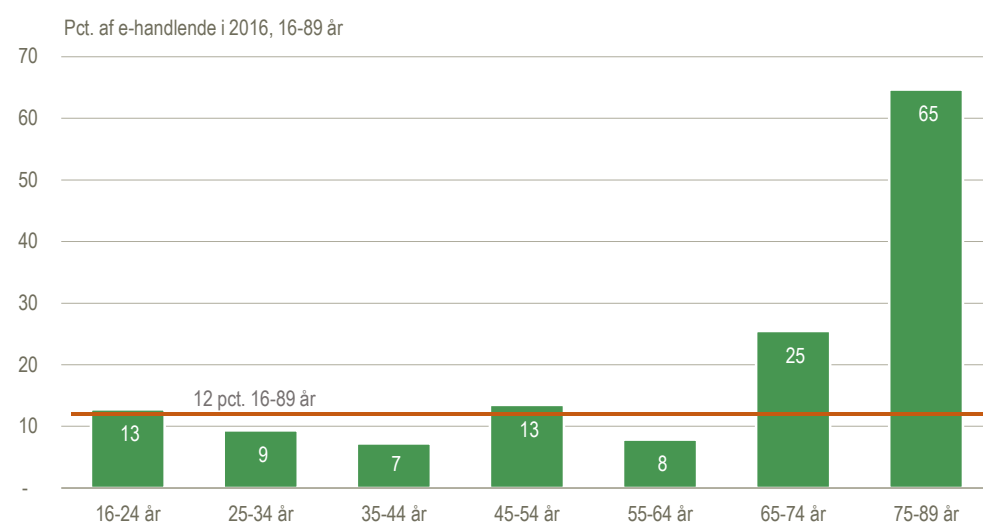


## Flere ældre har handlet online

Tre ud af fire borgere over 16 år har handlet på nettet inden for de seneste tre måneder. Fra 2019 til 2020 er der en stigning på 5 procentpoint i alt, og det er den højeste stigning i de seneste syv år. Der er relativt flest nye online købere blandt de 75-89-årige med en stigning på 65 pct. siden 2016. Det er den største stigning blandt aldersgrupperne. Den næststørste stigning ses blandt de 65-74-årige, hvor stigningen er på 25 pct.

### Stigning i andelen af e-handlende inden for de seneste tre måneder fra 2016 til 2020



Kilde: [www.statistikbanken.dk/bebrit07](http://www.statistikbanken.dk/bebrit07).

### Stor relativ stigning af indvandrere og efterkommere der handler online

Blandt de 16-89-årige indvandrere og efterkommere, der har foretaget digitale køb inden for de seneste tre måneder, ses en stigning på 18 pct. hvilket er tre gange højere end stigningen blandt etniske danskere. Der, hvor der er størst forskel på indvandrere eller efterkommere og etniske danskeres online handel, er køb af færdiglavet mad, som 44 pct. af de etniske danskere køber, mod 37 pct. af indvandrere eller efterkommere. Omvendt er der flere indvandrere eller efterkommere, der køber computer, tablet og mobiltelefon o.l. med 31 pct. mod 26 pct. af de etniske danskere. 22. pct. af indvandrere eller efterkommere køber sportsudstyr på nettet mod 18 pct. af de etniske danskere.

### Flere e-handlende under COVID-19

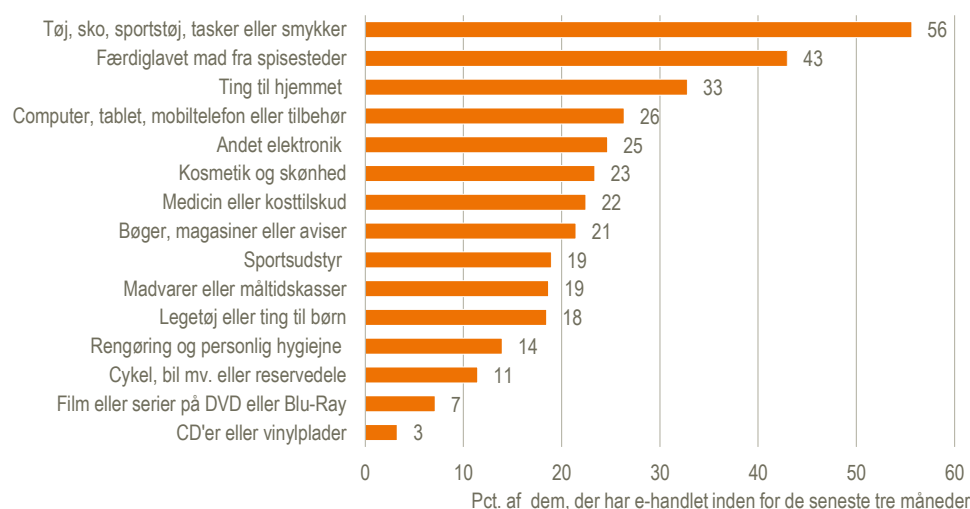
Stigningen i udbredelsen af internetkøb bør bl.a. ses i lyset af COVID-19. Hvor mange fysiske butikker har været ramt af nedgang eller hel nedlukning, ses det iflg. undersøgelsen om *It-anvendelse i befolkningen 2020*, at det modsatte har gjort sig gældende inden for nethandlen. Flere har måttet ty til de digitale løsninger i hverdagen, fx online møder, sociale medier, e-læring og altså også nethandel, se ovenfor. Dataindsamlingen forløb under coronakrisen, hvor der bl.a. var nedlukninger af mange butikker.

### Flest køber tøj og sko, take-away og ting til hjemmet online

Varer som tøj, sko og sportstøj er normalt en af de mest udbredt varekategorier, som borgere køber online. I 2020 er det da også den mest populære fysiske vare, der leveres til hoveddøren eller pakkeboksen med 56 pct. I 2020 spørges både til *færdiglavet mad* og *måltidskasser eller levering af dagligvarer* som hhv. 43 pct.

og 19 pct. har købt online. Hver tredje har købt *ting til hjemmet*; fx kan det være møbler, gardiner, gulvtæpper eller haveredskaber, mens hver fjerde har klikket sig til computerudstyr, tablet, telefon eller tilbehør i 2020. Samme andel har i året investeret i anden elektronik; fx elkedel, støvsuger o.l.

#### 16-89 åriges online køb af fysiske varer inden for de seneste tre måneder. 2020

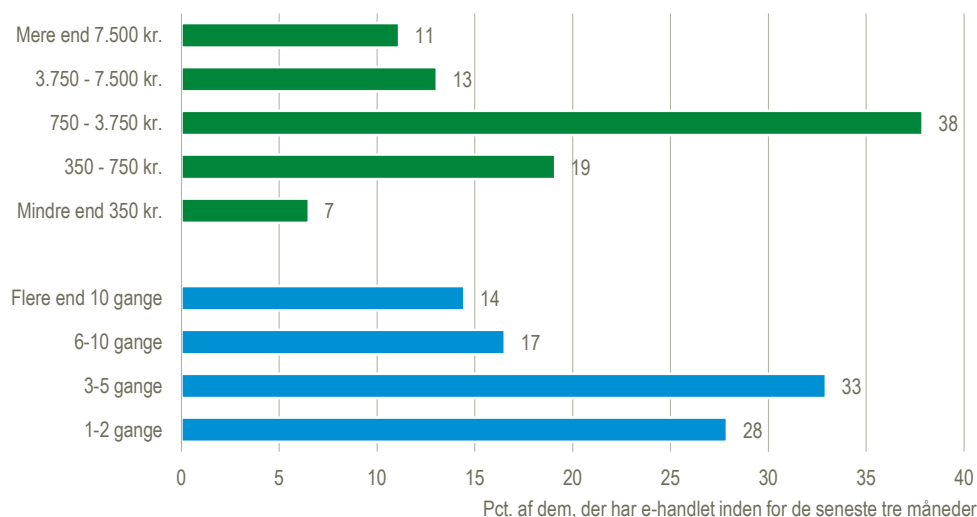


Kilde: [www.statistikbanken.dk/bebrit08](http://www.statistikbanken.dk/bebrit08).

#### Vi handler også flere gange på nettet

61 pct. af borgerne fra 16-89 år har surfet på netbutikker og bestilt varer mellem 1-5 gange inden for de seneste tre måneder, hvilket er lidt færre end i 2019, hvor 65 pct. svarede det samme. Til gengæld er der lidt flere, der har købt varer mere end fem gange. Der er 31 pct. som har købt varer online seks gange eller mere. I 2019 gjaldt det 29 pct. I forhold til hvor mange kroner borgere har shoppet for, svarer størstedelen af de 16-89-årige, at de har købt varer for 750 til 3.750 kr. En fjerdedel har brugt for 750 kr. eller mindre, og en tilsvarende andel har købt for mere end 3.750 kr.

#### 16-89 åriges købshyppighed og forbrug (kr.) inden for de seneste tre måneder. 2020



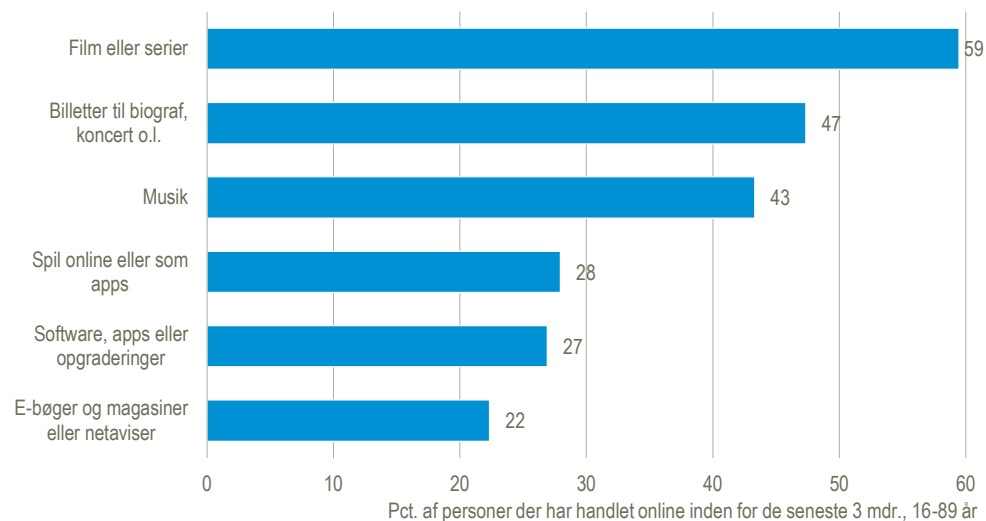
Kilde: [It anvendelse i befolkningen 2020](#).

#### Stor stigning i borgere, der streamer film og serier

Ser man på digitale varer, er *film og serier* den varegruppe, der købes af flest online købere. Det er 59 pct. af befolkningen, der har adgang til mindst én streaming tjeneste, som Netflix, HBO og Viaplay. I 2018 svarede 50 pct., at de havde set film og serier via kommercielle streamingtjenester. Der er 43 pct. i befolkningen, der har købt adgang til en musiktjeneste som Spotify, Apple Music, Tidal mv. I 2018 sva-

rede 63 pct. af borgerne fra 16-89 år, at de hørte musik via streaming og webradio. Den lavere andel, der har købt adgang i 2020, indikerer, at en stor del af befolkningen kun bruger gratis tjenester som fx Youtube. Andelen af borgere, der har købt spil til en pc eller smartphone er 28 pct., mens 27 pct. har købt software, apps eller opgraderinger. I 2019 var billetter til biografer, koncerter o.l. den mest populære varegruppe med 68 pct. af befolkningen. Online køb af billetter har oplevet et fald på 21 procentpoint, hvilket formentlig kan forklares ved COVID-19 og nedlukningerne af en række kulturinstitutioner.

#### 16-89 åriges køb af (udvalgte) digitale varer inden for de seneste tre måneder. 2020



Kilde: [www.statistikbanken.dk/bebrit08](http://www.statistikbanken.dk/bebrit08) og [bebrit16](http://bebrit16).

**Mere information:** Statistikbanken [www.dst.dk/stattabel/1535](http://www.dst.dk/stattabel/1535), [emnesiden](http://emnesiden) og [www.dst.dk/it](http://www.dst.dk/it).

**Kilder og metoder:** Oplysningerne kommer fra undersøgelsen *It-anvendelse i befolkningen 2020*. Undersøgelsen er baseret på resultaterne fra 5.946 gennemførte interviews i april-juni 2020 blandt et repræsentativt udsnit af befolkningen i alderen 16-89 år. Sammenligninger tilbage i tid skal gøres med forbehold for ændring i formuleringer samt ændring i filteret. Læs mere om kilder og metoder i [statistikdokumentationen](#).

**Næste offentliggørelse:** *It-anvendelse i befolkningen 2021* udkommer uge 24 i 2021.

Årspublikationen *It-anvendelse i befolkningen 2020* udkommer efteråret 2020.

**Henvendelse:** Monika Bille Nielsen, tlf. 39 17 35 95, [mbs@dst.dk](mailto:mbs@dst.dk)  
Agnes Tassy, tlf. 39 17 31 44, [ata@dst.dk](mailto:ata@dst.dk)