

It-anvendelse i befolkningen - EU-sammenligninger

2016

**It-anvendelse
i befolkningen
– EU-sammenligninger
2016**

It-anvendelse i befolkningen – EU-sammenligninger 2016

Udgivet af Danmarks Statistik
Maj 2017
Foto omslag: Colourbox

Pdf-udgave

Kan hentes gratis på
www.dst.dk/Publ/ItBefolkningEU
eller på

Danmarks Statistiks temaside om it på
www.dst.dk/it

ISBN 978-87-501-2251-7
ISSN 2245-9987

Adresser:

Danmarks Statistik
Sejrgade 11
2100 København Ø

Tlf. 39 17 39 17

e-mail: dst@dst.dk
www.dst.dk

Forfattere:

Kamilla Elkjær, Ea Lahn Mittet og Agnes Tassy
Erhvervslivets Udvikling, Danmarks Statistik.

© Danmarks Statistik 2017

Du er velkommen til at citere fra denne publikation.
Angiv dog kilde i overensstemmelse med god skik.

Det er tilladt at kopiere publikationen til privat brug.
Enhver anden form for hel eller delvis gengivelse eller mangfoldiggørelse
af denne publikation er forbudt uden skriftligt samtykke fra Danmarks Statistik.
Kontakt os gerne, hvis du er i tvivl.

Når en institution har indgået en kopieringsaftale med COPY-DAN,
har den ret til - inden for aftalens rammer - at kopiere fra publikationen.

Forord

Digitaliseringen og udbredelsen af informationsteknologi (it) har i løbet af et par årtier ændret de fleste aspekter af vores liv, bl.a. kommunikation, sociale interaktioner, arbejdsliv, fritid og praktiske gøremål. Den rivende udvikling bringer utallige muligheder med sig, men samtidigt skaber den også udfordringer. Digitaliseringens fremmarch skaber behov for forståelse af digitaliseringens konsekvenser for vores daglige adfærd.

For at imødekomme efterspørgslen efter pålidelige og repræsentative informationer har de nationale statistikkontorer i EU i årevis indsamlet statistik om anvendelsen af it. Takket være et samarbejde mellem Danmarks Statistik og Digitaliseringsstyrelsen, Ældre Sagen samt Kulturstyrelsen er undersøgelsen i Danmark gennemført med udvidet indhold.

Denne publikation belyser udelukkende resultaterne fra det seneste harmoniserede EU-spørgeskema for 2016, der muliggør sammenligning på tværs af landegrænser, mens den danske undersøgelses samlede resultater offentliggøres i en separat årspublikation, jf. www.dst.dk/it.

Benchmarkingen af de danske resultater sætter udviklingen i perspektiv. Dermed bliver det nemmere at vurdere, hvordan det går med danskernes brug af nye teknologier sammenlignet med udviklingen i andre lande.

Sidst i publikationen er der i år et udvidet afsnit om it-sikkerhed - et emne, som den seneste EU-undersøgelse havde særligt fokus på. Afsnittet belyser to hovedemner: deling og beskyttelse af personlige oplysninger. Hvilken type oplysninger angives mest på nettet og i hvilke lande? Hvor gode er vi til digitalt selvforsvar? Hvordan administrerer vi uvedkommendes adgang til personlige oplysninger på nettet? Hvor udbredt er det at begrænse andres adgang til profil og indhold på sociale netværkstjenester? Hvor mange kender til cookies og deres virkning?

Publikationen er udarbejdet af specialkonsulent Agnes Tassy, afdelingsleder Ea Lahn Mittet og afdelingsleder Kamilla Elkjær.

Danmarks Statistik, maj 2017

Jørgen Elmeskov, rigsstatistiker

Peter Bøegh Nielsen, kontorchef

Indholdsfortegnelse

Sammenfatning	5
1 Adgang til internet.....	7
1.1 Introduktion.....	7
1.2 Familiernes adgang til internet og bredbånd i hjemmet.....	7
2 Brug af internet.....	10
2.1 Internetadgang fra adskillige it-udstyr.....	10
2.2 Senest internetbrug og hyppighed af internetbrug.....	11
3 It-vaner	14
3.1 Kommunikation.....	14
3.2 Sociale netværkstjenester	15
3.3 Informationsøgning.....	16
3.4 Netbank.....	17
3.5 Kontakt til offentlige myndigheder	19
3.6 Internetkøb	21
4 Informationssikkerhed	30
4.1 Deling af personlige oplysninger	30
4.2 Digitalt selvforsvar	33
5 Fakta om undersøgelsen	42
5.1 Kilder og metode	42
5.2 Mere information	42

Sammenfatning

<i>Indholdet</i>	Denne publikation belyser europæernes anvendelse af it i bred forstand baseret på besvarelser fra et repræsentativt udsnit af borgere i Danmark og i de øvrige EU-lande i 2016. Data indsamles ved hjælp af et harmoniseret spørgeskema, der muliggør sammenligningen på tværs af landene.
<i>Fokus på sammenligning af danske resultater med tal fra andre lande</i>	Undersøgelsen omfatter udbredelse og anvendelse af informationsteknologi, herunder adgang til og anvendelse af internet, internethandel, sociale medier, brug af netbank samt digital selvbetjening. Diverse spørgsmål om it-sikkerhed og beskyttelse af personlige oplysninger belyses i publikationens sidste afsnit.
<i>Danmark er digital frontløber i EU</i>	Statistikken bekræfter andre undersøgelser i den konklusion, at Danmark ligger fortsat i toppen af EU, når der handler om borgernes it-anvendelse. Det gælder blandt andet digital selvbetjening, internetkøb, brug af netbank og sociale netværkstjenester.
<i>Vigtigste resultater</i>	<p>Blandt årets resultater er følgende:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Danskerne angiver personlige oplysninger på nettet i stor stil sammenlignet med andre EU-lande. • Samtidigt er danske internetbrugere bedre til digitalt selvforsvar og beskytter sig på nettet, fx ved at begrænse andres adgang til geografisk placering eller profil mv. på sociale medier. • Tre ud af fem danske internetbrugere begrænser adgang til profil og eget indhold på sociale netværkstjenester. EU-gennemsnittet ligger på 40 pct. af internetbrugere. • Danskerne er førende i EU mht. digital selvbetjening. 88 pct. af danskerne har besøgt de offentlige myndigheders hjemmesider, mod 48 pct. EU-borgerne. • Andelen af danskere, der indsender udfyldte blanketter til det offentlige, er fordoblet siden 2008. • Storbritannien har den største andel, som handler på nettet, 83 pct., tæt fulgt af Danmark, der ligger på andenpladsen med 82 pct. I gennemsnit handler 55 pct. af europæerne online i 2016. • Internetkøb i EU er generelt mere udbredt hos mændene. I Danmark er det omvendt, danske kvindelige e-handlende har overhalet mændene. • Ca. syv ud af ti europæiske e-handlende oplever ingen problemer i forbindelse med deres online køb. Andelen er den samme i Danmark. • Norge er det land i Europa, hvor flest "går i banken" via internettet. 91 pct. af nordmændene og 88 pct. af danskerne mellem 16 og 74 år bruger netbank. • Andelen af de 16-74-årige borgere i EU, som er tilknyttet en eller flere sociale netværkstjenester, er stigende. I 2011 havde 38 pct. en profil på fx Facebook eller Instagram, mens andelen udgjorde 52 pct. i 2016. • 74 pct. af danskerne er knyttet til mindst én social netværkstjeneste. • Mobiltelefoner er de mest anvendte udstyr til internetadgang i Europa. Næsten fire ud af fem internetbrugere surfer på nettet via mobilen. Laptops er det næstmest foretrukne udstyr til internetadgang (64 pct.) efterfulgt af stationær computer (54 pct.) og tablets (44 pct.). • 14 pct. af europæerne mellem 16 og 74 år er ikke online. Det svarer til ca. 53 mio. personer. 71 pct. af EU-borgerne er på nettet dagligt – andelen er 89 pct. i Danmark. Danmark er et af de lande, hvor andelen af dem, der aldrig er på nettet, er lavest (2 pct.).

Fakta om undersøgelsen

Publikationen bygger på oplysninger fra undersøgelsen It-anvendelse i befolkningen 2016. Undersøgelsen er baseret på et fælles EU-spørgeskema (ICT usage by individuals and in households 2016).

Den danske undersøgelse er udarbejdet på baggrund af 4.271 besvarelser fra respondenter mellem 16 og 74 år med bopæl i Danmark. Undersøgelsen i Danmark er udvidet både i forhold til hvem der spørges, og hvilke spørgsmål der stilles. Ud over den harmoniserede gruppe af respondenter mellem 16-74 år og den harmoniserede liste over spørgsmål, inkluderer den danske undersøgelse respondenter i alderen 15-89 år, samt en række ekstra spørgsmål. Den danske statistik er i alt baseret på 5.922 gennemførte svar fra personer mellem 15-89 år.

Dataindsamlingen er foretaget i foråret 2016 ved hjælp af telefoninterviews eller web-skema.

Resultaterne er opregnede, dvs. vægtet ud fra baggrundsvariable, svarende til en 100 pct. dækning af de undersøgte befolkningsgrupper. Herved er der bl.a. taget højde for forskelle i antallet af besvarelser fra de enkelte grupper.

Andre tal om informationssamfundet

Statistikken om informationssamfundet omfatter også undersøgelsen *It-anvendelse i virksomheder*.

Begge undersøgelser samt tidligere års resultater er tilgængelige på www.dst.dk/it.

Oplysninger om it-anvendelse i andre EU-lande findes på [Eurostats hjemmeside](http://Eurostats).

1 Adgang til internet

1.1 Introduktion

Internationale sammenligninger

I denne publikation sammenlignes de danske resultater fra 'It-anvendelse i befolkningen 2016' med resultater fra udvalgte europæiske lande. Datagrundlaget er som altid befolkningen mellem 16-74 år, idet det er denne afgrænsning, som anvendes i alle EU-lande. Når denne publikation omtaler tal for EU, omfatter dette samtlige 28 lande, der pr. 31. december 2016 var medlem af EU – uanset statistikåret.

Publikationen belyser internetanvendelse målt som andel af befolkningen mellem 16-74 år – med undtagelse af afsnit to om familiernes adgang til internet. Her er resultaterne opgjort som andel af familier. Udvalgte indikatorer vedrørende e-handel og it-sikkerhed baseres på andelen af henholdsvis e-handlende og internetbrugere.

Definitioner

E-handlende er borgere mellem 16-74 år, der har handlet på internettet inden for de seneste 12 måneder ved dataindsamlingstidspunktet (forår 2016). Se tallene i Tabel 3.1.

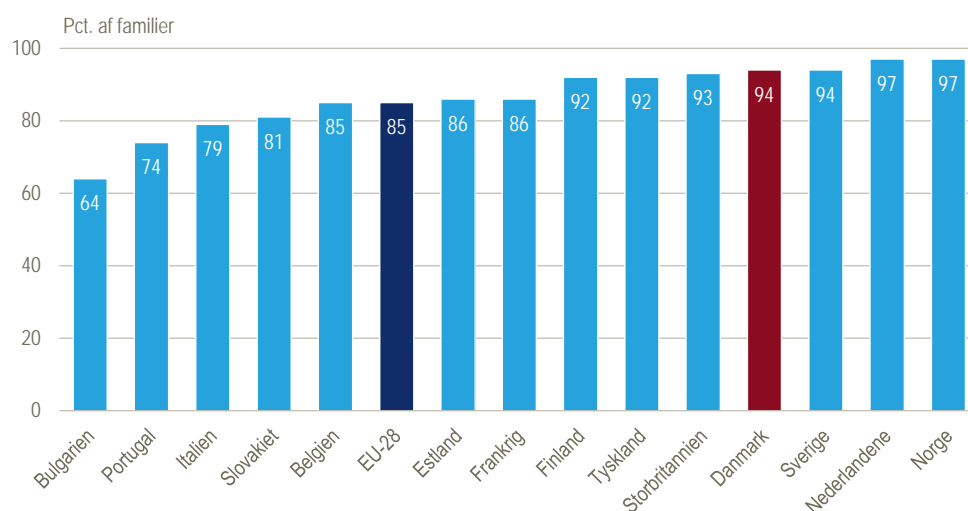
Internetbrugere er borgere mellem 16-74 år, der har anvendt internettet inden for de seneste 12 måneder ved dataindsamlingstidspunktet (forår 2016). Se tallene i Tabel 2.2.

1.2 Familiernes adgang til internet og bredbånd i hjemmet

Flest med hjemmeopkobling i Nederlandene og i Norge

I alt har 94 pct. af alle danske familier adgang til internet i hjemmet. Nederlandene og Norge topper listen over lande med flest hjem med opkobling til internettet. 97 pct. af familierne er koblet til nettet i begge lande. I gennemsnit har 85 pct. af europæiske familier adgang til internettet i deres hjem. I 2010 var det 70 pct. af alle familier i EU, der kunne tilgå internettet fra deres hjem.

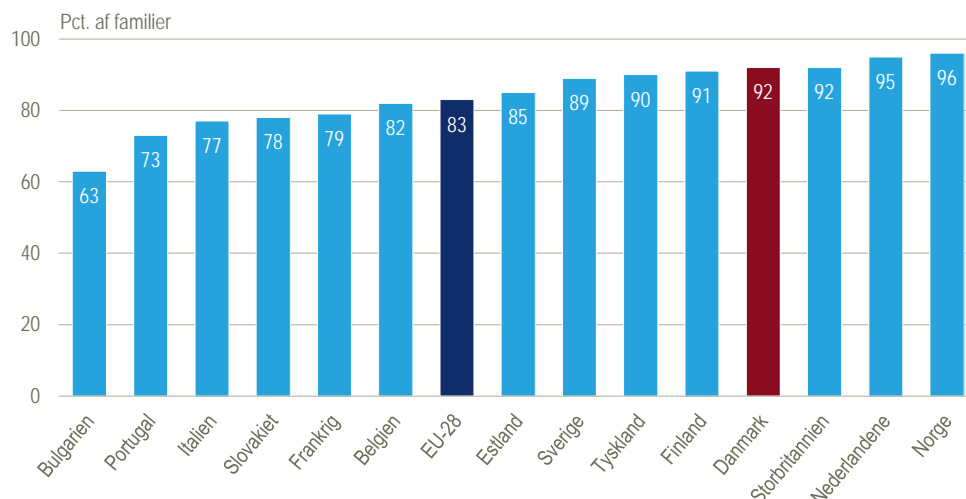
Figur 1.1 Adgang til internet i udvalgte lande. 2016



Fire ud af fem familier i EU har bredbånd

Udbredelsen af bredbånd er ligeledes størst i Norge og Nederlandene, efterfulgt af Storbritannien og Danmark. I Danmark har 92 pct. af familier bredbånd i deres hjem, hvilket betyder, at 9 procentpoint flere danske familier bor i et hjem med bredbånd sammenlignet med EU-gennemsnittet. Gennemsnittet for EU lå på 83 pct. i 2016 – 22 procentpoint højere end gennemsnittet i 2010. EU-gennemsnittet for 2015 lå på 80 pct.

Figur 1.2 Bredbånd i hjemmet - udvalgte lande. 2016



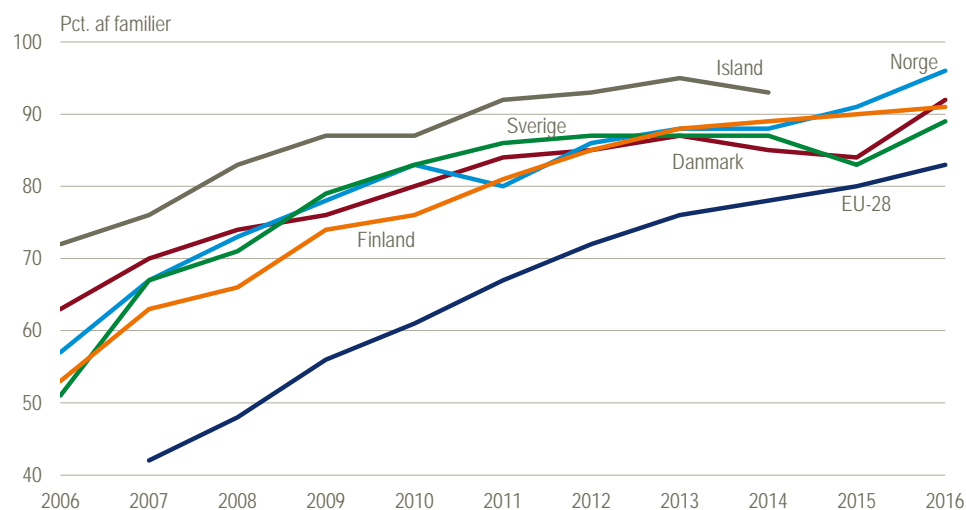
Færrest familier med bredbånd i Bulgarien

Udbredelsen af bredbånd er mindst i Bulgarien (63 pct.), Grækenland (68 pct.) og Rumænien (70 pct.). Der er dog sket en stor udvikling – udbredelsen af bredbånd i de tre lande er steget med hhv. 37, 27 og 47 procentpoint fra 2010 til 2016. Dermed er Rumænien det EU-land, som har oplevet den største stigning i udbredelsen af bredbånd i løbet af de sidste seks år.

Stigningen i udbredelsen er generelt aftagende

Udbredelsen af bredbånd har været stærkt stigende i de fleste lande de seneste ti år. Stigningen har i mange lande været markant i perioden 2004-2009 og mere aftagende de seneste tre-fire år. På trods af denne generelle trend har flere lande i Norden, herunder Danmark, oplevet en mere markant stigning fra 2015 til 2016 i forhold til perioden 2014 til 2015. Antallet af husstande med en bredbåndsforbindelse til internettet er i mange lande tre- eller firedoblet siden 2005.

Figur 1.3 Bredbånd i hjemmet – nordiske lande

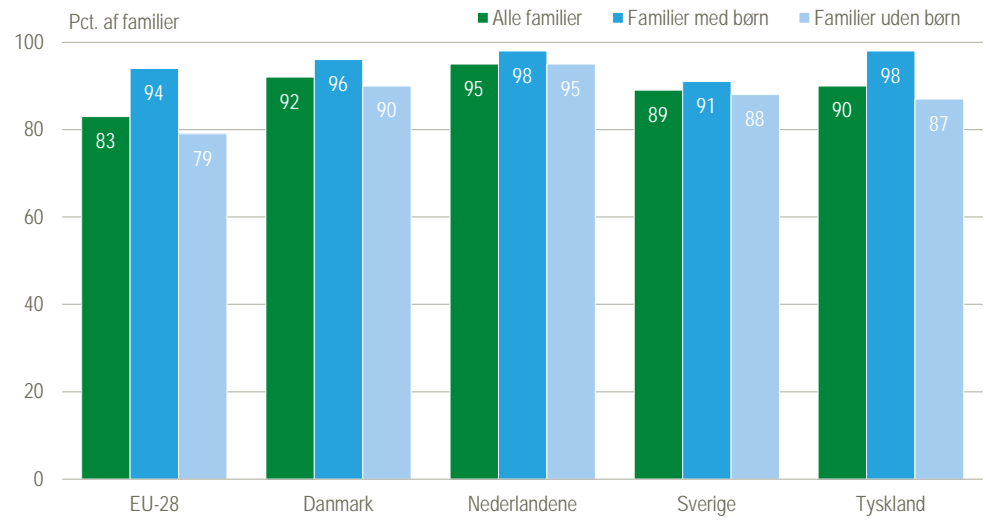


Anm: Data for Island ikke tilgængelige for årene 2015 og 2016.

Børn gør en forskel

En observation, der gælder i alle lande, er, at hjemmeboende børn betyder en højere andel af familier med adgang til bredbånd i hjemmet. Andelen af europæiske hjem med bredbånd er 94 pct. blandt familier med hjemmeboende børn. Bredbåndsadgang i hjemmet er mindre udbredt blandt familier uden børn.

Figur 1.4 Adgang til bredbånd, familier med og uden hjemmeboende børn i udvalgte lande. 2016



Kun 2 pct. af tyske og hollandske børnefamilier har ikke bredbånd i hjemmet

Samme tendens er gældende for Danmark, hvor én ud af ti familier uden børn ikke har adgang til bredbånd i hjemmet. Den tilsvarende andel er kun 4 pct. blandt de danske børnefamilier. Forskellen er også tydelig i andre lande, selvom den falder over tid. Kun 2 pct. af tyske og hollandske børnefamilier har ikke bredbånd i hjemmet.

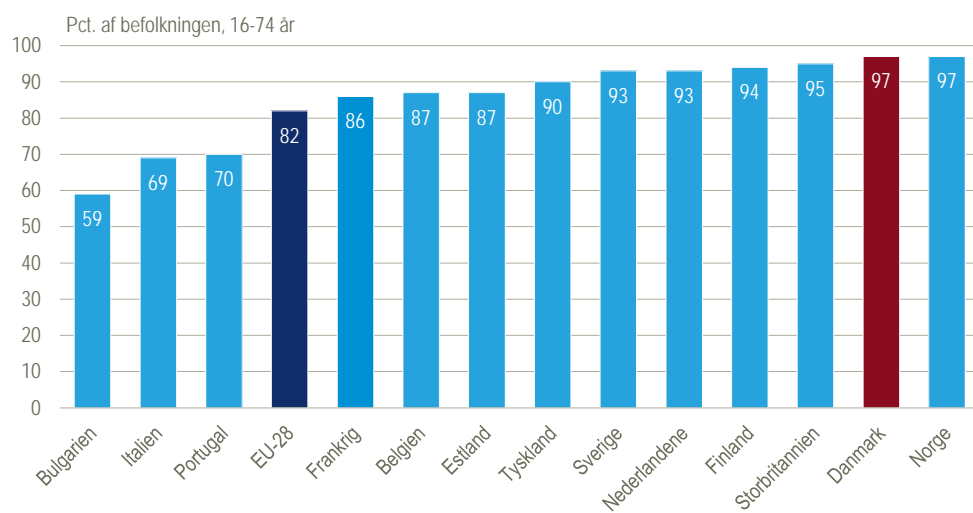
2 Brug af internet

2.1 Internetadgang fra adskillige it-udstyr

Otte ud af ti på nettet i EU-28

Otte ud af ti europæere mellem 16 og 74 år brugte internettet i 2016, ofte fra adskillige it-udstyr, fx smartphone, desktop computer eller tablet. Andelen af internetbrugere nærmer sig 100 pct. og er højest i Norge og Danmark.

Figur 2.1 Internetbrug, 2016



Internetadgang via mobilen hitter

Mobiltelefoner og smartphones er de mest anvendte udstyr til internetadgang i Europa. Næsten fire ud af fem internetbrugere surfer på nettet via mobilen. Laptops er det næstmest foretrukne udstyr til internetadgang (64 pct.) efterfulgt af stationær computer (54 pct.) og tablets (44 pct.).

Internetadgang på mobil mest brugt i Spanien

85 pct. af danske internetbrugere surfer på nettet via deres mobil. Spanierne er europamestre i at gå på nettet fra mobilen: hele 93 pct. af internetbrugere gør det. Den tilsvarende andel er 89 pct. i Norge og 88 pct. i Nederlandene.

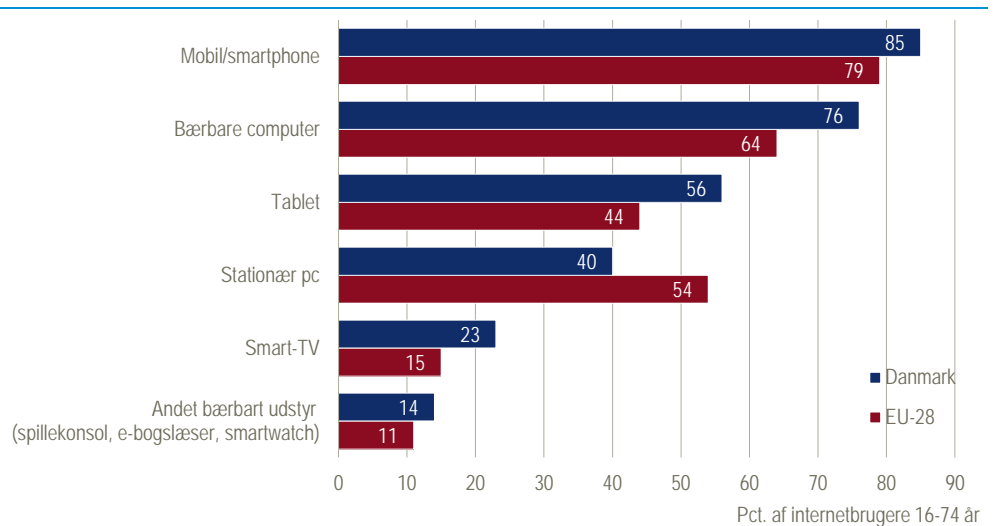
Internet via Smart-TV og smartwatch

Ca. 15 pct. af internetbrugere kobler sig på internettet via smart-TV. Den tilsvarende andel er dobbelt så stor (30 pct.) i Norge og ca. 23 pct. i Danmark. Omkring 14 pct. af danske internetbrugere har været på nettet via spillekonsol, e-bogslæser eller smartwatch.

Udbredt brug af bærbart udstyr til internetadgang

Stationær pc er det eneste udstyr, som anvendes til internetadgang af en mindre andel af danske internetbrugere i forhold til EU-gennemsnittet. Det er nemlig mere populært i Danmark at gå på nettet via mobiltelefoner, bærbare computere, tablets, smart-TV og andet bærbart udstyr i sammenligning med EU-gennemsnittet.

Figur 2.2 It-udstyr brugt til internetadgang, 2016



Tabel 2.1 Udstyr anvendt til internetadgang, 2016

	Stationær computer	Bærbare eller laptop	Tablet	Mobil-telefon eller Smartphone	Andet bærbart udstyr (spillekonsol, e-bogslæser, smartwatch)	Smart-TV
	pct. af internetbrugere, 16-74 år					
Belgien	53	78	49	78	7	11
Bulgarien	58	51	19	71	2	6
Danmark	40	76	56	85	14	23
EU-28	54	64	44	79	11	15
Finland	51	78	52	81	8	20
Frankrig	60	63	46	71	10	9
Grækenland	49	62	31	66	3	7
Irland	25	67	37	84	5	8
Italien	50	31	29	79	6	7
Nederlandene	64	80	66	88	14	26
Norge	33	84	66	89	22	30
Rumænien	68	37	26	70	1	5
Spanien	45	58	42	93	12	16
Storbritannien	45	70	61	86	21	25
Sverige	43	70	49	84	6	27
Tyskland	67	71	55	82	17	20

2.2 Senest internetbrug og hyppighed af internetbrug

14 pct. har aldrig været på nettet i EU

Andelen af befolkningen, som aldrig har brugt internettet, var 14 pct. i 2016. Sammen med Norge og Luxembourg er Danmark det land i Europa, hvor den største andel af landets befolkning er online.

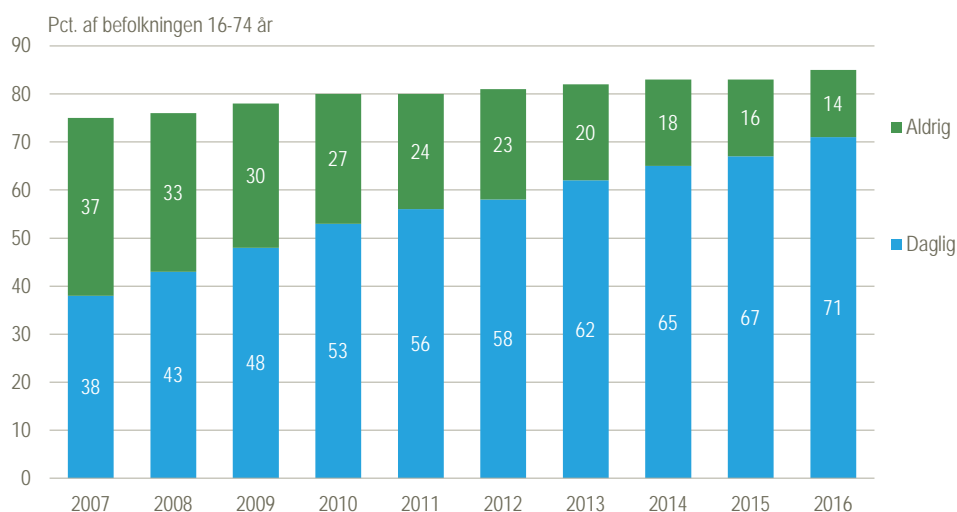
Definition af internetbrugere

Internetbrugere defineres i denne publikation, fx i kapitel 4, som dem, der har anvendt internettet i det seneste år.

Tabel 2.2 Hvornår har du senest brugt internettet? 2016

	Senest brugt internettet			
	Seneste 3 måneder	3-12 måneder	Seneste 12 måneder	Aldrig
	pct. af befolkningen, 16-74 år			
Belgien	87	1	87	11
Bulgarien	59	3	62	33
Danmark	97	0	97	2
Estland	87	1	88	10
EU-28	82	2	84	14
Finland	94	0	94	4
Frankrig	86	2	88	10
Grækenland	69	1	70	28
Irland	82	1	83	15
Italien	69	2	71	25
Kroatien	73	1	74	23
Letland	80	1	81	17
Litauen	74	1	75	22
Luxembourg	97	0	98	2
Nederlandene	93	1	94	5
Norge	97	1	98	2
Polen	73	2	75	22
Portugal	70	1	71	26
Rumænien	60	7	66	30
Slovakiet	80	2	83	15
Slovenien	75	1	76	22
Spanien	81	1	81	17
Storbritannien	95	1	95	4
Sverige	93	2	95	3
Tjekkiet	82	1	83	13
Tyskland	90	1	91	8
Ungarn	79	1	81	19
Østrig	84	1	85	13

Figur 2.3 Internetbrug i EU



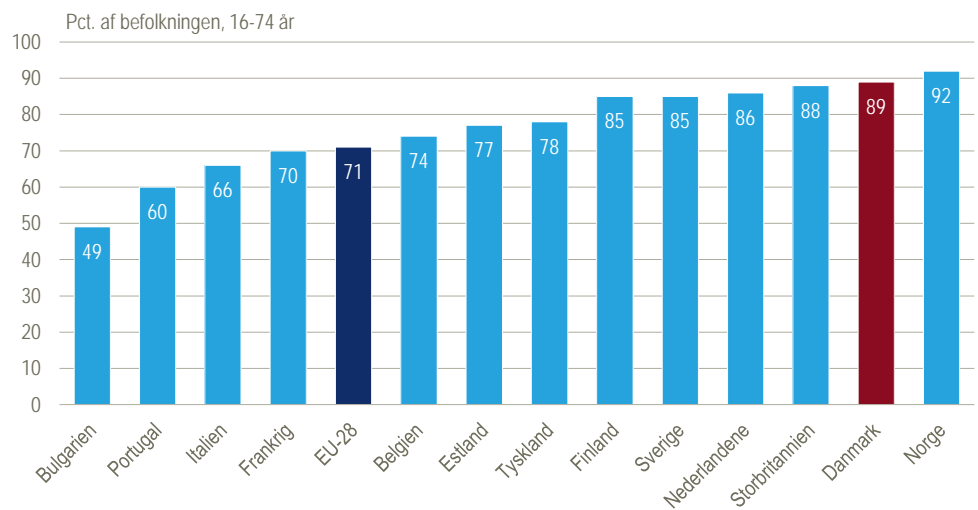
Internetbrug hver dag eller næsten hver dag

Nordmændene topper listen over dagligt internetbrug. I 2016 anvendte 92 pct. af den norske befolkning internettet hver dag eller næsten hver dag. I Danmark er andelen 89 pct. For hele EU gælder, at 71 pct. af EU-borgerne bruger internet dagligt eller næsten dagligt.

Hyppigere internetbrug i Norden

Sammenlignet med hele EU er det en stor andel af befolkningen i Norden, i Storbritannien og i Nederlandene, som anvender internettet hver dag eller næsten hver dag.

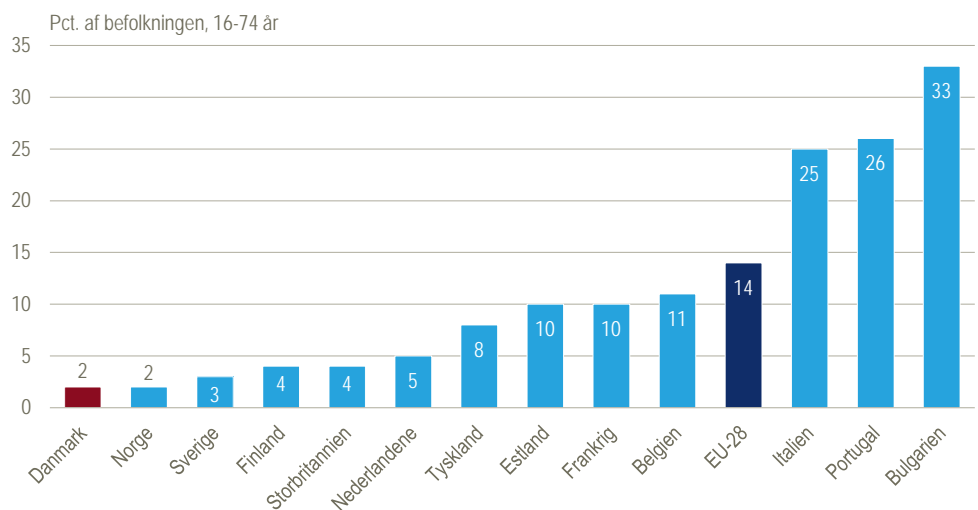
Figur 2.4 Daglig brug af internet i udvalgte EU-lande. 2016



Internetbrug mest udbredt i Danmark og Norge

Andelen af befolkningen, der aldrig bruger internet, er lavest i de nordiske lande, i Nederlandene samt i Storbritannien. I Bulgarien er det én ud af tre, som aldrig har brugt internettet. Den tilsvarende andel er kun 2 pct. i Danmark.

Figur 2.5 Andelen af befolkningen, der aldrig har brugt internet, i udvalgte lande. 2016



53 mio. europæere har aldrig været online

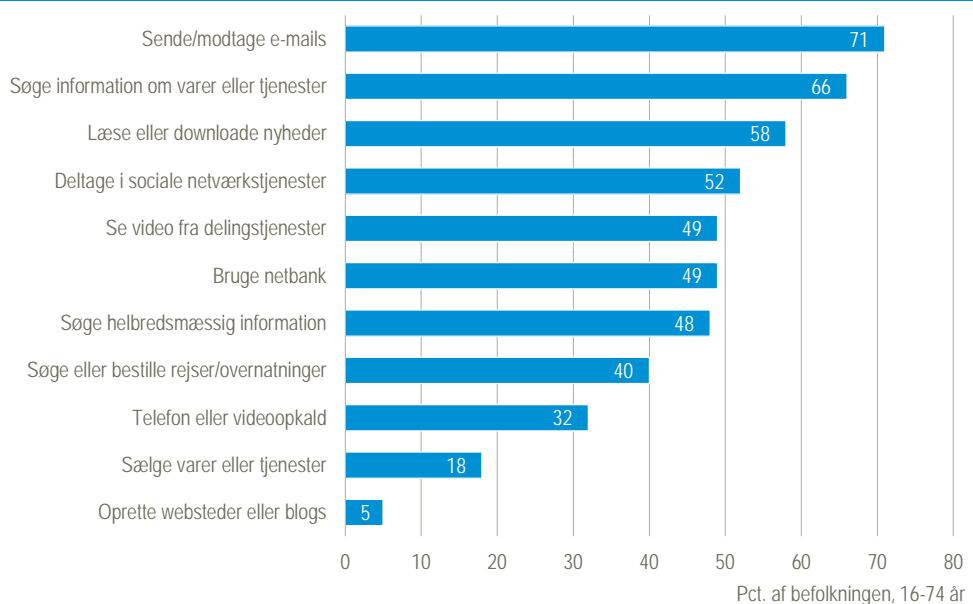
Ca. 14 pct. af befolkningen mellem 16-74 år - eller i alt ca. 53 mio. borgere i de 28 EU-lande – havde aldrig brugt internettet i 2016. Blandt de mange europæere, der ikke var online, var der ca. 100.000 danskere mellem 16 og 74 år.

3 It-vaner

Internettet avendes til en lang række aktiviteter

Internettet anvendes til en lang række formål, bl.a. kommunikation, informations-søgning, internethandel, kontakt til offentlige myndigheder, mv. Anvendelsesmulighederne bliver fortsat flere og flere i takt med, at teknologierne udvikles og internetbrug bliver en del af hverdagen for flere og flere.

Figur 3.1 Udvalgte formål ved internetbrug i EU. 2016



3.1 Kommunikation

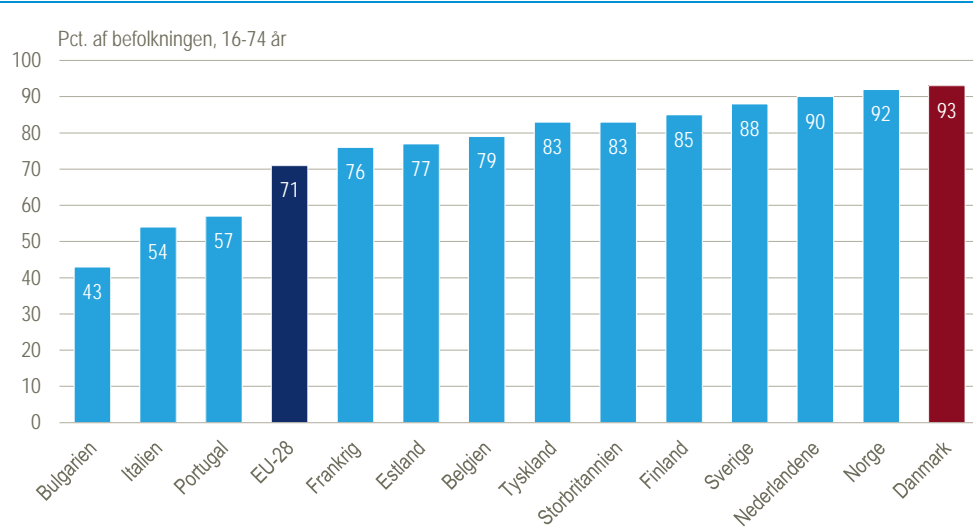
E-mail er fortsat den mest udbredte anvendelse

Den mest udbredte internetanvendelse i EU er fortsat at sende e-mails. At sende eller modtage e-mail har toppet listen over internetaktiviteter i en lang årrække, og 71 pct. af borgerne i EU har svaret, at de bruger internettet til denne kommunikationsform.

E-mailbrug mest udbredt i Danmark

Danmark er det EU-land, hvor den største andel af befolkningen anvender e-mail. I 2016 var det således 93 pct. af danskere mellem 16 og 74 år, der brugte e-mail. Danskerne var hurtige til at tage den digitale kommunikationsform til sig, allerede i 2007 brugte 74 pct. af danskere e-mail.

Figur 3.2 Brug af e-mail. 2016

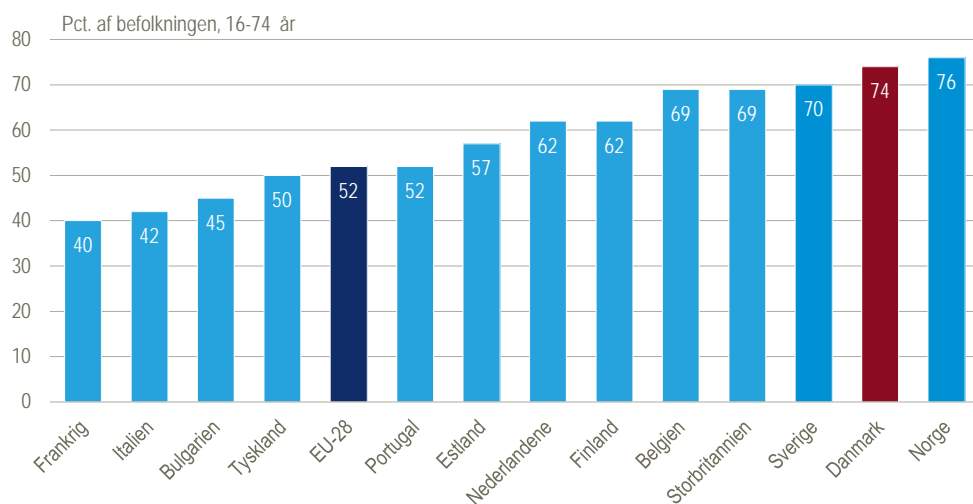


3.2 Sociale netværkstjenester

Hver anden bruger sociale netværkstjenester

Hver anden europæer er tilknyttet en eller flere sociale netværkstjenester online. I Danmark ligger andelen på 74 pct. Dermed ligger Danmark på plads nummer to i brug af sociale netværkstjenester lige efter Norge, hvor ca. 76 pct. af befolkningen anvender sociale netværkstjenester. EU-gennemsnittet ligger på 52 pct.

Figur 3.3 Tilknytning til sociale netværkstjenester. 2016



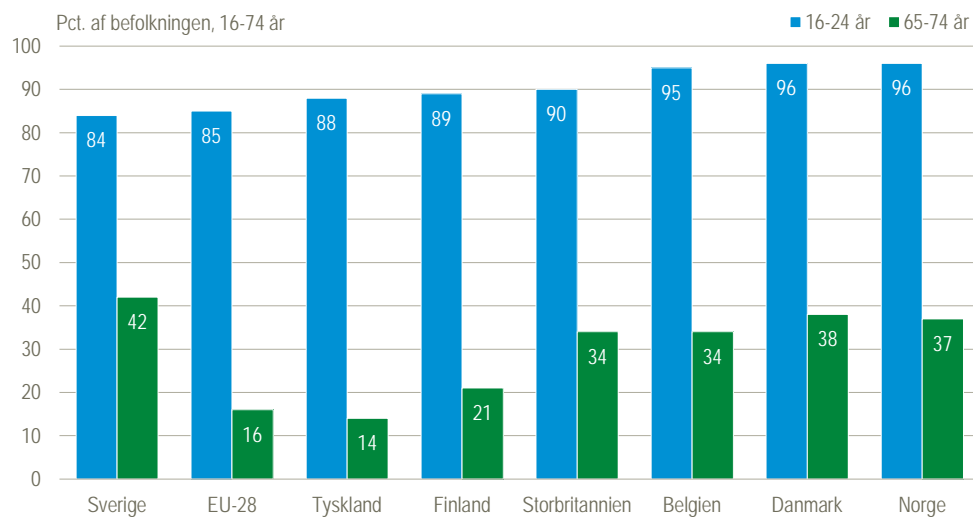
Stort set alle unge bruger Facebook eller lignede tjenester

Der er en stærk sammenhæng mellem alder og anvendelsen af sociale netværkstjenester. Jo yngre man er, jo mere sandsynligt er det, at ens kammerater anvender en eller flere netværkstjenester online, uanset hvilket EU-land man bor i.

Skandinaviske seniorer er mere aktive på sociale netværkstjenester

Kun 16 pct. af europæere mellem 65 og 74 år bruger sociale tjenester online mod 85 pct. af den yngste befolkningsgruppe (16-24 år). I Danmark er andelen af seniorbrugere 38 pct. Svenske ældre er mest aktive på Facebook og andre sociale netværkstjenester online.

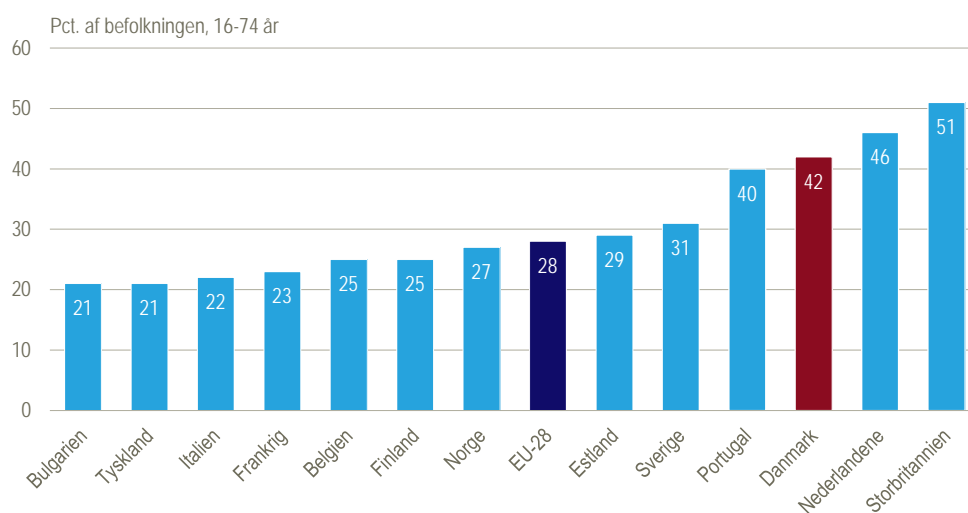
Figur 3.4 Sociale netværkstjenester fordelt på alder i udvalgte lande. 2016



Hver anden brite deler billeder og tanker på nettet

Briterne er flittige til at dele selvskabt indhold som billeder, videoer, kommentarer, blogopslag mv. på nettet. Hver anden uploader 'eget' indhold med henblik på deling med andre. Dermed er Storbritannien det land i Europa, hvor deling af eget indhold er mest udbredt. Andelen af danskere, der deler selvskabt indhold på nettet og deler eksempelvis billeder med andre, var 42 pct. i 2016. Den tilsvarende andel var 28 pct. for de 28 EU-lande.

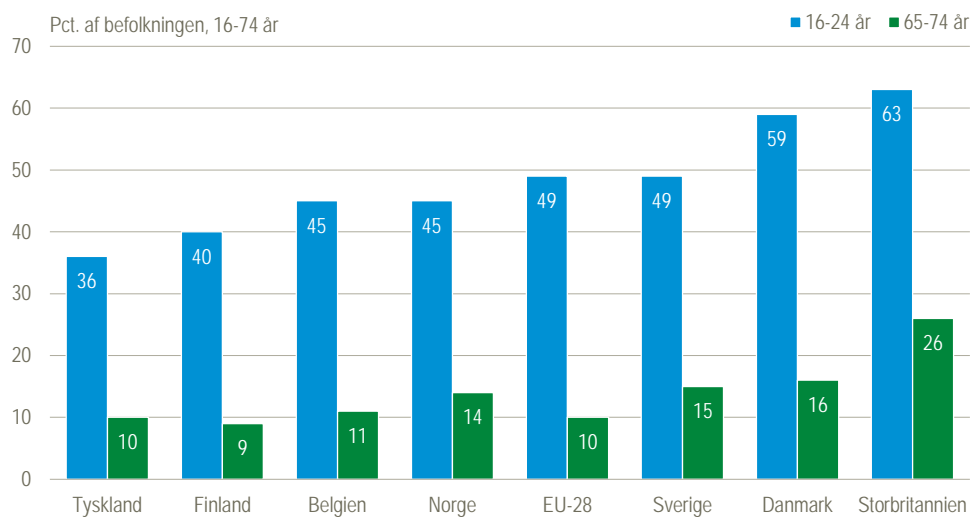
Figur 3.5 Upload af billeder og andet 'selvskabt' indhold med henblik på deling med andre. 2016



Ældre internetbrugere deler mindre på nettet

Uanset hvilket land vi taler om, er de yngre væsentligt mere villige til at dele selvskabt indhold med andre. Tre ud af fem danskere mellem 16 og 24 år deler indhold mod kun ca. 16 pct. i aldersgruppen 65-74 år. Alderskløften er mindre markant i Tyskland og i Finland, når det handler om deling af eget indhold på nettet

Figur 3.6 Upload af billeder og andet 'selvskabt' indhold med henblik på deling med andre. 2016



3.3 Informationsøgning

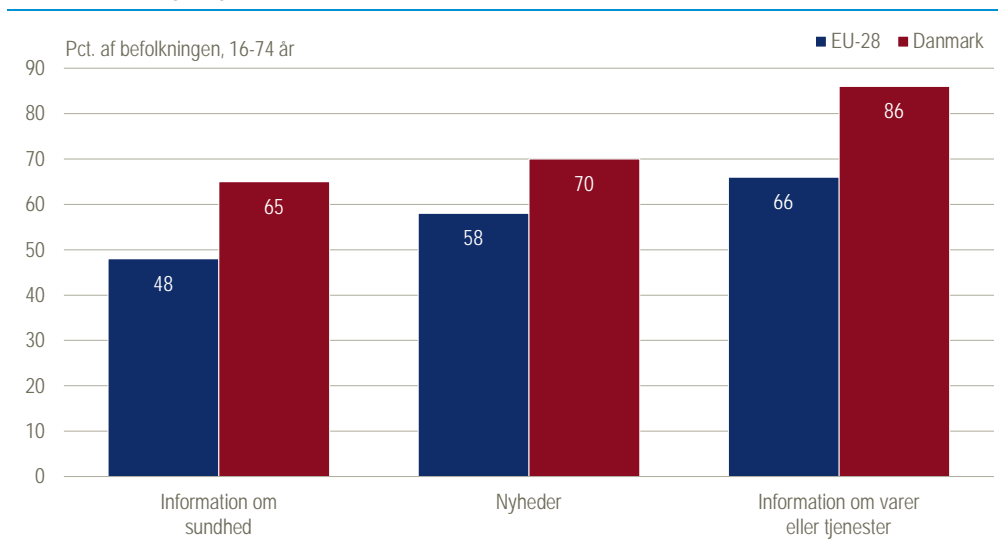
Information om varer eller tjenester

Informationssøgning om varer eller tjenester er et af de mest populære formål ved internetbrug. Ni ud af ti danskere og syv ud af ti EU-borgere bruger internettet til at finde information om varer og tjenester eller til at sammenligne priser.

Populært at søge sundhedsrelateret information

Næsten lige så mange finder sundhedsmæssige informationer på nettet eller læser online nyheder. Ca. halvdelen af EU-borgere bruger internettet som kilde til sundhedsmæssig viden, mens det samme gælder for to ud af tre danskere. Samme andel, altså to ud af tre danskere, finder nyheder på nettet.

Figur 3.7 Informationssøgning på internettet. 2016

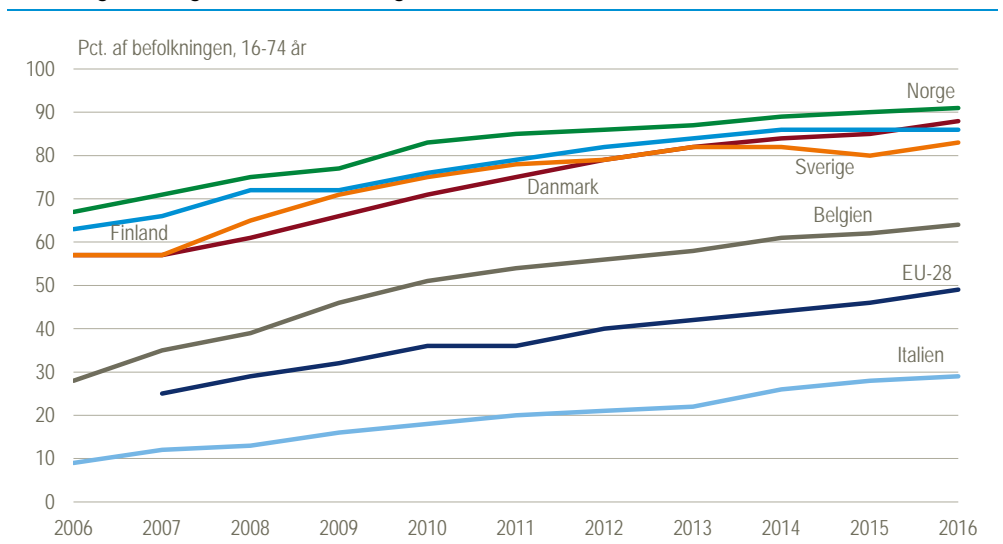


3.4 Netbank

Fortsat vækst

Andelen af borgere i EU, der anvender netbank, er næsten fordoblet de seneste ni år. Andelen lå i 2016 på 49 pct., mod 25 pct. i 2007.

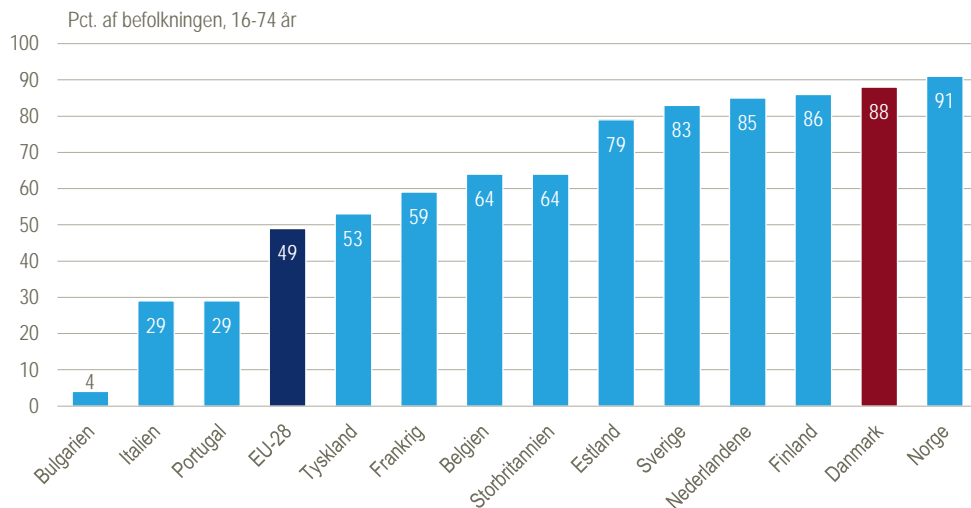
Figur 3.8 Udviklingen i brug af netbank i udvalgte lande



Flest netbankskunder i Norge

Norge fører på listen over andelen af netbank-brugere. Her er det 91 pct. af befolkningen, som 'går i banken' via internettet. Udbredelsen af internetbankbrug er ligeledes mindst 85 pct. i Finland, Danmark og Nederlandene.

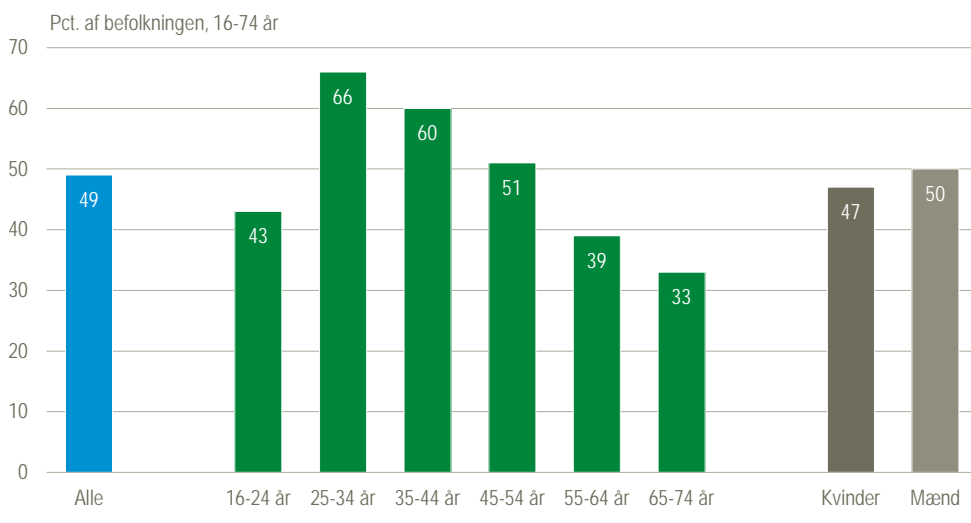
Figur 3.9 Brug af netbank i udvalgte lande. 2016



Køn gør ikke forskel, men det gør alder

Netbankskunderne i EU er stort set lige fordelt mellem mænd og kvinder. Til gengæld er der en forskel i udbredelsen af netbank, når man ser på aldersfordelingen. Brug af netbank er mest populært i aldersgruppen 25-34 år (66 pct.) og 35-44 år (60 pct.).

Figur 3.10 Brug af netbank i EU-28 fordelt på alder og køn. 2016



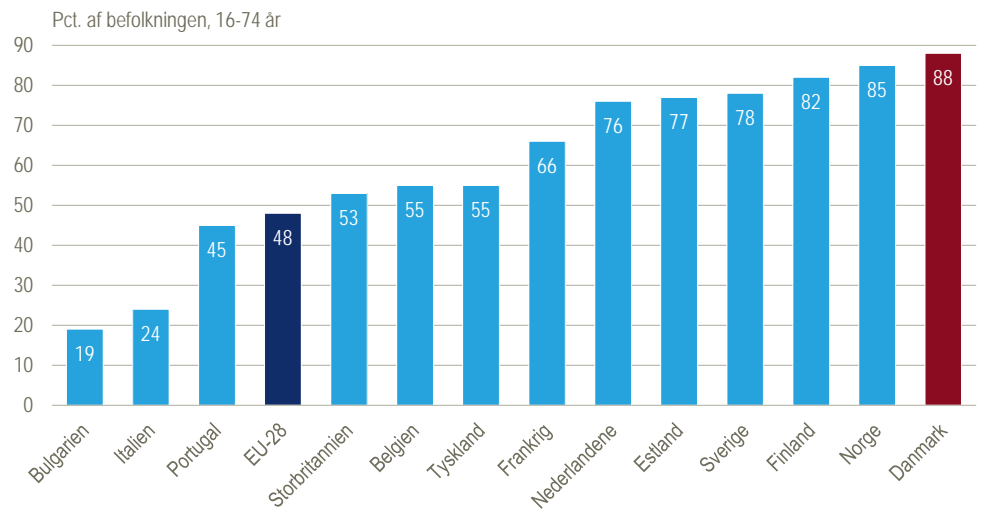
3.5 Kontakt til offentlige myndigheder

*Mest selvbetjening
i Danmark*

Digital selvbetjening er mest udbredt i Norden og i Nederlandene. Her anvender mindst tre ud af fire borgere internettet til kontakt til det offentlige.

Figur 3.11

Digital selvbetjening i udvalgte lande. 2016



*Danskerne er
EU-mestre i
selvbetjening*

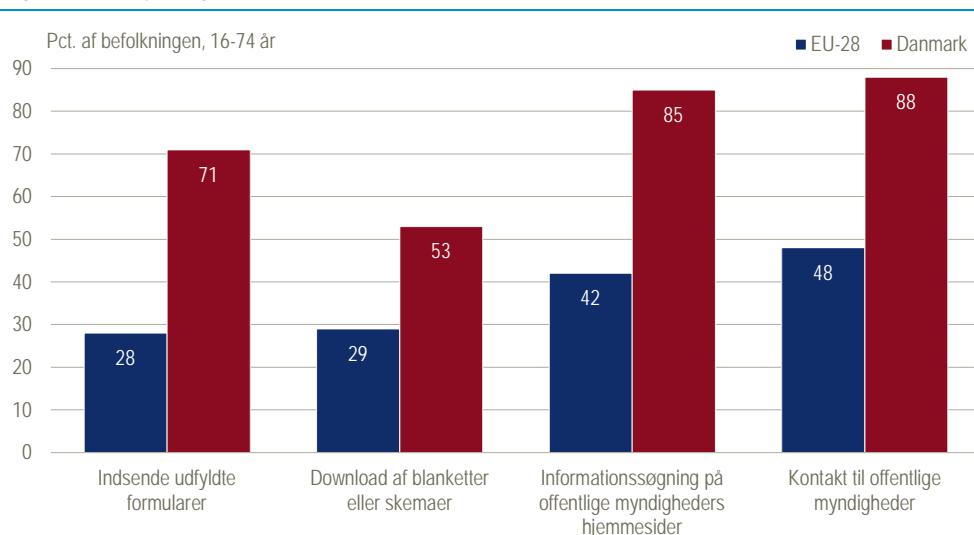
85 pct. af danskere har søgt informationer på offentlige myndigheders hjemmesider, hentet blanketter eller indsendt oplysninger digitalt inden for de seneste 12 måneder. 53 pct. henter skemaer eller blanketter fra fx kommunens hjemmeside og 71 pct. sender oplysninger, fx i form af udfyldte blanketter til statslige eller kommunale myndigheder via internetsider. Danskernes kontakt til offentlige myndigheder ligger et godt stykke over EU-gennemsnittet på alle tre områder.

Obligatorisk selvbetjening i Danmark

Som et led i udmøntningen af Den Fællesoffentlige Digitaliseringsstrategi 2011-2015 har Folketinget vedtaget fire samlelove om obligatorisk digital selvbetjening i årene 2012, 2013, 2014 og 2015. Dermed blev det obligatorisk for danskerne at bruge digitale løsninger i deres skriftlige kommunikation med de offentlige myndigheder. Borgere har fået en digital postkasse, hvor de fra 2014 kunne modtage alle breve fra de offentlige myndigheder.

Borgere, der ikke kan bruge de digitale selvbetjeningsløsninger, skal fortsat have mulighed for at foretage ansøgninger, anmeldelser mv. på anden vis. Den enkelte offentlige myndighed anviser, hvordan borgeren i stedet skal indgive en ansøgning, anmeldelse mv., hvis myndigheden i det konkrete tilfælde vurderer, at der foreligger særlige forhold, der gør, at borgeren ikke kan anvende den digitale selvbetjeningsløsning. Særlige forhold kan eksempelvis være særlige handicap, manglende digitale kompetencer, visse socialt udsatte borgere, sprogvanskeligheder mv., der gør, at borgeren ikke kan henvende sig digitalt.

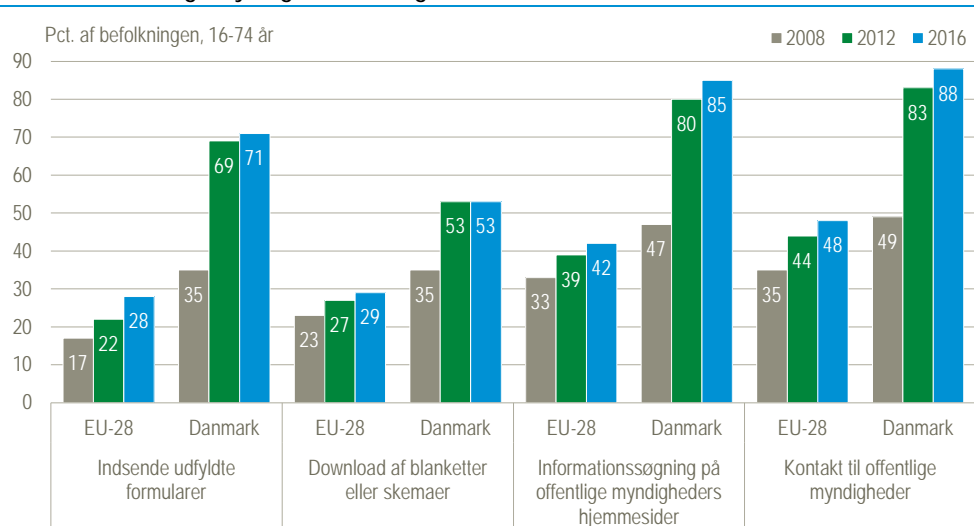
Figur 3.12 Digital selvbetjening i de seneste 12 måneder. 2016



Digitale selvbetjeningsløsninger i stor vækst

Tilslutningen til digitale selvbetjeningsløsninger er steget markant i Danmark mellem 2008 og 2016. Andelen af danskere, der indsender udfyldte blanketter til det offentlige er fordoblet siden 2008 – fra 35 pct. til 71 pct. Udbredelsen af digitale selvbetjeningsløsninger viser en mindre markant stigning, når man ser på hele EU.

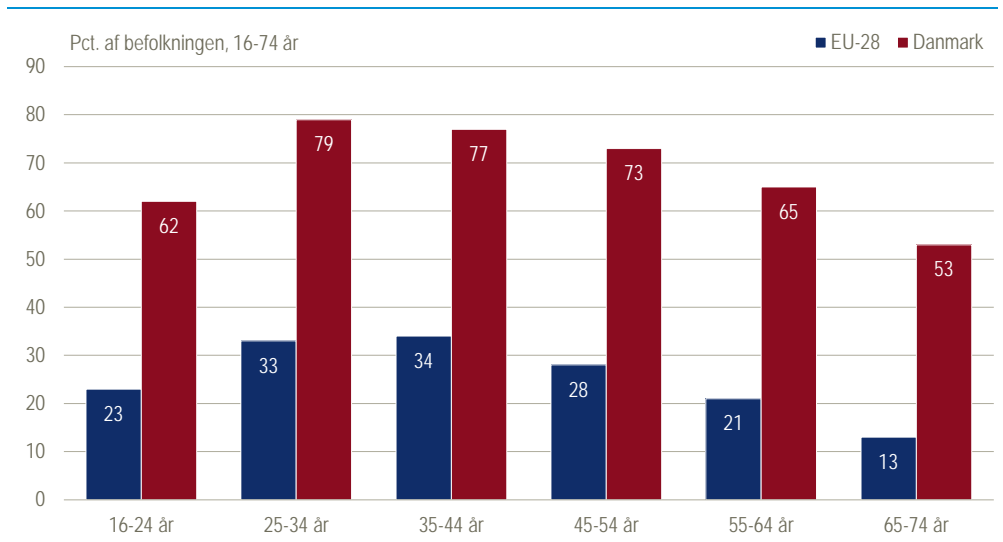
Figur 3.13 Kontakt til offentlige myndigheder, EU og Danmark



Unge og ældre er bagud i forhold til de 25-54 årige

Selv om forskellen mellem Danmark og EU er stor, tegner der sig samme mønster mellem aldersgrupperne på tværs af landene. Digital selvbetjening er mest udbredt blandt de 25-54 årige borgere i hele Europa, mens de unge mellem 16 og 24 år og seniorer mellem 65-74 år ligger lavere end alle de andre aldersgrupper.

Figur 3.14 Indsendelse af udfyldte blanketter mv. til offentlige myndigheder. 2016

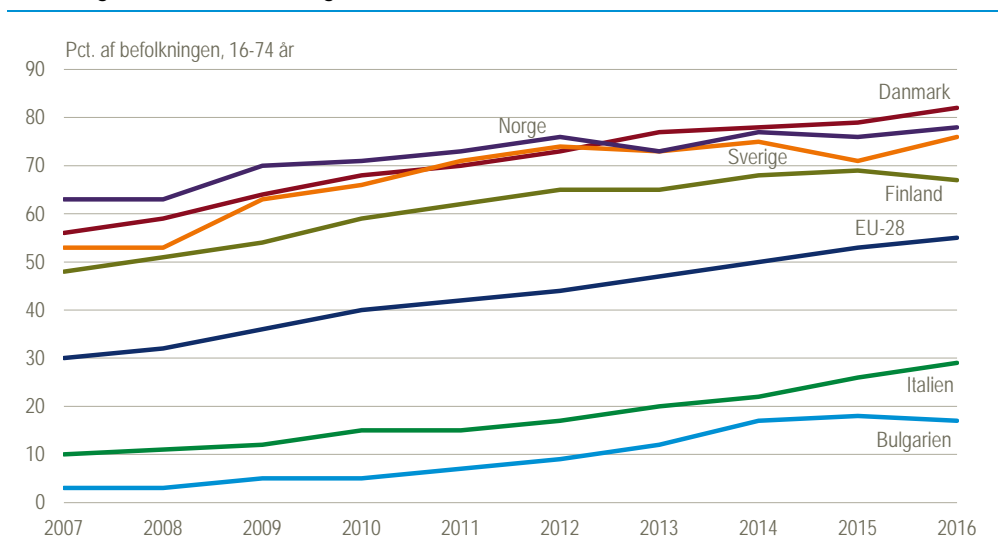


3.6 Internetskøb

Stor stigning i andel e-handlende i EU

Internetskøb bliver stadig mere udbredt i EU. I 2007 handlede kun 30 pct. af befolkningen mellem 16 og 74 år på nettet mod 55 pct. i 2016. I nogle lande er andelen af net-shoppere mere end tredoblet i perioden 2004-2016.

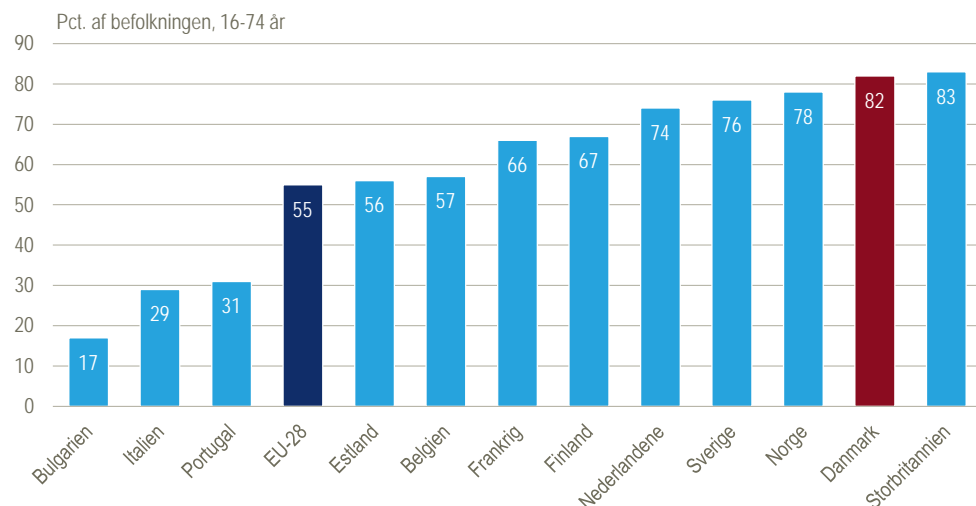
Figur 3.15 Udvikling i internetskøb i udvalgte lande



Danmark er et af de lande, hvor flest handler på nettet

I 2016 var andelen af borgere, som handler på nettet, højest i Storbritannien (83 pct.) og Danmark (82 pct.). I Rumænien er det fortsat kun hver sjette borger, som køber varer online.

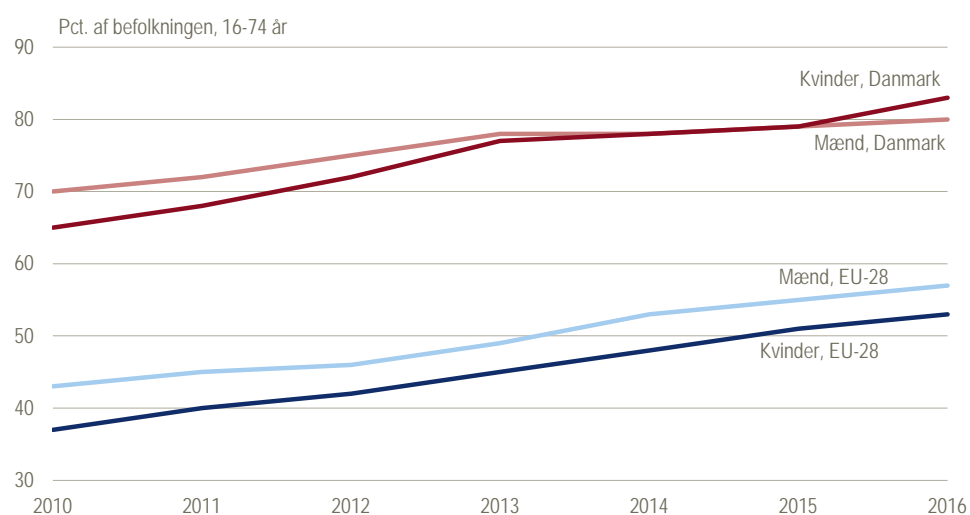
Figur 3.16 Køb af varer via internettet i udvalgte lande. 2016



Flest mænd handler online i EU

Flere mænd end kvinder handler på nettet i EU. Forskellen har eksisteret over hele perioden. I 2016 var det 57 pct. mænd og 53 pct. kvinder, som havde handlet online. Dermed er forskellen kun fire procentpoint - lidt mindre end i 2010, hvor forskellen var 6 procentpoint.

Figur 3.17 Internetskøb i Danmark og EU-28, fordelt på køn



Kønssforskellen er omvendt i Danmark i forhold til EU

I Danmark er der en mindre andel mænd end kvinder, som har svaret, at de har købt varer eller tjenester online i det seneste år. Andelen ligger for kvinder og mænd på henholdsvis 83 pct. og 80 pct. Op til 2014 var nethandel mere udbredt hos mændene, men i 2014 forsvandt kønsforskellen i forhold til internetskøb. I 2016 havde danske kvindelige netkøbere overhalet mændene.

Definition af e-handlende

Borgere, der har købt på internettet inden for de seneste 12 måneder, omtales som e-handlende i det følgende, der belyser en række forhold vedrørende online køb.

Tabel 3.1 Hvornår har du senest købt varer eller tjenester på internettet? 2016

	Seneste internetkøb			
	Seneste 3 måneder	3-12 måneder	Seneste 12 måneder	Aldrig
	pct. af befolkningen, 16-74 år			
Belgien	46	10	57	24
Bulgarien	11	6	17	42
Danmark	71	10	82	10
Estland	45	11	56	25
EU-28	45	10	55	24
Finland	48	20	67	21
Frankrig	52	13	66	20
Grækenland	23	8	31	35
Irland	41	18	59	17
Italien	20	9	29	37
Kroatien	25	8	33	36
Letland	31	13	44	28
Litauen	24	9	33	35
Luxembourg	69	10	78	14
Nederlandene	63	11	74	12
Norge	61	17	78	12
Polen	31	11	42	25
Portugal	23	8	31	36
Rumænien	8	4	12	46
Slovakiet	41	15	56	21
Slovenien	30	11	40	30
Spanien	35	9	44	33
Storbritannien	78	5	83	11
Sverige	63	13	76	13
Tjekkiet	29	18	47	23
Tyskland	64	10	74	12
Ungarn	27	12	39	38
Østrig	48	10	58	23

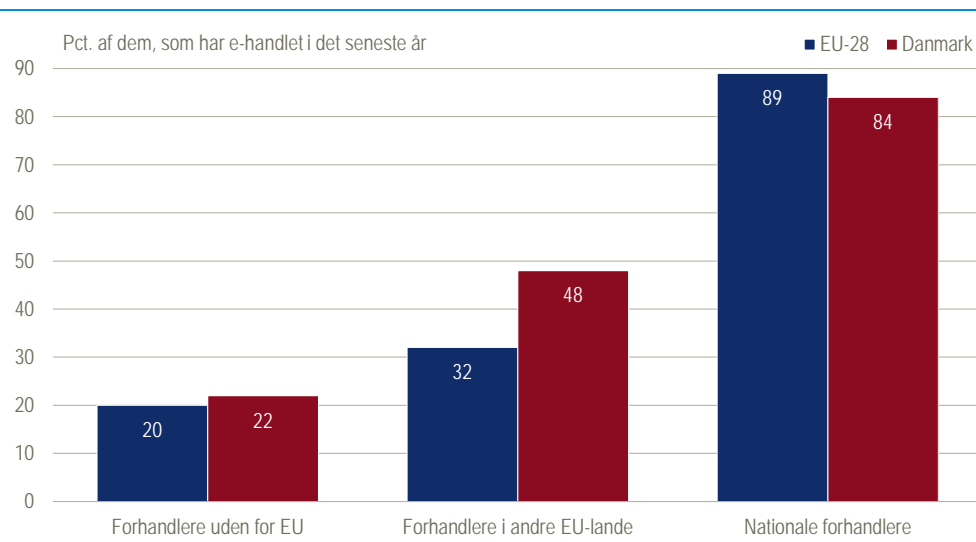
Hver anden danske e-handlende køber i andre EU-lande

Når danske forbrugere køber ind på nettet, finder 48 pct. af de e-handlende varer i netbutikker i andre EU-lande. Dette svarer til 1,65 mio. danskere. Til sammenligning var det knap 800.000 danskere, der i 2008 købte varer i netbutikker i andre EU-lande. I EU køber tre ud af ti e-handlende varer i netbutikker i andre EU-lande. 84 pct. af de danske e-handlende køber varer i danske netbutikker, mens 89 pct. af borgerne i EU køber varer i nationale netbutikker.

Varer købt i netbutikker uden for EU

Lidt over hver femte danske e-handlende køber varer, der forhandles af netbutikker uden for EU. Andelen er næsten den samme for EU-28.

Figur 3.18 Grænseoverskridende internethandel. 2016



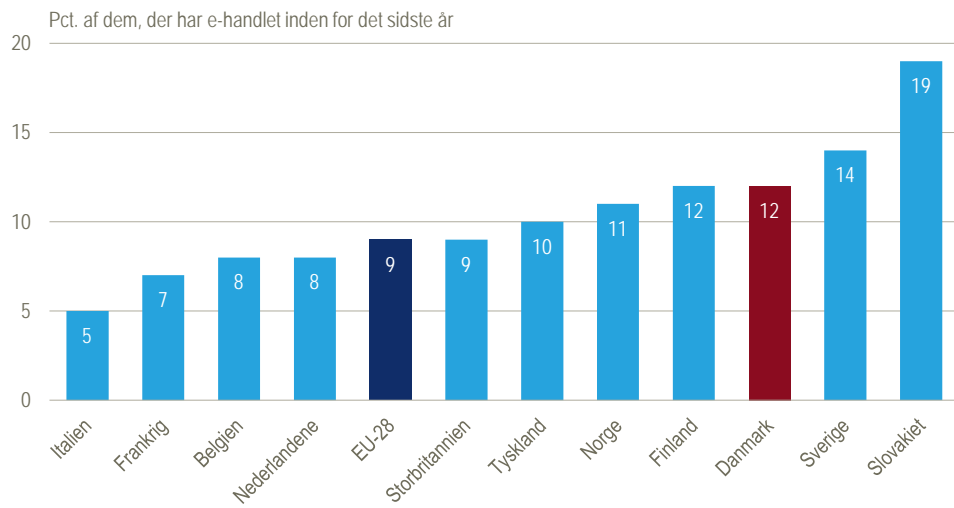
Hver anden EU-borger bruger sociale netværkstjenester

Andelen af europæere, der anvender sociale netværkstjenester, stiger fortsat og lå på 52 pct. i 2016. Derfor er det relevant at estimere hvor mange, der køber varer eller tjenester ved at klikke direkte på en reklame på sociale medier.

Online køb i forbindelse med brug af sociale medier

I gennemsnit har én ud af ti e-handlende i EU anskaffet sig varer mv. ved at klikke på en reklame på sociale medier som fx Facebook. Den tilsvarende andel for Danmark er på 12 pct. og er derfor lidt højere end EU-gennemsnittet. Hver femte slovakiske online-køber handler på nettet ved at klikke på annoncer mv. på sociale medier.

Figur 3.19 Onlinekøb ved at klikke på en annonce på nettet. 2016



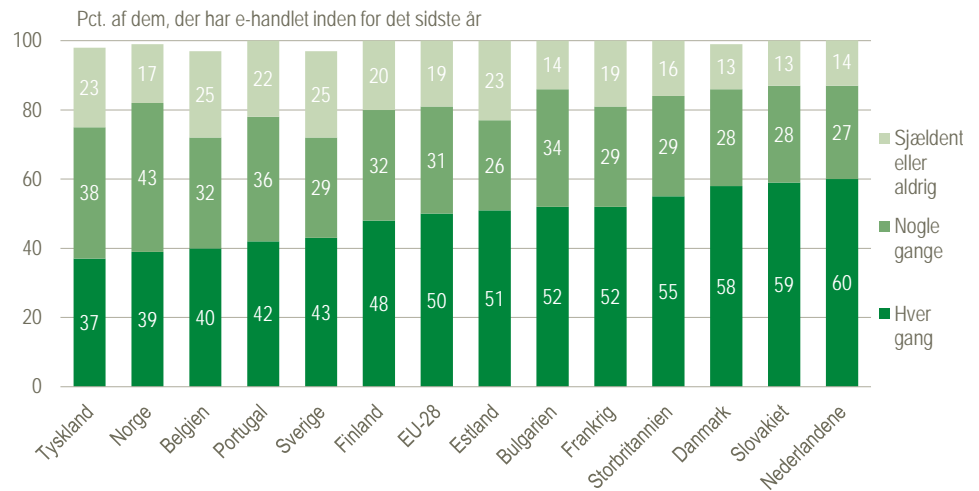
Informationssøgning inden online køb

Forbrugerne undersøger ofte markedet før de handler på nettet. Der er flere måder, hvorpå man kan lære om de varer man ønsker at anskaffe sig. Nogle læser informationer fra forhandlere og producenter, studerer prissammenligninger eller andres erfaringer med købet.

Informationer fra forhandlere og producenter

Halvdelen af europæiske e-handlere angiver, at de læser informationer på forhandleres mv. hjemmesider, hver gang de handler på nettet. Danske e-handlere er mere flittige til at sætte sig ind i informationerne på hjemmesiden i forbindelse med deres online køb, og tre ud af fem gør det hver gang, inden de handler. I modsætning er den tilsvarende andel kun 37 pct. blandt tyske e-handlere.

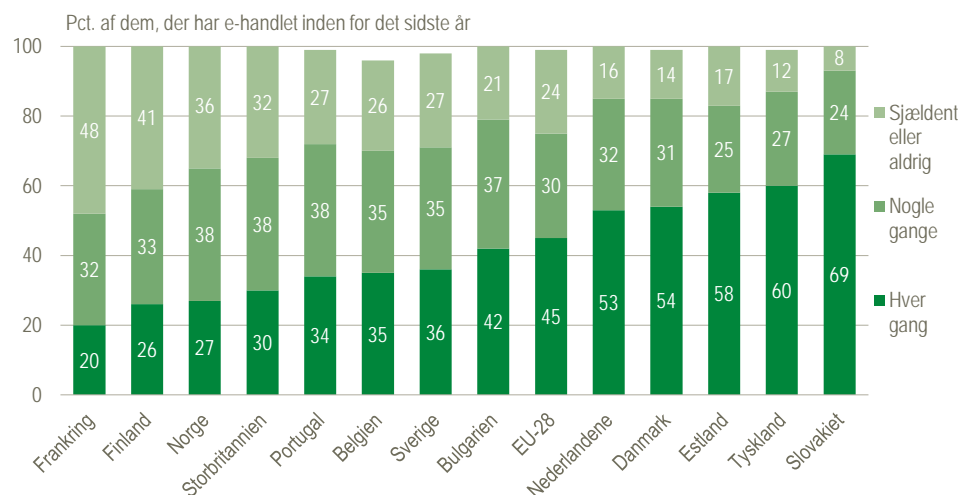
Figur 3.20 Hvor ofte læser du information fra forhandlere, producenter eller serviceudbydere før du køber på nettet? 2016



Pris- og produktsammenligninger

Sammenligning af priser hos forskellige forhandlere og produktsammenligninger er mere populært hos danske e-handlere i forhold til EU-gennemsnittet. Franske netkøbere bruger mindst tid på pris- og produktsammenligninger. Kun hver femte e-handlere sammenligner priser og produkter, hver gang de køber på nettet. Den tilsvarende andel er tre gange højere i Tyskland.

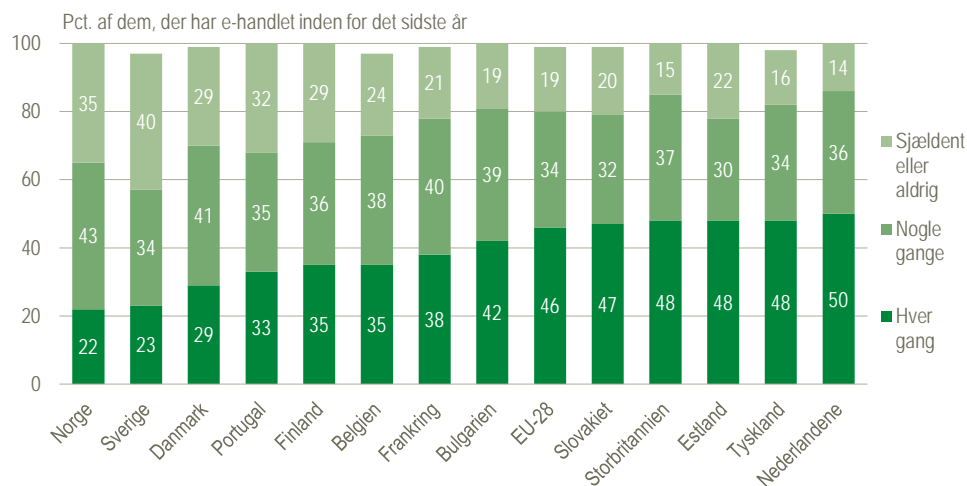
Figur 3.21 Hvor ofte læser du pris og produktsammenligninger før du køber på nettet? 2016



Forbrugeranmeldelser

Fire ud af fem e-handlende i EU læser om andres erfaringer mv. nogle gange eller hver gang, de shopper på nettet. Hver tredje danske internetkøber studerer forbrugeranmeldelser hver gang, de handler online. Tyske og hollandske online shoppere er mest flittige til at undersøge, hvad andre forbrugere mener om varen eller forhandleren.

Figur 3.22 Hvor ofte læser du forbrugeranmeldelser før du handler på nettet? 2016



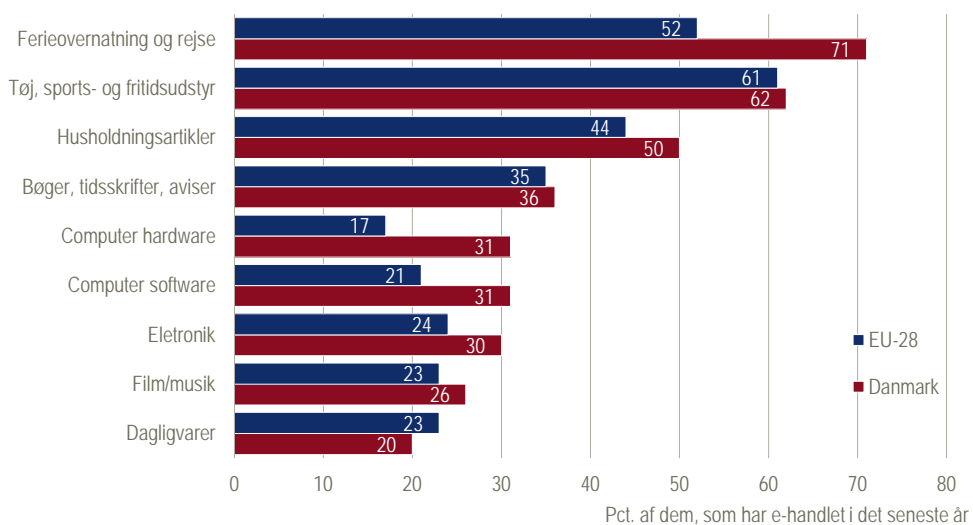
Rejseprodukter og biografbilletter købes mest online i Danmark

Kulturelle oplevelser, fx billetter til teater, koncerter og biograf samt rejserelaterede produkter, som hotelophold samt billetter til fly, tog og færge, er de varer, som de fleste danskere køber på internettet. Når borgerne i EU handler online, køber de primært tøj, sports- og fritidsudstyr samt rejserelaterede artikler.

Tøj og fritidsudstyr købes af lige mange i EU og i Danmark

Tøj, sports- og fritidsudstyr købes af knap seks ud af ti e-handlende i Danmark og i EU. En større andel af danske internetkøbere klikker sig til computer hardware og software, elektronik og husholdningsartikler, når man sammenligner de danske e-handlende med den gennemsnitlige europæiske internetkøber. Generelt er internetkøb mere udbredt i Danmark uanset sammensætningen af varerne i den elektroniske indkøbskurv.

Figur 3.23 Varer eller tjenester købt via internettet. 2016



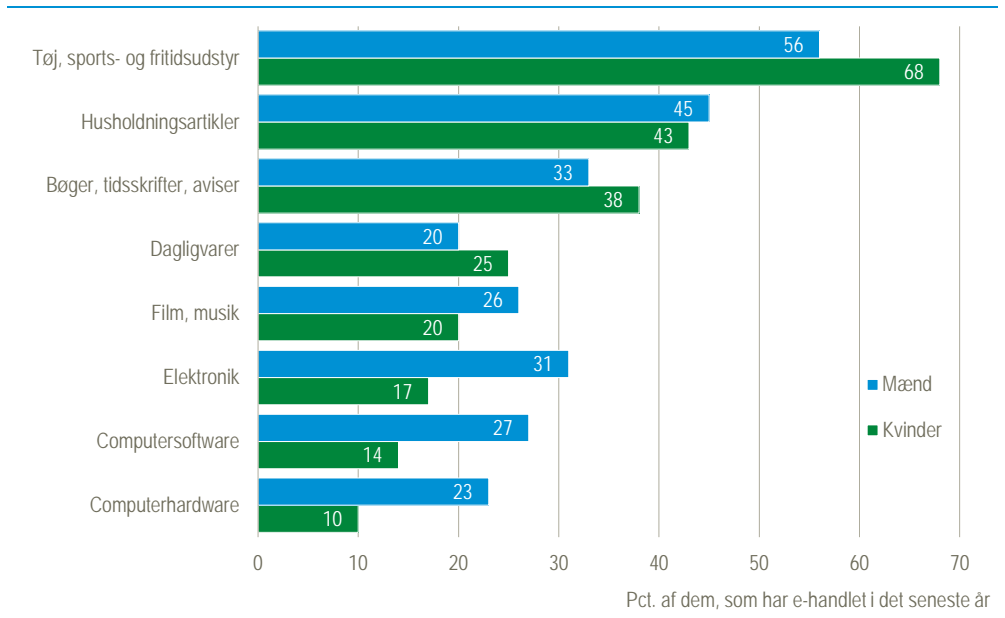
Køb af dagligvarer på internettet er mindre udbredt i Danmark

Dagligvarer købes af 20 pct. af de e-handlende i Danmark. Gennemsnittet for de 28 EU-lande ligger på 23 pct. Dermed er dagligvarer den eneste varegruppe, hvor Danmark ligger under EU-gennemsnittet, når vi ser på internetkøb inden for de seneste 12 måneder.

Kvinder og mænd e-handler forskelligt

En nærmere undersøgelse af resultaterne fra statistikken afslører, at der er forskel på, hvad mænd og kvinder køber på nettet. Markant flere mandlige e-handlere fylder deres digitale indkøbskurve med tekniske varer, som fx computerhardware og elektronik, mens flere kvinder end mænd klikker sig til køb af tøj, bøger og dagligvarer. Husholdningsartikler købes i stor stil af både mænd og kvinder.

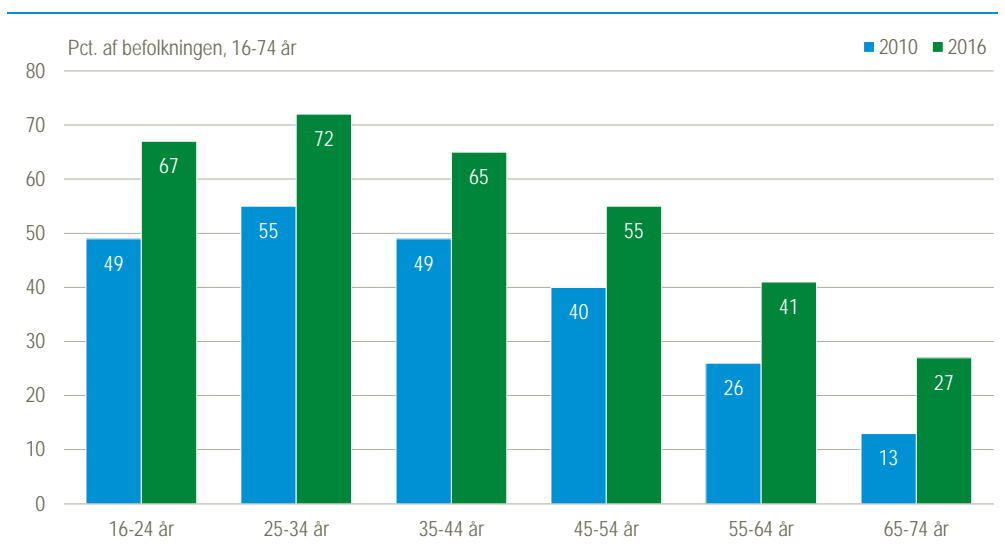
Figur 3.24 Varer eller tjenester købt via internettet i EU fordelt på køn. 2016



Internetkøb i fortsat vækst i alle aldersgrupper

Køb af varer eller tjenester over internettet er særdeles udbredt blandt de 25-34-årige. 72 pct. i denne aldersgruppe har handlet på nettet i det seneste år. Borgere over 65 år er dog også med. Godt én ud af fire af de 65-74-årige handler på nettet. Internetkøb bliver fortsat mere udbredt i alle aldersgrupper. I den ældste gruppe er andelen af e-handlere mere end fordoblet på seks år.

Figur 3.25 Køb af varer via internettet i EU



Halvdelen af ældre internetbrugere handler på nettet

Internetkøb er mindre udbredt blandt ældre borgere i EU. Kun 27 pct. af europæere mellem 65 og 74 år handler online mod 67 pct. af de 16-24 årige og 72 pct. af de 25-34 årige. Forskellen mellem de to aldersgrupper kan forklares ved, at andelen af internetbrugere blandt de ældre er markant lavere. Ser man alene på den gruppe af ældre borgere, der anvender internet, udgør andelen af internetkøbere 53 pct. Den tilsvarende andel for danske ældre mellem 65-74 år er 68 pct.

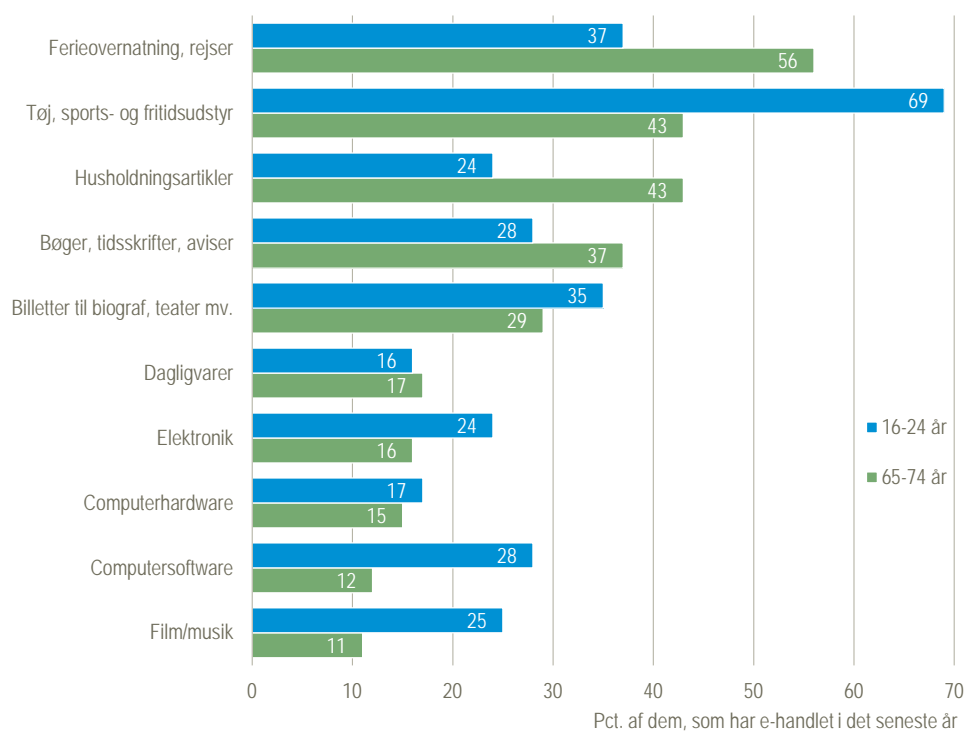
Alder har mindre betydning i Danmark

Danske unge er også mere flittige til at handle online end deres bedsteforældre. Forskellen er dog en del mindre i Danmark, hvor 59 pct. af 65-74 årige køber varer eller tjenester på nettet mod 90 pct. af de yngre borgere mellem 16-24 år.

Stor forskel på unge og ældres indkøbsvaner

Det er meget forskelligt, hvad de yngste og ældste e-handlende vælger at fylde deres digitale indkøbskurve med. Mens de 16-24 årige køber tøj og sportsudstyr, går de ældre mest efter rejser. Således har 69 pct. af de unge e-handlende købt tøj og fritidsudstyr, mens det kun gælder 43 pct. af de ældre. Billedet ser anderledes ud for køb af rejser og hotelophold. Her er det 56 pct. af de ældre, som har købt det online, mens andelen ligger på 37 pct. for de unge.

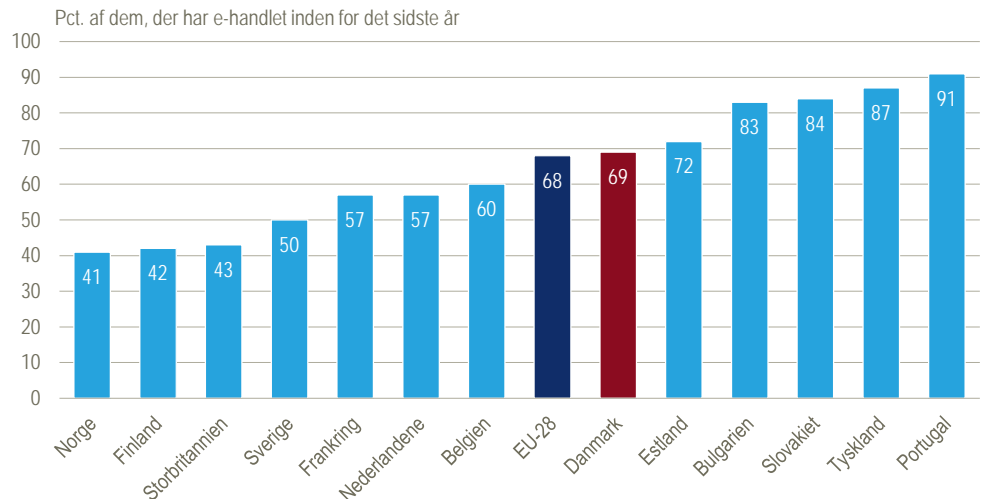
Figur 3.26 Varer eller tjenester købt via internettet i EU, 2016



Flest e-handler uden problemer

De fleste e-handlende oplever ingen problemer i forbindelse med deres køb. 68 pct. af dem, der handler online i EU, gør det uden at have oplevet problemer i forbindelse med køb eller modtagelse af de anskaffede varer eller tjenester. Det tilsvarende tal er næsten det samme i Danmark, nemlig 69 pct.

Figur 3.27 Internetskøb uden problemer. 2016



Flest oplever problemer i Norge

Andelen af internetkøbere, der oplever problemer i forbindelse med deres online køb, er højest i Norge. To ud af fem norske e-handlende svarede, at de ikke har oplevet nogen problemer i forbindelse med internetkøb i de seneste 12 måneder. Online shoppere i Portugal generes mindst af problemer i forbindelse med netkøb i 2016. Her svarede ni ud af ti, at de ikke har haft nogen problemer.

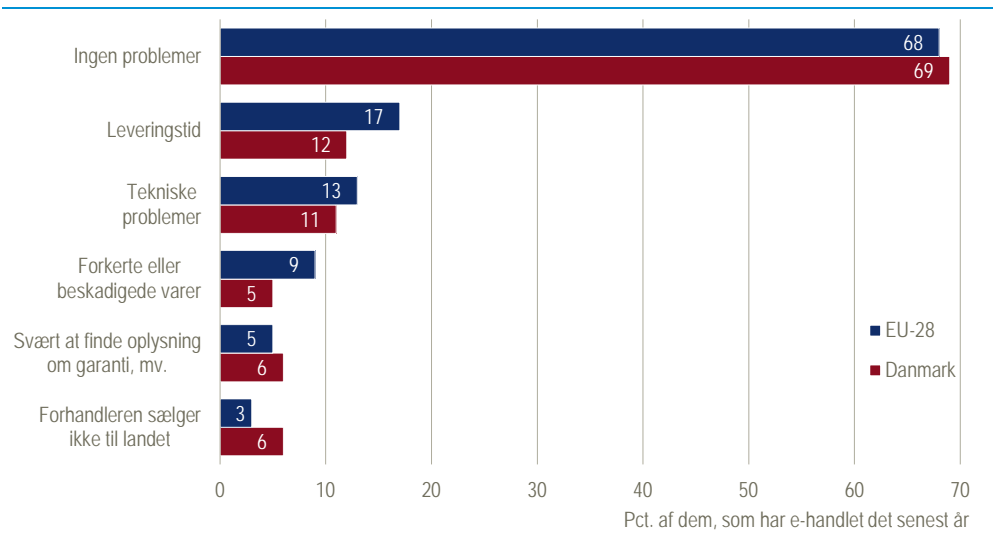
Utilfredshed med levering

Det tager ofte længere tid at modtage varerne end forventet. 17 pct. af de europæiske e-handlende oplever problemer i forbindelse med leveringstid. Tekniske problemer under bestilling eller betaling irriterer ofte borgere, der handler online. 13 pct. af e-handlende i EU angiver problemer af teknisk karakter, når de bliver spurgt om deres negative oplevelser ved internetkøb.

Når udenlandske forhandlere ikke leverer til landet Danmark

6 pct. af danske e-handlende oplever, at de ønskede varer ikke leveres til Danmark. Målt i antal personer er der tale om ca. 200.000 danskere, der ikke kan anskaffe sig varer, der sælges online, men ikke leveres til Danmark. Manglende levering fra udenlandske forhandlere opleves i mindre omfang blandt europæiske e-handlende - kun 3 pct. mod 6 pct. i Danmark.

Figur 3.28 Barrierer ved e-handel. 2016



4 Informationssikkerhed

4.1 Personlige oplysninger på internettet

It-kriminalitet i vækst

I takt med udbredelsen af computer- og internetbrug øges også risiko for angreb og tab af sikkerhed, fortrolighed, tid eller penge. Der kommer hele tiden nye former for it-kriminalitet, som ofte er rettet mod private borgere.

Fokus på beskyttelse af personlige oplysninger

I denne undersøgelse blev respondenterne spurgt om, hvilke typer oplysninger de angiver på nettet, og om hvordan de beskytter deres oplysninger mod uvedkommendes adgang.

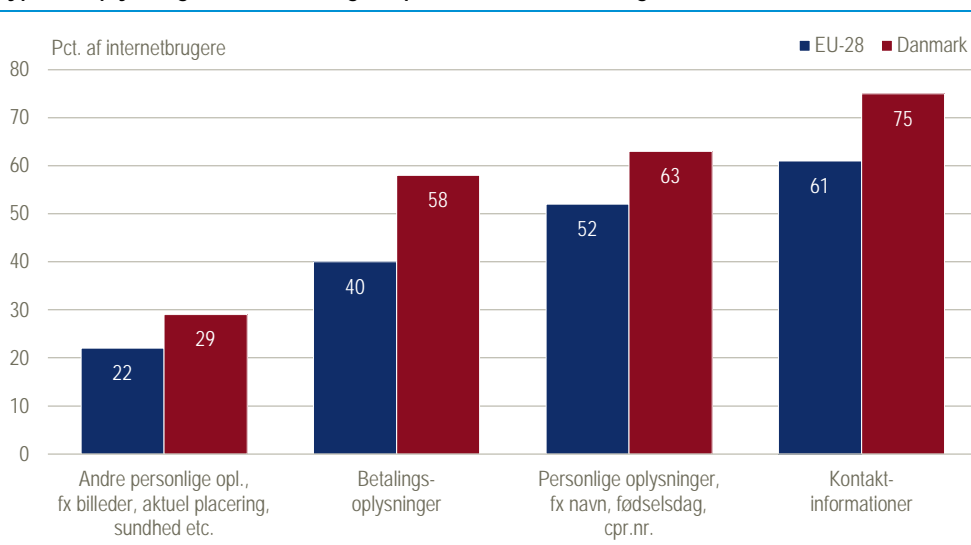
Fire typer af personlige oplysninger

Der blev stillet spørgsmål til fire typer oplysninger: personlige detaljer, fx navn, fødselsdag eller cpr.nr.; kontaktoplysninger, fx privat adresse, telefonnummer eller e-mailadresse; bankoplysninger, fx kreditkortnummer og andre personlige informationer, fx billeder, tags, placering, helbredsoplysninger, beskæftigelse osv.

Danskerne deler i stor stil

Uanset hvilken type oplysninger vi ser på, så deler en generelt større andel af danskere end andre europæere deres oplysninger på nettet. Tre ud af fire danske internetbrugere angiver kontaktoplysninger online, fx privat adresse, telefonnummer eller e-mailadresse. Personlige detaljer, fx navn, fødselsdag eller cpr.nr., bliver ligeledes oplyst af mange - ca. 63 pct. af internetbrugere.

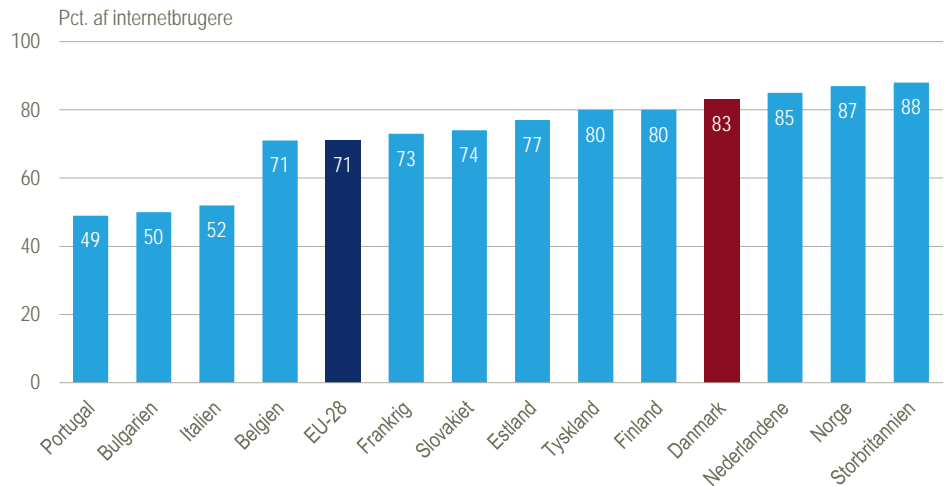
Figur 4.1 Typer af oplysninger der bliver angivet på internettet, EU-28 og Danmark. 2016



Mindre deling af personlige oplysninger i Sydeuropa

Samlet set angiver 83 pct. eller godt fire ud af fem danske internetbrugere personlige oplysninger på nettet. EU-gennemsnittet ligger til sammenligning på 71 pct., dvs. 12 procentpoint lavere. Undersøgelsen indikerer, at deling af personlige oplysninger er mere udbredt i de nordeuropæiske lande. Kun hver anden internetbruger angiver personlige oplysninger på nettet i Portugal. Forskellen kan dog muligvis forklares med, at digitale selvbetjeningsløsninger er mindre udbredte i Portugal.

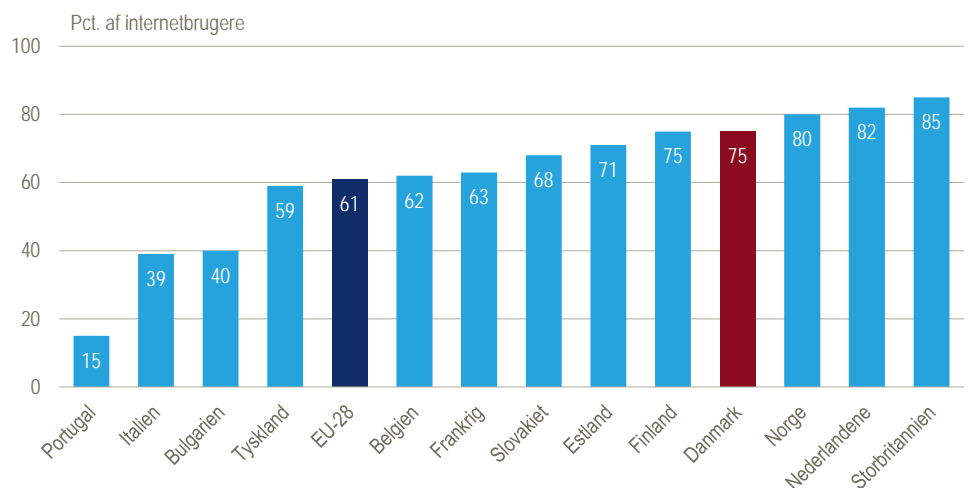
Figur 4.2 Deler personlige oplysninger på internettet. 2016



Kontaktoplysninger

Deling af kontaktoplysninger som privat adresse, telefonnummer eller e-mail-adresse er mest udbredt i Storbritannien, Nederlandene og Norge efterfulgt af Danmark. Kun 15 pct. af portugisiske internetbrugere svarer, at de angiver kontaktoplysninger på nettet.

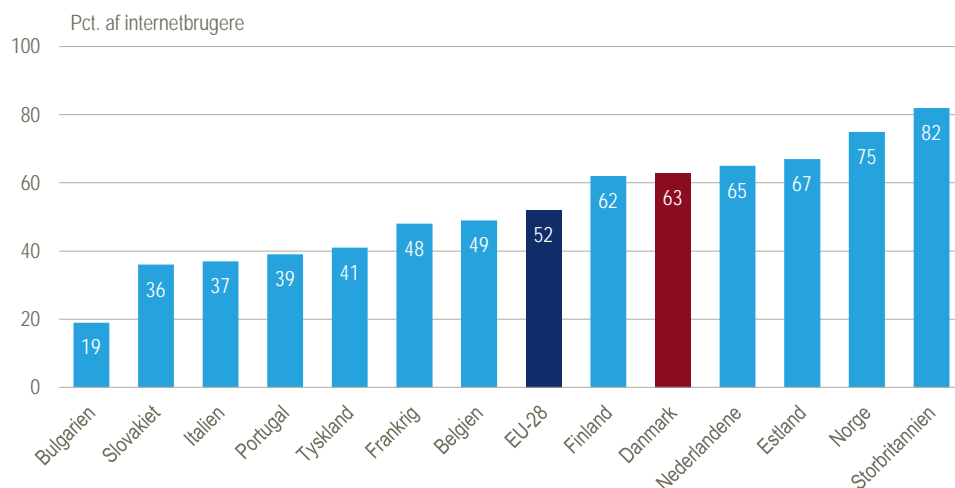
Figur 4.3 Deler kontaktoplysninger fx privat adresse, telefonnummer og e-mail på internettet. 2016



Personlige detaljer fx personnummer eller fødselsdag

I gennemsnit deler hver anden europæiske internetbruger personlige detaljer, fx personnummer eller fødselsdag. Den tilsvarende andel er 63 pct. i Danmark og 82 pct. i Storbritannien. Kun fire ud af ti tyske internetbrugere angiver deres fødselsdag, personnummer eller andre personlige detaljer på nettet.

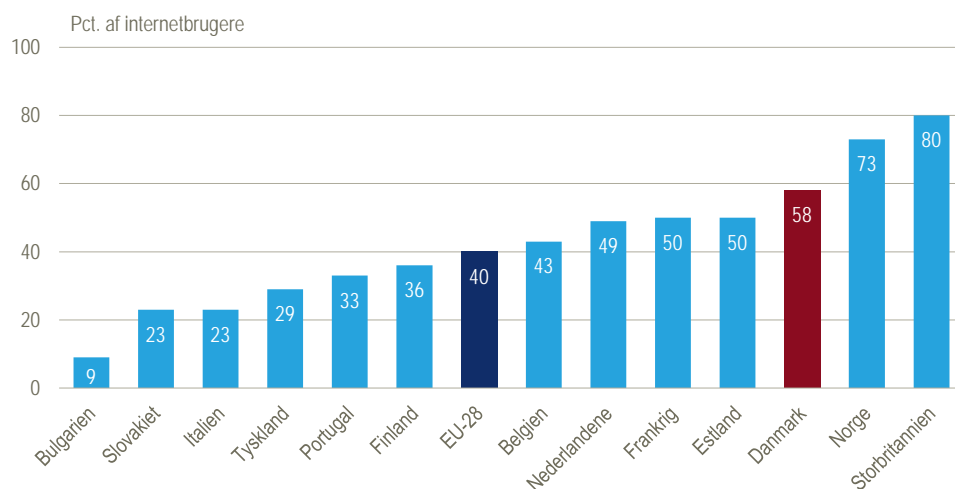
Figur 4.4 Deler personlige detaljer fx navn, fødselsdag og cpr.nr. på internettet. 2016



Bankoplysninger fx kreditkortnummer

Sammenlignet med deling af kontaktoplysninger og personlige detaljer er angivelse af bankoplysninger mindre almindelig. Ikke overraskende angives bankoplysninger mest i lande med den højeste andel af e-handlende: Storbritannien, Norge og Danmark. I gennemsnit angiver ca. fire ud af ti europæiske internetbrugere bankoplysninger på nettet.

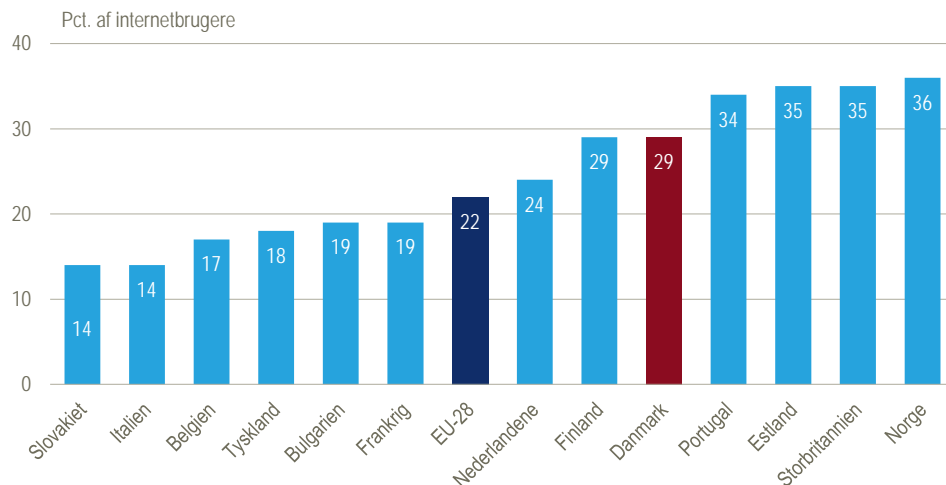
Figur 4.5 Deler bankoplysninger fx kreditkortnummer. 2016



Andre personlige informationer fx billeder, tags, placering, osv.

Andre personlige informationer, fx billeder, tags, placering, helbredsoplysninger, beskæftigelse osv., deles i mindre omfang end de ovenfor omtalte typer af personlige oplysninger. EU-gennemsnittet ligger på 22 pct., det vil sige 7 procentpoint lavere end den danske andel på 29 pct.

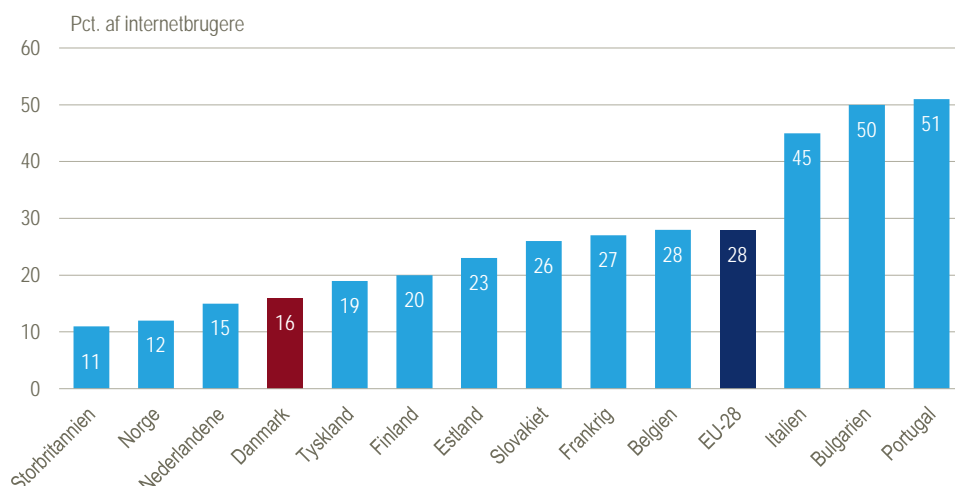
Figur 4.6 Deler andre personlige oplysninger fx billeder/tags. 2016



Flere deler personlige oplysninger i Nordeuropa

Andelen af dem, som slet ikke deler nogen personlige oplysninger online, er højest i Sydeuropa. EU-gennemsnittet ligger på 28 pct. af internetbrugere. I Danmark svarer ca. 16 pct. af internetbrugere, at de ikke deler personlige oplysninger på internettet. Den tilsvarende andel er 12 pct. i Norge og 11 pct. i Storbritannien.

Figur 4.7 Deler intet. 2016



4.2 Digitalt selvforsvar

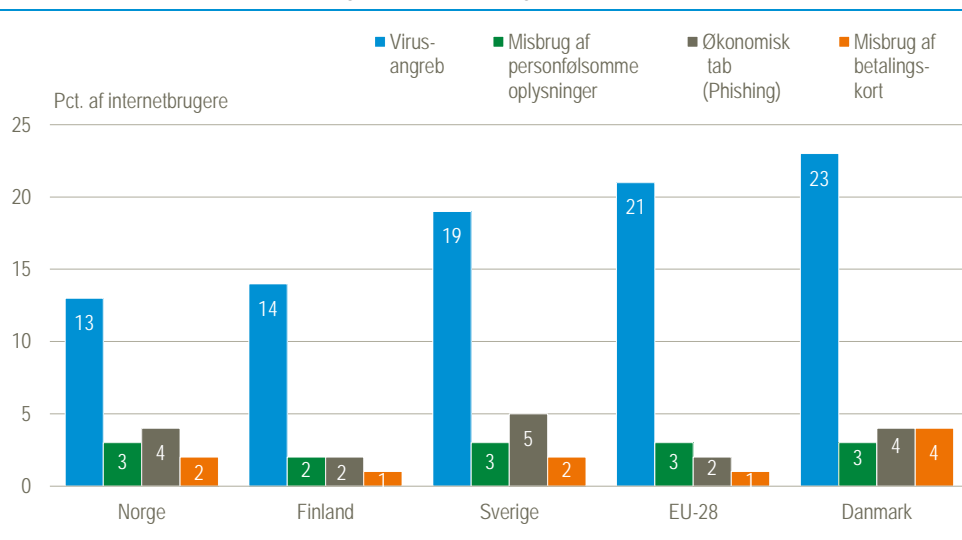
25 pct. oplever sikkerhedsproblemer

Hver fjerde europæer, der anvender internet, stødte ind i it-sikkerhedsrelaterede problemer i 2015. Sikkerhedsproblemer kan være angreb af computervirus, misbrug af personlige oplysninger, billeder, mv, samt økonomisk tab som følge af falske e-mails eller misbrug af betalingskort. Blandt danske internetbrugere er andelen 29 pct. i 2015, det vil sige, lidt over EU gennemsnittet på 25 pct.

Virusangreb opleves mest

Misbrug af personfølsomme oplysninger og økonomisk tab kan have meget alvorlige konsekvenser. Heldigvis opleves denne type af sikkerhedsproblemer i markant mindre omfang end virusangreb.

Figur 4.8 Tab af tid, informationer eller penge ved privat brug af internet. 2015



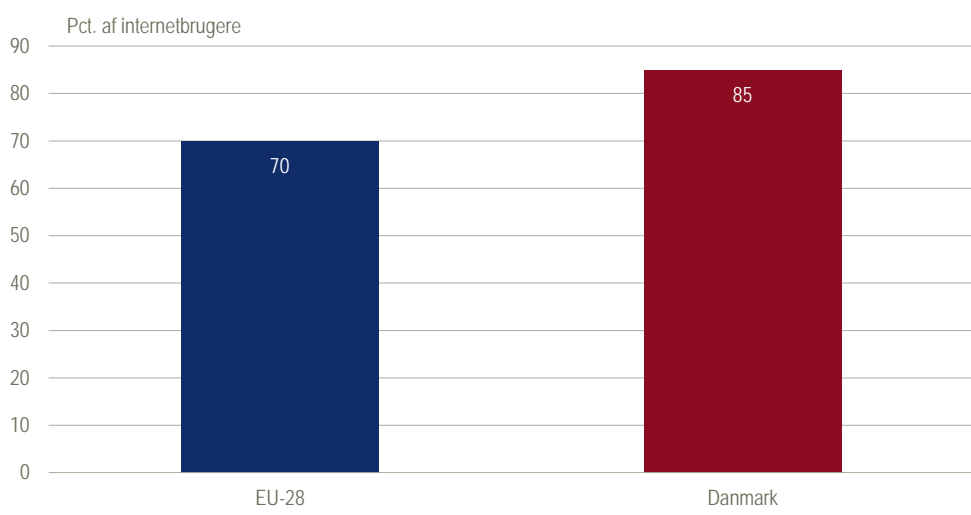
Styring af andres adgang til egne oplysninger på nettet

Dette afsnit belyser diverse forhold vedrørende beskyttelse af personlige oplysninger i forbindelse med aktiviteter på internettet. Der findes en række tiltag, som man kan gøre for at administrere andres adgang til egne - ofte personlige - oplysninger på nettet. Der er stor forskel på, hvordan borgere i de enkelte EU-lande administrerer uvedkommendes adgang til egne oplysninger på internettet.

Forskel på privacy-tiltag i EU-landene

Europæernes mest foretrukne tiltag for at administrere andres adgang til personoplysninger på nettet er at afvise tilladelse til brug af oplysninger til reklamer. Det er det mest anvendte tiltag i 12 medlemslande i EU. I ni EU-lande beskyttes privatlivet først og fremmest ved at læse erklæringer om behandling af personoplysninger inden angivelse af følsomme informationer. Begrænsning af andres adgang til profil eller indhold på de sociale medier er også populær, og er det mest anvendte sikkerhedstiltag i seks medlemslande. Hver anden internetbruger i EU tjekker, at den hjemmeside, hvor de skal angive personlige oplysninger, er sikker, fx er et https site eller har sikkerhedscertifikater (fx e-handelsmærket).

Figur 4.9 Har prøvet at administrere uvedkommendes adgang til personoplysninger på nettet. 2016



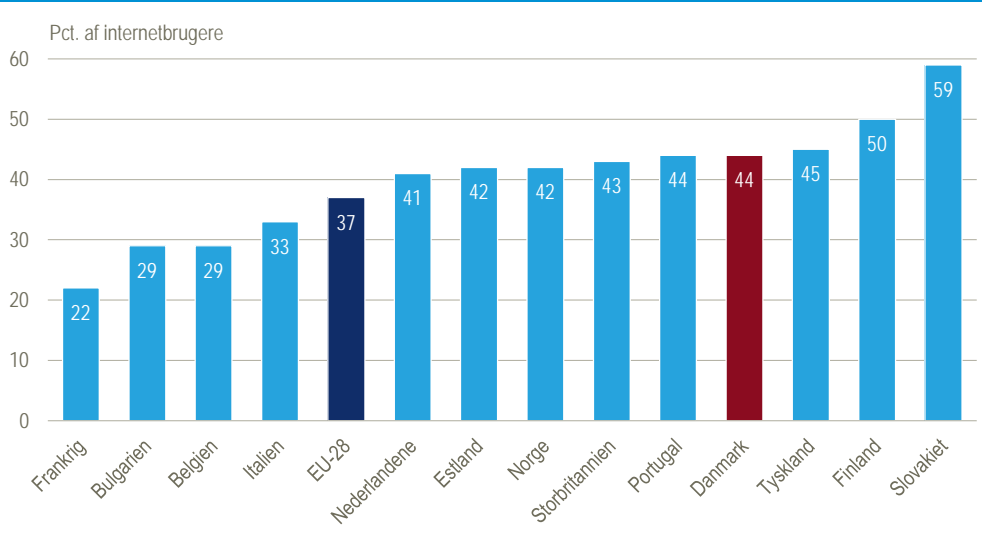
15 pct. uden digitalt selvforsvar i Danmark

Blandt de danske internetbrugere er der en højere andel på 85 pct., der udfører digitalt selvforsvar ved at administrere adgang til personoplysninger på nettet. Dermed er andelen af danske internetbrugere uden digitalt selvforsvar på 15 pct., hvilket er halvdelen af EU-gennemsnittet.

Brug af sikkerhedstiltag i udvalgte EU-lande

De følgende afsnit belyser udbredelsen af de enkelte sikkerhedstiltag i udvalgte EU-lande. For hvert enkelt sikkerhedstiltag gælder det, at anvendelsen er mere udbredt blandt danske internetbrugere sammenlignet med EU-gennemsnittet.

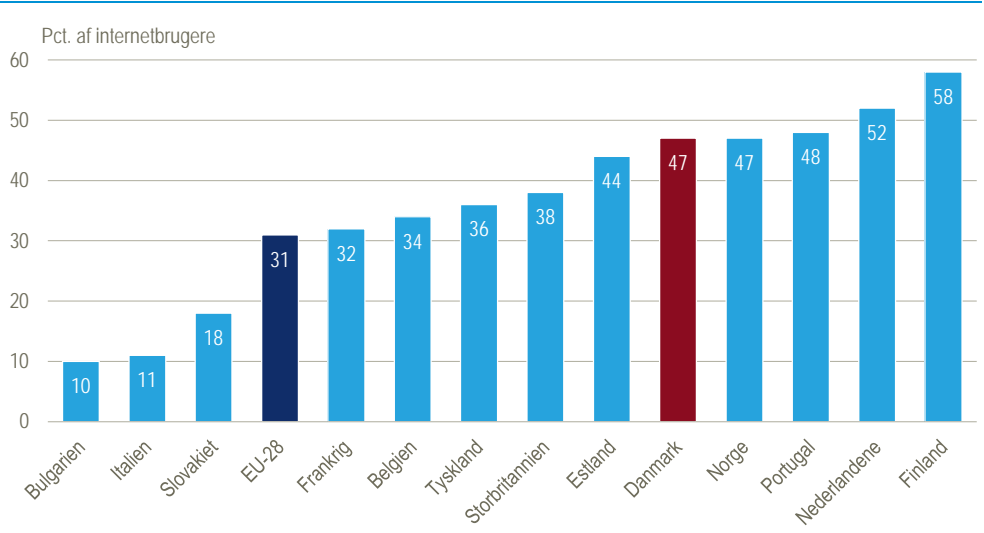
Figur 4.10 Læst "Erklæring om behandling af oplysninger". 2016



Erklæring om databeskyttelse

Det kan være en god idé at læse 'Erklæringer om behandling af personoplysninger', før man angiver følsomme oplysninger på internettet. Ca. 37 pct. af europæiske internetbrugere har læst erklæring om databeskyttelse i forbindelse med deling af personoplysninger på nettet inden for de seneste 12 måneder. Den tilsvarende andel i Danmark er 44 pct.

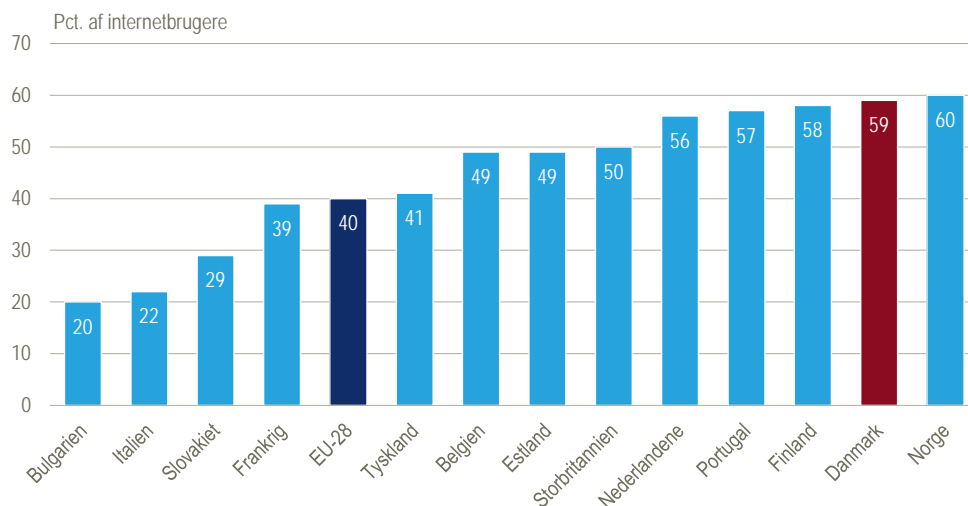
Figur 4.11 Begrænset adgang til geografisk placering. 2016



Adgang til geografisk placering

Begrænsning af uvedkommendes adgang til sin geografiske placering er en anden måde at beskytte sig på mod it-kriminalitet. 47 pct. af danske internetbrugere angiver, at de begrænser uvedkommendes adgang til deres geografiske placering. EU-gennemsnittet ligger på 31 pct., dvs. 16 procentpoint lavere.

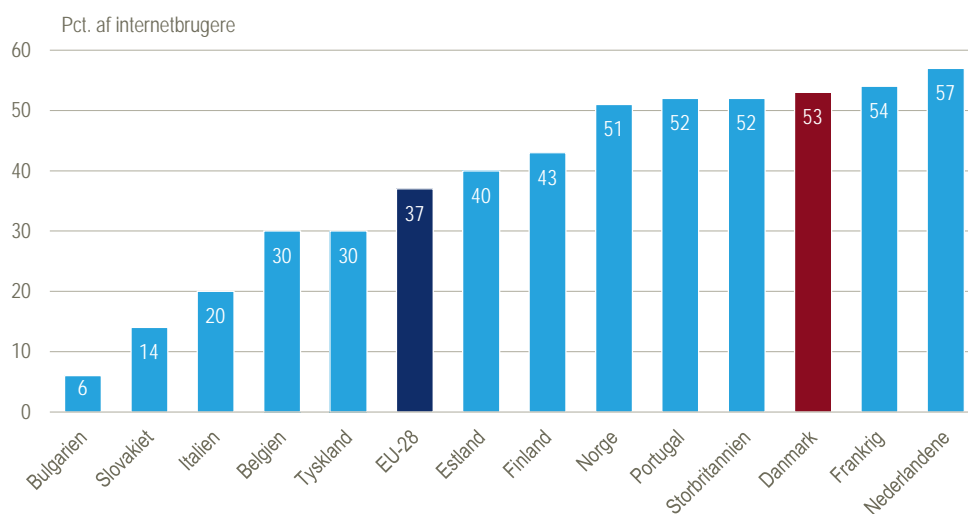
Figur 4.12 Begrænset adgang til profil mv. på de sociale medier. 2016



Privatlivets beskyttelse på sociale medier

Godt halvdelen af danskere begrænser adgangen til deres profil eller andet indhold på de sociale medier. Det svarer til 59 pct. af danske internetbrugere. Borgere i de nordiske lande er mere til stede på de sociale medier, og er bedre til at begrænse uvedkommendes adgang til deres profil på de sociale medier. I gennemsnit begrænser fire ud af ti europæiske internetbrugere andres adgang til egne oplysninger på sociale medier.

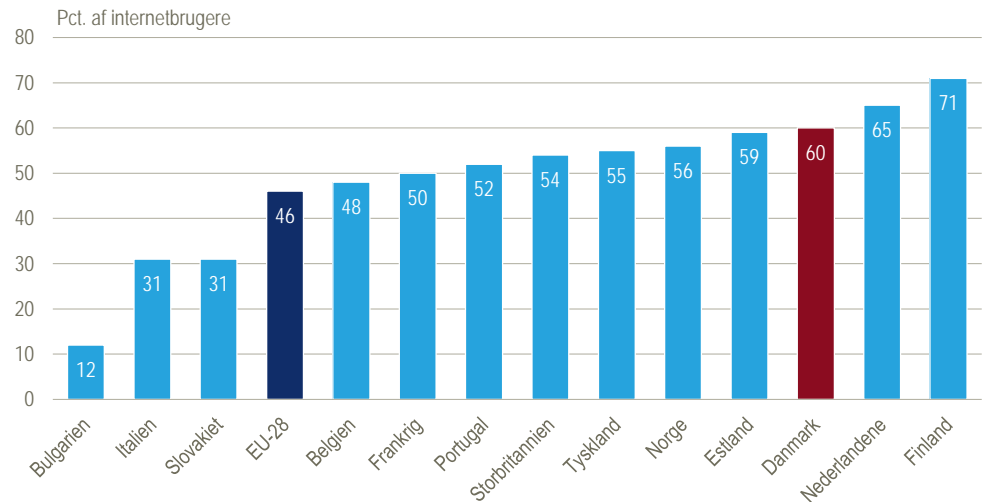
Figur 4.13 Tjekket hjemmesidens sikkerhed. 2016



De fleste tjekker ikke hjemmesidens sikkerhed

Det kan være en god idé at tjekke hjemmesidens sikkerhed, fx i forbindelse med online køb. Man kan eksempelvis se, om adressen i adressefeltet begynder med "https" i stedet for det sædvanlige "http". S'et står for "secure", altså sikker. Sikkerhedscertifikater og -logoer (fx e-handelsmærket) er også tegn på, at butikken lever op til gældende lov og en række særlige forbrugerbeskyttende krav. Godt hver anden danske internetbruger tjekker, at den hjemmeside, hvor de skal angive personlige oplysninger, er sikker. Til sammenligning ligger EU-gennemsnittet på 37 pct. af internetbrugere.

Figur 4.14 Afvist reklamer. 2016

**Blokering af reklamer**

46 pct. af internetbrugere i EU har afvist at tillade brug af oplysninger til reklamer. Finland er det land, hvor afvisning af anvendelse af informationer til marketingsformål er mest udbredt - 71 pct. af finske internetbrugere har afvist at tillade brug af oplysninger til reklamer. Den tilsvarende andel er 65 pct. i Nederlandene og 60 pct. i Danmark.

Cookies

En cookie er en lille tekstfil, der giver mulighed for at lagre oplysninger eller tilgå allerede lagrede oplysninger på brugerens pc, smartphone, tablet eller lignende med det formål at indhente data om brugeren. Cookies har mange anvendelsesmuligheder, men de benyttes grundlæggende til at gemme informationer om brugernes adfærd på nettet, eller til at sikre at en side eller løsning fungerer teknisk. En cookie er en passiv fil, som ikke kan sprede computervirus eller andre skadelige programmer. Den hjælper med at analysere, hvordan hjemmesiden bliver anvendt, for at en ejer af hjemmesiden kan forbedre brugernes oplevelse af hjemmesiden. I flere tilfælde kan cookies være nødvendige for at levere en service.

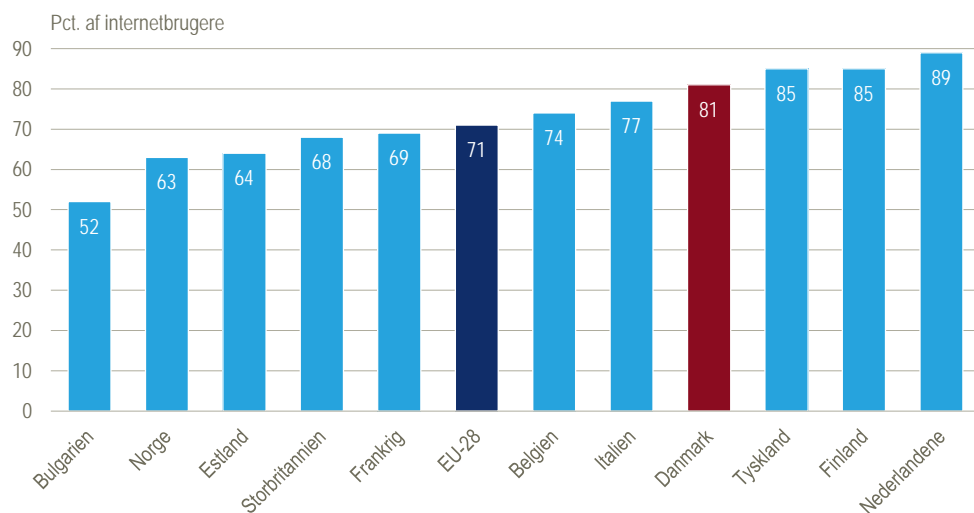
Cookies kan begrænses

Enkelte cookies eller alle cookies, som browseren har gemt, kan slettes ved at ændre internetindstillinger i browseren. Her kan man også tilføje hjemmesider, som man ønsker at blokere cookies fra.

Kendskab til cookies

Hollænderne og finnerne fører listen over de lande, som har den højeste andel af internetbrugere med kendskab til, at cookies kan anvendes til at spore menneskers bevægelser på internettet. Andelen af europæiske internetbrugere, der er klar over, hvad cookies er, er estimeret til 71 pct.

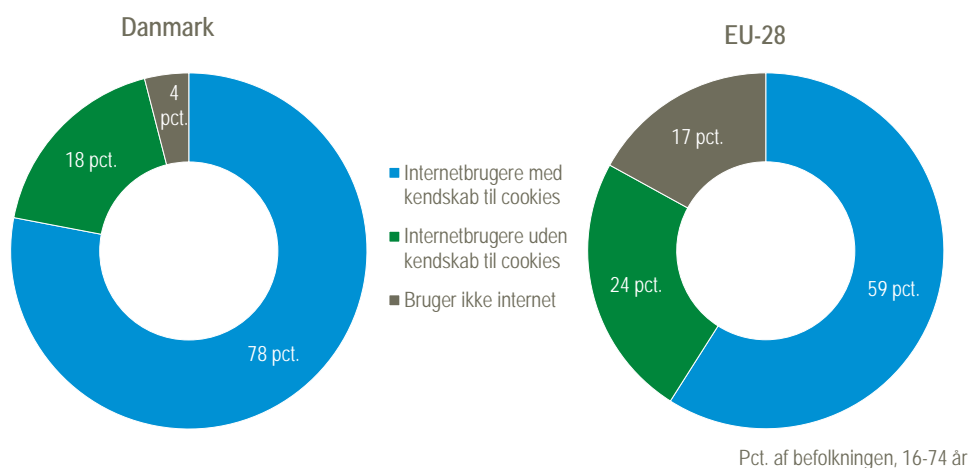
Figur 4.15 Kendskab til, at cookies kan anvendes til at spore bevægelser på internettet. 2016



Tre ud af fem EU-borgere ved, hvad cookies er

Det kan være interessant at se på, hvor mange der har kendskab til cookies som andel af hele befolkningen mellem 16-74 år. 59 pct. af europæerne er bekendt med, at cookies kan anvendes til at kortlægge brugernes adfærd på nettet. For Danmarks vedkommende er den tilsvarende andel 78 pct.

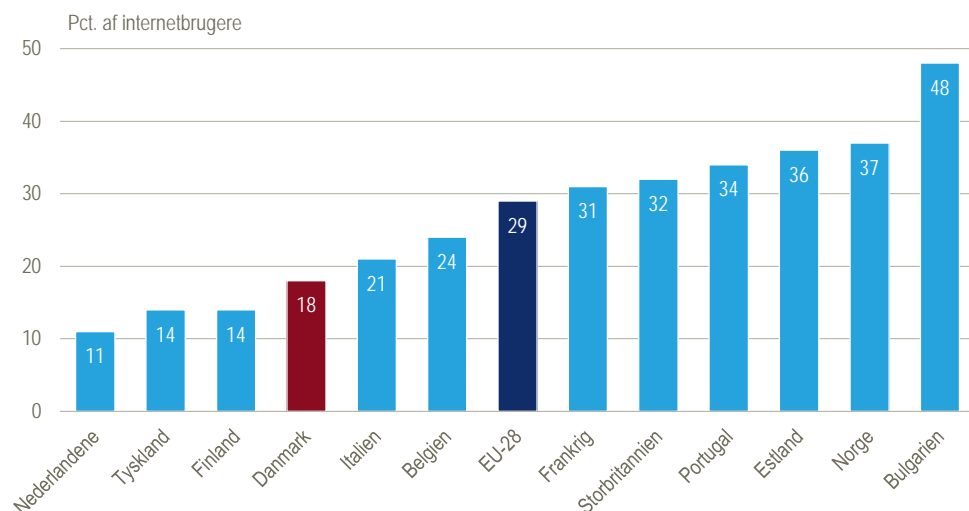
Figur 4.16 Kendskab til cookies. 2016



Manglende kendskab

Andelen af dem, der ikke ved, at cookies kan anvendes til at spore menneskers bevægelser på internettet, er lavest i Nederlandene og Tyskland. I Danmark er det 18 pct. af internetbrugere, som ikke ved, at cookies gemmer data om vores adfærd på nettet.

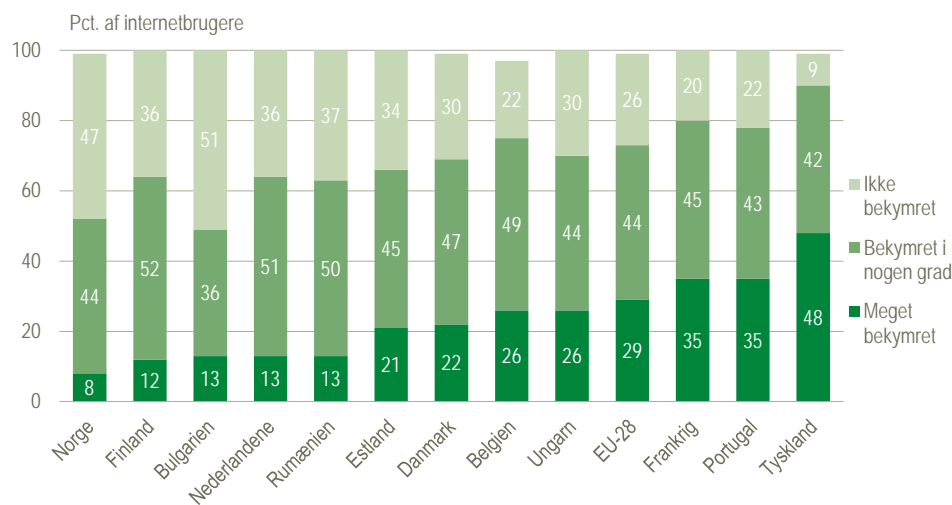
Figur 4.17 Ved ikke, at cookies kan anvendes til at spore bevægelser på internettet. 2016



Danskerne er mindre bekymrede end andre EU-borgere

Danskeres bekymring over cookies er mindre end de resterende EU-borgere. Ser man på de danske internetbrugere mellem 16 og 74 år, er hver tredje slet ikke bekymret over cookies. I gennemsnit for hele EU er det en mindre andel, der slet ikke er bekymret. Alligevel har danskere det største kendskab til cookies. Hele 81 pct. af internetbrugere kender til cookies, hvor det samme kun gælder for 71 pct. af online EU-borgere.

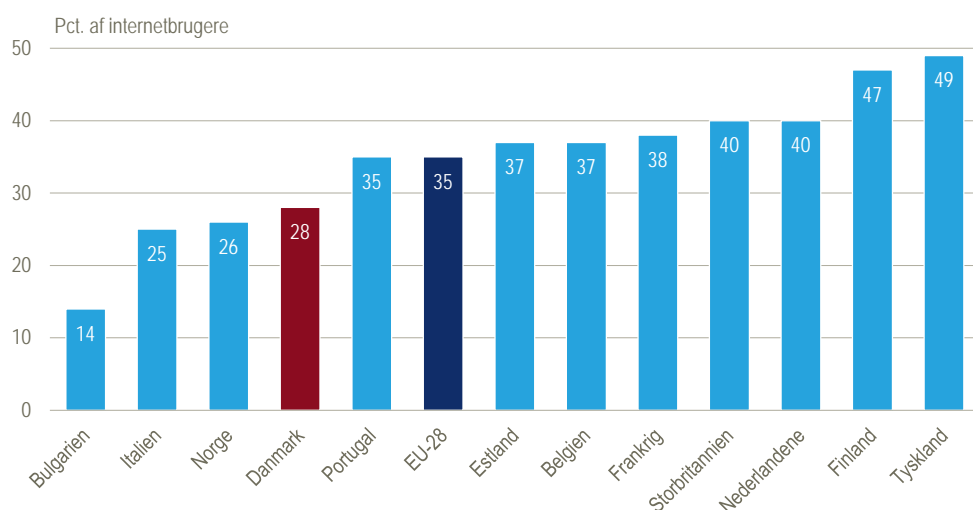
Figur 4.18 Hvor bekymret er du, over at dine online aktiviteter bliver registreret for at kunne skræddersy reklamer? 2016



Ændring af internetindstillinger

Selv om de fleste er i hvert fald nogen grad bekymret over, at deres færdsel på nettet bliver registreret ved hjælp af cookies, er det kun en mindre del, der ændrer indstillingerne for at begrænse virkningen af cookies. Andelen af internetbrugere, der begrænser cookies på deres computer mv., er kun 28 pct. i Danmark og 35 pct. i EU-28. Til sammenligning ligger andelen af dem, som er i nogen grad eller meget bekymret over registreringen af online aktiviteter, på henholdsvis 69 pct. og 73 pct. i Danmark og i EU-28.

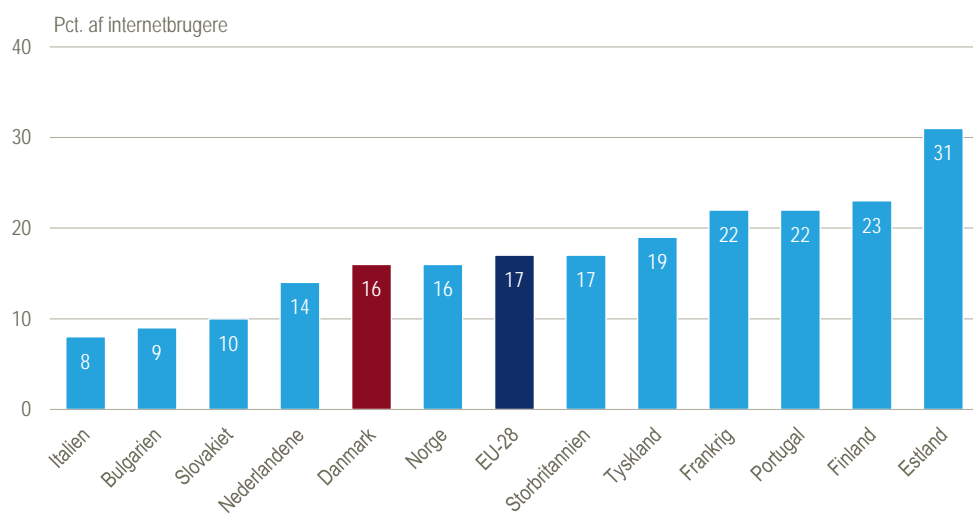
Figur 4.19 Har du ændret indstillinger i webbrowseren for at forhindre eller begrænse cookies på computeren? 2016



Få bruger anti-tracking software

En mindre andel af internetbrugere angiver, at de bruger anti-tracking software, dvs. software, der mindsker muligheden for at spore brugerens aktiviteter på internettet. Her ligger den danske andel lige under EU-gennemsnittet på 17 pct. af internetbrugere.

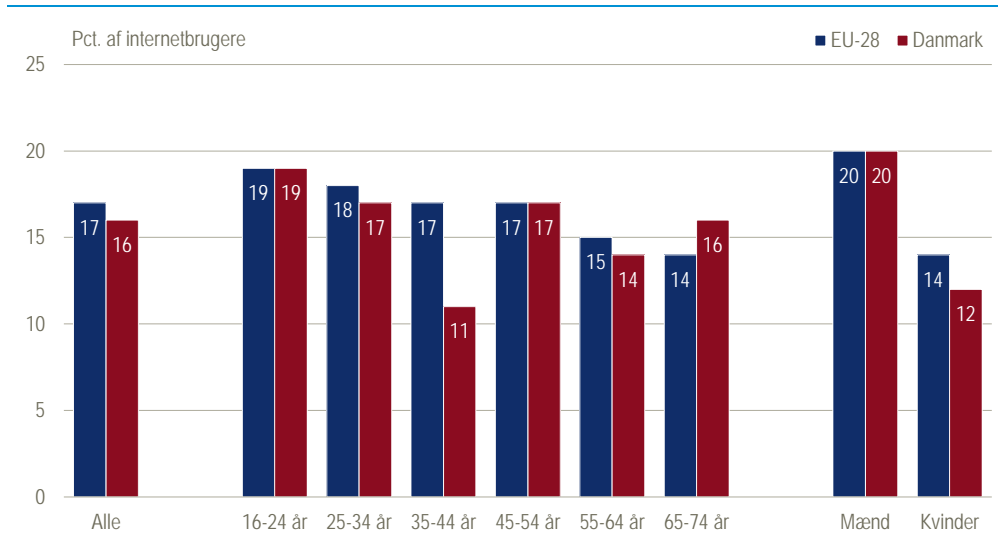
Figur 4.20 Bruger du anti-tracking software? 2016



Køn og alder gør en forskel

Generelt gælder det for de europæiske internetbrugere, at anvendelse af anti-tracking software falder svagt med alderen. En anden observation er, at brug af anti-tracking software er mere udbredt hos mænd end kvinder. Den sidste observation gælder både indenfor og udenfor Danmark.

Figur 4.21 Brug af anti-tracking software, fordelt på alder og køn. 2016



5 Fakta om undersøgelsen

5.1 Kilder og metode

<i>Læs mere i Statistikdokumentationen</i>	På www.dst.dk/statistikdokumentation er der en mere omfattende beskrivelse af kilder og metoder.
<i>Datagrundlag</i>	Resultaterne er baseret på ca. 5.922 besvarelser fra telefoninterviews eller webskemaer i perioden marts-maj 2016 blandt et repræsentativt udsnit af den danske befolkning fra 15-89 år. Antallet af gennemførte interviews blandt de 16-74-årige respondenter er 4.271.
<i>Populationen</i>	Undersøgelsens population er befolkningen i alderen 15-89 år i Danmark (ekskl. Grønland og Færøerne), som den er opgjort i CPR. Personer uden registreret bopæl i CPR indgår ikke i undersøgelsen. Tallene i publikationen, der omfatter internationale sammenligninger, belyser den delmængde af populationen, som er mellem 16-74 år. Resultater for andre EU-lande er alene tilgængelige for personer med aldersafgrænsningen 16-74 år.
<i>Sammenlignelighed over tid</i>	For at kunne afspejle internettets og it-anvendelsens hastige udvikling, indeholder spørgeskemaet hvert år en række nye spørgsmål, som ikke findes i tidligere udgaver af statistikken. Ved sammenligning med tidligere udgaver skal der herudover bl.a. tages højde for forskelle i opregningsmetoden og i referenceperioden.
<i>Opregning</i>	Undersøgelsens resultater er <i>opregnede</i> for at sikre repræsentativitet i tallene. Efter indsamling af data grupperes stikprøven efter en række variable, herunder køn og alder. Hver besvarelse påføres en personvægt, som korrigerer for et evt. skævt bortfald i forhold til stikprøven. Beregningen sker ved et regressionsestimat.

5.2 Mere information

<i>Mulighed for særkørsler</i>	Der er mulighed for at købe mere detaljerede oplysninger fra undersøgelsen <i>It-anvendelse i befolkningen</i> .
<i>Mere information</i>	Se tidligere publikationer om it-anvendelsen i befolkningen på www.dst.dk/it . Udvalgte tabeller findes desuden i Statistikbanken.

Internationale resultater kan downloades fra Eurostats tema-hjemmeside 'Digital Economy and Society':
ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/overview

Vejledning til Eurostats databank samt brug af Eurostats hjemmeside findes her:
ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/data/comprehensive-database

Seneste offentliggørelse Bogen *It-anvendelse i befolkningen 2016* udkom i november 2016. Den findes på www.dst.dk/da/Statistik/Publikationer.

De første resultater i 2016 undersøgelsen udkom som kortere artikler i serien *Nyt fra Danmarks Statistik*:

- [Kvindes internetkøb haler ind på mænds](#)
- [Især kvinder tjekker sundhed digitalt](#)
- [Brug af adskillige sociale medier hiter blandt unge](#)

Endvidere er undersøgelsens resultater omtalt i følgende udgaver af netmagasinet *Bag Tallene*:

- [Vores tro digitale følgesvend fylder 20 år](#)
- [Hver anden ung bekymrer sig ikke om, at deres onlineaktiviteter registreres](#)
- [De fleste er tilfredse med det offentlige digitale selvbetjening](#)
- [Flere databedragerier stiller krav til brugernes it-sikkerhed](#)

Nærværende publikation er også tilgængelig på engelsk og kan downloades fra www.dst.dk/it.

Henvendelse Agnes Tassy (metode, tal), tlf. 39 17 31 44, ata@dst.dk
Kamilla Elkjær (tal), tlf. 39 17 34 74, kea@dst.dk



**DANMARKS
STATISTIK**

Danmarks Statistik
Sejrøgade 11
2100 København Ø

Tlf. 39 17 39 17
www.dst.dk
dst@dst.dk