

Prosjektnotat nr. 15-2015

Randi Lavik

SIFO-survey 2005-2015. Tabellrapport



© SIFO 2015
Prosjektnotat nr. 15 – 2015

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
Sandakerveien 24 C, Bygg B
Postboks 4682 Nydalen
0405 Oslo
www.sifo.no

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporter lagt ut på Internett, er lagt ut kun for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

| | | |
|---|-----------------------------------|---|
| Tittel SIFO-survey 2005 - 2015. Tabellrapport | Antall sider 103 | Dato 28.09.2015 |
| | ISBN | ISSN |
| Forfatter(e) Randi Lavik | Prosjektnummer 11200445 | Faglig ansvarlig sign.  |
| Oppdragsgiver BLD, SIFO | | |
| Sammendrag Dette er en rapport som viser figurer fra ulike SIFO-surveyer fra 2005 til 2015. | | |
| <p>Temaene er:</p> <ul style="list-style-type: none"> Husholdsøkonomi Mat, uformelt matvaremarked, matmerking, kropp og helse Forbrukerholdninger, bevissthet om egen atferd Boikott, økologiske varer Miljøhandlinger og miljøholdninger Marked, varehandel og distribusjon, handlevaner Reklame Åpningstider Telefonsalg Mobilitet i tjenestemarkedet Pengespill | | |

SIFO-survey 2005 - 2015. Tabellrapport

av

Randi Lavik

2015

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING

Forord – leserveiledning

Denne rapporten viser resultater fra SIFO-surveyen fra 2005 -til og med 2015. Rapporten vil bli oppdatert med resultater fra kommende SIFO-surveyer.

Rapporten inneholder en detaljert innholdsfortegnelse, med hoved- og under temaer. I tillegg finnes det en fullstendig oversikt over de enkelte figurene som er presentert. Det er også mulig å søke i fritekst. Hvis det er noe man lurer på om vi har data på, kan man søke på ord man kan være interessert i, og kanskje man finner noe statistikk.

Figurene som er presentert, er kun enkle oversikter over univariate fordelinger. Vil man lese mer om temaet, finnes referanser til figurene under hoved- eller undertittel med referanser til lenker.

Undersøkelsene er representative for Norge, og samlet inn av ulike analysebyråer. De er enten samlet inn som telefon-surveyer eller som web.

Bakerst i rapporten finnes en oversikt over hvem som har samlet inn de ulike dataene de ulike år, hvor mange som er intervjuet, når på året dataene er samlet inn og hvilke aldersgrupper som er intervjuet.

Oslo, november 2015
STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING

Innhold

| | |
|---|----|
| Forord – leserveiledning | 3 |
| Innhold | 5 |
| 1 Husholdsøkonomi | 15 |
| 1.1 Ulike typer gjeld..... | 15 |
| 1.2 Hva brukes lån til? | 16 |
| 1.3 Antall kredittkort..... | 17 |
| 1.4 Kredittkortgjeld..... | 18 |
| 1.5 Forbrukslån | 19 |
| 1.6 Betalingsproblemer | 20 |
| 1.7 Utvikling av inntekter og utgifter..... | 23 |
| 1.8 Buffer | 24 |
| 1.9 Pensjonisttilværelse og økonomi..... | 25 |
| 1.9.1 Sparer til pensjon?..... | 25 |
| 1.9.2 Forventninger til fremtidig økonomi og hvordan den er i dag | 27 |
| 1.10 Pensjon og forsikring | 29 |
| 2 Mat..... | 31 |
| 2.1 Uformelt matmarked | 31 |
| 2.2 Norsk mat | 33 |
| 2.3 Kropp, mat og helse | 34 |
| 2.4 Matmerking..... | 36 |
| 3 Merkevarer til barn | 41 |
| 4 Forbrukernes holdninger, bevissthet, adferd og kompetanse..... | 43 |
| 4.1 Hvordan forbrukerne mener de selv opptrer i markedet | 43 |
| 4.2 Boikott..... | 44 |
| 4.3 Selvrappertert forbrukerkompetanse..... | 45 |
| 4.4 Oppslutning om miljøspørsmål | 46 |
| 4.5 Miljøhandlinger; redusert forbruk | 47 |
| 4.6 Økologiske markeder/miljømerkede varer..... | 49 |
| 4.6.1 Kjøpt økologiske/ miljømerkede varer..... | 49 |
| 4.6.2 Kunnskap om det offisielt godkjente økologiske merket ‘Debio’ | 51 |
| 4.7 Lokale produkter | 53 |
| 4.8 Klær og arv..... | 54 |
| 4.9 Brukte klær..... | 58 |
| 5 Marked, varehandel, distribusjon..... | 61 |
| 5.1 Reklame | 61 |
| 5.1.1 Ergrelse over reklame fram til 2005..... | 61 |
| 5.1.2 Ergrelse over reklame fram til 2007..... | 62 |
| 5.1.3 Ergrelse over reklame fram til 2011..... | 63 |
| 5.1.4 I hvilken grad man liker eller misliker reklame | 64 |
| 5.1.5 Skjult reklame | 65 |
| 5.1.6 Reklame og pengespill | 66 |
| 5.2 Klageatferd..... | 68 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 5.3 | Kosmetikk | 69 |
| 5.4 | Handlevaner | 71 |
| 5.4.1 | Hva vektlegges ved innkjøp a dagligvarer - 2014 | 71 |
| 5.4.2 | Antall dagligvarebutikker som benyttes | 72 |
| 5.4.3 | Hvem gjør dagligvareinnkjøp i flerpersonshusholdninger | 73 |
| 5.5 | Søndagsåpent..... | 74 |
| 5.5.1 | For eller mot søndagsåpent..... | 75 |
| 5.5.2 | Hvorfor man er for eller mot søndagsåpent?..... | 77 |
| 5.6 | Telefonsalg..... | 79 |
| 5.6.1 | Bedrifter – blir reservasjonen respektert | 79 |
| 5.6.2 | Frivillige organisasjoner – blir reservasjonen respektert? | 80 |
| 5.6.3 | I hvilken grad en liker å få telefoner fra bedrifter? | 81 |
| 5.6.4 | I hvilken grad en liker å få telefoner fra frivillige organisasjoner? | 82 |
| 5.7 | Drosjemarkedet - tilfredshet..... | 83 |
| 6 | Tjenester..... | 85 |
| 6.1 | Hvem bør ha hovedansvaret for salg av strøm- og teletjenester?..... | 85 |
| 6.2 | Bytte av tjenesteleverandører | 87 |
| 6.3 | Internettportaler..... | 89 |
| 6.4 | Håndverkertjenester | 90 |
| 6.5 | Manglende skriftlige tilbud | 92 |
| 6.6 | Kjøp av tjenester til hjemmet | 93 |
| 7 | Digitale medier..... | 96 |
| 7.1 | Mobil betaling | 96 |
| 7.2 | Smarttelefon | 98 |
| 7.3 | Holdning til bruk av smarttelefon | 99 |
| 7.4 | Digitale spill | 100 |
| 7.5 | Pengespill | 102 |
| | Vedlegg – oversikt over de ulike undersøkelsene | 105 |

Figur 1-1 Prosentandel med ulike typer lån i 2013, 2014 og 2015. Ulike typer gjeld. Boliglån og rammelån: ekskl. studenter og hjemmeboende barn. Studiegjeld, billån, kredittkortlån og forbrukslån: Inkl. hjemmeboende barn og studenter. ('Vet ikke' er inkl. i beregningsgrunnlaget)..... 16

Figur 1-2 Hva boliglånet og rammelånet er brukt til. Boliggjeld N: 2013=950, 2014=1045, 2015=1104. Rammelån N: 2013=393, 2014=304, 2015=274..... 16

Figur 1-3 Hva blir finansiert med usikrede lån (kredittkortlån og forbrukslån?) Flere svar kunne angis. Inkl. hjemmeboende barn og studenter. 17

Figur 1-4 Antall kredittkort (Lavik 2015) N: 2012=2144, 2013=2002, 2014=1996, 2015=2182..... 18

Figur 1-5 Sist gang du fikk regning på kredittkortkjøp, betalte du da inn hele summen, eller bare et avdrag? Blant dem med hadde kjøpt varer på kreditt i løpet av siste 12 mnd. N: 2006=404, 2007=801, 2009=467, 2011=695, 2012=1418, 2013=1583, 2014=1405, 2015=1436. (NB: Blant dem som hadde betalt med kredittkort i løpet av siste 12 mnd) 18

Figur 1-6 Forbrukslån over tid. NB; Merk at fram til og med 2012 ble det spurt om husholdet hadde forbrukslån, mens fra 2012 ble det spurt om de selv hadde forbrukslån. N: 2006=922, 2007=1868, 2009=968, 2011=1060, 2012=2144, 2013=2003, 2014=1962, 2015=2180 19

| | |
|--|----|
| Figur 1-7 Tilbakevendende betalingsproblemer. Prosentandel. (Ref. figur 8-8, Tangeland 2014) (Figur 3-1 i Tangeland 2015)..... | 21 |
| Figur 1-8 Egenrapporterte årsak til betalingsproblemene i perioden 2012-2015 (2012: N = 101, 2013: N = 89, 2014: N = 94 og 2015: N = 85) [Tangeland 2015 figur 3-2] | 21 |
| Figur 1-9 Hva gjorde du/dere for å få løse problemet sist dette skjedde? (2013: N = 84, 2014: N = 94, 2015: N = 87) [Tangeland 2015, figur 3-3]..... | 22 |
| Figur 1-10 Utvikling over inntekter siste 12 måneder. [2005: Poppe 2005 tabell 4, 2006: Tufte 2007 – referert i tekst. Tangeland 2014. ref figur 8 – 1; 2009 – 2014. Referert i figur 1-1 i Poppe 2015]. Ekskl. hjemmeboende barn, studenter og ‘vet ikke’ | 23 |
| Figur 1-11 Utvikling over utgifter siste 12 måneder. 2005: Poppe 2005 tabell 4, 2006: Tufte 2007 – referert i tekst. Tangeland 2014. ref. figur 8 – 1; 2009 – 2014. I figur 1-2 Poppe 2015] Ekskl studenter, hjemmeboende barn og ‘vet ikke’ | 23 |
| Figur 1-12 Figur Har du penger i bakhånd til å møte uforutsette utgifter, og i så fall hvor mye? Ekskl. studenter og hjemmeboende barn. N: 2012=1851, 2013=1721, 2014=1756, 2015=1818 (2015; figur 1-6 Poppe 2015)..... | 24 |
| Figur 1-13 Hvor stor økning renteutgiftene man kan tåle. Låntakere i 2015. N=1759 [Figur 1-7 i Poppe 2015] | 25 |
| Figur 1-14 Man kan spare til pensjon på ulike måter. Sparer du på noen av følgende måtene? N: 2013=1689, 2015=822. Blant ikke-pensjonister [ikke publisert]. | 26 |
| Figur 1-15 Sparte du slik at du fikk bedre råd i pensjonisttilværelsen? Pensjonister. 2013 og 2015. [Ikke publisert]. N: 2013=276, 2015=182..... | 27 |
| Figur 1-16 Hvordan er økonomien din som pensjonist? 2013 og 2015. (Pensjonister). N: 2013=287, 2015=182 (Alfnes 2015)..... | 28 |
| Figur 1-17 Hvordan tror du økonomien din som pensjonist blir? (Ikke-pensjonister). N: 2013=1713, 2015=822. (Alfnes 2015)..... | 28 |
| Figur 1-18 Hvordan vurderer du økonomien din som pensjonist? N; 2013=287, 2015=182 (Alfnes 2015) | 28 |
| Figur 1-19 Er du positiv eller negativ til at det blir mer vanlig å tegne privat forsikring i forhold til: Behandling av sykdom, Alderspensjon, Uførhet som følge av ulykke? N=1000. 2007 [ikke publisert] | 29 |
| Figur 1-20 Hvilke av følgende forsikringer har ditt hushold for øyeblikket? Innboforsikring, Helårs reiseforsikring, Helseforsikring, Pensjonsforsikring utenom arbeidsgiver, Livsforsikring, Barneforsikring (de med barn). N=1000 unntatt barneforsikring der N=375. 2007 [ikke publisert] | 30 |

| | |
|--|----|
| Figur 2-1 Prosentandel som har gjort følgende aktivitet i løpet av siste 12 måneder. 2015. N=1003 (ref. Bugge 2015 b, figur 4-16) | 31 |
| Figur 2-2 Spisefrekvens av mat som kommer fra egen hage eller som er høstet, plukket eller fanget selv. 2015. N=1003. (Ref. Bugge 2015 b, figur 4-17) | 32 |
| Figur 2-3 Holdninger til norsk mat. N varierer mellom 1039 og 1058 (de som har besvart spørsmålet). (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 5.2.1)..... | 33 |
| Figur 2-4 Hvor godt eller dårlig stemmer følgende påstander om kroppen din: Stemmer helt, stemmer delvis, stemmer ikke, vet ikke. | 34 |
| Figur 2-5 Spisefrekvens av de ulike diettene. 2013 og 2015. N: 2013=varierer mellom 1065 og 1061 (de som har besvart disse spørsmålene), 2015=1003. (Ref. Bugge 2015 b, Avsnitt 7.6) | 35 |
| Figur 2-6 Når du velger matvarer i butikken, hvor ofte leser du varedeklarasjon? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.4) | 36 |
| Figur 2-7 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.4) | 37 |
| Figur 2-8 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012 (ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.6) | 37 |
| Figur 2-9 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.5) | 38 |
| Figur 2-10 Dersom du kunne velge en form for merking som skal gjøre det enklere å vurdere sunnheten av en matvare, hva ville du foretrekke? 2014. Prosent. N=1012 | 38 |
| Figur 2-11 Hvordan vil du beskrive kostholdet ditt, generelt sett? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.5) | 39 |
| Figur 2-12 Kjøper du produkter som er merket med følgende merke? Blant dem som handler 'ofte' eller 'av og til'. 2014. N=981. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.2)..... | 40 |
| Figur 2-13 Hva er årsaken til at du ikke kjøper slike produkter? Blant dem som ikke kjøper slike produkter. 2014 N=113. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.2) | 40 |
| Figur 3-1 Andel som har merkevarer blant eldste barn under 18 år. N=288..... | 41 |
| Figur 4-1 Grad av enighet i utsagn som karakteriserer dem som forbruker (N=1000) 2005 (ref. Brusdal, Berg og Lavik 2005, figur 1)..... | 43 |
| Figur 4-2: Andel som boikotter på ulike tidspunkt (ca 1000 hvert år) (ref. Brusdal, Berg og Lavik 2005, figur 2) | 44 |

- Figur 4-3 På en skala fra 1 til 5 der 1 er svært dårlig og 5 er svært bra: Hvor godt vil du si at du holder deg orientert om... 'Matvarepriser, bankrenter, strømpriser, priser på bruk av mobil og fasttelefon, priser på forsikring, miljøvennlig forbruk, utvalget av økologiske matvarer, rettferdig handel, måter å spare energi i hjemmet. Prosent. (N=1000) (ref. Brusdal, Berg og Lavik 2005, figur 5) 45
- Figur 4-4 Endringer i oppslutningen om teknologioptimisme og forbrukeransvar i perioden 1993 – 2014. Skala: 1 – 5 hvor 1 er helt uenig og 5 er helt enig. Gjennomsnittlig skåre. 46
- Figur 4-5 Prosentandel som har redusert sitt forbruk ut fra miljøhensyn. Prosentandel 'ja'. (Ja, nei, vet ikke. Vet ikke er ekskludert). (Ref Tangeland og Vittersø, 2014, figur 7-3)..... 47
- Figur 4-6 De som ikke har redusert, redusert i liten grad, redusert i stor grad. Skala fra 1-7 hvor 1 til 4 er definert som i liten grad, og 5 til 7 er definert som i stor grad (Tangeland 2015 – figur 3-3). Vet ikke er ekskludert, total N i 2014=1014, total N i 2015=1003) 48
- Figur 4-7 Har du i løpet av de siste 4 ukene kjøpt.... Øko = Økologisk merket mat, Rettf. = Varer merket med rettferdig handel (Max Havelaar)..... 49
- Figur 4-8 Har du i løpet av de siste 4 ukene kjøpt... 50
- Figur 4-9 Hvor ofte kjøper du økologisk produsert mat, når slike varer er tilgjengelige? N: 2000=924, 2012=979, 2013=1013, 2015=973 (Vet ikke er ekskludert) 50
- Figur 4-10 Hvilket av de følgende merkene mener du symboliserer offisielt økologisk produsert mat i Norge. To splittede utvalg, det ene ble Debiomerket uten tekst vist N=543 S, det andre ble Debiomerket med tekst vist N=475. 2012 51
- Figur 4-11 Fordeling av svar på spørsmål «Når/hvis du kjøper følgende varer, hvor viktig er det for deg om de er laget av norske råvarer (på en skala fra 1 til 5)?» for seks ulike varegrupper N=1003. 2015 53
- Figur 4-12 Arv av klær og utstyr, voksne (I 2011 var ikke arv til barn med) 2011: Har du i løpet av siste år gjort noe av følgende? Fått brukt klær? (Ja, Nei, Vet ikke). N=1123. 2014: Har du fått eller arvet brukte klær, sko eller sportsutstyr i voksen alder? (Ja, Nei, Vet ikke). N=1014..... 54
- Figur 4-13 Arv av klær og utstyr, barn (I 2007 var ikke arv av klær til voksne med). 2007: Arver barna klær og utstyr fra familie og venners barn? (Ja, Nei, Vet ikke). N=721. 2014: Arver/arvet barn klær, sko eller sportsutstyr under oppveksten (inntil 15 år), fra familie eller andre? (Ja, Nei, Vet ikke). N=687..... 55
- Figur 4-14 Økonomisk betydning av at barn arver klær og utstyr. 2007: Har dette stor, liten eller ingen betydning for familiens økonomi? (At barn arver klær og utstyr). N=367. 2014: Hvilken betydning hadde/har arv av klær for familiens økonomi? (Ingen, Liten, Stor, Vet ikke). N=527. (Ref.: Laitala og Klepp, 2014. se lenke over) 56

| | |
|---|----|
| Figur 4-15 Økonomisk betydning av at barn arver klær og utstyr. 2007: Har dette stor, liten eller ingen betydning for familiens økonomi? (At barn arver klær og utstyr). N=367. 2014: Hvilken betydning hadde/har arv av klær for familiens økonomi? (At barn arver klær og utstyr) (Ingen, Liten, Stor, Vet ikke). N=527. Har du fått eller arvet brukte klær, sko eller sportsutstyr i voksen alder? (Ja, Nei, Vet ikke). Hadde dette stor, liten eller ingen betydning for din økonomi? N=458..... | 57 |
| Figur 4-16 Hvor har du kjøpt/fått brukte klær? Blant dem som har fått eller kjøpt brukte klær de siste to årene. Flere svar kunne avgis. N=403. 2012..... | 58 |
| Figur 4-17 Hvorfor bruker du brukte klær? Flere svar kunne avgis. N=404. 2012 | 59 |
| Figur 4-18 Hva er grunnene til at du ikke har kjøpt brukte klær? Flere svar kunne avgis. N=853. 2012..... | 59 |
| Figur 5-1: Har det hendt at du har ergret deg mengden av reklame i følgende medier? I dagsaviser, i ukeblad, på TV, på kino, på plakater og boards utendørs, i postkassa, på internett (ikke alle medier er spurt om alle år) (ref. Brusdal, Berg og Lavik, 2005, figur 10) | 61 |
| Figur 5-2: Har det hendt at du har ergret deg over mengden av reklame i følgende medier? I dagsavisen, i postkassen, reklamevedlegg i dagsaviser, på TV, på Internett, i radio, på plakater og boards utendørs, sms, spam (vet ikke i nei-gruppen som er «skjult» i figuren) (ref. Lavik og Brusdal 2007, Figur 0-6)..... | 62 |
| Figur 5-3 Prosentandel som ergrer seg over reklame. [Fram til 2009, I Lavik 2009, figur 2-1]. [Fram til 2011 er Lavik og Brusdal 2011, figur 3-1]..... | 63 |
| Figur 5-4 Hvor godt eller dårlig man liker reklame på ulike steder. Prosent. N: 2011=500, 2014 N=1010 [ref. Storm-Mathisen 2014. Figur 3-3]..... | 64 |
| Figur 5-5 Hvor ofte har du sett skjult reklame følgende steder? (ref Storm-Mathisen 2014, figur 3-5) | 65 |
| Figur 5-6 Har du i løpet av siste 12 måneder spilt pengespill via følgende kanaler? N=1004 (Borch 2015) | 66 |
| Figur 5-7: Har sett reklame for pengespill fra norske og utenlandske tilbydere i løpet av siste 12 mnd på noen av følgende kanaler. Prosentvis andel. N=1004 (vet ikke inkl. i de som ikke har sett reklame). (Borch 2015)..... | 67 |
| Figur 5-8 Har husholdet i løpet av siste 12 mnd. hatt grunn til å klage.... På dagligvarer i butikk, på elektriske/elektroniske produkter i butikk, på teletjenester, på håndverkerarbeid, på reiser/ferie, på netthandel? (Ja, nei, vet ikke). De som svarte ja, fikk nytt spørsmål: klaget du/dere? (Ja, nei, vet ikke). 2005 (vet-ikke ekskludert) (ref Brusdal, Berg og Lavik 2005, figur 12)..... | 68 |
| Figur 5-9 Hvor ofte bruker du ulike kosmetikk og toalettartikler? N 2003=1126, 2013=1060 (Solkrem: i 2003 var svarsalternativene 'ja', 'av og til', 'sjelden', 'nei', 'vet ikke') [2013: ikke publisert]..... | 69 |

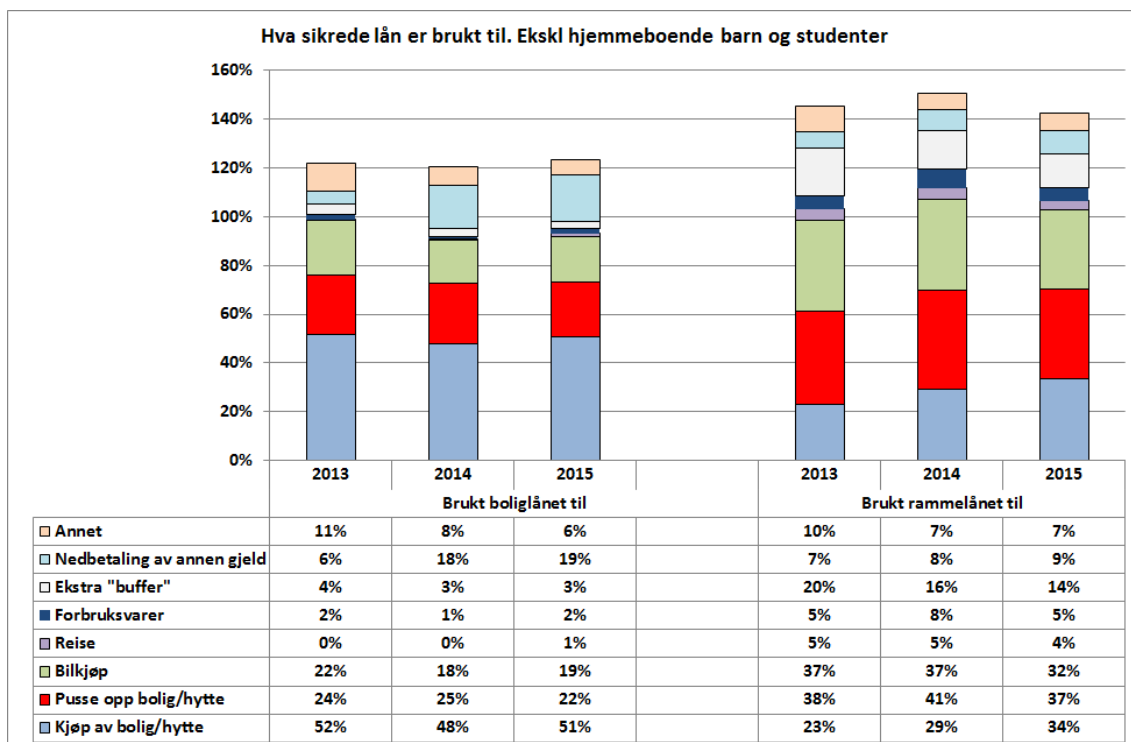
| | |
|---|----|
| Figur 5-10 Har du opplevd å få ubehag, plager eller skade etter bruk av: Hårshampo, Deodorant/parfyme/aftershave, Hudkremer (ansikts eller kroppskremer), Øyensminke, Barberskum (eller gel/krem), Hårspray/skum eller gel, Solkrem (blant dem som bruker produktene daglig eller ukentlig) | 70 |
| Figur 5-11 2003: Når du handler toalettartikler eller kosmetikk, stemmer det eller stemmer det ikke for deg at du vanligvis føler deg trygge på produkter kjøpt i parfumeri, kjøpt på apotek, kjøpt i dagligvarehandelen, kjøpt på postordre – stemmer, delvis, stemmer ikke, vet ikke (N=1126, Telefon-survey. Ikke sifo-survey). 2013: I hvilken grad stemmer de følgende beskrivelsene med måten du handler kroppspfleieprodukter på? Stemmer helt, stemmer delvis, stemmer ikke, vet ikke (N=1063) (Web-survey) | 70 |
| Figur 5-12 Hvor viktig eller uviktig er følgende forhold for deg når det gjelder innkjøpssted for hverdagshandel og helgehandel av dagligvarer? Andel ‘svært viktig’. 2014: N=1.000. Vet ikke er ekskludert. Kilde: Egen handlevaneundersøkelse gjennomført av Gallup 2014..... | 71 |
| Figur 5-13 Antall dagligvarebutikker som benyttes. Kilder: Tall fra 1988 er hentet fra Lavik (1990), de øvrige tall er TNS Gallups Forbruker og Media. (Lavik og Schjøll 2012) (Ikke Sifo-survey)..... | 72 |
| Figur 5-14 Hvor stor andel av dagligvarekjøpene hver av ektefellene gjør. Prosent etter kjønn. Blant gifte og/ eller samboende. Kilde: TNS Gallup - Forbruker og Media 1990 til 2009..... | 73 |
| Figur 5-15 Prosentandel som er for søndagsåpne butikker. N: 1985=1017, 1996=1000, 1997=1009, 1998=1001, 2014=1014. [Kun 2014 er fra SIFO-surveyen. De andre er fra ulike undersøkelser. Ref. Lavik 2014, se lenke over] | 75 |
| Figur 5-16 For eller mot søndagsåpne butikker generelt | 76 |
| Figur 5-17 For eller mot søndagsåpne dagligvarebutikker | 76 |
| Figur 5-18 For eller mot å selge dagligvarer på bensinstasjoner/kiosker på søndager | 77 |
| Figur 5-19 Hvorfor man er for søndagsåpne butikker?..... | 77 |
| Figur 5-20 Hvorfor man er mot søndagsåpne butikker | 78 |
| Figur 5-21 Figur: Om man var kunde eller ikke blant dem som ble oppringt av en bedrift etter at de har reservert seg (Reservasjonsregisteret i Brønnøysundregistrene). N: 2011=549, 2012=545, 2013=523, 2014=582 | 79 |
| Figur 5-22 Om man var hadde gitt økonomisk bidrag eller ikke blant dem som ble oppringt av en frivillig organisasjon etter at de hadde reservert seg (Reservasjonsregisteret i Brønnøysundregistrene). (N: 2011=133, 2012=170, 2013=86, 2014=290)..... | 80 |

| | |
|--|----|
| Figur 5-23 I hvilken grad en liker å bli oppringt av en bedrift en allerede er kunde hos og en bedrift hvor en ikke er kunde. Allerede kunde N: 2011=998, 2013=1008. Ikke kunde N: 2011=990, 2013=1003 | 81 |
| Figur 5-24 I hvilken grad en liker å bli oppringt av frivillige organisasjoner som en i dag bidrar med økonomisk støtte til og frivillige organisasjoner som en ikke bidrar med økonomisk støtte til? | 82 |
| Figur 5-25 Forbrukertilfredshet (FTI) i taximarkedet i 2008 og i 2015. Gjennomsnitt på skala 1-5. Feilmargin på i underkant av 0,1 FTI-poeng. (N= 300, 913)..... | 83 |
| Figur 6-1 Andel ja. Har du i løpet av de siste tolv måneder... (SJEKKET BETINGELSER) Sjekket betingelser i egen bank opp mot betingelser i andre banker? Sjekket strømpriser? Sjekket telepriser? Sjekket betingelser i eget forsikringselskap? (BYTTET) Flyttet lån eller lønnskonto fra en bank til en annen? Byttet strømleverandør? Byttet teleleverandør? Byttet forsikringselskap. 2005. (ekskl. vet ikke) (ref. Lavik 2014, figur 2-1) [Sjekket betingelser er ikke gjengitt i rapporten referert over] | 87 |
| Figur 6-2 Prosentandel som har byttet ulike leverandører i løpet av siste måneder. Ekskl. vet ikke. (ref. Lavik 2014, figur 2-1) | 88 |
| Figur 6-3 Har du reforhandlet bank og forsikring i løpet av siste 12 mnd. Prosentandel ja (ekskl. vet ikke). Blant dem som ikke har byttet bank/forsikring. (Ref. Lavik 2014, tabell 2-1) | 88 |
| Figur 6-4 Har du i løpet av de siste 12 månedene vært inne på Finansportalen, Telepriser og Konkurransetilsynet? (Lavik 2014)..... | 89 |
| Figur 6-5 Prosentandel som i løpet av de siste to år har kjøpt håndverkertjenester privat? Vet ikke ekskl. N: 2008=994, 2012=2128, 2013=1004, 2014=1009..... | 90 |
| Figur 6-6 Andel som prøvde å innhente flere tilbud. N: 2008=274, 2012=838, 2013=418, 2014=402 | 91 |
| Figur 6-7 Hvilke kanaler benyttet du for å innhente tilbud fra håndverkere? Prosentandeler ja. 2012: N=849. 2014 N=403. Flere svar kunne avgis | 92 |
| Figur 6-8 Prosentandel av husholdninger som har benyttet seg av (brukt penger på) de nevnte tjenestene i løpet av siste 12 måneder. 2015. N=1003 | 93 |
| Figur 6-9 Kunne du tenke deg å benytte levering av mat på døren? Prosent. 2015. N=1003. 94 | |
| Figur 6-10 Begrunnelse for å kjøpe mat/middag levert på døren. Prosent. 2015. N=189..... | 94 |
| Figur 7-1 Benyttet seg av ulike former for mobil betaling de siste 12 måneder. Prosent. N: 2013= 966-972, 2014=1918-1933, 2015=980 (Alle med mobiltelefon har fått disse spørsmålene, også de som ikke har smarttelefon) (Billett til reise ble ikke stilt i 2013)..... | 96 |

- Figur 7-2 Benyttet seg av ulike former for mobil betaling de siste 12 måneder. Prosent. N: 2012=1019, 2013=966-972, 2014=1918-1933. 97
- Figur 7-3 2012: Eier/og eller disponerer du en såkalt smarttelefon? 2013: Eier/disponerer du en eller flere mobiltelefoner? Hvis ja: Er mobiltelefonen du bruker mest en såkalt «smarttelefon»? N: 2012=1019, 2013=965. (Ref. Slette-meås 2014, figur 2-1). 2015: Eier/disponerer du en eller flere mobiltelefoner? Hvis ja, er en eller flere av disse en såkalt smarttelefon? N=980. Blant dem med mobiltelefon 98
- Figur 7-4 Tre påstander om holdninger til bruk av smarttelefon. N: 2012=582, 2013=708. (Ref. Slette-meås, 2014, figurene 3-13, 3-15, 3-17). (Blant dem med smarttelefon) 99
- Figur 7-5 Fordeling i prosent, kroner brukt på virtuelle varer og tjenester i digitale spill (N=126). SIFO Survey 2015. [Figur 5-2 i Kjørstad 2015]..... 100
- Figur 7-6 Andel som har brukt penger på virtuelle varer og tjenester i digitale spill siste fire uker. Kjønn og alder. Prosent (N 1004). Sig. $p < 0.05$, Kji-kvadrat-test 101
- Figur 7-7 Har sett reklame for pengespill fra norske og utenlandske tilbydere i løpet av siste 12 mnd på noen av følgende kanaler. Prosentvis andel. N=1004 (vet ikke inkl. i de som ikke har sett reklame). (Borch 2015 figur 6-1) 102
- Figur 7-8 Har spilt pengespill på ulike kanaler i løpet av siste 12 mnd. Prosentvis andel. N=1004. (Borch 2015, figur 6-2) 103
- Figur 7-9 Svært uenig, ganske uenig, både enig og uenig, ganske enig og svært uenig i at det er for mye reklame for pengespill fra norske og utenlandske tilbydere generelt. Prosentvis andel. N=1004. (Borch 2015, figur 6-3) 103

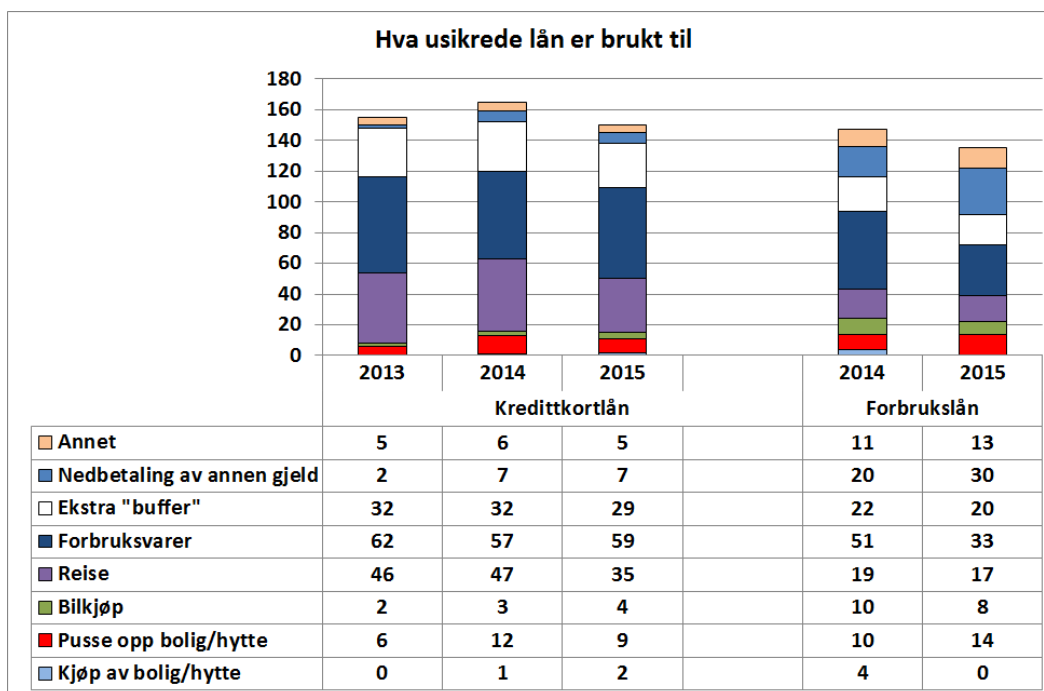
Figur 1-1 Prosentandel med ulike typer lån i 2013, 2014 og 2015. Ulike typer gjeld. Boliglån og rammelån: ekskl. studenter og hjemmeboende barn. Studiegjeld, billån, kredittkortlån og forbrukslån: Inkl. hjemmeboende barn og studenter. ¹ ('Vet ikke' er inkl. i beregningsgrunnlaget)

1.2 Hva brukes lån til?



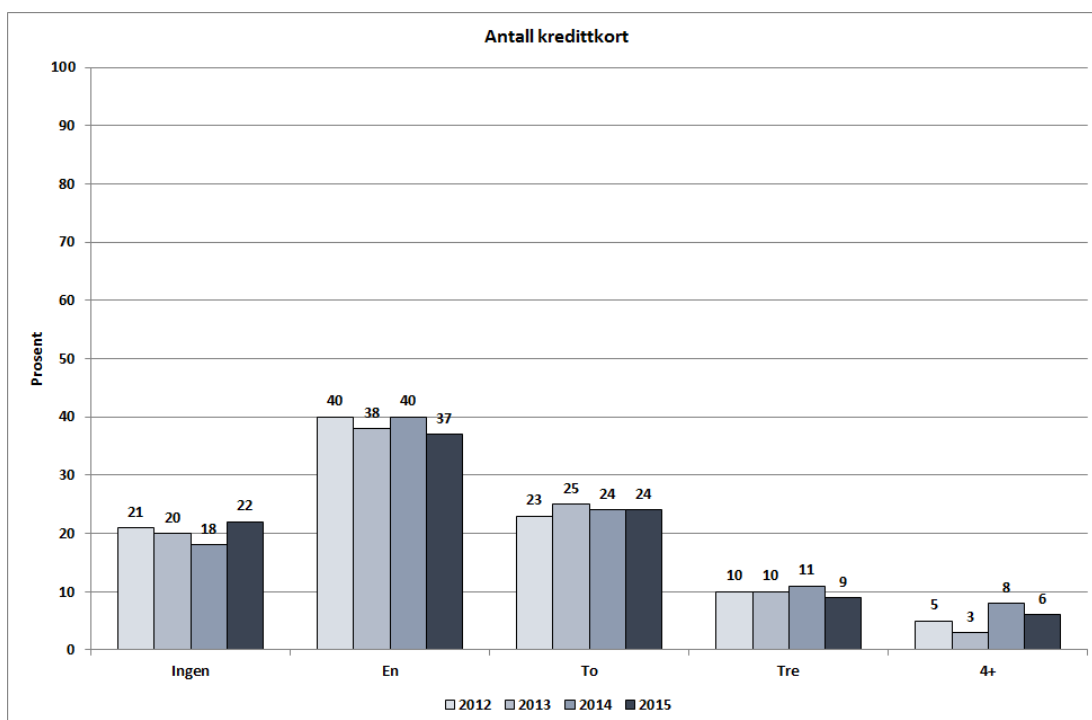
Figur 1-2 Hva boliglånet og rammelånet er brukt til. Boliggjeld N: 2013=950, 2014=1045, 2015=1104. Rammelån N: 2013=393, 2014=304, 2015=274

¹ **Boliglån:** Har husholdet ditt boliglån (dvs. ordinære nedbetalingslån – IKKE rammelån)? **Rammelån:** Har husholdet ditt rammelån (en kassakreditt med sikkerhet i bolig, flexilån)? **Studielån:** Har du selv studielån? **Billån:** Har husholdet ditt billån (billån som ikke er tatt ut med sikkerhet i bolig)? **Kredittkortgjeld:** Sist gang du fikk regning på kredittkortkjøp, betalte du da inn hele summen, eller kun et avdrag? **Forbrukslån:** Har du selv forbrukslån? Med forbrukslån tenker vi på et lån du får utbetalt i kontanter, eller kjøp av varer og tjenester på avbetaling). For alle spørsmålene er svarkategoriene 'Ja', 'Nei', 'Vet ikke' N: Boliglån og rammelån 2013=1721, 2014=1769, 2015=1821. Studielån, billån, kredittkortlån og forbrukslån 2013=2002, 2014=1962, 2015=2181.



Figur 1-3 Hva blir finansiert med usikrede lån (kredittkortlån og forbrukslån?) Flere svar kunne angis. Inkl. hjemmeboende barn og studenter.²

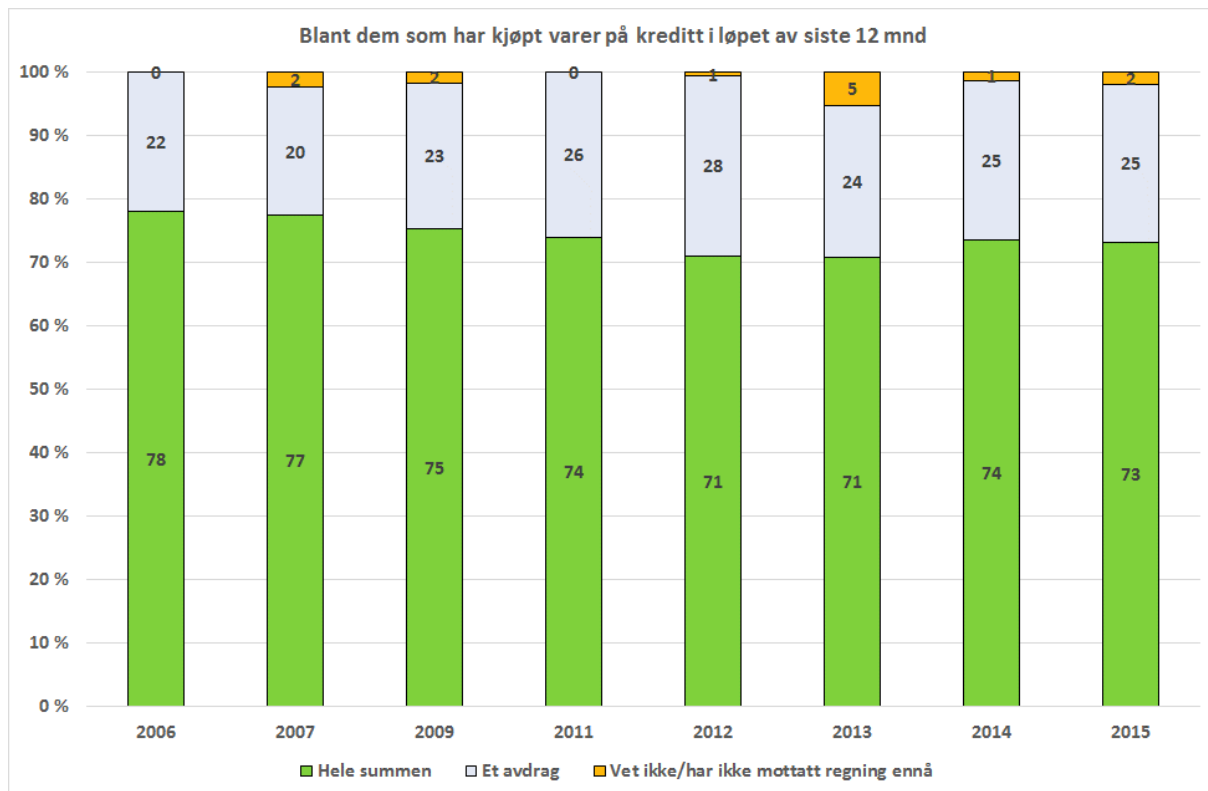
1.3 Antall kredittkort



² Kredittkortlån N: 2013=520, 2014=286, 2015=275. Forbrukslån N: 2014=164, 2015=192. (Vi har mangelfulle data for hva forbrukslån brukes til 2013.)

Figur 1-4 Antall kredittkort³ (Lavik 2015) N: 2012=2144, 2013=2002, 2014=1996, 2015=2182

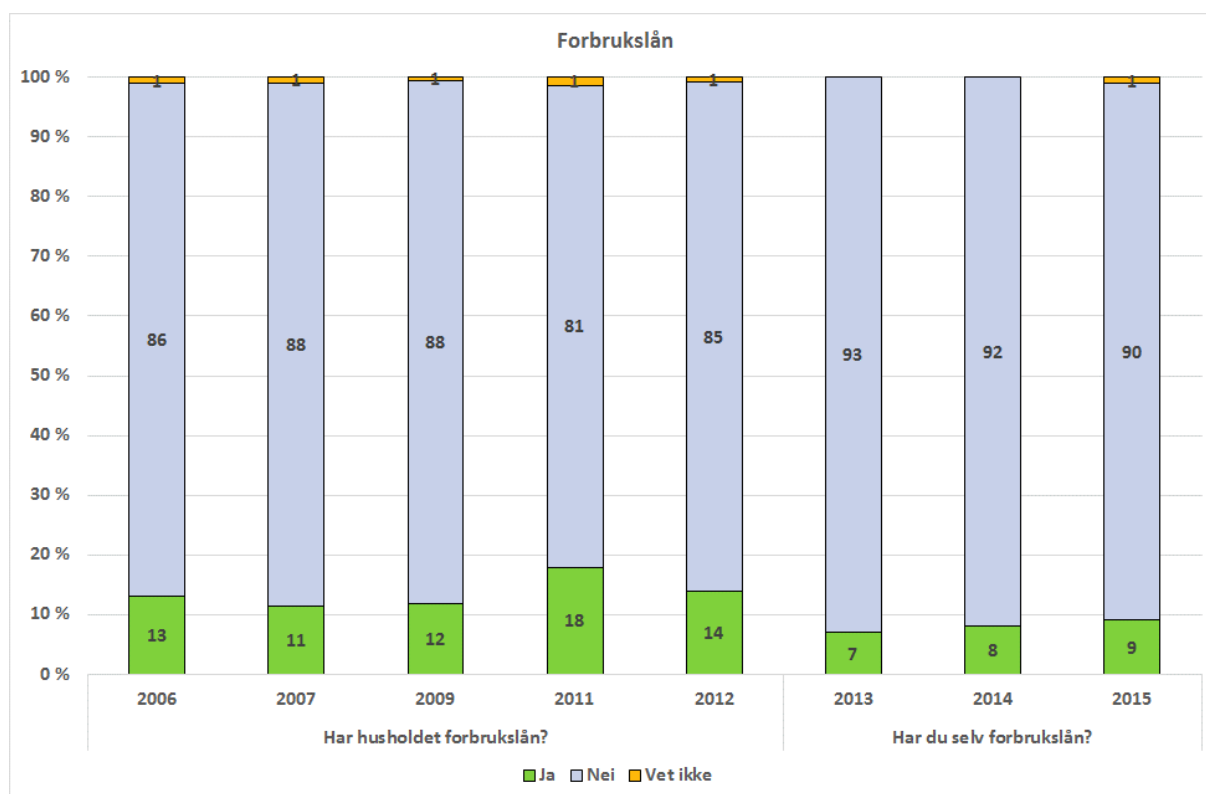
1.4 Kredittkortgjeld



Figur 1-5 Sist gang du fikk regning på kredittkortkjøp, betalte du da inn hele summen, eller bare et avdrag? Blant dem med hadde kjøpt varer på kreditt i løpet av siste 12 mnd. N: 2006=404, 2007=801, 2009=467, 2011=695, 2012=1418, 2013=1583, 2014=1405, 2015=1436. (NB: Blant dem som hadde betalt med kredittkort i løpet av siste 12 mnd)

³ Det finnes i dag to hovedtyper av betalingskort: debetkort og kredittkort. – Et debetkort belaster kontoen din direkte ved kjøp eller uttak (f.eks. DNB-kort med VISA). – Et kredittkort gir betalingsutsettelse, der betaling skjer ved senere forfall, eller månedlige rater til en fastsatt rente (F.eks. VISA, Mastercard, American Express, Diners, Eurocard, Her-og-nå, Cresco, Icano, Coop betalingskort, e.l.) *Hvor mange kredittkort (dvs. med betalingsutsettelse) har du?*

1.5 Forbrukslån



Figur 1-6 Forbrukslån over tid. NB; Merk at fram til og med 2012 ble det spurt om husholdet hadde forbrukslån, mens fra 2012 ble det spurt om de selv hadde forbrukslån. N: 2006=922, 2007=1868, 2009=968, 2011=1060, 2012=2144, 2013=2003, 2014=1962, 2015=2180

1.6 Betalingsproblemer

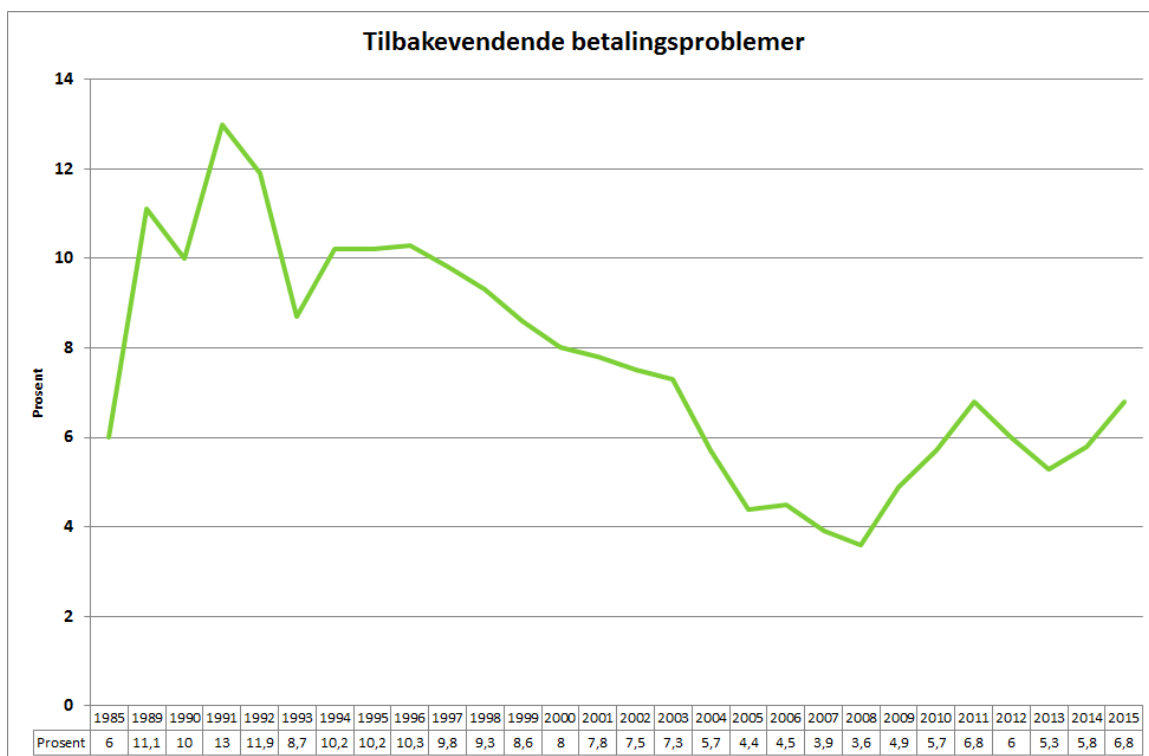
Christian Poppe (2005). *Betalingsproblemer i oppgangstider*. Prosjektnotat 3. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file57683_prosjektnotat_2005-03web.pdf

Per Arne Tufte (2007). *Husholdningens økonomiske situasjon 2007. SIFO-survey*. Prosjektnotat nr 3. Oslo: SIFO [2006 og 2007]
http://www.sifo.no/files/file72531_prosjektnotat_2007-3.pdf

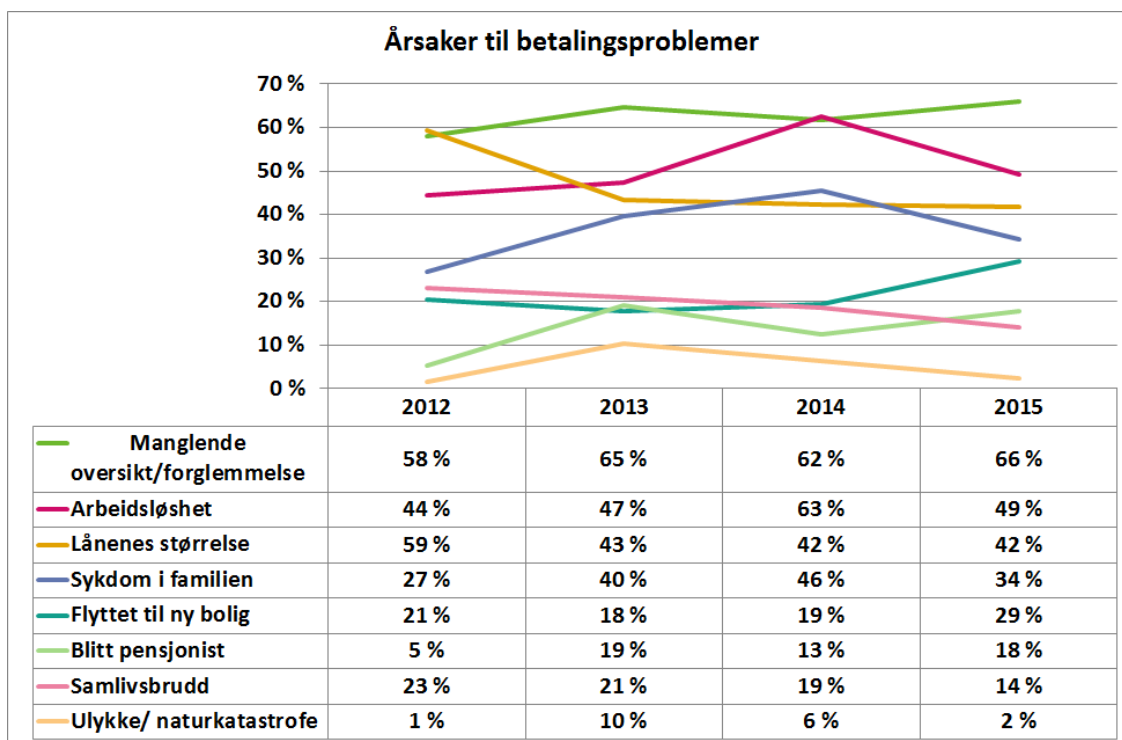
Torvald Tangeland (2014): Den økonomiske situasjonen for norske husholdninger og deres betalingsproblemer. I *Forbrukstrender 2014. SIFO-survey*. Red. av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr 8. Oslo: SIFO [2009 – 2014]
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf

Christian, Poppe (2015): Hva brukes egentlig boliglånet til? I *Forbrukstrender Økonomi 2015. SIFO-survey: sikrede lån og usikrede lån, betalingsproblemer, gjeldfri som pensjonist, kjøp av virtuelle varer, pengespill*. Red. Randi Lavik og Christian Poppe. Prosjektnotat nr 11. Oslo: SIFO
http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf

Tangeland, Torvald (2015): Betalingsproblemer – hvordan disse løses og hvilke regninger som prioriteres. I *Forbrukstrender Økonomi 2015. SIFO-survey: sikrede lån og usikrede lån, betalingsproblemer, gjeldfri som pensjonist, kjøp av virtuelle varer, pengespill*. Red. Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr 11. Oslo: SIFO

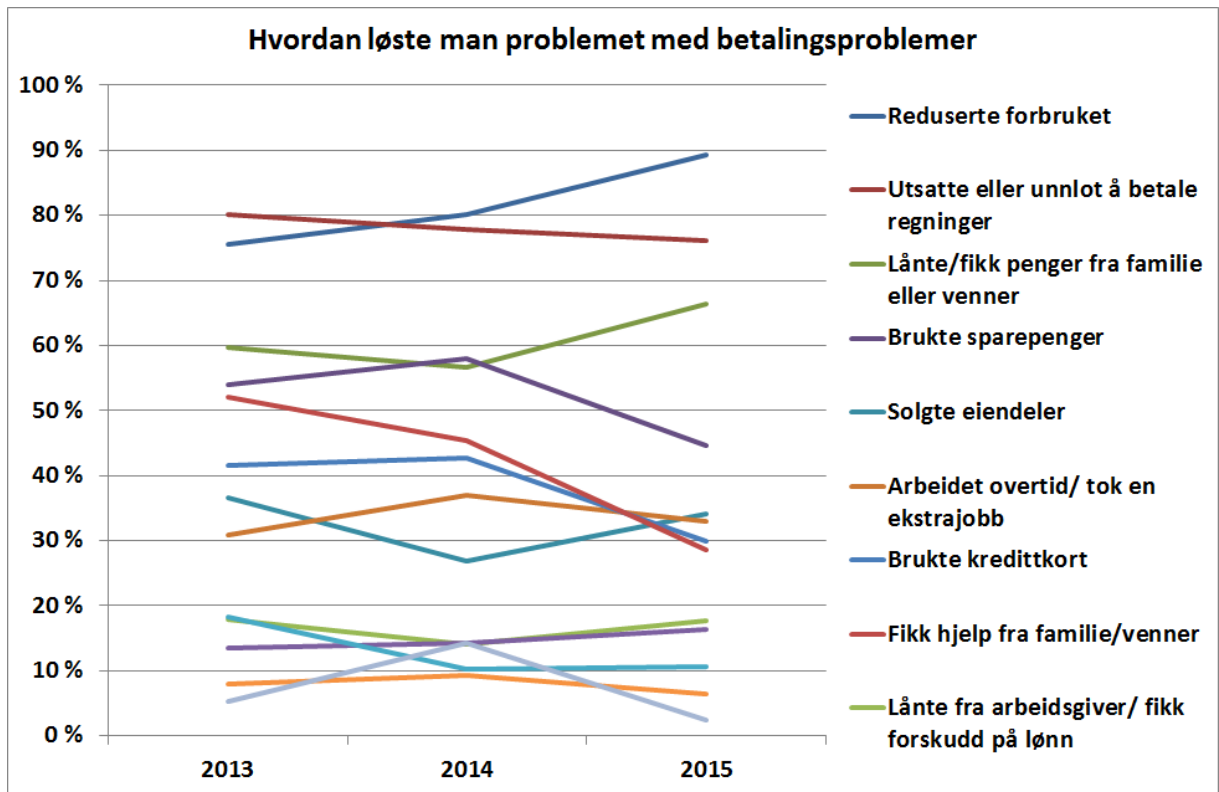


Figur 1-7 Tilbakevendende betalingsproblemer. Prosentandel. (Ref. figur 8-8, Tangeland 2014) (Figur 3-1 i Tangeland 2015)



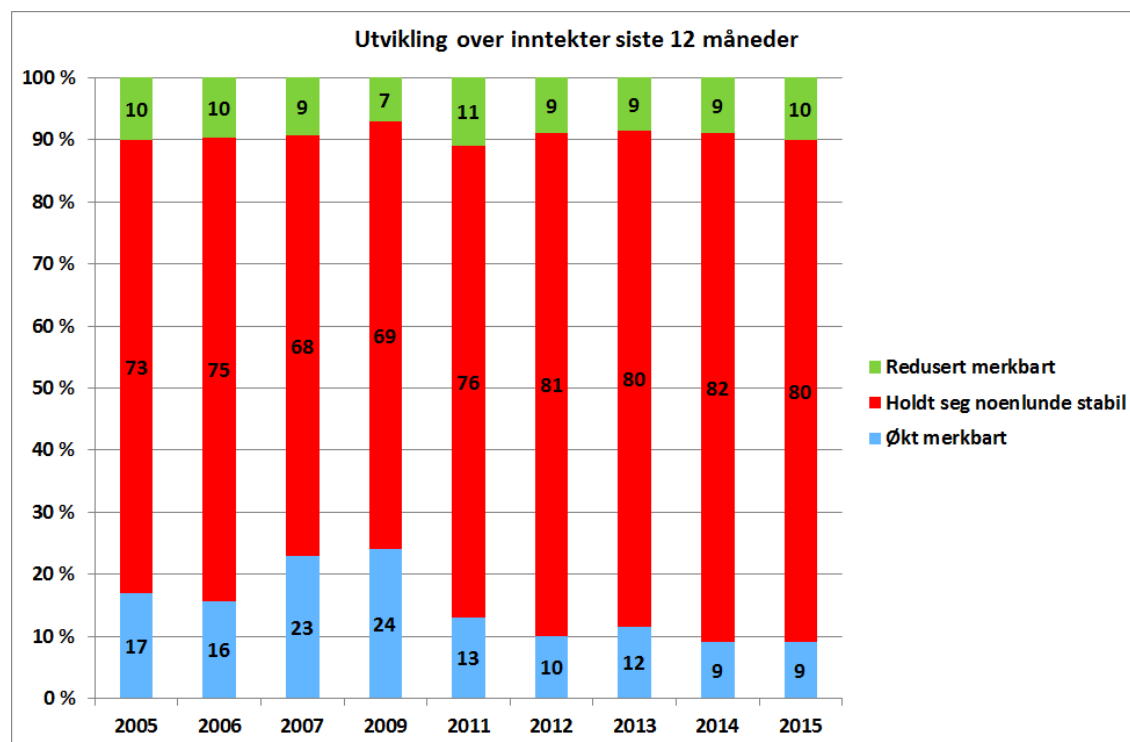
Figur 1-8 Egenrapporterte årsaker til betalingsproblemene i perioden 2012-2015 (2012: N = 101, 2013: N = 89, 2014: N = 94 og 2015: N = 85)⁴ [Tangeland 2015 figur 3-2]

⁴ Spørsmålsformulering: Her følger noen av de vanligste årsakene til at man kommer i betalingsproblemer. Er disse hovedårsak, medvirkende årsak eller uten betydning for betalingsproblemene i husholdet ditt? I figuren er andelen som svarte hovedårsak og medvirkende årsak slått sammen.



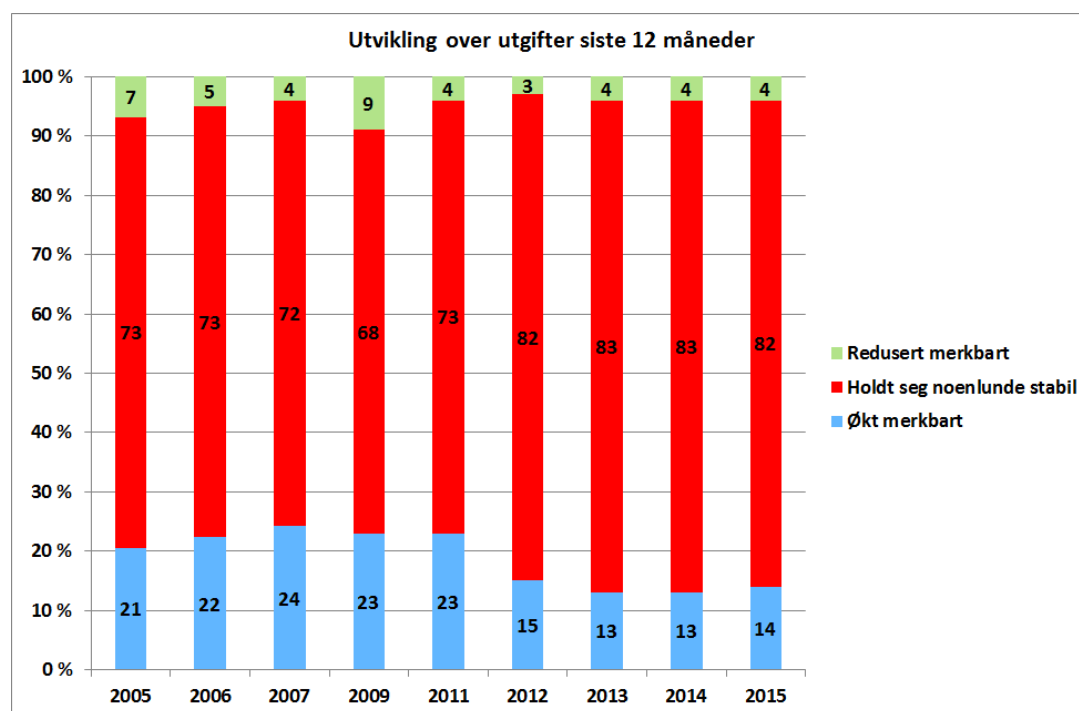
Figur 1-9 Hva gjorde du/dere for å få løse problemet sist dette skjedde? (2013: N = 84, 2014: N = 94, 2015: N = 87)
[Tangeland 2015, figur 3-3]

1.7 Utvikling av inntekter og utgifter



Figur 1-10 Utvikling over inntekter siste 12 måneder. [2005: Poppe 2005 tabell 4, 2006: Tuft 2007 – referert i tekst. Tangeland 2014, ref. figur 8 – 1; 2009 – 2014. Referert i figur 1-1 i Poppe 2015]. Ekskl. hjemmeboende barn, studenter og ‘vet ikke’

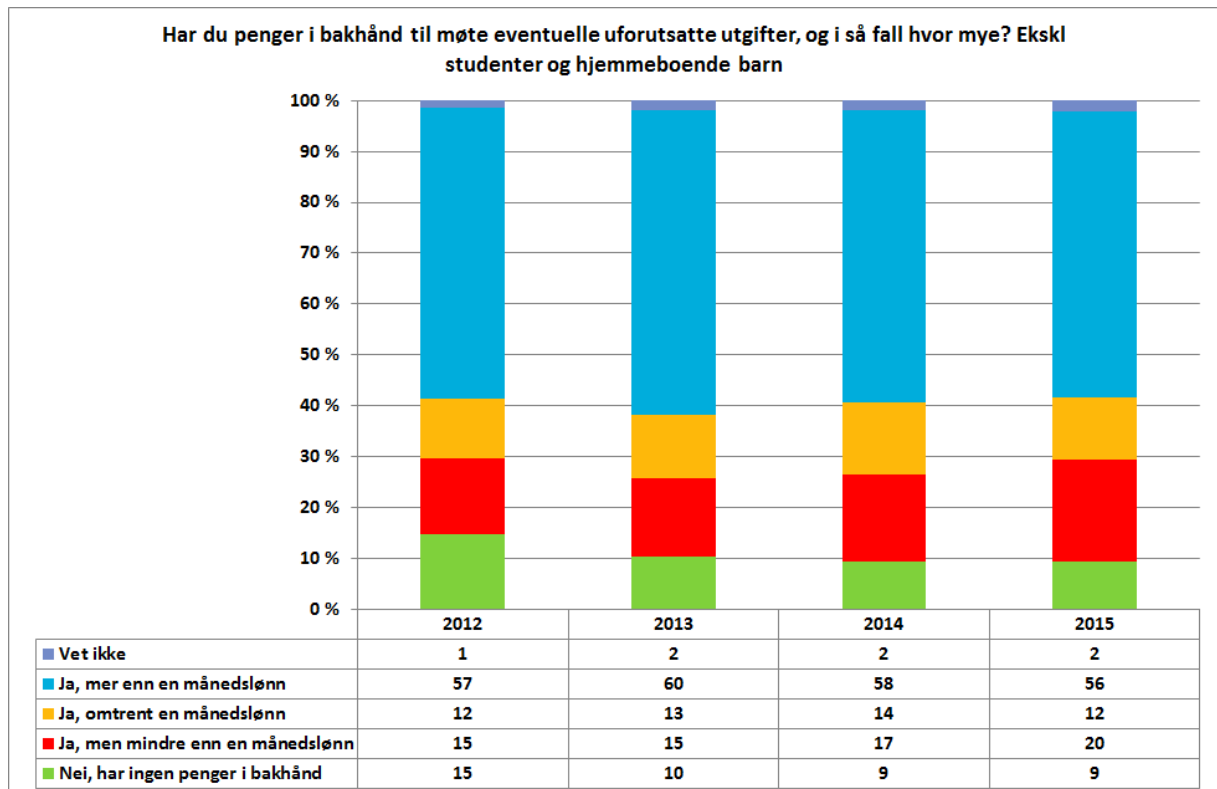
N: 2005=759 2006=902 2007=1845 2009=789 2011=956 2012=1831 2013=1700 2014=1759 2015=1812



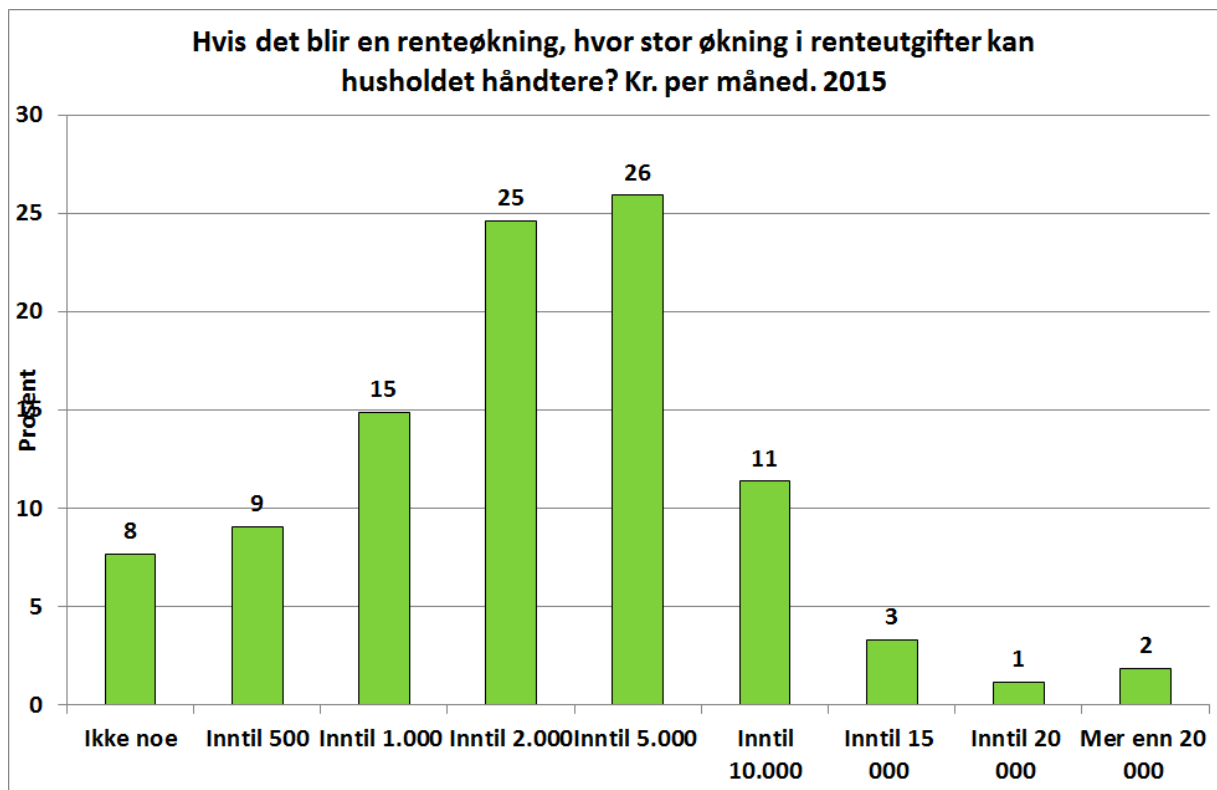
Figur 1-11 Utvikling over utgifter siste 12 måneder. 2005: Poppe 2005 tabell 4, 2006: Tuft 2007 – referert i tekst. Tangeland 2014, ref. figur 8 – 1; 2009 – 2014. I figur 1-2 Poppe 2015] Ekskl studenter, hjemmeboende barn og ‘vet ikke’.

N: 2005=764 2006=909 2007=1848 2009=789 2011=1046 2012=1837 2013=1705 2014=1755 2015=1795

1.8 Buffer



Figur 1-12 Figur Har du penger i bakhånd til å møte uforutsatte utgifter, og i så fall hvor mye? Ekskl. studenter og hjemmeboende barn. N: 2012=1851, 2013=1721, 2014=1756, 2015=1818 (2015; figur 1-6 Poppe 2015)



Figur 1-13 Hvor stor økning renteutgiftene man kan tåle. Låntakere i 2015. N=1759 [Figur 1-7 i Poppe 2015]

1.9 Pensjonisttilværelse og økonomi

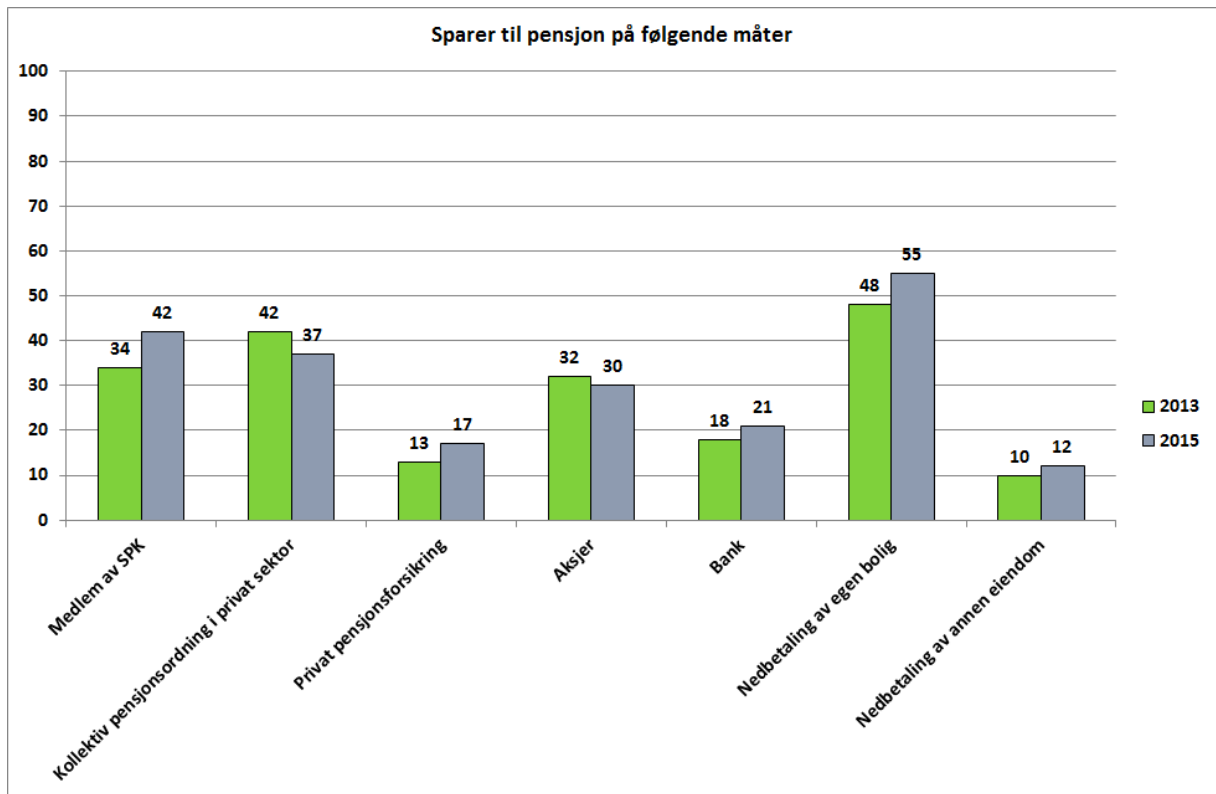
Alfnes, Frode (2015): Gjeldfri som pensjonist. I *Forbrukstrender Økonomi 2015. SIFO-survey: sikrede lån og usikrede lån, betalingsproblemer, gjeldfri som pensjonist, kjøp av virtuelle varer, pengespill*. Red. Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr 11. Oslo: SIFO

http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf

Lavik, Randi, Lisbet Berg og Ragnhild Brusdal (2014): *Økonomi og livsfase. Med spesiell vekt på de eldre. SIFO-survey 2013*. Prosjektnotat nr 1. 2014. Oslo: SIFO

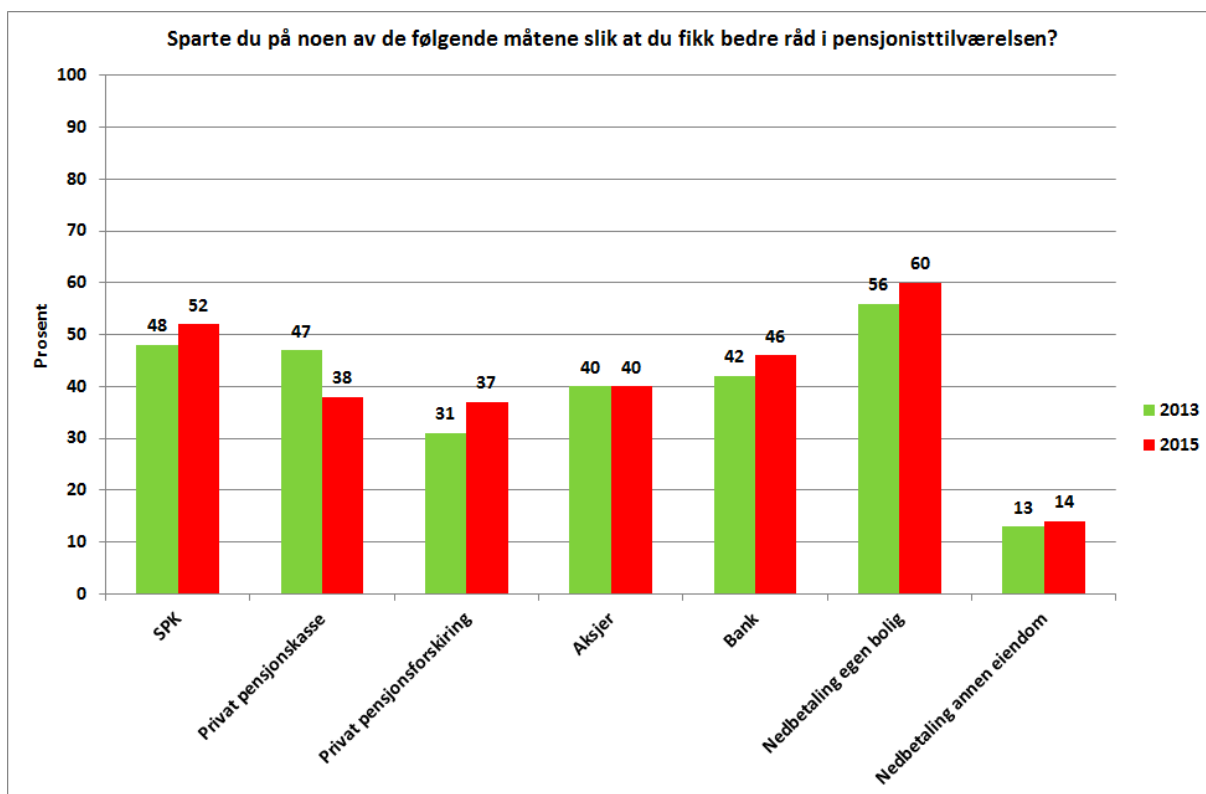
http://www.sifo.no/files/file79494_prosjektnotat_1-2014_web.pdf

1.9.1 Sparer til pensjon?



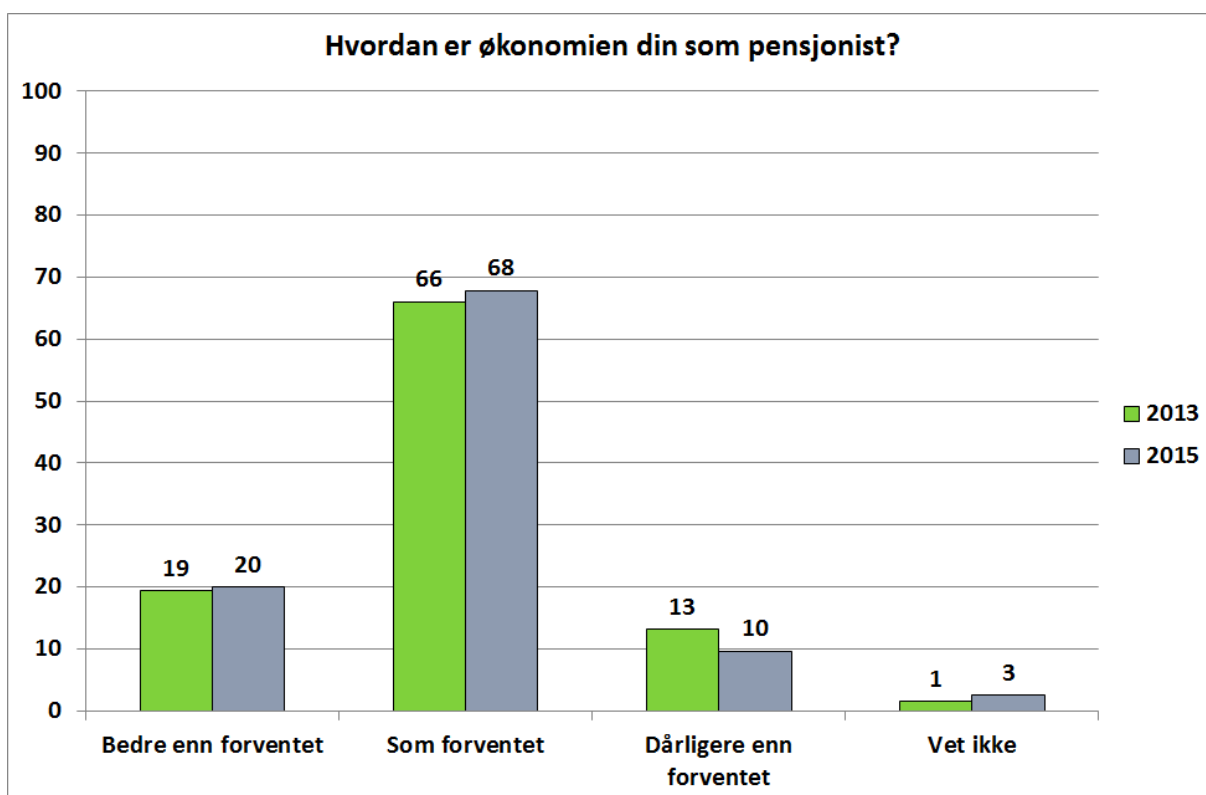
Figur 1-14 Man kan spare til pensjon på ulike måter. Sparer du på noen av følgende måtene? N: 2013=1689, 2015=822. Blant ikke-pensjonister [ikke publisert].⁵

⁵ Man kan spare til framtidig pensjon på ulike måter. Sparer du til: Medlem av SPK=Er medlem i Statens Pensjonskasse (SPK), Kommunal Landspensjonskasse (KLP) eller annen offentlig pensjon gjennom jobb i stat eller kommune. Kollektiv pensjonsordning i privat sektor=Er medlem i privat kollektiv pensjonsordning gjennom jobb i privat sektor. Privat pensjonsforsikring=Sparer gjennom privat pensjonsavtale/pensjonsforsikring. Aksjer=Sparer på egenhånd i aksjer, fond eller andre finansielle spareprodukter. Bank=Sparer til pensjonist-tiden på bankkonto. Nedbetaling av egen bolig=Sparer gjennom nedbetaling av egen bolig. Nedbetaling av annen eiendom=Sparer gjennom nedbetaling av annen eiendom.

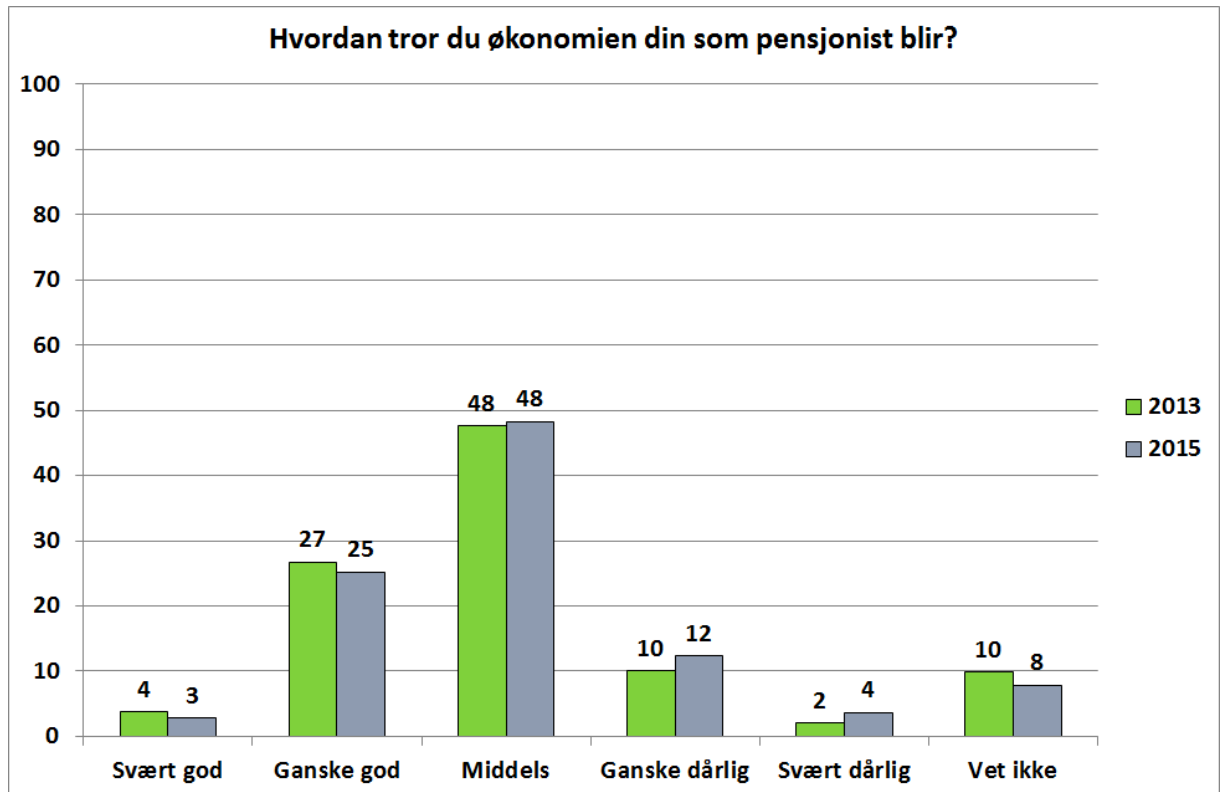


Figur 1-15 Sparte du slik at du fikk bedre råd i pensjonisttilværelsen? Pensjonister. 2013 og 2015. [Ikke publisert]. N: 2013=276, 2015=182

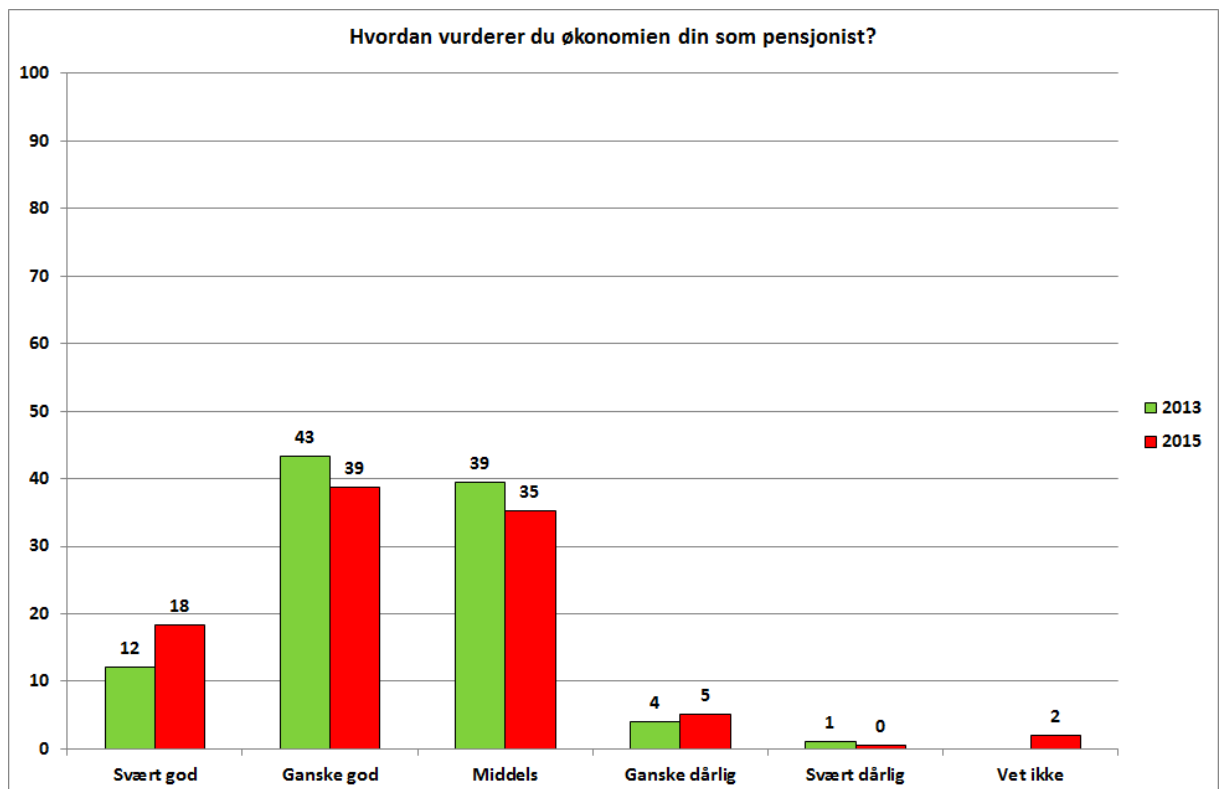
1.9.2 Forventninger til fremtidig økonomi og hvordan den er i dag



Figur 1-16 Hvordan er økonomien din som pensjonist? 2013 og 2015. (Pensjonister). N: 2013=287, 2015=182 (Alfnes 2015)

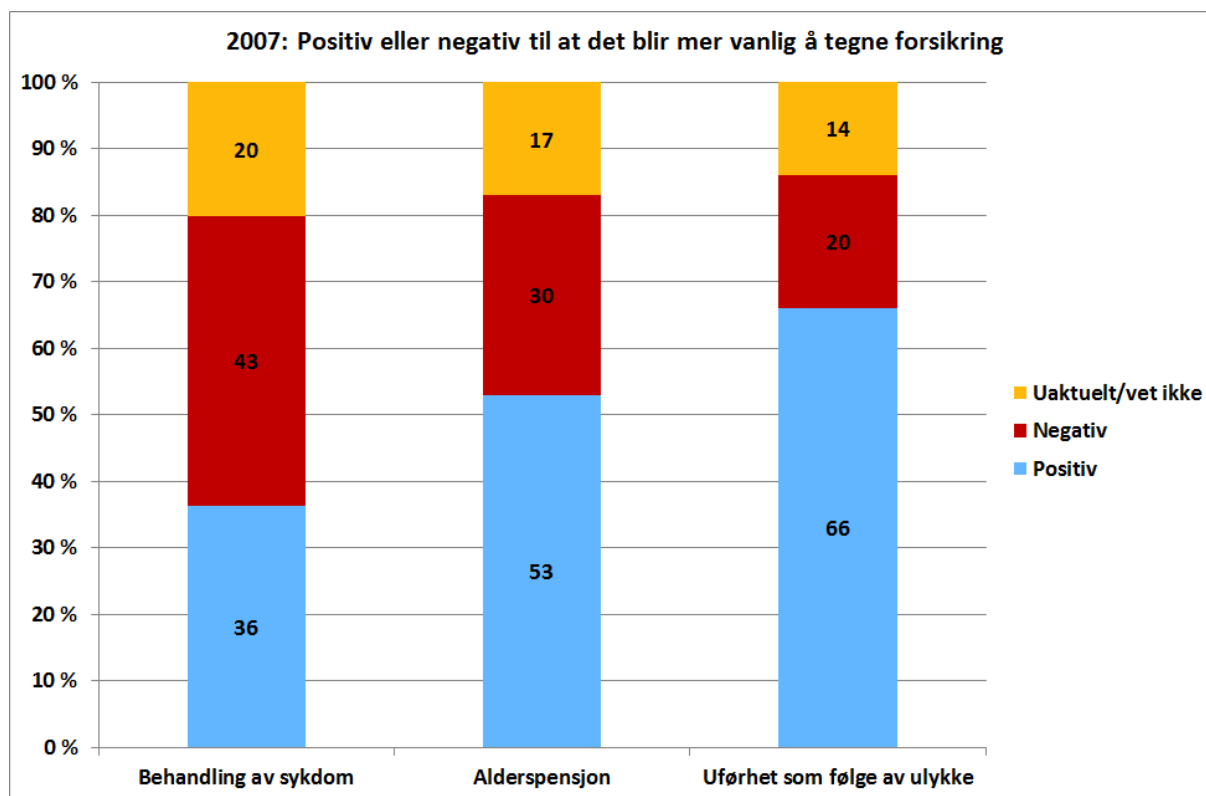


Figur 1-17 Hvordan tror du økonomien din som pensjonist blir? (Ikke-pensjonister). N: 2013=1713, 2015=822. (Alfnes 2015)

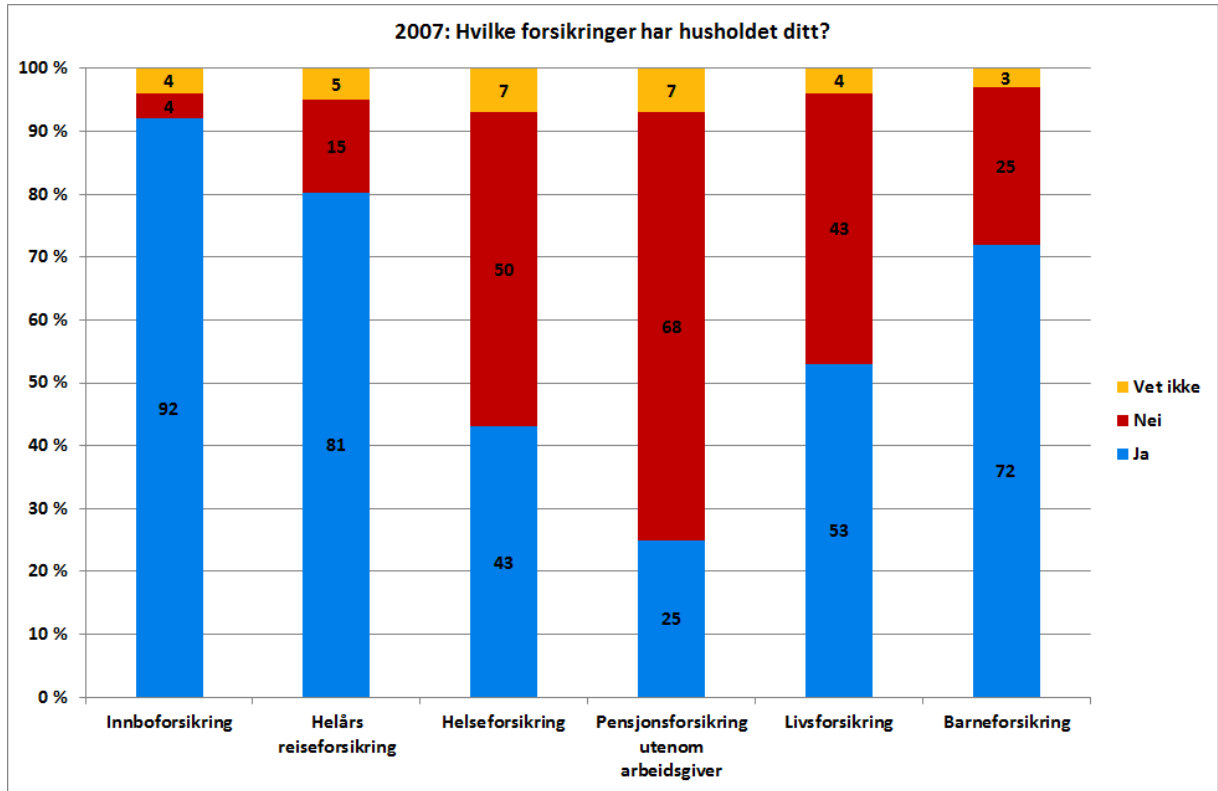


Figur 1-18 Hvordan vurderer du økonomien din som pensjonist? N; 2013=287, 2015=182 (Alfnes 2015)

1.10 Pensjon og forsikring



Figur 1-19 Er du positiv eller negativ til at det blir mer vanlig å tegne privat forsikring i forhold til: Behandling av sykdom, Alderspensjon, Uførhet som følge av ulykke? N=1000. 2007 [ikke publisert]



Figur 1-20 Hvilke av følgende forsikringer har ditt hushold for øyeblikket? Innboforsikring, Helårs reiseforsikring, Helseforsikring, Pensjonsforsikring utenom arbeidsgiver, Livsforsikring, Barneforsikring (de med barn). N=1000 unntatt barneforsikring der N=375. 2007 [ikke publisert]

2 Mat

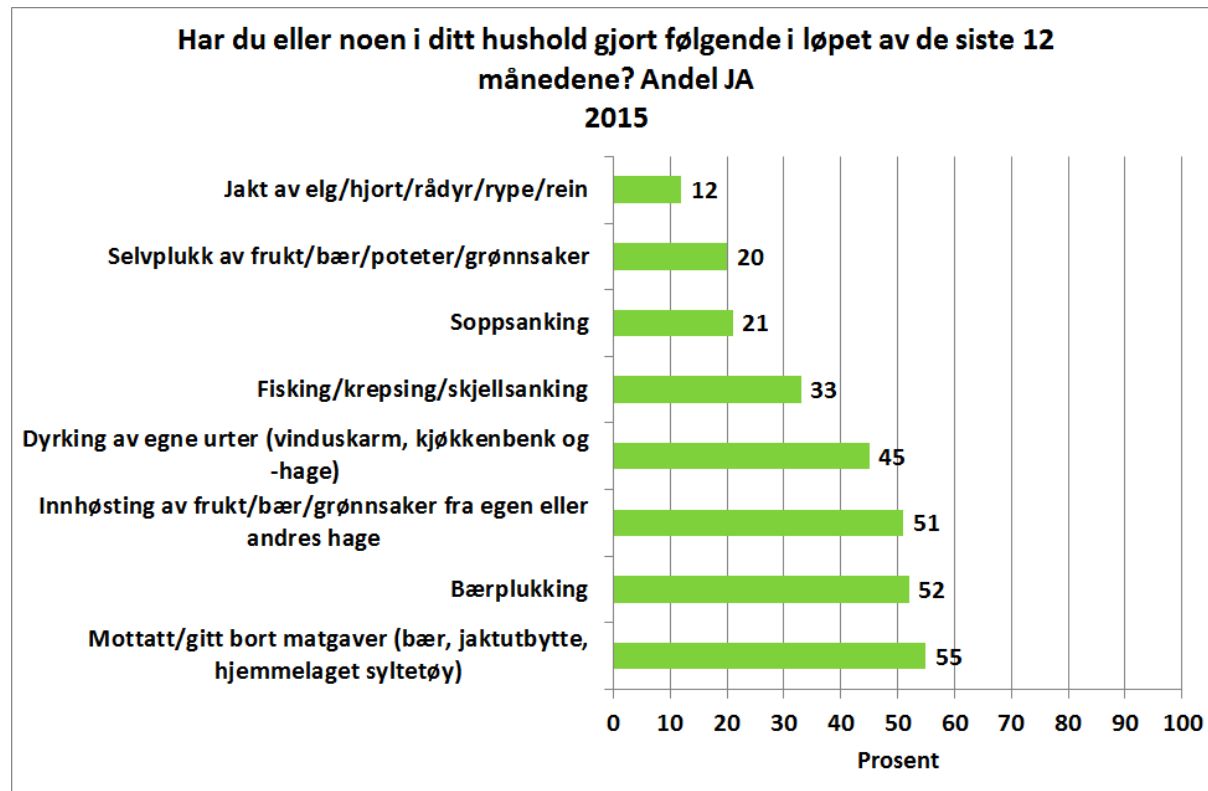
2.1 Uformelt matmarked

Bugge, Annechen: Hvor vanlig er det å kjøpe seg tjenester til hjemmet? I *Forbrukstrender 2015. SIFO-survey: Lokale klær og mat, uformelt matmarked, miljøholdninger, økologisk mat, kjøp av tjenester til hjemme, designvesker til barn, mobil/digital betaling, taximarkedet*. Red. Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 5. Oslo: SIFO a)

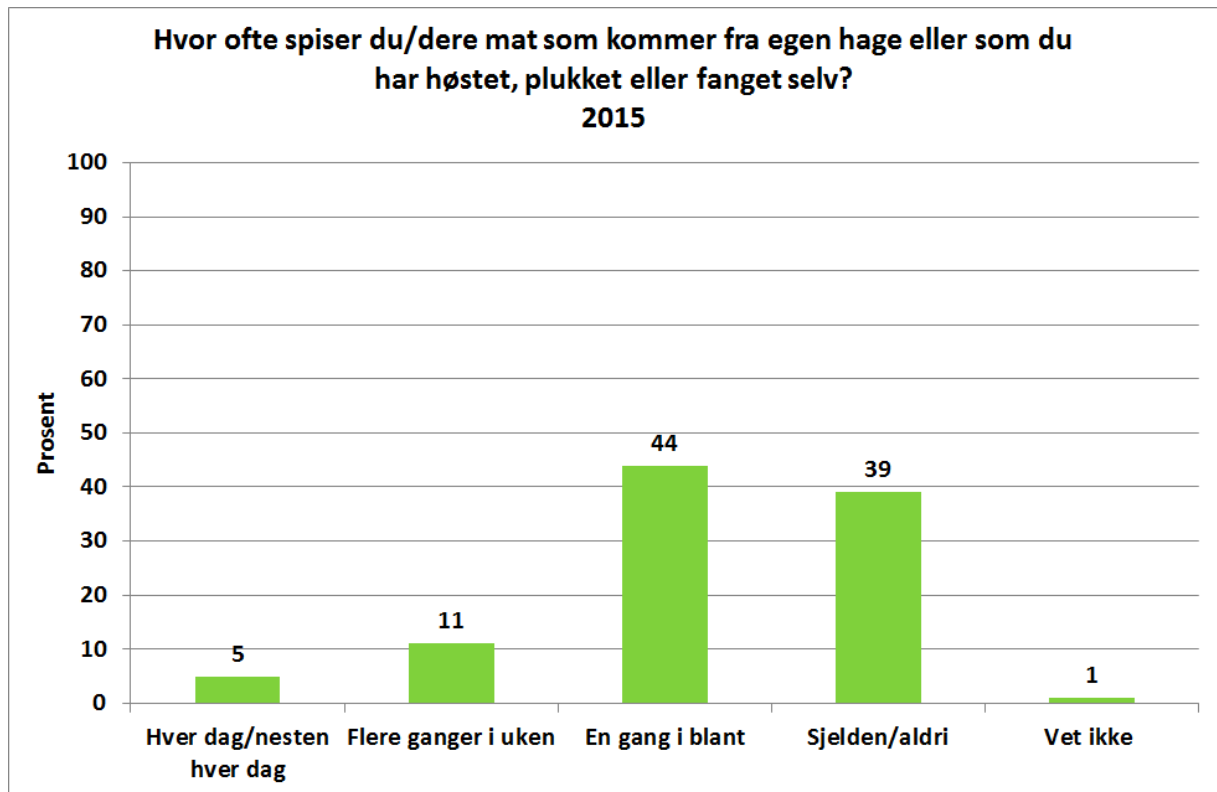
http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr_5-2015_-_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf

Bugge, Annechen (2015): *Mat, måltid og moral – hvordan spise rett og riktig*. Fagrapport nr. 3. Oslo: SIFO b)

http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrapport_3_2015_maaltider_moral.pdf



Figur 2-1 Prosentandel som har gjort følgende aktivitet i løpet av siste 12 måneder. 2015. N=1003 (ref. Bugge 2015 b, figur 4-16)

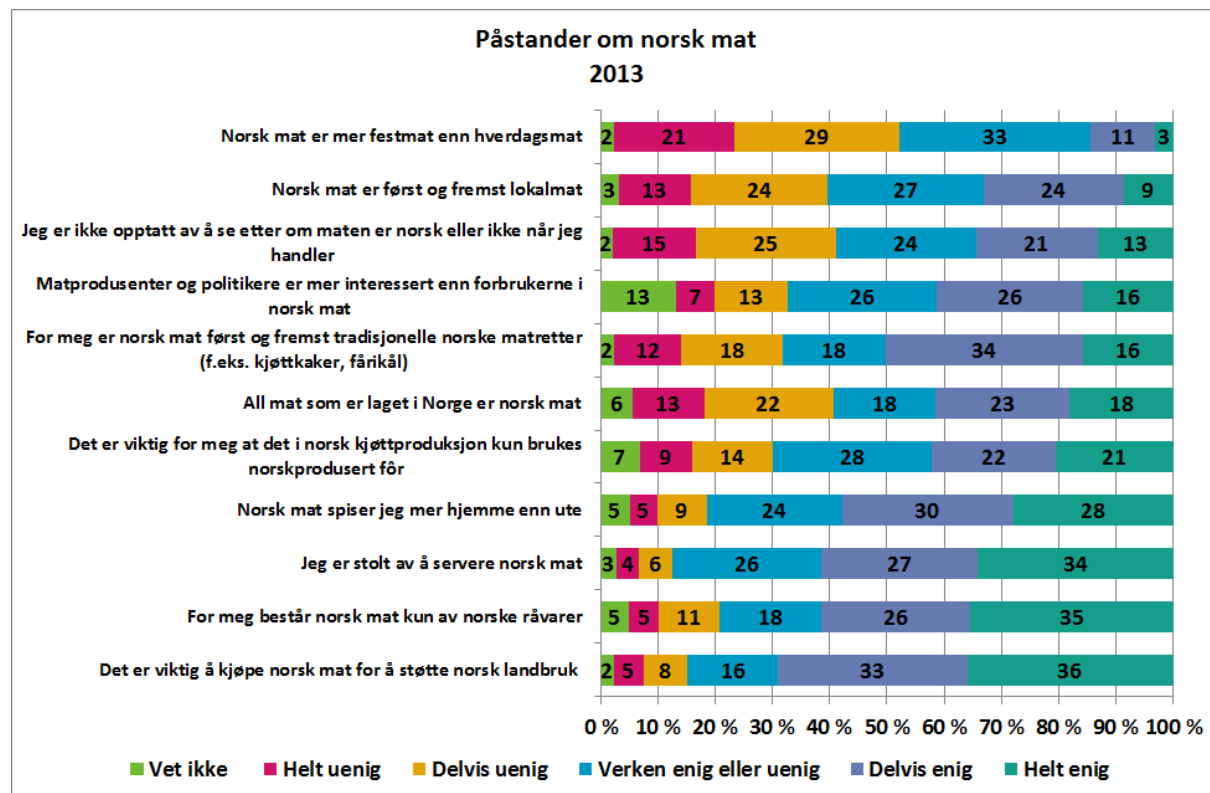


Figur 2-2 Spisefrekvens av mat som kommer fra egen hage eller som er høstet, plukket eller fanget selv. 2015. N=1003. (Ref. Bugge 2015 b, figur 4-17)

2.2 Norsk mat

Bugge, Annechen (2015): *Mat, måltid og moral – hvordan spise rett og riktig*. Fagrapport nr. 3. Oslo: SIFO

http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrapport_3_2015_maaltider_moral.pdf

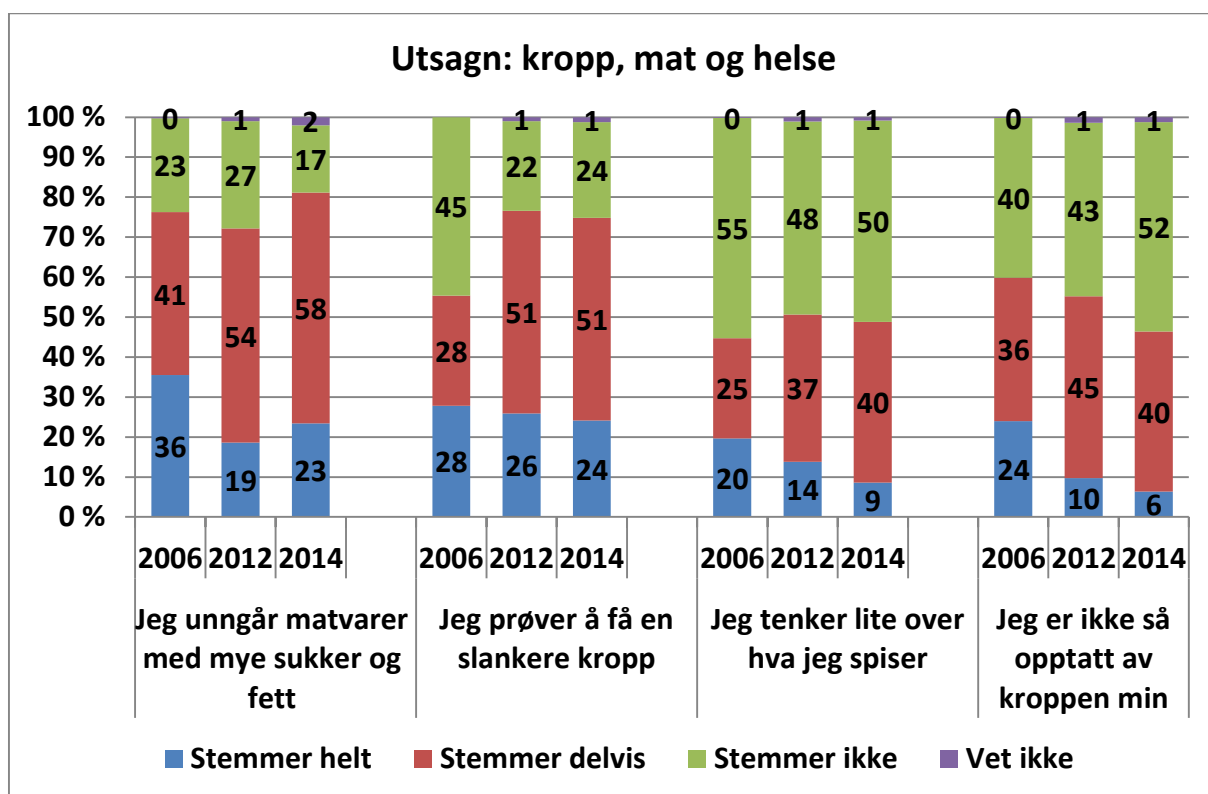


Figur 2-3 Holdninger til norsk mat. N varierer mellom 1039 og 1058 (de som har besvart spørsmålet). (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 5.2.1).

2.3 Kropp, mat og helse

Annechen Bugge (2014): Kroppsrelatert matforbruk og helse. *Forbruks­trender 2014. SIFO-survey*. Prosjektnotat nr 8 2014 (red Randi Lavik og Elling Borgeraas). Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf

Bugge, Annechen (2015): *Mat, måltid og moral – hvordan spise rett og riktig*. Fagrapport nr. 3. Oslo: SIFO b)
http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrapport_3_2015_maaltider_moral.pdf



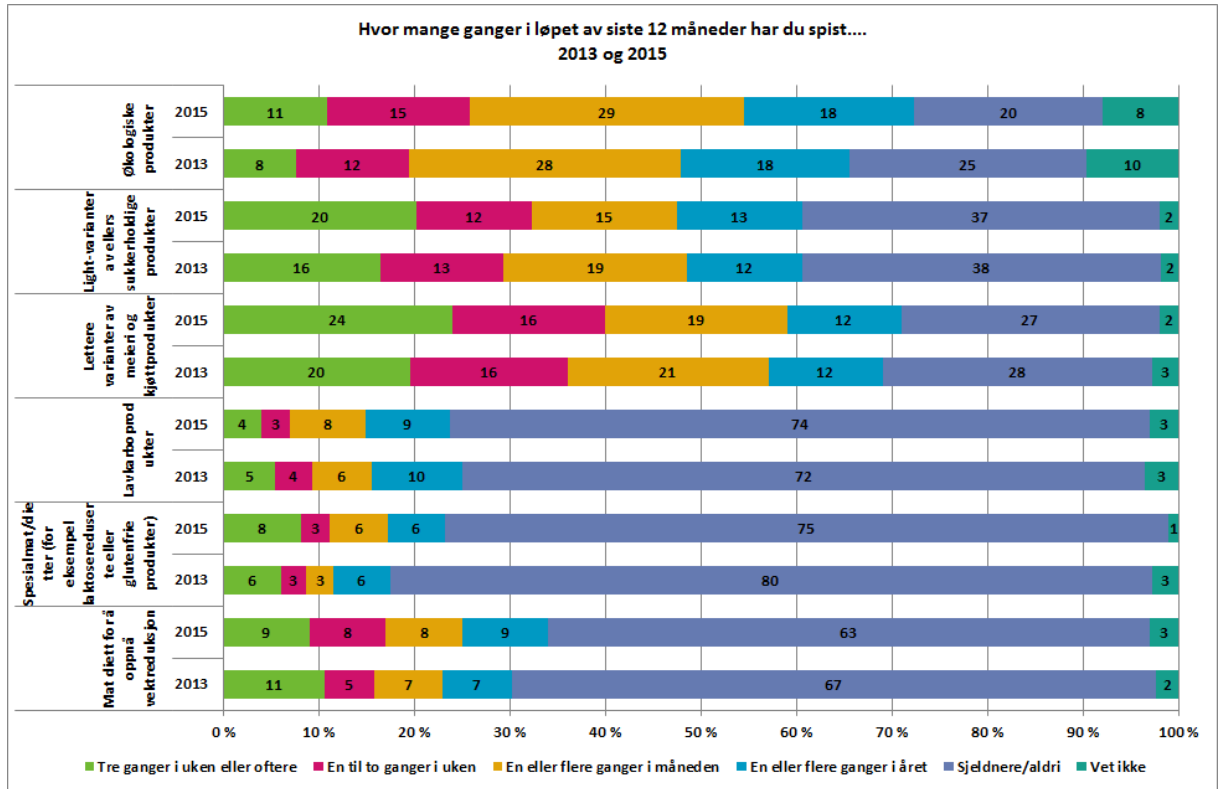
Figur 2-4 Hvor godt eller dårlig stemmer følgende påstander om kroppen din: Stemmer helt, stemmer delvis, stemmer ikke, vet ikke.

«Jeg unngår matvarer med sukker og fett». N: 2006=989, 2012=1010, 2014=1007

«Jeg prøver å få en slankere kropp». N: 2006=989, 2012=1013, 2014=1011

«Jeg tenker lite over hva jeg spiser». N: N: 2006=989, 2012=1015, 2014=1010

«Jeg er ikke så opptatt av kroppen min». N: 2006=989, 2012=1015, 2014=1003



Figur 2-5 Spisefrekvens av de ulike diettene. 2013 og 2015. N: 2013=varierer mellom 1065 og 1061 (de som har besvart disse spørsmålene), 2015=1003. (Ref. Bugge 2015 b, Avsnitt 7.6)

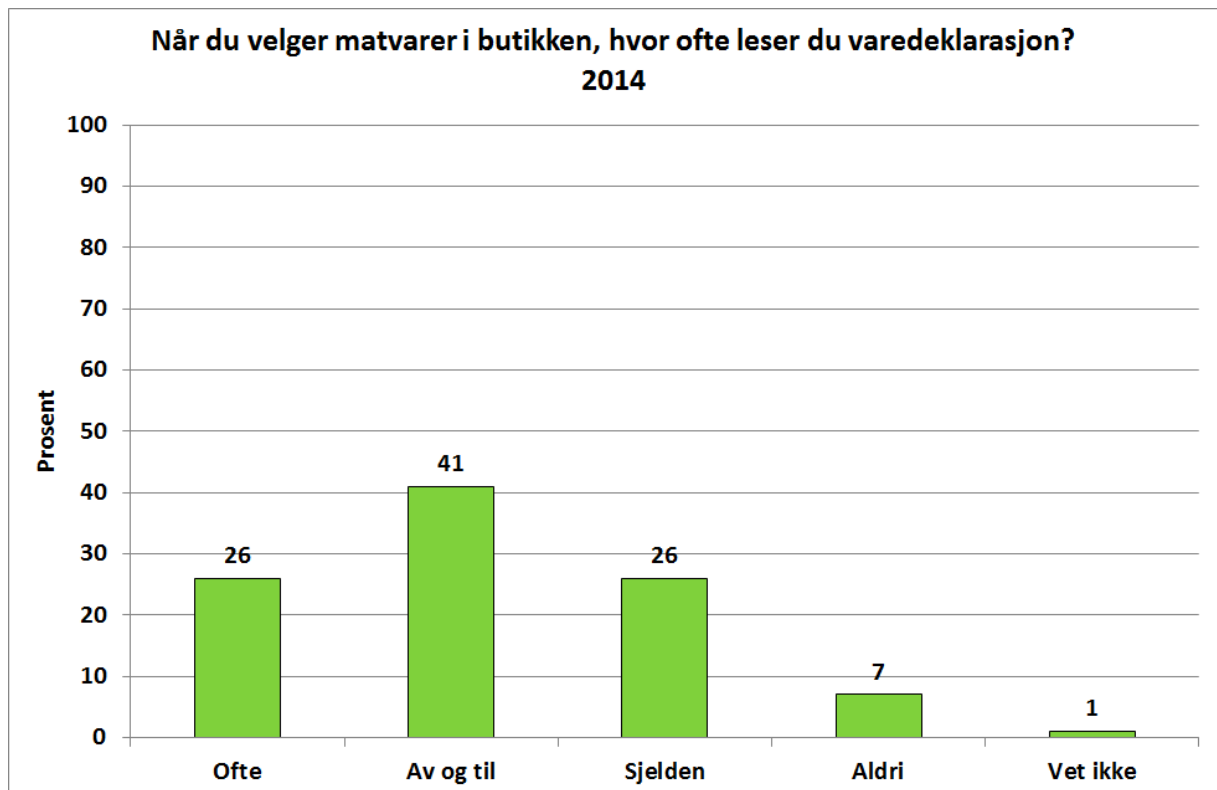
2.4 Matmerking

Forbrukerrådet, data fra SIFO-survey presentert på et seminar i Forbrukerrådets regi den 13. april 2014

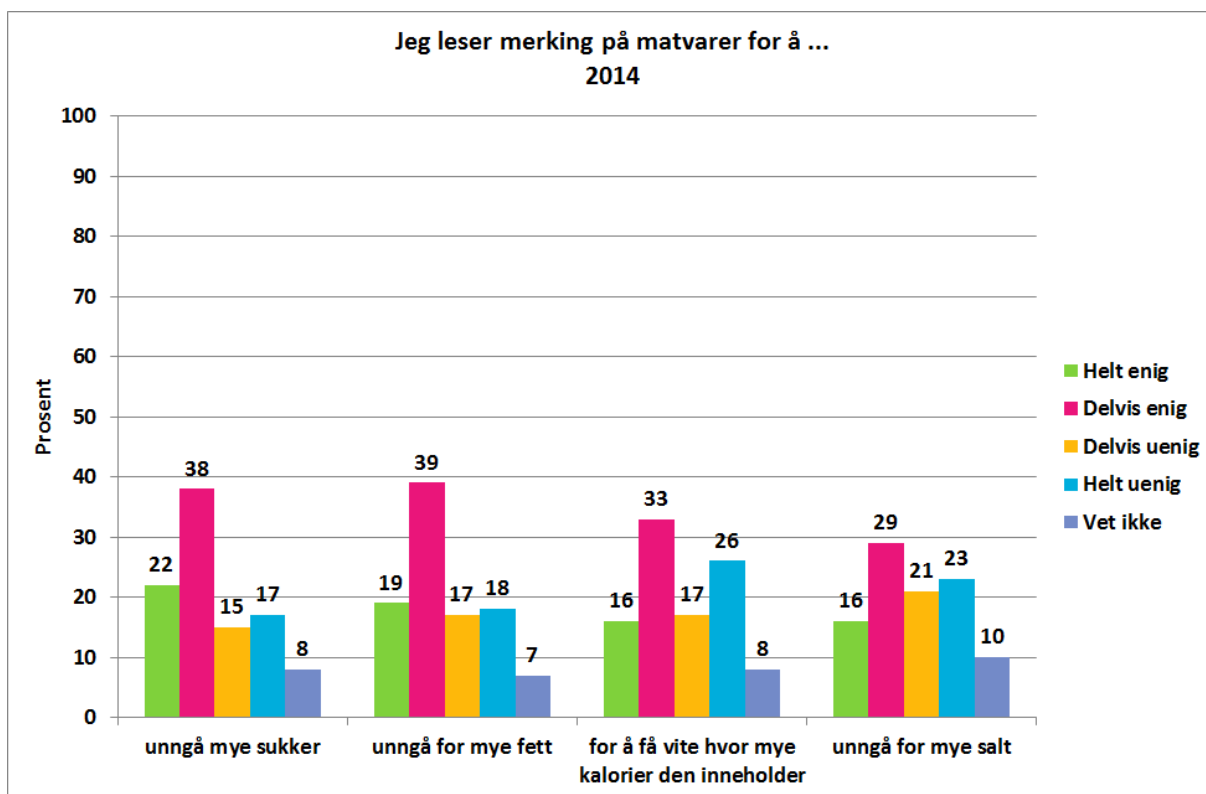
<http://www.forbrukerradet.no/attachment/1174991/binary/29819>

Bugge, Annechen (2015): *Mat, måltid og moral – hvordan spise rett og riktig*. Fagrapport nr. 3. Oslo: SIFO b)

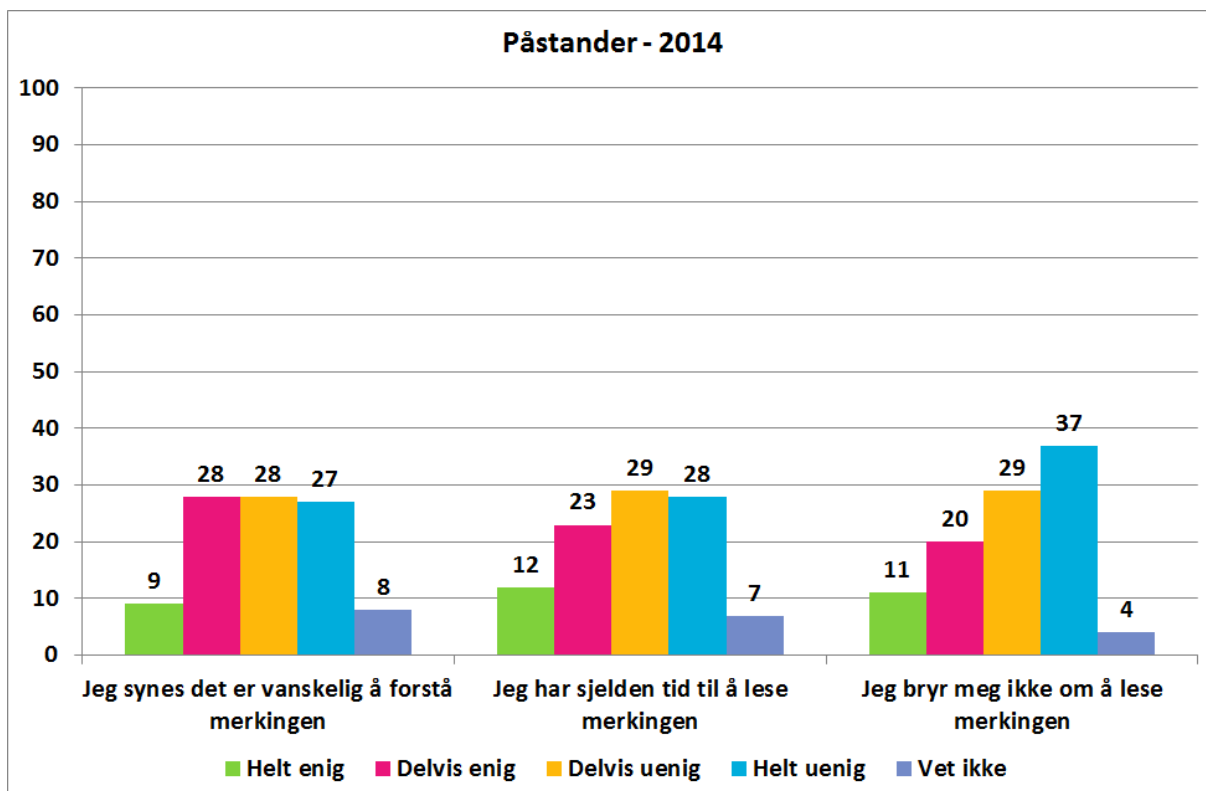
http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrapport_3_2015_maaltider_moral.pdf



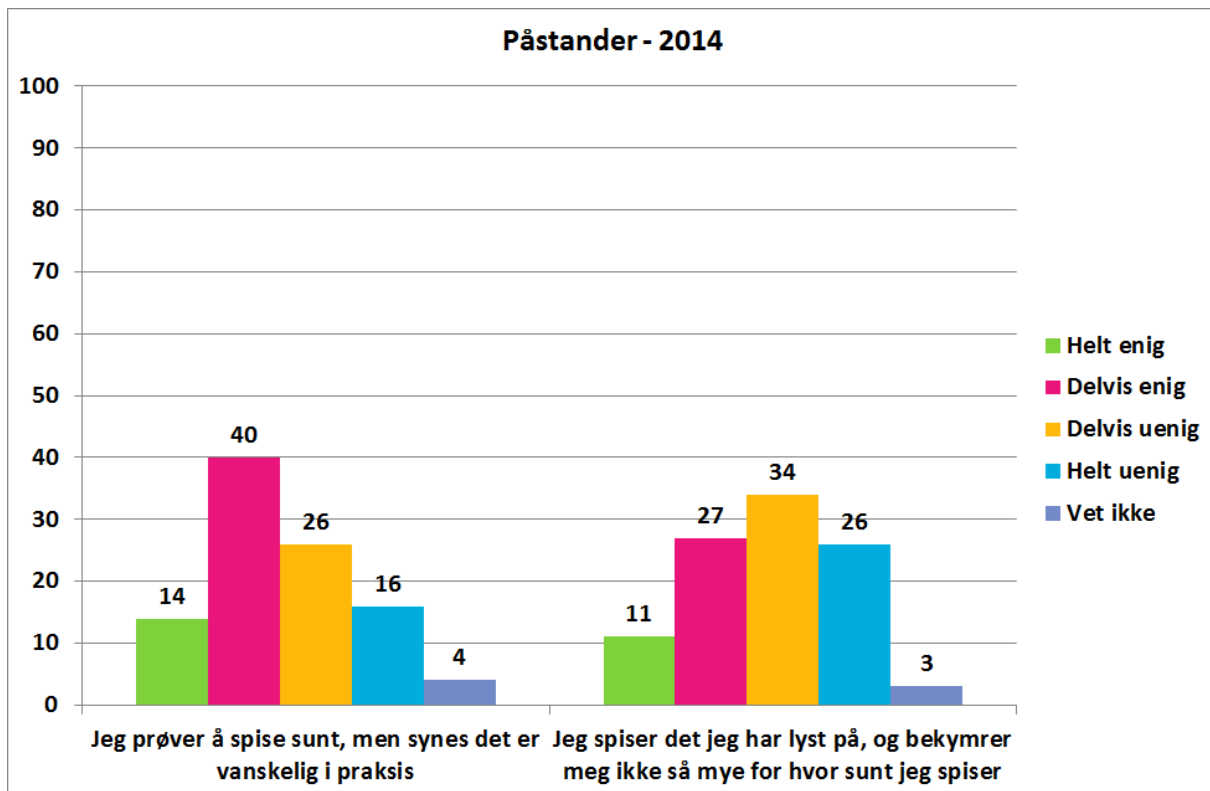
Figur 2-6 Når du velger matvarer i butikken, hvor ofte leser du varedeklarasjon? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.4)



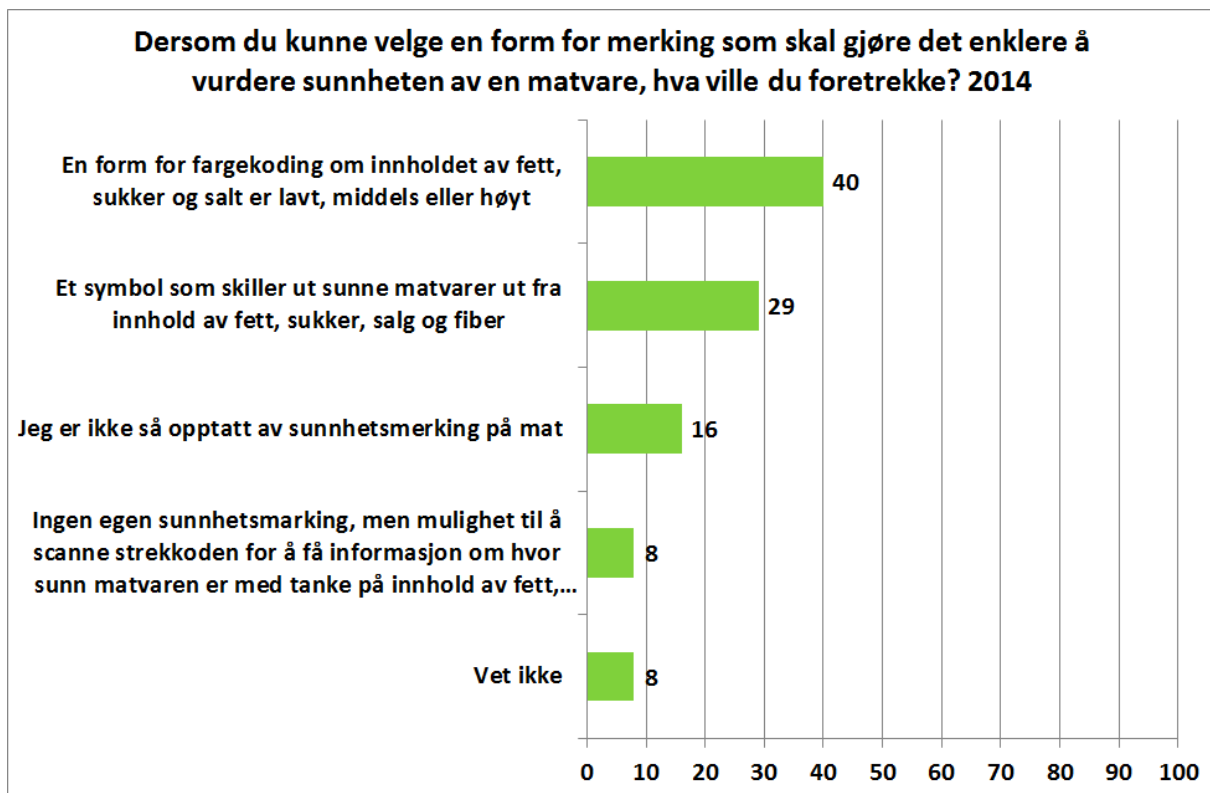
Figur 2-7 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.4)



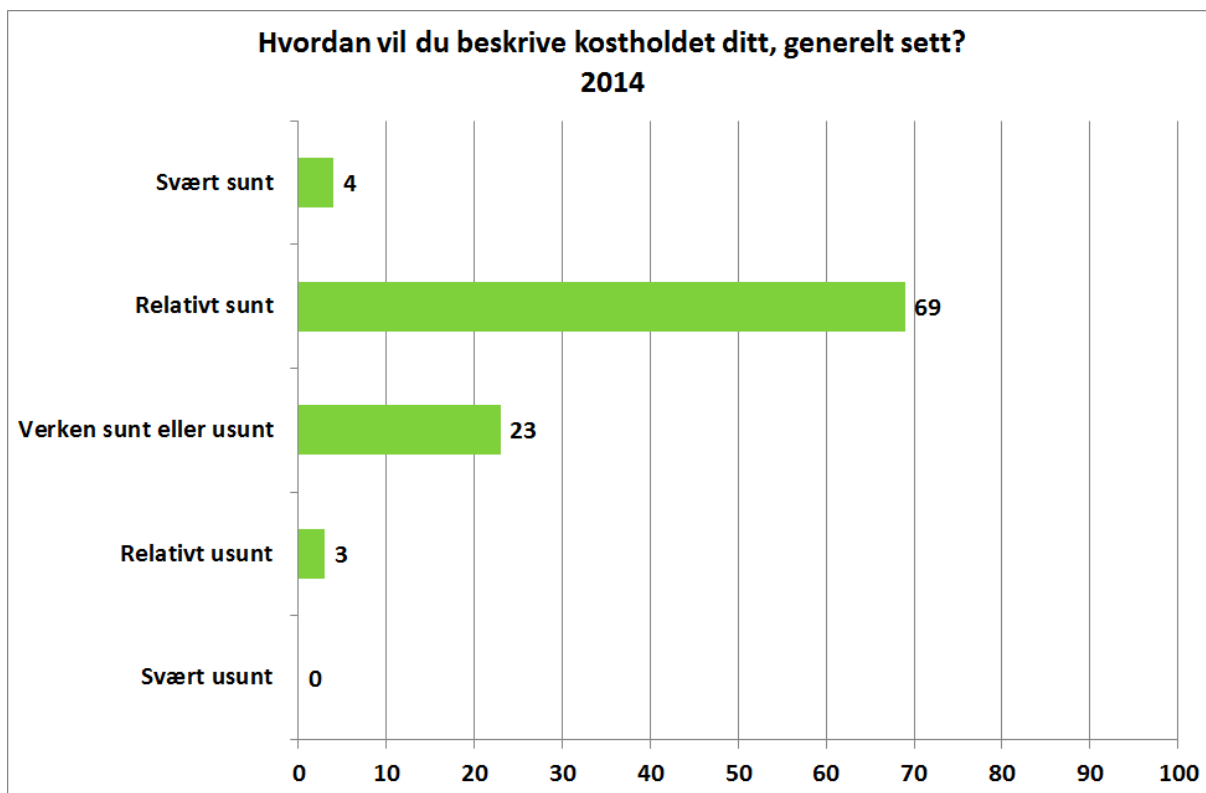
Figur 2-8 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012 (ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.6)



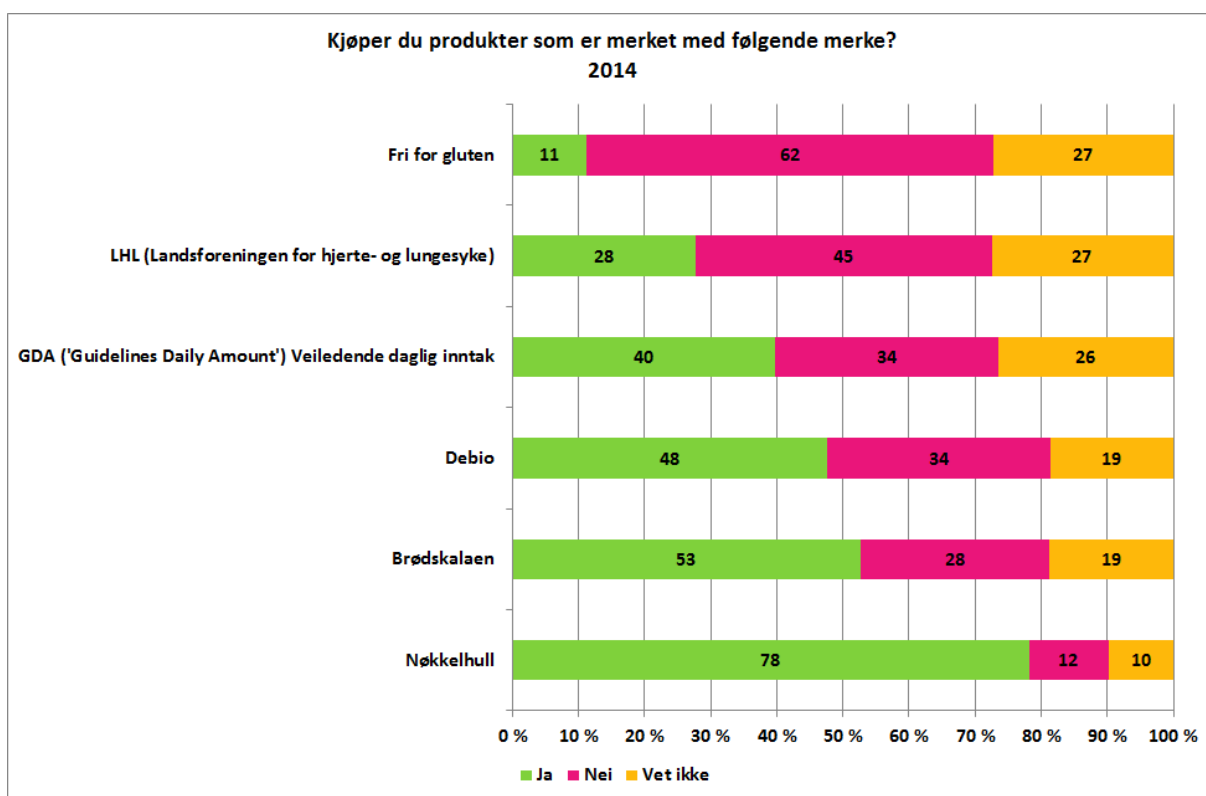
Figur 2-9 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.5)



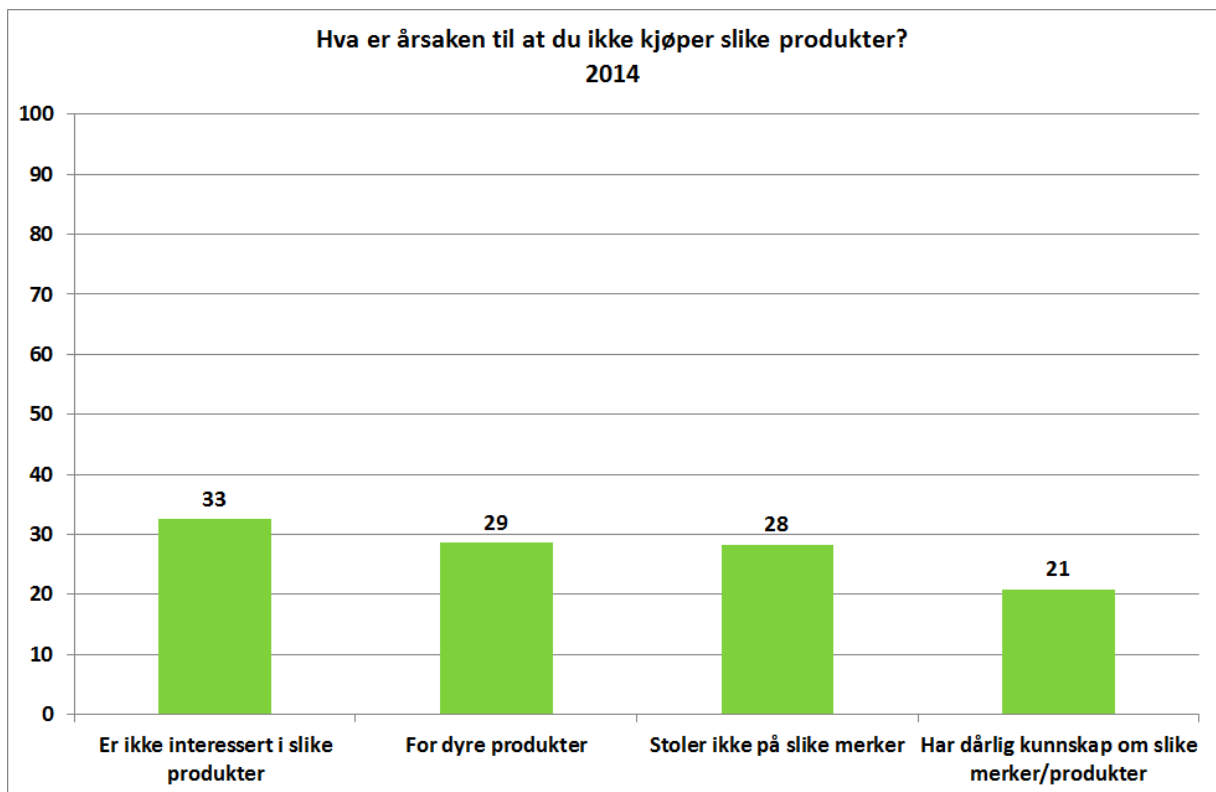
Figur 2-10 Dersom du kunne velge en form for merking som skal gjøre det enklere å vurdere sunnheten av en matvare, hva ville du foretrekke? 2014. Prosent. N=1012



Figur 2-11 Hvordan vil du beskrive kostholdet ditt, generelt sett? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.5)



Figur 2-12 Kjøper du produkter som er merket med følgende merke? Blant dem som handler 'ofte' eller 'av og til'. 2014. N=981. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.2)

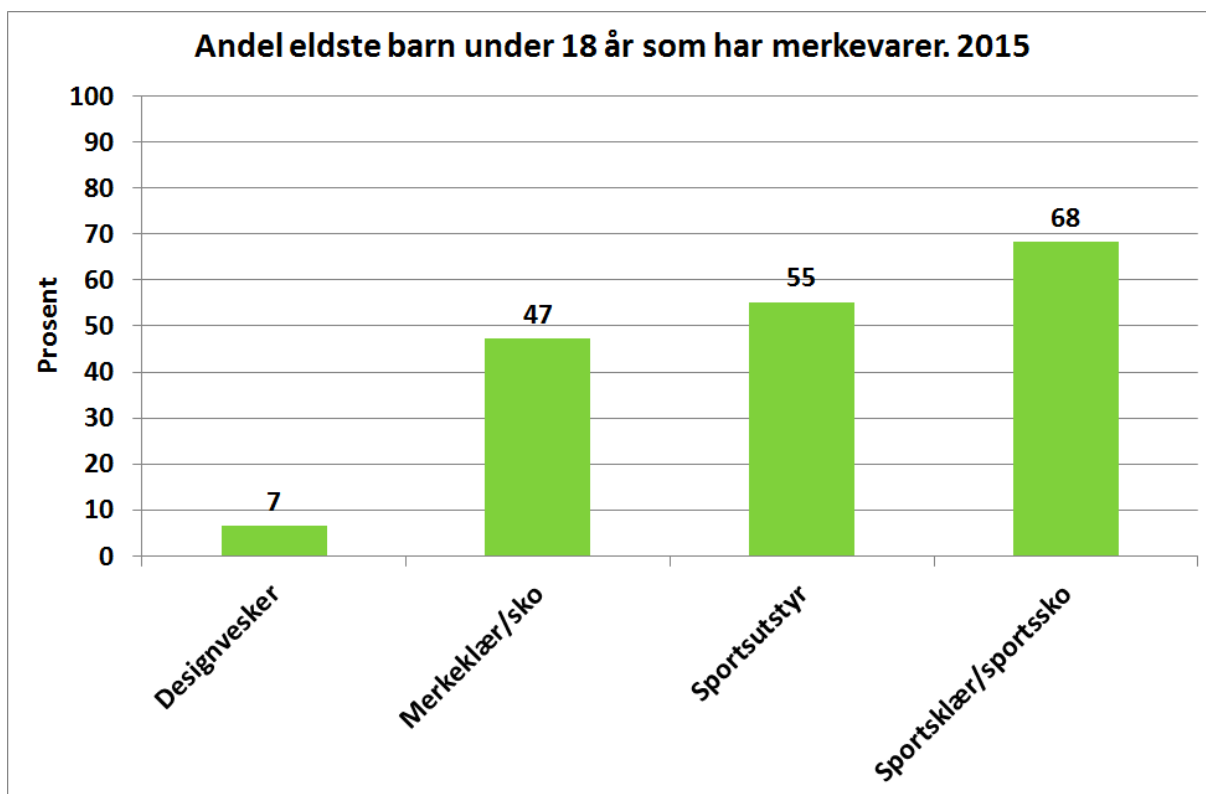


Figur 2-13 Hva er årsaken til at du ikke kjøper slike produkter? Blant dem som ikke kjøper slike produkter. 2014 N=113. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.2)

3 Merkevarer til barn

Borch, Anita (2015): Nå går også 12-åringene med designvesker! Sant eller usant? I *Forbrukstrender 2015. SIFO-survey: Lokale klær og mat, uformelt matmarked, miljøholdninger, økologisk mat, kjøp av tjenester til hjemmet, designvesker til barn, mobil/digital betaling, taximarkedet*. Red. Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 5. Oslo: SIFO [2013 – 2015]

http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr_5-2015_-_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf



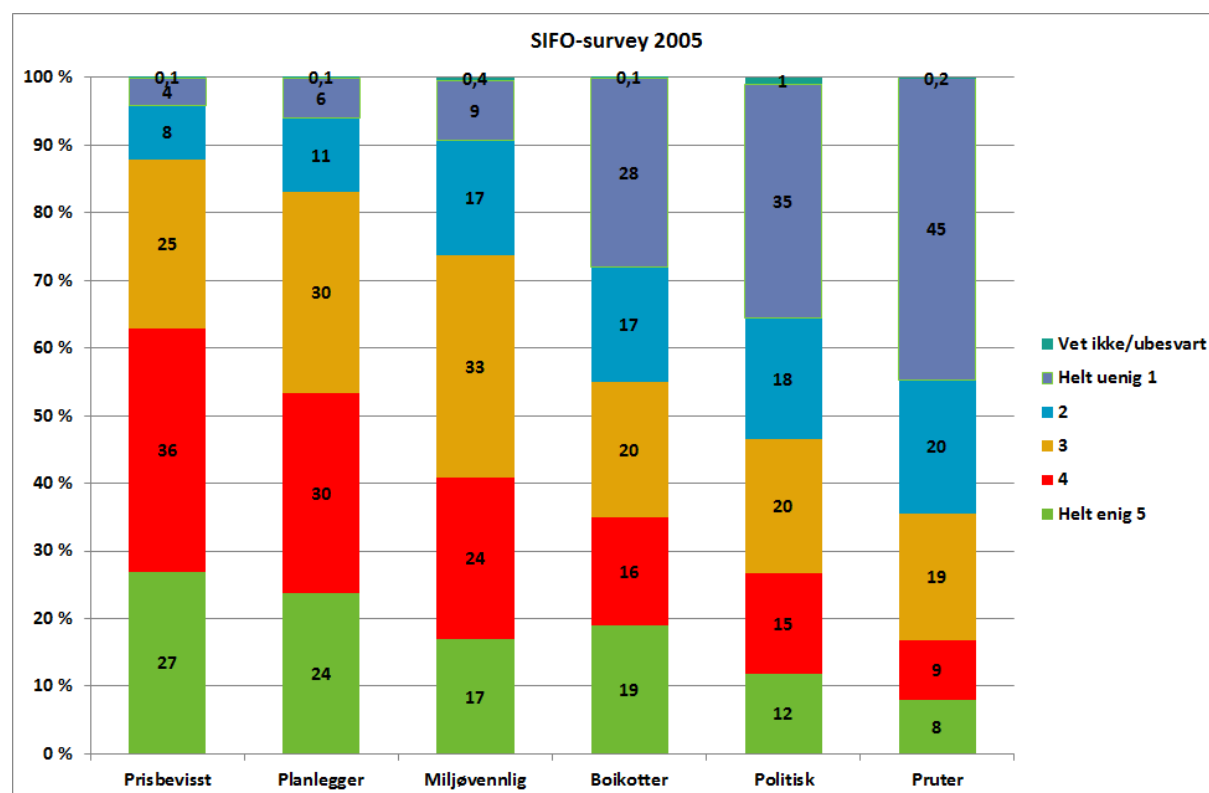
Figur 3-1 Andel som har merkevarer blant eldste barn under 18 år. N=288.

4 Forbrukernes holdninger, bevissthet, adferd og kompetanse

4.1 Hvordan forbrukerne mener de selv opptrer i markedet

Ragnhild Brusdal, Lisbet Berg og Randi Lavik (2005): *Forbrukerne viser markedsrettet makt*. Prosjektnotat nr. 1 2005. Oslo: SIFO

http://www.sifo.no/files/file71401_prosjektnotat_2005-01web.pdf



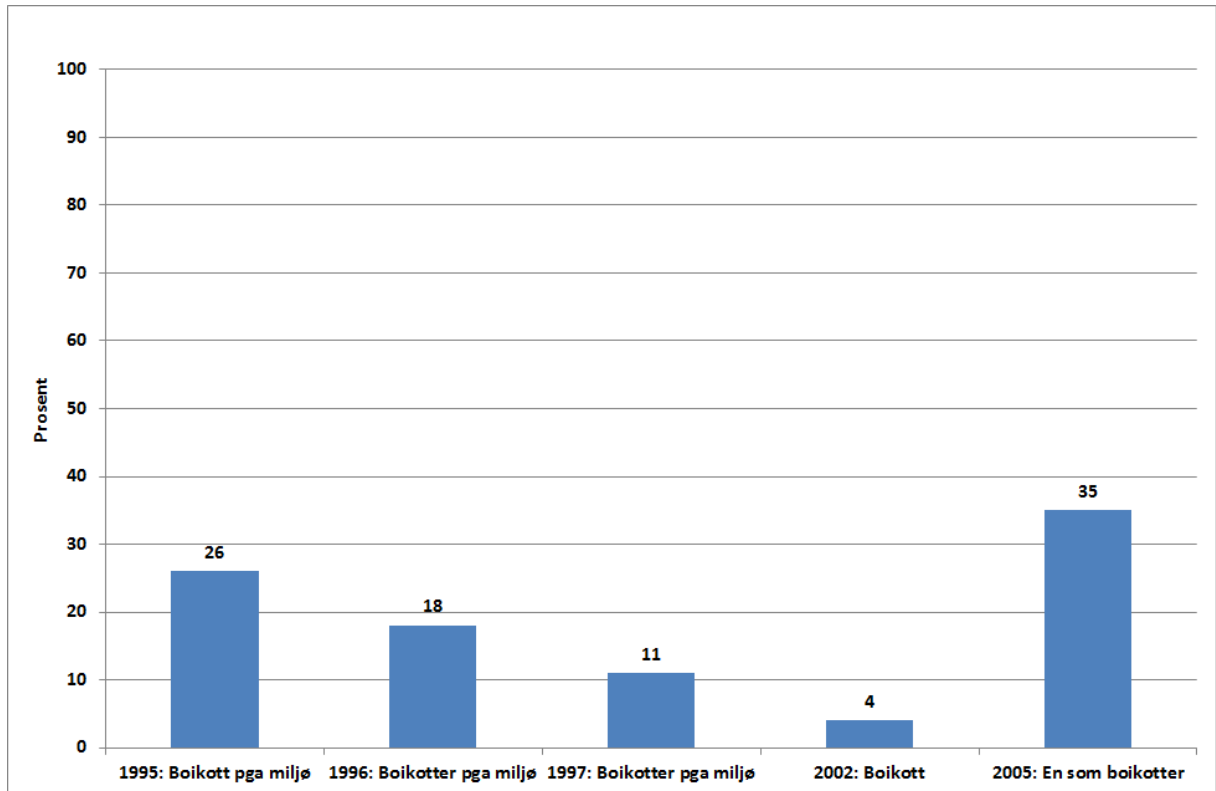
Figur 4-1 Grad av enighet i utsagn som karakteriserer dem som forbruker (N=1000) 2005 (ref. Brusdal, Berg og Lavik 2005, figur 1)

«Hvor enig er du i følgende påstander om deg selv. Svar på en skala fra 1 til 5 der 1 er helt uenig og 5 er helt enig. Jeg er en person som: er prisbevisst (Prisbevisst), planlegger mine innkjøp (Planlegger), kjøper miljøvennlig når det er mulig (Miljøvennlig), boikotter enkelte varemerker (Boikotter), lar være å kjøpe varer av politiske grunner (Politisk), lar være å kjøpe varer av politiske grunner (Politisk)».

4.2 Boikott

Ragnhild Brusdal, Lisbet Berg og Randi Lavik (2005): *Forbrukerne viser markedsrett. Prosjektnotat nr. 1 2005*. Oslo: SIFO

http://www.sifo.no/files/file71401_prosjektnotat_2005-01web.pdf



Figur 4-2: Andel som boikotter på ulike tidspunkt (ca 1000 hvert år) (ref. Brusdal, Berg og Lavik 2005, figur 2)

1995, 1996, 1997: Har du i løpet av de siste 3 årene boikottet varer av miljøhensyn (ja, nei).

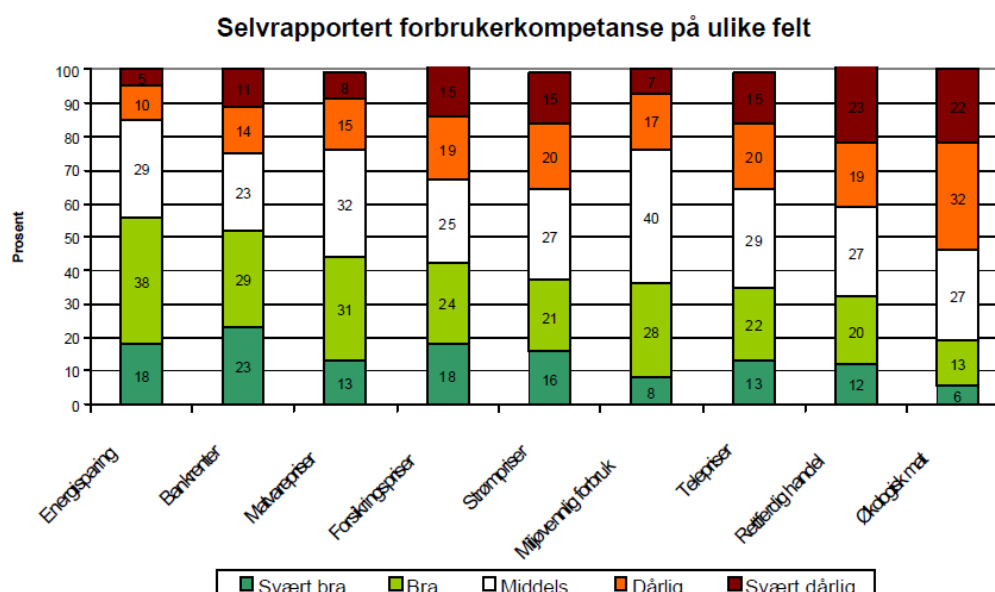
2002: Har du boikottet varer i løpet av de siste 12 måneder (ja, nei)

2005: jeg er en person som lar være å kjøpe varer av politiske grunner (helt eller delvis enig på en fem-punkts skala).

4.3 Selvrapportert forbrukerkompetanse

Lisbet Berg (2005): *Kompetente forbrukere?* Lisbet Berg. Fagrapport nr. 3 2005. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file63379_fagrapport3-2005.pdf

Ragnhild Brusdal, Lisbet Berg og Randi Lavik (2005): *Forbrukerne viser markedsmakt.* Prosjektnotat nr. 1 2005. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file71401_prosjektnotat_2005-01web.pdf



Figur 4-3 På en skala fra 1 til 5 der 1 er svært dårlig og 5 er svært bra: Hvor godt vil du si at du holder deg orientert om... 'Matvarepriser, bankrenter, strømpriser, priser på bruk av mobil og fasttelefon, priser på forsikring, miljøvennlig forbruk, utvalget av økologiske matvarer, rettferdig handel, måter å spare energi i hjemmet. Prosent. (N=1000) (ref. Brusdal, Berg og Lavik 2005, figur 5)

4.4 Oppslutning om miljøspørsmål

Torvald Tangeland (2013): *Miljøholdninger blant norske forbrukere. Endringer i perioden 1993-2012*. Prosjektnotat nr 2 – 2013. Oslo: SIFO

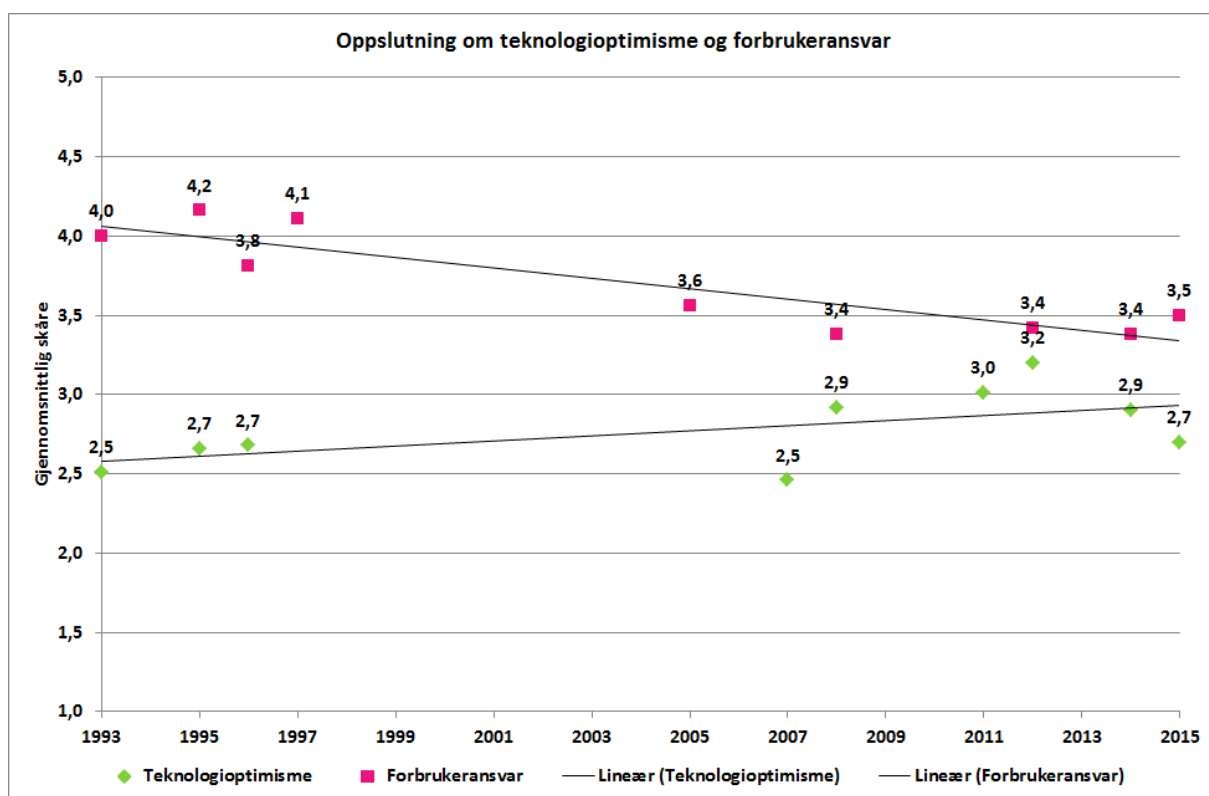
http://www.sifo.no/files/file78661_prosjektnotat_2-2013_web.pdf

Torvald Tangeland og Gunnar Vittersø (2014). I *Forbrukstrender 2014. SIFO-survey*. Red av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 7. 2014. Oslo: SIFO

http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf

Tangeland, Torvald (2015): Endringer i forbrukernes miljøholdninger. I *Forbrukstrender 2015. SIFO-survey: Lokale klær og mat, uformelt matmarked, miljøholdninger, økologisk mat, kjøp av tjenester til hjemmet, designvesker til barn, mobil/digital betaling, taximarkedet*. Red Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr 5. Oslo: SIFO

http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr_5-2015_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf



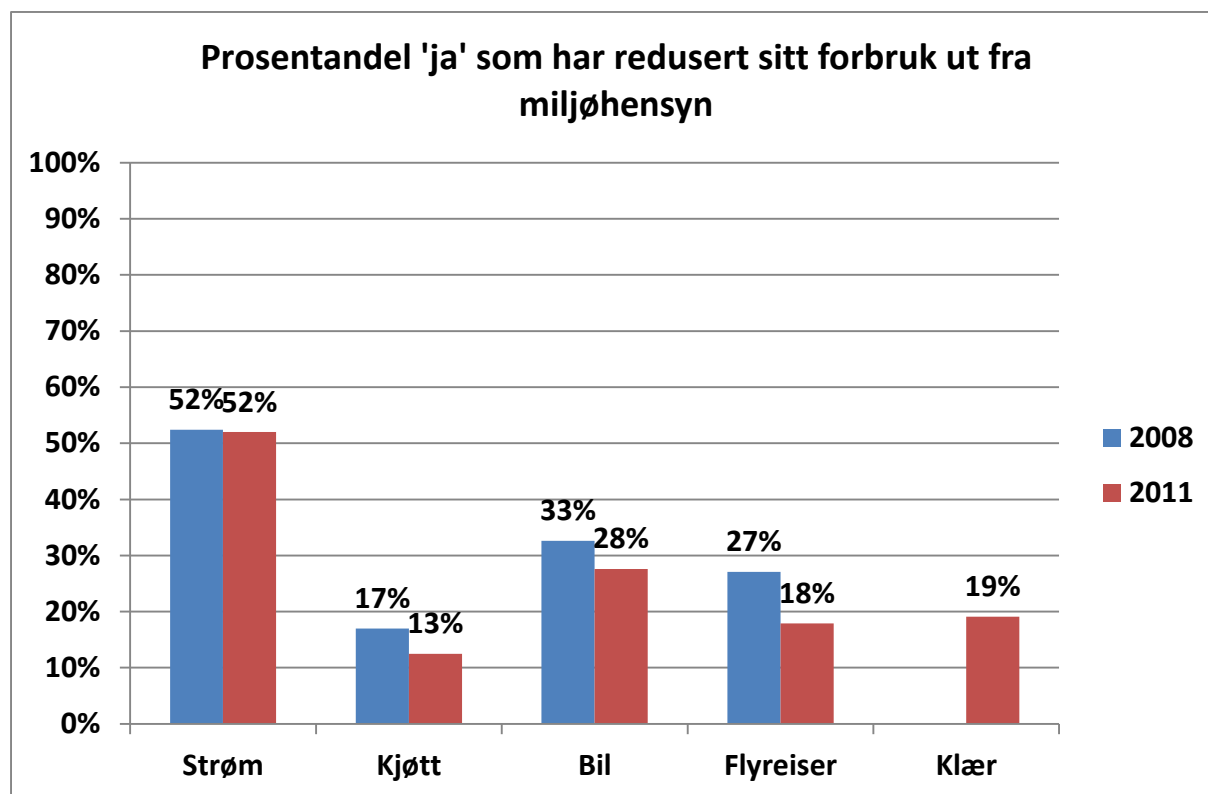
Figur 4-4 Endringer i oppslutningen om teknologioptimisme og forbrukeransvar i perioden 1993 – 2014. Skala: 1 – 5 hvor 1 er helt uenig og 5 er helt enig. Gjennomsnittlig skåre.

[Ref Tangeland og Vittersø, 2014, Figur 7-2] 2015 (Ref Tangeland 2015 – figur 3-1)

Teknologioptimisme: *Ny teknologi vil løse klima- og miljøproblemene uten at det fører til store forandringer i vårt levesett*

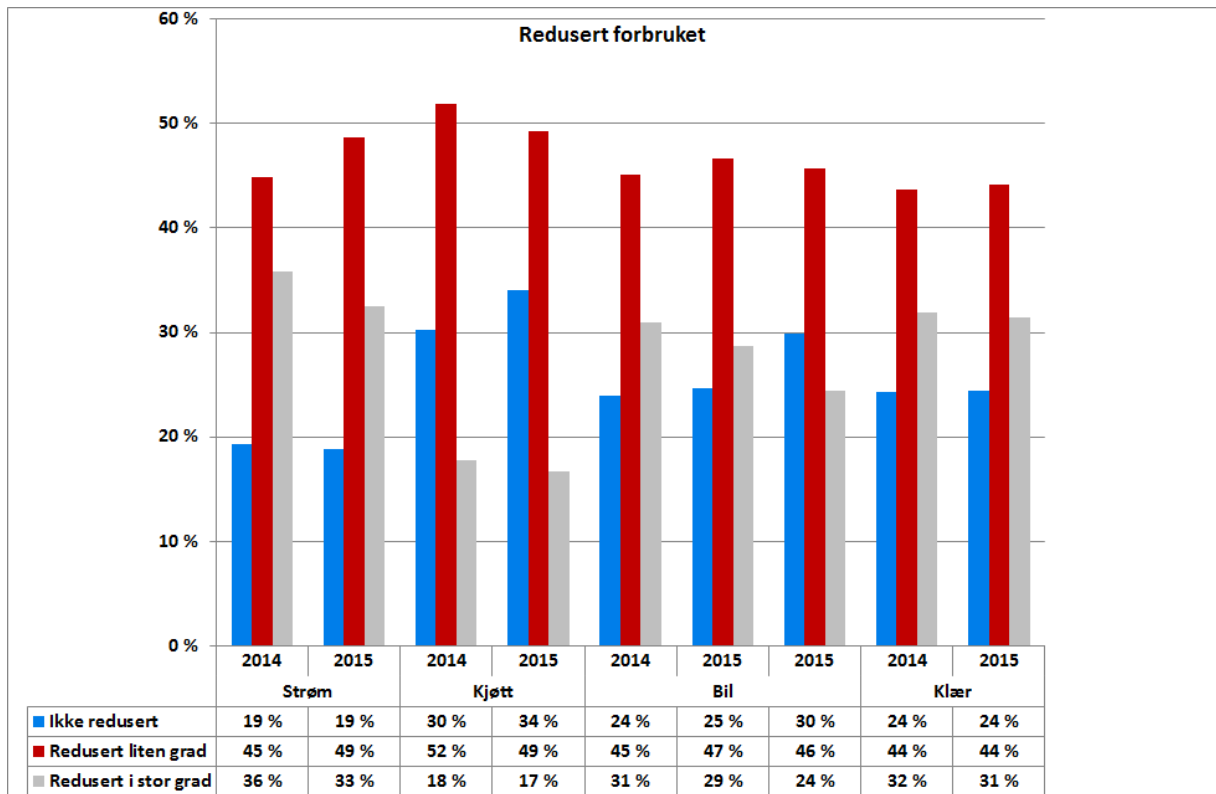
Forbrukeransvar: *Den enkelte forbruker kan selv bidra til å løse klima- og miljøproblemene*

4.5 Miljøhandlinger; redusert forbruk



Figur 4-5 Prosentandel som har redusert sitt forbruk ut fra miljøhensyn. Prosentandel 'ja'. (Ja, nei, vet ikke. Vet ikke er ekskludert). (Ref Tangeland og Vittersø, 2014, figur 7-3)

N: Redusert strømforbruk 2008=989, 2011=1037; Redusert kjøttforbruk 2008=971, 2011=1009; Redusert bilbruk 2008=978, 2011=961; Redusert antall flyreiser 2008=971, 2011=881; Redusert kjøp av klær 2011=986 (Klær kun i 2011)



Figur 4-6 De som ikke har redusert, redusert i liten grad, redusert i stor grad. Skala fra 1-7 hvor 1 til 4 er definert som i liten grad, og 5 til 7 er definert som i stor grad (Tangeland 2015 – figur 3-3). Vet ikke er ekskludert, total N i 2014=1014, total N i 2015=1003)

4.6 Økologiske markeder/miljømerkede varer

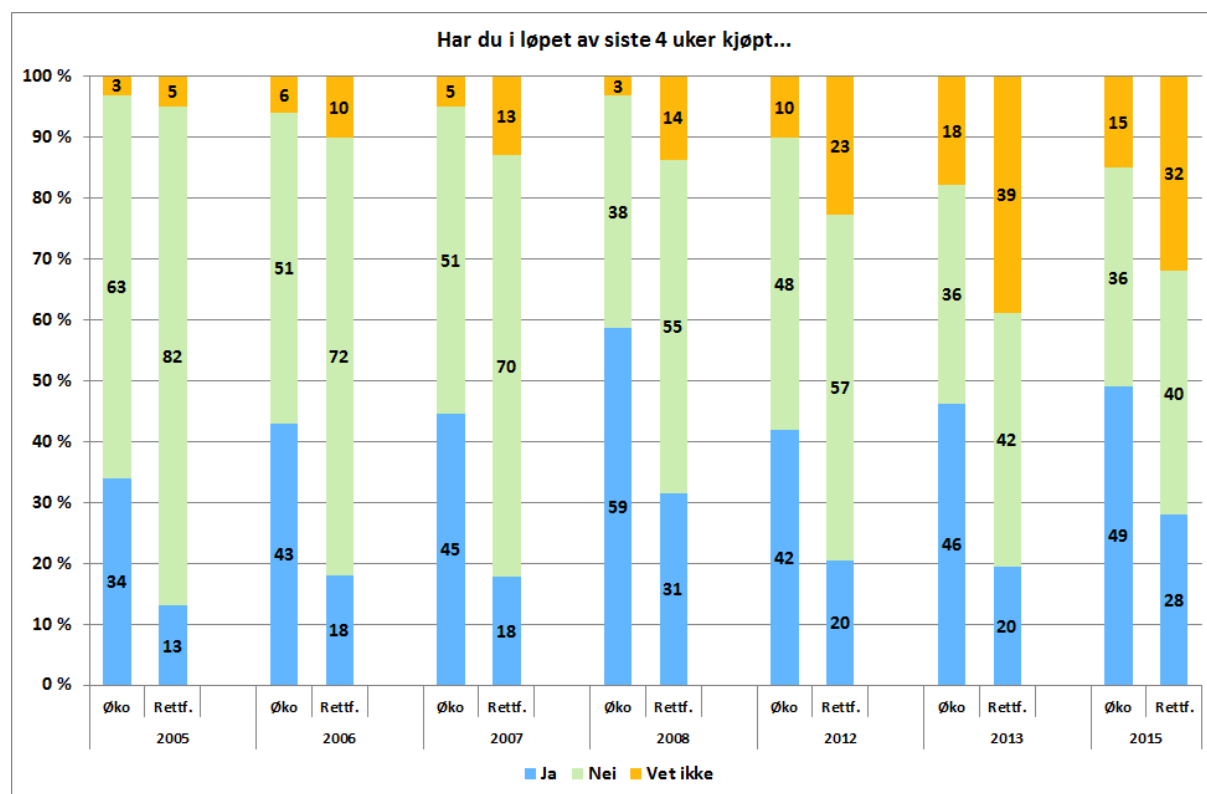
Gunnar Vittersø og Alexander Schjøll (2010): *Gårdshandel som innkjøpsaktivitet og fritidsopplevelse*. Oppdragsrapport nr. 3. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file76921_oppdragsrapportnr3-2010web.pdf

Terragni, L., Torjusen, H. and Vittersø, G. (2009). "The dynamics of alternative food consumption: contexts, opportunities and transformations. ." *Anthropology of Food* [Online], S5 | September 2009, Online since 10 September 2009, connection on 09 January 2015. URL : <http://aof.revues.org/6400> (S5).

Vittersø, G., Tangeland, T. (2014), The role of consumers in transitions towards sustainable food consumption. The case of organic food in Norway, *Journal of Cleaner Production* (2014), <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.055>

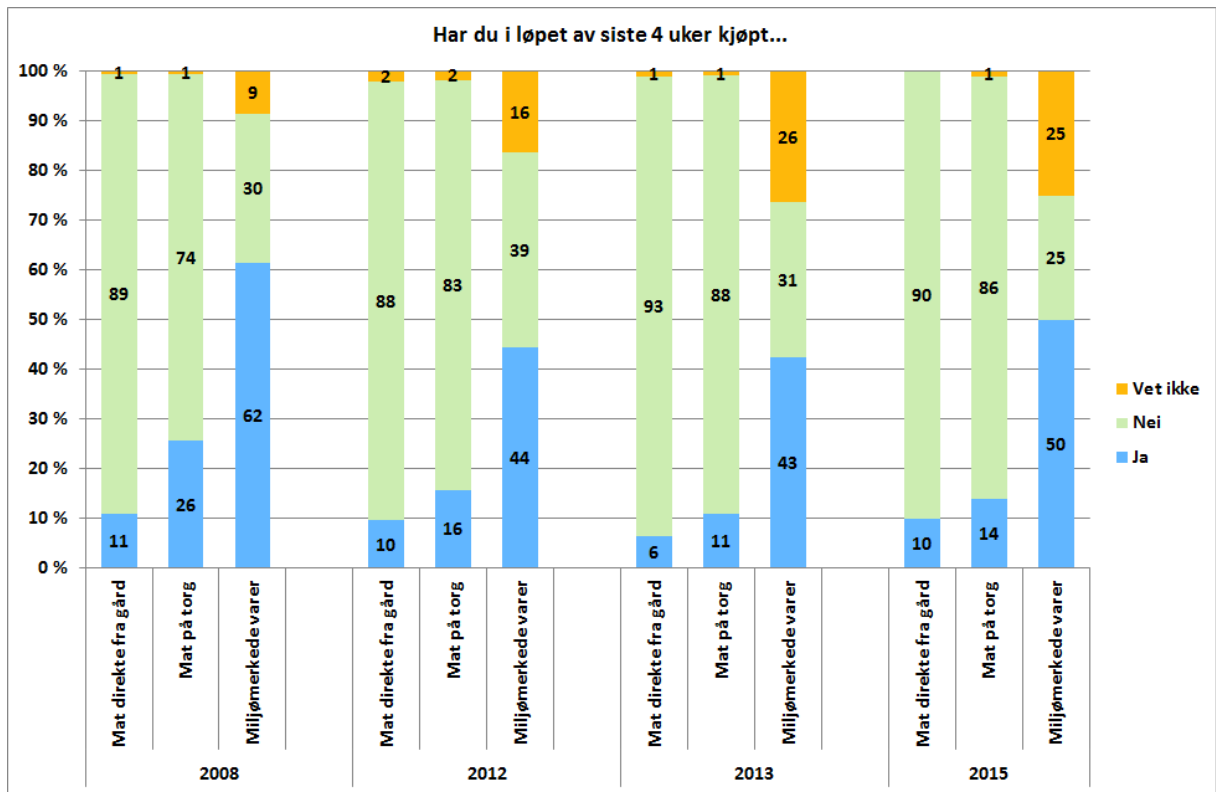
Bugge, Annechen (2015): *Mat, måltid og moral – hvordan spise rett og riktig*. Fagrapport nr. 3. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrapport_3_2015_maaltider_moral.pdf

4.6.1 Kjøpt økologiske/ miljømerkede varer



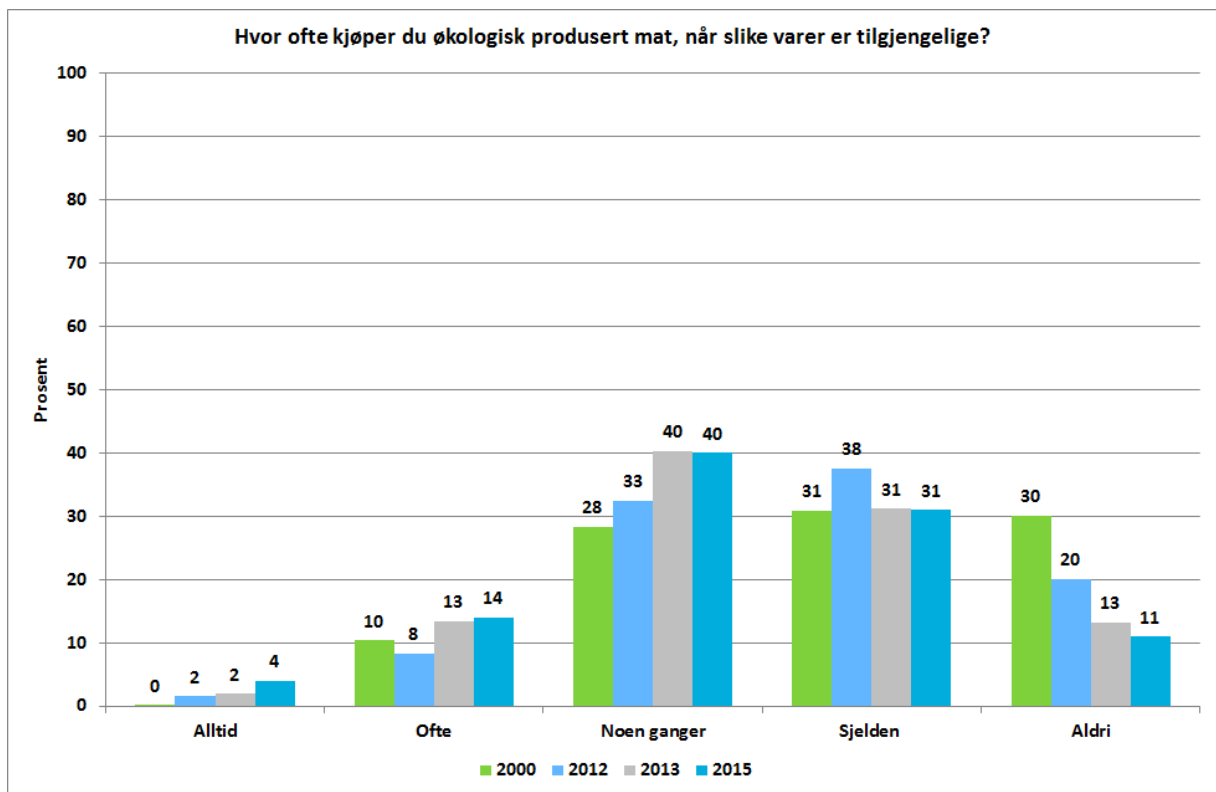
Figur 4-7 Har du i løpet av de siste 4 ukene kjøpt.... Øko = Økologisk merket mat, Rettf. = Varer merket med rettferdig handel (Max Havelaar)

Varer merket med rettferdig handel. I 2013 og 2015 var 'f.eks. Max Havelaar' ikke nevnt, mens dette var nevnt alle de andre årene. I 2008 ble dataene samlet inn på høsten



Figur 4-8 Har du i løpet av de siste 4 ukene kjøpt...

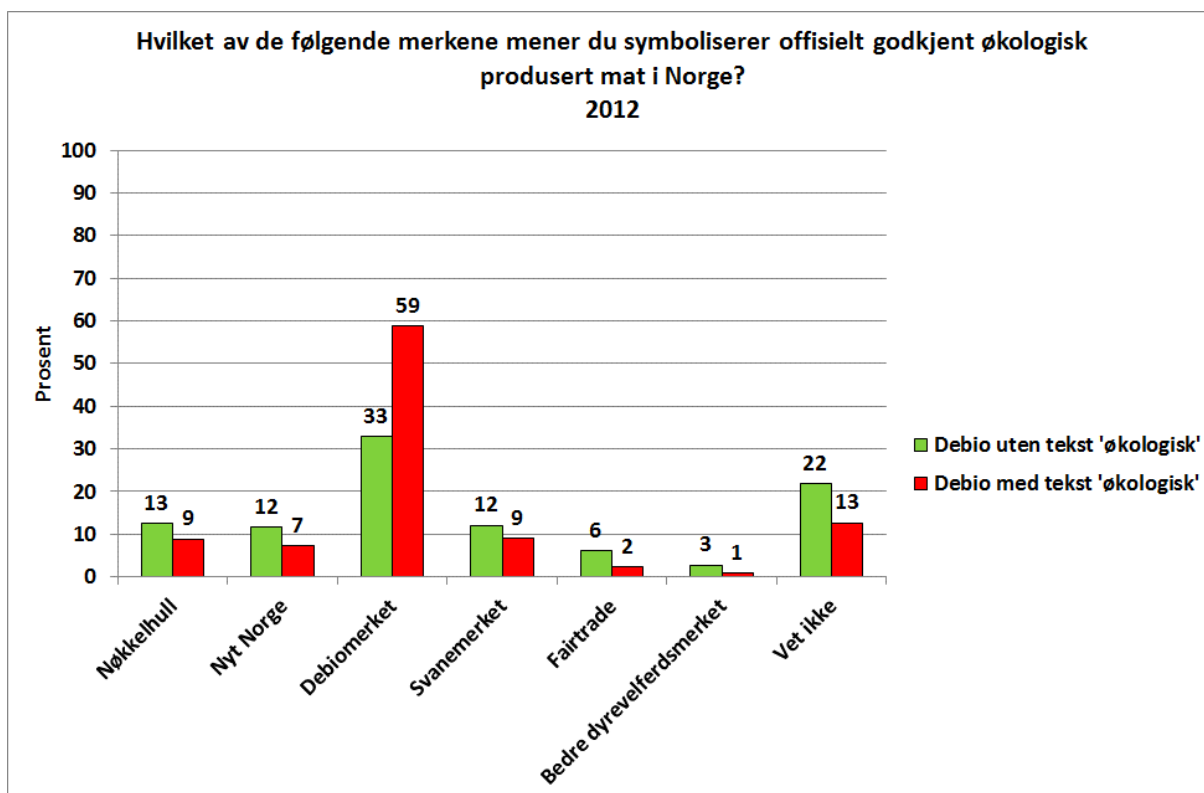
N: 2005=1008, 2006=1000, 2007=1000, 2008=1000, 2012=1014, 2013=1063, 2015=1003



Figur 4-9 Hvor ofte kjøper du økologisk produsert mat, når slike varer er tilgjengelige? N: 2000=924, 2012=979, 2013=1013, 2015=973 (Vet ikke er ekskludert) ⁶

⁶ Vittersø_Tangeland_2014.pdf <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.055>








4.6.2 Kunnskap om det offisielt godkjente økologiske merket 'Debio'



Figur 4-10 Hvilket av de følgende merkene mener du symboliserer offisielt økologisk produsert mat i Norge. To splittede utvalg, det ene ble Debiomerket uten tekst vist N=543 S, det andre ble Debiomerket med tekst vist N=475. 2012

[Ikke publisert før]

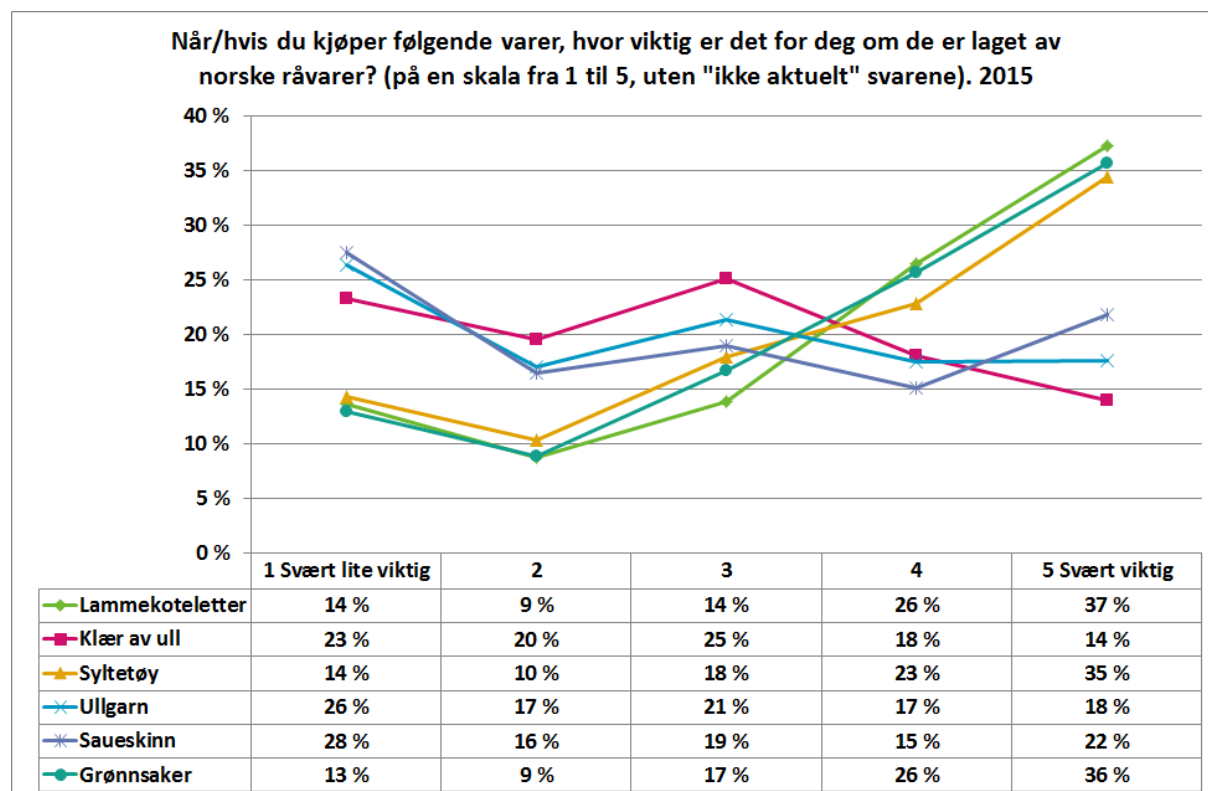
Bildene med merkene som ble vist i undersøkelsen

| | | | |
|---|---|---|--|
|  | <p>Nøkkelhull (SUNNHETS -MERKE)</p> |  | <p>Svanemerket (MILJØMERKE T)</p> |
|  | <p>Nyt Norge (MAT BASERT PÅ NORSKE RÅVARER)</p> |  | <p>Fairtrade (RETTFERDIG HANDEL)</p> |
|  | <p>Debío uten teksten 'økolo- gisk' FEIL</p> |  | <p>Bedre dyrevelferdsmerket (ET MERKE SOM IKKE EKSISTERER)</p> |
|  | <p>Debío med tekst 'økolo- gisk' RIKTIG</p> | | |

4.7 Lokale produkter

Klepp, Ingun Grimstad Klepp, Kirsi Laitala og Gunnar Vittersø (2015): Lokale klær og lokal mat – forbrukerholdninger. I *Forbrukstrender 2015. SIFO-survey: Lokale klær og mat, uformelt matmarked, miljøholdninger, økologisk mat, kjøp av tjenester til hjemmet, designvesker til barn, mobil/digital betaling, taximarkedet*. Red. Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr 5. Oslo: SIFO

http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr_5-2015_-_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf

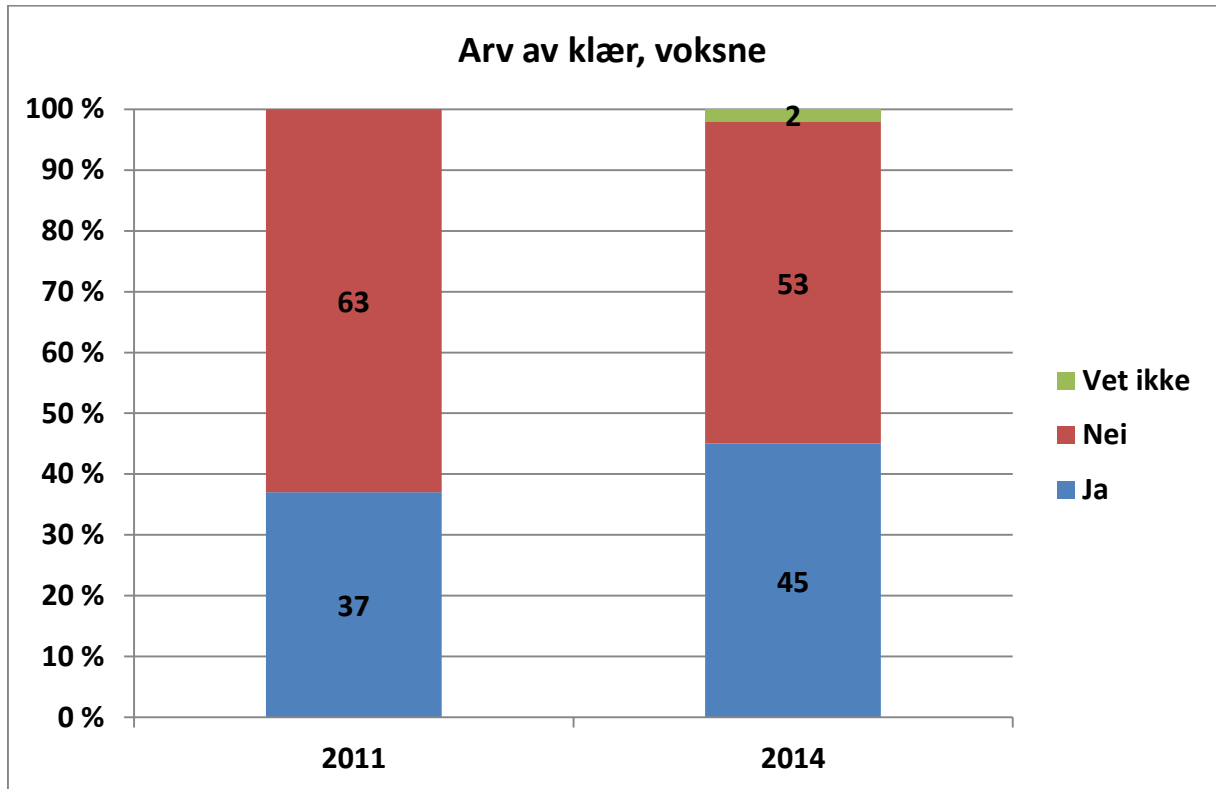


Figur 4-11 Fordeling av svar på spørsmål «Når/hvis du kjøper følgende varer, hvor viktig er det for deg om de er laget av norske råvarer (på en skala fra 1 til 5)?» for seks ulike varegrupper N=1003. 2015

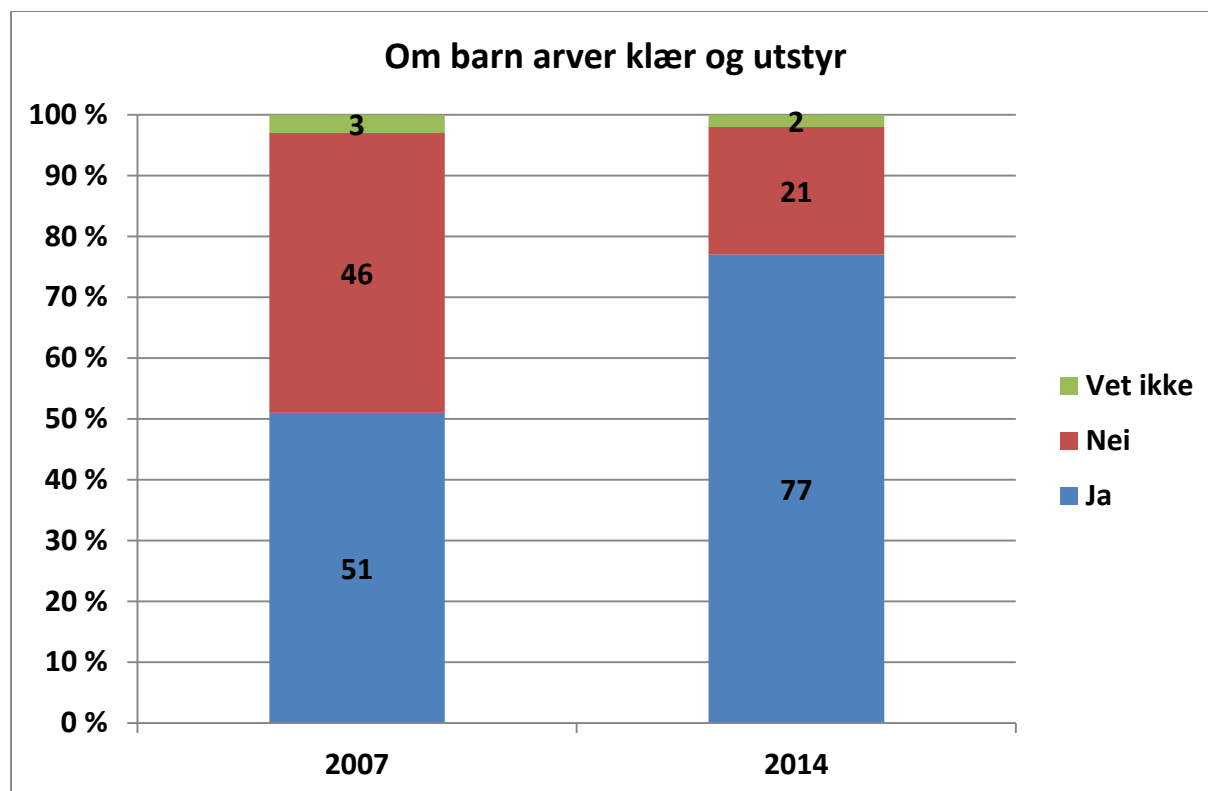
4.8 Klær og arv

Kirsi Laitala og Ingun Grimstad Klepp (2014): Arv og deling av klær, sko og sportsutstyr. I *Forbrukstrender 2014. SIFO-survey*. Red. Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr 8. Oslo: SIFO

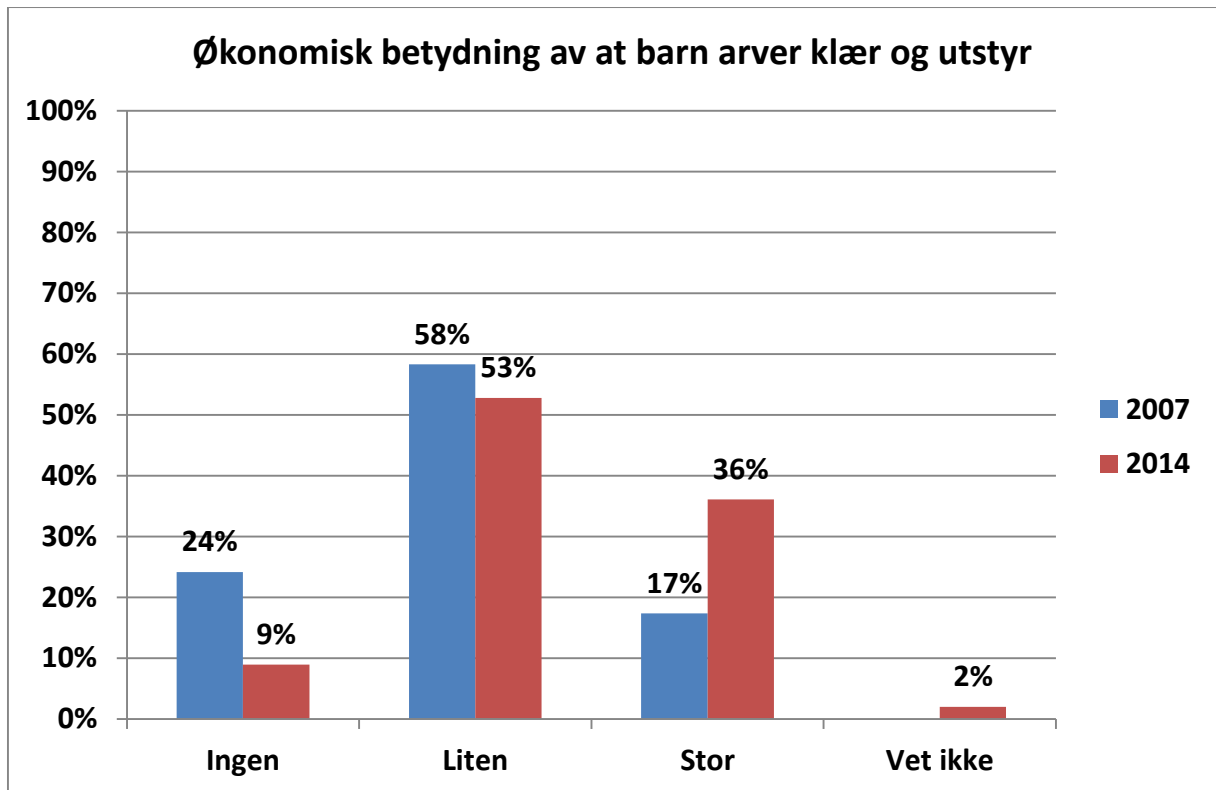
http://www.sifo.no/files/file79763_prosjektnotat_7-2014_web.pdf



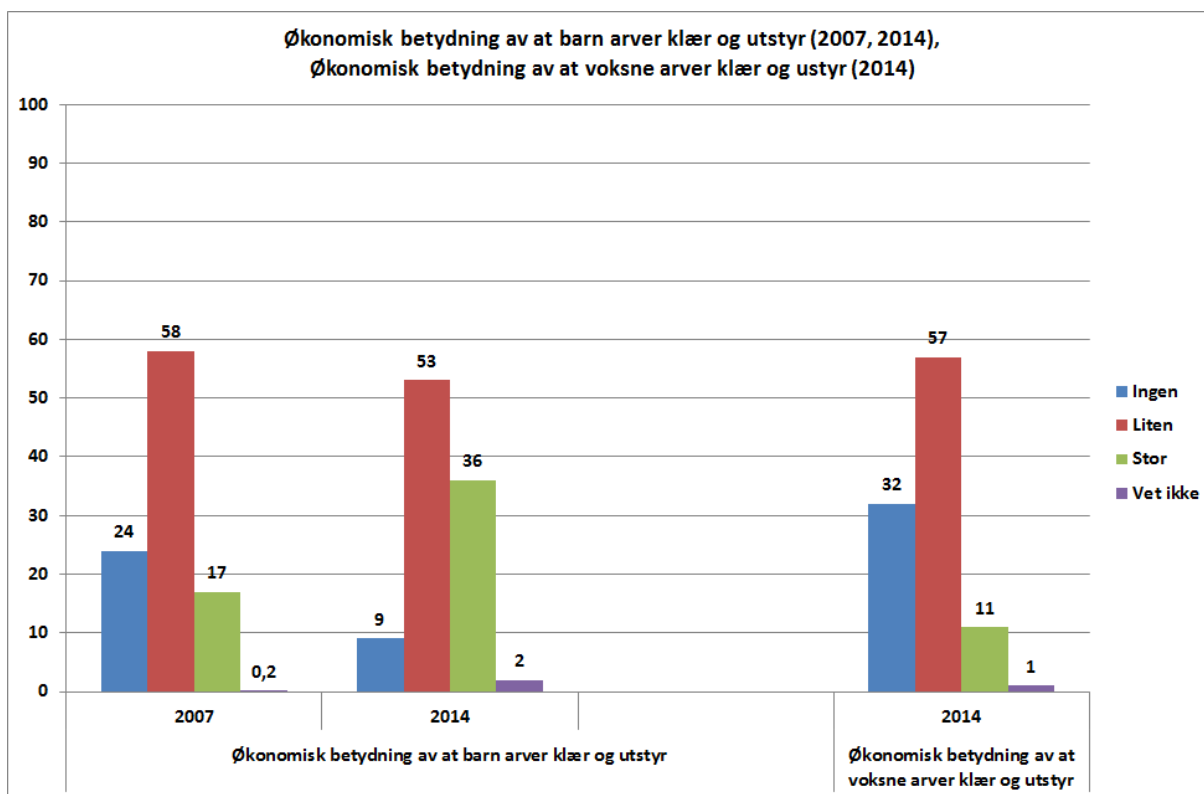
Figur 4-12 Arv av klær og utstyr, voksne (I 2011 var ikke arv til barn med) 2011: Har du i løpet av siste år gjort noe av følgende? Fått brukt klær? (Ja, Nei, Vet ikke). N=1123. 2014: Har du fått eller arvet brukte klær, sko eller sportsutstyr i voksen alder? (Ja, Nei, Vet ikke). N=1014



Figur 4-13 Arv av klær og utstyr, barn (I 2007 var ikke arv av klær til voksne med). 2007: Arver barna klær og utstyr fra familie og venners barn? (Ja, Nei, Vet ikke). N=721. 2014: Arver/arvet barn klær, sko eller sportsutstyr under oppveksten (inntil 15 år), fra familie eller andre? (Ja, Nei, Vet ikke). N=687



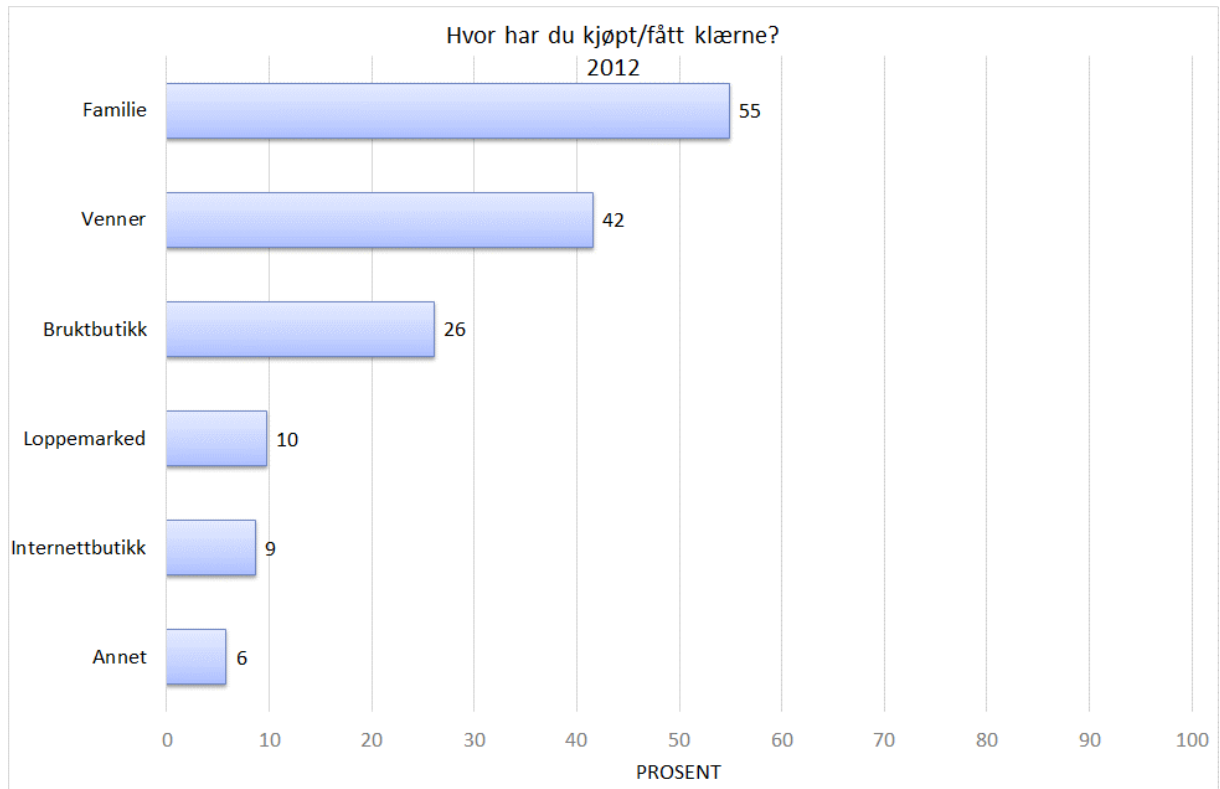
Figur 4-14 Økonomisk betydning av at barn arver klær og utstyr. 2007: Har dette stor, liten eller ingen betydning for familiens økonomi? (At barn arver klær og utstyr). N=367. 2014: Hvilken betydning hadde/har arv av klær for familiens økonomi? (Ingen, Liten, Stor, Vet ikke). N=527. (Ref.: Laitala og Klepp, 2014. se lenke over)



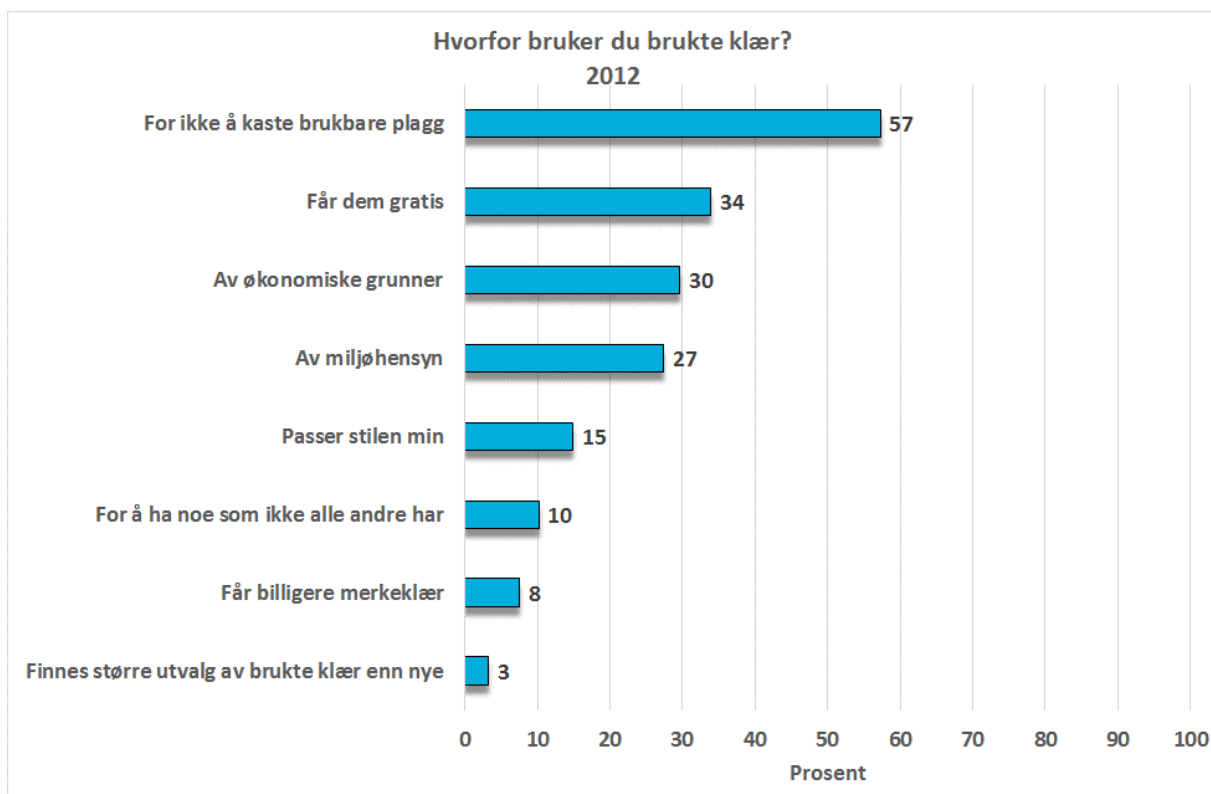
Figur 4-15 Økonomisk betydning av at barn arver klær og utstyr. 2007: Har dette stor, liten eller ingen betydning for familiens økonomi? (At barn arver klær og utstyr). N=367. 2014: Hvilken betydning hadde/har arv av klær for familiens økonomi? (At barn arver klær og utstyr) (Ingen, Liten, Stor, Vet ikke). N=527. Har du fått eller arvet brukte klær, sko eller sportsutstyr i voksen alder? (Ja, Nei, Vet ikke). Hadde dette stor, liten eller ingen betydning for din økonomi? N=458

4.9 Brukte klær

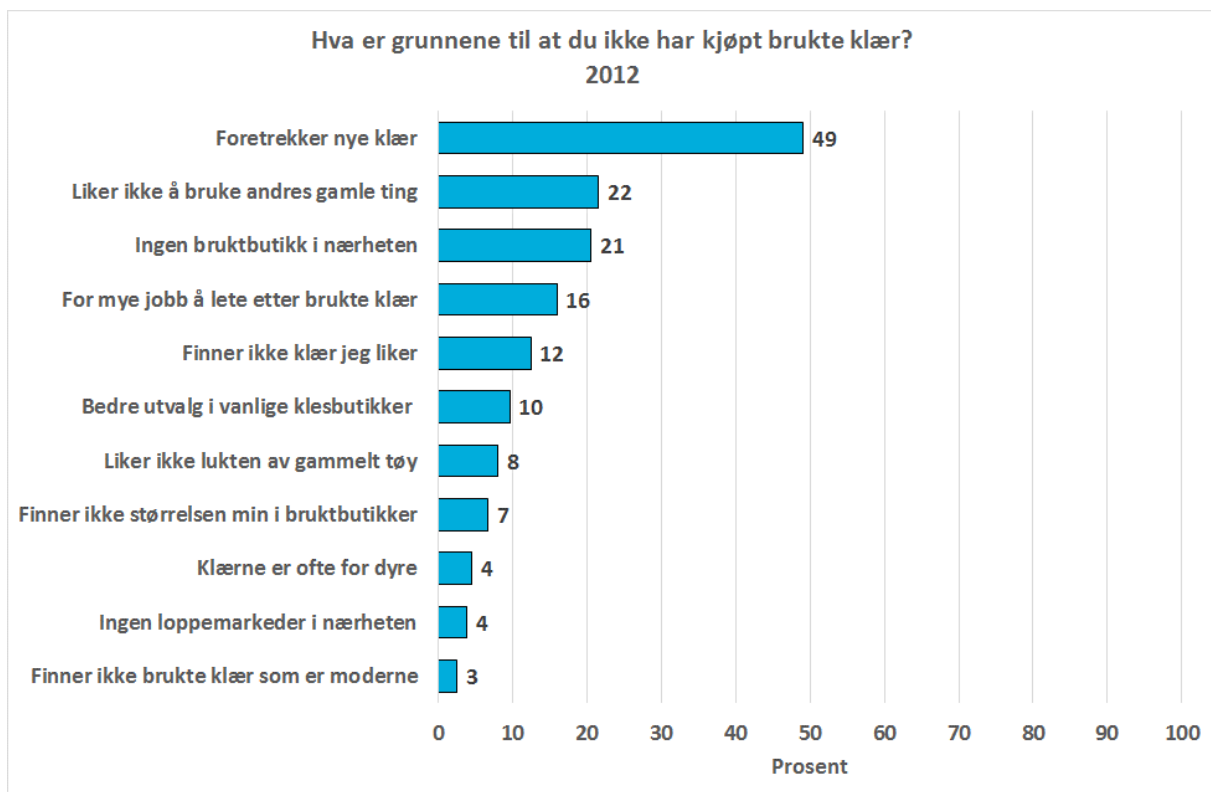
Klepp, Ingrid Grimstad og Kirsi Laitala (2015): *Klesforbruk i Norge*. RAPPORT under publisering. Oslo: SIFO



Figur 4-16 Hvor har du kjøpt/fått brukte klær? Blant dem som har fått eller kjøpt brukte klær de siste to årene. Flere svar kunne avgis. N=403. 2012.



Figur 4-17 Hvorfor bruker du brukte klær? Flere svar kunne avgis. N=404. 2012



Figur 4-18 Hva er grunnene til at du ikke har kjøpt brukte klær? Flere svar kunne avgis. N=853. 2012

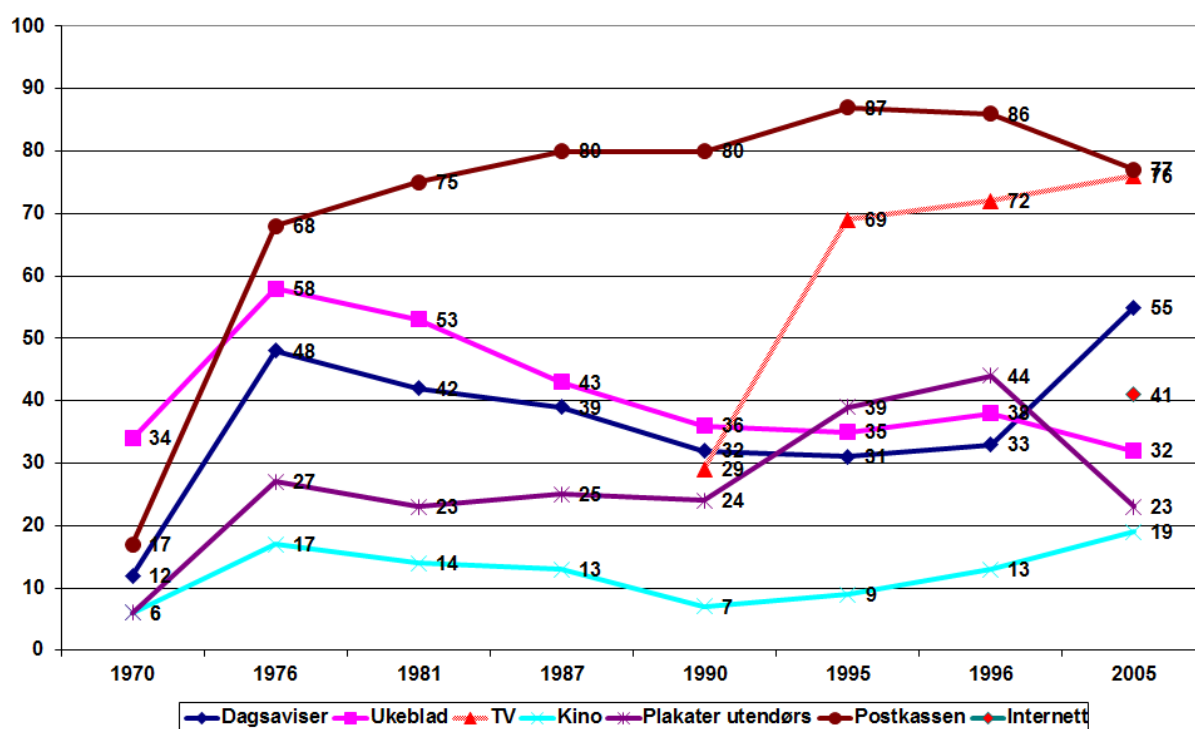
5 Marked, varehandel, distribusjon

5.1 Reklame

5.1.1 Ergrelse over reklame fram til 2005

Brusdal, Ragnhild, Lisbet Berg og Randi Lavik (2005): *Forbrukeren viser markeds-
makt*. Prosjektnotat nr 1 2005. Oslo: SIFO.

http://www.sifo.no/files/file71401_prosjektnotat_2005-01web.pdf



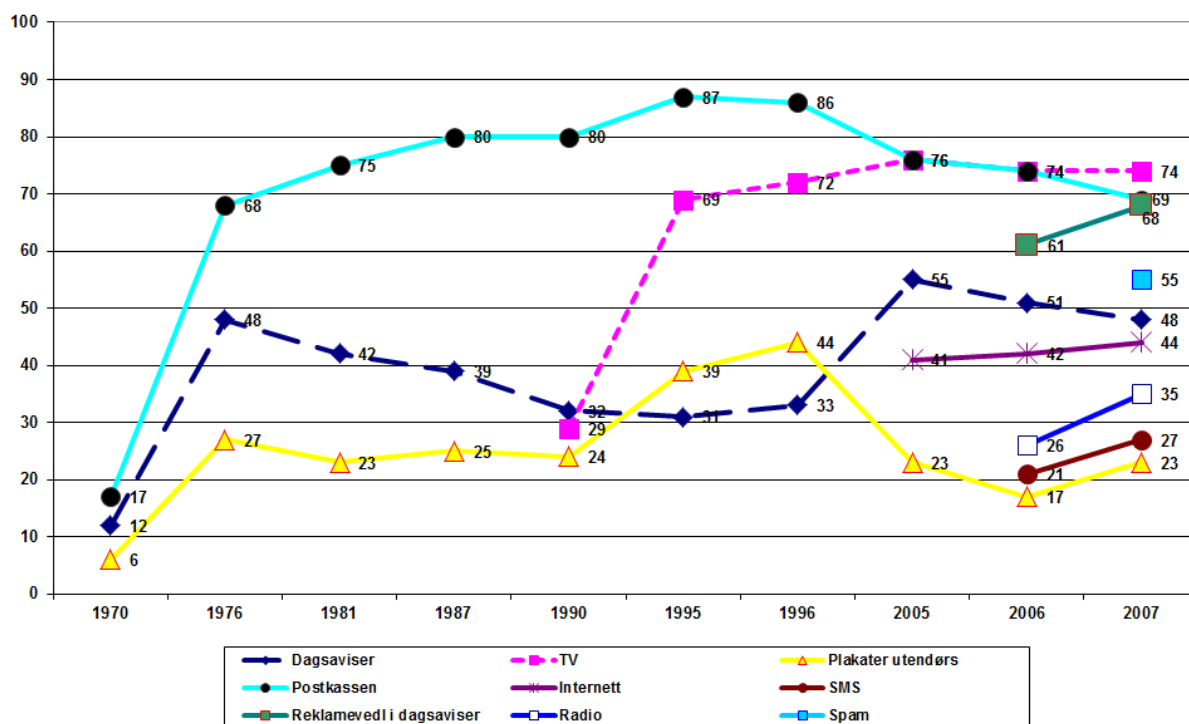
Figur 5-1: Har det hendt at du har ergret deg mengden av reklame i følgende medier? I dagsaviser, i ukeblad, på TV, på kino, på plakater og boards utendørs, i postkassa, på internett (ikke alle medier er spurt om alle år) (ref. Brusdal, Berg og Lavik, 2005, figur 10)

5.1.2 Ergrelse over reklame fram til 2007

Lavik, Randi og Ragnhild Brusdal (2007): *Telefonsalg og reklame. Til nytte for forbrukeren?*

Prosjektnotat nr. 2 2007. Oslo: SIFO

http://www.sifo.no/files/file71021_prosjektnotat_2007_-_2_-_telefonsalg_og_reklame_-_web.pdf



Figur 5-2: Har det hendt at du har ergret deg over mengden av reklame i følgende medier? I dagsaviser, i postkassen, reklamevedlegg i dagsaviser, på TV, på Internett, i radio, på plakater og boards utendørs, sms, spam (vet ikke i nei-gruppen som er «skjult» i figuren) (ref. Lavik og Brusdal 2007, Figur 0-6)

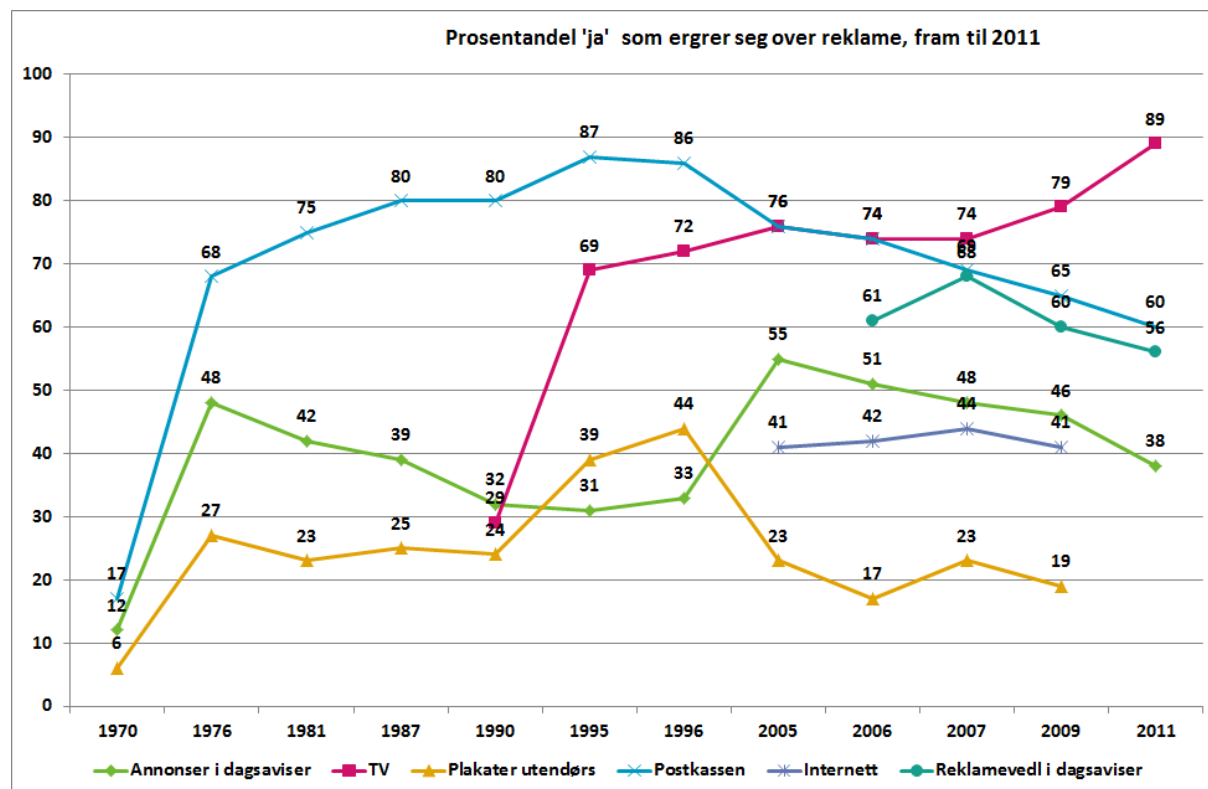
5.1.3 Ergrelse over reklame fram til 2011

Randi Lavik (2009): *Noen reklamer ergrer mer enn andre. SIFO-survey 2009*. Prosjektnotat nr 9 2009. Oslo: SIFO [Fram til 2009]

http://www.sifo.no/files/file76333_prosjektnotat9-2009_reklame_webrev.pdf

Randi Lavik og Ragnhild Brusdal (2011): *Telefonsalg, telefonhenvendelser og reklame. Survey-statistikk 2011*. Prosjektnotat nr 6 2011 [Fram til 2011]

http://www.sifo.no/files/file77611_telefonsalg_web.pdf

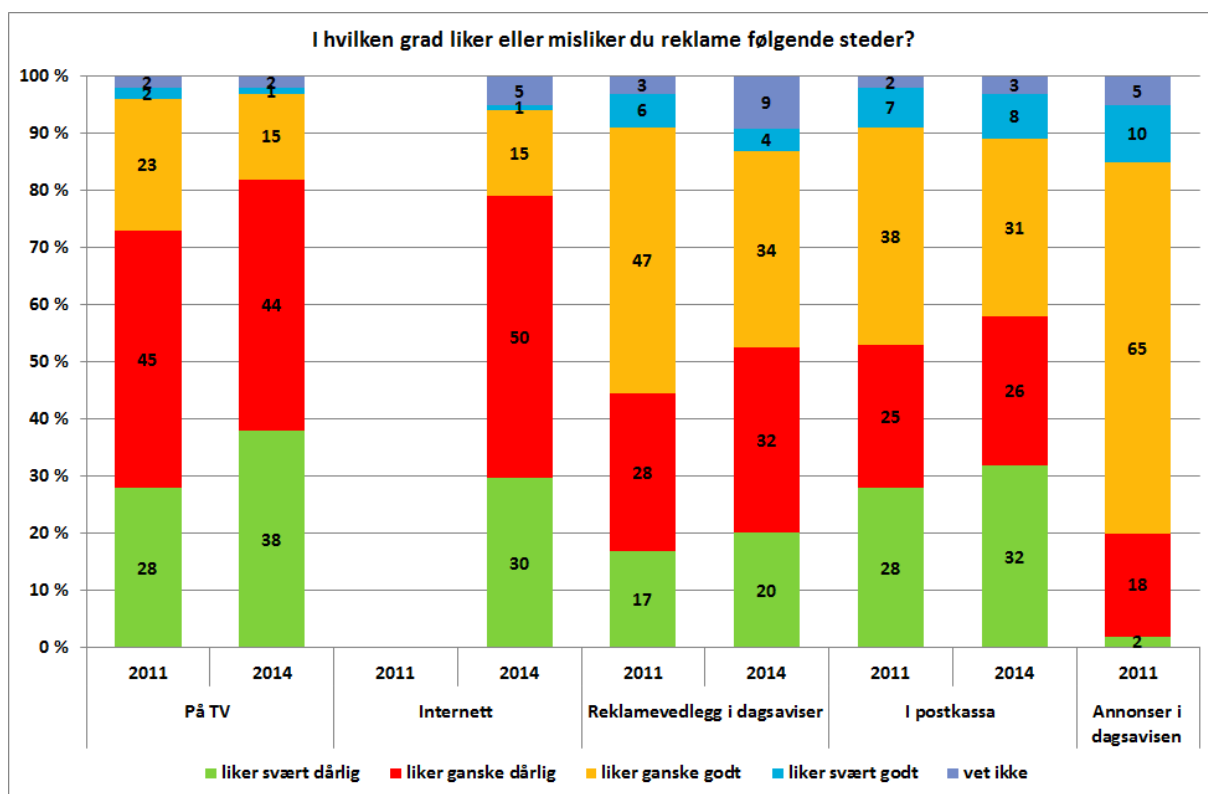


Figur 5-3 Prosentandel som ergrer seg over reklame. [Fram til 2009, I Lavik 2009, figur 2-1]. [Fram til 2011 er Lavik og Brusdal 2011, figur 3-1]

5.1.4 I hvilken grad man liker eller misliker reklame

Storm-Mathisen, Ardis (2014): Forbrukernes forhold til reklame. Ardis Storm-Mathisen. *I Forbrukstrender 2014. SIFO-survey*. Red Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr 8. Oslo: SIFO

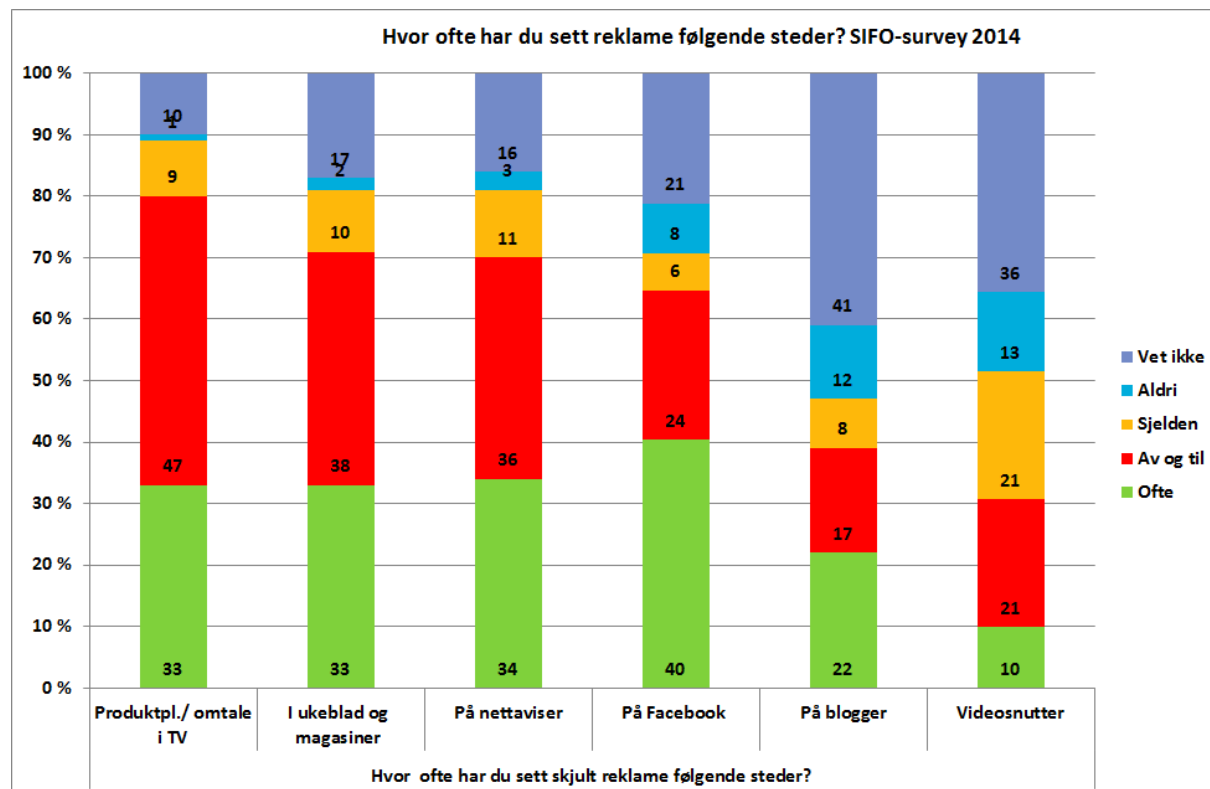
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf



Figur 5-4 Hvor godt eller dårlig man liker reklame på ulike steder. Prosent. N: 2011=500, 2014 N=1010 [ref. Storm-Mathisen 2014. Figur 3-3]

5.1.5 Skjult reklame

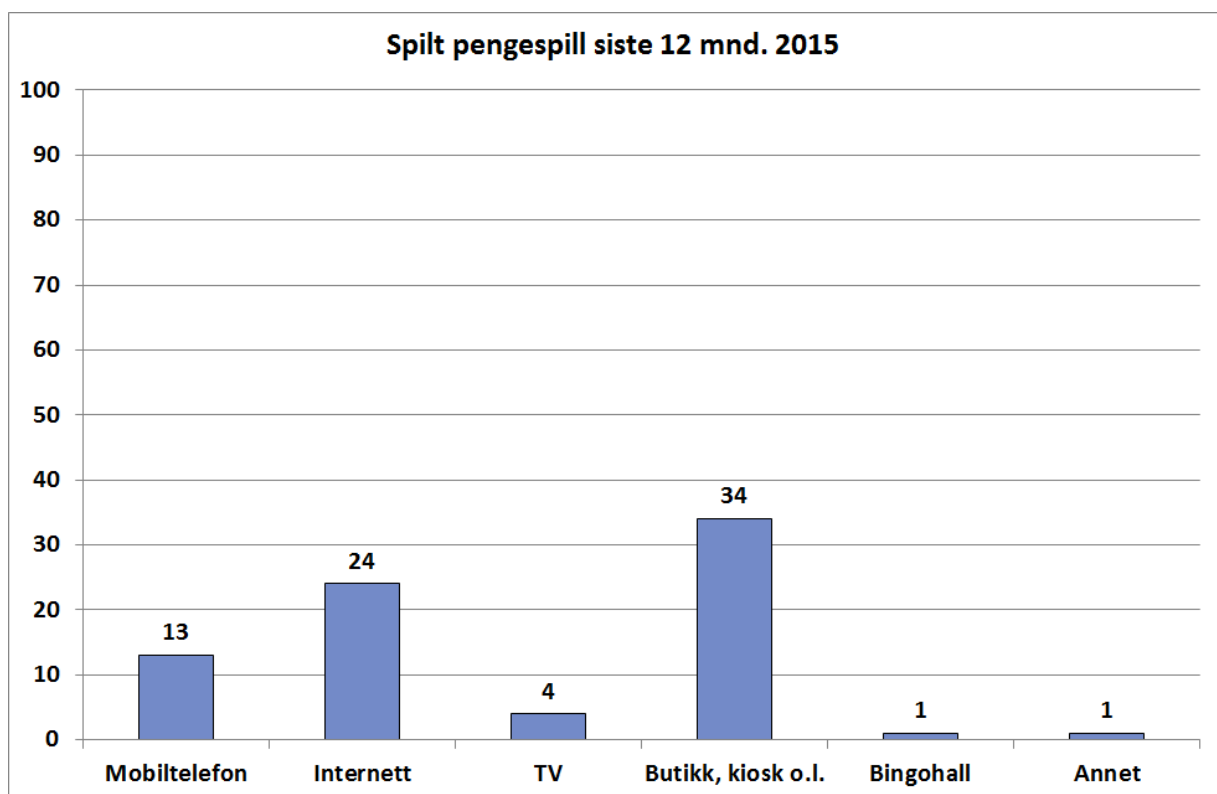
Ardis Storm-Mathisen (2014): Forbrukernes forhold til reklame. I *Forbrukstrender 2014. SIFO-survey*. Red Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr 8. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf



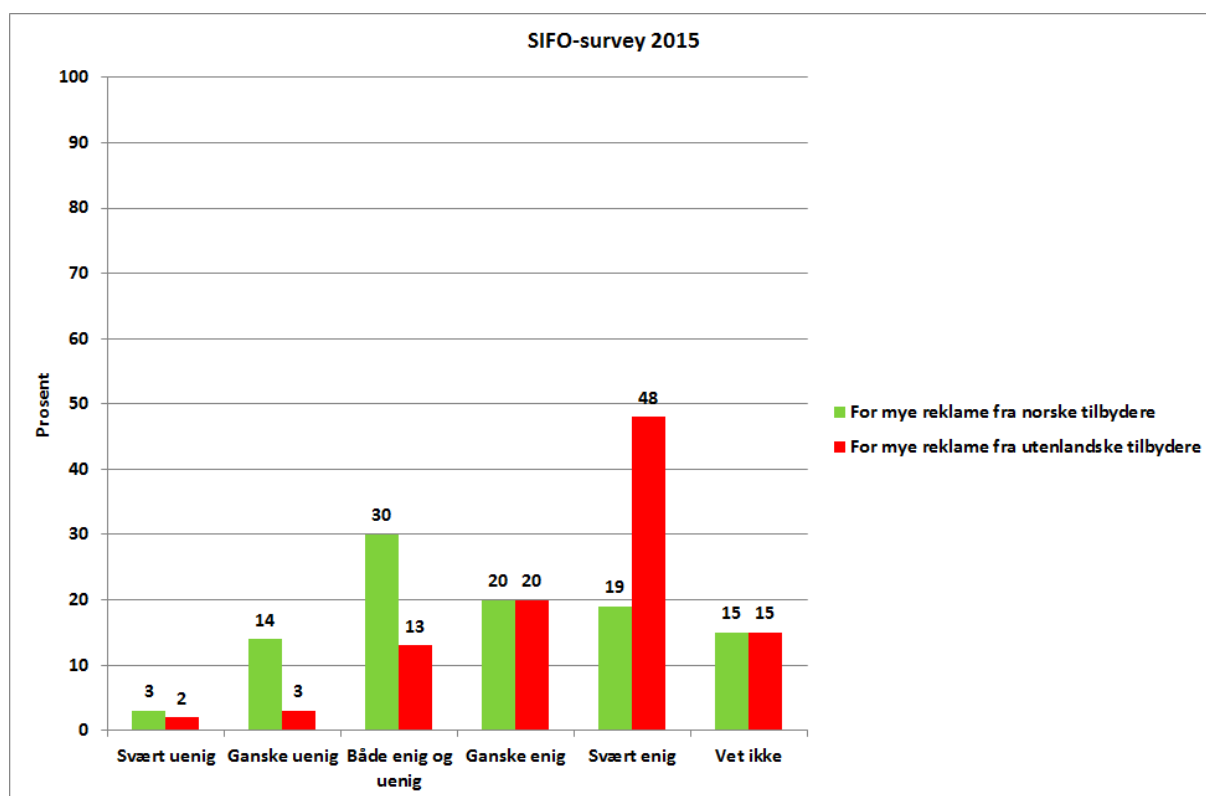
Figur 5-5 Hvor ofte har du sett skjult reklame følgende steder? (ref Storm-Mathisen 2014, figur 3-5)

5.1.6 Reklame og pengespill

Borch, Anita (2015): Mobilreklame øker innsats i pengespill. I *Forbrukstrender Økonomi 2015. SIFO-survey: sikrede lån og usikrede lån, betalingsproblemer, gjeldfri som pensjonist, kjøp av virtuelle varer, pengespill*. Red. Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 11. Oslo: SIFO
http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf



Figur 5-6 Har du i løpet av siste 12 måneder spilt pengespill via følgende kanaler? N=1004 (Borch 2015)

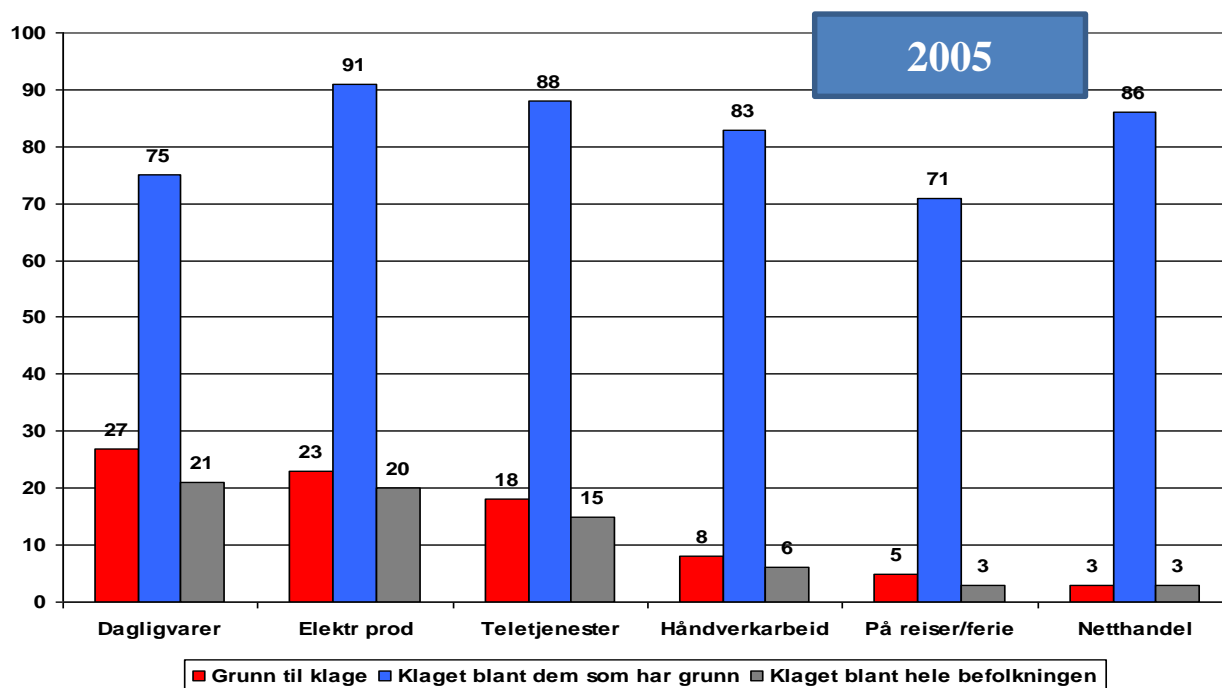


Figur 5-7: Har sett reklame for pengespill fra norske og utenlandske tilbydere i løpet av siste 12 mnd på noen av følgende kanaler. Prosentvis andel. N=1004 (vet ikke inkl. i de som ikke har sett reklame). (Borch 2015)

5.2 Klageatferd

Ragnhild Brusdal, Lisbet Berg og Randi Lavik (2005): *Forbrukeren viser markedsmakt*. Prosjektnotat nr. 1 2005. Oslo: SIFO

http://www.sifo.no/files/file71401_prosjektnotat_2005-01web.pdf

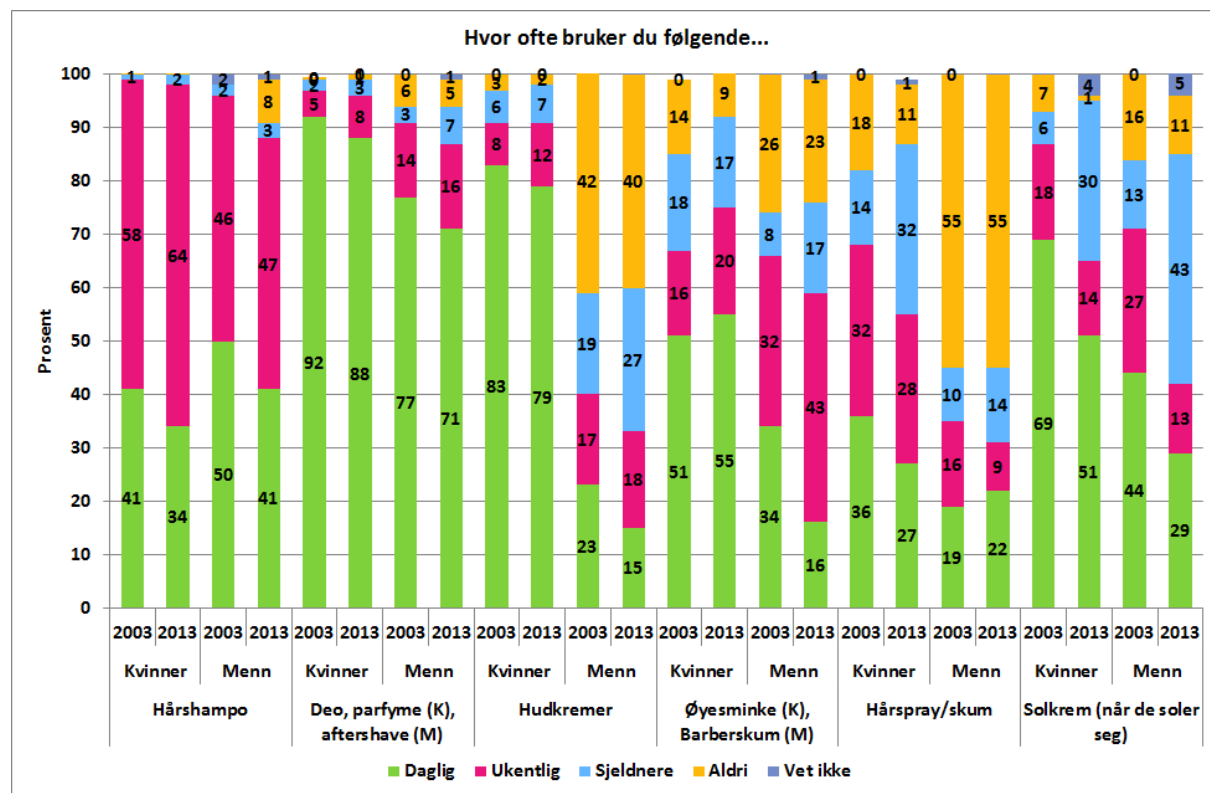


Figur 5-8 Har husholdet i løpet av siste 12 mnd. hatt grunn til å klage.... På dagligvarer i butikk, på elektriske/elektroniske produkter i butikk, på teletjenester, på håndverkararbeid, på reiser/ferie, på netthandel? (Ja, nei, vet ikke). De som svarte ja, fikk nytt spørsmål: klaget du/dere? (Ja, nei, vet ikke). 2005 (vet-ikke ekskludert) (ref Brusdal, Berg og Lavik 2005, figur 12)

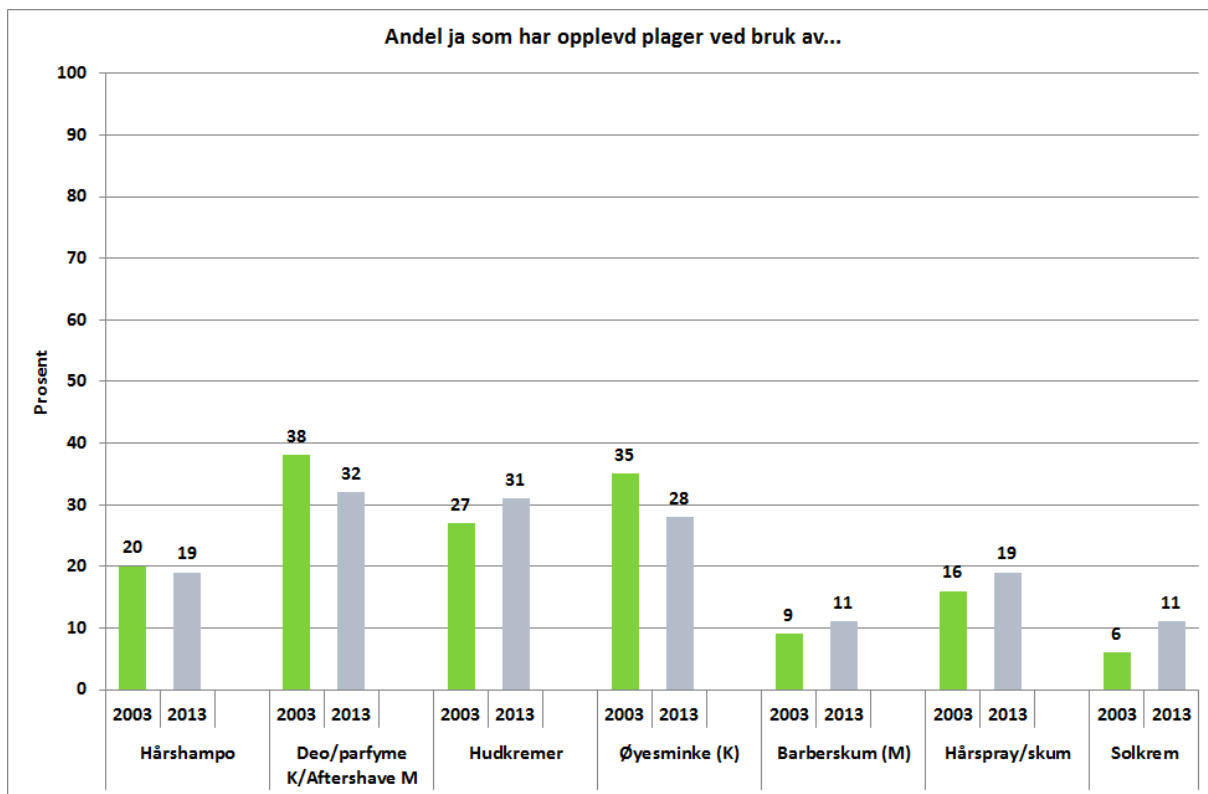
5.3 Kosmetikk

Berg, Lisbet (2004): *Bivirkninger ved bruk av kosmetiske produkter*. Oppdragsrapport nr 1. 2004. Oslo: SIFO

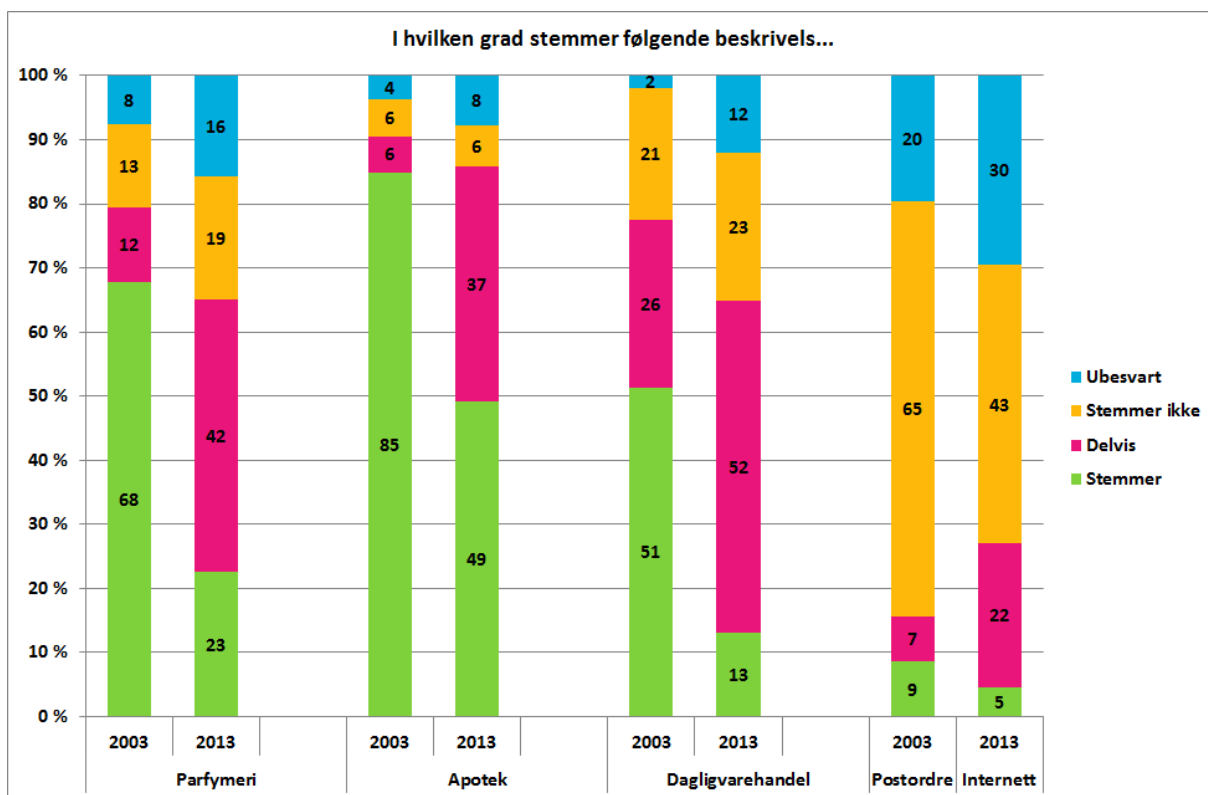
http://www.sifo.no/files/file48565_oppdagsrapport_2004-01.pdf



Figur 5-9 Hvor ofte bruker du ulike kosmetikk og toalettartikler? N 2003=1126, 2013=1060 (Solkrem: i 2003 var svarsalternativene 'ja', 'av og til', 'sjelden', 'nei', 'vet ikke') [2013: ikke publisert]



Figur 5-10 Har du opplevd å få ubehag, plager eller skade etter bruk av: Hårshampo, Deodorant/parfyme/af-tershave, Hudkremer (ansikts eller kroppskremer), Øyensminke, Barberskum (eller gel/krem), Hår-spray/skum eller gel, Solkrem (blant dem som bruker produktene daglig eller ukentlig)



Figur 5-11 2003: Når du handler toalettartikler eller kosmetikk, stemmer det eller stemmer det ikke for deg at du vanligvis føler deg trygge på produkter kjøpt i parfumeri, kjøpt på apotek, kjøpt i dagligvarehandelen, kjøpt på postordre – stemmer, delvis, stemmer ikke, vet ikke (N=1126, Telefon-survey. Ikke sifo-survey). 2013: I hvilken grad stemmer de følgende beskrivelsene med måten du handler kroppspfleieprodukter på? Stemmer helt, stemmer delvis, stemmer ikke, vet ikke (N=1063) (Web-survey)

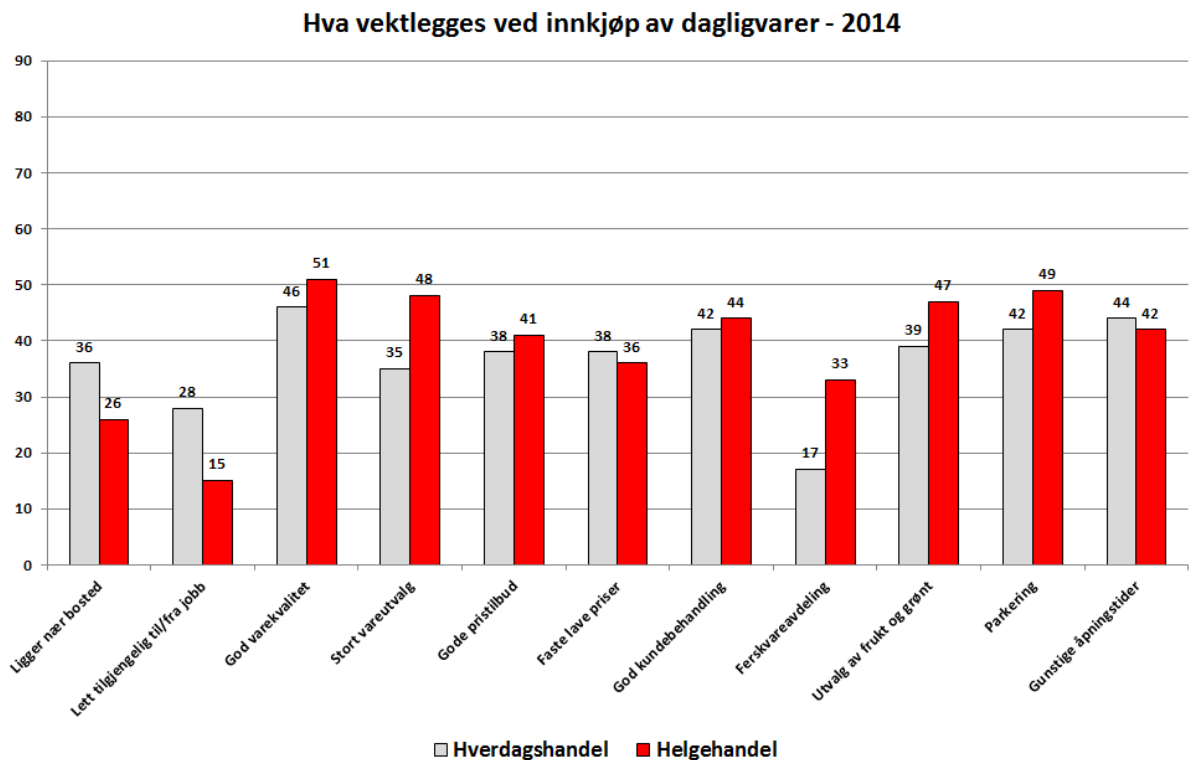
5.4 Handlevaner

Kun data fra 2011 er fra SIFO-surveyen 2011. De øvrige er fra andre undersøkelser, referert til i de to foreliggende rapportene:

Randi Lavik og Alexander Schjøll (2012): *Endring i butikkstruktur og handlemønster i norsk dagligvarehandel*. Prosjektnotat nr 1. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file77977_prosjektnotat_1-2012_butikkstruktur_og_handleatferd_rev3.pdf

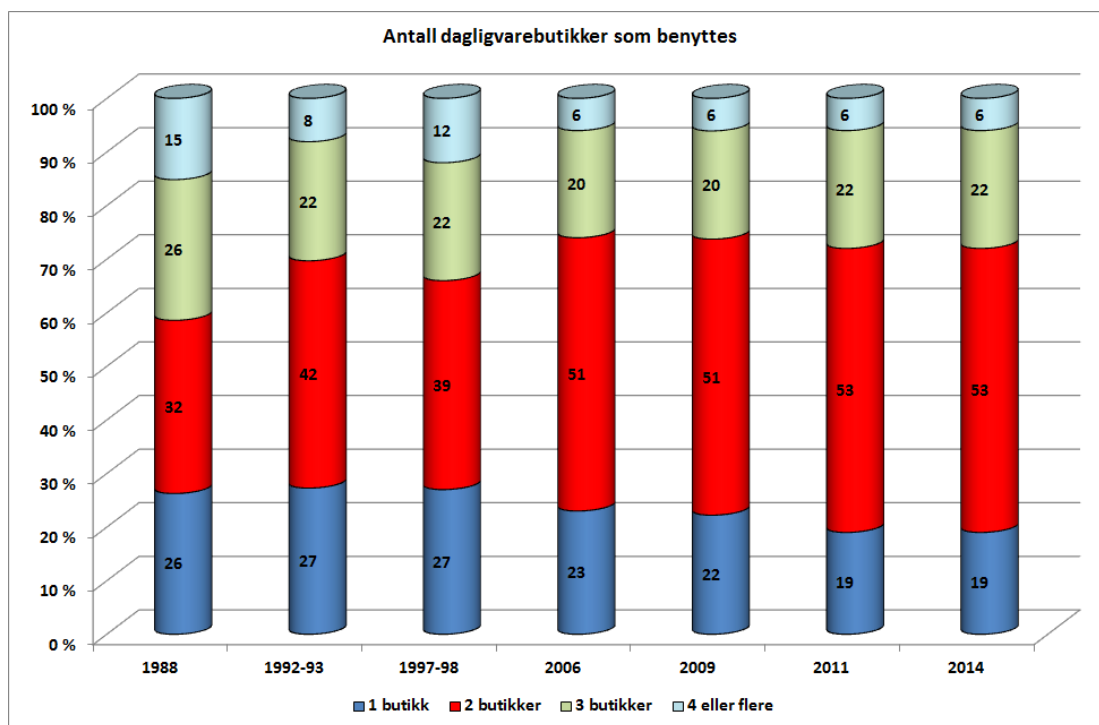
Randi Lavik og Eivind Jacobsen(2015): *Endringer i dagligvaremarkedet på 2000-tallet – Handlevaner og holdninger*. Oppdragsrapport nr 2. Oslo: SIFO **IKKE OFENTLIGGJORT**

5.4.1 Hva vektlegges ved innkjøp a dagligvarer - 2014



Figur 5-12 Hvor viktig eller uviktig er følgende forhold for deg når det gjelder innkjøpssted for hverdags-handel og helgehandel av dagligvarer? Andel 'svært viktig'. 2014: N=1.000. Vet ikke er ekskludert. Kilde: Egen handlevaneundersøkelse gjennomført av Gallup 2014

5.4.2 Antall dagligvarebutikker som benyttes

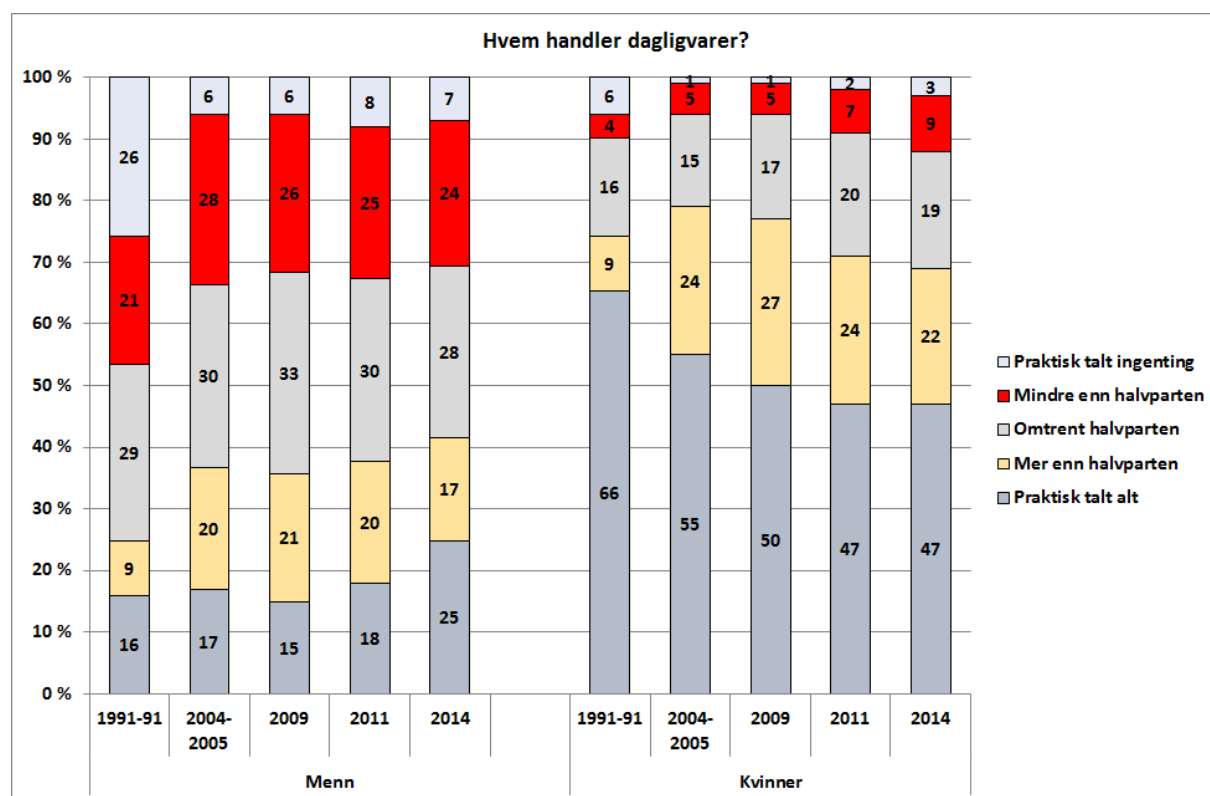


Figur 5-13 Antall dagligvarebutikker som benyttes. Kilder: Tall fra 1988 er hentet fra Lavik (1990), de øvrige tall er TNS Gallups Forbruker og Media.⁷ (Lavik og Schjøll 2012) (Ikke Sifo-survey)

⁷ Spørsmålsformulering de ulike år:

- 1988: Hvor mange forskjellige dagligvarebutikker benyttet du til innkjøp i løpet av de siste 4 ukene? N=744.
- 1992-93: Hvor mange forskjellige dagligvareforretninger pleier din husstand vanligvis å benytte? N=12.820.
- 1997-98: Hvor mange forskjellige dagligvareforretninger pleier du vanligvis å benytte? N=12.710. TNS Gallup – Forbruker og Media.
- 2006: Hvor mange forskjellige dagligvare-forretninger pleier du vanligvis å benytte (pr. uke)? N=9.487. TNS Gallup – Forbruker og Media.
- 2009: Hvor mange forskjellige dagligvareforretninger pleier du vanligvis å benytte (pr. uke)? N=10.019. TNS Gallup – Forbruker og Media.
- 2011: Hvor mange dagligvarebutikker handler du eller husholdningen din vanligvis i (pr. uke)? N=1.002. SIFO-survey.
- 2014: Hvor mange dagligvarebutikker handler du eller husholdningen din vanligvis i (pr. uke)? N=1.053. SIFO-survey.

5.4.3 Hvem gjør dagligvareinnkjøp i flerpersongshusholdninger



Figur 5-14 Hvor stor andel av dagligvarekjøpene hver av ektefellene gjør. Prosent etter kjønn. Blant gifte og/eller samboende. Kilde: TNS Gallup - Forbruker og Media 1990 til 2009.⁸

⁸ N for ulike år:

- 2011: Hvor stor del av husholdningens innkjøp av dagligvarer gjør du selv? Blant gifte eller samboende menn og kvinner. (SIFO-survey.)
1990-1991: Menn 4.229, Kvinner 4.322.
- 2004-2005: Menn 2.989, Kvinner 2.938.
- 2009: Menn 3.255, Kvinner 3.255.
- 2011: Menn 349, Kvinner 313.
- 2014: Menn 428, Kvinner 399

5.5 Søndagsåpent

Randi Lavik (2014): Holdninger til søndagsåpne butikker. *Forbrukstrender 2014. SIFO-survey*. Prosjektnotat nr 8 2014 (red Randi Lavik og Elling Borgeraas). Oslo: SIFO [data fra: 1985, 1996, 1997, 2014]
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf

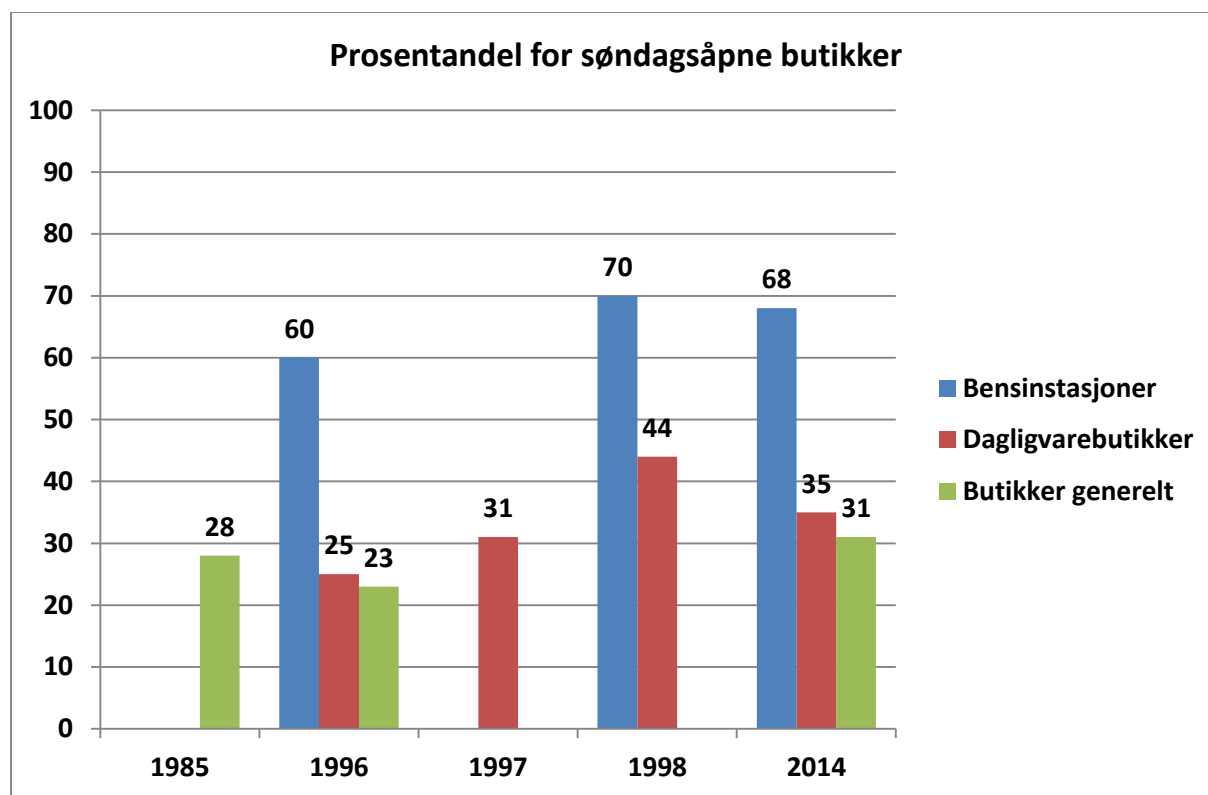
Randi Lavik (1999): *Søndagshandel og åpningstider – synspunkter og holdninger i endring?* Arbeidsnotat nr 7 – SIFO [data fra 1998]
http://www.sifo.no/files/file48334_apningstidsunders_juni_1998.pdf

Andre rapporter om søndagsåpne butikker som ikke er fra SIFO-surveyer:

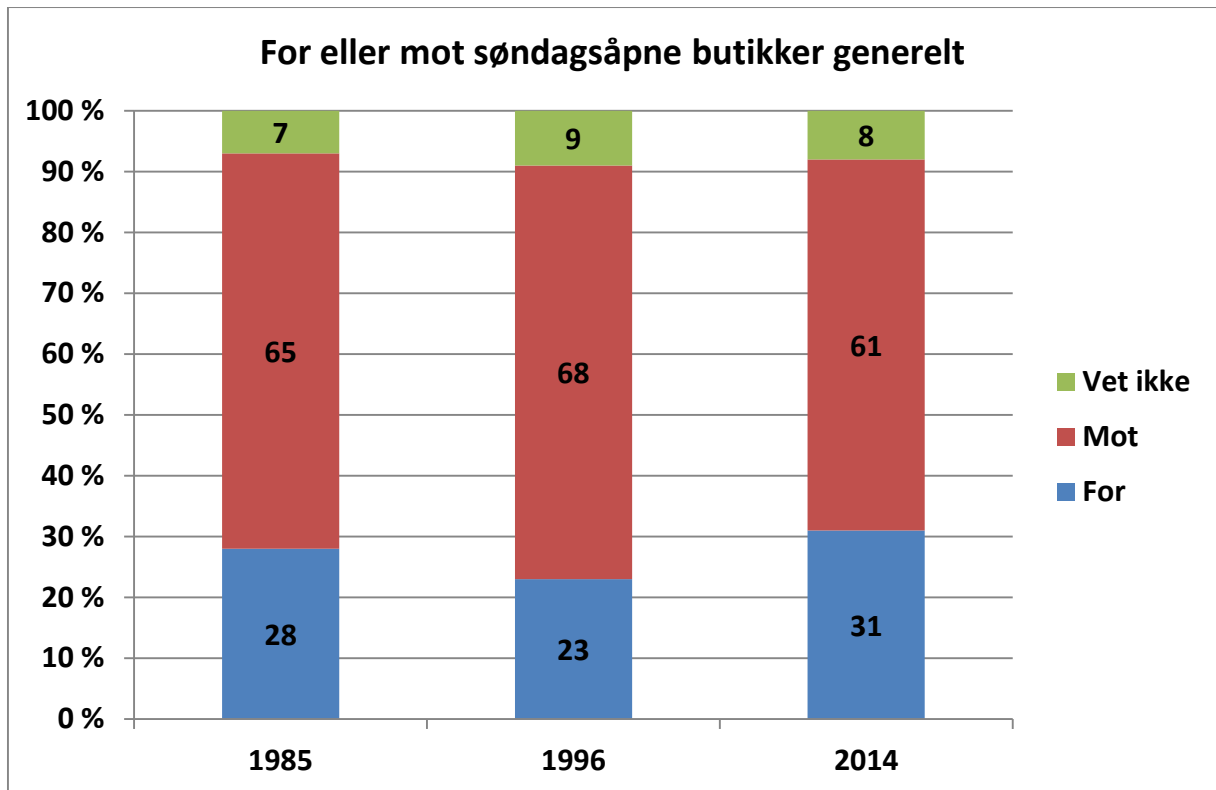
Randi Lavik og Eivind Jacobsen (2015): *Søndag – fortsatt en annerledesdag?* Prosjektnotat nr 2. SIFO
http://www.sifo.no/files/file80142_prosjektnotat_nr_2-2015_sondag_som_annerledesdag.pdf

Randi Lavik og Eivind Jacobsen(2015): *Endringer i dagligvaremarkedet på 2000-tallet – Handlevaner og holdninger*. Oppdragsrapport nr 2. Oslo: SIFO (under publisering)

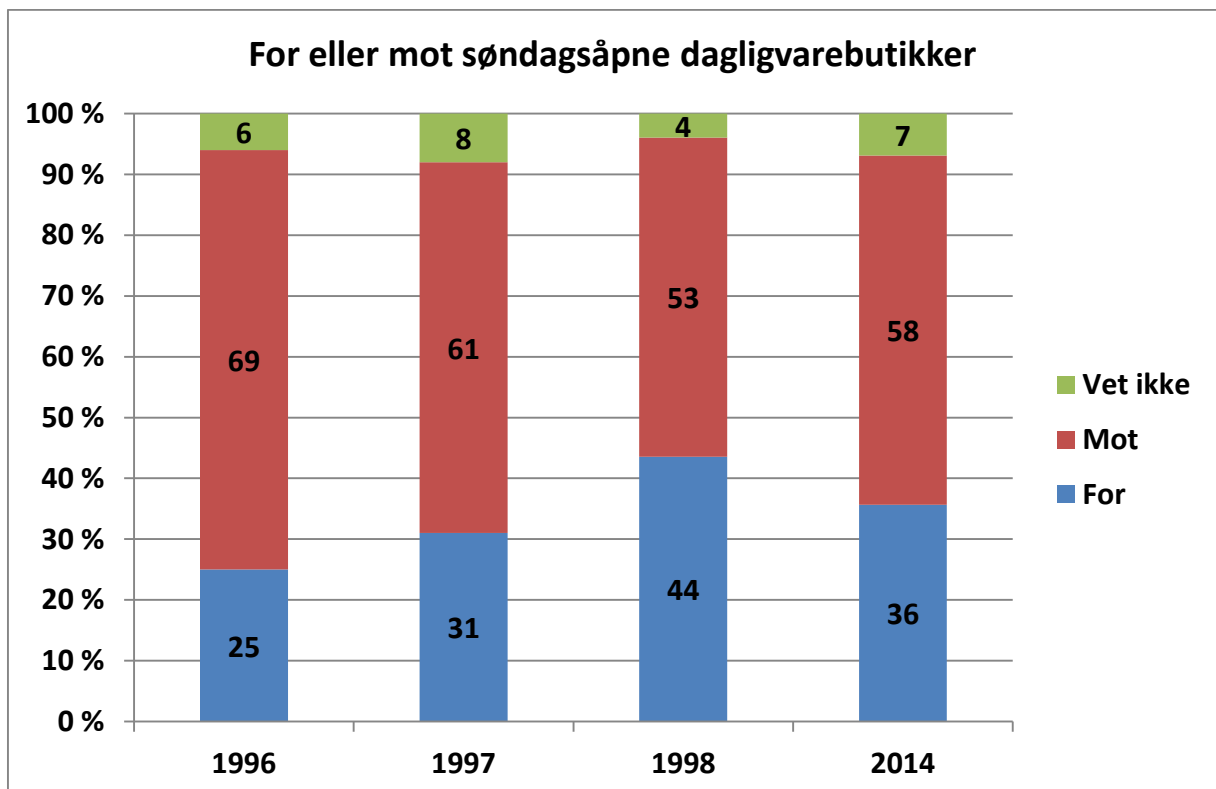
5.5.1 For eller mot søndagsåpent



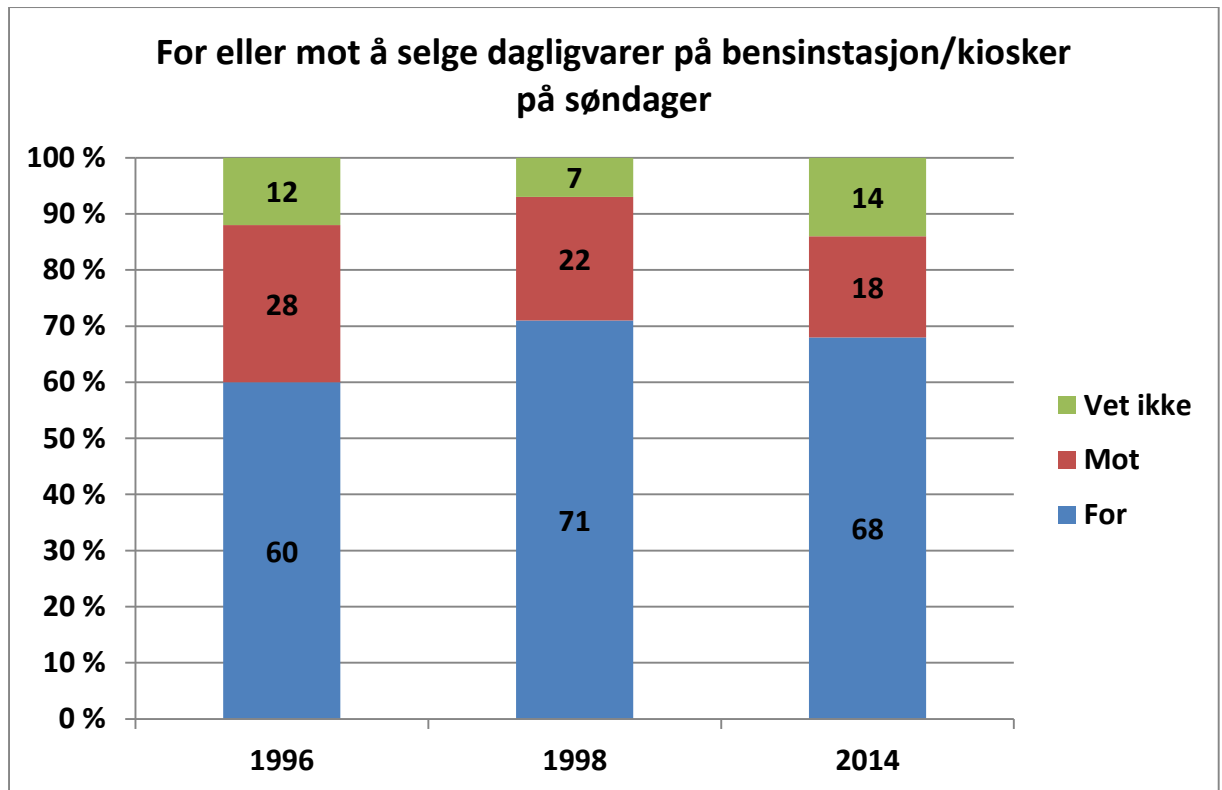
Figur 5-15 Prosentandel som er for søndagsåpne butikker. N: 1985=1017, 1996=1000, 1997=1009, 1998=1001, 2014=1014. [Kun 2014 er fra SIFO-surveyen. De andre er fra ulike undersøkelser. Ref. Lavik 2014, se lenke over]



Figur 5-16 For eller mot søndagsåpne butikker generelt

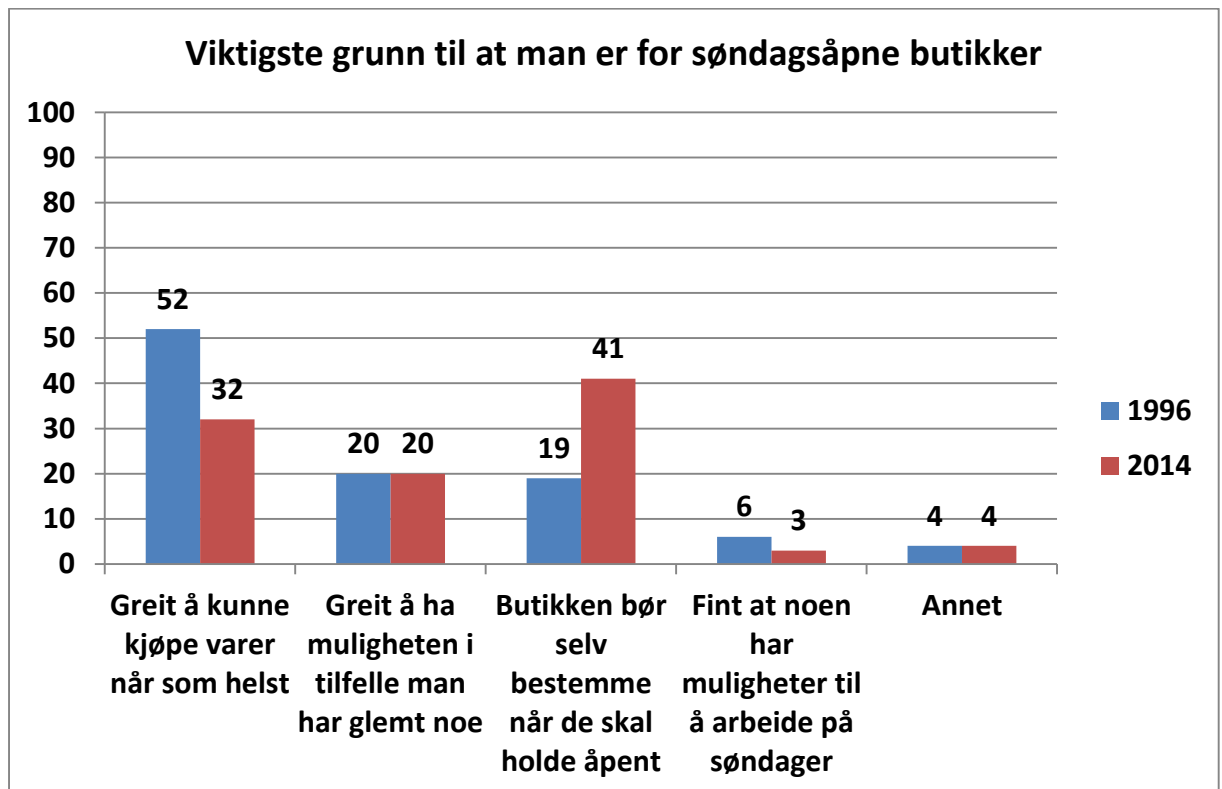


Figur 5-17 For eller mot søndagsåpne dagligvarebutikker

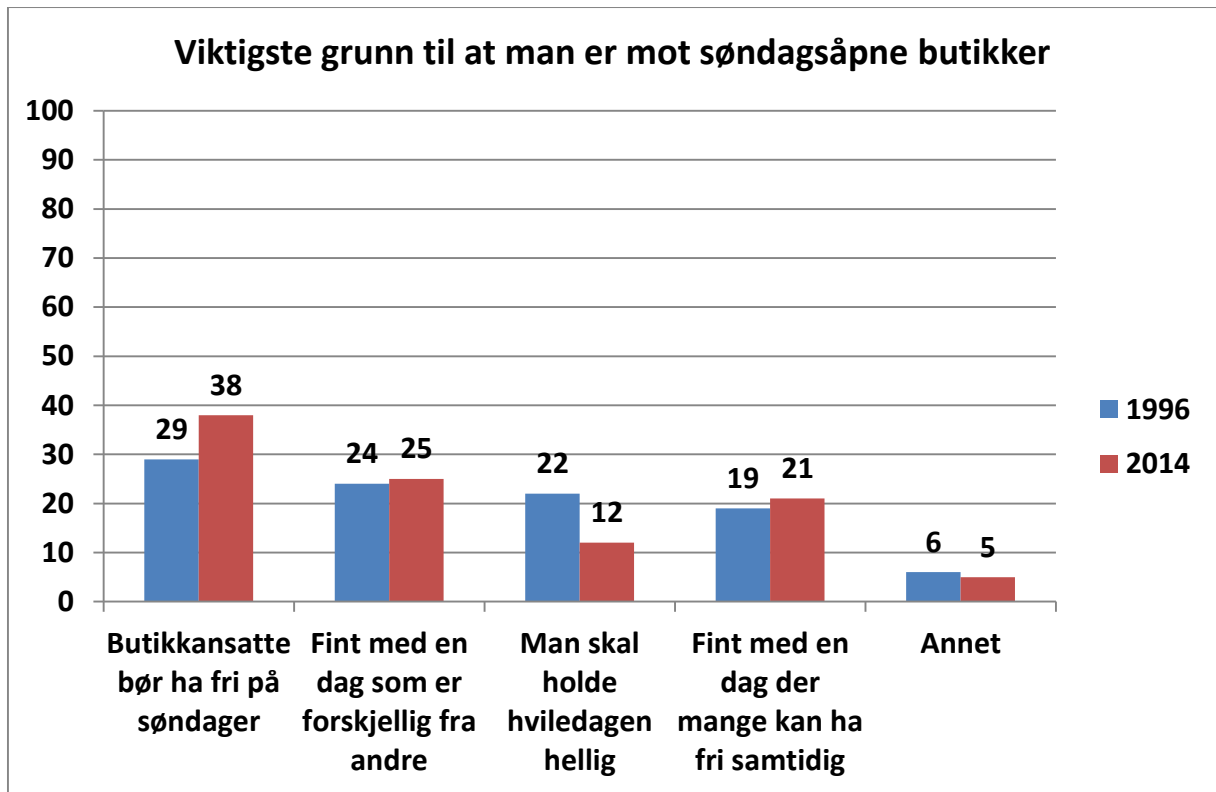


Figur 5-18 For eller mot å selge dagligvarer på bensinstasjoner/kiosker på søndager

5.5.2 Hvorfor man er for eller mot søndagsåpent?



Figur 5-19 Hvorfor man er for søndagsåpne butikker?

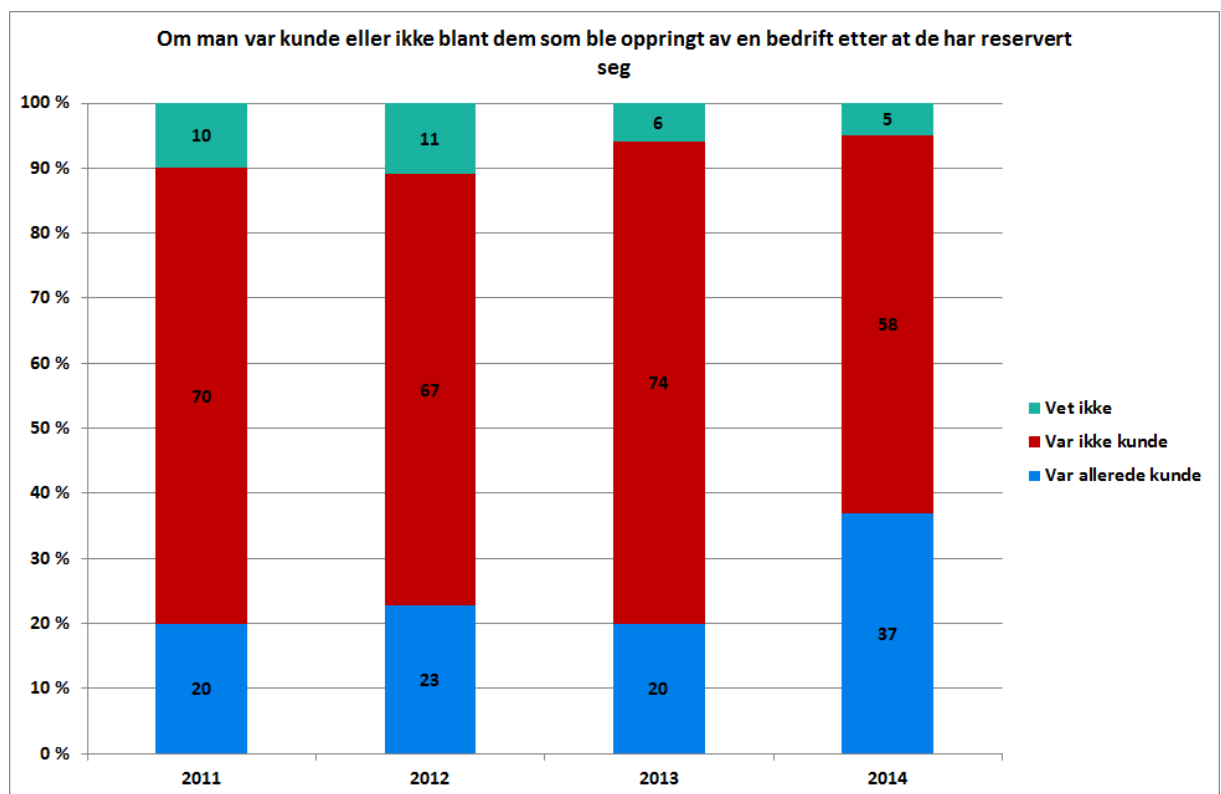


Figur 5-20 Hvorfor man er mot søndagsåpne butikker

5.6 Telefonsalg

Lavik, Randi og Ragnhild Brusdal (2014): *Sammenfatning av evaluering av markedsføringsloven – med vekt på telefonsalg*. Oppdragsrapport nr. 3. Oslo: SIFO [2011-2014]
http://www.sifo.no/files/file79722_oppdagsrapport_3-2014_web.pdf

5.6.1 Bedrifter – blir reservasjonen respektert



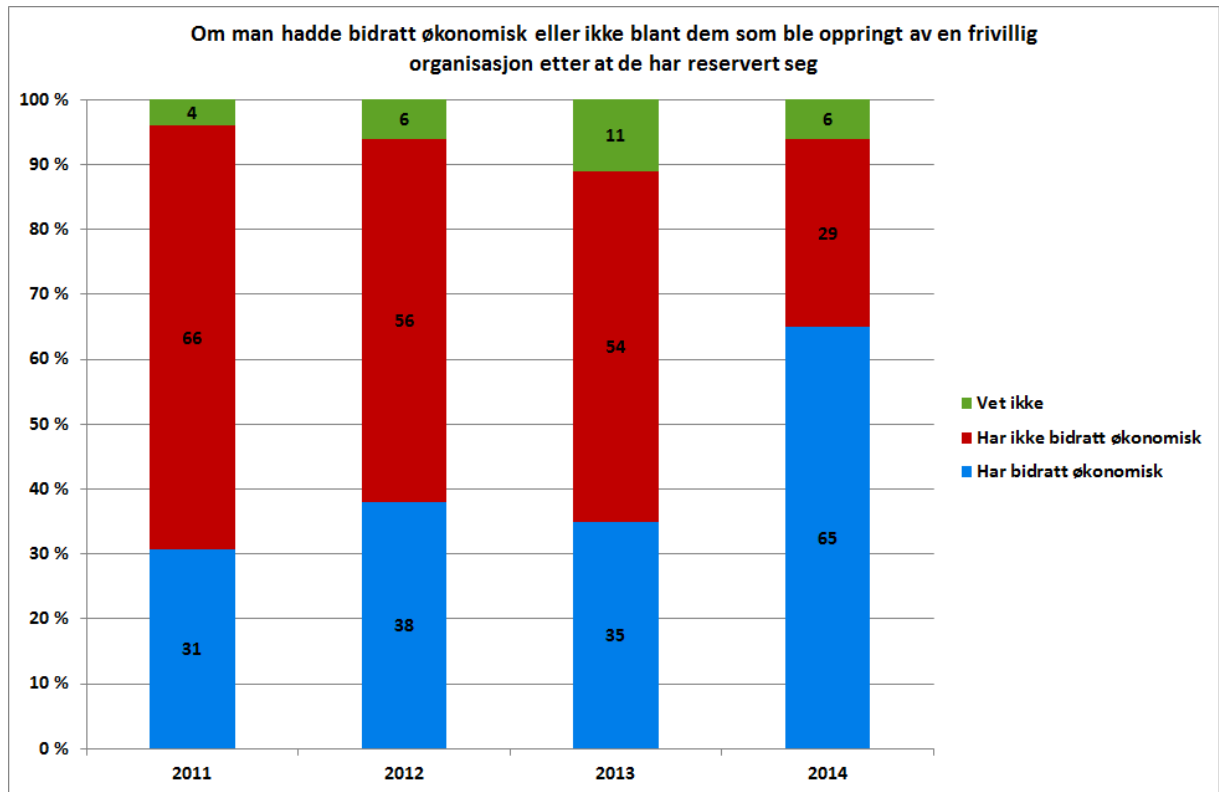
Figur 5-21 Figur: Om man var kunde eller ikke blant dem som ble oppringt av en bedrift etter at de har reservert seg (Reservasjonsregisteret i Brønnøysundregistrene). N: 2011=549, 2012=545, 2013=523, 2014=582

2011, 2012, 2013: Har du reservert deg mot telefonsalg i det sentrale Reservasjonsregisteret i Brønnøysund (telefonsalg fra kommersielle bedrifter). Nei, Ja, Var ikke klar over det var mulig, Vet ikke. Blant dem som svarte 'ja': Har du fått telefon fra bedrift som vil selge deg noe selv etter at du reserverte deg mot telefonsalg? Ja, Nei, Vet ikke. Blant dem som svarte 'ja': Var du allerede kunde hos bedriften som ringte? Ja, Nei, Vet ikke.

2014: Har du fått telefon fra en bedrift som vil selge deg noe, men som du hverken er kunde hos eller som du har bedt om å bli oppringt av, i løpet av de siste 12 måneder? (Blant dem som sier de har reservert seg for mer enn 12 måneder side). Ja, Nei, Vet ikke. NB, merk at i 2014 var spørsmålet av grenset i tid.

Har du fått telefon fra en bedrift som vil selge den noe, men som du hverken er kunde hos eller som du har bedt om å bli oppringt av, i løpet av de siste 12 måneder?

5.6.2 Frivillige organisasjoner – blir reservasjonen respektert?

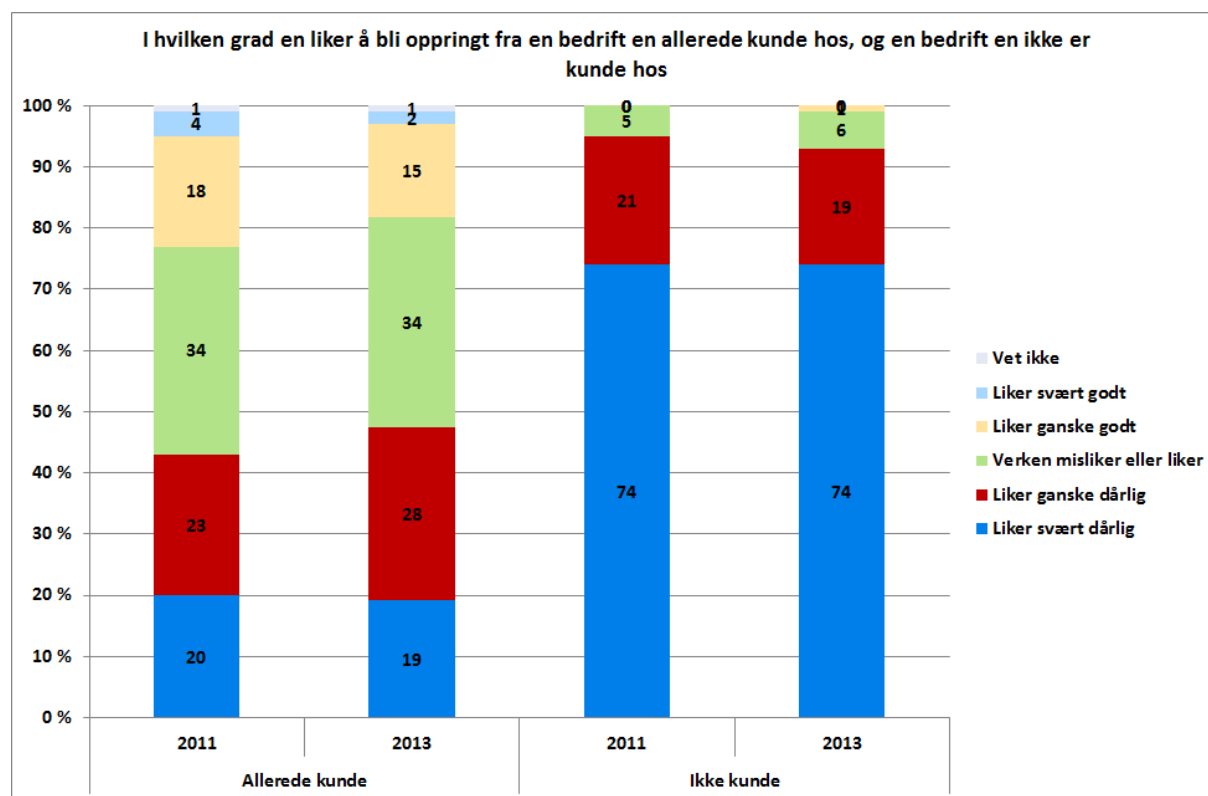


Figur 5-22 Om man var hadde gitt økonomisk bidrag eller ikke blant dem som ble oppringt av en frivillig organisasjon etter at de hadde reservert seg (Reservasjonsregisteret i Brønnøysundregistrene). (N: 2011=133, 2012=170, 2013=86, 2014=290)

2011, 2012, 2013: Har du reservert deg mot telefonsalg i det sentrale Reservasjonsregisteret i Brønnøysund (telefonsalg fra frivillige organisasjoner). Nei, Ja, Var ikke klar over det var mulig, Vet ikke. Blant dem som svarte 'ja': Har du fått telefon fra en frivillig organisasjon selv etter at du reserverte deg mot telefonsalg? Ja, Nei, Vet ikke. Blant dem som svarte 'ja': Var organisasjonen som (sist) ringte deg en du allerede bidrar med støtte til? Ja, Nei, Vet ikke.

2014: Har du i løpet av siste 12 måneder fått telefonhenvendelser fra en frivillig organisasjon du ikke har gitt bidrag til eller som du ikke har bedt om å bli oppringt fra, etter at du reserverte deg? Ja, nei, vet ikke. NB; Merk at i 2014 er spørsmålet avgrenset i tid,

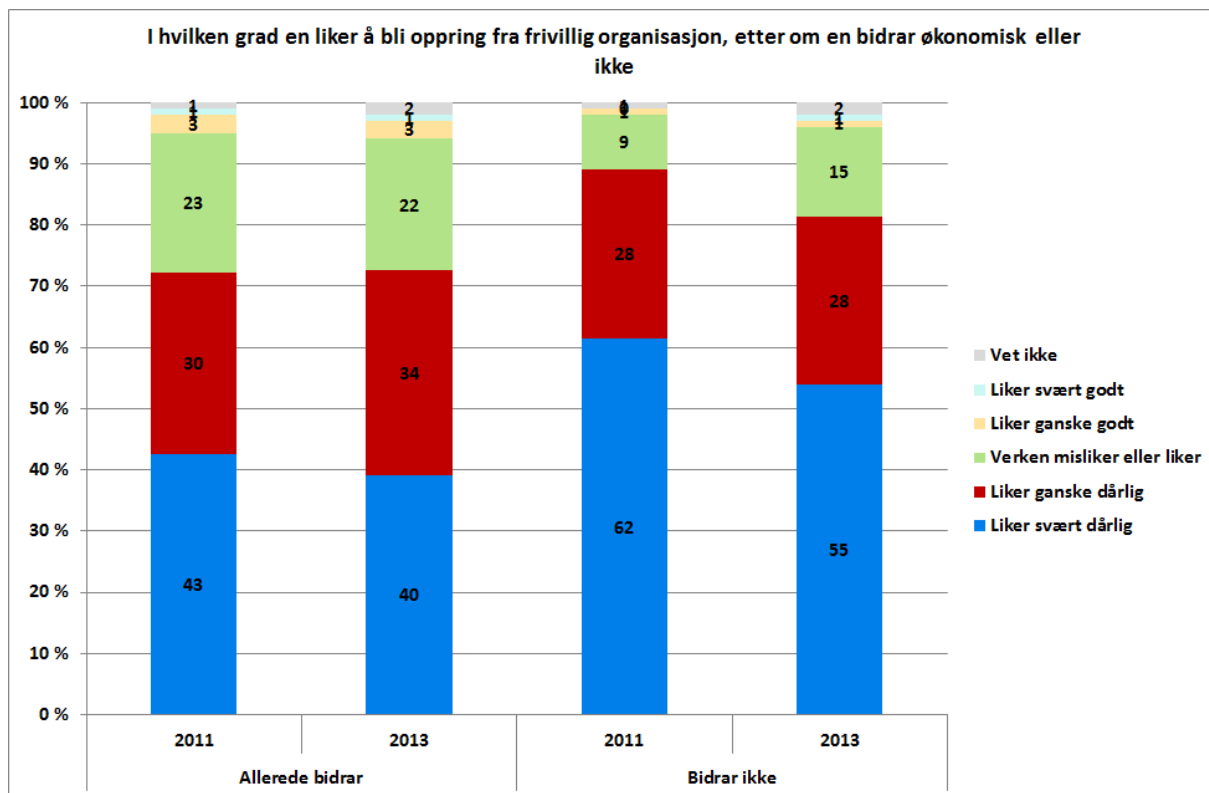
5.6.3 I hvilken grad en liker å få telefoner fra bedrifter?



Figur 5-23 I hvilken grad en liker å bli oppringt av en bedrift en allerede er kunde hos og en bedrift hvor en ikke er kunde. Allerede kunde N: 2011=998, 2013=1008. Ikke kunde N: 2011=990, 2013=1003

2011 og 2013: I hvilken grad liker eller misliker du å bli kontaktet på telefon av en bedrift du allerede er kunde hos? I hvilken grad liker eller misliker du å bli kontaktet på telefon fra en bedrift du ikke er kunde hos, for salg av nye produkter eller tjenester?

5.6.4 I hvilken grad en liker å få telefoner fra frivillige organisasjoner?



Figur 5-24 I hvilken grad en liker å bli oppringt av frivillige organisasjoner som en i dag bidrar med økonomisk støtte til og frivillige organisasjoner som en ikke bidrar med økonomisk støtte til?

2011 og 2013:

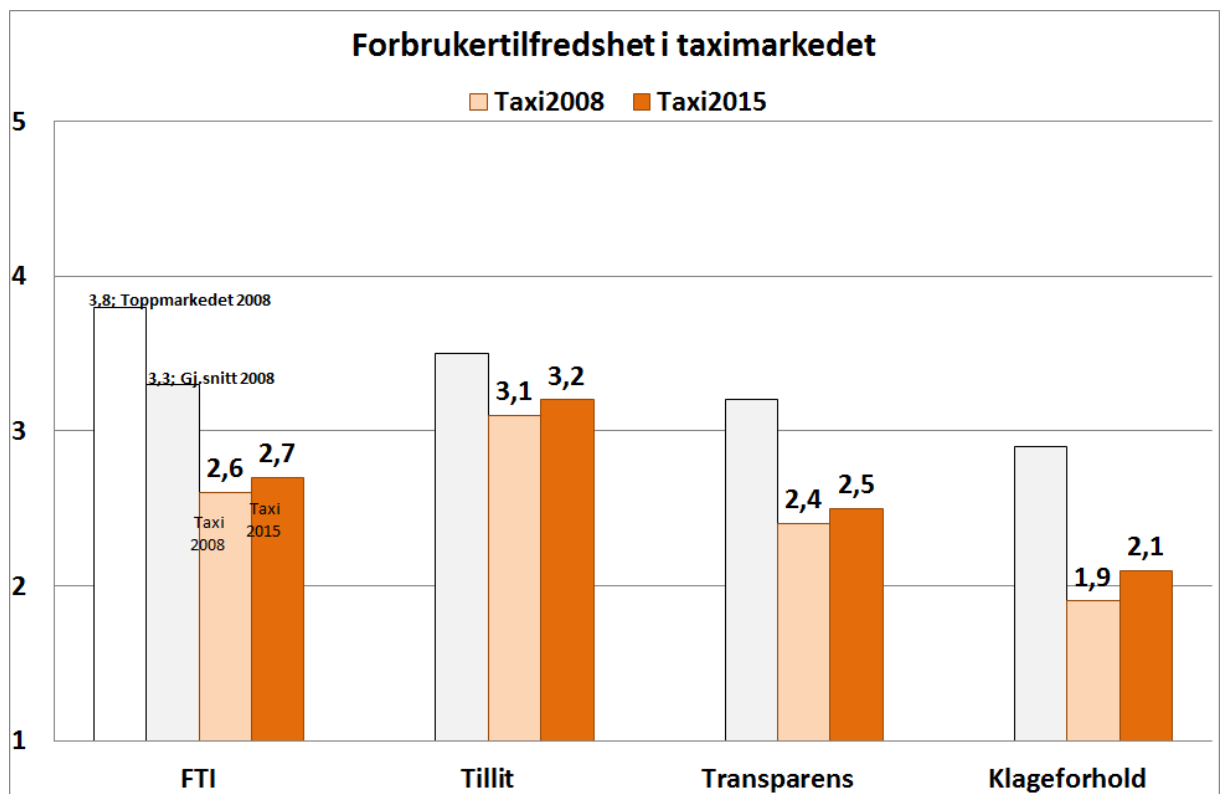
I hvilken grad liker eller misliker du å bli kontaktet på telefon av frivillige organisasjoner som du i dag bidrar med økonomisk støtte til?

I hvilken grad liker eller misliker du å bli kontaktet på telefon av frivillige organisasjoner som du i dag ikke bidra med økonomisk støtte til?

5.7 Drosjemarkedet - tilfredshet

Berg, Lisbet (2015): Taximarkedet: tilslørte takster eller prisblinde passasjerer? I *Forbrukstrender 2015. SIFO-survey: Lokale klær og mat, uformelt matmarked, miljøholdninger, økologisk mat, kjøp av tjenester til hjemmet, designvesker til barn, mobil/digital betaling, taximarkedet*. Red. Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr 5. Oslo: SIFO

http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr_5-2015_-_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf

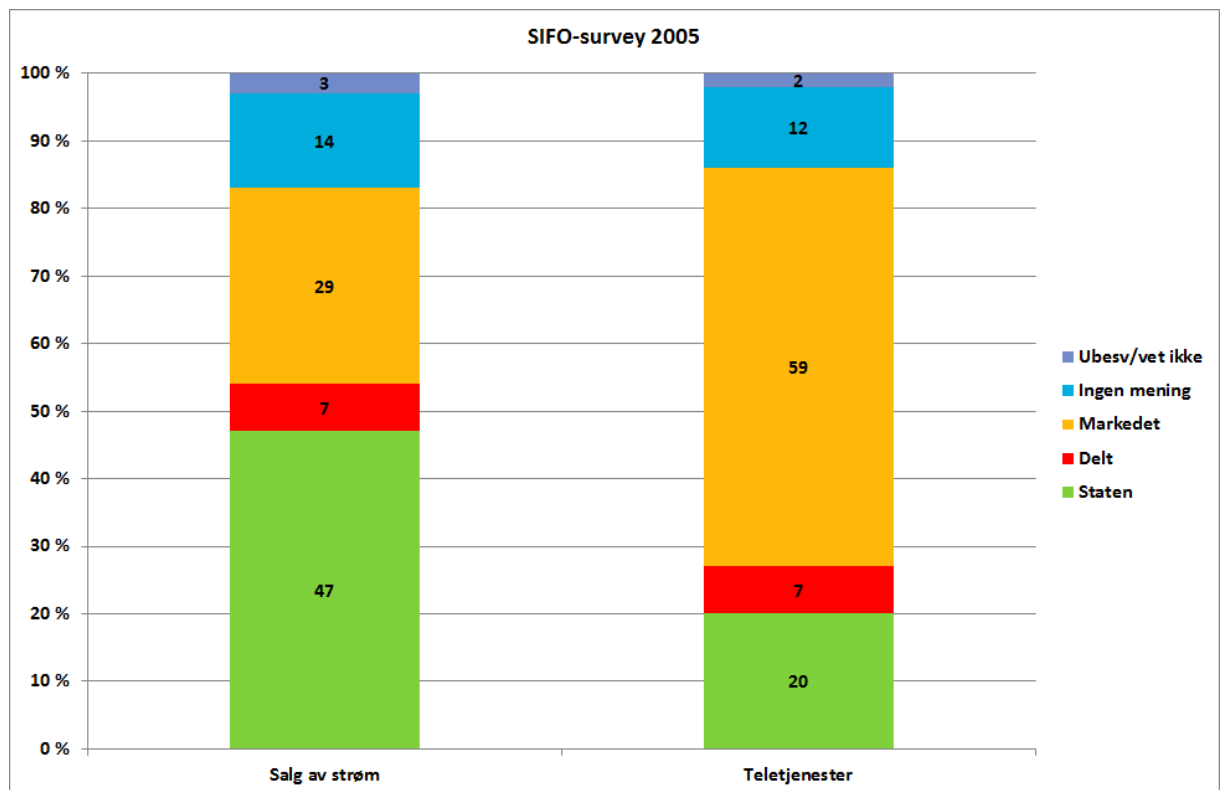


Figur 5-25 Forbrukertilfredshet (FTI) i taximarkedet i 2008 og i 2015. Gjennomsnitt på skala 1-5. Feilmargin på i underkant av 0,1 FTI-poeng. (N= 300, 913).

6 Tjenester

6.1 Hvem bør ha hovedansvaret for salg av strøm- og teletjenester?

Lisbet Berg (2005): *Kompetente forbrukere?* Lisbet Berg, Fagrapport nr. 3 2005. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file63379_fagrapport3-2005.pdf

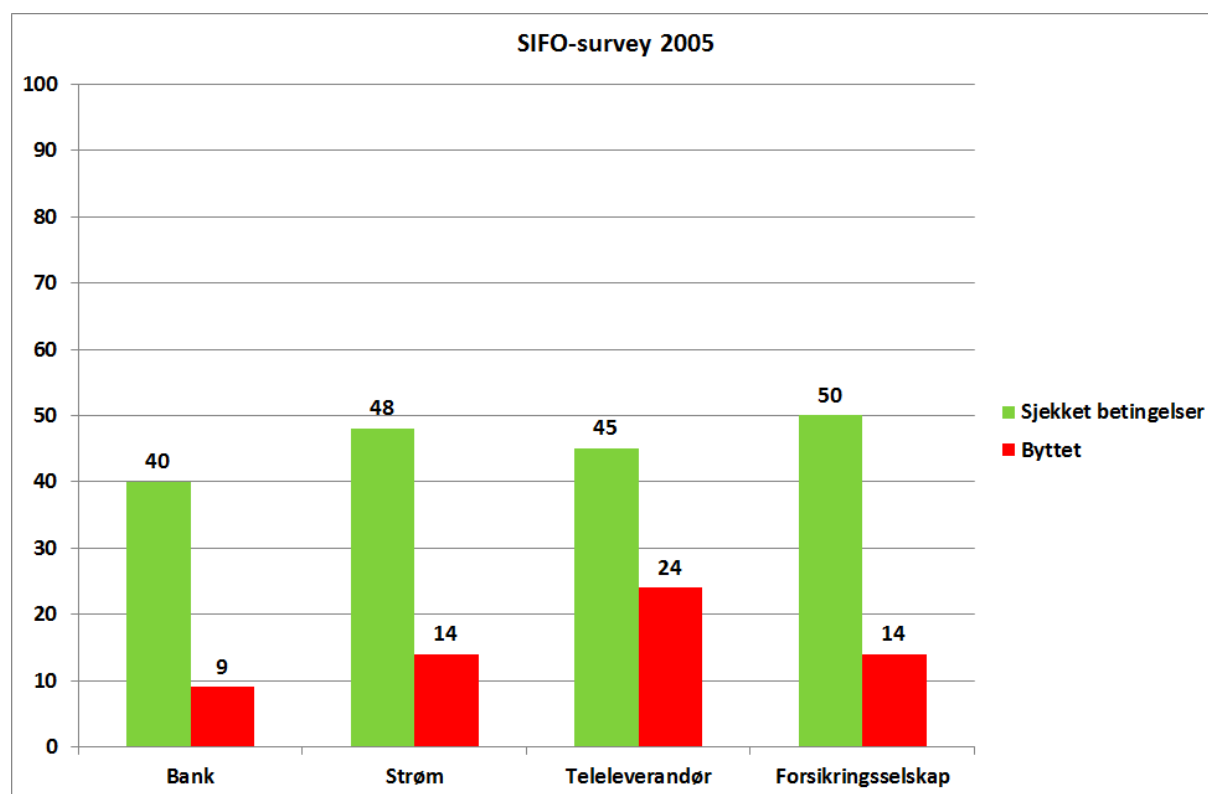


Hvem bør ha hovedansvaret? N=1008. 2005 (ref. Berg 2005, tabell 11)

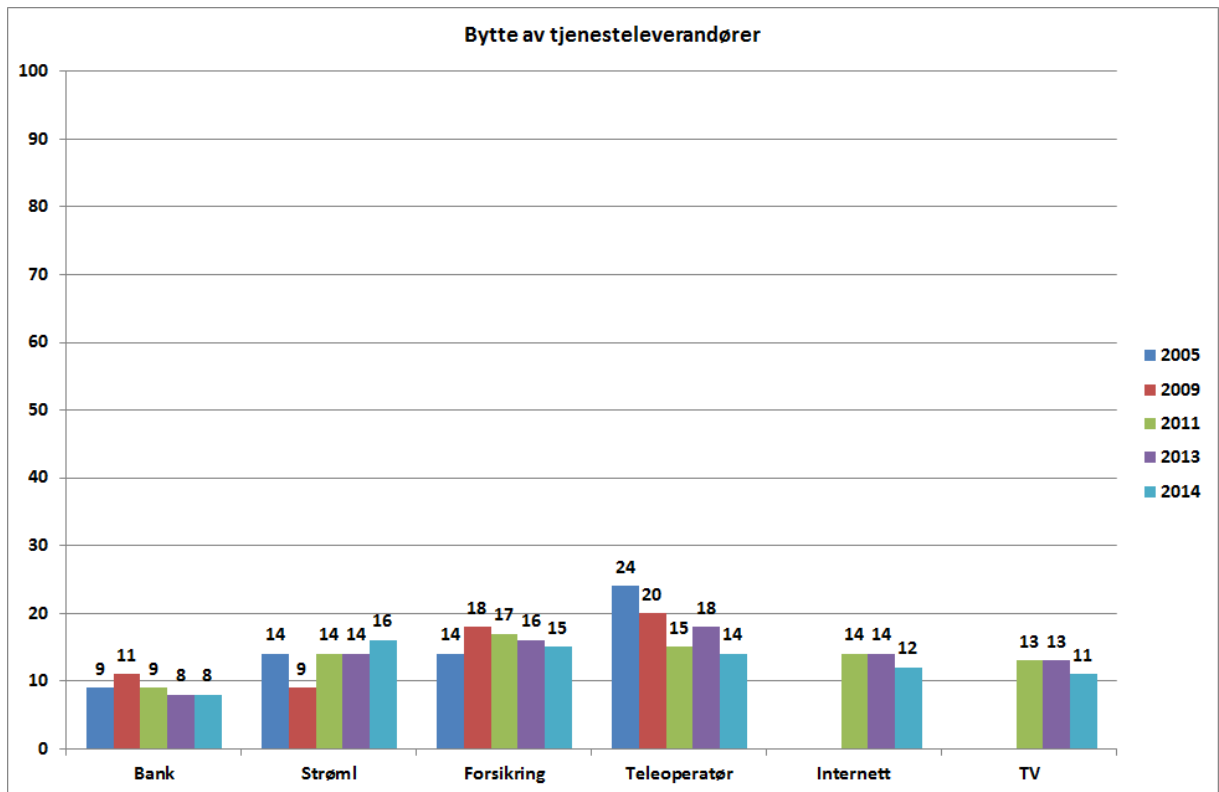
- Hvis du har gjort deg opp en mening, synes du Staten (offentlige myndigheter) eller Markedet bør ha hovedansvaret for salg av strøm?
- Hvis du har gjort deg opp en mening, synes du Staten (offentlige myndigheter) eller Markedet bør ha hovedansvaret for salg av teletjenester?

6.2 Bytte av tjenesteleverandører

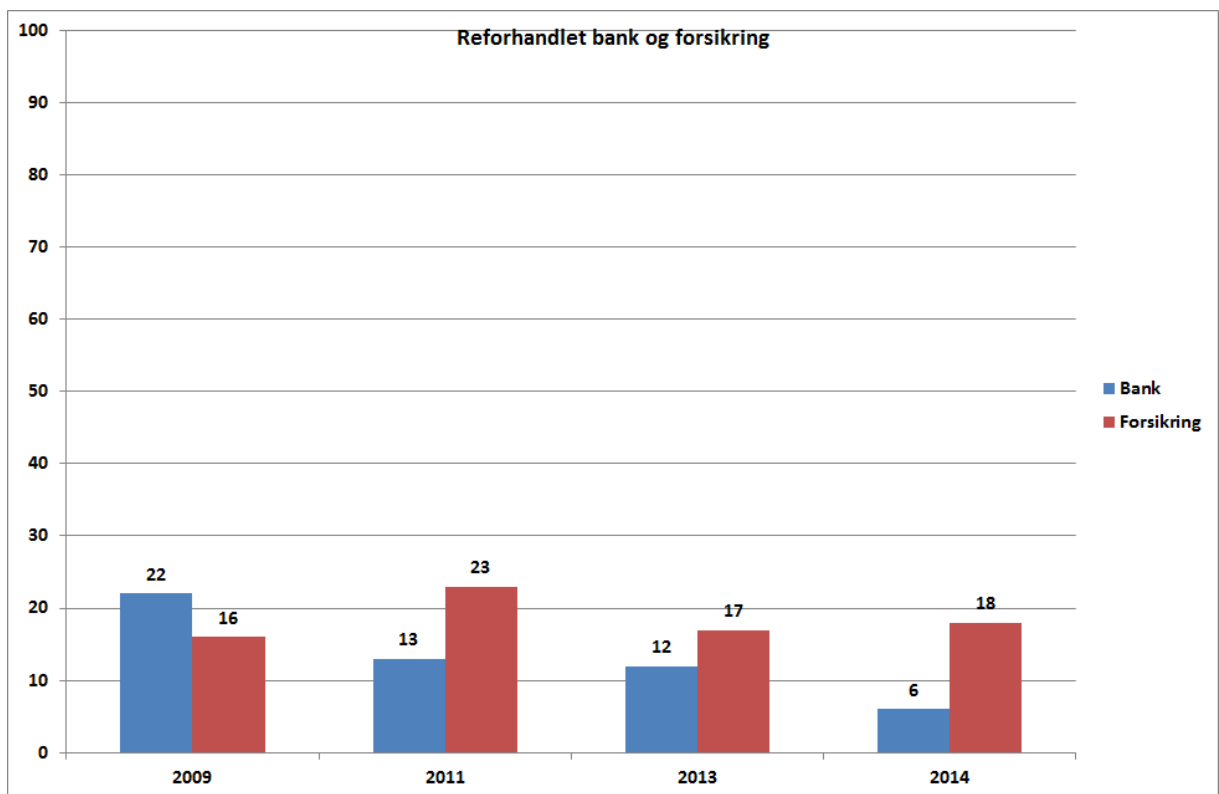
Randi Lavik (2014): *Mobilitet i ulike tjenestemarkeder, portaler og håndverkertjenester. SIFO-survey hurtigstatistikk. Prosjektnotat nr 7 – Oslo: SIFO*
http://www.sifo.no/files/file79763_prosjektnotat_7-2014_web.pdf



Figur 6-1 Andel ja. Har du i løpet av de siste tolv måneder... (SJEKKET BETINGELSER) Sjekket betingelser i egen bank opp mot betingelser i andre banker? Sjekket strømpriser? Sjekket telepriser? Sjekket betingelser i eget forsikringsselskap? (BYTTET) Flyttet lån eller lønnskonto fra en bank til en annen? Byttet strømlleverandør? Byttet teleleverandør? Byttet forsikringsselskap. 2005. (ekskl. vet ikke) (ref. Lavik 2014, figur 2-1) [Sjekket betingelser er ikke gjengitt i rapporten referert over]



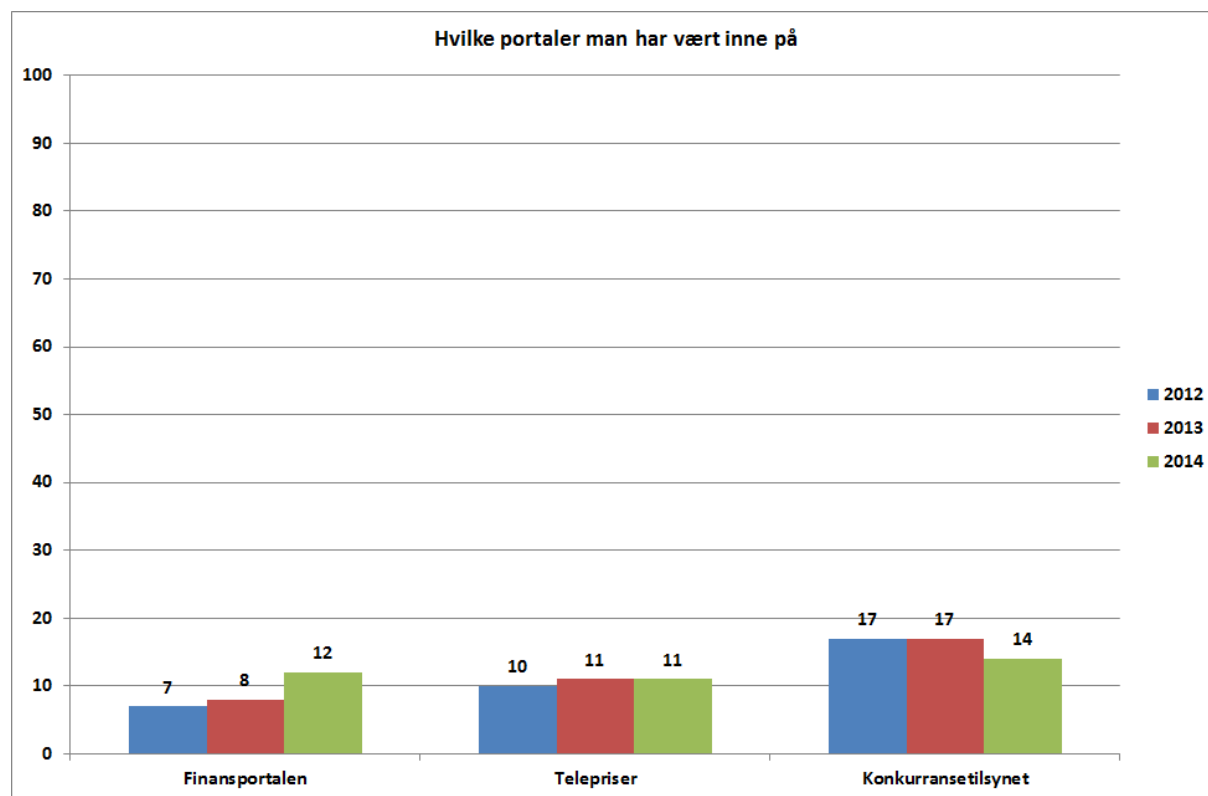
Figur 6-2 Prosentandel som har byttet ulike leverandører i løpet av siste måneder. Ekskl. vet ikke. (ref. Lavik 2014, figur 2-1)



Figur 6-3 Har du reforhandlet bank og forsikring i løpet av siste 12 mnd. Prosentandel ja (ekskl vet ikke). Blant dem som ikke har byttet bank/forsikring. (Ref. Lavik 2014, tabell 2-1)

6.3 Internettportaler

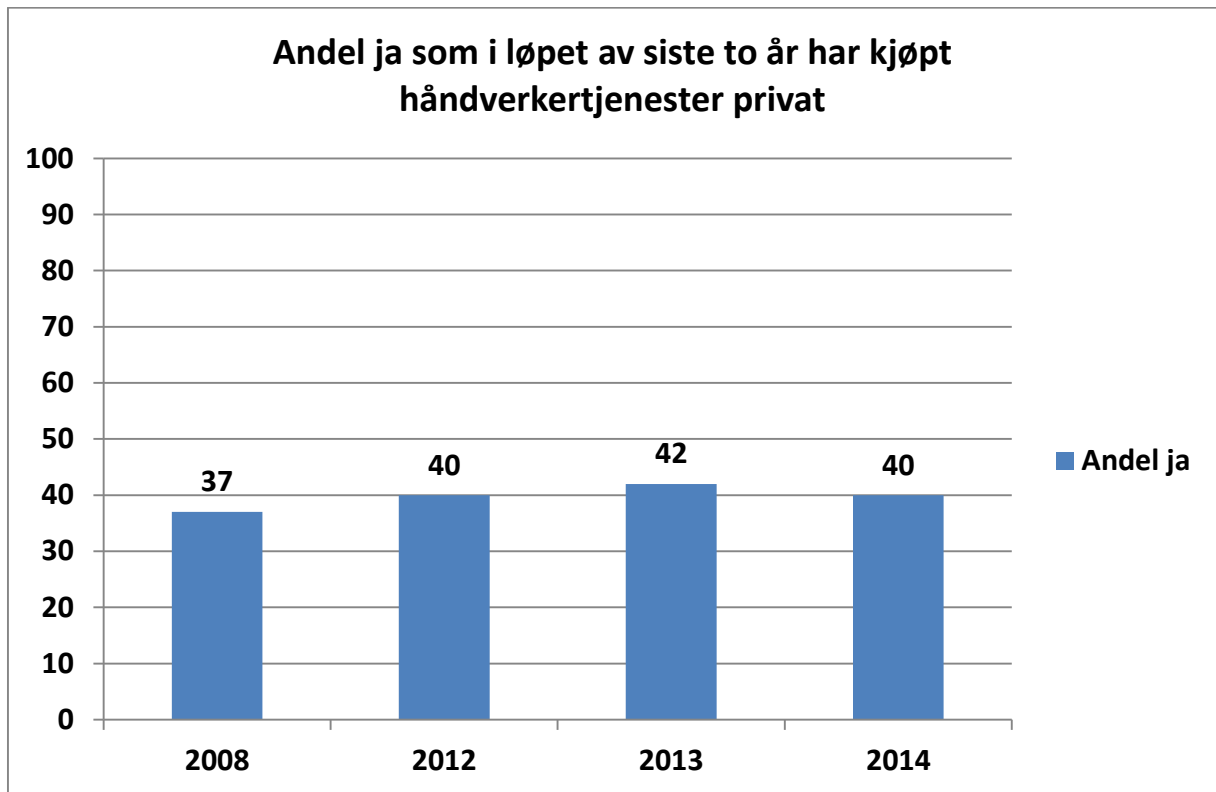
Randi Lavik (2014): *Mobilitet i ulike tjenestemarkeder, portaler og håndverkertjenester*. SIFO-survey hurtigstatistikk. Prosjektnotat nr 7 – Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file79763_prosjektnotat_7-2014_web.pdf



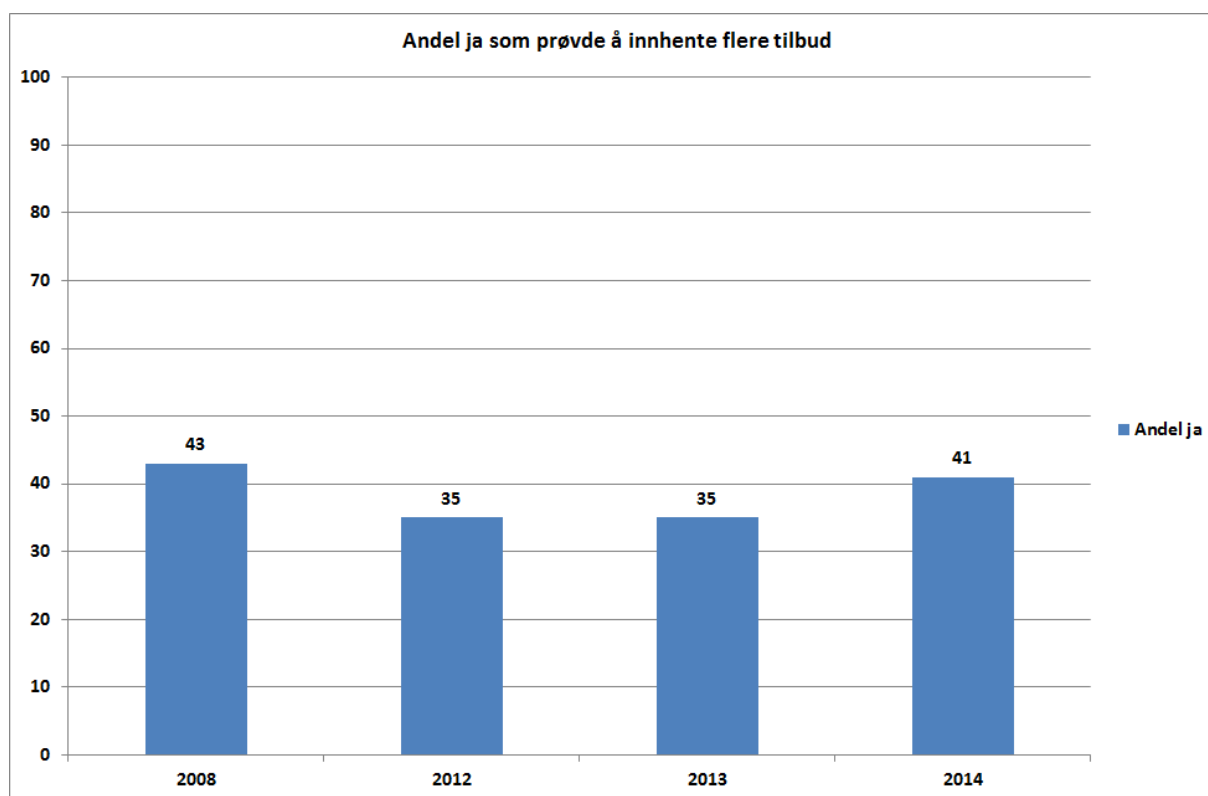
Figur 6-4 Har du i løpet av de siste 12 månedene vært inne på Finansportalen, Telepriser og Konkurransetilsynet? (Lavik 2014)

6.4 Håndverkertjenester

Randi Lavik (2014): *Mobilitet i ulike tjenestemarkeder, portaler og håndverkertjenester*. SIFO-survey hurtigstatistikk. Prosjektnotat nr 7 – Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file79763_prosjektnotat_7-2014_web.pdf



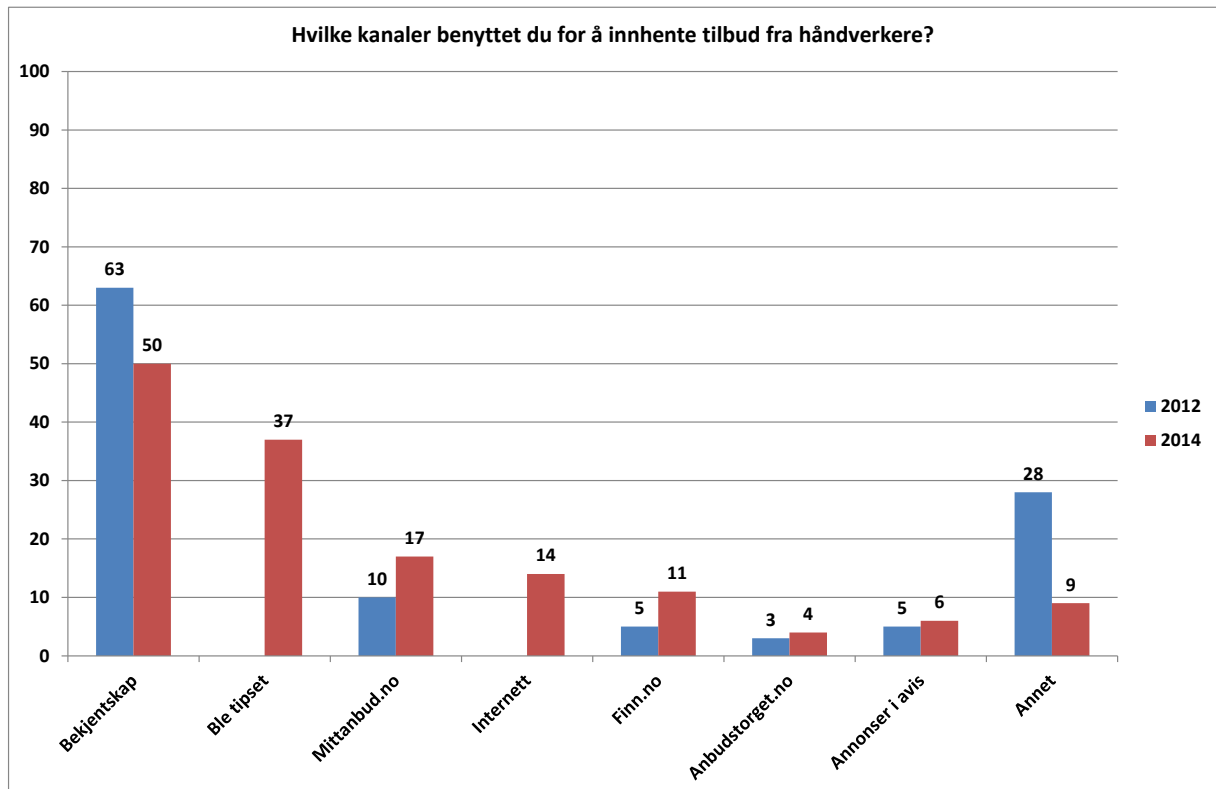
Figur 6-5 Prosentandel som i løpet av de siste to år har kjøpt håndverkertjenester privat? Vet ikke ekskl. N: 2008=994, 2012=2128, 2013=1004, 2014=1009



Figur 6-6 Andel som prøvde å innhente flere tilbud. N: 2008=274, 2012=838, 2013=418, 2014=402

6.5 Manglende skriftlige tilbud

Randi Lavik (2014): *Mobilitet i ulike tjenestemarkeder, portaler og håndverkertjenester. SIFO-survey hurtigstatistikk. Prosjektnotat nr 7 – Oslo: SIFO*
http://www.sifo.no/files/file79763_prosjektnotat_7-2014_web.pdf

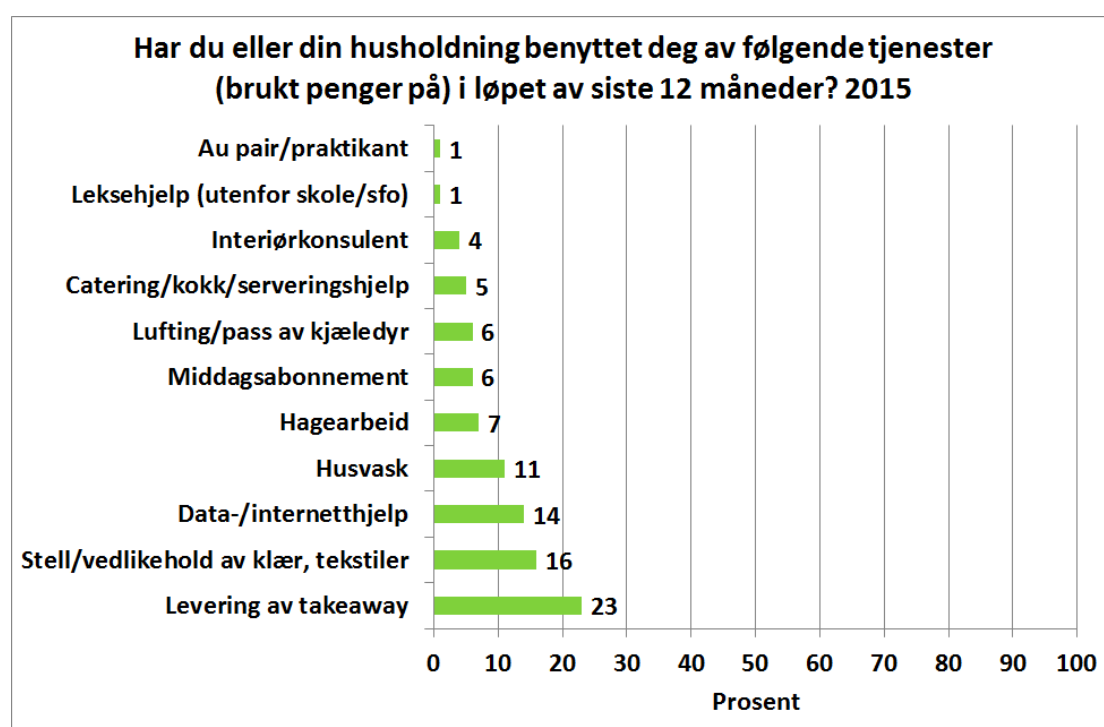


Figur 6-7 Hvilke kanaler benyttet du for å innhente tilbud fra håndverkere? Prosentandeler ja. 2012: N=849. 2014 N=403. Flere svar kunne avgis

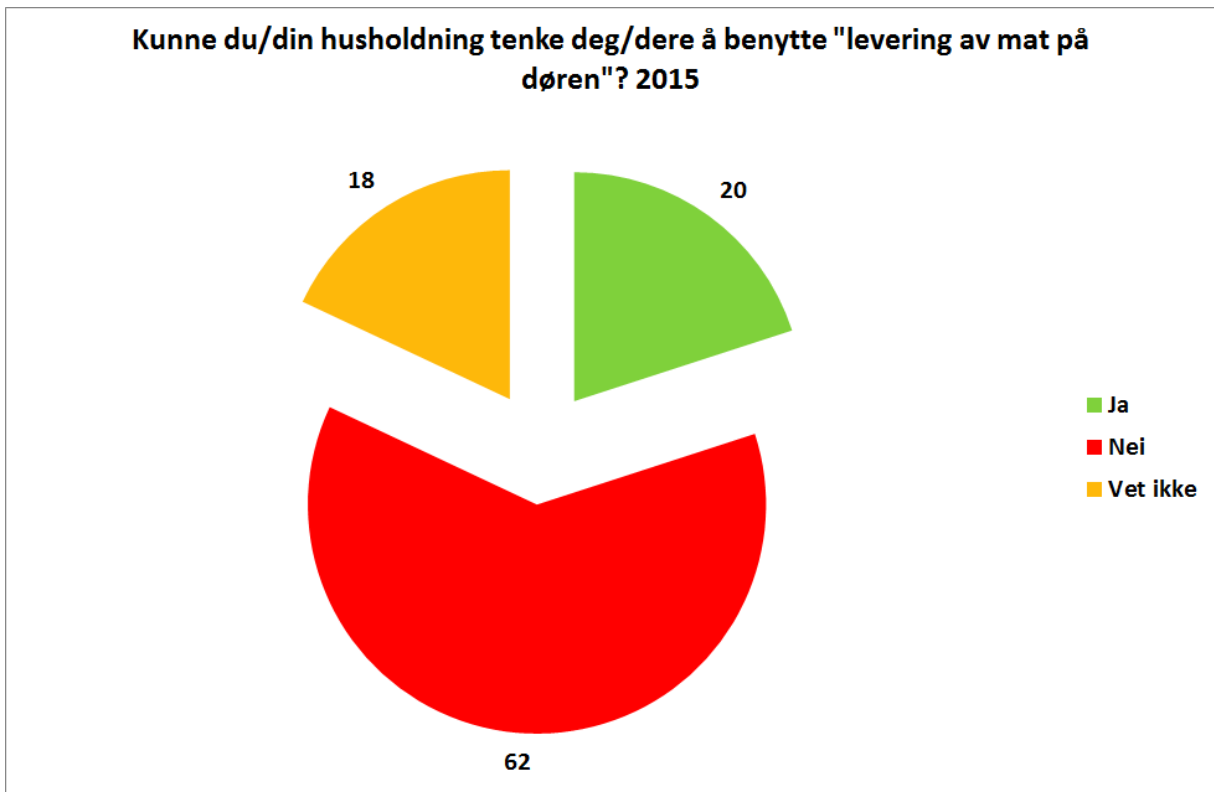
6.6 Kjøp av tjenester til hjemmet

Bugge, Annechen: Hvor vanlig er det å kjøpe seg tjenester til hjemmet? I *Forbrukstrender 2015. SIFO-survey: Lokale klær og mat, uformelt matmarked, miljøholdninger, økologisk mat, kjøp av tjenester til hjemme, designvesker til barn, mobil/digital betaling, taximarkedet*. Red. Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 5. Oslo: SIFO http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr_5-2015_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf

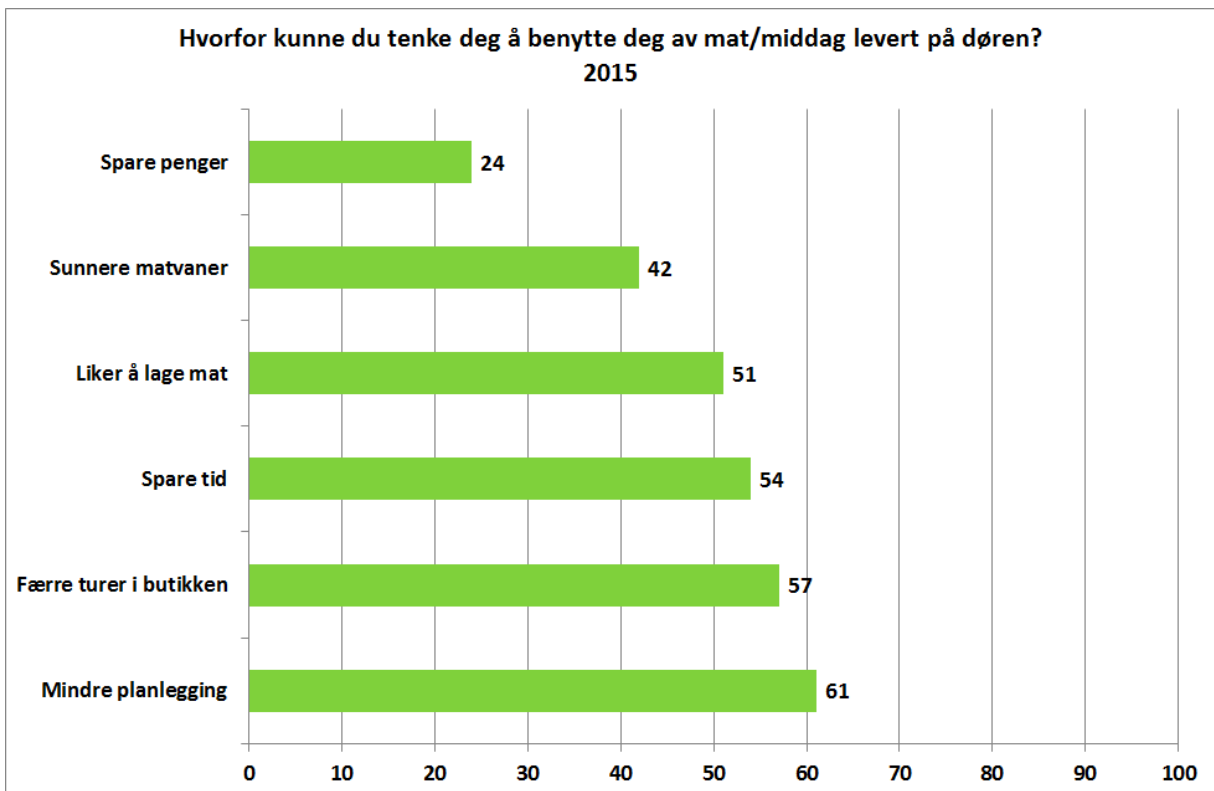
Bugge, Annechen (2015): *Mat, måltid og moral – hvordan spise rett og riktig*. Fagrapport nr. 3. Oslo: SIFO http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrapport_3_2015_maaltider_moral.pdf



Figur 6-8 Prosentandel av husholdninger som har benyttet seg av (brukt penger på) de nevnte tjenestene i løpet av siste 12 måneder. 2015. N=1003



Figur 6-9 Kunne du tenke deg å benytte levering av mat på døren? Prosent. 2015. N=1003



Figur 6-10 Begrunnelse for å kjøpe mat/middag levert på døren. Prosent. 2015. N=189

7 Digitale medier

7.1 Mobil betaling

Ardis Storm-Mathisen, Alexander Schjøll og Dag Slette-meås (2014). Mobil betaling. I *Forbrukstrender 2014*. SIFO-survey. Red. av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 8. Oslo: SIFO [2013 og 2014]

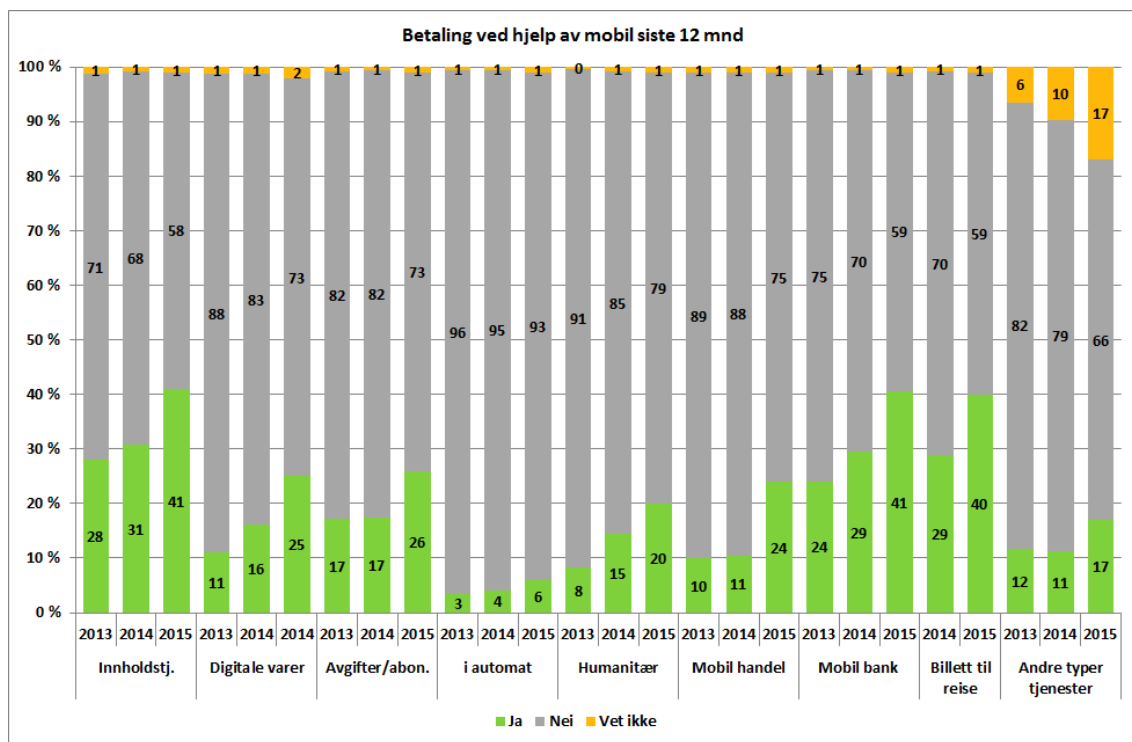
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf

Dag Slette-meås (2015): Mobil betaling. I *Forbrukstrender 2015*. SIFO-survey: Lokale klær og mat, uformelt matmarked, miljøholdninger, økologisk mat, kjøp av tjenester til hjemmet, designvesker til barn, mobil/digital betaling, taximarkedet. Red. Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 5. Oslo: SIFO [2013 – 2015]

http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr._5-2015_-_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf

Dag Slette-meås (2014): *Bruk av smarttelefon og nettbrett i den norske befolkningen*. SIFO-survey hurtigstatistikk 2013. Prosjektnotat nr. 14 2014. Oslo: SIFO [2012 og 2013]

http://www.sifo.no/files/file79632_prosjektnotat_2-2014_web.pdf



Figur 7-1 Benyttet seg av ulike former for mobil betaling de siste 12 måneder. Prosent. N: 2013= 966-972, 2014=1918-1933, 2015=980 (Alle med mobiltelefon har fått disse spørsmålene, også de som ikke har smarttelefon) (Billett til reise ble ikke stilt i 2013)

| | |
|------------------|---|
| Innholdstj. = | Betaling for digitale innholdstjenester/ app'er (spill, logoer, musikk, annet) |
| Digitale varer = | Betaling for digitale varer/tjenester INNE i applikasjonen. (slik som tilbehør i spill-app'er, låter i musikk-app'er, betal-versjoner av gratis app'er, etc.) |

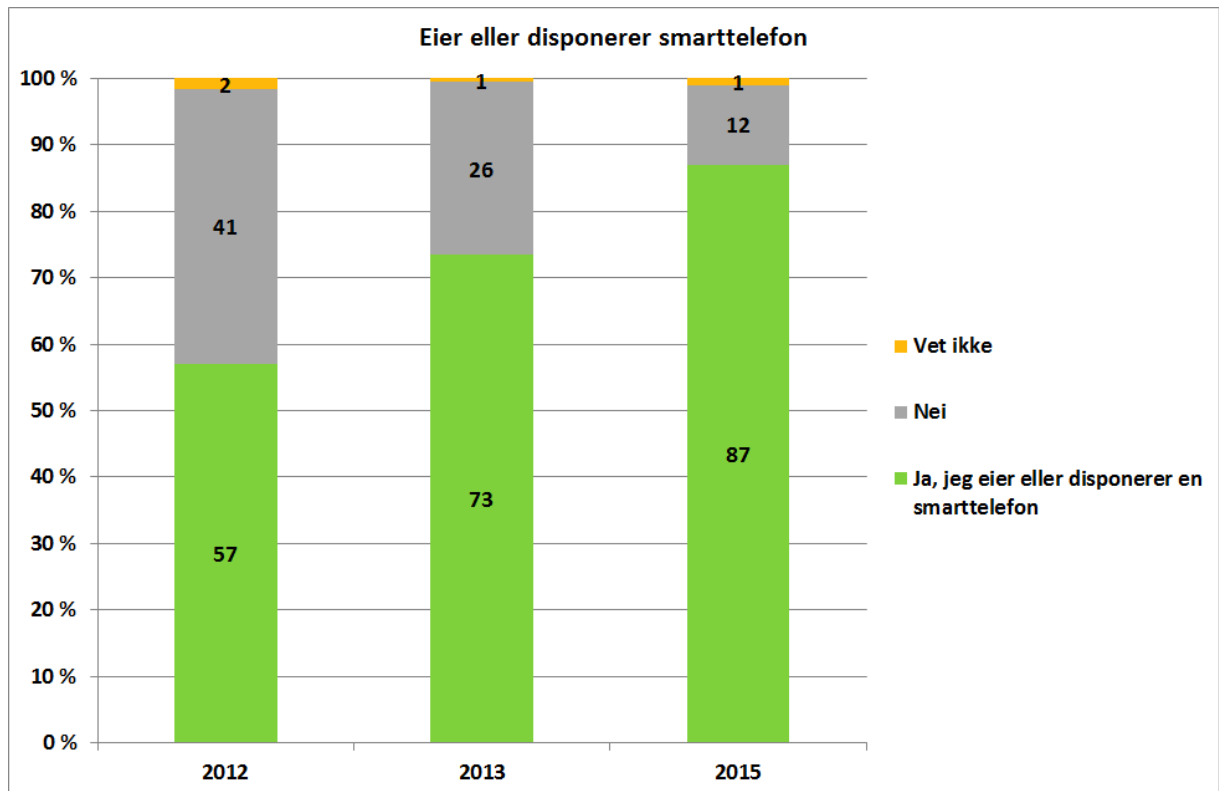
| | |
|-------------------------|--|
| Avgifter/abon. = | Betaling av avgifter/abonnementer (parkering, bomvei, fiskekort, annet) |
| I automat = | Betaling for fysiske produkter i automat (brus, is, godteri, eller annet) |
| Humanitær = | Betaling til humanitære formål (f.eks. gjennom tv-kampanjer) |
| Mobil handel = | Betaling med kreditt-/debet kort ved mobil handel (netthandel på mobil) |
| Mobil bank = | Betaling ved faktura, pengeoverføring, annet med mobil bank (banktjenester på mobil) |
| Billett til reise = | Betaling for billetter til reise (f.eks gjennom NSB app, Ruter app, Mobillett app, Skysst Billett app, Kolumbus Billett app. el) |
| Andre typer tjenester = | Betaling for andre typer tjenester eller produkter |



Figur 7-2 Benyttet seg av ulike former for mobil betaling de siste 12 måneder. Prosent. N: 2012=1019, 2013=966-972, 2014=1918-1933.

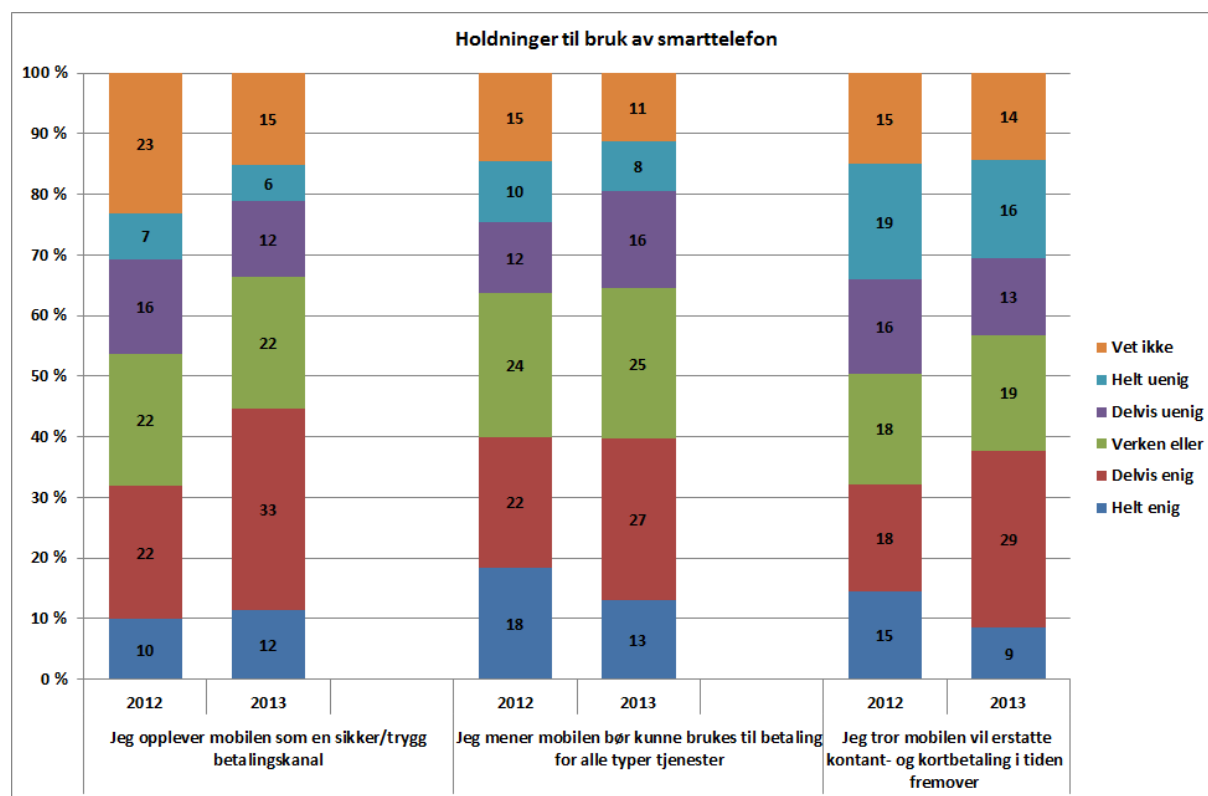
(Alle med mobiltelefon fikk disse spørsmålene i 2013 og 2014, også de som ikke hadde smarttelefon. I 2012 fikk kun de som hadde smarttelefon disse spørsmålene. For å kunne sammenligne har vi beregnet 2012 av totale antall i undersøkelsen og antar da at alle har mobiltelefon. Andelen for 2012 vil derfor være noe underestimert siden ikke alle har mobiltelefon). (Ref. figur 3-1 i Slettemeås 2014, figur 3-1. I figur 3-1 er andelen beregnet ut fra dem som har smarttelefon)

7.2 Smarttelefon



Figur 7-3 2012: Eier/og eller disponerer du en såkalt smarttelefon? 2013: Eier/disponerer du en eller flere mobiltelefoner? Hvis ja: Er mobiltelefonen du bruker mest en såkalt «smarttelefon»? N: 2012=1019, 2013=965. (Ref. Slette-meås 2014, figur 2-1). 2015: Eier/disponerer du en eller flere mobiltelefoner? Hvis ja, er en eller flere av disse en såkalt smarttelefon? N=980. Blant dem med mobiltelefon

7.3 Holdning til bruk av smarttelefon

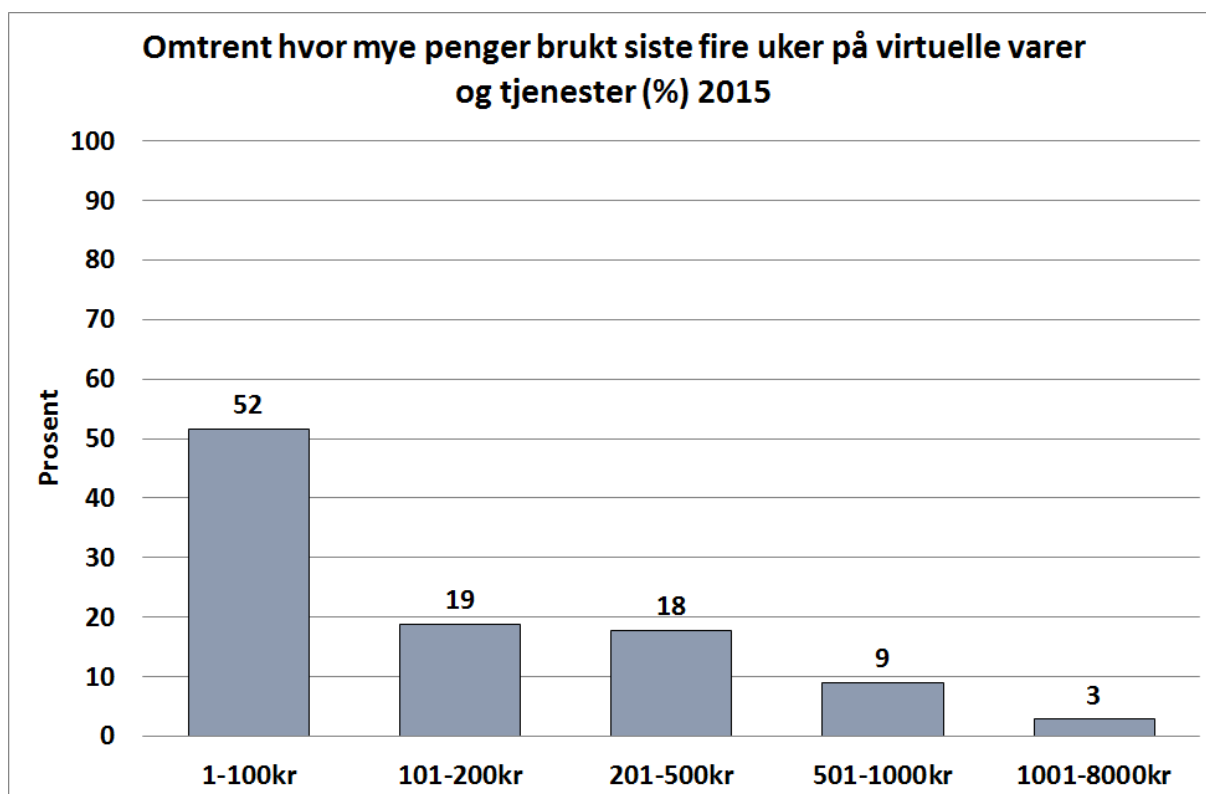


Figur 7-4 Tre påstander om holdninger til bruk av smarttelefon. N: 2012=582, 2013=708. (Ref. Slette-meås, 2014, figurene 3-13, 3-15, 3-17). (Blant dem med smarttelefon)

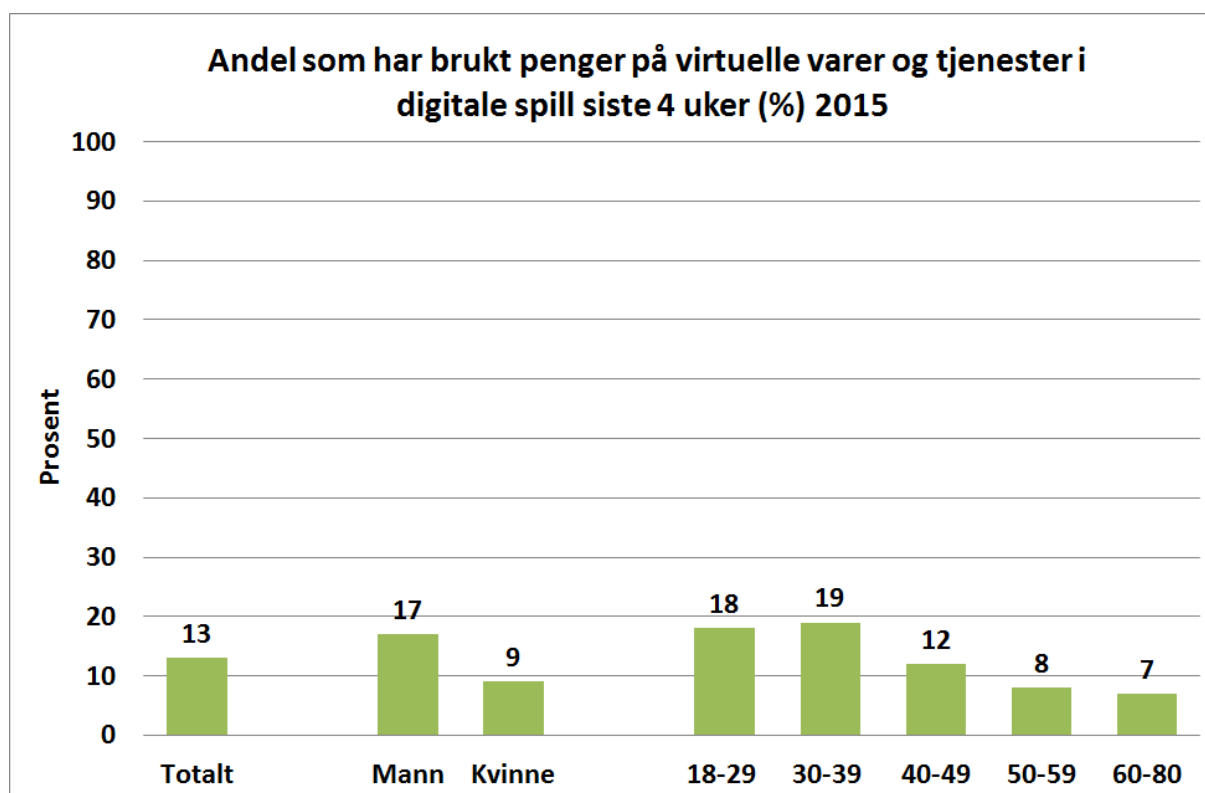
7.4 Digitale spill

Kjørstad, Ingrid (2015): Mange kjøper virtuelle varer i dataspill – også voksne. I *Forbrukstrender Økonomi 2015*. SIFO-survey: sikrede lån og usikrede lån, betalingsproblemer, gjeldfri som pensjonist, kjøp av virtuelle varer, pengespill. Red. Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr 11. Oslo: SIFO

http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf



Figur 7-5 Fordeling i prosent, kroner brukt på virtuelle varer og tjenester i digitale spill (N=126). SIFO Survey 2015. [Figur 5-2 i Kjørstad 2015]

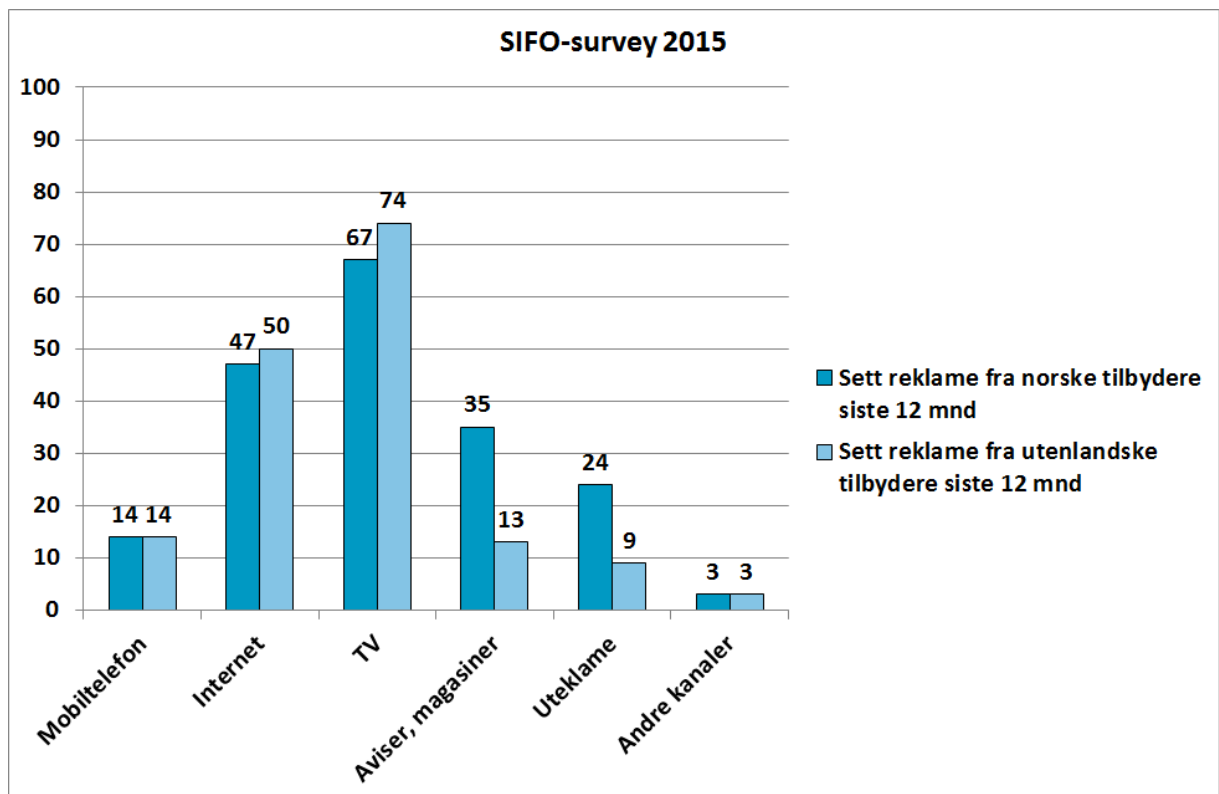


Figur 7-6 Andel som har brukt penger på virtuelle varer og tjenester i digitale spill siste fire uker. Kjønn og alder. Prosent (N 1004). Sig. $p < 0.05$, Kji-kvadrat-test

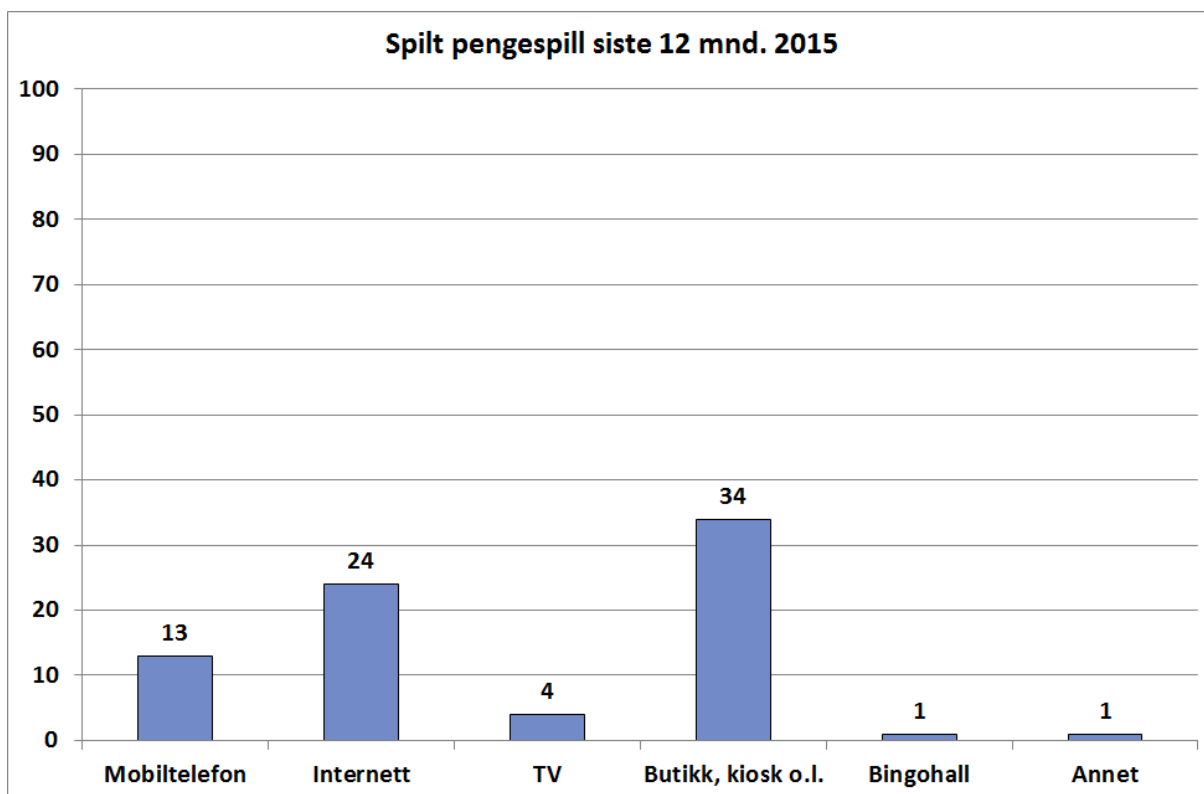
7.5 Pengespill

Borch, Anita (2015): Mobilreklame øker innsatsen i pengespill. I *Forbrukstrender Økonomi 2015. SIFO-survey: sikre lån og usikre lån, betalingsproblemer, gjeldfri som pensjonist, kjøp av virtuelle varer, pengespill*. Red. Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 11. Oslo: SIFO

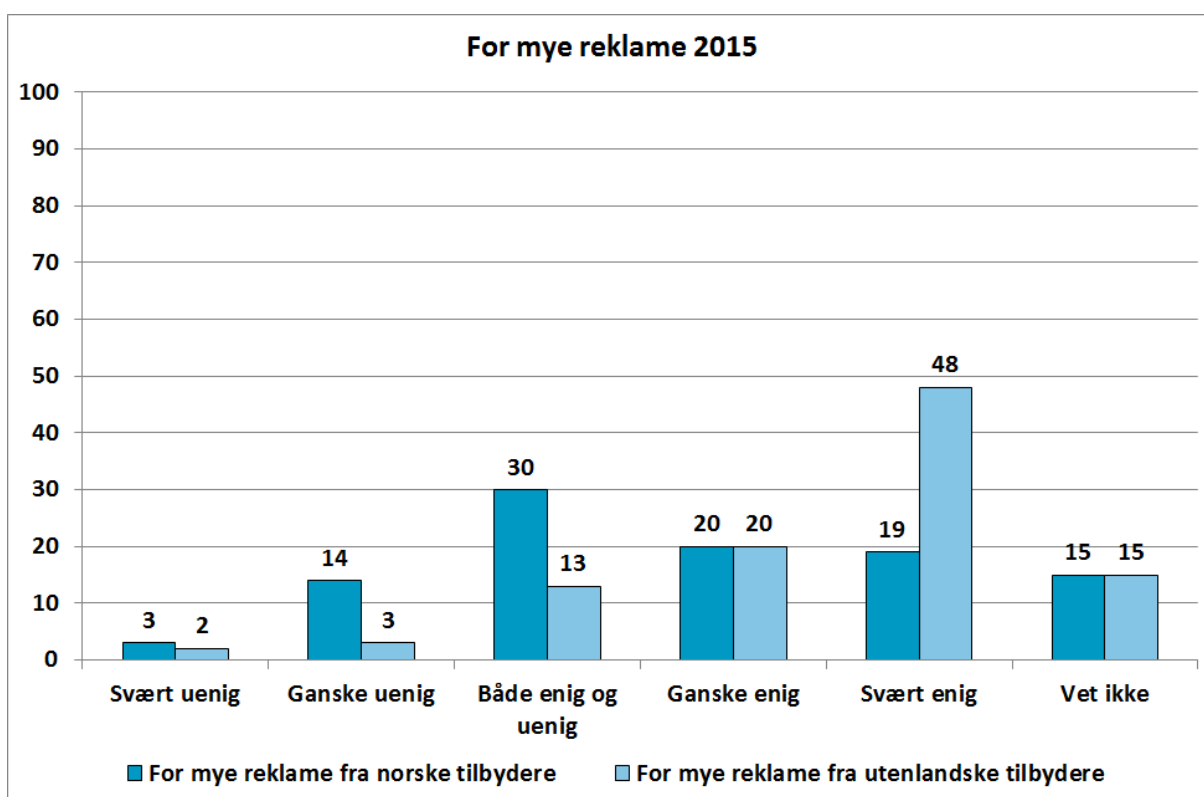
http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf



Figur 7-7 Har sett reklame for pengespill fra norske og utenlandske tilbydere i løpet av siste 12 mnd på noen av følgende kanaler. Prosentvis andel. N=1004 (vet ikke inkl. i de som ikke har sett reklame). (Borch 2015 figur 6-1)



Figur 7-8 Har spilt pengespill på ulike kanaler i løpet av siste 12 mnd. Prosentvis andel. N=1004. (Borch 2015, figur 6-2)



Figur 7-9 Svært uenig, ganske uenig, både enig og uenig, ganske enig og svært enig i at det er for mye reklame for pengespill fra norske og utenlandske tilbydere generelt. Prosentvis andel. N=1004. (Borch 2015, figur 6-3)

Vedlegg – oversikt over de ulike undersøkelsene

SIFO-surveyene har stort sett blitt gjennomført hvert år siden 2005. Hensikten var å se utvikling over tid, men også ta opp aktuelle temaer underveis.

2005: Undersøkelsen ble gjennomført pr telefon (Cati), og 1008 personer ble intervjuet. Gallup gjennomførte undersøkelsen.

2006: Undersøkelsen ble gjennomført av Norstat pr telefon (Cati), og 1000 personer ble intervjuet.

2007: Undersøkelsen ble gjennomført av Norstat pr telefon (Cati), og 2000 personer ble intervjuet.

2008: Undersøkelsen ble gjennomført av Norstat pr telefon (Cati). 1000 personer ble intervjuet. Undersøkelsen foregikk på høsten

2009: Undersøkelsen ble gjennomført av Respons Analyse pr telefon (Cati). 1000 personer ble intervjuet.

2011: To undersøkelser ble gjennomført av TNS Gallup som en WEB-undersøkelse. 1124 personer svarte i den ene, mens 1002 personer svarte i den andre.

2012: To undersøkelser ble gjennomført av TNS Gallup som WEB-undersøkelser. 2144 personer svarte i den ene, mens 1019 personer svarte i den andre.

2013: Tre undersøkelser ble gjennomført av TNS Gallup som WEB-undersøkelser. 1063 svarte i den ene, 1012 svarte i den andre og 2004 personer svarte i den tredje.

2014: To undersøkelser ble gjennomført av TNS Gallup som WEB-undersøkelser. 1014 svarte i den ene og 2072 svarte i den andre.

I 2014 presenterte vi noen temaer som har vi har tidsserier over. Det kan også være undersøkelser fra før 2005, som er sammenlignbare med senere SIFO-surveyer.

I 2015 er en av undersøkelsene gjennomført av TNS Gallup og to er gjennomført av Norstat. I TNS Gallup sin undersøkelse svarte 2.181 personer på undersøkelsen, mens hhv 1003 og 1004 svarte på de to undersøkelsene til Norstat

Samtlige undersøkelser er vektet på alder, kjønn og bosted. Samtlige undersøkelser er alderen 18-80 år. Samtlige undersøkelser med unntak av 2008, ble gjennomført på vårparten.

Statens Institutt for forbruksforskning (SIFO) er et faglig senter til nytte for forbrukerne. Instituttet er et forvaltningsorgan med særskilte fullmakter underlagt Barne- og likestillingsdepartementet (BLD) og finansieres gjennom en grunnbevilgning og prosjektinntekter. Instituttet har 40 ansatte med en faglig stab som dekker samfunnsvitenskap og naturvitenskap. Instituttets hovedarbeidsområder er knyttet til kunnskap om forbrukerne, produktene, markedet og forbrukerpolitikken. SIFO publiserer i tidsskrifter og i egne fagrapporter, oppdragsrapporter, testrapporter og prosjektnotater.



Statens Institutt for
Forbruksforskning

Postboks 4682 Nydalen, 0405 Oslo.

Besøksadresse: Sandakerveien 24C.

Telefon: +47 22 04 35 00 **Fax:** +47 22 04 35 04

E-mail: sifo@sifo.no **Internett:** www.sifo.no

