



Prosjektnotat nr. 2 - 2017

Randi Lavik

Forbrukstrender

SIFO-survey 2005-2016. Figur- og tabellrapport

SIFO


Forbruksforskningsinstituttet

HØGSKOLEN I OSLO
OG AKERSHUS

© Forbruksforskningsinstituttet SIFO – Høgskolen i Oslo og Akershus
Prosjektnotat nr. 2 – 2017

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

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

Tittel Forbrukstrender: SIFO-survey 2005 - 2016. Figur- og tabellrapport	Antall sider 132	Dato 31.01.2017
	ISBN	ISSN
Forfatter(e) Randi Lavik	Prosjektnummer 316005	Faglig ansvarlig sign. 
Oppdragsgiver BLD, SIFO		
<p>Denne rapport viser figurer og tabeller fra ulike SIFO-surveyer fra 2005 til 2016.</p> <p>Temaene er:</p> <p>Husholdsøkonomi Ulike typer gjeld, hva brukes lån til, antall kredittkort, kredittkortgjeld, 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, selvrapportert 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, håndverkertjenester, kjøp av tjenester til hjemmet</p>		

Forbrukstrender: SIFO-survey 2005 - 2016. Figur- og tabellrap- port

av

Randi Lavik

2017

Forbruksforskningsinstituttet SIFO, Høgskolen i Oslo og Akershus
Postboks 4 St. Olavs plass, 0130 Oslo

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 2016. Rapporten vil bli oppdatert med resultater fra kommende SIFO-surveys.

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

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

Oslo, januar 2017

Forbruksforskningsinstituttet SIFO
Høgskolen i Oslo og Akershus

Innhold

Forord.....	5
Innhold	7
1 Forbrukstrender: SIFO-surveyen	19
1.1 Hva er SIFO-surveyen?.....	19
1.2 Leserveiledning	19
2 Husholdsøkonomi	21
2.1 Ulike typer gjeld.....	22
2.2 Hva brukes lån til?	23
2.3 Antall kredittkort.....	24
2.4 Kredittkortgjeld.....	25
2.5 Forbrukslån	26
2.6 Betalingsproblemer	27
2.7 Utvikling av inntekter og utgifter.....	29
2.8 Buffer	31
2.9 Pensjonisttilværelse og økonomi.....	32
2.9.1 Sparer til pensjon?.....	32
2.9.2 Forventninger til fremtidig økonomi og hvordan den er i dag	33
2.10 Pensjon og forsikring	35
2.11 Husholdsøkonomi – publikasjoner.....	36
3 Marked, varehandel, distribusjon.....	39
3.1 Handlevaner	39
3.1.1 Hva vektlegges ved innkjøp av dagligvarer - 2014.....	39
3.1.2 Antall dagligvarebutikker som benyttes.....	40
3.1.3 Handlehyppighet	41
3.1.4 Handler i nærmeste butikk – hverdagshandel og helgehandel	41
3.1.5 Hvem gjør dagligvareinnkjøp i flerpersonshusholdninger	42
3.1.6 Mat levert på døren og dagligvarehandel på nett	43
3.2 Søndagsåpent.....	44
3.2.1 For eller mot søndagsåpent	44
3.2.2 Hvorfor man er for eller mot søndagsåpent?.....	46
3.2.3 Søndagshandel.....	47
3.3 Klageatferd.....	49
3.4 Kosmetikk	50
3.5 Med barn i butikk	52
3.6 Drosjemarkedet - tilfredshet.....	55
3.7 Marked, varehandel og distribusjon – publikasjoner	56
4 Digital hverdag	59
4.1 Smarttelefon	59
4.2 Holdning til bruk av smarttelefon	62
4.3 Digitale spill	63
4.4 Pengespill	64
4.5 Betalingsapper.....	65
4.6 Matapper	68
4.7 Digital hverdag – publikasjoner	71

5	Forbrukernes politiske holdninger	75
5.1	Hvordan forbrukerne mener de selv opptrer i markedet	75
5.2	Boikott.....	76
5.3	Selvrapportert forbrukerkompetanse.....	77
5.4	Forbrukernes politiske holdninger - publikasjoner	78
6	Mat.....	79
6.1	Uformelt matmarked	79
6.2	Norsk mat	80
6.3	Kropp, mat og helse	81
6.4	Matmerking.....	82
6.5	Mat - publikasjoner	87
7	Miljø.....	89
7.1	Oppslutning om miljøspørsmål	89
7.2	Miljøhandlinger; redusert forbruk.....	90
7.3	Energisparing	92
7.4	Miljømerkede varer/økologiske markeder	94
7.4.1	Kjøpt økologiske/ miljømerkede varer.....	94
7.4.2	Kunnskap om det offisielt godkjente økologiske merket 'Debio'.....	96
7.5	Miljømerkede varer/ økologiske markeder – publikasjoner.....	98
8	Klær og skotøy.....	101
8.1	Lokale produkter	101
8.2	Klær og arv.....	102
8.3	Brukte klær.....	104
8.4	Ull og hjemmelaget klær	105
8.5	Merkevarer til barn.....	107
8.6	Klær og sko – publikasjoner.....	108
9	Telefonsalg og reklame.....	111
9.1	Telefonsalg.....	111
9.1.1	Bedrifter – blir reservasjonen respektert	111
9.1.2	Frivillige organisasjoner – blir reservasjonen respektert?.....	112
9.2	I hvilken grad en liker å få telefoner fra bedrifter?	114
9.2.1	I hvilken grad en liker å få telefoner fra frivillige organisasjoner?.....	115
9.3	Reklame.....	116
9.3.1	Ergrelse over reklame fram til 2005.....	116
9.3.2	Ergrelse over reklame fram til 2007.....	117
9.3.3	Ergrelse over reklame fram til 2011.....	118
9.3.4	I hvilken grad man liker eller misliker reklame	119
9.3.5	Skjult reklame	120
9.3.6	Innholdsmarkedsføring.....	120
9.3.7	Reklame og pengespill	121
9.4	Telefonsalg og reklame – publikasjoner	122
10	Tjenester og mobilitet.....	123
10.1	Hvem bør ha hovedansvaret for salg av strøm- og teletjenester?.....	123
10.2	Bytte av tjenesteleverandører	124
10.3	Internettportaler.....	125
10.4	Håndverkertjenester	127
10.5	Kjøp av tjenester til hjemmet	130
10.6	Tjenester og mobilitet – publikasjoner.....	132
	Vedlegg – oversikt over de ulike undersøkelsene	133

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).....	22
Figur 2-2 Hva boliglånet og rammelånet er brukt til. Boliggjeld N: 2013=950, 2014=1045, 2015=1104. Rammelån N: 2013=393, 2014=304, 2015=274.....	23
Figur 2-3 Hva blir finansiert med usikrede lån (kredittkortlån og forbrukslån?) Flere svar kunne angis. Inkl. hjemmeboende barn og studenter.	23
Figur 2-4 Antall kredittkort (Lavik 2015) N: 2012=2144, 2013=2002, 2014=1996, 2015=2182	24
Figur 2-5 Sist gang du fikk regning på kredittkortkjøp, betalte du da inn hele summen, eller bare et avdrag? Blant dem som 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.).....	25
Figur 2-6 Forbrukslån over tid. NB; Merk at fram til og med 2012 ble det spurt om husholdet hadde forbrukslån, mens fra 2012 ble det spurt om de selv hadde forbrukslån. N: 2006=922, 2007=1868, 2009=968, 2011=1060, 2012=2144, 2013=2003, 2014=1962, 2015=2180	26
Figur 2-7 Tilbakevendende betalingsproblemer. Prosentandel. (Ref. figur 8-8, Tangeland 2014) (Figur 3-1 i Tangeland 2015) (Figur 2-3 i Poppe 2016)	27
Figur 2-8 Egenrapporterte hovedårsaker og medvirkende årsaker til betalingsproblemene i perioden 2012-2015 (2012: N = 101, 2013: N = 89, 2014: N = 94 og 2015: N = 85) [Tangeland 2015 figur 3-2]	28
Figur 2-9 Hva gjorde du/dere for å få løse problemet sist dette skjedde? (2013: N = 84, 2014: N = 94, 2015: N = 87) [Tangeland 2015, figur 3-3].....	29
Figur 2-10 Utvikling over inntekter siste 12 måneder. [2005: Poppe 2005 tabell 4, 2006: Tufte 2007 – referert i tekst. Tangeland 2014. ref. figur 8 – 1; 2009 – 2014. Referert i figur 1-1 i Poppe 2015]. Ekskl. hjemmeboende barn, studenter og 'vet ikke'	29
Figur 2-11 Utvikling over utgifter siste 12 måneder. [2005: Poppe 2005 tabell 4, 2006: Tufte 2007 – referert i tekst. Tangeland 2014. ref. figur 8 – 1; 2009 – 2014. I figur 1-2 Poppe 2015] Ekskl. studenter, hjemmeboende barn og 'vet ikke'.	30
Figur 2-12 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).....	31
Figur 2-13 Hvor stor økning renteutgiftene man kan tåle. Låntakere i 2015. N=1759 [Figur 1-7 i Poppe 2015]	31

Figur 2-14 Man kan spare til pensjon på ulike måter. Sparer du på noen av følgende måtene? N: 2013=1689, 2015=822. Blant ikke-pensjonister [ikke publisert tidligere].	32
Figur 2-15 Sparte du slik at du fikk bedre råd i pensjonisttilværelsen? Pensjonister. 2013 og 2015. N: 2013=276, 2015=182. [Ikke publisert tidligere].	33
Figur 2-16 Hvordan er økonomien din som pensjonist? 2013 og 2015. (Pensjonister). N: 2013=287, 2015=182 (Alfnes 2015)	33
Figur 2-17 Hvordan tror du økonomien din som pensjonist blir? (Ikke-pensjonister). N: 2013=1713, 2015=822. (Alfnes 2015).....	34
Figur 2-18 Hvordan vurderer du økonomien din som pensjonist? N; 2013=287, 2015=182 (Alfnes 2015)	34
Figur 2-19 Er du positiv eller negativ til at det blir mer vanlig å tegne privat forsikring i forhold til: Behandling av sykdom, Alderspensjon, Uførhet som følge av ulykke? N=1000. 2007 [ikke publisert tidligere].....	35
Figur 2-20 Hvilke av følgende forsikringer har ditt hushold for øyeblikket? Innboforsikring, Helårs reiseforsikring, Helseforsikring, Pensjonsforsikring utenom arbeidsgiver, Livsforsikring, Barneforsikring (de med barn). N=1000 unntatt barneforsikring der N=375. 2007 [ikke publisert tidligere].....	35
Figur 3-1 Hvor viktig eller uviktig er følgende forhold for deg når det gjelder innkjøpssted for hverdagshandel og helgehandel av dagligvarer? Andel 'svært viktig'. 2014: N=1.000. Vet ikke er ekskludert. Kilde: Egen handlevaneundersøkelse gjennomført av Gallup 2014.....	39
Figur 3-2 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).....	40
Figur 3-3 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.....	42
Figur 3-4 Mat levert på døren og dagligvarehandel på nett. 2015 N=1003, 2016 N=1001	43
Figur 3-5 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.....	44
Figur 3-6 For eller mot søndagsåpne butikker generelt	44
Figur 3-7 For eller mot søndagsåpne dagligvarebutikker	45
Figur 3-8 For eller mot å selge dagligvarer på bensinstasjoner/kiosker på søndager.....	45
Figur 3-9 Hvorfor man er for søndagsåpne butikker?	46

Figur 3-10 Hvorfor man er mot søndagsåpne butikker	46
Figur 3-11 Holdning til søndagsåpent. 1996 N=1000 (MMI), 2015 N=1001 (NORSTAT)...	47
Figur 3-12 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)	47
Figur 3-13 Siste gang en handlet dagligvarer på en søndag, hvilket sted var det? 2016 N=488	48
Figur 3-14 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	48
Figur 3-15 Hvo mye man handlet for? Blant dem som hadde handlet dagligvarer på en søndag 1996: N=130, 2016 N=440	49
Figur 3-16 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).....	49
Figur 3-17 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]	50
Figur 3-18 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)	51
Figur 3-19 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 kroppspfleieprodukter på? Stemmer helt, stemmer delvis, stemmer ikke, vet ikke (N=1063) (Web-survey)	51
Figur 3-20 Hvor ofte har du med deg barn i dagligvarebutikk? (Blant dem med barn fra 0 til 15 år). N=250. 2016	52
Figur 3-21 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016.....	52
Figur 3-22 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016.....	53

Figur 3-23 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016.....	53
Figur 3-24 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016.....	54
Figur 3-25 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016.....	54
Figur 3-26 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).	55
Figur 4-1 Eier/disponerer smarttelefon. 2013 (Ref. Slette-meås 2014, figur 2-1). 2013, 2015, 2016; Blant dem med mobiltelefon.....	59
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.....	60
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)	61
Figur 4-4 Tre påstander om holdninger til bruk av smarttelefon. N: 2012=582, 2013=708. (Ref. Slette-meås, 2014, figurene 3-13, 3-15, 3-17). (Blant dem med smarttelefon).....	62
Figur 4-5 Fordeling i prosent, kroner brukt på virtuelle varer og tjenester i digitale spill (N=126). SIFO Survey 2015. [Figur 5-2 i Kjørstad 2015].....	63
Figur 4-6 Andel som har brukt penger på virtuelle varer og tjenester i digitale spill siste fire uker. Kjønn og alder. Prosent (N 1004). Sig. $p < 0.05$, Kji-kvadrat-test.....	63
Figur 4-7 Har sett reklame for pengespill fra norske og utenlandske tilbydere i løpet av siste 12 mnd på noen av følgende kanaler. Prosentvis andel. N=1004 (vet ikke inkl. i de som ikke har sett reklame). (Borch 2015 figur 6-1).....	64
Figur 4-8 Har spilt pengespill på ulike kanaler i løpet av siste 12 mnd. Prosentvis andel. N=1004. (Borch 2015, figur 6-2)	64
Figur 4-9 Svært uenig, ganske uenig, både enig og uenig, ganske enig og svært uenig i at det er for mye reklame for pengespill fra norske og utenlandske tilbydere generelt. Prosentvis andel. N=1004. (Borch 2015, figur 6-3).....	65
Figur 4-10 Andel som har lastet ned én eller flere av følgende betalingsapp(er) til sin mobiltelefon. Prosent, blant dem med smarttelefon (N=977). Vet ikke=0	65
Figur 4-11 Hvilke typer betaling med app. Prosent. Blant dem som har lastet ned en eller flere apper. N=466	66

Figur 4-12 Andel som har svart hvorfor de har lastet ned betalingsapper. Prosent. Blant dem som har lastet ned en eller flere betalingsapper. N=466	66
Figur 4-13 Hvor ofte brukes betalingsappene(e)? Prosent. Blant dem som har lastet ned en eller flere betalingsapper. N=466.....	67
Figur 4-14 Hvor fornøyd er du med å bruke betalingsappen(e)? Prosent. Blant dem som har lastet ned en eller flere betalingsapper, N=466.....	67
Figur 4-15 Prosentandel som har lastet ned ulike handlelister-matapper. N=199	68
Figur 4-16 Hvor ofte bruker du handlelisteappen når du handler i butikk? 2016. Prosent. N=199.....	68
Figur 4-17 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.	69
Figur 4-18 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.	69
Figur 4-19 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.....	70
Figur 4-20 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.....	70
Figur 5-1 Grad av enighet i utsagn som karakteriserer dem som forbruker (N=1000) 2005 (ref. Brusdal, Berg og Lavik 2005, figur 1)	75
Figur 5-2: Andel som boikotter på ulike tidspunkt (ca 1000 hvert år) (ref. Brusdal, Berg og Lavik 2005, figur 2)	76
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)	77
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)	79
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)	80

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).....	80
Figur 6-4 Hvor godt eller dårlig stemmer følgende påstander om kroppen din: Stemmer helt, stemmer delvis, stemmer ikke, vet ikke.	81
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)	82
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)	82
Figur 6-7 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.4)	83
Figur 6-8 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012 (ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.6)	83
Figur 6-9 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.5)	84
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	84
Figur 6-11 Hvordan vil du beskrive kostholdet ditt, generelt sett? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.5)	85
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).....	85
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).....	86
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.	89
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)	90
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).....	91
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).....	92

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).....	93
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).....	93
Figur 7-7 Har du i løpet av de siste 4 ukene kjøpt.... Øko = Økologisk merket mat, Rettf. = Varer merket med rettferdig handel (Max Havelaar)	94
Figur 7-8 Har du i løpet av de siste 4 ukene kjøpt... [Ikke publisert tidligere]	95
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).....	95
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	96
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	101
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.....	102
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.....	102
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.)	103
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.....	103
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.....	104

Figur 8-7 Hvorfor bruker du brukte klær? Flere svar kunne avgis. N=404. 2012	104
Figur 8-8 Hva er grunnene til at du ikke har kjøpt brukte klær? Flere svar kunne avgis. N=853. 2012.....	105
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.....	105
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.....	106
Figur 8-11 Andel som har merkevarer blant eldste barn under 18 år. N=288.....	107
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	111
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).....	112
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	114
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	115
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)	116
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).....	117
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].....	118
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].....	119
Figur 9-9 Hvor ofte har du sett skjult reklame følgende steder? (ref. Storm-Mathisen 2014, figur 3-5). (2014 N=1000-1009)	120

Figur 9-10 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.	120
Figur 9-12 Har du i løpet av siste 12 måneder spilt pengespill via følgende kanaler? N=1004 (Borch 2015)	121
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)	121
Figur 10-1 Andel ja. Har du i løpet av de siste tolv måneder... (SJEKKET BETINGELSER) Sjekket betingelser i egen bank opp mot betingelser i andre banker? Sjekket strømpriser? Sjekket telepriser? Sjekket betingelser i eget forsikringsselskap? (BYTTET) Flyttet lån eller lønnskonto fra en bank til en annen? Byttet strømleverandør? Byttet teleleverandør? Byttet forsikringsselskap. 2005. (ekskl. vet ikke) (ref. Lavik 2014, figur 2-1) [Sjekket betingelser er ikke gjengitt i rapporten, lenke under]	124
Figur 10-2 Prosentandel som har byttet ulike leverandører i løpet av siste måneder. Ekskl. vet ikke. (ref. Lavik 2014, figur 2-1)	124
Figur 10-3 Har du reforhandlet bank og forsikring i løpet av siste 12 mnd. Prosentandel ja (ekskl. vet ikke). Blant dem som ikke har byttet bank/forsikring. (Ref. Lavik 2014, tabell 2-1)	125
Figur 10-4 Har du i løpet av de siste 12 månedene vært inne på Finansportalen, Telepriser og Konkurransetilsynet? (Lavik 2014, Slette-meås et al, 2016).....	125
Figur 10-5 Har du i løpet av siste 12 mnd. vært inne på de nevnte portalene? Prosent. 2016. Vet ikke er ekskludert	126
Figur 10-6 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	127
Figur 10-7 Andel som prøvde å innhente flere tilbud. N: 2008=274, 2012=838, 2013=418, 2014=402, 2016=406	127
Figur 10-8 Hvilke kanaler benyttet du for å innhente tilbud fra håndverkere? Prosentandeler ja. 2012: N=849. 2014 N=403, 2016=411. Flere svar kunne avgis	129
Figur 10-9 Prosentandel av husholdninger som har benyttet seg av (brukt penger på) de nevnte tjenestene i løpet av siste 12 måneder. 2015. N=1003	130
Figur 10-10 Kunne du tenke deg å benytte levering av mat på døren? Prosent. 2015. N=1003	130
Figur 10-11 Begrunnelse for å kjøpe mat/middag levert på døren. Prosent. 2015. N=189... 131	
Figur 10-12 Alternative distribusjonsformer. 2015 N=1003, 2016 N=1001	131

Tabell 6-1 Hvor ofte man handler dagligvarer. Prosentfordelt etter år.	41
Tabell 6-2 Handler du i din nærmeste dagligvarebutikk? Prosent (Ref. Lavik og Jacobsen 2015)	41
Tabell 7-1 Hvor raskt bør en eventuell investering for å redusere energiforbruket lønne seg økonomisk? Prosent.	94

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 målbære 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 forbrukerinstitutionene 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.

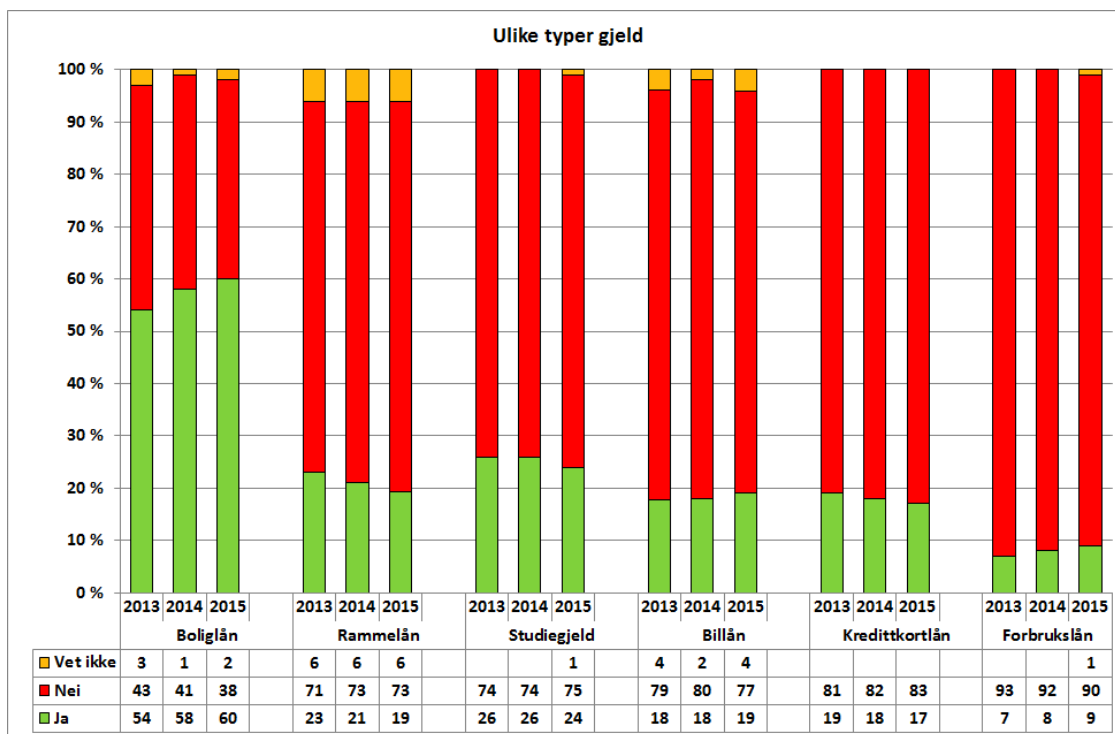
Etter hvert kapittel finnes en oppsummering over hvilke publikasjoner som man kan finne nærmere analyser fra SIFO-surveyene. Er det rapporter, angis lenker i tillegg til referansen. Er det i artikler, oppgis den fulle referansen.

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

2.1 Ulike typer gjeld

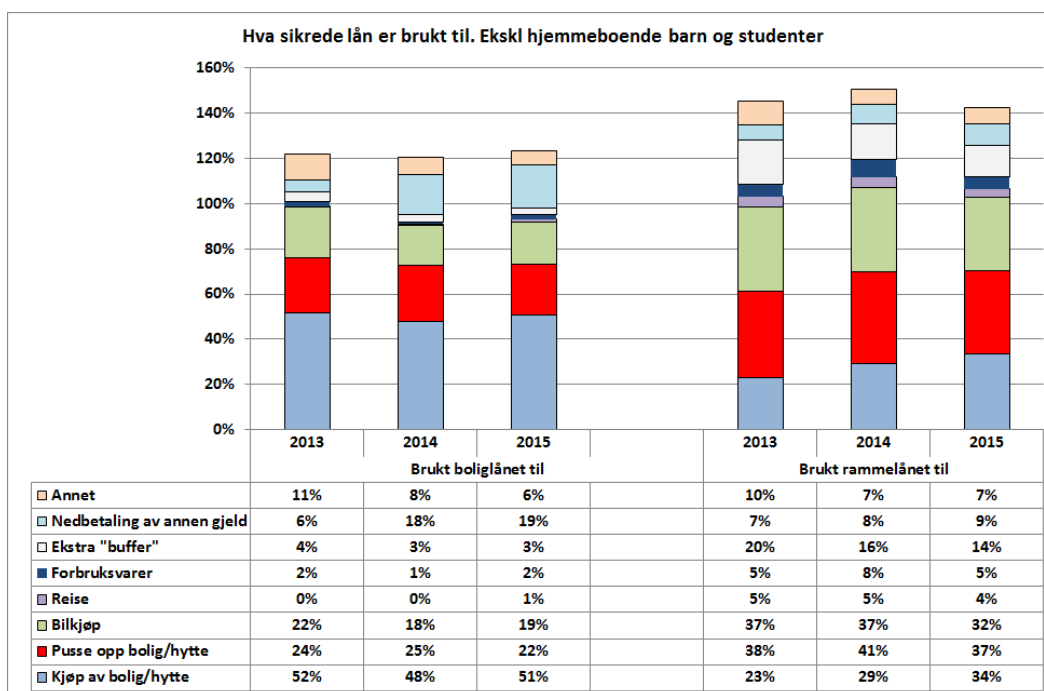


Figur 2-1 Prosentandel med ulike typer lån i 2013, 2014 og 2015. Ulike typer gjeld. Boliglån og rammelån: ekskl. studenter og hjemmeboende barn. Studiegjeld, billån, kredittkortlån og forbrukslån: Inkl. hjemmeboende barn og studenter. ¹ ('Vet ikke' er inkl. i beregningsgrunnlaget)

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

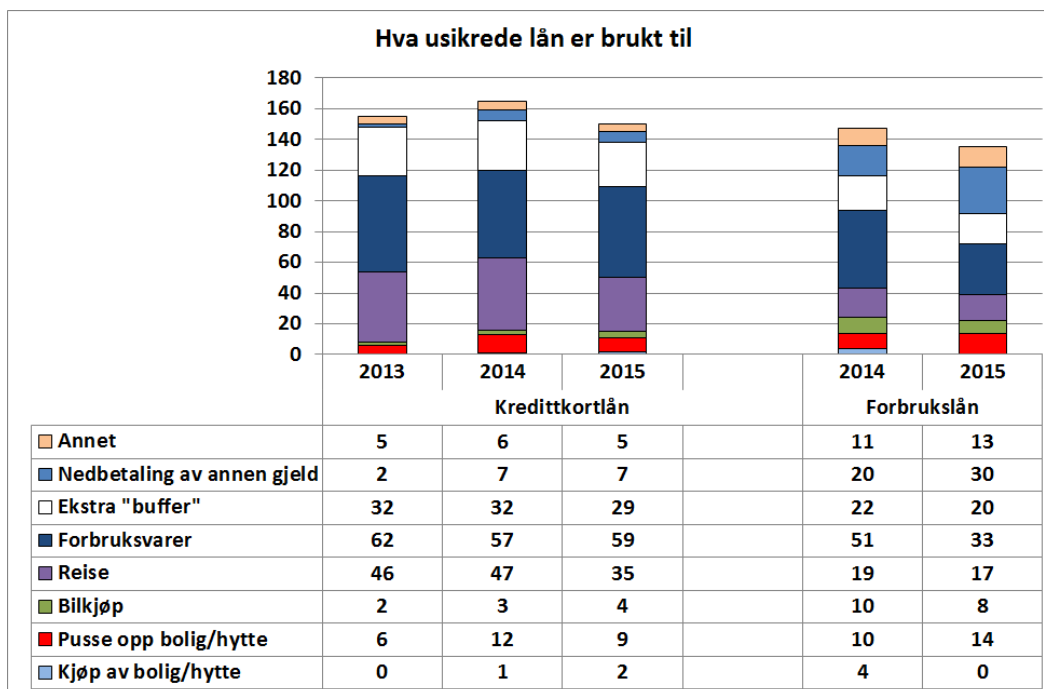
¹ **Boliglån:** Har husholdet ditt boliglån (dvs. ordinære nedbetalingslån – IKKE rammelån)? **Rammelån:** Har husholdet ditt rammelån (en kassakreditt med sikkerhet i bolig, flexilån)? **Studielån:** Har du selv studielån? **Billån:** Har husholdet ditt billån (billån som ikke er tatt ut med sikkerhet 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.

2.2 Hva brukes lån til?



Figur 2-2 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

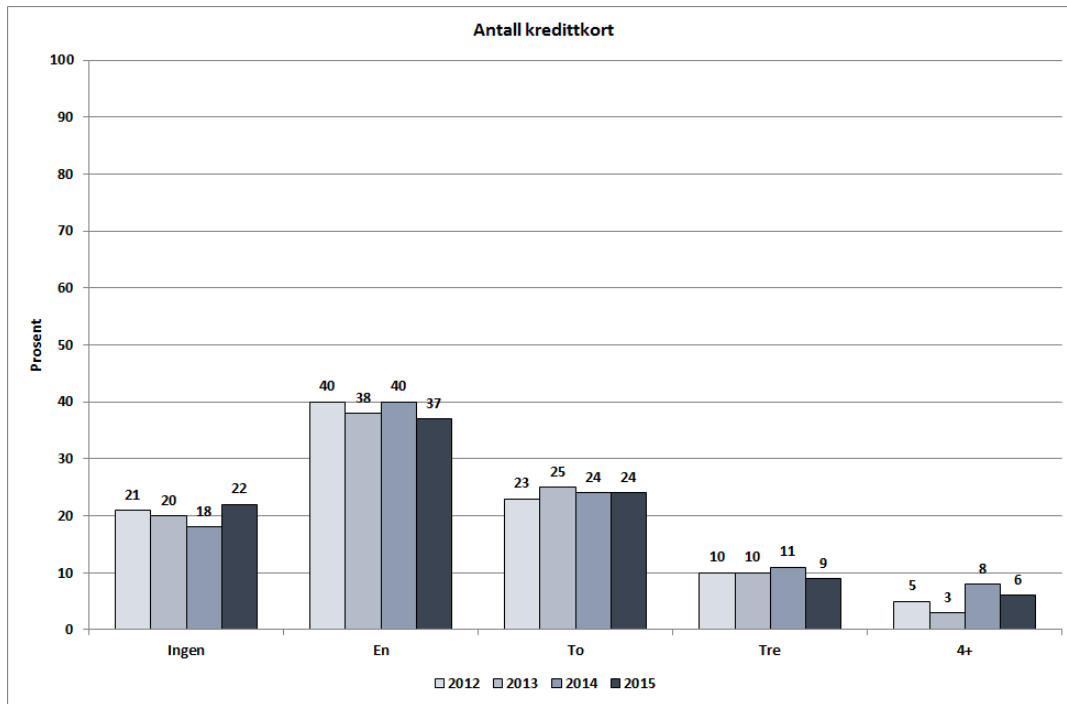


Figur 2-3 Hva blir finansiert med usikrede lån (kredittkortlån og forbrukslån?) Flere svar kunne angis. Inkl. hjemmeboende barn og studenter.²

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

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

2.3 Antall kredittkort



Figur 2-4 Antall kredittkort³ (Lavik 2015) N: 2012=2144, 2013=2002, 2014=1996, 2015=2182

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

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

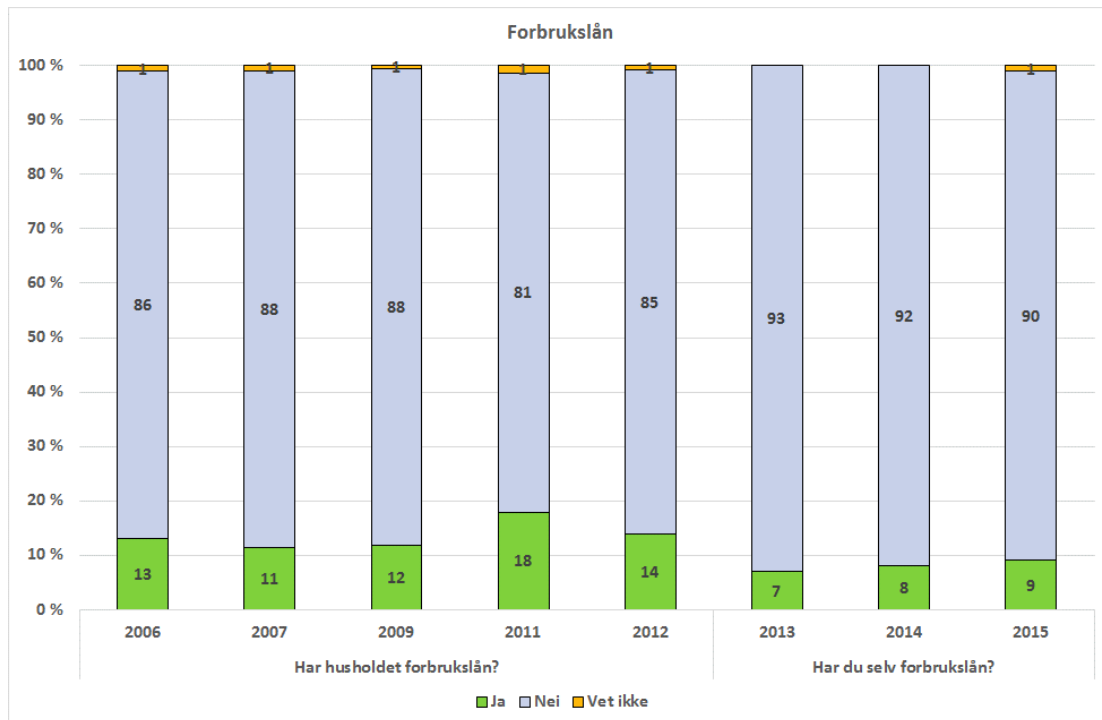
2.4 Kredittkortgjeld



Figur 2-5 Sist gang du fikk regning på kredittkortkjøp, betalte du da inn hele summen, eller bare et avdrag? Blant dem med hadde kjøpt varer på kreditt i løpet av siste 12 mnd. N: 2006=404, 2007=801, 2009=467, 2011=695, 2012=1418, 2013=1583, 2014=1405, 2015=1436. (NB: Blant dem som hadde betalt med kredittkort i løpet av siste 12 mnd.)

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

2.5 Forbrukslån

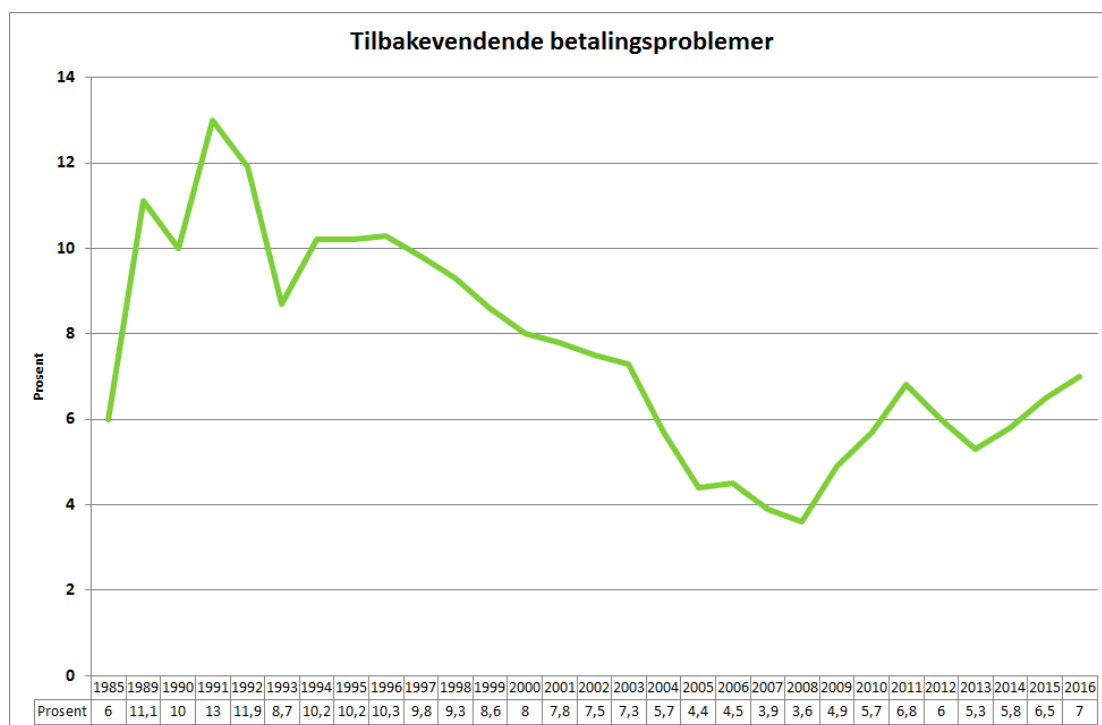


Figur 2-6 Forbrukslån over tid. NB; Merk at fram til og med 2012 ble det spurt om husholdet hadde forbrukslån, mens fra 2012 ble det spurt om de selv hadde forbrukslån. N: 2006=922, 2007=1868, 2009=968, 2011=1060, 2012=2144, 2013=2003, 2014=1962, 2015=2180

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

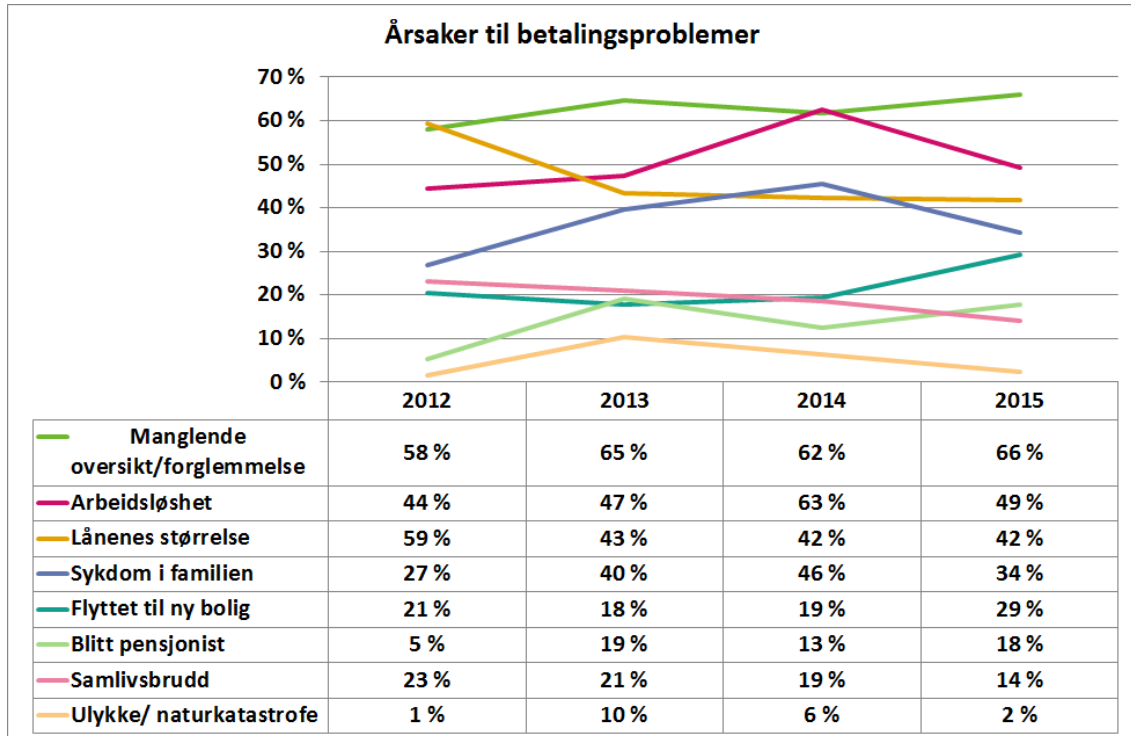
(I Tangeland 2015 er 'vet ikke' ekskludert, derfor finner man ikke igjen helt identiske tall i tabell 4-1 Tangeland 2016, og i ovennevnte figur)

2.6 Betalingsproblemer



Figur 2-7 Tilbakevendende betalingsproblemer. Prosentandel. (Ref. figur 8-8, Tangeland 2014) (Figur 3-1 i Tangeland 2015) (Figur 2-3 i Poppe 2016)

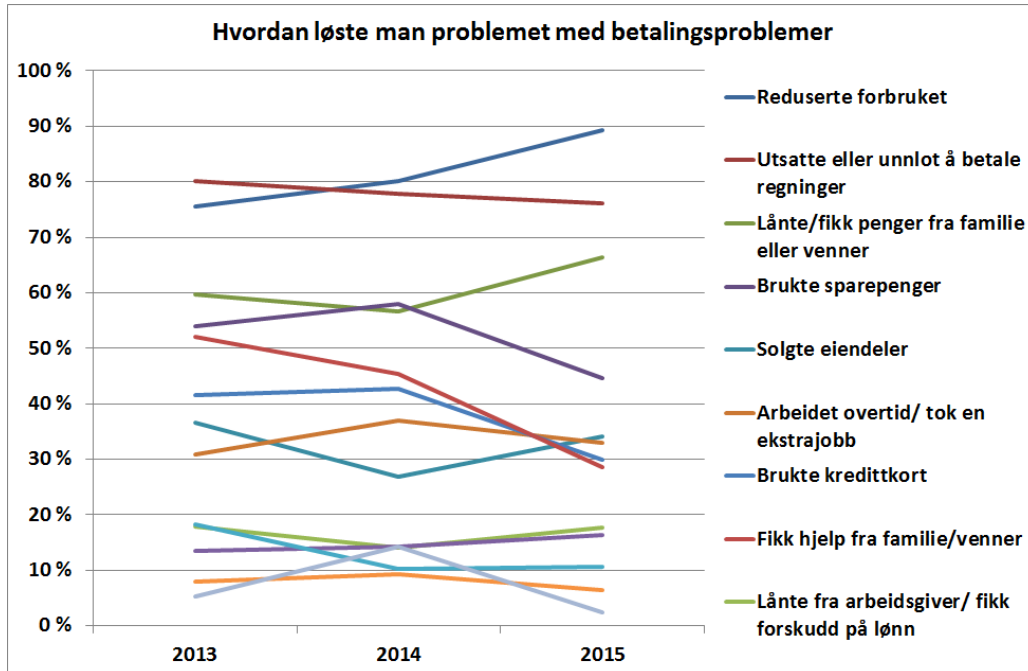
http://www.sifo.no/files/file80665_oppdagsrapport_13_2016_sifo.pdf



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

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

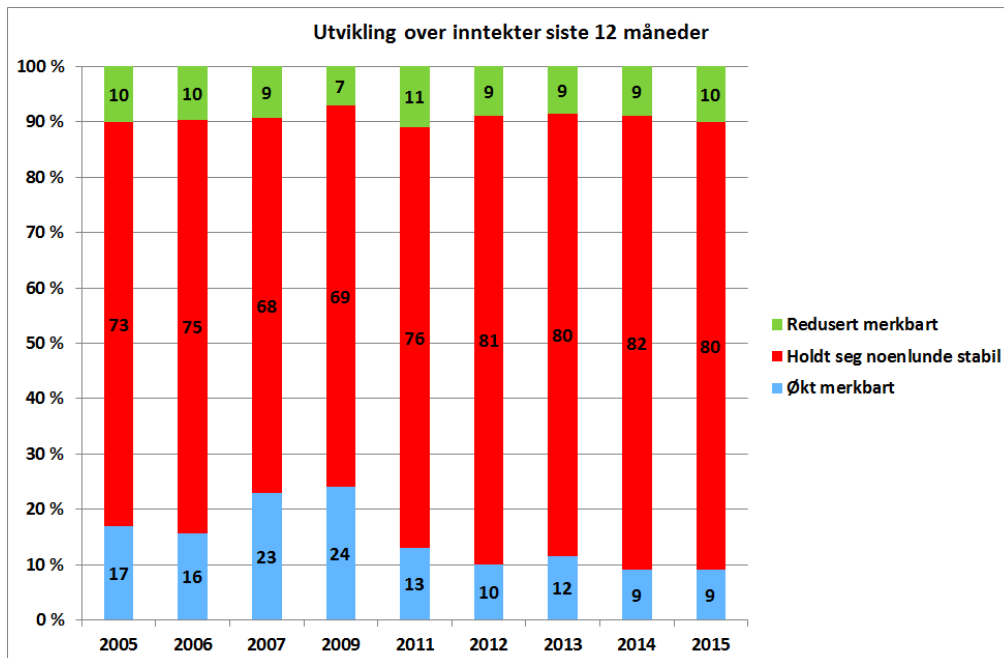
⁴ Spørsmålsformulering: Her følger noen av de vanligste årsakene til at man kommer i betalingsproblemer. Er disse hovedårsak, medvirkende årsak eller uten betydning for betalingsproblemer i husholdet ditt? I figuren er andelen som svarte hovedårsak og medvirkende årsak slått sammen.



Figur 2-9 Hva gjorde du/dere for å få løse problemet sist dette skjedde? (2013: N = 84, 2014: N = 94, 2015: N = 87) [Tangeland 2015, figur 3-3]

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

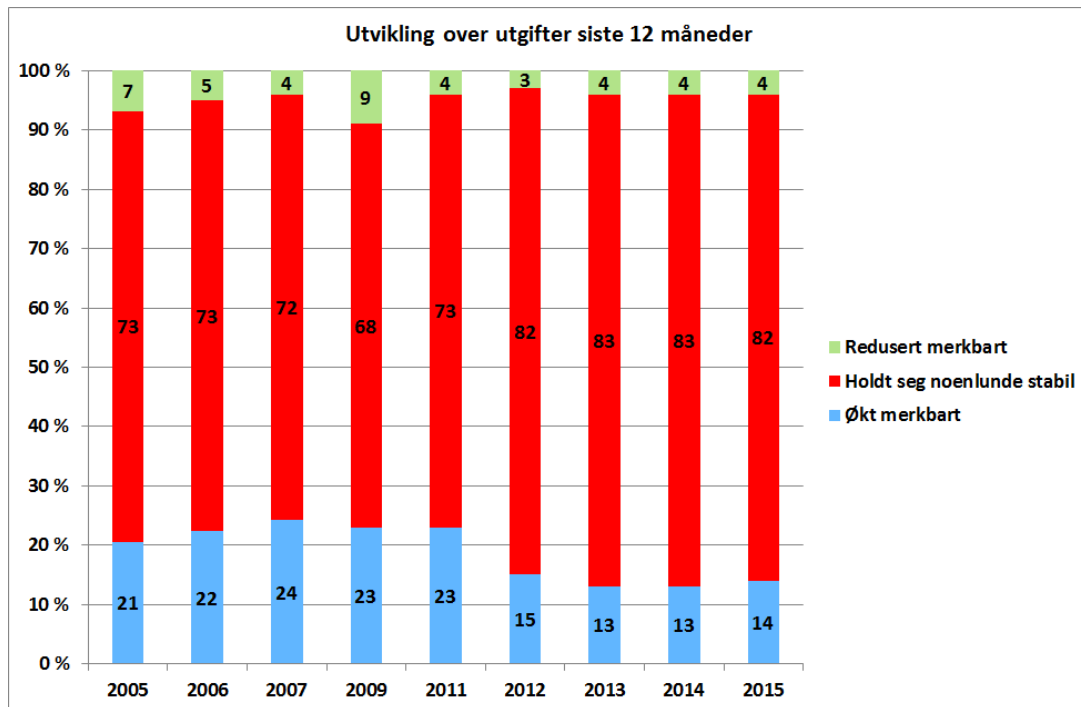
2.7 Utvikling av inntekter og utgifter



Figur 2-10 Utvikling over inntekter siste 12 måneder. [2005: Poppe 2005 tabell 4, 2006: Tufte 2007 – referert i tekst. Tangeland 2014, ref. figur 8 – 1; 2009 – 2014. Referert i figur 1-1 i Poppe 2015]. Ekskl. hjemmeboende barn, studenter og ‘vet ikke’⁵

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

⁵ N: 2005=759 2006=902 2007=1845 2009=789 2011=956 2012=1831 2013=1700 2014=1759 2015=1812

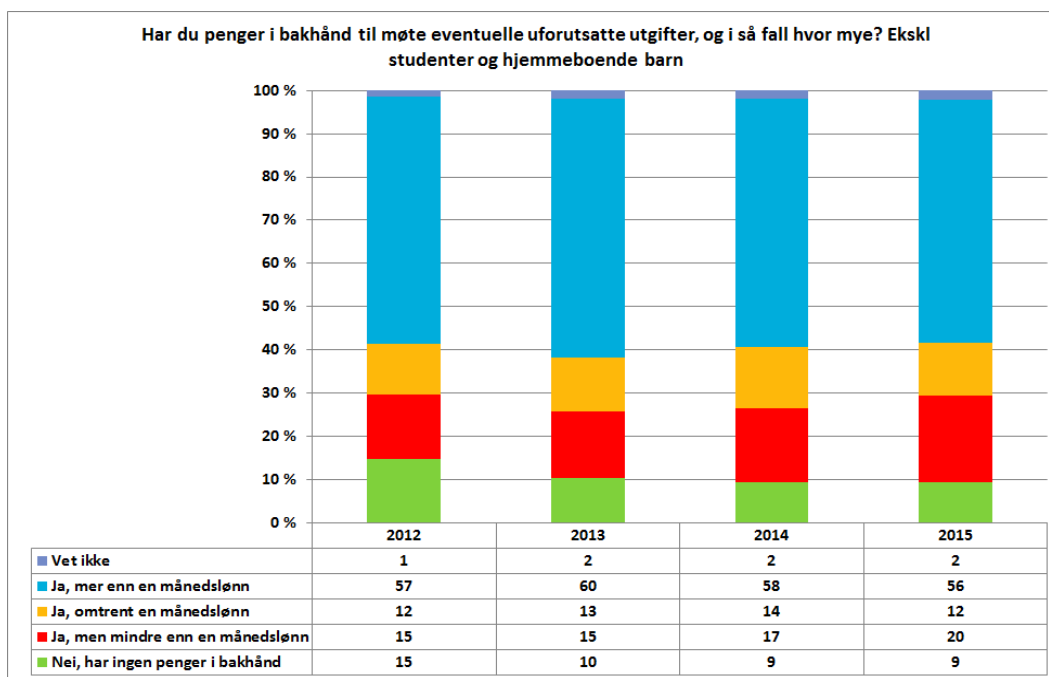


Figur 2-11 Utvikling over utgifter siste 12 måneder. 2005: Poppe 2005 tabell 4, 2006: Tufte 2007 – referert i tekst. Tangeland 2014. ref. figur 8 – 1; 2009 – 2014. I figur 1-2 Poppe 2015] Ekskl. studenter, hjemmeboende barn og ‘vet ikke’.⁶

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

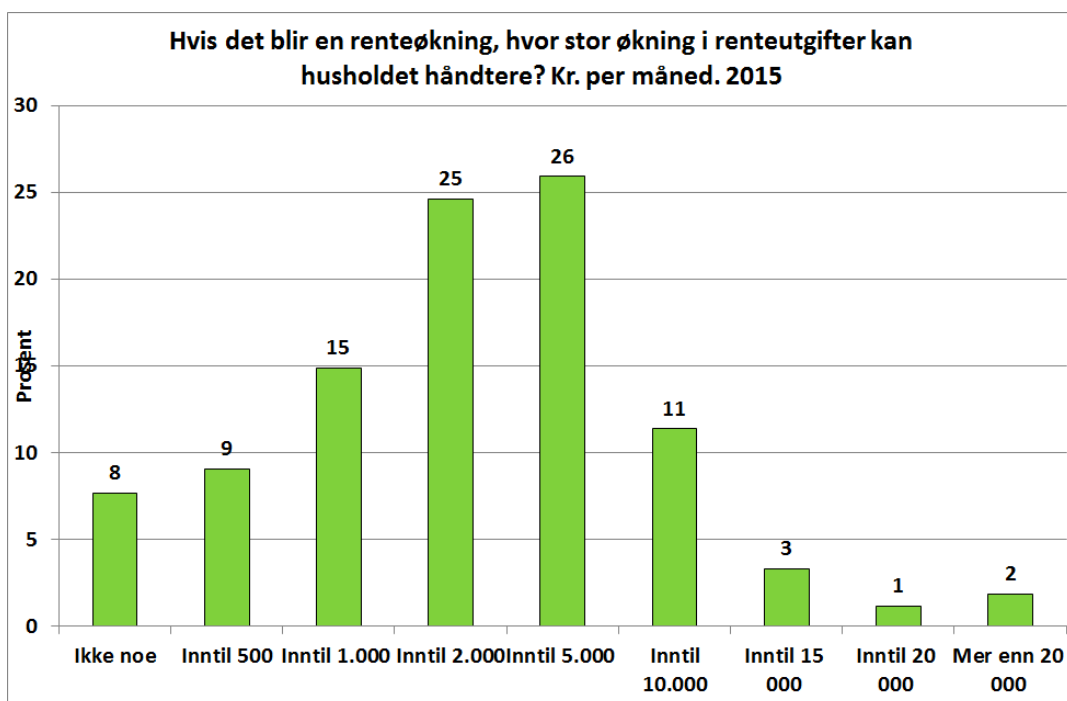
⁶ N: 2005=764 2006=909 2007=1848 2009=789 2011=1046 2012=1837 2013=1705 2014=1755 2015=1795

2.8 Buffer



Figur 2-12 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

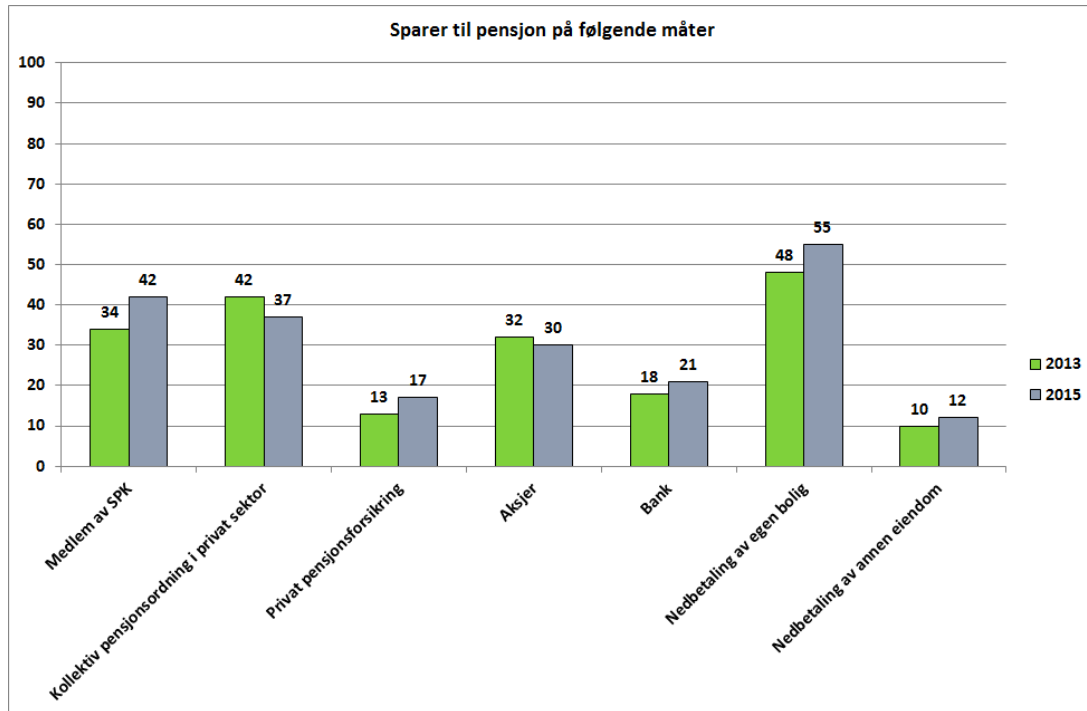


Figur 2-13 Hvor stor økning renteutgiftene man kan tåle. Låntakere i 2015. N=1759 [Figur 1-7 i Poppe 2015]

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

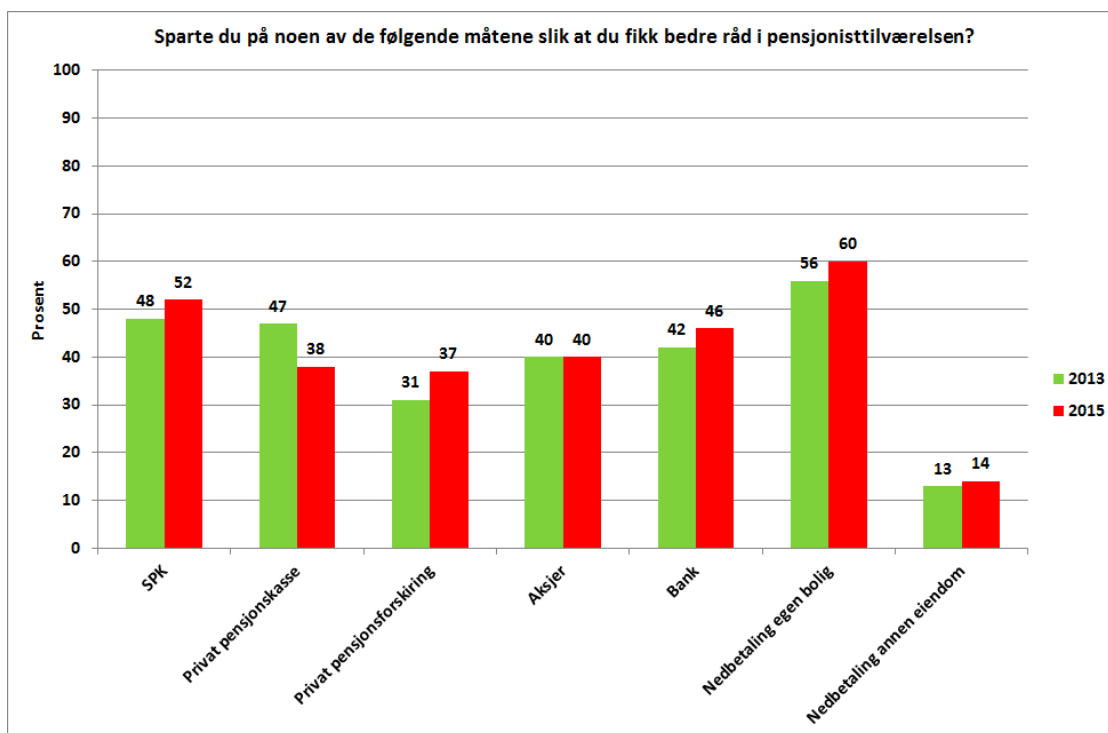
2.9 Pensjonisttilværelse og økonomi

2.9.1 Sparer til pensjon?



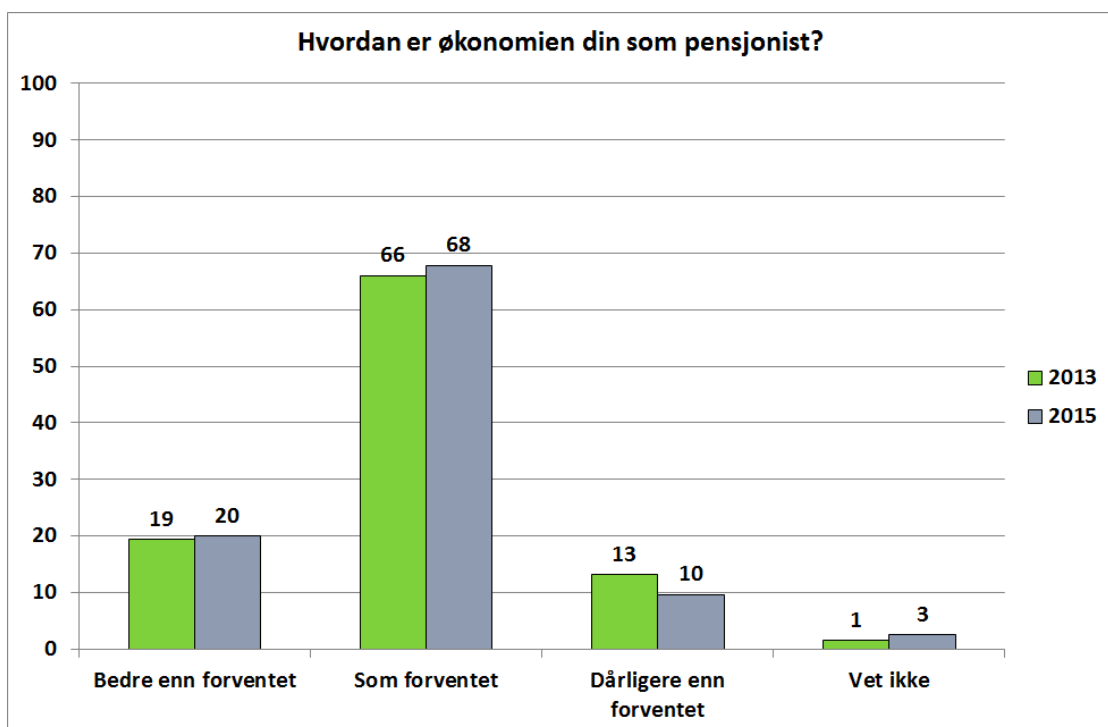
Figur 2-14 Man kan spare til pensjon på ulike måter. Sparer du på noen av følgende måtene? N: 2013=1689, 2015=822. Blant ikke-pensjonister [ikke publisert tidligere].⁷

⁷ Man kan spare til framtidig pensjon på ulike måter. Sparer du til: Medlem av SPK=Er medlem i Statens Pensjonskasse (SPK), Kommunal Landspensjonskasse (KLP) eller annen offentlig pensjon gjennom jobb i stat eller kommune. Kollektiv pensjonsordning i privat sektor=Er medlem i privat kollektiv pensjonsordning gjennom jobb i privat sektor. Privat pensjonsforsikring=Sparer gjennom privat pensjonsavtale/pensjonsforsikring. Aksjer=Sparer på egenhånd i aksjer, fond eller andre finansielle spareprodukter. Bank=Sparer til pensjonist-tiden på bankkonto. Nedbetaling av egen bolig=Sparer gjennom nedbetaling av egen bolig. Nedbetaling av annen eiendom=Sparer gjennom nedbetaling av annen eiendom.



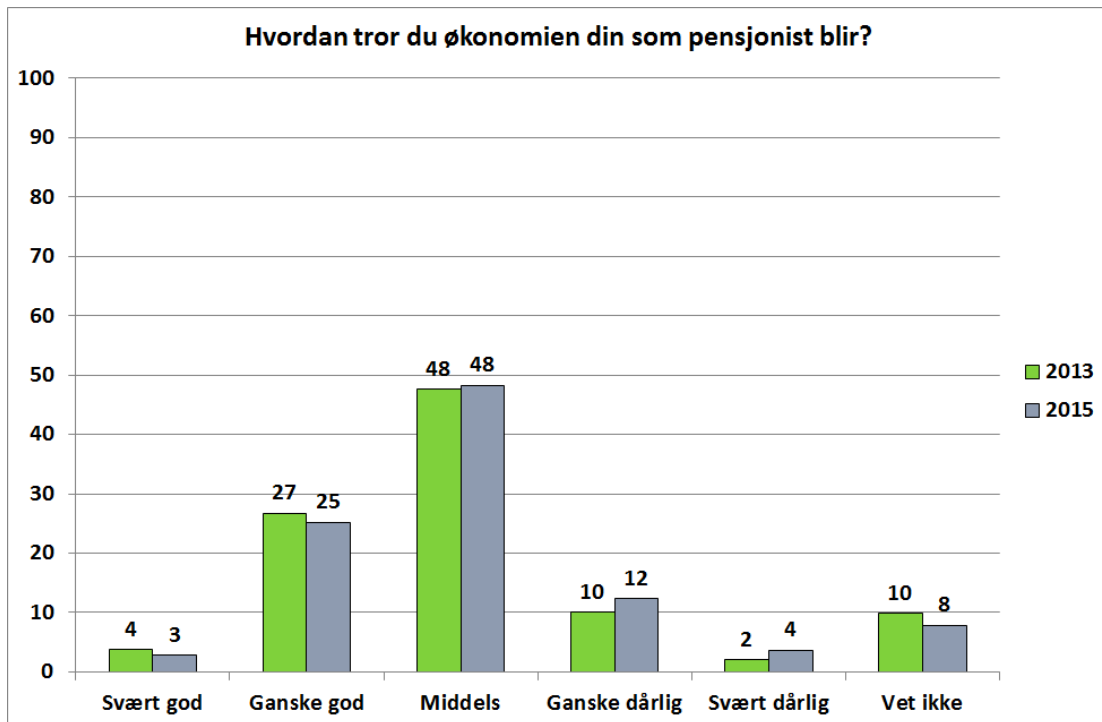
Figur 2-15 Sparte du slik at du fikk bedre råd i pensjonisttilværelsen? Pensjonister. 2013 og 2015. N: 2013=276, 2015=182. [Ikke publisert tidligere].

2.9.2 Forventninger til fremtidig økonomi og hvordan den er i dag



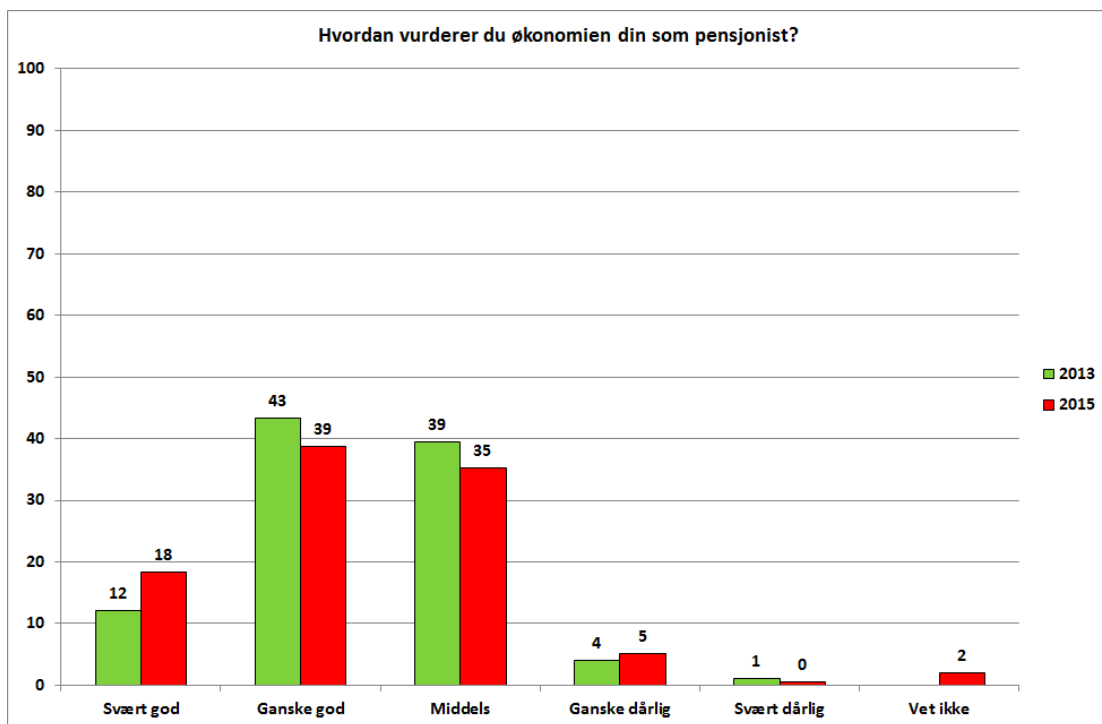
Figur 2-16 Hvordan er økonomien din som pensjonist? 2013 og 2015. (Pensjonister). N: 2013=287, 2015=182 (Alfnes 2015)

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



Figur 2-17 Hvordan tror du økonomien din som pensjonist blir? (Ikke-pensjonister). N: 2013=1713, 2015=822. (Alfnes 2015)

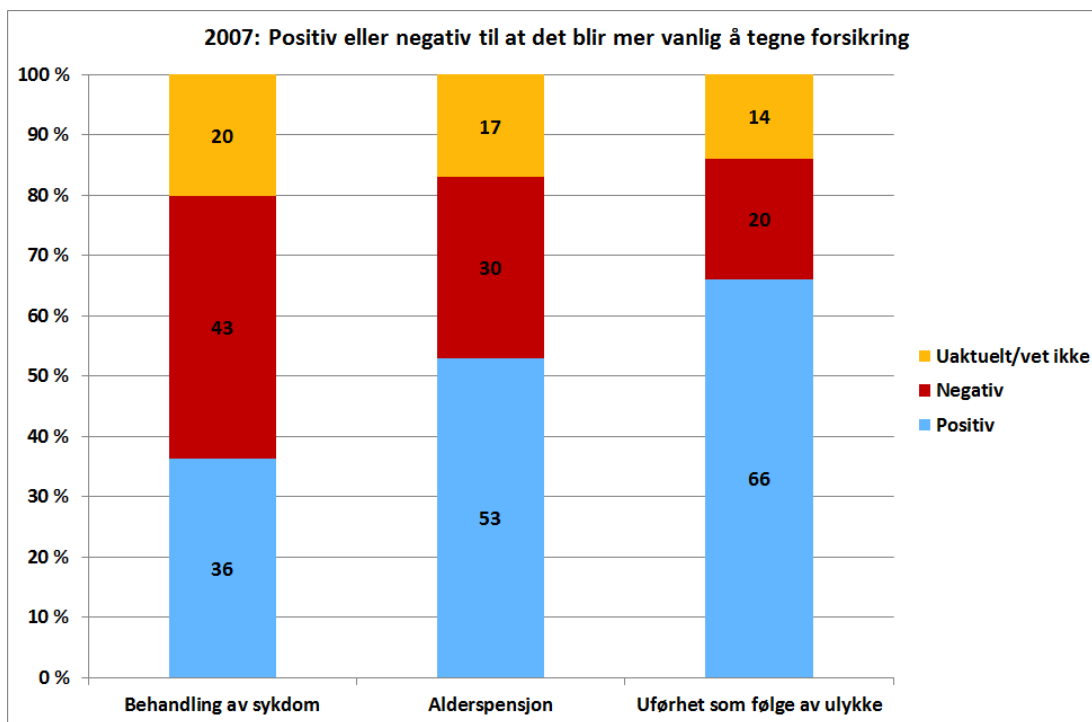
http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf



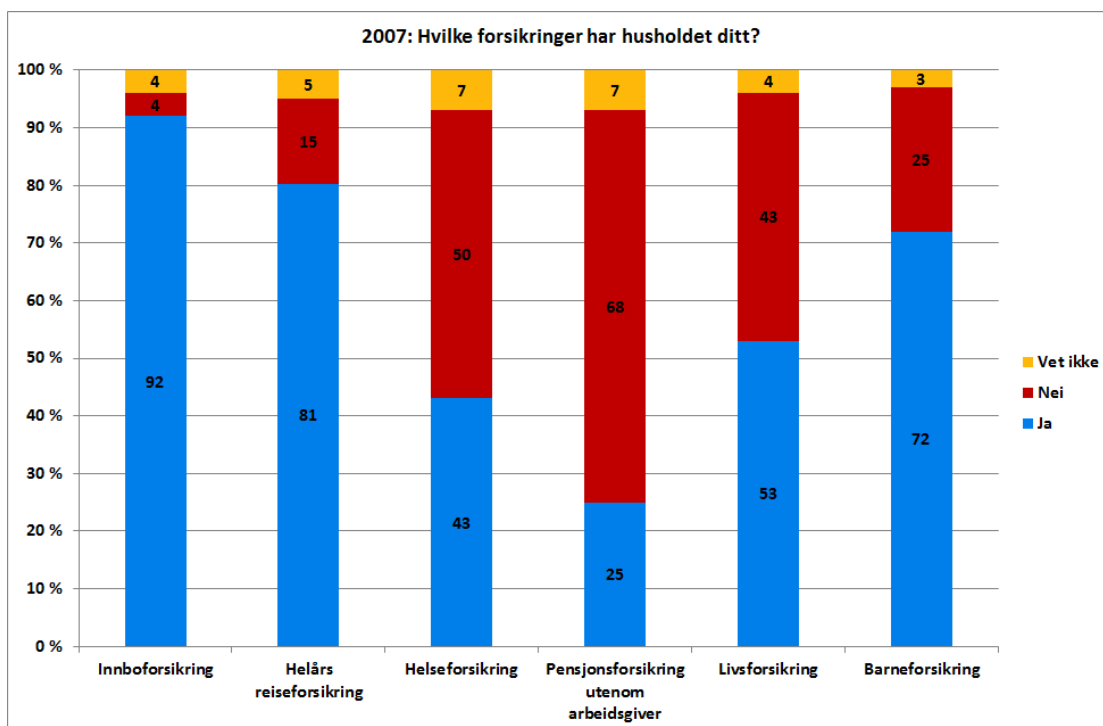
Figur 2-18 Hvordan vurderer du økonomien din som pensjonist? N; 2013=287, 2015=182 (Alfnes 2015)

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

2.10 Pensjon og forsikring



Figur 2-19 Er du positiv eller negativ til at det blir mer vanlig å tegne privat forsikring i forhold til: Behandling av sykdom, Alderspensjon, Uførhet som følge av ulykke? N=1000. 2007 [ikke publisert tidligere]



Figur 2-20 Hvilke av følgende forsikringer har ditt hushold for øyeblikket? Innboforsikring, Helårs reiseforsikring, Helseforsikring, Pensjonsforsikring utenom arbeidsgiver, Livsforsikring, Barneforsikring (de med barn). N=1000 unntatt barneforsikring der N=375. 2007 [ikke publisert tidligere]

2.11 Husholdsøkonomi – publikasjoner

Publikasjoner som har benyttet SIFO-survey

- 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
- Christian Poppe (2016): *Økonomisk utsatthet 2016*. Oppdragsrapport nr. 13. Oslo: SIFO/HIOA
http://www.sifo.no/files/file80665_oppdagsrapport_13_2016_sifo.pdf
- Christian, Poppe (2015): Hva brukes egentlig boliglånet til? I *Forbrukstrender Økonomi 2015. SIFO-survey: sikrede lån og usikrede lån, betalingsproblemer, gjeldfri som pensjonist, kjøp av virtuelle varer, pengespill*. Red. Randi Lavik og Christian Poppe. Prosjektnotat nr. 11. Oslo: SIFO
http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf
- Tangeland, Torvald (2015): Betalingsproblemer – hvordan disse løses og hvilke regninger som prioriteres. I *Forbrukstrender Økonomi 2015. SIFO-survey: sikrede lån og usikrede lån, betalingsproblemer, gjeldfri som pensjonist, kjøp av virtuelle varer, pengespill*. Red. Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 11. Oslo: SIFO
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

- Per Poppe, 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
- Randi Lavik, 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
- Randi Lavik (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
- Randi Lavik & 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
- Per Arne Tufte (2007). *Husholdningens økonomiske situasjon 2007. SIFO-survey*. Prosjektnotat nr. 3. Oslo: SIFO [2006 og 2007]
http://www.sifo.no/files/file72531_prosjektnotat_2007-3.pdf
- Christian Poppe (2006): *Husholdningenes økonomiske situasjon 2006*. Prosjektnotat nr. 6. Oslo SIFO
http://www.sifo.no/files/file66154_prosjektnotat_nr.6_-2006.pdf
- Christian Poppe (2005): *Husholdningenes betalingsproblemer i oppgangstider*. Prosjektnotat nr. 3 1985. Oslo SIFO
http://www.sifo.no/files/file57683_prosjektnotat_2005-03web.pdf
- Christian Poppe (2005). *Betalingsproblemer i oppgangstider*. Prosjektnotat 3. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file57683_prosjektnotat_2005-03web.pdf

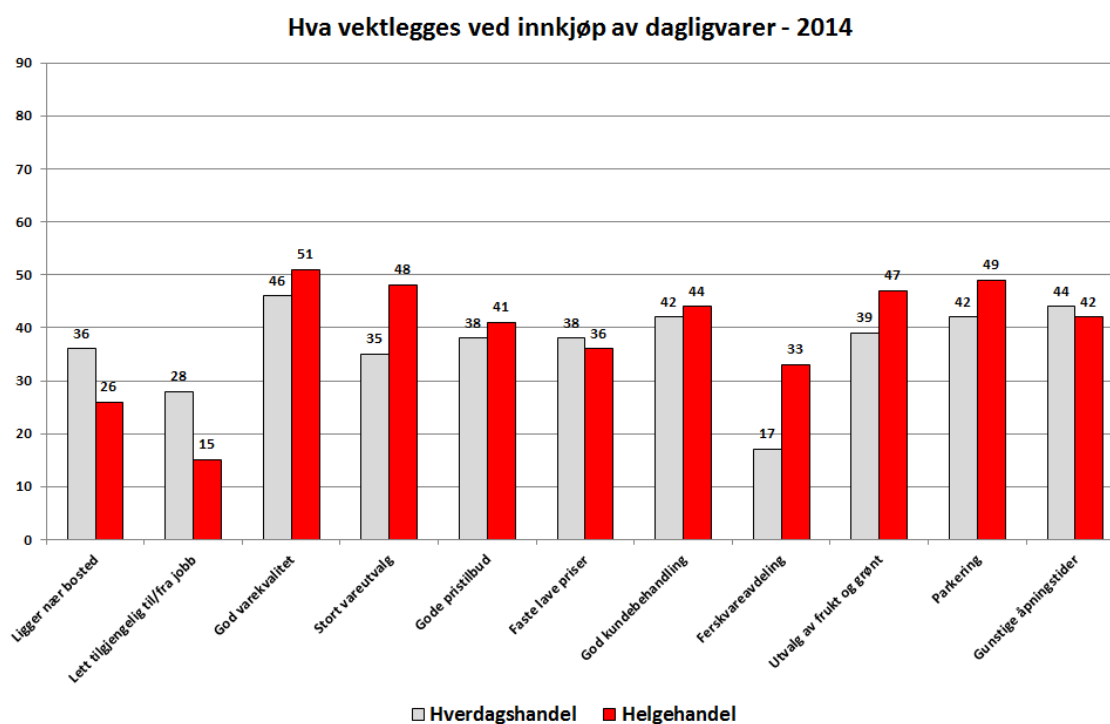
3 Marked, varehandel, distribusjon

Kapittelet om marked, varehandel og distribusjon viser følgende

- ✓ Handlevaner
- ✓ Søndagsåpent
- ✓ Klageatferd
- ✓ Kosmetikk
- ✓ Med barn i butikk
- ✓ Drosjemarkedet - tilfredshet

3.1 Handlevaner

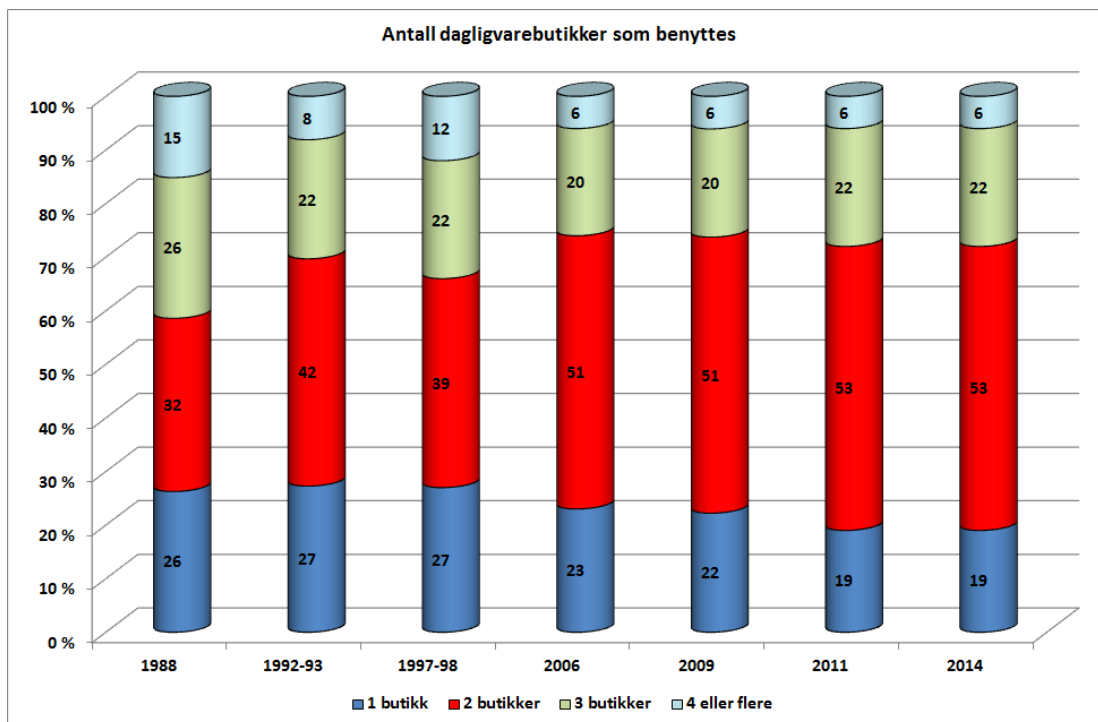
3.1.1 Hva vektlegges ved innkjøp av dagligvarer - 2014



Figur 3-1 Hvor viktig eller uviktig er følgende forhold for deg når det gjelder innkjøpssted for hverdagshandel og helgehandel av dagligvarer? Andel 'svært viktig'. 2014: N=1.000. Vet ikke er ekskludert. Kilde: Egen handlevaneundersøkelse gjennomført av Gallup 2014

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

3.1.2 Antall dagligvarebutikker som benyttes



Figur 3-2 Antall dagligvarebutikker som benyttes. Kilder: Tall fra 1988 er hentet fra Lavik (1990), de øvrige tall er TNS Gallups Forbruker og Media.⁸ (Lavik og Schjøll 2012) (Ikke SIFO-survey)

http://www.sifo.no/files/file77977_prosjektnotat_1-2012_butikkstruktur_og_handleatferd_rev3.pdf

⁸ 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.

3.1.4 Handlehyppighet

Tabell 3-1 Hvor ofte man handler dagligvarer. Prosentfordelt etter år. ⁹

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

Antall ganger pr. uke	1992-1993	1994	2002-2003	2009	2011	2014
5 eller flere ganger	21	19	12	13	11	12
3-4 ganger pr uke	41	43	38	40	46	44
1-2 ganger pr uke	37	38	46	43	41	43
Sjeldnere	1	1	4	4	2	2
Total	100	100.0	100	100	100	100
N	13.055	13.1240	9.952	9.929	1.001	1.053

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

3.1.5 Handler i nærmeste butikk – hverdagshandel og helgehandel

Tabell 3-2 Handler du i din nærmeste dagligvarebutikk? Prosent¹⁰ (Ref. Lavik og Jacobsen 2015)

Benytter nær- meste dagligva- rebutikk?	2011		2014	
	Hverdagshan- del	Handling til helgen	Hverdags- handel	Handling til helgen
Ja	83	57	84	65
Nei	17	40	16	33
Vet ikke	1	3	1	2
Totalt	100	100	100	100
N	816	816	850	850

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

⁹ Spørsmålsformulering de ulike år:

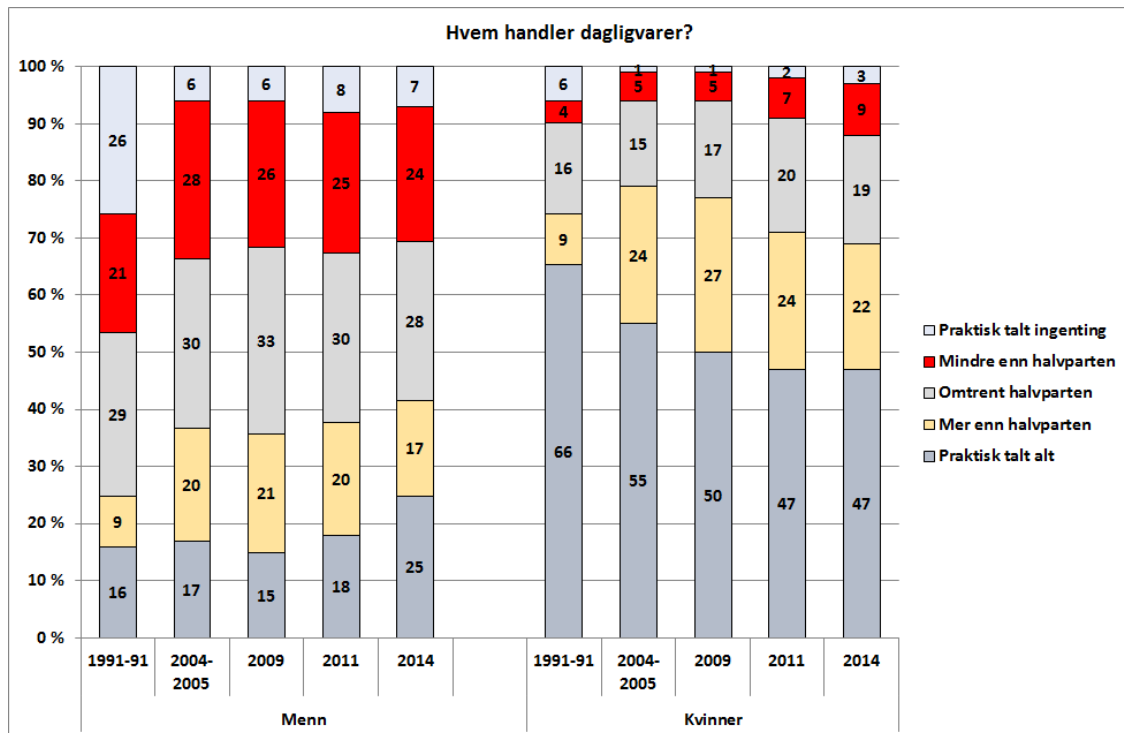
- 1992-93: Hvor ofte handler vanligvis din husstand dagligvarer? Kilde: TNS Gallup Forbruker og Media.
- 1994: Hvor ofte handler vanligvis din husstand dagligvarer?
- 2002-2003: Hvor ofte foretar du innkjøp av dagligvarer på følgende steder? Dagligvarebutikk/stormarked? TNS Gallup Forbruker og Media.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

¹⁰ Benytter du din nærmeste dagligvarebutikk ved hverdagshandel (Ja, Nei, Vet ikke)

Benytter du din nærmeste dagligvarebutikk ved handling til helgen (Ja, Nei, Vet ikke)

2011 er fra SIFO-surveyen 2011, 2014 er fra en annen undersøkelse gjennomført av TNS Gallup

3.1.6 Hvem gjør dagligvareinnkjøp i flerpersongshusholdninger



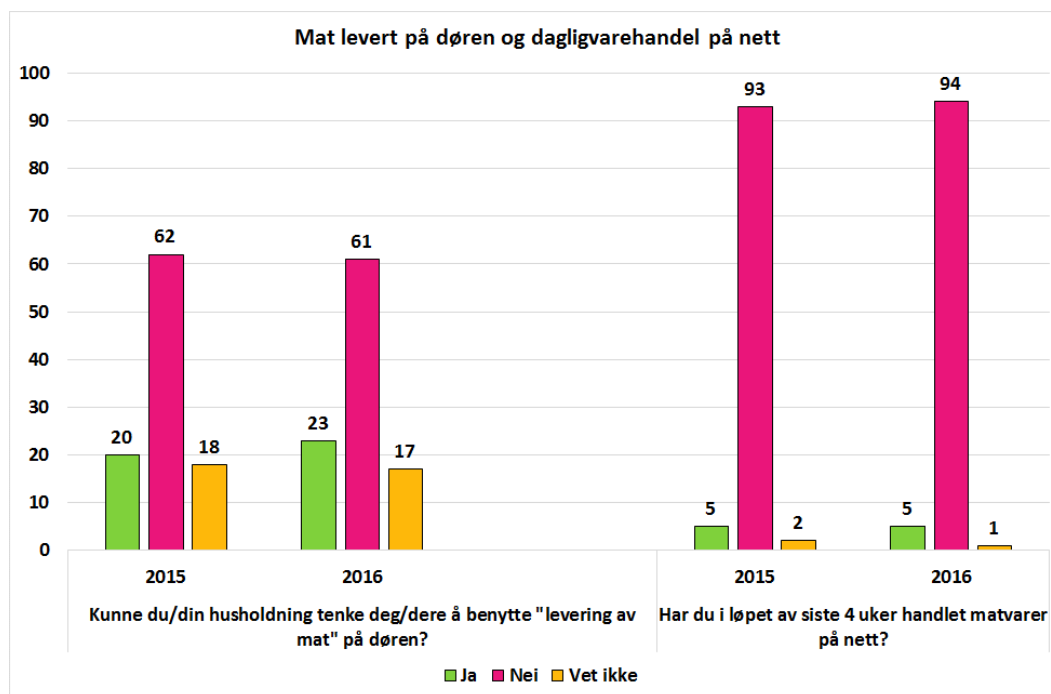
Figur 3-3 Hvor stor andel av dagligvarekjøpene hver av ektefellene gjør. Prosent etter kjønn. Blant gifte og/eller samboende. Kilde: TNS Gallup - Forbruker og Media 1990 til 2009.¹¹

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

¹¹ N for ulike år:

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

3.1.7 Mat levert på døren og dagligvarehandel på nett

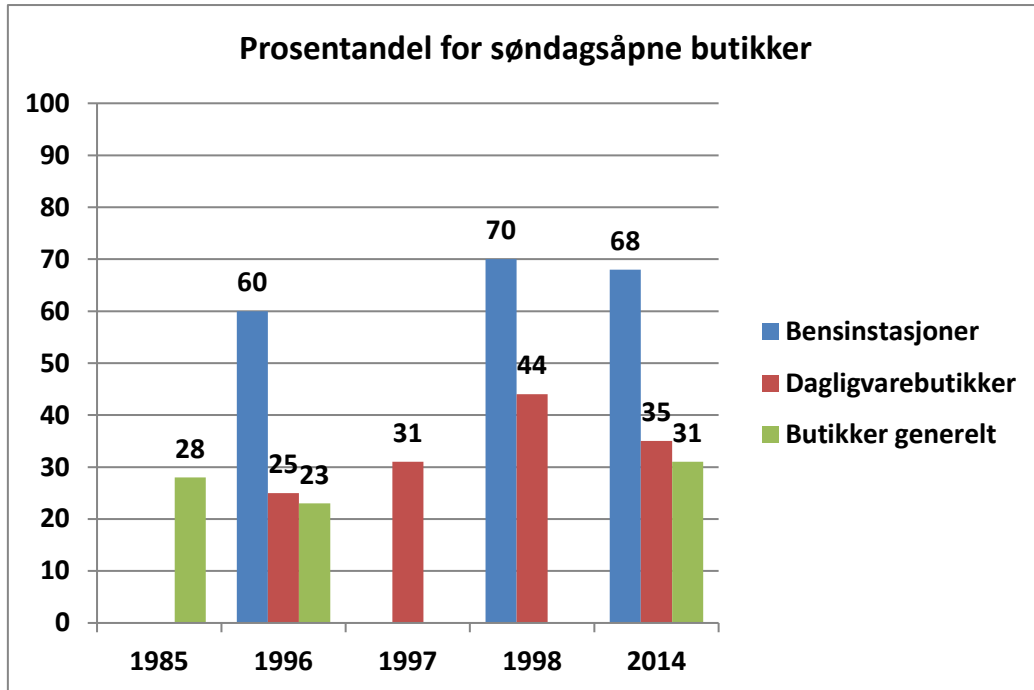


Figur 3-4 Mat levert på døren og dagligvarehandel på nett. 2015 N=1003, 2016 N=1001

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

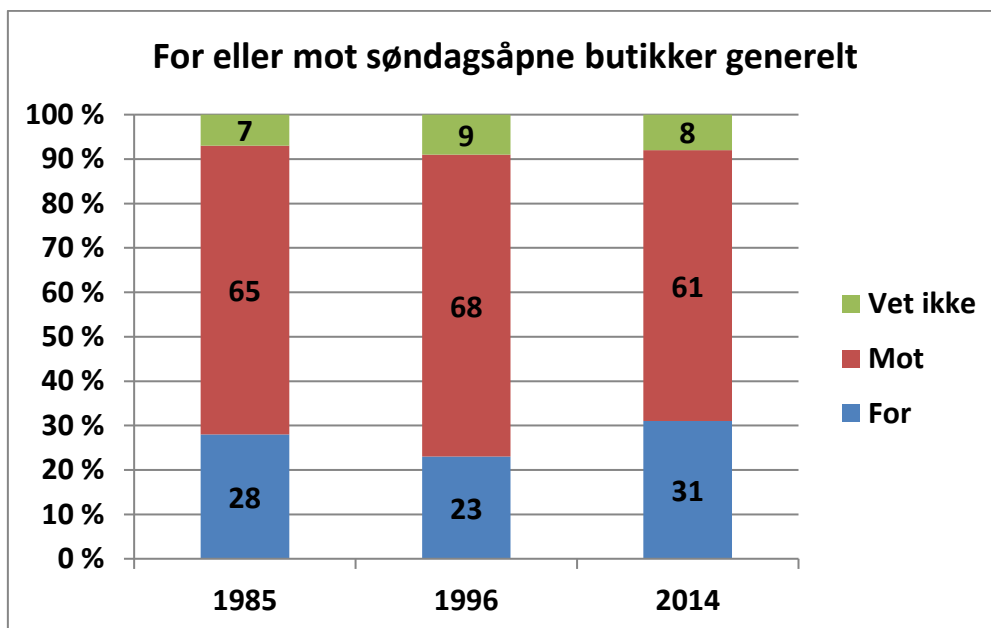
3.2 Søndagsåpent

3.2.1 For eller mot søndagsåpent



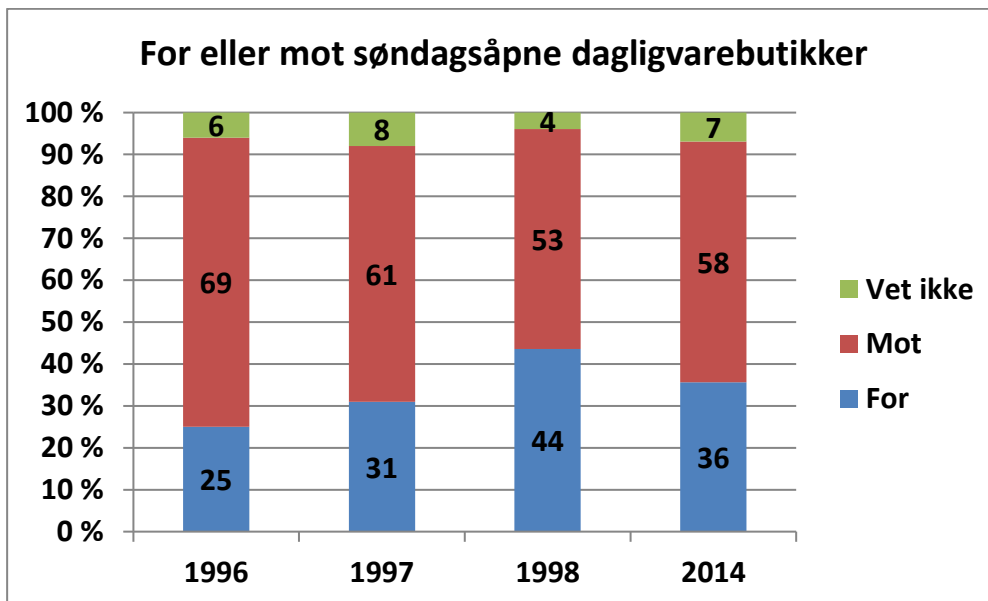
Figur 3-5 Prosentandel som er for søndagsåpne butikker. N: 1985=1017, 1996=1000, 1997=1009, 1998=1001, 2014=1014. [Kun 2014 er fra SIFO-surveyen. De andre er fra ulike undersøkelser. Ref. Lavik 2014

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



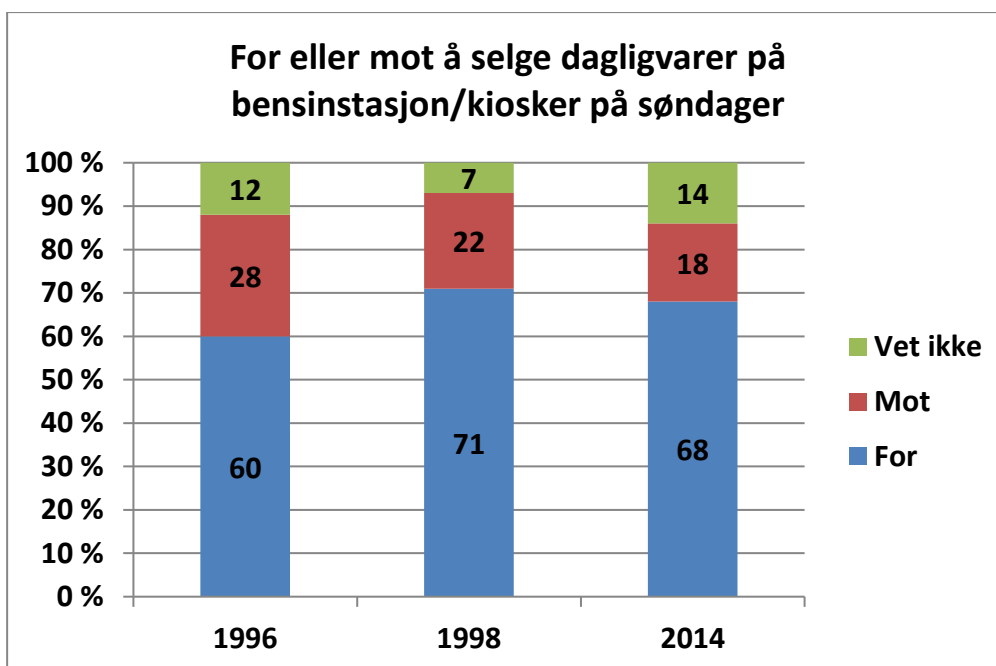
Figur 3-6 For eller mot søndagsåpne butikker generelt

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



Figur 3-7 For eller mot søndagsåpne dagligvarebutikker

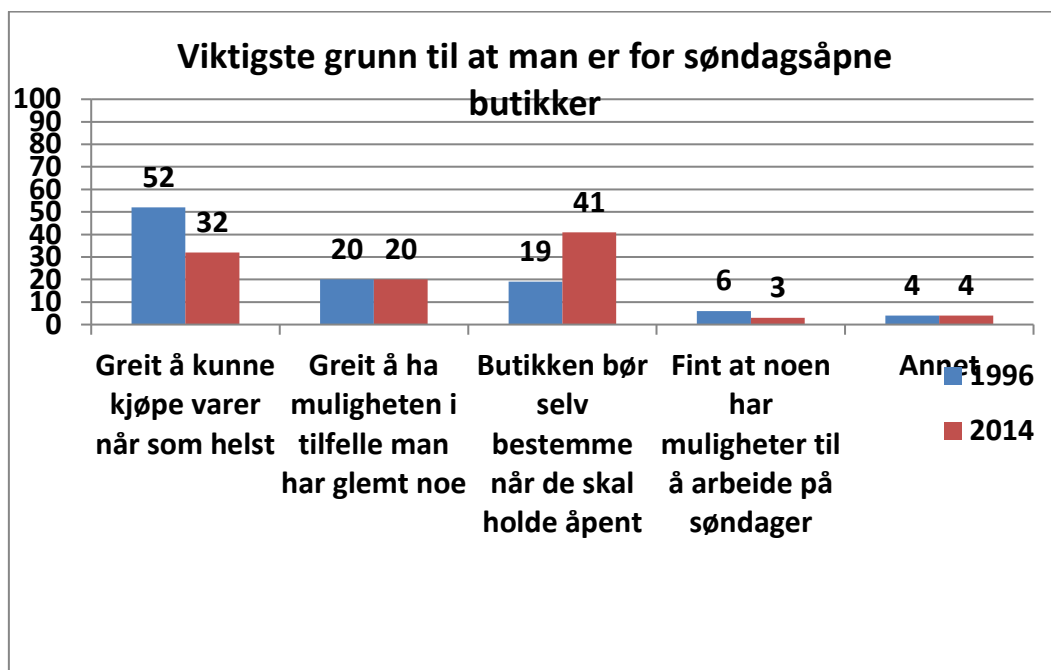
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf



Figur 3-8 For eller mot å selge dagligvarer på bensinstasjoner/kiosker på søndager

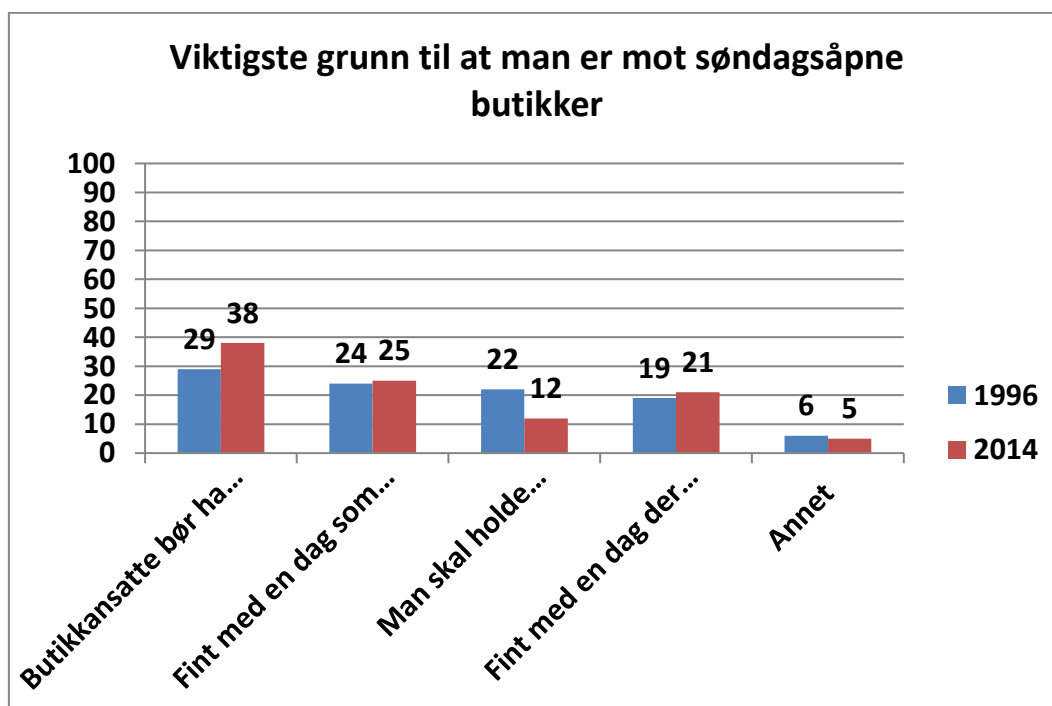
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf

3.2.2 Hvorfor man er for eller mot søndagsåpent?



Figur 3-9 Hvorfor man er for søndagsåpne butikker?

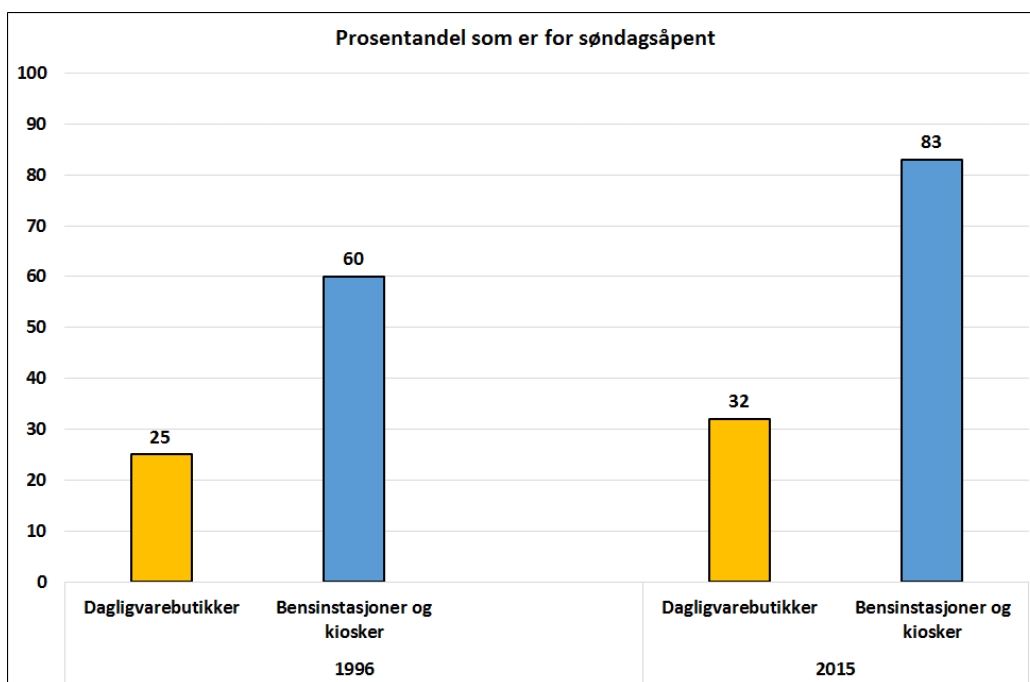
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf



Figur 3-10 Hvorfor man er mot søndagsåpne butikker

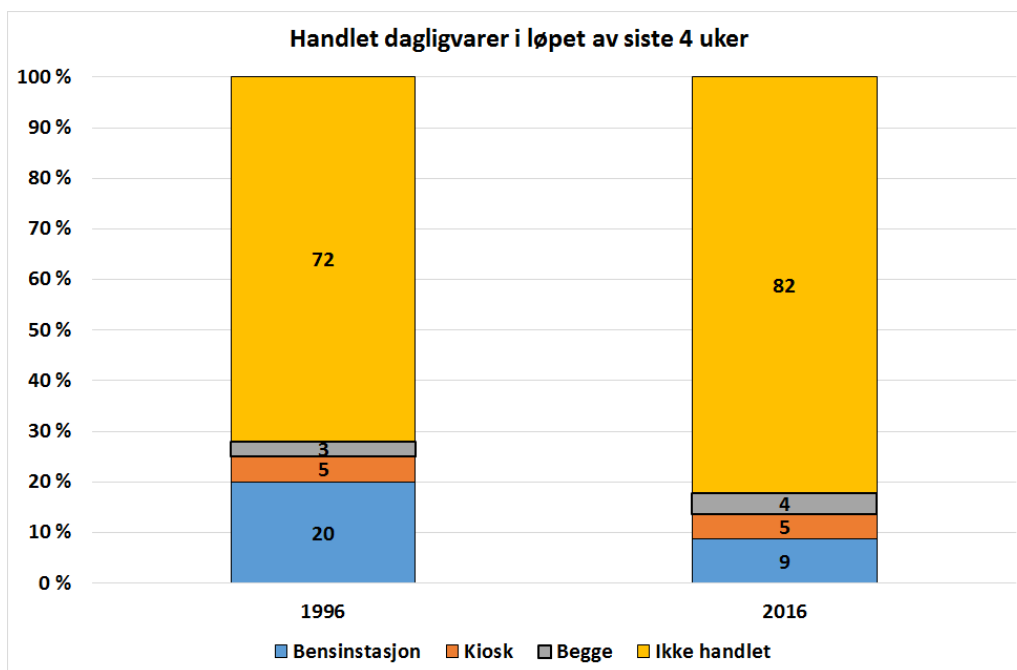
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf

3.2.3 Søndagshandel



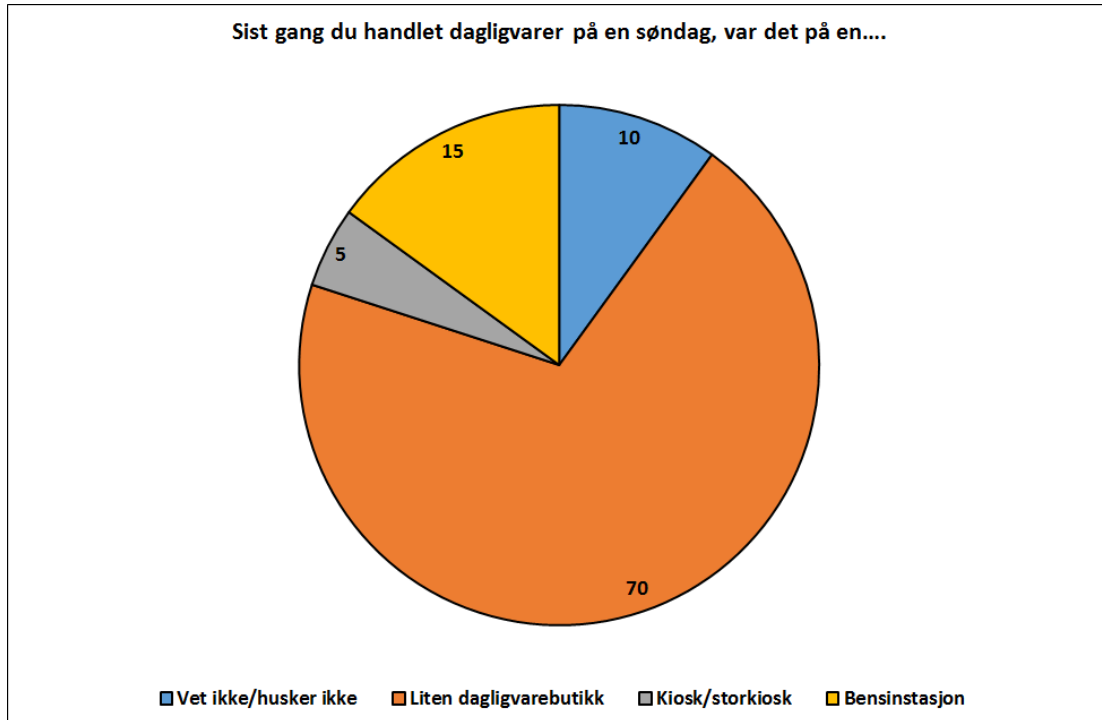
Figur 3-11 Holdning til søndagsåpent. 1996 N=1000 (MMI), 2015 N=1001 (NORSTAT)

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



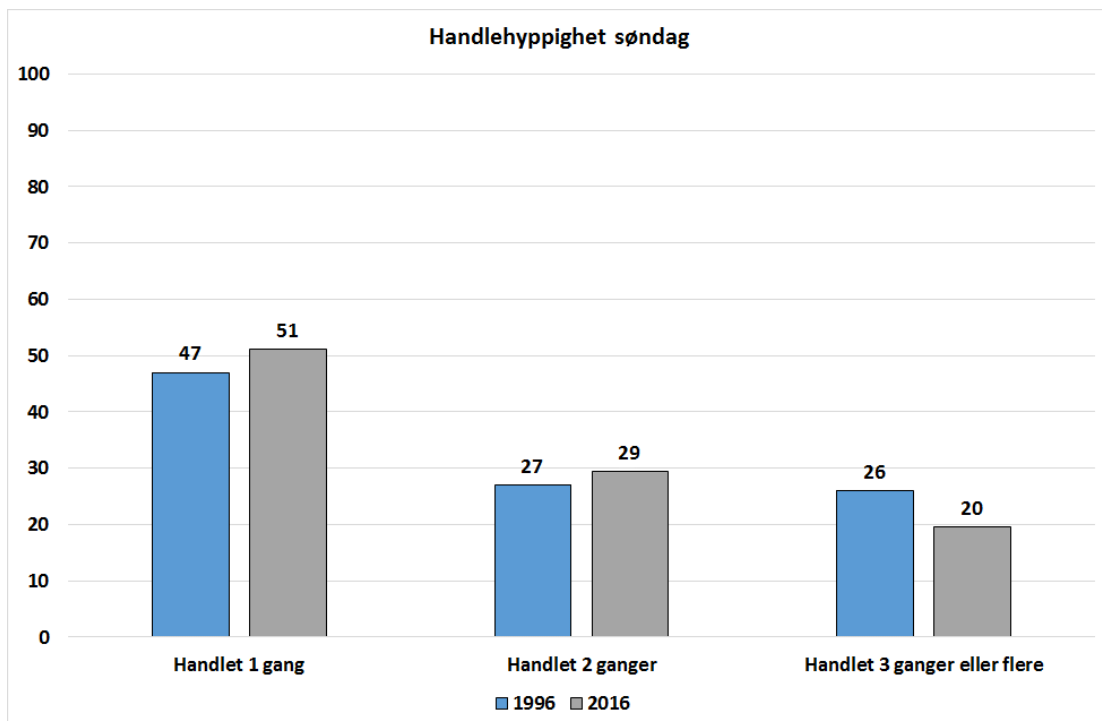
Figur 3-12 Har du handlet dagligvarer i løpet av siste fire uker på bensinstasjon, i kiosk eller begge deler. 1996 N=1000 (MMI), 2016 N=2002 (NORSTAT)

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



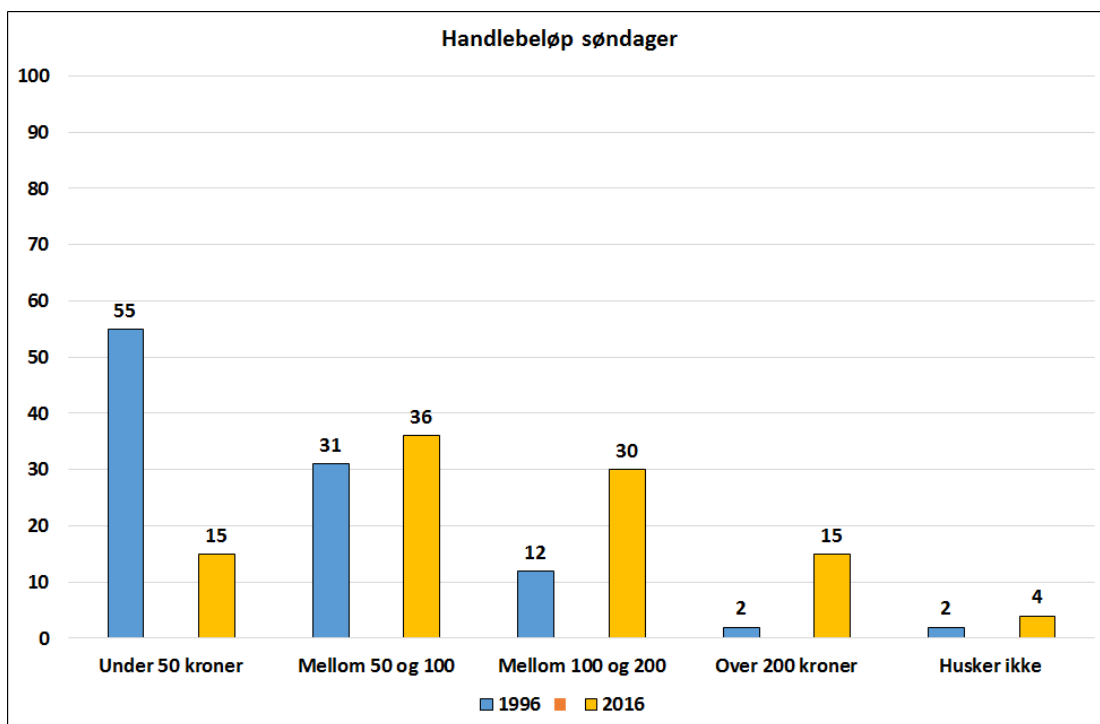
Figur 3-13 Siste gang en handlet dagligvarer på en søndag, hvilket sted var det? 2016 N=488

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



Figur 3-14 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

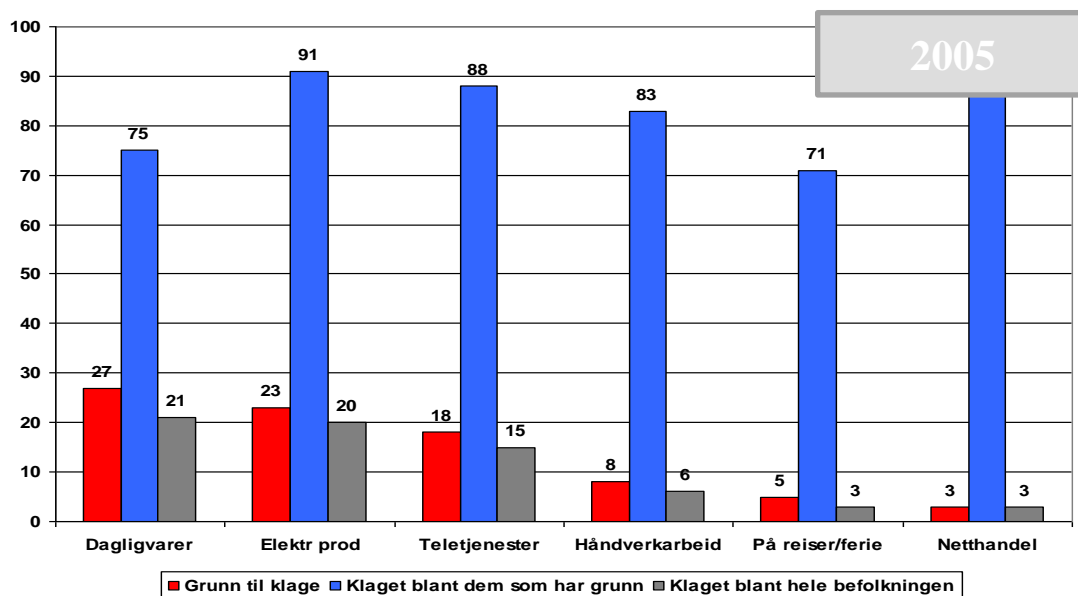
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



Figur 3-15 Hvo mye man handlet for? Blant dem som hadde handlet dagligvarer på en søndag 1996: N=130, 2016: N=440

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

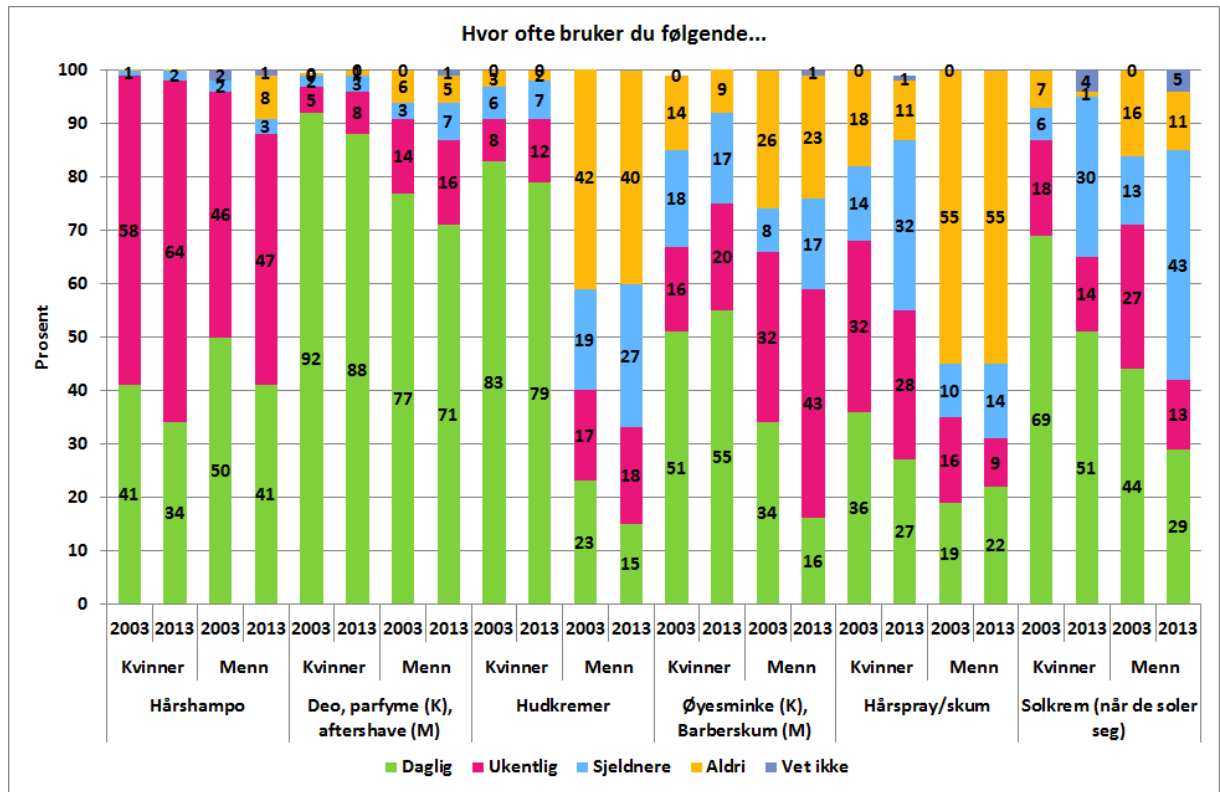
3.3 Klageatferd



Figur 3-16 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 håndverkarbeid, 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)

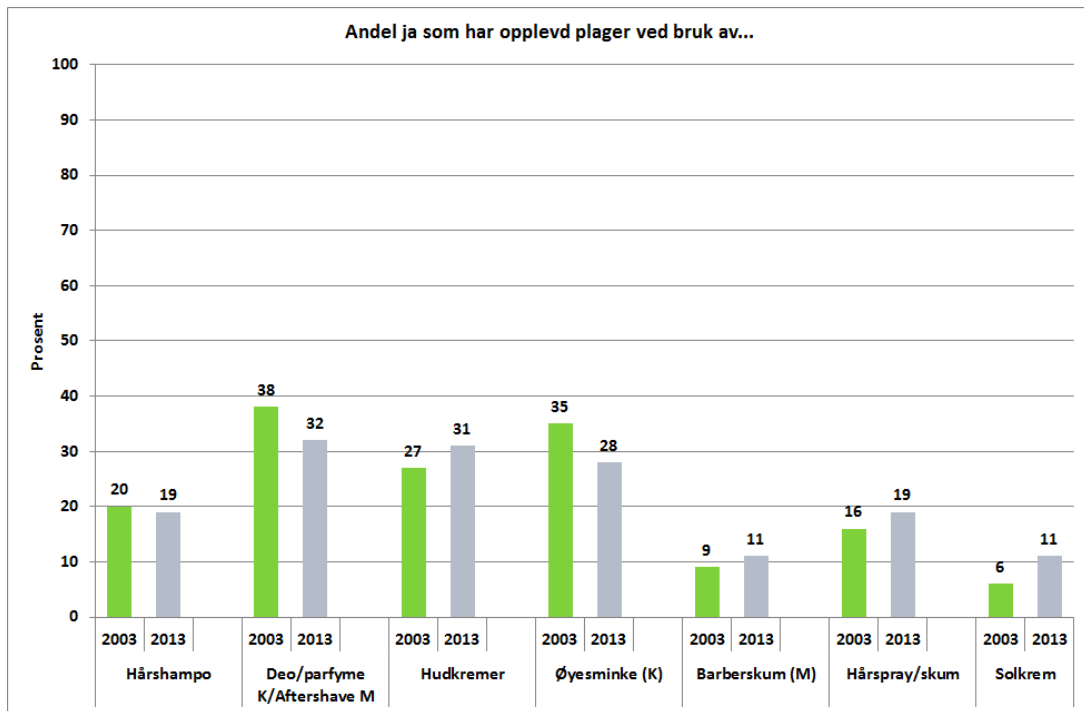
http://www.sifo.no/files/file71401_prosjektnotat_2005-01web.pdf

3.4 Kosmetikk



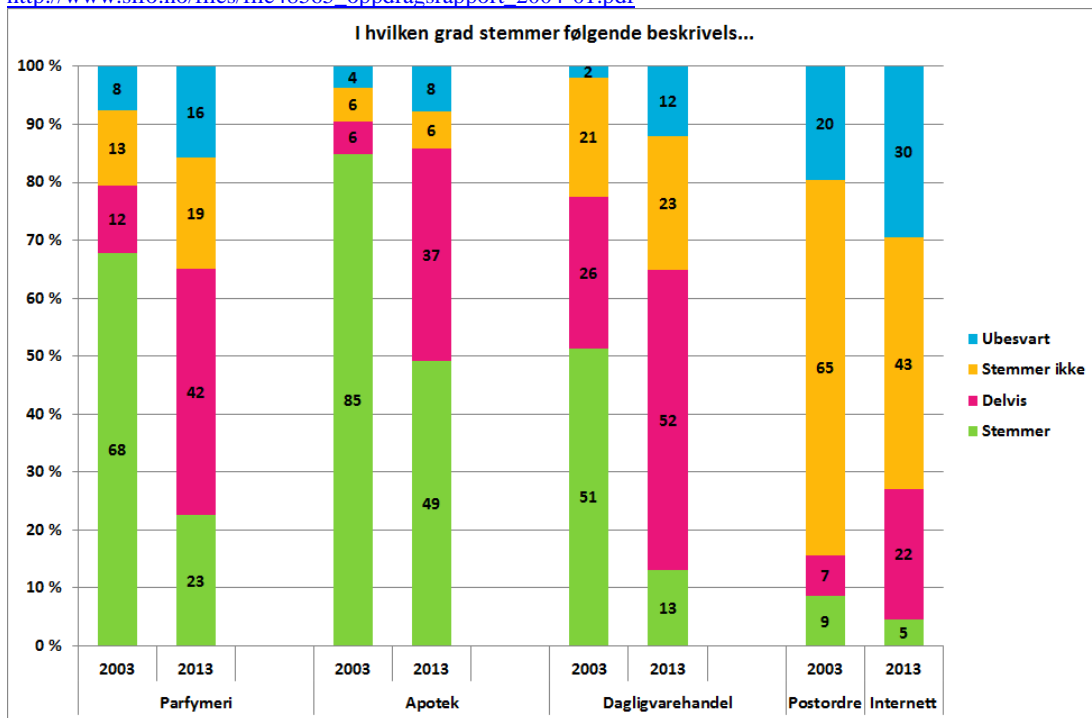
Figur 3-17 Hvor ofte bruker du ulike kosmetikk og toalettartikler? N 2003=1126, 2013=1060 (Sol krem: i 2003 var svarsalternativene 'ja', 'av og til', 'sjelden', 'nei', 'vet ikke') [2013: ikke publisert tidligere]

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



Figur 3-18 Har du opplevd å få ubehag, plager eller skade etter bruk av: Hårshampo, Deodorant/parfyme/aftershave, Hudkremer (ansikts eller kroppskremer), Øyesminke, Barberskum (eller gel/krem), Hårspray/skum eller gel, Solkrem (blant dem som bruker produktene daglig eller ukentlig)

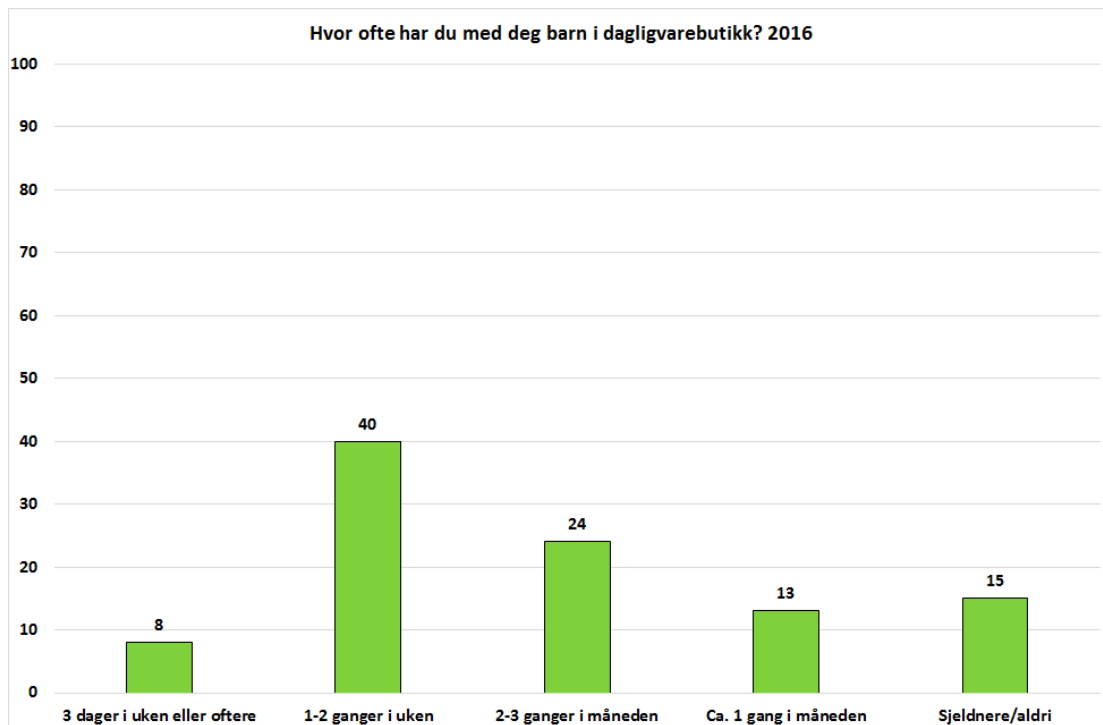
http://www.sifo.no/files/file48565_oppdagsrapport_2004-01.pdf



Figur 3-19 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)

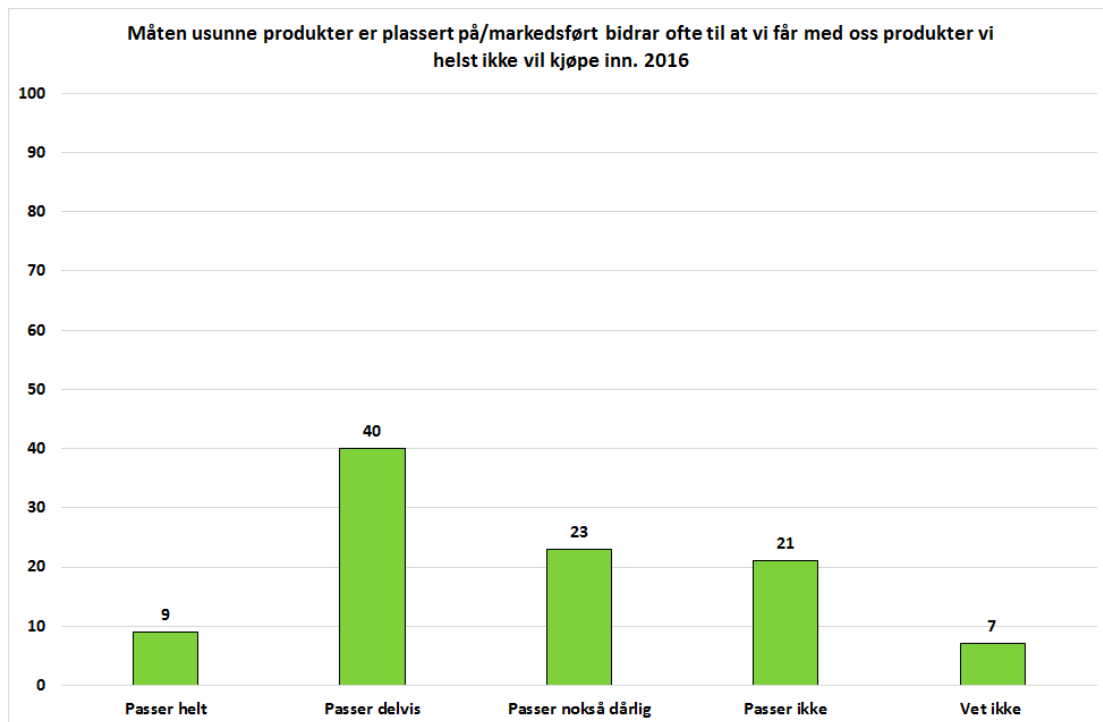
http://www.sifo.no/files/file48565_oppdagsrapport_2004-01.pdf

3.5 Med barn i butikk



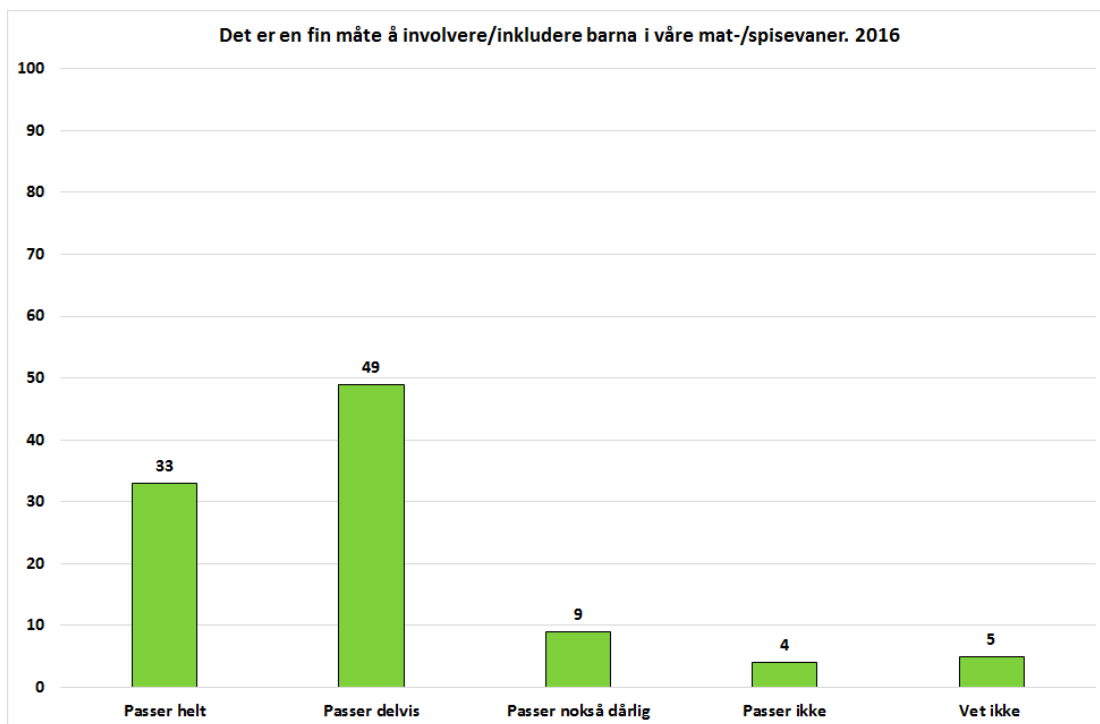
Figur 3-20 Hvor ofte har du med deg barn i dagligvarebutikk? (Blant dem med barn fra 0 til 15 år). N=250. 2016

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



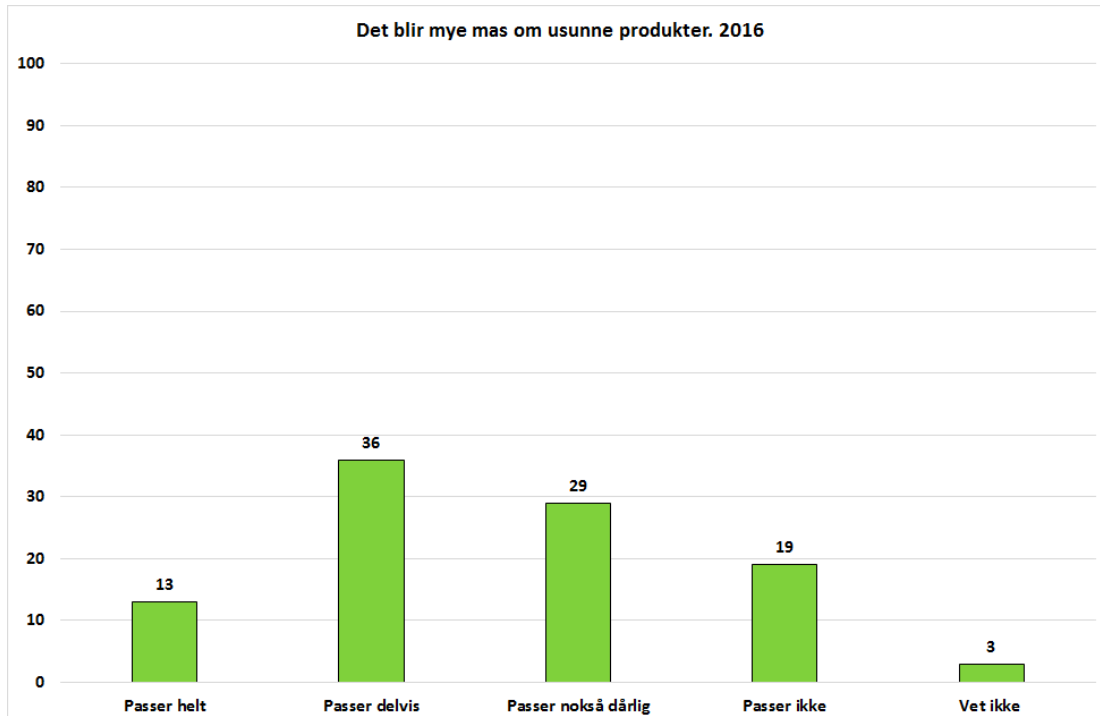
Figur 3-21 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016

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



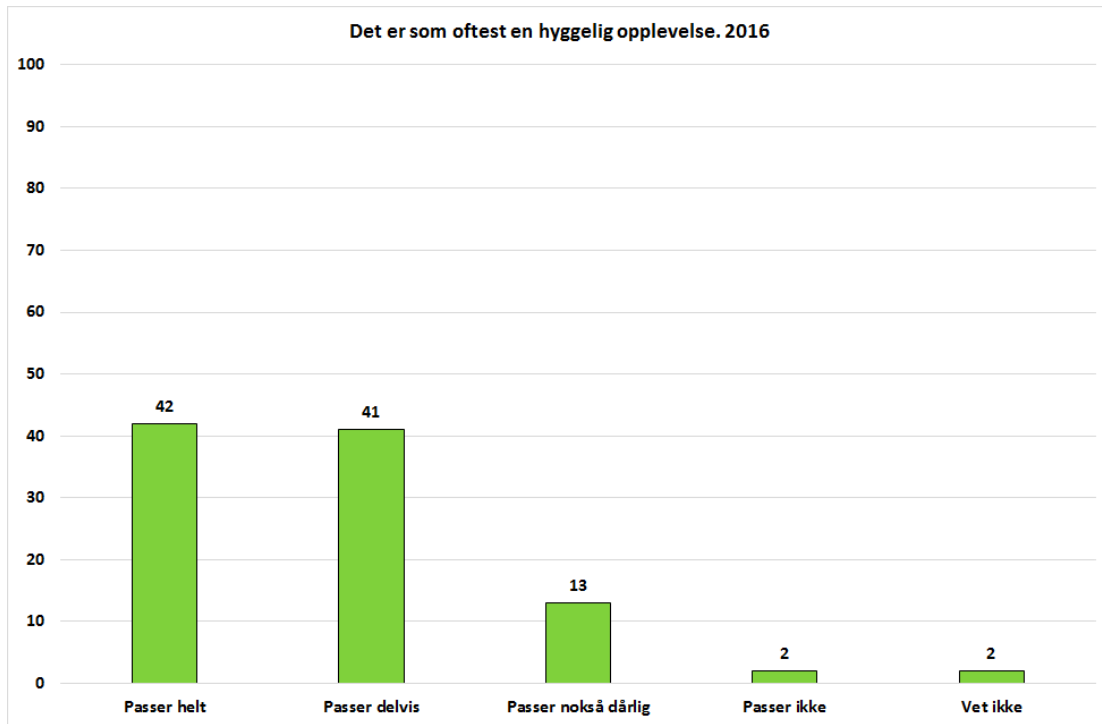
Figur 3-22 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016

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



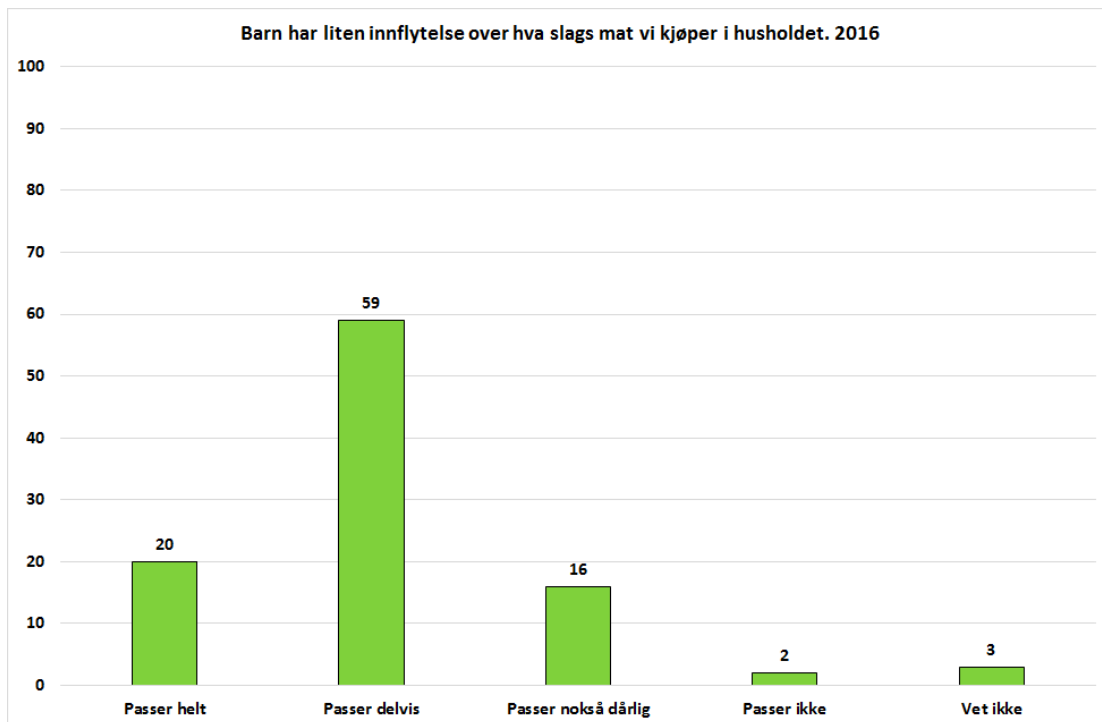
Figur 3-23 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250. 2016

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



Figur 3-24 Hvordan passer følgende utsagn med din opplevelse av/erfaring med å ha med barn i dagligvarebutikk? N=250, 2016

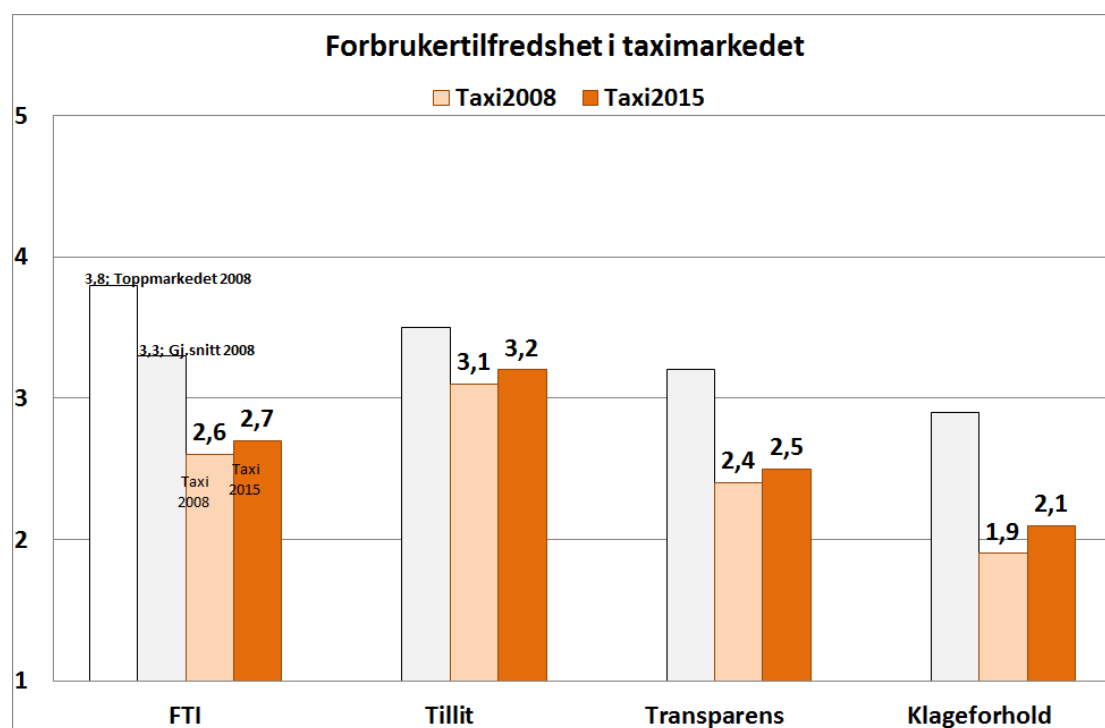
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



Figur 3-25 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

3.6 Drosjemarkedet - tilfredshet



Figur 3-26 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 N= 913).

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

3.7 Marked, varehandel og distribusjon – publikasjoner

- Annechen Bugge (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
- Randi Lavik (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: sikre lån og usikre lån, betalingsproblemer, gjeldfri som pensjonist, kjøp av virtuelle varer, pengespill*. Red: Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 11. Oslo: SIFO
http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf
- Randi Lavik 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
- Randi Lavik (2014): Holdninger til søndagsåpne butikker. *Forbrukstrender 2014. SIFO-survey*. Prosjektnotat nr. 8 2014 (red Randi Lavik og Elling Borgeraas). Oslo: SIFO [data fra: 1985, 1996, 1997, 2014]
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf
- Randi Lavik 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_handletferd_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. 2004. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file48565_oppdragsrapport_2004-01.pdf
- Randi Lavik (1999): *Søndagshandel og åpningstider – synspunkter og holdninger i endring?* Arbeidsnotat nr 7 – SIFO [data fra 1998]
http://www.sifo.no/files/file48334_apningstidsunders_juni_1998.pdf

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

Randi Lavik og Eivind Jacobsen (2015): *Søndag – fortsatt en annerledesdag?* Prosjektnotat nr. 2. SIFO

http://www.sifo.no/files/file80142_prosjektnotat_nr_2-2015_sondag_som_annerledesdag.pdf

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

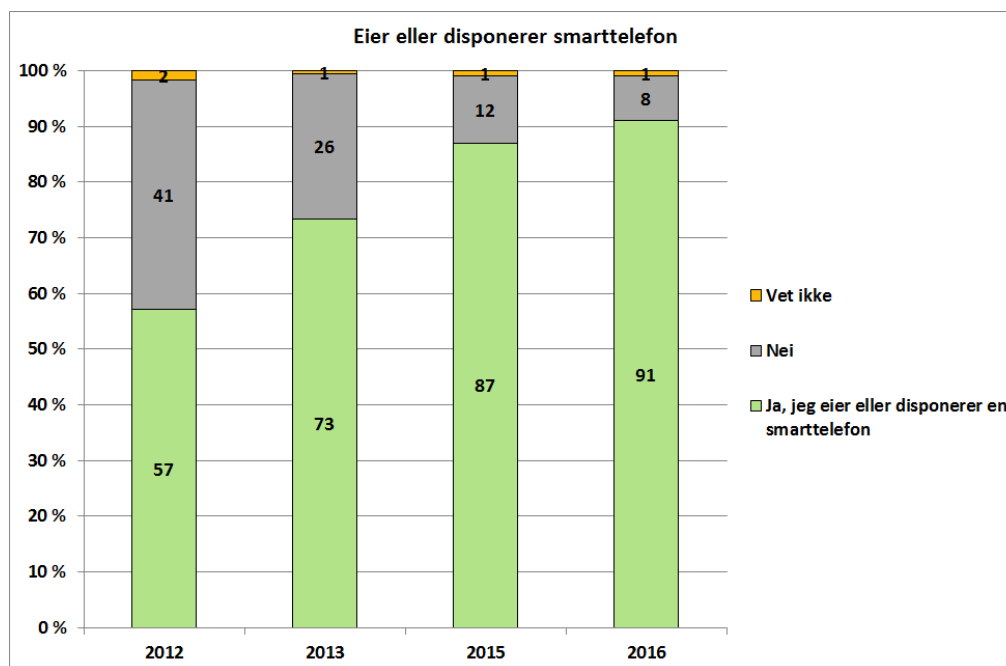
http://www.sifo.no/files/file80415_oppdagsrapport_nr_2-2015_handlevaner.pdf

4 Digital hverdag

Kapittelet om digital hverdag viser følgende

- ✓ Smarttelefon
- ✓ Mobil betaling
- ✓ Holdninger til bruk av smarttelefon
- ✓ Digitale spill
- ✓ Pengespill
- ✓ Betalingsapper
- ✓ Matapper

4.1 Smarttelefon



Figur 4-1 Eier/disponerer smarttelefon. 2013 (Ref. Slette-meås 2014, figur 2-1). 2013, 2015, 2016; Blant dem med mobiltelefon¹²

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

¹² 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.

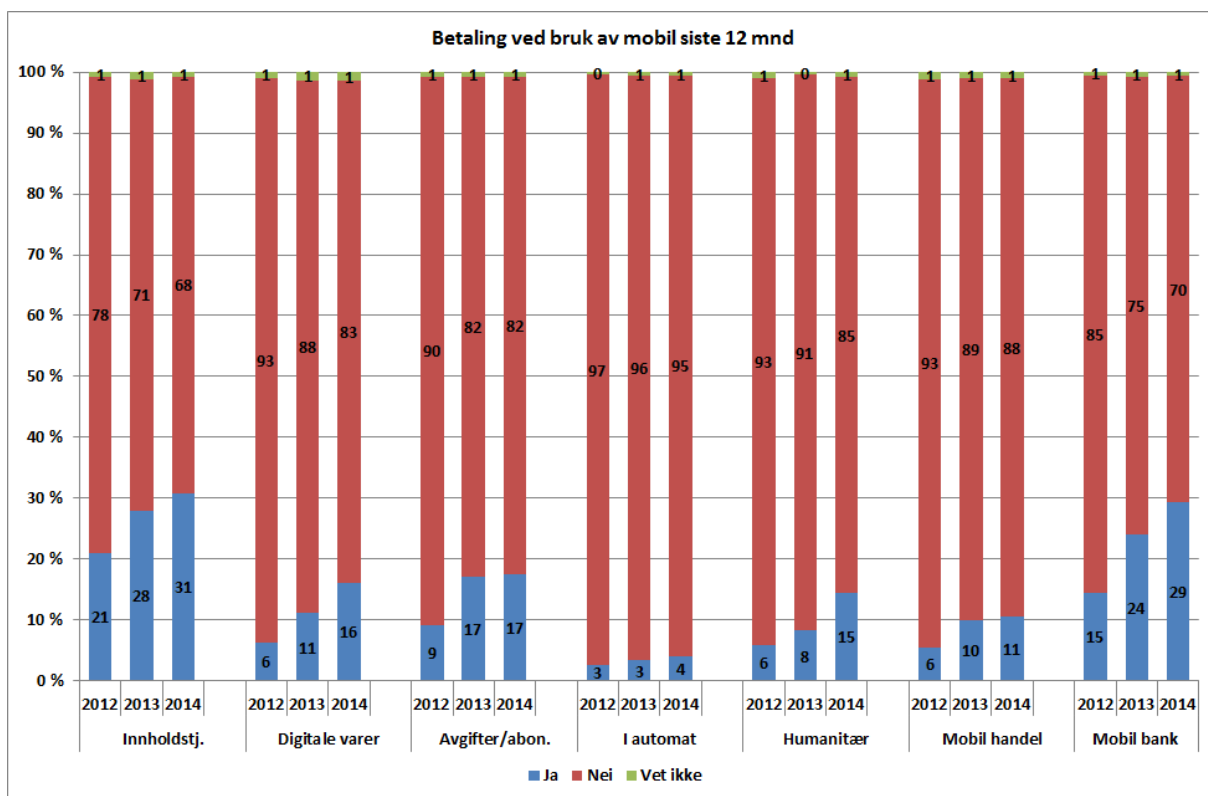
I 2014 ble det ikke stilt et eget spørsmål om smarttelefon

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

Mobil betaling

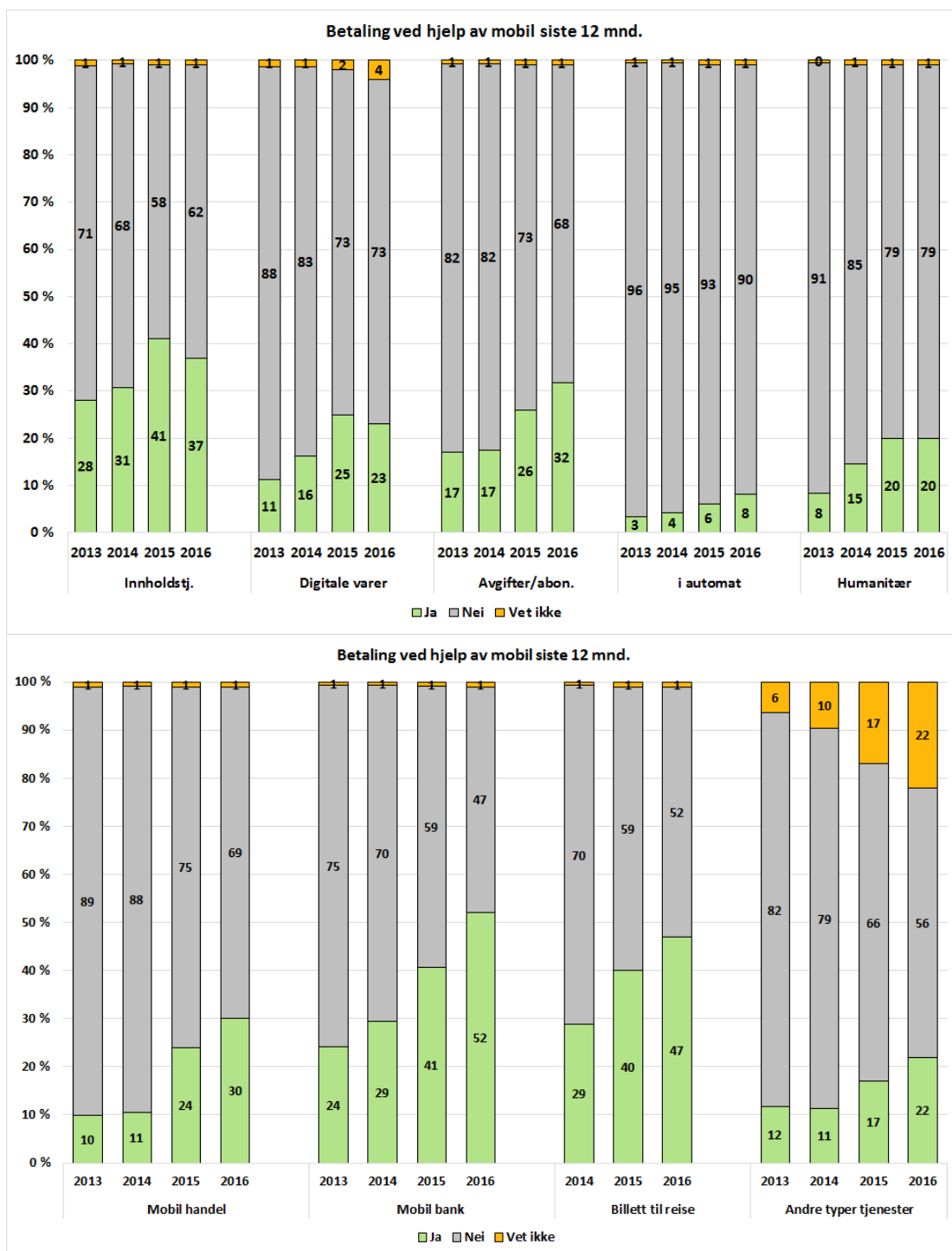
Innholdstj. =	Betaling for digitale innholdstjenester/ app'er (spill, logoer, musikk, annet)
Digitale varer =	Betaling for digitale varer/tjenester INNE i applikasjonen. (slik som tilbehør i spill-app'er, låter i musikk-app'er, betal-versjoner av gratis app'er, etc.)
Avgifter/abon. =	Betaling av avgifter/abonnementer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

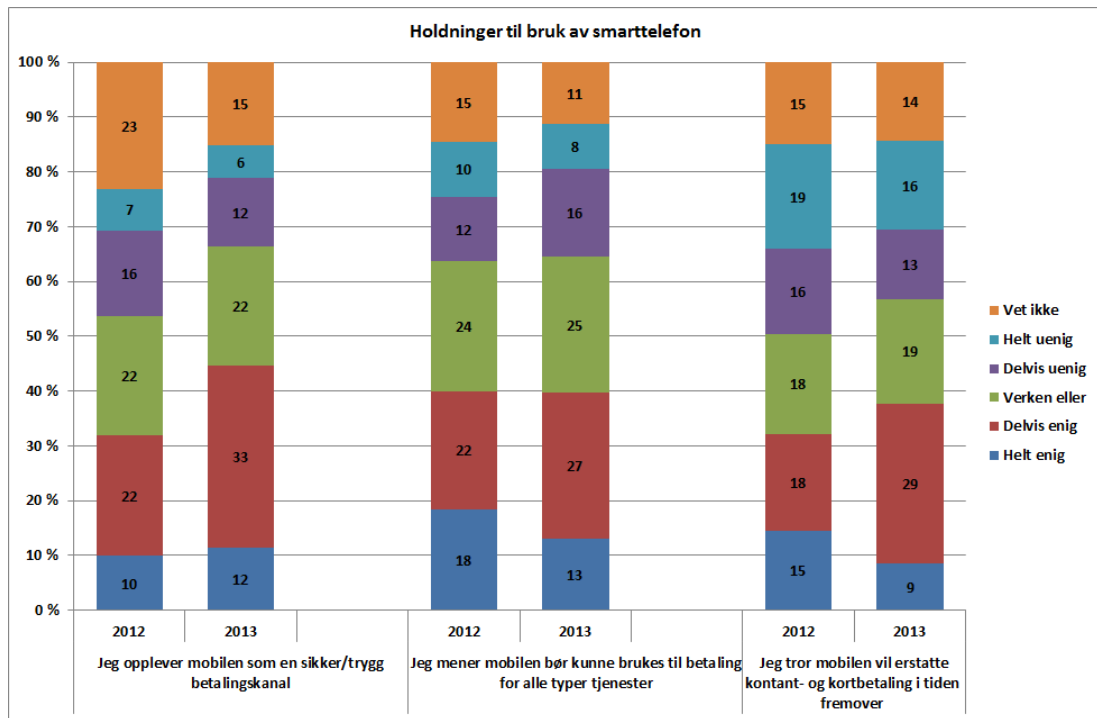
(Alle med mobiltelefon fikk disse spørsmålene i 2013 og 2014, også de som ikke hadde smarttelefon. I 2012 fikk kun de som hadde smarttelefon disse spørsmålene. For å kunne sammenligne har vi beregnet 2012 av totale antall i undersøkelsen og antar da at alle har mobiltelefon. Andelen for 2012 vil derfor 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

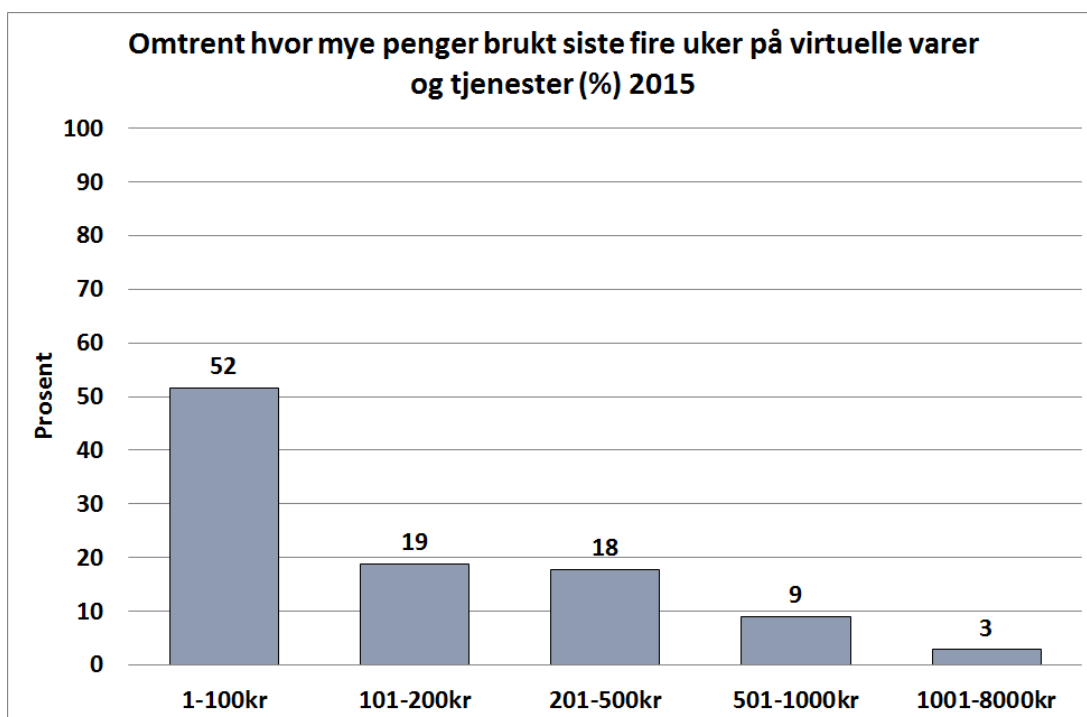
4.2 Holdning til bruk av smarttelefon



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

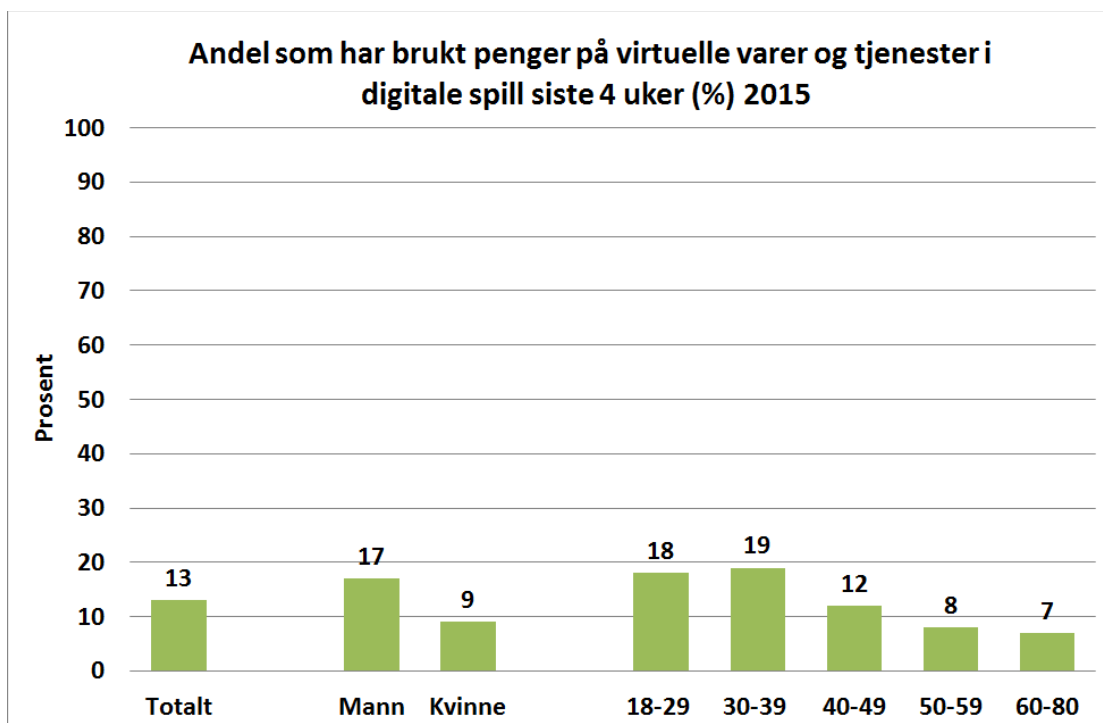
http://www.sifo.no/files/file79632_prosjektnotat_2-2014_web.pdf

4.3 Digitale spill



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

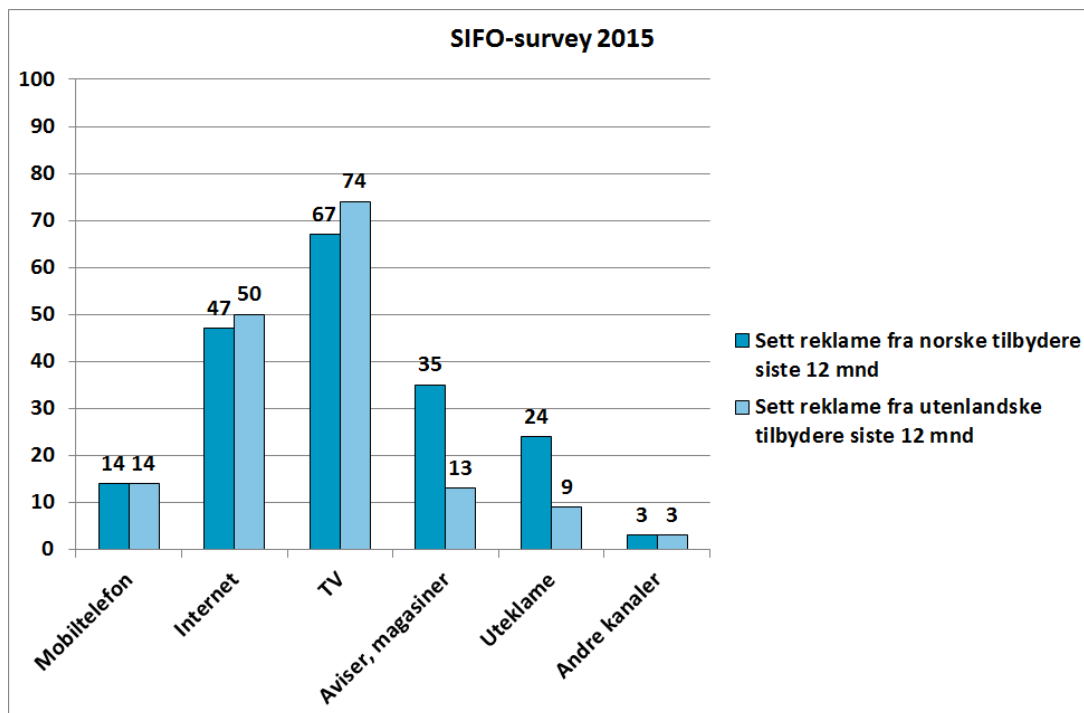
http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf



Figur 4-6 Andel som har brukt penger på virtuelle varer og tjenester i digitale spill siste fire uker. Kjønn og alder. Prosent (N 1004). Sig. $p < 0.05$, Kji-kvadrat-test

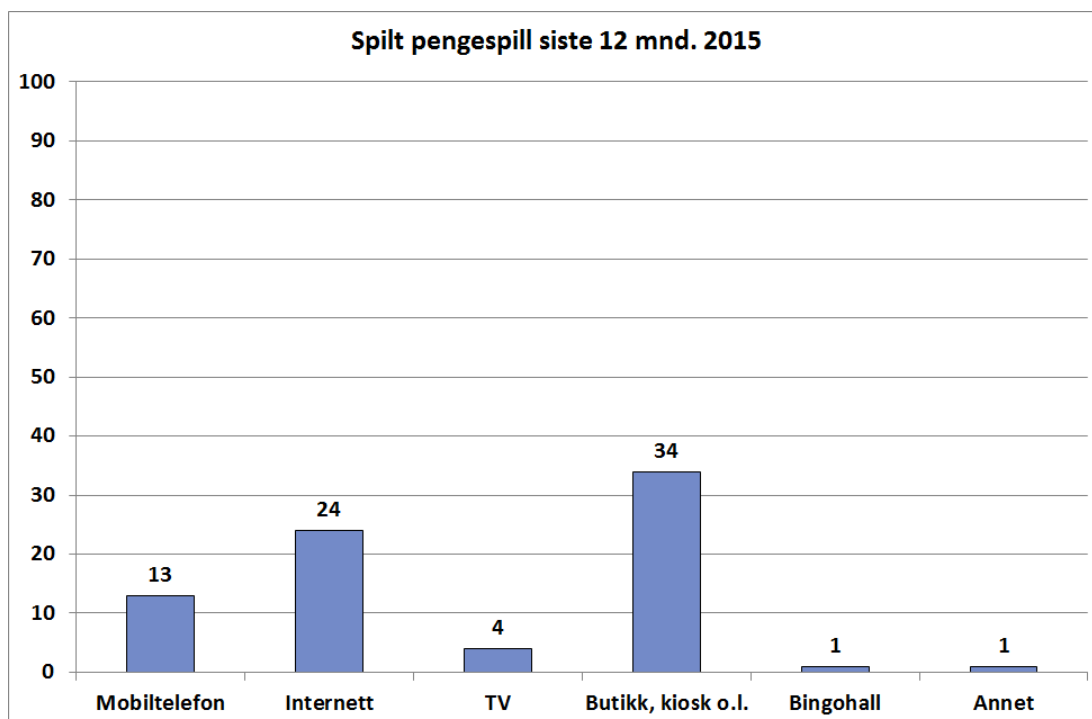
http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf

4.4 Pengespill



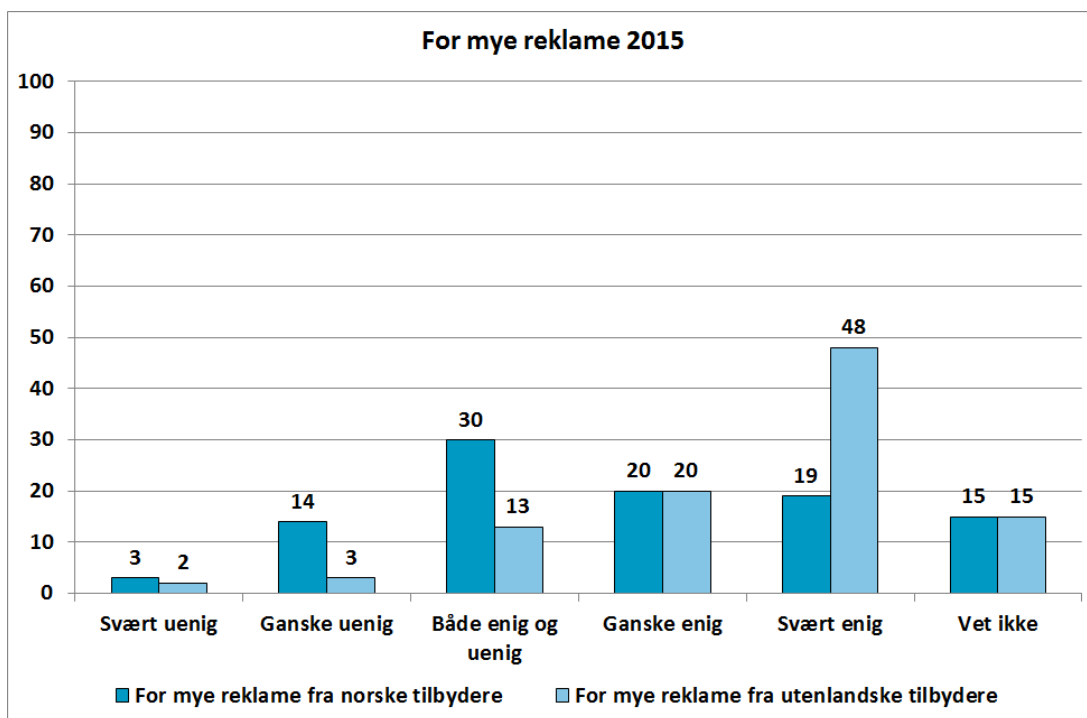
Figur 4-7 Har sett reklame for pengespill fra norske og utenlandske tilbydere i løpet av siste 12 mnd på noen av følgende kanaler. Prosentvis andel. N=1004 (vet ikke inkl. i de som ikke har sett reklame). (Borch 2015 figur 6-1)

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



Figur 4-8 Har spilt pengespill på ulike kanaler i løpet av siste 12 mnd. Prosentvis andel. N=1004. (Borch 2015, figur 6-2)

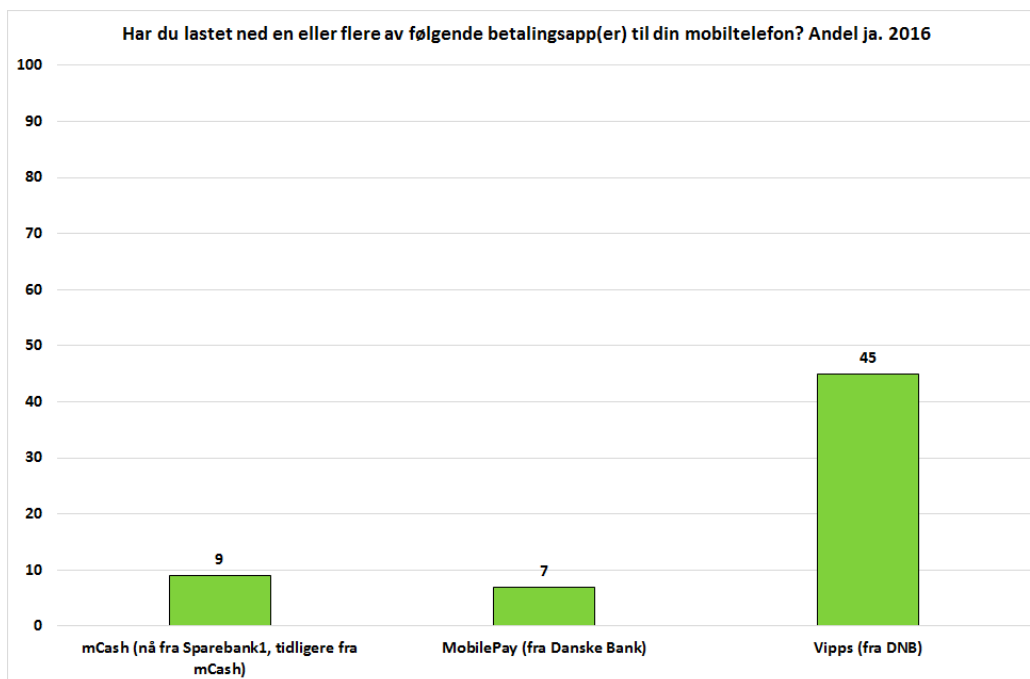
http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf



Figur 4-9 Svært uenig, ganske uenig, både enig og uenig, ganske enig og svært enig i at det er for mye reklame for pengespill fra norske og utenlandske tilbydere generelt. Prosentvis andel. N=1004. (Borch 2015, figur 6-3)

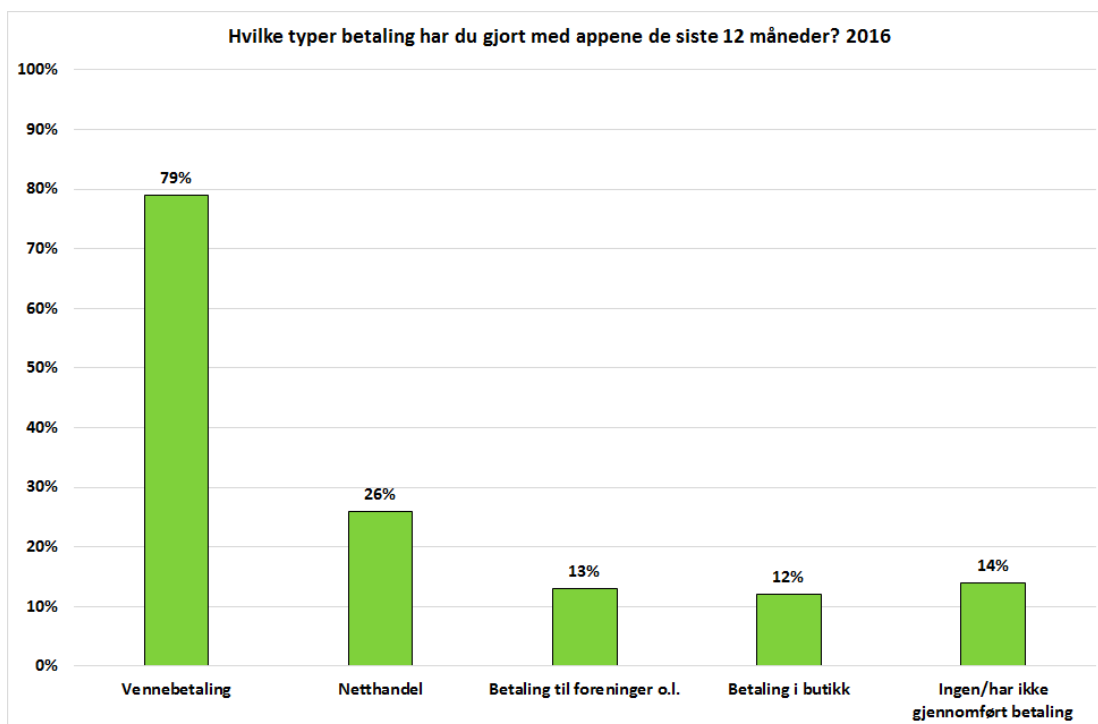
http://sifo.no/files/file80276_sifo_forbrukstrender_economy_2015.pdf

4.5 Betalingsapper



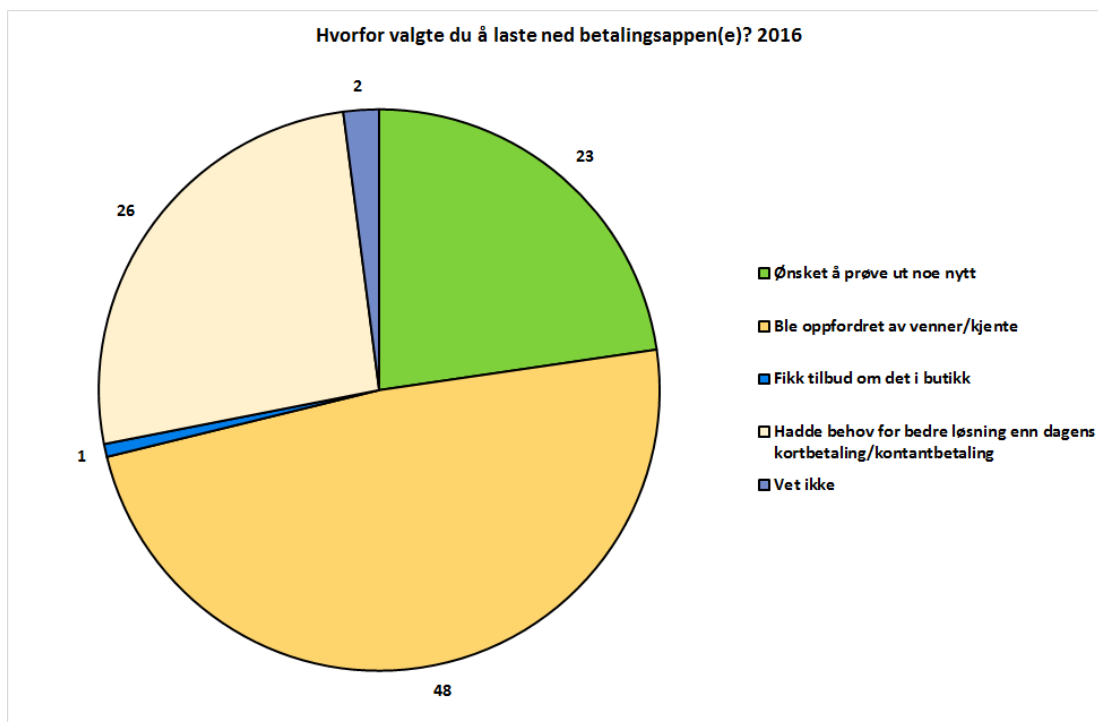
Figur 4-10 Andel som har lastet ned én eller flere av følgende betalingsapp(er) til sin mobiltelefon. Prosent, blant dem med smarttelefon (N=977). Vet ikke=0

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



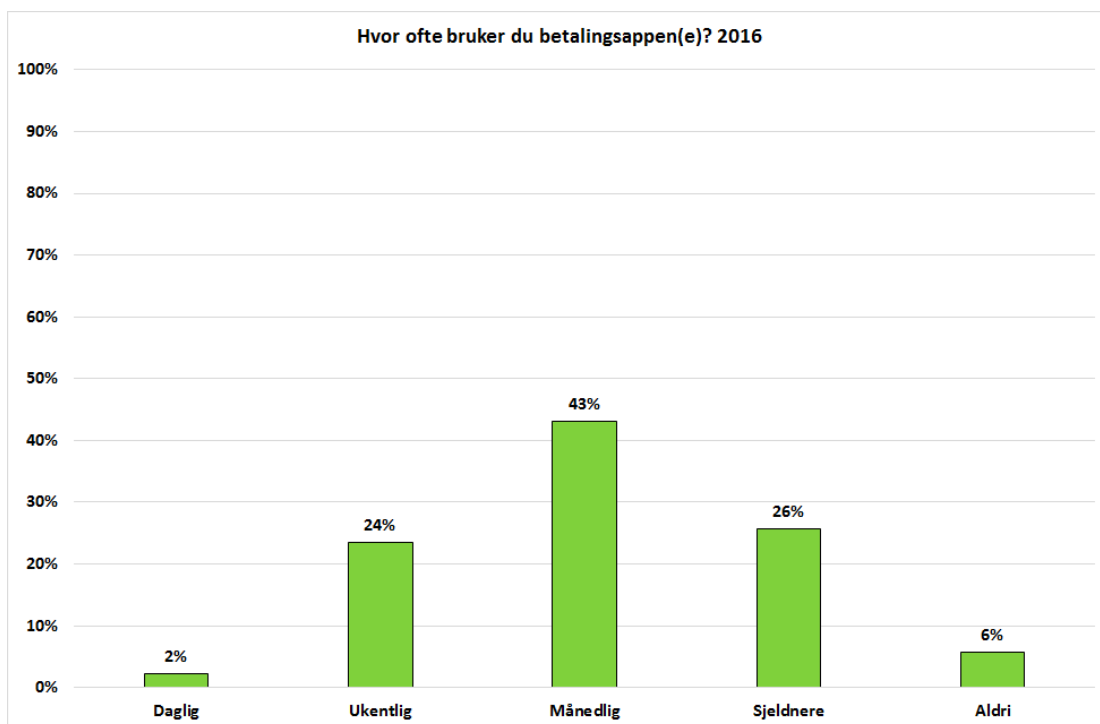
Figur 4-11 Hvilke typer betaling med app. Prosent. Blant dem som har lastet ned en eller flere apper. N=466

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



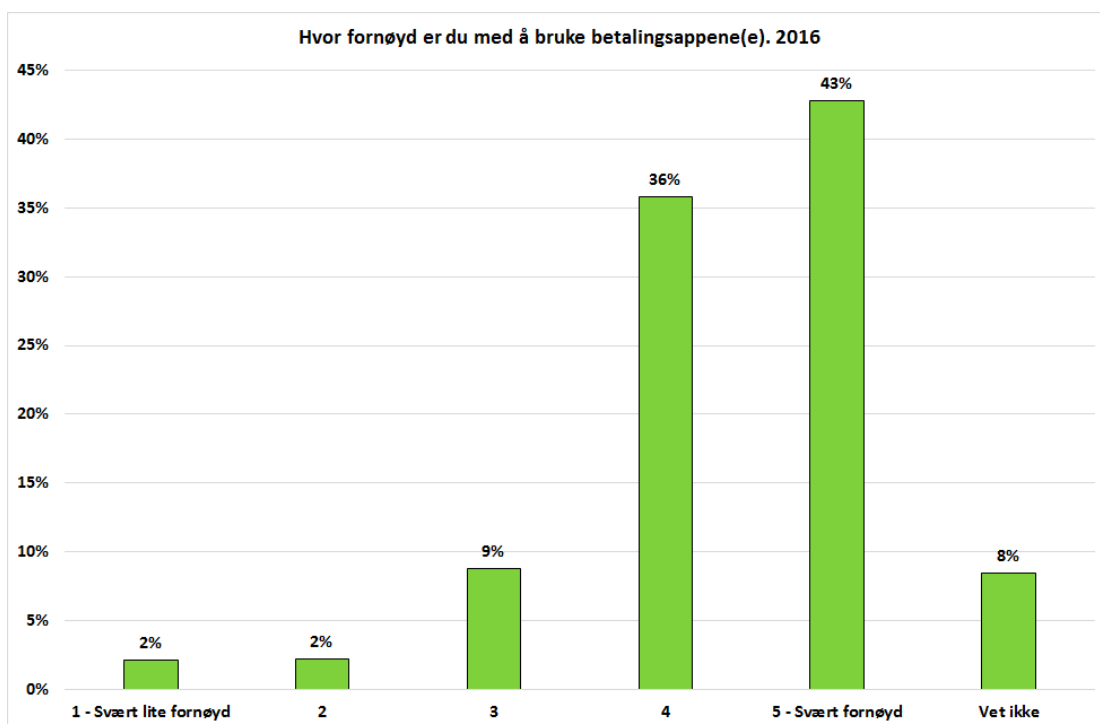
Figur 4-12 Andel som har svart hvorfor de har lastet ned betalingsapper. Prosent. Blant dem som har lastet ned en eller flere betalingsapper. N=466

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



Figur 4-13 Hvor ofte brukes betalingsappene)? Prosent. Blant dem som har lastet ned en eller flere betalingsapper. N=466

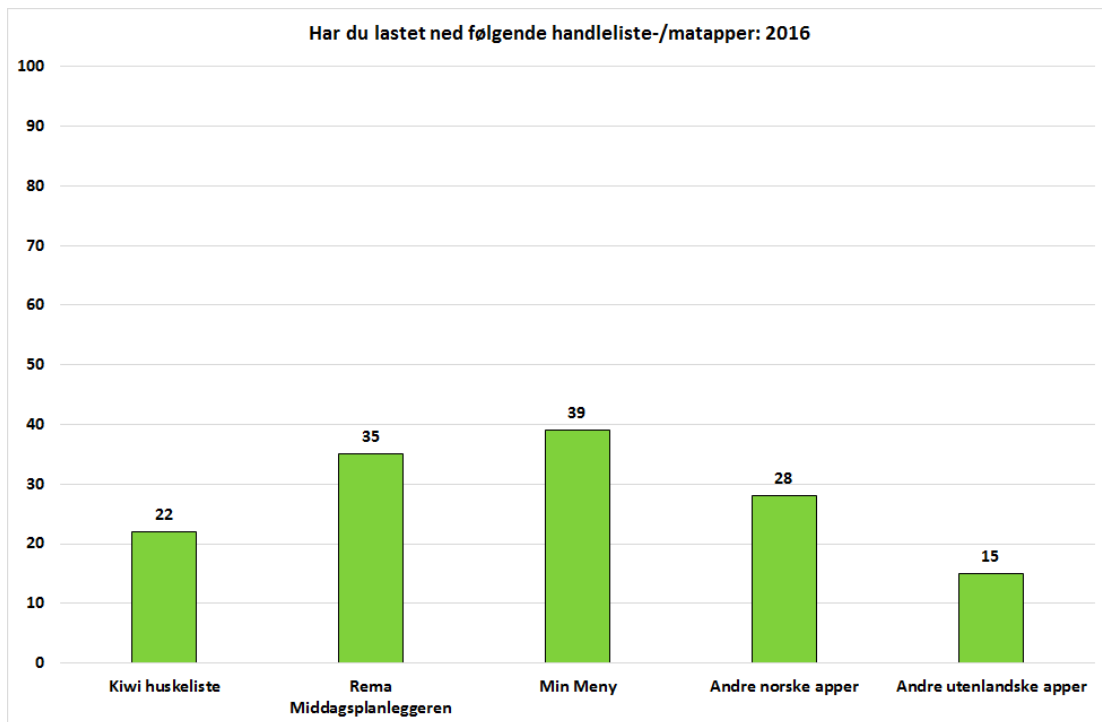
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



Figur 4-14 Hvor fornøyd er du med å bruke betalingsappene)? Prosent. Blant dem som har lastet ned en eller flere betalingsapper, N=466

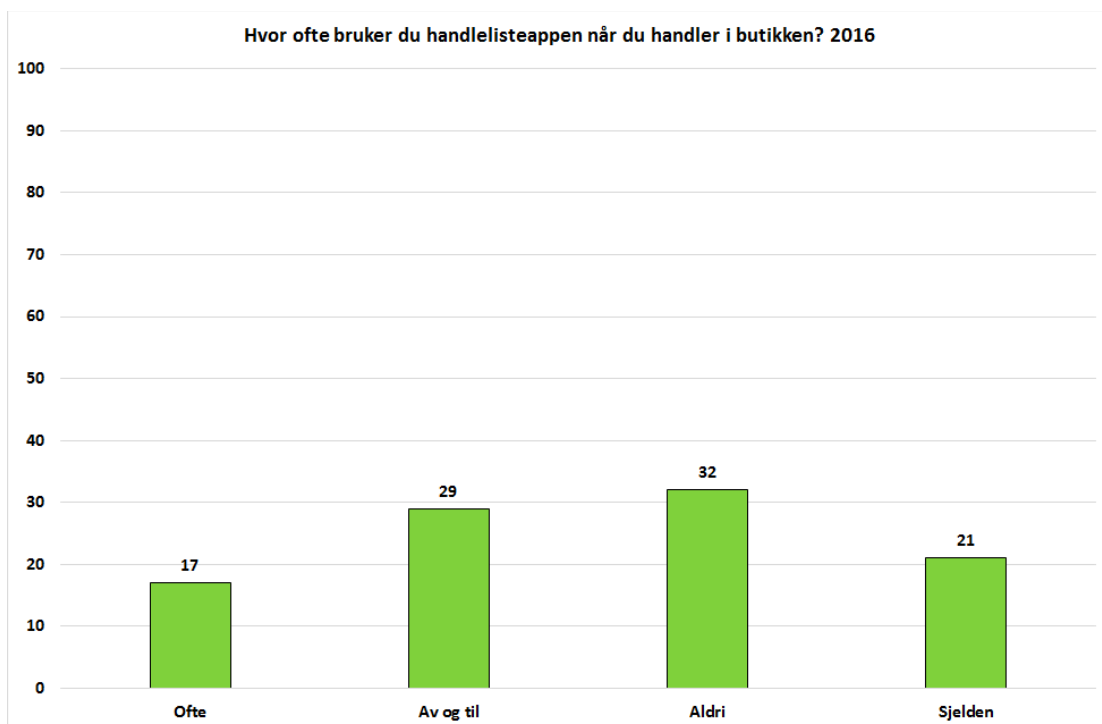
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

4.6 Matapper



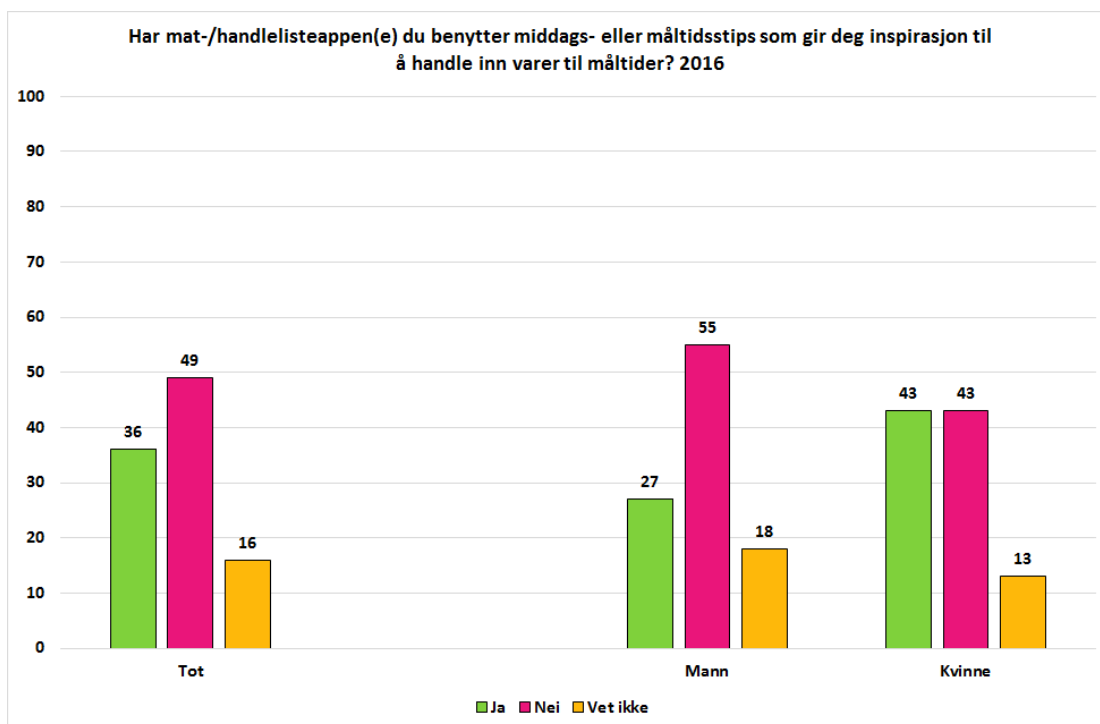
Figur 4-15 Prosentandel som har lastet ned ulike handlelister-matapper. N=199

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



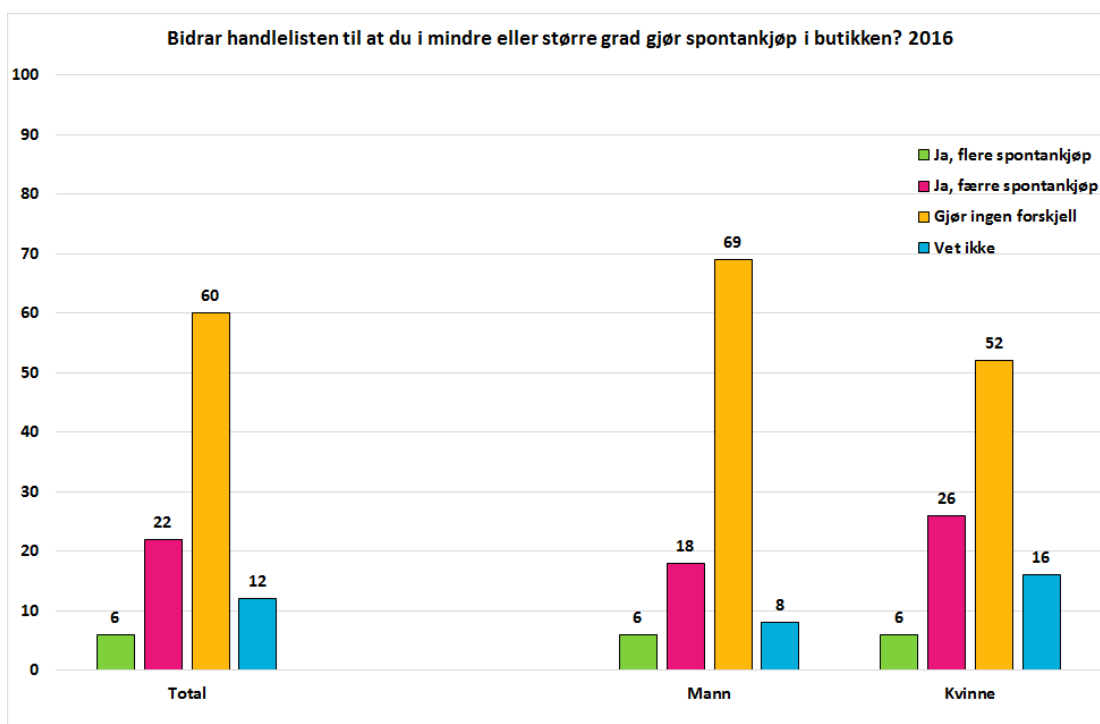
Figur 4-16 Hvor ofte bruker du handlelisteappen når du handler i butikk? 2016. Prosent. N=199

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



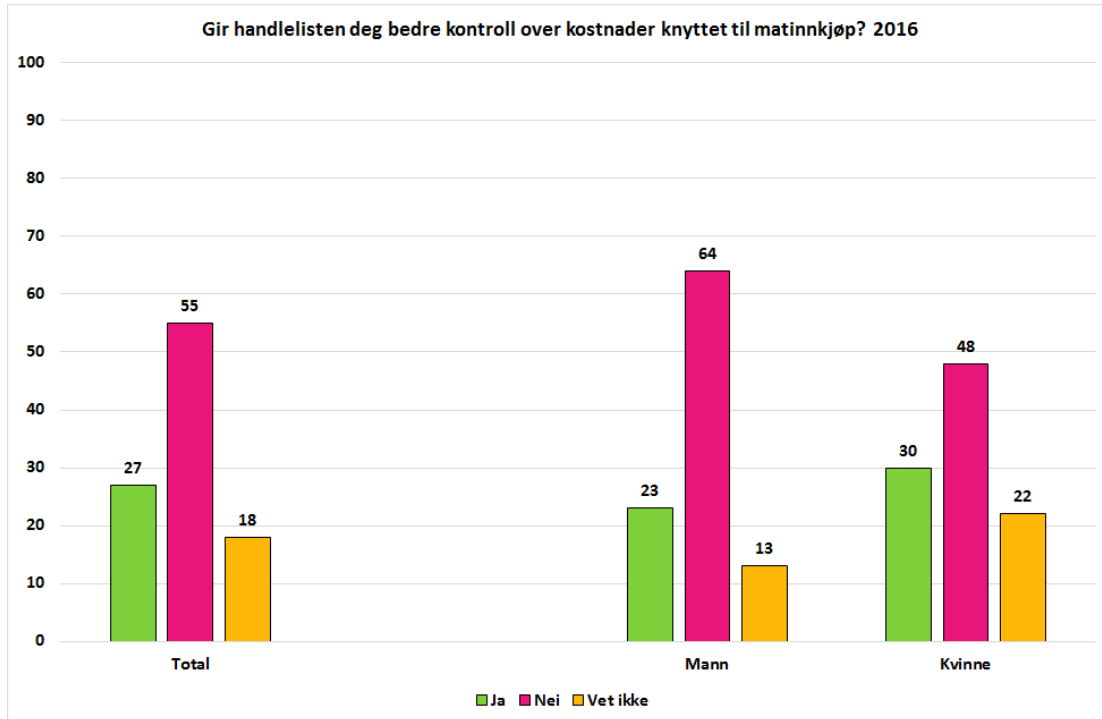
Figur 4-17 Har mat-og handlelistene du benytter gitt deg inspirasjon til å handle inn varer til måltider? Blant mobilbrukere som har lastet ned en eller flere slike apper. Prosent. 2016. Total=199, Menn=92, Kvinner=107.

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



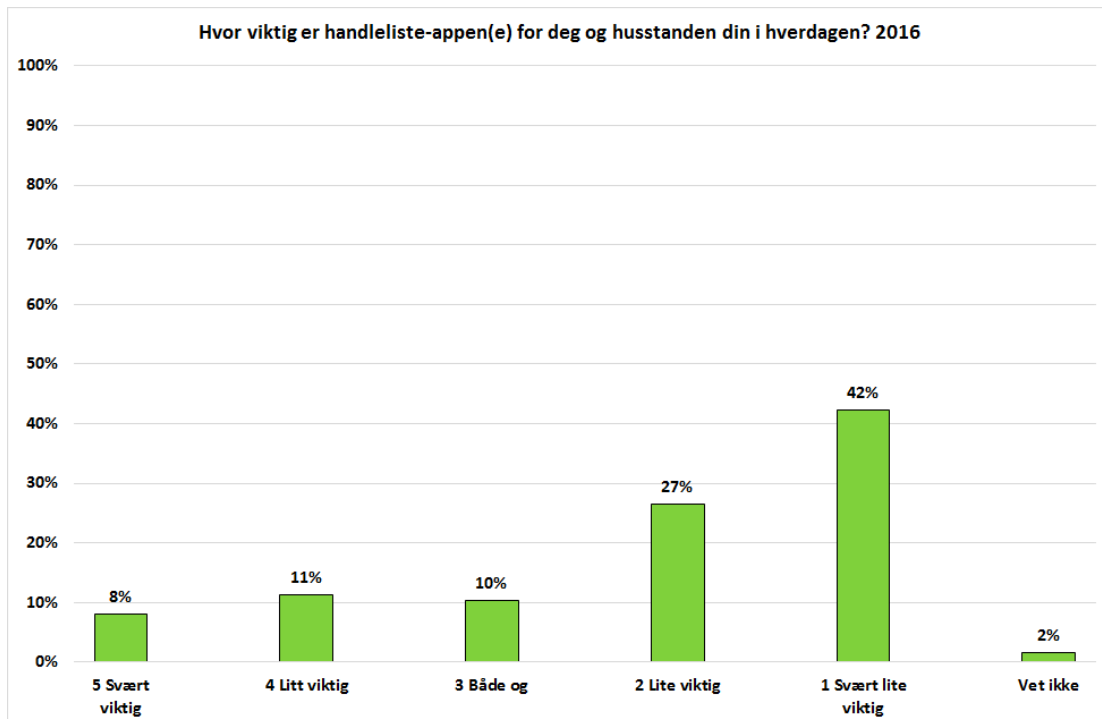
Figur 4-18 Bidrar handlelisteappen til at du i mindre eller større grad gjør spontankjøp i butikken? Blant mobilbrukere som har lastet ned en eller flere slike apper. Prosent. 2016. Total=199, Menn=92, Kvinner=107.

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



Figur 4-19 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 4-20 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>

4.7 Digital hverdag – publikasjoner

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>

Ingrid Kjørstad, 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

Ardis Storm-Mathisen, Alexander Schjøll og Dag Slette-meås (2014). Mobil betaling. I *Forbrukstrender 2014. SIFO-survey*. Red. av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 8. Oslo: SIFO [2013 og 2014]
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf

Dag Slette-meås (2015): Mobil betaling. I *Forbrukstrender 2015. SIFO-survey: Lokale klær og mat, uformelt matmarked, miljøholdninger, økologisk mat, kjøp av tjenester til hjemmet, designvesker til barn, mobil/digital betaling, taximarkedet*. Red. Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 5. Oslo: SIFO [2013 – 2015]
http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr_5-2015_-_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf

Dag Slette-meås (2014): *Bruk av smarttelefon og nettbrett i den norske befolkningen. SIFO-survey hurtigstatistikk 2013*. Prosjektnotat nr. 14 2014. Oslo: SIFO [2012 og 2013]
http://www.sifo.no/files/file79632_prosjektnotat_2-2014_web.pdf

*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):

Slette-meås, Dag & Marianne Tronrud (2011). Digital mestring og erfaringer med tjenestebundling 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

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

Slette-meås, 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

Slette-meås, 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:

Slette-meås, Dag & Marianne Tronrud (2011). Digital mestring og erfaringer med tjenestebundling 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

Slette-meås, 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:

Dag Slette-meås (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

Slette-meås, 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:

Slette-meås, 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

Dag Slette-meås (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

Slette-meås, 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

Slette-meås, 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:

Slette-meås, 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

Slette-meås, 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:

Slette-meås, Dag (2009). Forbrukeres digitale mestring. SIFO-survey hurtigstatistikk 2009.

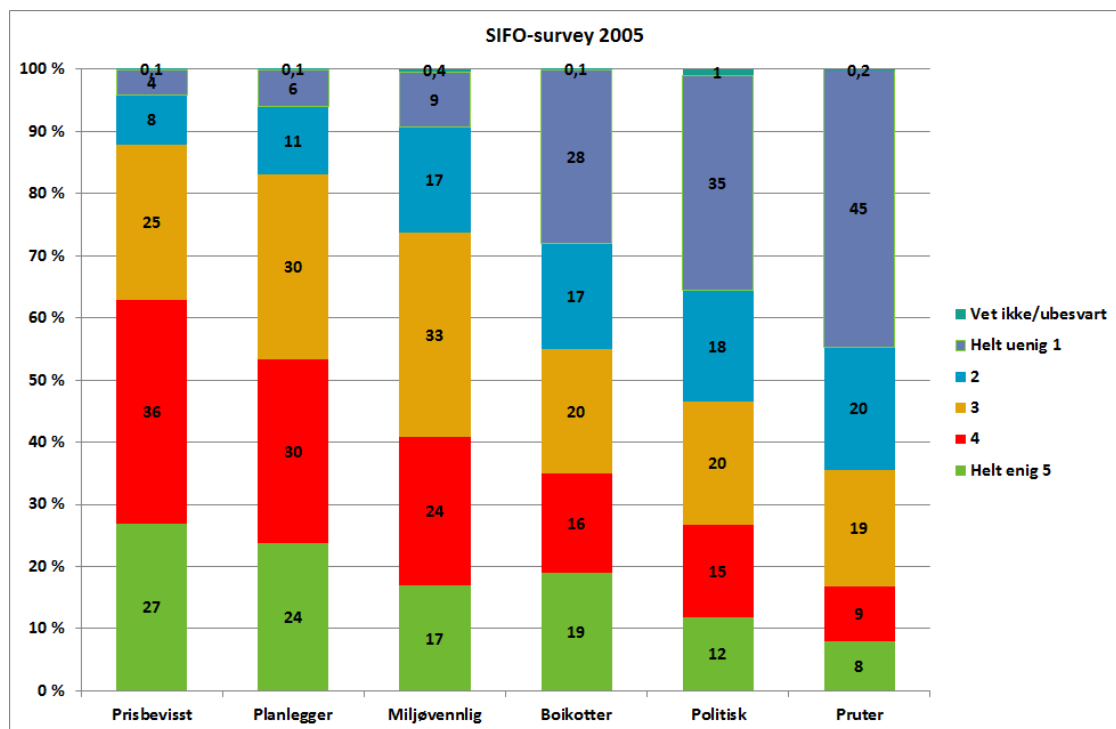
Prosjektnotat nr. 10, 2009. Ref: http://www.sifo.no/files/file76611_prosjektnotat10-2009rev-web.pdf

5 Forbrukernes politiske holdninger

Dette kapittelet viser følgende

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

5.1 Hvordan forbrukerne mener de selv opptrer i markedet

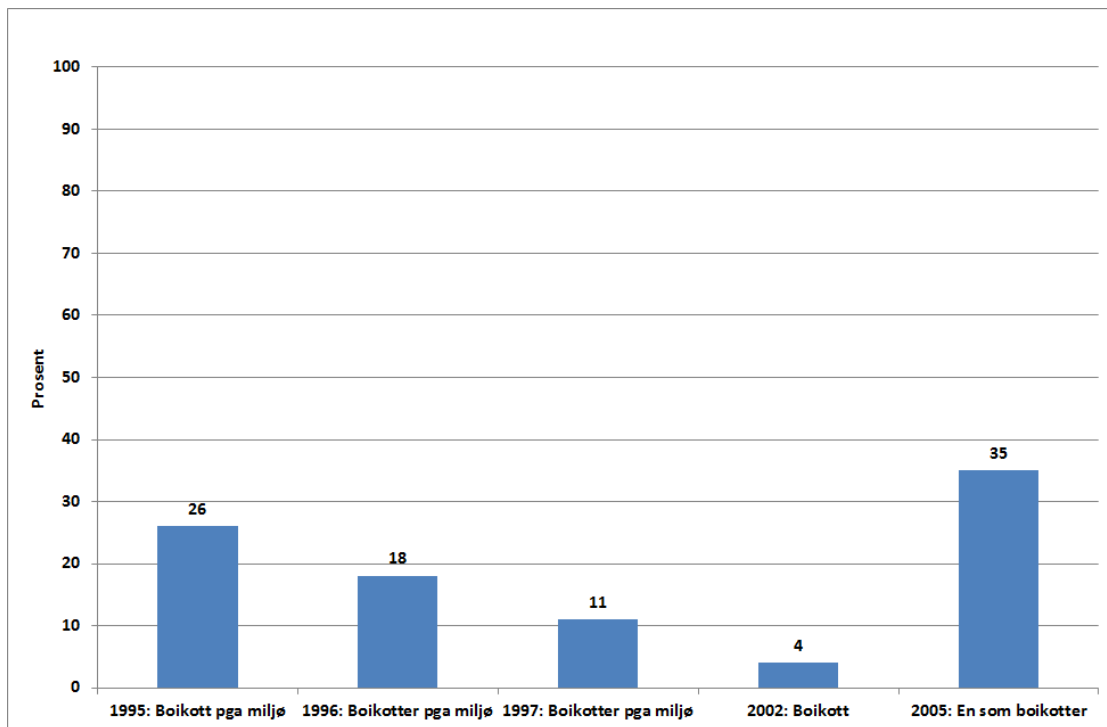


Figur 5-1 Grad av enighet i utsagn som karakteriserer dem som forbruker (N=1000) 2005 (ref. Brusdal, Berg og Lavik 2005, figur 1)

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)

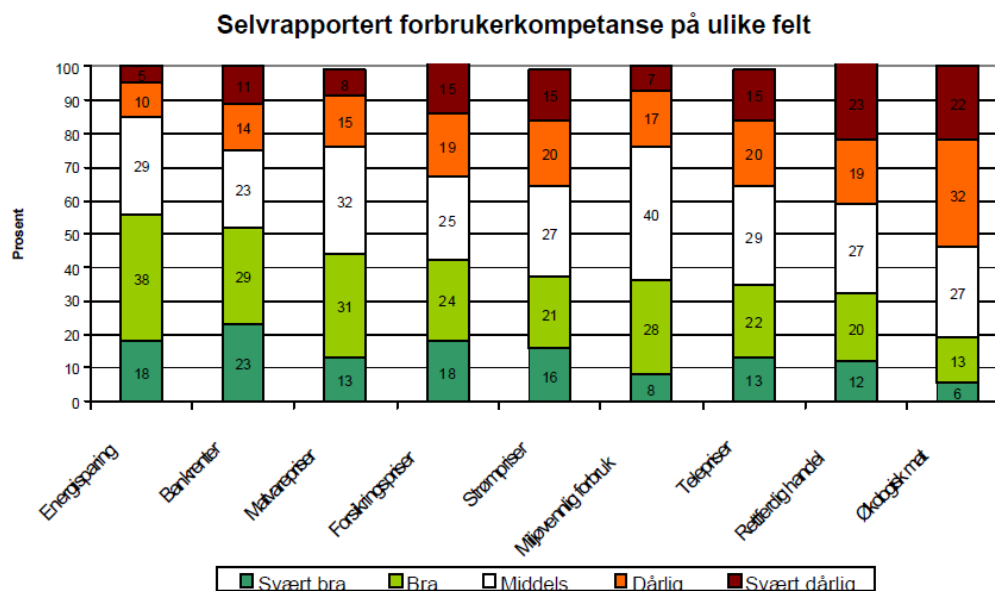
http://www.sifo.no/files/file71401_prosjektnotat_2005-01web.pdf

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

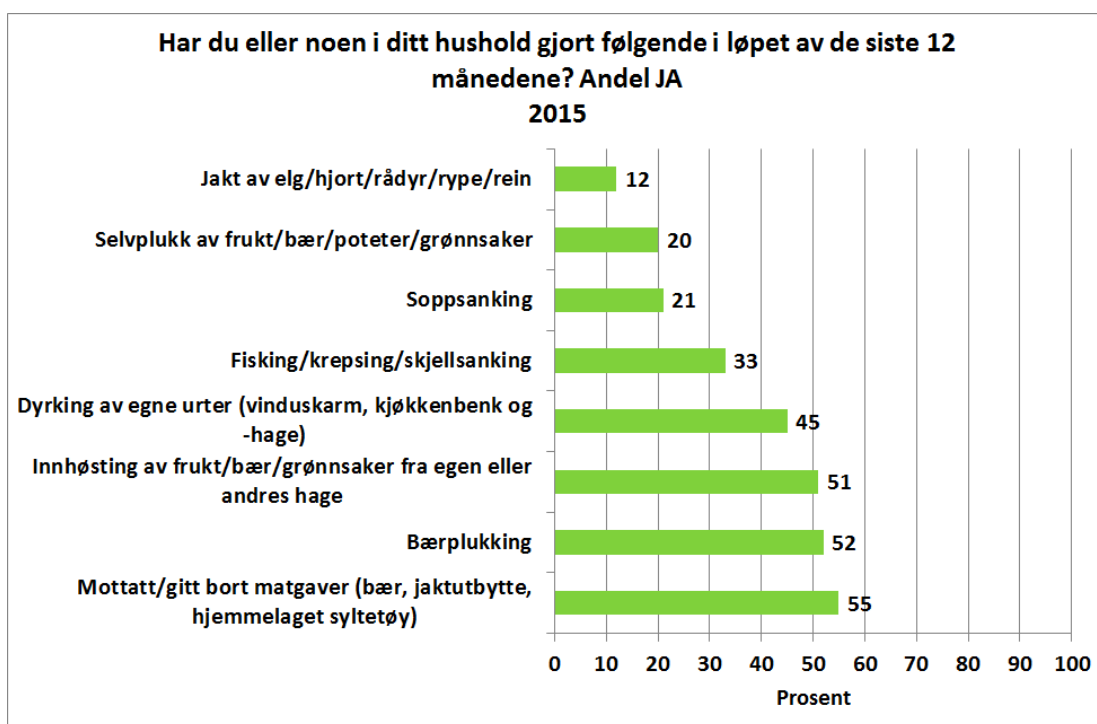
Ragnhild Brusdal, Lisbet Berg og Randi Lavik (2005): *Forbrukerne viser markedsrett.* Prosjektnotat nr. 1 2005. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file71401_prosjektnotat_2005-01web.pdf

6 Mat

Dette kapittelet viser

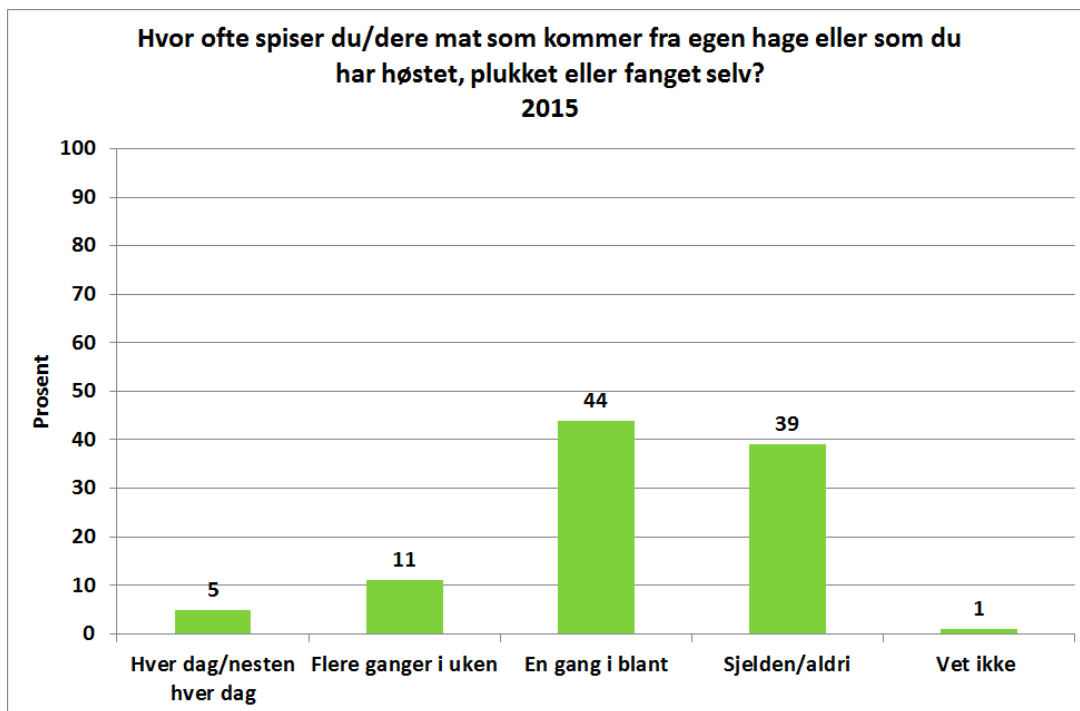
- ✓ Uformelt matmarked
- ✓ Norsk mat
- ✓ Kropp. Mat og helse
- ✓ Matmerking

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)

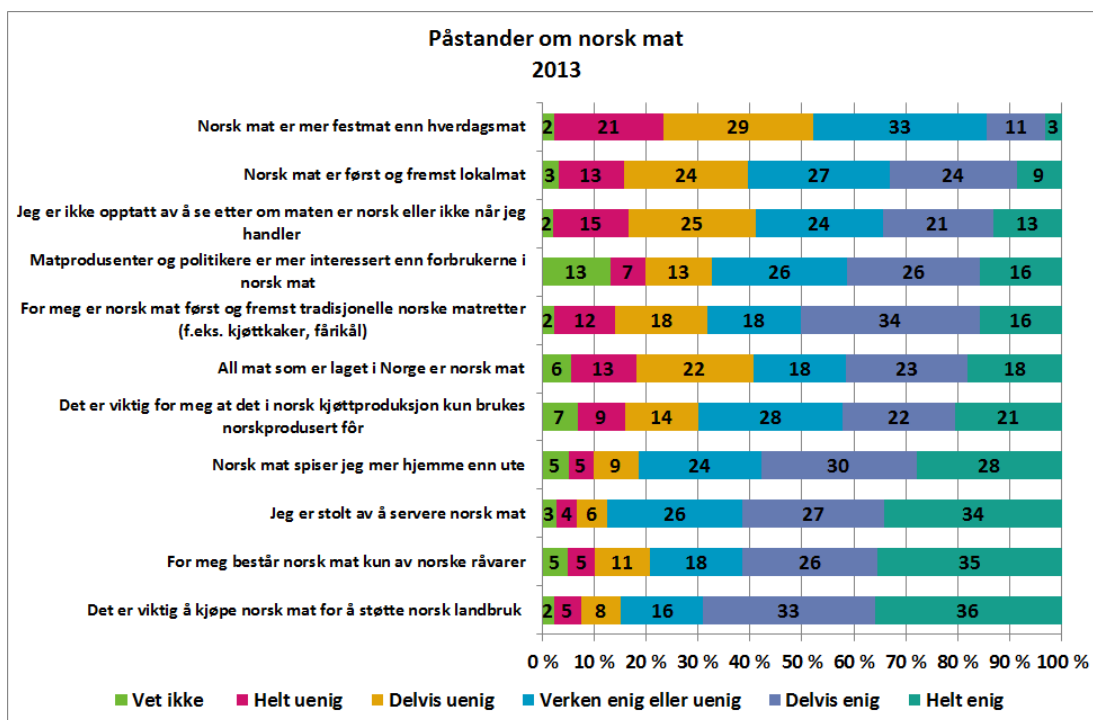
http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrappport_3_2015_maaltider_moral.pdf



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

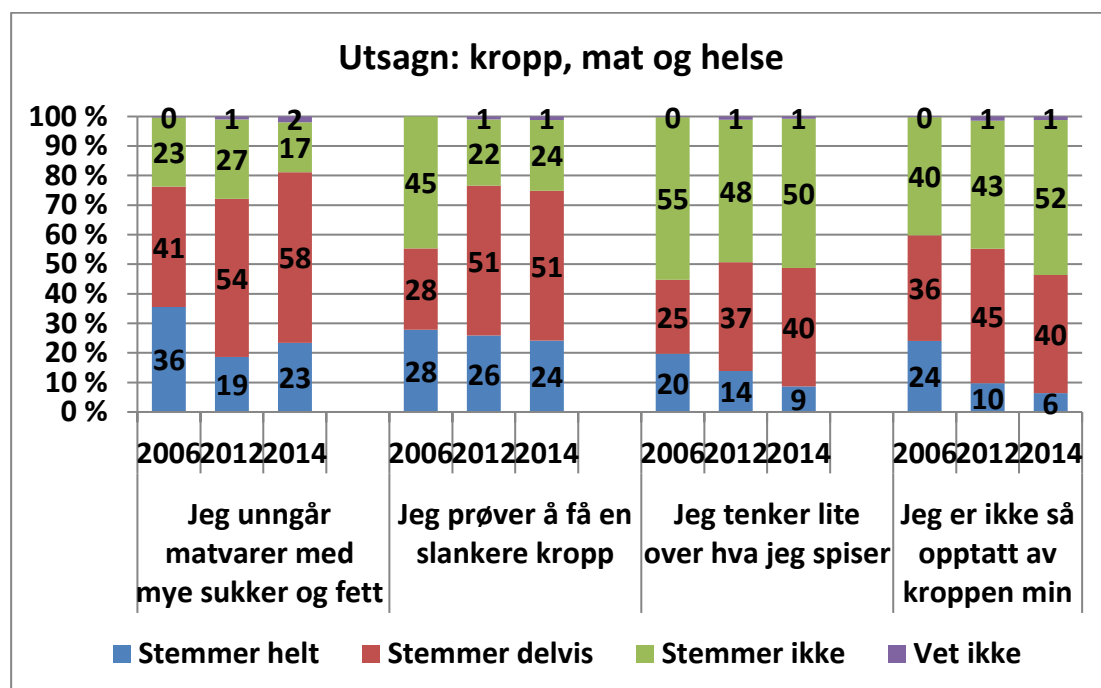
6.2 Norsk mat



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.

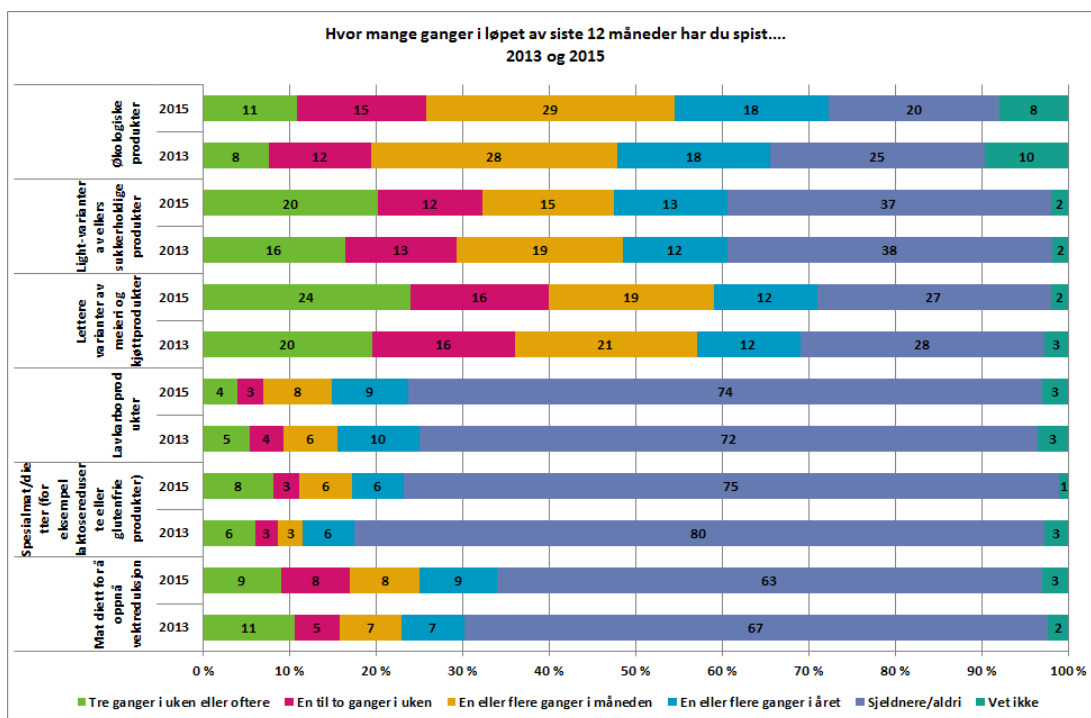
«Jeg unngår matvarer med sukker og fett». N: 2006=989, 2012=1010, 2014=1007

«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

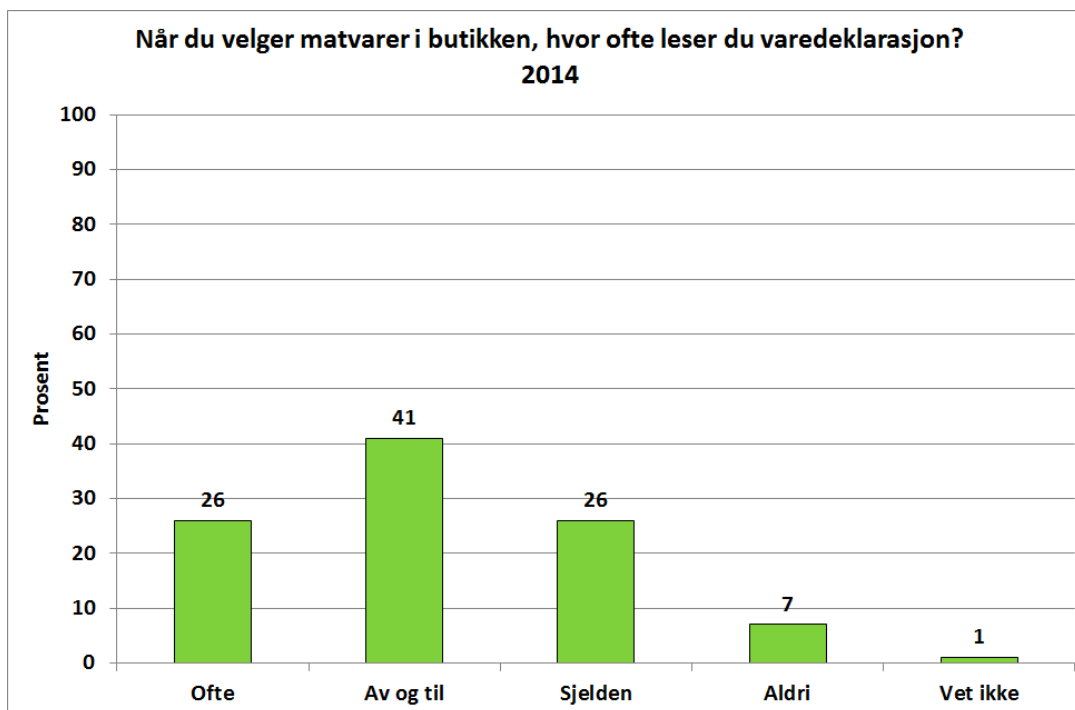
http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrappport_3_2015_maaltider_moral.pdf



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)

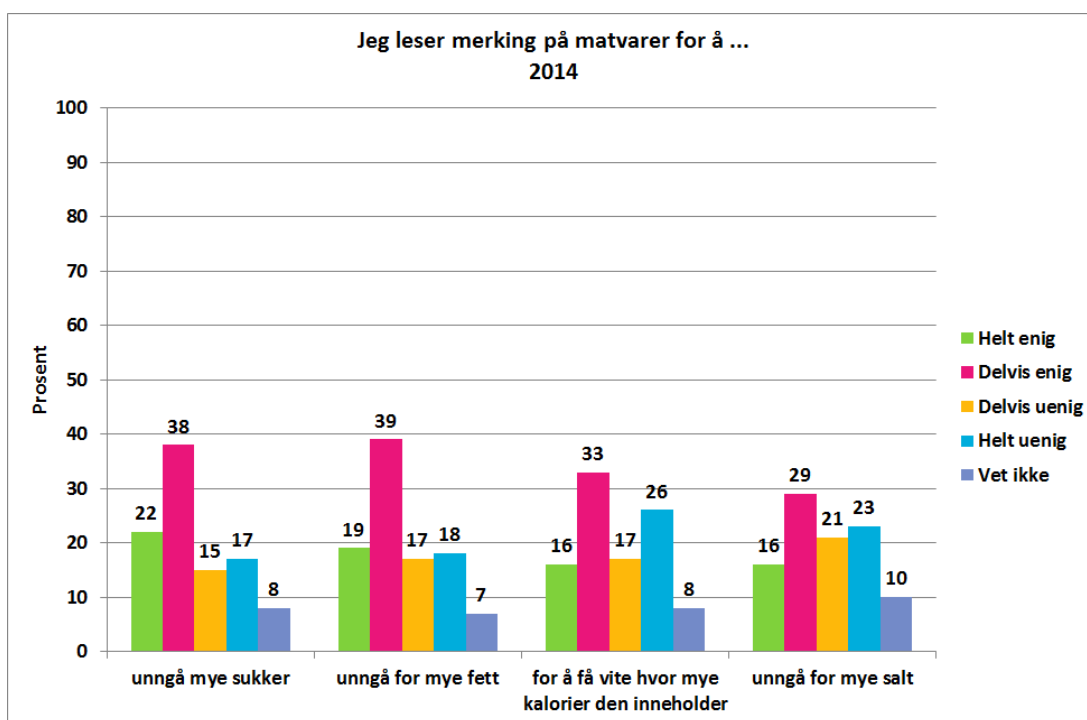
http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrapport_3_2015_maaltider_moral.pdf

6.4 Matmerking



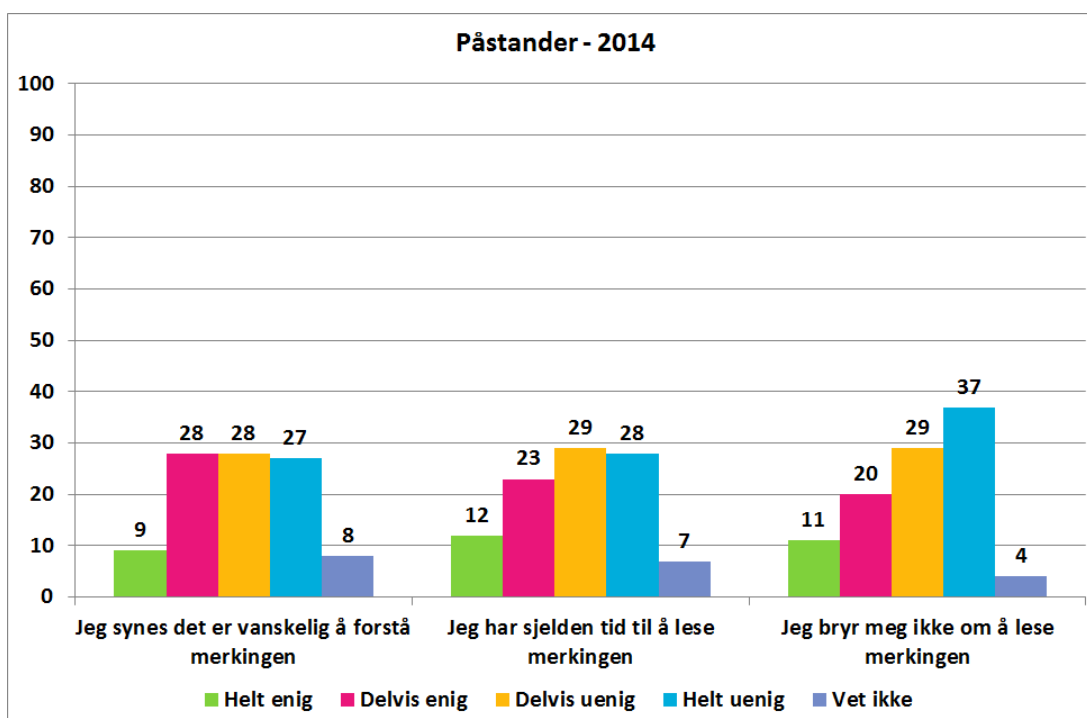
Figur 6-6 Når du velger matvarer i butikken, hvor ofte leser du varedeklarasjon? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.4)

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



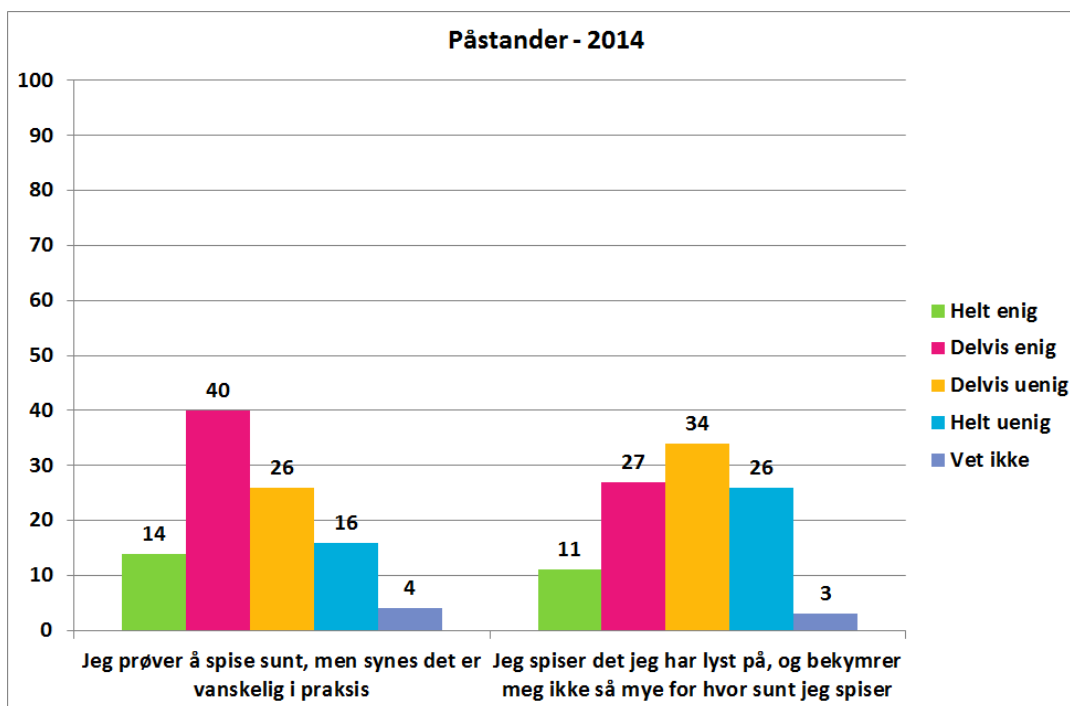
Figur 6-7 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.4)

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



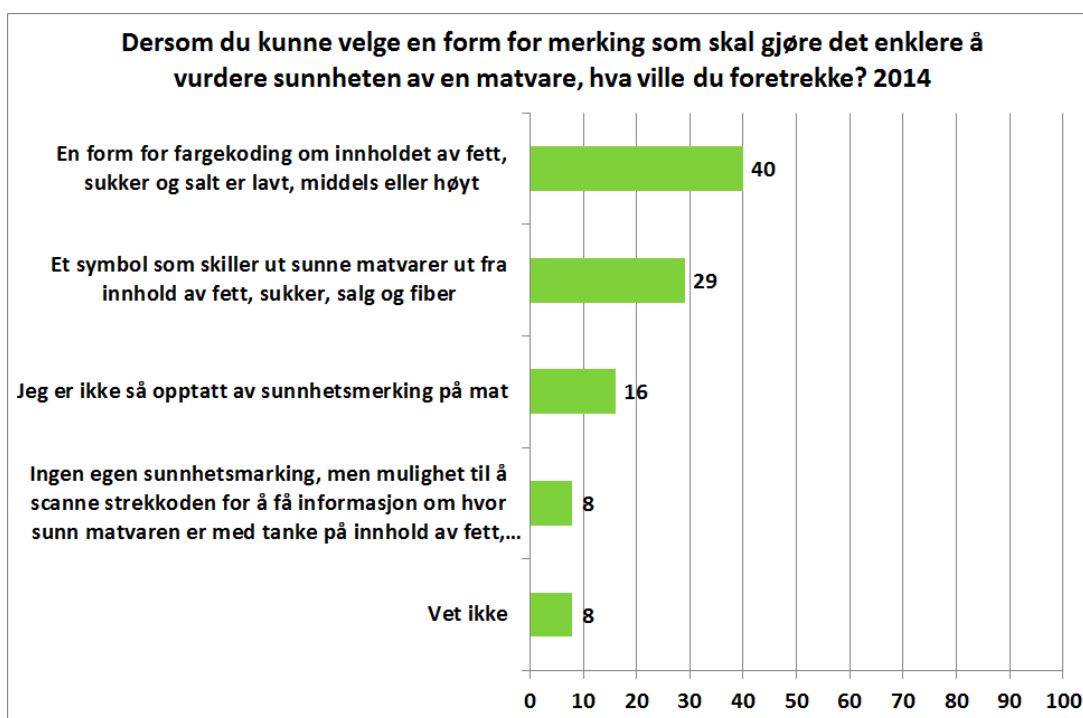
Figur 6-8 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012 (ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.7.6)

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



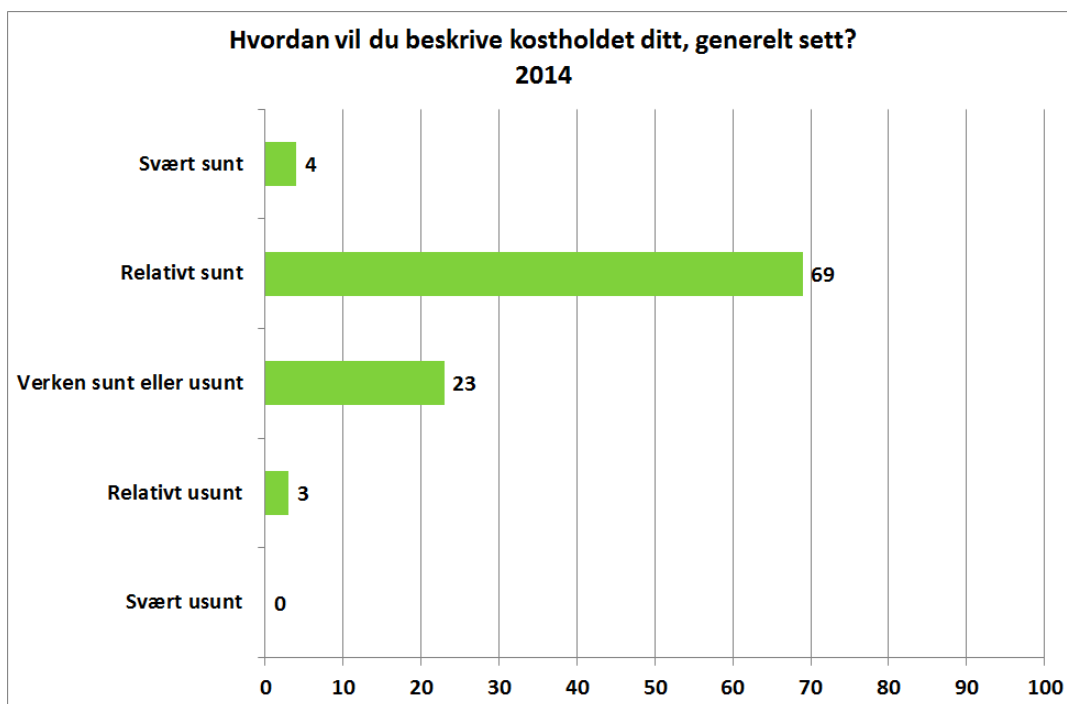
Figur 6-9 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.5)

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



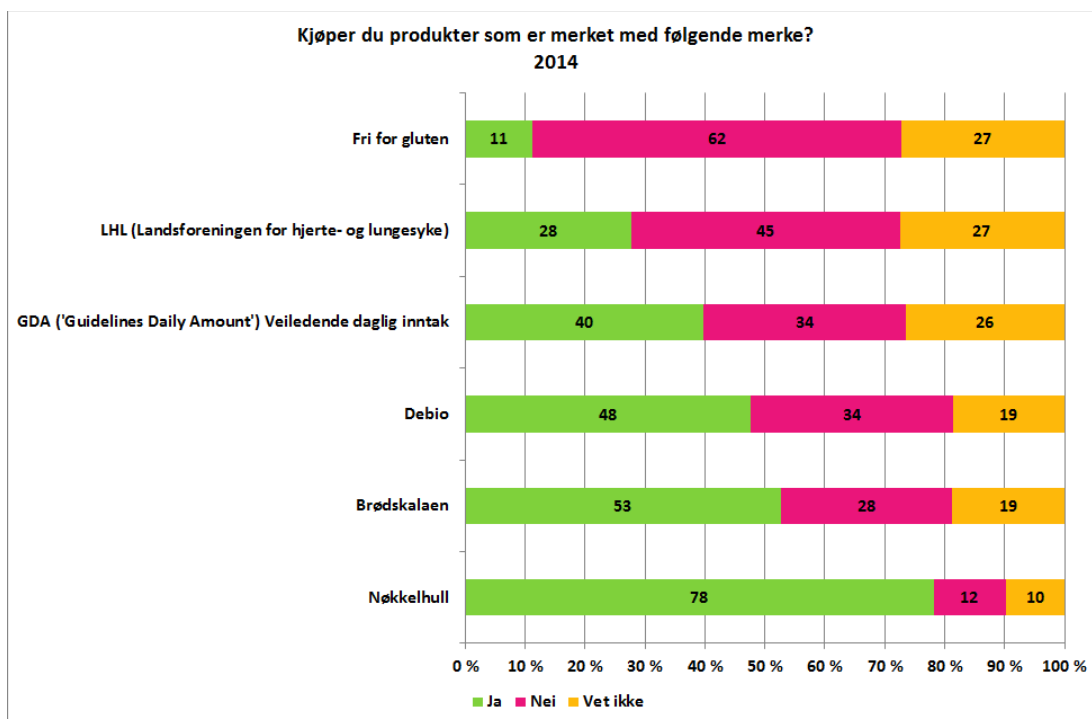
Figur 6-10 Dersom du kunne velge en form for merking som skal gjøre det enklere å vurdere sunnheten av en matvare, hva ville du foretrekke? 2014. Prosent. N=1012

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



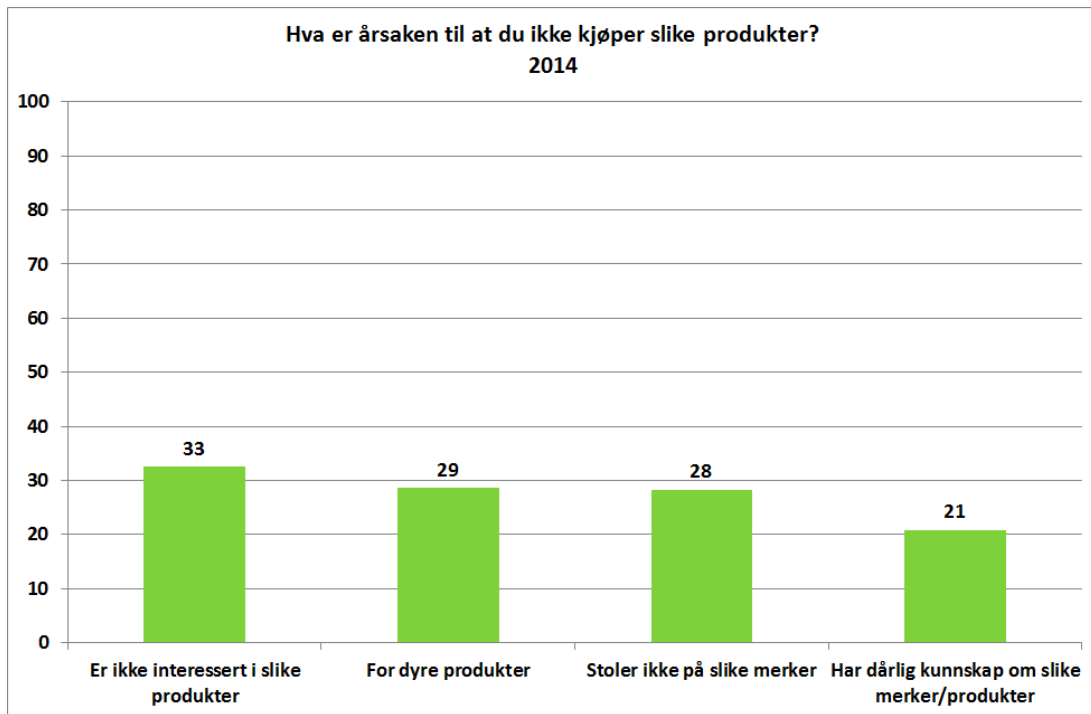
Figur 6-11 Hvordan vil du beskrive kostholdet ditt, generelt sett? 2014. Prosent. N=1012. (Ref. Bugge 2015 b, avsnitt 7.5)

http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrappport_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_fagrappport_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 - publikasjoner

Publikasjoner som har benyttet SIFO-survey

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

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

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

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

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

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

Annechen Bugge (2014): Kroppsrelatert matforbruk og helse. *Forbrukstrender 2014. SIFO-survey*. Prosjektnotat nr 8 2014 (red Randi Lavik og Elling Borgeraas). Oslo: SIFO

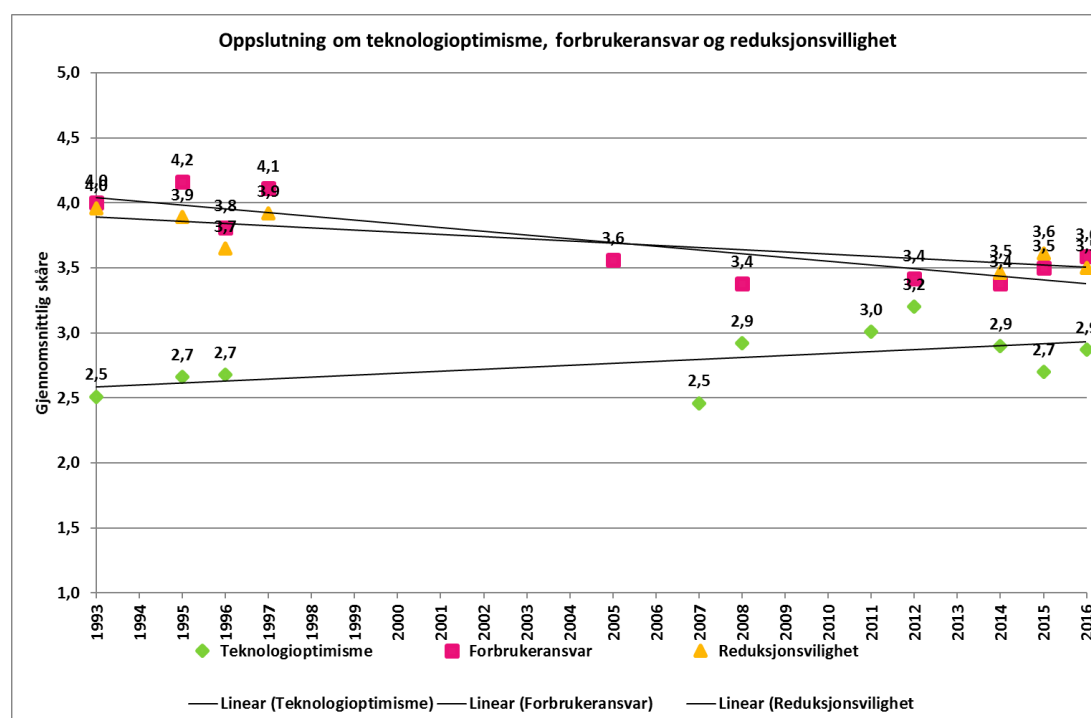
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf

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.

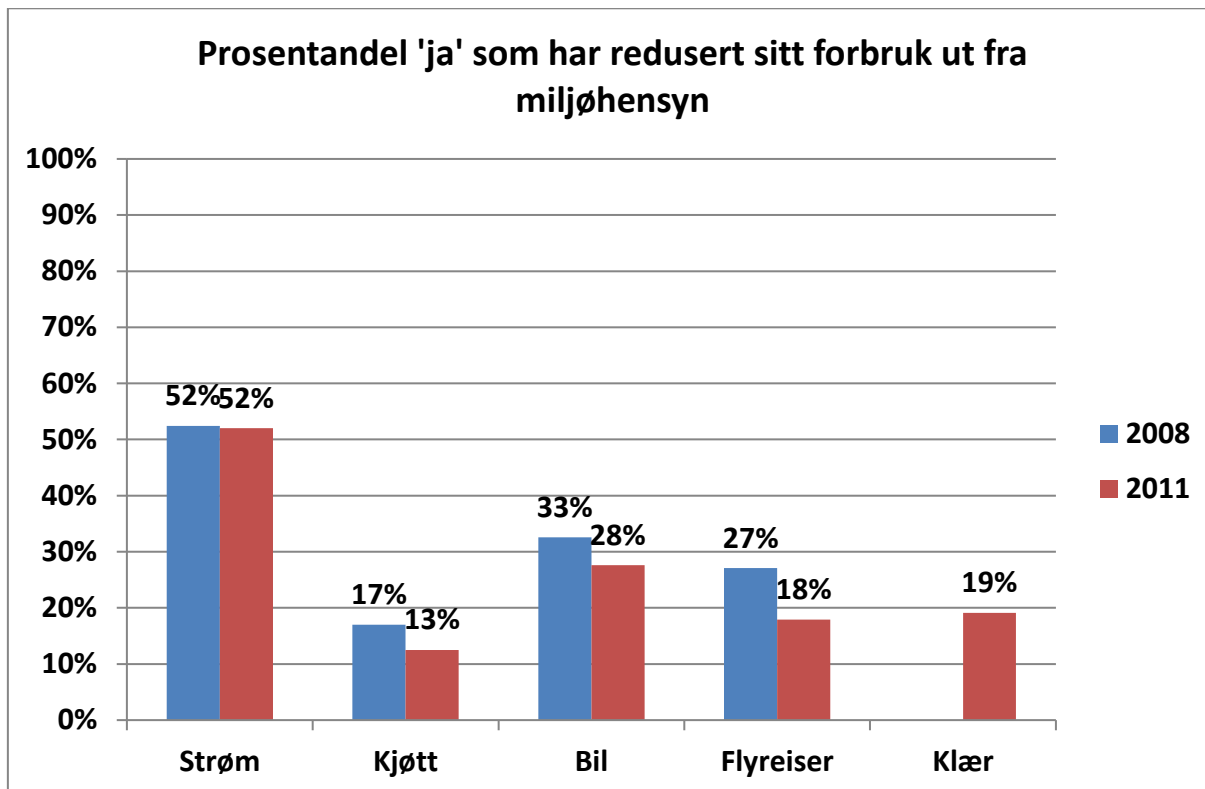
[Ref Tangeland og Vittersø, 2014, Figur 7-2] 2015 (Ref Tangeland 2015 – figur 3-1) (Ref Tangeland og Vittersø 2016, figur 2-1)

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*

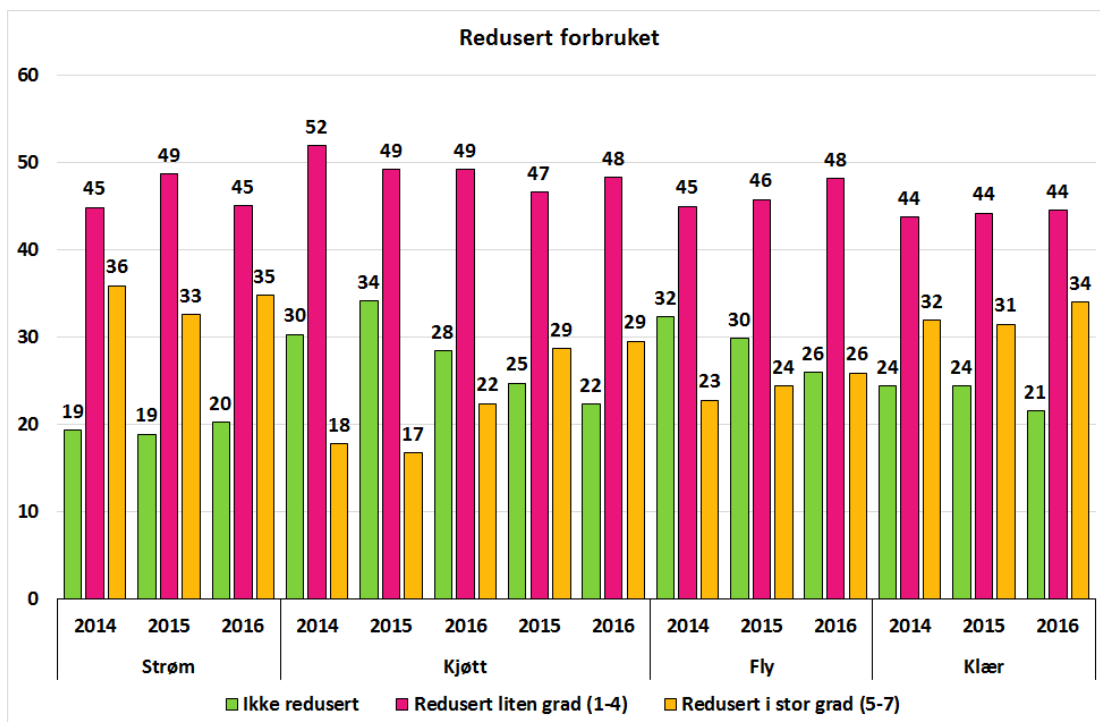
7.2 Miljøhandlinger; redusert forbruk



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)¹³

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

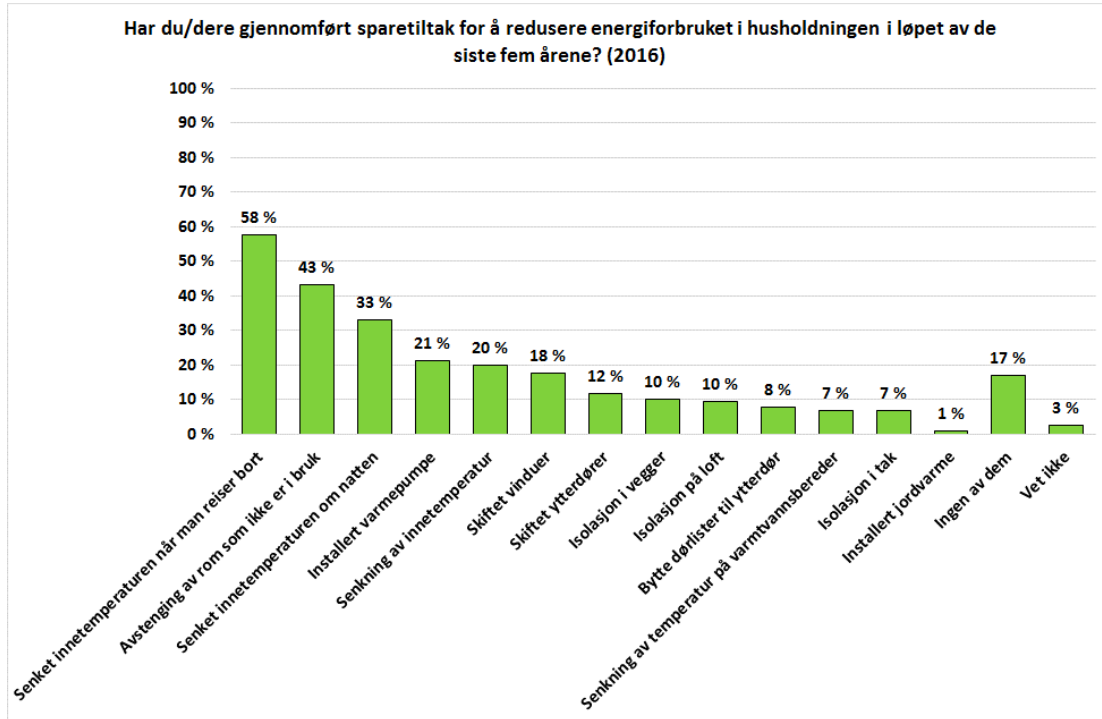
¹³ N: Redusert strømforbruk 2008=989, 2011=1037; Redusert kjøttforbruk 2008=971, 2011=1009; Redusert bilbruk 2008=978, 2011=961; Redusert antall flyreiser 2008=971, 2011=881; Redusert kjøp av klær 2011=986 (Klær kun i 2011)



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)

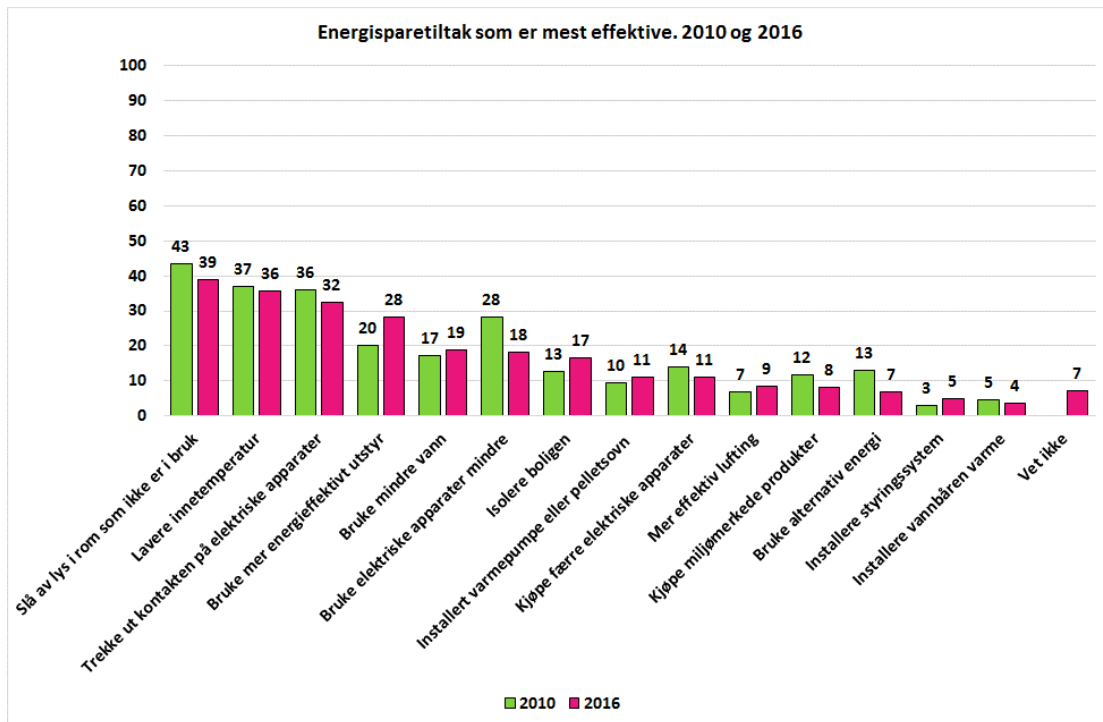
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

7.3 Energisparing



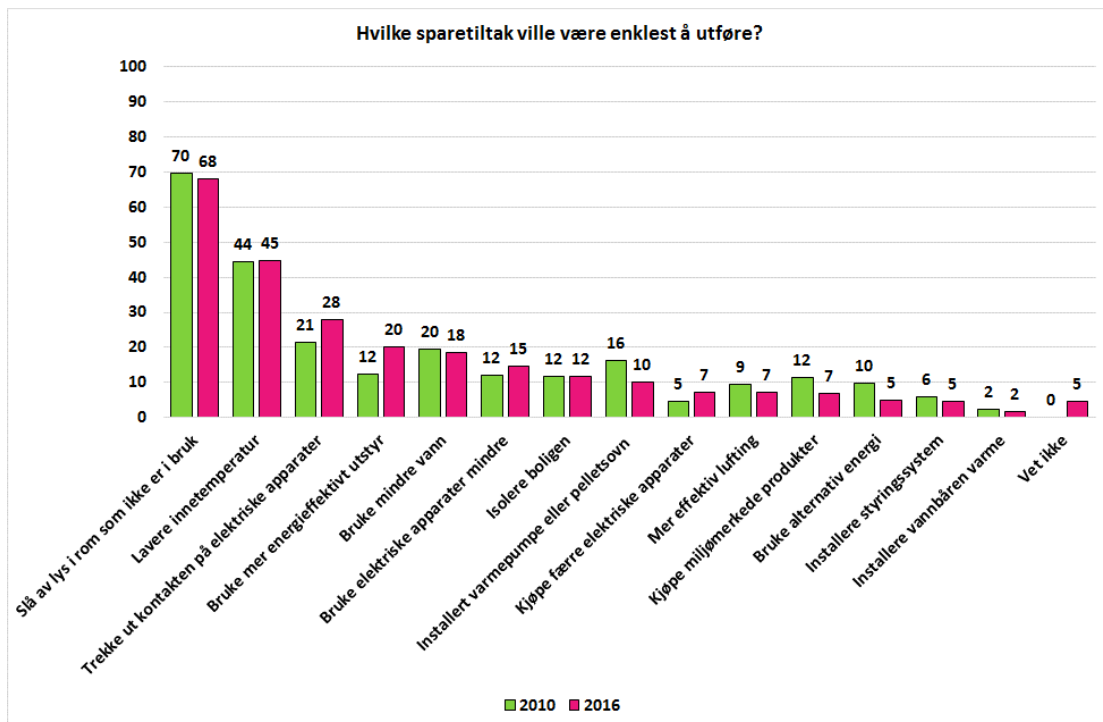
Figur 7-4 Har du/dere gjennomført sparetiltak for å redusere energiforbruket i husholdningen i løpet av de siste fem årene? (Vittersø, Heidenstrøm og Tangeland, 2016, figur 3-1) 2016 (N=1004)

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). (2010¹⁴ 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

¹⁴ Tallene for 2010 er ikke en del av SIFO-surveyen. Disse er fra et prosjekt finansiert av Norges Forskningsråds 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.¹⁵

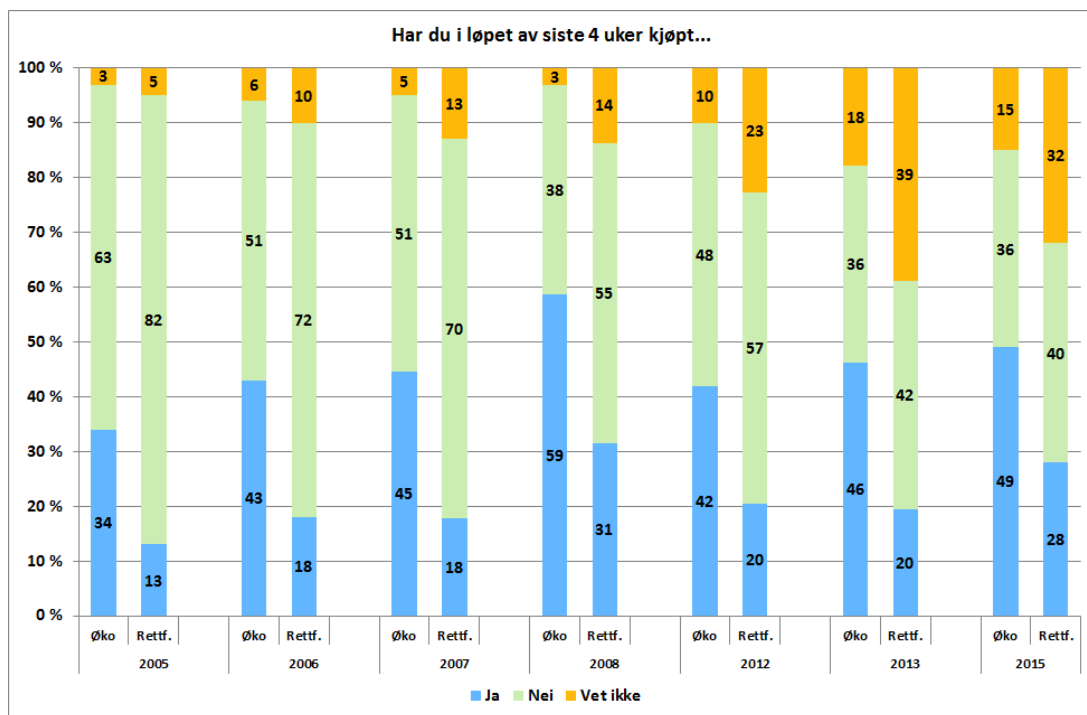
	2010	2016
0-2 år	46	41
3-5 år	47	48
6-8 år	6	9
9 eller mer	1	3
	100	100
N	1028	815

Sig p<.05

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

7.4 Miljømerkede varer/økologiske markeder

7.4.1 Kjøpt økologiske/ miljømerkede varer



Figur 7-7 Har du i løpet av de siste 4 ukene kjøpt.... Øko = Økologisk merket mat, Rettf. = Varer merket med rettferdig handel (Max Havelaar)¹⁶

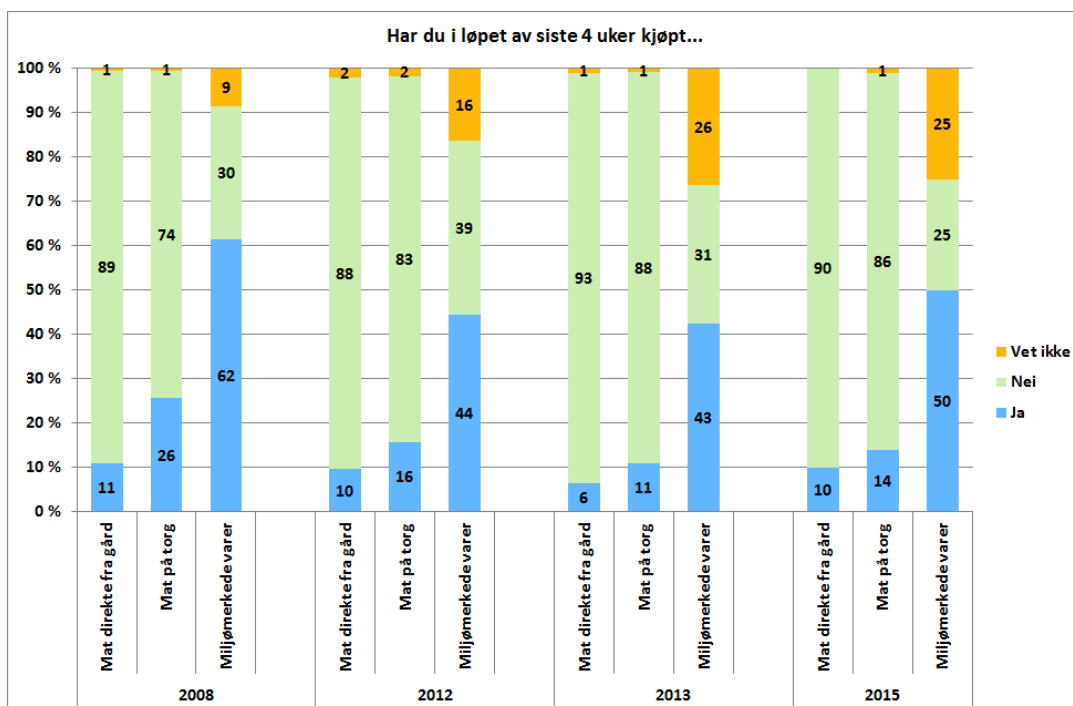
[Ikke publisert tidligere]

¹⁵ I undersøkelsen er 'Vet ikke' definert som manglende svar siden denne variabelen ikke var med i 2010

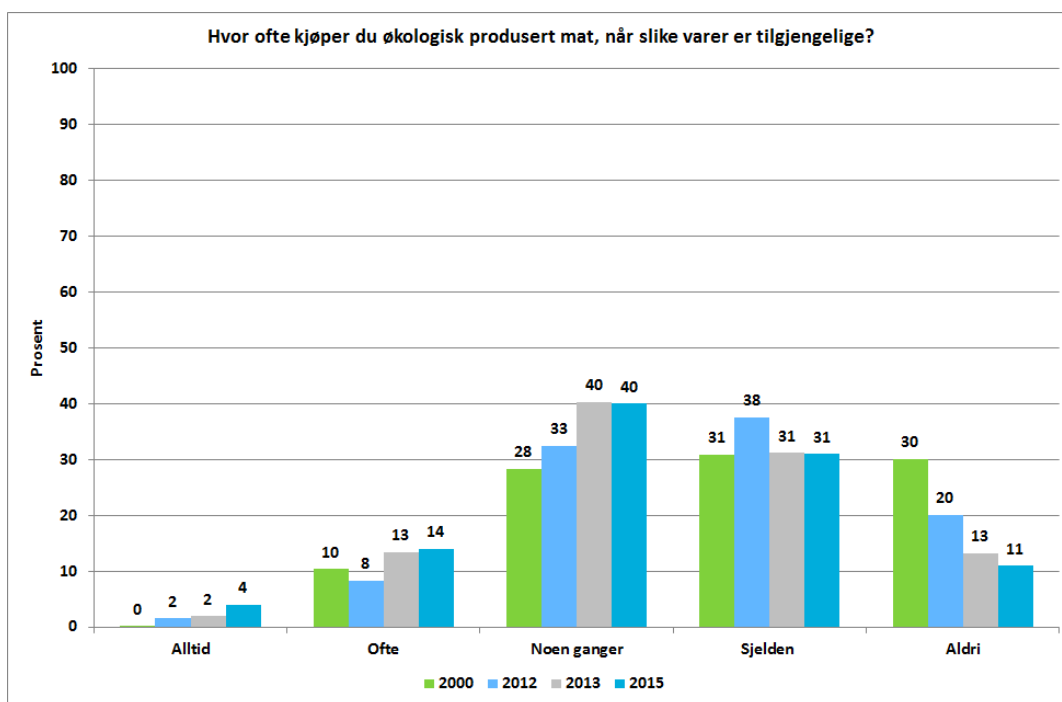
¹⁶

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

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



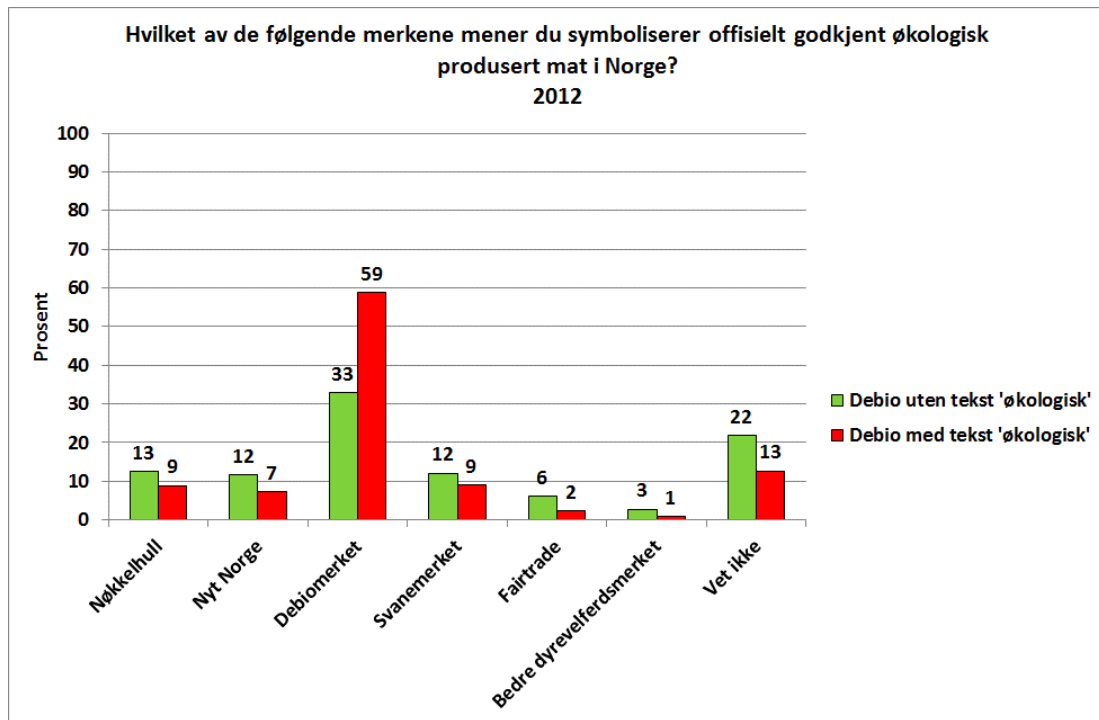
Figur 7-8 Har du i løpet av de siste 4 ukene kjøpt...¹⁷ [Ikke publisert tidligere]



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

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

7.5 Miljømerkede varer/ økologiske markeder – publikasjoner

- 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 skillet. 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
- Gunnar Vittersø 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
- 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
- Nina Heidenstrøm, Gunnar Vittersø og Harald Throne Holst (2015): Understanding consumption as social practice in environmental policy. In *Consumer in Society*. Abstrakt forlag. Oslo
- 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>
- Torvald Tangeland og Gunnar Vittersø (2014). I *Forbrukstrender 2014. SIFO-survey*. Red av Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 7. 2014. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf
- Torvald Tangeland (2013): *Miljøholdninger blant norske forbrukere. Endringer i perioden 1993-2012*. Prosjektnotat nr. 2 – 2013. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file78661_prosjektnotat_2-2013_web.pdf
- Gunnar Vittersø 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

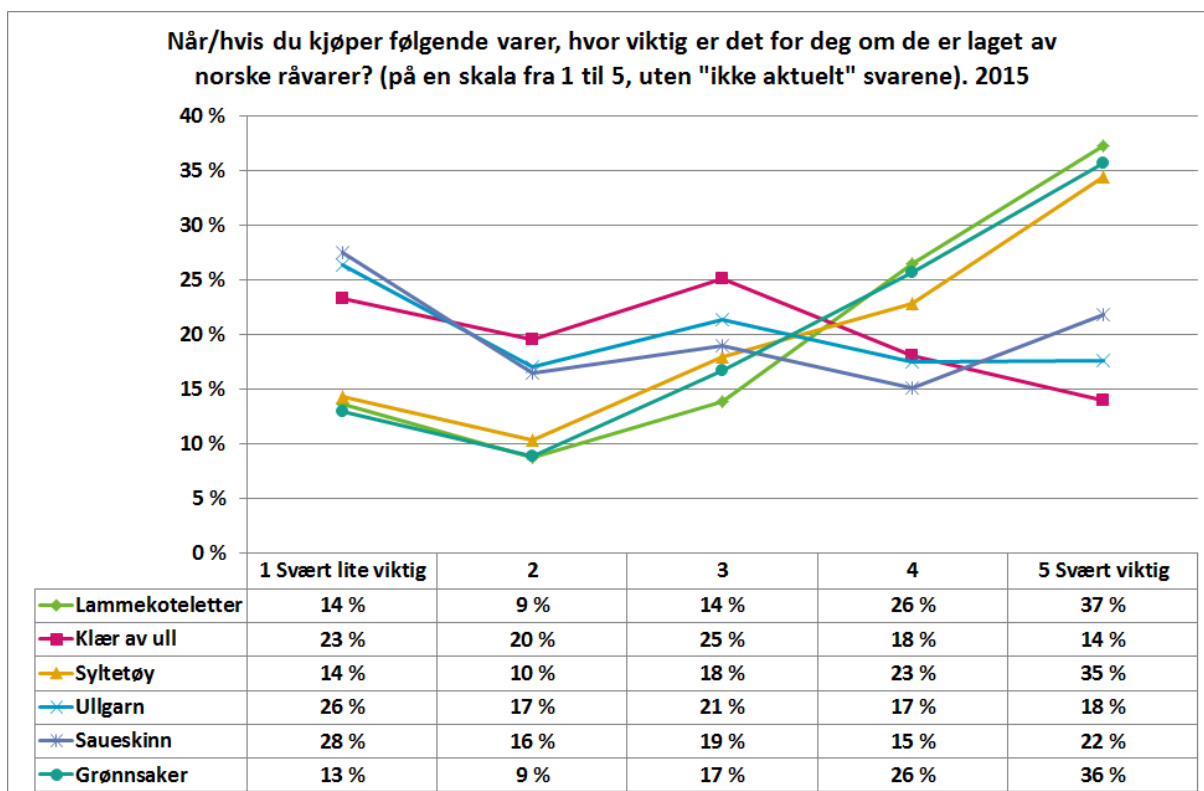
- Gunnar Vittersø og Alexander Schjøll (2010): *Gårdshandel som innkjøpsaktivitet og fritidsopplevelse*. Oppdragsrapport nr. 3. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file76921_oppdragsrapportnr3-2010web.pdf
- Terragni, L., Torjusen, H. and Vittersø, G. (2009). "The dynamics of alternative food consumption: contexts, opportunities and transformations. ." *Anthropology of Food* [Online], S5 | September 2009, Online since 10 September 2009, connection on 09 January 2015. URL : <http://aof.revues.org/6400> (S5).
- Laura Terragni, Eivind Jacobsen, Gunnar Vittersø & Hanne Torjusen (2006): *Etisk - politisk-forbruk 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

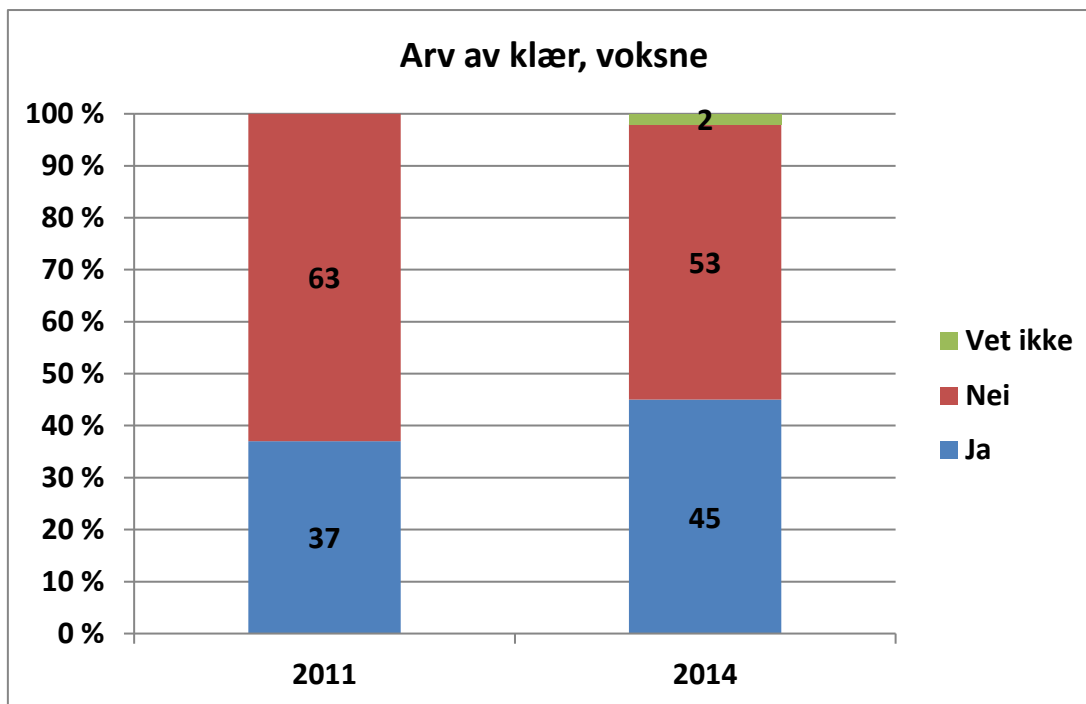
8.1 Lokale produkter



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

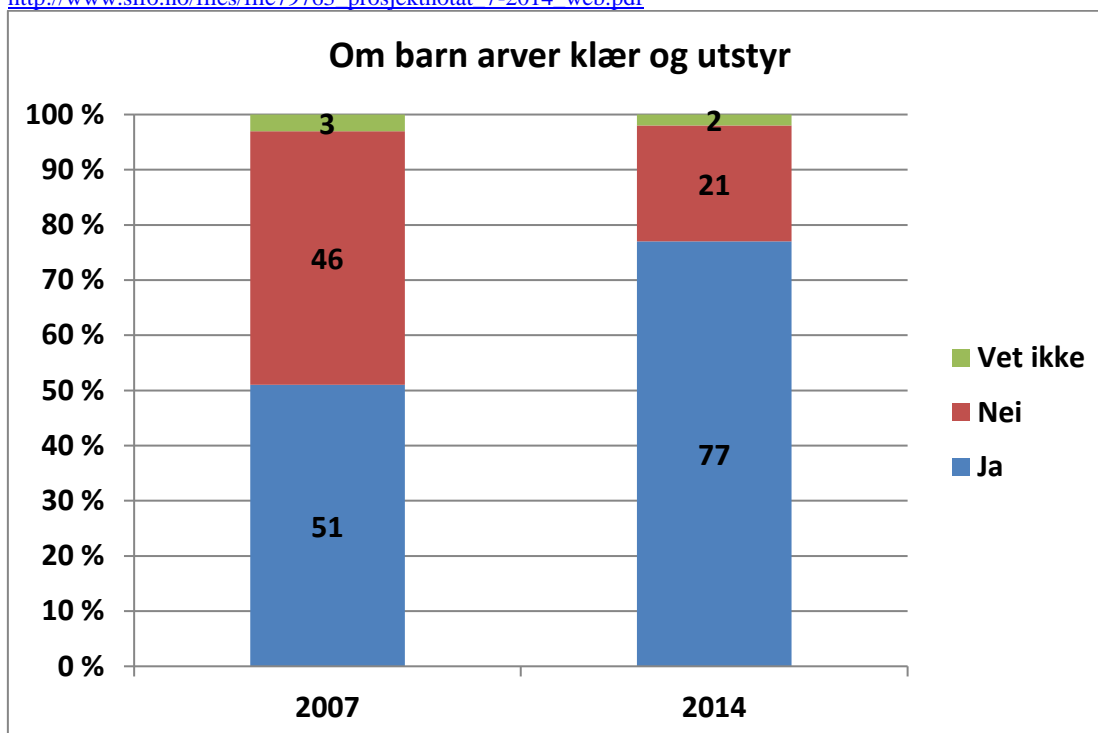
http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr_5-2015_-_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf

8.2 Klær og arv



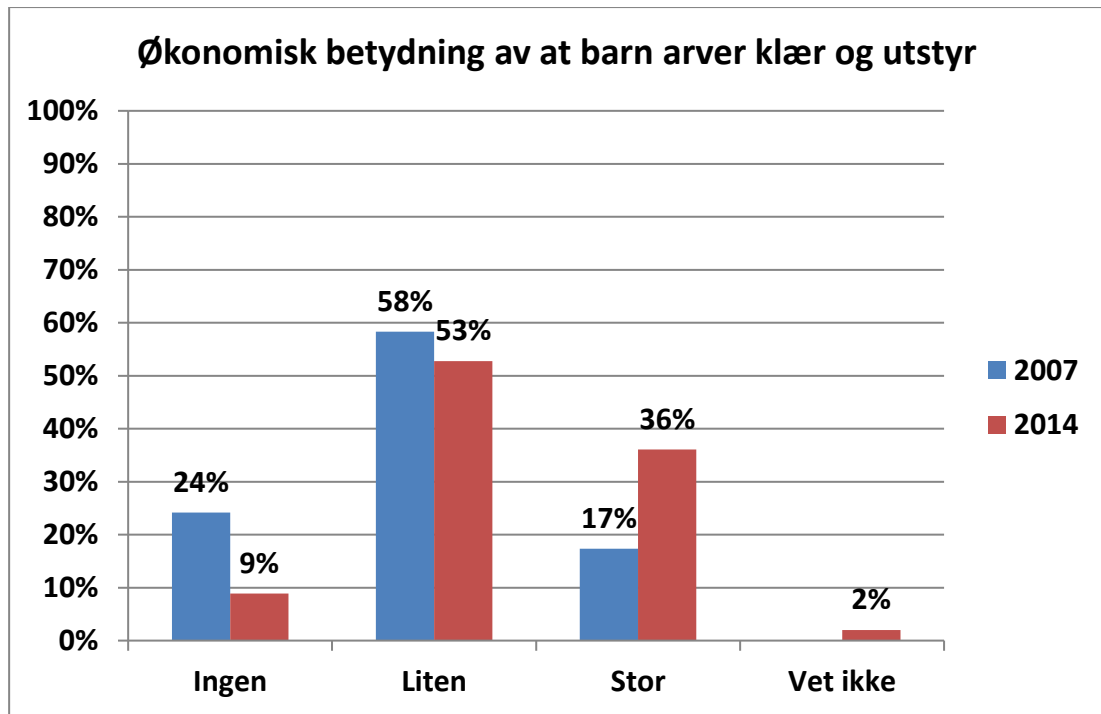
Figur 8-2 Arv av klær og utstyr, voksne (I 2011 var ikke arv til barn med) 2011: Har du i løpet av siste år gjort noe av følgende? Fått brukt klær? (Ja, Nei, Vet ikke). N=1123. 2014: Har du fått eller arvet brukte klær, sko eller sportsutstyr i voksen alder? (Ja, Nei, Vet ikke). N=1014

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



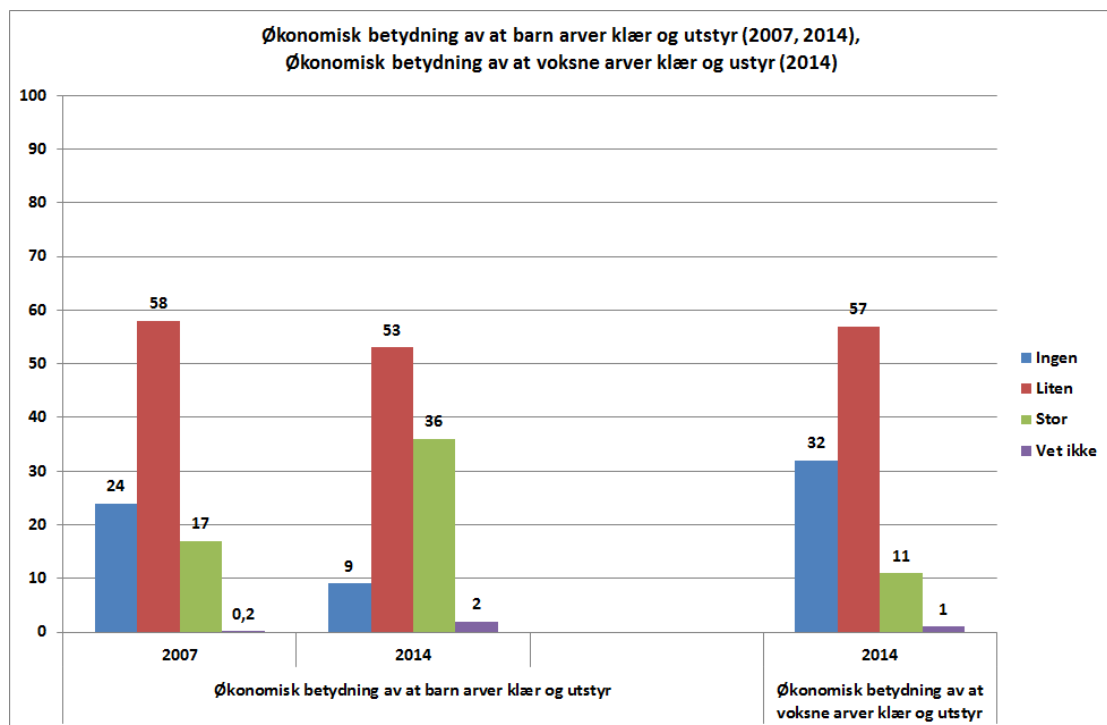
Figur 8-3 Arv av klær og utstyr, barn (I 2007 var ikke arv av klær til voksne med). 2007: Arver barna klær og utstyr fra familie og venners barn? (Ja, Nei, Vet ikke). N=721. 2014: Arver/arvet barn klær, sko eller sportsutstyr under oppveksten (inntil 15 år), fra familie eller andre? (Ja, Nei, Vet ikke).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

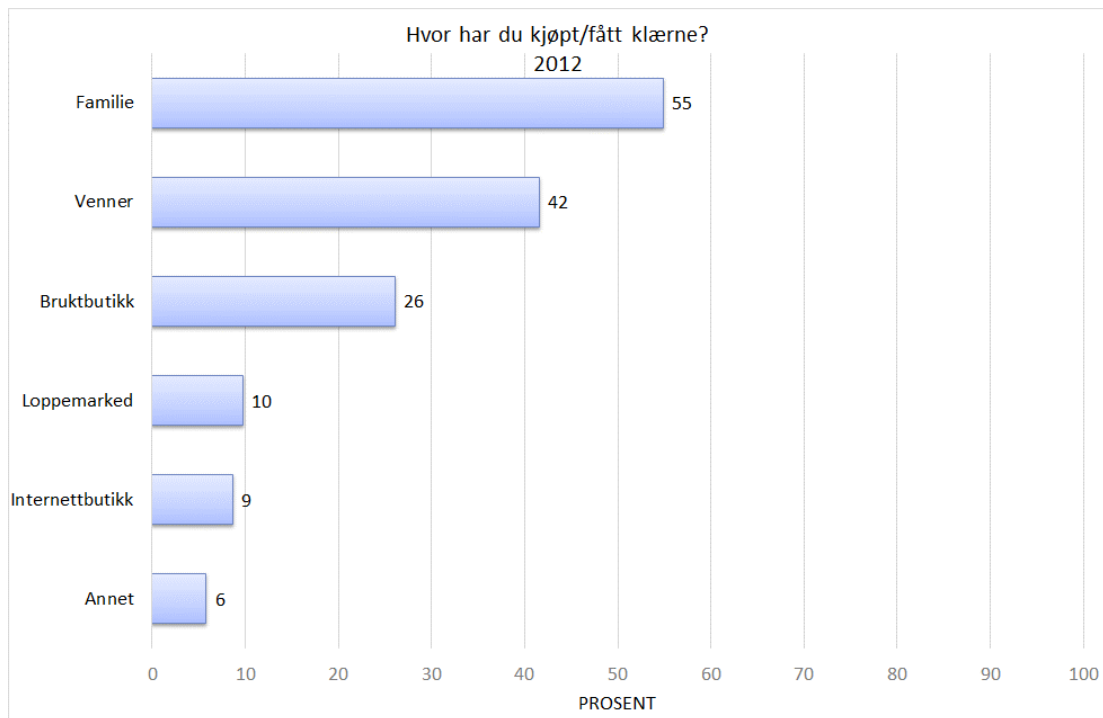
http://www.sifo.no/files/file79763_prosjektnotat_7-2014_web.pdf



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

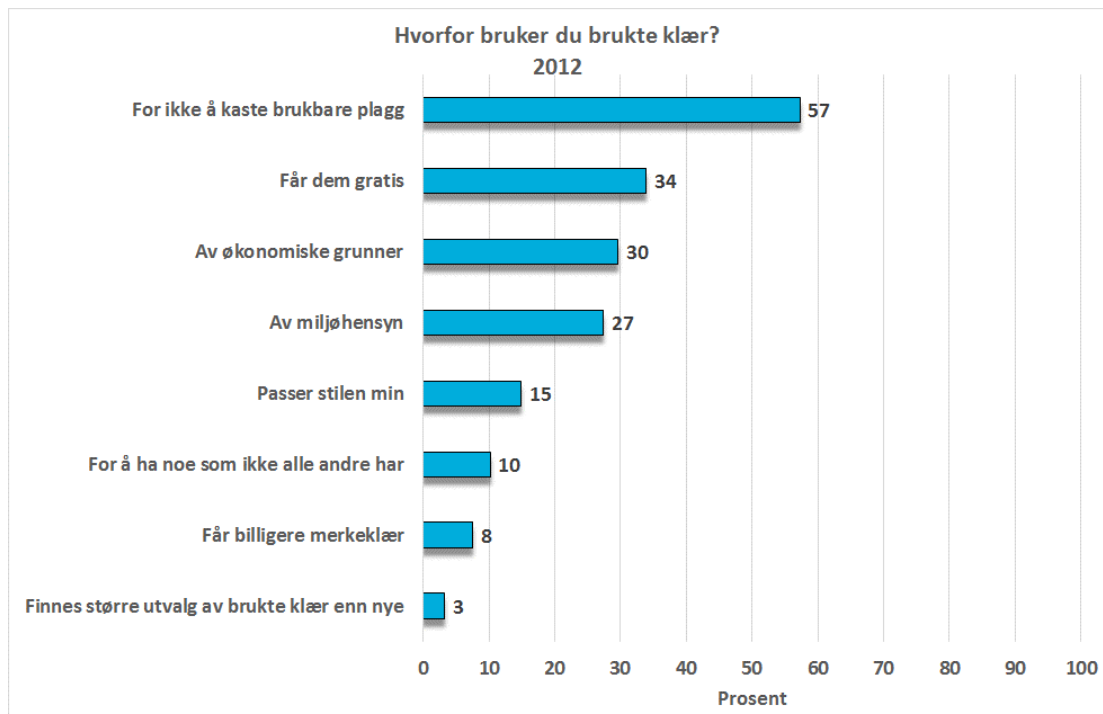
http://www.sifo.no/files/file79763_prosjektnotat_7-2014_web.pdf

8.3 Brukte klær



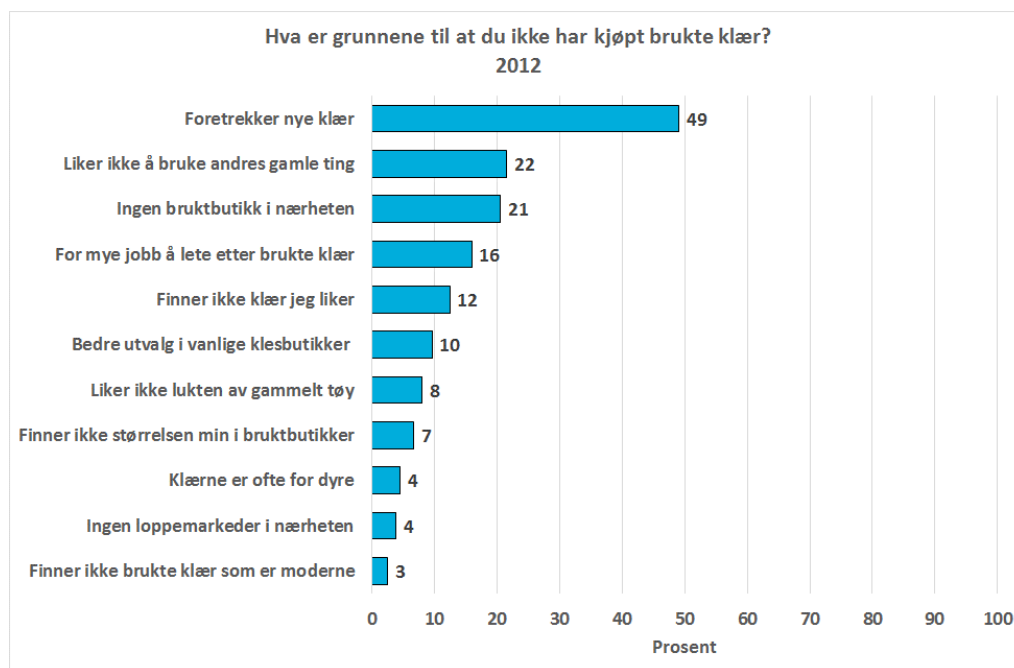
Figur 8-6 Hvor har du kjøpt/fått brukte klær? Blant dem som har fått eller kjøpt brukte klær de siste to årene. Flere svar kunne avgis. N=403. 2012.

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

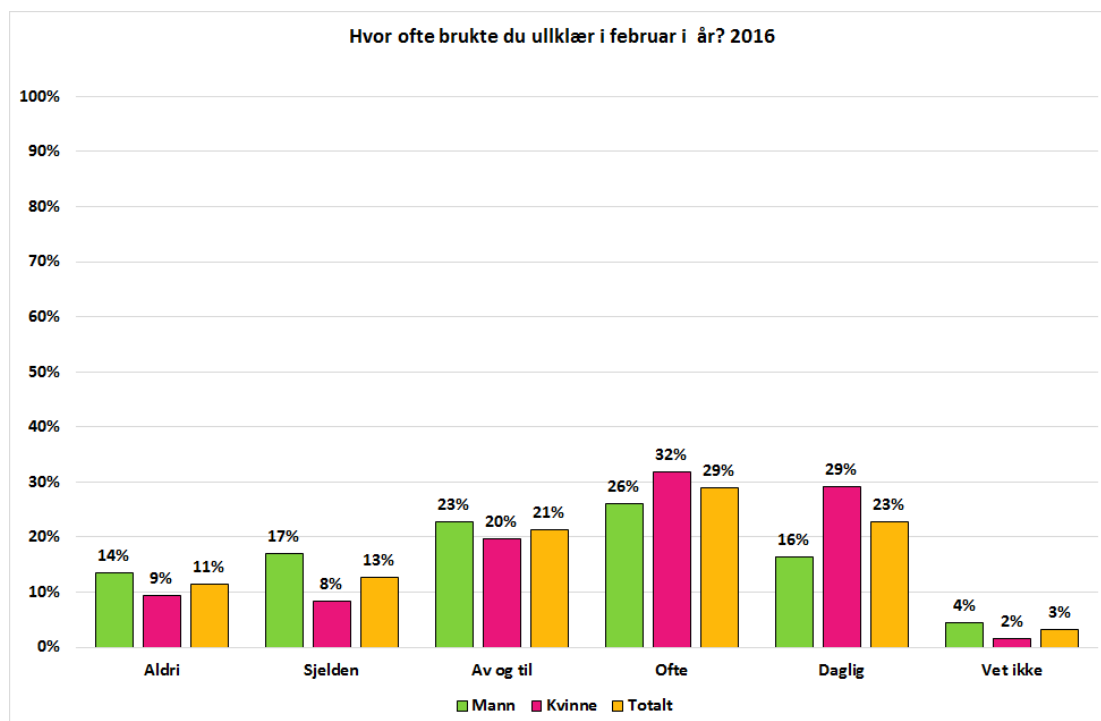
http://sifo.no/files/file80574_file80519_fagrappport_nr._2-2016_rapport_klesforbruk.pdf



Figur 8-8 Hva er grunnene til at du ikke har kjøpt brukte klær? Flere svar kunne avgis. N=853. 2012

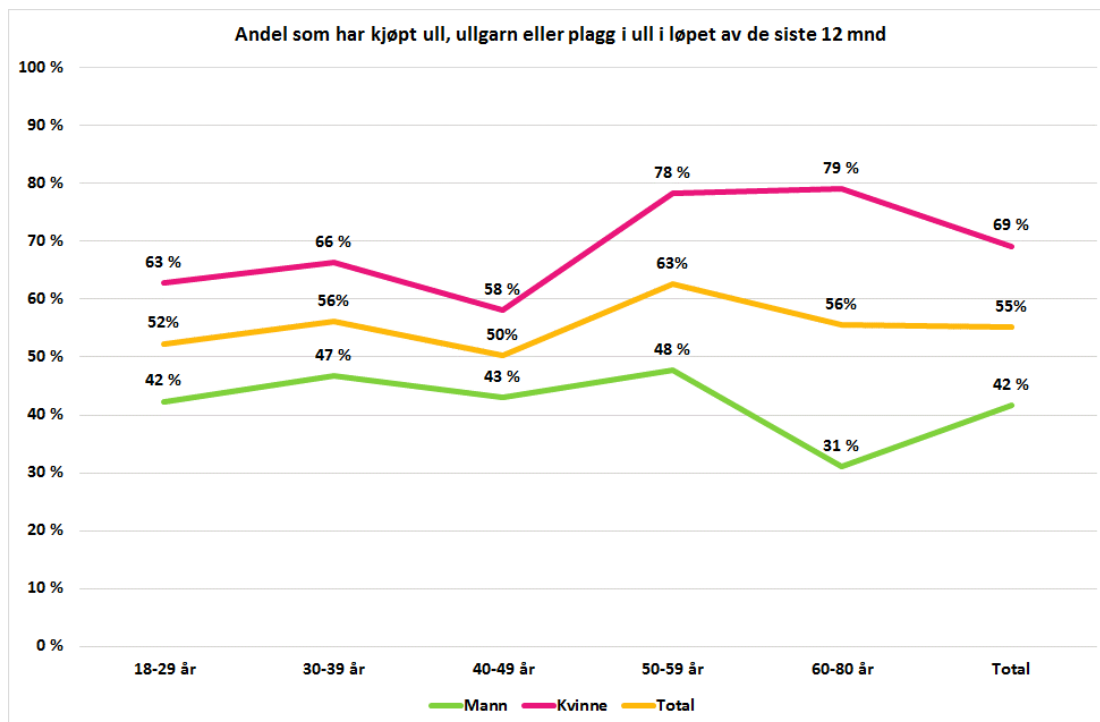
http://sifo.no/files/file80574_file80519_fagrappport_nr_2-2016_rapport_klesforbruk.pdf

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

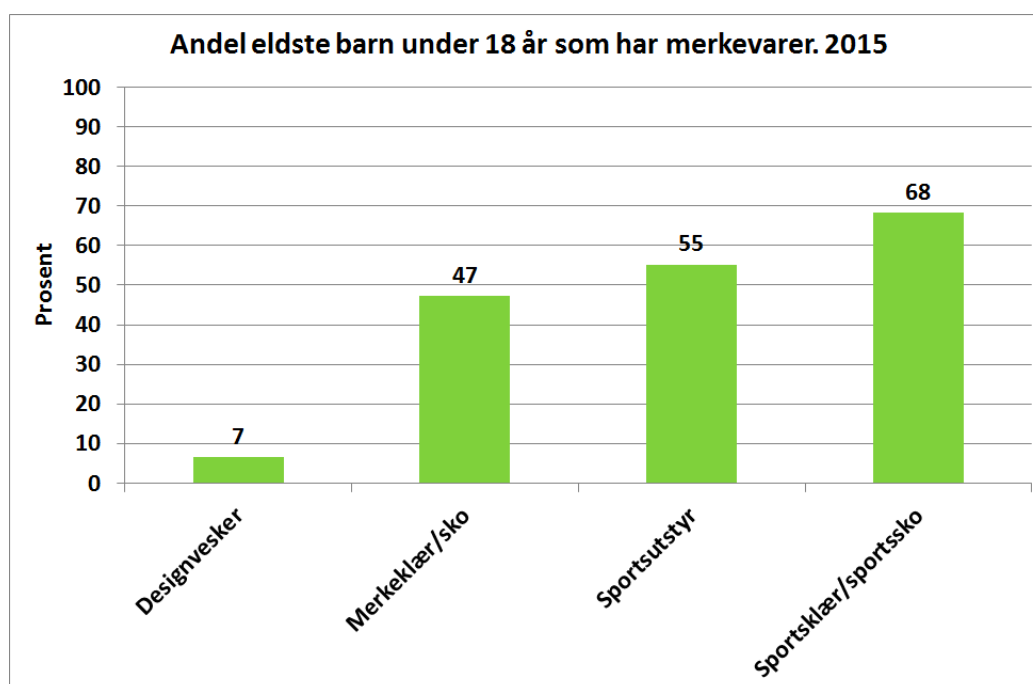


Figur 8-10 Andel av respondenter som i løpet av de siste 12 mnd kjøpt ullgarn eller plagg i ull. Fordelt på kjønn og alder. Ref. figur 1-5 i (Klepp og Laitala 2016). 2016¹⁸

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

¹⁸ 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 Klær og sko – publikasjoner

- Ingun G. Klepp 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
- Ingun Grimstad Klepp, 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_oppdragsrapport_no_2_2016_-_woolbed_final.pdf
- Klepp, I. G., & Laitala, K. (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
- Ingun Grimstad Klepp & Tone Skårdal Tobiasson (2016). Bunadens Revansj. Dagbladet, 11 Mai 2016
<http://www.dagbladet.no/2016/05/11/kultur/debatt/kronikk/debattinnlegg/bunad/44189496/>
- Ingun Grimstad Klepp, Kirsi Laitala & 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>
- Tone Skårdal Tobiasson & 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>
- Ingun Grimstad Klepp & 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 Klepp, Kirsi Laitala og Gunnar Vittersø (2015): Lokale klær og lokal mat – forbrukerholdninger. I *Forbrukstrender 2015. SIFO-survey: Lokale klær og mat, uformelt matmarked, miljøholdninger, økologisk mat, kjøp av tjenester til hjemmet, designvesker til barn, mobil/digital betaling, taximarkedet*. Red. Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 5. Oslo: SIFO
http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr._5-2015_-_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf
- Ingun Grimstad Klepp (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

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

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

Populærartikler:

Klepp, Ingun Grimstad (2016). Moten er død, leve kledda. *Syn og segn*(4), 24-33.

<http://www.synogsegn.no/artiklar/2016/utgaave-4-16/ingun-grimstad-klepp.aspx>

Laitala, K., & 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

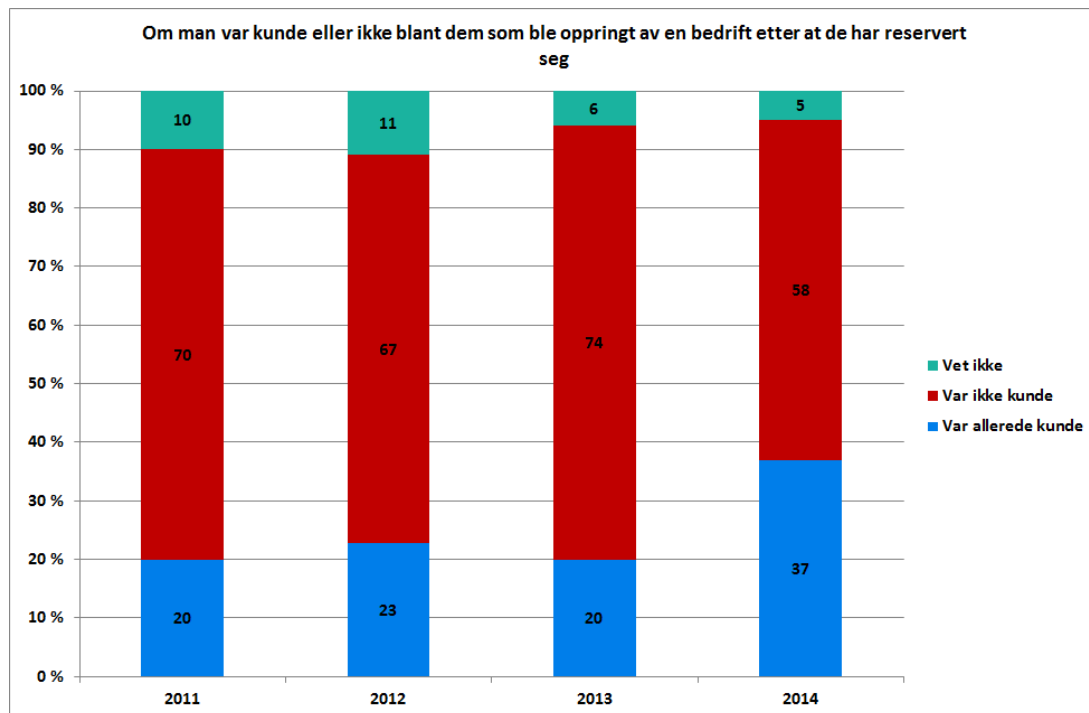
9 Telefonsalg og reklame

Dette kapittelet 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

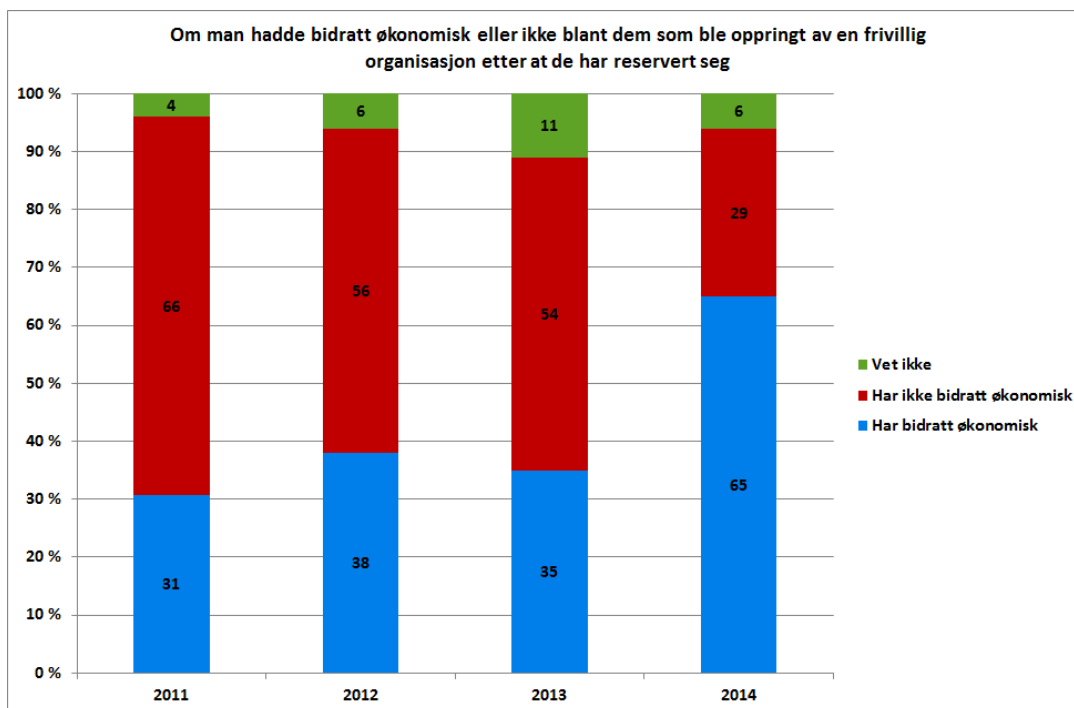
http://www.sifo.no/files/file79722_oppdagsrapport_3-2014_web.pdf

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 mot telefonsalg? Ja, Nei, Vet ikke. Blant dem som svarte 'ja': Var du allerede kunde hos bedriften som ringte? Ja, Nei, Vet ikke.

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

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

9.1.2 Frivillige organisasjoner – blir reservasjonen respektert?



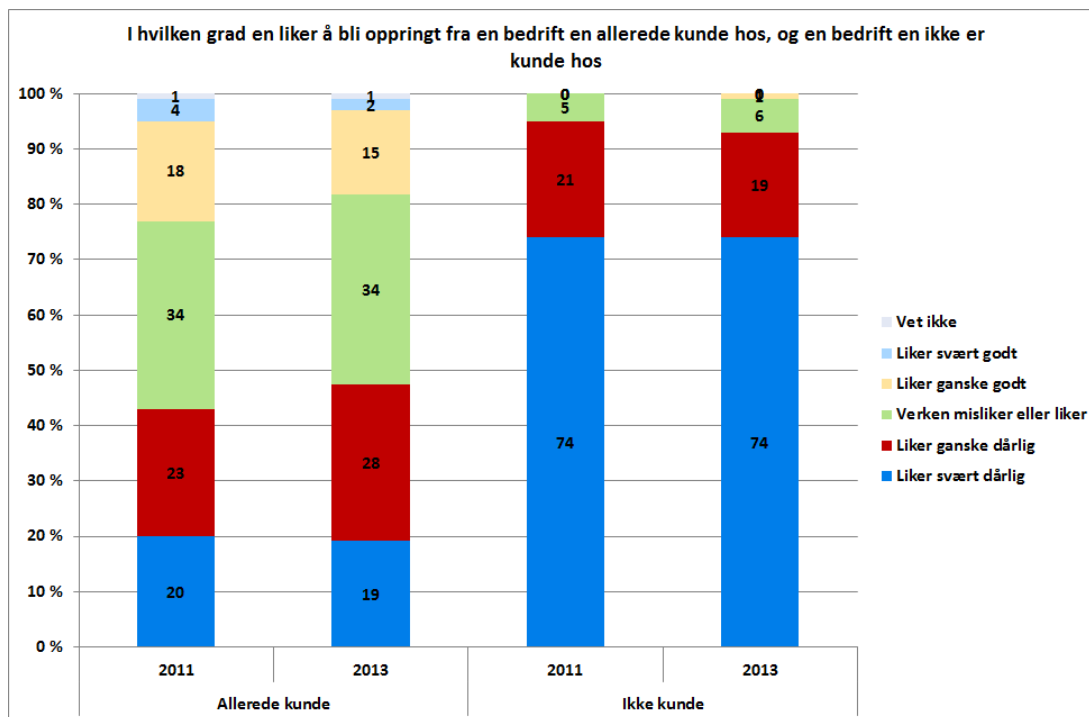
Figur 9-2 Om man hadde gitt økonomisk bidrag eller ikke blant dem som ble oppringt av en frivillig organisasjon etter at de hadde reservert seg (Reservasjonsregisteret i Brønnøysundregistrene). (N: 2011=133, 2012=170, 2013=86, 2014=290)

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 mot telefonsalg? Ja, Nei, Vet ikke. Blant dem som svarte 'ja': Var organisasjonen som (sist) ringte deg en du allerede bidrar med støtte til? Ja, Nei, Vet ikke.

2014: Har du i løpet av siste 12 måneder fått telefonhenvendelser fra en frivillig organisasjon du ikke har gitt bidrag til eller som du ikke har bedt om å bli oppringt fra, etter at du 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?

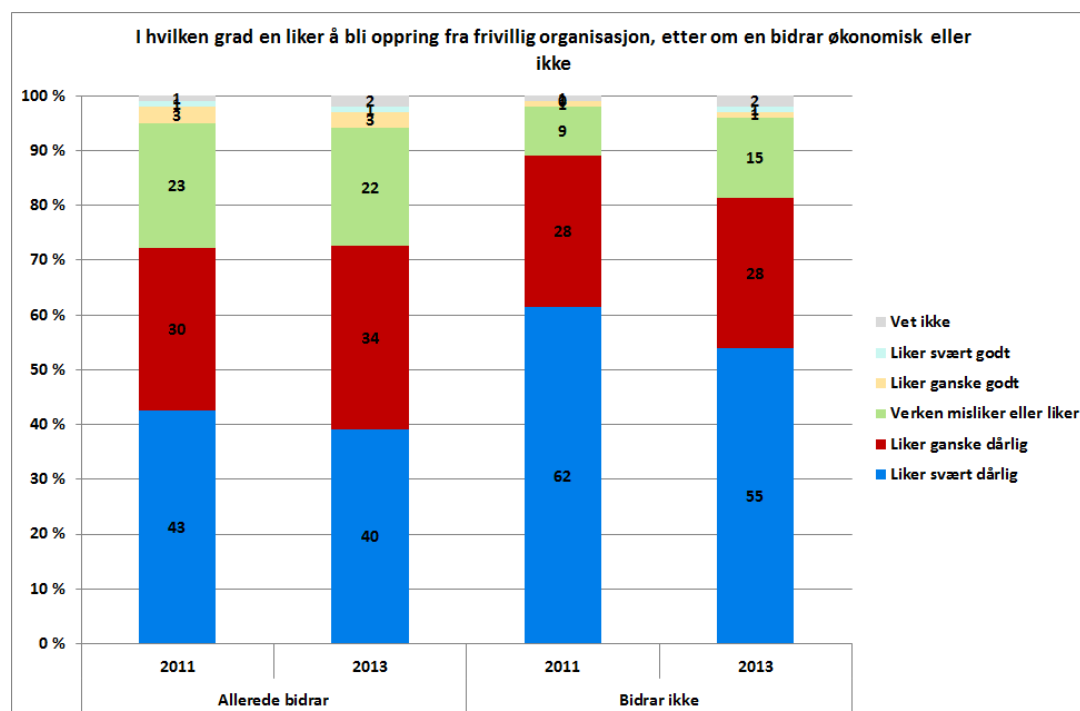


Figur 9-3 I hvilken grad en liker å bli oppringt av en bedrift en allerede er kunde hos og en bedrift hvor en ikke er kunde. Allerede kunde N: 2011=998, 2013=1008. Ikke kunde N: 2011=990, 2013=1003

http://www.sifo.no/files/file79722_oppdagsrapport_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?

9.2.1 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_oppdagsrapport_3-2014_web.pdf

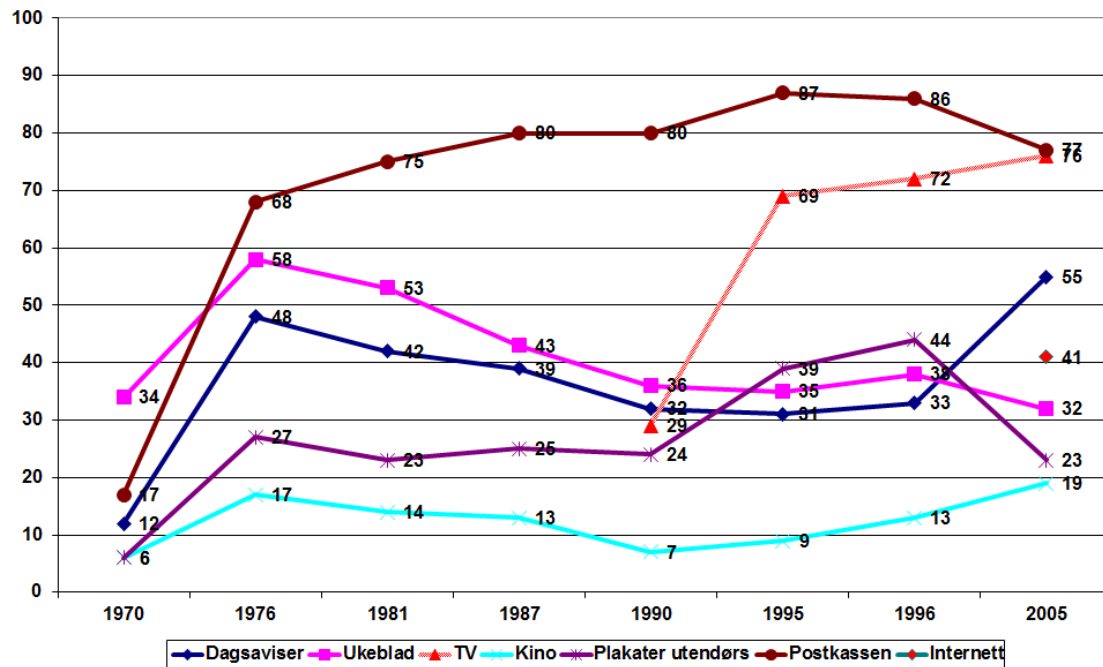
2011 og 2013:

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 bidra med økonomisk støtte til?

9.3 Reklame

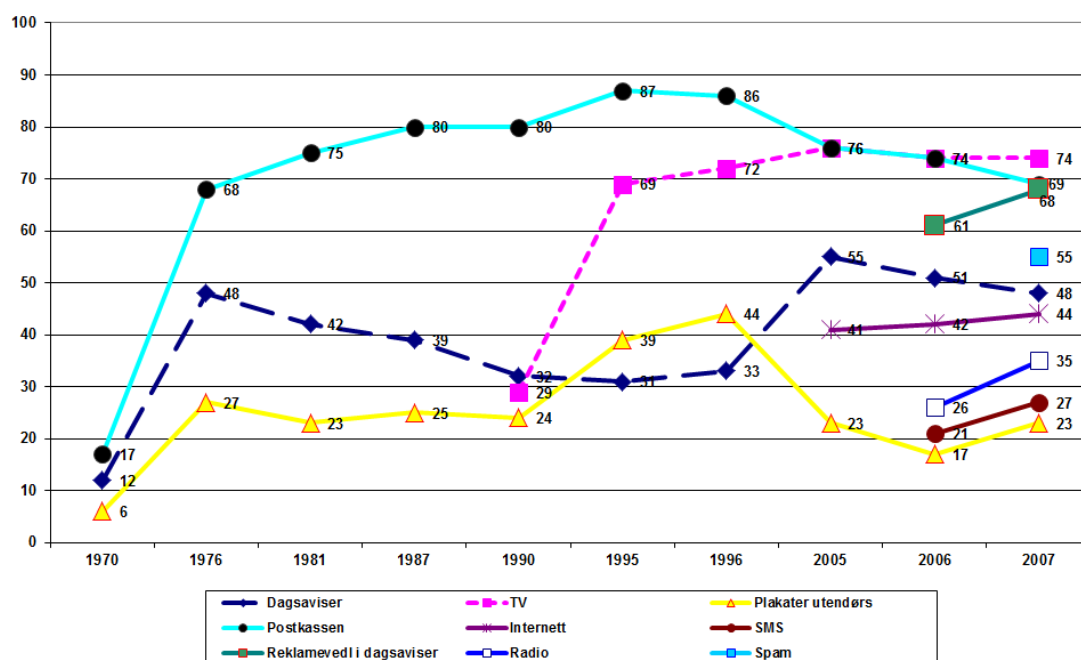
9.3.1 Ergrelse over reklame fram til 2005



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

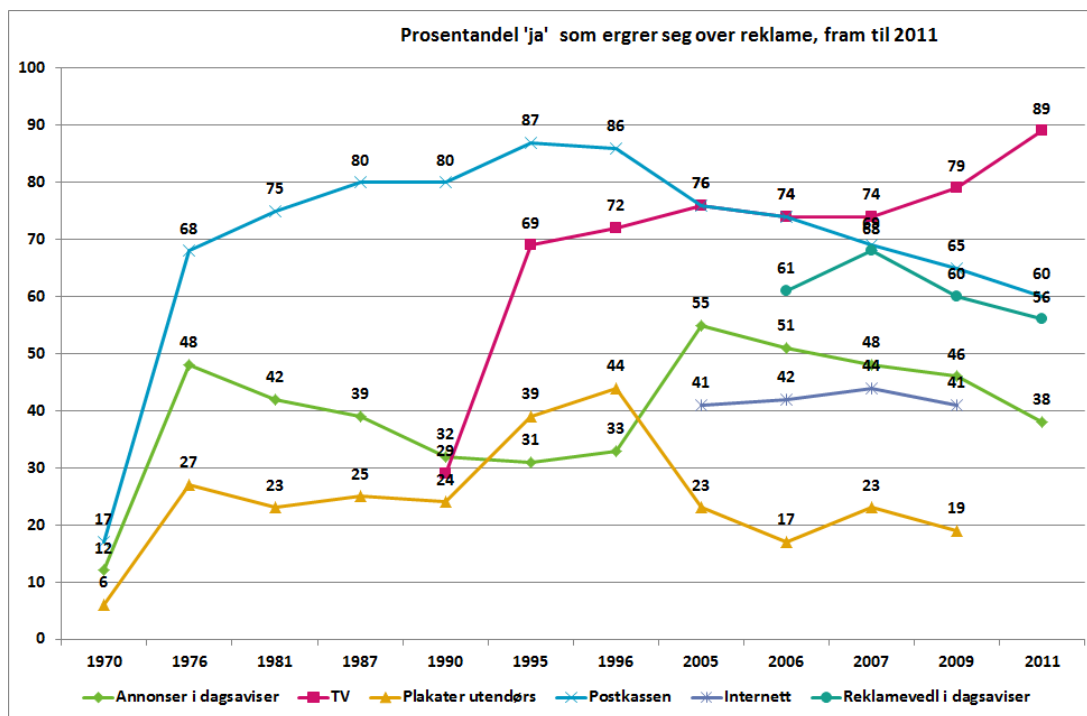
9.3.2 Ergrelse over reklame fram til 2007



Figur 9-6: Har det hendt at du har ergret deg over mengden av reklame i følgende medier? I dagsavisen, i postkassen, reklamevedlegg i dagsavisen, 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

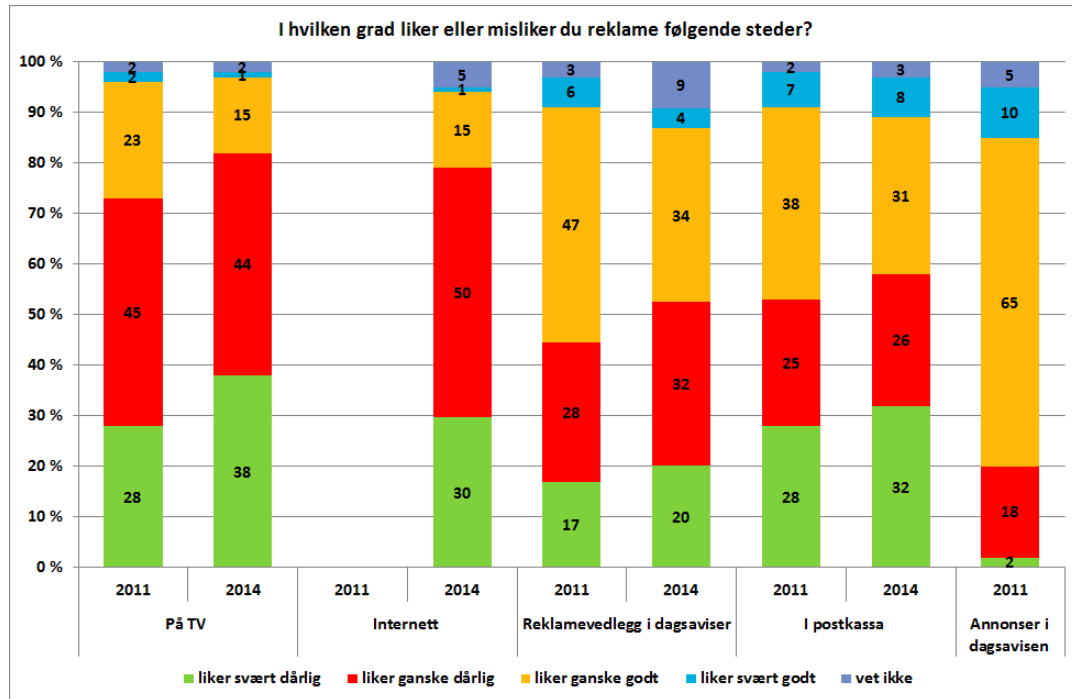
9.3.3 Ergrelse over reklame fram til 2011



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]

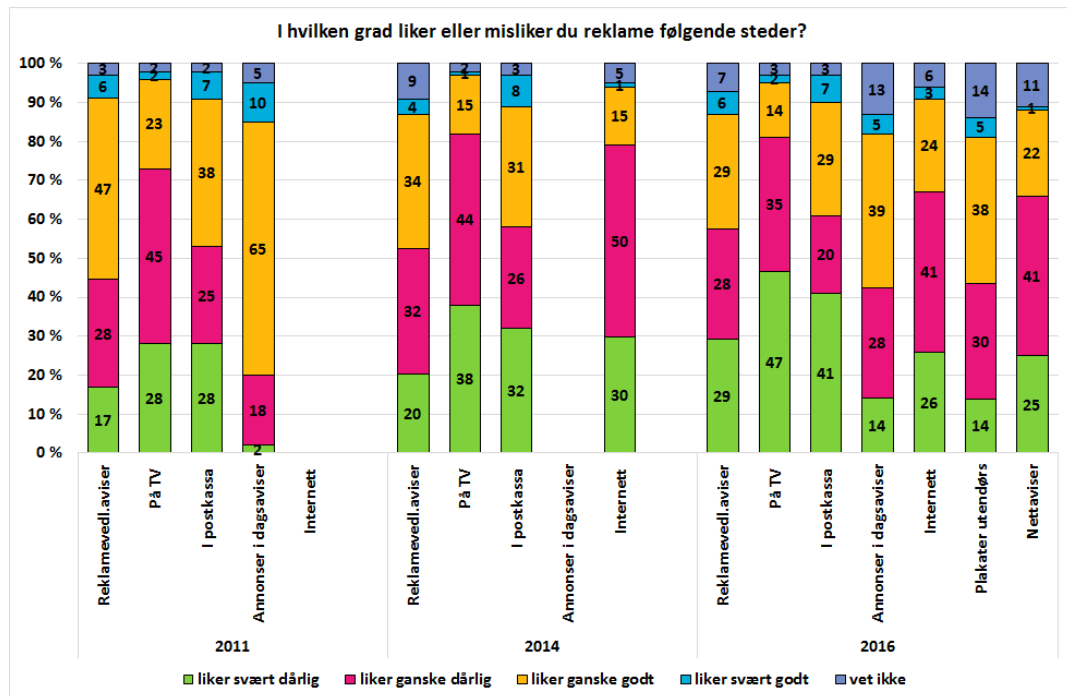
http://www.sifo.no/files/file77611_telefonsalg_web.pdf

9.3.4 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]

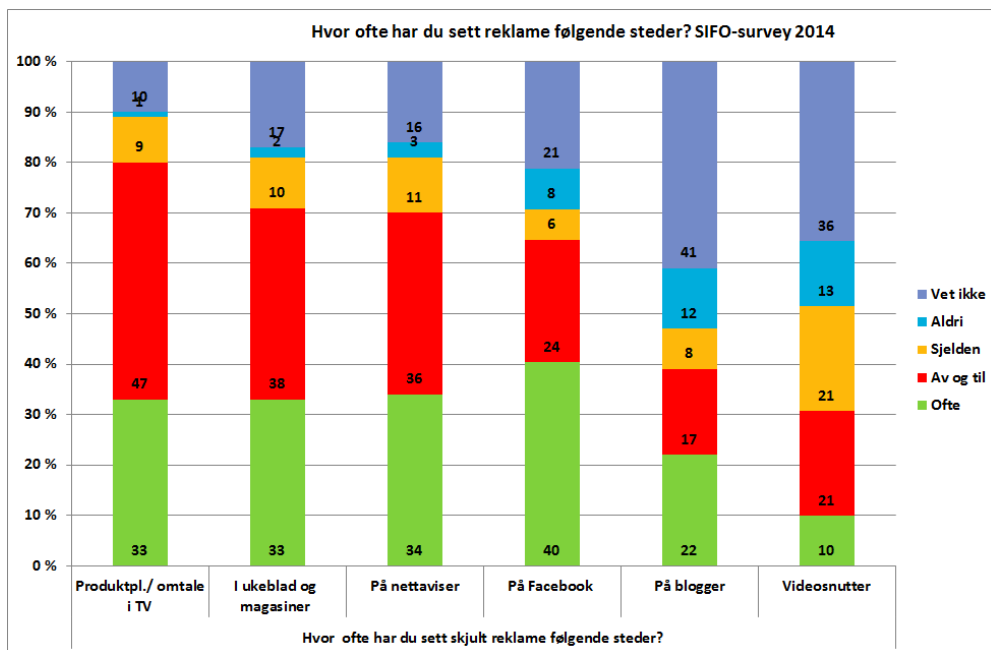
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf



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)¹⁹

¹⁹ Nettaviser er første gang stilt i 2016, Plakater utendørs er stilt tidligere, men da bare med svarskategoriene ‘ja’, ‘nei, og ‘vet ikke’

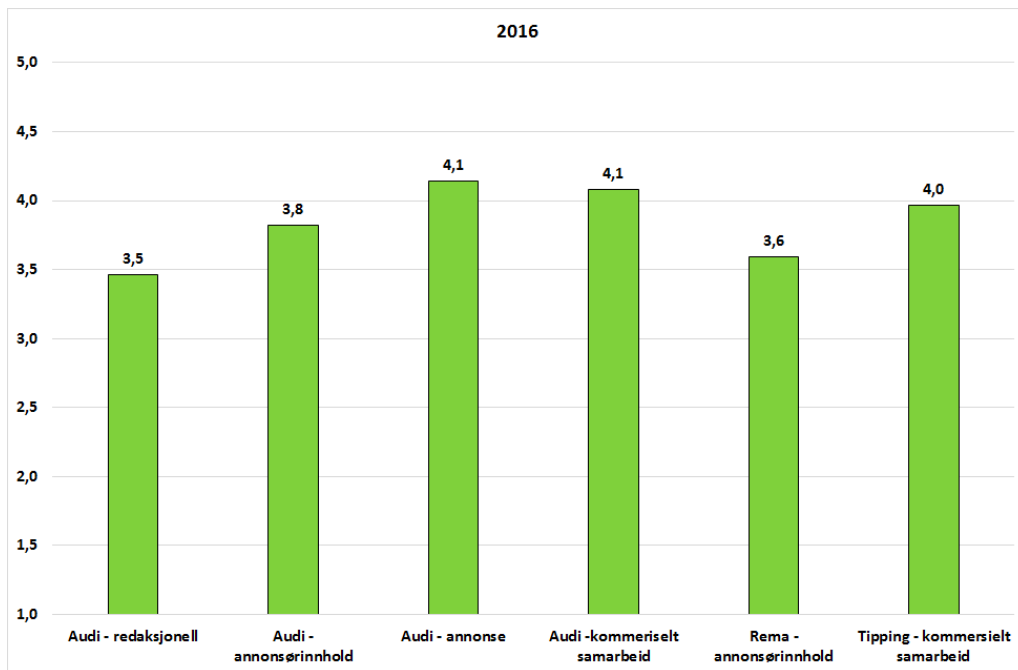
9.3.5 Skjult reklame



Figur 9-9 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

9.3.6 Innholdsmarkedsføring



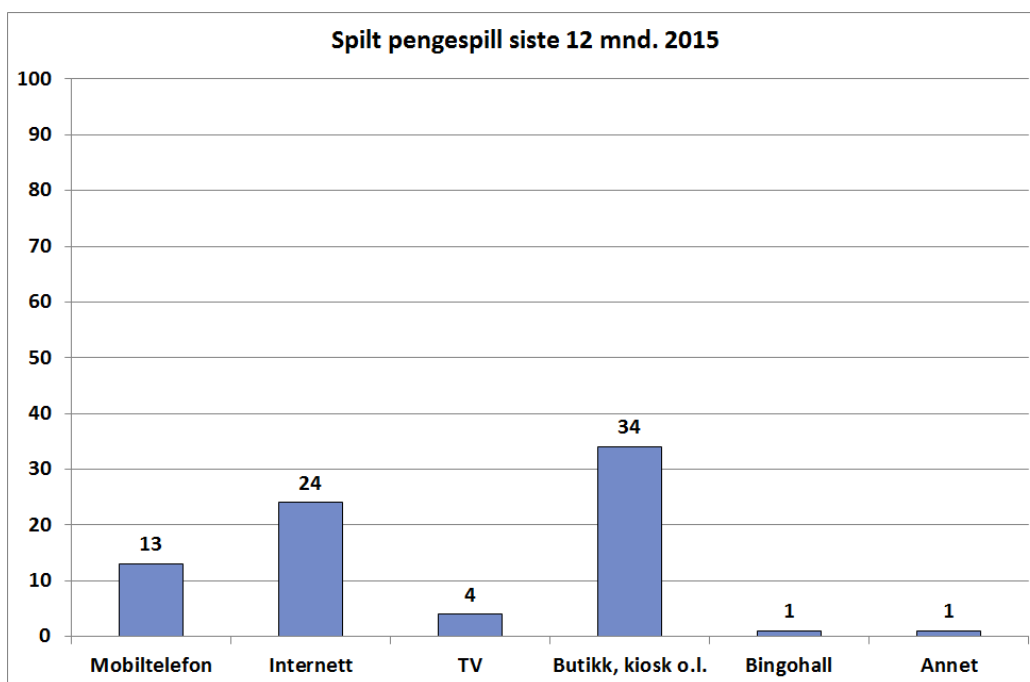
Figur 9-10 I hvilken grad forbrukerne trodde at de kommersielle aktørene hadde påvirket innholdet i «saken». Skala fra 1=svært liten grad til 5=svært stor grad. 2016.

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

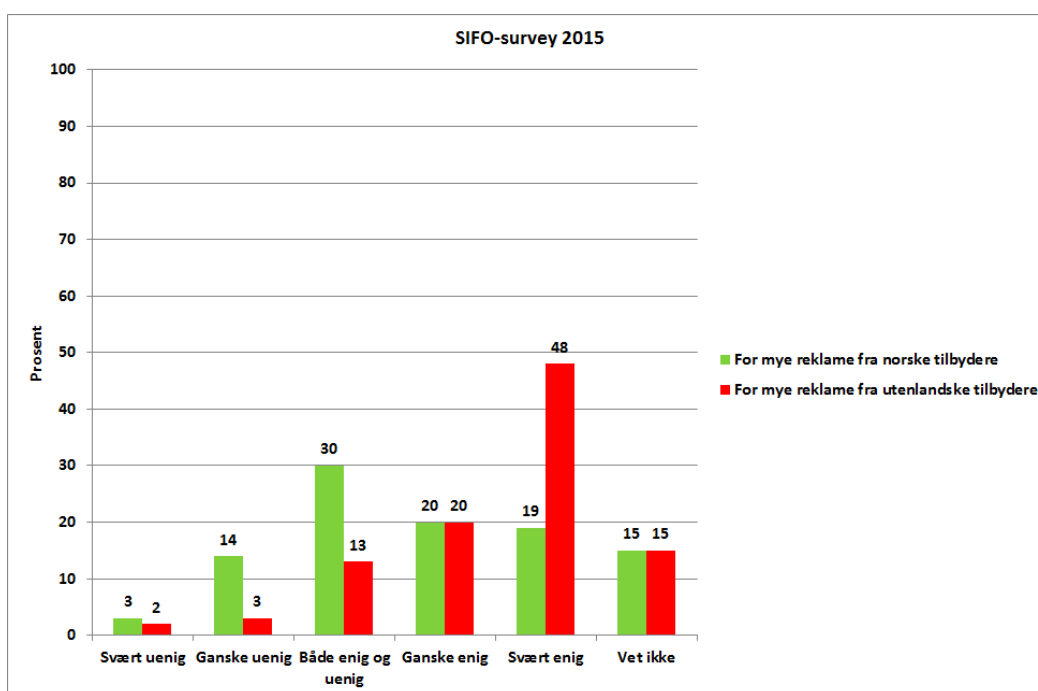
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Naar-grensene-mellom-journalistikk-og-reklame-blir-utydelige-i-avisene>

9.3.7 Reklame og pengespill



Figur 9-11 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 9-12: 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

9.4 Telefonsalg og reklame – publikasjoner

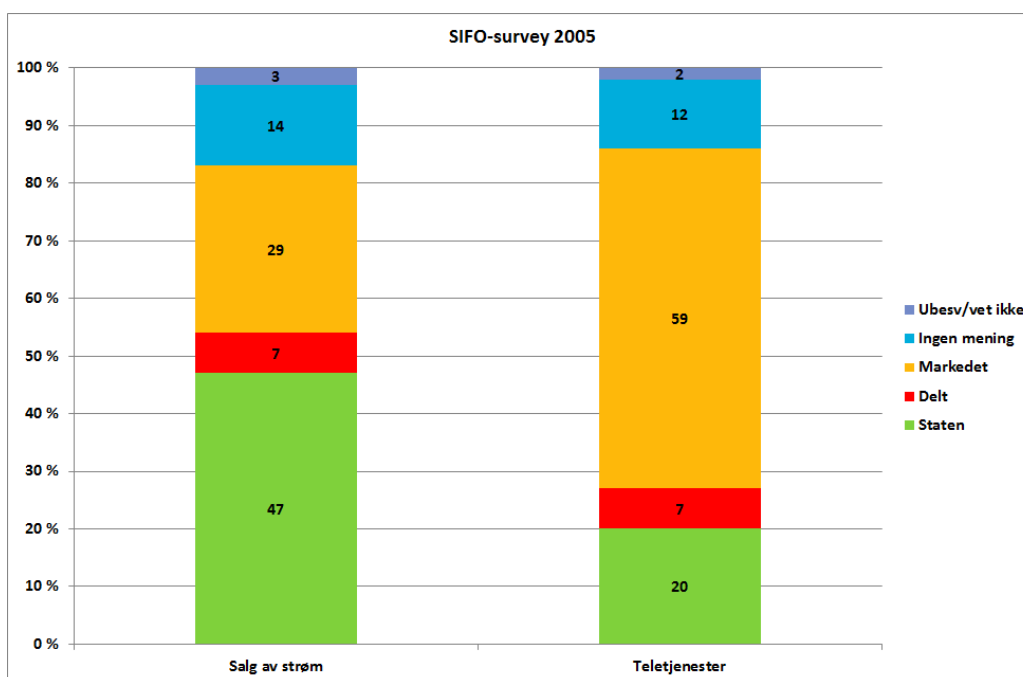
- Tangeland, Torvald og Frode Alfnes (2016): *Når grensene mellom reklame og journalistikk blir utydelige i avisene*. Oppdragsrapport nr. 16. Oslo SIFO/HIOA
<http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/SIFO/Publikasjoner-fra-SIFO/Naar-grensene-mellom-journalistikk-og-reklame-blir-utydelige-i-avisene>
- 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, 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 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
- Ardis Storm-Mathisen (2014): Forbrukernes forhold til reklame. I *Forbrukstrender 2014. SIFO-survey*. Red Randi Lavik og Elling Borgeraas. Prosjektnotat nr. 8. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf
- Randi Lavik og Ragnhild Brusdal (2011): *Telefonsalg, telefonhenvendelser og reklame*. Survey-statistikk 2011. Prosjektnotat nr. 6 2011 [Fram til 2011]
http://www.sifo.no/files/file77611_telefonsalg_web.pdf
- Randi Lavik (2009): *Noen reklamer ergrer mer enn andre*. *SIFO-survey 2009*. Prosjektnotat nr 9 2009. Oslo: SIFO [Fram til 2009]
http://www.sifo.no/files/file76333_prosjektnotat9-2009_reklame_webrev.pdf
- 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 kapittelet 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?

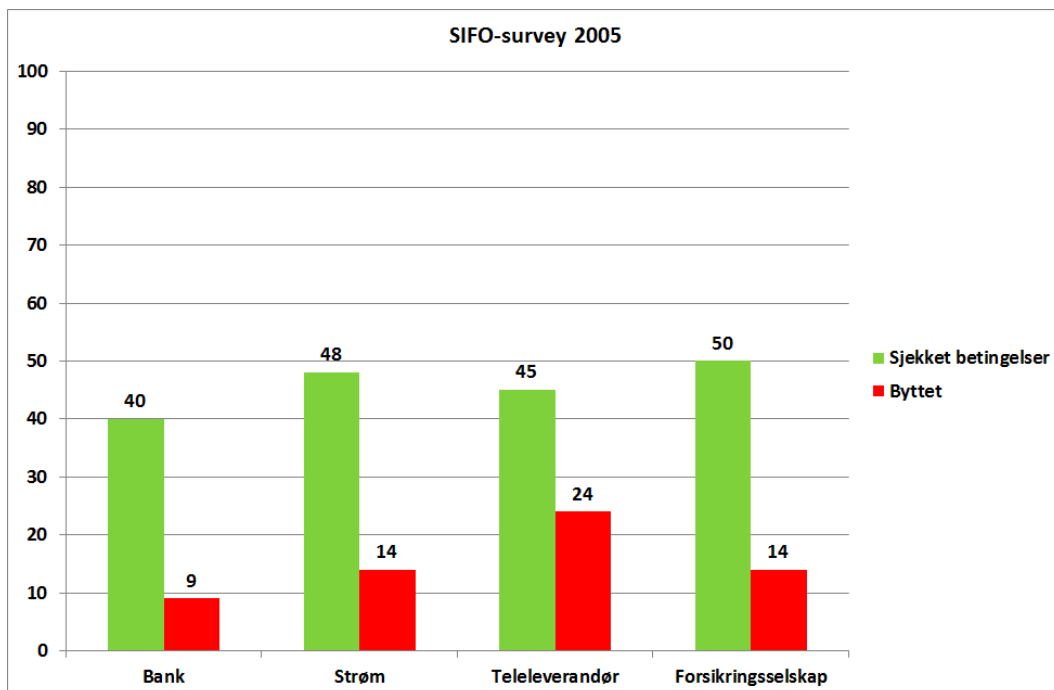


Hvem bør ha hovedansvaret? N=1008. 2005 (ref. Berg 2005, tabell 11)

http://www.sifo.no/files/file63379_fagrapport3-2005.pdf

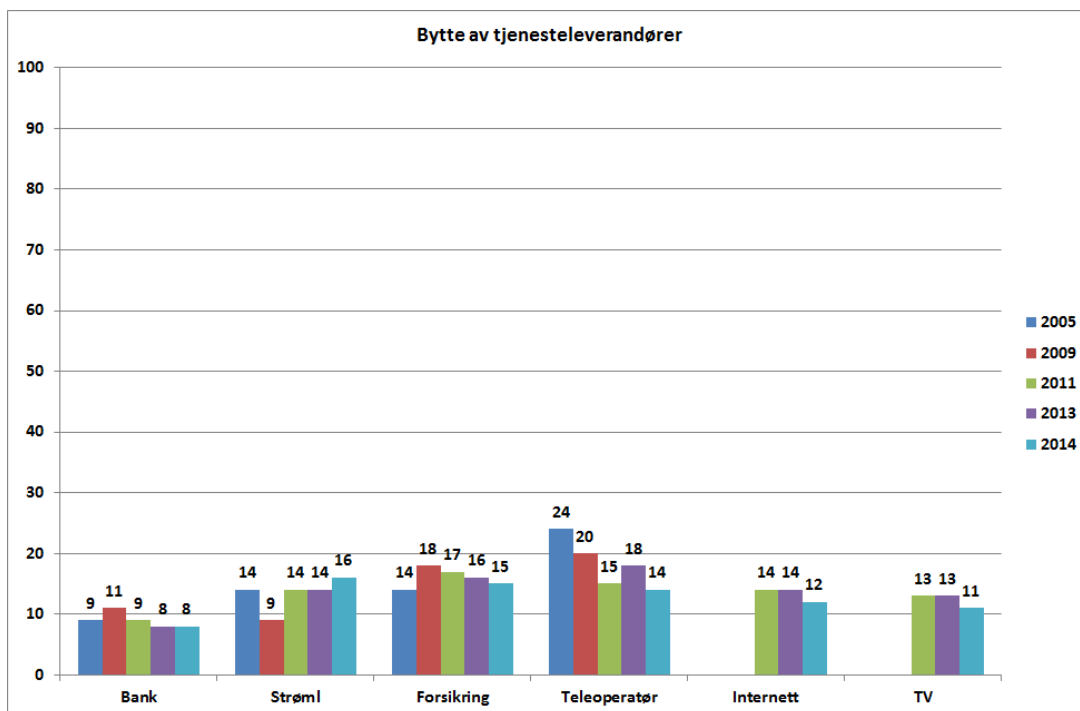
- Hvis du har gjort deg opp en mening, synes du Staten (offentlige myndigheter) eller Markedet bør ha hovedansvaret for salg av strøm?
- Hvis du har gjort deg opp en mening, synes du Staten (offentlige myndigheter) eller Markedet bør ha hovedansvaret for salg av teletjenester?

10.2 Bytte av tjenesteleverandører



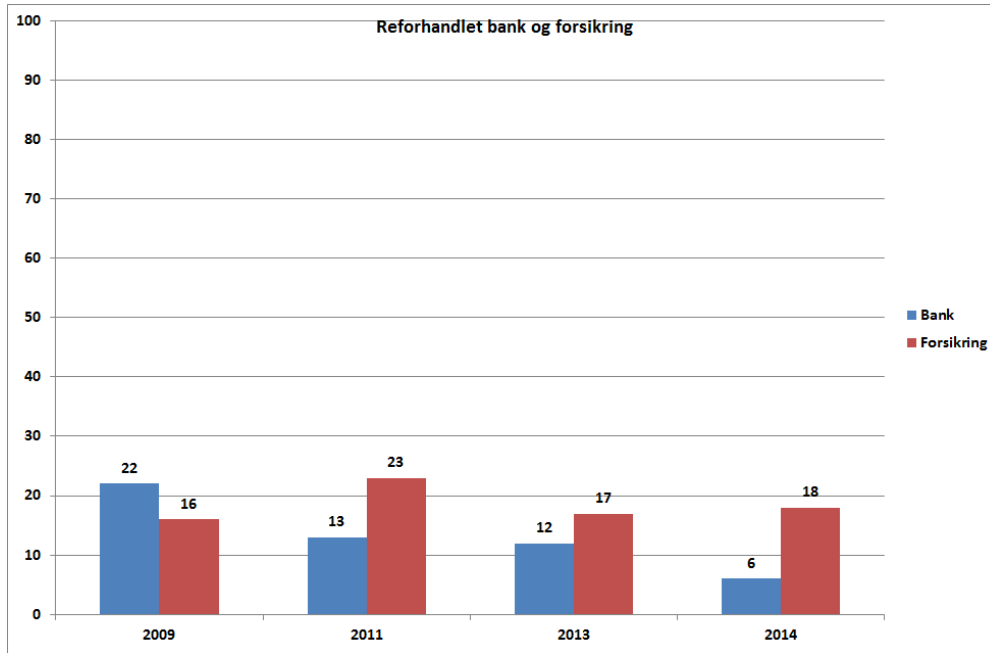
Figur 10-1 Andel ja. Har du i løpet av de siste tolv måneder... (SJEKKET BETINGELSER) Sjekket betingelser i egen bank opp mot betingelser i andre banker? Sjekket strømpriser? Sjekket telepriser? Sjekket betingelser i eget forsikringsselskap? (BYTTET) Flyttet lån eller lønnskonto fra en bank til en annen? Byttet 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 10-2 Prosentandel som har byttet ulike leverandører i løpet av siste måneder. Ekskl. vet ikke. (ref. Lavik 2014, figur 2-1)

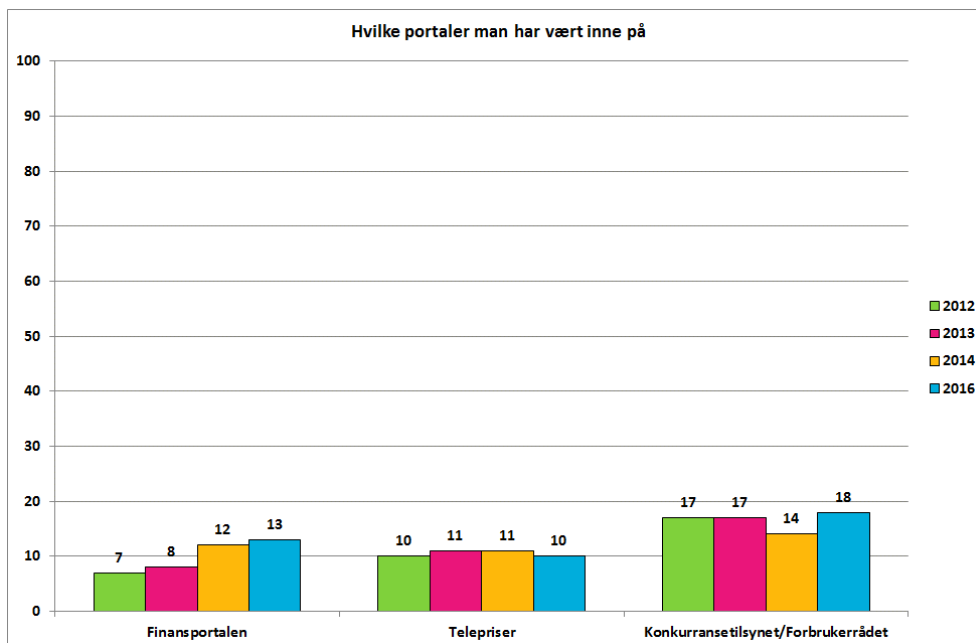
http://www.sifo.no/files/file79763_prosjektnotat_7-2014_web.pdf



Figur 10-3 Har du reforhandlet bank og forsikring i løpet av siste 12 mnd. Prosentandel ja (ekskl. vet ikke). Blant dem som ikke har byttet bank/forsikring. (Ref. Lavik 2014, tabell 2-1)

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

10.3 Internettportaler



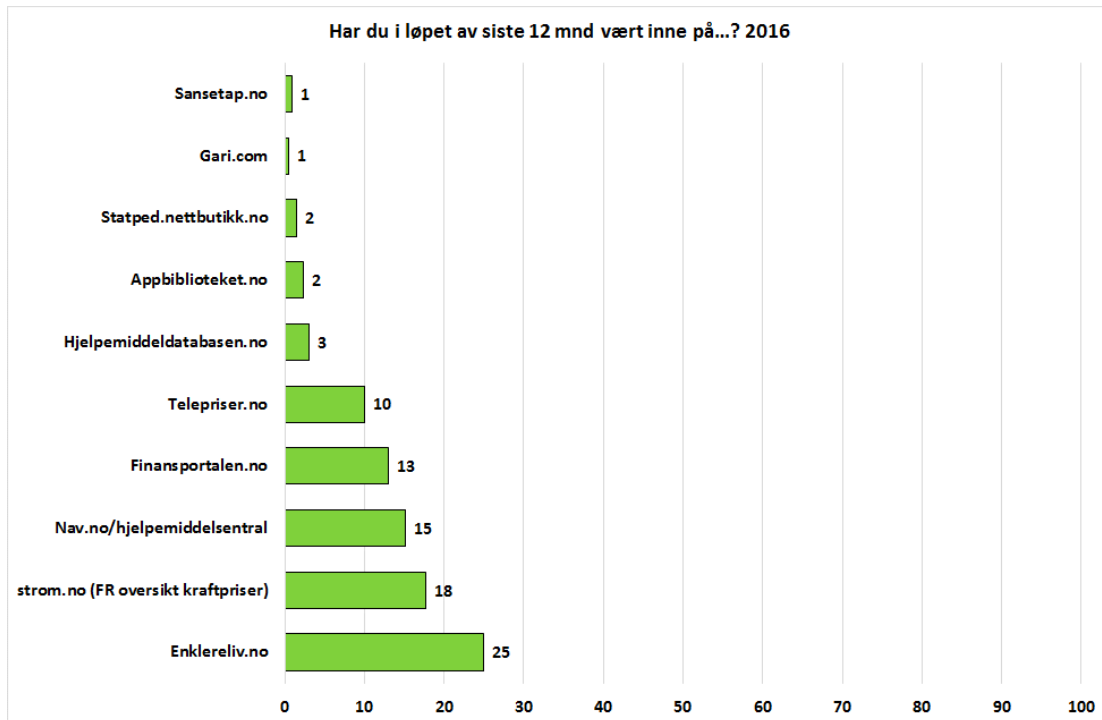
Figur 10-4 Har du i løpet av de siste 12 månedene vært inne på Finansportalen, Telepriser og Konkurransetilsynet? (Lavik 2014, Slette-meås et al, 2016)²⁰

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

20

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

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

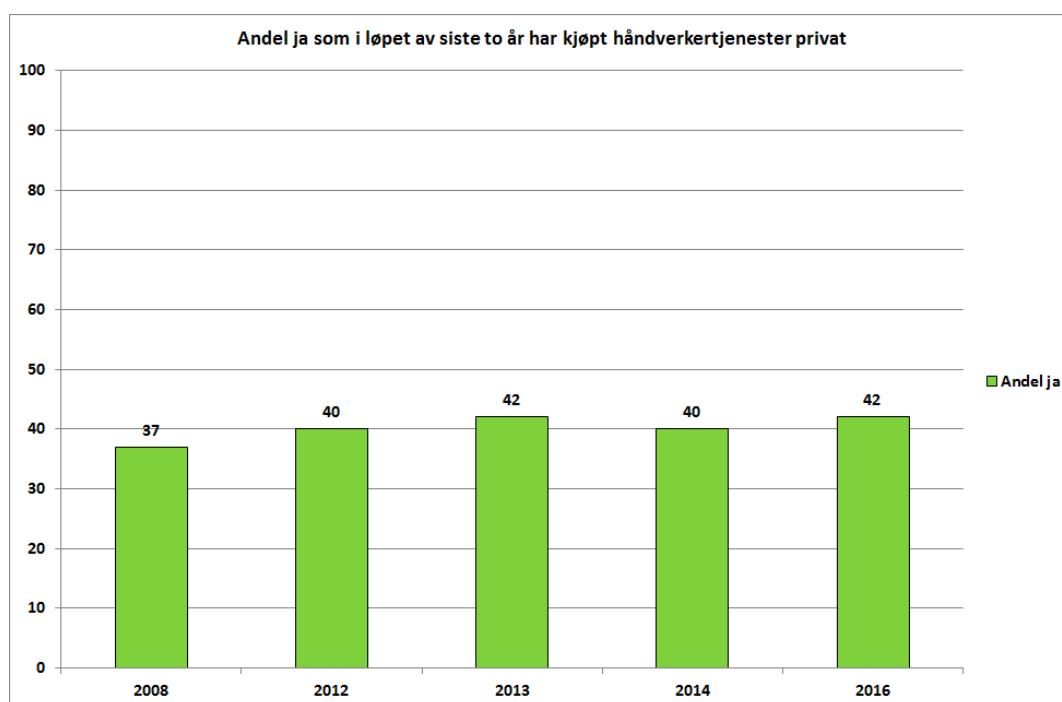


Figur 10-5 Har du i løpet av siste 12 mnd. vært inne på de nevnte portalene? Prosent. 2016.²¹ Vet ikke er ekskludert

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

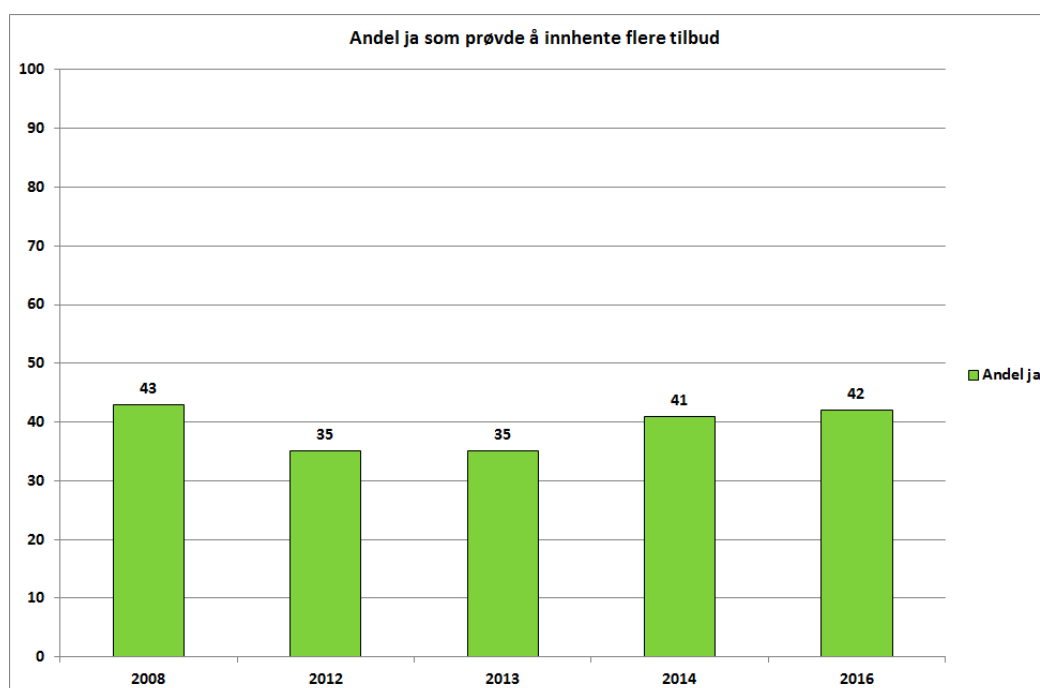
²¹ 2016 N: Finansportalen.no (998), Telepriser.no (993), strom.no (FR oversikt kraftpriser) (989), Hjelpemiddeldatabasen.no (992), Enklereliv.no (988), Gari.com (986), Appbiblioteket.no (992), Statped.nettbutikk.no (991), Navn.no/hjelpemiddelsentral (986), Sansetap.no (989)

10.4 Håndverkertjenester



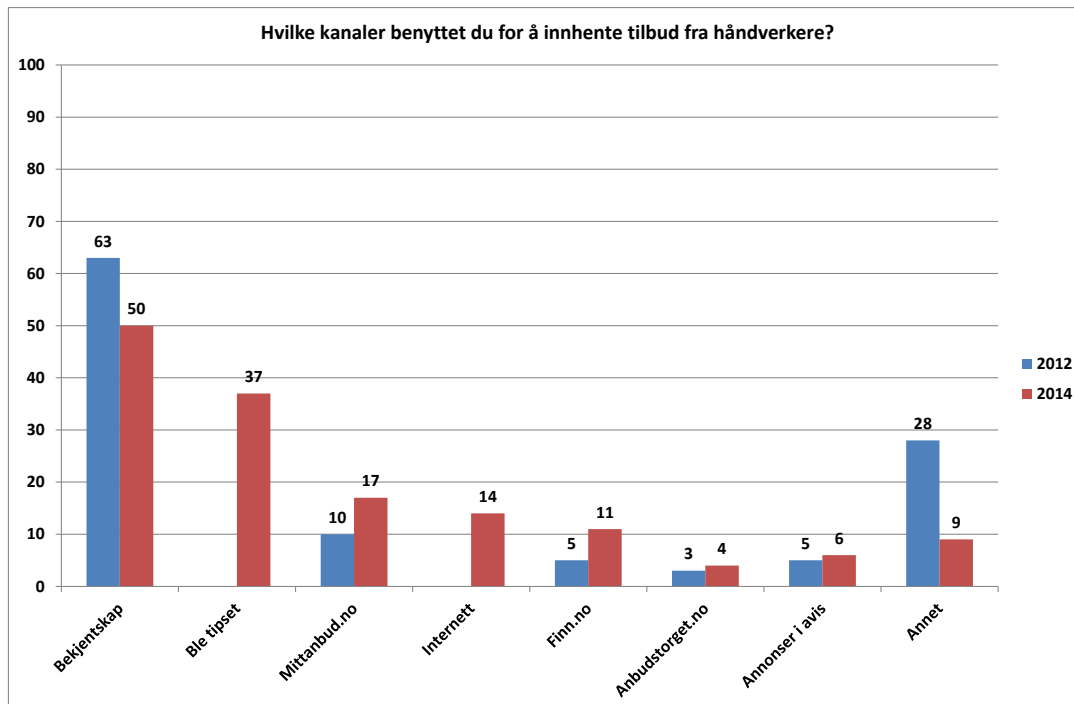
Figur 10-6 Prosentandel som i løpet av de siste to år har kjøpt håndverkertjenester privat? Vet ikke ekskl. N: 2008=994, 2012=2128, 2013=1004, 2014=1009, 2016=985

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

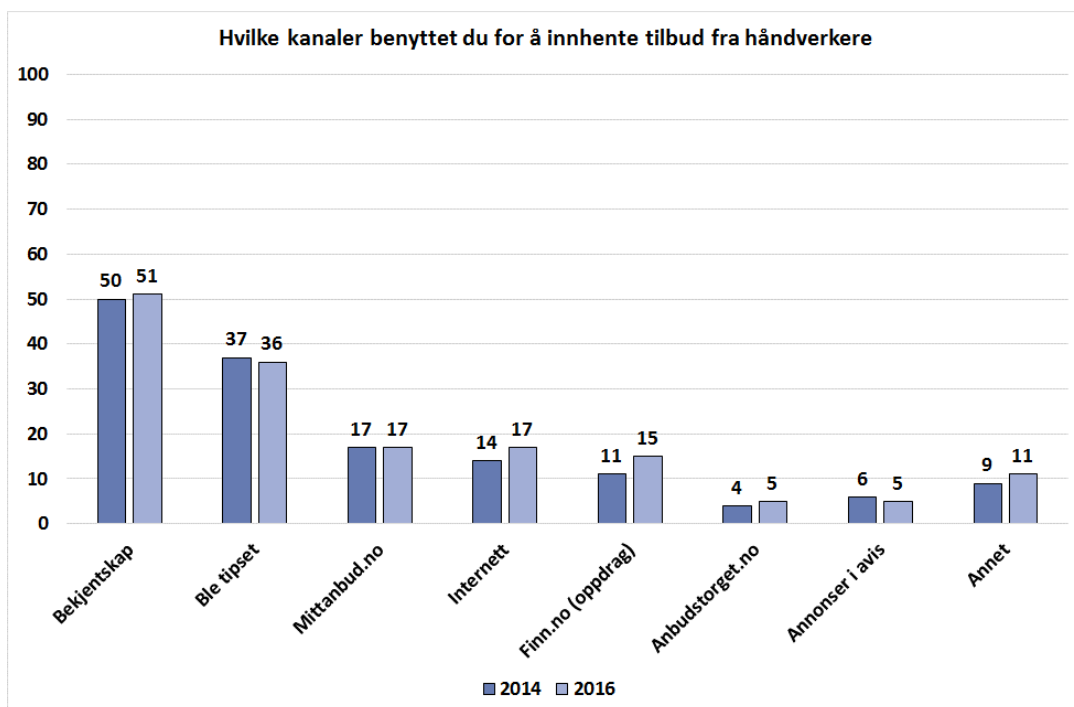


Figur 10-7 Andel som prøvde å innhente flere tilbud. N: 2008=274, 2012=838, 2013=418, 2014=402, 2016=406

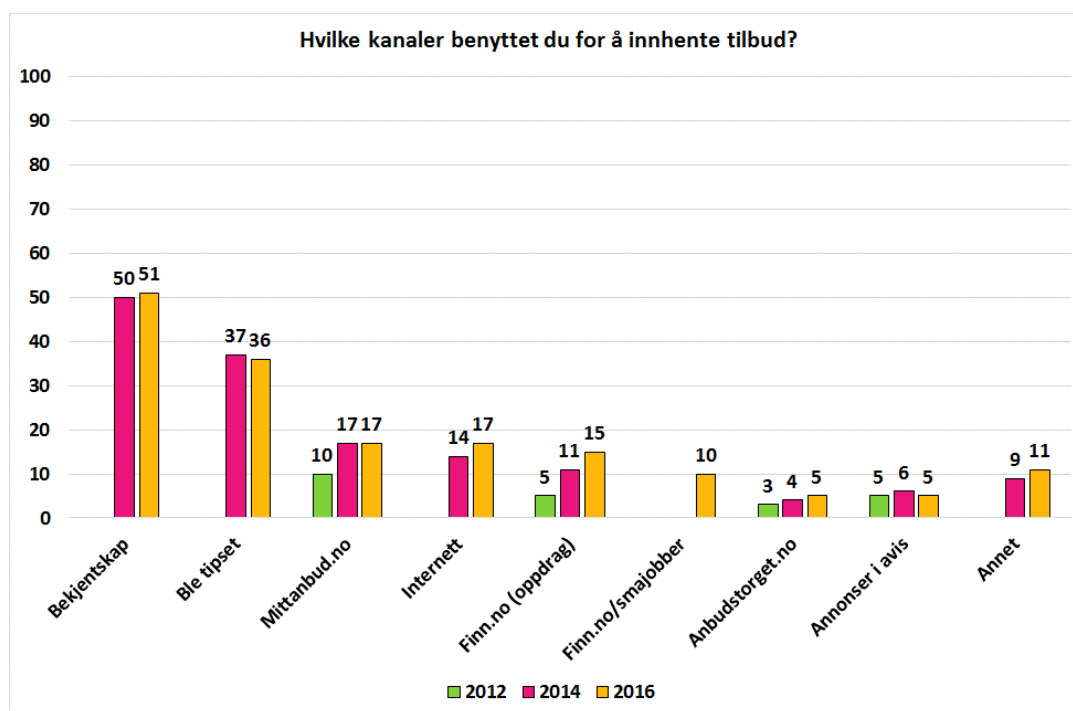
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



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



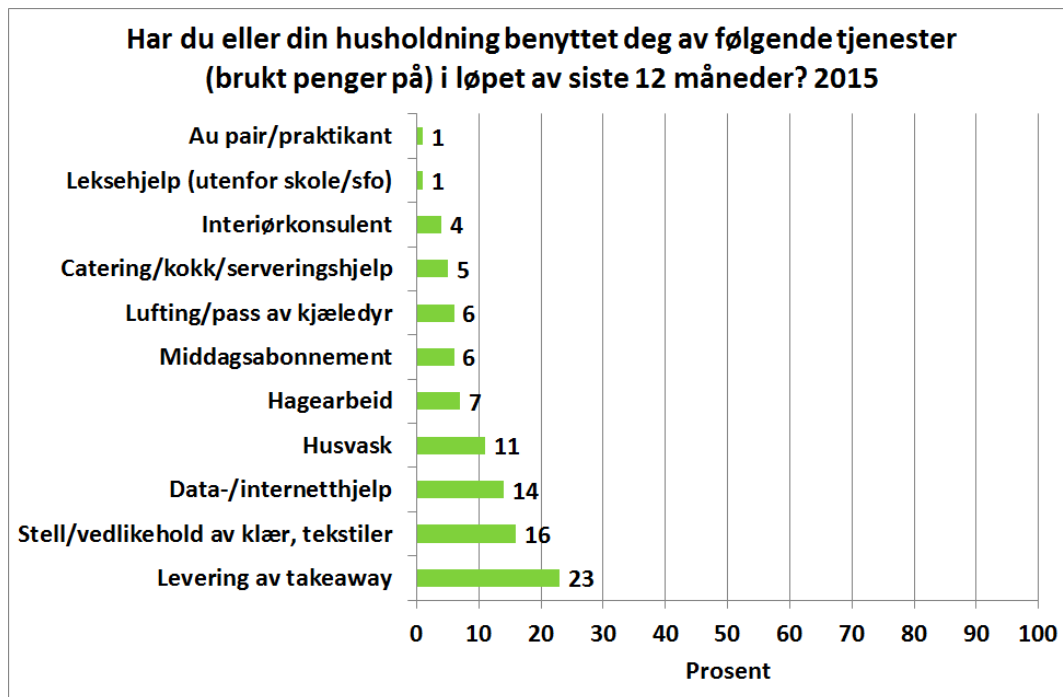
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf



Figur 10-8 Hvilke kanaler benyttet du for å innhente tilbud fra håndverkere? Prosentandeler ja. 2012: N=849. 2014 N=403, 2016=411. Flere svar kunne avgis

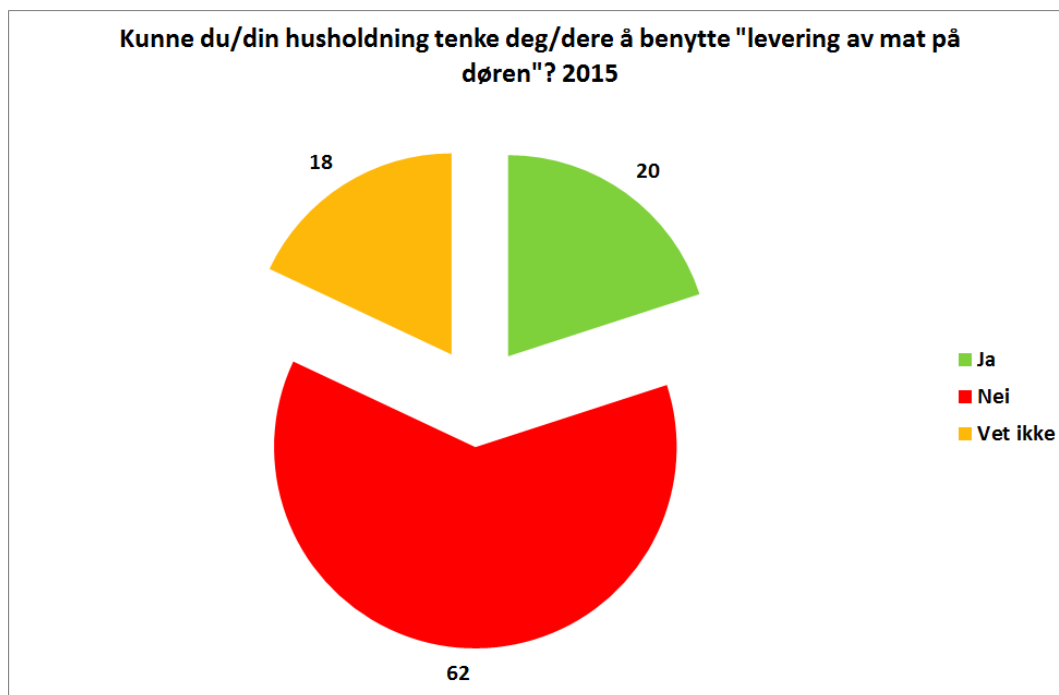
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf

10.5 Kjøp av tjenester til hjemmet



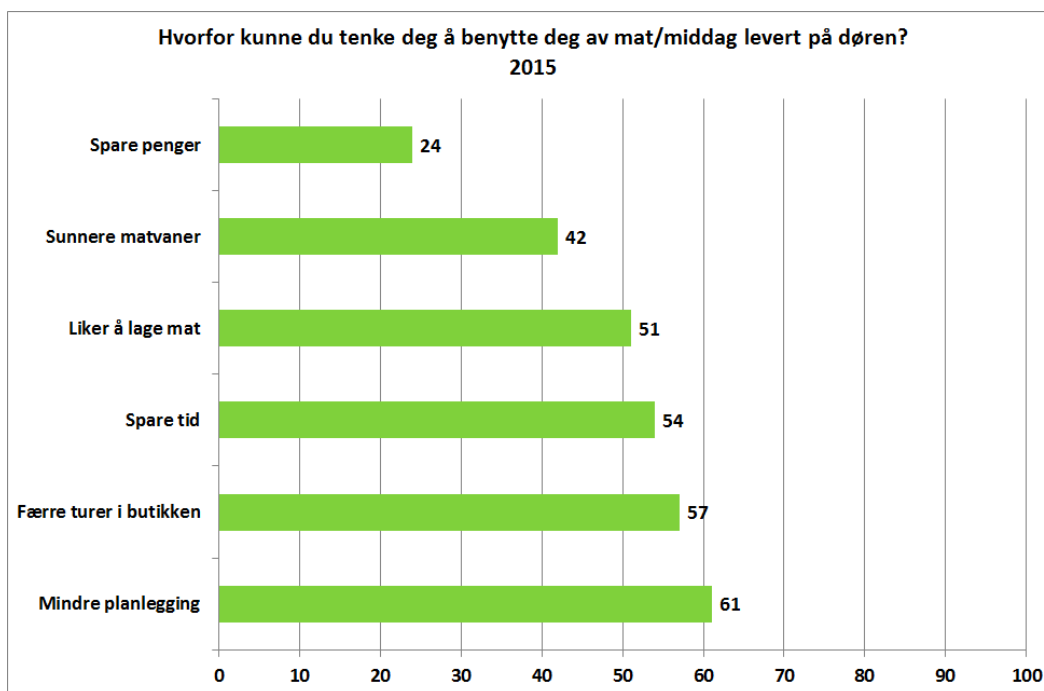
Figur 10-9 Prosentandel av husholdninger som har benyttet seg av (brukt penger på) de nevnte tjenestene i løpet av siste 12 måneder. 2015. N=1003

http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr.5-2015_-_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf



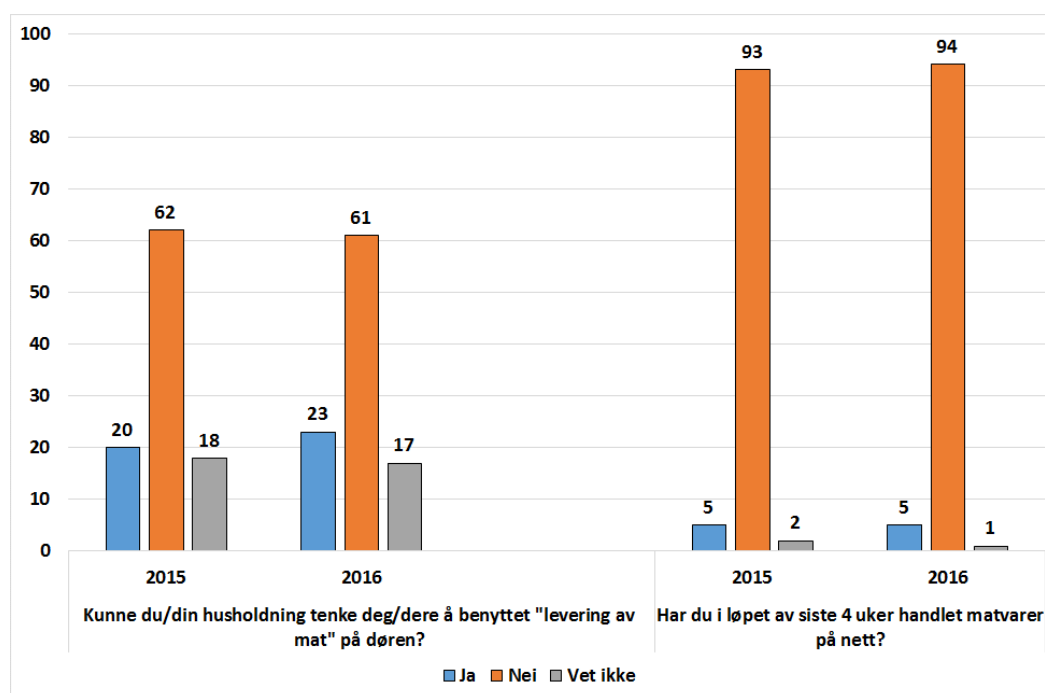
Figur 10-10 Kunne du tenke deg å benytte levering av mat på døren? Prosent. 2015. N=1003

http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr.5-2015_-_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf



Figur 10-11 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 10-12 Alternative distribusjonsformer. 2015 N=1003, 2016 N=1001

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

10.6 Tjenester og mobilitet – publikasjoner

- Alexander Schjøll 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 Borgeraas. Prosjektnotat nr. 6 – 2016
http://sifo.no/files/file80078_prosjektrapport_6_2016_sifosurvey.pdf
- Dag Slette-meås, 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
- Randi Lavik (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
- 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 Borgeraas. Prosjektnotat nr. 5. Oslo: SIFO
http://sifo.no/files/file80078_prosjektnotat_nr_5-2015_-_forbrukstrender_2015_sifo-survey_1.pdf
- Bugge, Annechen (2015): *Mat, måltid og moral – hvordan spise rett og riktig*. Fagrapport nr. 3. Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file80330_sifo_fagrapport_3_2015_maaltider_moral.pdf
- Randi Lavik (2014): *Mobilitet i ulike tjenestemarkeder, portaler og håndverkertjenester. SIFO-survey hurtigstatistikk*. Prosjektnotat nr 7 – Oslo: SIFO
http://www.sifo.no/files/file79763_prosjektnotat_7-2014_web.pdf
- Lisbet Berg (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 TNS Gallup og to er gjennomført av NORSTAT. I TNS Gallup sin undersøkelse svarte 2.181 personer på undersøkelsen, mens hhv 1003 og 1004 svarte på de to undersøkelsene til NORSTAT

2016 Tre undersøkelser gjennomført
1 TNS Gallup – økonomi N=2044
2 NORSTAT – digital N=1001
3 NORSTAT – miljø N=1004

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@sifo.hioa.no **Internett:** www.sifo.no

