

A close-up photograph of a hand holding a smartphone over a payment terminal. The background is a warm, golden-brown color, suggesting an indoor setting with soft lighting. The text is overlaid on the image.

SVERIGE BETALAR 2016

Svenska folkets attityder till
betalmetoder och betaltjänster



”

Genom tekniken NFC kommer vi under de närmaste åren att se en ny typ av betalningar etableras i Sverige.

BAKGRUND

Sverige är ett land i framkant när det kommer till utveckling av den digitala betalmarknaden. De senaste åren har kontanthantering minskat markant samtidigt som antalet digitala betaltjänstleverantörer har ökat. Den brittiska tidningen The Guardian kallar Sverige för "the most cash-free society on the planet".

Företagen som utvecklar de nya betaltjänsterna går ofta under benämningen "financial tech" eller "fintech". De utgör en ny industri av hungriga aktörer som etablerats på en betalmarknad som för tio år sedan kontrollerades av ett fåtal företag. Kriget om den betalande konsumenten är i full gång.

För att följa utvecklingen av den svenska betalmarknaden beslöt vi på Insight Intelligence oss för att 2013 genomföra en riksomfattande attitydundersökning om svenskarnas syn på betalningar. Ambitionen var att göra undersökningen årligt återkommande för att kunna se hur attityderna förändras över tid och vad som påverkar dessa förändringar.

Undersökningen som genomfördes 2013 var fokuserad på "det kontantlösa samhället". Vi kunde då i de öppna svaren utläsa en frustration över att möjligheterna att använda kontanter i samhället begränsats. Redan inom ramen för förra årets undersökning kunde vi se hur samma frustration hos många nu ändrat riktning och istället pekade på de situationer då man är tvungen att betala med kontanter, eftersom man så sällan har dem på sig.

Genom tekniken NFC (Near Field Communication) kommer vi under de närmaste åren att se en ny typ av betalningar etableras i Sverige. Det handlar då inte bara om kontantlösa- utan om kontaktlösa betalningar. Betalningar där vi håller vårt kort eller vår mobil mot en markerad yta/ betalterminal och "blippar" betalningen.

I årets undersökning tittar vi bland annat på hur svenskarna ser på denna teknik och hur man helst skulle vilja betala i framtiden. "Sverige betalar 2016" är genomförd i samarbete med IIS, Visa Europe, Bankgirot och SEQR.

Undersökningen är en riksrepresentativ attitydundersökning och är alltså inte baserad på faktisk användarstatistik, men den visar hur svenska folket säger sig betala och hur de ser på betalningar.



Lukas Ö Berg
VD, Insight Intelligence

INNEHÅLL

BAKGRUND	3
SAMMANFATTNING	6
OM UNDERSÖKNINGEN	8
KÄNNEDOM OCH ANVÄNDANDE	9
BETALPREFERENSER	11
BETALVANOR	14
FÖRTROENDE FÖR OLIKA BETALMETODER	17
BETALNINGAR KOPPLAT TILL KÖPTILLFÄLLE	21
BETALLÖSNINGAR OCH KUNDNYTTA	23
BETALNINGAR I FRAMTIDEN	25
SUMMERING AV RESULTAT	30
AVSLUTANDE REFLEKTIONER	32
SAMARBETET	33

SAMMANFATTNING

Från resultatet av årets undersökning kan vi konstatera att utvecklingen mot ett allt mer kontantlöst samhälle som vi sett i tidigare undersökningar håller i sig. Andelen som svarar att de använder kontanter ett par gånger i veckan eller oftare har minskat med 25 procentenheter sedan 2013, medan motsvarande ökning för betal-appar är 15 procentenheter.



Generationskillnaderna i betalvanor och betalpreferenser är stora.

Kortfattat kan man säga att äldre människor utanför storstäderna är de som främst vurmar för kontanter medan unga personer i storstäderna främst tagit till sig de nya digitala betaltjänsterna. Generationskillnaderna i betalvanor och betalpreferenser är stora, exempelvis svarar drygt åtta av tio kvinnor mellan 16 och 29 år att de använder Swish

vilket kan jämföras med motsvarande knappt tre av tio kvinnor mellan 65 och 74. Nästan var fjärde kvinna mellan 16 och 29 svarar att de använder Qliro jämfört med två procent av kvinnor mellan 65 och 74. Faktum är att unga kvinnor generellt är den målgrupp som i störst utsträckning svarar att det använder betaltjänster som Qliro, Swish och Klarna.



När det kommer till användandet av betaltjänster är Swish fortfarande i topp, och ökar. Totalt svarar 66 procent att de använder Swish idag. På andra plats kommer Klarna som 61 procent säger sig använda och på tredje plats finns Paypal med ett användande på 32 procent. Årets betaltjänstbubblare är Oliro som lanserades i december 2014 och där användandet har ökat med tio procentenheter sedan förra året. Oliro har därmed gått om Wywallet som den fjärde mest använda betaltjänsten.

Förtroendet för de mobila betalmetoderna är dock fortfarande relativt lågt. Totalt svarar drygt varannan att de har ett högt förtroende för betal-appar, vilket kan jämföras med motsvarande nästan nio av tio som har ett högt förtroende för kortbetalningar och kontanter. Däremot ökar förtroendet för betal-appar i rask takt. Sedan 2013 har andelen som anger ett högt förtroende för betal-appar ökat med 43 procentenheter.

Fakturatjänster har sett en motsatt förtroendeutveckling. Sedan 2014 då vi inkluderade fakturatjänster i

förtroendemätningen har andelen som anger ett högt förtroende för fakturor minskat med 23 procentenheter, från 86 procent till 63 procent i år. Detta förtroendetapp kan ha påverkats av de senaste årens rapportering om blufffakturer och kanske även den kritiska granskningen av faktureringsföretaget Klarna.

När vi går igenom de öppna svaren i årets undersökning kan vi se att de flesta vill ha en betaltjänst som är snabb, smidig och enkel att använda. Säkerhet är också viktigt. När vi frågar varför man är orolig att använda vissa betaltjänster är det många som svarar att de är rädda för att ens konto ska blir kapat, att kortet skall "skimmas", och att pengarna ska komma bort.

Vi ställde också två frågor om hur man främst tror att man kommer att betala om tio år respektive hur man helst skulle vilja betala om tio år. Resultaten från dessa två frågor är väldigt lika. Undantaget är kontanter som främst de äldre skulle vilja- men inte tror sig komma använda.

”

Sedan 2013 har andelen som anger ett högt förtroende för betal-appar ökat med 43 procentenheter.

OM UNDERSÖKNINGEN

Undersökningen är gjord i samarbete med IIS (Internetstiftelsen i Sverige), Visa Europe, Bankgirot och SEQR.



VISA

bankgirot



Insight Intelligence har varit övergripande ansvarig för undersökningen, koordinering av samarbetet och sammanfattning av denna rapport.

1000 svenskar mellan 16 och 74 år har under juni 2016 intervjuats genom Sifos slumpmässigt rekryterade, riksrepresentativa webbpanel. Svarsfrekvensen var 31 procent.

Samtliga diagram är uppställda i procentandelar. Vid de diagram där den totala procentsatsen överstiger 100 procent har flera svarsalternativ varit möjliga.

Undersökningen och rapporten har tagits fram i samarbete med Niklas Arvidsson, forskare på KTH och specialiserad på frågor som rör utvecklingen av betalmarknaden.

KÄNNEDOM OCH ANVÄNDANDE

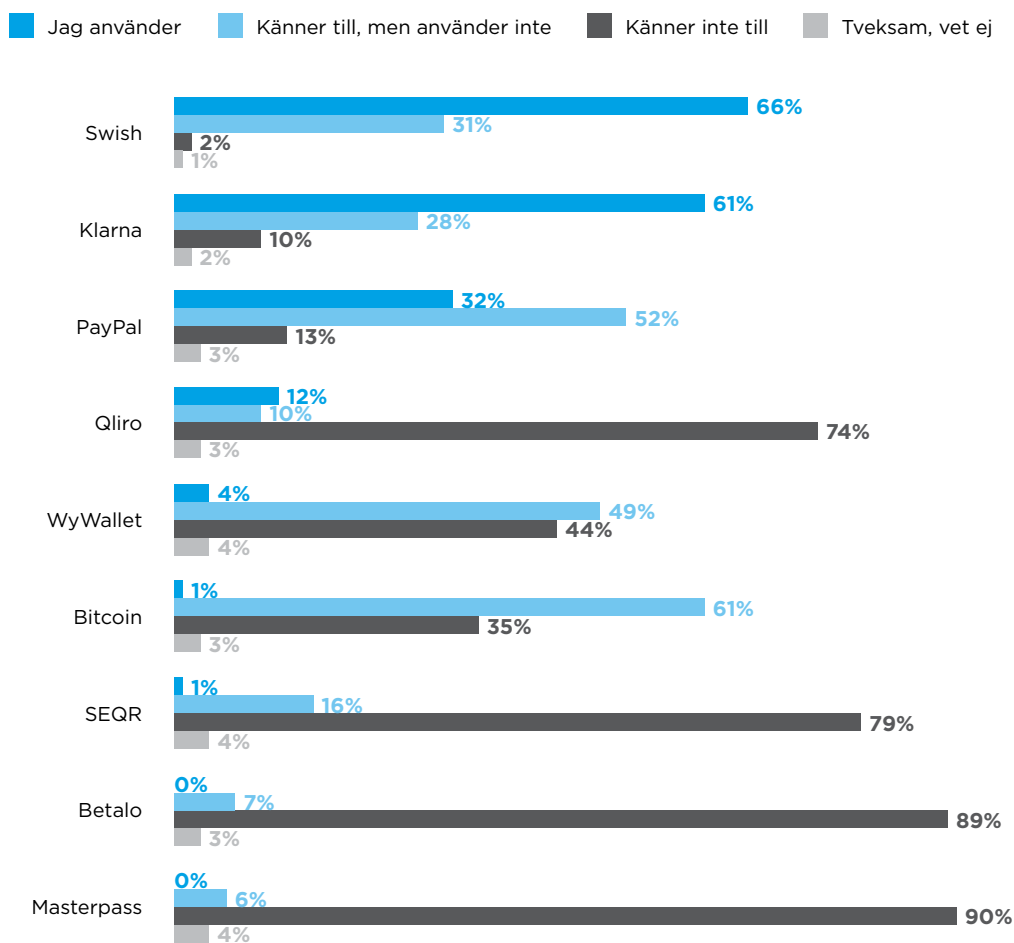
Liksom förra året är Swish den betaltjänst som flest svenskar svarar att de använder (66%).

Andelen som svarar att de använder Swish har ökat med 15 procentenheter det senaste året. Andelen som svarar att de använder Klarna har under det senaste året ökat med

13 procentenheter. Motsvarande ökning för Qliro är tio procent. Qliro, som lanserades i december 2014 har därmed gått om Wywallet som den fjärde mest använda betaltjänsten.

I VILKEN UTSTRÄCKNING ÄR DU BEKANT MED FÖLJANDE BETALTJÄNSTER?

Samtliga respondenter



När vi tittar på utvecklingskurvan för användande av de fem mest populära betaltjänsterna under de senaste åren kan vi se att Swish är den betaltjänst som ökat mest. Andelen som svarar att de använder Swish har ökat med hela 47 procentenheter

under de senaste tre åren. Wywallet är den enda av de fem betaltjänsterna där användandet har sjunkit, från sju procent 2014 till fyra procent 2016, en förändring som dock faller inom felmarginalen och inte kan säkerställas statistiskt.

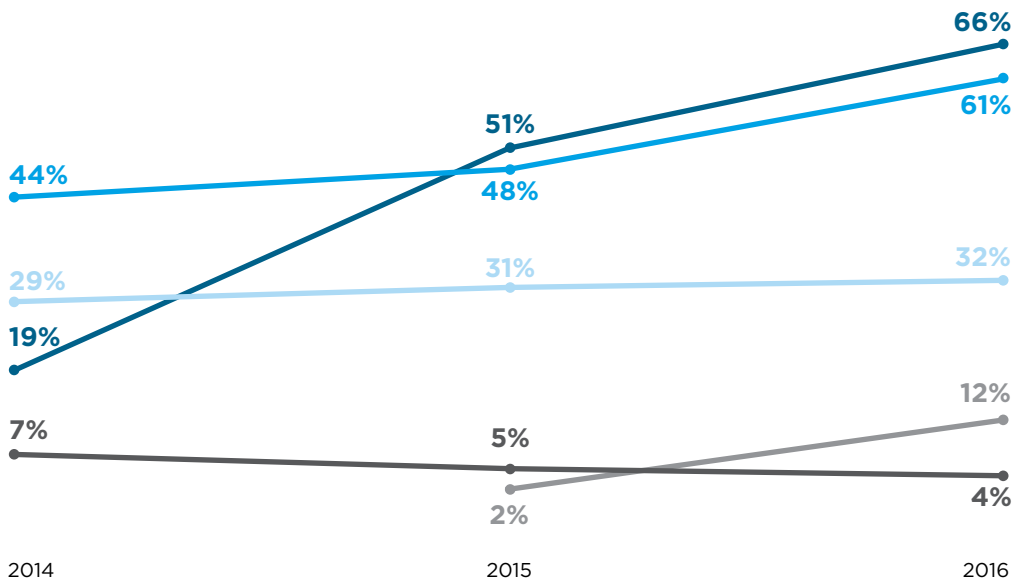


Andelen som svarar att de använder Swish har ökat med hela 47 procentenheter under de senaste tre åren.

I VILKEN UTSTRÄCKNING ANVÄNDER DU FÖLJANDE BETALTJÄNSTER?

Samtliga respondenter






Swish Klarna PayPal WyWallet Qliro



BETALPREFERENSER

När vi tittar på vem som främst använder de fem mest populära betaltjänsterna kan vi se att det i fyra fall av fem är kvinnor. Fler än åtta av tio kvinnor mellan 16 och 29 år svarar att de använder Swish (82%). Samma målgrupp är också de som i störst utsträckning använder Qliro (23%).



BETALTJÄNST	TYPANVÄNDARE
 swish®	Swish: Kvinna 16-29 år (82%) snittanvändande 66%
 Klarna	Klarna: Kvinna 30-49 år (76%) snittanvändande 61%
 PayPal	PayPal: Man 30-49 år (49%) snittanvändande 32%
 Qliro	Qliro: Kvinna 16-29 år (23%) snittanvändande 12%
 wywallet	WyWallet: Kvinna 50-64 år (7%) snittanvändande 4%



Förutom att analysera de demografiska bakgrundsvariablerna ville vi ta reda på vilken betaltjänst man främst föredrar om man får svara själv, så vi ställde en öppen fråga.

Av svaren kan vi se att Swish i enlighet med tidigare resultat framträder som den mest populära betaltjänsten, följt av Klarna.

VILKEN ÄR DIN FAVORITBETALTJÄNST?

Exempel på öppna svar (totalt 900 st)



Vi ställde också en följdfråga om varför man föredrar sina respektive favoritbetal tjänster. Det mest framträdande ordet i de 872 svaren är säkerhet. Många nämner också snabbhet och smidighet som viktiga egenskaper. Att hitta en formel för den ultimata betal tjänsten baserat på

vad folk föredrar är dock svårt eftersom man prioriterar olika. För vissa är det viktigare att ha alla utgifter uppställda i fakturaformat i slutet av månaden, för andra är det viktigast att i realtid kunna se hur mycket man har på sitt konto och att pengarna dras direkt vid betaltillfället.

VARFÖR FÖREDRAR DU DEN BETALTJÄNSTEN SOM DU ANGAV I FÖREGÅENDE FRÅGA?

Exempel på öppna svar (totalt 872 st)

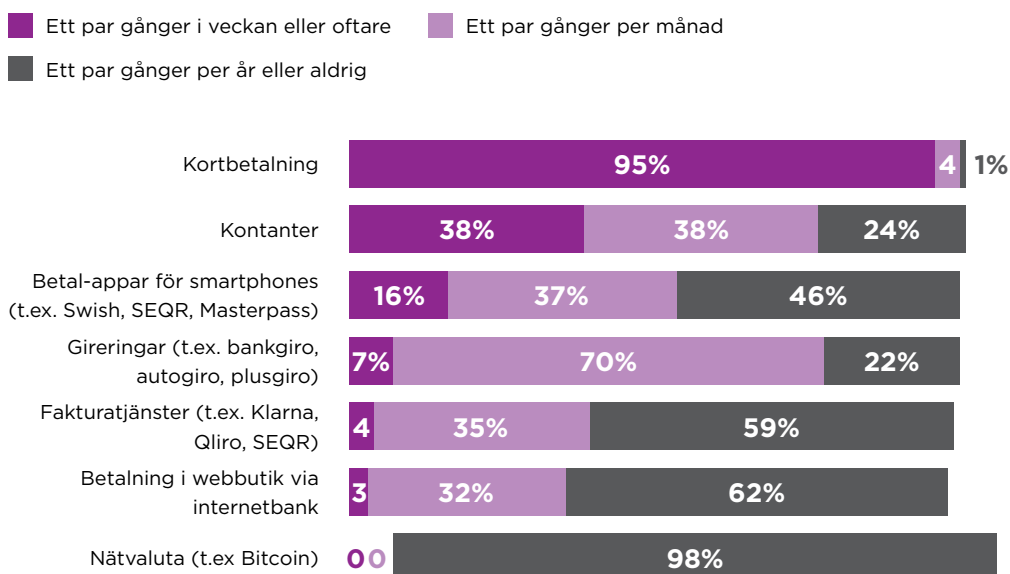
- ” Man vet vad man har betalat, inga dolda utgifter, inga årsavgifter, ingen it-säkerhets-risk. (kontanter)
- ” Jag bestämmer själv hur mycket pengar det finns på kontot, det finns ingen kredit som någon felaktigt eller med vilje kan utnyttja. (betalkort)
- ” För att man slipper göra banköverföringar som kan ta lång tid och vara meckiga när det gäller 2 olika banker. (Swish)
- ” Det känns som att arbetet med säkerheten kring kortbetalning har kommit längst. (kort)
- ” Jag får koll på alla utgifter på en och samma faktura. (kreditkort)

BETALVANOR

De betalmetoder som svenskarna använder mest frekvent är kortbetalning och kontanter. Kort används främst av kvinnor mellan 16 och 29 år medan kontanter främst används av män mellan 65 till 74 år. De betalmetoder som används minst frekvent är fakturatjänster och betalning i webbutik via internetbank. Nätvaluta tycks knappt användas alls.

HUR OFTA ANVÄNDER DU FÖLJANDE BETALMETODER?

Samtliga respondenter

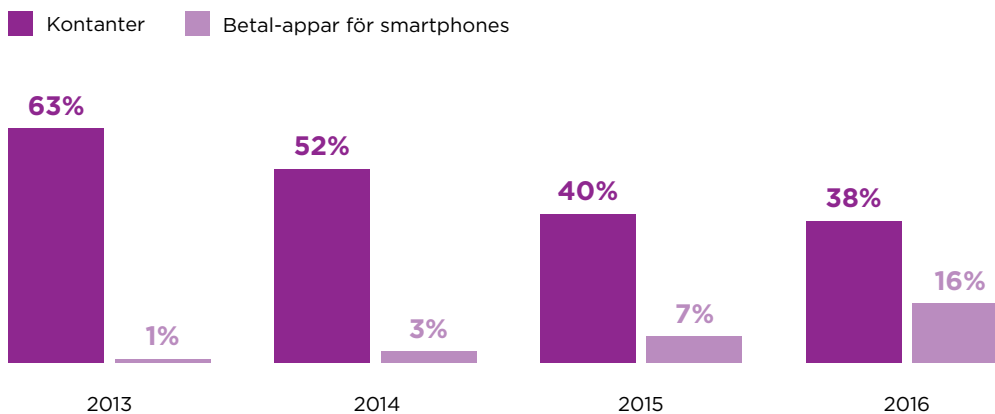


När vi jämför med resultat från tidigare års motsvarande undersökningar kan vi se hur det frekventa användandet av kontanter minskar samtidigt som användandet av betal-appar för smartphones ökar. Andelen som svarar att de använder kontanter ett par gånger i veckan eller oftare har minskat med 25 procentenheter sedan 2013. Motsvarande ökning för betal-appar är

15 procentenheter. Stockholmarna är de som i minst utsträckning svarar att de använder kontanter frekvent. Kontantanvändandet är som vi kunnat konstatera i tidigare rapporter en generationsfråga, exempelvis svarar var femte man mellan 65 och 74 år att de använder kontanter dagligen (20%) jämfört med motsvarande tre procent av män mellan 16 och 29 år.

BETALNING ETT PAR GÅNGER I VECKAN ELLER OFTARE

Samtliga respondenter



” Andelen som svarar att de använder kontanter ett par gånger i veckan eller oftare har minskat med 25 procentenheter sedan 2013. Motsvarande ökning för betal-appar är 15 procentenheter.

Anammandet av de nya digitala betaltjänsterna är också en generationsfråga. Exempelvis svarar nio av tio unga kvinnor att de har bank-ID (90%) jämfört med

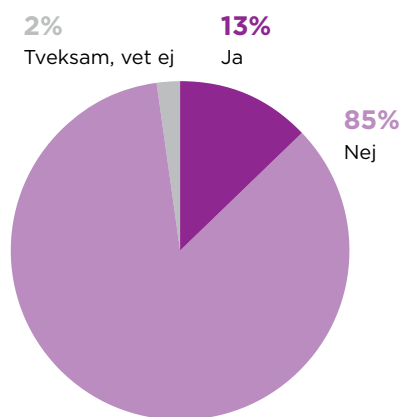
motsvarande drygt varannan bland de äldre (52%). Av de personer som har mobilt bank-ID svarar 21 procent att de använder betal-appar ett par gånger i veckan.

De flesta betalningar till vänner görs lokalt. Samtidigt går flera av de nya nya betaltjänsterna att använda globalt. För att få en bild av i vilken utsträckning utlandsbetalningar genomförs och på vilket sätt frågade vi om man någon gång under det senaste halvåret betalat till en vän i ett annat land och hur man då gjort det. 13 procent svarar att de någon gång under de senaste halvåret gjort det. Det är främst unga män i storstäderna.

Av dessa betalningar har majoriteten genomförts via banköverföringar (63%). Sju procent har genomförts via mobiltelefon.

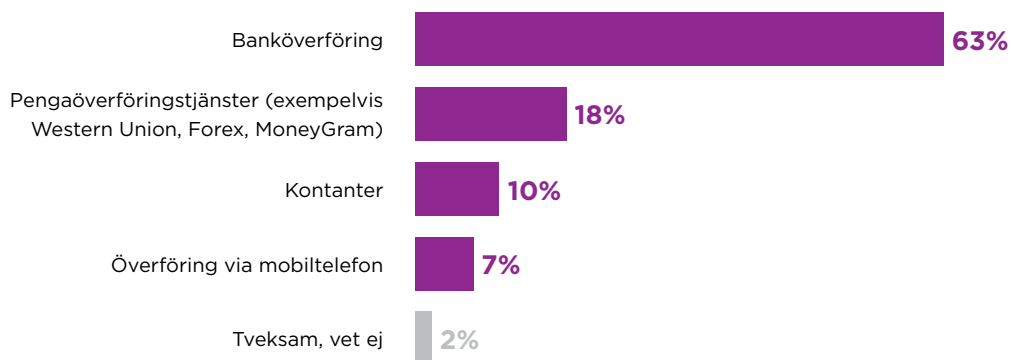
HAR DU NÅGON GÅNG UNDER DET SENASTE HALVÅRET BETALAT TILL EN PRIVATPERSON I ETT ANNAT LAND?

Samtliga respondenter



VILKEN METOD HAR DU FRÄMST ANVÄNT FÖR BETALNING TILL EN PRIVATPERSON I ETT ANNAT LAND?

Andel av de 13 procent som svarat att de under det senaste halvåret betalat till en privatperson i ett annat land.



FÖRTROENDE FÖR OLIKA BETALMETODER

Utvecklingen som vår undersökning visar på där kontanter används allt mindre och betal-appar används allt mer bekräftar rörelsen mot ett kontantfritt samhälle.

En viktig påverkansfaktor i denna utveckling är allmänhetens förtroende för digitala betaltjänster. Sedan 2013 har förtroendet för betal-appar ökat markant med 43 procentenheter.

Precis som med annan teknikutveckling är de unga mer positiva och har ett större förtroende för betal-appar än äldre. De yngsta respondenterna anger i högst utsträckning att de har ett högt förtroende för betal-appar (65%) medan de äldsta i lägst utsträckning svarar att de har det (27%). De äldsta är också i mer än dubbelt så hög utsträckning oroliga för att använda betal-appar ur ett säkerhetsperspektiv (45%) än de yngsta (21%).

Trots att betal-appar är den betalmetod som ökar mest i förtroende är förtroendet för kontanter fortfarande betydligt högre (87%), men också mer stabilt. De nya digitala betaltjänsterna är mer känsliga för plötsliga förtroendetapp. Rapporteringar i media om exempelvis bedrägerier, tekniska fel eller bristande säkerhetsrutiner kan snabbt rasera förtroendet för digitala betaltjänster medan motsvarande rapportering om exempelvis förfalskade sedlar inte har lika stor påverkan på förtroendet för kontanter. Förutom teknisk säkerhet är förtroendet för betal-lösningar med andra ord även en fråga om vana och inarbetning.

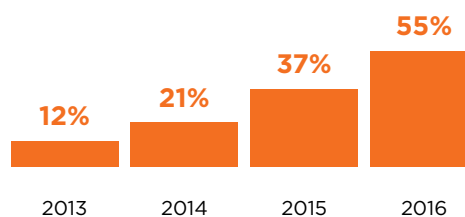
”

De yngsta respondenterna anger i högst utsträckning att de har ett högt förtroende för betal-appar (65%) medan de äldsta i lägst utsträckning svarar att de har det (27%).

HÖGT FÖRTROENDE FÖR BETAL-APPAR

Samtliga respondenter

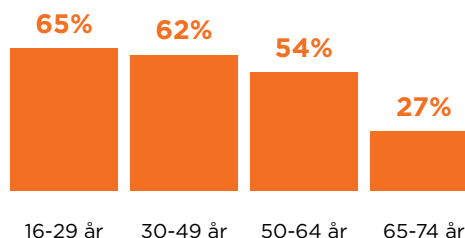
Stablarna i diagrammet visar högt förtroende vilket motsvarar 4-5 på en femgradig skala



HÖGT FÖRTROENDE FÖR BETAL-APPAR

Samtliga respondenter

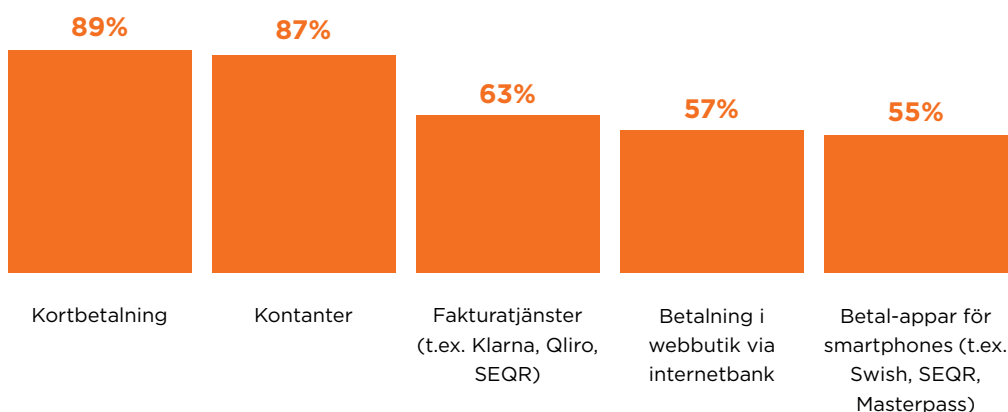
Stablarna i diagrammet visar högt förtroende vilket motsvarar 4-5 på en femgradig skala



HÖGT FÖRTROENDE FÖR OLIKA BETALMETODER

Samtliga respondenter

Stablarna i diagrammet visar högt förtroende vilket motsvarar 4-5 på en femgradig skala

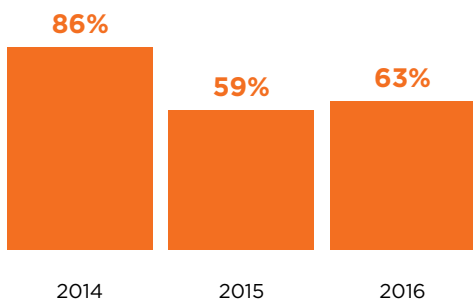


Andelen som har ett högt förtroende för fakturabetalningar har minskat med 23 procentenheter sedan 2014. Detta förtroendetapp skulle kunna ha påverkats av de senaste årens rapportering om bluffakturor och kanske även den kritiska granskningen av faktureringsföretaget Klarna.

HÖGT FÖRTROENDE FÖR FAKTURABETALNINGAR

Samtliga respondenter

Stablarna i diagrammet visar högt förtroende vilket motsvarar 4-5 på en femgradig skala



Trots att andelen som anger ett högt förtroende för betal-appar har ökat de senaste åren är 29 procent oroliga att använda dem ur ett säkerhetsperspektiv. När det kommer till nätvalutor som exempelvis Bitcoin är nästan varannan respondenter orolig (47%). Gireringar är den betalningsmetod som folk är minst oroliga att använda. Var fjärde säger sig vara orolig för att använda kort (24%) vilket är förvånande då det är det mest populära betalmedlet idag som 95 procent använder varje vecka eller oftare. Säkerhetsoron kopplat till kortbetalningar har sannolikt påverkats av rapporteringen om olika "skimming" och kortbedrägerier som blivit vanligare de senaste åren.

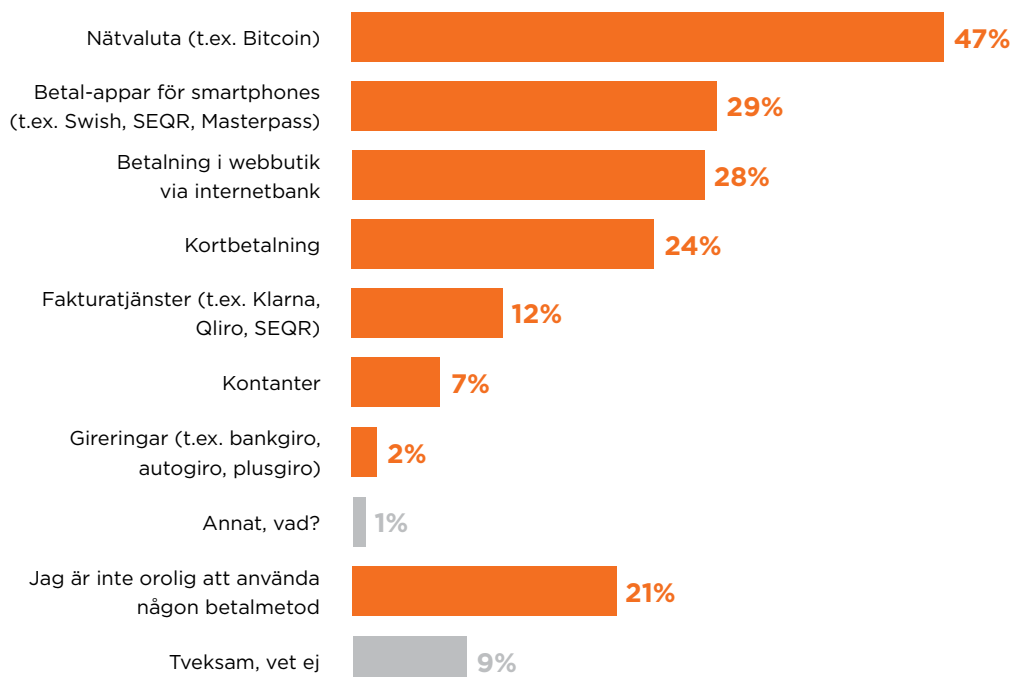
”

Trots att andelen som anger ett högt förtroende för betal-appar har ökat de senaste åren är 29 procent oroliga att använda dem ur ett säkerhetsperspektiv.



VILKEN/VILKA BETALMETODER ÄR DU OROLIG ATT ANVÄNDA UR ETT SÄKERHETSPERSPEKTIV? (FLERA SVARSALTERNATIV MÖJLIGA)

Samtliga respondenter



För att få en bättre förståelse för vad oron kopplad till olika betalmetoder bottnar i ställde vi en följdfråga som helt enkelt löd: "Varför är du orolig att använda den/de betalmetoder som du angav i föregående fråga?" Svaren genomsyras av oron för att ens kontonummer

eller kortnummer ska kvas. I vissa fall förklaras oron med att man inte förstår de nya betalmetoderna och att man inte vet var pengarna tar vägen. Vissa hänvisar oron till rapportering om det i media.

VARFÖR ÄR DU OROLIG ATT ANVÄNDA DEN/DE BETALMETODER SOM DU ANGAV I FÖREGÅENDE FRÅGA?

Exempel på öppna svar (totalt 633 st)

- ” Jag tycker inte om att betala saker via mobilen. Vet inte vad som händer om jag tappar bort den/får den stulen. (nätvaluta samt betal-appar för smartphones)
- ” Jag tror att de flesta online-betalningar kan hackas, egentligen även våra banker online, men de traditionella kanalerna känns ändå mer säkra. (nätvaluta samt betal-appar för smartphones)
- ” Jag är orolig för att andra skall komma åt mina kontouppgifter. (betal-appar för smartphones samt betalning i webbutik via internetbank)
- ” Jag har ingen koll på vad pengarna tar vägen. (kortbetalning, betal-appar för smartphones, betalning i webbutik via internetbank samt nätvaluta)
- ” Jag förstår inte de nya betalmöjligheterna. (kontanter, kortbetalning, gireringar)
- ” Svårt att få hjälp om något skulle gå fel vid betalning med Bitcoin, vem skulle jag ringa? (nätvaluta)

BETALNINGAR KOPPLAT TILL KÖPTILLFÄLLE

I diagrammet över vilka betalmetoder som föredras vid olika köptillfällen kan vi se att kortbetalning nästan är helt dominerande vid butiksköp med belopp över 100 kr (91%) samt vid restaurangbesök (82%). Lika dominerande ställning har gireringar i samband med hyra och räkningar (80%).



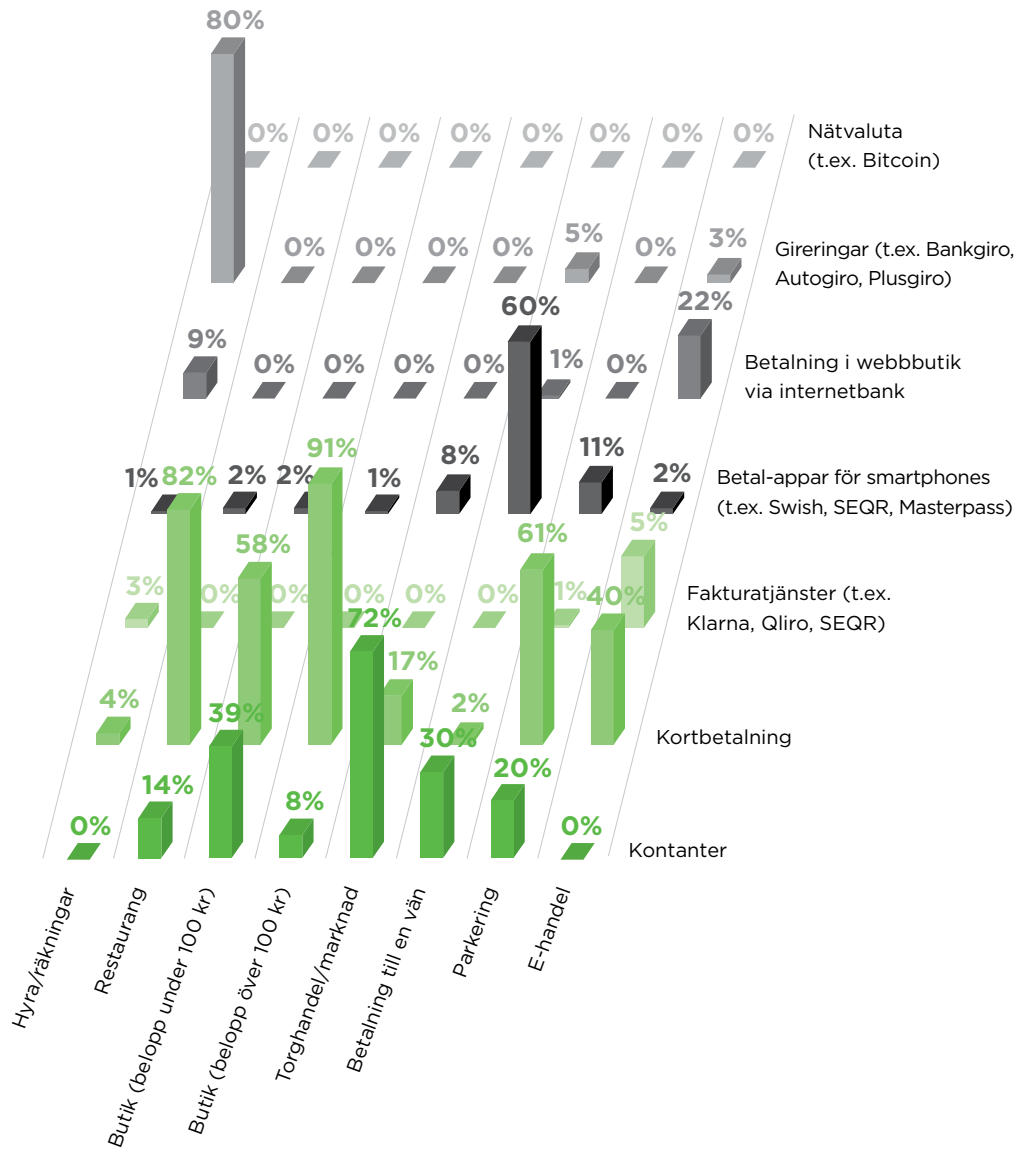
Hela sex av tio (60%) föredrar betalappar vid betalning till en vän.

I förra årets undersökning kunde vi se en tydlig "Swish-effekt" då betalappar visade sig vara den vanligaste betalmetoden när det kom till betalningar till en vän (43%). Denna position har stärkts ytterligare i år.

Hela sex av tio (60%) föredrar betalappar vid betalning till en vän. Betal-appar har även ökat något i samband med torghandel (8%). Vid torghandel är kontanter dock fortfarande den dominerande betalmetoden (72%).

VID VILKA BETALTILLFÄLLEN FÖREDRAR DU RESPEKTIVE BETALMETOD?

Samtliga respondenter



BETALLÖSNINGAR OCH KUNDNYTTA

Det finns just nu fler aktörer än någonsin som tävlar om den betalande konsumenten.

Hos dessa aktörer är det viktigt att hålla örat mot gatan för att kunna förstå vad konsumenterna efterfrågar och hur de resonerar när det kommer till betallösningar. Vi ställde ett par frågor för att ta reda på hur man ser på kundnytta kopplat till betallösningar.

Vi började med en fråga kopplad till registrering och lagring av information. Det är en fråga som både kan ses som negativ ur ett digitalt integritetsperspektiv såväl som smidigt ur ett konsumentperspektiv. Majoriteten av samtliga respondenter svarar att de ser fördelar med lagring av kortuppgifter för att

förenkla kommande betalningar. Smidighet i betalningen ses som den främsta fördelen (39%) följt av snabbhet (28%). 36 procent ser dock inga fördelar med denna tjänst.

”

Majoriteten av samtliga respondenter svarar att de ser fördelar med lagring av kortuppgifter för att förenkla kommande betalningar.

MÅNGA E-HANDLARE OCH BETAL-APPAR ERBJUDER MÖJLIGHETEN ATT REGISTRERA OCH SPARA DINA KORTUPPGIFTER FÖR ATT FÖRENKLA KOMMANDE BETALNINGAR. VILKA FÖRDELAR SER DU MED DENNA TJÄNST? (FLERA SVARSALTERNATIV MÖJLIGA)

Samtliga respondenter



Att betala med sin mobil kan antingen ses som en risk eller en säkerhet. Å ena sidan finns en risk att tekniken inte fungerar eller att batteriet dör, å andra sidan finns den digitala plånboken alltid sparad och tillgänglig som en backup om andra betalmedel skulle slås ut eller försvinna. När vi frågade visar det sig att det är fler som

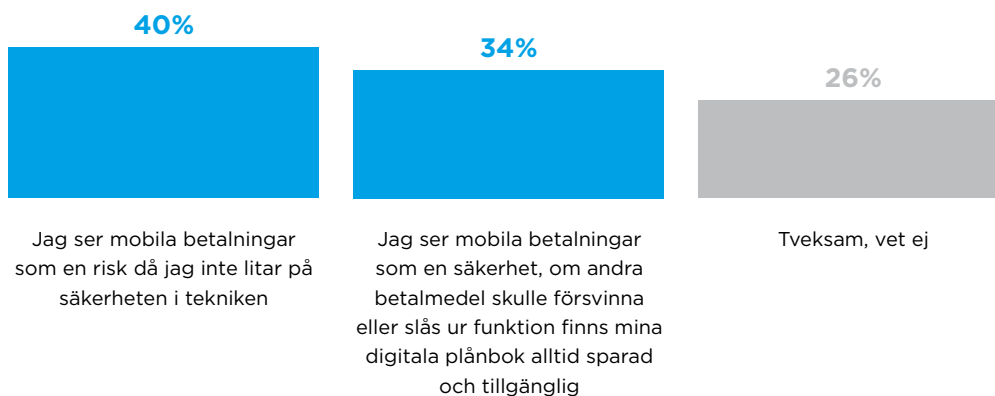
ser mobila betalningar som en risk (40%) än det är som ser det som en säkerhet (34%). Var fjärde svarar att de inte vet (26%). De yngsta respondenterna svarar i mer än dubbelt så stor utsträckning (46%) än de äldsta (21%) att de ser mobila betalningar som en säkerhet.



” De yngsta respondenterna svarar i mer än dubbelt så stor utsträckning än de äldsta att de ser mobila betalningar som en säkerhet.

VILKET AV FÖLJANDE PÅSTÅENDEN STÄMMER BÄST ÖVERENS MED DIN SYN PÅ MOBILA BETALNINGAR?

Samtliga respondenter



BETALNINGAR I FRAMTIDEN

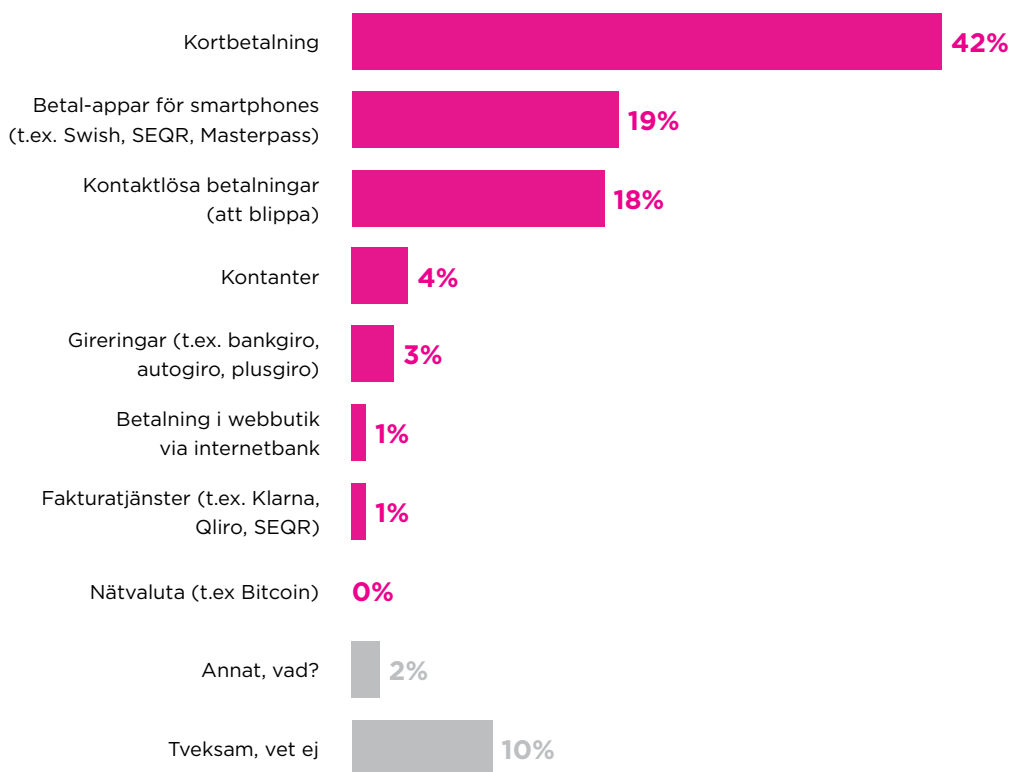
Hur vi kommer att betala i framtiden styrs av en rad olika faktorer såsom teknikutveckling, politiska beslut, avgifter för olika betalmetoder, datasäkerhet och annan infrastruktur för betalningar. Konsumenternas efterfrågan är också en avgörande faktor. Vi ställde ett par frågor om synen på betalningar i framtiden.

Vi började med att fråga om hur man tror att man främst kommer att betala om tio år. Det vanligaste svaret är kortbetalningar (43%). På andra plats kommer betal-appar (19%) följt

av kontaktlösa betalningar (18%). Endast fyra procent tror att de främst kommer att betala med kontanter.

VILKEN BETALMETOD TROR DU ATT DU KOMMER ATT ANVÄNDA DIG MEST AV OM 10 ÅR?

Samtliga respondenter



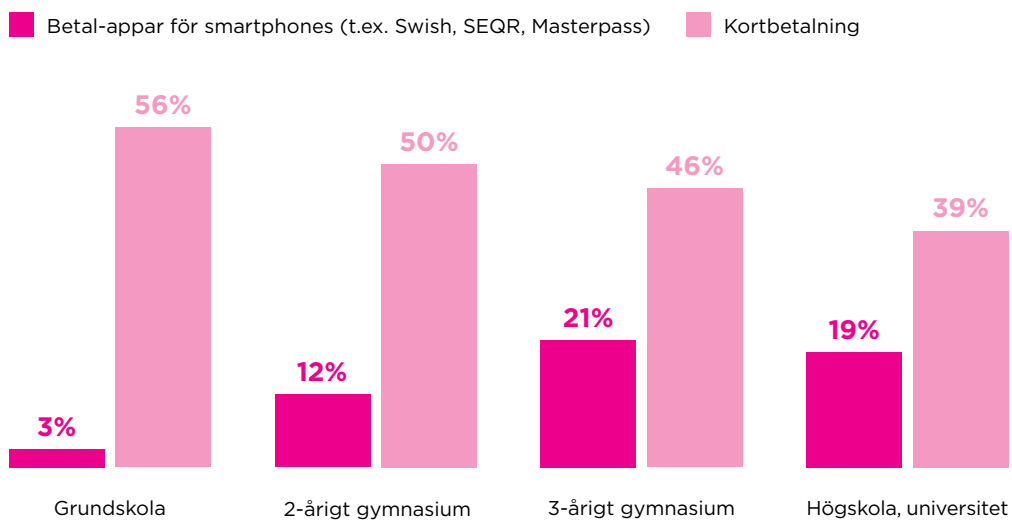
När vi tittar närmare på resultatet ser vi bland annat att det skiljer sig beroende på utbildningsnivå. De med grundskoleutbildning tror i större utsträckning (56%) än de med eftergymnasial utbildning (39%) att de

kommer att betala med kort. Samtidigt tror de med eftergymnasial utbildning i större utsträckning (19%) än de med grundskoleutbildning (3%) att de främst kommer att använda betal-appar.



VILKEN BETALMETOD TROR DU ATT DU KOMMER ATT ANVÄNDA DIG MEST AV OM 10 ÅR?

Samtliga respondenter

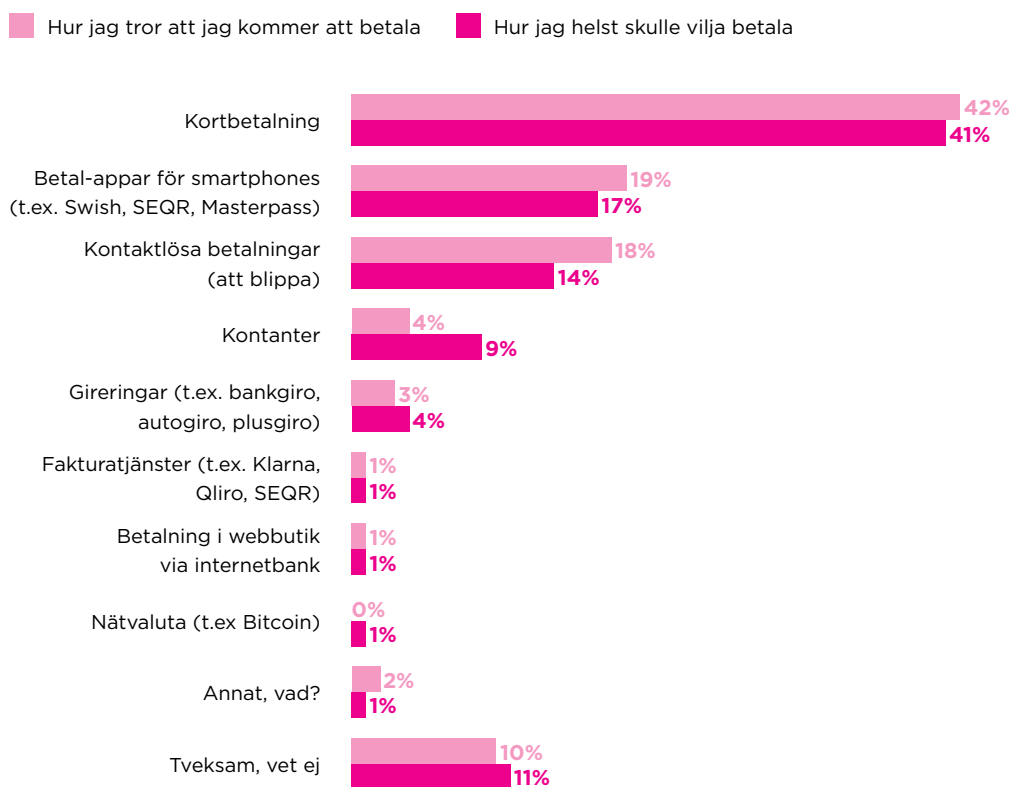


När vi ställde en följdfråga om vilken betalmetod man helst skulle vilja använda sig av om tio år kan vi se att det inte skiljer sig anmärkningsvärt mot hur man tror att man kommer att betala. Den största skillnaden finns i viljan att betala med kontanter (9%)

och andelen som tror att det kommer att göra det (4%). I de öppna svaren finns en del som betonar svårigheten att förutse betalmetoder 10 år från nu eftersom man för tio år sedan inte kunnat föreställa sig de betalmetoder som finns idag.

FRÄMSTA BETALMETODEN OM 10 ÅR?

Samtliga respondenter



Ett nytt begrepp är på väg att etableras i betalsammanhang, att "blippa". Det kan dels handla om att öppna en dörr genom att hålla en nyckelring mot en markerad yta, men det handlar också om kontaktlösa betalningar i form av kort och mobiltelefoner. Man kan "blippa" sitt SL-kort i Stockholms tunnelbana eller "blippa" sina varor i kassan på ICA.

Att "blippa" kräver ingen pin-kod. Tekniken är baserad på NFC (Near Field Communication) som många förutspår kommer att öka markant under de närmaste åren, framförallt när det kommer till betalningar med mindre belopp. Vi frågade hur man ser på att använda kontaktlösa kort, det vill säga att "blippa".



Det är fler som ser det som positivt (29%) än det är som ser det som negativt (21%). Var fjärde svarar att de inte visste att man kan betala så (26%) och nästan lika många är tveksamma (24%). De yngsta respondenterna svarar i mer än dubbelt så hög utsträckning att de är positiva (39%) än de äldsta (17%).

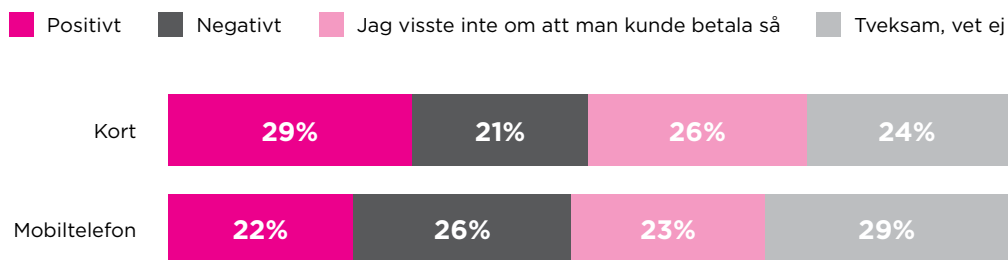
Förutom att "blippa" med ett kontaktlöst kort kan man också göra kontaktlösa mobilöverföringar via sin mobiltelefon. Allt fler mobiltelefoner får stöd för NFC som möjliggör "mobilblippandet". SEQR, Apple och Google är exempel på företag

som satsar på NFC. I USA, Europa och även i Sverige har det mobila "blippandet" börjat etableras vid betalning i butik. Vi ställde också frågan om hur man ser på denna typ av kontaktlösa betalningar via sin mobiltelefon.

22 procent är positiva, det vill säga något färre än de som är positiva till kontaktlösa kort. Det är något fler som är tveksamma till "mobilblippande" än "kortblippande" vilket kan bero på att det inte är etablerat på samma sätt. Överlag syns dock inga större skillnader i synen på "blippande" via kort eller mobil.

HUR SER DU PÅ ATT ANVÄNDA DIG AV KONTAKTLÖSA BETALNINGAR VIA KORT ELLER MOBILTELEFON (ATT BLIPPA), DET VILL SÄGA ATT MAN ENDAST HÅLLER SITT KORT/MOBIL MOT EN BETALTERMINAL?

Samtliga respondenter



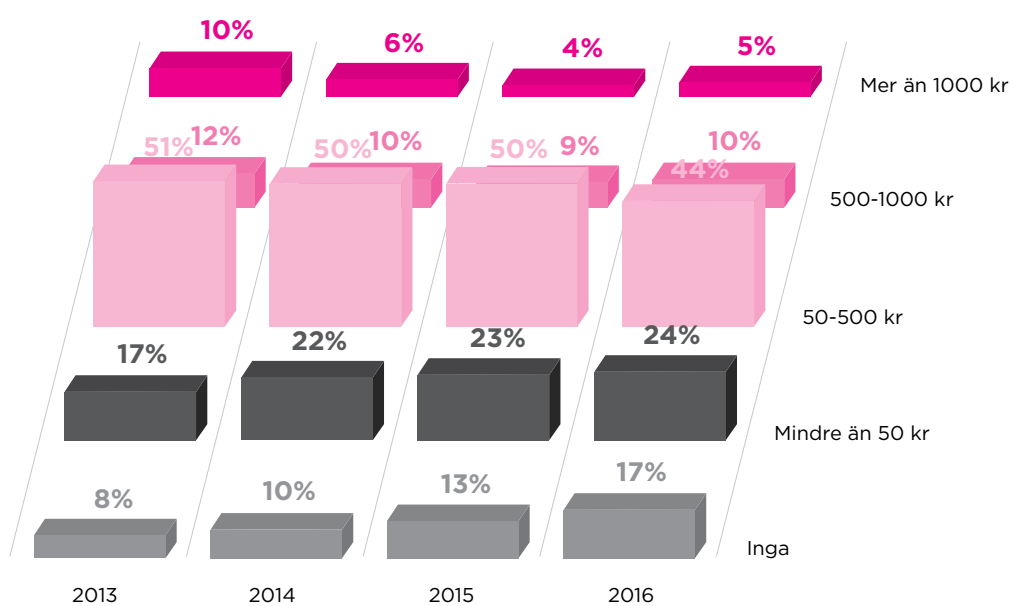


Precis som i tidigare år avslutade vi årets undersökning med att fråga hur mycket kontanter man har på sig dagen för intervjutillfället. Av diagrammet kan vi se att andelen som inte har några kontanter på

sig har ökat med nio procentenheter sedan 2013. Vi kan också se att det är fler som har mindre kontantbelopp på sig idag än för tre år sedan samtidigt som det är färre som bär på större belopp.

HUR MYCKET KONTANTER HAR DU PÅ DIG IDAG?

Samtliga respondenter



SUMMERING AV RESULTAT



SWISH ÄR DEN SNABBAST VÄXANDE BETALTJÄNSTEN NÄR DET KOMMER TILL ANVÄNDANDE

Andelen som svarar att de använder Swish har ökat med 15 procentenheter det senaste året. När vi tittar på utvecklingskurvan för användande av de fem mest populära betaltjänsterna under de senaste åren kan vi se att Swish är den betaltjänst som ökat mest. Andelen som svarar att de använder Swish har ökat med hela 47 procentenheter under de senaste tre åren.



NÄSTAN INGEN ANVÄNDER DIGITALA NÄTVALUTOR

98 procent av samtliga respondenter svarar att de sällan eller aldrig använder sig av digitala nätvalutor som exempelvis Bitcoin. Nästan varannan (47%) svarar också att de är oroliga att använda nätvalutor ur ett säkerhetsperspektiv.



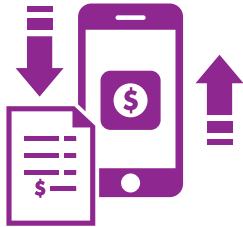
ANVÄNDANDET AV KONTANTER FORTSÄTTER ATT MINSKA MEDAN ANVÄNDANDET AV BETAL-APPAR ÖKAR

Det frekventa användandet av kontanter minskar samtidigt som användandet av betal-appar för smartphones ökar. Andelen som svarar att de använder kontanter ett par gånger i veckan eller oftare har minskat med 25 procentenheter sedan 2013. Motsvarande ökning för betal-appar är 15 procentenheter.



UNGA KVINNOR ANVÄNDER I STÖRST UTSTRÄCKNING DE NYA BETALTJÄNSTERNA

När vi tittar på vem som främst svarar att de använder de fem mest populära betaltjänsterna kan vi se att det i fyra fall av fem är kvinnor. Bland kvinnor mellan 16 och 29 år svarar fler än åtta av tio att de använder Swish (82%). Samma målgrupp är också de som i störst utsträckning använder Oliro (23%).



FÖRTROENDET FÖR BETAL-APPAR ÖKAR MEDAN FÖRTROENDET FÖR FAKTURATJÄNSTER MINSKAR

Sedan 2013 har förtroendet för betal-appar ökat markant med 43 procent. Sedan 2014 har förtroendet för fakturabetalningar minskat med 23 procentenheter. En förklaring till detta kan vara de senaste årens mediala rapportering om bluffakturor.



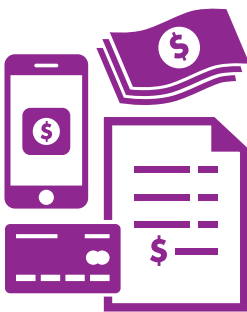
NÄSTAN VAR TREDJE SVENSK ÄR OROLIG FÖR ATT ANVÄNDA BETAL-APPAR

Trots att andelen som anger ett högt förtroende för betal-appar har ökat de senaste åren är 29 procent oroliga att använda dem ur ett säkerhetsperspektiv. När det kommer till nätvalutor såsom exempelvis Bitcoin är nästan varannan respondent orolig (47%).



STOR ORO FÖR KAPNING AV KORT OCH KONTON

I de öppna svaren på frågan om varför man är orolig att använda olika betalmetoder är många svar kopplade till kontokapning, skimming och bedrägeri. För en del grundar sig oron i att man inte förstår hur de nya betaltjänsterna fungerar och att man inte är säker på att pengarna kommer fram.



SKILLNADER I BETALPREFERENSER FRÄMJAR EN DIVERSIFIERAD BETALMARKNAD

Säkerhet, snabbhet, smidighet och bekvämlighet är ord som flest använder när de förklarar varför de föredrar sin favoritbetaltjänst. Att hitta en formel för den ultimata betaltjänsten baserat på vad folk föredrar är dock svårt eftersom man prioriterar olika. För vissa är det viktigare att ha alla utgifter uppställda i fakturaformat i slutet av månaden, för andra är det viktigast att kunna se i realtid hur mycket man har på sitt konto och att pengarna dras direkt vid betaltillfället.



SVENSKARNA FÖRSIKTIGT POSITIVA TILL ATT "BLIPPA"

Ett nytt begrepp är på väg att etableras i betalsammanhang, att "blippa". Det handlar om kontaktlösa betalningar genom kort och mobiltelefoner. Det är fler som ser det som positivt att "blippa" med ett betalkort (29%) än det är som ser det som negativt (21%). Var fjärde svarar att de inte visste att man kan betala så (26%) och nästan lika många är tveksamma (24%).

AVSLUTANDE REFLEKTIONER

Personlig information är känslig att dela med sig av till olika företag. I hanterandet av människors privatekonomi verkar betaltjänstleverantörer i en förtroendebransch.



”

Liksom vårdinstitutioner verkar banker och de aktörer som förvaltar våra pengar i en förtroendebransch.

På frågan om varför man är orolig att använda olika betalmetoder förekommer ordet "känns" 69 gånger. Även om en betaltjänst rent teknisk är säker och detta kan påvisas, handlar det ändå mycket om känslor. Tekniken är ny och många, framför allt äldre har inte förstått alla nya betalmetoder och betaltjänster än vilket skapar en känsla av osäkerhet.

I en förtroendebransch är egenskaper som transparens, lyhörddhet och personlig service viktig. Om man har fått en falsk sedel eller om ens betalkort slutat fungera kan man kontakta sin bank som kan hjälpa en och även kompensera eventuella förluster. Det är en trygghet som är etablerad under många år. En annan undersökning som vi på Insight Intelligence tagit fram om digital integritet visar att banker är den företagsgrupp som folk har störst förtroende för när det kommer till hanterandet av privat information digitalt.

Denna känsla av trygghet och förtroende som bankerna har etablerat saknas för många av de nya betaltjänsterna. Eftersom de flesta nya betaltjänsterna är väldigt säkra att använda bottenar alltså osäkerheten ofta i en magkänsla. Att etablera förtroende tar tid, men det går snabbare hos yngre. Den yngre generationen har större förståelse- och förtroende för de nya betaltjänsterna. Unga idag använder allt fler plattformar för betalningar medan de äldre känner sig allt mer begränsade på betalmarknaden.

Hur kommer de äldres attityd till mobila betalningar att förändras framöver? Vilka betaltjänster kommer att skapa störst förtroende bland konsumenterna och hur kommer etablerandet av kontaktlösa betalningar att påverka betalmarknaden i Sverige? Vi på Insight Intelligence följer utvecklingen med spänning.

SAMARBETET



INSIGHT INTELLIGENCE

Insight Intelligence är en analys- och kommunikationsbyrå. Vi hjälper företag, myndigheter och organisationer att definiera förändringar och attityder i sin omvärld. Vi arbetar med att analysera, paketera och kommunicera dessa insikter internt och/eller externt. Vårt arbete innefattar allt från kund- och medlemsundersökningar till bredare opinions- och attitydundersökningar. Insight Intelligence är ett systerföretag till pr-byrån StrandbergHaage.



IIS

Internetstiftelsen i Sverige, IIS är en oberoende allmännyttig organisation som verkar för en positiv utveckling av internet i Sverige. Vi ansvarar för internets svenska toppdomän .se, med registrering av domännamn samt administration och teknisk drift av det nationella domännamnregistret. Intäkterna från affärsverksamheten finansierar en rad olika satsningar, till exempel Bredbandskollen, skoltävlingen Webbstjärnan, Internetfonden och Internetmuseum.



VISA

Visa Inc. (NYSE: V) är ett globalt teknikföretag som möjliggör snabba och säkra elektroniska betalningar mellan konsumenter, företag, finansiella institutioner och myndigheter i över 200 länder. Vi tillhandahåller ett av världens mest avancerade nätverk för betalningsprocesser - VisaNet - vilket har kapaciteten att hantera mer än 65 000 transaktioner per sekund, samt skyddar konsument mot bedrägerier och ger handlare betalningsgaranti. Visa är ingen bank och ger inte ut kort, krediter eller beslutar om avgifter för konsumenter. Visas innovationer gör det möjligt för finansiella institutioner att erbjuda sina kunder större valmöjligheter: att betala direkt med debetprodukter, på förhand med pre-paid eller senare på kredit.



BANKGIROT

Bankgirot är ett europeiskt clearinghus med uppdrag att leverera marknadsledande lösningar inom betalområdet som ökar kundernas konkurrenskraft. Som det enda clearinghuset för massbetalningar i Sverige har Bankgirot en central roll i den svenska betalningsinfrastrukturen och hanterar den stora merparten av denna typ av betalningar. Genom att varje dag se till att mer än 50 miljarder kronor hamnar exakt där de ska bidrar Bankgirot till att kostnaderna sänks och att riskerna minskar men inte minst till att den svenska ekonomin fungerar.



SEQR

SEQR gör det möjligt för alla som har en smartphone att betala i butik, restaurang, parkeringen och webben, skicka och ta emot pengar gratis, ansluta kundklubbar, samla alla kvitton digitalt och ta del av erbjudanden direkt i mobilen. SEQR tillhandahålls av Seamless, en av världens ledande leverantörer av betalsystem för mobiltelefoner. Grundat 2001 och verksamt i 30 länder hanterar Seamless årligen över 3,1 miljarder transaktioner genom 525 000 aktiva försäljningsställen. Det är Seamless egenutvecklade transaktionsplattform som utgör grunden för SEQR.





Insight Intelligence AB

Tegnérgatan 34
113 59 Stockholm
info@insightintelligence.se

Tel: +46 8 410 129 00