



Prosjektnotat nr. 12 - 2017

Randi Lavik og Live Standal Bøyum

**Forbrukstrender:
SIFO-survey 2005 - 2017**
Figur - og tabellrapport

SIFO


Forbruksforskningsinstituttet

**HØGSKOLEN I OSLO
OG AKERSHUS**

© Forbruksforskningsinstituttet SIFO – Høgskolen i Oslo og Akershus
Prosjektnotat nr. 12 – 2017

Forbruksforskningsinstituttet SIFO – Høgskolen i Oslo og Akershus
Stensberggt. 26 – 7. etg.
Postboks 4 St. Olavs plass
0130 Oslo
www.hioa.no/sifo

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 eksemplarfremstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

Tittel Forbrukstrender: SIFO-survey 2005 - 2017. Figur- og tabell-rapport	Antall sider 155	Dato 15.12.2017
	ISBN	ISSN
Forfatter(e) Randi Lavik og Live Standal Bøyum	Prosjektnummer 200334	Faglig ansvarlig sign. 
Oppdragsgiver BLD, SIFO		
<p>Denne rapport viser figurer og tabeller fra ulike SIFO-surveys fra 2005 til 2017.</p> <p>Temaene er:</p> <p>Husholdsøkonomi Ulike typer gjeld, hva brukes lån til, antall kredittkort, kredittkorttjeld, forbrukslån, betalingsproblemer, utvikling av inntekter og utgifter, buffer, pensjonisttilværelse og økonomi, pensjon og forsikring</p> <p>Marked, varehandel og distribusjon, handlevaner Handlevaner, søndagsåpent, klageatferd, kosmetikk, med barn i butikk, drosjemarkedet</p> <p>Digital hverdag Smarttelefon, mobil betaling, holdning til bruk av smarttelefon, digitale spill, pengespill, betalingsapper, matapper</p> <p>Forbrukerens politiske holdninger Hvordan forbrukerne mener de selv opptrer i markedet, boikott, selvrappoert forbrukerkompetanse</p> <p>Mat Uformelt matvaremarked, norsk mat, kropp, mat og helse, matmerking</p> <p>Miljø Oppslutning om miljøspørsmål, miljøhandlinger, energisparing, miljømerkede varer/økologiske markeder</p> <p>Klær og skotøy Lokale produkter, klær og arv, brukte klær, ull og hjemmelaget klær, merkevarer til barn</p> <p>Telefonsalg og reklame Telefonsalg, reklame og ergrelse, skjult reklame, innholdsmarkedsføring, reklame og pengespill</p> <p>Tjenester og mobilitet Ansvar for salg av strøm- og teletjenester, bytte av tjenesteleverandører, Internettportaler, håndverk-tjenester, kjøp av tjenester til hjemmet</p>		

Forbrukstrender: SIFO-survey 2005 - 2017. Figur- og tabellrap-
port

av

Randi Lavik og Live Standal Bøyum

2017

FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO
HØGSKOLEN I OSLO OG AKERSHUS

Forord

SIFO samler årlig inn store mengder data om ulike sider ved forbruket og forbrukernes situasjon i markedet. Målsettingen er å fremskaffe kunnskap om forbrukerne og hvordan forbrukermarkedene fungerer sett fra forbrukernes side. En stor del av datamaterialet er knyttet til områder der SIFO ønsker å følge utviklingen over tid.

Denne rapporten viser resultater fra SIFO-surveyen fra 2005 - til og med 2017. Rapporten vil bli oppdatert med resultater fra kommende SIFO-surveyer.

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.

Prosjektleder for dette arbeidet har vært Randi Lavik.

Rapporten inngår som en del av våre oppdrag for Barne- og likestillingsdepartementet (BLD). Det er likevel valgt å kalle dette for et prosjektnotat da den kun viser til allerede avlagte oppdrags- og forskningsrapporter. Den er likevel undergitt kvalitetssikring tilsvarende en oppdragsrapport.

Oslo, desember 2017
FORBRUKSFORKNINGSINSTITUTTET SIFO
HØGSKOLEN I OSLO OG AKERSHUS

Innhold

Forord	5
Innhold	7
1 Forbrukstrender: SIFO-surveyen	21
1.1 Hva er SIFO-surveyen?	21
1.2 Leserveiledning	21
2 Husholdsøkonomi	23
2.1 Ulike typer gjeld	24
2.2 Hva brukes lån til?	26
2.3 Antall kredittkort	27
2.4 Kredittkortgjeld	28
2.5 Forbrukslån	28
2.6 Pushing av usikret lån	29
2.7 Betalingsproblemer	31
2.8 Utvikling av inntekter og utgifter	33
2.9 Buffer	35
2.10 Pensjonisttilværelse og økonomi	36
2.10.1 Sparer til pensjon?	36
2.10.2 Forventninger til fremtidig økonomi og hvordan den er i dag	37
2.11 Pensjon og forsikring	39
2.12 Eiendomsskatt	40
2.13 Husholdsøkonomi – publikasjoner	42
3 Marked, varehandel, distribusjon	45
3.1 Handlevaner	45
3.1.1 Hva vektlegges ved innkjøp av dagligvarer	45
3.1.2 Antall dagligvarebutikker som benyttes	47
3.1.3 Handlehyppighet	48
3.1.4 Handler i nærmeste butikk – hverdagshandel og helgehandel	49
3.1.5 Hvem gjør dagligvareinnkjøp i flerpersongshusholdninger	49
3.1.6 Mat levert på døren og dagligvarehandel på nett	50
3.2 Søndagsåpent	54
3.2.1 For eller mot søndagsåpent	54
3.2.2 Hvorfor man er for eller mot søndagsåpent?	56
3.2.3 Søndagshandel	57
3.3 Klageatferd	61
3.4 Reklamasjon og garanti	62
3.5 Kosmetikk	64
3.6 Med barn i butikk	65
3.7 Drosjemarkedet - tilfredshet	68
3.8 Marked, varehandel og distribusjon – publikasjoner	69
4 Digital hverdag	71
4.1 Smarttelefon	71
4.2 Betalingsapper	75
4.3 Holdning til bruk av smarttelefon	78
4.4 Digitale spill	79
4.5 Pengespill	80
4.6 Matapper	82
4.7 DAB-radio	86
4.8 Tingenes internett	89
4.9 Digital hverdag – publikasjoner	91
5 Forbrukernes politiske holdninger	93
5.1 Hvordan forbrukerne mener de selv opptrer i markedet	93
5.2 Boikott	94

5.3	Selvrapportert forbrukerkompetanse	95
5.4	Forbrukernes politiske holdninger - publikasjoner	95
6	Mat	97
6.1	Uformelt matmarked.....	97
6.2	Norsk mat	98
6.3	Kropp, mat og helse.....	99
6.4	Matmerking	100
6.5	Mat og fattigdom	104
6.6	Matsvinn.....	105
6.7	Mat - publikasjoner.....	110
7	Miljø.....	113
7.1	Oppslutning om miljøspørsmål.....	113
7.2	Miljøhandlinger; redusert forbruk	114
7.3	Energisparing.....	116
7.4	Miljømerkede varer/økologiske markeder	118
7.4.1	Kjøpt økologisk merket mat, miljømerkede varer og varer merket med rettferdig handel.....	118
7.4.2	Kunnskap om det offisielt godkjente økologiske merket 'Debio'	120
7.5	Miljømerkede varer/ økologiske markeder – publikasjoner.....	122
8	Klær og skotøy	125
8.1	Lokale produkter	125
8.2	Klær og arv.....	126
8.3	Brukte klær	128
8.4	Ull og hjemmelaget klær	129
8.5	Merkevarer til barn.....	131
8.6	Reklamasjon og angrerett på klær	132
8.7	Klær og sko – publikasjoner.....	133
9	Telefonsalg og reklame	135
9.1	Telefonsalg	135
9.1.1	Bedrifter – blir reservasjonen respektert	135
9.1.2	Frivillige organisasjoner – blir reservasjonen respektert?	136
9.2	I hvilken grad en liker å få telefoner fra bedrifter?	137
9.3	I hvilken grad en liker å få telefoner fra frivillige organisasjoner?	138
9.4	Reklame.....	139
9.4.1	Ergrelse over reklame fram til 2005.....	139
9.4.2	Ergrelse over reklame fram til 2007.....	140
9.4.3	Ergrelse over reklame fram til 2011.....	140
9.4.4	I hvilken grad man liker eller misliker reklame	141
9.4.5	Skjult reklame.....	142
9.4.6	Innholdsmarkedsføring	142
9.4.7	Reklame og pengespill.....	143
9.5	Telefonsalg og reklame – publikasjoner	144
10	Tjenester og mobilitet.....	145
10.1	Hvem bør ha hovedansvaret for salg av strøm- og teletjenester?.....	145
10.2	Bytte av tjenesteleverandører.....	146
10.3	Internettportaler	147
10.4	Håndverkertjenester	149
10.5	Kjøp av tjenester til hjemmet.....	152
10.6	Tjenester og mobilitet – publikasjoner.....	154
	Vedlegg – oversikt over de ulike undersøkelsene	155

Figur 2-1 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)..... 24

Figur 2-2 Andelen som har boliglån og/eller rammelån. Prosent. 2017 (Norstat). N=1001..... 25

Figur 2-3 Andelen som har kredittkortgjeld og forbrukslån. Prosent. N forbrukslån: 2013=2003, 2014=1962, 2015=2180, 2017 (Norstat)=1001. N kredittkort lån: Blant dem som har kredittkort. Andelen som hadde kredittkort i 2013=1610(80%), 2014=1617(82%), 2015=1669(77%), 2017=808(81%)..... 25

Figur 2-4 Hva boliglånet og rammelånet er brukt til. Boliggjeld N: 2013=950, 2014=1045, 2015=1104. Rammelån N: 2013=393, 2014=304, 2015=274	26
Figur 2-5 Hva blir finansiert med usikrede lån (kredittkortlån og forbrukslån?) Prosent. Flere svar kunne angis. 26	
Figur 2-6 Antall kredittkort (Lavik 2015) N: 2012=2144, 2013=2002, 2014=1996, 2015=2182	27
Figur 2-7 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.).....	28
Figur 2-8 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	28
Figur 2-9 Andelen som har blitt tilbudt nytt forbrukslån eller økt ramme på eksisterende forbrukslån, uten selv å ha bedt om det, andelen som har blitt tilbudt nytt kredittkort eller økt ramme på eksisterende kredittkort uten selv å ha bedt om det i løpet av de siste 12 månedene. Prosent. 2017 (Norstat). N=1001.....	29
Figur 2-10 Hvor ble man, uten selv å ha bedt om det, tilbudt nytt forbrukslån, økt ramme på eksisterende forbrukslån, nytt kredittkort eller økt ramme på eksisterende kredittkort i løpet av de siste 12 månedene? Blant dem som har blitt tilbudt forbrukslån/kredittkort. Prosent. 2017 (Norstat). N: Forbrukslån=481, kredittkort=429. 30	
Figur 2-11 Andelen blant dem, som uten selv å ha bedt om det, fikk tilbud og takket ja til tilbudet/tilbudene om nytt forbrukslån/økt ramme på eksisterende forbrukslån, nytt kredittkort/økt ramme på eksisterende kredittkort i løpet av siste 12 månedene. Prosent. 2017 (Norstat). N: Forbrukslån=473, kredittkort=415.....	30
Figur 2-12 Tilbakevendende betalingsproblemer. Prosentandel. (Ref. figur 8-8, Tangeland 2014) (Figur 3-1 i Tangeland 2015) (Figur 2-3 i Poppe 2016). N 2017(Kantar)=2040.....	31
Figur 2-13 Egenrapporterte hovedårsaker og medvirkende årsaker til betalingsproblemer i perioden 2012-2015 (2012: N = 101, 2013: N = 89, 2014: N = 94 og 2015: N = 85) [Tangeland 2015 figur 3-2].....	32
Figur 2-14 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].....	33
Figur 2-15 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’	33
Figur 2-16 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’.	34
Figur 2-17 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).....	35
Figur 2-18 Hvor stor økning renteutgiftene man kan tåle. Låntakere i 2015. N=1759 [Figur 1-7 i Poppe 2015]....	35
Figur 2-19 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 tidligere].	36
Figur 2-20 Sparte du slik at du fikk bedre råd i pensjonisttilværelsen? Pensjonister. 2013 og 2015. N: 2013=276, 2015=182. [Ikke publisert tidligere].....	37

Figur 2-21 Hvordan er økonomien din som pensjonist? 2013 og 2015. (Pensjonister). N: 2013=287, 2015=182 (Alfnes 2015).....	37
Figur 2-22 Hvordan tror du økonomien din som pensjonist blir? (Ikke-pensjonister). N: 2013=1713, 2015=822. (Alfnes 2015).....	38
Figur 2-23 Hvordan vurderer du økonomien din som pensjonist? N; 2013=287, 2015=182 (Alfnes 2015)	38
Figur 2-24 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 tidligere].....	39
Figur 2-25 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 tidligere].....	39
Figur 2-26 Betaler du/dere eiendomsskatt til kommunen? Prosentandelen blant dem som eie bolig. 2017. N=803.	40
Figur 2-27 Hvor mye betaler du/dere i år? Prosentandelen blant dem som betaler eiendomsskatt. 2017 (Norstat). N=509.	40
Figur 2-28 Hvor stor betydning har denne utgiften for økonomien din/deres? Prosentandelen blant dem som betaler eiendomsskatt. 2017 (Norstat). N=509.....	41
Figur 2-29 Fra et personlig synspunkt, hvor sterkt for eller mot kommunal eiendomsskatt er du? Fra et politisk synspunkt, hvor sterkt for eller mot kommunal eiendomsskatt er du? 2017 (Norstat). N=1001.	41
Figur 3-1 Hvor viktig eller uviktig er følgende forhold for deg når det gjelder innkjøpssted for helgehandel av dagligvarer? Prosentandel «svært viktig». N: 2011=1002, 2014=1053, 2017=1001. Vet ikke er ekskludert.....	45
Figur 3-2 Hvor viktig eller uviktig er følgende forhold for deg når det gjelder innkjøpssted for hverdagshandel av dagligvarer? Prosentandel «svært viktig». N: 2011=1002, 2014=1053, 2017=1001. Vet ikke er ekskludert.....	46
Figur 3-3 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).....	47
Figur 3-4 Hvor ofte man handler dagligvarer. Prosentfordelt etter år. N: 1992-1993=13055, 1994=131240, 2002-2003=9952, 2009=9929, 2011=1001, 2014=1053, 2017=1001.	48
Figur 3-5 Prosentandelen som handler i nærmeste dagligvarebutikk ved hverdagshandel og helgehandel. N: 2011=816, 2014=850, 2017=1001. (Ref. Lavik og Jacobsen 2015).....	49
Figur 3-6 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.	49
Figur 3-7 Mat levert på døren og dagligvarehandel på nett. 2015 N=1003, 2016 N=1001.	50
Figur 3-8 Prosentandelen som har handlet matvarer på nett i løpet av de siste 4 uker eller i løpet av de siste 12 måneder. 2017. N: De siste 4 måneder=1001, de siste 12 måneder=908 (prosentandelen blant dem som ikke handlet matvarer på nett i løpet av de siste 4 uker).	51
Figur 3-9 Prosentandelen som har benyttet seg av middagsabonnement/matkasse levert på døren i løpet av de siste 4 uker eller i løpet av de siste 12 måneder. 2017. N: De siste 4 måneder=1001, de siste 12 måneder=940 (prosentandelen blant dem som ikke har benyttet seg av middagsabonnement/matkasse levert på døren i løpet av de siste 4 uker).	51

Figur 3-10 Tror du at du kaster mer, mindre eller uendret mengde mat når du handler matvarer på nett? Tror du at du kaster mer, mindre eller uendret mengde mat når du benytter deg av middagsabonnement/matkasse levert på døren? 2017. Prosent. N: Matvarer på nett=170 (blant dem som har handlet matvarer på nett i løpet av de siste 4 uker eller de siste 12 måneder). Middagsabonnement/matkasse=120 (blant dem som har benyttet seg av middagsabonnement/matkasse levert på døren i løpet av de siste 4 uker eller i løpet av de siste 12 måneder)..... 52

Figur 3-11 Har du eller noen i din husholdning vurdert å handle matvarer på nett? Kunne du eller din husholdning tenke deg/dere å benytte middagsabonnement/matkasse levert på døren? 2017. Prosent. N: matvarer på nett=831 (blant dem som ikke har handlet matvarer på nett i løpet av de siste 12 måneder), middagsabonnement/matkasse=881 (blant dem som ikke har benyttet seg av middagsabonnement/matkasse i løpet av de siste 12 måneder)..... 53

Figur 3-12 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 54

Figur 3-13 Prosentandelen for eller mot søndagsåpne butikker generelt. N: 1985=1017, 1996=1000, 1997=1009, 1998=1001, mars 2014=1014, november 2014=1052. 2017=1001. [Kun 2014 og 2017 er fra SIFO-surveyen]. De andre er fra ulike undersøkelser. Ref. Lavik 2014..... 54

Figur 3-14 Prosentandelen som er for eller mot søndagsåpne dagligvarebutikker. N: 1985=1017, 1996=1000, 1997=1009, 1998=1001, mars 2014=1014, november 2014=1052. 2017=1001. [Kun 2014 er fra SIFO-surveyen. De andre er fra ulike undersøkelser. Ref. Lavik 2014. 55

Figur 3-15 Prosentandelen som er for eller mot å selge dagligvarer på bensinstasjoner/kiosker på søndager. N: 1985=1017, 1996=1000, 1997=1009, 1998=1001, mars 2014=1014, november 2014=1052. 2017=1001. [Kun 2014 er fra SIFO-surveyen. De andre er fra ulike undersøkelser. Ref. Lavik 2014..... 55

Figur 3-16 Hvorfor man er for søndagsåpne butikker? Prosentandelen blant de som er for søndagsåpne butikker. N: 1996=226, mars 2014=310, november 2014=418..... 56

Figur 3-17 Hvorfor man er mot søndagsåpne butikker? Prosentandelen blant de som er mot søndagsåpne butikker. N: 1996=682, mars 2014=616, november 2014=558..... 56

Figur 3-18 Holdning til søndagsåpent. 1996 N=1000 (MMI), 2015 N=1001 (NORSTAT)..... 57

Figur 3-19 Har du handlet dagligvarer i løpet av siste fire uker på bensinstasjon, i kiosk eller begge deler. 1996 N=1000 (MMI), 2016 N=2002 (NORSTAT)..... 57

Figur 3-20 Har du handlet dagligvarer på en søndag i løpet av siste fire uker? Prosent. 2017. N=1001..... 58

Figur 3-21 Siste gang en handlet dagligvarer på en søndag, hvilket sted var det? Prosentandelen blant dem som har handlet dagligvarer i løpet av de siste fire uker. 2016: N=488, 2017: N=410. 58

Figur 3-22 Blant dem som svarte hvor mange ganger de hadde handlet på en søndag i løpet av siste 4 uker. (Vet ikke utelatt) 1996: N=130, 2016: N=363 59

Figur 3-23 Hvor mye man handlet for? Blant dem som hadde handlet dagligvarer på en søndag 1996: N=130, 2016 N=440 59

Figur 3-24 Hvor mye handlet du for sist gang du handlet dagligvarer på en søndag i en kiosk, bensinstasjon eller dagligvarebutikk? Prosentandelen blant dem som hadde handlet dagligvarer på en søndag i løpet av de fire siste uker. 2017. N: kiosk=71, bensinstasjon=124, dagligvarebutikk=369. 60

Figur 3-25 Hvis dagligvarebutikker generelt var åpent på søndager, hvor sannsynlig er det at du ville forskyve dagligvarekjøp fra hverdag til søndag? Prosent. 2017. N=1001..... 60

Figur 3-26 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).....	61
Figur 3-27 Her kommer noen påstander om garanti og reklamasjon som vi ber deg svare om er «riktig» eller «galb». Svaralternativene som har sirkel rundt seg indikerer riktig svar på påstanden. Prosent. N: 1998=838, 2017=1001.	62
Figur 3-28 Hvem må etter forbrukerkjøpsloven bevise at det foreligger en feil i reklamasjonstiden? Svaralternativene som har sirkel rundt seg indikerer riktig svar på påstanden. Prosent. N: 1998=1014, 2017=1001.	62
Figur 3-29 Du kjøper et kjøleskap og dette gis et års garanti. Hvilke rettigheter tror du at du har dersom dette går i stykker etter 1 ½ år? Svaralternativene som har sirkel rundt seg indikerer riktig svar på påstanden. Prosent. N: 1998=1014, 2017=1001.	63
Figur 3-30 Du kjøper en mobiltelefon (smarttelefon). Hvilke rettigheter tror du at du har dersom denne går i stykker etter 1 ½ år? Svaralternativene som har sirkel rundt seg indikerer riktig svar på påstanden. Prosent. 2017=1001.	63
Figur 3-31 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 tidligere].....	64
Figur 3-32 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).....	64
Figur 3-33 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 parfymeri, kjøpt på apotek, kjøpt i dagligvarehandelen, kjøpt på postordre – stemmer, delvis, stemmer ikke, vet ikke (N=1126, Telefon-survey. 2003, Ikke sifo-survey). 2013: I hvilken grad stemmer de følgende beskrivelsene med måten du handler kroppspieprodukter på? Stemmer helt, stemmer delvis, stemmer ikke, vet ikke (N=1063) (Web-survey).....	65
Figur 3-34 Hvor ofte har du med deg barn i dagligvarebutikk? (Blant dem med barn fra 0 til 15 år). N=250. 2016	65
Figur 3-35 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016	66
Figur 3-36 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016	66
Figur 3-37 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016	67
Figur 3-38 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016	67
Figur 3-39 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016	68
Figur 3-40 Forbrukertilfredshet (FTI) i taximarkedet i 2008 og i 2015. Gjennomsnitt på skala 1-5. Feilmargin på i underkant av 0,1 FTI-poeng. (2008 N= 300, 2015) 913).	68

Figur 4-1 Eier/disponerer smarttelefon. 2013 (Ref. Slettemeås 2014, figur 2-1). 2013, 2015, 2016, 2017; Blant dem med mobiltelefon	71
Figur 4-2 Benyttet seg av ulike former for mobil betaling de siste 12 måneder. Prosent. N: 2012=1019. 2013=966-972, 2014=1918-1933.	72
Figur 4-3 Benyttet seg av ulike former for mobil betaling de siste 12 måneder. Prosent. N: 2013= 966-972, 2014=1918-1933, 2015=980. 2016=977 (Blant dem med smarttelefon) (Billett til reise ble ikke stilt i 2013).....	73
Figur 4-4 Har du benyttet mobilen til å betale med de siste 12 måneder? 2017. Prosent blant dem som eier/disponerer mobiltelefon. N=952.	74
Figur 4-5 Andel som har lastet ned én eller flere av følgende betalingsapper til sin mobiltelefon. Prosent, blant dem med mobiltelefon. N 2016=977, N 2017=952.....	75
Figur 4-6 Hvilke typer betaling med app. Prosent. Blant dem som har lastet ned en eller flere apper. N 2016=466, N 2017=644.	75
Figur 4-7 Andel som har svart hvorfor de har lastet ned betalingsapper. Prosent. Blant dem som har lastet ned en eller flere betalingsapper. N=466	76
Figur 4-8 Hvor ofte brukes betalingsappene(e)? Prosent. Blant dem som har lastet ned en eller flere betalingsapper. N 2016=466, N 2017=520.....	76
Figur 4-9 Hvor fornøyd er du med å bruke betalingsappen(e)? 2016. Prosent. Blant dem som har lastet ned en eller flere betalingsapper, N=466	77
Figur 4-10 Tre påstander om holdninger til bruk av smarttelefon. N: 2012=582, 2013=708, 2017=644. (Ref. Slettemeås, 2014, figurene 3-13, 3-15, 3-17). (Blant dem med smarttelefon).....	78
Figur 4-11 To påstander om holdninger til bruk av smarttelefon. 2017. Prosent. N=644.	79
Figur 4-12 Fordeling i prosent, kroner brukt på virtuelle varer og tjenester i digitale spill (N=126). SIFO Survey 2015. [Figur 5-2 i Kjørstad 2015]	79
Figur 4-13 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.....	80
Figur 4-14 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)	80
Figur 4-15 Har spilt pengespill på ulike kanaler i løpet av siste 12 mnd. Prosentvis andel. N=1004. (Borch 2015, figur 6-2).....	81
Figur 4-16 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)..	81
Figur 4-17 Prosentandel som har lastet ned ulike handlelister-matapper. N: 2016=977, 2017=1000.	82
Figur 4-18 Hvor ofte bruker du handlelisteappen når du handler i butikk? 2016. Prosent. N=199	83
Figur 4-19 Hvor ofte benytter du appen(e) fra dagligvarekjedene? 2017. Prosent. N=648.....	83

Figur 4-20 Har mat-og handlelistene du benytter gitt deg inspirasjon til å handle inn varer til måltider? Blant mobilbrukere som har lastet ned en eller flere slike apper. Prosent. 2016. Total=199, Menn=92, Kvinner=107....	84
Figur 4-21 Bidrar handlelisteappen til at du i mindre eller større grad gjør spontantkjøp i butikken? Blant mobilbrukere som har lastet ned en eller flere slike apper. Prosent. 2016. Total=199, Menn=92, Kvinner=107....	84
Figur 4-22 Gir handlelisten deg bedre kontroll over kostnader knyttet til matinnkjøp? Blant mobilbrukere som har lastet ned en eller flere slike apper. Prosent. 2016. Total=199, Menn=92, Kvinner=107.....	85
Figur 4-23 Hvor viktig er handleliste-appene for deg og husstanden din i hverdagen? Blant mobilbrukere som har lastet ned en eller flere slike apper. Prosent. 2016.	85
Figur 4-24 Sju påstander om holdninger til appene til dagligvarekjedene. 2017. Prosent. N=648.....	86
Figur 4-25 Har du eller husholdet der du bor enten én eller flere DAB-radioer? (enten hjemme, på hytta, i bilen, osv.). 2017. Prosent. N=1000.....	86
Figur 4-26 Hvor mange DAB-radioer har du/husholdet i boligen, på hytta og i bilen(e)? 2017. Prosent. Blant dem som har DAB-radio. N: I bolig=587, I bilen=462, På hytta=341.	87
Figur 4-27 Hva synes du om at FM-nettet slukkes og at vi kun får DAB-nett i Norge? Fire påstander om holdninger til DAB-utviklingen. 2017. Prosent. N=1000.....	87
Figur 4-28 Hva tror du kostnadene vil bli for deg og din husstand dersom du må bytte ut alle FM-radioer med DAB-radioer? 2017. Prosent. N=1000.	88
Figur 4-29 Hva synes du om DAB-sendingene sammenlignet med FM-sendingene? 2017. Prosent. N=1000.....	88
Figur 4-30 Hva gjør du/har du gjort med FM-radioen(e) i husstanden? Flere svar mulig. 2017. Prosent. N=1000.	89
Figur 4-31 Har du hørt om «Tingenes internett» gjennom oppslag/innslag i norske massemedier. 2017. Prosent. N=1000.	89
Figur 4-32 Kryss av på ulike nett-tilkoblede forbrukerprodukter eller smarthusløsninger som du eller din husstand har, og som kan logges og/eller fjernstyres av deg eller andre i husstanden. 2017. Prosent. N=1000.....	90
Figur 4-33 Holdninger til seks påstander om innsamling av store data om oss og vår handlinger. 2017. Prosent. N=1000.	90
Figur 5-1 Grad av enighet i utsagn som karakteriserer dem som forbruker (N=1000) 2005 (ref. Brusdal, Berg og Lavik 2005, figur 1)	93
Figur 5-2: Andel som boikotter på ulike tidspunkt (ca 1000 hvert år) (ref. Brusdal, Berg og Lavik 2005, figur 2) 94	
Figur 5-3 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)	95
Figur 6-1 Prosentandel som har gjort følgende aktivitet i løpet av siste 12 måneder. 2015. N=1003 (ref. Bugge 2015 b, figur 4-16)	97
Figur 6-2 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)	98

Figur 6-3 Holdninger til norsk mat. N varierer mellom 1039 og 1058 (de som har besvart spørsmålet). (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 5.2.1).....	98
Figur 6-4 Hvor godt eller dårlig stemmer følgende påstander om kroppen din: Stemmer helt, stemmer delvis, stemmer ikke, vet ikke	99
Figur 6-5 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).....	99
Figur 6-6 Når du velger matvarer i butikken, hvor ofte leser du varedeklarasjon? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.4)	100
Figur 6-7 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.4).....	100
Figur 6-8 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012 (ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.6).....	101
Figur 6-9 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.5).....	101
Figur 6-10 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	102
Figur 6-11 Hvordan vil du beskrive kostholdet ditt, generelt sett? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.5)	102
Figur 6-12 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).....	103
Figur 6-13 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)	103
Figur 6-14 Har jeg/vi vært nødt til å kjøpe billigere mat for å få råd til andre ting? Betydningen den økonomiske situasjonen i ditt hushold har hatt for dine matinnkjøp de siste 12 måneder. 2017. Prosent. N=1001.....	104
Figur 6-15 Hvilke av disse utsagnene beskriver best den maten som er spist i din husholdning i løpet av de siste 12 månedene: «Vi/jeg har alltid nok å spise av den maten vi/jeg har lyst på»; «Vi/jeg har alltid nok å spise, men ikke alltid av de matvarene vi/jeg vil ha»; «Noen ganger har vi/jeg ikke nok å spise»; «Vi/jeg har ofte ikke nok å spise»; «Vet ikke». Prosent. 2017. N=1001.	104
Figur 6-16 Hvor ofte kjøper du nedpriset mat i butikk (som nærmer seg utløpsdato)? Prosent. 2017. N=1001. Tallene er ikke publisert tidligere.....	105
Figur 6-17 Hvor godt stemmer utsagnene med hva du gjør når du har kjøpt nedpriset mat i butikk (som nærmer seg utløpsdato)? Prosentandelen blant dem som har kjøpt nedpriset mat i butikk. 2017. N=933. Tallene er ikke publisert tidligere.	105
Figur 6-18 Hvilket utsagn passer best med hva du tenker når du kaster mat? Prosent. 2017. N=1001.	106
Figur 6-19 Er handle- og måltidsvanene dine mest preget av planlegging eller spontanitet? Prosent. 2017. N=1001.	106
Figur 6-20 Kaster du mindre mat når du planlegger innkjøp og måltider? Prosent. 2017. N=1001. Tallene er ikke publisert tidligere.	107

Figur 6-21 Hvor mye mat tror du at du kaster i forhold til andre du kan sammenligne deg med i Norge? Prosent. 2017. N=1001.	107
Figur 6-22 Har du fått mat i gave i løpet av det siste året? Prosent. 2017. N=1001.	108
Figur 6-23 Hvor godt stemmer disse utsagnene? Prosentandelen blant dem som har fått mat i gave i løpet av det siste året. 2017. N=431.	108
Figur 6-24 Tror du at du kaster mer, mindre eller uendret mengde mat når du handler matvarer på nett? Tror du at du at du kaster mer, mindre eller uendret mengde mat når du benytter middagsabonnement/matkasse levert på døren? 2017. Prosent. N: Matvarer på nett=170 (blant dem som har handlet matvarer på nett i løpet av de siste 4 uker eller de siste 12 måneder). Middagsabonnement/matkasse=120 (blant dem som har benyttet seg av middagsabonnement/matkasse levert på døren i løpet av de siste 4 uker eller i løpet av de siste 12 måneder).	109
Figur 7-1 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.	113
Figur 7-2 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)	114
Figur 7-3 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 1 stor grad (Tangeland 2015 – figur 3-3), Tangeland og Vittersø 2016, figur 2-2). Vet ikke er ekskludert, total N i 2014=1014, total N i 2015=1003, total N i 2016=1004)	115
Figur 7-4 Har du/dere gjennomført sparetiltak for å redusere energiforbruket i husholdningen i løpet av de siste fem årene? (Vittersø, Heidenstrøm og Tangeland, 2016, figur 3-1) 2016 (N=1004)	116
Figur 7-5 Dersom du skulle utføre energisparetiltak i husholdningen, hvilke mener du ville være mest effektive? 2010 og 2016. (Vittersø, Heidenstrøm og Tangeland, 2016, figur 3-2). (2010 N=1028, 2016 N=1004)	117
Figur 7-6 Dersom du skulle utføre sparetiltak i husholdningen, hvilke mener du ville være enklest å utføre? 2010 og 2016. (Vittersø, Heidenstrøm og Tangeland, 2016, figur 3-3). 2010 N=1028, 2016, N=1004)	117
Figur 7-7 Hvor raskt bør en eventuell investering for å redusere energiforbruket lønne seg økonomisk? Prosent.	118
Figur 7-8 Prosentandelen som i løpet av de siste 4 ukene har kjøpt Øko = Økologisk merket mat, Rettf. = Varer merket med rettferdig handel (Max Havelaar). N: 2005=1008, 2006=1000, 2007=1000, 2008=1000, 2012=1014, 2013=1063, 2015=1003, 2017=1001.	118
Figur 7-9 Prosentandelen som i løpet av de siste 4 ukene har kjøpt mat direkte fra gård, mat på torg og miljømerkede varer. N: 2008=1000, 2012=1014, 2013=1063, 2015=1003, 2017=1001.	119
Figur 7-10 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).....	119
Figur 7-11 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	120
Figur 8-1 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.....	125

Figur 8-2 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.....	126
Figur 8-3 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	126
Figur 8-4 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.)	127
Figur 8-5 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	127
Figur 8-6 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.....	128
Figur 8-7 Hvorfor bruker du brukte klær? Flere svar kunne avgis. N=404. 2012	128
Figur 8-8 Hva er grunnene til at du ikke har kjøpt brukte klær? Flere svar kunne avgis. N=853. 2012.....	129
Figur 8-9 Hvor ofte brukte du ullkær i februar i år. Fordelt på kjønn. N: Menn=510, Kvinner =494, Tot=1004. Ref. Figur 1-1 (Klepp og Laitala 2016). 2016.....	129
Figur 8-10 Andel av respondenter som i løpet av de siste 12 mnd kjøpt ullgarn eller plagg i ull. Fordelt på kjønn og alder. Ref. figur 1-5 i (Klepp og Laitala 2016). 2016.....	130
Figur 8-11 Andel som har merkevarer blant eldste barn under 18 år. N=288.	131
Figur 8-12 For kjøp av klær har du rett til å reklamere på feil inntil to år etter kjøp uavhengig av hva varen koster, så lenge feilen ikke skyldes unormal bruk av plagget. Har du i løpet av de siste to årene ... 2017. Prosent. N=1001.	132
Figur 8-13 Angrerettloven gir deg 14 dagers returret til klær kjøpt på nett, og noen klesbutikker tilbyr bytterett eller åpent kjøp (ikke undrøy). Har du i løpet av de siste to årene ... 2017. Prosent. N=1001.....	132
Figur 9-1: 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	135
Figur 9-2 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).....	136
Figur 9-3 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	137
Figur 9-4 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? N: Allerede bidrar 2011=609, 2013=578. Bidrar ikke 2011=689, 2013=1001	138

Figur 9-5: 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)	139
Figur 9-6: 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).....	140
Figur 9-7 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].....	140
Figur 9-8 Hvor godt eller dårlig man liker reklame på ulike steder. Prosent. N: 2011=500, 2014 N=1010 [ref. Storm-Mathisen 2014. Figur 3-3].....	141
Figur 9-9 Hvor godt eller dårlig man liker reklame på ulike steder. Prosent. N: 2011=500, 2014 N=1010 [ref. Storm-Mathisen 2014. Figur 3-3] 2016 N=1001 (NORSTAT – ikke publisert tidligere)	141
Figur 9-10 Hvor ofte har du sett skjult reklame følgende steder? (ref. Storm-Mathisen 2014, figur 3-5). (2014 N=1000-1009).....	142
Figur 9-11 I hvilken grad forbrukerne trodde at de kommersielle aktørene hadde påvirket innholdet i «saken». Skala fra 1=svært liten grad til 5=svært stor grad. 2016.....	142
Figur 9-12 Har du i løpet av siste 12 måneder spilt pengespill via følgende kanaler? N=1004 (Borch 2015)	143
Figur 9-13: 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)	143
Figur 10-1 Hvem bør ha hovedansvaret? N=1008. 2005 (ref. Berg 2005, tabell 11)	145
Figur 10-2 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 strømleverandør? Byttet teleleverandør? Byttet forsikringsselskap. 2005. (ekskl. vet ikke) (ref. Lavik 2014, figur 2-1) [Sjekket betingelser er ikke gjengitt i rapporten, lenke under]	146
Figur 10-3 Prosentandel som har byttet ulike leverandører i løpet av siste måneder. Ekskl. vet ikke. (ref. Lavik 2014, figur 2-1)	146
Figur 10-4 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)	147
Figur 10-5 Har du i løpet av de siste 12 månedene vært inne på Finansportalen, Telepriser og Konkurransetilsynet? (Lavik 2014, Slette-meås et al, 2016)	147
Figur 10-6 Har du i løpet av siste 12 mnd. vært inne på de nevnte portalene? Prosent. 2016. Vet ikke er ekskludert	148
Figur 10-7 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, 2016=985	149
Figur 10-8 Andel som prøvde å innhente flere tilbud. N: 2008=274, 2012=838, 2013=418, 2014=402, 2016=406	149

Figur 10-9 Hvilke kanaler benyttet du for å innhente tilbud fra håndverkere? Prosentandeler ja. 2012: N=849. 2014 N=403, 2016=411. Flere svar kunne avgis.....	151
Figur 10-10 Prosentandel av husholdninger som har benyttet seg av (brukt penger på) de nevnte tjenestene i løpet av siste 12 måneder. N: 2015=1003, 2017=1001.....	152
Figur 10-11 Kunne du tenke deg å benytte levering av mat på døren? Prosent. 2015. N=1003.....	152
Figur 10-12 Begrunnelse for å kjøpe mat/middag levert på døren. Prosent. 2015. N=189	153
Figur 10-13 Alternative distribusjonsformer. 2015 N=1003, 2016 N=1001	153
Tabell 7-1 Hvor raskt bør en eventuell investering for å redusere energiforbruket lønne seg økonomisk? Prosent.	118

1 Forbrukstrender: SIFO-surveyen

1.1 Hva er SIFO-surveyen?

SIFO samler årlig inn store mengder data om ulike sider ved forbruket og forbrukernes situasjon i markedet. SIFO-surveyen ble i sin nåværende form gjennomført første gang i februar 2005. Hovedmålsettingen er å framskaffe kunnskap om forbrukerne og hvordan forbrukermarkedene fungerer sett fra forbrukernes interesser. Den skal med andre ord være en motvekt til kommersielle markedsundersøkelser. SIFO-surveyen skal på den ene siden speile og målbare forbrukernes situasjon, holdninger og vurderinger overfor forbrukerpolitiske myndigheter, og på den andre siden bidra til at den enkelte forbruker blir mer bevisst sin rolle i markedene.

En del av datamaterialet består av temaer som er knyttet til konkrete prosjekter ved SIFO og aktuelle problemstillinger som forbrukerinstusjonene er opptatt av. En ikke uvesentlig del av datamaterialet er knyttet til områder der SIFO ønsker å følge utviklingen over tid. Dette gjelder temaer som mat og ernæring, holdninger til og erfaringer med reklame, tilgjengelighet og transparens i ulike forbrukermarkeder, mobilitet i tjenestemarkedet, forbruk og miljø, låneadferd og betalingsproblemer, bruk av ny teknologi og digital betalingsformidling. Noen av disse temaene følges opp hvert år, mens andre blir stilt med ujevne mellomrom. Totalt sett gir dette et bilde av forbrukstrender.

1.2 Leserveiledning

Rapporten inneholder en detaljert innholdsfortegnelse, med hoved- og under temaer. I tillegg finnes det en fullstendig oversikt over de enkelte figurene og tabeller 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.

Figurer og tabeller som er presentert er kun enkle oversikter over univariate fordelinger. Vil man lese mer om temaet, finnes referanser til figurene og tabellene under i form av en lenke eller lenker.

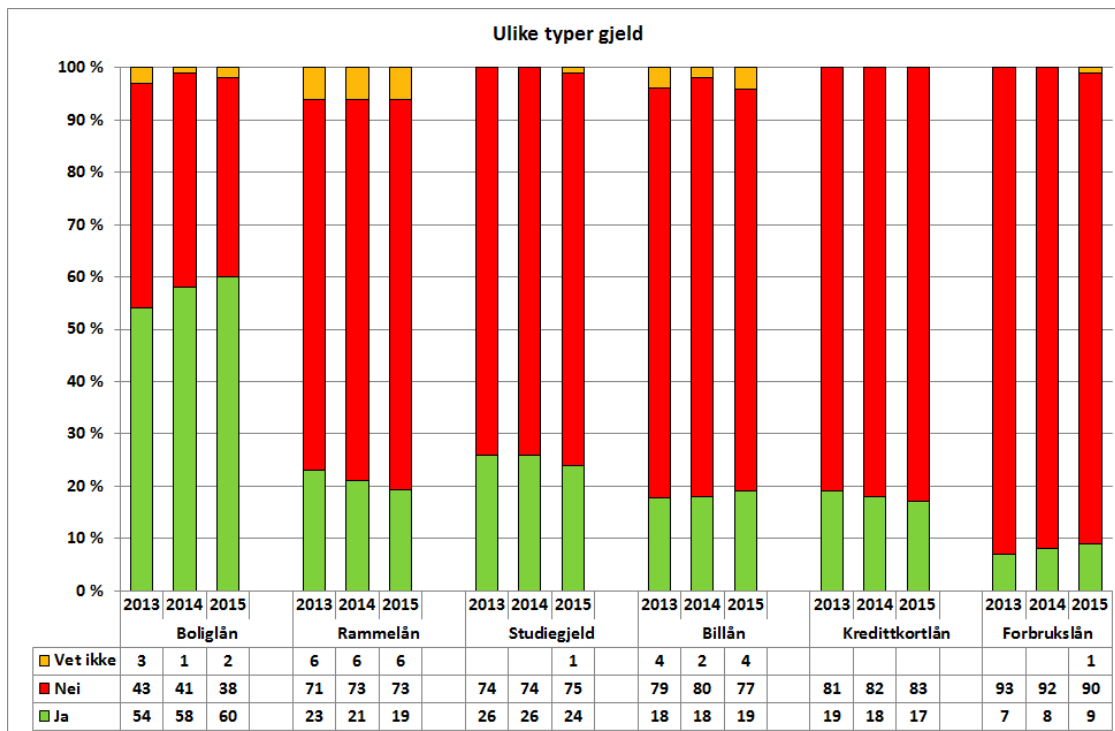
Etter hvert kapittel finnes en oppsummering over hvilke publikasjoner som man kan finne nærmere analyser fra SIFO-surveyene. Er det rapporter, angis lenker i tillegg til referansen. Er det i artikler, oppgis den fulle referansen.

2 Husholdsøkonomi

Kapittelet om husholdsøkonomi viser følgende:

- ✓ Ulike typer gjeld
- ✓ Hva brukes lån til
- ✓ Antall kredittkort
- ✓ Kredittkortgjeld
- ✓ Forbrukslån
- ✓ Betalingsproblemer
- ✓ Utvikling av inntekter og utgifter
- ✓ Buffer
- ✓ Pensjonisttilværelse og økonomi
- ✓ Pensjon og forsikring
- ✓ Husholdsøkonomi – publikasjoner
- ✓ Eiendomsskatt

2.1 Ulike typer gjeld

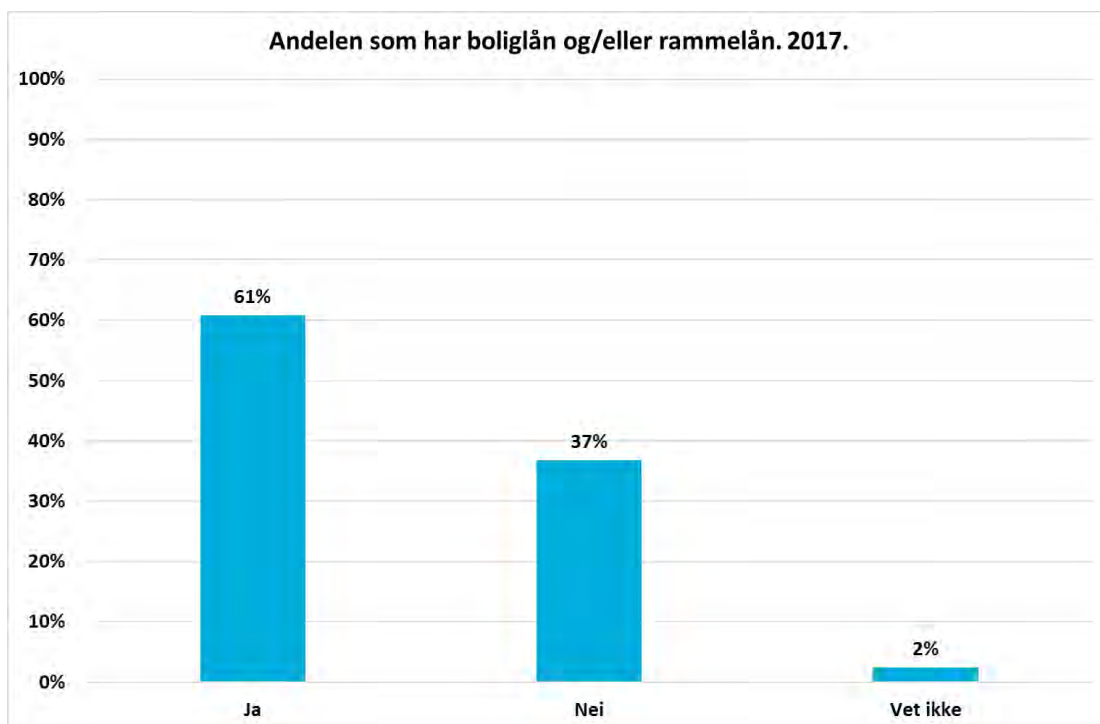


Figur 2-1 Prosentandel med ulike typer lån i 2013, 2014 og 2015. Ulike typer gjeld. Boliglån og rammelån: ekskl. studenter og hjemmeboende barn. Studiegjeld, billån, kredittkortlån og forbrukslån: Inkl. hjemmeboende barn og studenter.^{1 2} ('Vet ikke' er inkl. i beregningsgrunnet)

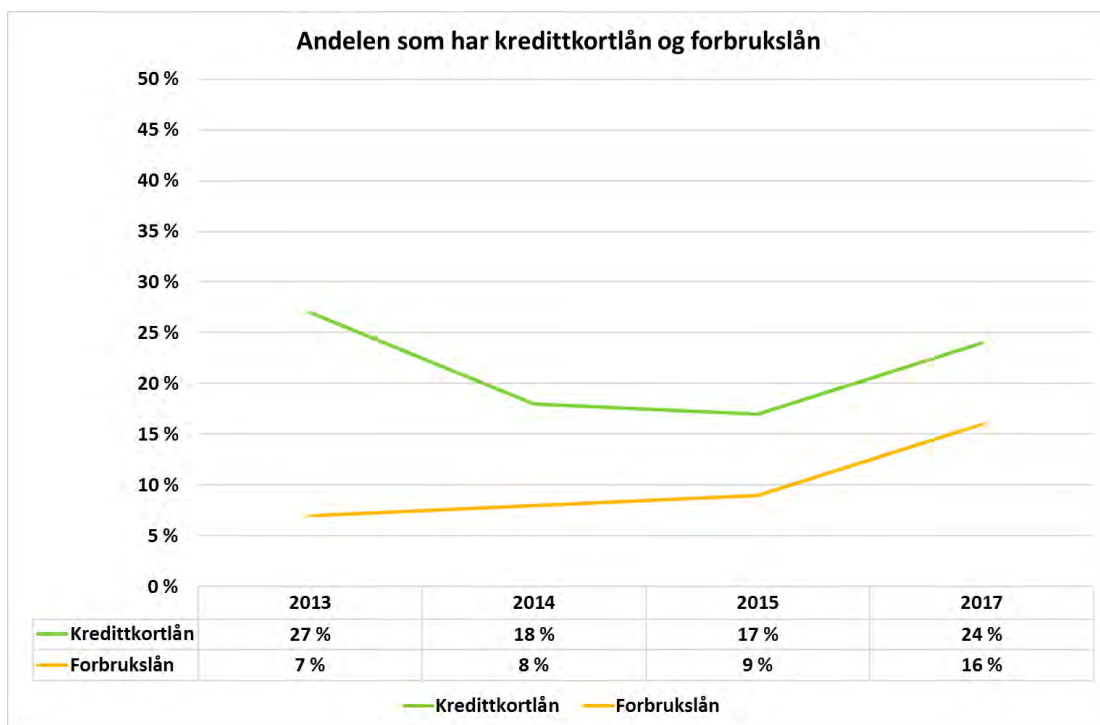
http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf

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.

² For tall fra 2016 se Christan Poppe (2017): *Usikret kreditt – et samfunnsproblem?* Oppdragsrapport nr 6. Oslo: SIFO. Link: <http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Usikret-kreditt-et-samfunnsproblem>. Vi vil inkludere disse tallene i neste forbrukstrender rapport.



Figur 2-2 Andelen som har boliglån og/eller rammelån. Prosent. 2017 (Norstat). N=1001³.

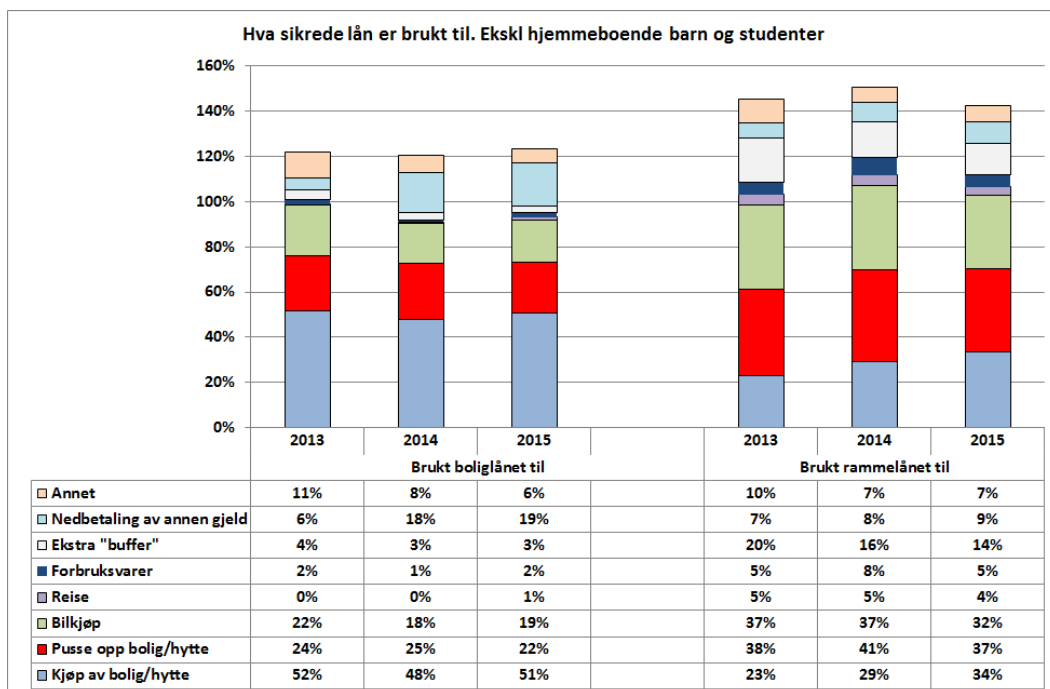


Figur 2-3 Andelen som har kredittkortgjeld og forbrukslån. Prosent. N forbrukslån: 2013=2003, 2014=1962, 2015=2180, 2017 (Norstat)=1001. N kredittkort lån: Blant dem som har kredittkort. Andelen som hadde kredittkort i 2013=1610(80%), 2014=1617(82%), 2015=1669(77%), 2017=808(81%).

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>

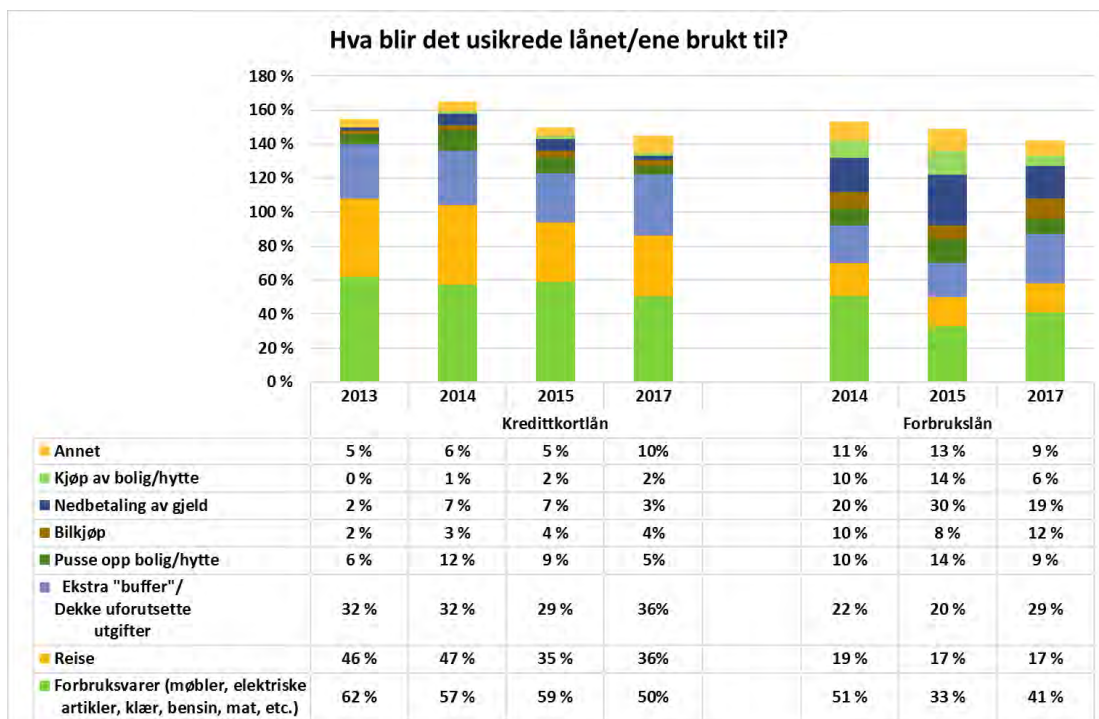
³ Tallene er ikke publisert tidligere.

2.2 Hva brukes lån til?



Figur 2-4 Hva boliglånet og rammelånet er brukt til. Boliggjeld N: 2013=950, 2014=1045, 2015=1104. Rammelån N: 2013=393, 2014=304, 2015=274

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



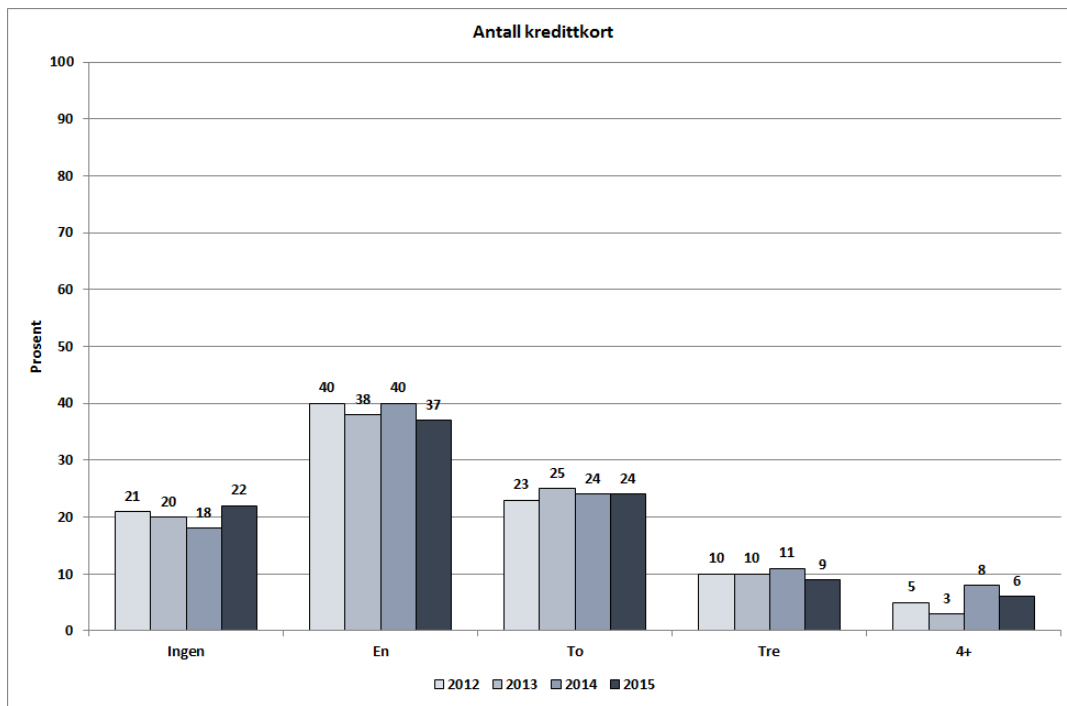
Figur 2-5 Hva blir finansiert med usikrede lån (kredittkortlån og forbrukslån?) Prosent. Flere svar kunne angis⁴.

⁴ Kredittkortlån N: 2013=520, 2014=286, 2015=275, 2017 (Norstat)=194. Forbrukslån N: 2014=164, 2015=192, 2017=158. (Vi mangle data for hva forbrukslån brukes til i 2013. Spørsmålsformuleringen i 2017 var noe annerledes da kategorien «til egenkapital

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

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>

2.3 Antall kredittkort



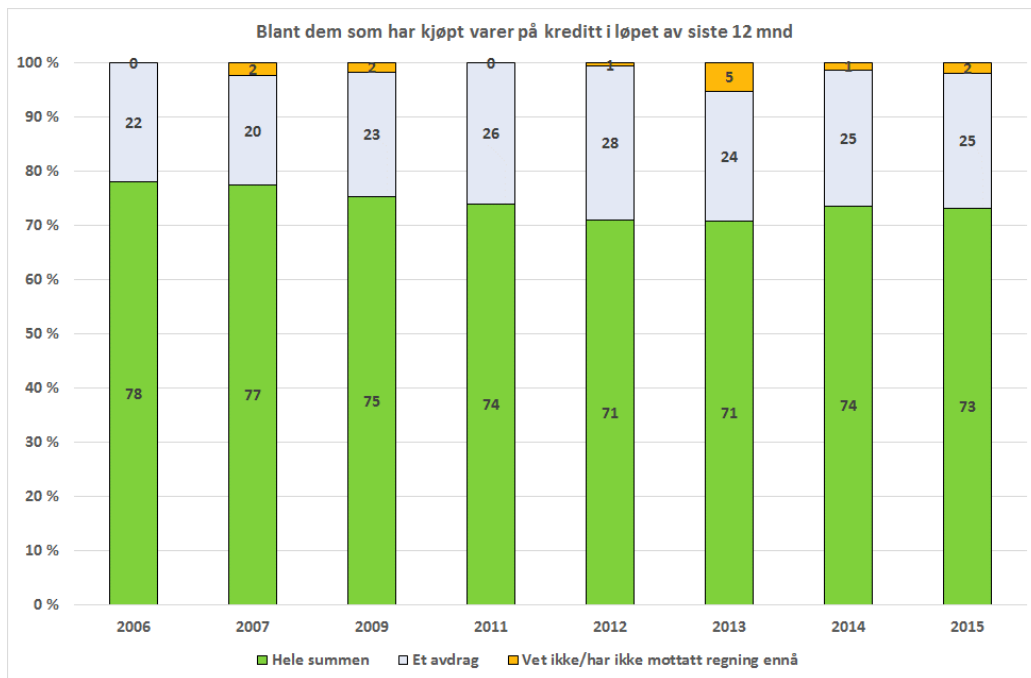
Figur 2-6 Antall kredittkort⁵ (Lavik 2015) N: 2012=2144, 2013=2002, 2014=1996, 2015=2182

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

for kjøp av bolig/hytte» skiller seg fra formuleringen «til kjøp av bolig/hytte», og kategorien «dekke uforutsette utgifter» skiller seg fra formuleringen «ekstra buffer» som ble brukt de andre årene.

⁵ 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.l.) *Hvor mange kredittkort (dvs. med betalingsutsettelse) har du?*

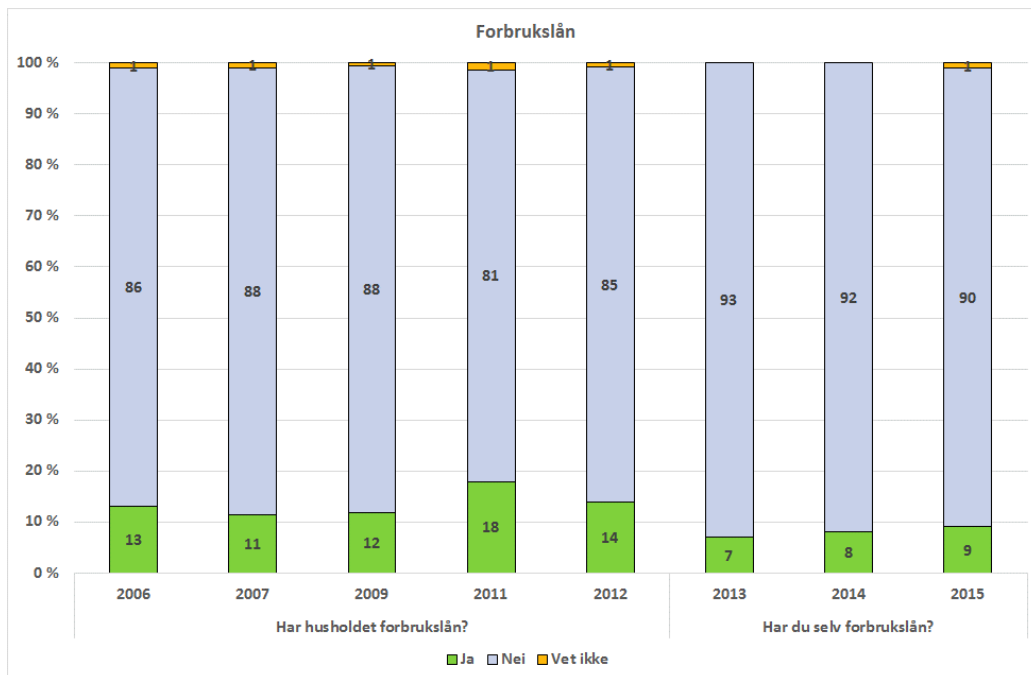
2.4 Kredittkortgjeld



Figur 2-7 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.)

http://www.sifo.no/files/file80531_sifo_fagrapport_1_16.pdf

2.5 Forbrukslån

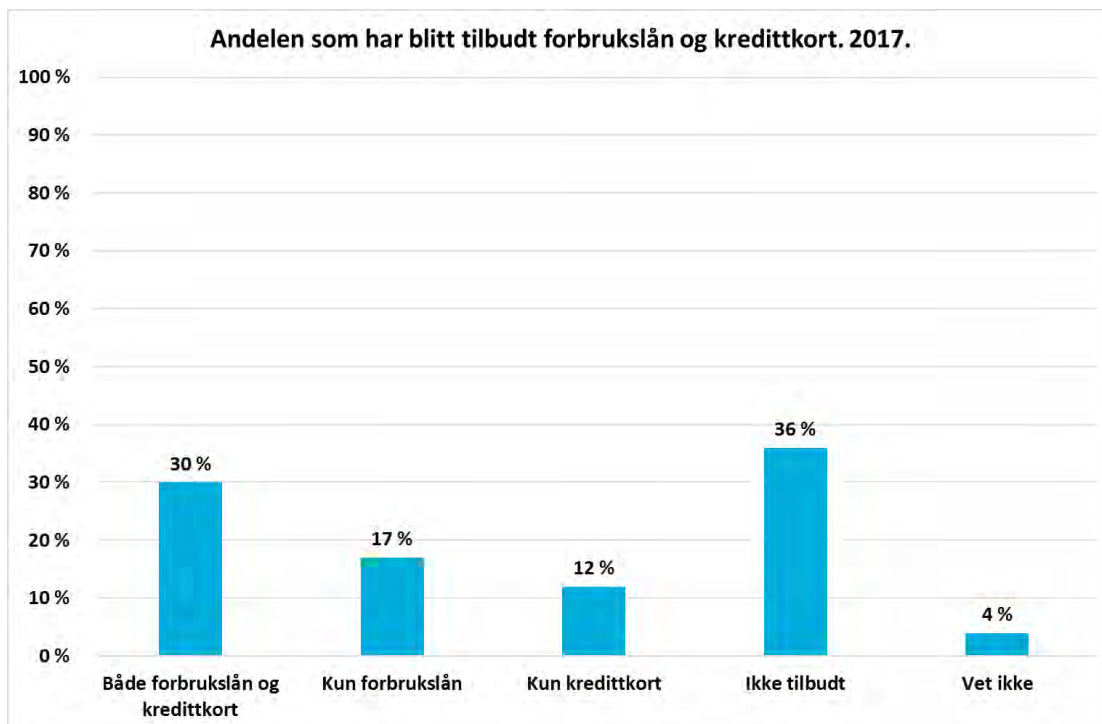


Figur 2-8 Forbrukslån over tid. NB; Merk at fram til og med 2012 ble det spurt om husholdet hadde forbrukslån, mens fra 2012 ble det spurt om de selv hadde forbrukslån. N: 2006=922, 2007=1868, 2009=968, 2011=1060, 2012=2144, 2013=2003, 2014=1962, 2015=2180

http://www.sifo.no/files/file80531_sifo_fagrappport_1_16.pdf

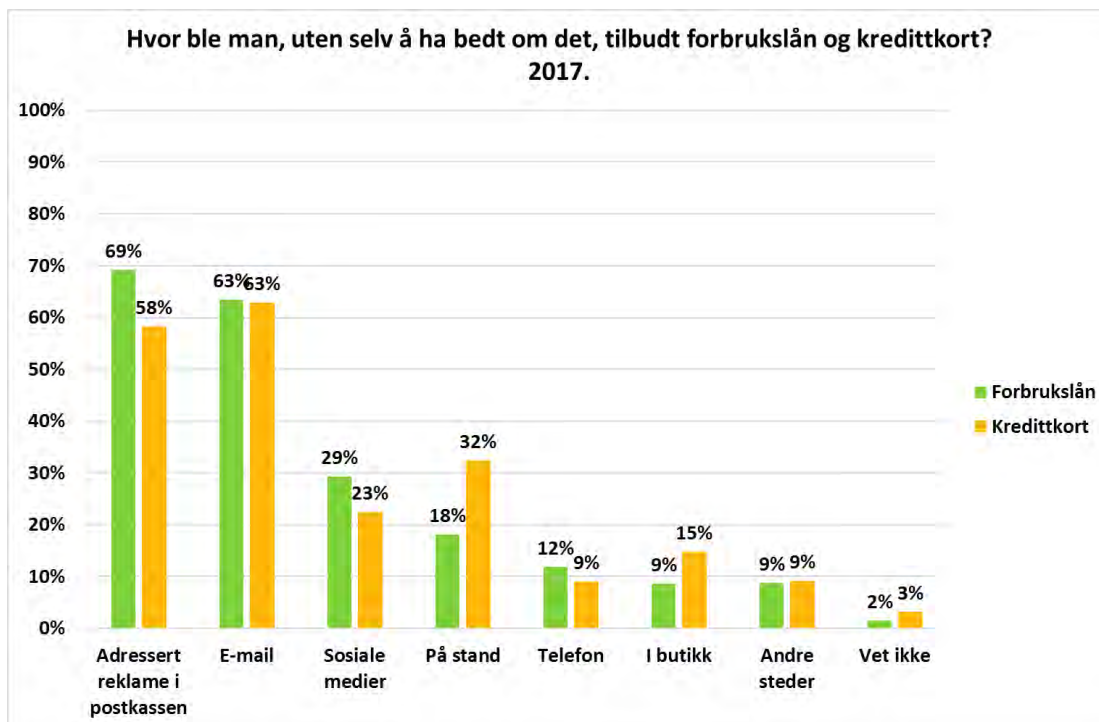
(I Tangeland 2015 er 'vet ikke' ekskludert, derfor finner man ikke igjen helt identiske tall i tabell 4-1 Tangeland 2016, og i ovennevnte figur)

2.6 Pushing av usikret lån



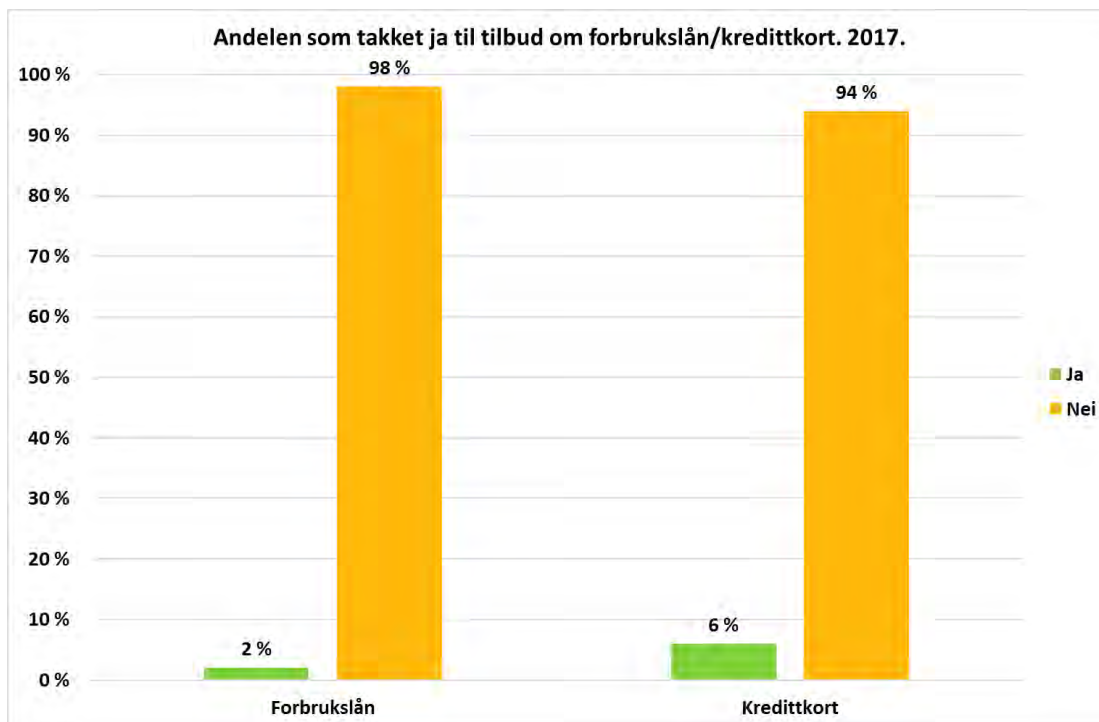
Figur 2-9 Andelen som har blitt tilbudt nytt forbrukslån eller økt ramme på eksisterende forbrukslån, uten selv å ha bedt om det, andelen som har blitt tilbudt nytt kredittkort eller økt ramme på eksisterende kredittkort uten selv å ha bedt om det i løpet av de siste 12 månedene. Prosent. 2017 (Norstat). N=1001.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>



Figur 2-10 Hvor ble man, uten selv å ha bedt om det, tilbudt nytt forbrukslån, økt ramme på eksisterende forbrukslån, nytt kredittkort eller økt ramme på eksisterende kredittkort i løpet av de siste 12 månedene? Blant dem som har blitt tilbudt forbrukslån/kredittkort. Prosent. 2017 (Norstat). N: Forbrukslån=481, kredittkort=429.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>



Figur 2-11 Andelen blant dem, som uten selv å ha bedt om det, fikk tilbud og takket ja til tilbudet/tilbudene om nytt forbrukslån/økt ramme på eksisterende forbrukslån, nytt kredittkort/økt ramme på eksisterende kredittkort i løpet av siste 12 månedene. Prosent. 2017 (Norstat). N: Forbrukslån=473, kredittkort=415.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>

2.7 Betalingsproblemer

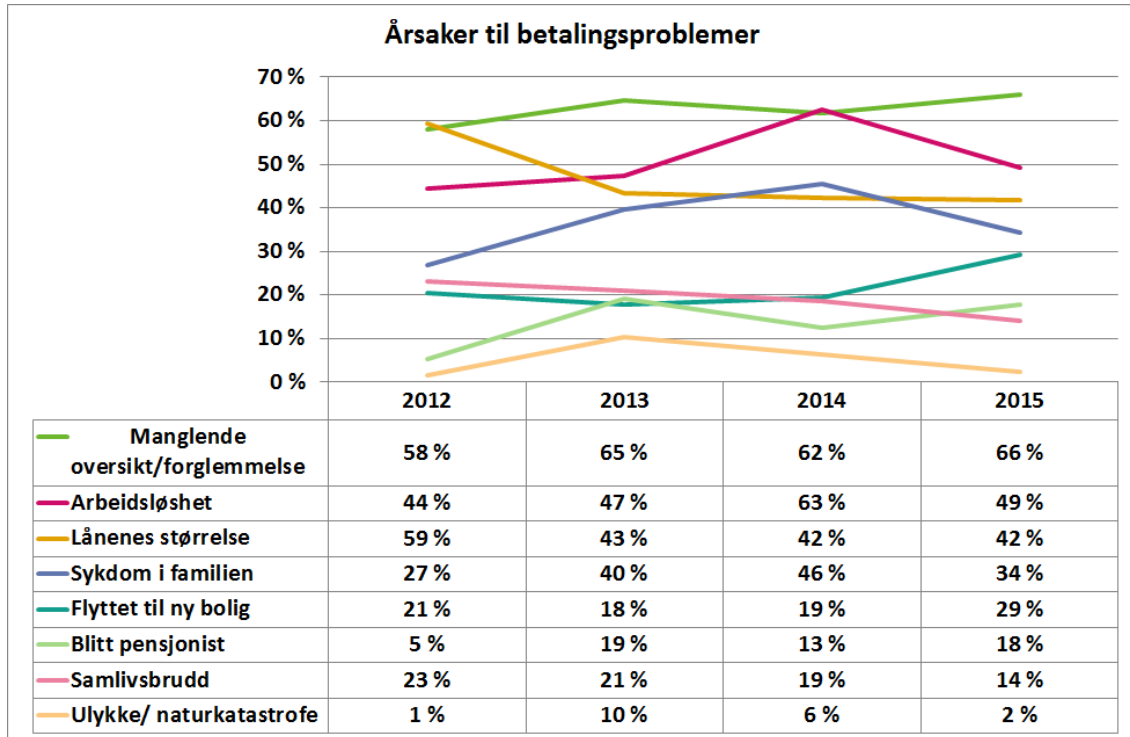


Figur 2-12 Tilbakevendende betalingsproblemer. Prosentandel. (Ref. figur 8-8, Tangeland 2014) (Figur 3-1 i Tangeland 2015) (Figur 2-3 i Poppe 2016). N 2017(Kantar)⁶=2040.

http://www.sifo.no/files/file80665_oppdagsrapport_13_2016_sifo.pdf

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>

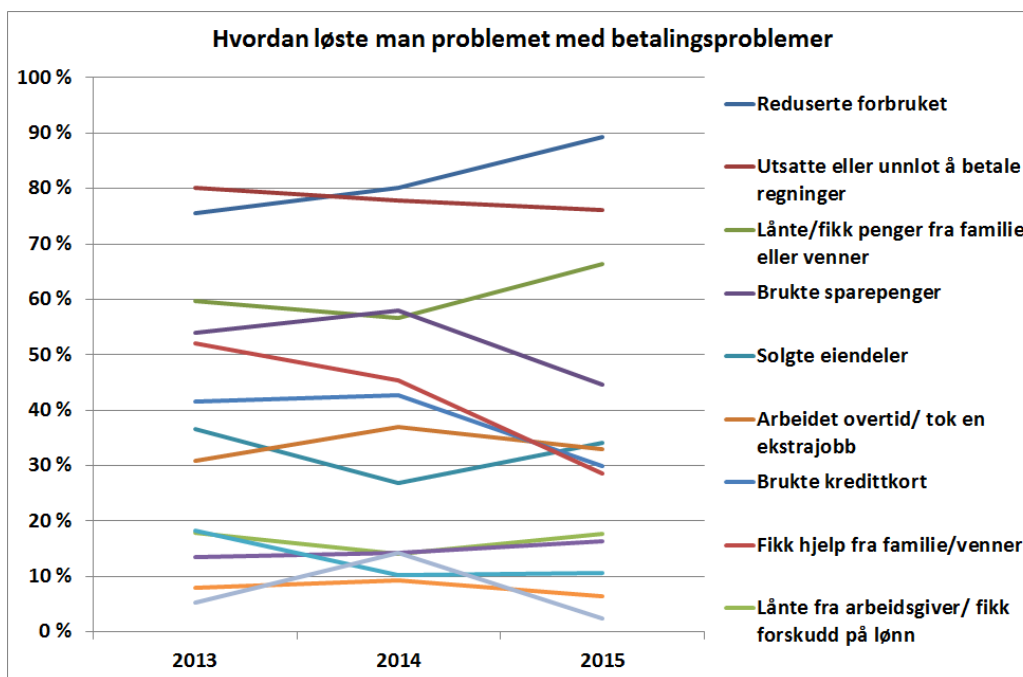
⁶Spørsmålsformuleringen er følgende: «I løpet av de siste 12 månedene, hvor ofte har det hendt at husholdet/du selv ikke har hatt penger til å betale regninger eller lån ved siste forfall?» Kategoriene svært «ofte/alltid», «ganske ofte» og «av og til» er definert som å ha tilbakevendende betalingsproblemer.



Figur 2-13 Egenrapporterte hovedårsaker og medvirkende årsaker til betalingsproblemer i perioden 2012-2015 (2012: N = 101, 2013: N = 89, 2014: N = 94 og 2015: N = 85)⁷ [Tangeland 2015 figur 3-2]

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

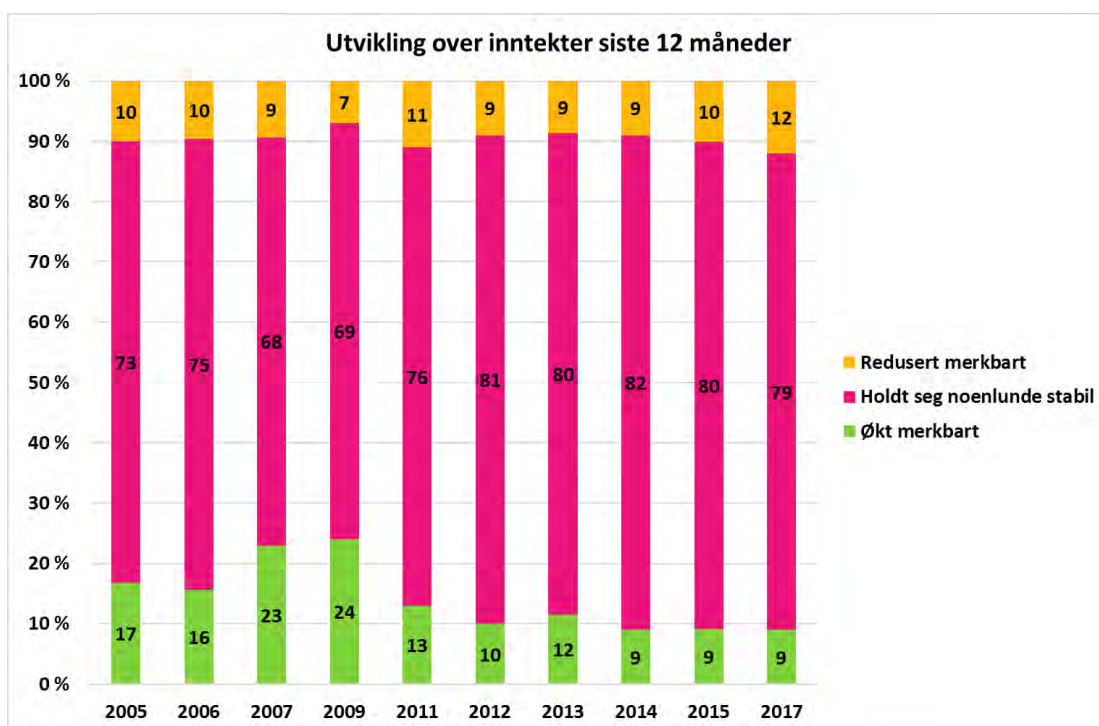
⁷ Spørsmålsformulering: Her følger noen av de vanligste årsakene til at man kommer i betalingsproblemer. Er disse hovedårsak, medvirkende årsak eller uten betydning for betalingsproblemer i husholdet ditt? I figuren er andelen som svarte hovedårsak og medvirkende årsak slått sammen.



Figur 2-14 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]

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

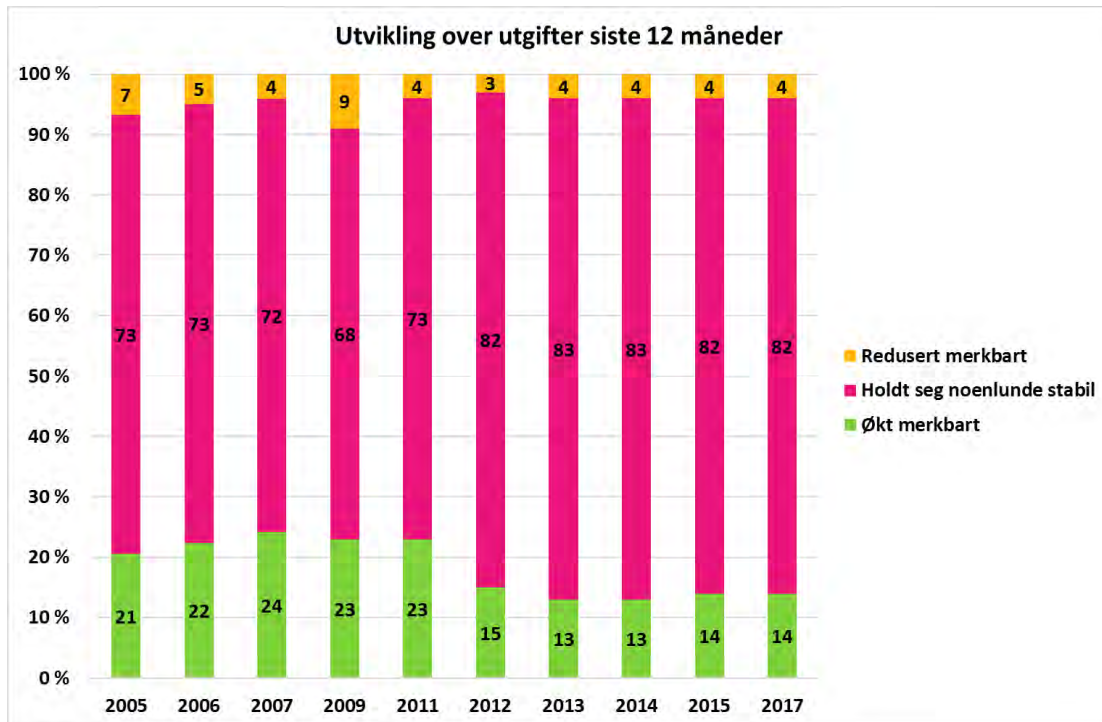
2.8 Utvikling av inntekter og utgifter



Figur 2-15 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'⁸

⁸ N: 2005=759 2006=902 2007=1845 2009=789 2011=956 2012=1831 2013=1700 2014=1759 2015=1812 2017(Kantar)=1975. Tall fra 2017 er ikke publisert tidligere.

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

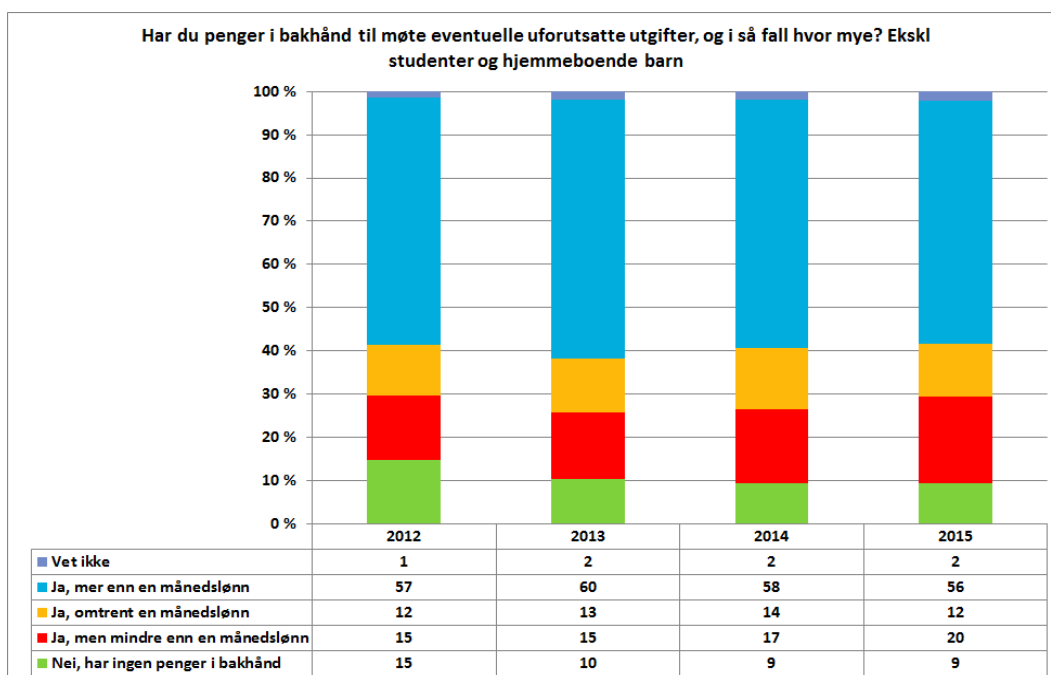


Figur 2-16 Utvikling over utgifter siste 12 måneder. 2005: Poppe 2005 tabell 4, 2006: Tufte 2007 – referert i tekst. Tangeland 2014. ref. figur 8 – 1; 2009 – 2014. I figur 1-2 Poppe 2015] Ekskl. studenter, hjemmeboende barn og 'vet ikke'.⁹

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

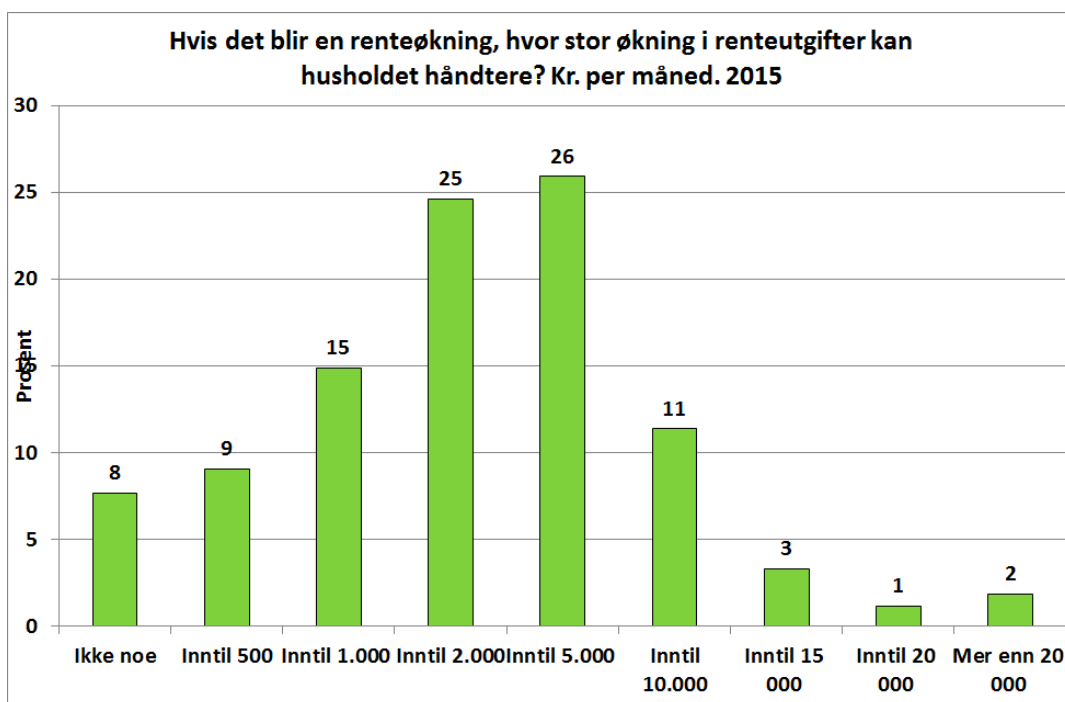
⁹ N: 2005=764 2006=909 2007=1848 2009=789 2011=1046 2012=1837 2013=1705 2014=1755 2015=1795 2017 (Kantar)=1977. Tall fra 2017 er ikke publisert tidligere.

2.9 Buffer



Figur 2-17 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)

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

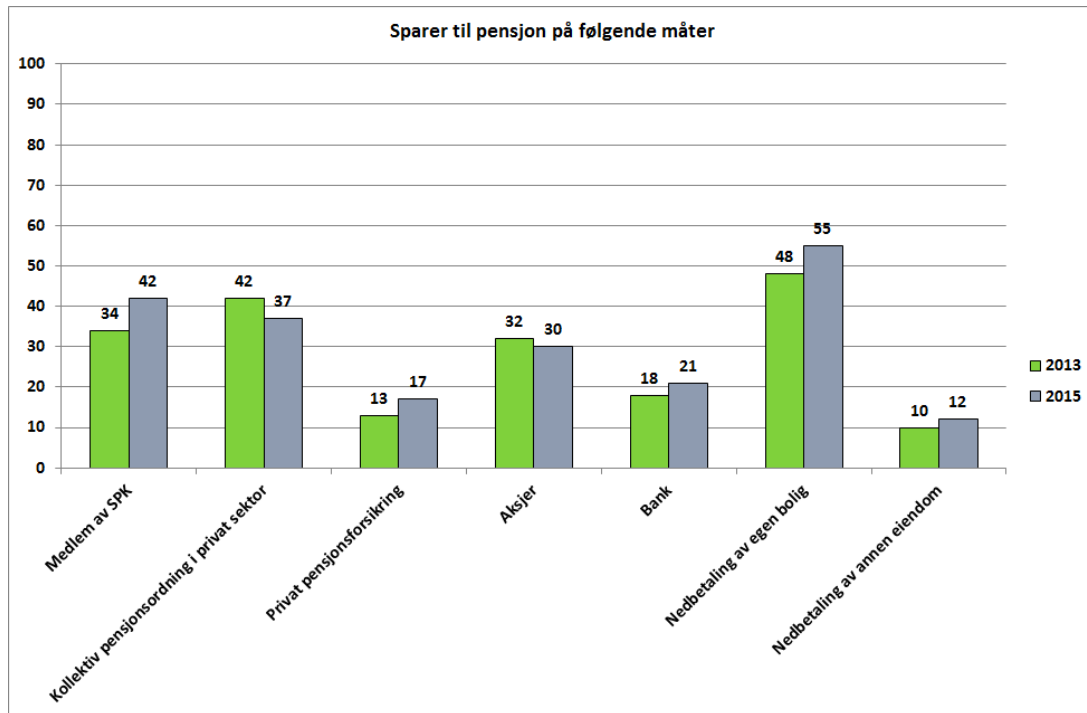


Figur 2-18 Hvor stor økning renteutgiftene man kan tåle. Låntakere i 2015. N=1759 [Figur 1-7 i Poppe 2015]

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

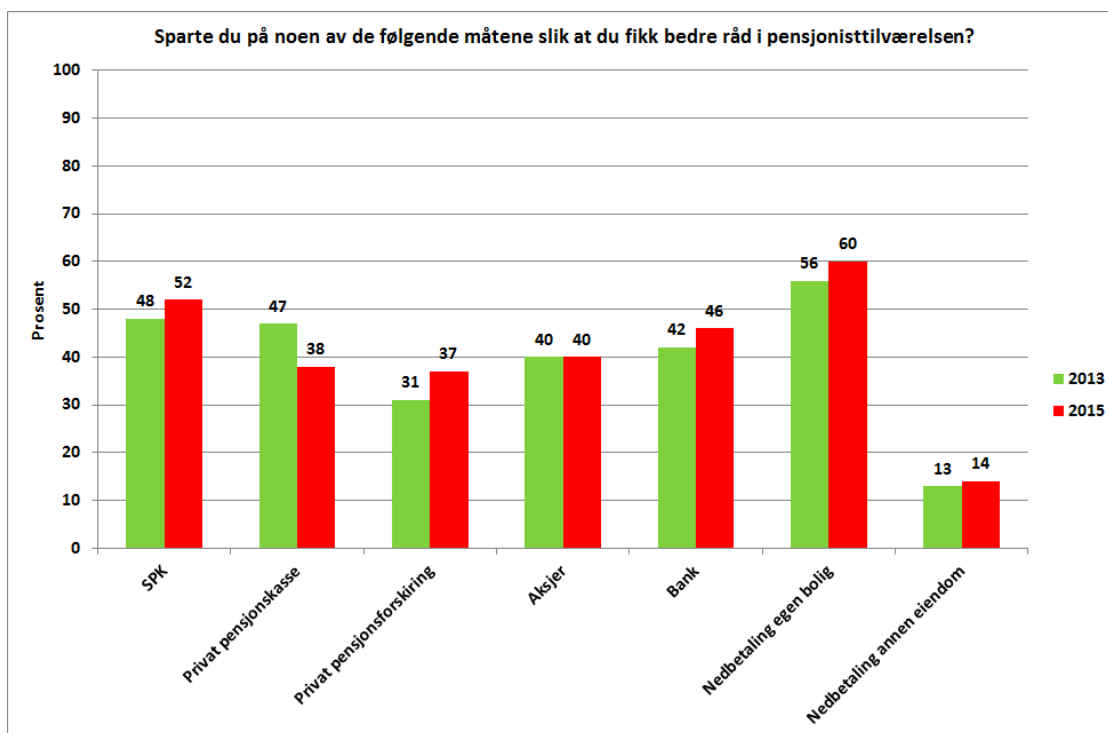
2.10 Pensjonisttilværelse og økonomi

2.10.1 Sparer til pensjon?



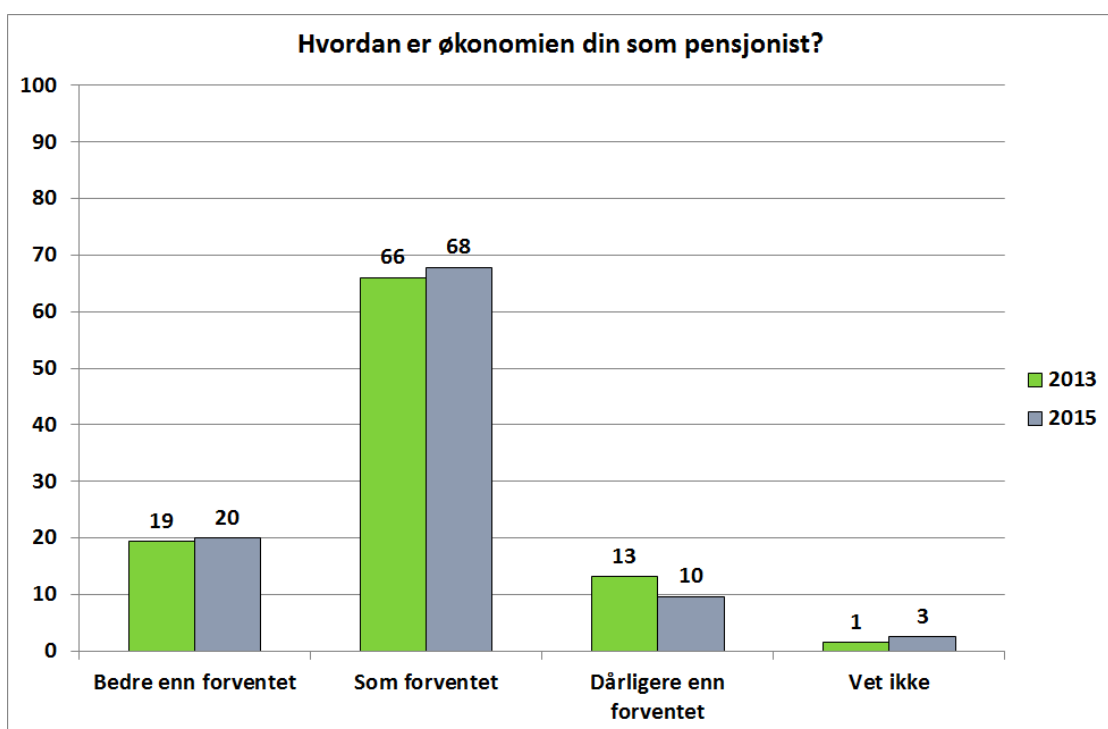
Figur 2-19 Man kan spare til pensjon på ulike måter. Sparer du på noen av følgende måtene? N: 2013=1689, 2015=822. Blant ikke-pensjonister [ikke publisert tidligere].¹⁰

¹⁰ 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=Sparrer gjennom privat pensjonsavtale/pensjonsforsikring. Aksjer=Sparrer på egenhånd i aksjer, fond eller andre finansielle spareprodukter. Bank=Sparrer til pensjonist-tiden på bankkonto. Nedbetaling av egen bolig=Sparrer gjennom nedbetaling av egen bolig. Nedbetaling av annen eiendom=Sparrer gjennom nedbetaling av annen eiendom.



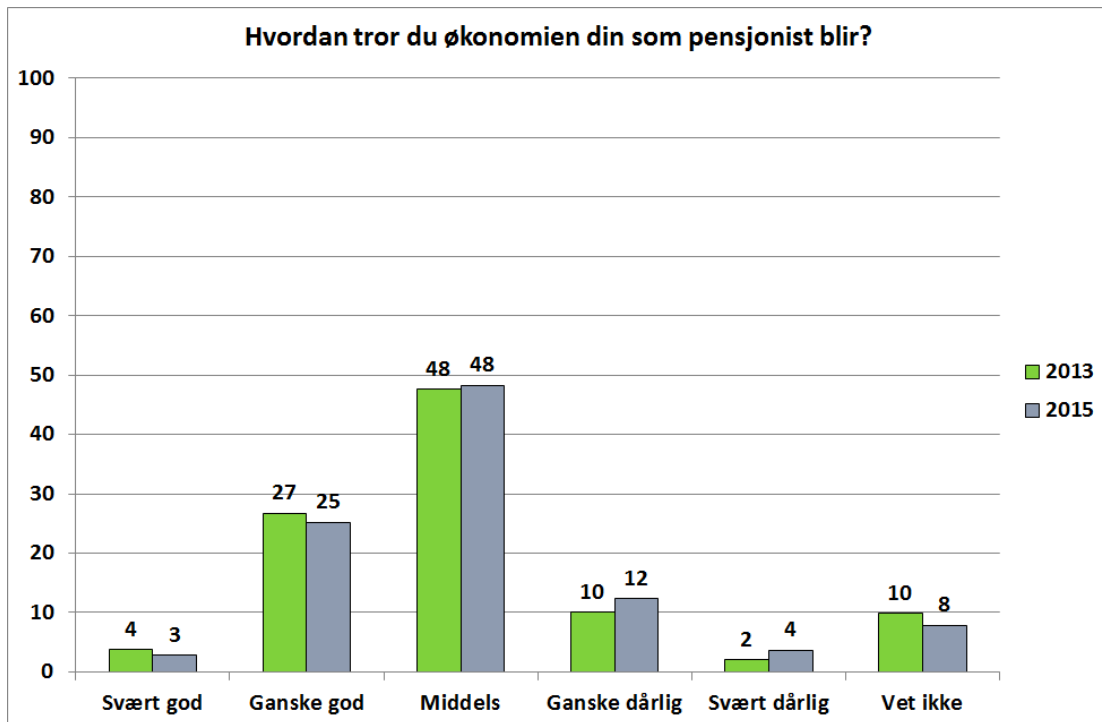
Figur 2-20 Sparte du slik at du fikk bedre råd i pensjonisttilværelsen? Pensjonister. 2013 og 2015. N: 2013=276, 2015=182. [Ikke publisert tidligere].

2.10.2 Forventninger til fremtidig økonomi og hvordan den er i dag



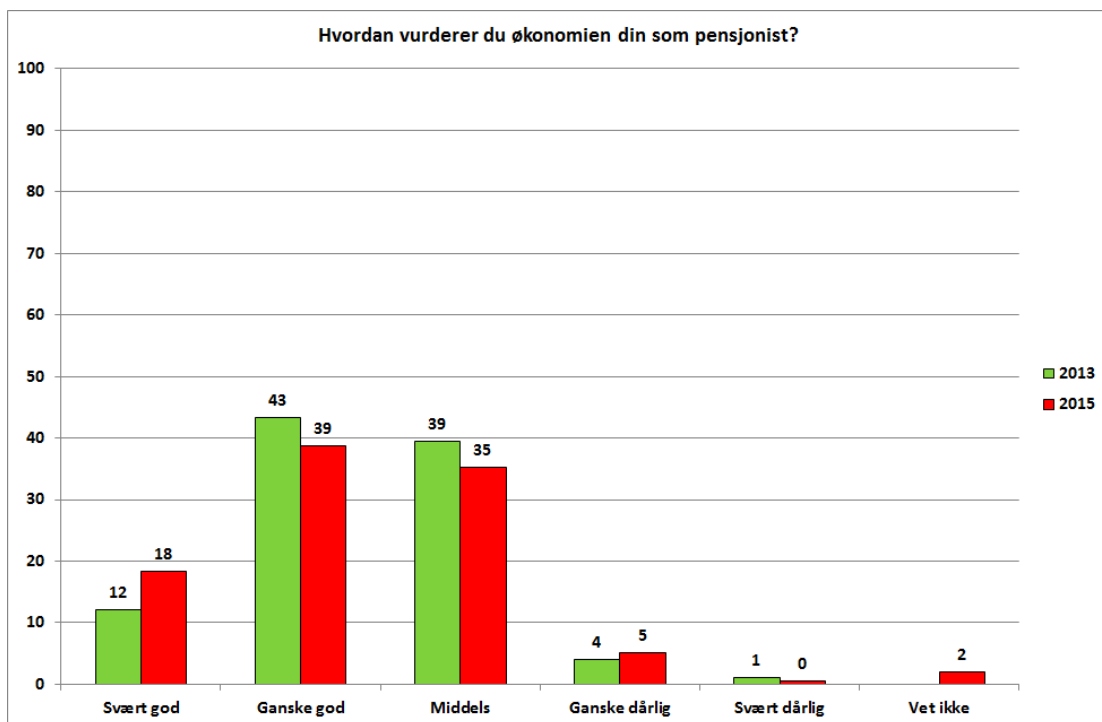
Figur 2-21 Hvordan er økonomien din som pensjonist? 2013 og 2015. (Pensjonister). N: 2013=287, 2015=182 (Alfnes 2015)

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



Figur 2-22 Hvordan tror du økonomien din som pensjonist blir? (Ikke-pensjonister). N: 2013=1713, 2015=822. (Alfnes 2015)

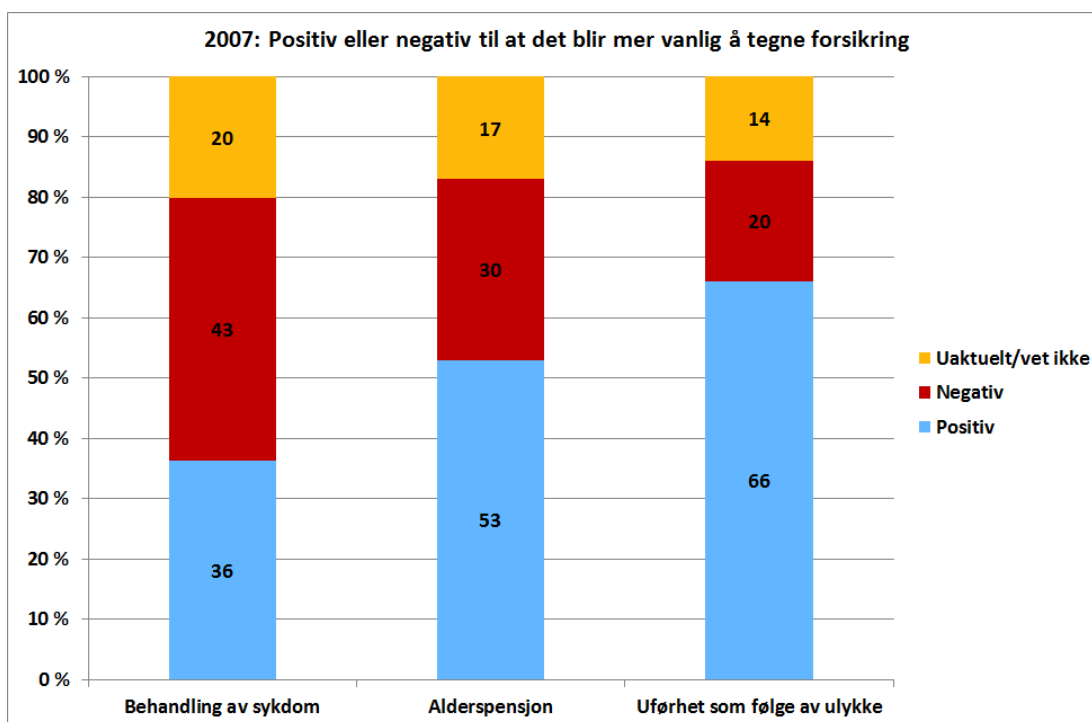
http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf



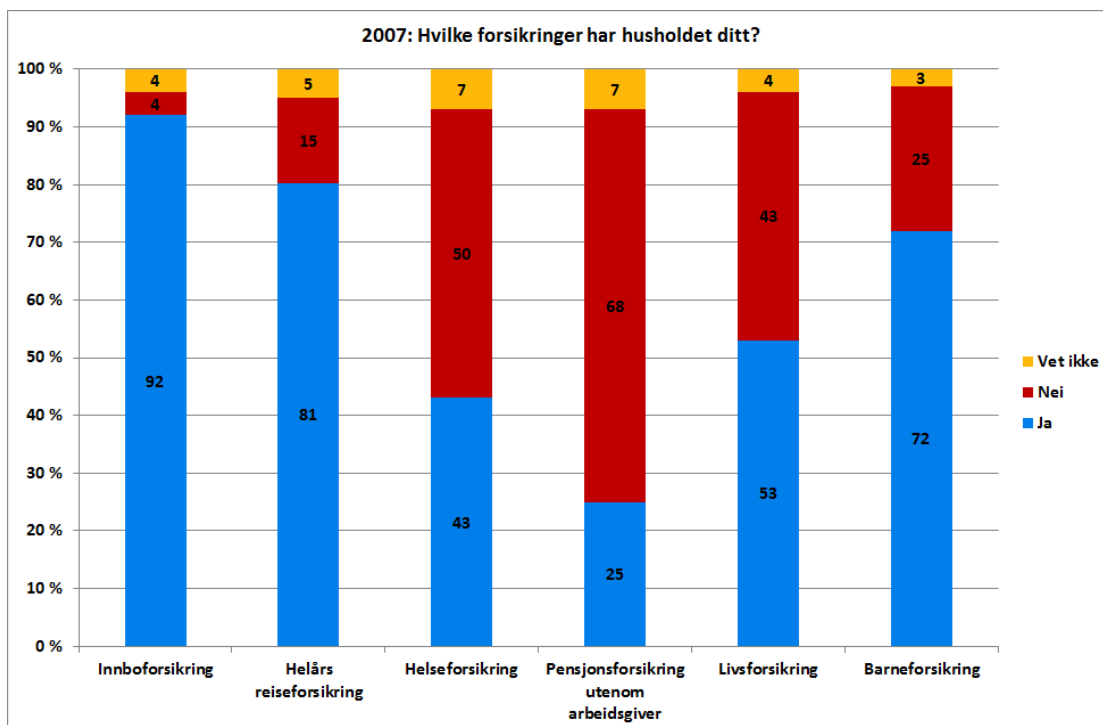
Figur 2-23 Hvordan vurderer du økonomien din som pensjonist? N; 2013=287, 2015=182 (Alfnes 2015)

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

2.11 Pensjon og forsikring

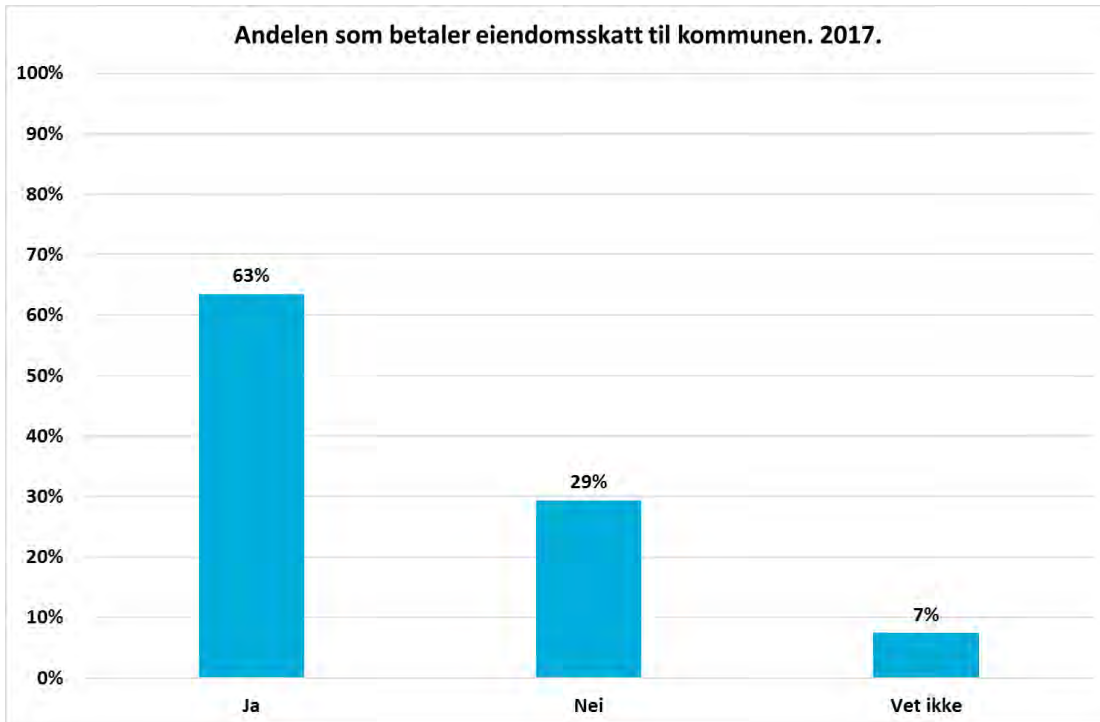


Figur 2-24 Er du positiv eller negativ til at det blir mer vanlig å tegne privat forsikring i forhold til: Behandling av sykdom, Alderspensjon, Uførhet som følge av ulykke? N=1000. 2007 [ikke publisert tidligere]



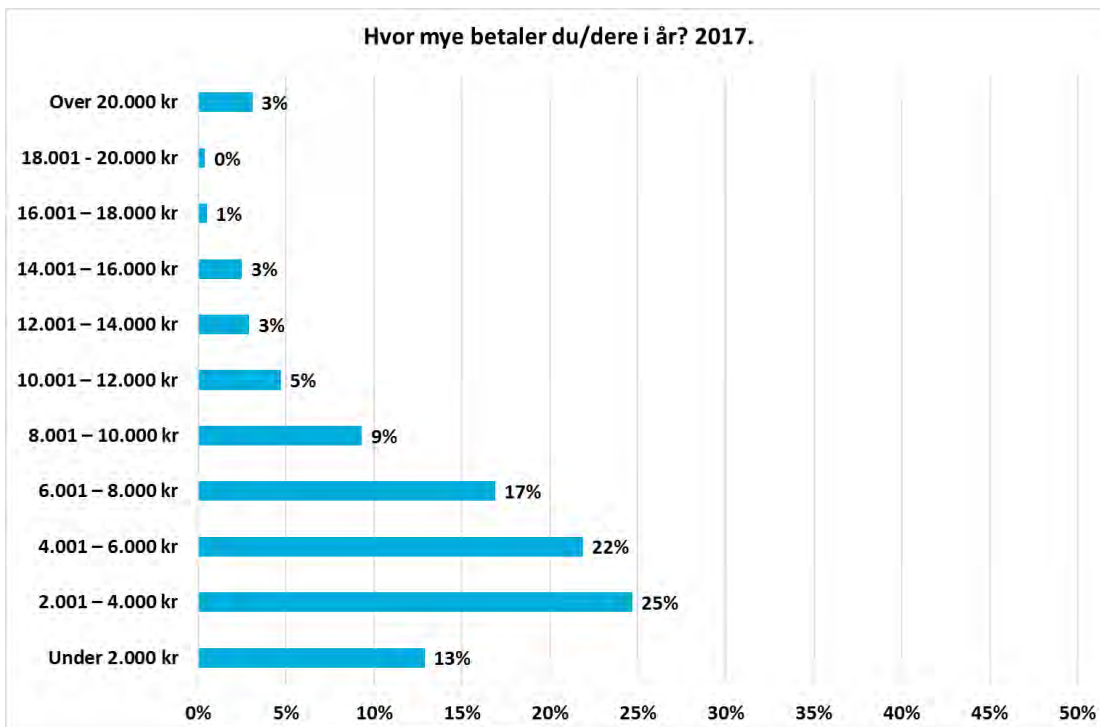
Figur 2-25 Hvilke av følgende forsikringer har ditt hushold for øyeblikket? Innboforsikring, Helårs reiseforsikring, Helseforsikring, Pensjonsforsikring utenom arbeidsgiver, Livsforsikring, Barneforsikring (de med barn). N=1000 unntatt barneforsikring der N=375. 2007 [ikke publisert tidligere]

2.12 Eiendomsskatt



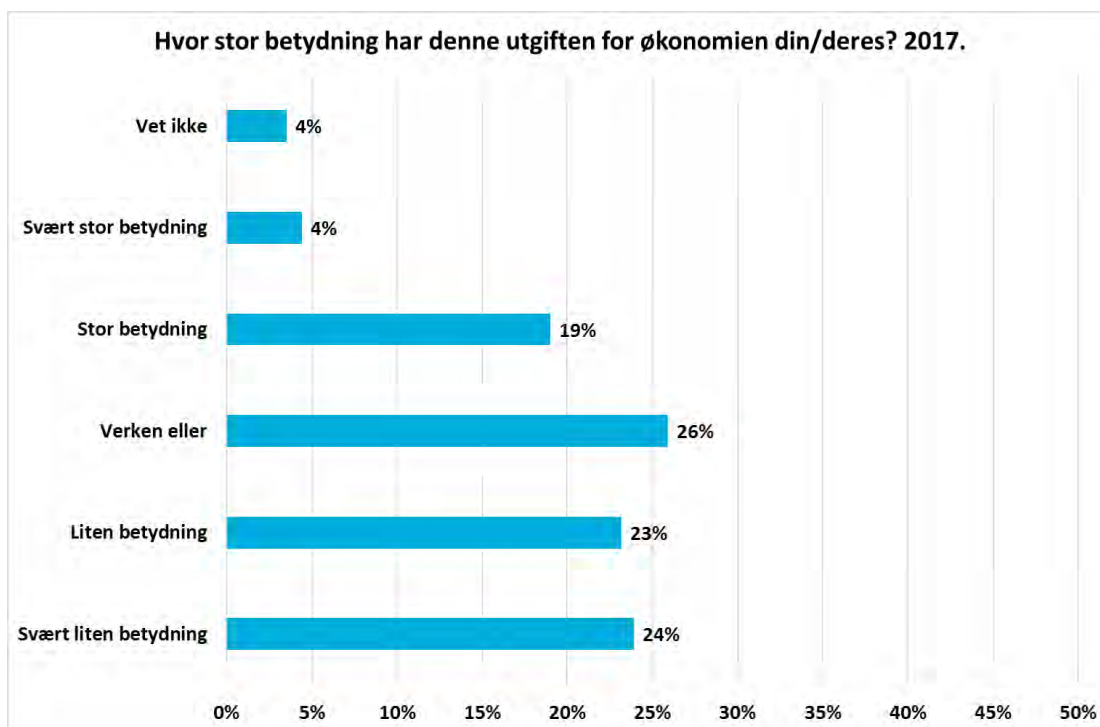
Figur 2-26 Betaler du/dere eiendomsskatt til kommunen? Prosentandelen blant dem som eie bolig. 2017. N=803.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>



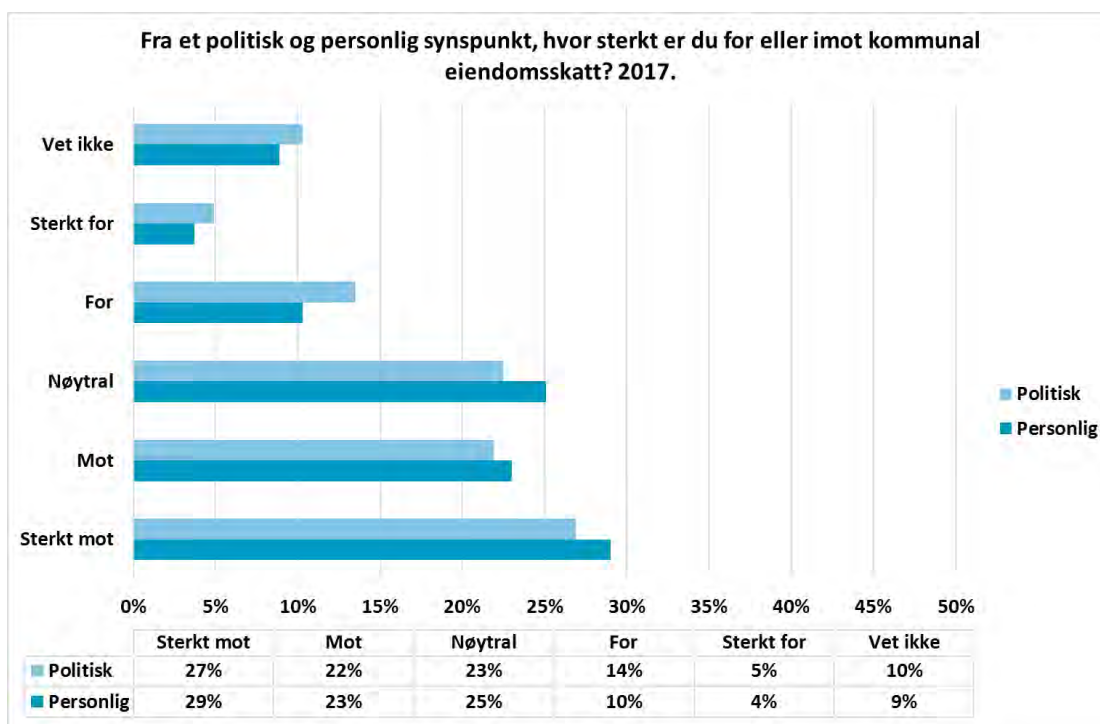
Figur 2-27 Hvor mye betaler du/dere i år? Prosentandelen blant dem som betaler eiendomsskatt. 2017 (Norstat). N=509.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>



Figur 2-28 Hvor stor betydning har denne utgiften for økonomien din/deres? Prosentandelen blant dem som betaler eiendomsskatt. 2017 (Norstat). N=509.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>



Figur 2-29 Fra et personlig synspunkt, hvor sterkt for eller mot kommunal eiendomsskatt er du? Fra et politisk synspunkt, hvor sterkt for eller mot kommunal eiendomsskatt er du? 2017 (Norstat). N=1001.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>

2.13 Husholdsøkonomi – publikasjoner

Publikasjoner som har benyttet SIFO-survey

- Borgeraas, Elling M. (2017): Eiendomsskatt – bare pest og plage? I *Forbrukstrender 2017. SIFO-survey: Forbrukskreditt – et samfunnsproblem? «Pushing» av usikret kreditt – hvor og til hvem? Eiendomsskatt – en pest og plage? Reklamasjon og garanti – samme sak? Billige og dårlige klær – få klager. DABbende forbrukerinteresse?* Red av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 6. Oslo: SIFO.
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>
- Tangeland, Torvald (2017): “Pushing” av usikret lån – hvor og til hvem? I *Forbrukstrender 2017. SIFO-survey: Forbrukskreditt – et samfunnsproblem? «Pushing» av usikret kreditt – hvor og til hvem? Eiendomsskatt – en pest og plage? Reklamasjon og garanti – samme sak? Billige og dårlige klær – få klager. DABbende forbrukerinteresse?* Red av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 6. Oslo: SIFO.
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>
- Poppe, Christian (2017): Er usikret kreditt et samfunnsproblem? I *Forbrukstrender 2017. SIFO-survey: Forbrukskreditt – et samfunnsproblem? «Pushing» av usikret kreditt – hvor og til hvem? Eiendomsskatt – en pest og plage? Reklamasjon og garanti – samme sak? Billige og dårlige klær – få klager. DABbende forbrukerinteresse?* Red av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 6. Oslo: SIFO.
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>
- Borgeraas, Elling M; Poppe, Christian; Lavik, Randi Kristine (2016).
 Consuming the Home. Walking the Thin Line between Welfare and Catastrophe. *Italian Sociological Review* 2016; Volum 6.(1) s. 87-111 HIOA
- Torvald Tangeland (2016): *Den økonomiske situasjonen for norske husholdninger – Resultater fra SIFO-survey 2015*. Fagrapport nr. 1. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file80531_sifo_fagrapport_1_16.pdf
- Poppe, Christian (2016): *Økonomisk utsatthet 2016*. Oppdragsrapport nr. 13. Oslo: SIFO/HIOA
http://www.sifo.no/files/file80665_oppdagsrapport_13_2016_sifo.pdf
- Poppe, Christian (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
http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf
- Lavik, Randi (2015): Er forbrukslån smart? 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
- 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
- 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

- 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
- 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
- Poppe, Christian og Christian Koyama (2014): *Betalingsproblemer og livsfaser. En kvantitativ studie av livsfasespesifikke årsaker til betalingsproblemer*. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning 2014 89 s. SIFO Fagrapport (2) HIOA
http://www.sifo.no/files/file79879_fagrapport_2-2014_web.pdf
- Lavik, Randi, Lisbet Berg, Ragnhild Brusdal (2013): *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
- Lavik, Randi (2013): *Husholdningenes økonomiske situasjon og betalingsproblemer i 2012 SIFO-survey 2012*. Prosjektnotat nr. 6 2013. Oslo SIFO
http://www.sifo.no/files/file78798_prosjektnotat_6-2013_web.pdf
- Poppe, Christian (2012): *Økonomisk utsatthet: Situasjonen for norske hushold i 2012*. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning 2012 38 s. SIFO Oppdragsrapport (2) HIOA
http://www.sifo.no/files/file78088_økonomisk_utsatthet_2011_endelig_sifo-rapport.pdf
- Lavik, Randi og Per Arne Tufte. *Husholdningenes økonomiske situasjon 2011 Betalingsproblemer i etterkant av finanskrisen*. Prosjektnotat nr. 12 2011. Oslo SIFO
http://www.sifo.no/files/file77927_prosjektnotat_12-2011_husholdningenes_økonomiske_situasjon_2011_rev.pdf
- Poppe, Christian (2008): *Husholdningenes tidlige reaksjoner på finanskrisen. 2008* Prosjektnotat (4) 21 s. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file74902_betprob_2008_final2.pdf
- Tufte, Per Arne (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
- Poppe, Christian (2006): *Husholdningenes økonomiske situasjon 2006*. Prosjektnotat nr. 6. Oslo SIFO
http://www.sifo.no/files/file66154_prosjektnotat_nr.6_-2006.pdf
- Poppe, Christian (2005): *Husholdningenes betalingsproblemer i oppgangstider*. Prosjektnotat nr. 3 1985. Oslo SIFO
http://www.sifo.no/files/file57683_prosjektnotat_2005-03web.pdf
- Poppe, Christian (2005). *Betalingsproblemer i oppgangstider*. Prosjektnotat 3. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file57683_prosjektnotat_2005-03web.pdf

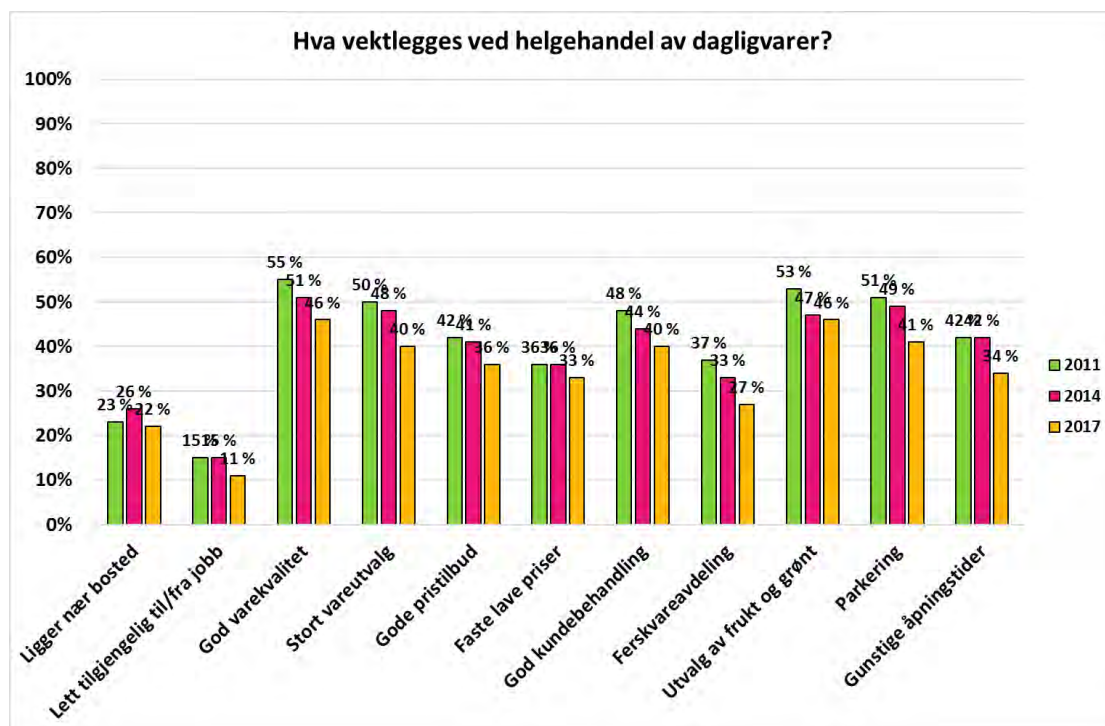
3 Marked, varehandel, distribusjon

Kapittelet om marked, varehandel og distribusjon viser følgende

- ✓ Handlevaner
- ✓ Søndagsåpent
- ✓ Klageatferd
- ✓ Reklamasjon og garanti
- ✓ Kosmetikk
- ✓ Med barn i butikk
- ✓ Drosjemarkedet – tilfredshet

3.1 Handlevaner

3.1.1 Hva vektlegges ved innkjøp av dagligvarer

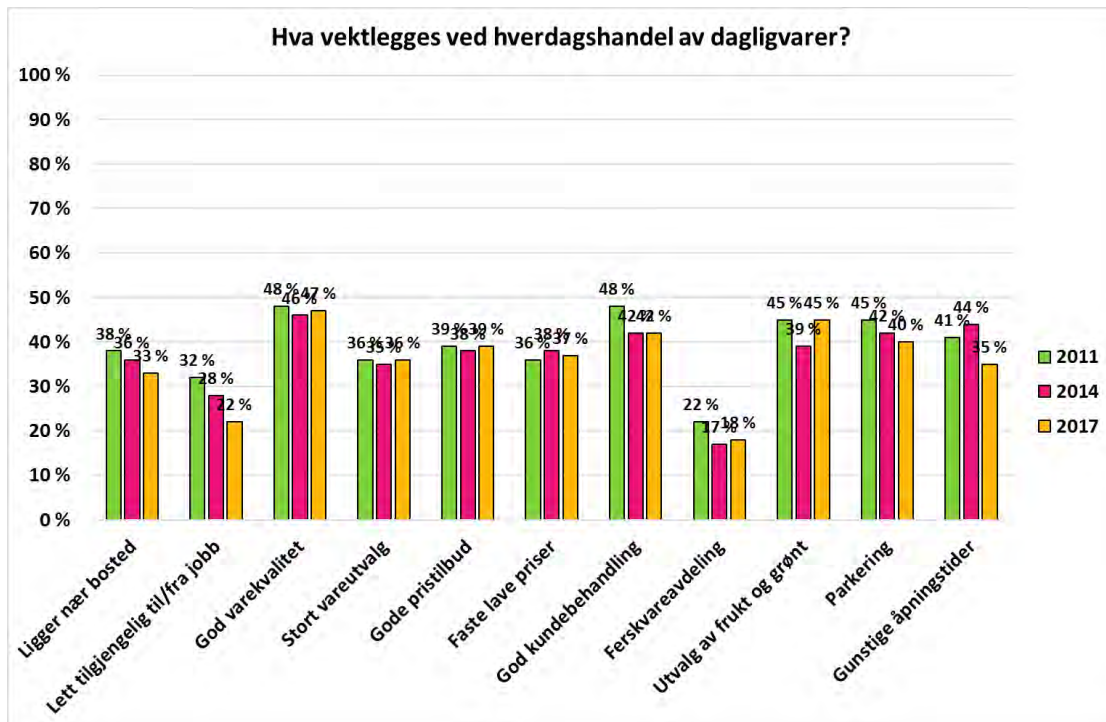


Figur 3-1 Hvor viktig eller uviktig er følgende forhold for deg når det gjelder innkjøpssted for helgehandel av dagligvarer? Prosentandel «svært viktig». N: 2011=1002, 2014=105311, 2017=1001. Vet ikke er ekskludert.

http://www.sifo.no/files/file80415_oppdagsrapport_nr_2-2015_handlevaner.pdf

¹¹ Kilde: Egen handlevaneundersøkelse gjennomført av Gallup 2014.

¹² Tall fra 2017 er ikke publisert tidligere.



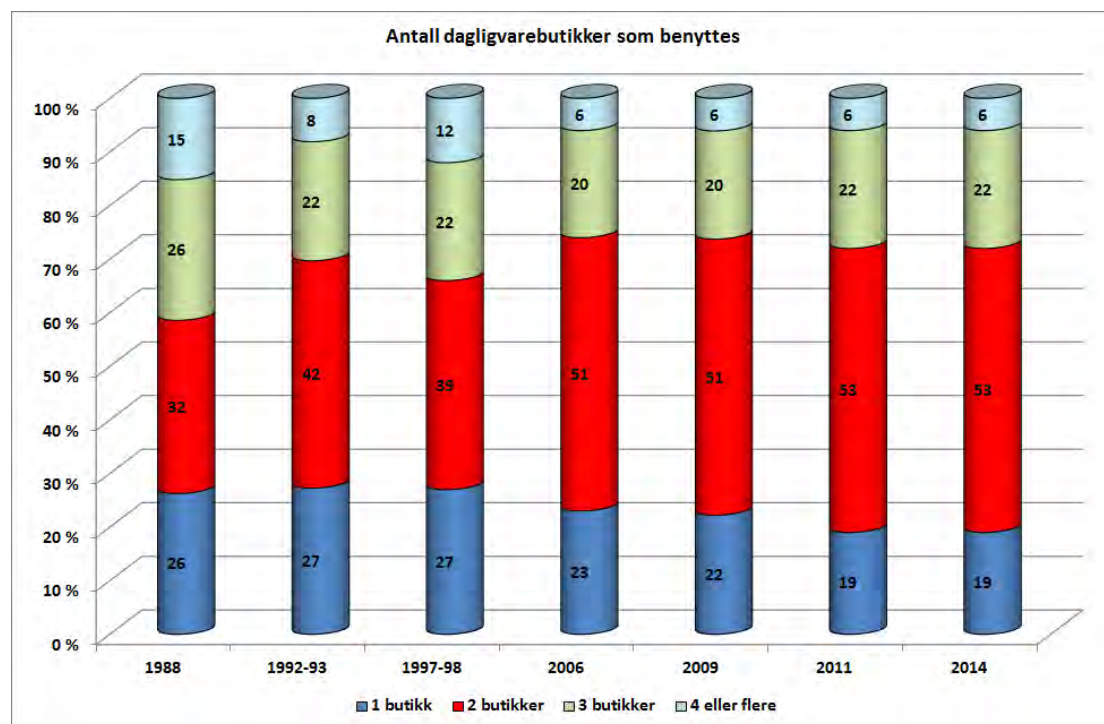
Figur 3-2 Hvor viktig eller uviktig er følgende forhold for deg når det gjelder innkjøpssted for hverdagshandel av dagligvarer? Prosentandel «svært viktig». N: 2011=1002, 2014=1053¹³, 2017¹⁴=1001. Vet ikke er ekskludert.

http://www.sifo.no/files/file80415_oppdagsrapport_nr_2-2015_handlevaner.pdf

¹³ Kilde: Egen handlebaneundersøkelse gjennomført av Gallup 2014.

¹⁴ Tall fra 2017 er ikke publisert tidligere.

3.1.2 Antall dagligvarebutikker som benyttes



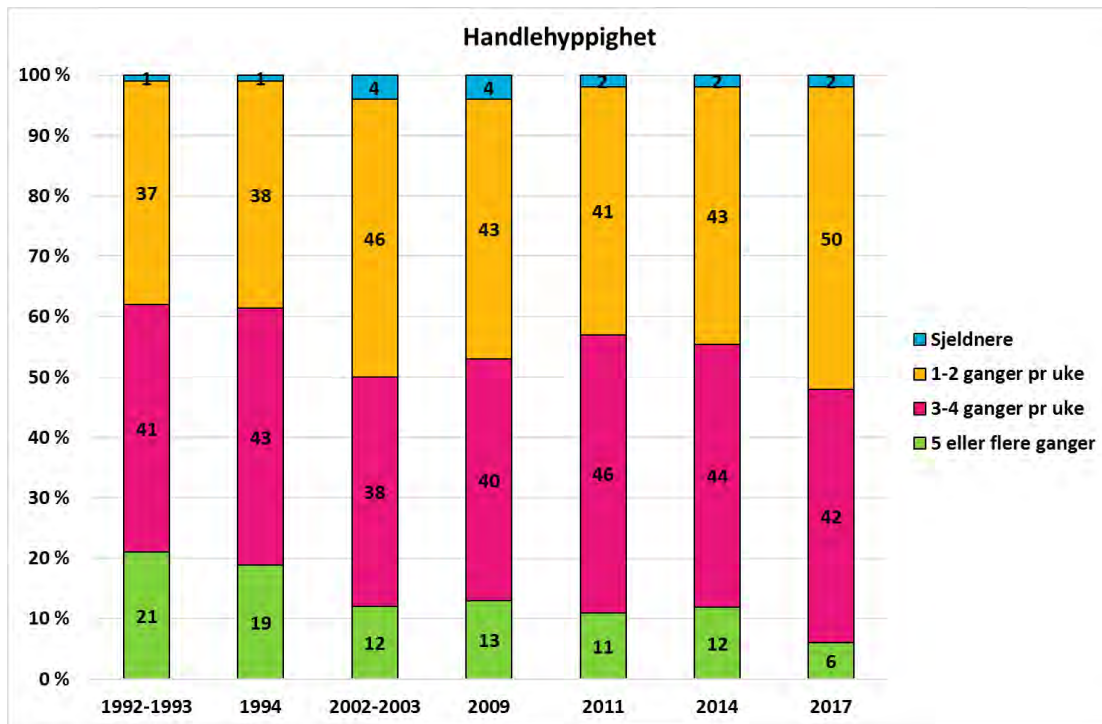
Figur 3-3 Antall dagligvarebutikker som benyttes. Kilder: Tall fra 1988 er hentet fra Lavik (1990), de øvrige tall er TNS Gallups Forbruker og Media.¹⁵ (Lavik og Schjøll 2012) (Ikke SIFO-survey)

http://www.sifo.no/files/file77977_prosjektnotat_1-2012_butikkstruktur_og_handletferd_rev3.pdf

¹⁵ 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.

3.1.3 Handlehyppighet



Figur 3-4 Hvor ofte man handler dagligvarer. Prosentfordelt etter år. 16 N: 1992-1993=13055, 1994=131240, 2002-2003=9952, 2009=9929, 2011=1001, 2014=1053, 2017=1001.

Vet ikke er ekskludert. (Ref. Lavik og Jacobsen 2015)

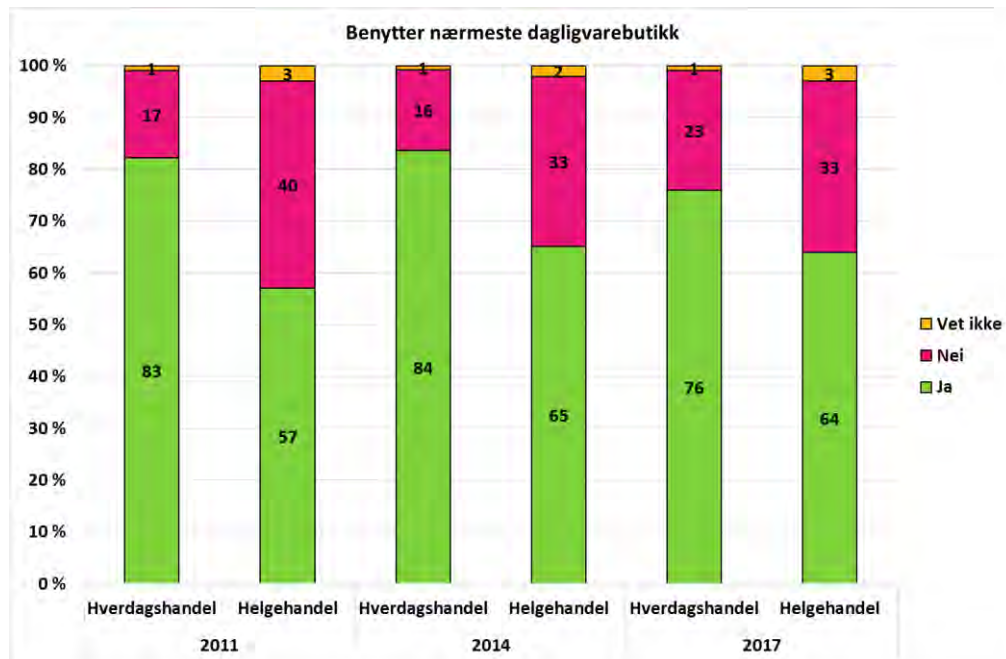
http://www.sifo.no/files/file80415_oppdagsrapport_nr._2-2015_handlevaner.pdf

¹⁶ Spørsmålsformulering de ulike år:

- 1992-93: Hvor ofte handler vanligvis din husstand dagligvarer? Kilde: TNS Gallup Forbruker og Media.
- 1994: Hvor ofte handler vanligvis din husstand dagligvarer?
- 2002-2003: Hvor ofte foretar du innkjøp av dagligvarer på følgende steder? Dagligvarebutikk/stormarked? TNS Gallup Forbruker og Media.
- 2009: Hvor ofte foretar du innkjøp av dagligvarer på følgende steder? Dagligvarebutikk/stormarked? TNS Gallup Forbruker og Media.
- 2011, 2014 og 2017: Hvor ofte handler du/dere vanligvis dagligvarer? TNS Gallup - SIFO-survey.

¹⁷ Tall fra 2017 er ikke publisert tidligere.

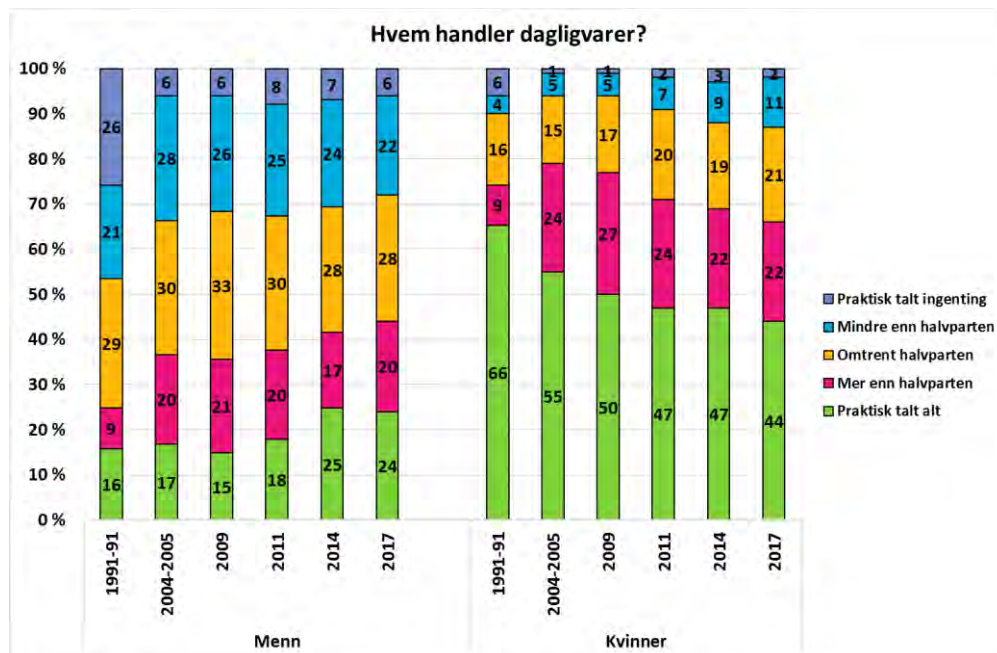
3.1.4 Handler i nærmeste butikk – hverdagshandel og helgehandel



Figur 3-5 Prosentandelen som handler i nærmeste dagligvarebutikk ved hverdagshandel og helgehandel.¹⁸
N: 2011=816, 2014=850, 2017¹⁹=1001. (Ref. Lavik og Jacobsen 2015)

http://www.sifo.no/files/file80415_oppdagsrapport_nr_2-2015_handlevaner.pdf

3.1.5 Hvem gjør dagligvareinnkjøp i flerpersongshusholdninger



Figur 3-6 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 2009.²⁰

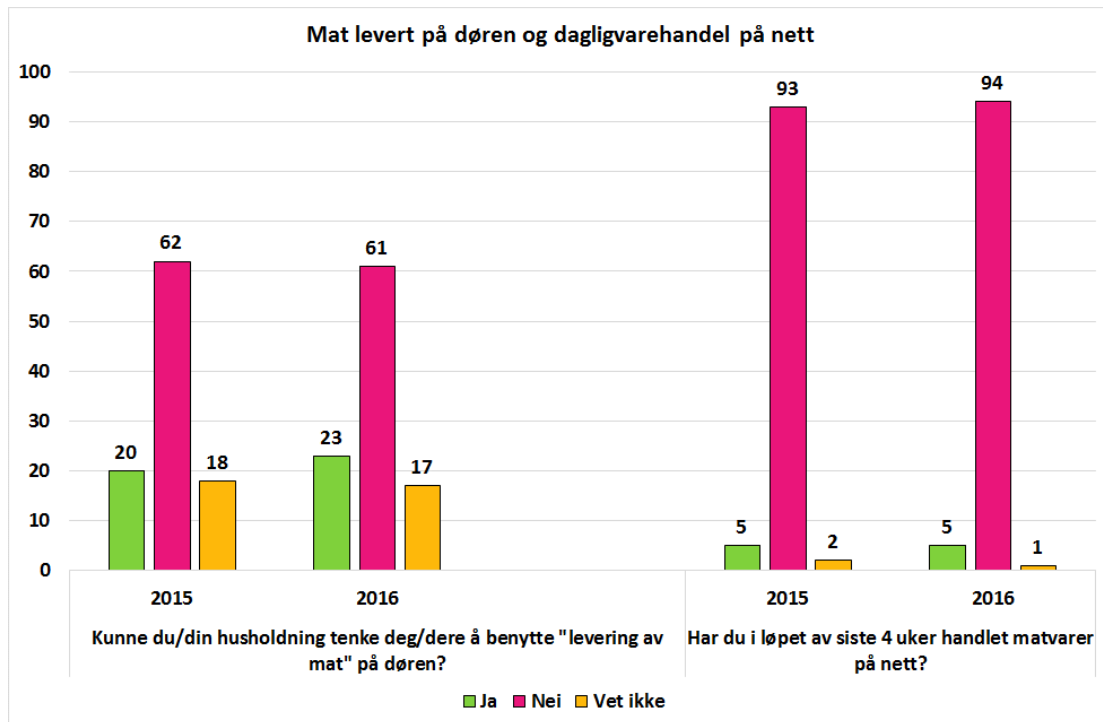
¹⁸ Benytter du din nærmeste dagligvarebutikk ved hverdagshandel (Ja, Nei, Vet ikke). Benytter du din nærmeste dagligvarebutikk ved handling til helgen (Ja, Nei, Vet ikke). Tall fra 2011 og 2017 er fra SIFO-surveyen, 2014 er fra en annen undersøkelse gjennomført av TNS Gallup.

¹⁹ Tall fra 2017 er ikke publisert tidligere.

²⁰ N for ulike år:

http://www.sifo.no/files/file80415_oppdagsrapport_nr_2-2015_handlevaner.pdf

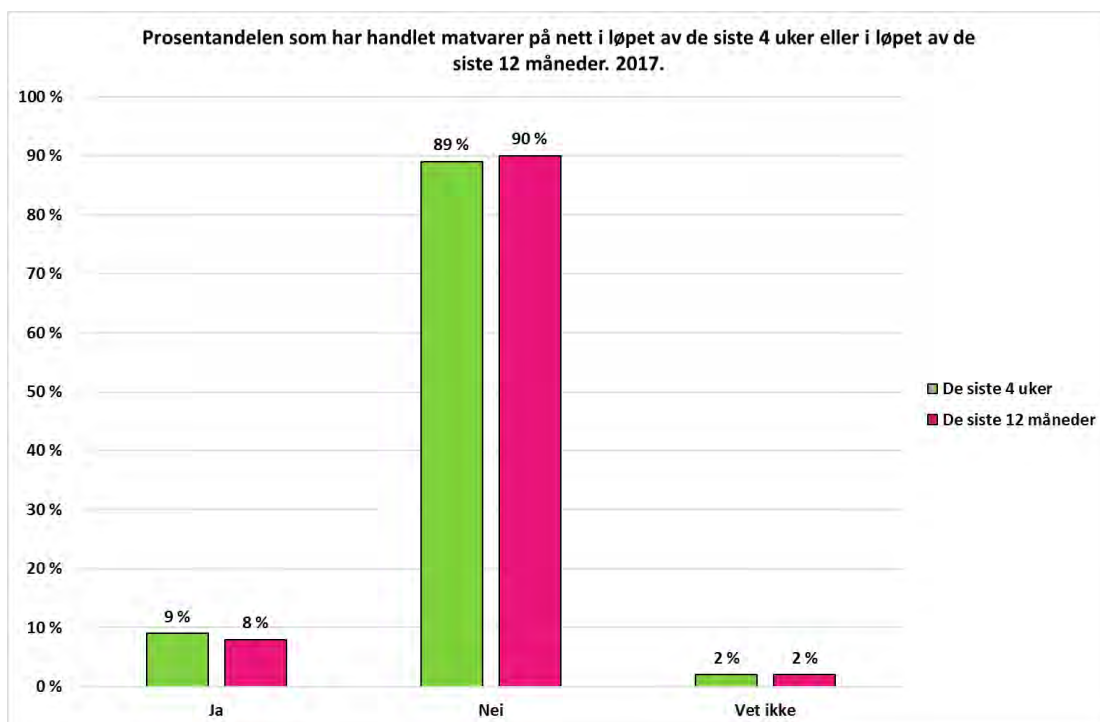
3.1.6 Mat levert på døren og dagligvarehandel på nett



Figur 3-7 Mat levert på døren og dagligvarehandel på nett. 2015 N=1003, 2016 N=1001.

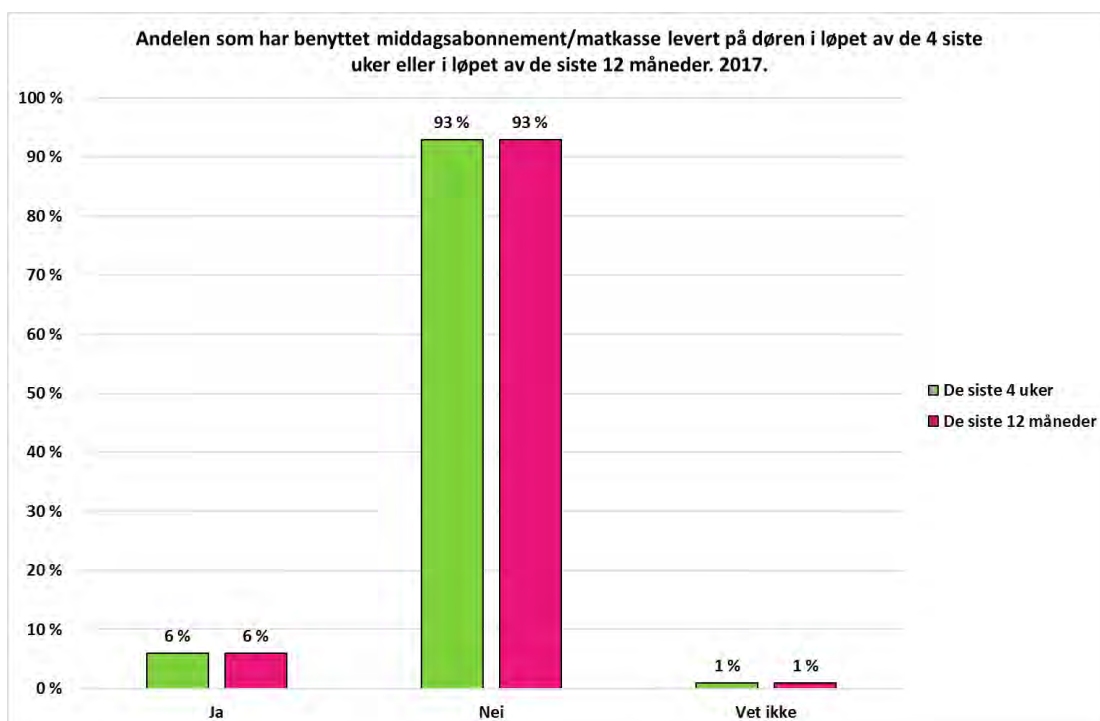
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

- 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.
- 2017: Menn 380, Kvinner 374. Data fra 2017 er ikke publisert tidligere.



Figur 3-8 Prosentandelen som har handlet matvarer på nett i løpet av de siste 4 uker eller i løpet av de siste 12 måneder. 2017. N: De siste 4 måneder=1001, de siste 12 måneder=908 (prosentandelen blant dem som ikke handlet matvarer på nett i løpet av de siste 4 uker).

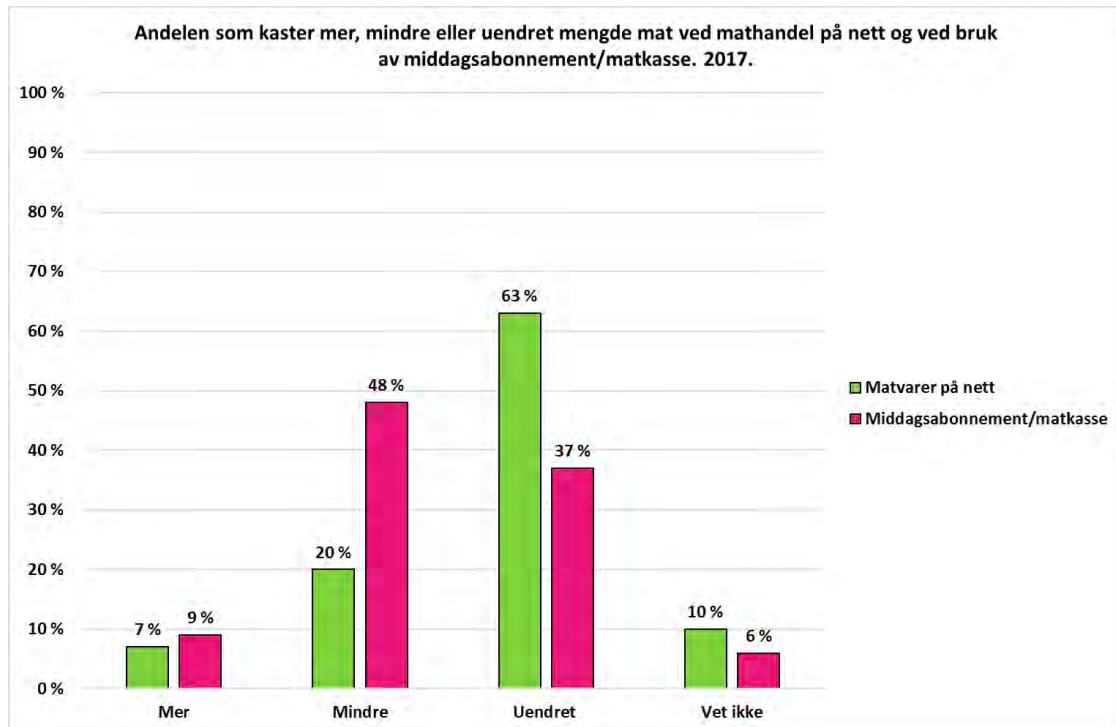
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>



Figur 3-9 Prosentandelen som har benyttet seg av middagsabonnement/matkasse levert på døren i løpet av de siste 4 uker eller i løpet av de siste 12 måneder. 2017. N: De siste 4 måneder=1001, de siste 12 måneder=940 (prosentandelen blant dem som ikke har benyttet seg av middagsabonnement/matkasse levert på døren i løpet av de siste 4 uker).

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>

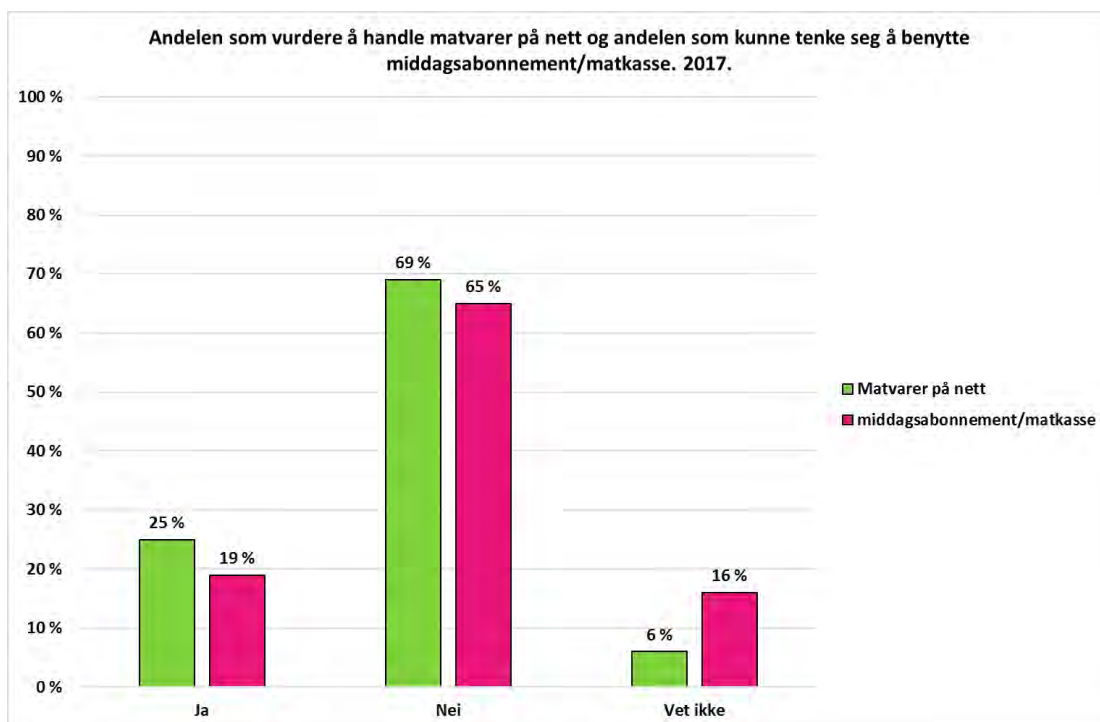
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Maten-vi-kaster>



Figur 3-10 Tror du at du kaster mer, mindre eller uendret mengde mat når du handler matvarer på nett? Tror du at du kaster mer, mindre eller uendret mengde mat når du benytter deg av middagsabonnement/matkasse levert på døren? 2017. Prosent. N: Matvarer på nett=170 (blant dem som har handlet matvarer på nett i løpet av de siste 4 uker eller de siste 12 måneder). Middagsabonnement/matkasse=120 (blant dem som har benyttet seg av middagsabonnement/matkasse levert på døren i løpet av de siste 4 uker eller i løpet av de siste 12 måneder).

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Maten-vi-kaster>

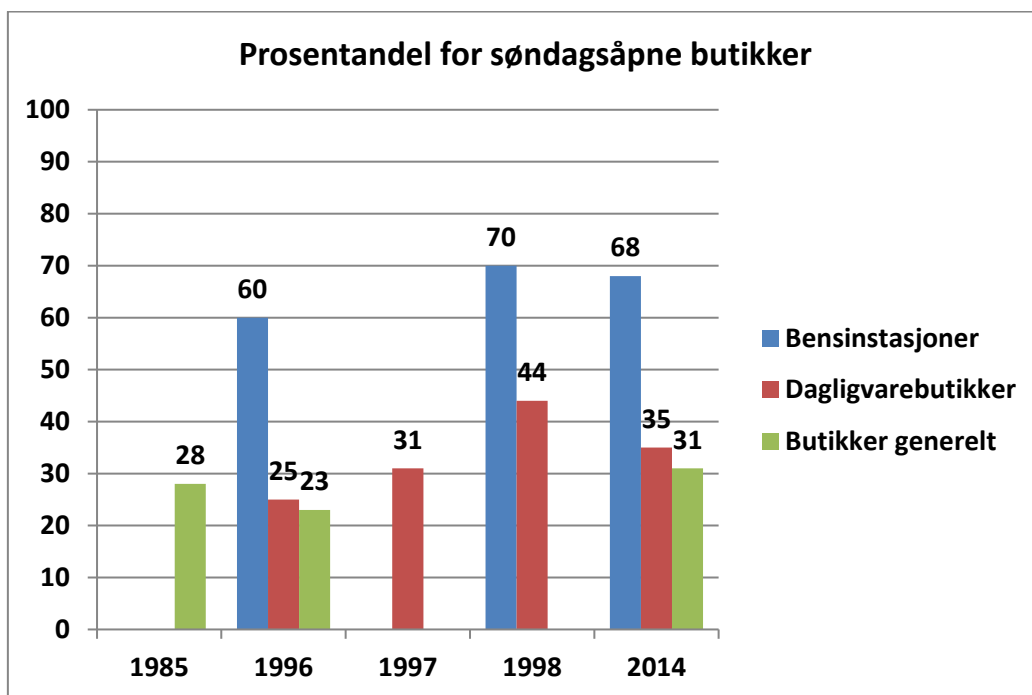


Figur 3-11 Har du eller noen i din husholdning vurdert å handle matvarer på nett? Kunne du eller din husholdning tenke deg/dere å benytte middagsabonnement/matkasse levert på døren? 2017. Prosent. N: matvarer på nett=831 (blant dem som ikke har handlet matvarer på nett i løpet av de siste 12 måneder), middagsabonnement/matkasse=881 (blant dem som ikke har benyttet seg av middagsabonnement/matkasse i løpet av de siste 12 måneder).

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>

3.2 Søndagsåpent

3.2.1 For eller mot søndagsåpent



Figur 3-12 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

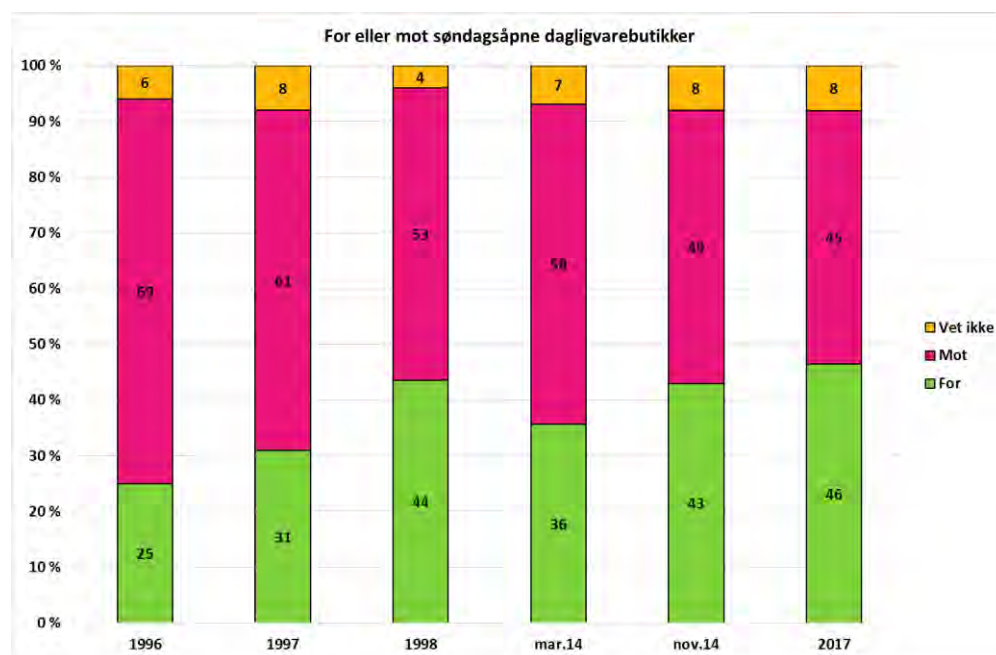
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf



Figur 3-13 Prosentandelen for eller mot søndagsåpne butikker generelt. N: 1985=1017, 1996=1000, 1997=1009, 1998=1001, mars 2014=1014, november 2014=1052, 2017=1001.²¹ [Kun 2014 og 2017 er fra SIFO-surveyen]. De andre er fra ulike undersøkelser. Ref. Lavik 2014.

²¹ Data for 2017 er ikke publisert tidligere

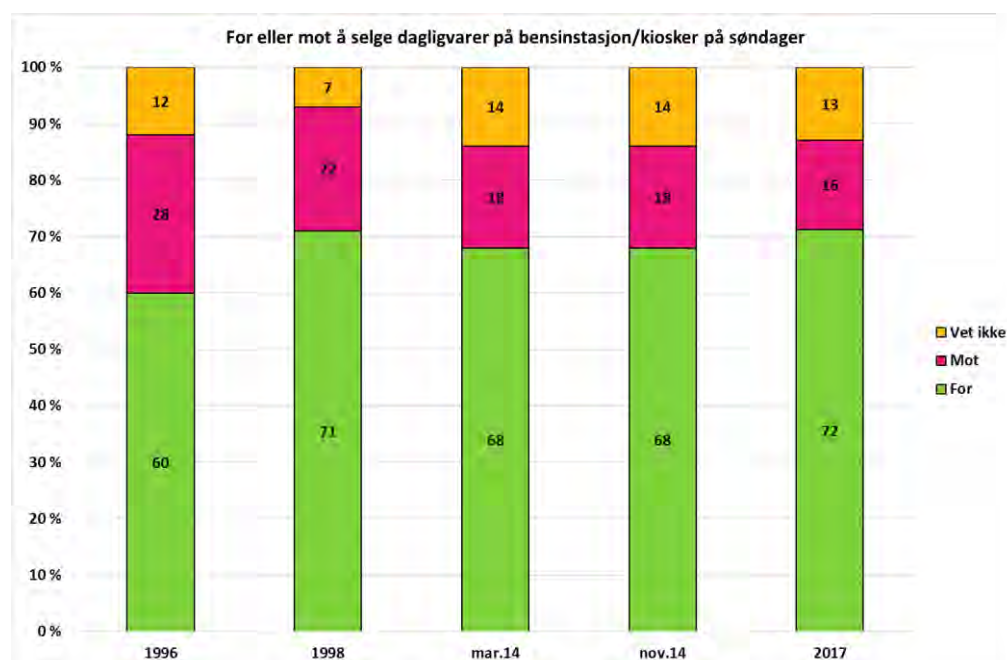
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf



Figur 3-14 Prosentandelen som er for eller mot søndagsåpne dagligvarebutikker. N: 1985=1017, 1996=1000, 1997=1009, 1998=1001, mars 2014=1014, november 2014=1052. 2017=1001. [Kun 2014 er fra SIFO-surveyen. De andre er fra ulike undersøkelser. Ref. Lavik 2014. Lavik og Schjøll 2017

http://www.hioa.no/Om-HioA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Soendag-som-handledag_2017

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

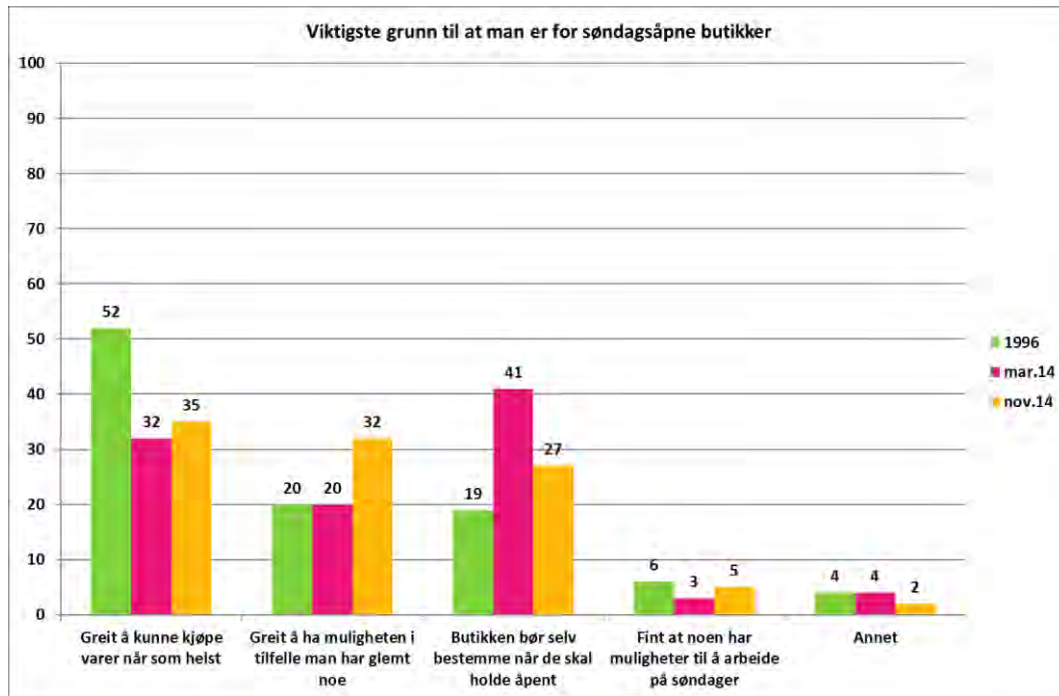


Figur 3-15 Prosentandelen som er for eller mot å selge dagligvarer på bensinstasjoner/kiosker på søndager. N: 1985=1017, 1996=1000, 1997=1009, 1998=1001, mars 2014=1014, november 2014=1052. 2017=1001.²² [Kun 2014 er fra SIFO-surveyen. De andre er fra ulike undersøkelser. Ref. Lavik 2014.

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

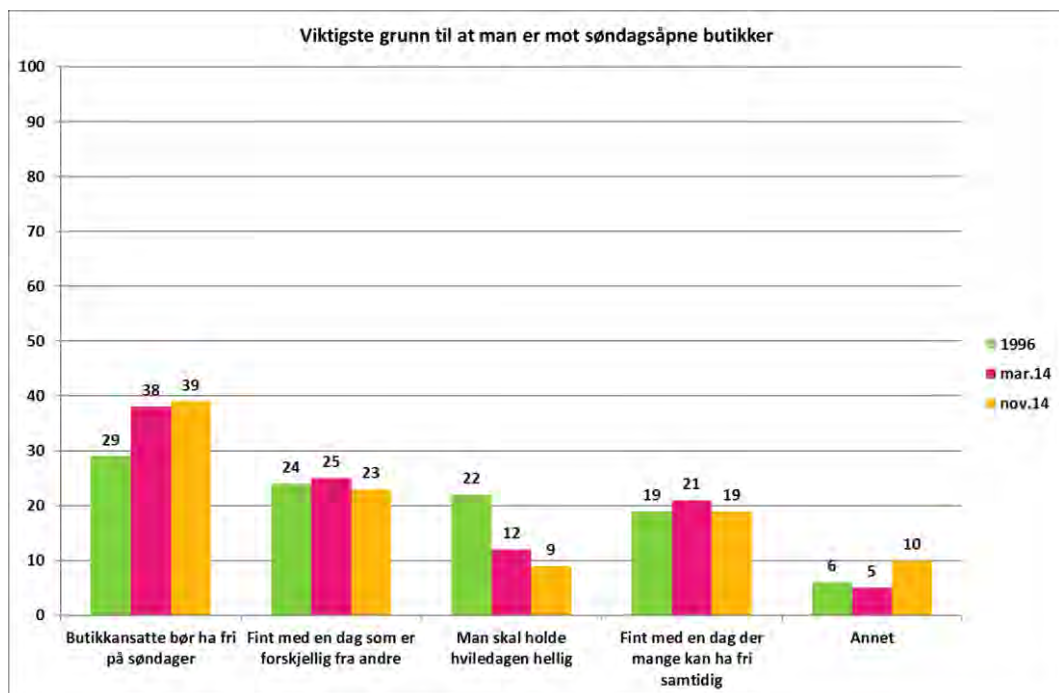
²² Tall for 2017 er ikke publisert tidligere

3.2.2 Hvorfor man er for eller mot søndagsåpent?



Figur 3-16 Hvorfor man er for søndagsåpne butikker? Prosentandelen blant de som er for søndagsåpne butikker. N: 1996=226, mars 2014=310, november 2014=418.

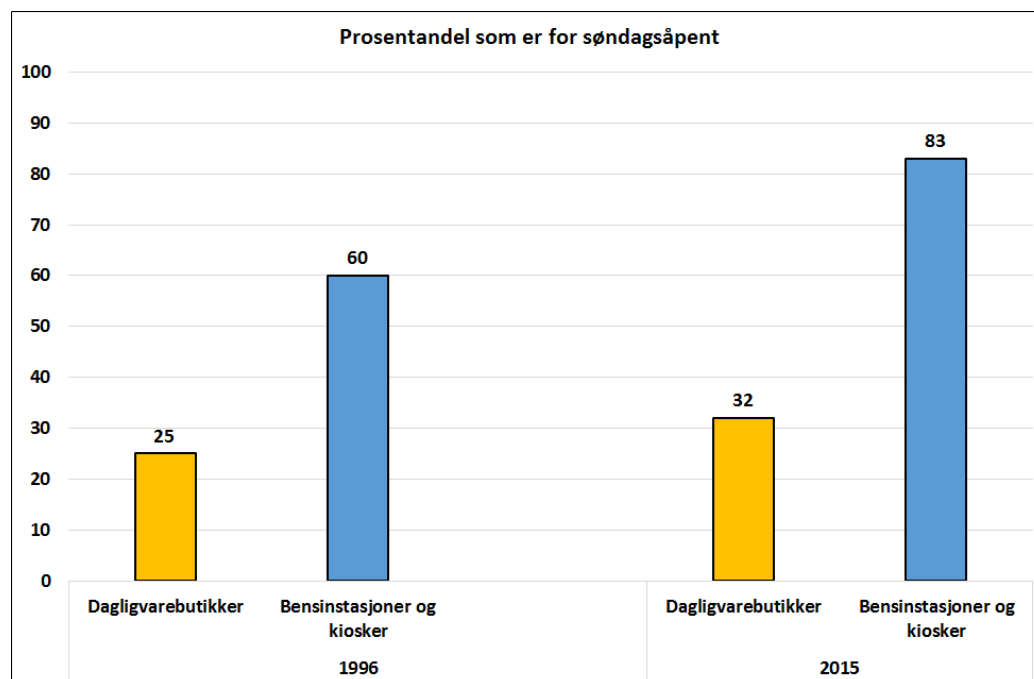
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf



Figur 3-17 Hvorfor man er mot søndagsåpne butikker? Prosentandelen blant de som er mot søndagsåpne butikker. N: 1996=682, mars 2014=616, november 2014=558.

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

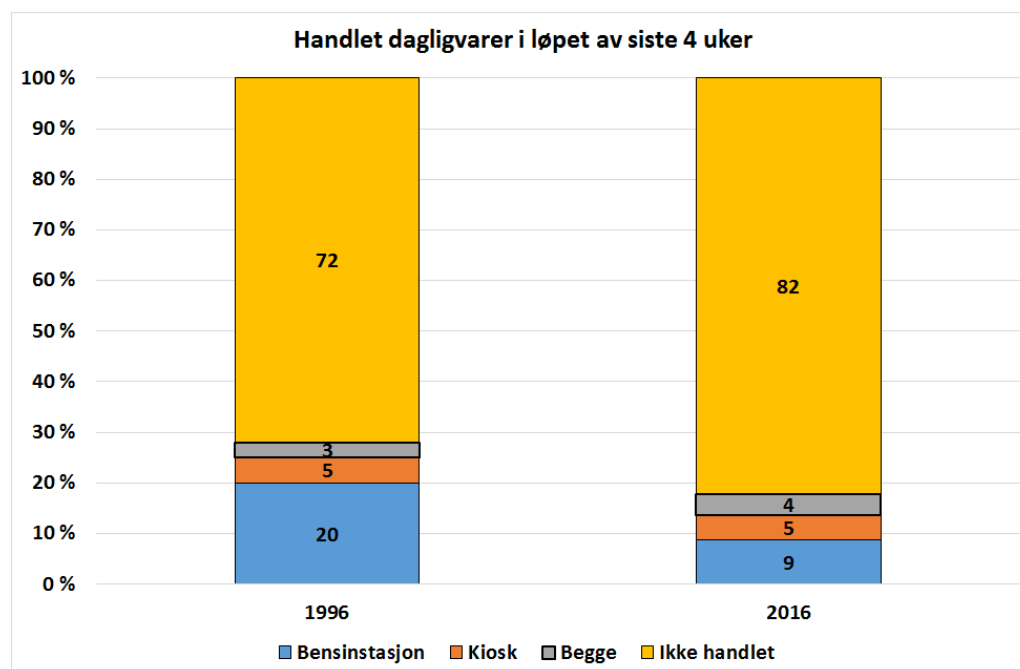
3.2.3 Søndagshandel



Figur 3-18 Holdning til søndagsåpent. 1996 N=1000 (MMI), 2015 N=1001 (NORSTAT).

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Soendag-som-handledag> 2017

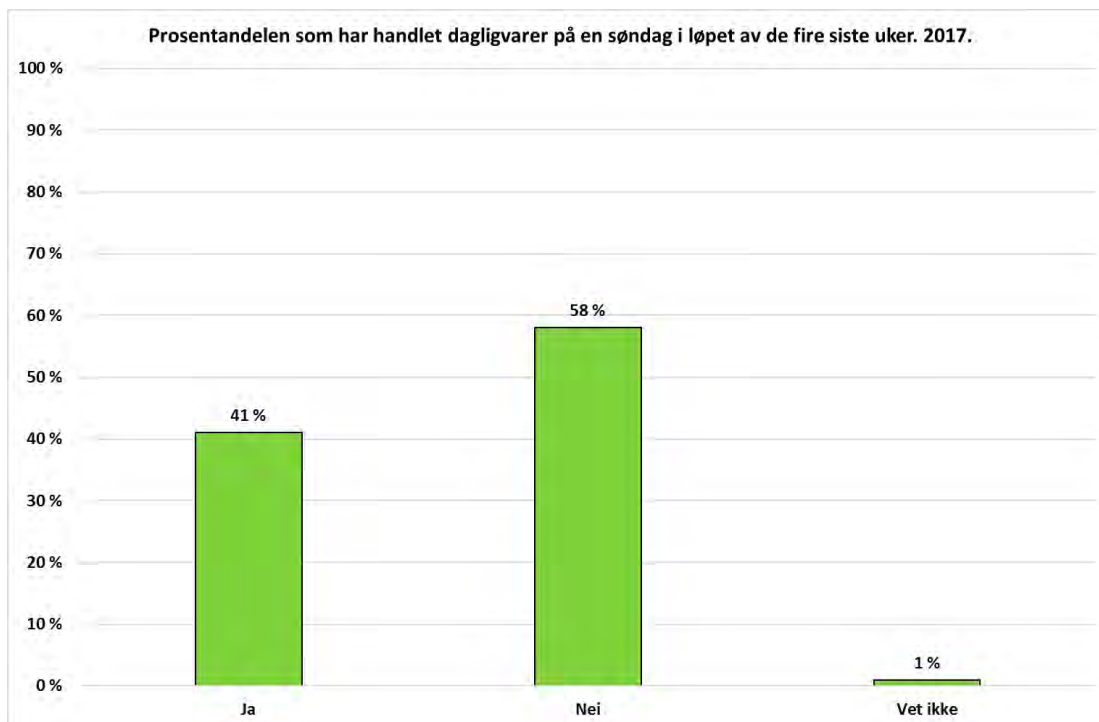
http://www.sifo.no/files/file80415_oppdagsrapport_nr._2-2015_handlevaner.pdf



Figur 3-19 Har du handlet dagligvarer i løpet av siste fire uker på bensinstasjon, i kiosk eller begge deler. 1996 N=1000 (MMI), 2016 N=2002 (NORSTAT).

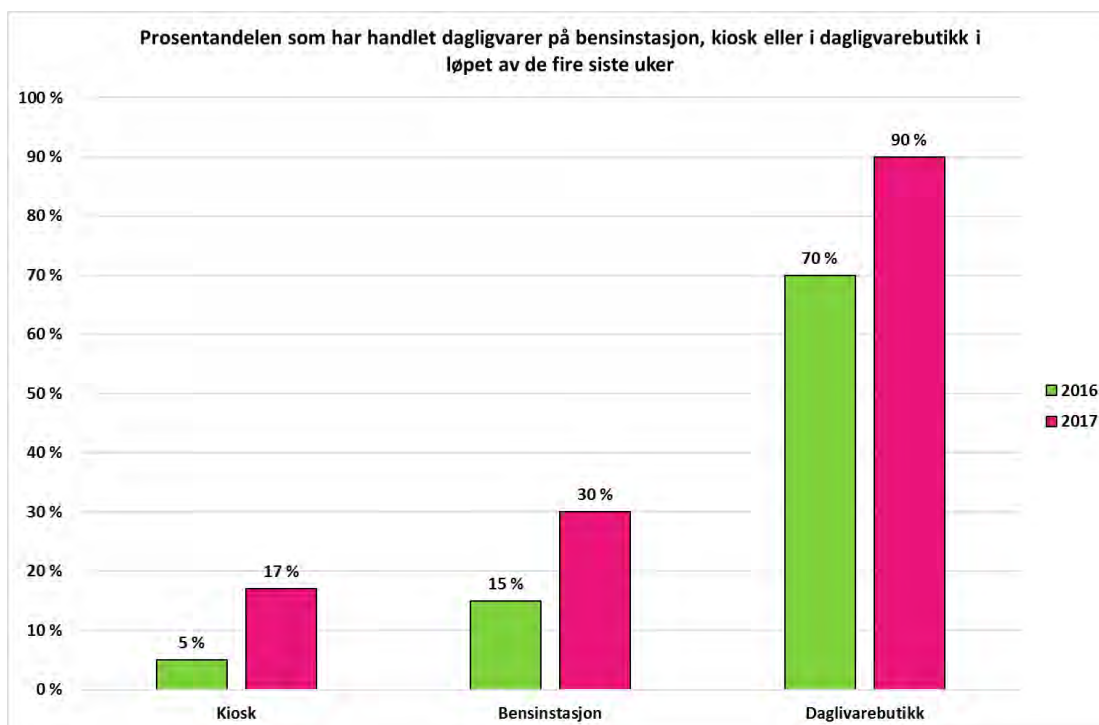
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Soendag-som-handledag> 2017

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



Figur 3-20 Har du handlet dagligvarer på en søndag i løpet av siste fire uker? Prosent. 2017. N=1001.

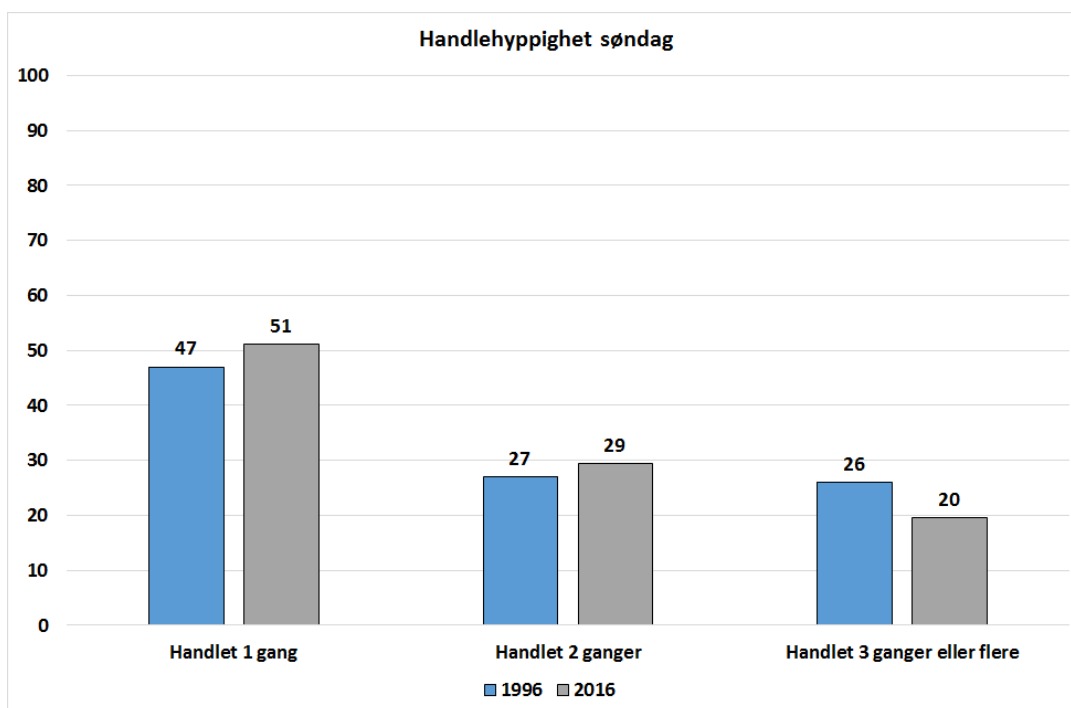
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Soendag-som-handledag> 2017



Figur 3-21 Siste gang en handlet dagligvarer på en søndag, hvilket sted var det? Prosentandelen blant dem som har handlet dagligvarer i løpet av de siste fire uker. 2016: N=488, 2017: N=410.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Soendag-som-handledag> 2017

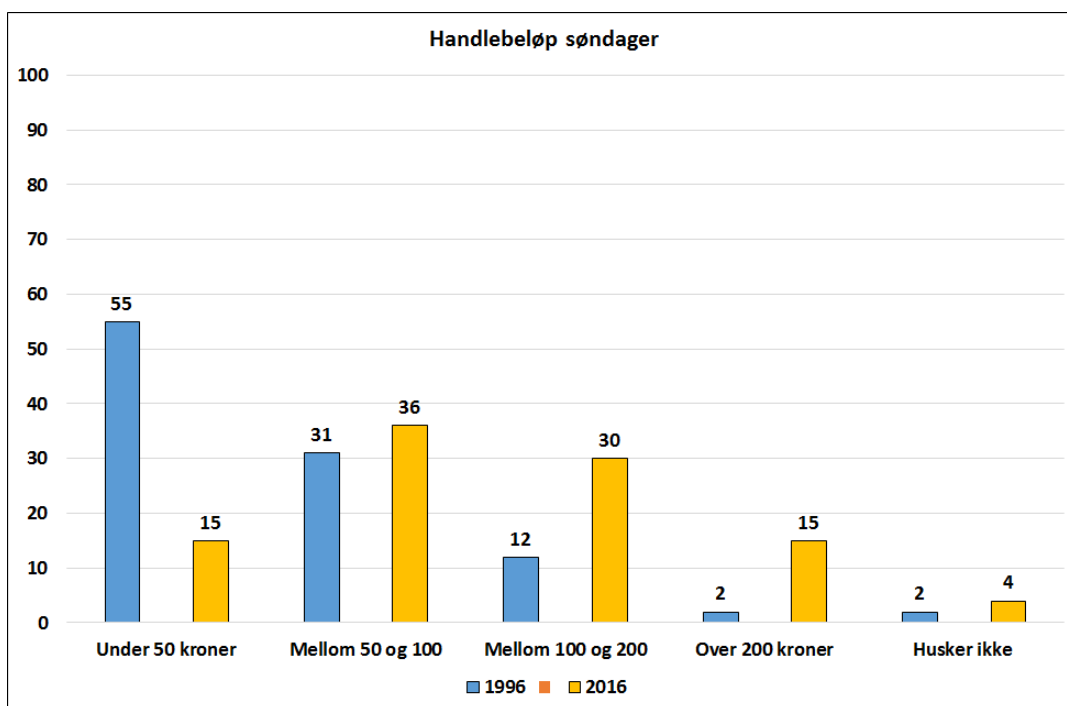
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



Figur 3-22 Blant dem som svarte hvor mange ganger de hadde handlet på en søndag i løpet av siste 4 uker. (Vet ikke utelatt) 1996: N=130, 2016: N=363.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Soendag-som-handledag> 2017

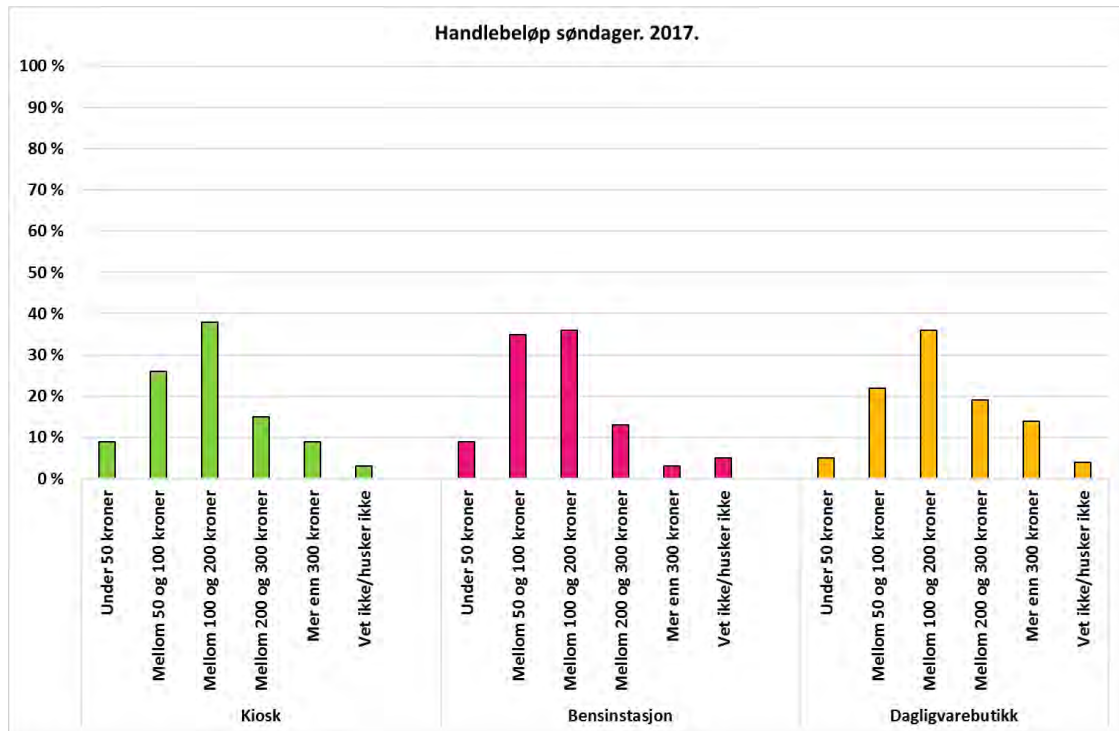
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



Figur 3-23 Hvor mye man handlet for? Blant dem som hadde handlet dagligvarer på en søndag 1996: N=130, 2016 N=440

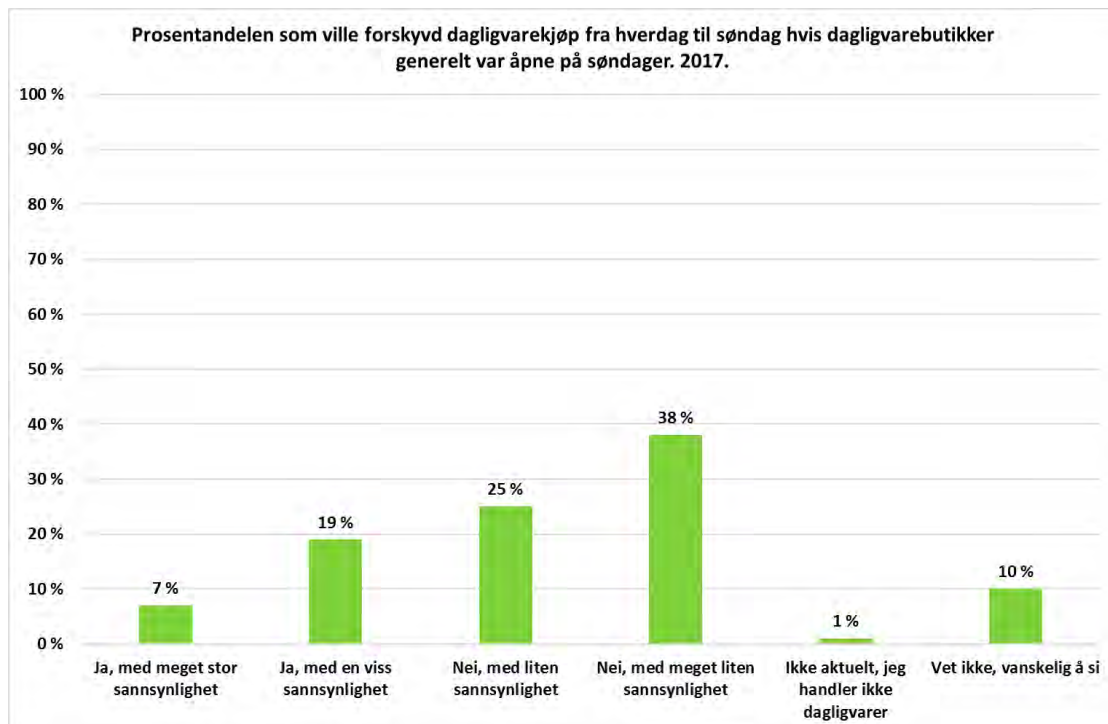
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Soendag-som-handledag> 2017

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



Figur 3-24 Hvor mye handlet du for sist gang du handlet dagligvarer på en søndag i en kiosk, bensinstasjon eller dagligvarebutikk? Prosentandelen blant dem som hadde handlet dagligvarer på en søndag i løpet av de fire siste uker. 2017. N: kiosk=71, bensinstasjon=124, dagligvarebutikk=369.

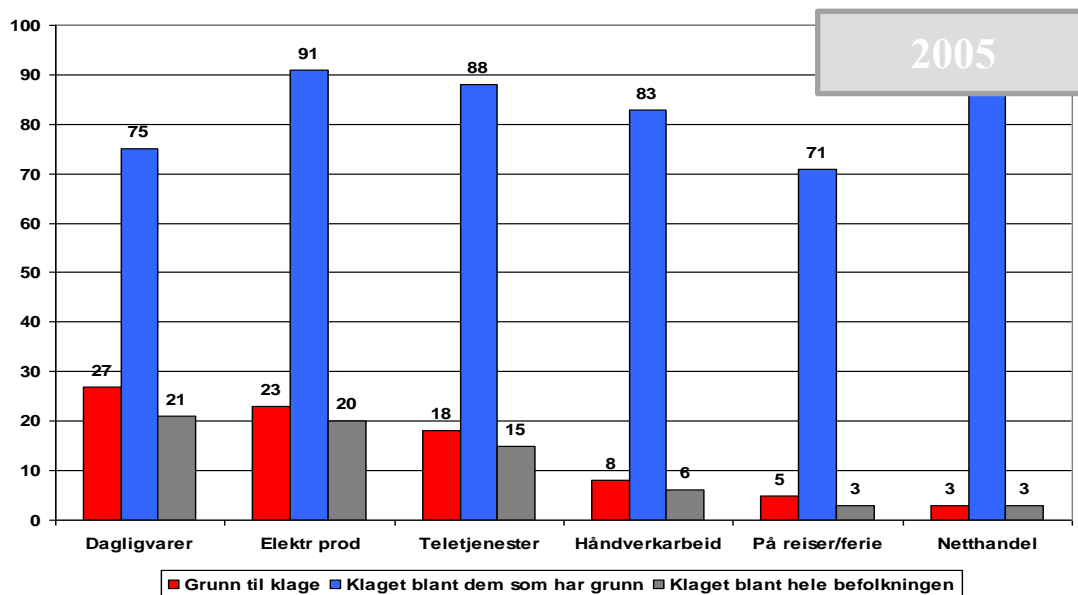
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Soendag-som-handledag> 2017



Figur 3-25 Hvis dagligvarebutikker generelt var åpnet på søndager, hvor sannsynlig er det at du ville forskyve dagligvarekjøp fra hverdag til søndag? Prosent. 2017. N=1001.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Soendag-som-handledag-2017>

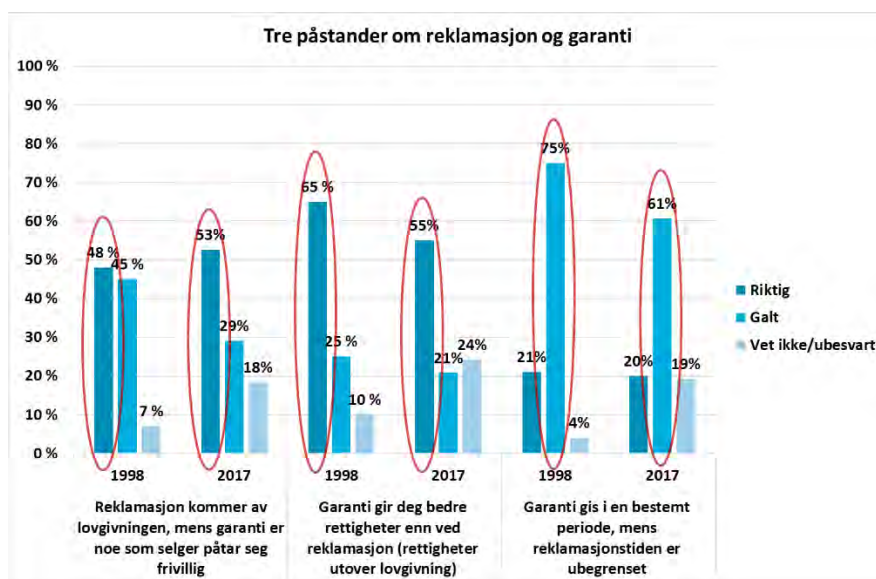
3.3 Klageatferd



Figur 3-26 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)

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

3.4 Reklamasjon og garanti

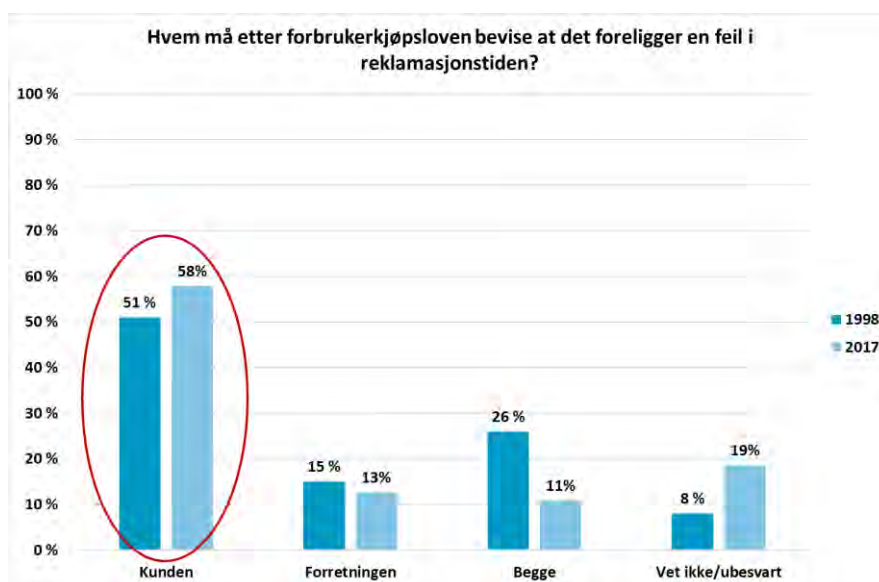


Figur 3-27 Her kommer noen påstander om garanti og reklamasjon som vi ber deg svare om er «riktig» eller «galt». Svaralternativene som har sirkel rundt seg indikerer riktig svar på påstanden. Prosent. N: 1998=838, 2017=1001.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Reklamasjonsfrister>

Kilde 1998: Stø og Lavik.

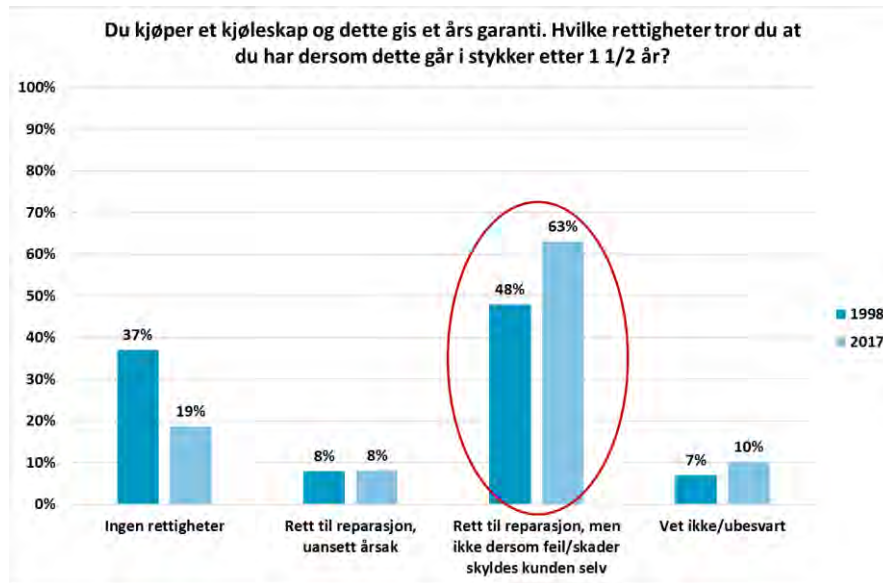


Figur 3-28 Hvem må etter forbrukerkjøpsloven bevise at det foreligger en feil i reklamasjonstiden? Svaralternativene som har sirkel rundt seg indikerer riktig svar på påstanden. Prosent. N: 1998=1014, 2017=1001.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Reklamasjonsfrister>

Kilde 1998: Stø og Lavik.

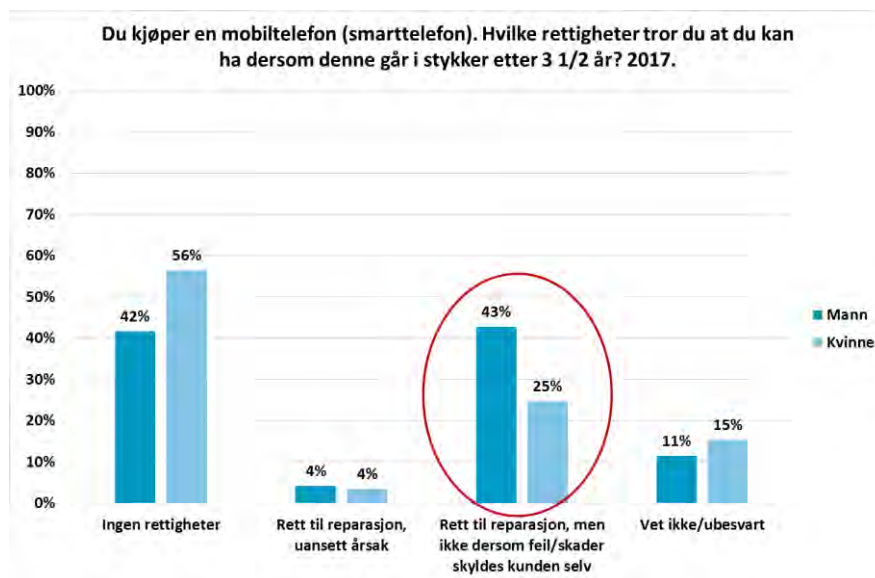


Figur 3-29 Du kjøper et kjøleskap og dette gis et års garanti. Hvilke rettigheter tror du at du har dersom dette går i stykker etter 1 1/2 år? Svaralternativene som har sirkel rundt seg indikerer riktig svar på påstanden. Prosent. N: 1998=1014, 2017=1001.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Reklamasjonsfrister>

Kilde 1998: Stø og Lavik.

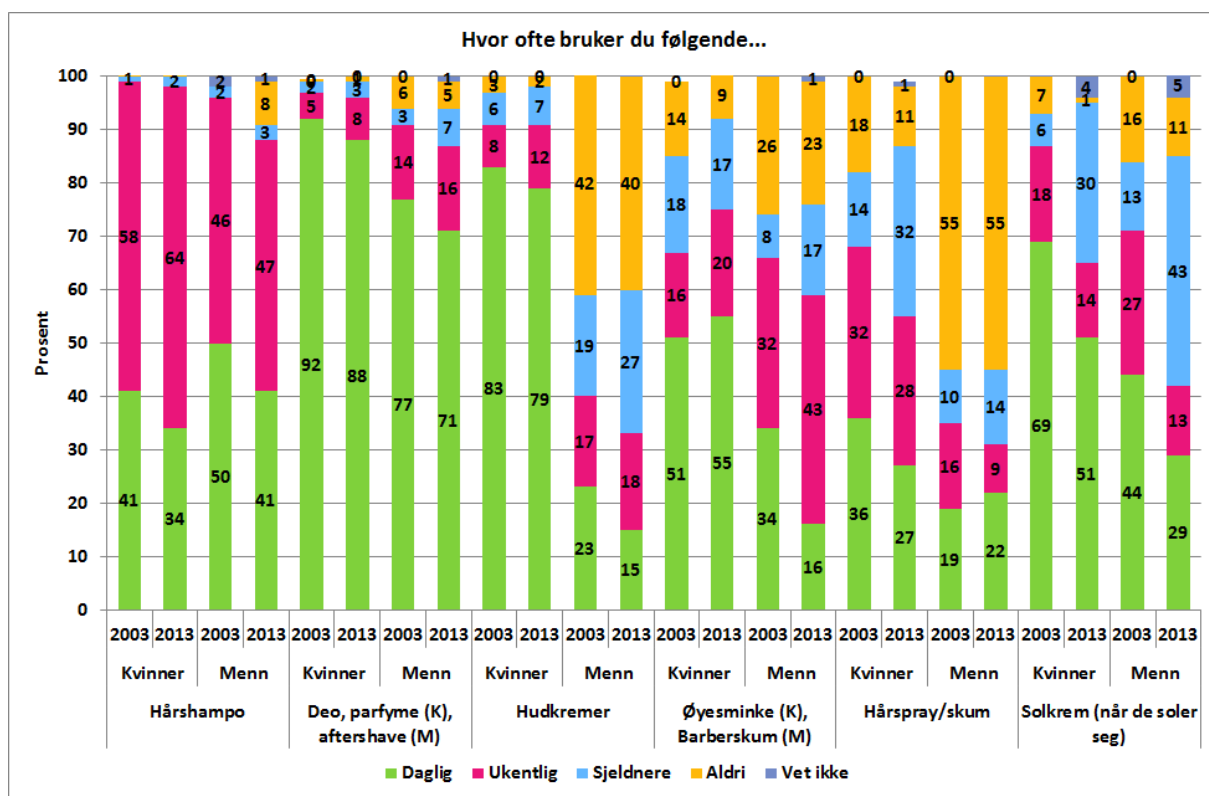


Figur 3-30 Du kjøper en mobiltelefon (smarttelefon). Hvilke rettigheter tror du at du har dersom denne går i stykker etter 1 1/2 år? Svaralternativene som har sirkel rundt seg indikerer riktig svar på påstanden. Prosent. 2017=1001.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>

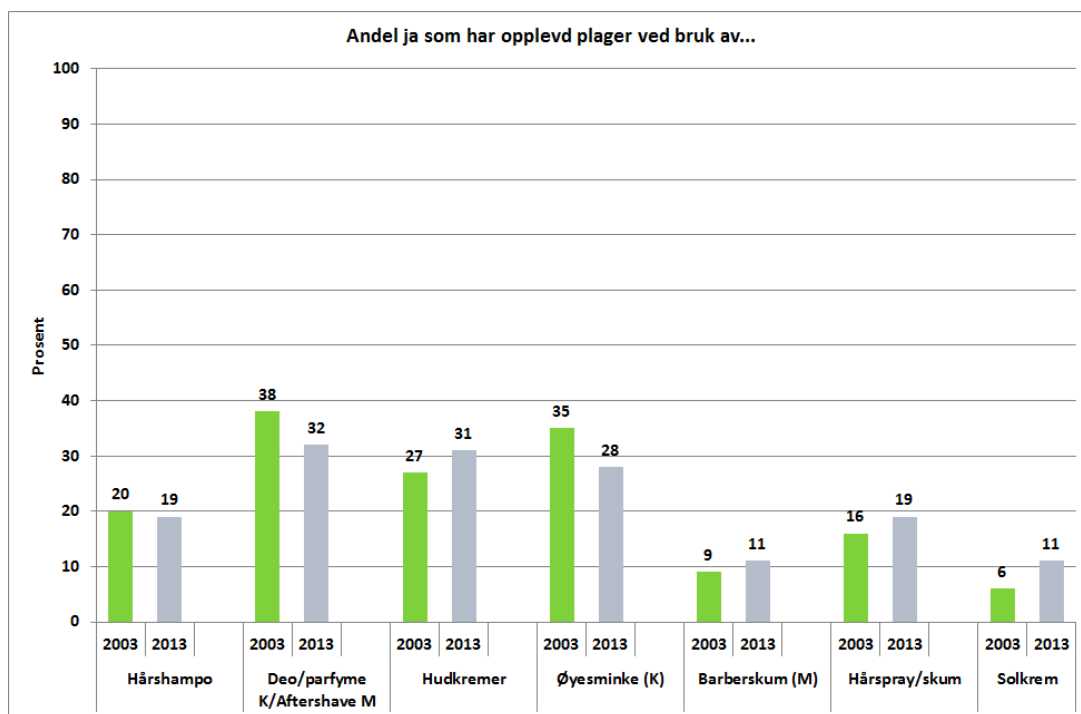
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Reklamasjonsfrister>

3.5 Kosmetikk



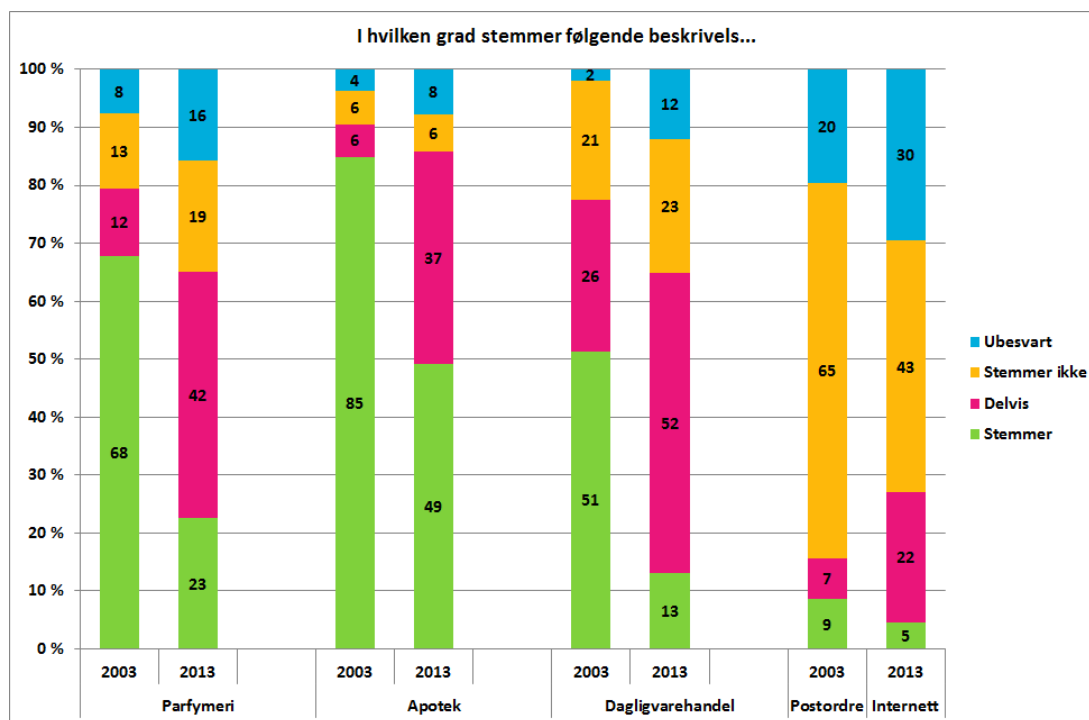
Figur 3-31 Hvor ofte bruker du ulike kosmetikk og toalettartikler? N 2003=1126, 2013=1060 (Solkrem: i 2003 var svarsalternativene 'ja', 'av og til', 'sjelden', 'nei', 'vet ikke') [2013: ikke publisert tidligere]

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



Figur 3-32 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)

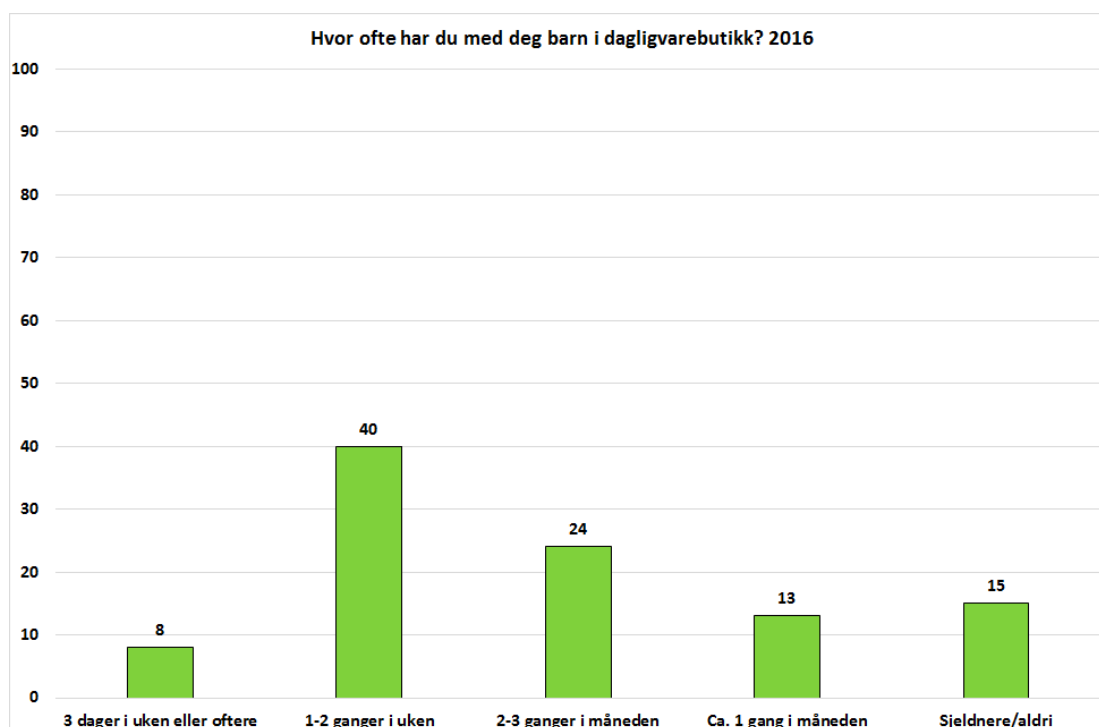
http://www.sifo.no/files/file48565_oppdagsrapport_2004-01.pdf



Figur 3-33 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. 2003, Ikke sifo-survey). 2013: I hvilken grad stemmer de følgende beskrivelsene med måten du handler kroppsspleieprodukter på? Stemmer helt, stemmer delvis, stemmer ikke, vet ikke (N=1063) (Web-survey)

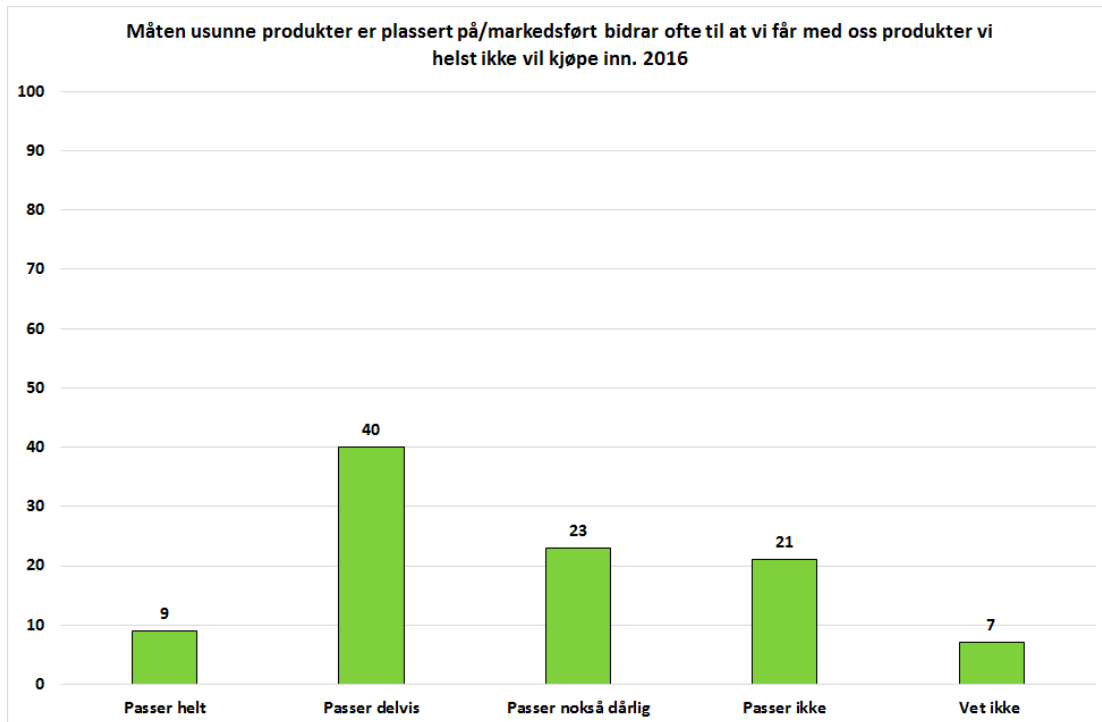
http://www.sifo.no/files/file48565_oppdagsrapport_2004-01.pdf

3.6 Med barn i butikk



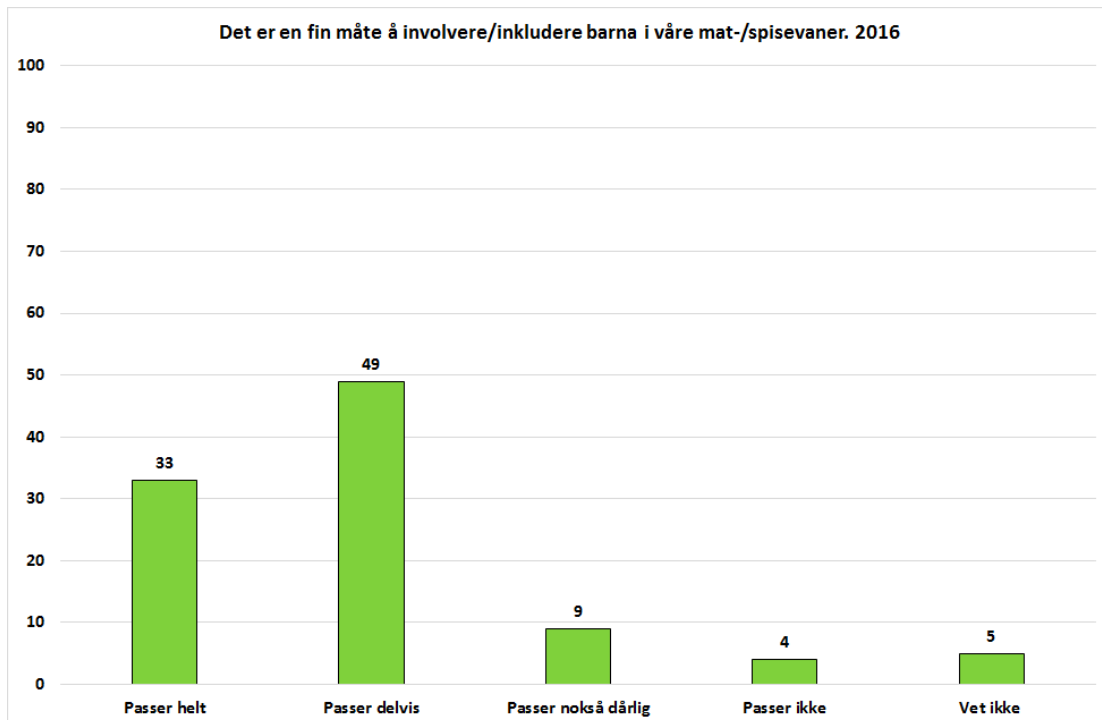
Figur 3-34 Hvor ofte har du med deg barn i dagligvarebutikk? (Blant dem med barn fra 0 til 15 år). N=250. 2016

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



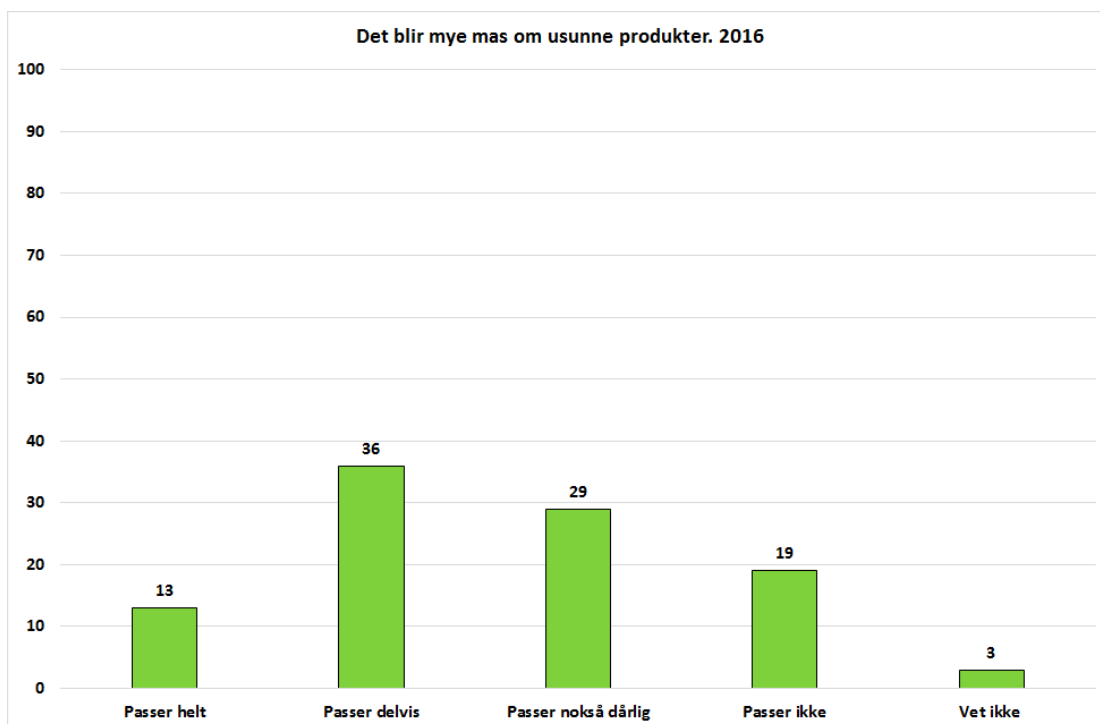
Figur 3-35 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



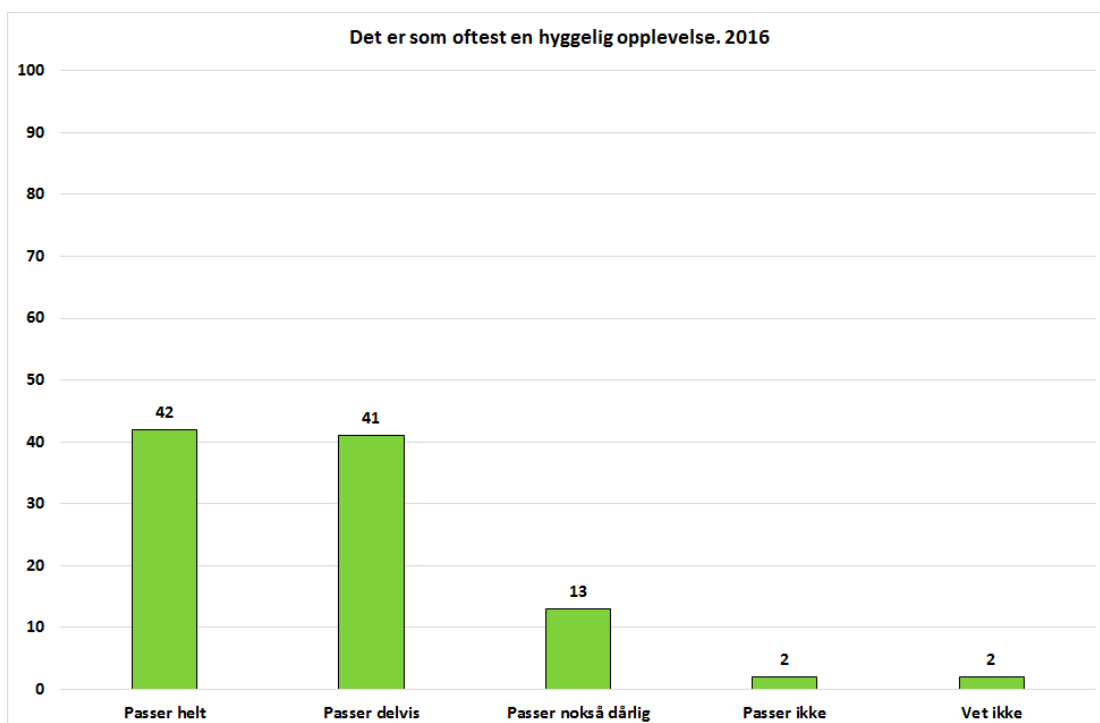
Figur 3-36 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



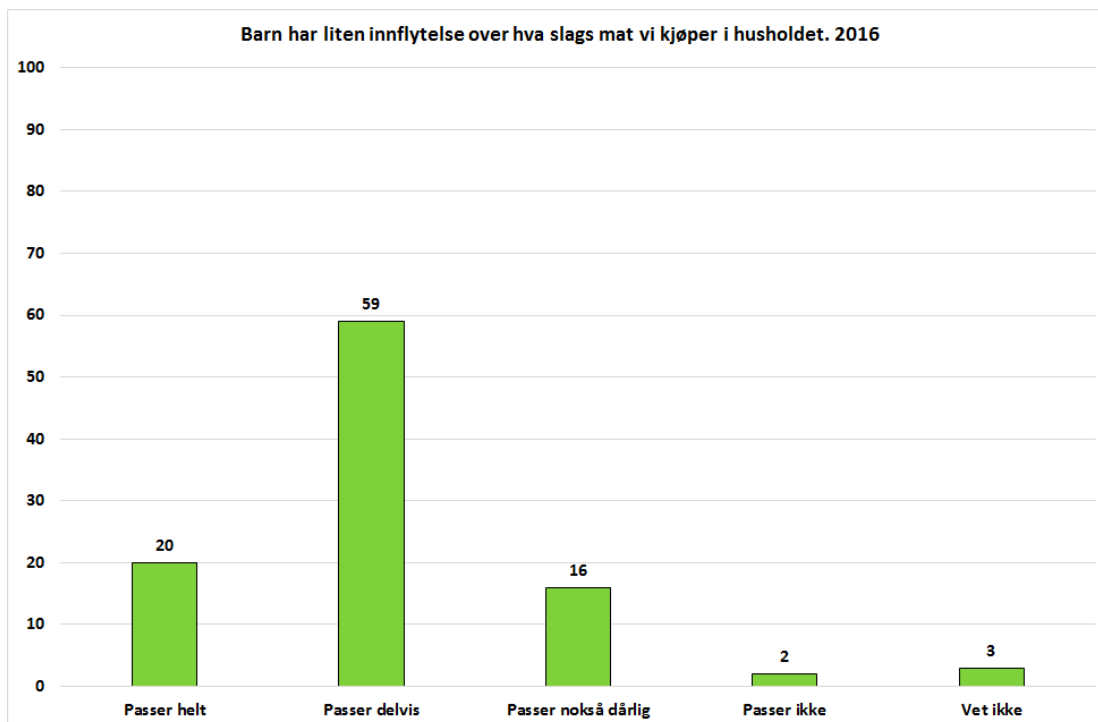
Figur 3-37 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



Figur 3-38 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016

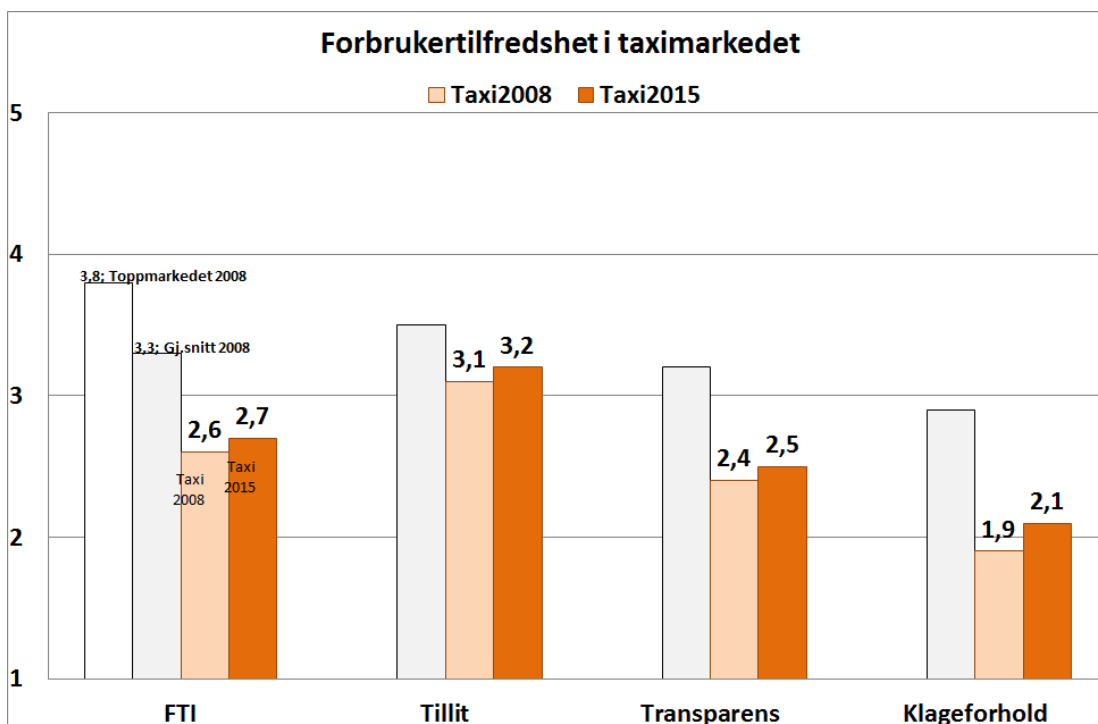
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



Figur 3-39 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

3.7 Drosjemarkedet - tilfredshet



Figur 3-40 Forbrukertilfredshet (FTI) i taximarkedet i 2008 og i 2015. Gjennomsnitt på skala 1-5. Feilmargin på i underkant av 0,1 FTI-poeng. (2008 N= 300, 2015) 913).

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

3.8 Marked, varehandel og distribusjon – publikasjoner

- Bugge, Annechen og Randi Lavik (2017): Hvor sultne er forbrukerne på nettmat? I *Forbrukstrender 2017. SIFO-survey: Er vi blitt mer miljøbevisste når vi handler; maten vi kaster; matfattigdom i velstands-Norge; appifisering av matvaremarkedet; ønsker norske forbrukere en betalingsjeneste; hvor sultne er forbrukere på nettmat.* Red av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 8. Oslo: SIFO
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>
- Lavik, Randi og Alexander Schjøll (2017): *Søndag som handledag. En sammenfatning av SIFOs forskning på åpningstider.* Prosjektnotat nr. 9. Oslo: SIFO.
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Soendag-som-handledag>
- Strandbakken, Pål og Live Standal Bøyum (2017): Reklamasjon og garanti – samme sak? I *Forbrukstrender 2017. SIFO-survey: Forbrukskreditt – et samfunnsproblem? «Pushing» av usikret kreditt – hvor og til hvem? Eiendomsskatt – en pest og plage? Reklamasjon og garanti – samme sak? Billige og dårlige klær – få klager. DABbende forbrukerinteresse?* Red av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 6. Oslo: SIFO.
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>
- Strandbakken, Pål og Live Standal Bøyum (2017): *Reklamasjonsfrister.* Oppdragsrapport nr 7. Oslo: SIFO.
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Reklamasjonsfrister>
- Bugge, Annechen (2016): Med barn i butikken – bare mas? I *Forbrukstrender 2016. SIFO-survey: Bruk av ullklær, miljøholdninger, miljøatferd, digital betaling, håndverkertjenester, søndagshandel, med barn i butikken, innholdsmarkedsføring.* Red: Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 6 – 2016
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf
- Lavik, Randi (2016): Dagligvarehandel på en søndag – Storhandel eller suppleringskjøp? I *Forbrukstrender 2016. SIFO-survey: Bruk av ullklær, miljøholdninger, miljøatferd, digital betaling, håndverkertjenester, søndagshandel, med barn i butikken, innholdsmarkedsføring.* Red: Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 6 – 2016
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf
- 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
- 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
- Lavik, Randi og Eivind Jacobsen (2015): *Endringer i dagligvaremarkedet på 2000-tallet – Handlevaner og holdninger.* Oppdragsrapport nr. 2. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file80415_oppdragsrapport_nr_2-2015_handlevaner.pdf
- Lavik, Randi (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
- Lavik, Randi 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
- Brusdal, Ragnhild, Lisbet Berg og Randi Lavik (2005): *Forbrukeren viser markedsrett.* Prosjektnotat nr 1 2005. Oslo: SIFO.
http://www.sifo.no/files/file71401_prosjektnotat_2005-01web.pdf

Berg, Lisbet (2004): *Bivirkninger ved bruk av kosmetiske produkter*. Oppdragsrapport nr 1. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file48565_oppdragsrapport_2004-01.pdf

Lavik, Randi (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

Stø, Eivind og Randi Lavik (1998): *Kunnskap om reklamasjon og garantibestemmelser blant forbrukere og næringsdrivende*. SIFO-notat nr. 4.

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

Lavik, Randi 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

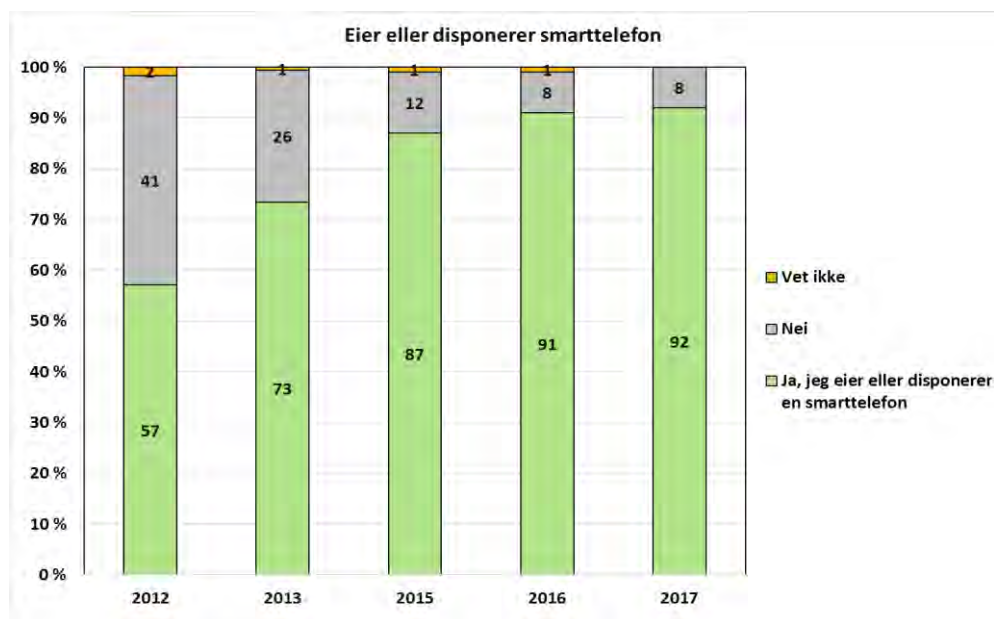
Lavik, Randi og Eivind Jacobsen (2015): *Endringer i dagligvaremarkedet på 2000-tallet – Handlevaner og holdninger*. Oppdragsrapport nr. 2. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file80415_oppdragsrapport_nr_2-2015_handlevaner.pdf

4 Digital hverdag

Kapitlet om digital hverdag viser følgende

- ✓ Smarttelefon
- ✓ Mobil betaling
- ✓ Betalingsapper
- ✓ Holdninger til bruk av smarttelefon
- ✓ Digitale spill
- ✓ Pengespill
- ✓ Matapper
- ✓ DAB-radio
- ✓ Tingenes internett

4.1 Smarttelefon



Figur 4-1 Eier/disponerer smarttelefon. 2013 (Ref. Slette-meås 2014, figur 2-1). 2013, 2015, 2016, 2017; Blant dem med mobiltelefon²³

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

²³ 2012: Eier/og eller disponerer du en såkalt smarttelefon? N=1019.

2013: Eier/disponerer du en eller flere mobiltelefoner? Hvis ja: Er mobiltelefonen du bruker mest en såkalt «smarttelefon»? N=965.

I 2014 ble det ikke stilt et eget spørsmål om smarttelefon

I 2015: Eier/disponerer du en eller flere mobiltelefoner? Hvis ja, er en eller flere av disse en såkalt smarttelefon? N=980.

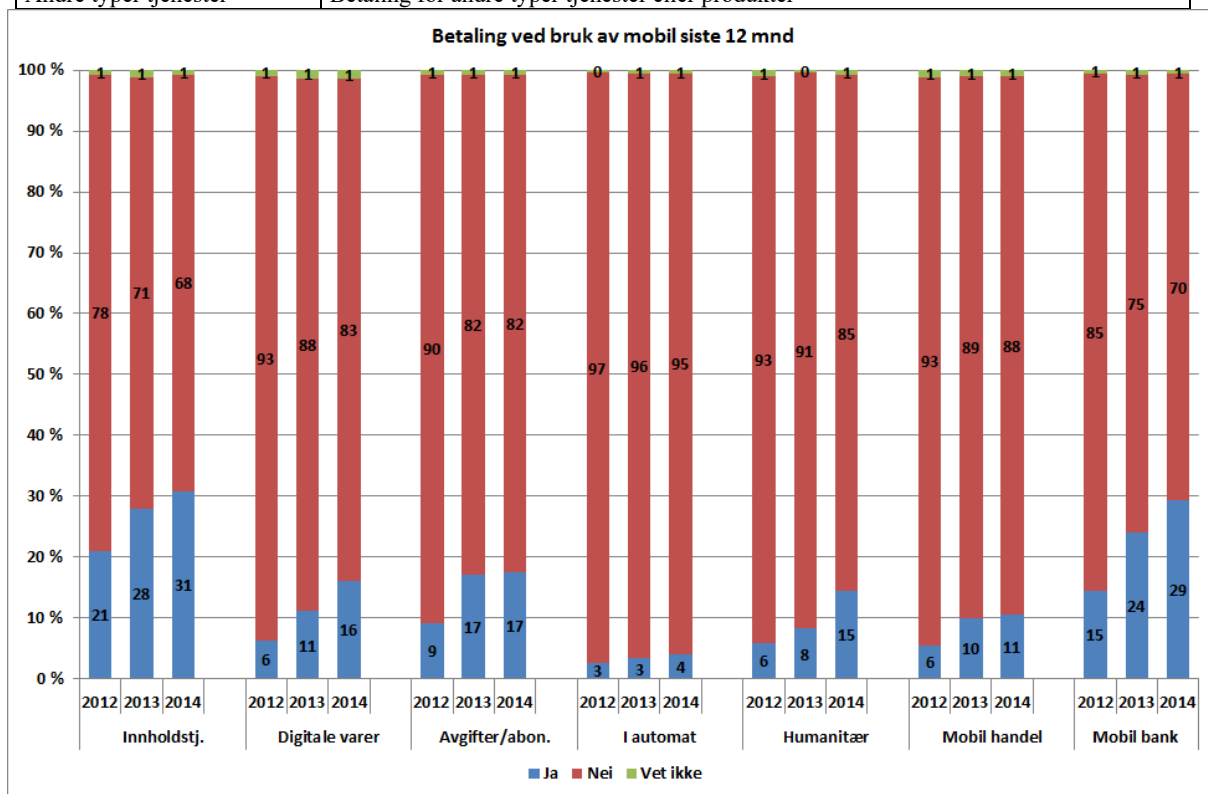
2016 Eier/disponerer du en eller flere mobiltelefoner? Hvis ja, er en eller flere av disse en såkalt smarttelefon? N=977.

2017: Eier/disponerer du en eller flere mobiltelefoner? Hvis ja, er en eller flere av disse en smarttelefon? N=952. N=952.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>

Mobil betaling

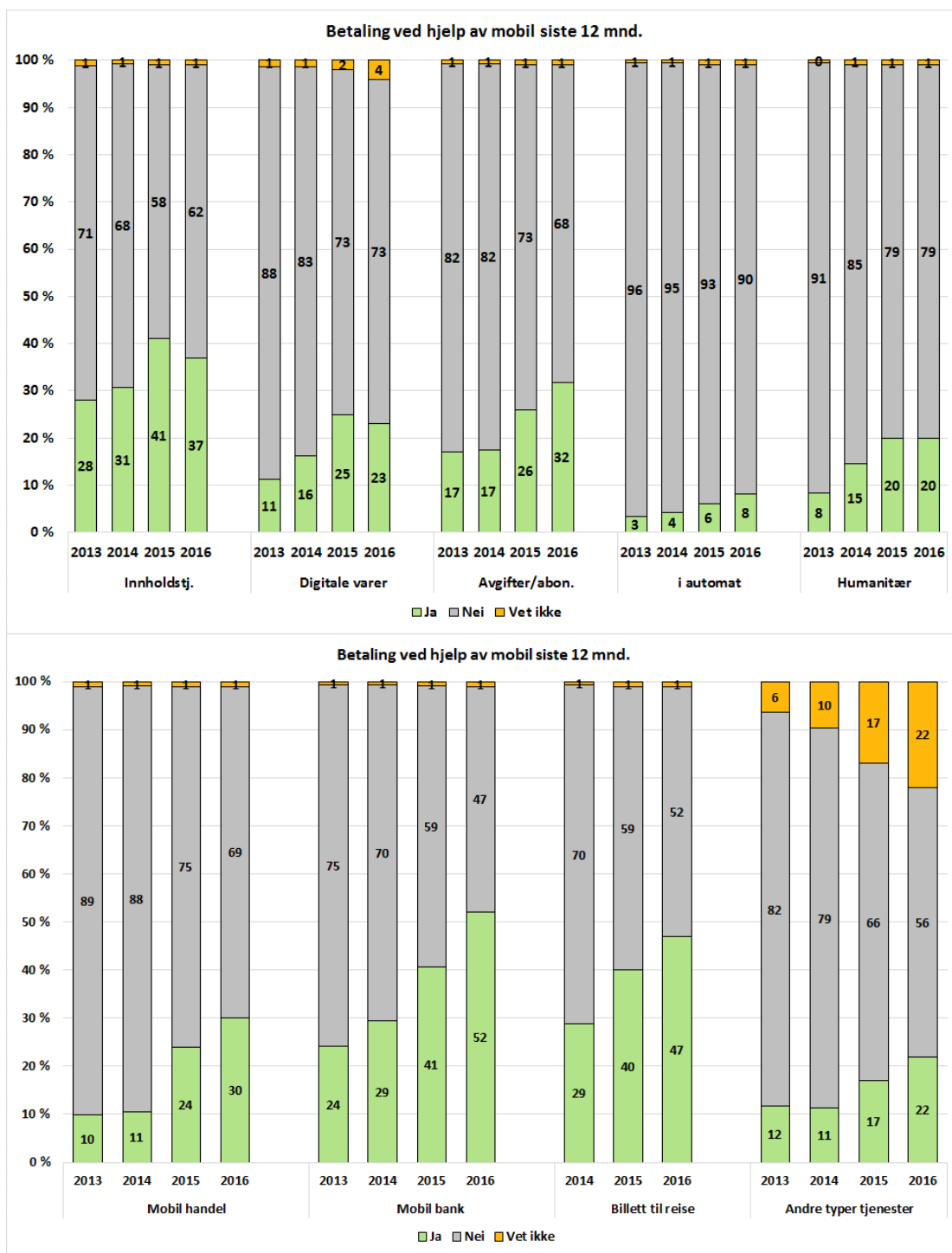
Innholdstj. =	Betaling for digitale innholdstjenester/ app'er (spill, logoer, musikk, annet)
Digitale varer =	Betaling for digitale varer/tjenester INNE i applikasjonen. (slik som tilbehør i spill-app'er, låter i musikk-app'er, betal-versjoner av gratis app'er, etc.
Avgifter/abon. =	Betaling av avgifter/abonnementer (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, Skyss Billett app, Kolumbus Billett app. el)
Andre typer tjenester =	Betaling for andre typer tjenester eller produkter



Figur 4-2 Benyttet seg av ulike former for mobil betaling de siste 12 måneder. Prosent. N: 2012=1019, 2013=966-972, 2014=1918-1933.

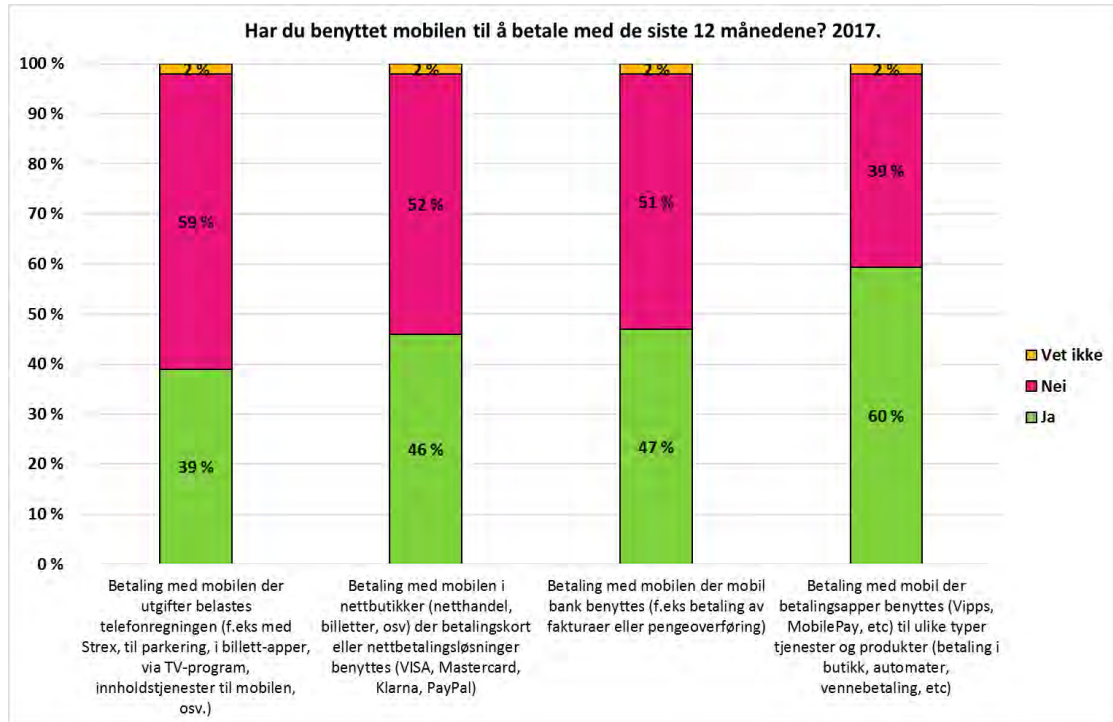
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf

(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)



Figur 4-3 Benyttet seg av ulike former for mobil betaling de siste 12 måneder. Prosent. N: 2013= 966-972, 2014=1918-1933, 2015=980. 2016=977 (Blant dem med smarttelefon) (Billett til reise ble ikke stilt i 2013)

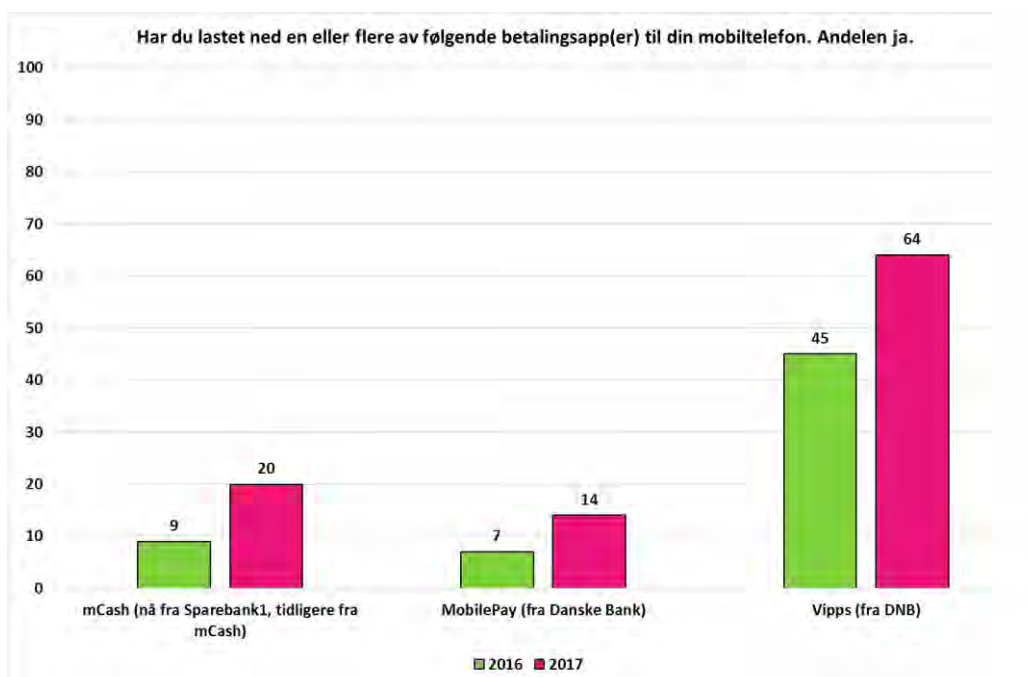
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



Figur 4-4 Har du benyttet mobilen til å betale med de siste 12 måneder? 2017. Prosent blant dem som eier/disponerer mobiltelefon. N=952.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>

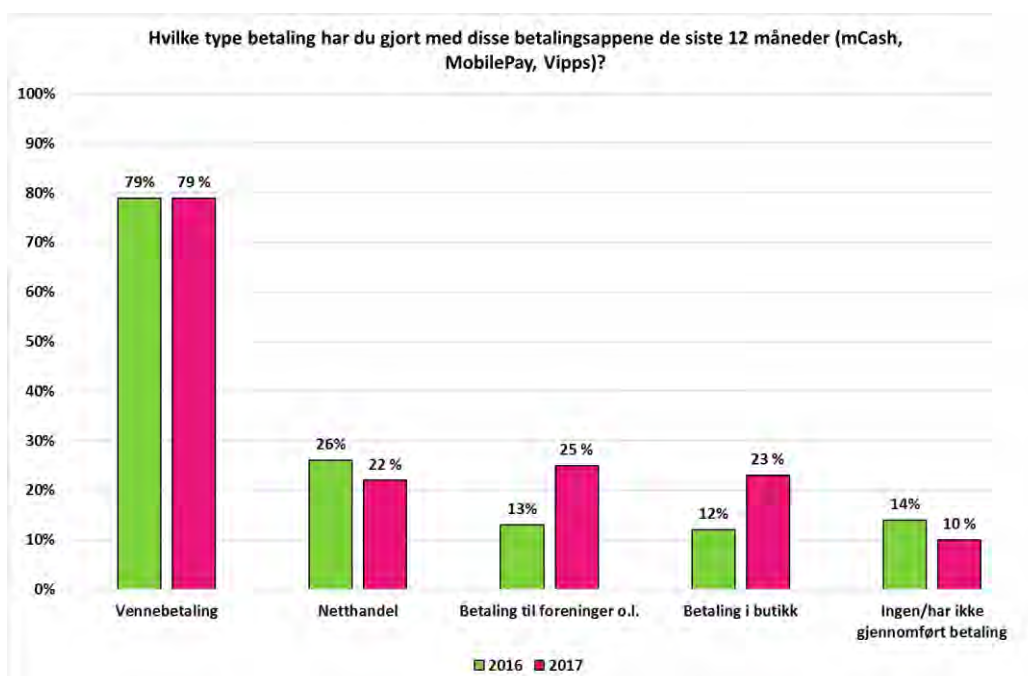
4.2 Betalingsapper



Figur 4-5 Andel som har lastet ned én eller flere av følgende betalingsapper til sin mobiltelefon. Prosent, blant dem med mobiltelefon. N 2016=977, N 2017=952.

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>

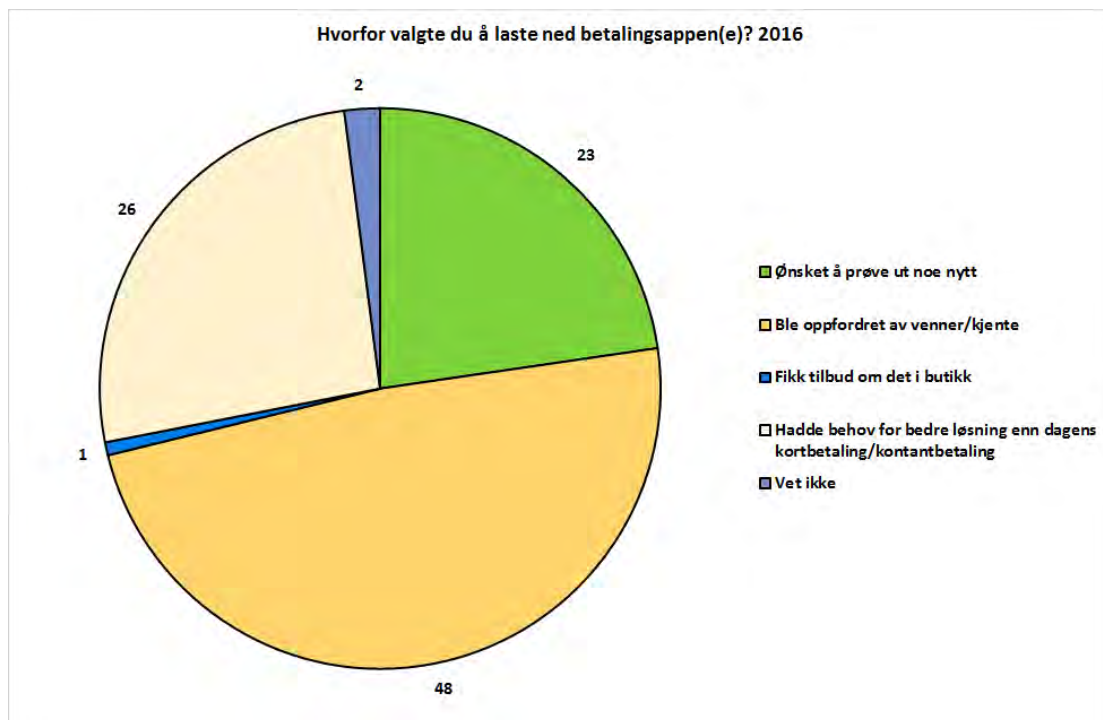


Figur 4-6 Hvilke typer betaling med app. Prosent. Blant dem som har lastet ned en eller flere apper. N 2016=466, N 2017=644.²⁴

²⁴ I 2017 var det også spurt om en hadde brukt disse appene til å betale avgiftsbetaling (f.eks. parkering, transport o.l.). 17 prosent hadde brukt appene til en slik betaling.

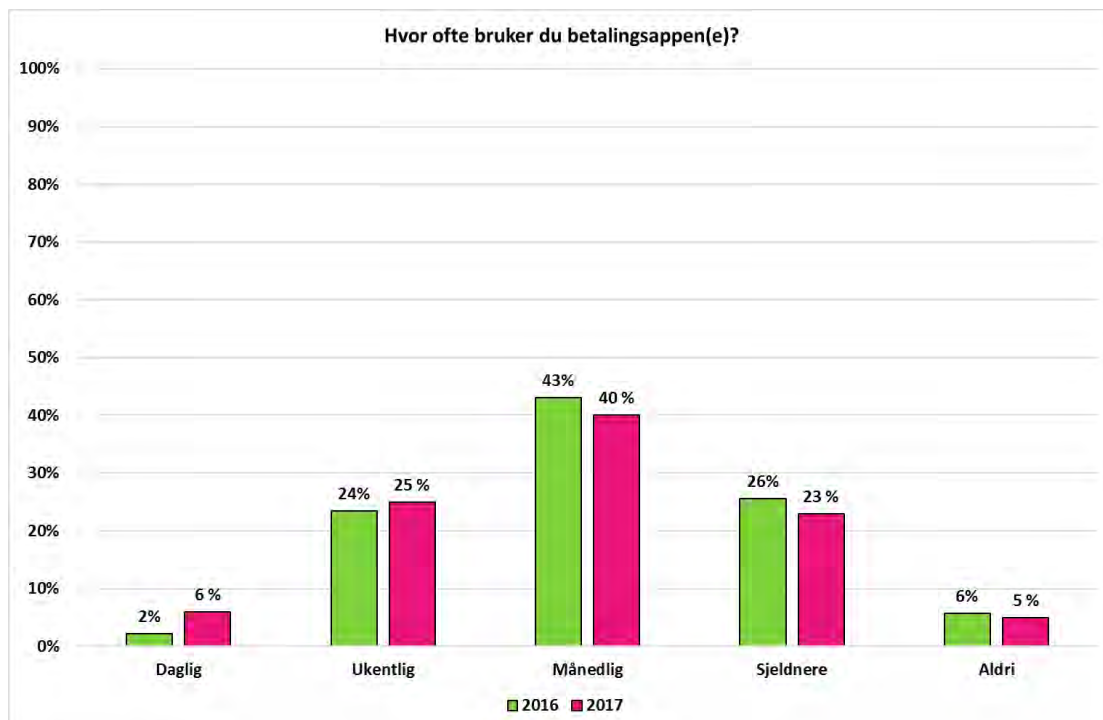
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>



Figur 4-7 Andel som har svart hvorfor de har lastet ned betalingsapper. Prosent. Blant dem som har lastet ned en eller flere betalingsapper. N=466

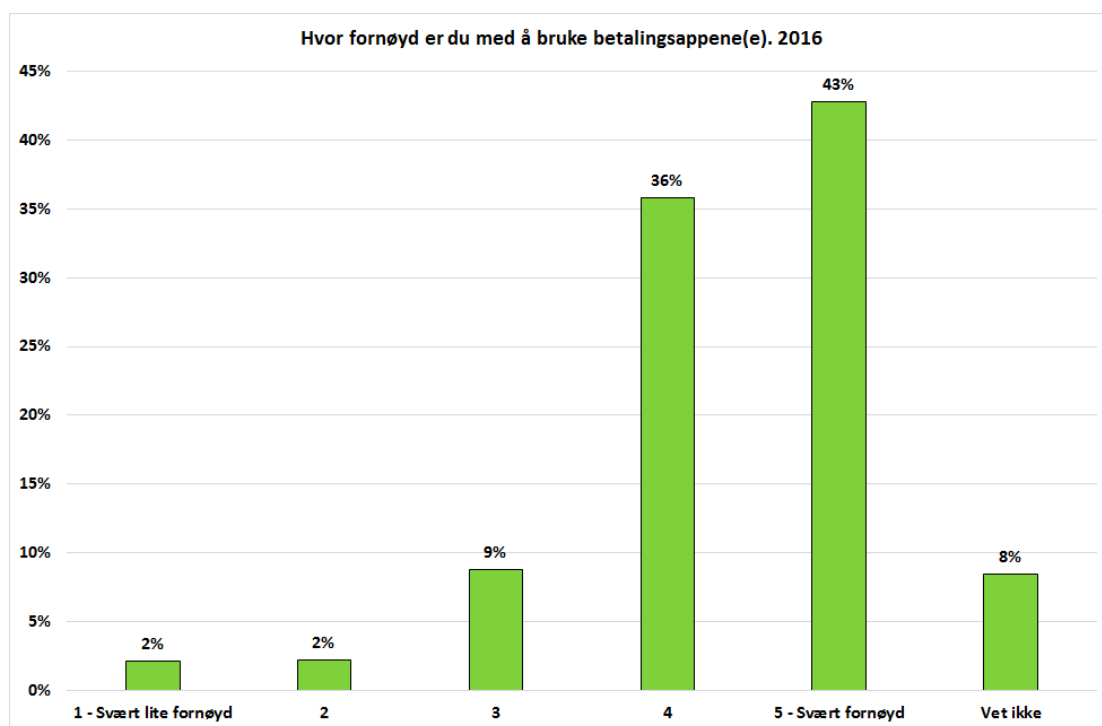
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



Figur 4-8 Hvor ofte brukes betalingsappene(e)? Prosent. Blant dem som har lastet ned en eller flere betalingsapper. N 2016=466, N 2017=520.

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

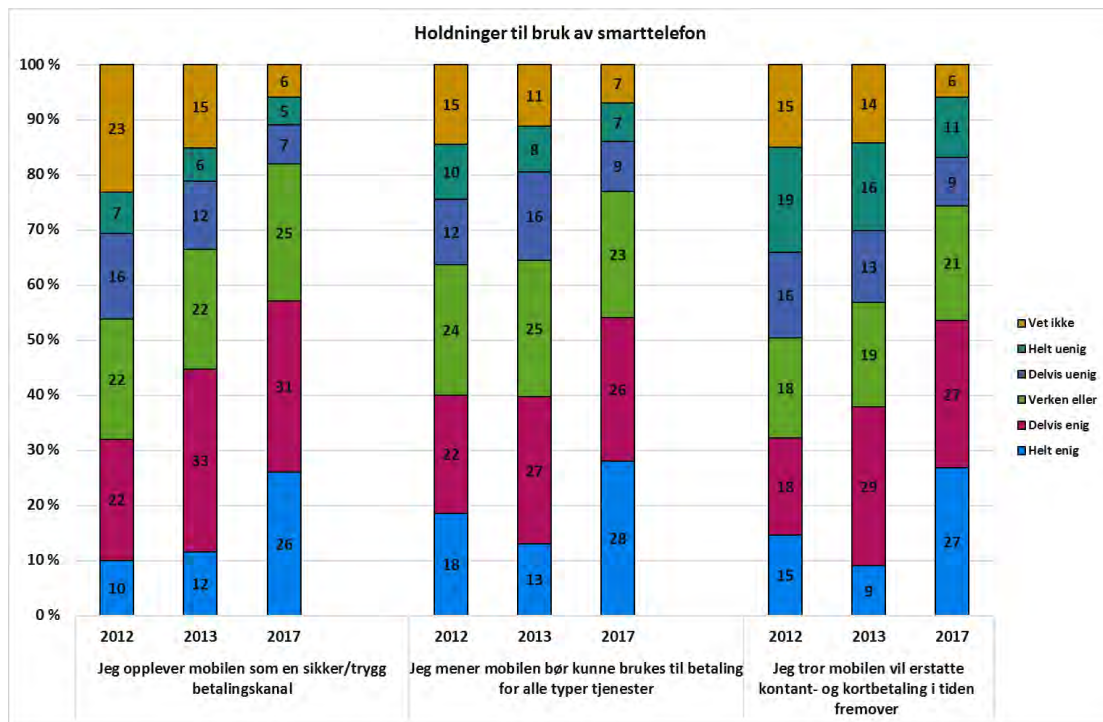
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>



Figur 4-9 Hvor fornøyd er du med å bruke betalingsappen(e)? 2016. Prosent. Blant dem som har lastet ned en eller flere betalingsapper, N=466

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

4.3 Holdning til bruk av smarttelefon

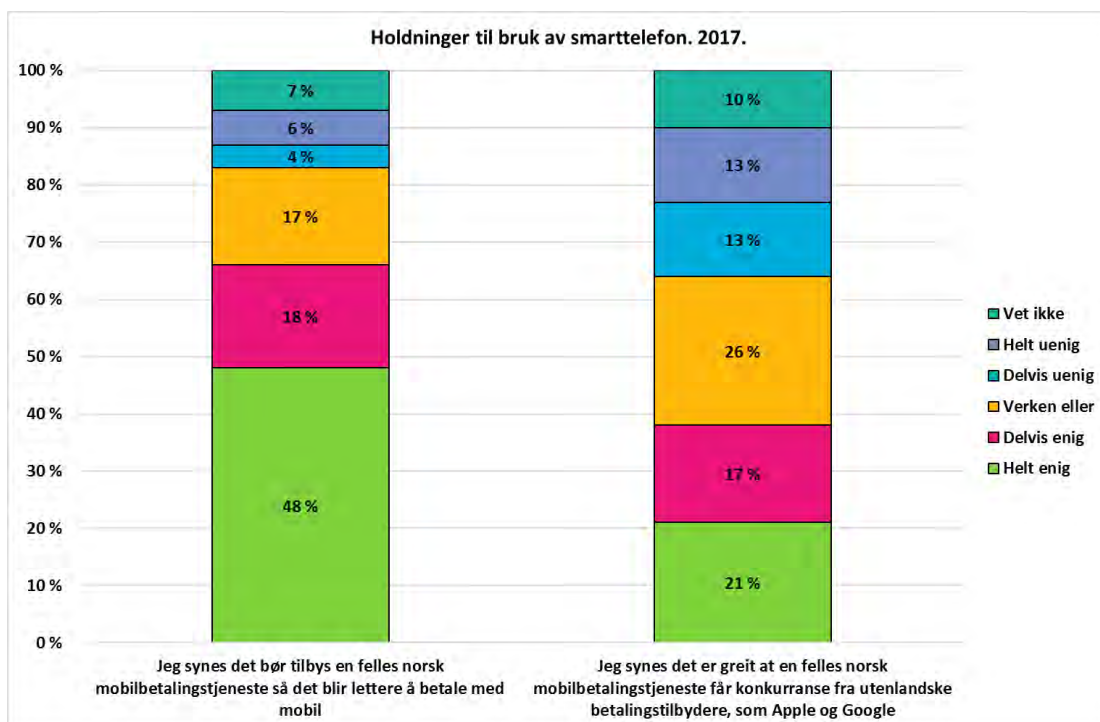


Figur 4-10 Tre påstander om holdninger til bruk av smarttelefon. N: 2012=582, 2013=708, 2017=644. (Ref. Slettemeås, 2014, figurene 3-13, 3-15, 3-17). (Blant dem med smarttelefon)²⁵

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>

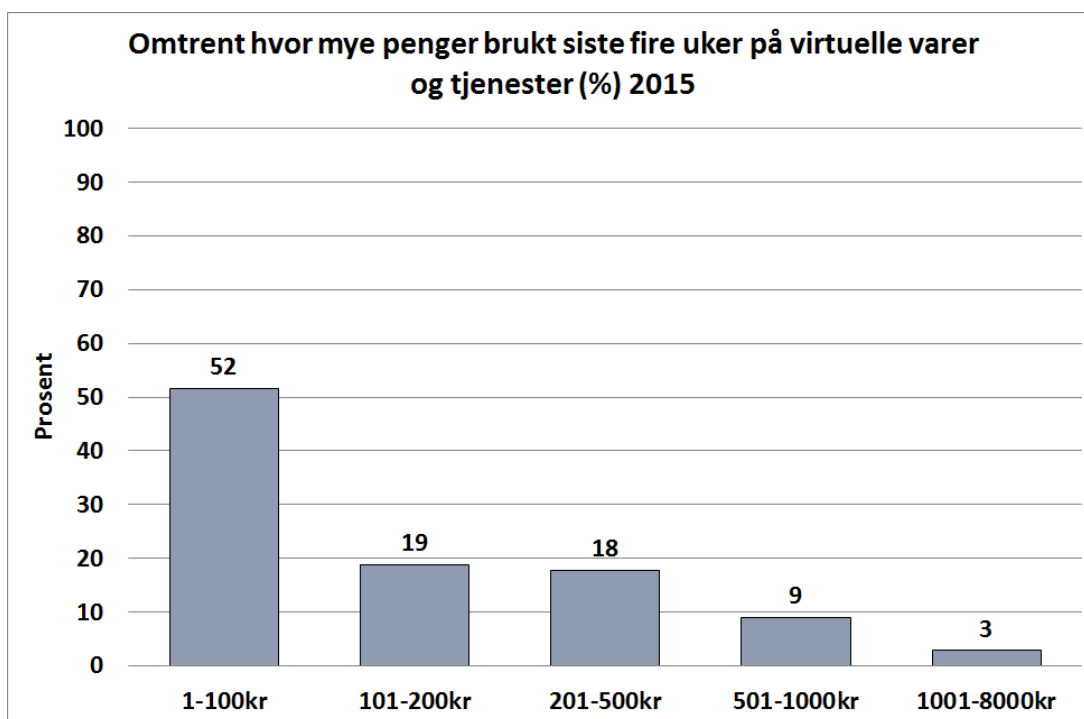
http://www.sifo.no/files/file79632_prosjektnotat_2-2014_web.pdf

²⁵ To av påstandene var formulert noe annerledes i 2017: «Jeg mener mobilen bør kunne brukes til alle typer betaling» og «Jeg tror mobilen i framtiden vil erstatte eksisterende betalingsformer, som kortbetaling og kontanter».



Figur 4-11 To påstander om holdninger til bruk av smarttelefon. 2017²⁶. Prosent. N=644.

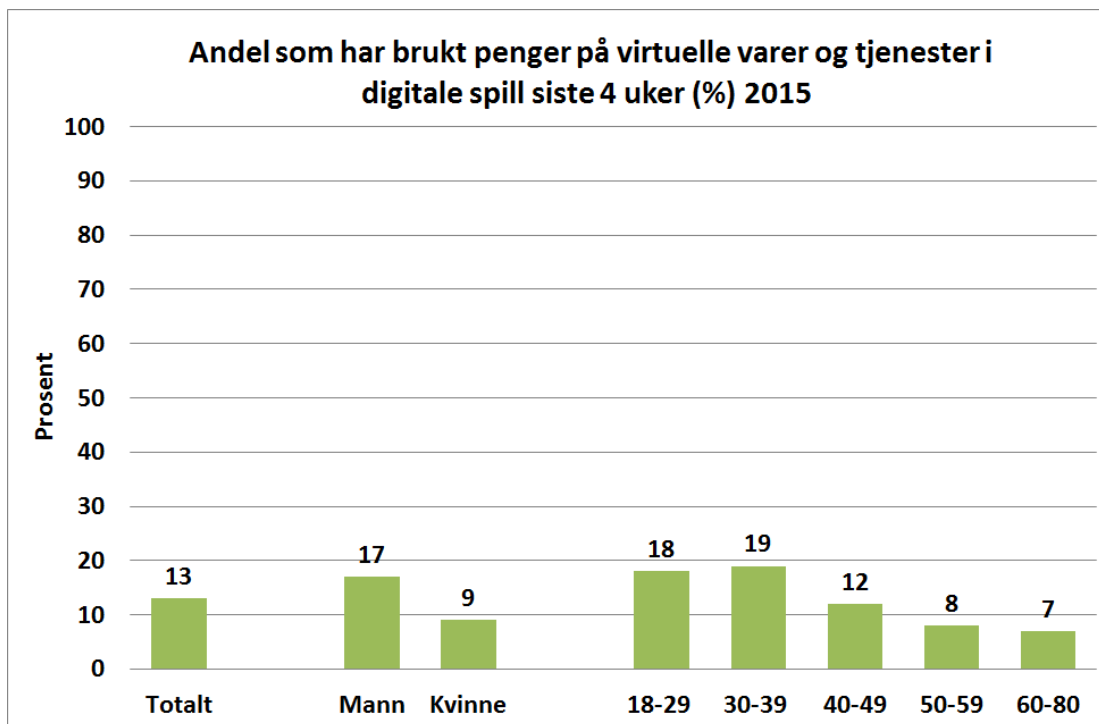
4.4 Digitale spill



Figur 4-12 Fordeling i prosent, kroner brukt på virtuelle varer og tjenester i digitale spill (N=126). SIFO Survey 2015. [Figur 5-2 i Kjørstad 2015]

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

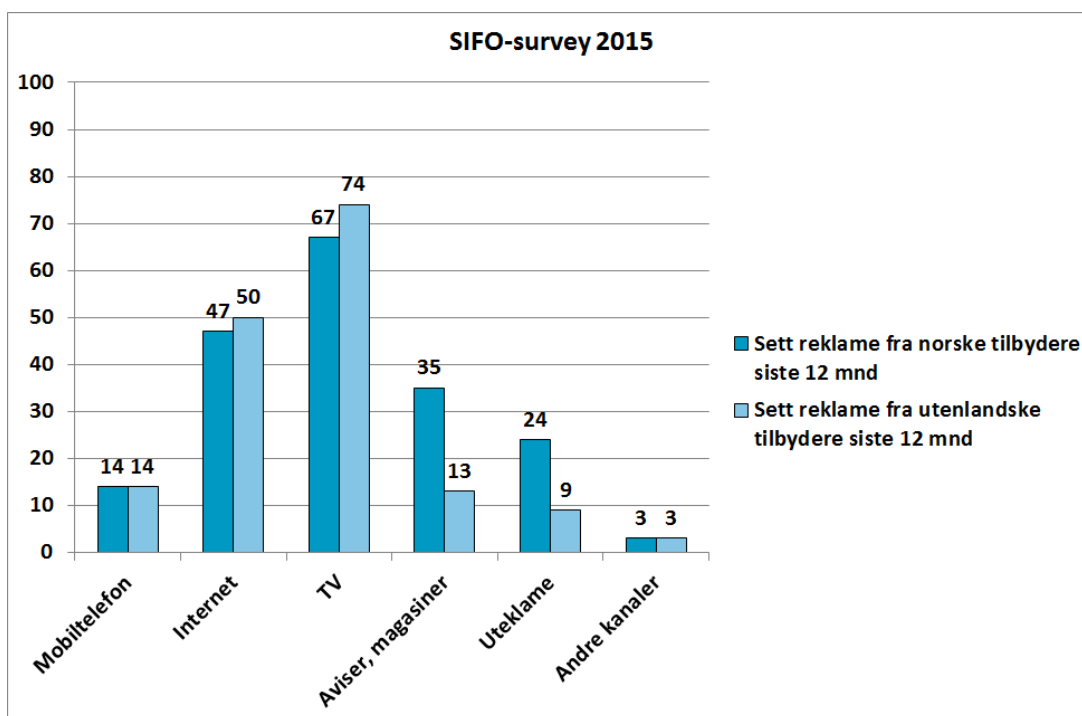
²⁶ Tallene er ikke publisert tidligere.



Figur 4-13 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

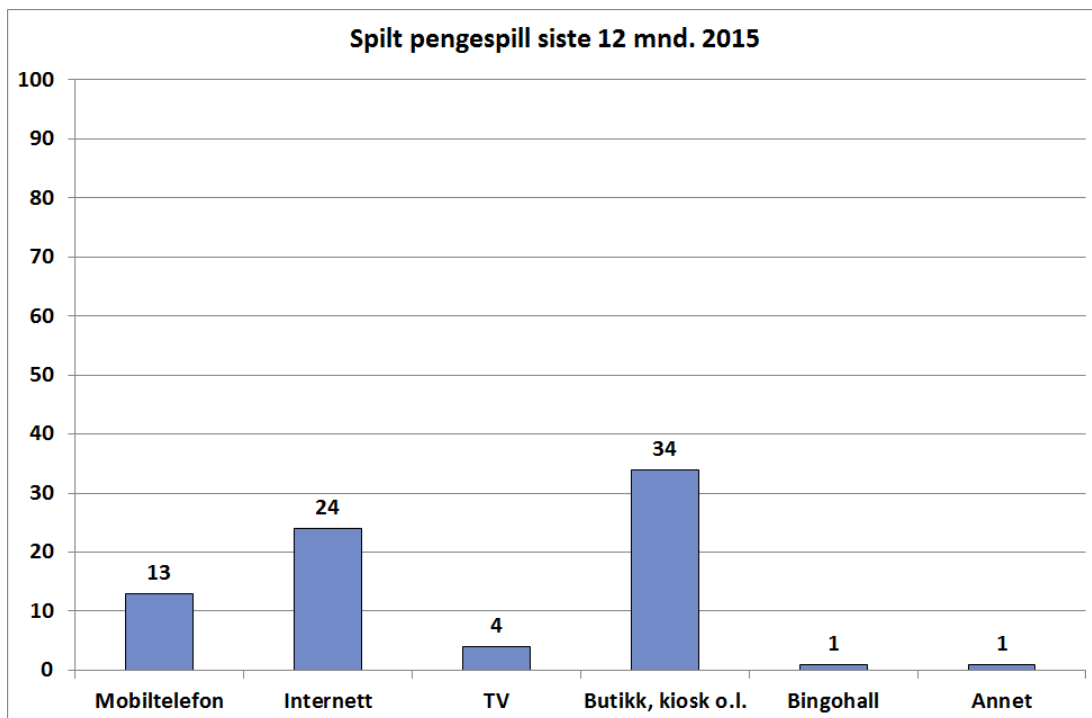
http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf

4.5 Pengespill



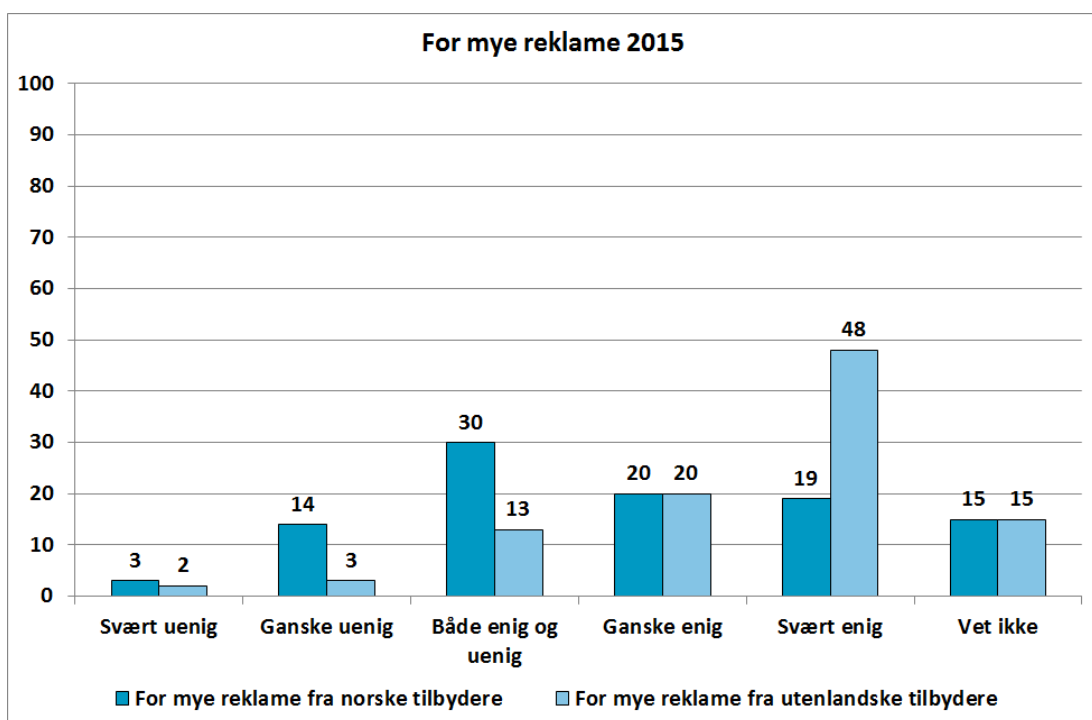
Figur 4-14 Har sett reklame for pengespill fra norske og utenlandske tilbydere i løpet av siste 12 mnd på noen av følgende kanaler. Prosentvis andel. N=1004 (vet ikke inkl. i de som ikke har sett reklame). (Borch 2015 figur 6-1)

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



Figur 4-15 Har spilt pengespill på ulike kanaler i løpet av siste 12 mnd. Prosentvis andel. N=1004. (Borch 2015, figur 6-2)

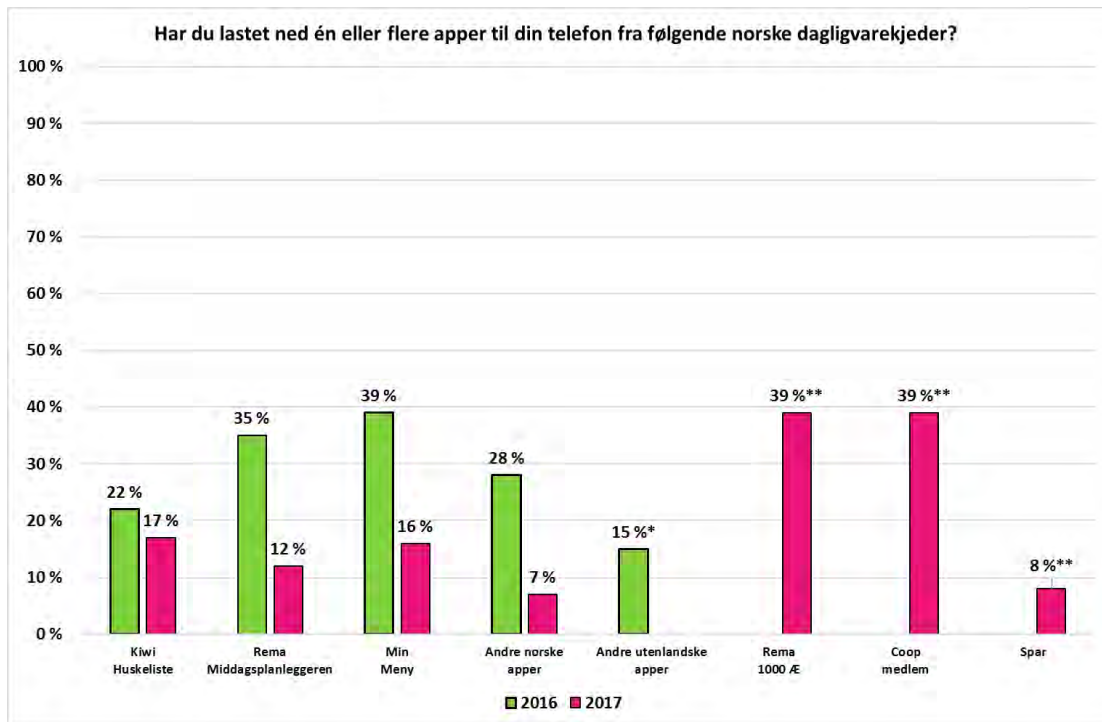
http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf



Figur 4-16 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)

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

4.6 Matapper



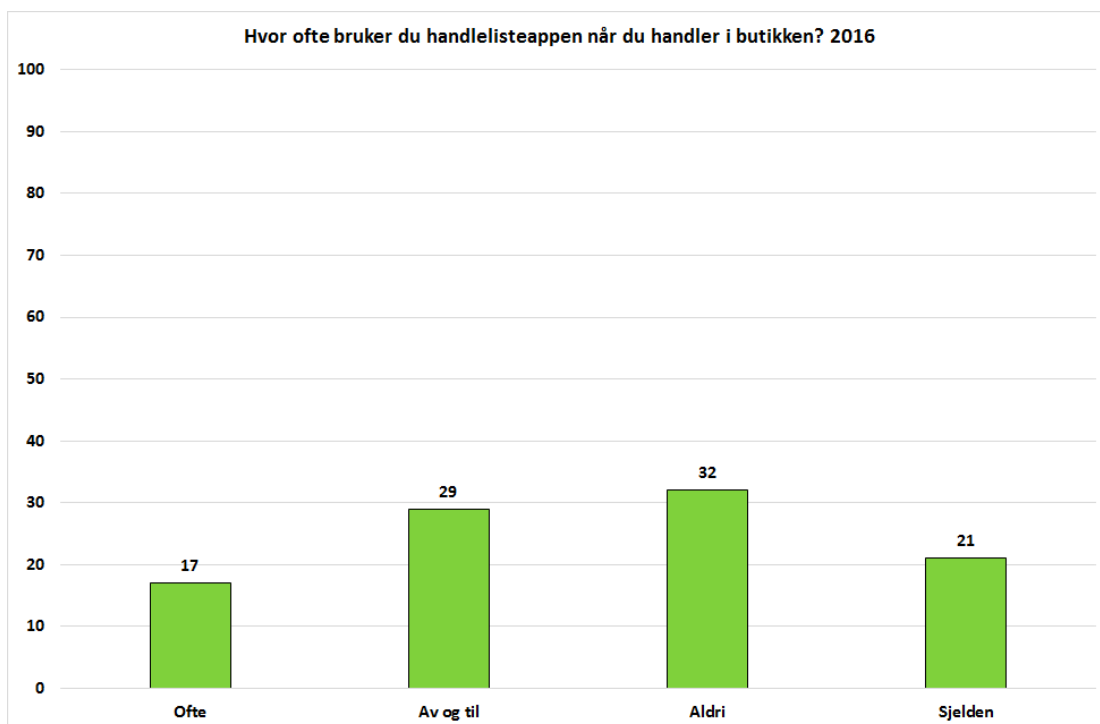
Figur 4-17 Prosentandel som har lastet ned ulike handlelister-matapper. N: 2016=977, 2017=1000.

* Bare spurt i 2016.

** Bare spurt i 2017.

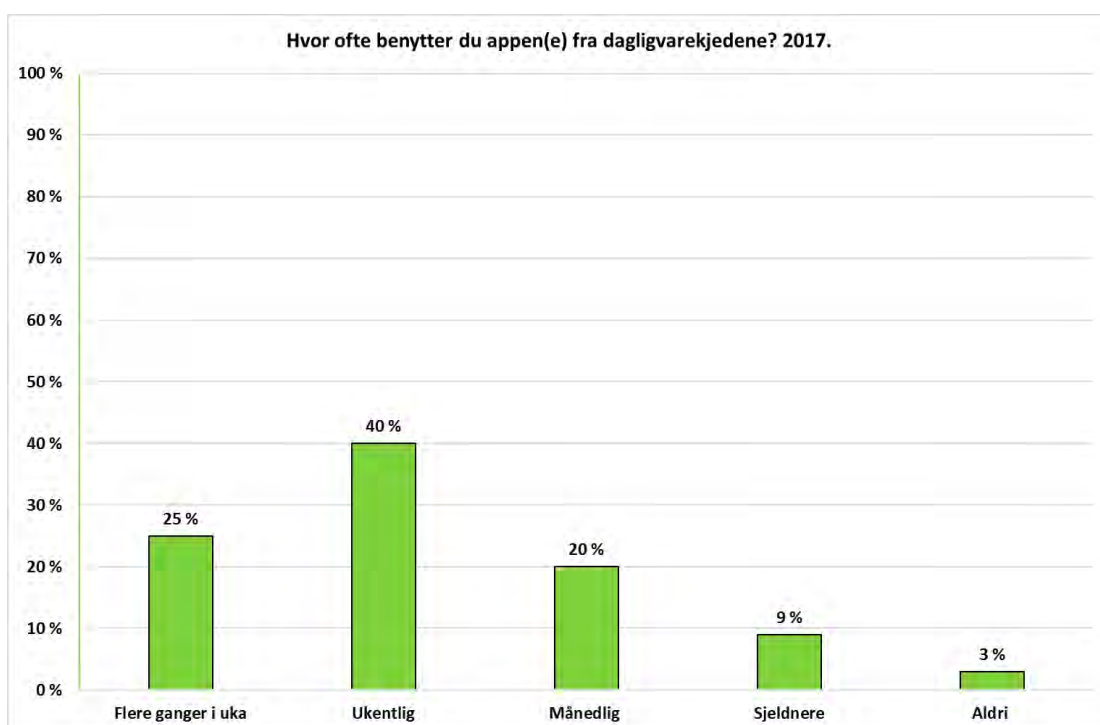
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Maten-blir-mobil>



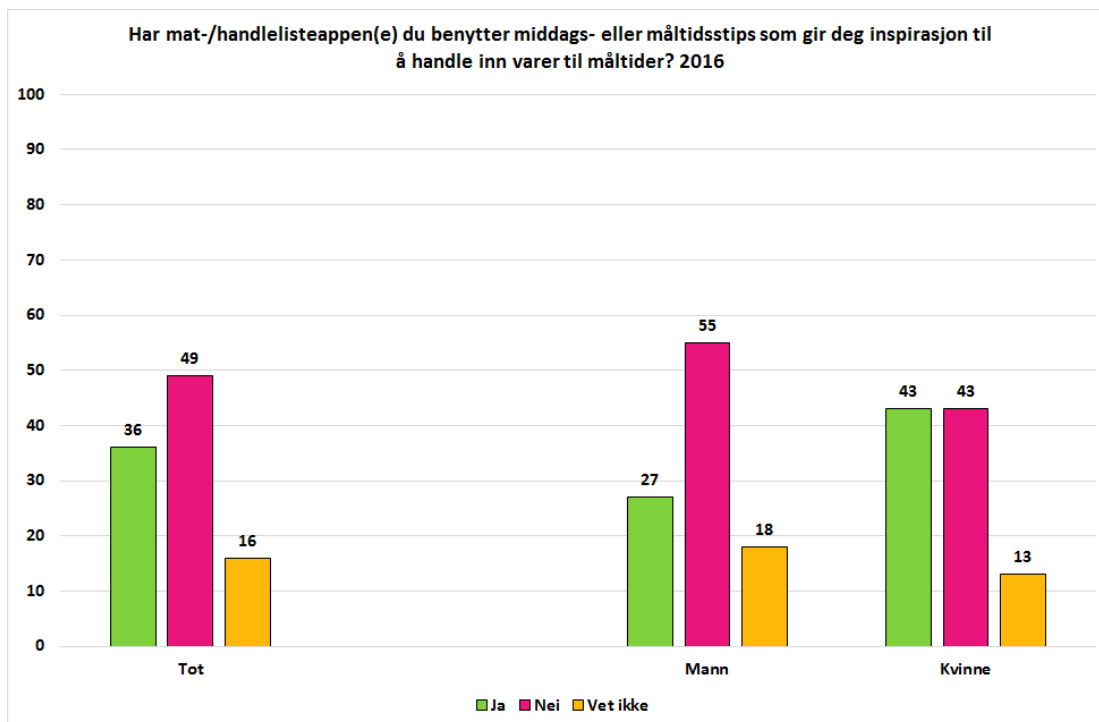
Figur 4-18 Hvor ofte bruker du handlelisteappen når du handler i butikken? 2016. Prosent. N=199

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Matnblir-mobil>



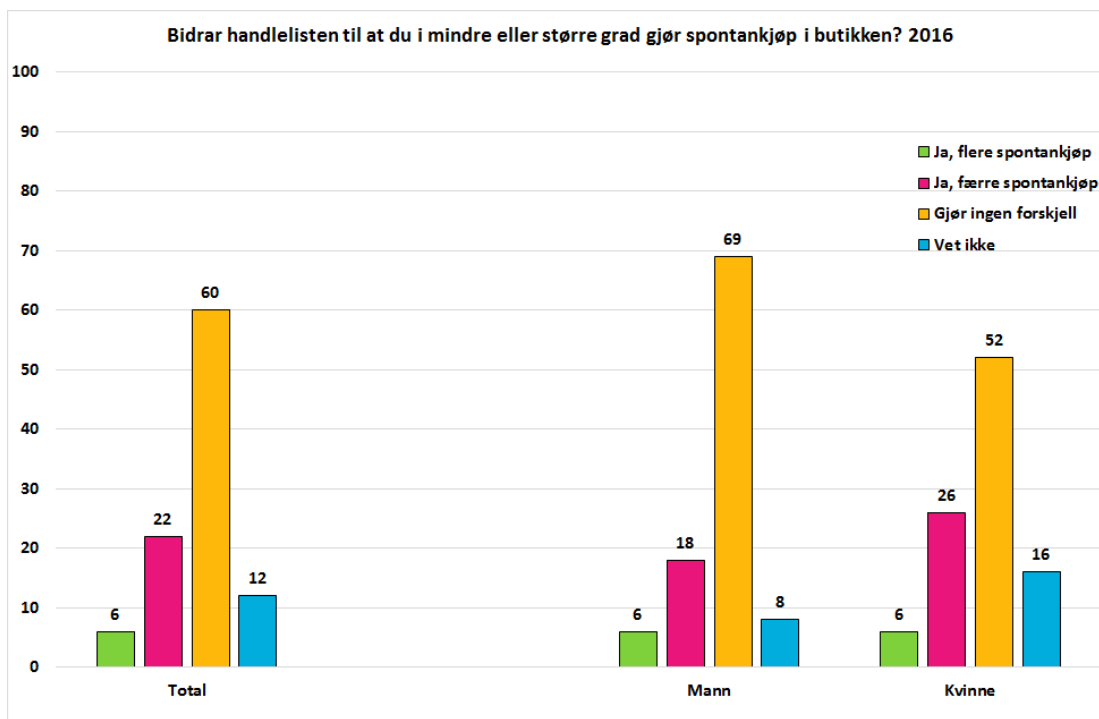
Figur 4-19 Hvor ofte benytter du appen(e) fra dagligvarekjedene? 2017. Prosent. N=648.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>



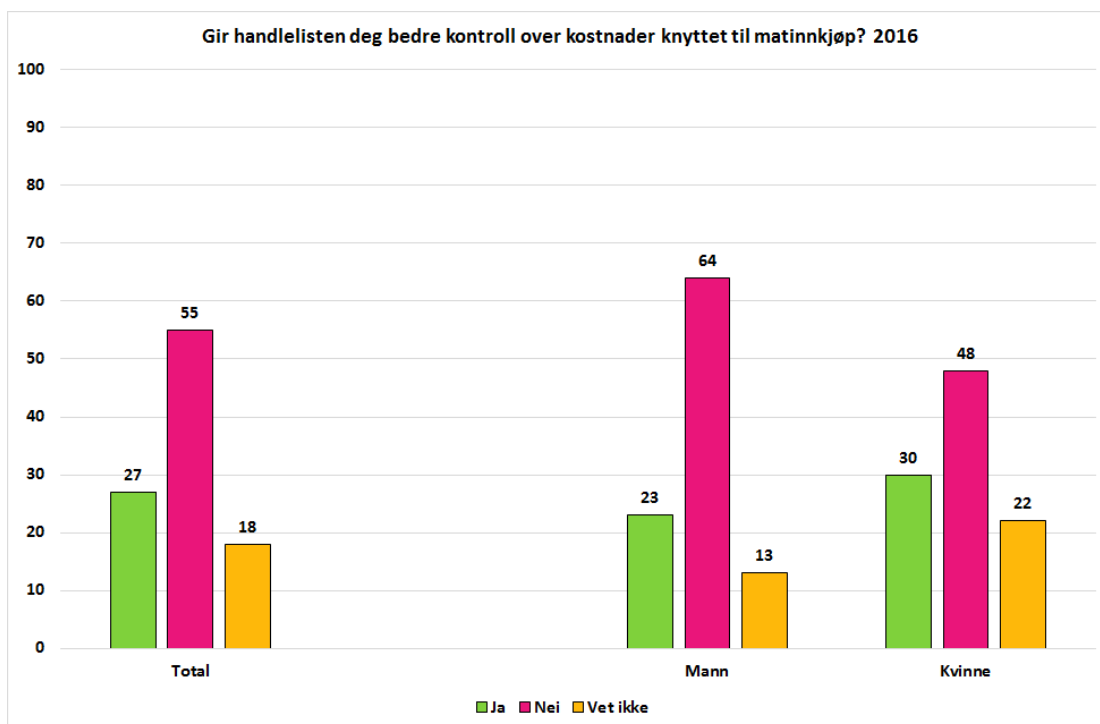
Figur 4-20 Har mat- og handlelistene du benytter gitt deg inspirasjon til å handle inn varer til måltider? Blant mobilbrukere som har lastet ned en eller flere slike apper. Prosent. 2016. Total=199, Menn=92, Kvinner=107.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Maten-blir-mobil>



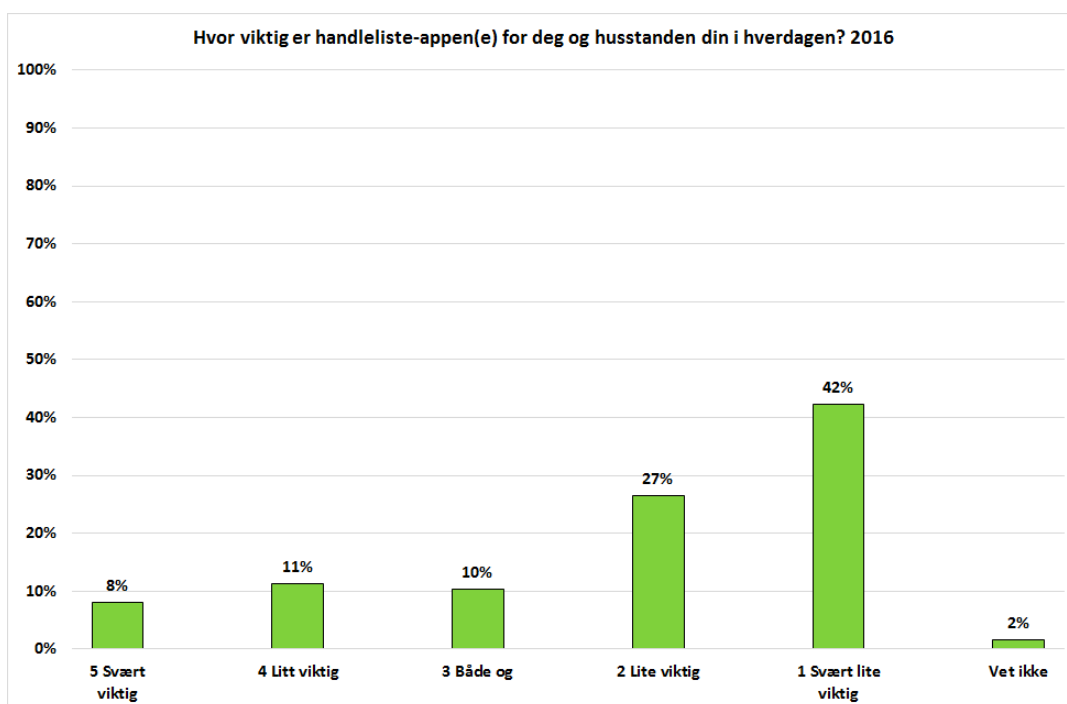
Figur 4-21 Bidrar handlelisteappen til at du i mindre eller større grad gjør spontankjøp i butikken? Blant mobilbrukere som har lastet ned en eller flere slike apper. Prosent. 2016. Total=199, Menn=92, Kvinner=107.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Maten-blir-mobil>



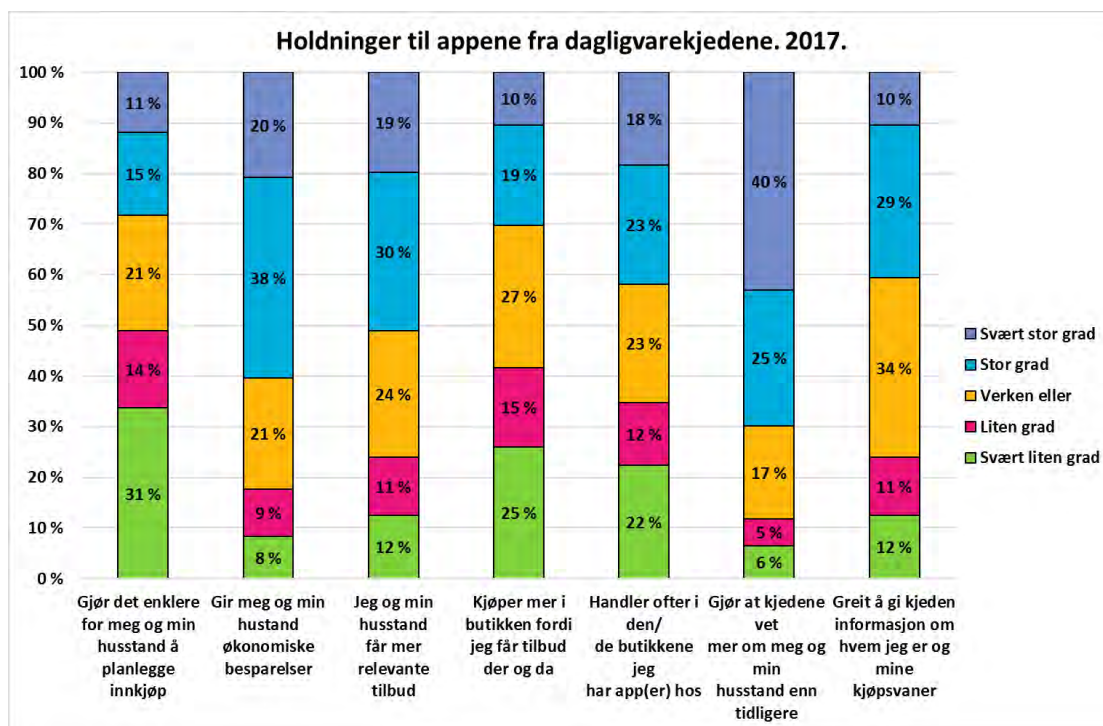
Figur 4-22 Gir handlelisten deg bedre kontroll over kostnader knyttet til matinnkjøp? Blant mobilbrukere som har lastet ned en eller flere slike apper. Prosent. 2016. Total=199, Menn=92, Kvinner=107.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Maten-blir-mobil>



Figur 4-23 Hvor viktig er handleliste-appene for deg og husstanden din i hverdagen? Blant mobilbrukere som har lastet ned en eller flere slike apper. Prosent. 2016.

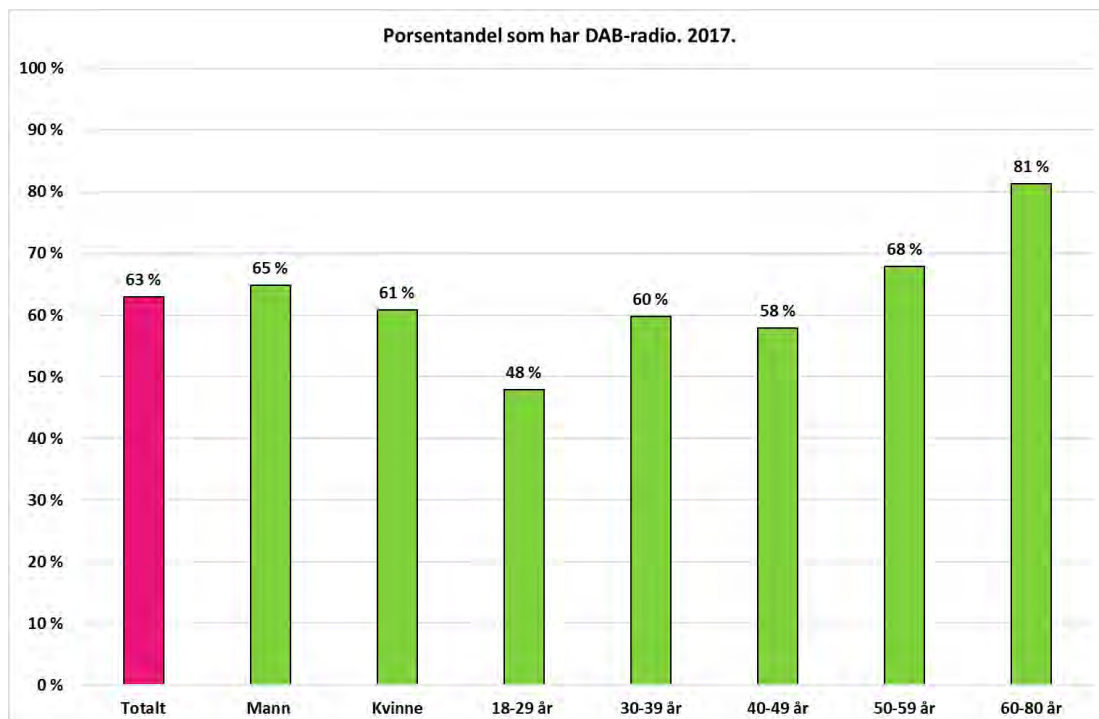
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Maten-blir-mobil>



Figur 4-24 Sju påstander om holdninger til appene til dagligvarekjedene. 2017. Prosent. N=648.

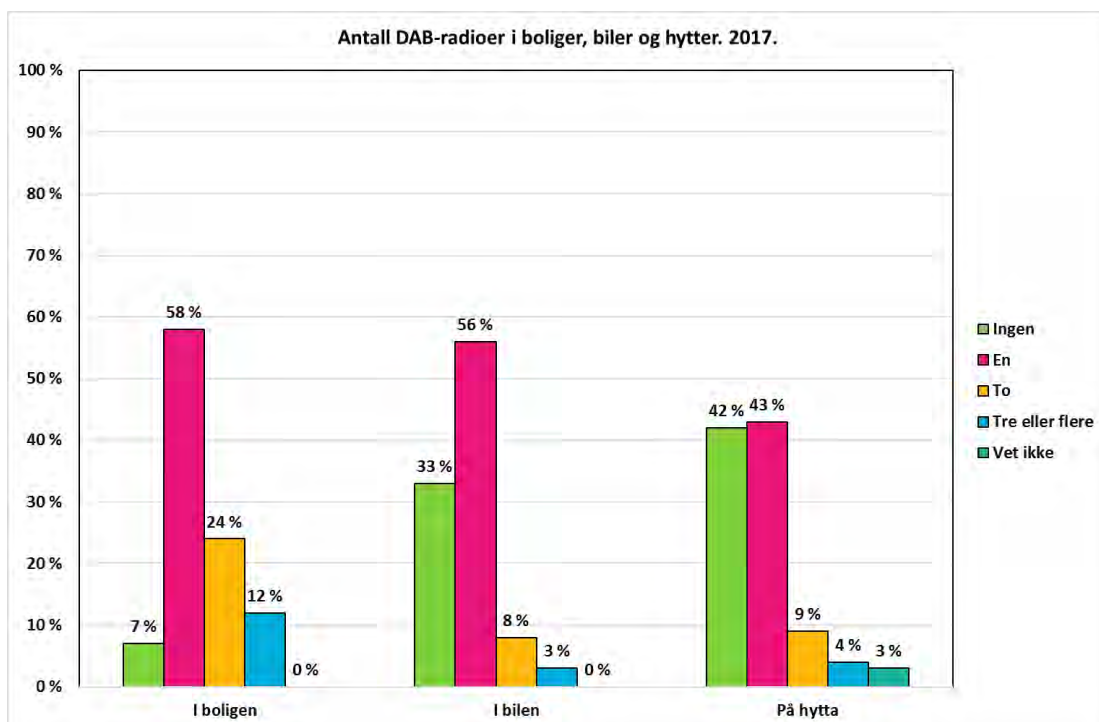
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>

4.7 DAB-radio



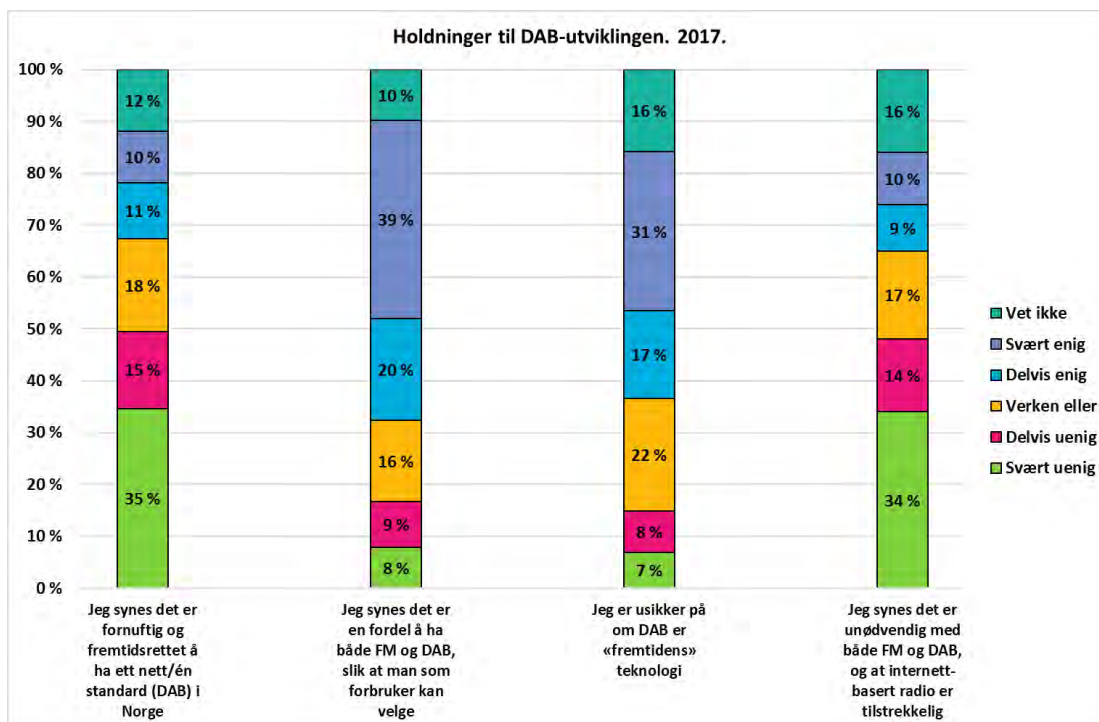
Figur 4-25 Har du eller husholdet der du bor enten én eller flere DAB-radioer? (enten hjemme, på hytta, i bilen, osv.). 2017. Prosent. N=1000.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>



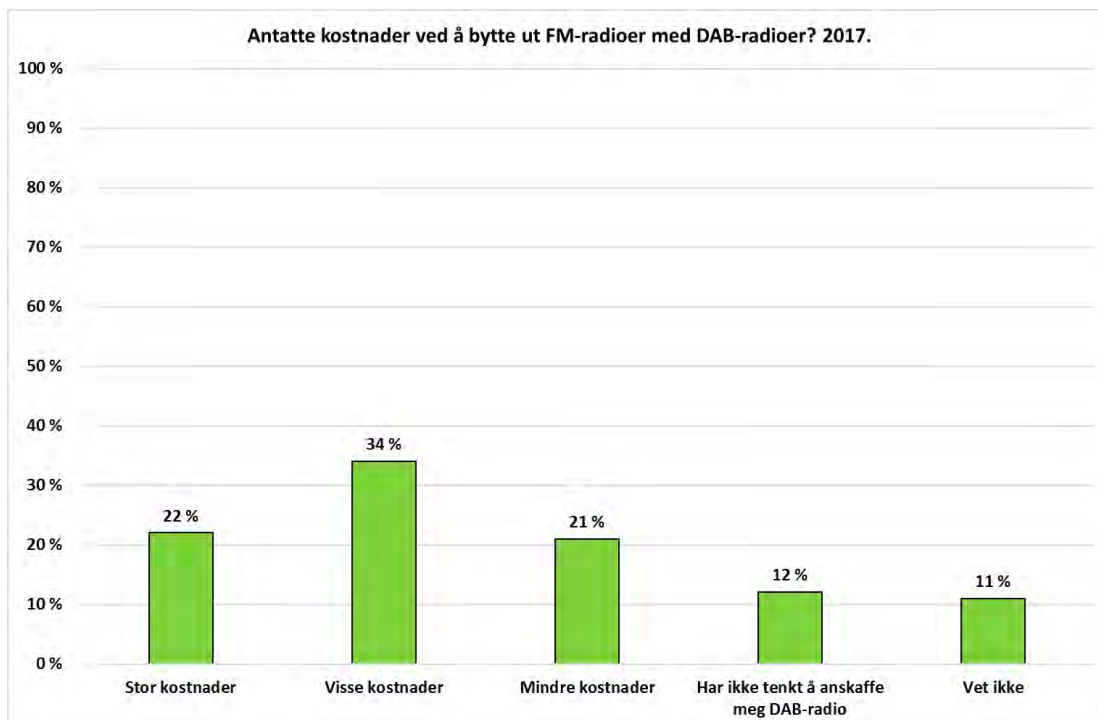
Figur 4-26 Hvor mange DAB-radioer har du/husholdet i boligen, på hytta og i bilen(e)? 2017. Prosent. Blant dem som har DAB-radio. N: I bolig=587, I bilen=462, På hytta=341.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>



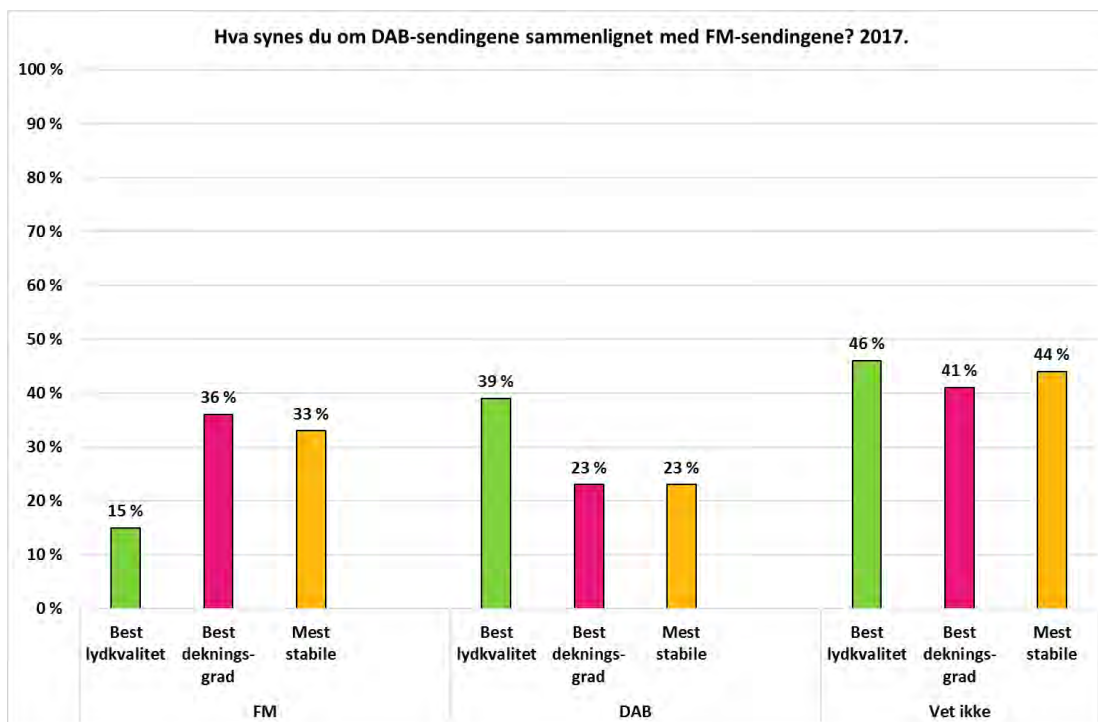
Figur 4-27 Hva synes du om at FM-nettet slukkes og at vi kun får DAB-nett i Norge? Fire påstander om holdninger til DAB-utviklingen. 2017. Prosent. N=1000.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>



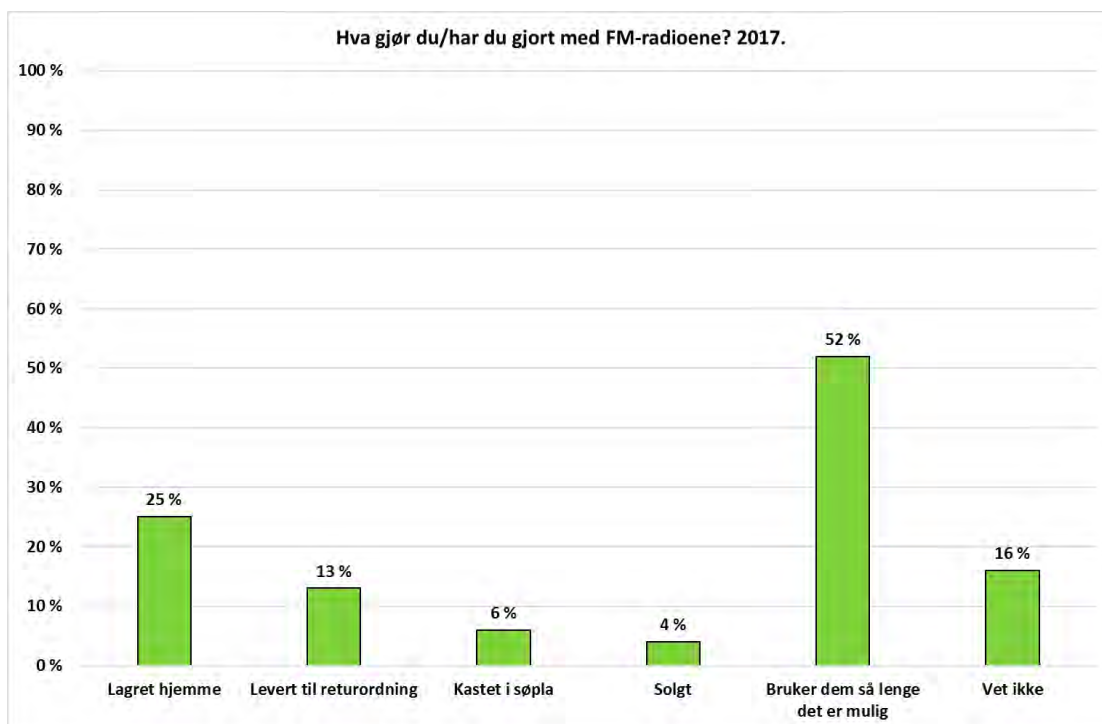
Figur 4-28 Hva tror du kostnadene vil bli for deg og din husstand dersom du må bytte ut alle FM-radioer med DAB-radioer? 2017. Prosent. N=1000.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>



Figur 4-29 Hva synes du om DAB-sendingene sammenlignet med FM-sendingene? 2017. Prosent. N=1000.

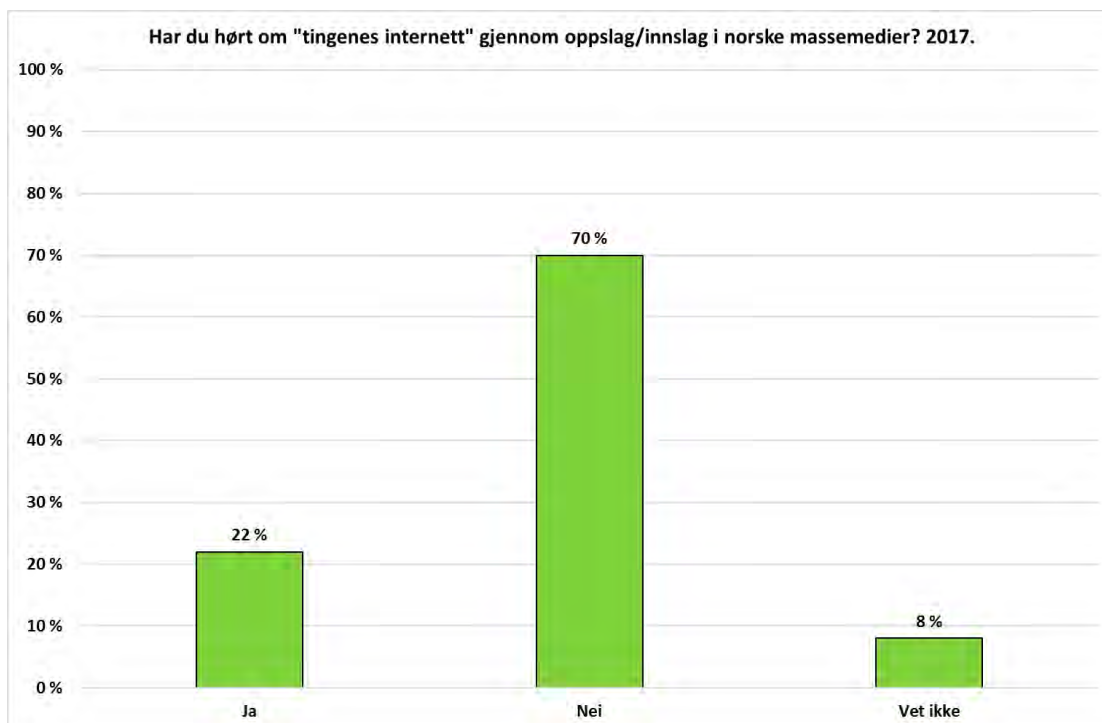
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>



Figur 4-30 Hva gjør du/har du gjort med FM-radioen(e) i husstanden? Flere svar mulig. 2017. Prosent. N=1000.

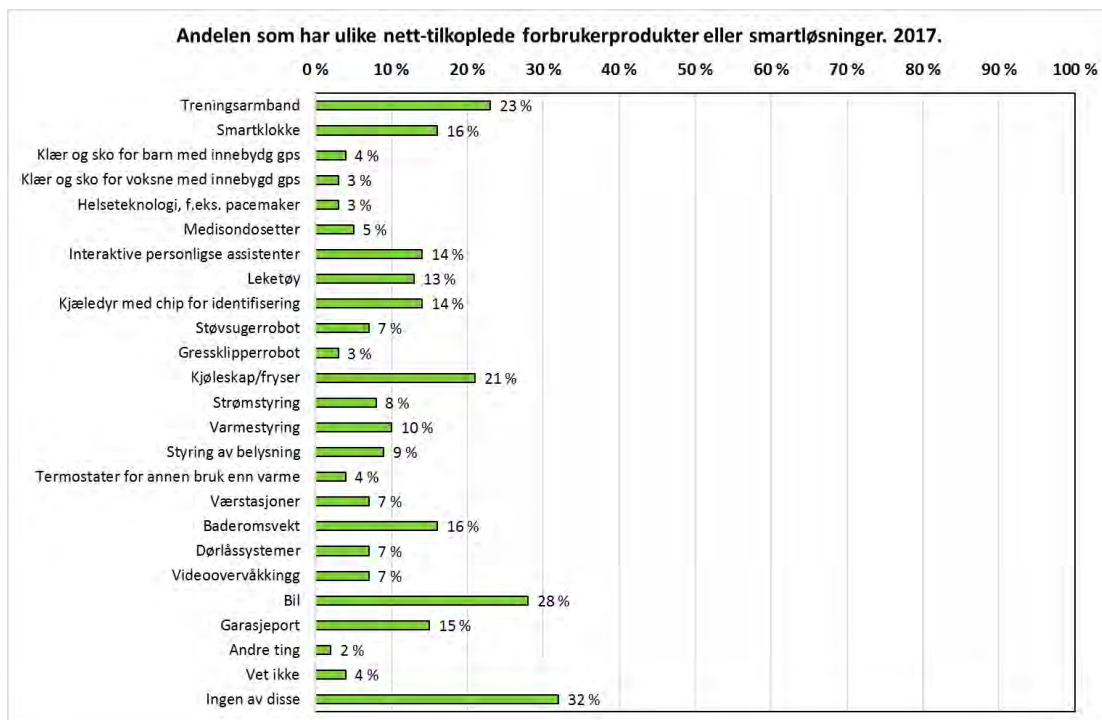
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>

4.8 Tingenes internett



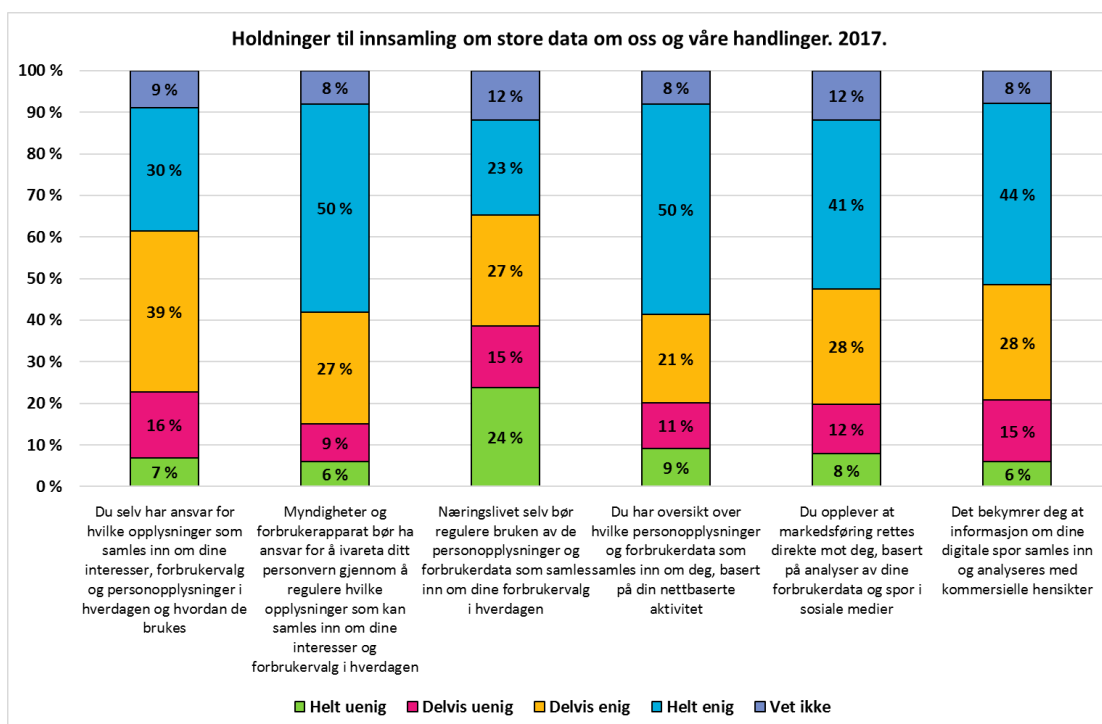
Figur 4-31 Har du hørt om «Tingenes internett» gjennom oppslag/innslag i norske massemedier. 2017. Prosent. N=1000.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Barn-og-internettkoblede-leker-og-teknologier-IoT>



Figur 4-32 Kryss av på ulike nett-tilkoblede forbrukerprodukter eller smarthusløsninger som du eller din husstand har, og som kan logges og/eller fjernstyres av deg eller andre i husstanden. 2017. Prosent. N=1000.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Barn-og-internettkoblede-leker-og-teknologier-IoT>



Figur 4-33 Holdninger til seks påstander om innsamling av store data om oss og vår handlinger. 2017. Prosent. N=1000.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Barn-og-internettkoblede-leker-og-teknologier-IoT>

4.9 Digital hverdag – publikasjoner

- Berg, Lisbet og Dag Slette-meås (2017): App'ifisering av dagligvaremarkedet. I *Forbrukstrender 2017. SIFO-survey: Er vi blitt mer miljøbevisste når vi handler; maten vi kaster; matfattigdom i velstands-Norge; appifisering av matvaremarkedet; ønsker norske forbrukere en betalingstjeneste; hvor sultne er forbrukere på nettmatt*. Red av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 8. Oslo: SIFO
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>
- Slette-meås, Dag og Live Standal Bøyum (2017): Ønsker norske forbrukere én mobilbetalingstjeneste? I *Forbrukstrender 2017. SIFO-survey: Er vi blitt mer miljøbevisste når vi handler; maten vi kaster; matfattigdom i velstands-Norge; appifisering av matvaremarkedet; ønsker norske forbrukere en betalingstjeneste; hvor sultne er forbrukere på nettmatt*. Red av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 8. Oslo: SIFO
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>
- Slette-meås, Dag (2017): Dab-radio – DABende forbrukerinteresse? I *Forbrukstrender 2017. SIFO-survey: Forbrukskreditt – et samfunnsproblem? «Pushing» av usikret kreditt – hvor og til hvem? Eiendomsskatt – en pest og plage? Reklamasjon og garanti – samme sak? Billige og dårlige klær – få klager. DABende forbrukerinteresse?* Red av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 6. Oslo: SIFO.
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>
- Slette-meås, Dag og Ingrid Kjørstad (2017): *Maten blir mobil. Bruk av mat-/handleapper i den norske befolkning*. Prosjektnotat nr. 1 – 2017. Oslo: SIFO/HIOA
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Maten-blir-mobil>
- Kjørstad, Ingrid. Thea Grav Rosenberg, Dag Slette-meås, Ardis Storm-Mathisen (2017): *Barn og internettkoblede leker og teknologier – IoT*. Oppdragsrapport nr. 8. Oslo: SIFO.
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Barn-og-internettkoblede-leker-og-teknologier-IoT>
- Kjørstad, Ingrid, Dag Slette-meås og Randi Lavik (2016): Mobil betaling – betalingsapper til nytte og besvær? I *Forbrukstrender 2016. SIFO-survey: Bruk av ullklær, miljøholdninger, miljøatferd, digital betaling, håndverkertjenester, søndagshandel, med barn i butikken, innholdsmarkedsføring*. Red: Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 6 – 2016
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf
- 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
- Storm-Mathisen, Ardis, 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
- Slette-meås, Dag (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
- Slette-meås, Dag (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
- *Digitale matapper:
 Slette-meås, Dag og Ingrid Kjørstad (2017): *Maten blir mobil. SIFO-survey 2016*. Prosjektnotat nr. 1, 2017. Oslo SIFO/HIOA
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Maten-blir-mobil>

Borch, Anita (2015): Mobilreklame øker innsatsen 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

* Digital kompetanse (IKT, internett, bredbånd, TV):

Slettemeås, Dag & Marianne Tronrud (2011). Digital mestring og erfaringer med tjeneste-bundling blant norske forbrukere. SIFO-survey hurtigstatistikk 2011. Prosjektnotat nr. 13-2011. Ref: http://www.sifo.no/files/file77975_digital_mestring_og_erfaringer_med_tjenestebundling_triple_play_-_2011_rev3.pdf

Slettemeås, Dag (2009). Forbrukeres digitale mestring. SIFO-survey hurtigstatistikk 2009. Prosjektnotat nr. 10, 2009. Ref: http://www.sifo.no/files/file76611_prosjektnotat10-2009rev-web.pdf

Slettemeås, Dag & Ingrid Kjørstad (2008). Digital mestring - internett og bredbånd. SIFO-survey hurtigstatistikk 2007. Prosjektnotat nr. 2-2008. Ref: http://www.sifo.no/files/file72900_prosjektnotat_2-2008_web.pdf

Slettemeås, Dag (2006). Digital mestring blant norske forbrukere. SIFO-survey hurtigstatistikk 2006. Prosjektnotat nr. 8-2006. Ref: http://www.sifo.no/files/file66668_prosjektnotat_2006-8_digital_mestring_web.pdf

* Bredbånd/TV-tjenester/bundling:

Slettemeås, Dag & Marianne Tronrud (2011). Digital mestring og erfaringer med tjeneste-bundling blant norske forbrukere. SIFO-survey hurtigstatistikk 2011. Prosjektnotat nr. 13-2011. Ref: http://www.sifo.no/files/file77975_digital_mestring_og_erfaringer_med_tjenestebundling_triple_play_-_2011_rev3.pdf

Slettemeås, Dag (2008). Forbrukere i bredbånds- og TV-markedet. SIFO-survey hurtigstatistikk 2008. Prosjektnotat nr. 7-2008. Ref: http://www.sifo.no/files/file75208_forbrukere_i_bredbands_og_tv-markedet120109_web.pdf

* Smarttelefon/apper/nettbrett:

Slettemeås, Dag (2014). Bruk av smarttelefon og nettbrett i den norske befolkningen. SIFO-survey hurtigstatistikk 2013. Prosjektnotat nr. 2-2014. Ref: http://www.sifo.no/files/file79632_prosjektnotat_2-2014_web.pdf

Slettemeås, Dag & Jo Helle-Valle (2012). Smarttelefon og bruk av mobilbaserte tjenester blant norske forbrukere. SIFO-survey hurtigstatistikk 2012. Prosjektnotat nr. 17-2012. Ref: http://www.sifo.no/files/file78766_prosjektnotat-17-2012_web.pdf

* Mobil betaling/billetter/markedsføring:

Slettemeås, Dag (2014). Forbrukeres erfaringer med elektroniske billetter og billett-app'er til offentlig transport. Prosjektnotat nr. 6-2014. Ref: http://www.sifo.no/files/file79642_prosjektnotat_6-2014_web.pdf

Slettemeås, Dag (2014). Bruk av smarttelefon og nettbrett i den norske befolkningen. SIFO-survey hurtigstatistikk 2013. Prosjektnotat nr. 2-2014. Ref: http://www.sifo.no/files/file79632_prosjektnotat_2-2014_web.pdf

Slettemeås, Dag & Jo Helle-Valle (2012). Smarttelefon og bruk av mobilbaserte tjenester blant norske forbrukere. SIFO-survey hurtigstatistikk 2012. Prosjektnotat nr. 17-2012. Ref: http://www.sifo.no/files/file78766_prosjektnotat-17-2012_web.pdf

Slettemeås, Dag (2006). Digital mestring blant norske forbrukere. SIFO-survey hurtigstatistikk 2006. Prosjektnotat nr. 8-2006. Ref: http://www.sifo.no/files/file66668_prosjektnotat_2006-8_digital_mestring_web.pdf

* Tilgang til DAB:

Slettemeås, Dag (2008). Forbrukere i bredbånds- og TV-markedet. SIFO-survey hurtigstatistikk 2008. Prosjektnotat nr. 7-2008. Ref: http://www.sifo.no/files/file75208_forbrukere_i_bredbands_og_tv-markedet120109_web.pdf

Slettemeås, Dag (2006). Digital mestring blant norske forbrukere. SIFO-survey hurtigstatistikk 2006. Prosjektnotat nr. 8-2006. Ref: http://www.sifo.no/files/file66668_prosjektnotat_2006-8_digital_mestring_web.pdf

* Netthandel:

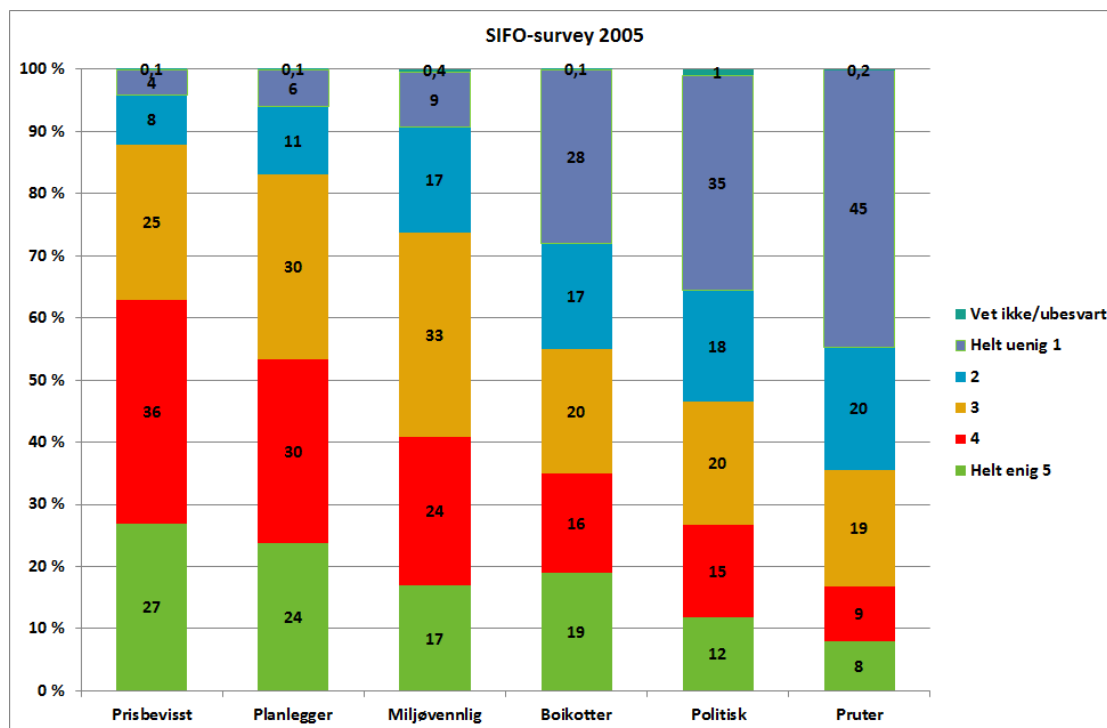
Slettemeås, Dag (2009). Forbrukeres digitale mestring. SIFO-survey hurtigstatistikk 2009. Prosjektnotat nr. 10, 2009. Ref: http://www.sifo.no/files/file76611_prosjektnotat10-2009rev-web.pdf

5 Forbrukernes politiske holdninger

Dette kapitlet viser følgende

- ✓ Hvordan forbrukerne mener de selv opptrer i markedet
- ✓ Boikott
- ✓ Selvrapportert forbrukerkompetanse

5.1 Hvordan forbrukerne mener de selv opptrer i markedet

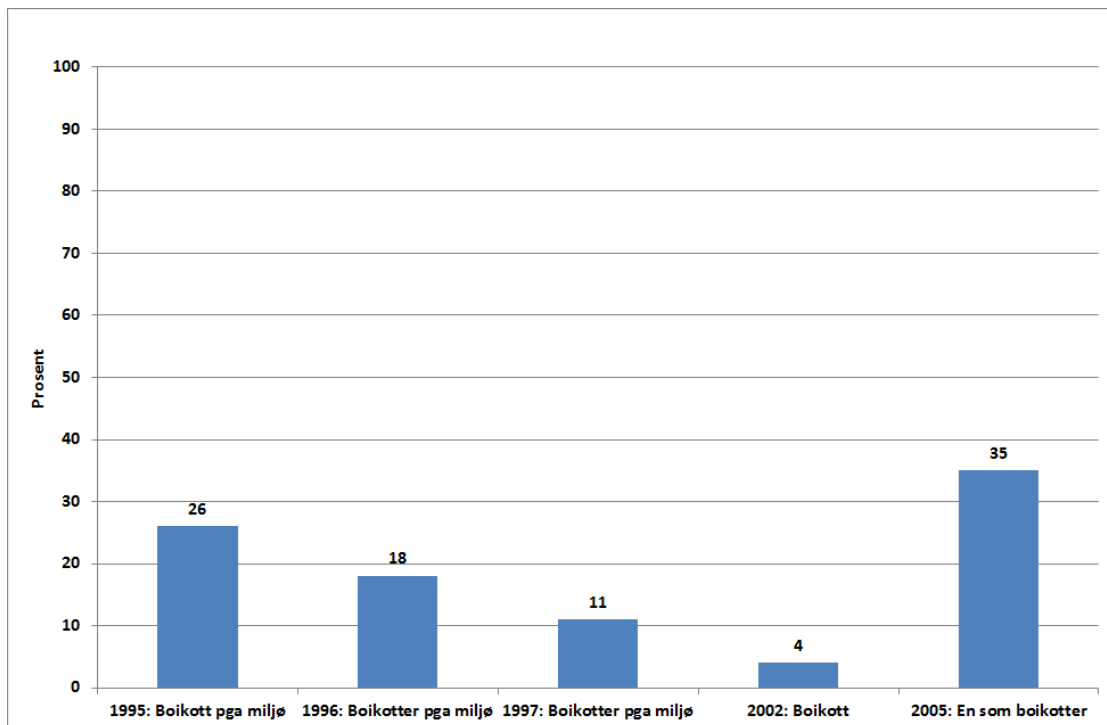


Figur 5-1 Grad av enighet i utsagn som karakteriserer dem som forbruker (N=1000) 2005 (ref. Brusdal, Berg og Lavik 2005, figur 1)

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

«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)».

5.2 Boikott



Figur 5-2: Andel som boikotter på ulike tidspunkt (ca 1000 hvert år) (ref. Brusdal, Berg og Lavik 2005, figur 2)

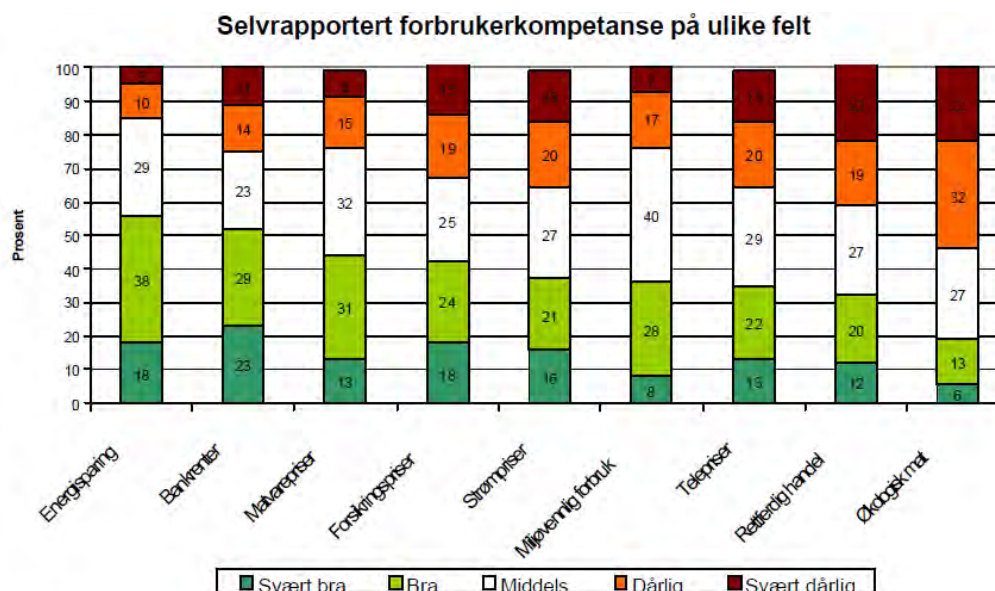
http://www.sifo.no/files/file71401_prosjektnotat_2005-01web.pdf

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).

5.3 Selvrapportert forbrukerkompetanse



Figur 5-3 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)

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

5.4 Forbrukernes politiske holdninger - publikasjoner

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

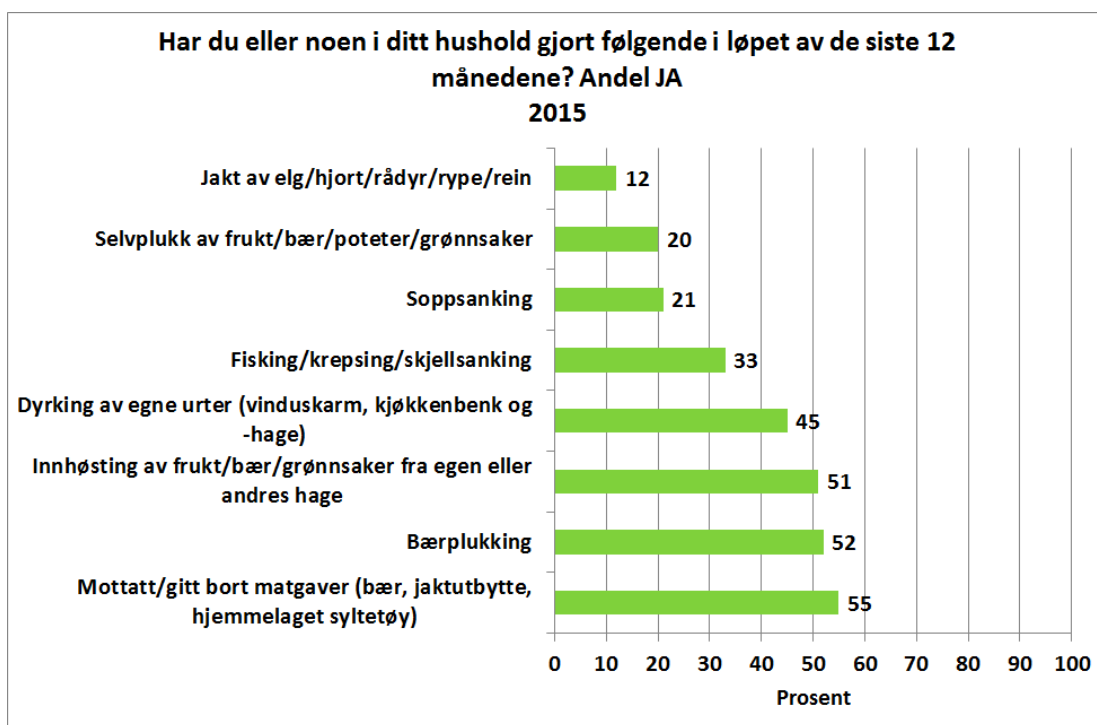
Ragnhild Brusdal, Lisbet Berg og Randi Lavik (2005): *Forbrukerne viser markedsrett.* Prosjektnotat nr. 1 2005. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file71401_prosjektnotat_2005-01web.pdf

6 Mat

Dette kapittelet viser

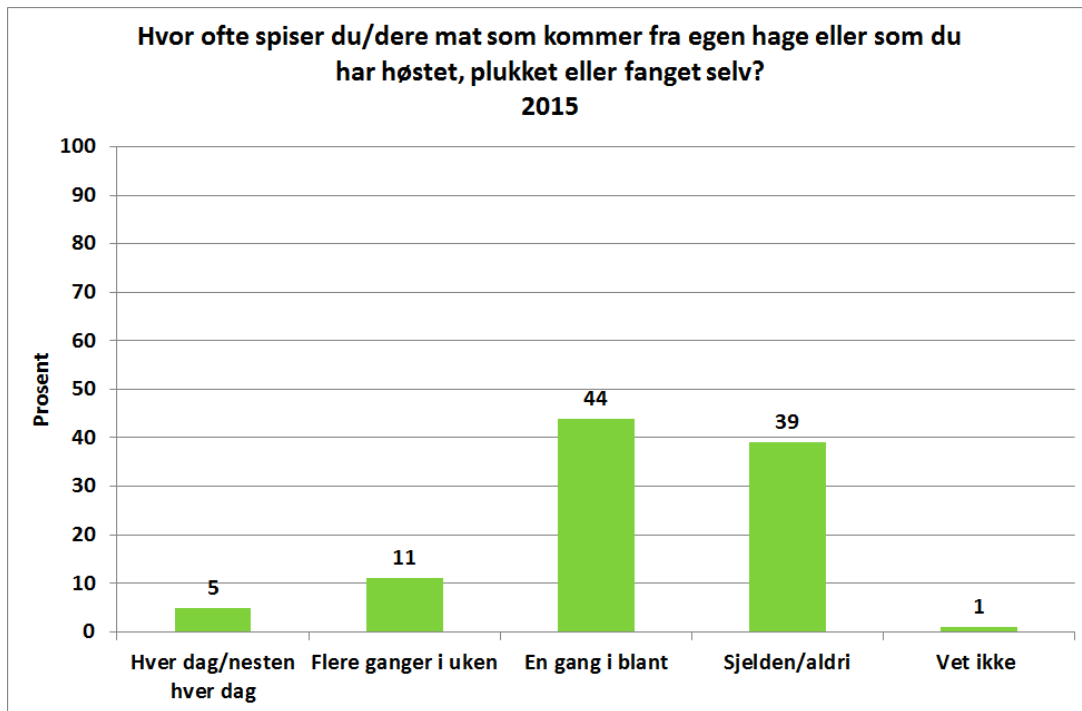
- ✓ Uformelt matmarked
- ✓ Norsk mat
- ✓ Kropp. Mat og helse
- ✓ Matmerking
- ✓ Mat og fattigdom
- ✓ Matsvinn

6.1 Uformelt matmarked



Figur 6-1 Prosentandel som har gjort følgende aktivitet i løpet av siste 12 måneder. 2015. N=1003 (ref. Bugge 2015 b, figur 4-16)

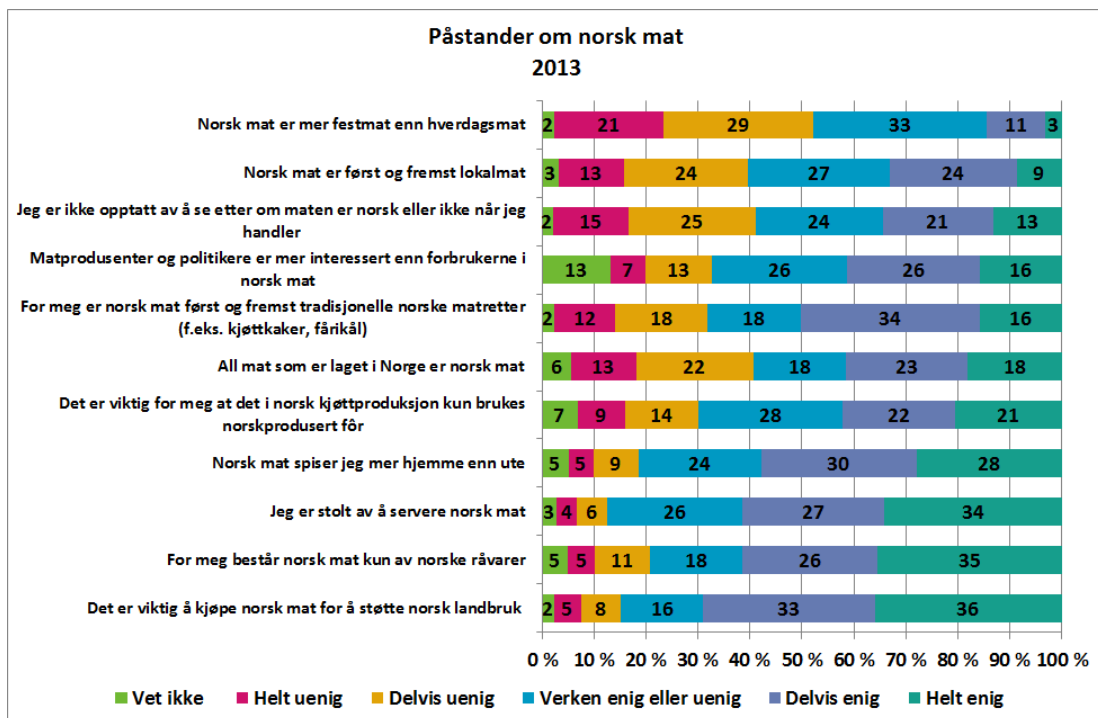
http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrapport_3_2015_maaltider_moral.pdf



Figur 6-2 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)

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

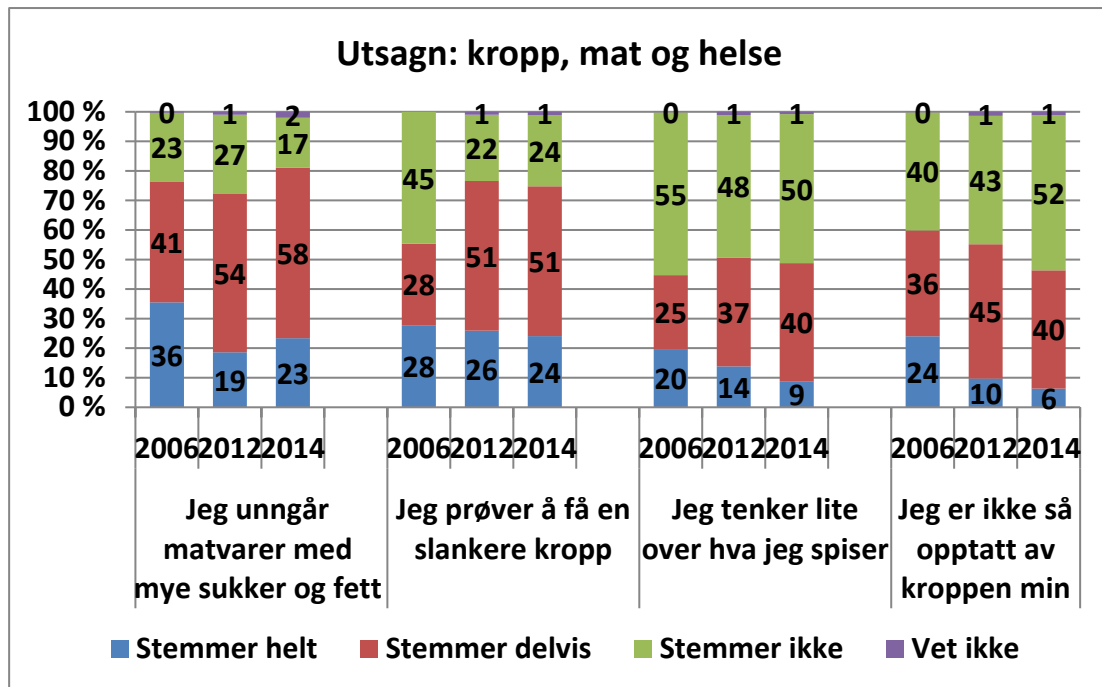
6.2 Norsk mat



Figur 6-3 Holdninger til norsk mat. N varierer mellom 1039 og 1058 (de som har besvart spørsmålet). (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 5.2.1).

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

6.3 Kropp, mat og helse



Figur 6-4 Hvor godt eller dårlig stemmer følgende påstander om kroppen din: Stemmer helt, stemmer delvis, stemmer ikke, vet ikke.

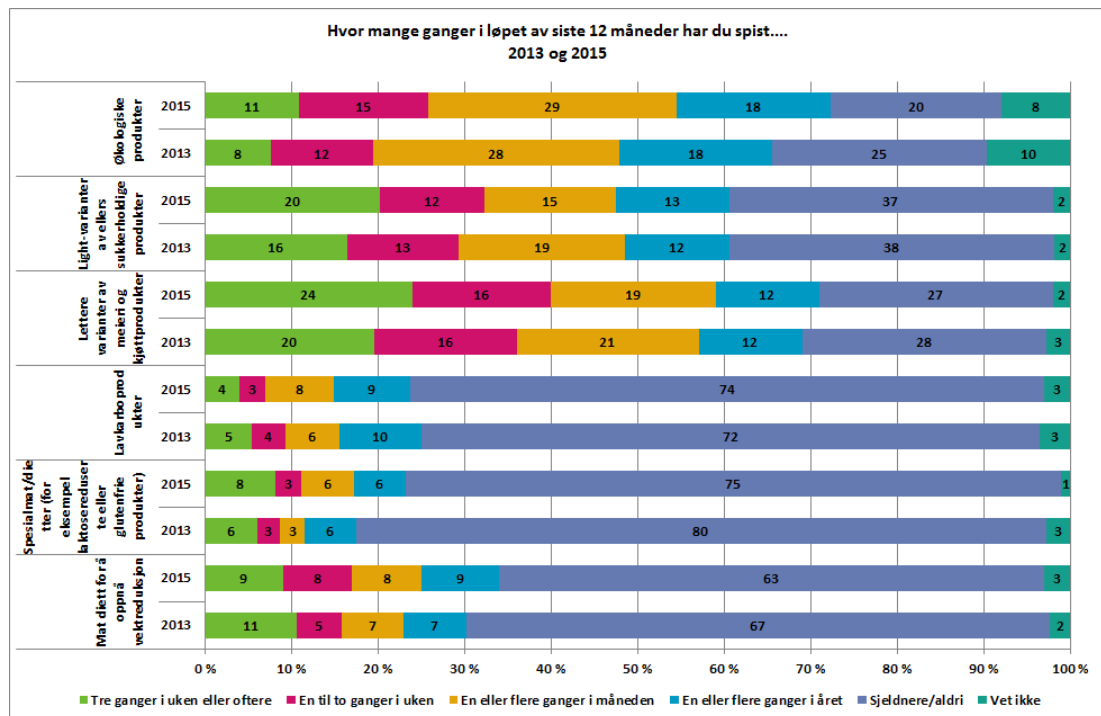
«Jeg unngår matvarer med sukker og fett». N: 2006=989, 2012=1010, 2014=1007

«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

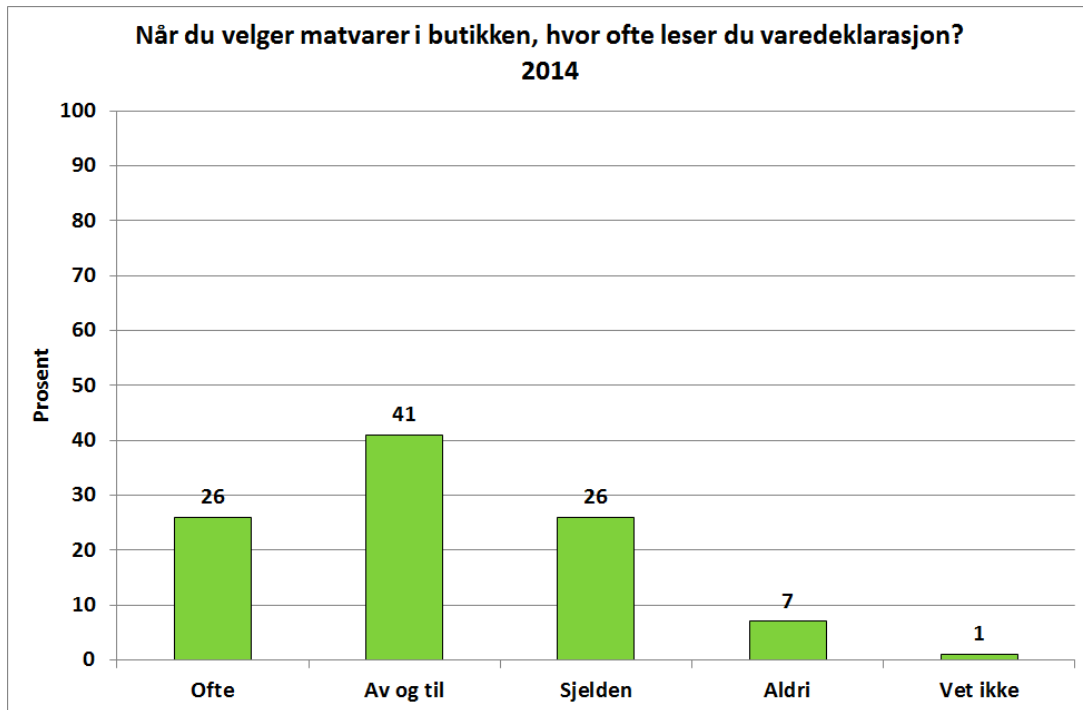
http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrappport_3_2015_maaltider_moral.pdf



Figur 6-5 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)

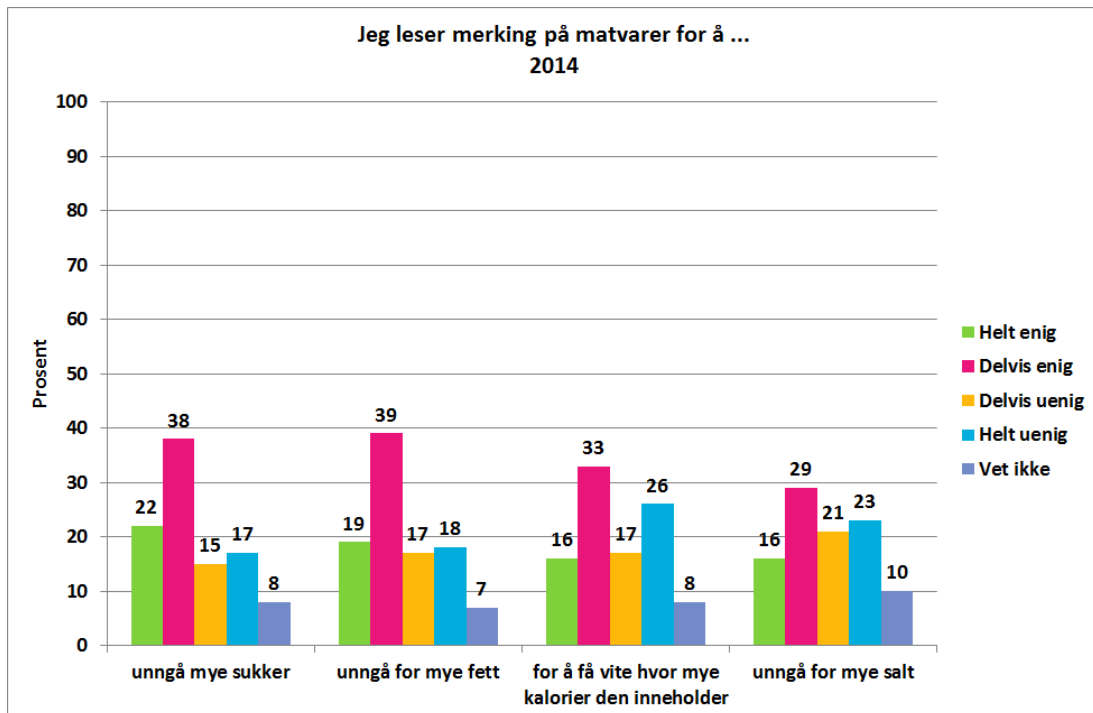
http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrapport_3_2015_maaltider_moral.pdf

6.4 Matmerking



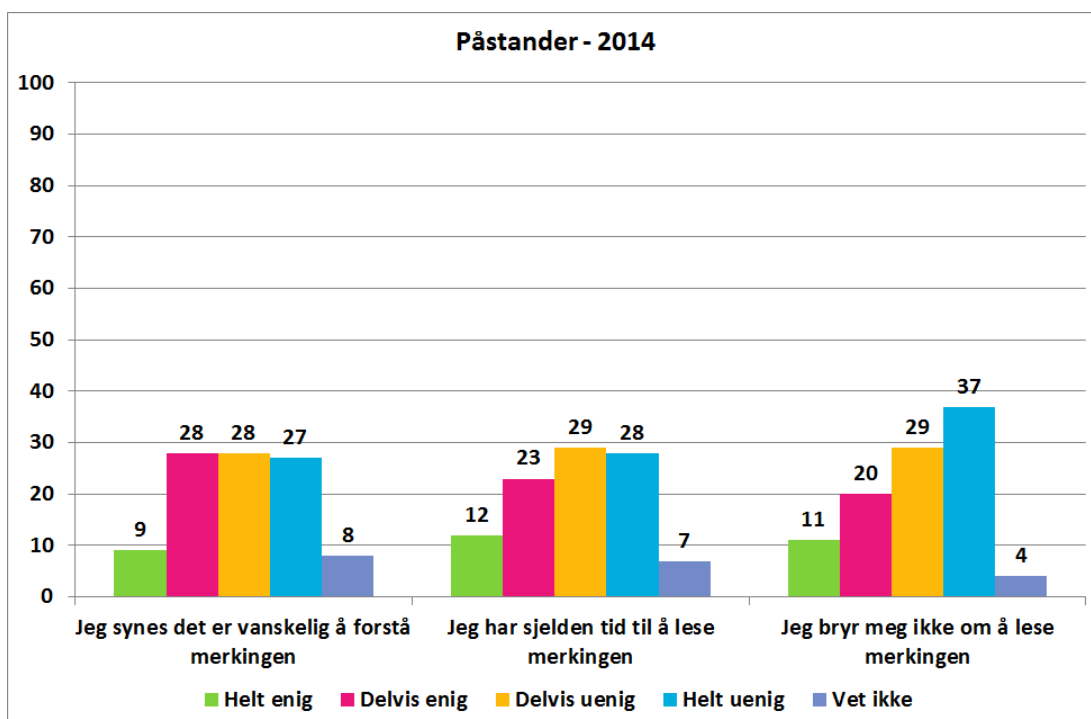
Figur 6-6 Når du velger matvarer i butikken, hvor ofte leser du varedeklarasjon? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.4)

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



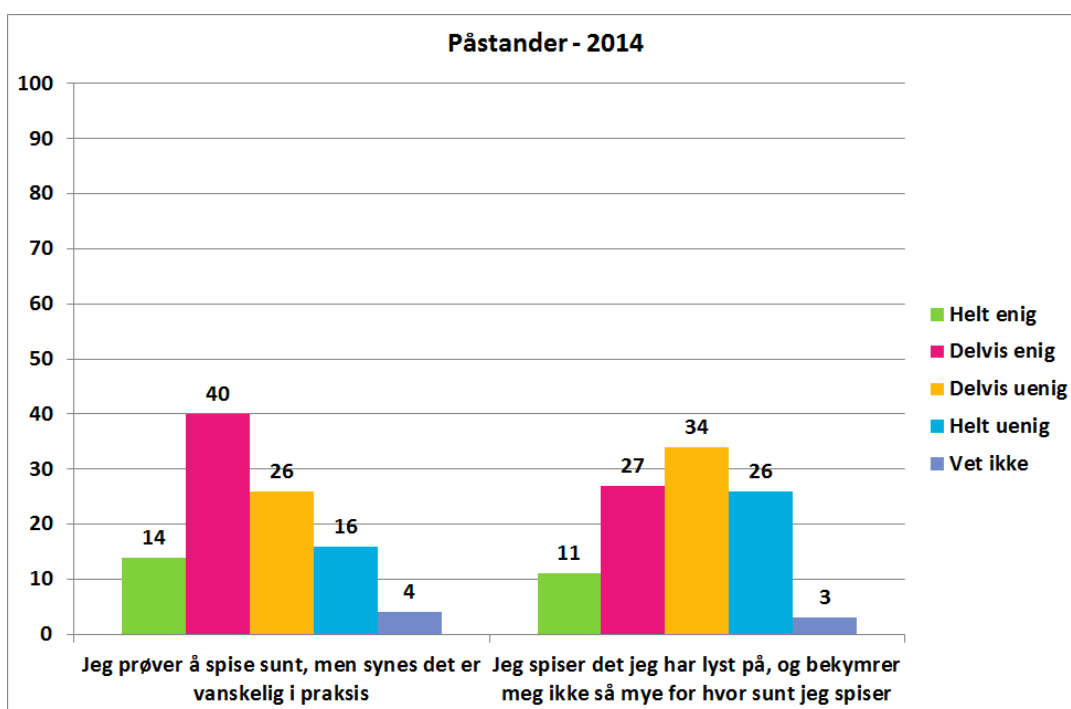
Figur 6-7 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.4)

http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrappport_3_2015_maaltider_moral.pdf



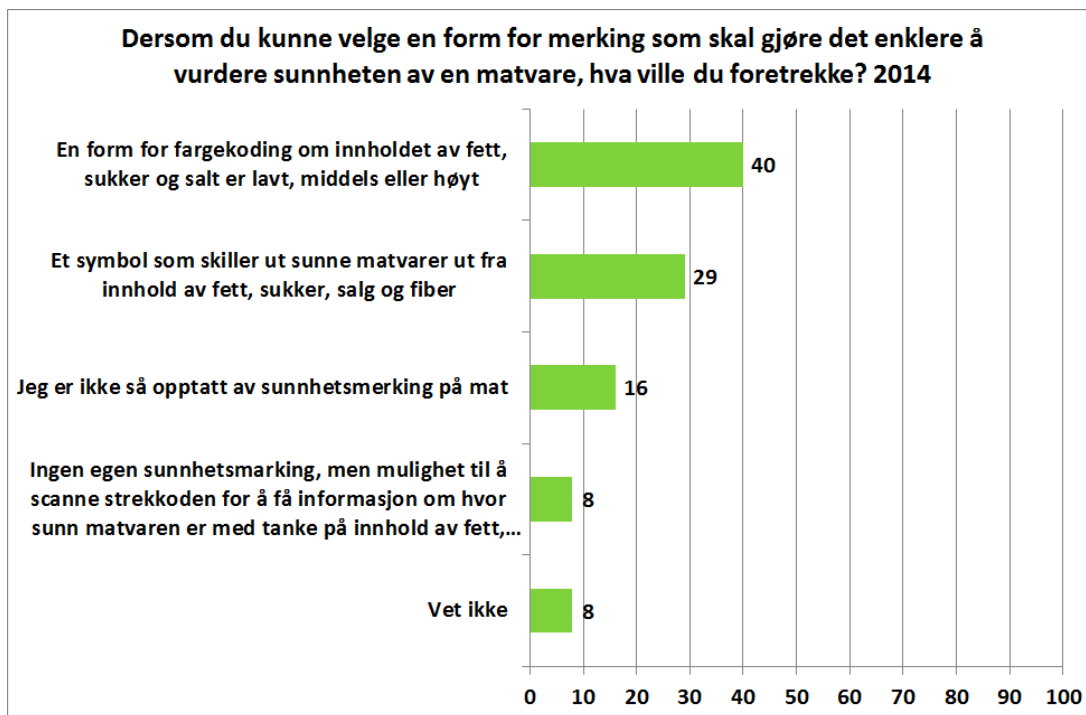
Figur 6-8 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012 (ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.6)

http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrappport_3_2015_maaltider_moral.pdf



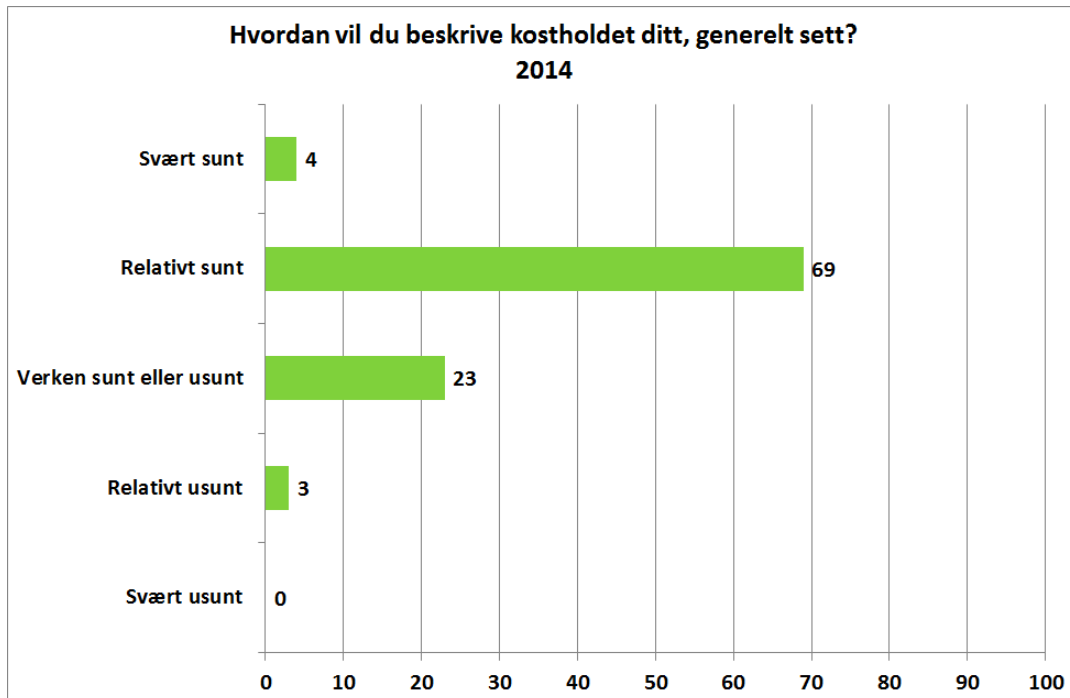
Figur 6-9 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.5)

http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrappport_3_2015_maaltider_moral.pdf



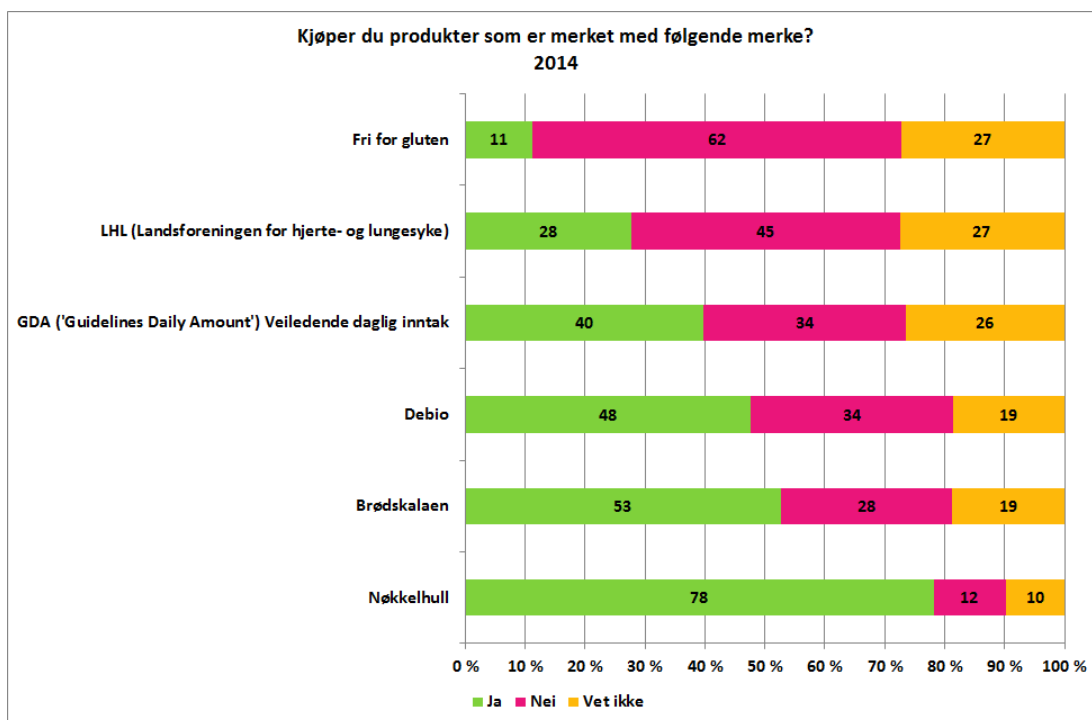
Figur 6-10 Dersom du kunne velge en form for merking som skal gjøre det enklere å vurdere sunnheten av en matvare, hva ville du foretrekke? 2014. Prosent. N=1012

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



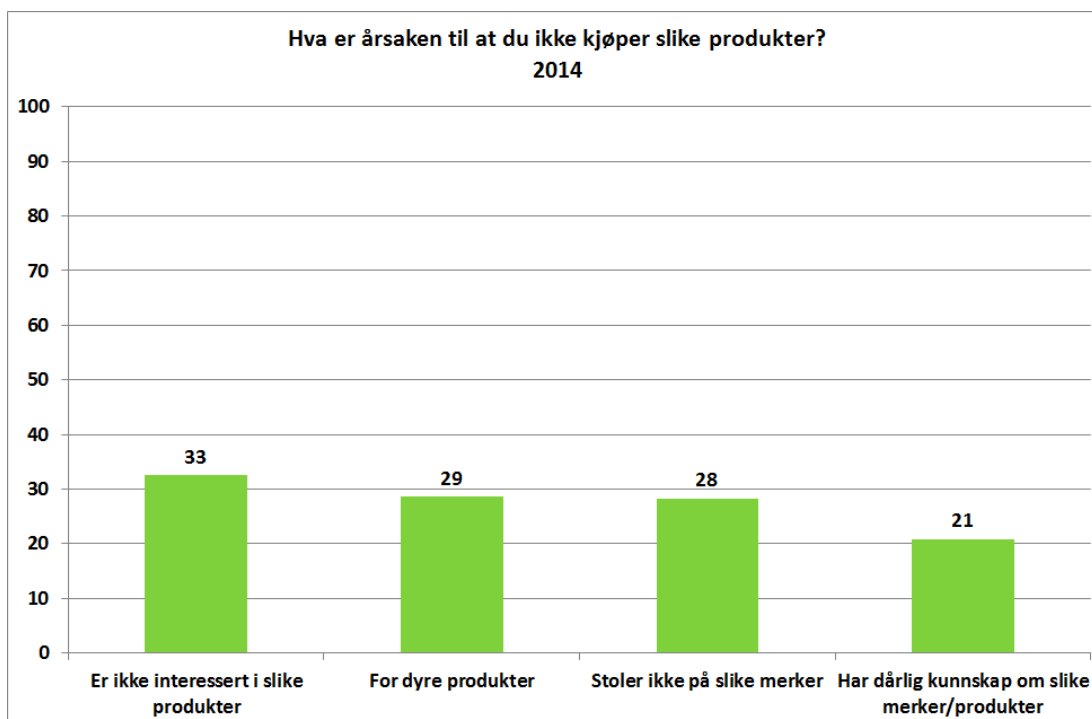
Figur 6-11 Hvordan vil du beskrive kostholdet ditt, generelt sett? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.5)

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



Figur 6-12 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)

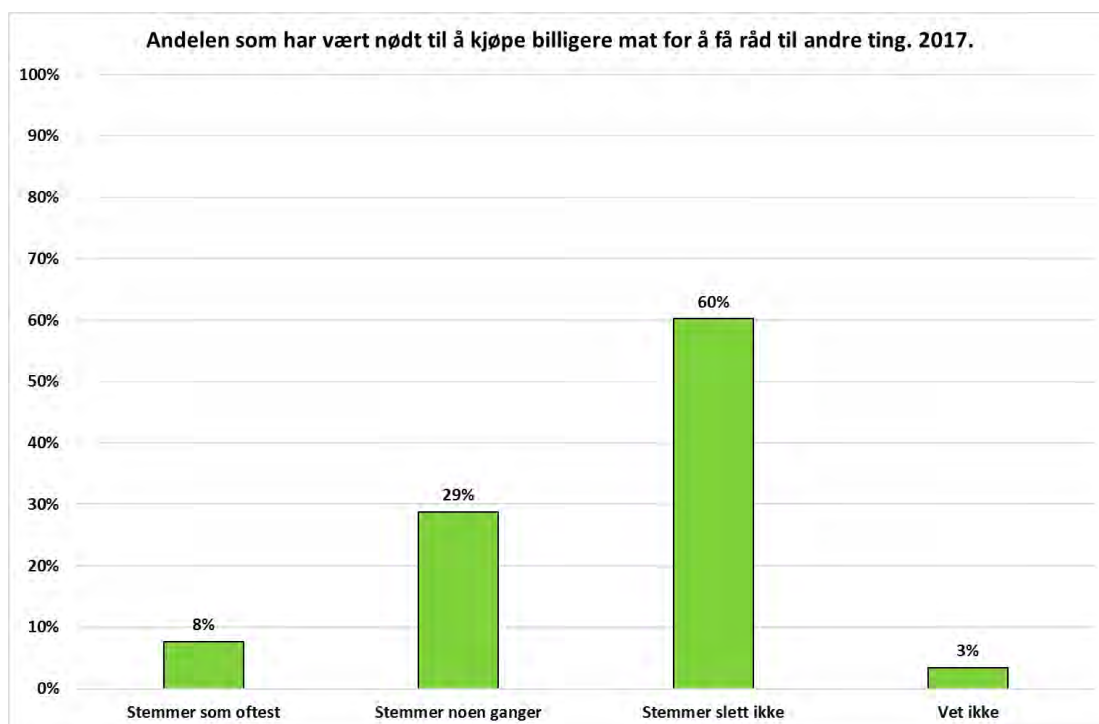
http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrapport_3_2015_maaltider_moral.pdf



Figur 6-13 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)

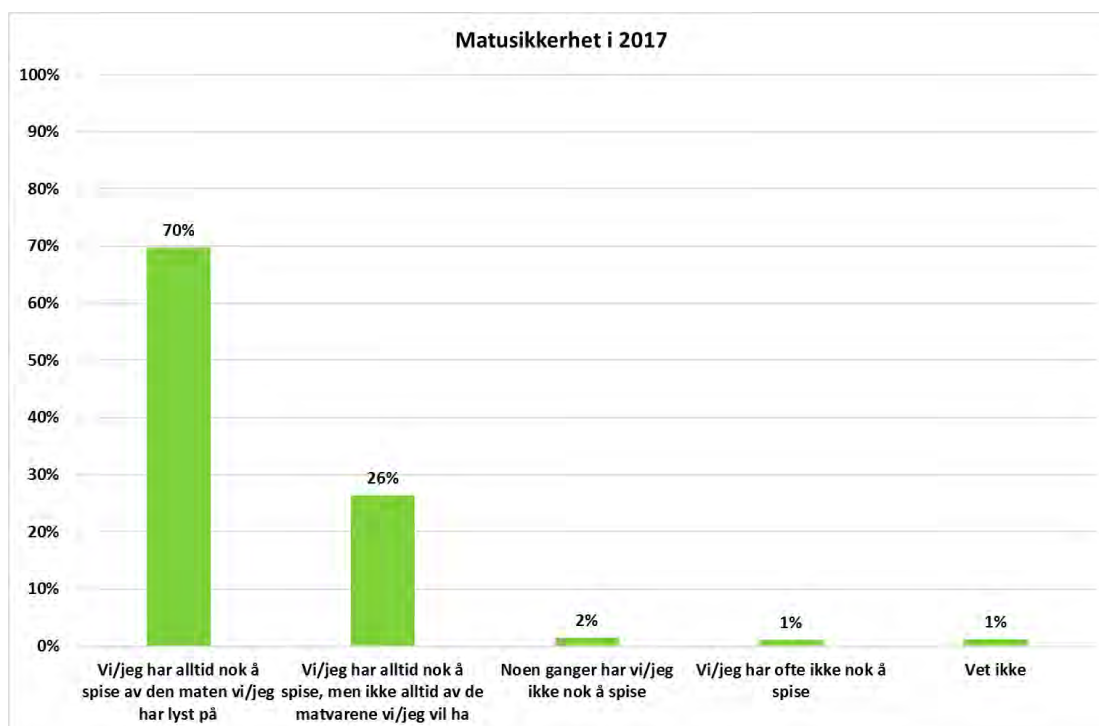
http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrapport_3_2015_maaltider_moral.pdf

6.5 Mat og fattigdom



Figur 6-14 Har jeg/vi vært nødt til å kjøpe billigere mat for å få råd til andre ting? Betydningen den økonomiske situasjonen i ditt hushold har hatt for dine matinnkjøp de siste 12 måneder, 2017. Prosent. N=1001.

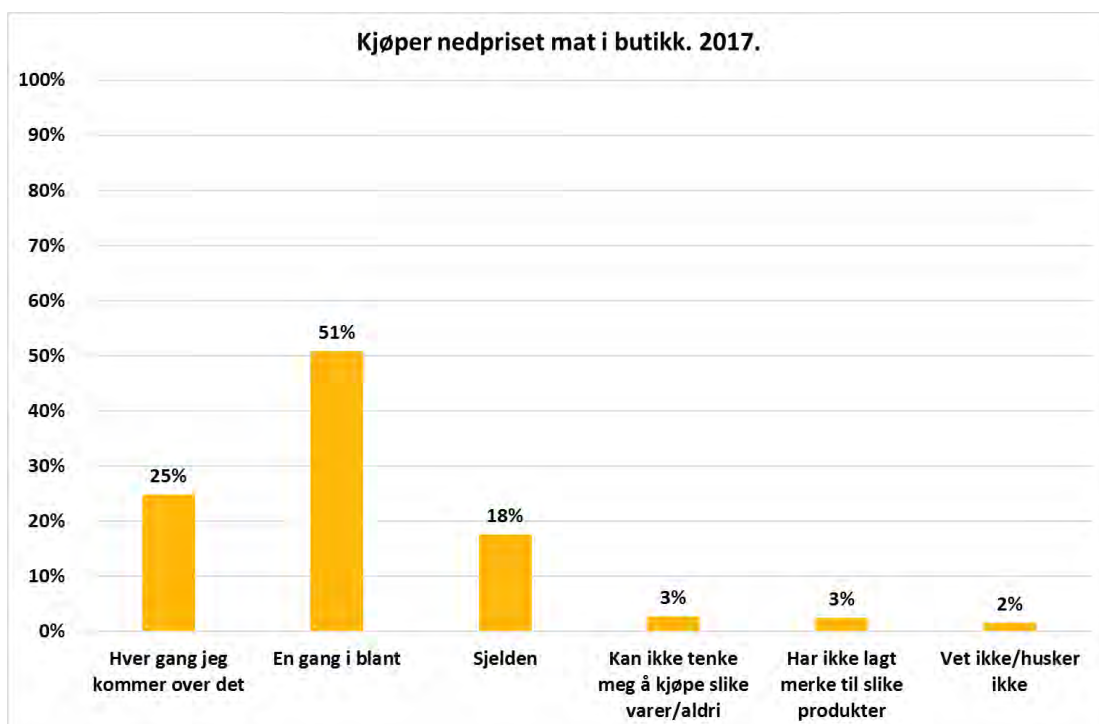
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>



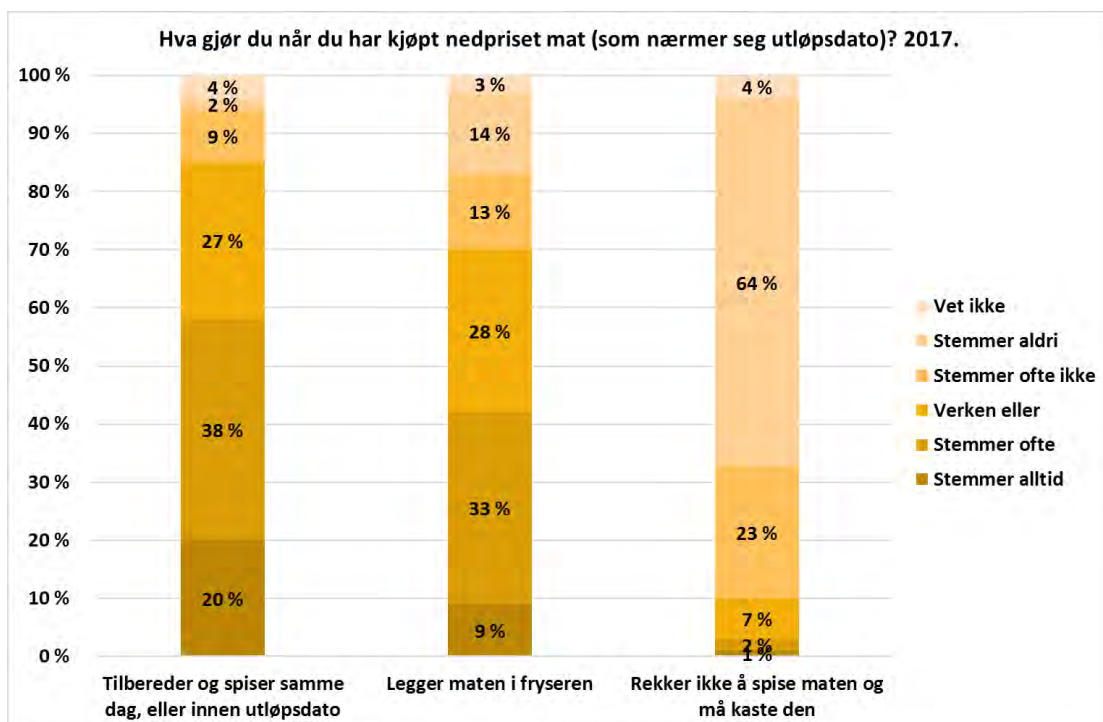
Figur 6-15 Hvilke av disse utsagnene beskriver best den maten som er spist i din husholdning i løpet av de siste 12 månedene: «Vi/jeg har alltid nok å spise av den maten vi/jeg har lyst på»; «Vi/jeg har alltid nok å spise, men ikke alltid av de matvarene vi/jeg vil ha»; «Noen ganger har vi/jeg ikke nok å spise»; «Vi/jeg har ofte ikke nok å spise»; «Vet ikke». Prosent. 2017. N=1001.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>

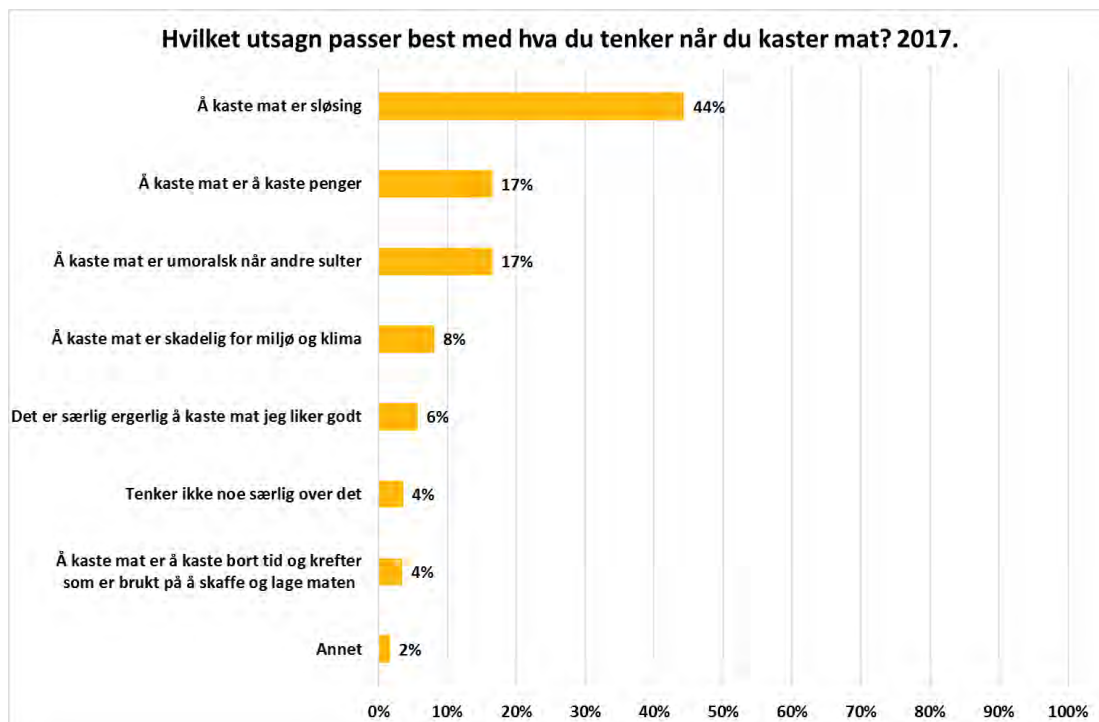
6.6 Matsvinn



Figur 6-16 Hvor ofte kjøper du nedpriset mat i butikk (som nærmer seg utløpsdato)? Prosent. 2017. N=1001. Tallene er ikke publisert tidligere.



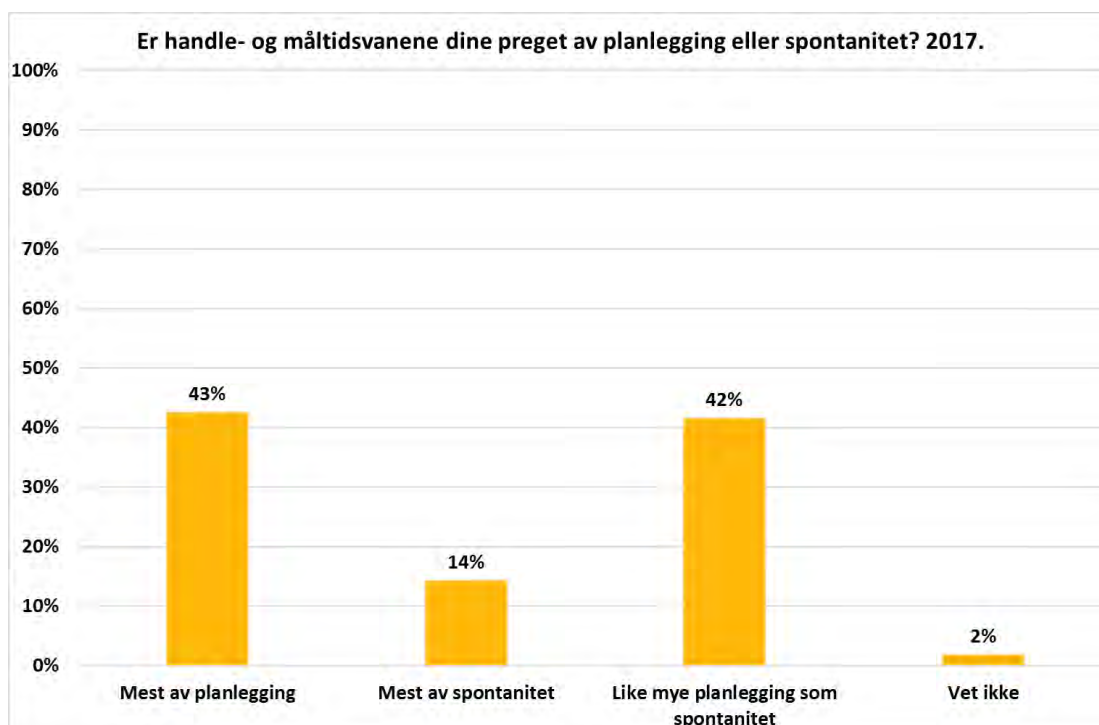
Figur 6-17 Hvor godt stemmer utsagnene med hva du gjør når du har kjøpt nedpriset mat i butikk (som nærmer seg utløpsdato)? Prosentandelen blant dem som har kjøpt nedpriset mat i butikk. 2017. N=933. Tallene er ikke publisert tidligere.



Figur 6-18 Hvilket utsagn passer best med hva du tenker når du kaster mat? Prosent. 2017. N=1001.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>

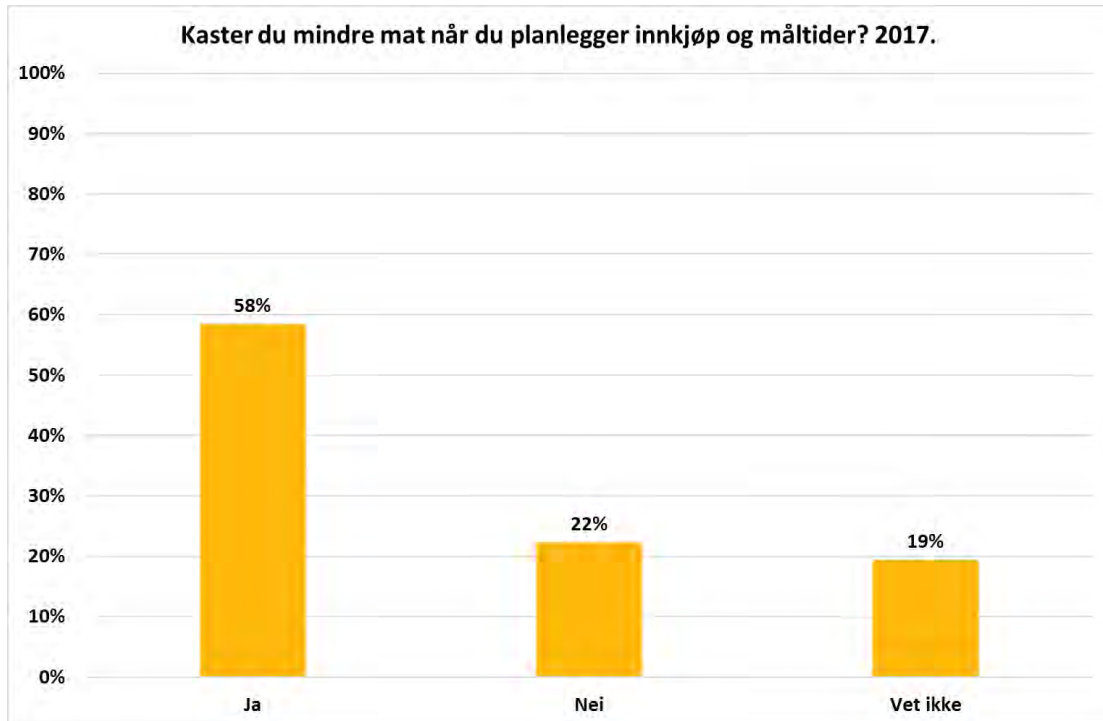
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Maten-vi-kaster>



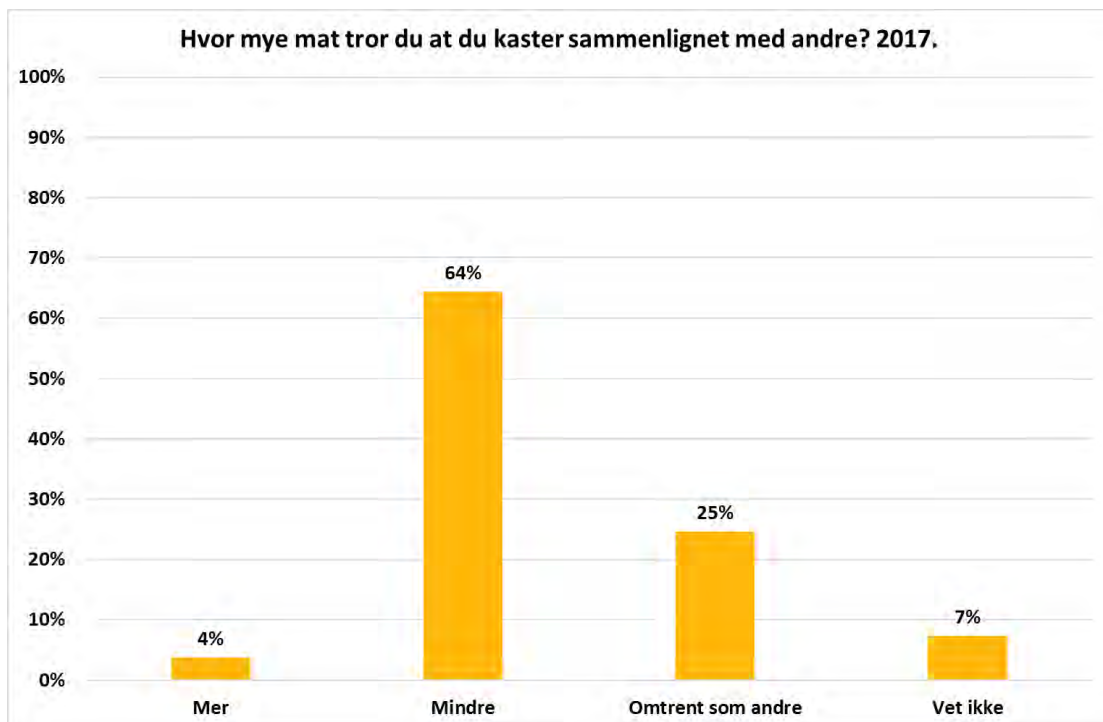
Figur 6-19 Er handle- og måltidsvanene dine mest preget av planlegging eller spontanitet? Prosent. 2017. N=1001.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Maten-vi-kaster>



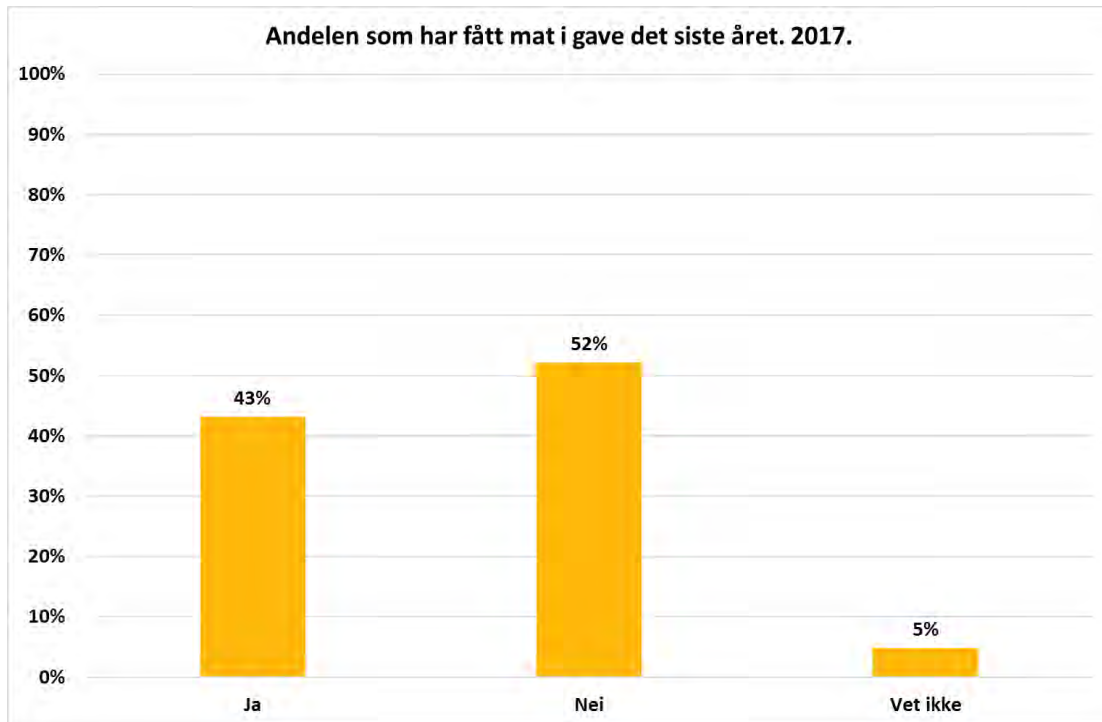
Figur 6-20 Kaster du mindre mat når du planlegger innkjøp og måltider? Prosent. 2017. N=1001. Tallene er ikke publisert tidligere.



Figur 6-21 Hvor mye mat tror du at du kaster i forhold til andre du kan sammenligne deg med i Norge? Prosent. 2017. N=1001.

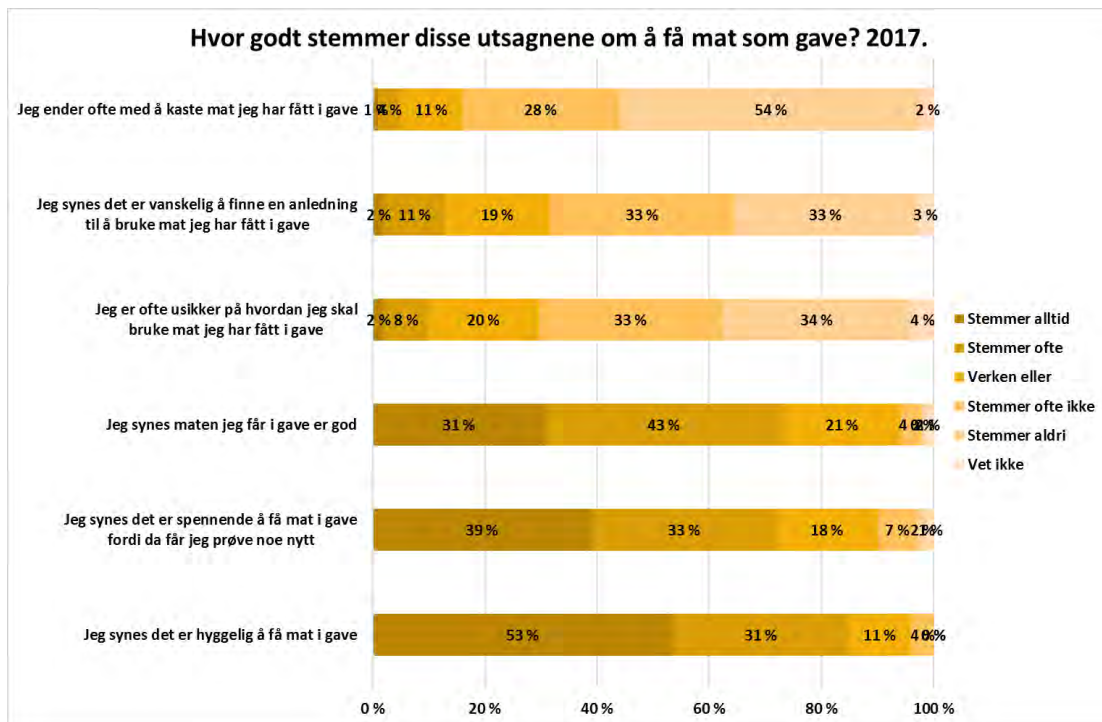
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Maten-vi-kaster>



Figur 6-22 Har du fått mat i gave i løpet av det siste året? Prosent. 2017. N=1001.

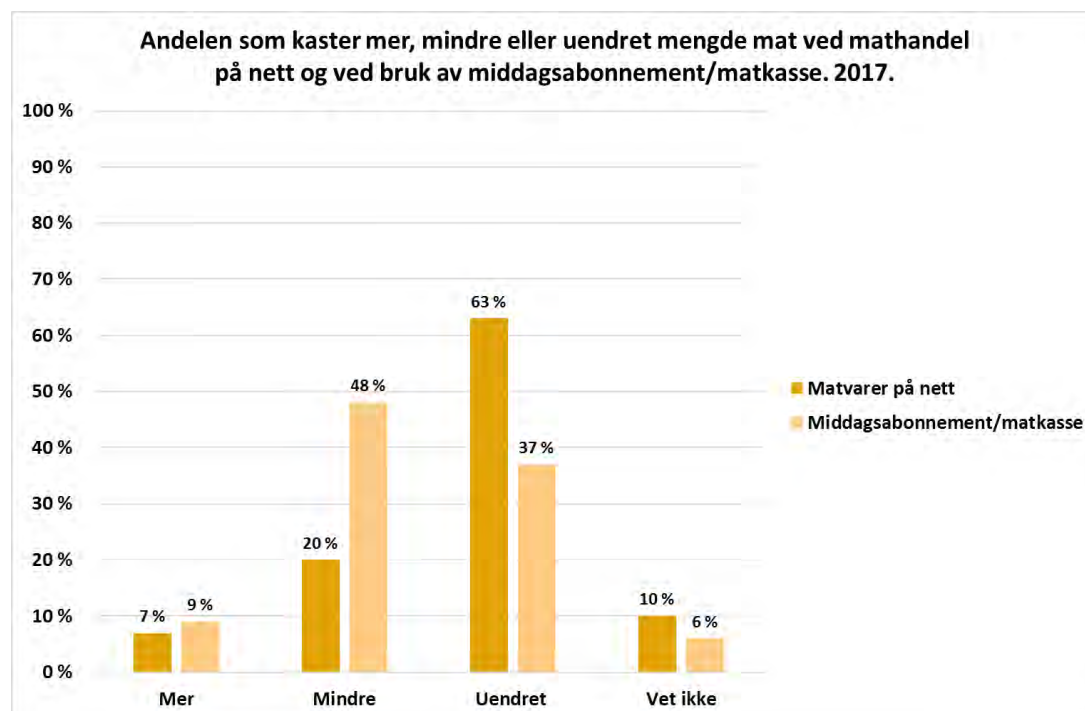
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>



Figur 6-23 Hvor godt stemmer disse utsagnene? Prosentandelen blant dem som har fått mat i gave i løpet av det siste året. 2017. N=431.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Maten-vi-kaster>



Figur 6-24 Tror du at du kaster mer, mindre eller uendret mengde mat når du handler matvarer på nett? Tror du at du at du kaster mer, mindre eller uendret mengde mat når du benytter middagsabonnement/matkasse levert på døren? 2017. Prosent. N: Matvarer på nett=170 (blant dem som har handlet matvarer på nett i løpet av de siste 4 uker eller de siste 12 måneder). Middagsabonnement/matkasse=120 (blant dem som har benyttet seg av middagsabonnement/matkasse levert på døren i løpet av de siste 4 uker eller i løpet av de siste 12 måneder).

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Maten-vi-kaster>

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>

6.7 Mat - publikasjoner

Publikasjoner som har benyttet SIFO-survey

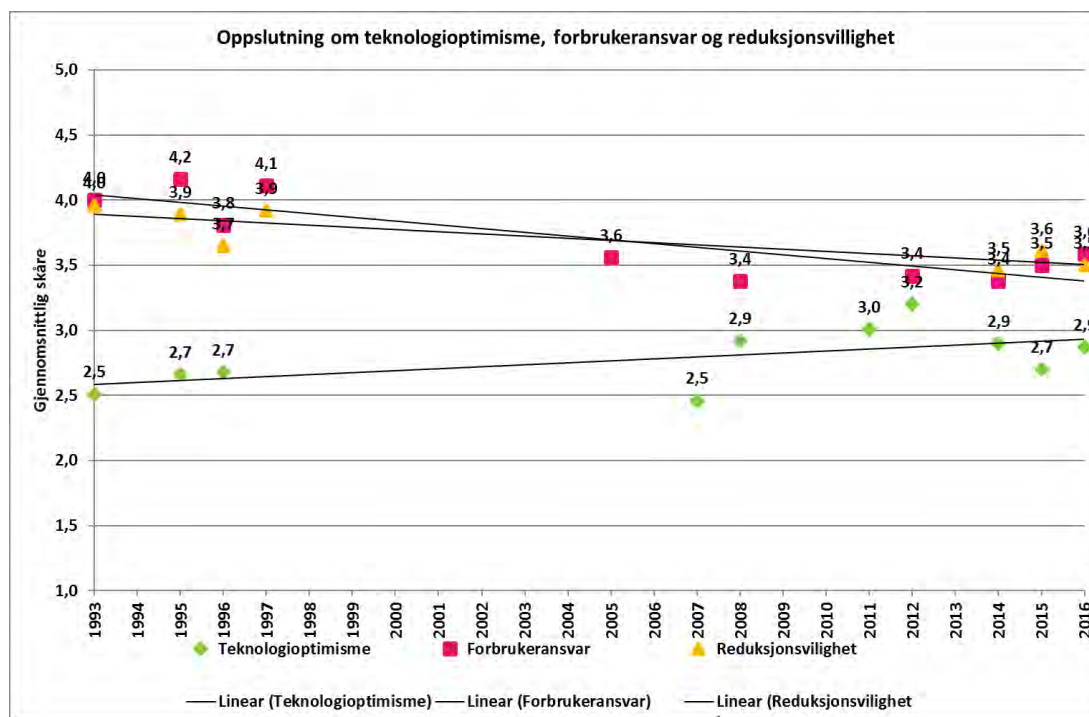
- Hebrok, Marie og Nina Heidenstrøm (2017): *Maten vi kaster. I Forbrukstrender 2017. SIFO-survey: Er vi blitt mer miljøbevisste når vi handler; maten vi kaster; matfattigdom i velstands-Norge; «appifisering av matvaremarkedet; ønsker norske forbrukere en betalingstjeneste; hvor sultne er forbrukere på nettmatt.* Red av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 8. Oslo: SIFO
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>
- Hebrok, Marie og Nina Heidenstrøm (2017): *Maten vi kaster. En studie av årsaker til og tiltak mot matsvinn i norske husholdninger.* Fagrapport nr.1-2017. Oslo: Forbruksforskningsinstituttet SIFO.
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Maten-vi-kaster>
- Skuland, Silje Elisabeth (2017): *Matfattigdom i Velferds-Norge. I Forbrukstrender 2017. SIFO-survey: Er vi blitt mer miljøbevisste når vi handler; maten vi kaster; matfattigdom i velstands-Norge; «appifisering av matvaremarkedet; ønsker norske forbrukere en betalingstjeneste; hvor sultne er forbrukere på nettmatt.* Red av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 8. Oslo: SIFO
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>
- 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
- Bugge, Annechen (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: *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
- Forbrukerrådet, data fra SIFO-survey presentert på et seminar i Forbrukerrådets regi den 13. april 2014.
<http://www.forbrukerradet.no/attachment/1174991/binary/29819>

7 Miljø

Dette kapittelet viser

- ✓ Oppslutning om miljøspørsmål
- ✓ Miljøhandlinger; redusert forbruk
- ✓ Energisparing
- ✓ Miljømerkede varer/økologiske markeder
- ✓ Kjøpt økologiske/miljømerkede varer
- ✓ Kunnskap om det offisielle godkjente miljømerket 'Debio'

7.1 Oppslutning om miljøspørsmål



Figur 7-1 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) (Ref Tangeland og Vittersø 2016, figur 2-1)

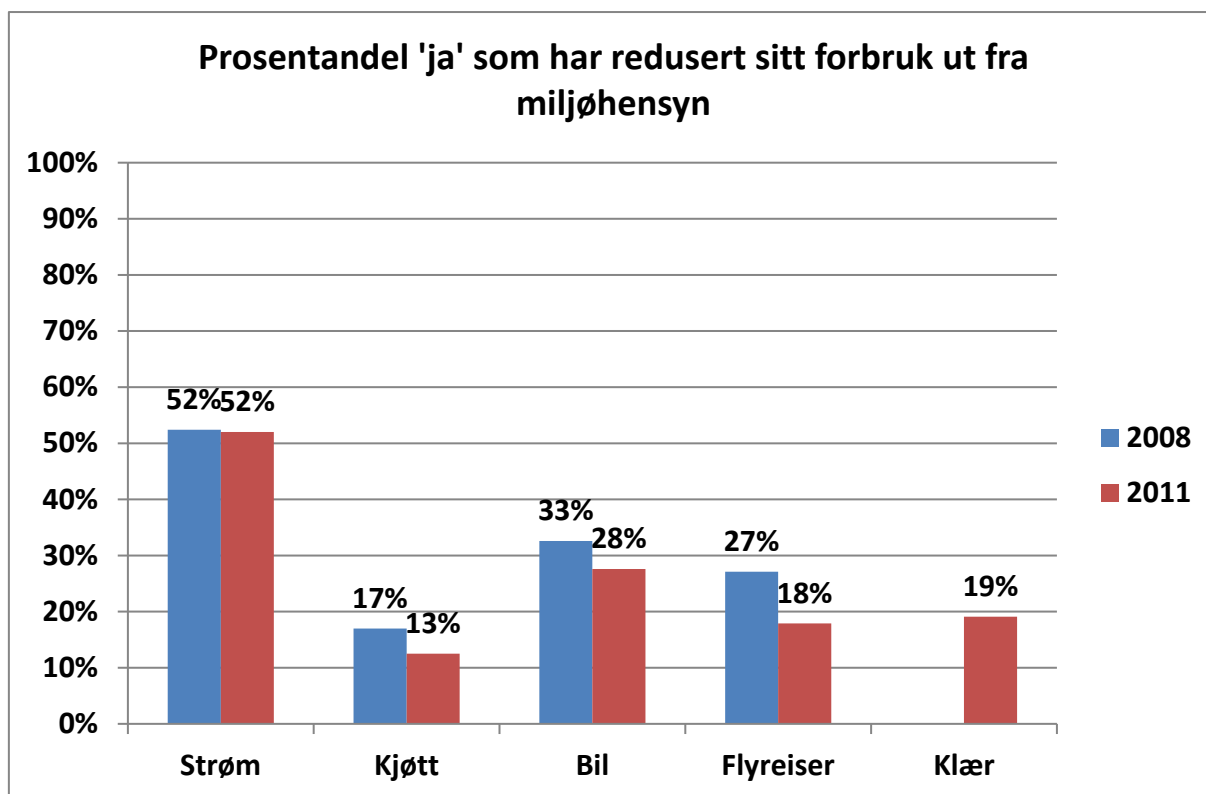
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

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*

Reduksjonsansvar: *Jeg er villig til å gi avkall på varer og tjenester jeg nå bruker, hvis jeg med det kan bidra til å verne våre naturressurser*

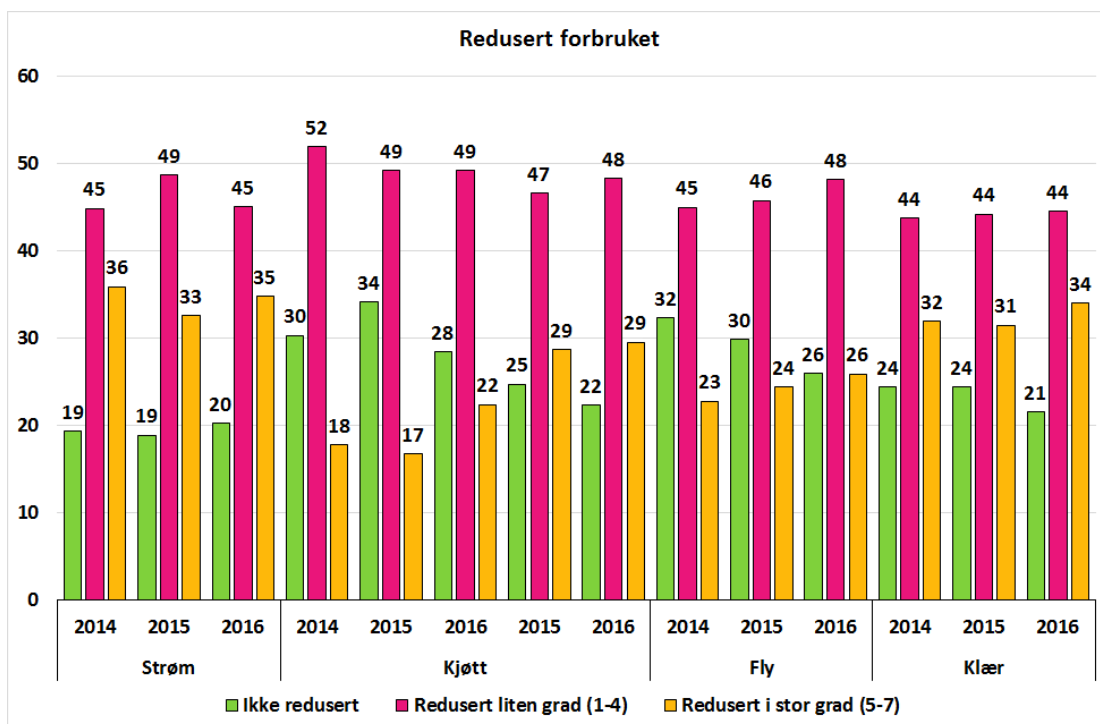
7.2 Miljøhandlinger; redusert forbruk



Figur 7-2 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)²⁷

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

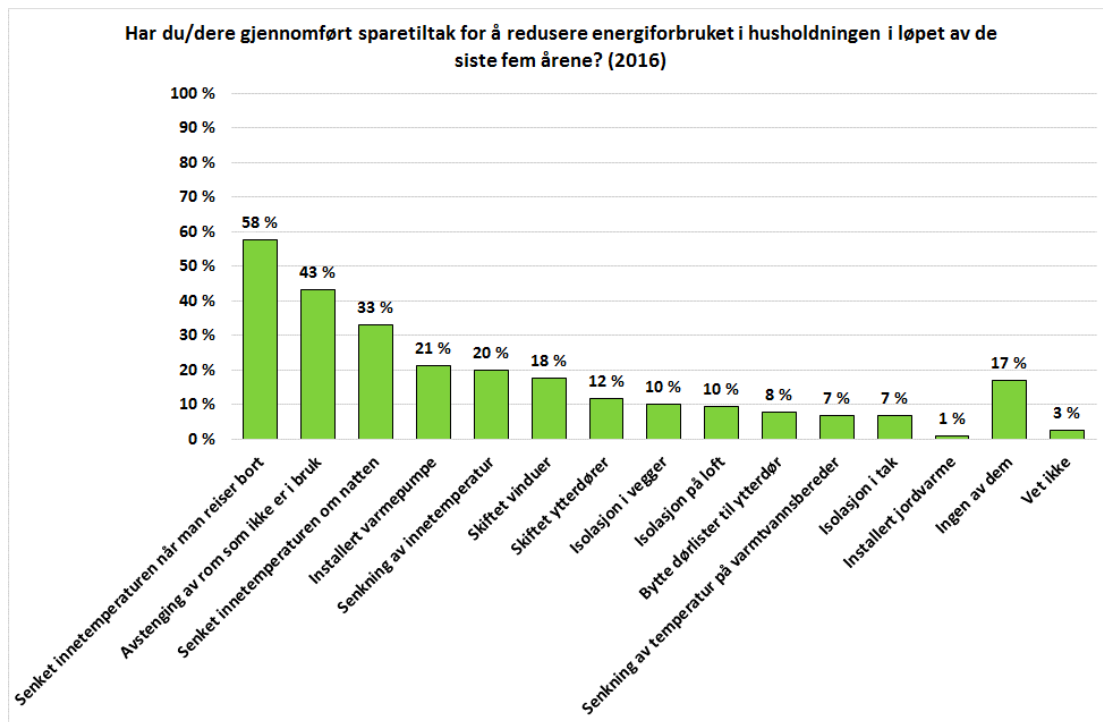
²⁷ N: Redusert strømforbruk 2008=989, 2011=1037; Redusert kjøttforbruk 2008=971, 2011=1009; Redusert bilbruk 2008=978, 2011=961; Redusert antall flyreiser 2008=971, 2011=881; Redusert kjøp av klær 2011=986 (Klær kun i 2011)



Figur 7-3 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 1 stor grad (Tangeland 2015 – figur 3-3), Tangeland og Vittersø 2016, figur 2-2). Vet ikke er ekskludert, total N i 2014=1014, total N i 2015=1003, total N i 2016=1004)

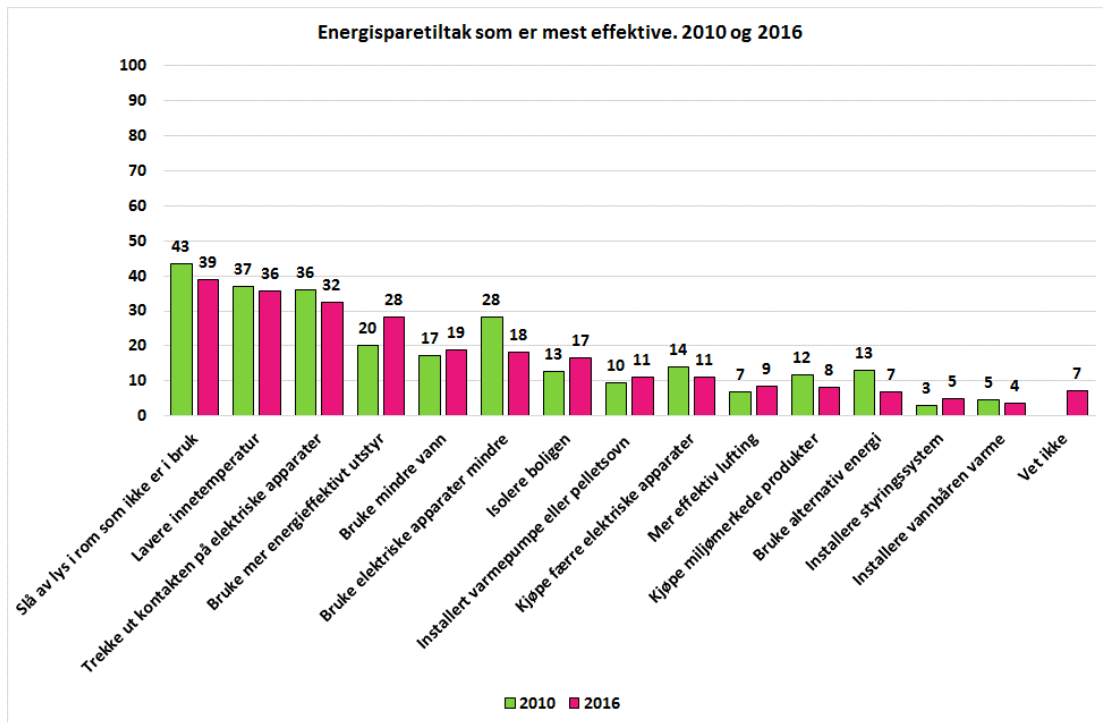
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

7.3 Energisparing



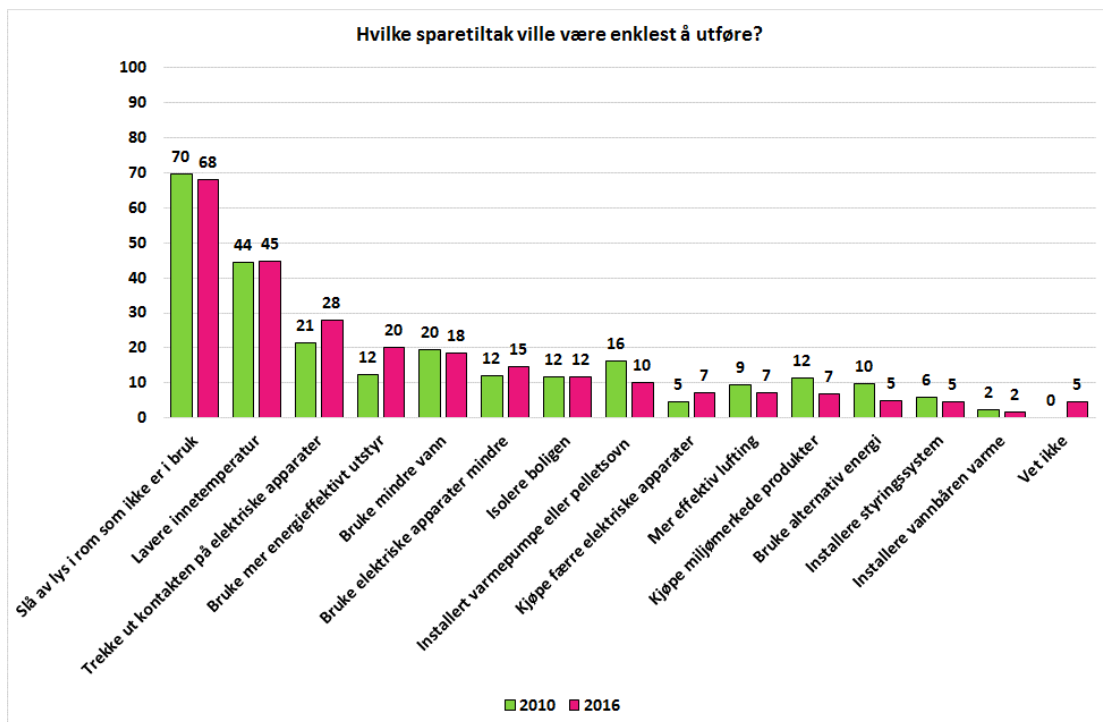
Figur 7-4 Har du/dere gjennomført sparetiltak for å redusere energiforbruket i husholdningen i løpet av de siste fem årene? (Vittersø, Heidenstrøm og Tangeland, 2016, figur 3-1) 2016 (N=1004)

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



Figur 7-5 Dersom du skulle utføre energisparetiltak i husholdningen, hvilke mener du ville være mest effektive? 2010 og 2016. (Vittersø, Heidenstrøm og Tangeland, 2016, figur 3-2). (2010²⁸ N=1028, 2016 N=1004)

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



Figur 7-6 Dersom du skulle utføre sparetiltak i husholdningen, hvilke mener du ville være enklest å utføre? 2010 og 2016. (Vittersø, Heidenstrøm og Tangeland, 2016, figur 3-3). 2010 N=1028, 2016, N=1004)

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

²⁸ Tallene for 2010 er ikke en del av SIFO-surveyen. Disse er fra et prosjekt finansiert av Norges Forskningsråd ENERGI-program «A secret success? Reduced electricity consumption in Norwegian households: a search for an institutional explanation. Websurvey gjennomført av TNS Gallup i oktober 2010 (N=1028)

Tabell 7-1 Hvor raskt bør en eventuell investering for å redusere energiforbruket lønne seg økonomisk? Prosent.²⁹

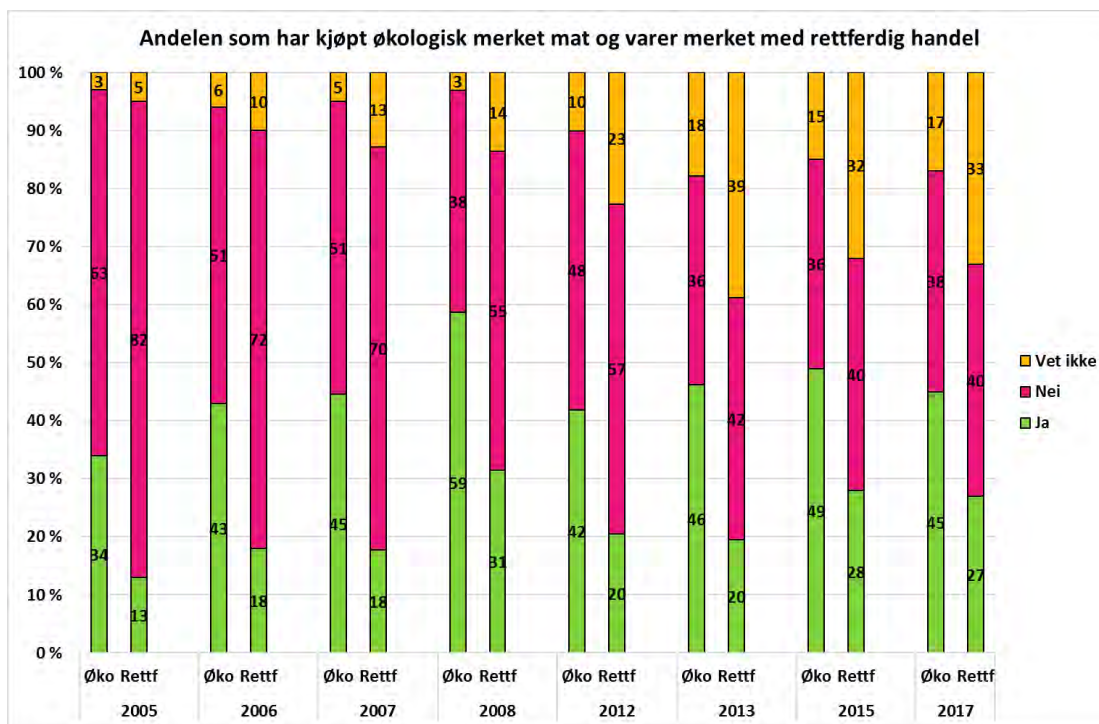
	2010	2016
0-2 år	46	41
3-5 år	47	48
6-8 år	6	9
9 eller mer	1	3
	100	100
N	1028	815

Sig p<.05

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

7.4 Miljømerkede varer/økologiske markeder

7.4.1 Kjøpt økologisk merket mat, miljømerkede varer og varer merket med rettferdig handel

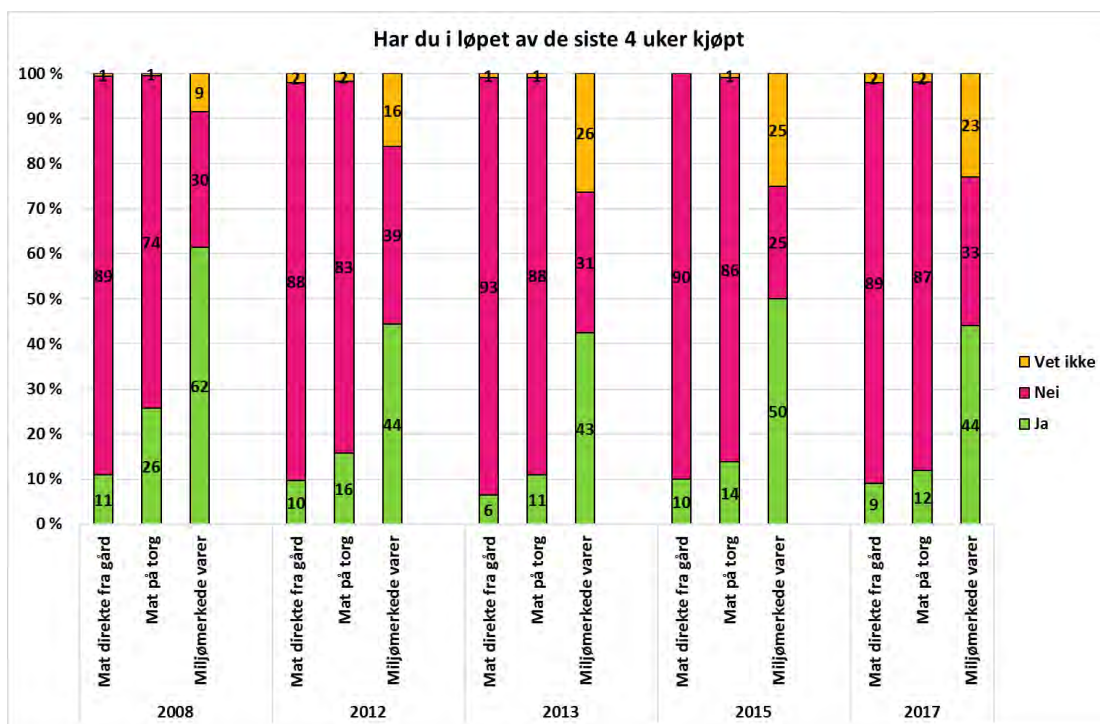


Figur 7-7 Prosentandelen som i løpet av de siste 4 ukene har kjøpt Øko = Økologisk merket mat, Rettf. = Varer merket med rettferdig handel (Max Havelaar³⁰). N: 2005=1008, 2006=1000, 2007=1000, 2008=1000, 2012=1014, 2013=1063, 2015=1003, 2017=1001.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>

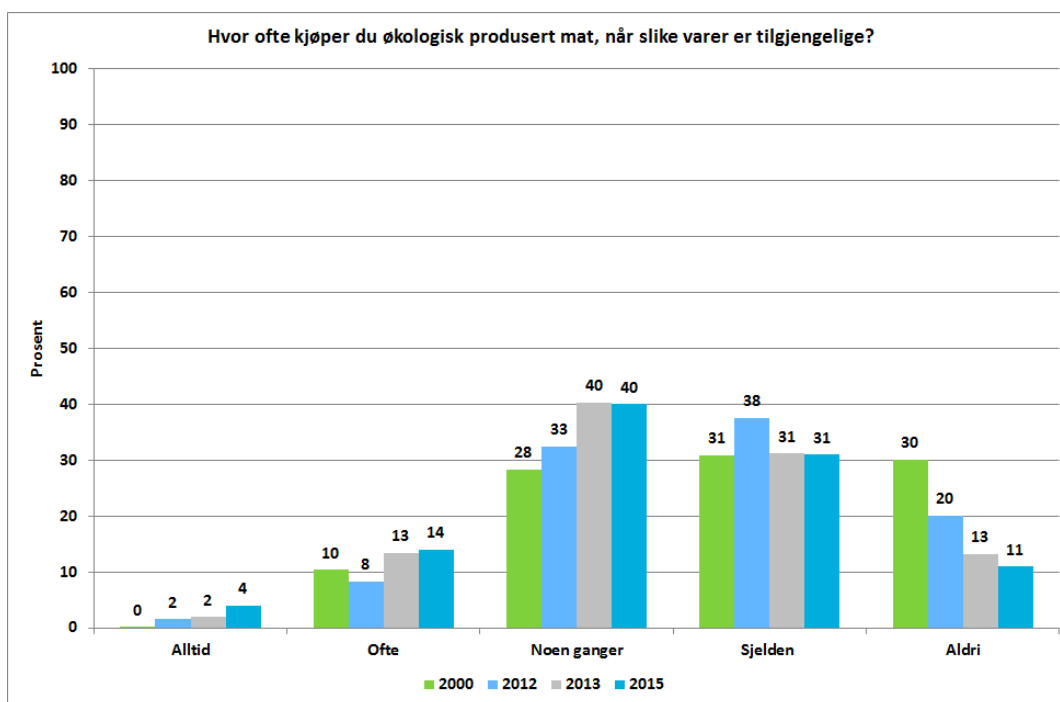
²⁹ I undersøkelsen er 'Vet ikke' definert som manglende svar siden denne variabelen ikke var med i 2010

³⁰ Varer merket med rettferdig handel: I 2013, 2015 og 2017 var 'f.eks. Max Havelaar' ikke nevnt, mens dette var nevnt alle de andre årene.



Figur 7-8 Prosentandelen som i løpet av de siste 4 ukene har kjøpt mat direkte fra gård, mat på torg og miljømerkede varer. N: 2008=1000, 2012=1014, 2013=1063, 2015=1003, 2017=1001.

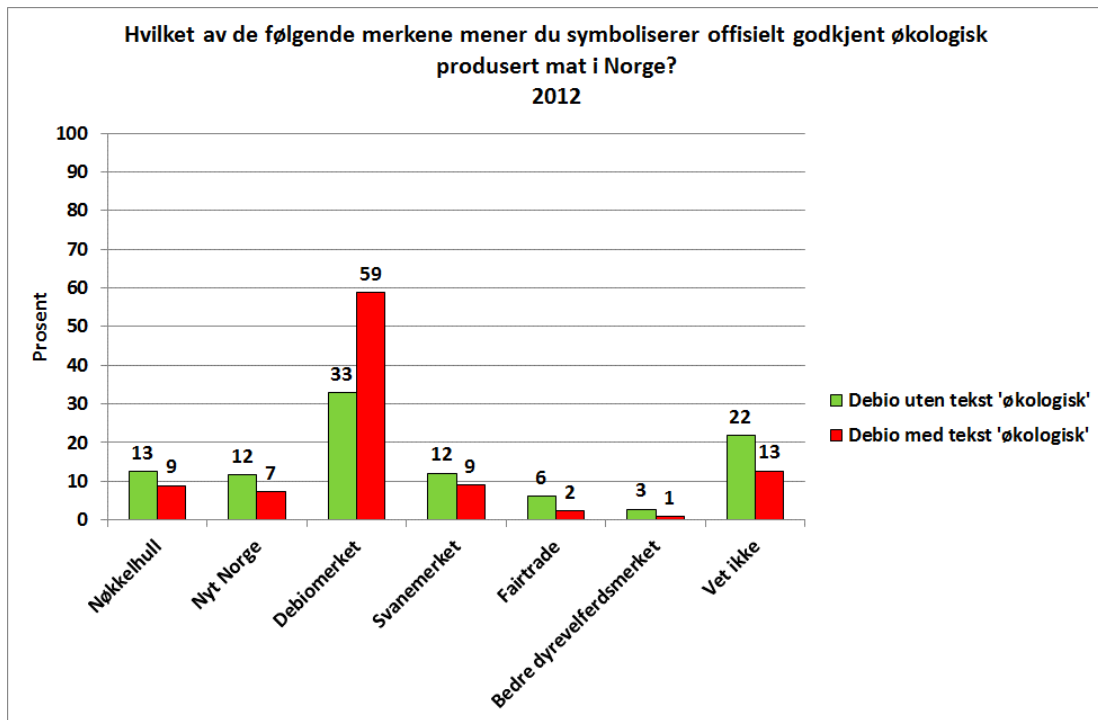
<http://www.hioa.no/Om-HioA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>



Figur 7-9 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)

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








7.4.2 Kunnskap om det offisielt godkjente økologiske merket 'Debio'



Figur 7-10 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 tidligere]

Bildene med merkene som ble vist i undersøkelsen

	Nøkkelhull (SUNNHETS- MERKE)		Svanemerket (MILJØMERKET)
	Nyt Norge (MAT BASERT PÅ NORSKE RÅVARER)		Fairtrade (RETTFERDIG HANDEL)
	Debio uten teksten 'økolo- gisk' FEIL		Bedre dyrevelferdsmerket (ET MERKE SOM IKKE EKSISTERER)
	Debio med tekst 'økolo- gisk' RIKTIG		

7.5 Miljømerkede varer/ økologiske markeder – publikasjoner

- Vittersø, Gunnar og Kirsi Laitala (2017): Er vi blitt mer miljøbevisste når vi handler? Endringer i bruk av miljømerker 2005-2017. I *Forbrukstrender 2017. SIFO-survey: Er vi blitt mer miljøbevisste når vi handler; maten vi kaster; matfattigdom i velstands-Norge; «appifisering av matvaremarkedet; ønsker norske forbrukere en betalingsjeneste; hvor sultne er forbrukere på nettmat*. Red av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 8. Oslo: SIFO
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-september-2017>
- Vittersø, Gunnar, Nina Heidenstrøm og Torvald Tangeland: Energismarte husholdninger? I *Forbrukstrender 2016. SIFO-survey: I Forbrukstrender 2016. SIFO-survey: Bruk av ullklær, miljøholdninger, miljøatferd, digital betaling, håndverkertjenester, søndagshandel, med barn i butikken, innholdsmarkedsføring*. Red: Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 6 – 2016
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf
- Tangeland, Torvald og Gunnar Vittersø (2016): Endringer i miljøholdninger blant forbrukerne – implikasjoner for det grønne samfunns-skiftet. I *Forbrukstrender 2016. SIFO-survey: Bruk av ullklær, miljøholdninger, miljøatferd, digital betaling, håndverkertjenester, søndagshandel, med barn i butikken, innholdsmarkedsføring*. Red: Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 6 – 2016
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.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
- Heidenstrøm, Nina, Gunnar Vittersø og Harald Throne Holst (2015): Understanding consumption as social practice in environmental policy. In *Consumer in Society*. Abstrakt forlag. Oslo
- 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
- Vittersø, Gunnar og Torvald Tangeland (2015): Barrierer mot kjøp av økologisk mat. 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 av 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
- 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>
- Tangeland, Torvald 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 (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
- Vittersø, Gunnar og Anne Moxnes Jervell (2011): The role of consumers in transitions towards sustainable food consumption. The case of organic food in Norway. Forlag: Research Committee on Sociology of Agriculture & Food. ISSN: 0798-1759. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food* 18 (1). Side 54-69. Iowa
- Vittersø, Gunnar og Alexander Schjøll (2010): *Gårdshandel som innkjøpsaktivitet og fritidsopplevelse*. Oppdragsrapport nr. 3. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file76921_oppdagsrapportnr3-2010web.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).

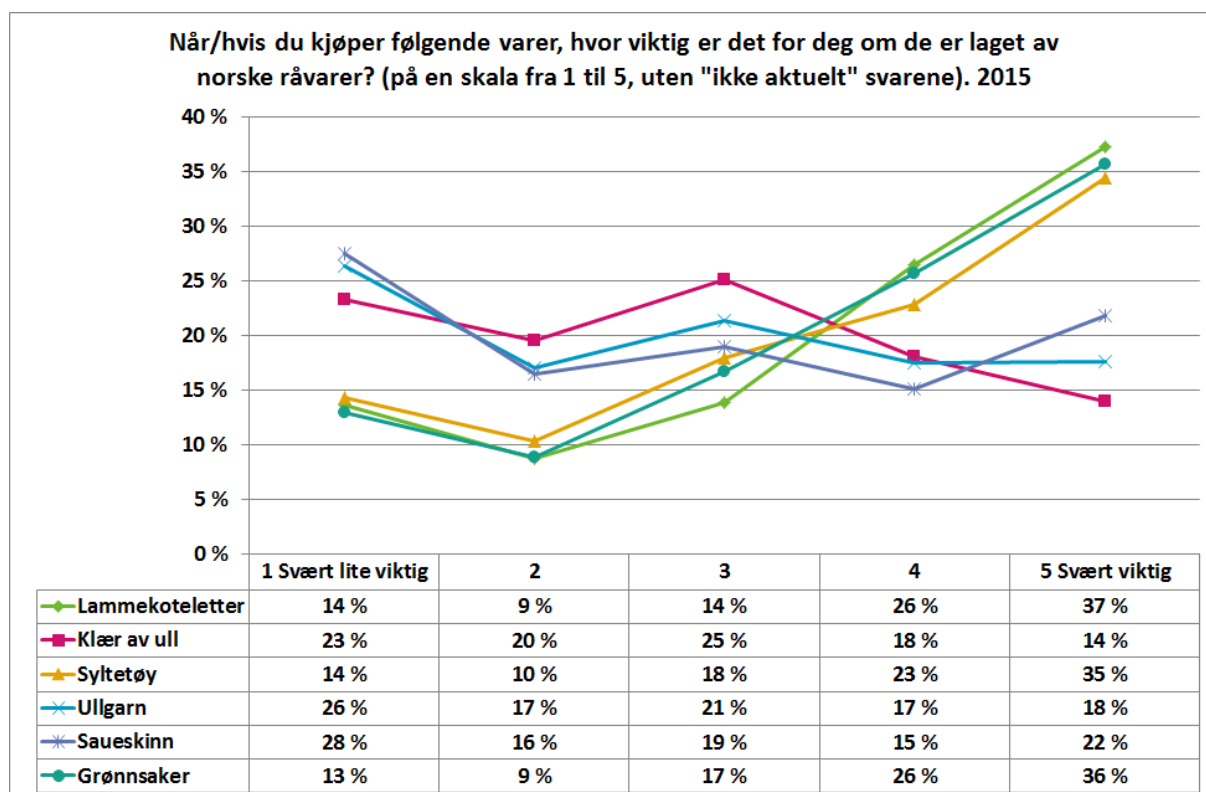
Terragni, Laura, Eivind Jacobsen, Gunnar Vittersø & Hanne Torjusen (2006): *Etisk – politiskforbruk En oversikt*.
Prosjektnotat nr. 1 2006. Oslo SIFO
http://www.sifo.no/files/file63273_prosjektnotat_nr.1-2006_web.pdf

8 Klær og skotøy

Dette kapittelet viser

- ✓ Lokale produkter
- ✓ Klær og arv
- ✓ Brukte klær
- ✓ Ull og hjemmelaget klær
- ✓ Merkevarer til barn
- ✓ Reklamasjon og angrerett på klær

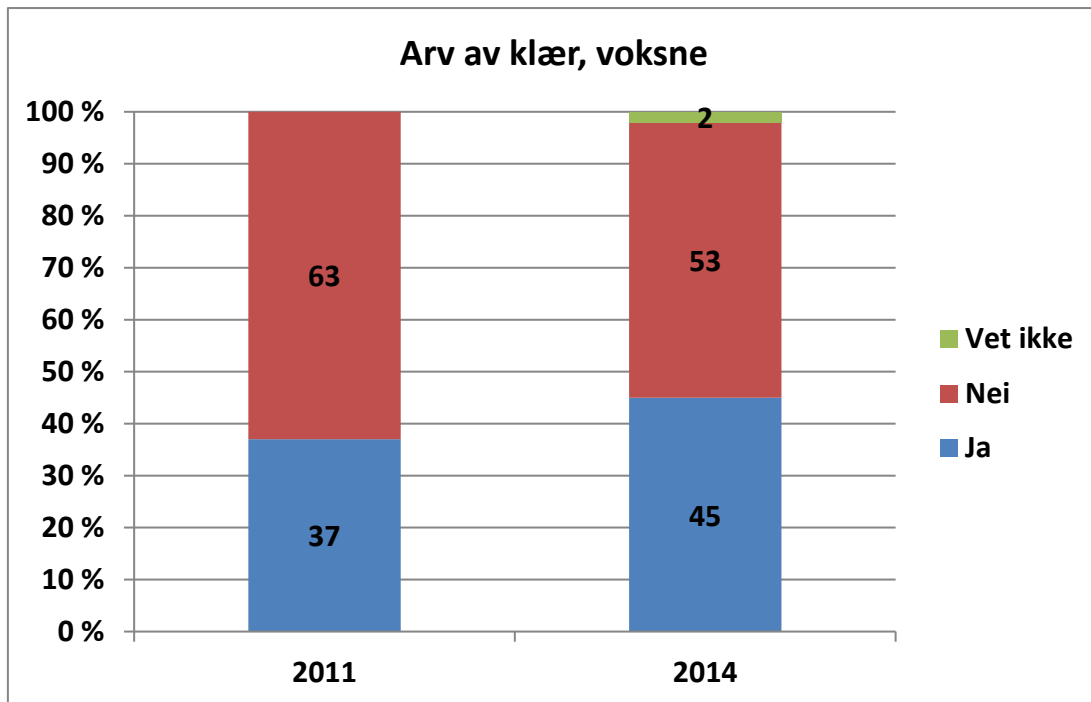
8.1 Lokale produkter



Figur 8-1 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

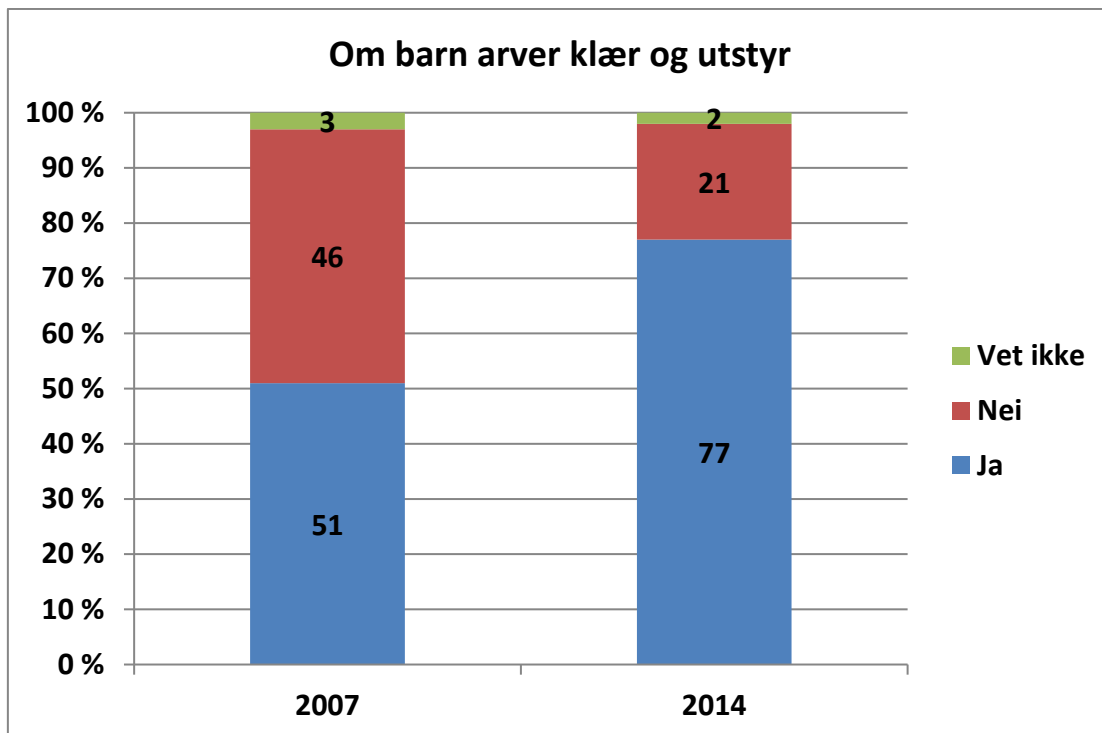
http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr_5-2015_-_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf

8.2 Klær og arv



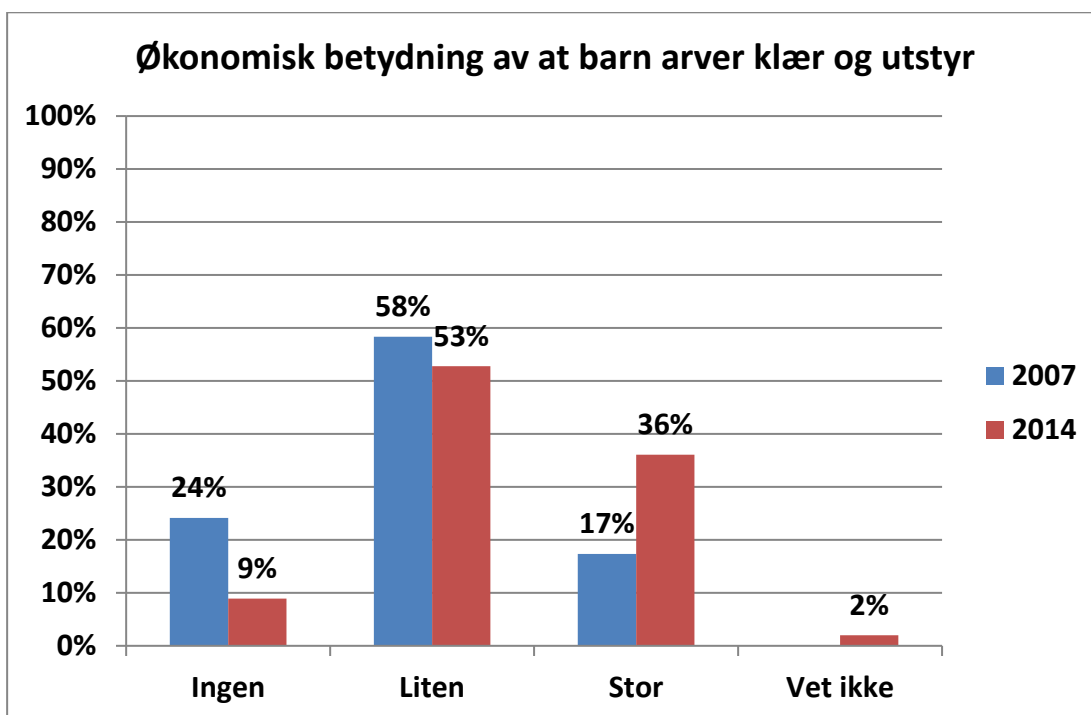
Figur 8-2 Arv av klær og utstyr, voksne (I 2011 var ikke arv til barn med) 2011: Har du i løpet av siste år gjort noe av følgende? Fått brukt klær? (Ja, Nei, Vet ikke). N=1123. 2014: Har du fått eller arvet brukte klær, sko eller sportsutstyr i voksen alder? (Ja, Nei, Vet ikke). N=1014

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



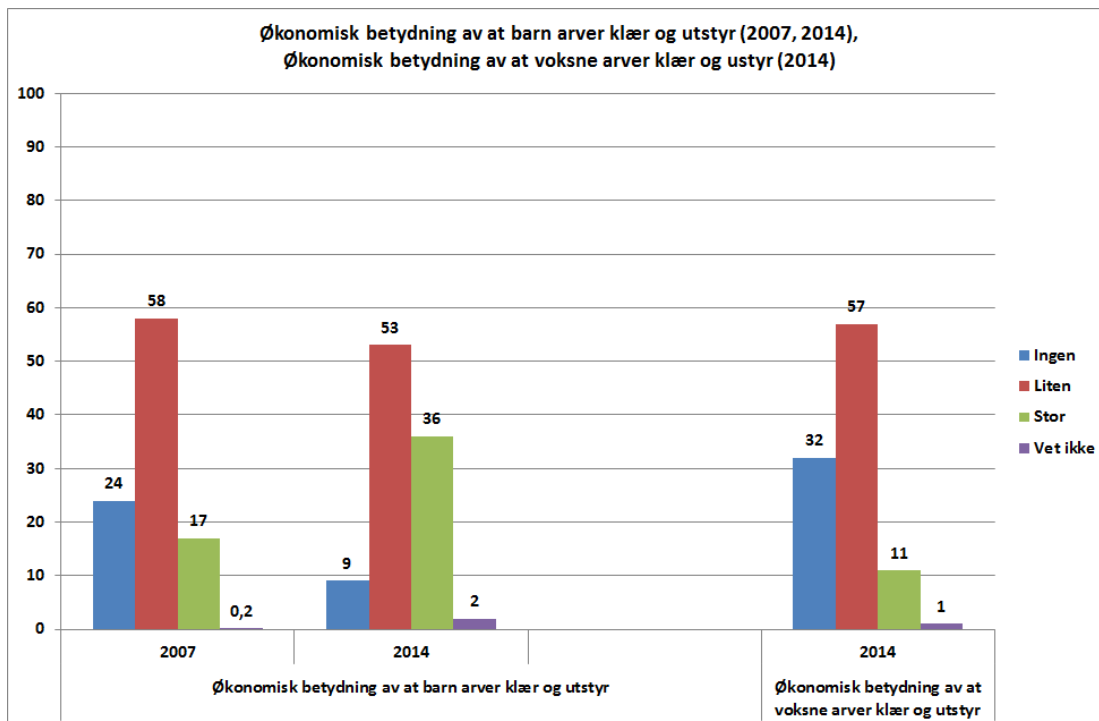
Figur 8-3 Arv av klær og utstyr, barn (I 2007 var ikke arv av klær til voksne med). 2007: Arver barna klær og utstyr fra familie og venners barn? (Ja, Nei, Vet ikke). N=721. 2014: Arver/arvet barn klær, sko eller sportsutstyr under oppveksten (inntil 15 år), fra familie eller andre? (Ja, Nei, Vet ikke). N=687

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



Figur 8-4 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.)

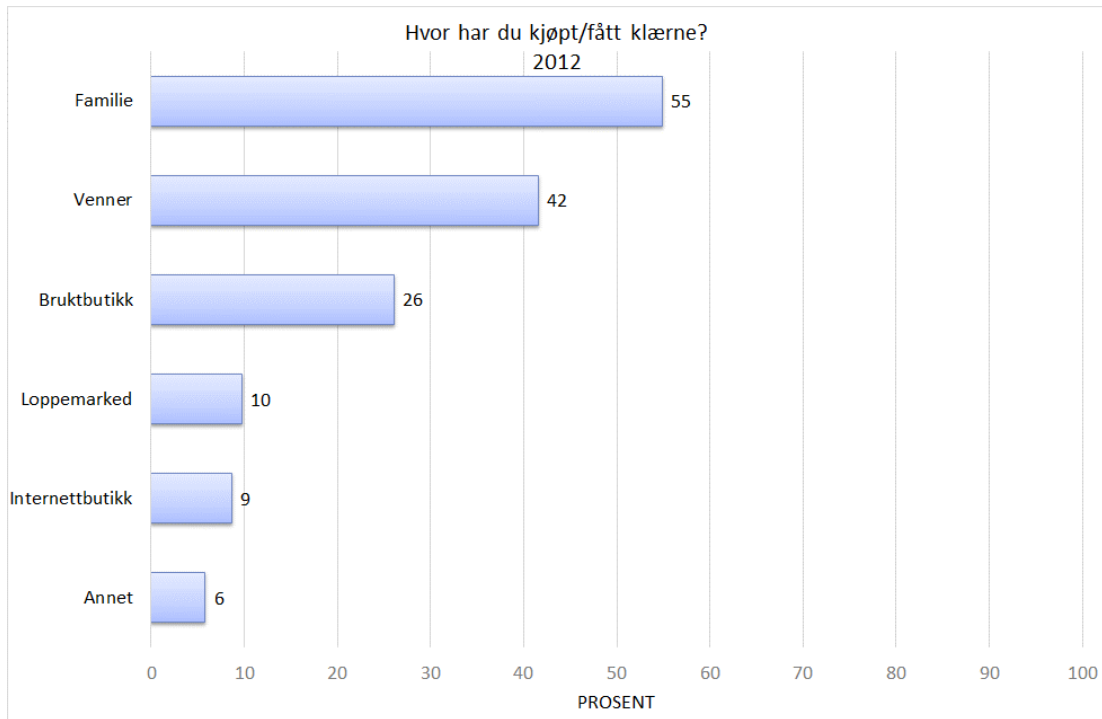
http://www.sifo.no/files/file79763_prosjektnotat_7-2014_web.pdf



Figur 8-5 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

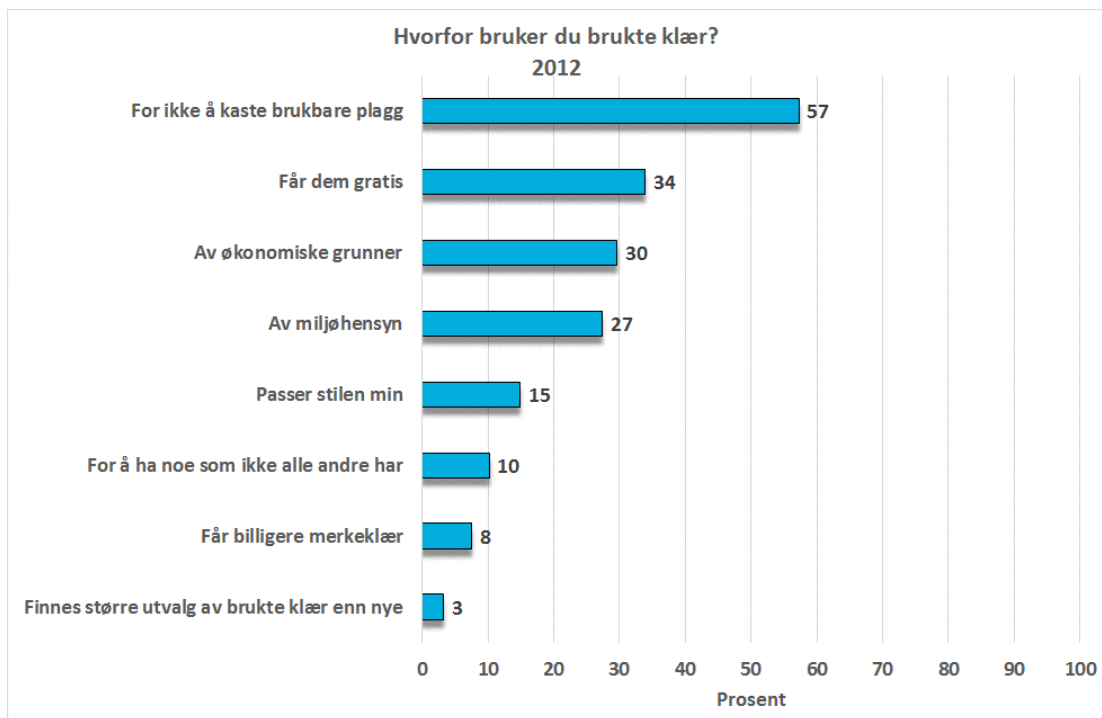
http://www.sifo.no/files/file79763_prosjektnotat_7-2014_web.pdf

8.3 Brukte klær



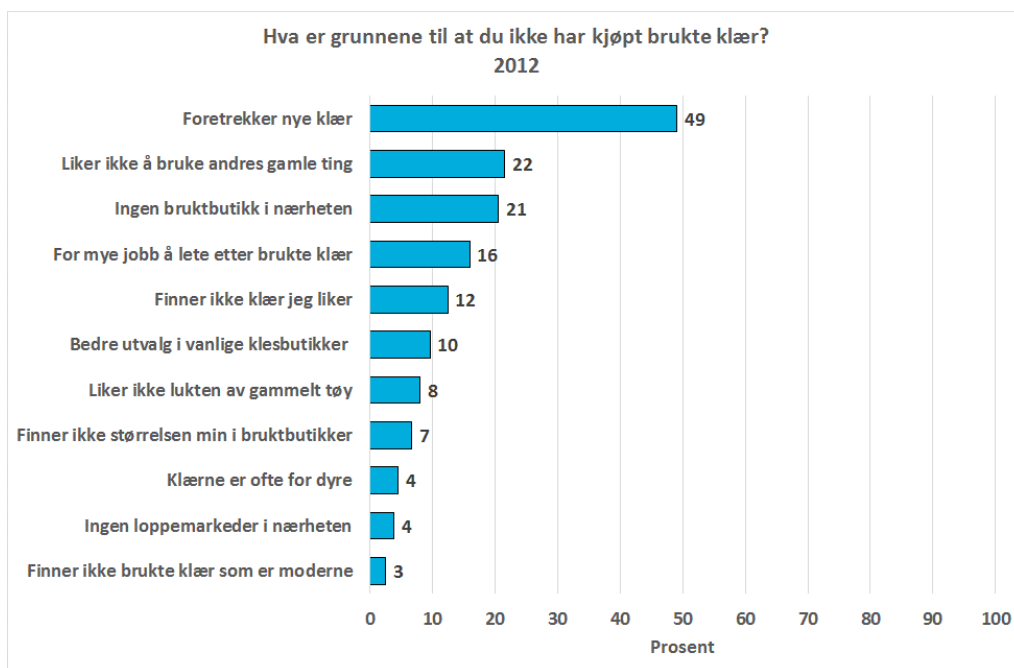
Figur 8-6 Hvor har du kjøpt/fått brukte klær? Blant dem som har fått eller kjøpt brukte klær de siste to årene. Flere svar kunne avgis. N=403. 2012.

http://sifo.no/files/file80574_file80519_fagrappport_nr_2-2016_rapport_klesforbruk.pdf



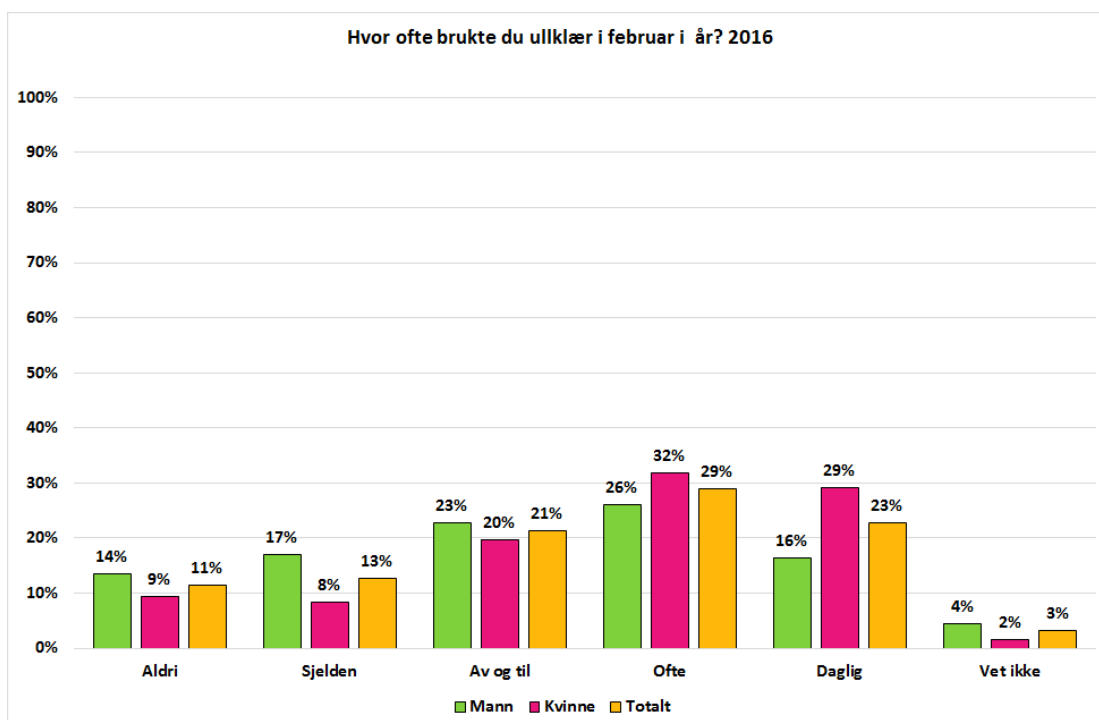
Figur 8-7 Hvorfor bruker du brukte klær? Flere svar kunne avgis. N=404. 2012

http://sifo.no/files/file80574_file80519_fagrappport_nr_2-2016_rapport_klesforbruk.pdf

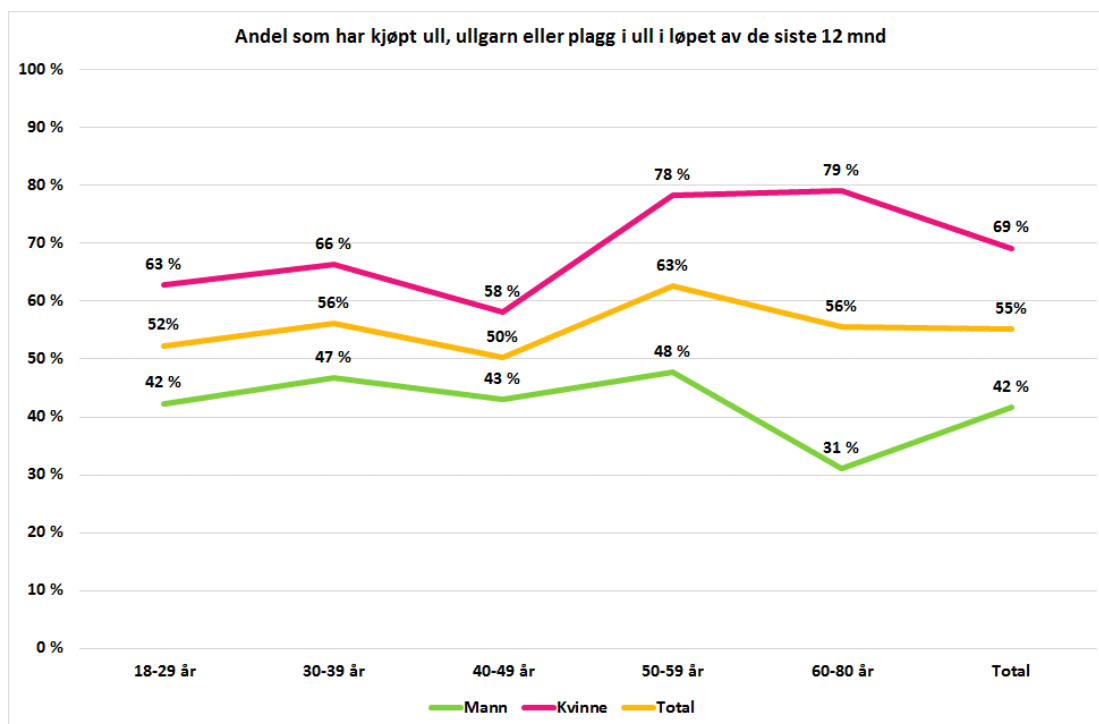


Figur 8-8 Hva er grunnene til at du ikke har kjøpt brukte klær? Flere svar kunne avgis. N=853. 2012
http://sifo.no/files/file80574_file80519_fagrappport_nr_2-2016_rapport_klesforbruk.pdf

8.4 Ull og hjemmelaget klær



Figur 8-9 Hvor ofte brukte du ullklær i februar i år. Fordelt på kjønn. N: Menn=510, Kvinner =494, Tot=1004. Ref. Figur 1-1 (Klepp og Laitala 2016). 2016
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

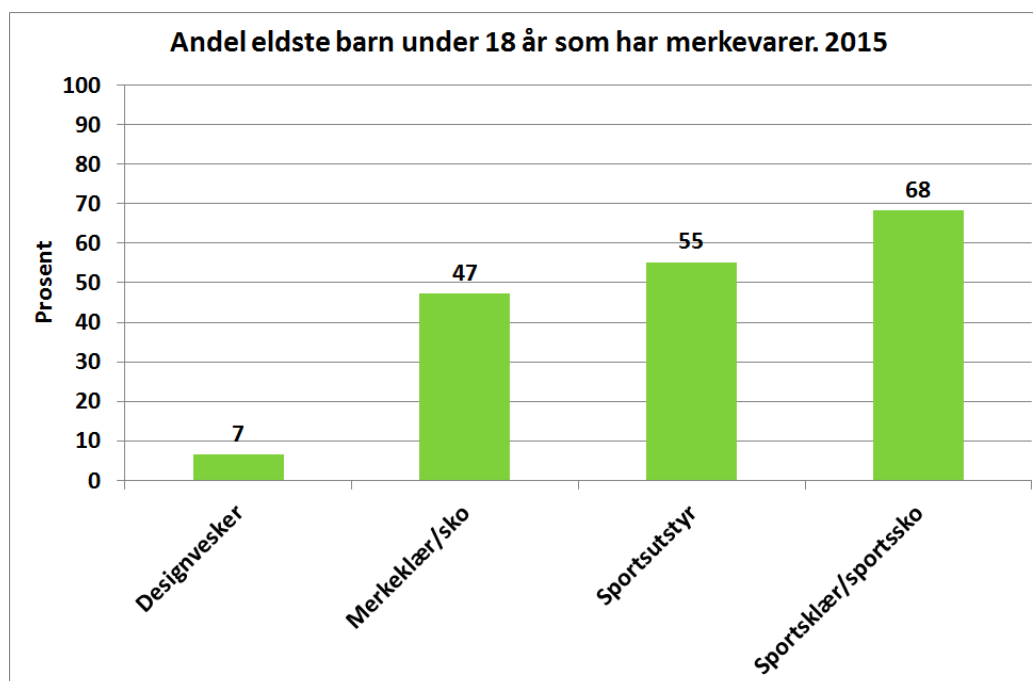


Figur 8-10 Andel av respondenter som i løpet av de siste 12 mnd kjøpt ullgarn eller plagg i ull. Fordelt på kjønn og alder. Ref. figur 1-5 i (Klepp og Laitala 2016). 2016³¹

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

³¹ N: MENN 18-29=111, 30-39=91, 40-49=100, 50-59=88, 60-80=119, Tot=510
KVINNER: 18-29=105, 30-39=86, 40-49=93, 50-59=83, 60-80=124, Tot=491

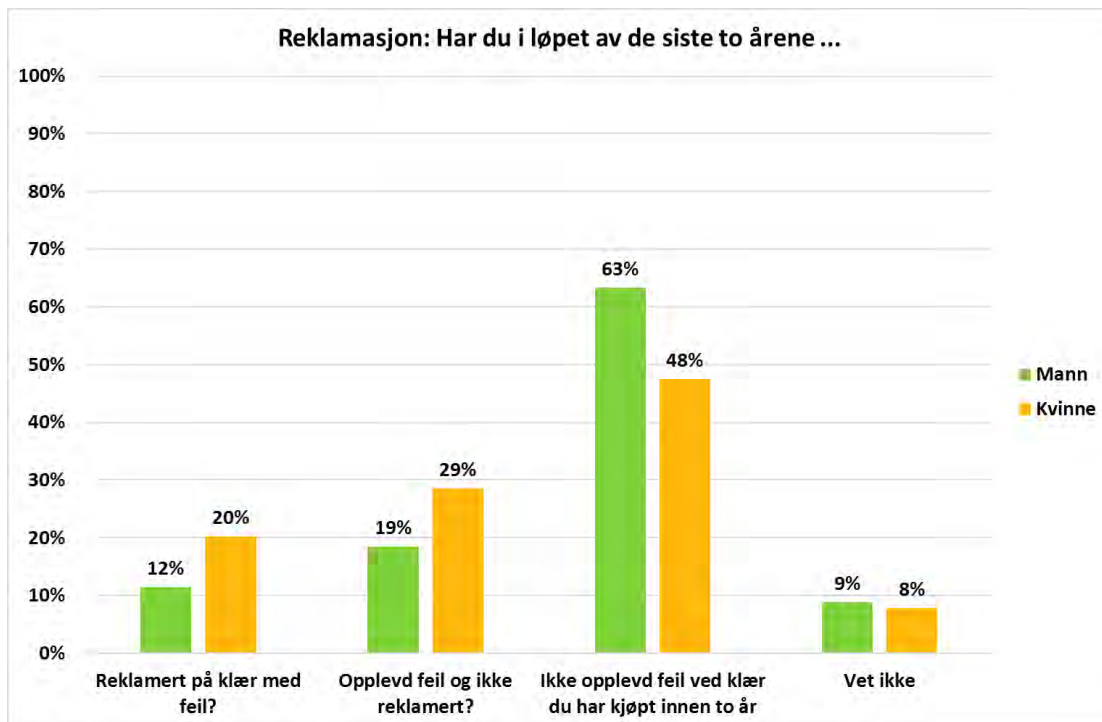
8.5 Merkevarer til barn



Figur 8-11 Andel som har merkevarer blant eldste barn under 18 år. N=288.

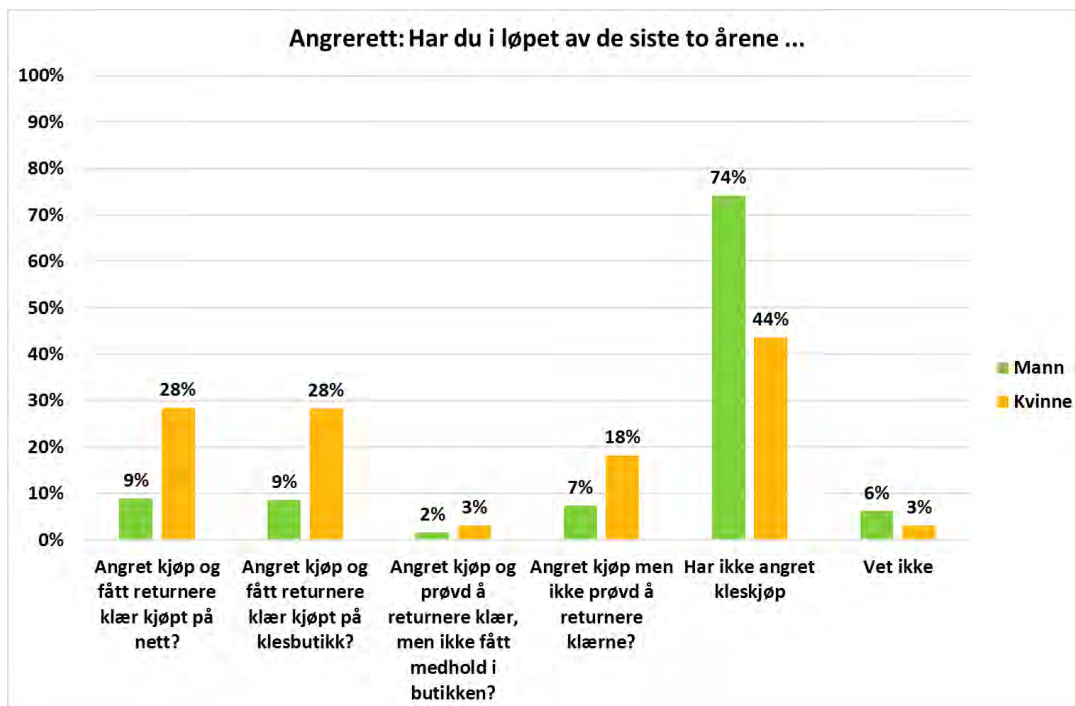
http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr_5-2015_-_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf

8.6 Reklamasjon og angrerett på klær



Figur 8-12 For kjøp av klær har du rett til å reklamere på feil inntil to år etter kjøp uavhengig av hva varen koster, så lenge feilen ikke skyldes unormal bruk av plagget. Har du i løpet av de siste to årene ... 2017. Prosent. N=1001.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>



Figur 8-13 Angrerettloven gir deg 14 dagers returrett til klær kjøpt på nett, og noen klesbutikker tilbyr bytterett eller åpent kjøp (ikke undrtøy). Har du i løpet av de siste to årene ... 2017. Prosent. N=1001.

<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>

8.7 Klær og sko – publikasjoner

Bøyum, Live Standal, Kirsi Laitala og Ingun G. Klepp (2017): Billige og dårlige klær – få klager. I *Forbrukstrender 2017. SIFO-survey: Forbrukskreditt – et samfunnsproblem? «Pushing» av usikret kreditt – hvor og til hvem? Eiendomsskatt – en pest og plage? Reklamasjon og garanti – samme sak? Billige og dårlige klær – få klager. DABbende forbrukerinteresse?* Red av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 6. Oslo: SIFO.

<http://www.hioa.no/Om-HioA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Forbrukstrender-2017>

Klepp, Ingun Grimstad og Kirsi Laitala (2016): «Ullne» fakta om strikking og klær. Hjemmeproduksjon og gamle klær i velstands Norge. I *Forbrukstrender 2016. SIFO-survey: Bruk av ullklær, miljøholdninger, miljøatferd, digital betaling, håndverkertjenester, søndagshandel, med barn i butikken, innholdsmarkedsføring.* Red: Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 6 – 2016

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

Klepp, Ingun Grimstad, Kirsi Laitala and Tone Skårdal Tobiasson (2016): Woolbed – *Sweet dreams in merino.* Project report no. 2. Oslo SIFO/HIOA

http://www.sifo.no/files/file80443_oppdagsrapport_no_2_2016_-_woolbed_final.pdf

Klepp, Ingun Grimstad, og Kirsi Laitala: (2016). *Klesforbruk i Norge.* Fagrapport nr. 2 - 2016. Oslo: SIFO/HIOA, 120.

http://www.sifo.no/files/file80519_fagrapport_nr_2-2016_rapport_klesforbruk.pdf

Klepp, Ingun Grimstad og Tone Skårdal Tobiasson (2016). Bunadens Revansj. Dagbladet, 11 Mai 2016

<http://www.dagbladet.no/2016/05/11/kultur/debatt/kronikk/debattinnlegg/bunad/44189496/>

Klepp, Ingun Grimstad, Kirsi Laitala og Tone Skårdal Tobiasson (2016). 43 prosent av alle norske kvinner strikker. *Forskning.no*, 21.09.2016

<http://forskning.no/meninger/kronikk/2016/09/43-prosent-norske-kvinner-strikker-SIFO-strikkeforakt>

Tobiasson, Tone Skårdal og Ingun Grimstad Klepp (2016). Strikking vår bortgjemte nasjonale stolthet. *Forskning.no*, 17.10.2016

<http://forskning.no/meninger/kronikk/2016/10/striking-var-bortgjemte-nasjonale-stolthet>

Klepp, Ingun Grimstad og Tone Skårdal Tobiasson (2016). Forkjempere for gode klær trengs. *Forskning.no*, 25.10.2016

<http://forskning.no/meninger/debattinnlegg/2016/10/forkjempere-gode-klær-trengs>

Klepp, Ingun Grimstad, 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

Klepp, Ingun Grimstad (2015) *Mapping sustainable textile initiatives: and a potential roadmap for a Nordic actionplan.* Ingun Grimstad Klepp (project leader) Kirsi Laitala, Michael Schragger, Andreas Follér, Elin Paulander, Tone Skårdal Tobiasson, Jonas Eder-Hansen, David Palm, Maria Elander, Tomas Rydberg, David Watson and Nikola Kiørboe. TemaNord 2015:545

<http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:840812/FULLTEXT01.p>

Borch, Anita (2015): Nå går også 12-åringer 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

Laitala, Kirsi 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

Populærartikler:

Klepp, Ingun Grimstad (2016). Moten er død, leve kleda. Syn og segn(4), 24-33. <http://www.synogsegn.no/artiklar/2016/utgaave-4-16/ingun-grimstad-klepp.aspx>

- Laitala, K., og Klepp, I. G. (2016). Wool wash: technical performance and consumer habits. *Tenside Surfactants Detergents*, 53(5), 458-469 doi:10.3139/113.110457
- Vittersø, G., Klepp, I. G., & Laitala, k. (2015). Local as the new green: Exploring new possibilities for sustainable fashion. Paper presented at *the Global Cleaner Production and Consumption conference*, Sitges, Spain-
- Laitala, K., & Boks, C. (2012). Sustainable clothing design: Use matters. *Journal of Design Research*, 10(1/2), 121-139. doi:10.1504/JDR.2012.046142
- Laitala, K. (2014): "Consumers' Clothing Reuse: Potential in Informal Exchange". In *Clothing consumption - An interdisciplinary approach to design for environmental improvement*. (PhD thesis), Norwegian University of Science and Technology, Trondheim.
http://www.sifo.no/files/file79873_laitala_phd_83.pdf
- Laitala, K. (2014). *Clothing consumption - An interdisciplinary approach to design for environmental improvement*. (PhD thesis), Norwegian University of Science and Technology, Trondheim.
http://www.sifo.no/files/file79873_laitala_phd_83.pdf
- Laitala, K., Klepp, I. G., & Boks, C. (2012). Changing laundry habits in Norway. *International Journal of Consumer Studies*, 36(2), 228-237. doi:10.1111/j.1470-6431.2011.01081.x

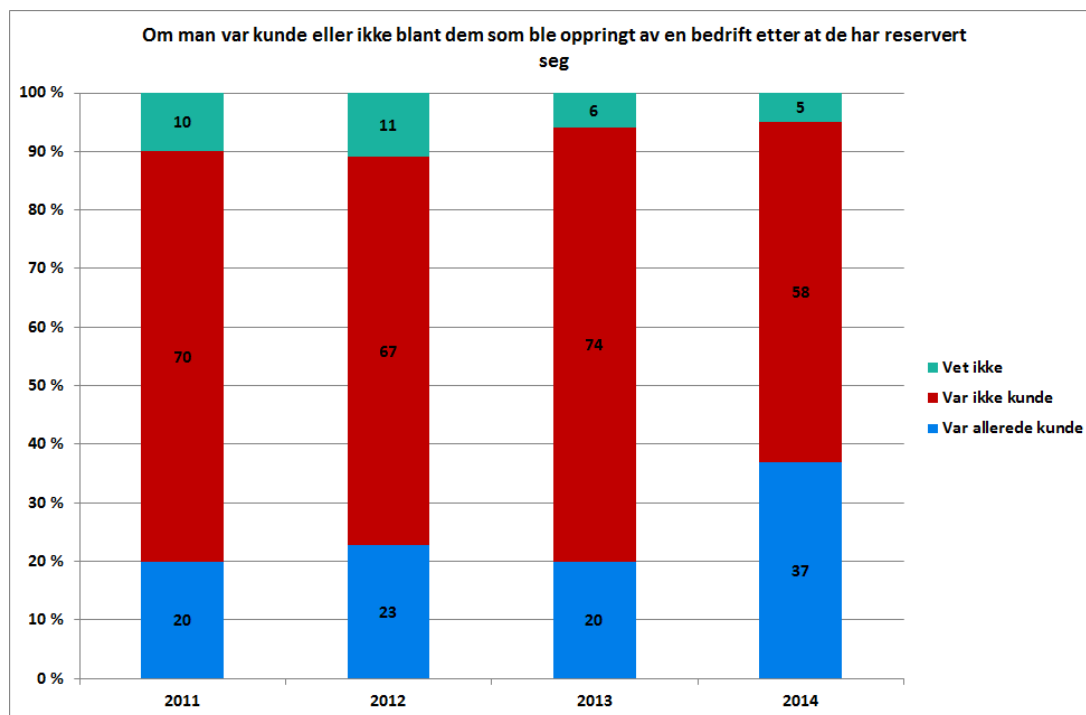
9 Telefonsalg og reklame

Dette kapitlet viser

- ✓ Telefonsalg
- ✓ Bedrifter – blir reservasjonsretten respektert?
- ✓ Frivillige organisasjoner – blir reservasjonsretten respektert?
- ✓ I hvilken grad en liker å få telefoner fra bedrifter
- ✓ I hvilken grad en liker å få telefoner fra frivillige organisasjoner
- ✓ Reklame
- ✓ Ergrelse over reklame
- ✓ Skjult reklame
- ✓ Innholdsmarkedsføring
- ✓ Reklame og pengespill

9.1 Telefonsalg

9.1.1 Bedrifter – blir reservasjonen respektert



Figur 9-1: 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

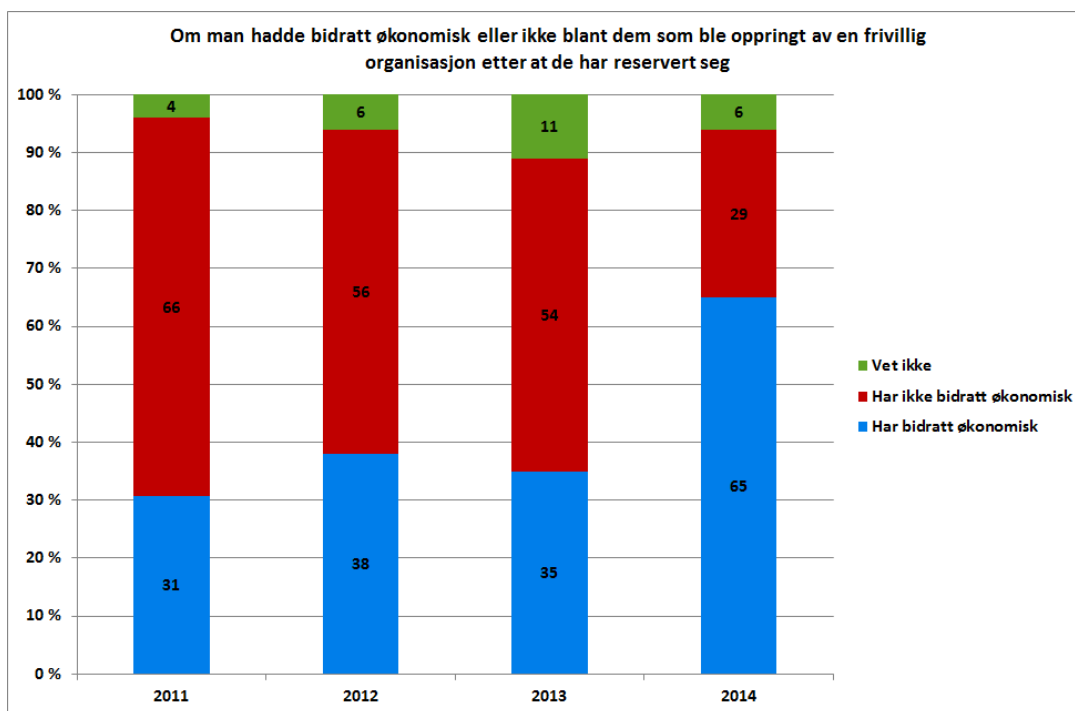
http://www.sifo.no/files/file79722_oppdagsrapport_3-2014_web.pdf

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 reservert deg mo 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?

9.1.2 Frivillige organisasjoner – blir reservasjonen respektert?



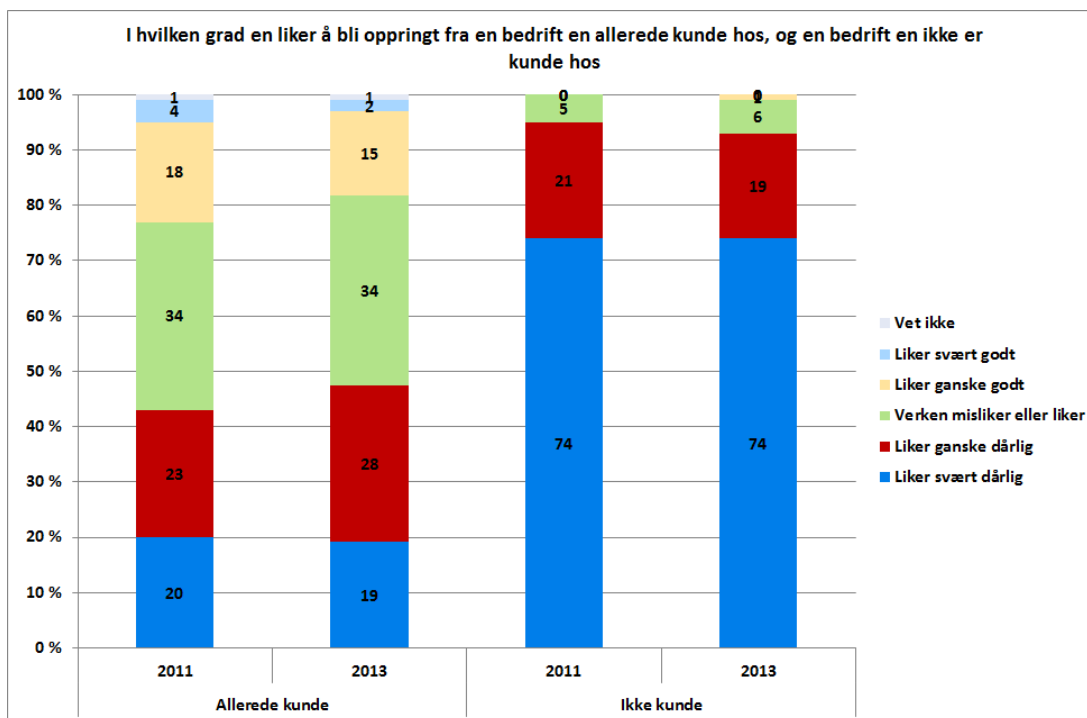
Figur 9-2 Om man var hadde gitt økonomisk bidrag eller ikke blant dem som ble oppringt av en frivillig organisasjon etter at de hadde reservert seg (Reservasjonsregisteret i Brønnøysundregistrene). (N: 2011=133, 2012=170, 2013=86, 2014=290)

http://www.sifo.no/files/file79722_oppdagsrapport_3-2014_web.pdf

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 reservert deg mo 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 reservert deg? Ja, nei, vet ikke. NB; Merk at i 2014 er spørsmålet avgrenset i tid,

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

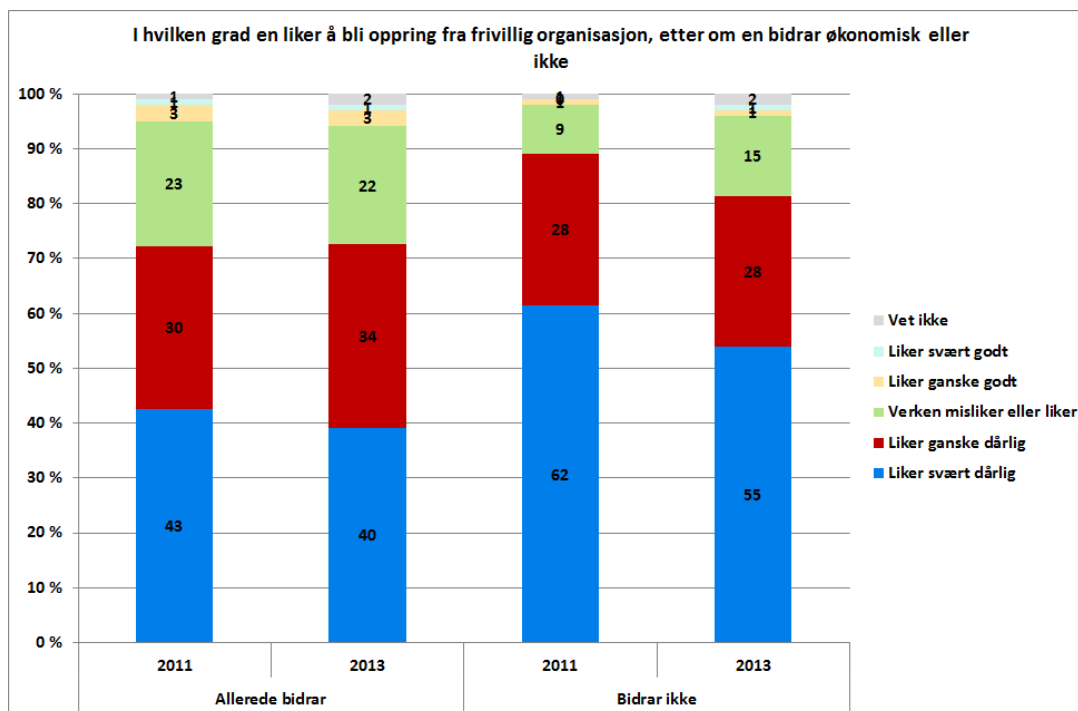


Figur 9-3 I hvilken grad en liker å bli oppringt av en bedrift en allerede er kunde hos og en bedrift hvor en ikke er kunde. Allerede kunde N: 2011=998, 2013=1008. Ikke kunde N: 2011=990, 2013=1003

http://www.sifo.no/files/file79722_oppdragsrapport_3-2014_web.pdf

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?

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



Figur 9-4 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? N: Allerede bidrar 2011=609, 2013=578. Bidrar ikke 2011=689, 2013=1001

http://www.sifo.no/files/file79722_oppdragsrapport_3-2014_web.pdf

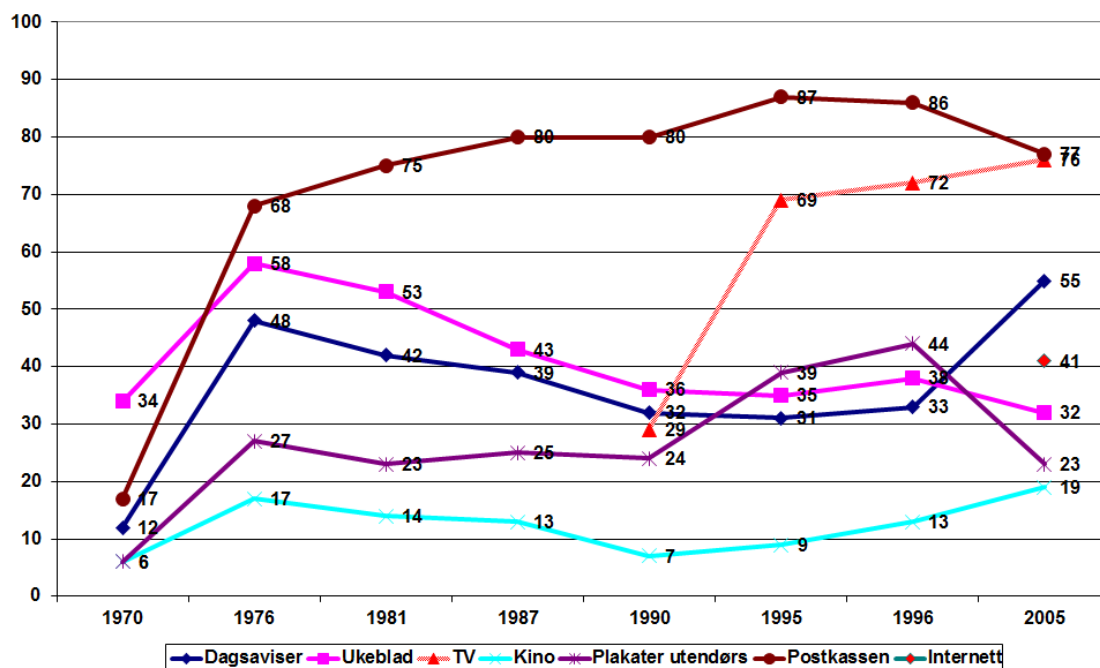
2011 og 2013:

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 bidrar med økonomisk støtte til?

9.4 Reklame

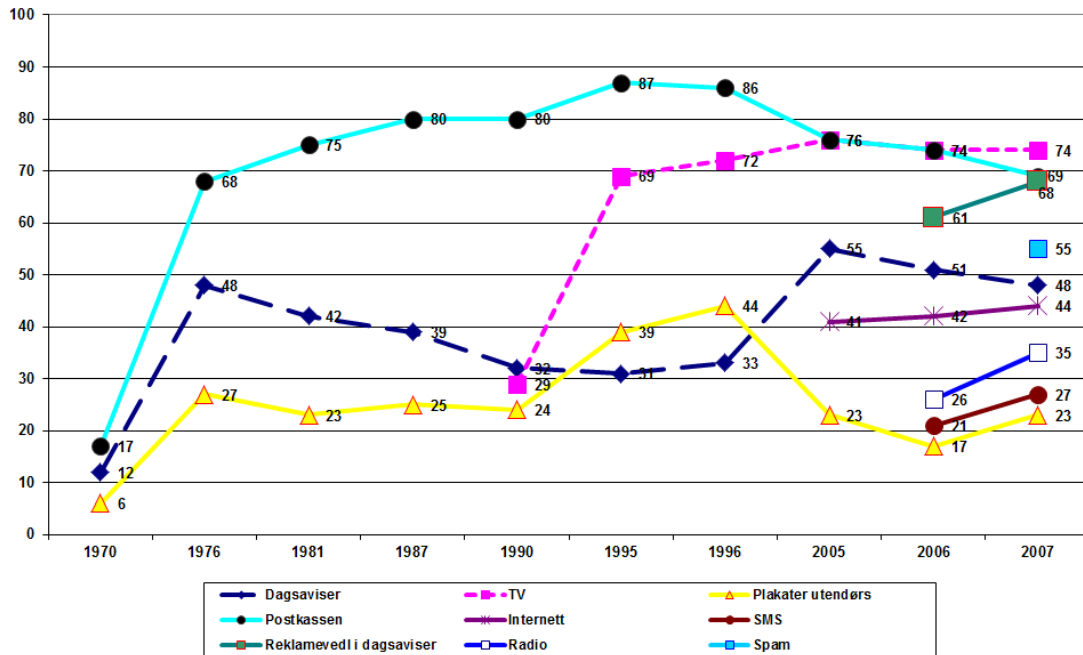
9.4.1 Ergrelse over reklame fram til 2005



Figur 9-5: 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)

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

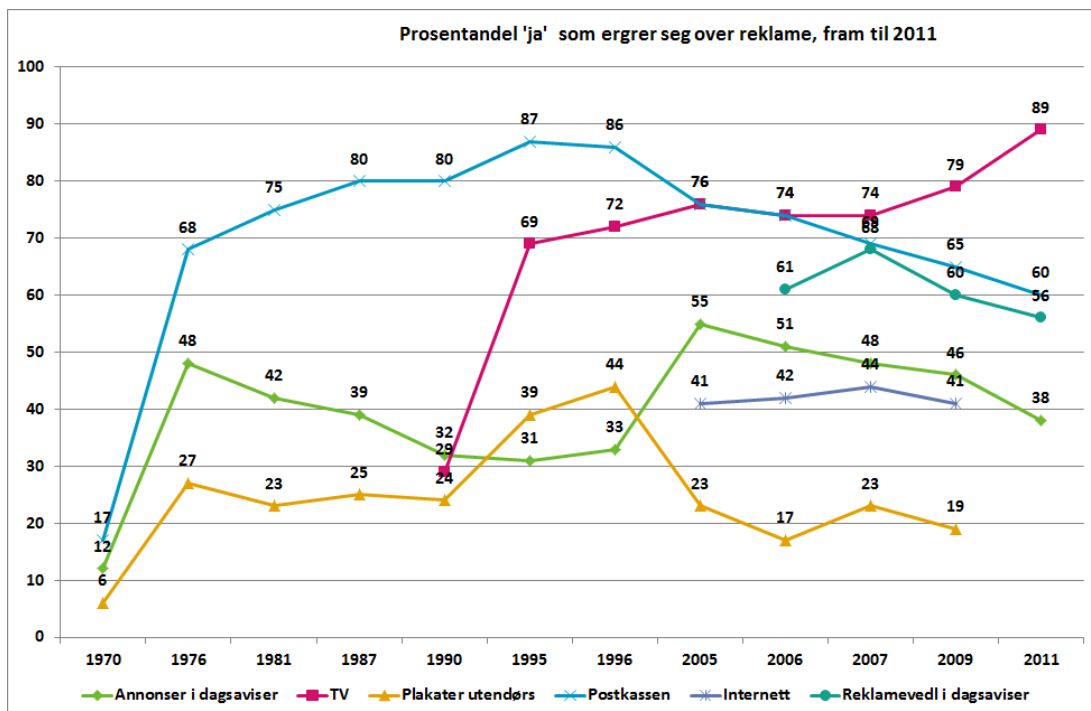
9.4.2 Ergrelse over reklame fram til 2007



Figur 9-6: 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)

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

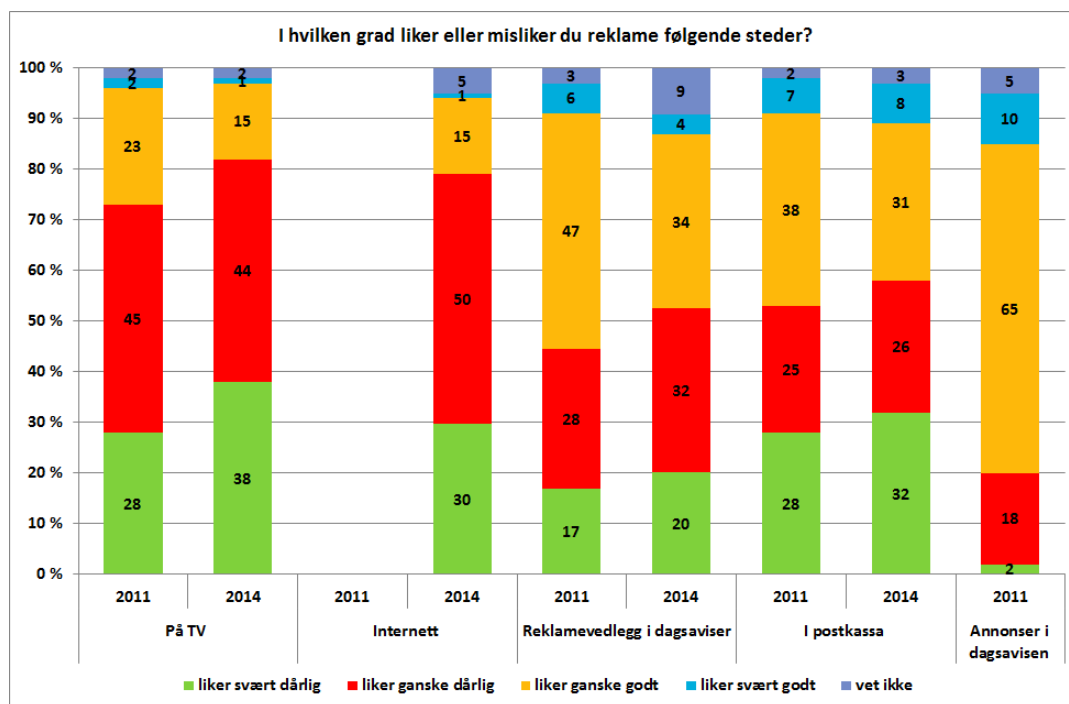
9.4.3 Ergrelse over reklame fram til 2011



Figur 9-7 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]

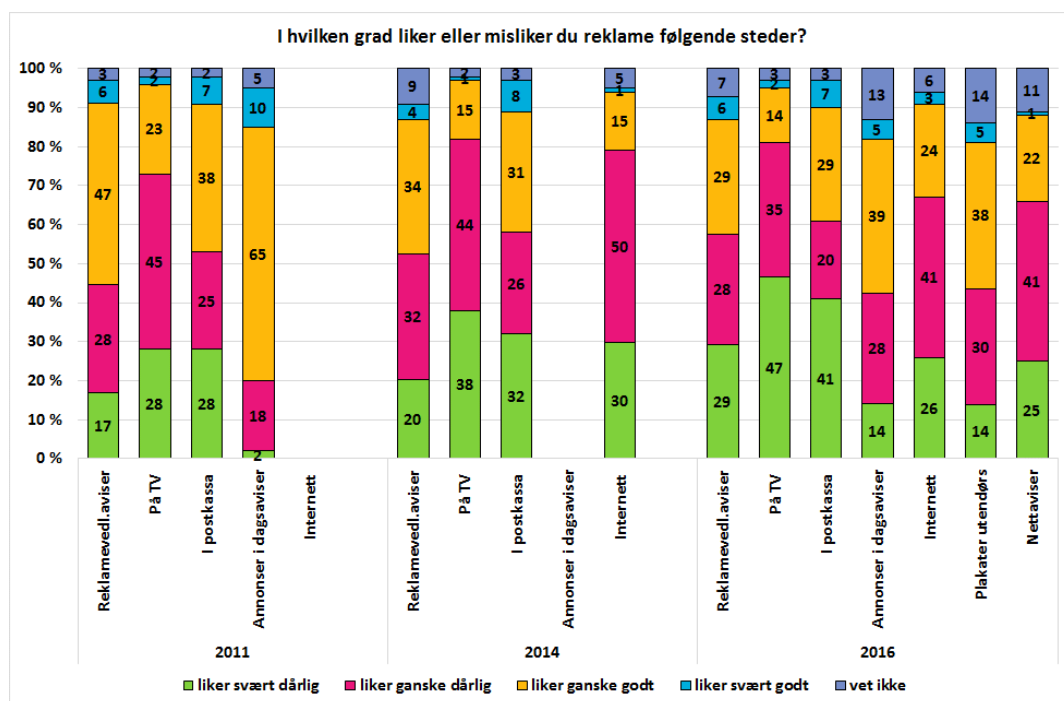
http://www.sifo.no/files/file77611_telefonsalg_web.pdf

9.4.4 I hvilken grad man liker eller misliker reklame



Figur 9-8 Hvor godt eller dårlig man liker reklame på ulike steder. Prosent. N: 2011=500, 2014 N=1010 [ref. Storm-Mathisen 2014. Figur 3-3]

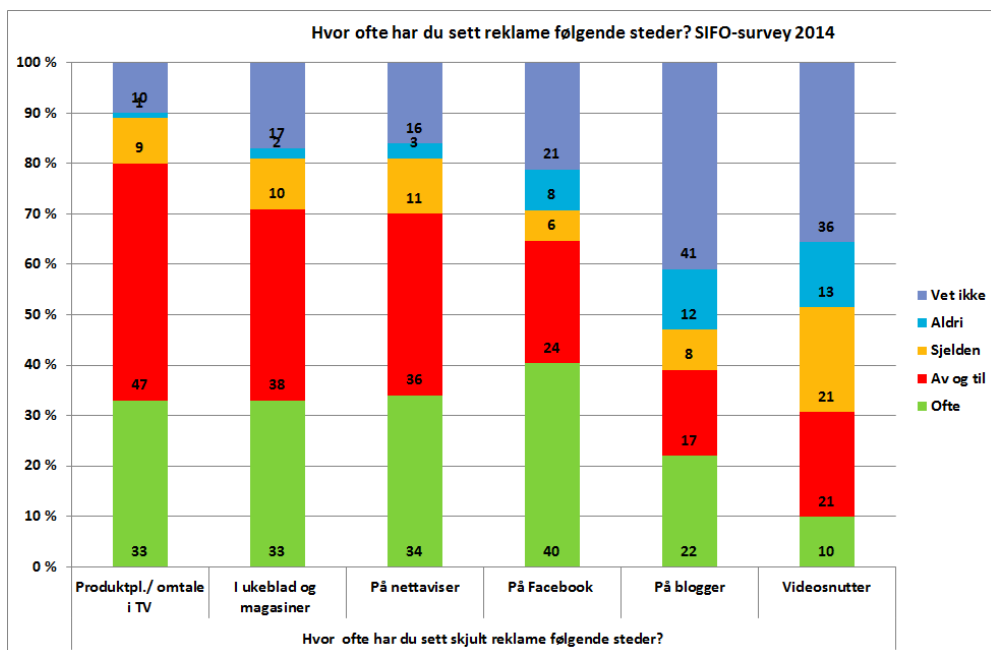
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf



Figur 9-9 Hvor godt eller dårlig man liker reklame på ulike steder. Prosent. N: 2011=500, 2014 N=1010 [ref. Storm-Mathisen 2014. Figur 3-3] 2016 N=1001 (NORSTAT – ikke publisert tidligere)³²

³² Nettaviser er første gang stilt i 2016, Plakater utendørs er stilt tidligere, men da bare med svarskategoriene ‘ja’, ‘nei, og ‘vet ikke’

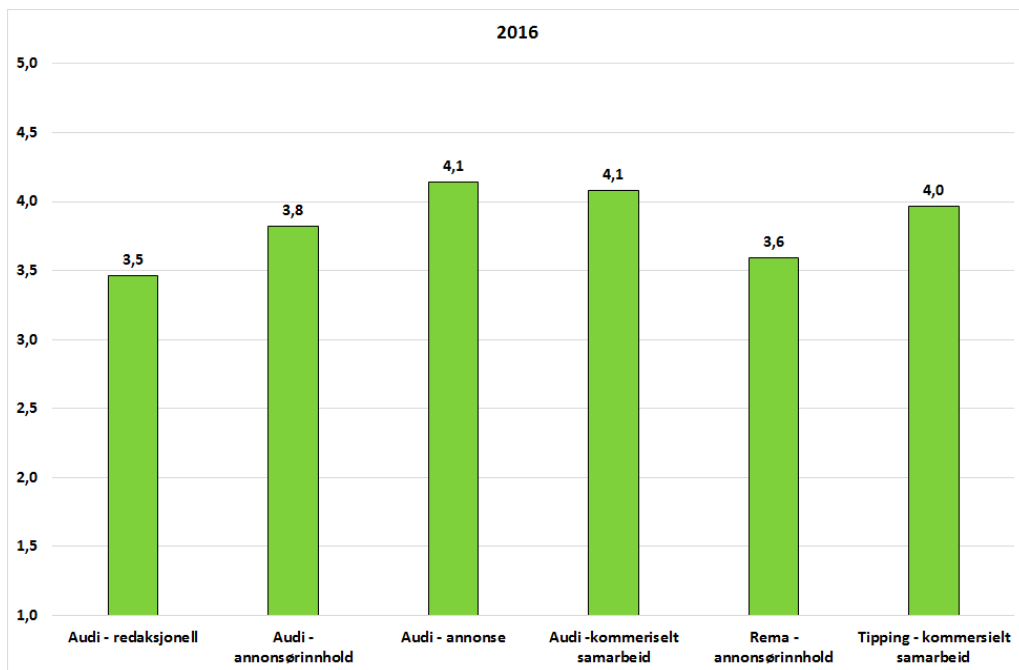
9.4.5 Skjult reklame



Figur 9-10 Hvor ofte har du sett skjult reklame følgende steder? (ref. Storm-Mathisen 2014, figur 3-5). (2014 N=1000-1009)

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

9.4.6 Innholdsmarkedsføring



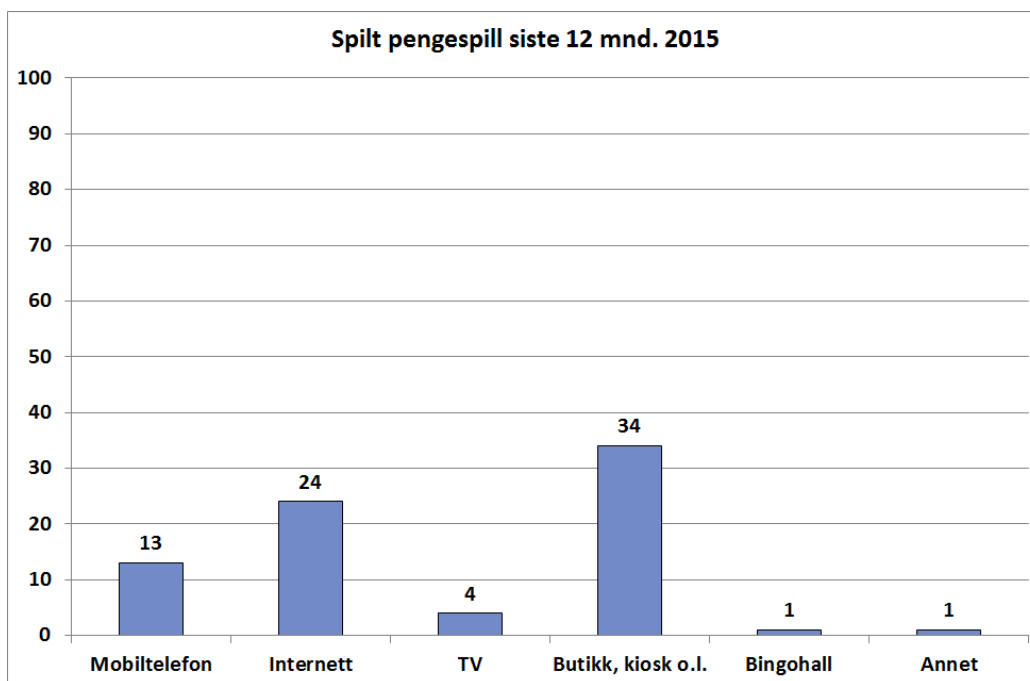
Figur 9-11 I hvilken grad forbrukerne trodde at de kommersielle aktørene hadde påvirket innholdet i «saken». Skala fra 1=svært liten grad til 5=svært stor grad. 2016.

En må gå nærmere inn i rapportene (lenkene under) for å få en oversikt over dette temaet.

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

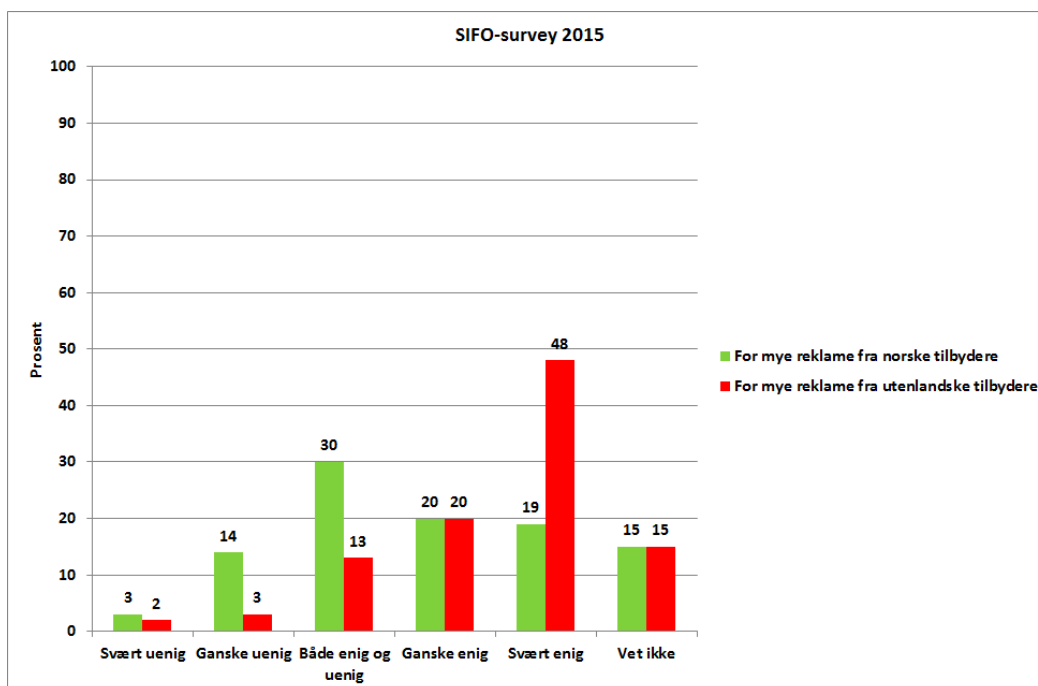
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Naar-grensene-mellom-journalistikk-og-reklame-blir-utdelige-i-avisene>

9.4.7 Reklame og pengespill



Figur 9-12 Har du i løpet av siste 12 måneder spilt pengespill via følgende kanaler? N=1004 (Borch 2015)

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



Figur 9-13: 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)

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

9.5 Telefonsalg og reklame – publikasjoner

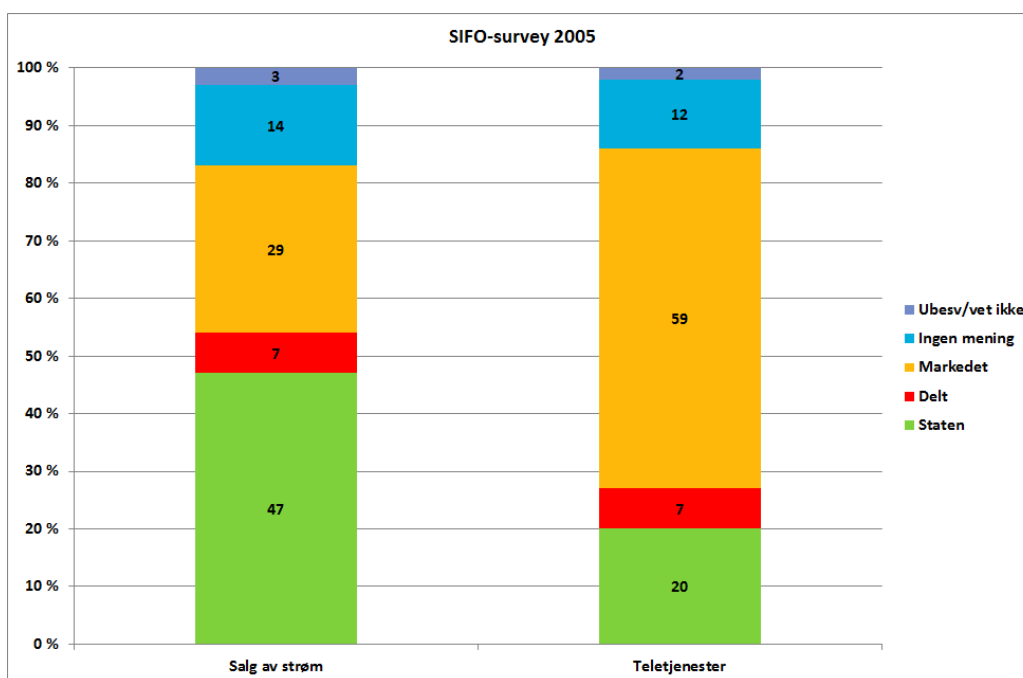
- Tangeland, Torvald og Frode Alfnes (2016): *Når grensene mellom reklame og journalistikk blir utydelige i avisene*. Oppdragsrapport nr. 16. Oslo SIFO/HIOA
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Naar-grensene-mellom-journalistikk-og-reklame-blir-utydelige-i-avisene>
- Alfnes, Frode og Torvald Tangeland (2016): *Innholdsmarkedsføring og journalistikk: Lett å forstå forskjellen? I Forbrukstrender 2016. SIFO-survey: Bruk av ullklær, miljøholdninger, miljøatferd, digital betaling, håndverktjenester, søndagshandel, med barn i butikken, innholdsmarkedsføring*. Red: Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 6 – 2016
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf
- 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_oppdragsrapport_3-2014_web.pdf
- Storm-Mathisen, Ardis (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
- Lavik, Randi 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
- Lavik, Randi (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
- 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

10 Tjenester og mobilitet

Dette kapitlet viser

- ✓ Hvem bør ha hovedansvaret for salg av strøm- og teletjenester
- ✓ Bytte av tjenesteleverandører
- ✓ Internettportaler
- ✓ Håndverkertjenester
- ✓ Kjøp av tjenester til hjemmet

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

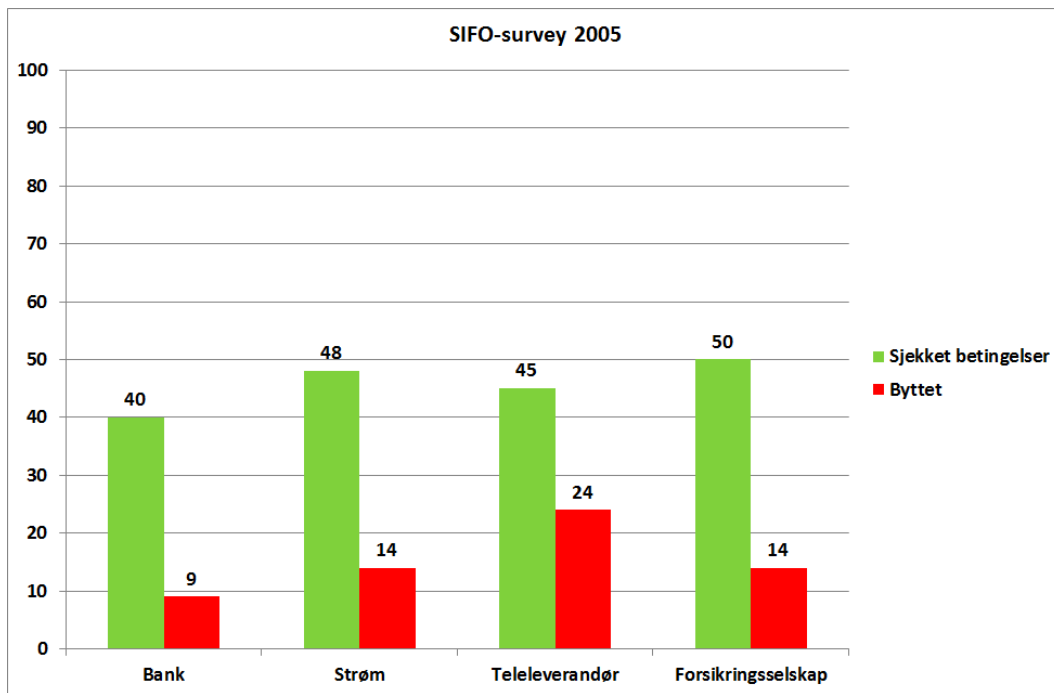


Figur 10-1 Hvem bør ha hovedansvaret? N=1008. 2005 (ref. Berg 2005, tabell 11)

http://www.sifo.no/files/file63379_fagrappport3-2005.pdf

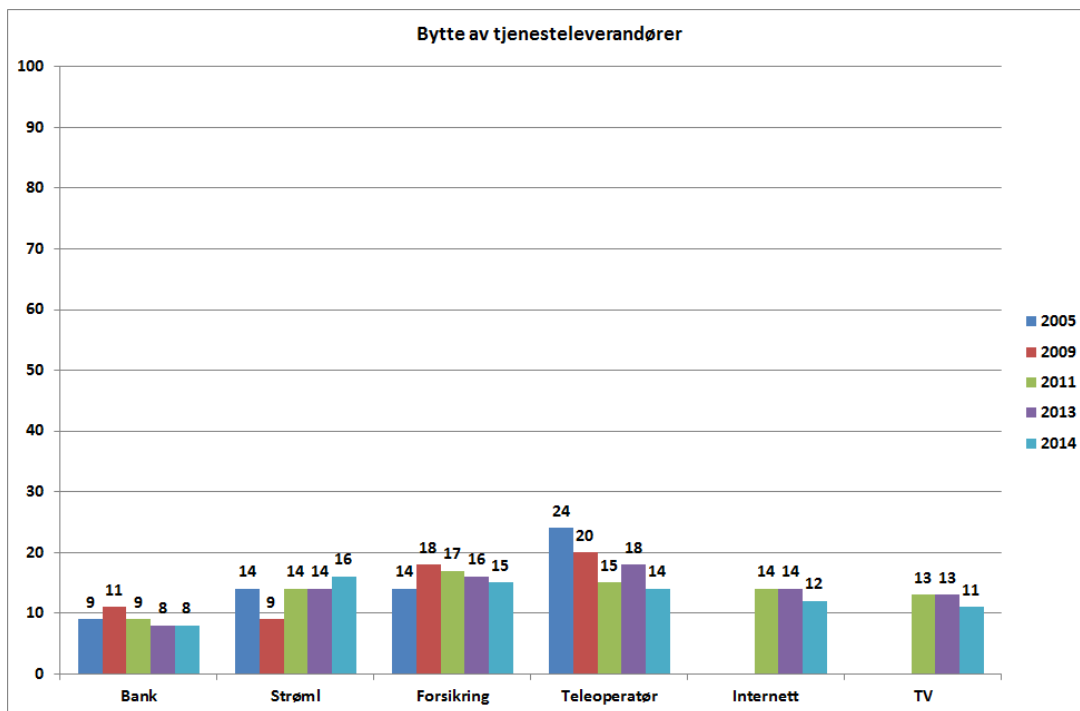
- Hvis du har gjort deg opp en mening, synes du Staten (offentlige myndigheter) eller Markedet bør ha hovedansvaret for salg av strøm?
- Hvis du har gjort deg opp en mening, synes du Staten (offentlige myndigheter) eller Markedet bør ha hovedansvaret for salg av teletjenester?

10.2 Bytte av tjenesteleverandører



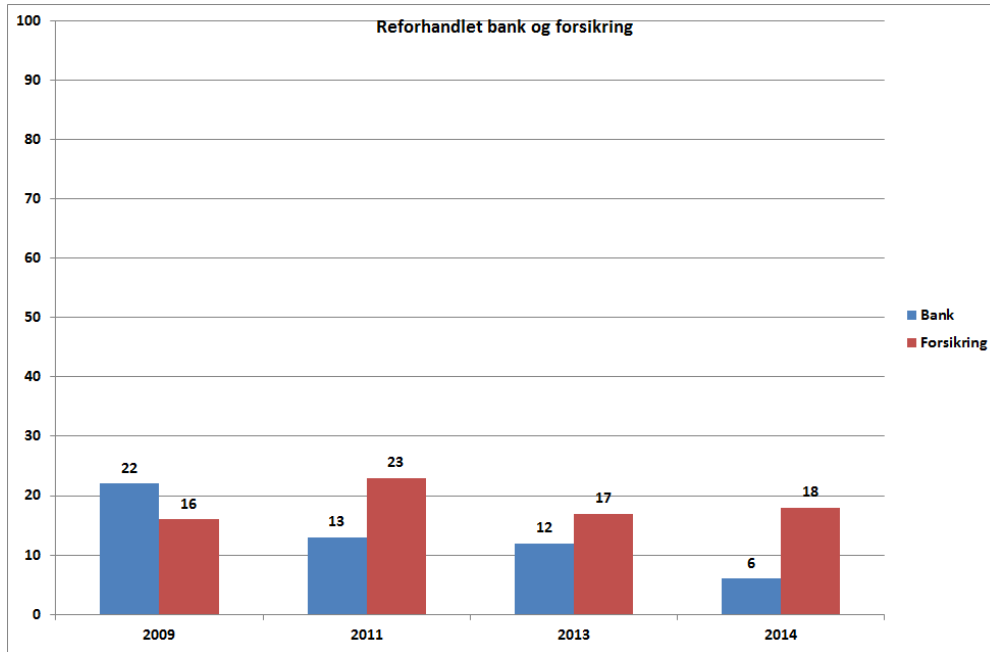
Figur 10-2 Andel ja. Har du i løpet av de siste tolv måneder... (SJEKKET BETINGELSER) Sjekket betingelser i egen bank opp mot betingelser i andre banker? Sjekket strømpriser? Sjekket telepriser? Sjekket betingelser i eget forsikringsselskap? (BYTTET) Flyttet lån eller lønnskonto fra en bank til en annen? Byttet strømleverandør? Byttet teleleverandør? Byttet forsikringsselskap. 2005. (ekskl. vet ikke) (ref. Lavik 2014, figur 2-1) [Sjekket betingelser er ikke gjengitt i rapporten, lenke under]

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



Figur 10-3 Prosentandel som har byttet ulike leverandører i løpet av siste måneder. Ekskl. vet ikke. (ref. Lavik 2014, figur 2-1)

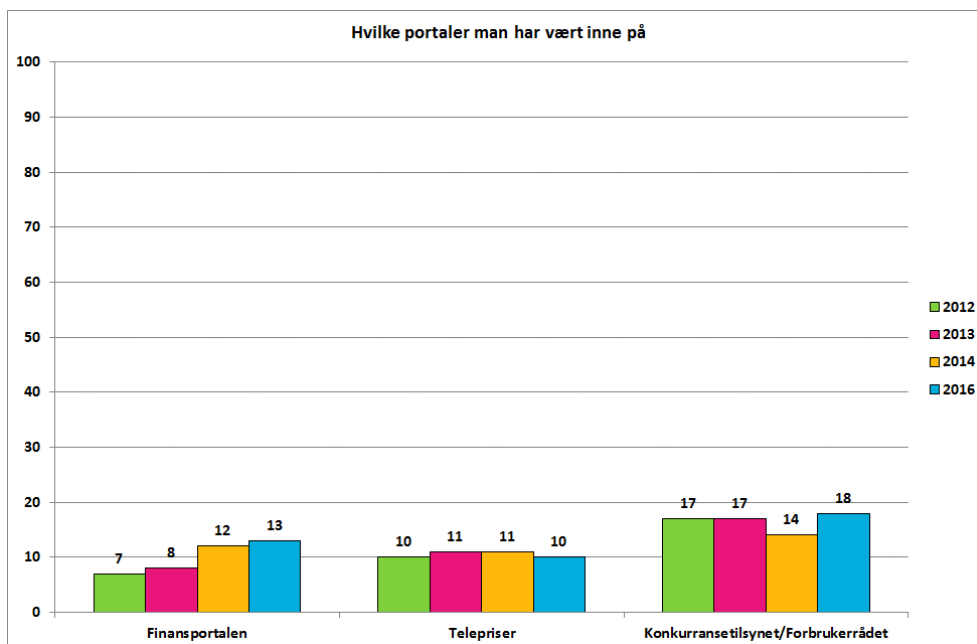
http://www.sifo.no/files/file79763_prosjektnotat_7-2014_web.pdf



Figur 10-4 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)

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

10.3 Internettportaler



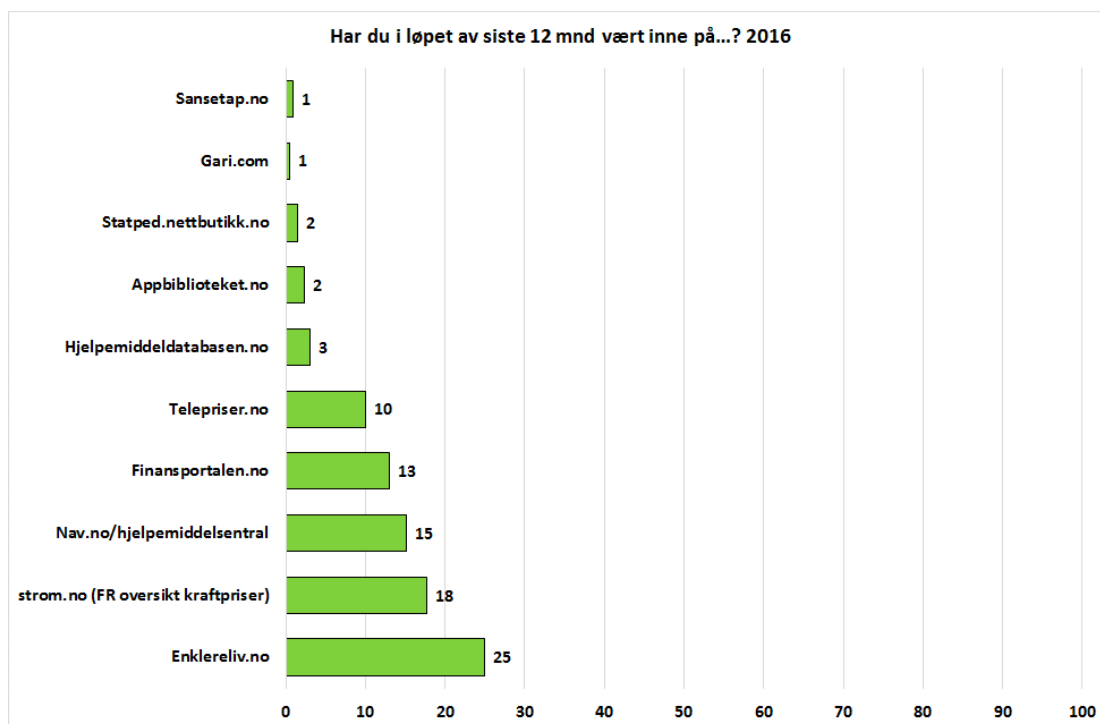
Figur 10-5 Har du i løpet av de siste 12 månedene vært inne på Finansportalen, Telepriser og Konkurransetilsynet? (Lavik 2014, Slette-meås et al, 2016)³³

http://www.sifo.no/files/file80653_rapport_8_sifo_hverdagsteknologi.pdf

33

N 2014: Finansportalen (986), Telepriser (997), Konkurransetilsynet (989)

N 2016 Finansportalen=978, Telepriser=993, Forbrukerrådet (kraftpriser)=989

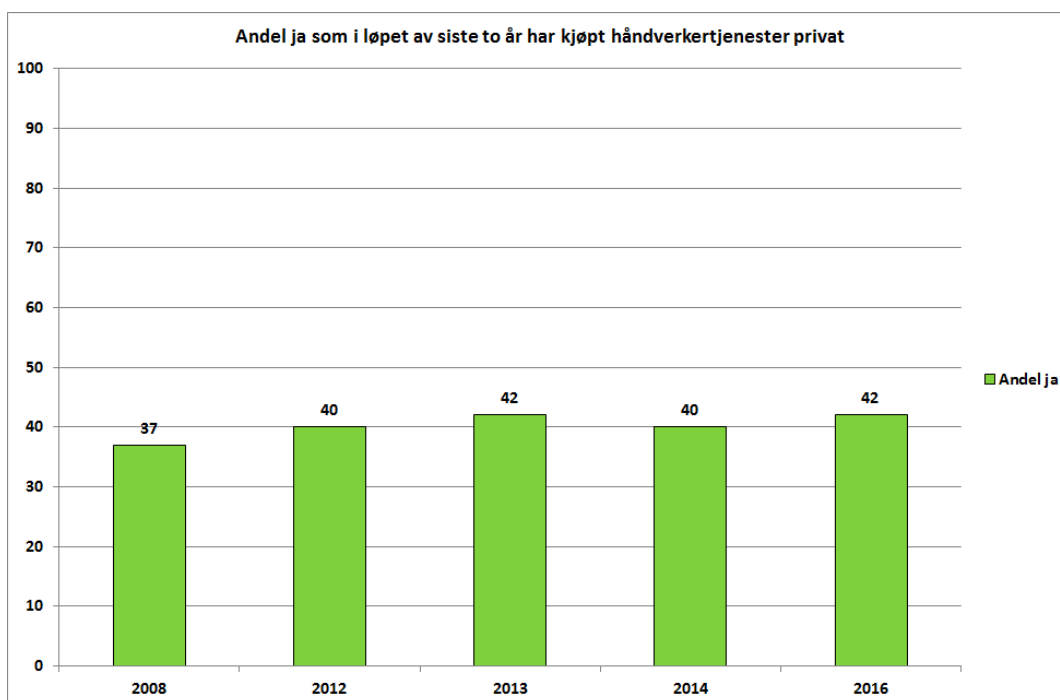


Figur 10-6 Har du i løpet av siste 12 mnd. vært inne på de nevnte portalene? Prosent. 2016.³⁴ Vet ikke er ekskludert

http://www.sifo.no/files/file80653_rapport_8_sifo_hverdagsteknologi.pdf

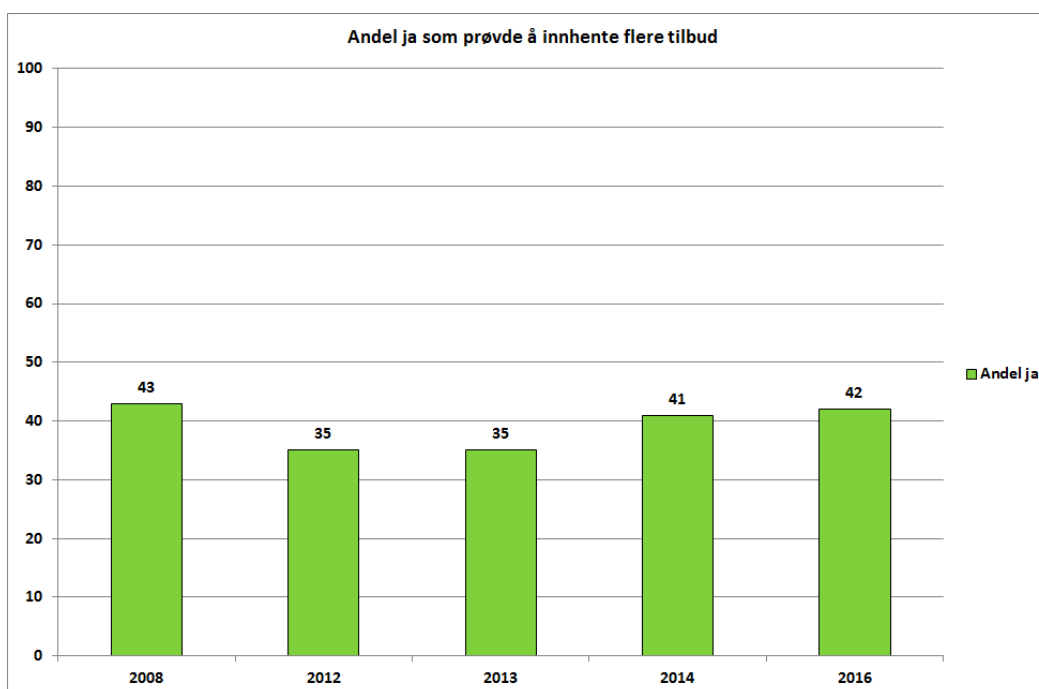
³⁴ 2016 N: Finansportalen.no (998), Telepriser.no (993), strom.no (FR oversikt kraftpriser) (989), Hjelpemiddeldatabasen.no (992), Enklereliv.no (988), Gari.com (986), Appbiblioteket.no (992), Statped.nettbutikk.no (991), Navn.no/hjelpemiddelsentral (986), Sansetap.no (989)

10.4 Håndverkertjenester



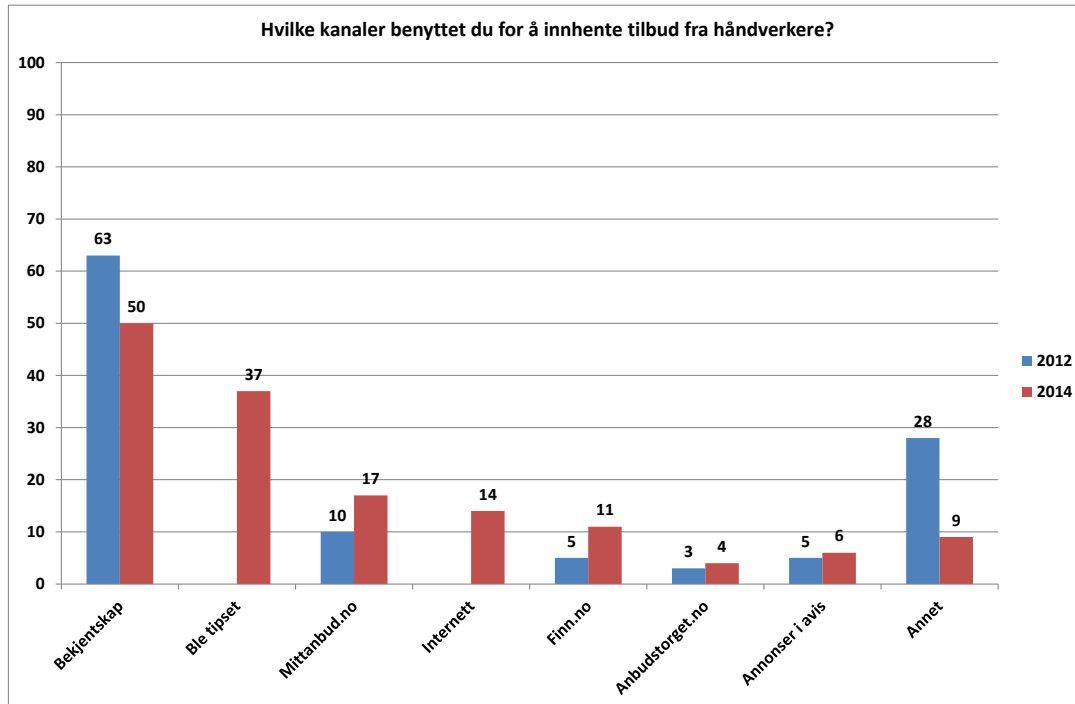
Figur 10-7 Prosentandel som i løpet av de siste to år har kjøpt håndverkertjenester privat? Vet ikke ekskl. N: 2008=994, 2012=2128, 2013=1004, 2014=1009, 2016=985

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

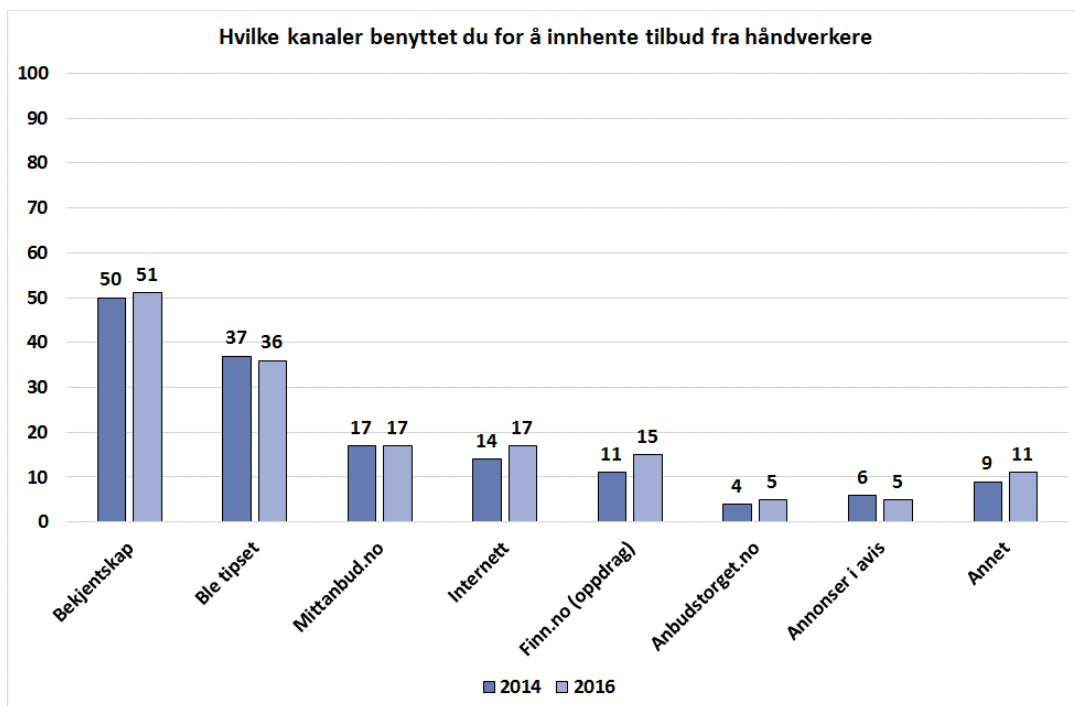


Figur 10-8 Andel som prøvde å innhente flere tilbud. N: 2008=274, 2012=838, 2013=418, 2014=402, 2016=406

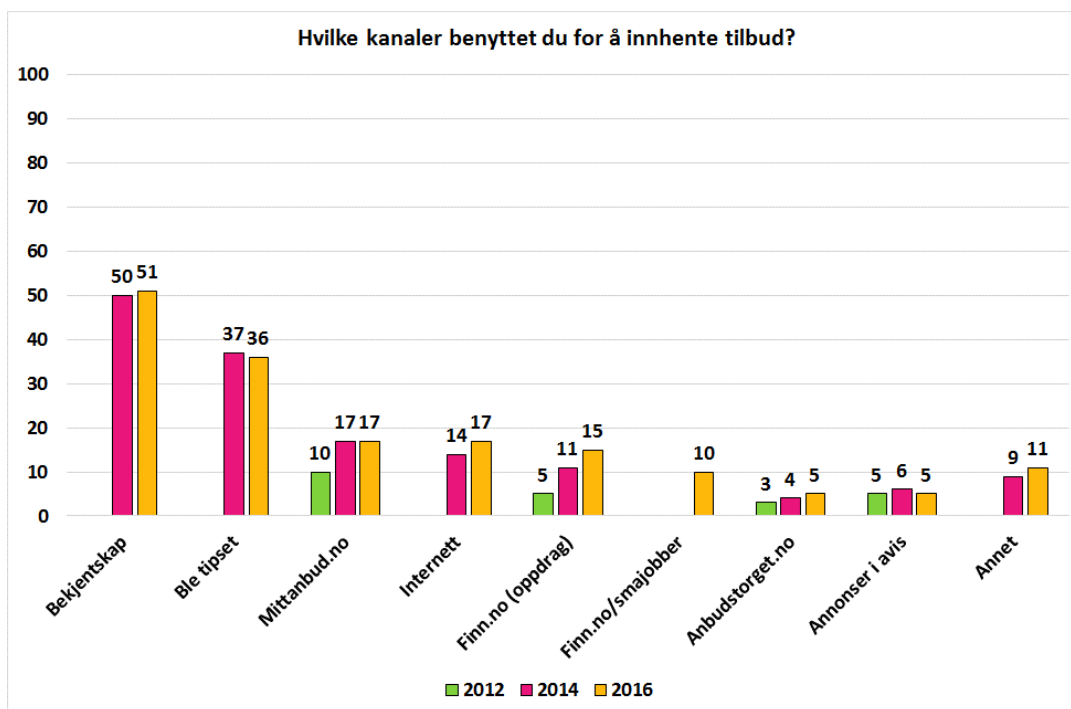
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



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



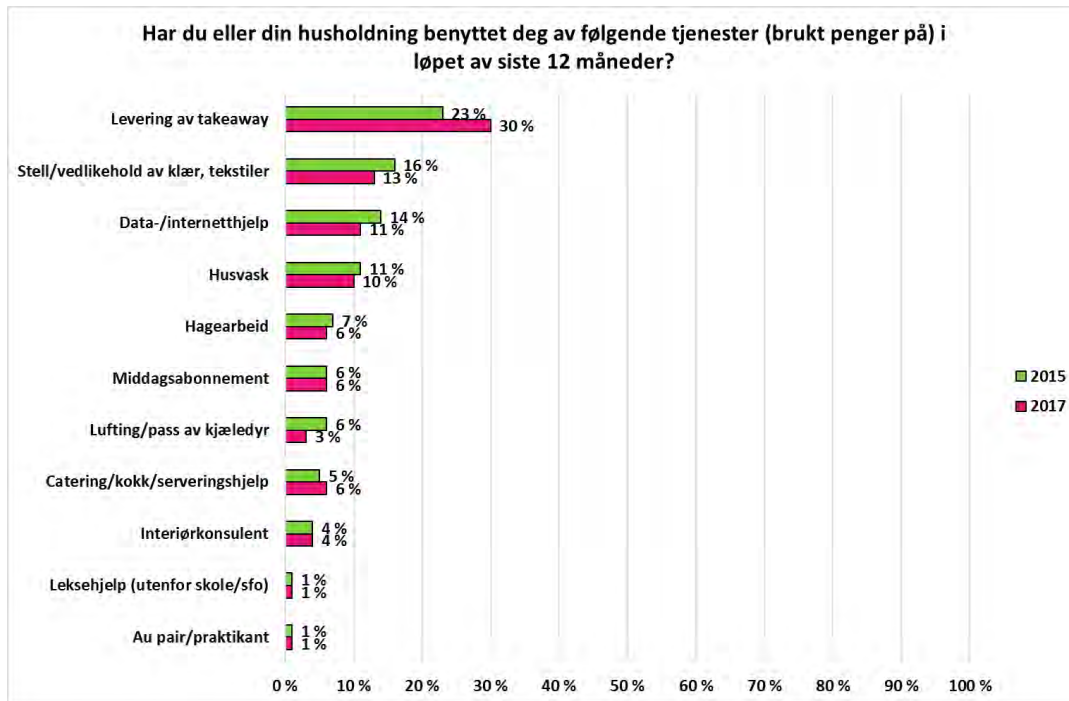
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



Figur 10-9 Hvilke kanaler benyttet du for å innhente tilbud fra håndverkere? Prosentandeler ja. 2012: N=849. 2014 N=403, 2016=411. Flere svar kunne avgis

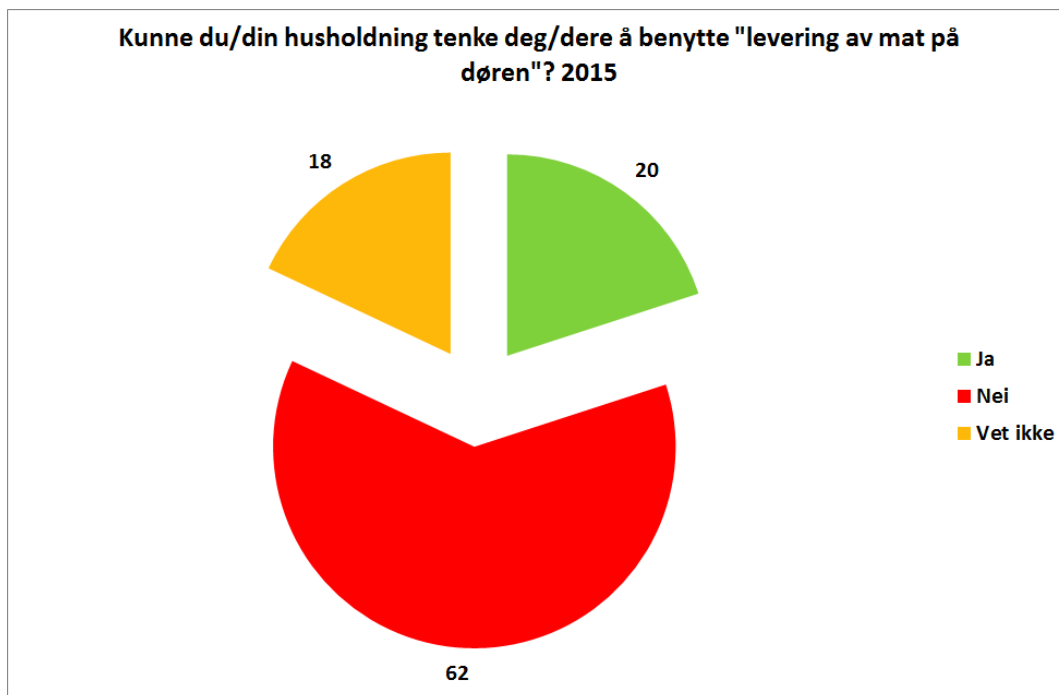
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

10.5 Kjøp av tjenester til hjemmet



Figur 10-10 Prosentandel av husholdninger som har benyttet seg av (brukt penger på) de nevnte tjenestene i løpet av siste 12 måneder. N: 2015=1003, 2017³⁵=1001.

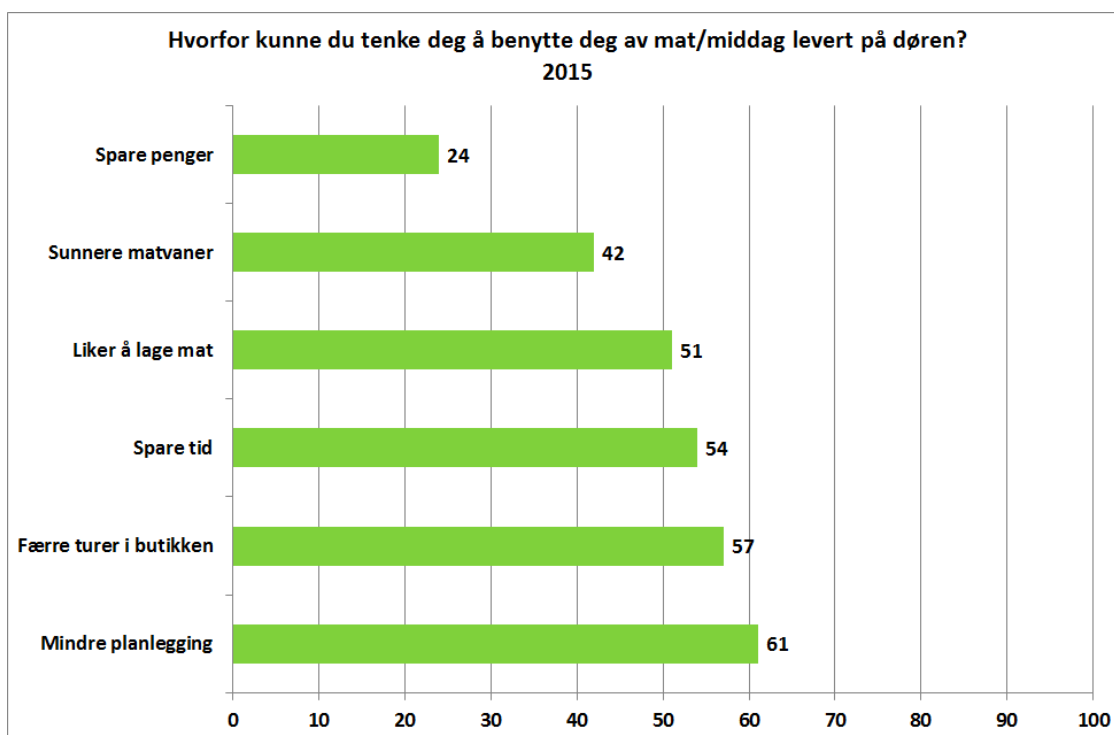
http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr_5-2015_-_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf



Figur 10-11 Kunne du tenke deg å benytte levering av mat på døren? Prosent. 2015. N=1003

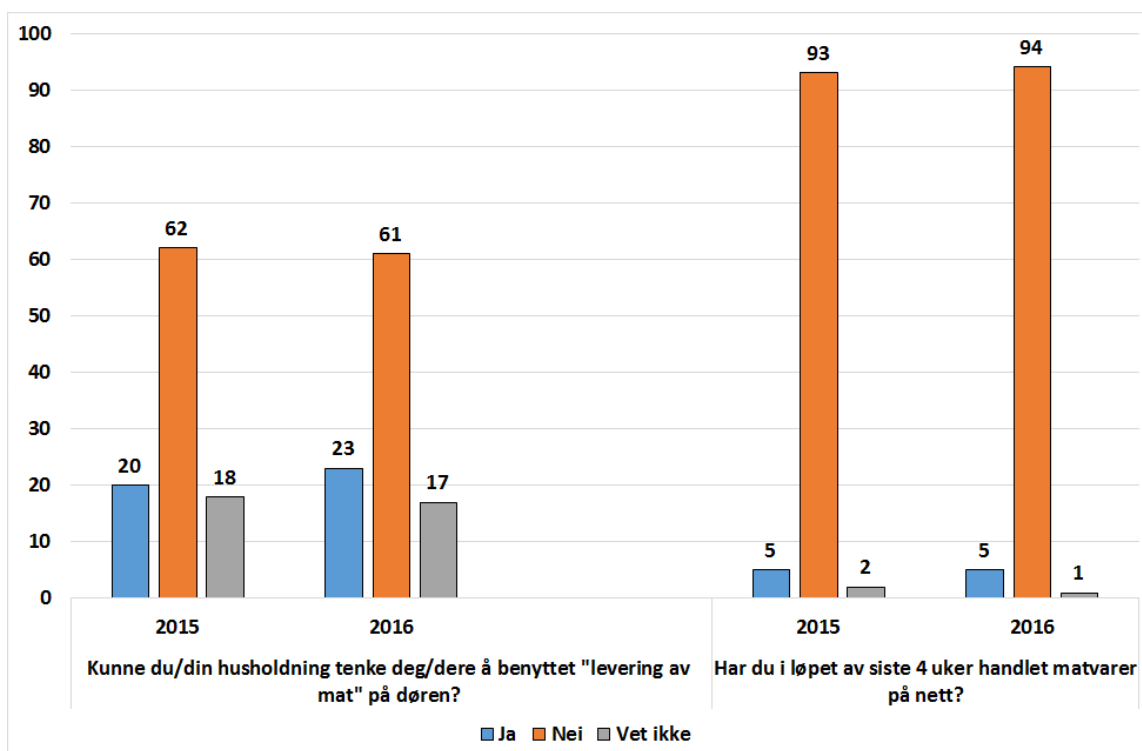
http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr_5-2015_-_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf

³⁵ Data fra 2017 er ikke publisert tidligere.



Figur 10-12 Begrunnelse for å kjøpe mat/middag levert på døren. Prosent. 2015. N=189

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



Figur 10-13 Alternative distribusjonsformer. 2015 N=1003, 2016 N=1001

http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

10.6 Tjenester og mobilitet – publikasjoner

- Schjøll, Alexander og Randi Lavik (2016): Hvordan få tak i håndverkere? Over tid. I *Forbrukstrender 2016. SIFO-survey: Bruk av ullklær, miljøholdninger, miljøatferd, digital betaling, håndverkertjenester, søndagshandel, med barn i butikken, innholdsmarkedsføring*. Red: Randi Lavik og Elling Borgeaas. Prosjektnotat nr. 6 – 2016
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf
- Slette-meås, Dag, Ingrid Kjørstad og Pål Strandbakken (2016): *Hverdagsteknologi – forbrukernes hjelpemidler i hverdagssamfunnet? En utredning om mulighetene for en informasjonskanal*. Oppdragsrapport nr. 8. SIFO Forbruksforskningsinstituttet SIFO/Høgskolen i Oslo og Akershus
http://www.sifo.no/files/file80653_rapport_8_sifo_hverdagsteknologi.pdf
- Lavik, Randi (2016): Dagligvarehandel på en søndag – storhandel eller suppleringskjøp. I *Forbrukstrender 2016. SIFO-survey: Bruk av ullklær, miljøholdninger, miljøatferd, digital betaling, håndverkertjenester, søndagshandel, med barn i butikken, innholdsmarkedsføring*. Red: Randi Lavik og Elling Borgeaas. Prosjektnotat nr. 6 – 2016
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf
- Bugge, Annechen (2015): 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 Borgeaas. 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
- Lavik, Randi (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
- Berg, Lisbet (2005): *Kompetente forbrukere?* Lisbet Berg. Fagrapport nr. 3 2005. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file63379_fagrapport3-2005.pdf

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 TNSGallup 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

2016 Tre undersøkelser gjennomført

1 TNS Gallup – økonomi N=2044

2 NORSTAT – digital N=1001

3 NORSTAT – miljø N=1004

2017 Fire undersøkelser ble gjennomført

1 Sentio – digital hverdag N=1000

2 Norstat – mat N=1001

3 Norstat – reklamasjon og økonomi N=1001

4 Kantar (Gallup) – økonomi N=2041

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. 2008 ble gjort på høsten

Forbruksforskningsinstituttet SIFO ved Høgskolen i Oslo og Akershus (HiOA) har et spesielt ansvar for å bidra til kunnskapsgrunnlaget for forbrukerpolitikken i Norge og skal utvikle ny kunnskap om forbruk, forbrukerpolitikk og forbrukernes stilling og rolle i samfunnet.

Sentrale forskningstema er:

- forbrukerne i markeder og forbrukervalg
- husholdningenes ressursdisponeringer
- forbrukerøkonomi - gjeldsutvikling og fattigdom
- teknologisk utvikling og forbrukernes hverdag
- digitalt hverdagsliv og mestring
- miljøeffekter av ulike typer forbruk
- mat- og spisevaner
- tekstiler - verdikjeder - konsekvenser for hverdagsliv og miljø
- forbrukets betydning for inkludering i sosialt hverdagsliv
- forbrukerpolitikk

SIFO

Forbruksforskningsinstituttet

**HØGSKOLEN I OSLO
OG AKERSHUS**

Boks 4 - St. Olavs plass - N-0030 Oslo.

Besøksadresse: Stensberggata 26, 7 etg.

Telefon: +47 67 23 50 00

E-mail: post@hioa.no **Internett:** www.hioa.no/sifo

