

Brevvanor 2007

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



Förord

Kommunikationssamhället har under det senaste decenniet präglats av genomgripande förändringar. Tack vara teknologiska landvinningar har kontaktytorna människor emellan utvidgats och förfinats.

För Posten är det viktigt att delta i samhällsdebatten och förmedla kunskap om de förändringar som rör Postens verksamhet. Därför publicerar Posten sedan 2006 rapporter som ska bidra till en ökad förståelse för kommunikationssamhällets omvandling.

Våren 2006 presenterades rapporten Brevvanor, som byggde på en undersökning om svenska folkets vanor och attityder till fysisk och elektronisk information. Undersökningen visade bland annat att nästan alla svenskar vill kunna få sina räkningar i pappersform.

I rapporten *Från Internetfantaster till Försiktiga traditionalister*, som presenterades hösten 2006, gjordes en fördjupningsstudie kring hushållens posthantering. I rapporten framkom bland annat att över hälften av de tillfrågade skulle bli mycket irriterade om företag och myndigheter skulle försöka bestämma i vilken form kommunikationen dem emellan skulle ske.

I årets rapport om svenskarnas brevvanor fortsätter Posten att följa attityderna till det föränderliga kommunikationssamhället.

Rapporten visar att svenskarna är klart mest positiva till de kommunikationssätt som innebär att de själva kan välja hur och när den mottagna informationen ska konsumeras. I resultatet framkommer detta bland annat i den betydelse som svenskarna tillskriver sin valfrihet och i deras positiva inställning till så kallade medskick.

För avsändaren innebär ovanstående att kunskapen om målgruppens krav och preferenser blir central. Vill alla informeras på ett och samma sätt, eller måste olika grupper nås med olika medel? Förståelse, flexibilitet och kombinationsmöjligheter tycks bli allt viktigare framgångsfaktorer.

Rapporten sammanfattar resultatet från ett stort antal intervjuer som på uppdrag av Posten har genomförts av SIFO.

Trevlig läsning!

Stockholm, mars 2007

Andreas Falkenmark
Vd Posten Meddelande AB



Innehåll

Förlorad valfrihet skapar irritation	3
Både positiva och negativa uppfattningar om ökad andel elektronisk information	4
Räkningar och deklarationer viktigt att kunna få i brevlådan	5
Kön och ålder påverkar inställningen till elektronisk information	6
Tre av fyra betalar räkningar på nätet men få storanvändare av e-fakturor	7
Fler än nio av tio sparar sina räkningar	8
De flesta läser eller bläddrar igenom medskick	9
Medskick populärast bland bank- och försäkringskunder	10

Om undersökningen

Undersökningen bygger på telefonintervjuer med 2 000 respondenter i ett riksrepresentativt urval. Intervjuerna genomfördes av SIFO Research International under perioden 20 till 30 november 2006. Ett antal frågor är nya i årets undersökning. För svaren på dessa frågor finns därför inga jämförelser med förra årets resultat.

Vissa av de förändringar som redovisas ligger inom den statistiska felmarginalen. En tumregel är att de förändringar som är större än fyra procentenheter är statistiskt säkerställda. Mindre förändringar än detta ska alltså tolkas med större försiktighet. Det samma gäller de resultat som baseras på mindre baser, t ex en viss åldersgrupp.

Sammanfattning

Posten har för andra året i rad intervjuat den svenska allmänheten om beteenden och uppfattningar om 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 förra årets, med insikter om de trender som påverkar såväl Postens verksamhetsområden som svenskarnas vardag.

- **Förlorad valfrihet skapar irritation** – Mer än åtta av tio svenskar tycker att det är viktigt att själva kunna välja hur företag och myndigheter ska informera dem. Över hälften av svenskarna blir mycket irriterade om valfriheten tas ifrån dem.
- **Både positiva och negativa uppfattningar om ökad andel elektronisk information** – 39 procent av svenskarna är positiva, 30 procent är negativa medan 26 procent är neutrala till att information från företag och myndigheter alltmer sker i elektronisk form.
- **Svenskarna vill även fortsatt kunna få hem räkningen** – Närmare nio av tio svenskar tycker, i likhet med förra året, att det är viktigt att kunna få räkningar hemskickade till brevlådan. För fyra av tio är det viktigt att få motsvarande information i elektronisk form.
- **Kön och ålder påverkar inställningen till elektronisk information** – Elektroniska räkningar är viktigare för både män och yngre än för kvinnor och äldre. I jämförelse med förra året har elektroniska räkningar blivit något mer betydelsefulla. Räkningen i pappersform är dock fortfarande viktigast oavsett kön och ålder.
- **Räkningar betalas via nätet men få är storanvändare av e-fakturor** – Drygt sju av tio svenska Internetanvändare betalar sina räkningar elektroniskt, vilket stämmer väl överens med förra årets resultat. Fortfarande är dock en liten andel av Internetanvändarna, fem procent, storanvändare av e-fakturor.
- **Fler än nio av tio sparar sina räkningar** – De allra flesta svenskar, 91 procent, sparar sina räkningar i någon form. Omkring sju av tio, 67 procent, sätter in sina räkningar i en särskild pärm. Endast en av tjugo, 5 procent, slänger räkningarna sedan de har betalat dem.
- **De flesta läser medskick** – Nästan fyra av fem svenskar, 78 procent, läser eller bläddrar igenom de medskick som ofta följer med fakturan i kuvertet.
- **Medskick populärast bland bank- och försäkringskunder** – När bank- och försäkringskunder för andra året i rad får välja hur de helst vill att deras bank och försäkringsbolag ska informera dem, är medskicket, som föredras av 58 procent, återigen favorit. E-mail, som i likhet med förra året är näst mest populärt, föredras av 24 procent.

Förlorad valfrihet skapar irritation

Mer än åtta av tio svenskar tycker att det är viktigt att själva få välja hur de ska kontaktas av företag, myndigheter och organisationer. Över hälften (56 procent) av svenskarna säger att de blir mycket irriterade om valfriheten tas ifrån dem.

För företag, myndigheter och organisationer finns det idag många olika sätt att kommunicera med allmänheten. Bland annat har skilda former av elektroniska kommunikationssätt, till exempel e-post, kommit att komplettera fysiska brev och telefonkontakter.

Allmänheten har också blivit mer öppen för alternativa sätt att bli informerad. Grundläggande är dock att mottagaren vill kunna bestämma på vilket sätt kontakten ska tas och upprätthållas. Mer än åtta av tio svenskar, 82 procent, tycker att det är viktigt att de själva får välja hur företag, myndigheter och organisationer ska informera dem.

Tecken på bristande ödmjukhet att inte respektera valfrihet

Svenskarna uppskattar inte bara sin valfrihet, de blir också irriterade om den tas ifrån dem. Som framgår av rapporten *Från Internetfantaster till Försiktiga traditionalister*¹ uppger över hälften av svenskarna, 56 procent, att de skulle bli mycket irriterade om företag eller myndigheter, istället för dem själva, skulle bestämma kommunikationssättet.

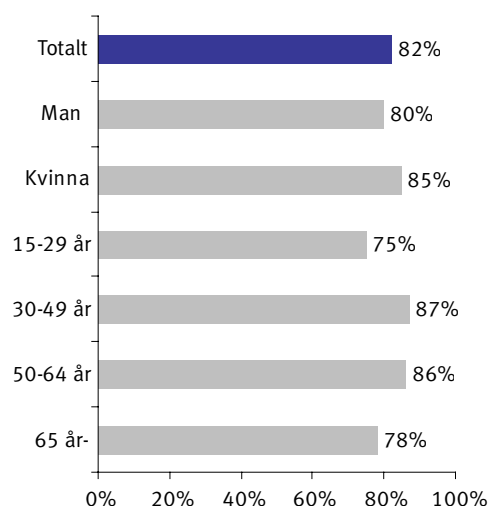
Enligt ovan nämnda rapport kan det uppfattas som ett tecken på bristande ödmjukhet från företaget eller myndigheten om de försöker tvinga mottagaren att anpassa sitt beteende.

Ökad irritation följer med högre ålder

Valfrihet är viktigt oavsett kön och ålder. Irritationen över förlorad valfrihet växer dock med ökad ålder. Drygt hälften (55 procent) av 30- till 49-åringarna blir mycket irriterade om avsändaren försöker bestämma kommunikationssättet. Nästan sju av tio (68 procent) 50- till 64-åringar svarar detsamma. Bland äldre personer, över 64 år, blir 74 % mycket irriterade om valfriheten tas ifrån dem.

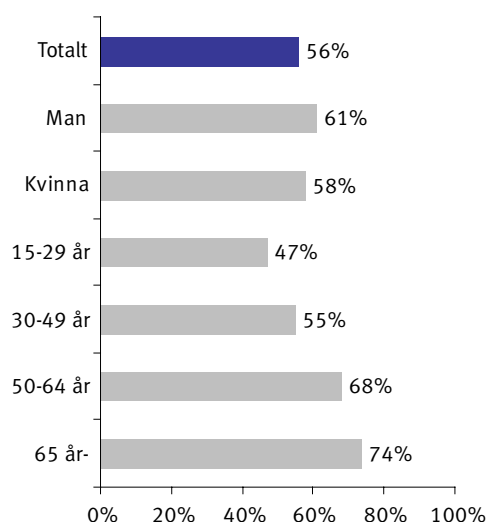
De yngre blir minst irriterade. En möjlig tolkning är att de yngre är de som är mest vana vid elektronisk kommunikation. Genom att det är den kommunikationsform som också ökar mest blir därför deras upplevelse av förlorad valfrihet mindre uttalad.

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



Bas: Samtliga. Svar: "Mycket viktigt" + "Ganska viktigt".
(Ny fråga)

Jag blir mycket irriterad när företag, myndigheter och organisationer försöker bestämma på vilket sätt jag ska kommunicera med dem

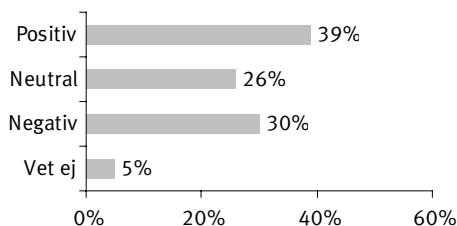


Bas: Samtliga. Svar: "Stämmer helt" + "Stämmer delvis"
(Källa: Posten 2006, *Från Internetfantaster till Försiktiga traditionalister*)

¹ Posten 2006

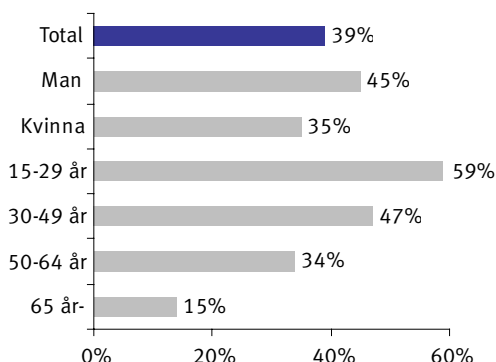
Både positiva och negativa uppfattningar om ökad andel elektronisk information

Vilken är din inställning till att information från företag, myndigheter och organisationer alltmer sker i elektronisk form, via Internet?



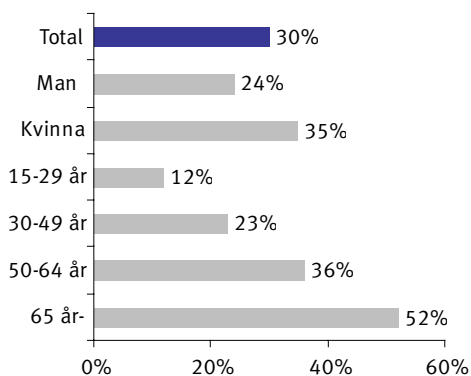
Bas: Samtliga. (Ny fråga)

(Samma fråga som ovan - andel positiva)



Bas: Samtliga. Svar: "Mycket positiv" + "Ganska positiv". (Ny fråga)

(Samma fråga som ovan - andel negativa)



Bas: Samtliga. Svar: "Mycket negativ" + "Ganska negativ". (Ny fråga)

Svenskarna har en kluven inställning till att information från företag, myndigheter och organisationer i allt större utsträckning kommer elektroniskt. Knappt fyra av tio (39 procent) har en positiv inställning, medan tre av tio (30 procent) är negativa.

Många företag och myndigheter använder i tilltagande utsträckning Internet för att kommunicera med kunder och medborgare.

Svenskarnas inställning till den ökade andelen elektronisk information är skiftande. 39 procent är positiva till utvecklingen. En något mindre grupp, 30 procent, är negativa medan 26 procent har en neutral inställning.

Resultatet pekar alltså tydligt på att alla inte vill bli informerade på samma sätt. Att vara flexibel och kunna kombinera flera kommunikationssätt tycks därför vara viktigt för en avsändare som vill kunna tillfredsställa en bred mottagargrups skilda krav och nå fram med informationen.

Män och yngre mer positiva

Män är mer positiva till den ökade andelen elektronisk information än kvinnor. 45 procent av männen har en positiv inställning medan motsvarande andel bland kvinnorna är 35 procent.

Skilnaden blir än mer tydlig när åldersgrupperna studeras. Yngre personer, mellan 15 och 29 år, är betydligt mer positiva än genomsnittet. 59 procent av de yngre har en positiv inställning jämfört med genomsnittets 39 procent.

Ju äldre personer, desto mindre positiv är inställningen till den ökade andelen elektronisk information. Bland dem som är 65 år eller äldre, är det enbart 15 procent som har en positiv syn.

Kvinnor och äldre mer negativa

Betraktas gruppen med en negativ inställning är förhållandena de omvända. Fler kvinnor än män har en negativ syn och äldre personer är mer kritiska än yngre. Drygt en av tre kvinnor (35 procent) har en kritisk inställning medan 20 procent av männen är negativa. 52 procent bland de äldre, över 64 år, ogillar den ökade andelen elektronisk information. Motsvarande andel bland de yngre, mellan 15 och 29 år, är 12 procent.

Räkningar och deklarationer viktigt att kunna få i brevlådan

Närmare nio av tio svenskar tycker att det är viktigt att kunna få räkningar, deklarationer och besked från läkaren hem i brevlådan. Omkring fyra av tio anger att det är viktigt att kunna få motsvarande information i elektronisk form.

Information skickas idag allt oftare elektroniskt. Många av vardagens sysslor, som att beställa biljetter, läsa tidningen och se på TV, kan göras via nätet.

Som framkom redan i förra årets brevvanerapport vill dock svenskarna helst ha viktig information i pappersform. I årets studie tycker närmare nio av tio svenskar, 87 procent, att det är viktigt att kunna få räkningar hem i brevlådan. I jämförelse med förra året motsvarar detta en svag nedgång.

En nästan lika stor andel, 85 procent, tycker att det är viktigt att få deklaraionshandlingar i pappersform. Därtill tycker 89 procent av svenskarna att det är viktigt att kunna få läkarbesked hem i brevlådan. I *Brevvanor 2006* var dessa andelar något större.

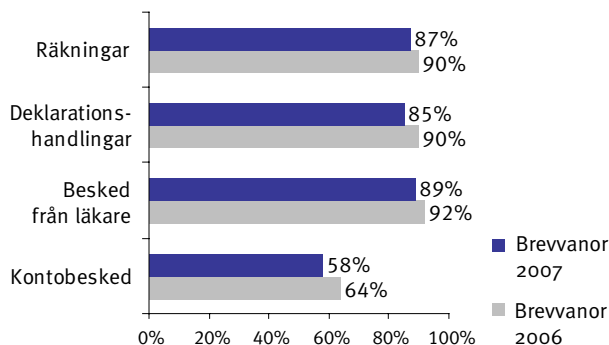
Av de undersökta exemplen är kontobesked den information där flest har ändrat inställning. Förra året tyckte 64 procent att det var viktigt att kunna få hem dem i brevlådan. I årets rapport har andelen sjunkit med sex procentenheter.

Mer viktigt kunna få kontobesked elektroniskt än e-fakturor

Behovet av att få motsvarande information elektroniskt är inte lika starkt. 40 procent av svenskarna tycker att det är viktigt att kunna få räkningar och deklaraionshandlingar i elektronisk form, medan 32 procent vill kunna få elektroniska läkarbesked. Andelen som tycker att det är viktigt att kunna få elektroniska räkningar har ökat något. Förändringen ligger inom den statistiska felmarginalen men indikerar en tendens, medan andelen som vill kunna få läkarbesked i elektronisk form är oförändrad.

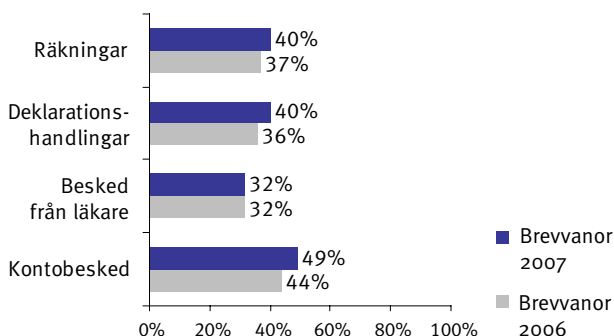
Kontobeskeden är även i årets studie den information som svenskarna är mest positiva till att få i elektronisk form. Närmare hälften av svenskarna, 49 procent, tycker att det är viktigt att få kontobesked elektroniskt. Denna andel har ökat med fem procentenheter sedan *Brevvanor 2006*.

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



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

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

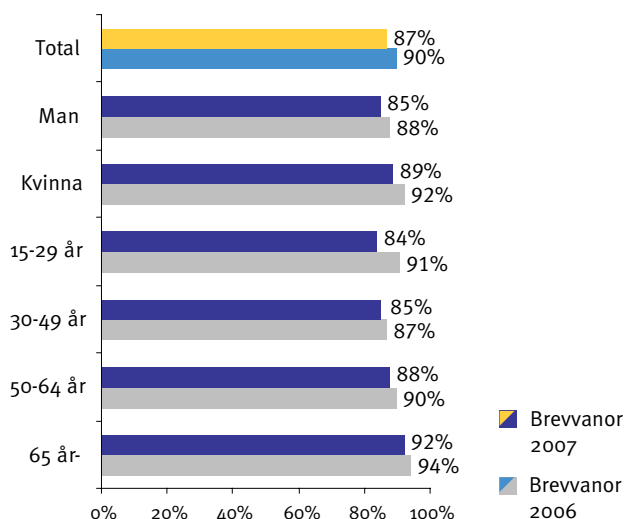


Bas: Samtliga. Svar: "Mycket viktigt" + "Ganska viktigt".

(Respondenterna har först fått frågan hur viktigt det är att kunna få motsvarande information i fysisk form. Därefter har en ny fråga ställts där de ombetts att värdera mottagandet av samma information i elektronisk form)

Kön och ålder påverkar inställningen till elektronisk information

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



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

Det är viktigt, oavsett kön och ålder, att kunna få hem räkningar i brevlådan. Inställningen till elektroniska räkningar påverkas dock av kön och ålder. Män och yngre tycker att det är viktigare med elektroniska räkningar än kvinnor och äldre.

Oavsett kön och ålder är det viktigt att kunna få räkningar i brevlådan. Bland de yngre, mellan 15 och 29 år, är det 84 procent som tycker det är viktigt. I åldersgruppen 30 till 49 år är motsvarande andel 85 procent. Av 50- till 64-åringarna är det 88 procent som tycker det är viktigt att kunna få räkningarna i pappersform. Den högsta andelen återfinns i den äldsta åldersgruppen, över 64 år, med 92 procent.

I jämförelse med förra årets rapport har andelarna i samtliga åldersgrupper minskat något.

Män och yngre mer positiva

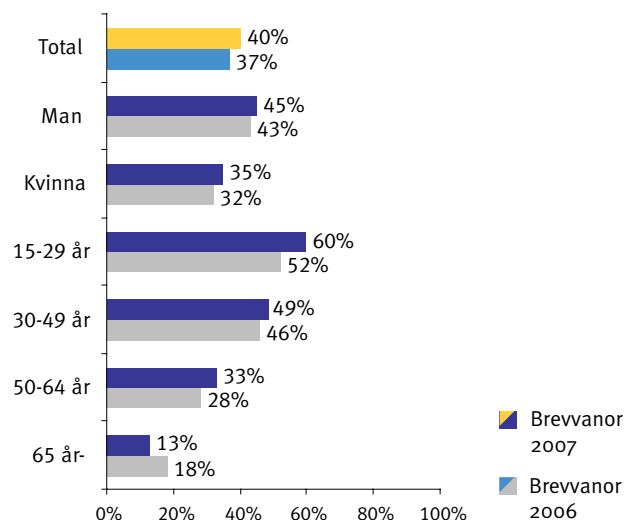
När inställningen till räkningar i elektronisk form betraktas blir skillnaderna tydligare. Män och yngre är mer positivt inställda än kvinnor och äldre. I årets rapport tycker 45 procent av männen och 60 procent av de yngre att det är viktigt med elektroniska räkningar. Motsvarande andel bland kvinnorna är 35 procent och bland de äldre endast 13 procent.

Tydligast förändring bland de yngre

I förhållande till föregående års studie tycker idag fler svenskar att det är viktigt med räkningar i elektronisk form. Detta gäller oavsett kön och ålder.

De som i störst utsträckning har ändrat sin inställning är de yngre, mellan 15 och 29 år. I *Brevvanor 2006* tyckte 52 procent av dem att det var viktigt att kunna få räkningar i elektronisk form. Andelen har ökat till 60 procent i den nya studien. Andelen bland de yngre som vill kunna få räkningar i brevlådan har minskat från 91 till 84 procent.

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



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

Tre av fyra betalar räkningar på nätet men fortfarande är få storanvändare av e-fakturor

Närmare tre av fyra Internetanvändare, 71 procent, sköter helt eller delvis sina betalningsärenden via nätet. Fem procent är storanvändare av e-fakturor.

Idag betalar nästan tre av fyra svenska Internetanvändare alla eller delar av sina räkningar elektroniskt. I jämförelse med förra årets resultat är denna andel närmast oförändrad. Det är något vanligare att män betalar elektroniskt än att kvinnor gör det, 75 procent mot 67 procent. I *Brevvanor 2006* var andelen män något större, medan andelen kvinnor är oförändrad. 30- till 49-åringar är de som i störst utsträckning betalar räkningar via nätet. 79 procent i denna åldersgrupp som använder Internet betalar sina räkningar via nätet.

Elektronisk betalning men räkningar i pappersform

Resultaten från ovanstående fråga visar, tillsammans med resultaten från föregående sida, att svenskarna betalar en stor del av räkningarna via Internet, men vill ha underlagen i pappersform. Denna slutsats drogs redan i *Brevvanor 2006*. Dock visar *Brevvanor 2007* att acceptansen för elektroniska underlag har ökat.

Svag uppgång för e-fakturor

Av svenskarna får 19 procent någon eller flera av sina räkningar i form av e-fakturor. I jämförelse med föregående studie motsvarar detta en svag uppgång.

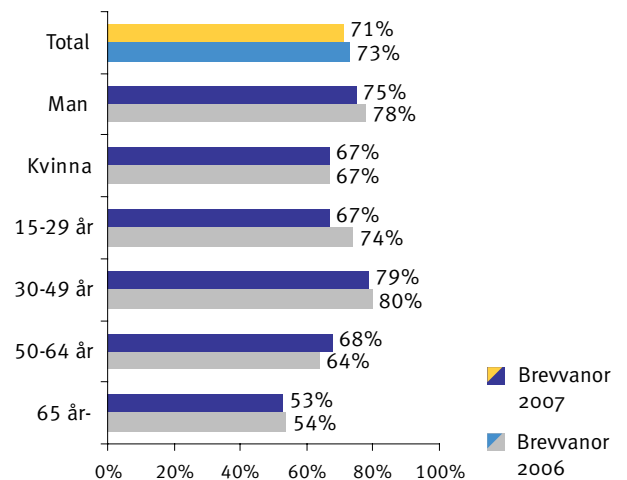
Störst är uppgången bland 30- till 49-åringar. I denna åldersgrupp finns också flest storanvändare av e-fakturor. Även kön påverkar användningen av e-fakturor. 24 procent av männen får e-fakturor, medan motsvarande andel bland kvinnorna är 15 procent. I jämförelse med *Brevvanor 2006* är båda dessa andelar något större.

Få storanvändare av e-fakturor

Av de 25 procent som använder e-fakturor är det drygt en av fem, 22 procent, som anger att de får flertalet eller alla fakturor elektroniskt. Detta innebär att drygt fem procent av Internetanvändarna kan kallas storanvändare av e-fakturor. Andelen storanvändare är i jämförelse med förra årets undersökning närmast oförändrad.

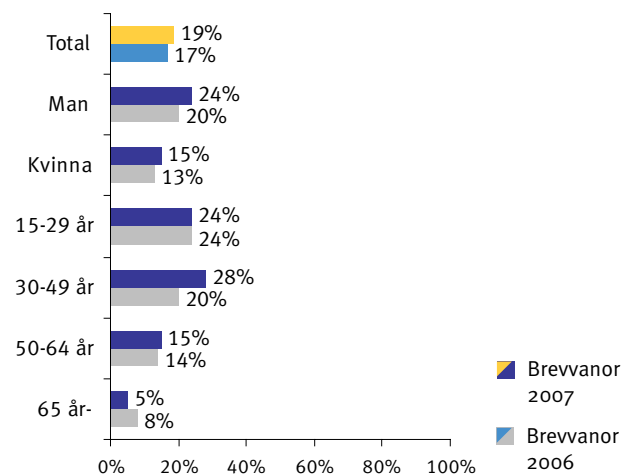
I likhet med studien förra året återfinns det idag fler storanvändare av e-fakturor bland män än bland kvinnor. Detta förhållande är oförändrat jämfört med förra året. Dock har andelen storanvändare bland 50- till 64-åringarna ökat markant med 12 procentenheter.

I vilken utsträckning sköter du betalningsärenden via Internet idag?



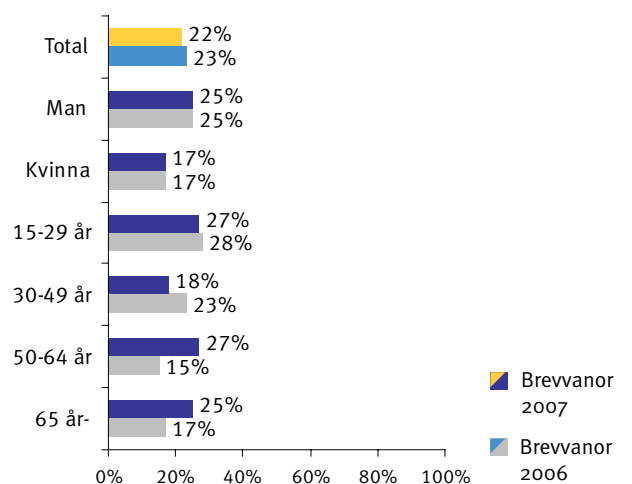
Bas: Använder Internet. Svar: "Allt" + "Delvis".

Får du några räkningar som e-faktura?



Bas: Samtliga. Svar: "Ja".

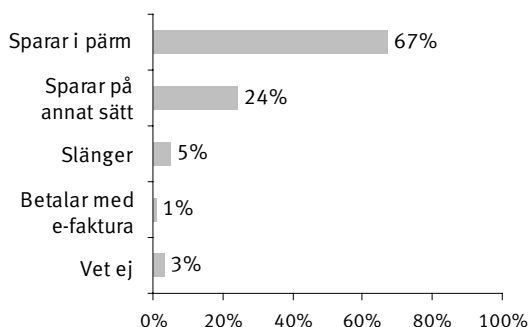
Hur många räkningar får du elektroniskt?



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

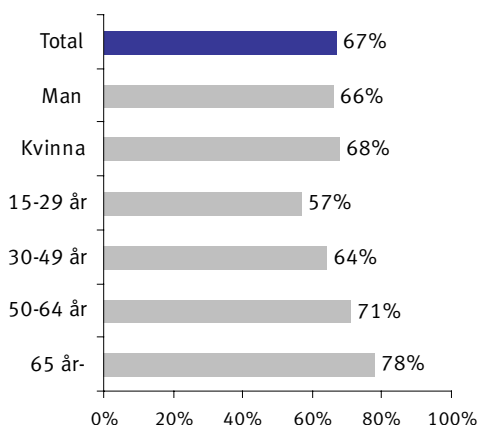
Fler än nio av tio sparar sina räkningar

När ni har betalat era räkningar, vad gör ni med underlagen?



Bas: Samtliga. (Ny fråga)

(Samma fråga som ovan - andel pärm-sparare)



Bas: Samtliga. Svar: "Sparar i pärm". (Ny fråga)

Fler än nio av tio svenskar, 91 procent, sparar sina räkningar. Omkring sju av tio, 67 procent, sparar dem i en pärm. Många svenskar använder pärmen för att hålla ordning och reda i den personliga ekonomin.

Som tidigare konstaterats är den fysiska räkningen något som svenskarna värdesätter men att acceptansen för elektroniska räkningar ökar.

Fler än nio av tio svenskar, 91 procent, sparar samtidigt sina räkningar i någon form. De allra flesta, 67 procent, sparar räkningarna i en särskild pärm. Endast en av tjugo, 5 procent, slänger sina räkningar sedan de har betalat dem.

Resultatet indikerar att de flesta svenskar vill kunna behålla underlag från de räkningar som de har betalat. Att spara räkningarna i en pärm är ett säkert och enkelt sätt att hålla ordning och reda i hushållets ekonomi.

Pärmsparare i alla åldrar

Oavsett kön och ålder är det vanligt att spara sina räkningar i en pärm. Nästan sex av tio, 57 procent, av 15- till 29-åringar gör det. I åldersgruppen "mitt livet" är andelen något större, 64 procent. Bland medelålders är den 71 procent. I den äldsta gruppen, över 64 år, är pärmsparandet mest utbrett. Nästan åtta av tio i denna grupp sparar räkningar i pärm.

Skillnaderna är obetydliga mellan hur många kvinnor och hur många män som är "pärmsparare". Knappt sju av tio kvinnor, 68 procent, sparar i pärm medan 66 procent bland männen gör det.

De flesta läser eller bläddrar igenom medskick

Tillsammans med fakturor skickar företag och organisationer ofta olika slags information eller erbjudanden, så kallade medskick. Nästan fyra av fem svenskar, 78 procent, läser eller bläddrar igenom detta. Pensionärerna är flitigast.

Så kallade medskick, erbjudanden som kundtidningar, information om kampanjer eller rabattkuponger följer ofta med fakturor i kuvert. De är ett av de sätt som företag kan kommunicera med sina kunder.

Att medskicket är en effektiv kommunikationskanal bekräftas av årets undersökning. Nästan fyra av fem svenskar, 78 procent, läser eller bläddrar igenom medskicket. I förhållande till förra året har denna andel minskat något.

Många bläddrar och läser vid intresse

Mer än hälften av de tillfrågade, 54 procent, bläddrar igenom medskicken och läser de delar som verkar intressanta. I förra årets undersökning var denna andel något större. Nästan en av tio (9 procent) läser materialet direkt, vilket stämmer väl överens med *Brevvanor 2006*. 15 procent lägger undan medskicken för att läsa mer noggrant vid ett senare tillfälle. I förhållande till förra året är denna andel oförändrad.

En av fem mottagare (20 procent) slänger det bifogade materialet. Detta motsvarar, i jämförelse med *Brevvanor 2006*, en uppgång med fem procentenheter.

Ju äldre person, desto flitigare läsare

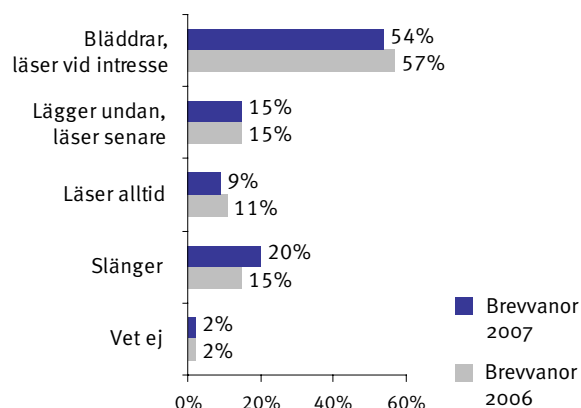
Åldern påverkar de tillfrågades läsbeteende. Ju äldre personerna blir, desto flitigare läser de medskicken. Bland de yngre, 15 till 29 år, är det 6 procent som svarar "läser alltid", medan motsvarande andel bland pensionärerna är mer än dubbelt så stor, 16 procent. Andelen storläsande pensionärer har samtidigt minskat med sju procentenheter, jämfört med *Brevvanor 2006*.

Personer "mitt i livet" svårast att nå

Den grupp som i störst utsträckning slänger medskicken utan att läsa dem är 30- till 49-åringarna. En av fyra (25 procent) av dem som är "mitt i livet" slänger materialet direkt. Denna andel visar en tendens till ökning i jämförelse med förra årets undersökning. 30- till 49-åringarnas vardag tycks fortsatt präglas av tidsbrist.

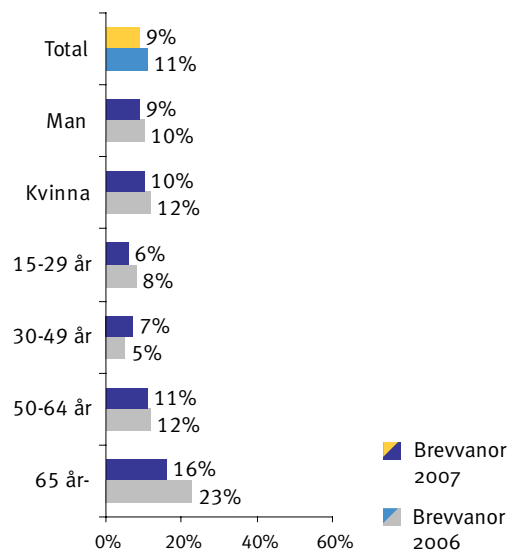
Skillnaden i läsbeteende av medskick mellan män och kvinnor är marginell. I förhållande till förra året är andelarna närmast oförändrade.

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 alltid läser)



Bas: Samtliga. Svar: "Läser alltid".

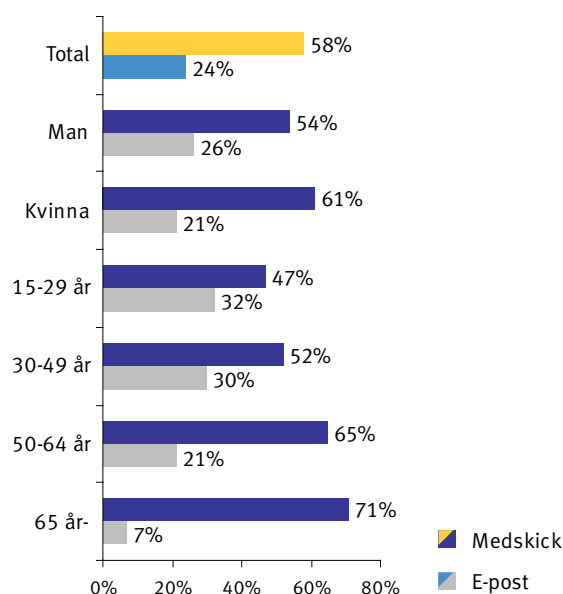
Medskick populärast bland bank- och försäkringskunder

Om du skulle råda din bank eller ditt försäkringsbolag på 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) Andel som föredrar medskick respektive e-post



Bas: Samtliga.

Medskicket är det mest populära sättet att få erbjudanden eller annan information på, om bank- och försäkringskunderna själva får välja. E-post är det näst mest populära alternativet.

I dagens medie- och kommunikationssamhälle blir antalet kommunikationskanaler ständigt fler. Samtidigt ökar intensiteten i både nya och befintliga kanaler. För de företag som vill kommunicera med sina kunder innebär detta både möjligheter och utmaningar.

Nyare kanaler, som Internet och mobiltelefoner, ger företagen ytterligare verktyg för att snabbt och personligt nå sina kunder. Samtidigt ökar risken för att satsa på fel kommunikationssätt, särskilt om målgruppen är bred. För ett företag kan sådana felsteg bli kostsamma.

Av denna anledning har bank- och försäkringskunder tillfrågats om vilka råd de skulle ge till sina banker och försäkringsbolag beträffande deras sätt att presentera erbjudanden och information.

Medskick fortsatt i topp

Liksom i förra årets rapport är kundernas råd tydligt. Satsa på medskick för att informera eller presentera erbjudanden. Närmare sex av tio, 58 procent, framhåller att medskicket är det bästa alternativet. Näst mest populärt är e-post, vilket nästan en av fyra, 24 procent, skulle föredra. Jämfört med *Brevvanor 2006* är dessa andelar närmast oförändrade.

Minst populärt är information via TV-reklam. I *Brevvanor 2007* föreslår nio procent detta sätt, vilket stämmer väl överens med förra årets resultat. Det bör dock poängteras att resultatet endast gäller för banker och försäkringsbolag samt för befintliga kundrelationer. I andra branscher och då nya kunder skall vinnas kan uppfattningarna vara annorlunda.

Medskick favorit i alla åldrar - dock populärast bland pensionärer

Det framgår tydligt i årets rapport att medskick föredras framför e-post av alla grupper. Samtidigt är inställningen till respektive informationssätt starkt påverkat av ålder. Bland 15- till 29-åringarna är det knappt hälften (47 procent) som föredrar medskick, medan motsvarande andel bland pensionärerna är 71 procent.

Relationen är den omvända vad gäller e-post. Ju äldre personen är, desto svagare är tilltron till e-post. I förhållande till föregående års rapport är dessa andelar oförändrade.

Bilaga – frågor, brevvanor

- Fråga 1** Hur viktigt är det för dig att du själv får välja på vilket sätt företag, myndigheter och organisationer informerar dig?
- Fråga 2** Vilken är din inställning till att information från företag, myndigheter och organisationer alltmer sker i elektronisk form, via Internet?
- Fråga 3** Hur viktigt är det för dig att kunna få följande information direkt hem i brevlådan? Svara med ett av alternativen: Mycket viktigt, Ganska viktigt, Inte särskilt viktigt eller Inte viktigt alls.
- a) Räkningar
 - b) Kontobesked
 - c) Besked från läkare/provsvär etc.
 - d) Deklarationshandlingar/slutbesked avseende taxering
- Fråga 4** 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. (samma alternativ som fråga 4)
- Fråga 5** I vilken utsträckning sköter du betalningsärenden via Internet idag?
- Fråga 6** Får du några räkningar som e-fakturor, dvs. i elektronisk form?
- Fråga 7** Ungefär hur många av dina räkningar eller ditt hushålls räkningar får du elektroniskt?
- Fråga 8** När ni i ditt hushåll har betalat era räkningar/fakturor, vad gör ni med underlagen?
- Fråga 9** 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 slänger informationen
 - d) Jag lägger undan och läser vid senare tillfälle
 - e) Tveksam, vet ej
- Fråga 10** 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?
- a) Skicka information tillsammans med räkningar och kontoutdrag hem till mig
 - b) Ring upp mig
 - c) Skicka ett e-mail
 - d) Annonsera i tidningen
 - e) Gör TV-reklam
 - f) Annons på Internetbankssida
 - g) Annat sätt, vad(Öppen)
 - h) Tveksam, vet ej



Brevvanerapporten ges ut av
Posten Meddelande AB
Telefon 020-23 22 21
www.posten.se

