

## **Eldre ikke mer sårbare forbrukere**

***Eldre mennesker er mer økonomiske og mer miljøvennlige enn yngre. Dårlig tid, manglende økonomisk sans og dårlige regneferdigheter gjør unge mennesker sårbare i forbrukerrollen, ifølge en studie fra Statens institutt for forbruksforskning.***

*Med forbrukersårbarhet mener vi økt sannsynlighet for å gjøre lite gunstige valg i markedene. På bakgrunn av den kommende eldrebølgen ønsker forbrukermyndighetene innsikt i hvordan de eldre mestrer forbrukerrollen og hva som trigger forbrukersårbarhet. En studie gjennomført av Statens institutt for forbruksforskning (SIFO) tyder på at hjemmeboende eldre i alderen 70 til 95 som gruppe ikke er mer sårbare som forbrukere enn andre. Selv om de eldre sjeldnere har smarttelefoner og oftere enn andre er utsatt for telefonsalg til veldedige formål, er det mye som tyder på at yngre mennesker er mest sårbare i forbrukerrollen.*

### **Forbrukersårbarhet**

*Hele 74 prosent av de spurte i SIFOs studie sier at de kan betale overpris for mat fordi de ikke tar bryet med å sjekke priser. 55 prosent sier at de kanskje betaler for mye renter fordi de ikke tar bryet med å skifte bank. Og 36 prosent av de spurte sier at de kan betale overpris for teknologi. Nesten alle, over nitti prosent, rapporterer om minst én uheldig økonomisk forbrukerpraksis. Det er først og fremst mangel på tid, manglende økonomisk sans og det å være dårlig i regning som øker sannsynligheten for at vi gjør ugunstige valg som forbrukere.*

### **Miljøsårbarhet**

*SIFOs studie har også sett på forbrukerpraksis som er uheldig for miljøet. Mens 77 prosent i aldersgruppen 18 til 50 år sier at de kaster mat, var det bare 29 prosent av de over åtti som hadde kastet restemat i løpet av de siste to månedene. Og mens 66 prosent blant de yngste sier de ikke tar hensyn til miljøet når de handler el-produkter, gjelder dette bare 29 prosent av de over åtti. Igjen er det mangel på tid og manglende økonomisk sans som trigger såkalt miljøsårbarhet.*

### **Mulige individuelle triggere**

*Ulike individuelle begrensninger – fra det å ha dårlig syn, til det å mangle digitalt utstyr – kan gjøre det vanskelig å gjøre gode valg som forbruker. SIFO har sett på 16 slike begrensninger i sin studie. Som forventet har de eldre flere begrensninger enn yngre, og jo flere begrensninger, desto større sannsynlighet for forbrukersårbarhet. Men, likevel er det altså ikke de eldre, men de yngre, som i størst grad er sårbare forbrukere. Forklaringen er at de eldre også har kjennetegn som beskytter mot forbrukersårbarhet; de har mer tid og de er langt flinkere enn de yngre til å tenke økonomisk i forbrukerrollen.*

### **Forbrukernes innflytelse på markedene**

*For folks velferd er det viktig at markedene fungerer godt. Gjennom bevisste valg i markedene påvirker forbrukerne markedenes kvalitet. Å klage er en viktig kanal fra forbruker til tilbyder om svakheter ved selve produktet eller kjøps situasjonen. Dersom forbrukerne er misfornøyde uten at de klager, mister tilbydersiden viktig informasjon som kan bidra til forbedringer av produkt eller kjøpsprosess. SIFOs studie har sett på tre markeder med svært ulike kjennetegn, og finner at bank- og matvaremarkedet i mindre grad enn elektronikkmarkedet nyter godt av forbrukerinnsett i form av klager. Bare hver tredje som var*

*misfornøyde med mat de hadde kjøpt, klagde. Langt flere, nesten ni av ti, av de som var misfornøyde med elektronikk, sier at de klagde. Men bare halvparten av de som hadde vært misfornøyde med bankens rentebetingelser, tjenester eller service, sa de hadde reforhandlet betingelsene sine eller skiftet bank. Annenhver misfornøyde bankkunde fortsetter med andre ord stilltiende med sin bankforbindelse uten at banken gjøres oppmerksom på hva som kunne vært bedre.*

### **Studien**

- *Denne SIFO-studien er basert på et samarbeid med Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet, Forbrukerombudet og Forbrukerrådet.*
- *Innledningsvis ble 18 eldre informanter intervjuet om sitt syn på utviklingen av forbrukermarkedene fra da de var unge og fram til i dag.*
- *Deretter gjennomførte Respons Analyse 2100 telefonintervjuer med et tilfeldig utvalg av hjemmeboende respondenter i alderen 18 til 95 år.*

### **Les mer:**

- *L. Berg: Forbrukersårbarhet. Hvordan mestrer de eldre forbrukerrollen? Fagrapport nr. 5-2014.*
- *L. Berg: Eldres vurderinger av forbrukermarkedene før og nå. En pilotstudie med innspill fra Forbrukerombudet og Forbrukerrådet* **LENKE:**  
<http://www.sifo.no/page/Publikasjoner//10081/79358.html>

### **Kontakt:**

Lisbet Berg

e-post : [lisbet.berg@sifo.no](mailto:lisbet.berg@sifo.no)

Tlf: SIFO: 22043555

Mobil : 91536257