

Brevvanor 2009

En rapport om svenska folkets vanor och attityder
till fysisk och elektronisk kommunikation



Att gå igenom posten är en vardagsritual

Vi har alla våra vardagsrutiner. En sådan som tycks orubblig är att ögna igenom posten när man kommer hem för dagen. Oftast handlar det om fönsterkuvert med välbekanta avsändare, men ibland glimmar det till med en trevlig inbjudan, ett vykort från en vän eller en intressant kundtidning, måhända med erbjudanden värda att studera vidare.

Situationen ovan, välbekant för alla vuxna människor, kallas i de anglosaxiska länderna för "The Mail Moment", stunden när mottagarna hanterar sin post. Vår studie *Brevvanor 2009* visar att nästan nio svenskar av tio, oavsett ålder, alltid går igenom sin post det första de gör när de kommer hem.

Som mottagare vill vi själva i en ökad utsträckning välja hur vi blir kontaktade av de företag, myndigheter och organisationer som vi har en relation med. Att själv få välja är mycket uppskattat, hela åtta av tio värdesätter den valfriheten och sex av tio uppger att de blir irriterade när avsändarna ensidigt försöker bestämma hur kontakten ska ske.

Svenskarna uppskattar också i fortsättningen att få sina räkningar i pappersform. Betalar gör förstås det stora flertalet på nätet men själva underlaget vill vi få i fysisk form: drygt åtta av tio anser att det är viktigt att få sin räkning i postlådan. Förutom att räkningarna sparas är eventuella medskick i kuvertet också en uppskattad informationskanal. Drygt hälften av mottagarna har svarat att de genast bläddrar igenom den medskickade informationen, var tionde läser grundligt och ytterligare en grupp sparar medskicken och läser dem senare.

Det är nu fjärde året som Posten gör en rapport om svenskarnas brevvänor. Trots att vi alla är flitiga användare av e-post, sms, mobiler och annan elektronisk kommunikation, är det slående hur uppskattad fysisk information är i vissa sammanhang. Kanske handlar det om faktorer som överskådlighet och om att det är lättare att läsa, kanske har det något att göra med en känsla av att papper är på riktigt?

Välkommen att ta del av resultaten och bilda dig en egen uppfattning!

Stockholm i april 2009

Andreas Falkenmark

VD Posten Meddelande AB

Innehåll

| | |
|---|----|
| Sammanfattning | 4 |
| The Mail Moment naturlig del i svenskens vardag | 5 |
| Medskick och direktreklam läses | 6 |
| Valfrihet och flexibilitet viktigt | 7 |
| Information om privatekonomin viktig att få i postlådan | 8 |
| Pappersräkningen viktig i alla åldrar | 9 |
| Tre av fyra betalar räkningar på nätet | 10 |
| Räkningen potentiell kommunikationskanal | 11 |
| Pappret behåller en stark ställning | 12 |
| Bilaga – frågeformulär | 14 |

Om undersökningen

Undersökningen bygger på telefonintervjuer med 2 000 privatpersoner i ett riksrepresentativt urval. Intervjuerna genomfördes under perioden 17 till 28 november 2008 av SIFO Research International.

För att kunna urskilja trender redovisas även resultat från föregående års undersökningar. Vissa av de förändringar som redovisas är inom den statistiska felmarginalen. En tumregel är att förändringar som är större än fyra procentenheter är statistiskt säkerställda. De resultat som har en mindre bas, dvs. grundar sig på färre intervjuer än samtliga, ska tolkas med större försiktighet.

Sammanfattning

För fjärde året i rad har Posten intervjuat den svenska allmänheten om attityder och beteenden kring olika former av fysisk och elektronisk information. Syftet med undersökningen är att ytterligare fördjupa förståelsen för de pågående förändringar som präglar kommunikations-samhället. Årets rapport bidrar, tillsammans med tidigare års, med insikter om de trender som påverkar såväl Postens verksamhetsområden som svenskarnas vardag.

- **Mail Moment viktig vardagsrutin** – Nio av tio svenskar går alltid igenom sin post direkt när de kommer hem, något som ofta kallas Mail Moment i anglosaxiska länder.
- **Räkningar sorteras. Medskick och reklam läses** – Fler än nio av tio har en tydlig rutin för att ta hand om räkningar som kommit, åtta av tio läser eller bläddrar igenom de medskick som kommit med dem och nästan lika många går igenom reklamen.
- **Förlorad valfrihet skapar irritation** – Svenskarna vill kunna välja hur de ska ta emot viktig information från företag och myndigheter. Sex av tio blir mycket irriterade om den valfriheten tas ifrån dem.
- **Information om privatekonomin i pappersform** – Privatpersoner föredrar att få fakturor i pappersform. Drygt åtta av tio säger att det är viktigt att kunna få räkningar på papper. Fyra av tio tycker att det är viktigt att kunna få dem i elektronisk form. (Två separata frågor ställdes)
- **Nätbetalning vanlig** – Tre av fyra internetanvändare betalar idag sina räkningar elektroniskt. En av tre får e-fakturor och nio procent är storanvändare av e-fakturor, en oförändrad andel mot förra året.
- **Betalda räkningar sparas** – När räkningarna är betalda sparas underlagen. Nio av tio har en rutin för att spara dem. Vanligast är att spara i en pärm.
- **Räkningen potentiell reklamkanal** – Nästan åtta av tio är positiva eller neutrala till att ta emot information eller erbjudanden på samma papper som fakturan.
- **Medskicket klar favorit** – När bank-, försäkrings- och bensinbolagskunder ombeds ge råd till de företag där de är kunder om hur bolagen ska informera och presentera erbjudanden, svarar sju av tio medskick med räkningen.
- **Bättre kontroll, läsbarhet och överskådlighet** – Fördelar med att ta emot viktig information på papper är kontroll, läsbarhet och överskådlighet. Fördelar med att ta emot den elektroniskt är mindre papper och snabbhet, enligt de intervjuade.

The Mail Moment naturlig del i svenskens vardag

Att ta hand som sin post är fortfarande en mycket viktig del i svenskarnas vardagsrutiner. Nio av tio går alltid igenom posten direkt när de kommer hem, det ögonblick som i anglosaxiska länder ibland kallas för **Mail Moment**.

På drygt ett decennium har sättet vi kommunicerar med varandra förändrats i grunden. Mobiltelefoni och e-post är nytillskott som har breddat våra möjligheter till både privat kommunikation och kommunikation med myndigheter och företag.

Samtidigt visar intervjuerna tydligt vilken viktig roll den post som vi får i postlådan har även idag. Nio av tio svenskar går alltid igenom posten det första de gör när de kommit hem.

Viktig vardagsrutin i alla åldrar

Undersökningen visar också att det är en självklar sak för de allra flesta att gå igenom posten när de kommer hem, oavsett ålder eller kön.

Kvinnor gör det dock i något större utsträckning än män och äldre gör det lite oftare än yngre. En möjlig förklaring till att andelen 15-29 år är den lägsta är att många i denna grupp fortfarande bor hemma och därför får mindre post än de med eget hushåll.

Räkningar tas om hand och sorteras

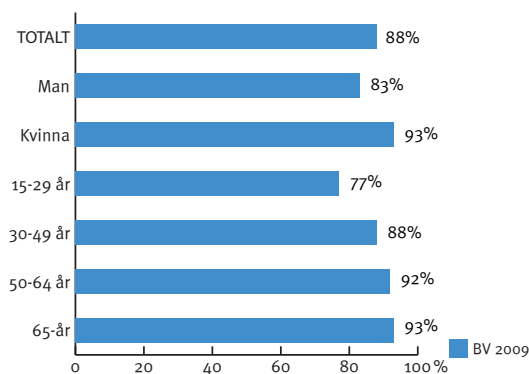
En viktig del i Mail Moment är att ta hand om de räkningar som har kommit med posten. Fler än nio av tio svenskar har någon slags rutin för detta.

Det klart vanligaste sättet att ta hand om fakturorna är att lägga dem på en särskild plats. Det gör dem synliga och lätta att komma ihåg när de ska betalas.

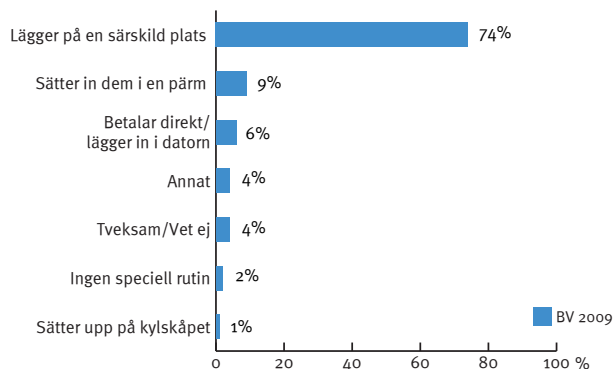
Näst vanligast är att sätta in dem i en särskild pärm. Något färre betalar räkningarna direkt när de har kommit eller lägger in dem i den egna internetbanken för betalning.

Hur väl instämmer du i följande påstående? "När jag kommer hem går jag alltid igenom vilken post som har kommit i postlådan."

Svar: "Stämmer mycket bra" + "stämmer ganska bra"

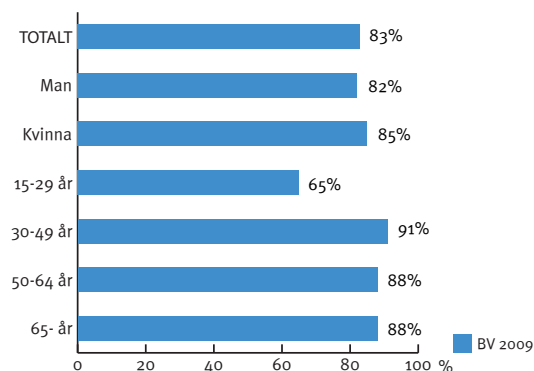


Vad gör du vanligen med de räkningar som du har fått med posten fram till dess att de ska betalas?

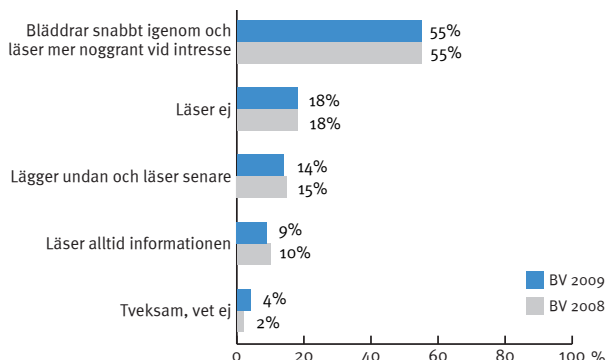


(Samma fråga som ovan - andel som lägger på särskild plats eller sparar i pärm)

Svar: "Lägger på särskild plats" + "Sätter in i pärm"



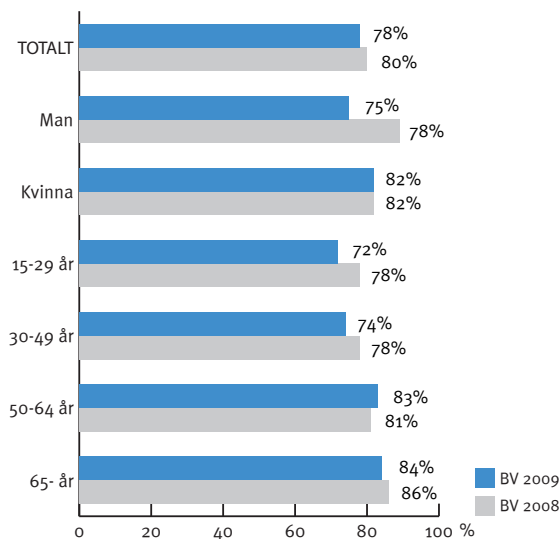
Ibland får man information och erbjudanden i samma kuvert som en räkning. Vilket av följande alternativ stämmer bäst med ditt eget beteende?



Bas: Samtliga

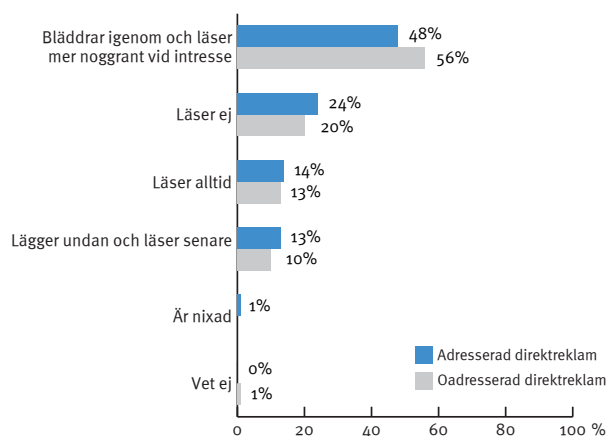
(Samma fråga som ovan - andel som läser medskick eller bilagor i någon form)

Svar: "Bläddrar snabbt igenom och läser mer noggrant vid intresse" + "Sparar den och läser senare" + "Läser alltid informationen" + "Lägger undan och läser senare" + "Läser alltid informationen"



Bas: Samtliga

Vilket stämmer bäst överens med ditt eget beteende när det gäller reklam som kommer i din postlåda?



Bas : ADR - Samtliga/ODR - Har ingen "nej tack"-skylt
(Källa: DR-monitorn 2008/2009)

Medskick och direktreklam läses

Mail Moment innebär även att man går igenom information och reklam som kommit med posten. Intervjuerna visar att ungefär åtta av tio läser eller bläddrar igenom den information och erbjudanden som ofta följer med räkningar.

När posten är sorterad och räkningarna omhändertagna finns tid att gå igenom den information, kundtidningar och erbjudanden som ofta skickas tillsammans med räkningarna.

Denna information brukar kallas för medskick och har också en naturlig plats i hushållens postrutin. Drygt hälften svarar att de bläddrar igenom informationen och läser mer noggrant vid intresse. Tillsammans med dem som omgående läser informationen i sin helhet och de som lägger undan den för att läsa vid senare tillfälle innebär det att åtta av tio läser eller bläddrar igenom de medskick de får.

Medskicken läses i alla åldrar

Läs-beteendet skiljer sig heller inte mycket mellan kvinnor och män eller i de olika åldersgrupperna. Resultaten visar tydligt att läsandet är utbrett i alla åldrar.

Kvinnor läser och bläddrar dock igenom medskicken, eller sparar dem, i något större utsträckning än vad män gör. Det kan också jämföras med resultaten på föregående sida som visade att kvinnor tar hand om posten i något större utsträckning än vad männen gör.

Jämfört med förra årets undersökning syns enbart små skillnader som inte är statistiskt säkerställda.

Direktreklam sista steget i Mail Moment

Det sista steget i Mail Moment kan sägas vara att ta hand om och läsa den reklam som kommit med posten. I en tidigare studie, DR-Monitorn 2008/2009, har läsvanorna beträffande den reklamen beskrivits.

Undersökningen visade att denna reklam når fram till mottagarna. Tre av fyra läser eller bläddrar igenom den adresserade direktreklam som de får.

Av dem som får oadresserad direktreklam tar fyra av fem del av den i någon form.

Valfrihet och flexibilitet viktigt

Privatpersoner vill kunna välja hur de ska kunna ta emot viktig information. Minskad valfrihet skapar irritation. Samtidigt visar den skiftande inställningen till den ökande andelen elektronisk kommunikation i samhället att det är viktigt att erbjuda olika alternativ för att möta mottagarnas olika behov.

Årets undersökning bekräftar resultaten från de tidigare årens brevvanerapporter. Det är viktigt för svenska folket att få välja hur de ska ta emot information från företag, myndigheter och organisationer.

Åtta av tio svarar att det är viktigt att kunna välja på vilket sätt företag och myndigheter informerar dem. Skillnaderna är små mellan könen och olika åldersgrupper. Jämfört med förra årets studie syns en svag minskning men sett över hela tidsperioden mätningarna genomförts ligger resultatet på en stabil nivå.

Irritation över förlorad valfrihet

Valfriheten är inte bara viktig. Om den tas ifrån mottagarna skapar den irritation. Sex av tio blir irriterade när företag, myndigheter och organisationer ensidigt försöker bestämma på vilket sätt de ska kommunicera med dem.

Irritationen är också spridd över åldrarna, från den yngsta gruppen till den äldsta. Allra mest irriterade blir de i gruppen mellan 50 till 64 år.

Ökad e-kommunikation splittrar

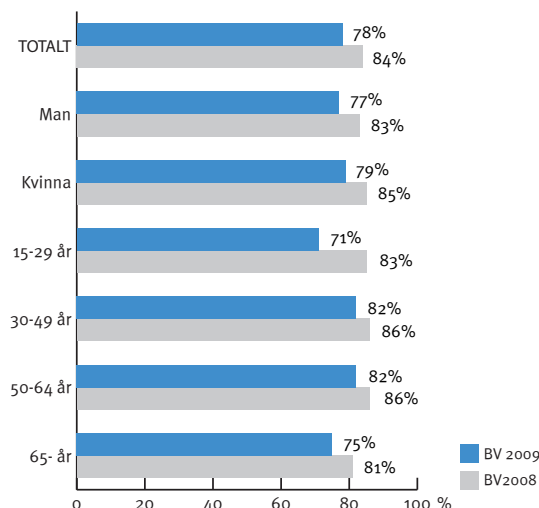
Frågan om valfrihet beträffande kommunikationssätt kan också kopplas samman med inställningen till att företag och myndigheter i allt större utsträckning använder internet för att informera kunder och medborgare.

Denna utveckling splittrar befolkningen. Drygt fyra av tio säger att de är positiva medan en knapp tredjedel är negativ. En av fyra är neutral till utvecklingen.

En möjlig slutsats för den som arbetar med kommunikation mot breda målgrupper är att erbjuda flera alternativa mottagningsätt för att nå fram med informationen till så många som möjligt och att undvika irritation.

Hur viktigt är det för dig att du själv får välja på vilket sätt företag, myndigheter och organisationer informerar dig?

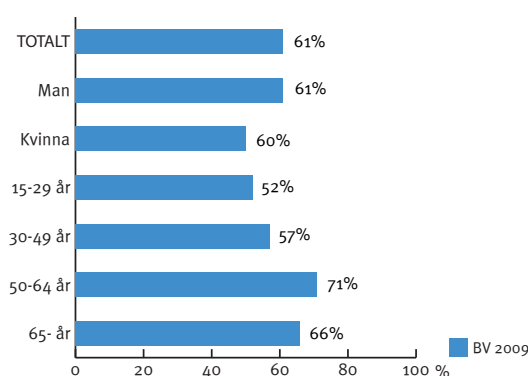
Svar: "Mycket viktigt" och "Ganska viktigt"



Bas: Samtliga

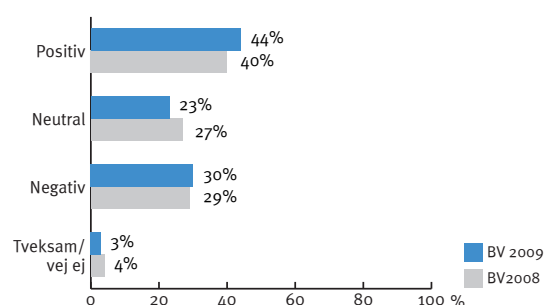
Hur väl instämmer du i följande påstående? "Jag blir mycket irriterad när företag, myndigheter och organisationer försöker bestämma på vilket sätt jag ska kommunicera med dem."

Svar: "Stämmer mycket bra" och "Stämmer ganska bra"



Bas: Samtliga

Vilken är din inställning till att information från företag, myndigheter och organisationer allt mer sker i elektronisk form via internet?

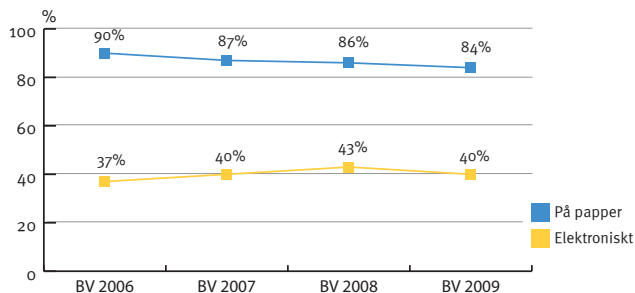


Bas: Samtliga

Information om privatekonomi viktig att få i postlådan

Hur viktigt är det för dig att kunna få räkningar direkt hem i postlådan/ i elektronisk form? (Två separata frågor ställdes.)

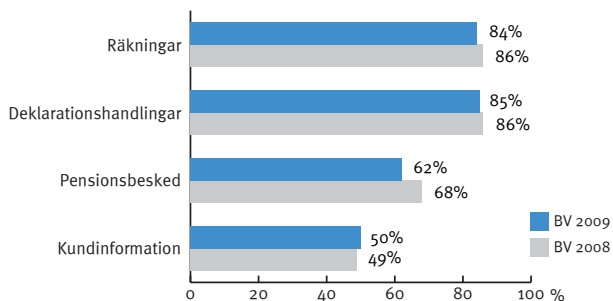
Svar: "Mycket viktigt" + "ganska viktigt"



Bas: Samtliga

Hur viktigt är det för dig att kunna få följande information direkt hem i postlådan?

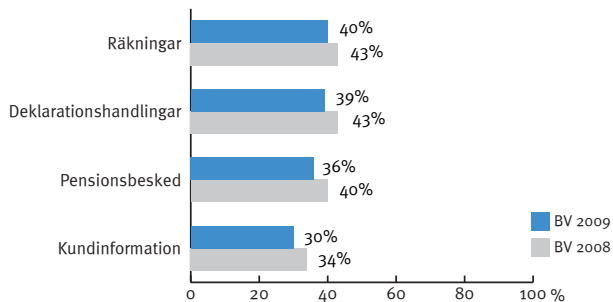
Svar: "Mycket viktigt" + "ganska viktigt"



Bas: Samtliga

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

Svar: "Mycket viktigt" + "ganska viktigt"



Bas: Samtliga

Svensken föredrar att få information om sin privatekonomi i pappersform framför i elektronisk form. Fler än åtta av tio säger att det är viktigt att kunna få räkningar och deklara-tionshandlingar direkt i postlådan. Motsvarande andel för elektronisk form är fyra av tio. Båda dessa andelar har varit i stort sett oförändrade sedan Postens mätningar inleddes.

Under de fyra år som Postens rapportserie Brevvanor publicerats har varje gång frågor ställts om inställningen till att ta emot viktig information på papper respektive i elektronisk form. De tillfrågade har därför fått svara på två separata frågor. Först har de ombetts att värdera hur viktigt det är att kunna få olika slags information i postlådan. Därefter har motsvarande fråga ställts om hur viktigt det är att kunna ta emot samma information i elektronisk form.

Svensken vill ha räkningar och deklARATIONER på papper...

Resultaten från årets undersökning understryker resultaten från tidigare års. Svenskarna föredrar att kunna få viktig information om den egna privatekonomin i pappersform framför att få den i elektronisk form.

Viktigast att kunna få på papper är fakturor och deklara-tionshandlingar. Drygt åtta av tio svarar att det är viktigt att kunna få räkningar hem till postlådan. Andelen som säger att det är viktigt att kunna få dem i elektronisk form är hälften så stor.

Mönstret för deklara-tionshandlingar är identiskt. Det är också ett intressant resultat, givet utvecklingen för e-deklara-tionen. Denna möjlighet infördes 2002 av Skatteverket och andelen som väljer detta sätt att deklarerar har stadigt ökat sedan dess. Samtidigt visar intervjuerna att svensken fortfarande föredrar att få deklara-tionsunderlagen på papper.

...och även pensionsbesked och kundinformation

För pensionsbesked och kundinformation, de två andra under-sökta informationstyperna, är mönstret likartat. Andelen som svarar att det är viktigt att kunna få pensionsbesked i pappers-form är dubbelt så stor som andelen som säger att det är viktigt att få informationen elektroniskt. För kundinformation är andelarna 50 respektive 30 procent.

Pappersräkningen viktig i alla åldrar

Oavsett ålder och kön är det viktigt att kunna få räkningen på papper. Däremot är skillnaderna relativt stora mellan de olika åldersgrupperna när det gäller inställningen till att få dem i elektronisk form.

Drygt åtta av tio svenskar säger att det är viktigt att kunna få räkningar i pappersform till postlådan. Skillnaderna är relativt små mellan män och kvinnor och mellan de olika åldersgrupperna.

Även i den yngsta åldersgruppen

Det gäller även den yngsta åldersgruppen, de mellan 15 och 29 år. I denna grupp svarar nästan åtta av tio att det är viktigt att kunna få fakturor i fysisk form.

En naturlig hypotes skulle annars ha varit att de inte skulle värdera pappersräkningar så högt eftersom elektronisk kommunikation i princip alltid varit en naturlig del i deras liv. Men denna hypotes visar sig alltså inte stämma.

Samtidigt är de den åldersgrupp som är mest positiv till fakturor i elektronisk form. Nästan sex av tio säger att det är viktigt att kunna få dem elektroniskt, vilket är den enskilt högsta andelen.

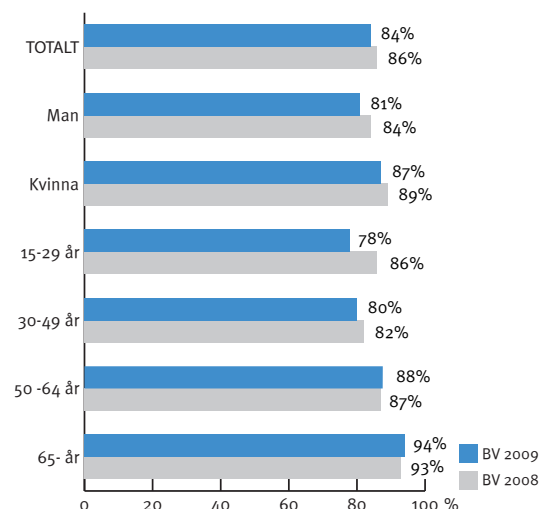
Få äldre positiva till elektroniska räkningar

I den äldsta åldersgruppen, de över 65 år, är det däremot bara drygt en av tio som säger att det är viktigt att kunna få räkningar elektroniskt.

Jämfört med förra årets resultat tycks andelarna som säger att det är viktigt med elektroniska räkningar, ha gått ned i flera åldersgrupper. Skillnaderna ligger dock inom den statistiska felmarginalen. Mönstret från förra årets undersökning att män är mer positiva till elektroniska fakturor än vad kvinnor är, är dock oförändrat.

Hur viktigt är det för dig att kunna få räkningar direkt hem i postlådan?

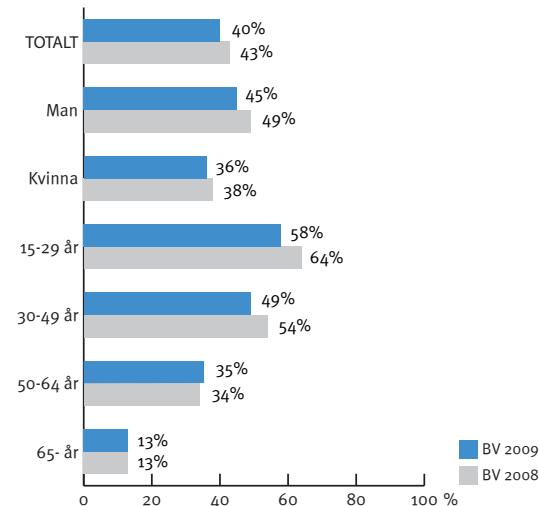
Svar: "Mycket viktigt" + "ganska viktigt"



Bas: Samtliga

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

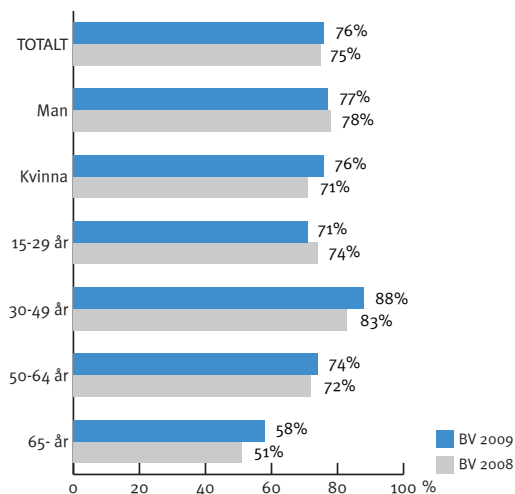
Svar: "Mycket viktigt" + "ganska viktigt"



Bas: Samtliga

I vilken utsträckning sköter du betalningsärenden via internet idag?

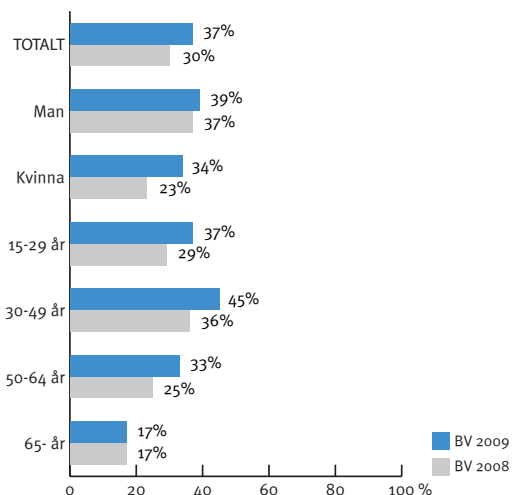
Svar: "Allt" + "delvis"



Bas: Använder internet

Får du några räkningar i form av e-fakturor, dvs i elektronisk form?

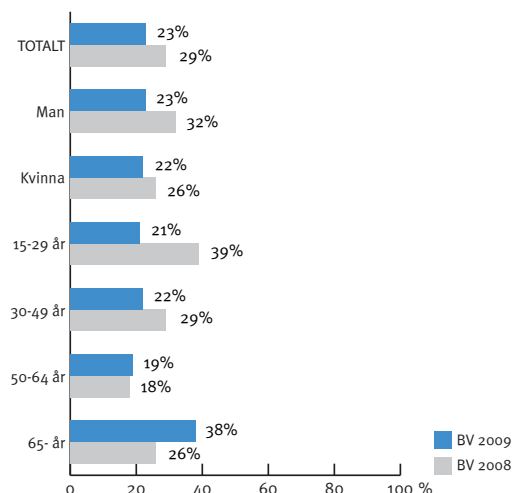
Svar: "Ja"



Bas: Använder internet

Ungefär hur många av dina eller ditt hushålls räkningar får du elektroniskt?

Svar: "Flertalet" + "Alla"



Bas: Har e-faktura

Tre av fyra betalar räkningar på nätet

Att betala räkningar på nätet är idag en självklarhet för många svenskar. Tre av fyra internetanvändare betalar räkningar elektroniskt. En tredjedel av dem får e-fakturor men användningen av e-fakturor är fortfarande relativt begränsad.

Redan för drygt tio år sedan etablerades de första internetbankerna riktade mot privatpersoner. Sedan dess har utvecklingen gått snabbt och förändrat sättet som många privatpersoner betalar räkningar och sköter bankärenden på.

Årets undersökning visar att tre av fyra internetanvändare helt eller delvis använder internet för att betala sina räkningar.

Mest utbredd är vanan i gruppen 30-49 år, där många barnfamiljer återfinns, en grupp som ofta brukar kännetecknas av ett ständigt tidspusslande. Det är därför lätt att förstå varför internetbetalningar attraherar denna grupp i så stor utsträckning eftersom betalningarna kan göras när som helst under dygnet när man får en stund över.

Värt att notera är också att andelen kvinnor som betalar räkningar på nätet har ökat, jämfört med för ett år sedan.

Andelen med e-fakturor ökar...

Sedan den första mätningen genomfördes har andelen som använder e-fakturor kontinuerligt ökat. I årets undersökning svarar 37 procent av internetanvändarna att de får e-fakturor.

Störst är andelen bland 30-49-åringar där knappt hälften (45 procent) av internetanvändarna svarar att de får e-fakturor. Den grupp där ökningen är störst är dock kvinnor där andelen ökat från 23 till 34 procent.

... men storanvändarna är fortfarande få

Av dem som får e-fakturor är det knappt en fjärdedel som får alla eller flertalet av hushållets räkningar på detta sätt. Det innebär att omkring nio procent av alla internetanvändare är storanvändare av e-fakturor.¹ I gruppen 15-29 år har denna andel minskat jämfört med förra året. Denna förändring måste dock tolkas med försiktighet då antalet intervjuer som just denna fråga är baserad på är begränsat.

1 37 procent av internetanvändarna får e-fakturor. Denna siffra har sedan multiplicerats med andelen som svarat att de får alla eller flertalet av sina räkningar som e-fakturor, 23 procent. Det ger 8,5 procent.

Räkningen potentiell kommunikationskanal

Pappersräkningen behåller en stark ställning hos svenskarna. Nio av tio har tydliga rutiner för att spara dem när de är betalda. Nästan åtta av tio är också positiva eller neutrala till att ta emot information och erbjudanden på själva fakturan.

Årets rapport har tagit sin utgångspunkt i Mail Moment. Rapporten visar att nästan alla svenskar går igenom posten direkt när de kommer hem. Räkningar som kommit sorteras och läggs på en särskilt plats. Medskick som kommit med räkningarna läses eller bläddras igenom, liksom den direktreklam som kommit.

När sedan fakturorna är betalda tas de om hand och sparas. Två av tre sätter in dem i en pärm och två av tio sparar på annat sätt. Det innebär att nio av tio sparar räkningens underlagen på något sätt.

Positiv inställning till räkningen som kommunikationsyta

Att pappersräkningen har en stark ställning hos svenskarna återspeglas också i inställningen till att ta emot information och erbjudanden på samma papper som själva räkningen. Nästan åtta av tio är positiva eller neutrala till denna lösning. Idag används möjligheten endast i begränsad utsträckning av svenska företag. Det ligger alltså en outnyttjad potential för kundkommunikation via denna kanal. Som tidigare beskrivits hanteras räkningen i flera steg i hushållet. Vart och ett av dessa steg är ett kontakttillfälle för det företag som skickar den.

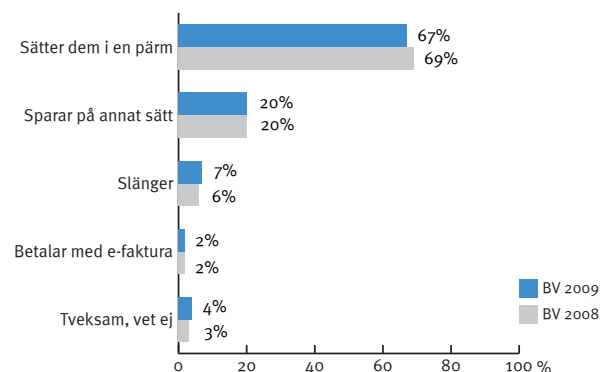
Medskicket klar favorit

Inledningsvis i rapporten beskrevs de generella läsvanorna för de så kallade medskick som ofta kommer tillsammans med räkningar.

De intervjuade har också ombetts att ge råd till en bank, ett försäkringsbolag eller bensinbolag där de är kunder om hur bolagen ska informera eller presentera erbjudanden. Sju av tio föreslår att informationen ska skickas tillsammans med en räkning, det som i denna rapport benämns medskick.

Näst populärast är e-post som tre av tio föredrar. Därefter kommer tidningsannonsering eller annons på företagets hemsida.

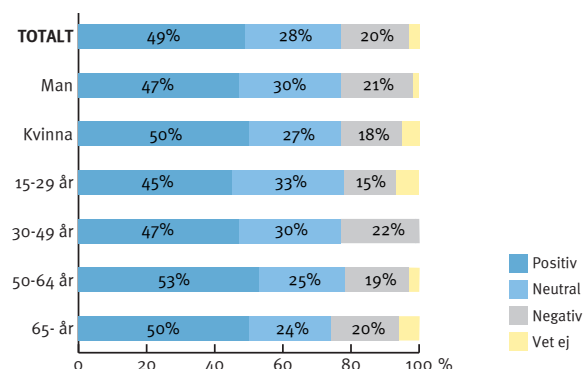
När ni i ditt hushåll har betalat era räkningar/fakturor, vad gör ni då med underlagen?



Bas: Samtliga

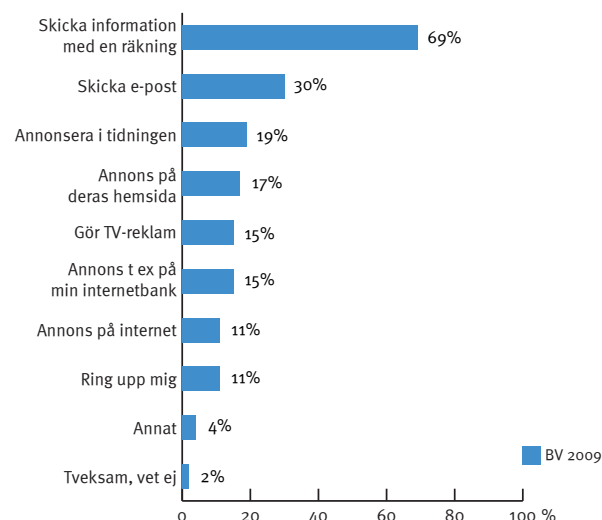
Vilken är din inställning till att kunna få information med personliga erbjudanden från din bank, ditt försäkringsbolag eller ditt bensinbolag direkt på räkningen, dvs på samma papper som räkningen?

Svar: "Mycket positiv" + "Ganska positiv" + "Neutral"



Bas: Samtliga

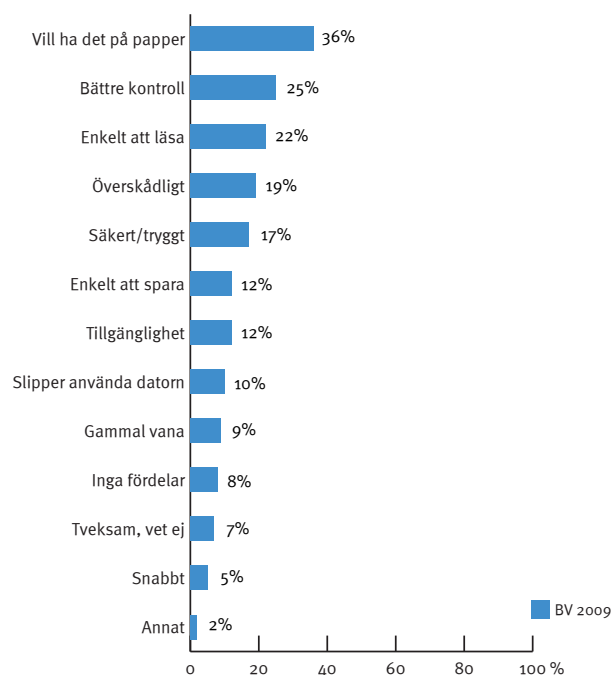
Om du skulle råda en bank, ett försäkringsbolag eller ett bensinbolag där du är kund vilket sätt de ska använda för att informera dig och presentera erbjudanden, vilket eller vilka av följande alternativ skulle du föreslå?



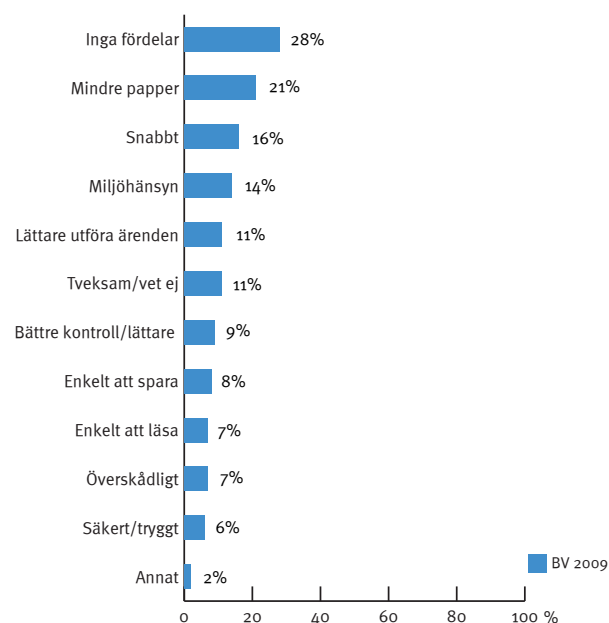
Bas: Samtliga (Flera svar möjliga)

Pappret behåller en stark ställning

Vilka är de största fördelarna med att ta emot viktig information, t ex kontobesked, räkningar och kundinformation direkt hem i postlådan?



Vilka är de största fördelarna med att ta emot viktig information, t ex kontobesked, räkningar och kundinformation i elektronisk form?



Bättre kontroll, enkelt att läsa och överskådlighet är fördelar som lyfts fram med att ta emot viktig information på papper. Mindre papper och snabbhet är fördelar som lyfts fram för att ta emot motsvarande information elektroniskt.

De tidigare resultaten som redovisats pekar alltså på att de flesta privatpersoner föredrar att kunna ta emot viktig information på papper i postlådan framför att få den i elektronisk form.

Det är därför intressant att teckna en något mer utförlig bild av vilka fördelar som svenskarna ser med att ta emot viktig information på papper respektive i elektronisk form.

Kontroll, enkelhet och överskådlighet fördelar med papper

Det vanligaste svaret är att man helt enkelt vill ha informationen på papper. En möjlig tolkning är att pappret fortfarande ses som en självklar informationsbärare och att det inte är något som man vill byta ut.

Men fördelarna är många, menar de tillfrågade. Pappret ger bättre kontroll, är enklare att läsa och är överskådligt. Flera pekar också på att det är tryggt och enkelt att spara.

Mindre papper och snabbhet fördelar med elektronisk information

Nästan tre av tio kan inte ange någon fördel med att få elektronisk information. Detta resultat kan sannolikt tolkas på flera sätt. Den rimligaste tolkningen är att den elektroniska informationen idag är en sådan självklarhet att man inte längre tänker på den i termer av fördelar.

Flera pekar också på mindre papper som en fördel med elektronisk kommunikation. Drygt en av tio lyfter fram miljöhänsyn. Slutligen lyfts snabbheten fram som en fördel av flera tillfrågade.

Bilaga – frågeformulär

- Fråga 1** Hur väl instämmer du i följande påstående? ”När jag kommer hem går jag alltid igenom vilken post som har kommit i postlådan.” Svara med ett av alternativen: *Stämmer mycket bra, Stämmer ganska bra, Varken eller, Stämmer ganska dåligt* eller *Stämmer mycket dåligt*
- Fråga 2** Vad gör du vanligen med de räkningar som du har fått med posten fram till dess att de ska betalas?
- Fråga 3** Ibland får man information och erbjudanden i samma kuvert som en räkning. Vilket av följande alternativ stämmer bäst med ditt eget beteende?
- a) Jag läser alltid denna information
 - b) Jag bläddrar snabbt igenom och läser mer noggrant om jag blir intresserad
 - c) Jag läser ej informationen
 - d) Jag lägger undan och läser vid senare tillfälle
 - e) Tveksam, vet ej
- Fråga 4** Hur viktigt är det för dig att du själv får välja på vilket sätt företag, myndigheter och organisationer informerar dig? Svara med ett av alternativen: *Mycket viktigt, Ganska viktigt, Inte särskilt viktigt* eller *Inte alls viktigt*
- Fråga 5** Hur väl instämmer du i följande påstående?: ”Jag blir mycket irriterad när företag, myndigheter och organisationer försöker bestämma på vilket sätt jag ska kommunicera med dem.” Svara med ett av alternativen: *Stämmer mycket bra, Stämmer ganska bra, Varken eller, Stämmer ganska dåligt* eller *Stämmer mycket dåligt*
- Fråga 6** Vilken är din inställning till att information från företag, myndigheter och organisationer alltmer sker i elektronisk form, via internet? Svara med ett av alternativen: *Mycket positiv, Ganska positiv, Varken positiv eller negativ, Ganska negativ* eller *Mycket negativ*
- Fråga 7** 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 viktigt alls*
- a) Räkningar
 - b) Deklarationshandlingar/slutbesked avseende taxering
 - c) Pensionsbesked
 - d) Kundinformation
- Fråga 8** 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 viktigt alls*
- a) Räkningar
 - b) Deklarationshandlingar/slutbesked avseende taxering

- c) Pensionsbesked
- d) Kundinformation

Fråga 9 I vilken utsträckning sköter Du betalningsärenden via internet idag? Svara med ett av alternativen: *Allt, Delvis, Inte alls* eller *Tveksam/vet ej*

Fråga 10 Får du några räkningar i form av e-fakturor?

Fråga 11 Ungefär hur många av dina eller ditt hushålls räkningar får du elektroniskt?

Fråga 12 När ditt hushåll har betalat era räkningar/fakturor, vad gör ni då med underlagen?

Fråga 13 Vilken är din inställning till att kunna få information med personliga erbjudanden från din bank, ditt försäkringsbolag eller ditt bensinbolag direkt på räkningen, dvs på samma papper? Svara med ett av alternativen: *Mycket positiv, Ganska positiv, Varken positiv eller negativ, Ganska negativ* eller *Mycket negativ*

Fråga 14 Om du skulle råda en bank, ett försäkringsbolag eller ett bensinbolag där du är kund vilket sätt de ska använda för att informera dig och presentera erbjudanden, vilket eller vilka av följande alternativ skulle du föreslå?

- a) Skicka informationen tillsammans med räkningen hem till mig
- b) Ring upp mig
- c) Skicka ett e-mail
- d) Annonsera i tidningen
- e) Gör TV-reklam
- f) Annons på Internet
- g) Annons på deras hemsida
- h) Annons på t ex min internetbank
- i) Annat sätt, vad?
- j) Tveksam, vet ej

Fråga 15 Vilka är de största fördelarna med att ta emot viktig information, t ex kontobesked, räkningar och kundinformation direkt hem i postlådan som vanligt brev?

Fråga 16 Vilka är de största fördelarna med att ta emot viktig information, t ex kontobesked, räkningar och kundinformation i elektronisk form?

