



# SVERIGE BETALAR



# Bakgrund

Det händer mycket på den svenska betalmarknaden. Nya betaltjänster lanseras, kontanthantering avvecklas och nya icke-finansiella aktörer börjar etablera sig i en bransch som tidigare varit bankernas territorium. Möjligheter till innovationer kopplat till digitala och mobila betalningar har skapat en helt ny konkurrenssituation för betaltjänstleverantörer och krigen om den betalande konsumenten är i full gång.

Vi på Insight Intelligence genomför varje år undersökningar för att ta reda på svenskarnas attityder till betalningar. Hur föredrar man att betala? När? Hur ser man på betalningar i framtiden? Hur skiljer sig betalvanor beroende på hur gammal man är eller var man bor? Det är dessa typer av frågor som vi försöker reda ut och som vi nu för tredje året i rad har sammanfattat i en rapport.

I "Sverige betalar 2015" har vi dels tittat närmare på aktuella utvecklingsfrågor såsom lanseringar av nya mobila betaltjänster, men vi har även blickat tillbaka till föregående undersökningar för att kunna jämföra resultat och definiera attitydförändringar.

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 O Berg  
VD, Insight Intelligence



# Innehåll

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| Sammanfattning                               | 6  |
| Om undersökningen                            | 8  |
| Kännedom och användande                      | 9  |
| Betalvanor                                   | 13 |
| Förtroende för olika betalmetoder            | 15 |
| Betalpreferenser kopplat till köptillfälle   | 17 |
| Positivt med den mobila betalmarknaden       | 21 |
| Negativt med den mobila betalmarknaden       | 23 |
| Attityder till nya aktörer på betalmarknaden | 24 |
| Betalningar i framtiden                      | 28 |
| Betalningar under det senaste dygnet         | 32 |
| Summering av resultat                        | 34 |
| Avslutande reflektioner                      | 37 |
| Samarbetet                                   | 39 |

---

# Sammanfattning

---

Vad vi kan se från årets resultat är bland annat att säkerhet är viktigt i samband med betalningar. Det kan tyckas självklart men är värt att understryka då det genomsyrar svaren.

På frågan om vad man skulle vilja se för förbättring av dagens digitala betaltjänster var det vanligaste svaret att betaltjänsterna blir säkrare att använda. På frågan om vad som anses mest negativt med den mobila betalmarknaden var det vanligaste svaret otrygghet, det vill säga att det finns en större risk för att bli rånad eller att pengarna försvinner. Även i svaren på en öppen fråga om vad man ser som det största hindret för att börja använda en ny betaltjänst var svar kopplade till otrygghet överrepresenterade.

Vår privatekonomi och vårt förhållande till pengar är just privat och den aktör som vi anförtror hanterandet av betalningar måste vi kunna lita på. Enligt statistik från Brottsförebyggande rådet har antalet fakturabedrägerier ökat med över 20 procent under första halvåret 2015 jämfört med samma period 2014. Denna typ av osäkerhet har påverkat människors förtroende och köpbeteende. Förra året angav 86 procent ett högt förtroende för fakturabetalningar jämfört med motsvarande 59 procent i år, ett förtroendetapp på 27 procentenheter. Även det månatliga användandet av faktura som betalmetod har minskat med 27 procentenheter det senaste året. 2014 svarade 55 procent att de använde sig av fakturabetalningar ett par gånger per månad jämfört med motsvarande 28 procent i år.

Förtroendefrågan är inte enbart kopplad till betalmetod utan handlar också om vem eller vilka som står bakom en betaltjänst. På frågan om vilken typ av aktör som man föredrar står bakom en betaltjänst är banker det vanligaste svaret (61%). Det kan jämföras med till exempel livsmedelsbutiker vars presumtiva betaltjänst endast 15 procent skulle kunna tänka sig att använda. Betaltjänster som data/IT-företag står bakom är det 16 procent som svarar att de skulle kunna tänka sig att använda. Det blir intressant att se hur dessa attityder förändras då vi nu står inför etableringar av betaltjänster från både livsmedelsbutiker (till exempel ICA) och internationella IT-företag (till exempel Apple).

Aktörer såsom Google och Apple är i full gång med att lansera sina nya mobila betallosningar internationellt. När vi frågade vilka av dessa olika betaltjänster (vilka ännu inte lanserats i Sverige) som man skulle kunna tänka sig att använda, var intresset svalt. Nästan var tredje (30%) svarade att de inte skulle kunna tänka sig att använda någon av dessa tjänster och hela 41 procent svarade att de är tveksamma eller inte vet. De flesta verkar känna sig tryggare med en betaltjänst från ett företag som har betalningar som kärnverksamhet.

När vi sammanfattar årets resultat kan vi alltså dels konstatera att förtroende är avgörande för

hur nya betaltjänster anammas. Samtidigt kan vi se att fler och fler börjar använda sig av mobila betalningar. Trots att användandet av betal-appar för smartphones är lågt jämfört med andra betalmetoder har andelen som svarar att de använder betal-appar ett par gånger i veckan eller oftare ökat med sex procentenheter de senaste två åren. Under samma tidsperiod har även förtroendet för betal-appar ökat med 25 procentenheter. Den kanske mest anmärkningsvärda förändringen när det kommer till mobila betalningar är andelen som svarar att de föredrar betal-

appar i samband med betalning till en vän, vilket har ökat med 40 procentenheter på två år. Faktum är att mobil betalning nu är det vanligaste sättet att betala till en vän, det är alltså vanligare än till exempel kontanter eller banköverföringar. Bland yngre i åldersgruppen 16 till 29 år använder 65 procent betal-appar vid betalning till en vän. Man kan kalla det för en "Swish-effekt" som visar på möjligheter för nya betaltjänster som endast funnits på marknaden i ett par år att konkurrera ut traditionella betalmetoder som dominerat i decennier.



---

# Om undersökningen

---

Undersökningen är gjord på uppdrag av Internetstiftelsen i Sverige, IIS, EY, Bankgirot och Swedbank.

---



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 augusti 2015 intervjuats genom Sifos slumpmässigt rekryterade, riksrepresentativa webbpanel. Deltagarfrekvensen var 24,3 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

---

När vi tittar på användande av olika betaltjänster är detta baserat på vad respondenterna svarat och inte faktisk användarstatistik.

Vid en jämförelse med förra årets resultat syns både stora och små förändringar i användande. Payair och Betalo har ett oförändrat obefintligt användande. De som svarar att de använder Bitcoin och SEQR har ökat med en procentenhet. De som svarar att de använder iZettle har ökat

med två procentenheter medan de som svarar att de använder Wywallet har minskat med två procentenheter. Swish är den betaltjänst som ökat mest i användande sedan förra året. Andelen som svarar att de använder Swish har ökat med 32 procentenheter från 2014.

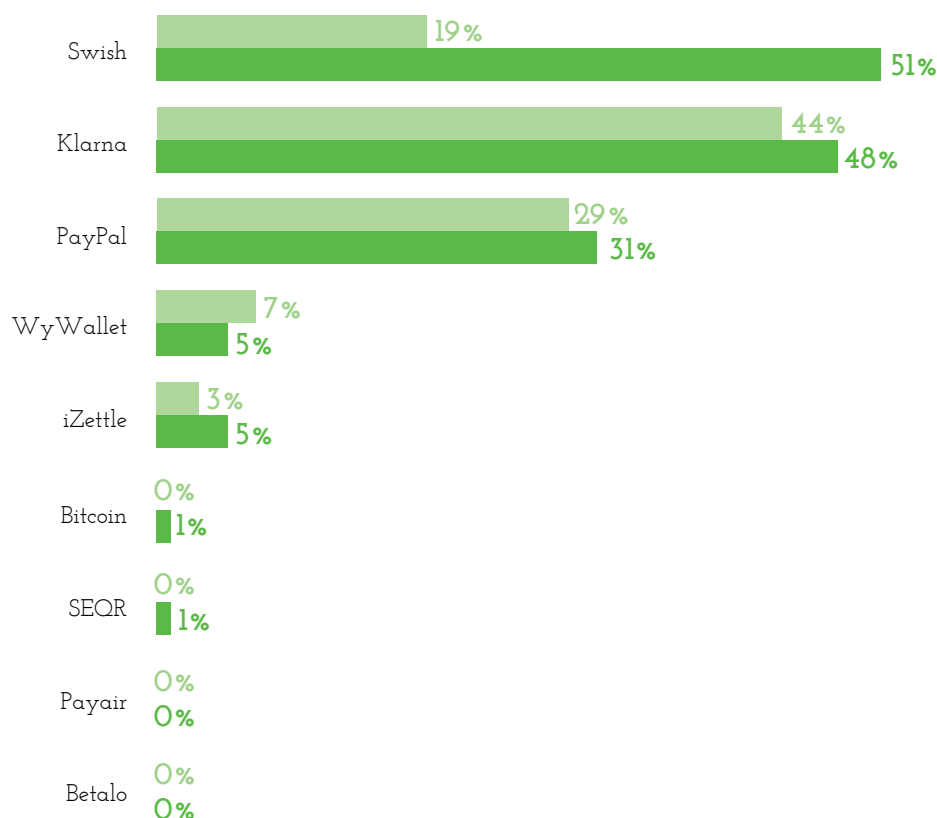


---

Användande av betaltjänster

Samtliga respondenter 2014 och 2015

■ 2014 ■ 2015



---

” Swish är den betaltjänst som flest svarar att de både använder och känner till.

---

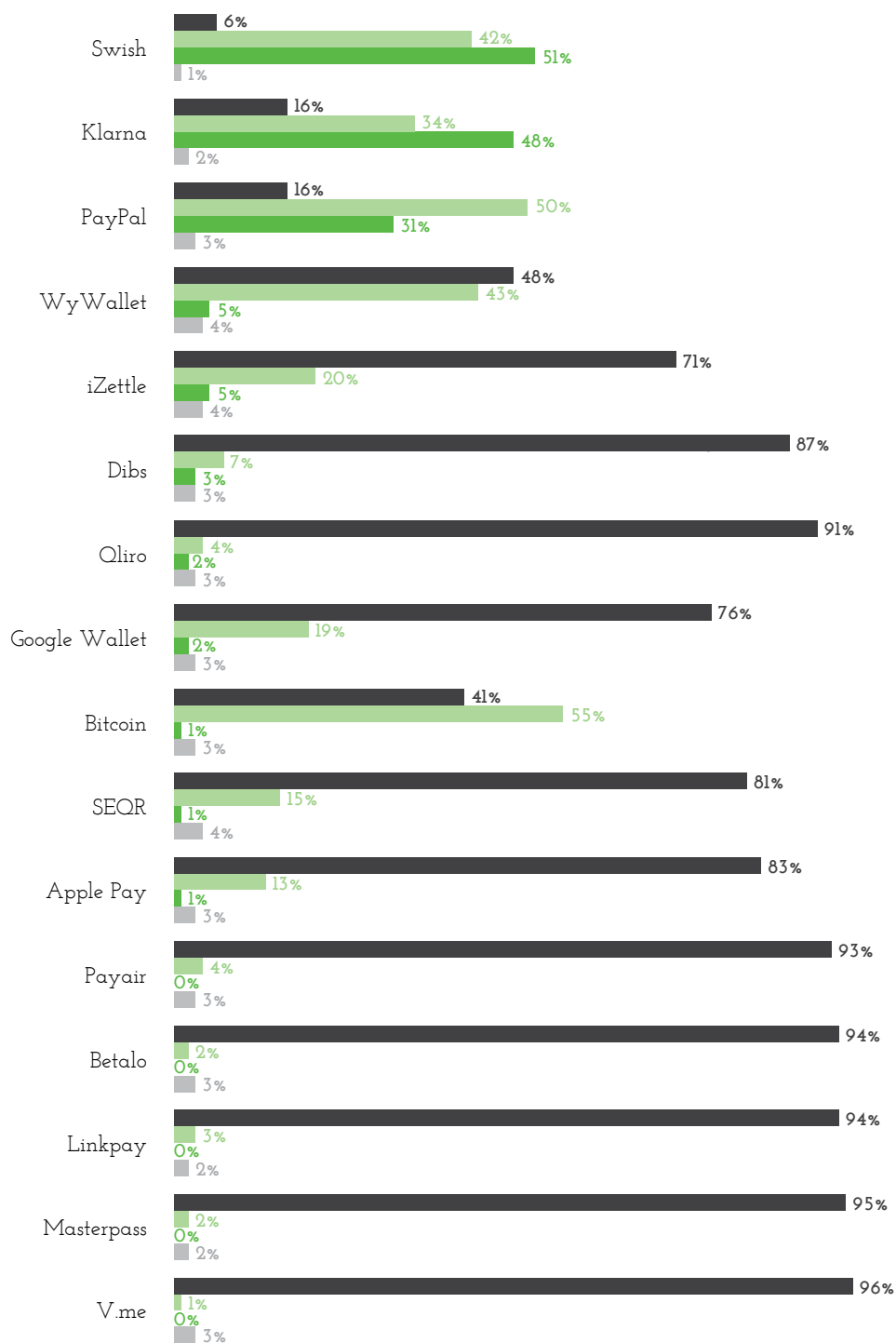
I samband med årets undersökning lade vi till ett par nya betaltjänster (Qliro, Dibs, Linkpay, Masterpass, V.Me, Google Wallet och Apple Pay) varav majoriteten är okända för de flesta svenskar. Att de är okända är inte så konstigt då flera av dem inte har hunnit lanseras i Sverige än. Det fullständiga resultatet visar att

Swish är den betaltjänst som flest svarar att de både använder (51%) och känner till (42%). I förra årets undersökning låg Swish på tredje plats men har i år gått om både Klarna och Paypal i dessa aspekter. Betaltjänsterna med lägst kännedom är generellt också de som funnit kortast tid på marknaden.

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

Samtliga respondenter

■ Känner inte till ■ Känner till, men använder inte ■ Jag använder ■ Tveksam, vet ej

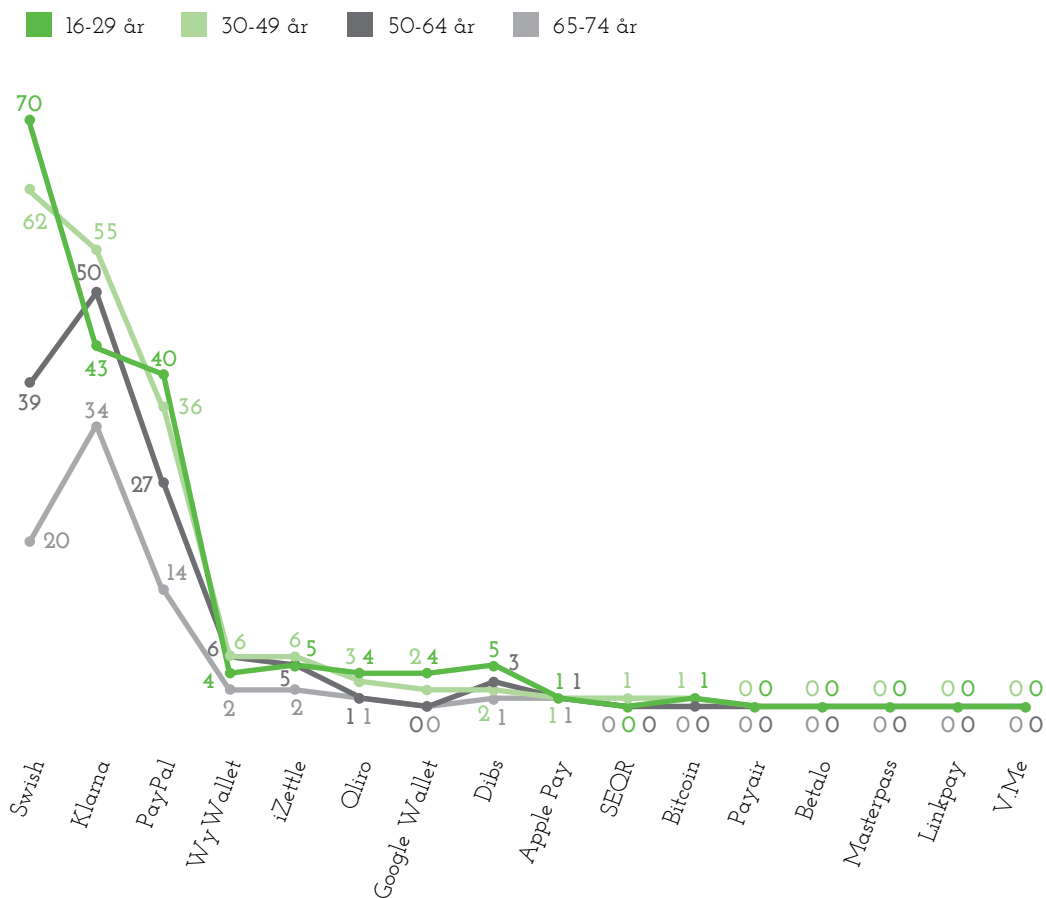


Om man tittar på hur användandet skiljer sig mellan åldersgrupper kan man se att Klarna är den mest populära betaltjänsten bland äldre medan Swish är mest populär hos yngre. Användandet av Swish är störst i

åldersgruppen 16 till 29 år, bland dem använder sju av tio (70%) tjänsten. I denna målgrupp finns fler kvinnliga användare (77%) än manliga (64%).

## I vilken utsträckning använder du följande betaltjänster? (%)

Samtliga respondenter



---

# Betalvanor

---

När det kommer till hur ofta olika betalmetoder används kan man se att kortbetalningar fortfarande är det betalsätt som används mest frekvent medan betal-appar används minst frekvent.

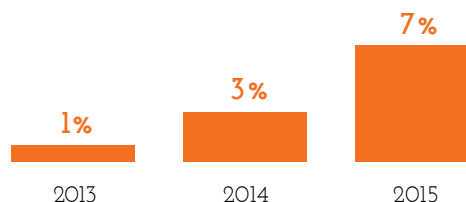
Trots att betal-appar för smartphones är den betalmetod som flest svarar att de aldrig använder (45%) har andelen som svarar att de använder det ett par gånger i veckan eller oftare ökat med sex procentenheter de senaste två åren.

När vi jämför med tidigare års undersökningar kan vi se att det frekventa användandet av kontanter har minskat markant samtidigt som kortbetalningar har ökat. De senaste två åren har betalningar med kontanter flera gånger i veckan eller oftare minskat med 23 procentenheter medan motsvarande ökning för kortbetalningar är 11 procentenheter.

---

Betalning med betal-appar för smartphones ett par gånger i veckan eller oftare

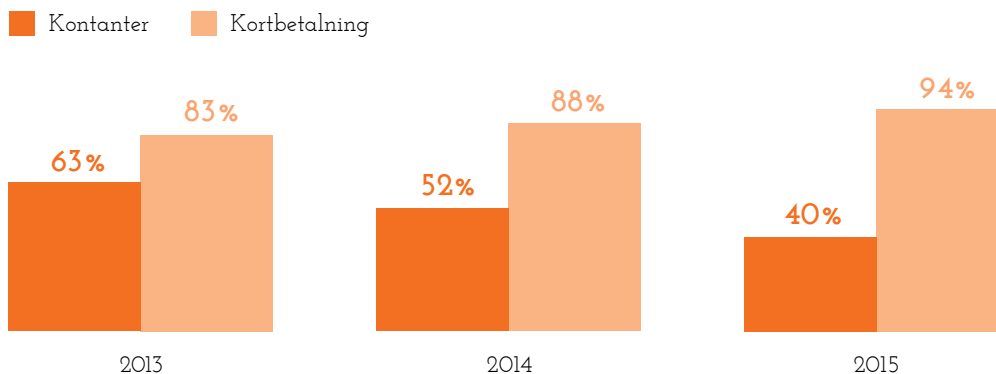
Samtliga respondenter,  
skillnad 2013, 2014 och 2015



---

Betalning ett par gånger i veckan eller oftare

Samtliga respondenter 2013, 2014 och 2015



---

 Hur ofta använder du följande betalmetoder?


Ett par gånger per dag

**Kortbetalning****36%**

Kontanter

6%

Fakturatjänster (t.ex. Klarna)

0%

Betal-appar för smartphones (WyWallet, Swish, SEQR, etc.)

0%

Betalning via internetbank (direktbetalning)

0%

Gireringar (t.ex. bankgiro, autogiro, plusgiro)

0%



Ett par gånger per vecka

**Kortbetalning****58%**

Kontanter

**34%**

Betalning via internetbank (direktbetalning)

9%

Betal-appar för smartphones (WyWallet, Swish, SEQR, etc.)

7%

Gireringar (t.ex. bankgiro, autogiro, plusgiro)

6%

Fakturatjänster (t.ex. Klarna)

2%



Ett par gånger per månad

**Gireringar (t.ex. bankgiro, autogiro, plusgiro)****65%**

Betalning via internetbank (direktbetalning)

**59%**

Kontanter

42%

Betal-appar för smartphones (WyWallet, Swish, SEQR, etc.)

29%

Fakturatjänster (t.ex. Klarna)

28%

Kortbetalning

4%



Ett par gånger per år

**Fakturatjänster (t.ex. Klarna)****44%**

Betalning via internetbank (direktbetalning)

**22%**

Gireringar (t.ex. bankgiro, autogiro, plusgiro)

20%

Betal-appar för smartphones (WyWallet, Swish, SEQR, etc.)

18%

Kontanter

16%

Kortbetalning

1%



Aldrig

**Betal-appar för smartphones (WyWallet, Swish, SEQR, etc.)****45%**

Fakturatjänster (t.ex. Klarna)

**24%**

Gireringar (t.ex. bankgiro, autogiro, plusgiro)

16%

Betalning via internetbank (direktbetalning)

8%

Kontanter

1%

Kortbetalning

0%

---

# Förtroende för olika betalmetoder

---

Även om användandet av kontanter minskar är förtroendet högt. Kontanter är den betalmetod som folk känner störst förtroende för (88%) följt av kort (86%).



I förra årets undersökning var betalning via internetbank den metod som folk kände störst förtroende för. I år faller det förtroendet med sju procentenheter till en tredje plats (84%). En anmärkningsvärd förändring från förra årets resultat är förtroendet för fakturabetalningar. Förra året hade 86 procent ett högt förtroende för fakturabetalningar jämfört med motsvarande 59 procent i år, ett förtroendetapp på 27 procentenheter det senaste året. En trolig förklaring till det minskade förtroendet för fakturabetalningar är det senaste årets ökande antal fakturabedrägerier. Enligt statistik från Brottsförebyggande rådet har antalet fakturabedrägerier ökat med över 20 procent under första halvåret 2015 jämfört med samma period 2014.

---

” Förra året hade 86 procent ett högt förtroende för fakturabetalningar jämfört med motsvarande 59 procent i år, ett förtroendetapp på 27 procentenheter det senaste året.

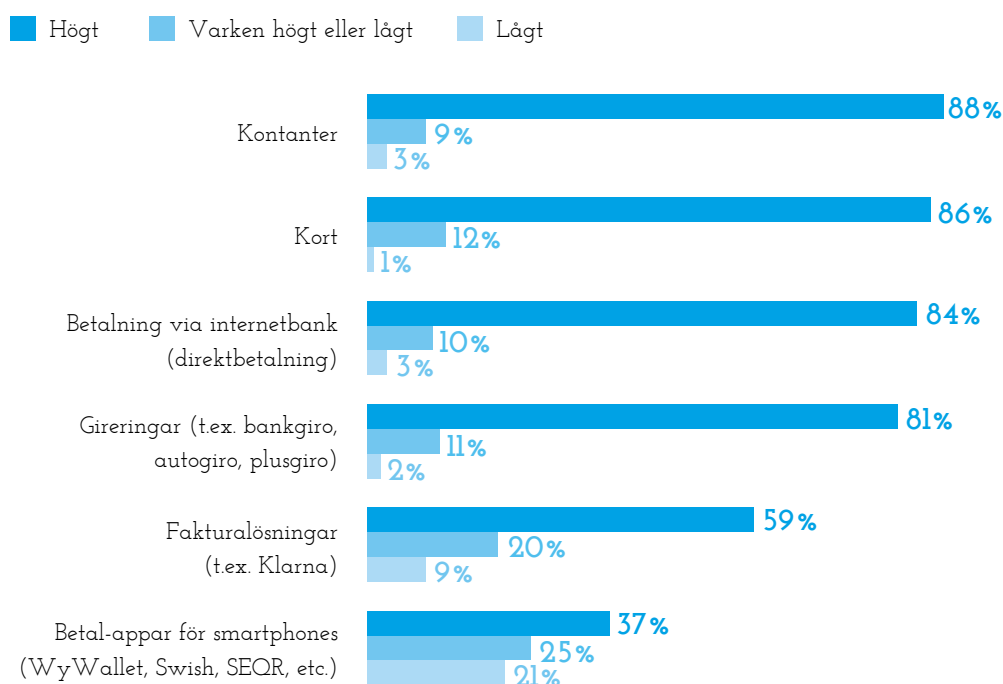
## Gradera ditt förtroende för följande betalmetoder?

Samtliga respondenter

Högt förtroende = de som svarat 4-5 på en femgradig skala

Lågt förtroende = de som svarat 1-2 på en femgradig skala

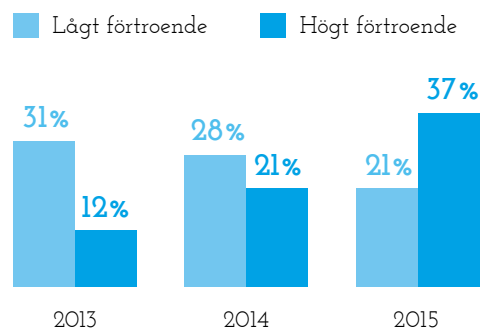
Varken högt eller lågt = de som svarat 3 på en femgradig skala



Förtroendet för betal-appar har förändrats markant de senaste åren. Från 2013 till 2015 har de som anger ett högt förtroende för betal-appar ökat med 25 procentenheter medan andelen som anger ett lågt förtroende har minskat med 10 procentenheter.

## Förtroende för betal-appar för smartphones (WyWallet, Swish, SEQR, etc.)?

Samtliga respondenter 2013, 2014 och 2015

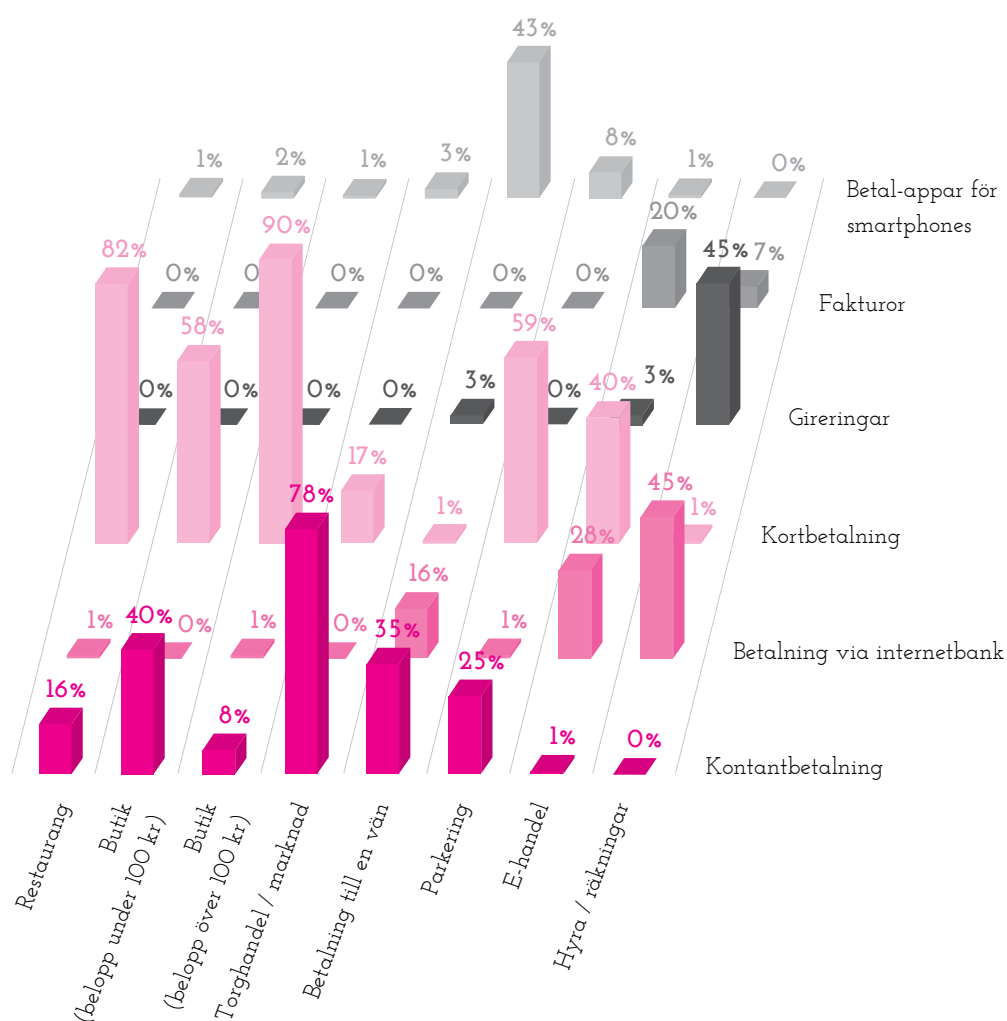


# Betalpreferenser kopplat till köptillfälle

Diagrammet nedan ger en översikt av vilka betalmetoder som föredras vid olika köptillfällen.

Vid vilka betaltillfällen föredrar du respektive betalmetod?

Samtliga respondenter



Vi kan bland annat se att kortbetalning är den mest populära betalmetoden i fem av åtta betalsituationer. Vi kan även se att kontanter fortfarande är ohotade som betalmedel i

samband med torghandel och marknad (78%) och att faktura i stort sätt endast föredras i samband med e-handel (20%).

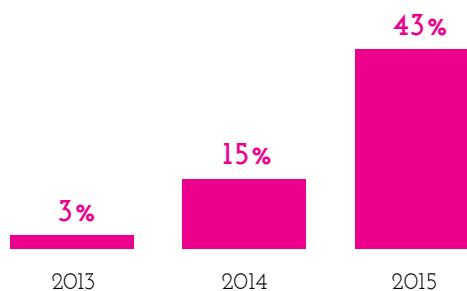


” Kortbetalning är den mest populära betalmetoden i fem av åtta betalsituationer.

När det kommer till betalning till en vän syns en fortsatt stadig "Swish-effekt". De tre senaste åren har andelen som föredrar betal-appar för smartphones vid betalning till en vän ökat med 40 procentenheter. Faktum är att det nu är det vanligaste sättet att betala till en vän. Detta på bekostnad av kontanternas roll vid betalning till en vän som under samma period har minskat med 20 procentenheter. Bland yngre i åldersgruppen 16 till 29 år använder 65 procent betal-appar vid betalning till en vän vilket kan jämföras med tretton procent bland äldre i åldern 65 till 74 år.

Vilken betalmetod föredrar du vid betalning till en vän?

De som svarat betal-appar för smartphones 2013, 2014 och 2015



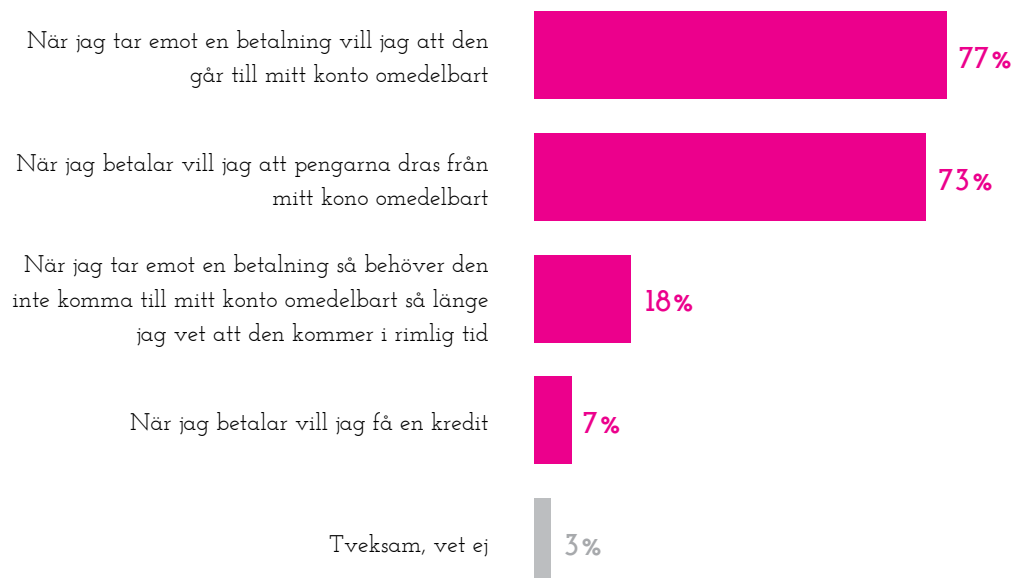
I föregående graf kunde vi se betalpreferenser kopplat till köptillfälle, men hur föredrar man att pengarna dras i samband med själva överföringen? De flesta vill att betalningen överförs till kontot direkt. I de fall då man mottar en betalning vill 77 procent att betalningen går till kontot direkt. När man själv betalar vill 73 procent att pengarna dras från kontot direkt. Även om man vet att pengarna kommer till kontot inom en rimlig

tid är det endast en knapp femtedel (18%) som tycker att det är okej att vänta på att ta emot en betalning. Endast sju procent önskar att få en kredit när de betalar. Ju äldre man är desto mer benägen är man att få en kredit och vice versa. Bland de i åldern 65 till 74 år önskar 14 procent att betala med kredit jämfört med endast tre procent bland de i åldersgruppen 16 till 29 år.

---

### Vilka av följande alternativ tycker du är viktiga i samband med hur själva överföringen i en betalning genomförs?

Samtliga respondenter



---

För att få en bättre bild av vad folk upplever som de främsta begränsningarna inom betalningar ställde vi en öppen fråga där det fick beskriva själva, utan svarsalternativ. Många av svaren handlar om betalsituationer där man begränsas till att använda EN betalmetod, och i många av dessa situationer handlar det om att man tvingas att betala med kontanter. Det är en stor attitydförändring

på två år. I undersökningen som vi genomförde 2013 var det många som uttryckte en frustration över de allt mer begränsade möjligheterna att använda kontanter. I årets undersökning hörs förvisso fortfarande ett fåtal sådana röster men allt fler uttrycker nu snarare en frustration över de situationer då man endast kan betala med kontanter.

---

I vilka situationer upplever du att det är krångligt att betala? Tänk på situationer där du tror att det finns utrymme för förbättring ur ett betaltjänstperspektiv.

- ” De få tillfällen då det krävs kontanter eftersom att jag sällan har kontanter om jag inte planerat för det innan.
- ” Då den som ska ta emot betalning inte accepterar kortbetalning, och man inte har tillräckligt med kontanter på sig. Alternativt då man har kontanter men mottagaren inte har möjlighet att växla.
- ” E-handel. Det är krångligt med alla nummer, koder lösenord och siffror.
- ” Alla typer av marknader/loppisar eller köp av privatpersoner där man i dagsläget är tvungen att ha med sig kontanter.
- ” I alla situationer där bara ett alternativ finns. Till exempel bara betala toalett med telefon eller bara parkeringsavgift med kontanter.

---

# Positivt med den mobila betalmarknaden

---

Den mobila betalmarknaden är ännu mycket begränsad men förväntas växa.

28 procent av samtliga respondenter i undersökningen tror att betal-appar är den betalmetod som de kommer att använda sig främst av om 10 år. Vi ville ta reda på vad folk ser som mest positivt respektive negativt med den mobila betalmarknaden.

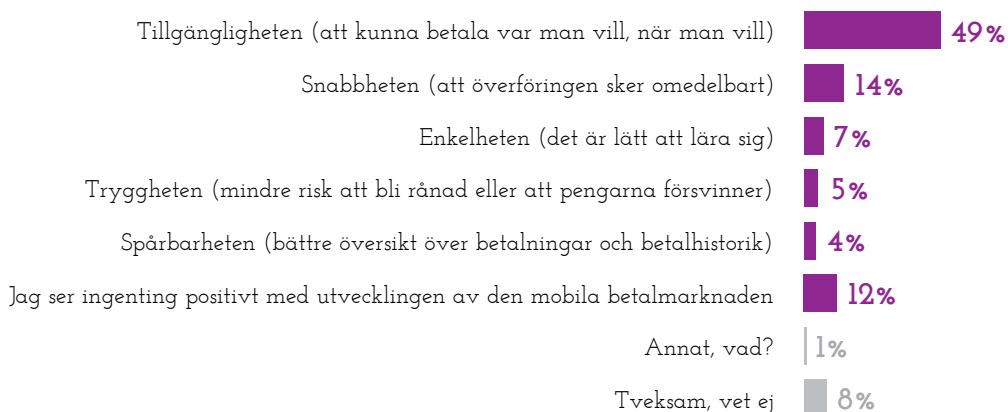
Varannan (49%) tycker att tillgängligheten är det mest positiva, det vill säga att man kan betala var man vill, när man vill. Det är nästan dubbelt så många unga i åldersgruppen 16 till 29 år (60%) som tycker det än äldre i åldersgruppen 65 till 74 år (36%)



---

## Vad ser du som mest positivt med utvecklingen av den mobila betalmarknaden?

Samtliga respondenter



På andra plats kommer snabbheten, att överföringen sker omedelbart (14%). Bland de i åldersgruppen 65 till 74 år svarar hela 27 procent att de inte ser någonting positivt med utvecklingen av den mobila betalmarknaden

vilket kan jämföras med endast fyra procent bland de i åldersgruppen 16 till 29 år. Inställningen till mobila betalningar är alltså mycket av en generationsfråga.

---

# Negativt med den mobila betalmarknaden

---

När det kommer till vad som ses som mest negativt med den mobila betalmarknaden använde vi motsatta svarsalternativ till de som användes som positiva argument.

Det som anses mest negativt handlar om otrygghet, att det finns en större risk för att bli rånad eller att pengarna försvinner (30%). Det är framförallt unga kvinnor mellan 16 och 29 år som är bekymrade över det (41%).



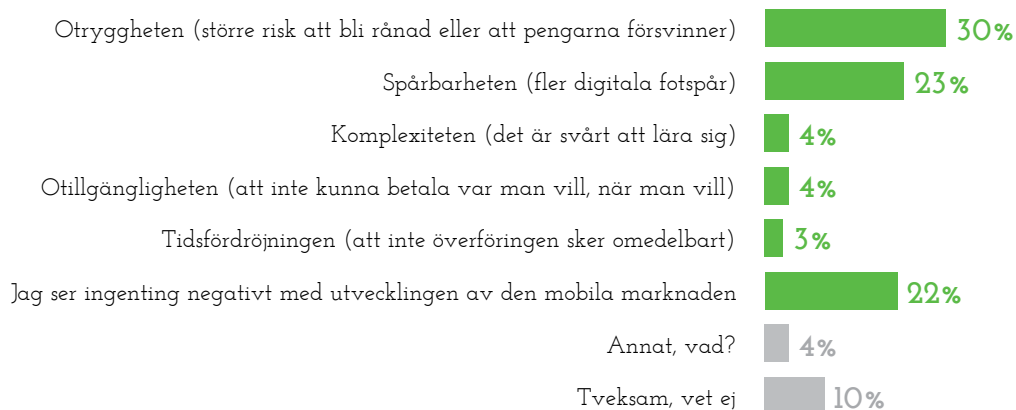
23 procent är oroliga för att den mobila betalmarknaden innebär en större spårbarhet.

Nästan lika många (22%) ser dock ingenting negativt med utvecklingen av den mobila betalmarknaden. Under svarsalternativet "Annat, vad?" finns svar som "Att den personliga kontakten försvinner" och "Det är lätt att bli fartblind. Kontanter känns mer värda än siffror på en skärm". Det är nästan dubbelt så många personer som svarar att de inte ser någonting negativt med utvecklingen av den mobila betalmarknaden (22%) än det är som svarar att de inte ser någonting positivt med den (12%).

---

Vad ser du som mest negativt med utvecklingen av den mobila betalmarknaden?

Samtliga respondenter



---

# Attityder till nya aktörer på betalmarknaden

---

Enligt trendspaningar är 2015 ett år då stora internationella företag kommer att satsa på lansering av sina digitala betaltjänster, till exempel Apple och Google.

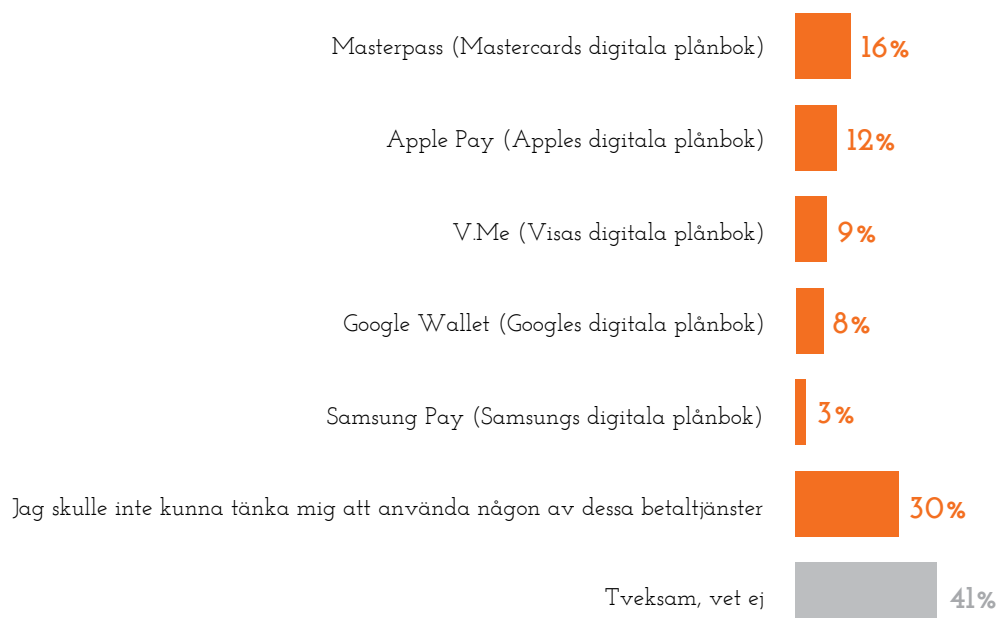
När vi ställde frågan om vilka av dessa olika aktörers betaltjänster som man skulle kunna tänka sig att använda var dock intresset svalt. Nästan var tredje (30%) svarade att de inte

skulle kunna tänka sig att använda någon av dessa tjänster och hela 41 procent svarade att de är tveksamma eller inte vet.

---

Vilken/vilka av följande betaltjänster som ännu inte lanserats i Sverige skulle du kunna tänka dig att använda?

Samtliga respondenter





Den betaltjänst som flest skulle kunna tänka sig att använda är Masterpass som är Mastercard's nya digitala plånbok (16%) och som kommer att kommersialiseras under hösten 2015. Medelålders män (30 till 49 år) i Stockholmsområdet är de som i störst utsträckning kan tänka sig att använda Masterpass (18%). Personer med störst intresse för Apples nya betallosning finner man i Göteborgsområdet (16%).

I förra årets undersökning svarade de flesta (72%) att de föredrar när en bank står bakom en betaltjänst. Endast en procent svarade då att de föredrog när ett IT-företag står bakom en betaltjänst och ingen föredrog när en telefonoperatör står bakom. De flesta verkar alltså känna sig tryggare med en betaltjänst från ett företag som har betalningar som kärnverksamhet.

I årets undersökning ställde vi frågan om man skulle kunna tänka sig att ge andra aktörer än traditionella banker möjlighet att genomföra betalningar från ens bankkonto. Varannan (49%) skulle inte kunna tänka sig det medan var femte (20%) ställde sig positiva till det. Nästan var tredje (31%) svarade "tveksam, vet ej" vilket kan bero på att man inte förstår vad det skulle innebära rent praktiskt.

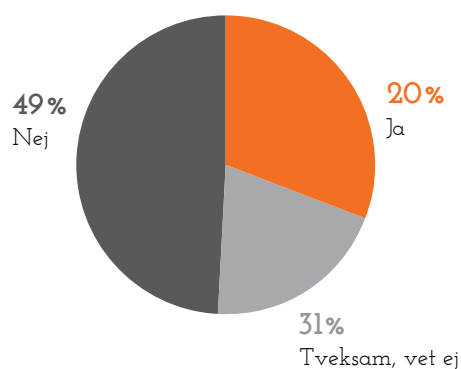
---

” De flesta verkar känna sig tryggare med en betaltjänst från ett företag som har betalningar som kärnverksamhet.

---

Skulle du kunna tänka dig att ge andra aktörer än traditionella banker möjlighet att genomföra betalningar från ditt bankkonto?

Samtliga respondenter



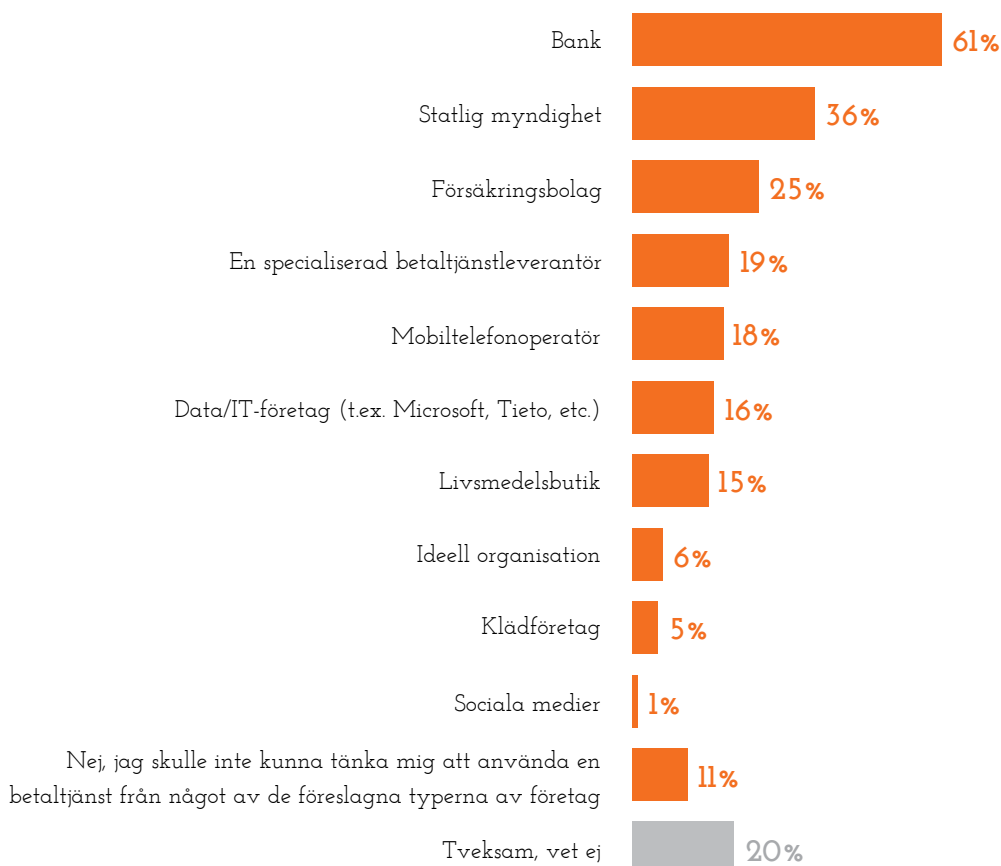
Vi frågade även mer specifikt vilken typ av företag eller organisation som man skulle kunna tänka sig att använda en betaltjänst från. Föga förvånande skulle sex av tio (61%) kunna tänka sig att använda en betaltjänst som en bank står bakom. Även statliga

myndigheter (36%) och försäkringsbolag (25%) har högt förtroende i denna aspekt. Faktum är att det är fler som skulle kunna tänka sig att använda en betaltjänst som ett försäkringsbolag står bakom än en som drivs av en specialiserad betaltjänstleverantör (19%).

” Det är fler som skulle kunna tänka sig att använda en betaltjänst som ett försäkringsbolag står bakom än en som drivs av en specialiserad betaltjänstleverantör.

Skulle du kunna tänka dig att använda en digital betaltjänst som någon av följande typ av företag/organisation står bakom?

Samtliga respondenter





” Endast 15 procent svarar att de skulle kunna tänka sig att använda sig av en betaltjänst som en livsmedelsbutik står bakom vilket kan innebära motvind för Ica som nu är i gång med lanseringen av sin egen betaltjänst.

Endast en procent svarar att de skulle kunna tänka sig att använda sig av en betaltjänst som drivs av ett företag inom sociala medier. Endast 15 procent svarar att de skulle kunna

tänka sig att använda sig av en betaltjänst som en livsmedelsbutik står bakom vilket kan innebära motvind för Ica som nu är i gång med lanseringen av sin egen betaltjänst.

---

# Betalningar i framtiden

---

Förra året ställde vi en fråga om huruvida man är öppen för biometriska betalningar, som innebär betalningar genom till exempel fingeravtryck eller ögonscanning.



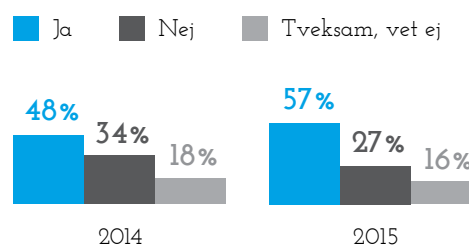
Då svarade 48 procent att de skulle kunna tänka sig det, i år är det 57 procent, det vill säga en ökning med nio procentenheter. Andelen som svarar att de inte skulle kunna tänka sig att använda biometri som identifiering vid betalning har minskat med sju procentenheter.

Mer än varannan (53%) tror att kortbetalningar kommer att vara den betalmetod som de använder sig mest av om tio år, en ökning med fem procentenheter från förra året. Andelen som tror att de främst kommer att använda sig av betal-appar för smartphones har också ökat det senaste året, med sex procentenheter.

---

Skulle du kunna tänka dig att använda biometri (t ex ögonscanning eller fingeravtryck) som identifiering när du ska göra en betalning?

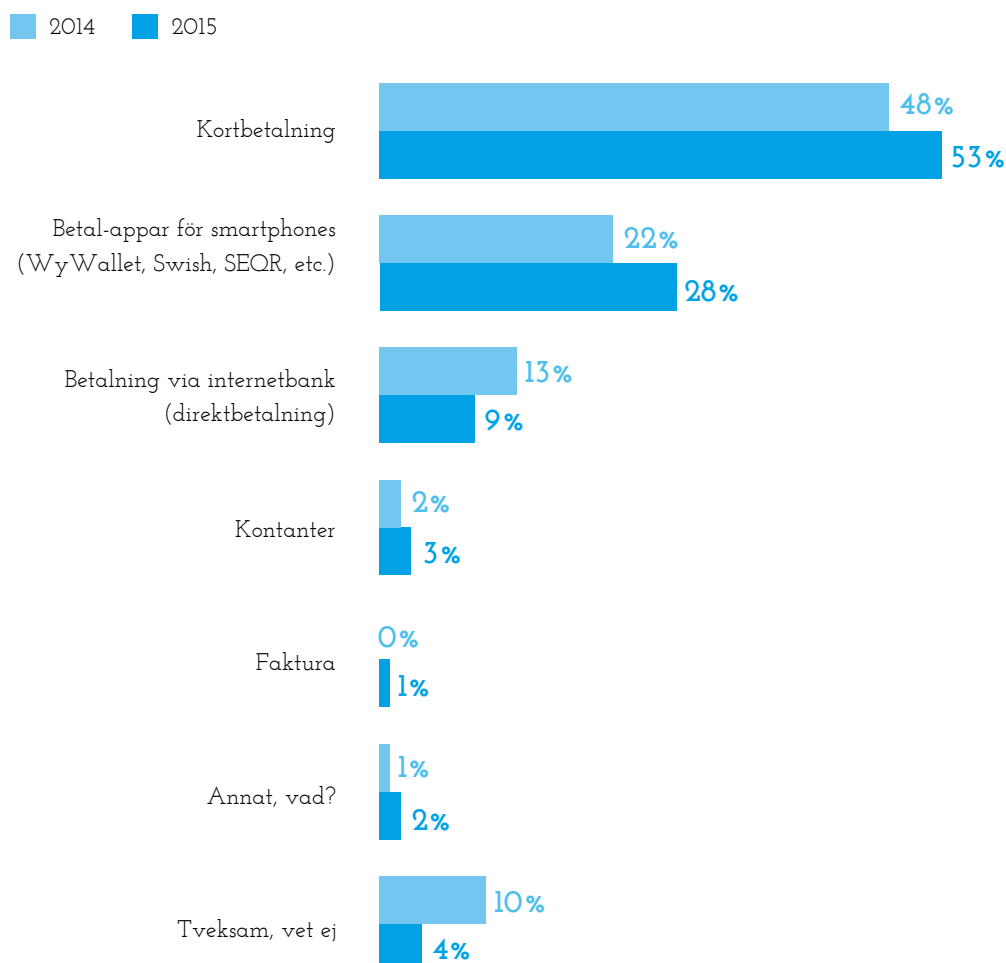
Samtliga respondenter



---

Vilken betalmetod tror du att du kommer att använda dig mest av om 10 år?

Samtliga respondenter



---

Vi har tidigare sett hur "otrygghet" var det som folk såg som mest negativt med utvecklingen av den mobila betalmarknaden. Man kan säga att det återkommer när vi frågade vad man skulle vilja se för förbättring av dagens

digitala betaltjänster. 66 procent vill att betaltjänsterna blir säkrare att använda. Det anses tre gånger så viktigt som det näst mest populära alternativet, att de kan användas i flera länder (22%).

---

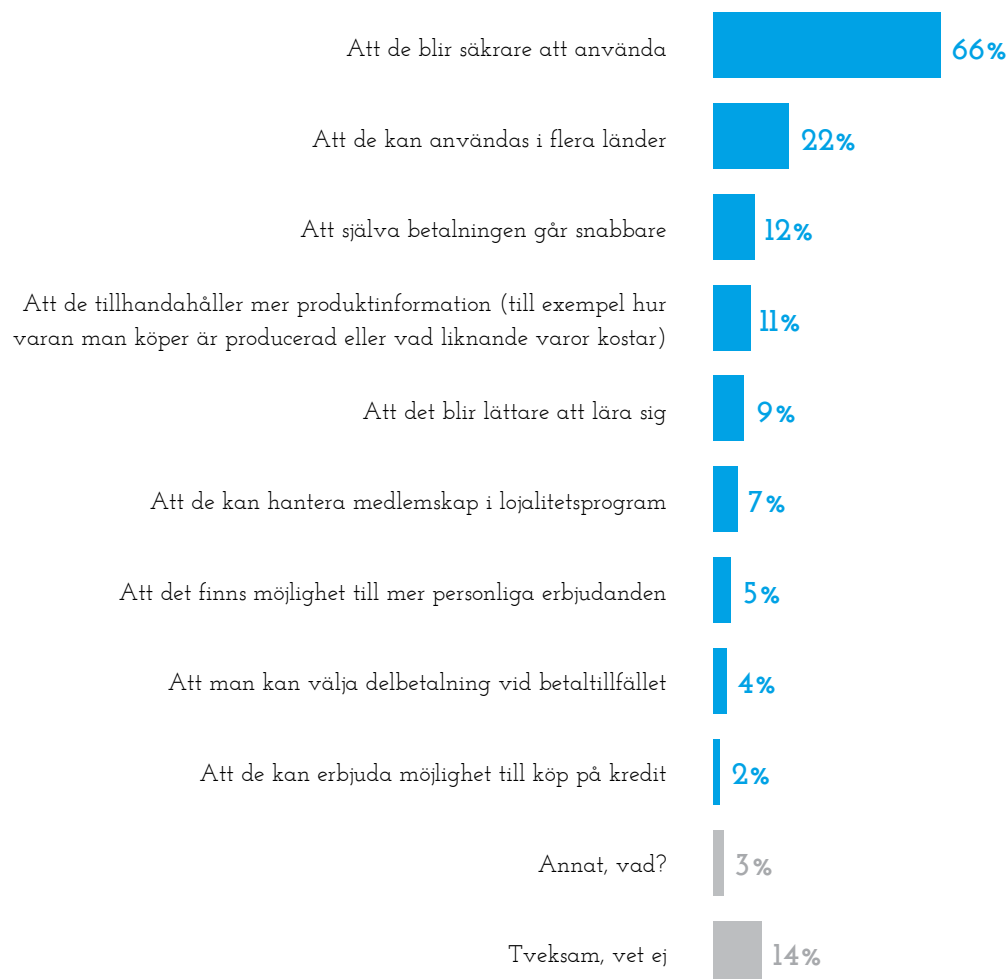
” 66 procent vill att betaltjänsterna blir säkrare att använda.

---

---

### Vad skulle du vilja se för förbättring av dagens digitala betaltjänster?

Samtliga respondenter



Tidigare i undersökningen kunde vi se att endast sju procent önskar att få en kredit när de betalar. Ointresset för krediter bekräftas i resultatet på denna fråga då bara två procent skulle vilja se en förbättring i betaltjänster kopplad till möjligheter att köpa på kredit.

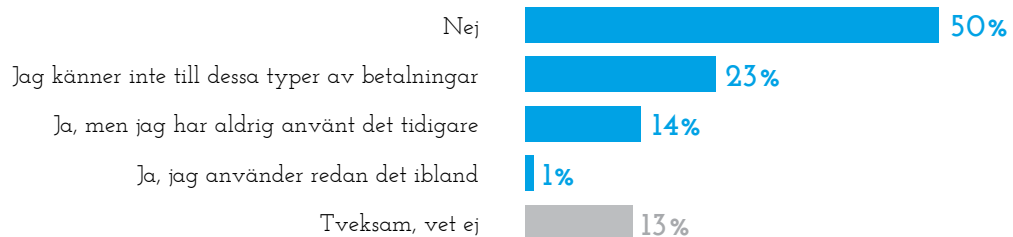
Vi frågade även om intresset för digitala valutor. Denna typ av betalmetod är helt okänd för nästan var fjärde respondent (23%). Varannan skulle inte kunna tänka sig att använda digitala valutor (50%) och endast en procent svarar att de använder sig av dem. Av de 14 procent som skulle kunna tänka sig att använda dessa finns en klar överrepresentation av unga män mellan 16 och 29 år (30%).



” Varannan skulle inte kunna tänka sig att använda digitala valutor (50%) och endast en procent svarar att de använder sig av dem.

Skulle du kunna tänka dig att använda dig av så kallade digitala valutor såsom Bitcoin, Litecoin, Pecunix, etc.?

Samtliga respondenter



---

# Betalningar under det senaste dygnet

---

I våra tidigare undersökningar har vi frågat hur mycket kontanter respondenterna har på sig vid intervjutillfället.

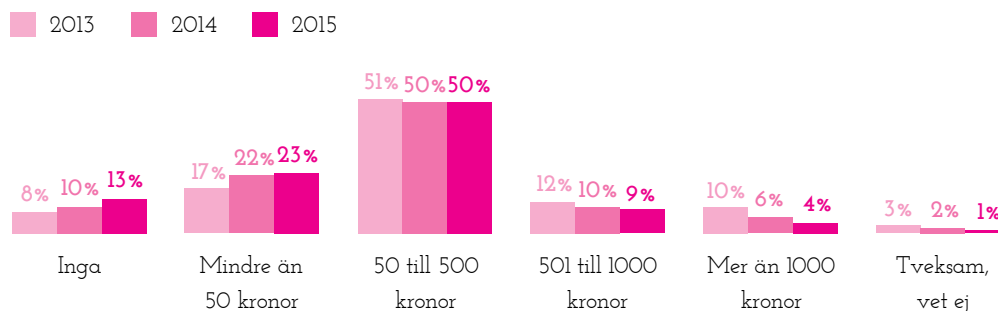
Det har inte skett några större förändringar. Man kan dock se att andelen som svarar att de inte har några kontanter på sig har ökat något de två senaste åren och att andelen som har större belopp på sig har minskat. De som i

störst utsträckning har 50 till 500 kronor på sig i kontanter är äldre kvinnor mellan 65 och 74 år (65%) vilket är betydligt vanligare än till exempel hos yngre kvinnor i åldern 16 till 29 år (37%).

---

Hur mycket kontanter har du på dig idag?

Samtliga respondenter



---

I år kompletterade vi även med en fråga om hur många som betalat via sin mobiltelefon dagen innan intervjun genomfördes. Endast drygt var tionde uppgav att de gjort det (11%) vilket bekräftar det ännu begränsade användandet av betal-appar. De sju procent som angav att de betalat 50 till 500 kronor via sin mobil var främst unga kvinnor mellan 16 och 29 år (15%). Bland äldre kvinnor mellan 65 och 74 år var motsvarande siffra en procent.

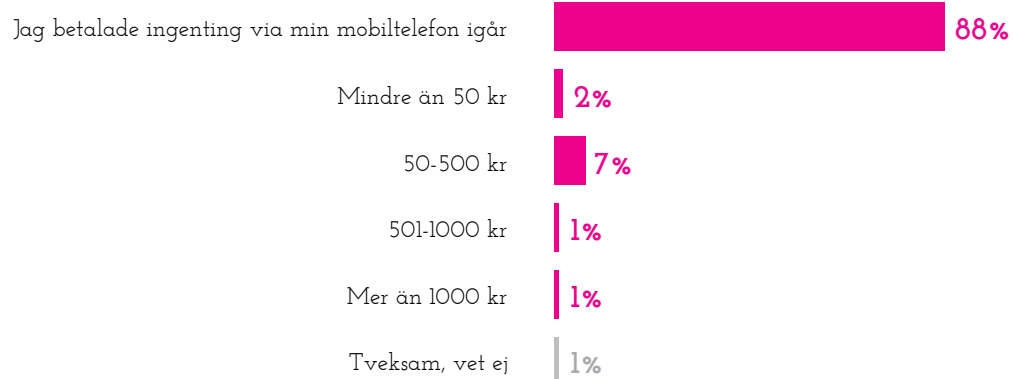
” De sju procent som angav att de betalat 50 till 500 kronor via sin mobil var främst unga kvinnor mellan 16 och 29 år.



---

Betalade du någonting via din mobiltelefon igår, och i så fall hur mycket?

Samtliga respondenter



---

# Summering av resultat

---



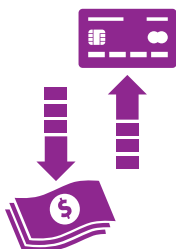
## Swish toppar listan som den mest kända och använda digitala betaltjänsten

Swish är den betaltjänst som flest svarar att de både använder (51%) och känner till (42%). I förra årets undersökning låg Swish på tredje plats men har i år gått om både Klarna och Paypal i dessa aspekter. Användandet av Swish är störst i åldersgruppen 16 till 29 år, bland dem använder sju av tio (70%) tjänsten.



## Betal-appar för smartphone används mer frekvent

Trots att betal-appar för smartphones är den betalmetod som flest svarar att de aldrig använder (45%) har andelen som svarar att de använder betal-appar ett par gånger i veckan eller oftare ökat med sex procentenheter de senaste två åren.



## Kontantanvändningen fortsätter att minska medan kortanvändandet ökar

När vi jämför med tidigare års undersökningar kan vi se att det frekventa användandet av kontanter har minskat markant samtidigt som kortbetalningar har ökat. De senaste två åren har betalningar med kontanter flera gånger i veckan eller oftare minskat med 23 procentenheter medan motsvarande ökning för kortbetalningar är 11 procentenheter.



## Minskat förtroendet för fakturabetalningar

En anmärkningsvärd förändring från förra årets resultat är förtroendet för fakturabetalningar. Förra året hade 86 procent ett högt förtroende för fakturabetalningar jämfört med motsvarande 59 procent i år, ett förtroendetapp på 27 procentenheter det senaste året. Även användandet av faktura som betalmetod har minskat med 27 procentenheter. 2014 svarade 55 procent att de använde sig av fakturabetalningar ett par gånger per månad jämfört med motsvarande 28 procent i år.

---



### Förtroendet för betal-appar ökar stadigt

Förtroendet för betal-appar för smartphones har förändrats markant de senaste åren. Från 2013 till 2015 har de som anger ett högt förtroende för betal-appar ökat med 25 procentenheter medan andelen som anger ett lågt förtroende har minskat med 10 procentenheter.



### Mobil betalning, det vanligaste sättet att betala till en vän

När det kommer till betalningar till en vän syns en fortsatt stadig "Swish-effekt". De tre senaste åren har andelen som föredrar betal-appar för smartphones vid betalning till en vän ökat med 40 procentenheter. Faktum är att det nu är det vanligaste sättet att betala till en vän. Detta på bekostnad av kontanternas roll vid betalning till en vän som under samma period har minskat med 20 procentenheter. Bland yngre i åldersgruppen 16 till 29 år använder 65 procent betal-appar vid betalning till en vän vilket kan jämföras med tretton procent bland äldre i åldern 65 till 74 år.



### Tillgängligheten, det mest positiva med den mobila betalmarknaden

Varannan (49%) tycker att tillgängligheten är mest positivt med den mobila betalmarknaden, det vill säga att man kan betala var man vill, när man vill. Det är nästan dubbelt så många unga i åldersgruppen 16 till 29 år (60%) som tycker det än äldre i åldersgruppen 65 till 74 år (36%).



### Otryggheten, det mest negativa med den mobila betalmarknaden

Det som anses mest negativt med den mobila betalmarknaden handlar om otrygghet, att det finns en större risk för att bli rånad eller att pengarna försvinner (30%). Det är framförallt unga kvinnor mellan 16 och 29 år som är bekymrade över det (41%). På frågan om vad man skulle vilja se för förbättring av dagens digitala betaltjänster svarade 66 procent att de vill att betaltjänsterna blir säkrare att använda. Även i svaren på den öppna frågan om vad man ser som det största hindret för att börja använda en ny betaltjänst är svar kopplade till otrygghet överrepresenterade.

---



### Svalt intresse för nya internationella betaltjänster

När vi ställde frågan om vilka av en rad olika internationella aktörers betaltjänster som ännu inte lanserats i Sverige som man skulle kunna tänka sig att använda var intresset svalt. Nästan var tredje (30%) svarade att de inte skulle kunna tänka sig att använda någon av dessa tjänster och hela 41 procent svarade att de är tveksamma eller inte vet.



### Fler har vant sig vid ett allt mer kontantlöst samhälle

I undersökningen som vi genomförde 2013 var det många som uttryckte en frustration över de allt mer begränsade möjligheterna att använda kontanter. I årets undersökning hörs förvisso fortfarande ett fåtal sådana röster men allt fler uttrycker nu snarare en frustration över de situationer då man endast kan betala med kontanter.

---

---

# Avslutande reflektioner

---

Kriget om den betalande konsumenten mellan de olika digitala betaltjänstleverantörerna är nu i full gång och fler icke finansiella aktörer ger sig in i leken.



---

” Många av de starka röster som i undersökningen för två år sedan tog strid för kontanternas existens har även tystnat. I årets undersökning är det fler som snarare uttrycker en frustration över situationer då man endast kan betala med kontanter.

---

Överlag är användandet av de mobila betaltjänsterna fortfarande begränsat och kortbetalningar är den ohotat mest populära betalmetoden. Däremot kan vi i år för första gången se en unik förändring i betalbeteende när det kommer till betalning till en vän. I den betalsituationen är nu mobila betalningar den vanligaste betalmetoden

(43%), vanligare än såväl kontanter som överföring via internetbank. Att vi går mot en allt mer mobil betalmarknad är det inte bara omvärldsanalytiker som förutser. Hela 28 procent av svenskarna tror att betal-appar för smartphones är den betalmetod som de kommer att använda sig mest av om tio år.



Vi kan i resultatet av årets undersökning se att de flesta verkar ha vant sig vid ett allt mer kontantlöst samhälle. Dels har andelen som svarar att de betalar med kontanter flera gånger i veckan eller oftare minskat med 23 procentenheter de senaste två åren. Många av de starka rösterna som i undersökningen för två år sedan tog strid för kontanternas existens har även tystnat. I årets undersökning är det fler som snarare uttrycker en frustration över situationer då man endast kan betala med kontanter.

Det finns dock olika hinder för en alltför snabb utveckling av den mobila betalmarknaden. Dels är det, liksom annan teknikutveckling en generationsfråga. Äldre både använder sig mindre av mobila betaltjänster och är mer negativt inställda till dessa än yngre. Det finns också en stor otrygghet generellt kopplad till mobila betalningar.

Vi står nu inför lansering av Riksbankens nya sedlar och mynt parallellt med en kommersialisering av internationella mobila betaltjänster i Sverige. Riksbanken beskriver de nya sedlarna och mynten som "säkra och effektiva". Det är en bra sammanfattning av vad svenska folket prioriterar när det kommer till betalningar. I takt med att de nya mobila betaltjänsterna blir (och uppfattas som) säkrare kommer de att ta en allt större del av betalkakan. Samtidigt kan det förtroende som nu växer för mobila betalningar snabbt raderas om någon säkerhetsskandal skulle uppdagas medialt eller om tekniken på olika sätt skulle halta.

Vi på Insight Intelligence fortsätter att följa utvecklingen med nya undersökningar och rapporter.

---

# 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

IIS är en oberoende allmännyttig stiftelse som verkar för 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 domännamnsregistret. Sedan september 2013 sköter IIS också drift och administration för toppdomänen .nu. Utöver domänverksamheten främjar IIS i enlighet med stiftelsens urkund och stadgar utvecklingen och användningen av internet i Sverige genom ett antal initiativ. Bland annat arbetar vi med att öka den digitala delaktigheten, sprida kunskap om internet och verka för att internets infrastruktur ska vara säker, stabil och skalbar.



## EY

EY är ett världsledande företag inom revision, redovisning, skatt, transaktioner och affärsrådgivning. Våra tjänster och insikter hjälper till att skapa förtroende och hållbar tillväxt på finansmarknader och i ekonomier världen över. För att hålla våra löften till våra intressenter utvecklar vi ledare och medarbetare som arbetar i team över gränserna. Vi vill att allt vi gör ska bidra till att affärsvärlden och arbetslivet fungerar bättre - för våra medarbetare, våra kunder och de samhällen vi verkar i.



---

## 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.

---



---

## Swedbank

Swedbank är en modern bank med rötterna tryggt förankrade i den svenska sparbankshistorien. Vi är en inkluderande bank med 8 miljoner privatkunder och drygt 600 000 företags- och organisationskunder. Det gör oss till Sveriges största bank sett till antalet kunder. Som en stor bank är vi en väsentlig del i det finansiella systemet och spelar en viktig roll i de lokala samhällen där vi verkar. Vi har ett djupt engagemang i att bidra till en sund och hållbar finansiell utveckling både för våra kunder, våra ägare och för samhället i stort.

---





Insight Intelligence AB

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

Tel: +46 8 410 129 00