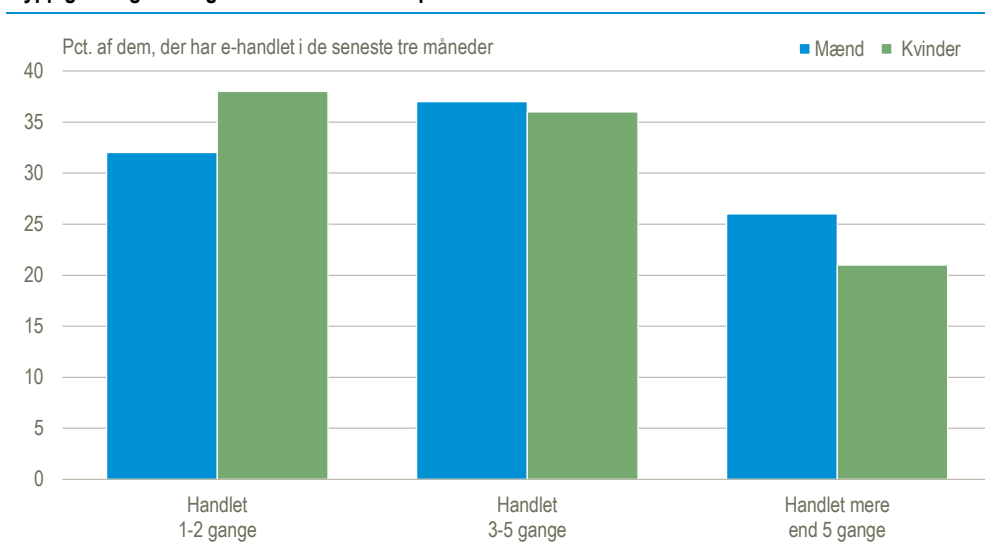


## Kvindens internetkøb haler ind på mænds

Internetkøb bliver stadig mere udbredt. Siden 2009 er der kommet ca. 660.000 flere digitale købere blandt de 16-89-årige danskere. For fem år siden var det kun 62 pct. af kvinderne mod 69 pct. af mændene, der handlede på nettet. Andelen er nu 77 pct. for begge køn. Det betyder, at de fleste 'nye' digitale købere er kvinder.

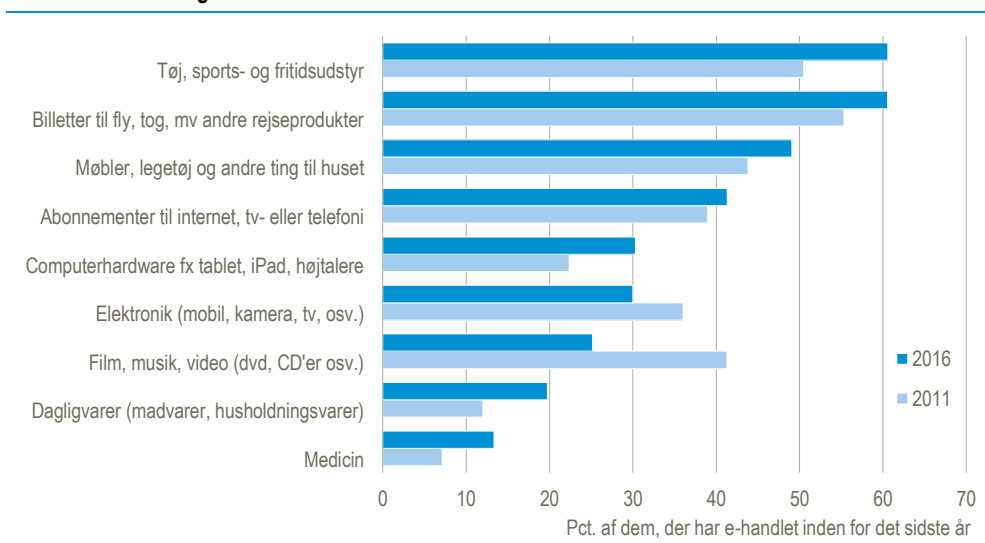
### Hypighed og omfang af nethandler fordelt på køn. 2016



### Mænd e-handler dog stadig i større omfang

Mænd er dog fortsat det køn, som handler oftere og for flere penge. Typisk køber mænd også flere forskellige varegrupper eller tjenester. Andelen af mandlige internetkøbere, der køber flere end otte varegrupper, er næsten dobbelt så stor – 16 pct. mod kun 9 pct. hos kvinderne. 12 pct. af digitale købere fylder indkøbskurven med flere end otte forskellige varegrupper eller tjenester.

### Internetkøb af udvalgte varer



## Mere medicin, mad- og dagligvarer i den digitale indkøbskurv

Tøj, overnatning (fx hotelværelser) samt billetter til oplevelser og rejser er fortsat de tjenester og varer, de fleste køber på nettet. Antallet af dem, der klikker sig til dagligvarer og madvarer, er fordoblet på fem år. Flere end 700.000 danskere køber mad- og dagligvarer online i 2016. Medicin er en anden varegruppe, der oplever markant stigning. Næsten en halv mio. borgere anskaffer sig medicin på nettet – det er mere end dobbelt så mange som i 2011. Til gengæld fylder musik, film, CD'er og DVD's mindre i den elektroniske indkøbskurv. Her skal det dog understreges, at disse køb er erstattet af køb af streamingstjenester.

## Internetskøb på tværs af grænser vinder frem

Udenlandske forhandlere tiltrækker stadig flere danske internetkunder. Nethandel på tværs af landegrænser stiger mere end e-handel i danske netbutikker. Det er især mænd, der handler over grænsen. Dette gælder for nethandel både indenfor og udenfor EU's grænser.

## Hyppeghed og omfang (beløbsstørrelse) for internethandel fordelt efter køn. 2016

	Internetskøb			Beløbsstørrelse		
	1-2 gange	3-5 gange	Mere end 5 gange	Under 750 kr.	750-7.500 kr.	Over 7.500 kr.
	pct. af dem, der har e-handlet i de seneste 3 måneder					
Alle	35	36	24	26	49	11
Mænd	32	37	26	22	49	15
Kvinder	38	36	21	29	49	8

## Internethandel fordelt på køn

	2011			2016		
	Alle	Mænd	Kvinder	Alle	Mænd	Kvinder
	pct. af befolkningen 16-89 år					
Har e-handlet indenfor det seneste år	65	69	62	77	77	77
Danske netbutikker	54	57	51	64	65	63
Netbutikker indenfor EU men ikke danske	26	30	22	36	40	31
Netbutikker udenfor EU	11	14	8	16	21	12
	pct. af dem, der har e-handlet inden for det sidste år					
Abonnementer til internet, tv- eller telefoni	39	41	37	41	45	38
Billetter til fly, tog, mv andre rejseprodukter	55	57	54	61	60	61
Computerhardware (tablet, iPad, harddisk, højttalere, tastatur)	22	33	11	30	41	19
Dagligvarer (madvarer, husholdnings-, toiletartikler)	12	10	14	20	18	22
Elektronik (mobil, kamera, tv, osv.)	36	46	25	30	40	19
Film, musik, video (dvd, CD'er, osv.)	41	45	37	25	28	22
Medicin	7	7	7	13	13	14
Møbler, legetøj og andre ting til huset	44	47	41	49	48	50
Overnatning i forbindelse med ferie (hotelreservation)	60	60	59	57	56	58
Tøj, sports- og fritidsudstyr	50	46	55	61	58	63

**Mere information:** Se opgørelserne på [www.dst.dk/stattabel/1535](http://www.dst.dk/stattabel/1535) i Statistikbanken og på [www.dst.dk/it](http://www.dst.dk/it).

**Kilder og metoder:** Undersøgelsen er baseret på resultaterne fra 5.490 gennemførte interviews i marts-maj 2016, blandt et repræsentativt udsnit af den danske befolkning i alderen 16-89 år. Stikprøven er dannet ved simpel tilfældig udvælgelse fra cpr-registret.

Digitale købere er defineret som dem, der har handlet på nettet indenfor de sidste 12 måneder.

Læs mere om kilder og metoder [statistikdokumentationen](#).

**Næste offentliggørelse:** *It-anvendelse i befolkningen 2017* udkommer uge 24 i 2017.

**Henvendelse:** Agnes Tassy, tlf. 39 17 31 44, [ata@dst.dk](mailto:ata@dst.dk)