

## Befolkningens brug af internet 2002

---

I 2002 har 76 pct. af befolkningen adgang til internet fra hjem og/eller arbejde. Internetadgang er særligt udbredt blandt studerende og funktionærer, med hhv. 95 pct. og 94 pct., og er også mere udbredt øst for end vest for Storebælt, med hhv. 80 pct. og 73 pct. Hver fjerde har adgang til internettet i hjemmet ved en bredbåndsforbindelse.

56 pct. af befolkningen bruger internettet ugentligt. De private formål med brug af internettet er særligt at søge information og benytte on-line services og at kommunikere. 28 pct. af befolkningen har købt varer og tjenester via internettet og de vigtigste motiver til at e-handle er at spare tid og penge.

Statistikken beskriver danskernes adgang til og brug af internettet i 2002, fordelt på forskellige baggrundsvariable. Besvarelsene er indsamlet vha. ca. 1.000 telefoninterviews i hver af månederne januar-december 2002.

---

### 1. Indledning

*Tre ud af fire har adgang til internet*

Der er 76 pct. af befolkningen som i 2002 har adgang til internettet fra enten hjem eller arbejdsplads. Dette er en stigning i forhold til 2001, hvor der var 73 pct. Internetadgang er mest udbredt blandt de studerende og funktionærer, hvor hhv. 95 pct. og 94 pct. har adgang fra hjem og/eller arbejde. Hos gruppen uden for erhverv er det 38 pct. som har adgang til internet. Internetadgang er mere udbredt øst for end vest for Storebælt, med hhv. 80 pct. mod 73 pct.

*Hver fjerde har bredbåndsforbindelse*

Langsommere internetforbindelser viger for hurtigere. Almindeligt analogt telefonmodem er dog fortsat i 2002 den mest udbredte form for opkobling i hjemmene. 54 pct. har deres opkobling ved denne form og 16 pct. telefonmodem, ISDN. Der er 16 pct. der har bredbåndsløsningen, ADSL, og 9 pct. bredbåndsløsningen, kabel. Der er omtrent samme fordeling mellem telefonmodem og bredbånd i de to landsdele.

Der er i 2002 færre som forventer at blive koblet på internettet. 32 pct. af de, som ikke er koblet på internettet i hjemmet, forventer at blive det i løbet af det næste år.

*Mere end halvdelen af befolkningen er på nettet ugentligt*

56 pct. bruger internettet mindst en gang om ugen fra hjem og/eller arbejdsplads, og 38 pct. hver dag. Den ugentlige brug af internet er uændret i forhold til 2001, mens andelen der bruger det dagligt er steget. Mænd er hyppigere på internettet end kvinder. Forskellen er størst blandt funktionærer og selvstændige, hvor hhv. 85 pct. og 66 pct. af mændene er på internettet ugentligt, mod hhv. 68 pct. og 50 pct. af kvinderne.

*Privat formål er oftest at søge information*

De tre grupper af private formål som flest benytter internettet til er at søge specifik information og benytte on-line services, med 63 pct., til kommunikation, med 57 pct., og til at have kontakt med offentlige myndigheder, med 41 pct.

*Arbejdsrelateret formål er oftest at søge information i forbindelse med arbejde*

Internettet bruges ligeledes til arbejdsrelaterede formål uden for arbejdspladsen. 40 pct. af de beskæftigede bruger internettet til at søge information i forbindelse med deres arbejde, 34 pct. til at sende/læse e-mails i forbindelse med deres arbejde og 24 pct. til telearbejde.



**Næsten tre ud af ti e-handler**

28 pct. af befolkningen har i 2002 købt varer eller tjenester via internettet inden for det sidste år, og 12 pct. inden for den sidste måned. Det er en stigning i forhold til 2001, hvor 21 pct. havde e-handlet i løbet af det sidste år. Mænd e-handler oftere end kvinder. 33 pct. af mændene har e-handlet i løbet af det seneste år, mod 23 pct. af kvinderne. Forskellen mellem de to køn er størst blandt de 16-19-årige. Væsentligt flere e-handler øst for end vest for Storebælt, med hhv. 33 pct. og 24 pct.

**Mere end hver fjerde e-handler rejseprodukter**

Der er flest som e-handler rejseprodukter, med 35 pct., andre underholdningsformål, med 33 pct., og bøger, tidsskrifter, aviser med 29 pct. Af de som har e-handlet, har 57 pct. handlet på dansksprogede hjemmesider og 24 pct. på fremmedsprogede. Langt den overvejende del af e-handlen foregår fra hjemmet, med 86 pct.

**Ønsket om at spare tid og penge er de største motiver**

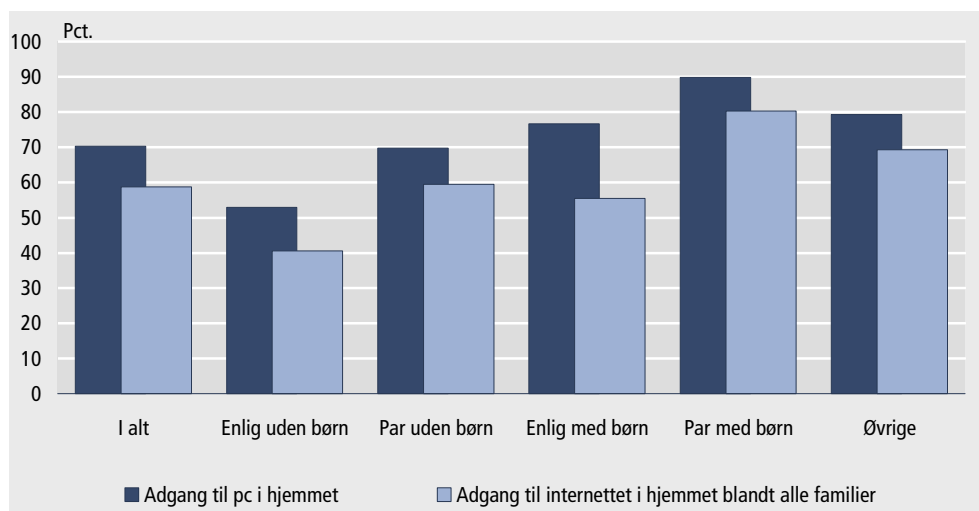
Flest angiver at spare tid og penge som de vigtigste årsager til at handle via internettet, med hhv. 29 pct. og 27 pct. At det er lettere at finde de ønskede varer, nævnes af 21 pct. som vigtigste motiv. Som den vigtigste barriere for at handle via internettet angiver 30 pct. at de ønsker at handle personligt, 29 pct. at de ikke har brug for det, og 26 pct. at de er bekymrede for sikkerheden ved betaling.

## 2. Adgang til internettet

**Syv ud af ti familier har en pc i hjemmet**

70 pct. af alle familier har i 2002 en pc i hjemmet. Særligt familier med børn og de som lever i parforhold har høje andele med pc i hjemmet. Således har 90 pct. af par med børn adgang til pc i hjemmet, mod 53 pct. af enlige uden børn. Der er omtrent ingen udvikling i andelen af familier med adgang til pc i hjemmet fra 2001 til 2002.

Figur 1

**Familiernes adgang til pc og internet i hjemmet 2002****Seks ud af ti familier har adgang til internet i hjemmet**

Der har derimod været en fortsat stigende udvikling i andelen af familier med adgang til internet i hjemmet. I 2002 har 59 pct. af alle familier adgang til internet i hjemmet, mod 54 pct. i 2001. Stigningen findes for alle familieformer, men det gælder fortsat, at såvel tilstedeværelsen af børn som parforhold har positiv betydning for, om der er adgang til internet i hjemmet. Andelen med adgang til internet i hjemmet er højere blandt par end enlige, uanset om der er børn i familien eller ej.

**Otte ud af ti par med børn har adgang til internet**

I 2002 har 80 pct. af par med børn adgang til internettet i hjemmet, efterfulgt af 59 pct. af par uden børn. Blandt de enlige har 55 pct. af de med børn adgang til internettet i hjemmet og 41 pct. af de uden børn.

**To ud af ti har adgang til bærbar pc i hjemmet**

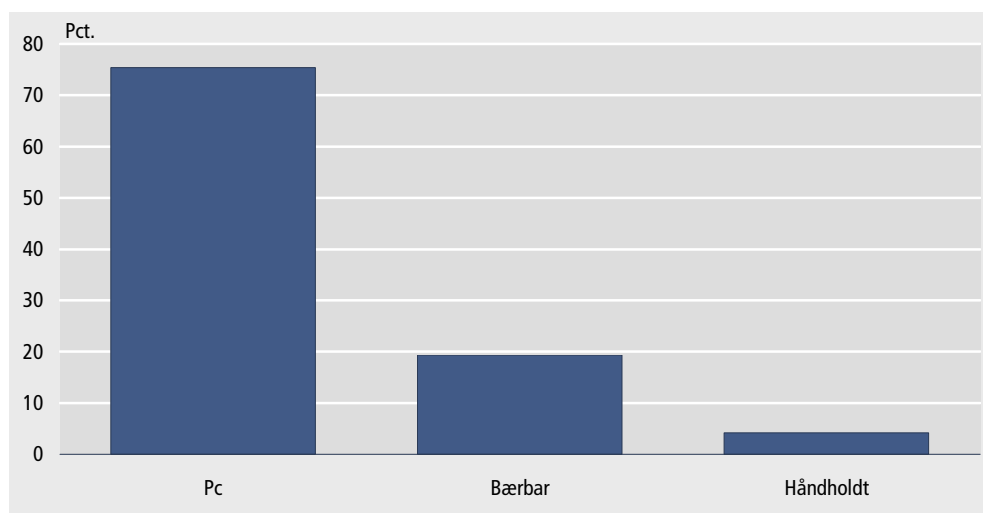
Hvor udbredelsen af almindelige pc'er i hjemmet ikke længere viser nogen mærkbar stigende tendens, sker der derimod en fortsat større udbredelse af mere avancerede it-produkter i hjemmene. Målt blandt hele befolkningen, havde 19 pct. adgang til

bærbar computer i hjemmet i 2002 og 4 pct. til håndholdt computer, f.eks. en palmtop.

*12 pct. har adgang til to forskellige former for computer*

Disse it-produkter bruges ofte samtidig og som supplement til hinanden. Der er således 12 pct. som i 2002 har adgang til to af disse tre former for computer i deres hjem og 1 pct. som har adgang til alle tre former. Den klart mest udbredte kombination, er at have adgang til både stationær (pc) og bærbar computer i hjemmet, med 8 pct. af befolkningen. Dernæst kommer, at have adgang til både håndholdt og bærbar computer, med 3 pct.

**Figur 2** Befolkningens adgang til forskellige former for computer i hjemmet 2002



*Tre ud af fire danskere har adgang til internet*

76 pct. af befolkningen har i 2002 adgang til internettet fra hjemmet og/eller arbejdsplads/uddannelsesinstitution. Dette er en stigning i forhold til 2001, hvor det var 73 pct. Stigningen kommer fra de, som har adgang til internettet fra hjemmet. I 2002 har 64 pct. af befolkningen adgang til internettet i hjemmet, mod 60 pct. i 2001. Der er uændret 53 pct. som har adgang til internettet fra arbejdet.

*Seks ud af ti kvinder har adgang fra hjemmet*

Der er fortsat i 2002 flere mænd end kvinder, som har adgang til internettet i hjemmet og/eller på arbejdspladsen, med hhv. 78 pct. og 75 pct. Den største forskel mellem de to køn findes i andelen, som har adgang til internettet fra hjemmet. Her har 67 pct. af mændene adgang til internet, mod 61 pct. af kvinderne. Årsagen skyldes at flere mænd end kvinder har adgang til internettet både i hjemmet og på arbejdspladsen.

*Blandt de unge har flere kvinder end mænd internetadgang*

Adgang til internet aftager med alderen. Hvor 94 pct. af de 16-19-årige har adgang til internet fra hjemmet og/eller arbejdspladsen, er det tilsvarende 38 pct. af de 60-74-årige. Hos de 20-59-årige er det hhv. 86 pct. og 81 pct. Der er flere kvinder end mænd som har adgang til internet blandt de 16-19-årige, med hhv. 96 pct. og 91 pct. Hos de 20-39 og 40-59-årige er der omtrent ingen forskel mellem kønnene, og hos 60-74-årige er der flere mænd end kvinder som har adgang.

*Internetadgang mest udbredt blandt studerende og funktionærer*

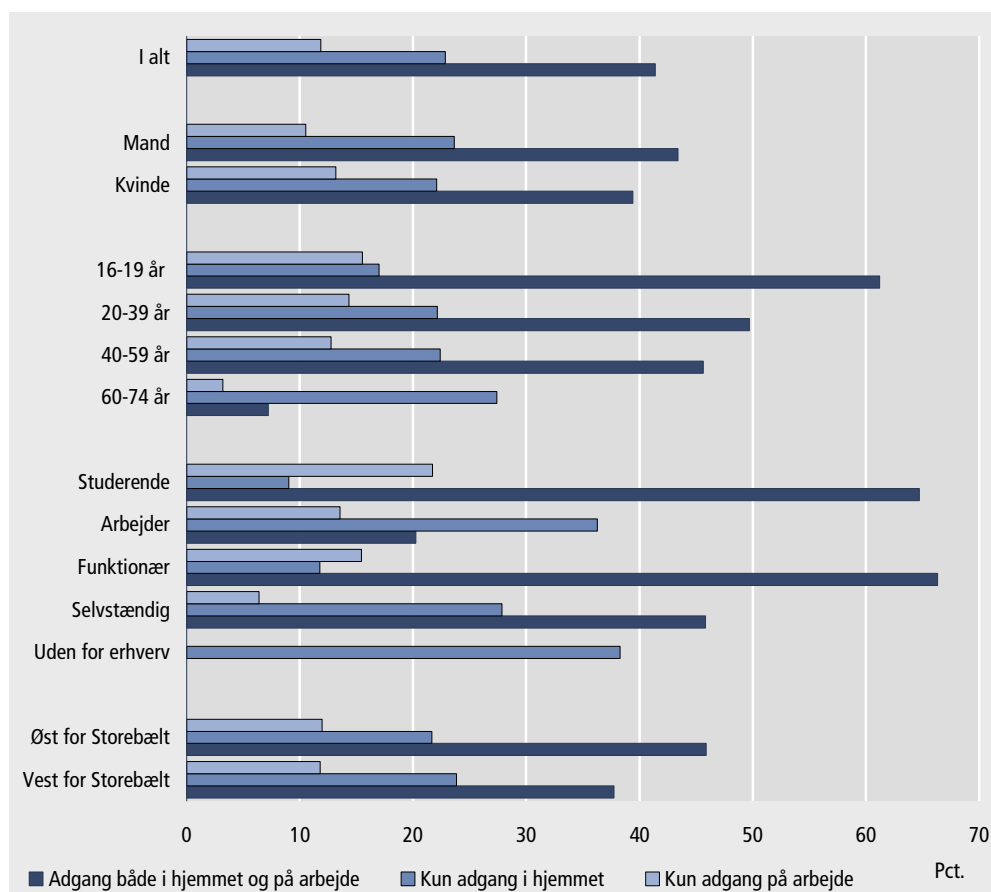
Opgjort på beskæftigelsesgrupper er der hhv. 95 pct. af de studerende og 94 pct. af funktionærerne, som har adgang til internet fra hjem og/eller arbejde/uddannelsesinstitution. Der er tilsvarende 80 pct. af de selvstændige og 70 pct. af arbejderne. I gruppen uden for erhverv er der 38 pct. som har adgang til internet. Funktionærer og studerende er samtidig de to grupper med den laveste andel, som kun har adgang fra hjemmet (hhv. 9 pct. og 12 pct.), hvorimod arbejderne har den største, med 36 pct.

*Adgang til internet mere udbredt øst for Storebælt*

Der er ligeledes forskel i internetadgangen mellem landsdelene. 80 pct. af befolkningen øst for Storebælt har adgang til internettet fra deres hjem og/eller arbejdsplads, mod 73 pct. af befolkningen vest for Storebælt. Forskellen mellem de to landsdele er

dermed uændret i forhold til 2001. Fra arbejdspladsen har 58 pct. af befolkningen øst for Storebælt adgang til internettet, mod 50 pct. vest for Storebælt.

Figur 3 Adgang til internettet fra hjemmet og/eller på arbejdspladsen 2002



*Syv ud af ti har deres opkobling via telefonmodem*

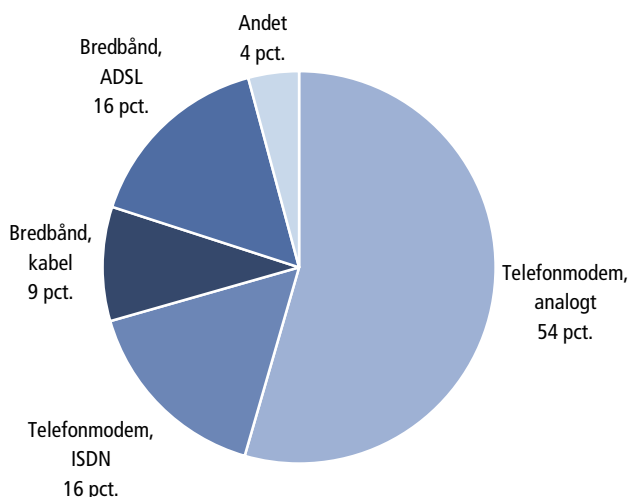
De langsommere former for forbindelse til internet, nemlig telefonmodem, viger til fordel for de hurtigere, herunder særligt bredbåndsløsninger. Analogt telefonmodem er dog fortsat den mest almindelige form for opkobling til internettet i 2002. 54 pct. af de som har en internetopkobling i hjemmet, har den via analogt telefonmodem og 16 pct. via den anden form for telefonmodem, ISDN.

I 2002 har hele 16 pct. deres internetopkobling i hjemmet via bredbåndsløsningen ADSL og 9 pct. har deres opkobling via bredbåndsløsningen kabel. 4 pct. har forbindelse til internet ved andre former for opkobling, som er mere avancerede løsninger, som eksempelvis UMTS, fixed wireless, lan etc.

*Forskel på bredbåndstyper øst og vest for Storebælt*

Ligesom i 2001 er der i 2002 forskel på hvilke typer af hurtige opkoblingsforbindelser, som er udbredt i de to landsdele. Bredbåndstypen ADSL er mere udbredt øst for Storebælt (21 pct.) end vest for Storebælt (12 pct.). Samtidig er opkobling i hjemmet i form af bredbåndstypen kabel mere udbredt vest for Storebælt (13 pct.) end øst for Storebælt (5 pct.). Der er derimod ikke geografiske forskelle mellem opkobling via telefonmodem, hverken analoge eller ISDN, ej heller på gruppen andet.

Figur 4 Former for opkobling til internettet 2002

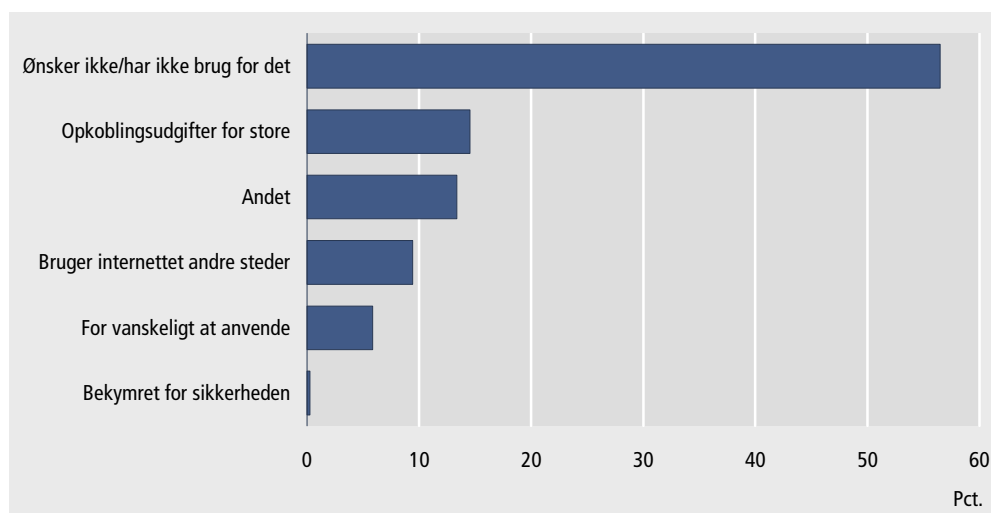
**Væsentligste barriere er manglende behov**

Af de, som ikke har adgang til internet i hjemmet, har 56 pct. angivet, at den væsentligste årsag til ikke at have internetadgang er, at de ikke har brug for det eller ikke ønsker det. 15 pct. har angivet, at den væsentligste årsag er, at udgifterne til opkobling er for store og 9 pct., at det er fordi de bruger internettet andre steder. Bekymring for sikkerheden i forbindelse med personlige oplysninger synes ikke at være en væsentlig barriere for at have internet i hjemmet, med mindre end 1 pct.

**Jo ældre, desto mindre behov**

Andelen, som ikke ønsker eller har brug for at være koblet på internettet i hjemmet, stiger med alderen. Hvor det er 28 pct. af de 16-19-årige, der har dette som væsentligste årsag, er det derimod 74 pct. af de 60-74-årige.

Figur 5 Væsentligste årsag til ikke at være koblet på internettet 2002



Der er ikke forskel på mænd og kvinders årsager til ikke at være koblet på internettet i hjemmet, dog angiver lidt flere kvinder, at det er for dyrt, og lidt flere mænd, at de ikke har brug for det. Der er heller ikke store geografiske forskelle, dog har 12 pct. øst for Storebælt angivet, at den væsentligste årsag til ikke at være koblet på internettet er, at de bruger det andre steder, mod 8 pct. vest for Storebælt. Og mens 53 pct. øst for Storebælt angiver, at de ikke har brug for det, er det 59 pct. vest for Storebælt.

**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 at den væsentligste årsag er at det er for dyrt, 31 pct., og næstflest, at de ikke har brug for det, 23 pct., tæt fulgt af de som

har svaret, at de bruger det andet steds, med 21 pct. Hos de uden for erhverv er der 69 pct., der som væsentligste årsag nævner, at de ikke har brug for det.

*Fald i andel der forventer at blive koblet på internettet*

Af de familier, som ikke har adgang til internettet i hjemmet, forventer 32 pct. at blive koblet på internettet i løbet af det næste år, hvilket er betydeligt færre end i 2001. Hele 57 pct. har bestemt ikke nogen planer om det. Dette skal ses i forhold til stigningen i andelen med adgang til internet i hjemmet og er en indikation om, at den stigning vi hidtil har set i andelen med adgang til internet vil aftage.

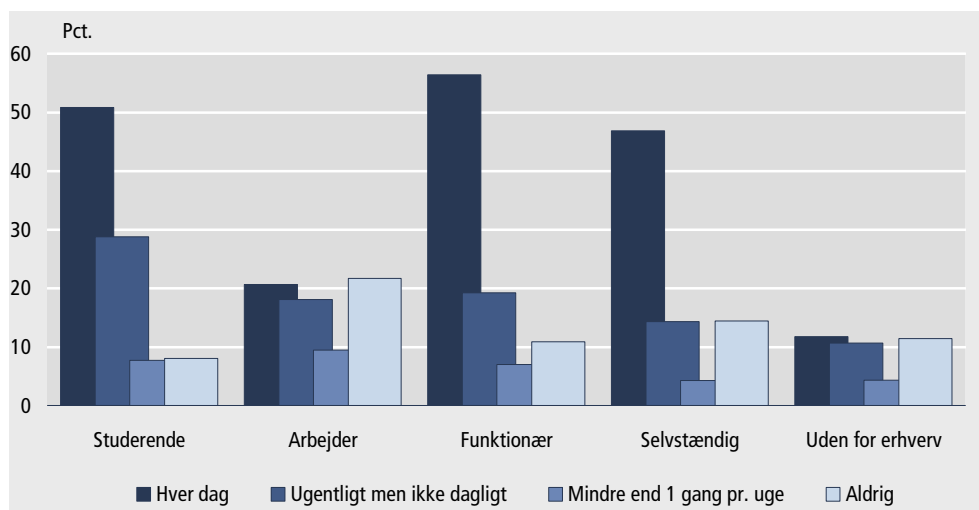
Andelen af familier, der forventer at blive koblet på internettet inden for det næste år, er størst hos familier med børn. 49 pct. af enlige med børn og 51 pct. af par med børn forventer at blive koblet på internettet, mod 24 pct. af par uden børn. Det er også familier uden børn, som har den højeste andel, af de som bestemt ikke har planer om at få en opkobling, med hhv. 67 pct. af par uden børn og 60 pct. af enlige uden børn.

### 3. Hyppighed i anvendelse af internettet

*Knap fire ud af ti på nettet dagligt*

I 2002 er 56 pct. af befolkningen koblet på internettet fra hjemmet og/eller arbejdet mindst en gang om ugen og 38 pct. hver dag. I forhold til 2001 er andelen af ugentlige brugere omtrent uændret, mens andelen af daglige brugere er steget. Der er 13 pct. af de, som har adgang til internettet, som aldrig benytter sig af det.

Figur 6 Hyppighed i brug af internet fra hjem og/eller arbejdsplads 2002



*Mænd hyppigere på nettet end kvinder*

62 pct. af mændene er på internettet fra hjemmet og/eller arbejdspladsen mindst en gang om ugen og 45 pct. hver dag. Hos kvinderne er det tilsvarende hhv. 51 pct. og 32 pct. Forskellen i andelen af ugentlige brugere af internettet, hos de to køn, er størst blandt funktionærer og selvstændige, hvor henholdsvis 85 pct. og 66 pct. af mændene er på internettet mindst en gang om ugen, mod henholdsvis 68 pct. og 50 pct. af kvinderne.

*Fire ud af ti 40-59-årige er på nettet dagligt*

76 pct. af de 16-19-årige er på internettet mindst en gang om ugen og 45 pct. hver dag. Hos de 20-39-årige bruger 48 pct. internettet dagligt, og 69 pct. mindst en gang om ugen. Hyppigheden i brug af internet aftager med alderen og der er 40 pct. af de 40-59-årige som dagligt er på internettet og 57 pct. ugentligt. Forskellen mellem de to køn bliver større med alderen.

*Studerende og funktionærer hyppigst på nettet*

Ses på beskæftigelsesgrupperne er 80 pct. af de studerende på internettet mindst en gang om ugen og 51 pct. hver dag. Funktionærerne benytter ligeledes hyppigt internettet. Her er 76 pct. på internettet mindst en gang om ugen, og 56 pct. hver dag. Derimod bruger 39 pct. af arbejderne internettet mindst en gang om ugen, og 21 pct. hver dag.

### Hyppigere brug af internet øst for Storebælt

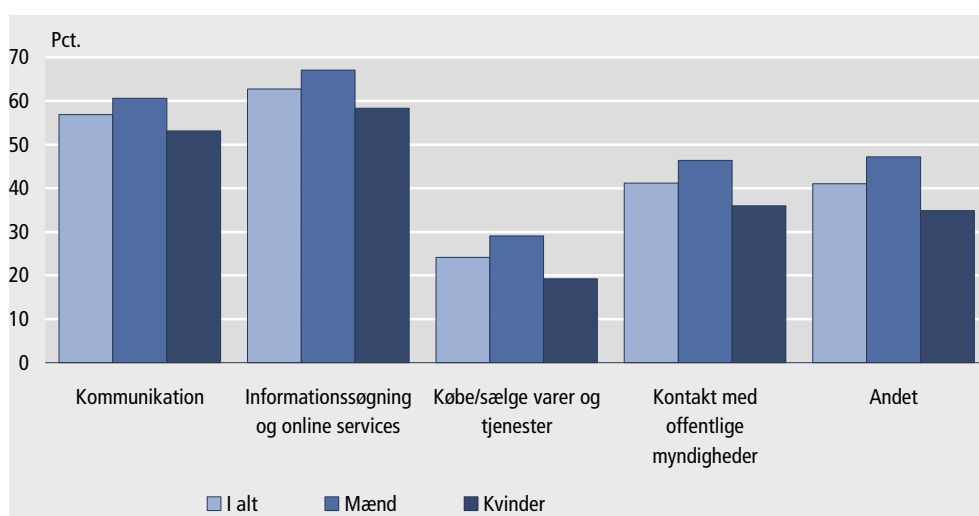
Der er forskel i hyppigheden i brug af internet mellem de to landsdele. Der er 63 pct. øst for Storebælt, som bruger internettet mindst en gang om ugen, og 45 pct. hver dag. Vest for Storebælt er det derimod hhv. 51 pct. og 33 pct.

Der er 68 pct. af mændene øst for Storebælt, som er på nettet ugentligt, mod 57 vest for Storebælt. Hos kvinderne er der 57 pct. øst for Storebælt som bruger internettet ugentligt, mod 46 pct. af kvinderne vest for Storebælt.

## 4. Formål med brug af internet

De formål, som flest benytter internettet til privat er relateret til informationssøgning og on-line services og til kommunikation, men også kontakt med offentlige myndigheder er stadig mere udbredt. Ved alle grupperne af formål har mænd højere andele end kvinder, men kønnenes rangering af grupperne af formål er ens.

Figur 7 Private formål som internettet er brugt til inden for den sidste måned 2002



*Flere end seks ud af ti bruger nettet til at søge information og benytte services*

I 2002 har 63 pct. af de, som har benyttet internettet inden for den seneste måned, benyttet internettet til formål relateret til at søge information og benytte on-line services. Fordelt på de to køn er der 67 pct. af mændene som har benyttet internettet til dette, og 58 pct. af kvinderne.

I denne gruppe af formål er det særligt formålet at søge information om varer og tjenester, som mange bruger internettet til, nemlig 51 pct. Her er der stor forskel på mænd og kvinder, med hhv. 57 pct. og 44 pct. Der er 47 pct. der har brugt internettet til at søge efter adresse eller telefonnumre og 35 pct. der har benyttet internettet til at ordne bankforretninger. For begge formål gælder at der er flere mænd end kvinder der bruger internettet til dette. Der er dog flere kvinder end mænd, som bruger internettet til at søge information om sundhed og helbred. I alt er der 24 pct. som har brugt internettet til det, 27 pct. af kvinderne og 21 pct. af mændene.

*Knap seks ud af ti bruger nettet til kommunikation*

Der var 57 pct. som havde benyttet internettet den seneste måned med formål relateret til kommunikation. Det er den gruppe af formål, hvor der er mindst forskel på mænd og kvinders andele. Der var 61 pct. mænd og 53 pct. kvinder der havde benyttet internettet til at kommunikere.

I denne gruppe af formål er at sende og modtage e-mail det klart mest dominerende. 56 pct. benyttede internettet til at sende og modtage e-mails, 60 pct. hos mændene og 53 pct. hos kvinderne. Derimod benyttede 3 pct. internettet til at telefonere via internettet/ videokonference og 7 pct. til at deltage i diskussionsgrupper (chatte).

*Fire ud af ti bruger nettet til at kontakte offentlige myndigheder*

Kontakt med offentlige myndigheder er ligeledes formål som mange benytter internettet til. I 2002 havde 41 pct. af de, som havde benyttet internettet inden for den seneste måned, benyttet det til netop denne gruppe af formål. Opgjort på de to køn var der hhv. 46 pct. af mændene og 36 pct. af kvinderne.

Det formål som flest nævner i denne gruppe, er at finde informationer på offentlige myndigheders hjemmesider, med 37 pct. Dernæst nævnes at indsende informationer/skemaer/blanketter til offentlige myndigheder og at downloade skemaer/blanketter fra offentlige myndigheders hjemmesider, med hhv. 15 pct. og 14 pct. For alle disse formål gælder, at andelen af mænd er større end af kvinder. For et formål er andelen af mænd og kvinder dog lige stor, nemlig formålet at søge efter/låne eller genlåne bøger på biblioteket. 12 pct. af mændene og af kvinderne bruger internettet til dette.

*Fire ud af ti har brugt nettet til andre formål*

Der er 41 pct. som har benyttet internettet den seneste måned til andre formål. Denne gruppe af formål er den, hvor der størst forskel på de to køn, med hhv. 47 pct. og 35 pct. I denne gruppe af formål har 35 pct. brugt internettet til at surfe, 42 pct. af mændene og 29 pct. af kvinderne. 13 pct. har brugt internettet inden for den seneste måned til at søge job/sende jobansøgning.

*Knap hver fjerde har brugt nettet til at købe eller sælge*

24 pct. af befolkningen har brugt internettet til at købe og sælge varer eller tjenester. 29 pct. af mændene og 19 pct. af kvinderne har brugt internettet til dette. I denne gruppe af formål har 20 pct. brugt internettet til at købe varer eller tjenester (undtagen finansielle tjenester), herunder bestilt billetter/rejser. 4 pct. har deltaget i kurser/uddannelse via internettet og 3 pct. har købt/solgt aktier, obligationer etc. og solgt varer eller tjenester via auktioner.

*Arbejdsrelateret brug af nettet uden for arbejdet*

En anden interessant form for benyttelse af internettet er arbejdsrelaterede formål, som internettet er benyttet til, uden for arbejdspladsen. Her ses derfor ikke på hele befolkningen med udelukkende på de beskæftigedes adfærd, hvor beskæftigede som hidtil inkluderer studerende.

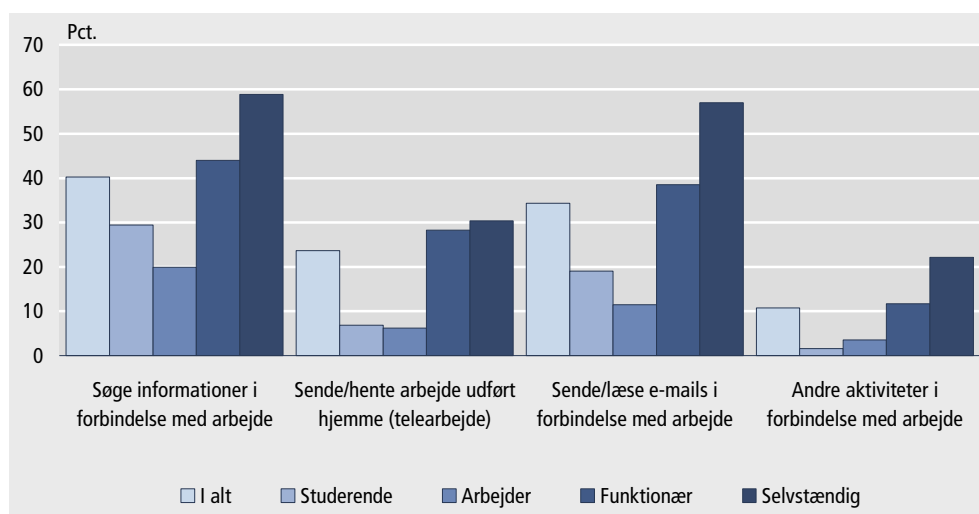
*Fire ud af ti bruger nettet til at søge informationer i fbm deres arbejde*

Det arbejdsrelaterede formål, som flest har benyttet internettet til uden for deres arbejdsplads, er at søge informationer i forbindelse med arbejdet. 40 pct. af de beskæftigede har benyttet internettet, uden for deres arbejdsplads, til netop dette formål inden for den sidste måned.

*Hver tredje bruger nettet uden for deres arbejdsplads til at e-maile*

Det næst mest nævnte arbejdsrelaterede formål med brug af internettet, uden for arbejdspladsen, er at sende/læse e-mails i forbindelse med arbejde. 34 pct. af de beskæftigede benytter internettet til dette, uden for deres arbejdsplads.

**Figur 8 Arbejdsrelaterede formål som internettet er brugt til inden for den sidste måned 2002**





*Hver fjerde bruger nettet til telearbejde*

Der er 24 pct. af de beskæftigede som den seneste måned har benyttet internettet til at udføre telearbejde, dvs. til at sende eller hente arbejde udført hjemme. 11 pct. af de beskæftigede har brugt internettet uden for arbejdspladsen til andre aktiviteter i forbindelse med arbejde, inden for den sidste måned.

*Særligt de selvstændige bruger nettet til arbejdsrelaterede formål uden for arbejdet*

Ses på de forskellige beskæftigelsesgrupper så ligger de selvstændige højere end de øvrige for alle formålene. Særlig højt ligger de ved at søge information i forbindelse med deres arbejde (59 pct.) og at sende/læse e-mails i forbindelse med arbejde (57 pct.). Funktionærernes adfærd er meget lig den for alle samlet set.

De studerende og arbejderne ligger begge meget lavt for alle formål, men de studerende ligger lidt højere end arbejderne mht. at søge information i forbindelse med arbejde (29 pct.) og at sende/læse e-mails i forbindelse med arbejde (19 pct.).

## 5. Handel via internettet

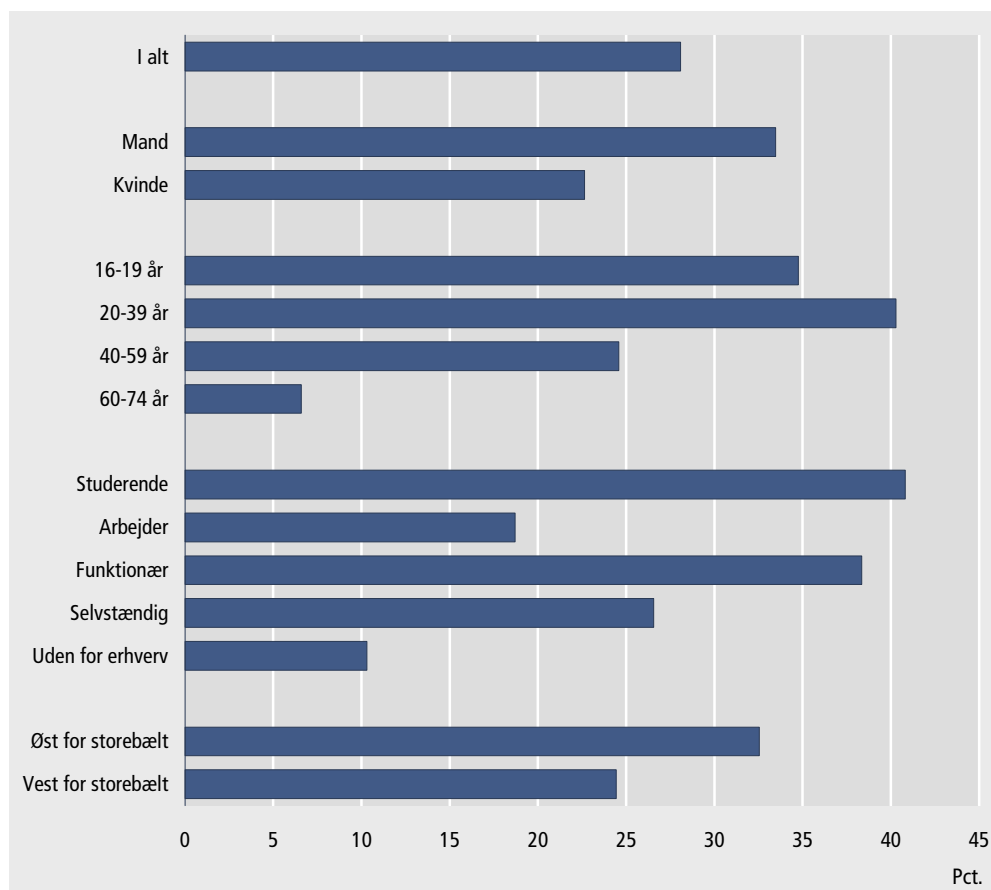
*28 pct. af befolkningen har e-handlet*

I 2002 har 28 pct. af befolkningen købt varer eller tjenester via internettet inden for det sidste år. Dette er en stigning i forhold til 2001, hvor 21 pct. havde handlet via internettet. I 2002 var der samtidig 12 pct. der havde foretaget e-handel inden for den sidste måned. I forhold til undersøgelsen i 2001 er der sket en omformulering af spørgsmålet der afdækker hvor mange, der har handlet via internettet inden for den sidste måned. Data for dette er således ikke sammenlignelig med 2001.

*Hver tredje mand har e-handlet*

Der er i 2002 fortsat flere mænd end kvinder, som køber varer eller tjenester via internettet. Mænd e-handler oftere end kvinder. Der er 33 pct. af mændene som har e-handlet inden for det sidste år, og 15 pct. den sidste måned. Hos kvinderne er det derimod 23 pct. inden for det sidste år og 9 pct. den sidste måned.

Figur 9 **Køb af varer eller tjenester via internettet 2002**



*Fire ud af ti af de 20-39-årige e-handler*

Det er fortsat de 20-39-årige, som e-handler oftest. Af disse har 40 pct. e-handlet inden for det sidste år, og 18 pct. inden for den sidste måned. De 16-19-årige e-handler også hyppigt. Her har 35 pct. e-handlet inden for det seneste år og 17 pct. den sidste måned. Andelen, der e-handler, aftager med alderen, og der er 25 pct. af de 40-59-årige, som har e-handlet inden for det sidste år og 7 pct. af de 60-74-årige.

*Forskellen mellem de to køn er størst blandt de unge*

Forskellen mellem de to køn er størst for de 16-19-årige, her har 47 pct. af mændene e-handlet inden for det sidste år og 22 pct. inden for den seneste måned, mod hhv. 23 pct. og 11 pct. af kvinderne. Hos de 20-39-årige og de 40-59-årige er forskellene omtrent ens. Hos de 20-39-årige har 45 pct. af mændene e-handlet inden for det sidste år, mod 35 pct. hos kvinderne og hos de 40-59-årige er det 30 pct. af mændene, som har e-handlet inden for det sidste år, mod 19 pct. af kvinderne.

*En ud af ti af de uden for erhverv e-handler*

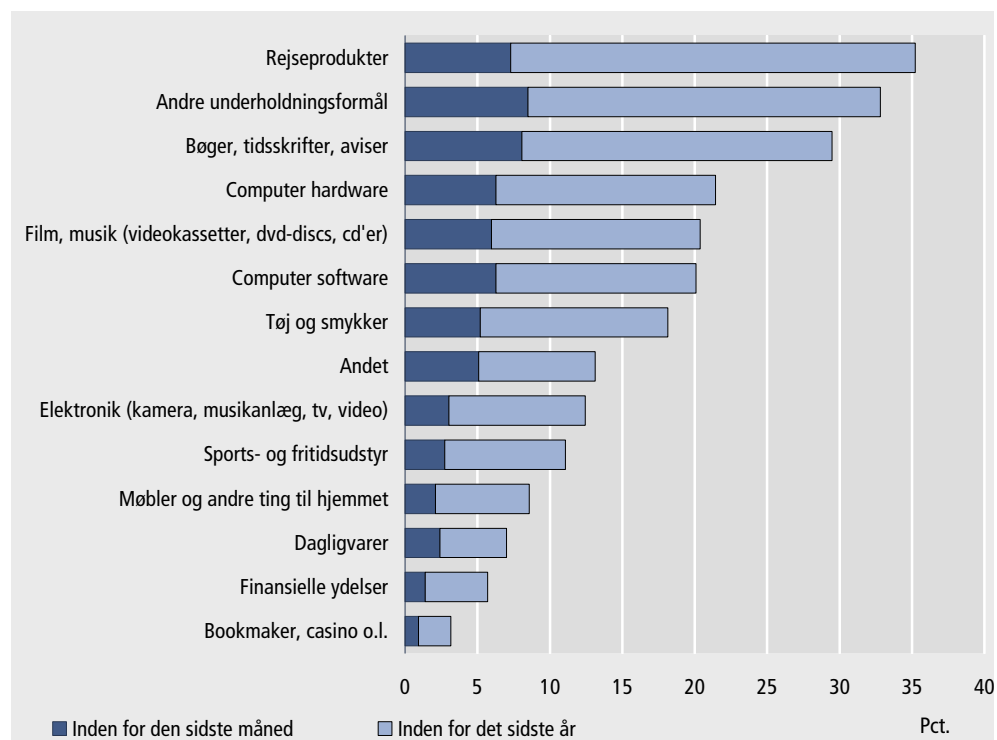
Hos de uden for erhverv har 10 pct. e-handlet inden for det sidste år, og 3 pct. inden for den sidste måned. De studerende og funktionærer e-handler hyppigst med hhv. 41 pct. og 38 pct., der har e-handlet i løbet af det sidste år, og hhv. 20 pct. og 16 pct. der har e-handlet inden for den seneste måned.

*Befolkningen øst for Storebælt e-handler hyppigere*

Andelen, der e-handler, er større øst for end vest for Storebælt. Der er 33 pct. af befolkningen øst for Storebælt, som har e-handlet inden for det seneste år, og 14 pct. den sidste måned, mod hhv. 24 pct. og 10 pct. vest for Storebælt. Det er blandt mændene, at der er størst forskel mellem landsdelene. 39 pct. af mændene øst for Storebælt har handlet via internettet inden for det sidste år, og 18 pct. inden for den sidste måned. Vest for Storebælt er det hhv. 29 pct. og 12 pct. 27 pct. af kvinderne øst for Storebælt har e-handlet inden for det sidste år, mod 19 pct. vest for Storebælt.

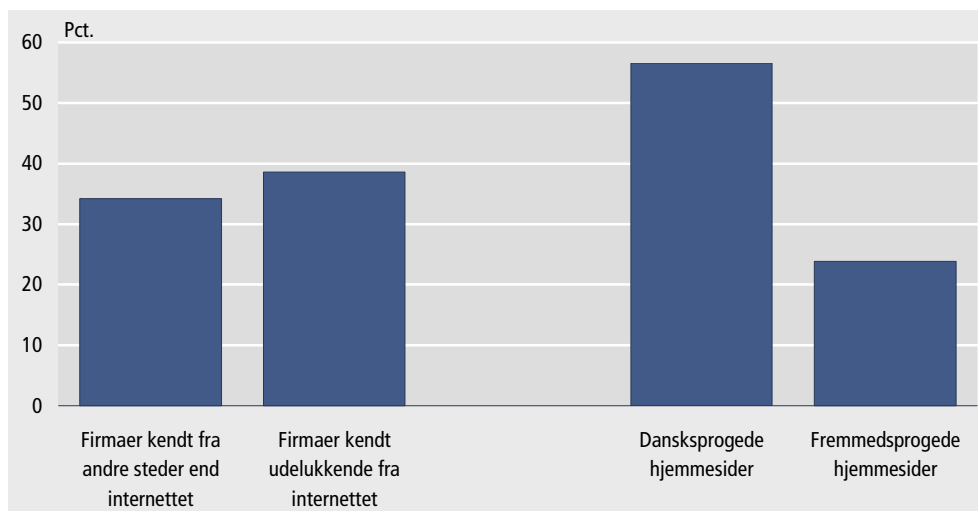
De tre produkter, som flest har handlet via internettet i 2002, er rejseprodukter, andre underholdningsformål og bøger, tidsskrifter, aviser. Når der herefter betragtes hvilke ting der er blevet handlet via internettet, ses kun på den del af befolkningen, som har e-handlet inden for den sidste måned eller år. Spørgsmålet er blevet ændret og der kan således ikke foretages en sammenligning med 2001.

Figur 10 Varer der er handlet via internettet 2002



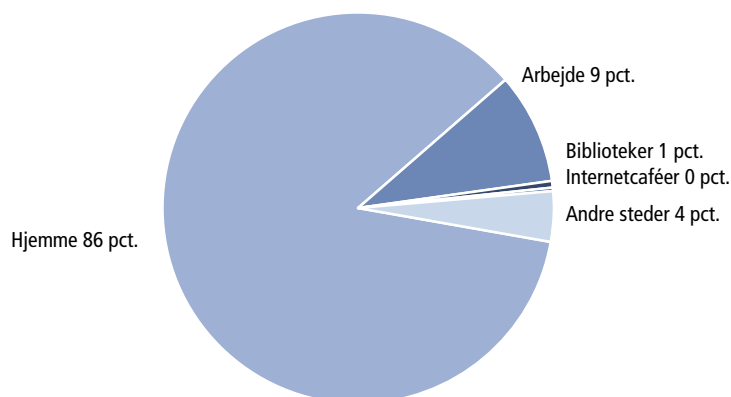
<i>Lidt mere end hver tredje e-handler rejseprodukter</i>	Den type varer og tjenester, som flest har købt via internettet er rejseprodukter, med 35 pct. Med rejseprodukter forstås alt som hotelreservation, færgebilletter, andre billetter, leje af bil etc. Ved e-handel af denne type produkt er andelen af mænd og kvinder, der har handlet dette omtrent ens. Andelen der e-handler rejseprodukter er større, jo højere aldersgruppe der betragtes, og blandt de 40-59-årige mænd er der 45 pct. som har e-handlet dette.
<i>Hver tredje e-handler andre underholdningsformål</i>	Der er 33 pct. som har e-handlet andre underholdningsformål, såsom billetter til teater, koncerter, biografer og sport. Der er lidt flere mænd end kvinder der e-handler denne type vare, med hhv. 34 pct. og 31 pct. Hos kvinderne har alderen ingen betydning, men hos mændene er der forskel på aldersgrupperne. Hos de 16-19-årige mænd er der 25 pct. der har e-handlet dette, mod 36 pct. hos de 20-39-årige mænd.
<i>Knap tre ud af ti e-handler bøger, tidsskrifter, aviser</i>	Den type vare, som tredje flest har købt via internettet, er bøger, tidsskrifter og aviser. Der er 29 pct. som har e-handlet denne type vare. Det er særligt de 20-39-årige der køber denne type vare via internettet, med 32 pct.
<i>Flere mænd e-handler hardware og software</i>	21 pct. har købt computer hardware via internettet. Det er overvejende mænd, der e-handler denne type vare, med 30 pct., mod 9 pct. af kvinderne. Den største andel, som e-handler dette, findes hos de 16-19-årige mænd, med 41 pct. Der er tilsvarende 20 pct. der har e-handlet computer software. Der er igen flere mænd end kvinder der e-handler dette, om end forskellen er mindre for software. 25 pct. af mændene og 12 pct. af kvinderne e-handler denne type vare.
<i>Knap tre ud af ti kvinder e-handler tøj og smykker</i>	Der er 18 pct. der har købt tøj og smykker via internettet. Der er 28 pct. af kvinderne og 12 pct. af mændene, der har e-handlet denne type vare inden for det seneste år. Det er særligt de unge kvinder som e-handler denne type vare. Hos gruppen af 16-19-årige kvinder er der således 46 pct. som har e-handlet dette inden for det sidste år.
<i>39 pct. e-handled hos firmaer de kun kendte fra nettet</i>	Af de, som har købt varer eller tjenester via internettet inden for den sidste måned, handlede 34 pct. hos firmaer, som de kendte fra andre steder end internettet. Der er 39 pct. som handlede fra firmaer, som de udelukkende kendte fra internettet.

Figur 11

**Karakteristika ved hjemmesider/firmaer der er e-handlet hos den sidste måned 2002**

<i>Over halvdelen e-handler på dansksprogede hjemmesider</i>	Af de, som har købt varer eller tjenester via internettet inden for den sidste måned, benyttede hele 57 pct. hjemmesider der var dansksprogede. 24 pct. e-handled på fremmedsprogede hjemmesider.
<i>E-handel foretages som oftest i hjemmet</i>	Langt den overvejende del af handlen via internettet foregår fra hjemmene, med 86 pct. 9 pct. foretager e-handel fra arbejdspladsen og 4 pct. fra andre steder, f.eks. venner og bekendte. Kun 1 pct. e-handler fra bibliotekerne. Der er ingen forskel på kønnene mht. hvorfra der foretages e-handel.

Figur 12 Steder hvorfra der handles via internettet 2002



*Jo højere aldersgruppe, jo flere e-handler hjemmefra*

Alder har betydning for hvorfra e-handlen foregår. Den laveste andel, der e-handler hjemmefra, skal findes hos de 16-19-årige, med 83 pct., mod 89 pct. af de 40-59-årige og 95 pct. af de 60-74-årige. Samtidig er andelen, der e-handler fra andre steder større, hos de unge. 16 pct. af de 16-19-årige e-handler fra andre steder. Andelen, der e-handler fra arbejdspladsen, er størst hos de 20-39-årige og 40-59-årige, med 10 pct.

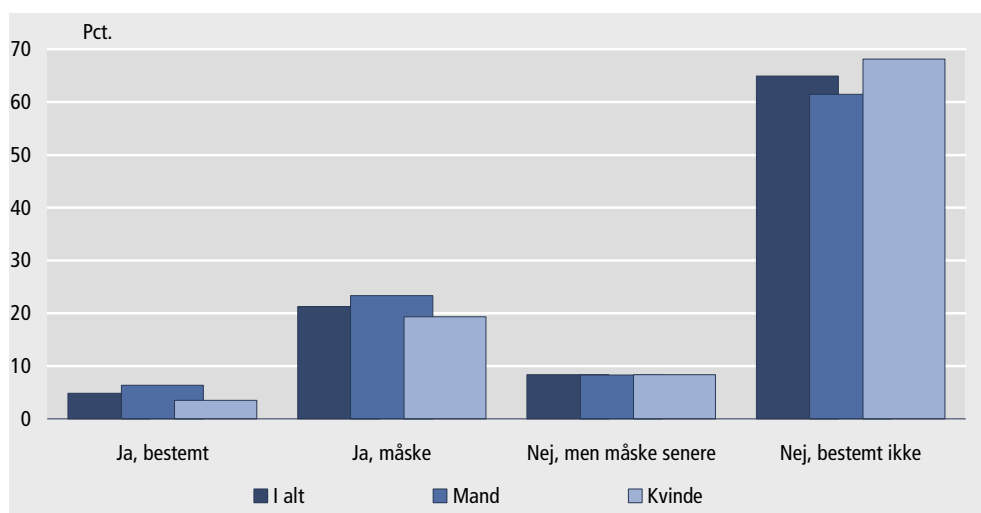
*Det er funktionærer og selvstændige som hyppigst e-handler fra arbejdet*

Blandt beskæftigelsesgrupperne er det funktionærerne, der har den største andel, der e-handler fra arbejdet, med 13 pct., efterfulgt af de selvstændige, 11 pct., mod 5 pct. af arbejderne. Arbejderne har samtidig den største andel, der foretager e-handel fra hjemmet, med 90 pct. 13 pct. af de studerende e-handler fra andre steder.

*To ud af tre vil bestemt ikke e-handle*

Af de, som ikke har købt varer eller tjenester 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. Der er 8 pct., som ikke har planer om at e-handle inden for det kommende år, men som måske vil gøre det senere. 65 pct. har bestemt ikke planer om at handle via internettet.

Figur 13 Planer om at handle via internettet 2002



*Mænd mere positive overfor at e-handle*

Der er 6 pct. af mændene, som bestemt vil foretage e-handel i det kommende år, og 23 pct. vil måske gøre det, hos kvinderne er det hhv. 3 pct. og 19 pct. Samtidig er der kun 61 pct. af mændene, der bestemt ikke har planer herom, mod 68 pct. af kvinderne.

Det er befolkningen under 40 år, som forholder sig mest positivt til mulighederne for at e-handle i det kommende år. Hos de 20-39-årige vil 5 pct. bestemt e-handle og 26 pct. vil måske gøre det. Hos de 40-59-årige er det hhv. 5 pct. og 18 pct. og hos de 60-74-årige hhv. 2 pct. og 15 pct.

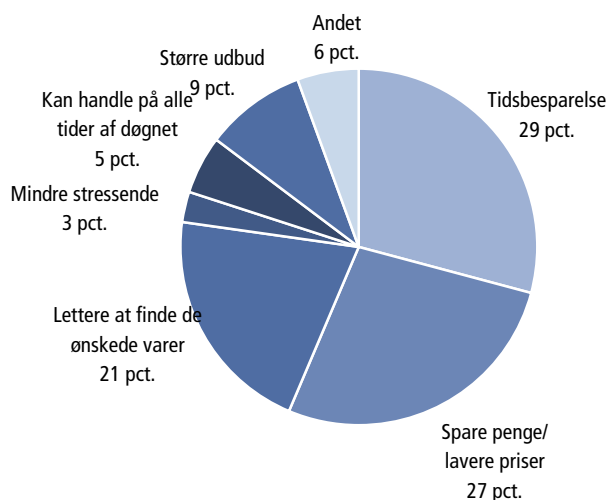
## 6. Motiver og barrierer til e-handel

*Største motiv er at spare tid og penge*

Muligheden for at spare tid og penge er de to vigtigste motiver til at handle via internettet i 2002. 29 pct. angav at muligheden for at spare tid var den vigtigste grund til at handle via internettet, mens 27 pct. e-handled for at spare penge. I 2001 var det tilsvarende 24 pct. for disse to motiver. At det skulle være lettere at finde de ønskede varer på internettet lå i 2002 på en tredjeplads med 21 pct., mod 23 pct. i 2001.

Der var i 2002 samtidig 9 pct. der angav det at der er et større udbud på internettet som vigtigste årsag til e-handle, og 5 pct. at man kan handle på alle tider af døgnet.

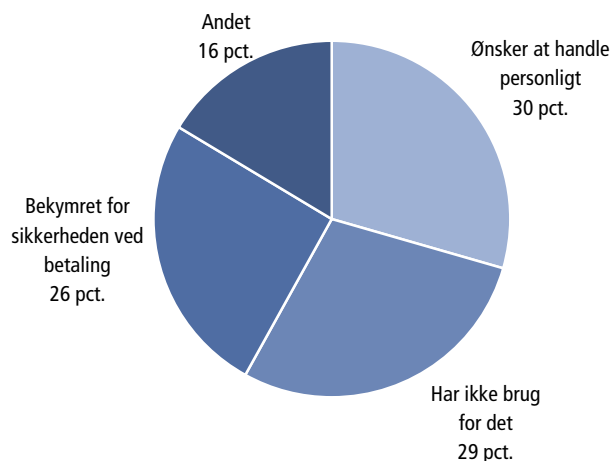
Figur 14 **Vigtigste grund til at købe varer eller tjenester via internettet 2002**



Flest mænd angiver, som den vigtigste årsag, at spare penge (31 pct.), næstflest angiver tidsbesparelse (27 pct.) og, at det er lettere at finde de ønskede varer end i almindelige butikker (21 pct.). Hos kvinderne angiver flest derimod tidsbesparelse som den vigtigste årsag (32 pct.), og næstflest, at det er lettere at finde de ønskede varer (22 pct.), efterfulgt af ønsket om at spare penge (21 pct.).

*Største barriere er ønsket om at handle personligt og manglende behov*

I 2002 angiver flest at den væsentligste barriere er, at de ønsker at handle personligt (30 pct.), dernæst at de ikke har brug for det (29 pct.), og som tredje hyppigst nævnte væsentligste årsag til ikke at foretage e-handel, at de er bekymret for sikkerheden ved betaling (26 pct.). I 2001 var der 36 pct. der angav at den vigtigste grund til ikke at handle via internettet var at de var bekymrede for sikkerheden, og 28 pct., at de ønskede at se varen, inden de købte den.

Figur 15 **Vigtigste grund til ikke at købe varer eller tjenester via internettet 2002**

Der er forskel på, hvad de to køn angiver som vigtigste årsag til ikke at e-handle. Hos mændene er det mest nævnte, at de ikke har brug for det, med 31 pct., dernæst at de ønsker at handle personligt og at de er bekymret for sikkerheden ved betaling, med begge 26 pct. Hos kvinderne angiver 33 pct. at de ønsker at handle personligt, 26 pct. at de ikke har brug for det og 25 pct. at de er bekymret for sikkerheden ved betaling.

## 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 2002 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 varia-

tioner 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.		
<b>I alt</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>0,9</b>
<b>Beskæftigelse</b>			
Studerende	1,1	2,0	2,7
Arbejder	2,0	2,1	1,8
Funktionær	0,7	1,0	1,4
Selvstændig	3,0	3,6	3,4
Uden for erhverv	1,8	1,7	1,3

Andelen med adgang til internet fra hjem og/eller arbejde er estimeret til 76 pct.  $\pm$  0,8 pct. Det betyder, at med 95 pct. sikkerhed ligger den faktiske andel af befolkningen med adgang til internettet mellem 75 pct. og 77 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. 39 17 31 15, mrm@dst.dk  
Lene M. Johansen (tal), tlf. 39 17 33 63, lmj@dst.dk

En tilsvarende opgørelse for 2001 er offentliggjort i indeværende serie 2002:18.

**Tabel 1. Familiernes adgang til pc og internet i hjemmet efter familietype 2002**

	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 alle familier
	pct.		
<b>I alt</b>	<b>70</b>	<b>84</b>	<b>59</b>
Enlig uden børn	53	77	41
Par uden børn	70	85	59
Enlig med børn	77	72	55
Par med børn	90	89	80
Øvrige	79	87	69

**Tabel 2. Familiernes planer om anskaffelse af internetforbindelse i løbet af det næste år 2002**

	Ja bestemt	Ja måske	Nej, men måske senere	Nej bestemt ikke
	pct.			
<b>I alt</b>	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>57</b>
Enlig uden børn	16	13	10	60
Par uden børn	12	11	9	67
Enlig med børn	35	14	15	36
Par med børn	30	21	15	34
Øvrige	19	20	4	57

**Tabel 3. Befolkningens adgang til internet efter køn, alder, beskæftigelse og landsdel 2002**

	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.												
<b>I alt</b>	<b>76</b>	<b>78</b>	<b>75</b>	<b>41</b>	<b>43</b>	<b>39</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>22</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>13</b>
<b>Alder</b>												
16-19 år	94	91	96	61	61	61	17	20	14	16	10	21
20-39 år	86	86	87	50	51	48	22	23	22	14	12	17
40-59 år	81	81	80	46	48	44	22	22	23	13	12	14
60-74 år	38	45	31	7	10	5	27	31	24	3	4	3
<b>Beskæftigelse</b>												
Studerende	95	95	96	65	68	62	9	12	7	22	16	27
Arbejder	70	71	68	20	21	18	36	36	37	14	14	13
Funktionær	94	95	92	66	73	61	12	9	14	15	13	17
Selvstændig	80	80	79	46	47	43	28	27	31	6	7	6
Uden for erhverv	38	40	37	0	0	0	38	40	37	0	0	0
<b>Landsdel</b>												
Øst for Storebælt	80	82	77	46	49	43	22	23	21	12	11	13
Vest for Storebælt	73	74	73	38	39	36	24	24	23	12	10	13



Tabel 4. Barrierer for internetopkobling 2002

	Bruger inter- nettet andre steder	Opkoblings- udgifter for store	For vanskeligt at anvende	Bekymret for sikkerheden i forbindelse med personlige oplysninger	Ønsker ikke/har ikke brug for det	Andet
	pct.					
<b>I alt</b>	<b>9</b>	<b>15</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>56</b>	<b>13</b>
<b>Køn</b>						
Mand	9	12	5	0	59	15
Kvinde	10	17	6	0	55	12
<b>Alder</b>						
16-19 år	11	36	7	1	28	18
20-39 år	15	20	4	0	40	20
40-59 år	11	14	5	0	57	12
60-74 år	2	7	8	0	74	8
<b>Beskæftigelse</b>						
Studerende	21	31	5	0	23	19
Arbejder	4	15	6	0	59	16
Funktionær	22	12	4	0	47	15
Selvstændig	11	9	7	0	62	11
Uden for erhverv	2	12	7	0	69	10
<b>Landsdel</b>						
Øst for Storebælt	12	16	6	0	53	13
Vest for Storebælt	8	13	6	0	59	13

Tabel 5. Formål med brug af internet 2002

	I alt	Mænd	Kvinder
	pct.		
<b>Kommunikation</b>	<b>57</b>	<b>61</b>	<b>53</b>
Sende og modtage e-mail	56	60	53
Telefonere via internettet/videokonference	3	3	3
Deltage i diskussionsgrupper (chatte)	7	9	5
<b>Informationssøgning og on-line services</b>	<b>63</b>	<b>67</b>	<b>58</b>
Søge efter information om varer og tjenester	51	57	44
Søge efter adresse eller telefonnummer	47	51	42
Søge efter information vedr. uddannelse	26	26	26
Søge information om sundhed og helbred	24	21	27
Lytte til web-radio/se web-tv	9	12	5
Spille/downloade gratis spil og musik	13	17	9
Læse/downloade gratis aviser/tidsskrifter	26	33	20
Ordne bankforretninger	35	40	30
<b>Købe/sælge varer og tjenester</b>	<b>24</b>	<b>29</b>	<b>19</b>
Køb/bestilling af varer eller tjenester	20	24	16
Køb og salg af aktier, obligationer etc.	3	5	1
Salg af varer eller tjenester	3	5	2
Deltage i uddannelse	4	4	4
<b>Kontakt med offentlige myndigheder</b>	<b>41</b>	<b>46</b>	<b>36</b>
Finde informationer på offentlige myndigheders hjemmesider	37	43	31
Downloade blanketter fra offentlige myndigheder	14	17	11
Indsende informationer til offentlige myndigheder	15	19	11
Søge efter/låne eller genlåne bøger på bibliotek	12	12	12
<b>Andet</b>	<b>41</b>	<b>47</b>	<b>35</b>
Surfe	35	42	29
Søge job	13	14	12
Andet	4	5	3

Tabel 6. Hyppighed i brug af internettet i hjemmet og/eller på arbejde 2002

	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
<b>I alt</b>	45	17	5	10	23	32	19	8	15	25
<b>Alder</b>										
16-19 år	53	26	7	5	9	38	34	14	10	4
20-39 år	53	19	6	8	14	42	23	9	12	14
40-59 år	46	16	5	14	19	34	18	9	19	20
60-74 år	17	13	4	11	55	6	7	4	14	69
<b>Beskæftigelse</b>										
Studerende	60	25	5	5	5	44	32	10	10	4
Arbejder	22	20	10	19	29	17	14	9	28	33
Funktionær	69	16	4	7	5	46	22	10	14	8
Selvstændig	52	14	4	11	20	35	15	6	23	21
Uden for erhverv	16	11	4	9	60	9	10	5	13	63
<b>Landsdel</b>										
Øst for Storebælt	51	17	5	9	18	38	19	6	13	23
Vest for Storebælt	39	17	6	11	26	27	19	10	17	27

Tabel 7. Hyppighed i køb via internettet inden for det sidste år 2002

	Mænd					Kvinder				
	Har købt	Har købt inden for den sidste måned	Har købt inden for det sidste år men ikke den sidste måned	Har ikke købt inden for det sidste år	Har ikke adgang	Har købt	Har købt inden for den sidste måned	Har købt inden for det sidste år men ikke den sidste måned	Har ikke købt inden for det sidste år	Har ikke adgang
<b>I alt</b>	33	15	19	46	20	23	9	14	54	23
<b>Alder</b>										
16-19 år	47	22	25	47	6	23	11	12	75	2
20-39 år	45	20	25	44	10	35	15	20	54	10
40-59 år	30	13	17	53	18	19	6	13	63	18
60-74 år	10	4	6	37	53	4	1	3	30	67
<b>Beskæftigelse</b>										
Studerende	54	26	28	43	3	30	15	15	67	3
Arbejder	21	8	13	53	26	13	6	7	58	30
Funktionær	47	21	26	49	4	31	12	20	62	7
Selvstændig	30	15	15	53	18	19	7	12	60	21
Uden for erhverv	13	4	9	32	55	9	3	5	33	59
<b>Landsdel</b>										
Øst for Storebælt	39	18	21	45	16	27	11	16	52	21
Vest for Storebælt	29	12	17	47	23	19	8	11	56	25

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.									
38	18	7	13	24	51	24	9	17	
45	30	11	8	6	48	32	11	8	
48	21	7	10	14	56	24	8	12	
40	17	7	17	19	50	21	9	21	
11	10	4	12	62	30	26	11	33	
51	29	8	8	5	53	30	8	8	
21	18	9	22	30	30	26	14	31	
56	19	7	11	6	60	21	7	12	
47	14	4	14	20	59	18	5	18	
12	11	4	11	62	31	28	11	30	
45	18	6	11	21	56	23	7	14	
33	18	8	14	27	46	25	11	19	

Tabel 7.

Hele befolkningen					Personer med adgang til internet				
Har købt	Har købt inden for den sidste måned	Har købt inden for det sidste år men ikke den sidste måned	Har ikke købt inden for det sidste år	Har ikke adgang	Har købt	Har købt inden for den sidste måned	Har købt inden for det sidste år men ikke den sidste måned	Har ikke købt inden for det sidste år	
pct.									
28	12	16	50	22	36	15	21	64	
35	17	18	61	4	36	17	19	64	
40	18	22	49	10	45	20	25	55	
25	10	15	58	18	30	12	18	70	
7	2	4	33	60	17	6	11	83	
41	20	21	56	3	42	20	22	58	
19	8	11	55	27	26	10	15	74	
38	16	22	56	6	41	17	24	59	
27	13	14	55	19	33	16	17	67	
10	3	7	33	57	24	8	16	76	
33	14	18	49	19	40	17	23	60	
24	10	14	51	24	32	13	19	68	

**Tabel 8. Hvilke ting handles via internettet af dem der handler via internet 2002**

	pct.										
	I alt	Mænd					Kvinder				
		I alt	16-19 år	20-39 år	40-59 år	60-74 år	I alt	16-19 år	20-39 år	40-59 år	60-74 år
Dagligvarer	7	6	5	5	6	8	9	5	9	9	11
Film, musik (Videokassetter, DVD'er CD'er etc.)	20	24	36	29	15	8	15	20	16	13	9
Bøger, tidsskrifter, aviser	29	29	14	32	30	21	30	13	32	31	34
Tøj og smykker	18	12	14	13	10	6	28	46	29	24	17
Sports- og fritidsudstyr	11	13	15	14	12	9	8	12	8	8	2
Computer software	20	25	29	26	24	19	12	7	11	13	24
Computer hardware	21	30	41	33	24	17	9	8	9	8	8
Elektronik (kamera, musikanlæg, tv)	12	15	22	16	13	12	8	7	10	6	4
Finansielle ydelser	6	7	1	7	8	11	3	2	4	3	5
Rejseprodukter	35	36	13	32	45	43	35	17	33	40	47
Andre underholdningsformål	33	34	25	36	33	23	31	33	32	31	33
Bookmaker, casino o.l.	3	5	6	6	2	2	1	0	1	1	0
Møbler og andre ting til hjemmet	9	8	2	7	11	9	9	3	8	12	4
Andet	13	12	18	11	13	13	15	16	15	13	25

**Tabel 9. Hvorfra handles ofte via internet af dem der handler via internet 2002**

	pct.				
	Hjemme	Arbejde	Biblioteker	Internetcafeer	Andre steder
<b>I alt</b>	<b>86</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
<b>Køn</b>					
Mand	86	9	1	0	4
Kvinde	85	10	1	0	4
<b>Alder</b>					
16-19 år	83	0	1	0	16
20-39 år	84	10	1	0	5
40-59 år	89	10	0	0	1
60-74 år	95	5	0	0	0
<b>Beskæftigelse</b>					
Studerende	80	5	1	1	13
Arbejder	90	5	1	0	4
Funktionær	85	13	0	0	1
Selvstændig	89	11	0	0	0
Uden for erhverv	95	1	0	0	4
<b>Landsdel</b>					
Øst for Storebælt	86	10	0	0	3
Vest for Storebælt	86	8	1	0	5

Tabel 10. Planer om at handle via internet inden for det næste år 2002

	Ja, bestemt		Ja, måske		Nej, men måske senere		Nej, bestemt ikke	
	pct.							
<b>I alt</b>	5		21		8		65	
<b>Køn</b>								
Mand	6		23		8		61	
Kvinde	3		19		8		68	
<b>Alder</b>								
16-19 år	7		22		9		60	
20-39 år	5		26		9		59	
40-59 år	5		18		8		69	
60-74 år	2		15		6		76	
<b>Beskæftigelse</b>								
Studerende	4		25		9		61	
Arbejder	5		21		8		64	
Funktionær	5		21		9		64	
Selvstændig	7		20		7		65	
Uden for erhverv	3		17		5		75	
<b>Landsdel</b>								
Øst for Storebælt	5		23		8		63	
Vest for Storebælt	5		20		9		66	

Tabel 11. Motiver til køb af varer/tjenester via internettet. Personer, der har handlet via internettet 2002

	Vigtigste grund			Næstvigtigste grund		
	I alt	Mænd	Kvinder	I alt	Mænd	Kvinder
	pct.					
<b>I alt</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Tidsbesparelse	29	27	32	12	11	12
Spare penge/lavere priser	27	31	21	13	15	10
Lettere at finde de ønskede varer end i almindelige butikker	21	21	22	12	12	11
Mindre stressende end i almindelige butikker	3	2	3	3	3	3
Kan handle på alle tider af døgnet	5	5	7	8	8	9
Større udbud	9	9	9	6	7	5
Andet	6	5	6	3	3	2
Ingen anden grund	•	•	•	44	41	47

**Tabel 12. Barrierer for køb af varer/tjenester via internettet. Personer med adgang til internettet 2002**

	Vigtigste grund			Næstvigtigste grund		
	I alt	Mænd	Kvinder	I alt	Mænd	Kvinder
	pct.					
<b>I alt</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Ønsker at handle personligt	30	26	33	12	10	13
Vane/loyalitet over for butikker/leverandører	1	2	1	2	1	2
For dyrt	1	1	1	0	0	0
For lang leveringstid	0	0	0	0	0	0
Problemer med at være hjemme når varen leveres	0	0	0	0	0	0
Varer/tjenester findes ikke på internettet	0	1	0	0	0	0
Bekymret for sikkerheden ved betaling	26	26	25	10	10	11
Bekymret for at give personlig oplysninger	2	2	2	5	5	5
Bekymret for om varen modtages og mulighed for at kunne returnere den	1	1	1	1	1	1
Bekymret for muligheden for at kunne klage	0	0	0	1	1	1
Ikke brug for det	29	31	26	5	5	6
Andet	10	10	10	3	2	3
Ingen anden grun	•	•	•	61	64	58

## Nationalregnskabsstatistik 2000

I denne bog gives der et helhedsbillede af samfundsøkonomien inden for rammerne af nationalregnskabsstatistikken, som blandt andet sikrer, at der er indbyrdes konsistens samt tidsmæssigt sammenlignelighed mellem tallene i de enkelte serier.

I bogen belyses således produktionsforholdene i samfundet og den hermed forbundne indkomstdannelse. Endvidere beskrives omfordeling af indkomsterne og deres anvendelse til forbrug og opsparing.

Gennem lange tidsserier og detaljerede opdelinger på erhverv samt på konsum- og investeringskategorier giver bogen grundlag for et omfattende indblik i den samfundsøkonomiske struktur og udvikling.

Bogen indeholder også tekstafsnit, hvor der redegøres for baggrund og principper for nationalregnskabsstatistikken. Et bilag indeholder ordforklaringer til den anvendte terminologi.

Bogen er velegnet til undervisning i samfundsfag.

Pris: 313 kr. inkl. 25 pct. moms + ekspeditionsgebyr 35 kr.

Bogen kan købes i Danmarks Statistik eller hos boghandlere.

### 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



----- INDSEND ELLER FAX KUPONEN TIL DANMARKS STATISTIK -----

Undertegnede bestiller:

Nationalregnskabsstatistik 2000

Pris: 313 kr. + 35 kr. ekspeditionsgebyr.  
Der følger faktura og giroindbetalingskort med forsendelsen.

Navn \_\_\_\_\_

Institution/virksomhed \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

Postnummer \_\_\_\_\_

Tlf.-nr. \_\_\_\_\_



Sendes ufrankeret  
Modtageren  
betaler porto

Danmarks Statistik  
Publikationssalg  
Sejrøgade 11  
+++ 1210 +++  
2100 København Ø

SERVICEERHVERV 2003:17  
Statistiske Efterretninger  
ISSN (trykt udgave) 1399-0640  
ISSN (elektronisk udgave) 1601-0965  
www.dst.dk/efterretninger

Abonnement (internet) for 2003: 675,00 kr.  
Abonnement (papir) for 2003: 900,00 kr.  
Løssalg: 36,00 kr.  
Ekspeditionsgebyr: 30 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

---

## Statistisk Tiårsoversigt 2002

*Statistisk Tiårsoversigt* er et af Danmarks Statistiks hovedværker, der er specielt redigeret med henblik på undervisningsbrug.

Bogen redegør for det danske samfunds struktur og udvikling de seneste ti år, fx inden for miljø, kultur, uddannelse, befolkning og udenrigshandel. *Statistisk Tiårsoversigt 2002* indeholder - som altid - masser af tabeller og figurer samt detaljerede ord-forklaringer, der kan bruges som et samfundsøkonomisk minileksikon.

*Statistisk Tiårsoversigt* går hvert år i dybden med en speciel temartikel. I år handler det om skatter og skattetryk. Temaet beskriver bl.a. skatternes effekt på danskernes privatøkonomi og på samfundsøkonomien, udviklingen i skattetrykket og omfordelingen af skatteindtægterne.

Pris for bogen er 140 kr. inkl. 25 pct. moms og den kan købes i Danmarks Statistik eller hos bog-handlere.

### 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