

# Från Internetfantaster till Försiktiga traditionalister

– en studie om postvanor



# Förord

Det senaste decenniet har kommit att kallas för en informationsrevolution. Sättet att kommunicera har förändrats i grunden, vilket också har påverkat Postens verksamhet. Räkningar som tidigare betalades på postkontor, betalas nu elektroniskt. E-post och SMS har blivit vanliga sätt att kommunicera, vilka har minskat mängden privata brev som skickas.

Samtidigt visar den undersökning om svenska folkets vanor och attityder till fysisk och elektronisk information, som Posten presenterade våren 2006 i rapporten *Brevvanor*, att nästan alla svenskar vill kunna få sina räkningar i pappersform. De som har tillgång till Internet föredrar dock i de flesta fall att göra själva betalningen elektroniskt.

Det som framkom i rapporten *Brevvanor* illustrerar också Postens förändrade tjänsteutbud. Det utvecklas ständigt och innehåller idag en mängd möjligheter att kombinera fysisk och elektronisk information, också för att möta svenskarnas uttalade behov av valfrihet i mottagande av information.

Därför är det angeläget för Posten att fortsätta förmedla kunskap om allmänhetens attityder till det som rör Postens verksamhet. Den nya rapporten tar vid där vårens brevvanerapport slutade. Rapporten är en fördjupningsstudie i hushållens posthantering. Hur går det egentligen till när svensken kommer hem och tar hand om sin post? Hur viktigt är det att kunna få viktig post i pappersform och hur ser själva posthanteringen ut i svenska hushåll? Det är några av de frågor som denna rapport vill svara på.

Rapporten vänder sig till den som arbetar med kommunikation mot allmänheten eller som på andra sätt har intresse eller behov av att förstå det fysiska papprets roll i det papperslösa samhället.

Trevlig läsning!

Anders Åsberg

Chef Administrativa Sortimentet

Posten Sverige AB

# Sammanfattning

Rapporten är en fördjupning och fortsättning på *Brevvanor*, en rapport om svenska folkets vanor och attityder till fysisk och elektronisk information, som Posten presenterade våren 2006. Den nya rapporten bygger på fyra undersökningar som Posten har gett SIFO Research International i uppdrag att genomföra och analysera.

- **Svenskarna vill kunna få räkningen i pappersform** – För nio av tio svenskar är det viktigt att få räkningar skickade fysiskt hem till postlådan. Knappt fyra av tio tycker att det är viktigt att kunna få motsvarande information elektroniskt.
- **Posten hanteras direkt** – Flertalet (80 procent) av alla svenskar går igenom den post som kommit i postlådan direkt när de kommer hem. Sorteringen görs sedan i flera steg.
- **Långa texter gör sig bättre i vanliga brev** – Tre av fem svenskar föredrar att få fysiska brev framför e-post om det är information som innehåller mycket text.
- **Elektronisk post inte helt säker** – Mycket få svenskar (15 procent) tycker att tekniken idag är så säker så att de är beredda att ta emot all post elektroniskt.
- **Var femte svensk räknar med fler e-fakturer** – Inom en snar framtid räknar var femte svensk med att de kommer att betala fler räkningar med e-faktura. Idag är det 17 procent som helt eller delvis använder e-faktura.
- **Valfrihet i kommunikationssätt självklart** – Över hälften (56 procent) av de tillfrågade säger att de skulle bli mycket irriterade om myndigheter och företag skulle bestämma vilket sätt de skulle kommunicera med dem.
- **Fyra tydliga konsumentgrupper** – Utifrån resultaten i en omfattande undersökning som SIFO Research International genomfört vid fyra tillfällen har fyra konsumentgrupper kunnat utkristalliseras baserat på attityder till och hantering av fysisk och elektronisk information. De fyra grupperna är:
  - o **Internetfantaster** - avancerade Internetanvändare som betalar räkningar via Internet och som inte uppskattar fysiska brev (16,8 procent av befolkningen)
  - o **Brevvänliga surfare** - avancerade Internetanvändare som betalar räkningar via Internet och som uppskattar fysiska brev (38,0 procent av befolkningen)
  - o **Måttliga surfare** - använder Internet i begränsad utsträckning. Betalar sina räkningar i fysisk form (29,7 procent av befolkningen)
  - o **Försiktiga traditionalister** - Har inte tillgång till Internet. Många äldre finns i denna grupp, liksom låginkomsttagare och boende på landsbygden (15,5 procent av befolkningen)

## Innehåll

Sammanfattning	1
----------------	---

Innehåll och syfte	2
--------------------	---

### *Del 1 - Svenska folkets attityder till fysisk och elektronisk information*

Viktigt att kunna få räkningar i pappersform	3
--	---

### *Del 2 - Fyra konsumentgrupper*

Från Internetfantaster till Försiktiga traditionalister	4
Svensken hanterar posten direkt	6
E-post ses inte som helt säker	7
Fler e-fakturer för två av tio	8
Tvång skapar irritation	9

### *Del 3 - Fallstudier*

Internetfantaster	10
Brevvänliga surfare	12
Måttliga surfare	14
Försiktiga traditionalister	16



## Om undersökningarna

Rapporten baseras på resultat från fyra olika undersökningar som har genomförts och analyserats av SIFO Research International.

- **Brevvanor** - Mellan den 19 och 30 november 2005 genomfördes 1 000 intervjuer i ett riksrepresentativt urval. Undersökningen handlade om svenska folkets vanor och attityder till fysisk och elektronisk information och finns redovisade i rapporten *Brevvanor*. Delar av undersökningsresultatet återfinns i denna rapport, framförallt i första avsnittet.
- **Finansmonitorn** - Under våren 2006 genomfördes totalt 5 000 intervjuer i ett riksrepresentativt urval inom ramen för Finansmonitorn. Det är en återkommande undersökning som även genomförts för Postens räkning under våren 2004 samt våren och hösten 2005.  
  
Med grund i Finansmonitorn har fyra konsumentsegment utkristalliserats. Dessa redovisas i rapporten. I Finansmonitorn används delvis andra beteckningar för segmenten än i denna rapport<sup>1</sup>. Resultaten från Finansmonitorn ligger till grund för rapportens andra avsnitt.
- **Fokusgrupper** - Hösten 2006 (vecka 39) genomfördes fyra fokusgrupper med olika konsumentgrupper i Stockholm och Linköping. Delar av resultaten från dessa fokusgrupper presenteras i rapportens andra avsnitt.
- **Hemma-hos-intervjuer** – Hösten 2006 (vecka 39 och 40) genomfördes fyra hemma-hos-intervjuer i hushåll från vart och ett av de fyra huvudsegmenten. Dessa presenteras i rapportens tredje avsnitt.

1. I Finansmonitorn används följande beteckningar för de olika segmenten (inom parentes de beteckningar som används i denna rapport): Avancerade e-vänliga (Internetfantaster), Avancerade brev-vänliga (Brevvänliga surfare), Måttliga surfare (Måttliga surfare), Ej Internet-användare (Försiktiga traditionalister)

## Innehåll och syfte

Rapporten består av tre huvudavsnitt. Det första beskriver översiktligt ämnesområdet. I det andra sker en fördjupning i de fyra konsumentgrupper/segment som representerar olika typiska beteenden och attityder till fysisk och elektronisk information. I det avslutande avsnittet presenteras en fallstudie som bygger på besök i hushåll från vart och ett av segmenten.

Syftet med rapporten är att ge en nyanserad bild av hur verkligheten ser ut inom områden som under det senaste decenniet genomgått stora förändringar och som berör Postens verksamhet.

- **Avsnitt 1** – I det inledande avsnittet beskrivs översiktligt svenska folkets attityder till och hantering av viktig fysisk och elektronisk information som skickas till hushållen.
- **Avsnitt 2** – I det andra avsnittet presenteras de fyra huvudsegmenten, eller konsumentgrupperna. Segmenten är baserade på ett antal typiska beteenden och attityder till Internet, betalning med e-fakturer och fysisk information.
- **Avsnitt 3** – I det avslutande avsnittet presenteras en fallstudie av ett verkligt hushåll från respektive segment. Syftet är att få en bredare förståelse för vad som händer i ett hushåll när posten hanteras, räkningar betalas, underlag arkiveras och varför svenskar hanterar posten som de gör.

## Viktigt att kunna få räkningar i pappersform

**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 svenskarna dock 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 i sin postlåda. Nästan lika många, 90 procent, tycker att det är viktigt att kunna få räkningar och deklarationshandlingar 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 att kunna få den i pappersform.

### E-post mindre attraktiv för viktig post

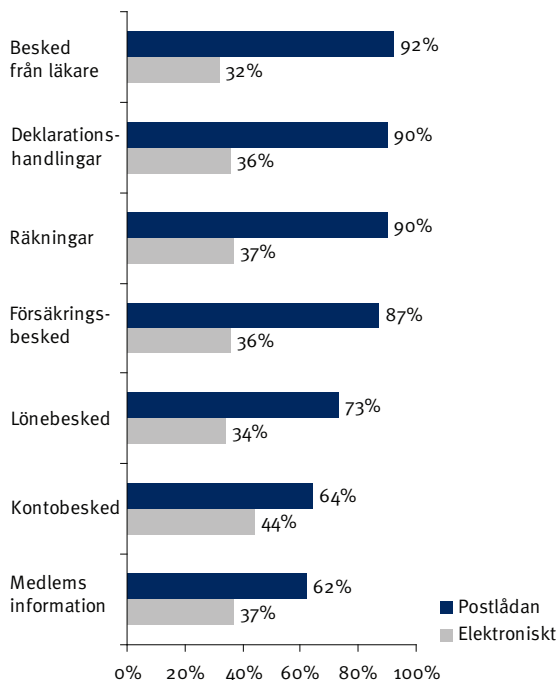
Behovet av att kunna få motsvarande information som e-post är inte alls lika starkt hos den svenska allmänheten. Knappt fyra av tio, 37 procent, säger att det är viktigt att kunna få räkningar i elektronisk form. Ungefär en lika stor andel tycker att det är viktigt att kunna få deklarationen elektroniskt.

Drygt fyra av tio, 44 procent, säger att det är viktigt att kunna få kontobesked som e-post.

### Stora skillnader i inställning 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 anser 95 procent att det är viktigt.

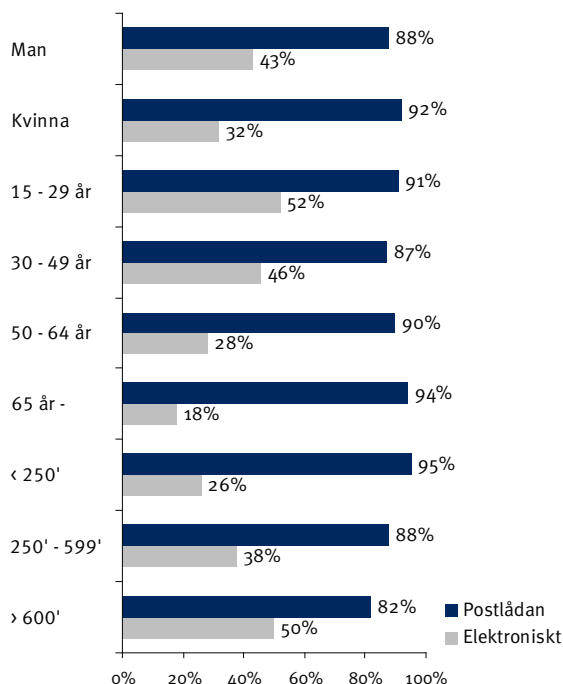
Hur viktigt är det för dig att kunna få följande information till postlådan respektive elektroniskt?



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

Källa: Brevvanor, 2005

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

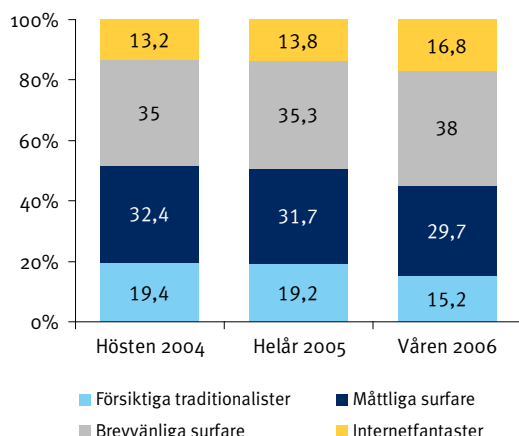


(Bas: Samtliga. Svar: "Ganska viktigt" + "Mycket viktigt")

Källa: Brevvanor, 2005

## Från Internetfantaster till Försiktiga traditionalister

- Internetbeteende och brevvänor skapar skillnader



Källa: Finansmonitorn, 2004, 2005, 2006

**Svenskarna kan delas in i fyra konsumentgrupper/segment när det gäller hantering av brev och e-post: *Internetfantaster*, *Brevvänliga surfare*, *Måttliga surfare* och *Försiktiga traditionalister*.**

- **Internetfantaster** – De har tillgång till Internet, betalar ofta räkningar över Internet och värdesätter inte fysiska brev. I denna grupp ingår 16,8 procent av Sveriges befolkning (hösten 2006). Stereotypen för detta segment är väldigt kunnig inom IT och har stort behov av ekonomiska transaktioner och informationsöverföring. Det handlar ofta om män som är antingen civilekonomer eller civilingenjörer. De har dessutom höga inkomster, är i yngre medelåldern (39-49 år) och lever i parförhållanden.

De drivs av sitt IT-intresse såväl professionellt som privat och utnyttjar gärna alla IT-möjligheter som finns, vilket innebär att de inte vill ha en massa papper.

- **Brevvänliga surfare** – De personer som ingår i denna grupp har tillgång till Internet, betalar ofta räkningar över Internet men värdesätter samtidigt fysiska brev. I denna grupp ingår 38,0 procent av Sveriges befolkning (hösten 2006). Även stereotypen i detta segment har stort behov av transaktioner och informationsöverföring.

Personerna i detta segment är mycket lika *Internetfantasterna* både demografiskt, inkomstmässigt liksom IT-beteende. Men ekonomer är vanligare i denna grupp än bland *Internetfantasterna*.

Privatlivet och familjen är viktig för dessa personer. De använder Internet till det mesta. Men de föredrar att få bland annat räkningar med post.

- **Måttliga surfare** – De personer som ingår i denna grupp har tillgång till Internet, men betalar oftast inte sina räkningar över Internet. I denna grupp ingår 29,7 procent av Sveriges befolkning (hösten 2006). Personerna i denna grupp har ett ganska litet behov av ekonomiska transaktioner och informationsöverföring.

Bland de *Måttliga surfarna* ingår flera olika subgrupper; kvinnor i övre medelåldern, ungdomar som bor hemma, andra generationens invandrare och ensamstående mammor.

För personerna i denna grupp är personliga relationer viktigare än IT. De vill få sin post fysiskt.

- **Försiktiga traditionalister** – De personer som ingår i denna grupp har inte tillgång till Internet. I gruppen ingår 15,5 procent av Sveriges befolkning (hösten 2006). På samma sätt som i gruppen *Måttliga surfare* har de lågt behov av ekonomiska transaktioner och informationsöverföring.

Bland de *Försiktiga traditionalisterna* är det jämnt mellan antalet kvinnor och män. Många är äldre, ungefär hälften är pensionärer. En betydande andel har låga inkomster och bor på landsbygden.

Släkten är viktigare för personer i denna grupp än för någon av de andra grupperna. De skickar också vykort oftare än personer i någon av de andra grupperna.

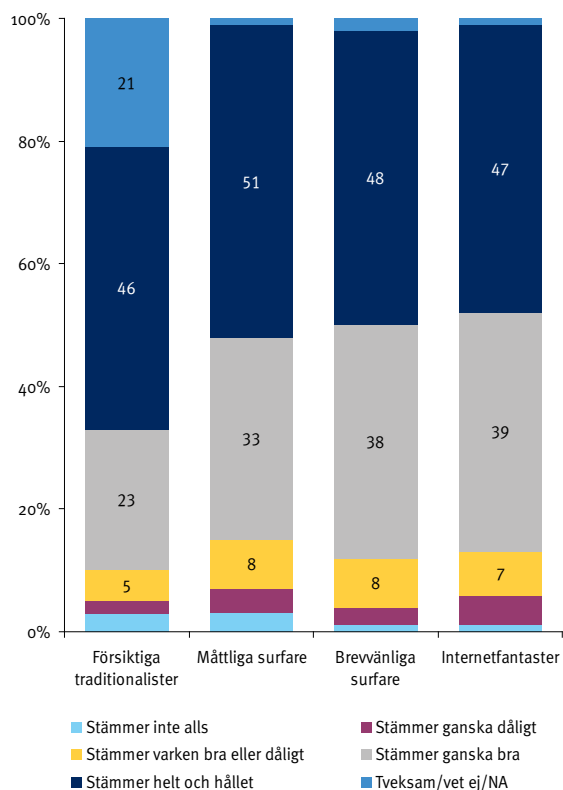
De tycker att Internet är svårt och medför säkerhetsrisker. Internet gör bara tillvaron mer komplicerad.

## Internetfantaster och brevvänliga surfare blir fler

Grupperna *Internetfantaster* och *Brevvänliga surfare* har konsekvent blivit större sedan första mätningen hösten 2004. Andelen *Måttliga surfare* och *Försiktiga traditionalister* minskar. Detta överensstämmer med trenden att allt fler får tillgång till och använder Internet i större utsträckning.

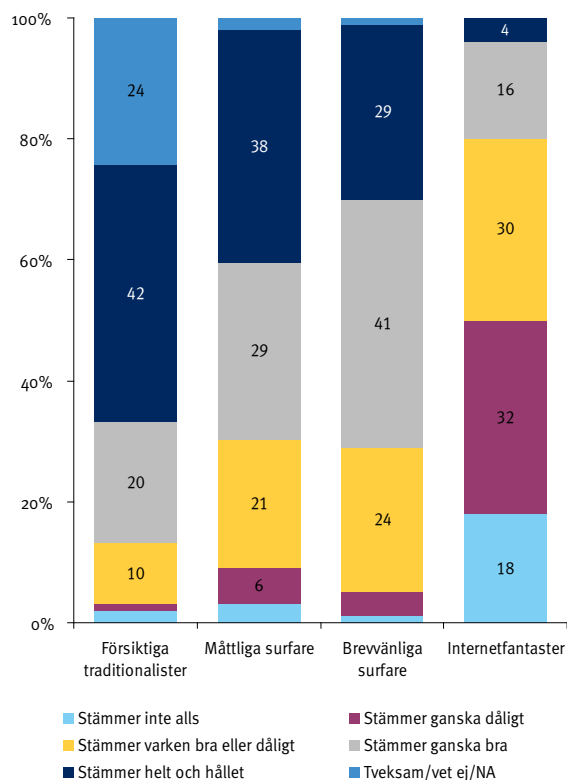
Att gruppen *Brevvänliga surfare* ökar tyder på att brev och e-post kommer att komplettera varandra även i framtiden.

När jag kommer hem går jag alltid igenom vilken post som kommit i postlådan



Källa: Finansmonitorn 2006

Jag föredrar vanliga brev framför e-post när de innehåller mycket text



Källa: Finansmonitorn 2006

## Svensken hanterar posten direkt

I princip alla svenskar går igenom den post som kommit i postlådan direkt när de kommer hem. Sorteringen av posten görs sedan i flera steg. Skillnaderna mellan segmenten är väldigt små.

För de allra flest svenskar är det en självklarhet att gå igenom sin post direkt när de kommer hem. Ungefär åtta av tio gör det. Bland *Internetfantaster* och *Brevvänliga surfare* är det 86 procent som tar hand om posten direkt när de kommer hem.

I de fokusgrupper som har genomförts 2006 framkommer också att de flesta tycker att det är kul att få post. Några jämför det till och med lite med julaften – det kan finnas glada överraskningar.

### Posten sorteras efter viktighet och intresse

Det som skulle kunna kallas för "hushållens administrativa rutin" följer i de flesta fall samma mönster:

- Reklam som är intressant läggs i en särskild hög. Annan reklam sorteras bort direkt
- Fakturor öppnas och läggs på en bestämd plats så att de inte ska komma bort
- Privat post som vykort, inbjudningskort och liknande tas om hand och exponeras, t ex på kylskåpsdörren eller liknande

### Långa texter - bättre i vanliga brev

Om det är mycket text i en information föredrar majoriteten inom tre av de fyra segmenten att få ett vanligt brev framför e-post. Enbart *Internetfantaster* väljer e-post om de kan.

I segmenten *Försiktiga traditionalister*, *Måttliga surfare* och *Brevvänliga surfare* är det ungefär sju av tio som väljer fysiska brev om de kan. Bland *Internetfantaster* är motsvarande siffra ungefär två av tio.

Det fysiska pappret har olika betydelse för olika personer. Några typiska dimensioner är:

- **Personligt** – En personlig hälsning blir mer personlig i fysisk än elektronisk form
- **Kontroll/ trygghet** – Det går att se, bli påmind och det är lätt att gå tillbaka och följa upp (t ex fakturor)



## E-post ses inte som helt säker

Mycket få svenskar tycker att tekniken idag är så säker att all post kan skickas till dem elektroniskt. Enbart *Internetfantaster* tycker att det är enklare att spara viktig information elektronisk än i pappersform.

Det som skulle kunna kallas för hushållens administrativa rutiner är fortfarande idag i stor utsträckning pappersbaserat. Det förklaras i de intervjuer som genomförts av säkerhet och enkelhet i hantering.

### Rädsla för datorhaveri

I tre av de fyra undersökta segmenten finns det hos majoriteten en bristande tilltro till att få all post elektronisk. Orsaken som anges är att de inte tycker att tekniken ännu är tillräckligt säker.

Även i segmentet *Internetfantaster* anser två av tio att tekniken inte är så säker att all post skulle kunna skickas elektroniskt till dem.

I de fokusgrupper som genomförts framkommer också andra skäl, förutom teknik, för varför man inte vill ha all post elektroniskt:

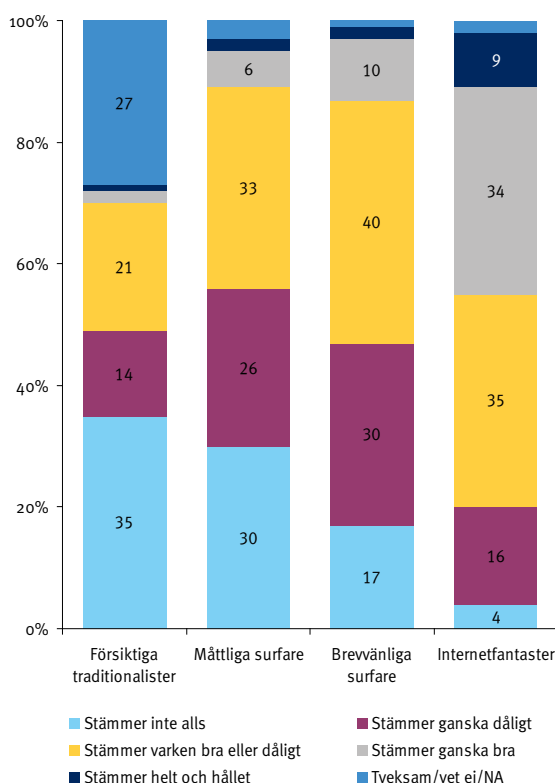
- **Behov av kontroll/trygghet** – Det är lätt att se det fysiska pappret och därmed lättare att bli påmind och gå tillbaka och följa upp
- **Behov av homogen flöde** – De dubbla postflödena – fysiskt och elektroniskt – riskerar att ge dubbelarbete i hanteringen
- **Personligt** – Fysisk post uppfattas som ett mer personligt uttryck än elektronisk post

### Svårare att spara post elektroniskt

Knappt hälften (49 procent) av *Internetfantasterna* tycker att det är enklare att spara viktiga dokument i datorn än i pappersform. I de övriga tre segmenten är andelarna mycket lägre. Bland *Brevvänliga surfare* och *Måttliga surfare*, är det bara 18 procent som tycker det är enklare.

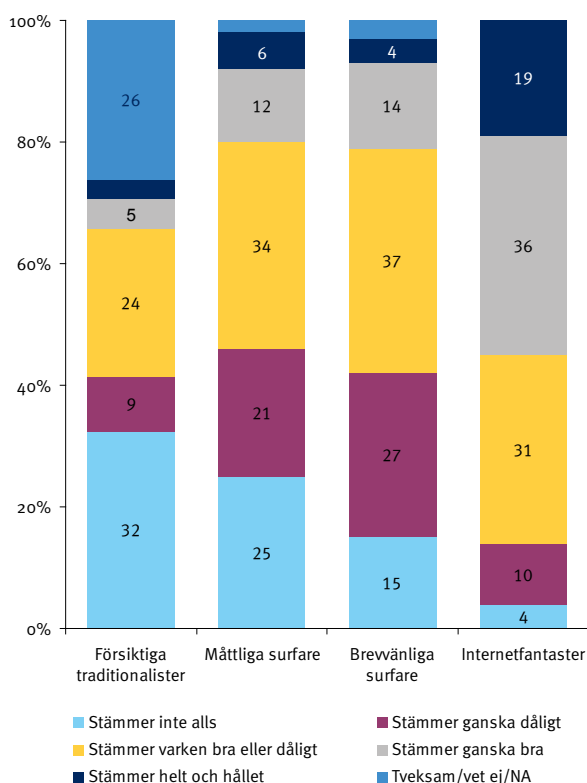
Bland *Försiktiga traditionalister* är det enbart 8 procent som håller med om att det är enklare att spara viktiga dokument i datorn än i pappersform.

Tekniken har blivit så säker att all post kan skickas till mig elektroniskt



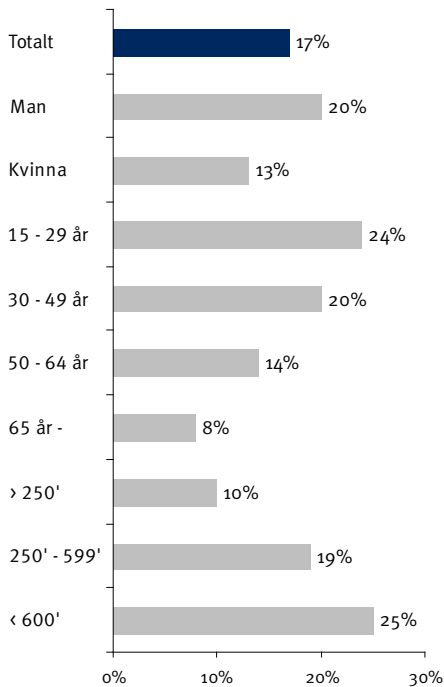
Källa: Finansmonitorn 2006

Det är enklare att spara viktiga dokument elektroniskt i datorn än i pappersform



Källa: Finansmonitorn 2006

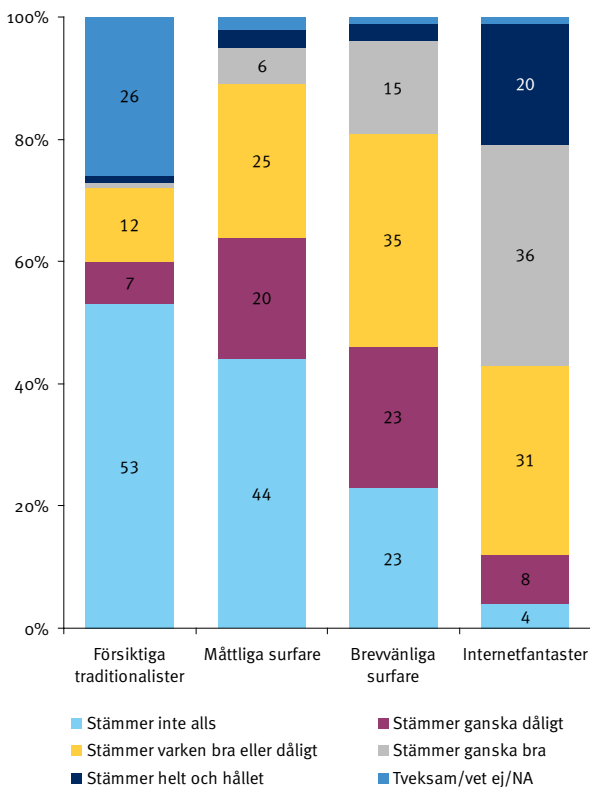
## Får du några räkningar som e-faktura?



(Bas: Samtliga. Svar: "ja")

Källa: Brevvanor, 2005

## Jag kommer inom en snar framtid att välja att få fler privata räkningar elektroniskt istället för vanliga brev



Källa: Finansmonitorn 2006

## Fler e-fakturor för två av tio

**Knappt var femte svensk använder idag e-fakturor. 20 procent räknar med att inom en snar framtid välja att få fler e-fakturor. Av dem som idag använder e-fakturor är det ungefär en fjärdedel som betalar alla eller flertalet fakturor på detta sätt.**

Många känner till begreppet e-faktura och ungefär en femtedel (17 procent) använder dem i olika utsträckning. Av dem som använder e-fakturor är det 23 procent som betalar alla eller i stort sett alla räkningar med e-faktura.

## Internetfantaster vill öka andelen e-fakturor mest

Var femte svensk räknar med att inom en snar framtid välja att få fler e-fakturor.

Skillnaderna mellan de olika segmenten är stora. Över hälften, 56 procent av *Internetfantasterna*, räknar med att öka andelen. Bland *Brevvänliga surfare* är motsvarande andel 18 procent. I de två övriga segmenten, *Måttliga surfare* och *Försiktiga traditionalister*, tänker mindre än tio procent öka andelen e-fakturor

## Rätt OCR-nummer och ingen aviavgift fördelar med e-faktura

Vid de fokusgrupper som genomförts har för- och nackdelar med e-fakturor diskuterats. De fördelar som användarna av e-fakturor nämner är bland annat att slippa skriva in OCR-nummer och därmed riskera att det blir fel i betalningen. Andra fördelar som nämns är bland annat miljöaspekten och att vid användning av e-faktura undviks aviavgift.

De nackdelar som lyfts fram är bland annat risken att missa betalningar. Vissa intervjuade menar att det kan vara svårt att se när det kommer en e-faktura. En annan nackdel som framförs är bristande kontroll. Det är så lätt att klicka på "betala" att de missar att läsa av vilket beloppet är.

## Rutiner hinder för att prova e-faktura

Som hinder för att prova e-faktura framförs två huvudargument. Det första är tveksamhet till delade betalningsflöden. De intervjuade vill ha allt samlat, antingen fysiskt eller elektroniskt för att undvika dubbelhantering och betalningsmissar. Det andra skälet som nämns är att de tycker det verkar vara krångligt att sätta sig in i hur det fungerar och därför avstår från att ens försöka.

## Tvång skapar irritation

Konsumenter vill själva välja hur de ska kontakta och bli kontaktade av företag och myndigheter. Över hälften (56 procent) av svenskarna säger att de blir mycket irriterade om valfriheten tas ifrån dem.

Att själv få välja kommunikationssätt är viktigt för de flesta konsumenter. Samtidigt finns det också en öppenhet för alternativ.

Grundläggande är dock valfriheten. Över hälften (56 procent) av svenskarna uppger att de blir irriterade om de tvingas kommunicera med ett företag eller myndighet på ett visst sätt. Att tvinga kunden till ett annat beteende uppfattas som ett tecken på bristande ödmjukhet och intresse från företaget eller myndigheten.

### Öppenhet för alternativ

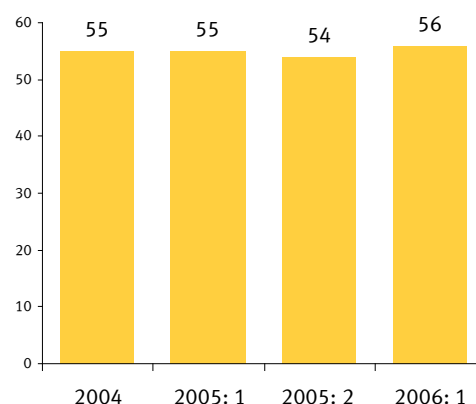
Många konsumenter uppskattar valfriheten, att själv få välja hur posten ska tas emot. Några av de skäl som lyfts fram i fokusgrupperna bland dem som är öppna för att ta emot post elektroniskt är enkelhet i hantering, att slippa papper, samt möjlighet till tätare information från intressanta företag.

### E-post uppfattas inte som kundvård

Endast åtta procent av svenskarna tycker att ett e-postmeddelande från ett företag till en privatperson signalerar att företaget tycker att personen är en viktig kund.

Däremot uppskattar många att få brev från de företag där de är kunder. Mer än hälften av de tillfrågade säger att ett trevligt brev från ett företag där de är kund gör dem mer positiva till detta företag. Jämfört med 2004, då frågan mättes första gången, har andelen 2006 ökat från 49 till 52 procent.

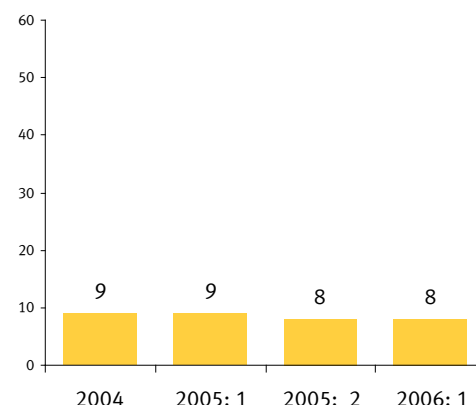
**Jag blir mycket irriterad när företag, myndigheter och organisationer försöker bestämma på vilket sätt jag ska kommunicera med dem**



(Bas: Svar: "Stämmer helt" och "Stämmer delvis")

Källa: Finansmonitorn, 2004, 2005, 2006

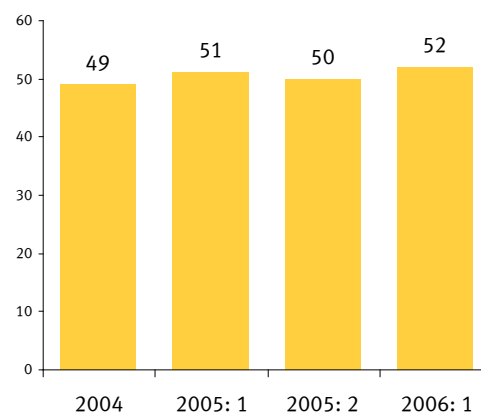
**Ett e-postmeddelande som kommer till mig från ett företag signalerar att företaget betraktar mig som en viktig kund**



(Bas: Svar: "Stämmer helt" och "Stämmer delvis")

Källa: Finansmonitorn, 2004, 2005, 2006

**Ett trevligt brev från ett företag där jag är kund gör att jag får en mer positiv bild av det företaget**



(Bas: Svar: "Stämmer helt" och "Stämmer delvis")

Källa: Finansmonitorn, 2004, 2005, 2006

”Det är kul att få post! Det är som en överraskning”

#### Personbeskrivning

- Peter 42 år, sambo med Ninni. Tre barn från tidigare förhållanden som bor hos dem varannan vecka
- Peter har ett välbetalt arbete på ett internationellt företag
- Miljö, natur och andra kulturer intresserar Peter
- Han har genom åren rest till många exotiska platser
- Viktigt för Peter i livet är att realisera drömmar och försöka nå dit han vill. Det tar sig uttryck både i privat- och arbetsliv, t ex:
  - o Privat: strävan få ihop två familjer, förnya huset
  - o Arbete: att nå dit man vill och ha utmanande uppgifter

(Peter och Ninni heter i verkligheten något annat)

## Internetfantaster

**Peter är 42 år och typisk för segmentet *Internetfantaster*. Han är positiv till att få så mycket post som möjligt elektroniskt. De främsta skälen är enkelhet, att det tar mindre plats, miljöhänsyn och att han slipper två postflöden.**

Att få post i brevlådan tycker Peter är kul. Han ser det som att där ofta finns något nyttigt, något som kan betraktas som en del i självförverkligandet. Fakturor från hantverkare betraktar han gärna som ett avslut på ett genomfört arbete, vilket han tycker är stimulerande.

Peter får mycket post. Från banker, byggföretag, pensionsföretag, föreningspost, bensinföretag, dagligvarukedjor, klubbmedlemskap och tidningsprenumerationer.

Det har blivit färre vykort och julhälsningar i postlådan. Det tycker Peter är tråkigt. Istället för julhälsningar kommer e-post. Istället för vykort kommer sms. Även om Peter vill ha så mycket information som möjligt elektroniskt har fysiska, privata hälsningar ett värde som överstiger de elektroniska.

### Vill ha posten elektroniskt

Peter är positivt inställd till att få så mycket som möjligt av den fysiska posten från företag, organisationer och myndigheter elektroniskt. Peter framhåller följande fördelar:

- Enklare att hantera, administrera
- Tar mindre plats att spara, arkivera
- Mindre pappersförbrukning – miljöaspekt
- Slippa hantera viktig post i två parallella postflöden, det fysiska och det elektroniska

Peter betalar räkningar via Internet, men använder ännu inte e-faktura. Han är dock spontant intresserad av en sådan lösning. Förutom att det skulle bli enklare tror han att det skulle vara säkrare, bland annat för att risken för att skriva fel OCR-nummer försvinner. Men innan det går att få alla fakturor elektroniskt vill han inte använda e-faktura eftersom det blir merarbete med parallella postflöden.

### Företag med elektronisk information upplevs som moderna

Peters bank erbjöd elektroniska kontobesked för några år sedan. Det tackade han ja till direkt och han tycker att det har fungerat väldigt bra.

Tidigare slängde han den här typen av information direkt. Nu kan han spara kontobeskedet i en elektronisk mapp. Annan information som Peter har bett att få elektroniskt är föreningsinformation och information/reklam från vissa leverantörer. Peter tycker att företag som erbjuder elektroniska alternativ känns moderna och ligger i framkant. Han ser erbjudanden om övergång från fysiskt till elektroniskt som en vinna-vinna situation. Det innebär bättre miljö, enklare hantering av post privat och lägre distributionskostnad för företaget.

## Posten sorteras i köket

Den i familjen som kommer hem först tömmer postlådan. Sorteringen görs i köket. Peter tar in sin post, inklusive gemensamma fakturor, till sitt arbetsrum och lägger den på hög där. Ninni lägger sin post på hög i köket.

Regelbundet, var tredje till fjärde vecka, går Peter igenom sina papper och delar upp dem i totalt 15 kategorier. Han lägger högar på golvet, håslår och sätter in i pärmar. När han sätter in, tar han också ur det äldsta och förflyttar till slutarkiv.

Hela processen uppfattar han som bökig och tidskrävande. Han ser elektronisk hantering som en potentiell tidsvinst. Att ha information på papper från början har Peter inget behov av.

”Vill jag ha det fysiskt,  
printar jag”

## Viktigt med valfrihet

Det är viktigt för Peter att själv kunna bestämma hur han ska kommunicera med företag och hur företag ska kommunicera med honom. Val av kanal vill Peter avgöra beroende på vilken typ av kommunikation det handlar om, vilket ärendet är och vilket informationsbehov man har.

Kontoutdrag, fakturor, uppdateringar och erbjudanden fungerar lika bra elektroniskt som fysiskt, ur hanteringssynpunkt ännu bättre.

Peter upplever sig inte styrd om han får ett erbjudande att övergå till elektroniska fakturor. Prisreduktion ser han som en självklarhet eftersom distributionskostnaden sänks.

För Peter är det ingen problematik att anta erbjudanden om elektroniska distributionslösningar. Han menar att han har den infrastruktur som behövs för att skapa tillräcklig flexibilitet genom att han har både dator och skrivare hemma. Det enda hindret är att alla leverantörer inte erbjuder e-faktura idag.

”Just nu gifter sig folk och får barn hela tiden, så det kommer mycket inbjudningar och tackkort. Det är jättekul.”

#### Personbeskrivning

- Magnus, 37, gift med Lotta sedan två år. Tillsammans har de en dotter som är 1,5 år
- Magnus är just nu pappaledig från försäkringsbolaget där han arbetar
- Magnus huvudintressen är att bygga och fixa med heminredning samt att sporta. Familjen har två fritidshus, ett i skärgården och ett i fjällen. Familjen har också en liten båt
- Det är viktigt för Magnus att ”leverera”. Han är mån om att göra det han åtar sig på ett så bra sätt som möjligt.
  - o Privat: Familjen är viktig. Som småbarnsfar vill han försöka skapa de bästa förutsättningar för sin dotter
  - o Arbetet: Göra vad man sagt att man ska göra på ett så bra sätt som möjligt
- Magnus beskriver sig själv som noggrann. Han tycker om att ha det städat omkring sig och vill att saker man har ska vara hela och fungera

(Magnus och Lotta heter i verkligheten något annat)

## Brevvänliga surfare

**Magnus är 37 år. Han är en flitig Internetanvändare som betalar sina räkningar via nätet. Samtidigt får han mycket privat, fysisk post som han uppskattar. Han ringer också hellre än mailar eller sms:ar.**

Magnus får mycket post. Hans tycker själv att hans inställning till den är tudelad. Det är mycket post att ta hand om, bland annat från banker, byggföretag, bensinföretag, klubbmedlemskap, tidningsprenumerationer och inbjudningar.

Den privata posten som kommer tycker han bara är rolig att få. Det kommer mycket inbjudningar och tackkort.

Reklam inom Magnus intresseområden tittar han igenom när den kommer. Det gäller bland annat byggvaror, inredning och hemelektronik.

### Bättre kontroll med fysisk post

Magnus tycker att det är bra att få fysisk post. Det finns ingen post som han hellre skulle vilja få elektroniskt. Samtidigt tycker han att det är arbetsamt att ta hand om allt papper som den fysiska posten medför.

Det finns två huvudskäl för varför Magnus föredrar fysisk post framför elektronisk. För det första ger det bättre kontroll, menar han. För det andra tycker han inte att han har tillräckligt bra infrastruktur hemma för elektronisk hantering eftersom han bara har modem.

### Internetbank och fysiska underlag

Internetbanken är ett bra sätt att sköta sina betalningar på, tycker Magnus. Han har kvar de fysiska kontoutdragen och kan se vad som har betalats. Samtidigt kan han gå in på Internetbanken och få historik om han skulle behöva.

Förutom att själv lägga in räkningar i Internetbanken har han autogiro på återkommande räkningar, t ex hyra.

Elektronisk faktura känner Magnus till men är i dagsläget inte intresserad av. Han anser att han riskerar att missa att betala någon räkning så länge inte alla räkningar kommer elektroniskt.

## Posten sorteras direkt

När Magnus kommer hem lägger han posten i en hög på en byrå centralt i lägenheten. Vid lämpligt tillfälle tar han ut den till köket och sorterar.

- Fakturor läggs i en speciell låda i skrivbordet tills de har betalats
- Rolig post sätts i ett speciellt samlingsställ
- Reklam inom intresseområdet sparas

Betalade fakturor sätts i en pärm i slutet av månaden. Inbetalningskort rivs som ett tecken på att fakturan är betald.

”Det är bra att få dem i handen. Jag kan lätt sortera dem efter kategorier. Sedan är det lätt att få fram dem om man behöver kontrollera något.”

## Datorn främst ett arbetsredskap

Magnus säger att han inte är någon mail- eller sms-kille. Om han vill prata med någon så ringer han. Dessutom är det ett snabbare sätt att kommunicera, menar han.

Datorn ser Magnus främst som ett arbetsredskap. När han kommer hem vill han helst inte sitta framför datorn.

”Jag får egentligen alldeles för mycket post. Det är både kul och det värsta jag vet.”

## Styd kommunikation en förolämpning

För Magnus är det självklart att själv få välja hur han vill kontakta ett företag och bli kontaktad. Det ska vara möjligt att kunna ringa och maila, likaväl som det ska vara möjligt att kunna ta emot information fysiskt eller elektroniskt.

Om ett företag, där Magnus är kund, skulle erbjuda en förändring i kommunikationen som innebar att den bara skulle kunna ske elektroniskt skulle han se det som en förolämpning och en toppstyrning. Han tror att han då skulle ifrågasätta sitt behov av tjänster från det företaget.

”Det är inte lika viktigt att skicka vykort från resor längre. Det är inte så stor sak att vara ute och resa längre.”

#### Personbeskrivning

- Kristina, 53, är ensamstående med en hemmavarande 20-årig dotter. De tre övriga barnen är utflugna
- Kristina arbetar som gymnasielärare i svenska
- Ett rikt socialt liv med mycket umgänge med väninnor är viktigt för Kristina. Hon är utåtriktad och tar hellre kontakt med folk när hon får lust, än sitter och väntar på att någon ska ringa.
- Kultur i form av litteratur, bio och teater är Kristinas stora intressen förutom den sociala gemenskapen
- Både för sin yrkesroll och för sig själv som privatperson håller hon sig uppdaterad med såväl ny litteratur som klassiska verk
- Genom skolan får hon tillgång till teaterbiljetter för general-repetitioner som hon går på tillsammans med kollegor
- Kristina tycker även att det är skönt och eftersträvansvärt att vara ute i naturen. Där känner hon ett läkande, avkopplande lugn som stärker och stimulerar

(Kristina heter i verkligheten något annat)

## Måttliga surfare

**Kristina är 53 år. Hon tycker att post är kul och att det fysiska pappret i det sammanhanget fyller en viktig funktion. Hon betalar idag inte räkningar över Internet men har börjat fundera på att göra det.**

Kristina tycker att det är kul och spännande att få post. Posten är en viktig del av livet och samtidigt en självklar del av vardagsrutinen.

Kristina upplever att hon får ganska mycket post. Räkningar är en del av vardagen. Ibland tycker hon att det kommer tråkig och obehaglig post. Det kan till exempel handla om medicinska provresultat.

Både julkort och vykort har minskat, säger hon. Hon skickar till och får från en mindre krets än tidigare.

## Fysiska pappret fyller viktig funktion

Kristina tycker att det fysiska pappret fyller en viktig funktion. När det gäller personliga hälsningar tycker hon att det är kul att kunna ta tillvara kort och brev som hon har fått. Kristina har ställen där hon samlar dessa och lätt kan se och visa upp dem. Kylskåpet är fullt av kort och ett brevvställ finns centralt placerat i lägenheten.

Att få räkningar och kontoutdrag fysiskt tycker Kristina är bra. Det hjälper henne att hålla kontroll på utgifterna och se hur mycket hon har att röra sig med.

## Öppen för elektroniska fakturor

Trots sin positiva inställning till det fysiska brevet är Kristina ändå öppen för att kunna få kontobesked och fakturor elektroniskt.

Hon upplever att hon kanske är mer fast i en traditionell rutin än att hon är motståndare till att kunna hantera denna typ av post elektroniskt. Samtidigt tycker hon att det fungerar bra att få fakturor fysiskt och skriva betalningsuppdrag manuellt och skicka iväg kuvert, så hon har inget behov som driver henne att söka eller eftersträva andra lösningar på fakturahanteringen.

”Det är faktiskt mer spännande att titta på och läsa fysiska brev än elektroniska. Det är lite spännande att öppna kuvertet. Man får ett annat synintryck.”



E-faktura känner Kristina inte till. Hon har autogiro på en del räkningar och har funderat på att börja betala räkningar via Internet.

## Tydliga rutiner för posthanteringen

När Kristina kommer hem tar hon direkt upp posten från hallmattan. Därefter sorteras den efter mottagare och innehåll; räkningar, reklam och privat.

Räkningar öppnas först och läggs på en särskild plats i sekretären i sovrummet. Telefonräkningen, som kan vara överraskande hög, läses allra först.

Inbjudningar och vykort sätts upp på kylskåpet eller ställs fram på ett bord. När de suttit på kylskåpet en tid förvaras de i ett speciellt ställ.

När räkningarna har betalats, förvaras de i ett ”betalat” ställ och därefter i en pärm. Kristina tycker att hanteringsprocessen fungerar bra och upplever inte att den är något problem.

## Ringer hellre än mailar

På jobbet kollar Kristina mailen varje dag och hanterar den direkt. Hemma tittar hon till mailen ungefär var tredje vecka, särskilt om hon vet att hon ska skicka något. Privat ringer hon hellre än mailar. Det är mer personligt och man får svar direkt, menar Kristina.

Kristina söker ibland information hemma på datorn, till exempel tågtider. Oftast är det dock dottern som tänker på att informationen finns att få genom Internet.

## Ingen irritation om valfrihet skulle försvinna

Kristina tycker i princip att hon själv bör få bestämma hur hon vill att kommunikationen med företag ska gå till. Samtidigt känner hon inte någon irritation om ett företag skulle säga att de ville sluta skicka fysiska brev och övergå till elektroniskt.

Hittills har Kristina inte fått någon förfrågan från något företag om att ta emot viss typ av information elektroniskt istället för fysiskt.

” Det blir liksom inte av att jag börjar använda Internetbank. Jag känner faktiskt en viss tillfredställelse i att lägga kuvertet på lådan och känna att nu har jag varit duktig.”

”Nu kommer SMS istället”

#### Personbeskrivning

- Marianne, 53, är frånskild sedan ett par år. Hon har två barn. En vuxen dotter bor hemma, medan den andra bor i USA med sin familj
- Hon jobbar inom hotell- och restaurangbranschen
- Familj och vänner är viktiga för Marianne. De utgör en grundtrygghet i livet. Hon är livsnjutare som tycker om att umgås och värdesätter relationer högt. Det tar sig flera uttryck:
  - o Vårdar sina relationer noga, ringer vänner och familjer. Skickar gärna olika hälsningar och har ett stort lager kort hemma för olika tillfällen
  - o Njuter av god mat och dryck. Bjuder gärna på middag
- Marianne tycker också om att gå på teater, bio och lyssna på musik
- Viktigt för Marianne är att ha ordning och reda. Dels trivs hon själv men tycker också det är ett sätt att visa respekt

(Marianne heter i verkligheten något annat)

## Försiktiga traditionalister

**Marianne är helt ointresserad av datorer och använder inte Internet. Hon tycker om att få post, ser det både som små presenter och en viktig del av vardagen. Att inte erbjuda sina kunder valfrihet i hur de ska ta emot post är ett tecken på att företaget inte förstår sina kunder, menar Marianne.**

Marianne ser alltid fram emot att få ta hand om posten när hon kommer hem. Att få kort och brev i fysisk form är att få det på riktigt. Det finns en lustfylldhet i att öppna kuvertet, hålla i vykortet eller brevet.

Räkningar tycker hon är viktiga att få i god tid så att hon vet vad som väntar i form av utgifter. Rolig post är vykort, festinbjudningar och brev med kort på barnbarnet. Tråkig eller obehaglig post kan vara brev från företag eller myndigheter som hon anar innehåller tråkiga besked.

Det kommer inte lika mycket post som förr. Främst är det den roliga posten, i form av vykort och julkort, som har minskat, säger Marianne.

### Fysisk post ger bättre överblick

Marianne har inget intresse av att få något av den fysiska posten i elektronisk form. Huvudskälet är att den fysiska posten motsvarar hennes behov.

Fysisk post är mer personlig än elektronisk och pappret är mer värdefullt att spara, menar hon.

Marianne upplever också att fysisk post ger bättre kontroll. Hon ser vad hon får, lägger pappret på en bestämd plats och kan enkelt och tydligt administrera det.

Hon säger att hon dessutom är helt ointresserad av datorer och aldrig har behövt använda dem. Om hon någon gång behöver skicka e-mail så får hon hjälp på jobbet med det. Marianne har heller inte fått något erbjudande från något företag eller bank att övergå till elektronisk kommunikation.

### Att ta hand om posten en lustfylld stund

När Marianne kommer hem tar hon upp posten från dörrmattan och lägger den på byrån i hallen. Hon gör sig sedan hemmastadd innan hon tar itu med posten. Hon tänder lamporna och byter kläder.

Posten sorteras i köket. Rutin och tråkig post öppnar hon i köket där det är nära till pappersinsamlingen för kuverten. Räkningar läggs i arbetsrummet i en mapp där de samlas tills det är betalningsdags i slutet av månaden.

Fakturor sätts i en pärm efter betalning. Medskick mellanlagras i köket vid mikrovågsugnen. Rolig post, inklusive meddelanden som kan behöva lite tid att ta sig igenom, öppnar Marianne och läser i soffan.

### Att få välja kommunikationssätt en självklarhet

Det har inte kommit något erbjudande från någon bank eller företag om att övergå till elektronisk kommunikation till Marianne. Däremot fick hennes mor ett sådant erbjudande av sin bank, vilket Marianne tyckte var mycket märkligt eftersom hennes mamma är över 80 år.

För Marianne är det självklart att hon som kund ska få välja hur hon vill kommunicera med ett företag. Om det i en pågående relation med ett företag, plötsligt bara erbjöds möjligheten att kommunicera elektroniskt, skulle hon ställa sig frågan *"vad ska jag göra nu?"*

"Det är lite av en högtidsstund,  
en mysig stund"

"Det säger helt enkelt att  
det är ett dåligt företag"

