

Familiernes brug af internet 2001

Næsten $\frac{3}{4}$ har adgang til internettet fra enten hjem eller arbejdsplads. Internetadgang er mest udbredt hos studerende (96 pct.) og funktionærer (93 pct.), og er mere udbredt øst end vest for Storebælt. Mere end halvdelen af befolkningen er koblet på internettet mindst en gang om ugen, og 35 pct. hver dag. Internettet benyttes hyppigere øst for Storebælt end vest for.

21 pct. har handlet via internettet mindst en gang i løbet af det sidste år, og 4 pct. mindst en gang om måneden. Der er væsentligt flere, der e-handler øst end vest for Storebælt. $\frac{2}{3}$ dele af e-handlen foregår fra hjemmene og 11 pct. fra arbejdspladserne. Vigtigste motiver for e-handel er at spare tid og penge, og vigtigste barriere er bekymring for sikkerheden.

Statistikken beskriver danskernes adgang til og brug af internettet i 2001, fordelt på forskellige baggrundsvariable. Besvarelsene er indsamlet vha. ca. 1.000 telefoninterviews i hver af månederne januar-december 2001.

1. Indledning

<i>Næsten $\frac{3}{4}$ har adgang til internettet</i>	73 pct. af befolkningen har i 2001 adgang til internettet fra enten hjem eller arbejdsplads. Internetadgang er mest udbredt blandt de studerende, hvor 96 pct. har adgang fra enten hjem eller arbejde/uddannelsesinstitution, og blandt funktionærer (93 pct.). I gruppen uden for erhverv har kun 31 pct. adgang til internet. Internetadgang er mere udbredt øst end vest for Storebælt (hhv. 76 pct. mod 70 pct.).
<i>$\frac{2}{3}$ er opkoblet til internettet via telefonmodem</i>	Telefonmodem er den mest udbredte form for opkobling i hjemmene. 66 pct. har deres opkobling i denne form. Dernæst følger ISDN med 21 pct. og ADSL med 7 pct. ADSL er mere udbredt øst for Storebælt end vest for Storebælt.
<i>60 pct. forventer at blive koblet på internettet</i>	Af de, som ikke har adgang til internettet, har flest angivet som den væsentligste årsag, at de ikke har brug for det, og næstflest, at det er for dyrt. 60 pct. af de, som ikke er koblet på internettet i hjemmet, forventer at blive det i løbet af de næste 12 måneder.
<i>Mænd er hyppigere på internettet end kvinder</i>	56 pct. er koblet på internettet mindst en gang om ugen fra hjem og/eller arbejdsplads, og 35 pct. er koblet på hver dag. Mænd er hyppigere på internettet end kvinder. Forskellen er mindst for de 20-39-årige, hvor 74 pct. af mændene er koblet på mindst en gang om ugen, og 51 pct. hver dag, mod hhv. 67 pct. og 40 pct. for kvinderne.
<i>Formål med brug af internet</i>	Internettet bruges mest til at sende/modtage e-mail og til at søge specifik information. Men også en stor del af befolkningen bruger internettet ofte eller nogle gange til at ordne bankforretninger.
<i>Mere end $\frac{1}{5}$ har e-handlet i løbet af det sidste år</i>	21 pct. har mindst en gang i løbet af det sidste år købt varer eller tjenester via internettet, og 4 pct. mindst en gang om måneden. Mænd e-handler oftere end kvinder. 25 pct. af mændene har e-handlet mindst en gang i løbet af det seneste år mod 16 pct. af kvinderne. Forskellen mellem de to køn er mindst blandt de 20-39-årige. Væsentligt flere har e-handlet øst for Storebælt end vest for Storebælt.

2/3 af e-handlen sker fra hjemmet

Der er flest som hyppigt e-handler andre underholdningsformål, såsom billetter og næstflest bøger, tidsskrifter, aviser. Langt den overvejende del af e-handlen foregår fra hjemmene, med 66 pct. 11 pct. e-handler fra arbejdspladsen.

Kun få har planer om at e-handle

2/3 dele af de, som ikke e-handlede i det forløbne år, har bestemt heller ikke planer om at gøre det. Derimod har 5 pct. bestemt planer om at e-handle inden for det kommende år, mens 21 pct. måske vil gøre det.

Motiver og barrierer for e-handel

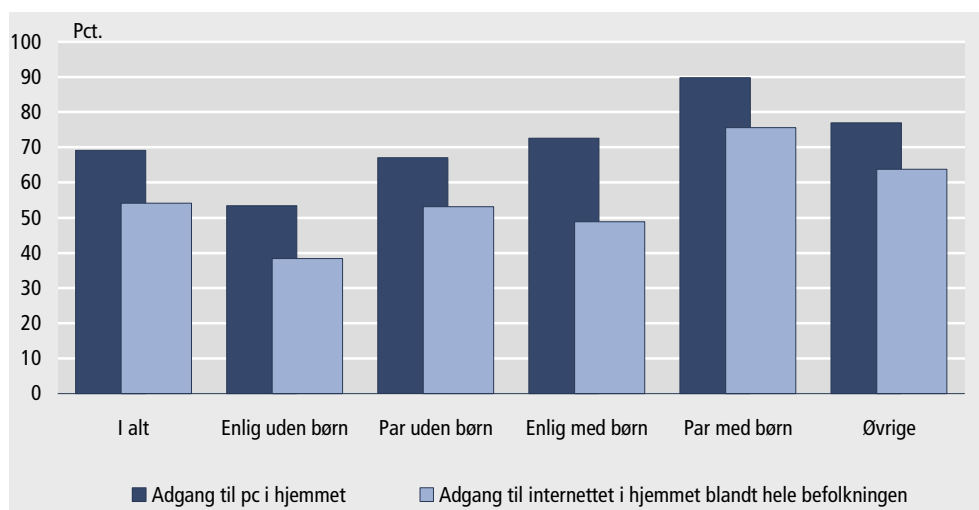
Flest angiver tidsbesparelse og lavere priser som vigtigste årsager til at handle via internettet, med 24 pct. for begge. 23 pct. nævner, at det er lettere at finde de ønskede varer, som vigtigste motiv. Som den vigtigste barriere for at handle via internettet angiver 36 pct., at de er bekymrede for sikkerheden, og 28 pct., at de ønsker at se varen, inden de køber den.

2. Adgang til internettet

Omtrent en ud af syv har pc'er i hjemmet

69 pct. af alle familier har i 2001 en eller flere pc'er i hjemmet. Særligt familier med børn og parforhold har høje andele med pc i hjemmet. 53 pct. af enlige uden børn har adgang til pc i hjemmet, mod 90 pct. af par med børn. 18 pct. af familierne har flere pc'er i hjemmet. Andelen med flere pc'er i hjemmet stiger ligeledes, når folk lever i parforhold og har børn, således har 33 pct. af par med børn flere pc'er i hjemmet.

Figur 1. Familiernes adgang til pc og internet i hjemmet 2001



3/4 af par med børn har adgang til internet i hjemmet

54 pct. af alle familier har i 2001 adgang til internettet i hjemmet. Adgang til internet er mest udbredt blandt par med børn, hvor 76 pct. har adgang til internettet. 53 pct. af par uden børn og 49 pct. af enlige med børn har adgang til internettet, mod 38 pct. af enlige uden børn.

Børn og parforhold øger andelen med internet

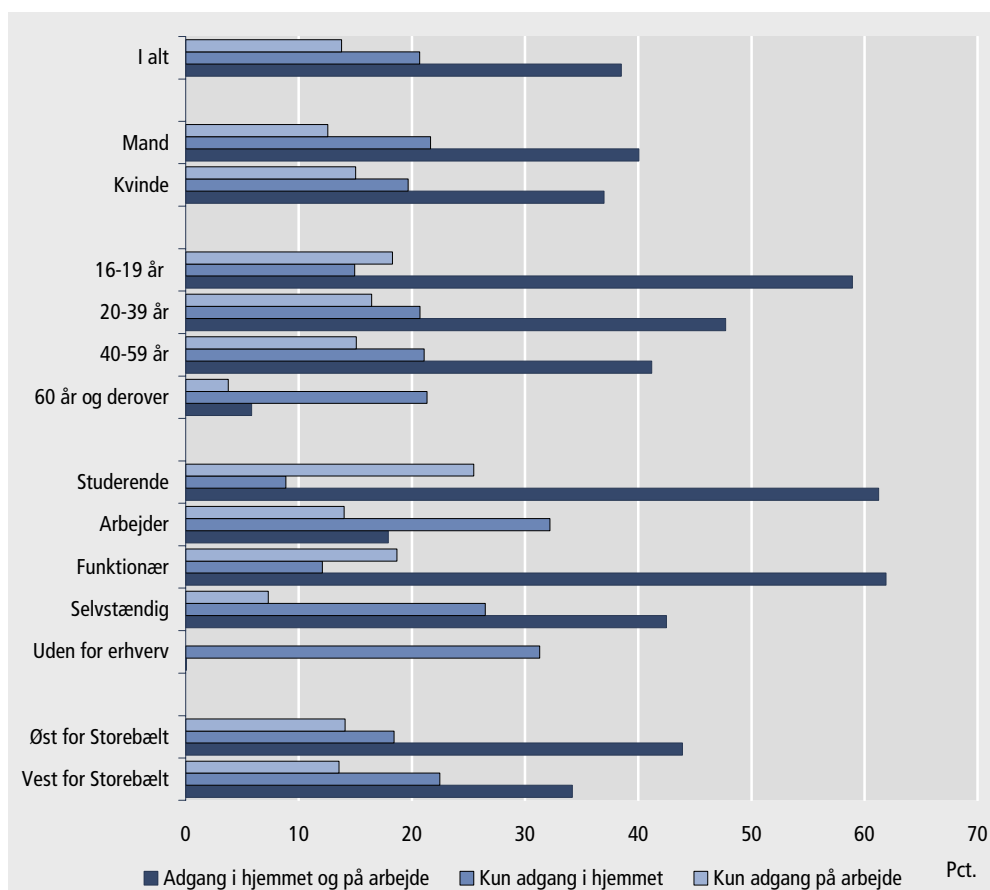
Ligesom børn har betydning for, om der er adgang til internettet i hjemmet, har det også betydning, om man lever i par eller alene. Andelen med adgang til internet i hjemmet er højere blandt par end enlige, uanset om der er børn i familien eller ej.

73 pct. af befolkningen har i 2001 adgang til internettet fra enten hjem eller arbejdsplads. 39 pct. har adgang til internettet både fra hjemmet og arbejdspladsen, 21 pct. har kun adgang fra hjemmet, mens 14 pct. kun har adgang fra arbejdspladsen.

Færre kvinder har adgang fra hjemmet

Andelen af kvinder, der har adgang til internettet i både hjemmet og på arbejdspladsen (37 pct.), er lidt lavere end for mændene (40 pct.). Der er således en forskel på mænd og kvinders adgang til internettet fra hjemmene, med 62 pct. af mændene og 57 pct. af kvinderne.

Figur 2. Adgang til internettet fra hjemmet eller på arbejdspladsen 2001



Internetadgang mest udbredt blandt yngre ...

Internetadgang bliver mindre udbredt med alderen. Hvor 92 pct. af de 16-19-årige har adgang til internet fra enten hjemmet eller arbejdspladsen, er det kun 31 pct. af gruppen på 60 år og derover. For de 20-årige og op er der ingen forskel mellem de, som kun har adgang fra hjemmet (alle 21 pct.). Forskellen ligger derimod i andelen, som både har adgang fra hjem og arbejde, samt de, som kun har adgang fra arbejdet.

... og blandt studerende og funktionærer

96 pct. af de studerende har adgang til internettet fra enten hjem eller arbejde/uddannelsesinstitution, 93 pct. af funktionærerne, 76 pct. af de selvstændige og 64 pct. af arbejderne. I gruppen uden for erhverv har kun 31 pct. adgang til internettet. De studerende og funktionærerne er samtidig de to grupper med lavest andel, der kun har adgang fra hjemmet (hhv. 9 pct. og 12 pct.). Arbejdere (32 pct.) har den største andel, som kun har adgang fra hjemmet.

Flere øst for Storebælt har internetadgang

Der er ligeledes forskel i internetadgangen mellem landsdelene. 76 pct. af befolkningen øst for Storebælt har adgang til internettet fra enten hjem eller arbejdsplads, mod 70 pct. af befolkningen vest for Storebælt. Fra arbejdspladsen har 58 pct. af befolkningen øst for Storebælt adgang til internettet, mod 48 pct. vest for Storebælt.

2/3 har deres opkobling via telefonmodem

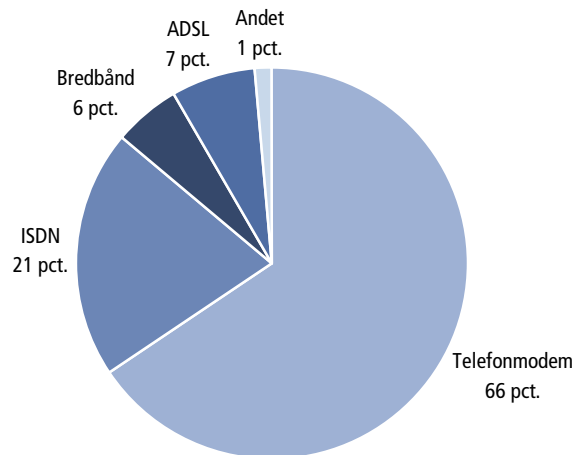
Telefonmodem er den mest almindelige form for opkobling til internettet fra hjemmets pc i 2001. 66 pct. af de som har en internetopkobling i hjemmet, har den via telefonmodem, 21 pct. har ISDN, 7 pct. ADSL og 6 pct. har deres opkobling via bredbånd.¹

ADSL er mere udbredt øst for Storebælt

ADSL er mere udbredt øst for Storebælt (10 pct.) end vest for Storebælt (4 pct.). Samtidig er opkobling i hjemmet i form af bredbånd mere udbredt vest for Storebælt (8 pct.) end øst for Storebælt (3 pct.). Der er derimod ikke væsentlige geografiske forskelle mellem opkobling via telefonmodem og ISDN.

¹ Kabel.

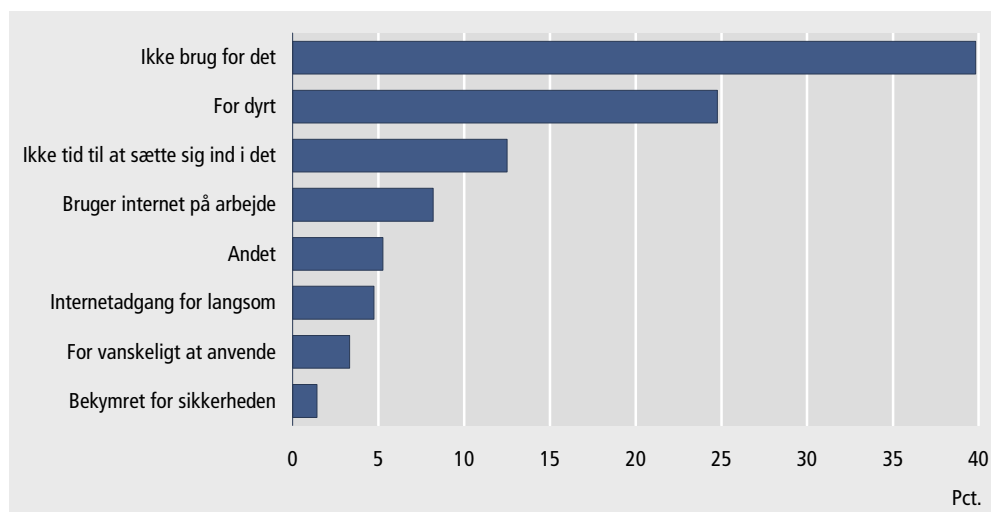
Figur 3. Former for opkobling til internettet 2001



Væsentligste barriere er manglende behov

Af de, som ikke har adgang til internettet i hjemmet, har 40 pct. angivet, at den væsentligste årsag er, at de ikke har brug for det. 25 pct. har angivet, at den væsentligste årsag er, at det er for dyrt, 12 pct., at de ikke har tid til at sætte sig ind i det, og 8 pct., at de bruger internettet på arbejdet. Kun 1 pct. har angivet, at de er bekymret for sikkerheden.

Figur 4. Væsentligste årsag til ikke at være koblet på internettet 2001



Der er ikke forskel på mænd og kvinders årsager til ikke at være koblet på internettet i hjemmet. Der er heller ikke store geografiske forskelle, dog har 10 pct. øst for Storebælt angivet, at den væsentligste årsag til ikke at være koblet på internettet er, at de bruger det på arbejdet, mod 7 pct. vest for. Endvidere angiver 38 pct. øst for Storebælt, at de ikke har brug for det, mod 41 pct. i vest.

De studerendes største barriere er prisen

Hos alle beskæftigelsesgrupperne, på nær de studerende, har flest angivet, at den væsentligste årsag er, at de ikke har brug for det, og næstflest, at det er for dyrt. Blandt de studerende har flest derimod angivet som den væsentligste årsag, at det er for dyrt (43 pct.), og næstflest, at de ikke har brug for det (22 pct.).

I gruppen af selvstændige har kun 11 pct. angivet som væsentligste årsag til ikke at have adgang til internettet i hjemmet, at det er for dyrt, og 26 pct., at de ikke har tid til at sætte sig ind i det. Hos arbejderne og de uden for erhverv er det hhv. 48 pct. og 46 pct., der som væsentligste årsag nævner, at de ikke har brug for det.

60 pct. forventer at blive koblet på internettet

Af de familier, som ikke har adgang til internettet i hjemmet, forventer 60 pct. at blive koblet på internettet i løbet af det næste år, og 29 pct. har bestemt ikke nogen planer herom.

Andelen af familier, der forventer at blive koblet på internettet inden for det næste år, er størst hos familier med børn. 65 pct. af enlige med børn og af par med børn forventer at blive koblet på internettet, mod kun 53 pct. af par uden børn. For enlige uden børn er det dog 61 pct., der forventer at blive koblet på internettet.

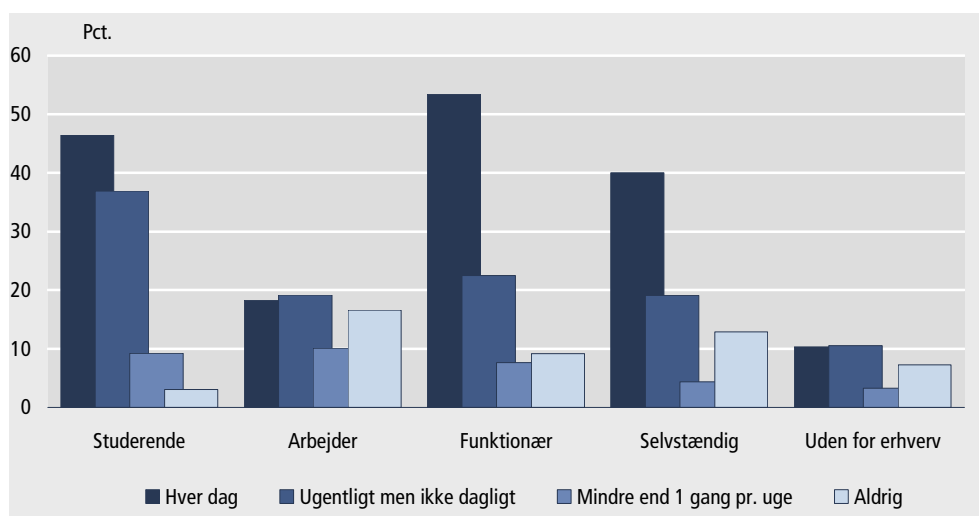
3. Hyppighed i anvendelse af internettet

Over halvdelen på internettet hver uge

56 pct. af befolkningen er koblet på internettet fra enten hjemmet eller arbejdet mindst en gang om ugen og 35 pct. hver dag. Af de, som har adgang til internettet, er 78 pct. på internettet mindst en gang om ugen og 49 pct. hver dag. Samtidig er der 13 pct. af de, som har adgang til internettet, som aldrig benytter sig af det.

Figur 5.

Hyppighed i brug af internet fra enten hjem eller arbejdsplads 2001



Mænd hyppigere på internettet end kvinder

61 pct. af mændene er på internettet fra enten hjemmet eller arbejdspladsen mindst en gang om ugen, 41 pct. hver dag. Hos kvinderne er det derimod hhv. 52 pct. og 30 pct. Forskellen mellem de to køn er størst blandt funktionærerne, hvor 85 pct. af de mandlige funktionærer er på internettet mindst en gang om ugen, mod 67 pct. af de kvindelige.

De yngre benytter hyppigst internettet

78 pct. af de 16-19-årige er på internettet mindst en gang om ugen og 39 pct. hver dag. Hos de 20-39-årige bruger 45 pct. internettet dagligt, og 70 pct. mindst en gang om ugen. Hyppigheden i brug af internet aftager herefter med alderen.

Studerende og funktionærer hyppigst på internettet

83 pct. af de studerende er på internettet mindst en gang om ugen og 46 pct. hver dag. Funktionærerne benytter ligeledes hyppigt internettet. Her er 75 pct. koblet på internettet mindst en gang om ugen, og 53 pct. hver dag. Derimod bruger kun 37 pct. af arbejderne internettet mindst en gang om ugen, og 18 pct. hver dag. Hos de uden for erhverv er det tilsvarende 21 pct. og 10 pct.

Store forskelle mellem landsdelene

Der er store forskelle i hyppigheden i brug af internet mellem de to landsdele. 61 pct. øst for Storebælt bruger internettet mindst en gang om ugen, og 41 pct. hver dag. Vest for Storebælt er det derimod kun hhv. 53 pct. og 31 pct.

Forskellen blandt de to køn er mindst for de 20-39-årige

74 pct. af de 20-39-årige mænd er koblet på internettet mindst en gang om ugen og 51 pct. hver dag, mod hhv. 67 pct. og 40 pct. hos kvinderne. Forskellen stiger herefter med alderen. Der er dog også stor forskel mellem de 16-19-årige, hvor 83 pct. af mændene og 73 pct. af kvinderne er koblet på internettet mindst en gang om ugen.

Forskellen mellem de to landsdele er størst for de 20-39-årige ...

Der er mindst forskel mellem de to landsdele hos de 16-19-årige. 80 pct. af de 16-19-årige vest for Storebælt er koblet på internettet mindst en gang om ugen og 38 pct. dagligt, mod hhv. 75 pct. og 39 pct. øst for. Den største forskel er hos de 20-39-årige. Her er 76 pct. koblet på internettet mindst en gang om ugen, og 54 pct. hver dag øst for Storebælt, mod hhv. 66 pct. og 39 pct. vest for Storebælt.

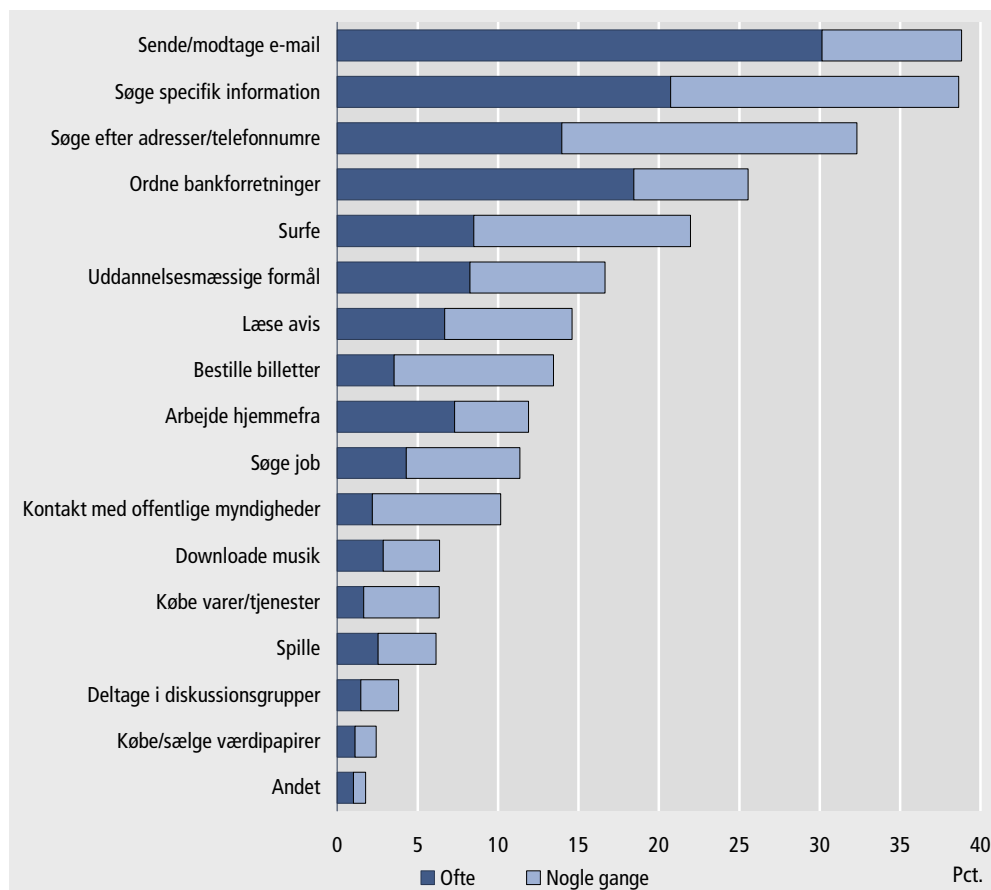
... og for de selvstændige

Der er omtrent ingen geografisk forskel på hyppighed i brug af internet hos de studerende eller de uden for erhverv. Forskellen er størst blandt de selvstændige, hvor 66 pct. øst for Storebælt, er koblet på internettet mindst en gang om ugen, og 46 pct. hver dag. Vest for Storebælt er det derimod hhv. 54 pct. og 35 pct.

4. Formål med brug af internet

Det internettet benyttes oftest til er at sende/modtage e-mail og til at søge specifik information. Men også en stor del af befolkningen bruger ofte eller nogle gange internettet til at ordne bankforretninger.

Figur 6. Formål internettet ofte eller nogle gange bruges til 2001



4 ud af 10 sender og modtager hyppigt e-mail

39 pct. bruger ofte eller nogle gange internettet til at sende/modtage e-mail. Den største andel er hos de 20-39-årige mænd, med 54 pct. Der er ligeledes 39 pct., som ofte eller nogle gange benytter internettet til at søge specifik information, og den største andel er igen hos mænd i alderen 20-39-år, med 54 pct.

1/4 ordner hyppigt bankforretninger

Der er 32 pct., der ofte eller nogle gange bruger internettet til at søge efter adresser eller telefonnumre, og 25 pct. til at ordne bankforretninger. Igen er det hos mændene i alderen 20-39 år, at de største andele skal findes, med hhv. 48 pct. og 41 pct.

20 pct. af de 20-39-årige mænd bruger hyppigt internettet til at søge job

Der er 11 pct., der ofte eller nogle gange benytter internettet til at søge job.² De 20-39-årige mænd og kvinder er med hhv. 20 pct. og 19 pct. de grupper, hvor flest benytter internettet til jobsøgning.

Mænd benytter internettet oftere end kvinder, og andelen, der hyppigt bruger internettet til forskellige formål, er således højere for mænd end kvinder. Rangordningen af de forskellige formål er imidlertid stort set den samme for de to køn. Det samme gælder for landsdelene, hvor flere hyppigt bruger internettet øst end vest for Storebælt. Placeringen af de formål, som flest og færrest hyppigt bruger internettet til, er altså i store træk ens for disse grupper.

47 pct. af de 16-19-årige bruger hyppigt internet til uddannelsesformål

For de forskellige aldersgrupper er rangordningen mellem de forskellige formål også i store træk lig den for hele befolkningen. Dog er der flere af de 16-19-årige, som hyppigt benytter internettet til uddannelsesmæssige formål. Her benytter næstflest hyppigt internettet til dette formål, med 47 pct.

For de forskellige beskæftigelsesgrupper er der også kun få forskelle. Hos de studerende bruger næstflest hyppigt internettet til uddannelsesformål, med 51 pct., og hos de selvstændige bruger femteflest internettet til at arbejde hjemmefra, med 24 pct.

5. Handel via internettet

21 pct. af befolkningen har mindst en gang i løbet af de sidste 12 måneder købt varer eller tjenester via internettet, og 4 pct. havde foretaget e-handel mindst en gang om måneden.

Forskellen mellem de to køn aftager med alderen

Mænd e-handler betydeligt oftere end kvinder. Forskellen mellem de to køn aftager med alderen. Hos de 20-39-årige har 37 pct. af mændene e-handlet mindst en gang inden for det sidste år, og 9 pct. mindst en gang om måneden, mod hhv. 25 pct. og 3 pct. hos kvinderne. Hos de 40-59-årige er det derimod 20 pct. af mændene, som har e-handlet mindst en gang om året, mod 14 pct. af kvinderne.

Det er de 20-39-årige, som e-handler oftest. Her har 31 pct. e-handlet mindst en gang inden for det sidste år, og 6 pct. mindst en gang om måneden. Andelen, der e-handler, aftager med alderen, og kun 4 pct. af de på 60 år og derover har e-handlet mindst en gang om året.

Kun 5 pct. af de uden for erhverv e-handler

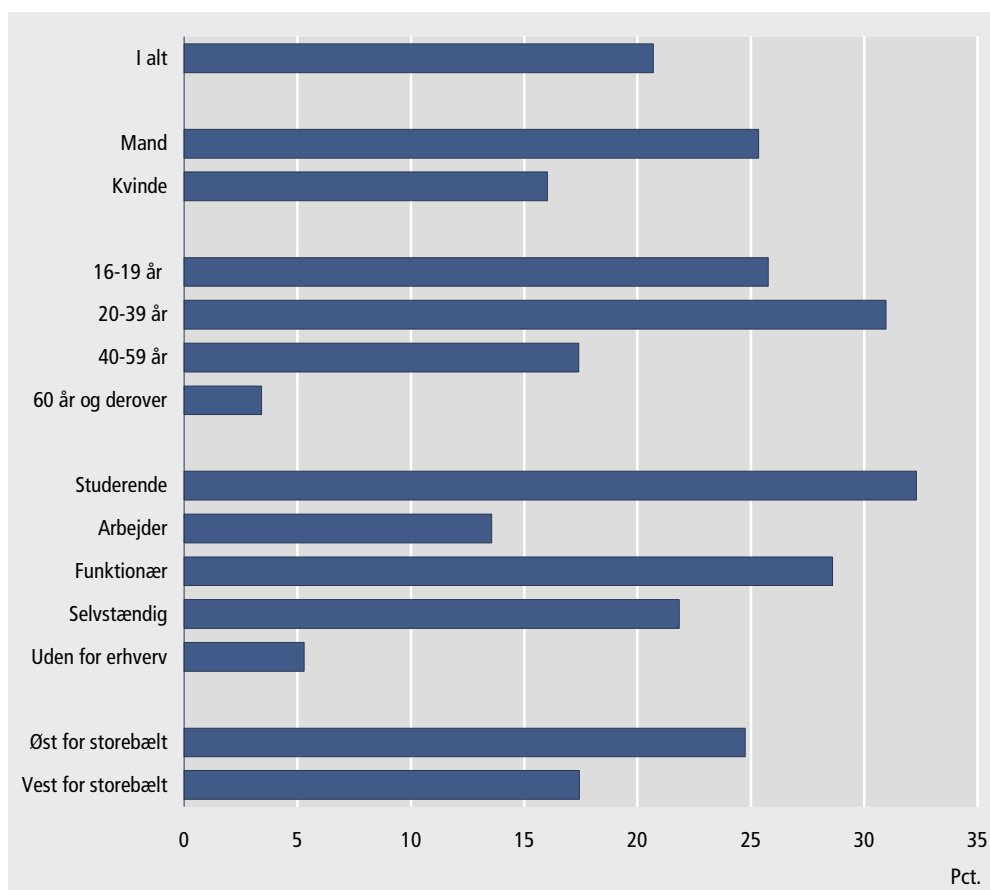
Hos de uden for erhverv har kun 5 pct. e-handlet mindst en gang inden for det sidste år, og 1 pct. mindst en gang om måneden. De studerende og funktionærerne topper med hhv. 33 pct. og 29 pct., der har e-handlet mindst en gang i løbet af det sidste år, og de selvstændige og studerende mht. andelen, der har e-handlet mindst en gang om måneden, med 6 pct.

Befolkningen øst for Storebælt e-handler hyppigere

Andelen, der e-handler, er større øst for Storebælt. Her har 25 pct. e-handlet mindst en gang inden for det seneste år, og 5 pct. mindst en gang om måneden, mod hhv. 17 pct. og 2 pct. vest for Storebælt. Det er samtidig øst for Storebælt at der er størst forskel mellem kønnene. Her har 31 pct. af mændene e-handlet mindst en gang om året, mod 19 pct. af kvinderne.

² Vedrørende at benytte internettet til at søge job, da er dette spørgsmål kun blevet stillet i 2. halvår 2001, hvorfor data kun dækker denne periode.

Figur 7. Køb af varer eller tjenester via internettet 2001



Forskellen mellem øst og vest er størst for de 20-39-årige ...

Både øst og vest for Storebælt er e-handel mest udbredt blandt de 20-39-årige. I øst er der 37 pct., der har e-handlet mindst en gang i løbet af det sidste år, og 9 pct. en gang om måneden, mod hhv. 26 pct. og 5 pct. i vest. Der er dog ikke nogen forskel mellem de to landsdele blandt de 16-19-årige. Her er der 25 pct., som har e-handlet mindst en gang i løbet af det sidste år i både øst og vest, hhv. 5 pct. og 4 pct. mindst en gang om måneden.

... og mellem funktionærer og selvstændige

Der er størst forskel mellem beskæftigelsesgrupperne i de to landsdele, blandt funktionærer og selvstændige, hvor hhv. 33 pct. og 26 pct. af de i øst havde e-handlet mindst en gang i løbet af det seneste år. I vest er det derimod hhv. 24 pct. og 18 pct. Hos de uden for erhverv er der ingen forskel mellem de to landsdele.

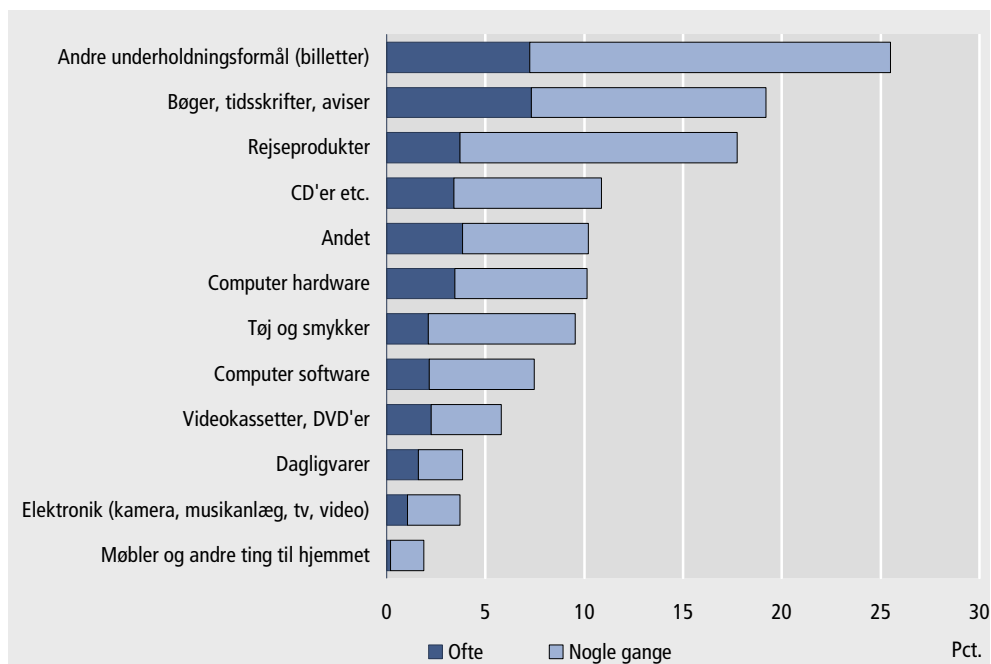
Det er som oftest andre underholdningsformål, såsom køb af billetter, der handles via internettet. Men også en stor del handler ofte eller nogle gange bøger, tidsskrifter, aviser og rejseprodukter via internettet. Når der derefter betragtes hvilke ting, der er blevet handlet via internettet, ses kun på den del af befolkningen, som har e-handlet.

1/4 e-handler hyppigt andre underholdningsformål

Der er 25 pct. som ofte eller nogle gange e-handler andre underholdningsformål, såsom billetter. Flere kvinder e-handler hyppigt denne type vare end mænd, hhv. 27 pct. og 24 pct. Der er 19 pct., som ofte eller nogle gange køber bøger, tidsskrifter og aviser via internettet. Den største andel, der hyppigt e-handler dette, er de 20-39-årige mænd (23 pct.), hvorefter andelen aftager med alderen.

Tredjeflest køber ofte eller nogle gange rejseprodukter via internettet (18 pct.). Andelen af kvinder, der hyppigt e-handler dette, er større end mænd, med hhv. 20 pct. og 16 pct. Den største andel skal findes hos de 40-59-årige kvinder, med 24 pct.

Figur 8. Varer der ofte eller nogle gange handles via internettet 2001



Flere mænd e-handler computer hardware og software

10 pct. køber ofte eller nogle gange computer hardware via internettet. Det er overvejende mænd, der hyppigt e-handler denne type vare (16 pct.), mod kun 1 pct. af kvinderne. Den største andel er hos de 16-19-årige mænd, med 26 pct. Der er 7 pct., der hyppigt e-handler computer software. Her er samme fordeling mellem kønnene, med 11 pct. af mændene og 2 pct. af kvinderne, der hyppigt e-handler denne type vare.

Her er igen samme situation som ved formål med brug af internettet. De grupper, der har de højeste frekvenser af personer, som har e-handlet, har også de største andele, der hyppigt har e-handlet de forskellige typer af varer. Men her varierer rangordningen mere mellem grupperne.

Fjerdeflest af kvinderne e-handler hyppigt tøj og smykker

Mænd og kvinder har begge de samme tre typer af varer, som de hyppigst e-handler, som hos hele befolkningen. Men hvor mændene på 4. til 6. pladsen har computer hardware (16 pct), CD'er (14 pct.) og computer software (11 pct.), da har kvinderne derimod tøj og smykker (13 pct.), andet (9 pct.) og CD'er (6 pct.). Kvinderne har endvidere dagligvarer på syvendepladsen, med 5 pct.

Flest af de 16-19-årige mænd e-handler hyppigt computer hardware

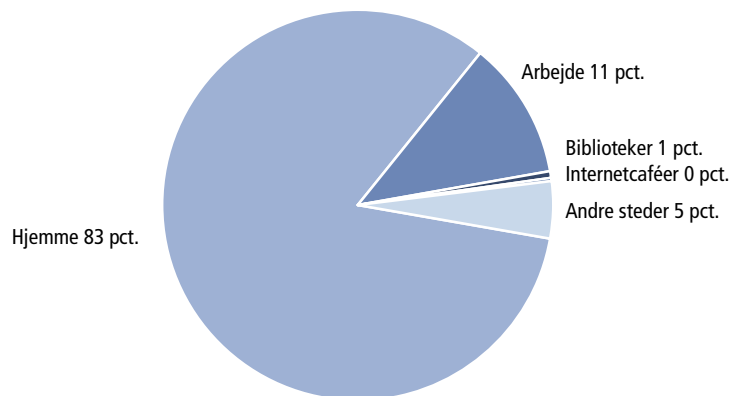
For de forskellige aldersgrupper hos de to køn, er rangordningen mellem de forskellige typer varer, ligeledes i store træk lig den for hele befolkningen. Dog afviger de 16-19-årige. Hos de 16-19-årige kvinder e-handler næstflest hyppigt tøj og smykker (15 pct.) og tredjeflest CD'er (8 pct.). Hos de 16-19-årige mænd er der flest, som e-handler computer hardware (26 pct.), næstflest andre underholdningsformål (23 pct.) og tredjeflest CD'er (16 pct.).

Hos de forskellige beskæftigelsesgrupper er det i store træk de samme typer varer, som flest hyppigt e-handler. Hos de studerende er der dog tredjeflest, som hyppigt e-handler computer hardware, med 13 pct. Ellers er der ikke betydelige forskelle mellem grupperne.

83 pct. af e-handlen sker fra hjemmet

Langt den overvejende del af handlen via internettet foregår fra hjemmene (83 pct.). 11 pct. foregår fra arbejdspladsen og 5 pct. fra andre steder, eksempelvis venner og bekendte. Kun 1 pct. e-handler fra bibliotekerne.

Figur 9. Steder hvorfra der handles via internettet 2001



Andelen der e-handler fra hjemmet er større for mænd

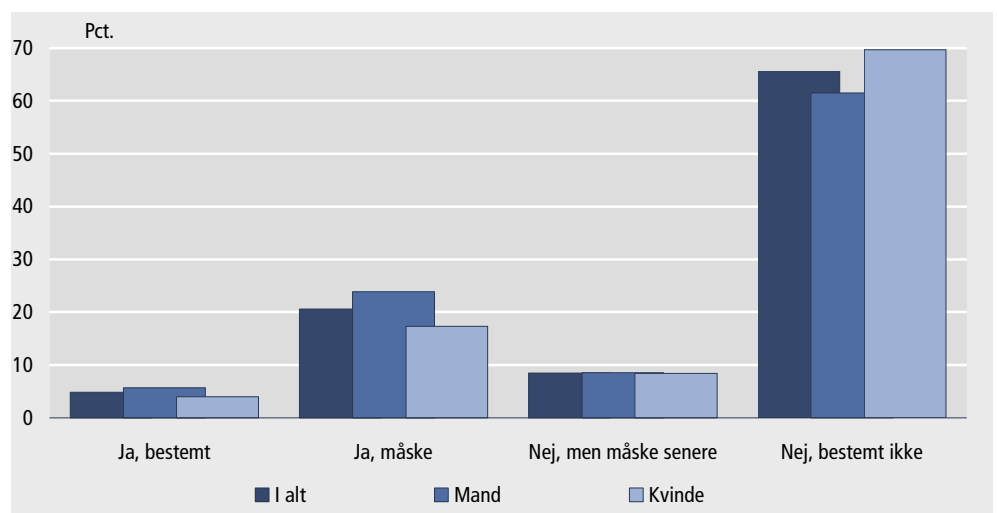
Der er en større andel, som e-handler hjemmefra, hos mændene (85 pct.) end hos kvinderne (81 pct.). Der er samtidig en større andel af kvinder (14 pct.), som foretager e-handel fra arbejdspladsen, end hos mændene (10 pct.).

Alder har betydning for, hvorfra e-handlen foregår. Jo højere alder, jo flere e-handler fra hjemmet. Den laveste andel, der e-handler hjemmefra, skal således findes hos de 16-19-årige, med 79 pct. Samtidig er andelen, der e-handler fra andre steder større, jo yngre folk er. 16 pct. af de 16-19-årige e-handler fra andre steder, mod kun 2 pct. af de 40-59-årige. Andelen, der e-handler fra arbejdspladsen, er størst hos de 40-59-årige, med 13 pct.

90 pct. af arbejderne e-handler fra hjemmet

Blandt beskæftigelsesgrupperne er det funktionærer, der har den største andel, der e-handler fra arbejdet, med 16 pct., mod kun 5 pct. af arbejderne. Arbejderne har samtidig den største andel, der foretager e-handel fra hjemmet, med 90 pct.

Figur 10. Planer om at handle via internettet 2001



5 pct. af de, som ikke før har e-handlet, har planer herom

Af de, som ikke har foretaget handel via internettet inden for det sidste år, har 5 pct. bestemt planer om at gøre det, og 21 pct. vil måske gøre det inden for det kommende år. 8 pct. har ikke planer om at e-handle i det kommende år, men vil måske gøre det senere. 66 pct. har bestemt ikke planer om at handle via internettet.

Mændene er mere åbne over for e-handel

6 pct. af mændene vil bestemt foretage e-handel i det kommende år, og 24 pct. vil måske gøre dette, for kvinderne er det hhv. 4 pct. og 17 pct. Samtidig er det kun 62 pct. af mændene, der bestemt ikke har planer herom, mod 70 pct. af kvinderne.

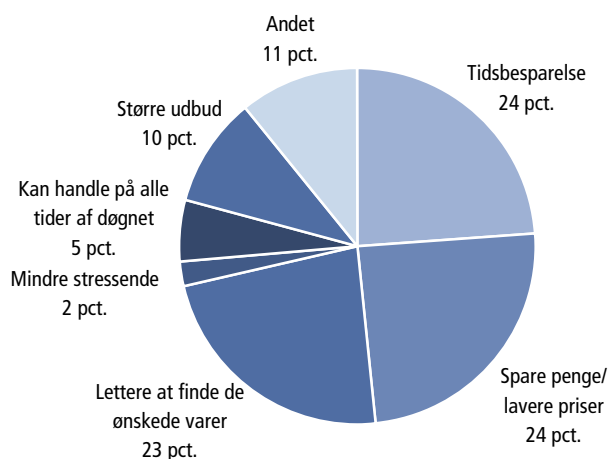
Det er de under 39 år, som forholder sig mest positivt til mulighederne for at e-handle i det kommende år. Hos de 20-39-årige vil 6 pct. bestemt e-handle og 24 pct. vil måske gøre det. Hos de 40-59-årige er det derimod tilsvarende 4 pct. og 17 pct.

6. Motiver og barrierer til e-handel

Tidsbesparelse og lavere priser er de væsentligste årsager til e-handel

Flest angiver tidsbesparelse og lavere priser som vigtigste grund til at handle via internettet, med 24 pct. for begge. 23 pct. nævner, at det er lettere at finde de ønskede varer, som den vigtigste grund, og 10 pct., at der er et større udbud på internettet. Kun 2 pct. angiver, at det er mindre stressende at handle via internettet end i almindelige butikker.

Figur 11. **Vigtigste grund til at købe varer eller tjenester via internettet 2001**



Mænd e-handler oftere pga. lavere priser

Flest mænd angiver som den vigtigste årsag at spare penge (27 pct.), næstflest angiver tidsbesparelse og, at det er lettere af finde de ønskede varer (begge 23 pct.). Hos kvinderne angiver flest derimod tidsbesparelse som den vigtigste årsag (26 pct.), og næstflest, at det er lettere at finde de ønskede varer (24 pct.), efterfulgt af ønsket om at spare penge (19 pct.).

Forskelle mellem de to køn er mindst for de 20-39-årige

Hos de 20-39-årige kvinder og mænd er der lige store andele, der angiver tidsbesparelse som vigtigste årsag (hhv. 24 pct. og 23 pct.). Hos de 40-59-årige er det 22 pct. af mændene og 31 pct. af kvinderne. Forskellen mellem de to køn ved årsagen at spare penge er også mindst hos de 20-39-årige, med 22 pct. af kvinder og 28 pct. af mænd. Størst er forskellen hos de 16-19-årige, med hhv. 22 pct. og 42 pct.

Hos funktionærerne og de selvstændige er der hhv. 27 pct. og 25 pct., der angiver at spare tid som vigtigste årsag til e-handel, mod 18 pct. af de studerende og 20 pct. af arbejderne. De studerende (35 pct.) og arbejderne (38 pct.) har derimod de højeste andele, der angiver at spare penge som væsentligste årsag, mod 19 pct. af funktionærerne og de selvstændige.

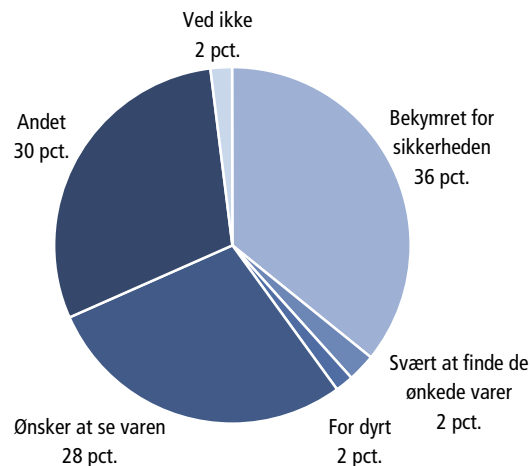
Flere i vest har at spare penge som vigtigste motiv

Der er 26 pct. øst for Storebælt, som angiver at spare tid som vigtigste årsag, mod 22 pct. vest for Storebælt. Der er samtidig 27 pct. vest for Storebælt, som angiver at spare penge som væsentligste årsag til e-handel, mod 22 pct. øst for Storebælt. Ellers er der ikke væsentlige geografiske forskelle i motiver for e-handel.

Flest angiver bekymring for sikkerhed som barriere

Som den vigtigste grund til ikke at handle via internettet angiver 36 pct., at de er bekymrede for sikkerheden, og 28 pct., at de ønsker at se varen, inden de køber den.

Figur 12. **Vigtigste grund til ikke at købe varer eller tjenester via internettet 2001**



32 pct. af kvinderne ønsker at se varen

Der er ikke forskel på, hvad flest og næstflest angiver som vigtigste årsag til ikke at e-handle, mellem de to køn. Lidt flere mænd er dog bekymret for sikkerheden end kvinder. 37 pct. af mændene har angivet denne årsag som vigtigste barriere, mod 34 pct. af kvinderne. Ikke at kunne se varen er en større barriere for kvinder end mænd. 32 pct. af kvinderne angiver det som vigtigste barriere, mod 24 pct. af mændene.

Forskellen mellem de to køn er størst for de 40-59-årige

Forskellen mellem de to køns andele, som angiver, at de er bekymret for sikkerheden, er størst hos de 40-59-årige, hvor 38 pct. af mændene og 33 pct. af kvinderne angiver denne som vigtigste barriere. Forskellen i betydningen af at kunne se varen er størst hos de 40-59-årige, med hhv. 25 pct. af mænd og 39 pct. af kvinder.

Hos arbejderne angiver 38 pct. bekymring for sikkerheden som vigtigste barriere for e-handel, mod 32 pct. hos de uden for erhverv. Funktionærerne og de uden for erhverv (begge 32 pct.) har derimod de højeste andele, der angiver at se varen som vigtigste barriere, mod 20 pct. hos de studerende og 24 pct. hos arbejderne.

7. Om undersøgelsen

Undersøgelsen foretages i samarbejde med Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling.

Formål Formålet med undersøgelsen er at følge udviklingen i den danske befolknings adgang til og brug af internettet.

Datagrundlag Undersøgelsen af familiernes anvendelse af internet er baseret på resultaterne fra ca. 1.000 gennemførte telefoninterview i hver af månederne i året 2001 blandt et repræsentativt udsnit af den danske befolkning i alderen 16-74 år. Stikprøven er dannet ved tilfældig udvælgelse fra Det Centrale Personregister (CPR).

Familiebegrebet omfatter én eller flere personer i alderen 16-74 år, der bor i samme bolig, og som er i familie med hinanden (herunder også samlevende par), idet der dog højst kan være ét ægtepar eller samlevende par i familien.

Undersøgelsens population er befolkningen i alderen 16-74 år i Danmark (ekskl. Grønland og Færøerne), således som den er opgjort i CPR. Personer uden registreret bopæl i CPR indgår ikke i undersøgelsen.

- Opregning** Efter indsamling af data grupperes stikprøven efter køn, alder, civilstand og bruttoindkomst. Inden for hver gruppe opregnes ved at gange med en personvægt. Personvægten er lig forholdet mellem det samlede antal personer i CPR, der tilhører den betragtede gruppe, og antallet af respondenter i gruppen. Anvendelsen af denne metode korrigerer delvis for skævt bortfald i stikprøven.
- Befolkningen** Når der i undersøgelsen tales om befolkningen, er der tale om befolkningen i alderen 16-74 år.
- Arbejdsplads** Arbejdspladsen dækker i artiklen over arbejdsplads eller uddannelsesinstitution.
- Statistisk usikkerhed** Undersøgelsen er baseret på månedlige, tilfældigt udvalgte stikprøver, og resultaterne er derfor behæftet med statistisk usikkerhed. Denne usikkerhed afspejler variationer i de indsamlede data i forhold til stikprøvens størrelse. Hvis alle familier/personer i befolkningen var identiske med hensyn til adgang til og brug af internet, ville en stikprøve af størrelsen 1 i princippet være tilstrækkelig. Jo større forskelle, der er i befolkningens adgang til og brug af internet, jo større en stikprøve er nødvendig for at opnå en lav statistisk usikkerhed på skønnene. Når der udtrækkes en ny tilfældig stikprøve hver måned, kan stikprøverne for hver måned lægges sammen, og den statistiske usikkerhed formindskes.

I oversigtstabellen er den statistiske usikkerhed på udvalgte grupper angivet ved konfidensintervaller på 95 pct.

Oversigtstabel **Den statistiske usikkerhed på skøn**

	Adgang til internet fra hjem og/eller arbejde	Hyppighed. Mindst en gang om ugen fra hjem og/eller arbejde	Køb via internettet. mindst en gang inden for det sidste år
	pct.		
I alt	0,8	0,9	1,0
Beskæftigelse			
Studerende	1,1	2,0	2,6
Uden for erhverv	1,8	1,6	2,2
Selvstændig	3,1	3,6	3,7
Arbejder	2,0	2,1	2,1
Funktionærer	0,8	1,3	1,4

Andelen med adgang til internet fra hjem og/eller arbejde er estimeret til 73 pct. \pm 0,8 pct. Det betyder, at med 95 pct. sikkerhed ligger den faktiske andel af befolkningen med adgang til internettet mellem 72 pct. og 74 pct. Det fremgår af oversigtstabellen, at usikkerheden stiger, når adgangen opgøres efter beskæftigelse. Det samme gør sig gældende med de øvrige opdelinger af befolkningen i forskellige grupper.

- Henvendelse** Marlene Rosemarie Madsen (metode), tlf. 3917 3115, mrm@dst.dk
Lene M. Johansen (tal), tlf. 3917 3363, lmj@dst.dk

Tabel 1. Familiernes adgang til pc og internet i hjemmet efter familietype 2001

	Adgang til pc i hjemmet		Adgang til internet i hjemmet blandt de familier som har adgang til pc i hjemmet		Adgang til internet i hjemmet blandt hele befolkningen	
	pct.					
I alt	69		78		54	
Enlig uden børn	53		72		38	
Par uden børn	67		79		53	
Enlig med børn	73		67		49	
Par med børn	90		84		76	
Øvrige	77		83		64	

Tabel 2. Familiernes planer om internetopkobling 2001

	Ja bestemt		Ja måske		Nej, men måske senere		Nej bestemt ikke	
	pct.							
I alt	36		24		11		29	
Enlig uden børn	37		24		11		27	
Par uden børn	30		23		11		36	
Enlig med børn	41		24		8		26	
Par med børn	38		27		11		24	
Øvrige	30		35		12		18	

Tabel 3. Befolkningens adgang til internet efter køn, alder, beskæftigelse og landsdel 2001

	Adgang til internet i alt			Adgang i hjemmet og på arbejde			Kun adgang i hjemmet			Kun adgang på arbejde		
	I alt	Mænd	Kvinder	I alt	Mænd	Kvinder	I alt	Mænd	Kvinder	I alt	Mænd	Kvinder
pct.												
I alt	73	74	72	39	40	37	21	22	20	14	13	15
Alder												
16-19 år	92	92	92	59	60	58	15	16	14	18	17	20
20-39 år	85	84	85	48	48	48	21	22	19	16	15	18
40-59 år	77	77	78	41	42	40	21	21	21	15	13	17
60 år og derover	31	36	27	6	9	3	21	24	19	4	4	4
Beskæftigelse												
Studerende	96	95	96	61	61	61	9	10	8	25	24	27
Arbejder	64	64	64	18	18	18	32	32	32	14	14	13
Funktionær	93	95	91	62	68	57	12	11	13	19	16	21
Selvstændig	76	76	76	43	45	37	26	25	31	7	7	8
Uden for erhverv	31	33	30	0	0	0	31	33	30	0	0	0
Landsdel												
Øst for Storebælt	76	78	75	44	46	42	18	19	18	14	13	15
Vest for Storebælt	70	72	69	34	35	33	22	24	21	14	13	15

Tabel 4. Barrierer for internetopkobling 2001

	For dyrt	Vanskeligt at anvende	Bruger internet på arbejde	Ikke brug for det	Ikke tid til at sætte sig ind i det	Bekymret for sikkerheden	Adgang til internet for langsom
	pct.						
I alt	25	3	8	40	12	1	5
Køn							
Mand	24	4	7	41	11	1	6
Kvinde	25	3	9	39	14	1	4
Alder							
16-19 år	49	1	9	21	5	1	5
20-39 år	28	3	10	33	13	2	6
40-59 år	21	3	8	45	12	1	5
60 år og derover	14	6	4	54	16	1	2
Beskæftigelse							
Studerende	43	2	13	22	8	2	5
Arbejder	21	3	2	48	14	2	4
Funktionær	20	3	15	41	12	1	5
Selvstændig	11	2	4	42	26	2	5
Uden for erhverv	23	6	2	46	13	1	5
Landsdel							
Øst for Storebælt	25	3	10	38	13	1	4
Vest for Storebælt	24	4	7	41	12	2	5

Tabel 5. Formål med brug af internet 2001

	Ofte	Nogle gange	Sjældent	Aldrig
	pct.			
Sende/modtage e-mail	30	9	8	5
Søge specifik information	21	18	5	8
Søge efter adresser/telefonnumre	14	18	7	12
Ordne bankforretninger	18	7	2	24
Surfe	9	13	9	20
Uddannelsesmæssige formål	8	8	4	30
Læse avis	7	8	5	31
Bestille billetter	4	10	7	30
Arbejde hjemmefra	7	5	2	37
Søge job	4	7	5	36
Kontakt med offentlige myndigheder	2	8	9	31
Downloade musik	3	4	3	41
Købe varer/tjenester	2	5	9	35
Spille	3	4	4	41
Deltage i diskussionsgrupper	1	2	3	44
Købe/sælge værdipapirer	1	1	1	47
Andet	1	1	0	49

Tabel 6. Hyppighed i brug af internettet i hjemmet og/eller på arbejde 2001

	Mænd					Kvinder				
	Hver dag	Ugentligt men ikke dagligt	Mindre end 1 gang pr. uge	Aldrig	Har ikke adgang	Hver dag	Ugentligt men ikke dagligt	Mindre end 1 gang pr. uge	Aldrig	Har ikke adgang
	pct.									
I alt	41	20	6	7	26	30	22	8	12	28
Alder										
16-19 år	49	34	7	3	8	28	45	15	3	8
20-39 år	51	23	6	4	16	40	27	9	9	15
40-59 år	41	19	7	10	23	31	19	9	19	22
60 år og derover	15	12	3	6	64	7	7	3	9	73
Beskæftigelse										
Studerende	56	32	5	2	5	39	41	12	4	4
Arbejder	20	21	11	13	36	15	15	9	24	36
Funktionær	65	20	5	4	5	43	24	10	13	9
Selvstændig	42	19	4	11	24	35	18	5	18	24
Uden for erhverv	13	13	3	4	67	8	9	3	9	70
Landsdel										
Øst for Storebælt	48	19	6	5	22	35	21	8	12	25
Vest for Storebælt	36	21	6	8	28	26	22	9	13	31

Tabel 7. Hyppighed i køb via internettet inden for det sidste år 2001

	Mænd					Kvinder				
	Mindst 1 gang pr. måned	Mindre end 1 gang pr. måned	1 gang inden for det sidste år	Aldrig	Har ikke adgang	Mindst 1 gang pr. måned	Mindre end 1 gang pr. måned	1 gang inden for det sidste år	Aldrig	Har ikke adgang
	pct.									
I alt	5	15	5	51	24	2	10	4	57	27
Alder										
16-19 år	6	24	7	57	6	1	8	5	83	3
20-39 år	9	21	7	51	12	3	16	6	62	13
40-59 år	3	13	4	58	22	2	9	3	64	22
60 år og derover	1	3	2	33	62	0	1	1	27	71
Beskæftigelse										
Studerende	9	26	8	53	3	3	14	6	73	3
Arbejder	3	8	4	52	32	1	6	3	57	33
Funktionær	7	22	6	59	5	3	15	5	68	9
Selvstændig	7	13	4	53	23	4	10	3	61	21
Uden for erhverv	1	5	2	31	61	1	2	1	30	66
Landsdel										
Øst for Storebælt	8	18	5	49	20	3	12	4	58	23
Vest for Storebælt	3	13	5	52	26	1	8	4	57	30

Tabel 6.

Hele befolkningen					Personer med adgang til internet				
Hver dag	Ugentligt men ikke dagligt	Mindre end 1 gang pr. uge	Aldrig	Har ikke adgang	Hver dag	Ugentligt men ikke dagligt	Mindre end 1 gang pr. uge	Aldrig	
pct.									
35	21	7	9	27	49	29	10	13	
39	39	11	3	8	42	43	12	3	
45	25	8	7	15	54	30	9	8	
36	19	8	14	23	47	25	10	18	
10	10	3	8	69	34	31	10	25	
46	37	9	3	4	49	39	10	3	
18	19	10	17	36	29	30	16	26	
53	22	8	9	7	58	24	8	10	
40	19	4	13	24	52	25	6	17	
10	11	3	7	69	33	34	10	23	
41	20	7	8	24	54	26	9	11	
31	22	7	10	30	44	31	11	15	

Tabel 7.

Hele befolkningen					Personer med adgang til internet				
Mindst 1 gang pr. måned	Mindre end 1 gang pr. måned	1 gang inden for det sidste år	Aldrig	Har ikke adgang	Mindst 1 gang pr. måned	Mindre end 1 gang pr. måned	1 gang inden for det sidste år	Aldrig	
pct.									
4	13	4	55	25	5	17	6	73	
3	16	6	70	4	3	17	6	73	
6	19	6	57	12	7	21	7	65	
3	11	4	62	21	3	14	5	78	
1	2	1	30	67	2	5	4	90	
6	20	7	65	3	6	20	7	67	
2	8	4	54	32	3	11	5	80	
5	18	6	65	7	5	19	6	69	
6	12	4	57	22	8	15	5	72	
1	3	1	31	64	2	8	4	85	
5	15	5	54	21	7	19	6	69	
2	11	4	55	27	3	15	6	76	

Tabel 8. Hvilke ting handles ofte eller nogle gange via internettet af dem der handler via internet 2001

	I alt	Mænd					Kvinder				
		I alt	16-19 år	20-39 år	40-59 år	60 år +	I alt	16-19 år	20-39 år	40-59 år	60 år +
		pct.									
Bøger, tidsskrifter, aviser	19	20	5	23	19	15	18	3	19	18	19
Musik (CD'er etc.)	11	14	16	16	11	6	6	8	7	3	0
Videokassetter, DVD'er	6	8	12	10	3	0	3	0	4	1	0
Computer software	7	11	9	11	11	4	2	0	2	3	0
Computer hardware	10	16	26	17	12	5	1	2	2	1	4
Elektronik (kamera, musikanlæg, tv)	4	5	8	6	4	0	2	3	1	2	0
Andre underholdningsformål (billetter)	25	24	23	24	27	6	27	24	27	27	32
Rejseprodukter	18	16	7	14	22	26	20	7	18	24	21
Dagligvarer	4	3	1	3	3	2	5	0	6	5	4
Tøj og smykker	10	7	5	9	6	0	13	15	15	10	7
Møbler og andre ting til hjemmet	2	2	2	1	4	2	2	0	2	1	0
Andet	10	11	15	11	10	9	9	6	11	7	8

Tabel 9. Hvorfra handles ofte via internet af dem der handler via internet 2001

	Hjemme	Arbejde	Biblioteker	Internetcafeer	Andre steder
I alt	83	11	1	0	5
Køn					
Mand	85	10	0	0	5
Kvinde	81	14	1	0	5
Alder					
16-19 år	79	2	2	1	16
20-39 år	82	12	1	0	5
40-59 år	84	13	0	0	2
60 år og derover	93	7	0	0	0
Beskæftigelse					
Studerende	78	6	2	0	14
Arbejder	90	5	1	1	3
Funktionær	82	16	0	0	2
Selvstændig	94	3	1	0	3
Uden for erhverv	84	13	1	0	2
Landsdel					
Øst for Storebælt	83	12	0	1	4
Vest for Storebælt	83	10	1	0	5

Tabel 10. Planer om at handle via internet 2001

	Ja, bestemt		Ja, måske		Nej, men måske senere		Nej, bestemt ikke	
	pct.							
I alt	5	21	8	66				
Køn								
Mand	6	24	9	62				
Kvinde	4	17	8	70				
Alder								
16-19 år	7	24	9	59				
20-39 år	6	24	9	60				
40-59 år	4	17	8	71				
60 år og derover	3	13	7	76				
Beskæftigelse								
Studerende	6	26	9	58				
Arbejder	4	19	8	69				
Funktionær	5	20	9	66				
Selvstændig	5	20	8	66				
Uden for erhverv	3	18	8	71				
Landsdel								
Øst for Storebælt	6	22	9	63				
Vest for Storebælt	4	19	8	68				

Tabel 11. Motiver til køb af varer/tjenester via internettet. Personer, der har handlet via internettet 2001

	Vigtigste grund			Næstvigtigste grund		
	I alt	Mænd	Kvinder	I alt	Mænd	Kvinder
pct.						
I alt	100	100	100	100	100	100
Tidsbesparelse	24	23	26	9	10	8
Spare penge/lavere priser	24	27	19	10	13	6
Lettere at finde de ønskede varer end i almindelige butikker	23	23	24	11	11	10
Mindre stressende end i almindelige butikker	2	2	3	4	3	4
Kan handle på alle tider af døgnet	5	5	6	8	6	10
Større udbud	10	11	9	7	7	6
Andet	11	9	13	5	5	5
Ingen anden grund	•	•	•	46	43	51

Tabel 12. Barrierer for køb af varer/tjenester via internettet. Personer med adgang til internettet 2001

	Vigtigste grund			Næstvigtigste grund		
	I alt	Mænd	Kvinder	I alt	Mænd	Kvinder
pct.						
I alt	100	100	100	100	100	100
Bekymret for sikkerheden	36	37	34	9	8	10
Svært at finde de ønskede varer	2	2	3	1	1	1
For dårlig information på hjemmesider	0	1	0	1	1	1
For dyrt	2	2	1	1	1	1
Problemer med at være hjemme når varen leveres	0	0	0	0	0	0
For lang leveringstid	0	0	0	1	1	1
Ønsker at se varen	28	24	32	18	16	20
Andet	29	31	27	7	7	7
Ved ikke	2	2	2	0	0	0
Ingen anden grund	0	0	0	62	65	59

SERVICEERHVERV 2002:18
Statistiske Efterretninger
ISSN (trykt udgave) 1399-0640
ISSN (elektronisk udgave) 1601-0965
www.dst.dk/efterretninger

Abonnement (internet) for 2002: 650,00 kr.
Abonnement (papir) for 2002: 865,00 kr.
Løssalg: 35,00 kr.
Ekspeditionsgebyr: 15 kr.
Salg hele døgnet: publsalg@dst.dk, tlf. 39 17 30 20 eller www.dst.dk
© Danmarks Statistik, Sejrøgade 11, 2100 København Ø.
Tryk: Danmarks Statistiks Trykkeri

Transport 2000

Transport 2000 giver oplysninger om transportens infrastruktur, transportmateriel, trafik, transport af gods og personer, trafikuheld, energiforbrug, miljøpåvirkning økonomi og beskæftigelse. I et indledende kapitel gives en sammenfatning af publikationens enkelte afsnit.

Publikationen beskriver udviklingen gennem tekst, figurer og tabeller med 1990-erne som referenceperiode.

Publikationens tabeldata er indlagt på medfølgende *cd-rom*, hvor der så vidt muligt er bragt tidsserier der dækker 1980-1999.

Pris: 486 kr. inkl. 25 pct. moms (392 sider).

Bogen kan købes i Danmarks Statistik eller hos boghandlere. Den kan også bestilles via vores hjemmeside www.dst.dk/publikationer

Danmarks Statistik

Sejrøgade 11
2100 København Ø
Tlf. 39 17 39 17

Publikationssalg:
Tlf. 39 17 30 20

fax 39 17 39 99
dst@dst.dk
www.dst.dk