

# DET KONTANTLÖSA SAMHÄLLET

20

WENNY LIND 1820-188

# Bakgrund

Övergången från kontant till digital hantering av pengar har varit en lång process som har skapat en omfattande och utvecklad infrastruktur för betalningar med hjälp av kort, e-legitimationer, sms och annan mobil teknik. Den tekniska utvecklingen kopplad till betalmetoder har under det senaste decenniet tagit fart och nya företag har etablerats på den potentiellt lönsamma marknaden för digitala betalningar.

Företag följer den tekniska utvecklingen av nya betalmetoder. Kontanthantering fasas ut till förmån för nya digitala lösningar. Ett växande antal banker, transportföretag och butiker har helt avskaffat kontanter. Flera svenska städer och kommuner bedriver även kampanjer för ett "kontantfritt samhälle" med stöd från lokala näringsidkare och polis.

Det finns incitament för företag att gå från kontant till digital hantering av pengar som bland annat är kopplade till säkerhet, men hur ser svenska folket på utvecklingen? Vem är för och vem är emot att kontanterna försvinner? Hur ser förtroendet ut för nya betalmetoder? Hur många känner till de nya betaltjänsterna och vem använder dem? Hur ser svenska folket på idén om "det kontantlösa samhället"?

För att ta reda på detta har Insight Intelligence på uppdrag av Sigma, Västtrafik och .SE (Stiftelsen för internetinfrastruktur) låtit genomföra telefonintervjuer med 1000 svenskar i åldern 15 och uppåt.

Detta är en sammanfattning av undersökningsresultatet och ger en bild av svenska folkets attityder till kontanter och till idén om ett kontantlöst samhälle.



**Lukas O Berg**  
VD, Insight Intelligence



# Innehåll

---

|   |    |
|---|----|
| Sammanfattning  | 6  |
| Om undersökningen                                       | 8  |
| En uppkopplad befolkning                                | 9  |
| Kontanternas roll som kung av betalningar               | 11 |
| Digitala betaltjänster                                  | 14 |
| Hinder i användandet av digitala betalmetoder           | 16 |
| Säkerhetsrisker och förtroende                          | 18 |
| Skillnader i betalmetod beroende på plats och tillfälle | 22 |
| Syner på "Det kontantlösa samhället"                    | 25 |
| Det kontantlösa samhället, på vinst eller förlust?      | 28 |
| Summering av resultat                                   | 32 |
| Avslutande reflektioner                                 | 34 |
| Samarbetet  | 35 |

---

---

# Sammanfattning

---

Vad man kan se av undersökningsresultatet är att kontanterna fortfarande har en stark position som betalmedel i svenska folkets liv.

Trots att det finns betalsituationer där man föredrar andra betalmetoder finns ändå kontanter där i bakgrunden, lite som en trygghet (nio av tio uppger att de har högt förtroende för kontanter). Kontanternas ställning som kung av betalmedel har under åren cementerats och kommit att bli ett så naturligt inslag i våra liv att en majoritet av de svarande ser kontanter som en mänsklig rättighet. Vissa är därför skeptiska till avvecklingen av kontanter och fyra av tio (40%) anser att attityderna kring det kontantlösa samhället är en klassfråga. Om utvecklingen mot ett kontantlöst samhälle drivs på för hastigt eller aggressivt finns en risk att frågan om utanförskap eller klass blir ett starkare argument i förespråkandet av en bibehållen kontanthantering.

Trots ett högt förtroende och utbredd användning av kontanter tror sex av tio (59%) att Sverige kommer att bli kontantlöst (varav 2% anser att vi redan är där). En anledning till detta kan vara de "kontantfria" initiativ som tagits av olika företag de senaste åren och som uppmärksammats i media. Man har kunnat läsa om ett växande antal betalsituationer där man inte längre kan använda kontanter, från lokaltrafik och parkeringsavgifter till banker och butiker. I september 2013 presenterade Sveriges Länsstyrelser underlag som visar att Sveriges bankomattäthet nu är den lägsta på nio år.

Utvecklingen går med andra ord mot ett samhälle där kontanter blir mer begränsat som alternativ i olika betalsituationer men där människors emotionella koppling, trygghetskänsla och vana att kunna betala med kontanter finns kvar.

Så hur möter man denna utveckling? Hur anpassar man en kontantkär befolkning till ett samhälle som utvecklas alltmer digitalt? Receptet innehåller tid och informationsarbete men kanske främst incitament för att i vidare utsträckning använda alternativa betalmetoder. Övergången från skrivmaskin till dator, VHS till DVD och CD till Mp3 har alla skett i en process där mer attraktiva alternativ introducerats. I denna aspekt finns det förvisso en hel del alternativ när det kommer till betalmetoder, skillnaden är bara att ingen av alternativen fungerar överallt, närsomhelst. Denna begränsning är en av de svåraste utmaningarna för de nya betaltjänsterna.

Man bör undvika att dra alltför kraftiga slutsatser av en enskild undersökning men med ambitionen att följa upp denna rapport kommer man kunna se hur attityderna kring kontanter i vårt samhälle förändras över tid. För nu kan man i alla fall konstatera att kontanterna fortfarande har en betydande plats i våra liv trots att möjligheten att använda kontanter i samhället minskar.



Utvecklingen går mot ett samhälle där kontanter blir mer begränsat som alternativ i olika betalsituationer men där människors emotionella koppling, trygghetskänsla och vana att kunna betala med kontanter finns kvar.

---

# Om undersökningen

---

Undersökningen är gjord på uppdrag av Sigma, Västtrafik och .SE (Stiftelsen för internetinfrastruktur).

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

Intervjuerna har genomförts av Sifo. 1000 personer i åldern 15 år och äldre har intervjuats per telefon ur ett slumpmässigt riksrepresentativt urval under augusti 2013.

Diagrammen är uppställda i procentandelar. Basen i alla frågor, där inget annat anges är 100% inkluderat alternativet nej/nej svar/annat.

Undersökningen och rapporten har tagits fram i samarbete med Niklas Arvidsson, forskare på



KTH och specialiserad på frågor som rör det kontantlösa samhället.

I undersökningen används begreppet "det kontantlösa samhället". För att förtydliga vad detta innebär har följande definition använts: "Det kontantlösa samhället är ett begrepp för den tidpunkt i samhällsutvecklingen där kontanter har tappat sin roll som betydande betalmedel. Begreppet innebär inte att kontanter till 100% är avskaffade men att de används i minimal utsträckning".





---

# En uppkopplad befolkning

---

## Vem använder ett analogt betalmedel i en nästan helt digital värld?

Utvecklingen av de nya betaltjänsterna följer den nya digitala tekniken. Uppkoppling till internet är en förutsättning för att flera av de nya betaltjänsterna skall fungera, en sårbarhet enligt vissa. På frågan "Vad tror du är anledningen till att Sverige inte kommer att bli kontantlöst" (ställd mot de som svarat att de inte trodde det) svarade sju procent att de tyckte att det skulle vara en för stor säkerhetsrisk.

För att även fånga upp de som i låg grad är uppkopplade till internet är undersökningen baserad på telefonintervjuer, istället för en webbaserad panel. Trots detta visar svaren att de tillfrågade i hög grad är uppkopplade. Nästan nio av tio tillfrågade (87%) är i hög grad uppkopplade till internet via sin dator.

---

## I vilken utsträckning är du uppkopplad till internet genom...?

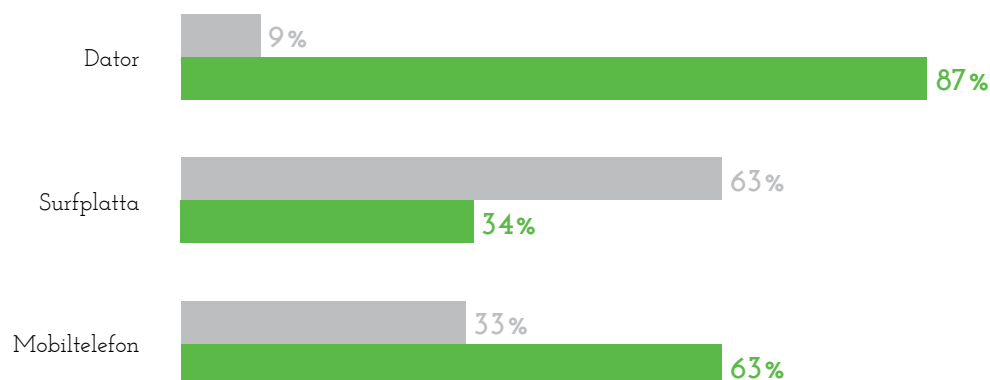
I diagrammet nedan har följande sammanslagningar gjorts:

I hög grad uppkopplad = de som svarat "ett par ggr per vecka" + "ett par gånger per dag".

I liten grad uppkopplad = de som svarat "ett par ggr per år" eller "aldrig". De som svarat "ett par ggr per månad" samt "tveksam" visas ej.

■ I liten grad uppkopplad

■ I hög grad uppkopplad





Män är något mer uppkopplade genom datorer än kvinnor. 15-49-åringar är mer uppkopplade via mobilen än övriga och personer i åldern 30-49 är i större utsträckning uppkopplade via surfplatta.

Vad man också kan se är att en dryg tredjedel (33%) av samtliga svarande anger att de i liten grad är uppkopplade till internet genom sin telefon, det vill säga de är endast uppkopplade genom telefonen ett par gånger per år eller aldrig. Det är en utmaning hos leverantörerna av mobilbaserade betaltjänster eftersom det betyder att endast sju av tio idag kan använda deras tjänster.

Vårt att nämna är dock att man enligt rapporten "Svenskarna och internet" som tas fram av .SE, ser att andelen som är uppkopplade till internet genom sin mobiltelefon kraftigt ökat de senaste åren.

---

” En dryg tredjedel (33%) av samtliga svarande anger att de i liten grad är uppkopplade till internet genom sin telefon, det vill säga de är endast uppkopplade genom telefonen ett par gånger per år eller aldrig.

---

---

# Kontanternas roll som kung av betalningar

---

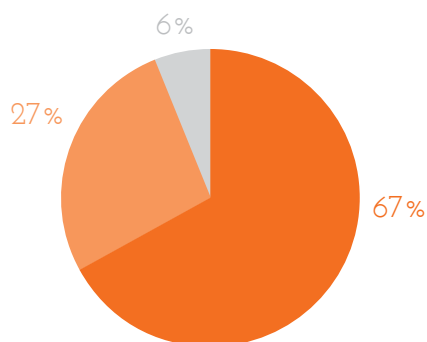
Kontanter är för de flesta människor en självklarhet. Det har alltid funnits där och alla vet hur de fungerar.

Av de som tror att Sverige aldrig kommer att bli kontantlöst (39%) svarar 24 procent att den främsta anledningen till detta är att kontanter är en djupt rotad tradition. Faktum är att kontanter är ett så självklart inslag i våra liv att nästan två tredjedelar (67%), anser att kontanter är en mänsklig rättighet.

---

Anser du att kontanter är en mänsklig rättighet, eller anser du inte det?

- Ja, det är en mänsklig rättighet
- Nej, det är ingen mänsklig rättighet
- Vet ej / ej svar



Åtta av tio (83%) föredrar kontanter när de handlar på torg och marknader.



Sex av tio (64%) använder kontanter som betalmedel varje vecka eller oftare.



Nio av tio (88%) har ett högt förtroende för kontanter.

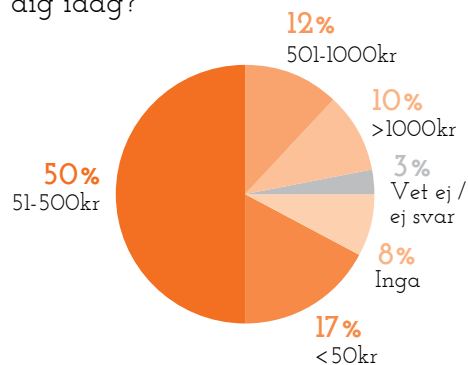


Nio av tio svarade att de hade kontanter på sig vid intervjutillfället (89%).

Endast en av tio (8%) uppgav att de inte hade några kontanter på sig vid intervjutillfället. Hälften av samtliga intervjuade hade mellan 50-500 kronor på sig och en av fem (22%) hade mer än 500 kr på sig.

Hur står sig då kontanterna i popularitet jämfört med övriga betalmetoder? I diagrammet nedan kan man se att just kontanter och kort sticker ut som de överlägset mest frekvent använda betalsätten.

### Hur mycket kontanter har du på dig idag?



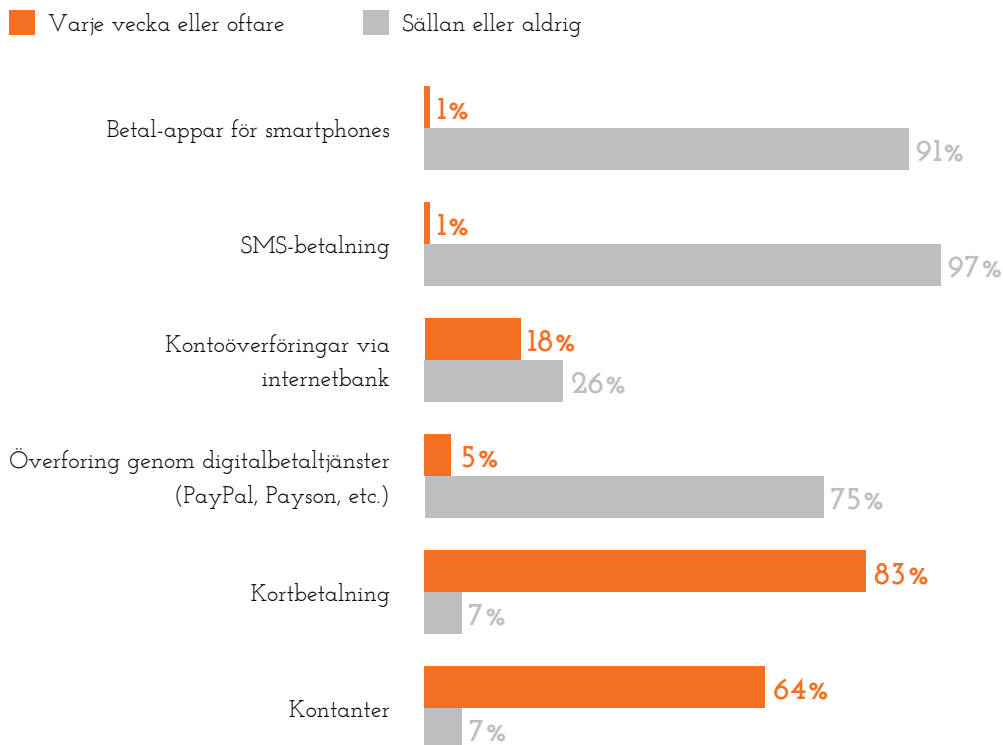
### Hur ofta använder du följande betalmetoder?

I diagrammet nedan har följande sammanslagningar gjorts:

Sällan eller aldrig = de som svarat "aldrig" + "ett par gånger per år".

Varje vecka eller oftare = de som svarat "ett par gånger per vecka" + "ett par gånger per dag".

De som svarat "ett par ggr per månad" samt "tveksam" visas ej.





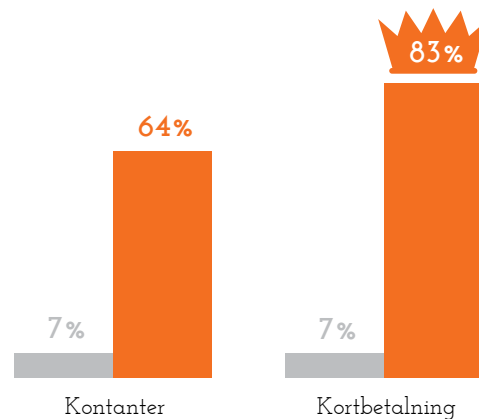
” Undersökningen visar att det är fler som i större utsträckning använder kort än vad de använder kontanter

Anmärkningsvärt är att trots det höga förtroendet och den frekventa användningen av kontanter är det fler som i större utsträckning använder kort än vad de använder kontanter. Åtta av tio (83%) svarade att de använder kortbetalning varje vecka eller oftare medan sex av tio (64%) svarade detsamma gällande kontanter. Så om nu kontanterna är hotade på kungatronen verkar kortet vara den främsta utmanaren.

Hur ofta använder du följande betalmetoder?

■ Sällan eller aldrig

■ Varje vecka eller oftare



---

# Digitala betaltjänster

---

Under de senaste åren har en uppsjö nya betaltjänster vuxit fram. Vad man kan se från resultatet av denna undersökning har de dock en mycket begränsad skara användare.

Av de sex olika betaltjänster som vi listade (se diagram på nästa sida) är det endast PayPal som lyckats attrahera en signifikant skara användare bland de svarande. Detta kan bero på att PayPal är en av de tjänster som funnits längst på marknaden. Flera av de nya betaltjänsterna är nästan helt okända för de svarande.

---

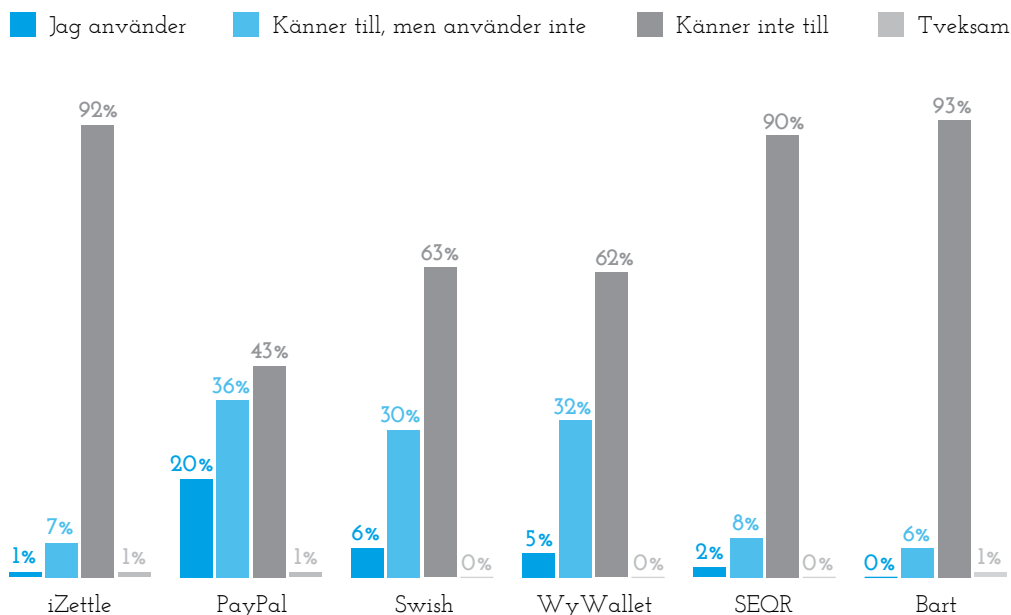
” Flera av de nya betaltjänsterna är nästan helt okända för de svarande.

---



---

## I vilken utsträckning är du bekant med följande betalmetoder?



---

Totalt använder två av tio (20%) **PayPal**. Män (25%), tjänstemän (31%), ägare till en Android mobiltelefon (25%) använder i högre grad PayPal än övriga intervjuade.

Färre än en av tio (7%) säger att de känner till eller använder iZettle. Det är fler kvinnor som känner till **iZettle** än män.

Sex procent av de svarande använder **Swish** som är bankernas betallösning. De som är 50 år eller äldre svarar i högre grad att de inte känner till Swish.

Även när det gäller **WyWallet** är kännedomen låg. Endast fem procent av samtliga intervjuade säger att de använder WyWallet. Signifikant fler kvinnor (66%) och grundskoleutbildade (78%) säger att de inte känner till WyWallet.

Nio av tio (90%) av de intervjuade känner ej till **SEQR** (som hanterar QR koder) och endast två procent svarar att de använder tjänsten. Kännedom om SEQR förekommer oftare i grupperna tjänstemän (14%) och högskoleutbildade (12%). Högskolestuderande (3%) använder i högre grad SEQR.

Beltjänsten Bart är det endast, 6 procent som känner till. Ingen av de intervjuade svarar att de använder denna tjänst.

---

# Hinder i användandet av digitala betalmetoder

---

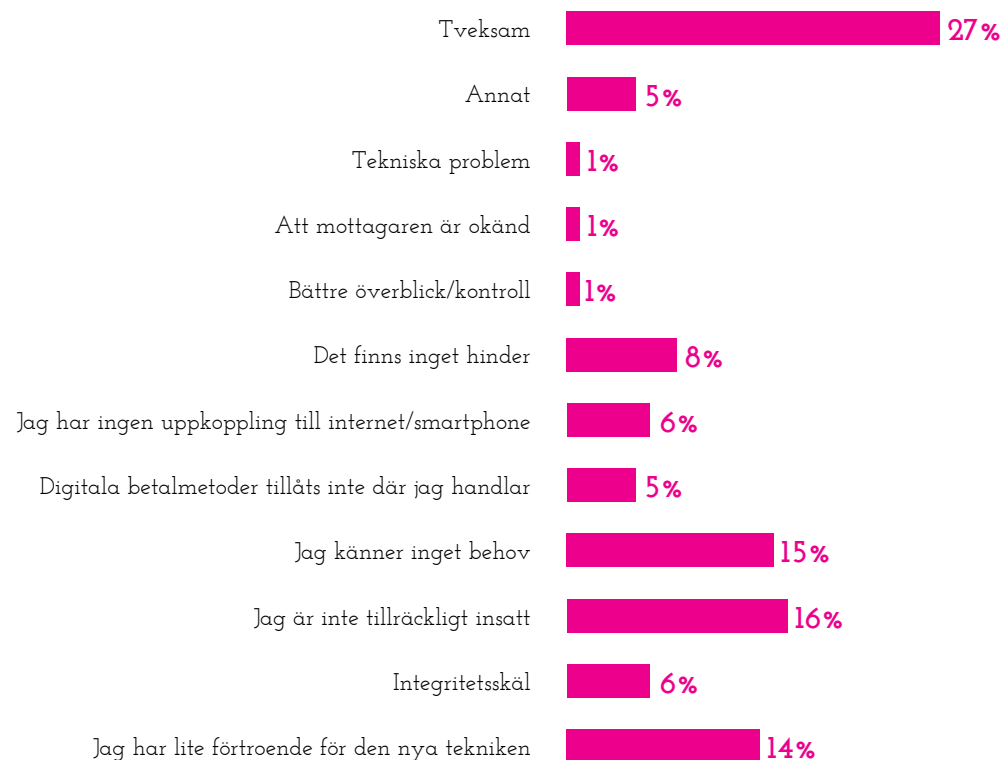
Inom betalsystemet talar man ofta om interoperabilitet, vilket kan sammanfattas med att en betaltjänst ska fungera på samma sätt, med samma villkor oavsett konsument, banker och butiker. En låg interoperabilitet är

ett hinder för utvecklingen av en betaltjänst. Vilka faktorer anger svenska folket som hinder för ett vidare användande av digitala betalmetoder?

---

Vad hindrar dig att i större utsträckning använda digitala betalmetoder?

Denna fråga innehåller öppna svar, dvs inga svarsalternativ har lästs upp.







Förutom den stora grupp som är tveksamma (27%) är det vanligast förekommande svaret "Jag är inte tillräckligt insatt i hur de nya betalmetoderna fungerar" (16%). Andra svarar "Jag har lite förtroende för den nya tekniken" (14%). Här har alltså leverantörerna av de olika digitala betaltjänsterna ett viktigt informationsarbete framför sig.

Inom ramen för kategorin "annat" finns svar som "det finns för många alternativ" och "det är krångligt när det handlar om små belopp".

---

”Leverantörerna av de olika digitala betaltjänsterna har ett viktigt informationsarbete framför sig

---

---

# Säkerhetsrisker och förtroende

---

Nio av tio svenskar känner ingen oro kopplad till säkerhetsrisker med kontanter som betalmetod (86%).

Även kontoöverföringar via internetbank ses som en relativt säker betalmetod (75%).

Oron för säkerhetsrisker kopplade till mobila betaltjänster däremot är generellt hög. Nästan en tredjedel av de svarande är orolig för säkerhetsrisker kopplade till mobilbaserade betaltjänster.

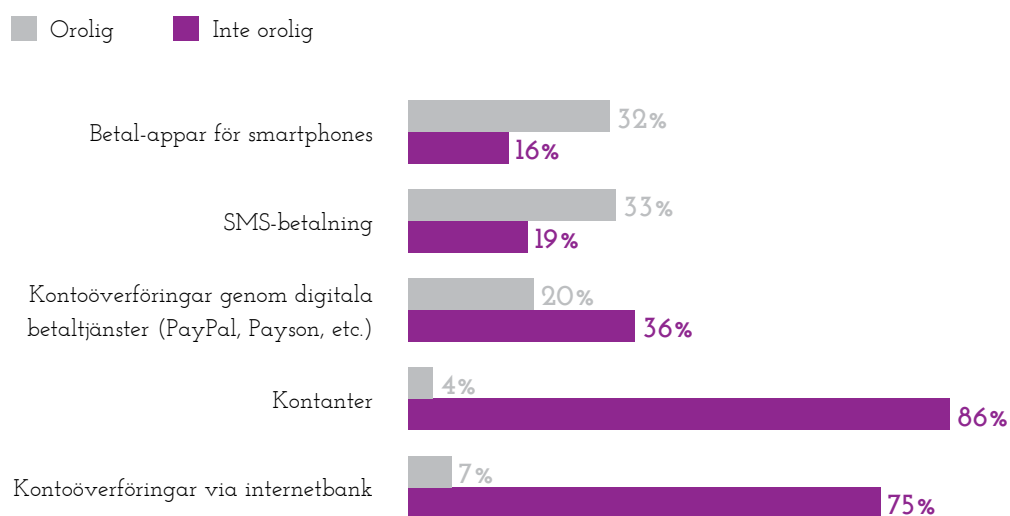
---

” Nästan en tredjedel av de svarande är orolig för säkerhetsrisker kopplade till mobilbaserade betaltjänster.

---

Hur orolig är du för säkerhetsrisker kopplade till följande betalmetoder?

I diagrammet har följande sammanslagningar gjorts på en 5-gradig skala där 1 står för mycket orolig och 5 står för inte alls orolig: Orolig = de som svarat 1 och 2. Inte orolig = de som svarat 4 och 5. De som svarat 3 visas ej.

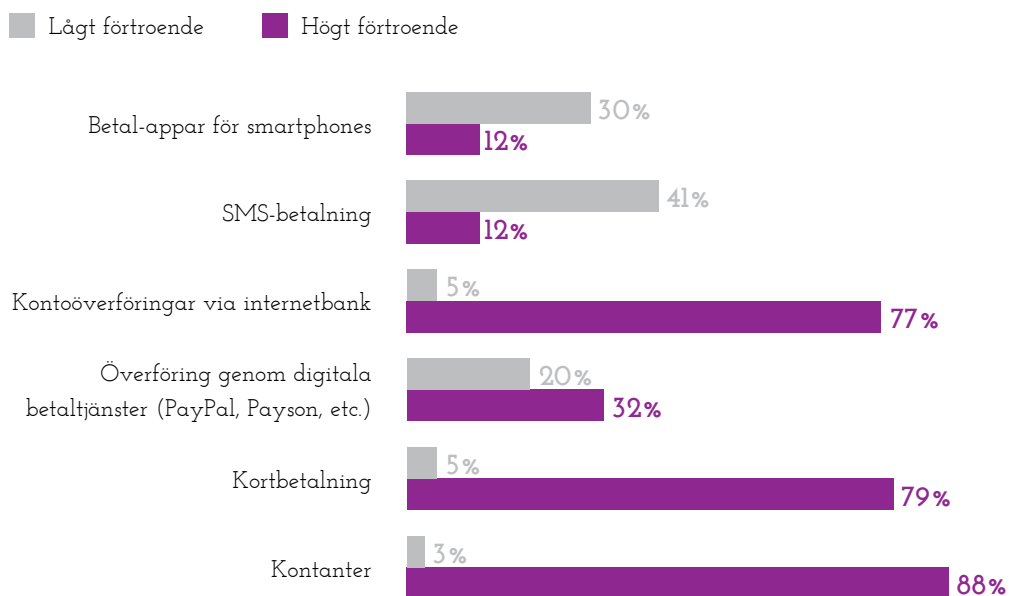


---

## Vilket förtroende har du för följande betalningsmetoder?

Vi frågade även vilken grad av förtroende man har för olika betalmetoder.

Diagrammet visar en sammanslagning av de som svarat högst = 4-5 respektive lägst = 1-2 på en 5-gradig skala. De som svarat 3 visas ej.



Nio av tio av samtliga tillfrågade (88%) säger att de har høgt förtroende för kontanter. Är man mellan 50-64 år (93%), har högskoleutbildning (92%) har man i høgre grad høgt förtroende för kontanter jämfört med øvriga.



Kortbetalning



iPhone

Åtta av tio (79%) har högt förtroende för kortbetalning. Fler i åldersgruppen 30-49 år (84%) och ägare till iPhone (84%) har högt förtroende för kortbetalning.

Konto-  
överföringar  
via internet

Tjänstemän

Totalt svarar åtta av tio (77%) att de har ett högt förtroende för kontoöverföringar via Internet. Tjänstemän (93%) och folk i åldersgruppen 30-49 år (93%) har ett högre förtroende än övriga grupper för denna betalmetod.

Digital  
betaltjänster

35-åriga män

Endast tre av tio (32%) har högt förtroende för kontoöverföringar genom digitala betaltjänster. Män (38%), i åldersgruppen 30-49 år (44%) och ägare av iPhone (38%) har ett högt förtroende för betalmetoden.



SMS-betalning



Tjänstemän

Fyra av tio av de tillfrågade (41%) svarade att de har lågt förtroende för SMS-betalning. Endast en av tio (12%) säger sig ha högt förtroende för betalmetoden. Tjänstemän (20%), åldersgruppen 30-49 år (19%) har högre förtroende för SMS-betalningar.



Betal-appar



Lågt förtroende

Endast en av tio (12%), på totalnivå, säger att de har högt förtroende för betal-appar. Av samtliga tillfrågade är det fyra av tio (40%) som svarar tveksam/vet ej, när det gäller förtroende för betal-appar vilket kan bero på att man inte känner till eller inte har hört talas om dessa typer av betaltjänster.

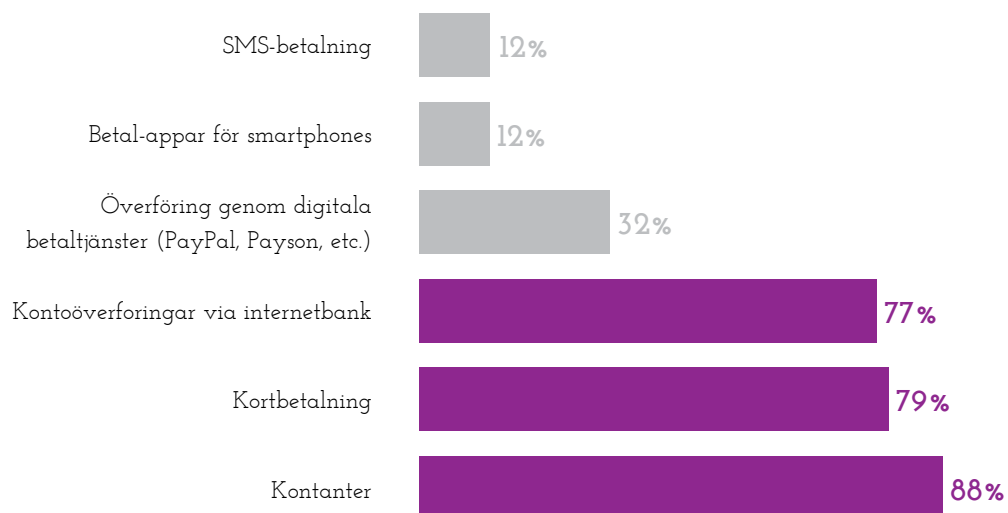
Gällande förtroende för olika betalmetoder kan man se tre tydliga vinnare respektive förlorare.



---

## Högt förtroende för betalmetoder

Diagrammet visar en sammanslagning av de som svarat högst (= 4-5) på en 5-gradig skala på frågan: "Vilket förtroende har du för följande betalningsmetoder?"



---

Kontanter, kort och kontoöverföringar via internetbank är betalmetoder som minst åtta av tio av samtliga svarande känner högt förtroende för. Mobilbaserade betalmetoder däremot är den endast en tiondel som känner högt förtroende för.

---

# Skillnader i betalmetod beroende på plats och tillfälle

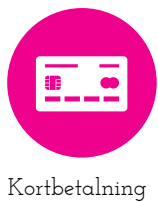
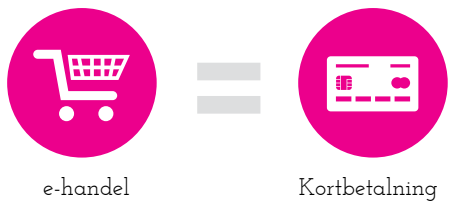
---

Alla betalningsmetoder har sin plats, eller? Hur föredrar folk att betala för sina olika köp?



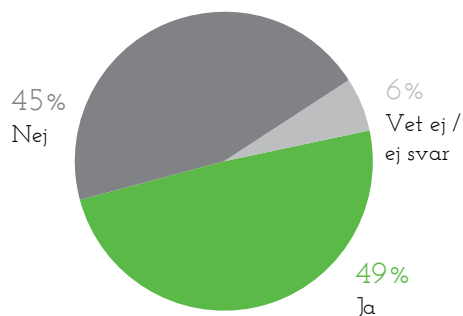
Lika mycket som kontanter dominerar vid betalning på torghandel och marknad (83%) gör banköverföringar det vid betalning av hyra och räkningar (79%). Man kan i diagrammet nedan se att de mobilbaserade betaltjänsterna ännu inte hunnit etablera sig

i någon större utsträckning. De få situationer där folk väljer att betala med mobilen är vid betalning till en vän (3%), vid museum (1%), i kollektivtrafiken (7%) och i samband med parkering (3%), vilket troligtvis påverkats av WyWallets lansering 2012.



På frågan om man anser att det finns situationer när man känner att det inte finns något alternativ till kontanter svarade nästan hälften (49%) att så var fallet.

Finns det situationer när du känner att det inte finns något alternativ till kontanter?



Det finns med andra ord mycket att göra för infrastrukturen om vi skall nå ett kontantlöst samhälle. Man kan av svaret ovan säga att samhället idag endast till hälften är anpassat för ett kontantlöst samhälle.

Vi frågade de 49% som svarade ja på frågan om det finns situationer när man känner att det inte finns något alternativ till kontanter, vilka situationer de tänkte på.

Marknad/loppis/torghandel är den situation då flest anser att det inte finns något alternativ till kontanter (25%). En av fem svarade "annat". Dessa svar innefattade bl.a. resor, diskreta köp, kundvagnar och lokala barer.

I vilken situation känner du att det inte finns något alternativ till kontanter?

Denna fråga innehåller öppna svar, dvs inga svarsalternativ har lästs upp.





---

# Synen på "det kontantlösa samhället"

---



Kommer vi någonsin att nå ett kontantlöst samhälle? Om så, när? Är vi kanske redan där? För att börja svara på dessa frågor krävs en definition av vad som menas med "ett kontantlöst samhälle". I undersökningen har följande definition använts: "Det kontantlösa samhället är ett begrepp för den tidpunkt i samhällsutvecklingen där kontanter har tappat sin roll som betydande betalmedel. Begreppet innebär inte att kontanter till 100% är avskaffade men att de används i minimal utsträckning".

Med denna definition tror en majoritet (59%) att Sverige kommer att bli kontantlöst. Två procent anser att vi redan är där. Var fjärde (39%) tror inte att Sverige kommer att bli kontantlöst.

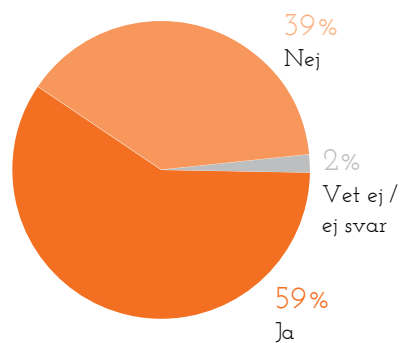
Diagram med sammanslagning av alla de som svarat ja.

---

” En majoritet (59%) av de svarande tror att Sverige kommer att bli kontantlöst. Två procent anser att vi redan är där.

---

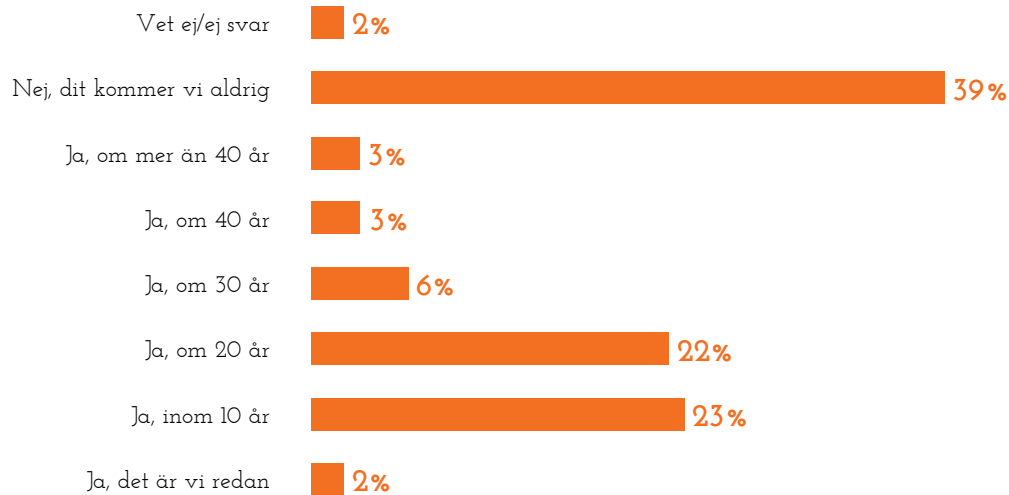
Tror du att Sverige kommer att bli kontantlöst



---

## Tror du att Sverige kommer bli kontantlöst?

Diagram med samtliga svarsalternativ.




---

## Vad tror du är anledningen till att Sverige inte kommer att bli kontantlöst?

Vi frågade de 39% som svarade att de inte trodde att Sverige kommer att bli kontantlöst varför de trodde det. Frågan innehåller öppna svar, dvs inga svarsalternativ har lästs upp.





Den främsta anledningen till att man inte tror att Sverige kommer att bli kontantlöst är att man anser det vara en djupt rotad tradition. Bland de övriga öppna svaren fanns de som ansåg att utvecklingen mot ett kontantlöst samhälle hindrades av det faktum att det fortfarande trycks nya sedlar. Andra ansåg det opraktiskt eller omöjligt.

---

” Den främsta anledningen till att man inte tror att Sverige kommer att bli kontantlöst är att man anser det vara en djupt rotad tradition.

---





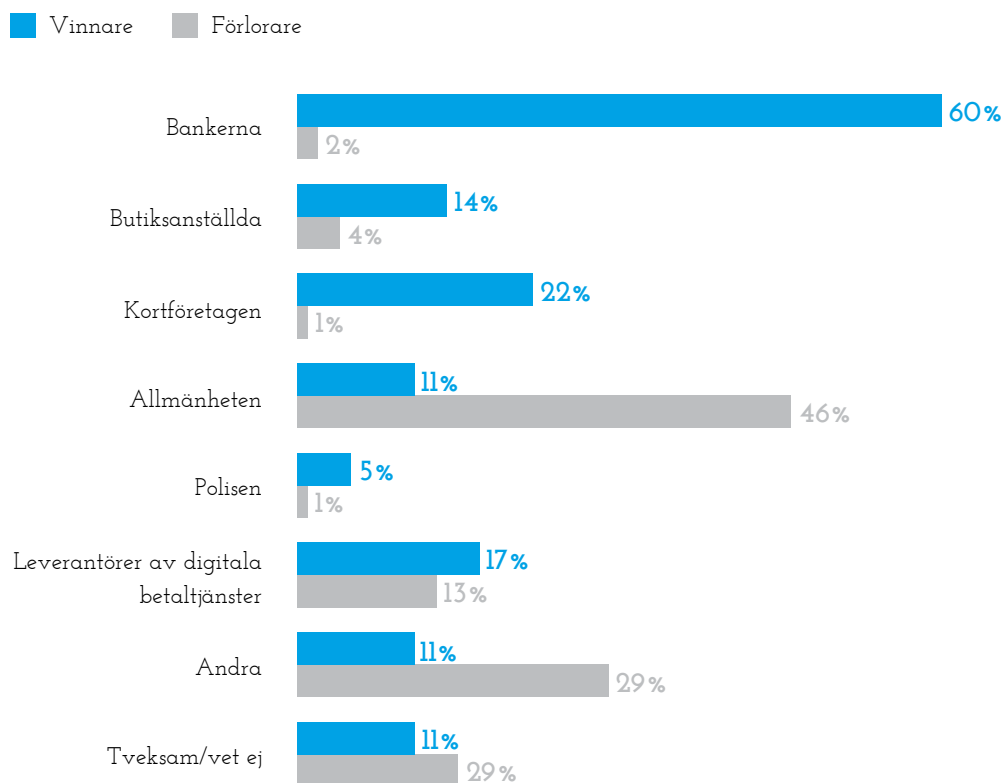
På frågan om vem man ansåg som vinnarna respektive förlorarna i det kontantlösa samhället svarade sex av tio (60%) att bankerna blir vinnarna, därefter kommer kortföretagen (22%).

Knappt hälften av samtliga tillfrågade (46%) svarade att allmänheten blir förlorarna i det kontantlösa samhället.

” Knappt hälften av samtliga tillfrågade (46%) svarade att allmänheten blir förlorarna i det kontantlösa samhället.

### Vem tror du är de största vinnarna/förlorarna i ett kontantlöst samhälle?

Frågan innehåller öppna svar, dvs inga svarsalternativ har lästs upp.

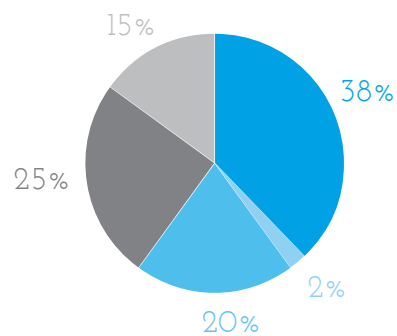




Nästan fyra av tio intervjuade (38%) anser att det kontantlösa samhället gynnar de som redan har det bra ställt. Män anser i högre grad än kvinnor att ett kontantlöst samhälle gynnar alla medan kvinnor i högre grad anser att det kontantlösa samhället gynnar de som har det bättre ställt. Trots att det sammanlagt är fler som anser att det inte är en klassfråga (45%) än det är de som gör det (40%), kan man ändå bland svaren i undersökningen se tendenser till klassrelaterade åsikter kopplat till idén om ett kontantlöst samhälle.

” Nästan fyra av tio intervjuade (38%) anser att det kontantlösa samhället gynnar de som redan har det bra ställt.

Anser du att attityderna kring det kontantlösa samhället är en klassfråga?



- Ja, det gynnar de som har det bättre ställt
- Ja, det gynnar de som har det sämre ställt
- Nej, det gynnar ingen
- Nej, det gynnar alla
- Vet ej/ej svar

---

# Summering av resultat

---



## Högt förtroende för kontanter

Kontanter har en inrotad plats i våra liv och vårt förtroende för kontanter som betalmetod är högt. Nio av tio (89%) hade kontanter på sig vid intervjutillfället och hela sju av tio (67%) ser kontanter som en mänsklig rättighet.



## Cash is queen, card is king

Ja, kort är kung när det kommer till frekvent användande. Åtta av tio (83%) svarade att de använder kortbetalning varje vecka eller oftare medan endast sex av tio (64%) svarade detsamma gällande kontanter. Åtta av tio (79%) har även ett högt förtroende för kortbetalning. Så om nu kontanterna är hotade på tronen av betalmetoder verkar kortet vara den främsta utmanaren.



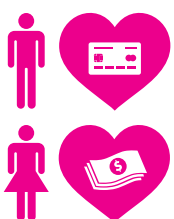
## Oetablerad marknad för mobilbaserade betalningar

Flera av de nya betaltjänsterna är nästan helt okända för de svarande. Nästan nio av tio (85%) säger att de aldrig använder betal-appar. Nio av tio (87%) svarar att de aldrig använder SMS-betalningar.



## Bristande kunskap, ett hinder för användande av digitala betaltjänster

På frågan om vilka faktorer man ser som hinder för ett vidare användande av digitala betalmetoder var, förutom den stora grupp som är tveksamma (27%) det vanligaste förekommande svaret: "Jag är inte tillräckligt insatt i hur de nya betalmetoderna fungerar" (16%). Ett annat svar är "Jag har lite förtroende för den nya tekniken" (14%). Här har alltså leverantörerna av de olika betaltjänsterna ett viktigt informationsarbete framför sig.



## Män föredrar kortbetalning, kvinnor ser kontanter som en mänsklig rättighet

Män använder i något större utsträckning kort än kvinnor. Förutom detta är det svårt att se några signifikanta skillnader i betalpreferenser mellan könen. Däremot ser kvinnor i större utsträckning än män kontanter som en mänsklig rättighet.





### Begränsad uppkoppling, ett hinder för mobilbaserade betaltjänster

En dryg tredjedel (33%) anger att de i liten grad, det vill säga endast ett par gånger per år eller aldrig är uppkopplade till internet genom sin telefon. Där finns en utmaning för leverantörerna av mobilbaserade betaltjänster då det betyder att endast sju av tio idag kan använda deras tjänster. För surplattor är sex av tio uppkopplade i liten grad.



### Det kontantlösa samhället, en klassfråga

Nästan fyra av tio intervjuade (38%) anser att det kontantlösa samhället gynnar de som redan har det bra ställt, främst kvinnor anser detta. Man kan i olika svar genom undersökningen urskilja en viss skepsis mot iden om det kontantlösa samhället. Varannan svarande (46%) ser allmänheten som den största förloraren i ett kontantlöst samhälle. I de öppna svaren finns "pensionärer" och "de som arbetar svart" nämnda som förlorarna i ett kontantlöst samhälle medan "företag" och "de yngre" nämns som vinnare.



### Förtroende kommer med tid

Man kan se att förtroendet för de olika betalmetoderna korrelerar med hur länge de funnits till. Kontanter, kort och kontoöverföringar är alla betalmetoder som funnits med längre och som åtta av tio känner högt förtroende för. Mobilbaserade betalmetoder däremot, som är relativt nytt, är det endast en tiondel som känner högt förtroende till.



### Betalmetod efter plats

Den situation man befinner sig i avgör i vilken form man betalar. Betalningar över internetbank är helt dominerande när man skall betala räkningar/hyra (79%), då föredrar endast tre procent kontanter. Vid betalning på torghandel föredrar åtta av tio (83%) kontanter. På restaurang föredras kort som betalmedel (68%).



### Ingen oro för integritetsaspekten av digitala betalningar

Endast sex procent svarade integritet på frågan om vad som hindrar en att i större utsträckning använda digitala betalmetoder. På frågan "Vad tror du är anledningen till att Sverige inte kommer att bli kontantlöst?" var det ingen som svarade någonting som tog upp frågan om integritet. Det verkar med andra ord som om integritetsaspekten av ett digitalt, mer spårbart samhälle inte är prioriterad bland de svarande.

---

# Avslutande reflektioner

---

Utvecklingen av nya betaltjänster går snabbt framåt med ett växande antal aktörer på marknaden.



Bankomater försvinner och kontanthantering i kollektivtrafik och handeln minskar, bland annat på grund av rånrisk. Parallellt är Riksbanken på väg att introducera nya sedlar.

Det blir därför, över de närmaste åren intressant att följa utvecklingen av attityderna kring kontanter och hur synen på ett "ett kontantlöst samhälle" förändras.

En intressant fråga att titta närmare på är i vilken utsträckning företag idag möter konsumenternas betalbehov, både i form av infrastruktur för digitala betalningar men också hur de tillmötesgår alla de som faktiskt använder kontanter. Man kan tänka sig att det inom i vissa branscher som i högre grad än andra avvecklat sin kontanthantering

finns företag som kommer att nischas som "kontantvänliga" för att attrahera de som fortfarande i hög grad använder kontanter. Inom ramen av en sådan undersökning skulle det även vara intressant att se hur attityder kring kontanter och alternativa betalmetoder skiljer sig åt beroende på företagsbransch.

Det finns olika påverkansfaktorer som de kommande åren kan avgöra hur attityderna till kontanter förändras, till exempel riksbankens lansering av nya sedlar, nya regler för kortavgifter, nya betaltjänster som lanseras mm.

Insight Intelligence följer frågan och ser fram emot nya och kompletterande undersökningar i området.

---

# Samarbetet

---

## Insight Intelligence



Insight Intelligence är en kommunikationsbyrå som hjälper företag och organisationer med omvärldsanalys i form av olika undersökningar och rapporter. Vi hjälper till att identifiera aktuella samhällsfrågor som berör våra uppdragsgivares verksamhet och att sammanfatta dessa insikter för internt utvecklingsarbete och/eller extern kommunikation. Utöver bredare opinionsundersökningar arbetar vi även med andra typer av varumärkes/produkt/målgrupps/ attityd och trendundersökningar.

Insight intelligence är en del av PR byrån StrandbergHaage som har många års erfarenheter av strategisk kommunikation.

---

## Sigma



Sigma ([www.sigma.se](http://www.sigma.se)) är ett IT-konsultföretag med 1 600 anställda och verksamhet i åtta länder. Sigma kan med såväl 24/7 PCI-certifierad drift som specialistkompetens inom bl a e-handel, integration, mobila lösningar och betalningsinfrastruktur erbjuda stöd för strategi, implementering och drift av lösningar för hantering av multikanal, lojalitet och digital handel.

Sigma har utvecklat, designat, PCI-certifierat och tillhandahåller som tjänst den bankneutrala versionen av Swedbanks mobila betallosning BART ([www.bart.se](http://www.bart.se)).

För att bättre lotsa våra kunder på rätt väg i området kring effektiv och konkurrenskraftig multikanal är det centralt för Sigma att bättre förstå vilka drivkrafter som inverkar på betalmarknaden idag.

---

---

## .se

### .SE

.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur) är en oberoende allmännyttig organisation som verkar för positiv utveckling av Internet i Sverige.

.SE:s kärnverksamhet är att administrera och sköta den tekniska driften av toppdomänen .se, och ansvarar sedan september 2013 också för toppdomänen .nu. Utöver det driver .SE på en positiv utveckling av Internet i Sverige genom flera olika initiativ. Internetsatsningarna finansieras av intäkterna från domänverksamheten. Har du en .se- eller .nu-adress hjälper du alltså till att stödja utvecklingen av Internet i Sverige.

.SE samlar undersökningar från tillförlitliga källor på webbplatsen Internetstatistik.se. Dessutom ger .SE själva ut en rad olika statistikrapporter, den största är Svenskarna och Internet.

---



### Västtrafik

Varje dag reser 375 000 personer med Västtrafik. Det är för dem vi finns till. Vi vill göra det enkelt och bekvämt att resa med kollektivtrafiken och samtidigt bidra till en hållbar samhällsutveckling. Varje vardag genomförs över 60 000 betaltransaktioner mellan oss och våra kunder. 2012 var sms det klart vanligaste betelsättet, i år kommer det vara det näst vanligaste (som följd av premium-sms:ets avskaffande). Västtrafik har ca 900 linjer fördelade på ca 100 trafikavtal som körs av företag som upphandlas i konkurrens. Västtrafik ägs av Västra Götalandsregionen.

---





Insight Intelligence AB

Tegnérgatan 34  
113 59 Stockholm  
[info@insightintelligence.se](mailto:info@insightintelligence.se)

Tel: +46 8 410 129 00