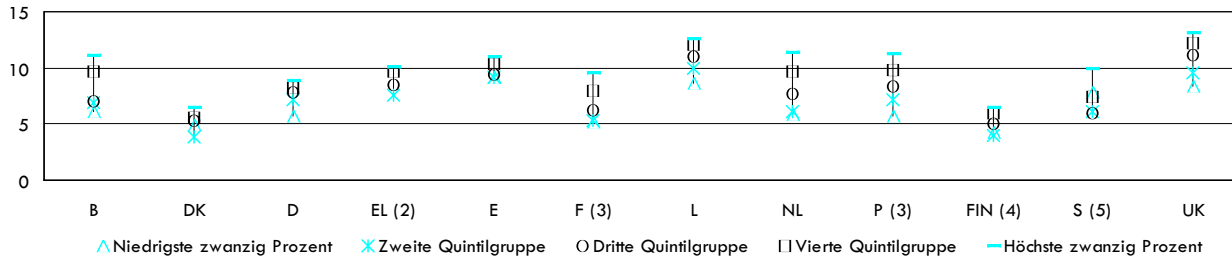
(1) I, nicht verfügbar.
(2) 1994.
(3) Vorläufig.
(4) Einschließlich Urlaubsreisen.
(5) Ohne Nahrungsmittel und Getränke zum Mitnehmen.
Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 7.26: Pauschalreisen, Hotels, Cafés und Restaurants
Aufgliederung der Verbrauchsausgaben, 1999 (%) (1)



(1) I und S, nicht verfügbar.
(2) 1994.
(3) A, einschließlich Hotels und Urlaubsreisen.
(4) A, ohne Hotels.
Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 7.27: Pauschalreisen, Hotels, Cafés und Restaurants
Anteil an den Gesamtverbrauchsausgaben, nach der Einkommensverteilung, 1999 (%) (1)



(1) IRL, I und A, nicht verfügbar.

(2) Niedrigste zwanzig Prozent, nicht verfügbar.

(3) 1994.

(4) Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.

(5) Ohne Nahrungsmittel und Getränke zum Mitnehmen.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 7.40: Pauschalreisen, Hotels, Cafés und Restaurants
Verbrauchsmerkmale, 1999

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK
PROZENTSATZ DER HAUSHALTE, DIE 1999 EINEN POSTEN GEKAUFT HABEN (%)															
Pauschalreisen (3)	:	30,0	:	5,0	:	27,0	36,0	:	37,0	59,0	55,0	3,0	46,0	50,0	19,0
Bewirtschaftungsleistungen (4)	:	84,0	:	88,0	:	64,0	79,0	:	95,0	91,0	81,0	75,0	67,0	:	90,0
Restaurants (4)	:	:	:	60,0	:	45,0	53,0	:	84,0	87,0	63,0	:	:	:	81,0
Cafés und Bars	:	:	:	83,0	:	:	56,0	:	88,0	50,0	63,0	73,0	:	:	89,0
Kantinen (2)	:	54,0	:	25,0	:	50,0	51,0	:	15,0	:	29,0	23,0	34,0	:	45,0
Beherbergungsleistungen (5)	:	24,0	:	24,0	:	51,0	12,0	:	44,0	64,0	2,0	3,0	25,0	:	5,0
DURCHSCHNITTS-AUSGABEN DER HAUSHALTE, DIE 1999 EINEN POSTEN KAUFTE (KKS)															
Pauschalreisen (3)	:	1 106	:	1 051	:	406	1 240	:	1 924	725	1 894	1 652	531	1 630	5 187
Bewirtschaftungsleistungen (4)	:	977	:	2 213	:	1 342	1 754	:	3 571	1 222	1 686	1 933	1 024	:	2 354
Restaurants (4)	:	:	:	1 627	:	1 266	1 397	:	2 499	997	1 270	:	:	:	885
Cafés und Bars	:	:	:	1 060	:	:	504	:	1 362	270	675	1 757	:	:	1 358
Kantinen (2)	:	118	:	357	:	586	713	:	666	:	501	755	540	:	416
Beherbergungsleistungen (5)	:	540	:	462	:	1 346	464	:	1 717	1 092	3 102	1 405	245	:	1 208

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

(3) A, einschließlich Hotels und Urlaubsreisen.

(4) S, ohne Nahrungsmittel und Getränke zum Mitnehmen.

(5) A, ohne Hotels.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 7.41: Anteil der Transportkosten am Gesamtbudget der Urlauber, 1997 (%)

Herkunft	<25%	25-50%	>50%	Weiß nicht
EU-15	49,8	30,4	6,7	12,5
B	55,4	27,6	2,2	14,9
DK	43,5	39,3	11,4	5,8
D	44,7	31,1	9,7	12,7
EL	72,0	18,9	3,3	4,3
E	62,1	20,3	3,1	14,5
F	58,9	27,5	4,3	9,3
IRL	49,7	35,7	3,4	10,4
I	55,4	23,6	3,1	17,8
L	49,1	28,5	2,1	17,4
NL	55,2	30,3	6,6	8,0
A	38,3	36,1	5,1	20,5
P	54,3	18,2	7,1	14,4
FIN	34,1	36,5	11,3	14,6
S	27,2	49,1	15,9	7,3
UK	37,4	41,5	9,0	12,2

Quelle: Eurobarometer 48, Europäische Kommission, 1998

Tabelle 7.42: Anteil der Unterkunft am Gesamtbudget der Urlauber, 1997 (%)

Herkunft	<25%	25-50%	>50%	Weiß nicht
EU-15	29,7	39,9	14,5	14,8
B	23,7	47,3	12,5	16,5
DK	43,1	40,0	8,6	8,2
D	21,5	46,6	14,5	13,4
EL	17,1	33,4	42,9	5,0
E	41,9	29,6	11,2	17,2
F	43,3	34,0	9,5	13,2
IRL	36,2	42,7	7,1	13,2
I	21,4	33,0	25,7	20,0
L	26,4	37,6	12,5	20,5
NL	29,8	52,4	8,8	9,0
A	23,9	39,0	12,8	24,4
P	28,9	26,7	15,4	22,9
FIN	49,2	25,4	3,7	18,2
S	41,2	42,1	8,6	8,0
UK	26,0	46,9	12,3	14,7

Quelle: Eurobarometer 48, Europäische Kommission, 1998

PREISE

Die Preisindizes zeigen an, dass Dänemark im Hinblick auf die Preise in Restaurants, Cafés und Hotels das teuerste Urlaubsland war (40% über dem EU-Durchschnitt) - siehe Tabelle 1.41 auf Seite 43. Innerhalb dieser breiten Definition war Portugal mit Abstand das preiswerteste Ziel in der EU: hier bewegten sich die Preisindizes 32% unter dem EU-Mittel.

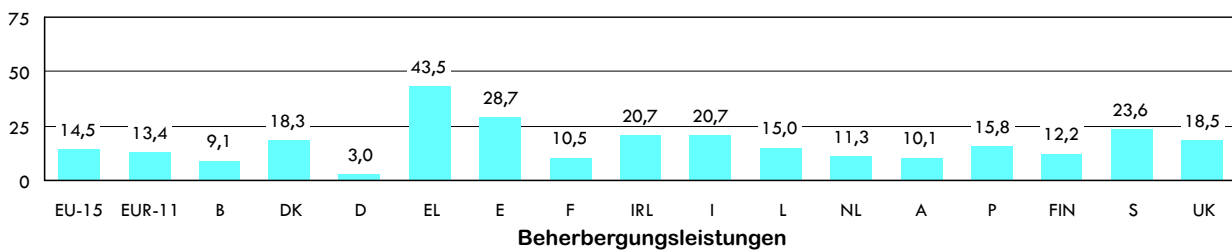
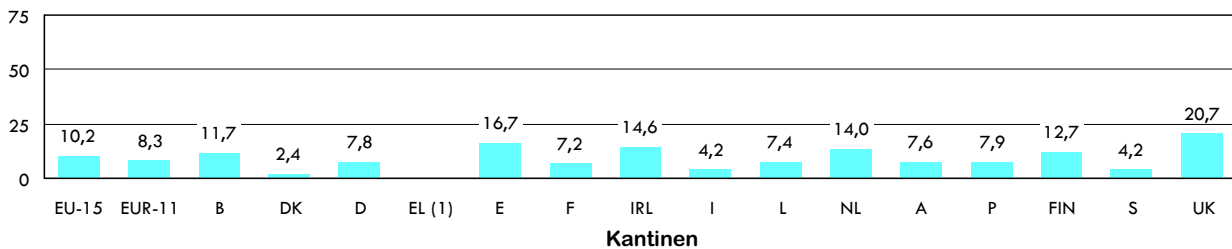
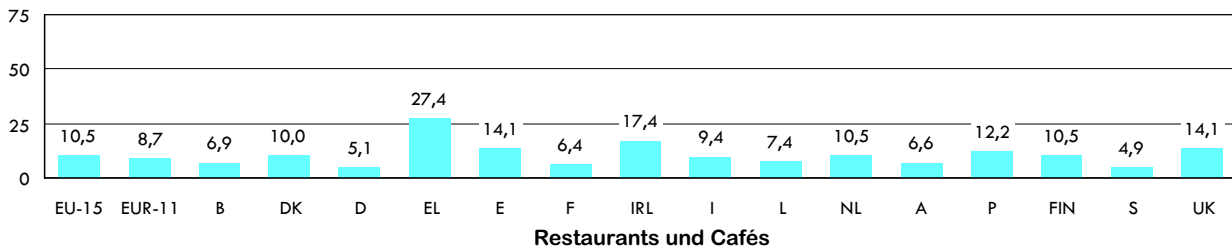
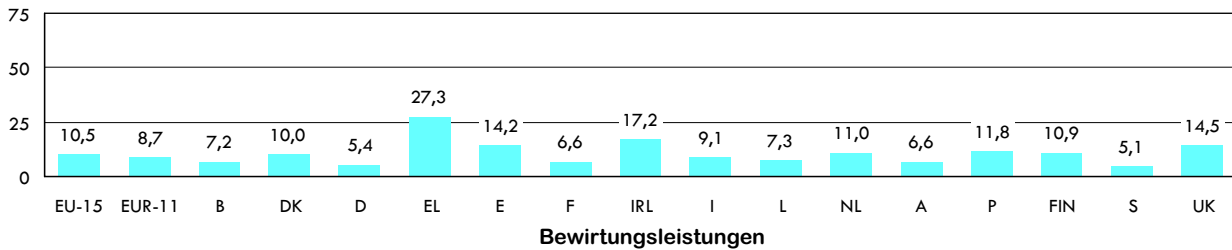
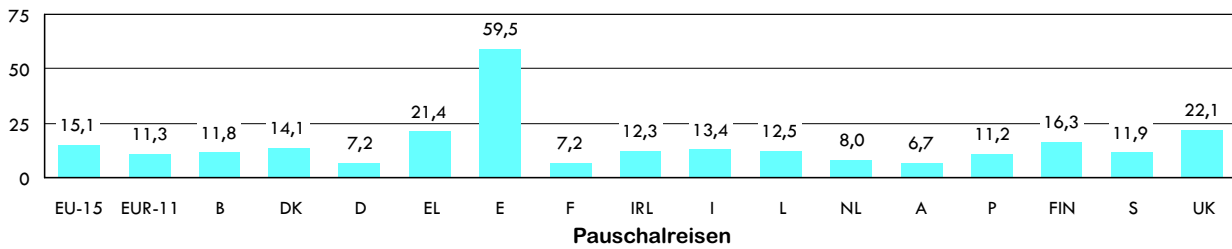
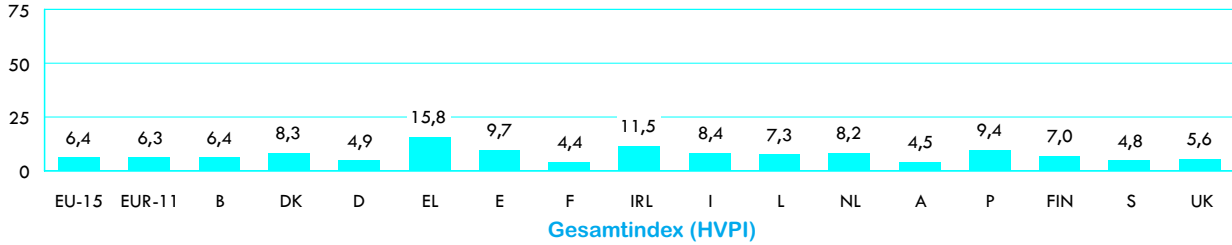
In den letzten Jahren sind die Preise für Urlaub, Hotels und Restaurants schneller angestiegen als der harmonisierte Gesamt-Verbraucherpreisindex. Zwischen 1996 und 2000 waren die höchsten Preiszuschläge bei Pauschalreisen zu verzeichnen - durchschnittlich um 3,6% pro Jahr. Sie lagen damit etwas über dem Preisanstieg bei Beherbergungsdienstleistungen (3,4%). Der Anstieg der Preise in Restaurants erfolgte nicht ganz so schnell wie hier geschildert - durchschnittlich um 2,5% pro Jahr.

Tabelle 7.43: Pauschalreisen, Hotels, Cafés und Restaurants
Entwicklung der harmonisierten Verbraucherpreisindizes in der EU (1996=100)

	1996	1997	1998	1999	2000
Gesamt-HVPI	100	102	103	104	106
Pauschalreisen	100	104	107	110	115
Bewirtschaftungsleistungen	100	102	105	108	111
Restaurants und Cafés	100	103	105	108	111
Kantinen	100	102	105	108	110
Beherbergungsleistungen	100	103	106	110	115

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Abbildung 7.28: Pauschalreisen, Hotels, Cafés und Restaurants
A Absolutes Wachstum der Verbraucherpreise, 1996-2000 (%)



(1) Nicht verfügbar.

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

7.5 FREIZEIT- UND SPORTDIENSTLEISTUNGEN

Dieses Unterkapitel konzentriert sich auf einige der traditionellen Aktivitäten, die die Menschen in ihrer Freizeit praktizieren, wie z. B. Sport, Zirkusbesuche, Besuch von Show-Veranstaltungen oder von Vergnügungsparks.

VERBRAUCH

Freizeit- und Vergnügungsparks

Nach einer Umfrage, die im Auftrag der International Association of Amusement Parks and Attractions¹³ durchgeführt wurde, besuchten annähernd 55% der Befragten im Jahre 2000 mindestens eine Vergnügungseinrichtung (siehe Tabelle 7.44), wobei Vergnügungsparks (32% der Befragten) und Zoos (28%) als Attraktionen am beliebtesten waren. Die Europäer gaben durchschnittlich €9,8 für solche Besuche aus: €5 für die Eintrittskarte, €3,1 für Essen und Trinken und €1,7 für Sonstiges (siehe Abbildung 7.29).

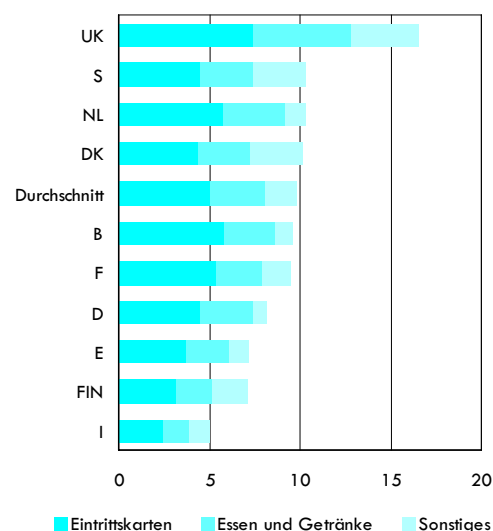
(13) European Amusement Industry Consumer Survey, IAAPA, 2001.

Tabelle 7.44: Anteil der Bevölkerung, der Vergnügungseinrichtungen besucht, 2000 (%) (1)

	Gesamt	Vergnügungsparks	Zoos	Wasserparks	Sonstige Attraktionen
Durchschnitt	55	32	28	21	26
B	45	32	18	16	16
DK	67	53	33	25	22
D	64	28	40	31	34
E	49	39	27	27	21
F	43	28	19	11	18
I	50	27	11	18	27
NL	56	46	43	25	31
FIN	49	48	39	31	38
S	57	44	26	7	19
UK	64	35	23	14	27

(1) Personen im Alter von 15 Jahren oder darüber; EL, IRL, L, A und P, nicht verfügbar.
Quelle: European Amusement Industry Consumer Survey, IAAPA, 2001

Abbildung 7.29: Durchschnittsausgaben je Einwohner für Vergnügungseinrichtungen, 2000 (€) (1)



(1) Personen im Alter von 15 Jahren oder darüber; EL, IRL, L, A und P, nicht verfügbar.
Quelle: European Amusement Industry Consumer Survey, IAAPA, 2001

Kulturstätten

Tabelle 7.45 weist die durchschnittliche Zahl der Besucher von Museen sowie von Theater- und Konzertveranstaltungen in ausgewählten europäischen Städten aus. Diese Zahlen sind mit Vorsicht zu interpretieren, da es bei den Definitionen von Museen oder Theatern von Stadt zu Stadt erhebliche Unterschiede geben kann. Dazu kommen Unterschiede in der Methodik der Datensammlung (z. B. beziehen sich die Zahlen der Theaterbesucher in vielen Fällen nur auf die Besucher bestimmter ausgewählter Kulturstätten).

Tabelle 7.45: Museums- sowie Theater- und Konzertbesuche in ausgewählten europäischen Städten, 1996 (Zahl je Einwohner)

		Museen	Theater (1)	Konzerte (2)
Bruxelles/Brussels	B	2,1	:	:
København	DK	4,2	2,7	:
Berlin	D	1,9	0,9	0,4
München	D	1,8	0,9	:
Dresden	D	4,5	1,6	0,3
Athinai (3)	EL	0,5	:	:
Madrid	E	12,7	0,6	:
Barcelona	E	3,6	1,2	0,8
Sevilla	E	0,4	0,2	:
Marseille (4)	F	0,3	:	:
Lyon	F	0,8	1,1	2,1
Lille (4)	F	0,5	:	:
Dublin (5)	IRL	1,8	:	:
Roma	I	0,5	0,8	0,4
Milano	I	1,2	1,2	0,9
Napoli	I	0,9	0,7	0,4
Luxembourg	L	2,2	0,5	0,8
Amsterdam	NL	7,9	:	1,6
Wien	A	3,5	1,8	0,4
Lisboa (6)	P	1,9	:	:
Helsinki (7)	FIN	2,1	1,7	0,8
Stockholm	S	3,5	1,1	0,4
Leeds	UK	0,2	0,4	0,1
Glasgow	UK	5,1	1,5	0,3
Manchester	UK	:	:	:

(1) Öffentliche oder private eingetragene Aufführungsorte (nicht Straßen-, Schultheater usw.); in vielen Fällen beziehen sich die Zahlen nur auf Besuche in einer Auswahl von Theatern.

(2) Barcelona, reguläre und Großkonzerte; Amsterdam, professionelle Auftritte ohne Popmusik; Helsinki und Glasgow, nur klassische Konzerte; in vielen Fällen beziehen sich die Zahlen nur auf Besuche in einer Auswahl von Konzertsälen.

(3) „Breitere Gebietseinheit“, oder Ballungsgebiet, das die realen oder zweckmäßigen Grenzen des Stadtgebiets über administrative Grenzen hinaus widerspiegelt.

(4) 1991.

(5) Auf Verwaltungsbezirksebene.

(6) 1981.

(7) Museen, 1995.

Quelle: Urban Audit, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Regionalpolitik, 2000

Tabelle 7.46: Besitz von persönlichen elektronischen Geräten, 2000 (%) (1)

	Spielekonsolen	Personal Digital Assistant
EU-15	22,6	3,1
B	20,7	2,8
DK	19,0	2,1
D	13,7	1,5
EL	7,7	3,3
E	26,8	1,7
F	32,5	3,2
IRL	29,1	3,2
I	18,5	2,4
L	28,5	7,9
NL	22,1	9,1
A	15,2	2,7
P	12,3	2,3
FIN	18,7	1,5
S	13,9	3,9
UK	34,5	5,6

(1) Frage: „Welche der folgenden Geräte haben Sie zuhause?“

Quelle: Eurobarometer 53 (Informationsgesellschaft), Europäische Kommission, 2000

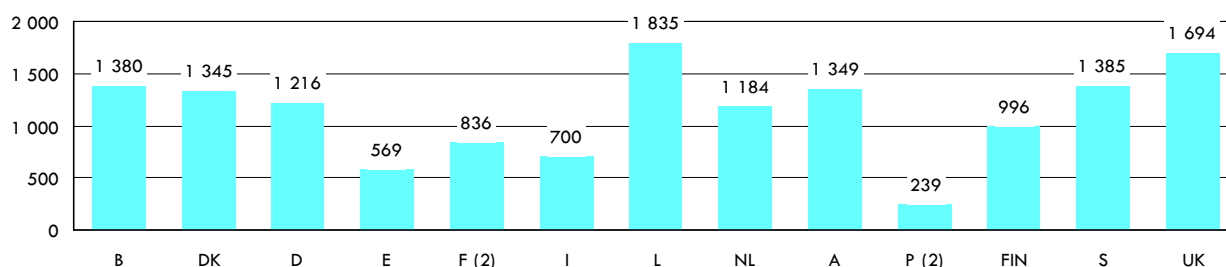
VERBRAUCHSAUSGABEN

Bei der Erfassung dieser Position auf der Grundlage der Daten zu den Haushaltsausgaben werden die folgenden Ausrüstungen berücksichtigt: größere langlebige Gebrauchsgüter für Freizeit und Kultur außer audiovisuellen und Datenverarbeitungsgeräten (z. B. Wohnwagen, Boote oder Musikinstrumente), andere langlebige Gebrauchsgüter für Freizeit und Kultur (einschließlich Spiele, Spielzeug, Sportausrüstungen und Ausrüstungen für Erholung im Freien sowie Pflanzen) und Freizeit- und Kulturdienstleistungen (z. B. Vergnügungsparks, Ski-Pässe, Verleih von Ausrüstungen, Erteilen von Musikunterricht, Tickets für Veranstaltungen oder das Entwickeln von Filmen). Zu beachten ist dabei, dass diese Definition auch Kino- und Fernsehdienstleistungen mit einschließt, die oben den Unterkapiteln 7.2 und 7.3 behandelt worden sind.

Die durchschnittlichen Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte für diese Waren und Dienstleistungen bewegten sich in der Regel von 700 KKS (Italien) bis hin zu 1 694 KKS (Vereinigtes Königreich)¹⁴, wobei Portugal (239 KKS) und Spanien (569 KKS) weit unterdurchschnittliche Werte aufwiesen, während auf Luxemburg die höchsten durchschnittlichen Ausgaben entfielen (1 835 KKS) - vgl. Abbildung 7.30. Die Ausgaben in diesem Bereich waren im Allgemeinen mehr oder weniger zu gleichen Teilen auf Ausrüstungen und Dienstleistungen verteilt.

(14) Für den folgenden Abschnitt über Verbrauchsausgaben: F und P, 1994; Daten zu EL und IRL nicht verfügbar.

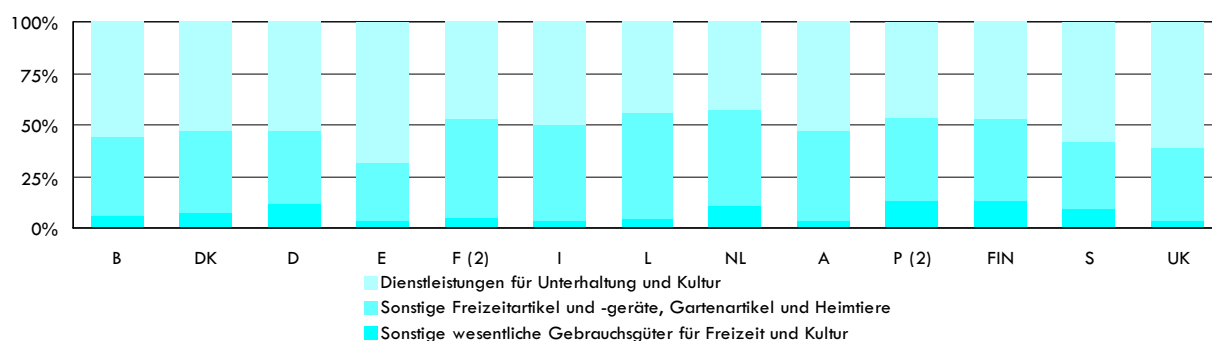
Abbildung 7.30: Sonstige wesentliche Gebrauchsgüter für Freizeit & Kultur; sonstige Freizeitartikel & -geräte, Gartenartikel & Heimtiere; Freizeit- & Kulturdienstleistungen
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS je Haushalt) (1)



(1) EL und IRL, nicht verfügbar. (2) 1994.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Abbildung 7.31: Sonstige wesentliche Gebrauchsgüter für Freizeit & Kultur; sonstige Freizeitartikel & -geräte, Gartenartikel & Heimtiere; Freizeit- & Kulturdienstleistungen
Aufgliederung der Verbrauchsausgaben, 1999 (%) (1)



(1) EL und IRL, nicht verfügbar. (2) 1994.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

PREISE

Die Entwicklung der Preise für Waren und Dienstleistungen für Freizeit und Erholung im Zeitraum 1996 bis 2000 zeigt ein vertrautes Muster, nach dem die Dienstleistungspreise schneller steigen als der harmonisierte Gesamt-Verbraucherpreisindex, während die Warenpreise einen langsameren Anstieg zeigten (siehe Tabelle 7.47). Bei Spielen und Spielzeug sowie Ausrüstungen für Aktivitäten zur Erholung im Freien gingen die Preise im Zeitraum 1996 bis 2000 um durchschnittlich 0,3% bzw. 0,4% pro Jahr zurück. Bei größeren langlebigen Freizeitartikeln hielten sich die Preissteigerungen mit durchschnittlich 1,2% pro Jahr im Rahmen. Im Bereich Dienstleistungen dagegen erreichten sie durchschnittlich 1,8% pro Jahr für Kulturdienstleistungen und 2,9% pro Jahr für Freizeit- und Sportdienstleistungen.

Tabelle 7.47: Sonstige wesentliche Gebrauchsgüter für Freizeit und Kultur
Entwicklung der harmonisierten Verbraucherpreisindizes in der EU (1996=100)

	1996	1997	1998	1999	2000
Gesamt-HVPI	100	102	103	104	106
Wesentl. Gebrauchsgüter f. Freizeit	100	101	102	104	105
Gebrauchsgüter für Freizeit	100	101	102	104	105
Instandh. & Rep. v. Gebrauchsgüt.	100	101	103	106	111
Sonstige Freizeitartikel	100	101	102	102	102
Spiel- und Hobbywaren	100	101	101	101	99
Sportgeräte, Campingausrüstung	100	100	99	99	99
Pflanzen	100	101	102	103	104
Heimtiere & Veterinärleistungen	100	102	103	104	104
Freizeit- & Kulturdienstleistungen	100	104	106	109	109
Freizeit- & Sportdienstleistungen	100	104	106	109	112
Kulturdienstleistungen	100	104	106	108	107

Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

Tabelle 7.48: Freizeit und Kultur; Hotels, Cafés und Restaurants
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS)

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK
DURCHSCHNITTLICHE VERBRAUCHSAUSGABEN															
Freizeit & Kultur; Rest. & Hotels (3)	4 485	3 576	3 947	3 105	3 129	3 232	:	2 954	7 918	4 467	4 691	2 102	2 701	4 000	5 882
Geräte & Zubehör einschl. Reparatur	308	559	457	156	218	423	411	303	633	550	433	166	331	474	540
Audiovisuelle Ausrüstung	76	217	137	63	77	182	85	47	188	172	119	80	133	146	183
Foto- und optische Geräte	27	21	61	8	9	16	18	29	57	49	49	7	19	26	76
Datenverarbeitungsgeräte	91	166	156	26	74	43	203	58	220	205	149	28	104	168	97
Aufzeichnungsmedien	94	144	77	45	45	152	98	:	152	112	91	50	63	128	173
Reparatur	21	11	26	13	12	31	7	80	15	11	25	0	12	7	10
Sonstige wesentliche Gebrauchsgüter	80	105	131	:	18	35	:	18	97	118	50	28	127	125	59
Freizeit & Musik	:	104	:	:	16	34	:	18	95	93	48	4	122	111	60
Instandhaltung & Reparatur	1	:	:	:	2	:	:	:	2	25	2	24	6	14	:
Sonstiges, Garten & Heimtiere	533	545	437	195	157	406	:	321	934	563	580	91	396	458	620
Spielwaren, Sport & Camping	150	204	:	84	90	151	:	127	233	223	235	39	190	189	252
Pflanzen	336	190	186	68	22	161	:	108	485	201	171	23	112	169	148
Heimtiere & Heimtierartikel	:	150	:	43	45	93	:	:	216	140	174	29	95	100	:
Dienstleist. für Unterhaltung & Kultur	767	695	648	320	394	395	879	361	804	503	719	120	473	802	1 015
Freizeit- und Sportdienstleistungen	140	146	:	65	83	173	264	:	338	149	221	16	106	222	302
Kulturdienstleistungen	521	379	516	145	123	140	337	112	318	303	333	43	214	270	349
Glücksspiel	106	170	133	111	188	81	47	142	148	51	165	61	152	310	364
Zeitungen, Bücher und Schreibwaren	434	389	409	327	313	328	:	397	572	497	436	148	381	489	463
Bücher	147	120	143	152	119	96	:	131	194	149	120	72	82	129	115
Zeitungen und Zeitschriften	188	222	:	139	141	153	:	233	250	269	244	53	263	319	218
Sonstige Druckerzeugnisse	26	19	107	7	4	80	:	:	37	40	14	1	23	13	:
Schreibwaren & Zeichenmaterial	73	28	53	29	48	:	:	33	91	39	57	22	14	27	130
Pauschalreisen, Rest. & Hotels (3)	2 363	1 284	1 866	2 104	2 029	1 646	1 880	:	4 877	2 236	2 473	1 549	992	1 652	3 185
Pauschalreisen (4)	806	333	719	50	157	110	444	:	721	428	1 049	51	243	821	1 007
Restaurants und Hotels (5)	1 557	951	1 147	2 054	1 872	1 536	1 436	1 251	4 156	1 808	1 424	1 498	749	831	2 178
Bewirtschaftungsleistungen (6)	1 397	821	928	1 944	1 762	856	1 382	832	3 397	1 109	1 373	1 457	687	:	2 114
Beherbergungsleistungen (7)	160	130	219	111	109	680	55	:	759	699	50	41	62	:	64

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

(3) A, einschließlich Urlaubsreisen; S, ohne Nahrungsmittel und Getränke zum Mitnehmen.

(4) A, einschließlich Hotels und Urlaubsreisen.

(5) A, ohne Hotels; S, ohne Nahrungsmittel und Getränke zum Mitnehmen.

(6) S, ohne Nahrungsmittel und Getränke zum Mitnehmen.

(7) A, ohne Hotels.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 7.49: Freizeit und Kultur; Hotels, Cafés und Restaurants
Struktur der Haushaltsausgaben, 1999 (%)

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK
STRUKTUR DER AUSGABEN															
Freizeit & Kultur; Rest. & Hotels (3)	16,4	15,3	16,8	13,3	15,4	14,5	:	10,9	18,3	17,4	17,7	12,9	14,8	18,4	21,3
Geräte & Zubehör einschl. Reparatur	1,1	2,4	1,9	0,7	1,1	1,9	1,4	1,1	1,5	2,1	1,6	1,0	1,8	2,2	2,0
Audiovisuelle Ausrüstung	0,3	0,9	0,6	0,3	0,4	0,8	0,3	0,2	0,4	0,7	0,5	0,5	0,7	0,7	0,7
Foto- und optische Geräte	0,1	0,1	0,3	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,0	0,1	0,1	0,3
Datenverarbeitungsgeräte	0,3	0,7	0,7	0,1	0,4	0,2	0,7	0,2	0,5	0,8	0,6	0,2	0,6	0,8	0,4
Aufzeichnungsmedien	0,3	0,6	0,3	0,2	0,2	0,7	0,3	:	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,6	0,6
Reparatur	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,3	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0
Sonstige wesentliche Gebrauchsgüter	0,3	0,4	0,6	:	0,1	0,2	:	0,1	0,2	0,5	0,2	0,2	0,7	0,6	0,2
Freizeit & Musik	:	0,5	:	:	0,0	0,1	:	0,1	0,2	0,4	0,2	0,0	0,6	0,5	0,2
Instandhaltung & Reparatur	0,0	:	:	:	0,0	:	:	:	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	:
Sonstiges, Garten & Heimtiere	1,9	2,3	1,9	0,8	0,8	1,8	:	1,2	2,2	2,2	2,2	0,6	2,2	2,1	2,2
Spielwaren, Sport & Camping	0,5	0,8	:	0,4	0,5	0,7	:	0,5	0,5	0,8	0,9	0,2	1,0	0,8	1,0
Pflanzen	1,2	0,8	0,8	0,3	0,1	0,7	:	0,4	1,1	0,8	0,6	0,1	0,6	0,8	0,5
Heimtiere & Heimtierartikel	:	0,6	:	0,1	0,3	0,4	:	:	0,5	0,6	0,7	0,2	0,6	0,5	:
Dienstleist. für Unterhaltung & Kultur	2,8	3,0	2,8	1,4	1,9	1,8	3,0	1,3	1,9	2,0	2,7	0,7	2,6	3,7	3,7
Freizeit- und Sportdienstleistungen	0,5	0,6	:	0,3	0,4	0,8	0,9	:	0,8	0,6	0,8	0,1	0,6	1,0	1,1
Kulturdienstleistungen	1,9	1,6	2,2	0,6	0,6	0,6	1,1	0,4	0,7	1,2	1,3	0,3	1,2	1,2	1,3
Glücksspiel	0,4	0,7	0,6	0,5	0,9	0,4	0,2	0,5	0,3	0,2	0,6	0,4	0,8	1,4	1,3
Zeitungen, Bücher und Schreibwaren	1,6	1,7	1,7	1,4	1,5	1,5	:	1,5	1,3	1,9	1,6	0,9	2,1	2,3	1,7
Bücher	0,5	0,5	0,6	0,7	0,6	0,4	:	0,5	0,4	0,6	0,5	0,4	0,4	0,6	0,4
Zeitungen und Zeitschriften	0,7	0,9	:	0,6	0,7	0,7	:	0,9	0,6	1,0	0,9	0,3	1,4	1,5	0,8
Sonstige Druckerzeugnisse	0,1	0,1	0,5	0,0	0,0	0,4	:	:	0,1	0,2	0,1	0,0	0,1	0,1	:
Schreibwaren & Zeichenmaterial	0,3	0,1	0,2	0,1	0,2	:	:	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,5
Pauschalreisen, Rest. & Hotels (3)	8,6	5,5	8,0	9,0	10,0	7,4	6,4	:	11,3	8,7	9,4	9,5	5,4	7,6	11,5
Pauschalreisen (4)	2,9	1,4	3,1	0,2	0,8	0,5	1,5	:	1,7	1,7	4,0	0,3	1,3	3,8	3,6
Restaurants und Hotels (5)	5,7	4,1	4,9	8,8	9,2	6,9	4,9	4,6	9,6	7,0	5,4	9,2	4,1	3,8	7,9
Bewirtschaftungsleistungen (6)	5,1	3,5	4,0	8,3	8,7	3,8	4,7	3,1	7,9	4,3	5,2	8,9	3,8	:	7,6
Beherbergungsleistungen (7)	0,6	0,6	0,9	0,5	0,5	3,0	0,2	:	1,8	2,7	0,2	0,3	0,3	:	0,2

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

(3) A, einschließlich Urlaubsreisen; S, ohne Nahrungsmittel und Getränke zum Mitnehmen.

(4) A, einschließlich Hotels und Urlaubsreisen.

(5) A, ohne Hotels; S, ohne Nahrungsmittel und Getränke zum Mitnehmen.

(6) S, ohne Nahrungsmittel und Getränke zum Mitnehmen.

(7) A, ohne Hotels.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 7.50: Freizeit und Kultur; Hotels, Cafés und Restaurants
Struktur der Haushaltsausgaben, 1999 (%)

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL	I	L	NL	A (2)	P (1)	FIN	S (3)	UK
NACH EINKOMMENSVERTEILUNG (4)															
Niedrigste zwanzig Prozent	13,3	15,5	14,5	10,0	13,5	11,0	:	7,8	15,0	13,9	:	8,2	13,7	18,5	17,7
Zweite Quintilgruppe	14,8	13,7	16,2	11,0	14,1	11,8	:	9,1	17,0	14,5	:	9,7	12,9	17,0	19,6
Dritte Quintilgruppe	14,9	14,8	16,8	12,4	14,5	13,3	:	10,2	18,2	16,3	:	11,3	14,1	16,5	21,3
Vierte Quintilgruppe	17,5	15,1	17,1	14,0	16,3	15,3	:	11,5	19,1	18,4	:	13,4	15,6	18,8	22,3
Höchste zwanzig Prozent	18,9	16,5	17,7	15,3	17,1	17,4	:	13,4	20,0	20,7	:	15,3	16,2	20,6	22,5
NACH ALTER DES HAUSHALTSVORSTANDES															
Unter 30	17,3	17,8	18,0	17,4	16,0	16,1	:	12,1	15,6	20,9	18,9	15,5	18,8	21,3	24,2
Zwischen 30 und 44	17,5	15,5	16,8	14,3	16,4	16,3	:	13,0	18,6	17,4	19,2	15,0	15,9	18,8	22,4
Zwischen 45 und 59	15,7	15,5	16,9	13,8	16,9	14,9	:	11,6	19,8	17,5	17,2	13,1	14,7	18,2	21,9
60 und darüber	14,8	12,9	16,4	11,0	12,3	11,1	:	8,3	17,5	15,2	15,7	10,3	10,8	16,6	16,7
NACH HAUSHALTSTYP															
1 Erwachsener ohne abhängige Kinder	15,6	16,9	17,5	14,7	11,4	14,3	:	10,3	19,4	17,1	18,9	13,8	15,4	20,6	17,0
2 Erwachsene ohne abhängige Kinder	17,0	15,0	17,4	11,1	12,4	12,8	:	10,1	18,4	18,8	19,1	9,2	14,5	18,7	21,8
3+ Erwachsene ohne abhängige Kinder	16,4	15,3	15,6	14,6	15,9	12,4	:	9,9	18,2	16,9	14,7	12,3	14,2	16,0	26,9
Alleinerziehender mit abhäng. Kind(ern)	13,7	15,6	15,9	11,7	15,2	15,1	:	13,5	17,6	15,3	18,7	13,6	13,9	16,7	16,7
2 Erwachsene mit abhäng. Kind(ern)	16,6	14,5	16,1	13,4	16,2	15,5	:	11,7	18,1	16,5	18,0	14,2	15,0	17,1	21,1
3+ Erwachsene mit abhäng. Kind(ern)	17,3	14,4	15,5	14,2	17,1	14,7	:	11,2	17,5	18,4	14,0	13,1	13,1	18,7	26,6
NACH SOZIO-ÖKONOMISCHER KATEGORIE DES HAUSHALTSVORSTANDES															
Arbeiter (5)	17,1	13,9	17,2	12,0	15,7	13,3	:	12,5	15,9	17,9	15,8	12,7	15,0	17,8	23,5
Angestellte	17,2	16,1	:	15,8	17,8	17,0	:	:	20,1	18,9	20,9	15,5	16,5	19,5	22,8
Selbständig	17,2	16,9	17,1	13,8	15,7	14,7	:	11,8	18,4	18,3	18,0	11,0	14,9	20,0	22,2
Arbeitslos	13,8	15,9	14,9	12,3	15,3	11,5	:	8,5	17,9	:	15,8	9,8	13,0	15,6	17,9
Alters- & Ruhgeldempfänger	14,6	13,2	:	11,1	12,9	11,0	:	9,0	17,8	15,3	15,4	10,5	11,0	15,7	15,8
Sonstige Nichterwerbspersonen (6)	15,5	19,7	15,6	11,5	11,5	12,6	:	7,5	16,3	14,5	16,3	8,5	19,6	19,5	18,2
NACH URBANISIERUNGSGRAD															
Dicht (>500 Einwohner/km ²)	17,3	16,4	:	:	16,0	:	:	11,4	18,4	:	21,1	14,1	16,0	20,2	21,7
Mittel (100-499 Einwohner/km ²)	15,4	14,2	:	:	15,3	:	:	10,5	18,4	:	17,8	11,0	13,6	18,4	22,0
Dünn (<100 Einwohner/km ²)	11,4	13,3	:	:	14,5	:	:	9,8	18,1	:	13,6	9,3	12,3	17,7	19,6

(1) 1994.

(2) Einschließlich Urlaubsreisen.

(3) Ohne Nahrungsmittel und Getränke zum Mitnehmen.

(4) FIN, Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie von Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.

(5) D, einschließlich Angestellte; I, einschließlich aller Beschäftigten im nichtlandwirtschaftlichen Bereich.

(6) D, einschließlich Alters- und Ruhgeldempfänger.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)



8. Ersparnisse, Investitionen und Finanzdienstleistungen



8 ERSPARNISSE, INVESTITIONEN UND FINANZDIENSTLEISTUNGEN

Die Verbraucher sparen häufig auf ein bestimmtes Ziel hin, z. B. ein Haus, ein Auto, eine Urlaubsreise - oder aber für das Rentenalter. Aus dieser Sicht kann das Sparen als hinausgeschobener oder zurückgestellter Verbrauch angesehen werden. Die Entscheidung zu sparen kann auch als Versuch betrachtet werden, Einkommenschwankungen aufzufangen, die aus einer Vielzahl von Gründen eintreten können wie z. B. Krankheit, Arbeitslosigkeit oder Eintritt in den Ruhestand.

In der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung werden der Kauf von Sparinstrumenten wie Aktien und Anteilen oder Investitionen auf einem zinstragenden Konto nicht als Ausgaben, sondern als Sparen - d. h. als Vermögenstransfer - angesehen. Analog dazu werden, wenn Ausgaben durch Aufnahme von Schulden, z. B. durch ein Bankdarlehen oder sonstige Kreditvereinbarungen, finanziert werden, diese als „Dis-saving“ (Entsparen) - auch ein Vermögenstransfer - angesehen. Zwischen Verbrauch, Sparen und Einkommen besteht folgende Beziehung:

$$\text{Einkommen} = \text{Verbrauch} + \text{Sparen}$$

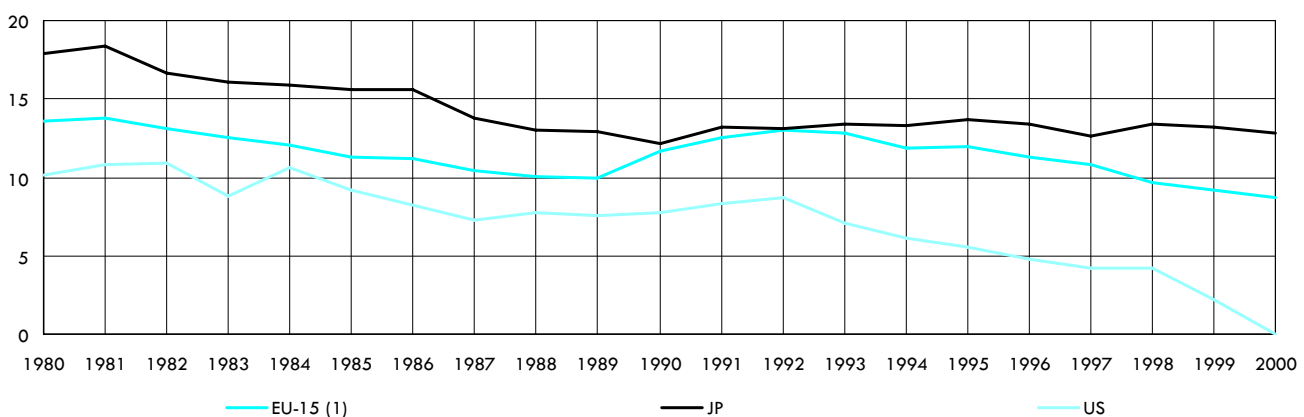
8.1 ERSPARNISSE, FINANZINVESTITIONEN UND VERMÖGENSGÜTER

Die Fähigkeit zu sparen hängt in erster Linie vom Einkommen ab, während der Wille zu sparen von einem breiteren Spektrum von Faktoren abhängig ist, so unter Anderen von den zugrundeliegenden demografischen Daten, der Inflationsrate, der Performance und Funktionsweise der Finanzmärkte und dem nationalen Steuersystem.

DIE SPARQUOTE DER PRIVATEN HAUSHALTE

Die Sparquote der privaten Haushalte wird definiert als der Anteil am gesamten verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte, der gespart wird. Diese Quote kann bei Vorliegen von „Dis-saving“ negativ sein, z. B. wenn die Ausgaben höher sind als das Einkommen, weil die Menschen an ihre Ersparnisse gehen oder mehr Schulden machen.

A **Abbildung 8.1: Sparquote der Haushalte (% des verfügbaren Einkommens)**



(1) Ohne EL und L.

Quelle: Wirtschaftsausblick Nr. 68, OECD, November 2000

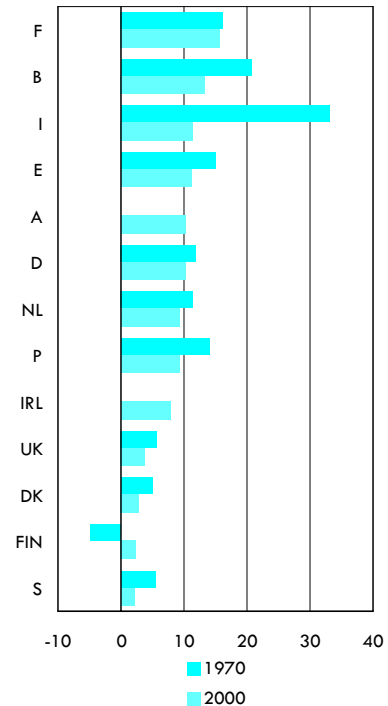
Bei jedem Vergleich von Sparquoten sollte über den Mix zwischen öffentlichen und privaten Rentenbeiträgen nachgedacht werden, da erstere in der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung aus den Ausgaben herausfallen (da sie als Steuerzahlungen betrachtet werden), während letztere einbezogen bleiben. Dementsprechend werden Länder, die stärker auf private Altersvorsorge setzen, meist niedrigere Sparquoten melden.

Seit Mitte der 70er Jahre sind die Sparquoten in den meisten Industrieländern zurückgegangen. Die Generaldirektion Wirtschaft und Finanzen der Europäischen Kommission schätzt, dass sich die Sparquote der privaten Haushalte in der EU während der 60er Jahre bis zur Ölkrise Mitte der 70er Jahre zwischen 15% und 16% bewegte. Danach zeigte sie im Allgemeinen eine rückläufige Tendenz und fiel bis 2000 auf unter 9% zurück. Noch ausgeprägter war dieses Muster in den Vereinigten Staaten, wo die Sparquote im Jahre 2000 bei 0% lag (siehe Abbildung 8.1). Sinkende Sparquoten wurden auch in der Mehrzahl der Mitgliedstaaten verzeichnet (siehe Abbildung 8.2).

Die Sparquote misst die aggregierten Ersparnisse innerhalb der Volkswirtschaft, gibt aber keinerlei Aufschluss über die Verteilung der Ersparnisse zwischen den privaten Haushalten. Im Europäischen Haushaltspanel werden die Teilnehmer gefragt, ob sie in der Lage sind, regelmäßig zu sparen. Die Ergebnisse für 1996 zeigen, dass 41% der Europäer¹ am Ende des Monats etwas Geld übrig hatten. Wie bei der Sparquote gibt es zwischen den Ländern erhebliche Unterschiede: Ein relativ hoher Anteil der Bevölkerung der südlichen Mitgliedstaaten ist zum Sparen nicht in der Lage (siehe Abbildung 8.3). Zusammen mit den relativ hohen Sparquoten in diesen Ländern gesehen, deutet dies darauf hin, dass das Sparen auf eine kleine Anzahl von Haushalten konzentriert ist.

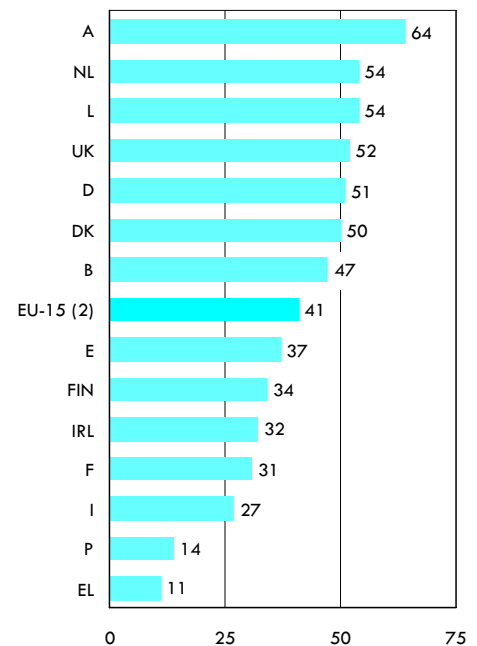
(1) Ohne S.

Abbildung 8.2: Sparquote der Haushalte (% des verfügbaren Einkommens) (1)



(1) EL und L, nicht verfügbar.
Quelle: Wirtschaftsausblick Nr. 68, OECD, November 2000

Abbildung 8.3: Haushalte, die regelmäßig sparen können (d.h. normalerweise Geld übrig haben), 1996 (%) (1)



(1) S, nicht verfügbar.
(2) Ohne S.
Quelle: Eurostat, Europäisches Haushaltspanel (theme3/ilc)

FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE DER PRIVATEN HAUSHALTE

Währungersparnisse (Bargeld in eigener und fremder Währung) und Spareinlagen sind nur eine Komponente des Sparens insgesamt, und ein Teil des Rückgangs bei den Sparquoten der privaten Haushalte kann möglicherweise auf die Zunahme anderer finanzieller Vermögenswerte zurückgeführt werden. Die Verteilung der finanziellen Vermögensgüter in den EU-Ländern zeigt einige unterschiedliche Muster (siehe Tabelle 8.1). Im Jahre 1999 waren Wahrungersparnisse und Spareinlagen generell eine der beliebtesten Formen finanzieller Vermögenswerte: ihr Anteil an den Gesamtvermogenswerten reichte von 57% in Österreich bis hinunter zu 19% in den Niederlanden. Während sich der Anteil der Netto-Beteiligungen an Pensionsfonds in den Niederlanden auf fast 40% der Vermögenswerte belief, lag dieser Anteil in Belgien, Spanien und Österreich unter 5%.

Tabelle 8.1: Vermögen und Verbindlichkeiten von Haushalten und privaten Organisationen ohne Erwerbszweck, 1999 (€ Mio.)

	Gesamtvermögen	Bargeld und Einlagen	Wertpapiere (ohne Anteilsrechte) und Finanzderivate	Kredite	Anteilsrechte (ohne Investmentzertifikate)	Investmentzertifikate	Ansprüche von Haushalten aus Rückstellungen bei Lebensversicherungen	Ansprüche von Haushalten aus Rückstellungen bei Pensions-einrichtungen
B	777 598	181 090	170 820	95 373	232 798	104 924	64 129	14 770
DK	245 384	64 942	25 263	138 908	:	:	:	:
D	3 596 639	1 265 763	362 189	1 441 953	602 477	377 054	:	:
E	1 126 712	372 413	19 841	246 495	403 764	175 245	62 121	51 489
F (1)	2 664 760	795 895	65 855	471 770	852 510	240 349	547 444	:
NL	1 141 645	211 273	24 546	317 752	200 441	57 410	174 187	456 967
A	261 452	149 067	17 659	74 805	11 807	29 577	33 273	8 840
P	210 768	95 128	4 803	59 841	57 797	18 035	13 844	15 033
FIN	216 379	44 750	1 485	37 827	:	:	:	:
S	379 971	61 196	17 016	121 194	102 380	56 955	72 159	33 740

(1) 1998.

Quelle: Eurostat, Finanzielle Konten (theme2/fina)

8.2 FINANZDIENSTLEISTUNGEN

Finanzdienstleistungen lassen sich als Dienstleistungen definieren, die Kunden zur Bewältigung ihrer finanziellen Situation oder ihres Risikomanagement angeboten werden. Ihre zentrale Funktion ist die Ermöglichung von Transaktionen durch Bereitstellung von Geldmitteln. Darüber hinaus gewährleisten sie finanziellen Schutz bei Unfällen, Schäden am Eigentum oder bei gesundheitlichen Problemen (durch Versicherungen) und machen finanzielle Liquidität und Vermögensgüter während der gesamten Lebensdauer verfügbar (durch Ersparnisse und Investitionen auf der einen Seite - siehe Unterkapitel 8.1 - und durch Gewährung von Krediten auf der anderen). Die Aufwendungen für Finanzdienstleistungen stellten 1999 in den meisten Mitgliedstaaten zwischen 1,8% und 4,0% des gesamten Ausgabenvolumens der privaten Haushalte². In diesem Zusammenhang sei daran erinnert, dass die einzigen Ausgabenposten in der Erhebung über Haushaltsrechnungen die Gebühren sind, die im Zusammenhang mit Finanzdienstleistungen anfallen (Bankgebühren, Maklergebühren, Kosten für Steuer- und Rentenberatung sowie Verwaltungsgebühren für Versicherungen), nicht aber die Zins- oder Tilgungszahlungen selbst (Investitionen).

Tabelle 8.2: Kreditinstitute - Zugang zum Netz, 1999 (Einheiten) (1)

	Zahl der Unternehmen	Zahl der örtlichen Einheiten	Zahl der Geldautomaten (2)	Örtliche Einheiten je 100 000 Einwohner	Geldautomaten je 100 000 Einwohner (2)
B	89	5 727	6 323	56,1	61,9
DK	201	2 333	2 641	43,9	49,7
D	3 055	61 587	46 200	75,1	56,3
EL	41	2 447	2 977	23,3	28,3
E	387	39 376	41 129	100,0	104,4
F	1 148	26 159	18 416	44,4	31,2
IRL	50	1 321	:	35,4	:
I	876	27 145	30 298	47,1	52,6
L	210	310	:	72,2	:
NL	169	6 830	6 673	43,3	42,3
A	870	5 391	2 570	66,7	31,8
P	219	5 491	8 850	55,0	88,7
FIN	361	1 964	2 725	38,1	52,8
S	212	2 140	2 577	24,2	29,1
UK	492	15 470	26 934	26,1	45,4

(1) IRL, 1993; FIN, 1998.

(2) D, 1997.

Quelle: Eurostat, Strukturelle Unternehmensstatistik (theme4/sbs)

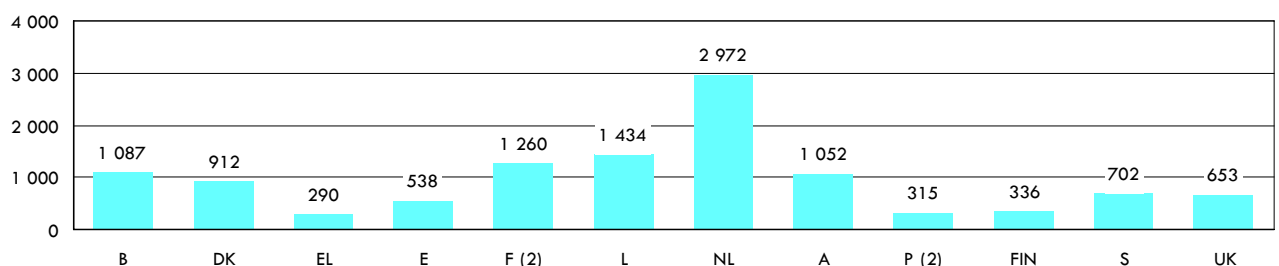
NETZZUGANG: PRIVATKUNDENGESCHÄFT

Der wichtigste Zugang der meisten privaten Haushalte zu Kreditinstituten (d. h. Banken und Sparkassen) erfolgt über die jeweilige örtliche Filiale oder einen Geldautomat. In den Jahren 1994 bis 1999 herrschte ein status quo hinsichtlich der Anzahl der örtlichen Einheiten³, während die Anzahl der Geldautomaten im Steigen begriffen war. In der EU war 1999 die Anzahl der örtlichen Filialen und Geldautomaten praktisch gleich (insgesamt etwa 200 000). Somit standen durchschnittlich eine örtliche Filiale und ein Geldautomat für jeweils 2 000 Einwohner zur Verfügung. Der Netzzugang war am schlechtesten in Griechenland und in Schweden, wo auf 100 000 Einwohner weniger als 25 örtliche Bankfilialen und weniger als 30 Geldautomaten entfielen. Das andere Extrem war Spanien mit etwa 100 Filialen und Geldautomaten pro 100 000 Einwohner. Inzwischen hat die Anzahl der Geldautomaten in den meisten Mitgliedstaaten die der Bankfilialen überschritten (siehe Tabellen 8.2).

(2) F und P, 1994; D, IRL und I, Daten nicht verfügbar.

(3) Dabei bleibt die Zunahme unberücksichtigt, die auf die Einbeziehung der kürzlich privatisierten Institute (z. B. Deutsche Postbank) in die amtliche Statistik zurückgeht.

Abbildung 8.4: Versicherungen und Finanzdienstleistungen a.n.g.
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben, 1999 (KKS je Haushalt) (1)



(1) D, IRL und I, nicht verfügbar.

(2) 1994.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 8.3: Hauptindikatoren für Bankomaten, 1999

	Durchschnittliche Transaktionen je Einwohner (Einheiten)	Durchschnittswert je Transaktion (€)
EU-15 (1)	20,2	111
B	17,4	105
DK	:	:
D	18,4	146
EL	9,1	206
E	16,8	87
F	16,9	61
IRL	33,6	81
I	8,7	161
L	12,2	116
NL	33,5	74
A	11,9	137
P	28,9	70
FIN	46,1	69
S	35,0	94
UK	33,1	83

(1) Gewogener Durchschnitt; ohne DK.

Quelle: Payment and securities settlement systems in the EU, Europäische Zentralbank, 2001

Nach einer im Herbst 1999 durchgeführten Eurobarometer-Umfrage (52) hatten nur 9% der Europäer kein Bankkonto (siehe Abbildung 8.5). Dieser Anteil wäre sogar noch niedriger ausgefallen, wenn nicht in Italien mehr als ein Fünftel der Bevölkerung kein Bankkonto gehabt hätten. Annähernd die Hälfte (52%) der Personen, die nicht über ein Bankkonto verfügten, gaben an, noch nie eines besessen zu haben.

Der höchste Anteil der Personen ohne eigenes Bankkonto wurde bei den Nicht-Erwerbstätigen angetroffen, insbesondere unter Studierenden (27%), Arbeitslosen (20%) oder Personen, die einen Haushalt führten (13%). Ein geringer Unterschied bestand zwischen den Anteilen von Männern (7%) und Frauen (10%), die kein Bankkonto hatten.

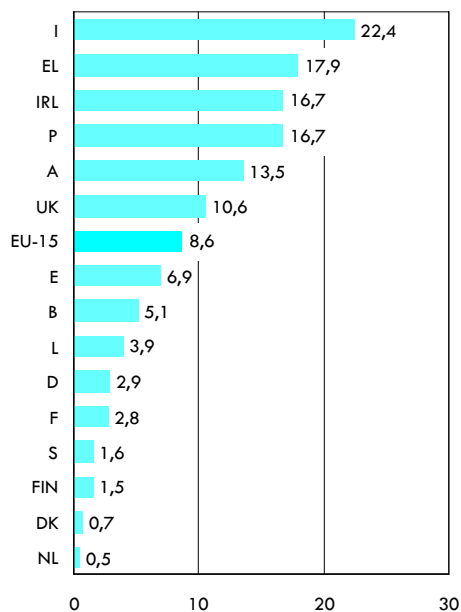
Von den im Rahmen der Eurobarometer-Umfrage (54) vom Herbst 2000 interviewten Europäern gaben 55,7% an, zusätzlich zu ihrem Bankkonto über ein Scheckheft zu verfügen, 40,9% hatten eine Kreditkarte und 55,5% eine andere Art von Bankkarte (siehe Tabelle 8.4). Schecks und Kreditkarten erfreuten sich besonderer Beliebtheit in Frankreich und im Vereinigten Königreich, während andere Bankkarten (vorwiegend Debit-Karten) in den Niederlanden und in Finnland stark verbreitet waren.

Tabelle 8.4: Besitz von Zahlungsmitteln, 2000 (%)

	Scheckheft	Kreditkarte	Sonstige Bankkarte
EU-15	55,7	40,9	55,5
B	42,5	38,2	70,7
DK	31,1	40,5	58,7
D	51,6	30,3	77,4
EL	7,4	18,3	19,1
E	21,3	44,8	38,1
F	86,7	54,3	30,0
IRL	42,0	26,9	35,2
I	62,0	31,7	50,4
L	52,2	62,8	57,9
NL	36,5	35,2	88,7
A	32,2	29,8	54,8
P	64,0	31,2	42,8
FIN	1,1	31,7	84,0
S	24,3	51,2	63,5
UK	79,1	59,2	60,7

Quelle: Eurobarometer 54, Europäische Kommission, 2000

Abbildung 8.5: Anteil jener, die kein Bankkonto besitzen, 1999 (%)



Quelle: Eurobarometer 52, Europäische Kommission, 1999

Tabelle 8.5: Gebrauch von Universalkarten in Europa, 1999 (1)

	Einkaufsvolumen		Barvolumen		Transaktionen gesamt		Karten gesamt		Verkaufsstellen
	(§ Mrd.)	(%-Veränd. seit 1998)	(§ Mrd.)	(%-Veränd. seit 1998)	(Mio.)	(%-Veränd. seit 1998)	(Mio.)	(%-Veränd. seit 1998)	(Mio.)
Gesamt	449,3	22,0	222,0	24,8	9 994	15,9	223,2	15,7	4,4
Visa	287,2	24,4	180,5	24,0	7 258	16,2	155,4	16,2	4,3
MasterCard	126,2	21,5	41,0	26,7	2 500	15,7	59,7	15,8	4,4
American Express	27,4	7,5	0,5	562,5	193	11,6	6,0	7,7	1,8
Diners Club	8,6	6,3	:	:	42	0,1	2,1	1,3	0,9

(1) Geographisches Europa; Volumenveränderung spiegelt Währungsschwankungen wider; Zahlen für MasterCard ohne Maestro oder Cirrus; Zahlen für Visa einschließlich Visa Electron, aber ohne Plus oder Interlink; JCB gab 10 000 Karten an Kunden in D, E, NL, UK und der Schweiz aus; Einkaufsvolumen schließt Ausgaben für Güter und Dienstleistungen einschließlich jeglicher Art von Direktmarketing und elektronischem Handel ein; Barvolumen schließt Kreditkartenbarvorschüsse und Debitkartenbarabhebungen von Geldautomaten, Schecks und Banktransaktionen ein; Gesamtverkaufsstellen schließt diverse Verkaufsstellen, Geldautomaten und Bankfilialen ein und ist nicht gleich der Summe, da die meisten Geldautomaten und Verkaufsstellen einige oder alle der angeführten Marken akzeptieren.
Quelle: The Nilson Report, 2000; Nachdruck mit Genehmigung von © 2000 The Nilson Report; verfügbar unter <http://www.nilsonreport.com>

VERBRAUCH**Zahlungssysteme**

Die Europäische Zentralbank veröffentlicht regelmäßig Datenmaterial über Zahlungssysteme⁴, aus dem hervorgeht, dass die Praxis der Verwendung der verschiedenen bargeldlosen Zahlungsmittel zwischen den EU-Mitgliedstaaten stark differiert (siehe Tabelle 8.6). Nur in Spanien waren Lastschriften das beliebteste Zahlungsmittel im bargeldlosen Zahlungsverkehr, während in Frankreich und Irland Schecks am beliebtesten waren und ihre Verwendung auch in Portugal über der 40%-Marke lag. Karten - ob Kredit-, Debit- oder Einzelhändler-Karten - beherrschten in Griechenland und Dänemark den bargeldlosen Zahlungsverkehr und lösten 1998 in Portugal und im Vereinigten Königreich den Scheck als beliebtestes bargeldloses Zahlungsmittel ab. Allerdings blieben in den sieben anderen Ländern, für die Daten vorlagen, Banküberweisungen die beliebteste Zahlungsform. In fünf dieser Länder lag der Anteil der Banküberweisungen am gesamten bargeldlosen Zahlungsverkehr bei über 50%.

Von 1993 bis 1998 sank der Anteil bargeldloser Zahlungen per Scheck in fast allen Mitgliedstaaten. Der erhebliche Rückgang der Banküberweisungen in Italien und in den Niederlanden und der sinkende Anteil von Scheckzahlungen in allen Ländern ging einher mit einer zunehmenden Verwendung von Karten, die in allen Ländern mit Ausnahme Deutschlands und Österreichs einen Anteil von mehr als 10% des bargeldlosen Zahlungsverkehrs erreichten.

(4) Payment Systems in the European Union, Europäisches Währungsinstitut (EWI), und nachfolgende Ergänzungsbände vom EWI und der EZB (Januar 1997, Januar 1998, Januar 1999 und Februar 2000).

Tabelle 8.6: Gebrauch von bargeldlosen Zahlungsmitteln, 1998 (%-Anteil) (1)

	Schecks	Debit-, Kredit- und Einzelhändler-karten	Überweisungen	Lastschriften	E-Geld und Sonstiges
B	7	27	54	9	2
DK	13	65	:	21	1
D	5	5	51	40	0
EL	13	76	:	11	:
E	12	22	14	46	6
F	45	20	18	15	1
IRL	45	13	26	15	0
I	27	14	40	9	11
L	:	:	:	:	:
NL	2	25	45	29	:
A	3	9	62	27	0
P	40	44	6	9	1
FIN	0	37	59	4	0
S	:	22	70	8	0
UK	28	33	19	19	0

(1) Anteil am Gesamtwert der angeführten Mittel.

Quelle: Payment Systems in the European Union, Europäisches Währungsinstitut und nachfolgende Ergänzungsbände vom EWI und der EZB, Januar 1997, Januar 1998, Januar 1999 und Februar 2000

Tabelle 8.7: Terminals für den bargeldlosen Zahlungsverkehr an der Kasse, 1998 (Einheiten)

	Zahl der Geräte je Million Einwohner (Jahresende)		Zahl der Transaktionen je Einwohner		Durchschnittswert je Transaktion (€)	
	1993	1998	1993	1998	1993	1998
EU-15	:	8 231	:	:	:	:
B	:	9 122	16	33	54	56
DK	4 197	12 936	33	64	43	47
D	345	2 815	1	4	46	79
EL	241	5 233	:	2	:	73
E	8 287	18 351	6	10	43	48
F	9 193	9 958	27	37	49	46
IRL	:	3 992	:	2	:	2
I	1 329	5 976	0	6	104	
L	8 390	11 892	22	52	66	70
NL	1 606	8 569	4	38	50	43
A	229	2 382	1	5	38	51
P	2 790	7 136	8	28	32	
FIN	8 291	11 044	34	52	34	43
S	3 054	8 405	7	19	57	61
UK	4 640	10 301	:	:	:	:

Quelle: Payment Systems in the European Union, Europäisches Währungsinstitut und nachfolgende Ergänzungsbände vom EWI und der EZB, Januar 1997, Januar 1998, Januar 1999 und Februar 2000

Tabelle 8.8: Bevorzugte Mittel für Zahlungen über €100 in der EU, 1999 (%)

	Inlandszahlungen		Zahlungen in einem anderen EU-Mitgliedstaat	
	1999	2000	1999	2000
Tätige nie solche Zahlungen	0,0	0,0	19,5	20,1
Bar	46,2	48,6	30,6	36,2
Scheck	15,3	13,6	6,2	5,4
Kredit- und Debitkarten	32,9	30,4	31,1	29,8
Banküberweisung	3,2	3,9	2,7	2,7
Postüberweisung	0,4	0,3	0,5	0,4
Sonstiges	0,2	2,0	1,0	2,4
Nicht spezifiziert	1,7	1,1	8,3	3,0

Quelle: Eurobarometer 52, Europäische Kommission, 1999; Eurobarometer 54, Europäische Kommission, 2001

Im Jahre 1998 berichteten mehrere Länder über die Verwendung von elektronischem Geld, wenngleich in der Hälfte der Fälle die Ergebnisse vernachlässigbar oder gleich Null waren und nur Italien, Spanien und Portugal eine nennenswerte Nutzung dieser Systeme angaben. Neben dem zunehmenden Einsatz von Karten war zwischen 1993 und 1998 in allen Mitgliedstaaten eine Verdoppelung in der Anzahl der EFTPOS⁵-Terminals festzustellen. Bei einem Vergleich der Anzahl der Terminals je Einwohner waren diese in Deutschland, Griechenland, Irland, Italien und Österreich noch relativ selten vertreten (siehe Tabelle 8.7). Diese Länder hatten auch eine sehr niedrige durchschnittliche Anzahl von Transaktionen pro Einwohner; allerdings war - außer bei Irland - der durchschnittliche Wert der einzelnen Transaktionen recht hoch.

1999 wurden in einer speziellen Eurobarometer-Umfrage (52) die Präferenzen der Menschen für bestimmte Zahlungssysteme - sowohl im Inland als auch in anderen EU-Mitgliedstaaten - untersucht. Tabelle 8.8 zeigt, dass Bargeld in der EU das mit Abstand am stärksten favorisierte Inlands-Zahlungsmittel war, selbst bei Beträgen über €100. Diese allgemeine Präferenz wurde nicht von jedem Mitgliedstaat geteilt - zu den deutlichen Ausnahmen gehörten Frankreich (wo Schecks bevorzugt wurden), Dänemark und die Niederlande (hier wurden vorrangig Debit-Karten verwendet). Bei Zahlungen über €100, die von Reisenden in einem anderen EU-Land geleistet wurden, war wiederum Bargeld das beliebteste Zahlungsmittel. Nach Herausnahme der 20% Befragten, die nach eigenen Angaben solche Zahlungen nicht vornehmen, zeigte sich, dass im Gegensatz zu den im Inland getätigten Zahlungen Bargeld bei im Ausland getätigten Geschäften deutlich weniger präferiert wurde als Schecks und Debit-Karten, wobei die Beliebtheit von Kreditkarten allgemein zunahm. Die von den Befragten genannten Hauptgründe für die Wahl von Bargeld, Schecks oder Kartenzahlungssystemen sind die einfache Handhabung und der Kostenfaktor, wenngleich die Bedeutung persönlicher und finanzieller Sicherheit und das Vermeiden rechtlicher Konflikte als entscheidende Faktoren für deren Verwendung bei Zahlungen außerhalb der eigenen Landesgrenzen zunahmen.

Die Eurobarometer-Umfrage (54) vom Herbst 2000 bestätigte diese bereits früher gemachten Feststellungen insofern, als dass Bargeld weiterhin das bevorzugte Mittel für Inlandszahlungen für 49% der Europäer und für annähernd 36% der Europäer im Ausland darstellte. Karten⁶ blieben das zweitpopulärste Zahlungsmittel für 30% der Transaktionen (im In- und Ausland).

(5) EFTPOS - Electronic Funds Transfer Point-Of-Sale (Elektronisches Terminal zur Aufnahme [mitunter auch zur Übermittlung] von Zahlungsverkehrsdaten).

(6) Im Eurobarometer 52 wurde bei den Karten noch zwischen Kreditkarten (Charge-Karte/Karte mit begrenzter Stundung hinsichtlich der endgültigen Belastung des Kundenkontos) und Debit-Karten (Karten mit direkter Veranlassung von Zahlungen vom Kundenkonto durch den Karteninhaber) unterschieden. Da diese Unterscheidung hauptsächlich Unterschiede zwischen den nationalen Kartenmärkten widerspiegelt, deren sich die Verbraucher kaum bewusst sind, wurde sie im Eurobarometer 54 aufgegeben.

Etwa ein Drittel der Befragten gaben an, bereit zu sein, für kleinere Beträge eine elektronische Geldbörse zu verwenden, aber weniger als 2% taten dies wirklich. Außerdem gaben nur 17% der Befragten in der EU an, dass sie Erfahrungen mit Zahlungen „aus der Ferne“ per Telefon, PC oder Internet hatten.

Nach ihrem Hauptgrund für ihre Entscheidung bezüglich des Zahlungsmittels befragt, gaben etwa 75% der Personen, die Zahlungen im Inland leisteten, Bequemlichkeit als das wichtigste Einzelkriterium an (66% der Personen, die Zahlungen im Ausland vornahmen). Die anderen Gründe, darunter die Sicherheit, erhielten in keinem Fall mehr als 20% Zustimmung bei Zahlungen im Ausland bzw. mehr als 15% Zustimmung bei Einkäufen auf dem einheimischen Markt.

Verschuldung

In der Eurobarometer-Umfrage (54), die im Herbst des Jahres 2000 durchgeführt wurde, erklärten 11,4% der Teilnehmer, dass sie ein Privatdarlehen (oder eine andere Kreditart) mit einer Laufzeit von mehr als 12 Monaten aufgenommen hatten, um ein Auto zu kaufen. 9,4% der Befragten hatten ein Darlehen zum Kauf anderer Güter und 30,0% einen Dispositionskredit in Verbindung mit ihrem Girokonto. Der Zugang zu Krediten war besonders günstig in Dänemark, wo mehr als ein Fünftel der Befragten einen wie auch immer gearteten Kredit aufgenommen hatten (siehe Tabellen 8.9 bis 8.11).

Tabelle 8.10: Anteil der Bevölkerung mit Privatdarlehens- oder Kreditvertrag in der EU, 2000 (%) (1)

	Auto	Sonstige Güter	Dispositionskredit
EU-15	11,4	9,4	30,0
Geschlecht			
Männlich	12,9	10,6	32,6
Weiblich	10,1	8,4	27,6
Alter			
15-24	7,1	6,0	21,6
25-39	17,8	14,3	38,9
40-54	15,0	12,8	36,8
55+	5,3	4,4	21,4
Dauer der Ausbildung			
<=15 Jahre	6,8	6,5	18,1
16-19 Jahre	15,1	10,7	34,9
20+ Jahre	14,6	13,4	42,1
Beruf			
Selbständig	14,7	15,0	34,8
Manager	20,9	15,7	50,9
Sonstige Angestellte	17,5	12,6	42,6
Arbeiter	16,6	12,7	34,0
Hausfrau/-mann	7,8	6,6	23,2
Arbeitslos	9,7	9,1	21,7
Rentner	3,7	3,3	19,2
Studenten	2,3	4,1	19,2

(1) Für mehr als 12 Monate.

Quelle: Eurobarometer 54, Europäische Kommission, 2000

Tabelle 8.9: Anteil der Bevölkerung mit Privatdarlehens- oder Kreditvertrag, nach Art des Kredites, 2000 (%) (1)

	Auto	Sonstige Güter	Dispositionskredit
EU-15	11,4	9,4	30,0
B	14,7	8,3	36,9
DK	21,8	19,4	53,6
D	12,8	9,0	40,1
EL	4,4	7,0	5,2
E	8,6	9,2	5,5
F	14,4	10,2	43,5
IRL	20,1	15,3	19,5
I	9,3	6,6	17,1
L	21,7	10,6	44,1
NL	5,3	6,4	59,0
A	8,0	16,5	38,8
P	7,3	4,2	3,8
FIN	8,8	15,1	19,0
S	14,3	14,1	20,2
UK	12,6	11,3	32,2

(1) Für mehr als 12 Monate.

Quelle: Eurobarometer 54, Europäische Kommission, 2000

Tabelle 8.11: Verbraucherkredit - Durchschnittswert neuer Verträge, 2000 (€) (1)

	Privatdarlehen (2)	Konsumgüter (3)
B	10 460	1 820
D	6 338	1 239
E	:	700
F	6 253	674
IRL	5 875	4 900
I	7 385	885
NL	2 389	:
P	:	299
FIN	4 693	:
S	6 000	6 389
UK	10 265	1 612

(1) Vorläufige Daten; DK, EL, L und A, nicht verfügbar.

(2) Kredite mit einem bestimmten Verwendungszweck, jedoch keine Fahrzeug- oder Hausfinanzierung; NL und FIN, 1999.

(3) E, IRL und S, 1999.

Quelle: Statistik über Finanzinstitute, Eurofinas, 2001

Was Immobilien anbelangt, so gaben 7% der Befragten an, eine Hypothek mit einer Laufzeit von weniger als 10 Jahren aufgenommen zu haben, 11% hatten Darlehen mit einer Laufzeit zwischen 10 und 20 Jahren und 5% Darlehen mit einer Laufzeit von mehr als 20 Jahren (siehe Tabellen 8.12 und 8.13).

Tabelle 8.12: Anteil der Bevölkerung mit einem Hypothekendarlehen in der EU, 2000 (%)

	Weniger als 10 Jahre			10 bis 20 Jahre	Mehr als 20 Jahre
EU-15	6,6	10,8	5,0		
Geschlecht					
Männlich	7,5	11,1	5,3		
Weiblich	5,7	10,6	4,7		
Alter					
15-24	1,6	1,8	2,3		
25-39	6,4	18,1	8,3		
40-54	12,1	16,0	6,1		
55+	5,3	5,1	2,4		
Beruf					
Selbständig	11,3	14,6	4,7		
Manager	12,4	21,6	10,4		
Sonstige Angestellte	8,9	15,7	7,6		
Arbeiter	7,2	13,4	6,2		
Hausfrau/-mann	5,8	11,6	5,7		
Arbeitslos	3,2	6,1	3,3		
Rentner	4,1	4,1	1,5		
Studenten	0,6	0,8	1,4		

Quelle: Eurobarometer 54, Europäische Kommission, 2000

Tabelle 8.13: Ausstehende Privathypothekendarlehen (€ je Einwohner) (1)

	1998	1999	2000
B (2)	5 445	6 188	6 393
DK	19 793	21 040	22 075
D (3)	12 345	13 638	13 310
EL (3)	675	846	1 074
E (4)	3 261	3 924	4 777
F	4 437	4 863	5 224
IRL (5)	5 658	6 997	8 706
I (6)	1 471	1 753	1 968
NL	14 086	15 952	17 677
P (7)	3 204	4 219	5 070
FIN (3)	6 567	:	:
S (8)	11 200	12 807	12 762
UK	10 946	13 451	14 315

(1) L und A, nicht verfügbar; DK und I, nur Mitglieder des EMF; Zahlen für 2000 basieren auf Bevölkerungsdaten für 1999; F und UK, Zahlen für 1999 und 2000 basieren auf Bevölkerungsdaten für 1998.

(2) Schätzung, 2000.

(3) Einschließlich Darlehen für privatgenutzte Immobilien, welche nicht durch eine Hypothek abgesichert sind.

(4) Schätzung.

(5) Central Bank of Ireland, korrigiert um Absicherungen.

(6) 1999 und 2000, Zahlen beziehen sich auf das Ende des dritten Quartals.

(7) Ohne Caixa Geral Depositos.

(8) Darlehen von spezialisierten Hypothekenbanken.

Quelle: Europäischer Hypothekenverband; © European Mortgage Federation; verfügbar unter <http://www.hypo.org>

Grenzüberschreitender Bankverkehr: Überweisungsgebühren

Aus einer im Jahre 2000⁷ für die Europäische Kommission durchgeführten Studie ging hervor, dass die Überweisung von Geld von einer Bank zu einer anderen häufig mit erheblichen Gebühren verbunden ist. Von einem Verbraucher, der €100 von einem EU-Mitgliedstaat in einen anderen überweisen wollte, wurden für diese Dienstleistung durchschnittlich €17,36 erhoben (€14,26 wurden dem Absender und €3,10 dem Empfänger in Rechnung gestellt), wobei die Spannbreite von weniger als €10 in Luxemburg bis mehr als €31 in Portugal reichte (siehe Tabelle 8.14).

Die Praxis der Erhebung von Gebühren sowohl beim Absender als auch beim Empfänger oder Begünstigten grenzüberschreitender Überweisungen (doppelte Belastung) war in der Eurozone recht weit verbreitet und stand im Widerspruch zu den Bestimmungen der Richtlinie 97/5, nach der die Standard-Option die Belastung des Auftraggebers mit allen Kosten ist. Eine doppelte Belastung war gang und gäbe in Spanien und Italien, wo diese Praxis bei mehr als 75% der Transaktionen angewendet wurde, während der Durchschnitt für die Eurozone bei 37,8% lag.

Aus der Studie ging ebenfalls hervor, dass die durchschnittliche Laufzeit grenzüberschreitender Überweisungen bei 3,3 Arbeitstagen lag, die Spannbreite aber von 2,1 Tagen - wenn die Überweisung aus Frankreich kam - bis hin zu 5,9 Tagen - bei Überweisungen aus Irland - reichte. Nach den Bestimmungen der Richtlinie 97/5 müssen die Mittel spätestens bis zum Ende des fünften Bankgeschäftstags nach dem Tag der Annahme des Auftrags für die grenzüberschreitende Überweisung dem Konto des Instituts des Begünstigten gutgeschrieben werden.

(7) Bank Charges in Europe, Bericht des IEIC, Europäische Kommission, Mai 2001, verfügbar unter http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/library/surveys/sur24_en.pdf.

Tabelle 8.14: Hauptmerkmale von grenzüberschreitenden Überweisungen, 2001 (1)

Ursprungsland	Kosten für den Auftraggeber (§)	Kosten für den Zahlungsempfänger (§)	Gesamtkosten (§)	Mindestkosten (§)	Höchstkosten (§)	Anteil doppelter Gebührenerhebung (%)	Dauer (Tage)
EUR-11	14,26	3,10	17,36	5,47	45,17	37,8	3,3
B	10,10	1,77	11,87	7,26	20,33	16,7	3,3
D	11,93	0,00	11,93	7,67	20,44	0,0	3,3
E	14,80	5,76	20,56	7,51	31,89	77,4	2,6
F	14,79	3,27	18,06	5,47	25,31	62,5	2,1
IRL	20,96	4,09	25,04	16,51	45,17	53,1	5,9
I	12,19	7,55	19,74	6,20	43,40	75,0	2,9
L	9,58	0,00	9,58	8,13	10,24	0,0	3,4
NL	8,84	2,60	11,45	6,81	39,88	25,0	3,8
A	15,90	1,50	17,40	9,45	38,29	18,8	3,0
P	26,99	4,05	31,04	20,75	39,50	56,3	2,8
FIN	10,81	3,55	14,36	7,46	37,17	31,3	3,4

(1) DK, EL, S und UK, nicht verfügbar; Überweisung von €100; Durchschnittskosten.

Quelle: Bank Charges in Europe, Bericht von IEIC (Institut Européen Interrégional de la Consommation), Europäische Kommission, Mai 2001

Tabelle 8.15: Online-Banking - Hauptindikatoren, 2001 (%) (1)

	Gebrauch von Online-Banking	Gebrauch von Onlinediensten für Geldüberweisungen	Gebrauch von Onlinediensten, um Zahlungen zu tätigen	Gebrauch von Onlinediensten, um Informationen von der Bank zu erhalten	Interesse an Online-Banking unter den Nichtnutzern von Onlinediensten
Durchschnitt	20,4	15,0	10,4	19,1	16,8
DK	32,1	24,6	17,3	30,7	16,9
D	20,0	15,7	9,3	18,6	20,2
E	10,1	7,2	6,0	9,4	11,9
F	27,7	19,8	15,8	26,6	13,0
IRL	16,9	11,3	14,2	16,3	25,4
I	10,4	6,9	:	9,9	16,8
NL	35,6	28,1	:	31,7	19,4
FIN	42,3	40,6	:	37,7	19,5
S	42,0	29,2	14,1	41,5	14,1
UK	20,8	14,7	17,8	19,3	18,5

(1) B, EL, L, A und P, nicht verfügbar.

Quelle: E-commerce data report, Empirica, 2000; verfügbar unter <http://www.empirica.com>

Tabelle 8.16: Zufriedenheitsindex für das Bankgeschäft, 2000 (1)

	B	E	IRL	P	FIN
Image	75,4	73,4	72,0	73,9	78,2
Qualität	77,5	77,9	75,0	72,0	79,3
Wert für Geld	64,8	57,5	59,1	63,8	66,3
Beschwerdewesen	71,6	76,0	73,3	69,0	:
Loyalität	68,3	69,1	66,7	68,4	69,1
ECSI (2)	73,3	69,0	70,9	68,2	74,8

(1) Skala von 0 (niedrigster Wert) bis 100 (höchster Wert).

(2) ECSI: European Customer Satisfaction Index (Europäischer Kundenzufriedenheitsindex).

Quelle: European Customer Satisfaction Index, EOQ (European Organization for Quality), 2001

ZUFRIEDENHEIT: KONTOINHABER

Die Ergebnisse der Eurobarometer-Umfrage (54) vom Herbst 2000 lassen erkennen, dass die Verbraucher im Allgemeinen mit dem Schutzsystem unzufrieden sind, das ihnen im Zusammenhang mit Finanzdienstleistungen angeboten wird. Eine Mehrheit der befragten Europäer meinte, dass ein Rechtsstreit mit einer Bank nur sehr schwer zu gewinnen sei (68,0%), während die Hälfte der Befragten sagte, dass ein Vergleich der Konditionen von Hypothekenangeboten sehr schwierig sei (50,9%), und dass man, was Kredite angeht, im Voraus nie wirklich wisse, was dabei an Kosten auf einen zukommt (50,1%) (siehe Tabelle 8.17). Eine knappe Mehrheit der Verbraucher fühlte sich zum Thema Bankkonten gut informiert (50,5% beantworteten die Frage mit „Ja“, ob die Banken ausreichend Informationen zur Führung eines Kontos geben, während 44,0% der Ansicht waren, es sei teuer, ein Bankkonto zu haben).

Tabelle 8.17: Verbrauchermeinung über Finanzdienstleistungen, 2000 (%)

	Stimme zu	Stimme nicht zu	Keine Antwort
Im Falle eines Rechtsstreits mit einer Versicherung, ist es sehr schwierig, den Fall zu gewinnen	70,0	12,5	17,6
Im Falle eines Rechtsstreits mit einer Bank, ist es sehr schwierig, den Fall zu gewinnen	67,5	14,2	18,2
Bezüglich Versicherungen weiß man vorher nie wirklich, wie man gedeckt ist	59,5	27,7	12,8
Es ist sehr schwierig, die Bedingungen verschiedener Hypothekenangebote zu vergleichen	50,9	20,7	28,4
Banken geben genug Informationen über die Kontoverwaltung	50,5	38,1	11,4
Bezüglich Krediten weiß man vorher nie wirklich, wieviel sie kosten werden	50,1	37,5	12,4
Ein Bankkonto zu haben, stellt sich als teuer heraus	44,0	44,9	11,1
Finanzinstitute weisen deutlich auf die mit Hypotheken verbundenen Risiken hin	34,3	40,8	24,8
Verbraucherkredite nützen mehr, als sie Gefahren in sich bergen	32,7	50,0	17,3
Man kann so viel, wie man will, ausleihen, es gibt eigentlich keine wirkliche Kontrolle	17,0	69,0	14,0
Das Problem des Rückzahlungsverzugs von Verbrauchern, das heißt, wenn Verbraucher nicht mehr länger ihre Darlehen zurückzahlen können, gibt es in unserem Land nicht	16,4	68,0	15,6

Quelle: Eurobarometer 54, Europäische Kommission, 2000

VERBRAUCHSAUSGABEN: VERSICHERUNGEN

Im Jahre 1999 gab es in der EU 3 600 Versicherungsunternehmen⁸ (ausgenommen Rückversicherungsgesellschaften), von denen 1 066 Lebensversicherungen, 2 280 Sachversicherungen und 254 Kompositversicherungen (Lebens- und Sachversicherungen) waren.

Die nicht fondsgebundene Lebensversicherung⁹ war 1999 in der EU das führende Versicherungsprodukt: die gebuchten Bruttobeiträge erreichten insgesamt €169 Mrd.¹⁰, d. h. €452 pro Einwohner (siehe Tabelle 8.18). Die Kraftfahrzeugversicherungen erbrachten €78 Mrd. gebuchte Bruttobeiträge, d. h. €209 pro Einwohner, wovon mehr als 60% auf Haftpflichtversicherungen gegenüber Dritten entfielen.

Bei der Erhebung über Haushaltsrechnungen werden Verwaltungsgebühren in der Regel auf die Summe aller Versicherungsprämien bezogen, die die privaten Haushalte für Sachversicherungen wie z. B. Hausrat-, Kranken- oder Kfz-Versicherungen zahlen; die soziale Sicherung (z. B. Einzahlungen in Arbeitslosen- oder Krankenkassen) ist dagegen nicht eingeschlossen. Die Prämien, die im Rahmen von Risiko- und Kapital-Lebensversicherungen gezahlt werden, werden als eine Art Sparen behandelt und aus dem Bereich der Verbrauchsausgaben herausgenommen. Infolgedessen entfällt auf Versicherungen im Unterschied zu anderen Finanzdienstleistungen ein beachtlicher Anteil des Verbrauchs der privaten Haushalte. Die durchschnittlichen Ausgaben dafür bewegten sich 1999 zwischen 286 KKS pro Haushalt in Griechenland (entsprechend 1,2% der Gesamtausgaben) und 2 946 KKS in den Niederlanden (entsprechend 11,5%)¹¹ (siehe Tabelle 8.19).

(8) EL, 1997.

(9) Wenn die Versicherung nicht fondsgebunden ist, sondern vielmehr einen Festbetrag garantiert.

(10) Ohne EL und UK; im Laufe des Finanzjahres für alle noch ausstehenden Policen fällig werdende Beträge.

(11) Für den folgenden Abschnitt über Verbrauchsausgaben: F und P, 1994; D und IRL, Daten nicht verfügbar.

Tabelle 8.18: Versicherung - Bruttoprämien des selbst abgeschlossenen Geschäfts je Einwohner, 1999 (€) (1)

	Lebensversicherung (2)		Nichtlebensversicherung (2)		
	Nicht fondsgebunden	Fondsgebunden	Kraftfahrzeug	Feuer/sonst. Schadensversicherung	Allgemeine Haftpflicht
EU-15 (3)	452	185	209	111	49
B	505	395	995	745	497
DK	316	5	219	290	24
D	690	28	238	142	79
EL	:	:	:	:	:
E	262	165	172	14	17
F	825	409	241	170	43
IRL	355	1 412	290	138	152
I	306	261	275	58	33
L	1 869	8 726	429	242	91
NL	819	424	220	163	:
A	551	42	246	155	52
P	292	28	141	43	5
FIN	158	181	150	100	22
S	714	:	198	180	22
UK	:	:	:	:	:

(1) EU-15 und F, berechnet auf Basis von Bevölkerungsdaten von 1998.

(2) Einschließlich Tätigkeit von Kompositversicherern.

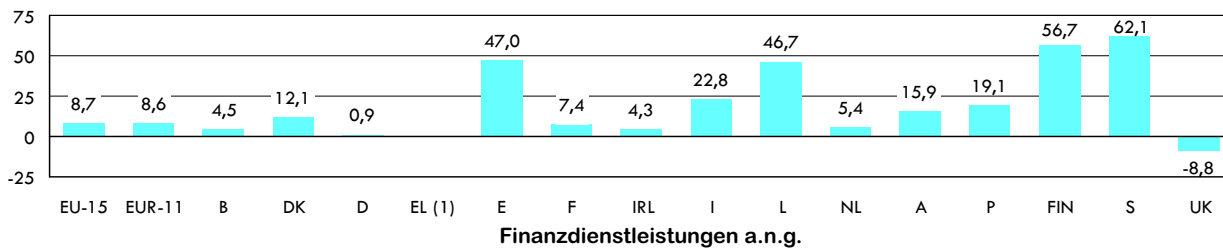
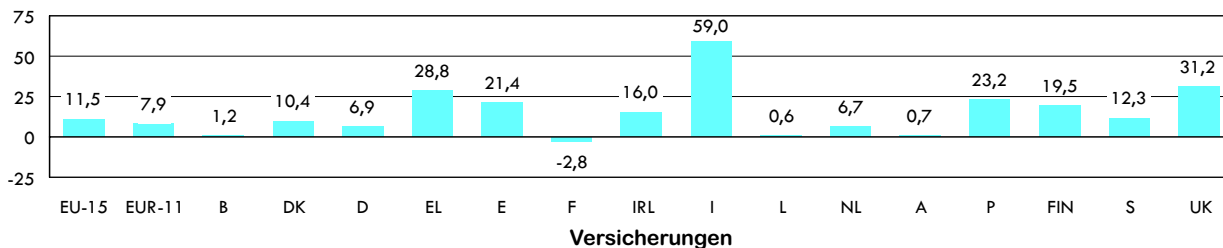
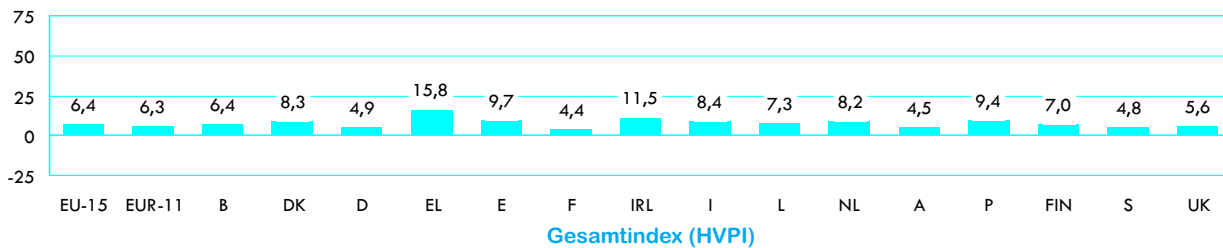
(3) Berechnet auf der Basis der verfügbaren Länderdaten.

Quelle: Eurostat, Strukturelle Unternehmensstatistik (theme4/sbs)

VERSICHERUNGSPREISE: DIE KOSTEN DES SEELENFRIEDENS

Nach den Bestimmungen der Verordnung (EG) Nr. 1749/96 der Kommission sollten die harmonisierten Verbraucherpreisindizes bis Dezember 1999 nur Kraftfahrzeug- und Hausratversicherungen erfassen. Seit Januar 2000 erfassen sie alle Versicherungen, die mit der Wohnung in Zusammenhang stehen und normalerweise vom Bewohner getragen werden (nicht allein Hausratversicherungen), sowie private Kranken-, private Haftpflicht- und Reiseversicherungen. Die Ausgaben für Versicherungen stiegen in der EU zwischen 1996 und 2000 um 11,5% (siehe Abbildung 8.6).

Abbildung 8.6: Versicherungen und Finanzdienstleistungen a.n.g.
A Absolutes Wachstum der Verbraucherpreise, 1996-2000 (%)



(1) Nicht verfügbar.
 Quelle: Eurostat, Harmonisierte Verbraucherpreisindizes (theme2/price)

ZUFRIEDENHEIT: INHABER VON VERSICHERUNGSPOLICEN

Versicherungsgesellschaften haben bei den meisten europäischen Verbrauchern kein besonders gutes Ansehen. Ungefähr 70% der im Herbst 2000 interviewten Personen schlossen sich der Meinung an, dass ein Rechtsstreit mit einer Versicherungsgesellschaft nur sehr schwer zu gewinnen sei; 13% konnten dem nicht zustimmen (siehe Tabelle 8.17). Die heftigste Kritik an den Versicherungsgesellschaften wurde in Griechenland (72%), Schweden (76%) und Frankreich (75%) geübt.

Außerdem war die Mehrheit der Europäer (60%) der Auffassung, dass man im Voraus nie wirklich genau wisse, wie gut man durch eine Versicherungspolice versichert ist. Dagegen glaubten nur 28% der Befragten, dies sehr wohl zu wissen. Wieder gehörten die Griechen (72%) und die Schweden (70%) zu den kritischsten Verbrauchern; sie trafen sich darin mit den Finnen (77%). Im Gegensatz dazu war ein großer Anteil der Verbraucher in den Benelux-Ländern der Meinung, dass sie über die Risikoabdeckung durch ihre Versicherungspolicen gut informiert seien. Dies lässt sich daraus schließen, dass 49% in den Niederlanden, 42% in Luxemburg und 39% in Belgien der Behauptung widersprachen.

Tabelle 8.19: Versicherungen und Finanzdienstleistungen a.n.g.
Durchschnittliche Verbrauchsausgaben und Struktur der Haushaltsausgaben, 1999

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL (2)	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK
DURCHSCHNITTliche VERBRAUCHSAUSGABEN (KKS JE HAUSHALT)															
Versicherungen & Finanzdienstl. a.n.g.	1 087	912	:	290	538	1 260	:	:	1 434	2 972	1 052	315	336	702	653
Versicherungen (3)	1 033	858	:	286	533	1 226	:	774	1 363	2 946	1 030	315	334	687	630
Finanzdienstleistungen a.n.g.	54	54	59	4	5	34	93	:	71	26	22	0	2	15	23
STRUKTUR DER AUSGABEN (% der GESAMTEN HAUSHALTS-AUSGABEN)															
Versicherungen & Finanzdienstl. a.n.g.	4,0	3,9	:	1,2	2,6	5,7	:	:	3,4	11,6	4,0	1,9	1,8	3,3	2,4
Versicherungen (3)	3,8	3,7	:	1,2	2,6	5,5	:	2,8	3,2	11,5	3,9	1,9	1,8	3,2	2,3
Finanzdienstleistungen a.n.g.	0,2	0,2	0,3	0,0	0,0	0,2	0,3	:	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1

(1) 1994.

(2) Vorläufig.

(3) DK und EL, ohne Lebensversicherung; S, einschließlich Gewerkschaftsbeiträgen und Arbeitslosenversicherung; UK, ohne Wohnungsversicherung.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Tabelle 8.20: Versicherungen und Finanzdienstleistungen a.n.g.
Struktur der Haushaltsausgaben, 1999 (%)

	B	DK	D	EL	E	F (1)	IRL	I	L	NL	A	P (1)	FIN	S	UK
NACH EINKOMMENSVERTEILUNG (2)															
Niedrigste zwanzig Prozent	3,8	2,4	:	:	2,1	5,7	:	:	3,2	11,1	:	:	1,3	2,2	1,6
Zweite Quintilgruppe	4,2	3,3	:	:	2,4	6,0	:	:	3,5	11,8	:	:	1,6	3,2	2,1
Dritte Quintilgruppe	3,9	4,0	:	:	2,5	5,9	:	:	3,2	12,3	:	1,8	2,0	3,5	2,5
Vierte Quintilgruppe	3,8	4,3	:	:	2,7	5,6	:	:	3,4	12,2	:	2,0	1,9	3,4	2,6
Höchste zwanzig Prozent	4,1	4,4	:	:	3,2	5,3	:	:	3,3	10,7	:	2,2	2,1	3,4	2,5
NACH ALTER DES HAUSHALTSVORSTANDES															
Unter 30	3,2	2,9	:	:	3,0	5,0	:	:	3,3	12,0	3,7	1,8	1,5	2,9	2,3
Zwischen 30 und 44	3,5	3,7	:	:	2,7	5,3	:	:	3,2	11,7	3,6	2,0	1,9	3,5	2,4
Zwischen 45 und 59	4,3	4,3	:	:	2,6	5,8	:	:	3,5	11,7	4,1	2,1	2,0	3,6	2,5
60 und darüber	4,8	4,2	:	:	2,6	6,2	:	:	3,5	11,1	4,4	1,6	1,7	2,4	2,1
NACH HAUSHALTSTYP															
1 Erwachsener ohne abhängige Kinder	4,3	3,3	:	:	2,4	5,5	:	:	3,0	10,7	3,4	1,1	1,4	2,7	2,2
2 Erwachsene ohne abhängige Kinder	4,5	4,4	:	:	2,8	6,2	:	:	3,4	11,9	4,3	1,8	2,0	3,2	2,5
3+ Erwachsene ohne abhängige Kinder	5,3	4,6	:	:	2,7	7,4	:	:	3,7	13,4	4,9	2,1	2,2	:	2,6
Alleinerziehender mit abhäng. Kind(ern)	3,4	2,9	:	:	2,5	5,2	:	:	2,7	10,3	2,9	:	1,7	3,1	1,9
2 Erwachsene mit abhäng. Kind(ern)	3,5	3,9	:	:	2,7	5,4	:	:	3,3	11,7	3,7	2,1	2,0	3,7	2,3
3+ Erwachsene mit abhäng. Kind(ern)	4,1	3,9	:	:	2,5	5,9	:	:	3,4	:	4,3	2,1	2,1	3,5	2,5
NACH SOZIO-ÖKONOMISCHER KATEGORIE DES HAUSHALTSVORSTANDES															
Arbeiter	4,2	4,2	:	:	2,6	6,0	:	:	3,3	12,6	3,8	1,9	1,9	4,0	2,6
Angestellte	3,5	4,0	:	:	3,0	5,3	:	:	3,3	11,3	3,6	2,1	1,9	3,5	2,5
Selbständig	3,8	4,0	:	:	2,7	7,5	:	:	3,5	11,4	4,9	:	2,2	3,1	2,6
Arbeitslos	3,1	3,1	:	:	2,2	4,6	:	:	3,1	:	3,1	:	1,6	2,7	1,7
Alters- & Ruhegeldempfänger	4,8	3,8	:	:	2,6	6,1	:	:	3,4	11,1	4,2	1,4	1,6	1,9	2,1
Sonstige Nichterwerbspersonen	4,1	2,3	:	:	2,3	4,3	:	:	2,9	10,9	4,2	1,5	1,2	2,2	1,7
NACH URBANISIERUNGSGRAD															
Dicht (>500 Einwohner/km ²)	3,8	3,5	:	:	2,8	:	:	:	3,2	:	3,6	1,9	1,8	2,9	2,4
Mittel (100-499 Einwohner/km ²)	4,1	4,0	:	:	2,6	:	:	:	3,4	:	4,3	2,0	1,9	3,1	2,3
Dünn (<100 Einwohner/km ²)	6,2	4,8	:	:	2,3	:	:	:	3,5	:	4,3	:	2,0	3,4	2,4

(1) 1994.

(2) FIN, Einkommen ohne zwischenhaushaltliche Leistungen, weshalb das Einkommen bestimmter Gruppen, wie von Alleinerzieherfamilien, unterschätzt sein kann.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)



9. Bewerberländer



9 BEWERBERLÄNDER

Dieses Kapitel enthält einige Schlüsselzahlen, die sich auf die Verbraucher in den dreizehn Bewerberländern (Bulgarien, Zypern, Tschechische Republik, Estland, Ungarn, Litauen, Lettland, Malta, Polen, Rumänien, Slowenien, Slowakei und Türkei) beziehen. Ausgewählt wurden Tabellen, die mit den Übersichten für die Mitgliedstaaten in Kapitel 1 bis 8 verglichen werden können, auch wenn teilweise andere Quellen und Indikatoren herangezogen wurden. Einige Datenquellen basieren auf speziellen Erhebungen oder Pilotstudien, die sich häufig auf die zehn mitteleuropäischen Länder (MEL) konzentrieren. Aus diesem Grund stehen für Zypern, Malta und die Türkei weniger Daten zur Verfügung.

Tabelle 9.1 enthält einige Basisindikatoren zur Erfassung der Verbraucher: Größe der Bevölkerung und Zahl der Haushalte. Abbildung 9.1 und Tabelle 9.2 zeigen den Anteil des Verbrauchs privater Haushalte am BIP - entnommen aus den Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen in Übereinstimmung mit dem ESVG 95 - und die grobe Struktur dieses Verbrauchs - entnommen aus Erhebungen über Haushaltsrechnungen 1998.

Tabelle 9.1: Demographische Indikatoren (Tausend)

	BG	CY (1)	CZ	EE	HU	LT	LV	MT	PL (2)	RO	SI	SK	TR
Bevölkerung, 2000 (3)	8 170	757	10 273	1 437	10 024	3 696	2 373	391	38 646	22 435	1 990	5 401	65 293
Haushalte, 1996	2 958	:	3 998	619	3 822	1 408	1 008	:	12 170	7 903	636	1 860	:
Wohnungen, 1996	2 804	:	3 683	607	3 822	1 283	994	:	11 366	7 782	612	1 757	:

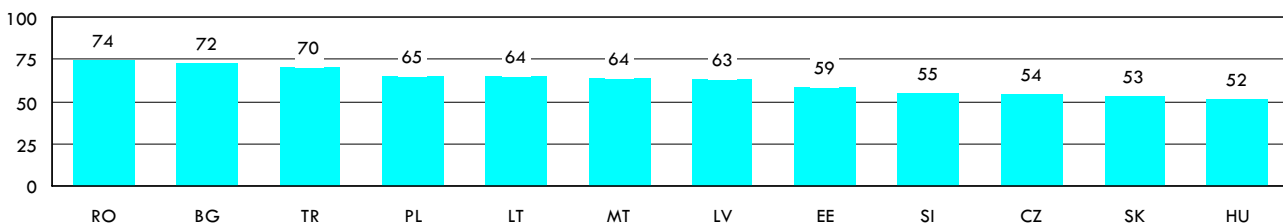
(1) Bevölkerung des gesamten Zypern.

(2) 1993 für Haushalte und Wohnungen.

(3) Bulgarien, Zypern, Lettland und Slowakei, vorläufig; Rumänien, Stand 1. Juli; Türkei, Schätzung.

Quelle: Eurostat, Mittel- und Osteuropäische Beitrittsländer (theme1/cec) & Erhebung über den Energieverbrauch der privaten Haushalte

Abbildung 9.1: Ausgaben für den Endverbrauch durch Haushalte sowie Organisationen ohne Erwerbszweck im Dienst privater Haushalte, als Anteil am BIP, 2000 (%) (1)



(1) Zypern, nicht verfügbar.

Quelle: Eurostat, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen - ESVG95 - Aggregate (theme2/aggs)

Tabelle 9.2: Struktur der Verbrauchsausgaben der Haushalte, 1998 (%) (1)

	BG	CZ (2)	EE (3)	HU	LT	LV	PL	RO	SI	SK
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	46,5	25,2	35,7	28,9	48,1	42,1	35,1	55,3	26,1	33,0
Alkoholische Getränke und Tabak	3,9	3,5	3,4	4,3	4,0	2,8	3,3	2,7	3,4	3,6
Bekleidung und Schuhe	8,2	7,7	7,7	6,6	8,0	7,1	7,0	7,4	8,4	10,3
Wohnung, Wasser, Elektrizität, Gas, andere Brennstoffe (4)	14,2	17,1	18,7	19,5	12,3	17,0	18,4	15,3	10,7	12,4
Hausrat & laufende Instandhaltung der Wohnung	4,4	7,8	5,4	5,4	4,8	4,2	5,5	4,3	6,8	6,4
Gesundheitspflege (5)	3,3	1,5	1,6	3,0	3,5	3,5	4,4	2,3	1,6	1,2
Verkehr (6)	7,2	10,2	6,8	9,2	6,7	6,9	8,6	5,2	16,5	8,9
Nachrichtenübermittlung (7)	1,9	2,0	2,8	4,4	1,9	3,2	2,3	1,4	1,9	2,1
Freizeit und Kultur	3,0	11,0	7,5	6,7	3,5	5,6	6,5	2,6	8,8	8,2
Bildungswesen	0,6	0,6	1,2	0,4	0,3	1,0	1,3	0,6	0,7	0,5
Restaurants und Hotels	3,5	5,0	3,5	3,0	3,8	2,5	1,3	0,8	5,9	5,8
Verschiedene Waren & Dienste	3,3	8,4	5,7	8,6	2,9	4,1	6,3	2,1	9,2	7,6

(1) Slowenien, 1997.

(2) Schätzungen anhand der nationalen Klassifikation der 9 Hauptausgabengruppen.

(3) Ohne den nicht-monetären Verbrauch von Nicht-Nahrungsmitteln; selbst produzierte Nahrungsmittel und unbezahlt erhaltene Nahrungsmittel sind enthalten.

(4) Ohne zugeschriebene Miete für selbstbewohntes Wohneigentum; Tschechische Republik, Ungarn und Slowenien, ohne Werkwohnungen (kostenlos oder zum reduzierten Preis); Tschechische Republik, ohne den Vorteil kostenloser oder verbilligter Versorgung mit Gas, Elektrizität und Wasser; Litauen, Lettland und Polen, Messprobleme.

(5) Ungarn, Litauen und Polen, Nettoausgaben der Haushalte (nach Abzug von Rückvergütungen für Sozialversicherung und private Versicherungen); in den anderen Ländern, Bruttoausgaben der Haushalte; Litauen, alle Haushaltsausgaben mit Ausnahme der Unterbringung in Sanatorien; Polen, Gesundheitsausgaben nicht um Rückvergütungen berichtigt; für die anderen Länder, Informationen über die Art der Aufzeichnung nicht verfügbar.

(6) Rumänien, Slowenien und Slowakei, Privatnutzung von Firmenautos und/oder kostenloses Benzin nicht berücksichtigt; Litauen, Lettland und Polen, Messprobleme.

(7) Tschechische Republik, kostenlose oder verbilligte Telefongebühren nicht enthalten; Litauen, Lettland und Polen, Messprobleme.

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen (theme3/hbs)

Die besonders hohe Inflationsrate in Bulgarien 1997 (siehe Tabelle 9.3) fiel in den Folgejahren auf ein Niveau zurück, das mit dem der anderen Beitrittskandidaten vergleichbar ist. Während Ungarn, Polen und die Slowakei ebenfalls Inflationsraten von um die 10% pro Jahr verzeichneten, lagen 2000 nur Rumänien und die Türkei erheblich darüber.

Tabelle 9.3: Harmonisierter Verbraucherpreisindex, jährliche Wachstumsraten für den Gesamtindex (%) (1)

	1996	1997	1998	1999	2000
BG	123,0	1 047,6	18,7	2,6	10,4
CY (2)	3,0	3,6	2,3	1,1	4,9
CZ	9,1	8,0	9,7	1,8	3,9
EE	19,8	9,3	8,8	3,1	3,9
HU	23,5	18,5	14,2	10,0	10,0
LT	24,7	8,8	5,0	0,7	0,9
LV	17,6	8,4	4,3	2,1	2,6
MT (3)	2,5	3,1	2,4	2,1	2,4
PL	19,9	14,9	11,8	6,3	10,2
RO	38,8	154,8	59,1	45,8	45,7
SI	9,9	8,3	7,9	6,1	8,9
SK	5,8	6,1	6,7	10,6	12,1
TR	80,4	85,7	84,6	64,9	54,9

(1) Reihe unterbrochen aufgrund des Wechsels zum harmonisierten Verbraucherpreisindex: Tschechische Republik, Estland, Ungarn, Litauen, Slowenien, Slowakei und Rumänien, 1996; Bulgarien und Polen, 1997; Lettland und Zypern, 1998.

(2) Daten umfassen nur das von der Regierung kontrollierte Gebiet.

(3) Einzelhandelspreisindex.

Quelle: Eurostat, Vorläufige harmonisierte Verbraucherpreisindizes für Beitrittsländer (theme2/price)

In Tabelle 9.4 sind für das Jahr 2000 Verbraucherpreisindizes für 12 große Kategorien angegeben. Alle Bewerberländer zusammen verzeichneten den geringsten Preisanstieg bei Bekleidung und Schuhen und bei Möbeln und Haushaltsgeräten. Die höchsten Inflationsraten wurden bei den Preisen für Mieten, Energieprodukte und Verkehr gemessen.

Tabelle 9.4: Harmonisierter Verbraucherpreisindex, jährliche Wachstumsraten, 2000 (%)

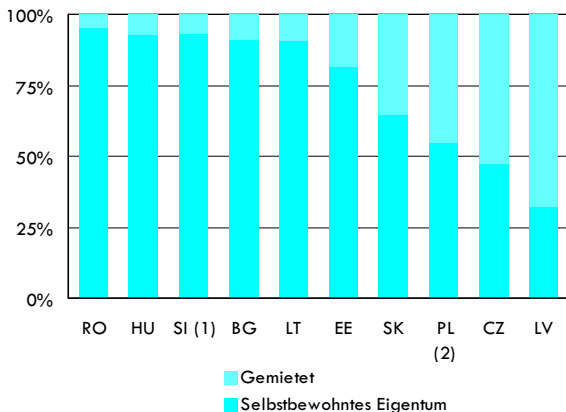
	BG	CY (1)	CZ	EE	HU	LT	LV	PL (2)	RO	SI	SK
Gesamindex (HVPI)	10,4	4,9	3,9	3,9	10,0	0,9	2,6	10,2	45,7	8,9	12,1
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	10,2	5,3	1,1	2,4	8,9	-2,4	0,7	9,9	44,0	5,6	5,1
Alkoholische Getränke und Tabak	2,1	8,5	4,3	3,3	10,7	-9,6	6,9	8,1	29,7	4,2	9,5
Bekleidung und Schuhe	-4,0	-0,6	-2,0	3,4	6,1	-0,8	1,2	5,5	29,8	:	3,0
Wohnung, Wasser, Elektrizität, Gas und andere Brennstoffe	14,0	16,3	9,1	2,6	10,0	12,3	4,4	11,1	63,6	:	37,5
Hausrat & laufende Instandhaltung der Wohnung	-0,5	1,4	0,3	-0,2	5,5	-2,1	1,3	5,5	31,8	5,8	4,0
Gesundheitspflege	18,3	5,0	1,6	5,7	27,6	-4,6	3,1	10,5	59,0	15,4	10,0
Verkehr	21,0	5,9	11,8	16,1	15,4	9,3	5,4	19,5	41,7	14,0	15,5
Nachrichtenübermittlung	3,6	-10,4	6,1	6,1	5,3	16,7	7,4	6,0	52,8	5,9	11,2
Freizeit und Kultur	9,2	-0,2	2,5	1,2	7,6	-1,7	0,9	9,1	50,0	6,1	6,7
Bildungswesen	20,6	3,6	4,4	7,8	11,0	1,7	2,5	11,2	53,5	8,9	7,8
Restaurants und Hotels	11,8	8,0	2,5	5,7	10,9	-0,1	2,1	8,3	52,1	4,6	7,6
Verschiedene Waren & Dienste	20,8	4,0	2,7	9,7	8,4	0,2	2,1	9,1	40,1	6,4	7,7

(1) Daten umfassen nur das von der Regierung kontrollierte Gebiet.

(2) Revidierte Schätzungen.

Quelle: Eurostat, Vorläufige harmonisierte Verbraucherpreisindizes für Beitrittsländer (theme2/price)

Abbildung 9.2: Aufteilung der Wohnungen nach Besitzverhältnissen, 1996 (%)



(1) Besitzverhältnisse unbekannt für 0,9% der Wohngebäude.

(2) 1993.

Quelle: Eurostat, Erhebung über den Energieverbrauch der privaten Haushalte

Die Erhebung von 1996 über den Energieverbrauch privater Haushalte in den MEL lieferte die Daten für Abbildung 9.2 und die Tabellen 9.5 bis 9.7. Sie geben den Anteil selbstgenutzten Wohneigentums, die Durchdringungsraten für verschiedene Haushaltsgeräte und den Energieverbrauch an. Da es für viele Länder die erste derartige Haushaltserhebung war, ist bei einigen Daten Vorsicht angebracht. Das gilt ganz besonders für den Verbrauch von Feuerholz, da dieser wichtige Energieträger oft auf nichtkommerzieller Basis erworben wird. Der Energieverbrauch pro Person (in Volumen) war in den nördlichen Ländern mit Ausnahme Litauens durchweg höher. Die Ausstattung mit regelmäßig genutzten Haushaltsgeräten wie Kühlschränken war hoch, während andere Geräte wie Geschirrspüler und Wäschetrockner, die im allgemeinen mit höheren Einkommen assoziiert sind, seltener anzutreffen waren. Die Tschechische Republik und Slowenien verzeichneten die höchste Ausstattung mit diesen Geräten. In der Tschechischen Republik, in Litauen, Slowakei und Slowenien war die Zentralheizung eine verbreitete Einrichtung. Tabelle 9.8 enthält Angaben zum Wasserverbrauch pro Person, der in Rumänien erheblich höher war als in den anderen Ländern.

Tabelle 9.5: Anteil der Wohnungen mit ausgewählten elektrischen Geräten, 1996 (%)

	BG	CZ	EE	HU	LT	LV	PL (1)	RO	SI (2)	SK
Herd	86,4	16,3	47,8	9,7	11,0	6,1	:	2,7	86,0	30,1
Mikrowellenherd	4,4	30,1	11,0	25,8	5,4	2,8	:	:	6,9	18,1
Kühlschrank	88,5	98,1	89,7	99,9	93,7	86,6	100,0	68,9	95,2	97,4
Gefrierschrank	17,3	65,2	11,7	52,4	6,2	2,2	30,0	13,0	85,8	55,7
Automatische Waschmaschine	40,6	74,7	22,6	43,9	11,6	8,6	50,0	7,2	96,4	57,0
Nicht-automatische Waschmaschine	36,2	35,7	52,1	59,6	63,2	61,3	80,0	43,6	:	45,7
Wäschetrockner	0,3	3,3	:	0,4	:	:	:	:	7,2	1,2
Geschirrspülmaschine	0,9	3,3	0,7	0,6	2,0	0,1	:	:	20,2	1,3
Heißwasserboiler	61,1	38,8	11,3	47,1	2,1	3,1	:	0,3	47,3	30,0
Raumheizung	83,4	20,5	25,4	9,3	6,5	93,6	:	11,9	17,4	14,4
Klimaanlage	0,4	0,4	:	0,4	:	:	:	:	0,7	0,2

(1) Basierend auf Haushalten anstelle von Wohnungen; 1993.

(2) Automatische Waschmaschinen schließen nicht-automatische Waschmaschinen ein.

Quelle: Eurostat, Erhebung über den Energieverbrauch der privaten Haushalte

Tabelle 9.6: Energieverbrauch pro Person, 1996 (GJ/Einwohner)

	BG	CZ	EE	HU	LT	LV	RO	SI	SK
Verbrauch	15,4	31,7	36,9	29,9	20,4	31,1	19,8	28,6	30,9

Quelle: Eurostat, Erhebung über den Energieverbrauch der privaten Haushalte

Tabelle 9.7: Beschaffenheit der Wohnungen mit Raumheizung, 1996 (%) (1)

	BG	CZ	EE	HU	LT	LV	PL (2)	RO	SI	SK
Zentralheizung	19,3	97,2	65,5	55,6	91,7	70,0	:	40,0	86,4	91,5
Individuell	1,9	56,5	8,7	35,2	32,1	9,7	33,0	1,9	63,4	46,4
Gemeinschaftlich	0,4	13,5	12,1	3,8	5,3	10,9	:	0,7	10,3	21,9
Bezirklich	17,0	27,2	44,7	16,6	54,3	49,4	34,0	37,4	12,7	23,2
Zusatzheizung	5,1	14,6	21,5	8,3	6,2	18,8	:	1,2	23,0	10,4
Nicht-Zentralheizung	94,7	27,1	36,1	70,6	21,6	33,6	:	70,6	56,5	46,5
Kochgeräte	43,0	0,2	0,2	1,4	5,3	3,3	:	1,0	27,7	25,1
Herde	51,1	26,6	32,8	69,2	16,1	30,3	33,3	69,6	28,8	21,1
Offene Feuer	0,6	0,3	3,1	0,0	0,2	0,0	:	0,0	0,0	0,3
Keine Heizung	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

(1) Die Werte ergänzen sich nicht zu 100, weil manche Wohnungen mehr als ein Heizungssystem besitzen, so daß jede Zeile als Anteil an den gesamten Wohnungen betrachtet werden sollte.

(2) 1993.

Quelle: Eurostat, Erhebung über den Energieverbrauch der privaten Haushalte

Tabelle 9.8: Haushaltswasserverbrauch aus der öffentlichen Versorgung

	Jahr	Mio. m ³	m ³ je Einwohner	% der öffentlichen Wasserversorgung insgesamt
BG	1998	302	37	34
CZ	1999	355	35	63
EE (1)	1999	53	37	:
HU	1998	377	37	69
LT (1)	1999	118	32	:
PL	1999	1 406	36	76
RO	1999	1 188	53	43
SI	1997	86	43	79

(1) Gesamte Wasserversorgung umfasst öffentliche, eigene und andere Quellen.

Quelle: Ressourcen, Entnahme und Verwendung von Wasser in den europäischen Ländern, Statistik kurz gefasst, Themenkreis 8 6/2001, Eurostat, 2001

Tabelle 9.9: Bestand an Personenkraftwagen

	(Mio.)				Pkw je 1 000 Einwohner (Einheiten) (1)
	1970	1980	1990	1998	
BG	0,16	0,82	1,32	1,80	244
CY (2)	:	:	:	:	400
CZ	0,69	1,78	2,41	3,49	362
EE	0,03	0,13	0,24	0,45	339
HU (3)	0,24	1,01	1,94	2,22	236
LT	0,04	0,25	0,49	0,98	317
LV (3)	0,04	0,17	0,28	0,48	235
MT	:	:	:	:	540
PL	0,48	2,38	5,26	8,89	259
RO (4)	0,04	0,24	1,29	2,82	126
SI	0,15	0,42	0,58	0,80	426
SK	0,16	0,55	0,88	1,20	236
TR	:	:	:	:	68

(1) Quelle: Eurostat.

(2) Daten für Pkw je 1 000 Einwohner beziehen sich nur auf das von der Regierung kontrollierte Gebiet, berechnet anhand der Gebietsbevölkerung zur Mitte des Jahres.

(3) Unterbrechung der Reihe zwischen 1990 und 1998.

(4) Pkw je 1 000 Einwohner, 1999.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Im Hinblick auf die Ausstattung mit Personenkraftwagen (siehe Tabelle 9.9) und weniger gängigen Haushaltsgeräten standen Slowenien und die Tschechische Republik (zusammen mit Malta und Zypern) an der Spitze. Kraftfahrzeuge mit unverbleitem Benzin fuhren vor allem (siehe Tabelle 9.10) in Lettland und Litauen und kaum in Bulgarien und Rumänien, während der Anteil der Dieselfahrzeuge an den Pkw in allen untersuchten Ländern unter 10% lag. Tabelle 9.11 zeigt die Flugzeug- und Bahnbenutzung pro Kopf. Einzig in Slowenien wurde per Flugzeug eine größere Strecke zurückgelegt als mit der Bahn, obwohl die Benutzung dieser beiden Transportmittel in Estland ganz ähnlich aussah.

Tabelle 9.12 enthält Schlüsselindikatoren für den Postdienst. Erfasst sind alle Postsparten und nicht nur die Inanspruchnahme durch die Verbraucher. Die Daten beschränken sich auf den nationalen Postdienst. Postkurierdienste sind nicht enthalten. In den Tabellen 9.13 bis 9.15 sind die wichtigsten Indikatoren für den Bereich Telekommunikation und Internet angegeben; auch diese beziehen sich auf alle Nutzer und nicht nur auf private Verbraucher. Ein starker Zuwachs wurde bei Mobilfunkverträgen verzeichnet, und auch die Zahl der Internetanschlüsse erhöhte sich in den Bewerberländern sehr schnell von 4,5 Mio. 1998 auf 11,7 Mio. im Jahr 2000. Es gab allerdings erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern in der Akzeptanz dieser beiden Technologien, vor allem was die Internetanschlüsse angeht.

Tabelle 9.10: Kraftstoffverbrauch bei Pkw, 1996

	Verwendeter Kraftstoff (%)				Verbrauch (Liter)	
	Verbleites Benzin	Blei-freies Benzin	Diesel	Flüssig-gas	Je Pkw	Je Haushalt mit Pkw
BG	90,3	3,5	3,1	3,2	776	805
CZ	67,7	24,5	7,0	0,8	872	947
EE	57,4	34,3	8,1	0,3	1 352	1 504
HU	57,4	36,1	5,9	0,6	631	650
LT	29,6	61,7	6,2	2,6	1 190	1 238
LV	25,0	69,9	5,0	0,1	1 113	1 150
PL (1)	:	:	:	:	800	837
RO	90,8	3,9	5,2	0,1	1 098	1 143
SI	50,3	40,3	9,2	0,2	1 211	1 558
SK (2)	48,9	43,0	8,1	:	862	908

(1) 1993.

(2) Kraftstoffverbrauch je Haushalt mit Pkw basiert auf Wohnungen anstelle von Haushalten.

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Tabelle 9.11: Luft- und Eisenbahnverkehr, 1998 (Passagierkilometer pro Person und Jahr)

	BG	CZ	EE	HU	LT	LV	PL	RO	SI	SK
Nationaler und internationaler Luftverkehr	347	357	157	300	108	143	140	81	365	31
Eisenbahnverkehr	574	680	163	877	193	432	532	596	326	578

Quelle: Transport in Figures, Generaldirektion der Europäischen Kommission für Energie und Verkehr

Tabelle 9.12: Postdienste, 1999

	Zahl der Postämter (Einheiten)			Briefsendungen (Tausend)			Zustellungen und Abholung	
	Gesamt	Städtische Bezirke (1)	Ländliche Bezirke (1)	Inlandsdienst	Auslandsdienst, Versand	Auslandsdienst, Empfang	Wöchentliche Postzustellungen in ländlichen Gebieten (Einheiten)	Anteil der Bevölkerung, der seine Post selbst abholen muß (%)
BG	3 234	655	2 579	65 848	:	:	:	:
CY (2)	761	33	16	41 974	12 525	11 758	6	3
HU	3 247	974	2 273	1 074 032	6 510	24 951	5	28
LT	978	244	734	32 950	6 173	909	:	:
PL	7 888	3 065	4 823	2 021 517	53 539	39 274	:	:
RO	7 071	826	6 245	308 345	:	:	:	:
SI	552	:	:	424 536	9 042	13 413	5	:
SK	1 732	:	:	485 113	18 914	34 047	5	:
TR	3 686	1 700	1 986	985 551	59 683	149 249	1	3

(1) Zypern, nur dauerhafte Postämter.

(2) Daten umfassen nur das von der Regierung kontrollierte Gebiet.

Quelle: Eurostat, Kommunikation (theme4/coins)

Tabelle 9.13: Hauptindikatoren der Telekommunikation, 1999 (Minuten je Einwohner)

	BG	CY (1)	CZ	EE	HU	LT	LV	MT	PL	RO	SI	SK	TR
Nationale Gespräche	1 220	6 286	908	1 385	1 056	1 226	729	:	879	766	2 313	672	1 792
Mobilfunkgespräche	:	:	197	:	165	55	:	:	:	:	220	211	:
Internat. ankommende Gespräche (2)	24	216	109	51	37	26	38	123	33	7	77	25	17
Internat. abgehende Gespräche	12	245	44	51	34	16	24	100	16	22	75	30	11
Zahl der Haupttelefonanschlüsse (Tausend)	2 833	424	3 853	515	3 609	1 145	831	198	10 076	3 780	759	1 658	18 054
Anteil der Haushalte an den Haupttelefonanschlüssen (%)	84,5	63,0	70,0	:	85,6	83,7	72,0	:	83,3	:	80,0	74,0	74,8
Zahl der Haupttelefonanschlüsse je 100 Einwohner (Einheiten)	34,2	54,5	37,5	35,7	35,9	30,9	34,1	51,2	26,0	16,9	38,2	30,8	26,5

(1) Daten umfassen nur das von der Regierung kontrollierte Gebiet; Minuten je Einwohner wurden anhand der Bevölkerung (zur Mitte des Jahres) des von der Regierung kontrollierten Gebiets berechnet.

(2) Ungarn, 1998.

Quelle: Eurostat, Kommunikation (theme4/coins)

Tabelle 9.14: Nutzung von Mobiltelefonen

	Zahl der Mobiltelefon- teilnehmer am Jahresende (Tausend)			Zahl der Mobiltelefon- abonnements je 100 Einwohner (Einheiten)		
	1998	1999	2000	1998	1999	2000
BG	127	350	670	1,5	4,3	8,2
CY (1)	116	151	4 197	17,5	22,5	26,2
CZ	965	1 944	3 000	9,4	19,0	29,2
EE	247	387	463	17,0	26,8	32,0
HU	1 070	1 628	2 990	10,6	16,2	29,7
LT	268	332	420	7,2	9,0	11,4
LV	168	274	377	6,8	11,2	15,6
MT	23	37	80	5,9	9,7	21,1
PL	1 928	3 956	5 783	5,0	10,2	15,0
RO	643	1 400	2 813	2,9	6,2	12,6
SI	196	626	1 140	9,9	31,5	57,4
SK	465	918	1 158	8,6	17,0	21,5
TR	3 506	8 122	12 624	5,5	12,5	19,3

(1) Daten umfassen nur das von der Regierung kontrollierte Gebiet.

Quelle: Statistik der Informationsgesellschaft - Angaben über die Mittel- und Osteuropäischen Beitrittsländer (MOEL), Statistik kurz gefasst, Themenkreis 4 27/2001, Eurostat, 2001

Tabelle 9.15: Internetnutzung, 2000

	Internet- provider (Einheiten)	Zahl der Internet- nutzer (Tausend)	Zahl der Internet- nutzer je 100 Einwohner (Einheiten)	Periode	Haushalte, die das Internet nutzen
					(Tausend)
BG	170	430	5,2	12/2000	41
CY (1)	:	80	10,6	12/2000	:
CZ	13	1 000	9,7	12/2000	206
EE	9	380	26,3	9/2000	116
HU	:	650	6,4	3/2000	101
LT	29	225	6,1	8/2000	74
LV	22	150	6,1	11/2000	10
MT	:	40	10,6	5/2000	:
PL	250	5 200	13,5	12/2000	387
RO	150	690	3,1	12/2000	675
SI	33	300	15,2	12/2000	119
SK	:	700	13,0	7/2000	108
TR	65	2 000	2,9	11/2000	:

(1) Daten umfassen nur das von der Regierung kontrollierte Gebiet.

Quelle: Statistik der Informationsgesellschaft - Angaben über die Mittel- und Osteuropäischen Beitrittsländer (MOEL), Statistik kurz gefasst, Themenkreis 4 27/2001, Eurostat, 2001 und Statistische Informationsgesellschaft (theme4/infosoc)

In Slowenien und Malta war der Ausstattungsgrad mit PC sehr hoch (siehe Tabelle 9.16), und auch in Estland waren ziemlich viele Haushalte mit einem PC ausgestattet. Abbildung 9.3 ist zu entnehmen, dass es in allen Bewerberländern außer Rumänien mehr Farbfernsehgeräte als Schwarzweißgeräte gab.

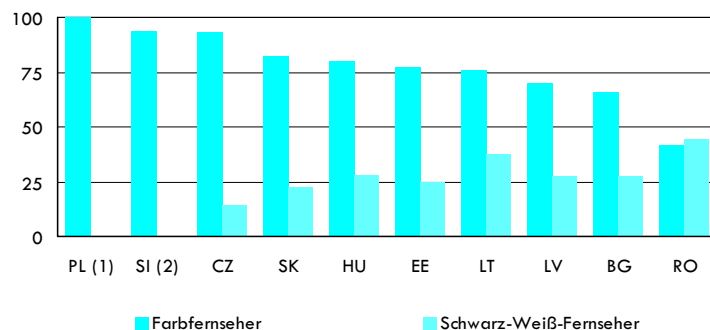
Tabelle 9.16: PC-Besitz und -Nutzung

	Jahr	Zahl der PCs (Tausend)	PCs je 100 Einwohner (Einheiten)	Haushalte, die einen PC nutzen, 1999 (%)
BG	2000	361	4,4	7
CY (1)	1999	130	16,7	:
CZ	2000	1 342	13,1	24
EE	1999	195	13,5	61
HU	1999	750	7,4	30
LT	1999	220	5,9	32
LV	1999	200	8,2	14
MT	2000	80	21,0	:
PL	2000	6 400	15,5	23
RO	2000	713	3,2	32
SI	2000	548	27,3	54
SK	1999	400	7,4	25
TR (2)	2000	3 000	4,6	:

(1) Daten umfassen nur das von der Regierung kontrollierte Gebiet.

(2) PCs je 100 Einwohner - Quelle: Statistik der Informationsgesellschaft - Angaben über die Mittel- und Osteuropäischen Beitrittsländer (MOEL), Statistik kurz gefasst, Themenkreis 4 27/2001, Eurostat, 2001.

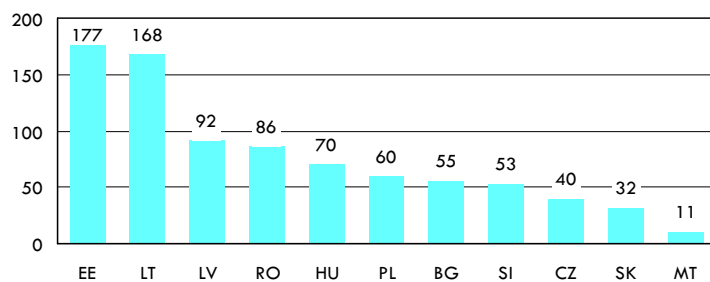
Quelle: Eurostat, Statistische Informationsgesellschaft (theme4/infosoc)

Abbildung 9.3: Wohnungen mit Fernsehgeräten, 1996 (%)

(1) Farbfemseher schließen Schwarz-Weiß-Femseher mit ein; basierend auf Haushalten anstelle von Wohnungen, 1993.

(2) Farbfemseher schließen Schwarz-Weiß-Femseher mit ein.

Quelle: Eurostat, Erhebung über den Energieverbrauch der privaten Haushalte

Abbildung 9.4: Häusliche und Freizeitunfälle in den Beitrittsländern, 1995 (altersstandardisierte Sterbeziffer je 100 000 Einwohner)

Source: WHO mortality statistics, 1995

Methodologie

METHODOLOGIE

Dieser Anhang enthält Erläuterungen zu den fünf wichtigsten Eurostat-Datenquellen, die für die vorliegende Veröffentlichung herangezogen wurden, sowie zu Eurobarometer-Umfragen. Weitere methodologische Anmerkungen im Zusammenhang mit speziellen Verbrauchszwecken finden sich in den entsprechenden Kapiteln.

HARMONISIERTE VERBRAUCHERPREISINDIZES (HVPIs)

Die Harmonisierten Verbraucherpreisindizes der Mitgliedstaaten wurden für den internationalen Vergleich der Verbraucherpreis-inflation entwickelt und werden zur Bewertung der Inflationskonvergenz herangezogen. Sie sind Schlüsselindikatoren von ESZB/EZB für die gemeinsame Währungspolitik in der Eurozone, da sie die Grundlage für den Verbraucherpreisindex der Europäischen Währungsunion (VPI-EWU) bilden. Die Preisstabilität in der Eurozone wird von der EZB unter Bezugnahme auf den VPI-EWU definiert („Preisstabilität wird definiert als Anstieg des Harmonisierten Verbraucherpreisindex (HVPI) für die Eurozone von weniger als 2% im Jahresvergleich.“¹). Mit der Verordnung des Rates (EG) Nr. 2494/95 vom 23. Oktober 1995 wurde ein Rahmen geschaffen, der durch detaillierte Umsetzungsverordnungen der Kommission und des Rates ergänzt werden muss. Der HVPI wird in jedem Mitgliedstaat auf der Grundlage einer harmonisierten Methodologie erstellt. Zur Verfügung stehen ein Gesamtindex und etwa 100 Teilindizes, die an die COICOP angelehnt sind².

HVPIs haben zum Ziel, reine Preisänderungen darzustellen, in die keine qualitativen Änderungen der gekauften Konsumgüter eingehen sollen. Deshalb sind die Preise im HVPI von Veränderungen in der Qualität der Waren und Dienstleistungen, auf die sie sich beziehen, bereinigt. Neue Produkte sind in die HVPI aufzunehmen, wenn ihr Umsatzvolumen ein Tausendstel der gesamten Verbrauchsausgaben in einem Mitgliedstaat übersteigt.

Der Erfassungsbereich des HVPI schließt per definitionem jene Waren und Dienstleistungen ein, die die Monetären Konsumausgaben der privaten Haushalte (MKAPH) ausmachen. Diese wiederum werden definiert als derjenige Teil des letzten Verbrauchs, der von den privaten Haushalten unabhängig (a) von deren Nationalität oder Wohnsitz; (b) durch monetäre Transaktionen; (c) im Wirtschaftsgebiet des Mitgliedstaates; (d) für Waren und Dienstleistungen, die der unmittelbaren Befriedigung individueller Bedürfnisse oder Wünsche dienen; (e) in einem oder beiden der miteinander verglichenen Zeiträume getätigt wird. Der HVPI erfasst auch die Ausgaben ausländischer Besucher ("Inlandskonzept") sowie von Personen, die in Institutionen leben, jedoch keine Ausgaben von Inländern bei einem Auslandsaufenthalt. Ebenfalls ausgenommen sind Geschäftsausgaben sowie Ausgaben für selbstgenutztes Wohneigentum (dargestellt als unterstellte Mieten oder als Hypothekenzinszahlungen).

Im HVPI werden jene Preise verwendet, die von privaten Haushalten zur Anschaffung einzelner Waren und Dienstleistungen in monetären Transaktionen gezahlt werden. Der Anschaffungspreis ist der Preis, den der Käufer tatsächlich entrichtet, also nach Vergütungen, Zuschüssen und Rabatten. Warenpreise werden in den HVPI für jenen Monat einbezogen, in dem sie beobachtet werden. Dienstleistungspreise werden in den HVPI für jenen Monat einbezogen, in dem sie für den Verbrauch bereitstehen. HVPIs basieren auf geeigneten Stichprobenverfahren unter Berücksichtigung der nationalen Eigenheiten von Produkten und Preisen. Die Stichproben werden laufend aktualisiert.

Die Gewichte für den HVPI basieren auf den aggregierten Ausgaben privater Haushalte für Gruppen von Waren und Dienstleistungen, die im HVPI erfasst sind, ausgedrückt in Prozent der gesamten MKAPH in einem Mitgliedstaat. Da die relative Verteilung der Verbrauchsausgaben für einzelne Produkte von Land zu Land variiert, gibt es keinen einheitlichen Warenkorb für alle Mitgliedstaaten.

Der Verbraucherpreisindex der Europäischen Währungsunion (VPI-EWU) wird berechnet als gewogener Durchschnitt der Eurozone ungeachtet ihrer Zusammensetzung. Er ist ein jährlicher Kettenindex, bei dem sich die Ländergewichte jedes Jahr ändern können. Die Gewichtung eines Mitgliedstaates ist gleich dem Anteil seiner MKAPH am Gesamtwert der Eurozone. Die Ländergewichte basieren auf Daten der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung für jenes Jahr, das zwei Kalenderjahre vor dem laufenden Jahr endete. Sie werden auf den Stand der Dezemberpreise des letzten Kalenderjahres vor dem laufenden Jahr gebracht.

(1) Pressemitteilung der EZB vom 13. Oktober 1998.

(2) Um den Vergleich mit anderen Quellen, die sich auf die COICOP stützen, zu erleichtern, wurde der HVPI in dieser Veröffentlichung entsprechend der COICOP-Standardklassifikation neu kodiert. Dadurch kann es zu Abweichungen gegenüber anderen Veröffentlichungen kommen.

Der Europäische Verbraucherpreisindex (EVPI) wird bis 1998 als jährlicher Kettenindex für die 15 EU-Mitgliedstaaten berechnet. Ab 1999 wird der VPI-EWU als eine Einheit im EVPI behandelt. Die Ländergewichte für den EVPI basieren auf dem Wert der MKAPH in Landeswährung (einschließlich Euro für die Eurozone), umgerechnet in Kaufkraftstandards (KKS). Die Ländergewichte der Eurozone spiegeln ihren Anteil im EU-Gesamtwert wider.

Ausführliche Informationen über die Entwicklung der HVPIs enthält der Bericht der Kommission an den Rat über die Harmonisierung der Verbraucherpreisindizes in der Europäischen Union vom 21. November 2000, KOM(2000) 742 endg.

PREISINDIZES UND PREISNIVEAUS:

KAUFKRAFTSTANDARDS (KKSs), PREISNIVEAUINDIZES (PNIs) UND ERHEBUNGEN ÜBER STRICHKODESCANNERDATEN

Normalerweise werden für einen Preisvergleich in verschiedenen Währungen Umrechnungen mit Hilfe von Wechselkurse vorgenommen. Dabei wird das tatsächliche Preisniveau in den betreffenden Ländern aber möglicherweise nicht korrekt wiedergegeben. Kaufkraftstandards (KKS) sind auch eine Art Wechselkurs, aber so konstruiert, dass sie die Unterschiede im Preisniveau zwischen den Ländern berücksichtigen³. Dadurch sind sie für internationale Vergleiche besser geeignet.

Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) gilt als wichtigster Indikator für die Wirtschaftstätigkeit eines Landes. Benötigt wird eine zuverlässige Methode für den Vergleich der realen BIP-Volumina. Für solche Vergleiche werden die KKS in erster Linie berechnet. KKS erhält man als Durchschnitt der Preisquotienten verschiedene Ländern für eine Liste vergleichbarer Waren und Dienstleistungen. Bei deren Auswahl wird darauf geachtet, dass so repräsentativ wie möglich für das Verbrauchsmuster in jedem Land sind. In Anbetracht der Unterschiede in der Verbrauchsstruktur durch Ländern wie etwa Griechenland und Finnland ist die Aufstellung einer solchen Liste problematisch und erfordert Kompromisse.

Die Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte werden anhand der Klassifikation der Verwendungszwecke des Individualkonsums (COICOP) der Vereinten Nationen in kleinere Gruppen unterteilt, die von Eurostat und der OECD ergänzt wird. Diese Gruppen (genannt Grundeinteilungen) bestehen aus ähnlichen Produkten (z. B. Fernsehgeräte, Videorecorder und Radios). Die Liste für jede Gruppe ist in Teillisten gegliedert, die aus repräsentativen Positionen bestehen, wobei der gesamte private Verbrauch von über 3 000 Waren und Dienstleistungen repräsentiert wird. Für jede Gruppe bildet der Durchschnitt der Preisquotienten den KKS.

Die in Verkaufsstellen erhobenen Preisdaten sind die tatsächlich vom Verbraucher zu zahlenden Preise einschließlich Mehrwertsteuer und anderer Abgaben. Die in einem geografischen Gebiet (meistens im Einzugsbereich der Hauptstadt) zu einem bestimmten Zeitpunkt erfassten Preise werden in nationale Jahresmittelwerte umgerechnet. Die Auswahl der Verkaufsstellen, in denen die Preise erfasst werden, spiegelt in etwa die durchschnittlichen Verbrauchsgewohnheiten des Landes wider. Die KKSs für die einzelnen Gruppen werden unter Verwendung von Ausgabengewichten, die den jeweiligen Anteil am Verbrauch repräsentieren, auf einer höheren Klassifikationsebene aggregiert. Die jüngsten verfügbaren Daten der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung werden zur Gewichtung der einzelnen Länder herangezogen.

Obwohl KKSs berechnet werden, um das Volumen des BIP und seine wichtigsten Aggregate vergleichen zu können, können sie auch für den Vergleich des relativen Preisniveaus von Waren- und Dienstleistungsgruppen in verschiedenen Ländern verwendet werden. Preisniveauindizes (PNIs) werden als Quotient aus KKSs und Wechselkurs berechnet. Liegt der Index über 100, ist das Land relativ teuer. PNIs sind nicht genau genug, um die Länder präzise einstufen zu können, wenn die Indexzahlen sehr nahe beieinander liegen.

(3) Kaufkraftparitäten werden in einer willkürlichen Referenzeinheit ausgedrückt, einem Zahlenwert, dem sogenannten Kaufkraftstandard (KKS). Dieser Zahlenwert ist so definiert, dass für jedes einzelne BIP-Aggregat der EU-Gesamtwert aus der Umrechnung der Werte in Landeswährung mit Kaufkraftparitäten dem EU-Gesamtwert dieses Aggregat in Euro entspricht.

Da für KKSs die räumliche vor der zeitlichen Konsistenz Priorität hat, sollten PNIs nicht im Zeitverlauf verglichen werden. PNIs ermöglichen zwar einen räumlichen Vergleich der Preisniveaus verschiedener Länder für bestimmte Ausgabenzwecke (erfasst nach COICOP), doch ist ein Vergleich der Preisniveaus dieser Zwecke innerhalb eines Landes nicht möglich.

Weitere Informationen über KKS/KKP und PNI enthält die jüngste Ausgabe der jährlichen Publikation, Purchasing power parities and related economic indicators: results for 1998, veröffentlicht 2000 (ISBN 92-894-0118-4).

Um Alternativen zu den herkömmlichen Erhebungen in Verkaufsstellen zu untersuchen, wurden im Zeitraum 2000/2001 im Rahmen eines Pilotprojekts Daten von Strichcodescannern erfasst. Unter anderem ging es darum, ob sich dadurch die Genauigkeit der KKS-Ergebnisse verbessern ließe. Im Vergleich zu den herkömmlichen Erhebungen waren die Stichproben für das Scannerprojekt erheblich größer. Außerdem konnten Rabatte und saisonabhängige Preisschwankungen berücksichtigt werden, weil die Preise laufend und nicht nur in einem bestimmten Erhebungszeitraum erfasst wurden. Einige Beispiele für den Preisvergleich einzelner Produkte aus dieser Erhebung in Form von nationalen Jahresdurchschnittspreisen (und nicht exakten Preisen wie in Verkaufsstellen) werden am Ende der Kapitel 1, 2, und 3 angeführt.

VOLKSWIRTSCHAFTLICHE GESAMTRECHNUNG (ESVG 1995) - GLIEDERUNG DER VERBRAUCHSAUSGABEN PRIVATER HAUSHALTE NACH VERWENDUNGSZWECKEN

Die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung wird in Übereinstimmung mit dem Europäischen System Volkswirtschaftlicher Gesamtrechnungen (ESVG 1995) erstellt. Private Haushalte als Konsumenten sind Personengruppen, die in der gleichen Wohnung leben, ihr Einkommen und ihr Vermögen ganz oder teilweise zusammenlegen und bestimmte Waren und Dienstleistungen, insbesondere Wohnung und Essen, gemeinsam verbrauchen. Ferner kann das Kriterium familiärer oder emotionaler Bindungen zur Definition herangezogen werden.

Zwei Konzepte des Endverbrauchs werden angewandt: Verbrauchsausgaben und tatsächlicher Verbrauch. Verbrauchsausgaben sind Ausgaben für den Verbrauch von Waren und Dienstleistungen. Dagegen bezieht sich der tatsächliche Verbrauch auf den Erwerb von Waren und Dienstleistungen. Der Unterschied zwischen den beiden Konzepten liegt in der Bewertung bestimmter Waren und Dienstleistungen, die vom Staat oder privaten Organisationen ohne Erwerbzweck (pOE) finanziert und privaten Haushalten als soziale Sachleistungen zur Verfügung gestellt werden.

Die Verbrauchsausgaben privater Haushalte umfassen in erster Linie Waren und Dienstleistungen, die auf dem Markt erworben werden, aber auch den Verbrauch von Eigenproduktion wie Leistungen von selbstgenutztem Wohneigentum oder Waren und Dienstleistungen, die in Form von Sachleistungen empfangen werden. Nicht enthalten sind soziale Sachleistungen, Vorleistungen oder Bruttoanlageinvestitionen, Kauf von nichtproduzierten Vermögensgütern, Zahlungen an pOE, Steuern (außer Produktsteuern) und freiwillige Transfers. Verbrauchsausgaben können im In- oder Ausland getätigt werden.

Waren und Dienstleistungen sind generell dann zu erfassen, wenn dem Käufer eine Verpflichtung gegenüber dem Verkäufer erwächst, da die Ausgabe für eine Ware zum Zeitpunkt des Eigentümerwechsels erfasst werden muss. Ausgaben für eine Dienstleistung werden erfasst, wenn die Leistung erbracht ist. Ausgaben für eine Ware, die durch Teilzahlung oder Kreditfinanzierung (einschließlich Finanzierungsleasing) erworben wird, sind zum Zeitpunkt der Lieferung der Ware zu erfassen, auch wenn damit noch keine rechtliche Eigentumsübertragung einhergeht. Der Verbrauch selbstproduzierter Erzeugnisse wird zum Produktionszeitpunkt erfasst.

Die Verbrauchsausgaben privater Haushalte werden zum Anschaffungspreis erfasst. Das ist der Preis, den der Käufer zum Zeitpunkt des Kaufs tatsächlich bezahlt. Waren und Dienstleistungen, die Arbeitnehmern als Sachleistungen zur Verfügung gestellt werden, werden zu Herstellungspreisen bewertet, wenn sie vom Arbeitgeber erzeugt wurden, und zu Anschaffungspreisen des Arbeitgebers, wenn sie von ihm gekauft wurden. Für den Eigenverbrauch entnommene Güter werden zu Herstellungspreisen bewertet.

Weitere Informationen über die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung finden sich in: Europäisches System Volkswirtschaftlicher Gesamtrechnungen, ESVG 1995, Eurostat (ISBN 92-827-7961-0).

ERHEBUNGEN ÜBER HAUSHALTSRECHNUNGEN (HBS)

Zweck einer Erhebung über Haushaltsrechnungen (HBS) im weiten Sinne ist es, ein Bild über die Lebensbedingungen privater Haushalte in einem bestimmten Gebiet und einer bestimmten Periode zu erhalten. Die Erhebung wird durchgeführt, um die gesamten Verbrauchsausgaben privater Haushalte und von Gruppen privater Haushalte zu erfassen, aufgeschlüsselt nach Haushaltsmerkmalen wie Einkommen, sozioökonomische Merkmale, Größe und Zusammensetzung, Urbanisierungsgrad, Region usw. Anhand von HBS-Daten werden häufig Gewichte für die Erstellung von Verbraucherpreisindizes (wie den HVPI) oder die Zusammenstellung der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung berechnet. Gut die Hälfte der EU-Mitgliedstaaten führt jährliche Erhebungen durch, während in den restlichen Mitgliedstaaten die Erhebungen im Abstand von fünf oder mehr Jahren erfolgen. In den meisten Erhebungen in der Gemeinschaft werden die Stichproben durch Wahrscheinlichkeitsauswahl gebildet. Ein verbreitetes und großes Problem ist die hohe Rate der Nichtbeantwortung.

Zeitpunkt der nationalen Erhebungen über Haushaltsrechnungen

	Referenzzeitraum	Nationale Erhebungsbezeichnung	Stichprobengröße
B	1999	Enquête sur les Budgets des Ménages	3 745
DK	1997-1999	Forbrugerundersøgelsen	2 725
D	1998	Einkommens- und Verbrauchsstichprobe	60 681
EL	10/1998 - 09/1999	Family Budget Survey	6 258
E	1998	Encuesta Continua de Presupuestos Familiares	9 891
F	10/1994 - 09/1995	Enquête Budgets des Familles	9 634
IRL	06/1999 - 07/2000	Household Budget Survey	7 550
I	1999	Rilevazione sui consumi delle famiglie Italiane	20 929
L	1998	Enquête Budgets Familiaux	2 990
NL	1999	Budgetonderzoek	1 851
A	11/1999 - 10/2000	Konsumerhebung	7 098
P	10/1994 - 10/1995	Inquérito aos orçamentos familiares	10 554
FIN	1998	Kulutustukimus	4 359
S	05/1999 - 04/2000	Hushållens utgifter	1 612
UK	04/1999 - 03/2000	Family Expenditure Survey	7 096

Quelle: Eurostat, Erhebung über Haushaltsrechnungen

Alle Erhebungen des HBS beschränken sich auf den Teil der Bevölkerung, der in privaten Haushalten lebt. Kollektive oder institutionelle Haushalte (Altenheime, Krankenhäuser, Pensionen, Gefängnisse, Kasernen usw.) sind ausgenommen, da es sich dabei meist um Personen ohne festen Wohnsitz handelt. Die Datenerhebung erfolgt in einer Kombination aus (a) einem oder mehreren Interviews und (b) Aufzeichnungen in Haushaltsbüchern, die von Haushalten und/oder Einzelpersonen täglich geführt werden müssen. Darin werden die Verbrauchsausgaben des Haushalts eingetragen, und im Hauptinterview werden die notwendigen Angaben zu Merkmalen und Einkommen der Haushalte erfragt. Die Dauer der intensiven Erfassung reicht von einer Woche bis zu 30 Tagen. In retrospektiven Befragungen oder Selbstberichten werden unterschiedliche Bezugsperioden zugrunde gelegt, etwa ein Monat für häufige Positionen und ein Jahr für seltene Positionen. Mit längeren Bezugsperioden erhöht sich die Genauigkeit der Angaben, aber es kann auch zu Verzerrungen kommen, weil die Erinnerung ungenau wird.

Da es bei den Erhebungen des HBS auf ein harmonisiertes Ergebnis ankommt, besteht Eurostat nicht auf den gleichen Fragen, der gleichen Erhebungsstruktur oder dem gleichen Stichprobendesign, sondern vielmehr auf der Harmonisierung der Konzepte und Definitionen. Basiseinheit der Datenerhebung und -analyse von HBS ist der Haushalt. Er kann definiert sein als eine soziale Einheit, in der zusätzlich zu einer gemeinsamen Wohnung eine oder mehrere Voraussetzungen für ein Zusammenleben erfüllt sind (etwa das Kriterium gemeinsamer Ausgaben oder täglicher Verrichtungen). Damit wird der Haushalt als eine haushaltende Einheit definiert. Die Verwendung von alternativen Definitionen, die sich z. B. auf die Zusammenlegung von Einkommen und Vermögen oder auf familiäre oder persönliche Beziehungen stützen, wirkt sich sowohl auf die durchschnittliche Größe und Zusammensetzung der Haushalte als auch den Erfassungsbereich der Erhebung aus.

Es muss festgelegt werden, wer die Referenzperson sein soll (meist der Haushaltsvorstand), deren persönliche Merkmale zur Klassifikation und Analyse der Angaben zum Haushalt herangezogen werden können. Die sozioökonomische Gruppe, Beruf und Beschäftigungsstatus, Einkommen, Geschlecht und Alter der Referenzperson werden häufig zur Klassifizierung und Darstellung der Ergebnisse verwendet. Für HBS empfiehlt sich als Referenzperson, wer den größten Teil zum Gesamteinkommen des Haushalts beiträgt.

Die Unterscheidung zwischen Erwachsenen und Kindern beeinflusst die Klassifikation der Haushaltstypen, etwa die Frage, ob ein Paar mit erwachsenen Kindern als Kernhaushalt, bestehend aus einem Paar mit Kindern, oder als komplexerer Haushaltstyp, dem ein Paar, Kinder und andere Erwachsene angehören, klassifiziert wird. Für HBS ist ein Kind grundsätzlich eine Person unter 16 Jahren oder aber 16-24 Jahre alt, wirtschaftlich abhängig und mit mindestens einem Elternteil zusammenlebend.

Um Skalenerträge zu berücksichtigen, können die Haushaltsausgaben in Erwachsenenäquivalenten ausgedrückt werden. Auf diese Weise lassen sich die Ausgaben von Haushalten unterschiedlicher Größe vergleichen. Der erste Erwachsene im Haushalt wird mit 1 gewichtet, jeder weitere Erwachsene (14 Jahre und älter) mit 0,5 und jedes Kind mit 0,3.

Die Ausgaben der privaten Haushalte für Waren und Dienstleistungen werden zum tatsächlich gezahlten Preis erfasst einschließlich der vom Käufer getragenen indirekten Steuern (Mehrwertsteuer und Verbrauchsabgaben).

Die haushaltsinterne Produktion ist eine der nichtmonetären Komponenten des Verbrauchs, die ebenfalls mit HBS-Erhebungen erfasst werden sollte. Es geht dabei um Waren, die vom Haushalt im Rahmen einer privaten oder gewerblichen Tätigkeit selbst produziert werden, z. B. die Eigenproduktion von Lebensmitteln (in einem bäuerlichen Haushalt oder einem Haushalt mit Gemüsegarten), oder um Entnahmen aus dem im Haushalt gelagerten Warenbestand von Händlern. Diese Produktion wird normalerweise zum Verkaufspreis bewertet, so als sei das Produkt in einem Laden gekauft worden. Die interne Produktion sollte möglichst dann erfasst werden, wenn sie tatsächlich konsumiert wird, doch können die Vorgehensweisen der Länder davon möglicherweise abweichen.

Sachleistungen (Einkommen), die Beschäftigte als Gegenleistung für ihre Arbeit vom Arbeitgeber erhalten, werden als Verbrauch erfasst, weil sie im Haushalt konsumiert werden. Geldtransfers zwischen Haushalten haben nichts mit dem Verbrauch des betreffenden Haushalts zu tun und sollten deshalb nicht erfasst werden. Von den Verbrauchsausgaben her gesehen, sollte bei Kreditkauf dem Barpreis für die entsprechenden Waren Vorrang gegeben werden. Es wird empfohlen, den Zeitpunkt der Auslieferung der Ware für die Erfassung der Verbrauchsausgaben zugrunde zu legen. Um für die Bewertung des Lebensstandards einen Gesamtüberblick über die Ausgaben zu erhalten, wird der Kauf von Gebrauchsgütern in der gleichen Weise erfasst wie andere Verbrauchsausgaben.

Bedingt durch die Unterschiede im Sozialschutz und den Bildungssystemen der Mitgliedstaaten ist die Vergleichbarkeit der HBS-Daten in den Bereichen Gesundheit und Erziehung am schwierigsten. Der Verbrauchsbereich Gesundheit ist besonders wichtig zur Ermittlung des Lebensstandards privater Haushalte, weshalb ein uneinheitliches Vorgehen Ländervergleiche verzerren kann. Ganz gleich, welche Methoden verwendet werden, scheint es schwierig zu sein, in diesen Bereichen ein gutes Niveau internationaler Vergleichbarkeit zu erreichen.

*Weitere Informationen hierzu enthält die Eurostat-Veröffentlichung *Household Budget Surveys in the EU, Methodology and recommendations for harmonisation*, 1997 (ISBN 92-827-9805-4).*

ANWENDUNG VON HBS ODER DER AUFGLIEDERUNG DER VERBRAUCHSAUSGABEN NACH DER VOLKSWIRTSCHAFTLICHEN GESAMTRECHNUNG

Diese beiden Datensätze ergänzen sich in ihren Stärken und Schwächen. Daten der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung haben den großen Vorteil, dass Schätzungen mit dem sonstigen Geschehen in der Volkswirtschaft übereinstimmen. Sie sind in Wirklichkeit hochgerechnete Zahlen, die eine vollständige Erfassung der privaten Haushalte möglich machen (z. B. auch Personen in Institutionen, die aus Stichprobenerhebungen ausgenommen sind). Da sie auch als Zeitreihen vorgesehen sind, gewährleisten sie die Konsistenz im Zeitverlauf. Jedoch stehen Daten aus der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung gewöhnlich nicht auf einer sehr detaillierten COICOP-Ebene zur Verfügung und lassen sich nicht nach Haushaltstypen aufschlüsseln.

HBS stellt sowohl im Hinblick auf COICOP als auch auf Haushaltstyp sehr viel genauer aufgeschlüsselte Informationen zur Verfügung. Zeitreihenvergleiche sind allerdings sehr begrenzt. Nichtbeantwortung und oft sehr kleine Stichproben können die Qualität der Schätzwerte für die Verbrauchsausgaben bestimmter Gruppen privater Haushalte einschränken.

EUROBAROMETER-UMFRAGEN

In den Eurobarometer-Umfragen werden Personen ab 15 Jahren wohnhaft in allen Mitgliedstaaten erfasst. Grundsätzlich wird die Stichprobe mit einem mehrstufigen Zufalls-(Wahrscheinlichkeits-)Verfahren auf der Ebene II der geografischen Systematik NUTS erstellt. Die Erhebungen sollen für Metropolen, städtische und ländliche Bereiche repräsentativ sein. Alle Interviews werden persönlich geführt. Die Ergebnisse von Eurobarometer-Umfragen werden vom Referat B1 „Meinungsumfragen, Presseschau, Europe Direct“ der Generaldirektion der Europäischen Kommission für Presse und Kommunikation analysiert und verbreitet. Umfragen im Zusammenhang mit Verbraucherfragen sind auf der Webseite der Generaldirektion der Europäischen Kommission für Gesundheit und Verbraucherschutz verfügbar unter: http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/index_de.htm

COICOP SYSTEMATIK

01-12 - INDIVIDUELLE VERBRAUCHSAUSGABEN VON HAUSHALTEN

01 - NAHRUNGSMITTEL UND ALKOHOLFREIE GETRÄNKE

01.1 - Nahrungsmittel

- 01.1.1 - Brot und Getreideerzeugnisse (V)
- 01.1.2 - Fleisch (V)
- 01.1.3 - Fisch und Meeresfrüchte (V)
- 01.1.4 - Milch, Käse und Eier (V)
- 01.1.5 - Öle und Fette (V)
- 01.1.6 - Obst (V)
- 01.1.7 - Gemüse einschließlich Kartoffeln und anderen Knollengewächsen (V)
- 01.1.8 - Zucker, Marmelade, Honig, Sirup, Schokolade und Süßwaren (V)
- 01.1.9 - Nahrungsmittel a.n.g. (V)

01.2 - Alkoholfreie Getränke

- 01.2.1 - Kaffee, Tee und Kakao (V)
- 01.2.2 - Mineralwasser, Limonade und Saft (V)

02 - ALKOHOLISCHE GETRÄNKE, TABAK UND NARKOTIKA

02.1 - Alkoholische Getränke

- 02.1.1 - Branntwein (V)
- 02.1.2 - Wein (V)
- 02.1.3 - Bier (V)

02.2 - Tabak

- 02.2.0 - Tabak (V)

02.3 - Narkotika

- 02.3.0 - Narkotika (V)

03 - BEKLEIDUNG UND SCHUHE

03.1 - Bekleidung

- 03.1.1 - Bekleidungsstoffe (H)
- 03.1.2 - Bekleidungsartikel (H)
- 03.1.3 - Sonstige Bekleidungsartikel und -zubehör (H)
- 03.1.4 - Trockenreinigung, Reparatur und Miete von Bekleidung (D)

03.2 - Schuhe einschließlich Reparatur

- 03.2.1 - Schuhe (H)
- 03.2.2 - Reparatur und Miete (D)

04 - WOHNUNG, WASSER, ELEKTRIZITÄT, GAS UND ANDERE BRENNSTOFFE

04.1 - Wohnungsmieten

- 04.1.1 - Gezahlte Wohnungsmieten (D)
- 04.1.2 - Sonstige gezahlte Wohnungsmieten (D)

04.2 - Unterstellte Miete für Wohnungen

- 04.2.1 - Unterstellte Miete der Eigentümer (D)
- 04.2.2 - Sonstige unterstellte Mieten (D)

04.3 - Reguläre Instandhaltung und Reparatur der Wohnung

- 04.3.1 - Erzeugnisse für die reguläre Instandhaltung und Reparatur der Wohnung (V)
- 04.3.2 - Dienstleistungen für die reguläre Instandhaltung und Reparatur der Wohnung (D)

04.4 - Wasserversorgung und sonstige Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Wohnung

- 04.4.1 - Wasserversorgung (V)
- 04.4.2 - Müllabfuhr (D)
- 04.4.3 - Abwasserbeseitigung (D)
- 04.4.4 - Sonstige Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Wohnung (D)

04.5 - Elektrizität, Gas und andere Brennstoffe

- 04.5.1 - Elektrizität (V)
- 04.5.2 - Gas (V)
- 04.5.3 - Flüssige Brennstoffe (V)
- 04.5.4 - Feste Brennstoffe (V)
- 04.5.5 - Wärmeenergie (V)

ERKLÄRUNG:

- (V) - Verbrauchsgut
- (H) - Halbverbrauchsgut
- (G) - Gebrauchsgut
- (D) - Dienstleistung

05 - HAUSRAT UND LAUFENDE INSTANDHALTUNG DES HAUSES**05.1 - Einrichtungsgegenstände, Bodenbeläge und Reparaturen**

- 05.1.1 - Möbel und andere Einrichtungsgegenstände (G)
- 05.1.2 - Teppiche und andere Bodenbeläge (G)
- 05.1.3 - Reparatur von Einrichtungsgegenständen und Bodenbelägen (D)

05.2 - Heimtextilien

- 05.2.0 - Heimtextilien (H)

05.3 - Heiz- und Kochgeräte, Kühlschränke, Waschmaschinen und ähnliche Haushalts-Großgeräte, einschließlich Installation und Reparatur

- 05.3.1 - Elektrische und nichtelektrische Haushalts-Großgeräte (G)
- 05.3.2 - Elektrische Haushalts-Kleingeräte (H)
- 05.3.3 - Reparatur von Haushaltsgeräten (D)

05.4 - Glaswaren, Geschirr und andere Gebrauchsgüter für die Haushaltsführung

- 05.4.0 - Glaswaren, Geschirr und andere Gebrauchsgüter für die Haushaltsführung (H)

05.5 - Werkzeuge und andere Gebrauchsgüter für Haus und Garten

- 05.5.1 - Großwerkzeuge und -geräte (G)
- 05.5.2 - Kleinwerkzeuge und diverses Zubehör (H)

05.6 - Waren und Dienstleistungen für die laufende Haushaltsführung

- 05.6.1 - Kurzlebige Haushaltswaren (V)
- 05.6.2 - Leistungen von Hauspersonal, Fensterputzern, Desinfektoren und Kammerjägern; Miete von Hausrat (D)

06 - GESUNDHEIT**06.1 - Medizinische Erzeugnisse und Geräte**

- 06.1.1 - Pharmazeutische Erzeugnisse (V)
- 06.1.2 - Sonstige medizinische Erzeugnisse (V)
- 06.1.3 - Therapeutische Geräte (G)

06.2 - Ambulante Dienstleistungen

- 06.2.1 - Medizinische Dienstleistungen (D)
- 06.2.2 - Zahnmedizinische Dienstleistungen (D)
- 06.2.3 - Paramedizinische Dienstleistungen (D)

06.3 - Krankenhausdienstleistungen

- 06.3.0 - Krankenhausdienstleistungen (D)

07 - VERKEHR**07.1 - Kauf von Fahrzeugen**

- 07.1.1 - Neue und gebrauchte Kraftfahrzeuge (G)
- 07.1.2 - Krafträder (G)
- 07.1.3 - Fahrräder (G)
- 07.1.4 - Gespannfahrzeuge (G)

07.2 - Betrieb von privaten Verkehrsmitteln

- 07.2.1 - Ersatzteile und Zubehör (H)
- 07.2.2 - Kraft- und Schmierstoffe (V)
- 07.2.3 - Instandhaltung und Reparatur (D)
- 07.2.4 - Sonstige Dienstleistungen an privaten Verkehrsmitteln (D)

07.3 - Verkehrsleistungen

- 07.3.1 - Schienenpersonenverkehr (D)
- 07.3.2 - Straßenpersonenverkehr (D)
- 07.3.3 - Luftpersonenverkehr (D)
- 07.3.4 - Personenverkehr in See- und Binnenschifffahrt (D)
- 07.3.5 - Kombiniertes Personenverkehr (D)
- 07.3.6 - Sonstige gekaufte Verkehrsleistungen (D)

08 - NACHRICHTENÜBERMITTLUNG**08.1 - Postdienste**

- 08.1.0 - Postdienste (D)

08.2 - Telefonapparate und Telefaxgeräte

- 08.2.0 - Telefonapparate und Telefaxgeräte (G)

08.3 - Telefon- und Telefaxdienste

- 08.3.0 - Telefon- und Telefaxdienste (D)

09 - FREIZEIT UND KULTUR

09.1 - Geräte und Zubehör einschließlich Reparatur

- 09.1.1 - Empfangs-, Aufzeichnungs- und Wiedergabegeräte für Ton und Bild (G)
- 09.1.2 - Foto-, Kino- und optische Geräte (G)
- 09.1.3 - Datenverarbeitungsgeräte (G)
- 09.1.4 - Sonstige wesentliche Gebrauchsgüter für Freizeit und Kultur (H)
- 09.1.5 - Spiel- und Hobbywaren, Sportgeräte, Ausrüstungen für Camping und Erholung im Freien (D)

09.2 - Sonstige wesentliche Gebrauchsgüter für Freizeit und Kultur

- 09.2.1 - Wesentliche Gebrauchsgüter für die Freizeit (G)
- 09.2.2 - Musikinstrumente und wesentliche Gebrauchsgüter für die Freizeit (G)
- 09.2.3 - Instandhaltung und Reparatur von sonstigen wesentlichen Gebrauchsgütern für Freizeit und Kultur (D)

09.3 - Sonstige Freizeitartikel und -geräte, Gartenartikel und Heimtiere

- 09.3.1 - Spiel- und Hobbywaren (H)
- 09.3.2 - Sportgeräte und Ausrüstungen für Camping und Erholung im Freien (H)
- 09.3.3 - Pflanzen (V)
- 09.3.4 - Heimtiere und Heimtierartikel (V)
- 09.3.5 - Veterinär- und andere Dienstleistungen für Heimtiere (D)

09.4 - Freizeit- und Kulturdienstleistungen

- 09.4.1 - Freizeit- und Sportdienstleistungen (D)
- 09.4.2 - Kulturdienstleistungen (D)
- 09.4.3 - Glücksspiel (D)

09.5 - Zeitungen, Bücher und Schreibwaren

- 09.5.1 - Bücher (H)
- 09.5.2 - Zeitungen und Zeitschriften (V)
- 09.5.3 - Sonstige Druckerzeugnisse (V)
- 09.5.4 - Schreibwaren und Zeichenmaterial (V)

09.6 - Pauschalreisen

- 09.6.0 - Pauschalreisen (D)

10 - BILDUNGSWESEN

10.1 - Kindergärten und Vorbildung

- 10.1.0 - Kindergärten und Vorbildung (D)

10.2 - Sekundärbereich

- 10.2.0 - Sekundärbereich (D)

10.3 - Post-Sekundärbereich

- 10.3.0 - Post-Sekundärbereich (D)

10.4 - Tertiärbereich

- 10.4.0 - Tertiärbereich (D)

10.5 - Unterrichtswesen ausserhalb von Ebenen

- 10.5.0 - Unterrichtswesen ausserhalb von Ebenen (D)

11 - HOTELS, CAFÉS UND RESTAURANTS

11.1 - Bewirtschaftungsleistungen

- 11.1.1 - Restaurants und Cafés (D)
- 11.1.2 - Kantinen (D)

11.2 - Beherbergungsleistungen

- 11.2.0 - Beherbergungsleistungen (D)

12 - VERSCHIEDENE WAREN UND DIENSTLEISTUNGEN

12.1 - Körperpflege

- 12.1.1 - Friseur-, Kosmetik- und Schönheitssalons, Massageinstitute, Bäder, Saunen und Solarien (D)
- 12.1.2 - Güter für die Körperpflege (H)
- 12.1.3 - Sonstige Erzeugnisse, elektrische Geräte (V)

12.2 - Prostitution

- 12.2.0 - Prostitution (D)

12.3 - Persönliche Gebrauchsgüter a.n.g.

- 12.3.1 - Schmuck und Uhren (G)
- 12.3.2 - Sonstige persönliche Gebrauchsgüter (H)

12.4 - Sozialschutz

- 12.4.0 - Sozialschutz (D)

12.5 - Versicherungen

- 12.5.1 - Lebensversicherung (D)
- 12.5.2 - Versicherungen im Zusammenhang mit der Wohnung (D)
- 12.5.3 - Versicherungen im Zusammenhang mit der Gesundheit (D)
- 12.5.4 - Versicherungen im Zusammenhang mit dem Verkehr (D)
- 12.5.5 - Sonstige Versicherungen (D)

12.6 - Finanzdienstleistungen a.n.g.

- 12.6.1 - FISIM (Bankdienstleistungen gegen unterstellte Bankgebühr) (D)
- 12.6.2 - Sonstige Finanzdienstleistungen a.n.g. (D)

12.7 - Sonstige Dienstleistungen a.n.g

- 12.7.0 - Sonstige Dienstleistungen a.n.g. (D)