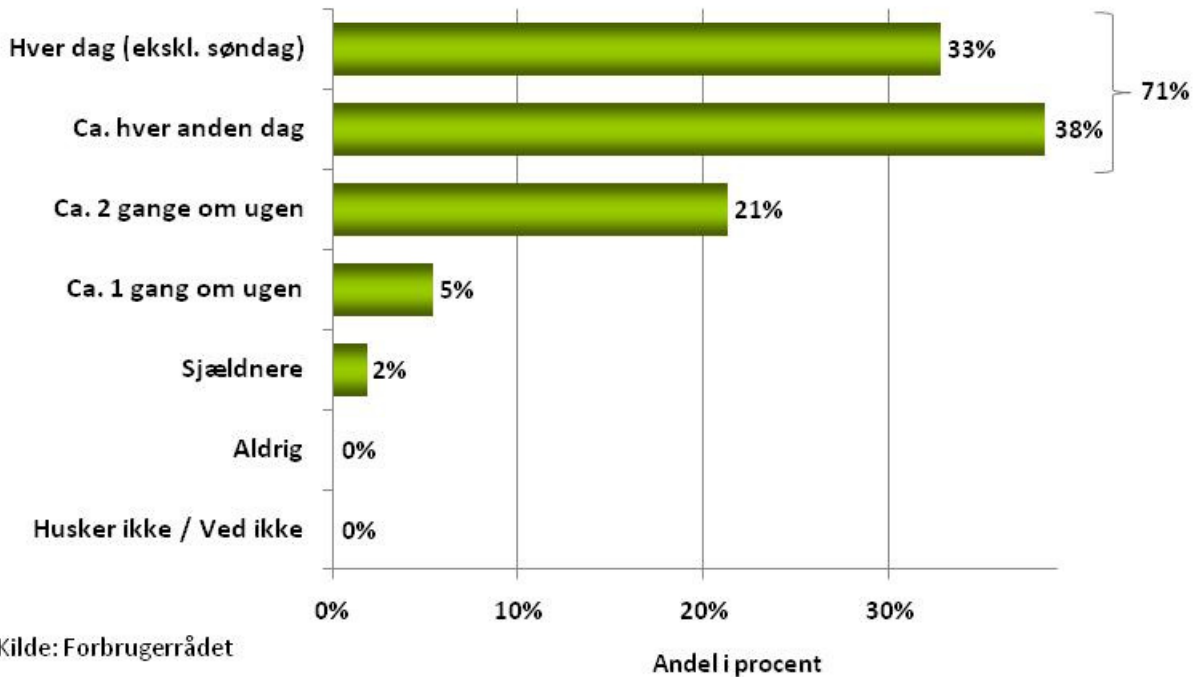


JANUAR 2010

Forbrugerpanelet om postvaner og den forestående postliberalisering

Spørgsmål 1

Hvor ofte modtager du post? *Inkl. adresserede reklamer*



Mere end $\frac{2}{3}$ af forbrugerne modtager post eller adresserede reklameforsendelser hver anden dag eller hyppigere; En tredjedel modtager endda post på samtlige omdelingsdage.

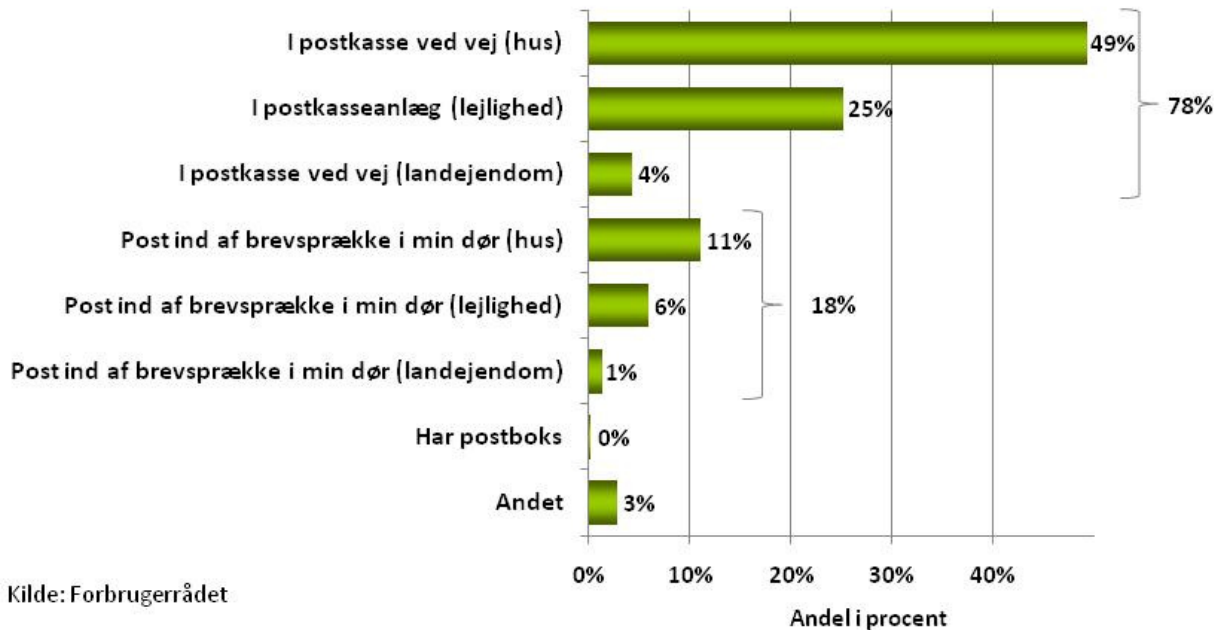
Generelt ligger hyppigheden for modtagelsen af post og adresserede reklamer højere uden for Hovedstadsområdet, hvor svagt færre end i resten af landet modtager post dagligt eller hver anden dag.

Hver tredje forbruger i hovedstaden modtager kun post ca. 2 gange om ugen eller sjældnere. I resten af landet er det hver fjerde forbruger, der modtager post med tilsvarende hyppighed, eller sjældenhed, om man vil.

JANUAR 2010

Spørgsmål 2

Hvordan modtager du din post?



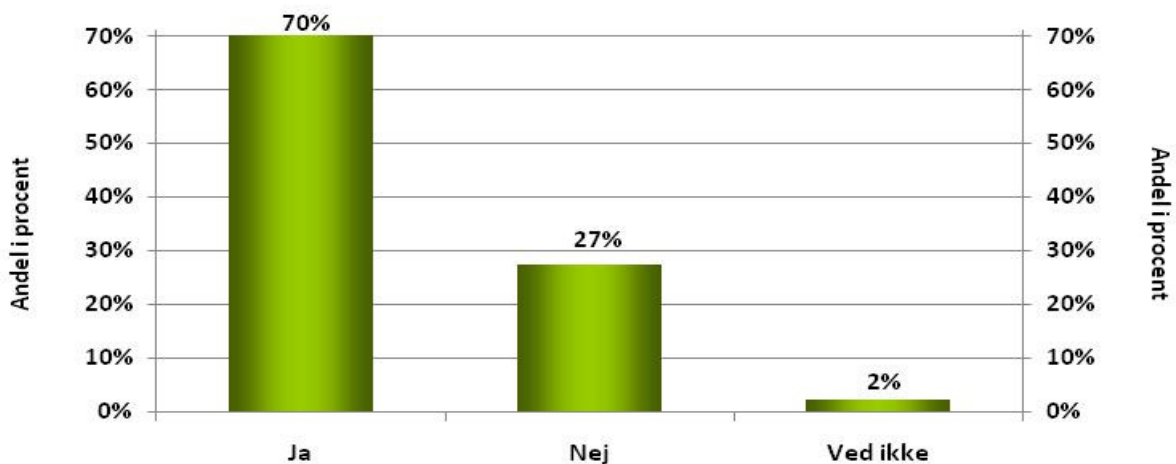
Kilde: Forbrugerrådet

Næsten fire ud af fem forbrugere modtager deres post i en postkasse/postkasseanlæg, som ligger i afstand fra indgangsdøren til deres private bopæl.

Kun knap hver femte forbruger får sin post leveret ind af brevsprækken til deres hjem. 1/3 af disse forbrugere er over 65 år, og yderligere knap 40% er mellem 51-65 år. Og, som det fremgår nedenfor, er det en service, som disse forbrugere finder vigtig.

Spørgsmål 3 – HVIS ANGIVET AT POST LEVERES IND AF BREVSPRÆKKE I SPØRGSMÅL 2 OVENFOR

Er det vigtigt, at din post leveres ind gennem brevsprækken på din egen dør (på etagen, døren i huset) frem for i postkasseanlæg / ved vejen?



Kilde: Forbrugerrådet

Generelt finder mere end $\frac{2}{3}$ af de forbrugere, som modtager deres post gennem brevsprækken på deres hoveddør, det vigtigt, at posten leveres på denne måde frem for i et postkasseanlæg eller en postkasse væk fra deres hoveddør. Af tabellen på næste side, er det tydeligt, at det især er vigtigt for de ældre generationer.

JANUAR 2010

Tabel 1

	18-30 år	31-50 år	51-65 år	Over 65 år
Ja	21%	63%	76%	81%
Nej	79%	30%	23%	19%
Ved ikke	-	8%	2%	-

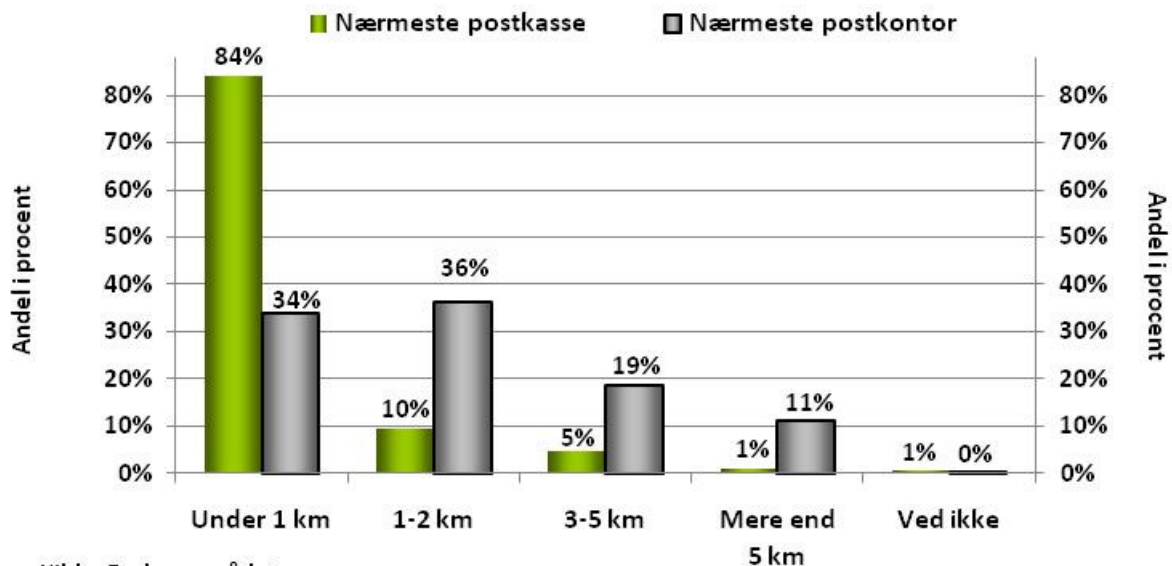
Kilde: Forbrugerrådet

Som det fremgår af tabellen, stiger vigtigheden af at få leveret post ind af egen hoveddør tydeligt med alderen.

Mens det for fire ud af fem forbrugere over 65 år er vigtigt, at posten leveres direkte ind af deres hoveddør (på etagen, døren i huset), er det blandt forbrugere mellem 18-30 år, som modtager post på etagen/ind af hoveddøren i huset, kun hver femte der mener tilsvarende.

Spørgsmål 4

Hvor langt er der fra din bolig, evt. andet typisk afsendelsessted, til nærmeste postkasse / postkontor?



Kilde: Forbrugerrådet

Et overvejende flertal af forbrugerne bor i tæt nærhed til en postkasse. Flere end fire ud af fem forbrugere har under en kilometer til nærmeste postkasse, og blot hver 20. forbruger har 3 km eller mere til en postkasse.

Postkontorerne er der dog længere til; Hvor 1/3 af forbrugerne har under 1 km til det nærmeste postkontor, skal hver femte forbruger dog regne 3 km eller længere til det nærmeste postkontor. Generelt er afstandene kortere for forbrugere i hovedstadsområdet end for forbrugere bosat uden for hovedstadsområdet.

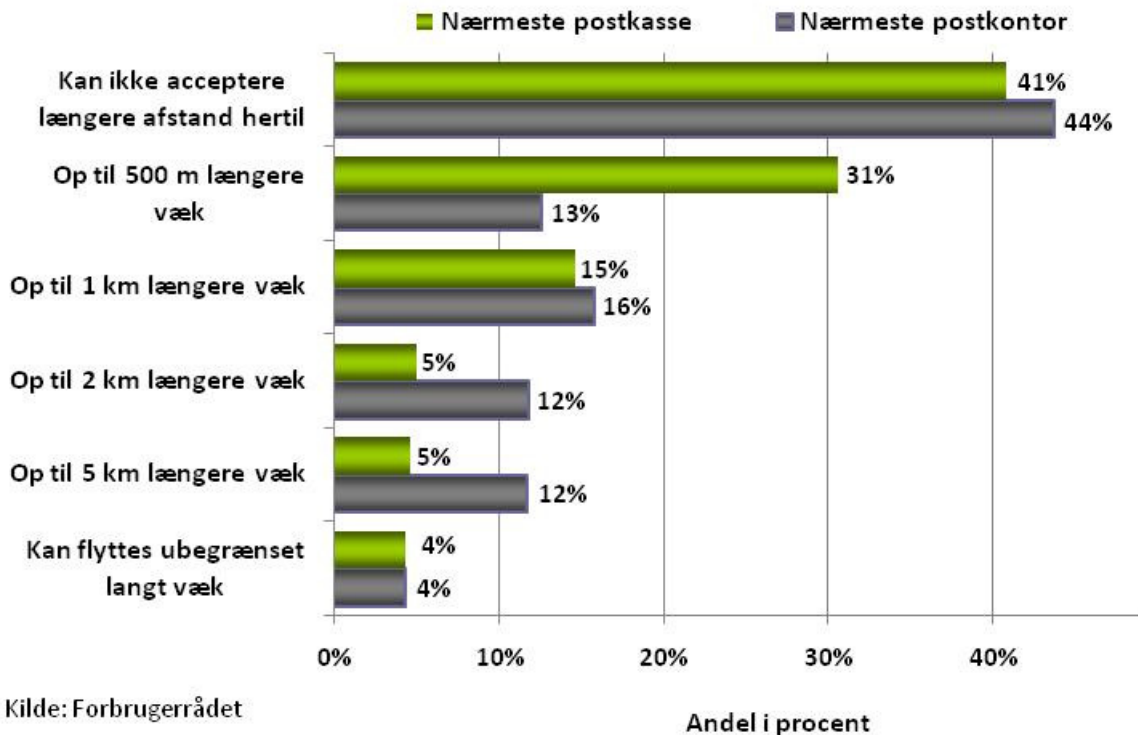
Specielt forbrugere bosat uden for hovedstadsområdet har også sværest ved at acceptere, at den nærmeste postkasse flyttes længere væk, mens bopælen ikke har nogen mærkbar betydning for hvor meget længere væk forbrugerne kan acceptere at det nærmeste postkontor flyttes.

Generelt kan 40% af forbrugerne ikke acceptere, at det nærmeste postkontor flyttes længere væk, jf. figur 5 på næste side.

JANUAR 2010

Spørgsmål 5

Hvor meget længere væk kan du acceptere, at nærmeste postkasse / postkontor flyttes?



To ud af fem forbrugere kan ikke acceptere, at afstanden til den nærmeste postkasse øges, mens tæt på hver anden forbruger dog kan acceptere, at den flyttes op til en kilometer længere væk.

Derimod kan tæt på hver anden forbruger ikke acceptere, at afstanden til det nærmeste postkontor øges, mens godt hver fjerde dog kan acceptere, at afstanden øges på op til 1 km.

Flere forbrugere kan generelt acceptere at afstanden til postkontoret frem for postkassen øges; knap hver fjerde kan leve med at postkontoret rykkes mellem 2-5 km længere væk end i dag, mens samme afstandsøgning af postkasserne kun accepteres af knap hver tiende forbruger.

At flere kan acceptere at afstanden til et postkontor frem for en postkasse øges mere end 2 km skyldes formentlig, at færre har brug for den service, som postkontorerne tilbyder, da f.eks. billetter til kulturoplevelser og regninger i vidt omfang kan bestilles direkte via internettet, og breve postes i postkasserne.

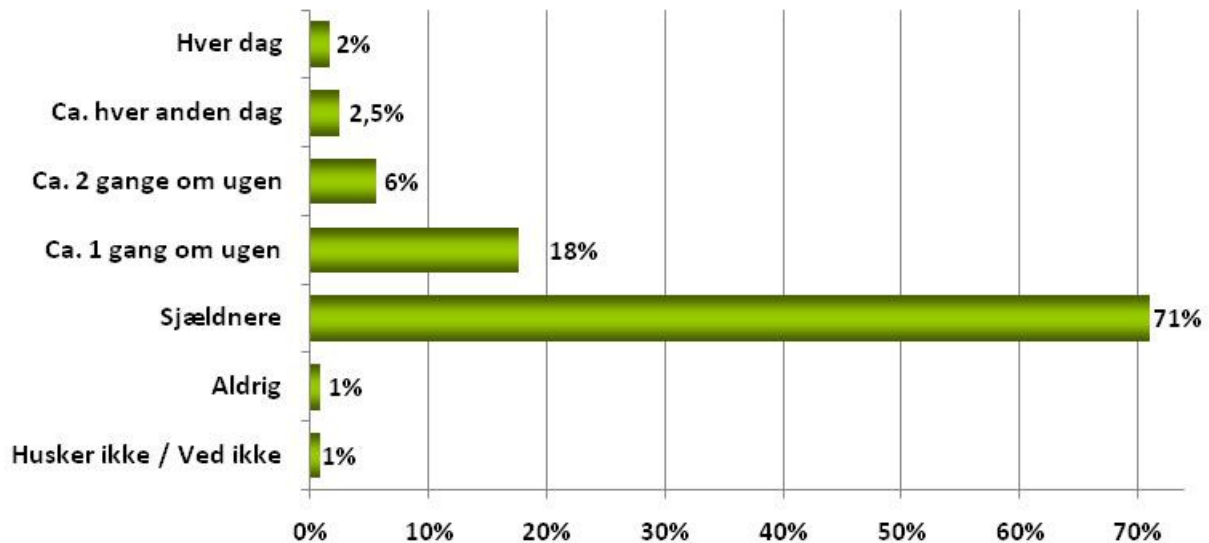
Måske ikke overraskende, er forbrugere, som selv sender post forholdsvis hyppigt (mindst én gang om ugen), mindst åbne overfor, at postkasserne, og postkontorerne) flyttes længere væk.

Tæt $\frac{3}{4}$ af forbrugerne sender kun sjældent post, jf. figur 6 på næste side.

JANUAR 2010

Spørgsmål 6

Hvor ofte sender du post?



Kilde: Forbrugerrådet

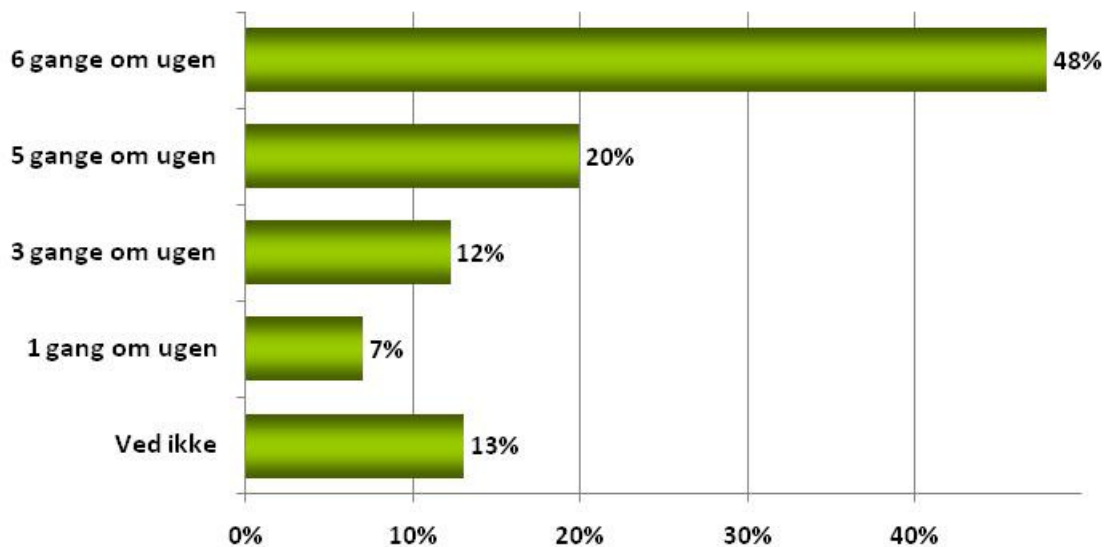
Andel i procent

Godt hver fjerde forbruger sender post en gang om ugen eller oftere, mens flertallet altså sender post sjældnere en gang om ugen.

Overordnet set har $\frac{2}{3}$ af forbrugerne, som sender post, behov for at postkasserne tømmes mindst 5 gange om ugen. Der er dog en klar tendens til, at jo hyppigere forbrugerne sender post, des mere hyppigt har de også behov for, at postkasserne tømmes.

Spørgsmål 7 – KUN FORBRUGERE, SOM HAR ANGIVET AT DE SENDER POST

Hvor ofte har du behov for, at postkassen du afleverer din post i, tømmes?



Kilde: Forbrugerrådet

Andel i procent

Blandt de forbrugere, som sender post mindst en gang om ugen, angiver knap $\frac{2}{3}$, at de har behov for, at postkasserne tømmes seks gange om ugen, mens det blandt forbrugere som sender post sjældnere end en gang om ugen, er 40% som angiver tilsvarende behov.

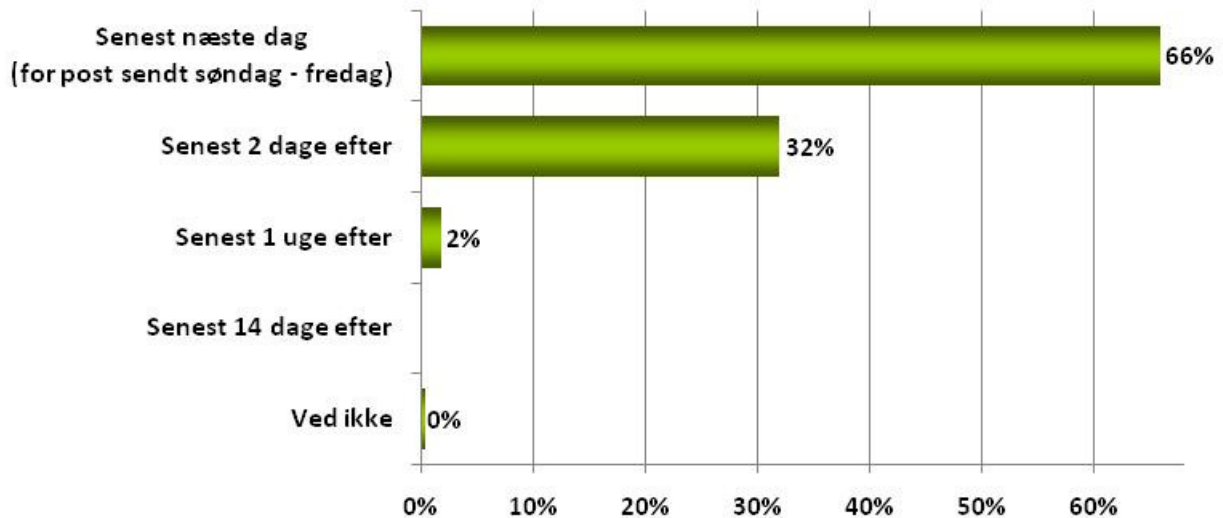
JANUAR 2010

At relativt mange forbrugere, som ikke en gang sender et brev om ugen, angiver at have et behov for næsten daglig tømning, skyldes formentligt, at man har en forventning om, at brevet skal nå frem dagen efter, og dermed at postkassen skal tømmes i en grad der kan garantere dette. Og, da behovet for at sende et brev jo kan opstå alle ugens dage, betyder det, at der opstår et behov for, at postkasserne tømmes stort set dagligt.

Dette bekræftes af svarene givet til spørgsmålet om, hvor hurtigt forbrugerne forventer, at den afsendte post skal nå frem.

Spørgsmål 8 - KUN FORBRUGERE, SOM HAR ANGIVET AT DE SENDER POST

Hvor hurtigt mener du, at almindelige breve, til en indenlandsk adresse, skal nå frem, hvis det er postet inden de nuværende tømningstidspunkter?



Kilde: Forbrugerrådet

Andel i procent

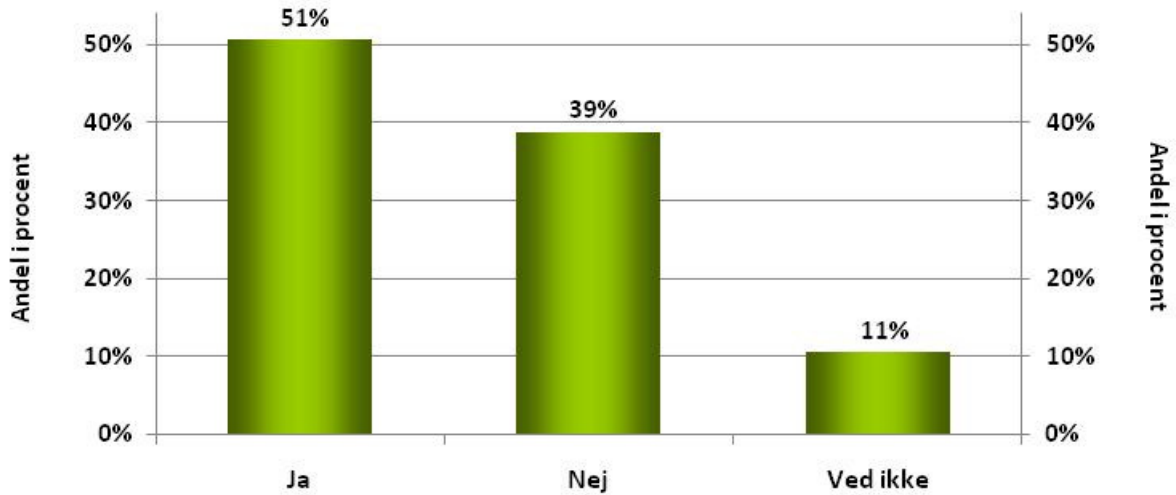
Stort set samtlige forbrugere forventer, at det afsendte brev, fra og til en indenlandsk adresse, skal nå frem inden for maksimalt to dage. Flertallet forventer, at brevet når frem dagen efter.

Hyppigheden hvormed der sendes post, har ingen betydning for forventningen om leveringstid for det afsendte.

JANUAR 2010

Spørgsmål 9 – KUN FORBRUGERE, SOM HAR ANGIVET AT DE SENDER POST

Har du nogensinde oplevet, at post du har sendt, er gået tabt?

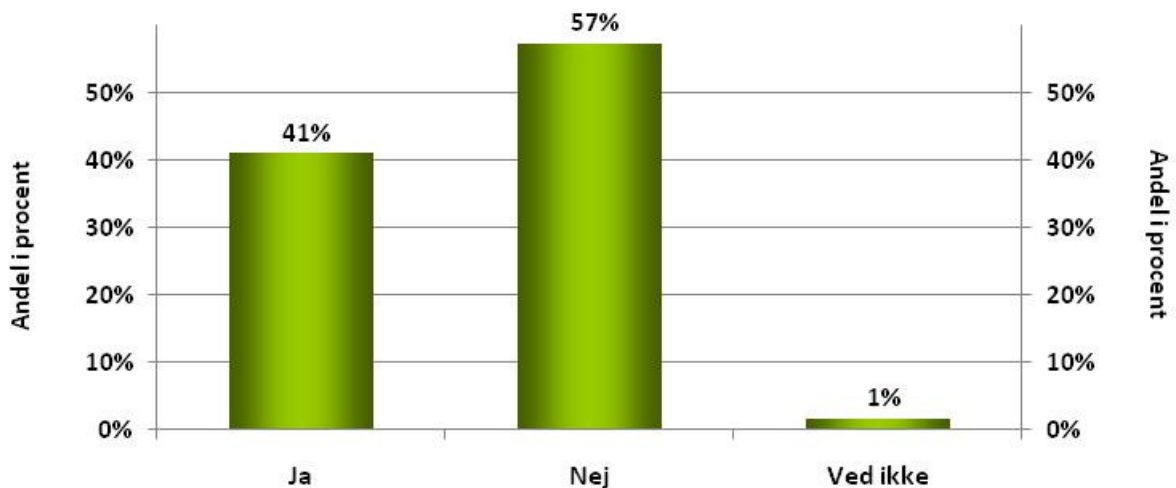


Kilde: Forbrugerrådet

Halvdelen af forbrugerne har oplevet, at post de har sendt, er gået tabt i posten, men kun hver tiende af disse forbrugere havde en postkvittering på den bortkomne forsendelse.

Spørgsmål 10 – KUN FORBRUGERE, SOM HAR OPLEVET, AT SENDT POST ER GÅET TABT

Klagede du over den bortkomne forsendelse?



Kilde: Forbrugerrådet

40% af de forbrugere, som har oplevet, at en forsendelse er bortkommet, har forsøgt at klage over dette. Af disse forbrugere, som valgte at klage, var det blot hver femte, som havde en postkvittering på den bortkomne forsendelse.

Således havde mere en $\frac{3}{4}$ af de klagende forbrugere ikke en kvittering på den bortkomne postforsendelse, og det var da også kun lige over hver tiende, som fik medhold i sin klage. Blandt de forbrugere, som klagede og havde en kvittering, fik lige over halvdelen medhold.

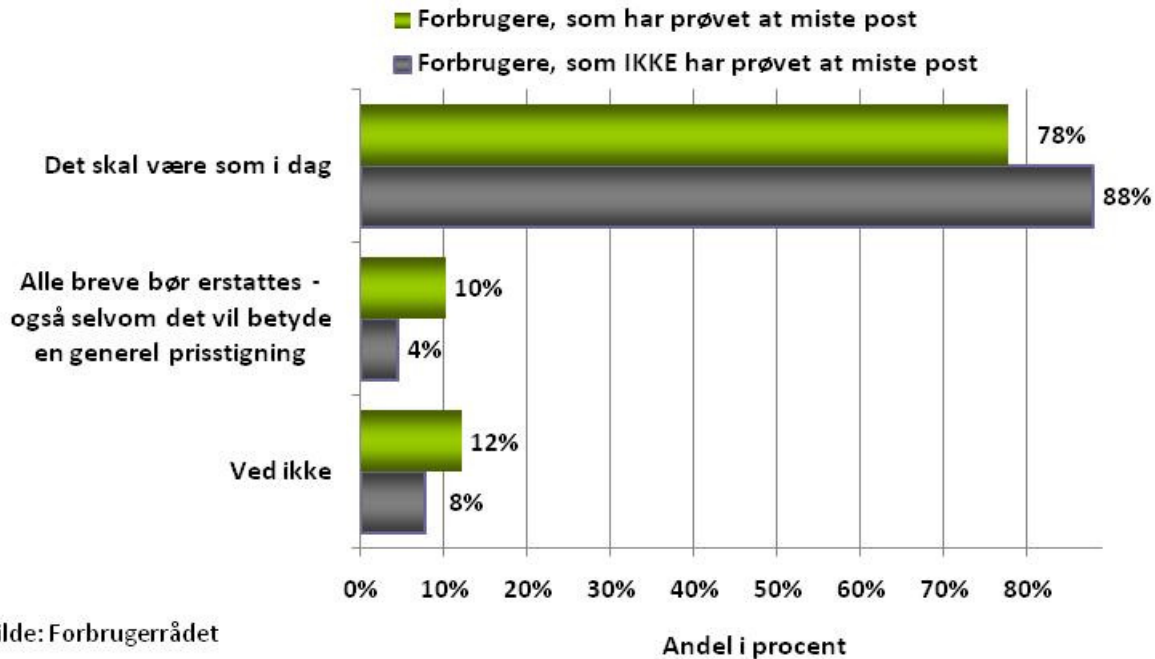
Samlet fik kun knap hver femte forbruger fik medhold i sin klage over den bortkomne forsendelse.

JANUAR 2010

Uanset om forbrugerne har oplevet, at post de har sendt er gået tabt, er de blevet bedt om at tage stilling til, om de mener, at der skal ydes erstatning for alt mistet post – selvom det kan medføre en generel prisstigning på postforsendelser.

Spørgsmål 11 – KUN FORBRUGERE, SOM HAR ANGIVET AT DE SENDER POST

Mener du, at man bør kunne få erstatning for alt mistet post, selvom det vil medføre en generel prisstigning på postforsendelser, eller skal det være som i dag, hvor man kun er dækket ved værdibreve og rekommanderet post?



Langt de fleste forbrugere mener, at reglerne for erstatning for mistet post, skal forblive som de er, hvor der kun ydes erstatning, hvis forsendelsen er sendt rekommanderet eller som værdibrev.

Blandt de forbrugere, som har prøvet at miste post, mener hver tiende, at der bør ydes erstatning for alt mistet post – også selvom det vil medføre en generel prisstigning, mens det blandt forbrugere, som *ikke* har prøvet at miste post, kun er hver 20. forbruger, der mener tilsvarende.

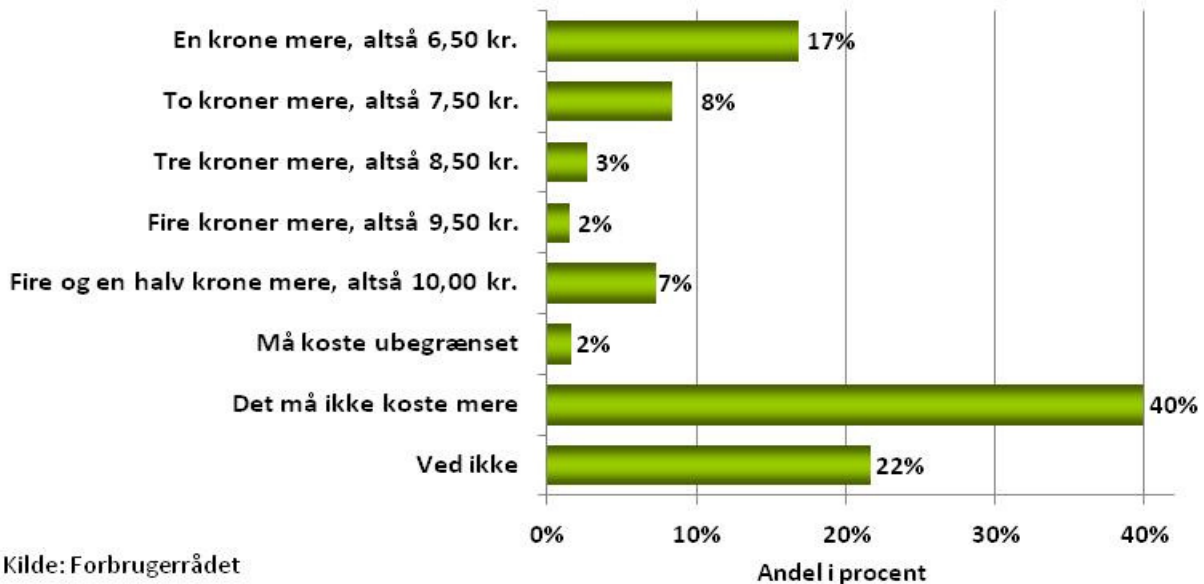
Tilslutningen til at alle breve bør erstattes, uanset det betyder en generel prisstigning, afhænger ikke af, om personen tidligere har fået medhold i sin klage over en bortkommen forsendelse. Uanset udfaldet af en klage mener blot 14% af klagerne, at alle breve bør erstattes.

Der er generelt ikke stor tilslutning til prisstigninger på postforsendelser, jf. næste side hvor forbrugernes villighed til øget betaling for at sende et almindeligt brev (op til 50 g) inden for Danmarks grænser, såvel som til lande i Europa, gengivet.

JANUAR 2010

Spørgsmål 12 – KUN FORBRUGERE, SOM HAR ANGIVET AT DE SENDER POST

Det koster i dag 5,50 kr. at sende et almindeligt brev (op til 50 g) inden for Danmarks grænser. Hvor meget mere må det koste, før du vælger ikke at sende brevet?



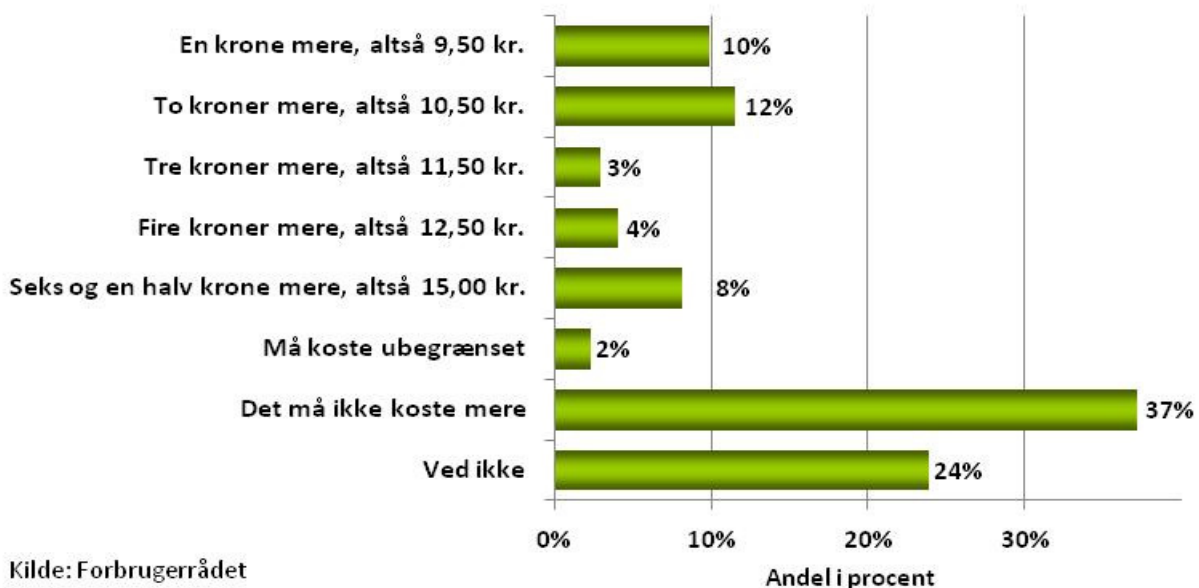
40% er ikke villige til at betale mere end de allerede betaler for at sende et almindeligt brev i dag inden for Danmarks grænser. Stiger prisen, vil de vælge ikke at sende brevet.

Hver fjerde kan acceptere en prisstigning på op til 2 kr. på indenlandske forsendelser, før de vælger ikke at sende brevet.

Stort set samme gør sig gældende for breve til Europa, om end det i dette tilfælde kun er hver femte, som vil acceptere en stigning op til 2 kr.

Spørgsmål 13 – KUN FORBRUGERE, SOM HAR ANGIVET AT DE SENDER POST

Det koster i dag 8,50 kr. at sende et almindeligt brev (op til 50 g) til et andet land i Europa. Hvor meget mere må det koste, før du vælger ikke at sende brevet?

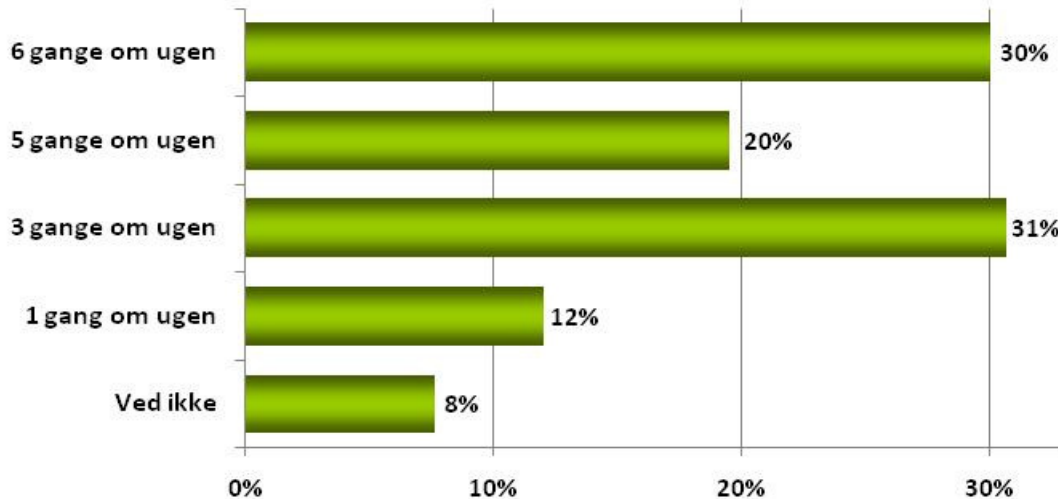


JANUAR 2010

Til trods for at de forbrugere, som sender post, i udbredt grad har behov for, at postkasserne tømmes stort set hver postdag, og for at det sendte når frem dagen efter, er behovet for at modtage post med samme hyppighed ikke lige så udtalt.

Spørgsmål 14

Hvor ofte har du behov for at modtage post?



Kilde: Forbrugerrådet

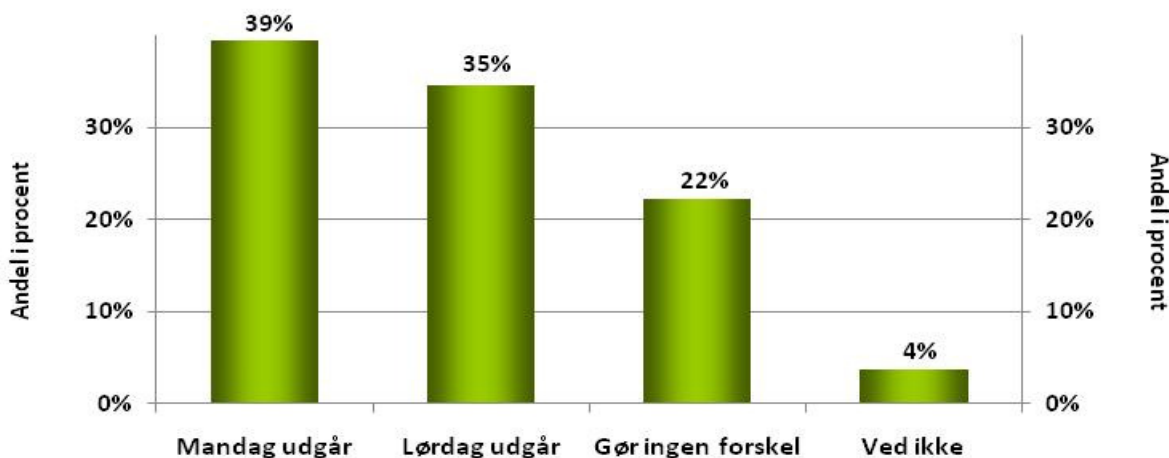
Andel i procent

Mere end $\frac{2}{5}$ af forbrugerne har maksimalt behov for at modtage post tre gange om ugen - en del heraf endda blot én gang om ugen. Halvdelen af forbrugerne angiver dog, at de har behov for at modtage post mindst 5 gange om ugen, og et flertallet heraf endda 6 gange om ugen. Forbrugernes geografiske tilhør har ingen betydning for behovet.

Hvis postomdelingen reduceres til 5 dage om ugen, er der dog ingen entydig tilslutning til, om det er mandag eller lørdag, der skal udgå.

Spørgsmål 15

Hvis postomdelingen reduceres fra 6 til 5 dage om ugen, foretrækker du da, at mandagen udgår eller at lørdagen udgår?



Kilde: Forbrugerrådet

Forbrugerne er meget delte i spørgsmålet, om end der er en svagt større tilslutning til at lade mandag udgå af postomdelingen, hvis denne reduceres til 5 dage om ugen.

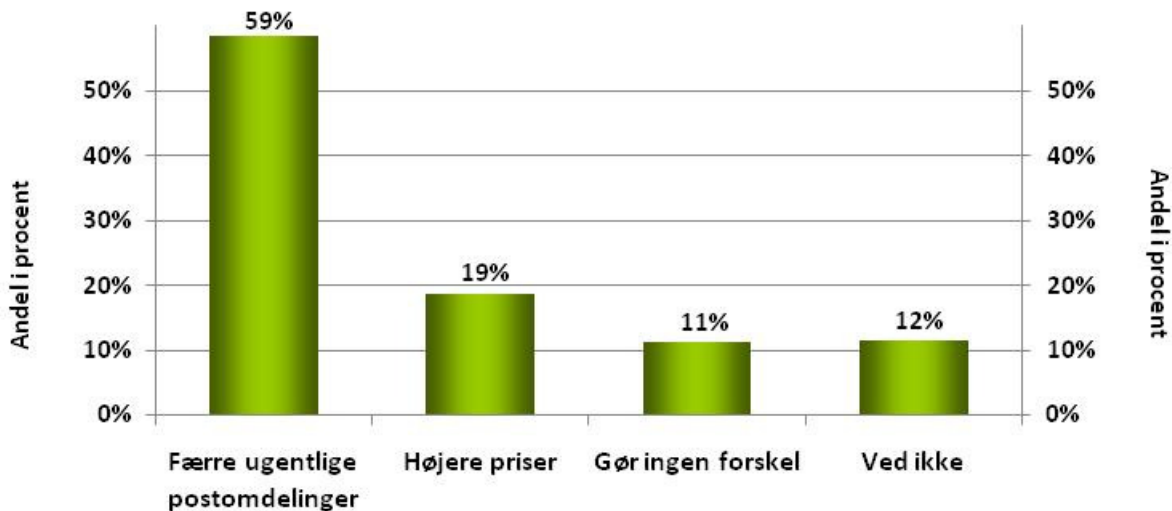
JANUAR 2010

Geografien har dog i dette tilfælde en betydning for, om man helst ser lørdag eller mandag udgå, hvis postomdelingen reduceres til 5 dage om ugen. Jyderne foretrækker at mandag udgår, mens forbrugere bosat i Hovedstadsområdet i højere grad end andre grupper ikke mener, at det gør nogen forskel, om det er lørdag eller mandag, der vil udgå.

Generelt er færre ugentlige omdelinger, frem for højere priser, at foretrække for flertallet.

Spørgsmål 16

Hvis du skulle vælge, ville du så foretrække færre postomdelinger eller højere priser på postforsendelser?



Kilde: Forbrugerrådet

Kun hver femte forbruger vil foretrække højere priser, frem for færre ugentlige omdelinger, mens det for hver tiende ingen forskel gør. I dette tilfælde er der ingen væsentlig geografisk forskel.

Forbrugernes geografiske spredning har dog lidt betydning for deres vurdering af, om det er rimeligt, at postbetjeningen er mindre hyppig i landdistrikterne, for at opveje den større omkostning der er forbundet med at omdele posten i de geografiske yderpunkter, jf. næste side.

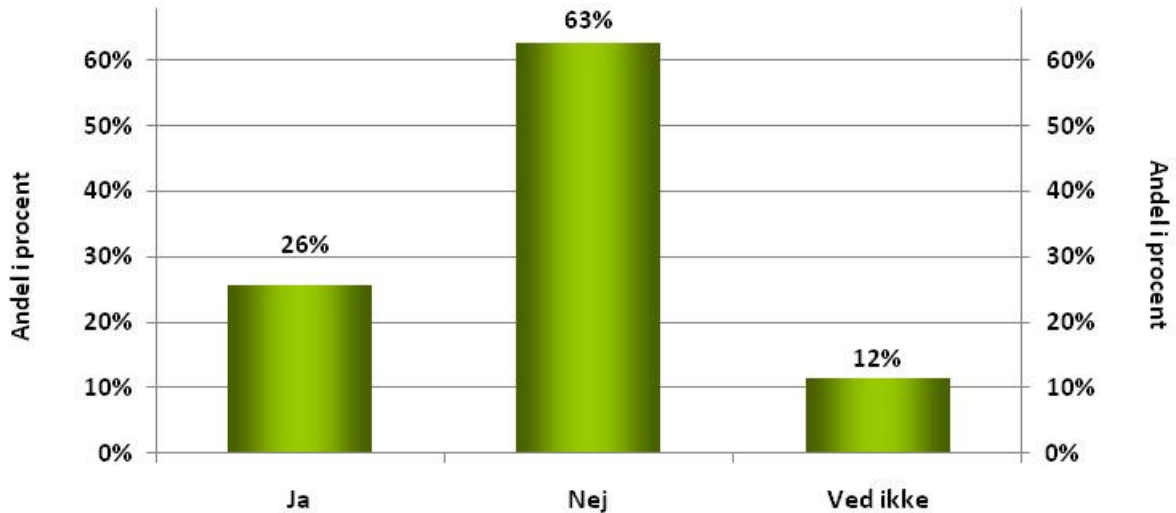
Generelt er flertallet dog imod omkostningsdifferentiering, idet næsten $\frac{2}{3}$ ikke mener, at det er rimeligt.

JANUAR 2010

Spørgsmål 17

Omkostningerne ved at omdele og afhente post i landdistrikterne er generelt højere end i byområderne.

Er det rimeligt, at afhentning og omdeling af post i landdistrikter foregår mindre hyppigt end i byerne for at opveje denne omkostningsforskel?



Kilde: Forbrugerrådet

Blandt forbrugere bosat på Sjælland (ekskl. hovedstadsområdet), Fyn og øerne finder 72% af forbrugerne det urimeligt med mindre hyppig postbetjening i landdistrikterne for at udligne de øgede omkostninger.

Blandt jyderne mener 65% det samme, mens det blandt forbrugerne i Hovedstadsområdet er 57%, der ikke mener, at det er rimeligt.

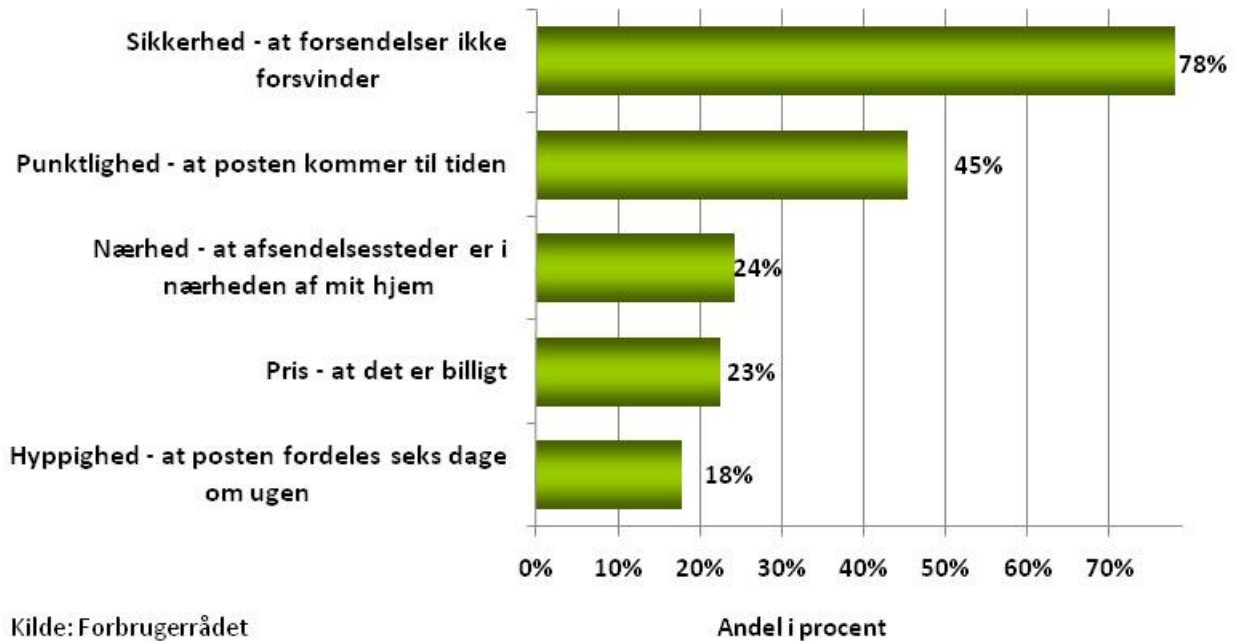
Afslutningsvis er forbrugerne blevet bedt om at angive maksimalt to egenskaber ved postvæsenet, som de finder vigtigst.

JANUAR 2010

Spørgsmål 18

Hvilke af følgende egenskaber er det vigtigst for dig, at postvæsenet besidder?

Der kan maksimalt sættes to krydser



Kilde: Forbrugerrådet

Andel i procent

De i undersøgelsen tidligere tilkendegivelser fra forbrugerne om, at de foretrækker færre ugentlige omdelinger frem for prisstigning, kan genkendes ved denne prioritering af postvæsenets vigtigste egenskaber, dog væsentlig mindre entydigt.

Hyppig postomdeling, seks dage om ugen, er den egenskab ved postvæsenet, som forbrugerne mener, er mindst vigtigt. Men kun lidt vigtigere vurderes at det er billigt, at sende posten. Da forbrugerne tidligere skulle vælge mellem de to muligheder; hyppighed eller prisbillighed, foretrak 60% det billige alternativ på bekostning af hyppigheden. Her er prioriteringen væsentlig mindre entydig.

Sikkerhed for at posten når frem, er derimod meget magtpåliggende for forbrugerne. Næsten fire ud af fem forbrugere mener, at dette er det vigtigste for postvæsenet. Punktlighed, at posten kommer til tiden, vægter også pænt hos forbrugerne.

Undersøgelsen er gennemført i perioden 5. – 21. januar 2010. Resultaterne er baseret på svar fra 943 danske forbrugere over 18 – 85 år. Data er vejet på dimensionerne alder og geografi, således at resultaterne er repræsentative for befolkningen i relation til ovenstående målgruppe.