



IKT-EINSATZ IN UNTERNEHMEN

Einsatz von Informations- und
Kommunikationstechnologien in
Unternehmen 2019

Herausgegeben von STATISTIK AUSTRIA



Wien 2020

Auskünfte

Für schriftliche oder telefonische Anfragen steht Ihnen in der Statistik Austria der Allgemeine Auskunftsdienst unter der Adresse

Guglgasse 13
1110 Wien
Tel.: +43 (1) 711 28-7070
e-mail: info@statistik.gv.at
Fax: +43 (1) 711 28-7728

zur Verfügung.

Herausgeber und Hersteller

STATISTIK AUSTRIA
Bundesanstalt Statistik Österreich
1110 Wien
Guglgasse 13

Für den Inhalt verantwortlich

Mag. Nina Djahangiri
Tel.: +43 (1) 711 28-7522
e-mail: nina.djahangiri@statistik.gv.at

Gerald Haßl
Tel.: +43 (1) 711 28-8035
e-mail: gerald.hassl@statistik.gv.at

Dipl.-Ing. Mag. Marlene Weinauer
Tel.: +43 (1) 711 28-7528
e-mail: marlene.weinauer@statistik.gv.at

Umschlagfoto

Cäcilia Bachmann

Kommissionsverlag

Verlag Österreich GmbH
1010 Wien
Bäckerstraße 1
Tel.: +43 (1) 610 77-0
e-mail: order@verlagoesterreich.at

ISBN 978-3-903264-45-8

Das Produkt und die darin enthaltenen Daten sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte sind der Bundesanstalt Statistik Österreich (STATISTIK AUSTRIA) vorbehalten. Bei richtiger Wiedergabe und mit korrekter Quellenangabe „STATISTIK AUSTRIA“ ist es gestattet, die Inhalte zu vervielfältigen, verbreiten, öffentlich zugänglich zu machen und sie zu bearbeiten. Bei auszugsweiser Verwendung, Darstellung von Teilen oder sonstiger Veränderung von Dateninhalten wie Tabellen, Grafiken oder Texten ist an geeigneter Stelle ein Hinweis anzubringen, dass die verwendeten Inhalte bearbeitet wurden.

Die Bundesanstalt Statistik Österreich sowie alle Mitwirkenden an der Publikation haben deren Inhalte sorgfältig recherchiert und erstellt. Fehler können dennoch nicht gänzlich ausgeschlossen werden. Die Genannten übernehmen daher keine Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte, insbesondere übernehmen sie keinerlei Haftung für eventuelle unmittelbare oder mittelbare Schäden, die durch die direkte oder indirekte Nutzung der angebotenen Inhalte entstehen. Korrekturhinweise senden Sie bitte an die Redaktion.

© STATISTIK AUSTRIA

Artikelnummer: 20-2030-19

Verkaufspreis: € 17,00

Wien 2020

Vorwort

Mit der vorliegenden Publikation werden die Ergebnisse der Erhebung über den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) in Unternehmen 2019 präsentiert.

Basisdaten über Internetnutzung, Verwendung von Breitbandverbindungen sowie Nutzung von Social Media werden dargestellt. Weiters werden für die Unternehmen Kennzahlen über E-Commerce-Verkäufe sowohl über Websites, Apps oder Online-Marktplätze als auch EDI-basierte Systeme, präsentiert. Gemäß der Mitteilung „Digitale Agenda für Europa“ der Europäischen Kommission und dem für die Erhebung 2019 gültigen Benchmarking-Framework „Monitoring the Digital Economy & Society 2016-2021“ gab es für die Erhebungsrunde 2019 zusätzliche Fragen zum Thema „IKT-Sicherheit“. Die Aufgliederung der Unternehmensdaten in den Ergebnistabellen erfolgt grundsätzlich nach Wirtschaftszweigen und nach Beschäftigtengrößenklassen der Unternehmen.

Die in der Publikation dargestellten Daten sind die Ergebnisse der Europäischen Erhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen 2019, die von Statistik Austria mit einem europaweit einheitlichen Fragenprogramm, standardisierten Definitionen und einer einheitlichen Methodik in Form einer Stichprobenerhebung bei Unternehmen ab 10 Beschäftigten in ausgewählten Wirtschaftszweigen basierend auf einer für Österreich verpflichtenden EU-Rechtsgrundlage durchgeführt wurde.



Mag. Werner Holzer

Fachstatistischer Generaldirektor der STATISTIK AUSTRIA

Wien, im Mai 2020

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	11
Summary	12
1 Einleitung	15
2 Methodik	16
2.1 Erhebungseinheit und -masse	16
2.2 Grundgesamtheit, Stichprobe und Rücklauf	16
2.3 Erhebungsphase, Berichtszeitraum	16
2.4 Erhebungstechniken.....	17
2.5 Imputationen und Hochrechnung.....	17
2.6 Gliederung der Tabellen.....	17
3 Ergebnisse der IKT-Erhebung 2019	18
3.1 Breitbandverbindungen	18
3.1.1 Download-Geschwindigkeit	18
3.2 Sprach- oder Videotelefonie über Internet	19
3.3 Social Media.....	19
3.4 E-Commerce-Verkäufe	20
3.4.1 Webverkäufe	21
3.4.2 EDI-basierte Verkäufe	23
3.5 IKT-Sicherheit	23
3.5.1 Schriftlich festgehaltene Maßnahmen bzw. Vorgehensweisen für IKT-Sicherheit	25
3.5.2 Den Beschäftigten IKT-Sicherheit zu vermitteln ist für Unternehmen wichtig	25
3.5.3 Erledigen von IKT-sicherheitsbezogenen Aufgaben	26
3.5.4 Vorfälle im Bereich der IKT-Sicherheit	26
4 Glossar	29
Tabellenteil	
Ergebnisse der Erhebung 2019.....	37
Zeitvergleich 2003 bis 2019 (Hauptindikatoren).....	73
Anhang	81

Übersichtstabellen

Übersicht 1: In der Erhebung einbezogene Wirtschaftszweige nach ÖNACE 2008	16
--	----

Grafiken

Grafik 1: Download-Geschwindigkeit der schnellsten festen Breitbandverbindung 2019 nach Beschäftigtengrößenklassen	19
Grafik 2: Social Media 2014 und 2019 nach Wirtschaftszweigen	20
Grafik 3: Unternehmen mit Verkäufen über Websites oder Apps im Jahr 2018 nach Wirtschaftszweigen	21
Grafik 4: Unternehmen mit Verkäufen über Websites oder Apps im Jahr 2018 nach Vertriebsart und Wirtschaftszweigen	22
Grafik 5: Unternehmensmaßnahmen im Bereich der IKT-Sicherheit 2019	24
Grafik 6: Unternehmensmaßnahmen, um Beschäftigten ihre Verpflichtungen im Bereich der IKT-Sicherheit bewusst zu machen, 2019	25



Zusammenfassung

In dieser Publikation sind die Ergebnisse der Erhebung über den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) in Unternehmen 2019 dargestellt. Unternehmen ab 10 Beschäftigten in ausgewählten Wirtschaftszweigen wurden im Rahmen dieser europäisch harmonisierten Erhebung bereits zum 19. Mal von Statistik Austria in Österreich befragt.

Der Einsatz von IKT ist für alle Unternehmen, unabhängig von der Größe und dem Wirtschaftszweig des Unternehmens, wichtig. Im Internet mit dem Unternehmen vertreten zu sein, ist unumgänglich bzw. nimmt an Bedeutung zu. Demzufolge ist das Thema E-Commerce für Unternehmen wichtig. Aufgrund der voranschreitenden Digitalisierung ist auch die IKT-Sicherheit von zunehmender Bedeutung.

Webpräsenz

Zum Befragungszeitpunkt 2019 (Februar bis Juni 2019) waren 90% der Unternehmen mit einer Website im Internet vertreten. Unabhängig von der Größe des Unternehmens ist es für alle Unternehmen zunehmend wichtiger, im Web präsent zu sein: Alle großen (250 und mehr Beschäftigte) und fast alle mittelgroßen Unternehmen (50 bis 249 Beschäftigte) hatten eine Website (100% bzw. 95%). Der Anteil der kleinen Unternehmen (10 bis 49 Beschäftigte) mit einer Website lag bei 88%.

Doch auch auf anderen Kanälen im Internet ist die Kommunikation mit Kundinnen und Kunden oder Geschäftspartnern immens wichtig. So verwendet mittlerweile jedes sechste Unternehmen Social Media, um über Web in Kontakt zu treten. 82% der großen Unternehmen, 73% der mittelgroßen Unternehmen und 57% der kleinen Unternehmen nutzen solche Dienste aktiv.

Während 56% der Unternehmen soziale Netzwerke verwenden, nutzt etwas mehr als ein Viertel (27%) Dienste für den Austausch von Multimedia-Inhalten. 13% setzen auf wiki-basierte Dienste für den Austausch von Wissen oder Informationen, jedes zehnte Unternehmen macht von unternehmenseigenen Blogs oder Mikroblogs Gebrauch.

E-Commerce Verkäufe

Im Jahr 2018 verkauften rund 10.500 Unternehmen (24%) Waren oder Dienstleistungen über E-Commerce, dabei wurden rund 88,2 Mrd. € umgesetzt.

Über Websites oder Apps verkauften rund 8.700 Unternehmen (20%) Waren oder Dienstleistungen und setzten dabei rund 24,9 Mrd. € um. Der größte Umsatzanteil wurde dabei über unternehmenseigene Websites oder Apps erzielt (rund 20,4 Mrd. €), während über Online-Marktplätze rund 4,5 Mrd. € an Umsatz generiert wurde.

Rund 2.800 Unternehmen (7%) verwendeten EDI-basierte Systeme, um Bestellungen von Waren oder Dienstleistungen entgegenzunehmen. Der auf diesem Weg erzielte Umsatz war jedoch deutlich höher als jener, der über Websites oder Apps erzielt wurde, und betrug im Jahr 2018 hochgerechnet rund 63,3 Mrd. €.

IKT-Sicherheit

Neun von zehn Unternehmen führen als IKT-Sicherheitsmaßnahme regelmäßige Datensicherung ihrer Systeme durch, 82% stellen sicher, dass die jeweils aktuellsten Softwareprodukte eingesetzt werden. In zwei Drittel der Unternehmen setzt man auf strenge Kennwortauthentifizierung zur Benutzung der IKT-Systeme.

Das Verschriftlichen von Maßnahmen, Methoden oder Vorgehensweisen in Bezug auf IKT-Sicherheit wird in mehr als jedem dritten Unternehmen (36%) praktiziert. In beinahe acht von zehn dieser Unternehmen (78%) wurden diese Maßnahmen in den letzten zwölf Monaten neu erstellt oder zuletzt überarbeitet.

Um die IKT-Sicherheit auch ihren Beschäftigten näher zu bringen, werden Vereinbarungen in Verträgen in mehr als der Hälfte der Unternehmen (53%) mit der Belegschaft vereinbart. In 39% der Unternehmen setzt man auf freiwillige Schulungen oder intern zugängliche Informationen, während in 22% der Unternehmen verpflichtende Schulungen oder das Aushändigen von verpflichtendem Schulungsmaterial vorgenommen werden.

Summary

This publication presents the results of the survey on the usage of information and communication technologies (ICT) in enterprises in 2019. Statistics Austria conducted the survey on ICT usage in enterprises in selected industries for the 19th time. Enterprises with less than 10 persons employed were not included in the survey.

Nowadays, neither the size of the enterprise nor the industry has a huge impact on the usage of ICT in enterprises. To be present in the Internet is essential for enterprises and becomes more and more important. The talking point “e-commerce” is necessary for enterprises. Due to the growing digitization the ICT security gets more and more important, too.

Website, Social Media

At the time of the survey 2019 (February to June 2019) 90% of enterprises had a website. Regardless of the size of the enterprise to be present in the internet is important for every enterprise: all big (250 and more persons employed) and nearly all medium-sized enterprises (50 to 249 persons employed) had a website (100% resp. 95%). The share of the small enterprises (10 to 49 persons employed) with a website was 88%.

However, communication with customers or business partners is also extremely important on other channels on the Internet. Every sixth company now uses social media to get in touch via the web. 82% of large companies, 73% of medium-sized companies and 57% of small companies actively use such services.

While 56% of companies use social networks, just over a quarter (27%) use multimedia content exchange services. 13% rely on wiki-based services for the exchange of knowledge or information, every tenth company uses company-owned blogs or microblogs.

E-commerce sales

In 2018, an estimated number of 10 500 enterprises (24%) sold goods or services via e-commerce. About € 88.2 billion were sold via those networks.

An estimated number of 8 700 enterprises sold goods or services via websites or apps, these come up to 20% of all enterprises. About € 24.9 billion were generated via websites or apps where the majority accounted for transactions via the enterprises own website (about € 20.4 billion) while about € 4.5 billion were generated via e-commerce marketplaces.

An estimated number of 2 800 enterprises sold goods or services via EDI-type systems, these come up to 7% of the enterprises. The turnover drawn from EDI-type systems was considerably higher than the turnover drawn from websites or apps: In 2018, approximately about € 63.3 billion were sold via those networks.

ICT security

Nine out of ten companies carry out regular data backup of their systems as an ICT security measure, 82% ensure that the latest software products are used. Two thirds of companies rely on strict password authentication to use the ICT systems.

Writing measures, methods or procedures related to ICT security is practiced in more than one in three companies (36%). In almost eight out of ten of these companies (78%), these measures have been created or revised in the last twelve months.

In order to bring ICT security closer to their employees, agreements in contracts are agreed with the workforce in more than half of the companies (53%). 39% of companies rely on voluntary training or internally accessible information, while in 22% of companies compulsory training or the handing over of mandatory training material is carried out.



1 Einleitung

Im ersten Halbjahr 2019 hat Statistik Austria aufgrund einer europäischen Rechtsgrundlage österreichische Unternehmen über den Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) befragt. Seit 2001 wird jährlich eine europäische Erhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen durchgeführt, die vom Statistischen Amt der Europäischen Gemeinschaften (Eurostat) beauftragt und auf nationaler Ebene vom Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort (BMDW) mitfinanziert wird. Sie basiert auf einer EU-Verordnung¹⁾, die Österreich seit 2004 dazu verpflichtet, jedes Jahr Daten über den IKT-Einsatz im Unternehmenssektor zu berichten. Für das Jahr 2019 gilt weiters eine Durchführungsmaßnahme²⁾, die detailliert die abzufragenden Indikatoren auflistet. Diese wird, um auf aktuelle Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer flexibel reagieren zu können, jährlich angepasst.

Die Erhebung wurde auf Basis eines einheitlichen europäisch harmonisierten Fragenprogramms, das von Eurostat in Zusammenarbeit mit der Arbeitsgruppe für Statistiken über die Informationsgesellschaft jährlich ausgearbeitet wird, durchgeführt. Das Fragenprogramm besteht aus Hauptindikatoren, die sich über die Jahre nicht verändern (z. B. Internetnutzung in Unternehmen), sowie aus Indikatoren, die jährlich angepasst oder verändert werden. Dieses europäisch harmonisierte Fragenprogramm und die einheitliche Methodik ermöglichen den direkten Vergleich der Erhebungsergebnisse zwischen den einzelnen Mitgliedsländern der Europäischen Union. Die für die Erhebung relevanten Definitionen und Richtlinien wurden im Rahmen der zuständigen Arbeitsgruppe für Statistiken über die Informationsgesellschaft, welche von Eurostat einberufen wurde, und in Abstimmung bzw. Zusammenarbeit mit der OECD erarbeitet und schließlich von Eurostat verbindlich vorgegeben.

Die im Jahr 2019 durchgeführte Erhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen stand im Zeichen der „Europa 2020 Strategie“, die Nachfolgestrategie der Lissabon-Strategie. Sie wurde im Juni 2010 vom Europäischen Rat angenommen und legt ihren Schwerpunkt auf drei Schlüsselbereiche: intelligentes, nachhaltiges und integratives Wachstum. Eine der sieben Hauptinitiativen ist die „Digitale Agenda für Europa“, die im Mai 2010 verabschiedet wurde. Das Hauptziel der Digitalen Agenda ist es, einen nachhaltigen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Nutzen aus einem digitalen Binnenmarkt zu ziehen. Im Rahmen dieses neuen Aktionsplans wurde im November 2009 von den EU-Mitgliedstaaten ein neues Benchmarking-Framework („Benchmarking Digital Europe 2011-2015“) verabschiedet, um die Entwicklungen im Bereich Informationsgesellschaft weiterhin statistisch erfassen zu können. Dieser Benchmark wurde 2016 revidiert und an die neuesten Entwicklungen im IKT-Bereich angepasst. Das revidierte Benchmark-Framework „Monitoring the Digital Economy & Society 2016-2021“ wurde erstmals für das Erhebungsjahr 2017 angewandt. Die Ergebnisse dieser Erhebung sind integrale Bestandteile des „Digital Scoreboards“³⁾.

Im Rahmen dieses Benchmarking-Frameworks werden für jedes Erhebungsjahr Fragen zu bestimmten Themen festgelegt. Für das Erhebungsjahr 2019 wurden zusätzliche Fragen zum Thema „IKT-Sicherheit“ gestellt.

¹⁾ Verordnung (EG) Nr. 808/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. April 2004 über Gemeinschaftsstatistiken zur Informationsgesellschaft. Diese Verordnung wurde mit Verordnung (EG) Nr. 1006/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. September 2009 zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 808/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. April 2004 über Gemeinschaftsstatistiken zur Informationsgesellschaft novelliert.

²⁾ Für die Erhebung 2019: Verordnung (EU) Nr. 2018/1798 der Kommission vom 21. November 2018 zur Durchführung der Verordnung (EG) Nr. 808/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates über Gemeinschaftsstatistiken zur Informationsgesellschaft.

³⁾ Abrufbar unter <http://digital-agenda-data.eu/>.

2 Methodik

2.1 Erhebungseinheit und -masse

Als Erhebungseinheit wurden Unternehmen ab 10 Beschäftigten herangezogen.

Auf der Grundlage des Unternehmensregisters von Statistik Austria (Stand: Jänner 2019) wurden Unternehmen der in Übersicht 1 dargestellten ÖNACE-2008-Abschnitte und -Gruppen entsprechend den Eurostat-Richtlinien einbezogen.

Übersicht 1: In der Erhebung einbezogene Wirtschaftszweige nach ÖNACE 2008

ÖNACE 2008	Ab-schnitt	Abteilungen, Gruppen, Klassen	Bezeichnung
Produzierender Bereich	C	10-33	Herstellung von Waren
	D	35	Energieversorgung
	E	36-39	Wasserversorgung; Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen
	F	41-43	Bau
Dienstleistungen	G	45-47	Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen
	H	49-53	Verkehr und Lagerei
	I	55, 56	Beherbergung und Gastronomie
	J	58-63	Information und Kommunikation
	L	68	Grundstücks- und Wohnungswesen
	M	69-74	Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen (ohne Veterinärwesen)
	N	77-82	Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen
	S	95.1	Reparatur von Datenverarbeitungs- und Telekommunikationsgeräten

2.2 Grundgesamtheit, Stichprobe und Rücklauf

Die Grundgesamtheit, aus der die Stichprobe gezogen wurde, wurde durch rund 43.000 Unternehmen repräsentiert.

Es handelt sich bei dieser Stichprobe um eine geschichtete Zufallsauswahl. Unternehmen mit 250 und mehr Beschäftigten waren zur Gänze in der Stichprobe enthalten, Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten waren von der Erhebung ausgenommen.

Als Stratifizierungsmerkmale dienten die wirtschaftliche Haupttätigkeit der Unternehmen sowie die Beschäftigten. Grundsätzlich wurde die Schichtung nach der wirtschaftlichen Haupttätigkeit nach ÖNACE 2008 vorgenommen. Für das Schichtungsmerkmal Beschäftigte wurden drei Größenklassen gebildet: 10 bis 49 Beschäftigte, 50 bis 249 Beschäftigte, 250 und mehr Beschäftigte. Für die Ermittlung der für diese Auswahl notwendigen Informationen wurde das Unternehmensregister von Statistik Austria herangezogen.

Die Teilnahme an der Erhebung war für die Unternehmen freiwillig. An der Erhebung 2019 haben rund 2.750 Unternehmen teilgenommen, das einem Rücklauf von rund 53% entsprach (ohne Berücksichtigung neutraler Ausfälle).

Vom Online-Fragebogen machten 75% aller antwortenden Unternehmen Gebrauch. Betrachtet man diesen Anteil der Unternehmen nach Beschäftigtengrößenklassen, so lässt sich bei großen Unternehmen eine höhere Akzeptanz des Online-Fragebogens feststellen (Unternehmen mit 10 bis 49 Beschäftigten: 65%; Unternehmen mit 50 bis 249 Beschäftigten: 77%; Unternehmen mit 250 und mehr Beschäftigten: 88%).

2.3 Erhebungsphase, Berichtszeitraum

Die Befragung der Unternehmen wurde von Februar bis Juni 2019 durchgeführt. Berichtszeitraum bzw. -zeitpunkt war grundsätzlich der Befragungszeitpunkt 2019, für ausgewählte Indikatoren (IKT-Spezialistinnen und -Spezialisten; E-Commerce-Verkäufe) das Jahr 2018.

2.4 Erhebungstechniken

Beim Erstversand wurde auf den Versand eines Papierfragebogens verzichtet. Die in der Stichprobe ausgewählten Unternehmen haben ein Schreiben mit der Bitte, den Webfragebogen im Rahmen des eQuest-Web auszufüllen, ein Informationsblatt "Wegweiser zu Ihrer elektronischen Meldung" und ein Informationsblatt "Datenschutzinformation" über den Postweg erhalten. Die Zugangsdaten (Benutzername und Passwort) waren im Schreiben enthalten. Nur auf Anfrage wurde ein Papierfragebogen verschickt.

Um zu einer Teilnahme zu motivieren, wurden den Unternehmen zwei Erinnerungsschreiben gesendet. Erst bei diesen Erinnerungsschreiben wurde neben dem Schreiben und den Informationsblättern auch der Papierfragebogen mit Erläuterungen und ein portofreies Rückantwortkuvert mitgeschickt.

Der Fragebogen umfasste fünf Teile:

- Teil A: Zugang und Nutzung des Internet
- Teil B: E-Commerce Verkäufe
- Teil C: E-Business – Elektronischer Informationsaustausch
- Teil D: Beschäftigte im IKT-Bereich
- Teil E: IKT-Sicherheit

2.5 Imputationen und Hochrechnung

Grundsätzlich wurden – in Übereinstimmung mit den Vorgaben von Eurostat – fehlende Angaben nicht imputiert und – sofern Antwortausfälle nicht durch telefonische Kontakte bereinigt werden konnten – als „Nein“ oder „Trifft nicht zu“ klassifiziert. Wenn es den Unternehmen nicht möglich war, ihre E-Commerce-Verkäufe zu quantifizieren, wurden diese fehlenden Werte jedoch imputiert.

Die bei den teilnehmenden Unternehmen ermittelten Rohdaten wurden entsprechend den Eurostat-Vorgaben gewichtet und hochgerechnet, um ein repräsentatives Ergebnis für alle Wirtschaftszweige zu ermitteln. Für die Beschäftigten mit Computerarbeitsplatz mit Internetzugang sowie für die Beschäftigten, die mit tragbaren Geräten mit mobilem Internetzugang ausgestattet waren, wurde nach Beschäftigten gewichtet. Für alle Umsatzwerte wurde bei der Hochrechnung nach Umsätzen gewichtet. Für alle anderen Merkmale wurde eine Gewichtung nach der Anzahl der Unternehmen vorgenommen.

2.6 Gliederung der Tabellen

Der Tabellenteil umfasst zwei Teile:

- Teil A: Ergebnisse der Erhebung 2019
- Teil B: Zeitvergleich 2003 bis 2019 (Hauptindikatoren)

Die Auswertung der Ergebnisse erfolgte nach Wirtschaftszweigen (verwendete Wirtschaftszweigklassifikation: ÖNACE 2008) und nach Beschäftigtengrößenklassen (10 bis 49 Beschäftigte; 50 bis 249 Beschäftigte; 250 und mehr Beschäftigte).

Zu den Jahresvergleichstabellen sei angemerkt, dass aufgrund der über die Jahre immer wieder neu hinzugekommenen bzw. weggefallenen Wirtschaftszweige diese Art von Vergleichen mit Schwierigkeiten verbunden ist. Es wurden daher in den Vergleichstabellen nur jene Wirtschaftszweige berücksichtigt, die über die Jahre gleich geblieben sind oder keinen entscheidenden Anteil an der Grundgesamtheit haben. Zu berücksichtigen ist, dass es daher zu unterschiedlichen Ergebnissen gegenüber den Tabellen im Teil A kommen kann und in weiterer Folge auch gegenüber bereits veröffentlichten Ergebnissen aus den Vorjahren.

3 Ergebnisse der IKT-Erhebung 2019

Es wird an dieser Stelle nochmals darauf hingewiesen, dass bei der Erhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen ausschließlich Unternehmen ab 10 Beschäftigten in ausgewählten Wirtschaftszweigen befragt wurden. Die von der Erhebung erfassten Wirtschaftszweige sind im Teil „Methodik“ unter „Erhebungseinheit und -masse“ in Übersicht 1 (Erfassungsbereich nach ÖNACE 2008) ersichtlich.

Im Erhebungsjahr 2019 wurden zu den bestehenden Kernfragen, die jährlich abgefragt werden, zusätzliche Fragen zum Thema „IKT-Sicherheit“ von der Europäischen Kommission vorgegeben. In dieser Publikation wird auf die Themen „Breitbandverbindungen“, „Sprach- oder Videotelefonie über Internet“, „Social Media“, „E-Commerce-Verkäufe“ und „IKT-Sicherheit“ eingegangen.

3.1 Breitbandverbindungen

Jedes Unternehmen ab 10 Beschäftigten nutzt das Internet für seine Tätigkeiten und greift dafür zumeist auf Breitbandverbindungen zurück (Internetzugang: 100%; Breitbandverbindungen: 98%; Tabellen A.01 und A.03).

Während mobile Breitbandverbindungen, also Internetverbindungen über Mobilfunknetze mit zumindest 3G-Technologie, seit 2010 einen starken Anstieg verzeichnen (2010: 46%; 2015: 77%; 2019: 80%), ist eine Sättigung bei den festen (stationären) Breitbandverbindungen wie DSL, Kabel oder Glasfaser zu beobachten (2010: 76%; 2015: 91%; 2019: 90%; Tabellen A.03 und A.04).

Der Anteil der Unternehmen aus dem Dienstleistungsbereich⁴⁾, die feste Breitbandverbindungen nutzten, lag mit 91% über jenem der Unternehmen aus dem Produzierenden Bereich⁵⁾ (88%). Beim Einsatz mobiler Breitbandverbindungen lag der Anteil der Unternehmen aus dem Produzierenden Bereich mit 85% über jenem der Unternehmen aus dem Dienstleistungsbereich (77%; Tabelle A.03).

3.1.1 Download-Geschwindigkeit

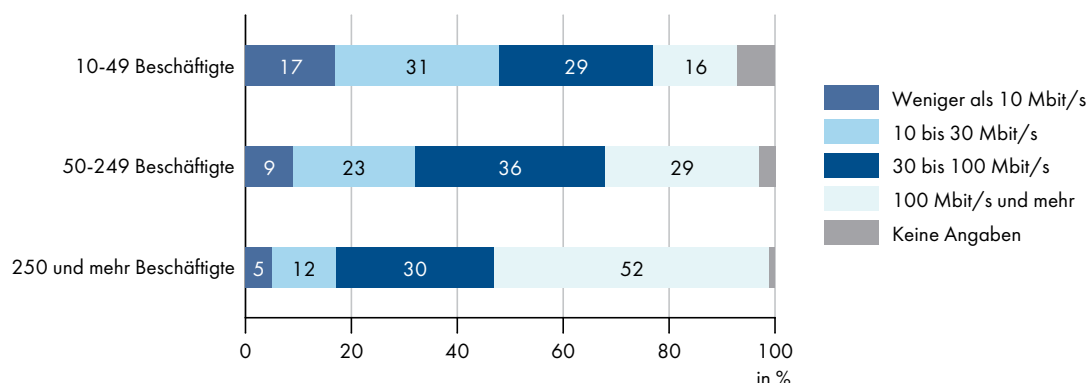
Immer mehr Unternehmen nutzen immer schnellere feste Breitbandverbindungen. Meldeten 2019 19% der Unternehmen mit Nutzung fester Breitbandverbindungen eine Download-Geschwindigkeit von 100 Mbit/s oder mehr, waren es 2015 nur 11%. Für feste Breitbandverbindungen mit einer Download-Geschwindigkeit von 30 Mbit/s bis unter 100 Mbit/s konnte in den Jahren 2015 bis 2019 ein Anstieg von 19% auf 30% beobachtet werden (Tabelle A.05).

Langsamere Internetverbindungen verzeichnen eine rückläufige Nutzungsrate: Download-Geschwindigkeiten von 10 Mbit/s bis unter 30 Mbit/s werden in 29% der Unternehmen verwendet (2015: 30%), Verbindungen mit 2 Mbit/s bis unter 10 Mbit/s findet man nur noch in 16% der Unternehmen (2015: 30%). Allgemein lässt sich feststellen: Je größer das Unternehmen, desto schneller die verwendete feste Breitbandverbindung.

Die Ergebnisse zeigen erwartungsgemäß, dass kleine Unternehmen einen höheren Anteil der Nutzungsrate geringerer Download-Geschwindigkeiten gegenüber großen Unternehmen aufweisen (Download-Geschwindigkeit weniger als 10 Mbit/s: kleine Unternehmen 17%; große Unternehmen 5%). Betrachtet man die kleinen Unternehmen allerdings gesondert nach der Download-Geschwindigkeit, so zeigt sich, dass die Aufteilung zwischen schnelleren und langsameren Verbindungen in etwa gleich ist (weniger als 10 Mbit/s: 17%; 10 Mbit/s bis unter 30 Mbit/s: 31%; 30 Mbit/s bis unter 100 Mbit/s: 29%; 100 Mbit/s oder mehr: 16%; Grafik 1).

⁴⁾ Dienstleistungsbereich: nur die Wirtschaftszweige (ÖNACE 2008) 45-47, 49-53, 55, 56, 58-63, 68-74, 77-82 und 95.1.

⁵⁾ Produzierender Bereich: nur die Wirtschaftszweige (ÖNACE 2008) 10-33, 35-39 und 41-43.

Grafik 1: Download-Geschwindigkeit der schnellsten festen Breitbandverbindung 2019 nach Beschäftigtengrößenklassen

Q: STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen 2019. Berichtszeitraum: Befragungszeitpunkt Februar bis Juni 2019. - Unternehmen ab 10 Beschäftigten aus den Wirtschaftszweigen (ÖNACE 2008) 10-33, 35-39, 41-43, 45-47, 49-53, 55, 56, 58-63, 68-74, 77-82 und 95.1. - Vertraglich vereinbarte maximale Download-Geschwindigkeit der schnellsten festen Breitbandverbindung im Unternehmen.

3.2 Sprach- oder Videotelefonie über Internet

In den heimischen Unternehmen nutzen bereits 42% Sprach- oder Videotelefonie über Internet für die Kommunikation mit Geschäftspartnerinnen und -partnern. Die Nutzung von Diensten wie Skype, WhatsApp, Facetime etc. für Sprach- oder Videotelefonie wird in allen Wirtschaftszweigen in etwa ähnlich stark genutzt, am höchsten ist diese naturgemäß im Wirtschaftszweig „Information und Kommunikation“ (86%; Tabelle A.06).

In vier von zehn kleinen Unternehmen (10 bis 49 Beschäftigte; 38%) wird über Internet telefoniert, während beinahe zwei Drittel der mittelgroßen Unternehmen (50 bis 249 Beschäftigte; 60%) sowie mehr als drei Viertel der großen Unternehmen (249 Beschäftigte und mehr; 78%) auf diese Dienste zurückgreifen.

Der Anteil der Unternehmen aus dem Dienstleistungsbereich lag mit 45% über jenem der Unternehmen aus dem Produzierenden Bereich (35%).

3.3 Social Media

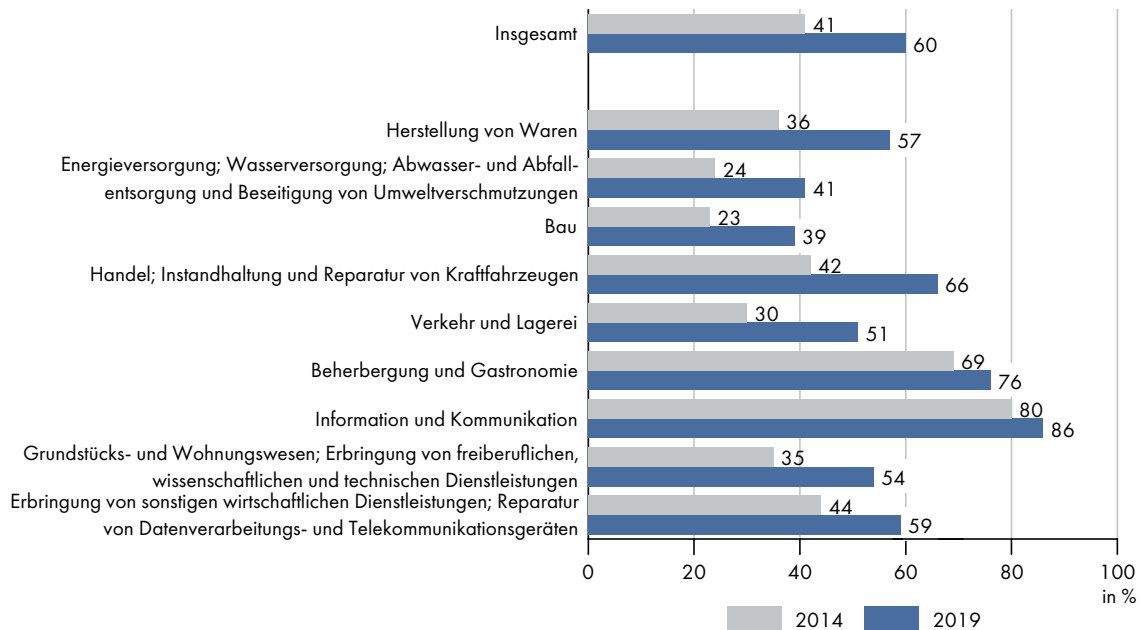
Unabhängig von der Größe des Unternehmens wird das Internet in nahezu jedem Unternehmen eingesetzt (Tabelle A.01). Alleine dadurch, dass das Internet ein wichtiges Informationsmedium ist, ist die Webpräsenz für Unternehmen wichtig (90%; Tabelle A.09). Eine immer bedeutendere Rolle für Unternehmen spielt das Nutzen von Social Media. Unter der Nutzung von Social Media wird die Verwendung von Kommunikationsplattformen über Internet verstanden, um sich mit Kundinnen und Kunden, Lieferanten, Geschäftspartnern oder auch innerhalb des Unternehmens zu vernetzen, Inhalte zu erstellen und interaktiv auszutauschen. Ein Unternehmen nutzt Social Media, wenn ein Userprofil, ein Benutzerkonto oder eine Nutzerlizenz vorhanden sind (abhängig von den Anforderungen der jeweiligen sozialen Medien) und diese auch genutzt werden.

60% der Unternehmen sind in Social Media aktiv. Innerhalb der letzten fünf Jahre ist dieser Anteil um 19 Prozentpunkte gestiegen (2014: 41%; 2019: 60%). Die Steigerung ist in allen Unternehmensgrößen zu beobachten: bei den großen Unternehmen von 65% auf 82%, bei den mittelgroßen von 52% auf 73% und bei den kleinen Unternehmen von 39% auf 57% (Tabelle A.11).

Bei der Nutzung von Social Media lag der Anteil der Unternehmen aus dem Dienstleistungsbereich deutlich höher als jener der Unternehmen aus dem Produzierenden Bereich (65% bzw. 48%).

Die Nutzungsrate von Social Media bei Unternehmen aus dem Wirtschaftszweig „Information und Kommunikation“ ist mit 86% am höchsten. Allerdings ist auch ein hoher Anteil bei Unternehmen aus dem Wirtschaftszweig „Beherbergung und Gastronomie“ (76%) festzustellen (Grafik 2).

Grafik 2: Social Media 2014 und 2019 nach Wirtschaftszweigen



Q: STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen 2014 und 2019. Berichtszeitraum: Befragungszeitpunkt Februar bis Juni 2014 und 2019. - Unternehmen ab 10 Beschäftigten aus den Wirtschaftszweigen (ÖNACE 2008) 10-33, 35-39, 41-43, 45-47, 49-53, 55, 56, 58-63, 68-74, 77-82 und 95.1. - Ein Unternehmen nutzt Social Media, wenn ein Userprofil, ein Benutzerkonto oder eine Nutzerlizenz vorhanden sind (abhängig von den Anforderungen der jeweiligen sozialen Medien) und diese auch genutzt werden.

Im Fragenprogramm wurde nach vier Arten von Social Media unterschieden:

- Soziale Netzwerke
- Anwendungen für den Austausch von Multimedia-Inhalten über Websites
- Unternehmenseigene Blogs oder Mikroblogs
- Wiki-basierte Anwendungen für den Austausch von Wissen oder Informationen.

Bei Unternehmen ist die Nutzung sozialer Netzwerke am beliebtesten. 56% der Unternehmen sind in sozialen Netzwerken vertreten. Nach Unternehmensgröße betrachtet, ist der Anteil der großen Unternehmen, die in sozialen Netzwerken vertreten sind, mit 76% am höchsten. Bei den mittelgroßen Unternehmen liegt dieser Anteil bei 67% und bei den kleinen Unternehmen bei 53%.

Als wichtigsten Zweck wird dabei von den Unternehmen die Imagepflege oder Produktvermarktung genannt (89% der Unternehmen mit Social Media). Bereits zwei von drei Unternehmen nutzen Social Media für die Rekrutierung neuer Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter (63%), v.a. große Unternehmen sind diesbezüglich aktiv (große Unternehmen: 82%; mittelgroße Unternehmen: 73%; kleine Unternehmen: 60%). Mehr als die Hälfte der Unternehmen mit Social Media wickeln Kundenfeedback bzw. das Beantworten von Kundenfragen darüber ab (54%; Tabelle A.12).

3.4 E-Commerce-Verkäufe

In diesem Kapitel geht es darum, inwieweit Unternehmen Waren oder Dienstleistungen über Websites (z.B. Online-Shops, Extranet, Online-Marktplätze) oder Apps, über EDI-basierte Systeme oder andere Formen der elektronischen Datenübertragung verkaufen.

Die Unternehmen wurden gebeten, Fragen getrennt nach Webverkäufen bzw. nach Verkäufen über EDI-Systeme zu beantworten.

Es muss hier beachtet werden, dass es Unternehmen gibt, die beide der genannten Verkaufsschienen nutzen; diese Unternehmen werden jedoch nur einmal zur Kategorie "Unternehmen mit E-Commerce-Verkäufen" gezählt. Aller-

dings werden Unternehmen, die sowohl über Websites oder Apps als auch über EDI-basierte Formen der elektronischen Datenübertragung verkauften, in jeder Kategorie gezählt.

Zu beachten ist ferner, dass die Hochrechnung weitestgehend auf (von den Unternehmen) geschätzten E-Commerce-Umsätzen beruht, da die Unternehmen in der Regel keine Aufzeichnungen über die auf elektronischem Weg abgewickelten Verkäufe führen.

Im Jahr 2018 verkauften hochgerechnet rund 10.500 Unternehmen Waren oder Dienstleistungen über Websites oder Apps oder über EDI-basierte Systeme bzw. andere Formen elektronischer Datenübertragung, das entspricht einem Anteil von 24% (Tabelle A.15).

Insgesamt wurden rund 88,2 Mrd. € über diese elektronischen Verkaufsschienen umgesetzt, was einem Anteil von 14% der gesamten Umsätze der Unternehmen entsprach (Tabelle A.16).

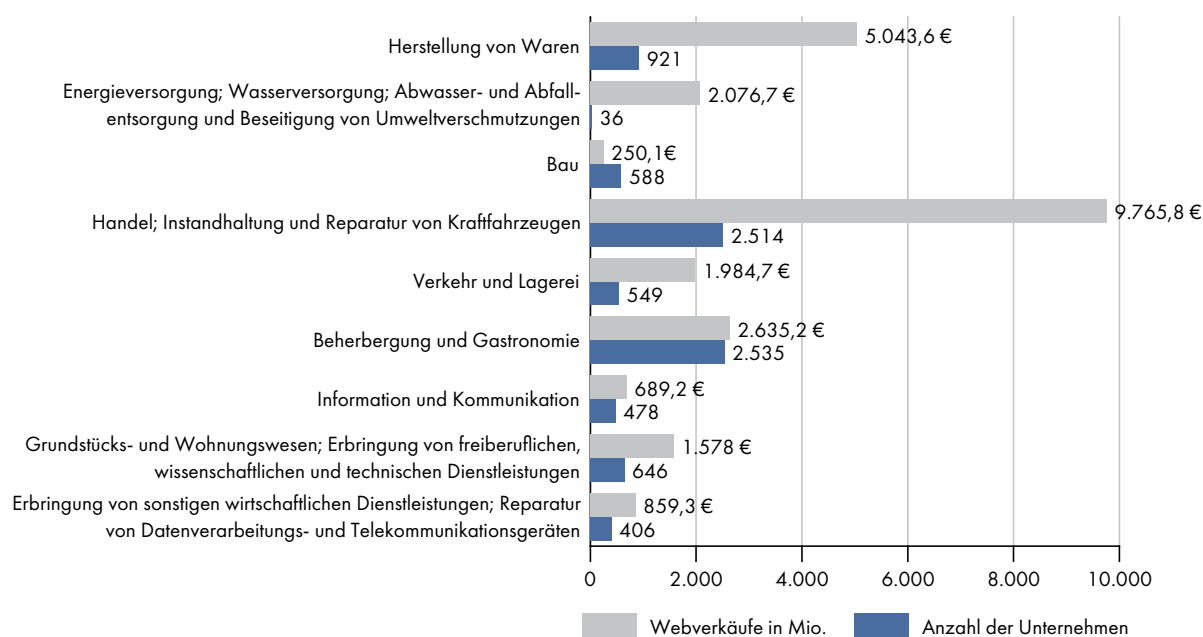
3.4.1 Webverkäufe

Unter Webverkäufe versteht man Verkäufe oder erhaltene Aufträge über Websites (z. B. Online-Shops, Extranet, Online-Marktplätze) oder Apps. Im Jahr 2018 verkauften hochgerechnet rund 8.700 Unternehmen der untersuchten Wirtschaftszweige Waren oder Dienstleistungen über Websites oder Apps, das entspricht 20% der Unternehmen (Tabelle A.15).

Betrachtet man die Größe des Unternehmens, war der Anteil der großen Unternehmen, die über Websites oder Apps verkauften, deutlich höher als jener der mittelgroßen und kleinen Unternehmen (32%, 25% bzw. 19%).

Insgesamt wurden im Jahr 2018 hochgerechnet rund 24,9 Mrd. € von den Unternehmen der untersuchten Wirtschaftszweige über Websites oder Apps umgesetzt, das entspricht einem Anteil von 4% der gesamten Umsätze dieser Wirtschaftszweige. Im Produzierenden Bereich wurden rund 7,4 Mrd. € und im Dienstleistungsbereich rund 17,5 Mrd. € mit Webverkäufen umgesetzt (Tabelle A.16).

Grafik 3: Unternehmen mit Verkäufen über Websites oder Apps im Jahr 2018 nach Wirtschaftszweigen

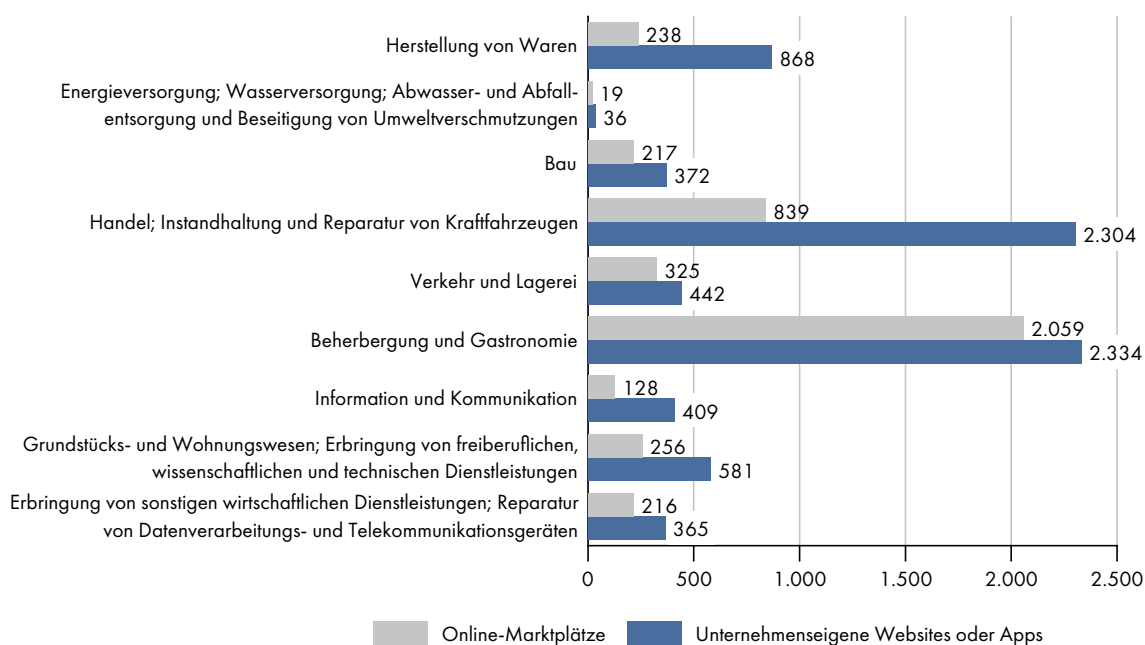


Q: STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen 2019. - Unternehmen ab 10 Beschäftigten aus den Wirtschaftszweigen (ÖNACE 2008) 10-33, 35-39, 41-43, 45-47, 49-53, 55, 56, 58-63, 68-74, 77-82 und 95.1. - Unternehmen mit Verkäufen von Waren oder Dienstleistungen über Websites oder Apps (z.B. Online-Shops, Extranet, Online-Marktplätze).

Erwartungsgemäß waren im Jahr 2018 die Umsätze, die über Websites oder Apps erzielt wurden, in Unternehmen mit 250 und mehr Beschäftigten mit rund 11,8 Mrd. € höher als in Unternehmen mit 50 bis 249 Beschäftigten, bei denen der Umsatz rund 7,8 Mrd. € betrug, und in Unternehmen mit 10 bis 49 Beschäftigten, die rund 5,2 Mrd. € auf diesem Weg umsetzten (Grafik 3).

Von den rund 8.700 Unternehmen mit Webverkäufen verkauften 89% Waren oder Dienstleistungen über unternehmenseigene Websites oder Apps, 50% der Unternehmen gaben an, über Online-Marktplätze verkauft zu haben. Wie aus den Daten hervorgeht, waren es prozentuell gesehen nicht wesentlich mehr große als mittelgroße und kleine Unternehmen, die über unternehmenseigene Websites oder Apps verkauften (große Unternehmen: 95%; mittelgroße Unternehmen: 92%; kleine Unternehmen: 88%). Der Anteil der kleinen Unternehmen mit Webverkäufen, die über Online-Marktplätze verkauften, lag allerdings deutlich über jenen der mittelgroßen und großen Unternehmen (kleine Unternehmen: 53%; mittelgroße Unternehmen: 38%; große Unternehmen: 27%; Tabelle A.17; Grafik 4).

Grafik 4: Unternehmen mit Verkäufen über Websites oder Apps im Jahr 2018 nach Vertriebsart und Wirtschaftszweigen



Q: STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen 2019. - Unternehmen ab 10 Beschäftigten aus den Wirtschaftszweigen (ÖNACE 2008) 10-33, 35-39, 41-43, 45-47, 49-53, 55, 56, 58-63, 68-74, 77-82 und 95.1. - Unternehmen mit Verkäufen von Waren oder Dienstleistungen über Websites oder Apps (z. B. Online-Shops, Extranet, Online-Marktplätze).

Insgesamt wurden über Web rund 24,9 Mrd. € umgesetzt, hiervon wurden rund 20,4 Mrd. € über die unternehmenseigene Website erzielt und rund 4,5 Mrd. € über Online-Marktplätze. Während von den 20,4 Mrd. €, die über unternehmenseigene Websites oder Apps umgesetzt wurden, mehr als die Hälfte von großen Unternehmen stammen (rund 10,2 Mrd. €), wurden rund 6,8 Mrd. € von mittelgroßen und rund 3,4 Mrd. € von kleinen Unternehmen eingenommen. Von den 4,5 Mrd. €, die über Online-Marktplätze generiert wurden, wurden rund 1,8 Mrd. € von kleinen Unternehmen umgesetzt, rund 1,0 Mrd. € von mittelgroßen Unternehmen und weitere rund 1,7 Mrd. € von großen Unternehmen (Tabelle A.18).

Nach Kundengruppen betrachtet verkauften 85% der Unternehmen mit Webverkäufen ihre Waren oder Dienstleistungen an Privatkundinnen und -kunden (B2C). 66% verkauften online an andere Unternehmen, Ämter oder Behörden (B2B oder B2G). Von den rund 24,9 Mrd. €, die über Websites oder Apps umgesetzt wurden, wurden rund 11,7 Mrd. € mit Unternehmen, Ämtern oder Behörden und rund 13,2 Mrd. € mit Privatkundinnen und -kunden erzielt. Der Anteil der großen Unternehmen, die an andere Unternehmen, Ämter oder Behörden über Websites oder Apps verkauften, war höher als der Anteil der großen Unternehmen, die an Privatkundinnen und -kunden verkauften (große Unternehmen: 54% bzw. 46%). Anders zeigt sich das Bild bei den mittelgroßen und kleinen Unternehmen. Die Anteile der mittelgroßen und kleinen Unternehmen, die an Privatkundinnen und -kunden über Websites

oder Apps verkauften, waren deutlich höher als jene, die mit B2B oder B2G umgesetzt werden konnte (mittelgroße Unternehmen: 53% bzw. 47%; kleine Unternehmen: 32% bzw. 68%; Tabellen A.19 und A.20).

99% der Unternehmen, die über Websites oder Apps verkauften, belieferten Kundinnen und Kunden aus Österreich, 66% hatten Bestellungen aus anderen EU-Mitgliedsländern und bei 40% stammte die Kundschaft aus Ländern außerhalb der EU. Von den rund 24,9 Mrd. €, die über Websites oder Apps umgesetzt wurden, stammten rund 15,2 Mrd. € von heimischen Kundinnen und Kunden, rund 6,6 Mrd. € von Kundschaft aus anderen EU-Mitgliedsländern, während rund 3,1 Mrd. € von Kundinnen und Kunden aus Ländern außerhalb der EU (Tabellen A.21 und A.22).

Jene Unternehmen, die ihre Waren oder Dienstleistungen in andere EU-Mitgliedsländer über Websites oder Apps verkauften, wurden gefragt, ob sie beim elektronischen Verkauf auf Schwierigkeiten stießen. Bei 29% der Unternehmen waren Schwierigkeiten aufgetreten. 14% gaben an, dass hohe Kosten bei der Lieferung oder bei der Rücksendung von Waren anfielen. Für 12% waren die mangelnden Sprachkenntnisse ein Hindernis. Weitere 10% fanden es schwierig, die Produktbezeichnungen für den Verkauf an andere EU-Mitgliedsländer anzupassen.

3.4.2 EDI-basierte Verkäufe

Unter EDI-basierte Verkäufe versteht man erhaltene Aufträge über EDI-basierte Systeme oder über andere Formen der elektronischen Datenübertragung (z.B. XML, EDI). Im Jahr 2018 verkauften hochgerechnet rund 2.800 Unternehmen der untersuchten Wirtschaftszweige über EDI-basierte Systeme, die einen Anteil von 7% der Unternehmen entsprechen. 8% der Unternehmen des Produzierenden Bereichs und 6% der Unternehmen des Dienstleistungsbereichs verkauften dabei über EDI-basierte Systeme (Tabelle A.15).

Die Unternehmensgröße hatte auch hier einen erheblichen Einfluss darauf, ob ein Unternehmen über EDI-basierte Systeme verkauft oder nicht. Während 36% der großen Unternehmen Umsätze über diesen elektronischen Weg erzielten, waren es 16% der mittelgroßen und 4% der kleinen Unternehmen.

Im Jahr 2018 wurden hochgerechnet insgesamt rund 63,3 Mrd. € von den Unternehmen der untersuchten Wirtschaftszweige über EDI-basierte-Systeme umgesetzt, das entspricht einem Anteil von 10% der gesamten Umsätze. Unternehmen des Produzierenden Bereichs setzten im Jahr 2018 rund 44,4 Mrd. € über EDI-basierte Systeme um. Rund 18,9 Mrd. € wurden von Dienstleistungsunternehmen über diesen Vertriebsweg umgesetzt (Tabelle A.16).

Nach der Unternehmensgröße betrachtet, wurden in großen Unternehmen rund 45,9 Mrd. € über EDI-basierte Systeme umgesetzt, in mittelgroßen Unternehmen rund 15,5 Mrd. € und in kleinen Unternehmen rund 2,0 Mrd. €.

Am häufigsten wurden EDI-basierte Systeme von Kundinnen und Kunden aus Österreich genutzt (95%). 45% der Unternehmen mit Verkäufen über EDI-basierte Systeme verkauften an Kundschaft aus anderen EU-Mitgliedsländern. Der Anteil der Unternehmen, die mit Kundinnen und Kunden außerhalb der EU über diesen Vertriebsweg Geschäfte machten, lag bei 15% (Tabelle A.23).

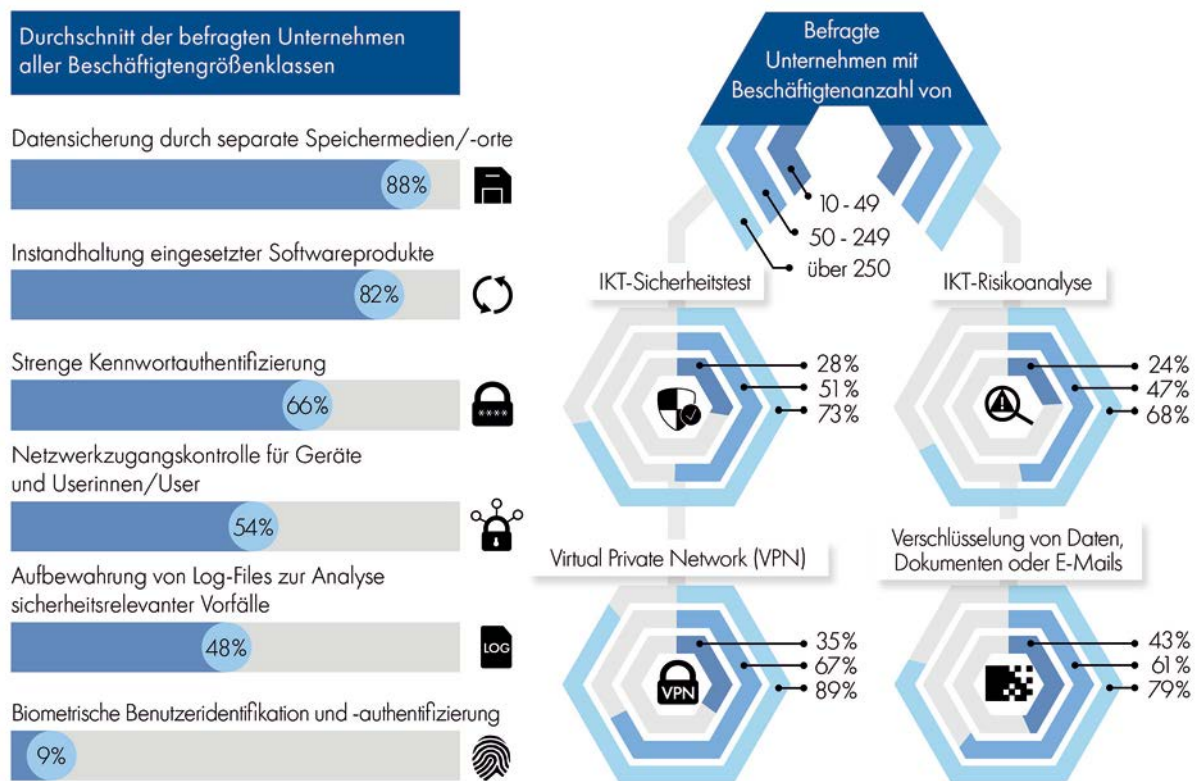
3.5 IKT-Sicherheit

Die Digitalisierung bietet für Unternehmen viele Möglichkeiten und Vorteile, birgt allerdings auch Sicherheitsrisiken. Neun von zehn Unternehmen treffen Vorkehrungen, um sich gegen Sicherheitsvorfälle zu schützen (91%).

Folgende Sicherheitsvorkehrungen werden von Unternehmen am häufigsten eingesetzt (Tabellen A.29 und A.30; Grafik 5):

- Datensicherung auf separate Speichermedien (einschl. Cloud; 88%)
- Instandhaltung eingesetzter Softwareprodukte (einschl. Updates; 82%)
- Strenge Kennwortauthentifizierung bei der Nutzung der IKT-Infrastruktur; damit ist das Verwenden von starken Passwörtern mit einer gewissen Mindestlänge sowie mindestens einem Sonderzeichen gemeint (66%).
- Netzwerkzugangskontrolle für Geräte und User (54%)
- Aufbewahrung von Log-Files zur Analyse sicherheitsrelevanter Vorfälle (48%)
- Verschlüsselung von Daten, Dokumenten oder E-Mails (46%)

Grafik 5: Unternehmensmaßnahmen im Bereich der IKT-Sicherheit 2019



Q: STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen 2019. Erhebungszeitraum: Februar bis Juni 2019. – Unternehmen ab 10 Beschäftigten aus den Wirtschaftszweigen (ÖNACE 2008) 10-33, 35-39, 41-43, 45-47, 49-53, 55, 56, 58-63, 68-74, 77-82 und 95.1. – Mehrfachangaben möglich.

Nach Unternehmensgrößen betrachtet, ist die Verwendung der genannten Vorkehrungen für jedes Unternehmen wichtig. Bereits bei der Datensicherung auf eigenen Speichermedien lässt sich erkennen, dass die Anteile der großen und mittelgroßen Unternehmen deutlich höher liegen als jener der kleinen Unternehmen (große Unternehmen: 98%; mittelgroße Unternehmen: 96%; kleine Unternehmen 86%). Doch hier ist der Unterschied zwischen den Anteilen der Unternehmen unterschiedlicher Größenklassen geringer als beim Einsatz von den anderen Sicherheitsmaßnahmen. Am stärksten lässt sich dieser Unterschied bei den genannten Sicherheitsvorkehrungen betrachten, wenn es um die Aufbewahrung von Log-Files zur Analyse sicherheitsrelevanter Vorfälle geht. Während 85% der großen Unternehmen diese Vorkehrung treffen, liegen die Anteile der mittelgroßen und kleinen Unternehmen deutlich darunter (68% bzw. 43%).

IKT-Sicherheitstests werden von rund einem Drittel der Firmen durchgeführt (32%), obgleich auch hier deutliche Unterschiede nach Unternehmensgrößen festzustellen sind. Während solche Maßnahmen bei rund 73% der großen Unternehmen zur Anwendung kommen, liegt der Anteil bei mittelgroßen Unternehmen bei 51% und bei kleinen Unternehmen bei 28%. IKT-Risikoanalysen werden von 28% der Unternehmen eingesetzt, wobei sich auch hier das gewohnte Bild zeigt: Der Anteil der großen Unternehmen liegt bei 68%, jener der mittelgroßen Unternehmen bei 47% und jener der kleinen Unternehmen bei 24%.

Benutzeridentifikation und -authentifizierung durch biometrische Verfahren (wie z. B. Fingerabdruckscans, Stimm- oder Gesichtserkennung) werden hingegen nur von 9% aller Unternehmen eingesetzt. Wie schon zuvor zeigt sich der Trend, dass mit zunehmender Unternehmensgröße auch die Anteile zunehmen: 22% der großen, 13% der mittelgroßen und 8% der kleinen Unternehmen setzen mittlerweile biometrische Verfahren zur Benutzererkennung ein.

3.5.1 Schriftlich festgehaltene Maßnahmen bzw. Vorgehensweisen für IKT-Sicherheit

Mehr als ein Drittel der Unternehmen (36%) haben Maßnahmen, Methoden oder Vorgehensweisen, um für IKT-Sicherheit zu sorgen, schriftlich festgehalten. Während der Anteil der großen Unternehmen bei 82% lag, lagen jene der mittelgroßen und kleinen Unternehmen deutlich darunter (56% bzw. 32%; Tabelle A.31).

Verschiedene Themen zur IKT-Sicherheit können in den schriftlich festgehaltenen Maßnahmen, Methoden bzw. Vorgehensweisen enthalten sein. In 96% der Unternehmen beinhaltet dieses Dokument Maßnahmen, Methoden bzw. Vorgehensweisen zur Speicherung, Sicherung, Zugriff oder Verarbeitung von Daten. In 93% der Fälle wird das Verwalten von Zugriffsrechten für die IKT-Nutzung festgehalten (z. B. Computer, Netzwerk). Bei 89% werden die Zuständigkeiten, Rechte und Pflichten von Beschäftigten in Bezug auf IKT geregelt (z.B. der Umgang mit E-Mails, tragbaren Geräten, sozialen Medien). Weitere 77% gaben an, dass Vorgehensweisen oder Regeln, um IKT-Vorfälle zu vermeiden oder auf diese zu reagieren, enthalten sind (z. B. Pharming, Phishing, Ransomware, Erpressungsversuche). Die Schulung von Beschäftigten im sicheren Umgang mit IKT wird in 70% schriftlich festgehalten (Tabelle A.32).

78% dieser Unternehmen hält diese IKT-Sicherheitsdokumentation aktuell, diese wurde innerhalb der letzten zwölf Monate erstellt oder zuletzt überarbeitet (Tabelle A.33).

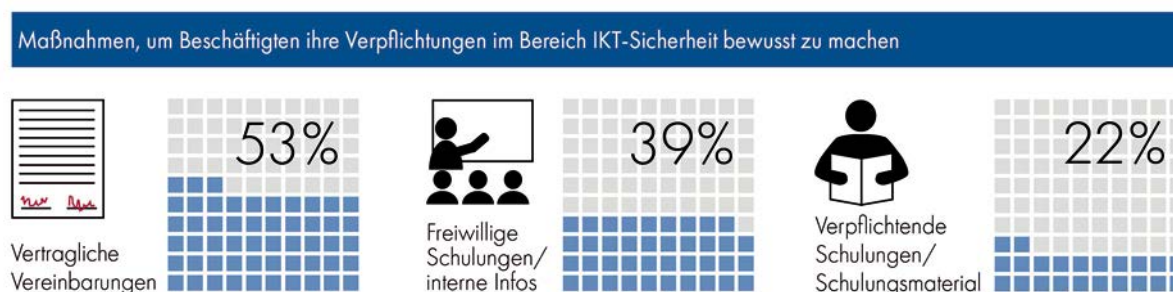
3.5.2 Den Beschäftigten IKT-Sicherheit zu vermitteln, ist für Unternehmen wichtig

Um sich vor Vorfällen zu schützen, die durch unsachgemäße IKT-Nutzung hervorgerufen werden, ist es wichtig, das Bewusstsein der Beschäftigten für IKT-Sicherheit zu schärfen (Grafik 6). Mehr als die Hälfte der Unternehmen (53%) setzen dabei auf Vereinbarungen in Dienstverträgen oder auf Verpflichtungserklärungen. Hier lassen sich ebenfalls Unterschiede nach der Unternehmensgröße feststellen. Während solche Vereinbarungen in 88% der großen Unternehmen vertraglich getroffen werden, beträgt der Anteil bei mittelgroßen Unternehmen 71% und bei Kleinunternehmen 50% (Tabelle A.34).

39% aller Unternehmen bieten den Beschäftigten freiwillige Schulungen oder intern zugängliche Informationen (z. B. im Intranet) zum Thema IKT-Sicherheit an, wobei hier die Unternehmensgröße wieder eine wesentliche Rolle spielt (80% der großen, 58% der mittelgroßen und 35% der kleinen Unternehmen).

In weiteren 22% der Unternehmen werden verpflichtende Schulungen durchgeführt oder verpflichtendes Schulungsmaterial an die Beschäftigten ausgehändigt. Wie zu erwarten, ist auch hier die Unternehmensgröße von Bedeutung: 58% der großen, 38% der mittelgroßen und 19% der kleinen Unternehmen gingen diesen Weg.

Grafik 6: Unternehmensmaßnahmen, um Beschäftigten ihre Verpflichtungen im Bereich der IKT-Sicherheit bewusst zu machen, 2019



Q: STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebung über den IKT-Einsatz in Unternehmen 2019, Erhebungszeitraum: Februar bis Juni 2019. – Unternehmen ab 10 Beschäftigten aus den Wirtschaftszweigen (ÖNACE 2008) 10-33, 35-39, 41-43, 45-47, 49-53, 55, 56, 58-63, 68-74, 77-82 und 95.1. – Mehrfachangaben möglich.

3.5.3 Erledigen von IKT-sicherheitsbezogenen Aufgaben

Im Fragenprogramm wurde erfragt, ob die IKT-sicherheitsbezogenen Aufgaben von eigenen Beschäftigten oder externen Dienstleistern erledigt werden. Unter IKT-sicherheitsbezogenen Aufgaben sind IKT-Sicherheitstests, Schulungen zum Thema IKT-Sicherheit oder das Lösen von IKT-Sicherheitsvorfällen gemeint. Bei einem Großteil der Unternehmen werden IKT-sicherheitsbezogene Aufgaben sowohl von eigenen Beschäftigten als auch externen Dienstleistern durchgeführt (43%; Tabelle A.35).

Abhängig davon ist allerdings die Unternehmensgröße. Mehr als ein Drittel der Unternehmen gab an, diese Art von Aufgaben ausschließlich von externen Dienstleistern erledigen zu lassen (36%). Der Anteil der kleinen Unternehmen, die IKT-Aufgaben komplett auslagern, lag mit 37% deutlich über jenen der mittelgroßen und großen Unternehmen (32% bzw. 13%). Bei 21% der Unternehmen sind es ausschließlich eigene Beschäftigte, die sich darum kümmern. Nach Unternehmensgröße betrachtet, sind es 27% der großen, 23% der mittelgroßen und 21% der kleinen Unternehmen.

3.5.4 Vorfälle im Bereich der IKT-Sicherheit

Die an der Erhebung teilnehmenden Unternehmen wurden gefragt, ob es in ihrem Unternehmen zumindest einmal im Jahr 2018 zu Vorfällen im Bereich der IKT-Sicherheit kam. Beim Großteil der Unternehmen gab es keine Vorfälle in diesem Bereich (86%). 9% der befragten Unternehmen gaben an, dass es zu einem Ausfall der IKT-Dienste gekommen ist, z.B. durch DoS-Angriffe, Ransomware-Angriffe, Erpressungsversuche, Hard- oder Softwarestörungen. Daten wurden bei 5% der Unternehmen zerstört oder verfälscht, z.B. durch Schadsoftware oder unbefugtes Eindringen in Systeme. Bei weiteren 2% kam es zum Bekanntwerden von vertraulichen Daten, z.B. durch unbefugtes Eindringen in Systeme, Pharming- oder Phishing-Angriffe oder durch vorsätzliche oder nicht-vorsätzliche Handlungen von Beschäftigten des Unternehmens (Tabelle A.36).

Generell lässt sich feststellen, dass große oder mittelgroße Unternehmen häufiger mit IKT-Sicherheitsvorfällen konfrontiert sind, als kleine Unternehmen.



GLOSSAR

4 Glossar

Beim 3D-Druck werden dreidimensionale Objekte durch einen speziellen Drucker in einem generativen Fertigungsverfahren (additive Fertigung) schichtweise erstellt, um diese in eine mittels Software vorgegebene Form zu bringen.

3D-Druck

Eine Applikation (App) ist eine Anwendungssoftware bzw. ein Computerprogramm. Beispiele für Anwendungsgebiete sind u.a. Textverarbeitung, Tabellenkalkulation, Warenausgang, Finanzbuchhaltung, Computerspiele. Der Ausdruck „App“ hat sich hauptsächlich als Anwendungssoftware von tragbaren Geräten (siehe Definition „Tragbare Geräte“) durchgesetzt.

Applikation/App

Die Bezeichnung „business-to-business“ wird für Geschäftsbeziehungen zwischen mindestens zwei Unternehmen benutzt.

B2B (business-to-business)

Business-to-consumer steht für Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen und Privatpersonen (Konsumenten, Endkunden).

B2C (business-to-consumer)

Der Begriff „business-to-government“ bezeichnet die Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen und Ämtern oder Behörden und umfasst ebenso die öffentliche Verwaltung.

B2G (business-to-government)

Zu den Beschäftigten zählen selbstständig Beschäftigte (tätige (Mit-) Inhaberinnen/Inhaber, Pächterinnen/Pächter; mitarbeitende Beteiligte von Kapitalgesellschaften, die vom Unternehmen Bezüge erhalten), regelmäßig mithelfende Familienangehörige, unselbstständig Beschäftigte wie Angestellte, Arbeiterinnen/Arbeiter, Lehrlinge, Saison- und Aushilfskräfte, Ferialpraktikantinnen/Ferialpraktikanten, freie Dienstnehmerinnen/Dienstnehmer (wenn sie Lohn/Gehalt erhalten) sowie Personal auf Bau- und Montagestellen, im Ausland Tätige, Vorstände oder Geschäftsführerinnen/Geschäftsführer (wenn sie beim Unternehmen sozialversichert sind), die im Jahr 2019 in einem aufrechten Arbeits- oder Vertragsverhältnis (einschließlich Teilzeit und geringfügige Beschäftigung) gestanden sind.

Beschäftigte

Auszuschließen sind Personen in Karenz, freie Dienstnehmerinnen/Dienstnehmer (sofern sie keinen Lohn/kein Gehalt beziehen) sowie unternehmensfremde Arbeitskräfte (z. B. Leasing- oder Leihpersonal, selbstständige Vertreterinnen/Vertreter, Personen mit Werkverträgen).

Als Big Data-Analysen bezeichnet man Analysekonzepte und –verfahren, mit deren Hilfe die schnell wachsenden und vielfältigen Datenmengen aus unternehmenseigenen oder externen Datenquellen analysiert werden, die mit herkömmlichen Datenverarbeitungsmethoden nicht ausgewertet werden können. Big Data weist folgende Merkmale auf:

Big Data-Analysen

- Große Datenmengen, z. B. aus Social Media-Aktivitäten, Sensoren, Produktionsprozessen oder mobilen Geräten;
- Verschiedene strukturierte oder unstrukturierte Daten, z. B. Text, Bild-, Video- oder Audiodateien, Sensordaten, Koordination, Klick-Streams;
- Hohe Geschwindigkeit, mit der Daten entstehen, verfügbar sind oder sich verändern.

Breitbandverbindungen	<p>Breitbandverbindungen zeichnen sich durch hohe Download-Geschwindigkeiten aus. Es wird zwischen festen und mobilen Breitbandverbindungen unterschieden.</p> <p>Unter festen Breitbandverbindungen sind DSL-Verbindungen (z.B. xDSL, ADSL, SDSL) und andere feste Breitbandverbindungen (z. B. Kabel, Glasfaser, Glasfaser, Standleitung) gemeint.</p> <p>Bei den mobilen Breitbandverbindungen wird unterschieden, ob diese Verbindung über Mobilfunknetze über tragbare Computer (z.B. Laptops, Tablets) oder über Smartphones mit zumindest 3G-Technologie (z. B. UMTS, HSPA, 4G/LTE oder 5G) genutzt wird.</p>
Cloud Services	<p>Unter Cloud Services versteht man über Internet bereitgestellte IKT-Dienste, um z. B. Software, Speicherplatz oder Rechenkapazität zu nutzen. Diese ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • werden über Server von Service Providern bereitgestellt, • können einfach bedarfsgerecht (on-demand) angepasst und vom Unternehmen genutzt werden (z. B. Änderung der Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer oder der Speicherkapazität), • können auch Verbindungen über Virtual Private Networks (VPN) beinhalten. <p>Für die kostenpflichtige Nutzung wird entweder nach der Anzahl der Nutzerinnen und Nutzer oder der verbrauchten Kapazität (Pay-per-Use-Prinzip) bezahlt.</p>
Computer	<p>Unter Computern werden Desktop-PCs (Personalcomputer), tragbare Computer (z. B. Laptops, Tablets) sowie andere tragbare Geräte wie Smartphones verstanden.</p>
CRM-Software	<p>CRM (Customer Relationship Management) ist ein Oberbegriff für sämtliche Software, die zur Kundengewinnung und -pflege abzielen und diesbezügliche Informationen verwalten.</p>
E-Business	<p>Unter E-Business wird die elektronische Abwicklung von Geschäftsprozessen mit Hilfe von Informations- und Kommunikationstechnologien sowohl innerhalb eines Unternehmens als auch in Beziehung mit Geschäftspartnern verstanden. Der Begriff schließt alle automatisierten Transaktionen, die ein Unternehmen mit Hilfe elektronischer Computernetzwerke (z.B. über Websites, über EDI-basierte Systeme oder über andere Formen der elektronischen Datenübertragung) – also auch E-Commerce – tätigt, ein. Dies kann einzelne Geschäftsprozesse bis hin zur gesamten Wertschöpfungskette beinhalten.</p>
E-Commerce	<p>Gemäß der Definition von Eurostat und der OECD werden unter Electronic Commerce (E-Commerce) Transaktionen verstanden, die über Websites, Apps oder Online-Marktplätze oder über EDI-basierte Systeme abgewickelt werden (siehe Definitionen „EDI-basierte Systeme“ sowie „Webverkäufe“).</p> <p>Voraussetzung für eine E-Commerce-Aktivität gemäß dieser Definition ist die Bestellung von Waren oder Dienstleistungen über diese Netze (z. B.</p>

mit XML, EDIFACT), wobei auch Abrufe oder Spezifikationen von Rahmenverträgen hinzugezählt werden.

Zahlung und Lieferung können online oder auf herkömmlichen Wegen erfolgen. Bestellungen, die mit manuell geschriebenen E-Mails erfolgen, wurden von der Definition ausgeschlossen.

Unter E-Commerce-Verkäufe versteht man Verkäufe, Aufträge oder Buchungen von Waren oder Dienstleistungen über Computernetzwerke wie

E-Commerce-Verkäufe

- Websites, Apps oder Online-Marktplätze (z. B. Online-Shops, Web-Formulare, Extranet, Buchungs- oder Reservierungssysteme);
- EDI-basierte Systeme (siehe Definition „E-Commerce“).

Unter EDI-basierten Systemen versteht man Verkäufe, Aufträge oder Buchungen über EDI-basierte Systeme (EDI = Electronic Data Interchange)

EDI-basierte Systeme

- In einem vereinbarten Format oder Standardformat, das eine automatisierte Weiterverarbeitung ermöglicht,
- vom Computersystem des Kunden generiert wird (einschl. über EDI-Service Provider durchgeführte Verkäufe, Aufträge oder Buchungen)
- und direkt in das ERP-System des Unternehmens übernommen werden können (einschl. automatisierte bedarfsabhängige Bestellungen).

ERP-Systeme (Enterprises Resource Planning) sind unternehmensweite Softwaresysteme, die verwendet werden, um innerbetriebliche Ressourcen zu verwalten und zu optimieren. Dabei können unterschiedliche betriebliche Bereiche auf zentral gespeicherte Informationen in Echtzeit zugreifen (z. B. Materialwirtschaft, Produktion, Finanz- und Rechnungswesen, Controlling, Personalwirtschaft).

ERP-Software

Extranet ist ein geschlossener und geschützter Bereich einer Website oder eine Erweiterung der unternehmensinternen Website (Intranet), die nur für ausgewählte Geschäftspartner zugänglich sind.

Extranet

Der IKT-Sektor im Rahmen dieser Erhebung umfasst Unternehmen, deren wirtschaftliche Haupttätigkeit im Bereich der IKT liegt. Unternehmen aus den folgenden ÖNACE (2008)-Aggregaten sind dem IKT-Sektor zugeteilt:

IKT-Sektor

26.1	Herstellung von elektronischen Bauelementen und Leiterplatten
26.2	Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten und peripheren Geräten
26.3	Herstellung von Geräten und Einrichtungen der Telekommunikationstechnik
26.4	Herstellung von Geräten der Unterhaltungselektronik
26.8	Herstellung von magnetischen und optischen Datenträgern
46.5	Großhandel mit Geräten der Informations- und Kommunikationstechnik
58.2	Verlegen von Software
61	Telekommunikation
62	Erbringung von Dienstleistungen der Informationstechnologie
63.1	Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Tätigkeiten; Webportale
95.1	Reparatur von Datenverarbeitungs- und Telekommunikationsgeräten

IKT-Sicherheit	<p>Unter IKT-Sicherheit werden Maßnahmen, Kontrollen und Abläufe bei IKT-Systemen verstanden, um die Integrität, Echtheit, Verfügbarkeit und Vertraulichkeit von Daten und Systemen zu gewährleisten.</p>
IKT-Spezialistinnen oder -Spezialisten	<p>Die Haupttätigkeit von IKT-Spezialistinnen oder -Spezialisten liegt im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT). Zu den Aufgaben zählen z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planung, Konzeption, Programmierung, Implementierung, Konfiguration und Evaluierung von IKT-Systemen • Administration, Betreuung, Service, Wartung oder Pflege von IKT-Systemen; Netzwerkbetreuung
Mobile Internetnutzung	<p>Unter mobiler Internetnutzung im Sinne dieser Erhebung ist gemeint, wenn Unternehmen ihre Beschäftigten mit tragbaren Geräten (siehe Definition „Tragbare Geräte“), die einen mobilen Internetzugang über Mobilfunknetze ermöglichen, für den Geschäftsgebrauch ausstatten. Dabei übernimmt das Unternehmen komplett oder teilweise die anfallenden Nutzungsgebühren bzw. Aktivierungsentgelte.</p>
Online-Marktplätze	<p>Unter Online-Marktplätze werden Websites oder Apps verstanden, die von diversen Unternehmen genutzt werden, um Waren oder Dienstleistungen zu verkaufen.</p>
RFID	<p>RFID (Radio Frequency Identification = Identifizierung durch elektromagnetische Wellen) ist eine Identifizierungsmethode für Objekte über Funk, bei der Daten und Informationen von Objekten (z.B. Produkte/Waren, Zutrittskarten) gespeichert bzw. durch sogenannte RFID-Transponder abgerufen werden können. Dabei enthält ein eingebauter RFID-Chip objektbezogene Informationen, die mittels elektromagnetischer Wellen von einem Transponder gelesen und anschließend digitalisiert mit weiteren Informations- und Kommunikationstechnologien verarbeitet werden können.</p>
Robotik	<p>Unter Robotik wird im Sinne der Erhebung nachstehende Arten von Robotern unterschieden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Industrieroboter: automatisierte, programmierbare Maschinen, die zur Handhabung, Montage oder Bearbeitung von Objekten im industriellen Umfeld eingesetzt werden. • Serviceroboter: Maschinen, die bis zu einem gewissen Grad eigenständig sind. In einer komplexen und dynamischen Umgebung kann ein Serviceroboter mit Personen, Objekten oder anderen Geräten interagieren. <p>Ausgeschlossen sind Softwareroboter (Computerprogramme) und 3D-Drucker.</p>
Social Media	<p>Unter der Nutzung von Social Media wird die Verwendung von Kommunikationsplattformen über Internet verstanden, um sich mit Kunden, Lieferanten, Geschäftspartnern oder auch innerhalb des Unternehmens zu ver-</p>

netzen und Inhalte online zu gestalten, zu erstellen oder auszutauschen. Die Definition von der Nutzung von Social Media schließt hier mit ein, dass ein Unternehmen ein Userprofil, ein Benutzerkonto oder eine Nutzerlizenz hat (abhängig von den Anforderungen bestimmter sozialer Medien).

Unter tragbare Geräte im Rahmen dieser Erhebung werden z.B. Laptops, Netbooks, Tablets oder Smartphones verstanden.

Tragbare Geräte

Unter Verkäufen über Websites versteht man Verkäufe, Aufträge oder Buchungen über Websites, Apps oder Online-Marktplätze über z.B. Online-Shops, Webformulare, Extranet oder Buchungs- oder Reservierungssysteme (siehe Definition „Extranet“, „Online-Marktplätze“ sowie „Applikation/App“).

Webverkäufe

Auszuschließen sind Aufträge mit nicht-automatisiert erstellten E-Mails oder Fax.

Eine Website (Homepage; Webauftritt) ist ein Medium, um über das Internet zu kommunizieren und in weiterer Folge ein virtueller Platz im World Wide Web, an dem sich meist mehrere Webseiten und andere Dokumente befinden. Zum Aufruf und korrekten Darstellung einer Website ist ein Internet Browser notwendig.

Website

Die Umsatzerlöse beinhalten die Summe der im Unternehmen für die gewöhnliche Geschäftstätigkeit in Rechnung gestellten Beträge (ohne Umsatzsteuer), die dem Verkauf oder der Nutzungsüberlassung von Erzeugnissen und Waren bzw. gegenüber Dritten erbrachten Dienstleistungen entsprechen, nach Abzug der Erlösschmälerungen (Skonti, Kundenrabatte, sonstige Preisnachlässe). In die Umsatzerlöse eingeschlossen sind alle Steuern (mit Ausnahme der Umsatzsteuer) und Abgaben, die auf den vom Unternehmen in Rechnung gestellten Waren oder Dienstleistungen liegen (z.B. NoVa, Mineralöl- oder Tabaksteuer) sowie alle anderen Aufwendungen (Transport, Porto, Verpackung etc.), die den Kunden berechnet werden. Eigenverbrauch ist wie Verkauf zu behandeln.

Umsatzerlöse

