



BREVVANOR 2011



PRIVATPERSONERS VANOR OCH ATTITYDER TILL FYSISK OCH ELEKTRONISK KOMMUNIKATION

Kommunikation måste ske på mottagarens villkor

FÖR SJÄTTE ÅRET I RAD HAR POSTEN INTERVJUAT svenska privatpersoner om attityder och beteenden kring olika former av fysisk och elektronisk kommunikation. Syftet är att ytterligare fördjupa förståelsen för de pågående förändringar som präglar kommunikationssamhället. Årets rapport bidrar med insikter om de trender som påverkar såväl Postens verksamhet som allmänhetens vardag.

Postens rapport ger en inblick i hur privatpersoner hanterar sin post. De allra flesta läser posten det första de gör när de kommer hem och har gjort detta till en vardagsrutin. Undersökningen visar tydligt att privatpersoner fortfarande vill få den viktigaste informationen om privatekonomin i sin brevlåda – även om man sedan betalar räkningarna, deklarerar och sköter andra ärenden online. Nästan varanda svensk har rutiner för hur de tar hand om sina räkningar. De flesta har en speciell plats där de lägger räkningen när de kommer med posten och ytterligare en plats där de sparar räkningen efter att den är betald.

I en tid då företag, myndigheter och organisationer har många olika sätt att kontakta oss på, vill de allra flesta privatpersoner själva välja hur de ska bli kontaktade. Nära sju av tio blir mycket irriterade om de inte själva får välja kommunikationssätt. Vissa vill få fysiska brev och andra föredrar elektronisk kommunikation.

Den kanske viktigaste slutsatsen i den här rapporten är att de företag, myndigheter och organisationer som vill nå fram med budskap till en specifik målgrupp måste lyssna på hur den vill ta emot informationen. Denna kunskap är nödvändig för att företag, myndigheter och organisationer ska kunna anpassa och utveckla sina erbjudanden efter hur världen ser ut idag och i morgon. Det är min förhoppning att Postens rapport kan ge svar på frågor och inspirera till nya lösningar.

Trevlig läsning!

Stockholm i maj 2011


Andreas Falkenmark



Metod

Undersökningen bygger på telefonintervjuer med 2 000 privatpersoner i ett riksrepresentativt urval. Intervjuerna genomfördes under perioden 17 november - 4 december 2010 av TNS SIFO.

Resultat från föregående fem års undersökningar redovisas för att kunna visa på trender inom det undersökta området.

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, det vill säga grundar sig på färre intervjuer än samtliga, ska tolkas med större försiktighet.

I graferna används genomgående förkortningen BV för rapportnamnet Brevvanor.

Innehåll

- 4** Sammanfattning
- 5** Viktig information ska helst komma i brevlådan
- 6** Deklarationen och deklarationsunderlag vill vi ha på papper
- 7** Ingen generationsfråga – man vill ha räkningen på papper
- 8** Kontroll, enkelhet och överskådlighet
- 9** Valfriheten allt viktigare
- 10** Påtvingade informationskanaler irriterar
- 11** Brevet en viktig del i vardagen
- 12** Koll på räkningarna
- 13** Brevlådan och nätet hand i hand
- 14** Allt vanligare med e-faktura
- 15** Få storanvändare av e-faktura
- 16** Säg det med en räkning
- 17** Räkningen – en stark kommunikationskanal
- 18** Om mottagaren själv får välja

Sammanfattning

DOSTEN PUBLICERAR UNDERSÖKNINGEN BREVVANOR för sjätte året i rad, en undersökning som visar privatpersoners vanor och attityder till fysisk och elektronisk kommunikation. Trots ett mer digitaliserat samhälle framgår även av årets undersökning att det fysiska brevet fortfarande står sig starkt.

VIKTIG INFORMATION SKA KOMMA I BREVLÅDAN -

Privatpersoner tycker att det är fortsatt viktigt att få fysiska brev, särskilt när det kommer till viktig information om privatekonomin. 77 procent vill ha räkningarna i sin brevlåda. Majoriteten tycker även att det är viktigt att få underlag till deklarationen (76 procent), pensionsinformation (64 procent) och deklarationsblanketten (76 procent) i sin brevlåda.

BREVET ÄR EN VIKTIG DEL I VARDAGEN - Kring våra brev skapar vi vanor och rutiner. När vi kommer hem från jobbet, går 85 procent direkt igenom sina brev, och endast två procent har ingen speciell rutin för sina underlag till räkningarna. 86 procent sparar dem på en särskild plats eller sätter in dem i en pärm.

PRIVATPERSONER VILL SJÄLVA BESTÄMMA HUR DE FÅR INFORMATION -

Nära nio av tio vill välja själva hur de tar emot information från företag, myndigheter och organisationer, och nästan sju av tio blir mycket irriterade om de inte får det. Ett

sätt för företag att öka kundnöjdheten är därför att inte bestämma om kommunikationssättet över kundernas huvuden.

FYSISKA BREVET KOMBINERAS MED ELEKTRONISKA TJÄNSTER -

Årets rapport visar också att vi gärna kombinerar brev med elektroniska lösningar. Även om över 80 procent av dem som använder Internet, betalar räkningar på nätet idag, tycker ändå 77 procent av samtliga privatpersoner att det är viktigt att få räkningarna i brevlådan.

BREVET ÄR MER ÖVERSKÅDLIGT - De allra flesta vill ha viktig information på papper. De största fördelarna är att ett fysiskt brev är mer överskådligt, ger bättre kontroll och är enkelt att läsa.

BREVETS POPULARITET ÄR INGEN GENERATIONSFRÅGA -

Vi kan också konstatera att det fysiska brevet är populärt även bland yngre. I åldersgruppen 24-29 år tycker tre av fyra att det är viktigt att kunna få räkningarna i sin brevlåda.

RÄKNINGEN SOM KOMMUNIKATIONSKANAL -

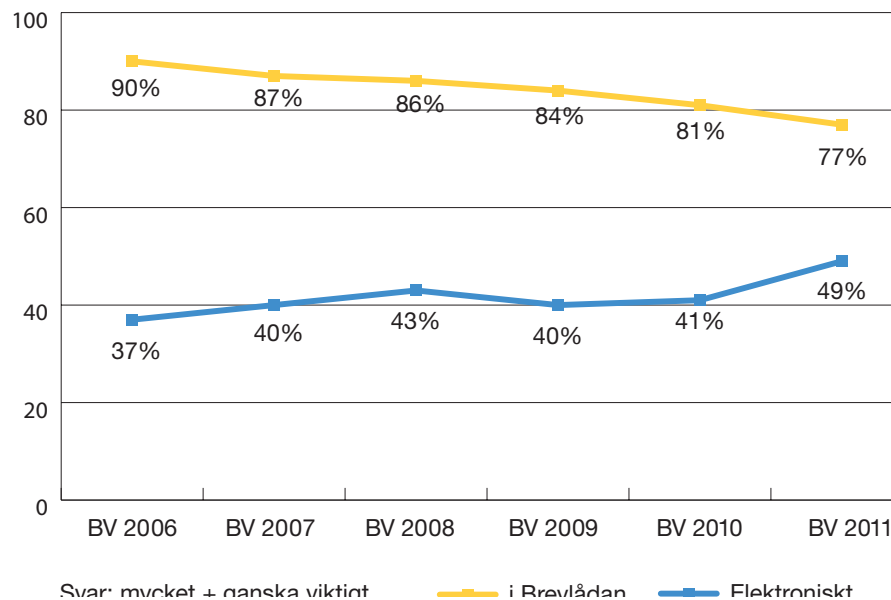
Åtta av tio av alla mottagare läser eller bläddrar igenom även informationen som kommer tillsammans med räkningen. Dessutom är fler än sex av tio positiva eller neutrala till att få personliga erbjudanden på sina räkningar.

Viktig information ska helst komma i brevlådan

■ Under de senaste åren har många företag och organisationer drivit på för att i ökad utsträckning skicka ut till exempel räkningar via digitala kanaler. Trots de incitament som företag och organisationer vidtagit för att privatpersoner ska välja digitala lösningar är det fortfarande betydligt fler som tycker att det är viktigt att kunna få viktig information på papper i sin brevlåda än i elektronisk form.

■ Tre av fyra privatpersoner tycker det är viktigt att få post som t ex hushållets räkningar på papper i brevlådan, medan hälften tycker det är viktigt att få den digitalt.

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



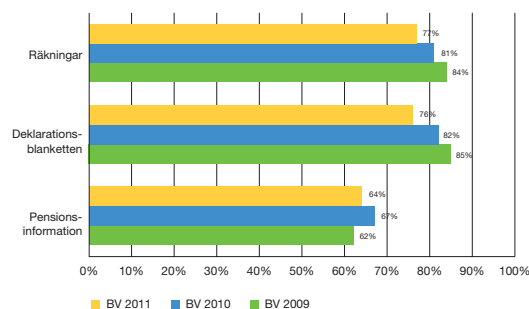
Bas: Samtliga

Deklarations- underlag och deklarations- blanketten vill man ha på papper

- Viktig information om privatekonomin vill de flesta privatpersoner kunna hålla i handen. En majoritet vill få räkningar, pensionsinformation, underlag till deklarationen och deklarationsblanketten i sin brevlåda.
- 44 respektive 39 procent tycker att det är viktigt att få deklarationsblanketten och pensionsinformationen elektroniskt. Att det är färre som tycker att det är viktigt att kunna få dessa underlag, jämfört med räkningar, elektroniskt beror förmodligen på att frågor om deklaration och pension är mer komplexa och att man tycker att man får bättre överblick när informationen finns på papper.

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

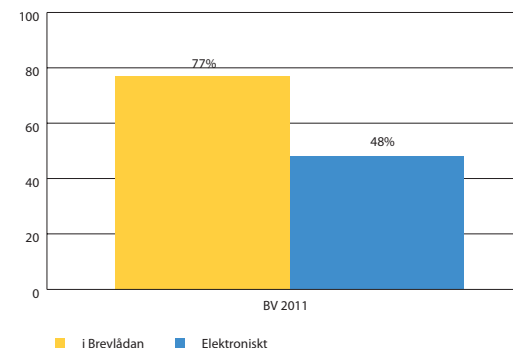
Svar: "Mycket viktigt" + "Ganska viktigt"



Bas: Samtliga

Hur viktigt är det att få underlag till deklarationen/årsbesked från banken i brevlådan/elektroniskt? (Två frågor ställdes)

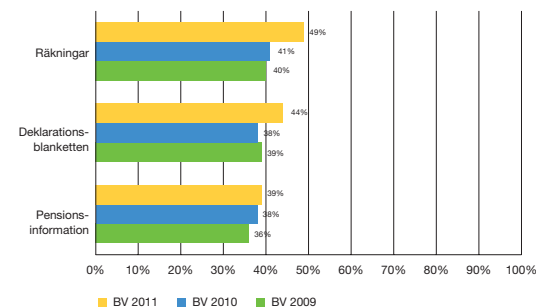
Svar: "Mycket viktigt" + "Ganska viktigt"



Bas: Samtliga

Hur viktigt är det att få följande information elektroniskt?

Svar: "Mycket viktigt" + "Ganska viktigt"



Bas: Samtliga

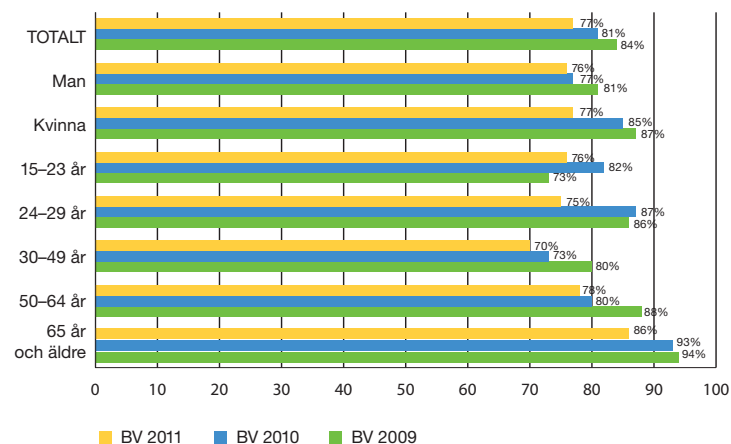
Ingen generationsfråga – man vill ha räkningen på papper

■ Viljan att få räkningar i brevlådan är inte en generationsfråga. Omkring tre av fyra privatpersoner anger att det är viktigt att kunna få räkningar i sin brevlåda. Det stärker tesen att brevet inger mer förtroende än elektronisk kommunikation.

■ I samtliga åldersgrupper är det fler som anger att de tycker att det är viktigt att kunna få sina räkningar på papper än vad som anger att det är viktigare att kunna få det digitalt. Enda undantaget är åldersgruppen 24-29 år där lika många (tre av fyra) vill kunna ta emot räkningar digitalt som på papper.

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

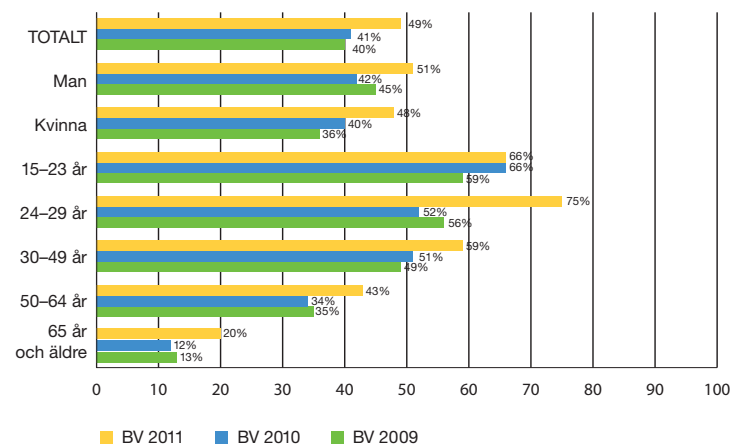
Svar: "Mycket viktigt + Ganska viktigt"



Bas: Samtliga

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

Svar: "Mycket viktigt + Ganska Viktigt"



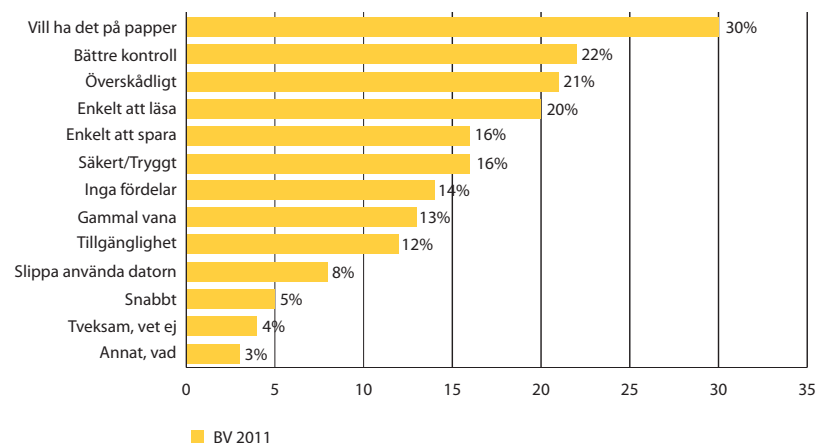
Bas: Samtliga

Kontroll, enkelhet och överskådlighet

Tre av fyra av samtliga tillfrågade privatpersoner anger att de vill få viktig information på papper. Vilka är då de största fördelarna med att få informationen direkt hem i brevlådan? Brevet är det informationssätt som många anser vara mest överskådligt och enklast att läsa. Andra fördelar som lyfts fram med brevet är bättre kontroll och att det är enklare att spara.

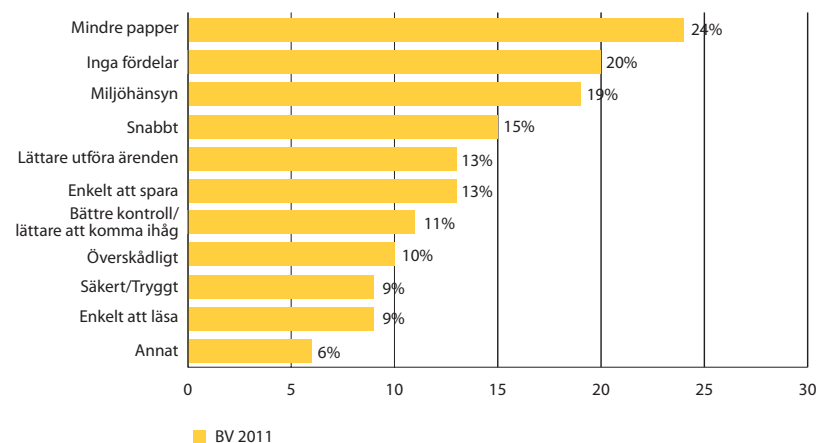
24 procent av Internetanvändarna har angivit mindre papper som den största fördelen med elektronisk kommunikation. 20 procent kan inte ange någon fördel och 19 procent tycker att det är bättre ur miljösynpunkt.

Vilka är de största fördelarna med att ta emot viktig information, t ex kontobesked, räkningar, kundinformation m.m., direkt hem i brevlådan som vanligt brev?



Bas: Samtliga (flera svar möjliga)

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



Bas: Använder Internet (Flera svar möjliga)

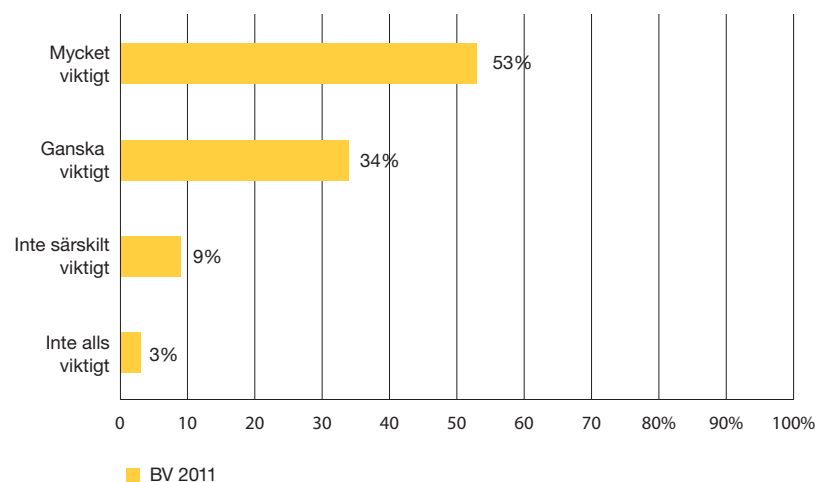
Valfriheten blir allt viktigare

■ Samtidigt som det blir vanligare att företag, myndigheter och organisationer väljer att kommunicera digitalt med sina kunder, anser allt fler privatpersoner att det är viktigt att själv få bestämma hur man ska ta emot information. Nästan nio av tio tillfrågade tycker att det är viktigt att själva få välja på vilket sätt företag, myndigheter och organisationer informerar dem.

■ Sedan frågan ställdes för första gången i Brevvanor 2007 har aldrig så många som i år angett att det är ganska eller mycket viktigt att själv få bestämma kommunikationskanal.

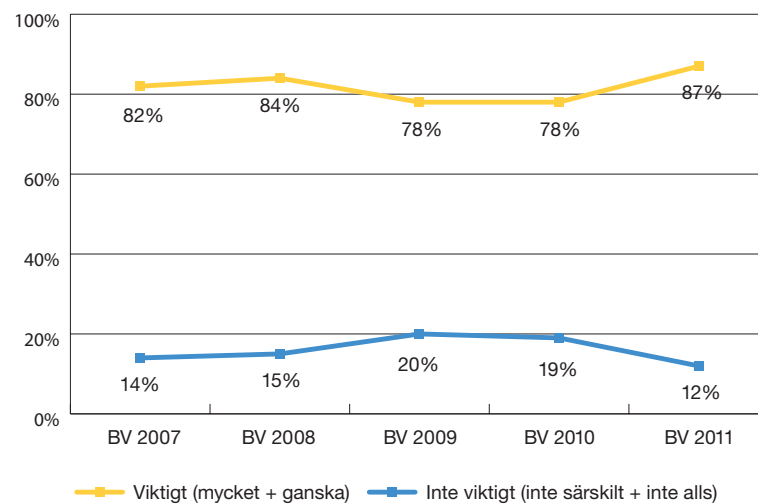
■ Slutsatsen är att det är viktigt för avsändare att ta hänsyn till hur deras mottagare vill bli informerade och erbjuda dem flera alternativ för hur de skickar information.

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



Bas: Samtliga

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

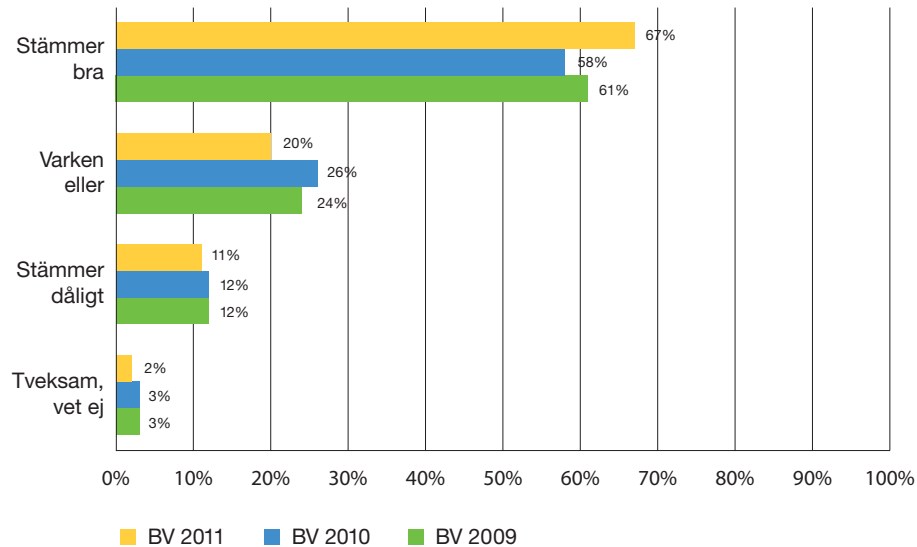


Bas: Samtliga

Påtvingade informationskanaler irriterar

- Det är inte bara viktigt att kunna välja om information ska tas emot i brevlådan eller elektroniskt. När man som mottagare fråntas den valfriheten och tvingas acceptera en viss typ av informationsbärare skapas stor irritation. Nästan sju av tio blir mycket irriterade när de inte får välja själva hur de ska bli kontaktade.
- Precis som med vikten av att kunna välja hur man får information så ökar antalet personer som säger sig bli irriterade när de inte själva får bestämma på vilket sätt företag kommunicerar med dem, jämfört med tidigare års undersökningar.
- Undersökningen visar att företag, myndigheter och organisationer behöver lyssna till sina kunder för att ta reda på hur de vill ta emot information.

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."



Bas: Samtliga

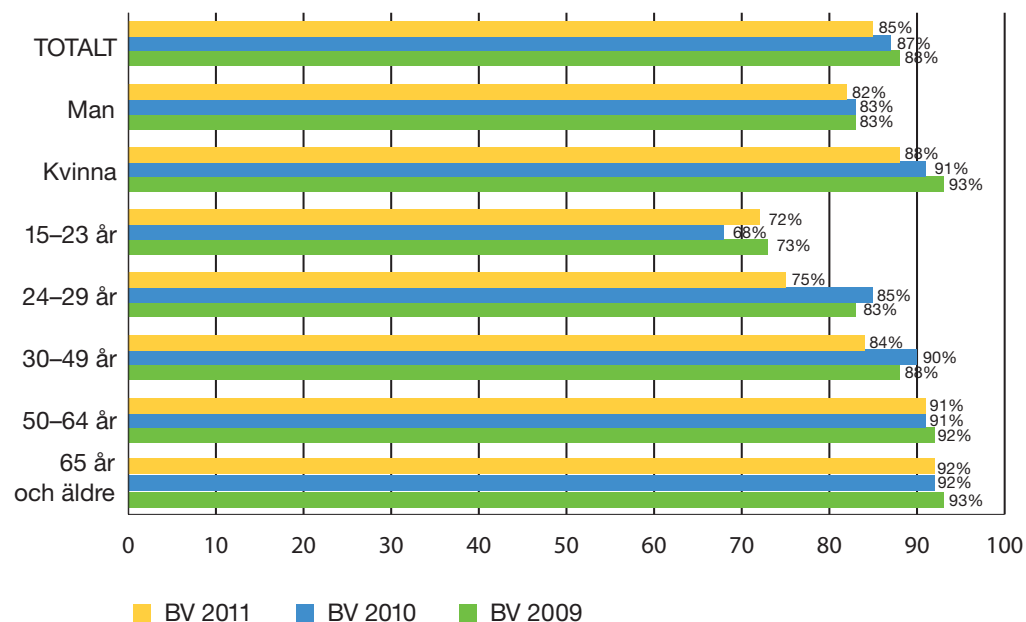
Brevet är en viktig del i vardagen

- Brev som kommer i brevlådan fyller en viktig funktion i privatpersoners dagliga rutin.
- Skickar man ett brev kan avsändaren därför också vara ganska säker på att det blir läst samma dag som det kommer fram till mottagaren. 85 procent av privatpersonerna går igenom sin post det första de gör när de kommer hem. Oavsett om man är ung eller gammal, man eller kvinna, så är öppnandet av posten en självklar del av vardagen.

- Ålderskategorin 15-23 år står för den lägsta siffran, 72 procent. Detta kan bero på att många fortfarande bor hemma och inte får så mycket post, vilket gör att de inte har samma rutin på att dagligen gå igenom den. Motsvarande andel för ålderskategorin 24-29 år, uppgår till 75 procent.

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

(Andel som instämmer)



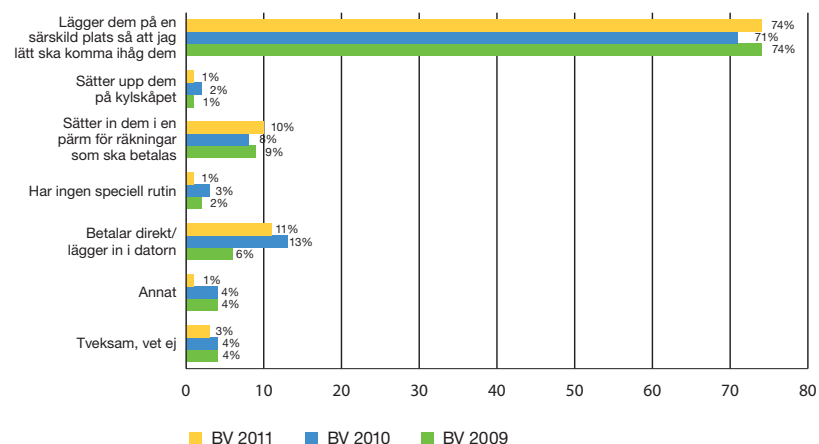
Bas: Samtliga

Koll på räkningarna

■ Både räkningar som ska betalas och som har betalats, är en del av en ritual som pågår i de flesta svenska hem varje månad. Oavsett om räkningarna läggs på en speciell plats, hamnar i en pärm eller betalas direkt, anstränger man sig för att de inte ska tappas bort. I stort sett alla har en given plats där de lägger sina räkningar innan de betalar dem.

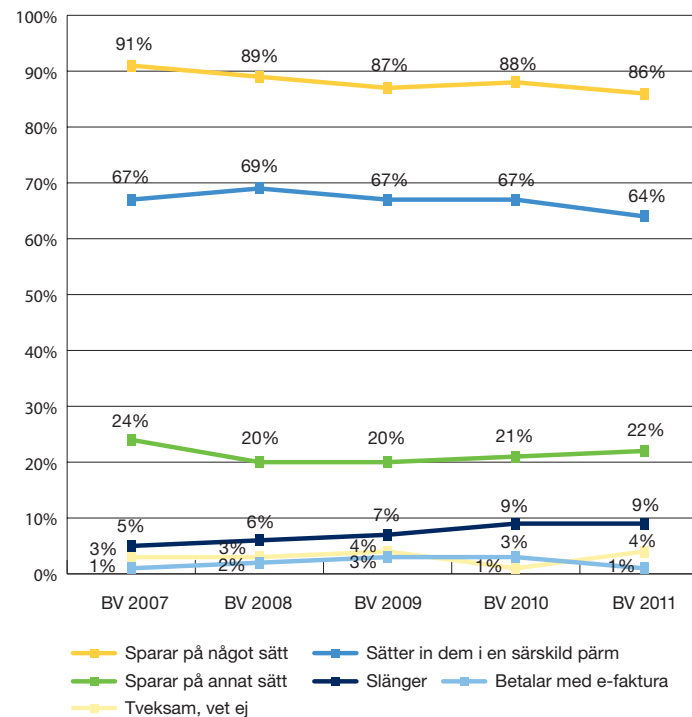
■ När de väl är betalda har de allra flesta en plats där de sparar sina räkningar. Endast 9 procent av de tillfrågade slänger räkningarna.

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



Bas: Samtliga

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



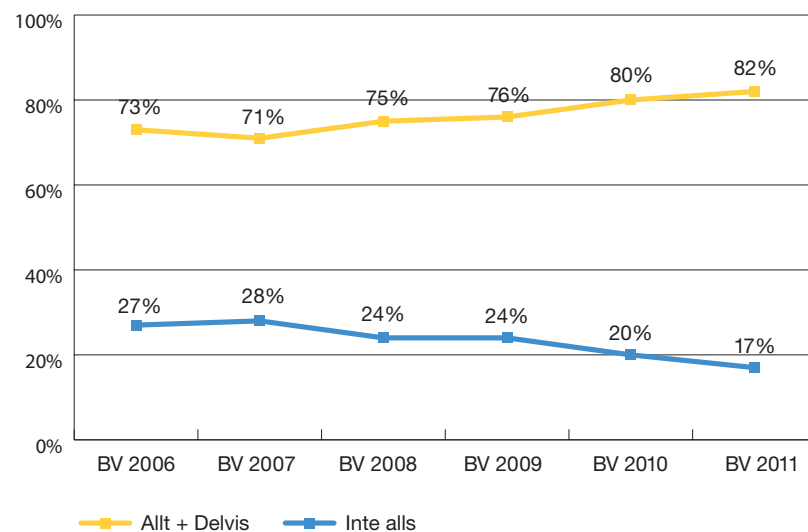
Bas: Samtliga

Brevlådan och nätet hand i hand

- Även om en klar majoritet helst tar emot information och räkningar i brevlådan, betalar fler än åtta av tio Internetanvändare sina räkningar på Internet.
- När det fysiska brevet och nätet används tillsammans, får man den säkerhet och tydlighet som en räkning i brevlådan medför och den enkelhet det innebär att betala dem via Internetbanken. Att få räkningar i brevlådan och betala dem via Internet, har blivit ett sätt att skräddarsy hanteringen av privatekonomin och göra den så smidig som möjlig.

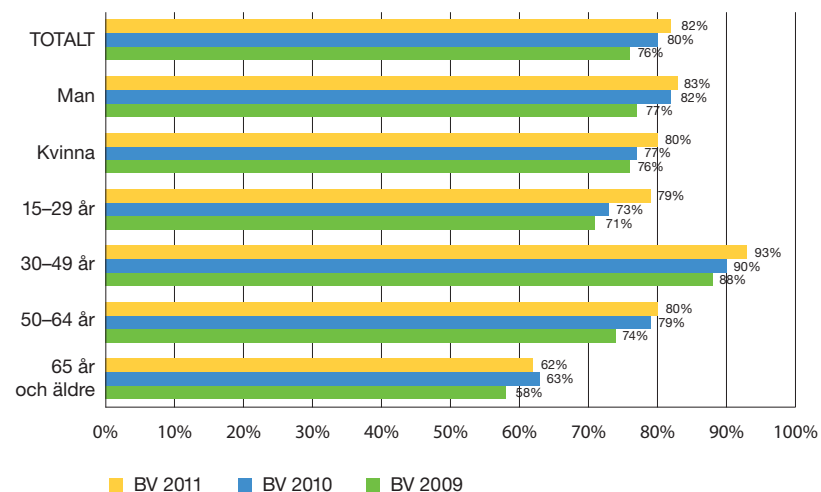
- De tillfrågade i åldersgruppen 30-49 år är de som använder Internet i störst utsträckning för sina betalningsärenden. Men oavsett kön och ålder betalar majoriteten sina räkningar på Internet idag.

I vilken utsträckning sköter du betalningsärenden via Internet idag?



(Bas: använder Internet)

Samma fråga som ovan nedbrutet på kön och ålder



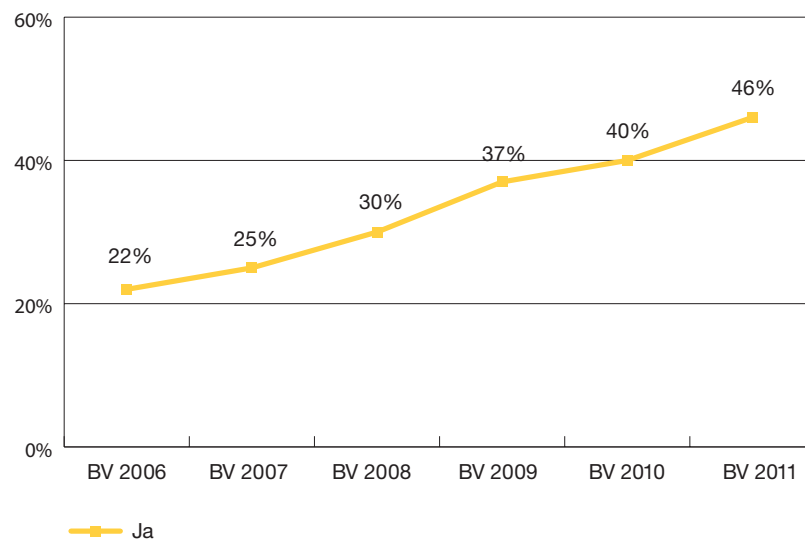
Svar: "Allt + Delvis"

Allt fler e-fakturer

■ Sedan 2006 har antalet som svarat ja på frågan om de får några räkningar i form av e-fakturer mer än fördubblats. I dag får 46 procent av Internetanvändarna någon eller några räkningar i elektronisk form.

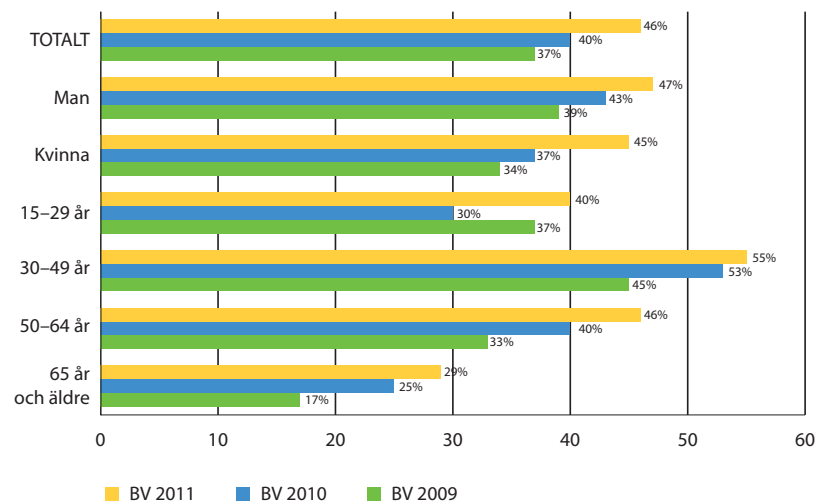
■ E-fakturan är absolut vanligast i åldersgruppen 30-49 år där 55 procent av Internetanvändarna svarar att de får räkningar i elektronisk form.

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



(Bas: Använder Internet)

Samma fråga som ovan nedbrutet på kön och ålder

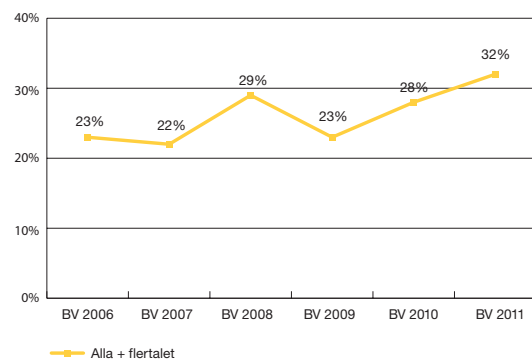


Fåtal storanvändare av e-faktura

- Bland de privatpersoner som anger att de får räkningar i form av e-fakturer är det endast en tredjedel som får flertalet eller alla räkningar i detta format.
- Sett till alla privatpersoner i Sverige som har tillgång till Internet är det cirka 15 procent som får alla eller flertalet av sina fakturer elektroniskt.

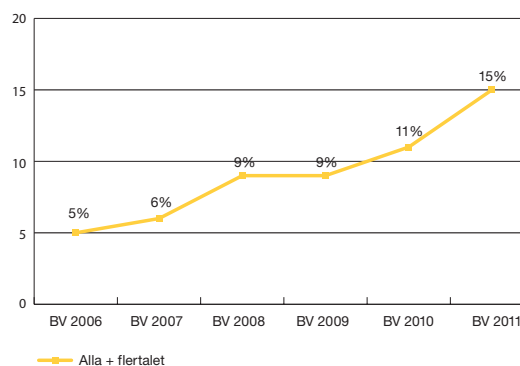
- Av dem som får e-fakturer, får sju av tio dem direkt till sin Internetbank medan en liten del, 7 procent, endast får dem som en bilaga i e-posten.

Ungefär hur många av ditt hushålls räkningar får du elektroniskt?



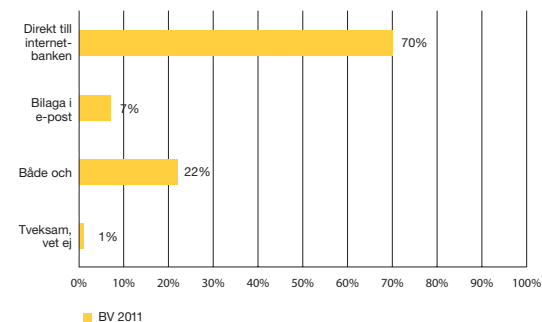
(Bas: Får e-fakturer)

Andel storanvändare av e-fakturer



Bas: Använder Internet (Diagrammet visar andelen som svarat att de får e-fakturer multiplicerat med andelen som svarat "alla" + "flertalet")

Är det som bilaga till e-post eller är det direkt till din Internetbank där du får godkänna räkningen/fakturan. Eller är det både och?

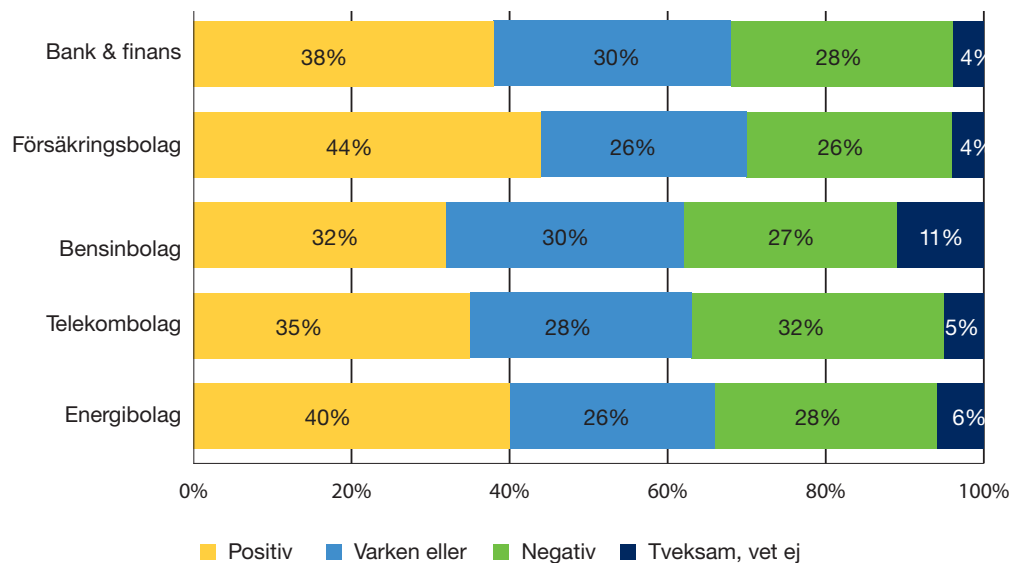


Bas: Använder Internet

Säg det med en räkning

- När räkningar skickas ut innehåller de ofta outnyttjat pappersutrymme. Att få personliga erbjudanden på dessa ytor är något som många är positiva till. Mer än sex av tio är positiva eller neutrala till att få personliga erbjudanden på sina räkningar.
- En majoritet är positivt eller neutralt inställda till att få erbjudanden från företag oavsett vilken bransch företaget verkar inom. Dock tycks något fler vara positiva till att ta emot erbjudanden från energi- och försäkringsbolag jämfört med telekom- och bensinbolag.
- Räkningen används sällan som informationskanal i Sverige idag. Denna undersökning visar att det finns möjligheter för svenska företag att använda räkningen som en ny kontaktyta till sina kunder.

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



Bas: Samtliga

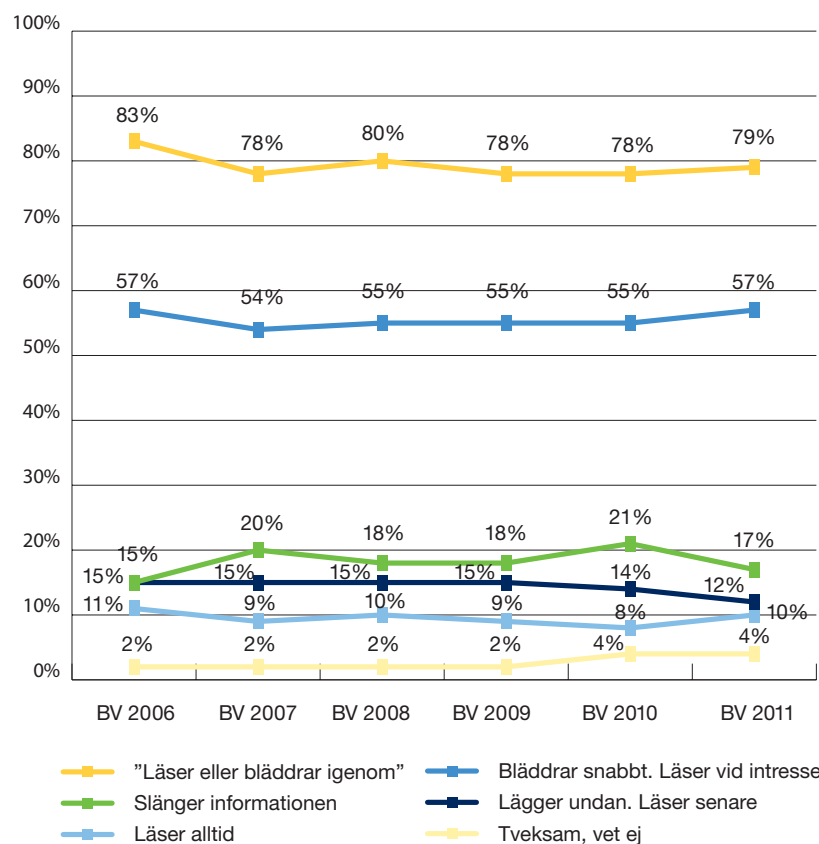
Räkningen – en stark kommunikationskanal

- Att använda räkningen som kanal för att ge information och erbjudanden till sina kunder är en outnyttjad möjlighet för många företag.
- Åtta av tio tillfrågade privatpersoner anger att de i någon utsträckning läser eller bläddrar igenom information och erbjudanden som kommer i samma kuvert som en räkning. Knappt två av tio (17 procent) anger att de slänger informationen.

danden som kommer i samma kuvert som en räkning. Knappt två av tio (17 procent) anger att de slänger informationen.

- Precis som med de tomma ytorna på räkningen finns här en för många outnyttjad möjlighet att på ett enkelt och kostnadseffektivt sätt kommunicera med sina kunder.

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



Bas: Samtliga

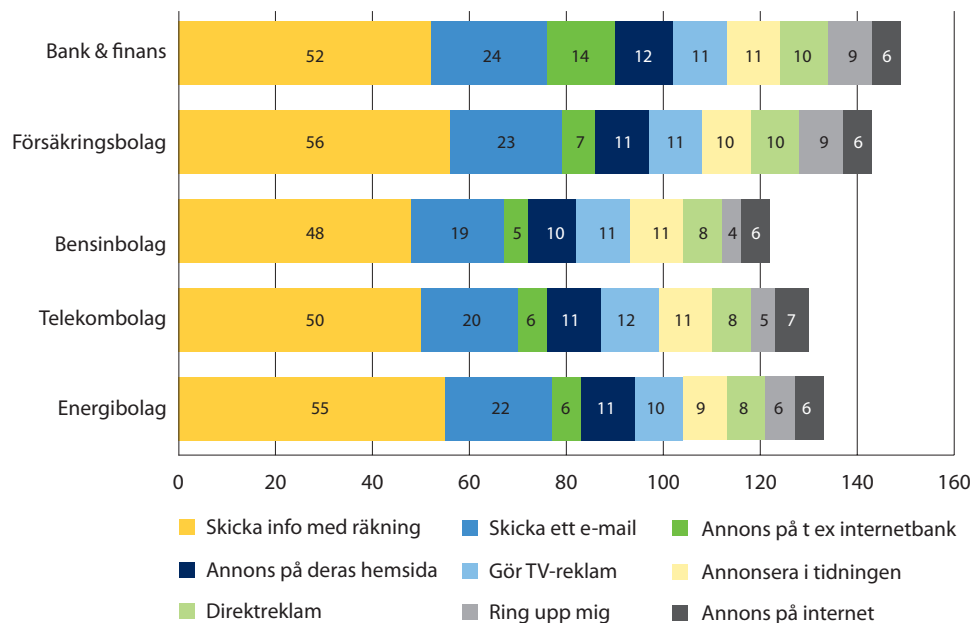
Om mottagaren själv får välja

- Att pappersräkningen fortfarande har en stark ställning och att de flesta privatpersoner vill ha sina räkningar fysiskt i brevlådan råder det inget tvivel om. Men räkningen är också en stark informationskanal. När privatpersoner får ge råd till företag i olika branscher där de är kunder om vilka kanaler de bör använda för att presentera information och erbjudanden är det vanligaste rådet, oavsett bransch, att skicka informationen med räkningen.
- Runt hälften av alla tillfrågade ger rådet att skicka information med räkningen. Andra-

handsalternativet, information via e-post, kommer långt efter och föredras av bara en fjärdedel.

- Sammanfattningsvis är utskicket av räkningen en outnyttjad informationskanal som har stor potential att nå många av mottagarna med information och erbjudanden. För företaget innebär det dessutom en möjlighet att utnyttja den redan gjorda investeringen i portot för att kommunicera med sina kunder på deras villkor.

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



Bas: Samtliga (Flera svar möjliga)