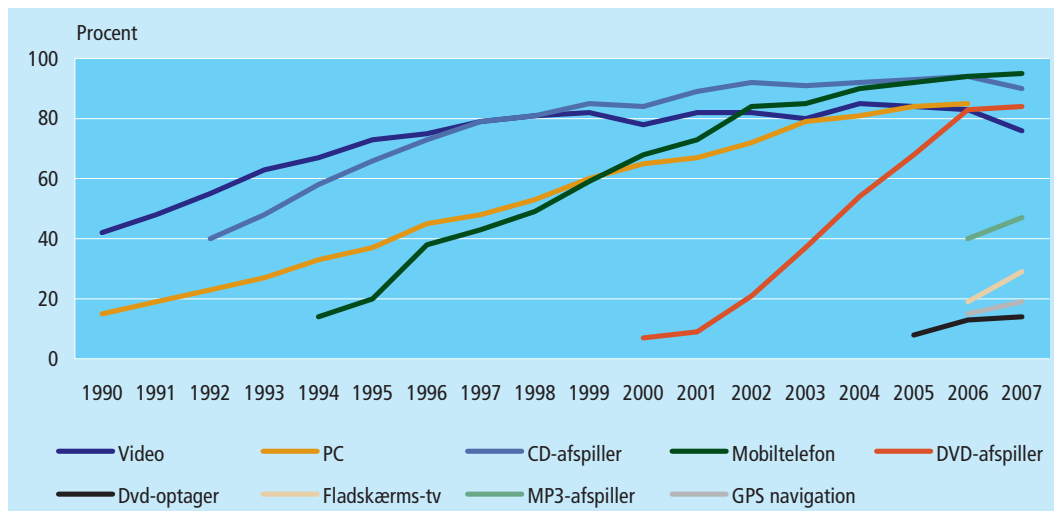


2. Befolkningens brug af it

Figur 2.1 It-produkter i hjemmet



Anm.: Figuren viser besiddelsen af it-produkter i familierne. Der var 2,382 mio. familier i Danmark pr. 1. januar 2007.

Kilde: Danmarks Statistik, Varige forbrugsgoder.

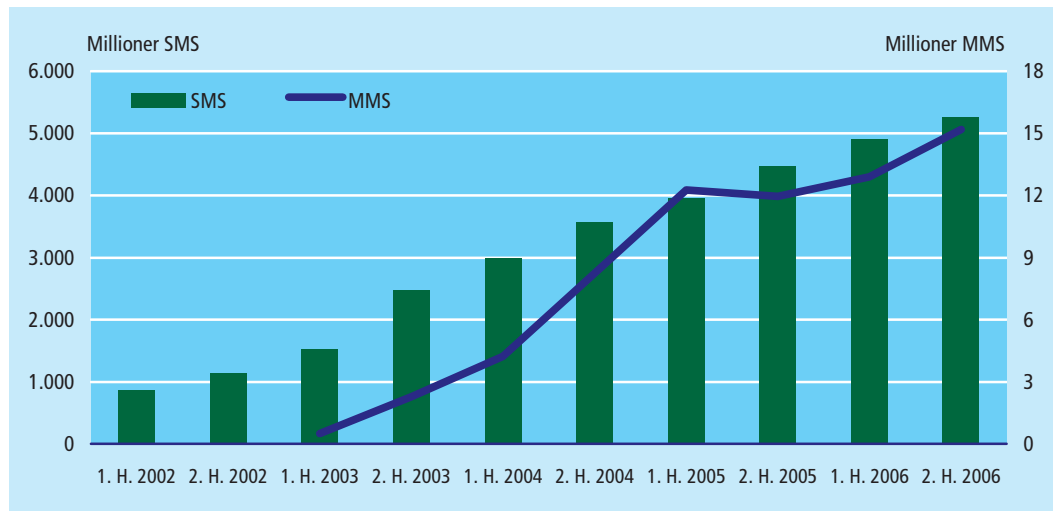
Befolkningens it-produkter De danske familier har adgang til en lang række forskellige it-produkter, som de enten selv ejer, eller som de har adgang til i deres hjem. Figur 2.1 viser udbredelsen af udvalgte it-produkter.

DVD-afspilleren bliver mere og mere populær Mobiltelefonen og DVD-afspilleren er efterhånden blevet hvermandseje. Således har 95 pct. af befolkningen i 2007 en mobiltelefon, mens 84 pct. har en DVD-afspiller. DVD-afspilleren har siden sit indtog i de danske hjem ca. i år 2000 haft en hurtig udbredelse. I 2007 ser udviklingen dog ud til at have stabiliseret sig. Således voksede andelen kun et procentpoint fra 2006 til 2007. Samtidig fortsætter videoen sin udfasning i de danske hjem. Den toppede i 2004 med 85 pct., men er i 2007 faldet til 76 pct.

Hver 5. hjem har GPS, og næsten hvert 3. har fladskærms-tv Nye it-produkter kommer konstant ind på markedet. Således er nye teknologier som GPS-navigation, MP3-afspillere, fladskærms-tv og DVD-optagere i de sidste par år for alvor begyndt at finde vej ind i de danske familiers hjem. På kun et år er andelen af danske hjem, som har MP3-afspillere, GPS-udstyr til bilen eller et fladskærms-tv steget markant. 29 pct. har et fladskærms-tv mod 19 pct. året før, og næsten halvdelen har en MP3-afspiller. 19 pct. har et GPS-navigationssystem.

Nedgang i andelen af CD-afspillere For de produkter der går flere år tilbage i tiden, har der været en markant stigning i udbredelsen. Dette ses bl.a. for mobiltelefonen, DVD-afspilleren og cd-afspilleren. Fra 2000 til 2007 er andelen af familier med mobiltelefon steget med næsten 40 pct., mens andelen af hjem med CD-afspillere dog for første gang i målingsperioden er på retur.

Figur 2.2 SMS- og MMS-beskeder



Anm.: Antallet af SMS-beskeder aflæses på den venstre akse, mens antallet af MMS-beskeder aflæses på den højre akse.
Kilde: IT- og Telestyrelsens Telestatistik for 2. halvår 2006.

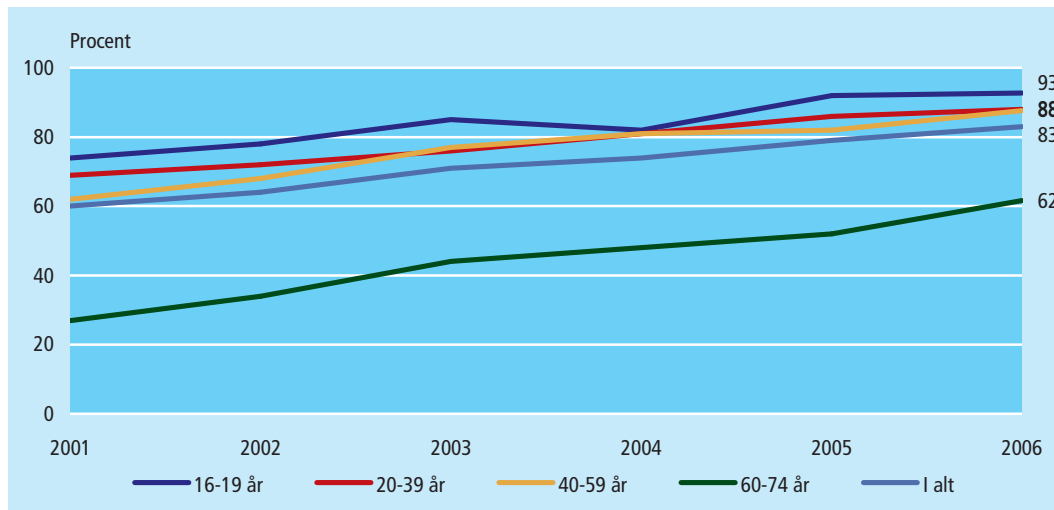
Stadig flere afsendte SMS-beskeder

Væksten i antallet af sendte SMS-beskeder fortsætter med uformindsket styrke. Befolkningen sendte 5,2 mia. SMS-beskeder i 2. halvår af 2006. Det er 17 pct. flere end i 2. halvår 2005 og seks gange så mange SMS-beskeder i forhold til 1. halvår 2002.

På ny vækst i antallet af sendte MMS-beskeder

Efter en periode med lav eller ingen vækst i antallet af afsendte MMS-beskeder (billedbeskeder afsendt via mobiltelefonen) er der i 2. halvår 2006 igen en større stigning. Således blev der i 2. halvår 2006 afsendt over 15 mio. MMS-beskeder. Dette er 27 pct. flere end i 2. halvår 2005.

Figur 2.3 Befolkningens adgang til internettet fra hjemmet, efter alder



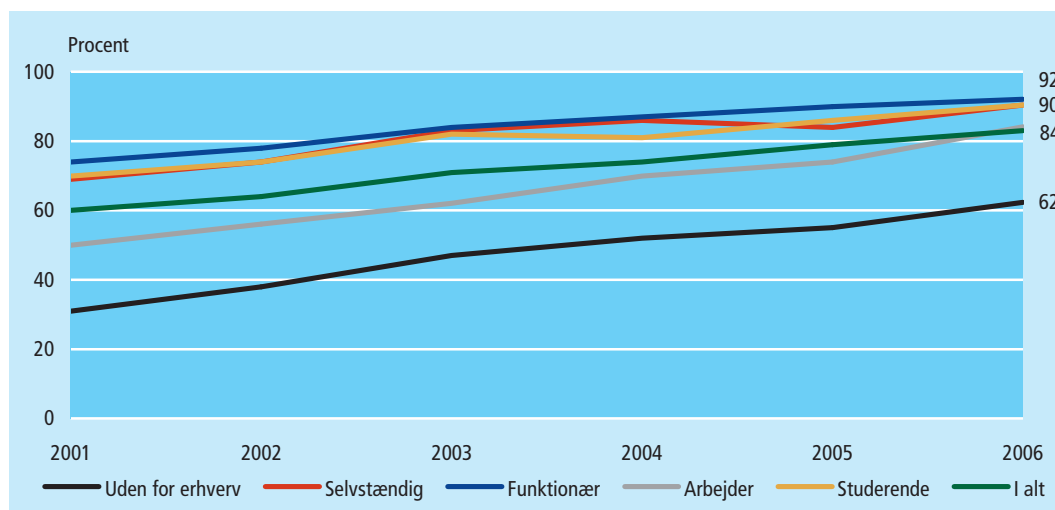
Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

Ældre halter stadigvæk bagefter i internetadgang hjemmefra ...

I 2006 havde 83 pct. af befolkningen adgang til internettet i hjemmet. Dermed fortsætter den konstante stigning, fra 79 pct. i 2005 og 75 pct. i 2004. Ikke overraskende er det de 16-19-årige, der har den største andel af personer med adgang hjemmefra. Hele 93 pct. har adgang, mens kun 62 pct. af 60-74-årige til sammenligning havde adgang hjemmefra.

... men afstanden er blevet mindre

Overordnet set tegner der sig et tydeligt billede af, at aldersgrupperne under 60 år i langt højere grad har adgang til internettet i hjemmet end aldersgruppen 60 til 74 år. De 60-74-årige har dog formået at mindske afstanden i de seneste år. Denne aldersgruppe har således næsten fordoblet sin andel i perioden 2002 til 2006.

Figur 2.4 **Befolkningens adgang til internettet fra hjemmet, efter beskæftigelse**

Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

Funktionærer har oftest adgang til internettet

92 pct. af funktionærerne har adgang til internettet i hjemmet. Den tilsvarende andel for studerende og selvstændige er 90 pct. For arbejdere er andelen på 84 pct. Som figur 2.4 viser, har disse 4 grupper nærmet sig hinanden mere og mere, og i 2006 er forskellen så godt som udlignet.

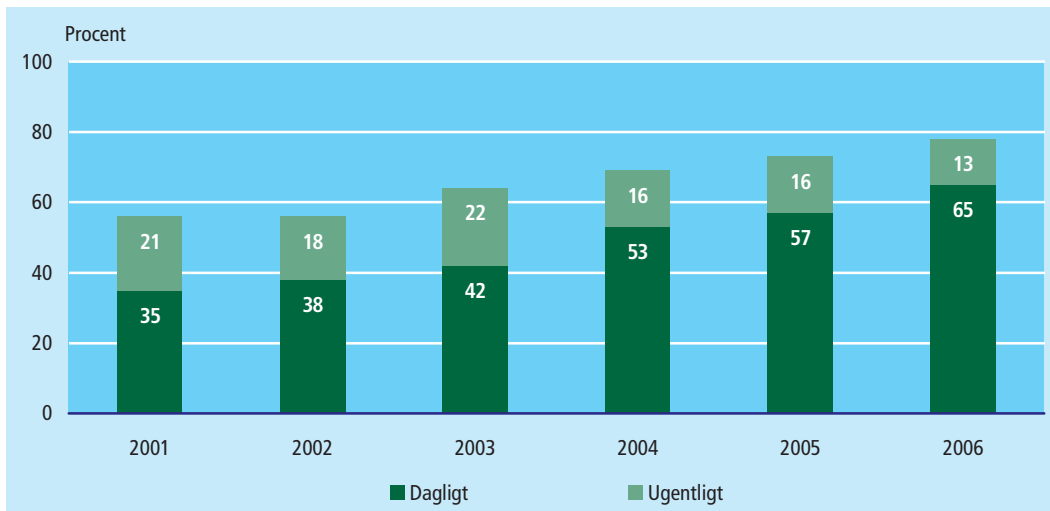
Folk uden for erhverv fordobler sin andel

Gruppen af folk uden for erhverv ligger dog fortsat et stykke efter de andre. I 2006 var der således 62 pct., som havde adgang til internettet i hjemmet. Der er dog tale om en fordobling af andelen på bare 5 år, hvilket har betydet, at afstanden mellem folk uden for erhverv og de andre beskæftigelsesgrupper er indsnævret.

Vækst i samtlige beskæftigelsesgrupper i perioden

Det er ligeledes værd at bemærke, at der i denne 5-årige periode er tale om betydelige stigninger for alle beskæftigelsesgrupper.

Figur 2.5 Hyppighed i befolkningens brug af internettet



Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet 2006.

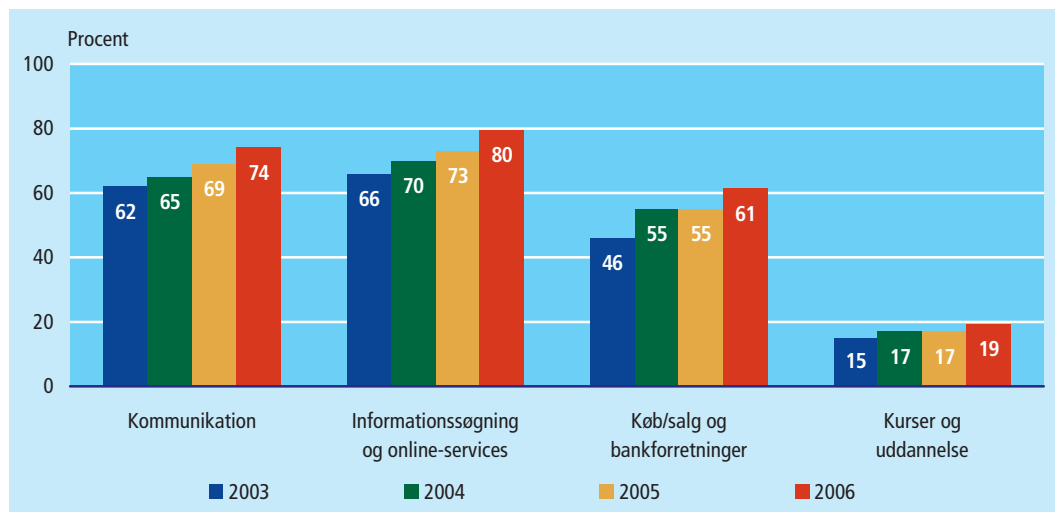
Stadig hyppigere brug af internettet

Flere og flere danskere bruger internettet mere og mere. Figur 2.5 viser hyppigheden i brugen af internettet uanset sted fordelt over en periode på 6 år.

Danskerne hyppigere online dagligt

Danskernes forbrug af internettet er ændret, for så vidt angår, hvor ofte vi benytter det. Andelen af folk, der bruger internettet ugentligt, er faldet fra 2001, mens andelen af folk der benytter det dagligt, til gengæld er steget støt i hele perioden. Danskerne har med andre ord intensiveret deres forbrug. Færre nøjes med at være online et par gange om ugen og er i højere grad online dagligt.

Figur 2.6 Private formål som internettet er brugt til inden for den sidste måned



Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet, 2006.

Internettet benyttes stadigvæk til det samme

De private formål, som flest benytter internettet til i 2006, er fortsat relateret til informationssøgning og online-services samt til kommunikation. Men internettet bliver også i stigende grad brugt i forbindelse med kurser og uddannelse.

Stadig flere søger efter information

80 pct. af befolkningen havde i 2006 benyttet internettet til at søge information og benytte online-services inden for den seneste måned. Dermed fortsætter den stigende tendens fra de foregående år.

Online kommunikation bliver stadig mere udbredt

I 2006 benyttede 74 pct. af befolkningen internettet den seneste måned til at kommunikere med andre. Kommunikation dækker både over forskellige chatsites, diskussionsfora og eksempelvis Messenger og Skype, samt at sende/modtage e-mails. Siden 2003 er andelen af folk der benytter onlinekommunikation steget med næsten en fjerdedel.

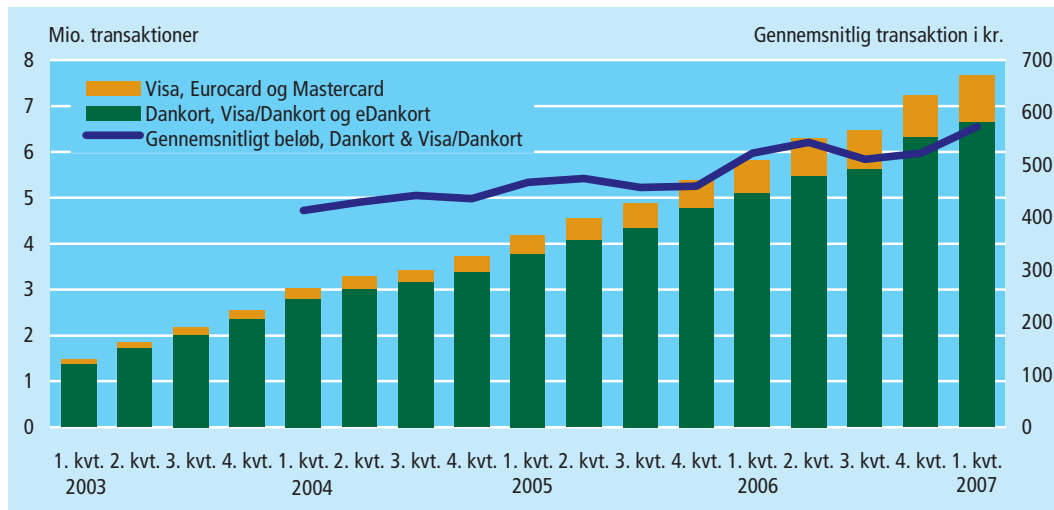
Mange handler over internettet

61 pct. benytter internettet til at købe/sælge varer eller tjenester eller ordne bankforretninger. Dermed er andelen der benytter internettet til dette formål steget med en tredjedel på kun 3 år.

Onlinekurser og uddannelse bliver mere populært

Næsten hver femte dansker brugte i 2006 internettet til kurser og uddannelse. Dette er en stigning på over en fjerdedel siden 2003. Kurser og uddannelse dækker over muligheden for at hente kursusmaterialer, tilmelde sig kurser eller uddannelser samt tage et decideret onlinekursus.

Figur 2.7 Kort-betalinger i danske internetforretninger, via PBS



Anm.: Tallene omfatter elektroniske betalingstransaktioner i danske internetforretninger, som afregnes via PBS - herunder køb fra udlandet. Dette vedrører bl.a. al online betaling med Dankort og Visa/Dankort. Transaktioner fra eDankort (betaling via netbank) udgjorde omkring 2 promille af samtlige transaktioner i 1. kvartal 2007.

Kilde: PBS, 2007.

Kraftig stigning i værdien af kortbetalinger i danske internetforretninger

Værdien af kortbetalinger i danske internetforretninger, formidlet af PBS, var 11,8 mia. kr. i 2006. Det er en stigning på næsten 50 pct. i forhold til 2005, hvor værdien var 7,9 mia. kr. I forhold til 2004, hvor værdien var 5,3 mia. kr., er der tale om mere end en fordobling.

Antallet af kortbetalinger femdoblet fra 2003 ...

Stigningen skyldes bl.a. et øget antal kortbetalinger: 7,7 millioner transaktioner i 1. kvartal 2007 mod 5,8 millioner i 1. kvartal 2006. I forhold til 1. kvartal 2003, hvor der blev afregnet 1,4 millioner kortbetalinger, er der næsten tale om en femdobling. Det er især Dankort og Visa/Dankort, der anvendes, men andre kort har en stigende andel af transaktionerne i perioden.

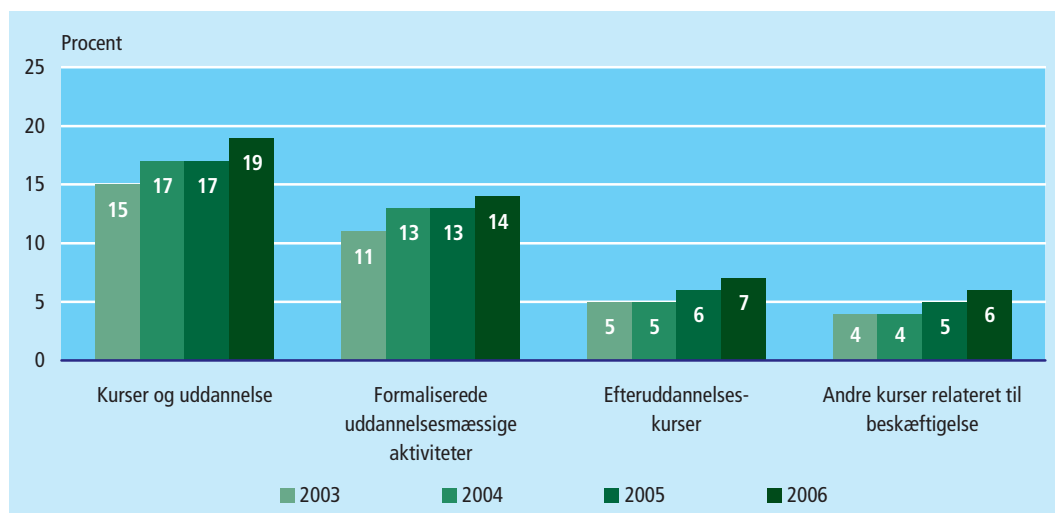
... og stigning i de beløb, der handles for

Samtidig er der en stigende tendens i det gennemsnitlige beløb, der handles for - fra 430 kr. i 2004 til 525 kr. i 2006.

Indikator på internethandel

Kortbetalingerne i danske internetforretninger kan betragtes som en indikator for udviklingen i internethandelen. Dette tal omfatter ikke alle former for internetkøb, men det dækker formentlig en væsentlig del.

Figur 2.8 Privat brug af internettet til kurser og uddannelse

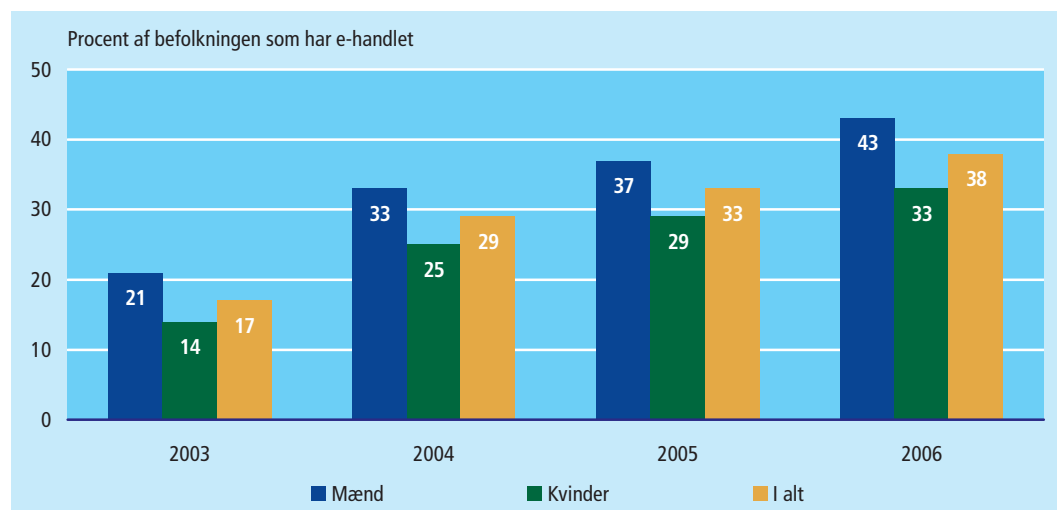


Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet, 2006.

Privat brug af internettet til formaliserede uddannelsesaktiviteter

Figur 2.8 viser hvad danskerne specifikt benytter internettet til, når de anvender det i forbindelse med kurser og uddannelse. De kan f.eks. søge efter information om, eller melde sig til formaliserede uddannelsesaktiviteter eller efteruddannelseskurser. Længst størstedelen af de danskere, der har brugt internettet i forbindelse med kurser og uddannelse, har brugt det til formaliserede uddannelsesmæssige aktiviteter som at søge efter information, melde sig til fag eller lignende. Formaliserede uddannelsesmæssige aktiviteter vedrører studerende på universitetet og elever i gymnasiet.

Figur 2.9 Befolkningens køb af varer eller tjenester via internettet i sidste måned



Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet, 2006.

*Fordobling
i antallet af folk
der handler online*

I 2006 har 38 pct. af dem, som har benyttet internettet inden for den sidste måned, købt eller bestilt varer eller tjenester via internettet. Der ved fortsætter tilgangen af folk, der gerne vil handle online. Således er andelen siden 2003 mere end fordoblet.

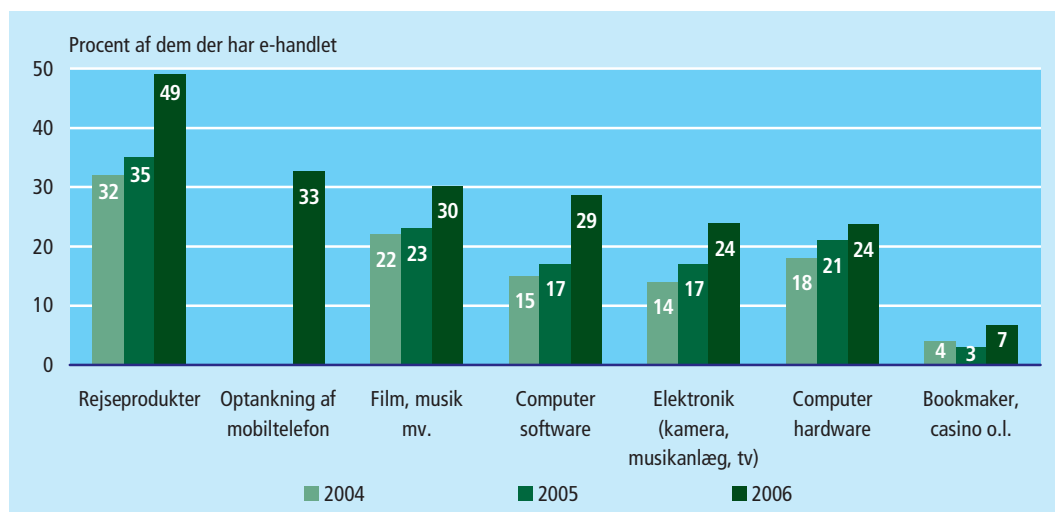
*Mænd handler
fortsat mest ...*

Figur 2.9 viser tydeligt, at mænd oftere end kvinder benytter internettet til at handle online, og forskellen mellem kønnene er synlig alle år fra 2003 til 2006.

*... men det bliver
stadig mere udbredt
blandt kvinder*

Dog har der siden 2003 været en større stigning i kvindernes andel sammenlignet med mændenes. I 2006 benyttede 136 pct. flere kvinder internettet til e-handel end i 2003, mens den tilsvarende stigning for mænd var på 105 pct.

Figur 2.10 Varer og tjenester befolkningen har handlet via internettet



Anm.: Figuren viser andelen af den del af befolkningen, som har e-handlet inden for den sidste måned eller det sidste år.

Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet, 2006.

Mange danskere bestiller deres rejser over internettet

Rejseprodukter er den produktgruppe som flest danskere har handlet via internettet i 2006. 49 pct. har e-handlet denne produktgruppe, som inkluderer bl.a. hotelreservation, flybilletter, leje af bil etc.

Optankning af mobiltelefonen er populært

Mange danskere benytter sig af telefonselskabernes tilbud om at tanke deres mobil op over internettet. Således købte 33 pct. taletid over internettet i 2006. Dette er en tjeneste, som på meget kort tid er blevet utrolig populær i Danmark.

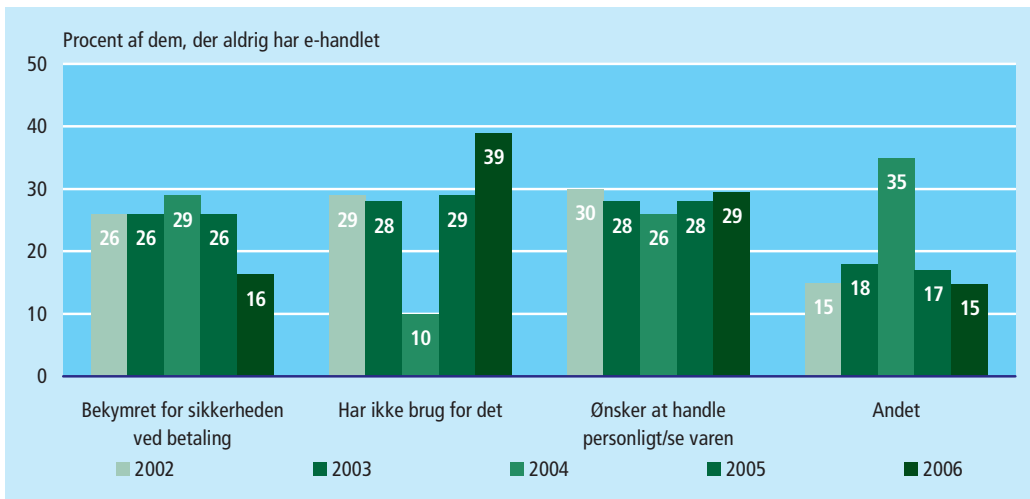
Onlinepoker og spil vinder frem

En af tidens tendenser er onlinepoker, tips, lotto og odds. Stadig flere danskere benytter sig af disse tjenester, og andelen er i 2006 mere end fordoblet i forhold til 2005.

Flere køber computersoftware online

Også e-handel med computersoftware bliver mere og mere udbredt. Næsten 30 pct. brugte i 2006 internettet til at købe et styresystem, spil eller antivirusprogram til deres hjemme-pc. Dette er næsten en fordobling i forhold til 2004.

Figur 2.11 Vigtigste grund til ikke at købe varer eller tjenester via internettet



Anm.: Grundet afrundinger summer alle år ikke nødvendigvis op til 100 pct. Kategorien "andet" består af alle andre årsager lagt sammen.

Kilde: Danmarks Statistik, Befolkningens brug af internet, 2006.

Barrierer for at handle online

I 2006 svarede 39 pct. af dem, der aldrig har handlet via internettet, at den vigtigste årsag er, at de ikke føler, at de har brug for det. Den næstvigtigste grund med 29 pct. er, at man ønsker at handle personligt/se varen. En tredje årsag til ikke at e-handle er bekymring for sikkerheden ved betaling, der udgør 16 pct. I 2004 var der en væsentlig større andel, der var bekymret for sikkerheden ved betaling, nemlig 29 pct. Danskerne er med andre ord blevet tryggere ved at handle online, i hvert fald når drejer sig om sikkerheden ved betaling.

Store forskelle mellem årene

Figur 2.11 viser, at der kan være meget store udsving, i hvad folk mener, er de vigtigste årsager til ikke at e-handle. Fx ses det i 2004, at kategorien "Andet", som er en opsamlingskategori af de tilbageværende svarmuligheder, er ca. dobbelt så stor i forhold til de andre år. Dette skyldes, at der dette år var hele 29 pct. af de adspurgte, der havde tilkendegivet, at de "udtrykte bekymring for muligheden for at klage" i forbindelse med e-handel. I 2005 var der ingen, der udtrykte denne bekymring, selvom svarmuligheden var med, og i 2006 optrådte svarmuligheden ikke i undersøgelsen.