



Behov av fysiska brevtjänster på en digitaliserad marknad



INTERMETRA
Business & Market Research Group
Projektnummer: 1819-1705
Projektledare: Råger Mårlind & Malin Celin



Innehållsförteckning

1	Om undersökningen	2
2	Sammanfattning.....	8
3	Fördjupad sammanfattning.....	11
	PRIVATPERSONER.....	21
4	Dagens behov av fysiska brev.....	22
5	Digitala brevlådor	30
6	Behov av fysiska brev i framtiden	35
	MINDRE FÖRETAG.....	42
7	Dagens behov av fysiska brev.....	43
8	Digitala brevlådor	51
9	Behov av fysiska brev i framtiden	56
	Bakgrundsdata.....	63
10	Bakgrundsdata – Privatpersoner	64
11	Bakgrundsdata – Företag.....	67
	BILAGOR	70
A	Frågeställningar - Privatpersoner.....	71
B	Frågeställningar – Företag.....	76



1 Om undersökningen

Bakgrund

Post- och telestyrelsen (PTS) har bland annat i uppdrag att fortlöpande följa utvecklingen och bevaka att posttjänsterna svarar mot samhällets behov.

Brevvolymerna har i Sverige fallit kontinuerligt sedan millennieskiftet och marknaden står nu inför en mer omfattande digitalisering som påverkar förutsättningarna för såväl postoperatörer som de som skickar eller tar emot fysiska brev.

Vid årsskiftet 2017/2018 uppskattas en fjärdedel av befolkningen i åldern 18 år och uppåt ha registrerat sig för någon av de digitala postlådor som finns tillgängliga på marknaden. Det finns också en uttalad målsättning att den offentliga sektorn inom de närmaste åren ska övergå till att skicka digital post istället för traditionella fysiska brev. Man kan därmed på goda grunder anta att behov av fysiska brevtjänster håller på att förändras i grunden.

Samtidigt finns det användargrupper som inte har lika lätt att ta till sig digitala alternativ till de traditionella brevtjänsterna och det kan också finnas behov av brevtjänster som inte fullt ut kan ersättas med digitala alternativ.

Denna undersökning har genomförts för att kartlägga (privatpersoners och små företags) behov av att använda fysiska brevtjänster (ta emot och skicka), samt hur de ser på nuvarande posttjänster i förhållande till digitala alternativ.

Undersökningen 2018 har genomförts av Intermetra Business & Market Research Group AB.

Undersökningens syfte

Denna undersökning ska utgöra ett underlag för att beskriva dagens behov och det förväntade behovet av fysiska brevtjänster på en mer digitaliserad postmarknad. Därtill kan även undersökningen utgöra ett underlag för att välja ut områden där PTS kan behöva göra fördjupade kvalitativa studier.

Sammantaget ska PTS kvantitativa (respektive kvalitativa) undersökningar ge myndigheten ett underlag för att kunna beskriva vilka behov av fysiska brev som åtminstone under en övergångsperiod kommer att kvarstå på den alltmer digitaliserade postmarknaden.



Målpopulation

Undersökningen har två målgrupper, privatpersoner i Sverige samt mindre företag.

- Privatpersoner i Sverige (1 000 intervjuer):
 - o 20–80 år
 - o Använder någon form av internetplattform, till exempel surfplatta, smartphone eller dator
- Mindre företag (500 intervjuer):
 - o Enmansföretag med en årlig omsättning på 200 000 – 5 000 000 kr
 - o Företag med 1–9 anställda
 - o Företag med 10–49 anställda

Privatpersoner: Undersökningens urval är ett riksrepresentativt obundet slumpmässigt urval som omfattar 4000 individer (i åldrarna 20 – 80 år). 10 % av urvalet drogs på glesbygdsområden (boende i postnummerområden med Tillgänglighetsindex Låg eller Mycket låg). Urvalsleverantör var Itesco upplysningsdatabas som innehåller uppgifter om alla privatpersoner i Sverige som har ett telefonabonnemang (både fasta samt mobila).

Mindre företag: Undersökningens urval är ett riksrepresentativt obundet slumpmässigt urval som omfattar 2300 företag (med 0–49 anställda). 10 % av urvalet drogs på glesbygdsområden (utifrån Tillgänglighetsindex) baserat på postnummer. Urvalsleverantör var Itesco upplysningsdatabas som innehåller uppgifter om alla företag i Sverige som har ett telefonabonnemang (både fasta samt mobila).

Tillgänglighetsindex

Tillgänglighetsindex är framtaget från Tillväxtanalys - Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser. Det är ett mått på tillgänglighet till tätorter, service och arbetsmarknad och är uppdelat i fem kategorier.

- **Mycket hög:** Städer med mer än 60 000 invånare
- **Hög:** Tätorter med mellan 30 000 och 60 000 invånare med kringliggande landsbygd
- **Mellan:** Tätorter med mellan 3 000 och 30 000 invånare
- **Låg:** Glesbefolkat, små tätorter, inga tätorter med 3 000 eller fler invånare
- **Mycket låg:** Mycket glest befolkat, inga tätorter med 1 000 eller fler invånare



Viktning av materialet

Vid analysen har fördelningen av de inkomna svaren populationsvägts:

- privatpersoner utifrån variablerna åldersklass, kön och tillgänglighetsindex
- mindre företag utifrån tillgänglighetsindex.

Grupper som är under- eller överrepresenterade har viktats upp eller ned för att avspegla deras verkliga andel av populationen. Samtliga resultat som presenteras i rapporten bygger på viktade värden.

<i>Privatpersoner</i> <i>Tillgänglighetsindex</i>	<i>Antal deltagare i undersökningen</i>	<i>Andel deltagare i undersökningen</i>	<i>Andel av befolkningen i åldern 20–80 år¹</i>
Mycket hög	496	49,6 %	61,6 %
Hög	267	26,7 %	25,4 %
Mellan	115	11,5 %	10,9 %
Låg	93	9,3 %	1,6 %
Mycket låg	29	2,9 %	0,4 %
Total	1000	100 %	100 %

<i>Privatpersoner</i> <i>Kön</i>	<i>Antal deltagare i undersökningen</i>	<i>Andel deltagare i undersökningen</i>	<i>Andel av befolkningen i åldern 20–80 år¹</i>
Man	515	51,5 %	50,4 %
Kvinna	485	48,5 %	49,6 %
Vill ej uppge	-	-	-
Total	1000	100 %	100 %

<i>Privatpersoner</i> <i>Ålder</i>	<i>Antal deltagare i undersökningen</i>	<i>Andel deltagare i undersökningen</i>	<i>Andel av befolkningen i åldern 20–80 år¹</i>
20–29 år	160	16,0 %	18,6 %
30–39 år	170	17,0 %	17,3 %
40–49 år	157	15,7 %	18,0 %
50–59 år	178	17,8 %	17,2 %
60–69 år	152	15,2 %	15,7 %
70–80 år	183	18,3 %	13,2 %
Total	1000	100 %	100 %

¹ Data från Tillväxtverket 2018-03-16



<i>Företag</i> <i>Tillgänglighetsindex</i>	Antal deltagare i undersökningen	Andel deltagare i undersökningen	Andel av befolkningen ¹
Mycket hög	260	52,0 %	61,7 %
Hög	128	25,6 %	25,6 %
Mellan	54	10,8 %	10,8 %
Låg	42	8,4 %	1,6 %
Mycket låg	16	3,2 %	0,4 %
Total	500	100 %	100 %

Genomförande

Alla frågeställningar är framtagna i samarbete med PTS.

Intervjuerna genomfördes av Concilia Information AB, i Halmstad.

Datainsamlingen skedde via datorstödda telefonintervjuer via CATI (CATI = Computer Assisted Telephone Interviewing).

Intervjuerna fick skriftliga instruktioner om syftet med undersökningen, hur enkäten var upplagd samt vikten av att läsa upp definitionen av digitala brevlådor för respondenten för att undvika missförstånd. Det genomfördes även ett möte med intervjuerna där samtliga frågor gick igenom och eventuella spörsmål utreddes. Alla intervjuare fick genomföra testintervjuer för att bli bekväma med frågeställningar och formuleringar. Under fältperiodens gång genomfördes kontinuerliga avstämningar med intervjuerna för att se att allt fortlöpte enligt plan.

Fältperioden för datainsamling var för privatpersoner 8 februari-1 mars 2018 samt för företag 14 februari-13 mars 2018. Intervjuer genomfördes med privatpersoner måndag-fredag kl. 16–21, lördagar kl. 11–16 och söndagar kl. 15–20 samt med företag måndag-fredag kl. 08.30-16.30.

För att öka möjligheten att komma i kontakt med så många respondenter som möjligt beställdes uppgifter om mobiltelefonabonnemang till respondenterna. Respondenter som hade fel nummer nummersöktes kontinuerligt.

Vi har försökt nå varje person i urvalet upp till tio gånger.

Svarsfrekvens

Totalt blev svarsfrekvensen 29 % för både privatpersoner och företag.

Svarsfrekvens - Privatpersoner



	Antal	Procent
Bruttourval	4 000	-
Övertäckning		
Ej målgruppsaktuell: Använder aldrig internetplattform	26	-
Ej målgruppsaktuella av andra orsaker (t ex talar ej svenska, har hörselnedsättning, är dement eller annat funktionshinder)	103	
Felmeddelande/fel nummer	392	-
Nettourval	3 479	100
Bortfall		
Vägran	295	9 %
Ej svar	1 642	47 %
Telefonsvarare, mobilsvar	542	16 %
Genomförda intervjuer	1 000	29 %
Svarsfrekvens - Företag		
	Antal	Procent
Bruttourval	2 300	-
Övertäckning		
Ej målgruppsaktuell	156	-
Felmeddelande/fel nummer	410	-
Nettourval	1 734	100
Bortfall		
Vägran	272	16 %
Ej svar	962	55 %
Genomförda intervjuer	500	29 %

Statistik osäkerhet och representativitet

Det är omöjligt att ge några enkla generella siffror för den statistiska säkerheten i materialet. Den varierar beroende på vilka variabler vi mäter (t.ex. typ av brev, orsaker till användning, attityder och intressen etc.), vilka mått vi använder



(andelar, medelvärden, antal) och inte minst hur stora de olika studerade delgrupperna är i urvalet.

Framför allt för nedbrytningar på mindre grupper, exempelvis vissa områden/åldersgrupper, finns en betydande osäkerhet i resultaten. I vissa fall redovisas resultat som bygger på mycket få svar, då de ändå kan vara intressanta som en indikation.

Förutom osäkerhet på grund av en del små baser kan framför allt bortfallsfel påverka tillförlitligheten i den aktuella undersökningen. Bortfallsfel kan uppstå för att man inte får svar från alla personer i urvalet, t.ex. för att de inte vill eller hinner svara på intervjun, eller för att man inte får tag på dem (som är den största bortfallskategorin i denna undersökning). Detta är dock ett problem endast om de som inte svarat väsentligen skiljer sig från de som svarat.

Det finns några faktorer som kan bidra till att andelen privatpersoner som anger att de har registrerat sig för/använder en digital brevlåda är högre i denna undersökning jämfört med den verkliga andelen:

- Målgruppen för denna undersökning kan även anses i högre grad vara digitaliserade än privatpersoner. Vi har enbart ringt till personer som har ett mobiltelefonabonnemang, och även exkluderat de som aldrig använder någon typ av internetplattform (ex. surfplatta, smartphone, dator, laptop etc.).
- Även om en definition av digital brevlåda lästs upp för respondenterna utesluter det inte att en respondent tolkar in andra typer av säkra digitala tjänster liknande en digital brevlåda där det krävs inloggning via BankID eller motsvarande för att komma åt ett meddelande (exempelvis bankinformation, Försäkringskassan, 1177).

Diagramförklaringar och läsanvisningar

Under respektive diagramrubrik står ett frågenummer angivet. I *Bilaga A – Privatpersoner* och *B – Företag* finns de frågeformuleringar som har använts i årets frågeformulär.

Tillgänglighetsindex Låg och Mycket låg redovisas alltid som en grupp i rapporten. I diagram, samt skriven text/kommentarer i rapporten används benämningar TI Mycket hög, TI Hög, TI Mellan samt TI Låg/mycket låg som syftar på tillgänglighetsindex.



2 Sammanfattning

Dagens behov av att ta emot/skicka skriftliga meddelanden i form av fysiska brev

Var åttonde privatperson (12 %) uppger att det har ett mycket stort/stort behov av att kunna skicka skriftliga meddelanden i fysisk form. Bland företagen är det en större andel (28 %) som anger att de har ett mycket stort/stort behov av att kunna skicka skriftliga meddelanden i fysisk form jämfört med privatpersonerna (12 %).

En ungefär en lika stor andel av privatpersoner och företag (21 respektive 25 %) anger att de har ett mycket stort/stort behov av att kunna ta emot skriftliga meddelanden. Företag och privatpersoner i områdena *Ti Låg/mycket låg* samt de äldre åldersgrupperna bland privatpersonerna anger i lite högre grad att de har ett mycket stort behov/stort behov både gällande att kunna skicka samt ta emot fysiska brev.

Myndighetsinformation och *fakturor* är de viktigaste typerna av fysiska brev att kunna ta emot – för företag är speciellt fakturor viktigast. *Personliga brev* samt *brev till myndighetskontakter* värderas av privatpersonerna som viktigaste typen av brev att kunna skicka, medan *fakturor* är viktigast även här för företag.

Privatpersonerna anser att *vana – vill ha det som det alltid har varit* samt *arkivering* för brev som de tar emot är den vanligaste orsaken till att de har ett mycket stort/stort behov av att kunna ta emot samt kunna skicka fysiska brev. Huvudsakerna till företagens behov av att kunna ta emot brev är *att avsändarna (ex. kunder och leverantörer) inte är anslutna till en digital brevlåda* och orsaken till att de har behov av att kunna skicka brev är *att mottagarna saknar möjlighet/vilja till att ta emot elektronisk information*.

Det är vanligare bland företagen att de vill kunna ta emot samt skicka fysiska brev i högre frekvens – varje dag/några gånger per vecka. Företagen i områdena *Ti Låg/mycket låg* har en större andel som vill ha möjlighet att ta emot samt skicka brev oftare. En mycket liten andel privatpersoner tycker att det nödvändigt att kunna ta emot (5 %) eller skicka (1 %) skriftliga meddelanden i form av fysiska brev varje dag.

Digitala brevlådor

Nästan 8 av 10 av alla privatpersoner och företag känner till digitala brevlådor. En stor andel av den totala populationen av privatpersonerna (46 %) har även registrerat sig för en digital brevlåda, medan enbart 21 % av alla företag har registrerat sig. Majoriteten av de som har en digital brevlåda använder sig av den.

Utöver de privatpersoner och företag som redan idag använder digitala brevlådor kan en stor andel (36 % respektive 55 %) tänka sig att börja använda en digital



brevlåda inom de närmaste året/åren. Sammanlagt anger 78 % av privatpersonerna och 75 % av företagen att de redan använder eller kan tänka sig använda en digital brevlåda inom de närmaste året/åren.

Det är mindre troligt att de privatpersoner som bor i områdena *T1 Låg/mycket låg* kommer att börja använda digitala brevlådor, medan det inte är några större skillnader mellan områdena bland företagen.

De vanligaste orsakerna för både företag samt privatpersoner till att inte börja använda digitala brevlådor är; *vana/de vill ha det som förut samt litar inte på att det är nog säkert*. Privatpersonerna nämner även *otillräcklig kunskap* som en vanlig orsak.

Privatpersoner som använder digital brevlåda idag samt de som kan tänka sig att börja använda en inom de närmaste åren anger i lite högre grad än företagen (37 % vs 22 %) att de även med en digital brevlåda har behov av att ta emot vissa typer av skriftliga meddelande i form av fysiska brev. *Personliga/privata brev* är viktigaste typen av brev bland privatpersonerna, och den största anledningen är *spara och arkivera/sätta upp*. *Avtal/kontrakt* är viktigast bland företagen, och vanligaste orsaken är att det *måste vara originalunderskrift/digital underskrift ej möjligt* på kontrakt etc.

Rangordning

Vid utvärdering av tre faktorer (*snabb leveranstid (max två dagar)*, *utdelning fem dagar i veckan och insamling fem dagar i veckan*) beträffande vad som är viktigast angående skriftlig kommunikation i form av fysiska brev anser majoriteten (cirka 60 %) av både företag samt privatpersoner att *snabb leveranstid (max två dagar)* är viktigast för dem. *Utdelning fem dagar i veckan* är näst viktigast (25 %) medan *insamling fem dagar i veckan* rangordnas lägst av de tre.

Bland privatpersoner värderar den yngre målgruppen *snabb leveranstid* lite högre, medan de äldre åldersgrupperna rankar *utdelning fem dagar i veckan* lite högre. Bland företagen är det inga större skillnader i rangordningen mellan de olika områdena.

Påverkan av eventuella framtida förändringar

Vid utvärdering av eventuella framtida förändringar värderar både företag samt privatpersoner att det som hade inneburit störst problem för dem är om *leveranstiden av fysiska brev skulle variera mer än idag*. De är främst oroliga för *försenad post – att breven inte kommer komma fram i tid (försenade fakturor - fördröjda inbetalningar/ dröjsmålsavgift/ dålig ekonomi etc.)*.

Övriga två förändringar som undersökts (*utdelning sker endast två gånger i veckan* samt *insamling sker endast två gånger i veckan*) upplevs inte som ett lika stort problem av företagen/privatpersonerna.



Det är inga större skillnader mellan de olika åldersgrupperna samt områdena bland privatpersonerna. Företag i områdena *Ti Låg/mycket låg* anger i högre omfattning än övriga företag att förändringarna skulle innebära problem för dem.

3 Fördjupad sammanfattning

Dagens behov – kunna ta emot skriftliga meddelande i fysisk form

Skillnader privatpersoner vs företag

Behov

Totalt sett är det inga större skillnader mellan privatpersoner och företag gällande behov av att kunna ta emot skriftliga meddelanden – 21–25 % anger att de har ett mycket stort/stort behov. Företagen i områdena *TI Låg/mycket låg* har en lite större andel som anger att de har ett mycket stort behov/stort behov (42 %) jämfört med privatpersonerna i samma område (33 %).

Typ av brev

Myndighetsinformation (75 %) och *fakturor* (69 %) är de viktigaste typerna av brev för privatpersoner med mycket stort behov/stort behov att ta emot brev, medan företag som har samma behov anger *fakturor* (83 %) och *myndighetsinformation* (54 %) som viktigast för dem.

Orsak

Vana (49 %) samt *arkivering* (42 %) är de vanligaste orsakerna till att privatpersonerna tycker sig ha ett fortsatt mycket stort/stort behov att kunna ta emot fysiska brev, medan 29 % av företagen bedömer *Vana* samt *arkivering* som viktigt. Att *avsändarna (ex. kunder och leverantörer) inte är anslutna till en digital brevlåda* är den vanligaste orsaken (43 %) bland företagen.

Frekvens

Endast 5 % av alla privatpersoner anser det nödvändigt att kunna ta emot skriftliga meddelanden i form av fysiska brev varje dag. 73 % tycker att det räcker att kunna ta emot brev några gånger per månad eller mer sällan. Frekvensen bland företagen är högre – 27 % av alla företag vill kunna ta emot brev varje dag, och ytterligare 30 % av företagen vill kunna ta emot brev några gånger per vecka.

Privatpersoner

Behov

Totalt sett har 21 % av privatpersonerna mycket stort behov/stort behov av att kunna ta emot skriftliga meddelanden i form av fysiska brev, medan 28 % har ett mycket litet behov. De som bor i områdena *TI Låg/mycket låg* har lite större andel (33 %) som har mycket stort behov/stort behov, medan motsvarande andel bland de som bor i *TI Mycket hög* är 19 %. Åldersgrupperna över 60 år har ett större behov (ca 30 %) jämfört med de som är 20–39 år (13–15 %).



Typ av brev

De som har mycket stort behov/stort behov att kunna ta emot brev, anser att *myndighetsinformation* (75 %), *fakturor* (69 %) samt *sjukvårdsinformation* (68 %) är de viktigaste typerna av brev för dem.

Orsak

Vana (49 %) samt *arkivering* (42 %) är de vanligaste orsakerna till att de fortsatt tycker sig ha mycket stort/stort behov att kunna ta emot fysiska brev. 27 % anger även att de *inte litar på elektronisk kommunikation*.

Frekvens

Det är endast en liten andel (5 %) som anser att det är nödvändigt att kunna ta emot brev varje dag. 73 % av totalen tycker att det räcker att kunna ta emot brev några gånger per månad eller mer sällan. 20–29 åringarna har än mindre behov gällande utdelningsfrekvens, medan 60–69 åringarna önskar sig lite mer frekvent utdelning.

Företag

Behov

Totalt sett har en fjärdedel (25 %) av företagen mycket stort behov/stort behov av att kunna ta emot skriftliga meddelande i form av fysiska brev, och samtidigt har 32 % av företagen ett mycket litet behov.

Företagen i områdena *TI Låg/mycket låg* har en större andel företag som har mycket stort behov/stort behov – 42 %, samtidigt som det är 16 % av företagen i de områdena som har ett mycket litet behov. Motsvarande andelar för företagen i områdena *TI Mycket hög* är 25 % (mycket stort/stort behov) samt 30 % (mycket litet behov).

Typ av brev

De företag som har mycket stort behov/stort behov att kunna ta emot brev anger *fakturor* (83 %) som den enskilt viktigaste typen av fysiska brev. Ungefär hälften anser att *myndighetsinformation* (54 %) samt *olika typer av avtal* (52 %) är viktiga för dem.

Orsak

Att *avsändarna (ex. kunder och leverantörer) inte är anslutna till en digital brevlåda* är den vanligaste orsaken (43 %) till att de tycker sig ha mycket stort/stort behov att kunna ta emot fysiska brev. *Vana/det ska vara som det alltid har varit* samt *möjlighet till arkivering* anges som viktigt av 29 % av företagen.

Frekvens

Ungefär en fjärdedel (27 %) av alla företag vill kunna ta emot skriftliga meddelanden i form av fysiska brev varje dag, och ytterligare 3 av 10 företag vill kunna ta emot brev några gånger per vecka. En fjärdedel (25 %) vill ha utdelning



en gång i månaden (eller mer sällan). I områdena *TI Låg/mycket låg* är det en större andel av företagen som anser sig ha behov av att ta emot fysiska brev oftare (39 % varje dag samt 39 % några gånger per vecka).

Dagens behov – kunna skicka skriftliga meddelande i fysisk form

Skillnader privatpersoner vs företag

Behov

12 % av alla privatpersoner anger att de har ett mycket stort behov/stort behov av att kunna skicka skriftliga meddelande i form av fysiska brev, medan 45 % har ett mycket litet behov. Företagen har en större andel (28 %) som har ett mycket stort behov/stort behov av att kunna skicka fysiska brev, och samtidigt en mindre andel (33 %) som har ett mycket litet behov.

Typ av brev

Personliga brev (65 %) samt brev till myndighetskontakter (58 %) är de viktigaste typerna av brev för privatpersoner med mycket stort behov/stort behov att kunna skicka fysiska brev, medan företag som har samma behov anger *fakturor (87 %)* som viktigast för dem.

Orsak

Vana/vill ha det som det alltid har varit är den vanligaste orsaken (46 %) till att privatpersonerna fortsatt tycker sig ha mycket stort/stort behov, medan 30 % av företagen bedömer *Vana* som viktigt. *Att mottagarna saknar möjlighet/vilja till att ta emot elektronisk information* är den vanligaste orsaken (59 %) bland företagen.

Frekvens

Endast ett fåtal av alla privatpersoner anser det vara nödvändigt att kunna skicka fysiska brev varje dag – 91 % tycker att det räcker att kunna skicka brev några gånger per månad (som oftast). Bland företagen är det 17 % av alla företag som anser sig ha behov att kunna skicka brev varje dag, och ytterligare 27 % av företagen vill kunna skicka brev några gånger per vecka.

Privatpersoner

Behov

Totalt sett har cirka 1 av 8 (12 %) mycket stort behov/stort behov av att kunna skicka skriftliga meddelande i form av fysiska brev, medan 45 % har ett mycket litet behov. De som bor i områdena *TI mellan* samt *TI Låg/mycket låg*, samt de som är över 60 år har lite högre andel som säger sig ha ett mycket stort behov/stort behov – ca 20 %.



Typ av brev

De som har mycket stort behov/stort behov att kunna skicka fysiska brev, anser framför allt att *personliga brev* (65 %) samt *brev till myndighetskontakter* (58 %) är de viktigaste typerna av brev.

Orsak

Vana/vill ha det som det alltid har varit är den vanligaste orsaken (46 %) till att de fortsatt tycker sig ha mycket stort/stort behov att kunna skicka fysiska brev. Tre av tio anger *saknar vilja/möjlighet att ta emot elektronisk information*, medan två av tio anger att *de inte litar på elektronisk kommunikation*.

Frekvens

En mycket liten andel - endast 1 % - anser det vara nödvändigt att kunna skicka fysiska brev varje dag. 91 % av totalen tycker att det räcker att kunna skicka brev några gånger per månad (som oftast). Åldersgruppen 60–69 år anser i lite högre grad att det ska kunna gå att skicka brev minst några gånger per vecka (18 %).

Företag

Behov

28 % av alla företagen har ett mycket stort behov/stort behov av att kunna skicka skriftliga meddelande i form av fysiska brev, och samtidigt har en tredjedel (33 %) av samtliga företag ett mycket litet behov av det.

Företag i områdena *TI Låg/mycket låg* har en lite större andel som svarar att de har mycket stort behov/stort behov – 33 %, samtidigt som det är 20 % av företagen i de områdena som har ett mycket litet behov.

Typ av brev

De företag som har mycket stort behov/stort behov att kunna skicka fysiska brev anger *fakturor* (87 %) som den enskilt viktigaste typen av fysiska brev. Nästan hälften (44 %) av företagen anser att *olika typer av avtal* är viktiga för dem.

Orsak

Att mottagarna saknar möjlighet/vilja till att ta emot elektronisk information är den vanligaste orsaken (59 %) till att de tycker sig ha mycket stort/stort behov att kunna skicka fysiska brev. *Vana/det ska vara som det alltid har varit* anges som viktigt av 30 %.

Frekvens

17 % av alla företag anser sig ha behov att kunna skicka skriftliga meddelanden i form av fysiska brev varje dag, och ytterligare 27 % av företagen vill kunna skicka brev några gånger per vecka. 34 % av alla företag anser att deras behov av att skicka fysiska brev ligger på en gång i månaden (eller mer sällan).

I områdena *TI Låg/mycket låg* är det en lägre andel av företagen som anser sig ha behov av att kunna skicka fysiska brev varje dag, men samtidigt har de en högre



andel företag (43 %) som anger att de vill ha möjlighet att skicka brev några gånger per vecka.

Digitala brevlådor

Skillnader privatpersoner vs företag

Kännedom samt registrering

Inga större skillnader i kännedom om digitala brevlådor – 79 % av alla privatpersoner samt 76 % av alla företag känner till digitala brevlådor.

En större andel av den totala populationen av privatpersonerna (46 %) har även registrerat sig för en digital brevlåda, medan enbart 21 % av alla företag har registrerat sig. Majoriteten av de som har en digital brevlåda använder sig av den.

Framtida användning

36 % av alla privatpersoner kan tänka sig att börja använda en inom de närmaste året/åren, och motsvarande andel bland alla företag är 55 %. Det är mindre troligt att de privatpersoner som bor i områdena *Ti Låg/mycket låg* (43 %) kommer att börja använda digitala brevlådor, medan det inte är några större skillnader mellan områdena bland företagen.

78 % av privatpersonerna och 75 % av företagen uppger att de redan använder digital brevlåda, eller att de kan tänka sig att börja använda en digital brevlåda inom det närmaste året/de närmsta åren.

Privatpersonernas vanligaste orsaker till att inte börja använda digitala brevlådor är; *vana/de vill ha det som förut* (41 %), *otillräcklig kunskap* (36 %) samt *litar inte på att det är nog säkert* (31 %). Företagens vanligaste orsaker till att inte börja använda är; *vana/de vill ha det som förut* (31 %) samt *litar inte på att det är nog säkert* (25 %).

Behov, typ av brev samt anledning till fysiska brev – trots digital brevlåda

37 % av alla privatpersoner som använder digital brevlåda idag samt de som kan tänka sig att börja använda inom de närmaste åren anger att de även har behov av att få någon typ av skriftliga brev utdelade fysiskt, medan det är 22 % av företagen som anger att de har samma behov. *Personliga/privata brev* (46 %) är viktigaste typen av brev att kunna i fysisk format bland privatpersonerna, och den största anledningen är *spara och arkivera/sätta upp* (51 %). *Avtal/kontrakt* (47 %) är de viktigaste breven bland företagen, och vanligaste orsaken som nämns är att det *måste vara originalunderskrift/ digital underskrift ej möjligt* (38 %) på kontrakt etc.



Privatpersoner

Kännedom samt registrering

8 av 10 (79 %) av alla privatpersoner har kännedom om digitala brevlådor.

Åldersgruppen 70–80 år har lite lägre kännedom – 62 % i den gruppen känner till digitala brevlådor.

58 % av de som har kännedom om digital brevlåda har även registrerat sig för en digital brevlåda – och den stora majoriteten av de som har registrerat sig använder sig även av brevlådan. De som bor i området *TI Mycket hög* samt de yngre åldersgrupperna använder digitala brevlådor i högre grad än de som är över 60 år.

Framtida användning

62 % av alla de som inte använder digital brevlåda idag kan tänka sig att börja använda en inom de närmaste åren. Det är mindre troligt att de som bor i områdena *TI Låg/mycket låg* (43 %) samt de som är över 60 år kommer att börja använda digitala brevlådor (42–52 %).

Bland privatpersonerna uppger 78 % att de antingen redan använder digital brevlåda eller att de kan tänka sig att börja använda det inom det närmsta året/de närmsta åren. Yngre uppger i högre grad än äldre att de redan använder eller kan tänka sig att börja använda digital brevlåda. Lägst andel återfinns i åldersgruppen 70–80 år (55 %), medan åldersgrupperna 30–40 år (90 %) och 40–49 år (87 %) är de åldersgrupper som i högst utsträckning redan använder eller kan tänka sig använda digital brevlåda. Skillnader ses även mellan olika tillgänglighetsindex, boende i *TI Låg/mycket låg* uppger i lägre grad att de använder/kan tänka sig att börja använda digital brevlåda jämfört med *TI Mycket hög* (63 % respektive 80 %).

Vana/de vill ha det som förut (41 %), *otillräcklig kunskap* (36 %) samt *litar inte på att det är nog säkert* (31 %) är de vanligaste orsakerna till att inte börja använda digitala brevlådor inom de närmaste åren.

Behov, typ av brev samt anledning till fysiska brev – trots digital brevlåda

En tredjedel (37 %) av alla de som använder digital brevlåda idag samt de som kan tänka sig att börja använda inom de närmaste åren anger att de även har behov av att få någon typ av skriftliga brev utdelade fysiskt. Det är främst *personliga/privata brev* (46 %) som är viktiga att fortfarande kunna få i fysisk format, och den största anledningen är *spara och arkivera/sätta upp* (51 %). Näst största anledningen är att det är *trevligt att få fysiska brev* (34 %).



Företag

Kännedom samt registrering

3 av 4 (76 %) av alla företag har kännedom om digitala brevlådor. Det är inga påtagliga skillnader i de olika områdena gällande grad av kännedom.

27 % av de företag som har kännedom om digital brevlåda har även registrerat sig för en digital brevlåda – och nästan alla av de som har registrerat sig använder sig även av brevlådan. Företag i området *TI mellan* använder digitala brevlådor i lägre grad än de övriga områdena.

Framtida användning

69 % av alla företag som inte använder digital brevlåda idag kan tänka sig att börja använda en brevlåda inom de närmaste åren. Det är inga markanta skillnader mellan företagen i de olika områdena.

75 % av företagen uppger att de redan använder eller kan tänka sig att börja använda en digital brevlåda inom det närmsta året/de närmsta åren. Företag inom *TI Låg/mycket låg* (71 %) och *TI Mellan* (70 %) uppger detta i något lägre grad än företag inom högre tillgänglighetsindex (77 % inom *TI Hög*, 76 % inom *TI Mycket hög*).

Vana/de vill ha det som förut (31 %) samt *litar inte på att det är nog säkert* (25 %) är de vanligaste orsakerna till att inte börja använda digitala brevlådor inom de närmaste åren.

Behov, typ av brev samt anledning till fysiska brev – trots digital brevlåda

22 % av alla företag som använder digital brevlåda idag samt de som kan tänka sig att börja använda inom de närmaste åren anger att de även har behov av att få någon typ av skriftliga brev utdelade fysiskt. En större andel av företagen i områdena *TI mycket låg/låg* (39 %) anser att de har behov av utdelning av vissa typer av skriftliga brev. *Avtal/kontrakt* (47 %) är de brev som uppges som viktigast att kunna få i fysisk form trots användning av digital brevlåda, och den främsta anledningen till att de vill ha möjlighet till brev i fysisk form är att det *måste vara originalunderskrift/ digital underskrift ej möjligt* (38 %) på kontrakt etc.

Rangordning

Skillnader privatpersoner vs företag

Det är inte några markanta skillnader i hur privatpersoner samt företag rangordnar de olika alternativen; *snabb leveranstid (max två dagar), utdelning fem dagar i veckan samt insamling fem dagar i veckan*.



Privatpersoner

Vid ranking vad som är viktigast för privatpersonerna gällande skriftlig kommunikation i form av fysiska brev av: *snabb leveranstid (max två dagar)*, *utdelning fem dagar i veckan samt insamling fem dagar i veckan* anser två tredjedelar (66 %) att *snabb leveranstid (max två dagar)* är viktigast för dem. En fjärdedel (25 %) anser att *utdelning fem dagar* är viktigast medan *insamling fem dagar i veckan* rankas som minst (tredje) viktigast av 61 %.

Den yngre målgruppen 20–39 år rankar *snabb leveranstid (max två dagar)* högst (76–77 %) – jämfört med totalen (66 %).

Utdelning fem dagar i veckan rankas högre bland de äldre årsgrupperna 60–69 år (37 %) och 70–80 år (43 %), samt bland de som bor i områdena *T1 Låg/mycket låg* (35 %) – jämfört med totalen (25 %).

Företag

Snabb leveranstid (max två dagar) rankas som viktigast utav 59 % av företagen. En fjärdedel (25 %) anser att *utdelning fem dagar* är viktigast medan *insamling fem dagar i veckan* rankas som minst (tredje) viktigast av 40 %.

Det är inga större skillnader i rankingen bland företagen i de olika områdena.

Påverkan av eventuella framtida förändringar

Skillnader privatpersoner vs företag

Det är inga större skillnader mellan privatpersoner samt företag på hur de olika framtida förändringarna hade påverkat dem; *utdelning sker endast två gånger i veckan*, *insamling sker endast två gånger i veckan* samt *leveranstiden av fysiska brev skulle variera mer än idag*.

Den förändring som påverkar företag samt privatpersoner mest är att *leveranstiden av fysiska brev skulle variera mer än idag*. 36 % av företagen svarar att det *inte skulle bli några problem* medan 42 % av privatpersonerna tycker likaså. På övriga två förändringar anger mellan 53–59 % att det inte innebär några problem för dem.

Det är inga större skillnader mellan de olika åldersgrupperna samt områdena bland privatpersonerna. (utifrån tillgänglighetsindex) på någon av förändringarna. Företag i områdena *T1 Låg/mycket låg* hade påverkats i lite högre grad, då det på alla tre förändringar är en något mindre andel som svarar *inga problem* jämfört med företag i de andra områdena.



Privatpersoner

Allmänt: Inga större skillnader mellan de olika åldersgrupperna samt områdena (utifrån tillgänglighetsindex) på någon av förändringarna.

Utdelning sker endast två gånger i veckan

59 % av alla privatpersoner anser att det inte innebär några problem om *utdelning sker endast två gånger i veckan*. 27 % anser att det innebär problem då posten kommer att levereras för sent (ex. missa information/kallelser möten/inbetalningsdatum etc.).

Insamling sker endast två gånger i veckan

53 % anger att det inte kommer att bli några problem om *insamling sker endast två gånger i veckan*. *Försening (post levereras för sent/jag missar att posta i tid)* är det problem som upplevs som störst – det nämns utav 27 %.

Leveranstiden av fysiska brev skulle variera mer än idag

42 % av totalen anger att det inte kommer att bli några problem om *leveranstiden av fysiska brev skulle variera mer än idag*. Det problem som upplevs som störst är *försening (post levereras för sent)* – 29 % av privatpersonerna nämner det.

Företag

Allmänt: Företag i områdena *TI Låg/mycket låg* hade påverkats i lite högre grad, då det är en något mindre andel (ca 10 procentenheter lägre per fråga) som svarar *inga problem* på de tre förändringarna jämfört med företag i de andra områdena.

Utdelning sker endast två gånger i veckan

59 % av alla företag anser att det inte innebär några problem om *utdelning sker endast två gånger i veckan*. En lägre andel (48 %) av företagen i *TI Låg/mycket låg* upplever att det inte kommer att bli några problem.

De största upplevda problemen är *saktar ner/hindrar arbetet/orsakar förseningar* (19 %) samt *påverkar företaget negativt ekonomiskt* (18 %).

Insamling sker endast två gånger i veckan

56 % av alla företag anser att det inte innebär några problem om det sker *insamling endast två gånger i veckan*. En lägre andel (44 %) av företagen i *TI Låg/mycket låg* upplever att det inte kommer att bli några problem. De största upplevda problemen är *påverkar företaget negativt ekonomiskt (t.ex. ligga ute med pengar, konkurs, andra utgifter)* (19 %) samt *saktar ner/hindrar arbetet/orsakar förseningar* (14 %).

Leveranstiden av fysiska brev skulle variera mer än idag

36 % av alla företag anser att det inte innebär några problem om *leveranstiden av*



fysiska brev skulle variera mer än idag. En lägre andel (27 %) av företagen i TI Låg/mycket låg upplever att det inte kommer att bli några problem.

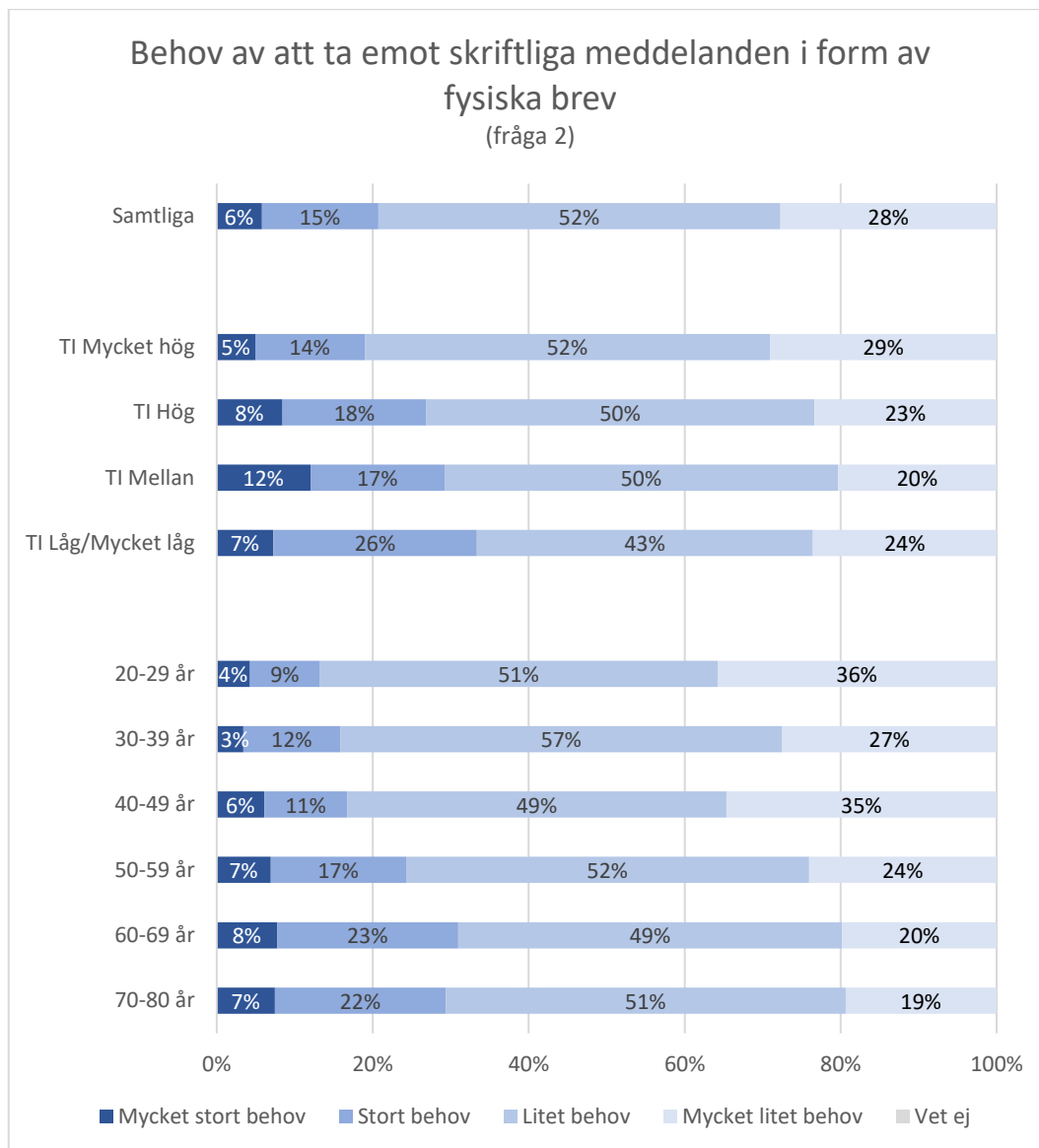
Det största upplevda problemet är att breven inte kommer komma fram i tid (försenade fakturor - fördröjda inbetalningar/dröjsmålsavgift/dålig ekonomi etc.) – detta nämns av 47 % av företagen.



PRIVATPERSONER

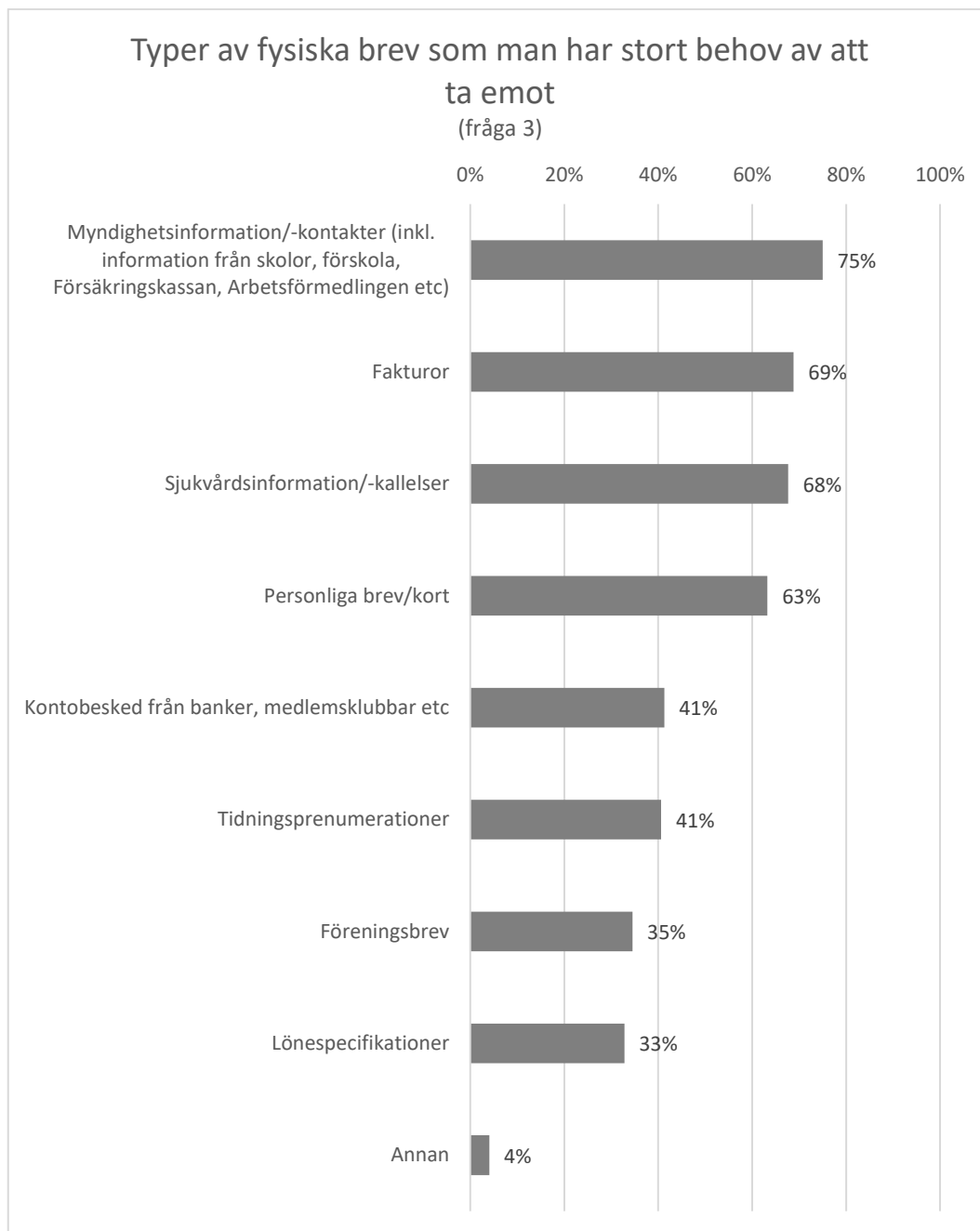
4 Dagens behov av fysiska brev

Dagens behov av att ta emot skriftliga meddelanden i form av fysiska brev



Bas: Samtliga, antal: 1000

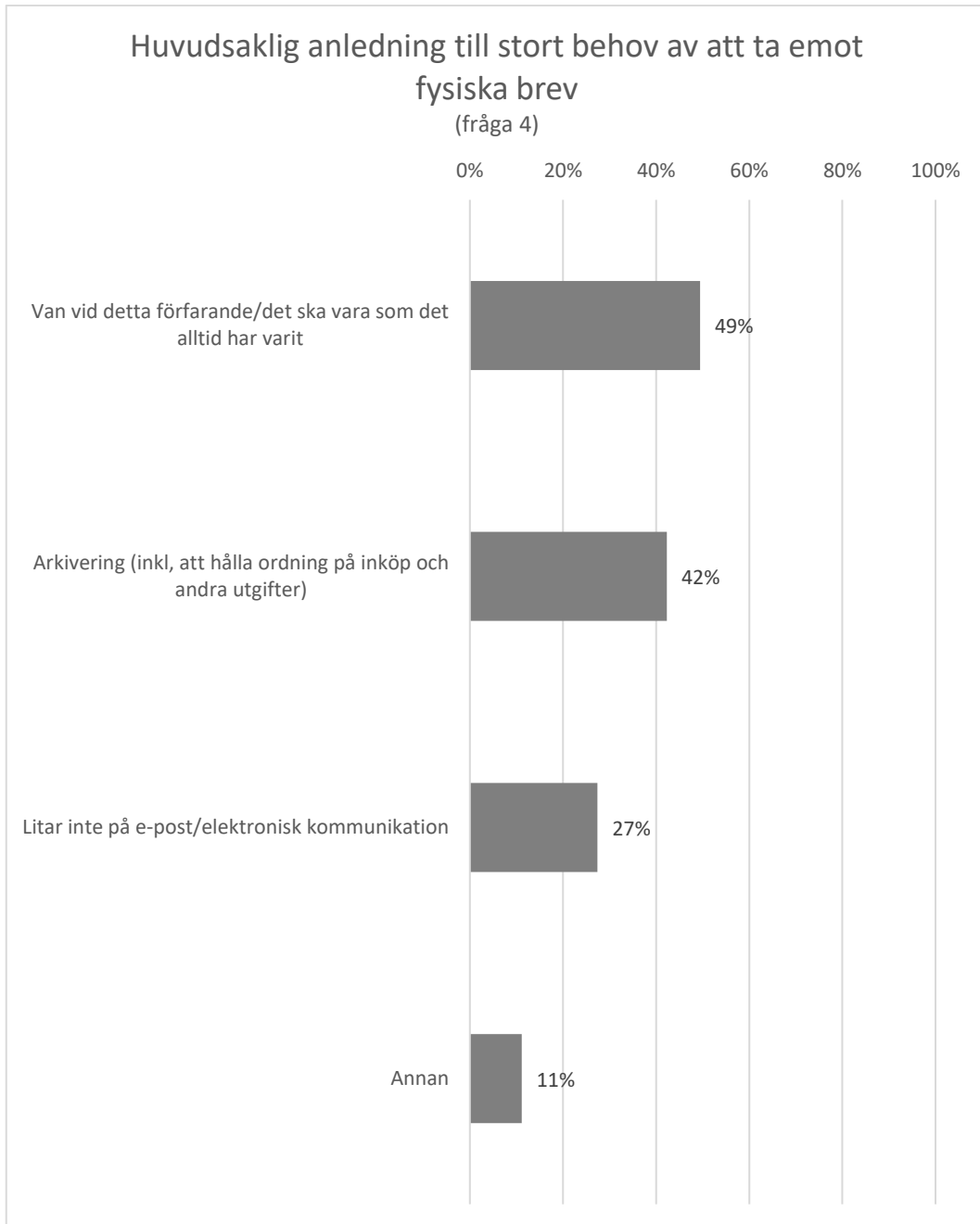
Totalt sett har 21 % mycket stort behov/stort behov av att kunna ta emot skriftliga meddelande i form av fysiska brev, medan 28 % har ett mycket litet behov. De som bor i områdena *TI Låg/mycket låg* har lite större andel (33 %) som har mycket stort behov/stort behov, medan motsvarande andel bland de som bor i *TI Mycket hög* är 19 %. Åldersgrupperna över 60 år har ett större behov (ca 30 %) jämfört med de som är 20–39 år (13–15 %).



Bas: De som svarat att de har mycket stort behov/stort behov av att ta emot fysiska brev, antal: 241

Notera: Flervalsfråga med fasta svarsalternativ som lästs upp vid intervjun

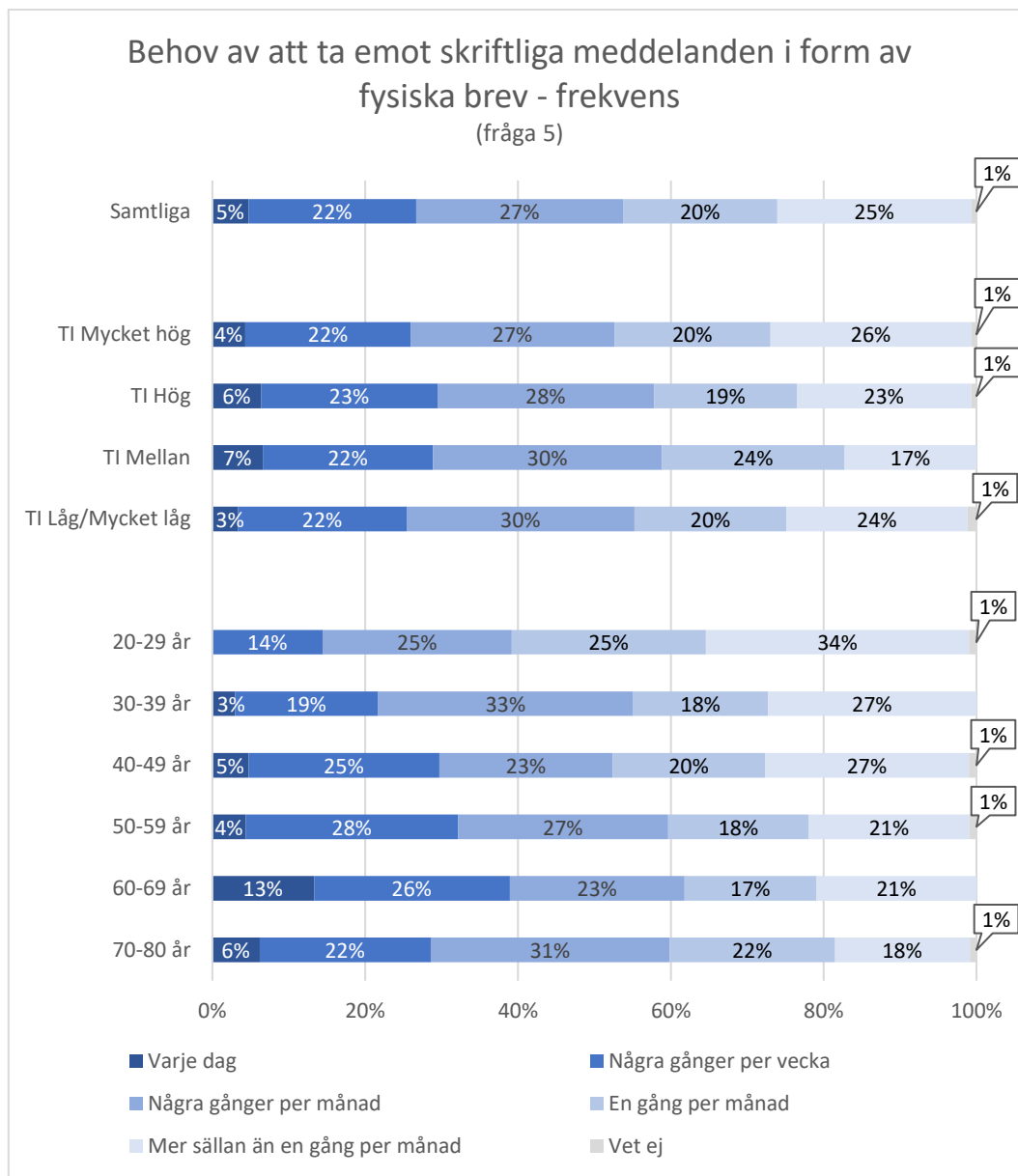
De som har mycket stort behov/stort behov att kunna ta emot brev, anser att *myndighetsinformation* (75 %), *fakturor* (69 %) samt *sjukvårdsinformation* (68 %) är de viktigaste typerna av brev för dem.



Bas: De som svarat att de har mycket stort behov/stort behov av att ta emot fysiska brev, antal: 241

Notera: Flervalsfråga med fasta svarsalternativ som lästs upp vid intervjun

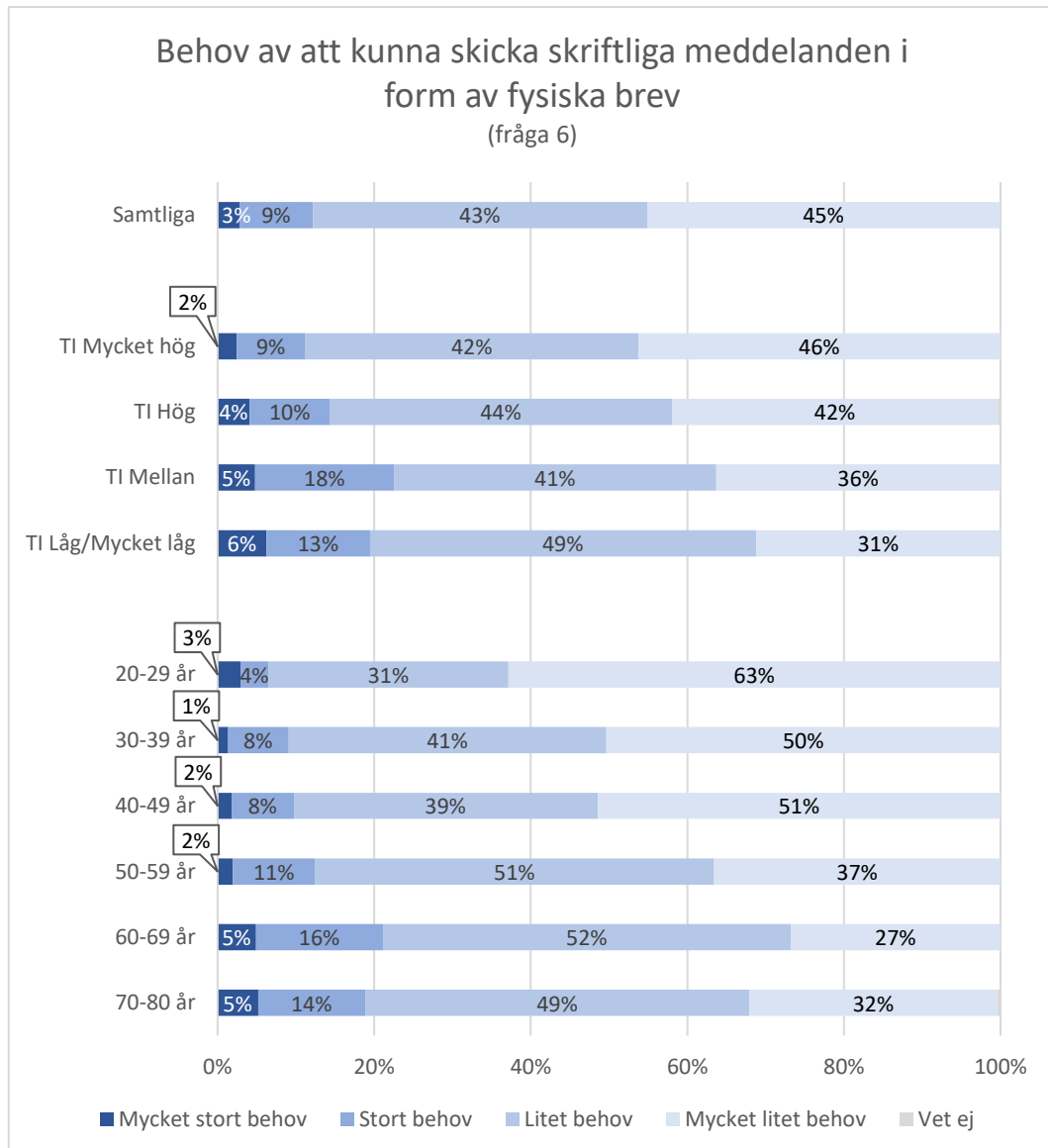
Vana (49 %) samt *arkivering* (42 %) är de vanligaste orsakerna till att de fortsatt tycker sig ha mycket stort/stort behov att kunna ta emot fysiska brev. Ungefär en fjärdedel (27 %) anger även att de *inte litar på elektronisk kommunikation*.



Bas: Samtliga, antal: 1000

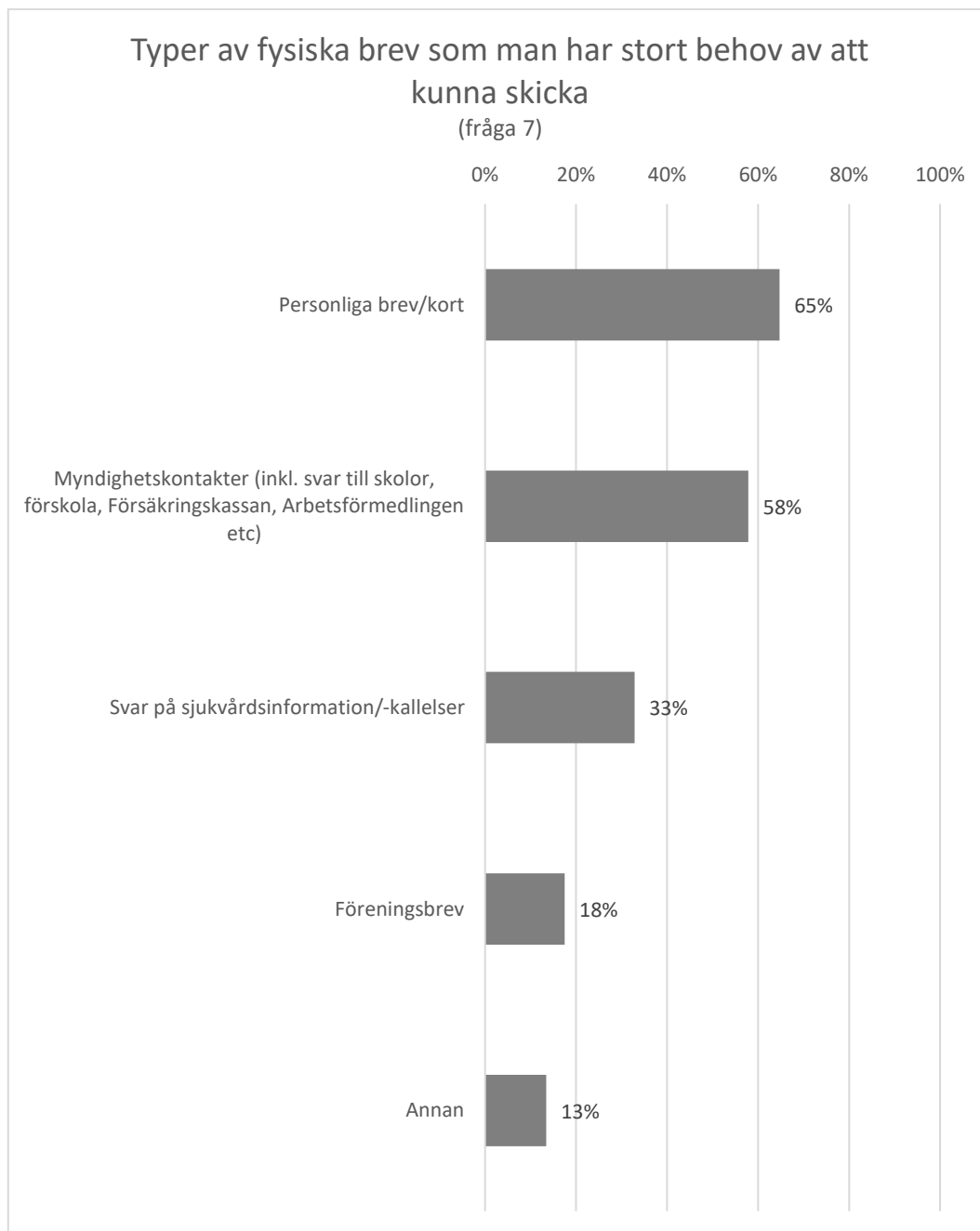
Det är endast en liten andel (5 %) som anser att det är nödvändigt att kunna ta emot brev varje dag. 73 % av totalen tycker att det räcker att kunna ta emot brev några gånger per månad (som oftast). 20–29 åringarna har än mindre behov gällande utdelningsfrekvens, medan 60–69 åringarna önskar sig mer frekvent utdelning.

Dagens behov av att skicka skriftliga meddelanden i form av fysiska brev



Bas: Samtliga, antal: 1000

Totalt sett har 12 % mycket stort behov/stort behov av att kunna skicka skriftliga meddelande i form av fysiska brev, medan 45 % har ett mycket litet behov. De som bor i områdena *TI Mellan* samt *TI Låg/mycket låg*, samt de som är över 60 år har lite högre andel som säger sig ha ett mycket stort behov/stort behov – ca 20 %.

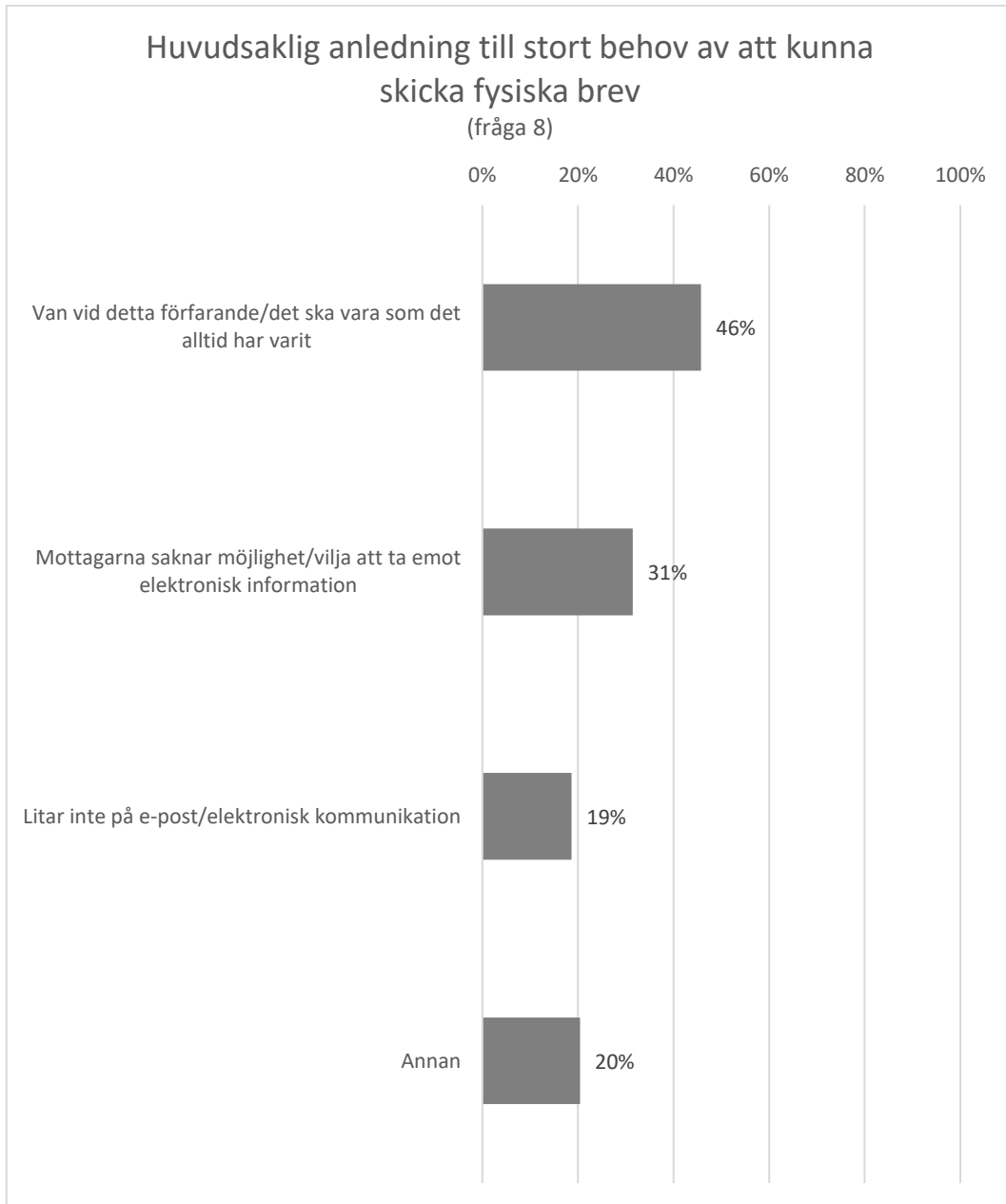


Bas: De som svarat att de har mycket stort behov/stort behov av att kunna skicka fysiska brev, antal: 147 (liten bas)

Notera: Flervalsfråga med fasta svarsalternativ som lästs upp vid intervjun

De som har mycket stort behov/stort behov av att kunna skicka fysiska brev anser framför allt att *personliga brev* (65 %) samt *brev till myndighetskontakter* (58 %) är de viktigaste typerna av brev.

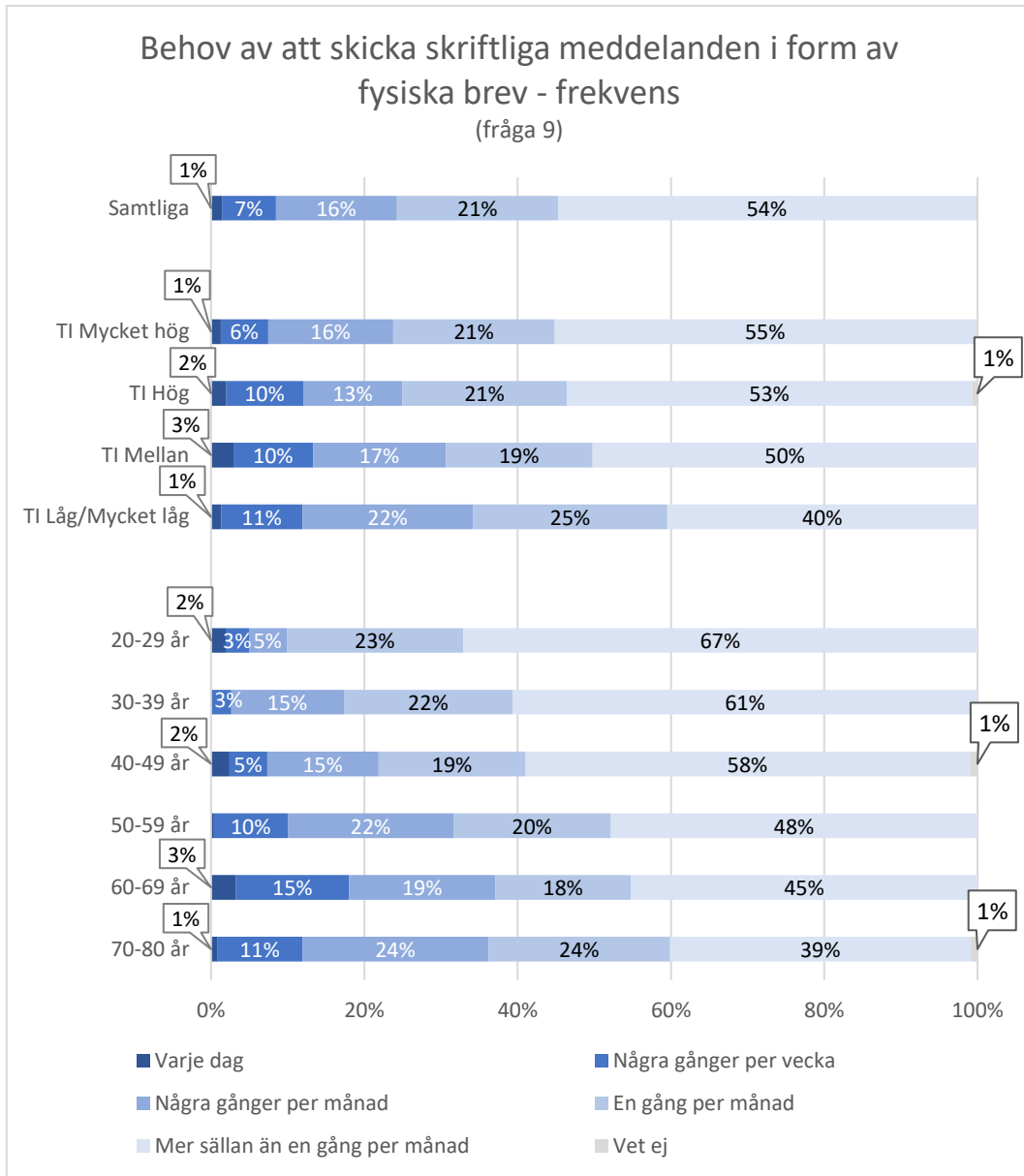
I grupperingen Annan är *Arbetsrelaterade brev* och *Räkningar/fakturor* de vanligast förekommande breven.



Bas: De som svarat att de har mycket stort behov/stort behov av att kunna skicka fysiska brev, antal: 147 (liten bas)

Notera: Flervalsfråga med fasta svarsalternativ som lästs upp vid intervjun

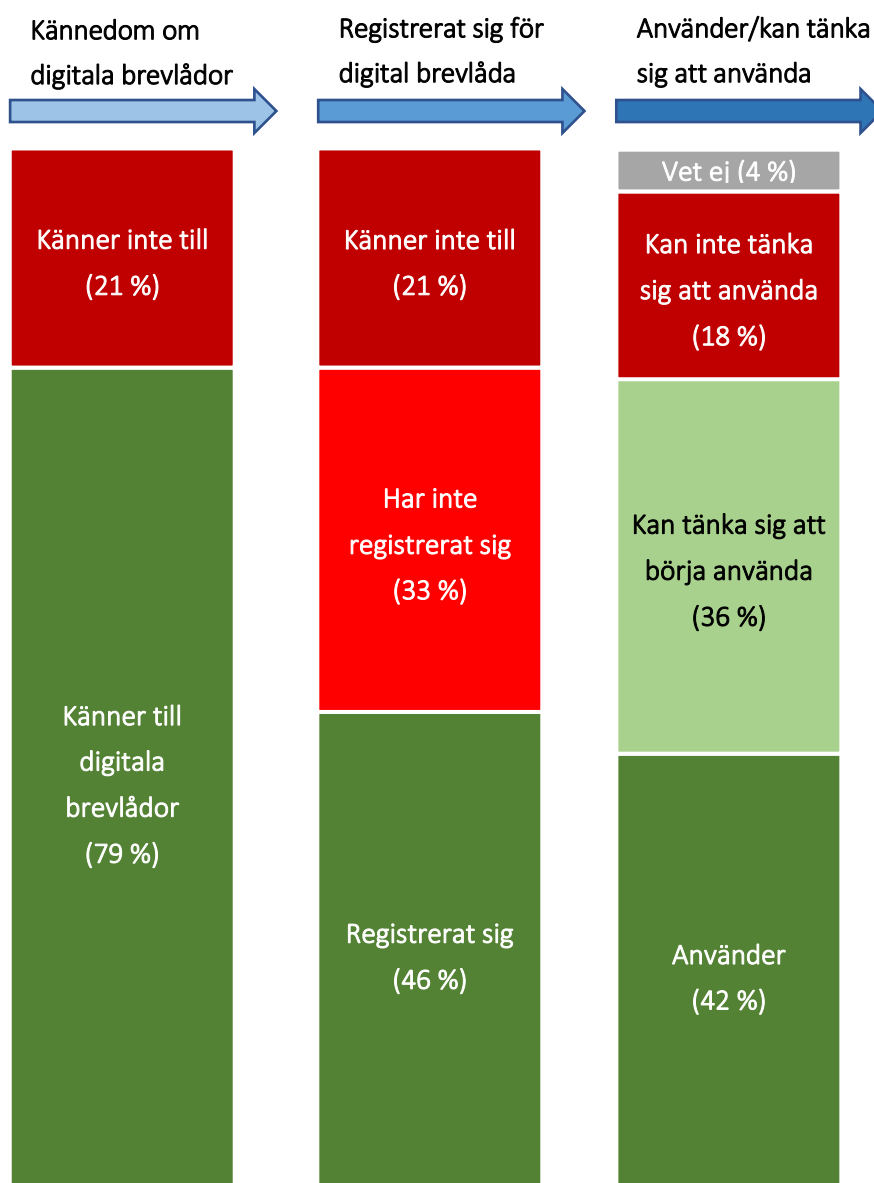
Vana/vill ha det som det alltid har varit är den vanligaste orsaken (46 %) till att privatpersoner fortsatt tycker sig ha mycket stort/stort behov att kunna skicka fysiska brev. 31 % saknar *vilja/möjlighet att ta emot elektronisk information*, medan 19 % anger att de *inte litar på elektronisk kommunikation*. I gruppen *Annan* är *Arbetsrelaterade brev* de vanligast förekommande breven.



Bas: Samtliga, antal: 1000

En mycket liten andel, en procent, anser det vara nödvändigt att kunna skicka fysiska brev varje dag. 91 % av totalen tycker att det räcker att kunna ta skicka brev några gånger per månad (som oftast). Åldersgruppen 60-69 år anser i liten högre grad att det ska kunna gå att skicka brev minst några gånger per vecka (18 %).

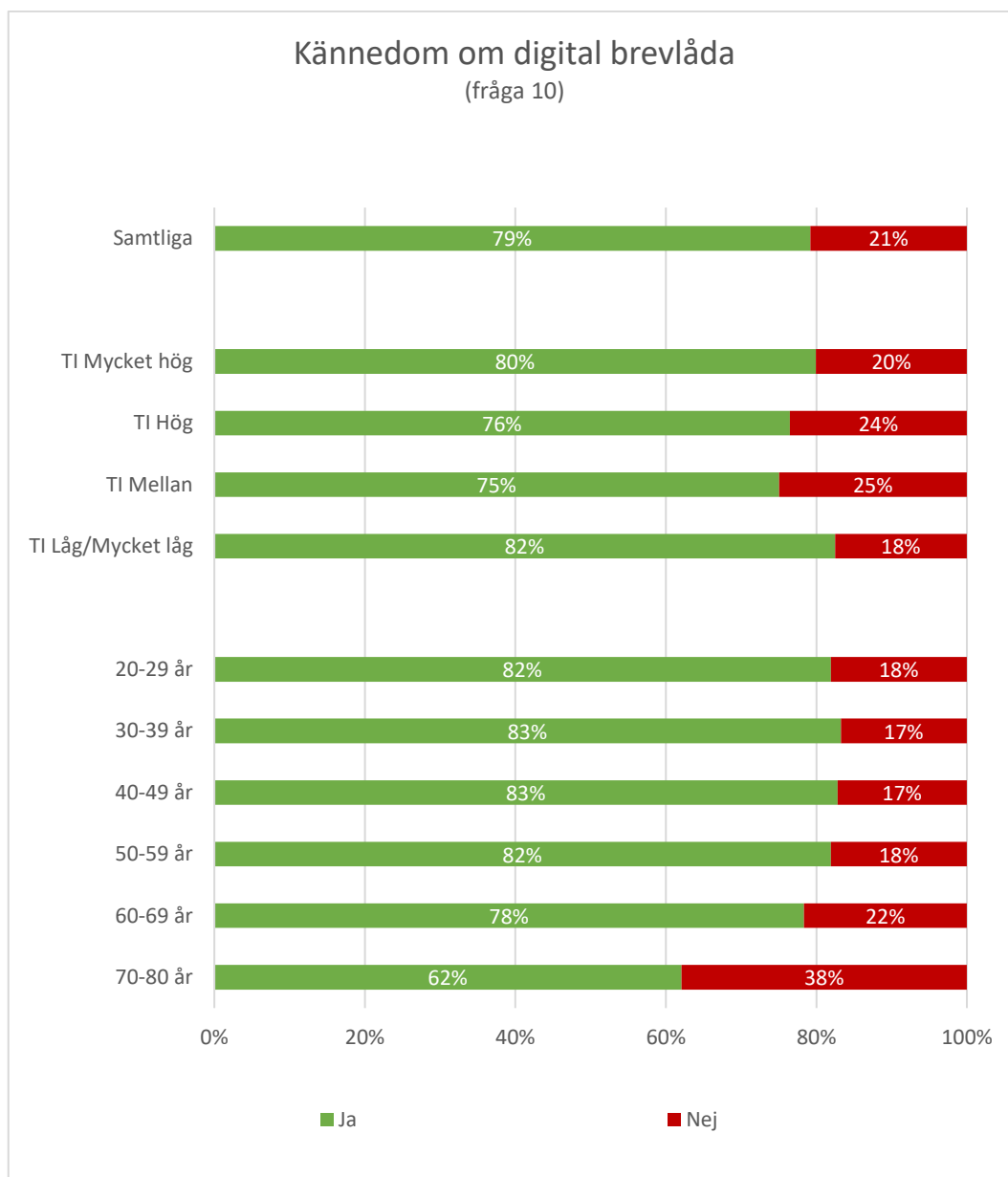
5 Digitala brevlådor



Bas: Samtliga, antal: 1000

Översikt – total population:

Av den totala populationen bland privatpersonerna i undersökningen är det 79 % som har kännedom om digitala brevlådor, och 46 % av dem har även registrerat sig för en. De flesta av dem (42 %) använder den digitala brevlådan idag, medan ytterligare 36 % kan tänka sig att börja använda en digital brevlåda inom det närmaste året/åren.

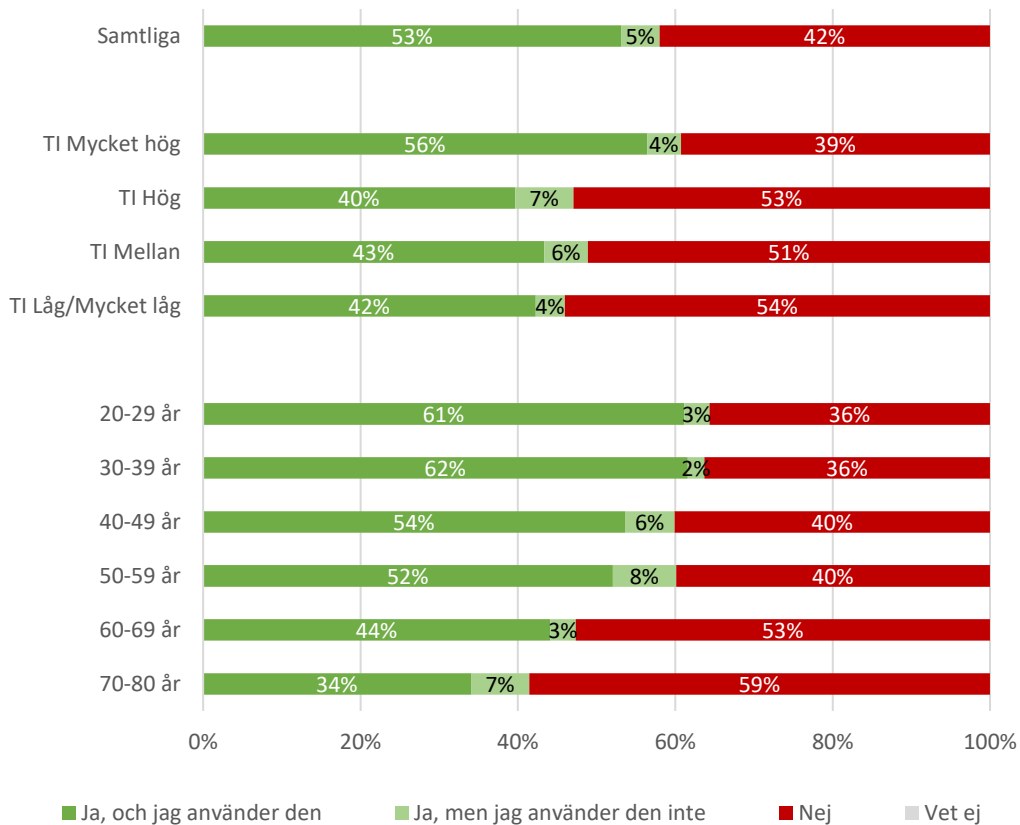


Bas: Samtliga, antal: 1000

8 av 10 (79 %) har kännedom om digital brevlåda. Åldersgruppen 70–80 år har lite lägre kännedom – 62 % i den gruppen känner till digital brevlåda.

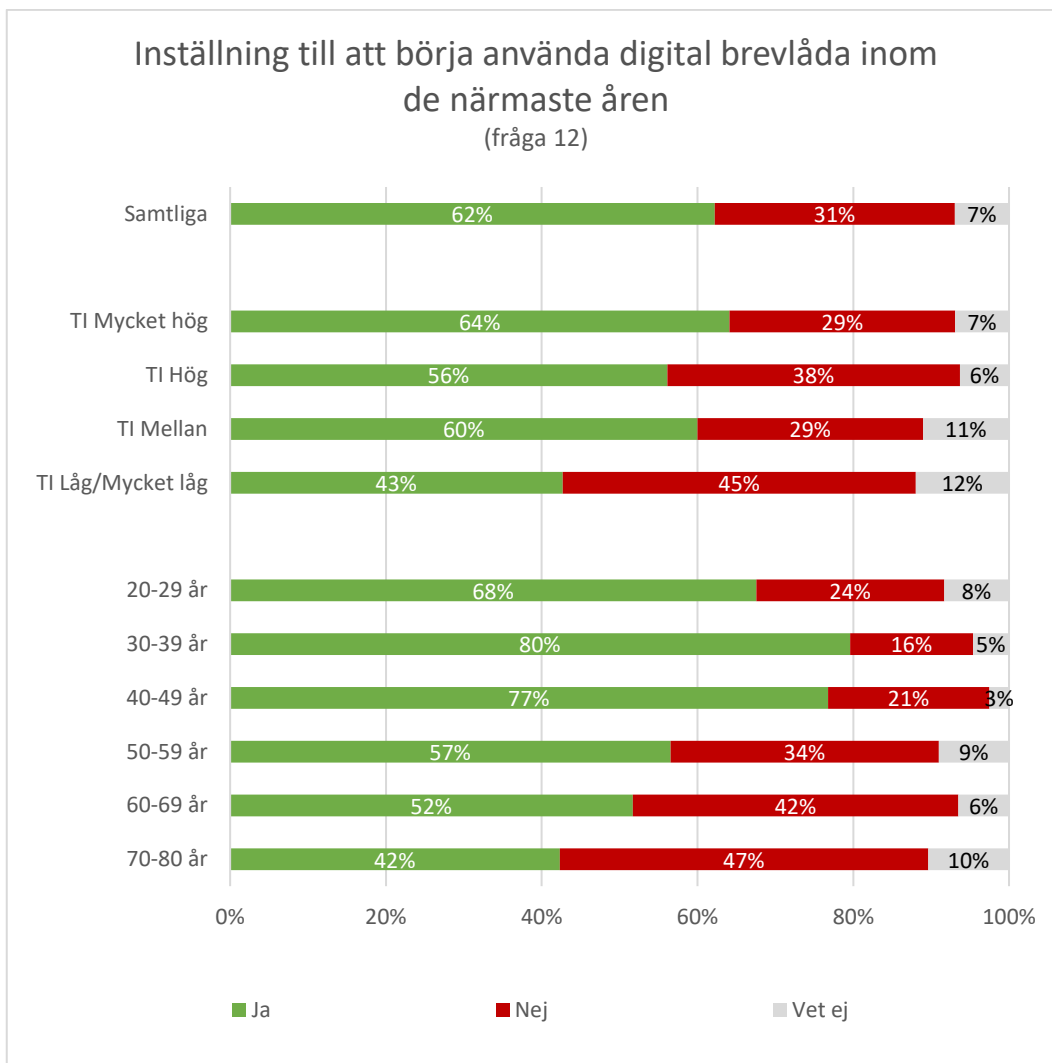


Registrerat sig för digitala brevlådor (fråga 11)



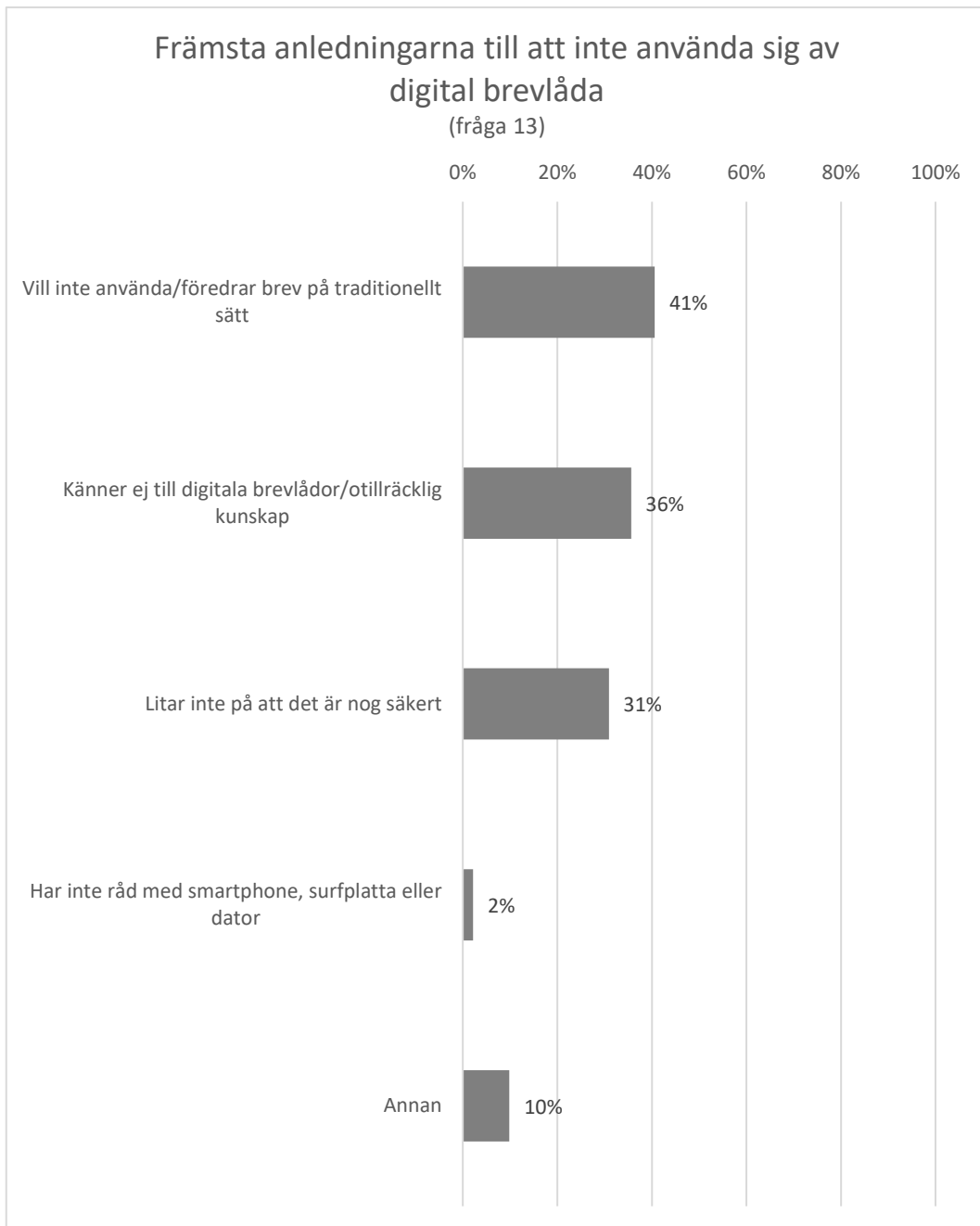
Bas: De som har kännedom om digital brevlåda, antal: 779

58 % av de som har kännedom om digital brevlåda har även registrerat sig för en digital brevlåda – och den stora majoriteten av de som har registrerat sig använder sig även av brevlådan. De som bor i området *TI Mycket hög* samt de yngre åldersgrupperna använder digitala brevlådor i högre grad än de som är över 60 år.



Bas: De som inte har kännedom om digitala brevlådor, samt de som känner till digitala brevlådor, men inte använder det, antal: 623

62 % av alla de som inte använder digital brevlåda idag kan tänka sig att börja använda en inom de närmaste åren. Det är mindre troligt att de som bor i områdena *TI Låg/mycket låg* (43 %) samt de som är *över 60 år* kommer att börja använda digitala brevlådor (42 – 52 %).

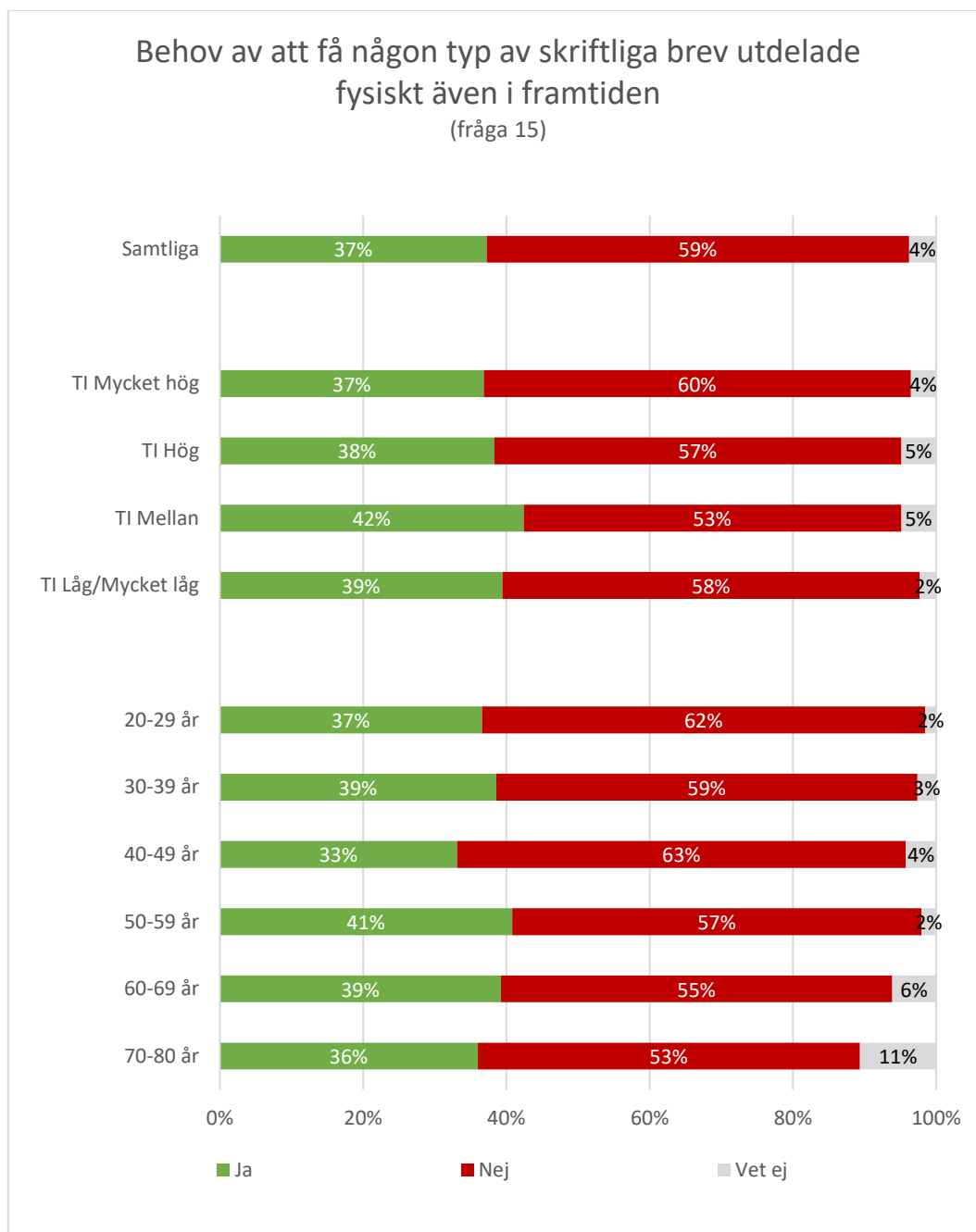


Bas: De som inte kan tänka sig att börja använda digital brevlåda inom det närmaste/de närmaste åren, antal: 214

Notera: Flervalsfråga med fasta svarsalternativ ej upplästa vid intervjun

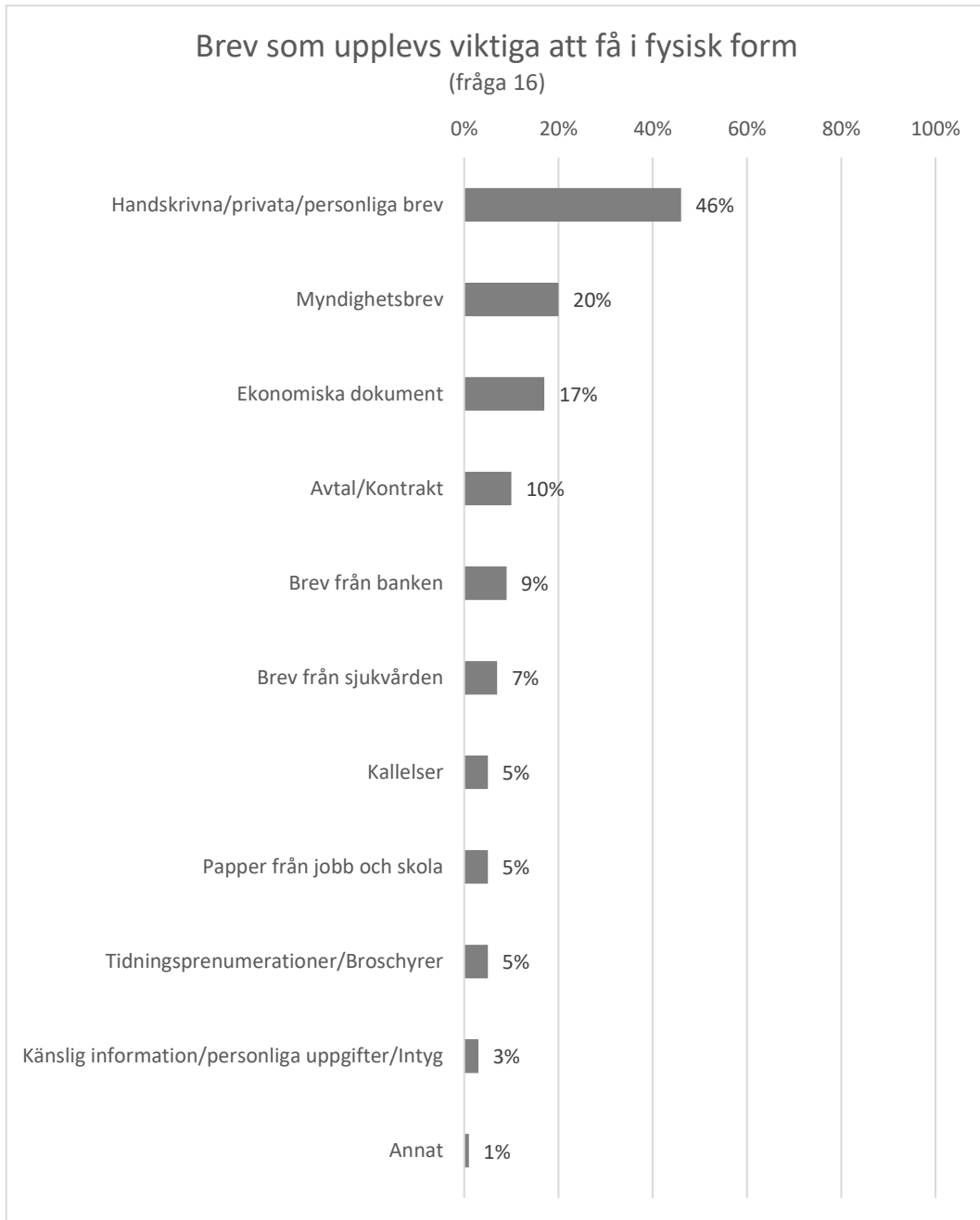
Vana/de vill ha det som förut (41 %), otillräcklig kunskap (36 %) samt litar inte på att det är nog säkert (31 %) är de vanligaste orsakerna till att inte börja använda digitala brevlådor inom de närmaste åren.

6 Behov av fysiska brev i framtiden



Bas: De som använder digital brevlåda idag, samt de som kan tänka sig att börja använda digital brevlåda inom det närmaste/de närmaste åren, antal: 737

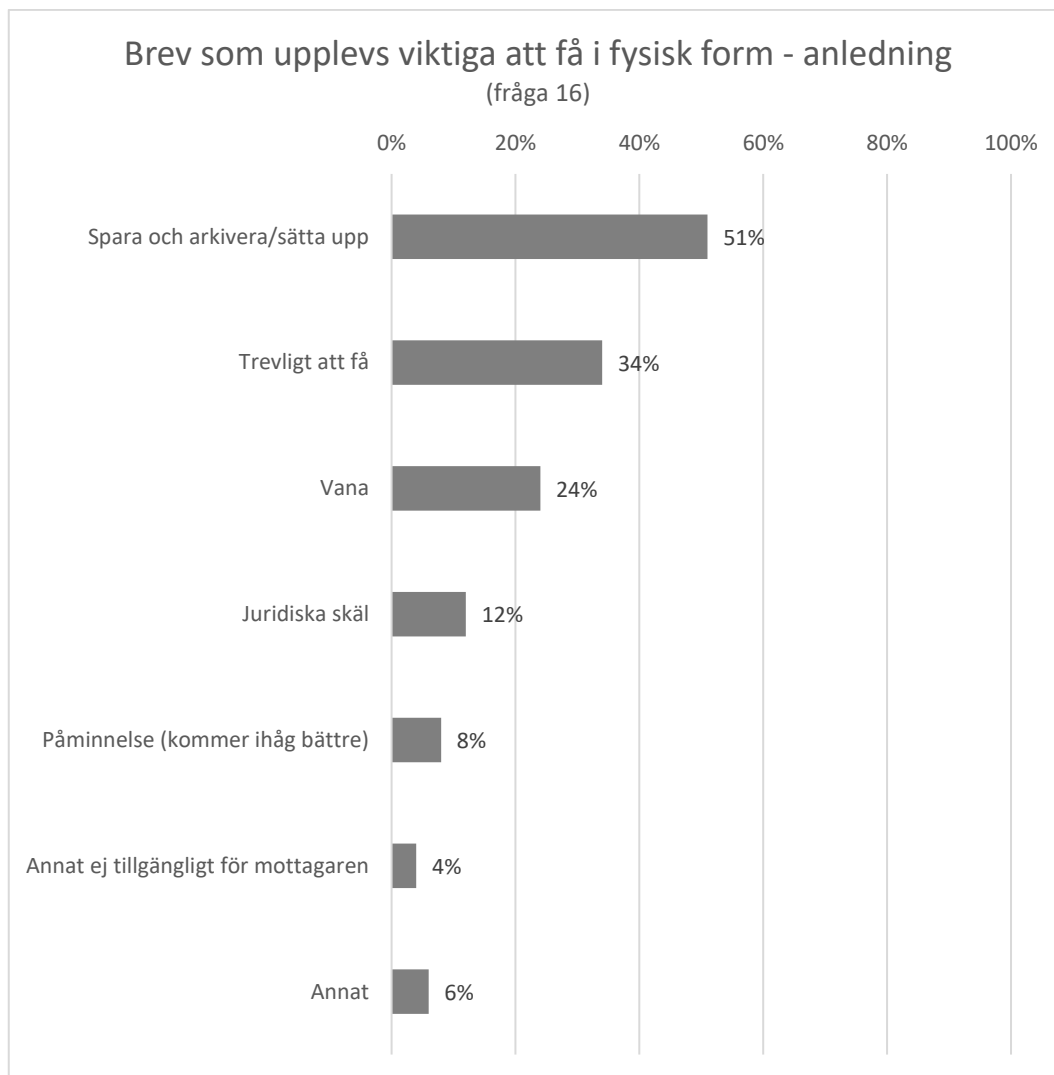
Cirka en tredjedel (37 %) av alla de som använder digital brevlåda idag samt de som kan tänka sig att börja använda inom de närmaste åren anger att de även har behov av att få någon typ av skriftliga brev utdelade fysiskt.



Bas: Personer som använder digital brevlåda idag/kan tänka sig att börja använda digital brevlåda inom det närmaste/de närmaste åren och som uppger att det finns typer av skriftliga brev som är viktiga att få i fysisk form även i framtiden, antal: 279

Notera: Öppen fråga, kodade svar

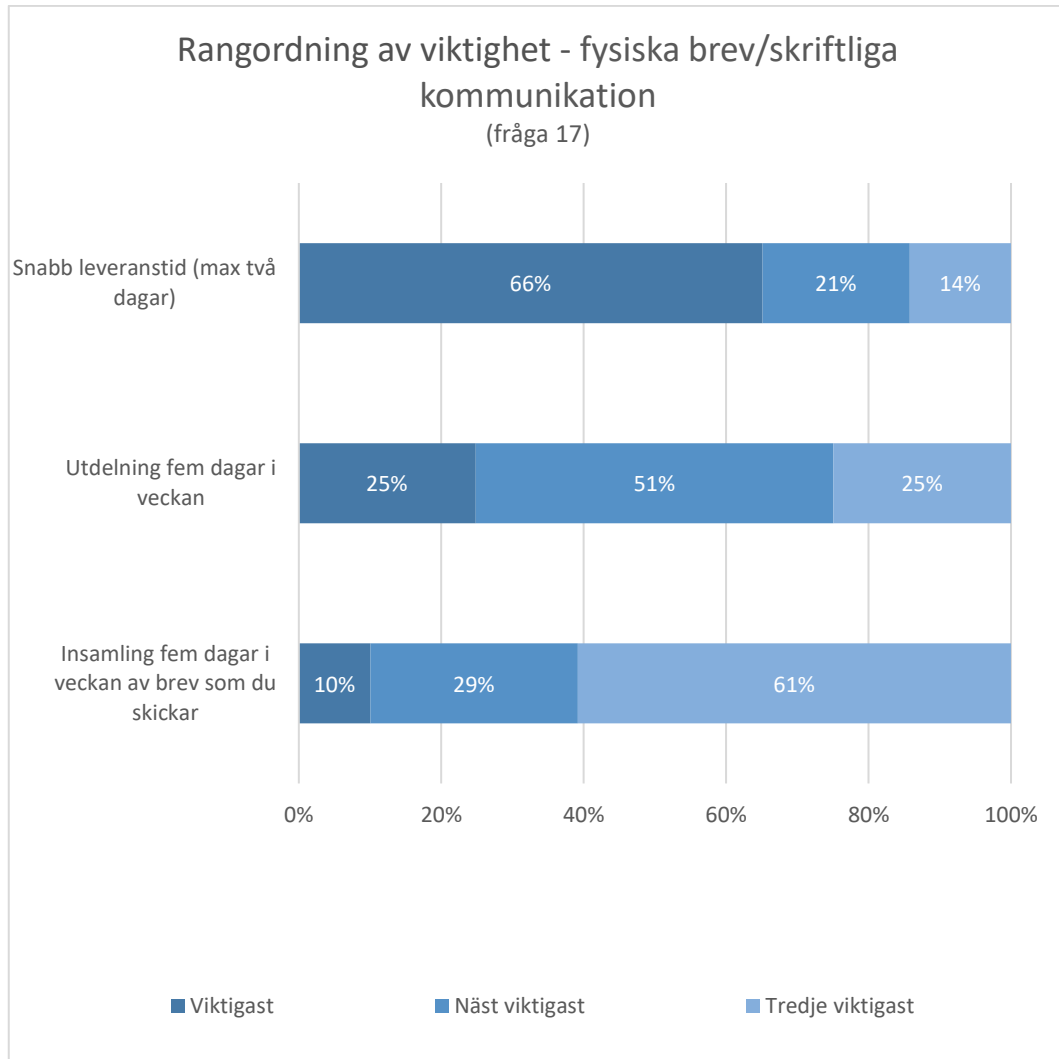
Det är framför allt *personliga/privata brev* som är viktigast (46 %) att fortfarande kunna få i fysisk form för de privatpersoner som använder digital brevlåda idag samt de som kan tänka sig att börja använda inom de närmaste åren.



Bas: Personer som använder digital brevlåda idag/kan tänka sig att börja använda digital brevlåda inom det närmaste/de närmaste åren och som uppger att det finns typer av skriftliga brev som är viktiga att få i fysisk form även i framtiden, antal: 279

Notera: Öppen fråga, kodade svar

Spara och arkivera/sätta upp (51 %) är den största anledningen till att privatpersoner anser att de har ett behov att kunna få fysiska brev. Näst största anledningen är att det är *trevligt att få fysiska brev* (34 %).



Bas: Samtliga som kunnat rangordna alla tre faktorer, antal: 944

Notera: Rangordning av de tre faktorerna leveranstid, insamling och utdelning

Snabb leveranstid (max två dagar) rankas som viktigast av två tredjedelar (66 %) av privatpersonerna. En fjärdedel (25 %) anser att *utdelning fem dagar* är viktigast medan *insamling fem dagar i veckan* rankas som minst (tredje) viktigast av 61 %.

Den yngre målgruppen 20–39 år rankar *snabb leveranstid (max två dagar)* högst (76–77 %) – jämfört med totalen (66 %).

Utdelning fem dagar i veckan rankas högre bland de äldre årsgrupperna 60–69 år (37 %) och 70–80 år (43 %), samt bland de som bor i områdena *TI Låg/mycket låg* (35 %) jämfört med totalen (25 %).



Fråga 18 – Konkreta problem: utdelning två gånger i veckan

Anta att fysiska brev\skriftlig kommunikation skulle delas ut två gånger i veckan vilka, om några, konkreta problem skulle du drabbas av?

Öppen fråga, kodade svar	Samtliga	TI	TI Hög	TI Mellan	TI Låg/
		Mycket hög			Mycket låg
Försening (Post levereras för sent)	27 %	28 %	24 %	29 %	24 %
Missa information/ kallelser/ möten/ inbetalningsdatum	14 %	14 %	13 %	14 %	14 %
Förseningsavgift	3 %	3 %	3 %	6 %	3 %
Missa sjukvårdstider som är kort	3 %	3 %	2 %	2 %	1 %
Brev kommer inte fram alls	0 %	0 %	1 %	0 %	0 %
Måste vänta länge/längre	6 %	7 %	7 %	4 %	5 %
Kommer inte specifik dag	1 %	1 %	1 %	0 %	0 %
Blir dåligt/Vill inte ha/Är inte som nu (ospecificerat)	2 %	2 %	2 %	4 %	3 %
Vill/måste planera/ha lång framförhållning	2 %	2 %	3 %	1 %	2 %
Problem för företaget/i yrkesrollen	2 %	2 %	2 %	3 %	2 %
Försena arbete	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %
Frustrerande/Jobbigt/Stressigt	1 %	1 %	1 %	0 %	2 %
Mycket post på en gång	1 %	1 %	1 %	0 %	0 %
Dagstidning inte dagligen	1 %	1 %	1 %	2 %	0 %
Annat/Ej svar	1 %	1 %	1 %	2 %	0 %
Inga problem	59 %	59 %	60 %	55 %	62 %
Vet ej	3 %	2 %	4 %	5 %	5 %

Bas: Samtliga, antal: 1000

Notera: Öppen fråga, kodade svar

59 % anser att det inte innebär några problem om *utdelning sker endast två gånger i veckan*. 27 % av totalen anser att det innebär problem då posten kommer att levereras för sent.



Fråga 19 – Konkreta problem: insamling två gånger i veckan

Anta att fysiska brev\skriftlig kommunikation som du skickar skulle samlas in två dagar i veckan, vilka om några, konkreta problem skulle du drabbas av?

Öppen fråga, kodade svar	Samtliga	TI	TI Hög	TI Mellan	TI Låg/ Mycket
		Mycket hög			låg
Försening (Post levereras för sent/Jag missar att posta i tid)	27 %	27 %	26 %	32 %	21 %
Mottagaren missar deadline/inbetalningsdatum/info	5 %	5 %	4 %	7 %	4 %
Mitt svar kommer inte fram i tid/allt (till myndighet)	4 %	3 %	5 %	4 %	2 %
Förseningsavgift	3 %	3 %	2 %	1 %	1 %
Mottagaren får vänta länge/längre	11 %	10 %	11 %	13 %	8 %
Akut/viktig post behöver komma fram snabbt/nästa dag	3 %	3 %	3 %	3 %	1 %
Kommer inte fram den förväntade dagen	2 %	3 %	2 %	0 %	2 %
Måste planera/ha lång framförhållning	7 %	7 %	7 %	6 %	7 %
Problem för företaget/i yrkesrollen	2 %	2 %	4 %	3 %	2 %
Frustrerande/Jobbigt/Stressigt	2 %	1 %	3 %	3 %	1 %
Blir dåligt/Vill inte ha/Är inte som nu (ospecificerat)	1 %	1 %	2 %	3 %	0 %
Annat/Ej svar	1 %	1 %	2 %	1 %	1 %
Inga problem	53 %	53 %	53 %	47 %	60 %
Vet ej	3 %	3 %	2 %	3 %	4 %

Bas: Samtliga, antal: 1000

Notera: Öppen fråga, kodade svar

53 % anger att det inte kommer att bli några problem om insamling sker endast två gånger i veckan. *Försening (post levereras för sent/Jag missar att posta i tid)* är det problem som upplevs som störst – det nämns utav 27 % av totalen.

Inga större skillnader mellan de olika åldersgrupperna samt områdena.



Fråga 20 – Konkreta problem: leveranstid mer varierande än idag

Anta att leveranstiden av fysiska brev\skriftlig kommunikation skulle variera mer än den gör idag (exempelvis mellan 1–5 dagar), vilka om några, konkreta problem skulle du drabbas av?

Öppen fråga, kodade svar	Samtliga	TI			TI Låg/ Mycket låg
		Mycket hög	TI Hög	TI Mellan	
Försening (Post levereras för sent)	29 %	28 %	33 %	35 %	30 %
Missade deadline/ inbjudning/ kallelse/ inbetalningsdatum/ info	12 %	12 %	13 %	11 %	13 %
Förseningsavgift	3 %	3 %	4 %	8 %	3 %
Paketet kommer sent/för sent	1 %	1 %	2 %	0 %	0 %
Får vänta länge	15 %	15 %	14 %	19 %	13 %
Får vänta länge: Akut/viktig post behöver komma fram snabbt	5 %	5 %	4 %	6 %	1 %
5 dagar är för mycket	3 %	4 %	3 %	4 %	3 %
Posten för gammal/irrelevant (t.ex. dagstidningar)	1 %	1 %	0 %	2 %	0 %
Måste planera/ha lång planeringsperiod	6 %	7 %	5 %	7 %	4 %
Opålitligt	5 %	6 %	4 %	2 %	5 %
Vet inte när/om posten kommer	4 %	4 %	3 %	0 %	4 %
Frustrerande/ Jobbigt/ Stressigt	3 %	3 %	4 %	5 %	3 %
Blir dåligt/ Vill inte ha/ Är inte som nu (ospecificerat)	3 %	3 %	2 %	5 %	0 %
Skulle välja bort fysisk post	1 %	1 %	0 %	0 %	0 %
Problem för företaget/i yrkesrollen	2 %	2 %	2 %	3 %	1 %
Är redan så idag	2 %	1 %	2 %	1 %	4 %
Annat/Ej svar	1 %	1 %	0 %	0 %	0 %
Inga problem	42 %	42 %	42 %	41 %	44 %
Vet ej	2 %	2 %	3 %	2 %	4 %

Bas: Samtliga, antal: 1000

Notera: Öppen fråga, kodade svar

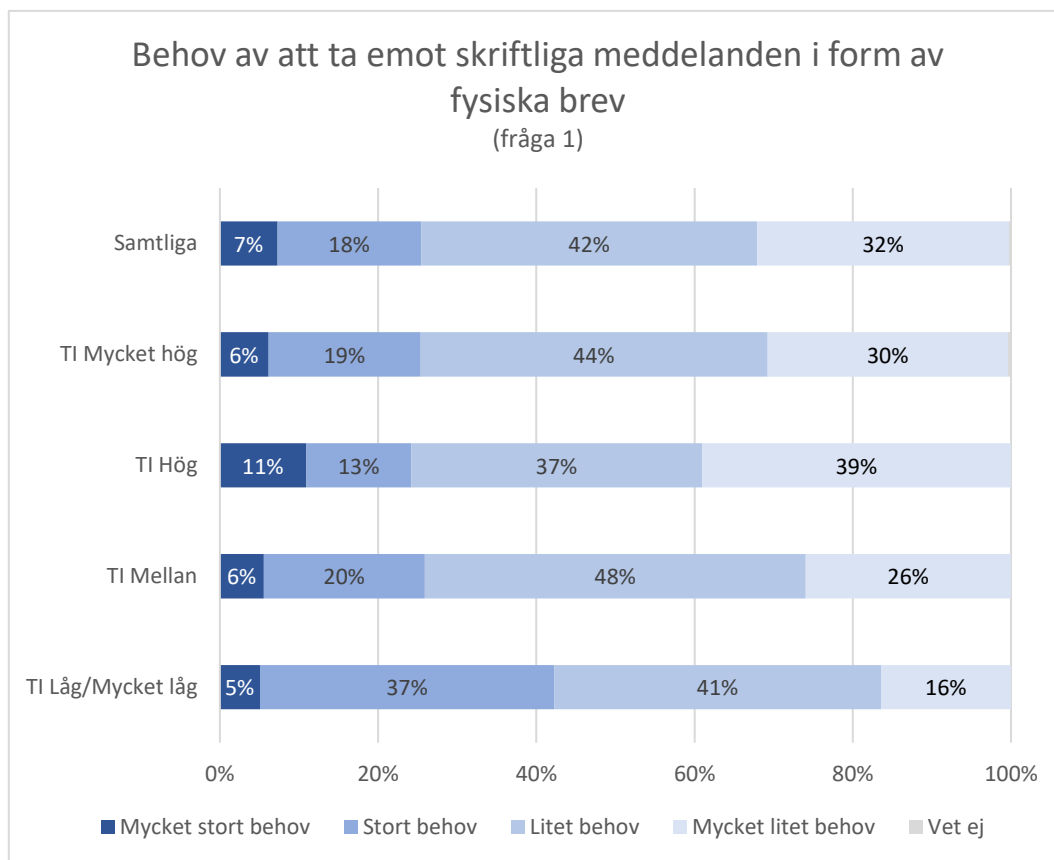
42 % av totalen anger att det inte kommer att bli några problem om leveranstiden av fysiska brev skulle variera mer än idag. *Försening (post levereras för sent)* är det problem som upplevs som störst – det nämns utav 29 % av totalen.



MINDRE FÖRETAG

7 Dagens behov av fysiska brev

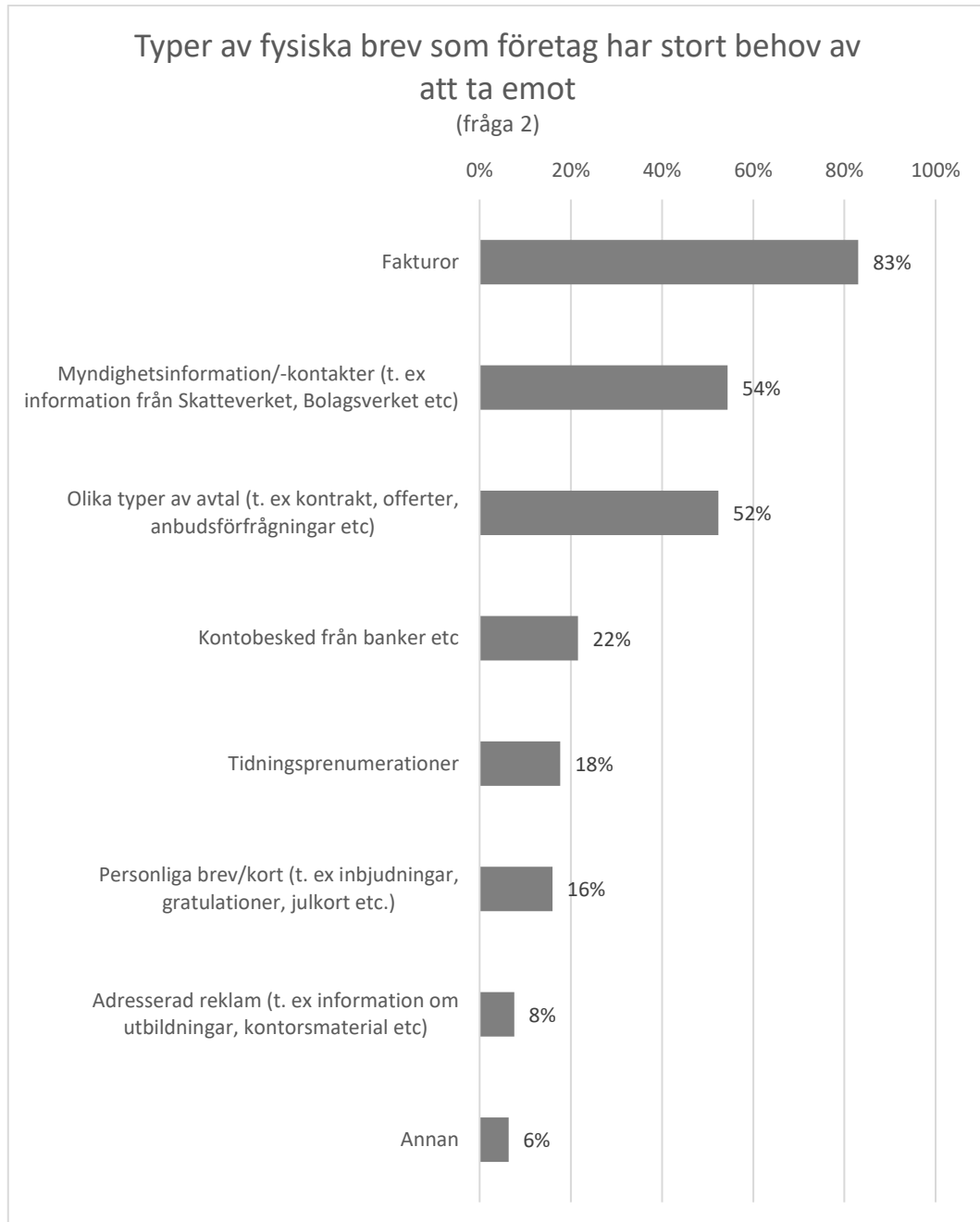
Dagens behov av att ta emot skriftliga meddelanden i form av fysiska brev



Bas: Samtliga, antal: 500

Totalt sett har en fjärdedel (25 %) av företagen mycket stort behov/stort behov av att kunna ta emot skriftliga meddelande i form av fysiska brev, och samtidigt har cirka en tredjedel (32 %) av företagen ett mycket litet behov.

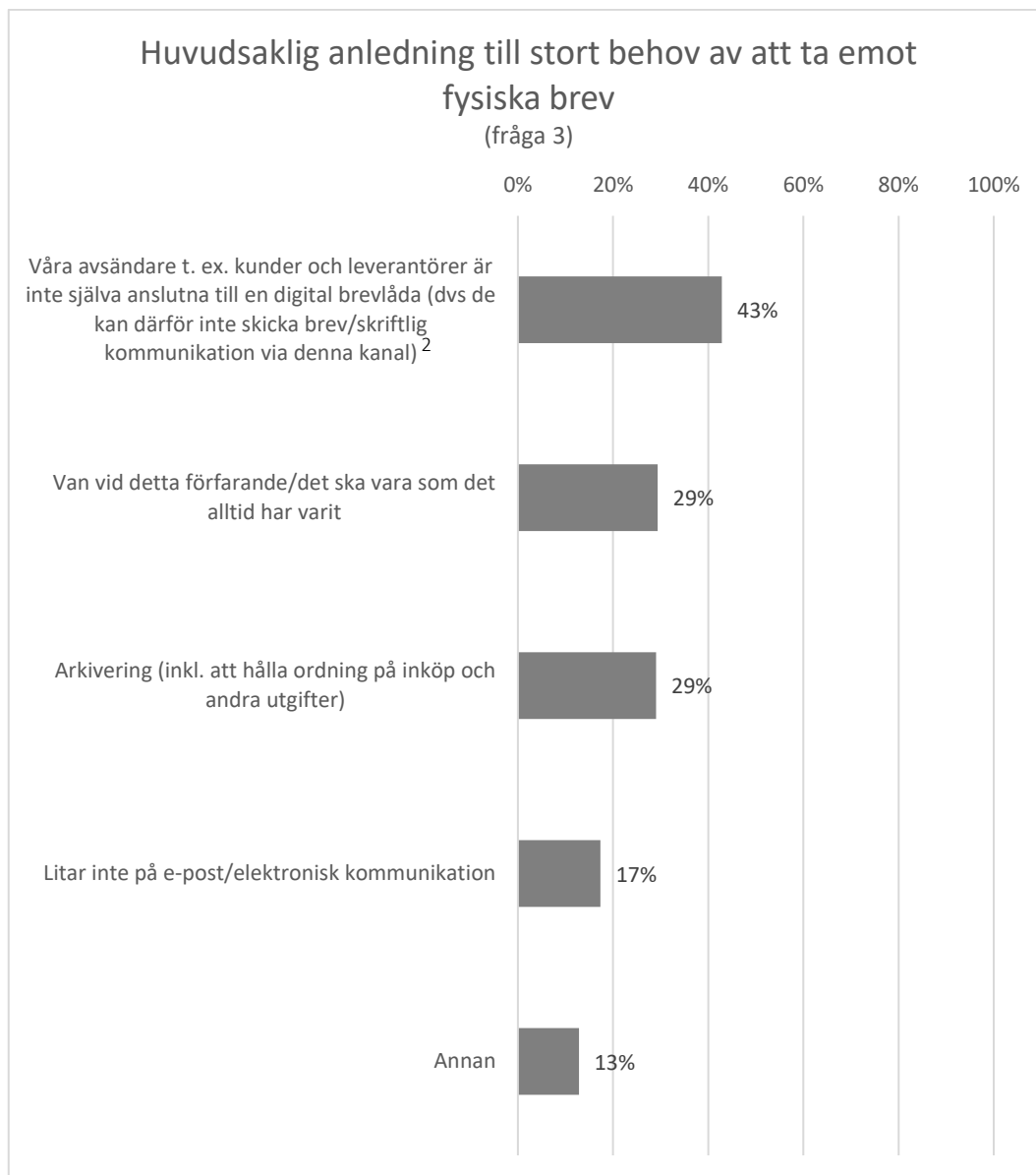
Företagen i områdena *TI Låg/mycket låg* har en större andel företag som har mycket stort behov/stort behov – 42 %, samtidigt som det är 16 % av företagen i de områdena som har ett mycket litet behov. Motsvarande andelar för företagen i områdena *TI Mycket hög* är 25 % (mycket stort/stort behov) samt 30 % (mycket litet behov).



Bas: Företag som svarat att de har mycket stort behov/stort behov av att ta emot fysiska brev, antal: 134

Notera: Flervalsfråga med fasta svarsalternativ som lästs upp vid intervjun

De företag som har mycket stort behov/stort behov att kunna ta emot brev anger *fakturor* (83 %) som den enskilt viktigaste typen av fysiska brev. Ungefär hälften anser att *myndighetsinformation* (54 %) samt *olika typer av avtal* (52 %) är viktiga för dem.

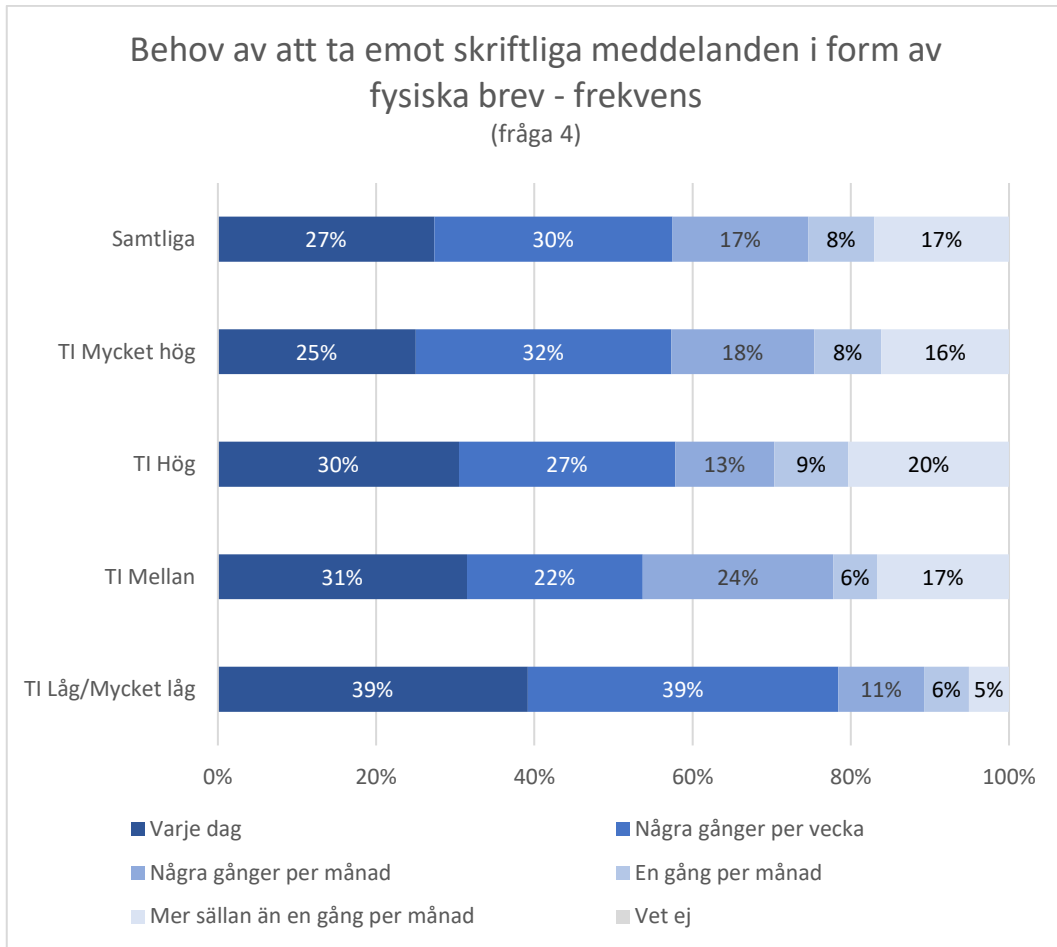


Bas: Företag som svarat att de har mycket stort behov/stort behov av att ta emot fysiska brev, antal: 134

Notera: Flervalsfråga med fasta svarsalternativ som lästs upp vid intervjun

Att avsändarna (ex. kunder och leverantörer) inte är anslutna till en digital brevlåda är den vanligaste orsaken (43 %) till att de tycker sig ha mycket stort/stort behov att kunna ta emot fysiska brev. *Vana/det ska vara som det alltid har varit* samt *möjlighet till arkivering* anges som viktigt av 29 %.

² Formulering i svarsalternativet blev något otydlig. Digital brevlåda är inte en förutsättning för att skicka meddelanden (fakturor mm) digitalt. Svarsalternativet avsåg framför allt att fånga de fall där avsändarnas digitaliseringsnivå skapar ett behov hos respondenten att ta emot fakturor mm som fysiska brev.

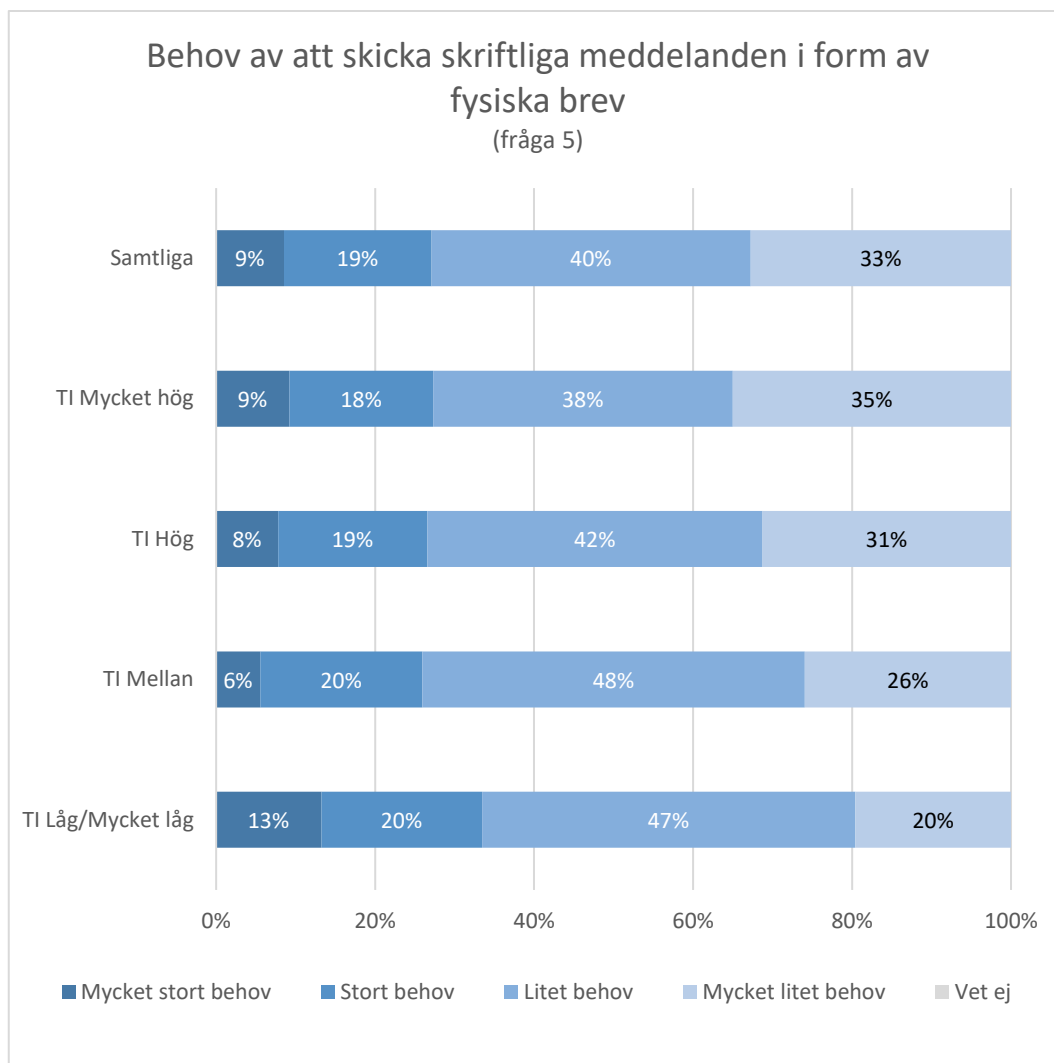


Bas: Samtliga, antal: 500

Ungefär en fjärdedel (27 %) av alla företag vill kunna ta emot skriftliga meddelanden i form av fysiska brev varje dag, och ytterligare 3 av 10 företag vill kunna ta emot brev några gånger per vecka. En fjärdedel (25 %) vill ha utdelning en gång i månaden (eller mer sällan).

I områdena *TI Låg/mycket låg* är det en större andel av företagen som anser sig ha behov av att ta emot fysiska brev oftare (39 % varje dag samt 39 % några ggr/vecka).

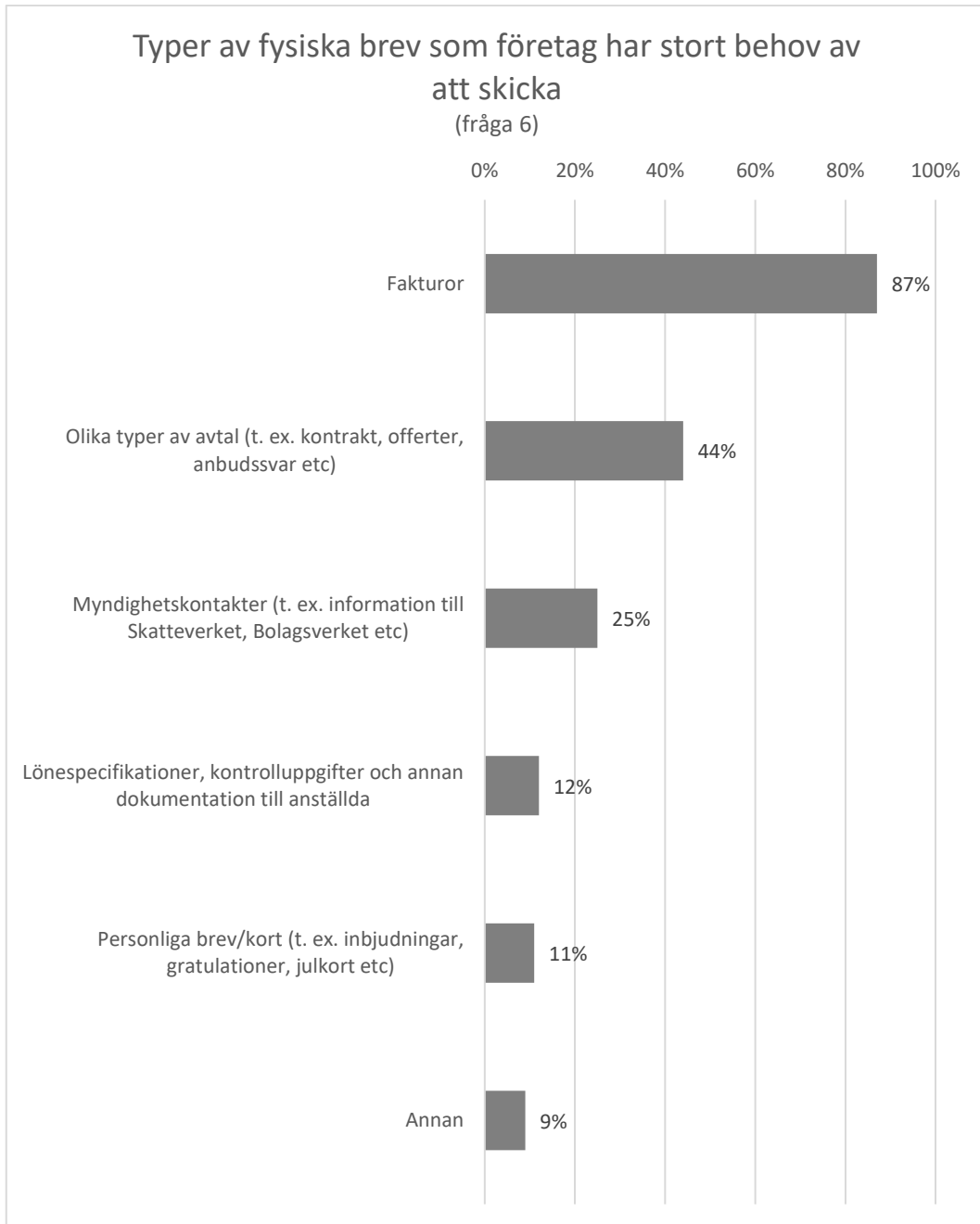
Dagens behov av att skicka skriftliga meddelanden i form av fysiska brev



Bas: Samtliga, antal: 500

Det är cirka en fjärdedel (28 %) av alla företagen som har ett mycket stort behov/stort behov av att kunna skicka skriftliga meddelande i form av fysiska brev, och samtidigt har en tredjedel av samtliga företag ett mycket litet behov av det.

Företag i områdena *TI Låg/mycket låg* har en lite större andel som svarar att de har mycket stort behov/stort behov – ca 33 %, samtidigt som det är 20 % av företagen i de områdena som har ett mycket litet behov.

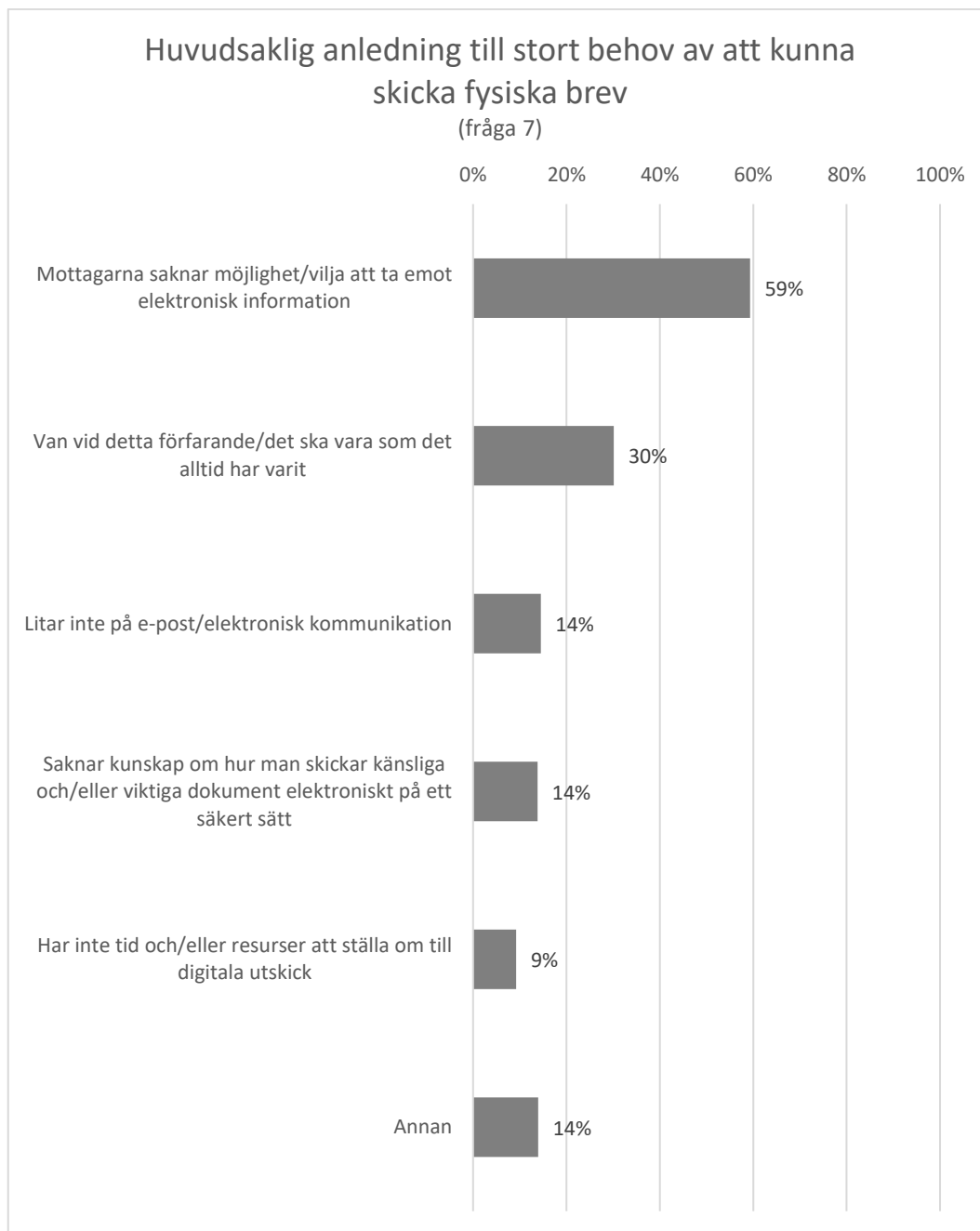


Bas: Företag som svarat att de har mycket stort behov/stort behov av att kunna skicka fysiska brev, antal: 137

Notera: Flervalsfråga med fasta svarsalternativ som lästs upp vid intervjun

De företag som har mycket stort behov/stort behov att kunna skicka fysiska brev anger *fakturor* (87 %) som den enskilt viktigaste typen av fysiska brev. Nästan hälften (44 %) av företagen anser att *olika typer av avtal* är viktiga för dem.

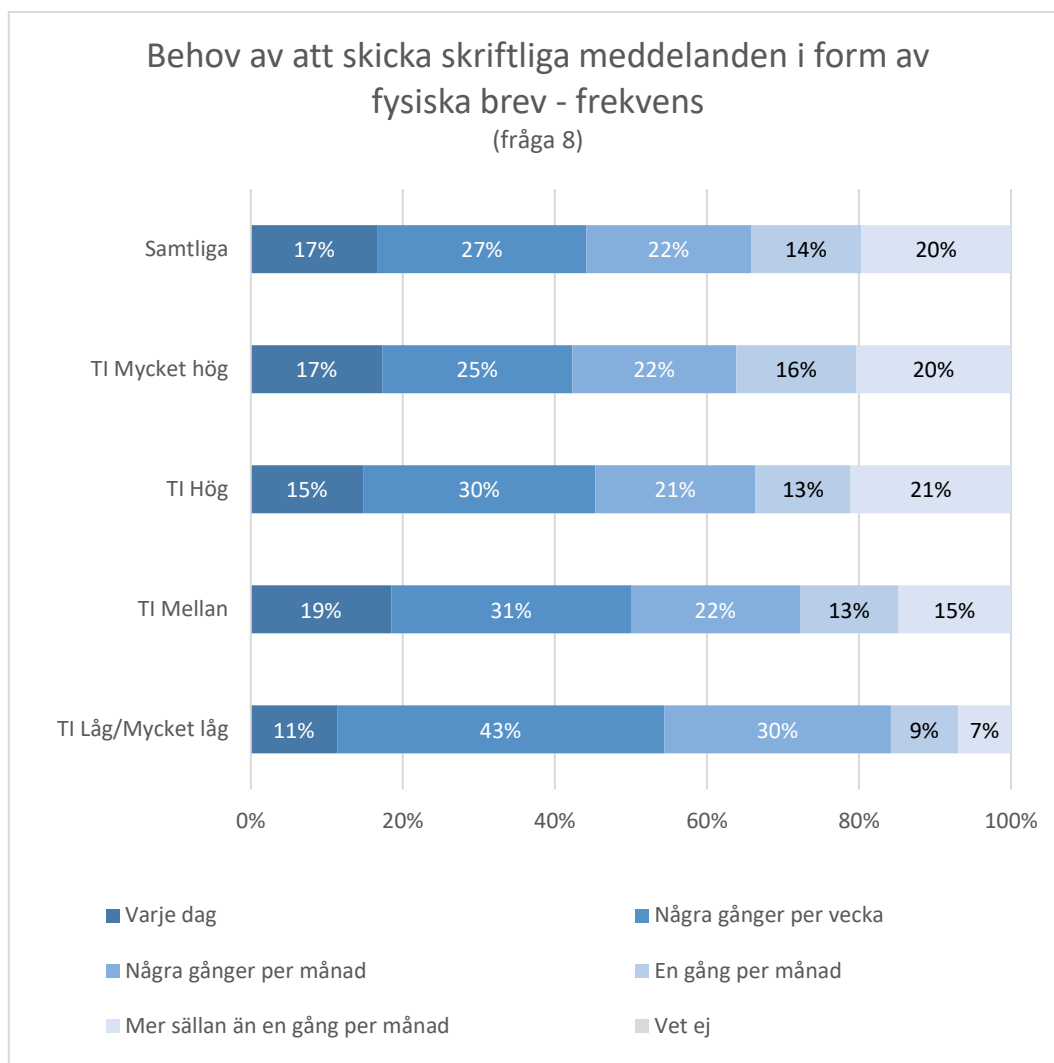
I grupperingen Annan är *kallelser/remisser/labbsvar* de vanligast förekommande breven (företag inom hälso- och sjukvård).



Bas: Företag som svarat att de har mycket stort behov/stort behov av att kunna skicka fysiska brev, antal: 137

Notera: Flervalsfråga med fasta svarsalternativ som lästs upp vid intervjun

Att avsändarna (ex. kunder och leverantörer) saknar möjlighet/vilja till att ta emot elektronisk information är den vanligaste orsaken (59 %) till att de tycker sig ha mycket stort/stort behov av att kunna skicka fysiska brev. Vana/det ska vara som det alltid har varit anges som viktigt av 30 %.

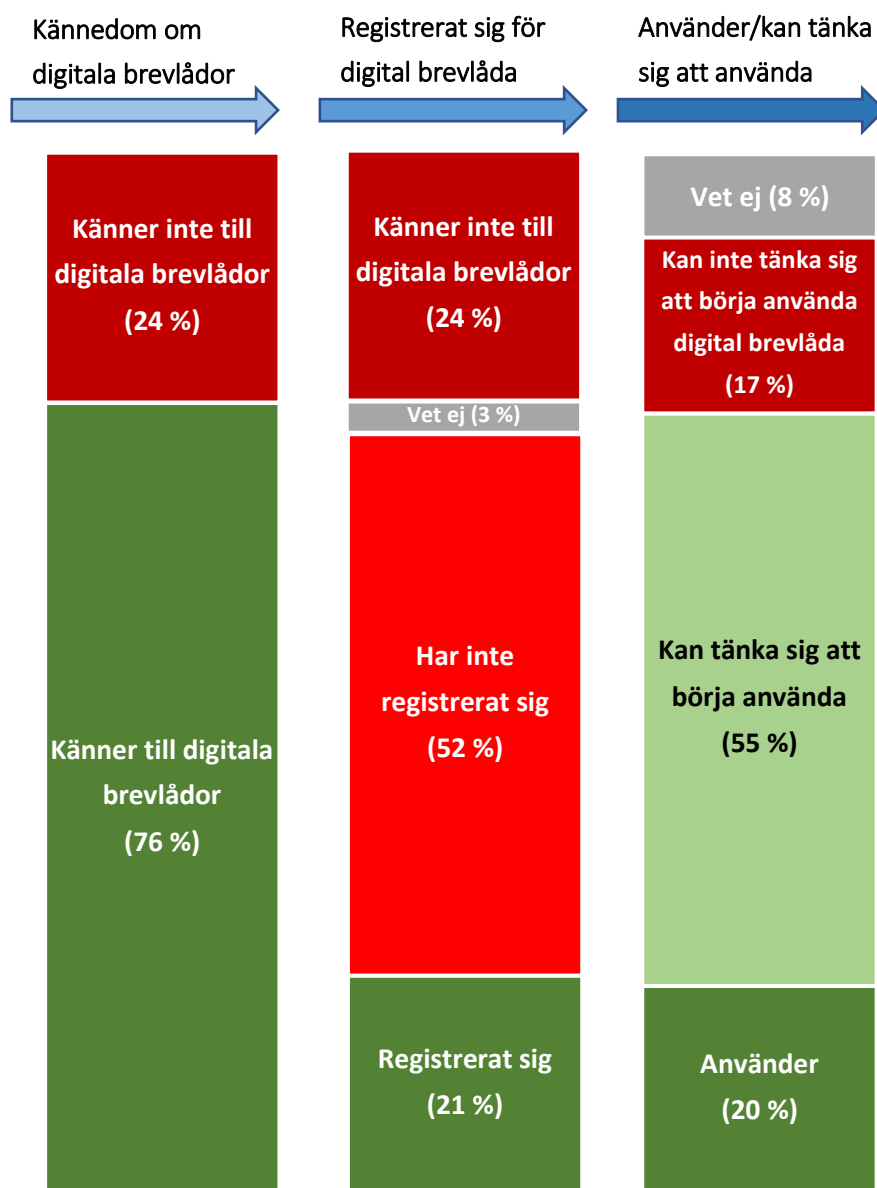


Bas: Samtliga, antal: 500

17 % av alla företag anser sig ha behov att kunna skicka skriftliga meddelanden i form av fysiska brev varje dag, och ytterligare 27 % av företagen vill kunna skicka brev några gånger per vecka. 34 % av alla företag anser att deras behov av att skicka fysiska brev ligger på en gång i månaden (eller mer sällan).

I områdena *TI Låg/mycket låg* är det en lägre andel av företagen som anser sig ha behov av att kunna skicka fysiska brev varje dag, men samtidigt har de områdena en högre andel företag (43 %) som anger att de vill ha möjlighet att skicka brev några gånger per vecka.

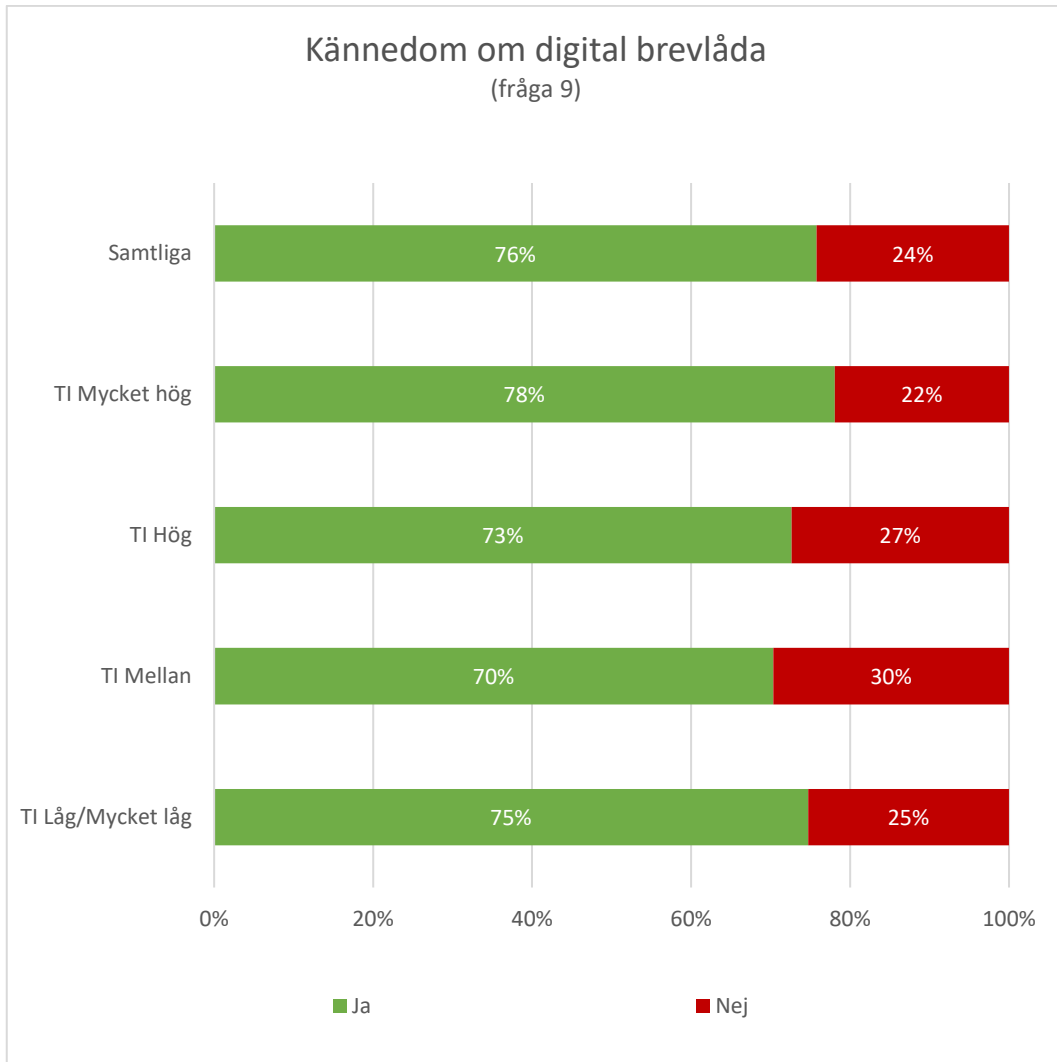
8 Digitala brevlådor



Bas: Samtliga, antal: 500

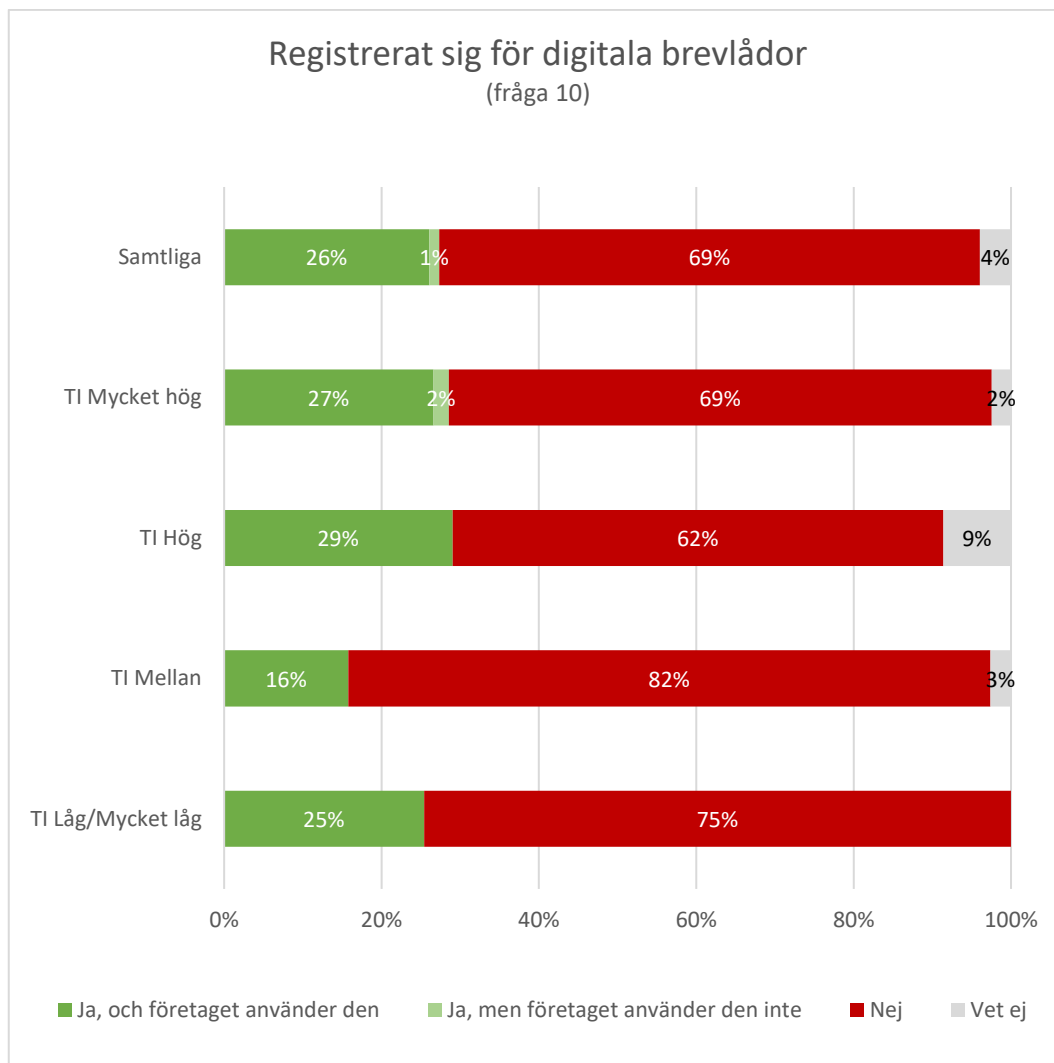
Översikt – alla företag:

76 % av alla företag har kännedom om digitala brevlådor, och 21 % av dem har även registrerat sig för en. De flesta företagen (20 %) använder sig av den digitala brevlådan idag, medan ytterligare 55 % kan tänka sig att börja använda en digital brevlåda inom det närmaste året/åren.



Bas: Samtliga, antal: 500

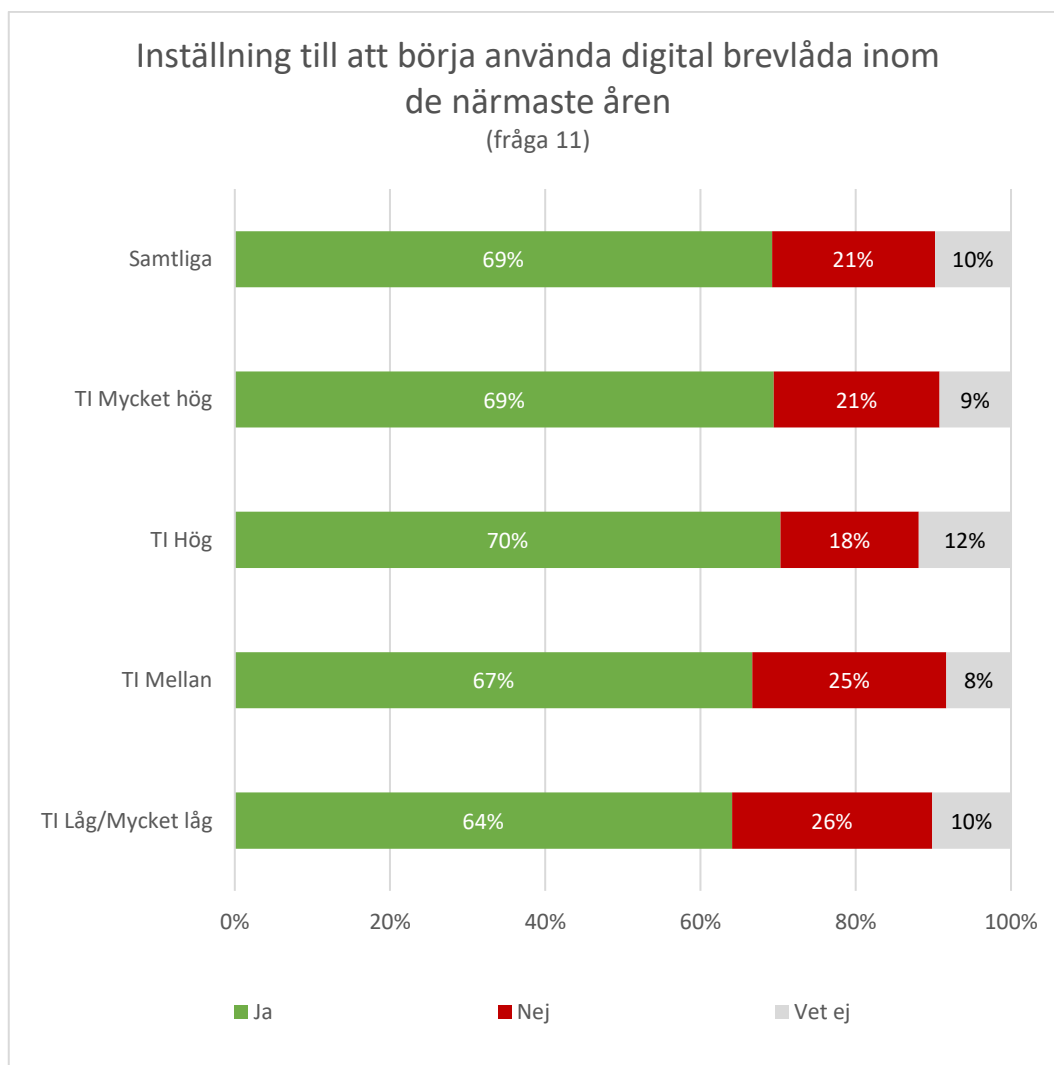
3 av 4 företag har kännedom om digital brevlåda. Det är inga påtagliga skillnader i de olika områdena gällande grad av kännedom.



Bas: Företag som har kännedom om digital brevlåda, antal: 378

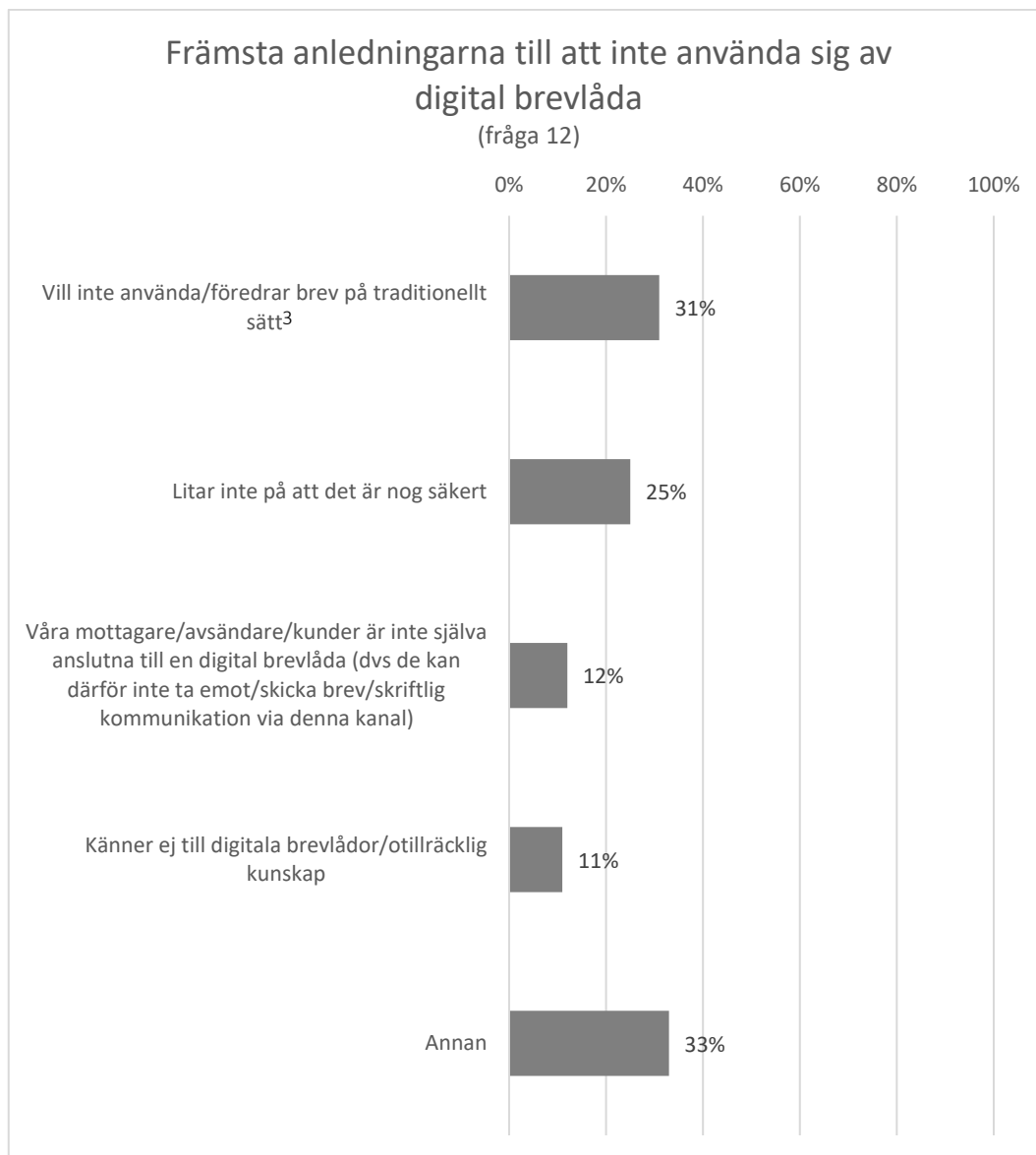
27 % av de företag som har kännedom om digital brevlåda har även registrerat sig för en digital brevlåda – och nästan alla av de som har registrerat sig använder sig även av brevlådan.

Företag i området *TI mellan* använder digitala brevlådor i något lägre grad än de övriga områdena.



Bas: Företag som inte har kännedom om digitala brevlådor, samt de som känner till digitala brevlådor, men inte använder det, antal: 402

69 % av alla företag som inte använder digital brevlåda idag kan tänka sig att börja använda en brevlåda inom de närmaste åren. Det är inga markanta skillnader mellan företagen i de olika områdena.



Bas: Företag som inte kan tänka sig att börja använda digital brevlåda inom det närmaste/de närmaste åren, antal: 86 (liten bas)

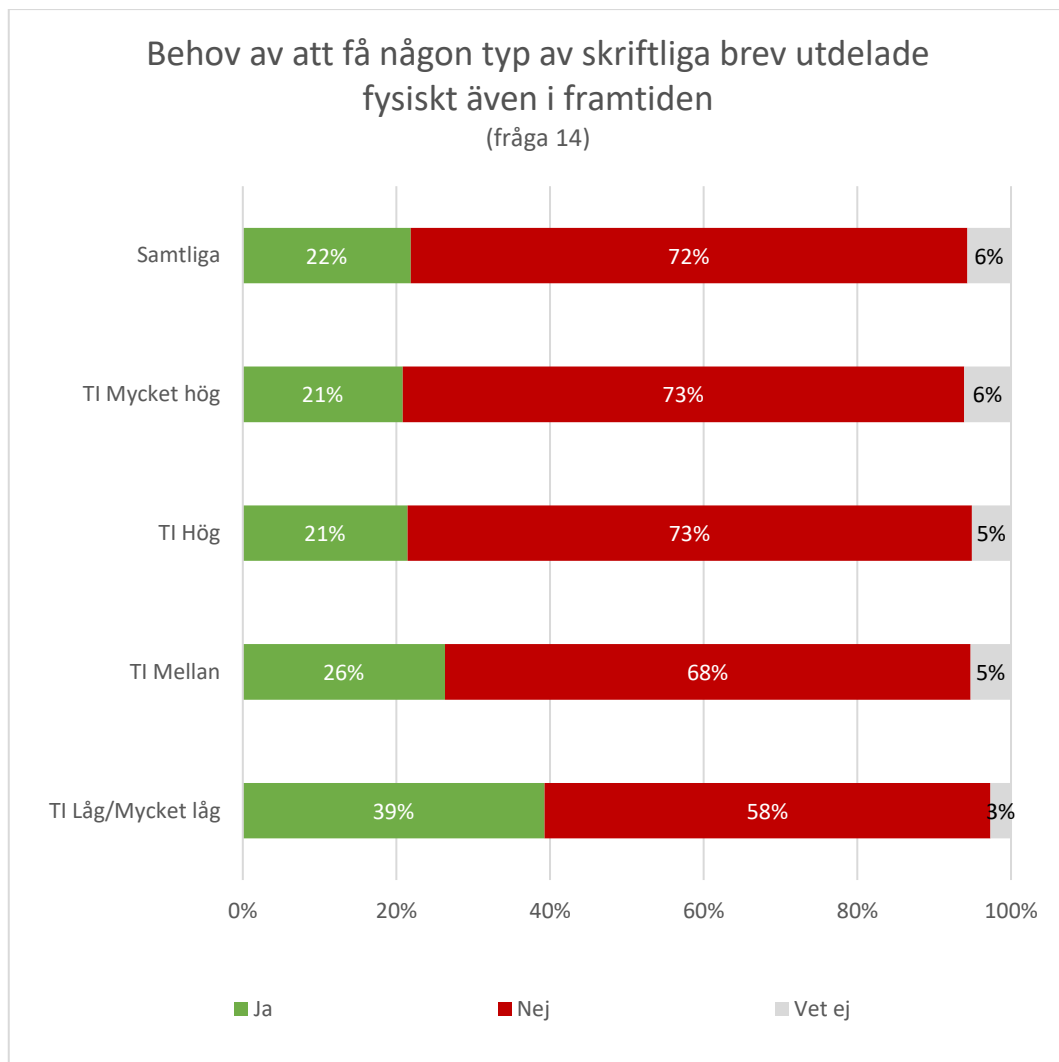
Notera: Flervalsfråga med fasta svarsalternativ ej upplästa vid intervjun

Vana/de vill ha det som förut (31 %) samt litar inte på att det är nog säkert (25 %) är de vanligaste orsakerna till att inte börja använda digitala brevlådor inom de närmaste åren.

I grupperingen *Annan* är *Inget behov* det vanligast förekommande svaret. *Pappersversion/original krävs i arbetet* och *Använder mail* nämns av ett fåtal.

³ Formulering i svarsalternativet blev något otydlig. Digital brevlåda är inte en förutsättning för att skicka meddelanden (fakturor mm) digitalt. Svarsalternativet avsåg framför allt att fånga de fall där avsändarnas digitaliseringsnivå skapar ett behov hos respondenten att ta emot fakturor mm som fysiska brev.

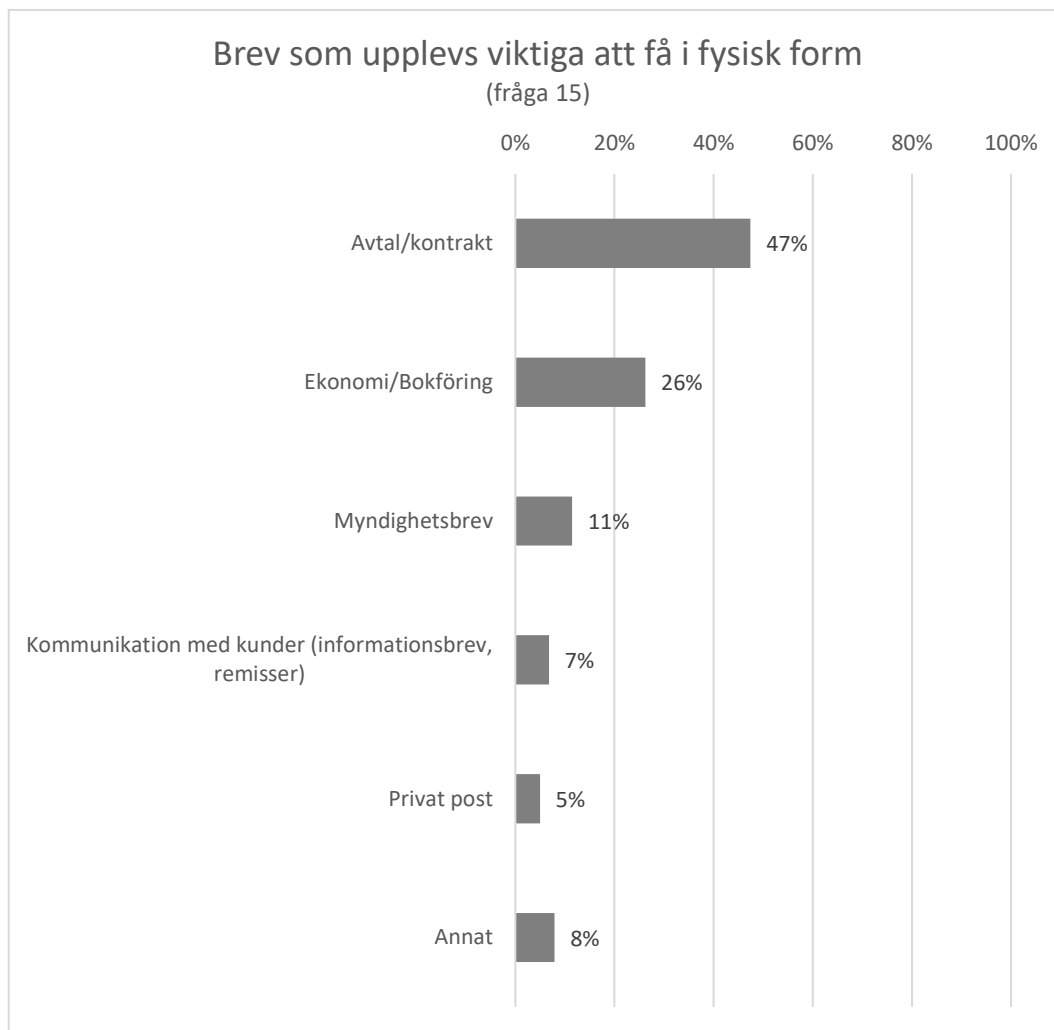
9 Behov av fysiska brev i framtiden



Bas: Företag som använder digital brevlåda idag, samt företag som kan tänka sig att börja använda digital brevlåda inom det närmaste/de närmaste åren, antal: 374

Bland företag som använder digital brevlåda idag samt de som kan tänka sig att börja använda inom de närmaste åren anger 22 % att de även har behov av att få någon typ av skriftliga brev utdelade fysiskt.

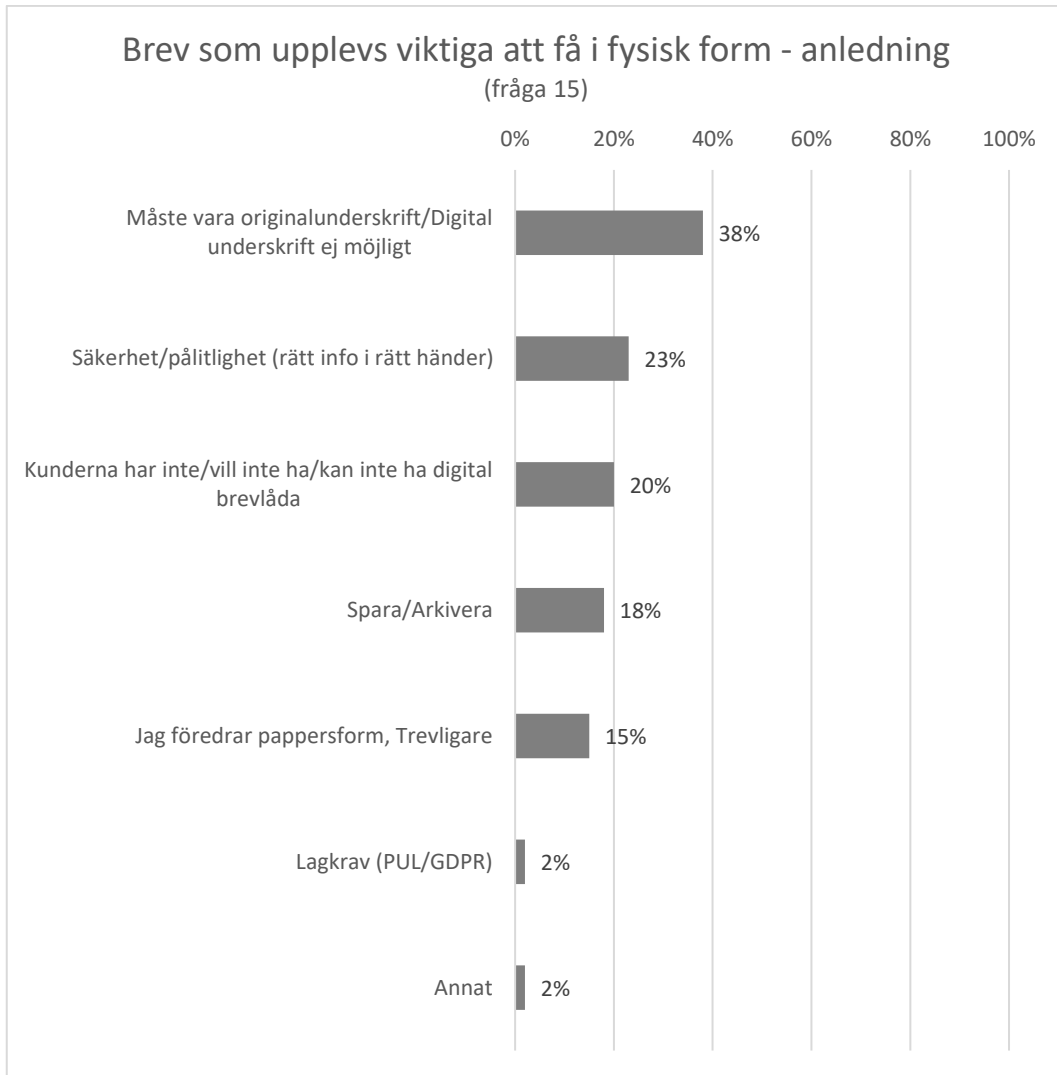
En större andel av företagen i områdena *mycket låg/låg* (39 %) anser att de har behov av utdelning av vissa typer av skriftliga brev.



Bas: Företag som använder digital brevlåda idag/kan tänka sig att börja använda digital brevlåda inom det närmaste/de närmaste åren och som uppger att det finns typer av skriftliga brev som är viktiga att få i fysisk form även i framtiden, antal: 88 (liten bas)

Notera: Öppen fråga, kodade svar

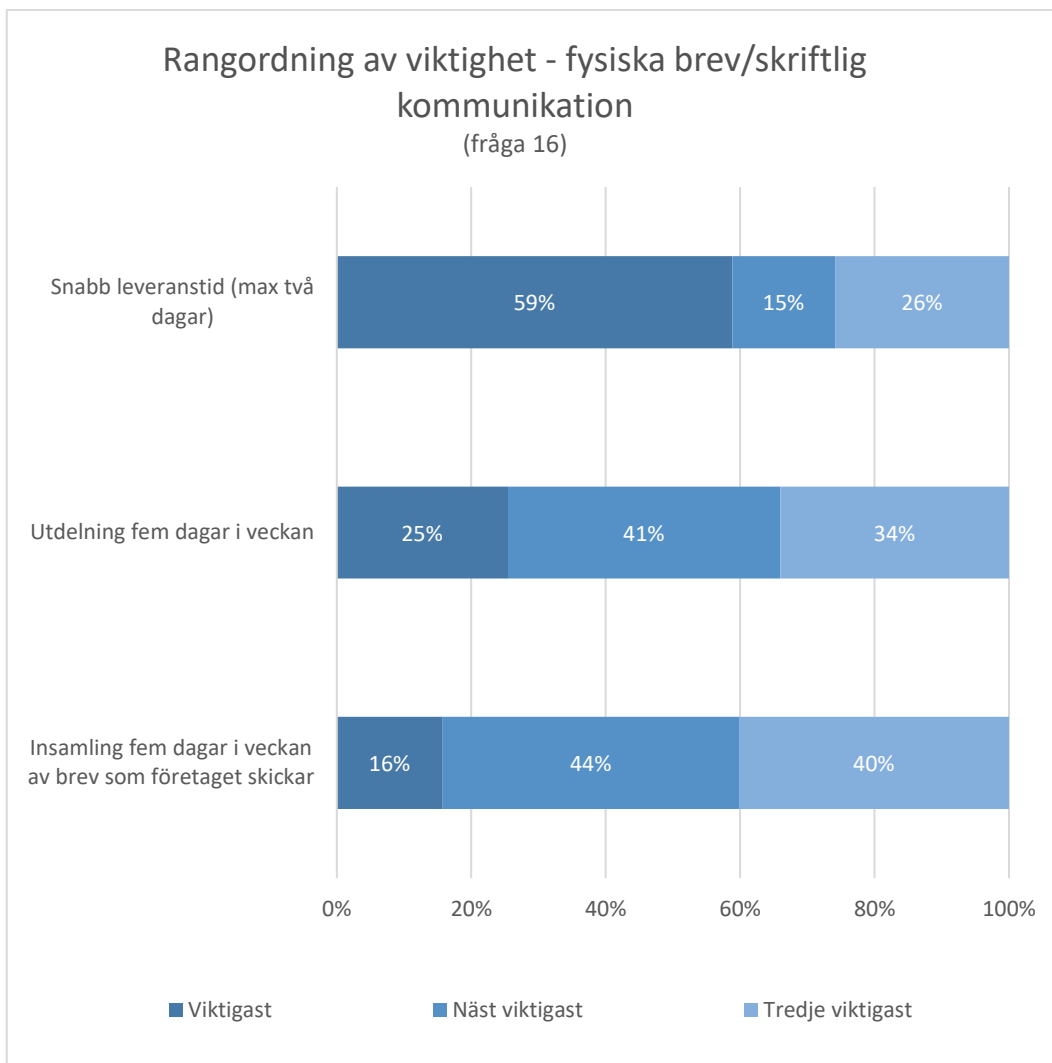
Avtal/kontrakt (47 %) är de brev som uppges som viktigast att kunna få i fysisk form trots användning av digital brevlåda.



Bas: Företag som använder digital brevlåda idag/kan tänka sig att börja använda digital brevlåda inom det närmaste/de närmaste åren och som uppger att det finns typer av skriftliga brev som är viktiga att få i fysisk form även i framtiden, antal: 88 (liten bas)

Notera: Öppen fråga, kodade svar

Den främsta anledningen till att de vill ha möjlighet till brev i fysisk form är att det *måste vara originalunderskrift/digital underskrift ej möjligt* (38 %) på kontrakt etc.



Bas: Samtliga som kunnat rangordna alla tre faktorer, antal: 460

Notera: Rangordning av de tre faktorerna leveranstid, insamling och utdelning

Snabb leveranstid (max två dagar) rankas som viktigast utav 59 % av företagen. En fjärdedel (25 %) anser att utdelning fem dagar är viktigast medan insamling fem dagar i veckan rankas som tredje viktigast av 40 %.



Fråga 17 – Konkreta problem: utdelning två gånger i veckan

Anta att fysiska brev\skriftlig kommunikation skulle delas ut två gånger i veckan vilka, om några, konkreta problem skulle ert företag drabbas av?

Öppen fråga, kodade svar	Samtliga	TI	TI Hög	TI Mellan	TI Låg/ Mycket
		Mycket hög			låg
Sakta ner/hindra arbetet/orsaka förseningar	19 %	20 %	14 %	26 %	18 %
Arbetets natur kräver utdelning varje dag/nästa dag	2 %	3 %	2 %	2 %	
Påverka företaget negativt ekonomiskt (ospec.)	18 %	17 %	20 %	17 %	27 %
Dröjsmålsavgift pga. försenade fakturor/Hinner inte betala i tid	8 %	7 %	9 %	7 %	18 %
Försenade fakturor (till/från företaget)	7 %	7 %	7 %	4 %	5 %
Irriterade kunder/Förlora kunder	5 %	5 %	2 %	6 %	4 %
Längre leveranstid/försening till kund	2 %	3 %			
Får planera/tänka på när utdelningsdag är	2 %	2 %	1 %	4 %	4 %
Orsaka stress/vara jobbigt	1 %	1 %	1 %		8 %
Annat	2 %	3 %	2 %		
Inga problem/2 ggr i veckan är ok	59 %	57 %	64 %	56 %	48 %
Är så idag	1 %	1 %	1 %	2 %	
Vet ej	3 %	3 %	4 %	2 %	4 %

Bas: Samtliga, antal: 500

Notera: Öppen fråga, kodade svar

59 % av alla företag anser att det inte innebär några problem om *utdelning sker endast två gånger i veckan*. En lägre andel (48 %) av företagen i *TI Låg/mycket låg* upplever att det inte kommer att bli några problem.

De största upplevda problemen är *saktar ner/hindrar arbetet/orsakar förseningar* (19 %) samt *påverkar företaget negativt ekonomiskt* (18 %).

Fråga 18 – Konkreta problem: insamling två gånger i veckan

Anta att fysiska brev\skriftlig kommunikation som du skickar skulle samlas in två dagar i veckan, vilka om några, konkreta problem skulle ert företag drabbas av?

Öppen fråga, kodade svar	Samtliga	TI			Låg/ TI
		Mycket hög	TI Hög	TI Mellan	Mycket låg
Påverka företaget negativt ekonomiskt (t.ex. ligga ute med pengar, konkurs, andra utgifter)	19 %	18 %	20 %	19 %	28 %
Dröjsmålsavgift pga. försenade fakturor/Hinner inte betala i tid	9 %	8 %	11 %	13 %	22 %
Försenade fakturor (till/från företaget)	7 %	7 %	6 %	6 %	3 %
Sakta ner/hindra arbetet/orsaka förseningar	14 %	16 %	10 %	17 %	21 %
Arbetets natur kräver insamling varje dag/nästa dag	3 %	3 %	2 %	4 %	
Patienter får provsvar/remiss/kallelse senare än önskat	1 %	2 %	1 %		
Dålig kundservice från oss/Irriterade kunder/Förlora kunder	8 %	9 %	6 %	6 %	7 %
Längre leveranstid/försening till kund	2 %	3 %		4 %	1 %
Får planera/tänka på när insamlingsdagen är	4 %	3 %	5 %	6 %	8 %
Orsaka stress/Vara jobbigt	3 %	3 %	2 %	2 %	8 %
Osäkerhet om posten kommit fram alls	1 %	1 %	2 %		2 %
Annat	2 %	2 %	3 %	4 %	4 %
Inga problem/2 ggr i veckan är ok	56 %	56 %	58 %	49 %	44 %
Vet ej	4 %	4 %	2 %	6 %	2 %

Bas: Samtliga, antal: 500

Notera: Öppen fråga, kodade svar

56 % av alla företag anser att det inte innebär några problem om det sker *insamling endast två gånger i veckan*. En lägre andel (44 %) av företagen *TI Låg/mycket låg* upplever att det inte kommer att bli några problem. De största upplevda problemen är *påverka företaget negativt ekonomiskt (t.ex. ligga ute med pengar, konkurs, andra utgifter)* (19 %) samt *saktar ner/hindrar arbetet/orsakar förseningar* (14 %).

Fråga 19 – Konkreta problem: leveranstid mer varierande än idag

Anta att leveranstiden av fysiska brev\skriftlig kommunikation skulle variera mer än den



gör idag (exempelvis mellan 1–5 dagar), vilka om några, konkreta problem skulle du drabbas av?

Öppen fråga, kodade svar	Samtliga	TI Mycket			TI Låg/ Mycket
		hög	TI Hög	TI Mellan	låg
Breven kommer inte komma fram i tid	47 %	48 %	41 %	54 %	53 %
Försenad information - Arbetet tar längre tid/mindre effektivt	12 %	14 %	9 %	9 %	16 %
Försenade fakturor - Fördröjda inbetalningar/Dröjsmålsavgift/Dålig ekonomi	29 %	30 %	25 %	32 %	32 %
Kan inte veta ankomstdatum/Kan inte lova/lita på förväntat ankomstdatum	5 %	5 %	4 %	6 %	5 %
Myndighetspost med deadline inte inne i tid	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %
1–5 dagar är för stor variation/5 dagar är för mycket	15 %	16 %	13 %	17 %	17 %
Viktig post måste komma fram snabbt	6 %	7 %	2 %	7 %	5 %
Vill inte ha det så/Vill ha 1-2 dagars leveranstid	4 %	3 %	4 %	4 %	5 %
Kundkvaliteten kan ta skada/Missnöjda kunder/Förlora kunder	12 %	14 %	9 %	11 %	17 %
Förlängd handläggningstid/leveranstid gentemot kund	5 %	5 %	2 %	7 %	2 %
Problem/risk för patienten	12 %	14 %	9 %	11 %	17 %
Byta posttjänstleverantör/Övergå till digitala tjänster	5 %	5 %	5 %	4 %	4 %
Irriterande/Ger mer stress/Jobbigt	1 %	0 %	2 %	2 %	2 %
Är redan så idag	1 %	0 %	0 %	4 %	3 %
Annat/Ej svar	2 %	2 %	3 %		
Inga problem	36 %	34 %	42 %	32 %	27 %
Vet ej	4 %	4 %	4 %	2 %	3 %

Bas: Samtliga, antal: 500

Notera: Öppen fråga, kodade svar

36 % av alla företag anser att det inte innebär några problem om leveranstiden av fysiska brev skulle variera mer än idag. Det största upplevda problemet är att breven inte kommer komma fram i tid (47 %).



Bakgrundsdata



10 Bakgrundsdata – Privatpersoner

Notera: All bakgrundsdata redovisas oviktad

<i>Tillgänglighetsindex</i>	<i>Antal deltagare i undersökningen</i>	<i>Andel deltagare i undersökningen</i>	<i>Andel av befolkningen i åldern 20–80 år</i>
Mycket hög	496	49,6 %	61,6 %
Hög	267	26,7 %	25,4 %
Mellan	115	11,5 %	10,9 %
Låg	93	9,3 %	1,6 %
Mycket låg	29	2,9 %	0,4 %
Total	1000	100 %	100 %

<i>Kön</i>	<i>Antal deltagare i undersökningen</i>	<i>Andel deltagare i undersökningen</i>	<i>Andel av befolkningen i åldern 20–80 år</i>
Man	515	51,5 %	50,4 %
Kvinna	485	48,5 %	49,6 %
Vill ej uppge	-	-	-
Total	1000	100 %	100 %

<i>Ålder</i>	<i>Antal deltagare i undersökningen</i>	<i>Andel deltagare i undersökningen</i>	<i>Andel av befolkningen i åldern 20–80 år</i>
20–29 år	160	16,0 %	18,6 %
30–39 år	170	17,0 %	17,3 %
40–49 år	157	15,7 %	18,0 %
50–59 år	178	17,8 %	17,2 %
60–69 år	152	15,2 %	15,7 %
70–80 år	183	18,3 %	13,2 %
Total	1000	100 %	100 %



<i>Användningsfrekvens - internetplattformar</i>	<i>Antal</i>
Varje dag	881
Några gånger i veckan	67
Några gånger per månad	13
Mer sällan	39

<i>Familjesituation</i>	<i>Antal</i>
Ensamhushåll	264
Sambo/gift utan hemmaboende barn	393
Sambo/gift med hemmaboende barn	282
Ensam vuxen med hemmaboende barn	40
Hemmaboende hos förälder/föräldrar	19
Annan	2

<i>Bostadstyp</i>	<i>Antal</i>
Flerbostadshus (lägenhet)	390
Fristående en- eller tvåfamiljshus (villa)	531
Radhus/kedjehus	73
Annan	6

<i>Utdelningsformat – post</i>	<i>Antal</i>
Brevinkast i lägenhet	206
Fastighetsbox i flerfamiljshus	94
Privat låda i anslutning till bostad	565
Lådsamling	62
Postbox	69
Samhällsbox/Fribox	2
Annan	2



<i>Hushållets sammanlagda årsinkomst</i>	<i>Antal</i>
100 000 eller mindre	29
100 001–200 000 kr	54
200 001–300 000 kr	107
300 001–400 000 kr	119
400 001–500 000 kr	110
500 001–600 000 kr	95
600 001–700 000 kr	89
700 001–800 000 kr	87
Mer än 800 000 kr	128
Vet inte/vill inte uppge	182

11 Bakgrundsdata – Företag

Notera: All bakgrundsdata redovisas oviktad

<i>Tillgänglighetsindex</i>	Antal deltagare i undersökningen	Andel deltagare i undersökningen	Andel av befolkningen*
Mycket hög	260	52,0 %	61,7 %
Hög	128	25,6 %	25,6 %
Mellan	54	10,8 %	10,8 %
Låg	42	8,4 %	1,6 %
Mycket låg	16	3,2 %	0,4 %
Total	500	100 %	100 %

<i>Antal anställda</i>	<i>Antal</i>
0	166
1–9	166
10–49	168
Mer än 50 st.	0

<i>Årlig omsättning</i>	<i>Antal</i>
Under 1 000 000	80
1 000 000 - 9 999 999	164
10 000 000 - 99 999 999	147
100 000 000 eller mer	19
Vill ej uppge/vet ej	90



<i>Bransch (Huvudgrupper SNI)</i>	<i>Antal</i>
A: Jordbruk, skogsbruk och fiske	9
B: Utvinning av mineral	-
C: Tillverkning	61
D: Försörjning av el, gas, värme och kyla	3
E: Vattenförsörjning; avloppsrening, avfallshantering och sanering	2
F: Byggverksamhet	47
G: Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar	84
H: Transport och magasinering	23
I: Hotell- och restaurangverksamhet	14
J: Informations- och kommunikationsverksamhet	29
K: Finans- och försäkringsverksamhet	8
L: Fastighetsverksamhet	76
M: Verksamhet inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik	82
N: Uthyrning, fastighetsservice, resetjänster och andra stödtjänster	18
O: Offentlig förvaltning och försvar; obligatorisk socialförsäkring	-
P: Utbildning	10
Q: Vård och omsorg; sociala tjänster	21
R: Kultur, nöje och fritid	6
S: Annan serviceverksamhet	7
T: Förvärvsarbete i hushåll; hushållens produktion av diverse varor och tjänster för eget bruk	-
U: Verksamheter vid internationella organisationer, utländska ambassader o.d.	-



<i>Utdelningsformat - post</i>	<i>Antal</i>
Privat låda i anslutning till bostad	213
Postbox	83
Brevinkast i lägenhet/lokal	73
Postlåda i anslutning till företagslokalen	38
Lådsamling	23
Fastighetsbox i flerfamiljshus	18
Brevbäraren ger posten i handen	16
Postlåda (ospecificerad placering)	13
Privat låda i anslutning till företaget/verksamheten	7
Samhällsbox/Fribox	4
Tar ej emot post	3
Övrigt/Ej svar	6
Vet ej	3



BILAGOR



A Frågeställningar - Privatpersoner

FRÅGA 1 Hur ofta använder du olika internetplattformar (ex. surfplatta, smartphone, dator, laptop etc)?

Varje dag

Några gånger i veckan

Några gånger per månad

Mer sällan

Aldrig

Vet ej

FRÅGA 2 Hur stort behov har du idag av att ta emot skriftliga meddelanden i form av fysiska brev?

Mycket stort behov

Stort behov

Litet behov

Mycket litet behov

Vet ej

FRÅGA 3 Vilka typer av fysiska brev har du mycket stort\stort behov att ta emot?

Fakturor

Sjukvårdsinformation/-kallelser

Myndighetsinformation/-kontakter (inkl. information från skolor, förskola, Försäkringskassan, Arbetsförmedlingen etc)

Personliga brev/kort

Föreningsbrev

Tidningsprenumerationer

Kontobesked från banker, medlemsklubbar etc

Lönespecifikationer

Annan _____

FRÅGA 4 Vad är de huvudsakliga anledningarna till att du har ett mycket stort/stort behov av att ta emot skriftliga meddelanden i form av fysiska brev?

Arkivering (inkl. att hålla ordning på inköp och andra utgifter)

Litar inte på e-post/elektronisk kommunikation

Van vid detta förfarande/det ska vara som det alltid har varit

Annan _____



FRÅGA 5 Hur ofta har du behov av att ta emot skriftliga meddelanden i form av fysiska brev?

Varje dag

Några gånger per vecka

Några gånger per månad

En gång per månad

Mer sällan än en gång per månad

Vet ej

FRÅGA 6 Hur stort behov har du idag av att kunna skicka skriftliga meddelanden i form av fysiska brev?

Mycket stort behov

Stort behov

Litet behov

Mycket litet behov

Vet ej

FRÅGA 7 Vilka typer av fysiska brev har du mycket stort/stort behov av att kunna skicka?

Personliga brev/kort

Svar på sjukvårdsinformation/-kallelser

Myndighetskontakter (inkl. svar till skolor, förskola, Försäkringskassan, Arbetsförmedlingen etc)

Föreningsbrev

Annan _____

FRÅGA 8 Vad är de huvudsakliga anledningarna till att du har ett mycket stort/stort behov av att kunna skicka skriftliga meddelanden i form av fysiska brev?

Litar inte på e-post/elektronisk kommunikation

Van vid detta förfarande/det ska vara som det alltid har varit

Mottagarna saknar möjlighet/vilja att ta emot elektronisk information

Annan _____

FRÅGA 9 Hur ofta har du behov av att kunna skicka skriftliga meddelanden i form av fysiska brev?

Varje dag

Några gånger per vecka

Några gånger per månad

En gång per månad

Mer sällan än en gång per månad

Vet ej



DIGITAL BREVLÅDA - DEFINITION

En digital brevlåda är en digital motsvarighet till din fysiska postlåda\ ditt brevkast som du loggar in dig på (till exempel Min Myndighetspost eller Kivra). Det vill säga en säker motsvarighet till att ta emot meddelanden via e-post.

FRÅGA 10 *Känner du till att det går att få skriftlig kommunikation/post till en säker digital brevlåda?*

Ja

Nej

FRÅGA 11 *Är du registrerad för någon av de digitala brevlådor som finns?*

Ja, och jag använder den

Ja, men jag använder den inte

Nej

Vet ej

FRÅGA 12 *Kan du tänka dig att börja använda en digital brevlåda inom det närmaste/de närmaste åren?*

Ja

Nej

Vet ej

FRÅGA 13 *Vilka är de främsta anledningarna till att du inte kan tänka dig att använda en digital brevlåda?*

Har inte råd med smartphone, surfplatta eller dator

Vill inte använda/föredrar brev på traditionellt sätt

Litar inte på att det är nog säkert

Känner ej till digitala brevlådor/otillräcklig kunskap

Annan _____

FRÅGA 14 *Varför föredrar du brev på traditionellt sätt?*

FRÅGA 15 *Även om du kan tänka dig att ta emot skriftliga brevframsändelser digitalt, finns det någon typ av skriftliga brev som du även i framtiden upplever som viktiga att få utdelade som fysiska brev?*

Ja

Nej

Vet ej

FRÅGA 16. *Vilka brev upplever du som viktiga att få utdelade som fysiska brev?*

Typ av brev? Varför?



FRÅGA 17 Nu vill jag att du rangordnar följande alternativ utifrån hur viktiga de är för ert företag gällande fysiska brev/skriftlig kommunikation. 1 = viktigast, 2=näst viktigast, 3=tredje viktigast

Utdelning fem dagar i veckan

Insamling fem dagar i veckan av brev som företaget skickar

Snabb leveranstid (max två dagar)

FRÅGA 18 Anta att fysiska brev/skriftlig kommunikation skulle delas ut två gånger i veckan vilka, om några, konkreta problem skulle du drabbas av? Något mer? Ytterligare något?

FRÅGA 19 Anta att fysiska brev/skriftlig kommunikation som du skickar skulle samlas in två dagar i veckan, vilka om några, konkreta problem skulle du drabbas av? Något mer? Ytterligare något?

FRÅGA 20 Anta att leveranstiden av fysiska brev/skriftlig kommunikation skulle variera mer än den gör idag (exempelvis mellan 1-5 dagar), vilka om några, konkreta problem skulle du drabbas av? Något mer? Ytterligare något?

FRÅGA 21 Är du ...?

Man

Kvinna

Vill ej uppge

FRÅGA 22 Hur gammal är du?

FRÅGA 23 Hur ser din familjesituation ut?

Ensamhushåll

Sambo/gift utan hemmaboende barn

Sambo/gift med hemmaboende barn

Ensam vuxen med hemmaboende barn

Hemmaboende hos förälder/föräldrar

Annan _____

FRÅGA 24 I vilken typ av bostad bor du?

Flerbostadshus (lägenhet)

Fristående en- eller tvåfamiljshus (villa)

Radhus/kedjehus

Annan _____



FRÅGA 25 Utdelningsformat - post?

Brevinkast i lägenhet

Fastighetsbox i flerfamiljshus

Privat låda i anslutning till bostad

Lådsamling

Postbox

Samhällsbox/Fribox

Annan _____

FRÅGA 26 På vilken typ av ort bor du?

Storstad, centralt

Storstad, i ytterområde

Kranskommun till storstad

Mellanstor stad, centralt

Mellanstor stad, i ytterområde

Mindre stad

Liten tätort

Landsbygd

Vill ej uppge

FRÅGA 27 Postnummer?

**FRÅGA 28 Ange den sammanlagda årsinkomsten för samtliga personer i hushållet före skatt?
(Pension och studiemedel ska räknas in, men inte t.ex. bostadsbidrag och barnbidrag.)**

100 000 eller mindre

100 001–200 000 kr

200 001–300 000 kr

300 001–400 000 kr

400 001–500 000 kr

500 001–600 000 kr

600 001–700 000 kr

700 001–800 000 kr

Mer än 800 000 kr

Vet inte/vill inte uppge



B Frågeställningar – Företag

S1 Hur många anställda har ni i företaget?

0

1–9

10–49

Mer än 50 st.

S2 Ungefär hur stor är verksamhetens årliga omsättning?

FRÅGA 1 Hur stort behov har ert företag idag av att ta emot skriftliga meddelanden i form av fysiska brev?

Mycket stort behov

Stort behov

Litet behov

Mycket litet behov

Vet ej

FRÅGA 2 Vilka typer av fysiska brev har ert företag mycket stort/stort behov att ta emot?

Fakturor

Myndighetsinformation/-kontakter (t. ex information från Skatteverket, Bolagsverket etc.)

Olika typer av avtal (t. ex kontrakt, offerter, anbudsfrågor etc.)

Kontobesked från banker etc.

Adresserad reklam (t. ex information om utbildningar, kontorsmaterial etc.)

Tidningsprenumerationer

Personliga brev/kort (t. ex inbjudningar, gratulationer, julkort etc.)

Annan _____

FRÅGA 3 Vad är de huvudsakliga anledningarna till att ert företag har ett mycket stort/stort behov av att ta emot skriftliga meddelanden i form av fysiska brev?

Arkivering (inkl. att hålla ordning på inköp och andra utgifter)

Litar inte på e-post/elektronisk kommunikation

Van vid detta förfarande/det ska vara som det alltid har varit

Våra avsändare t. ex kunder och leverantörer är inte själva anslutna till en digital brevlåda (dvs de kan därför inte skicka brev/skriftlig kommunikation via denna kanal)

Annan _____



FRÅGA 4 Hur ofta har ert företag behov av att ta emot skriftliga meddelanden i form av fysiska brev?

Varje dag

Några gånger per vecka

Några gånger per månad

En gång per månad

Mer sällan än en gång per månad

Vet ej

FRÅGA 5 Hur stort behov har ert företag idag av att kunna skicka skriftliga meddelanden i form av fysiska brev?

Mycket stort behov

Stort behov

Litet behov

Mycket litet behov

Vet ej

FRÅGA 6 Vilka typer av fysiska brev har ert företag mycket stort/stort behov av att kunna skicka?

Fakturor

Olika typer av avtal (t. ex kontrakt, offerter, anbudssvar etc)

Myndighetskontakter (t. ex information till Skatteverket, Bolagsverket etc)

Lönespecifikationer, kontrolluppgifter och annan dokumentation till anställda

Personliga brev/kort (t. ex inbjudningar, gratulationer, julkort etc.)

Annan _____

FRÅGA 7 Vad är de huvudsakliga anledningarna till att ert företag har ett mycket stort/stort behov av att kunna skicka skriftliga meddelanden i form av fysiska brev?

Saknar kunskap om hur man skickar känsliga och/eller viktiga dokument elektroniskt på ett säkert sätt

Har inte tid och/eller resurser att ställa om till digitala utskick

Mottagarna saknar möjlighet/vilja att ta emot elektronisk information

Litar inte på e-post/elektronisk kommunikation

Van vid detta förfarande/det ska vara som det alltid har varit

Annan _____



FRÅGA 8 Hur ofta har ert företag behov av att kunna skicka skriftliga meddelanden i form av fysiska brev?

Varje dag

Några gånger per vecka

Några gånger per månad

En gång per månad

Mer sällan än en gång per månad

Vet ej

DIGITAL BREVLÅDA - DEFINITION

En digital brevlåda är en digital motsvarighet till er fysiska postlåda\ert brevinkast som ni loggar in er på (till exempel Min Myndighetspost, Kivra eller Digimail). Det vill säga en säker motsvarighet till att ta emot meddelanden via e-post.

FRÅGA 9 Känner du till att det går att få en säker digital brevlåda för ert företag dit skriftlig kommunikation/post kan skickas?

Ja

Nej

FRÅGA 10 Är ert företag registrerat för någon av de digitala brevlådor som finns?

Ja, och företaget använder den

Ja, men företaget använder den inte

Nej

Vet ej

FRÅGA 11 Kan ert företag tänka sig att börja använda en digital brevlåda inom det närmaste/de närmaste åren?

Ja

Nej

Vet ej

FRÅGA 12 Vilka är de främsta anledningarna till att ert företag inte kan tänka sig att använda en digital brevlåda?

Våra mottagare/avsändare/kunder är inte själva anslutna till en digital brevlåda (dvs de kan därför inte ta emot/skicka brev/skriftlig kommunikation via denna kanal)

Vill inte använda/föredrar brev på traditionellt sätt

Litar inte på att det är nog säkert

Känner ej till digitala brevlådor/otillräcklig kunskap

Annan _____



FRÅGA 13 Varför föredrar ert företag brev på traditionellt sätt?

FRÅGA 14 Även om ert företag kan tänka sig att ta emot skriftliga brev/försändelser digitalt, finns det någon typ av skriftliga brev som ert företag även i framtiden upplever som viktiga att få utdelade som fysiska brev?

Ja

Nej

Vet ej

FRÅGA 15 Vilka brev upplever ert företag som viktiga att få utdelade som fysiska brev?
Typ av brev? Varför?

FRÅGA 16 Nu vill jag att du rangordnar följande alternativ utifrån hur viktiga de är för ert företag gällande fysiska brev/skriftlig kommunikation. 1 = viktigast, 2=näst viktigast, 3=tredje viktigast

Utdelning fem dagar i veckan

Insamling fem dagar i veckan av brev som företaget skickar

Snabb leveranstid (max två dagar)

FRÅGA 17 Anta att fysiska brev/skriftlig kommunikation skulle delas ut två gånger i veckan vilka, om några, konkreta problem skulle ert företag drabbas av? Något mer? Ytterligare något?

FRÅGA 18 Anta att fysiska brev/skriftlig kommunikation som ert företag skickar skulle samlas in två dagar i veckan, vilka om några, konkreta problem skulle ert företag drabbas av? Något mer? Ytterligare något?

FRÅGA 19 Anta att leveranstiden av fysiska brev/skriftlig kommunikation skulle variera mer än den gör idag (exempelvis mellan 1-5 dagar), vilka om några, konkreta problem skulle ert företag drabbas av? Något mer? Ytterligare något?

FRÅGA 20 Vad är ert företags huvudsakliga verksamhet?

FRÅGA 22 Utdelningsformat - post?

Brevinkast i lägenhet/lokal

Fastighetsbox i flerfamiljshus

Privat låda i anslutning till bostad

Lådsamling

Postbox

Samhällsbox/Fribox

Annan _____