

Brevvanor

- en rapport om svenska folkets vanor och attityder till fysisk och elektronisk information



Pappret i det papperslösa samhällets tidevarv

"Ett brev betyder så mycket". Det var rubriken på en känd reklamkampanj från Posten under 1980-talet. Sedan dess har det samhälle där Posten verkar i grunden förändrats.

Då fanns varken e-post eller mobiltelefoner. Idag är dessa centrala och självklara kanaler när människor ska kommunicera med varandra.

"Det papperslösa samhället" har kommit att bli ett samlande begrepp för mycket av förändringen. Begreppet talar om något absolut.

Men, är det så verkligheten ser ut? Är den lika svart och vit som uttrycket antyder? Har papperet som informationsbärare spelat ut sin roll?

Svaret kan delvis sökas i Postens förändrade tjänsteutbud. Det utvecklas ständigt och innehåller numera en mängd möjligheter att kombinera fysisk och elektronisk information.

Svaret kan också sökas hos mottagarna av den information som Posten förmedlar. En fråga att ställa är vilka behov mottagarna har av att få t.ex. räkningar i postlådan. En annan närliggande fråga är hur de idag betalar sina räkningar.

En viktig del i Postens uppdrag är att förmedla kunskap om allmänhetens attityder till sådant som berör Postens verksamhet. Därför intervjuade SIFO, på uppdrag av Posten, sent i höstas den svenska allmänheten om deras syn på adresserad och elektronisk information. Denna rapport är en sammanfattning av resultatet från undersökningen.

Trevlig läsning

Anders Åsberg
Posten AB

Sammanfattning

Posten har intervjuat den svenska allmänheten om beteenden och attityder till olika former av fysisk och elektronisk information. Syftet med undersökningen har varit att ge en nyanserad bild av hur verkligheten ser ut inom samhällsområden som genomgått stora förändringar under det senaste decenniet och som berör Postens verksamhet.

- Svenskarna vill kunna få hem räkningen – För nio av tio svenskar är det viktigt att kunna få räkningar i pappersform hem till postlådan. Knappt fyra av tio tycker att det är viktigt att kunna få motsvarande information elektroniskt.
- Betalningen sker elektroniskt – Knappt tre av fyra som har tillgång till Internet betalar sina räkningar elektroniskt. Tillsammans med svaren på föregående fråga ger det en totalt sett tydlig bild. Svenskarna betalar räkningar på Internet men vill ha underlaget i pappersform.
- Få använder e-fakturor – E-fakturan gör att hela betalningsprocessen blir elektronisk. Fortfarande är det dock en liten andel som är storanvändare av e-fakturor. Knappt fyra procent av alla som anmält sig för e-faktura hanterar alla eller nästan alla fakturor elektroniskt.
- Enkelheten lockar. Säkerheten oroar – Det främsta skälet att anmäla sig för e-faktura är enkelhet och smidighet. Det främsta skälet att avstå, bland dem som har Internet, är oro över e-fakturans säkerhet.
- Fakturor ska vara gratis att få hem – Nästan två av tre tillfrågade anser att det ska vara gratis att få sina fakturor hemskickade. Bland dem som är beredda att betala är 15- till 29-åringar överrepresenterade.
- Medskick läses av de allra flesta – Hela 83 procent av de tillfrågade läser eller bläddrar igenom sk medskick, information och erbjudanden som kommer tillsammans med räkningar.
- Medskick om kunden själv får välja – Nästan sex av tio, 59 procent, föredrar medskick när de själva får välja vilket sätt de ska möta information eller erbjudanden från sin bank eller sitt försäkringsbolag på. Näst mest populärt är e-post som 23 procent föredrar.



Innehåll

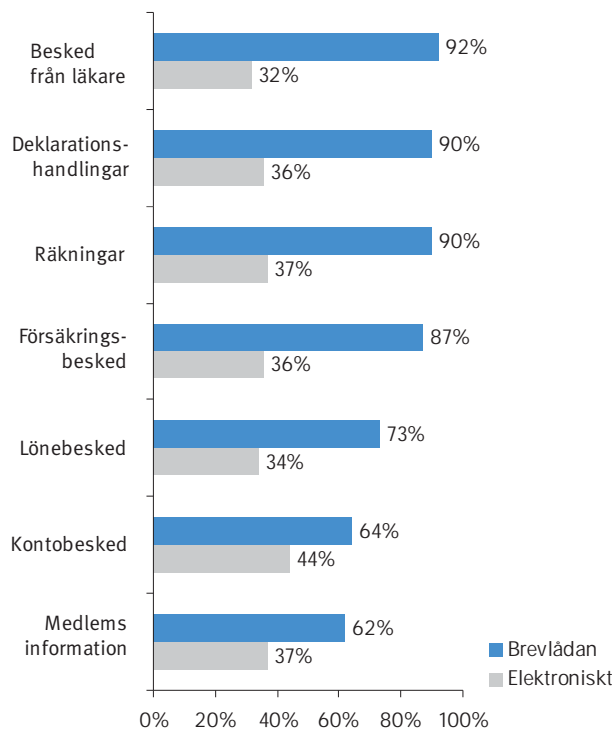
Räkningar och deklarationer viktiga att kunna få i brevlådan	2
Tre av fyra betalar räkningar på nätet	3
Få använder e-fakturor	4
Enkelheten lockar. Säkerheten oroar	5
Räkningar ska vara gratis att få hem	6
Medskick läses av de flesta	7
Medskick om kunden själv får välja	8
Bilaga - frågor, brevvanor	

Om undersökningen

Undersökningen bygger på telefonintervjuer med 1 000 respondenter i ett riksrepresentativt urval. Intervjuerna genomfördes av SIFO Research International under perioden 21 till 30 november 2005.

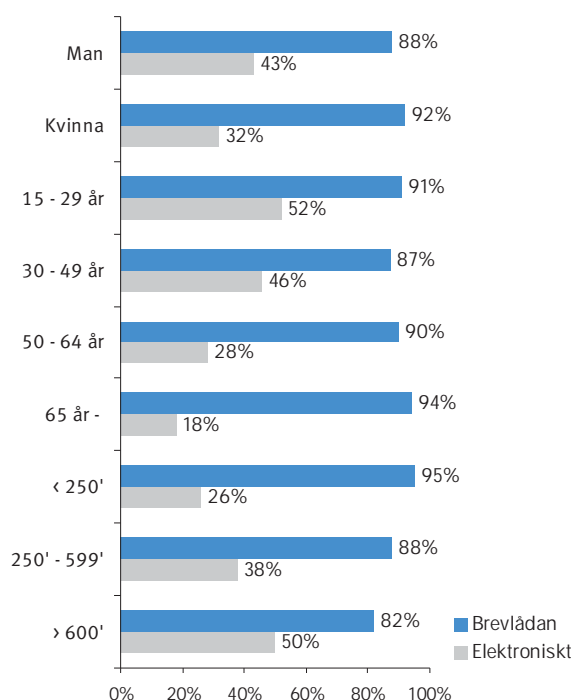
Räkningar och deklARATIONER viktigt att kunna få i brevlådan

Hur viktigt är det för dig att kunna få följande information till postlådan respektive elektroniskt?



Bas: Samtliga. Svar: "Ganska viktigt" + "Mycket viktigt".

Hur viktigt är det för dig att kunna få räkningar till postlådan respektive elektroniskt?



Bas: Samtliga. Svar: "Ganska viktigt" + "Mycket viktigt".

Mer än nio av tio svenskar tycker att det är viktigt att kunna få räkningar, deklARATIONER och läkarbesked hem i postlådan. Knappt fyra av tio tycker att det är viktigt att kunna få motsvarande information i elektronisk form.

Elektronisk information och kommunikation är idag en integrerad del av de flesta svenskers vardag. Vi skickar e-post, läser tidningen, söker information och beställer varor på nätet.

Viktig information vill dock svenskarna få hem i postlådan i pappersform. Mer än nio av tio svenskar, 92 procent, tycker att det är viktigt att kunna få besked från sin läkare hem. Nästan lika många, 90 procent, tycker att det är viktigt att kunna få räkningar och deklARATIONER hemskickade.

Lönebesked och kontobesked är också viktiga att kunna få hem. Resultatet indikerar tydligt att ju viktigare informationen är för den egna ekonomin, desto viktigare är det också att kunna få den i pappersform.

Kontobesked mest populärt som e-post

Behovet av att kunna få samma information som e-post är inte alls lika starkt hos den svenska allmänheten. Knappt fyra av tio, 37 procent, säger att det är viktigt att kunna få räkningar i elektronisk form. Ungefär en lika stor andel tycker att det är viktigt att kunna få deklARATIONER elektroniskt.

Den mest positiva inställningen, bland de olika typerna av viktig information som det ställts frågor om, har svenskarna till kontobesked i elektronisk form. Drygt fyra av tio, 44 procent, säger att det är viktigt att kunna få dem som e-post.

Kön, ålder och inkomst påverkar inställningen till elektronisk information

Det är viktigt att kunna få hem räkningar i postlådan. Det gäller oavsett ålder eller kön. Viktigast är det dock för äldre, över 65 år, och hushåll med en årsinkomst under 250 000 kronor. I dessa grupper är det 95 procent som svarat att det är viktigt.

När inställningen till att få räkningar i elektronisk form jämförs blir skillnaderna däremot stora. Män, yngre och höginkomsttagare tycker att det är viktigast att kunna få dem elektroniskt.

Tre av fyra betalar räkningar på nätet

Drygt fyra av fem svenskar har idag tillgång till Internet. Av dessa är det 73 procent som helt eller delvis sköter sina betalningsärenden via Internet. Det är något vanligare att män betalar elektroniskt än att kvinnor gör det, 78 procent mot 67 procent.

För tio år sedan var Internet och dess möjligheter fortfarande okända för de flesta svenskar. Idag är det en självklar del av vardagen, oberoende av om man är ung eller gammal.

Ett område där det märks tydligt är betalning av räkningar. Nästan tre av fyra svenskar, som använder Internet, betalar idag alla eller de flesta räkningar elektroniskt. 30- till 49-åringar och höginkomsttagare är flitigast på att använda nätet för att betala räkningar.

Män är överlag mer benägna att betala räkningar via Internet än vad kvinnor är. Nästan fyra av fem män, 78 procent, mot 67 procent av kvinnorna betalar sina räkningar på detta sätt.

Många pensionärer betalar via Internet

Internetpenetrationen är fortfarande lägre bland pensionärer än bland befolkningen som helhet. Bland de pensionärer som använder Internet är däremot Internetmognaden relativt hög. Ett konkret bevis för detta är att drygt hälften i denna grupp, 54 procent, helt eller delvis sköter sina betalningsärenden via Internet.

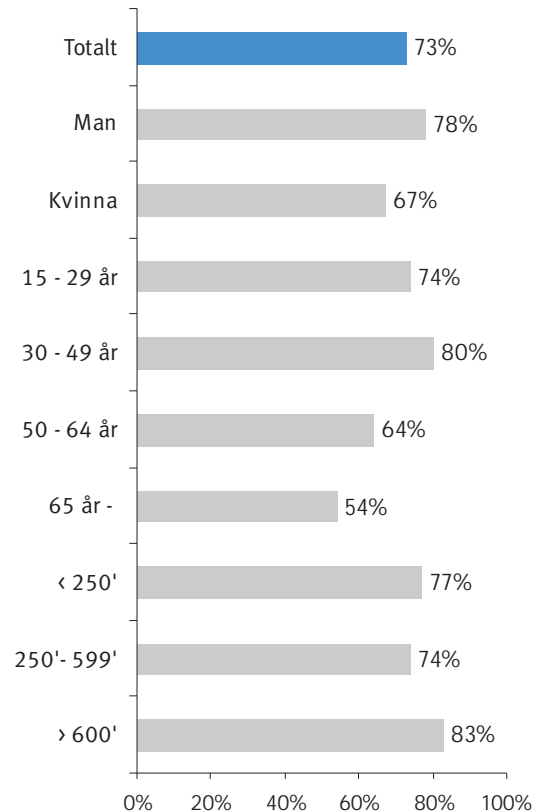
Samtidigt är det 44 procent i samma grupp som säger att de aldrig betalar räkningar via Internet.

Betala elektroniskt men räkningen på papper

Resultatet från denna fråga tillsammans med resultatet från föregående bildar ett tydligt mönster. Svenskarna betalar idag till stor del sina räkningar via Internet men vill ha underlagen, dvs själva fakturan, i pappersform.

Detta mönster gäller även för den yngsta gruppen. Mer än nio av tio 15- till 29-åringar säger att det är viktigt att kunna få räkningar hem i postlådan. Knappt tre av fyra som använder Internet i denna åldersgrupp betalar helt eller delvis sina räkningar elektroniskt.

I vilken utsträckning sköter du betalningsärenden via Internet idag?

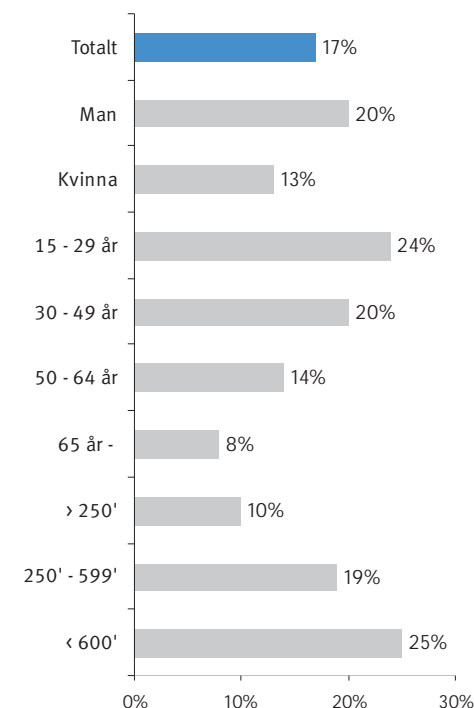


Bas: Använder Internet. Svar: "Allt" + "Delvis".

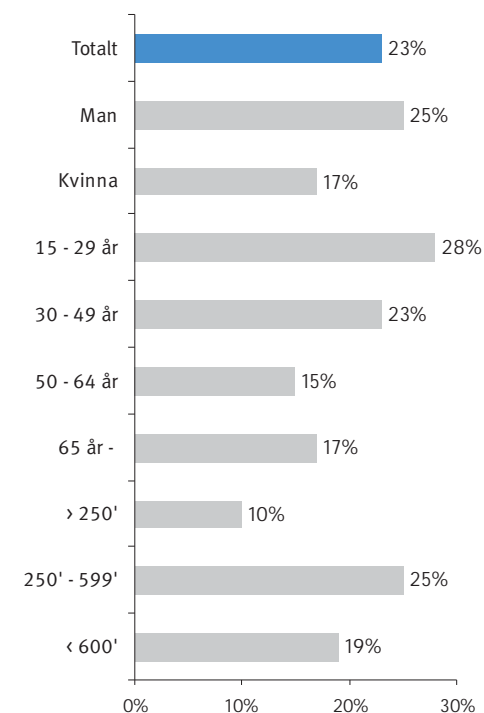
Att tolka resultaten i förhållande till sina baser

Resultaten på denna fråga relaterar till Internetanvändarna. Om man vill veta hur stor andel av samtliga tillfrågade som oftast eller alltid betalar räkningar elektroniskt måste svaret relateras till hela urvalet istället. Internetanvändarna är då 81 procent av dessa.

Får du några räkningar som e-faktura?



Bas: Samtliga. Svar: "Ja".



Bas: Har e-faktura. Svar: "Flertalet" + "Alla".

Få använder e-fakturor

Knappt var femte Internetanvändare använder e-fakturor. Av dessa är det bara en av fyra som får så gott som alla fakturor elektroniskt. Det innebär att det är totalt 4 procent av Internetanvändarna som är storanvändare av just e-fakturor.

Tidigare betalades räkningar genom att fakturorna skickades med en betalningsorder eller direkt på Svensk Kassaservice eller på banken.

Idag är det mycket få svenskar som gör det. Istället betalar de flesta sina räkningar via Internet.

Numera går det också att få underlagen elektroniskt i form av e-fakturor. Konkret innebär det att fakturorna skickas som e-post eller direkt till kundens Internetbank. Därefter godkänns betalningen genom en elektronisk signatur.

Knappt en av fem använder e-faktura

Av Internetanvändarna är det fortfarande bara 17 procent som får sina räkningar i form av e-fakturor. Den övervägande delen av alla svenskar som betalar sina räkningar elektroniskt får själva räkningen i pappersform.

Kön, ålder och inkomst är alla faktorer som påverkar användningen av e-fakturor. Var femte man mot drygt var tionde kvinna använder e-fakturor. Nästan var fjärde Internetanvändare i den yngsta gruppen, de mellan 15 och 29 år, använder e-fakturor. När olika inkomstgrupper jämförs blir skillnaderna ännu större. Bland höginkomsttagarna, de med hushållsinkomst över 600 000 kronor, är det mer än dubbelt så stor andel som använder e-faktura, jämfört med gruppen med inkomst under 250 000 kronor.

En av tjugo storanvändare av e-fakturor

Bland dem som använder e-fakturor är det bara knappt en av fyra, 23 procent, som säger att de får flertalet eller alla fakturor elektroniskt.

Ställs denna siffra i relation till gruppen som säger att de får någon eller några e-fakturor blir andelen knappt fyra procent. E-fakturan är alltså fortfarande en relativt begränsad företeelse hos den svenska allmänheten.

Män använder e-fakturor i större utsträckning än vad kvinnor gör. Varje fjärde man, 25 procent, som får e-fakturor är också storanvändare av dem, dvs får alla eller nästan alla fakturor elektroniskt. Bland kvinnor är motsvarande andel en femtedel, 17 procent.

Enkelheten lockar. Säkerheten oroar

Det är fortfarande få svenskar som använder e-fakturer för att betala sina räkningar. Bland dem som gör det lyfts enkelheten fram som främsta fördel. Bland dem som inte använder e-faktura är den vanligaste orsaken att de inte har Internet.

Det i särklass vanligaste svaret för varför man sköter sina betalningsärenden genom e-fakturer är för att det är enklare och smidigare. Två av tre lyfter fram denna anledning. Gapet till nästa svar är mycket stort. Knappt en av tio, 8 procent, väljer e-fakturer för att det är billigare eller gratis. Detta svar kan ses mot bakgrund av att det ibland tas ut en avgift av företag när de skickar fakturer till sina kunder.

Miljöhänsyn spelar liten roll

För väldigt få är hänsyn till miljön ett skäl i sig att använda e-fakturer. Bara 4 procent pekar på miljön när de förklarar varför de skaffat e-faktura. Säkerhet som skäl att välja e-faktura är också ett argument som nämns av väldigt få.

Något fler, 7 procent, säger att det går snabbare med e-fakturer. Särskilt snabbt går det naturligtvis i de fall när e-fakturorna är direkt kopplade till kundens Internetbank och det enda som behövs är att signera elektroniskt.

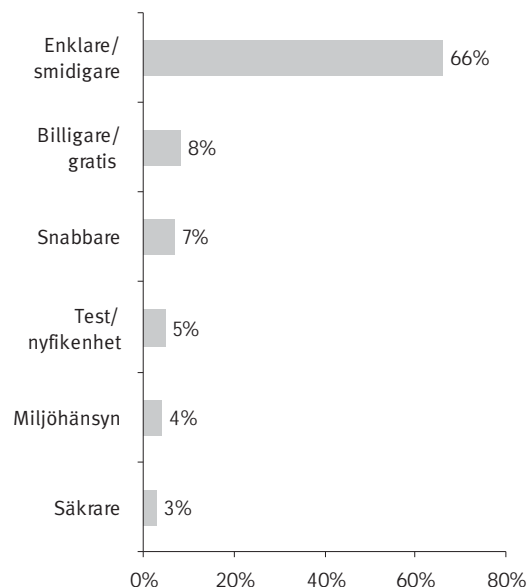
E-fakturans säkerhet oroar

Bland dem som inte har e-faktura är den vanligaste orsaken att de inte har tillgång till Internet. För att förstå anledningen till varför svenskarna avstår från e-faktura exkluderades därför gruppen icke-Internetanvändare.

Det vanligaste skälet var oro över e-fakturans säkerhet. Nästan en av fyra, 24 procent, anser att det är säkrare med vanliga räkningar. Knappt var sjunde svarar att de inte vet hur e-fakturer fungerar. Det finns alltså ett utbildningsbehov att möta för företag som vill få flera kunder att använda e-fakturer.

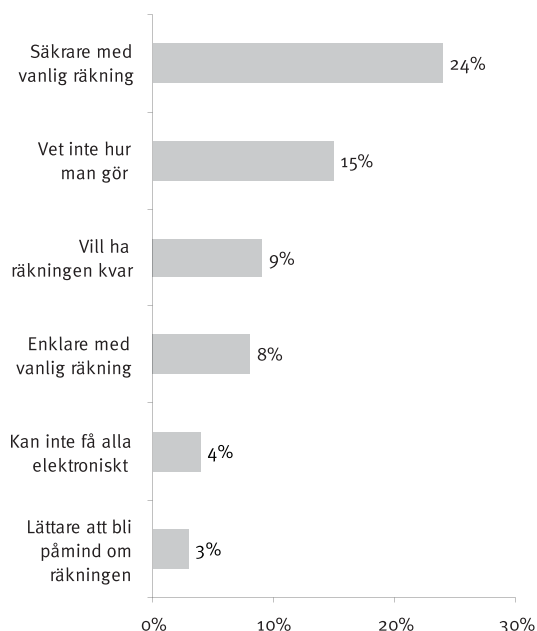
Närmare en av tio, 9 procent, vill ha underlaget kvar. Detta svar kan jämföras med det tidigare resultatet som visar att nio av tio svenskar säger att det är viktigt att få räkningar i pappersform. Resultaten indikerar alltså att pappret spelar sin viktigaste roll i betalningsögonblicket, snarare än något som sparas.

Varför har du anmält dig för e-faktura?



Bas: Har e-faktura. (Flera svar möjliga).

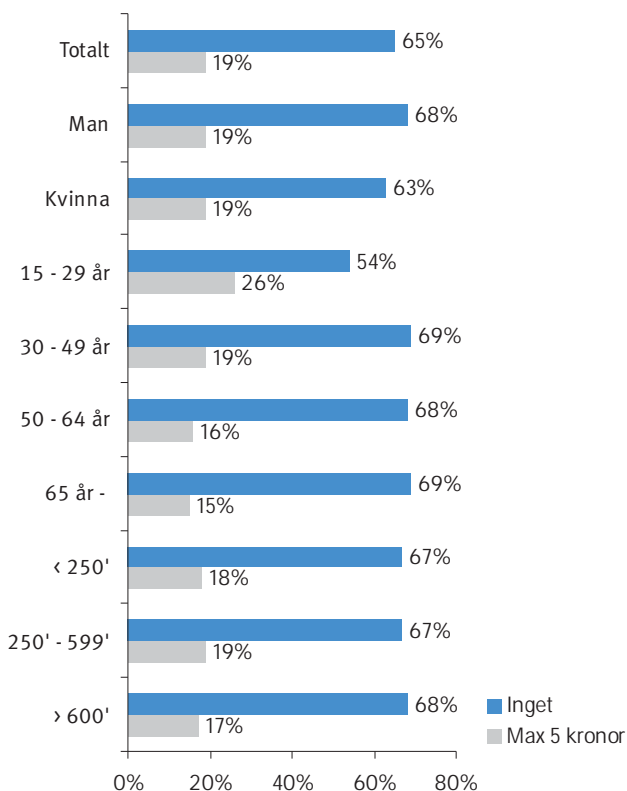
Varför har du inte e-faktura?



Bas: Har tillgång till Internet men har inte e-faktura.

Räkningarna ska vara gratis att få hem

Om det skulle kosta pengar att få sina räkningar och annan viktig information till postlådan, hur mycket skulle du i så fall vara beredd att betala för den servicen?



Bas: Samtliga.

Nio av tio svenskar tycker att det är viktigt att få hem sina räkningar. Två av tre tycker att det ska vara gratis. Om det skulle kosta så är det i den yngsta gruppen som betalningsviljan är högst. Drygt en fjärdedel av alla 15- till 29-åringar är beredda att betala upp till 5 kronor.

Att kunna få räkningen hem till postlådan är viktigt för nästan alla svenskar. För avsändaren innebär å andra sidan utskicket av räkningen en direkt kostnad. Därför är det intressant att undersöka hur villiga svenska folket är att bära delar av denna kostnad.

Svaret på den frågan är – mycket lite. Nästan två av tre, 65 procent, säger att det ska vara gratis att få räkningen hem. För det företag som funderar på att lägga över delar av portokostnaden på sina kunder finns det alltså anledning att fundera på vilka andra indirekta kostnader som det kan ge upphov till. En förändring av detta slag kan mycket väl få symbolkaraktär för kunden. Kommer kundens attityd till företaget att förändras när denna kostnad läggs på? Det är en viktig fråga att ställa sig.

Unga mest villiga att betala

Om man ändå väljer att ta betalt för sina fakturautskick är det sannolikt att man kommer möta högst acceptans hos sina yngsta kunder. I gruppen 15 till 29 år säger drygt var fjärde, 26 procent, att de kan tänka sig att betala upp till fem kronor för att få sina fakturor hemskickade.

I övriga åldersgrupper är villigheten att betala lägre. I genomsnitt är det bara knappt var femte som är beredd att betala så mycket som 5 kronor. Skillnaderna i övriga åldersgrupper är små. Pensionärer har något lägre betalningsvilja än övriga. Bland dem är det bara 15 procent som kan tänka sig att betala för att få sina fakturor hemskickade.

Unga beredda att betala för allt?

Att söka förklaringar till varför de ungas betalningsvilja är större än övriga åldersgruppers innebär naturligtvis ett stort mått av spekulat.

En möjlig förklaring till de ungas attityd kan vara deras upplevelse av att det mesta i samhället idag kostar pengar. Därför är det heller inte konstigt att man måste betala för att få sina fakturor skickade hem.

Samtidigt hörs ibland den motsatta förklaringen när ungas attityder ska förklaras, dvs att allt i samhället ska vara gratis. För ett utförligare svar krävs därför mer djupgående studier.

Medskick läses av de flesta

Tillsammans med fakturor kommer ofta så kallade medskick, dvs olika slags information eller erbjudanden från avsändaren. För företag är detta en viktig kontaktmöjlighet. Läsandet hos mottagarna är också utbrett. Mer än fyra av fem svenskar läser eller bläddrar igenom medskicket. Mest utbrett är läsandet bland pensionärer.

För företag och organisationer finns en mängd valmöjligheter när man ska kommunicera med sina kunder. En av dessa möjligheter är genom medskick. Det är informationsmaterial, små kundtidningar, rabattkuponger eller andra erbjudanden som ligger i samma kuvert som fakturorna.

Hur de tas emot av mottagarna visar på hur effektiva de är som kommunikationskanal. På en direkt fråga visar det sig att läsandet av dessa medskick är mycket utbrett. Fler än åtta av tio, 83 procent, läser eller bläddrar igenom utskick. Bara 15 procent av mottagarna säger att de slänger materialet utan att läsa det. Nästan sex av tio, 57 procent, bläddrar igenom och läser mer noggrant vid intresse. Drygt var tionde läser alltid materialet noggrant direkt. Något fler, 15 procent, lägger undan materialet och läser vid senare tillfälle.

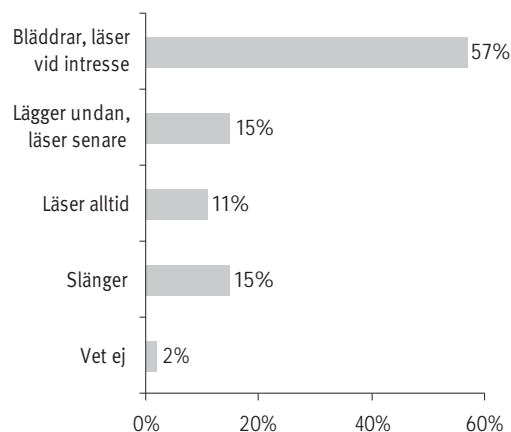
Pensionärer flitigaste läsarna. "Mitt i livet" minst flitiga

Skillnaderna i läsbeteende av medskick är försumbara mellan män och kvinnor. Däremot är skillnaderna relativt stora när olika åldersgrupper jämförs.

I kategorin "läser alltid" utmärker sig pensionärerna. Nästan var fjärde pensionär, 23 procent, säger att de alltid läser den information och de erbjudanden som följer med fakturor.

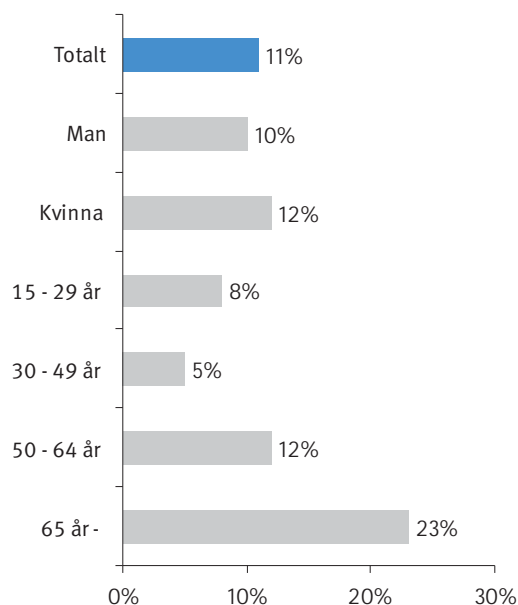
Hos 30- till 49-åringar, en grupp som skulle kunna benämnas "mitt i livet" och som traditionellt präglas av brist på tid ser läsbeteendet annorlunda ut. I denna grupp är det bara 5 procent som alltid läser medskick. Denna grupp är också något överrepresenterad bland dem som säger att de alltid slänger medskicken utan att läsa dem, 20 procent, att jämföra med genomsnittets 15 procent.

Ibland får man information och erbjudanden i samma kuvert som en räkning. Vilket av följande stämmer bäst in på ditt beteende?



Bas: Samtliga.

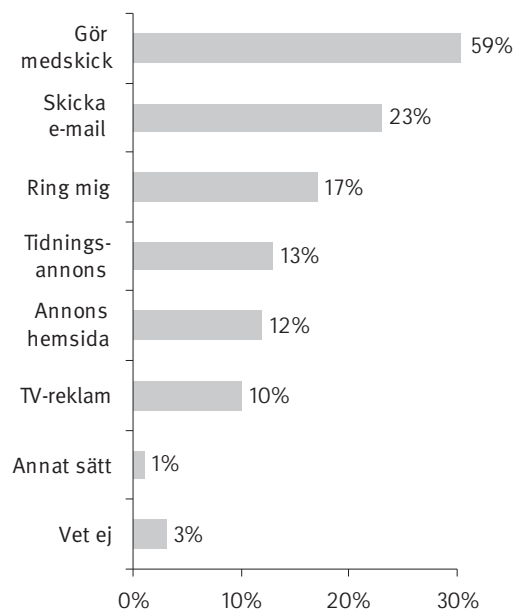
(Samma fråga som ovan)



Bas: Andel som svarar "läser alltid".

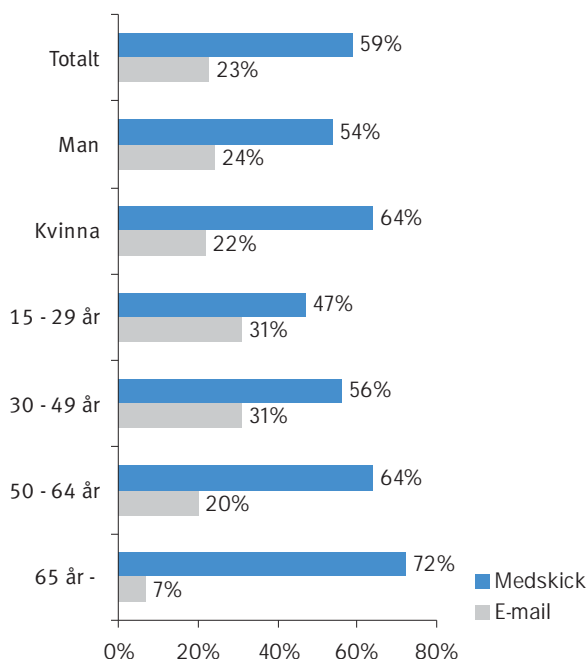
Medskick om kunden själv får välja

Om du skulle råda din bank eller försäkringsbolag vilket sätt de ska använda för att informera dig och presentera erbjudanden, vilket eller vilka av följande alternativ skulle du föreslå?



Bas: Samtliga. (Flera svar möjliga).

(Samma fråga som ovan. Resultat nedbrutet på undersegment och med jämförelse mellan medskick och e-post.)



Bas: Samtliga.

När bank- och försäkringskunder själva fritt får välja hur de ska få erbjudanden eller få information faller valet på medskick. Nästan sex av tio föredrar detta sätt. Näst mest populärt är att få samma information med e-post.

Fragmentering har blivit ett begrepp som allt mer kommit att beskriva dagens medie- och kommunikationssamhälle. Dels har det tillkommit nya kommunikationskanaler som Internet och mobiltelefoner och dels har de etablerade kanalerna som TV och tidningar blivit fler. För den som vill kommunicera med nuvarande och potentiella kunder innebär det allt fler överväganden.

Risken för att kostnaden för kommunikationen ska gå upp är stor, vilket är ett annat sätt att säga att effektiviteten går ner. Detta är ytterligare en effekt av fragmenteringen.

Med detta som utgångspunkt kan det vara intressant att ställa frågan direkt till mottagarna. Vilka råd vill de ge till avsändaren?

Medskick är den givna favoriten

De tillfrågade ombads därför att ge råd till sin egen bank eller försäkringsbolag. Rådet som gavs var mycket tydligt. Satsa på medskick för att informera eller presentera erbjudanden. Nästan sex av tio, 59 procent, förordade detta alternativ. På andra plats kom e-post som knappt en fjärdedel, 23 procent, föredrog.

TV-reklam är däremot inte lika populärt. Bara en av tio rekommenderade det. Innebär det att slutsatsen kan dras att svenskar generellt föredrar medskick framför t ex TV-reklam? Nej, resultaten gäller för det första banker och försäkringsbolag. För det andra gäller det för en befintlig relation. Kommunikationen får en annan roll i den situation där ett företag vill vinna nya kunder.

Medskick populärast i alla åldrar

När råden från de olika ålderskategorierna jämförs visar det sig att medskick genomgående är populärast. Men skillnaderna är relativt stora. Störst tilltro till medskick har pensionärer där mer än sju av tio lyfter fram det. Bland 15- till 29-åringar är tilltron inte lika stark men det är fortfarande 47 procent som föredrar det.

I den yngsta åldersgruppen finns istället de starkaste anhängarna till e-post som kommunikationskanal. Drygt tre av tio, 31 procent, lyfter fram det. Det kan jämföras med genomsnittet som var 23 procent.

Bilaga – frågor, brevvvanor

- Fråga 1. Hur viktigt är det för dig att kunna få följande information direkt hem i postlådan?
Svara med ett av alternativen: Mycket viktigt, Ganska viktigt, Inte särskilt viktigt eller Inte alls viktigt.
- Räkningar
 - Kontobesked
 - Besked från läkare/provsvar etc.
 - Deklarationshandlingar/slutbesked avseende taxering
 - Medlemsinformation
 - Lönebesked
 - Försäkringsbesked
- Fråga 2. Hur viktigt är det för dig att kunna få följande information elektroniskt?
Svara med ett av alternativen: Mycket viktigt, Ganska viktigt, Inte särskilt viktigt eller Inte alls viktigt. (samma alternativ som fråga 1)
- Fråga 3. Om det skulle kosta pengar att få sina räkningar och viktig information i postlådan, hur mycket skulle du vara beredd att betala per försändelse för denna service?
- Fråga 4. Hur ofta kopplar Du upp Dig på Internet?
- Fråga 5. I vilken utsträckning sköter Du betalningsärenden via Internet idag?
- Fråga 6. Får du några räkningar i form av e-fakturor, dvs i elektronisk form?
- Fråga 7. Ungefär hur många av dina eller ditt hushålls räkningar får du elektroniskt?
- Fråga 8. Varför har du anmält dig för e-faktura? (Ställd till dem som har e-faktura).
- Fråga 9. Varför använder du inte e-faktura? (Ställd till dem som inte har e-faktura).
- Fråga 10. Ibland får man information och erbjudanden i samma kuvert som en räkning. Vilket av följande alternativ stämmer bäst med ditt eget beteende?
- Jag läser alltid denna information
 - Jag bläddrar snabbt igenom och läser mer noggrant om jag blir intresserad
 - Jag slänger informationen
 - Jag lägger undan och läser vid senare tillfälle
 - Tveksam, vet ej
- Fråga 11. Om du skulle råda din bank eller försäkringsbolag vilket sätt de ska använda för att informera dig och presentera erbjudanden, vilket eller vilka av följande alternativ skulle du föreslå?
- Skicka information tillsammans med räkningar och kontoutdrag hem till mig
 - Ring upp mig
 - Skicka ett e-mail
 - Annonsera i tidningen
 - Gör TV-reklam
 - Annonsera på Internetbankssida
 - Annat sätt, vad? _____ (Öppen)
 - Tveksam, vet ej

