

# Befolkningens användning av posttjänster 2022

- en kvantitativ undersökning



# Befolkningens användning av posttjänster 2022 – en kvantitativ undersökning

**Rapportnummer**

PTS-ER-2022:15

**Diarienummer**

Dnr 21-11667

**ISSN**

1650-9862

**Författare**

David Sivén och Emma Hammarsten, Enkätfabriken AB

PTS inledning: Erika Nysäter, PTS

**Post- och telestyrelsen**

Box 5398

102 49 Stockholm

08-678 55 00

pts@pts.se

www.pts.se

# Innehåll

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Inledning</b>   | <b>4</b>  |
| <b>Undersökningens huvudresultat</b>   | <b>5</b>  |
| <b>Sammanfattning</b>  | <b>6</b>  |
| <b>Summary</b>   | <b>9</b>  |
| <b>1 Inledning och metod</b>   | <b>13</b> |
| 1.1 Bakgrund och syfte   | 13        |
| 1.2 Målpopulation och urval  | 13        |
| 1.3 Insamling  | 13        |
| 1.4 Bortfallsanalys  | 13        |
| 1.5 Förklaringar   | 15        |
| <b>2 Postnords servicenät</b>  | <b>16</b> |
| 2.1 Frekvens – besök (under det senaste året) på Postnords serviceställen gällande någon form av postärende                      | 16        |
| 2.2 Frekvens – besök (under det senaste året) på Postnords serviceställen gällande specifika ärenden                             | 17        |
| 2.3 Oftast besökta serviceställen  | 18        |
| 2.4 Nöjdhet – tillgänglighet och service gällande postombud  | 19        |
| 2.5 Närhet till serviceställe  | 20        |
| <b>3 Prisvärdhet och antal brev (inrikes/utrikes)</b>  | <b>21</b> |
| 3.1 Antal brev som tas emot under en vecka   | 21        |
| 3.2 Hur mycket pengar läggs under ett år på att skicka brev  | 22        |
| 3.3 Prisvärdhet – skicka brev inrikes/utrikes  | 23        |
| <b>4 Prisvärdhet och antal paket (inrikes/utrikes)</b>   | <b>24</b> |
| 4.1 Pengar som läggs på att skicka paket, inrikes och utrikes  | 24        |
| 4.2 Prisvärdhet – skicka paket inrikes/utrikes   | 25        |
| <b>5 E-handel</b>  | <b>26</b> |
| 5.1 Köpt/sålt varor via nätet, senaste året  | 26        |
| <b>6 Postutdelning</b>   | <b>28</b> |
| 6.1 Typ av postutdelning   | 28        |
| 6.2 Avstånd till postlåda  | 29        |
| 6.3 Nöjdhet – placering av postlåda  | 30        |
| 6.4 Nöjdhet – kvaliteten på postutdelningen  | 32        |
| 6.5 Anledningar till missnöje med postutdelningen  | 33        |
| 6.6 Felutdelning   | 34        |
| 6.7 Beroende av utdelning av sin post fem dagar i veckan   | 35        |
| 6.8 Vilka konsekvenser skulle det få för dig ifall utdelningen skedde färre än fem dagar i veckan?                               | 37        |
| 6.9 Vilka konsekvenser skulle det få för dig om brev inlämnade som förstaklass befordras inom tre arbetsdagar i stället för två? | 37        |
| <b>7 Postnords placering av brevlådor och tider för tömning</b>  | <b>38</b> |
| 7.1 Uppfattning om placering av Postnords brevlådor  | 38        |
| 7.2 Uppfattning om Postnords tömningstider   | 39        |
| <b>BILAGA</b>  | <b>40</b> |
| <b>1 Bakgrundsfrågor</b>   | <b>40</b> |

# Inledning

Post- och telestyrelsen (PTS) har i uppdrag att främja att en väl fungerande samhällsomfattande posttjänst av god kvalitet finns tillgänglig för alla användare enligt de mål som anges i postlagen och fortlöpande följa utvecklingen och bevaka att posttjänsterna svarar mot samhällets behov och övervaka prisutvecklingen.<sup>1</sup> Myndigheten genomför därför regelbundet undersökningar i syfte att kartlägga användarnas behov av posttjänster och för att säkerställa att den samhällsomfattande posttjänsten motsvarar samhällets behov. PTS har sedan 1997 genomfört en återkommande kvantitativ undersökning av den svenska befolkningens användning av posttjänster. Undersökningen genomförs vart tredje år för att ge en beskrivning av den svenska befolkningens inställning till servicenivån inom ramen för den samhällsomfattande posttjänsten samt för att kartlägga befolkningens postvanor.<sup>2</sup>

Den samhällsomfattande posttjänsten ska uppfylla kraven att det varje arbetsdag och minst fem dagar i veckan, utom under omständigheter eller geografiska förhållanden som tillståndsmyndigheten bedömer utgör skäl för undantag, ska göras minst en insamling och minst en utdelning av postförsändelser, expeditions- och inlämningsställena ska ligga så tätt att användarnas behov beaktas, enstaka postförsändelser ska befordras till enhetliga priser, och villkoren för tjänsten ska vara allmänt tillgängliga.<sup>3</sup>

Samhällets behov av posttjänster förändras i rask takt, bland annat på grund av samhällets snabba digitalisering. PTS har i flera undersökningar kartlagt olika användargrupperns behov av posttjänster. Myndigheten har bland annat undersökt behov av brevtjänster på en digitaliserad marknad, samhällets och stora avsändares behov av posttjänster, behov av posttjänster i lands- och glesbygd och andra särskilda behov av posttjänster.<sup>4</sup>

PTS tar med sig resultaten från denna undersökning i det pågående arbetet med översyn av regleringen på postområdet.

---

<sup>1</sup> Förordning (2007:951) med instruktion för Post- och telestyrelsen.

<sup>2</sup> Postnord är idag utsedd tillhandahållare av den samhällsomfattande posttjänsten. Det innebär bland annat att Postnord har i uppdrag att dela ut post till alla mottagare oavsett var i landet de bor och att tillhandahålla en tillförlitlig posttjänst.

<sup>3</sup> 3 kap. 1 § postlagen (2010:1045).

<sup>4</sup> Behov av fysiska brevtjänster på en digitaliserad marknad (PTS-ER-2018:19), Samhällets behov av posttjänster (PTS-ER-2019:25), Behov av posttjänster i lands- och glesbygd (PTS-ER-2019:19), Förstudie av totalförsvarets behov av posttjänster (PTS-ER-2020:23), Hur påverkas mottagarna av varannandagsutdelning? (PTS-ER-2020:29), Särskilda behov av posttjänster (PTS-ER-2021:8).

<https://www.pts.se/sv/dokument/rapporter/post/>

## Undersökningens huvudresultat

Resultatet av undersökningen visar att de flesta är relativt nöjda med Postnords service och tjänster. En klar majoritet är nöjd med tiden det tar att ta sig till servicestället, serviceställens öppettider samt kötider. Hälften av respondenterna uppger att de har ett serviceställe inom en kilometers avstånd. Nöjdhet med tiden det tar att ta sig till Postnords serviceställe korrelerar med närheten i kilometer till servicestället. Ju längre bort respondenten bor, desto mindre nöjda är de.

Sedan 2014 har andelen som uppger att det är prisvärt att skicka brev inrikes sjunkit med en tredjedel från 88 till 54 procent. När det gäller hur prisvärt respondenterna upplever att det är att skicka brev är förändringen de senaste åtta åren markant. Att färre upplever brev som prisvärda kan hänga samman med att regeringen har ändrat pristaket så att portot har kunnat höjas något de senaste åren. När det gäller hur prisvärt respondenterna upplever att det är att skicka paket är förändringen inte lika stor. Huruvida respondenterna tycker att det är prisvärt eller inte att skicka brev eller paket inrikes korrelerar inte med kostnaden de årligen lägger på dessa tjänster. Däremot finns det en viss korrelation mellan hur många utrikes paket respondenterna skickar i förhållande till hur mycket pengar de årligen lägger på tjänsten. Ju mer pengar de lägger, desto mindre prisvärd tycker de att den är.

Drygt hälften av respondenterna (55 procent) får sin post utdelad i enskilt placerad postanordning. 95 procent av dessa har denna placerad inom 200 meter från sitt hem. Nästan nio av tio respondenter (86 procent) är nöjda med placeringen av sin postlåda eller sitt brevinkast. Av de fyra procent som är missnöjda med placeringen uppger 41 procent att de tycker att det är för långt till postlådan och 26 procent att de är oroliga för att bli av med sin post.

Av de respondenter som uppger att de är missnöjda med kvaliteten i postutdelningen anger 61 procent att det beror på att de anser att posten inte kommer fram i tid och 53 procent att det beror på att de får post som inte tillhör dem. 41 procent uppger i årets mätning att deras post kommer till någon annan, vilket är en ökning då motsvarande andel 2019 var 29 procent.

E-handeln fortsätter att öka och antalet skickade brev sjunker. Trenden är att allt fler både köper och säljer varor via internet. 80 procent har köpt eller sålt en vara via internet senaste året. Allt färre är beroende av utdelning av post fem dagar i veckan, vilket är i linje med PTS tidigare undersökningar. 92 procent av respondenterna uppger att det räcker med postutdelning upp till tre dagar i veckan. Behovet av hög frekvens i postutdelningen korrelerar med respondenternas ålder såtillvida att ju äldre respondenterna är desto större är behovet av att få postutdelning oftare. Detta resultat går i linje med PTS tidigare undersökningar.

Nästan hälften av respondenterna uppger att Postnords tömningstider passar dem i hög grad eller helt och hållet. Detta innebär en minskning med 18 procentenheter sedan 2019. Det finns en korrelation mellan nöjdhet och hur mycket pengar respondenten lägger varje år på att skicka brev. Ju mer pengar som läggs på att skicka brev desto lägre är nöjdheten med Postnords tömningstider. Att färre är nöjda med Postnords tömningstider kan bero på att de sedan den 1 juli 2019 töms tidigare på dagen, ibland redan klockan 9.00 på morgonen.

# Sammanfattning

## Besök på Postnords serviceställen – frekvens

91 procent av respondenterna besöker något av Postnords serviceställen åtminstone en gång under ett år. En dryg tredjedel (37 procent) av respondenterna uppger att de besöker något av Postnords serviceställen en gång i månaden eller varannan månad.

## Anledningar till att besöka Postnords serviceställen

Att hämta paket eller tjocka brev utgör den absolut vanligaste anledningen till att besöka något av Postnords serviceställen, 96 procent av respondenterna gör detta. Fyra femtedelar (80 procent) besöker serviceställen för att köpa frimärken. Tre fjärdedelar (77 procent) av respondenterna uppger att de besöker Postnords serviceställen för att skicka paket eller tjocka brev.

## Nöjdhet - tillgängligheten och service hos postombud

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

- Nöjdhet, Tid att ta sig till servicestället: 80 procent
- Nöjdhet, Öppettider: 85 procent
- Nöjdhet, Kötider: 73 procent

När det gäller ”Tid att ta sig till servicestället” och ”Öppettider” är de som oftast besöker Postombud något nöjdare än övriga respondenter. Vad gäller ”Kötider” korrelerar inte nöjdhet med typ av oftast besökta servicecenter.

Hälften av respondenterna (48 procent) uppger att de har ett serviceställe inom en kilometers avstånd. Ytterligare en dryg tredjedel (36 procent) uppger att de har ett serviceställe inom fem kilometers avstånd. En av tio (nio procent) måste resa tio kilometer eller längre för att nå ett serviceställe.

Nöjdhet med tiden det tar att ta sig till Postnords serviceställe korrelerar med närheten i kilometer till servicestället. Ju längre bort respondenten bor, desto mindre nöjd är de med tiden det tar att ta sig till servicestället. Närhet i kilometer korrelerar inte med de två övriga måtten på nöjdhet.

## Antal emottagna brev och paket

En klar majoritet på fyra femtedelar (82 procent) uppger att de får upp till fem brev under en vecka. Drygt en på tio (13 procent) uppger att de får mellan 6 och tio brev under en vecka.

## Prisvärdhet

Den enskilt största svarkategorin vad gäller hur mycket pengar som läggs under ett år på att skicka brev är i år och har även tidigare varit 51–200 kr. En tredjedel (30 procent) uppger att de lägger 51–200 kr under ett år på att skicka brev. Detta innebär en stadig minskning sedan 2016.

När det gäller hur prisvärt respondenterna upplever att det är att skicka brev inrikes och utrikes är förändringen de senaste åtta åren dramatisk. Sedan 2014 har andelen som uppger att det är prisvärt att skicka brev inrikes sjunkit med en

tredjedel (34 procent) från 88 till 54 procent. Sedan 2014 har andelen som uppger att det är prisvärt att skicka brev utrikes sjunkit med en fjärdedel (26 procent) från 73 till 47 procent.

Huruvida respondenterna tycker att det är prisvärt eller inte att skicka brev inrikes såväl som utrikes korrelerar inte med summan de årligen lägger på att skicka brev.

När det gäller hur prisvärt respondenterna upplever att det är att skicka paket inrikes och utrikes är förändringen de senaste åtta åren inte lika dramatisk som motsvarande förändring vad gäller brev. Sedan 2014 har andelen som uppger att det är prisvärt att skicka paket inrikes sjunkit med fem procent. Huruvida respondenterna tycker att det är prisvärt eller inte att skicka paket inrikes korrelerar inte med summan de årligen lägger på det.

När det gäller att skicka paket utrikes är andelen som anser det prisvärt i princip lika stor idag som 2014. Huruvida respondenterna tycker att det är prisvärt eller inte att skicka paket utrikes korrelerar med summan de årligen lägger på det. Ju mer pengar de lägger på det årligen, desto mindre prisvärt tycker de att det är. Den inverkan årlig utgift på utrikes paket verkar ha på upplevelsen av prisvärdhet är dock ytterst liten.

## **E-handel**

Trenden sedan 2014 att allt fler både köper och säljer varor via nätet. Andelen som både har köpt och sålt varor under det senaste året har stadigt ökat med runt en procent varje mätning. Andelen som endast har köpt varor under det senaste året har ökat från 50 procent 2014 till 59 procent 2022.

## **Postutdelning**

Drygt hälften av respondenterna (55 procent) får sin post utdelad i enskilt placerad postlåda. 95 procent av de som får sin post utdelad i egen postlåda har denna placerad inom 200 meter från sitt hem. Nästan nio av tio respondenter (86 procent) är ganska eller mycket nöjda med placeringen av sin postlåda eller sitt brevinkast. Av de fyra procent som är missnöjda med placeringen uppger 41 procent att de tycker att det är för långt till postlådan och 26 procent att de är oroliga för att bli av med sin post.

De respondenter som är mest nöjda är de som får sin post i enskilt placerad postlåda och i dörren (lägenhet). Därefter de med box i fastigheten. De med postlådesamling är i lägst utsträckning nöjda, och bland de som angett "Annat sätt" på frågan om hur posten delas ut till dem har för få svarat för att kunna dra några slutsatser.

Sett till dem som får sin post i enskild placerad postlåda är de som har kortast avstånd till lådan nöjdast med avståndet.

Endast en av tio skulle se en fördel med att ha ett något längre avstånd till sin postlåda om det innebar att de även kunde ta emot paket i den.

Andelen som är mycket eller ganska nöjda med kvaliteten på utdelningen av sin post är 70 procent. Detta är en liten ökning från 2019 års 66 procent. Andelen missnöjda har minskat med åtta procentenheter vilket i detta fall innebär en minskning med en tredjedel.

De respondenter som är mest nöjda är de som får sin post i enskilt placerad postlåda och i dörren (lägenhet). Därefter de med box i fastigheten. De med postlådesamling är i lägst utsträckning nöjda, och bland de som angett "Annat sätt" på frågan om hur posten delas ut till dem har för få svarat för att kunna dra några slutsatser.

Sett till dem som får sin post i enskild placerad postlåda är de som har kortast avstånd till lådan nöjdst med både avståndet och kvaliteten i postutdelningen.

Av de respondenter som uppger att de är missnöjda med postutdelningen anger 61 procent att det beror på att posten inte kommer fram i tid och 53 procent att det beror på att de får post som inte tillhör dem. Detta resultat går i linje med 2019 års mätning. 41 procent i årets mätning uppger att deras post kommer till någon annan. Motsvarande andel 2019 var 29 procent.

Andelen som uppger att de någon gång de senaste tre månaderna av misstag har fått någon annans post har i stort sett varit densamma sedan 2014.

En fjärdedel (25 procent) uppger att de är beroende av att få sin post utdelad fem dagar i veckan. Vid mätningarna 2014, 2016 och 2019 låg motsvarande siffror på 45, 41 och 37 procent.

Behovet att få sin post utdelad fem dagar i veckan korrelerar med ålder såtillvida att ju äldre respondenterna är, i desto högre utsträckning uppger de att de är beroende att få sin post utdelad fem dagar i veckan.

92 procent uppger att det räcker med postutdelning tre dagar i veckan. Frekvensen i postutdelning korrelerar med respondenternas ålder såtillvida att ju äldre respondenterna är, desto större är behovet av att få postutdelning oftare. Medelvärdet hos personer 18–34 år är 2 dagar/veckan och hos personer 75 år eller äldre 2,8 dagar/veckan.

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

För knappt två tredjedelar (62 procent) passar placeringen av Postnords brevlådor helt och hållet eller i hög grad när de ska posta brev eller andra försändelser. Detta är en minskning med åtta procentenheter sedan 2019.

Det föreligger en korrelation mellan nöjdhet och hur mycket pengar respondenten lägger varje år på att skicka brev. Ju mer pengar som läggs på att skicka brev desto lägre är nöjdheten med placeringen av Postnords brevlådor. Skillnaden är dock liten. Medelvärdet av nöjdhet är 0,3 (där Inte alls = 1 och Helt och hållet = 5) högre bland de som lägger minst pengar jämfört med de som lägger mest pengar.

Nästan hälften av respondenterna (45 procent) uppger att Postnords tömningstider passar dem i hög grad eller helt och hållet. Detta innebär en minskning med 18 procentenheter sedan 2019. Andelen som uppger att tömningstiderna passar dem i låg grad eller inte alls har ökat med åtta procentenheter (från 14 till 22 procent) sedan 2019.

Det föreligger en korrelation mellan nöjdhet och hur mycket pengar respondenten lägger varje år på att skicka brev. Ju mer pengar som läggs på att skicka brev desto lägre är nöjdheten med Postnords tömningstider. Medelvärdet av nöjdhet är 0,6 (där Inte alls = 1 och Helt och hållet = 5) högre bland de som lägger minst pengar jämfört med de som lägger mest pengar.



# Summary

## Visits to Postnord's service points – frequency

91% of the respondents visit one of Postnord's service points at least once a year. Just over a third (37%) of the respondents state that they visit one of Postnord's service points once a month or every other month.

## Reasons for visiting Postnord's service points

Picking up packages or thick letters is the most common reason to visit one of Postnord's service points, 96% of the respondents do this. 80% visit service points to buy stamps. Three quarters (77%) of the respondents state that they visit Postnord's service points to send parcels or thick letters.

## Satisfaction - availability and service of the service point

A clear majority is satisfied with the time it takes to get to the service point, the service point's opening hours and queue times. Among those who say they are very or fairly satisfied, the proportion is as follows:

Satisfaction, Time to get to the service point: 80%

Satisfaction, Opening hours: 85%

Satisfaction, Queue times: 73%

When it comes to "Time to get to the service point" and "Opening hours", those who most often visit Postnord are somewhat more satisfied than other respondents. With regard to "Queue times", satisfaction does not correlate with the type of service center most frequently visited.

Half of the respondents (48%) state that they have a service point within a kilometer. Another just over a third (36%) state that they have a service point within five kilometers. One in ten (9%) must travel ten kilometers or longer to reach a service point.

Satisfaction with the time it takes to get to Postnord's service point correlates with the proximity in kilometers to the service point. The further away the respondent lives, the less satisfied they are with the time it takes to get to the service point. Proximity in kilometers does not correlate with the other two measures of satisfaction.

## Number of letters and parcels received

A clear majority of 82% state that they receive up to five letters in a week. Just over one in ten (13%) state that they receive between 6 and ten letters in a week.

## Value for money

The single largest response category in terms of how much money is spent during one year on sending letters is, and has also previously been, SEK 51–200. One third (30%) state that they spend SEK 51–200 a year on sending letters. This means a steady decrease since 2016.

When it comes to how affordable the respondents feel it is to send letters domestically and abroad, the change over the past eight years is dramatic. Since 2014, the proportion who state that it is affordable to send letters domestically has fallen by a third (34%) from 88% to 54%. Since 2014, the proportion stating that it

is affordable to send letters abroad has fallen by a quarter (26%) from 73% to 47%.

Whether the respondents think it is affordable or not to send letters domestically as well as abroad does not correlate with the amount they spend on sending letters annually.

In terms of how affordable the respondents feel it is to send parcels domestically and abroad, the change in the last eight years is not as dramatic as the corresponding change in terms of letters. Since 2014, the proportion who state that it is affordable to send packages domestically has fallen by 5%. Whether the respondents think it is affordable or not to send packages domestically does not correlate with the amount they spend on it annually.

When it comes to sending packages abroad, the proportion who consider it affordable is in principle as large today as in 2014.

Whether the respondents think it is affordable or not to send packages abroad correlates with the amount they spend on it annually. The more money they spend on it annually, the less affordable they think it is. However, the impact that annual expenditure on foreign packages seems to have on the experience of value for money is extremely small.

## **E-commerce**

The trend since 2014 is that more and more people both buy and sell goods online. The proportion who has both bought and sold goods during the past year has steadily increased by around 1% each time this has been measured. The proportion who has only bought goods during the past year has increased from 50% in 2014 to 59% in 2022.

## **Mail delivery**

Just over half of the respondents (55%) receive their mail in an individually placed mailbox. 95% of those who receive their mail in their own mailbox have it placed within 200 meters of their home. Almost nine out of ten respondents (86%) are fairly or very satisfied with the location of their mailbox or mail drop. Of the 4% who are dissatisfied with the placement, 41% state that they think it is too far to the mailbox and 26% that they are worried about their mail getting stolen.

The respondents who are most satisfied are those who receive their mail in an individually placed mailbox and mail drop. Thereafter, those with a box in the property. Those with mailbox collection are to the least satisfied, and among those who have stated "Other way" on the question of how the mail is distributed to them, too few have answered to be able to draw any conclusions.

When it comes to those who receive their mail in an individually placed, those who have the shortest distance to the box are most satisfied with the distance.

Only one in ten see an advantage in having a slightly longer distance to their mailbox if it meant that they could also receive parcels in it.

The proportion who are very or fairly satisfied with the quality of the delivery of their mail is 70%. This is a small increase from 2019's 66%. The proportion of

dissatisfied has decreased by eight percentage points, which in this case means a reduction of one third.

The respondents who are most satisfied are those who receive their mail in an individually placed mailbox and mail drop. Thereafter, those with a box in the property. Those with mailbox collection are to the least satisfied, and among those who have stated "Other way" on the question of how the mail is distributed to them, too few have answered to be able to draw any conclusions.

In terms of those who receive their mail in an individually placed mailbox, those who have the shortest distance to the box are most satisfied with the mail delivery.

Of the respondents who state that they are dissatisfied with the mail delivery, 61% state that it is because the mail does not arrive on time and 53% that it is because they receive mail that does not belong to them. This result is in line with the 2019 survey. 41% in this year's survey state that their mail comes to someone else. The corresponding proportion in 2019 was 29%.

The proportion who states that they have received someone else's mail by mistake at some point in the last three months has largely been the same since 2014.

A quarter (25%) state that they are dependent on having their mail distributed five days a week. In the surveys in 2014, 2016 and 2019, the corresponding figures were 45%, 41% and 37%.

The need to have their mail distributed five days a week correlates with age to the extent that the older the respondents are, the more they state that they are dependent on having their mail distributed five days a week.

92% state that a mail delivery three days a week is enough.

The frequency of the desired mail distribution correlates with the respondents' age to the extent that the older the respondents are, the greater the need to receive mail more often. The mean value in people 18–34 years is 2 days / week and in people 75 years or older 2.8 days / week.

### **The location of Postnord's mailboxes and emptying times**

For just under two-thirds (62%), the placement of Postnord's mailboxes is entirely or to a large extent suitable for mailing letters or other items. This is a decrease of eight percentage points since 2019.

There is a correlation between satisfaction and how much money the respondent spends each year on sending letters. The more money spent on sending letters, the lower the satisfaction with the placement of Postnord's mailboxes. However, the difference is small. The average value of satisfaction is 0.3 (where Not at all = 1 and Absolutely = 5) higher among those who spend the least money compared to those who spend the most money.

Almost half of the respondents (45%) state that Postnord's emptying times suit them to a great extent or completely. This means a decrease of 18 percentage points since 2019. The proportion who state that the emptying times suit them to a low degree or not at all has increased by eight percentage points (from 14% to 22%) since 2019.

There is a correlation between satisfaction and how much money the respondent spends each year on sending letters. The more money spent on sending letters, the lower the satisfaction with Postnord's emptying times. The average value of satisfaction is 0.6 (where Not at all = 1 and Absolutely = 5) higher among those who spend the least money compared to those who spend the most money.

# 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 (före detta Postens) service samt för att kartlägga befolkningens postvanor. Senaste gången undersökningen genomfördes var i januari 2019.

Undersökningens syfte är att undersöka befolkningens uppfattning om ett antal centrala kvalitetsaspekter för den samhällsomfattande posttjänsten i Sverige. Årets undersökning har utförts av Enkätfabriken AB.

## 1.2 Målpopulation och urval

Målgruppen för undersökningen är ett riksrepresentativt urval av befolkningen med hänsyn tagen till för undersökningen relevanta parametrar såsom kön och ålder. Personerna i urvalet är mellan 18 och 85 år.

Urvalsmetoden är densamma som för 2019 års undersökning, det vill säga ett slumpmässigt oberoende bruttourval av 5 000 unika telefonnummer från både fast telefoni och mobiltelefoni, i hela riket. Urvalet drogs den 9 december 2021.

## 1.3 Insamling

Svaren har samlats in med hjälp av telefonintervjuer kombinerat med inbjudningar till en webbenkät via SMS och brev. Utskicket av breven genomfördes i början av vecka 1. Dessa skickades till de i urvalet som vid tidpunkten för urvalsdragningen var 60 år eller äldre (totalt 1 801 personer). SMS-inbjudningar skickades i fem omgångar. Datum för utskicken var den 4, 17, 24 och 28 januari. De två första SMS-utskicken gick ut till personer i urvalet som vid tillfället för urvalsdragningen var 59 år eller yngre. De två sista SMS-utskicken gick ut till samtliga i urvalet. Varje SMS gick endast ut till personer som för tillfället för det aktuella utskicket ej ännu besvarat undersökningen.

Parallellt med de postala och elektroniska inbjudningarna genomfördes telefonintervjuer med personer i urvalet. Intervjuperioden pågick mellan den 11 januari och den 31 januari. Underlaget i denna rapport är baserat på 1 132 helt eller delvis genomförda intervjuer/enkäter.

## 1.4 Bortfallsanalys

Svarsbortfall består av de personer i urvalet som av någon anledning inte svarat på undersökningen. Svarsbortfallet delas upp mellan känt bortfall och okänt bortfall. Vid känt bortfall har urvalspersonen hört av sig på något sätt och berättat om orsak till att de har valt eller inte haft möjlighet att delta i undersökningen. Okänt bortfall utgörs av alla de urvalspersoner som inte har svarat på undersökningen och inte heller hört av sig och berättat varför de valt att inte delta.

## Bortfall och orsaker

|   |              |
|---|--------------|
| <b>Genomförda intervjuer (fullständiga såväl som partiella)</b> | <b>1 132</b> |
| <b>Vägran</b>   | 486          |
| <b>Okänt</b>  | 3 158        |
| <b>Fel eller ogiltigt nummer</b>                                | 224          |
| <b>Bruttourval</b>  | <b>5 000</b> |

Utifrån den kategorisering av respondenter som genomförts kan svarsfrekvens beräknas. Svarsfrekvensen beräknas utifrån Statistikersamfundets standard för bortfallsberäkning. Enligt denna standard delas urvalspopulationen (n) in i följande grupper:

- S:** Målpopulationsobjekt för vilka fullständiga (F) eller partiella svar (P) erhållits.
- B:** Målpopulationsobjekt med inga eller otillräckliga svar, dvs element som utgör bortfall.
- O:** Element i urvalet med okänd målpopulationsstatus, dvs vi vet inte om dessa tillhör målpopulationen eller utgör övertäckning.
- Ø:** Element i urvalet som utgör övertäckning, dvs element som inte tillhör målpopulationen.

Vad gäller O kan tre antaganden göras. Antingen antas att samtliga i O utgör bortfall, att samtliga i O utgör övertäckning eller att antalet objekt i O som utgör övertäckning är u, där  $0 \leq u \leq 1$ . I det aktuella fallet antas det förstnämnda.

Utifrån antagandet om O kan en ovägd svarsandel räknas ut enligt:

$$\text{Svarsandel (SA)} = n_s / (n_s + n_b + n_o)$$

Vilket ger en svarsfrekvens på 23 procent.

Ett stort svarsbortfall behöver i teorin inte vara ett stort problem. Om bortfallet är helt slumpmässigt behöver inte skattningarna i undersökningarna påverkas av bortfallet. I praktiken är detta dock osannolikt. Erfarenhet från tidigare undersökningar och forskning visar att olika grupper är olika svarsbenägna. Om vissa grupper är mer svarsbenägna än andra blir de överrepresenterade i undersökningen och kan påverka skattningarna som görs i undersökningen. När det gäller den aktuella undersökningen vet vi till exempel att den äldre delen av befolkningen är överrepresenterad. Några större avvikelser i trender vad gäller svar jämfört med tidigare års mätningar har dock inte registrerats, trots att datan som redovisades 2019 var viktad. Svarsfrekvensen var 20 procent år 2019.

## **1.5 Förklaringar**

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

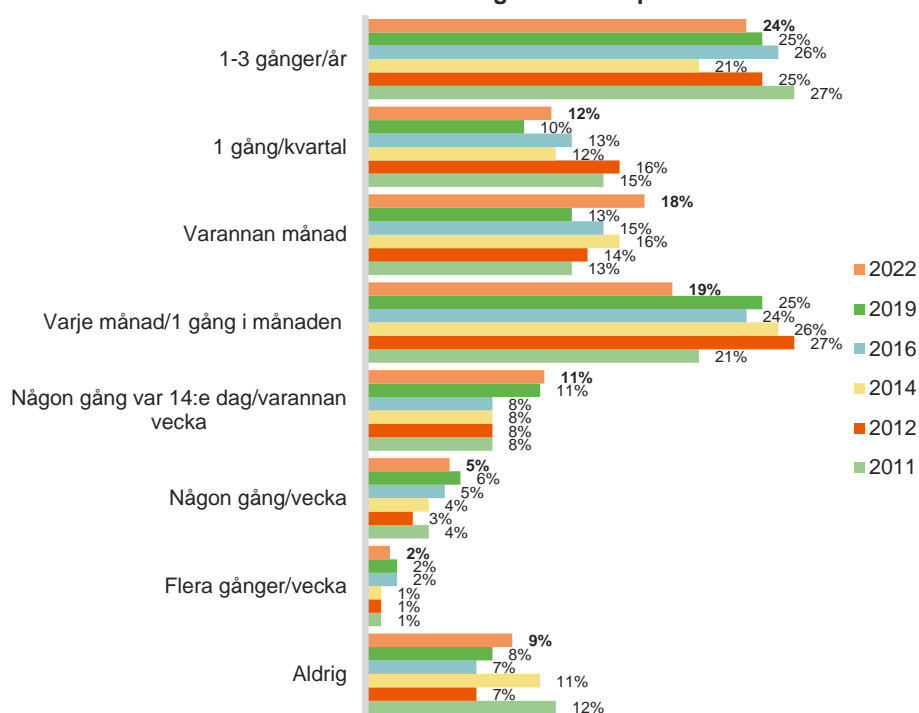
Under varje diagram redovisas basen som visar antalet svar som resultaten i grafiken baseras på. Under diagrammen anges även antalet som svarat ”Vet ej”.

Frågeformulering visas överst i varje diagram.

## 2 Postnords servicenät

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

Hur ofta har du under det senaste året besökt något av Postnords serviceställen för att: ...utföra någon form av postärende?



Antal svar: 1 092. Antal "vet ej": 30

Nio av tio respondenter (91 procent) besöker något av Postnords serviceställen åtminstone en gång under ett år.

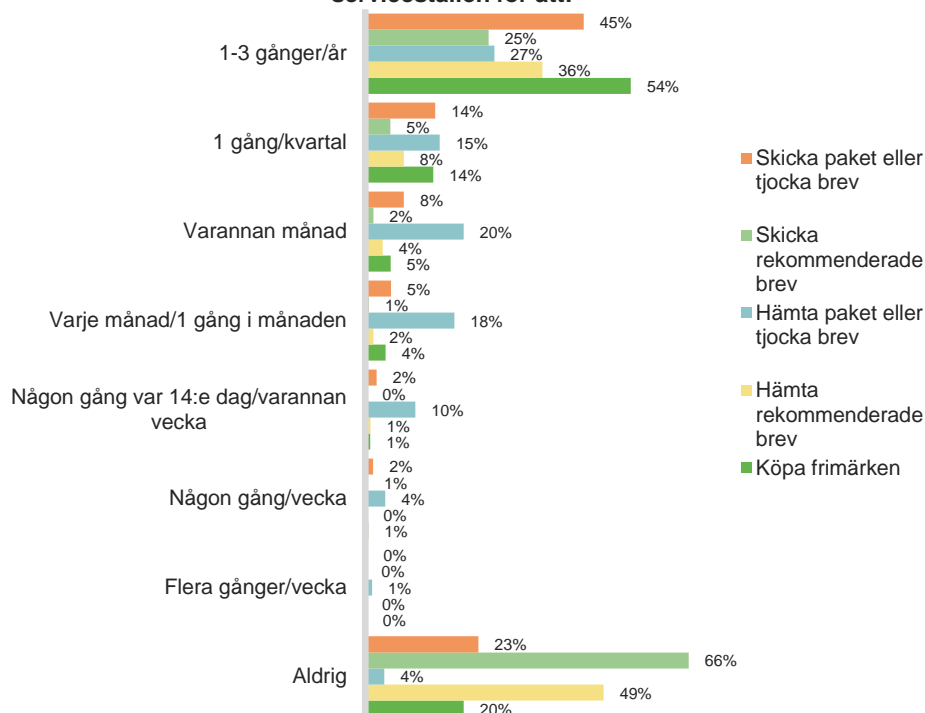
En fjärdedel av respondenterna uppger att de besöker Postnords serviceställen 1-3 gånger/år (24 procent) och en femtedel (19 procent) besöker serviceställen 1 gång/månad. Det första går i linje med 2019 års resultat medan det senare innebär en minskning med sex procentenheter sedan 2019.

Andelen respondenter som besöker serviceställen 1 gång/kvartal och varannan månad har ökat med två respektive fem procent sedan 2019. Andelen respondenter som besöker serviceställen varannan vecka eller oftare är oförändrad sedan 2019.



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

Hur ofta har du under det senaste året besökt något av Postnords serviceställen för att:



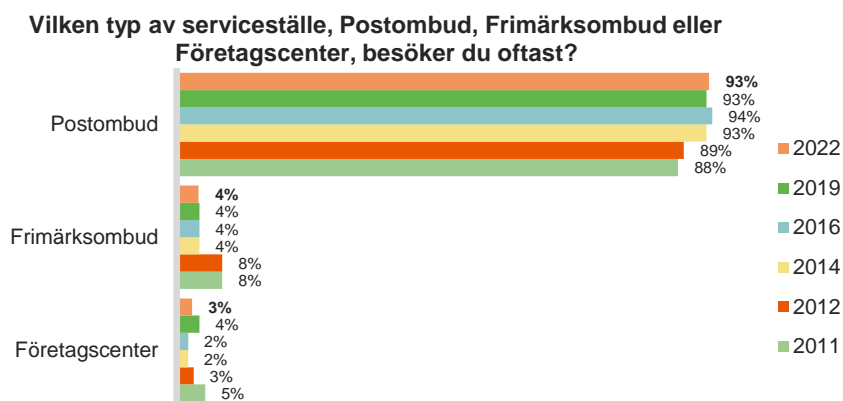
**Antal svar:** 900–1 000. **Antal "vet ej":** 20–88

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

Fyra femtedelar (80 procent) besöker serviceställen för att köpa frimärken. Tre fjärdedelar (77 procent) uppger att de besöker serviceställen för att skicka paket eller tjocka brev.

Minst förekommande är att besöka serviceställen för att skicka rekommenderade brev eller köpa tilläggstjänster (till exempel postförskott). 34 procent uppger att de minst en gång per år besöker serviceställen i dessa ärenden. Detta är dock en uppgång sedan 2019 då motsvarande andel var 26 procent.

## 2.3 Oftast besökta serviceställen

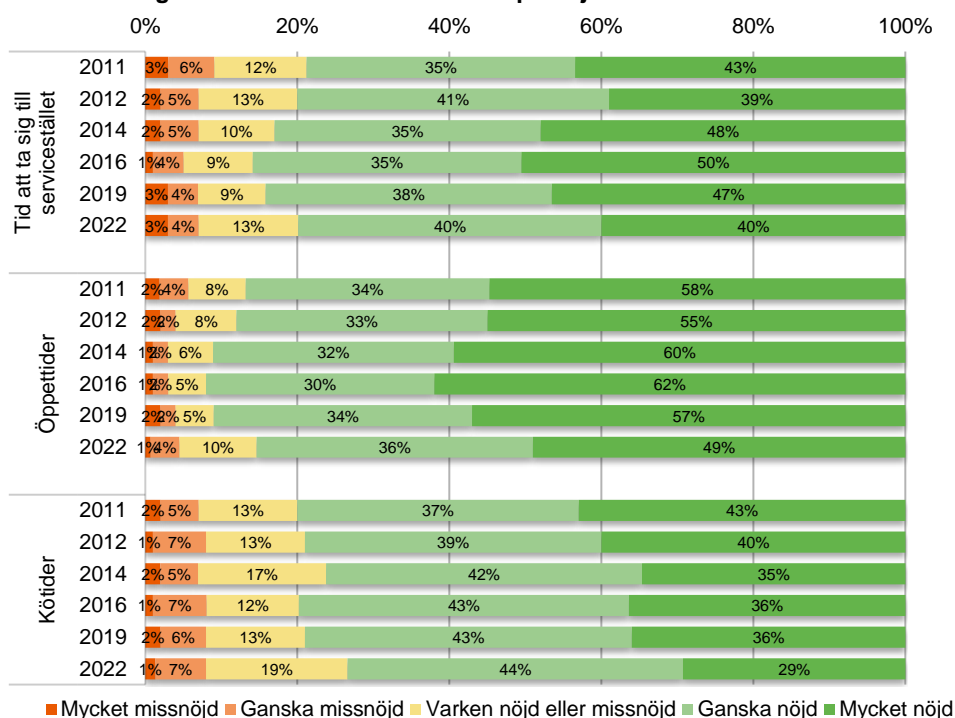


**Antal svar:** 1 039. **Antal "vet ej":** 87

Likt vid tidigare års mätningar är det drygt nio av tio respondenter som uppger att postombud är det serviceställe som de oftast besöker (93 procent).

## 2.4 Nöjdhet – tillgänglighet och service gällande postombud

Hur nöjd eller missnöjd är du med tillgänglighet och service vad gäller Postnords serviceställen på följande områden?



**Antal svar:** 988-1 013. **Antal "vet ej":** 28-52

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

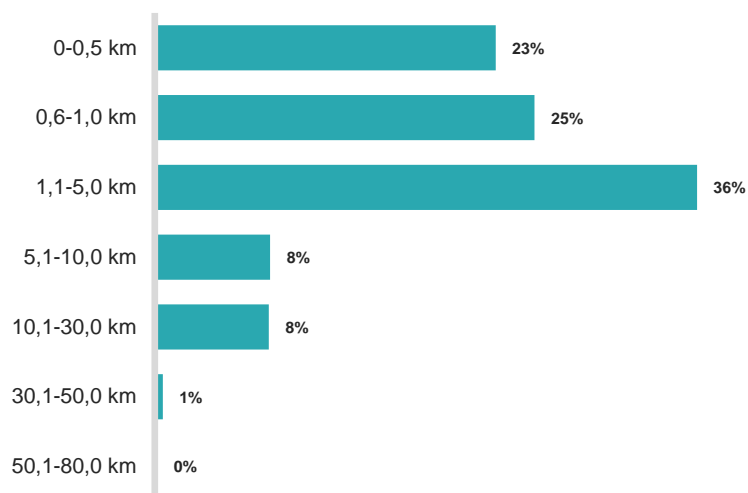
- Nöjdhet, Tid att ta sig till servicestället: 80 procent
- Nöjdhet, Öppettider: 85 procent
- Nöjdhet, Kötider: 73 procent

Det rör sig således om en minskning sedan 2019 med fem eller sex procentenheter per område. Det som driver förändringen är en ökning av andelen som svarar att de varken är nöjda eller missnöjda. Andelen som uppger att de är mycket eller ganska missnöjda är således oförändrad.

När det gäller "Tid att ta sig till servicestället" och "Öppettider" är de som oftast besöker Postombud något nöjdare än övriga respondenter. Vad gäller "Kötider" korrelerar inte nöjdhet med typ av oftast besökta servicecenter.

## 2.5 Närhet till serviceställe

Vilket avstånd har du till Postnords serviceställe i antal km?



**Antal svar:** 1 120.

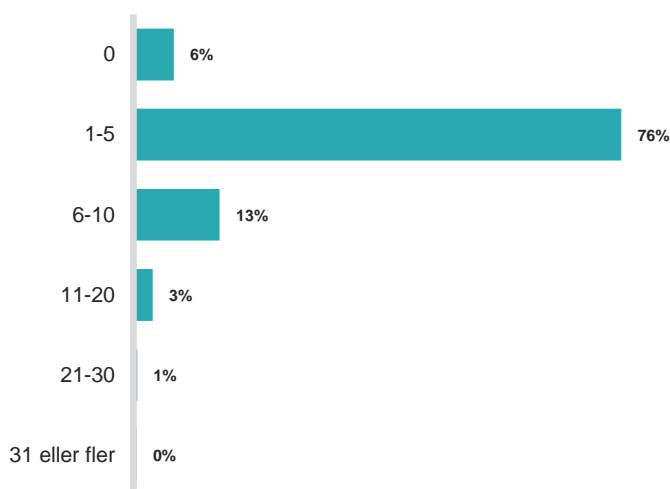
Hälften av respondenterna (48 procent) uppger att de har ett serviceställe inom en kilometers avstånd. Ytterligare en dryg tredjedel (36 procent) uppger att de har ett serviceställe inom fem kilometers avstånd. En av tio (nio procent) måste resa tio kilometer eller längre för att nå ett serviceställe.

Nöjdhet med tiden det tar att ta sig till Postnords serviceställe (se 2.4 ovan) korrelerar med närheten i kilometer till servicestället. Ju längre bort respondenten bor, desto mindre nöjd är de med tiden det tar att ta sig till servicestället. Närhet i kilometer korrelerar inte med de två övriga måtten på nöjdhet.

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

#### 3.1 Antal brev som tas emot under en vecka

Hur många brev får du per vecka? Med brev avses kuperade försändelser såväl inrikes som utrikes. (Kategoriserade svar)

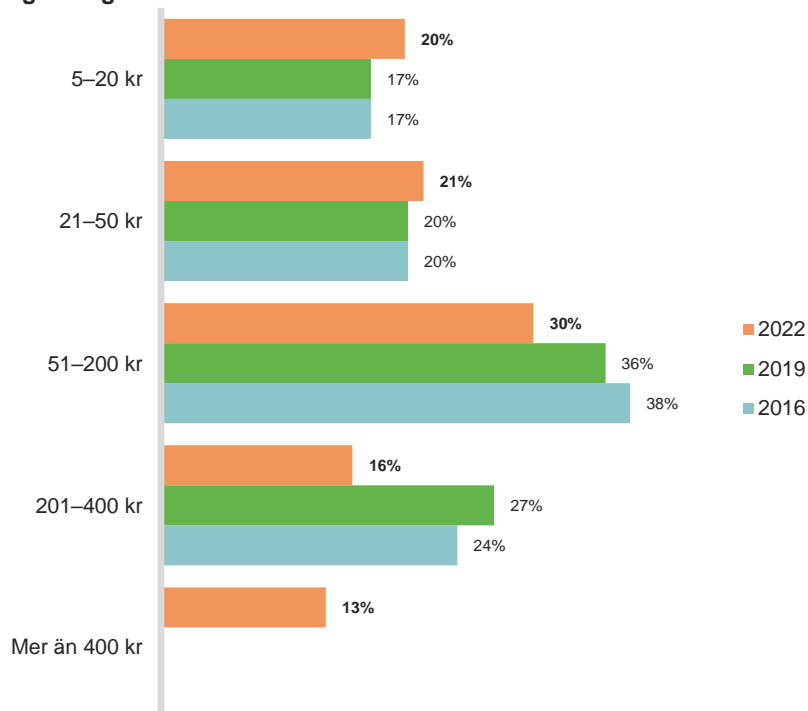


**Bas:** 1 032.

En klar majoritet på fyra femtedelar (82 procent) uppger att de får upp till fem brev under en vecka. Drygt en på tio (13 procent) uppger att de får mellan 6 och tio brev under en vecka. Resterande får mellan elva och 30 brev under en vecka.

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

Hur mycket pengar lägger du under ett år på att skicka brev?  
Frågan avser endast portokostnaden för fysiska brev postade i Sverige. Frågan avser brev som skickas såväl inrikes som utrikes.



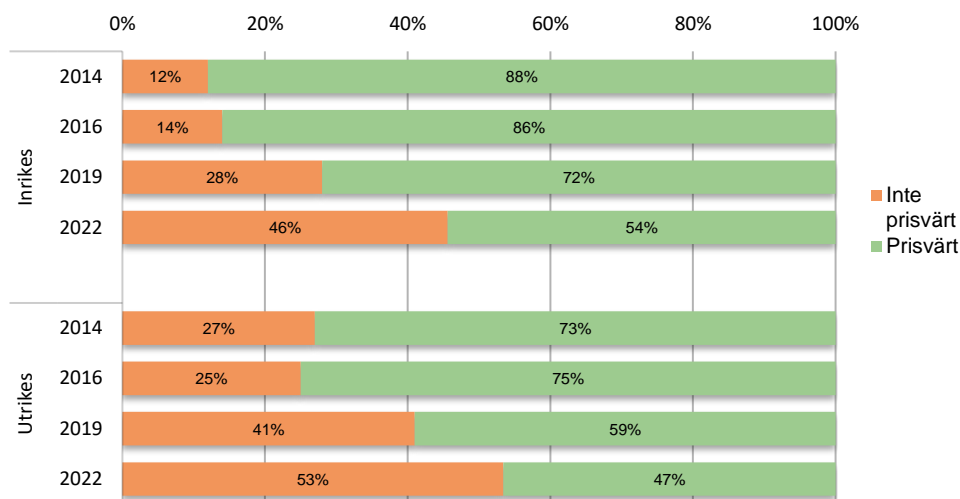
**Antal svar:** 922. **Antal "vet ej":** 180

Den enskilt största svarsalternativet vad gäller hur mycket pengar som läggs under ett år på att skicka brev är i år och har även tidigare varit 51–200 kr. En tredjedel (30 procent) uppger att de lägger denna summa under ett år på att skicka brev. Detta innebär en stadig minskning sedan 2016. Andelen som lägger 5–50 kr har ökat från 37 till 41 procent. Men även andelen som lägger mest pengar på att skicka brev har ökat till 29 procent.

Observera att det högsta svarsalternativet 2016 och 2019 var "Mer än 200 kr".

### 3.3 Prisvärdhet – skicka brev inrikes/utrikes

Anser du att det är prisvärt eller inte prisvärt att som avsändare skicka inrikes/utrikes brev/vykort? Frågan avser endast portokostnaden för fysiska brev/vykort postade i Sverige.



**Antal svar:** Inrikes: 842, Utrikes: 481. **Antal "vet ej":** Inrikes: 262, Utrikes: 624

När det gäller hur prisvärt respondenterna upplever att det är att skicka brev inrikes och utrikes är förändringen de senaste åtta åren dramatisk.

Andelen som uppger att det är prisvärt att skicka brev inrikes har sjunkit med 18 procentenheter sedan 2019, från 72 till 54 procent. Sedan 2014 har andelen som uppger att det är prisvärt sjunkit med en tredjedel (34 procent).

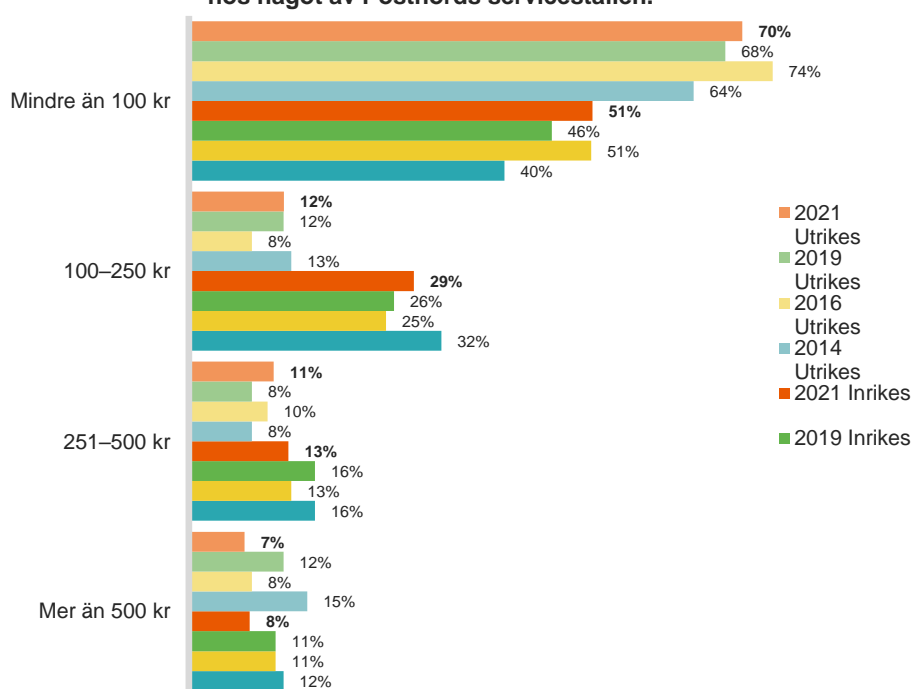
Andelen som uppger att det är prisvärt att skicka brev utrikes har sjunkit med 12 procentenheter sedan 2019, från 59 till 47 procent. Sedan 2014 har andelen som uppger att det är prisvärt sjunkit med en fjärdedel (26 procent).

Huruvida respondenterna tycker att det är prisvärt eller inte att skicka brev inrikes såväl som utrikes korrelerar inte med summan de årligen lägger på att skicka brev.

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

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

Hur mycket pengar lägger du under ett år på att skicka inrikes/utrikes paket? Frågan avser endast portokostnaden för paket postade i Sverige och som skickats genom att de lämnats in hos något av Postnords serviceställen.



**Bas:** Inrikes: 817, Utrikes: 623. **Vet ej/ej svar:** Inrikes: 170, Utrikes: 353  
(De som tidigare har svarat att de har besökt ett serviceställe för att skicka paket under det senaste året)

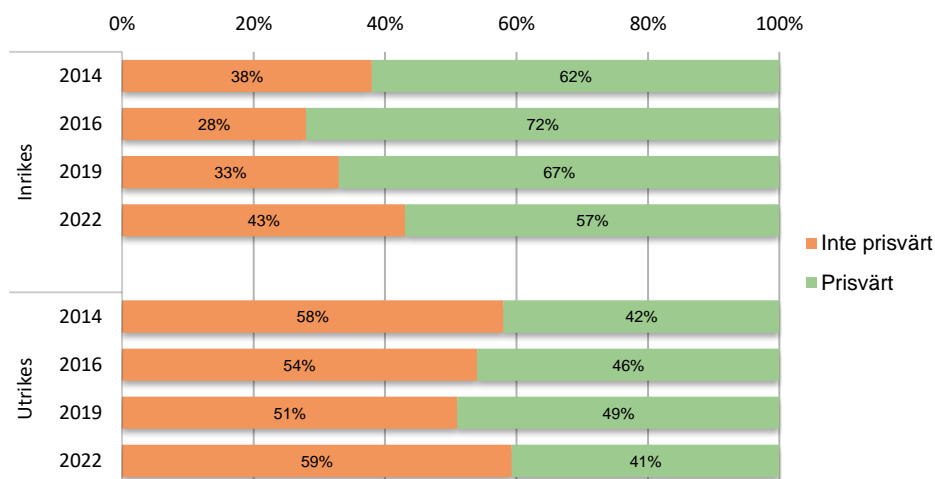
70 procent av dem som har skickat paket utrikes och 51 procent av dem som har skickat paket inrikes under ett år har spenderat mindre än 100 kronor på sina försändelser.

Överlag har något fler sedan 2019 skickat paket för mindre pengar och något färre har skickat paket för mycket pengar.



## 4.2 Prisvärdhet – skicka paket inrikes/utrikes

Anser du att det är prisvärt eller inte prisvärt att som avsändare skicka inrikes/utrikes paket? Frågan avser endast portokostnaden för paket postade i Sverige och som skickats genom att de lämnats in hos något av Postnords serviceställen.



**Bas:** Inrikes: 606, Utrikes: 329. **Vet ej/ej svar:** Inrikes: 381, Utrikes: 655  
(De som tidigare har svarat att de har besökt ett serviceställe för att skicka paket under det senaste året)

När det gäller hur prisvärt respondenterna upplever att det är att skicka paket inrikes och utrikes är förändringen de senaste åtta åren inte lika dramatisk som motsvarande förändring vad gäller brev.

Andelen som uppger att det är prisvärt att skicka paket inrikes har sjunkit med tio procentenheter sedan 2019, från 67 till 57 procent. Sedan 2014 har andelen som uppger att det är prisvärt sjunkit med fem procentenheter. Huruvida respondenterna tycker att det är prisvärt eller inte att skicka paket inrikes korrelerar inte med summan de årligen lägger på det.

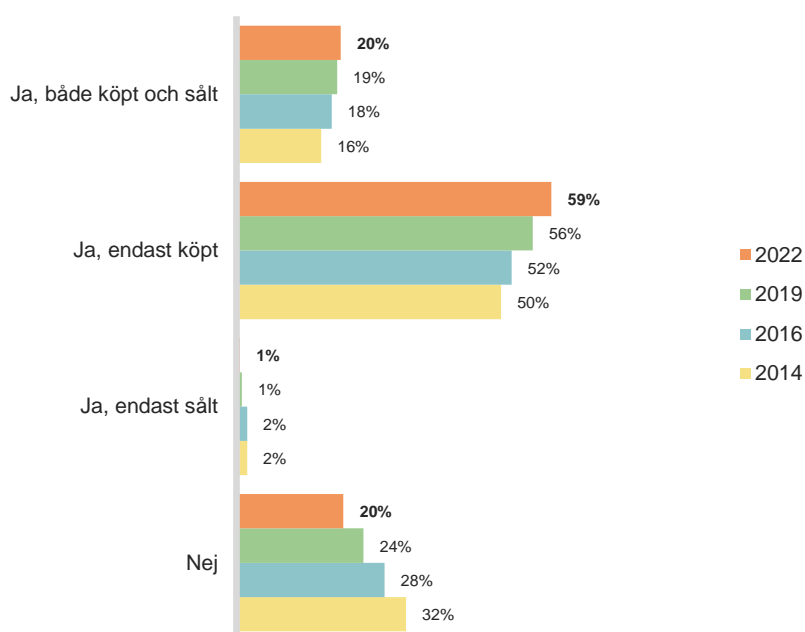
Andelen som uppger att det är prisvärt att skicka paket utrikes har sjunkit med åtta procentenheter sedan 2019, från 49 till 41 procent. Sedan 2014 är andelen som uppger att det är prisvärt i princip oförändrad.

Huruvida respondenterna tycker att det är prisvärt eller inte att skicka paket utrikes korrelerar med summan de årligen lägger på det. Ju mer pengar de lägger på det årligen, desto mindre prisvärt tycker de att det är. Den inverkan årlig utgift på utrikes paket verkar ha på upplevelsen av prisvärdhet är dock ytterst liten.

## 5 E-handel

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

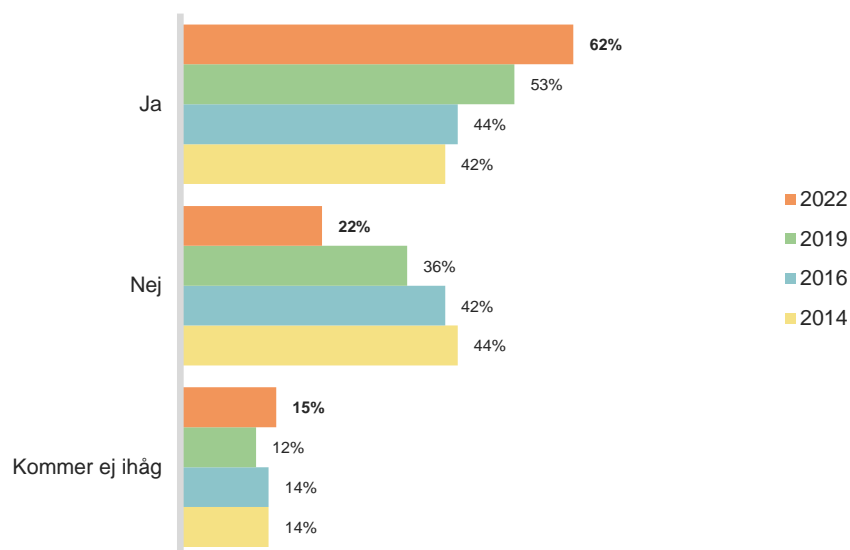
Har du köpt eller sålt varor via nätet under det senaste året?



**Antal svar:** 1 081

Överlag är trenden sedan 2014 att allt fler både köper och säljer varor via nätet. Andelen som endast har sålt varor via nätet det senaste året har sedan 2014 varit väldigt liten (en till två procent). Andelen som både har köpt och sålt varor under det senaste året har stadigt ökat med runt en procent varje mätning. Andelen som endast har köpt varor under det senaste året har ökat från 50 procent 2014 till 59 procent 2022.

Vid beställning av varor på nätet finns det ofta möjlighet att välja distributör. Distributörerna erbjuder olika priser och leveranstider. Hade du möjlighet att välja distributör vid ditt senaste köp?



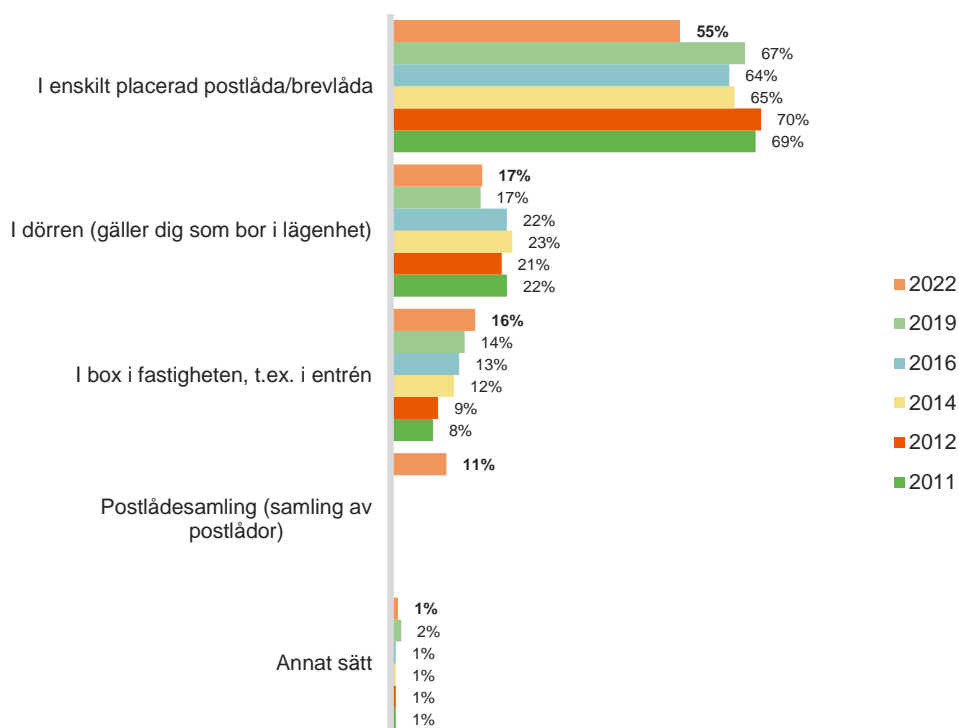
**Antal svar:** 855 (De som har köpt varor via nätet under senaste året)

En tydlig majoritet (62 procent) uppger i årets mätning att de har haft möjlighet att välja distributör. Detta är en ökning med nio procentenheter sedan 2019 och en ökning med 20 procentenheter sedan 2014.

## 6 Postutdelning

### 6.1 Typ av postutdelning

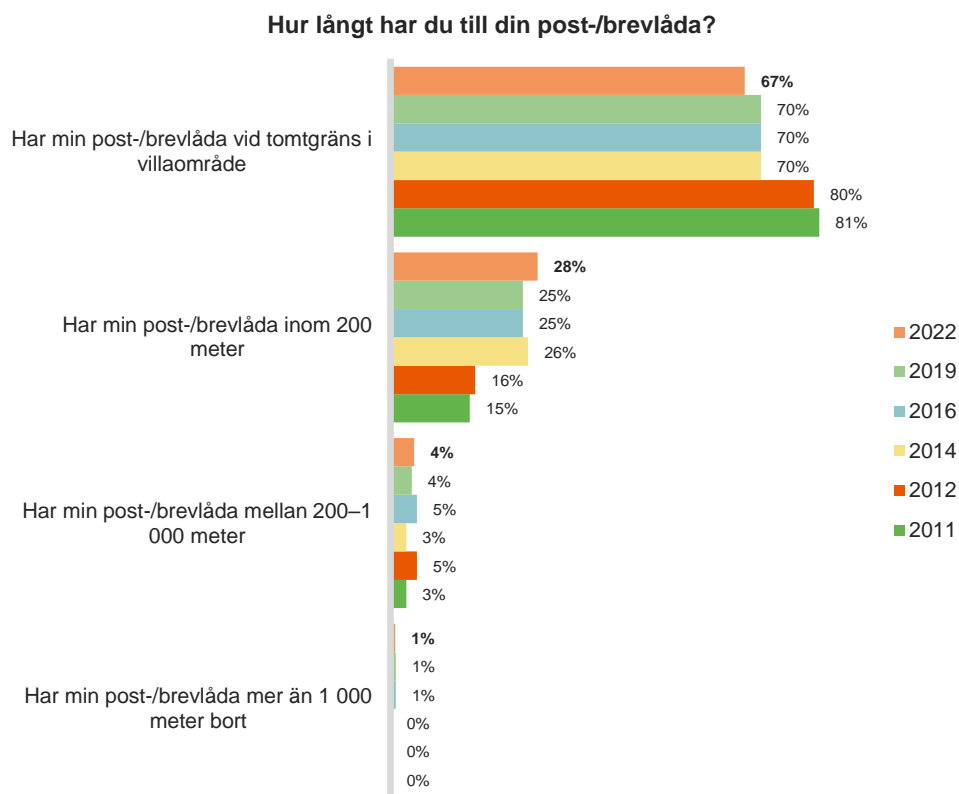
Hur delas posten ut till dig? Får du den...



**Antal svar:** 1 069. **Antal "vet ej":** 10

Drygt hälften av respondenterna (55 procent) får sin post utdelad i enskilt placerad postlåda. Förändringen sedan 2019 förklaras av introduktionen av ett nytt svarsalternativ i årets mätning, Postlådesamling.

## 6.2 Avstånd till postlåda

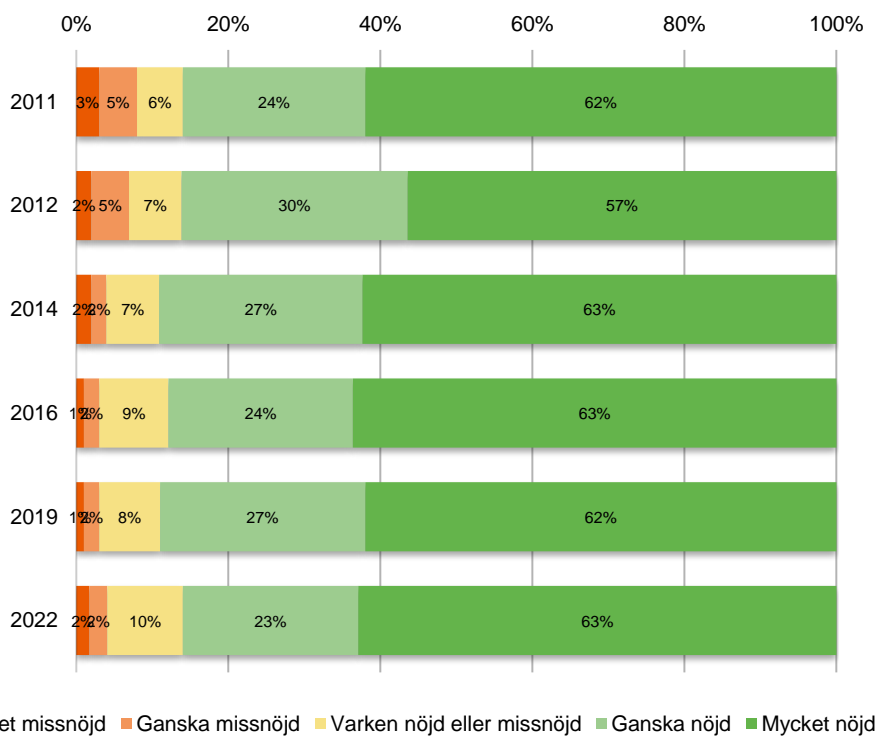


**Antal svar:** 695. **Antal "vet ej"** 3  
(De som får sin post utdelad i postlåda)

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

I följande fråga vill vi veta din åsikt om hur du får din post dvs. själva placeringen av postlådan/brevinkastet etc.? Är du...

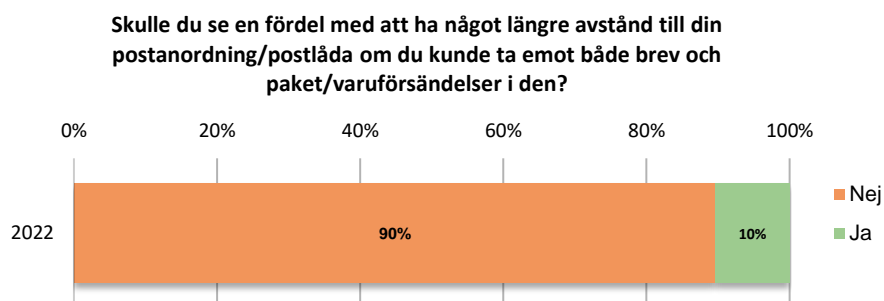


**Antal svar:** 1 057. **Antal "vet ej":** 3

Nästan nio av tio respondenter (86 procent) är ganska eller mycket nöjda med placeringen av sin postlåda eller sitt brevinkast. Av de fyra procent (34 personer) som anger att de är missnöjda med placeringen uppger 41 procent att de tycker att det är för långt till postlådan och 26 procent att de är oroliga för att bli av med sin post. Resterande anger övriga orsaker.

De respondenter som är mest nöjda är de som får sin post i enskilt placerad postlåda och i dörren (lägenhet). Därefter de med box i fastigheten. De med postlådesamling är i lägst utsträckning nöjda, och bland de som angett "Annat sätt" på frågan om hur posten delas ut till dem har för få svarat för att kunna dra några slutsatser.

Sett till dem som får sin post i enskilt placerad postlåda är de som har kortast avstånd till lådan nöjdast.



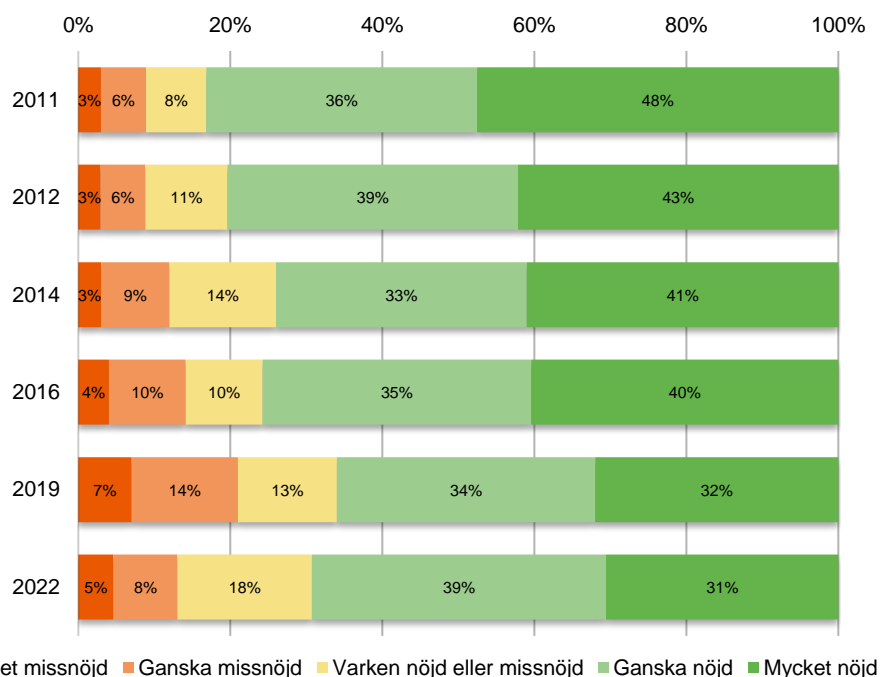
**Antal svar:** 955. **Antal "vet ej":** 119

Nio av tio skulle inte se en fördel med att ha något längre avstånd till sin postanordning/postlåda om det innebar att de även kunde ta emot paket och varuförsändelser i den.

Det finns ingen korrelation mellan svaret på denna fråga och typ av postanordning eller avstånd till den.

## 6.4 Nöjdhet – kvaliteten på postutdelningen

Vid en generell bedömning avseende det senaste året, hur nöjd eller missnöjd är du med kvaliteten i utdelningen där du bor, d.v.s. att din post kommer fram till dig i tid och att du inte får andras post? Är du...



**Antal svar:** 1 057. **Antal "vet ej":** 22

Andelen som är mycket eller ganska nöjda med kvaliteten på utdelningen av sin post är 70 procent. Detta är en liten ökning från 2019 års 66 procent. Andelen missnöjda har minskat med åtta procentenheter vilket i detta fall innebär en minskning med en tredjedel. Andelen neutrala är den högsta som någonsin uppmätts för frågan, nästan en femtedel (18 procent).

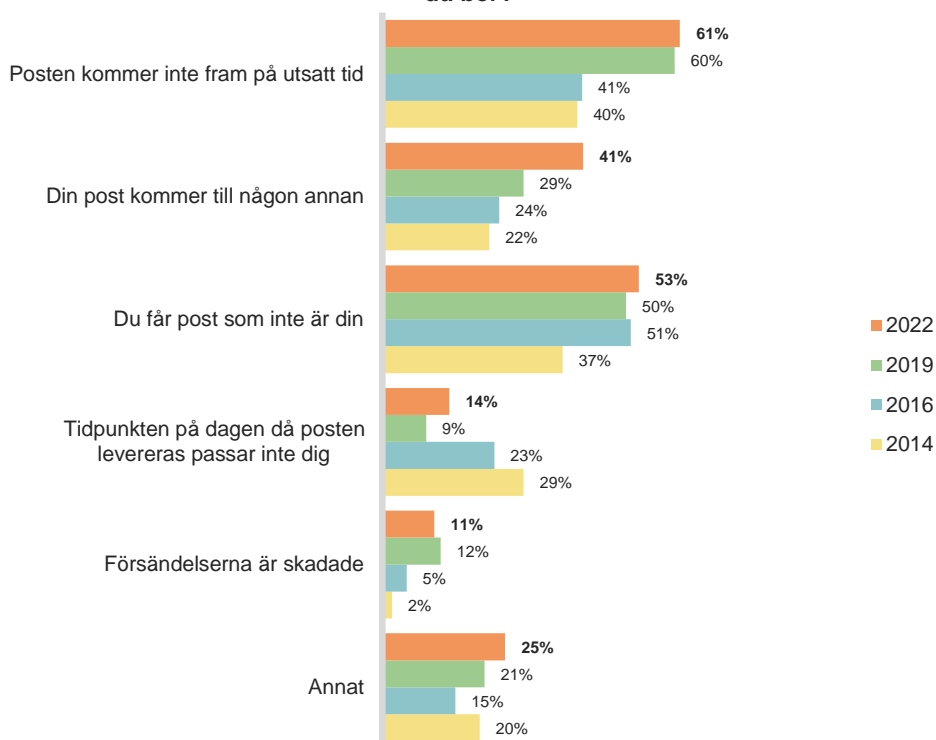
De respondenter som är mest nöjda är de som får sin post i enskilt placerad postlåda och i dörren (lägenhet). Därefter de med box i fastigheten. De med postlådesamling är i lägst utsträckning nöjda, och bland de som angett "Annat sätt" på frågan om hur posten delas ut till dem har för få svarat för att kunna dra några slutsatser.

Sett till dem som får sin post i enskild placerad postlåda är de som har kortast avstånd till lådan nöjdast med kvaliteten i utdelningen.



## 6.5 Anledningar till missnöje med postutdelningen

I vilket/vilka avseenden är du missnöjd med postutdelningen där du bor?

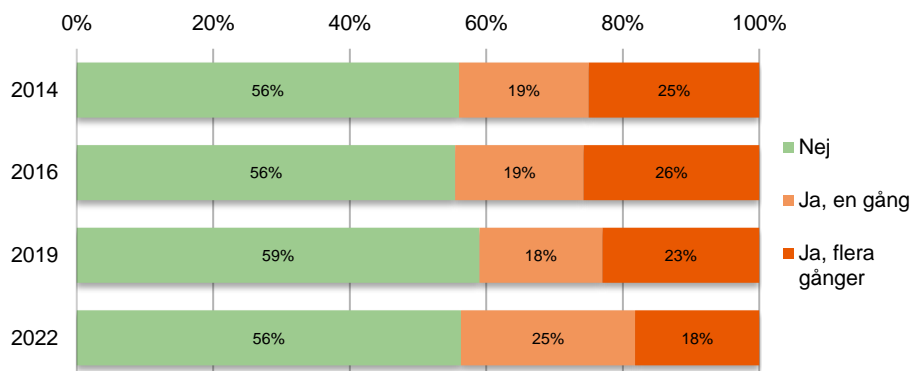


**Antal svar:** 131 (De som är ganska eller mycket missnöjda med kvaliteten i utdelningen)

Bland de respondenter som uppger att de är missnöjda med postutdelningen anger 61 procent att det beror på att posten inte kommer fram i tid och 53 procent att det beror på att de får post som inte tillhör dem. Detta resultat går i linje med 2019 års mätning. Vad som däremot sticker ut är att 41 procent i årets mätning uppger att deras post kommer till någon annan. Motsvarande andel 2019 var 29 procent.

## 6.6 Felutdelning

Har du någon gång under de senaste 3 månaderna av misstag fått någon annan persons post?

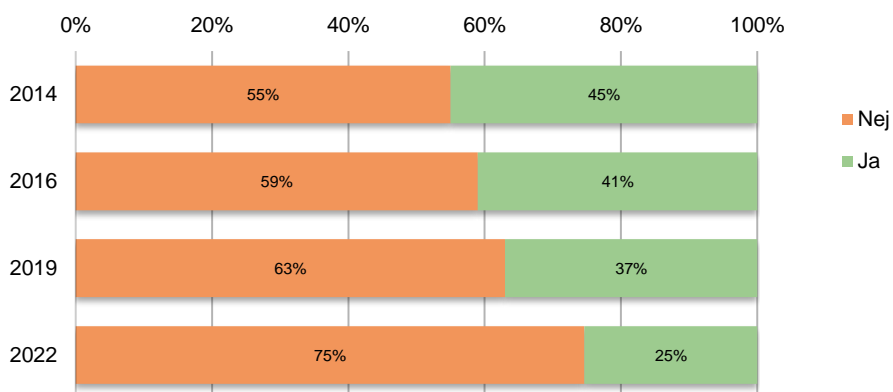


Antal svar: 1 055. Antal "vet ej": 22

Andelen som uppger att de någon gång de senaste tre månaderna av misstag har fått någon annans post har i stort sett varit densamma sedan 2014. Dock har andelen som uppger att det har hänt flera gånger minskat något, från 25 procent 2014 till 18 procent i år.

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

Är du beroende av att få post till dig utdelad fem dagar i veckan? Bortse från leveranser av en eventuell morgontidning.

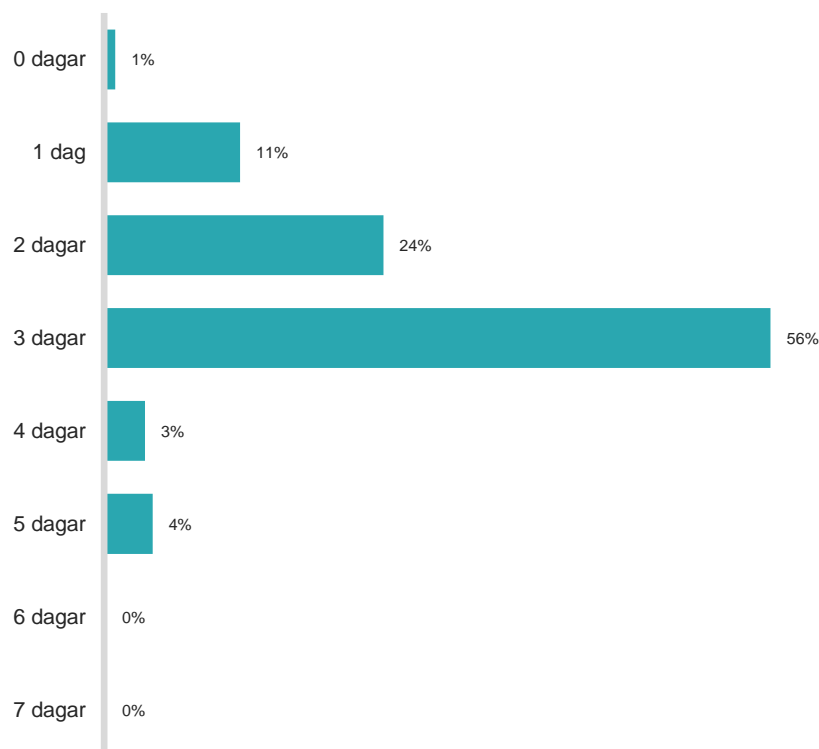


Antal svar: 986. Antal "vet ej": 94

En fjärdedel (25 procent) av respondenterna menar att de är beroende av postutdelning fem dagar i veckan. Detta innebär en minskning med tolv procentenheter sedan 2019. Sedan 2016 är en nedåtgående trend obruten, och sedan 2014 har andelen som uppger att de är beroende av postutdelning fem dagar i veckan nästan halverats.

Behovet att få sin post utdelad fem dagar i veckan korrelerar med ålder såtillvida att ju äldre respondenterna är, i desto högre utsträckning uppger de att de är beroende att få sin post utdelad fem dagar i veckan.

### Hur många dagar i veckan har du behov av postutdelning?



**Antal svar:** 637. (Kategoriserade svar)

Frekvensen i postutdelning korrelerar med respondenternas ålder såtillvida att ju äldre respondenterna är, desto större är behovet av att få postutdelning oftare. Medelvärdet hos personer 18–34 år är 2 dagar/veckan och hos personer 75 år eller äldre 2,8 dagar/veckan.

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

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

696 respondenter valde att besvara frågan. Av dessa menade 58 procent att det inte skulle få några konsekvenser och sju procent att de inte visste eller kunde komma på några konsekvenser.

Likt 2019 är de mest förekommande möjliga konsekvenserna som tas upp:

- Att det tar längre tid att få sin post, exempelvis varor som inhandlats på nätet.
- Att missa att betala räkningar, men också missa bokningar av tider och dylikt.
- Att det för egenföretagare skulle få olika negativa konsekvenser för företaget.

Många respondenter uppger att de redan har varannandagsutdelning och att det fungerar bra. En del menar att det inte spelar någon roll vad de tycker, de vet att det kommer att införas ändå. Somliga tycker att det är väldigt viktigt att ha brevutdelning fem dagar i veckan av principiella skäl. En del tar upp att det har varit svårt att lära sig vilka dagar det är utdelning.

## **6.9 Vilka konsekvenser skulle det få för dig om brev inlämnade som förstaklass befordras inom tre arbetsdagar i stället för två?**

Respondenterna fick under telefonintervjun eller enkäten möjlighet att fritt beskriva vilka konsekvenser det skulle kunna få för dem om förstaklasspost befordrades inom tre arbetsdagar i stället för två.

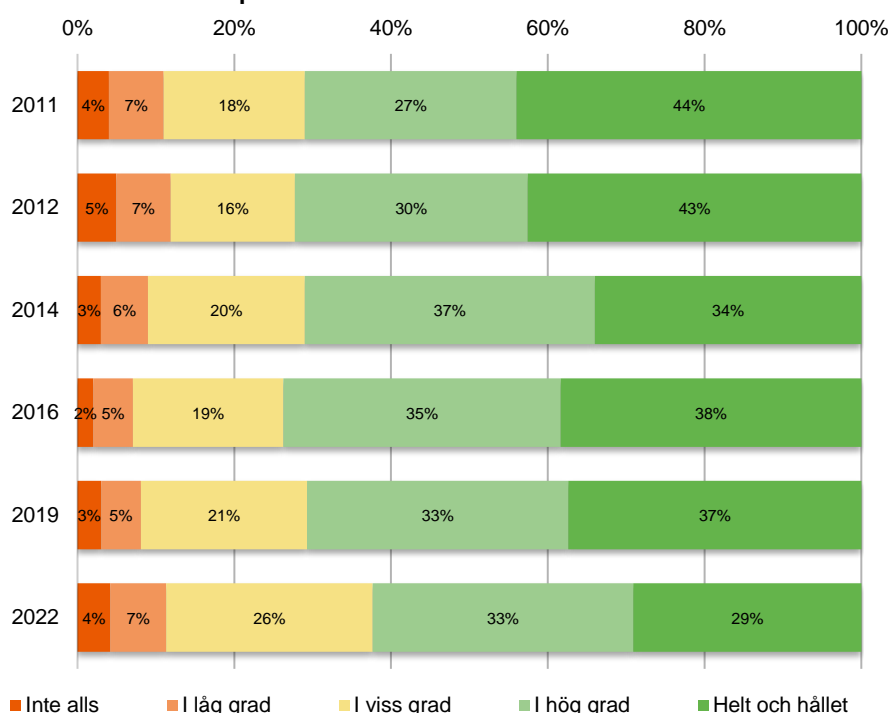
754 respondenter valde att besvara frågan. Av dessa menade 59 procent att det inte skulle få några konsekvenser och elva procent att de inte visste eller kunde komma på några konsekvenser. Det är något vanligare att äldre personer bland respondenterna uppger att det inte skulle få några konsekvenser.

Många menar att det beror på innehållet i breven. När det gäller räkningar tror många att det kommer att innebära negativa konsekvenser. En del respondenter menar också att det är viktigt att kunna lita på att brev kommer fram snabbt, oavsett innehåll.

## 7 Postnords placering av brevlådor och tider för tömning

### 7.1 Uppfattning om placering av Postnords brevlådor

Hur väl passar Postnords placering av sina brevlådor dig när du skall posta brev eller andra försändelser?



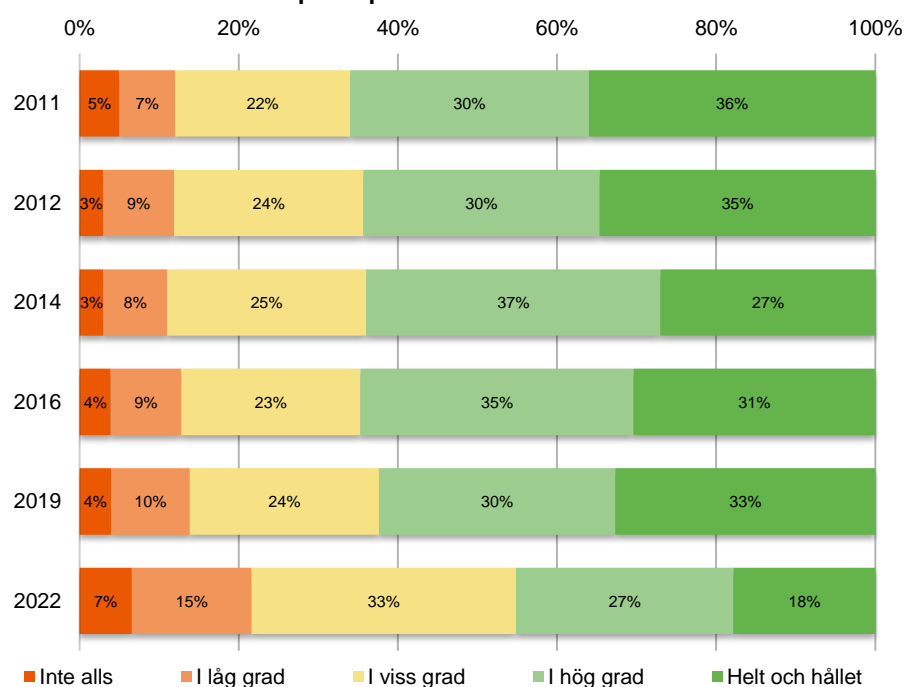
**Antal svar:** 1 007. **Antal "vet ej":** 72

Knappt två tredjedelar (62 procent) uppger att placeringen av Postnords brevlådor i hög grad eller helt och hållet passar dem. Detta är en minskning med åtta procentenheter sedan 2019, och första gången nöjdheten minskat med mer än tre procentenheter mellan mätningar.

Det föreligger en korrelation mellan nöjdhet och hur mycket pengar respondenten lägger varje år på att skicka brev. Ju mer pengar som läggs på att skicka brev desto lägre är nöjdheten med placeringen av Postnords brevlådor. Skillnaden är dock liten. Medelvärdet av nöjdhet är 0,3 (där Inte alls = 1 och Helt och hållet = 5) högre bland de som lägger minst pengar jämfört med de som lägger mest pengar.

## 7.2 Uppfattning om Postnords tömningstider

Hur väl passar Postnords tömningstider av brevlådorna dig när du skall posta brev eller andra försändelser? Tiderna är olika och står på respektive brevlåda.



**Antal svar: 930. Antal "vet ej": 72**

Nästan hälften av respondenterna (45 procent) uppger att Postnords tömningstider passar dem i hög grad eller helt och hållet. Detta innebär en minskning med 18 procentenheter sedan 2019. Andelen som uppger att tömningstiderna passar dem i låg grad eller inte alls har ökat med åtta procentenheter (från 14 till 22 procent) sedan 2019.

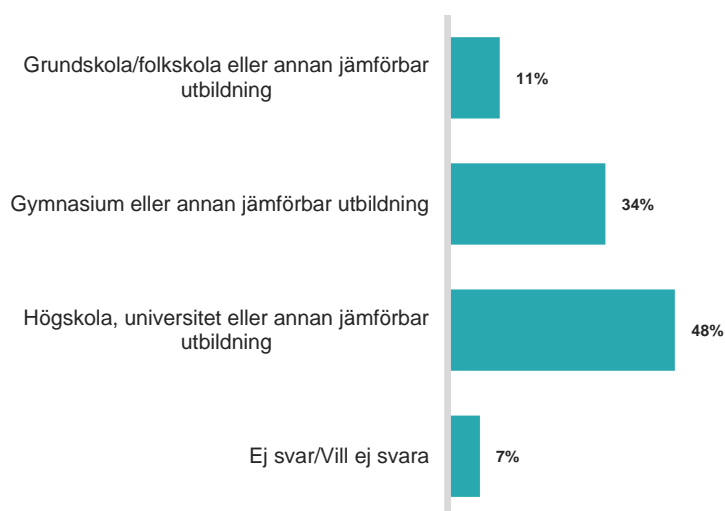
Det föreligger en korrelation mellan nöjdhet och hur mycket pengar respondenten lägger varje år på att skicka brev. Ju mer pengar som läggs på att skicka brev desto lägre är nöjdheten med Postnords tömningstider. Medelvärdet av nöjdhet är 0,6 (där Inte alls = 1 och Helt och hållet = 5) högre bland de som lägger minst pengar jämfört med de som lägger mest pengar.

## BILAGA

### 1 Bakgrundsfrågor

#### 1.1 Utbildningsnivå

Vilken är den högsta skolutbildning du har genomgått eller genomgår för närvarande?

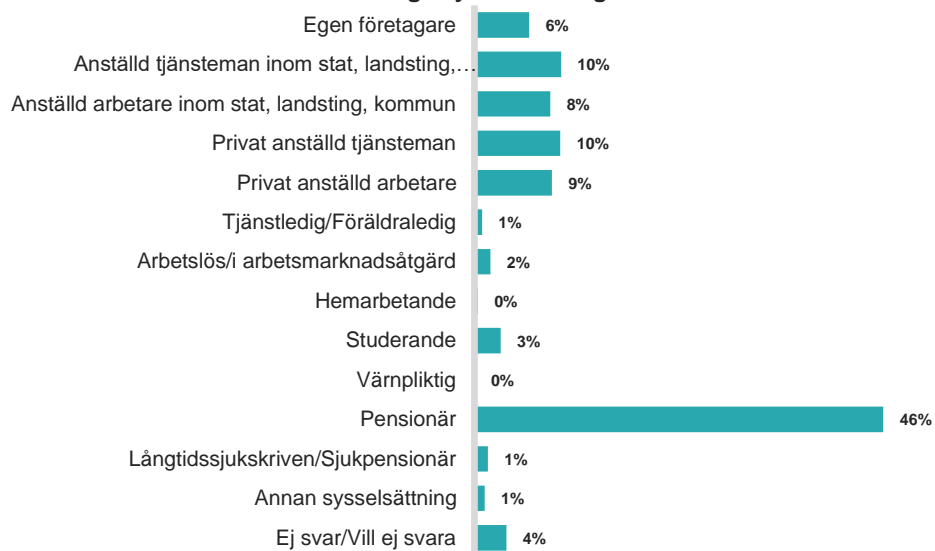


**Antal svar:** 1 065



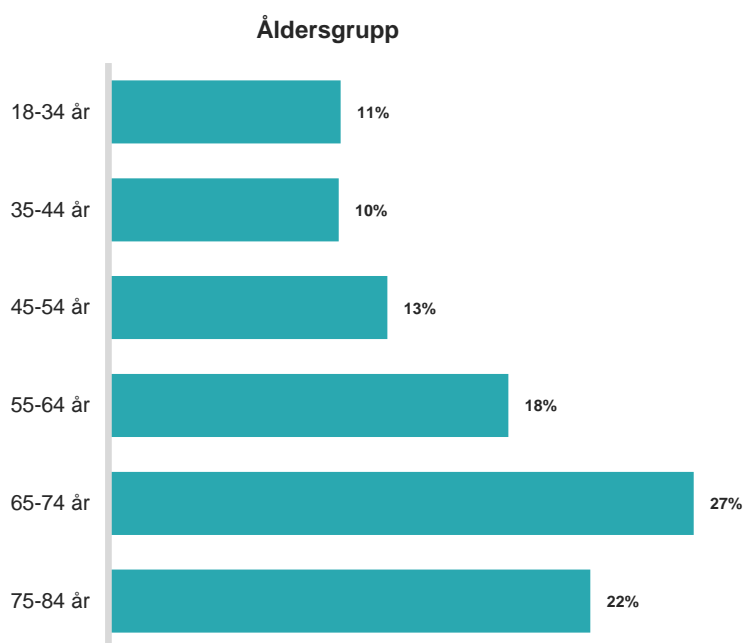
## 1.2 Sysselsättning

### Vilken är din huvudsakliga sysselsättning för närvarande?



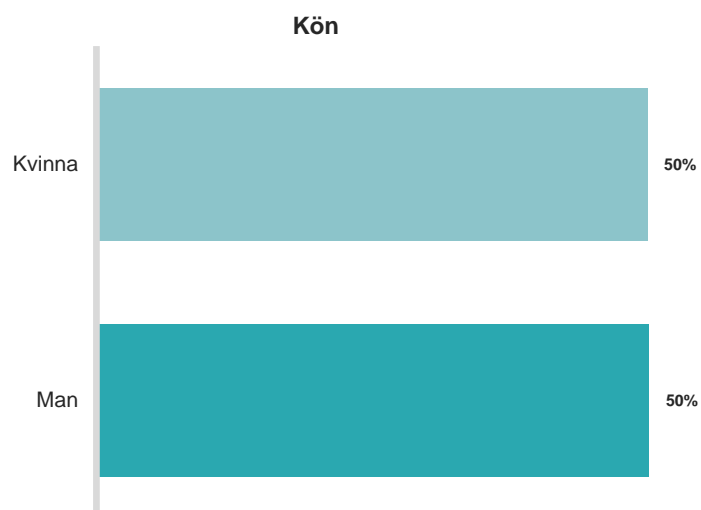
**Antal svar:** 1 067

### 1.3 Ålder



Antal svar: 1 132

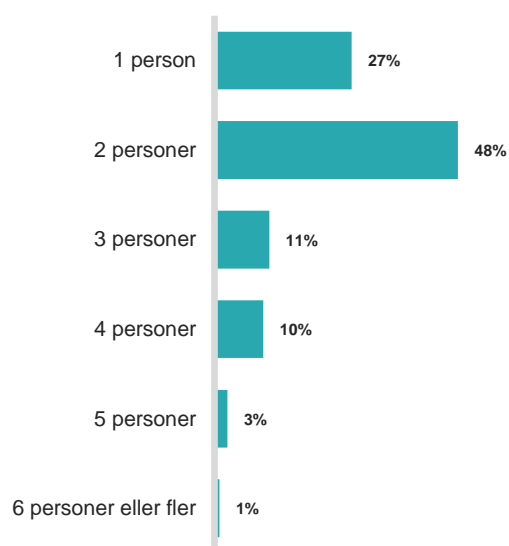
### 1.4 Kön



Antal svar: 1 132

## 1.5 Totalt antal personer i hushållet

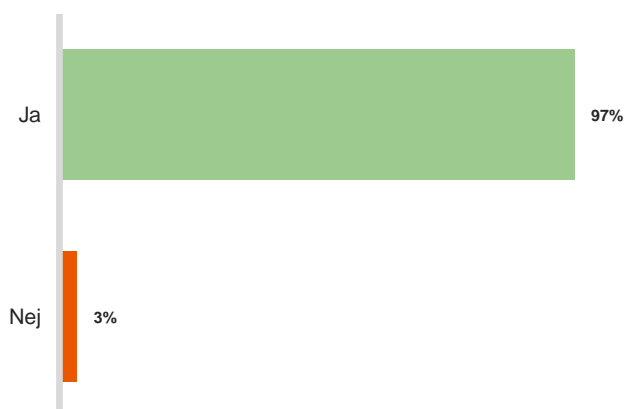
Hur många personer bor det totalt i hushållet?



**Antal svar:** 1 007

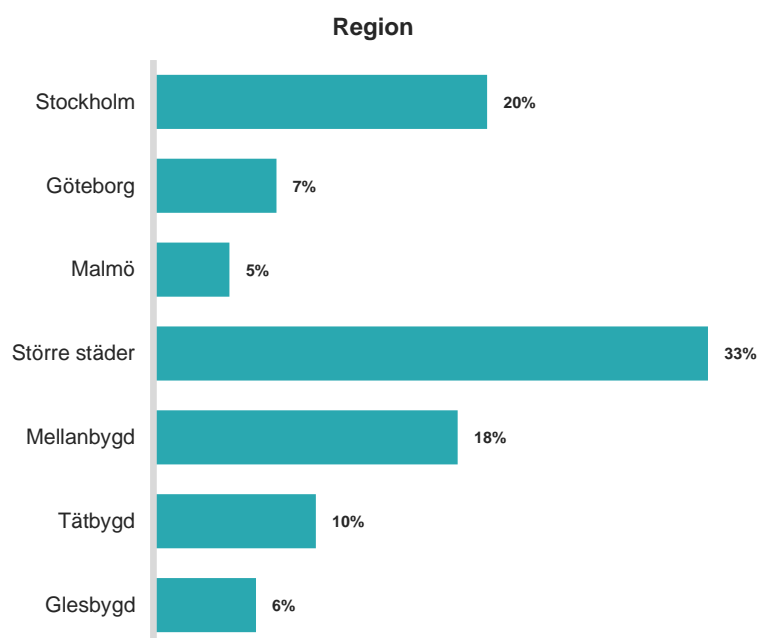
## 1.6 Tillgång till internet i hushållet

Har hushållet tillgång till Internet?



**Antal svar:** 1 043. **Antal "vet ej":** 17

## 1.7 Regiontillhörighet



**Antal svar:** 1 132.

Regiontillhörighet, kommuner indelade efter H-regioner:

H1 – Stockholm

H3 – Större städer

H4 – Mellanbygd

H5 – Tätbygd

H6 – Glesbygd

H8 – Göteborg

H9 – Malmö