

Befolkningens brug af internet 2. kv. 2002

76 pct. af befolkningen havde i 2. kvartal 2002 adgang til internet fra enten hjem eller arbejdsplads mod 74 pct. i samme kvartal 2001. Betragtes adgang fra hjemmet havde 65 pct. af befolkningen adgang til internet fra hjemmet, hvor det i 2. kvartal 2001 var 60 pct. 24 pct. af befolkningen var koblet på internettet hver dag fra hjemmet og 39 pct. var dagligt koblet på internettet fra enten hjem eller arbejdsplads. Hvor tit en person er koblet på internettet afhænger bl.a. af køn, uddannelse og beskæftigelse.

Statistikken beskriver befolkningens adgang til og brug af internettet i 2. kvartal 2002, fordelt på forskellige baggrundsvARIABLE.

Data er indsamlet ved telefoninterviews af ca. 1.000 personer i hver af månederne april, maj og juni 2002, hvor de er blevet spurgt om deres adgang til og brug af internettet.

1. Adgang til internettet

65 pct. adgang til internet i hjemmet

65 pct. af befolkningen havde i 2. kvartal 2002 adgang til internet i hjemmet mod 60 pct. i 2. kvartal 2001. Andelen af mænd med adgang til internet er steget fra 65 pct. til 68 pct., mens andelen af kvinder med adgang til internettet er steget fra 55 pct. til 61 pct.

Flere på 60 år og derover har adgang til internet

Der er sket en betydelig stigning i andelen med adgang til internet i aldersgruppen på 60 år og der over. I 2. kvartal 2002 havde 36 pct. adgang til internet i hjemmet mod 29 pct. i samme kvartal 2001.

Uddannelse har fået mindre betydning på adgang til internettet

Den del af befolkningen, der har grundskole som højest gennemførte uddannelse har oplevet en stigning i andelen med adgang til internettet på 5 procentpoint fra 46 pct. i 2001 til 51 pct. i 2002. Gruppen med en videregående uddannelse er steget fra 73 pct. i 2. kvartal 2001 til 82 pct. i 2. kvartal 2002.

Markant stigning i arbejderes andel med adgang til internet i hjemmet

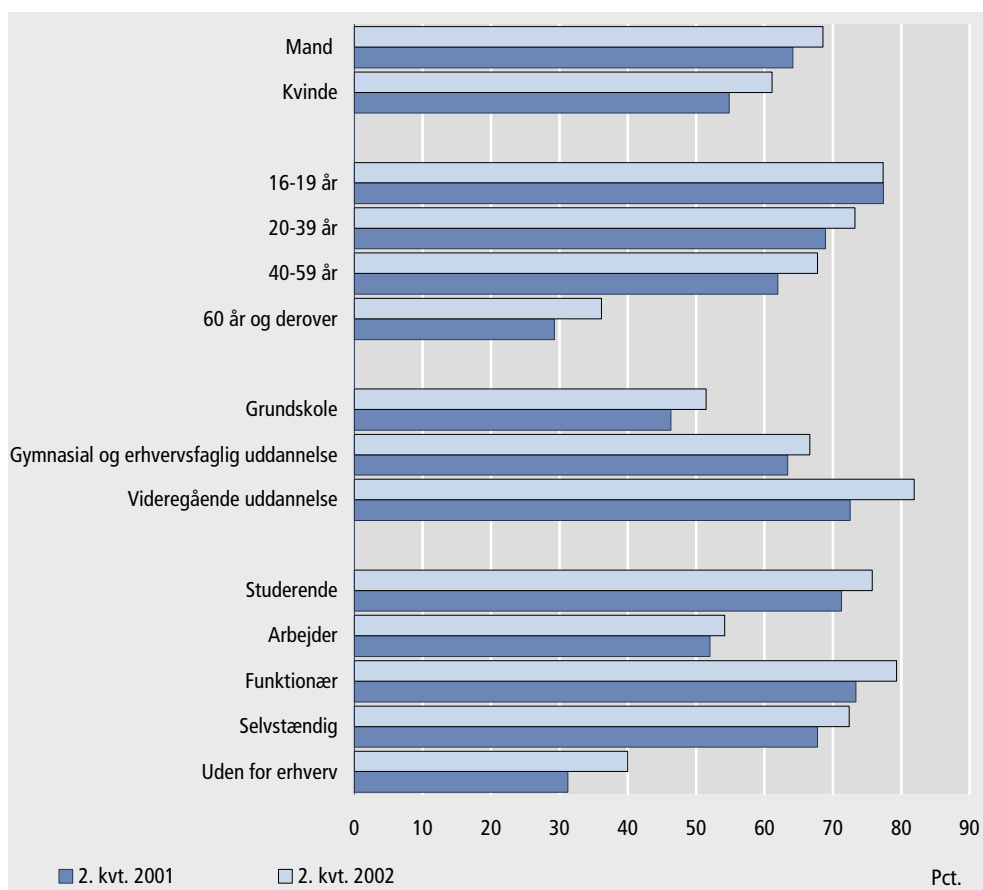
Der er sket en stigning i andelen af selvstændige med adgang til internettet fra hjemmet. I 2. kvartal 2002 havde 72 pct. adgang til internettet mod 67 pct. samme kvartal 2001. Også gruppen uden for erhverv har oplevet en stor stigning i andelen med adgang til internettet i hjemmet fra 31 pct. i 2. kvartal 2001 til 40 pct. i 2. kvartal 2002. I de øvrige beskæftigelsesgrupper er andelen næsten uændret. Det er fortsat funktionærer med der 79 pct. har den højeste andel med adgang til internettet i hjemmet. Studerende og arbejdere har andele på hhv. 70 pct. og 54 pct. med adgang til internet i hjemmet.

76 pct. havde i 2. kvartal adgang til internet fra hjemmet eller arbejdspladsen

76 pct. af befolkningen havde i 2. kvartal 2002 adgang til internettet fra enten hjem eller arbejdsplads mod 74 pct. i 2. kvartal 2001. Kvinder har oplevet en stigning i adgangen til internet fra 71 pct. til 74 pct., mens andelen af mænd med adgang til internettet er næsten uændret, nemlig 78 pct. i 2. kvartal 2002. Forskellen i mænd og kvinders adgang til internettet er dermed reduceret fra 2001 til 2002. I 2. kvartal 2001 var andelen af mænd med adgang til internet 8 pct. højere end andelen af kvinder, i 2. kvartal 2002 er forskellen faldet til 5 pct.



Figur 1. Adgang til internettet i hjemmet



60-årige og ældre haft en stigning på 15 pct. i adgang til internet

I aldersgruppen 60 år og derover er andelen med adgang til internet steget med 15 pct. i 2. kvartal 2002 sammenlignet med samme kvartal 2001. Det er dermed den aldersgruppe, der har oplevet den største stigning i andelen med adgang til internet. Det er fortsat i den aldersgruppe, færrest har adgang til internettet. Den forskel, der er i aldersgruppernes adgang til internettet, er dog blevet mindre i 2. kvartal 2002 sammenlignet med 2. kvartal 2001.

Forskellen på uddannelsesgruppernes andel til internettet uændret

I gruppen med grundskole som højest fuldførte uddannelse er andelen med adgang til internet steget fra 60 pct. i 2. kvartal 2001 til 63 pct. i 2. kvartal 2002. Gruppen med videregående uddannelse er ligeledes steget 5 pct., mens gruppen med gymnasial eller erhvervsfaglig uddannelse kun er steget 2 pct. Forskellen i andelen af personer med adgang til internettet er hermed uændret i forhold til 2. kvartal 2001. Med 91 pct. er andelen af personer med en videregående uddannelse stadig 44 pct. højere end andelen blandt personer med grundskole som højest fuldførte uddannelse.

12 pct. flere selvstændige adgang til internettet

Blandt de beskæftigede har selvstændige oplevet den største vækst i andelen med adgang til internettet med en stigning på 12 pct. I gruppen uden for erhverv har 28 pct. flere fået adgang til internettet. Andelen af studerende, arbejdere og funktionærer med adgang til internettet er stort set uændret i 2. kvartal 2002 i forhold til samme kvartal året før.

Færre har kun adgang fra arbejdspladsen

Fra 2. kvartal 2001 til 2. kvartal 2002 er der generelt sket et fald i andelen af befolkningen, der kun har adgang til internettet på arbejdet, og som en konsekvens af det er antallet med adgang til internettet både fra hjem og arbejde steget.

2. Brug af internet i hjemmet

24 pct. bruger internettet hver dag

I 2. kvartal 2002 brugte 24 pct. af befolkningen internettet hver dag i hjemmet mod 21 pct. i 2. kvartal 2001. Mens andelen af befolkningen, der bruger internettet dagligt, er steget, er tendensen, at andelen, der bruger internettet mindst en gang om ugen er faldende. Andelen uden adgang til internettet er faldet, mens andelen, der har adgang til internettet men ikke bruger det generelt er stigende.

Forskellen på mænd og kvinders brug af internettet er steget

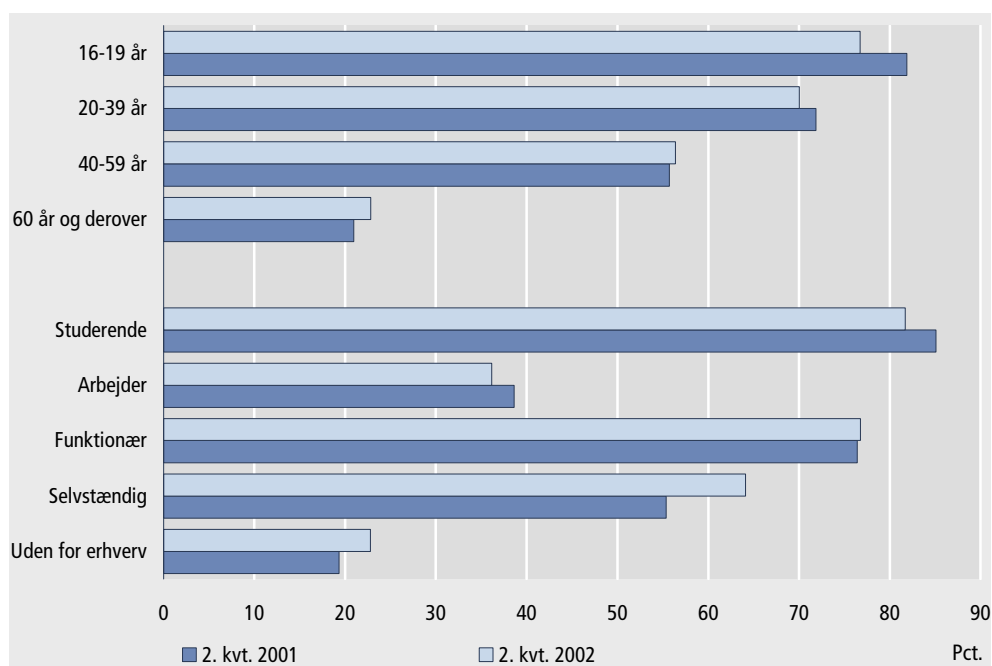
Forskellen på hyppigheden i mænd og kvinders brug af internettet ligger i andelen, der bruger internettet hver dag. 31 pct. af mændene anvender internettet hver dag mod 16 pct. af kvinderne i 2. kvartal 2002. Forskellen på mænd og kvinders daglige brug af internettet er blevet større fra 2. kvartal 2001 til 2. kvartal 2002.

Flere kvinder har adgang uden at bruge den

Mens flere mænd end kvinde bruger internettet dagligt, er andelen af kvinder, der har adgang til internettet, men ikke bruger det større end den tilsvarende andel blandt mænd, hhv. 13 pct. og 8 pct.

Figur 2.

Hypig brug af internettet fra enten hjemmet eller arbejdsplads



Kun 10 pct. i aldersgruppen 60 år og derover, bruger internettet dagligt

Der er sket en markant stigning i andelen af 16-19-årige, der anvender internettet dagligt, fra 25 pct. i 2. kvartal 2001 til 32 pct. i 2. kvartal 2002. Der er sket et tilsvarende fald i andelen, der anvender internettet mindst en gang om ugen. Hermed har de 16-19-årige overhalet de 20-39-årige, der indtil nu har haft den største andel af daglige internetbrugere. Dagligt brug af internettet falder med alderen. 22 pct. af de 40-59-årige og 10 pct. i gruppen på 60 år og derover bruger internettet dagligt.

Flest daglige brugere med en videregående uddannelse

Det er gruppen med grundskole som højest fuldførte uddannelse, der har oplevet den største stigning i dagligt brug af internettet, nemlig 20 pct. Andelen af daglige internetbrugere i gruppen med en videregående uddannelse er steget 3 procentpoint, 30 pct. i 2. kvartal 2001 til 33 pct. i 2. kvartal 2002. Det er fortsat den gruppe, hvor flest bruger internettet dagligt. Til sammenligning anvender kun 17 pct. af dem der har grundskole som højest fuldførte uddannelse internettet dagligt.

Arbejdere haft de største procentvise stigning i daglige brugere af internettet

Procentvis har arbejdere oplevet den største stigning i andelen af daglige brugere af internettet. Der var således 16 pct. i denne gruppe, der i 2. kvartal 2002 brugte internettet dagligt mod 13 pct. i 2. kvartal 2001. Selvstændige og studerende er med hhv. 36 pct. og 35 pct. de grupper, hvor flest bruger internettet dagligt, mens gruppen uden for erhverv med 12 pct. er den gruppe, hvor færrest bruger internettet dagligt.

39 pct. daglige brugere af internettet fra enten hjem eller arbejdsplads

Betragtes brug af internettet fra hjem og arbejdsplads under ét, var der i 2. kvartal 2002 39 pct. af befolkningen, der brugte internettet dagligt mod 36 pct. i samme kvartal 2001. Det er de samme tendenser som for brug af internettet i hjemmet der gør sig gældende. Generelt gælder, at andelen af befolkningen, der bruger internettet dagligt er steget, mens andelen, der bruger internettet mindst en gang om ugen, er faldet. Samtidig er der sket en mindre stigning i andelen af befolkningen, der har adgang til internettet, men ikke bruger det.

3. Køb via internettet

I forhold til undersøgelsen i 2001 er der i spørgsmålet, som bruges til at afdække befolkningens køb af varer og tjenester via internettet, sket en omformulering. Det betyder, at data for hvor mange, der har handlet mindst en gang om måneden, ikke er sammenlignelige. I 2001 blev der spurgt, om respondenter i gennemsnit handlede via internet en gang om måneden i løbet af det sidste år, hvor der i 2002 bliver spurgt om, hvorvidt respondenter har handlet mindst en gang i løbet af den sidste måned.

27 pct. har handlet via internettet

12 pct. af befolkningen havde handlet mindst en gang via internettet i den foregående måned i 2. kvartal 2002, og 27 pct. af befolkningen havde prøvet at handle via internettet mindst en gang i løbet af det sidste år. I 2. kvartal 2001 havde 22 pct. prøvet at handle via internettet mindst en gang i løbet af det sidste år.

Flest mænd handler via internettet

I 2002 er der fortsat flere mænd end kvinder der handler via internettet mindst en gang om året hhv. 32 pct. og 21 pct. 15 pct. af mændene havde handlet mindst en gang i løbet af den foregående måned mod 9 pct. af kvinderne.

De 16-39-årige handler mest via internettet

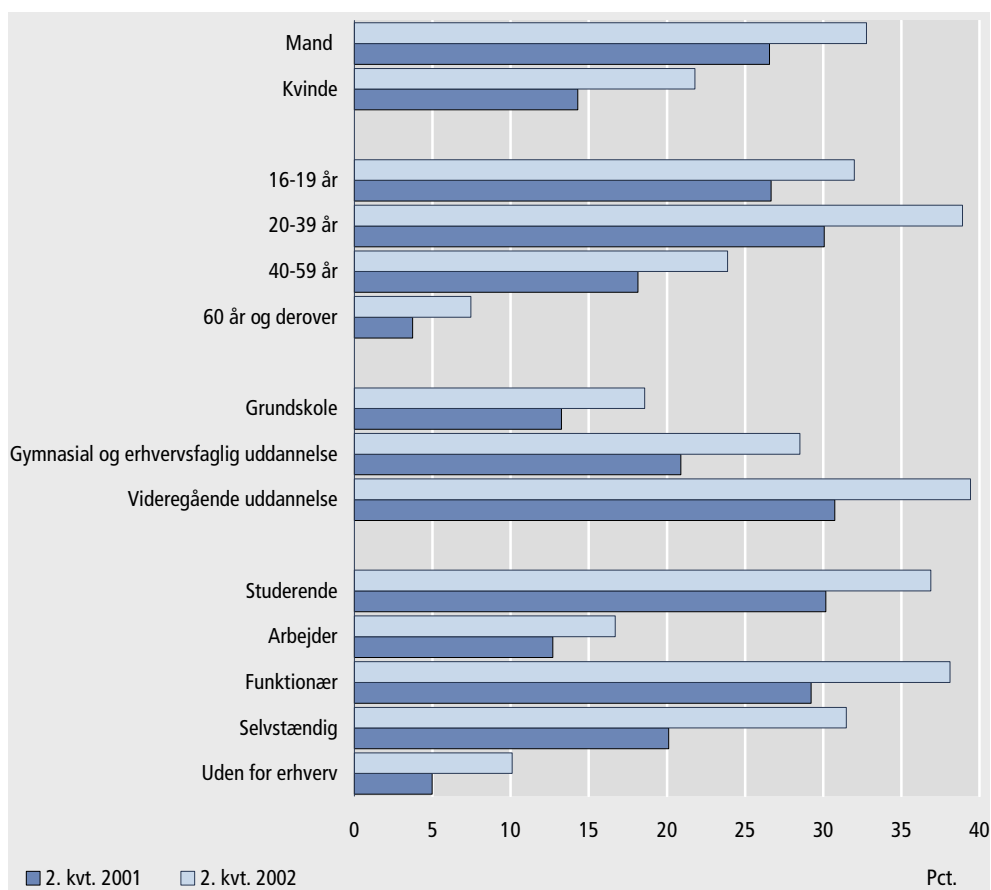
De 16-19-årige er sammen med de 20-39-årige de aldersgrupper, hvor flest handler via internettet, med hhv. 32 pct. og 39 pct., der havde handlet via internettet i løbet af det sidste år og hhv. 15 pct. og 18 pct., der havde handlet mindst en gang i løbet af den sidste måned. Til sammenligning havde hhv. 24 pct. og 8 pct. af de 40-59-årige og de på 60 år og derover handlet via internettet mindst en gang i løbet af det sidste år og 10 pct. hhv. 3 pct. havde handlet mindst en gang i løbet af den sidste måned.

Uddannelse stor betydning for andelen, der har handlet via internettet

Som i 2. kvartal 2001 er det også i 2. kvartal 2002 gruppen med en videregående uddannelse, der handler mest via internettet. 39 pct. havde handlet mindst en gang i løbet af det sidste år og 19 pct. havde handlet via internettet mindst en gang i løbet af den sidste måned. Til sammenligning havde 18 pct. med grundskole som højst fuldførte uddannelse handlet mindst en gang i løbet af det sidste år, og 9 pct. havde handlet mindst en gang i løbet af den sidste måned. For alle uddannelsesgrupper er der tale om en stigning fra 2. kvartal 2001 til 2. kvartal 2002.

Andelen af studerende, der mindst en gang i løbet af det sidste år har handlet via internettet, er steget fra 31 pct. i 2. kvartal 2001 til 37 pct. i 2. kvartal 2002, men funktionærer er med 39 pct., blevet den beskæftigelsesgruppe, der oftest har handlet via internettet. Blandt arbejderne havde 17 pct. prøvet at handle via internettet, hvilket er en stigning fra 12 pct. i 2. kvartal 2001.

Figur 3. Køb af varer/tjenester via internettet i løbet af det sidste år

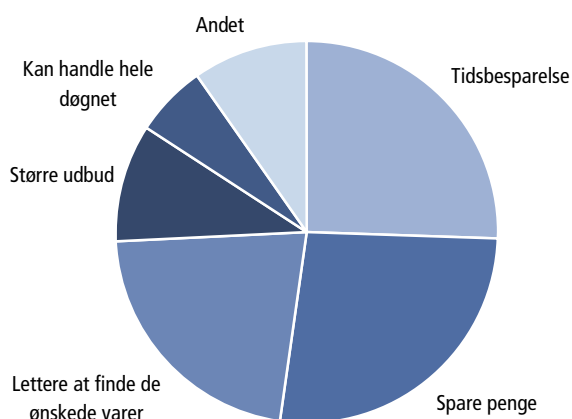


4. Motiver og barrierer for handel via internettet

Lavere priser vigtigste begrundelse for handel via internettet

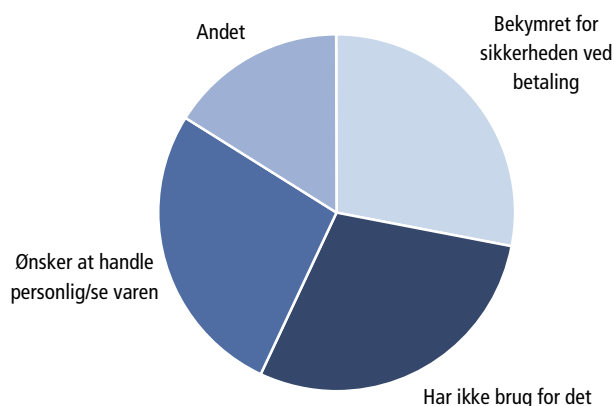
Muligheden for at spare penge og tid er de vigtigste grunde til at handle via internettet. 27 pct. angav i 2. kvartal 2002 at lavere priser/muligheden for at spare penge var den vigtigste grund til at handle via internettet, mens 26 pct. handlede via internettet for at spare tid. I 2. kvartal 2001 var de tilsvarende andele 25 pct. og 24 pct. At det skulle være lettere at finde de ønskede varer på internettet end i almindelige butikker lå både i 2. kvartal 2002 og 2001 på en tredjeplads med hhv. 22 pct. og 21 pct.

Figur 4. Vigtigste grund til at købe varer/tjenester via internettet



I 2. kvartal 2002 var en af de vigtigste barrierer for at handle via internettet er, at man ønsker at handle personligt/se varen. Det nævnes af 27 pct. af den del af befolkningen, som havde mulighed for at handle via internettet, men ikke gjorde det. 28 pct. var bekymrede for sikkerheden ved betaling, mens flest, nemlig 29 pct., ikke havde brug for det.

Figur 5. **Vigtigste grund til ikke at købe varer/tjenester via internettet**



Spørgsmålet, som skal afdække barrierer for at handle via internettet er blevet omformuleret i 2002 i forhold til 2001, og det er derfor ikke muligt at foretage sammenligninger.

5. 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 april, maj og juni 2002 blandt et repræsentativt udsnit af den danske befolkning i alderen 16-74 år. Stikprøven er dannet ved simpel tilfældig udvælgelse fra 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 Det Centrale Personregister (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 andelen af familier med adgang til internet i hjemmet angivet ved konfidensintervaller på 95 pct.

Oversigtstabel **Den statistiske usikkerhed på skønnene over andelen med adgang til internet i hjemmet ud af hele befolkningen 2. kvrt. 2002**

	Pct.
I alt	1,7
Beskæftigelse	
Studerende	4,5
Arbejder	4,4
Funktionær	2,3
Selvstændig	6,7
Uden for erhverv	3,6

Andelen med adgang til internettet i hjemmet i 2. kvartal 2002 er estimeret til 65 pct. \pm 1,7 pct. Det betyder, at med 95 pct. sikkerhed ligger den faktiske andel af befolkningen med adgang til internettet mellem 63 pct. og 67 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 befolkningstyper.

Yderligere oplysninger En mere detaljeret statistik om familiernes anvendelse af internet vil blive publiceret på årsbasis i indeværende serie.

Henvendelse Karen Reif Andersen (metode), tlf. 39 17 38 81, kaa@dst.dk
Lene M. Johansen (tal), tlf. 39 17 33 63, lmj@dst.dk

En tilsvarende opgørelse for 1. kvartal 2002 er offentliggjort i indeværende serie 2002:25.

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

	Adgang til pc i hjemmet		Adgang til internettet i hjemmet blandt de familier som har adgang til pc i hjemmet		Adgang til internettet i hjemmet blandt hele befolkningen	
	2. kvartal 2002	2. kvartal 2001	2. kvartal 2002	2. kvartal 2001	2. kvartal 2002	2. kvartal 2001
	pct.					
I alt	71	67	83	80	59	54
Familietype						
Enlig uden børn	54	48	73	75	40	36
Par uden børn	70	67	84	79	59	53
Enlig med børn	76	74	72	68	55	50
Par med børn	90	91	91	86	82	78
Øvrige	68	77	93	94	63	72
Familiens bruttoindkomst						
0-99.999 kr.	61	54	76	74	46	40
100.000-399.999 kr.	59	54	75	72	44	39
400.000 og derover	88	88	92	89	81	78
Uoplyst og ved ikke	65	63	75	74	49	47

Tabel 2. Befolkningens adgang til internet efter køn, alder, uddannelse, familietype og beskæftigelse

	2. kvartal 2002				2. kvartal 2001			
	Adgang til internet i alt	Adgang i hjemmet og på arbejde	Kun adgang i hjemmet	Kun adgang på arbejde	Adgang til internet i alt	Adgang i hjemmet og på arbejde	Kun adgang i hjemmet	Kun adgang på arbejde
	pct.							
I alt	76	43	22	11	74	38	21	14
Køn								
Mand	78	45	24	10	77	43	22	12
Kvinde	74	40	21	13	71	34	20	16
Alder								
16-19 år	95	66	12	18	95	69	9	18
20-39 år	86	52	22	13	86	47	22	17
40-59 år	81	46	22	13	77	41	21	15
60 år og derover	39	8	28	3	34	6	23	5
Uddannelse								
Grundskole	63	29	22	12	60	25	21	14
Gymnasial og erhvervsfaglig uddannelse	79	43	24	12	78	38	25	14
Videregående uddannelse	91	64	18	9	87	58	14	14
Familietype								
Enlig uden børn	57	28	11	18	59	25	11	23
Par uden børn	71	34	27	10	66	28	25	12
Enlig med børn	77	38	17	22	75	38	13	24
Par med børn	90	58	24	8	87	53	24	10
Øvrige	77	37	26	15	90	51	25	14
Beskæftigelse								
Studerende	97	69	7	21	97	64	7	26
Arbejder	69	19	35	15	68	17	35	16
Funktionær	93	68	11	14	92	61	12	19
Selvstændig	80	51	21	8	71	35	33	4
Uden for erhverv	40	0	40	0	31	0	31	0

Tabel 3. Hyppighed i brug af internettet i hjemmet

	2. kvartal 2002					2. kvartal 2001				
	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	24	22	8	10	36	21	23	7	9	41
Køn										
Mand	31	23	6	8	32	28	25	6	6	36
Kvinde	16	21	10	13	39	15	21	8	11	45
Alder										
16-19 år	32	22	17	7	23	25	37	10	6	23
20-39 år	30	27	7	8	27	29	27	7	6	31
40-59 år	22	24	9	13	33	20	22	8	12	38
60 år og derover	10	9	6	11	64	7	11	3	8	71
Uddannelse										
Grundskole	17	15	8	10	49	14	19	5	8	54
Gymnasial og erhvervsfaglig uddannelse	24	24	7	11	34	23	23	7	10	37
Videregående uddannelse	33	31	8	9	18	30	27	7	7	27
Beskæftigelse										
Studerende	35	24	10	7	25	31	30	6	4	29
Arbejder	16	16	8	14	46	13	20	8	11	48
Funktionær	28	32	9	10	21	27	30	8	8	27
Selvstændig	36	21	7	9	28	31	19	5	13	32
Uden for erhverv	12	11	6	11	60	9	10	3	9	69

Tabel 4. Hyppighed i brug af internettet på arbejde

	2. kvartal 2002					2. kvartal 2001				
	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	25	11	5	13	46	24	13	7	8	47
Køn										
Mand	31	10	4	10	45	29	14	6	6	45
Kvinde	20	12	6	16	47	19	13	9	9	50
Alder										
16-19 år	26	27	13	17	17	21	38	23	4	14
20-39 år	30	13	6	15	36	30	17	9	8	36
40-59 år	29	10	5	15	41	28	11	6	11	44
60 år og derover	6	2	0	3	88	5	1	1	3	89
Uddannelse										
Grundskole	15	8	4	14	59	13	12	7	8	61
Gymnasial og erhvervsfaglig uddannelse	26	11	5	13	45	25	12	7	8	48
Videregående uddannelse	41	13	6	12	27	41	16	9	7	27
Beskæftigelse										
Studerende	28	28	10	24	10	26	36	21	7	10
Arbejder	8	3	6	16	66	7	6	5	15	67
Funktionær	46	14	7	15	18	44	17	9	10	20
Selvstændig	36	11	2	10	41	27	5	3	4	61

Tabel 5. Hyppighed i brug af internettet i hjemmet og/eller på arbejde

	2. kvartal 2002					2. kvartal 2001				
	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
I alt	39	18	7	12	24	36	21	7	10	26
Køn										
Mand	46	17	6	10	22	43	21	5	7	23
Kvinde	31	20	8	14	26	29	22	8	13	29
Alder										
16-19 år	51	25	10	8	5	37	45	11	2	5
20-39 år	48	22	7	9	14	47	25	8	7	14
40-59 år	39	18	8	16	19	37	19	7	14	23
60 år og derover	14	9	5	11	61	11	10	3	10	66
Uddannelse										
Grundskole	27	14	7	14	37	22	21	6	11	40
Gymnasial og erhvervsfaglig uddannelse	40	19	7	13	21	38	21	7	11	22
Videregående uddannelse	55	22	6	8	9	53	21	7	7	13
Beskæftigelse										
Studerende	54	28	6	9	3	48	37	10	2	3
Arbejder	20	16	10	23	32	18	21	9	20	32
Funktionær	56	21	7	9	7	53	23	7	9	8
Selvstændig	49	15	5	11	20	40	16	4	12	29
Uden for erhverv	12	11	6	11	60	9	10	3	9	69

Anm. Andelen, der ikke har adgang til internettet, er i tabel 6 mindre end i tabel 5. Det skyldes, at den del af befolkningen, der anvender internettet hos venner, familie, på internetcafé etc., er inkluderet i tabel 6, men ikke i tabel 5.

Tabel 6. Hyppighed i køb via internettet inden for det sidste år

	2. kvartal 2002				2. kvartal 2001			
	Mindst én gang inden for den sidste måned	Ikke inden for den sidste måned	Ikke inden for det sidste år	Har ikke adgang	Mindst én gang pr. måned	Mindre end én gang pr. måned	Ikke inden for det sidste år	Har ikke adgang
	pct.							
I alt	12	15	51	22	4	17	47	33
Køn								
Mand	15	17	47	20	6	21	45	28
Kvinde	9	13	54	24	2	13	48	38
Alder								
16-19 år	15	17	64	4	5	21	71	2
20-39 år	18	21	49	12	6	24	52	18
40-59 år	10	14	58	18	3	15	48	33
60 år og derover	3	5	33	60	1	3	24	73
Uddannelse								
Grundskole	9	9	46	35	2	11	40	46
Gymnasial og erhvervsfaglig uddannelse	11	17	52	19	4	17	48	31
Videregående uddannelse	19	20	52	8	5	26	52	17
Beskæftigelse								
Studerende	17	20	61	2	6	25	66	3
Arbejder	8	9	55	28	1	11	41	47
Funktionær	17	22	55	7	5	24	57	14
Selvstændig	14	17	50	18	8	13	44	36
Uden for erhverv	4	6	33	57	1	4	22	73

Anm. Se anmærkning til tabel 5. Bemærk den ændrede formulering i 2. kvartal 2002.

Tabel 7. Motiver til at købe varer/tjenester via internettet. Personer, der har handlet via internettet

	2. kvartal 2002		2. kvartal 2001	
	Vigtigste grund	Næstvigtigste grund	Vigtigste grund	Næstvigtigste grund
	pct.			
I alt	100	100	100	100
Tidsbesparelse	26	13	24	9
Spare penge/lavere priser	27	12	25	10
Lettere at finde de ønskede varer end i almindelige butikker	22	13	21	10
Mindre stressende end i almindelige butikker	3	3	3	4
Kan handle på alle tider af døgnet	6	8	4	8
Større udbud	10	7	9	6
Andet	7	1	14	6
Ingen anden grund	•	42	•	46

SERVICEERHVERV 2002:41
 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

**Tabel 8. Barrierer for køb af varer/tjenester via internettet. Personer med adgang til internettet
 2. kvrt. 2002**

	Vigtigste grund	Næstvigtigste grund
	pct.	
I alt	100	100
Ønsker at handle personligt/se varen	27	12
Vane/loyalitet overfor butikker/leverandører	2	3
For dyrt	1	0
For lang leveringstid	0	1
Problemer med at være hjemme når varen leveres	0	0
Vare/tjeneste findes ikke på internettet	1	0
Bekymret for sikkerheden ved betaling	28	9
Bekymret for at give personlige oplysninger	1	5
Bekymret for om varen kan returneres	1	1
Bekymret for om klagemulighed findes	0	0
Ikke brug for det	29	6
Andet	9	3
Ved ikke	1	0
Ingen anden grund	•	58