
Wiesbaden, 30. Oktober 2019

Pressekonferenz

„Statistisches Jahrbuch 2019: Deutschland im digitalen Zeitalter“

am 30. Oktober 2019 in Berlin

Statement

– Es gilt das gesprochene Wort –

Die Digitalisierung hat das Privat- und Arbeitsleben tiefgreifend verändert (Dr. Georg Thiel)

Die Verfügbarkeit von Breitband-Internet, hoher Rechenleistung und mobiler Geräte hat das Privat- und Arbeitsleben tiefgreifend verändert. Vom Einkauf über die Informationsbeschaffung bis hin zur Unterhaltung verlagern sich immer mehr alltägliche Aktivitäten auf das Internet. Das Netz ist integraler Bestandteil der Lebenswelt von fast allen Menschen in Deutschland.

Wo steht Deutschland im digitalen Zeitalter? Wie sehr prägt die Digitalisierung unser Leben? Antworten auf diese Fragen möchten wir Ihnen heute geben. Wir betrachten dazu den Einsatz digitaler Technologien in den Unternehmen, aber auch, wie sich die Digitalisierung ganz konkret auf den Arbeitsalltag der Erwerbstätigen auswirkt. Und wir zeigen, wie die Menschen in Deutschland das Internet im privaten Umfeld nutzen. Diese Ergebnisse stammen aus den Erhebungen zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien in privaten Haushalten und in Unternehmen, zu finden in den Kapiteln 7 und 20 des Statistischen Jahrbuchs.

Statement Seite 2

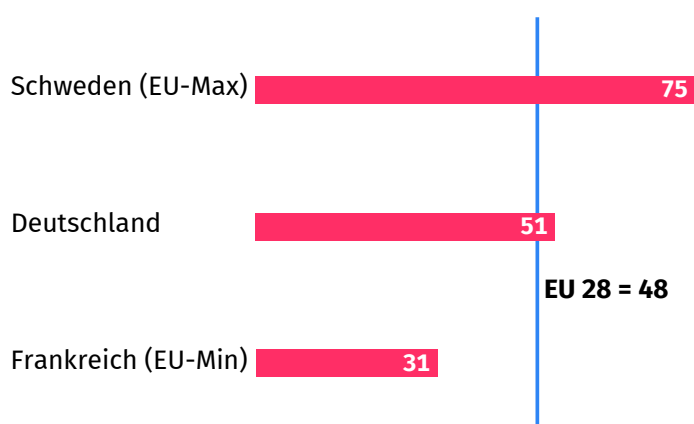
Deutsche Unternehmen bei schnellem Internet im EU-Mittelfeld (Melanie Bodenseh)

95 % der deutschen Unternehmen haben einen Internetzugang, fast 9 von 10 (88 %) eine feste Breitbandverbindung. Über schnelles Internet mit einer Datenübertragungsrate von 30 Mbit/s und mehr verfügen etwas mehr als die Hälfte der Unternehmen ab 10 Beschäftigten. Deutschland liegt damit innerhalb der Europäischen Union (EU) im Mittelfeld.

Schaubild 1

Schnelles Internet von 30 Mbit/s und mehr 2018

in Unternehmen ab 10 Beschäftigten, in %



Quelle: Eurostat

© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2019

Cloud-Computing, Big-Data-Analysen und 3D-Druck – neue Technologien in Unternehmen

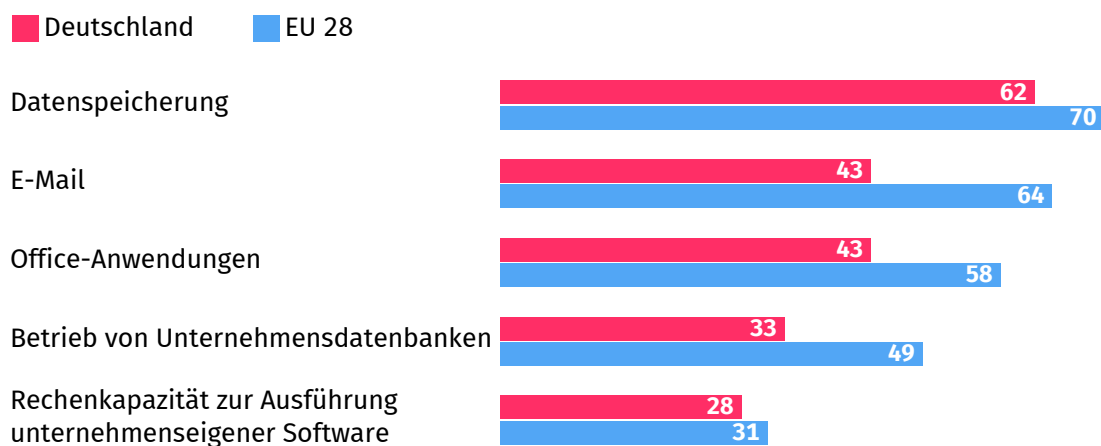
Breitbandverbindungen, insbesondere schnelle Verbindungen ab 30 Mbit/s sind wichtig für die Nutzung von **Cloud-Services**, also den internetbasierten Zugriff auf Software, Rechenkapazität oder Speicherplatz, der auf externen Servern liegt und von den Unternehmen „eingekauft“ wird. Ein Fünftel (19 %) aller Unternehmen in Deutschland nutzte im Jahr 2018 kostenpflichtige Cloud Services über das Internet. Allerdings gibt es enorme Unterschiede je nach Unternehmensgröße: Von den Unternehmen ab 250 Beschäftigten nutzte die Hälfte (49 %) Cloud-Services, am häufigsten zur Datenspeicherung (62 %) und zum Betrieb von E-Mail- und Office-Anwendungen (je 43 %). Die deutschen Unternehmen sind bei der Cloud-Nutzung im EU-Vergleich etwas verhaltener als die Unternehmen in der EU insgesamt. Der EU-Durchschnitt bei der Nutzung von Cloud-Services durch Unternehmen ab 250 Beschäftigten lag 2018 um 7 Prozentpunkte (56 %) höher als hierzulande.

Statement Seite 3

Schaubild 2

Nutzung von Cloud Computing 2018

in Unternehmen ab 250 Beschäftigten, in %



Mehrfachnennungen möglich. EU-Werte von Eurostat.

© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2019

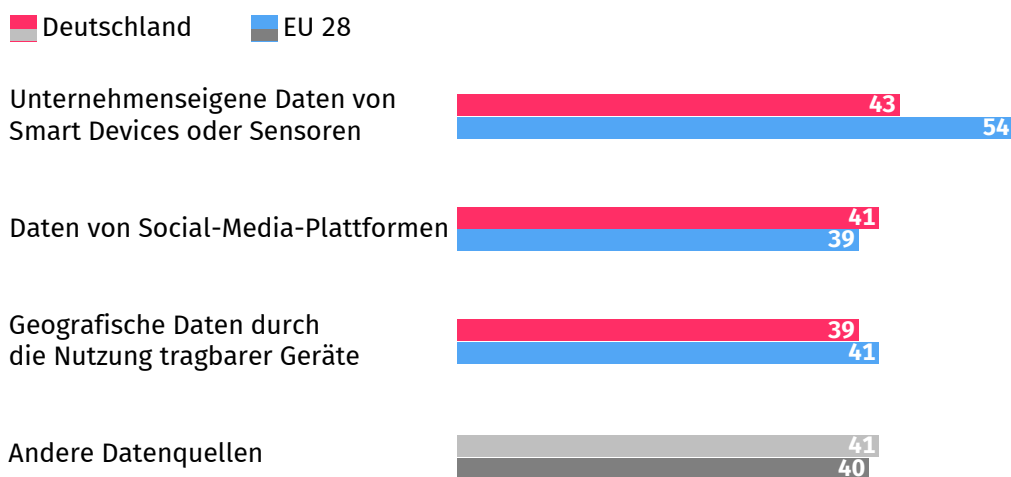
Big Data sind schnell wachsende Datenmengen, die aus elektronisch durchgeführten Aktivitäten und Machine-to-Machine-Kommunikation entstehen. Die Fähigkeit zur Analyse und Verarbeitung dieser Daten ist in vielen Wirtschaftsbereichen ein Schlüssel zu Zukunftsfähigkeit und nachhaltigem Erfolg. Auch bei der Nutzung von Big-Data-Analysen sind es insbesondere die größeren Unternehmen ab 250 Beschäftigten, die diese Schlüsseltechnologie einsetzen. Gut ein Drittel (34 %, EU: 33 %) von ihnen nutzten 2017 Big-Data-Analysen, während die Anteile bei Unternehmen mit 50 bis 249 Beschäftigten (22 %, EU: 19 %) und 10 bis 49 Beschäftigten (13 %, EU: 10 %) deutlich geringer waren. Zumeist (43 %) lagen den Analysen bei den Unternehmen ab 250 Beschäftigten unternehmenseigene Daten von Smart Devices oder Sensoren zugrunde, etwa aus der Machine-to-Machine-Kommunikation, von digitalen Sensoren oder Transpondern. Viele der größeren Unternehmen nutzten aber auch Daten von Social-Media-Plattformen (41 %) oder geografische Daten (39 %) für solche Analysen.

Statement Seite 4

Schaubild 3

Nutzung von Big-Data-Analysen 2017

in Unternehmen ab 250 Beschäftigten, in %



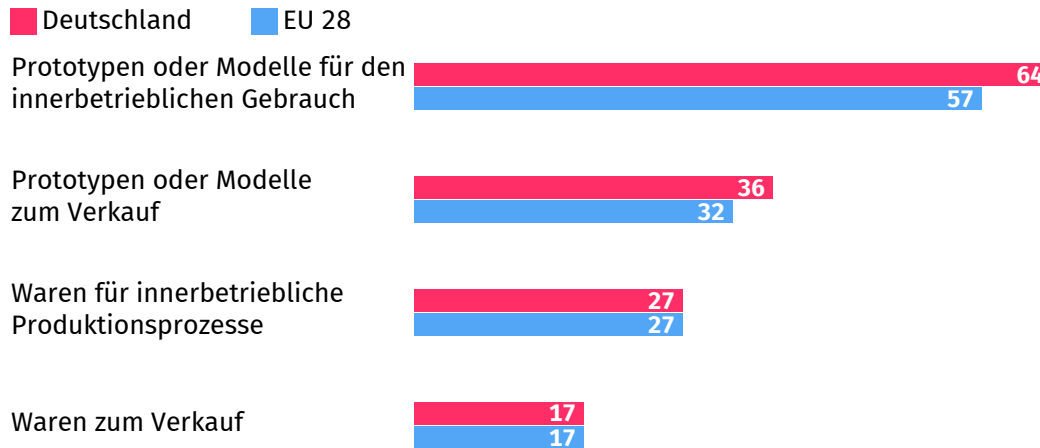
Mehrfachnennungen möglich. EU-Werte von Eurostat.

© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2019

Der **3D-Druck** wird vielfach als eine Schlüsseltechnologie in der Industrie 4.0 angesehen. 2017 nutzten 5 % (EU: 4 %) aller Unternehmen ab 10 Beschäftigten und fast jedes fünfte Unternehmen ab 250 Beschäftigten (18 %, EU: 13 %) dieses Fertigungsverfahren. Bei den größeren Unternehmen ab 250 Beschäftigten lag Deutschland um 5 Prozentpunkte über dem EU-Durchschnitt, was mit dem vergleichsweise starken Gewicht der Industrie in der deutschen Wirtschaft zusammenhängen kann. Hauptsächlich wird 3D-Druck in der Produktentwicklung zur Fertigung von Prototypen für interne Zwecke genutzt. Dies war 2017 der Fall bei 64 % der Unternehmen, die 3D-Druck nutzten. In der Produktion von Waren, die für den Verkauf bestimmt sind, kam die Technik aber selten zum Einsatz (17 % der Unternehmen, die 3D-Druck nutzten).

Statement Seite 5

Schaubild 4
Nutzung von 3D-Druck 2017
in Unternehmen ab 10 Beschäftigten, in %

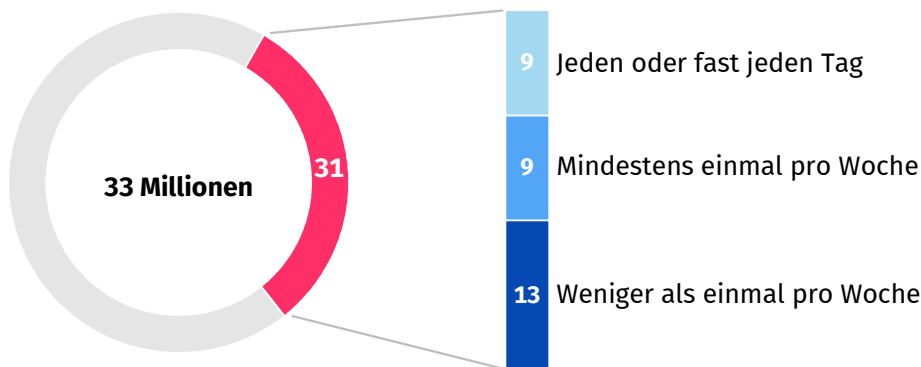


Mehrfachnennungen möglich. EU-Werte von Eurostat.
© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2019

Arbeit wird durch die Digitalisierung zunehmend ortsunabhängig (Kristina Kott)

Die Digitalisierung beeinflusst den Ablauf von Arbeitsprozessen in hohem Maße, und auch die Arbeitsformen verändern sich. 33 Millionen der knapp 40 Millionen erwerbstätigen Internetnutzerinnen und -nutzer ab 16 Jahren in Deutschland arbeiteten 2018 mit Computern oder computergesteuerten Geräten und Maschinen. Neue Arbeitsformen wie das Arbeiten im Home Office und mobiles Arbeiten sind längst Bestandteil unserer modernen Arbeitswelt geworden.

Schaubild 5
Erwerbstätige Internetnutzer/-innen mit Home Office 2018
in %



© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2019

Statement Seite 6

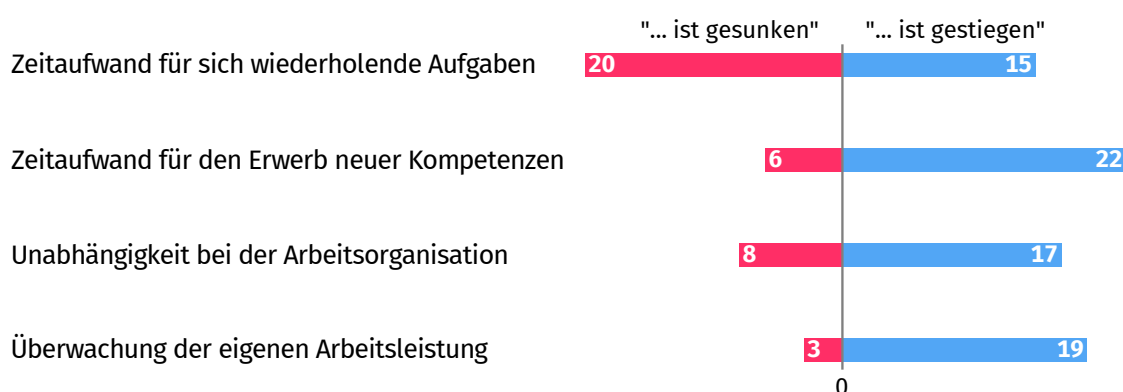
3 von 10 Erwerbstätigen, die für die Ausübung ihrer beruflichen Tätigkeit das Internet nutzen, arbeiteten im Jahr 2018 im Home Office (31 %). 18 % arbeiteten mindestens einmal in der Woche von zu Hause aus, davon 9 % jeden oder fast jeden Tag. 16 % arbeiteten zudem mindestens einmal pro Woche mobil, waren also auswärts und unterwegs beruflich online, etwa auf einer Baustelle, einer landwirtschaftlichen Fläche oder in einem Fahrzeug. Dabei kamen Handheld-Geräte wie Laptop, Smartphone, Tablet und Handscanner zum Einsatz, aber auch andere computergesteuerte Geräte und Maschinen, wie sie beispielsweise in Produktions- oder Beförderungsanlagen verwendet werden. In der EU arbeiteten durchschnittlich 40 % der genannten Erwerbstätigen in Telearbeit, Spitzenreiter war Dänemark mit einem Anteil von 57 %.

Die Digitalisierung der Arbeitswelt bedeutet stetiges Lernen

Die digitale Arbeitswelt zeichnet sich durch zunehmende Flexibilität aus. Die Arbeitsprozesse unterliegen dabei grundlegenden Veränderungen, und das oft in engen Zyklen. Erwerbstätige profitieren von diesen Veränderungen durch die Digitalisierung, sie stehen aber auch neuen Herausforderungen gegenüber. 2018 ist für 20 % der Erwerbstätigen, die Computer und Internet am Arbeitsplatz nutzen, nach eigener Einschätzung der Zeitaufwand für sich wiederholende Aufgaben durch die Digitalisierung der Arbeit gesunken. 17 % meinten, dass sie ihre Arbeit aufgrund der Digitalisierung unabhängiger und selbstständiger erledigen können. Andererseits hatten 19 % von ihnen den Eindruck, dass die Überwachung und Kontrolle ihrer Arbeitsleistung gestiegen ist. Etwa 4 von 10 (38 %) mussten 2018 den Umgang mit neuer Software oder computergesteuerten Geräten und Maschinen erlernen.

Schaubild 6

Veränderungen der Arbeit durch Digitalisierung 2018 in % der erwerbstätigen Internetnutzer/-innen ab 16 Jahren



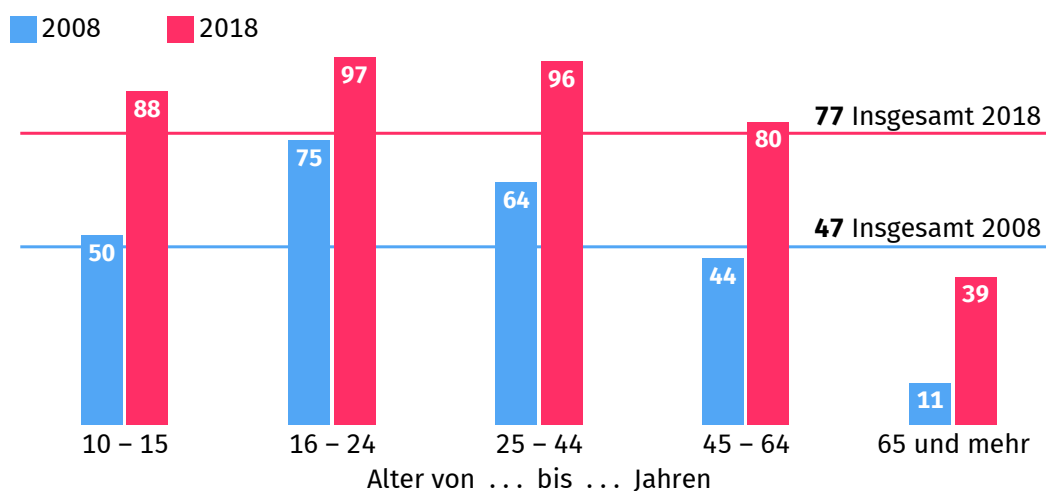
Statement Seite 7

Private Internetnutzung: 9 von 10 Personen ab 10 Jahren sind online

Das Internet ist ein fester Bestandteil des täglichen Lebens – in der Arbeitswelt wie im Privaten. Deutschland ist online: 90 % aller Personen ab 10 Jahren nutzten 2018 das Internet. Vor allem die Generation 65plus hat in den vergangenen Jahren deutlich aufgeholt: Waren 2008 nur ein Viertel (25 %) der älteren Menschen online, so sind es mittlerweile (2018) fast zwei Drittel (63 %). Von der gesamten Bevölkerung Deutschlands ab 10 Jahren sind mehr als drei Viertel (77 %) täglich oder fast täglich online. Bei den 16- bis 44-Jährigen beträgt der Anteil der täglichen Internetnutzerinnen und -nutzer sogar nahezu 100 %, und mittlerweile sind auch 4 von 10 der ab 65-Jährigen so häufig im Netz unterwegs. 2008 war es 1 von 10 Personen dieser Altersgruppe.

Schaubild 7

Tägliche oder fast tägliche Internetnutzung zu privaten Zwecken in %



Anteile an allen Personen ab 10 Jahren.

© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2019

Die Internetaktivitäten der Nutzerinnen und -nutzer reichen von Informationsbeschaffung, Kommunikation und Unterhaltung bis hin zum Einkaufen im Netz und zur Online-Erledigung von Bankgeschäften und Behördenangelegenheiten. Auch hier sind die Anteile der einzelnen Aktivitäten im Vergleich zu 2008 gestiegen. Internetnutzerinnen und -nutzer suchten im 1. Quartal 2018 besonders häufig im Netz nach Informationen über Waren und Dienstleistungen (91 %) und empfangen oder verschickten E-Mails (89 %). Mehr als die Hälfte der Nutzerinnen und Nutzer erledigte 2018 zudem Bankgeschäfte online (59 %), führte Telefonate oder Videotelefonate über Internet (57 %) und tauschte sich in sozialen Netzwerken wie Facebook, Instagram oder Twitter aus (56 %).

Statement Seite 8

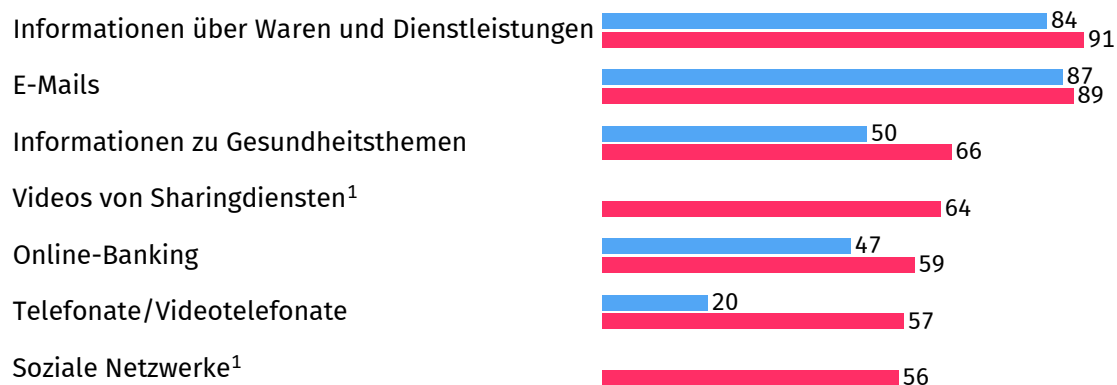
Schaubild 8

Internetaktivitäten zu privaten Zwecken

Internetnutzer/-innen im 1. Quartal, in %

■ 2008

■ 2018



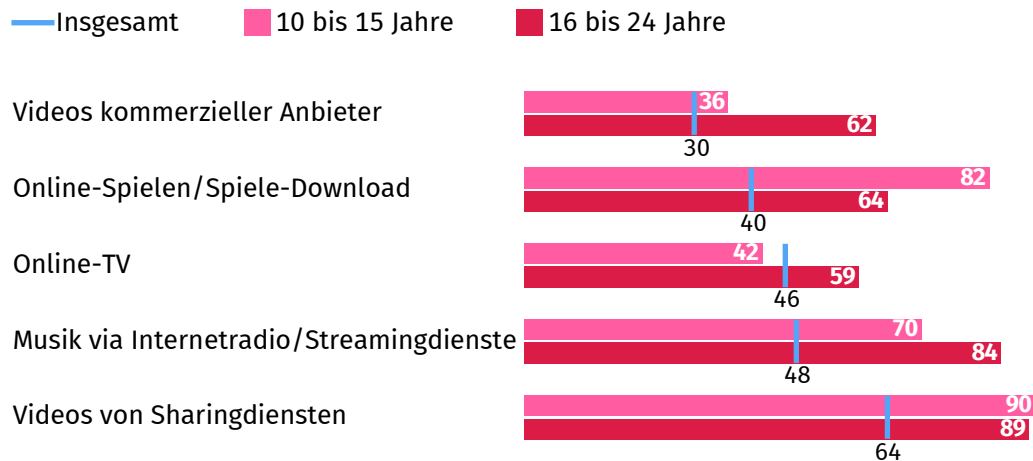
1 keine Vergleichszahlen für 2008.

© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2019

Im Bereich Unterhaltung und Information zeigt sich, dass Video- und Musik-Streaming von jungen Menschen zwischen 10 und 24 Jahren besonders intensiv genutzt wird. 90 % der regelmäßigen Internetnutzerinnen und -nutzer zwischen 10 und 15 Jahren schauten 2018 Videos von Sharing-Plattformen wie YouTube (Anteil bei allen Internetnutzerinnen und -nutzern ab 10 Jahren: 64 %) und 62 % der User zwischen 16 und 24 Jahren sahen Serien, Spielfilme und Dokumentationen bei kostenpflichtigen Streaming-Anbietern wie Netflix oder Amazon Video (Anteil bei allen Internetnutzerinnen und -nutzern ab 10 Jahren: 30 %). Internetradio und Streamingdienste wie Spotify oder Apple Music nutzten 70 % der 10- bis 15-Jährigen und 84 % der 16- bis 24-Jährigen (Anteil bei allen Internetnutzerinnen und -nutzern ab 10 Jahren: 48 %).

Statement Seite 9

Schaubild 9
Internetaktivitäten im Bereich Unterhaltung 2018
 in %



Internetnutzer/-innen der letzten 3 Monate.
 © Statistisches Bundesamt (Destatis), 2019

Die Internetnutzerinnen und -nutzer bewegen sich auch zunehmend in der sogenannten Sharing Economy, bei der es um den zeitweisen, gemeinschaftlichen Konsum und das Teilen von Gütern und Dienstleistungen zwischen Privatpersonen geht. 2018 haben sich 20 % der Internetnutzerinnen und -nutzer Unterkünfte bei Privatpersonen über darauf spezialisierte Internetplattformen wie Airbnb, Couchsurfing oder 9flats oder über andere Vermittlungswebseiten, Apps oder soziale Netzwerke besorgt. In der Altersgruppe der 25- bis 44-Jährigen lag der Anteil bei 28 %.

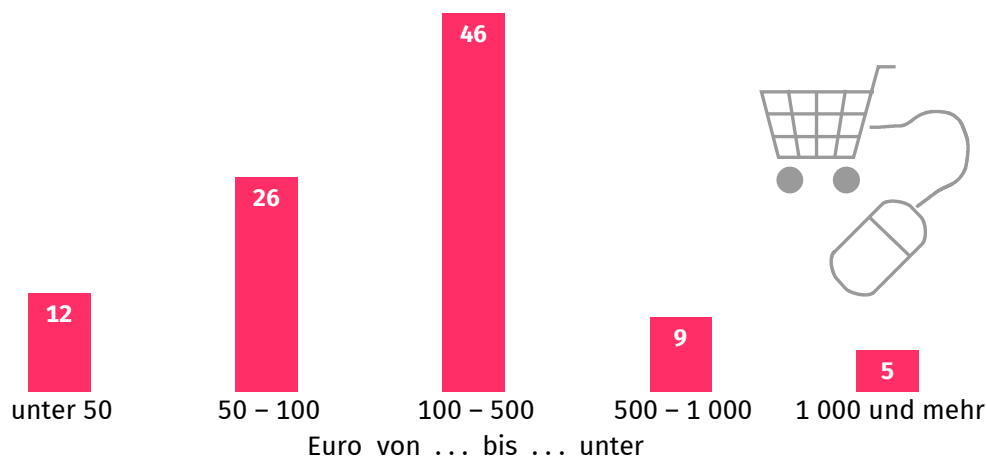
Zwei Drittel der Internetnutzerinnen und -nutzer kaufen auf dem Online-Markt

Der Bereich E-Commerce spielt eine herausragende Rolle bei der Internetnutzung und hat sich in den letzten Jahren stetig weiterentwickelt. Hat im 1. Quartal 2008 in Deutschland erst gut die Hälfte (53 %) der Internetnutzerinnen und -nutzer Produkte und Dienstleistungen über das Internet bestellt, so belief sich dieser Anteil im 1. Quartal 2018 bereits auf mehr als zwei Drittel (68 %).

46 % der Online-Käuferinnen und -käufer gaben innerhalb dieses Drei-Monats-Zeitraums zwischen 100 Euro und 500 Euro für Online-Käufe aus, 14 % sogar mehr. Gekauft wurden vor allem Kleidung und Sportartikel (69 %), Gebrauchsgüter wie Möbel, Spielzeug oder Geschirr (55 %), Eintrittskarten für Sport-Events, Konzerte, Kino- und Theatervorstellungen oder andere Veranstaltungen (43 %) sowie Bücher und Zeitschriften einschließlich E-Books und digitaler Zeitschriftenausgaben (42 %). Auch Urlaubsunterkünfte (44 %) wurden häufig über das Internet gebucht, ebenso wie andere Reisedienstleistungen (36 %).

Statement Seite 10

Schaubild 10
Ausgaben für Online-Einkäufe 2018
 in %, im 1. Quartal



Online-Einkäufer/-innen der letzten 3 Monate.
 © Statistisches Bundesamt (Destatis), 2019

Das Internet ist nicht nur der Marktplatz für den Kauf von Waren und Dienstleistungen von kommerziellen Anbietern, sondern auch ein Ort, an dem Waren und Dienstleistungen von privater Seite veräußert werden. Fast ein Drittel (32 %) der Internetnutzerinnen und -nutzer haben im 1. Quartal 2018 Waren und Dienstleistungen über das Internet verkauft.

Gut die Hälfte der User hat Online-Kontakte zu Behörden und öffentlichen Institutionen

Behördenangelegenheiten (z. B. bei An- und Abmeldung des Wohnsitzes, Beantragen von Dokumenten oder Sozialleistungen) können nur dann online geregelt werden, wenn entsprechende Online-Angebote auch tatsächlich verfügbar sind. Im 1. Quartal 2018 hatten 57 % der Internetnutzerinnen und -nutzer Online-Kontakte mit Behörden und öffentlichen Institutionen, womit der Anteil gegenüber 2008 (55 %) fast gleich geblieben ist. Zumeist ging es dabei lediglich um Informationssuche auf entsprechenden Behörden-Websites und -Apps (55 %) und um das Herunterladen oder Ausdrucken von amtlichen Formularen (34 %). Ausgefüllte Formulare wurden jedoch nur von knapp jedem Fünften (18 %) online zurückgesandt. Als Hinderungsgründe wurden am häufigsten das fehlende Online-Angebot (28 %) und Sicherheitsbedenken (35 %) genannt.

7 von 10 Smartphone-Nutzerinnen und -Nutzer beschränken Zugriff auf persönliche Daten

Angesichts der Sicherheitsrelevanz der vielen im Netz durchgeführten, personenbezogenen Transaktionen gewinnt auch das Thema Internetsicherheit immer mehr an Bedeutung. So legten 2018 die meisten der rund 52,3 Millionen Smartphone-Nutzerinnen und -Nutzer Wert darauf, dass

Statement Seite 11

ihr Gerät mit Sicherheitssoftware und -services (Antivirus, Antispam, Firewall) ausgestattet ist: 66 % haben Sicherheitssoftware auf ihrem Gerät installiert. Dies schließt automatisch installierte, zusammen mit dem Betriebssystem zur Verfügung gestellte wie auch extra abonnierte und installierte Sicherheitssoftware ein. Knapp drei Viertel (73 %) haben die Zugriffsmöglichkeiten auf ihre persönlichen Daten, etwa auf ihren Standort oder ihre Kontaktliste abgelehnt oder eingeschränkt, wenn sie Apps auf ihrem Smartphone nutzten oder installierten.

Zusammenfassung der Ergebnisse (Dr. Georg Thiel)

Die vorgestellten Ergebnisse zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien zeigen: Die treibenden Technologien in der Wirtschaft sowie die Informationsbedürfnisse und das Rechercheverhalten der Bürgerinnen und Bürger haben sich im digitalen Zeitalter grundlegend verändert. Fassen wir die Ergebnisse kurz zusammen:

- Nahezu alle Unternehmen in Deutschland haben einen Internetzugang. Bei der Ausstattung der Unternehmen mit schnellem Internet rangiert Deutschland innerhalb der EU im Mittelfeld.
- Digitale Technologien und Datenverarbeitungsverfahren wie Big-Data-Analysen werden heute schon in vielen Bereichen der Wirtschaft, aber auch in Wissenschaft und Forschung sowie immer stärker auch im Journalismus eingesetzt. Open Data und die maschinelle Lesbarkeit von Daten werden immer wichtiger.
- Die fortschreitende Digitalisierung verändert das Arbeitsleben von uns allen. Ständiges Lernen, das Handhaben weiterentwickelter Software und digitaler Geräte sind fast dauerhafte Aufgaben für viele. Die digitalen Arbeitsweisen machen das Arbeiten zudem häufig ortsunabhängig.
- Die weit überwiegende Mehrheit in Deutschland ist online: Unsere Kommunikation, die Informationssuche, Unterhaltung sowie der Kauf von Waren und Dienstleistungen spielen sich zunehmend online ab. Und wir können diese Online-Aktivitäten von fast überall aus ausführen.

Die Trennung in eine ‚digitale‘ und eine ‚analoge‘ Sphäre vollzieht der Großteil der Menschen in Deutschland nicht mehr. Das Netz ist integraler Bestandteil der Lebenswelt von fast allen.

Für das Statistische Bundesamt bedeutet dies, dass wir uns nicht ausruhen dürfen. Wenn wir in einer Zeit rasanten Wandels der führende Anbieter objektiver statistischer Informationen über Deutschland bleiben wollen, müssen wir die Art und Weise, wie wir unsere statistischen Ergebnisse kommunizieren, aber auch die Statistikproduktion selbst stetig hinterfragen und an die veränderten Nutzerbedürfnisse anpassen. Klar ist: Starre Nachschlagewerke sind heute kaum noch nachgefragt. Die Entwicklung geht hin zu aktuellen, digital verfügbaren Informationen. Die Informationen werden online recherchiert. Sie müssen von allen Endgeräten einfach zugänglich sein und medienbruchfrei weiterverarbeitet werden können. Das heißt für uns, dass wir uns noch stärker als bisher auf

Statement Seite 12

passgenaue digitale Angebote und somit auf hohe Aktualität, individuelle Recherche- und Auswertungsmöglichkeiten sowie standort- und geräteunabhängige Zugänglichkeit fokussieren. In der Konsequenz daraus werden wir das Statistische Jahrbuch nicht über die Ausgabe 2019 hinaus weiterführen. Wir tragen damit den veränderten Nutzerbedürfnissen Rechnung.

Ausbau digitaler Angebote des Statistischen Bundesamtes (Juliane Gude)

Mit der heute vorliegenden 68. Ausgabe endet die Ära des Statistischen Jahrbuchs. Unser Auftrag, fundierte statistische Ergebnisse für die breite Öffentlichkeit in einer demokratischen Gesellschaft anzubieten, bleibt bestehen. Wir erfüllen diesen Informationsauftrag durch unsere digitalen Produkte. Lassen Sie mich einige davon vorstellen:

- Unsere Website **destatis.de** als zentraler Zugangspunkt zu unseren rund 370 Statistiken wurde im März 2019 auf Grundlage intensiver Usability Tests an die Nutzerbedürfnisse angepasst und bietet mehr Übersicht, eine verbesserte Suchfunktion, einfacher zugängliche Basisinformationen sowie sehr gute Nutzbarkeit von allen Endgeräten aus.
- Die Website ist eng mit unserer Statistikdatenbank **GENESIS-ONLINE** verknüpft. Sie enthält mittlerweile mehr als eine Milliarde Werte und bietet seit Mitte Oktober 2019 eine neue Struktur und neue Funktionen. Im nächsten Schritt werden wir auch durch ein neues Design ein stark verbessertes Nutzererlebnis bieten. Zudem sind wir dem Open-Data-Gedanken verpflichtet und verbessern stetig auch die maschinellen Schnittstellen zu unserer Datenbank und sonstigen Angeboten, auch für den Datenjournalismus.
- **Interaktive Angebote:** Wir setzen auf die Visualisierung statistischer Informationen und Interaktivität, etwa mit dem Dashboard der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (VGR-Dashboard). Dem steigenden Bedarf an regionalen Informationen kommen wir mit interaktiven Anwendungen wie dem Krankenhausatlas oder auch dem Unfallatlas im Verbund mit den Statistischen Ämtern der Länder nach.
- Die Information der Öffentlichkeit und die **Unterstützung der journalistischen Arbeit** durch unsere Auskunftsdienste, Pressemitteilungen, Pressekonferenzen und Hintergrundgespräche sind und bleiben unsere Kernaufgaben als Informationsdienstleister.
- Bereits jetzt verbreiten wir unsere Ergebnisse in mehr als 500 Pressemitteilungen pro Jahr. Wir bauen unsere **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit** aus und wollen schneller als bisher auf aktuelle gesellschaftliche Themen reagieren und diese mit Zahlen und Fakten unterlegen.
- Auf unserem **Twitter-Kanal @destatis** greifen wir verstärkt tagesaktuelle Ereignisse auf, unterlegen sie mit statistischen Daten und tragen zur Versachlichung von Debatten bei.

Statement Seite 13

Statistisches Bundesamt: Informationsdienstleister im 21. Jahrhundert (Dr. Georg Thiel)

Die Digitalisierung prägt die Statistik des 21. Jahrhunderts. Der Ausbau unserer digitalen Kommunikation ist erforderlich, wenn wir der führende Anbieter statistischer Informationen über Deutschland bleiben wollen. Wir verabschieden uns vom Statistischen Jahrbuch, das über fast sieben Jahrzehnte für unser Tun stand. Das Jahrbuch geht, aber die Daten bleiben. Sie sind längst verfügbar über unsere Onlinedienste, in einer größeren Fülle als je zuvor. Wir werden den Nutzen unserer Ergebnisse mit unseren digitalen Angeboten weiter steigern. In diesem Sinne dürfen wir stolz sein auf das Statistische Jahrbuch als Chronik durch sieben Jahrzehnte Bundesrepublik. Seiner Tradition sind wir im digitalen Zeitalter weiter verpflichtet.

Mein besonderer Dank gilt meinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern: den Kolleginnen und Kollegen, die durch ihren jährlichen tatkräftigen Einsatz das pünktliche Erscheinen des Jahrbuchs gesichert haben. Meinen herzlichen Dank auch dafür, dass sie den Weg der Digitalisierung unserer Statistikprozesse und Informationsangebote mit ihrem Einsatz und ihrem Know-how bereiten. Mein Dank geht nicht zuletzt auch an die externen Organisationen, mit deren Daten wir das statistische Angebot im Jahrbuch abrunden konnten. Ich danke Ihnen für die Bereitstellung Ihrer Zahlen! Und ich bedanke mich besonders bei den Leserinnen und Lesern für ihre langjährige Treue und hoffe, sie begleiten uns auch weiterhin auf digitalem Wege.

Statement Seite 14

Anhang

Digitale Verfahren in der Statistik: Höhere Aktualität und Entlastung der Auskunftgebenden

Nicht nur an die Veröffentlichung, sondern auch an die Produktion der Statistiken richten sich im Zuge der Digitalisierung veränderte Ansprüche. Ein Schwerpunkt der Arbeit des Statistischen Bundesamtes liegt daher in der Forschung und Entwicklung neuer Methoden, mit denen Daten erhoben und weiterverarbeitet werden. Dies soll die Qualität und Aktualität der Statistiken steigern sowie Auskunftgebende von Meldepflichten entlasten.

Beispielsweise greift das Statistische Bundesamt mit sogenannten Web-Scraping-Verfahren direkt und automatisiert auf geeignete Daten aus dem Internet zu. Damit lassen sich etwa in der Preisstatistik die volatilen Preisveränderungen im Online-Handel abbilden. Auf Basis der Daten der Lkw-Mautstellen wird ein Lkw-Maut-Fahrleistungsindex als Frühindikator für die wirtschaftliche Entwicklung berechnet. Machine Learning (maschinelles Lernen) wird für eine schnellere Plausibilisierung von Daten genutzt. Dies sind nur einige Beispiele für neue digitale Verfahren, die das Statistische Bundesamt aktuell schon einsetzt. Viele weitere sind in der Erprobung. Beispielsweise wird intensiv getestet, wie sich anhand von Satellitenbildern die zu erwartende Ernte für die Agrarstatistik vorausschätzen lässt, und auch für viele weitere Erhebungen erscheint die Nutzung von Satellitenaufnahmen sehr gut geeignet. Durch Georeferenzierung – das Zuspielden von Geokoordinaten zu Datensätzen, wie sie aktuell beispielsweise im Unfallatlas stattfindet – sollen künftig vermehrt kleinräumige und interaktive Datenangebote geschaffen werden.

Mit solchen neuen digitalen Verfahren entlastet die amtliche Statistik an vielen Stellen die Auskunftgebenden, also diejenigen Bürgerinnen und Bürger sowie Unternehmen, die ihre Daten an die Statistischen Ämter melden. Die statistischen Meldepflichten werden einerseits durch die direkte Erhebung der Daten mithilfe digitaler Verfahren reduziert, die Befragungen verschlanken oder verzichtbar machen. Andererseits arbeiten die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder mit Nachdruck daran, die Meldewege und -systeme zu verbessern. So wird bei der Erhebung zum Zensus 2021 konsequent nach der Maßgabe „online first“ verfahren, also mit einem Online-Fragebogen und -Hilfestellungen, um den Aufwand für die voraussichtlich rund 11 Millionen Befragten damit so gering wie möglich zu halten.

Statement Seite 15

Anhang

Beiträge zur Digitalisierung in der amtlichen Statistik aus dem Wissenschaftsmagazin WISTA – Wirtschaft und Statistik (www.destatis.de/wista)

Folgende Beiträge aus der Zeitschrift WISTA beschäftigen sich exemplarisch mit der Nutzung neuer digitaler Datenquellen und Verfahren in der amtlichen Statistik:

- **Service-basierte Architektur zur Unterstützung der Digitalisierung im Statistischen Bundesamt**
Autoren: Bernhard Fischer, Nicole Merz, Timo Paschke, Heft 3/2019, Seite 82 ff.
- **Nutzung von Scannerdaten in der Preisstatistik – eine Untersuchung anhand von Marktforschungsdaten**
Autor: Matthias Bieg, Heft 2/2019, Seite 25 ff.
- **Digitale Verwaltungsdatenverarbeitung in den Agrarstatistiken**
Autoren: Martin Freier, Katrin Görnert, Carsten Schreiner, Heft 1/2019, Seite 80 ff.
- **Digitale Prozessdaten aus der Lkw-Mauterhebung – neuer Baustein der amtlichen Konjunkturstatistiken**
Autoren: Michael Cox, Martin Berghausen, Dr. Stefan Linz, Dr. Claudia Fries, Julia Völker, Heft 6/2018, Seite 11 ff.
- **Internetgestützte Erfassung offener Stellen**
Autorin: Dr. Martina Rengers, Heft 5/2019, Seite 11 ff.
- **Dynamische Preissetzung als Herausforderung für die Verbraucherpreisstatistik**
Autoren: Christian Blaudow, Florian Burg, Heft 2/2018, Seite 11 ff.
- **Registermodernisierung und Verwaltungsdatennutzung in der amtlichen Statistik**
Autoren: Arno Bens, Stefan Schukraft, Heft 1/2018, Seite 11 ff.
- **Neue digitale Daten in der amtlichen Statistik**
Autoren: Lara Wiengarten, Prof. Dr. Markus Zwick, Heft 5/2017, Seite 19 ff.

Folgende Beiträge aus der Zeitschrift WISTA beschäftigen sich mit der Digitalen Agenda des Statistischen Bundesamtes bzw. der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder:

- **Agile Statistikbehörde – eine Herausforderung für den Statistischen Verbund**
Autoren: Dr. Georg Thiel, Irina Meinke, Heft 3/2018, Seite 11 ff.
- **Die Digitale Agenda des Statistischen Bundesamtes**
Autoren: Thomas Riede, Thorsten Tümmeler, Stefan Wondrak, Heft 1/2018, Seite 102 ff.