

**datatillæg til**

# **Danskeres internetvaner**

**- brugersurvey, april 1999**

Analysetillæg til rapporten *Danskeres internetvaner*  
fremstillet på baggrund af den anden årlige store  
danske internetundersøgelse foretaget af **znail**  
Dette analysetillæg kan købes ved henvendelse til  
surveyansvarlig Anders Blauenfeldt [anders@znail.dk]

## Indholdsfortegnelse

<b>Danskeres internetvaner.....</b>	<b>1</b>
Indholdsfortegnelse .....	2
Indledning .....	4
Gruppen af internetbrugere der bruger 1-5 timer dagligt, eller mere, på nettet.....	5
Gruppen af internetbrugere der betragter sig selv som superbrugere .....	8
Gruppen af internetbrugere der betragter sig selv som habile brugere.....	11
Gruppen af internetbrugere der betragter sig selv som almindelige brugere .....	14
Gruppen af internetbrugere der betragter sig selv som nybegyndere .....	17
Gruppen af internetbrugere der er online hjemmefra.....	20
Gruppen af internetbrugere der dagligt bruger nettet til underholdning .....	23
Gruppen af internetbrugere der sjældent/aldrig bruger nettet til underholdning.....	26
Gruppen af internetbrugere der finder daglige nyheder på nettet.....	29
Gruppen af internetbrugere der ikke finder daglige nyheder på nettet.....	32
Gruppen af internetbrugere der <i>ikke</i> har klikket på en bannerreklame.....	35
Gruppen af internetbrugere der mener at reklamer er drønirriterende.....	38
Gruppen af internetbrugere der ikke lader sig irritere af reklamer.....	41
Gruppen af internetbrugere der har foretaget et køb via internet.....	44
Gruppen af internetbrugere der mener at de om 5 år vil købe "større" ting på nettet.....	47
Gruppen af internetbrugere der vil bruge en jobdatabase på nettet.....	50
Gruppen af internetbrugere der ikke ved om de vil bruge en jobdatabase på nettet.....	53
Gruppen af internetbrugere der ikke vil bruge en jobdatabase på nettet.....	56
Gruppen af internetbrugere der bruger Netscape.....	59
Gruppen af internetbrugere der bruger Microsoft Internet Explorer .....	62
Gruppen af internetbrugere der bruger gamle browsere (version 3 og ældre).....	65

<b>Gruppen af internetbrugere der foretrækker yahoo.dk til danske søgninger.....</b>	<b>68</b>
<b>Gruppen af internetbrugere der foretrækker jubii.dk til danske søgninger.....</b>	<b>71</b>
<b>Gruppen af internetbrugere der foretrækker kvasir.dk til danske søgninger.....</b>	<b>74</b>
<b>Gruppen af internetbrugere der foretrækker yahoo.com til internationale søgninger.....</b>	<b>77</b>
<b>Gruppen af internetbrugere der foretrækker altavista til internationale søgninger.....</b>	<b>80</b>
<b>Gruppen der prioriterer internet som medie højere end tv, radio og avis.....</b>	<b>83</b>
<b>Gruppen der prioriterer tv som medie højere end internet, radio og avis.....</b>	<b>86</b>
<b>Gruppen der prioriterer avis som medie højere end tv, internet og radio.....</b>	<b>89</b>
<b>Gruppen der prioriterer radio som medie højere end tv, internet og avis.....</b>	<b>92</b>
<b>Gruppen af internetbrugere der prioriterer email højere end telefon og breve.....</b>	<b>95</b>
<b>Gruppen af internetbrugere der prioriterer telefon højere end email og breve.....</b>	<b>98</b>
<b>Gruppen af internetbrugere der prioriterer breve højere end email og telefon.....</b>	<b>101</b>
<b>Krydsanalyse af forskellige gruppers brug af chat.....</b>	<b>104</b>
<b>Udvidet postnummeranalyse .....</b>	<b>113</b>

---

## Indledning

Dette datamateriale er udarbejdet på baggrund af data fra 'Den store danske internetundersøgelse 99'. For at opnå det fulde udbytte af dette materiale bør rapporten 'Dankeres internetvaner - brugersurvey april 99' gennemlæses først eller sideløbende. Rapporten, 'Danskere internetvaner' kan downloades gratis fra [www.znail.dk](http://www.znail.dk).

Dette datamateriale tjener som en analyse/præsentation af de mange forskellige grupper af internetbrugere vi har observeret ved "den store danske internetundersøgelse 99". Før gennemlæsning bør vores generelle rapport "Danskere internetvaner" gennemlæses. Specielt vil vi opfordre til at metodeafsnittet i ovennævnte rapport gennemlæses. Her gøres rede for hvilke usikkerhedsmomenter og bias-muligheder der foreligger ved indsamling af data.

Udover at give et godt generelt billede af danskeres internetvaner giver data os en interessant og mulig analyse: at udskille og sammenholde forskellige grupper af internetbrugere med henblik på at finde forskelle og ligheder. Dette er netop formålet med denne datasamling. Her vil man således kunne se hvorledes gruppen af internetbrugere der har handlet på nettet adskiller sig fra resten af internetbrugere, hvorledes gruppen af internetbrugere der ofte bruger chat adskiller sig, hvorledes gruppen af internetbrugere der synes reklamer er drønirriterende adskiller sig - og meget mere.

Alle datagrupper fremstilles med følgende parametre: kønsfordeling, aldersfordeling, beskæftigelse, interneterfaring og bopæl. Al data fremstilles på tabelform og graf-form. Således kan et hurtigt overblik dannes ved hjælp af de grafiske fremstillinger, og hvis ønsker at foretage yderligere analyse af data foreligger måldata på tabelform.

Med nøjagtig kildeangivelse er det tilladt at bruge data til egne analyser og således fremstille nye konklusioner ud fra data. Med kildeangivelse er det ligeledes tilladt at referere til materialet.

***videregivelse og videresalg af dette materiale er ikke tilladt.***

for yderligere information eller bestilling af dette datamateriale kontakt venligst survey-ansvarlig Anders Blauenfeldt [[anders@znail.dk](mailto:anders@znail.dk)].

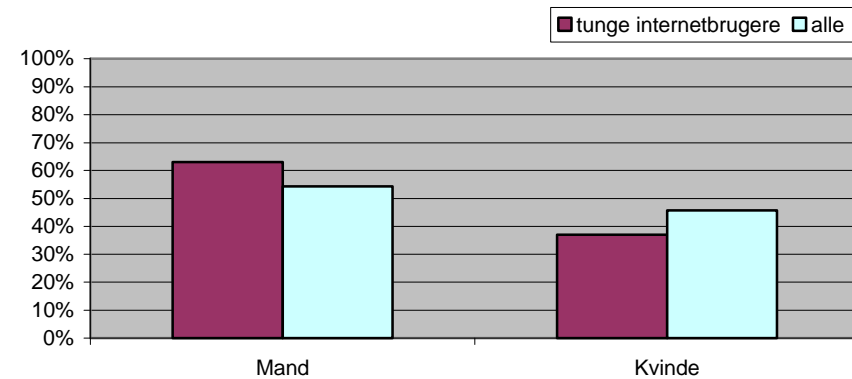
---

## Gruppen af internetbrugere der bruger 1-5 timer dagligt, eller mere, på nettet.

1281 respondenter (42,5%) har markeret at du bruger internet mellem 1 og 5 timer dagligt. Yderligere har 123 respondenter markeret at de bruger internet mere end 5 timer dagligt. Lad os i dette afsnit se nærmere på denne samlede gruppe af "tunge" internetbrugere.

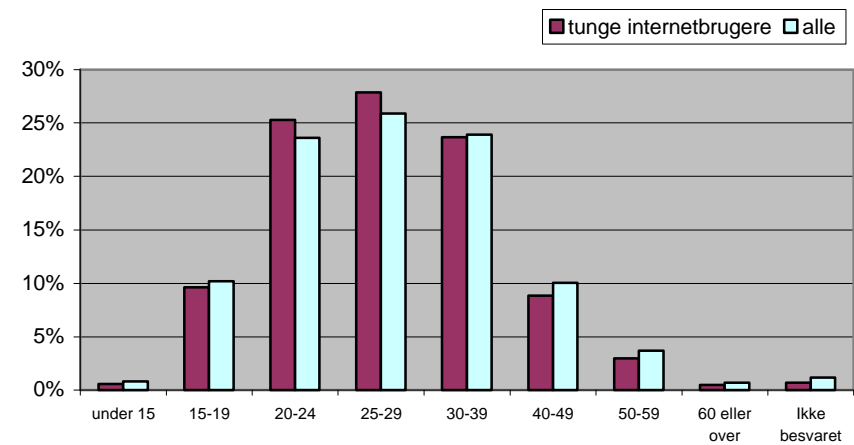
### Køn

	tunge internetbrugere		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	896	62,92%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	527	37,01%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	1	0,07%	2	0,07%



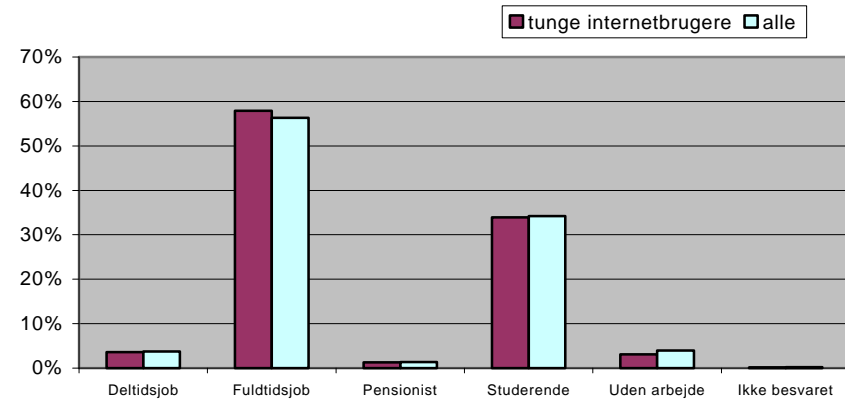
### Alder

	tunge internetbrugere		Alle	
	n	%	n	%
under 15	8	0,56%	24	0,80%
15-19	137	9,62%	307	10,19%
20-24	360	25,28%	711	23,61%
25-29	397	27,88%	780	25,90%
30-39	337	23,67%	720	23,90%
40-49	126	8,85%	303	10,06%
50-59	42	2,95%	111	3,69%
60 eller over	7	0,49%	21	0,70%
<b>Ikke besvaret</b>	10	0,70%	35	1,16%



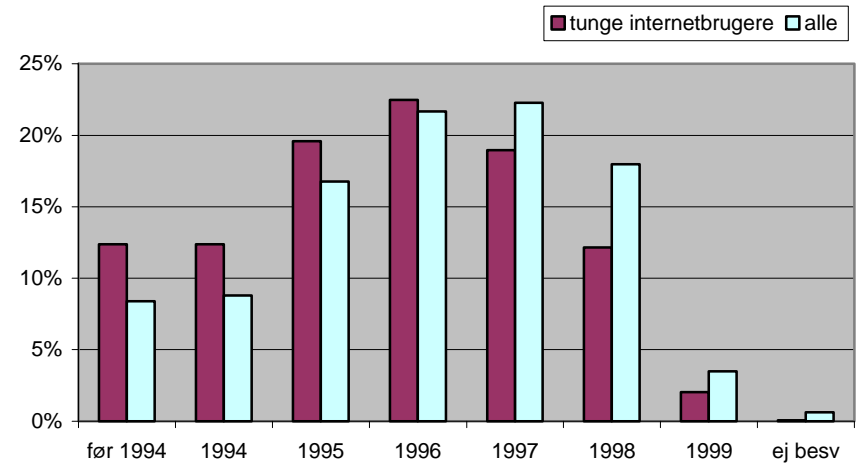
## Arbejdsstatus

	tunge internetbrugere		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	51	3,58%	113	3,75%
Fuldtidsjob	824	57,87%	1697	56,34%
Pensionist	19	1,33%	43	1,43%
Studerende	483	33,92%	1032	34,26%
Uden arbejde	45	3,16%	121	4,02%
Ikke besvaret	2	0,14%	6	0,20%



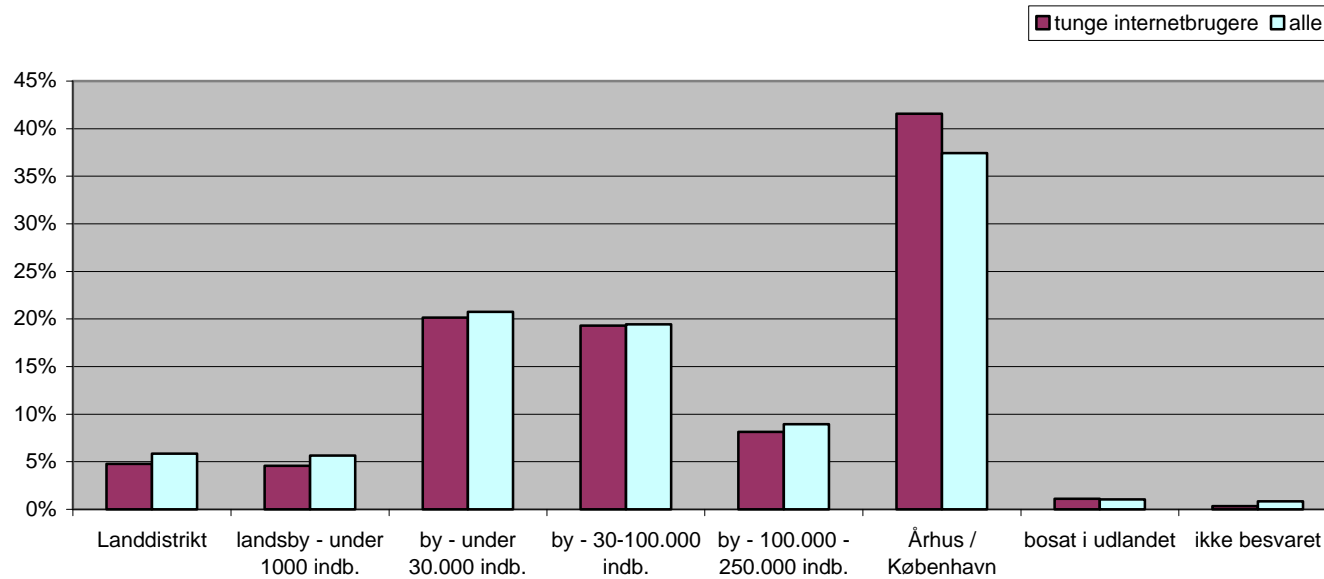
## Første gang på web

	tunge internetbrugere		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	176	12,36%	253	8,40%
1994	176	12,36%	265	8,80%
1995	279	19,59%	505	16,77%
1996	320	22,47%	653	21,68%
1997	270	18,96%	671	22,28%
1998	173	12,15%	541	17,96%
1999	29	2,04%	105	3,49%
ej besv	1	0,07%	19	0,63%



## Bopælsregion

	tunge internetbrugere		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	68	4,78%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	65	4,56%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	287	20,15%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	275	19,31%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	116	8,15%	270	8,96%
Århus / København	592	41,57%	1127	37,42%
bosat i udlandet	16	1,12%	31	1,03%
ikke besvaret	5	0,35%	25	0,83%

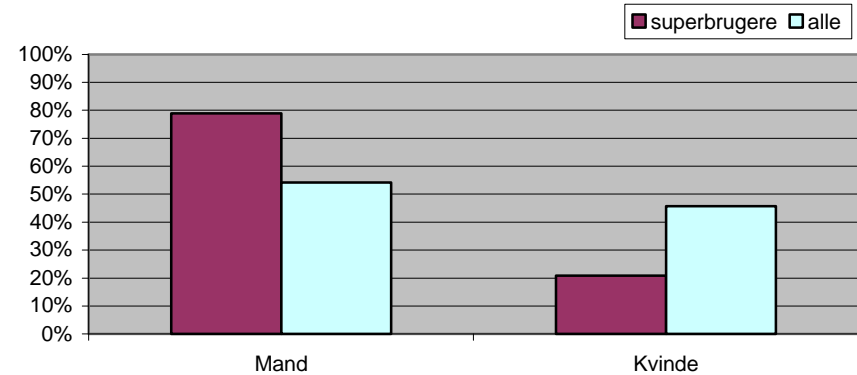


## Gruppen af internetbrugere der betragter sig selv som superbrugere

674 respondenter (22,4%) betegner deres eget internethniveau som værende superbruger. Lad os her se nærmere på denne gruppe mennesker.

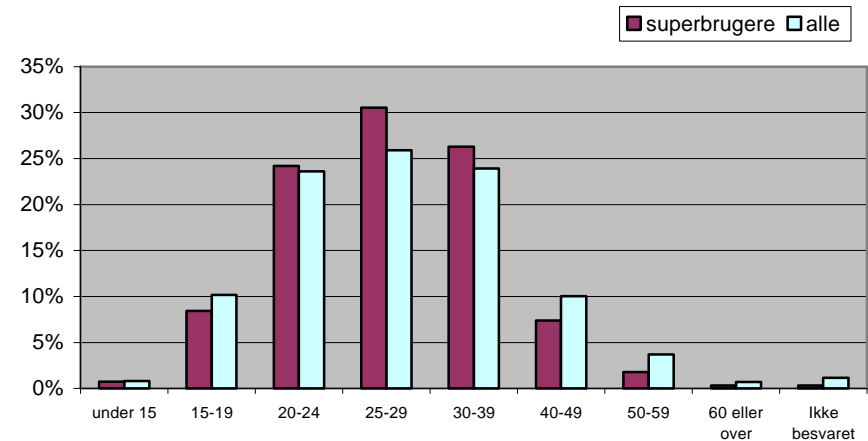
### Køn

	superbrugere		Alle	
	n	%	n	%
Mand	532	78,93%	1634	54,25%
Kvinde	141	20,92%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	1	0,08%	2	0,07%



### Alder

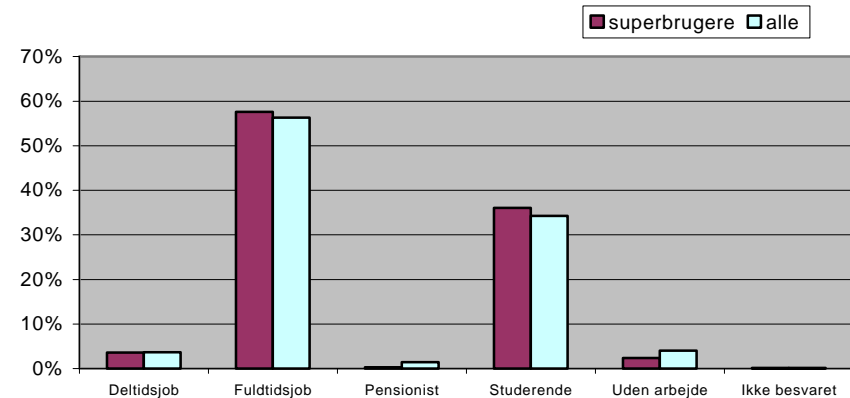
	superbrugere		Alle	
	n	%	n	%
under 15	5	0,74%	24	0,80%
15-19	57	8,46%	307	10,19%
20-24	163	24,18%	711	23,61%
25-29	206	30,56%	780	25,90%
30-39	177	26,26%	720	23,90%
40-49	50	7,42%	303	10,06%
50-59	12	1,78%	111	3,69%
60 eller over	2	0,30%	21	0,70%
<b>Ikke besvaret</b>	2	0,30%	35	1,16%





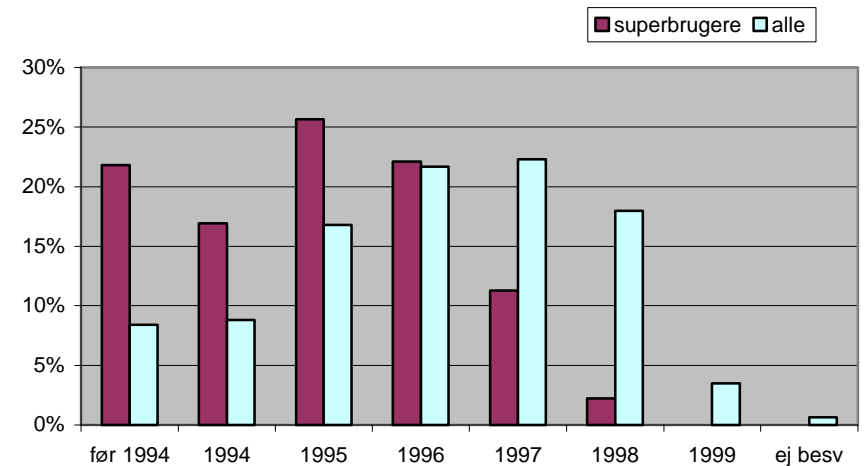
## Arbejdsstatus

	superbrugere		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	24	3,56%	113	3,75%
Fuldtidsjob	388	57,57%	1697	56,34%
Pensionist	2	0,30%	43	1,43%
Studerende	243	36,05%	1032	34,26%
Uden arbejde	16	2,37%	121	4,02%
Ikke besvaret	1	0,15%	6	0,20%



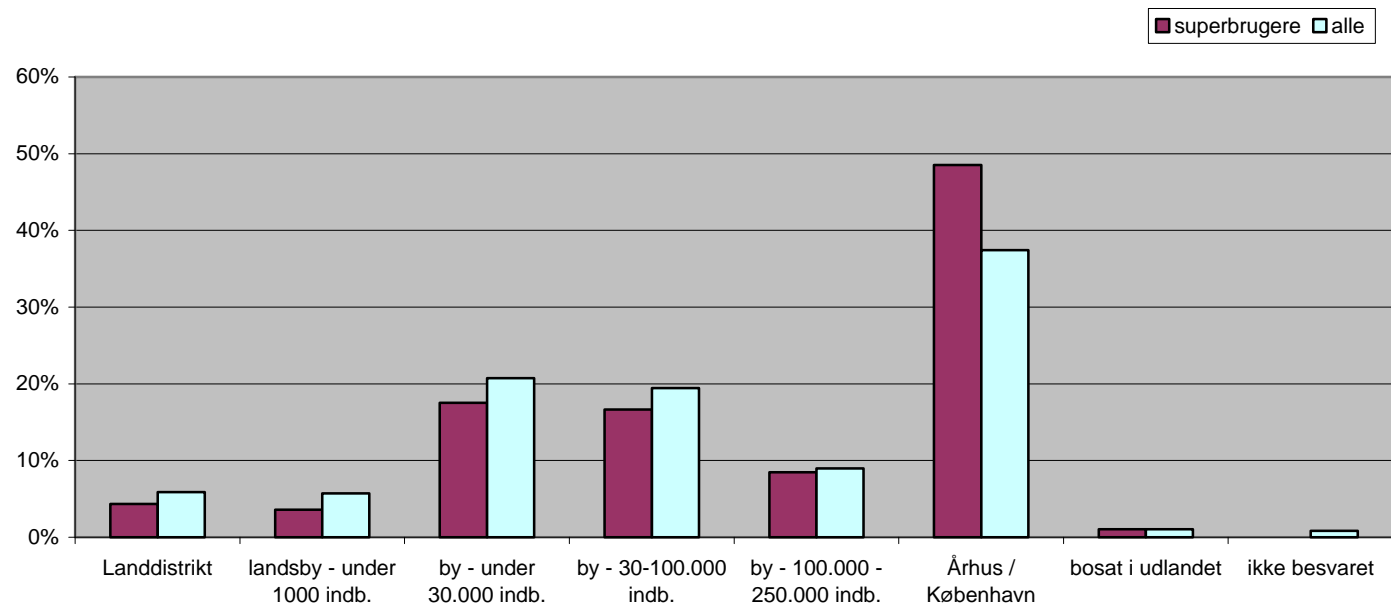
## Første gang på web

	superbrugere		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	147	21,81%	253	8,40%
1994	114	16,91%	265	8,80%
1995	173	25,67%	505	16,77%
1996	149	22,11%	653	21,68%
1997	76	11,28%	671	22,28%
1998	15	2,23%	541	17,96%
1999	0	0%	105	3,49%
ej besv	0	0%	19	0,63%



## Bopælsregion

	superbrugere		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	29	4,30%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	24	3,56%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	118	17,51%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	112	16,62%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	57	8,46%	270	8,96%
Århus / København	327	48,52%	1127	37,42%
bosat i udlandet	7	1,04%	31	1,03%
ikke besvaret	0	0,00%	25	0,83%

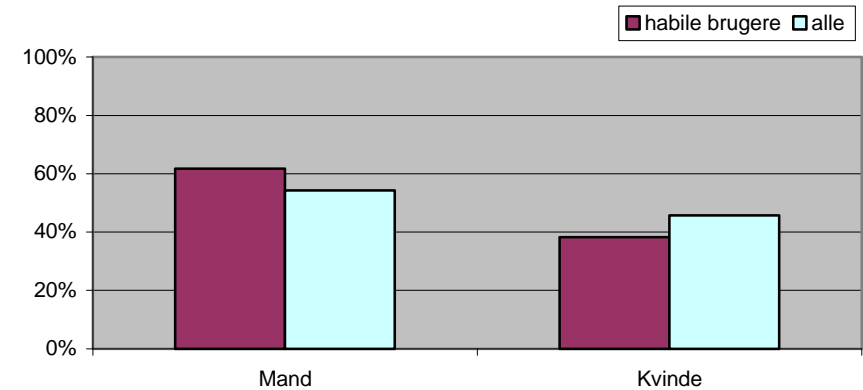


## Gruppen af internetbrugere der betragter sig selv som habile brugere

1014 respondenter (33,7%) vurderer deres eget niveau som værende habile brugere. Lad os her se nærmere på denne gruppe mennesker.

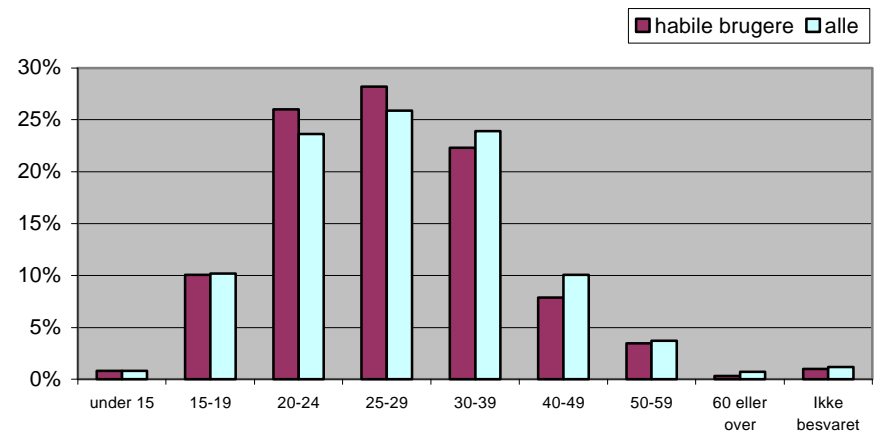
### Køn

	habile brugere		Alle	
	n	%	n	%
Mand	626	61,74%	1634	54,25%
Kvinde	388	38,26%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	0	0,00%	2	0,07%



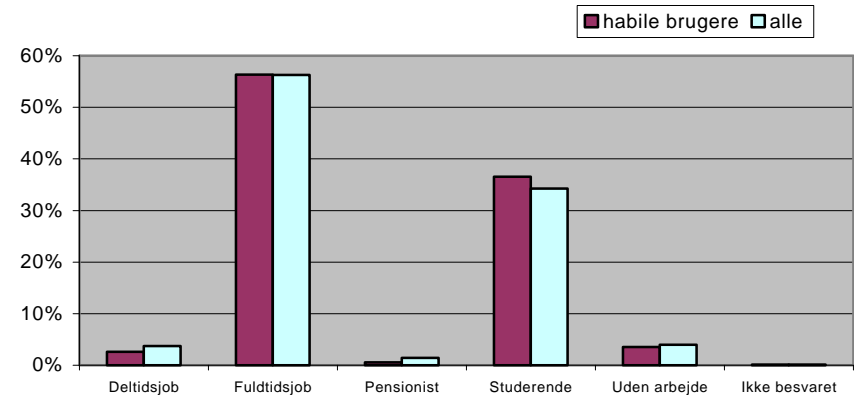
### Alder

	habile brugere		Alle	
	n	%	n	%
under 15	8	0,79%	24	0,80%
15-19	102	10,06%	307	10,19%
20-24	264	26,04%	711	23,61%
25-29	286	28,21%	780	25,90%
30-39	226	22,29%	720	23,90%
40-49	80	7,89%	303	10,06%
50-59	35	3,45%	111	3,69%
60 eller over	3	0,30%	21	0,70%
<b>Ikke besvaret</b>	10	0,99%	35	1,16%



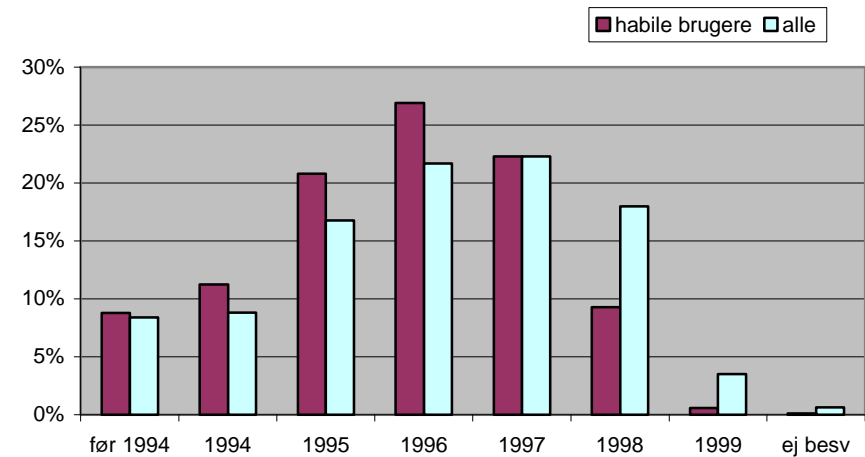
## Arbejdsstatus

	habile brugere		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	27	2,66%	113	3,75%
Fuldtidsjob	572	56,41%	1697	56,34%
Pensionist	6	0,59%	43	1,43%
Studerende	371	36,59%	1032	34,26%
Uden arbejde	36	3,55%	121	4,02%
Ikke besvaret	2	0,20%	6	0,20%



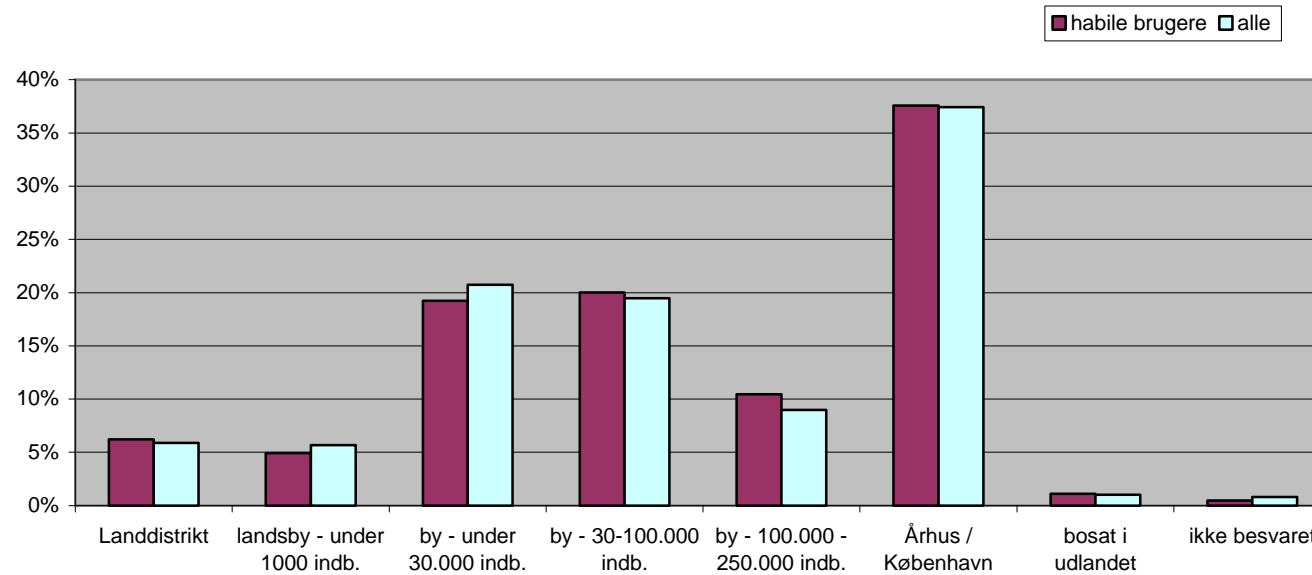
## Første gang på web

	habile brugere		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	89	8,78%	253	8,40%
1994	114	11,24%	265	8,80%
1995	211	20,81%	505	16,77%
1996	273	26,92%	653	21,68%
1997	226	22,29%	671	22,28%
1998	94	9,27%	541	17,96%
1999	6	0,59%	105	3,49%
ej besv	1	0,10%	19	0,63%



## Bopælsregion

	habile brugere		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	63	6,21%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	50	4,93%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	195	19,23%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	203	20,02%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	106	10,45%	270	8,96%
Århus / København	381	37,57%	1127	37,42%
bosat i udlandet	11	1,08%	31	1,03%
ikke besvaret	5	0,49%	25	0,83%

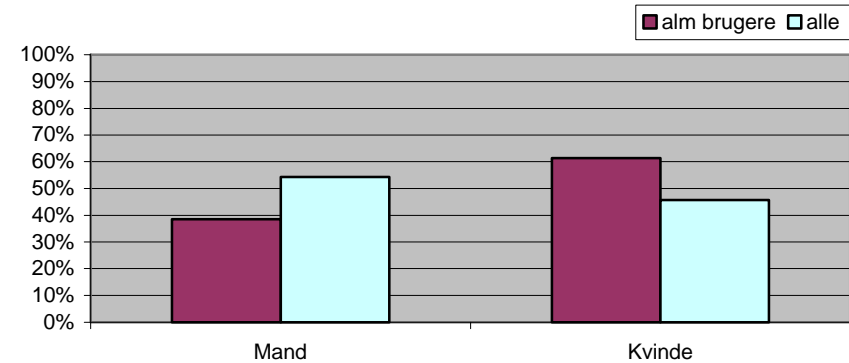


## Gruppen af internetbrugere der betragter sig selv som almindelige brugere

936 respondenter (31,1%) vurderer deres eget niveau som værende almindelige brugere. Lad os her se nærmere på denne gruppe mennesker.

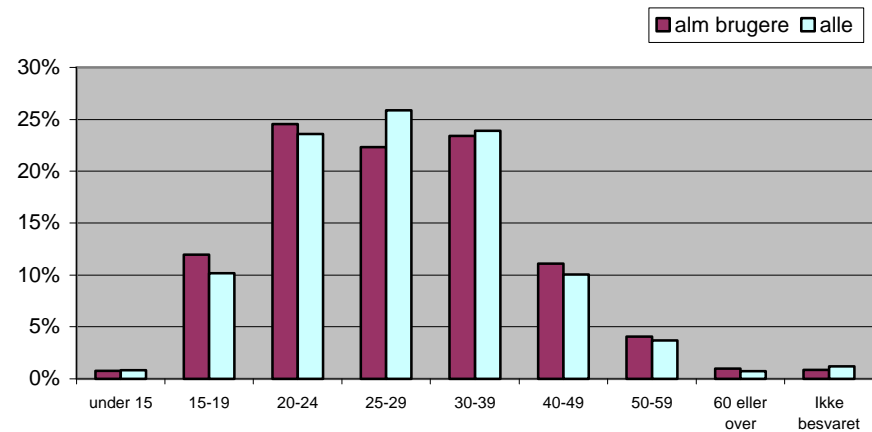
### Køn

	alm brugere		Alle	
	n	%	n	%
Mand	361	38,57%	1634	54,25%
Kvinde	574	61,32%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	1	0,11%	2	0,07%



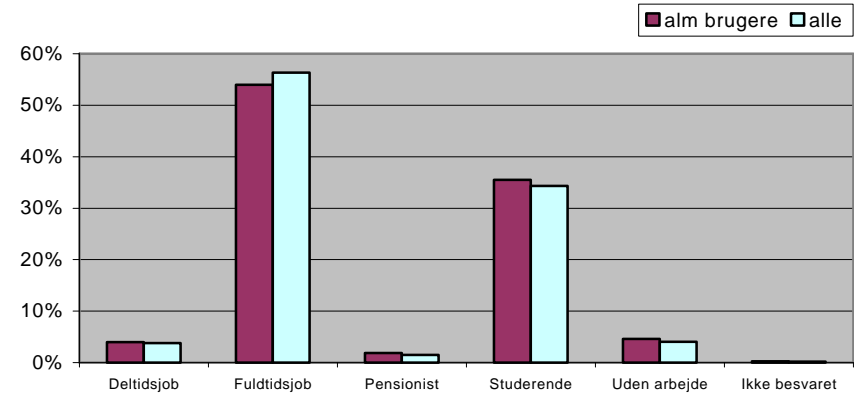
### Alder

	alm brugere		Alle	
	n	%	n	%
under 15	7	0,75%	24	0,80%
15-19	112	11,97%	307	10,19%
20-24	230	24,57%	711	23,61%
25-29	209	22,33%	780	25,90%
30-39	219	23,40%	720	23,90%
40-49	104	11,11%	303	10,06%
50-59	38	4,06%	111	3,69%
60 eller over	9	0,96%	21	0,70%
<b>Ikke besvaret</b>	8	0,85%	35	1,16%



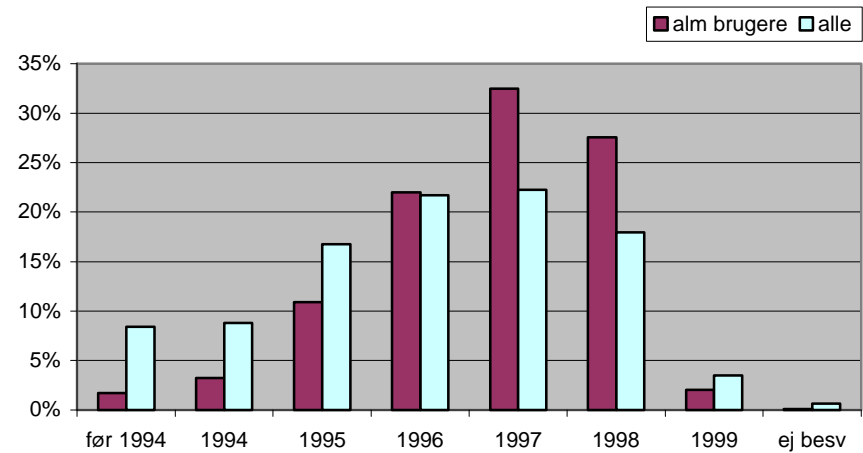
## Arbejdsstatus

	alm brugere		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	37	3,95%	113	3,75%
Fuldtidsjob	505	53,95%	1697	56,34%
Pensionist	17	1,82%	43	1,43%
Studerende	332	35,47%	1032	34,26%
Uden arbejde	43	4,59%	121	4,02%
Ikke besvaret	2	0,21%	6	0,20%



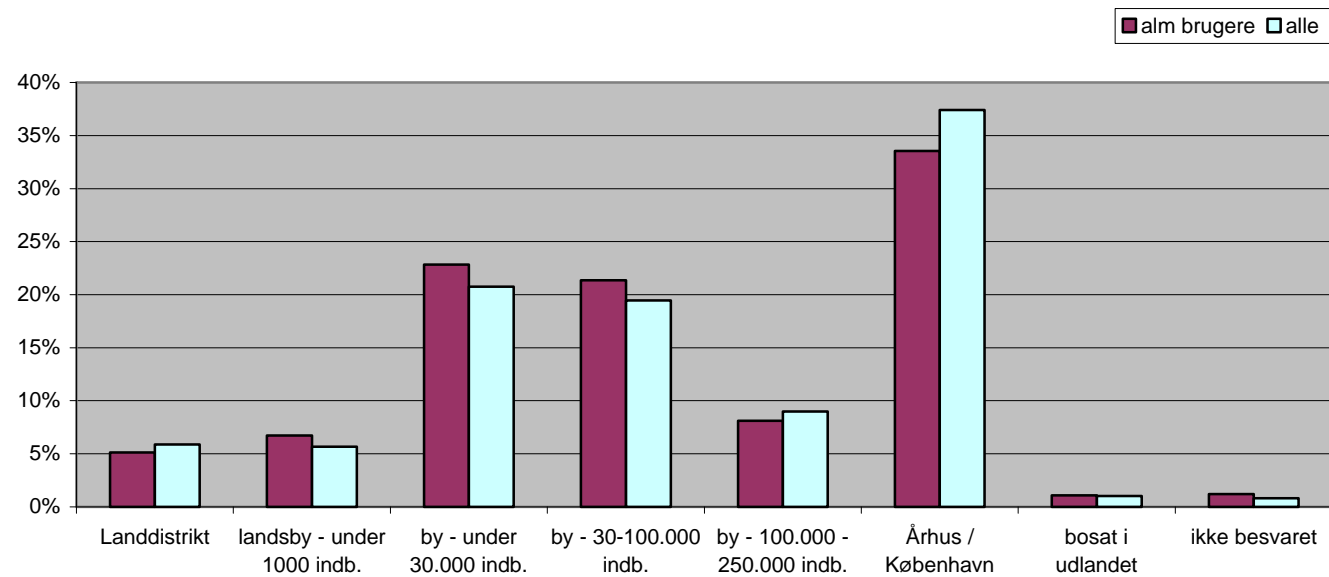
## Første gang på web

	alm brugere		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	16	1,71%	253	8,40%
1994	30	3,21%	265	8,80%
1995	102	10,90%	505	16,77%
1996	206	22,01%	653	21,68%
1997	304	32,48%	671	22,28%
1998	258	27,56%	541	17,96%
1999	19	2,03%	105	3,49%
ej besv	1	0,11%	19	0,63%



## Bopælsregion

	alm brugere		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	48	5,13%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	63	6,73%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	214	22,86%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	200	21,37%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	76	8,12%	270	8,96%
Århus / København	314	33,55%	1127	37,42%
bosat i udlandet	10	1,07%	31	1,03%
ikke besvaret	11	1,18%	25	0,83%



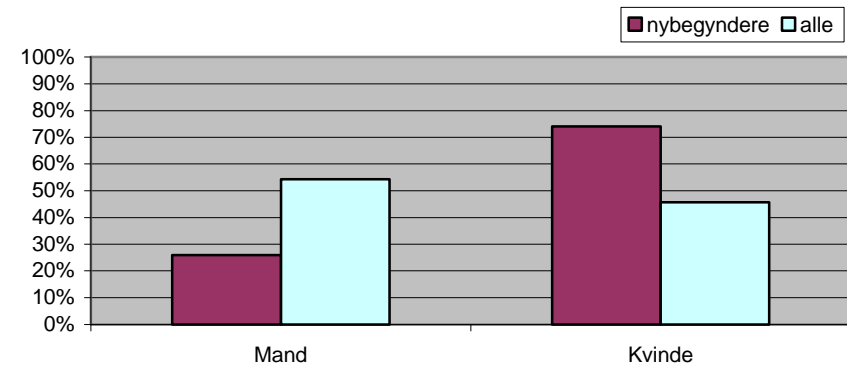


## Gruppen af internetbrugere der betragter sig selv som nybegyndere

272 respondenter har ved vurderingen af eget niveau valgt *ikke helt nybegynder*, men stadig ofte i tvivl om basale ting. Herudover har 71 respondenter kategoriseret sig selv som værende *helt nybegyndere*. Denne gruppe på ialt 343 respondenter (11,4%) vil vi her undersøge nærmere.

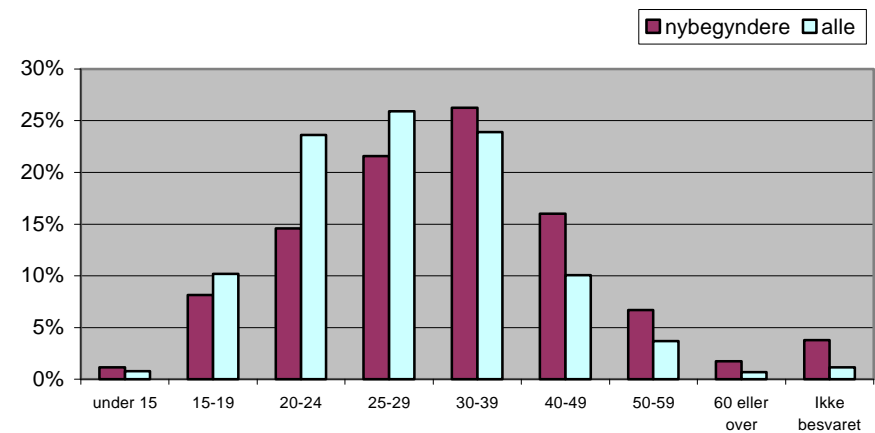
### Køn

	nybegyndere		Alle	
	n	%	n	%
Mand	89	25,95%	1634	54,25%
Kvinde	254	74,05%	1376	45,68%
Ikke besvaret	0	0,00%	2	0,07%



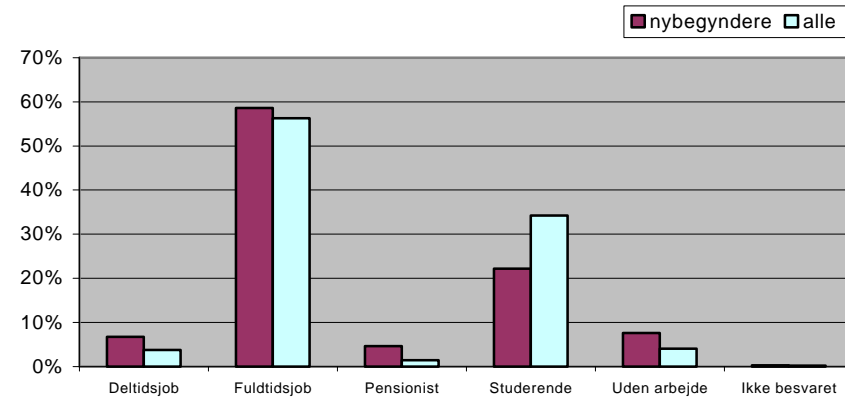
### Alder

	nybegyndere		Alle	
	n	%	n	%
under 15	4	1,17%	24	0,80%
15-19	28	8,16%	307	10,19%
20-24	50	14,58%	711	23,61%
25-29	74	21,57%	780	25,90%
30-39	90	26,24%	720	23,90%
40-49	55	16,03%	303	10,06%
50-59	23	6,71%	111	3,69%
60 eller over	6	1,75%	21	0,70%
Ikke besvaret	13	3,79%	35	1,16%



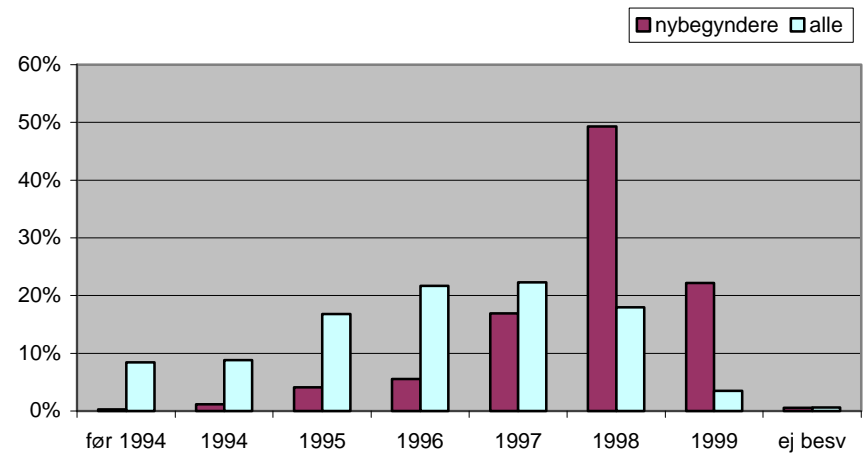
## Arbejdsstatus

	nybegyndere		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	23	6,71%	113	3,75%
Fuldtidsjob	201	58,60%	1697	56,34%
Pensionist	16	4,66%	43	1,43%
Studerende	76	22,16%	1032	34,26%
Uden arbejde	26	7,58%	121	4,02%
Ikke besvaret	1	0,29%	6	0,20%



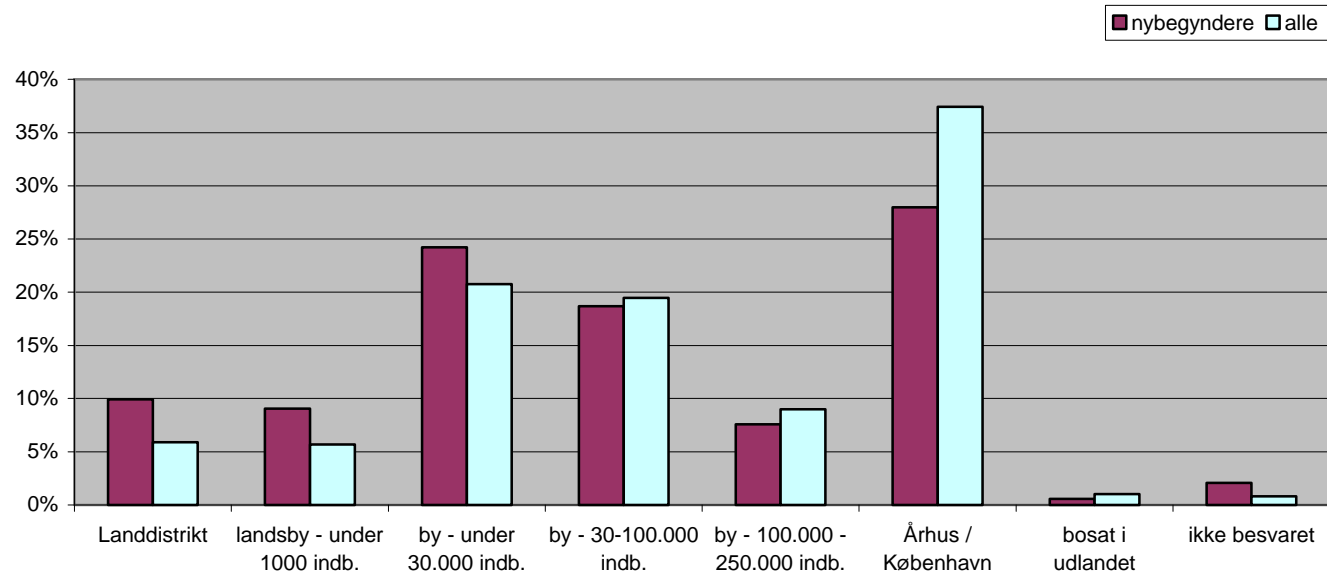
## Første gang på web

	nybegyndere		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	1	0,29%	253	8,40%
1994	4	1,17%	265	8,80%
1995	14	4,08%	505	16,77%
1996	19	5,54%	653	21,68%
1997	58	16,91%	671	22,28%
1998	169	49,27%	541	17,96%
1999	76	22,16%	105	3,49%
ej besv	2	0,58%	19	0,63%



## Bopælsregion

	nybegyndere		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	34	9,91%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	31	9,04%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	83	24,20%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	64	18,66%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	26	7,58%	270	8,96%
Århus / København	96	27,99%	1127	37,42%
bosat i udlandet	2	0,58%	31	1,03%
ikke besvaret	7	2,04%	25	0,83%

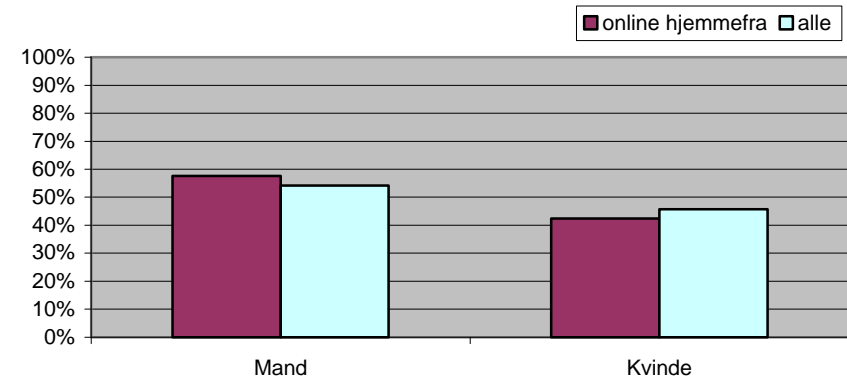


## Gruppen af internetbrugere der er online hjemmefra.

2094 respondenter (69,5%) har markeret at de internetadgang hjemmefra. Lad os i dette afsnit se nærmere på denne gruppe af internetbrugere.

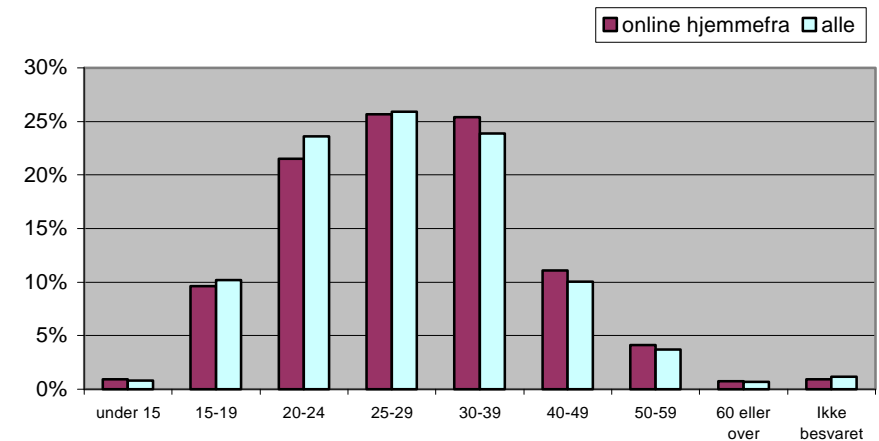
### Køn

	online hjemmefra		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	1208	57,69%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	886	42,31%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	0	0,00%	2	0,07%



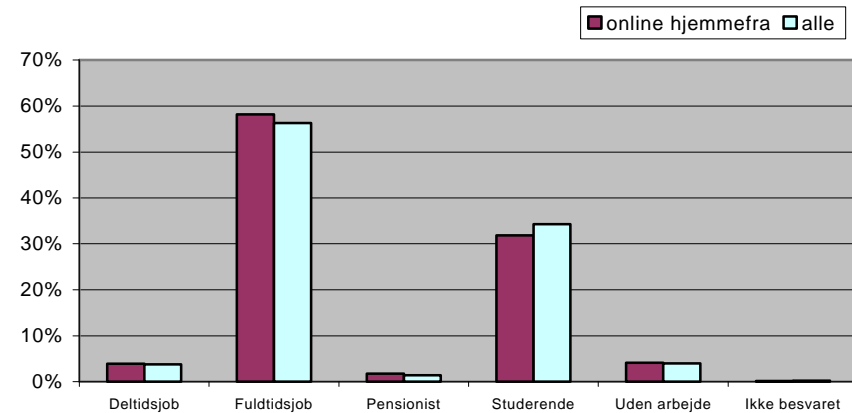
### Alder

	online hjemmefra		Alle	
	n	%	n	%
under 15	19	0,91%	24	0,80%
15-19	201	9,60%	307	10,19%
20-24	451	21,54%	711	23,61%
25-29	538	25,69%	780	25,90%
30-39	532	25,41%	720	23,90%
40-49	232	11,08%	303	10,06%
50-59	86	4,11%	111	3,69%
60 eller over	16	0,76%	21	0,70%
Ikke besvaret	19	0,91%	35	1,16%



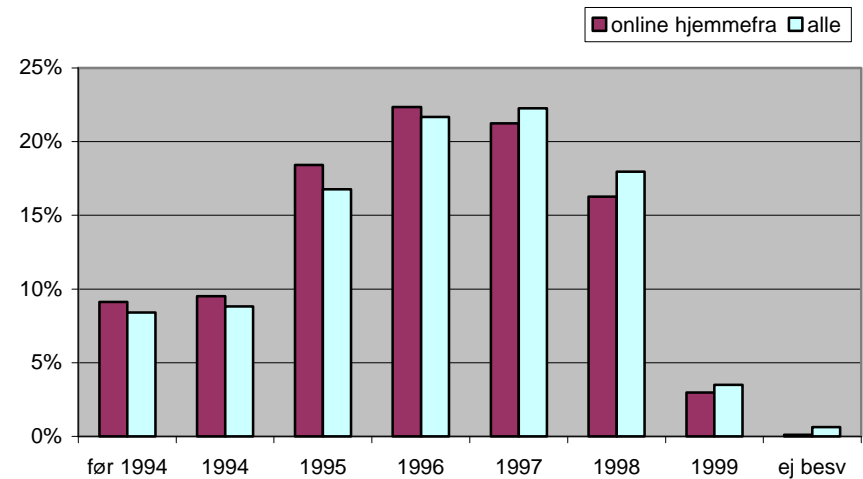
## Arbejdsstatus

	online hjemmefra		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	83	3,96%	113	3,75%
Fuldtidsjob	1218	58,17%	1697	56,34%
Pensionist	37	1,77%	43	1,43%
Studerende	666	31,81%	1032	34,26%
Uden arbejde	87	4,15%	121	4,02%
Ikke besvaret	3	0,14%	6	0,20%



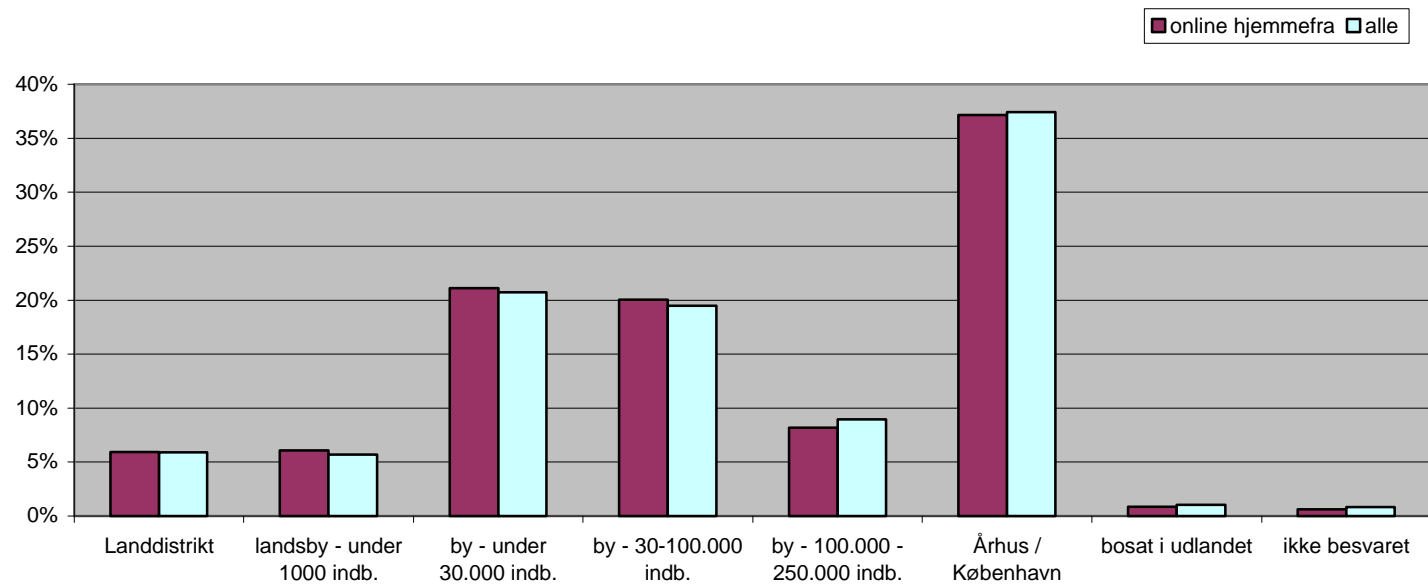
## Første gang på web

	online hjemmefra		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	191	9,12%	253	8,40%
1994	199	9,50%	265	8,80%
1995	386	18,43%	505	16,77%
1996	468	22,35%	653	21,68%
1997	445	21,25%	671	22,28%
1998	341	16,28%	541	17,96%
1999	62	2,96%	105	3,49%
ej besv	2	0,10%	19	0,63%



## Bopælsregion

	online hjemmefra		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	124	5,92%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	127	6,06%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	442	21,11%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	420	20,06%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	172	8,21%	270	8,96%
Århus / København	778	37,15%	1127	37,42%
bosat i udlandet	18	0,86%	31	1,03%
ikke besvaret	13	0,62%	25	0,83%

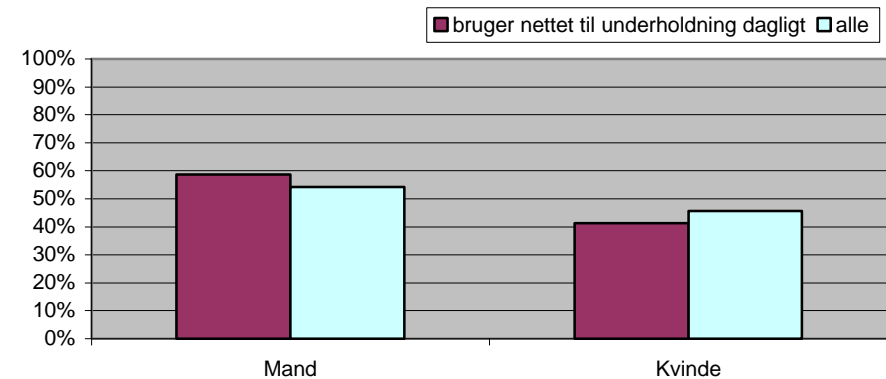


## Gruppen af internetbrugere der dagligt bruger nettet til underholdning

911 respondenter (30,2%) har markeret at de dagligt bruger nettet til underholdning. Lad os i dette afsnit se nærmere på denne gruppe af internetbrugere.

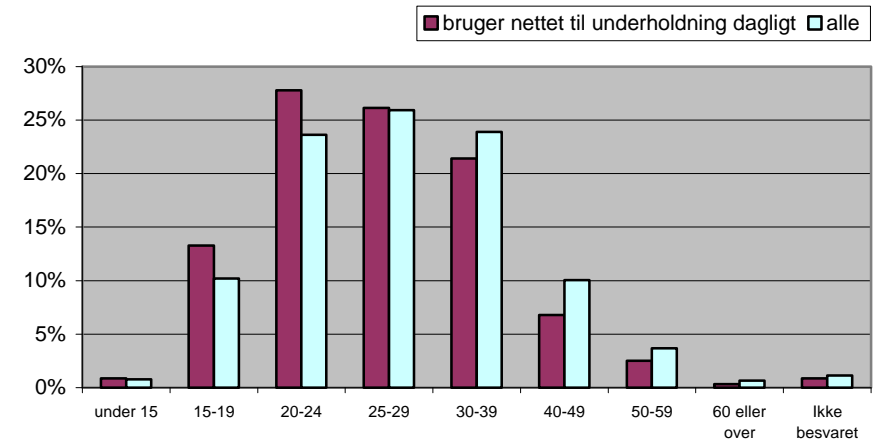
### Køn

	bruger nettet til underholdning dagligt		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	535	58,73%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	376	41,27%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	0	0,00%	2	0,07%



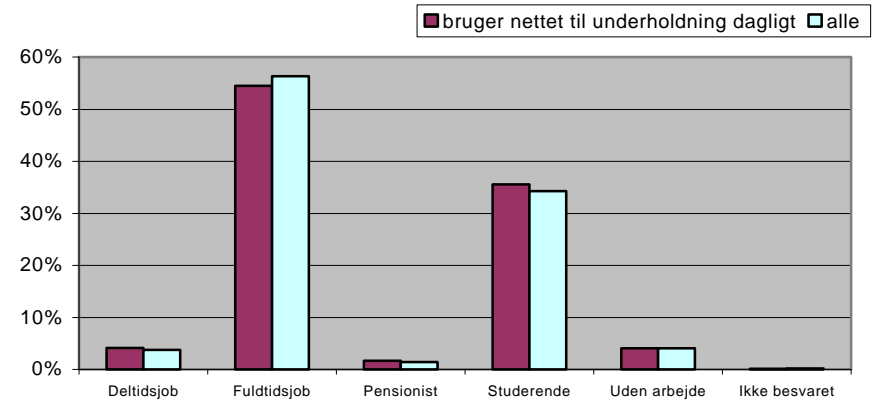
### Alder

	bruger nettet til underholdning dagligt		Alle	
	n	%	n	%
under 15	8	0,88%	24	0,80%
15-19	121	13,28%	307	10,19%
20-24	253	27,77%	711	23,61%
25-29	238	26,13%	780	25,90%
30-39	195	21,41%	720	23,90%
40-49	62	6,81%	303	10,06%
50-59	23	2,52%	111	3,69%
60 eller over	3	0,33%	21	0,70%
<b>Ikke besvaret</b>	8	0,88%	35	1,16%



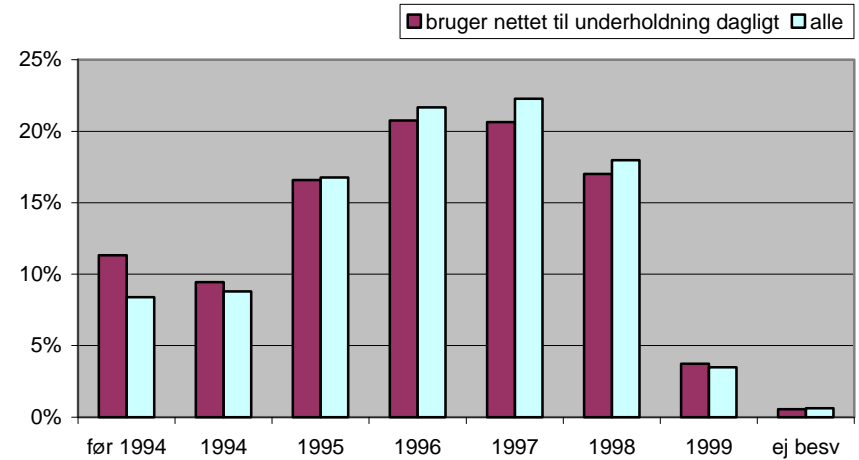
## Arbejdsstatus

	bruger nettet til underholdning dagligt		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	38	4,17%	113	3,75%
Fuldtidsjob	496	54,45%	1697	56,34%
Pensionist	15	1,65%	43	1,43%
Studerende	324	35,57%	1032	34,26%
Uden arbejde	37	4,06%	121	4,02%
Ikke besvaret	1	0,11%	6	0,20%



## Første gang på web

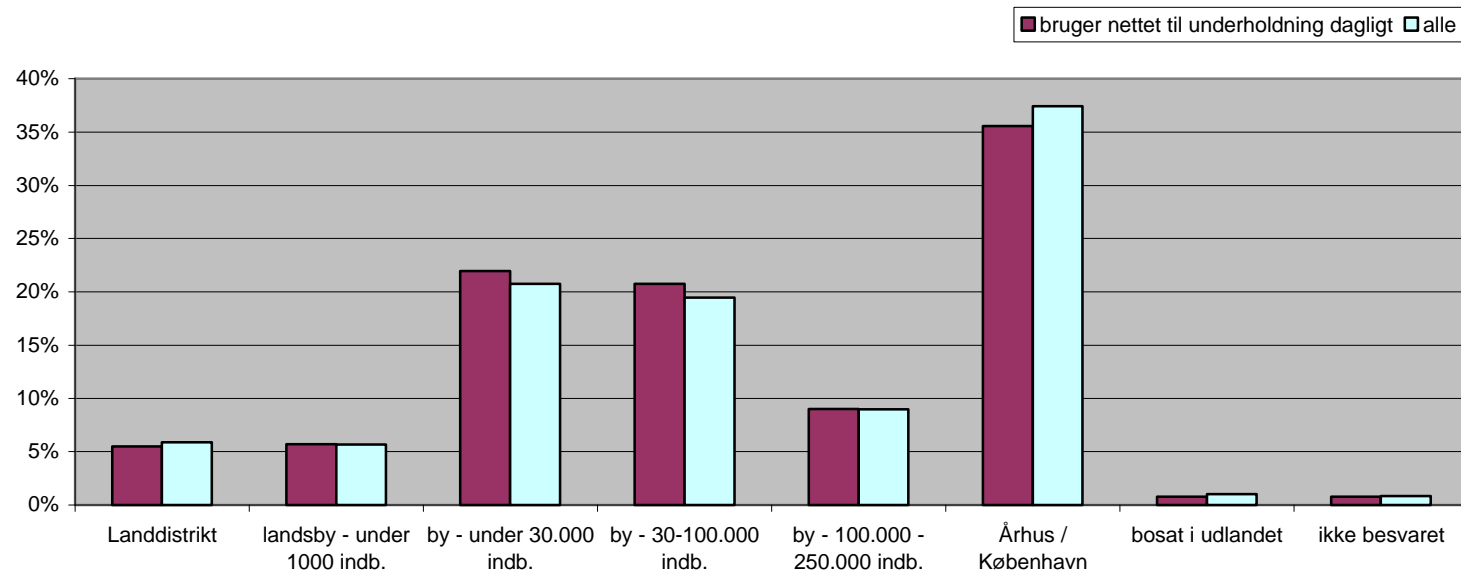
	bruger nettet til underholdning dagligt		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	103	11,31%	253	8,40%
1994	86	9,44%	265	8,80%
1995	151	16,58%	505	16,77%
1996	189	20,75%	653	21,68%
1997	188	20,64%	671	22,28%
1998	155	17,01%	541	17,96%
1999	34	3,73%	105	3,49%
ej besv	5	0,55%	19	0,63%





## Bopælsregion

	bruger nettet til underholdning dagligt		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	50	5,49%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	52	5,71%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	200	21,95%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	189	20,75%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	82	9,00%	270	8,96%
Århus / København	324	35,57%	1127	37,42%
bosat i udlandet	7	0,77%	31	1,03%
ikke besvaret	7	0,77%	25	0,83%

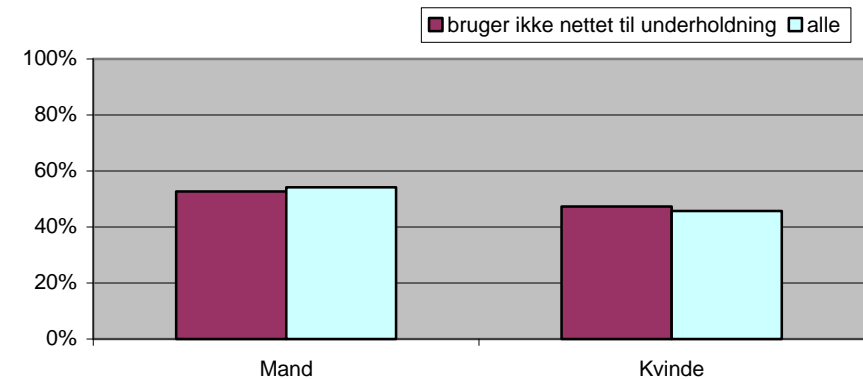


## Gruppen af internetbrugere der sjældent/aldrig bruger nettet til underholdning

716 respondenter (23,8%) har markeret at de sjældent eller decideret aldrig bruger nettet til underholdning. Vi vil i dette afsnit se nærmere på denne gruppe af internetbrugere.

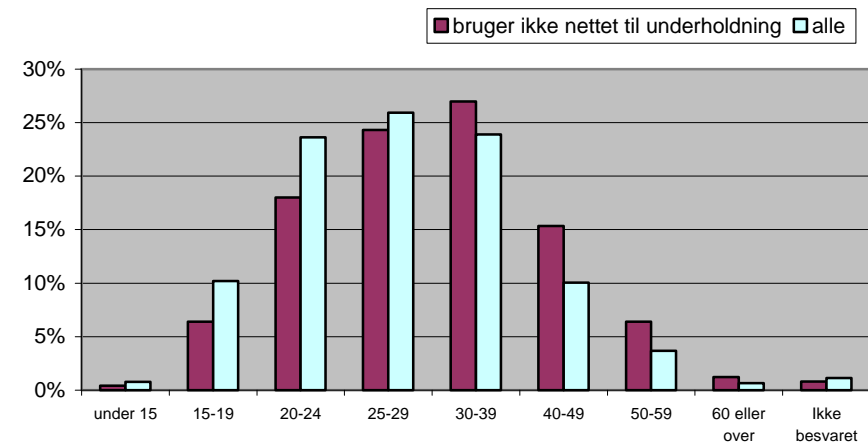
### Køn

	bruger ikke nettet til underholdning		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	378	52,79%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	338	47,21%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	0	0,00%	2	0,07%



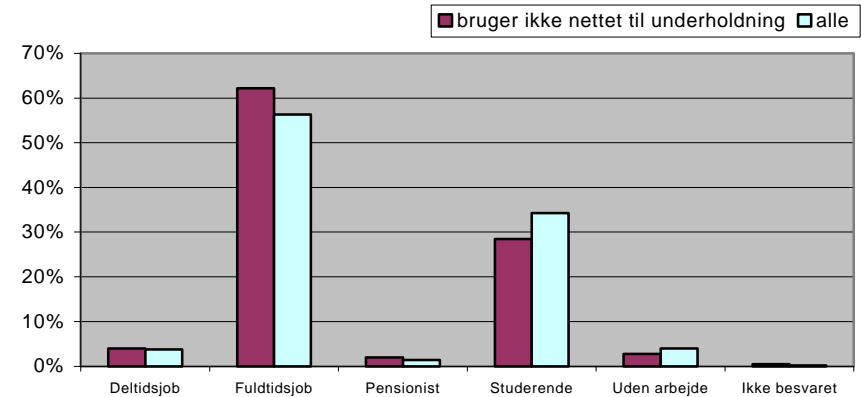
### Alder

	bruger ikke nettet til underholdning		Alle	
	n	%	n	%
under 15	3	0,42%	24	0,80%
15-19	46	6,42%	307	10,19%
20-24	129	18,02%	711	23,61%
25-29	174	24,30%	780	25,90%
30-39	193	26,96%	720	23,90%
40-49	110	15,36%	303	10,06%
50-59	46	6,42%	111	3,69%
60 eller over	9	1,26%	21	0,70%
<b>Ikke besvaret</b>	6	0,84%	35	1,16%



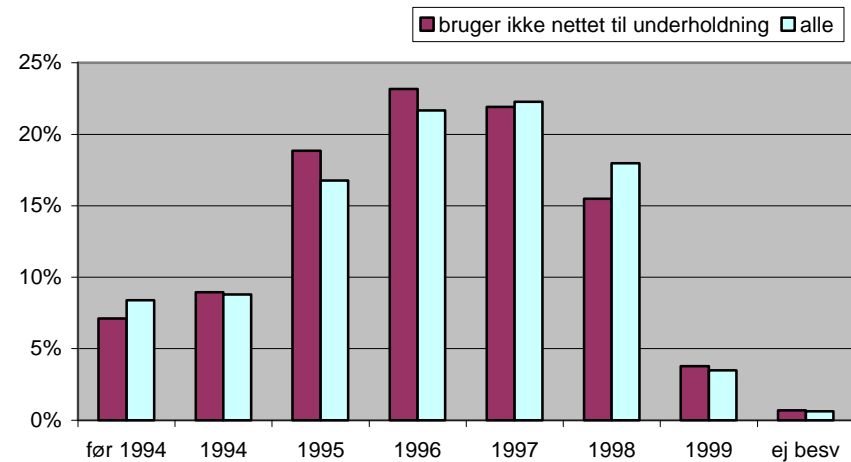
## Arbejdsstatus

	bruger ikke nettet til underholdning		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	29	4,05%	113	3,75%
Fuldtidsjob	445	62,15%	1697	56,34%
Pensionist	14	1,96%	43	1,43%
Studerende	204	28,49%	1032	34,26%
Uden arbejde	20	2,79%	121	4,02%
Ikke besvaret	4	0,56%	6	0,20%



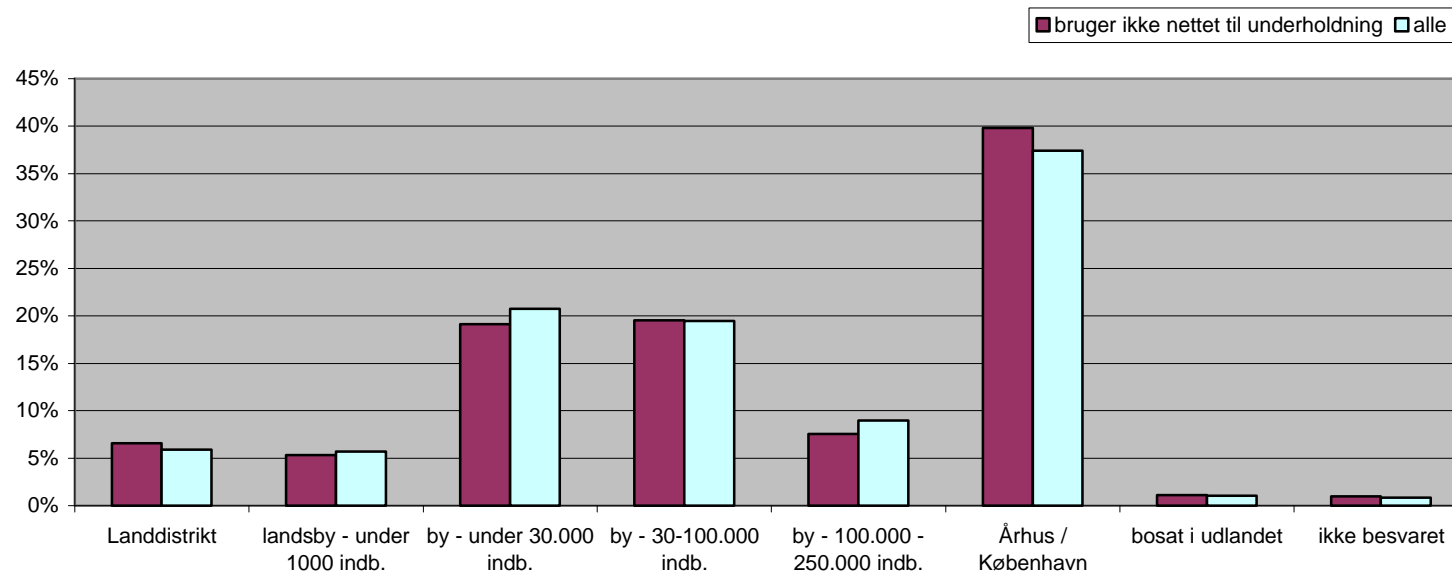
## Første gang på web

	bruger ikke nettet til underholdning		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	51	7,12%	253	8,40%
1994	64	8,94%	265	8,80%
1995	135	18,85%	505	16,77%
1996	166	23,18%	653	21,68%
1997	157	21,93%	671	22,28%
1998	111	15,50%	541	17,96%
1999	27	3,77%	105	3,49%
ej besv	5	0,70%	19	0,63%



## Bopælsregion

	bruger ikke nettet til underholdning		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	47	6,56%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	38	5,31%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	137	19,13%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	140	19,55%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	54	7,54%	270	8,96%
Århus / København	285	39,80%	1127	37,42%
bosat i udlandet	8	1,12%	31	1,03%
ikke besvaret	7	0,98%	25	0,83%

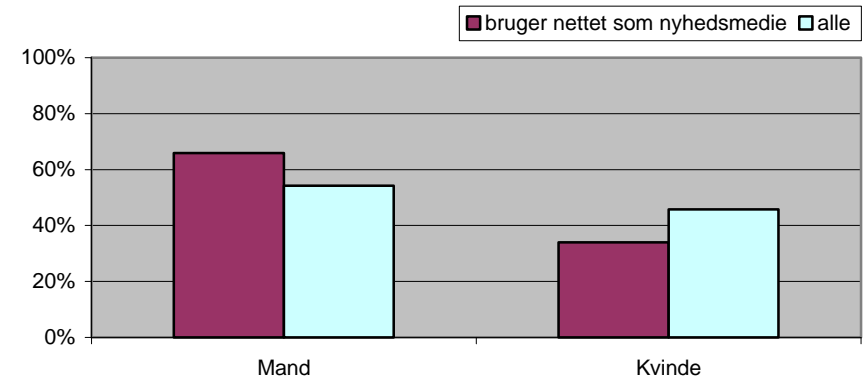


## Gruppen af internetbrugere der finder daglige nyheder på nettet

874 respondenter (29,0%) svarer at de dagligt finder aktuelle nyheder på nettet. Vi vil i dette afsnit se nærmere på denne gruppe mennesker.

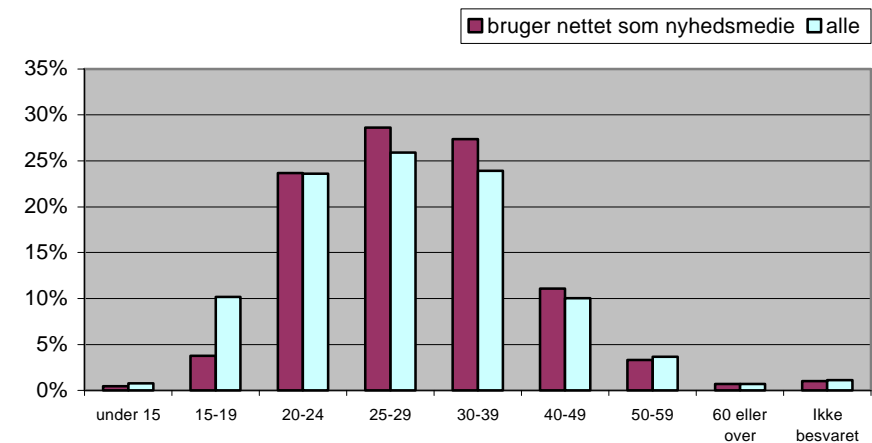
### Køn

	bruger nettet som nyhedsmedie		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	576	65,90%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	297	33,98%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	1	0,11%	2	0,07%



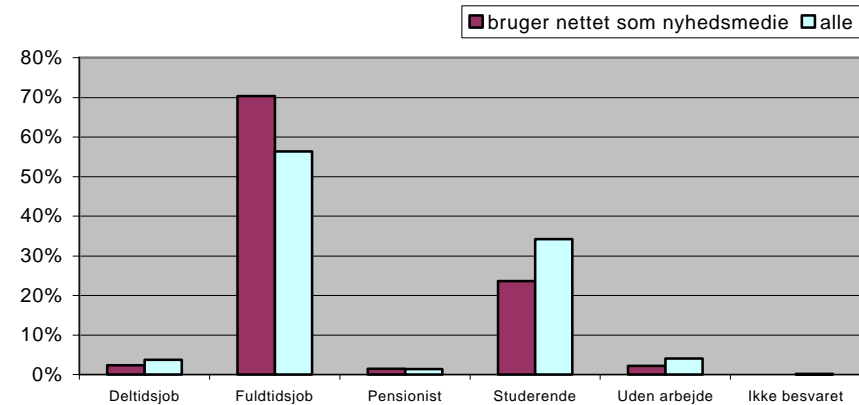
### Alder

	bruger nettet som nyhedsmedie		Alle	
	n	%	n	%
under 15	4	0,46%	24	0,80%
15-19	33	3,78%	307	10,19%
20-24	207	23,68%	711	23,61%
25-29	250	28,60%	780	25,90%
30-39	239	27,35%	720	23,90%
40-49	97	11,10%	303	10,06%
50-59	29	3,32%	111	3,69%
60 eller over	6	0,69%	21	0,70%
Ikke besvaret	9	1,03%	35	1,16%



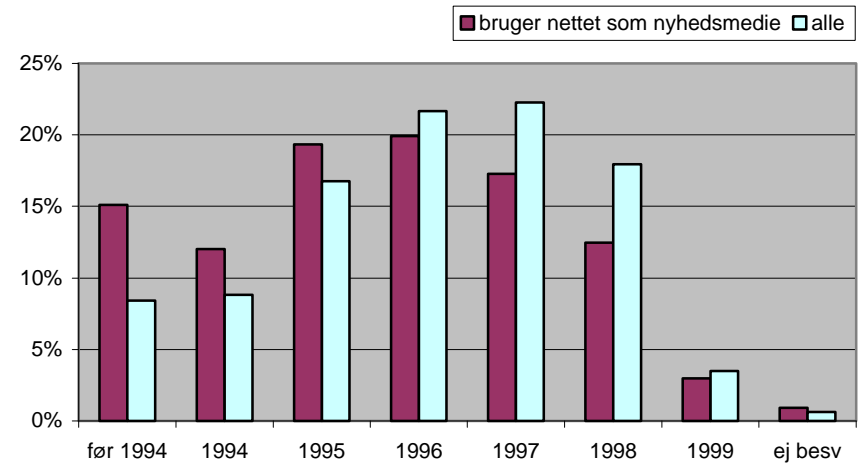
## Arbejdsstatus

	bruger nettet som nyhedsmedie		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	21	2,40%	113	3,75%
Fuldtidsjob	615	70,37%	1697	56,34%
Pensionist	13	1,49%	43	1,43%
Studerende	206	23,57%	1032	34,26%
Uden arbejde	19	2,17%	121	4,02%
Ikke besvaret	0	0,00%	6	0,20%



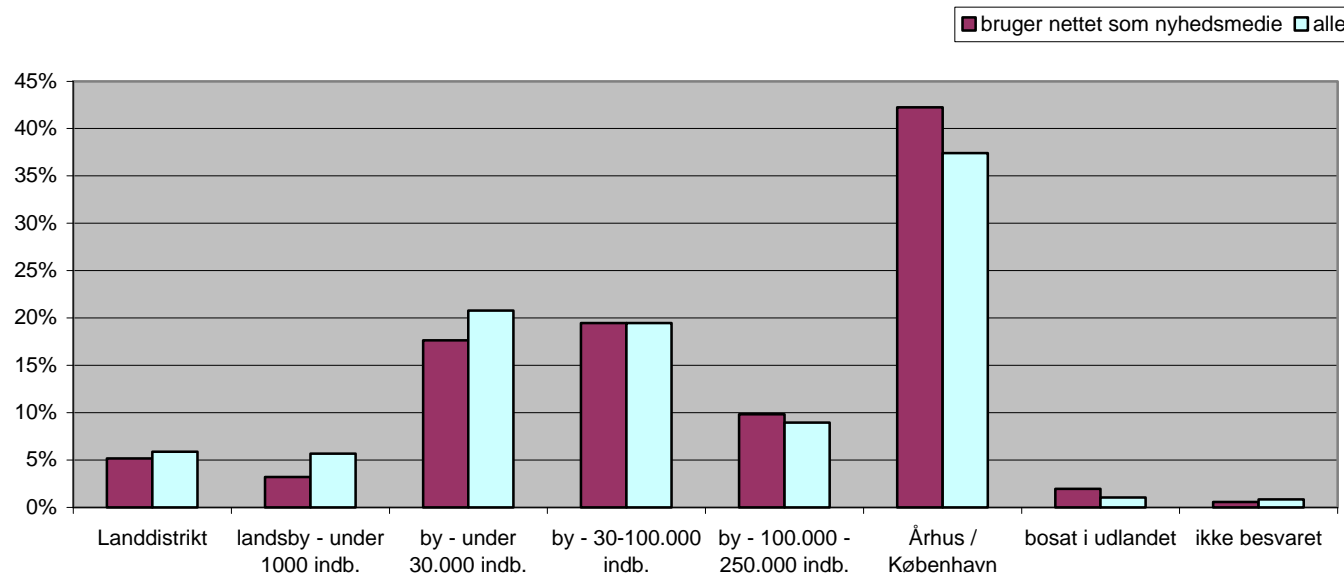
## Første gang på web

	bruger nettet som nyhedsmedie		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	132	15,10%	253	8,40%
1994	105	12,01%	265	8,80%
1995	169	19,34%	505	16,77%
1996	174	19,91%	653	21,68%
1997	151	17,28%	671	22,28%
1998	109	12,47%	541	17,96%
1999	26	2,97%	105	3,49%
ej besv	8	0,91%	19	0,63%



## Bopælsregion

	bruger nettet som nyhedsmedie		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	45	5,15%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	28	3,20%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	154	17,62%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	170	19,45%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	86	9,84%	270	8,96%
Århus / København	369	42,22%	1127	37,42%
bosat i udlandet	17	1,95%	31	1,03%
ikke besvaret	5	0,57%	25	0,83%

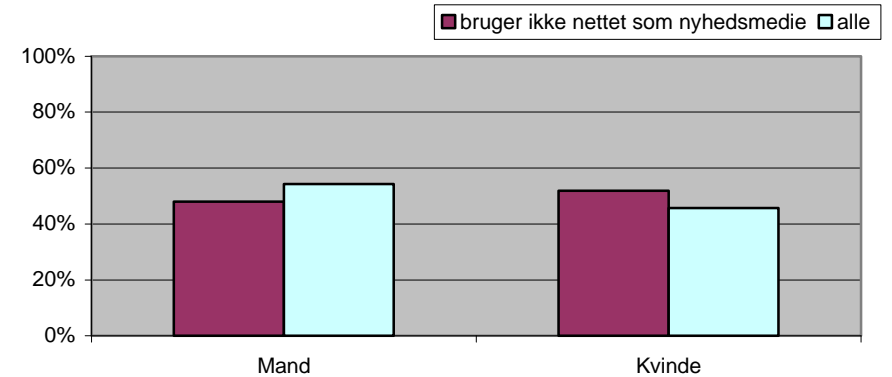


## Gruppen af internetbrugere der ikke finder daglige nyheder på nettet

1027 respondenter (34,1%) svarer at de sjældent eller decideret aldrig finder daglige nyheder på nettet. Vi vil i dette afsnit se nærmere på denne gruppe mennesker.

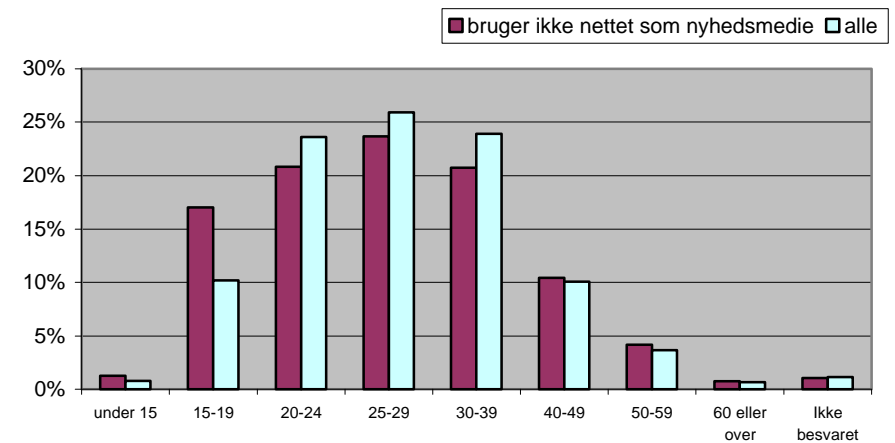
### Køn

	bruger ikke nettet som nyhedsmedie		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	493	48,00%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	533	51,90%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	1	0,10%	2	0,07%



### Alder

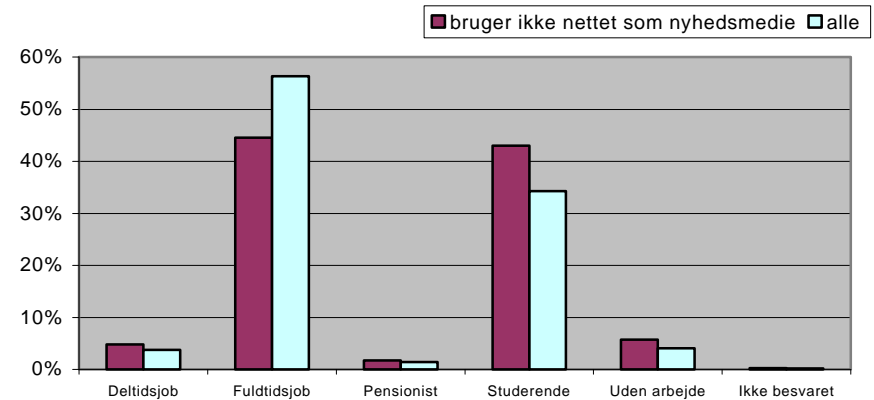
	bruger ikke nettet som nyhedsmedie		Alle	
	n	%	n	%
under 15	13	1,27%	24	0,80%
15-19	175	17,04%	307	10,19%
20-24	214	20,84%	711	23,61%
25-29	243	23,66%	780	25,90%
30-39	213	20,74%	720	23,90%
40-49	107	10,42%	303	10,06%
50-59	43	4,19%	111	3,69%
60 eller over	8	0,78%	21	0,70%
Ikke besvaret	11	1,07%	35	1,16%





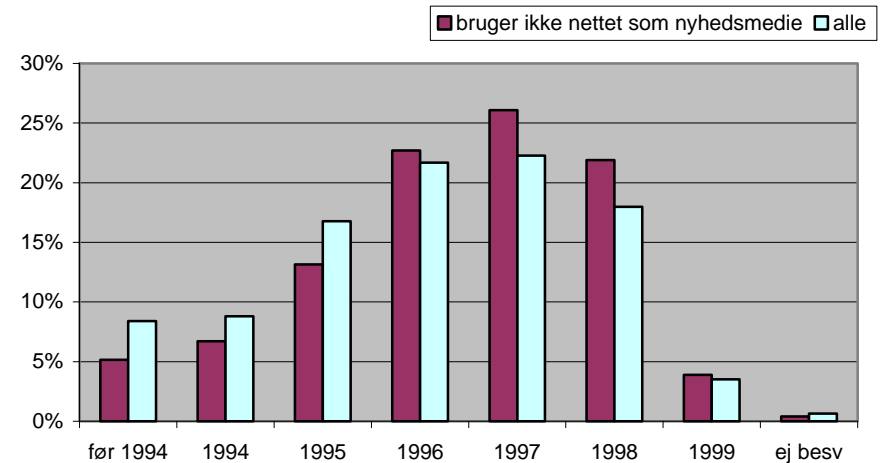
## Arbejdsstatus

	bruger ikke nettet som nyhedsmedie		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	49	4,77%	113	3,75%
Fuldtidsjob	457	44,50%	1697	56,34%
Pensionist	18	1,75%	43	1,43%
Studerende	441	42,94%	1032	34,26%
Uden arbejde	59	5,74%	121	4,02%
Ikke besvaret	3	0,29%	6	0,20%



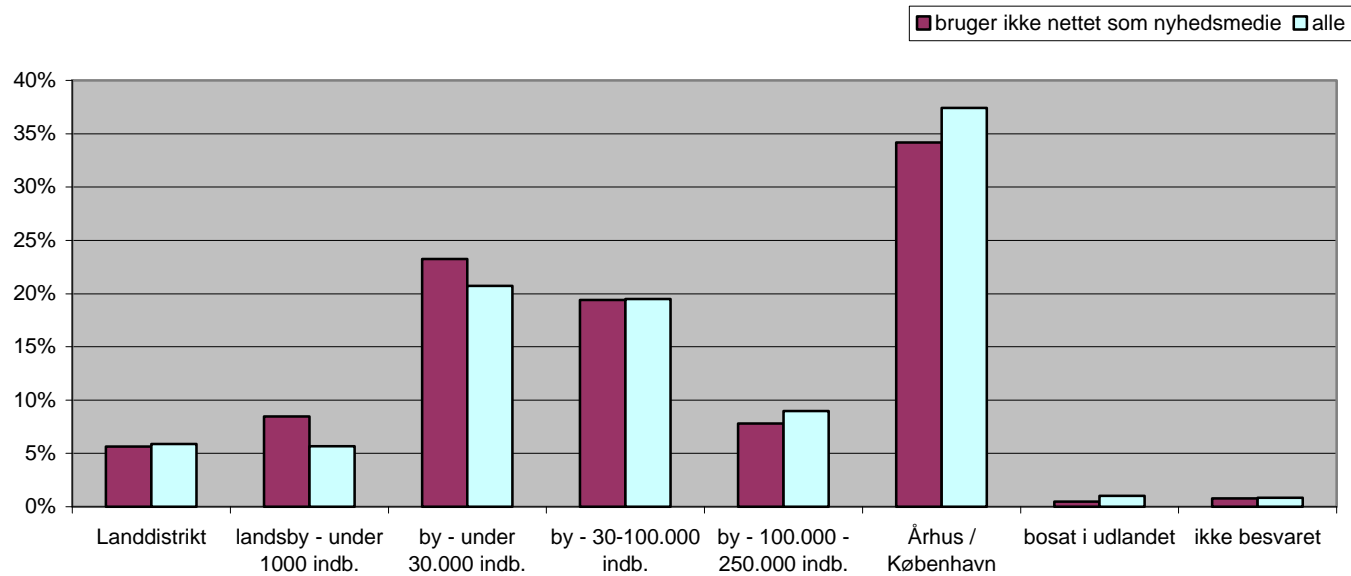
## Første gang på web

	bruger ikke nettet som nyhedsmedie		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	53	5,16%	253	8,40%
1994	69	6,72%	265	8,80%
1995	135	13,15%	505	16,77%
1996	233	22,69%	653	21,68%
1997	268	26,10%	671	22,28%
1998	225	21,91%	541	17,96%
1999	40	3,89%	105	3,49%
ej besv	4	0,39%	19	0,63%



## Bopælsregion

	bruger nettet som nyhedsmedie		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	58	5,65%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	87	8,47%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	239	23,27%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	199	19,38%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	80	7,79%	270	8,96%
Århus / København	351	34,18%	1127	37,42%
bosat i udlandet	5	0,49%	31	1,03%
ikke besvaret	8	0,78%	25	0,83%



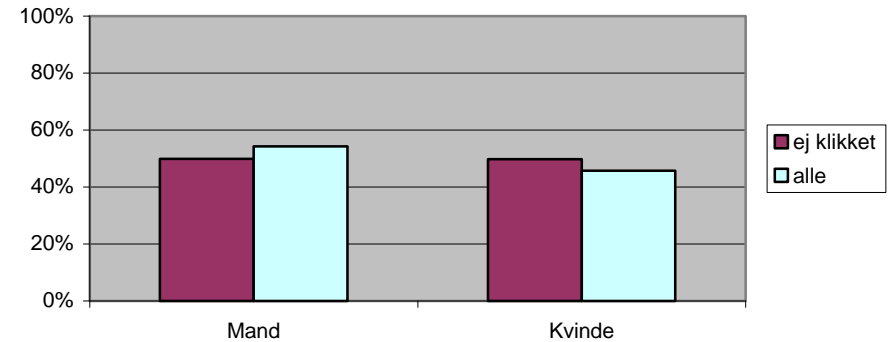
## Gruppen af internetbrugere der *ikke* har klikket på en bannerreklame

En gennemgang af de 637 respondenter (21,15%) der *ikke* har klikket på en bannerreklame.

### Køn

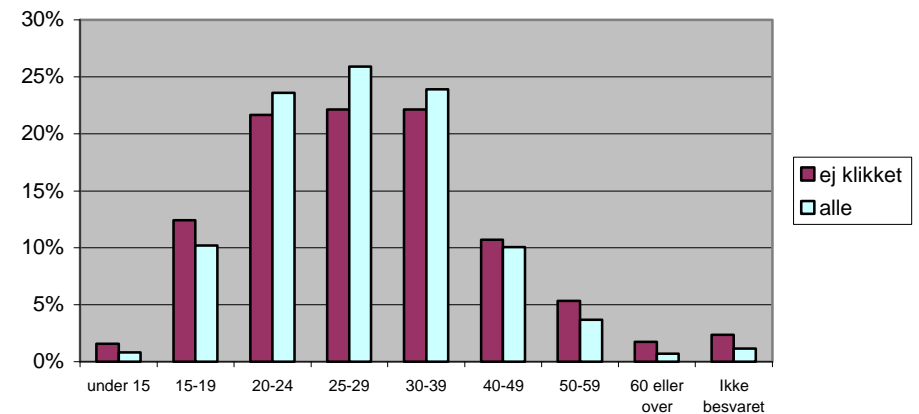
Tabel 1

	Ej klikket på banner		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	318	49,92%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	317	49,76%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	2	0,31%	2	0,07%



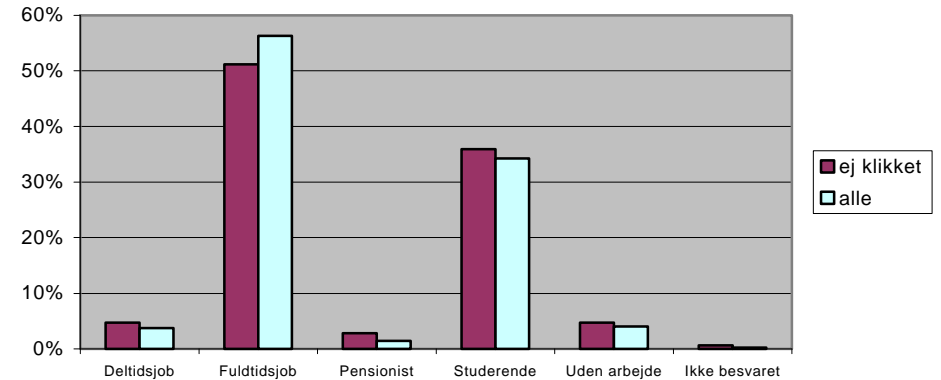
### Alder

	Ej klikket på banner		Alle	
	n	%	n	%
under 15	10	1,57%	24	0,80%
15-19	79	12,40%	307	10,19%
20-24	138	21,66%	711	23,61%
25-29	141	22,14%	780	25,90%
30-39	141	22,14%	720	23,90%
40-49	68	10,68%	303	10,06%
50-59	34	5,34%	111	3,69%
60 eller over	11	1,73%	21	0,70%
Ikke besvaret	15	2,35%	35	1,16%



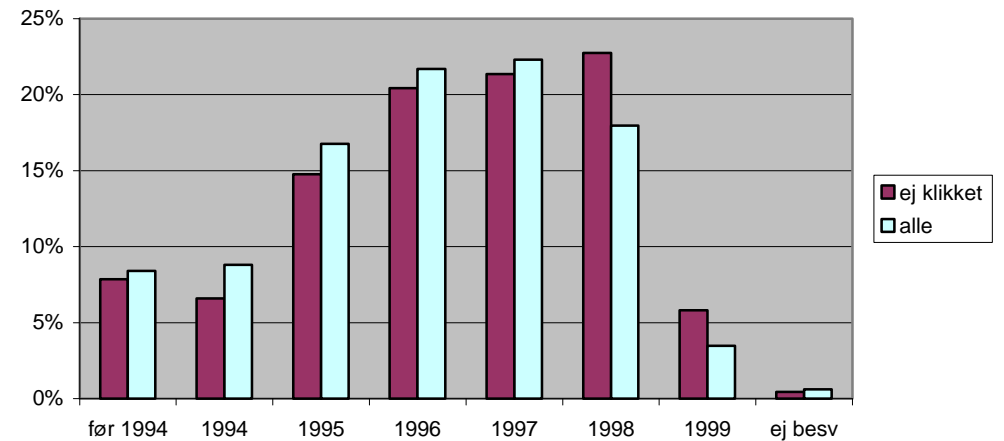
## Arbejdsstatus

	Ej klikket på banner		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	30	4,71%	113	3,75%
Fuldtidsjob	326	51,18%	1697	56,34%
Pensionist	18	2,83%	43	1,43%
Studerende	229	35,95%	1032	34,26%
Uden arbejde	30	4,71%	121	4,02%
Ikke besvaret	4	0,63%	6	0,20%



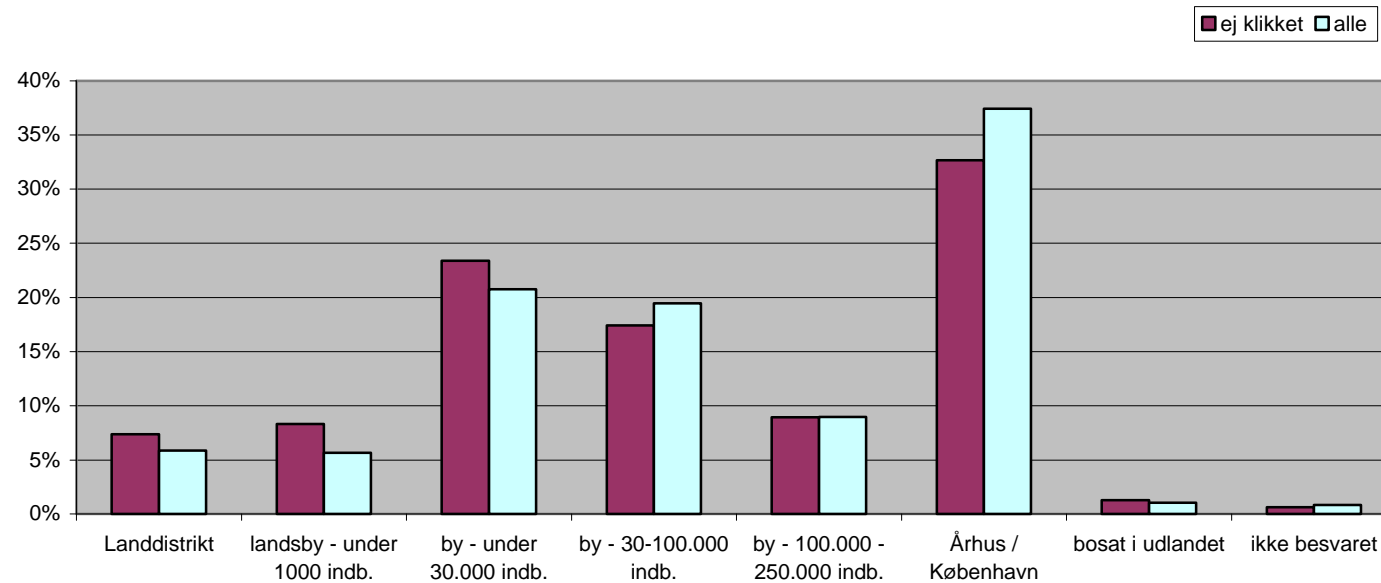
## Første gang på web

	Ej klikket på banner		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	50	7,85%	253	8,40%
1994	42	6,59%	265	8,80%
1995	94	14,76%	505	16,77%
1996	130	20,41%	653	21,68%
1997	136	21,35%	671	22,28%
1998	145	22,76%	541	17,96%
1999	37	5,81%	105	3,49%
ej besv	3	0,47%	19	0,63%



## Bopælsregion

	Ej klikket på banner		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	47	7,38%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	53	8,32%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	149	23,39%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	111	17,43%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	57	8,95%	270	8,96%
Århus / København	208	32,65%	1127	37,42%
bosat i udlandet	8	1,26%	31	1,03%
ikke besvaret	4	0,63%	25	0,83%

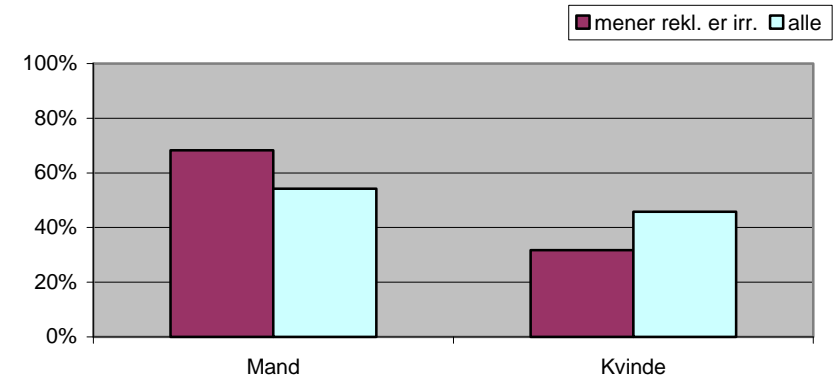


## Gruppen af internetbrugere der mener at reklamer er drønirriterende

En gennemgang af de 653 respondenter (21,58%) der mener at reklamer på internettet er drønirriterende.

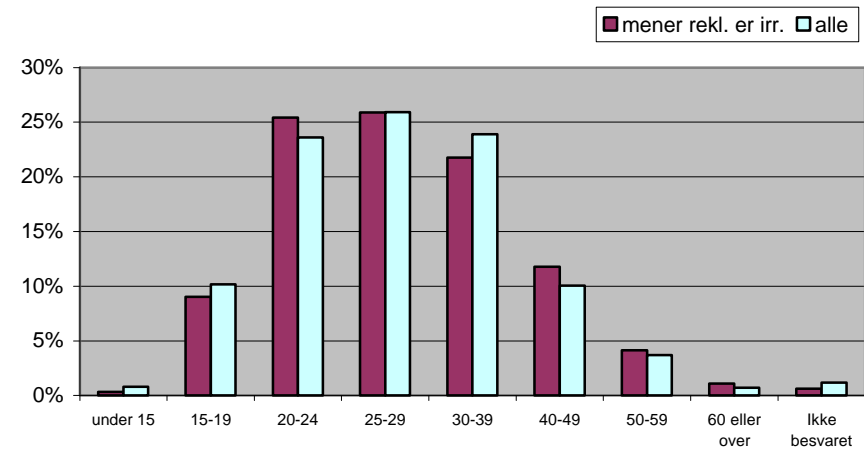
### Køn

	Mener rekl er irr		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	446	68,30%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	207	31,70%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	0	0,00%	2	0,07%



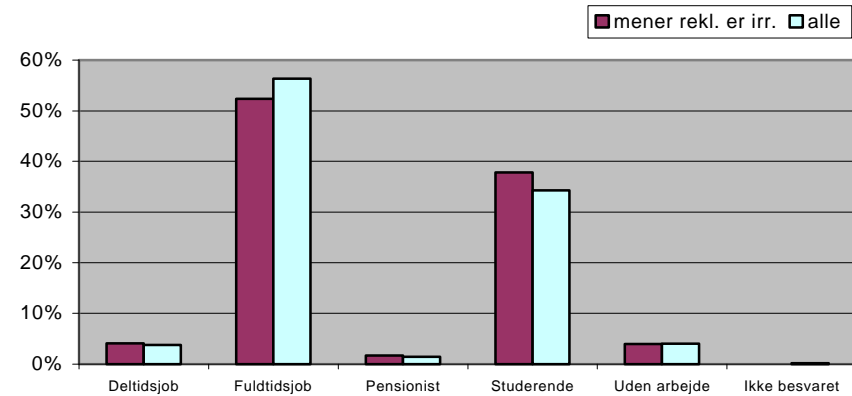
### Alder

	Mener rekl er irr		Alle	
	n	%	n	%
under 15	2	0,31%	24	0,80%
15-19	59	9,04%	307	10,19%
20-24	166	25,42%	711	23,61%
25-29	169	25,88%	780	25,90%
30-39	142	21,75%	720	23,90%
40-49	77	11,79%	303	10,06%
50-59	27	4,13%	111	3,69%
60 eller over	7	1,07%	21	0,70%
Ikke besvaret	4	0,61%	35	1,16%



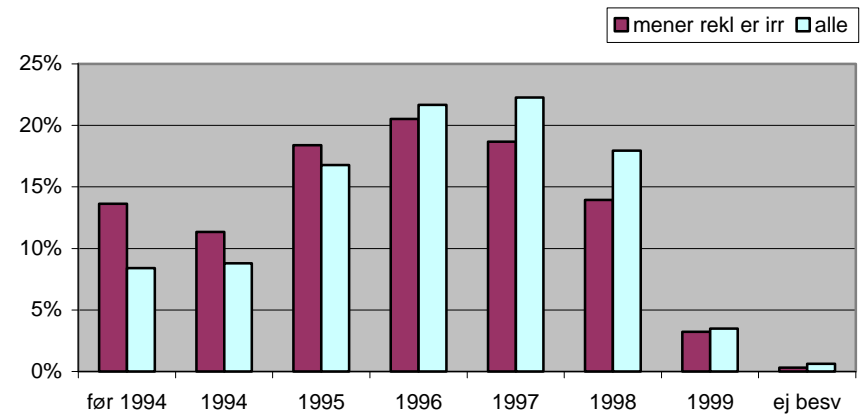
## Arbejdsstatus

	Mener rekl er irr		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	27	4,13%	113	3,75%
Fuldtidsjob	342	52,37%	1697	56,34%
Pensionist	11	1,68%	43	1,43%
Studerende	247	37,83%	1032	34,26%
Uden arbejde	26	3,98%	121	4,02%
Ikke besvaret	0	0,00%	6	0,20%



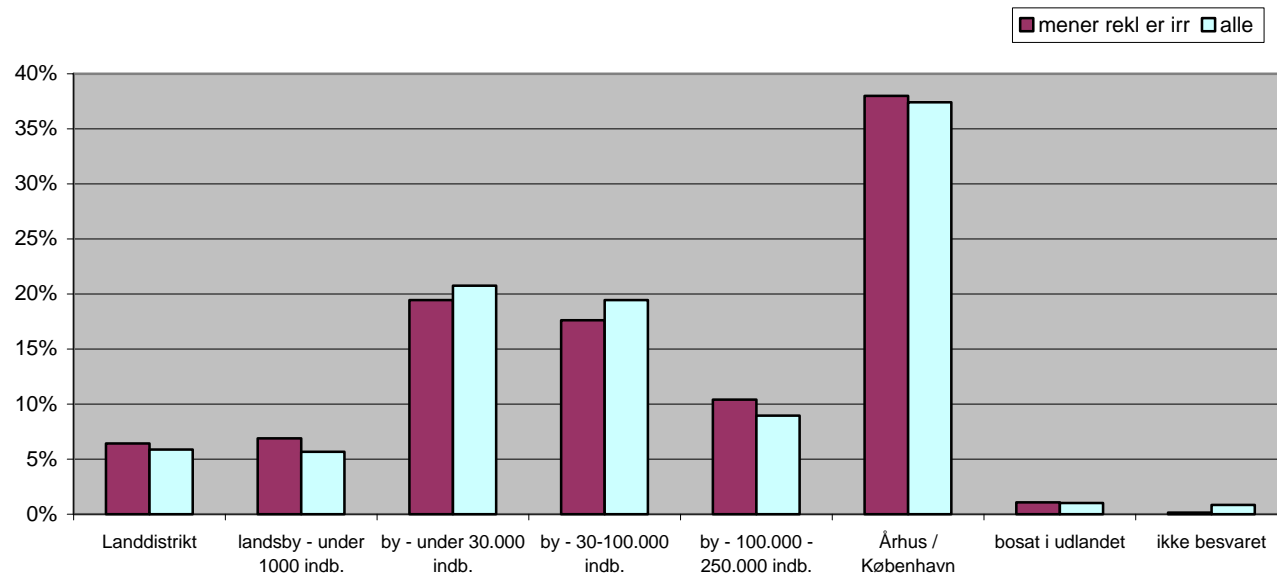
## Første gang på web

	Mener rekl er irr		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	89	13,63%	253	8,40%
1994	74	11,33%	265	8,80%
1995	120	18,38%	505	16,77%
1996	134	20,52%	653	21,68%
1997	122	18,68%	671	22,28%
1998	91	13,94%	541	17,96%
1999	21	3,22%	105	3,49%
ej besv	2	0,31%	19	0,63%



## Bopælsregion

	Mener rekl er irr		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	42	6,43%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	45	6,89%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	127	19,45%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	115	17,61%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	68	10,41%	270	8,96%
Århus / København	248	37,98%	1127	37,42%
bosat i udlandet	7	1,07%	31	1,03%
ikke besvaret	1	0,15%	25	0,83%



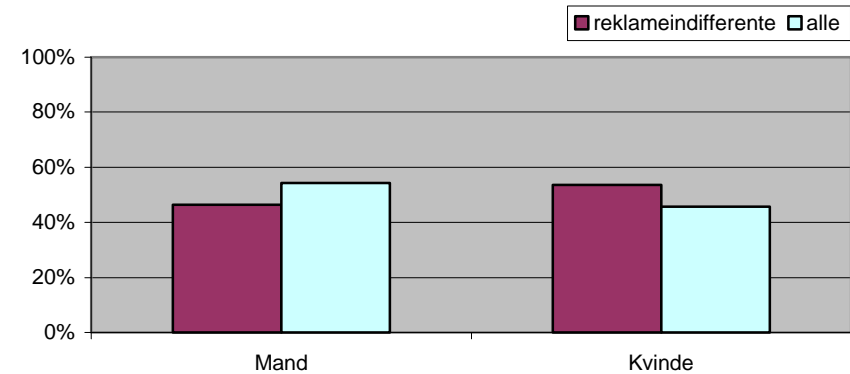


## Gruppen af internetbrugere der ikke lader sig irritere af reklamer.

1015 respondenter (33,7%) har markeret at de "reklamer aldrig går dem på". Lad os i dette afsnit se nærmere på denne gruppe af "reklameindifferente" internetbrugere.

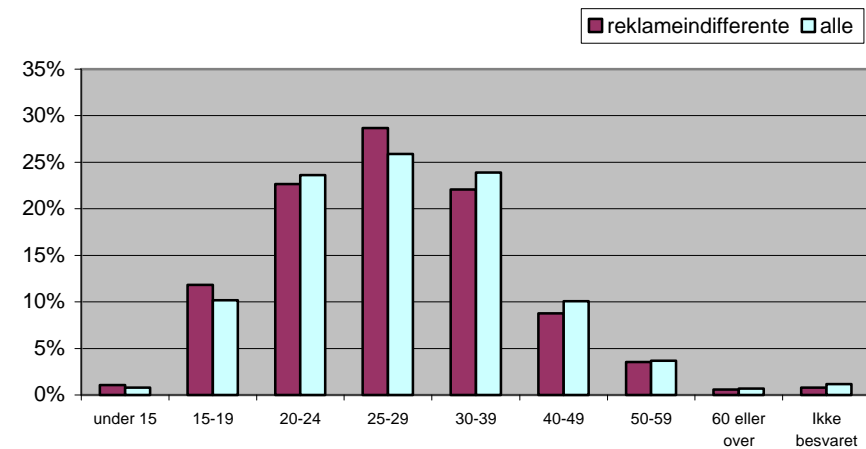
### Køn

	de reklameindifferente		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	471	46,40%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	544	53,60%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	0	0,00%	2	0,07%



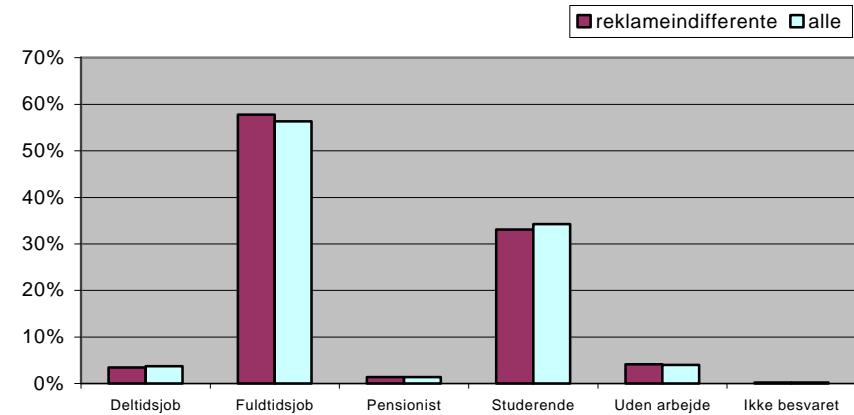
### Alder

	de reklameindifferente		Alle	
	n	%	n	%
under 15	11	1,08%	24	0,80%
15-19	120	11,82%	307	10,19%
20-24	230	22,66%	711	23,61%
25-29	291	28,67%	780	25,90%
30-39	224	22,07%	720	23,90%
40-49	89	8,77%	303	10,06%
50-59	36	3,55%	111	3,69%
60 eller over	6	0,59%	21	0,70%
<b>Ikke besvaret</b>	8	0,79%	35	1,16%



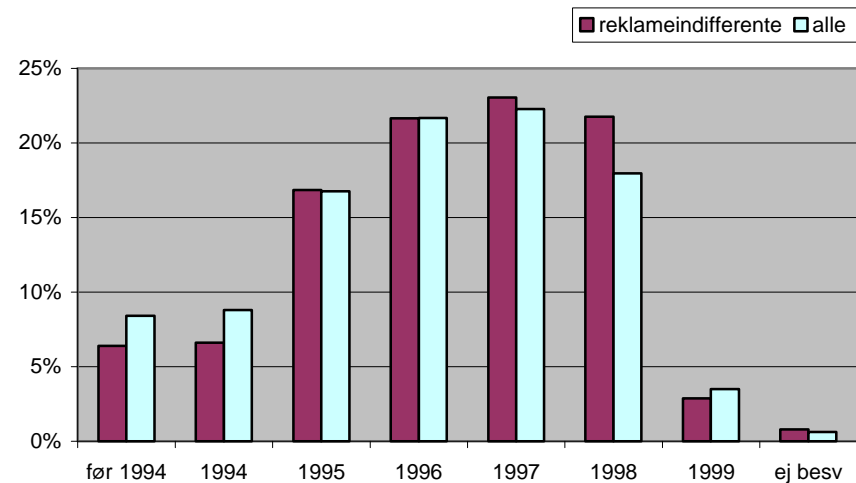
## Arbejdsstatus

	de reklame-indifferente		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	35	3,45%	113	3,75%
Fuldtidsjob	586	57,73%	1697	56,34%
Pensionist	14	1,38%	43	1,43%
Studerende	336	33,10%	1032	34,26%
Uden arbejde	42	4,14%	121	4,02%
Ikke besvaret	2	0,20%	6	0,20%



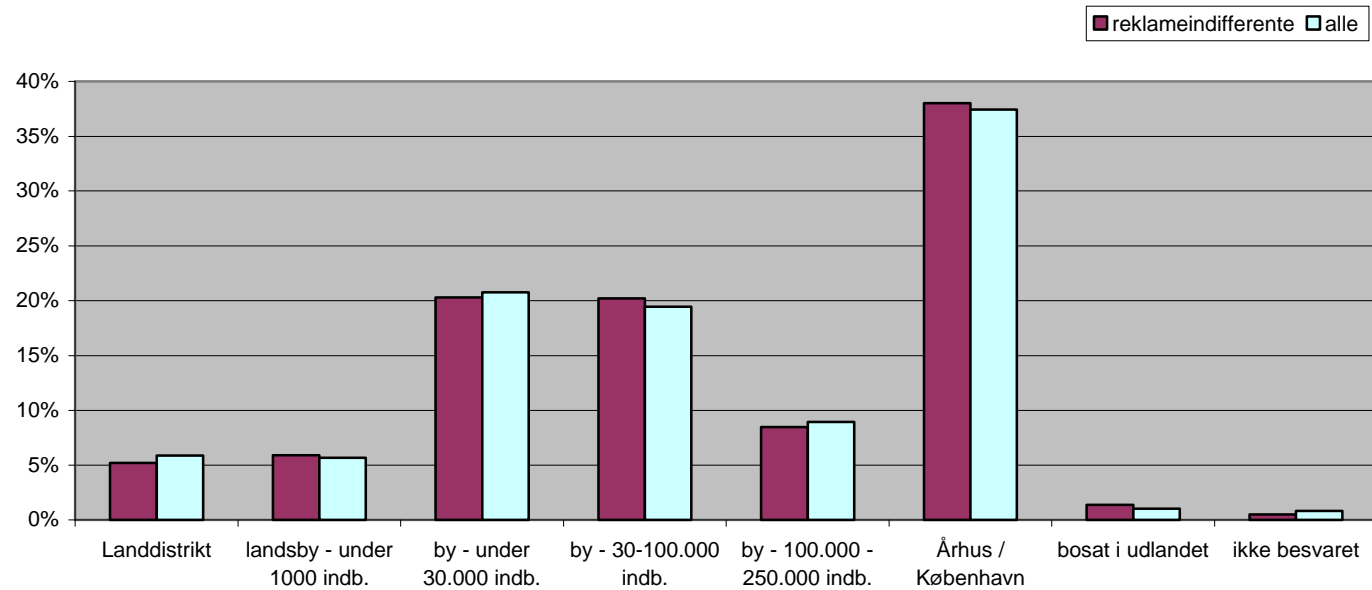
## Første gang på web

	de reklame-indifferente		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	65	6,40%	253	8,40%
1994	67	6,60%	265	8,80%
1995	171	16,85%	505	16,77%
1996	220	21,67%	653	21,68%
1997	234	23,05%	671	22,28%
1998	221	21,77%	541	17,96%
1999	29	2,86%	105	3,49%
ej besv	8	0,79%	19	0,63%



## Bopælsregion

	de reklame- indifferente		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	53	5,22%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	60	5,91%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	206	20,30%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	205	20,20%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	86	8,47%	270	8,96%
Århus / København	386	38,03%	1127	37,42%
bosat i udlandet	14	1,38%	31	1,03%
ikke besvaret	5	0,49%	25	0,83%

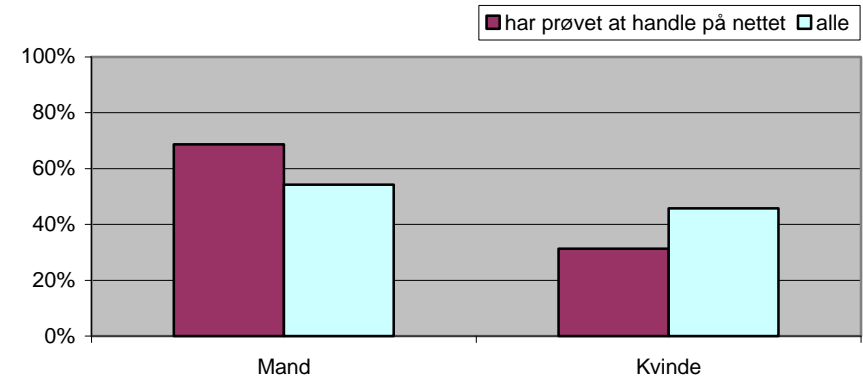


## Gruppen af internetbrugere der har foretaget et køb via internet

1168 respondenter (38,8%) har afkrydset at de har prøvet at handle via internettet - enten ved kreditkort eller per efterkrav. En stor mængde hvilket blandt andet kan skyldes at vores respondentgrupper befinder sig i den mere erfarne ende af internetbrugere. Vi vil her se nærmere på denne interessante gruppe mennesker.

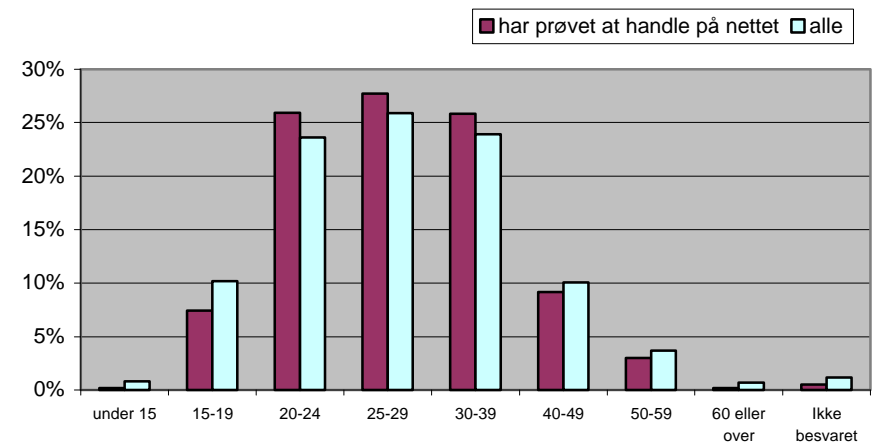
### Køn

	har prøvet at handle på nettet		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	802	68,66%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	366	31,34%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	0	0,00%	2	0,07%



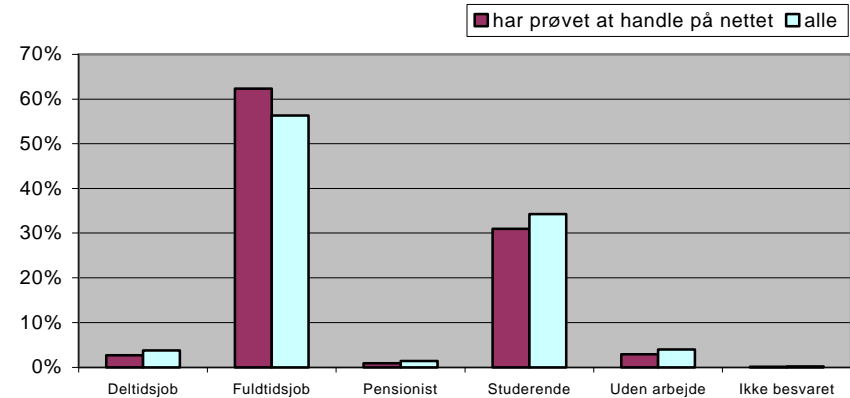
### Alder

	har prøvet at handle på nettet		Alle	
	n	%	n	%
under 15	2	0,17%	24	0,80%
15-19	87	7,45%	307	10,19%
20-24	303	25,94%	711	23,61%
25-29	324	27,74%	780	25,90%
30-39	302	25,86%	720	23,90%
40-49	107	9,16%	303	10,06%
50-59	35	3,00%	111	3,69%
60 eller over	2	0,17%	21	0,70%
<b>Ikke besvaret</b>	6	0,51%	35	1,16%



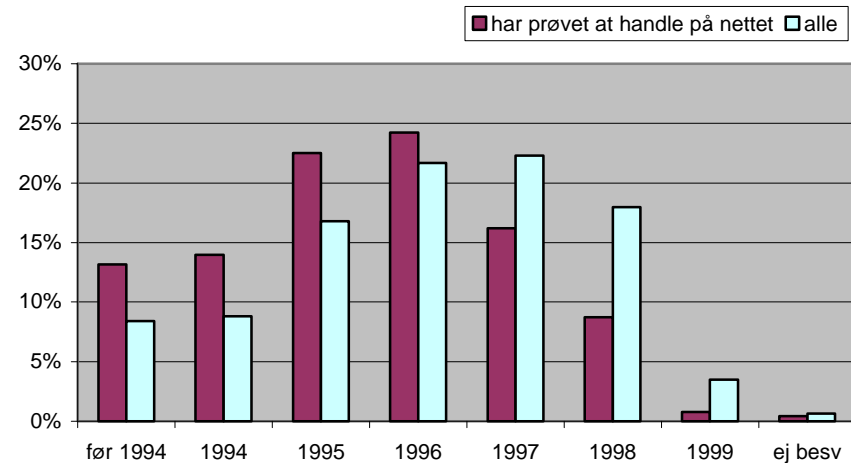
## Arbejdsstatus

	har prøvet at handle på nettet		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	32	2,74%	113	3,75%
Fuldtidsjob	728	62,33%	1697	56,34%
Pensionist	11	0,94%	43	1,43%
Studerende	362	30,99%	1032	34,26%
Uden arbejde	34	2,91%	121	4,02%
Ikke besvaret	1	0,09%	6	0,20%



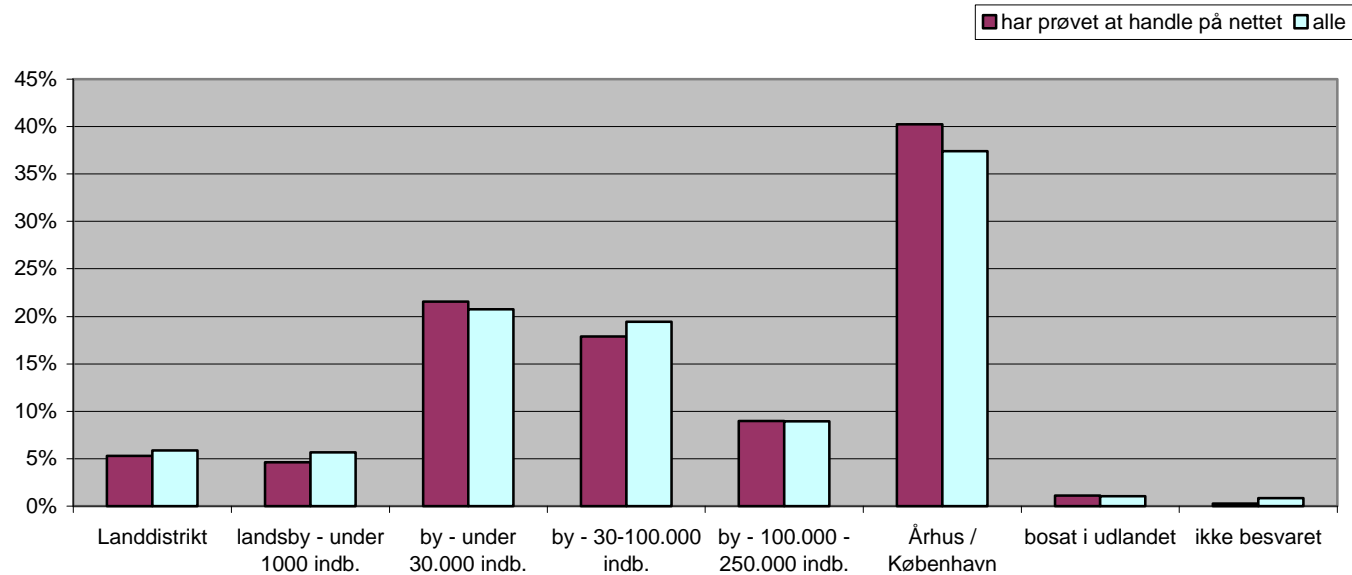
## Første gang på web

	har prøvet at handle på nettet		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	154	13,18%	253	8,40%
1994	163	13,96%	265	8,80%
1995	263	22,52%	505	16,77%
1996	283	24,23%	653	21,68%
1997	189	16,18%	671	22,28%
1998	102	8,73%	541	17,96%
1999	9	0,77%	105	3,49%
ej besv	5	0,43%	19	0,63%



## Bopælsregion

	har prøvet at handle på nettet		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	62	5,31%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	54	4,62%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	252	21,58%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	209	17,89%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	105	8,99%	270	8,96%
Århus / København	470	40,24%	1127	37,42%
bosat i udlandet	13	1,11%	31	1,03%
ikke besvaret	3	0,26%	25	0,83%

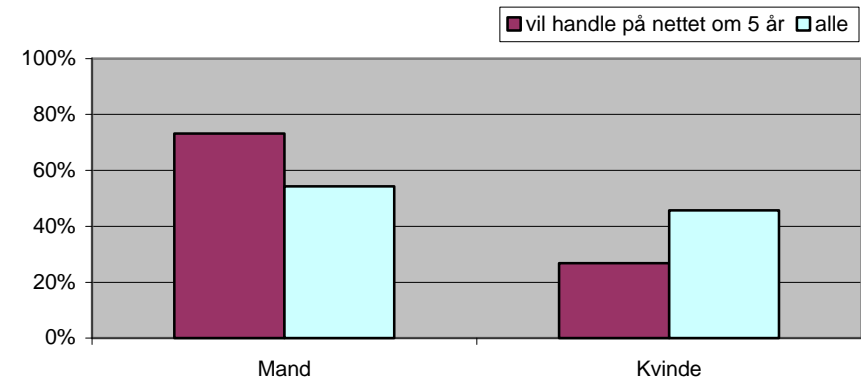


## Gruppen af internetbrugere der mener at de om 5 år vil købe "større" ting på nettet

Ialt 566 respondenter (18,8%) har erklæret sig enige i at "Jeg tror størstedelen af mine store indkøb (computere, cykler, møbler mv) vil ske via internettet indenfor 5 år" Vi vil i dette afsnit se nærmere på denne gruppe mennesker, for at undersøge eventuelle markante afvigelser sammenlignet med gruppen af alle respondenter.

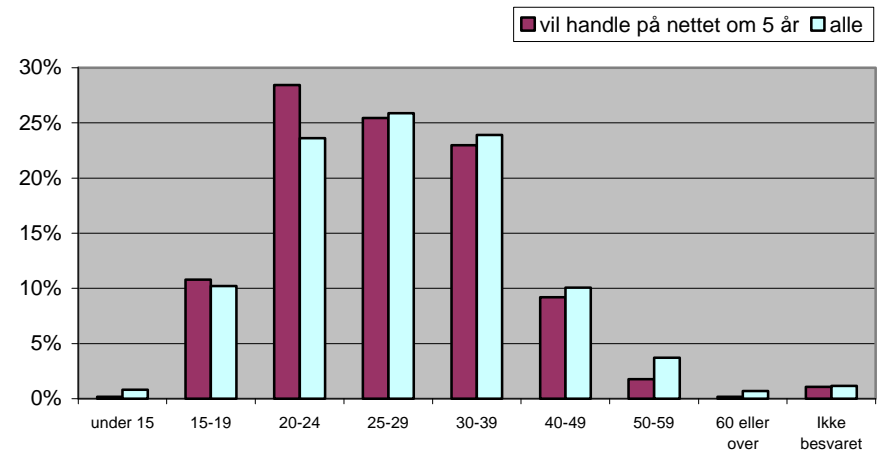
### Køn

	Vil handle på nettet om 5 år		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	414	73,14%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	152	26,86%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	0	0,00%	2	0,07%



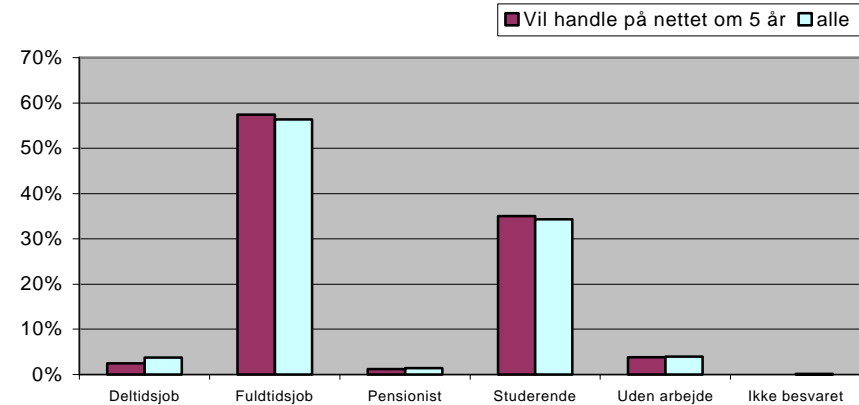
### Alder

	Vil handle på nettet om 5 år		Alle	
	n	%	n	%
under 15	1	0,18%	24	0,80%
15-19	61	10,78%	307	10,19%
20-24	161	28,45%	711	23,61%
25-29	144	25,44%	780	25,90%
30-39	130	22,97%	720	23,90%
40-49	52	9,19%	303	10,06%
50-59	10	1,77%	111	3,69%
60 eller over	1	0,18%	21	0,70%
<b>Ikke besvaret</b>	6	1,06%	35	1,16%



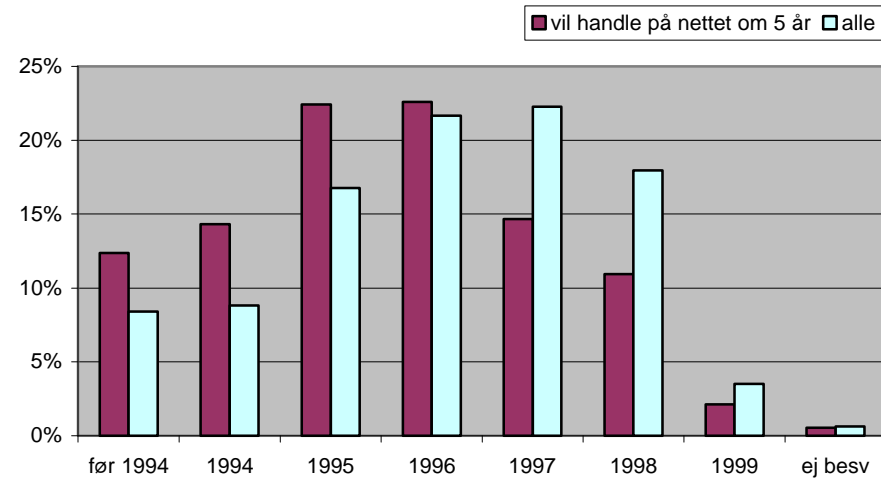
## Arbejdsstatus

	vil handle på nettet om 5 år		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	14	2,47%	113	3,75%
Fuldtidsjob	325	57,42%	1697	56,34%
Pensionist	7	1,24%	43	1,43%
Studerende	198	34,98%	1032	34,26%
Uden arbejde	22	3,89%	121	4,02%
Ikke besvaret	0	0,00%	6	0,20%



## Første gang på web

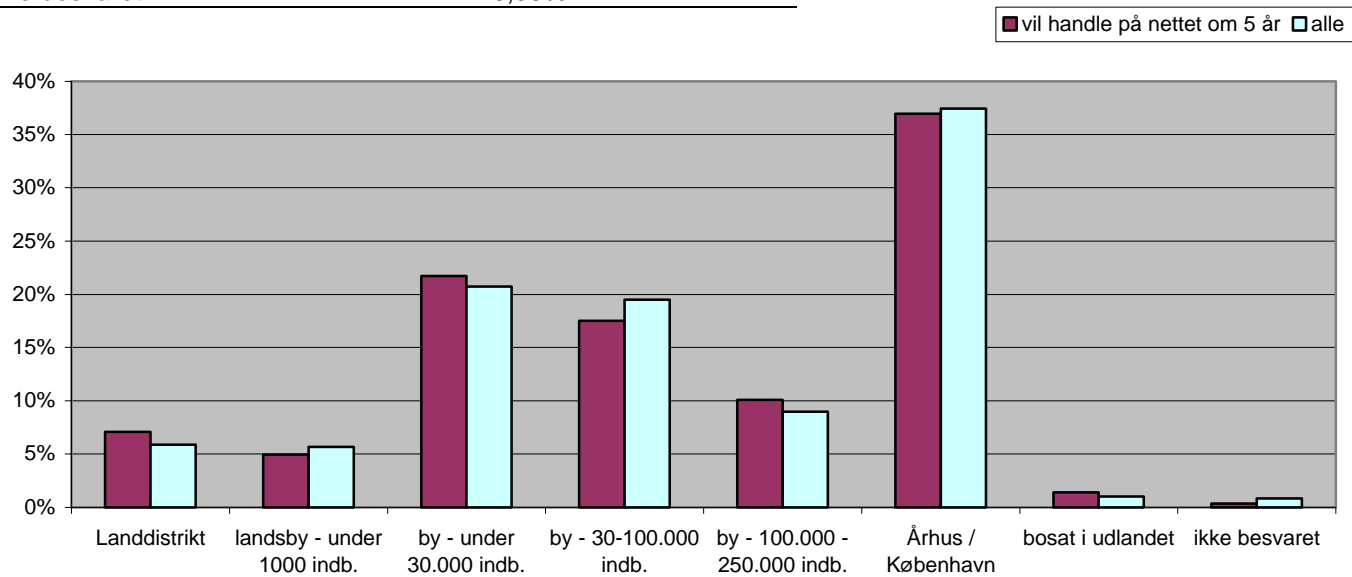
	vil handle på nettet om 5 år		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	70	12,37%	253	8,40%
1994	81	14,31%	265	8,80%
1995	127	22,44%	505	16,77%
1996	128	22,61%	653	21,68%
1997	83	14,66%	671	22,28%
1998	62	10,95%	541	17,96%
1999	12	2,12%	105	3,49%
ej besv	3	0,53%	19	0,63%





## Bopælsregion

	vil handle på nettet om 5 år		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	40	7,07%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	28	4,95%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	123	21,73%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	99	17,49%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	57	10,07%	270	8,96%
Århus / København	209	36,93%	1127	37,42%
bosat i udlandet	8	1,41%	31	1,03%
ikke besvaret	2	0,35%	25	0,83%

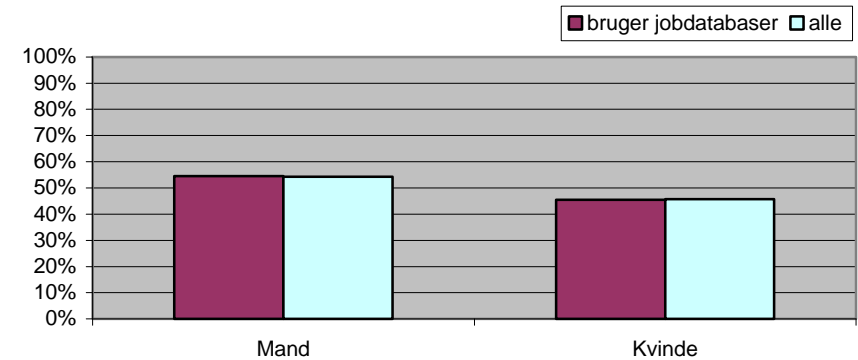


## Gruppen af internetbrugere der vil bruge en jobdatabase på nettet

2022 respondenter (67,1%) har markeret at de ved jobsøgning vil bruge jobdatabaser på internettet. Lad os her undersøge disse internetbrugere på baggrund af demografiske data.

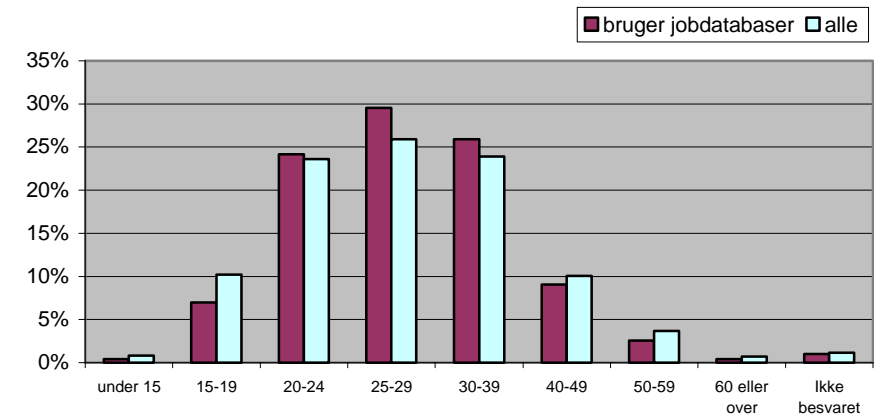
### Køn

	bruger jobdatabaser		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	919	54,55%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	1103	45,45%	1376	45,68%
Ikke besvaret	0	0,00%	2	0,07%



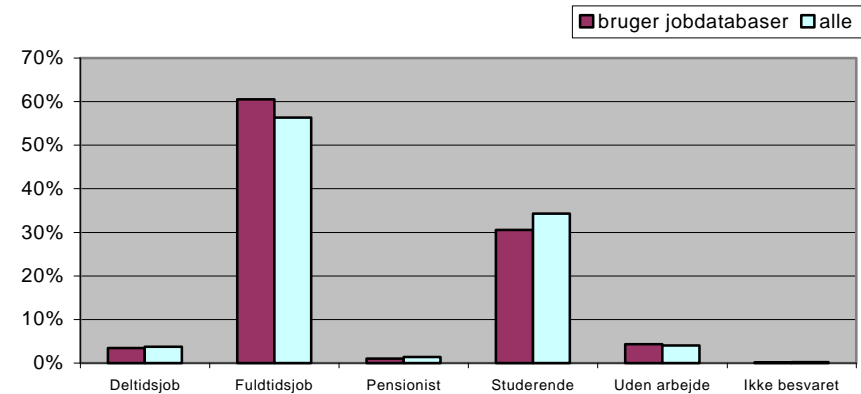
### Alder

	bruger jobdatabaser		Alle	
	n	%	n	%
under 15	8	0,40%	24	0,80%
15-19	141	6,97%	307	10,19%
20-24	489	24,18%	711	23,61%
25-29	597	29,53%	780	25,90%
30-39	524	25,91%	720	23,90%
40-49	183	9,05%	303	10,06%
50-59	52	2,57%	111	3,69%
60 eller over	8	0,40%	21	0,70%
Ikke besvaret	20	0,99%	35	1,16%



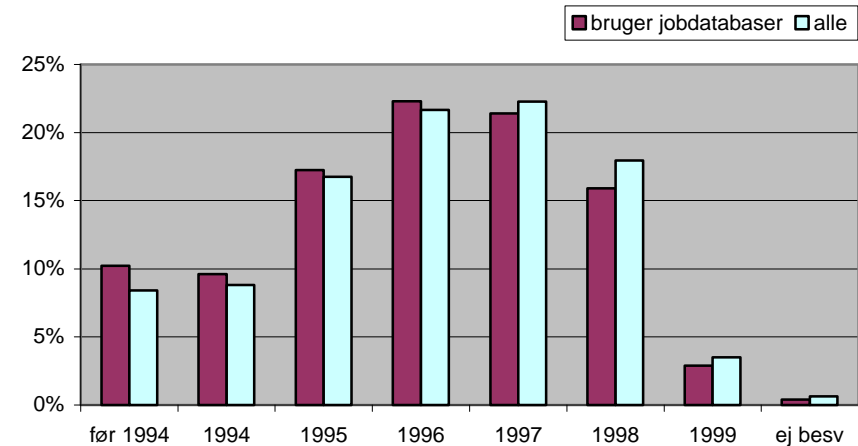
## Arbejdsstatus

	bruger jobdatabaser		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	70	3,46%	113	3,75%
Fuldtidsjob	1224	60,53%	1697	56,34%
Pensionist	20	0,99%	43	1,43%
Studerende	618	30,56%	1032	34,26%
Uden arbejde	88	4,35%	121	4,02%
Ikke besvaret	2	0,10%	6	0,20%



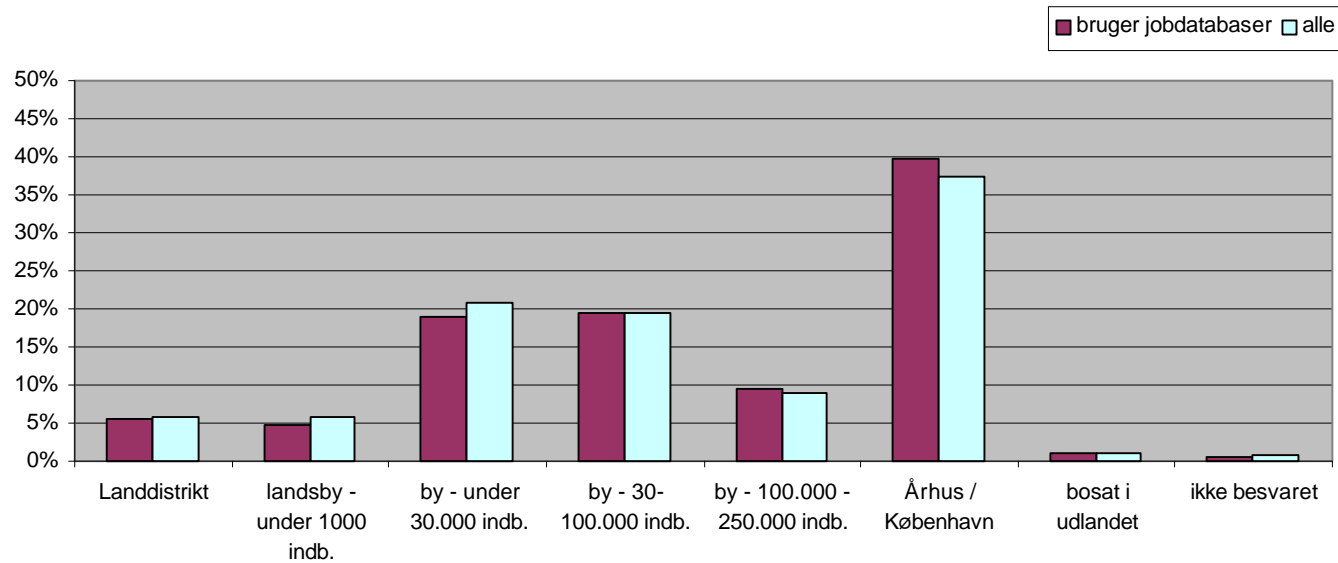
## Første gang på web

	bruger jobdatabaser		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	207	10,24%	253	8,40%
1994	194	9,59%	265	8,80%
1995	349	17,26%	505	16,77%
1996	451	22,30%	653	21,68%
1997	433	21,41%	671	22,28%
1998	322	15,92%	541	17,96%
1999	58	2,87%	105	3,49%
ej besv	8	0,40%	19	0,63%



## Bopælsregion

	bruger jobdatabaser		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	113	5,59%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	98	4,85%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	384	18,99%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	393	19,44%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	194	9,59%	270	8,96%
Århus / København	806	39,86%	1127	37,42%
bosat i udlandet	22	1,09%	31	1,03%
ikke besvaret	12	0,59%	25	0,83%

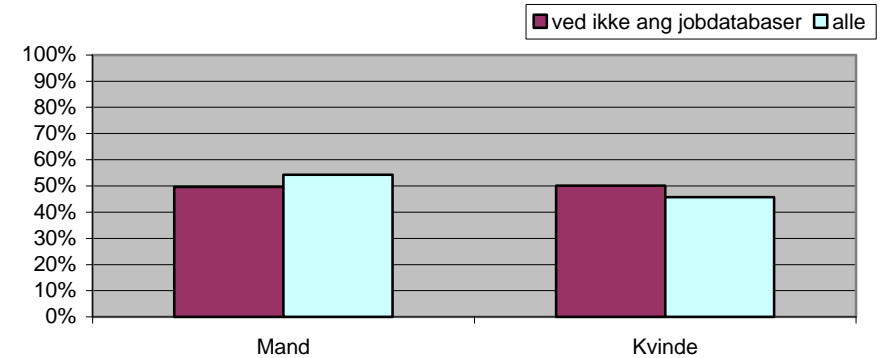


## Gruppen af internetbrugere der ikke ved om de vil bruge en jobdatabase på nettet

728 respondenter (24,2%) har markeret at de ved jobsøgning ikke ved om de vil bruge jobdatabaser på internettet. Lad os her undersøge disse internetbrugere på baggrund af demografiske data.

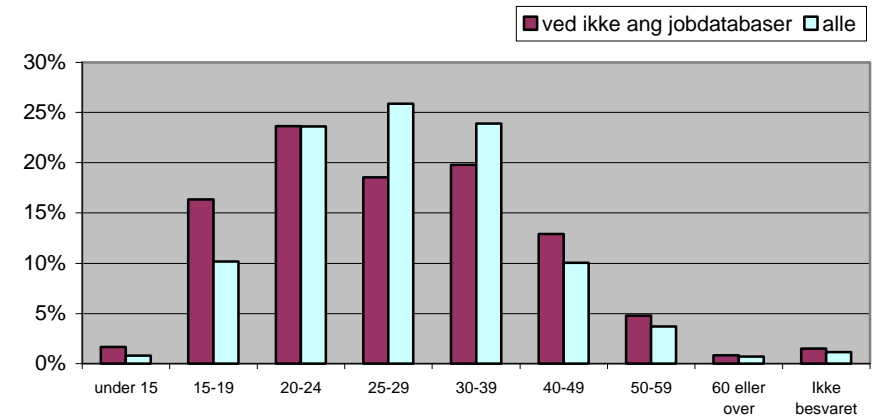
### Køn

	ved ikke ang jobdatabaser		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	361	49,59%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	365	50,14%	1376	45,68%
Ikke besvaret	2	0,27%	2	0,07%



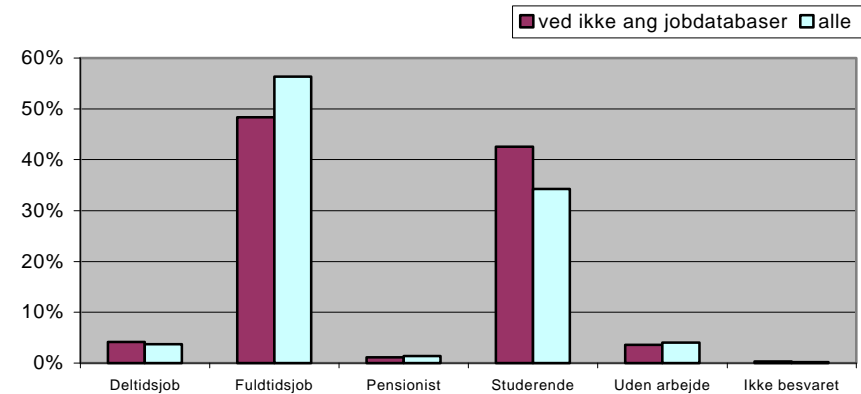
### Alder

	ved ikke ang jobdatabaser		Alle	
	n	%	n	%
under 15	12	1,65%	24	0,80%
15-19	119	16,35%	307	10,19%
20-24	172	23,63%	711	23,61%
25-29	135	18,54%	780	25,90%
30-39	144	19,78%	720	23,90%
40-49	94	12,91%	303	10,06%
50-59	35	4,81%	111	3,69%
60 eller over	6	0,82%	21	0,70%
Ikke besvaret	11	1,51%	35	1,16%



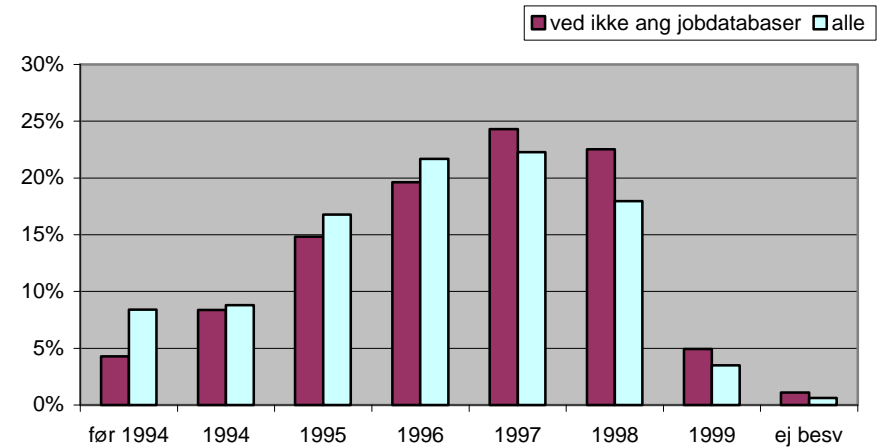
## Arbejdsstatus

	ved ikke ang jobdatabaser		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	30	4,12%	113	3,75%
Fuldtidsjob	352	48,35%	1697	56,34%
Pensionist	8	1,10%	43	1,43%
Studerende	310	42,58%	1032	34,26%
Uden arbejde	26	3,57%	121	4,02%
Ikke besvaret	2	0,27%	6	0,20%



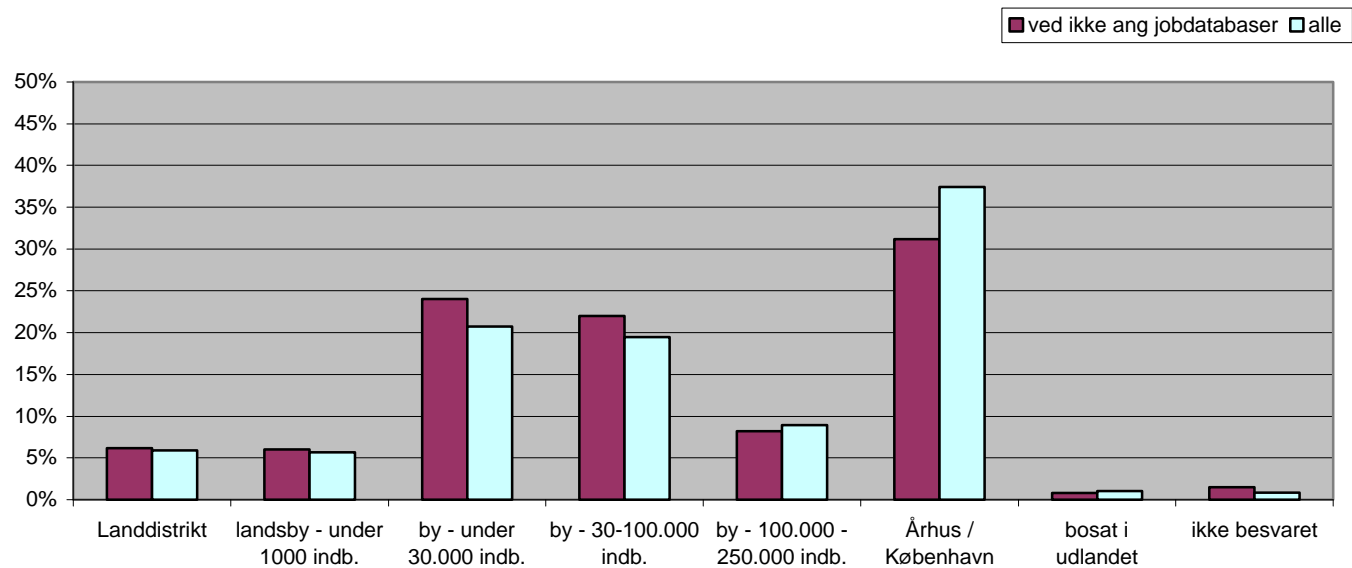
## Første gang på web

	ved ikke ang jobdatabaser		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	31	4,26%	253	8,40%
1994	61	8,38%	265	8,80%
1995	108	14,84%	505	16,77%
1996	143	19,64%	653	21,68%
1997	177	24,31%	671	22,28%
1998	164	22,53%	541	17,96%
1999	36	4,95%	105	3,49%
ej besv	8	1,10%	19	0,63%



## Bopælsregion

	ved ikke ang jobdatabaser		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	45	6,18%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	44	6,04%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	175	24,04%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	160	21,98%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	60	8,24%	270	8,96%
Århus / København	227	31,18%	1127	37,42%
bosat i udlandet	6	0,82%	31	1,03%
ikke besvaret	11	1,51%	25	0,83%

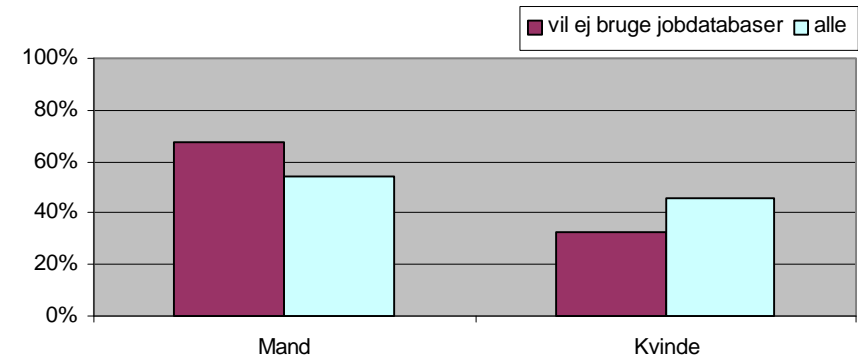


## Gruppen af internetbrugere der ikke vil bruge en jobdatabase på nettet

223 respondenter (7,4%) har markeret at de ved jobsøgning ikke vil bruge jobdatabaser på internettet. Lad os her undersøge disse internetbrugere på baggrund af demografiske data.

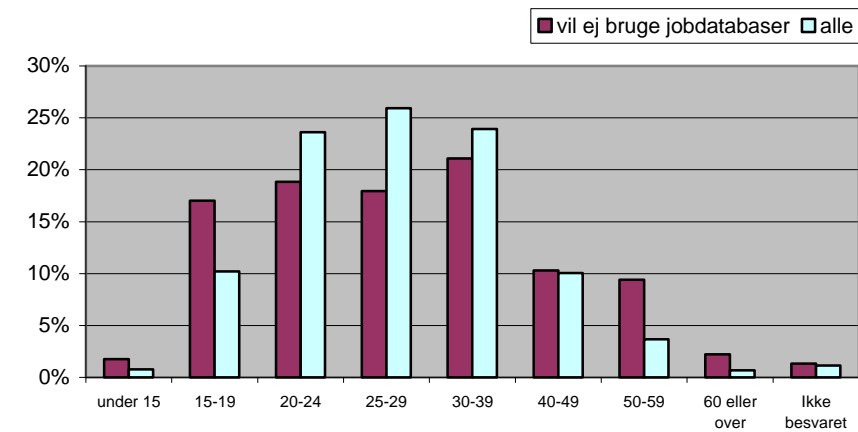
### Køn

	vil ej bruge jobdatabaser		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	151	67,71%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	72	32,29%	1376	45,68%
Ikke besvaret	0	0,00%	2	0,07%



### Alder

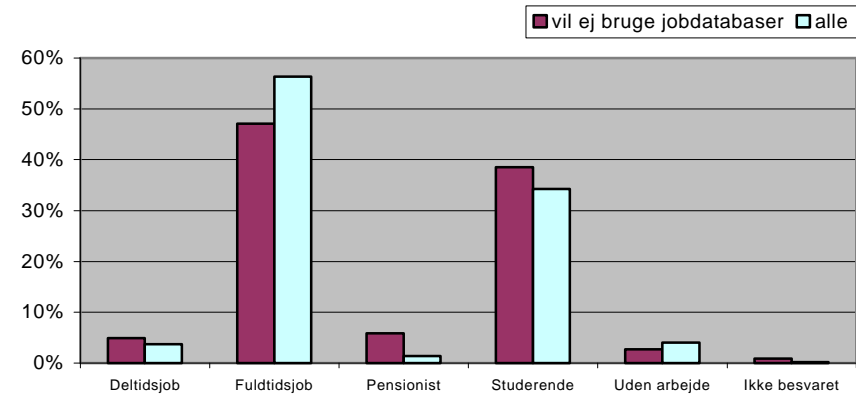
	vil ej bruge jobdatabaser		Alle	
	n	%	n	%
under 15	4	1,79%	24	0,80%
15-19	38	17,04%	307	10,19%
20-24	42	18,83%	711	23,61%
25-29	40	17,94%	780	25,90%
30-39	47	21,08%	720	23,90%
40-49	23	10,31%	303	10,06%
50-59	21	9,42%	111	3,69%
60 eller over	5	2,24%	21	0,70%
Ikke besvaret	3	1,35%	35	1,16%





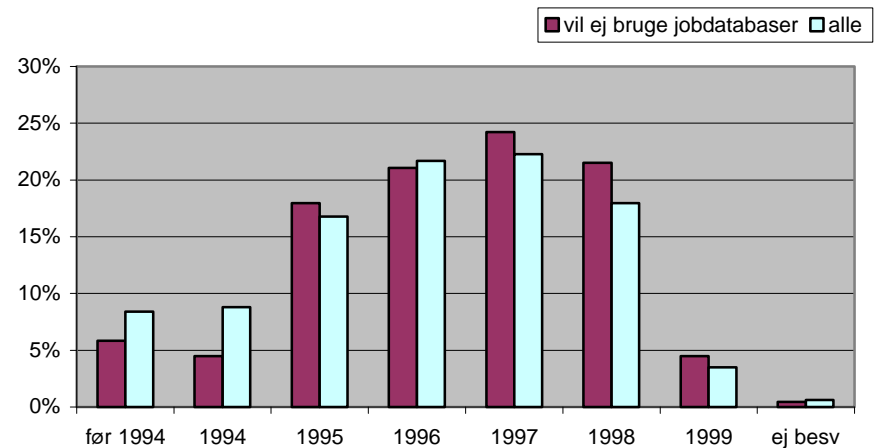
## Arbejdsstatus

	vil ej bruge jobdatabaser		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	11	4,93%	113	3,75%
Fuldtidsjob	105	47,09%	1697	56,34%
Pensionist	13	5,83%	43	1,43%
Studerende	86	38,57%	1032	34,26%
Uden arbejde	6	2,69%	121	4,02%
Ikke besvaret	2	0,90%	6	0,20%



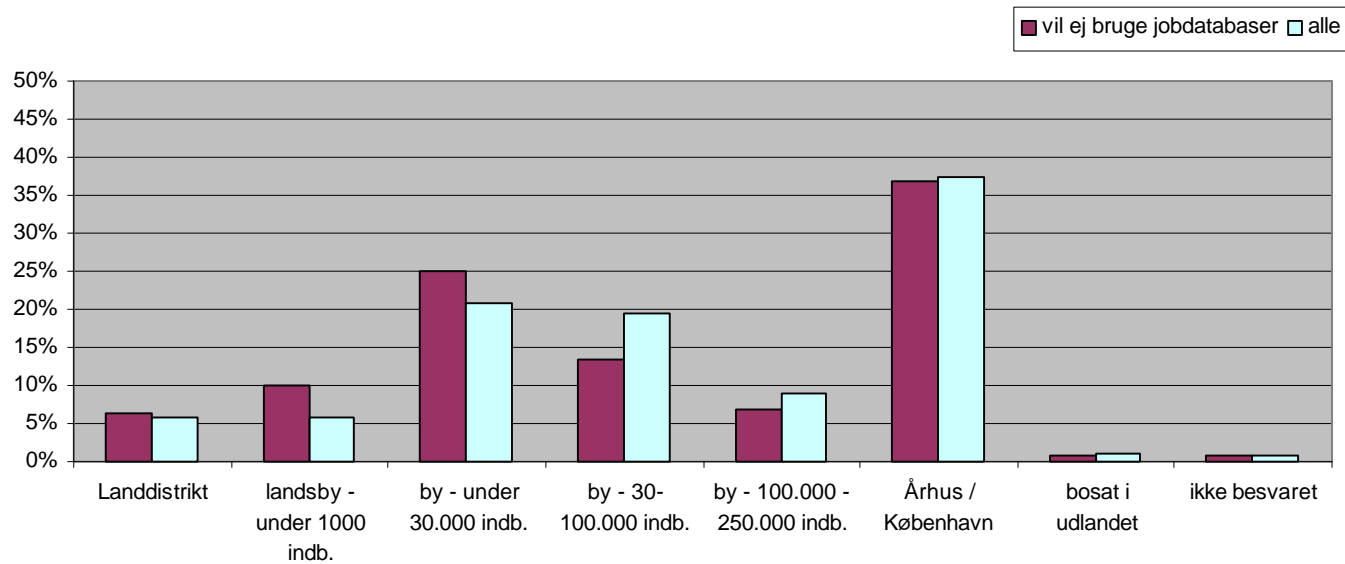
## Første gang på web

	vil ej bruge jobdatabaser		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	13	5,83%	253	8,40%
1994	10	4,48%	265	8,80%
1995	40	17,94%	505	16,77%
1996	47	21,08%	653	21,68%
1997	54	24,22%	671	22,28%
1998	48	21,52%	541	17,96%
1999	10	4,48%	105	3,49%
ej besv	1	0,45%	19	0,63%



## Bopælsregion

	vil ej bruge jobdatabaser		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	14	6,28%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	22	9,87%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	56	25,11%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	30	13,45%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	15	6,73%	270	8,96%
Århus / København	82	36,77%	1127	37,42%
bosat i udlandet	2	0,90%	31	1,03%
ikke besvaret	2	0,90%	25	0,83%

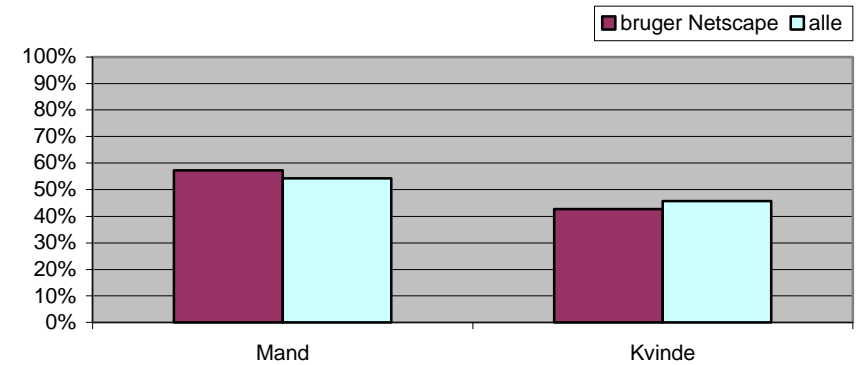


## Gruppen af internetbrugere der bruger Netscape

791 respondenter (26,3%) brugte en Netscape browser til at udfylde spørgeskemaet. Lad os her se om disse internetbrugere på demografiske parametre afviger fra hele gruppen af internetbrugere.

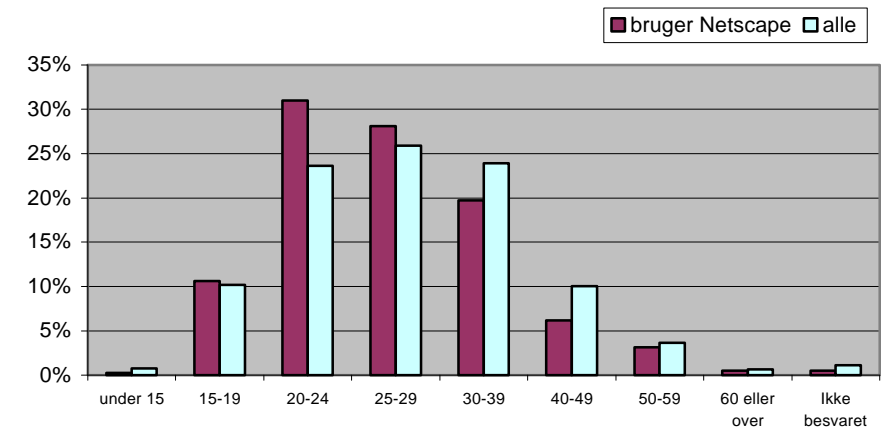
### Køn

	bruger Netscape		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	453	57,27%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	338	42,73%	1376	45,68%
Ikke besvaret	0	0,00%	2	0,07%



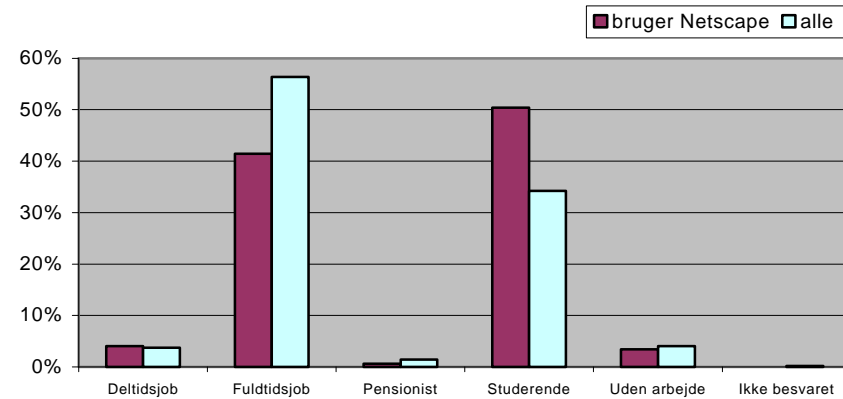
### Alder

	bruger Netscape		Alle	
	n	%	n	%
under 15	2	0,25%	24	0,80%
15-19	84	10,62%	307	10,19%
20-24	245	30,97%	711	23,61%
25-29	222	28,07%	780	25,90%
30-39	156	19,72%	720	23,90%
40-49	49	6,19%	303	10,06%
50-59	25	3,16%	111	3,69%
60 eller over	4	0,51%	21	0,70%
Ikke besvaret	4	0,51%	35	1,16%



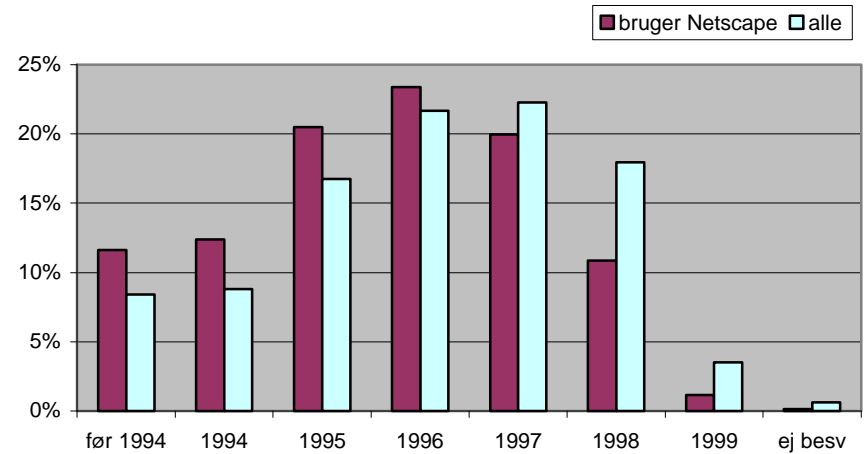
## Arbejdsstatus

	bruger Netscape		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	32	4,05%	113	3,75%
Fuldtidsjob	328	41,47%	1697	56,34%
Pensionist	5	0,63%	43	1,43%
Studerende	399	50,44%	1032	34,26%
Uden arbejde	27	3,41%	121	4,02%
Ikke besvaret	0	0,00%	6	0,20%



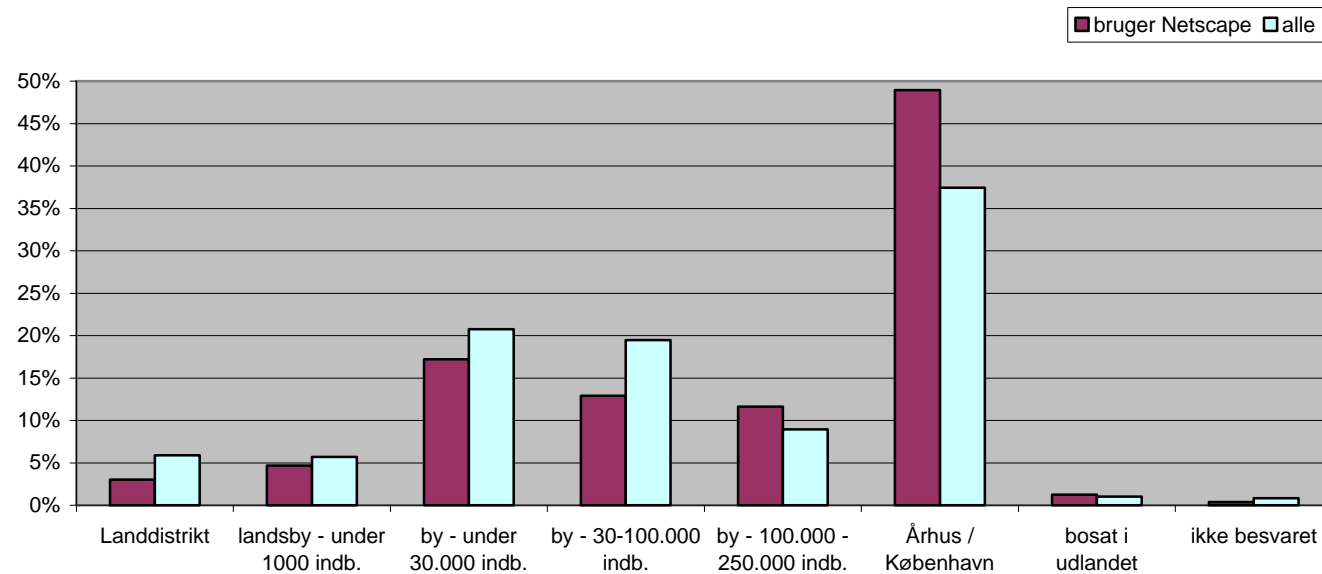
## Første gang på web

	bruger Netscape		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	92	11,63%	253	8,40%
1994	98	12,39%	265	8,80%
1995	162	20,48%	505	16,77%
1996	185	23,39%	653	21,68%
1997	158	19,97%	671	22,28%
1998	86	10,87%	541	17,96%
1999	9	1,14%	105	3,49%
ej besv	1	0,13%	19	0,63%



## Bopælsregion

	bruger Netscape		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	24	3,03%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	37	4,68%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	136	17,19%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	102	12,90%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	92	11,63%	270	8,96%
Århus / København	387	48,93%	1127	37,42%
bosat i udlandet	10	1,26%	31	1,03%
ikke besvaret	3	0,38%	25	0,83%

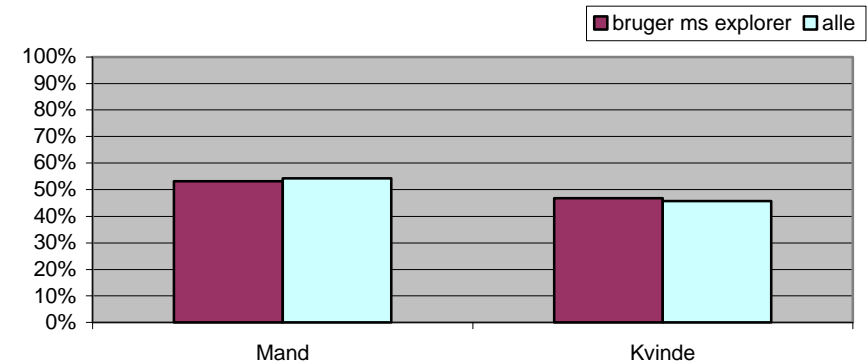


## Gruppen af internetbrugere der bruger Microsoft Internet Explorer

2219 respondenter (73,7%) brugte en browser fra Microsoft til at udfylde spørgeskemaet. Lad os her se om disse internetbrugere på demografiske parametre afviger fra hele gruppen af internetbrugere.

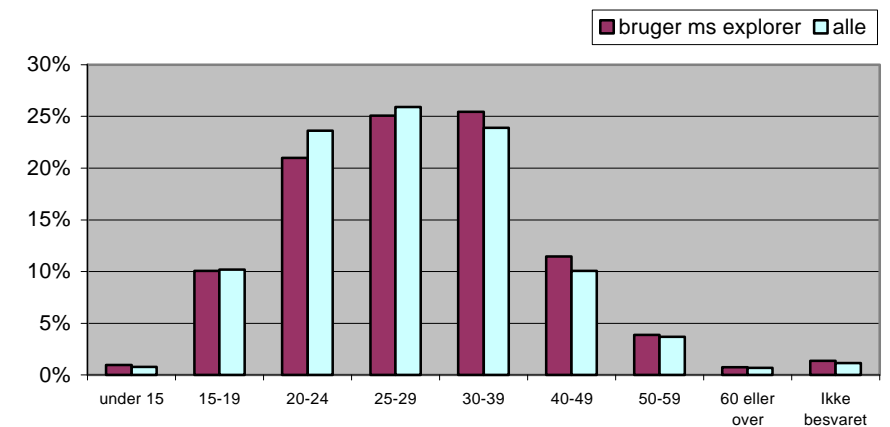
### Køn

	bruger ms explorer		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	1179	53,13%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	1038	46,78%	1376	45,68%
Ikke besvaret	2	0,09%	2	0,07%



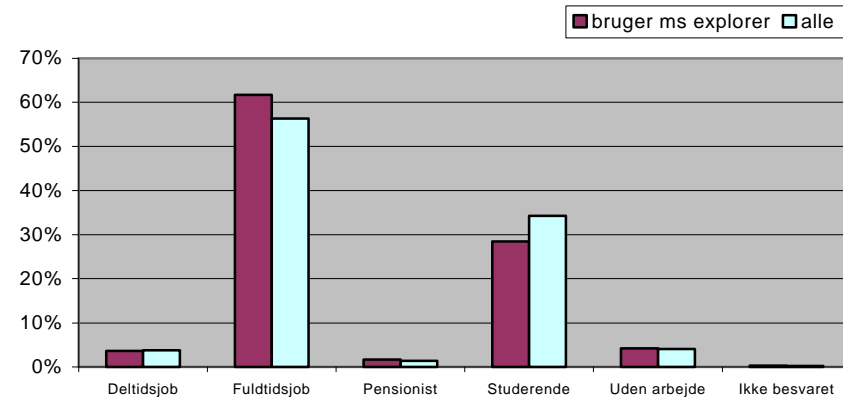
### Alder

	bruger ms explorer		Alle	
	n	%	n	%
under 15	22	0,99%	24	0,80%
15-19	223	10,05%	307	10,19%
20-24	466	21,00%	711	23,61%
25-29	556	25,06%	780	25,90%
30-39	564	25,42%	720	23,90%
40-49	254	11,45%	303	10,06%
50-59	86	3,88%	111	3,69%
60 eller over	17	0,77%	21	0,70%
Ikke besvaret	31	1,40%	35	1,16%



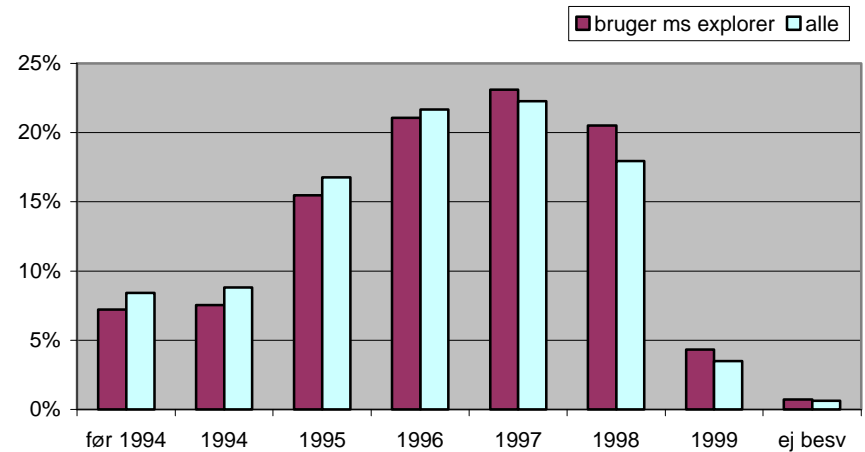
## Arbejdsstatus

	bruger ms explorer		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	81	3,65%	113	3,75%
Fuldtidsjob	1369	61,69%	1697	56,34%
Pensionist	38	1,71%	43	1,43%
Studerende	631	28,44%	1032	34,26%
Uden arbejde	94	4,24%	121	4,02%
Ikke besvaret	6	0,27%	6	0,20%



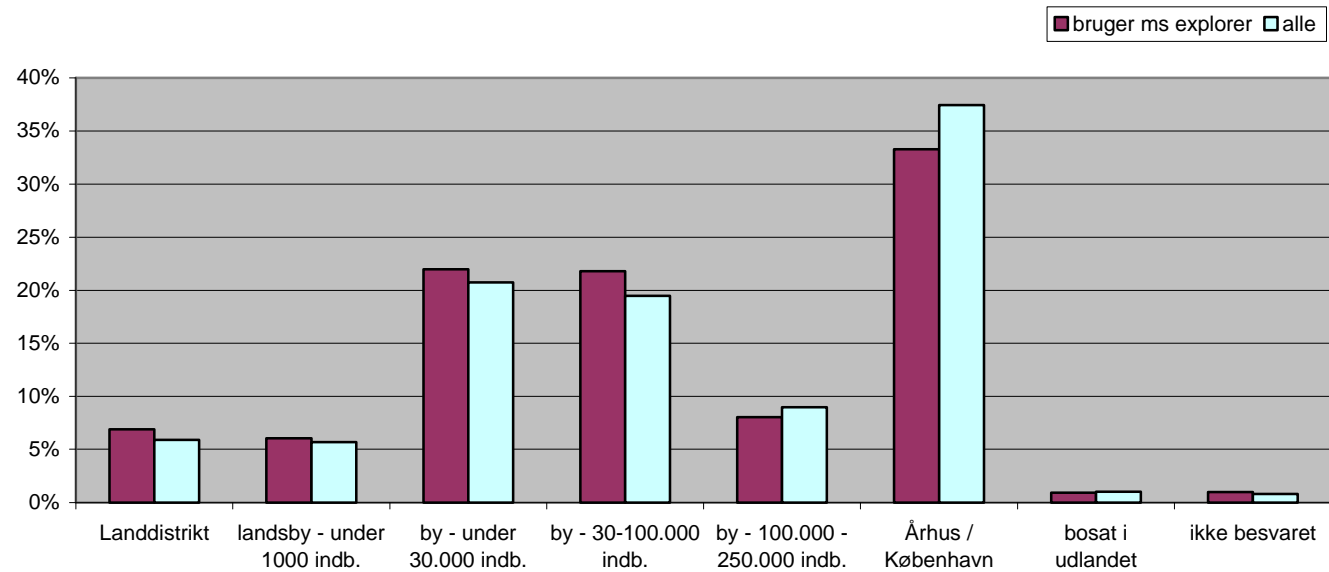
## Første gang på web

	bruger ms explorer		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	160	7,21%	253	8,40%
1994	167	7,53%	265	8,80%
1995	343	15,46%	505	16,77%
1996	467	21,05%	653	21,68%
1997	513	23,12%	671	22,28%
1998	455	20,50%	541	17,96%
1999	96	4,33%	105	3,49%
ej besv	16	0,72%	19	0,63%



## Bopælsregion

	bruger ms explorer		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	153	6,89%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	134	6,04%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	488	21,99%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	484	21,81%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	178	8,02%	270	8,96%
Århus / København	739	33,30%	1127	37,42%
bosat i udlandet	21	0,95%	31	1,03%
ikke besvaret	22	0,99%	25	0,83%



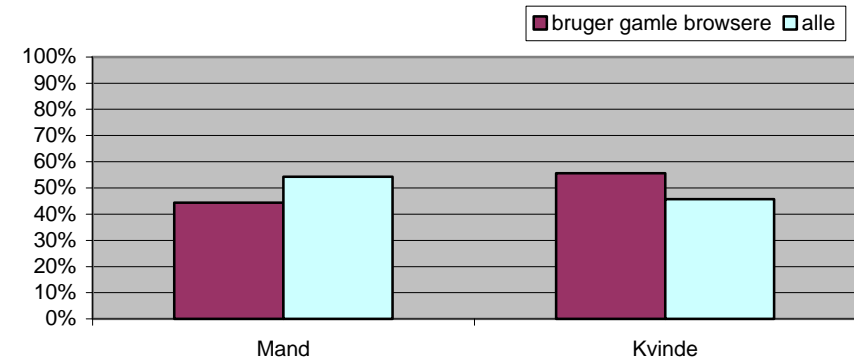


## Gruppen af internetbrugere der bruger gamle browsere (version 3 og ældre)

459 respondenter (15,2%) brugte en version 3 browser eller ældre (Explorer eller Netscape). Lad os her se om disse internetbrugere på demografiske parametre afviger fra hele gruppen af internetbrugere.

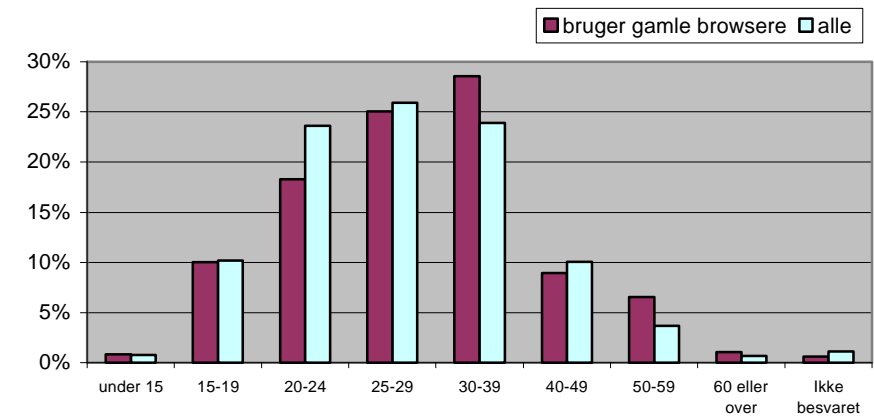
### Køn

	buger gamle browsere		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	204	44,44%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	255	55,56%	1376	45,68%
Ikke besvaret	0	0,00%	2	0,07%



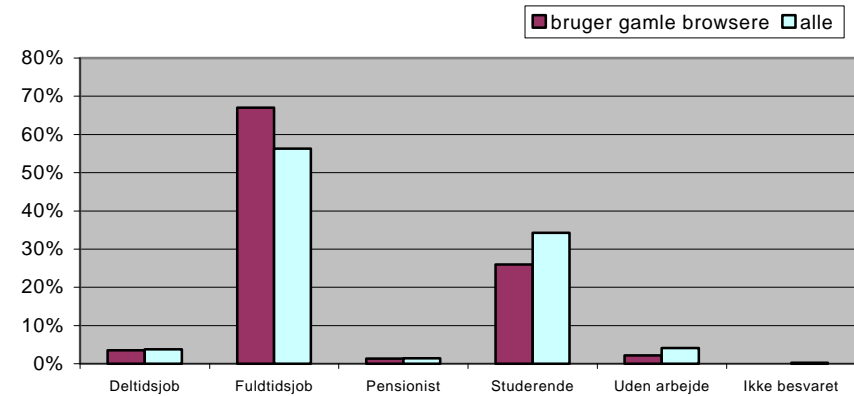
### Alder

	buger gamle browsere		Alle	
	n	%	n	%
under 15	4	0,87%	24	0,80%
15-19	46	10,02%	307	10,19%
20-24	84	18,30%	711	23,61%
25-29	115	25,05%	780	25,90%
30-39	131	28,54%	720	23,90%
40-49	41	8,93%	303	10,06%
50-59	30	6,54%	111	3,69%
60 eller over	5	1,09%	21	0,70%
Ikke besvaret	3	0,65%	35	1,16%



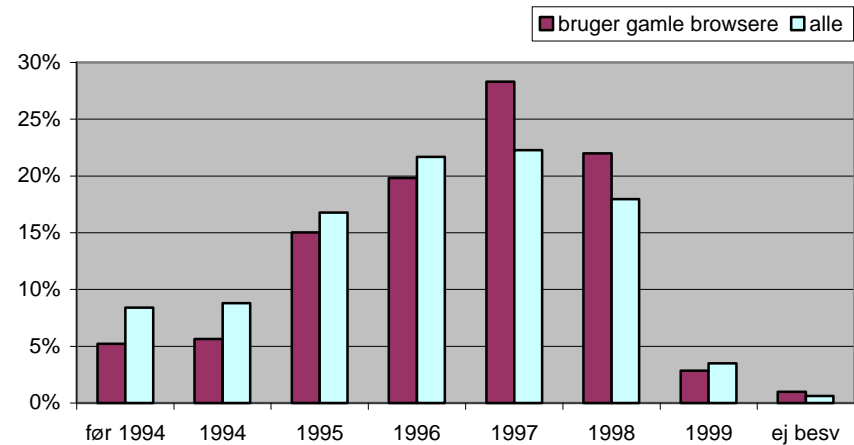
## Arbejdsstatus

	buger gamle browsere		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	16	3,49%	113	3,75%
Fuldtidsjob	308	67,10%	1697	56,34%
Pensionist	6	1,31%	43	1,43%
Studerende	119	25,93%	1032	34,26%
Uden arbejde	10	2,18%	121	4,02%
Ikke besvaret	0	0,00%	6	0,20%



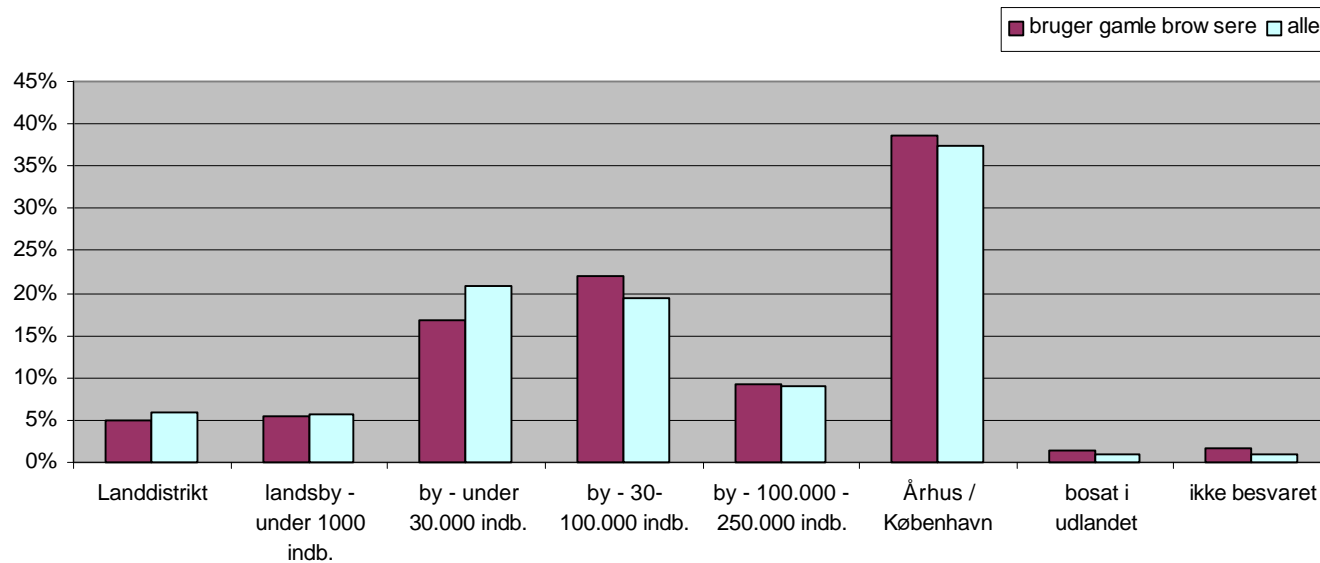
## Første gang på web

	buger gamle browsere		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	24	5,23%	253	8,40%
1994	26	5,66%	265	8,80%
1995	69	15,03%	505	16,77%
1996	91	19,83%	653	21,68%
1997	130	28,32%	671	22,28%
1998	101	22,00%	541	17,96%
1999	13	2,83%	105	3,49%
ej besv	5	0,99%	19	0,63%



## Bopælsregion

	bruger gamle browsere		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	23	5,01%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	25	5,45%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	77	16,78%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	101	22,00%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	42	9,15%	270	8,96%
Århus / København	177	38,56%	1127	37,42%
bosat i udlandet	6	1,31%	31	1,03%
ikke besvaret	8	1,74%	25	0,83%

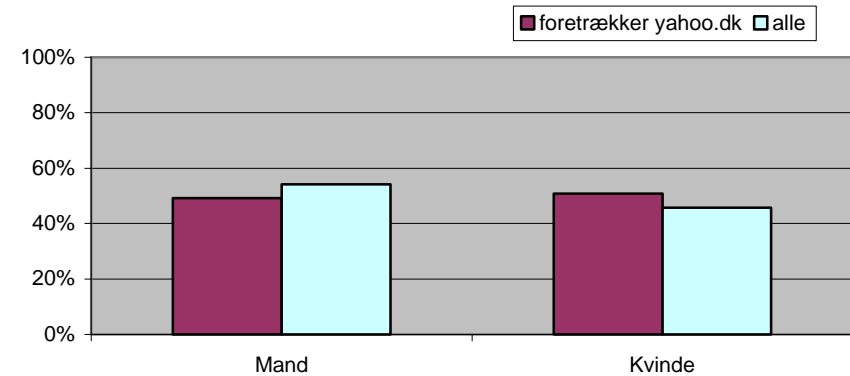


## Gruppen af internetbrugere der foretrækker yahoo.dk til danske søgninger

618 respondenter (20,5%) starter deres danske søgninger på yahoo.dk. Lad os her se nærmere på denne gruppe mennesker.

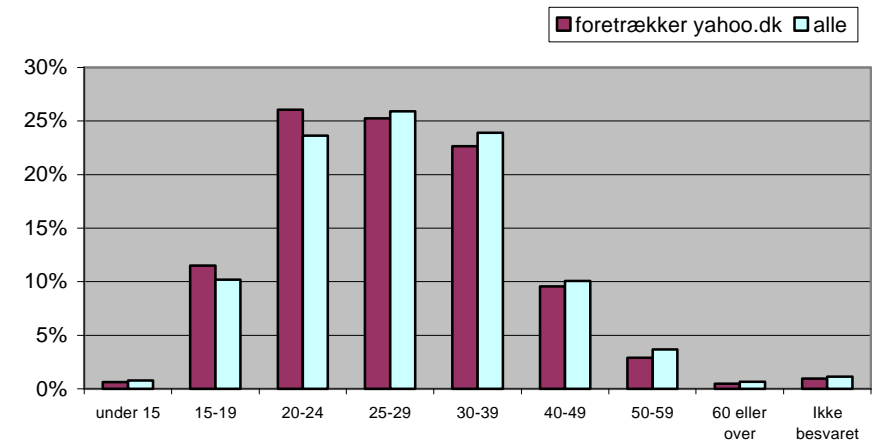
### Køn

	foretrækker yahoo.dk		Alle	
	n	%	n	%
Mand	304	49,19%	1634	54,25%
Kvinde	314	50,81%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	0	0,00%	2	0,07%



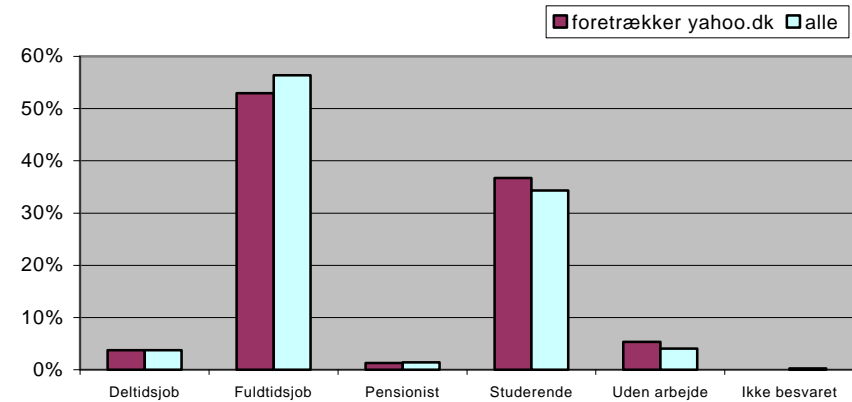
### Alder

	foretrækker yahoo.dk		Alle	
	n	%	n	%
under 15	4	0,65%	24	0,80%
15-19	71	11,49%	307	10,19%
20-24	161	26,05%	711	23,61%
25-29	156	25,24%	780	25,90%
30-39	140	22,65%	720	23,90%
40-49	59	9,55%	303	10,06%
50-59	18	2,91%	111	3,69%
60 eller over	3	0,49%	21	0,70%
<b>Ikke besvaret</b>	6	0,97%	35	1,16%



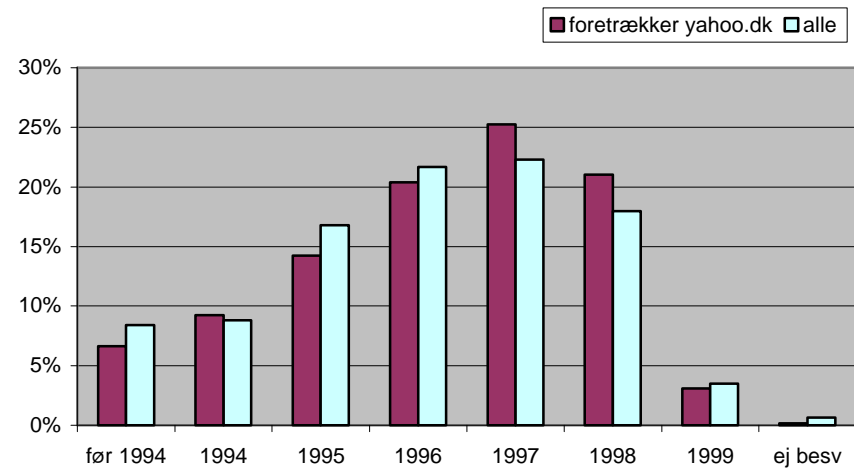
## Arbejdsstatus

	foretrækker yahoo.dk		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	23	3,72%	113	3,75%
Fuldtidsjob	327	52,91%	1697	56,34%
Pensionist	8	1,29%	43	1,43%
Studerende	227	36,73%	1032	34,26%
Uden arbejde	33	5,34%	121	4,02%
Ikke besvaret	0	0,00%	6	0,20%



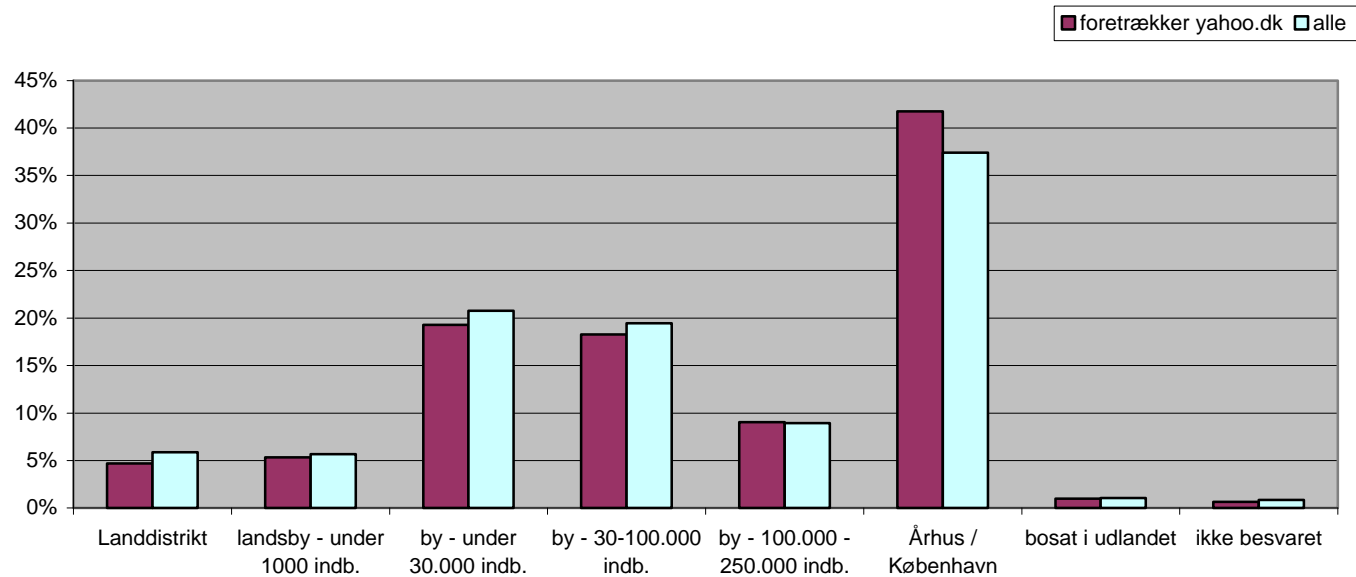
## Første gang på web

	foretrækker yahoo.dk		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	41	6,63%	253	8,40%
1994	57	9,22%	265	8,80%
1995	88	14,24%	505	16,77%
1996	126	20,39%	653	21,68%
1997	156	25,24%	671	22,28%
1998	130	21,04%	541	17,96%
1999	19	3,07%	105	3,49%
ej besv	1	0,16%	19	0,63%



## Bopælsregion

	foretrækker yahoo.dk		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	29	4,69%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	33	5,34%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	119	19,26%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	113	18,28%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	56	9,06%	270	8,96%
Århus / København	258	41,75%	1127	37,42%
bosat i udlandet	6	0,97%	31	1,03%
ikke besvaret	4	0,65%	25	0,83%

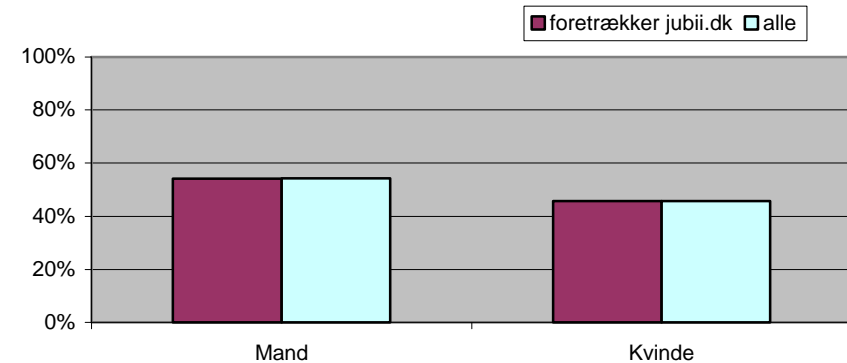


## Gruppen af internetbrugere der foretrækker jubii.dk til danske søgninger

1821 respondenter (60,5%) starter deres danske søgninger på yahoo.dk. Lad os her se nærmere på denne gruppe mennesker.

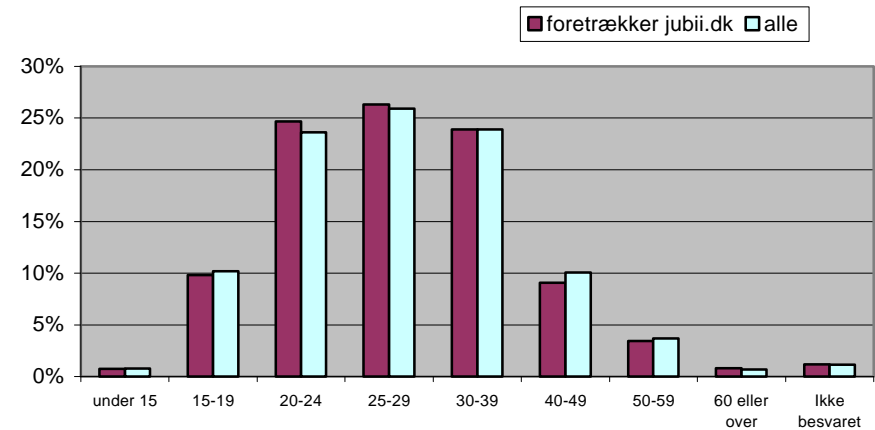
### Køn

	foretrækker jubii.dk		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	986	54,15%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	833	45,74%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	2	0,11%	2	0,07%



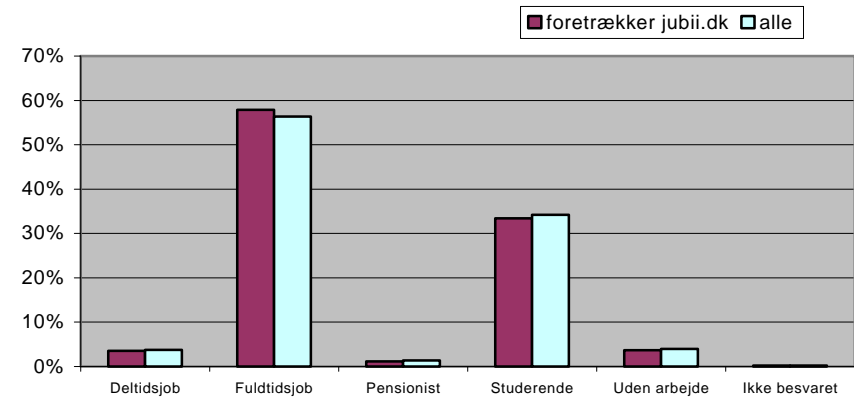
### Alder

	foretrækker jubii.dk		Alle	
	n	%	n	%
under 15	14	0,77%	24	0,80%
15-19	179	9,83%	307	10,19%
20-24	449	24,66%	711	23,61%
25-29	479	26,30%	780	25,90%
30-39	435	23,89%	720	23,90%
40-49	165	9,06%	303	10,06%
50-59	63	3,46%	111	3,69%
60 eller over	15	0,82%	21	0,70%
Ikke besvaret	22	1,21%	35	1,16%



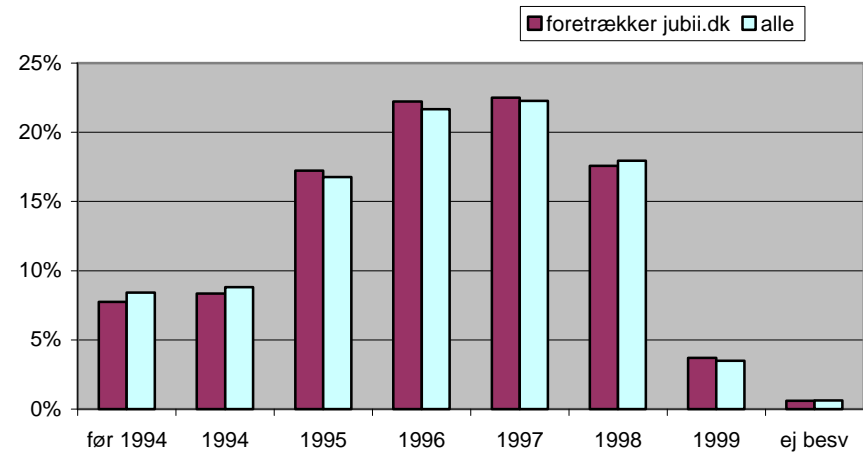
## Arbejdsstatus

	foretrækker jubii.dk		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	65	3,57%	113	3,75%
Fuldtidsjob	1053	57,83%	1697	56,34%
Pensionist	22	1,21%	43	1,43%
Studerende	609	33,44%	1032	34,26%
Uden arbejde	67	3,68%	121	4,02%
Ikke besvaret	5	0,27%	6	0,20%



## Første gang på web

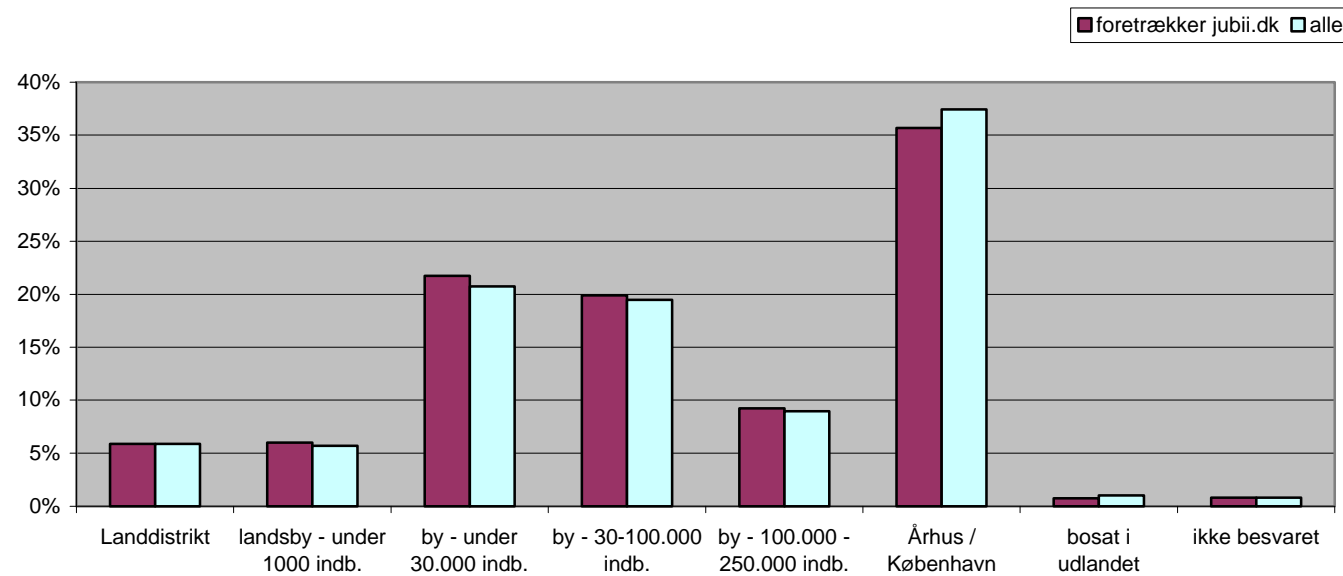
	foretrækker jubii.dk		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	141	7,74%	253	8,40%
1994	152	8,35%	265	8,80%
1995	314	17,24%	505	16,77%
1996	405	22,24%	653	21,68%
1997	410	22,52%	671	22,28%
1998	320	17,57%	541	17,96%
1999	67	3,68%	105	3,49%
ej besv	11	0,60%	19	0,63%





## Bopælsregion

	foretrækker jubii.dk		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	107	5,88%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	109	5,99%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	396	21,75%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	362	19,88%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	168	9,23%	270	8,96%
Århus / København	650	35,69%	1127	37,42%
bosat i udlandet	14	0,77%	31	1,03%
ikke besvaret	15	0,82%	25	0,83%

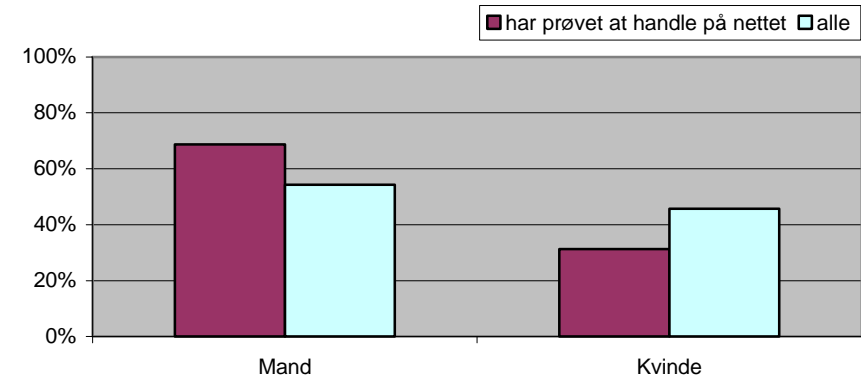


## Gruppen af internetbrugere der foretrækker kvasir.dk til danske søgninger

281 respondenter (9,3%) starter deres danske søgninger på kvasir.dk. Lad os her se nærmere på denne gruppe mennesker.

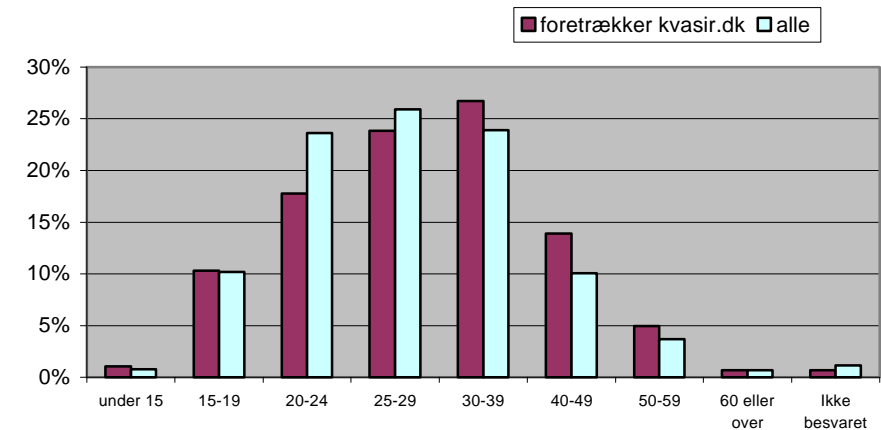
### Køn

	foretrækker kvasir.dk		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	154	54,80%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	127	45,20%	1376	45,68%
Ikke besvaret	0	0,00%	2	0,07%



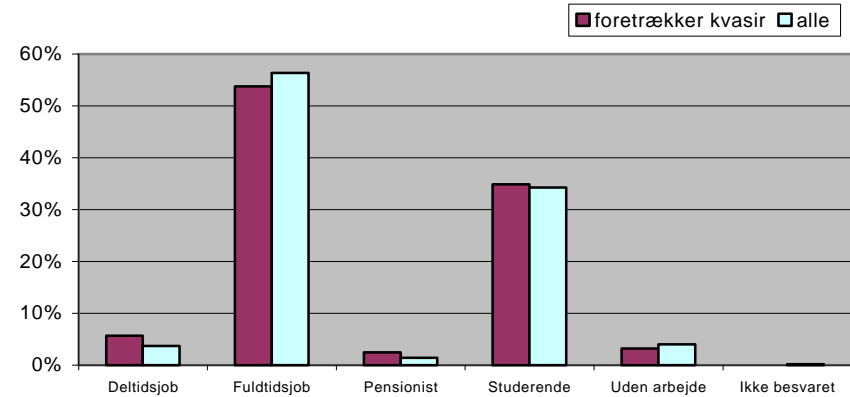
### Alder

	foretrækker kvasir.dk		Alle	
	n	%	n	%
under 15	3	1,07%	24	0,80%
15-19	29	10,32%	307	10,19%
20-24	50	17,79%	711	23,61%
25-29	67	23,84%	780	25,90%
30-39	75	26,69%	720	23,90%
40-49	39	13,88%	303	10,06%
50-59	14	4,98%	111	3,69%
60 eller over	2	0,71%	21	0,70%
Ikke besvaret	2	0,71%	35	1,16%



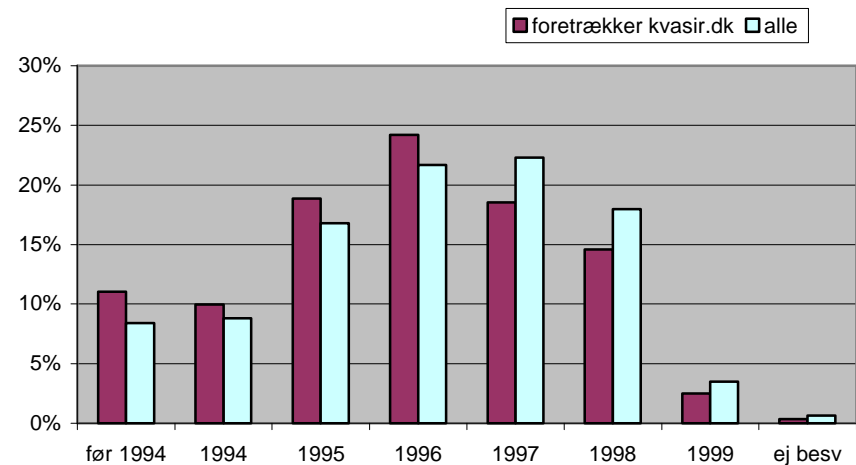
## Arbejdsstatus

	foretrækker kvasir.dk		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	16	5,69%	113	3,75%
Fuldtidsjob	151	53,74%	1697	56,34%
Pensionist	7	2,49%	43	1,43%
Studerende	98	34,88%	1032	34,26%
Uden arbejde	9	3,20%	121	4,02%
Ikke besvaret	0	0,00%	6	0,20%



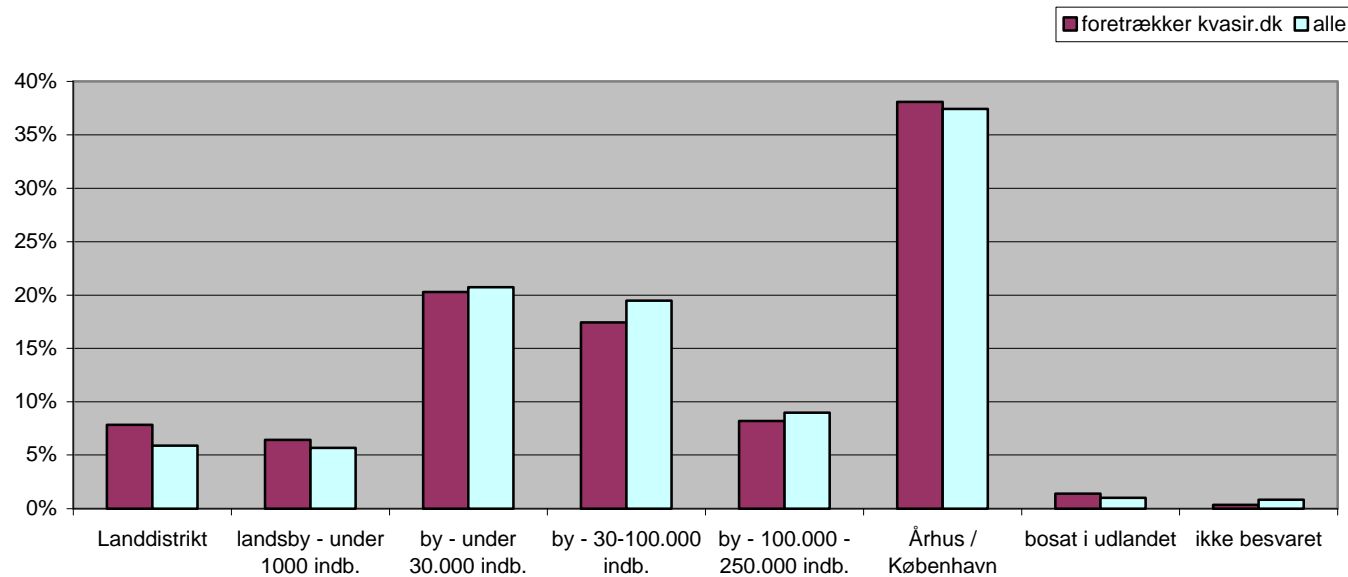
## Første gang på web

	foretrækker kvasir.dk		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	31	11,03%	253	8,40%
1994	28	9,96%	265	8,80%
1995	53	18,86%	505	16,77%
1996	68	24,20%	653	21,68%
1997	52	18,51%	671	22,28%
1998	41	14,59%	541	17,96%
1999	7	2,49%	105	3,49%
ej besv	1	0,36%	19	0,63%



## Bopælsregion

	foretrækker kvasir.dk		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	22	7,83%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	18	6,41%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	57	20,28%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	49	17,44%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	23	8,19%	270	8,96%
Århus / København	107	38,08%	1127	37,42%
bosat i udlandet	4	1,42%	31	1,03%
ikke besvaret	1	0,36%	25	0,83%

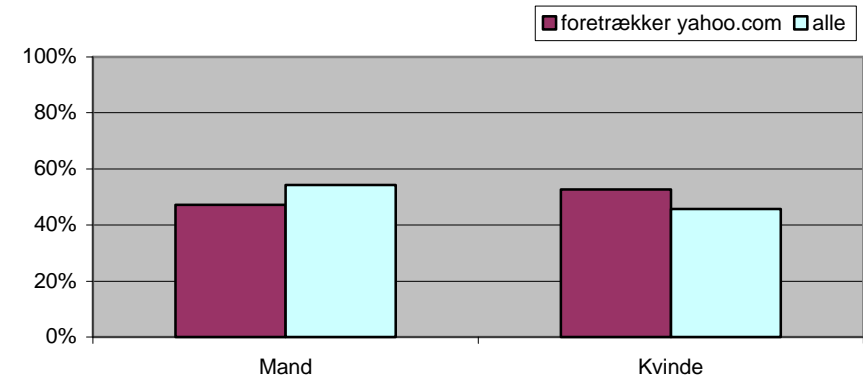


## Gruppen af internetbrugere der foretrækker yahoo.com til internationale søgninger

1255 respondenter (41,7%) starter deres internationale søgninger på yahoo.com. Lad os her se nærmere på denne gruppe mennesker.

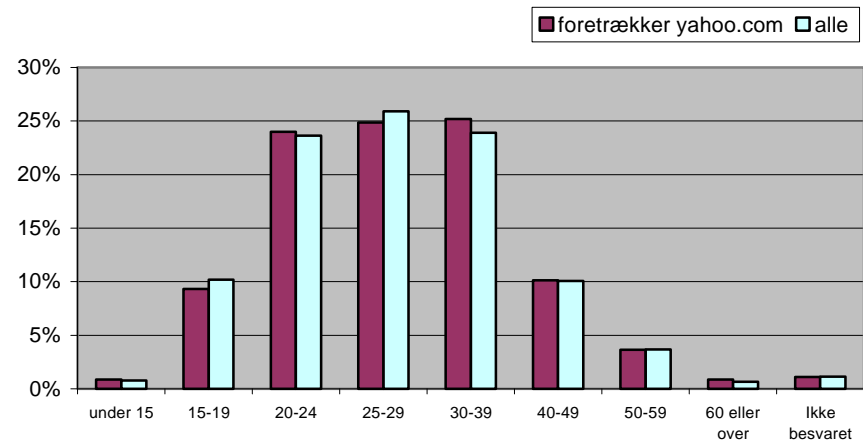
### Køn

	foretrækker yahoo.com		Alle	
	n	%	n	%
Mand	593	47,25%	1634	54,25%
Kvinde	661	52,67%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	1	0,08%	2	0,07%



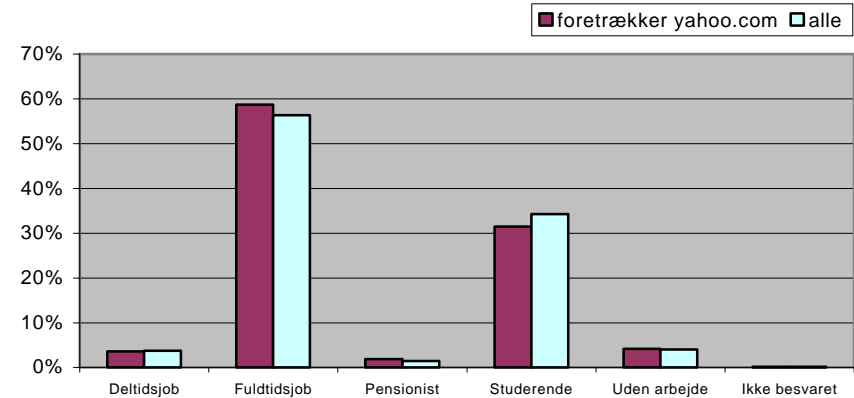
### Alder

	foretrækker yahoo.com		Alle	
	n	%	n	%
under 15	11	0,88%	24	0,80%
15-19	117	9,32%	307	10,19%
20-24	301	23,98%	711	23,61%
25-29	312	24,86%	780	25,90%
30-39	316	25,18%	720	23,90%
40-49	127	10,12%	303	10,06%
50-59	46	3,67%	111	3,69%
60 eller over	11	0,88%	21	0,70%
<b>Ikke besvaret</b>	14	1,12%	35	1,16%



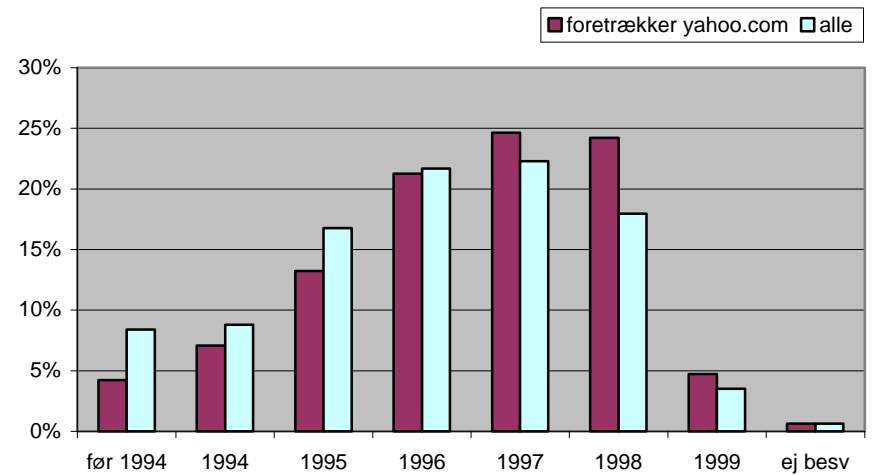
## Arbejdsstatus

	foretrækker yahoo.com		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	45	3,59%	113	3,75%
Fuldtidsjob	737	58,73%	1697	56,34%
Pensionist	24	1,91%	43	1,43%
Studerende	395	31,47%	1032	34,26%
Uden arbejde	52	4,14%	121	4,02%
Ikke besvaret	2	0,16%	6	0,20%



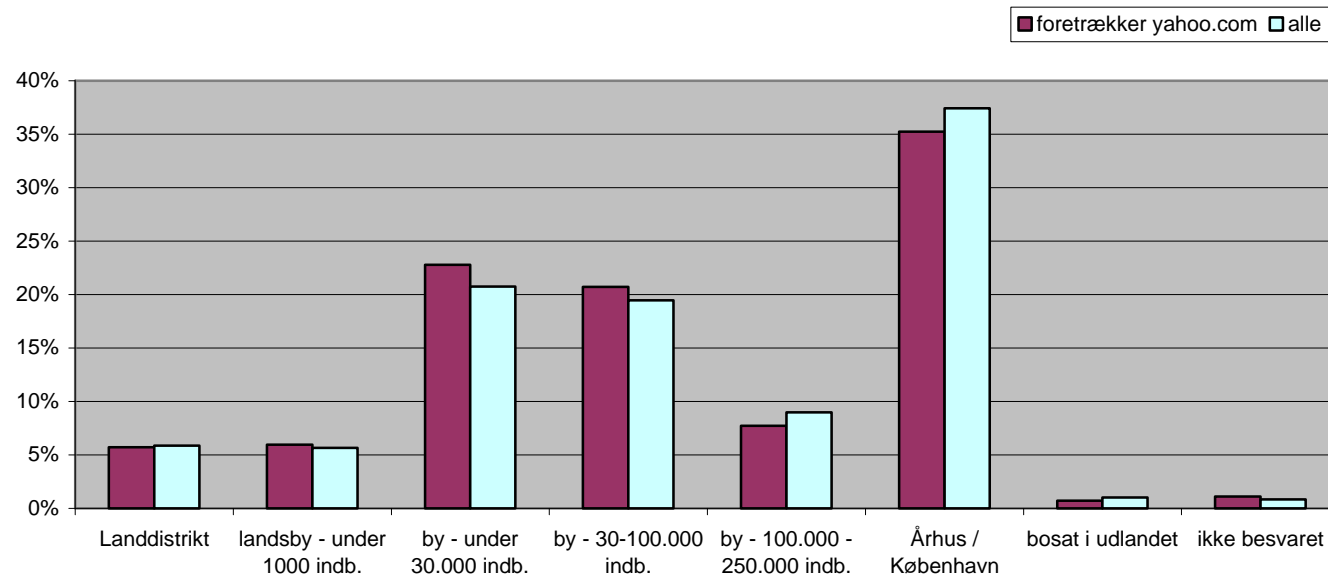
## Første gang på web

	foretrækker yahoo.com		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	53	4,22%	253	8,40%
1994	89	7,09%	265	8,80%
1995	166	13,23%	505	16,77%
1996	267	21,27%	653	21,68%
1997	309	24,62%	671	22,28%
1998	304	24,22%	541	17,96%
1999	59	4,70%	105	3,49%
ej besv	8	0,64%	19	0,63%



## Bopælsregion

	foretrækker yahoo.com		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	72	5,74%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	75	5,98%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	286	22,79%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	260	20,72%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	97	7,73%	270	8,96%
Århus / København	442	35,22%	1127	37,42%
bosat i udlandet	9	0,72%	31	1,03%
ikke besvaret	14	1,12%	25	0,83%

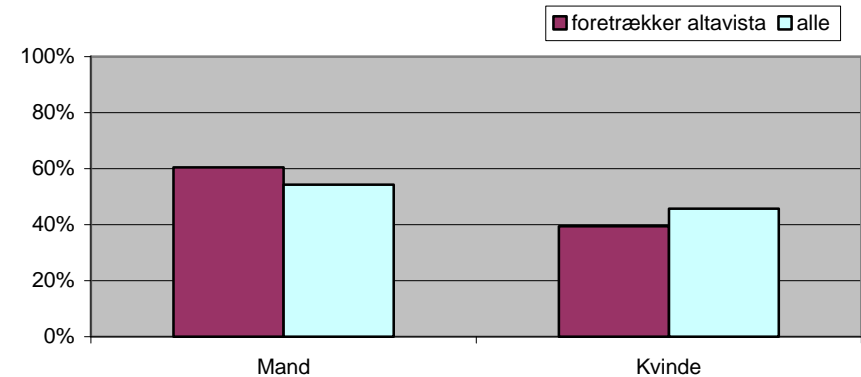


## Gruppen af internetbrugere der foretrækker altavista til internationale søgninger

1238 respondenter (41,1%) starter deres internationale søgninger på altavista.com. Lad os her se nærmere på denne gruppe mennesker.

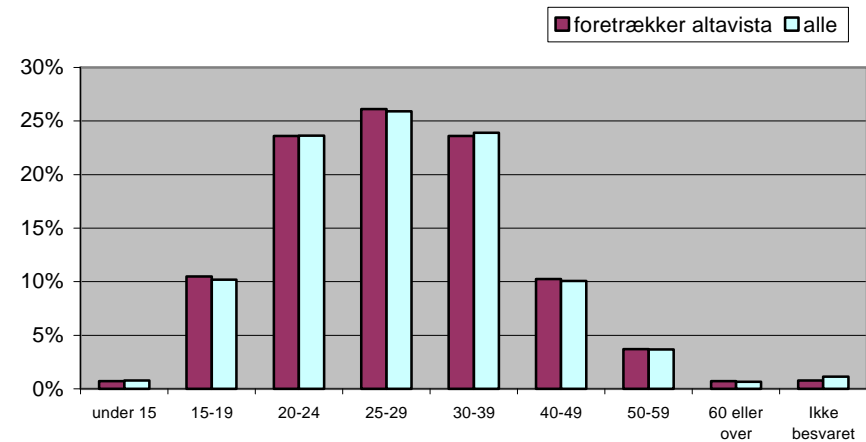
### Køn

	foretrækker altavista		Alle	
	n	%	n	%
Mand	748	60,42%	1634	54,25%
Kvinde	489	39,50%	1376	45,68%
<b>Ikke besvaret</b>	1	0,08%	2	0,07%



### Alder

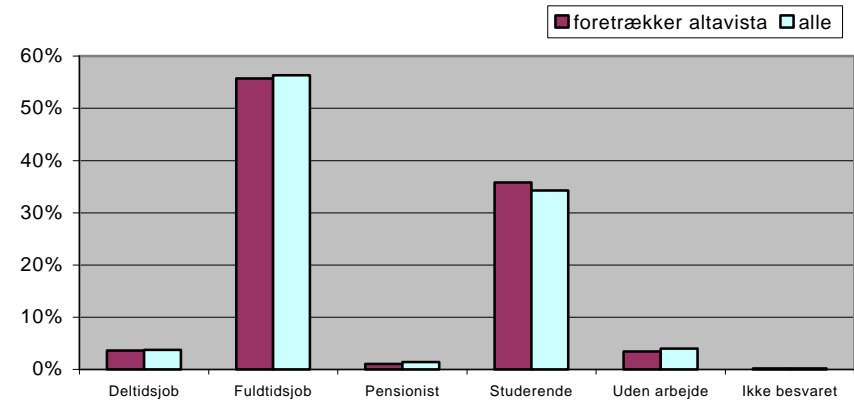
	foretrækker altavista		Alle	
	n	%	n	%
under 15	9	0,73%	24	0,80%
15-19	130	10,50%	307	10,19%
20-24	292	23,59%	711	23,61%
25-29	323	26,09%	780	25,90%
30-39	292	23,59%	720	23,90%
40-49	127	10,26%	303	10,06%
50-59	46	3,72%	111	3,69%
60 eller over	9	0,73%	21	0,70%
<b>Ikke besvaret</b>	10	0,81%	35	1,16%





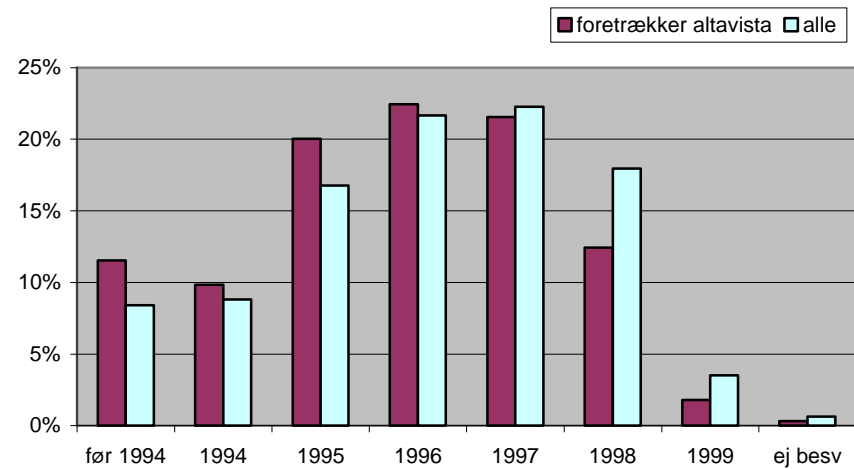
## Arbejdsstatus

	foretrækker altavista		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	45	3,63%	113	3,75%
Fuldtidsjob	690	55,74%	1697	56,34%
Pensionist	13	1,05%	43	1,43%
Studerende	444	35,86%	1032	34,26%
Uden arbejde	43	3,47%	121	4,02%
Ikke besvaret	3	0,24%	6	0,20%



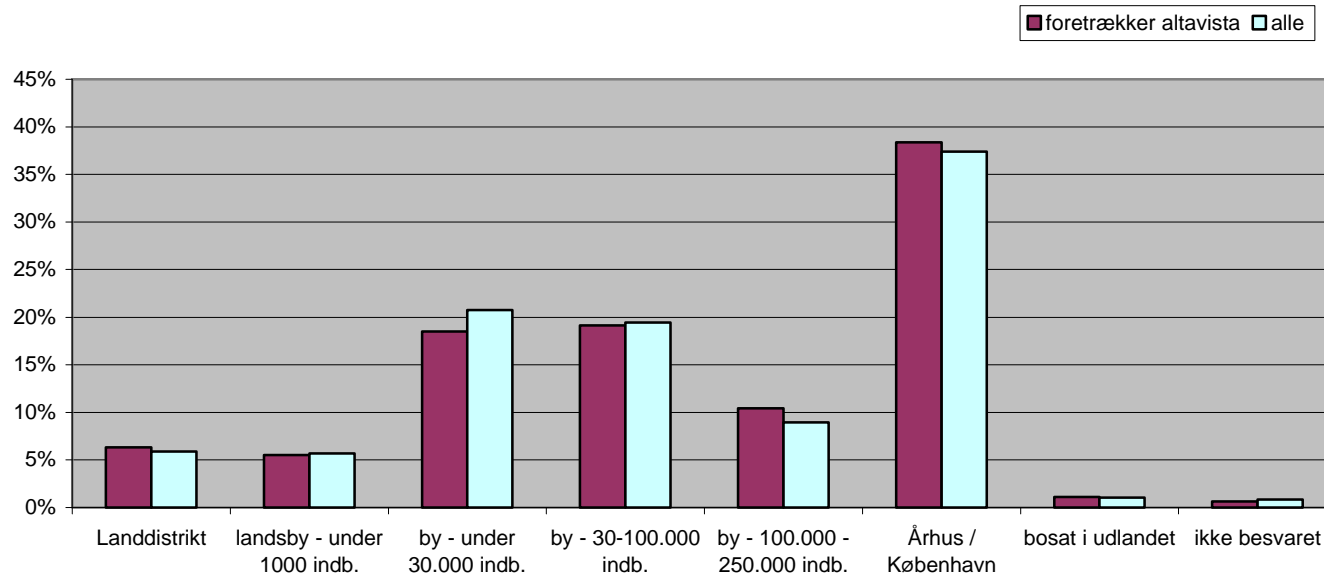
## Første gang på web

	foretrækker altavista		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	143	11,55%	253	8,40%
1994	122	9,85%	265	8,80%
1995	248	20,03%	505	16,77%
1996	278	22,46%	653	21,68%
1997	267	21,57%	671	22,28%
1998	154	12,44%	541	17,96%
1999	22	1,78%	105	3,49%
ej besv	4	0,32%	19	0,63%



## Bopælsregion

	foretrækker altavista		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	78	6,30%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	68	5,49%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	229	18,50%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	237	19,14%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	129	10,42%	270	8,96%
Århus / København	475	38,37%	1127	37,42%
bosat i udlandet	14	1,13%	31	1,03%
ikke besvaret	8	0,65%	25	0,83%

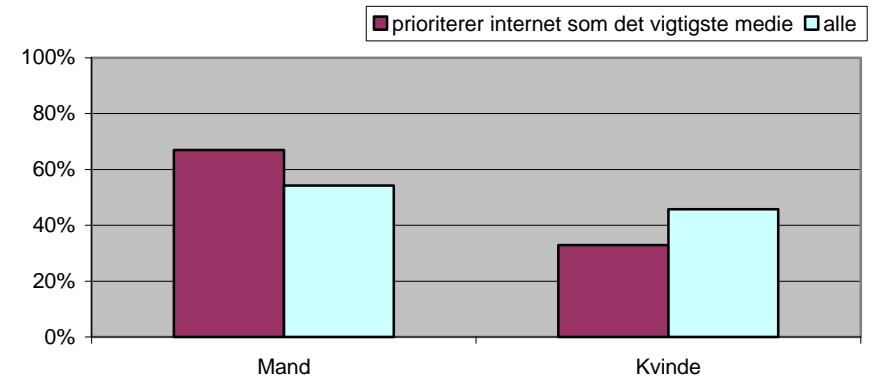


## Gruppen der prioriterer internet som medie højere end tv, radio og avis

514 respondenter (17,1%) vælger internet som det medie man nødigst vil undvære i sammenligning med tv, radio og avis. Vi ser her nærmere på denne gruppe mennesker.

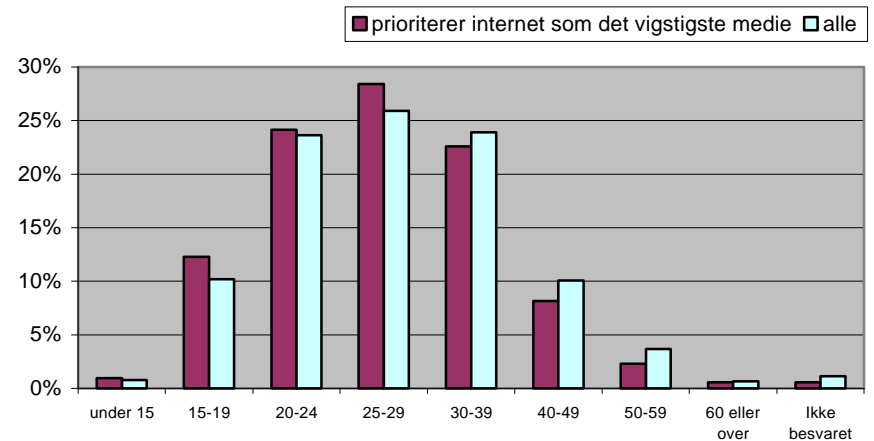
### Køn

	prioriterer internet som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	344	66,93%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	169	32,88%	1376	45,68%
Ikke besvaret	1	0,19%	2	0,07%



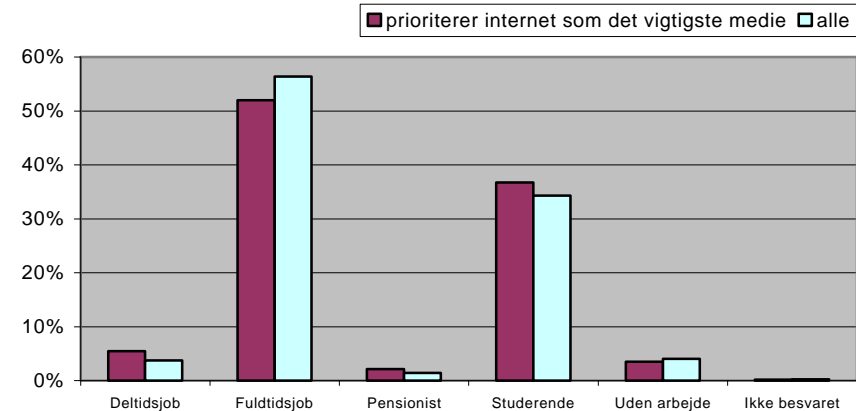
### Alder

	prioriterer internet som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
under 15	5	0,97%	24	0,80%
15-19	63	12,26%	307	10,19%
20-24	124	24,12%	711	23,61%
25-29	146	28,40%	780	25,90%
30-39	116	22,57%	720	23,90%
40-49	42	8,17%	303	10,06%
50-59	12	2,33%	111	3,69%
60 eller over	3	0,58%	21	0,70%
Ikke besvaret	3	0,58%	35	1,16%



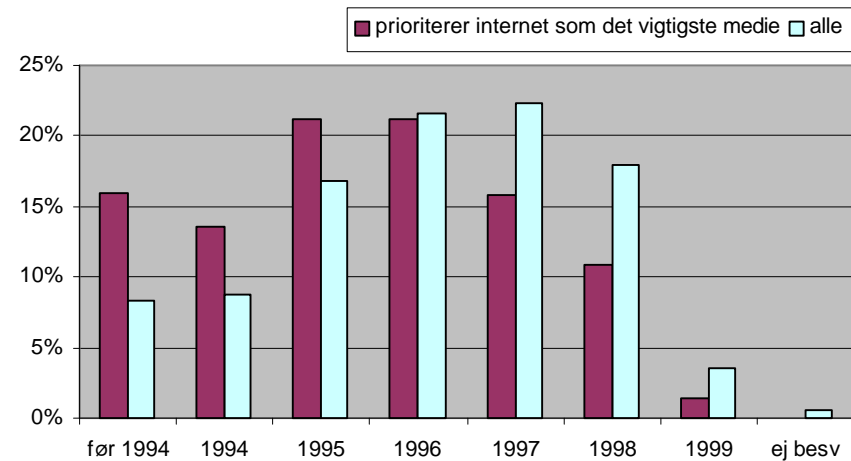
## Arbejdsstatus

	prioriterer internet som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	28	5,45%	113	3,75%
Fuldtidsjob	267	51,95%	1697	56,34%
Pensionist	11	2,14%	43	1,43%
Studerende	189	36,77%	1032	34,26%
Uden arbejde	18	3,50%	121	4,02%
Ikke besvaret	1	0,19%	6	0,20%



## Første gang på web

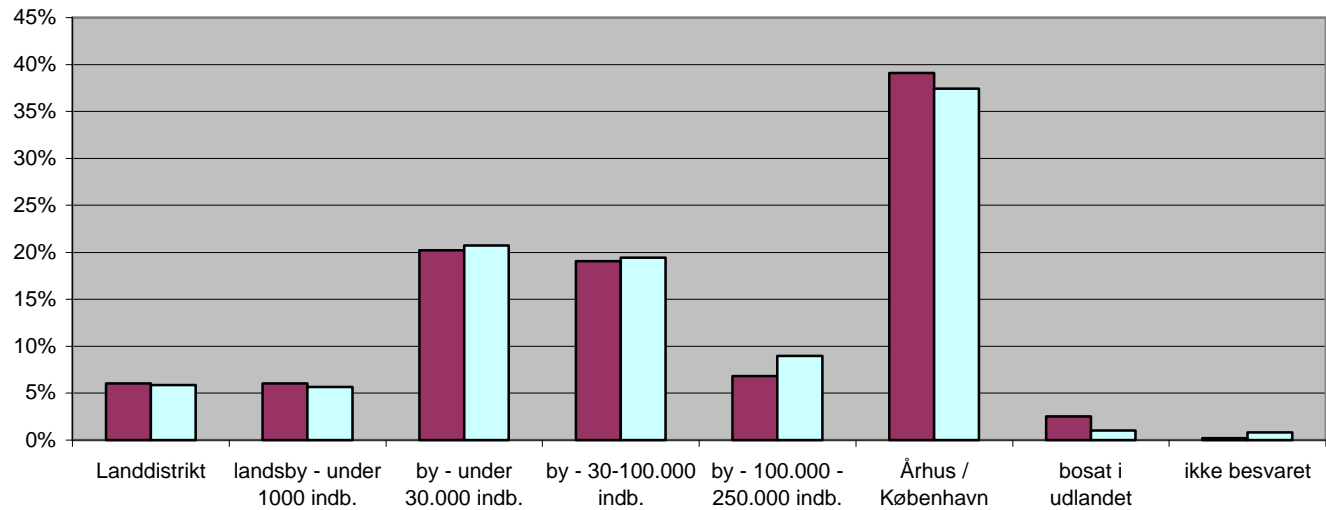
	prioriterer internet som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	82	15,95%	253	8,40%
1994	70	13,62%	265	8,80%
1995	109	21,21%	505	16,77%
1996	109	21,21%	653	21,68%
1997	81	15,76%	671	22,28%
1998	56	10,89%	541	17,96%
1999	7	1,36%	105	3,49%
ej besv	0	0,00%	19	0,63%



## Bopælsregion

	prioriterer internet som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	31	6,03%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	31	6,03%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	104	20,23%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	98	19,07%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	35	6,81%	270	8,96%
Århus / København	201	39,11%	1127	37,42%
bosat i udlandet	13	2,53%	31	1,03%
ikke besvaret	1	0,19%	25	0,83%

■ prioriterer internet som det vigtigste medie □ alle

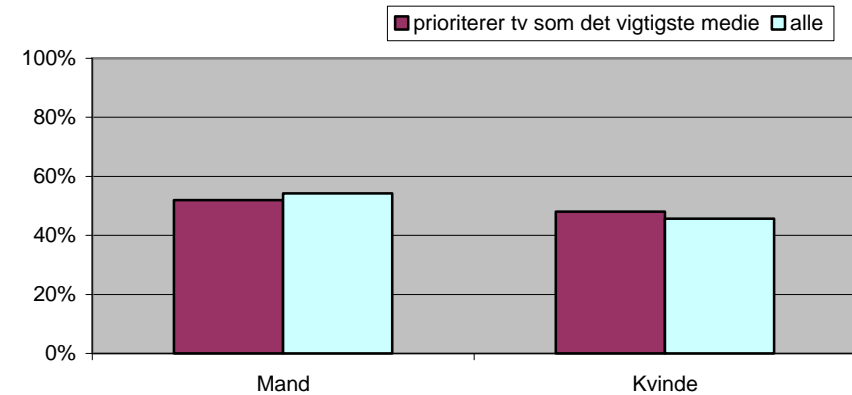


## Gruppen der prioriterer tv som medie højere end internet, radio og avis

1646 respondenter (54,6%) vælger tv som det medie man nødigst vil undvære i sammenligning med internet, radio og avis. Vi ser her nærmere på denne gruppe mennesker.

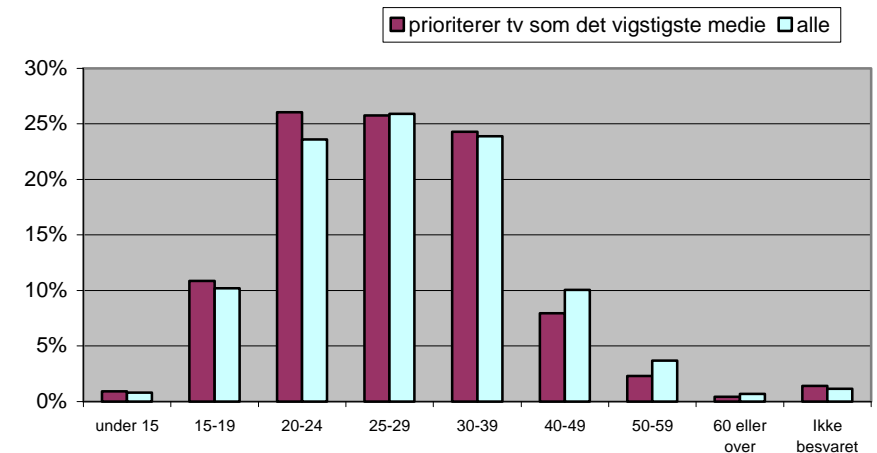
### Køn

	prioriterer tv som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	856	52,00%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	790	48,00%	1376	45,68%
Ikke besvaret	0	0,00%	2	0,07%



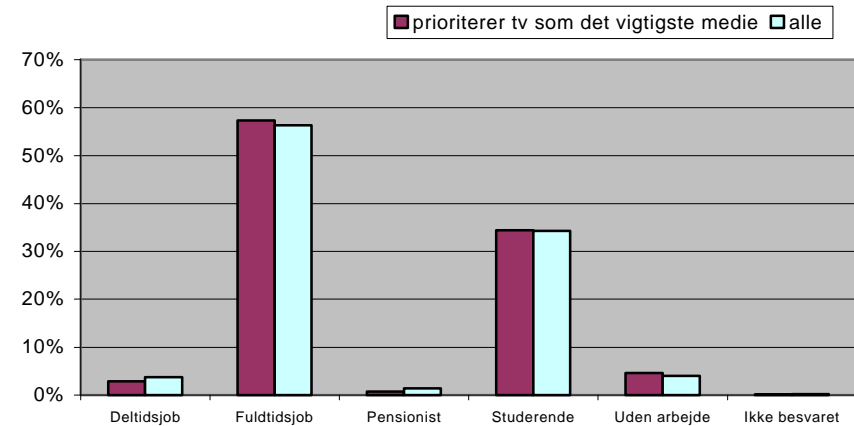
### Alder

	prioriterer tv som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
under 15	15	0,91%	24	0,80%
15-19	179	10,87%	307	10,19%
20-24	429	26,06%	711	23,61%
25-29	424	25,76%	780	25,90%
30-39	400	24,30%	720	23,90%
40-49	131	7,96%	303	10,06%
50-59	38	2,31%	111	3,69%
60 eller over	7	0,43%	21	0,70%
Ikke besvaret	23	1,40%	35	1,16%



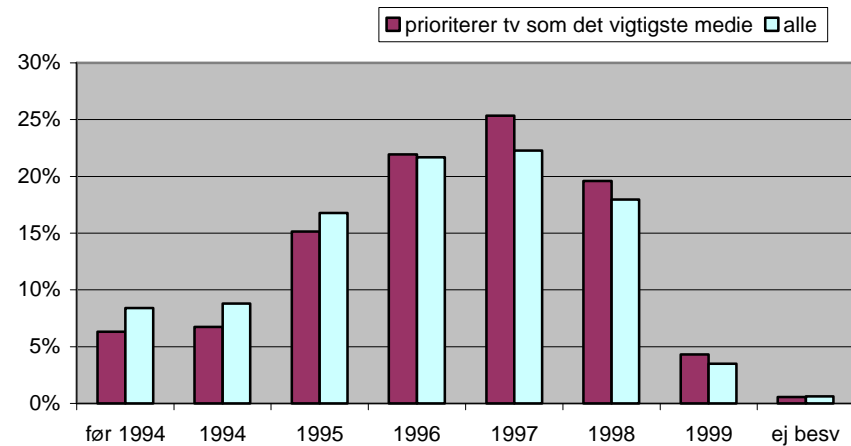
## Arbejdsstatus

	prioriterer tv som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	47	2,86%	113	3,75%
Fuldtidsjob	944	57,35%	1697	56,34%
Pensionist	12	0,73%	43	1,43%
Studerende	566	34,39%	1032	34,26%
Uden arbejde	75	4,56%	121	4,02%
Ikke besvaret	2	0,12%	6	0,20%



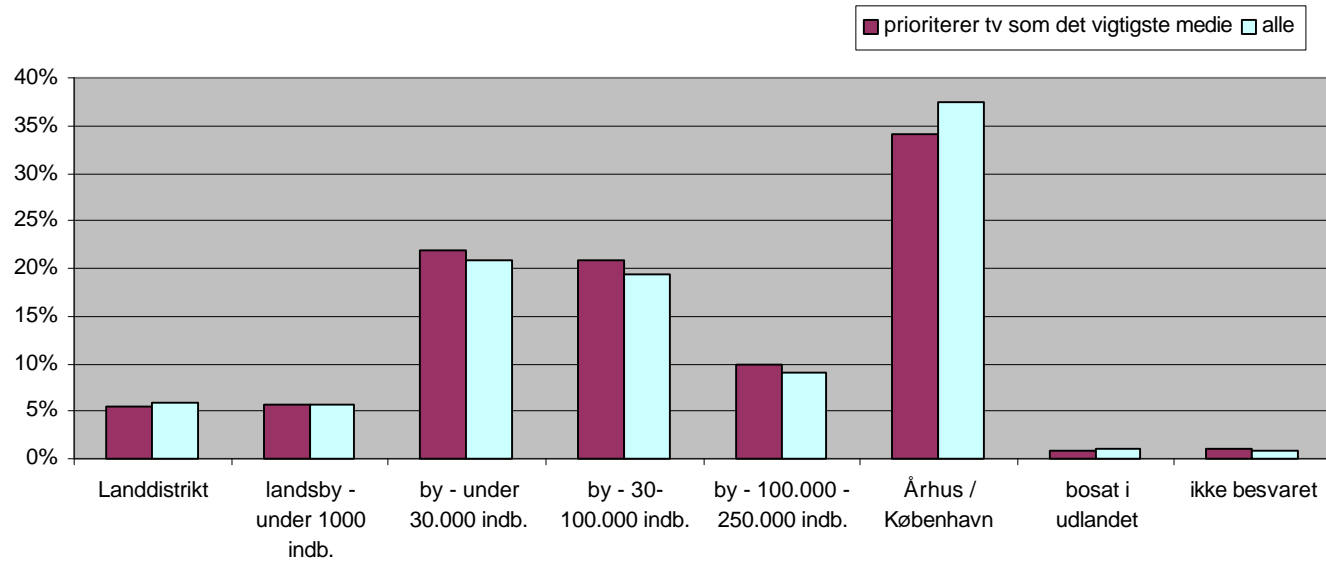
## Første gang på web

	prioriterer tv som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	104	6,32%	253	8,40%
1994	111	6,74%	265	8,80%
1995	249	15,13%	505	16,77%
1996	361	21,93%	653	21,68%
1997	417	25,33%	671	22,28%
1998	323	19,62%	541	17,96%
1999	71	4,31%	105	3,49%
ej besv	9	0,55%	19	0,63%



## Bopælsregion

	prioriterer tv som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	90	5,47%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	94	5,71%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	362	21,99%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	344	20,90%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	164	9,96%	270	8,96%
Århus / København	560	34,02%	1127	37,42%
bosat i udlandet	13	0,79%	31	1,03%
ikke besvaret	19	1,15%	25	0,83%



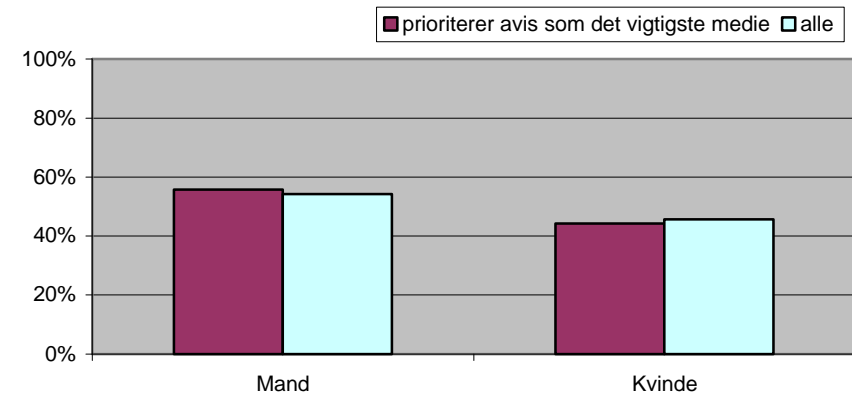


## Gruppen der prioriterer avis som medie højere end tv, internet og radio

416 respondenter (13,8%) vælger avis som det medie man nødigst vil undvære i sammenligning med tv, internet og radio. Vi ser her nærmere på denne gruppe mennesker.

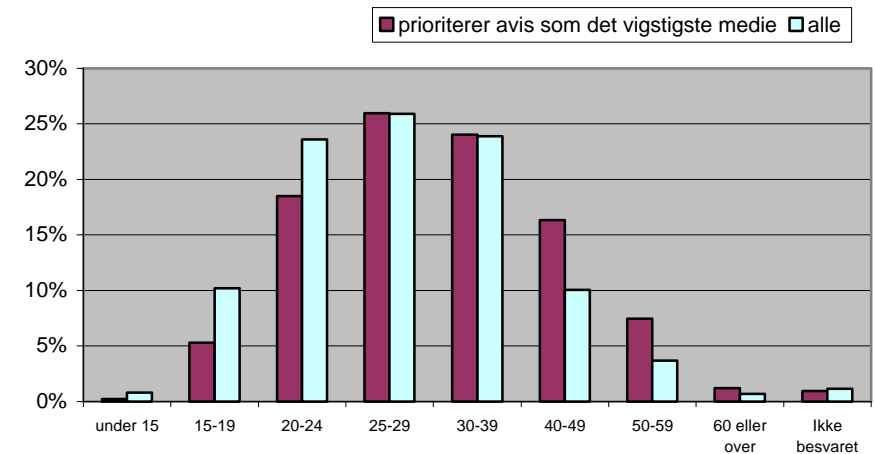
### Køn

	prioriterer avis som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	232	55,77%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	184	44,23%	1376	45,68%
Ikke besvaret	0	0,00%	2	0,07%



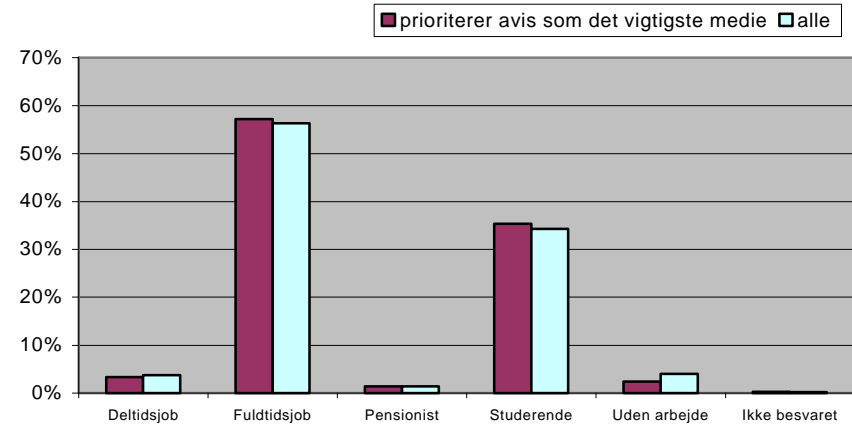
### Alder

	prioriterer avis som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
under 15	1	0,24%	24	0,80%
15-19	22	5,29%	307	10,19%
20-24	77	18,51%	711	23,61%
25-29	108	25,96%	780	25,90%
30-39	100	24,04%	720	23,90%
40-49	68	16,35%	303	10,06%
50-59	31	7,45%	111	3,69%
60 eller over	5	1,20%	21	0,70%
Ikke besvaret	4	0,96%	35	1,16%



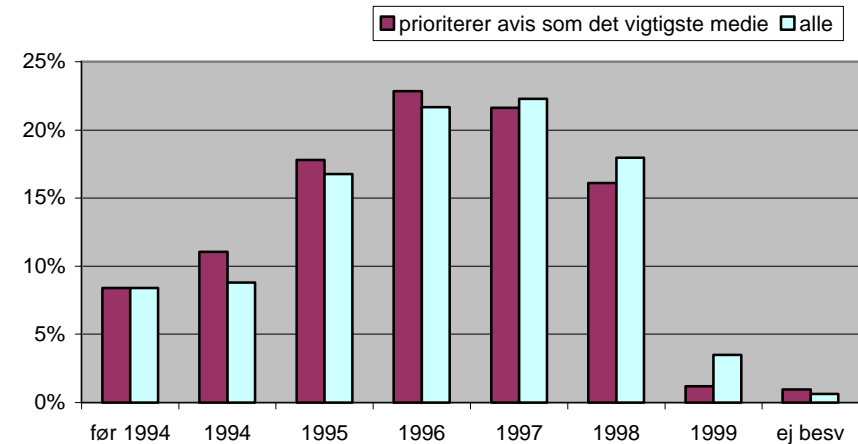
## Arbejdsstatus

	prioriterer avis som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	14	3,37%	113	3,75%
Fuldtidsjob	238	57,21%	1697	56,34%
Pensionist	6	1,44%	43	1,43%
Studerende	147	35,34%	1032	34,26%
Uden arbejde	10	2,40%	121	4,02%
Ikke besvaret	1	0,24%	6	0,20%



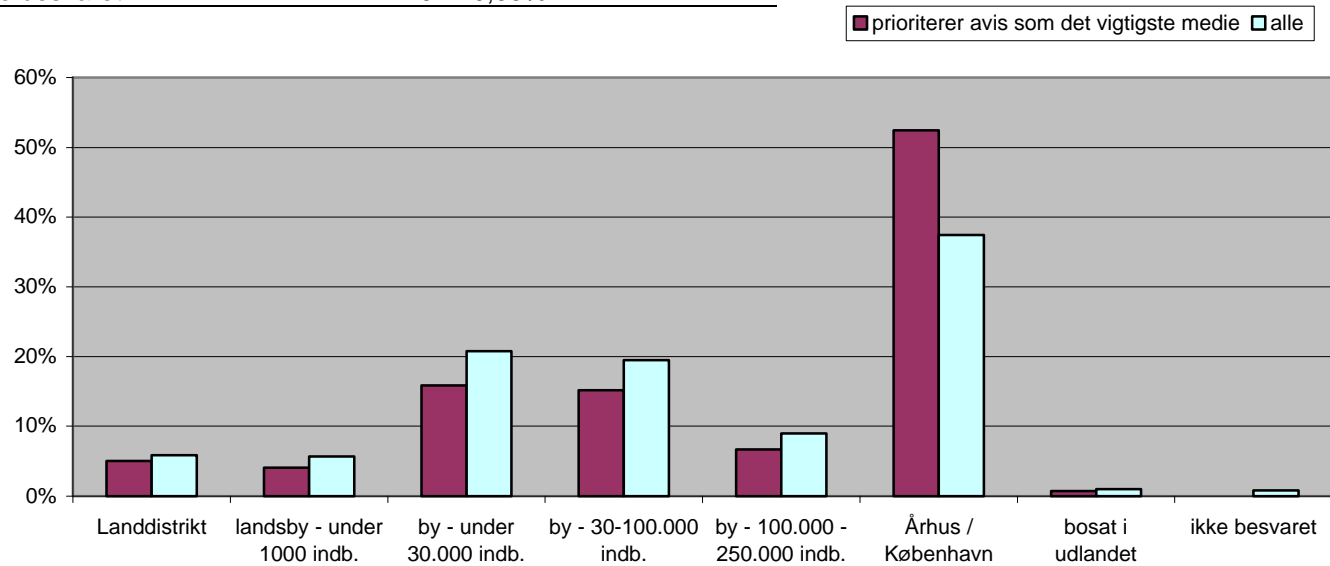
## Første gang på web

	prioriterer avis som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	35	8,41%	253	8,40%
1994	46	11,06%	265	8,80%
1995	74	17,79%	505	16,77%
1996	95	22,84%	653	21,68%
1997	90	21,63%	671	22,28%
1998	67	16,11%	541	17,96%
1999	5	1,20%	105	3,49%
ej besv	4	0,96%	19	0,63%



## Bopælsregion

	prioriterer avis som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	21	5,05%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	17	4,09%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	66	15,87%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	63	15,14%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	28	6,73%	270	8,96%
Århus / København	218	52,40%	1127	37,42%
bosat i udlandet	3	0,72%	31	1,03%
ikke besvaret	0	0,00%	25	0,83%

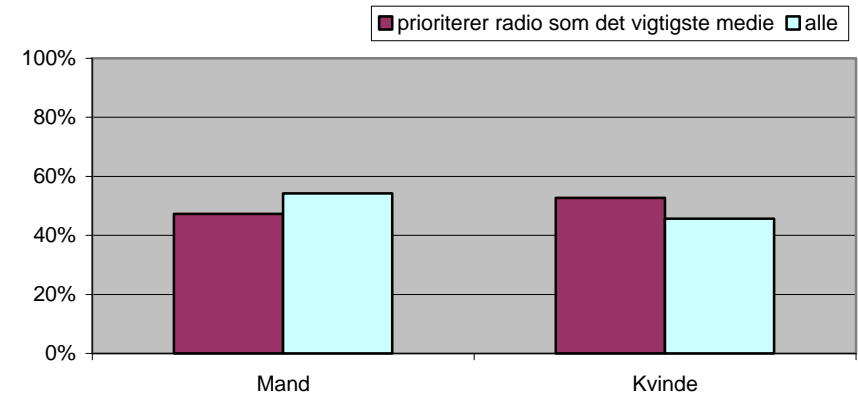


## Gruppen der prioriterer radio som medie højere end tv, internet og avis

414 respondenter (13,7%) vælger internet som det medie man nødigst vil undvære i sammenligning med tv, radio og avis. Vi ser her nærmere på denne gruppe mennesker.

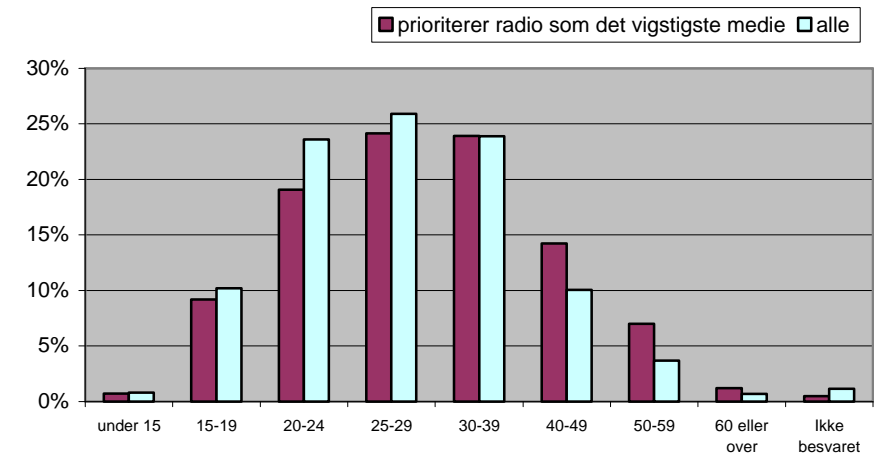
### Køn

	prioriterer radio som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	196	47,34%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	218	52,66%	1376	45,68%
Ikke besvaret	1	0,19%	2	0,07%



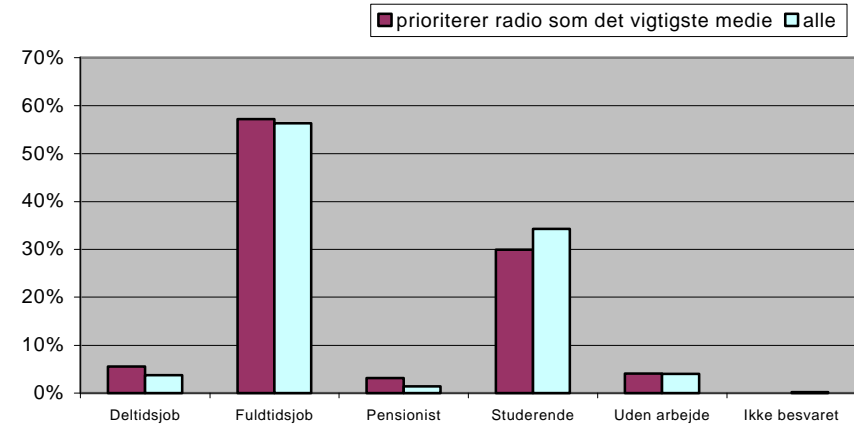
### Alder

	prioriterer radio som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
under 15	3	0,72%	24	0,80%
15-19	38	9,18%	307	10,19%
20-24	79	19,08%	711	23,61%
25-29	100	24,15%	780	25,90%
30-39	99	23,91%	720	23,90%
40-49	59	14,25%	303	10,06%
50-59	29	7,00%	111	3,69%
60 eller over	5	1,21%	21	0,70%
Ikke besvaret	2	0,48%	35	1,16%



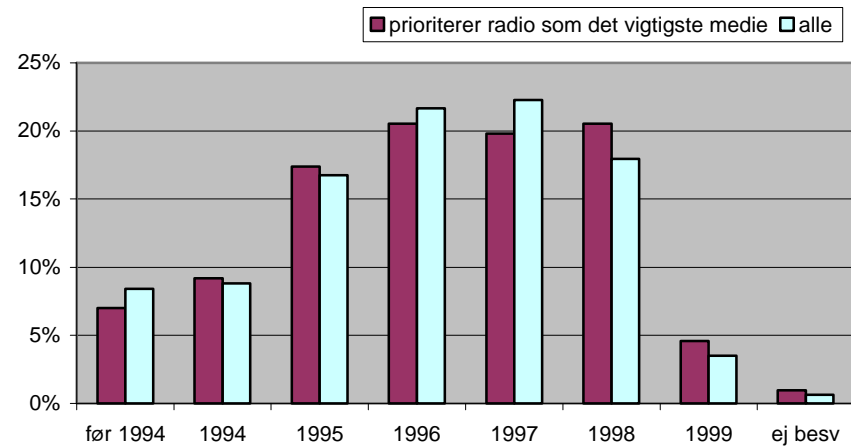
## Arbejdsstatus

	prioriterer radio som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	23	5,56%	113	3,75%
Fuldtidsjob	237	57,25%	1697	56,34%
Pensionist	13	3,14%	43	1,43%
Studerende	124	29,95%	1032	34,26%
Uden arbejde	17	4,11%	121	4,02%
Ikke besvaret	0	0,00%	6	0,20%



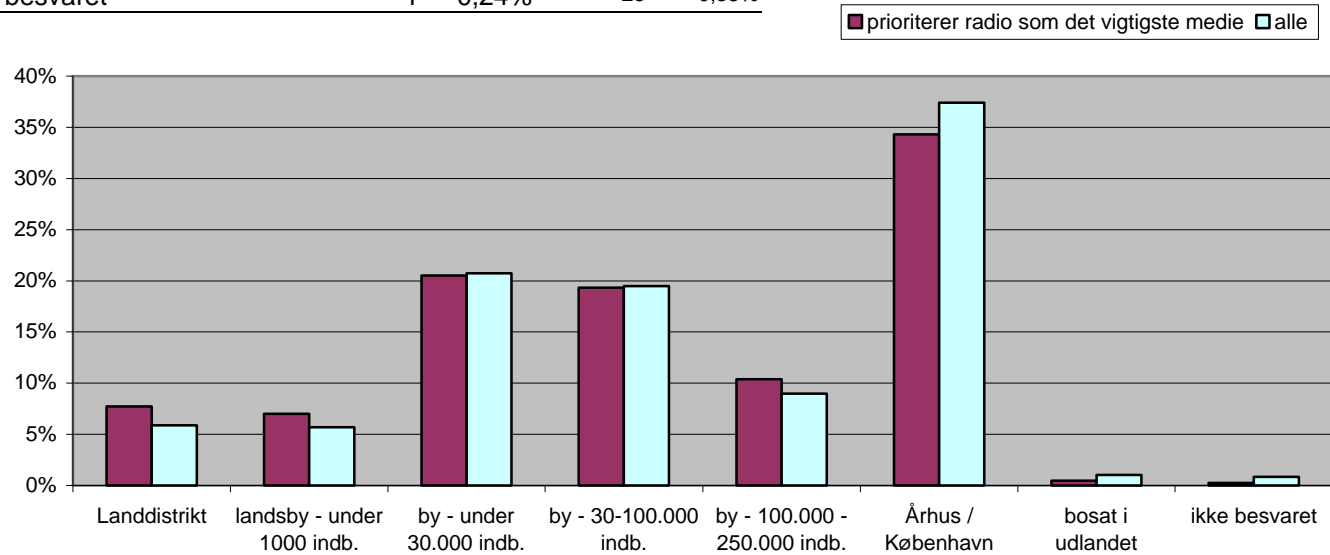
## Første gang på web

	prioriterer radio som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	29	7,00%	253	8,40%
1994	38	9,18%	265	8,80%
1995	72	17,39%	505	16,77%
1996	85	20,53%	653	21,68%
1997	82	19,81%	671	22,28%
1998	85	20,53%	541	17,96%
1999	19	4,59%	105	3,49%
ej besv	4	0,96%	19	0,63%



## Bopælsregion

	prioriterer radio som det vigtigste medie		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	32	7,73%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	29	7,00%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	85	20,53%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	80	19,32%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	43	10,39%	270	8,96%
Århus / København	142	34,30%	1127	37,42%
bosat i udlandet	2	0,48%	31	1,03%
ikke besvaret	1	0,24%	25	0,83%



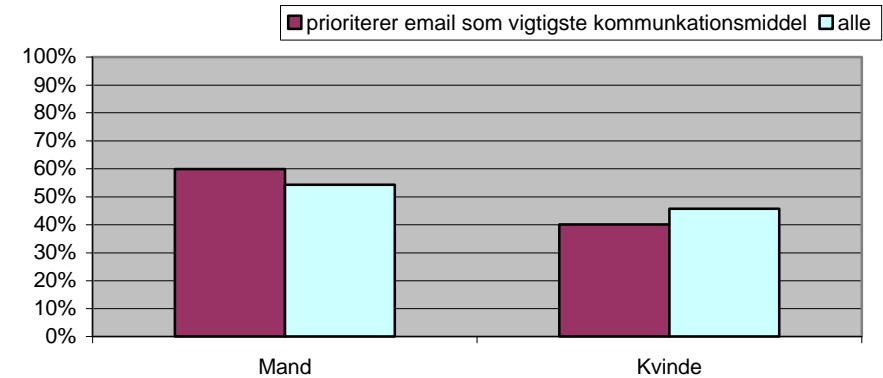
## Gruppen af internetbrugere der prioriterer email højere end telefon og breve

499 respondenter (16,6%) vælger email som den kommunikationsform man nødigst vil undvære i sammenligning med telefon og breve. Vi ser her nærmere på denne gruppe mennesker.

[note: ialt 230 mennesker har valgt både internet som vigtigst medie og email som vigtigst kommunikationsmiddel]

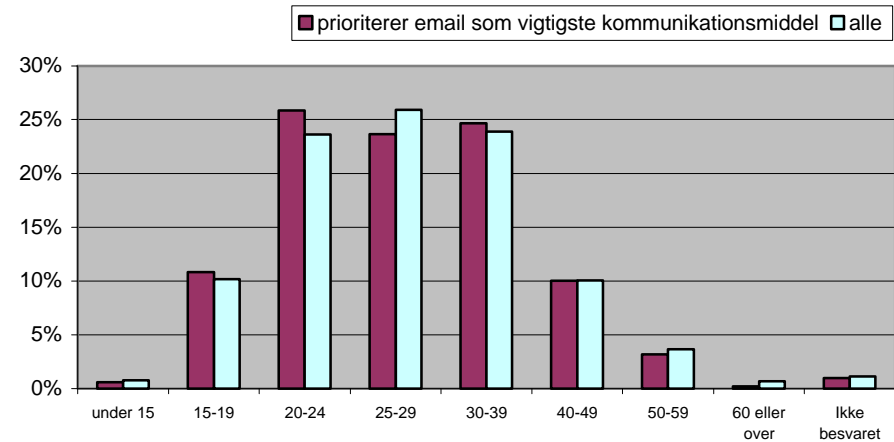
### Køn

	prioriterer email som det vigtigste kommunikationsmiddel		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	299	59,92%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	200	40,08%	1376	45,68%
Ikke besvaret	0	0,00%	2	0,07%



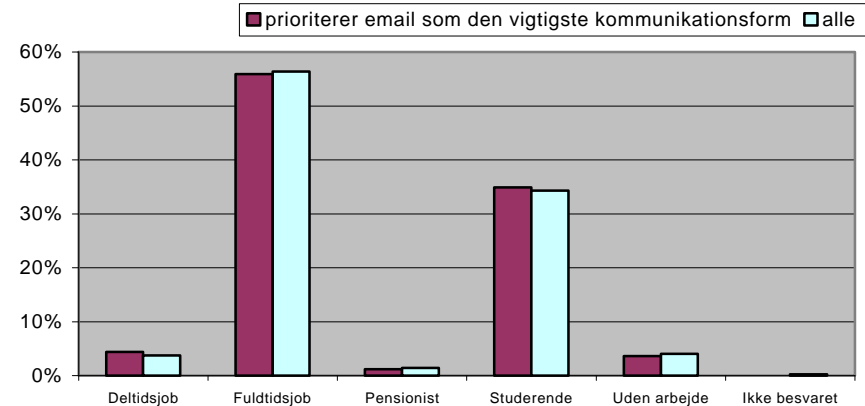
### Alder

	prioriterer email som det vigtigste kommunikationsmiddel		Alle	
	n	%	n	%
under 15	3	0,60%	24	0,80%
15-19	54	10,82%	307	10,19%
20-24	129	25,85%	711	23,61%
25-29	118	23,65%	780	25,90%
30-39	123	24,65%	720	23,90%
40-49	50	10,02%	303	10,06%
50-59	16	3,21%	111	3,69%
60 eller over	1	0,20%	21	0,70%
Ikke besvaret	5	1,00%	35	1,16%



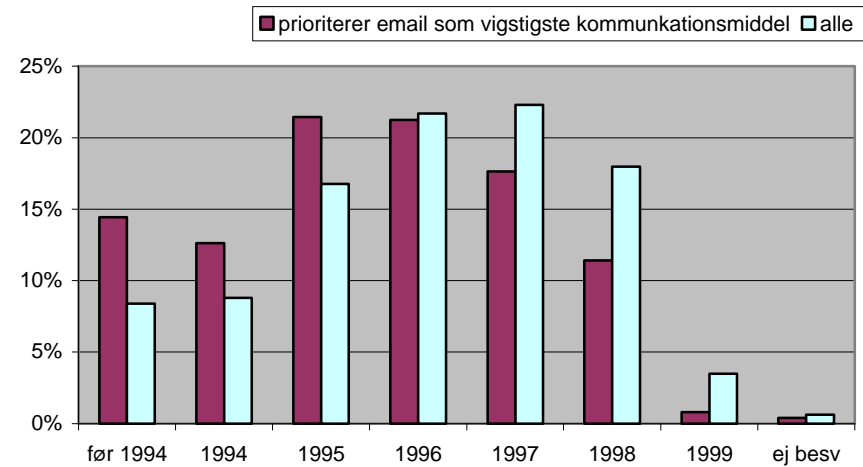
## Arbejdsstatus

	prioriterer email som det vigtigste kommunikationsmiddel		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	22	4,41%	113	3,75%
Fuldtidsjob	279	55,91%	1697	56,34%
Pensionist	6	1,20%	43	1,43%
Studerende	174	34,87%	1032	34,26%
Uden arbejde	18	3,61%	121	4,02%
Ikke besvaret	0	0,00%	6	0,20%



## Første gang på web

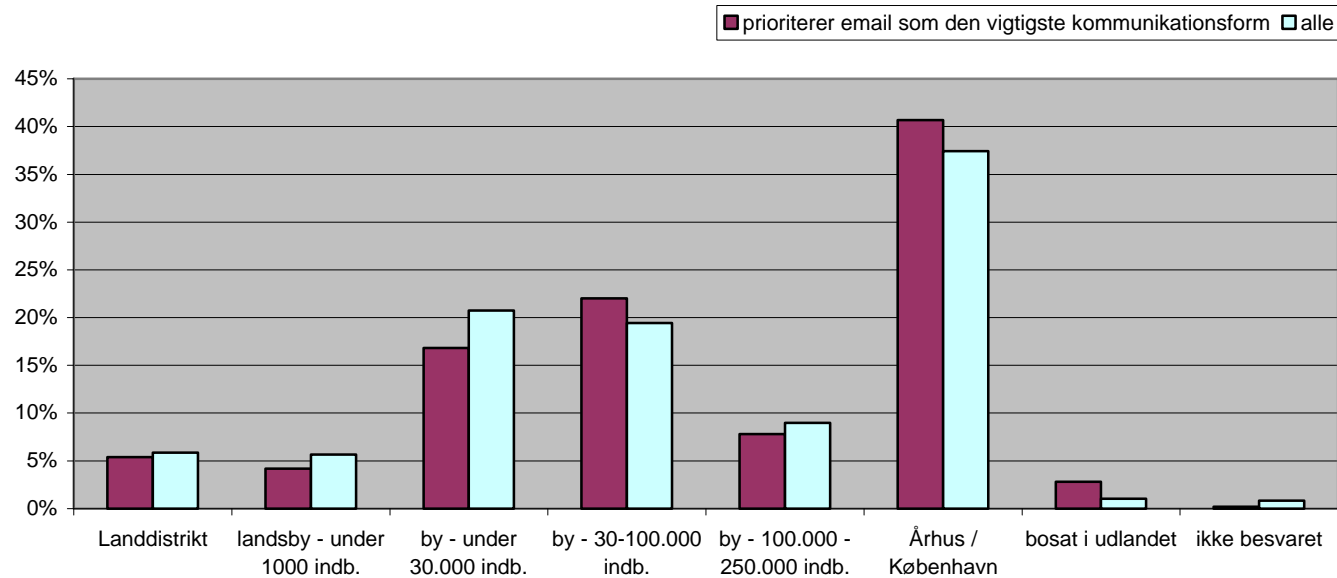
	prioriterer email som det vigtigste kommunikationsmiddel		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	72	14,43%	253	8,40%
1994	63	12,63%	265	8,80%
1995	107	21,44%	505	16,77%
1996	106	21,24%	653	21,68%
1997	88	17,64%	671	22,28%
1998	57	11,42%	541	17,96%
1999	4	0,80%	105	3,49%
ej besv	2	0,40%	19	0,63%





## Bopælsregion

	prioriterer email som det vigtigste kommunikations-middel		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	27	5,41%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	21	4,21%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	84	16,83%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	110	22,04%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	39	7,82%	270	8,96%
Århus / København	203	40,68%	1127	37,42%
bosat i udlandet	14	2,81%	31	1,03%
ikke besvaret	1	0,20%	25	0,83%

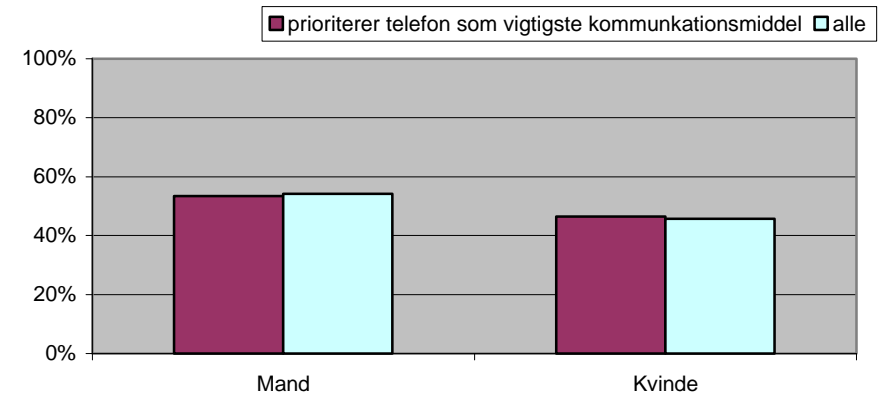


## Gruppen af internetbrugere der prioriterer telefon højere end email og breve

2376 respondenter (78,9%) vælger telefon som den kommunikationsform man nødigt vil undvære i sammenligning med email og breve. Vi ser her nærmere på denne gruppe mennesker.

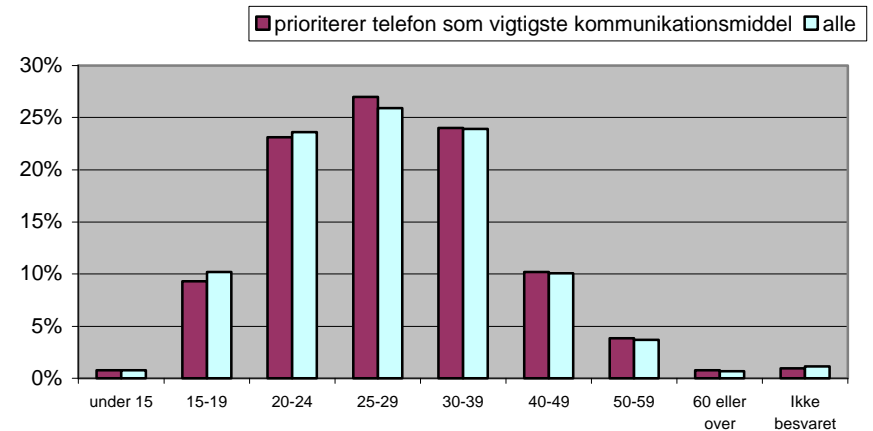
### Køn

	prioriterer telefon som det vigtigste kommunikationsmiddel		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	1271	53,49%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	1104	46,46%	1376	45,68%
Ikke besvaret	1	0,04%	2	0,07%



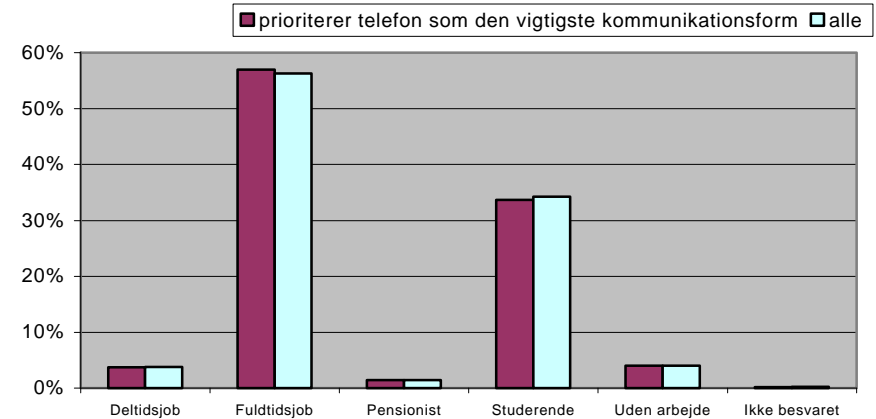
### Alder

	prioriterer telefon som det vigtigste kommunikationsmiddel		Alle	
	n	%	n	%
under 15	19	0,80%	24	0,80%
15-19	221	9,30%	307	10,19%
20-24	549	23,11%	711	23,61%
25-29	641	26,98%	780	25,90%
30-39	570	23,99%	720	23,90%
40-49	242	10,19%	303	10,06%
50-59	92	3,87%	111	3,69%
60 eller over	19	0,80%	21	0,70%
Ikke besvaret	23	0,97%	35	1,16%



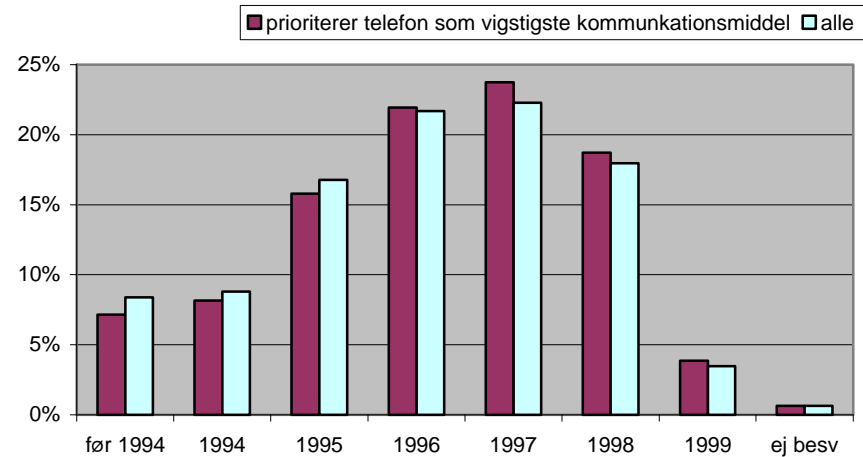
## Arbejdsstatus

	prioriterer telefon som det vigtigste kommunikationsmiddel		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	88	3,70%	113	3,75%
Fuldtidsjob	1354	56,99%	1697	56,34%
Pensionist	34	1,43%	43	1,43%
Studerende	801	33,71%	1032	34,26%
Uden arbejde	95	4,00%	121	4,02%
Ikke besvaret	4	0,17%	6	0,20%



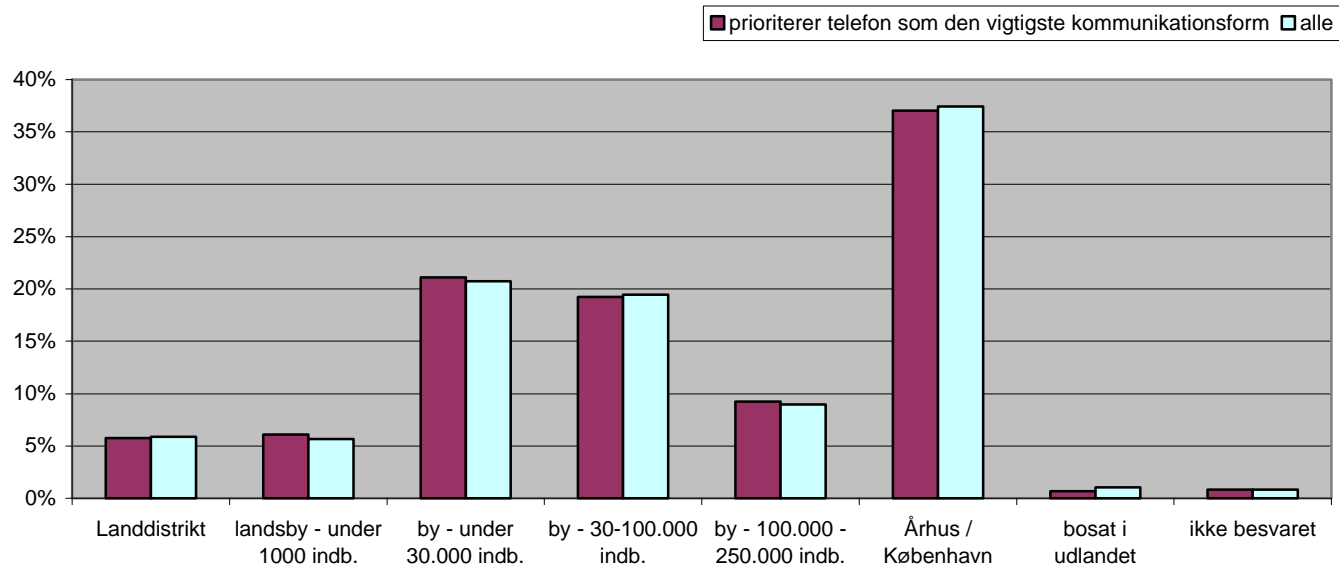
## Første gang på web

	prioriterer telefon som det vigtigste kommunikationsmiddel		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	170	7,15%	253	8,40%
1994	194	8,16%	265	8,80%
1995	375	15,78%	505	16,77%
1996	521	21,93%	653	21,68%
1997	564	23,74%	671	22,28%
1998	445	18,73%	541	17,96%
1999	92	3,87%	105	3,49%
ej besv	15	0,63%	19	0,63%



## Bopælsregion

	prioriterer telefon som det vigtigste kommunikations-middel		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	137	5,77%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	145	6,10%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	501	21,09%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	457	19,23%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	220	9,26%	270	8,96%
Århus / København	880	37,04%	1127	37,42%
bosat i udlandet	16	0,67%	31	1,03%
ikke besvaret	20	0,84%	25	0,83%

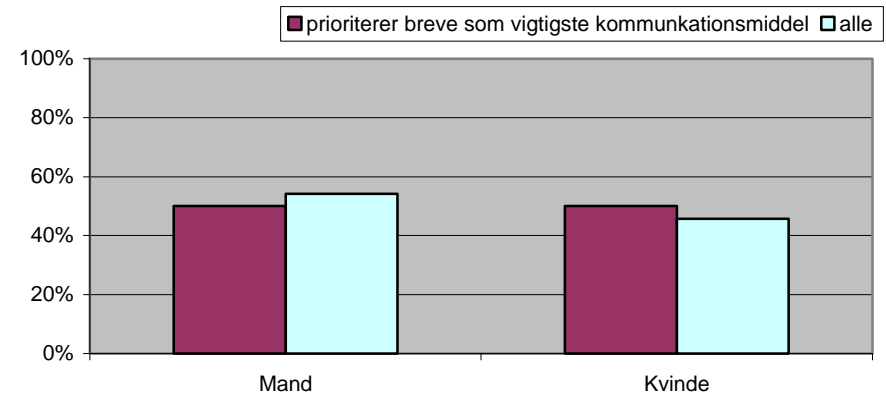


## Gruppen af internetbrugere der prioriterer breve højere end email og telefon

112 respondenter (3,7%) vælger breve som den kommunikationsform man nødigt vil undvære i sammenligning med telefon og email. Vi ser her nærmere på denne gruppe mennesker.

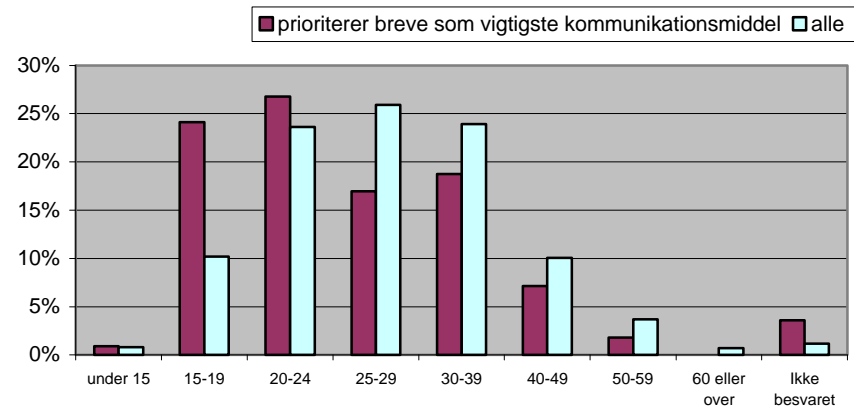
### Køn

	prioriterer breve som det vigtigste kommunikationsmiddel		Alle	
	n	%	n	%
<b>Mand</b>	56	50,00%	1634	54,25%
<b>Kvinde</b>	56	50,00%	1376	45,68%
Ikke besvaret	0	0,00%	2	0,07%



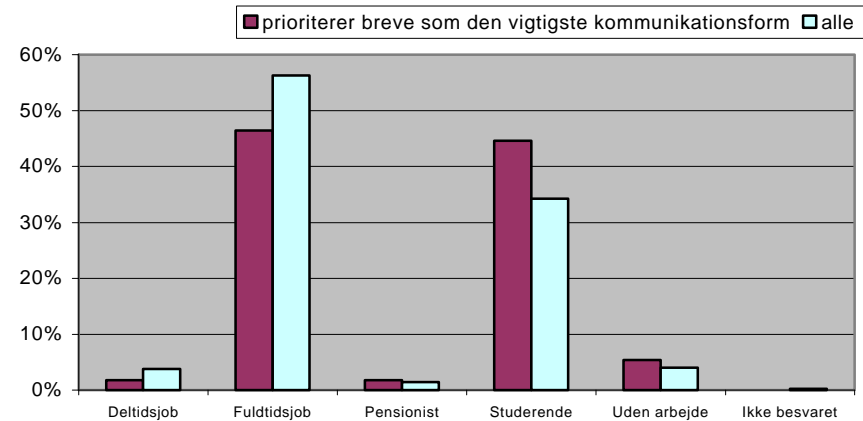
### Alder

	prioriterer breve som det vigtigste kommunikationsmiddel		Alle	
	n	%	n	%
under 15	1	0,89%	24	0,80%
15-19	27	24,11%	307	10,19%
20-24	30	26,79%	711	23,61%
25-29	19	16,96%	780	25,90%
30-39	21	18,75%	720	23,90%
40-49	8	7,14%	303	10,06%
50-59	2	1,79%	111	3,69%
60 eller over	0	0,00%	21	0,70%
Ikke besvaret	4	3,57%	35	1,16%



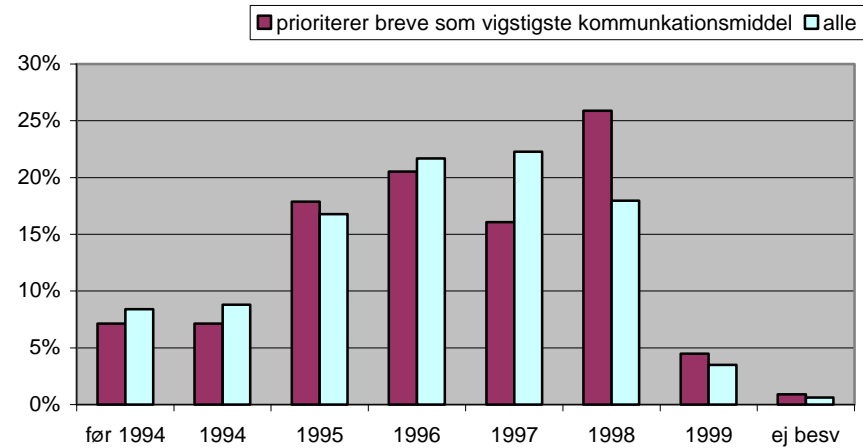
## Arbejdsstatus

	prioriterer breve som det vigtigste kommunikationsmiddel		Alle	
	n	%	n	%
Deltidsjob	2	1,79%	113	3,75%
Fuldtidsjob	52	46,43%	1697	56,34%
Pensionist	2	1,79%	43	1,43%
Studerende	50	44,64%	1032	34,26%
Uden arbejde	6	5,36%	121	4,02%
Ikke besvaret	0	0,00%	6	0,20%



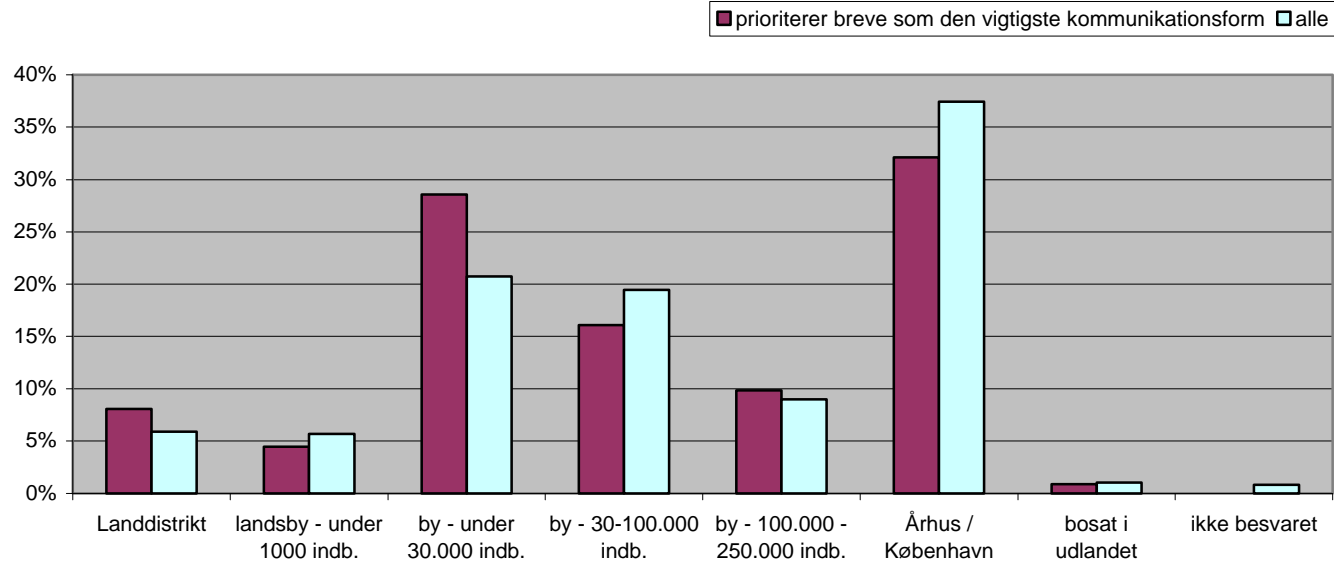
## Første gang på web

	prioriterer breve som det vigtigste kommunikationsmiddel		Alle	
	n	%	n	%
før 1994	8	7,14%	253	8,40%
1994	8	7,14%	265	8,80%
1995	20	17,86%	505	16,77%
1996	23	20,54%	653	21,68%
1997	18	16,07%	671	22,28%
1998	29	25,89%	541	17,96%
1999	5	4,46%	105	3,49%
ej besv	1	0,89%	19	0,63%



## Bopælsregion

	prioriterer breve som det vigtigste kommunikations-middel		Alle	
	n	%	n	%
Landdistrikt	9	8,04%	177	5,88%
landsby - under 1000 indb.	5	4,46%	171	5,68%
by - under 30.000 indb.	32	28,57%	625	20,75%
by - 30-100.000 indb.	18	16,07%	586	19,46%
by - 100.000 - 250.000 indb.	11	9,82%	270	8,96%
Århus / København	36	32,14%	1127	37,42%
bosat i udlandet	1	0,89%	31	1,03%
ikke besvaret	0	0,00%	25	0,83%



## Krydsanalyse af forskellige gruppers brug af chat

Vi bad vore repondenter tage stilling til forskellige udsagn vedrørende brug af chat. En generel beskrivelse og kommentarer angående chat kan findes i den generelle rapport. Herunder vil vi opstille de forskellige udtalelser krydset med demografiske parametre som køn og alder

### Køn

	n	%
<b>jeg bruger chat til at hyggesnakke med folk jeg ikke kender</b>	1143	22,86%
kvinde	511	44,71%
mand	632	55,29%
<b>jeg bruger chat til at hyggesnakke med folk jeg kender (som en erstatning/supplement til tlf.)</b>	744	14,88%
kvinde	293	39,38%
mand	451	60,62%
<b>jeg bruger chat til at søge rådgivning</b>	242	4,84%
kvinde	85	35,12%
mand	157	64,88%
<b>jeg bruger chat til at udveksle erfaringer indenfor et specifikt område</b>	458	9,16%
kvinde	135	29,48%
mand	323	70,52%
<b>jeg har lært nye mennesker at kende via chat</b>	940	18,80%
kvinde	492	52,34%
mand	448	47,66%
<b>jeg udgiver mig nogen gange for en anden end jeg er når jeg chatter</b>	592	11,84%
kvinde	253	42,74%
mand	339	57,26%
<b>jeg har aldrig brugt chat på nettet</b>	517	10,34%
kvinde	238	46,03%
mand	279	53,97%
<b>ingen afkrydsninger</b>	365	7,30%
kvinde	152	41,64%
mand	211	57,81%
ej besvaret	2	0,55%



## Alder og køn

Herunder ses de forskellige udsagn vedrørende chat krydset på både alder og køn. Første kolumnen er den procentvise andel af alle respondenter, anden kolonne er aldersgruppe tredje kolonne er n (antal), fjerde kolonne er den procentvise kønsfordeling indenfor de forskellige aldersgrupper.

Jeg bruger chat til at hyggesnakke med folk jeg ikke kender	1143	22,86%
4,28% <b>15-19</b>	214	18,72%
1,92%	96	44,86% kvinde
2,36%	118	55,14% mand
7,24% <b>20-24</b>	362	31,67%
3,36%	168	46,41% kvinde
3,88%	194	53,59% mand
5,40% <b>25-29</b>	270	23,62%
2,40%	120	44,44% kvinde
3,00%	150	55,56% mand
3,70% <b>30-39</b>	185	16,19%
1,46%	73	39,46% kvinde
2,24%	112	60,54% mand
1,28% <b>40-49</b>	64	5,60%
0,60%	30	46,88% kvinde
0,68%	34	53,13% mand
0,24% <b>50-59</b>	12	1,05%
0,14%	7	58,33% kvinde
0,10%	5	41,67% mand
0,08% <b>60 eller over</b>	4	0,35%
0,08%	4	100,00% mand
0,42% <b>under 15</b>	21	1,84%
0,22%	11	52,38% kvinde
0,20%	10	47,62% mand
0,22% <b>ej besvaret</b>	11	0,96%
0,12%	6	54,55% kvinde
0,10%	5	45,45% mand

<b>Jeg bruger chat til at hyggesnakke med folk jeg kender (som en erstatning/supplement til tlf)</b>		<b>744</b>	<b>14,88%</b>
2,18%	<b>15-19</b>	109	14,65%
0,90%		45	41,28% kvinde
1,28%		64	58,72% mand
4,82%	<b>20-24</b>	241	32,39%
1,76%		88	36,51% kvinde
3,06%		153	63,49% mand
4,26%	<b>25-29</b>	213	28,63%
1,58%		79	37,09% kvinde
2,68%		134	62,91% mand
2,52%	<b>30-39</b>	126	16,94%
1,06%		53	42,06% kvinde
1,46%		73	57,94% mand
0,66%	<b>40-49</b>	33	4,44%
0,28%		14	42,42% kvinde
0,38%		19	57,58% mand
0,14%	<b>50-59</b>	7	0,94%
0,08%		4	57,14% kvinde
0,06%		3	42,86% mand
0,02%	<b>60 eller over</b>	1	0,13%
0,02%		1	100,00% kvinde
0,18%	<b>under 15</b>	9	1,21%
0,10%		5	55,56% kvinde
0,08%		4	44,44% mand
0,10%	<b>ej besvaret</b>	5	0,67%
0,08%		4	80,00% kvinde
0,02%		1	20,00% mand

<b>Jeg bruger chat til at søge rådgivning</b>	<b>242</b>	<b>4,84%</b>
0,72% <b>15-19</b>	36	14,88%
0,20%	10	27,78% kvinde
0,52%	26	72,22% mand
1,60% <b>20-24</b>	80	33,06%
0,38%	19	23,75% kvinde
1,22%	61	76,25% mand
1,04% <b>25-29</b>	52	21,49%
0,44%	22	42,31% kvinde
0,60%	30	57,69% mand
0,88% <b>30-39</b>	44	18,18%
0,42%	21	47,73% kvinde
0,46%	23	52,27% mand
0,34% <b>40-49</b>	17	7,02%
0,12%	6	35,29% kvinde
0,22%	11	64,71% mand
0,10% <b>50-59</b>	5	2,07%
0,04%	2	40,00% kvinde
0,06%	3	60,00% mand
0,12% <b>under 15</b>	6	2,48%
0,06%	3	50,00% kvinde
0,06%	3	50,00% mand
0,04% <b>ej besvaret</b>	2	0,83%
0,04%	2	100,00% kvinde

<b>jeg bruger chat til at udveksle erfaringer indenfor et specifikt område</b>			
		<b>458</b>	<b>9,16%</b>
1,32%	<b>15-19</b>	66	14,41%
0,26%		13	19,70% kvinde
1,06%		53	80,30% mand
2,68%	<b>20-24</b>	134	29,26%
0,72%		36	26,87% kvinde
1,96%		98	73,13% mand
2,00%	<b>25-29</b>	100	21,83%
0,62%		31	31,00% kvinde
1,38%		69	69,00% mand
2,02%	<b>30-39</b>	101	22,05%
0,68%		34	33,66% kvinde
1,34%		67	66,34% mand
0,84%	<b>40-49</b>	42	9,17%
0,28%		14	33,33% kvinde
0,56%		28	66,67% mand
0,14%	<b>50-59</b>	7	1,53%
0,04%		2	28,57% kvinde
0,10%		5	71,43% mand
0,02%	<b>60 eller over</b>	1	0,22%
0,02%		1	100,00% mand
0,08%	<b>under 15</b>	4	0,87%
0,04%		2	50,00% kvinde
0,04%		2	50,00% mand
0,06%	<b>ej besvaret</b>	3	0,66%
0,06%		3	100,00% kvinde

<b>jeg har aldrig brugt chat på nettet</b>		<b>940</b>	<b>18,80%</b>
0,36%	<b>15-19</b>	18	1,91%
0,16%		8	44,44% kvinde
0,20%		10	55,56% mand
2,48%	<b>20-24</b>	124	13,19%
1,30%		65	52,42% kvinde
1,18%		59	47,58% mand
4,86%	<b>25-29</b>	243	25,85%
2,80%		140	57,61% kvinde
2,06%		103	42,39% mand
5,96%	<b>30-39</b>	298	31,70%
3,24%		162	54,36% kvinde
2,72%		136	45,64% mand
3,18%	<b>40-49</b>	159	16,91%
1,56%		78	49,06% kvinde
1,62%		81	50,94% mand
1,48%	<b>50-59</b>	74	7,87%
0,56%		28	37,84% kvinde
0,92%		46	62,16% mand
0,26%	<b>60 eller over</b>	13	1,38%
0,12%		6	46,15% kvinde
0,14%		7	53,85% mand
0,22%	<b>ej besvaret</b>	11	1,17%
0,10%		5	45,45% kvinde
0,12%		6	54,55% mand

jeg har lært nye mennesker at kende via chat		592	11,84%
2,52%	<b>15-19</b>	126	21,28%
1,20%		60	47,62% kvinde
1,32%		66	52,38% mand
3,82%	<b>20-24</b>	191	32,26%
1,54%		77	40,31% kvinde
2,28%		114	59,69% mand
2,92%	<b>25-29</b>	146	24,66%
1,18%		59	40,41% kvinde
1,74%		87	59,59% mand
1,60%	<b>30-39</b>	80	13,51%
0,68%		34	42,50% kvinde
0,92%		46	57,50% mand
0,52%	<b>40-49</b>	26	4,39%
0,24%		12	46,15% kvinde
0,28%		14	53,85% mand
0,12%	<b>50-59</b>	6	1,01%
0,08%		4	66,67% kvinde
0,04%		2	33,33% mand
0,04%	<b>60 eller over</b>	2	0,34%
0,04%		2	100,00% mand
0,22%	<b>under 15</b>	11	1,86%
0,08%		4	36,36% kvinde
0,14%		7	63,64% mand
0,08%	<b>ej besvaret</b>	4	0,68%
0,06%		3	75,00% kvinde
0,02%		1	25,00% mand

jeg udgiver mig nogen gange for en anden end jeg er når jeg chatter		517	10,34%
2,30%	<b>15-19</b>	115	22,24%
1,08%		54	46,96% kvinde
1,22%		61	53,04% mand
3,34%	<b>20-24</b>	167	32,30%
1,60%		80	47,90% kvinde
1,74%		87	52,10% mand
2,18%	<b>25-29</b>	109	21,08%
0,92%		46	42,20% kvinde
1,26%		63	57,80% mand
1,56%	<b>30-39</b>	78	15,09%
0,72%		36	46,15% kvinde
0,84%		42	53,85% mand
0,54%	<b>40-49</b>	27	5,22%
0,24%		12	44,44% kvinde
0,30%		15	55,56% mand
0,04%	<b>50-59</b>	2	0,39%
0,04%		2	100,00% mand
0,04%	<b>60 eller over</b>	2	0,39%
0,04%		2	100,00% mand
0,32%	<b>under 15</b>	16	3,09%
0,18%		9	56,25% kvinde
0,14%		7	43,75% mand
0,02%	<b>ej besvaret</b>	1	0,19%
0,02%		1	100,00% kvinde

<b>ingen afkrydsninger</b>	<b>365</b>	<b>7,30%</b>
0,68% <b>15-19</b>	34	9,32%
0,36%	18	52,94% kvinde
0,32%	16	47,06% mand
1,52% <b>20-24</b>	76	20,82%
0,60%	30	39,47% kvinde
0,92%	46	60,53% mand
1,94% <b>25-29</b>	97	26,58%
0,76%	38	39,18% kvinde
1,18%	59	60,82% mand
1,84% <b>30-39</b>	92	25,21%
0,82%	41	44,57% kvinde
1,02%	51	55,43% mand
0,70% <b>40-49</b>	35	9,59%
0,26%	13	37,14% kvinde
0,44%	22	62,86% mand
0,30% <b>50-59</b>	15	4,11%
0,10%	5	33,33% kvinde
0,20%	10	66,67% mand
0,06% <b>60 eller over</b>	3	0,82%
0,02%	1	33,33% kvinde
0,04%	2	66,67% mand
0,04% <b>under 15</b>	2	0,55%
0,04%	2	100,00% mand
0,22% <b>ej besvaret</b>	11	3,01%
0,12%	6	54,55% kvinde
0,06%	3	27,27% mand
0,04%	2	18,18% ej besvaret
100,00%	5001	100,00%

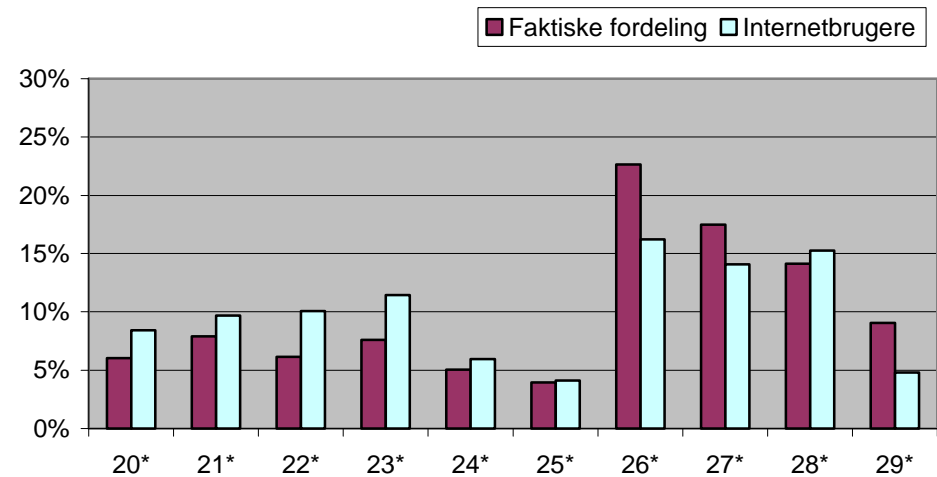


## Udvidet postnummeranalyse

I rapporten Danskeres internetvaner 99, ses en afbildning af postnumres første ciffer for internetbrugere sammenlignet med den faktiske fordeling. For at undersøge områderne med overrepræsentativitet en smule dybere vil vi her, i det sidste afsnit i dette datatillæg undersøge grupperne af postnumre 2\*\*\* og 8\*\*\* yderligere<sup>1</sup>.

### Hovedstadsområdet (postnummer 2\*\*\*):

post-nummer	n, faktisk	%, faktisk	n, internet-brugere	%, internet-brugere
20*	31770	6,02%	86	8,41%
21*	41726	7,91%	99	9,68%
22*	32451	6,15%	103	10,07%
23*	40134	7,61%	117	11,44%
24*	26669	5,06%	61	5,96%
25*	20816	3,95%	42	4,11%
26*	119499	22,65%	166	16,23%
27*	92229	17,48%	144	14,08%
28*	74459	14,12%	156	15,25%
29*	47733	9,05%	49	4,79%



<sup>1</sup> Som beskrevet i vores generelle rapport er den faktiske fordeling af postnumre fundet ved søgning på eksempelvis "86\*" i en af de danske webbaserede oplysningsdatabaser.

### Århusområdet (postnummer 8\*\*\*)

post-nummer	n, faktisk	%, faktisk	n, internet-brugere	%, internet-brugere
80*	32618	8,95%	82	17,56%
81*	0	0,00%	1	0,21%
82*	67257	18,45%	139	29,76%
83*	40175	11,02%	40	8,57%
84*	23083	6,33%	20	4,28%
85*	27973	7,67%	34	7,28%
86*	47757	13,10%	53	11,35%
87*	43433	11,91%	30	6,42%
88*	38373	10,53%	36	7,71%
89*	43857	12,03%	32	6,85%

