

Distanshandeln idag 2008

- en rapport om svenska folkets vanor och attityder till distanshandel



Förord

Allt fler svenskar väljer att göra en allt större del av sina inköp på distans. Distanshandelsmarknaden uppgick år 2007 till 22,4 miljarder kronor. E-handeln fortsätter att stå för den största delen av ökningen och växte med nästan 24 procent.

Distanshandeln utgör en växande del av Postens verksamhet. Tack vare bland annat vårt ombudsnät och våra lantbrevbärlinjer har vi en viktig roll i den expansiva distanshandeln. Posten har därför som ambition att kontinuerligt bidra till att öka kunskapen om handeln via nätet och via traditionell postorder, dess tillväxt och dess betydelse för företag och privatpersoner.

Årets studie är den tredje i rapportserien *Distanshandeln idag* som kartlägger svenskarnas vanor och attityder kring distanshandel. En tydlig trend är att allt fler gör största delen av sina beställningar via Internet. En annan tydlig tendens är att SMS-avisering blir allt populärare för att få besked om när en beställd vara finns att hämta.

Nytt för i år är att vi tittat närmare på vad som händer efter distanshandelsinköpet. Hälften av konsumenterna har någon gång returnerat en vara de har handlat på distans och fler än åtta av tio tycker att det har fungerat bra.

Ytterligare en aspekt som nu belyses för första gången är distanshandel mellan privatpersoner. Resultaten visar bland annat att nästan nio av tio som distanshandlar med andra privatpersoner får kontakt med motparten via annonsmarknader på Internet.

Undersökningen talar sitt tydliga språk. Distanshandeln är i en mognadsfas och har etablerat sig som ett naturligt sätt att handla för svenska konsumenter.

Rapporten vänder sig till den som vill lära sig mer om den roll distanshandeln spelar i svenskarnas vardag och vilken inställning svenska konsumenter har till distanshandeln.

Vår förhoppning är att rapporten ska ge inspiration och information, såväl till aktiva och spirande distanshandelsföretag som till privatpersoner.

Trevlig läsning!

Catharina Strömsten

Chef Koncernstrategi
Posten AB

Innehåll

Distanshandeln växer på bredden och på djupet	3
Internet dominerande beställningsskanal	4
Sofistikerad e-handel i flera steg	5
En av tre väljer SMS-avisering	6
Effektiv returhantering	7
Fyra av tio har e-handlat från utlandet	8
Utbredd distanshandel mellan privatpersoner	9
Privatpersoner litar på varandra	10
Bilaga – frågor	11

Om undersökningen

Undersökningen bygger på telefonintervjuer med 2 000 privatpersoner i ett riksrepresentativt urval. Intervjuerna genomfördes under perioden 20 till 29 november 2007 av SIFO Research International.

För att kunna urskilja trender redovisas även resultat från föregående års undersökningar. Vissa av de förändringar som redovisas är inom den statistiska felmarginalen. En tumregel är att förändringar som är större än fyra procentenheter är statistiskt säkerställda. De resultat som har en mindre bas, dvs. grundar sig på färre intervjuer än samtliga, ska tolkas med större försiktighet.

I rapporten används begreppen *distanshandel* och *e-handel*. Distanshandel omfattar all beställning av varor på distans, oavsett beställningssätt (Internet, postorderkatalog, svarstalong, telefon eller TV). Med distanshandel menas att köpare och säljare aldrig träffar varandra fysiskt. E-handel avser endast när beställningen av varor sker via Internet.

Sammanfattning

Posten har för tredje året i rad intervjuat svenska konsumenter om deras attityder till och vanor kring distanshandel. Syftet med undersökningen är att öka förståelsen för distanshandels roll och omfattning i Sverige idag.

- **Distanshandeln växer på bredden och på djupet** – Jämfört med föregående år har andelen svenskar som distanshandlat ökat med fyra procentenheter till 75 procent. Andelen som handlar varje månad är knappt en av fem, 18 procent.
- **Internet den dominerande beställningsskanalen** – Sju av tio svenskar som distanshandlar gör oftast sina beställningar via Internet. Tre av tio som e-handlar tror att de kommer att handla mer under det kommande året jämfört med det föregående. Enbart fem procent tror att de kommer att e-handla färre varor.
- **Sofistikerad e-handel i flera steg** – Nätbeställningen föregås ofta av en omfattande informationsinsamling. Mer än hälften, 56 procent, skaffar sig först en överblick via prisjämförelsesajter. Nästan lika många, 44 procent, läser konsumentomdömen på Internetsajter innan de e-handlar.
- **Fler väljer SMS-avisering** – Allt fler vill helst få ett SMS som meddelar att deras paket finns att hämta hos ett ombud. Andelen som föredrar SMS har ökat med tolv procentenheter på två år och uppgår nu till 32 procent.
- **Distanshandel med effektiv returhantering** – Ungefär hälften av de som distanshandlar minst en gång per år har någon gång returnerat en vara. Av dessa anser fler än åtta av tio, 84 procent, att det har fungerat bra.
- **Fyra av tio har e-handlat från utlandet** – Fyra av tio som e-handlar har någon gång handlat från en utländsk sajt. De länder svenskar oftast e-handlar från är USA, Storbritannien och Tyskland.
- **Utbredd distanshandel mellan privatpersoner** – Nästan två av tio svenskar har sålt en vara till en annan privatperson på distans och var fjärde svensk har någon gång köpt en vara på detta sätt. Vid distanshandel mellan konsumenter är Internet den i särklass vanligaste mötesplatsen.
- **Privatpersoner litar på varandra** – Den vanligaste betalningsformen när privatpersoner distanshandlar med varandra är att pengar sätts in på säljarens konto. 40 procent betalar på detta sätt. Andra vanliga betalningsformer är Internetgiro och postförskott.

Distanshandeln växer på bredden och på djupet

Tre av fyra svenskar har distanshandlat. Bland de som är yngre än 50 år har nästan nio av tio handlat på distans. Dessutom ökar frekvensen. Nästan var femte svensk distanshandlar numera minst en gång per månad.

75 procent av svenskarna svarar att de någon gång har distanshandlat. Bland de yngre än 50 år har nästan nio av tio gjort det.

Jämfört med föregående års studie har nu fler handlat varor på distans. Sett till utvecklingen under 2000-talet är det tydligt att distanshandeln har nått en mognadsfas. Att distanshandla är ett etablerat sätt att handla för svenska konsumenter.

Mer frekvent distanshandel

Det finns en tendens till att allt fler distanshandlar mer regelbundet. Tydligast är trenden i gruppen 30 till 49 år. Av dessa handlar var fjärde minst en gång per månad. Det är en ökning med fem procentenheter jämfört med föregående år.

Minst utbredd är distanshandeln bland de som är äldre än 64 år. Av dessa har ändå så många som 44 procent handlat varor på distans, men endast fem procent gör det minst en gång per månad.

Kvinnor köper kläder, män köper hemelektronik

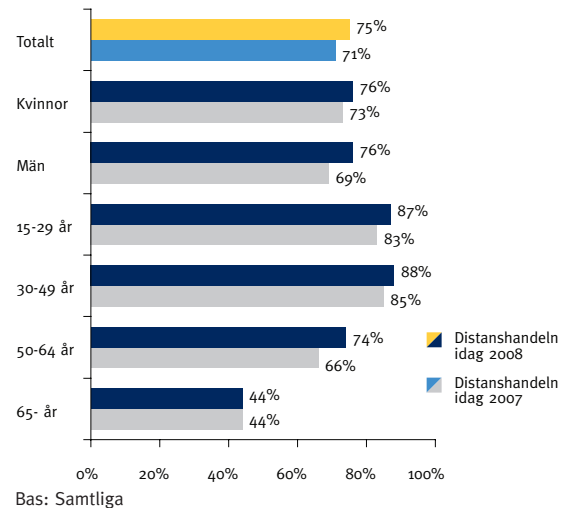
Hälften av alla svenskar, 49 procent, svarar att de har handlat kläder och skor på distans. Det gör varugruppen till den vanligaste att köpa på distans. Klädköparen är oftast en kvinna. Två av tre kvinnor, 67 procent, svarar att de har köpt kläder och skor på distans. Motsvarande andel bland männen är tre av tio, 30 procent.

Tätt efter kläder och skor kommer hemelektronik som 47 procent har distanshandlat. Männen är i klar majoritet. Sju av tio män, 70 procent, har köpt hemelektronik på distans. Bland kvinnor är motsvarande andel knappt tre av tio, 27 procent.

Andra vanliga distanshandelsvaror är böcker och skivor som 25 respektive 19 procent av svenskarna uppger att de har handlat på distans.

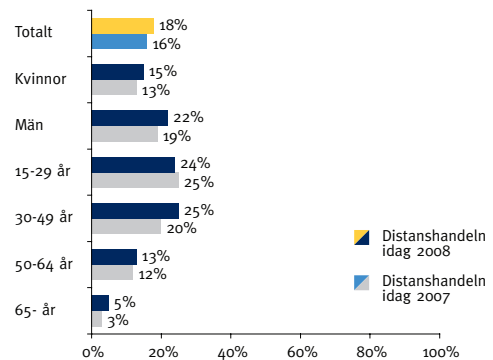
Ungefär hur ofta handlar du varor på distans, t ex via Internet, postorderkatalog, beställningstalong, telefon eller TV?

Svar: Distanshandlar minst en gång per år + mer sällan

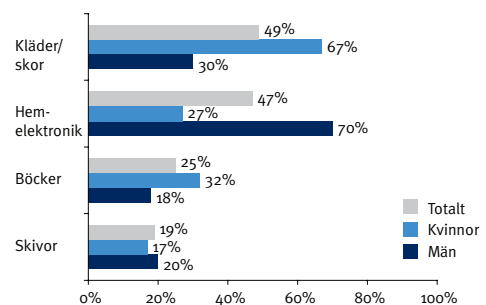


Samma fråga som ovan

Svar: Andel som distanshandlar minst en gång per månad

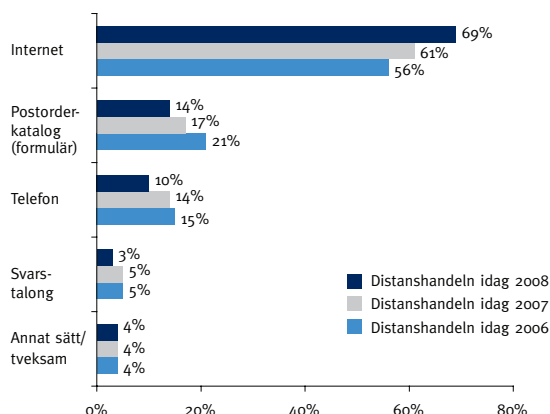


Vilka slags varor har du köpt på distans under det senaste året?



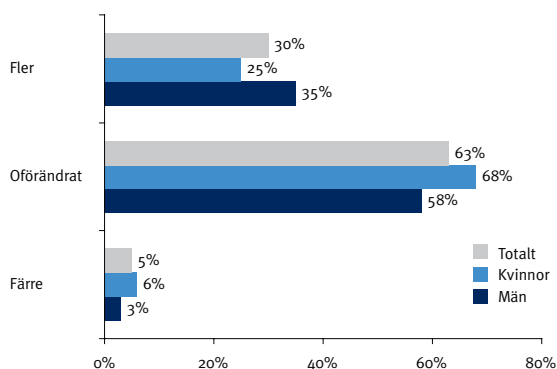
Internet dominerande beställningskanal

Vilket beställningssätt använder du oftast vid distanshandel?



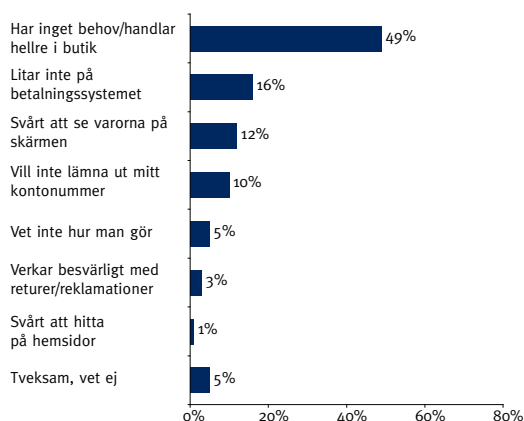
Bas: Distanshandlar minst en gång per år

Jämfört med året som gått, tror du att du kommer att köpa fler eller färre varor via Internet/hemsida under det kommande året, eller ungefär lika många?



Bas: Har e-handlat under det senaste året

Varför köper du inte varor via Internet?



Bas: Internetanvändare som inte har e-handlat under det senaste året

Internet får en allt större roll och växer snabbt som den viktigaste beställningskanalen för distanshandeln. Sju av tio svenskar som distanshandlar gör oftast sina beställningar via nätet. Att distanshandeln via Internet förväntas fortsätta växa framgår tydligt i årets undersökning.

Internet är idag en självklarhet för de allra flesta svenskar och allt fler får ett allt mognare beteende och mer utvecklade Internetvanor. För många är det idag lika naturligt att handla på nätet som via vanliga butiker.

Internet vanligaste beställningssättet

Av de som distanshandlar minst en gång per år svarar sju av tio, 69 procent, att de oftast beställer via Internet. I föregående års undersökning var den andelen 61 procent. Jämfört med resultaten för två år sedan har andelen som svarar att de oftast beställer via Internet ökat med 13 procentenheter.

Ökningen av Internets betydelse som beställningskanal har skett på bekostnad av de mer traditionella alternativen. Postorderkatalogen är dock fortfarande det främsta beställningssättet vid distanshandel för 14 procent av de intervjuade. Nästan lika frekvent är telefonen. Var tionde av de tillfrågade anger den som det vanligaste beställningssättet.

E-handeln fortsätter växa

Av de svenskar som har e-handlat under det senaste året svarar tre av tio att de kommer att köpa fler varor via nätet under nästa år. Bland de intervjuade är det en större andel män än kvinnor som tror att de kommer att köpa fler varor via Internet, 35 procent av männen respektive 25 procent av kvinnorna.

Enbart fem procent av de tillfrågade som e-handlat tror att de kommer att minska sin e-handel jämfört med året som gått. Sammantaget förväntas alltså de som redan handlar via Internet öka sin e-handelskonsumtion under det nästkommande året.

Få oroar sig för betalningssäkerheten

En av tre Internetanvändare uppger att de inte har e-handlat under det senaste året. Hälften, 49 procent, anger som skäl att de inte har något behov eller hellre handlar i butik. Knappt två av tio, 16 procent, svarar att de inte litar på betalningssystemen. En av tio anger att de inte vill lämna ut sitt kontonummer.

Sofistikerad e-handel i flera steg

E-handelskonsumenternas inköp sker i flera steg. Fler än hälften skaffar sig först en överblick genom att besöka prisjämförelsesajter. De viktigaste egenskaperna hos en bra e-handelssajt är att den ska vara lättnavigerad, ha bra varuinformation och kännas seriös.

E-handelsköpet är en del av en sofistikerad inköpsprocess och föregås ofta av noggrann informationsinsamling. Samtidigt som e-handeln växer, visar årets intervjuundersökning också att nätet är en viktig informationskälla för de som handlar på Internet.

Noggrann research

Nästan sex av tio, 56 procent, av de som har e-handlat under det senaste året uppger att de ofta använder sig av prisjämförelsesajter inför inköpsbeslutet. Beteendet är mer utbrett bland män än bland kvinnor. Utöver att jämföra priser besöker köparen dessa sajter för att få en överblick över det produktsortiment som finns på marknaden.

I samband med köp av exempelvis hemelektronik kan det vara givande att komplettera företagets produktinformation med andra konsumenters åsikter. Fler än fyra av tio, 44 procent, svarar att de ofta läser konsumentomdömen på nätet innan de e-handlar. I denna grupp är männen överrepresenterade.

Fyra av tio, 41 procent, svarar att de först tittar i en postorderkatalog innan de köper en vara över Internet. Denna kanal används i något större utsträckning av kvinnliga konsumenter än av manliga. En anledning skulle kunna vara att kläder, det varuslag kvinnor oftast handlar på distans, ofta marknadsförs via postorderkataloger.

Ungefär en av fem av de tillfrågade, 22 procent, går först till en vanlig butik för att granska den vara de ska köpa på nätet. Bland män är motsvarande siffra 25 procent och bland kvinnor 18 procent. En möjlig förklaring är att män i större utsträckning distanshandlar hemelektronik och då oftare vill prata med en sakkunnig innan köpet.

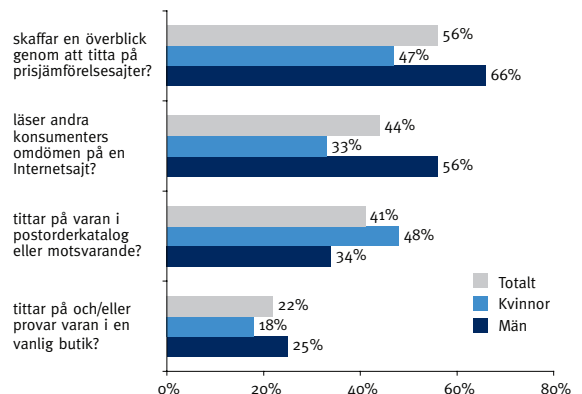
Användarvänlighet viktigast

En bra e-handelssajts främsta kännetecken är att den är användarvänlig. Fyra av tio, 39 procent, anser att en e-handelssajt måste vara lättnavigerad. Nästan lika många, 34 procent, pekar på att det ska finnas bra information om varorna. Drygt en av fyra, 27 procent, tycker att en bra e-handelssajt ska kännas seriös.

Det är intressant att notera att enbart 16 procent framhåller att en bra e-handelssajt ska erbjuda olika sätt att betala. En tolkning av resultatet är att det finns en allt högre tilltro till de etablerade betalningssätten på nätet.

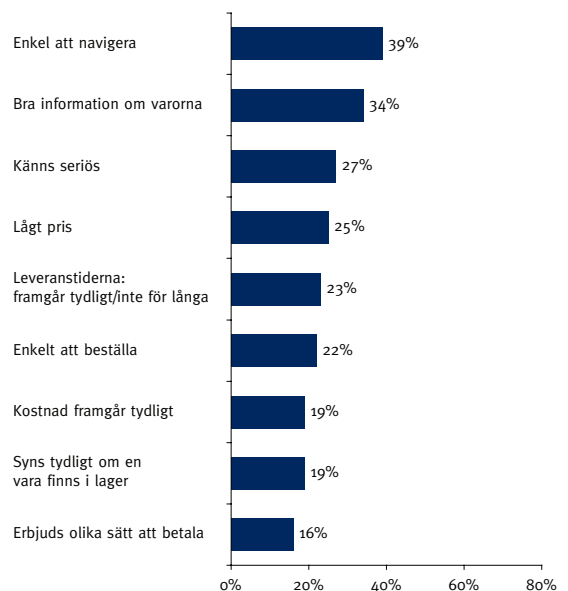
När du ska köpa en vara via Internet, hur ofta händer det att du först...

Svar: Alltid + Mycket ofta + Ganska ofta



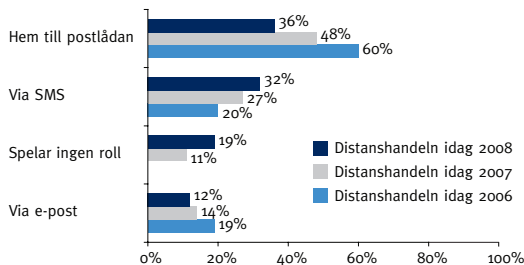
Bas: Har e-handlat under det senaste året

Vilka är de enskilt viktigaste egenskaperna hos en "bra" e-handelssajt?



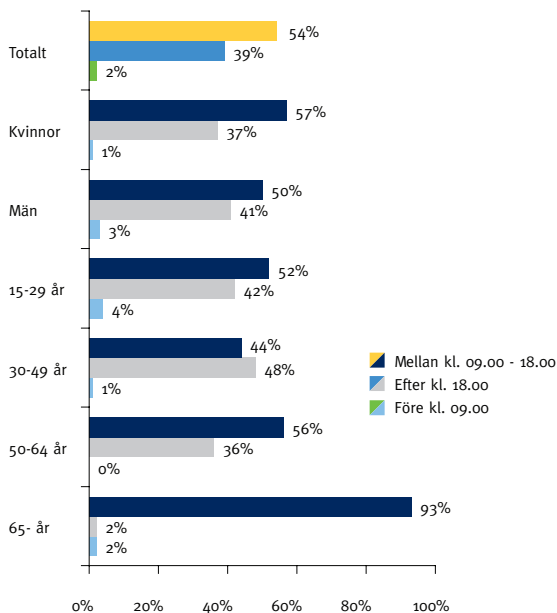
Bas: Har e-handlat under det senaste året
Flera svar möjliga

När en vara som du beställt är färdig att hämta, hur vill du då helst få information om detta?



Bas: Distanshandlar minst en gång per år ("Spelar ingen roll" ej svarsalternativ i *Distanshandeln idag 2006*)

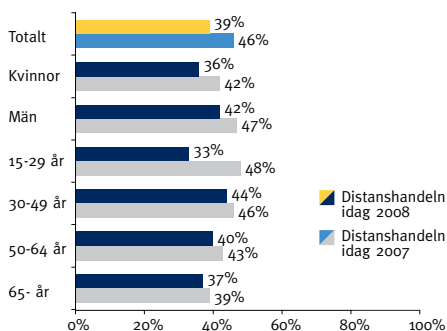
När på dygnet vill du helst hämta varan du har handlat på distans på ditt utlämningsställe?



Bas: Distanshandlar minst en gång per år

Ungefär hur stor del av de varor som du köper på distans får du levererade hem till din brevlåda?

Svar: Hälften eller mer



Bas: Distanshandlar minst en gång per år

En av tre väljer SMS-avisering

Efterfrågan på SMS-avisering ökar och en tredjedel av de konsumenter som distanshandlar vill idag få information via SMS när deras varor finns att hämta. Intresset för avisering hem till postlådan har minskat kraftigt sedan 2006.

Det avslutande steget i privatpersoners distanshandel är leverans eller hämtning av varan. Här framgår det tydligt att svenskarna vill bli aviserade på olika sätt.

Avisering till mobilen eller postlådan

Att vilja ha avisering direkt i postlådan är inte längre ett lika självklart val som tidigare. Andelen som idag föredrar fysisk avisering uppgår till en dryg tredjedel, att jämföra med hela 60 procent för bara två år sedan.

Jämfört med föregående års studier, finns en tydlig trend mot att allt fler föredrar SMS-avisering, där mottagaren via textmeddelande meddelas ett kollnummer, tid och plats där varan kan hämtas. En tredjedel av de som distanshandlar minst en gång per år, 32 procent, vill nu aviseras via SMS. På två år innebär det en ökning med 12 procentenheter. En förklaring kan vara att SMS-avisering i vissa fall möjliggör för mottagaren att hämta den beställda varan tidigare.

Den tredje aviseringsformen, e-post, föredras av var tionde distanshandlare, 12 procent.

Fyra av tio vill hämta på kvällen

Drygt hälften, 54 procent, vill hämta de varor de handlat på distans mellan klockan 09.00 och 18.00. Fyra av tio, 39 procent, svarar att de vill hämta sina varor efter klockan sex på kvällen. Vissa skillnader märks mellan de olika åldersgrupperna när det gäller hämtning. I åldersgruppen 30 till 49 år föredras 48 procent att hämta sina varor efter klockan sex.

Fyra av tio får hälften eller fler av de varor som de köpt på distans levererade direkt hem till brevlådan.

Effektiv returhantering

Hälften av de som distanshandlar minst en gång per år har returnerat en vara. Fler än åtta av tio av dessa tycker att det har fungerat bra.

Att returnering av varor fungerar bra är en trygghet för konsumenterna och viktigt för en väl fungerande distanshandel. Årets intervjuundersökning visar att svenska konsumenter som distanshandlar upplever att returhanteringen fungerar mycket bra.

Hälften har returnerat

Drygt hälften, 53 procent, av de som distanshandlar minst en gång per år svarar att de någon gång har återsänt en vara. Högst är andelen bland de kvinnliga respondenterna där två av tre, 66 procent, någon gång har returnerat en vara. En anledning kan vara att kvinnor i högre utsträckning handlar kläder på distans och att dessa ofta måste provas i hemmet innan man vet om man är riktigt nöjd med inköpet. (Se sid 3)

Fler än åtta av tio är nöjda med returhanteringen

För att bygga en god relation till sina kunder är det nödvändigt att alla delar av inköpsprocessen fungerar bra, även då konsumenterna vill byta eller av annan anledning vill returnera en vara.

Av de som har returnerat en vara de köpt på distans tycker 84 procent att det har fungerat bra. Nöjdheten är påtaglig i samtliga respondentgrupper. Bland kvinnorna svarar nio av tio, 89 procent, att det har fungerat bra. Bland männen är motsvarande siffra 75 procent.

Sammantaget ger resultaten ett tydligt besked. Bland de svenskar som returnerat en vara de distanshandlat är den absoluta majoriteten väldigt nöjd med hur det har fungerat i praktiken.

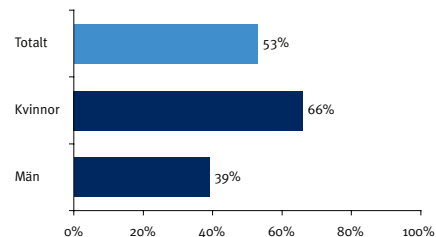
Nöjdhet med köpet främsta skälet att inte returnera

Varannan distanshandelskonsument har aldrig returnerat en vara de handlat på distans. Nästan nio av tio av de som inte returnerat en vara, 86 procent, pekar på att de alltid varit nöjda med de varor de köpt på distans. Enbart sex procent pekar på att det är för krångligt att returnera varor. Än färre, tre procent, svarar att de inte ansett det vara värt besväret.

Sammantaget stärker dessa resultat bilden av en väl fungerande infrastruktur för distanshandeln. En god returhantering bäddar tillsammans med en välfungerande utdelning och långa öppettider för en trygg och smidig distanshandel.

Har du någon gång returnerat en vara som du köpt på distans?

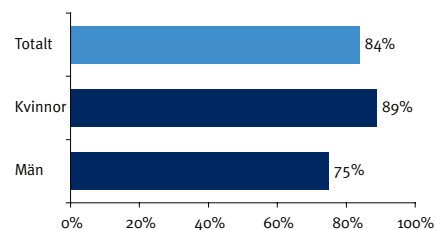
Svar: Ja



Bas: Distanshandlar minst en gång per år

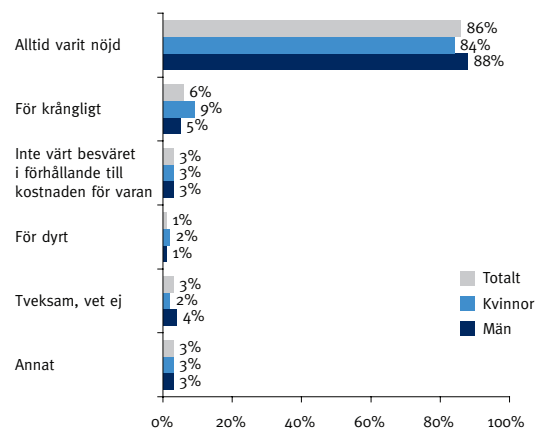
Hur tycker du att det fungerar att returnera varor som du köpt på distans?

Svar: Mycket bra + Ganska bra



Bas: Har någon gång returnerat en vara de har distanshandlat

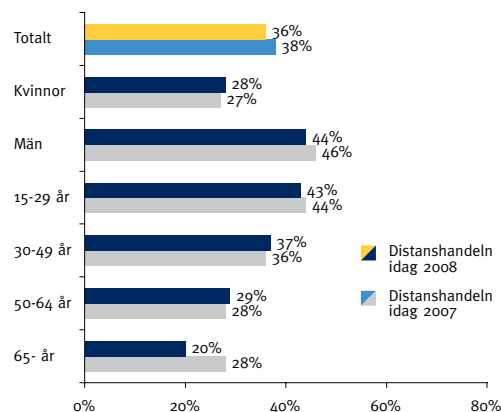
Varför har du inte returnerat någon vara du har handlat på distans?



Bas: Distanshandlar minst en gång per år + Har inte returnerat någon vara de köpt på distans

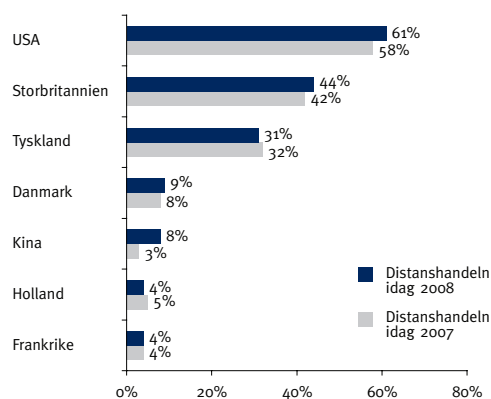
Ungefär hur ofta handlar du varor på Internet från utlandet? (Sajter på annat språk än svenska och/eller där du vet att företaget finns utanför Sverige)

Svar: Minst en gång per år + mer sällan



Bas: Har e-handlat under det senaste året

Från vilka länder har du handlat varor på Internet från utlandet?



Bas: E-handlat minst en gång från utlandet det senaste året
Flera svar möjliga

Fyra av tio har e-handlat från utlandet

Nästan fyra av tio som e-handlar har någon gång handlat från en utländsk sajt. Jämfört med föregående år befinner sig e-handeln från utlandet på en konstant nivå. De länder svenskar oftast e-handlar från är USA, Storbritannien och Tyskland.

Via Internet har konsumenter fått tillgång till ett närmast oändligt utbud av utländska produkter och nätbutiker. Med bara ett knapptryck kan den svenske konsumenten nu köpa en bok från USA eller ett par jeans från Storbritannien.

E-handel från utlandet vanligast bland män och unga

Nästan fyra av tio, 36 procent, av de svenskar som e-handlar har även e-handlat från utlandet. Jämfört med föregående år är andelen i stort sett oförändrad.

E-handeln från utlandet är mer etablerad bland manliga e-handelskonsumenter än bland kvinnliga. Bland männen svarar nästan hälften, 44 procent, att de har e-handlat från en utländsk sajt. Bland kvinnorna är motsvarande andel drygt en fjärdedel, 28 procent.

De yngre har använt utländska e-handels sajter i större utsträckning än de äldre. I gruppen 15-29 år har 43 procent e-handlat från utlandet. Motsvarande siffra bland de över 65 år är en femtedel, 20 procent.

USA och Storbritannien dominerar

USA hamnar i topp när man frågar e-handlande svenskar vilka andra länder de e-handlar från. Ungefär sex av tio som har e-handlat från utlandet har gjort det från amerikanska sajter. Skillnaden jämfört med föregående år är marginell. Det amerikanska dollarfallet har ännu inte återspeglats i ökad handel från USA. Näst populärast är brittiska sajter som 44 procent har e-handlat från. En möjlig förklaring är att amerikanska och brittiska sajter är på engelska och därmed relativt lättillgängliga för svenska konsumenter.

På tredje plats hamnar tyska hemsidor som 31 procent har e-handlat från. Först på fjärde plats återfinns ett nordiskt grannland, Danmark, som nio procent har e-handlat från.

Samma länder toppar som tidigare. En intressant iakttagelse är dock att andelen som har handlat från Kina har mer än fördubblats jämfört med förra mätningen, om än från en relativt låg nivå.

Utbredd distanshandel mellan privatpersoner

Tre av tio svenskar har distanshandlat med en annan privatperson*. Var fjärde svensk har köpt och nästan två av tio har någon gång sålt en vara på distans med en annan privatperson som motpart. Den vanligaste mötesplatsen för distanshandel mellan privatpersoner är annonsmarknader på nätet.

Handel mellan konsumenter är ett vanligt alternativ för dem som exempelvis vill sälja ett dataspel de tröttnat på eller önskar köpa secondhand kläder. Via distanshandel kan privatpersoner handla med varandra utan att behöva mötas fysiskt.

En fjärdedel av svenskarna har någon gång köpt en vara från en annan privatperson på distans. Något färre av de tillfrågade, 17 procent, har själva sålt en vara på distans.

Distanshandeln mellan privatpersoner är enligt undersökningen mer utbredd bland män än bland kvinnor. Mest utbredd är den bland de mellan 15 och 49 år. I den yngsta ålderskategorin, 15-29 år, har 22 procent sålt och 35 procent köpt en vara med en annan privatperson som motpart. Motsvarande andelar bland de mellan 30 och 49 år är 25 procent som har sålt och 31 procent som har köpt.

Nätet viktigaste mötesplatsen

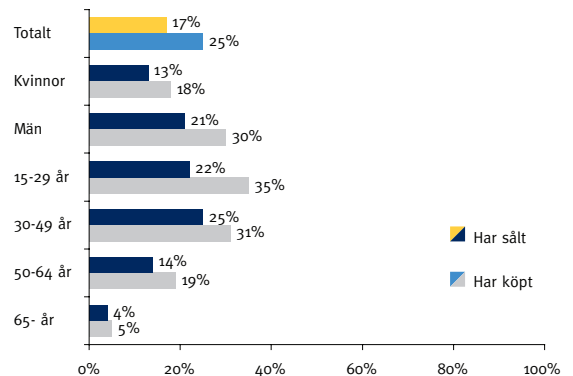
I och med Internets utveckling har distanshandel mellan privatpersoner blivit betydligt enklare. Via nätsajter som Blocket, Tradera och eBay har privatpersoner fått tillgång till en betydligt större marknad när de vill sälja en vara.

Det absolut vanligaste sättet att komma i kontakt med en säljare eller köpare vid distanshandel mellan privatpersoner är via annonsmarknader på Internet. Nästan nio av tio svenskar som distanshandlar med andra konsumenter möter vanligtvis sin motpart den vägen.

Att privatpersoner som vill distanshandla med varandra möts via tidningsannonser är betydligt ovanligare och anges som vanligaste mötesplatsen av endast sex procent av de tillfrågade.

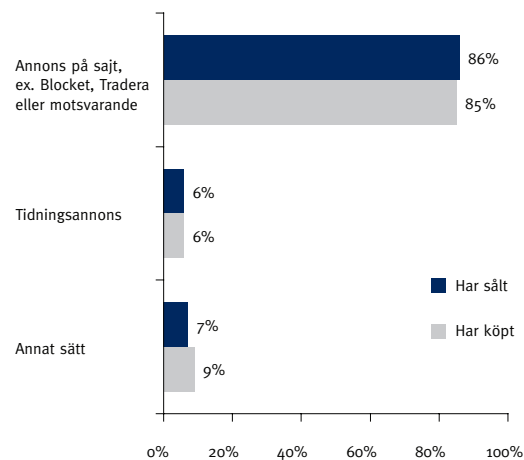
Hur många gånger har du sålt/köpt en vara till/från en annan privatperson på distans?

Svar: Har sålt/köpt en vara till/från en annan privatperson på distans, minst en gång



Bas: Samtliga

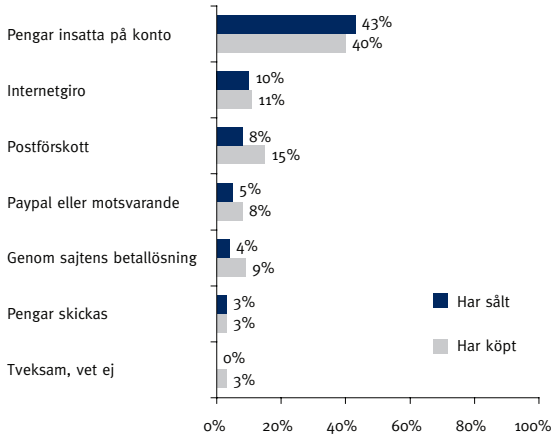
Hur kommer du vanligen i kontakt med köparen/säljaren?



Bas: Har sålt/köpt en vara till/från en annan privatperson på distans

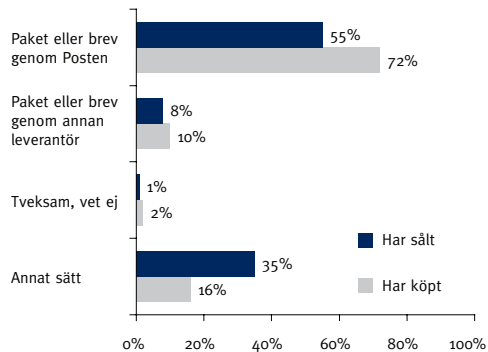
* Denna siffra (29 procent) är framtagen baserad på de som svarat att de sålt och/eller köpt varor på distans med en annan privatperson som motpart.

På vilket sätt får du vanligtvis betalt för varan du sålt/betalar du vanligen varan du köpt?



Bas: Har sålt/köpt en vara till/från en annan privatperson på distans

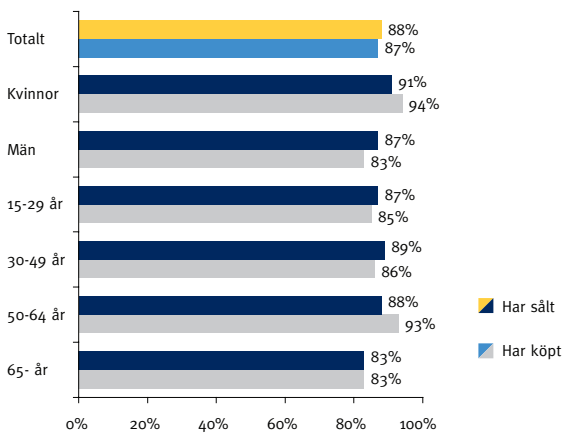
Hur levereras oftast varan du sålt/köpt?



Bas: Har sålt/köpt en vara till/från en annan privatperson på distans

Hur bra tycker du att leveranserna brukar fungera?

Svar: Mycket bra + Ganska bra



Bas: Har sålt/köpt en vara till/från en annan privatperson på distans

Privatpersoner litar på varandra

Den vanligaste betalningsformen vid distanshandel mellan privatpersoner är att pengar sätts in på ett konto. Över hälften av de som har sålt en vara på distans till en annan privatperson har skickat varan med Posten. Nästan nio av tio som distanshandlat med andra privatpersoner tycker att leveranserna brukar fungera bra.

Vid distanshandel mellan privatpersoner är betalnings- och leveranssäkerheten avgörande. Säljarna behöver veta att de får betalt och köparna behöver veta att de faktiskt får vad de har betalat för.

Pengar in på kontot vanligast

Den vanligaste betalningsformen vid distanshandel mellan privatpersoner är att pengar sätts in på säljarens konto. Av de tillfrågade anger fyra av tio direktinsättning på konto som vanligaste alternativ. Resultatet tyder på en hög tilltro mellan köpare och säljare.

För att öka säkerheten har olika betalningstjänster utvecklats. Via dessa måste inte kontouppgifter eller kortnummer lämnas ut. Endast nio procent av de tillfrågade köparna använder sig dock av en sådan tjänst och fyra procent av säljarna.

Annonsmarknaderna på nätet avråder från att skicka pengar fysiskt. Rådet tycks ha haft effekt. Bara tre procent svarar att de oftast använder sig av detta betalningssätt.

Posten vanligaste leverantören

Av de intervjuade som sålt varor till en annan privatperson anger 55 procent att de oftast skickar varan via Posten. Bland de intervjuade som köpt varor på distans är motsvarande andel 72 procent. Ungefär en av tio svarar att varan avlämnas av någon annan leverantör.

Leveranserna fungerar bra

Nästan nio av tio tillfrågade tycker att leveranserna brukar fungera bra vid distanshandel mellan privatpersoner. Kvinnor är något positivare till hur leveranserna fungerar än män. Sett till ålderskategorier är gruppen 65 år och äldre minst positiva. Även bland dessa tycker dock fler än åtta av tio, 83 procent, att leveranserna brukar fungera bra.

Bilaga – frågeformulär

1. Ungefär hur ofta handlar du varor på distans, t ex via Internet, postorderkatalog, beställningstalong, telefon eller TV?
2. Vilka slags varor har du köpt på distans under det senaste året?
3. Vilket beställningssätt använder du oftast vid distanshandel?
4. Jämfört med året som gått, tror du att du kommer att köpa fler eller färre varor via Internet/hemsida under det kommande året, eller ungefär lika många?
5. Varför köper du inte varor via Internet?
6. När du ska köpa en vara via Internet, hur ofta händer det att du först...
 - a. skaffar en överblick genom att titta på prisjämförelsesajter?
 - b. läser andra konsumenters omdömen på en Internetsajt?
 - c. tittar på varan i postorderkatalog eller motsvarande?
 - d. tittar på och/eller provar varan i en vanlig butik?
7. Vilka är de enskilt viktigaste egenskaperna hos en "bra" e-handelssajt?
8. När en vara som du beställt är färdig att hämta, hur vill du då helst få information om detta?
9. När på dygnet vill du helst hämta varan du har handlat på distans på ditt utlämningsställe?
10. Ungefär hur stor del av de varor som du köper på distans får du levererade hem till din brevlåda?
11. Har du någon gång returnerat en vara som du köpt på distans?
12. Hur tycker du att det fungerar att returnera varor som du köpt på distans?
13. Varför har du inte returnerat någon vara du har handlat på distans?
14. Ungefär hur ofta handlar du varor på Internet från utlandet? (Sajter på annat språk än svenska och/eller där du vet att företaget finns utanför Sverige)
15. Från vilka länder har du handlat varor på Internet från utlandet?
16. Hur många gånger har du sålt en vara till en annan privatperson på distans?
17. Hur många gånger har du köpt en vara från en annan privatperson på distans?
18. Hur kommer du vanligen i kontakt med köparen?
19. Hur kommer du vanligen i kontakt med säljaren?
20. På vilket sätt får du vanligtvis betalt för varan du sålt?
21. På vilket sätt betalar du vanligen varan du köpt?
22. Hur levereras oftast varan du sålt?
23. Hur levereras oftast varan du köpt?
24. Hur bra tycker du att leveranserna brukar fungera?

Posten AB
105 00 Stockholm
www.posten.se