

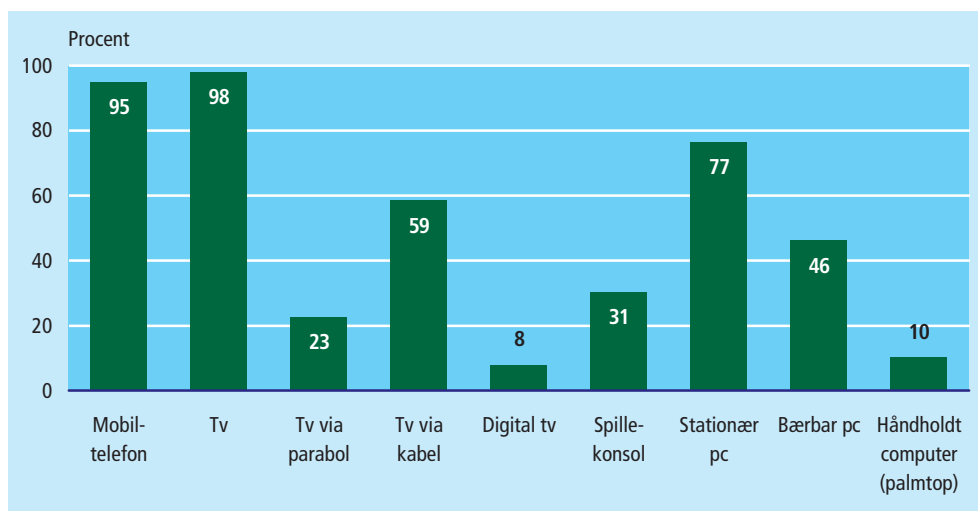
3. Befolkningens brug af it

3.1 Introduktion

<i>Kapitlets opbygning</i>	Dette kapitel omhandler befolkningens brug af it, herunder befolkningens it-produkter i hjemmet, adgang til og brug af internettet samt private formål med brug af internettet. I hovedtræk kan der tegnes følgende billede:
<i>Befolkningens it-produkter</i>	77 pct. af befolkningen har en stationær pc, 46 pct. har en bærbar pc, 10 pct. har en håndholdt computer, og 95 pct. har adgang til mobiltelefon i hjemmet.
<i>Adgang til pc og internettet</i>	88 pct. af befolkningen har adgang til pc i deres hjem, og 83 pct. har adgang til internettet.
<i>Befolkningens brug af internettet</i>	76 pct. af befolkningen har benyttet internettet i hjemmet i den seneste måned. De fleste benytter nettet fra hjemmet og arbejdsplads/uddannelsessted uanset beskæftigelsesgruppe.
<i>Formål med brug af internettet</i>	Inden for den sidste måned anvender brugerne i gennemsnit internettet til ni private formål. Den største andel for mere end 11 private formål findes i Region Hovedstaden med 30 pct.
	To ud af tre af dem, som har brugt internettet inden for den sidste måned, har prøvet at e-handle. Rejseprodukter, andre underholdningsformål samt tøj, sports- og fritidsudstyr er de mest foretrukne varer og tjenester ved handel over internettet.
	Danskere, der har e-handlet inden for de sidste 12 måneder, har i gennemsnit handlet over tre varer eller tjenester via internettet.
	Næsten fire ud af ti af dem, der har e-handlet i den sidste måned, har handlet via fremmedsprogede hjemmesider på internettet. Andelen for Region Hovedstaden er 45 pct., mens Region Nordjylland ligger lavest med 28 pct.
<i>Internationale tal</i>	Befolkningens brug af internetbank er mest udbredt i de nordiske lande og i Holland. Danmark ligger lavest i denne gruppe af lande med en andel på 49 pct.
	Betragtes køb via internettet inden for de sidste tre måneder, ligger Danmark med en andel på 26 pct. på en syvendeplads blandt EU-landene. De nordiske lande er sammen med Holland, Tyskland og UK i front med befolkningens e-handel.

3.2 Befolkningens it-produkter

<i>Befolkningens it-produkter</i>	Befolkningen har adgang til en lang række forskellige it-produkter, som de enten selv ejer, eller som de har adgang til i deres hjem. Figur 3.1 viser udbredelsen af udvalgte it-produkter.
<i>Næste hver anden har adgang til bærbar pc</i>	Tv, mobiltelefon og stationær pc er i 2006 ret udbredt hos befolkningen med så høje andele som henholdsvis 98 pct., 95 pct. og 77 pct. Der er 46 pct., som har adgang til bærbar pc, mens 31 pct. har adgang til en spillekonsol i hjemmet. 10 pct. har adgang til en håndholdt computer. Med undtagelse af håndholdt computer er der ikke den store forskel imellem kønnene, hvad angår adgang til it-produkter, jf. bilagstabel 3.3.

Figur 3.1 **Befolkningens it-produkter. 2006**

Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

Udbredelse af it-produkter over tid

Udviklingen i udbredelsen af udvalgte it-produkter kan ses af tabel 3.1. I modsætning til figur 3.1, hvor adgangen er opgjort i pct. af befolkningen, er tallene i tabellen opgjort på familier. Tallene viser dog samme tendens.¹

Mobiltelefon og cd-afspiller mest almindeligt

For de produkter, hvor der er tal for flere år, har der været en markant stigning i udbredelsen. Næsten alle familier har en mobiltelefon (93,5 pct.) og/eller en cd-afspiller (94,2 pct.) i 2006. Fra 2000 til 2006 er andelen af familier med pc/hjemme-computer steget med 31 pct. I samme periode er andelen af familier med mobiltelefon steget med 38 pct.

Seks ud af ti familier har nu digitalkamera

Dvd-afspillere har haft en meget hurtig udbredelse, således havde 82,9 pct. af familierne dvd-afspiller i 2006 mod 67,8 pct. i 2005 og 53,6 pct. i 2004. Digitalkamera er også populært blandt familierne med en andel på 61 pct. i 2006, hvilket er en stigning på 75 pct. i forhold til 2004.

Tabel 3.1 **It-produkter i hjemmet**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	pct. af familier						
Pc/hjemmecomputer	64,7	66,9	72,5	78,8	81,1	83,8	85,0
Mobiltelefon	67,6	73,0	84,4	84,6	90,5	92,3	93,5
Cd-afspiller	83,9	89,1	91,7	91,3	92,0	92,7	94,2
Dvd-afspiller	6,5	9,4	21,2	37,1	53,6	67,8	82,9
Dvd-optager	5,4	7,6	13,1
Video	77,8	82,4	81,8	80,5	85,0	83,9	82,7
Videokamera	20,3	22,5	21,5	23,7	23,0	24,4	32,2
Digitalt videokamera	10,2	11,7	17,8
Digitalkamera	34,9	48,1	61,0
Telefonsvarer	41,7	46,6	46,3	48,3	48,2	46,7	50,5
Cd-rom	53,0	59,4	61,5	68,6	72,5	79,9	77,9
Fladskærms-tv	19,4
MP3-afspiller	39,6
MP4-afspiller	2,9
DAB-radio	13,7
GPS-navigation	14,6

Kilde: Danmarks Statistik, Varige forbrugsgoder.

¹ Når der her i kapitlet tales om befolkningen, er der tale om befolkningen i alderen 16-74 år, således som befolkningen er opgjort i Det Centrale Personregister (CPR). En familie defineres som én eller flere personer i alderen 16-74 år, der bor i samme bolig og er i familie med hinanden (herunder også samlevende par) samt disses børn, idet der dog kun kan være ét ægtepar eller samlevende par i familien. Pr. 1. januar 2006 er der i alt 5.427.459 personer i Danmark, hvoraf 3.964.013 er i alderen 16-74 år. Der er i alt 2.916.979 familier. Se afsnit 10.1 for en mere uddybende forklaring.

Antal SMS-beskeder stiger fortsat

Stigningen i antallet af SMS-beskeder har ligeledes været særdeles mærkbar, som det ses af tabel 3.2. Befolkningen sendte næsten seks gange så mange SMS-beskeder i 1. halvår 2006 i forhold til 1. halvår 2002.

Tabel 3.2 Antal sendte SMS- og MMS-beskeder

	2002		2003		2004		2005		2006
	1. halvår	2. halvår	1. halvår	2. halvår	1. halvår	2. halvår	1. halvår	2. halvår	1. halvår
	— mio. beskeder —								
Antal sendte SMS	871	1 141	1 517	2 472	2 981	3 570	3 951	4 468	4 901
	— 1.000 beskeder —								
Antal sendte MMS	-	-	498	2 262	4 234	8 232	12 258	11 954	12 891

Kilde: IT- og Telestyrelsen, 2006.

Næsten 13 mio. MMS-beskeder i 1. halvår 2006

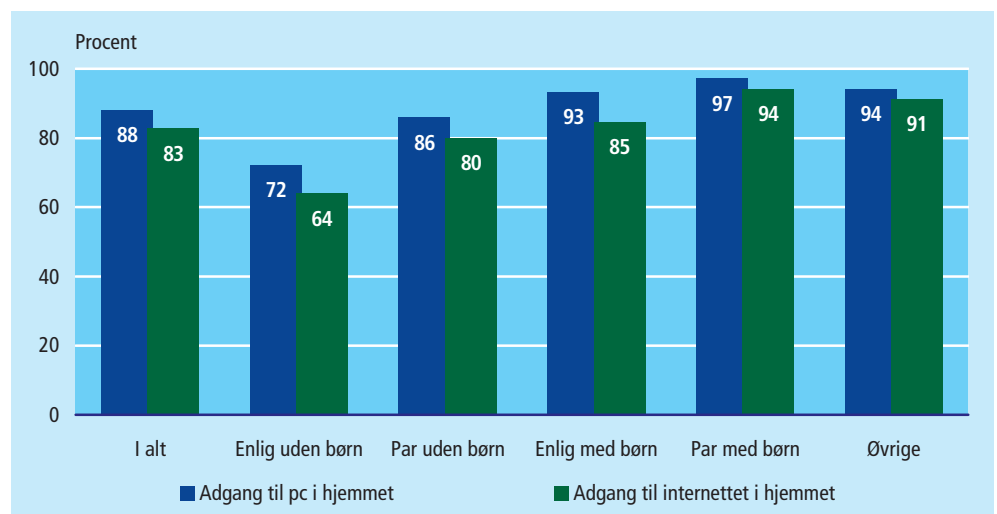
Antal sendte billedbeskeder (MMS-beskeder) via mobiltelefonen ligger på næsten 13 mio. beskeder i 1. halvår 2006. Efter eksplosive stigninger i de første år har antallet af beskeder nu stabiliseret sig, jf. tabel 3.2.

3.3 Befolkningens adgang til pc og internettet

88 pct. af befolkningen har adgang til pc hjemme

88 pct. af befolkningen har i 2006 adgang til en pc i hjemmet. Det er fortsat dem, der lever i familier med børn og dem, som lever i parforhold, der i størst omfang har adgang til pc i hjemmet. Således har 97 pct. af dem, der lever i parforhold med børn adgang til pc i hjemmet, hvorimod enlige uden børn har en andel på 72 pct.

Figur 3.2 Befolkningens adgang til pc og internettet i hjemmet. 2006



Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

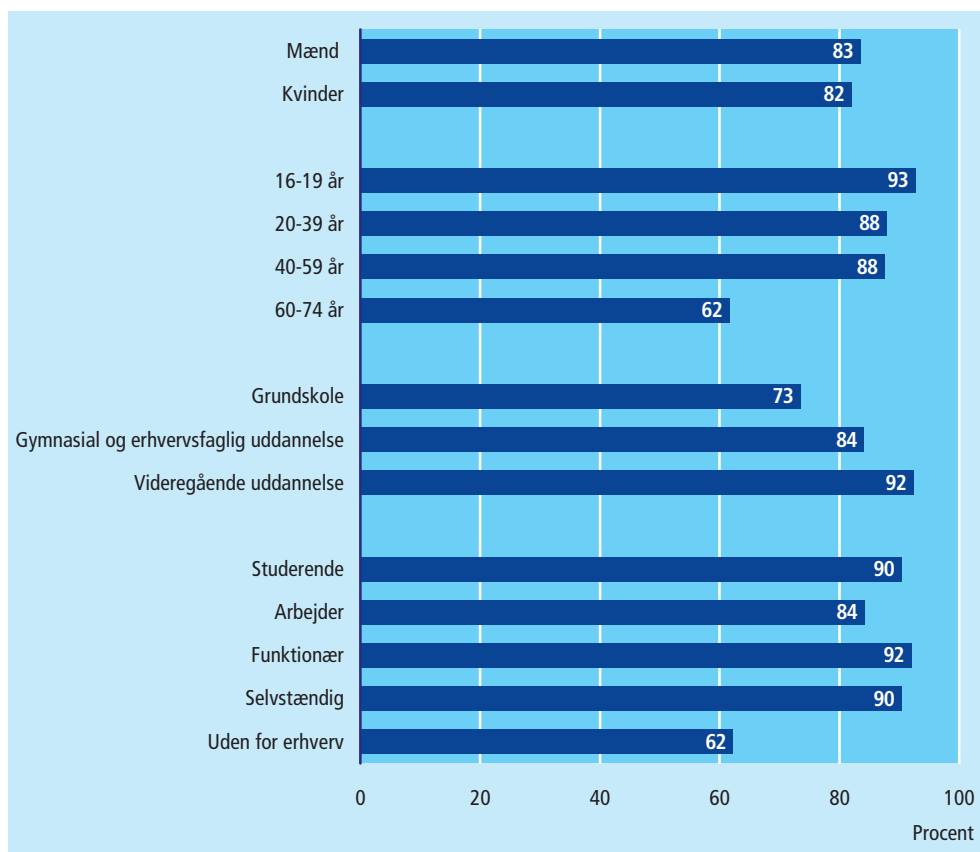
Mere end otte ud af ti har adgang til internettet hjemme

83 pct. af befolkningen har i 2006 adgang til internettet i hjemmet mod 79 pct. i 2005 og 75 pct. i 2004. De, som lever i familier med parforhold og børn, har den højeste andel med 94 pct. I lighed med udbredelsen af pc er andelen af befolkningen, som har internet i hjemmet, højere blandt par uden børn end blandt enlige uden børn og højere blandt par med børn end blandt enlige med børn.

Næsten to ud af tre over 60 år har internetadgang i hjemmet

Adgang til internettet i hjemmet er langt højere for aldersgrupperne under 60 år end for aldersgruppen 60 til 74 år. I 2006 har 93 pct. af de 16-19-årige adgang til internettet i hjemmet, mens den tilsvarende andel er på 62 pct. for personer over 60 år. I 2005 havde halvdelen (52 pct.) af personer over 60 år adgang til internettet i hjemmet.

Figur 3.3 Befolkningens adgang til internettet fra hjemmet. 2006



Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

Ni ud af ti med en videregående uddannelse har adgang til internettet i hjemmet

92 pct. af befolkningen med en videregående uddannelse har adgang til internettet i hjemmet. Personer med en gymnasial eller erhvervsfaglig uddannelse ligger lavere med 84 pct. Af personer med grundskole som højst fuldførte uddannelse har 73 pct. adgang til internettet fra hjemmet.

Ni ud af ti funktionærer har adgang til internettet i hjemmet

92 pct. af funktionærene har adgang til internettet i hjemmet. Den tilsvarende andel for studerende og selvstændige ligger på 90 pct. For arbejdere er andelen på 84 pct. I gruppen uden for erhverv er der 62 pct., som har adgang til internettet i hjemmet. I forhold til 2005 er der tale om en stigning for alle beskæftigelsesgrupper.

3.4 Befolkningens brug af internettet

Hvorfra internettet bruges

I forrige afsnit blev befolkningens adgang til internettet i hjemmet belyst. Dette afsnit omhandler, hvor og hvor meget befolkningen bruger internettet.

76 pct. på nettet i hjemmet i den seneste måned

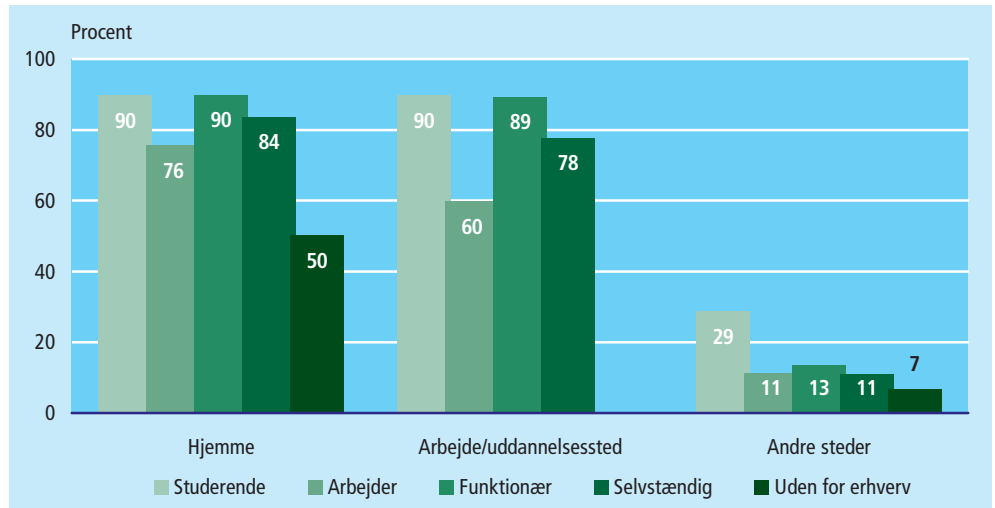
I 2006 har 76 pct. af befolkningen brugt internettet i hjemmet i den seneste måned. 47 pct. af befolkningen har brugt internettet på arbejdet i den seneste måned, mens 13 pct. af befolkningen har brugt internettet på deres uddannelsessted i den seneste måned. Befolkningens brug af internettet andre steder ligger også på 13 pct.². Der er samtidig 19 pct., som kun har brugt internettet i deres hjem i den seneste måned og 3 pct., som kun har brugt det på deres arbejde.

² Andre steder kan være biblioteker, posthuse, offentlige kontorer, internet-cafeer, frivillige organisationer, familie og venner og lignende.

Seks ud af ti arbejdere har brugt internettet på arbejdet i den seneste måned

90 pct. af de studerende har brugt internettet hjemme i den seneste måned, 90 pct. på deres uddannelsessted/arbejdsplads og 29 pct. fra andre steder. Funktionærerne har ligeledes høje andele med 90 pct., der har benyttet internettet fra deres hjem og 89 pct. fra deres arbejde. Blandt arbejdere er der henholdsvis 76 pct. og 60 pct., der har brugt internettet i henholdsvis hjemmet og på arbejdet i den seneste måned.

Figur 3.4 Steder hvorfra befolkningen har brugt internettet i den seneste måned. 2006

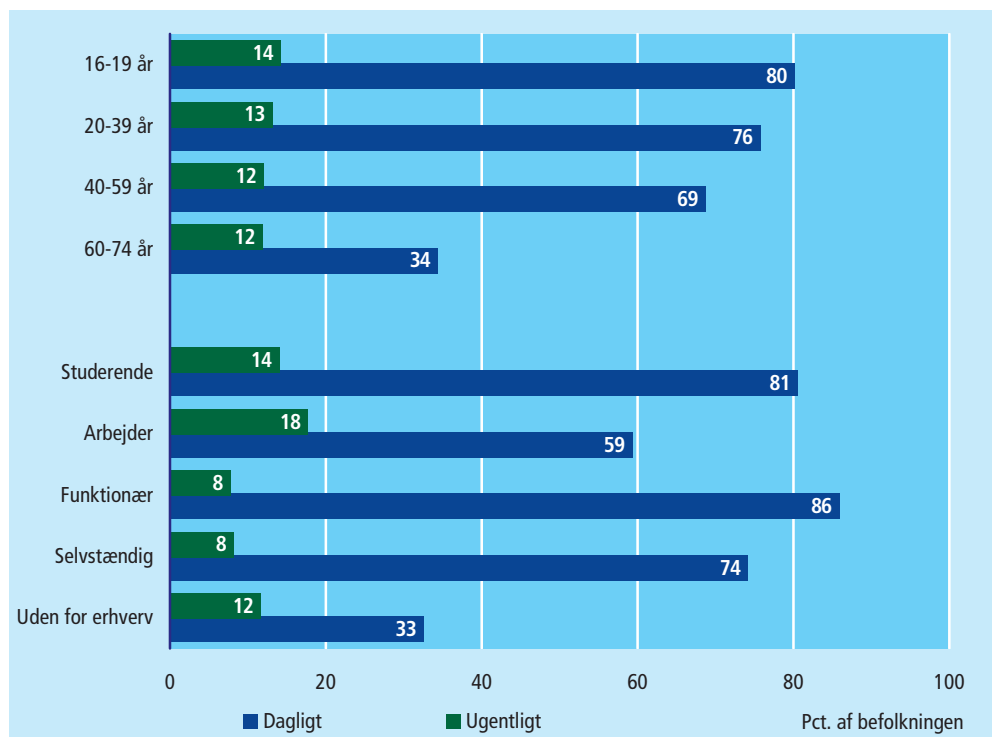


Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

De 16-19-årige hyppigst på nettet

Figur 3.5 nedenfor viser hyppigheden i brugen af internettet uanset sted, fordelt på forskellige befolkningsgrupper. Betragtes de forskellige aldersgrupper, er det fortsat de 16-19-årige, som i størst omfang benytter internettet. Således benytter 94 pct. af de 16-19-årige internettet dagligt eller ugentligt, mens det gælder 89 pct. af de 20-39-årige og 81 pct. af de 40-59-årige. Det er de 16-19-årige, der har den højeste andel, hvad enten der betragtes daglige eller ugentlige internetbrugere.

Figur 3.5 Hyppighed i befolkningens brug af internettet. 2006



Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

86 pct. af funktionærerne er på nettet dagligt

Ses der på beskæftigelsesgrupperne, er 95 pct. af de studerende på internettet ugentligt og 81 pct. dagligt. Funktionærerne og de selvstændige benytter ligeledes hyppigt internettet. Her er henholdsvis 94 pct. og 82 pct. på nettet ugentligt og henholdsvis 86 pct. og 74 pct. dagligt. Der er 77 pct. af arbejderne, som bruger internettet ugentligt. 44 pct. af dem uden for erhverv er på nettet ugentligt.

3.5 Befolkningens formål med brug af internettet³

Informationssøgning er stadigvæk det mest udbredte

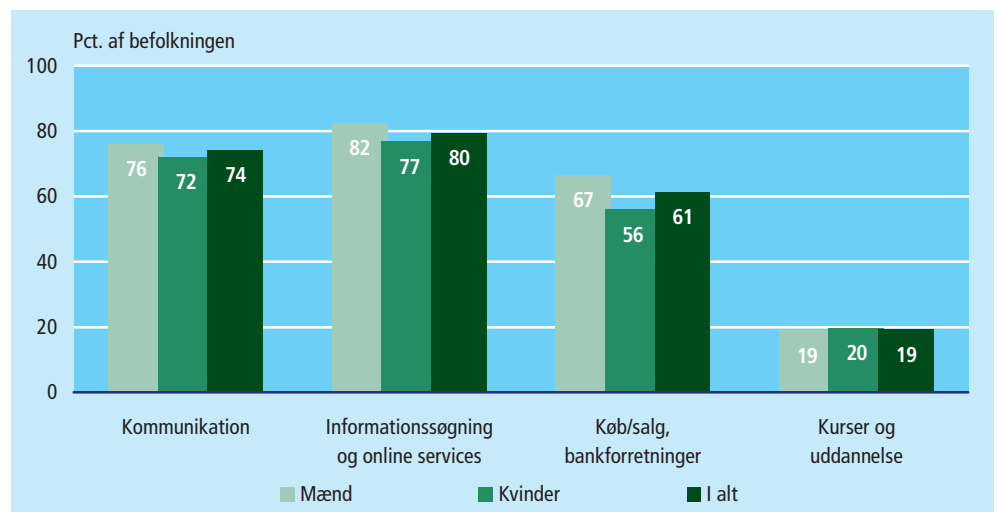
De private formål, som flest benytter internettet til i 2006, er fortsat relateret til informationssøgning og online services samt til kommunikation. Med undtagelse af formålene søgning efter job eller sende jobansøgninger, kurser og uddannelse samt helbredsmæssig information har kvinderne lavere andele end mændene ved private formål med brug af internettet.

46 pct. bruger nettet til at læse gratis aviser/tidsskrifter

80 pct. af befolkningen har inden for den seneste måned benyttet internettet til at søge information og benytte online services. I denne gruppe er det særligt informationssøgning om varer og tjenester (68 pct.) og søgning af adresser eller telefonnumre (66 pct.), som nettet er blevet brugt til. Brug af internettet til at læse gratis aviser/tidsskrifter og brug relateret til rejser/overnatninger nævnes også hyppigt (46 pct. og 44 pct.). Se bilagstabel 3.6 for detaljerede data omkring de enkelte grupper.

Figur 3.6

Private formål som internettet er brugt til inden for den sidste måned. 2006



Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

Tre ud af fire benytter nettet til at sende og modtage e-mails

74 pct. har benyttet internettet den seneste måned med det formål at kommunikere. 74 pct. benytter internettet til at sende og modtage e-mails, hvorimod blot 17 pct. benytter internettet til at deltage i diskussionsgrupper eller chatte.

Hver tredje køber/bestiller varer på internettet

61 pct. benytter internettet med det formål at købe/sælge varer eller tjenester eller ordne bankforretninger. 56 pct. benytter internettet til at ordne bankforretninger og 31 pct. til at købe eller bestille varer eller tjenester.

En ud af fem bruger internettet til kurser og uddannelse

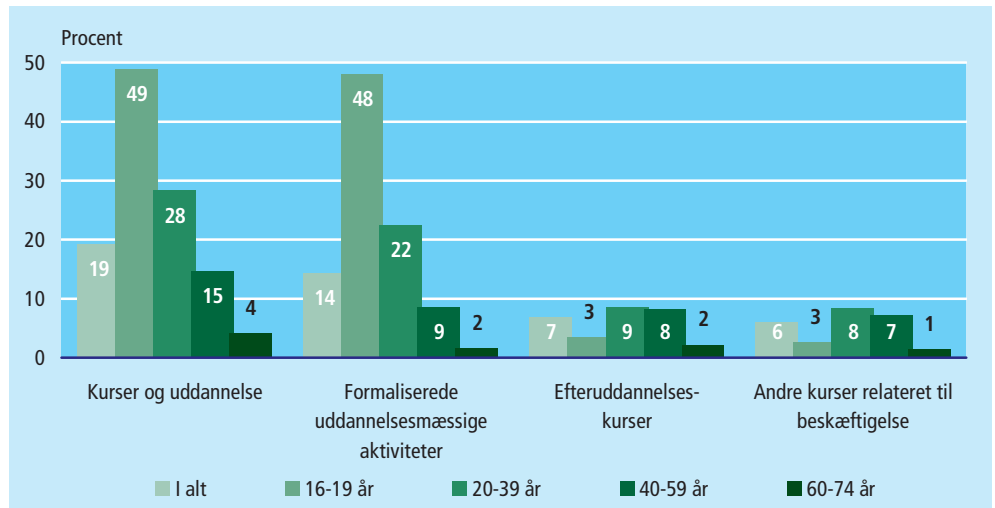
19 pct. benytter internettet til kurser og uddannelse. Heraf benytter 14 pct. internettet til formaliserede uddannelsesmæssige aktiviteter, mens 7 pct. benytter internettet til efteruddannelseskurser.

Lille forskel på mænd og kvinders andele på kurser og uddannelse

Der er kun en lille forskel på andelen af mænd og kvinder, der har brugt internettet til formål relateret til kurser og uddannelse. Der er derimod store forskelle mellem aldersgrupperne, som det også kan ses af nedenstående figur 3.7.

³ Formålene er ændret i forhold til tidligere undersøgelser pga. ønsket om at afspejle ændringer hos internetbrugere. Derfor kan data vedrørende formål ikke direkte sammenlignes bagud i tid.

Figur 3.7 Privat brug af internettet til kurser og uddannelse. 2006



Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

Brug af nettet til kurser og uddannelse er mest udbredt blandt unge

Andelen, der benytter internettet til formål relateret til kurser og uddannelse, er størst blandt de 16-19-årige (49 pct.) De 20-39-årige har også en høj andel (28 pct.) Der er henholdsvis 15 pct. af de 40-59-årige og 4 pct. af de 60-74-årige, som har benyttet internettet til kurser og uddannelse.

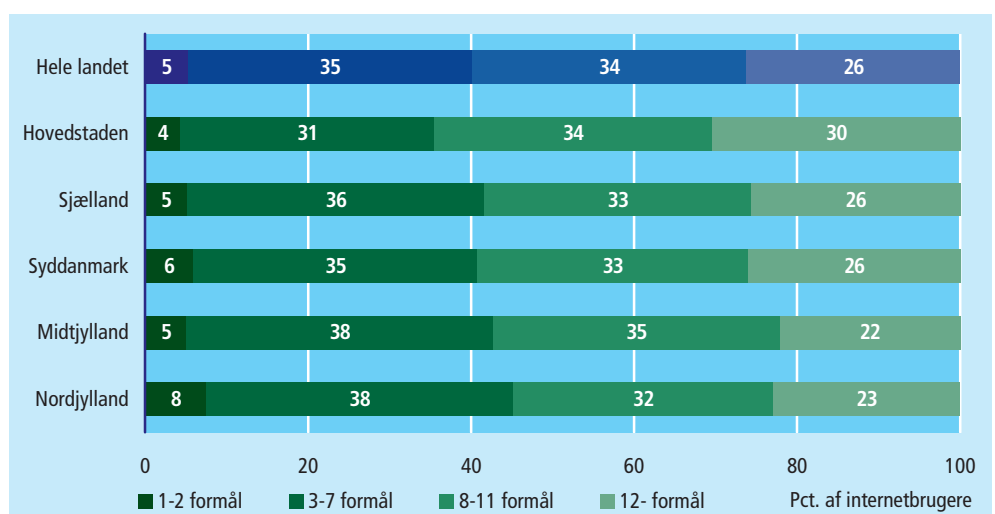
Typen af kursus og uddannelse afhænger af alderen

Det er særligt de 16-19-årige (48 pct.) og de 20-39-årige (22 pct.), som bruger internettet til formaliserede uddannelsesmæssige aktiviteter. 9 pct. af de 20-39-årige og 8 pct. af de 40-59-årige benytter internettet til efteruddannelseskurser, mens det kun gælder 2 pct. af de 60-74-årige. Der er 8 pct. af de 20-39-årige, som har benyttet internettet til andre kurser relateret til beskæftigelse.

Alsidighed i brug af internettet

Betragtes private formål med brug af internettet inden for den seneste måned under ét, er det muligt at se på alsidigheden af befolkningens brug af internet. Alsidigheden måles ved at beregne, hvor mange af 22 forskellige private formål personerne i undersøgelsen har anvendt internettet til inden for den seneste måned. I Figur 3.8 er fordelingen af antallet af private formål i hele landet og i regionerne opgjort for de internetbrugere, der er på nettet mindst én gang om måneden.

Figur 3.8 Private formål med brug af internettet, regionalt fordelt. 2006



Anm.: Formålene svarer til de i bilagstabel 3.6 angivne plus 3 formål relateret til kontakt med offentlige myndigheder. Resultater på regionalt niveau er forbundet med større stikprøveusikkerhed end resultater for hele landet.

Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

42 Befolkningens brug af it

Begrænset brug af internettet: 1 eller 2 formål

Det ses af figuren, at det er ret få internetbrugere, som anvender internettet til kun 1 eller 2 private formål om måneden. På landsplan er der tale om 5 pct. af alle internetbrugere, mens fordelingen i regionerne ligger mellem 4 pct. og 8 pct. Den største andel for begrænset internetbrug findes i Region Nordjylland (8 pct.).

I gennemsnit 9 formål med brug af internettet

De fleste internetbrugere anvender internettet til mellem 3 og 11 formål om måneden. Gennemsnittet for hele landet ligger på 9 formål. Der er en nogenlunde ligelig fordeling mellem personer, som anvender internettet til henholdsvis 3 til 7 og 8 til 11 formål. Det er dog kun i Region Hovedstaden, at der er en tendens til, at der er flere brugere med 8 til 11 formål end brugere med 3 til 7 formål, jf. figuren.

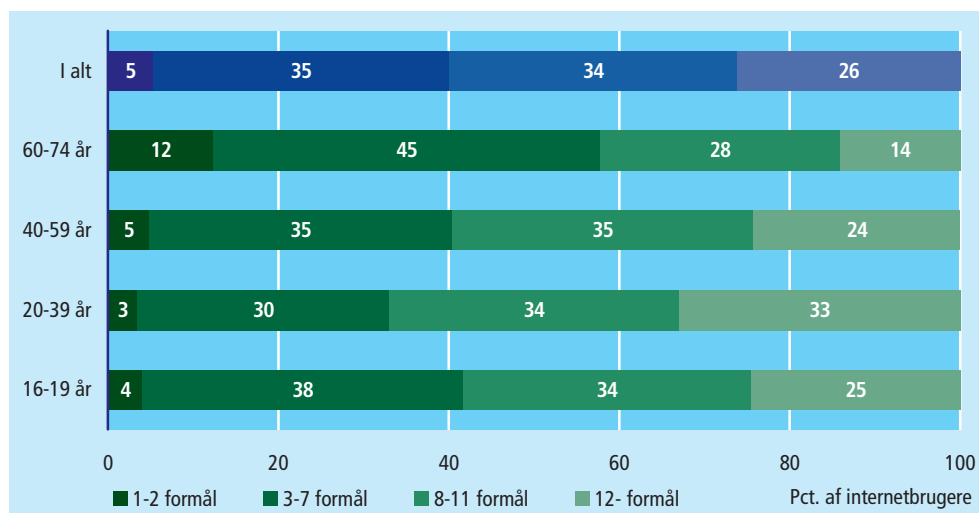
Multibrugere af internettet: 11 formål eller mere

Hver fjerde danske internetbruger i den seneste måned har brugt nettet til mere end halvdelen af de 22 formål. I Region Hovedstaden er andelen oppe på 30 pct. Region Midtjylland og Region Nordjylland har de laveste andele, hvor henholdsvis 22 pct. og 23 pct. har benyttet internettet til mere end 11 formål.

De 20-39-årige er de mest avancerede brugere af internettet

Ved sammenligning af de forskellige aldersgrupper og deres antal af private formål med internettet, fremgår det, at de 20-39-årige er de mest avancerede internetbrugere (figur 3.9). Således anvender hver tredje bruger mellem 20 og 39 år internettet til mere end 11 formål om måneden. Det tilsvarende tal for de 60-74-årige er nede på 14 pct. svarende til hver syvende bruger i denne aldersgruppe.

Figur 3.9 Aldersfordeling af antal private formål med brug af internettet. 2006

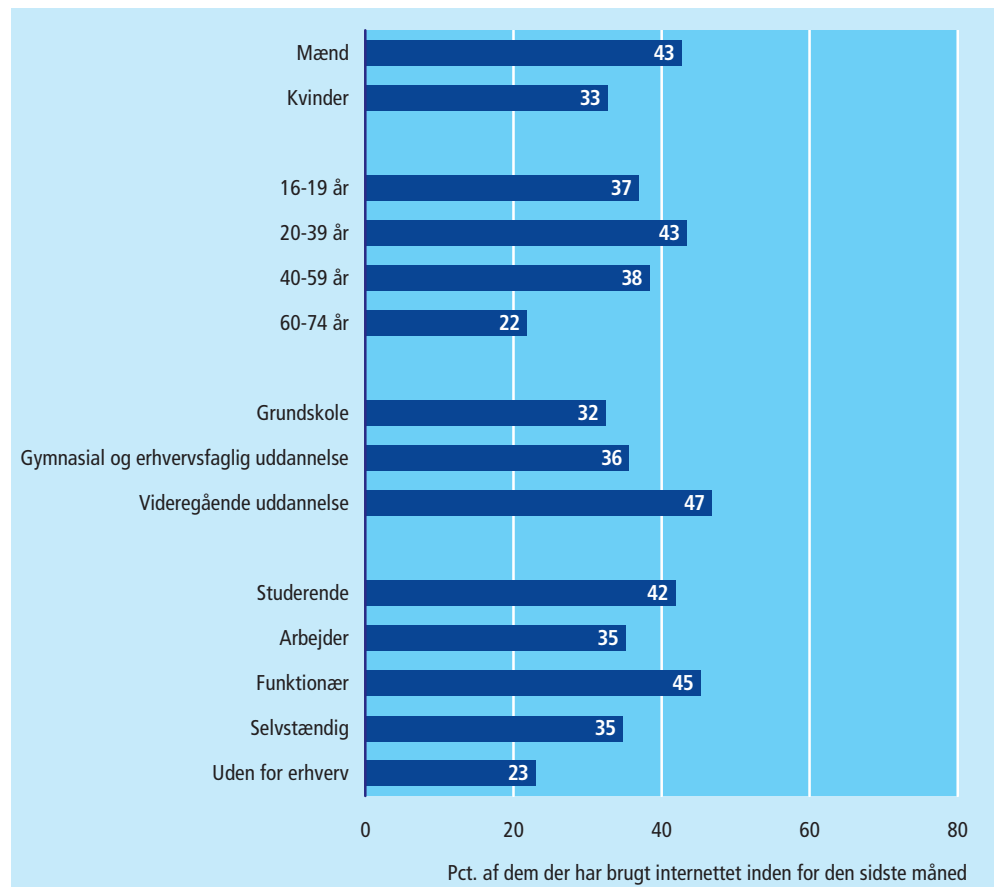


Anm.: Formålene svarer til de i bilagstabel 3.6 angivne plus 3 formål relateret til kontakt med offentlige myndigheder.
Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

Befolkningens e-handel

Fire ud af ti har e-handlet i den sidste måned

I 2006 har 38 pct. af dem, som har benyttet internettet inden for den sidste måned, købt eller bestilt varer eller tjenester via internettet. Dertil kommer, at 28 pct. af dem, som har benyttet internettet inden for den sidste måned, ikke har e-handlet inden for den sidste måned, men har e-handlet tidligere. Samlet set er det således 66 pct. af dem, som har benyttet internettet inden for den sidste måned, som har e-handlet.

Figur 3.10 **Befolkningens køb af varer eller tjenester via internettet i sidste måned. 2006**

Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

En ud af tre kvinder e-handlede i sidste måned

Der er stadigvæk flere mænd end kvinder, som handler via internettet. I 2006 er det 43 pct. af de mænd, som har brugt internettet, der har e-handlet inden for den sidste måned, mens det gælder 33 pct. af kvinderne.

En ud af fem 60-74-årige har e-handlet i sidste måned

De 20-39-årige udgør den største andel af internetbrugere, som har e-handlet mindst en gang inden for den sidste måned (43 pct.). I alt er der 75 pct. af de 20-39-årige, som har prøvet at e-handle. Hos de 16-19-årige og 40-59-årige internetbrugere er det henholdsvis 37 pct. og 38 pct., der har e-handlet inden for den sidste måned, og henholdsvis 64 pct. og 67 pct., som har prøvet at e-handle i alt. Derimod har kun 22 pct. af de 60-74-årige internetbrugere e-handlet mindst en gang den sidste måned. 40 pct. af denne aldersgruppe har prøvet at e-handle.

Fem ud af ti med videregående uddannelse har e-handlet i sidste måned

Andelen, der har e-handlet, stiger med længden af uddannelsen. Det er således fortsat gruppen af internetbrugere med en videregående uddannelse, der handler mest via internettet. I 2006 har således 47 pct. af denne uddannelsesgruppe e-handlet mindst en gang sidste måned, og 76 pct. har prøvet at e-handle. Til sammenligning har 32 pct. af internetbrugerne med grundskole som højest fuldførte uddannelse e-handlet sidste måned, og 58 pct. har prøvet at e-handle.

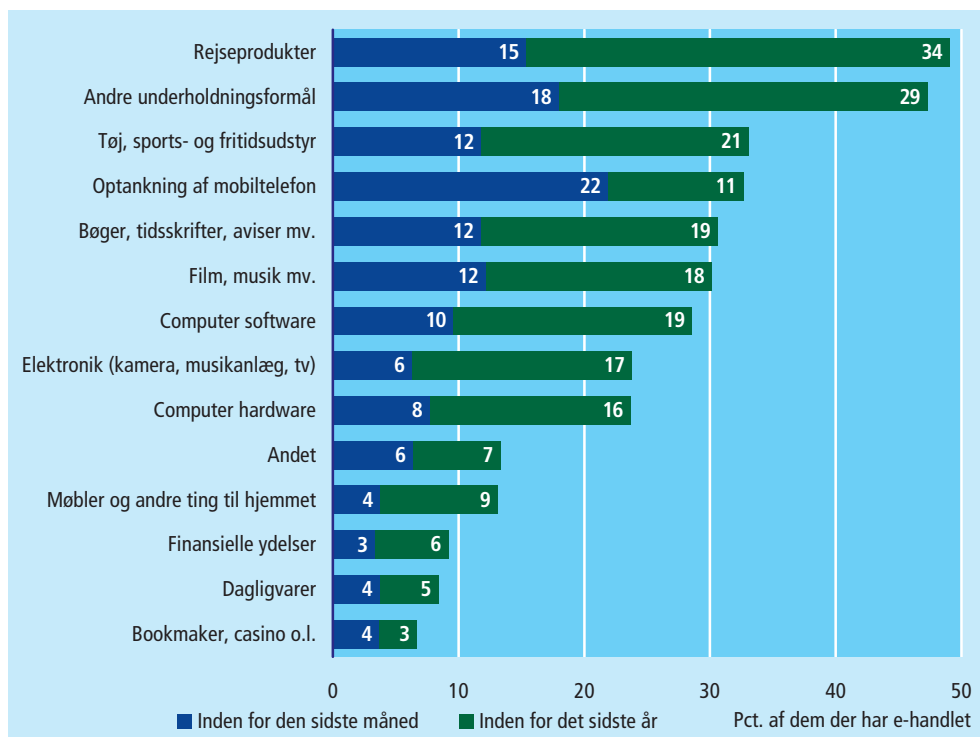
Tre ud af fire funktionærer e-handler

42 pct. af de studerende, der bruger internettet, har e-handlet mindst en gang i løbet af den sidste måned i 2006. Andelen af funktionærer, som har e-handlet sidste måned, er med 45 pct. ligeledes høj. Hos de studerende og funktionærer, som har brugt internettet inden for den sidste måned, er der hhv. 70 pct. og 74 pct., som har prøvet at e-handle. Blandt de arbejdere og selvstændige, som har brugt internettet, er der 35 pct., der har e-handlet den sidste måned, og henholdsvis 64 pct. og 65 pct. som har prøvet at e-handle.

*Rejseprodukter
mest populær*

De tre produkter, som de fleste har handlet via internettet i 2006, er rejseprodukter, andre underholdningsformål og tøj, sports- og fritidsudstyr. Når der ses på, hvilke ting der er blevet handlet via internettet, er det kun den del af befolkningen, som har e-handlet inden for den sidste måned eller det sidste år, der betragtes (figur 3.11).

Figur 3.11 Varer og tjenester befolkningen har handlet via internettet. 2006



Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

*En ud af tre
e-handler tøj,
sports- og fritidsudstyr*

Den type varer og tjenester, som flest har købt via internettet, er rejseprodukter såsom hotelreservation, flybilletter, andre billetter, leje af bil etc. Således har 49 pct. e-handlet disse varer og tjenester. Andre underholdningsformål, såsom billetter til teater, koncerter, biografer og sport, ligger tilsvarende højt med 47 pct. Der er 33 pct., som har e-handlet tøj, sports- og fritidsudstyr.

*Hver tredje tanker
mobilen op på nettet*

Det er blevet meget populært at tanke mobiltelefonen op på internettet. Denne mulighed benytter 33 pct. af befolkningen i 2006.

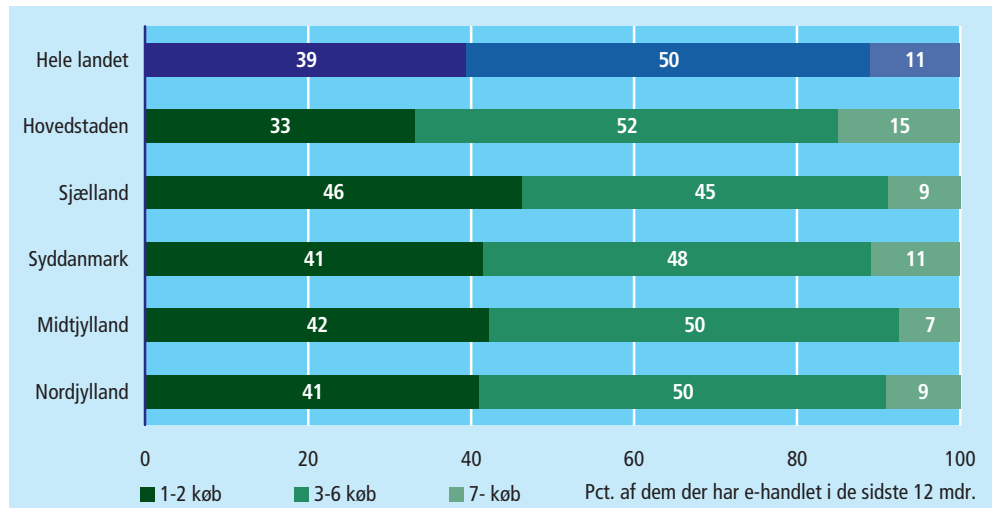
*Flere handler
film, musik etc.
via nettet*

31 pct. har købt bøger, tidsskrifter og aviser mm, og 30 pct. har købt film, musik etc. via internettet. Der er 29 pct., som har købt computer software. De tilsvarende andele for disse produkter lå i 2005 på henholdsvis 22 pct., 23 pct. og 17 pct. Der er endvidere flere, der e-handler elektronik (kamera, musikanlæg, tv) i 2006 (24 pct.) end i 2005 (17 pct.).

*Alsidighed i køb af
varer via internettet*

I lighed med private formål med internettet er det interessant at se på, hvor mange slags køb internetbrugerne foretager på nettet. I figur 3.12 er fordelingen af antal forskellige købstyper på internettet vist for hele landet og regionerne på grupperingerne 1-2 køb, 3-6 køb og mere end 6 køb.

Figur 3.12 Alsidighed i køb af varer og tjenester via internettet, regionalt fordelt. 2006



Anm.: De købte varer og tjenester svarer til de nævnte i figur 3.11. Resultater på regionalt niveau er forbundet med større stikprøvesikkerhed end resultater for hele landet.

Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

Danskerne køber i gennemsnit over 3 varer eller tjenester

Det ses af figuren, at halvdelen af dem, som har handlet på internettet inden for det sidste år, har købt mellem 3 og 6 varer eller tjenester. Kun 11 pct. eller hver tiende har købt mere end 6 varer eller tjenester. I gennemsnit har de e-handlende købt 3 ½ varer eller tjenester.

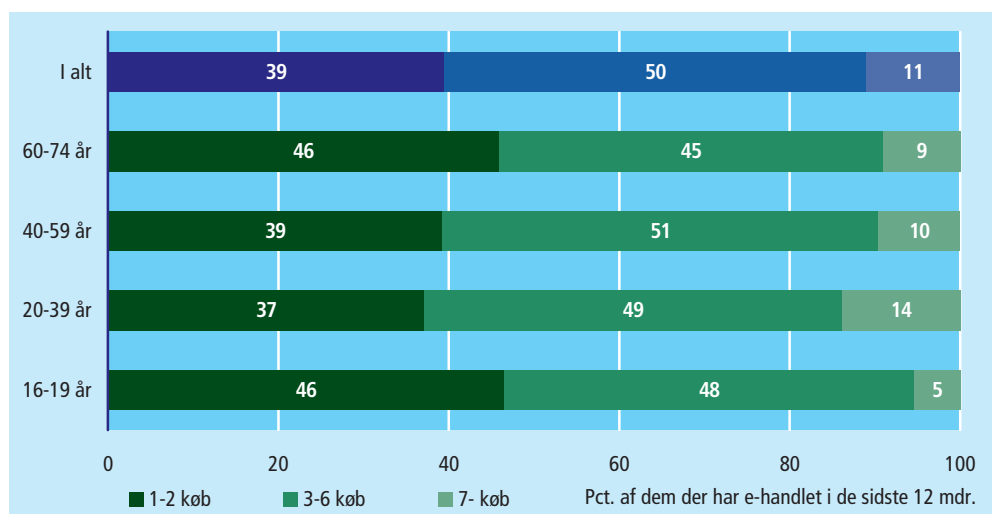
Større alsidighed i køb i Region Hovedstaden

Det er overvejende i Region Hovedstaden, at folk handler forskellige ting over nettet. 15 pct. eller hver sjettede i hovedstadsområdet har købt mere end 6 varer eller tjenester inden for det sidste år. Den tilsvarende andel i Region Midtjylland er eksempelvis kun på 7 pct. 66 pct. eller to ud af tre i Region Hovedstaden har købt mere end 2 varer eller tjenester, hvilket er væsentlig højere end i de andre regioner.

En ud af syv 20-39-årige har e-handlet mere end 6 varer eller tjenester

Ved sammenligning af de forskellige aldersgrupper og deres køb over internettet, fremgår det, at de 20-39-årige har den største andel for køb af 7 eller flere varer eller tjenester (14 pct.). 46 pct. af de 60-74-årige, der har e-handlet inden for de sidste 12 måneder, har købt 1 eller 2 varer eller tjenester (figur 3.13).

Figur 3.13 Alsidighed i køb af varer og tjenester via internettet, fordelt på aldersgrupper. 2006

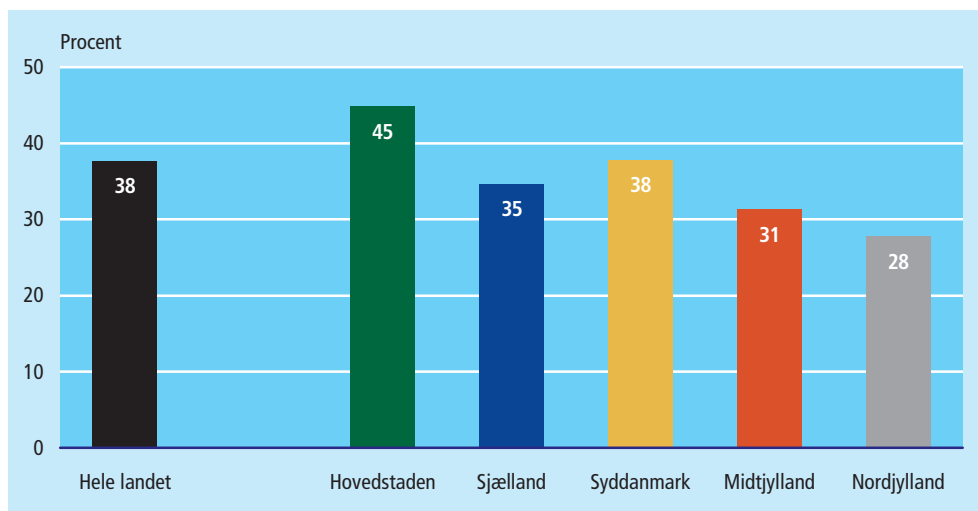


Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

Handel på fremmedsprogede hjemmesider mest udbredt i Hovedstaden

88 pct. af dem, der har e-handlet i den sidste måned, har benyttet dansksprogede hjemmesider til at handle. Tilsvarende har 38 pct. benyttet fremmedsprogede hjemmesider. Det er i hovedstadsregionen, at den største andel for handel på fremmedsprogede sider er (45 pct.), mens kun 28 pct. af de e-handlende i Region Nordjylland handlede på fremmedsprogede hjemmesider.

Figur 3.14 Køb på fremmedsprogede hjemmesider, regionalt fordelt. 2006

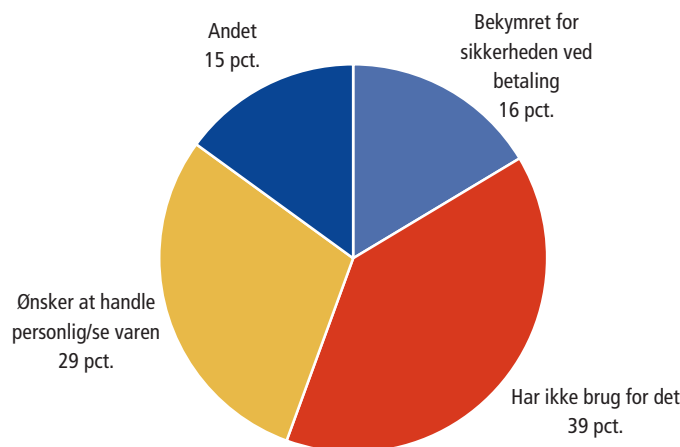


Anm.: Resultater på regionalt niveau er forbundet med større stikprøveusikkerhed end resultater for hele landet.
Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

Barrierer for køb via internettet

I 2006 er de vigtigste årsager til ikke at handle via internettet, at de adspurgte ikke føler, at de har brug for det med 39 pct., og et ønske om at handle personligt/se varen med 29 pct. En tredje årsag til ikke at e-handle er bekymring for sikkerheden ved betaling med 16 pct. I 2005 var der en væsentligt større andel, der var bekymret for sikkerheden ved betaling, nemlig 26 pct.

Figur 3.15 Vigtigste grund til ikke at købe varer eller tjenester via internettet. 2006



Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

3.6 Internationalt perspektiv

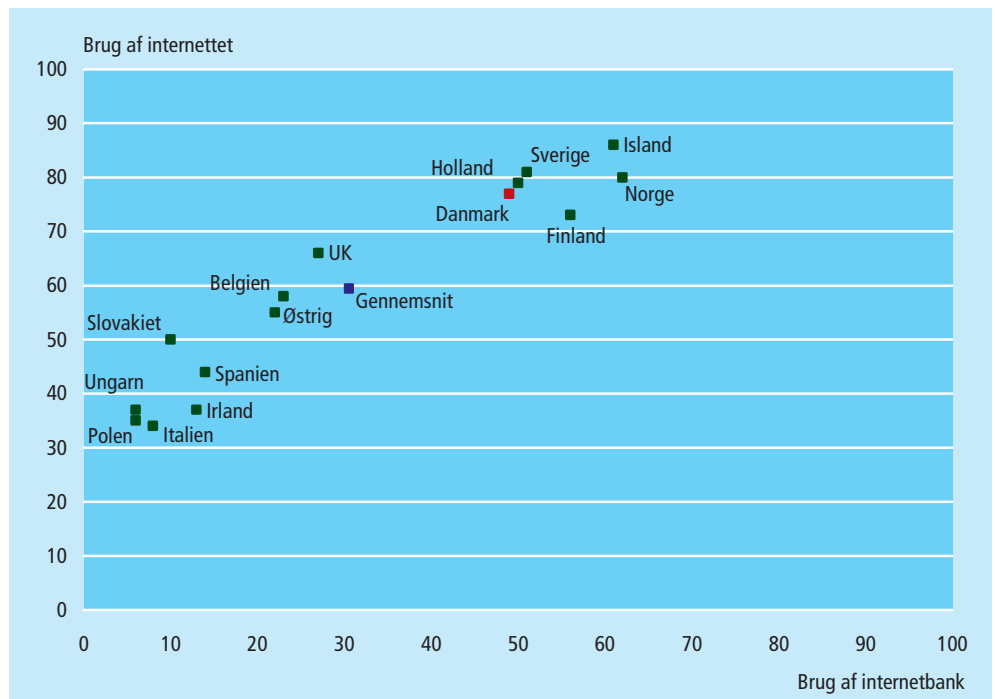
Dette afsnit præsenterer kort en række internationale tal med det formål at belyse, hvor Danmark befinder sig med hensyn til befolkningens brug af internettet i forhold til de andre nordiske lande og udvalgte EU-lande.

De nordiske lande og Holland skiller sig ud

Det fremgår af figur 3.16, at Danmark i 2005 lå i front sammen med de andre nordiske lande og Holland, både hvad angår brug af internettet og brug af internetbank.

Blandt de betragtede lande i figuren befinder Danmark sig med 77 pct. på en femteplads med hensyn til andel af befolkningen, der bruger internettet. De nordiske lande og Holland adskiller sig væsentligt fra de andre lande både i brug af internettet og i brug af internetbank, jf. figuren. Med en andel på 49 pct. af befolkningen lå Danmark i 2005 på en sjetteplads, hvad angår brug af internetbank.

Figur 3.16 **Befolkningens brug af internet og internetbank i de sidste 3 måneder, 2005**



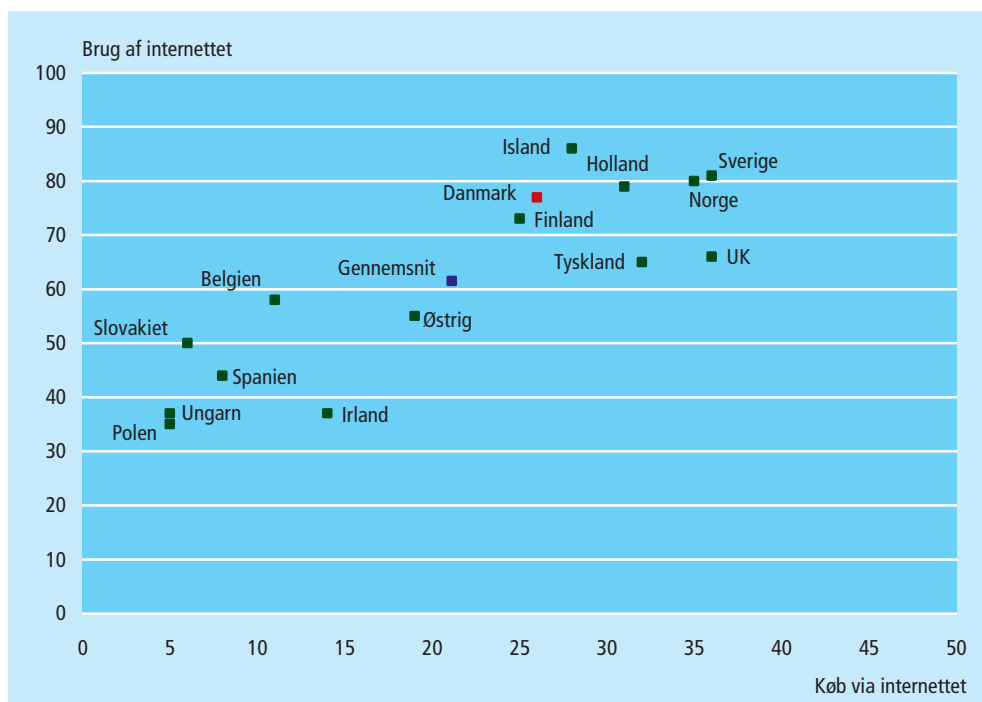
Anm.: Figuren viser 15 udvalgte EU-lande. De nordiske lande indgår så vidt muligt. Derudover er de 10 bedst placerede lande udvalgt blandt de 15 største lande udover Norden. Der er ikke tal for brug af internetbank for Tyskland.

Kilde: Eurostat, oktober 2006 (<http://europa.eu.int/comm/eurostat/>).

Billedet for e-handel mere broget

I nedenstående figur 3.17 er brugen af internettet og køb af varer eller tjenester via internettet i 2005 vist for 15 lande. Hvad angår køb via nettet befinder Danmark sig nede på en syvendeplass med 26 pct. De nordiske lande og Holland er igen førende, dog ikke i samme grad som ved befolkningens brug af internetbank. Finland var det land i Norden, hvor befolkningen havde den laveste andel for e-handel i 2005.

Figur 3.17 Befolkningens brug af internet og køb via internettet i de sidste 3 måneder. 2005



Anm.: Figuren viser 15 udvalgte EU-lande. De nordiske lande indgår så vidt muligt. Derudover er de 10 bedst placerede lande udvalgt blandt de 15 største lande udover Norden.

Kilde: Eurostat, oktober 2006 (<http://europa.eu.int/comm/eurostat/>).

3.7 Bilagstabeller

Tabel 3.3

Befolkningens it-produkter i hjemmet. 2006

	Mænd	Kvinder	I alt
	pct. af befolkningen		
Mobiltelefon	96	95	95
Tv	97	99	98
Tv via parabol	23	22	23
Tv via kabel	58	59	59
Digital tv	9	7	8
Spillekonsol	31	30	31
Stationær pc	79	74	77
Bærbar pc	48	44	46
Håndholdt computer (palmtop, pda)	14	6	10

Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

Tabel 3.4

Befolkningens adgang til pc og internettet i hjemmet. 2006

	Adgang til pc i hjemmet	Adgang til internettet i hjemmet
	pct. af befolkningen	
I alt	88	83
Familietype		
Enlig uden børn	72	64
Par uden børn	86	80
Enlig med børn	93	85
Par med børn	97	94
Øvrige	94	91

Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

Tabel 3.5 Hyppighed i brug af internettet. 2006

	Jævnlig brug			Månedlig brug	Mindre end en gang pr. måned	Hjemme		På arbejde		Uddannelsessted	Andre steder
	I alt	Daglig brug	Ugentlig brug			I alt	Kun hjemme	I alt	Kun på arbejde		
	pct. af befolkningen										
I alt	77	65	13	3	0,5	76	19	47	3	13	13
Køn											
Mænd	80	69	11	3	0,7	78	20	48	3	12	16
Kvinder	75	60	14	4	0,4	74	17	46	2	14	10
Alder											
16-19 år	94	80	14	2	-	92	7	7	0	80	32
20-39 år	89	76	13	3	0,4	85	16	52	3	21	19
40-59 år	81	69	12	3	0,6	80	16	66	4	2	10
60-74 år	46	34	12	5	0,7	50	33	16	2	0	4
Uddannelse											
Grundskole	65	50	15	4	0,6	65	21	24	3	22	14
Gymnasial og erhvervsfaglig udd. ...	77	64	13	4	0,8	77	21	50	3	9	12
Videregående uddannelse	91	83	8	2	0,1	90	14	74	2	4	15
Uoplyst	76	63	13	3	-	70	15	9	0	50	20
Beskæftigelse											
Studerende	95	81	14	2	0,2	90	6	5	0	85	29
Arbejder	77	59	18	4	0,7	76	20	60	4	•	11
Funktionær	94	86	8	2	0,2	90	6	89	5	•	13
Selvstændig	82	74	8	3	0,4	84	7	70	2	7	11
Uden for erhverv	44	33	12	5	0,9	50	44	•	-	•	7
Landsdel											
Øst for Storebælt	81	69	12	3	0,6	79	18	51	3	13	15
Vest for Storebælt	74	61	13	3	0,5	74	19	44	2	13	12

Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

Tabel 3.6

Private formål med brug af internettet inden for den sidste måned. 2006

	Mænd	Kvinder	I alt
	pct. af befolkningen		
Kommunikation	76	72	74
Sende og modtage e-mail	75	72	74
Telefonere via internettet/videokonference	18	9	13
Deltage i diskussionsgrupper (chatte)	21	14	17
Informationssøgning og online services	82	77	80
Søge efter information om varer og tjenester	71	64	68
Bruge services relateret til rejser og overnatninger	47	41	44
Lytte til web-radio/se web-tv	35	19	27
Spille/downloade spil, billeder eller musik	32	20	26
Downloade software	38	14	26
Læse/downloade online aviser/tidsskrifter	53	39	46
Søge efter adresse eller telefonnummer	68	63	66
Søge efter job eller sende jobansøgninger	19	22	21
Søge helbredsmæssig information	24	32	28
Anden informationssøgning eller online services	54	46	50
Køb/salg, bankforretninger	67	56	61
Internetbank	61	51	56
Køb/bestilling af varer eller tjenester	36	26	31
Salg af varer eller tjenester	21	13	17
Kurser og uddannelse	19	20	19
Formaliserede uddannelsesmæssige aktiviteter	14	15	14
Efteruddannelseskurser	7	6	7
Andre kurser relateret til beskæftigelse	6	6	6

Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

Tabel 3.7

Varer og tjenester handlet via internettet inden for de sidste 12 måneder. 2006

	Mænd	Kvinder	I alt
	pct. af dem der har e-handlet i de sidste 12 måneder		
Dagligvarer	8	9	8
Film, musik (Videokassetter DVD'er CD'er etc.)	35	25	30
Bøger, tidsskrifter, aviser	30	31	31
Tøj, sports- og fritidsudstyr	29	37	33
Computer software	38	17	29
Computer hardware	34	11	24
Elektronik (kamera, musikanlæg, tv)	31	15	24
Finansielle ydelser	12	5	9
Rejseprodukter	51	47	49
Andre underholdningsformål	47	47	47
Bookmaker, casino o.l.	10	2	7
Møbler og andre ting til hjemmet	12	15	13
Optankning af mobiltelefon	33	32	33
Andet	12	15	13

Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

Tabel 3.8

Hyppighed i køb via internettet. 2006

	Har købt inden for den sidste måned	Har tidligere købt	Har aldrig købt
	— pct. af dem der har brugt internettet i den sidste måned —		
I alt	38	28	34
Køn			
Mænd	43	27	30
Kvinder	33	29	38
Alder			
16-19 år	37	27	36
20-39 år	43	31	25
40-59 år	38	29	33
60-74 år	22	18	60
Uddannelse			
Grundskole	32	25	42
Gymnasial og erhvervsfaglig uddannelse	36	30	35
Videregående uddannelse	47	30	24
Uoplyst	30	16	54
Beskæftigelse			
Studerende	42	28	30
Arbejder	35	29	36
Funktionær	45	29	26
Selvstændig	35	30	34
Uden for erhverv	23	24	53
Landsdel			
Øst for Storebælt	42	28	30
Vest for Storebælt	35	28	37

Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

Tabel 3.9

Barrierer for køb af varer/tjenester via internettet. 2006

	Vigtigste barrierer	Næstvigtigste barrierer
	— pct. af dem der har adgang til internettet, men aldrig har e-handlet —	
I alt	100	100
Har ikke brug for det	39	6
Ønsker at handle personligt, se varen inden køb, vane/loyalitet over for butikker/eller leverandør	29	12
Det er for vanskeligt/har ikke tid til at sætte sig ind i det	4	1
Levering af varer er et problem (for lang tid, problemer med at være hjemme, når varerne leveres)	1	0
Bekymret for sikkerheden ved betaling/bekymret for at give personlige oplysninger over internettet	16	12
Har ikke et betalingskort, der giver mulighed for betaling over internettet ..	2	1
Tillid/bekymret for, om man modtager varen eller muligheden for at kunne returnere den	2	3
Internetforbindelsen er for langsom	0	0
Andet	6	2
Ingen anden grund	•	62

Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.