




© SIFO 2012  
Prosjektnotat nr. 18 – 2012

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING  
Sandakerveien 24 C, Bygg B  
Postboks 4682 Nydalen  
0405 Oslo  
[www.sifo.no](http://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.

<b>Tittel</b> Julegaver 2012 Trender de siste 20 år	<b>Antall sider</b> 57	<b>Dato</b> 31.10.2012
<b>Title</b>	<b>ISBN</b>	<b>ISSN</b>
<b>Forfatter(e)</b>	<b>Prosjektnummer</b> 11-2004-29	<b>Faglig ansvarlig sign.</b> 
<b>Oppdragsgiver</b>		
<p><b>Sammendrag</b></p> <p>Denne landsrepresentative undersøkelsen omhandler praksiser, holdninger og regler knyttet til julegavegiving anno 2012. Deler av materiale vil derfor bli sammenlignet med en tilsvarende undersøkelse fra 1992, 1998 og 2001. Slik dekker studien et tids-spenn på 20 år.</p> <p>Undersøkelsen viser at julegaveritualet i liten grad har endret seg de 20 år. Sterkere fokus på sports- og fritidsutstyr, selvlagde gaver, tjenester og etiske julegaver kan imidlertid observeres. Selv om de fleste synes at det er for mye kommersielt press i jula, gir de julegaver av glede. Hele 98 prosent oppgir at de deltar i gaveritualet i den forstand at de gir minst én gave til jul. Likevel fremstår gaveritualet som mindre forpliktet enn antatt.</p>		
<b>Summary</b>		
<p><b>Stikkord</b></p> <p>julegaver, praksiser, holdninger, regler, stabilitet og endring</p>		
<b>Keywords</b>		



Julegaver 2012

Trender de siste 20 år

av

Anita Borch

2012

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING  
postboks 4682 Nydalen, 0405 Oslo



## Forord

Dette notatet presenterer datamaterialet og de viktigste funnene fra en undersøkelse om julegaver og andre gavepraksiser i Norge anno 2012. Deler av materialet vil senere være gjenstand for grundigere analyse og publiseres i form av artikler i vitenskapelige tidsskrift.

En varm takk til kollega Lisbet Berg som har vært til uvurderlig hjelp i utarbeidelsen av spørreskjema og i analysen av data. Takk også til kollega Alexander Schjøll som har hjulpet til i fortolkningen av gavekostnader.

Prosjektets kostnadsramme begrenser seg til 200 timer.

Oslo, Desember 2012





# Innhold

Forord.....	5
Innhold .....	7
Sammendrag og konklusjon.....	9
1 Innledning .....	11
2 Resultater .....	15
2.1 Julegavehandel .....	15
2.2 Hvem gir til hvem?.....	17
2.3 Hva koster gavene til hvem? .....	19
2.4 Totale gavekostnader .....	20
2.5 Hva gir man? .....	24
2.6 Nye gavetrender .....	32
2.7 Julegavepraksiser .....	34
2.8 Holdninger til julen og julegaver .....	35
Referanser .....	43
Vedlegg .....	45



## Sammendrag og konklusjon

Denne landsrepresentative undersøkelsen omhandler praksiser, holdninger og regler knyttet til julegavegiving anno 2012. Deler av materiale vil derfor bli sammenlignet med en tilsvarende undersøkelse fra 1992, 1998 og 2001. Slik dekker studien et tidsspenn på 20 år.

Undersøkelsen viser at julegaveritualet i liten grad har endret seg de 20 år. Julegavegivingen følger fortsatt regler som sier at jo nærmere mottaker er plassert i familie- og slektskapsnettverket, desto mer forpliktet er gavegivingen og desto dyrere gaver skal man gi. Partner og egen barn får oftest gave, dernest foreldre, andre barn og andre voksne slektninger. Venner og kollegaer får sjeldnere gave, faktisk sjeldnere i dag enn 20 år tilbake. Dette bekrefter at dagens julefeiring fortrinnsvis – og kanskje mer enn noen gang – er en feiring av familien.

I 2012 ligger julegavekostnadene vanligvis på 5000 kr. Gavekostnadene har økt de siste 20 år, men ikke mer enn på andre forbruksområder (Borch, 2001).

De fleste pleier å gi klær, bøker/musikk, leker og sports- og fritidsutstyr. Sports- og fritidsutstyr er den gaven som har økt mest i popularitet de siste 20 år, noe som etter alt å dømme reflekterer en økende helsebevisst i den norske befolkning. Pyntegjenstander har falt mest i popularitet.

Til egne barn gir man helst klær, dernest sports- og fritidsutstyr, bøker/musikk eller leker.

Flere kvinner enn menn gir sports- og fritidsutstyr, klær og bøker/musikk til partner. Flere menn enn kvinner gir smykker.

Av alternative gaver oppgir 23 prosent at de ga selvlagde gaver i fjor. Hver femte (20 %) ga kinobilletter, restaurantbesøk eller andre tjenester i fjor. Én av ti (9 %) ga reiser. 3 prosent ga hjelp i form av husvask, barnepass og lignende. Om lag en av 10 (8 %) ga etiske julegaver.

Selv om andelen som ga tjenester har økt, er det fortsatt tingene som dominerer. I 1992 ga ingen eller svært få pc-er, mobiltelefoner, spill og dvd-er. I 2012 oppgir vel halvparten (51 %) at de ga spill og dvd-er. Hver fjerde (27 %) ga pc, mobiltelefon eller annet teknologisk utstyr.

Om lag halvparten (52 %) gir penger og gavesjekker. Alkohol og ander nytelsesmidler gis av 41 prosent. En annen nykommer på gavefronten er erotiske artikler. I fjor ga 2 prosent denne gaven. I år blir det kanskje 3.

Nordmenn tenker i liten grad miljø når de handler julegaver. De aller flest synes det er for mye kommersielt press og gavehysteri jula, men gir likevel julegave av glede, ikke av plikt. Få er enig i at jula hadde vært hyggeligere uten julegavene.

I klassisk gaveteori heter det at gaver knytter sosiale bånd. Grunnleggende regler er at gaver skal gis, mottas og gjenyttes. Litt overraskende er det derfor at bare 20-30 prosent sier seg

enig i at julegavene styrker eller svekker bånd. Bare 54 prosent sier seg enig at man må gi en gave dersom man får en gave. De fleste (76 %) mener at det er greit ikke å gi julegaver dersom det er avtalt og begrunnet på forhånd. Andre legitime grunner for ikke å gi er at mottaker er blitt voksen (62 %), relasjoner er endret på grunn av samlivsbrudd (51 %) eller at økonomien er trang (30 %). Så mange som 30 prosent oppgir at de kuttet ned på antall mottakere i fjor.

Tidligere studier har vist at 95 prosent har gitt minst én julegave til jul. I år har andelen økt til 98 prosent. Likevel fremstår gaveritualet som mindre forpliktende enn forventet. Graden av forpliktelse i gavegiving har stor betydning for vår forståelse av gaveritualets sosiale, økonomiske og miljømessige konsekvenser. Da en ikke kan utelukke at graden av forpliktelse som er observert i denne studien kan ha metodiske årsaker, bør studien følges opp av mer kvalitativt orienterte undersøkelser som kan gi dypere innsikt i gavegivingen funksjoner og regler i dagens Norge.

# 1 Innledning

Julen nærmer seg. I år som i fjor. En undersøkelse fra 2004 viser at bare én prosent nordmenn over 18 år oppgir at de ikke feirer julaften. De fleste (70 %) oppgir at den viktigste grunnen for å feire jul er å være sammen med familie og venner. 11 prosent oppgir at julebudskapet er viktigst. Bare 3 av 1000 personer (0 %) oppgir at julegavene er viktigst (Borch, 2004). At julegavene ikke er det viktigste i jula trenger imidlertid ikke bety at de er uviktige. For hva hadde julen vært uten gavene?

Selv om julegavene ikke er det viktigste, viser forskning at 95 prosent nordmenn gir minst en gave til jul (Borch, 1994; Borch og Lavik, 1998; Borch, 2001). Inspirert av Marcel Mauss's (2006) klassiske gaveteori kan en hevde at julegavenes primære funksjon er å knytte sosiale bånd mellom familie, slekt og venner. Slik sett har julegavene en viktig sosial betydning. Men julegavene har også flere betenkelige sider. Er det riktig å bruke så mye penger på julegaver i et samfunn hvor mottakere 'har alt'? Hva med dem som av økonomiske grunner ikke har anledning til å delta i gaveritualet? Og hva med miljø?

Denne studien omhandler praksiser knyttet til gavegiving i Norge. Fokus er lagt på julegaver, men spørsmål som omhandler kalendergaver, bursdagsgaver og andre gaver er også representert. Spørsmålene om kalendergaver er utgitt i eget notat (Borch, 2012) og vil ikke bli omtalt her.

Målet med undersøkelsen er todelt. Ett mål er å avdekke julegavetrender de siste 20 år. Deler av materiale vil derfor bli sammenlignet med en tilsvarende undersøkelse fra 1992, 1998 og 2001.

Et annet mål er å få oppdatert kunnskap om dagens julegavepraksiser, holdninger til og regler om julegavegavegiving. Noen av spørsmålene som stilles i denne rapporten er:

- I hvilken grad planlegges gavehandelen på forhånd?
- Hvem gir man gaver til, hva koster gavene og hva gir man til ulike typer mottakere?
- Hvor utbredt er det å gi utradisjonelle julegaver som etiske julegaver, tjenester som kinobilletter og fysioterapi, eller hjelp til å vaske huset, passe barn, osv.?
- Hvor mye penger bruker man på julegaver? Bruker man mer på julegaver enn bursdagsgaver og andre gaver i løpet av ett år?
- Er det for stort kommersielt press i jula?
- I hvilken grad tenker man miljø når man handler gaver?
- Hvor forpliktet er gavegiving?
- Når er det greit ikke å gi julegaver?
- Gir man gaver tross trang økonomi?

Spørreskjema er gjengitt i sin helhet i vedlegg 1.

## Metode

TSN Gallup samlet inn dataene i 2. og 3. uke i november 2012 blant 1000 personer fra 18 år og eldre. Utvalget ble rekruttert gjennom GallupPanelet.

Tidligere undersøkelser om julegaver har vært gjort på telefon. En viktig grunn til at Gallup-Panelet ble valgt var at denne rekrutteringsmetoden er forbundet med lavere kostnader og at verken telefon eller internett er hva det en gang var. I dag er mange vel så tilgjengelig på pc som telefon, blant annet fordi internett og telefon tilbys på samme applikasjon. Da Gallup-Panelet har en lavere andel eldre enn hva man finner ellers i landet, er tallene vektet på alder. Utsatte grupper er imidlertid vanskelig å nå både på telefon og internett.

I undersøkelser på internett går noe av det umiddelbare man finner i telefonsamtalen tapt. Deltakerne kan jevnt over bruke lenger tid på besvare spørsmålene. Vanligvis har deltakerne anledning til å klikke seg frem og tilbake i spørreskjemaet. Det fikk de imidlertid ikke denne gangen, da datainnsamlingen skulle ligne mest mulig på et telefonintervju.

Rekkefølgen på spørsmålene er også annerledes enn i 1992, 1998 og 2001. Antall spørsmål er også høyere. Da datainnsamlingsmetoden og spørreskjemaene er forskjellig, må noen reser-vasjoner tas med hensyn til dataenes sammenlignbarhet.

Tabell 1 viser hvordan bakgrunnsvariablene i 2012 undersøkelsen fordeler seg på kjønn, alder, utdanning, husholdsinntekt, husstander med barn med og uten barn under 15 år, ulike typer husstander og religiøs tilknytning.

**Tabell 1-1: Bakgrunnvariable, 2012. N=866.**

Bakgrunnvariable	2012
<b>Kjønn:</b>	
Mann	48% (425)
Kvinne	51% (441)
<b>Alder:</b>	
19-26 år	6% (52)
27-36 år	16% (142)
37-50 år	27% (235)
51-66 år	37% (317)
67 år +	14% (120)
<b>Utdanning:</b>	
Lav (grunnskole/vg. skole)	42% (457)
Høy (universitet/høyskole)	59% (509)
<b>Husholdsinntekt:</b>	
Mindre enn 399.999 kr	12% (91)
400.000-599.999 kr	18% (139)
600.000-799.999 kr	26% (206)
800.000-999.999 kr	24% (194)
Mer enn 1.000.000 kr	21% (163)
Ønsker ikke å svare	9% (74)
<b>Barn under 15 år som bor hjemme</b>	26% (221)
<b>Beskrivelse av husstanden</b>	
Enslig uten barn	12% (106)
Enslig med barn/enslig med samværsrett/delt foreldreansvar	9% (76)
Par uten barn	15% (131)
Par med kun felles barn	43% (388)
Par med dine/mine og/eller felles barn	16% (139)
Annet	3% (27)
<b>Religiøs tilknytning</b>	
Kristendom	46% (398)
Andre religioner	2% (14)
Er ikke religiøs, ateisme eller agnostisisme	38% (333)
Ønsker ikke å svare/ubesvart	5% (47)

2012-undersøkelsen omhandler 1000 deltakere fra 18 til 87 år. Analysen grenser seg imidlertid til 866 hushold hvor deltakerne har stilling som husmor eller husfar i husholdet. Hushold hvor respondenter er datter, sønn eller annet er med andre ord ekskludert fra analysen.

Noen av spørsmålene i denne undersøkelsen retter seg mot husholdet, andre mot personen som bevarer spørreskjemaet. I sist nevnte tilfelle kan vi ikke utelukke at personen har svar på vegne av husholdet. I så tilfeller kan kjønnsforskjeller være underrapportert i husstander bestående av par med og uten barn.

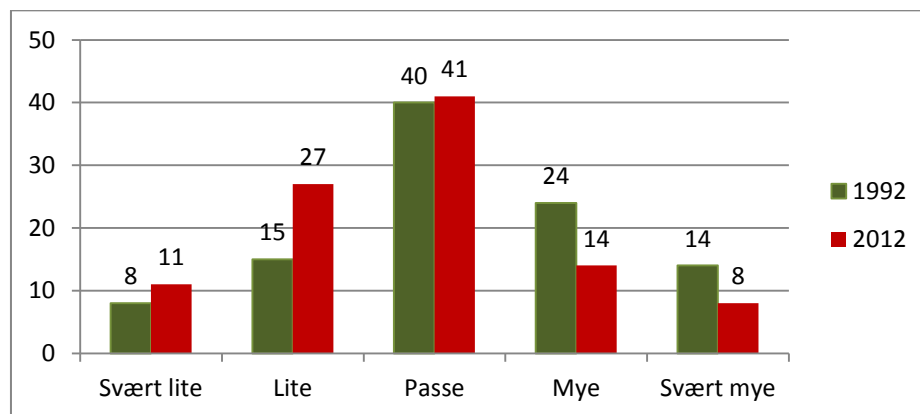




## 2 Resultater

### 2.1 Julegavehandel

1992-undersøkelsen fikk deltakerne spørsmålet: «I hvilken grad planlegger du på forhånd hva du skal kjøpe til den enkelte til jul?» Flere oppga at de planla svært mye eller mye enn svært lite og lite. Planlegger man like mye i dag? Figur 2:1 gir svar.



**Figur 2-1: Andel som planlegger julegavehandelen svært lite, lite, passe, mye og svært mye i 1992 og 2012. Prosent. (N=804, 850)**

Figuren indikerer at de aller fleste (40 %) oppgir at de planlegger passe. Den indikerer også at vi jevnt over planlegger gavehandelen mindre enn i 1992.

Undersøkelsen fra 1992 viste at kvinner planlegger gavehandelen mer enn menn. Det var også en svak tendens til at grad av planlegging økte ned utdanning (Borch, 1994). Er det fortsatt slik? Tabell 2-1 gir svar.

**Tabell 2-1: Andel som planlegger mye eller svært mye i 2012 i ulike grupperinger. Prosent.**

	Planlegger mye eller svært mye
<b>Kjønn:</b>	
Mann	22%
Kvinne	53%
N	851
Signifikansnivå	.000***
<b>Alder:</b>	
19-26 år	33%
27-36 år	42%
37-50 år	41%
51-66 år	37%
67 år +	31%
N	850
Signifikansnivå	.299
<b>Utdanning:</b>	
Lav (grunnskole/vg. skole)	34%
Høy (universitet/høyskole)	41%
N	849
Signifikansnivå	.049*
<b>Husholdsinntekt:</b>	
Opp til 400.000 kr	39%
400.000-599.999 kr	40%
600.000-799.999 kr	33%
800.000-999.999 kr	38%
Fra 1.000.000 kr	36%
N	775
Signifikansnivå	.693
<b>Barn under 15 år som bor hjemme</b>	
Nei	35%
Ja	47%
N	850
Signifikansnivå	.002**
<b>Beskrivelse av husstanden</b>	
Enslig uten barn	41%
Enslig med barn	40%
Par uten barn	25%
Par med kun felles barn	42%
Par med dine/mine og/eller felles barn	36%
N	823
Signifikansnivå	.009**
<b>Religiøs tilknytning</b>	
Kristendom	40%
Andre religioner	36%
Er ikke religiøs, ateisme eller agnostisisme	35%
N	801
Signifikansnivå	.376

Andelen som planlegger mye eller svært mye er høyere blant kvinner enn menn. Det er også en svak tendens til at høyt utdannede planlegger mer enn lavt utdannende. Dette er i samsvar med undersøkelsen fra 1992 (Borch, 1994).

Videre indikerer tabellen at andelen som planlegger mye eller svært mye er høyere blant husstander med barn under 15 år, og at andelen som planlegger mye eller svært mye er lavere i husstander bestående av par uten barn enn andre typer hushold.

## 2.2 Hvem gir til hvem?

Undersøkelsen indikerer at 98 prosent gir minst én julegave til jul. Dette er en økning på tre prosentpoeng fra årene 1992, 1998 og 2001. Oppslutningen rundt gaveritualet har slik sett økt de siste 10 år.

Deltakerne fikk spørsmålene: «*Har du eller din ektefelle/samboer egne barn?*» og «*Hvor mange barn - enten de bor hjemme eller ikke - kommer du/dere til å gi julegaver i år?*». Spørsmålene ble fulgt opp andre tilsvarende spørsmål som omhandlet mottakerkategoriene «barnebarn», «andre barn», «partner (ektefelle/samboer/kjæreste)», «foreldre/svigerforeldre/samboer-foreldre», «andre voksne slektninger» og «venner og kollegaer». Spørsmålene ble også stilt i 1992. I 1992 ble imidlertid ikke mottakerkategorien «barnebarn» inkludert i analysen. Tabell 2-2 og 2-3 viser svarfordelingen i 1992 og 2012.

**Tabell 2-2: Andel som gir gave til minst én angitt mottakerkategori i 1992. Prosent. (N=856) Kilde: Borch (1994).**

	1992	%
1	Andre barn	90
2	Egne barn	77
3	Partner	72
4	Andre voksne slektninger	76
5	Foreldre	75
6	Venner og kollegaer	59

**Tabell 2-3: Andel som gir gave til minst én angitt mottakerkategori i 2012. Prosent. (N=866)**

	2012	%
1	Egne barn	73
2	Partner	72
3	Andre barn	69
4	Foreldre	66
5	Andre voksne slektninger	66
6	Venner og kollegaer	46
7	Barnebarn	36

I 1992 ga hele 90 prosent julegave til 'andre barn'. Dette var en omfattende mottakerkategori som inkluderte alle barn unntatt ens egne, slik som barnebarn, nieser, nevøer og venners barn. I 2012-undersøkelsen ble denne kategorien delt inn i to: 'barnebarn' og 'andre barn'. Dette forklarer hvorfor andelen som gir til 'andre barn' er redusert. Når andelen som gir minst én julegave til barnebarn og/eller andre barn slås sammen, øker andelen som gir til denne mottakerkategorien til 87 prosent.

Etter 'andre barn', utgjør egne barn, dernest partner, foreldre og andre voksne slektninger de mottakerkategoriene som flest oppgir at de gir gaver til. Det samme mønsteret gjør seg gjeldene i 2012-undersøkelsen. Dette indikerer at gavegivingen følger fortsatt en genealoginorm, der gavegivingen blir mer forpliktet jo nærmere mottaker er plassert i familie- og slektskapsnettverket (Borch, 1994).

Andelen som gir til venner og kollegaer er noe svekket siden 1992, fra 59 til 45 prosent. Dette kan indikere at julegaveritualet spesielt og kanskje juleritualet generelt er blitt mer sentret mot familie og slektskapsnettverket de siste 20 år og i mindre grad inkluderer venner og kollegaer.

Er det noen sosiale grupper som i større grad enn andre oppgir at de gir julegaver til gitte mottakerkategorier? Tabell 2-4 gir svar.

**Tabell 2-4: Andel som kommer til å gi gave til minst én angitt gavekategori i år i ulike grupperinger. Prosent.**

	Egne barn	Barnebarn	Andre barn	Partner	Førelde	Andre voksne slektninger	Venner og kollegaer
<b>Kjønn:</b>							
Mann	70%	34%	65%	79%	67%	51%	33%
Kvinne	76%	38%	73%	66%	66%	72%	59%
N	866	866	866	866	866	865	866
Signifikanstest	.066	.300	.019*	.000***	.743	.000***	.000***
<b>Alder:</b>							
19-26 år	15%	0%	67%	81%	86%	65%	58%
27-36 år	45%	1%	88%	65%	90%	73%	56%
37-50 år	79%	10%	86%	73%	92%	68%	42%
51-66 år	84%	57%	59%	73%	53%	57%	49%
67 år +	90%	88%	40%	73%	12%	50%	28%
N	866	866	866	866	866	866	866
Signifikanstest	.000***	.000***	.000***	.189	.000***	.000***	.000***
<b>Utdanning:</b>							
Lav (gr.skole/vg. skole)	73%	44%	63%	73%	63%	59%	39%
Høy (univ/høyskole)	73%	30%	73%	72%	68%	64%	51%
N	866	866	866	866	865	865	866
Signifikanstest	.892	.000***	.002**	.717	.089	.082	.001**
<b>Husholdsinntekt:</b>							
Opp til 400.000 kr	48%	31%	53%	56%	56%	55%	36%
400.000-599.999 kr	68%	41%	70%	60%	54%	65%	41%
600.000-799.999 kr	72%	37%	66%	74%	59%	66%	47%
800.000-999.999 kr	79%	34%	72%	80%	77%	60%	48%
Fra 1.000.000 kr	83%	32%	79%	85%	80%	61%	50%
N	793	792	792	792	793	793	793
Signifikanstest	.000***	.384	.001**	.000***	.000***	.555	.181
<b>Barn under 15 år som bor hjemme</b>							
Nei							
Ja	65%	45%	63%	69%	57%	61%	46
N	96%	10%	88%	81%	93%	66%	46
Signifikanstest	.000***	.000***	.000***	.000***	.000***	.139	.978
<b>Beskrivelse av husstanden</b>							
Enslig uten barn							
Enslig med barn	18%	15%	71%	11%	63%	70%	52%
Par uten barn	91%	35%	55%	24%	50%	59%	45%
Par med kun felles barn	17%	14%	73%	90%	76%	65%	49%
Par med dine/mine og/eller felles barn	96%	43%	72%	87%	66%	60%	44%
N	91%	51%	68%	91%	73%	60%	47%
Signifikanstest	837	838	839	838	840	838	838
	.000***	.000***	.055	.000***	.001**	.281	.666
<b>Religiøs tilknytning</b>							
Kristendom	77%	43%	69%	77%	63%	63%	46%
Andre religioner	50%	7%	64%	71%	57%	46%	31%
Er ikke religiøs, ateisme eller agnostisisme	69%	28%	70%	68%	70%	62%	47%
N	816	814	815	816	816	.814	814
Signifikanstest	.008**	.000***	.897	.015*	.116	.454	.528

Tabellen viser at andelen som gir gaver til egne barn, partner, barnebarn og foreldre i stor grad varierer med alder, husholdsinntekt (som i disse analysene fortrinnsvis indikerer type hushold) og type hushold. Dette tyder på at man stort sett gir til denne type mottakere. De som ikke gir, gjør stort sett dette fordi de mangler denne type relasjoner.

Interessant nok viser studien en sterk tendens til at flere menn enn kvinner gir julegave til partner. Noe av forskjellen skyldes at flere menn oppgir at de har ektefelle, samboer eller kjæreste (p.<05). Hvorfor flere menn enn kvinner oppgir at de har partner enn kvinner og hvorvidt dette forklarer hele forskjellen, er usikkert.

Et annet overraskende funn er at flere lavt enn høyt utdannede gir julegaver til barnebarn. Dette funnet reflekterer etter alt å dømme at høyt utdannede tenderer mot å være unge og følgelig ikke har barnebarn.

Tabellen indikerer også flere kvinner enn menn og flere høyt enn lavt utdannede gir julegaver til andre barn, venner og kollegaer og til dels andre barn. Dette tyder på at menn og lavt utdannede gir julegaver til de mest obligatoriske gaverelasjonene, mens kvinner og høyt utdannede i større grad også gir til de frivillige gaverelasjonene som plasserer seg lenger ut i familie- og slektskapsnettverket.

### 2.3 Hva koster gavene til hvem?

1992-undersøkelsen indikerte at gavekostnadene følger en genealoginorm: Desto nærmere mottaker er plassert i familie- og slektskapsnettverket, desto dyrere gaver skal de ha. Følger gavekostandene fortsatt samme norm? Personer som oppga at de hadde kom til å gi minst én julegave til angitt mottakerkategori i år fikk spørsmålet «*kan du anslå et gjennomsnittlig beløp på gavene per [angitt mottakerkategori]?*»

**Tabell 2-5: Antatte kostnader på julegaver til gitte mottakerkategorier i 2012. Kroner.**

	Part- ner	Egne barn	For-eldre	Barne- barn	Andre voksne slekt- ninger	Andre barn	Venner og kollegaer
<b>Minimum</b>	0,-	0,-	0,-	0,-	0,-	0,-	5,-
<b>Maximum</b>	15.000,-	150.000,-	4.000,-	33.333,-	15.000,-	22.222,-	10.000,-
<b>Gjennomsnitt</b>	1.654,-	1.626,-	479,-	1.087,-	333,-	341,-	341,-
<b>Median</b>	1.000,-	1.000,-	500,-	500,-	250,-	250,-	200,-
<b>N</b>	618	640	588	311	529	591	390

Da enkelte givere drar gjennomsnittet noe opp, gir medianen et riktigere bilde av hva julegavene vanligvis koster. Tabellen viser at prisen på julegaver per partner og egne barn vanligvis er om lag 1000 kr. Prisen på julegaver per forelder og barnebarn er 500 kr og per andre voksne slektninger og andre barn 250 kr. Prisen på julegaver til venner og kollegaer er 200 kr.

Selv om gavekostandene tilsier at gavekostandene følger en klar rangering, kan den relative kostnaden per mottakergruppe endret seg over tid. Tabell 2-6 og 2-7 sammenligner den relative kostnaden per mottakerkategori i 1992 og 2012.

**Tabell 2-6: Antatte gavekostnader på julegaver per angitt mottakerkategori i 1992. Kroner. (N=535, 576, 545, 519, 668, 395)**

	1992	Median
<b>1</b>	Partner	500,-
<b>2</b>	Egne barn	300,-
<b>3</b>	Foreldre	200,-
<b>4</b>	Andre voksne slektninger	100,-
<b>5</b>	Andre barn	100,-
<b>6</b>	Venner og kollegaer	100,-

**Tabell 2-7: Antatte gavekostnader på julegaver per angitt mottakerkategori i 1992. Kroner. (N=618, 640, 588, 311, 329, 591, 390)**

	2012	Median
<b>1</b>	Partner	1.000,-
<b>2</b>	Egne barn	1.000,-
<b>3</b>	Foreldre	500,-
<b>4</b>	Barnebarn	500,-
<b>5</b>	Andre voksne slektninger	250,-
<b>6</b>	Andre barn	250,-
<b>7</b>	Venner barn	200,-

Tabellene indikerer at rangeringen av mottakerkategorier etter gavekostnader ikke har endret seg vesentlig siden 1992. Et unntak er at partner ikke lenger troner alene på pristoppen, men må dele plassen med egne barn. Sammenlignet med gaven til partner har altså den relative verdien av gaven til egne barn økt. Denne økningen ble registrert allerede i 1998 (Borch og Lavik, 1998), må altså ha skjedd i tidsrommet fra 1992 til 1998.

Tabell 2-8 viser hvordan gavekostandene per mottakerkategori fordeler seg på bakgrunnsvariablene.

Tabell 2-8: Antatte gavekostnader til minst én angitt mottakerkategori i år i ulike grupperinger. Kroner.

	Barne- barn	Egne barn	For- eldre	Part- ner	Andre barn	Andre voksne slekt- ninger	Venner og kollegaer
<b>Kjønn:</b>							
Mann	500,-	1.000,-	500,-	1.500,-	250,-	250,-	200,-
Kvinne	600,-	1.000,-	500,-	1.000,-	200,-	300,-	200,-
N	311	640	588	618	591	529	390
<b>Alder:</b>							
19-26 år	-	200,-	400,-	1.000,-	200,-	200,-	200,-
27-36 år	500,-	500,-	400,-	1.000,-	200,-	250,-	200,-
37-50 år	1.000,-	1.000,-	400,-	1.500,-	250,-	300,-	200,-
51-66 år	600,-	1.000,-	500,-	1.000,-	210,-	250,-	200,-
67 år +	500,-	700,-	500,-	1.000,-	200,-	200,-	200,-
N	311	640	588	618	591	529	390
<b>Utdanning:</b>							
Lav (grunnskole/vg. skole)	500,-	1.000,-	500,-	1.000,-	200,-	250,-	200,-
Høy (universitet/høyskole)	600,-	1.000,-	500,-	1.200,-	250,-	250,-	200,-
N	311	640	588	618	591	529	390
<b>Husholdsinntekt:</b>							
Opp til 400.000 kr	500,-	500,-	300,-	1.000,-	200,-	200,-	200,-
400.000-599.999 kr	500,-	1.000,-	400,-	1.000,-	200,-	300,-	150,-
600.000-799.999 kr	500,-	1.000,-	400,-	1.000,-	200,-	200,-	200,-
800.000-999.999 kr	700,-	1.000,-	500,-	1.500,-	300,-	300,-	200,-
Fra 1.000.000 kr	1.000,-	1.000,-	500,-	2.000,-	250,-	300,-	200,-
N	282	583	547	575	591	529	390
<b>Barn under 15 år som bor hjemme</b>							
Nei	500,-	1.000,-	500,-	1.000,-	200,-	250,-	200,-
Ja	500,-	1.000,-	500,-	1.500,-	250,-	300,-	200,-
N	311	640	588	618	591	529	390
<b>Beskrivelse av husstanden</b>							
Enslig uten barn	1.000,-	1.000,-	400,-	500,-	300,-	300,-	200,-
Enslig med barn	1.000,-	1.000,-	500,-	1.000,-	200,-	250,-	200,-
Par uten barn	1.000,-	1.000,-	400,-	1.000,-	200,-	300,-	200,-
Par med kun felles barn	1.000,-	1.000,-	500,-	1.200,-	200,-	250,-	200,-
Par med dine/mine og/eller felles barn	1.000,-	1.000,-	500,-	1.500,-	250,-	300,-	200,-
N	295	618	580	601	579	513	381
<b>Religiøs tilknytning</b>							
Kristendom	500,-	1.000,-	500,-	1.000,-	200,-	250,-	200,-
Andre religioner	300,-	500,-	300,-	1.000,-	300,-	300,-	250,-
Er ikke religiøs, ateisme eller agnostisisme	600,-	1.000,-	500,-	1.400,-	350,-	250,-	200,-
N	296	604	556	588	557	500	367

Menn oppgir at de kommer til å bruke mer penger på gaven(e) til partner enn kvinner. Dette er i samsvar med tidligere studier (Borch, 1994; Borch og Lavik, 1998). Kvinner på sin side oppgir at de kommer til å bruke mer penger på barnebarn.

Aldersgruppen 37-50 år oppgir at de bruker mer på julegavene til barnebarn og partner enn andre aldersgrupper. Aldersgruppene 37-50 år og 51-66 år oppgir at de bruker mer på julegaver til egne barn.

Gavekostnadene til barnebarn, partner og i noen grad andre barn øker med utdanning og husholdsinntekt.

## 2.4 Totale gavekostnader

Fokus hittil har vært på gavekostnader til ulike typer mottakere. Noen har imidlertid flere å gi julegaver til enn andre. I 1992-undersøkelsen antok deltakerne at de kom til å bruke om lag

3.339 kr i snitt på julegaver. Medianen var på 2750 kr. I 1998-undersøkelsen antok deltakerne at de kom til å bruke 4.508 kr i snitt. Medianen var på 3.500 kr. Korrigert for inflasjon tilsvarte dette en økning på 18 prosent fra 1992. Det mest skyldes økning i gavekostnader til egen barn (Borch, 1998). I 2001-undersøkelsen antok deltakerne at de kom til å bruke 5.153 kr i snitt. Medianen var på 4000 kr. Korrigert for inflasjon tilsvarte dette en økning på 6 prosent fra 1998. Dette tilsvarte realvekstøkningen fra 1998 til 2001 (Borch, 2001).

Hva antar så deltakerne å bruke i år? Deltakerne fikk spørsmålet: «*Hvor mye tror du at du kommer til å bruke på julegaver totalt i år?*» Tabell 2-9 viser antatt totale julegavekostnader i år.

**Tabell 2-9: Antatt totale kostnader brukt på julegaver i år. Kroner (N=852)**

	<b>Julegaver</b>
<b>Minimum</b>	0,-
<b>Maximum</b>	305.000,-
<b>Gjennomsnitt</b>	7.296,-
<b>Median</b>	5.000,-

I gjennomsnitt tror deltakerne at de kommer til å bruke ca. 7.300 kr på julegaver i år. Medianen er 5.000 kr. Tar en utgangspunkt i medianen og kontrollerer for inflasjon, har totale kostnader til julegaver økt med 33 prosent siden 1992. I samme perioden har den generelle prisstigningen økt med 49 prosent. Lønnsutviklingen har siden begynnelsen av 1990-årene vært sterkere enn prisutviklingen i Norge. Siden 1998 har reallønnen vokst i gjennomsnitt med 2,7 prosent per år. De siste 20 årene har reallønnsveksten vært 2,4 prosent<sup>1</sup>. Det kan med andre ord synes som om deltakerne bruker mer penger på julegaver i 2012 enn i 1992, men det er tvilsomt at denne økningen er større enn på andre forbruksområder.

<sup>1</sup> <http://www.abcnyheter.no/bolig/faktainnhold/090106/reallønnsokning>

Bruker så noen grupper mer penger på julegaver enn andre? Tabell 2-10 gir svar.

**Tabell 2-10: Antatte totale kostnader brukt på julegaver i ulike grupperinger. Kroner.**

Julegaver	Gjennomsnitt	Median
<b>Kjønn:</b>		
Mann	7.288,-	5.000,-
Kvinne	7.303,-	5.500,-
N	852	852
<b>Alder:</b>		
19-26 år	3.829,-	300,-
27-36 år	5.129,-	4.000,-
37-50 år	6.915,-	6.000,-
51-66 år	8.850,-	6.000,-
67 år +	8.050,-	6.000,-
N	852	852
<b>Utdanning:</b>		
Lav (grunnskole/vg. skole)	6.126,-	5.000,-
Høy (universitet/høyskole)	8.109,-	5.500,-
N	852	852
<b>Husholdsinntekt:</b>		
Opp til 400.000 kr	4.267,-	3.000,-
400.000-599.999 kr	5.273,-	5.000,-
600.000-799.999 kr	6.369,-	5.000,-
800.000-999.999 kr	7.542,-	6.000,-
Fra 1.000.000 kr	1.173,-	8.000,-
N	782	782
<b>Barn under 15 år som bor hjemme</b>		
Nei	7.178,-	5.000,-
Ja	7.642,-	6.000,-
N	852	852
<b>Beskrivelse av husstanden</b>		
Enslig uten barn	3.634,-	3.000,-
Enslig med barn	6.189,-	5.000,-
Par uten barn	4.779,-	4.000,-
Par med kun felles barn	9.289,-	7.000,-
Par med dine/mine og/eller felles barn	7.383,-	7.000,-
N	825	825
<b>Religiøs tilknytning</b>		
Kristendom	8.263,-	6.000,-
Andre religioner	6.340,-	3.897,-
Er ikke religiøs, ateisme eller agnostisisme	6.175,-	5.000,-
N	802	802

Tabellen indikerer at kvinner kommer til å bruke mer enn menn på julegaver i år.

Julegavekostnadene øker fram til aldergruppen 37-50 år for så å stabiliseres. Kostnadene øker også med utdanning og husholdinntekt og er høyere i hushold med barn.

Antatte kostnader er også høyere blant kristne enn ikke-kristne.

Bruker noen mer på bursdagsgaver og andre gaver enn andre? Hva bruker man egentlig på gaver i året? For å sammenligne utgiften på julegaver med andre type gaveutgifter, fikk deltakerne spørsmålene: «Hvor mye tror du at du kommer til å bruke på julegaver totalt i år?» og «Hvor mye tror du at du kommer til å bruke på julegaver totalt i år?» Tabell 2-11 viser hva deltakerne antar de bruker på bursdagsgaver og andre gaver i år, samt antatt totale kostnader bruk på gaver i år. Totale kostnader bruk på gaver i året er summert opp av hva deltakerne antar de kommer til å bruke på julegaver, bursdagsgaver og andre gaver i år.

**Tabell 2-11: Antatte totale kostnader brukt på gaver: julegaver, bursdagsgaver og andregaver, i år. Kroner. (N=866, 852, 838, 823)**

	Gaver (totalt)	Julegaver	Bursdagsgaver	Andre gaver
<b>Minimum</b>	0,-	0,-	0,-	0,-
<b>Maximum</b>	317.000,-	305.999,-	182.936,-	70.000,-
<b>Gjennomsnitt</b>	15.386,-	7.296,-	5.996,-	2.735,-
<b>Median</b>	12.000,-	5.000,-	5.000,-	1.050,-



Tabellen indikerer at deltakerne vanligvis oppgir at de kommer til å bruke 5000 kr på bursdagsgaver og 1000 kr på andre gaver i år. Et alminnelig gavebudsjett i året er på 12.000 kr.

Variere så disse gavekostandene mellom ulike grupperinger? Tabell 2-12 gir svar.

**Tabell 2-12: Totale kostnader brukt på gaver (totalt), julegaver, bursdagsgaver og andre gaver i fjor i ulike grupperinger. Kroner.**

	Gaver (totalt) Median	Jule-gaver Median	Bursdags-gaver Median	Andre gaver Median
<b>Kjønn:</b>				
Mann	11500,-	5.000,-	4000,-	1000,-
Kvinne	13000,-	5.500,-	5000,-	1100,-
N	866	852	838	823
<b>Alder:</b>				
19-26 år	6400,-	300,-	2000,-	650,-
27-36 år	10000,-	4.000,-	4000,-	1000,-
37-50 år	13000,-	6.000,-	5000,-	1500,-
51-66 år	14000,-	6.000,-	5000,-	2000,-
67 år +	14000,-	6.000,-	5000,-	2000,-
N	866	852	838	823
<b>Utdanning:</b>				
Lav (grunnskole/vg. skole)	11477,-	5.000,-	4000,-	1000,-
Høy (universitet/høyskole)	12206,-	5.500,-	5000,-	1500,-
N	866	852	838	823
<b>Husholdsinntekt:</b>				
Opp til 400.000 kr	7000,-	3.000,-	3000,-	1000,-
400.000-599.999 kr	10000,-	5.000,-	4000,-	1000,-
600.000-799.999 kr	11000,-	5.000,-	5000,-	1000,-
800.000-999.999 kr	13000,-	6.000,-	5000,-	2000,-
Fra 1.000.000 kr	17000,-	8.000,-	6000,-	2000,-
N	792	782	769	755
<b>Barn under 15 år som bor hjemme</b>				
Nei	11.500,-	5.000,-	4.000,-	1.000,-
Ja	13.500,-	6.000,-	5.000,-	1.500,-
N	866	852	838	823
<b>Beskrivelse av husstanden</b>				
Enslig uten barn	7.000,-	3.000,-	2.500,-	1.000,-
Enslig med barn	11.000,-	5.000,-	4.000,-	2.000,-
Par uten barn	8.000,-	4.000,-	3.000,-	1.000,-
Par med kun felles barn	15.000,-	7.000,-	5.000,-	1.650,-
Par med dine/mine og/eller felles barn	15.000,-	7.000,-	5.000,-	2.000,-
N	838	825	813	799
<b>Religiøs tilknytning</b>				
Kristendom	13.000,-	6.000,-	5.000,-	1.500,-
Andre religioner	14.500,-	3.897,-	4.300,-	1.600,-
Er ikke religiøs, ateisme eller agnostisisme	10.500,-	5.000,-	4.000,-	1.000,-
N	815	802	789	775

Tabellen viser at antatte kostnader til bursdagsgaver følger samme variasjon som antatte kostnader til julegavene.

Når det gjelder kostnadene til andre gaver er mønsteret noe annerledes. Kvinner bruker ikke mer på gavene enn menn. Kostnadene øker fram til aldersgruppen 51-66 år for så å stabiliseres. Stabiliseringen av kostnader kommer altså noe senere i livsløpet enn stabiliseringen av kostnadene til julegaver og bursdagsgaver. Par bruker også jevnt over mer enn enslige.

Alt i alt kan det synes som om andre gaver fortrinnsvis gis av foreldre som hjelper nye generasjoner med å stifte hjem og familie. Færre enslige enn par synes å gi denne type hjelp.

Endelig indikerer tabellen at kristne bruker mer på julegaver enn personer som ikke anser seg som kristen.

## 2.5 Hva gir man?

I 1992 fikk deltakere spørsmålet: «*Hva pleier du/dere å gi til [angitt mottakerkategori]?*» Mottakerkategoriene var egne barn, andre barn, partner, foreldre, andre voksne slektninger, venner og kollegaer. Etter at deltakerne hadde fått spørsmålet, ble 12 gavekategorier ramset opp. Flere svar var mulig.

For å undersøke om gaveinnholdet har endret seg de siste 20 år, er de samme spørsmålene stilt i 2012. Et unntak er at mottakerkategorien 'andre barn' er delt inn i to: 'barnebarn og 'andre barn'.

Da gaveinnholdet til en viss grad antas å ha endret seg de siste 20 år, ble spørsmålene fulgt opp av et spørsmål som antas å dekke eventuelle nye gavekategorier. Dette spørsmålet behandles senere i notatet (tabell 29).

De påfølgende delkapitlene viser hva deltakerne oppgir hva de pleier å gi til mottakerkategoriene.

### Gaver til egne barn

Hva pleier man så å gi til egne barn i 2012 versus 1992? Tabell 2-13 og 2-14 gir svar.

**Tabell 2-13: Julegaver til egne barn. Pleier å gi minst én angitt gavekategori i 1992, blant deltakere som oppgir at de har egne barn. Prosent. (N=683) Kilde: Borch (1994).**

	1992	%
1	Klær	57
2	Leker	35
3	Sports- og fritidsutstyr	23
4	Bøker/plater	20
5	Husholdningsutstyr	17
6	Hobbyartikler	12
7	Småelektrisk utstyr	11
8	Pyntegenstander	10
9	Personlig pleie	8
10	Smykker	6
11	Mat, drikke og sjokolade	4
12	Blomster	2
	Annet	13
	Vet ikke	6

**Tabell 2-14: Julegaver til egne barn. Pleier å gi minst én angitt gavekategori i 2012, blant deltakere som oppgir at de har egne barn. Prosent. (N=648)**

	2012	%
1	Klær	63
2	Sports- og fritidsutstyr	50
3	Bøker/musikk	41
4	Leker	37
5	Husholdningsutstyr	29
6	Småelektrisk utstyr	28
7	Personlig pleie	18
8	Hobbyartikler	17
9	Smykker	13
10	Mat, drikke og sjokolade	8
11	Pyntegenstander	7
12	Blomster	1
	Annet	30
	Vet ikke	2

Tabell 2-13 og 2-14 viser at klær toppet listen over julegaver til egen barn i 1992 og i 2012. I 1992 kom leker på 2. plass og sports- og fritidsutstyr og bøker/plater på henholdsvis 3. og 4. plass. I 2012 komme imidlertid leker på 4. plass, slått av sports- og fritidsutstyr og bøker/musikk.

En generell observasjon er at andelen som gir minst én av ulike typer gaver har økt de siste 20 år. Dette kan tyde på at man gir flere gaver i dag enn 20 år tilbake. Det kan også skyldes at utvalget i 2012 ikke ble intervjuet over telefon, men på web. Lengre tid til å besvare spørsmålene kan ha ført til at flere gavekategorier er ført opp.

Ellers viser tabellen at annet kategorien er langt høyere i 2012. Dette kan blant annet reflektere at informasjons- og kommunikasjonsteknologi som pc, mobiltelefon og spill samt og dvd-er ikke er dekket av svarkategoriene.

Er det slik at noen grupper systematiske gir ulike typer julegaver til egen barn? Tabell 2-15 viser hvordan andelen som oppgir at de pleier å gi klær, sports- og fritidsutstyr, bøker/musikk og leker til egne barn varierer med bakgrunnsvariablene.

**Tabell 2-15: Andel som pleier å gi klær, sports- og fritidsutstyr, bøker/musikk og leker til egne barn i ulike grupperinger. Prosent.**

	Klær	Sports- og fritidsutstyr	Bøker/musikk	Leker
<b>Kjønn:</b>				
Mann	61%	50%	36%	36%
Kvinne	65%	51%	46%	27%
N	647	648	649	648
Signifikanstest	.317	.817	.016*	.012*
<b>Alder:</b>				
19-26 år	67%	50%	13%	100%
27-36 år	67%	57%	49%	80%
37-50 år	83%	70%	41%	55%
51-66 år	58%	44%	42%	9%
67 år +	38%	28%	41%	10%
N	649	.467	647	646
Signifikanstest	.000***	.000***	.535	.000***
<b>Utdanning:</b>				
Lav (grunnskole/vg. skole)	61%	42%	31%	27%
Høy (universitet/høyskole)	64%	56%	48%	33%
N	648	648	647	648
Signifikanstest	.326	.000***	.000***	.097
<b>Husholdsinntekt:</b>				
Opp til 400.000 kr	40%	16%	30%	18%
400.000-599.999 kr	59%	37%	33%	19%
600.000-799.999 kr	57%	46%	38%	25%
800.000-999.999 kr	71%	62%	49%	44%
Fra 1.000.000 kr	73%	64%	45%	37%
N	589	588	589	589
Signifikanstest	.000***	.000***	.036*	.000***
<b>Barn under 15 år som bor hjemme</b>				
Nei				
Ja	53%	39%	39%	13%
N	83%	74%	45%	68%
Signifikanstest	.649	.648	.647	.648
	.000***	.000***	.216	.000***
<b>Beskrivelse av husstanden</b>				
Enslig uten barn	37%	26%	42%	11%
Enslig med barn	61%	38%	44%	20%
Par uten barn	39%	30%	33%	22%
Par med kun felles barn	65%	56%	41%	37%
Par med dine/mine og/eller felles barn	67%	54%	42%	28%
N	625	625	626	624
Signifikanstest	.006**	.001**	.899	.005**
<b>Religiøs tilknytning</b>				
Kristendom	62%	50%	40%	27%
Andre religioner	57%	14%	71%	71%
Er ikke religiøs, ateisme eller agnostisisme	63%	51%	42%	34%
N	611	612	612	613
Signifikanstest	.949	.159	.233	.009**

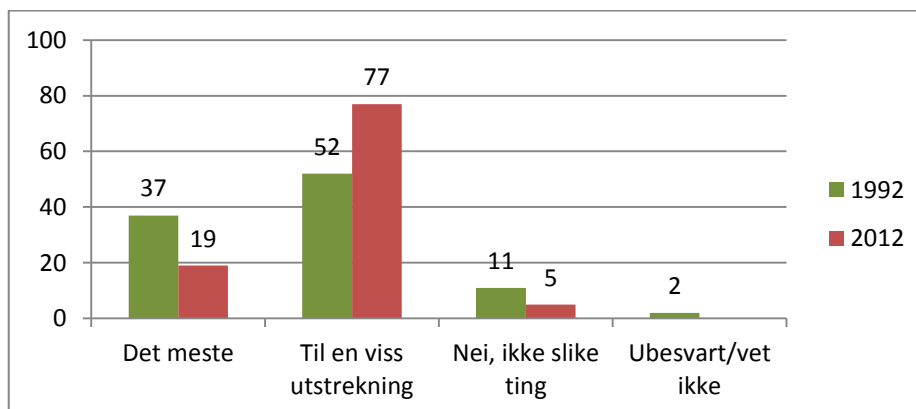
Tabellen viser at andelen som gir klær og sports- og fritidsutstyr er høyere i aldergruppen 37-50 enn i andre aldergrupper og høyere blant par med barn enn andre typer hushold.

Andelen som gir sports- og fritidsutstyr samt bøker/musikk er høyere blant høyt enn lavt utdannede.

Andelen som gir leker er høyere i aldergruppene opp til 50 år og blant unge par med barn. Den øker også med husholdsinntekt. Endelig er det en svak tendens til at flere menn enn kvinner gir leker.

Deltakere som oppga at de kom til å gi julegave til egen barn i år fikk spørsmålet: «I hvilken utstrekning vil du si at barna får gjenstander som de ellers ville ha fått, slik som sportsutstyr,

*klær og annet?»* Spørsmålet ble også stilt i 1992. Den gang ble det rettet mot deltakere med hjemmeboende barn. For å få mest mulig sammenlignbare tall, avgrensers 2012-analysen seg til hushold med barn under 15 år. Figur 2-2 viser svarfordelingen i 1992 og 2012. Spørsmålet fra 2012 manglet svaralternativet «vet ikke».



**Figur 2-2: I hvilken utstrekning egne barn får gjenstander som de ellers ville ha fått i 1992 og i 2012. Prosent. (N=386, 211)**

Figuren indikerer at 77 prosent oppgir at barna til en viss utstrekning får gaver de ellers ville ha fått. Det tilsvarende tallet i 1992 var 52 prosent. Dette kan tyde på at dagens barn i større grad får både ting trenger og ikke trenger.

Figuren viser også at andelen som for det meste gir gaver som barna ellers ville ha gått er svekket siden 1992. Dette kan reflektere at flere barn i dag har det de trenger fra før.

Bivariate krysstabellanalyser indikerer at i hvilken utstrekning barna får gjenstander de ellers ville ha fått ikke varierer med bakgrunnsvariablene.

### Gaver til barnebarn

Tabell 17 viser andelen som oppgir at de pleier å gi angitt gaveinnhold til barnebarn. Tilsvarende spørsmål som omhandlet mottakerkategorien barnebarn ble ikke gitt i 1992-undersøkelsen.

**Tabell 2-16: Julegaver til barnebarn. Pleier å gi minst én angitt gavekategori i 2012, blant deltakere som oppgir at de har barnebarn. Prosent. (N=319)**

	2012	%
1	Klær	71
2	Leker	63
3	Sports- og fritidsutstyr	43
4	Bøker/musikk	33
5	Hobbyartikler	20
6	Smykker	9
7	Ting til personlig pleie	4
8	Mat, sjokolade, drikkevarer	3
9	Husholdningsutstyr	3
10	Småelektrisk utstyr	3
11	Pyntegjenstander til hjemmet	2
12	Blomster	0
	Annet	29
	Vet ikke	2

Tabell 2-16 viser at klær også toppet listen over julegaver til barnebarn i 2012, foran leker, sportsutstyr, bøker/musikk og hobbyartikler.

Annet-kategorien er også her høy. Dette kan tyde på at også besteforeldre pleier å gi informasjons- og kommunikasjonsteknologi som pc, mobiltelefon og spill samt dvd-er til barnebarn.

Bivariate krysstabellanalyser indikerer at gaveinnhold i liten grad varierer med bakgrunnsvariablene. Én klar tendens kan likevel nevnes: Flere kvinner enn menn oppgir at de gir bøker/musikk til sine barnebarn.

### Gaver til andre barn

Tabell 2-17 viser andelen som oppgir at de pleier å gi angitt gaveinnhold til andre barn (nieser, nevøer, venners barn m.m.).

**Tabell 2-17: Julegaver til andre barn. Pleier å gi minst én angitt gavekategori i 2012, blant deltakere som oppgir at de gir til andre barn. Prosent. (N=598)**

	2012	%
1	Klær	69
2	Leker	65
3	Bøker/musikk	49
4	Sports- og fritidsutstyr	29
5	Hobbyartikler	17
6	Smykker	18
7	Ting til personlig pleie	13
8	Mat, drikke og sjokolade	9
9	Husholdningsutstyr	6
10	Småelektrisk utstyr	4
11	Pyntegjenstander til hjemmet	4
12	Blomster	1
	Annet	21
	Vet ikke	2

Tabellen indikerer at klær og leker topper gavelisten til andre barn, etterfulgt av bøker/plater og sports- og fritidsutstyr. Andelen som gir sports- og fritidsutstyr er imidlertid lavere enn for egen barn og barnebarn, noe som kan reflektere at prisnivået på denne type gave kan ligge høyere enn hva man vanligvis koster på gaver til andre barn.

Annet-kategorien er også her høy. Dette kan tyde på at nieser, nevøer og venners barn mottar en del spill og film fra tanter, onkler og foreldres venner.

Bivariate krysstabellanalyser indikerer at gaveinnhold i noen grad varierer med bakgrunnsvariablene. Blant annet viser de at flere menn enn kvinner kjøper leker og sports- og fritidsutstyr ( $p < .01$ ) til andre barn. Flere kvinner enn menn gir imidlertid bøker/musikk til denne motakerkategorien ( $p < .001$ ). Bøker/musikk gis også oftere av høyt enn lavt utdannede ( $p < .001$ ).

## Gaver til partner

Tabell 2-18 og 2-19 viser andelen som oppgir at de pleier å gi angitt gaveinnhold til partner (ektefelle/samboer/kjæreste).

**Tabell 2-18: Julegaver til partner. Pleier å gi minst én angitt gavekategori i 1992, blant deltakere som oppgir at de har partner. Prosent. (N=663) Kilde: Borch (1994).**

	1992	%
1	Klær	59
2	Smykker	30
3	Bøker/plater	21
4	Ting til personlig pleie	19
5	Sports- og fritidsutstyr	14
6	Hobbyartikler	13
7	Husholdningsutstyr	11
8	Småelektrisk utstyr	10
9	Pyntegjenstander	8
10	Blomster	6
11	Mat, drikke og sjokolade	3
12	Leker	1
	Annet	8
	Vet ikke	8

**Tabell 2-19/Tabell 20: Julegaver til partner. Pleier å gi minst én angitt gavekategori i 2012, blant deltakere som oppgir at de har partner. Prosent. (N=626)**

	2012	%
1	Sports- og fritidsutstyr	61
2	Klær	56
3	Bøker/musikk	36
4	Smykker	33
5	Ting til personlig pleie	31
6	Småelektrisk utstyr	27
7	Hobbyartikler	14
8	Mat, drikke og sjokolade	7
9	Husholdningsutstyr	7
10	Pyntegjenstander	6
11	Blomster	4
12	Leker	1
	Annet	27
	Vet ikke	

I 1992 toppet klær gavelisten til partner, fulgt av smykker, bøker/plater og ting til personlig pleie. I 2012 topper imidlertid sports- og fritidsutstyr listen, fulgt av klær, bøker/musikk og smykker. Sport- og fritidsutstyr har altså avansert fra 5. til 1. plass på gavelisten til partner de siste 20 år. Andelen som ga Dette kan reflektere en økt helsebevissthet i den norske befolkning.

En stor annet-kategori i 2012 kan tyde på at informasjons- og kommunikasjonsteknologi også er en populær gave til partner. Annet-kategorien kan også inkludere klokke ettersom heller ikke denne gavekategorien var listet opp i 1992-skjema. 1998-undersøkelsen viste imidlertid at bare 2 prosent oppga at de tenkte å gi klokke til partner (Borch og Lavik, 1998).

Tabell 2-20 viser hvordan andelen som oppgir at de pleier å gi sports- og fritidsutstyr, klær, bøker/musikk og smykker til partner varierer med bakgrunnsvariablene.

**Tabell 2-20: Andel som pleier å gi sports- og fritidsutstyr, klær, bøker/musikk og smykker til partner i ulike grupperinger. Prosent.**

	Sports- og fritidsutstyr	Klær	Bøker/musikk	Smykker
<b>Kjønn:</b>				
Mann	31	41	29	58
Kvinne	48	72	44	5
N	626	625	625	626
Signifikanstest	.000***	.000***	.000***	.000***
<b>Alder:</b>				
19-26 år	36	62	43	38
27-36 år	50	63	28	36
37-50 år	51	63	32	39
51-66 år	36	50	40	27
67 år +	15	44	39	33
N	626	624	625	625
Signifikanstest	.000***	.008**	.171	.104
<b>Utdanning:</b>				
Lav (grunnskole/vg. skole)	33	54	23	37
Høy (universitet/høyskole)	43	57	43	30
N	626	625	625	625
Signifikanstest	.007**	.477	.000***	.060
<b>Husholdsinntekt:</b>				
Opp til 400.000 kr	24	49	48	46
400.000-599.999 kr	24	61	25	35
600.000-799.999 kr	28	48	29	29
800.000-999.999 kr	49	58	45	36
Fra 1.000.000 kr	51	55	36	33
N	579	580	581	579
Signifikanstest	.000***	.252	.002**	.230
<b>Barn under 15 år som bor hjemme</b>				
Nei	32	52	36	31
Ja	55	65	36	38
N	626	626	625	626
Signifikanstest	.000***	.002**	.935	.085
<b>Beskrivelse av husstanden</b>				
Enslig uten barn	36	64	17	27
Enslig med barn	22	29	44	35
Par uten barn	38	55	37	39
Par med kun felles barn	43	60	36	31
Par med dine/mine og/eller felles barn	37	48	35	37
N	608	608	609	607
Signifikanstest	.405	.028*	.631	.513
<b>Religiøs tilknytning</b>				
Kristendom	38	59	36	29
Andre religioner	2	40	50	80
Er ikke religiøs, ateisme eller agnostisisme	38	52	38	36
N	595	594	595	594
Signifikanstest	.338	.158	.611	.001**

Andelen som gir sports- og fritidsutstyr til partner er høyere blant kvinner enn menn, er høyere i aldergruppene 37-50 år og 51-66 år, blant høyt utdannede, hushold med inntekt over 800.000 kr og hushold med barn under 15 år.

Andelen som gir klær er høyere blant kvinner enn menn og svekkes i alderen 51-66 år.

Bøker/musikk gis av flere kvinner enn menn og av flere høyt enn lavt utdannede.

Smykker gis oftest av menn.

### Kjærestegaven

Kjæreste-gaven er enn yndet tema i norsk presse opp mot jul. For å undersøke om gaven til kjæresten skiller seg ut fra gaver til ektefeller og samboere, ble personer som oppgir at de har

stilling som sønn eller datter i husstanden inkluderte i analysen. Til sammen 49 personer oppgir at de kommer til å gi gave til partner selv om de verken hadde ektefelle eller samboer, noe som kan tyde på at partner hadde status som 'kjæreste'. Analysen indikerer at kjærestegaven ikke skiller seg vesentlig ut fra gaver til ektefeller og samboere. Alle, 100 prosent, kommer til å gi julegave, gaveprisen er vanligvis 1000 kr og gaveinnholdet er vanligvis klær (47 %), bøker/musikk (33 %), smykker (25 %) og sports- og fritidsutstyr (22 %). Om lag en tredel, 31 prosent, oppgir at de pleier å gi 'annet'.

### Gaver til foreldre

Hva gir man i julegave til foreldre? Skiller dagens gaver seg fra gavene man pleide å gi i 1992? Tabell 2-21 og 2-22 gir svar:

**Tabell 2-21: Julegaver til foreldre. Pleier å gi minst én angitt gavekategori i 1992, blant deltakere som oppgir at de har foreldre. Prosent. (N=598) Kilde: Borch (1994).**

	1992	%
1	Pyntegenstander	38
2	Husholdningsutstyr	32
3	Bøker/plater	31
4	Klær	30
5	Ting til personlig pleie	15
6	Småelektrisk utstyr	14
7	Mat, drikke, sjokolade	11
8	Blomster	10
9	Hobbyartikler	6
10	Smykker	6
11	Sports- og fritidsutstyr	4
12	Leker	0
	Annet	7
	Vet ikke	7

**Tabell 2-22: Julegaver til foreldre. Pleier å gi minst én angitt gavekategori i 1992, blant deltakere som oppgir at de har foreldre. Prosent. (N=601)**

	2012	%
1	Bøker/musikk	45
2	Ting til personlig pleie	42
3	Klær	35
4	Småelektrisk utstyr	33
5	Husholdningsutstyr	31
6	Pyntegenstander	30
7	Mat, drikke og sjokolade	28
8	Sports- og fritidsutstyr	16
9	Smykker	15
10	Blomster	11
11	Hobbyartikler	10
12	Leker	0
	Annet	
	Vet ikke	

I 1992 oppga de fleste at de pleide å gi pyntegenstander til hjemmet og husholdningsutstyr. I 2012 topper imidlertid bøker/musikk og ting til personlig pleie. Da gavetoppen ikke lenger toppes av gaver til hjemmet (og dermed husholdet som helhet), men til individuelle mottakere, kan en hevde at foreldre gavene er blitt mer personlig og 'intim' enn tidligere.

Bivariate krysstabeller indikerer at gaveinnholdet til foreldre generelt varierer med alder ( $p.<001$ ) og hvorvidt husholdet har barn under 15 år ( $p.<001$ ), noe som reflekterer at foreldres alder har betydning for hvilke gaver de mottar.

Analysen viser også at flere kvinner enn menn gir klær og smykker til foreldre ( $p.<01$ ), og at andelen som gir bøker/musikk øker med utdanning ( $p.<01$ ).



## Gaver til andre voksne slektninger

Hva pleier man å gi til andre voksne slektninger? Tabell 2-23 viser andelen som oppgir at de pleier å gi angitt gaveinnhold til andre voksne slektninger.

**Tabell 2-23: Julegaver til andre voksne slektninger. Pleier å gi minst én angitt gavekategori i 2012, blant deltakere som oppgir at de kommer til å gi til andre voksne slektninger. Prosent. (N=536)**

	2012	%
1	Bøker/musikk	53
2	Mat, drikke og sjokolade	45
3	Ting til personlig pleie	39
4	Pyntegenstander	38
5	Husholdningsutstyr	36
6	Klær	29
7	Sports- og fritidsutstyr	23
8	Småelektrisk utstyr	20
9	Smykker	17
10	Blomster	14
11	Hobbyartikler	13
12	Leker	2
	Annet	25
	Vet ikke	2

Bøker/musikk og mat, drikke og sjokolade toppe gavelisten til andre voksne slektninger, fulgt av ting til personlig pleie, pyntegenstander og husholdningsutstyr.

Bivariate krysstabeller indikerer at alder har stor betydning for hva man gir til andre voksne slektninger ( $p < .001$ ).

De indikerer også at flere menn enn kvinner gir leker til andre voksne slektninger ( $p < .01$ ), og at flere kvinner enn menn gir mat, drikke og sjokolade og smykker ( $p < .01$ ).

## Julegaver til venner og kollegaer

Hva pleier man å gi til venner og kollegaer? Har dette endret seg de siste 20 år Tabell 2-24 og 2-25 gir svar.

**Tabell 2-24: Julegaver til venner og kollegaer. Pleier å gi minst én angitt gavekategori i 1992, blant deltakere som oppgir at de kommer til å gi til venner og kollegaer. Prosent. (N=455)**  
Kilde: Borch (1994).

	1992	%
1	Pyntegenstander	38
2	Mat, drikke og sjokolade	30
3	Blomster	28
4	Bøker/plater	28
5	Husholdningsartikler	13
6	Ting til personlig pleie	11
7	Klær	7
8	Hobbyartikler	7
9	Smykker	4
10	Sports- og fritidsutstyr	7
11	Leker	2
12	Småelektrisk utstyr	2
	Annet	2
	Vet ikke	8

**Tabell 2-25: Julegaver til venner og kollegaer. Pleier å gi minst én angitt gavekategori i 2012, blant deltakere som oppgir at de kommer til å gi til venner og kollegaer. Prosent. (N=399)**

	2012	%
1	Mat, drikke og sjokolade	51
2	Bøker/musikk	44
3	Pyntegenstander	41
4	Ting til personlig pleie	37
5	Smykker	21
6	Blomster	17
7	Klær	15
8	Husholdningsutstyr	15
9	Hobbyartikler	10
10	Sports- og fritidsutstyr	9
11	Småelektrisk utstyr	8
12	Leker	1
	Annet	24
	Vet ikke	4

Mat, drikke og sjokolade toppe listen over julegaver til venner og kollegaer, fulgt av bøker/plater, pyntegenstander og ting til personlig pleie.

Alder har betydning for hva man gir til venner og kollegaer. Yngre gir oftere sport- og fritidsutstyr (p.<01), klær (p.<001), smykker (p.<001), småelektrisk utstyr (p.<01), pyntegjenstander (p.<001), husholdningsutstyr (p.<001) og hobbyartikler (p.<001). Andelen som gir blomster øker med alder (p.<01).

Leker gis av flere menn enn kvinner og flere lavt enn høyt utdannede (p.<01). Flere kvinner enn menn gir smykker (p.<001) og ting til personlig pleie (p.<01).

Hushold uten barn gir oftere klær til venner og kollegaer (p.<01) og husholdningsutstyr (p.<001),

Statistisk sett har også religion betydning for gaveinnholdet til venner og kollegaer, men da kategorien 'andre religioner' inneholder få enheter, kan dette være et utslag av tilfeldighet.

## Gavetoppen

Hva topper gavelistene i 2012? Skiller listen seg ut fra 1992? Tabell 2-26 og 2-27 gir svar.

**Tabell 2-26: Julegaver. Andel som pleier å gi minst én angitt gavekategori til minst én mottaker i 1992. Prosent. (N=856) Kilde: Borch (1994).**

	1992	%
1	Klær	70
2	Pyntegjenstander	44
3	Husholdningsartikler	41
4	Bøker/plater	40
5	Smykker	30
6	Leker	29
7	Sports- og fritidsutstyr	27
8	Ting til personlig pleie	26
9	Blomster	23
10	Småelektrisk utstyr	22
11	Mat, drikke og sjokolade	22
12	Hobbyartikler	21
	Annet	20
	Vet ikke	15

**Tabell 2-27: Julegaver. Andel som pleier å gi minst én angitt gavekategori til minst én mottaker i 2012. Prosent. (N=866)**

	2012	%
1	Klær	83
2	Bøker/musikk	74
3	Leker	67
4	Sports- og fritidsutstyr	63
5	Ting til personlig pleie	59
6	Husholdningsartikler	53
7	Smykker	51
8	Småelektrisk utstyr	50
9	Mat, drikke og sjokolade	47
10	Pyntegjenstander	46
11	Hobbyartikler	40
12	Blomster	22
	Annet	
	Vet ikke	

Klær topper gavelisten fra 1992 listen, etterfulgt av pyntegjenstander, husholdningsartikler og bøker/plater. I 2012 topper fortsatt klær listen, men er nå etterfulgt av bøker/musikk, leker og sports- og fritidsutstyr. Bøker/musikk er blant de gavene som har klatret mest. Det dypeste fall i popularitet har pynteartikler som i løpet av de siste 20 år har sunket fra 2. til 10. plass.

## 2.6 Nye gavetrender

Da spørsmålene om gaveinnhold har tatt sikte på å være sammenlignes med tall fra 1992, ble gavekategoriene holdt uendret. En stor annet-kategori indikerer imidlertid at gaveinnholdet til en viss grad har endret seg de siste 20 år. Utvalget fikk spørsmålet: «Hvilke av følgende typer gaver ga du i fjor og hvilke kommer du til å gi i år? (Kryss ut)» Tanken var at forskjellene mellom hva man ga i fjor og hva man kommer til å gi i år kan indikere hvorvidt gaveinnholdet øker eller svekkes i popularitet. Tabell 2-28 viser svarfordelingene.

**Tabell 2-28: Andel som ga angitte gavekategorier i fjor og andel som kommer til å gjøre det i år. Frekvensanalyse. Prosent. (N=866, 866).**

Julegaver	Ga i fjor	Kommer til å gi i år	%-vis endring
Pc, mobiltelefon og annet teknologisk utstyr	27	19	-8
Spill, dvd, cd eller annet medieinnhold	51	33	-18
Kunst og håndverk (maleri, keramikk og lignende)	14	11	-3
Kino, teater, restaurantbesøk og lignende	20	18	-2
Kurs, seminarer, foredrag og lignende	1	1	0
Reiser (transport, hotellopphold og lignende)	9	9	0
Tjenester til personlig pleie (fysioterapi, frisør og lignende)	16	12	-4
Alkohol og andre nytelsesmidler	40	30	-10
Erotiske artikler	2	3	+1
Gavekort eller penger	52	43	-9
Selvlagde gaver	23	21	-2
Etiske julegaver (penger til veldedige formål)	8	6	-2
Hjelp (vaske huset, passe barn, måke snø og lignende)	3	4	+1
Ingen av disse	9	8	-1
Vet ikke	3	20	-17

Av angitte julegaver, oppgir 50 prosent at de ga gavekort eller penger i fjor. Noen færre, 43 prosent, oppgir at de kommer til å gi dette i år også. I 1998 oppga henholdsvis 6 og 3 prosent at de tenkte å gi denne type gaver til egne barn og foreldre (Borch og Lavik, 1998). Andelen som gir gavekort eller penger øker med alder ( $p.<01$ ) og er høyest i hushold bestående av enslige med barn og par med mine/dine/felles barn og lavest blant hushold bestående av enslige uten barn ( $p.<01$ ).

I 1992 ga ingen eller svært få pc-er, mobiltelefoner, spill og dvd-er. I 2012 oppgir om lag halvparten, 51 prosent, at de ga spill, dvd-er, cd-er og annet medieinnhold i fjor. Bare 33 prosent oppgir at de kommer til å gi dette i år. Andelen som ga denne type gave svekkes i aldergruppen 51-66 år ( $p.<001$ ), og er høyest i husstander med barn under 15 år ( $p.<001$ ).

En fjerdedel, 27 prosent, oppgir at de ga pc, mobiltelefon eller annet teknologisk utstyr i fjor. Bare 19 prosent oppgir at de kommer til å gjøre det samme i år. Bivariate krysstabellanalyser indikerer at andelen som ga denne type gave er høyere blant menn enn kvinner ( $p.<01$ ), er høyest i aldergruppen 37-50 år for så å svekkes ( $p.<001$ ), i husstander med barn under 15 år ( $p.<001$ ) og er lavest blant enslige uten barn ( $p.<01$ ).

Alkohol og andre nytelsesmidler ble i år fjor gitt av 41 prosent. En tredel, 30 prosent, oppgir at de kommer til å gi dette i år.

Om lagt en fjerdedel, 23 prosent, oppgir at de ga selvlagde gaver i fjor. Til sammenligning var andelen som oppga at tenkte å gi selvlagde gaver til egne barn og foreldre henholdsvis 1 og 3 prosent i 1998 (Borch og Lavik, 1998). Andelen som ga denne type gave i fjor er høyere blant kvinner enn menn ( $p.<001$ ) og i aldergruppen 19-26 år ( $p.<001$ ).

I 1998 var det heller ingen som tenkte å gi billetter til kulturarrangementer som kino, teater m.m. I 2012 oppgir hele 20 prosent at de ga denne type gave i fjor. I fjor ga 16 prosent tjenester til personlig pleie (som fysioterapi, frisørtime og lignende). I 1998 var det ingen som oppga at de ga denne type gave (Borch og Lavik, 1998). Andelen som ga tjenester som kinobilletter, restaurantbesøk og lignende i fjor er høyere blant kvinner enn menn ( $p.<001$ ) og blant høyt enn lavt utdannede ( $p.<01$ ).

Immaterielle tjenester anses å være mer miljøvennlig enn materielle gaver. Ett unntak er reiser, særlig med fly. Én av ti, 9 prosent, oppgir at de ga reiser i fjor. Samme andel kommer til å gjøre det igjen i år. Vi vet imidlertid ikke hvilke typer reiser det her er snakk om. Andelens om gir reiser er høyest i husstander med inntekt over 1. million ( $p.<01$ ).

I 2012 oppgir 14 prosent at de ga kunst og håndverk som maleri, keramikk og lignende. I 1998 oppga 2 og 2 prosent at de ga kunstgjenstander som malerier, skulpturer til partner og foreldre. Selv om dette kan tyde på at andelen som gir kunstgjenstander har økt, er det verd å merke seg at svaralternativene ikke helt entydig. Kunst og håndverk som malerier og keramikk muligens mer allment enn kunstgjenstander som malerier, skulpturer og annet.

I 1998 vart det ingen som oppga at de tenkte å gi etiske julegaver som penger til veldedige formål, eller hjelp som å vaske huset, passe barn, måke snø og lignende. I 2012 oppgir henholdsvis 8 og 3 prosent at de ga denne type gave i fjor. Andelen som kommer til å gi etiske gaver i år svekkes med 2 prosent, mens andelen som kommer til å gi hjelp øker med 1 prosent.

Også andelen som oppgir at de kommer til å gi erotiske artikler øker med 1 prosent i år sammenlignet med andelen som ga dette i fjor. Ingen oppga at de tenkte å gi denne type gave i 1998 (Borch og Lavik, 1998).

En generell observasjon er at andelen som kommer til å gi angitte julegaver i år svekkes sammenlignet med andelen som ga denne type gaver i fjor. Bare to typer julegaver øker svakt: erotiske artikler (+1 %) og hjelp til å vaske huset, passe barn og annet (+1%). Resten svekkes, til dels dramatisk, spill, dvd, cd eller annet medieinnhold, men også pc, mobiltelefon og annet teknologisk utstyr, alkohol og andre nytelsesmidler og gavekort og penger. Fjoråret bød på lanseringer av Ipad 2 og andre teknologiske produkter<sup>2</sup>. Dersom medieoppmerksomheten knyttet til tilsvarende produkter ikke har vært like høy i år, kan dette forklare noe av fallet i denne type gaver. En stor 'vet ikke'-kategori (20 %) kan også indikere at gavekabalene ikke var lagt i 2. 3. uke i november da spørreskjema ble besvart. Det er for eksempel verd å merke seg at noen av de gavene som reduseres mest, slik som alkohol og andre nytelsesmidler samt gavekort og penger, er en type gaver som man ikke nødvendigvis planlegger å gi, men som man likevel ender opp med å gi dersom man ikke finner noe annet.

En svakhet ved spørreskjema er at 'brukte ting' (second hand) ikke er oppgitt som mulig gavekategori. I 1998 var det ingen som oppga at de tenkte på å gi denne type gave. Brukte ting har imidlertid økt i popularitet i deler av befolkningen de siste årene, noe som også kan gjenpeiles i gavene til jul.

## 2.7 Julegavepraksiser

Utvalget fikk spørsmålet: «Gjorde du følgende i fjor og kommer du til å gjøre det i år? (Kryss ut)» Tanken var at forskjellene mellom hva man ga i fjor og hva man kommer til å gjøre i år kan indikere hvorvidt julegavepraksisen øker eller svekkes i popularitet. Tabell 2-29.

**Tabell 2-29: Andel som gjorde angitte julegavepraksiser i fjor og kommer til å gjøre det samme i år. Prosent. (N=866)**

Julegaver	Gjorde i fjor	Kommer til å gjøre i år	%-vis endring
Kjøpt julegaver på internett	43	38	-5
Kuttet ned på antall mottakere	30	17	-13
Kjøpt julegaver på avbetaling eller ved å ta opp forbrukslån	2	1	-1
Lånt penger av andre (familie og venner) for å kjøpe julegaver	1	1	0
Fått bistand av andre (sosialhjelp, Frelsesarmeen o.a.) for å gi julegaver	0	0	0

Godt under halvparten, 43 prosent, oppgir at de kjøpte julegaver på internett i fjor. Noen færre, 38 prosent, oppgir at de kommer til å gjøre det samme i år. Bivariate krystabeller indikerer at andelen som kjøpte julegaver på internett i fjor svekkes i aldergruppen 51-66 år

<sup>2</sup> <http://www.dinside.no/882177/aarets-julegave-2011>

( $p.<001$ ), øker med utdanning ( $p.<01$ ) og er høyere i husstander med barn under 15 år ( $p.<001$ ).

Om lag hver tredje, 30 prosent, oppgir at de kuttet ned på julegaver i fjor. Om lag hver fjerde, 17 prosent, oppgir at de kommer til å gjøre det samme i år. Andelen som oppgir at de kuttet ned på antall mottakere i fjor svekkes i aldergruppen 51-66 år ( $p.<001$ ) og er høyest i husstander med barn under 15 år ( $p.<001$ ).

13 (2 %) av 866 personer oppgir at de har kjøpt julegaver på avbetaling eller ved å ta opp forbrukslån i fjor. 6 (1 %) sier de vil gjøre det samme i år. Andelen som oppgir at de kjøpte julegaver på avbetaling eller ved forbrukslån er høyest i aldergruppen 19-26 år ( $p.<01$ ), blant par uten barn ( $p.<01$ ) og blant personer som tilhører en annen religion enn den kristne ( $p.<001$ ). Da sistnevnte resultat omhandler 2 personer, kan det være et utslag av tilfeldighet.

8 personer (1%) sier at de lånte penger av andre (familie og venner) for å kjøpe julegaver i fjor. 6 personer sier de kommer til å gjøre det samme i år. Andelen som oppgir at de lånte penger av familie og venner for å kjøpe julegaver er høyest i aldergruppen 19-26 år ( $p.<001$ ) og blant par uten barn ( $p.<001$ ).

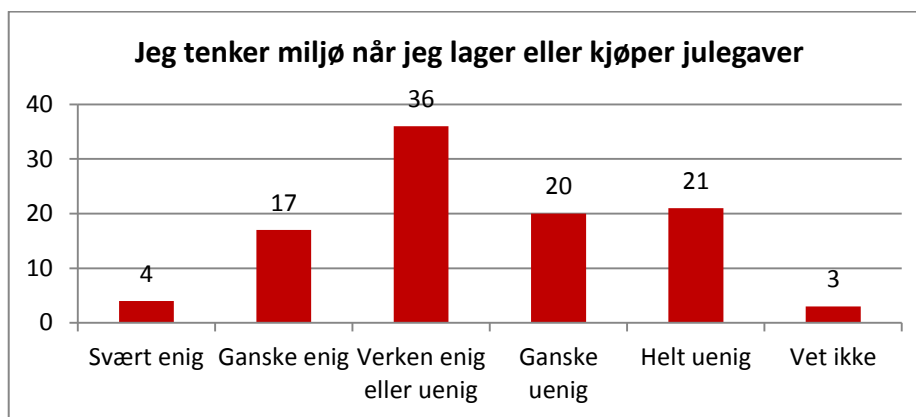
1 person oppga at han eller hun hadde fått bistand av andre (sosialhjelp, Frelsesarmeen og annet) for å gi julegaver i fjor. Ingen oppgir at de kommer til å gjøre det samme i år. Dette innebærer ikke at ingen bosatt i Norge har eller vil få denne type bistand, snarere at de som trenger denne type bistand ikke er representert i denne undersøkelsen. For å fange utsatte grupper må andre undersøkelsesdesign legges til grunn.

## 2.8 Holdninger til julen og julegaver

Deltakerne fikk spørsmålet: «*I hvilken grad er du enig i følgende påstander (svært enig, ganske enig, verken enig eller uenig, ganske uenig, svært uenig)*

- *Jeg tenker miljø når jeg lager eller kjøper julegaver*
- *Det er for mye kommersielt jag og gavehysteri i jula*
- *Jeg gir julegaver av glede*
- *Jeg gir julegaver av plikt*
- *Når man får en gave, må man gi en gave*
- *Gjennom julegavegivingen styrker jeg mitt forhold til mottakerne*
- *Å kutte ut julegaver vil svekke mitt forhold til mottakerne*
- *Julen hadde vært hyggeligere uten julegavene»*

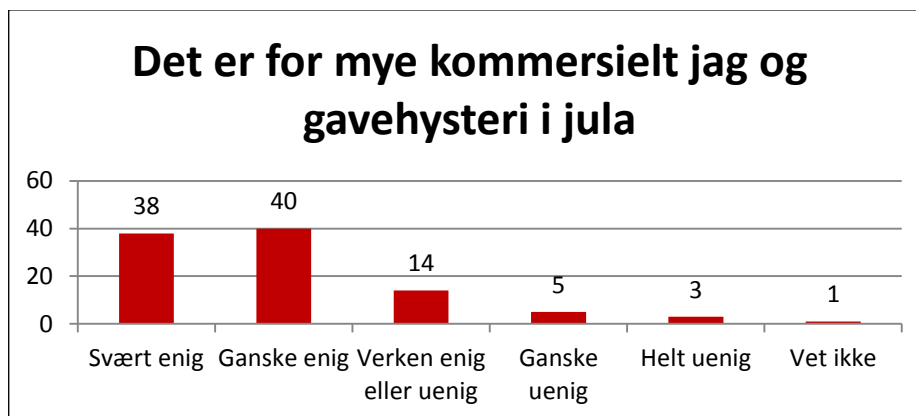
Figur 2-3 viser svarfordelingen.



**Figur 2-3: Andel som er svært eller ganske enig i påstanden om at de tenker miljø når de lager eller kjøper julegaver. Prosent. (N=863)**

Det er flere som er uenig enn enig i påstanden om at de tenker miljø når de lager eller kjøper julegaver.

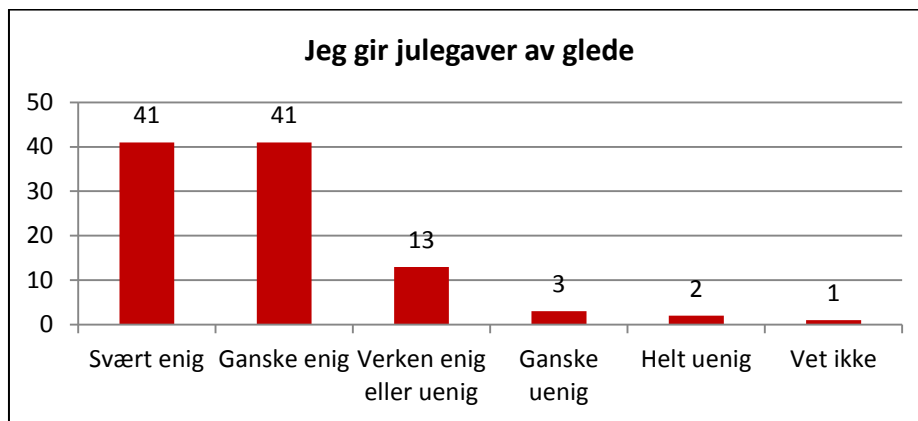
En femtedel (21 %) oppgir altså at de er svært enig eller ganske enig i påstanden. Andelen som oppgir dette er høyere blant kvinner enn blant menn ( $p.<01$ ), er høyest i aldergruppen 51-66 år ( $p.<001$ ) og er høyere blant høyt enn lavt utdannede ( $p.<001$ )



**Figur 2-4: Andel som er svært eller ganske enig i påstanden om at det er for mye kommersielt jag og gavehysteri i jula. Prosent. (N=847)**

Hele 78 prosent sier seg svært eller ganske enig i påstanden om at det er for mye kommersielt jag og gavehysteri i jula. Andelen som oppgir dette varierer ikke signifikant med bakgrunnsvariable. Det er med andre ord bred enighet om dette på tvers av sosiale grupper og samfunnslag.

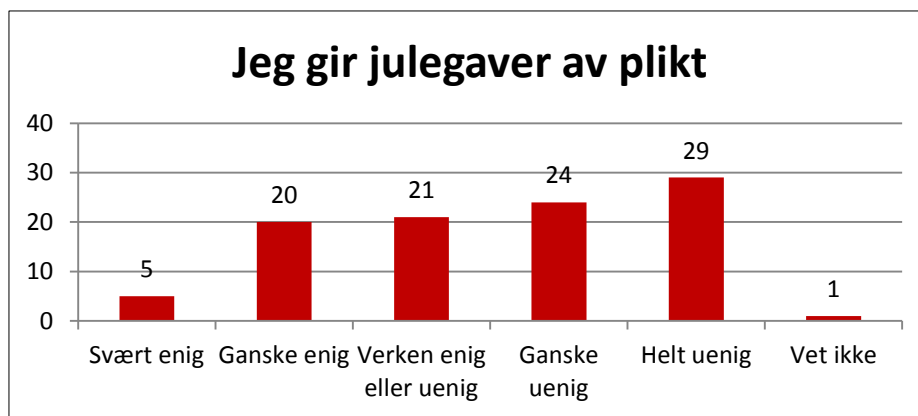
Gir man da julegaver av glede? Figur 2-5 gir svar.



**Figur 2-5:** Andel som er svært eller ganske enig i påstanden om at de gir julegaver av glede. Prosent. (N=863)

Hele 82 prosent sier seg svært eller ganske enig i at de gir julegaver av glede. Andelen som sier seg enig i dette er høyere blant kvinner enn menn ( $p < .01$ ) og er lavest blant personer som tilhører andre religioner enn den kristne ( $p < .001$ ).

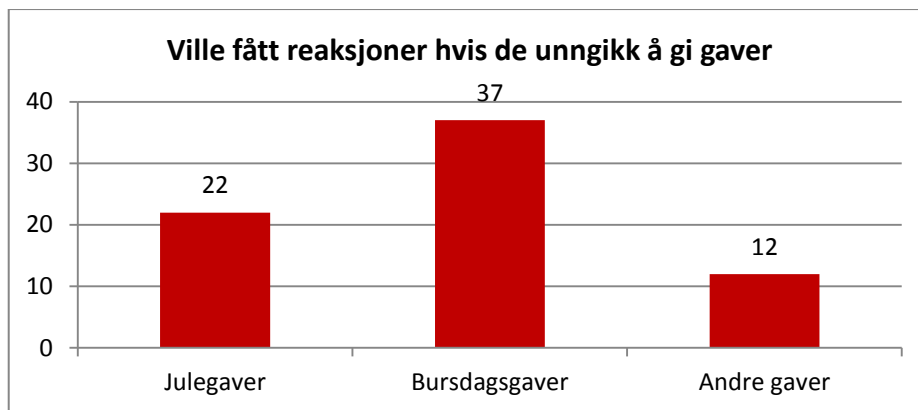
Innebærer denne gleden at man ikke gir julegaver av plikt? Figur 2-6 gir svar.



**Figur 2-6:** Andel som sier seg svært eller ganske enig i påstanden om at de gir julegaver av plikt. Prosent. (N=860)

Bare 25 prosent sier seg svært eller ganske enig i at de gir julegaver av plikt. Andelen som oppgir dette høyere blant menn enn kvinner ( $p < .001$ ), svekkes med alder ( $p < .001$ ) og er høyere blant par uten barn og til dels enslige uten barn enn andre typer hushold ( $p < .01$ ).

Er så julegaver mindre forpliktende enn bursdagsgaver og andre gaver? Deltakerne fikk spørsmålet: «Dersom du gir julegaver, kunne du unnlatt å gi noen av disse gavene uten at du ville få reaksjoner på det?» Tilsvarende spørsmål som omhandlet bursdagsgaver og andre gaver ble også gitt. Figur 2-7 viser andelen som oppgir at de ville gått reaksjoner dersom de unnlot å gi angitte gaver.

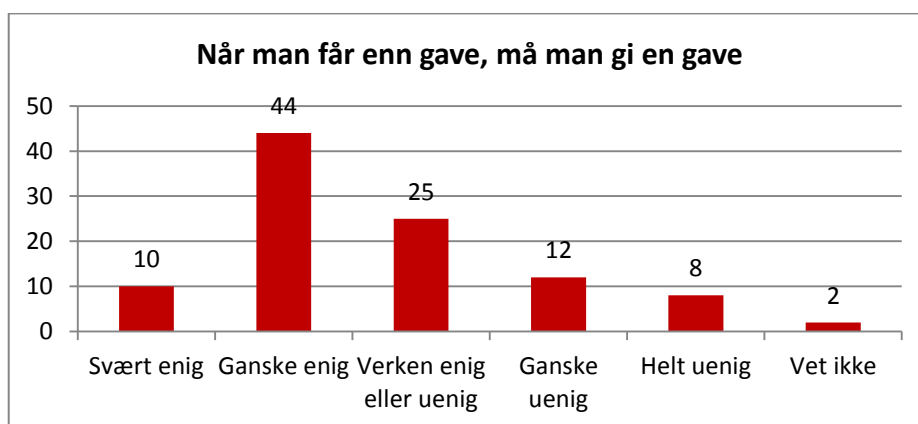


Figur 2-7: Andel som ville fått reaksjoner dersom de unnlot på gi julegaver, bursdagsgaver eller andre gaver Prosent. (N=864, 865, 859)

Figuren indikerer at julegaver er mindre forpliktende enn bursdagsgaver. Minst forpliktende er andre gaver.

Bivariate krysstabellanalyser indikerer at andelen som oppgir at de ville fått reaksjoner dersom de unnlot å gi gaver ikke varierer med bakgrunnsvariablene.

Én av tre obligatoriske gavegivningsregler er ifølge Marcel Mauss (2006) at en gave skal gjenyttes. De to øvrige er at en gave skal gis og mottas. Studien var basert på observasjoner i arkaiske samfunn rundt år 1920. Gjør gjenytelsesreglen seg også gjeldene i Norge anno 2012? Figur 2-8 gir svar.



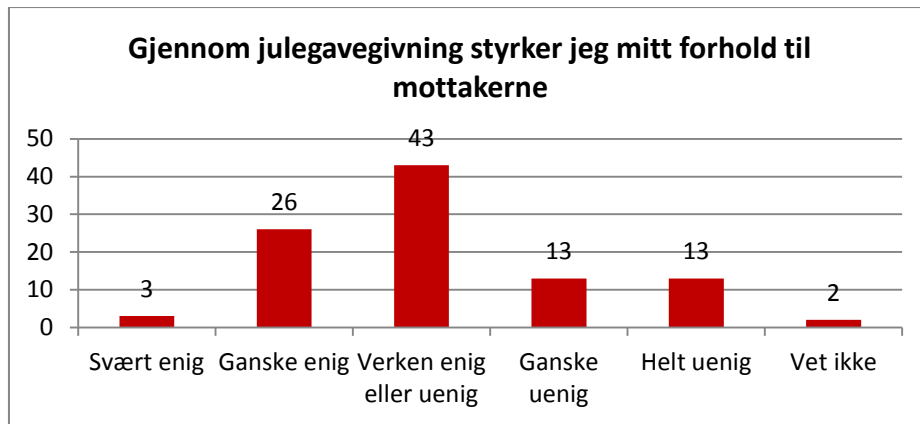
Figur 2-8: Andel som sier seg svært eller ganske enig i påstanden om at når man får en gave, må man gi en gave. Prosent. (N=860)

Bare halvparten (54 %) er svært eller ganske enig i at man må gi en gave når man får en gave. Det er altså mange som ikke slutter seg til gjenytelsesregelen, noe som bekrefter at julegavene er mindre forpliktende enn hva man i henhold til klassisk gaveteori kunne tro.

Andelen som oppgir dette svekkes med alder ( $p < 001$ ), er høyere blant husstander med barn under 15 år ( $p < 01$ ) og er høyere blant par og til dels enslige uten barn enn andre typer hushold ( $p < 01$ ).

Ifølge klassisk gaveteori er det også slik at gavegivingen styrker relasjoner mellom givere og mottakere. Er deltakerne av samme oppfatning? Figur 2-9 gir svaret.

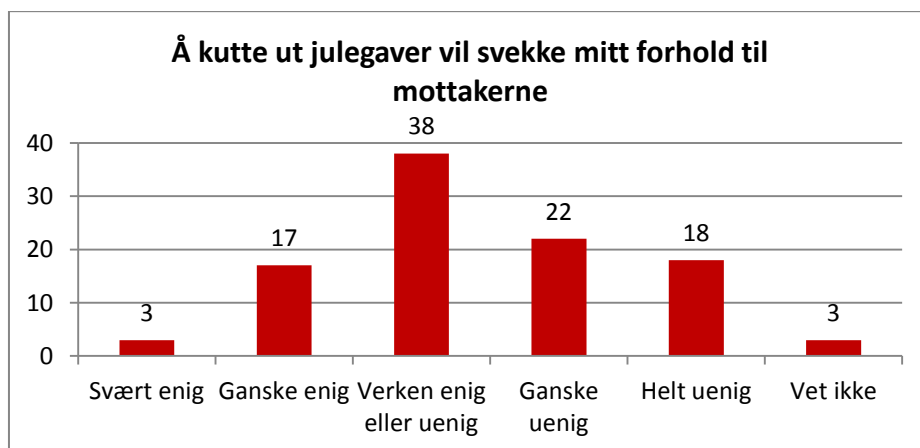




**Figur 2-9:** Andel som sier seg svært eller ganske enig i påstanden om at de gjennom julegavegivingen styrker sitt forhold til mottakerne. Prosent. (N=861)

Bare 29 prosent sier seg svært eller ganske enig i att de gjennom gavegivingen styrker sitt forhold til mottakerne. Andelen som sier seg enig øker med utdannelse ( $p.<001$ ). En mulig forklaring er at de er seg gavens funksjon bevisst. Hvorvidt denne bevisstheten er tuftet på egen erfaring eller boklig lærdom er imidlertid usikkert.

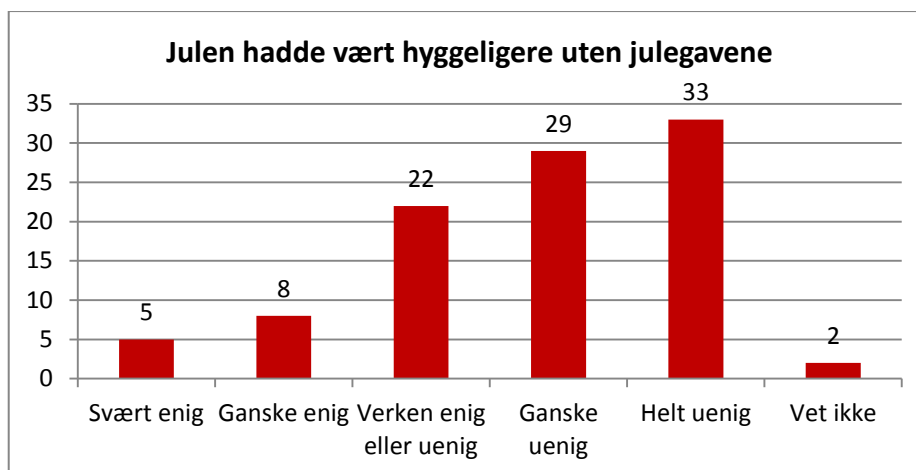
Vil flere bekrefte gavens funksjon dersom man formulerer spørsmålet mer negativt? Tabell 2-10 gir svar.



**Figur 2-10:** Andel som sier seg svært eller ganske enig i påstanden om at å kutte ut julegaver vil svekke deres forhold til mottakerne. Prosent. (N=863).

Heller ikke her bekreftees gavens funksjon. Bare 20 % sier seg svært eller ganske enig i at å kutte ut julegaver vil svekke deres forhold til mottakerne. Andelen som sier seg enig i dette er høyere blant personer som tilhører andre religioner enn den kristne ( $p.>01$ ).

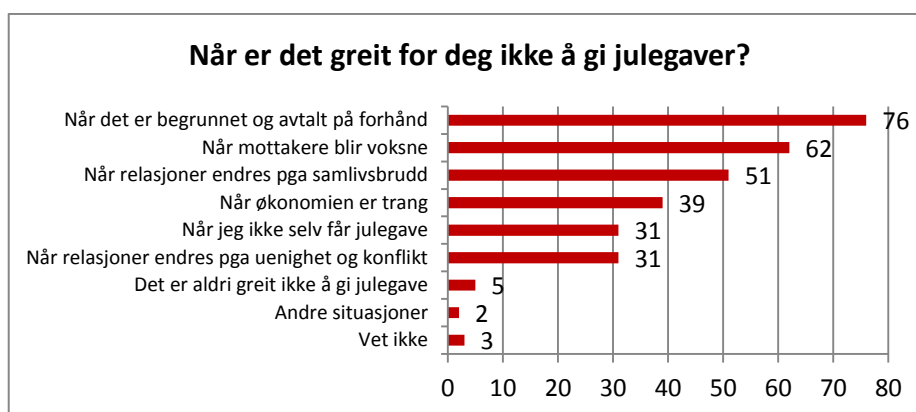
Mange er altså forholdsvis uenig i at gaven styrker sosiale bånd. Er så julegavegivingen et tomt rituale? Mener man at julen hadde vært hyggeligere uten julegavene? Figur 2-11 gir svaret.



**Figur 2-11: Andel som sier seg svært eller ganske enig i påstanden om at julen hadde vært hyggeligere uten julegavene. Prosent. (N=863)**

Bare 13 prosent sier seg svært eller ganske enig i at julen hadde vært hyggeligere uten julegavene. Andelen som er enig i dette varierer ikke signifikant ( $p < 0.01$ ) med bakgrunnsvariablene.

I hvilke situasjoner er det så greit ikke å gi julegaver? Figur 2-12 gir svar.



**Figur 2-12: Andel som oppgir at det er greit ikke å gi julegaver i gitte situasjoner. Prosent. (N=866)**

Så mange som 76 prosent mener at det er greit ikke å gi julegaver når det er begrunnet og avtalt på forhånd. En god del færre, 62 prosent, mener det er greit når mottakerne blir voksne og 51 prosent når relasjoner endres på grunn av samlivsbrudd. At økonomien er trang, at en ikke selv får julegave, eller at relasjoner endres på grunn av uenighet og konflikt er ikke ansett som god nok grunn blant henholdsvis 39, 31 og 31 prosent av befolkningen. Et fåtall, 5 prosent, mener at det aldri er greit ikke å gi julegaver. Noen, 2 prosent, oppgir at det er andre situasjoner hvor det er greit ikke å gi. Her var det mulighet for deltakerne å skrive inn hvilke situasjoner dette gjelder. Følgende grunner ble oppgitt:

- Sykdom eller plutselige omstendigheter (2)
- Når personen feirer jul et annet sted (1)
- Når relasjoner er svekket over tid (3)
- Når man feirer sammen med mottakerne (1)
- Når man ikke feirer sammen med mottakerne (1)
- Når personen feirer jul et annet sted (1)
- Når mottaker er plassert for langt ut i gavenettverket (for eksempel naboer) (1)
- Når man gir oppmerksomheter andre tider av året (2)

- Når mottaker ikke takker (1)
- Når jeg selv bestemmer (1)
- Når man ikke gir julegaver (1)
- Feirer ikke jul (1)



## Referanser

Borch, A. (2012). Kalendergaver 2012. SIFO prosjektnotat nr. 16.

Borch, A. (2004). Julens betydning. SIFO prosjektnotat nr. 10.

Borch, A. (2001). I år som i fjor – en landsrepresentativ studie av antatte julegavekostnader 2001. SIFO oppdragsrapport nr. 24-2001

Borch, A. og Lavik, R. (1998). Julegavehandel 1998. SIFO arbeidsnotat nr. 14.

Borch, A. (1994). Hei, hå, nå er det jul igjen... SIFO arbeidsrapport nr. 10.

Mauss, M. (2006). *The Gift: Forms and functions of exchange in archaic societies*. London: Routledge and Kegan Paul.



## Vedlegg

### Spørreskjema om julegaver og andre gaver

Dette skjemaet handler om julegaver og andre gaver. Først noen spørsmål om julekalendre. Vi skiller mellom to typer julekalendre: **kjøpte julekalendre** (ferdig fylt med godteri o.a.) og **selvlagde julekalendre med kalendergaver**:

#### KALENDERGAVER

- 1** Kjøpte du minst én julekalender i fjor?
  
- 2** Til hvem ga du kjøpe-kalender? (mange kryss mulig)
  - Barn som bor hjemme
  - Barn som bor borte
  - Barnebarn
  - Andre barn
  - Partner (ektefelle/samboer/kjæreste)
  - Meg selv
  - Andre
  
- 3** Omtrent hvor mye kostet dette til sammen?

**4** Ga du bort minst én selvlagd julekalender med kalendergaver i fjor?

**5** Til hvem ga du selvlagd kalender? (mange kryss mulig)

- Barn som bor hjemme
- Barn som bor borte
- Barnebarn
- Andre barn
- Partner (ektefelle/samboer/kjæreste)
- Meg selv
- Andre

**6** Omtrent hvor mye kostet dette til sammen?

**7** Hva inneholdt kalendergavene? (flere svar mulig)

- Mat, drikke og godteri
- Ting som mottaker ellers ville fått (tannbørste eller annet)
- Ting som mottaker ellers ikke ville fått
- Kjøpte tjenester (kino-billetter eller annet)
- Andre gjøremål (lese en bok, gå på besøk eller annet)
- Kjente sitater, sanger, fortellinger eller annet
- Annet

## **JULEGAVEHANDEL**

**8** I hvilken grad planlegger du på forhånd hva du skal kjøpe til den enkelte til jul? (samme som i 1992)\*

- Svært mye



- Mye
- Passe
- Lite
- Svært lite

### **JULEGAVER TIL EGNE BARN**

- 9** Har du eller din ektefelle/samboer egne barn?
- 10** Hvor mange barn - enten de bor hjemme eller ikke - kommer du/dere til å gi julegaver i år?
- 11** Kan du anslå et gjennomsnittlig beløp på gaven(e) per barn?
- 12** Hva pleier du/dere å gi til barna? (flere svar mulig)
- Sport/fritidsutstyr
  - Leker
  - Klær
  - Bøker/musikk
  - Småelektrisk utstyr
  - Småelektrisk utstyr (kaffetrakter, hårføner, barbermaskin og lignende)
  - Pyntegenstander til hjemmet
  - Husholdningsutstyr (sengetøy/gryter og lignende)
  - Personlig pleie
  - Mat, sjokolade, drikkevarer
  - Hobbyartikler
  - Blomster
  - Annet
  - Ubesvart/vet ikke
- 13** I hvilken utstrekning vil du si at barna får gjenstander som de ellers ville ha fått, slik som sportsutstyr, klær og annet? (samme som i 1992)
- Det meste

- Til en viss utstrekning
- Nei, ikke slike ting
- Ubesvart/vet ikke

#### **JULEGAVER TIL BARNEBARN**

**14** Har du og eventuelt din ektefelle/samboer barnebarn?

**15** Hvor mange barnebarn kommer du/dere til å gi julegaver i år?

**16** Kan du anslå et gjennomsnittlig beløp på gaven(e) per barnebarn?

**17** Hva pleier du/dere å gi til barnebarna? (flere svar mulig)

- Sport/fritidsutstyr
- Leker
- Klær
- Smykker
- Bøker/musikk
- Småelektrisk utstyr
- Småelektrisk utstyr (kaffetrakter, hårføner, barbermaskin og lignende)
- Pyntegjenstander til hjemmet
- Husholdningsutstyr (sengetøy/gryter og lignende)
- Personlig pleie
- Mat, sjokolade, drikkevarer
- Hobbyartikler
- Blomster

- Annet
- Ubesvart/vet ikke

**JULEGAVER TIL ANDRE BARN (NIESER, NEVØER, VENNERS BARN M.M.)**

**18** Kommer du eller eventuelt din ektefelle/samboer til å gi julegaver til andre barn i år?

**19** Hvor mange andre barn kommer du/dere til å gi julegaver?

**20** Kan du anslå et gjennomsnittlig beløp på gaven(e) per annet barn?

**21** Hva pleier du/dere å gi til andre barna? (flere svar mulig)

- Sport/fritidsutstyr
- Leker
- Klær
- Smykker
- Bøker/musikk
- Småelektrisk utstyr
- Småelektrisk utstyr (kaffetrakter, hårføner, barbermaskin og lignende)
- Pyntegenstander til hjemmet
- Husholdningsutstyr (sengetøy/gryter og lignende)
- Personlig pleie
- Mat, sjokolade, drikkevarer
- Hobbyartikler
- Blomster
- Annet

- Ubesvart/vet ikke

### **JULEGAVER TIL PARTNER**

**22** Har du partner (ektefelle, samboer eller kjæreste)?

**23** Kommer du til å gi julegave til partner i år?

**23** Kan du anslå et gjennomsnittlig beløp på gaven(e) til partner?

**24** Hva pleier du/dere å gi til partner? (flere svar mulig)

- Sport/fritidsutstyr
- Leker
- Klær
- Smykker
- Bøker/musikk
- Småelektrisk utstyr
- Småelektrisk utstyr (kaffetrakter, hårføner, barbermaskin og lignende)
- Pyntegjenstander til hjemmet
- Husholdningsutstyr (sengetøy/gryter og lignende)
- Personlig pleie
- Mat, sjokolade, drikkevarer
- Hobbyartikler
- Blomster
- Annet
- Ubesvart/vet ikke

**JULEGAVER TIL FORELDRE (FORELDRE/SVIGERFORELDRE/SAMBOERFORELDRE)**

- 25** Har du eller din ektefelle/samboer foreldre/svigerforeldre/samboerforeldre?
- 26** Hvor mange foreldre/svigerforeldre/samboerforeldre kommer du/dere til å gi julegaver?
- 27** Kan du anslå et gjennomsnittlig beløp på gaven(e) til foreldre/svigerforeldre/samboerforeldre?
- 28** Hva pleier du/dere å gi til foreldre/svigerforeldre/samboerforeldre? (flere svar mulig)
- Sport/fritidsutstyr
  - Leker
  - Klær
  - Smykker
  - Bøker/musikk
  - Småelektrisk utstyr
  - Småelektrisk utstyr (kaffetrakter, hårføner, barbermaskin og lignende)
  - Pyntegjenstander til hjemmet
  - Husholdningsutstyr (sengetøy/gryter og lignende)
  - Personlig pleie
  - Mat, sjokolade, drikkevarer
  - Hobbyartikler
  - Blomster
  - Annet
  - Ubesvart/vet ikke

**JULEGAVER TIL ANDRE VOKSNE SLEKTNINGER**

- 29 Kommer du og eventuelt din ektefelle/samboer til å gi julegave til andre voksne slektninger i år?
- 30 Hvor mange andre voksne slektninger kommer du/dere til å gi julegaver?
- 31 Kan du anslå et gjennomsnittlig beløp på gaven(e) per annen voksen slektning?
- 32 Hva pleier du/dere å gi til andre voksne slektninger? (flere svar mulig)
- Sport/fritidsutstyr
  - Leker
  - Klær
  - Smykker
  - Bøker/musikk
  - Småelektrisk utstyr
  - Småelektrisk utstyr (kaffetrakter, hårføner, barbermaskin og lignende)
  - Pyntegjenstander til hjemmet
  - Husholdningsutstyr (sengetøy/gryter og lignende)
  - Personlig pleie
  - Mat, sjokolade, drikkevarer
  - Hobbyartikler
  - Blomster
  - Annet
  - Ubesvart/vet ikke

**JULEGAVER TIL VENNER OG KOLLEGAER**

- 33 Kommer du og eventuelt din ektefelle/samboer til å gi julegave til venner og kollegaer i år?
- 34 Hvor mange venner og kollegaer kommer du/dere til å gi julegaver i år?
- 35 Kan du anslå et gjennomsnittlig beløp på gaven(e) per venn og kollega?
- 36 Hva pleier du/dere å gi til venner og kollegaer? (flere svar mulig)
- Sport/fritidsutstyr
  - Leker
  - Klær
  - Smykker
  - Bøker/musikk
  - Småelektrisk utstyr
  - Småelektrisk utstyr (kaffetrakter, hårføner, barbermaskin og lignende)
  - Pyntegjenstander til hjemmet
  - Husholdningsutstyr (sengetøy/gryter og lignende)
  - Personlig pleie
  - Mat, sjokolade, drikkevarer
  - Hobbyartikler
  - Blomster
  - Annet
  - Ubesvart/vet ikke

37 Hvilke av følgende typer gaver ga du i fjor og hvilke kommer du til å gi i år (Kryss ut):

	Ga i fjor	Kommer til å gi i år
Pc, mobiltelefon og annet teknologisk utstyr		
Spill, dvd, cd eller annet medieinnhold		
Kunst og håndverk (maleri, keramikk og lignende)		
Kino, teater, restaurantbesøk og lignende		
Kurs, seminarer, foredrag og lignende		
Reiser (transport, hotellopphold og lignende)		
Tjenester til personlig pleie (fysioterapi, frisør og lignende)		
Alkohol og andre nytelsesmidler		
Erotiske artikler		
Gavekort eller penger		
Selvlagde gaver		
Etiske julegaver (penger til veldedige formål)		
Hjelp (vaske huset, passe barn, måke snø og lignende)		

38 Gjorde du følgende i fjor og kommer du til å gjøre det i år?

	Gjorde i fjor	Kom mer til å gjøre i år
Kjøpt julegaver på internett		
Kuttet ned på antall mottakere		
Kjøpt julegaver på avbetaling eller ved å ta opp forbrukslån		
Lånt penger av andre (familie og venner) for å kjøpe julegaver		
Fått bistand av andre (sosialhjelp, Frelsesarmeen o.a.) for å gi julegaver		



39 I hvilken grad er du enig i følgende påstander (svært enig, ganske enig, verken enig eller uenig, ganske uenig, svært uenig)

- Jeg tenker miljø når jeg lager eller kjøper julegaver
- Det er for mye kommersielt jag og gavehysteri i jula
- Jeg gir julegaver av glede
- Jeg gir julegaver av plikt
- Når man får en gave, må man gi en gave
- Gjennom julegavegivingen styrker jeg mitt forhold til mottakerne
- Å kutte ut julegaver vil svekke mitt forhold til mottakerne
- Julen hadde vært hyggeligere uten julegavene

40 Når er det greit for deg ikke å gi julegaver? (kryss av):

- Når jeg ikke selv får julegave
- Når mottakere blir voksne
- Når økonomien er trang
- Når relasjoner endres på grunn av samlivsbrudd
- Når relasjoner endres på grunn av uenighet og konflikt
- Når det er begrunnet og avtalt på forhånd
- Det er aldri greit ikke å gi julegaver
- Annet, hva

#### **GAVEKOSTNADER**

41 Hvor mye tror du at du kommer til å bruke på julegaver totalt i år?

42 Dersom du gir julegaver, kunne du unnlatt å gi noen av disse gavene uten at du ville få reaksjoner på det?

43 Hvor mye tror du at du kommer til å bruke på bursdagsgaver totalt i år?

44 Dersom du gir bursdagsgaver, kunne du unnlatt å gi noen av disse gavene uten at du ville få reaksjoner på det?

45 Hvor mye bruker du at du kommer til å bruke på andre gaver totalt i år?

46 Dersom du gir andre gaver, kunne du unnlatt å gi noen av disse gavene uten at du ville få reaksjoner på det?

**47** Endre svarkategoriene:

- Enslige uten barn
- Enslige med barn
- Enslig med samværsrett/delt foreldreansvar
- Par uten barn
- Par med kun felles barn
- Par med mine/dine og/eller felles barn
- Annet
- Vet ikke

**48** Har du en religiøs tilknytning? Og i så fall hvilken?

- Kristendom
- Jødedom
- Islam
- Buddhisme
- Andre religioner

- Jeg er agnostiker
- Jeg er ikke religiøs