

**Rapport:**  
**Befolkningens användning av  
posttjänster 2019**



## **Befolkningens användning av posttjänster 2019**

Klicka här för att ange text.

### **Rapportnummer**

PS-ER-2019:9

### **Diarienummer**

Dnr 18-11883

### **ISSN**

1650-9862

### **Författare**

Johanna Høstner, Malin Celin och Råger Mårlind, Intermetra Business & Market Research Group AB

### **Post- och telestyrelsen**

Box 5398

102 49 Stockholm

08-678 55 00

[pts@pts.se](mailto:pts@pts.se)

[www.pts.se](http://www.pts.se)



# Innehåll

<b>Sammanfattning</b>	<b>5</b>
<b>Summary</b>	<b>7</b>
<b>1 Inledning och metod</b>	<b>11</b>
1.1 Bakgrund och syfte	11
1.2 Förklaringar	11
<b>2 Postnords servicenät</b>	<b>12</b>
2.1 Frekvens – besök (under det senaste året) på Postnords serviceställen gällande någon form av postärende	12
2.2 Frekvens – besök (under det senaste året) på Postnords serviceställen gällande specifika ärenden	13
2.3 Oftast besökta serviceställen	14
2.4 Nöjdhet – tillgänglighet och service gällande postombud	15
2.5 Nöjdhet – personalens kunskande och bemötande på Postnords serviceställen	16
2.6 Frekvens – besök på postnord.se	17
2.7 Anledningar till besök på postnord.se	18
<b>3 Prisvärdhet och antal brev (inrikes/utrikes)</b>	<b>19</b>
3.1 Antal brev som skickas under ett år	19
3.2 Hur mycket pengar läggs under ett år på att skicka brev	20
3.3 Prisvärdhet – skicka brev inrikes/utrikes	21
<b>4 Prisvärdhet och antal paket (inrikes/utrikes)</b>	<b>22</b>
4.1 Antal paket som skickas under ett år – inrikes och utrikes	22
4.2 Pengar som läggs på att skicka paket, inrikes och utrikes	23
4.3 Prisvärdhet – skicka paket inrikes/utrikes	24
<b>5 E-handel</b>	<b>25</b>
5.1 Köpt/sålt varor via nätet, senaste året	25
5.2 Köpt/sålt varor via nätet, senaste året	25
<b>6 Postutdelning</b>	<b>26</b>
6.1 Typ av postutdelning	26
6.2 Avstånd till postlåda	27
6.3 Nöjdhet – placering av postlåda	28
6.4 Nöjdhet – kvaliteten på postutdelningen	29
6.5 Anledningar till missnöje med postutdelningen	30
6.6 Felutdelning	31
6.7 Beroende av utdelning av sin post fem dagar i veckan	32
6.8 Vilka konsekvenser skulle det få för dig ifall utdelningen skedde färre än fem dagar i veckan?	33
<b>7 Postnords placering av brevlådor och tider för tömning</b>	<b>34</b>
7.1 Uppfattning om placering av Postnords brevlådor	34
7.2 Uppfattning om Postnords tömningstider	35
7.3 Ändrade tömningstider	36
7.4 Information om ändrade tömningstider	36
<b>BILAGA</b>	<b>37</b>
<b>1 Bakgrundsfrågor</b>	<b>37</b>
<b>2 Population, urval, metod och bortfall</b>	<b>41</b>

## Sammanfattning

### Besök på Postnords serviceställen – frekvens

92 procent besöker något av Postnords serviceställen åtminstone en gång under ett år. En fjärdedel av respondenterna uppger att de gör det 1 gång i månaden och flertalet av dessa är yngre än 55 år.

### Anledningar till att besöka Postnords serviceställen

Den vanligaste anledningen till att besöka något av Postnords serviceställen är att hämta paket eller tjocka brev, 96 procent av respondenterna som vid något tillfälle har besökt ett serviceställe under det senaste året uppger detta. Två tredjedelar (67 procent) av respondenterna uppger att de besöker Postnords serviceställen för att skicka paket eller tjocka brev.

### Nöjdhet - tillgängligheten och service hos postombud samt personalens bemötande

En klar majoritet är nöjd med tiden som det tar att ta sig till servicestället, postombudens öppettider samt deras kötider. Bland de som säger sig vara mycket eller ganska nöjda är andelen följande:

- Nöjdhet med tiden det tar att ta sig till servicestället: 85 procent
- Nöjdhet med serviceställets öppettider: 91 procent
- Nöjdhet med serviceställets kötider: 79 procent
- Nöjdhet med personalens kunnande och bemötande på Postnords serviceställen: 88 procent

### Antal brev som skickas – inrikes/utrikes

38 procent uppger att de skickar mellan 1 och 5 brev (inrikes/utrikes) under ett år. I årets mätning uppger dock 17 procent att de inte skickar något brev alls.

### Prisvärdhet – skicka brev inrikes och utrikes

Andelen som uppger att det är prisvärt att skicka brev inrikes har sjunkit med 14 procentenheter sedan 2016, från 86 procent till 72 procent. Även gällande utrikes brev är det färre som uppger att det är prisvärt i årets mätning jämfört med 2016 och 2014. Liksom i föregående mätning är det ungefär hälften av de tillfrågade som inte har någon uppfattning om det är prisvärt eller ej att skicka utrikes brev.

### Antal paket som skickas under ett år – inrikes och utrikes

62 procent av de som har besökt ett serviceställe för att skicka paket skickar mellan 1 och 5 inrikes paket under ett år och 26 procent anger att de skickar paket utrikes.

46 procent av dem som har skickat paket inrikes och 68 procent av dem som har skickat paket utrikes under ett år, har spenderat mindre än 100 kronor på sina försändelser.

## **Prisvärdhet – skicka paket inrikes och utrikes**

67 procent uppger att de tycker att det är prisvärt att skicka paket inom riket. 49 procent uppger detsamma gällande utrikes paket. En övervägande andel, 61 procent, har dock ingen uppfattning om det är prisvärt eller inte att skicka paket utrikes. Både när det gäller att skicka inrikes och utrikes paket uppger personer i åldern 16–34 år i högre utsträckning än andra att det är prisvärt.

## **Postutdelning**

Två tredjedelar får sin post utdelad i egen postlåda. 95 procent av de som får sin post utdelad i egen postlåda har denna placerad inom 200 meter från sitt hem. 89 procent är ganska eller mycket nöjda med placeringen av sin postlåda, och postinlägg. Av de ytterst få personer som uppger att de är missnöjda med postlådans placering är anledningen till missnöjet avståndet till postlådan.

Andelen som är ganska eller mycket missnöjda med kvaliteten på utdelningen av sin post har ökat med 7 procentenheter sedan 2016, från 14 procent till 21 procent i årets mätning. Av de som är missnöjda med postutdelningen uppger 60 procent att det beror på att posten inte kommer fram i tid. Det är en ökning med 20 procentenheter sedan 2014 då motsvarande siffra var 40 procent.

En minskande andel, 37 procent, uppger att de är beroende av att få sin post utdelad fem dagar i veckan. Vid mätningarna 2014 och 2016 låg motsvarande siffror på 45 respektive 41 procent. Endast en fjärdedel av personerna i åldern 16–44 år anser att de är beroende av postutdelning fem dagar i veckan. Bland de i åldern 55–84 år anser ungefär hälften att de är beroende av att få sin post fem dagar i veckan.

## **Placeringen av Postnords brevlådor samt tömningstider**

Placeringen av Postnords brevlådor passar 7 av 10 helt och hållet eller i hög grad när de ska posta brev eller andra försändelser. Detta är i linje med tidigare mätningar.

63 procent anser i hög grad eller helt och hållet att Postnords tömningstider av brevlådor passar dem bra.

## Summary

### Visits to Postnord's service points – frequency

92 percent visit any of Postnord's service points at least once a year.

A quarter of the respondent's state that they visit Postnord's service points:

- 1–3 times/year (25 percent) respectively
- 1 time/month (25 percent)

It is more common for the elderly, 65+, to visit a service point 1–3 times a year, while it is more common for those younger than 55 years of age to visit each month.

### Reasons for visiting Postnord's service points

The most common reason for visiting one of Postnord's service points is to collect packages or thick letters. 96 percent of the respondents, who at some point during the past year have visit a service center state this.

Two thirds of the respondent's state that they visit Postnord's service points in order to:

- buy stamps (68 percent)
- send parcels or thick letters (67 percent)

The respondents are least inclined to visit a service point in order to send recommended letters/additional services. 74 percent state that they never visit Postnord regarding this matter.

### Availability and service of the service point

The vast majority is satisfied with the time it takes to get to the service point, the opening hours and the queuing times. Among those who claim to be very or fairly satisfied, the shares are as follows:

- Satisfaction with the time it takes to get to the service point: 85 percent
- Satisfaction with service point opening hours: 91 percent
- Satisfaction with the service point's queue time: 79 percent
- Satisfaction with the staff's expertise and response at Postnord's service points: 88 percent

### Postnord.se

44 percent state that they have visited postnord.se. This is an increase of 11 points since 2012 and 2014 (33 percent respectively) and an increase of 3 points since the previous measurement in 2016 (41 percent).

Of those who have visited Postnord online, 51 percent state that the reason for the visits is to search for packages and shipments.

The visits at postnord.se to check prices and postage tables have decreased by 16 points since 2014, from 43 percent in 2014 to 27 percent in 2019.

### **Number of letters sent - domestic/foreign**

38 percent state that they send between 1 and 5 letters (domestic/foreign) during a year. This is in line with the result in the measurement from 2016 (37 percent).

Overall, the propensity to send letters (domestic/foreign) seems to decrease. In the current measurement, 17 percent state that they do not send any letter at all in a year, compared to 13 percent 2016.

### **Affordability when sending domestic/foreign letters**

The share who state that it is affordable to send domestic letters has fallen by 14 points since 2016, from 86 percent to 72 percent in the current measurement.

78 percent of the men and 67 percent of the women state that it is affordable to send domestic letters.

The share that perceive that it is affordable to send foreign letters has fallen with 16 points since 2016, from 75 percent to 59 percent in this measurement. As in the previous measurement, about half of the respondents can't say if it is affordable or not to send foreign letters.

### **Number of parcels sent - domestic/foreign**

62 percent of those who have visited a service point with the intention to send parcels state that they send between 1 and 5 domestic parcels during a year. 74 percent state that they never send foreign parcels.

46 percent of those who have sent domestic parcels and 68 percent of those who have sent foreign parcels, have spent less than SEK 100 during a whole year on this.

### **Affordability when sending domestic/foreign parcels**

67 percent state that they think it is affordable to send domestic parcels. 49 percent state the same regarding foreign parcels. However, a predominant share, 61 percent, have no idea whether it is affordable or not to send foreign parcels.



## **E-commerce**

The majority, 56 percent, have bought, but not sold, goods online during the past year.

9 out of 10 of those who are under the age of 45 have bought goods online during the past year. Overall, 24 percent state that they have neither bought nor sold anything via Internet during the past year. It is mainly people over 64 years of age who do not shop online.

## **Postal delivery**

In total two thirds, 67 percent, receive their mail distributed in their letter box.

95 percent of those who receive their mail in a letter box have the box placed within 200 meters from their home.

The share of respondents that is fairly or very dissatisfied with the quality of the mail distribution has increased by 7 points since 2016, from 14 percent to 21 percent in the current measurement.

Of those who are dissatisfied with the mail distribution, 60 percent state that they are dissatisfied because the mail does not arrive in time. This is an increase of 20 points since 2014 when the corresponding figure was 40 percent.

A decreasing share, 37 percent, state that they are dependent on having their mail distributed five days a week. In the measurements 2014 and 2016, the corresponding figures were 45 and 41 percent respectively.

## **The location of Postnord's post boxes**

The positioning of Postnord's post boxes fits 7 out of 10 completely or to a great extent when they are going to send postal letters or other items.



## **1 Inledning och metod**

### **1.1 Bakgrund och syfte**

Post- och telestyrelsen (PTS) har sedan 1997 genomfört en återkommande undersökning av den svenska befolkningens användning av posttjänster. Undersökningen har genomförts för att få en beskrivning av den svenska befolkningens inställning till kvaliteten i Postnords (fd Postens) service samt för att kartlägga befolkningens postvanor. Senaste gången undersökningen genomfördes var i januari 2016.

Undersökningens syfte är att undersöka befolkningens uppfattning om ett antal centrala kvalitetsaspekter för postservicen i Sverige. Årets undersökning har utförts av Intermetra Business & Market Research Group AB.

### **1.2 Förklaringar**

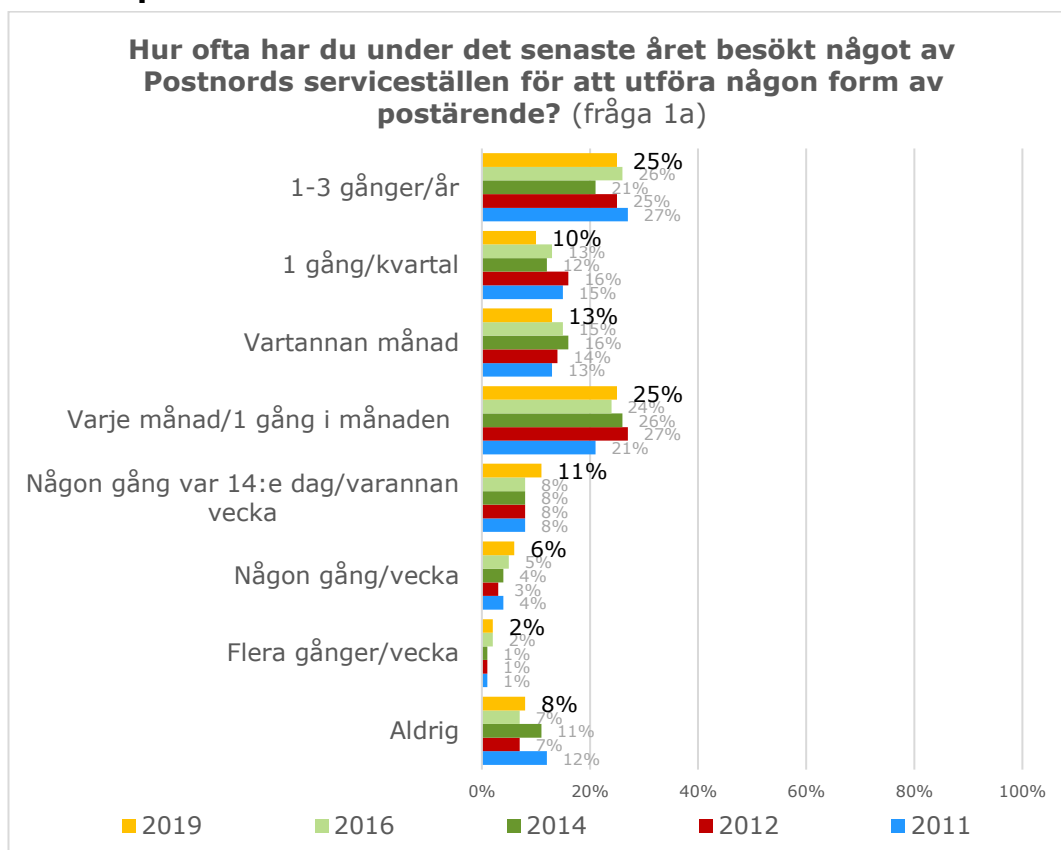
I rapporten görs jämförelser med tidigare år där det är möjligt. Resultaten från tidigare mätningar är hämtade från tidigare rapporter.

Under varje diagram redovisas basen som visar antalet svar som resultaten i grafiken baseras på. Under diagrammen anges även antalet som svarat ”Vet ej”. Frågeformulering samt frågenummer (från frågeformuläret) visas överst i varje diagram.

De procentuella andelarna i diagrammen är viktade.

## 2 Postnords servicenät

### 2.1 Frekvens – besök (under det senaste året) på Postnords serviceställen gällande någon form av postärende



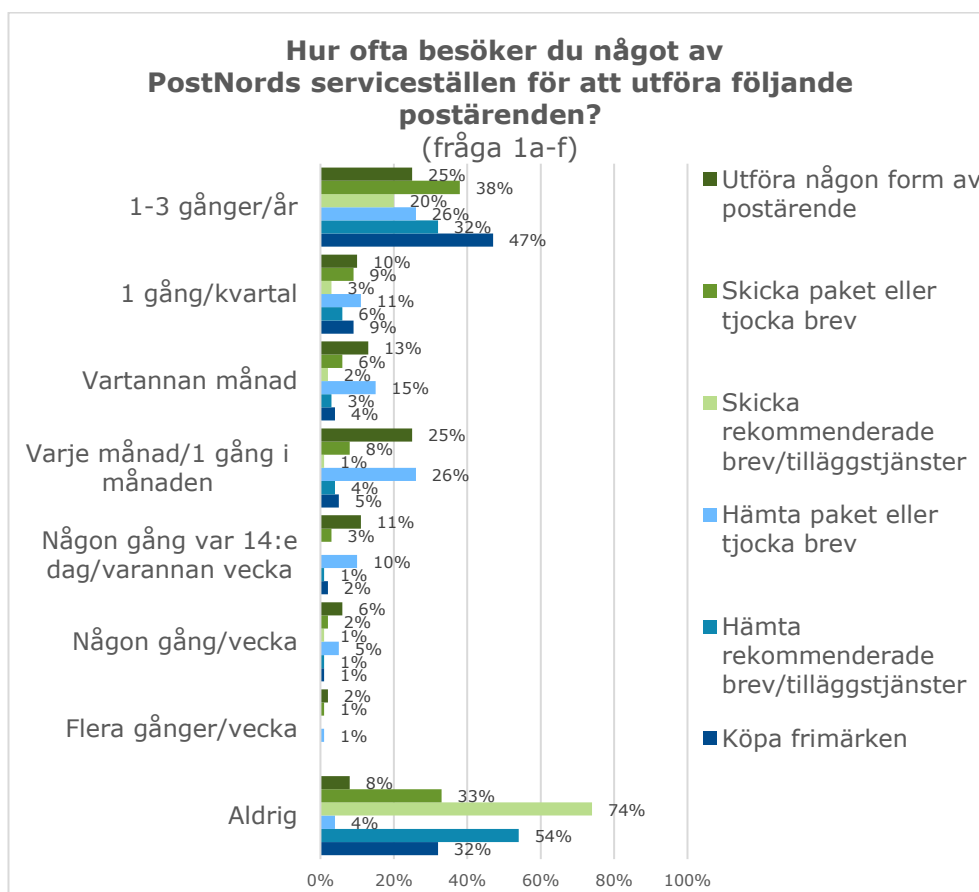
Bas: 990. Vet ej: 10

92 procent besöker något av Postnords serviceställen åtminstone en gång under ett år.

En fjärdedel av respondenterna uppger att de besöker Postnords serviceställen 1–3 gånger/år (25 procent) respektive 1 gång/månad (25 procent). Det ligger i linje med 2016 års undersökning. Det är vanligare bland äldre, 65+, att besöka ett serviceställe 1–3 gånger om året medan det är vanligare bland de som är yngre än 55 år att göra besök varje månad.

Andelen respondenter som besöker ett serviceställe varannan vecka har ökat med 3 procentenheter sedan tidigare undersökningar, från 8 procent 2011–2016 till 11 procent i årets mätning.

## 2.2 Frekvens – besök (under det senaste året) på Postnords serviceställen gällande specifika ärenden



Bas: 894–990. Vet ej: 5–27

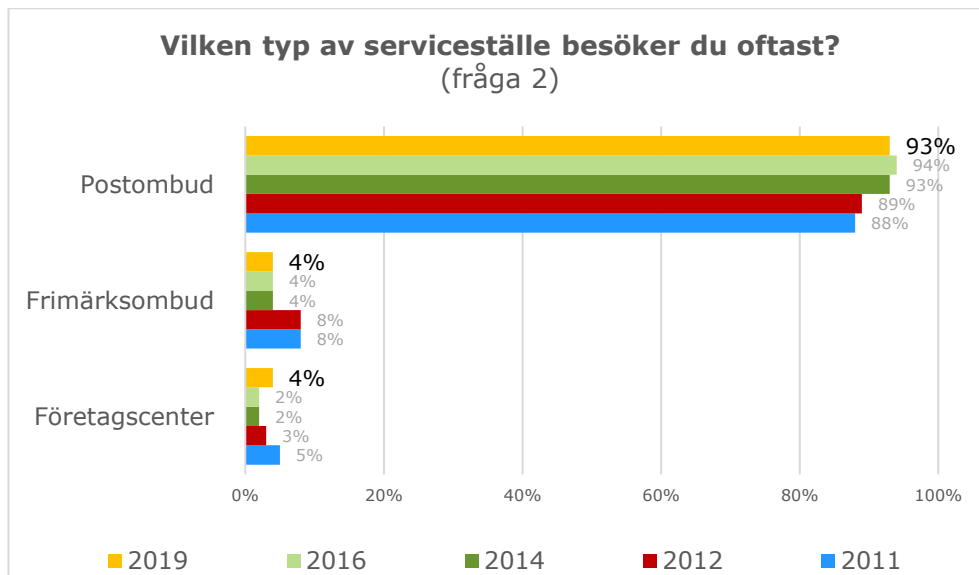
Att hämta paket eller tjocka brev utgör den absolut vanligaste anledningen till att besöka något av Postnords serviceställen, 96 procent av respondenterna gör detta.

Två tredjedelar av respondenterna uppger att de besöker Postnords serviceställen för att:

- köpa frimärken (68 procent)
- skicka paket eller tjocka brev (67 procent).

Minst benägen är man att besöka ett serviceställe för att skicka rekommenderade brev eller köpa tilläggstjänster (t.ex. expressbrev eller postförskott). 74 procent uppger att de aldrig besöker Postnord i dessa ärenden.

## 2.3 Oftast besökta serviceställen

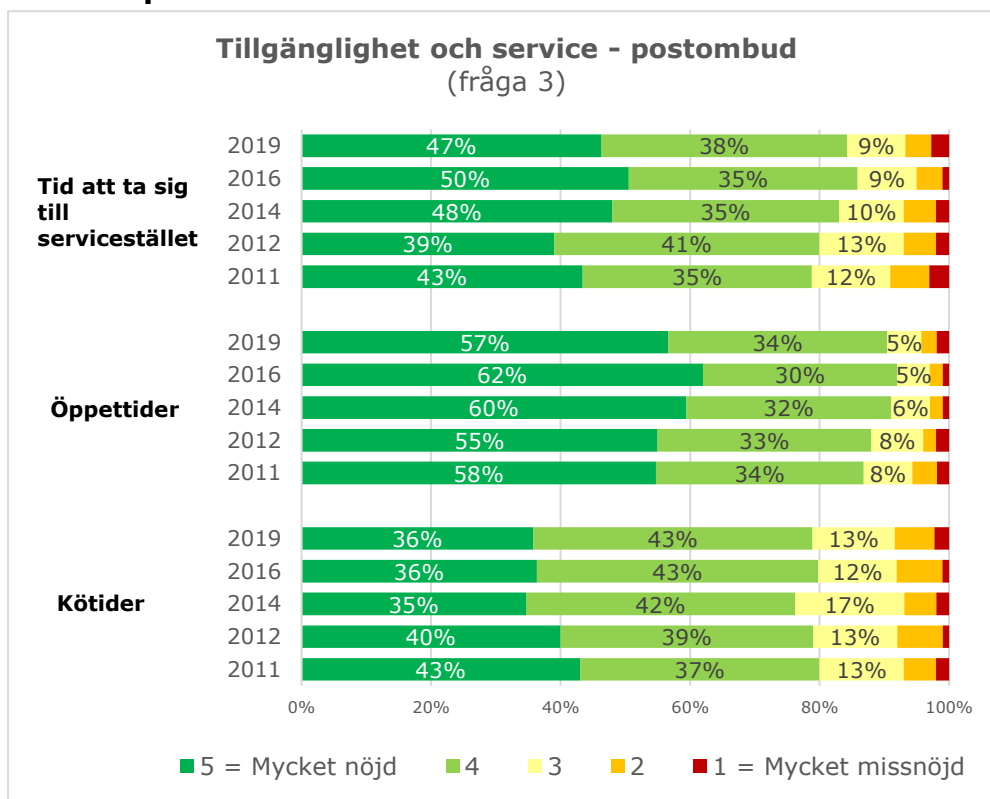


Bas: 943. Vet ej: 57

Liksom i mätningarna 2014 och 2016 är det drygt nio av tio respondenter som uppger att postombud är det serviceställe som de oftast besöker (93 procent).

Det är något fler kvinnor (95 procent) än män (91 procent) som oftast besöker denna typ av serviceställe.

## 2.4 Nöjdhet – tillgänglighet och service gällande postombud



Bas: 861-868

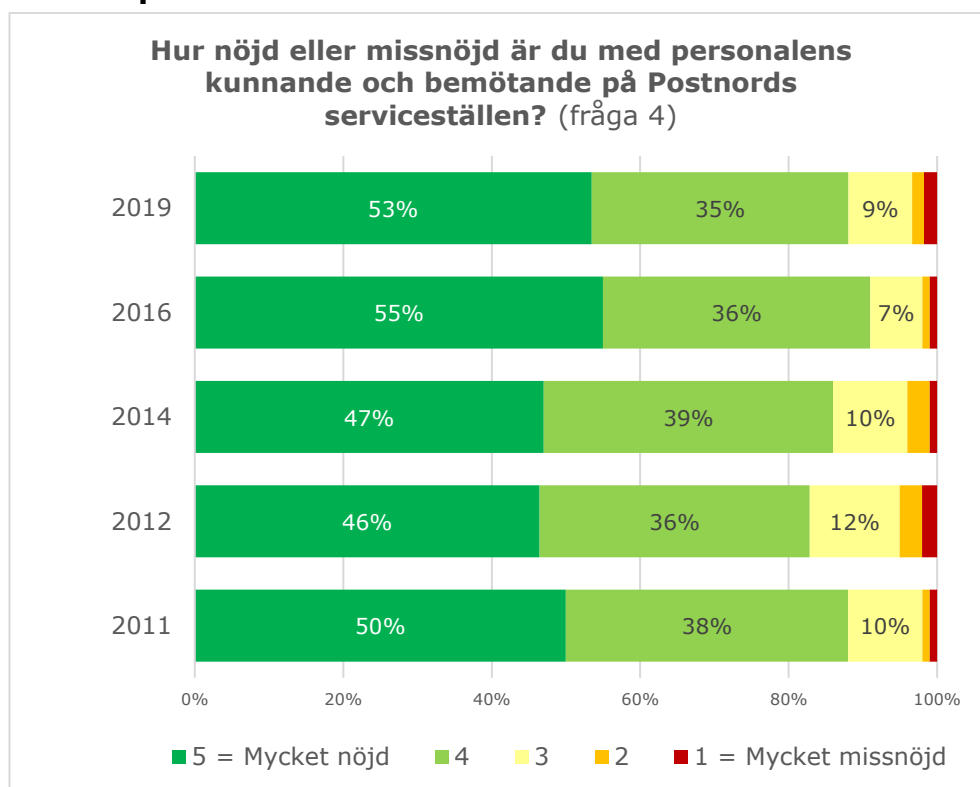
En klar majoritet är nöjd med tiden som det tar att ta sig till servicestället, postombudens öppettider samt kötider. Bland de som säger sig vara mycket eller ganska nöjda är andelen följande:

- Nöjdhet, Tid att ta sig till servicestället: 85 procent
- Nöjdhet, Öppettider: 91 procent
- Nöjdhet, Kötider: 79 procent

När det gäller öppettider är 6 av 10 i åldern 35 år och uppåt mycket nöjda. Inkluderar man även de som uppger att de är ganska nöjda är 9 av 10, oavsett ålder nöjda med öppettiderna hos Postnords serviceställen.

Män och kvinnor förefaller vara lika nöjda överlag med tillgänglighet och service.

## 2.5 Nöjdhet – personalens kunnande och bemötande på Postnords serviceställen



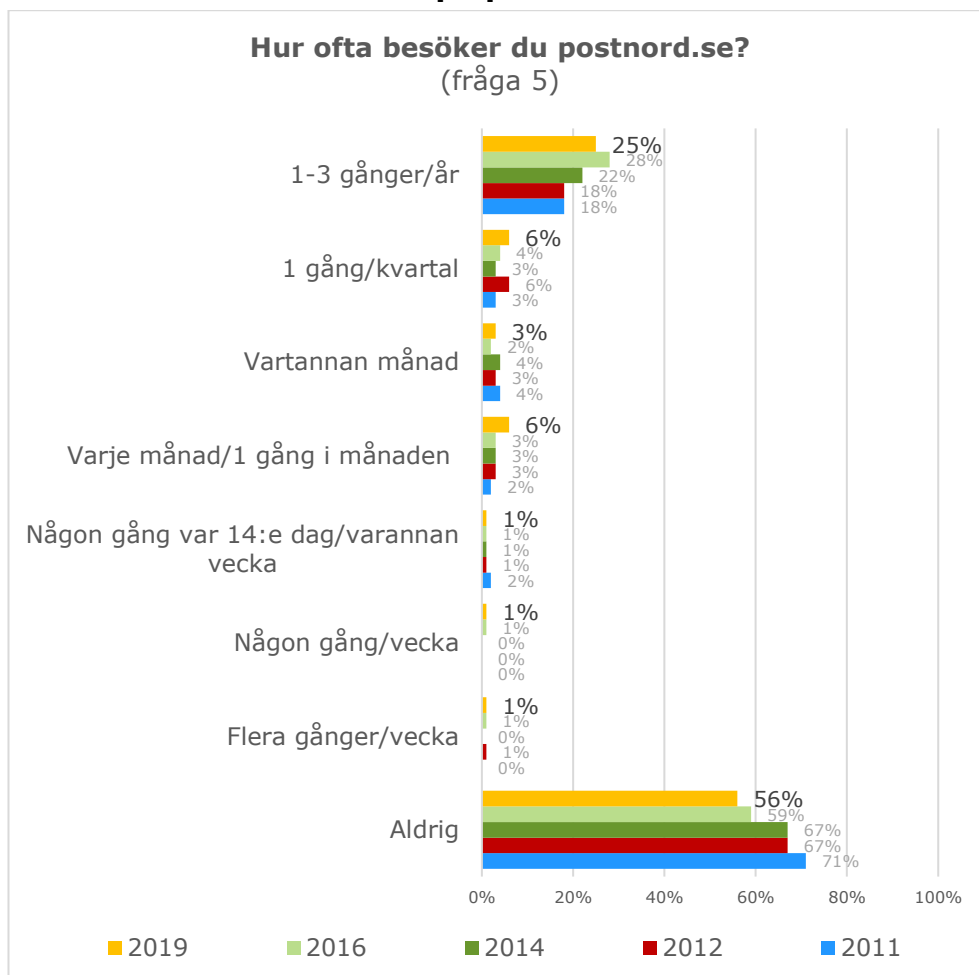
Bas: 957. Vet ej/ej svar: 43

88 procent är mycket eller ganska nöjda med personalens kunnande och bemötande på Postnords serviceställen. Även om det i sig är en hög kundnöjdhet är det en minskning med 3 procentenheter sedan 2016.

Andelen kvinnor (57 procent) som är ”mycket nöjda” är betydligt högre än motsvarande andel bland männen (49 procent).



## 2.6 Frekvens – besök på postnord.se



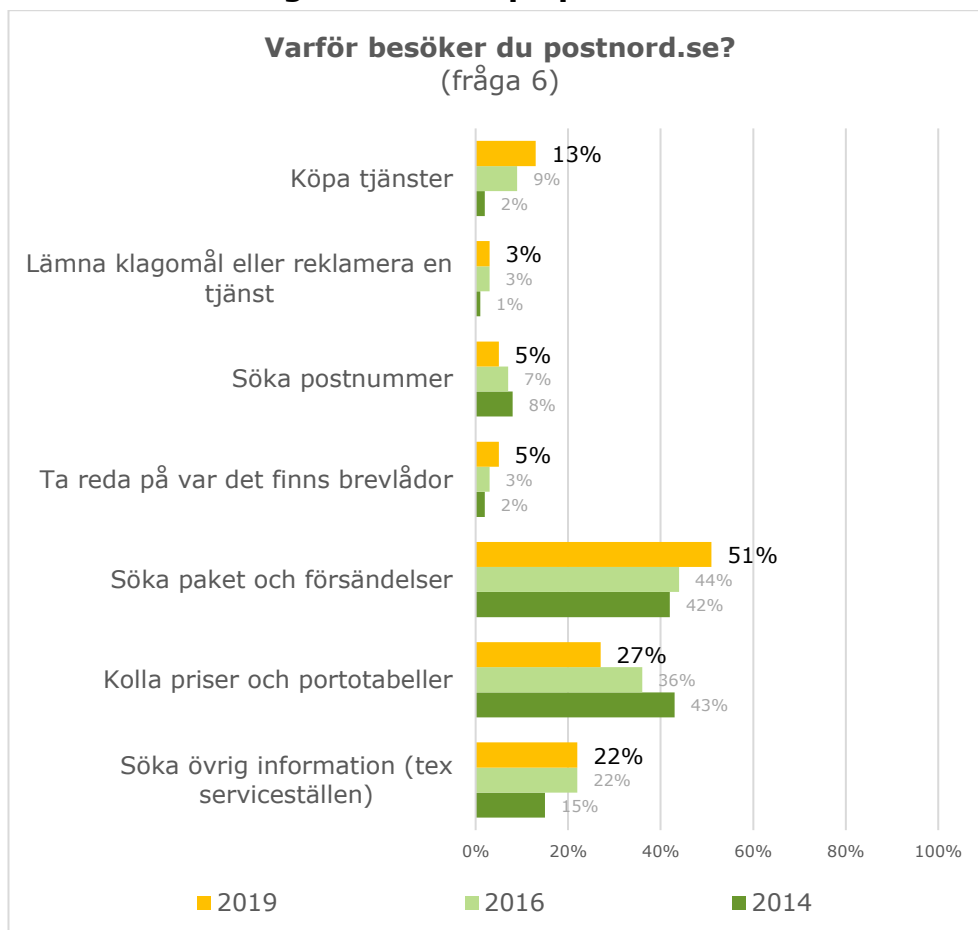
Bas: 991. Vet ej: 9

Drygt 4 av 10 (44 procent) uppger i årets mätning att de besöker postnord.se. Det är en ökning med 11 procentenheter från mätningarna 2012 och 2014 (33 procent) och en ökning med 3 procentenheter sedan föregående mätning 2016 (41 procent).

Det är fortfarande en majoritet, 56 procent, som säger att de aldrig besöker hemsidan. Detta är ändå totalt sett en stadigt minskande andel sedan mätningarna startade 2011 (71 procent).

Bland äldre, 65+, är det betydligt vanligare att aldrig besöka Postnord online.

## 2.7 Anledningar till besök på postnord.se



**Bas:** 444. **Vet ej:** 0  
(De som har besökt postnord.se)

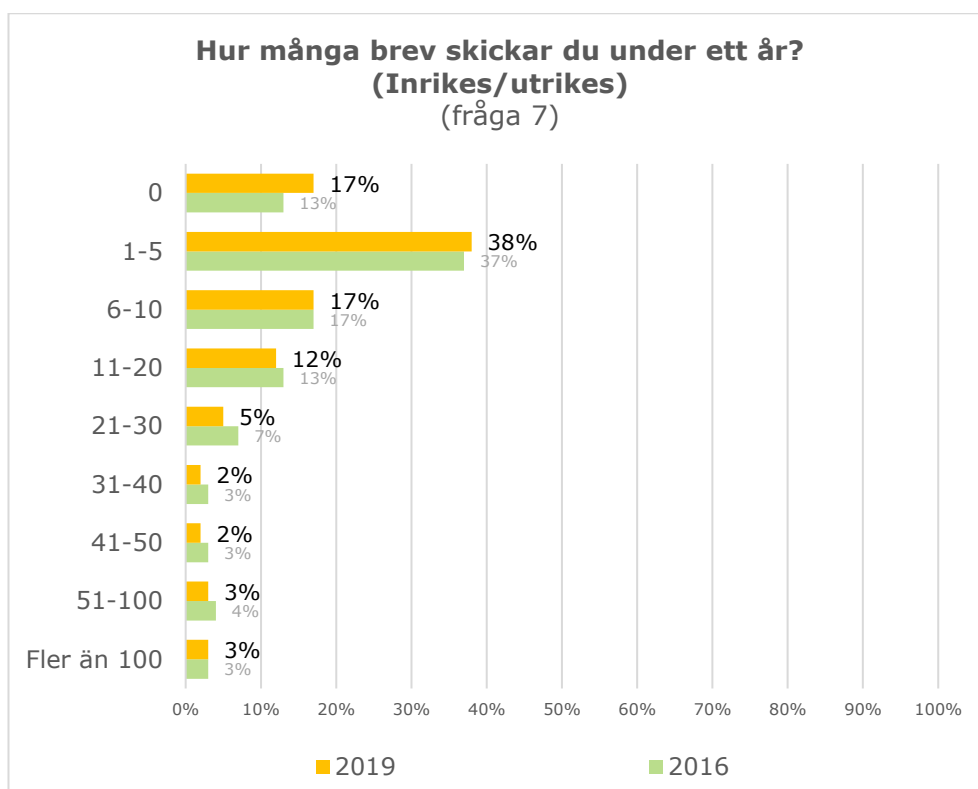
Majoriteten (51 procent) besöker postnord.se för att söka paket och försändelser, vilket är en ökning med 7 procentenheter sedan 2016. Det är vanligare bland männen än kvinnorna att besöka hemsidan i detta ärende (57 procent jämfört med 45 procent).

5–6 personer av 10, i åldern 16–54 år, använder sig av tjänsten att söka paket online. Bland de som är 55 år och äldre gör 3–4 av 10 detsamma.

Besöken på postnord.se för att kolla priser och portotabeller har minskat med 16 procentenheter sedan 2014 (från 43 procent till 27 procent).

### 3 Prisvärdhet och antal brev (inrikes/utrikes)

#### 3.1 Antal brev som skickas under ett år

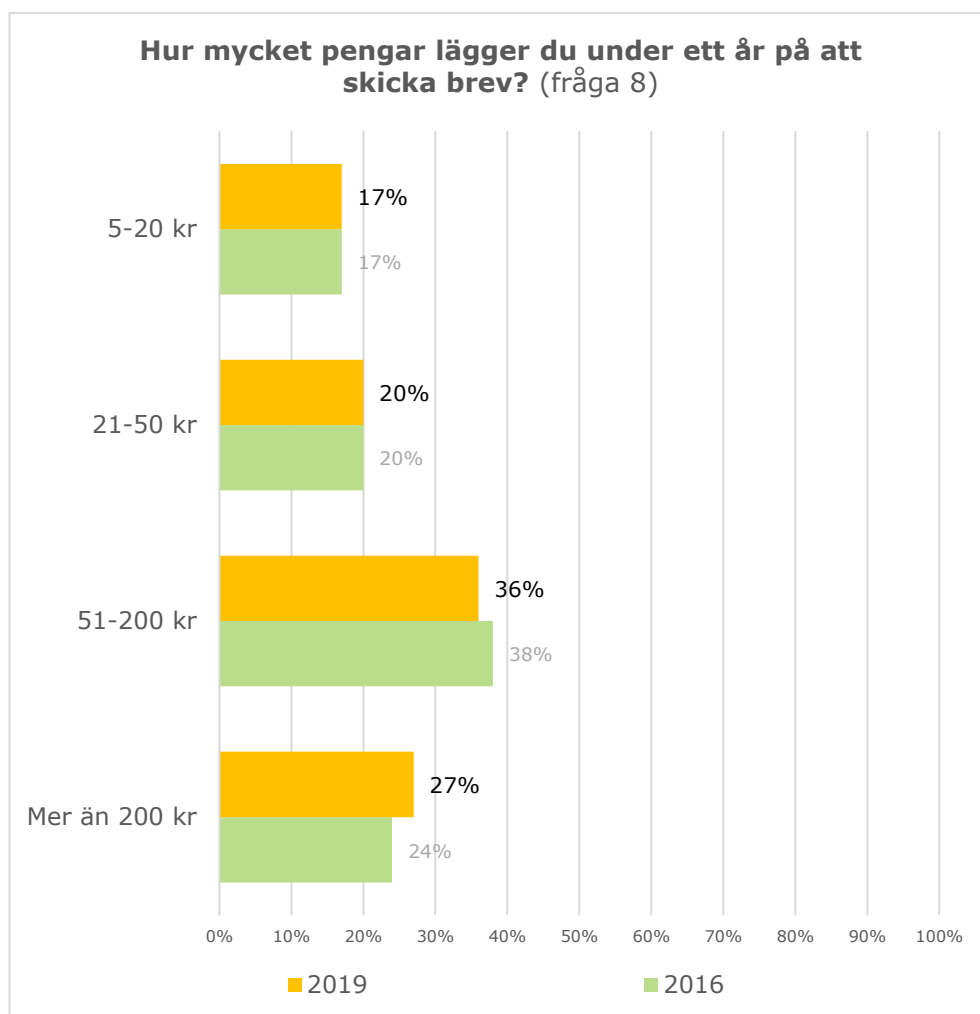


Bas: 983. Vet ej/ej svar: 17

Störst andel, 38 procent, uppger att de skickar mellan 1–5 brev under ett år. Det är i linje med resultatet i 2016 års mätning (37 procent). När det gäller att skicka det här antalet brev är det ingen skillnad mellan män och kvinnor eller i åldrarna 16–64 år.

Däremot ser benägenheten att skicka brev ut att minska totalt sett. 17 procent uppger i årets mätning att de inte skickar något brev alls under ett år jämfört med 13 procent 2016. Det är framför allt den yngsta åldersgruppen, 16–34 år, som skickar färre brev. En tredjedel av dessa skickar inte något brev alls under ett år.

### 3.2 Hur mycket pengar läggs under ett år på att skicka brev

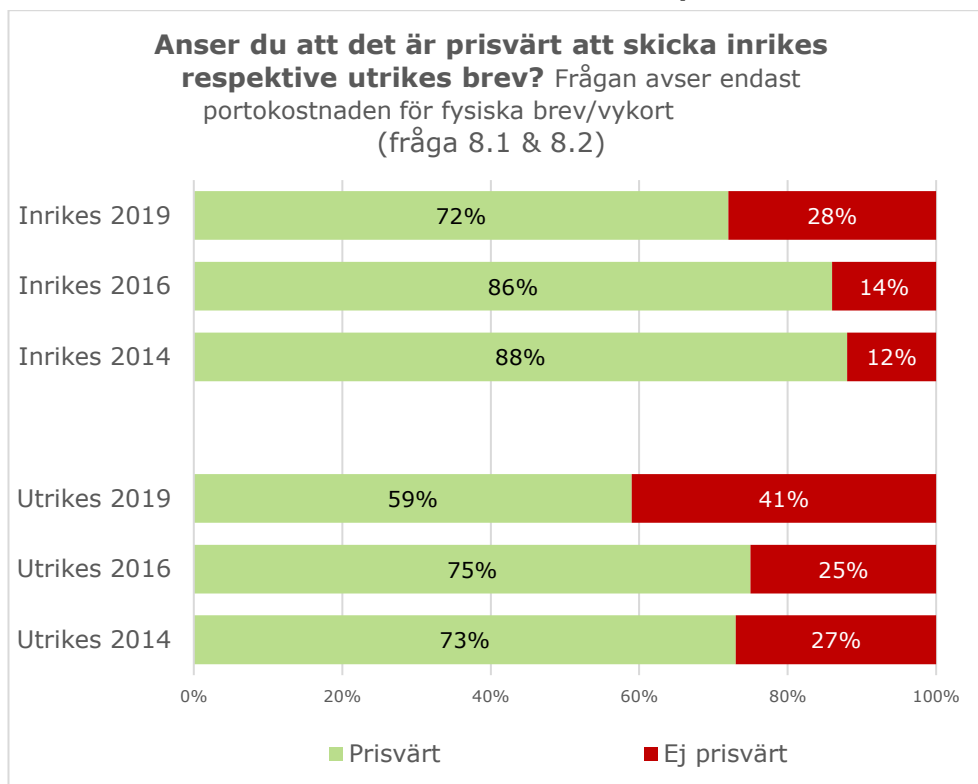


Bas: 769. Vet ej/ej svar: 231

36 procent spenderar mellan 51 och 200 kronor per år på porto för att skicka brev.

Åldersgruppen 16-34 år lägger mindre pengar på att köpa porto än övriga åldersgrupper. 29 procent bland de i åldern 16-34 år köper porto för 5-20 kronor under ett år.

### 3.3 Prisvärdhet – skicka brev inrikes/utrikes



**Bas:** Inrikes: 818, Utrikes: 462. **Vet ej/ej svar:** Inrikes: 182, Utrikes: 538

Andelen som uppger att det är prisvärt att skicka brev inrikes har sjunkit med 14 procentenheter sedan 2016, från 86 procent till 72 procent.

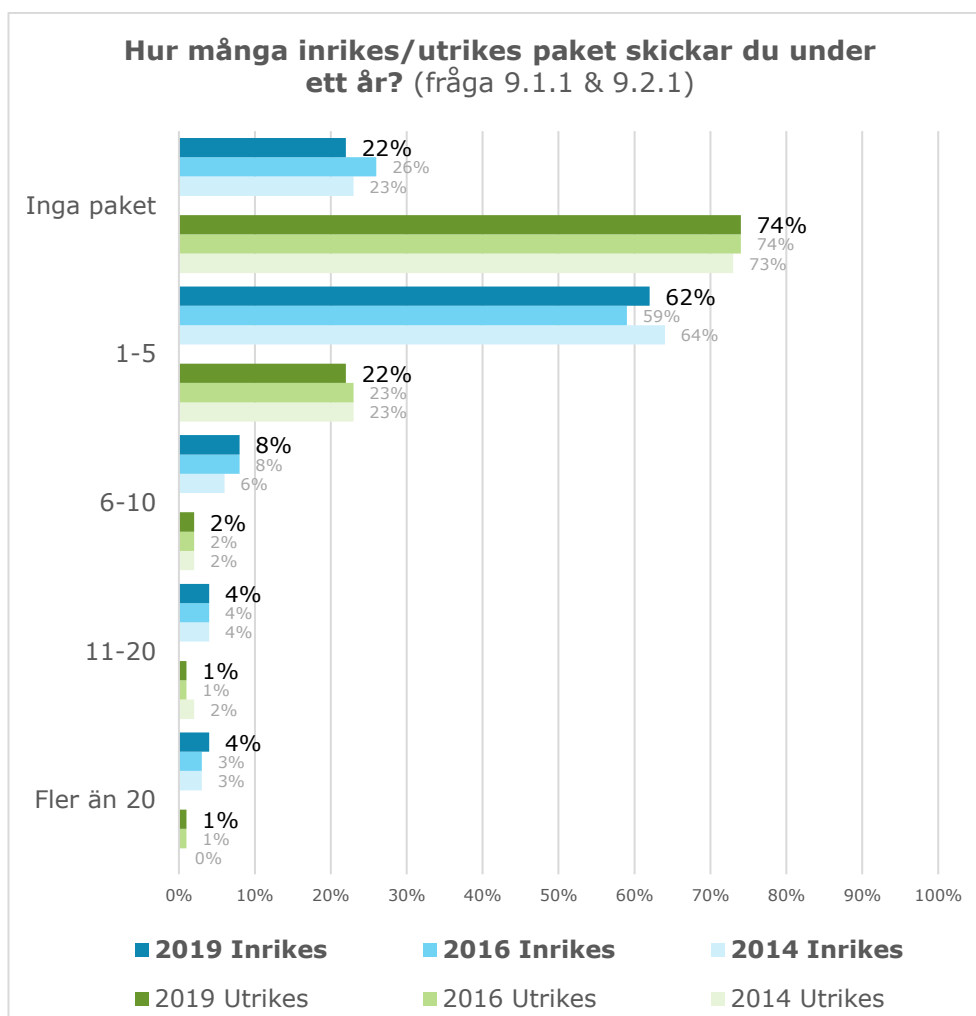
Män upplever att det är mer prisvärt än kvinnor att skicka brev inrikes. 78 procent av männen och 67 procent av kvinnorna uppger att det är prisvärt att skicka inrikes brev.

Bland unga, 16–34 år, uppger 81 procent att det är prisvärt att skicka brev inom landet. I övriga åldersgrupper ligger andelen som tycker att det är prisvärt mellan 65–73 procent.

Även gällande utrikes brev är det färre som uppger att det är prisvärt i årets mätning jämfört med 2016 och 2014. Liksom i föregående mätning är det ungefär hälften av de tillfrågade som inte har någon uppfattning om det är prisvärt eller ej.

## 4 Prisvärdhet och antal paket (inrikes/utrikes)

### 4.1 Antal paket som skickas under ett år – inrikes och utrikes

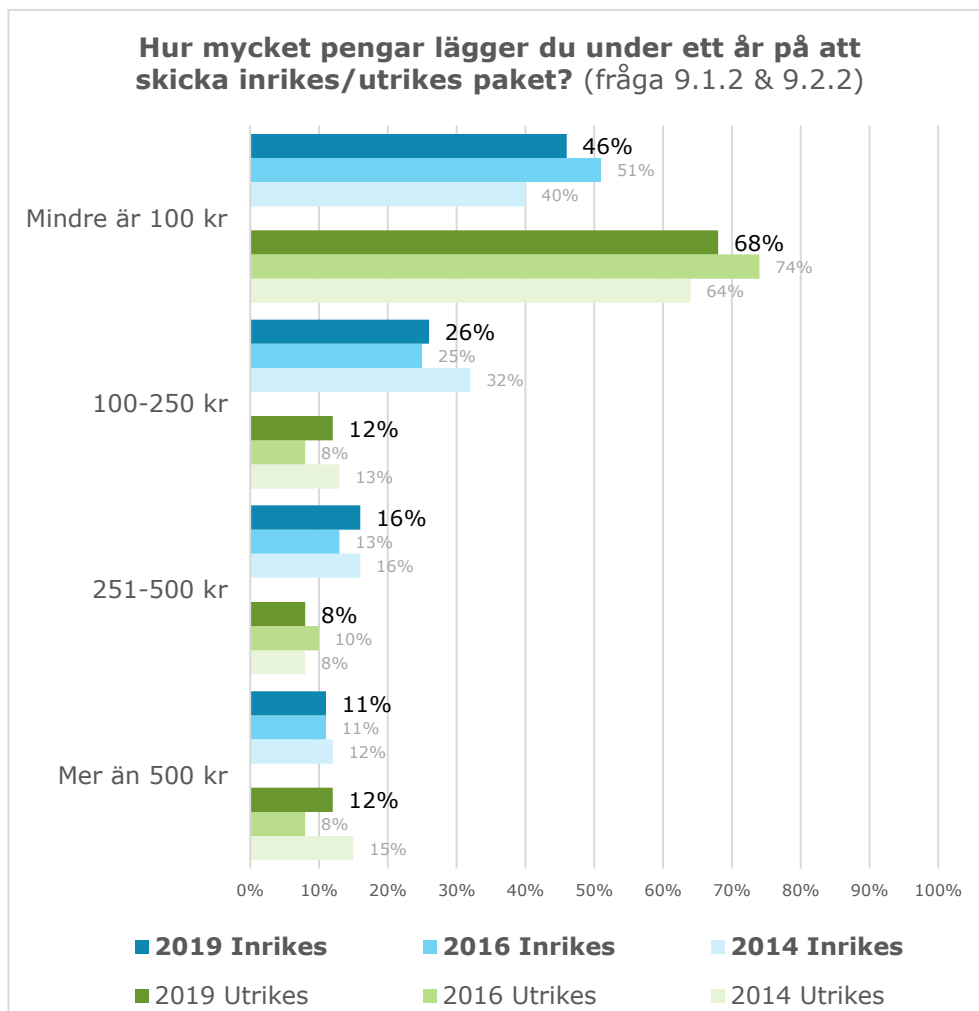


**Bas:** Inrikes: 606, Utrikes: 576. **Vet ej/ej svar:** Inrikes: 9, Utrikes: 39  
 (De som tidigare har svarat att de har besökt ett serviceställe för att skicka paket under det senaste året)

62 procent av de som har besökt ett serviceställe för att skicka paket skickar mellan 1 och 5 inrikes paket under ett år.

Andelen som skickar paket utrikes är 26 procent.

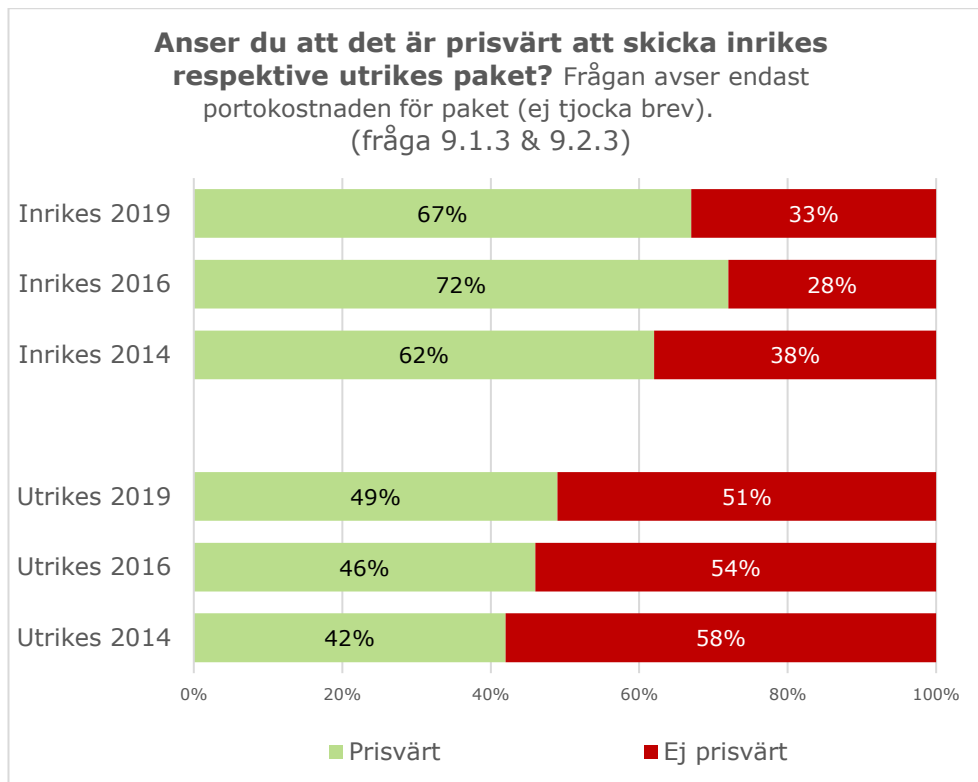
## 4.2 Pengar som läggs på att skicka paket, inrikes och utrikes



**Bas:** Inrikes: 493, Utrikes: 344. **Vet ej/ej svar:** Inrikes: 123, Utrikes: 271  
 (De som tidigare har svarat att de har besökt ett serviceställe för att skicka paket under det senaste året)

46 procent av dem som har skickat paket inrikes och 68 procent av dem som har skickat paket utrikes under ett år, har spenderat mindre än 100 kronor på sina försändelser.

### 4.3 Prisvärdhet – skicka paket inrikes/utrikes



**Bas:** Inrikes: 478, Utrikes: 239. **Vet ej/ej svar:** Inrikes: 137, Utrikes: 376  
(De som tidigare har svarat att de har besökt ett serviceställe för att skicka paket under det senaste året)

Män tycker generellt sett att det är mer prisvärt än kvinnor att skicka inrikes paket. 72 procent av männen jämfört med 63 procent av kvinnorna uppger att det är prisvärt.

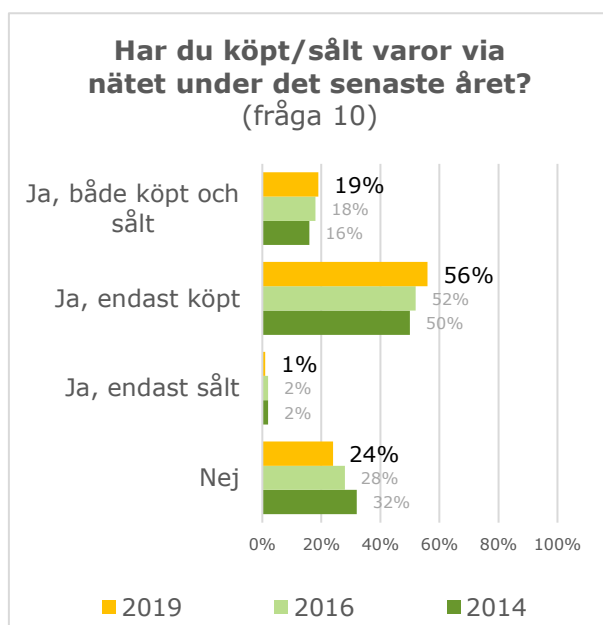
Även gällande att skicka utrikes paket uppger en större andel av männen, 54 procent, att det är prisvärt jämfört med kvinnorna, 45 procent.

Både när det gäller att skicka inrikes och utrikes paket uppger personer i åldern 16–34 år i högre utsträckning än andra att det är prisvärt.



## 5 E-handel

### 5.1 Köpt/sålt varor via nätet, senaste året



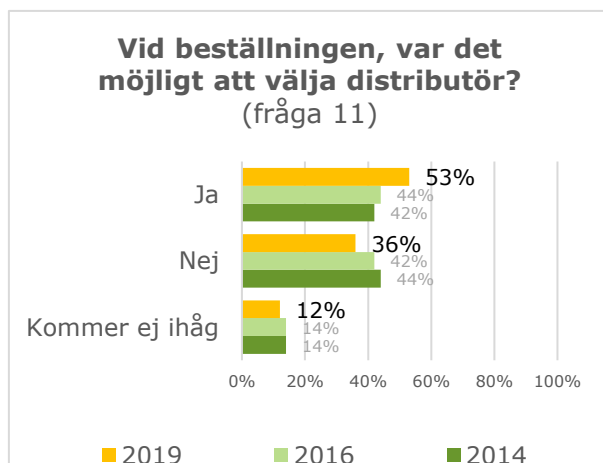
Majoriteten, 56 procent, har endast köpt varor via nätet under det senaste året.

9 av 10 av dem som är under 45 år har köpt någon vara via nätet under det senaste året.

24 procent har varken köpt eller sålt något via nätet det senaste året. Det är huvudsakligen personer över 64 år som inte handlar via nätet (65–74 år: 46 procent, 75–84 år: 70 procent).

Bas: 1000 (Samtliga)

### 5.2 Köpt/sålt varor via nätet, senaste året

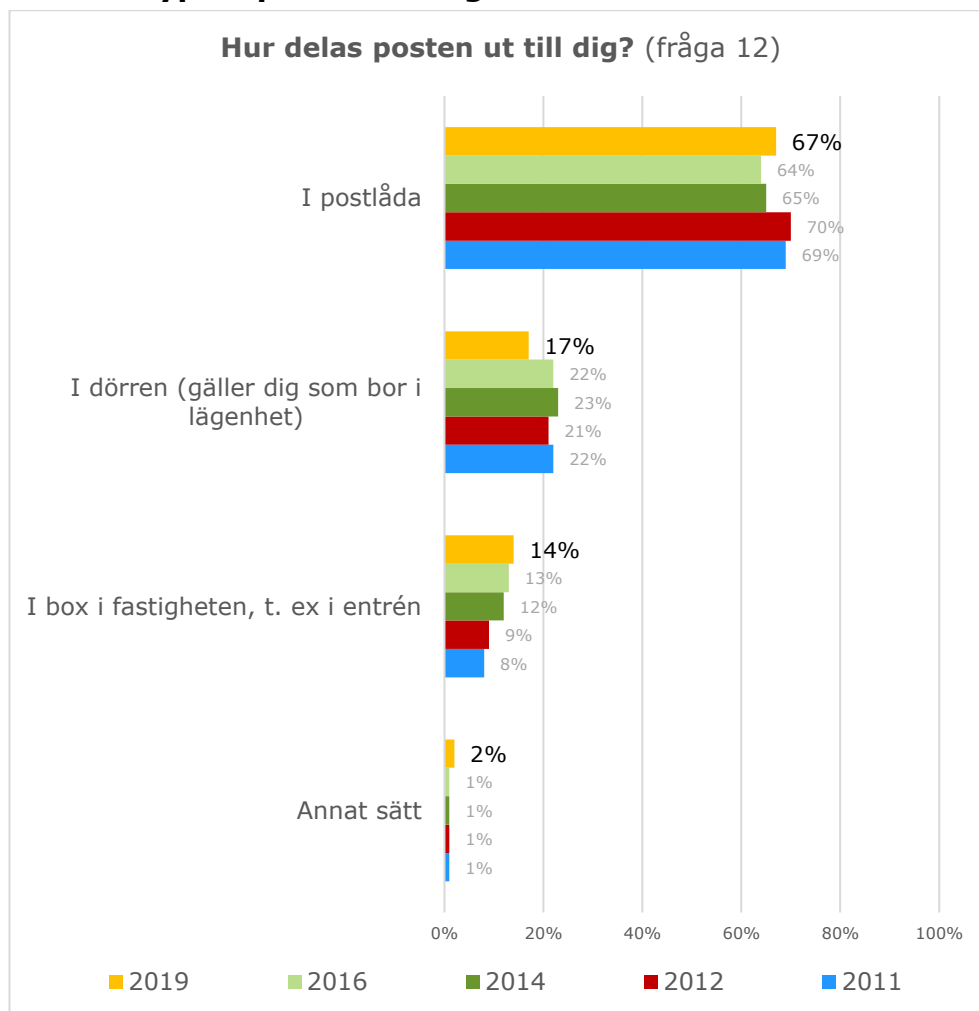


Majoriteten, 53 procent, uppger i årets mätning att de har haft möjlighet att välja distributör. Detta är en ökning med 9 procentenheter sedan 2016.

Bas: 750 (De som har köpt varor via nätet under senaste året)

## 6 Postutdelning

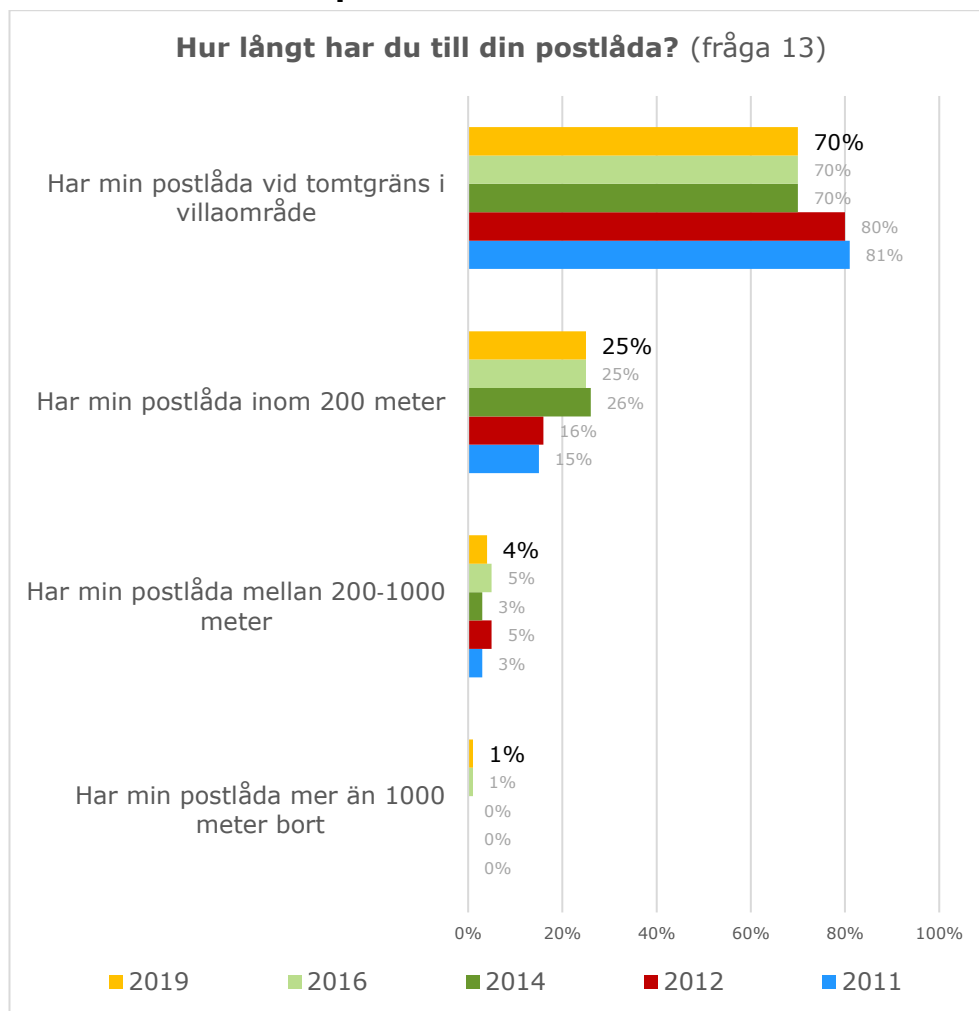
### 6.1 Typ av postutdelning



Bas: 998. Vet ej/ej svar: 2

Totalt sett får två tredjedelar, 67 procent, sin post utdelad i egen postlåda

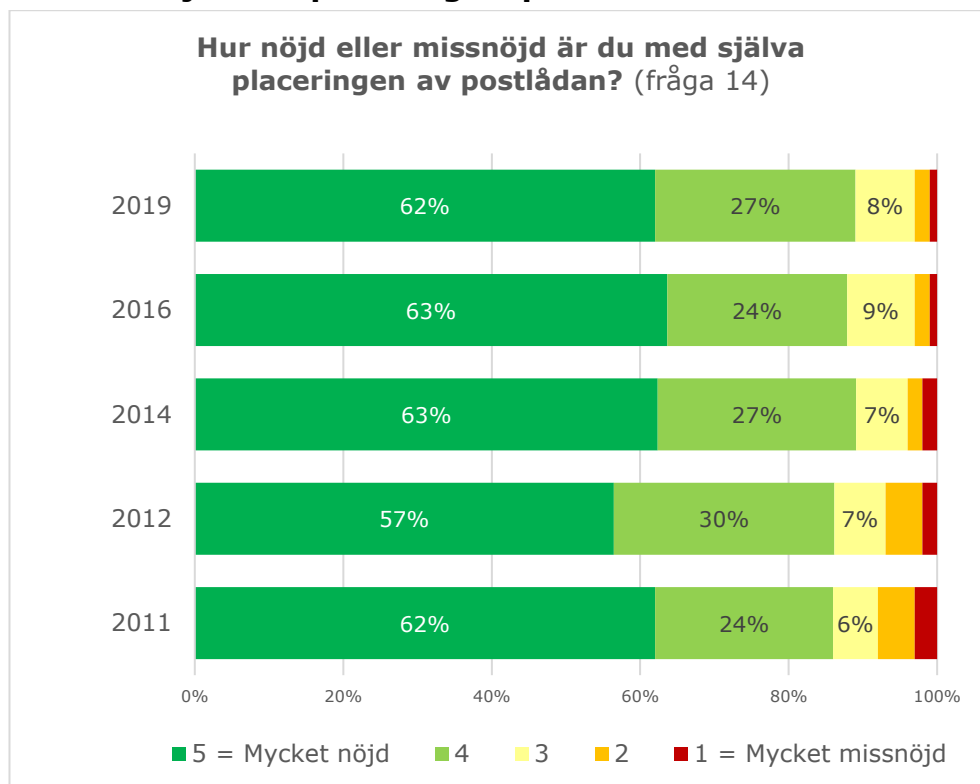
## 6.2 Avstånd till postlåda



Bas: 668. Vet ej/ej svar: 3  
(De som får sin post utdelad i postlåda)

95 procent av de som får sin post utdelad i egen postlåda har denna placerad inom 200 meter från sitt hem.

### 6.3 Nöjdhet – placering av postlåda

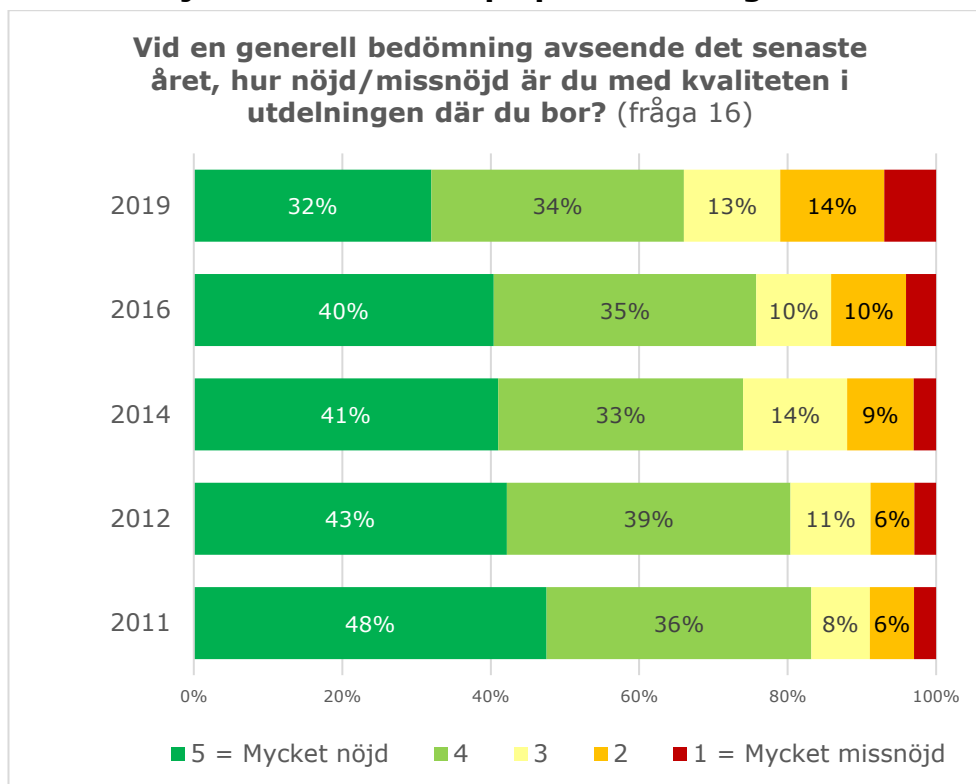


Bas: 985. Vet ej/ej svar: 15

89 procent är ganska eller mycket nöjda med placeringen av sin postlåda eller postinlägg.

Av de 28 personer totalt som är missnöjda med placeringen av postlådan eller postinlägget uppger 12 stycken att det är för långt avstånd till postlådan.

## 6.4 Nöjdhet – kvaliteten på postutdelningen



Bas: 989. Vet ej/ej svar: 11

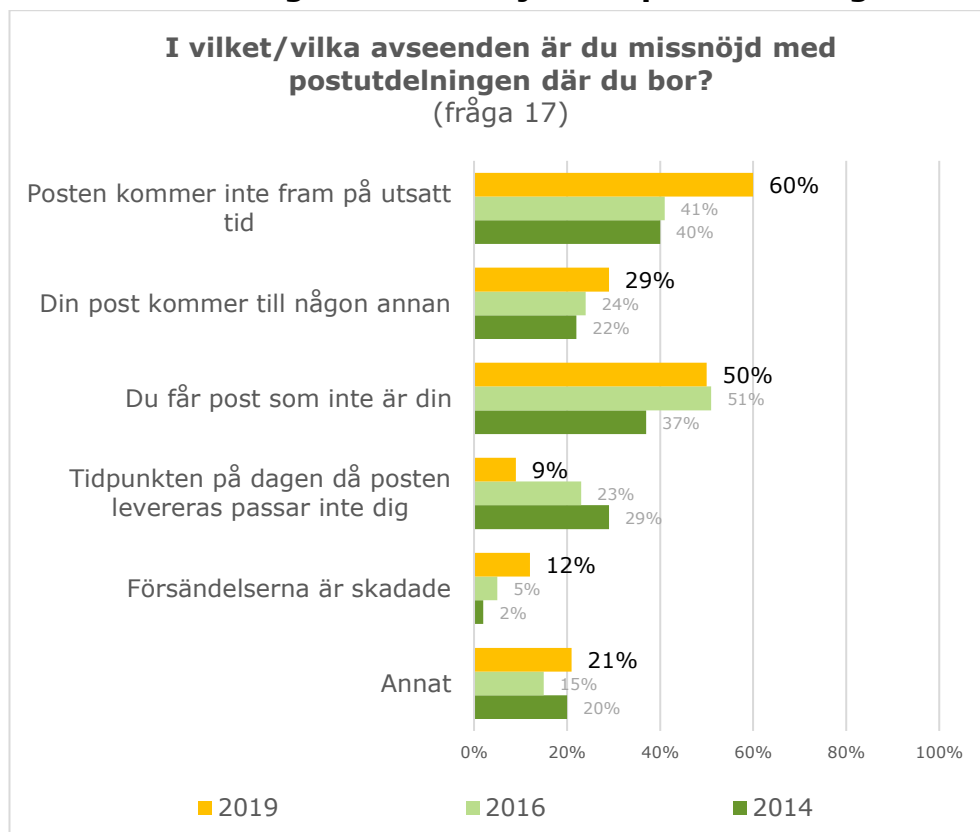
Andelen som är ganska eller mycket missnöjda med kvaliteten på utdelningen av sin post har ökat med 7 procentenheter sedan 2016, från 14 procent till 21 procent i årets mätning.

Missnöjet är som störst i åldern 45–64 år där 10 procent uppger att de är mycket missnöjda med kvaliteten på postutdelningen.

Av de som är missnöjda med postutdelningen uppger 60 procent att det beror på att posten inte kommer fram i tid. Det är en ökning med 20 procentenheter sedan 2014 då motsvarande siffra var 40 procent.

Missnöjet beror även på att man får någon annans post (50 procent) eller att någon annan får ens egen post (29 procent).

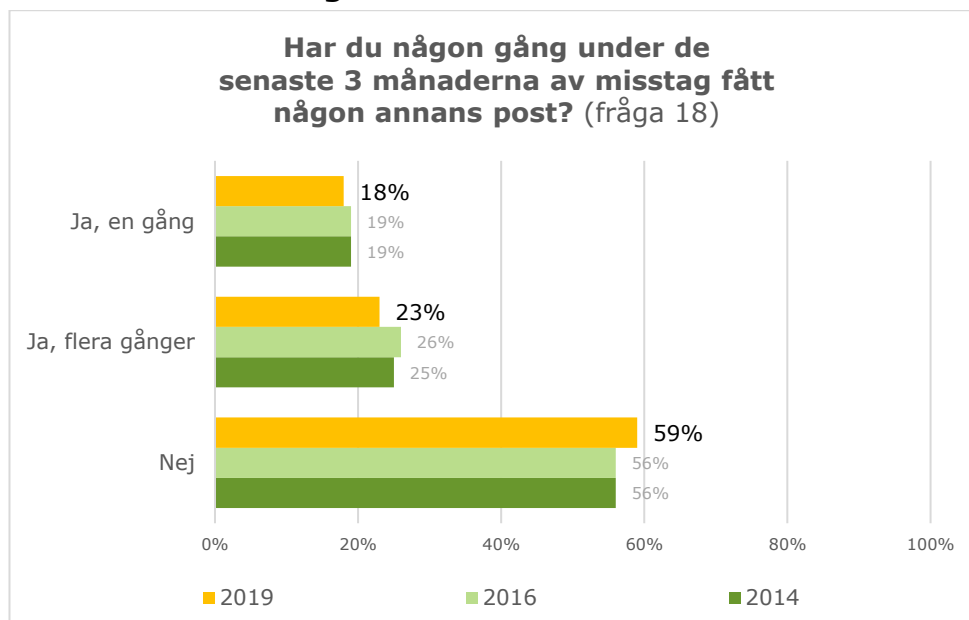
## 6.5 Anledningar till missnöje med postutdelningen



**Bas:** 209 (De som är ganska eller mycket missnöjda med kvaliteten i utdelningen)

Bland de 21 procent som svarat ”Annat” som skäl för missnöjet har man bland annat angett att posten uteblir helt vissa dagar eller att den lämnas utanför lådan.

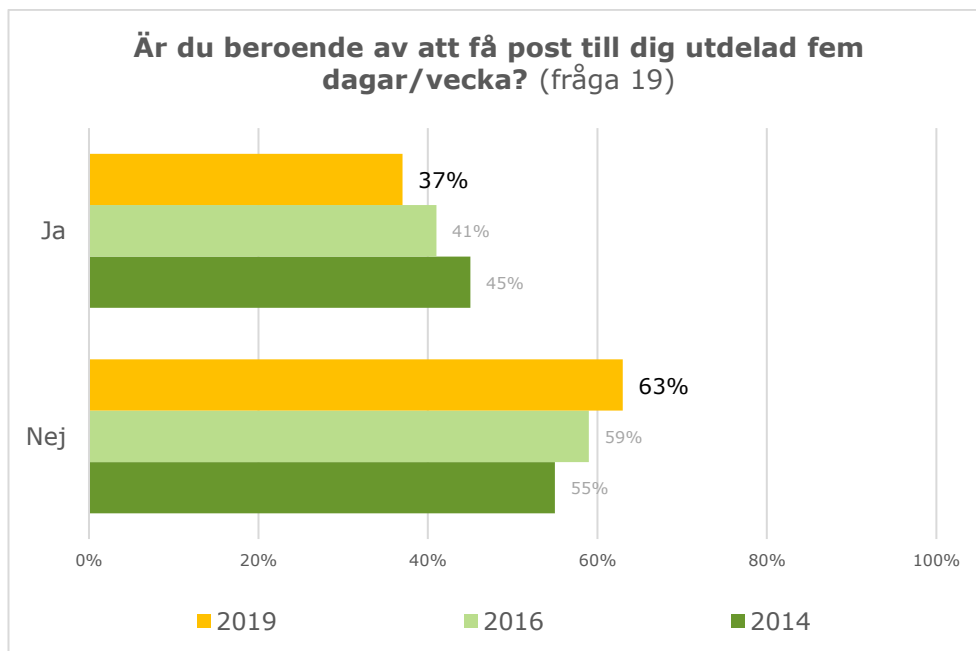
## 6.6 Felutdelning



Bas: 995. Vet ej: 5

Jämfört med tidigare år har det blivit något mindre vanligt att postmottagarna upplever att man av misstag fått någon annans post.

## 6.7 Beroende av utdelning av sin post fem dagar i veckan



Bas: 973. Vet ej: 27

En minskande andel, 37 procent, uppger att de är beroende av att få sin post utdelad fem dagar i veckan. Vid mätningarna 2014 och 2016 låg motsvarande siffror på 45 respektive 41 procent.

Endast en fjärdedel av personerna i åldern 16–44 år anser att de är beroende av postutdelning fem dagar i veckan. Bland de i åldern 55–84 år anser ungefär hälften att de är beroende av att få sin post fem dagar i veckan.



## **6.8 Vilka konsekvenser skulle det få för dig ifall utdelningen skedde färre än fem dagar i veckan?**

Respondenterna fick under intervjun möjlighet att fritt beskriva vilka konsekvenser det skulle kunna få för dem om posten delades ut färre än fem dagar i veckan.

Följande möjliga konsekvenser är de mest förekommande:

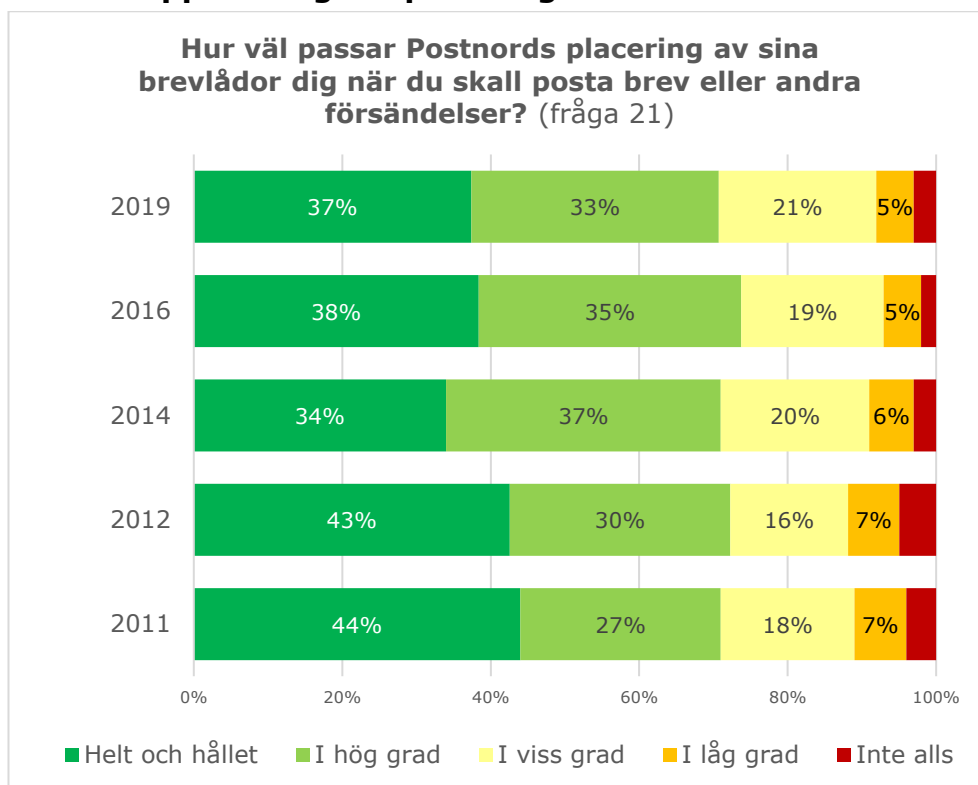
- Att man inte skulle få sin post i tid och därigenom, till exempel, riskera att missa att betala räkningar inom utsatt tid.
- Att det skulle bli en fördröjning av viktiga brev från, till exempel, myndigheter och sjukvård. I förlängningen fanns en ängslan att man därmed riskerar att missa läkartider och andra viktiga möten och inbokningar.
- Att det för egenföretagare skulle få olika negativa konsekvenser för företaget.

Det finns de som rent principiellt och av vana tycker att det ska postutdelning fem dagar per vecka.

Det finns också ett större antal bland de tillfrågande som uppger att det förmodligen inte skulle få några betydande konsekvenser om posten delades ut färre dagar per vecka, även bland de 37 procent som uppger att de är beroende av att få sin post fem dagar per vecka. Av de som svarar att man är beroende av utdelning fem dagar i veckan svarar knappt var femte ”Inga konsekvenser” och cirka var tionde ”Vet ej” på den öppna frågan angående vilka konsekvenser det faktiskt skulle få för dem om utdelning skedde färre än fem dagar i veckan.

## 7 Postnords placering av brevlådor och tider för tömning

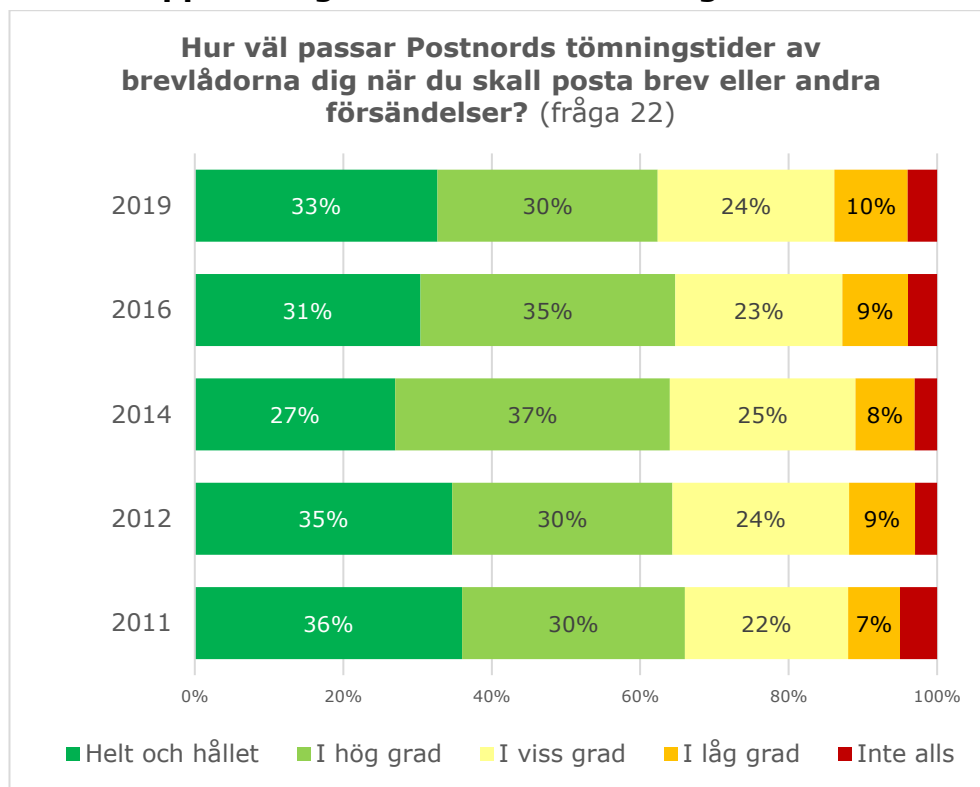
### 7.1 Uppfattning om placering av Postnords brevlådor



Bas: 965. Vet ej: 35

Placeringen av Postnords brevlådor passar 7 av 10 helt och hållet eller i hög grad när de ska posta brev eller andra försändelser. Detta är i linje med tidigare mätningar.

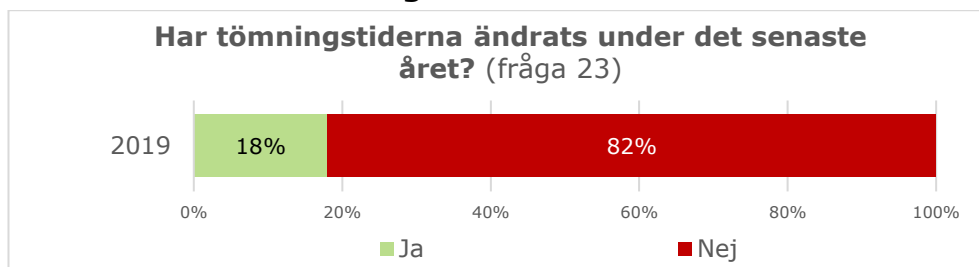
## 7.2 Uppfattning om Postnords tömningstider



Bas: 880. Vet ej: 120

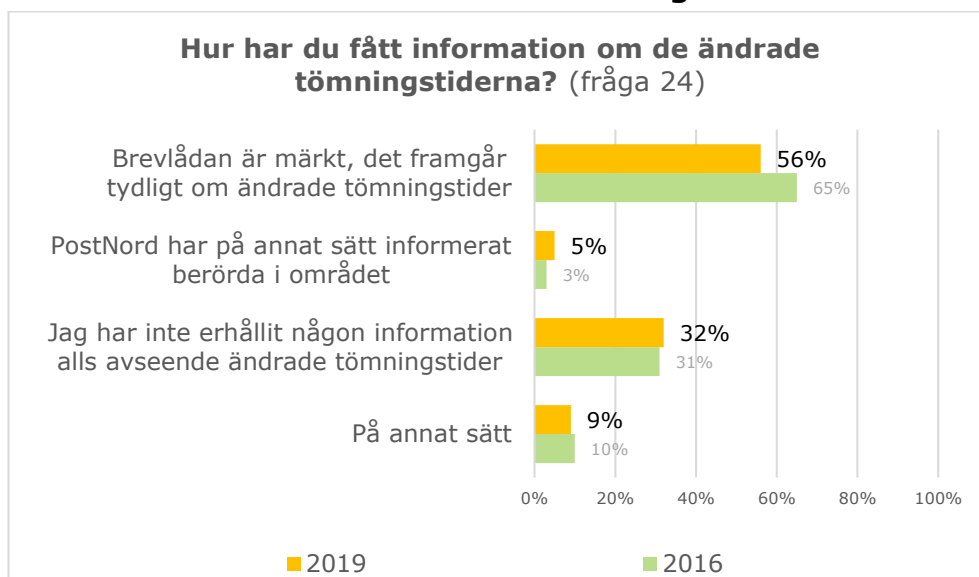
63 procent anser i hög grad eller helt och hållet att Postnords tömningstider av brevlådor passar.

### 7.3 Ändrade tömningstider



Bas: 526. Vet ej/ej svar: 474

### 7.4 Information om ändrade tömningstider



Bas: 94

(De som har fått ändrade tömningstider under det senaste året)

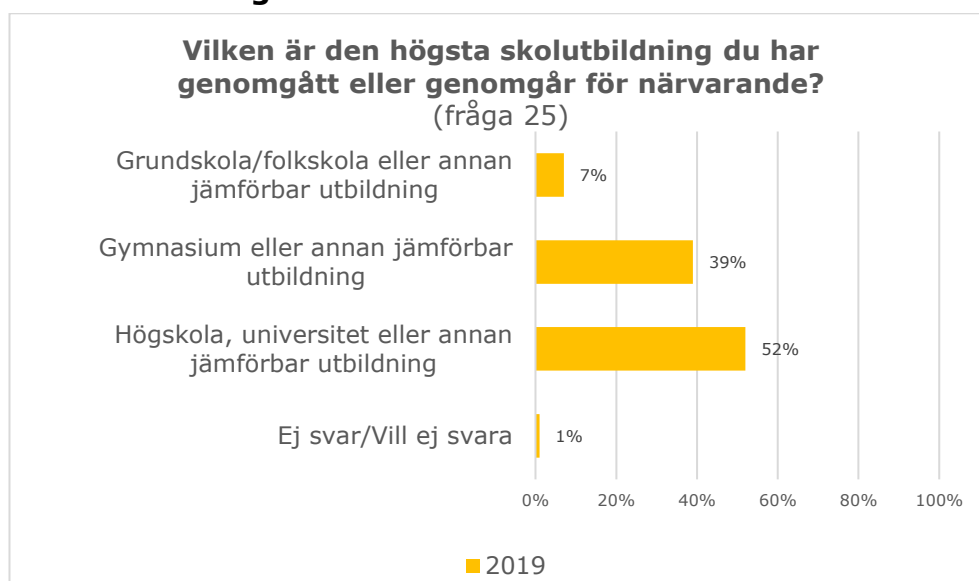
Närmare hälften, 47 procent, uppger att de inte vet om tömningstiderna har ändrats under det senaste året.

Av de som har någon uppfattning om tömningstiderna uppger 18 procent att det har skett en förändring under det senaste året.

## BILAGA

### 1 Bakgrundsfrågor

#### 1.1 Utbildningsnivå



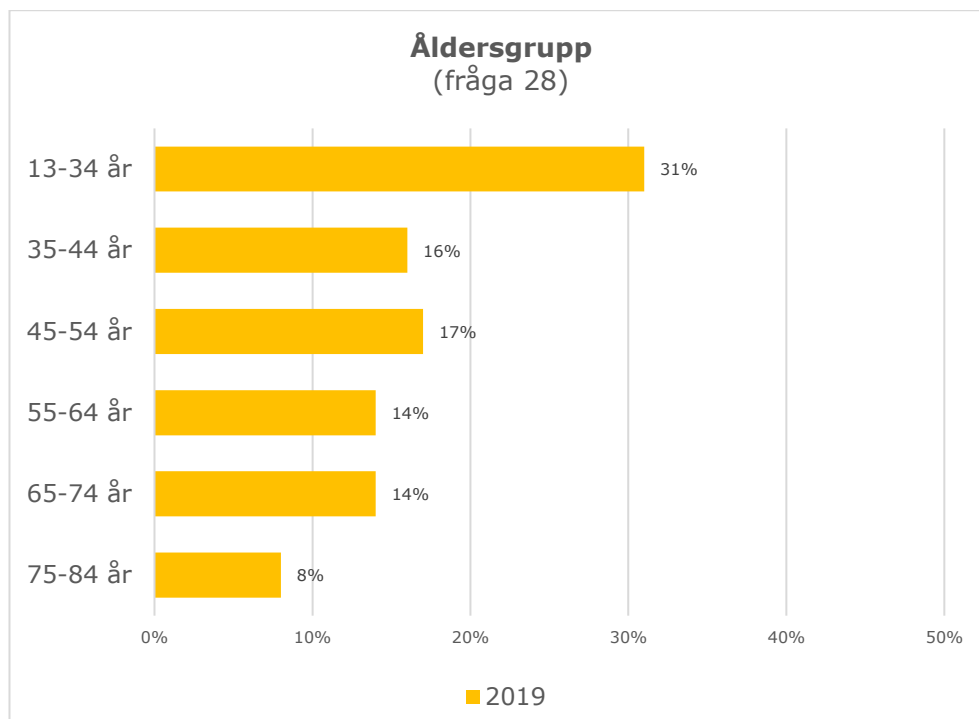
Bas: 1000

## 1.2 Sysselsättning



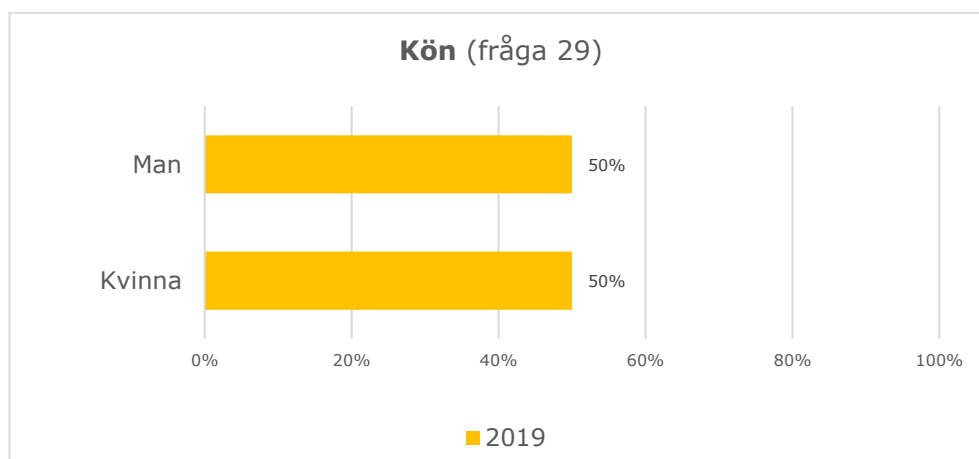
Bas: 1000

### 1.3 Ålder



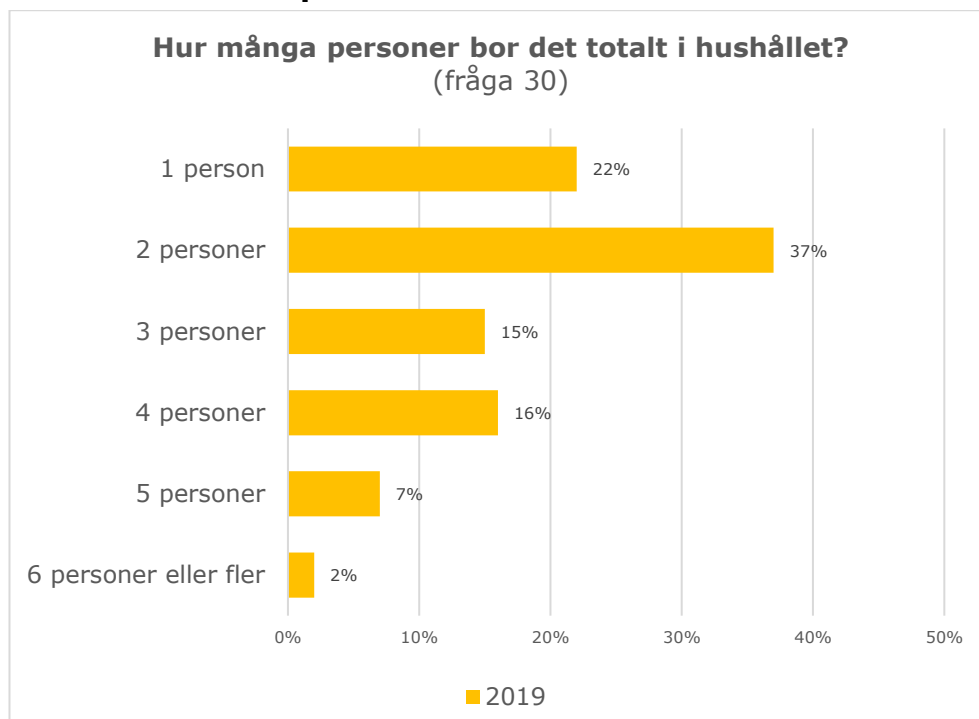
Bas: 1000

### 1.4 Kön

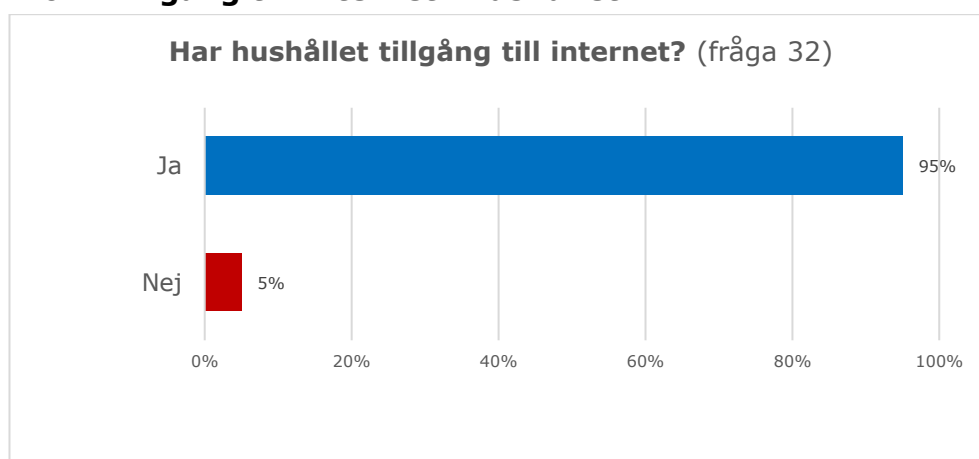


Bas: 1000

## 1.5 Totalt antal personer i hushållet



## 1.6 Tillgång till internet i hushållet





## 2 Population, urval, metod och bortfall

### 2.1 Målpopulation och urval

Målgruppen är ett riksrepresentativt urval av befolkningen med hänsyn tagen till för undersökningen relevanta parametrar såsom kön och ålder. Personerna i urvalet är mellan 16–84 år.

Urvalsmetoden är densamma som för 2016:s undersökning, det vill säga ett slumpmässigt oberoende bruttourval av unika telefonnummer från både fast telefoni och mobiltelefoni, i hela riket.

### 2.2 Datainsamlingsmetod

Informationen har samlats in med hjälp av telefonintervjuer (Norstat AB). Intervjuerna har genomförts under januari 2019. Underlaget i denna rapport är baserat på 1 000 genomförda telefonintervjuer.

### 2.3 Bortfallsredovisning

	Totalt
<b>Genomförda intervjuer</b>	<b>1000</b>
<b>Vägran</b>	<b>1162</b>
<b>Ej svar</b>	<b>2510</b>
<b>Fel målgrupp/fel nummer</b>	<b>328</b>
<b>Bruttourval</b>	<b>5000</b>
<b><i>Svarsfrekvens</i></b>	<b><i>20 %</i></b>