



Oppdragsrapport nr. 1 - 2016

Lisbet Berg

Hvordan mestrer unge voksne forbrukerrollen?

En fortelling basert på fjorten
informaters vurderinger og funderinger.

SIFO


Forbruksforskningsinstituttet

**HØGSKOLEN I OSLO
OG AKERSHUS**

© Forbruksforskningsinstituttet SIFO – Høgskolen i Oslo og Akershus
Oppdragsrapport nr. 1 – 2016

Forbruksforskningsinstituttet SIFO – Høgskolen i Oslo og Akershus
Sandakerveien 24 C, Bygg B
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: Hvordan mestrer unge voksne forbrukerrollen? En fortelling basert på fjorten informanternes vurderinger og funderinger.	Antall sider 89	Dato 23.02.2016
Title: How do young consumers master the consumer role? A story based on fourteen informants' reviews and reflections.	ISBN	ISSN
Forfatter(e) Lisbet Berg	Prosjektnummer 11201506	Faglig ansvarlig sign. 
Oppdragsgiver: Forbrukeravdelingen i Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet		
Sammendrag: Denne kvalitative studien tyder på at unge voksne i Norge ofte er uerfarne i forbrukerrollen. Men de har betydelig kjøpekraft, og er målskive for et kraftig, digitalt kommersielt press. Unge voksne vil helst ikke skille seg ut i sitt nærmiljø, de vil gjerne ha de samme statusingene som andre unge, og dette forsterker det kommersielle presset. Unge voksne ser ut til å arve/kopiere sine foreldres forbruksmønstre. Markedene er fulle av fristelser, noen oppdras til utsatt behovstilfredsstillelse, mens andre oppdras til økonomisk selvstendighet.		

**Hvordan mestrer unge voksne forbrukerrollen?
En fortelling basert på fjorten informanternes vurderinger og funderinger.**

av

Lisbet Berg

2016

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

Forord

Dette prosjektet er initiert av Forbrukeravdelingen ved Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet, som ønsker mer kunnskap om unge voksne forbrukere. Bakgrunnen er at den første studien om forbrukersårbarhet fra 2014 viste at det var de unge – og ikke de eldre slik vi hadde trodd – som var mest sårbare i forbrukerrollen.

I dette pilotprosjektet lytter vi til 14 unge forbrukere om hvordan det er å være debutant i forbrukermarkedene, og deres erfaringer fra noen utvalgte forbruksområder. Gjennom intervjuene får vi også innblikk i hvordan den digitale hverdagen påvirker forbruket. De unge er intervjuet to og to, men i det følgende er alle intervjuene iscenesatt som om de unge utveksler erfaringer fra markedene i et felles seminar.

Pilotprosjektet skal danne grunnlag for hypoteser som skal etterprøves i en større, landsrepresentativ, kvantitativ survey om sårbare forbrukere. FFU (med representanter fra BLD, Forbrukerombudet, Forbrukerrådet og SIFO) har vært aktive i utformingen av prosjektet. Vi takker alle som har hjulpet oss med å komme i kontakt med informantene. Og særlig vil vi takke de 14 informantene som villig og generøst har delt på sine erfaringer som forbrukere.

Torshov, februar 2016

Forbruksforskningsinstituttet SIFO ved Høgskolen i Oslo og Akershus

Innhold

Forord.....	5
Samlet vurdering	9
Noen hovedinntrykk	9
Det digitale kommersielle presset.....	10
Forbrukerkunnskap.....	12
1 Innledning	15
1.1 Relevante studier og teorier	16
1.1.1 Forbrukersårbarhet blant eldre	16
1.1.2 Ung og sårbar i Sverige.....	17
1.1.3 Ung og sårbar i Norge	18
1.1.4 Kjønn.....	18
1.1.5 Betalingsproblemer blant unge voksne	18
1.1.6 Kjøpepress og kroppspress.....	19
1.1.7 Valgoverflod	20
1.1.8 Underskudd på forbrukeroppmærksomhet.....	21
1.1.9 Markedsføring/kjøpsmanipulering	21
1.1.10 Individualisering av tilkortkommenhet	22
1.1.11 Sosial arv	22
1.1.12 Klimakrisen.....	23
1.1.13 Undervisningsopplegg.....	24
2 Metode	25
2.1 Utvalg av informanter	25
2.2 Intervjuene.....	26
2.3 Analysen.....	26
2.4 Generaliseringer	27
2.5 Anonymiserte informantkategorier	27
3 Økonomisk kapabilitet.....	29
3.1 Hvor god råd opplever dagens unge voksne at de har?.....	29
3.2 Hjemmeboere	30
3.3 Borteboere	31
3.4 Om å tenke økonomisk.....	32
3.5 Lage budsjett	32
3.6 Regneferdigheter	32
3.7 Sosial arv	33
4 Miljø	35
5 Kommersielt press	37
5.1 Reklame	38
5.2 Når er presset størst?	39
5.3 Designvesker	40
5.4 Sportsutstyr	42
5.5 Justeringer av kropp og utseendet	42
6 Kosmetikkmarkedet	45
6.1 Valg og vaner	45
6.2 Pris og kvalitet.....	45
7 Matvaremarkedet	47
7.1 Valg og vaner	47
7.2 Med erfaring fra butikk	47
7.3 Pris og kvalitet.....	48
7.4 Innhold og ingredienser.....	49
7.5 Miljø og mat.....	50
7.6 Klager.....	51
8 Markedet for klær, sko og sportsutstyr	53

8.1	Valg og vaner	53
8.2	Valg av ny vinterjakke	54
8.3	Klager	55
9	IKT/elektronikk markedet.....	57
9.1	Valg og vaner	57
9.2	Valg av mobiltelefon.....	57
9.3	Pris og abonnement	60
9.4	Mobilregningen	61
9.5	PC eller Mac?	61
9.6	Digital kompetanse og nettvett.....	63
9.7	Handle på nett	65
9.8	Svindel på nett.....	66
10	Forsikringsmarkedet.....	69
10.1	Kjøpsforsikring	69
10.2	Reiseforsikring	70
10.3	Bilforsikring	71
11	Bank	73
11.1	Kreditt	73
11.2	Sparing	75
11.3	Bolig og bil.....	76
12	Informantenes forslag til tiltak	79
12.1	Hva kan skolen gjøre?	79
12.2	Hva kan tilbydersiden gjøre?.....	80
12.3	Hva kan politikere/myndigheter gjøre?.....	81
Litteratur.....		83
Vedlegg		87
Intervjuguide.....		87

Samlet vurdering

I denne rapporten er sitater fra kvalitative informantintervjuer – med unge voksne i alderen 19-24 år - sammenstilt på en slik måte at de danner en fortelling om hvordan det er å være ung forbruker i dag.

I likhet med tidligere studier (Hall 2014, Frønes og Brusdal 2000), viser informantenes fortellinger at mange unge voksne er uerfarne debutanter i markedene. I tillegg har unge voksne i Norge betydelig kjøpekraft – noe som gjør dem til attraktive mål for markedsføring. Informantene sier at det kommersielle presset var størst på ungdomsskolen og de første årene på videregående skole. I følge informantene er man da spesielt opptatt å være lik jevnaldergruppen. De unge vil ha de samme statustingene som vennene. Og i dag er statustingene dyre. De unges digitale praksis, og tilbydersidens bruk av algoritmer for å tilpasse reklamen til den enkelte forbruker, betyr sannsynligvis at de unge er utsatt for et stort kommersielt press.

Informantenes holdninger, erfaringer, og ikke minst deres refleksjoner underveis, kan gi grunnlag for ulike tolkninger og hypoteser. Noen av hypotesene skal testes i en etterfølgende landsrepresentativ web-survey blant forbrukere 16-60 år bosatt i Norge.

Noen hovedinntrykk

Basert på informantenes historier har vi dannet oss noen antagelser, eller *hypoteser*, vi kan gå videre med og teste i den kvantitative delen, som skal følge pilotstudien som presenteres i denne rapporten:

- Unge voksne har som regel ganske god råd til forbruksvarer.
- Unge voksne i Norge er klar over at de er privilegerte, og en god del vil si seg enige i at de er materielt bortskjemte.
- Dyre forbruksvarer som vinterjakker, vesker og mobiltelefoner, som de unge ønsker seg, får de ofte som presanger til (neste) jul eller bursdag. Å spare til noe er sjeldent.
- Unge voksne som bor hjemme hos sine foreldre betaler ikke for kost og losji.
- Hjemmeboere er klar over at det er svært økonomisk gunstig å bo gratis hjemme, og at de kan tilvenne seg et økonomisk ikke-bærekraftige forbruk.
- Noen hjemmeboere må betale sitt ekstra-forbruk med egne inntjente og oppsparte midler, mens andre hjemmeboere får dekket alle forbruksutgifter. De førstnevnte blir raskere økonomisk selvstendige.

- Borteboere med fagutdanning – særlig gutter - skaffer seg tidligere egen bolig og bil enn borteboende studenter.
- Unge forbrukere er forbausende lite opptatt av klima- og miljøspørsmål, og de er sjeldent bevisst hvordan deres forbruk påvirker miljøet.
- Det er stor aksept og respekt for den enkeltes frie vilje til å velge å bruke sine penger på hva man vil. For eksempel aksepteres det at enkelte velger å ta kosmetiske korreksjoner/kirurgi, selv om 'naturlig er best'.
- Unge vil ikke skille seg ut. Dermed får 'alle andre gjør det' eller 'har det' spesielt stor effekt på de unges forbruksmønster.
- Markedene oppleves som komplekse og vanskelige å få oversikt over. Svakest engasjement i forhold til bank- og forsikringsmarkedene.
- Særlig unge kvinner opplever elektronikkmarkedene som vanskelige.
- Markedskompleksiteten løses ved å velge det samme som vennene (iphone) eller som foreldrene (dagligvarer).
- Unge voksne arver eller kopierer mye av sine foreldres forbruksmønster.
- Deltidsarbeid i butikk lærer unge voksne hvordan markedene fungerer.
- Unge voksne er dårlige i hoderegning og tallforståelse – de har kalkulator på mobilen.
- Unge voksne har høy digital kapabilitet og er mye på nett. Men de er i liten grad bevisst på alle digitale spor de etterlater seg, hva de aksepterer for å få tilgang på en 'gratis' app, og hvordan tilbydersiden kan utnytte deres personopplysninger kommersielt. Holdningen er ofte at de ikke har noe å skjule, og at de uansett ingenting kan gjøre.
- Stort forbruk av Facebook og Instagram etc. innebærer mye selvforkusering. 'Selfies' sendes støtt, og utseendet og selvpresentasjon sammenliknes – med venner, bloggere og kjendiser de følger på sosiale medier. Ingen tidligere generasjoner har viet så mye tid på sitt eget utseende som dagens unge, særlig unge kvinner.
- Den største kilden til forbrukersårbarhet blant dagens unge er at de er utsatt for et stort digitalt kommersielt press. Dette vil vi gå nærmere inn på i neste avsnitt.

Det digitale kommersielle presset

Når man har lite erfaring er en grei strategi å gjøre som de andre gjør. Det er på ungdomsskolen og videregående at de unge har minst markedserfaring, og ifølge informantene er det da det kommersielle presset føles størst. Dette er en periode da de unge helst ikke vil skille seg ut fra venner og klassekamerater, og de blir derfor i særlig stor grad påvirket av nærmiljøet sitt. Informantenes egne stemmer kan belyse dette:

Vanja(24B): Egentlig ser jeg sjeldent på TV, så da unngår jeg reklamene som er der. Men så er det jo de man er med, hva de gjør, går med, eller spiser. Så derfra kan det komme et press. F.eks. dette med iphonen. Alle rundt meg begynte å få det. Så, liksom, for å kunne være med, bruke alle disse funksjonene som de andre kunne, så følte jeg at jeg måtte få meg iphone.

Vår(24B): Tror det var derfor jeg også fikk iphone.

Mange av de unge peker på nærmiljøets påvirkning. Men hvilken kilde påvirker nærmiljøet? I følge de unge selv er det ikke først og fremst den tradisjonelle reklamen som 'treffer' dem og miljøet. Denne generasjonen er hyppig online, både på sosiale medier og i nettbutikker. Mye tyder på at bloggere og kjendiser de følger på sosiale medier er sterke avsendere som gir grobunn for 'lyster og ønsker'. Dette utnyttes naturligvis av aktører på tilbydersiden. For de unge selv er det ikke så lett å se sammenhengen mellom hva man har lyst på, og de kommersielle kreftene som påvirker lystene:

Vibeke(24B): Jeg tenker ikke på det som press. For meg blir press at du kjøper noe – ikke fordi du *har lyst* på det, men fordi du føler du *må*.

Veronika(24B): Men man kan sikkert tenke på det som et press også? Veldig mange aktører vil at du skal kjøpe ting – og man får faktisk lyst på ting på grunn av reklamen eller markedsføringen. Man kan se på det som et press, men jeg har ikke tenkt over det på den måten før...

Vilde(19H): Jeg har jo *lyst på* den vesken, helt sikkert med påvirkning fra de jeg er med. Jeg tenker ikke at dette er et press. Hvis jeg tenker lenge over det, kan jeg kanskje komme fram til den konklusjonen, men der og da tenker jeg bare at *det har jeg lyst på*. Synes de veskene er fine. Så det er liksom et *indirekte press*.

Hedvig(20H): Ja, det er ikke sånn at du blir presset *direkte*, det er mer sånn at man ser noe, og så får man skikkelig lyst på det.

Vega(19H): Man er liksom ikke klar over at det er et press før man tenker seg veldig, veldig godt om.

Slike 'lyster', ofte med utspring i sosiale medier, ser imidlertid ut til å anta ulike former i ulike miljøer. Eksempelvis var de fleste unge kvinnelige informantene opptatt av – og eide – designvesker, men kvinnene fra Oslo vest hadde andre, og dyrere, favorittvesker enn kvinnene som bodde på landet. Samtidig var veskevariasjonen innad i miljøene forbausende liten:

Varg(19H): På vår skole var det ekstremt vanlig å se de typiske designveskene som jenter på den alderen har. Spesielt på videregående skal alle ha en Louis Vuitton- eller Mulberry veske. Og jeg skjønner ikke helt hvorfor. Skjønner ikke hva som er kult med å bruke ti tusen på noe hun rett ved siden av deg har. *Alle er jo helt like*. Jeg tror guttene slipper mye lettere unna det der.

Vilde(19H): Jeg tenker at man egentlig ikke har råd til det, når man er så unge som vi er. Hvis du har ti tusen kroner, og det er det du har, så er det jo helt feil å bruke ti tusen på en veske og så står du i null! Og det er det jo mange som gjør.

Ikke uventet rapporterte - særlig de kvinnelige - informantene om stor digital aktivitet. De følger rosabloggere og kjendiser. Det er tankevekkende hvordan sosiale medier har bidratt til økt selvfokusering og et kroppspress med kommersielle løsninger som hadde vært forkastelige for bare få år siden. Slik informantene under beskriver det, kan dette selv fokuset forsterke det kommersielle presset fra jevnaldergruppen:

Vibeke(24B): Kanskje det har noe med sosiale medier å gjøre? Man tar masse bilder av seg selv, kanskje begynner å studere seg selv litt, alt blir feil, og alt kan man endre på. Jeg tror man gransker seg selv mye, ikke bare ansiktet, men hele kroppen. Jeg tror ikke det var sånn i generasjonen til foreldrene mine. De kan jo umulig ha sett på seg

selv så mye som vi gjør. Vår generasjon. Man tar jo bilder av seg selv hver dag. Bilder med venner som legges ut på Facebook og Instagram. Man ser veldig mye på seg selv. **Hedvig(20H)**: Det er jo forskjell på å rette på en ting, eller fikse en ting da, og å ta helt av, som noen gjør, med både nese, rompe, pupper, fettsuging, lepper, øyebryn, alt sammen. Jeg synes det er pent å være *naturlig*. Det synes jeg er det fineste, og jeg vet at mange av mine venner også synes det. Og jeg har ganske mange guttevenner. Og de foretrekker heller naturlige jenter, enn – ganske *overfladiske dukker*, hvis jeg kan si det sånn.

Vega(19H): Hvis det er flere som gjør en ting, så blir det mer akseptert på en måte. Det starter med rosabloggerne: Så å si alle rosabloggere har jo tatt noe i leppene eller puppene.

Informantene beskriver en virkelighet som tyder på at det er et kraftig digitalt kommersielt press, som særlig er adressert til unge kvinner. Videre at dette digitale, kommersielle presset har større effekt enn mange er klar over. Det er som kjent de unge som både best behersker den digitale sfæren og som har mest digitalt utstyr. I den første sårbarhetsstudien antok vi nettopp derfor, at liten digital kapabilitet blant de eldre bidro til å gjøre eldre sårbare i forbrukerrollen. Ganske uventet, men i overensstemmelse med det de unge voksne informantene forteller, fant vi at liten digital kapabilitet tvert imot bidrar til *redusert* forbrukersårbarhet. Med andre ord; selv om det å være på nett gir tilgang på mange muligheter – for eksempel til å sammenlikne priser og/eller sjekke hva som finnes på markedet – gir nettbruken samtidig økt risiko for å gjøre uheldige valg i markedene. For ikke å si at nettbruk etterlater spor som sannsynligvis utnyttes av kommersielle aktører i større grad enn det mange er klar over.

La oss se dette fra tilbydersiden: Basert på sin egen markedsundersøkelse; ‘Navigating the New Digital Divide – Capitalizing on digital influence in retail’, anbefaler det verdensledende konsulentbyrået Deloitte sine kunder (på tilbydersiden) å satse på digitale løsninger. Deloitte argumenterer med sin egen markedsundersøkelse som viste at 76 prosent av kunder som ankommer butikken for å handle, allerede hadde vært i kontakt med produktene/merkevarerne digitalt. Beslutningen om kjøp tas ifølge Deloitte i økende grad før kunden ankommer butikken. Undersøkelsen viste også at kunder som er ‘online’ når de er ‘in-store’ handler for mer, og oftere. Tilbydersiden rådes derfor til å påvirke sine kunder digitalt. (Deloitte 2015)

Fra sidelinjen kan man ikke annet enn å ‘imponeres’ over hvor smart markedsføringen av f.eks. designvesker må ha vært, og i tillegg bekymre seg for hva som blir den neste kommersielle ‘lysten’ bloggerne, annen skjult reklame og digital direkte reklame overfører på nye generasjoner av unge voksne debutanter i markedene.

Forbrukerkunnskap

I intervjuene var det mange som uoppfordret foreslo at forbrukerøkonomi burde gis mer plass i skolen, ikke minst fordi forbrukerøkonomi er noe alle ville få bruk for, og at det kunne gjøre mattefaget mer relevant:

Vega(19H): Jeg opplevde selv, når jeg gikk på barneskolen og ungdomsskolen, at det ofte blir spørsmål om; ‘hvorfør skal jeg lære dette, vil jeg få bruk for dette?’ Særlig i

matte er det mange som ikke klarer å svare så veldig godt for seg på akkurat de spørsmålne. Men kanskje man bør ha litt mer fokus på de tingene man faktisk får bruk for når du går ut fra skolen og skal leve på egenhånd. Som Vilde sier, i matte og i samfunnsfag kan du flette inn mer forbrukerøkonomi.

Vibeke(24B): Jeg tror mattenivået blant unge voksne i dag er dårlig, generelt dårlig. *Det må jo være på grunn av undervisningen.* Jeg kan ikke tenke meg at vi er dummere her, enn de er i andre land?

Veronika(24B): Mye av matten man har i norsk skole i dag blir for teoretisk. Det gjør at mange mister interessen. Det kunne kanskje vært en fordel å knytte matten til forbrukerøkonomi som man vet vil bli relevant i livet senere.

Heidi(23B): Skolen kunne bli litt bedre til å opplyse om økonomi. Det kunne de faktisk. Hvordan fordele penger ut over måneden. Sann som på Luksusfellen. Skolen må gi samme instruksjon.

Det er kanskje ikke skolen som er den viktigste læringsarena for personlig økonomi. Det generelle velferdsnivået i samfunnet har ganske sikkert stor betydning for hvordan vi forholder oss til penger og markeder. Familiebakgrunn spiller også stor rolle for hvordan unge voksne møter forbrukermarkedene. Mens noen foreldre oppdrar sine barn til raskest mulig å bli økonomisk selvstendige, er det andre foreldre som er mer opptatt av at barna konsentrerer seg om utdanningen. Uansett familiebakgrunn ga de fleste informantene uttrykk for at de hadde rimelig god råd:

Vår(24B): Jeg tror de fleste er litt bortskjemte, ikke med vilje bortskjemt liksom, men jeg for eksempel, ønsket meg denne iphonen (viser iphonen) - og da fikk jeg den til jul. Det er sjelden jeg *sparer* til ting. For hvis det er noe stort jeg vil ha, så ønsker jeg meg det, til bursdag eller til jul. Og da får jeg det som regel. Tror kanskje det er sånn for veldig mange.

Vidar(19H): Jeg vil si at jeg er ganske bevisst når det kommer til å tenke økonomisk. Prøver å holde oversikt – tenker over hva ting koster. Men selvfølgelig, jeg bor hjemme og får jo mye gratis. Og det er klart man blir jo bortskjemt på et vis. Sett utenfra vil jeg sikkert bli sett på som bortskjemt, ja.

Varg(19H): Jeg er også veldig bevisst på hva jeg bruker penger på og hva ting koster. Og selv om jeg har jobbet lenge som trener, kommer mesteparten av pengene jeg bruker fra foreldrene mine. Mye fordi Pappa ønsker at jeg skal ha muligheten til å fokusere hundre prosent på skole og ikke måtte jobbe i butikk ved siden av videregående. Mange foreldre er veldig opptatt av at barna skal tjene penger til ting selv, men mine foreldre har lagt det opp litt annerledes. Jeg er fult klar over at jeg er veldig bortskjemt i veldig manges øyne, og ganske objektivt sett også egentlig.

Å måtte betale med egne penger gjør de unge mer prisbevisste. Men ikke minst gir det å jobbe i butikk/metalæring i hvordan tilbydersiden tenker. De neste sitatene kan tyde på at erfaring fra butikk er en effektiv og viktig læringsarena:

Henrik(21H): Når jeg gikk på videregående jobbet jeg i matbutikken. Jeg fikk jo ikke penger hjemme, jeg måtte tjene mine egne penger hvis jeg ville ha noe. De som har jobbet i butikk forstår mer av hvordan markedene fungerer.

Hugo(21H): Når man har jobbet i en elektro-butikk skjønner man litt mer av hvordan det funker.

Helge(22B): Butikken er lagd sånn at kunden skal gå gjennom alle avdelingene. Du skal gå til frukten først, så melken, så videre bortover mot ferskvaredisken, så kommer brusen...

Harald(22B): Det blir liksom sånn: Det sunneste først, og så blir det litt... verre og verre, og godteriet til slutt. Grunnen til å ha sjokoladen ved kassaområdet er at der blir man lett stående en stund, og har man med unger som er litt lei av butikken, så ...

Vi vet at butikken tenker logisk over hvor kunden går. Og for eksempel prøver skape *mer-salg* ved å ha samme type produkter flere steder.

Henrik(21H): ja *mer-salg* er viktig. Jeg har jobbet i alarmbransjen. På provisjon, fikk lønn etter hvor mye jeg solgte. Og da får du bedre lønn, jo flere komponenter du selger.

Hugo(21H): Uansett hvor du jobber, handler det om *mer-salg*.

Selv om markedene er forskjellige og krever ulike typer av forbrukerkompetanse, så er det også fellestrekk som kan overføres mellom markedene. Som vist over, tilbydersidens ønske om *mer-salg* gjelder både i alarmbransjen, i matbutikken og i elektronikkbutikken. Informantenes fortelling tyder på at erfaring fra butikk – enten i deltidsstilling, som ferieavløser eller i fulltid – gir mye kunnskap og innsikt i hvordan markedene fungerer. Tidsbrukstudier har dessuten vist at inntil 10 timers deltidsarbeide (blant studenter) ikke har betydning for tid brukt til studier (Berg & Aamodt 1987).

1 Innledning

Hovedproblemstilling for denne rapporten er: *Hvordan opplever unge voksne at de mestrer forbrukerrollen?* Gjennom informantintervjuer med unge voksne i Oslo, samt unge voksne fra et lite tettsted på Østlandet, har vi vært spesielt ute etter å avdekke situasjoner der det er vanskelig å være ung forbruker. Intervjuet hadde tre hovedelementer:

- i) Generelt om mestring av forbrukerrollen
- ii) Vurderinger knyttet til seks spesifikke markeder
- iii) Informantenes forslag til tiltak

Prosjektet *Sårbare unge* er initiert av FFU¹ etter at resultatene fra prosjektet *Sårbare eldre* (Berg 2013, 2014, 2015) noe uventet viste at det var de unge, og ikke de eldre, som oftest var sårbare i forbrukerrollen. Altså at det er unge forbrukerne som oftest gjør lite gunstige forbrukervalg, og oftest utviser en lite gunstig forbrukerpraksis, både sett fra økonomisk egeninteresse og fra miljøhensyn. De fremste individ-relaterte sårbarhets-triggerne viste seg å være 'dårlig tid', 'dårlig økonomisk evne', 'dårlige regneferdigheter' og 'dårlig husholdsøkonomi'. Og vi fant at disse kjennetegnene er signifikant mer utbredt blant unge enn eldre forbrukere.

Sårbarhetsbegrepet kan lett fremstå som noe diffust. Det er mange måter å bli såret på. Og like mange måter å måle sårbarhet. Vi tar utgangspunkt i at man kan være sårbar i forbrukerrollen på grunn av individuelle egenskaper – for eksempel dårlige regneferdigheter - og/eller sårbarhet kan framprovoseres av markedsspesifikke situasjoner – for eksempel manipulerende markedsføring. Nær sagt alle som beveger seg i markedene vil av og til bli utsatt for forbrukersårbarhet. Men noen er mer utsatt enn andre.

Det å knytte sårbarhet til forbrukerrollen er en understreking av at forbrukere ikke er omnipotente, rasjonelle aktører (rational choice theory). Vi anvender et atferdsøkonomisk teoretisk perspektiv (e.g. Thaler & Sunstein 2008, Kahneman 2011, Berg 2014), der utgangspunktet er vissheten om at den perfekte, alltid mestrende, forbruker ikke finnes. I et atferdsøkonomisk perspektiv vil alle, fra tid til annen, befinne seg i forbrukssituasjoner de ikke mestrer - med andre ord; være sårbare.

Dette prosjektet handler om unge forbrukeres mestring – og ikke-mestring - av ulike markeder med ulike kompetansekrav. I likhet med studien rettet mot de eldre, vil vi også i denne studien definere og operasjonalisere forbrukersårbarhet som økt sannsynlighet for '*uheldig forbrukerpraksis sett fra individets egeninteresse*'. I tillegg har vi

¹Representanter fra Forbrukeravdelingen i Barne- likestillings- og inkluderingsdepartementet, Forbrukerombudet, Forbrukerrådet og Forbruksforskningsinstituttet SIFO.

stilt spørsmål om miljøårbarhet, det vil si forbrukerpraksis som er *'uheldig sett fra allmenne miljøhensyn'*.

Vi følger samme forskningsdesign som i den første forbrukersårbarhetsstudien blant eldre; først gjennomføres en eksplorativ kvalitativ intervjuundersøkelse (Pilotstudien - del 1), der temaet er hvordan de unge mener de mestrer forbrukerrollen generelt, og hvordan de mestrer noen utvalgte markeder spesielt. I neste trinn av studien skal hypoteser som framkommer i den kvalitative delen testes ut i en kvantitativ landsrepresentativ survey (Hovedstudien – del 2).

I denne rapporten presenteres den kvalitative pilotstudien som skal danne grunnlag for utforming av spørreskjemaet til den kvantitative studien. Vi har intervjuet fjorten unge forbrukere (19-24 år gamle) om deres forbrukerpraksis knyttet opp mot det å tenke forbrukerøkonomisk på den ene siden, og bærekraftig forbruk på den andre. Intervjuguiden inneholder både generelle spørsmål, og markedsspesifikke spørsmål knyttet til;

- i) matvaremarkedet,
- ii) kosmetikk og forfengeligheits marked,
- iii) markedet for klær, sko og sportsutstyr,
- iv) IKT/elektronikkmarkedet.
- v) bankmarkedet
- vi) forsikringsmarkedet

1.1 Relevante studier og teorier

I det følgende presenteres først relevante studier og teorier som kan være aktuelle rammer for de innledende intervjuene. Hvert avsnitt ender i mulige problemstillinger som *kan* være relevante å gå videre på i møte med informantene. Den endelige intervjuguiden er presentert i eget vedlegg.

1.1.1 Forbrukersårbarhet blant eldre

I den kvantitative delen av *sårbarhetsstudien rettet mot eldre* (Berg 2014, 2015), der forbrukerpraksis i ulike aldersgrupper ble sammenliknet², fant vi helt uventet at det særlig var *de unge* som var sårbare i forbrukerrollen. Jo yngre respondentene var, jo oftere ga de for eksempel uttrykk for at de 'kunne kjøpe ting de ikke trengte'. Det var de yngste som oftest hadde 'betalt overpris for mat', hadde 'betalt utvidet kjøpsgaranti', og vært 'utsatt for svindel ved kjøp av varer og tjenester'. En av forklaringene til at de eldre ikke viste seg å være spesielt sårbare, var at de har *god tid* til å utøve forbrukerrollen og at de ofte er *nøysomme og økonomiske* både i innkjøp og bruk. Eldre forbrukere kaster for eksempel ikke mat. Størst effekt på sannsynligheten for å gjøre uheldige forbrukervalg, hadde *dårlig evne til å tenke økonomisk*, deretter følger *dårlig tid* og *dårlige regneferdigheter*. Og ifølge de 2100 respondentenes selvrapporteringer, er nett-

² Basert på telefonintervjuer med 2100 respondenter i alderen 18 – 95.

opp disse tre kjennetegnene mest utbredt blant unge voksne. (Berg 2014, 2015). *Hvorfor er mange unge forbrukere så lite økonomiske? Kan de for eksempel ikke regne? Er det fordi de lever i overflod?*

Ikke uventet var det de unge som rapporterte om mest og flest digitale verktøy. Flere har vært bekymret for at de eldre ikke i tilstrekkelig grad følger med på den teknologiske utviklingen (for oversikt se Slettemeås 2014). Vi antok at Eldres begrensede digitale deltakelse ville bidra til økt sannsynlighet for uheldige erfaringer i markedet, fordi nettet gir tilgang til både nettbank, netthandel og mengder av bakgrunnsinformasjon som digitale analfabeter går glipp av. Resultatene fra sårbarhetsstudien viste imidlertid tvert imot at det var det å være *godt* digitalt utstyrt som økte sannsynligheten for å gjøre uheldige erfaringer i markedene. Kanskje skyldes dette at de digitale markedene (fortsatt) innebærer større risiko for å bli lurt, eller foreta feilkjøp, enn i de tradisjonelle markedene? Det gjenstår fortsatt store utfordringer knyttet til trygg internasjonal netthandel, for eksempel savnes felles, internasjonale forbrukerrettigheter og regelverk (European Consumer Summit 2015)³. Mye tyder altså på at høy nettaktivitet gir forhøyet risikoeksponering. *Hva er de unges erfaringer med nettet? Har de nettvett? Eller lar de det stå til?*

I den kvalitative delen av studien forteller de eldre informantene historien om hvordan markedene har endret seg over deres livsløp; fra vareknapphet og rasjonering til overflod og kjøp-og-kast. Dette kan bety at de unge som har vokst opp under historisk uforlignelige gode materielle kår, ikke preges av den samme nøysomheten og forsiktigheten når de utøver forbrukerrollen, som de eldre berettet om (Berg 2013). Jarle Oppedal (fra diskusjoner i FFU 2014) har stilt spørsmål ved om ikke hensikten med å bli rik, nettopp er å ha råd til å gjøre lite gjennomtenkte, lettsindige valg i markedene (kan tillate seg å bli *lettsindig*)? Eller er det motsatt; at det er de økonomisk gjerrige som blir rike (*er ikke lettsindige*). Vi vil undersøke om dagens unge voksne, som har vokst opp i det de eldre kaller *overflodssamfunnet*, blir økonomisk lettsindige. *Er det slik at det særlig er de unge som er vokst opp med god råd, som blir lettsindige i forbrukerrollen? Har de unge problemer med å motstå kommersielle fristelser, og med å utsette behovstilfredsstillelse (Lysgaard 1952)? Er unge mer tilbøyelige enn eldre til å neddiskontere nytte over tid (Ainslie 1985, Elster 1993, Berg 1997:181)?*

1.1.2 Ung og sårbar i Sverige

Konsumentverket i Sverige har nylig gjennomført en intervjustudie blant femten spesielt utsatte ungdommer i alderen 18 – 25 år. Det poengteres at de unge lett kommer i sårbare situasjoner fordi de ofte er *debutanter* i markedene (Hall 2014). De unge, som er på vei inn i voksenlivet, møter med andre ord mange markedssituasjoner der de har lite erfaring å bygge på når valg skal tas.

I den svenske studien legges det vekt på at unge voksne er spesielt sårbare fordi de er i en livsfase preget av store valg og store endringer. I denne livsfasen flytter de fleste hjemmefra, mange studerer, noen er arbeidssøkende eller i startfasen på en karriere. De fleste har begrenset økonomi og begrenset kjøpserfaring. *Hvordan er det å være ung debutant i markedene?*

³ European Consumer Summit 2015 – Seminar 3: Effective enforcement in the digital environment.

1.1.3 Ung og sårbar i Norge

Ung voksen fasen faller sammen med det å etablere seg i eget hjem, kanskje studere, kanskje begynne i ny jobb, og for første gang ha råderett over en fast inntekt. I boken *På sporet av den nye tid* beskriver også Frønes og Brusdal (2000) det å være ung voksen som en fase der livet er i endring: Man er på vei fra en beskyttet til en mer selvstendig og etablert tilværelse. Mange vil skifte bolig – ofte flere ganger – i denne perioden, og kanskje gå fra singeltilværelse til å leve i parforhold. Å flytte inn i sin første bolig, bli student, få jobb med fast inntekt, er viktige overganger i livet – ikke minst når det gjelder forbruk og økonomi. Fra å bo hjemme med foreldre, der det alltid er mat i kjøleskapet, vaskemaskin og en rekke andre fasiliteter som man ikke tenker så mye over, skal man plutselig handle inn både dopapir og oppvaskmiddel, samt anskaffe mer varige forbruksvarer som kjøleskap og komfyr. I den nye selvstendige tilværelsen er det mye som må anskaffes. Kontrakter og avtaler skal inngås. Samtidig har unge voksne et høyt forbruk knyttet til sosiale aktiviteter med venner på nye kommersialiserte arenaer. *Hvordan oppleves forbrukeransvaret som følger med å flytte hjemmefra? Hvordan klarer de unge å prioritere mellom sine ønsker og behov?*

1.1.4 Kjønn

Forbruk er et område som er svært kjønnnet. Kvinner og menn *kan* ulike markeder. Kvinner kan mat og klær, menn kan teknologi (Berg og Teigen 2009). I antologien *Ung på 90 tallet* tar Brusdal (1996) utgangspunkt i at den enkeltes forbruk forteller andre noe om hvem man er, hva man er opptatt av og hva man liker. Forbruksvarer og utstyr blir materielle markører som fungerer som kommunikasjonssymboler. Klær kan ifølge Brusdal (1996) stå i en særklasse; de er synlige, symboltunge og har et kjent budskap til et stort antall mennesker. I dag, kan vi legge til, er sannsynligvis også digitalt utstyr svært symboltunge, og kostbare, rekvisitter, som unge voksne kan benytte i sin selvpresentasjon.

I en faktoranalyse basert på ungdoms bruk av penger på ulike forbruksområder, finner Brusdal & Lavik (1991) syv dimensjoner, eller ulike forbruksmønstre. De finner også klare forskjeller mellom gutter og jenter. Ut fra hvor mye penger respondentene bruker på de ulike forbruksområdene, kan jentene oftere beskrives som klesbevisste, mens flere gutter kan beskrives som motor-, musikk- og utstyrsinteresserte. Det er tidligere godt dokumentert at det særlig er jenter som er opptatt mote, og at de i større grad vurderer seg selv etter utseende (Brusdal 1987, Brusdal & Lavik 1991). I en studie tilbake på 80 tallet var 60 prosent av jentene, mot 20 prosent av guttene enige i at det er *moro å følge moten*. I dag spiller jenter fotball og kan hoppe i Holmenkollen, og gutter farger håret. Det har skjedd en del siden 90-tallet. Men det er likevel rimelig å anta at markedene fortsatt er kjønnede. Men kjønnsskillene kan ha forskjøvet seg. Vi er spesielt på utkikk etter unge kvinner og menns praksis på tradisjonelle kvinnelige- og mannlige markeder: *Hvordan mestrer unge kvinner de digitale markedene? Er unge menn opptatt av klær og kropp?*

1.1.5 Betalingsproblemer blant unge voksne

Det er et velferdsparadoks at kredittkortgjeld og forbruksgjeld øker kraftig samtidig som det er en sterk økning i den private kjøpekraften. Både Norges bank og Finanstilsynet (2015) er bekymret over at veksten i husholdningenes gjeld øker raskere enn inntektsveksten. Vi blir rikere og rikere, og skaffer oss mer og mer gjeld. Bankenes kommersialisering av kreditt, der bankene tilbyr forbrukslån og kreditt uten sikkerhet, og der forbrukere blir utsatt for fristelser i form av lett tilgjengelig kreditt på 'gode tilbud' som de egentlig ikke har råd til, har lurt mang en forbruker i kredittfellen. Intrum

Justitia opplyser at unge voksne i aldersgruppen 18 – 26 år nå har en forfalt inkassogjeld på over en milliard kroner (Røde kors/DNB konferanse Nordpolen skole november 2015).

I en kvalitativ fokus-gruppe studie, med henholdsvis unge yrkesaktive og unge studerende (20-24 år), var kunnskapen om kreditt og lån uventet lav (Brusdal & Berg 2011). De fleste mente at kreditt var fristende, men farlig-farlig. Mange, særlig studentene, hadde fått innprentet hjemmefra at kredittlån er noe man holder seg langt unna, uansett. Andre, særlig yrkesaktive, kunne fortelle om hvordan de selv, deres foreldre, og/eller nære venner, hadde gått i kredittfellen. For noen var dette nyttig lærdom, andre hang fast i gjeldsfellen. Mange kunne fortelle om hvordan kredittkort og forbrukslån ble 'kastet etter dem', og hvordan nye kort kunne finansiere gamle, forfalte lån. Svært få av de unge informantene refererte til at de brukte kreditt fornuftig, f.eks. gjennom å utnytte 40 dagers rentefri betalingsutsettelse.

Alle hadde sett TV programmet *Luksusfellen*. De som overhodet ikke kunne tenke seg å kjøpe på kreditt, fikk bekreftet sitt standpunkt, og var rystet over holdninger og handlinger til deltakerne i programmet. De som selv sto i faresonen, oppfattet programmet mer som en trøst, det var tross noen som var verre enn dem selv. Vi skal ikke se bort fra at programmet også bringer budskap om at i velferdslandet Norge *går det jo tross alt alltid bra til slutt. Er de unge falt i velferdshjellen?*

Kjøp i dag – betal i morgen, er et utbredt fenomen. Analyseavdelingen i Experian har vist at utviklingen i antall betalingsanmerkninger og samlet nasjonalt anmerkningsbeløp har økt dramatisk (se Brusdal & Berg 2011:20). For å motvirke denne uheldige trenden planla Stoltenberg-regjeringen innføring av et offentlig gjeldsregister⁴ som skulle tre i kraft primo 2014, men dette vedtaket ble omgjort/utsatt av Solbergregjeringen ultimo 2013, som ville ha et privat gjeldsregister (E24 2015). I følge Experian øker andelen i befolkningen med betalingsproblemer med alderen frem til 45 års alder, for så å avta. Økningen er spesielt stor i aldersgruppen 20 – 30 år. Brusdal & Berg (2011) finner at andelen unge (18-24 år) som hadde kjøpt på kreditt lå på ca. 40 prosent, både blant yrkesaktive og studenter, kvinner og menn. Men at det var kvinnelige yrkesaktive (18-24 år) som oftest ikke hadde betal kreditten ved første forfall (19% mot totalt 11%). Men ifølge Experians registerdata var det likevel mennene som oftest har betalingsanmerkninger; 6,5 prosent av unge menn, mot 4,5 prosent av unge kvinner. Med referanse til inkassobransjen refererer Ecklund (Aftenposten 2015) om at én av fire inkassosaker nå gjelder aldersgruppen 18 - 24 år. *Er det klasseforskjeller i de unges kreditt-praksis? Er unge spesielt sårbare for kreditt når de mottar sine første lønninger? Bør skolen satse mer på økonomifaget?*

1.1.6 Kjøpepress og kroppspress

Mange hevder at barn og unge i økende grad utsettes for kommersialisering, at de unge i økende grad er direkte mål for markedsføring, og at aktiviteter og sosial inkludering stadig oftere har en prislapp (Brusdal 2005). Mye tyder på at nye digitale medier har bidratt til å gjøre barn og unge enda mer utsatte for markedsføring (Kjørstad et. al. 2010). MMI's Barne- og ungdomsundersøkelse viser at 64 prosent er helt eller delvis

⁴ Et **gjeldsregister** vil inneholde opplysninger om usikret gjeld. Dette skal hindre at folk med betalingsproblemer skal få enda mer lån og kreditt.

enige i utsagnet ‘*Jeg synes det er mye press på å ha de nyeste, fineste og dyreste tingene i mitt miljø*’. Videre at jenter synes å være langt mer utsatt for slikt kjøpepress enn gutter (Storm-Mathiesen og Kjørstad 2015). Kjørstad og Storm-Mathiesen (2015) peker på at jo eldre, jo oftere vil de unge bli eksponert for mer diffuse reklamekanaler, på sosiale medier, blogger og nett.

Reklamen forteller oss at det riktige i dag er å ha en sunn, slank og veltrent kropp, og dietter og mat gis stor oppmerksomhet i media (Storm-Mathiesen et.al. 2015). Så mange som seks av ti i aldersgruppen 8 – 19 år sier at de er helt eller delvis enige i utsagnet ‘*Jeg er veldig opptatt av å ha en sunn og slank kropp*’. Og gutter var omtrent like ofte enig som jentene (Bugge 2015). På spørsmål til elever i videregående skole finner likevel Rysst og Roos (2014) at jentene langt oftere enn guttene svarer bekreftende på at de opplever kroppspress. Videre kan det se ut som om reklame med retusjerte modeller bidrar til å øke kroppspresset, selv om de fleste er klar over at bildene er retusjerte (Rysst og Roos 2014). *I hvilken grad opplever unge voksne kjøpepress fra jevnaldergruppen i forhold til mat og kropp, klær og kosmetikk? I hvilken grad opplever unge voksne å bli påvirket av reklame i ulike medier?*

1.1.7 Valgoverflod

Noe som kjennetegner flertallet av unge skandinaver, er at de både i et historisk og globalt perspektiv har en eksepsjonelt høy materiell levestandard, med uendelige muligheter til å delta i aktiviteter, og til å skaffe seg ting og tjenester. Men ifølge Barry Schwartz (2004) kan det bli *for mange valg*. Det er mye vanskeligere å velge mellom 50 enn 5 alternativer. Mange valgmuligheter gjør at det blir umulig å sjekke ut alle alternativene, og at man derfor stadig sitter igjen med en følelse av at man kunne valgt bedre og lurere. Rike valgmuligheter bidrar ifølge teorien ikke bare til at mange blir paralyisert i valgsituasjonen, noen rammes også av kronisk misfornøydhet, fordi store valgmuligheter lett gir skyhøye forventninger - med tilsvarende økt sannsynlighet for å bli skuffet. For mange valgmuligheter, som kanskje i første omgang ser ut som bortskjemthet, kan altså ende opp i kronisk misfornøydhet, og ifølge Schwarz, kan dette legge grunnlaget for angst og depresjoner. *Er unge voksne bortskjemte på valgmuligheter og kronisk misfornøyde?*

Swartz et. al. (2002) bygger blant annet på Herbert A. Simons skille mellom to persontyper som har ulike valgstrategier; ‘*maximizers and satisficers*’. Mens en ‘*maximizer*’ ønsker å finne fram til det beste valget, ikke ulikt en rasjonell aktør, vil en ‘*satisficer*’ være fornøyd med det som er ‘*godt nok*’, ikke ulikt en ‘*easy go lucky*’. I følge Swartz et. al. er det ‘*maximizers*’ som vil lide mest under for store valgmuligheter. Mens en ‘*satisficer*’ ser seg fornøyd så fort valget tilfredsstillende noen forhåndsbestemte krav, vil en *maximizer* hele tiden strebe etter at valget eller kjøpet han eller hun gjør er helt optimalt. Jo flere valgmuligheter, jo større problemer får de. ‘*Maximizers*’ er perfektjonister, og fordi de ønsker å sammenligne alle tilgjengelige alternativer og konsekvenser før de gjør et valg, vil flere valgmuligheter bare bety at de stadig oftere vil føle at de kommer til kort. Ut fra ønsket om velfungerende markeder, vil det være bra med aktive ‘*maximizers*’, men sett fra den enkelte forbruker, gir det sannsynligvis større samlet lykke å være en lettsindig ‘*satisficer*’. *Er unge voksne ‘maximizers’ eller ‘satisficers’? Og takler eventuelt ‘maximizerne’ de store valgmulighetene dårligere enn ‘satisficerne’?*

1.1.8 Underskudd på forbrukeroppmærksomhet

Klassisk økonomi forutsetter at kundene er ‘maximizers’. Mange økonomer har påpekt at markedene vil fungere dårlig når forbrukerne tar valg basert på skjev, for lite, eller for dårlig informasjon (e.g. Stiglitz 2002). Den foreskrevne medisinen har gjerne vært større transparens, samt mer, bedre og uhildet informasjon. Men ifølge Herbert Simon er det høyst usikkert om medisinen vil virke, fordi hver enkelt forbruker har begrenset kognitiv kapasitet. Simon poengterte at i en informasjonsrik verden (og dette var lenge før internett) blir *oppmærksomhet en knapp ressurs*. Gir du én informasjonskilde mer oppmerksomhet, er det en annen kilde som taper oppmerksomhet. Fordi; *informasjon spiser oppmerksomhet* (information consumes attention) (Simon 1971).

Fordi den enkelte forbruker har begrenset oppmerksomhetskapasitet, og fordi markedene krever mye og ulike typer av forbrukerkompetanse, er det i dag nærmest umulig for den enkelte forbruker å mestre alle markeder han eller hun handler i. I dag har derfor de fleste forbrukere kun kapasitet til å mestre knipper av markeder som har liknende krav til forbrukerkompetanse. Mens noen er gode på bank og forsikring, er det andre som er gode på teknologi, en tredje gruppe holder seg oppdatert på dagligvaremarkedet, og noen er flinke til å ta de riktige miljøetiske forbrukervalgene. Tilnærmet alle har med andre ord et *underskudd på forbrukeroppmærksomhet* (UFO)⁵ (Berg og Gornitzka 2012). Og dette er uheldig både på markeds- og individnivå. På den ene siden kan UFO føre til dårlig fungerende markeder fordi signalene fra forbruker til tilbyder blir svake og tilfeldige, på den andre siden kan UFO og tilfeldige, uheldige valg bidra til forbrukersårbarhet. *Er det slik at unge forbrukere i særlig grad preges av UFO og dermed blir sårbare i forbrukerrollen?*

1.1.9 Markedsføring/kjøpsmanipulering

Unge forbrukere med store ønsker og behov blir sterkt eksponert for markedsføring (Frønes & Brusdal 2000). Brusdal (1996) skriver blant annet: *Det hevdes at [forbrukersamfunnet] fører til at man dømmer seg selv og andre ut fra det materielle og ikke etter indre egenskaper. At det skapes en egen mennesketype som alltid er utilfreds, alltid på jakt etter nye ting å kjøpe. I en slik forståelse er svake forbrukere; de som har svak sosial forankring, de som lett vil henfalle til identitetsprodukter, og de som lar seg overtale til å kjøpe lykke, identitet, tilhørighet, eller hva det måtte være. Ungdom er på mange måter en slik svak gruppe forbrukere. De har ikke ervervet seg en yrkesidentitet, de er på vei inn i voksenrollen, men de behersker den foreløpig ikke. Erfaring og reklamene forteller imidlertid at rollen spilles lettere med rekvisitter. Ofte fremstilles det slik at den rette gjenstand avgjør om du er ute eller inne, om du er sånn eller slik. Dette gjør de unge sårbare overfor reklamens salgsgargumentasjoner.* (Brusdal 1996:280-281)

Adferdsøkonomien har gitt mye kunnskap om hvordan folk kan styres i retning ønsket adferd (Thaler & Sunstein 2008, Kahnemann 2011). Det har naturligvis stor betydning om denne kunnskapen utnyttes av myndigheter som vil bidra til sunnere matvaner

⁵ Norsk oversettelse av Consumer attention deficit (CADS) Berg, L. & Å. Gornitzka (2012): The Consumer Attention Deficit Syndrome: Consumer choices in complex markets. *Acta Sociologica* 55(2), 159-178.

(f.eks. nøkkelhull-merking) eller av privatinteresser som ønsker å øke salg og egen profitt (Kjøp tre, betal for to) (Berg 2014). Produsenter og butikker kan for eksempel ta i bruk *strategisk kompleks prising*, som krever ekstra mye av kundenes knappe oppmerksomhet, eller *strategisk informasjonsoverflod* (f.eks. i aksept av betingelser). Det er derfor interessant å undersøke markeder der unge er spesielt attraktive kunder – for eksempel elektronikk-markedet. *Hvordan vurderer de unge måten markedene presenterer sine varer og tjenester på? Er det mye 'dulting'? Blir de lurt til å kjøpe ting de ikke trenger/ikke har råd til? Blir de lurt til å ta unødvendige kjøpsforsikringer?*

1.1.10 Individualisering av tilkortkommenhet

Unge voksnes framtidsutsikter preges av hvorvidt de studerer, og hva de studerer. I to artikler om veksten i utdanningssystemet i USA på 1970-tallet beskriver Martin Trow (1974, 1977) utviklingen; fra *eliteutdanning* gjennom *masseutdanning* til *universell høyere utdanning*. Ekspansjonen i utdanningssystemet fører ifølge Trow (1974) til at høyere utdanning endrer status fra å bli sett på som et *privilegium*, til å bli betraktet som en *rettighet* og til slutt en *nødvendighet*. I meritokratiet⁶, som etter intensjonen skulle følge av masseutdanning, er det kun den enkeltes innsats og evner som gjelder. Trow's hovedpoeng var at den økte ungdomskriminalitet skyldtes at alminneliggjøringen og veksten i utdanningssystemet, og troen på at det er lik rett til utdanning uavhengig av sosial bakgrunn, hadde ført til en *individualisering av tilkortkommenhet*. De som ikke lykkes vil i økende grad legge skylden på seg selv, og ikke sin klassebakgrunn, med selvforakt og kriminell utagering som mulig resultat. I meritokratiet blir det å lykkes i utdanningssystemet stadig viktigere for elevenes selvbilde, selvtillit og forventninger til egen framtid (Trow 1977). Samtidig som fler og fler får høyere utdanning, øker belastningen for den minkende – stadig mer stigmatiserte - andelen som ikke lykkes i utdanningssystemet.

Troen på meritokratiet – og på at det meste avhenger av den enkeltes valg - stiller kanskje helt spesielt strenge krav og forventninger til dagens unge. *Individualiserer de unge suksess og tilkortkommenhet?*

1.1.11 Sosial arv

Uansett, på tross av masseutdanning og meritokrati, er det flere studier som dokumenterer betydningen av de unges klassebakgrunn og oppvekstvilkår for både utdanningsvalg og framtidig status (Hansen 2008, Boudon 1974, Bourdieu 1986). I følge Lysgaard (1952) skyldes en slik sosial arv blant annet⁷ at barn fra middelklassen sosialiseres til å utsette behovstilfredsstillelse, mens barn fra arbeiderklassen sosialiseres til å bli raskest mulig økonomisk selvstendige. Særlig illustrerte Lysgaard klassenes ulike *evne til utsatt behovstilfredsstillelse* gjennom å vise empirisk at det var flere uønskede svangerskap blant arbeiderklasseungdommen, altså at de hadde tidligere seksuell debut enn middelklasseungdom. I dag, med legal abort og sikre prevensjonsmetoder, er uønskede svangerskap en uaktuell metode for å studere evne til utsatt behovstilfredsstillelse. Men kanskje har begrepet relevans for studier av ulike forbrukspraksiser.

⁶ I meritokratiet tildeles status etter hva den enkelte *gjør* (presterer) og ikke etter hvem den enkelte *er* (i familie med). Dette sikrer at samfunnet ikke går glipp av talenter født inn i ressurssvake familier, samtidig som 'dumme barn av rike foreldre' vil få større problemer med å oppnå posisjoner.

⁷ Lysgård trekker også inn muligheter (rammebetingelser) og motivasjon.

Mens kjøp på kreditt kan tolkes som umiddelbar behovstilfredsstillelse, kan det å spare – eller investere i en lang utdanning - forstås som utsatt behovstilfredsstillelse.

I forbrukersamfunnet er fristelsene mange og markedsføringen mer sofistikert enn de fleste er klar over (Thaler & Sunstein 2008, Berg 2014). I kommersialismens tid er det mye som taler for at evne til utsatt behovstilfredsstillelse – eller evne til å motstå fristelser – får stor betydning for framtidig levekår. For eksempel viste det kjente – og ofte gjentatte - marshmallows eksperimentet, som første gang ble utført i 1972 av Walter Mischel ved Stanford University (Mischel et. al 1972), at barna som klarer å motstå marshmallow- fristelsen gjør det bedre i utdanningssystemet og karrieremessig senere⁸.

Det er logisk at liten evne til å motstå fristelser i markedene bidrar til lite gunstige forbrukervalg. Rosenberg & Berg (2016 in work) beskriver hvordan ressurssterke foreldre oppdrar sine barn til å motstå fristelser i butikken, mens Bugge (2010) viser hvor klasseavhengig matkonsum/kultur og fedme er. Brusdal og Berg (2011) peker på sosiale forskjeller i holdninger til å finansiere forbruk gjennom kreditt: Mens noen unge hadde fått innprentet hjemme at de skal holde seg langt unna kredittkort – nærmest uansett, var det andre som fulgte sine foreldres lite gunstige bruk av kreditt for å finansiere kortsiktig forbruk. Nyhus & Webley (2013) hevder at de unge lærer ulike forbruksmønstre hjemme, og at det for eksempel bare er noen foreldre som snakker med barna om økonomi. Det er altså svært mye som tyder på at forbrukspraksiser går i arv og kan være klasseavhengig. *Vi spør derfor: Hvordan forholder unge voksne seg til fristelser i kommersialismens tid? Og finner vi spor etter sosial arv og klasseforskjeller i evne til utsatt behovstilfredsstillelse i de unges takling av fristelser og kommersielt press?*

1.1.12 Klimakrisen

De unge skal arve verden. Og verden trues av klimakrisen. Man skulle derfor tro at det er de unge som er mest opptatt av klima og miljø. Men i den første sårbarhetsstudien var det tvert imot de eldre som var mest miljøvennlige i sin forbrukerpraksis (Berg 2014). Gunnar Aakvaag har gitt dagens unge merkelappen *Generasjon lydig*, fordi de, i motsetning til hippier, blitzere, ironigenerasjonen og andre, ikke har sitt eget opprør mot det bestående. *Hvorfor gjør ikke de unge klimaopprør? Er de fanget i markedenes tilbud på brød og sirkus? Er de lært opp til at de kun kan velge – ikke endre?*

Ifølge Trow er, som beskrevet over, en utilsiktet bivirkning av masseutdanning en individualisering av tilkorkkommethet. Og ifølge Schwarz kan alle mulighetene og valgene de unge har i dag paradoksalt nok bidra til kronisk misfornøydhet, angst og depresjoner. Legger vi til at det er grenser for hvor mye oppmerksomhet (Simon 1971, Berg & Gornitzka 2012) de unge har å fordele på alle valgene, både i markedet og på andre arenaer, er det kanskje ikke så rart at mange ikke finner plass til de store miljøvennlige aktivitetene.

⁸ Barn (4-6 år) blir plassert alene foran en marshmallow med beskjed om at de vil få to marshmallows hvis de klarer å la være å spise marshmallow'en til den voksne kommer tilbake. Variasjoner over dette eksperimentet er gjentatt mange ganger, og f.eks. viser Kidd et al (2013) at barn (rasjonelt nok) som i et eksperiment blir møtt av upålitelige voksne i forkant av at marshmallow'en, som regel velger å spise marshmallow'en med en gang. Altså at valget om utsatt behovstilfredsstillelse også handler om hvorvidt man stoler på at dette faktisk er lurt på sikt.

Men noen unge er aktive på miljøfronten, lever utenfor markedene, promoterer gjenbruk og nøysomhet, går imot 'kjøp og kast' og overforbruket. Kjøpestopp-bevegelsen rapporterer om frigjort tid og økt livskvalitet. *Velger de unge bort (i likhet med mange andre i alle aldersgrupper) klimaengasjement og en miljøvennlig livsstil fordi de er paralyisert av alle mulighetene og valgene – både i utdanningssystemet og i markedene? Hva trigger, og hvem går i bresjen for en alternativ miljøvennlig livsstil?*

1.1.13 Undervisningsopplegg

I en studie av forbrukerkunnskap og digital kompetanse blant elever på videregående trinn 1, finner Borch og Sørebo (2011) at elevene har dårligere forbrukerkunnskap enn digital kompetanse. De finner at selv om de unge har god digital kompetanse, kan de ha liten innsikt i hvordan markedene fungerer.

Økonomisk forståelse er grunnleggende for å mestre forbrukerrollen. I en OECD studie (2012) om økonomisk kompetanse i 14 land kom Norge dårlig ut. I 2015 gjennomførte Respons Analyse en tilsvarende studie i 20 europeiske land, på oppdrag fra DNB. Her styrkes bildet fra OECD studien. Norge gjør det dårlig sammenlignet med andre land. Respons Analyse finner blant annet at i Polen er det 78 prosent som fører budsjett, i Spania er andelen 57 prosent, i Sverige 42 prosent, mens i Norge var det bare 26 prosent som sa de førte budsjett. Videre vet vi fra PISA undersøkelsene at norske elever ikke gjør det spesielt bra i matematikk.

I motsetning til land som Danmark, Storbritannia, Spania og Polen, har skolen i Norge ingen læreplaner for privatøkonomi. Fordi kunnskap om forbrukerøkonomi har stor betydning for våre materielle levekår, har BLD i samarbeid med Forbrukerombudet⁹ og Finans Norge utviklet et verktøy for å øke unges kunnskaper om personlig økonomi, kalt *Økonomilappen* (okonomilappen.no). Temaene er i) Inntekt og forbruk ii) sparing og plassering iii) lån og betalingskort. Nettsiden ung.no, i regi av Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet, inneholder også mye konkret informasjon om utfordringer knyttet til det å være ung forbruker. Blant annet en quiz (velg tema under www.ung.no/quiz) med stort informasjonspotensiale for enhver forbruker uansett alder. Til slutt har DNB og Røde Kors utviklet et digitalt femtimers undervisningsopplegg for 5-7 klasse, kalt *Lærepenger* (larepenger.no). Temaene er i) Hva er penger? ii) Penger inn, penger ut. iii) Penger til overs. iv) Pengene mine/mine rettigheter. I en studie blant lærere som hadde brukt Lærepenger i sin undervisning, var stort sett alle (93%) enige i at det er foreldrene som må ta hovedansvaret for å lære barn og unge om privatøkonomi. Men så mange som åtte av ti mener at skolen også bør legge mer vekt på opplæring i privatøkonomi og grunnleggende økonomisk forståelse. *Hva mener de unge selv, kan skolen bidra med større fokus på forbrukerkunnskap?*

⁹ Forbrukerrådet Hedmark, Oppland, Romerike (2012): Ung forbruker. Pilotprosjekt våren 2012.

2 Metode

Pilotstudien som presenteres i denne rapporten er basert på informantintervjuer. Informantene er hentet fra Oslo og fra en landlig kommune på Østlandet. For å unngå misforståelser, eller brudd på anonymitetskriteriet, har alle informantene fått tilsendt rapporten for å godkjenne sine sitater, før publisering. Vi kopierer metoden fra pilotstudien i den første sårbarhetsstudien, der det var eldre forbrukere som var i fokus.

2.1 Utvalg av informanter

Det er særlig to overganger som får betydning for forbrukerrollen til unge voksne, det er når de begynner i sin første jobb og mottar lønn, og når de flytter hjemmefra og må klare seg selv. Vi har derfor spesielt plukket ut to grupper av unge voksne; i) unge som nettopp har begynt å jobbe og mottar egne faste lønninger, men fortsatt bor hjemme og ii) unge voksne som har flyttet hjemmefra, uavhengig av om de jobber eller studerer.

I denne pilotstudien ønsket vi å ha representert både kvinnelige og mannlige informanter, unge fra by og fra bygd, unge som fortsatt bor hjemme hos foreldrene, og unge som har flyttet for seg selv. Alle informantene har fullført videregående skole:

Tabell 1: Informantene etter kjønn, alder, bolig og hjemsted.

Pseudonym	Kjønn	Alder	Hjemmebo/ Bortebo	Hjemsted
Vilde	F	19	H	Oslo
Vega	F	19	H	
Varg	M	19	H	
Vidar	M	19	H	
Vibeke	F	24	B	
Veronika	F	24	B	
Vanja	F	24	B	
Vår	F	24	B	
Helge	M	22	B	Landlig på Østlandet
Harald	M	22	B	
Heidi	F	23	B	
Hugo	M	21	H	
Henrik	M	21	H	
Hedvig	F	20	H	
14 informanter	8F/6M		7H/7B	

Som vist i tabellen, har vi med åtte informanter fra Oslo (øst og vest), og seks fra et landlig sted på Østlandet. Halvparten av informantene bor hjemme, men er ferdig med videregående og har begynt å jobbe. Den andre halvparten har flyttet for seg selv. Vi har litt flere kvinnelige enn mannlige informanter. Alderen varierer fra 19 til 24 år. Informantene fra Oslo er enten i gang med studier eller de jobber et år før studiestart, mens informantene fra et spredtbygd jordbruksområde på Østlandet har fagbrev, men mange av dem tar nå påbygningsfag for å få studiekompetanse. Vi ser også at informantene fra Oslo er mer spredt i alder enn de fra den spredtbygde kommune på Østlandet. Og at kvinnene i gjennomsnitt er litt eldre enn mennene.

2.2 Intervjuene

På samme måte som i eldre-piloten er intervjuene i unge-voksne-piloten foretatt med én intervjuer mot to informanter. Erfaringsmessig gir dette informantene trygghet, noe som bidrar til åpenhet. I tillegg kan informantene utfylle hverandre, være uenige i vurderinger, ha ulike erfaringer osv. som kan fremme meningsutvekslinger.

Før intervjuet ble informantene informert om prosjektet, med vekt på at deres meninger, erfaringer og vurderinger skulle bidra til at forbrukermyndighetene får større innsikt i hvordan det er å være ung forbruker i Norge i dag. Og ikke minst at intervjuene skulle danne grunnlag for en større spørreskjemaundersøkelse der deres utsagn ville bli testet opp mot et landsrepresentativt utvalg av unge voksne. Informantene ble også forsikret om at alle sitater ville bli anonymisert. Før intervjuet mottok hver informant et Universal presentkort pålydende 500 kroner.

Selve informantguiden er presentert bak i et eget vedlegg.

2.3 Analysen

Intervjuene ble tatt opp på bånd og skrevet ut verbatim. Hensikten har vært å få fram respondentenes budskap. Først ble åpenbare muntlige feil og gjentakelser luket ut. Deretter ble muntlig tale omskrevet til lettere lesbare sitater. I neste omgang ble utskriftene av intervjuene manuelt kodet etter temaer og ordnet på en slik måte at materialet kunne studeres tematisk.

Jeg har selv foretatt intervjuene, transkriberingen og omskrivingen til skriftlige sitater. Dette bidrar til oversikt og innsikt i informasjonen som ligger i intervjuene. Analysen handler om å strukturere og å få fram meningsinnholdet som ligger i intervjuene, både dominerende trender, men også hvordan informantenes meninger, holdninger og praksiser kan variere. Informantene ble som nevnt intervjuet to og to, og lengere ordvekslinger mellom de to, kan i den endelige presentasjonen være slått sammen til to enkelt-sitater. Også sitater fra samme person fra ulike deler av intervjuet kan i den endelige teksten presenteres som ett sitat. Jeg kan heller ikke se bort fra at det kan ha skjedd forvekslinger av hvem som er hvem i den første transkriberingen av intervjuene. Men dette skal ikke ha noen betydning for informantenes samlede budskap.

I presentasjonen av intervjumaterialet følger jeg samme mal som i *Sårbare eldre piloten* (Berg 2013), der enkeltinformantenes utsagn blir stilt opp mot hverandre som om de sitter i et seminar og diskuterer ulike temaer knyttet til forbrukerrollen.

Mitt hovedanliggende har vært å formidle, så korrekt som mulig, informantenes formidlede praksiser, erfaringer og vurderinger av det å være ung voksen forbruker. Sitatene er forsøksvis ordnet og sammenstilt på en slik måte at de til sammen skal danne en fortelling, fortellingen om hvordan det er å være ung voksen forbruker i Norge i dag.

2.4 Generaliseringer

Man kan ikke generalisere funn fra informantintervjuer til å gjelde hele befolkningen. En av grunnene til dette er at de som sier seg villige til å delta i informantintervjuer gjerne er mer ressurssterke enn gjennomsnittet. Vi kan derfor anta at våre informanter er mer ressurssterke og mer bevisste i forbrukerrollen enn gjennomsnittet av unge voksne i Norge i dag. Intervjuene kan dermed gi inntrykk av at forbrukerkompetansen blant unge er bedre enn den der.

Som nevnt skal resultatene fra denne piloten danne grunnlag for hypoteser, der generaliserbarheten skal testes i en kvantitativ web-studie.

2.5 Anonymiserte informantkategorier

For at informantene skal forbli anonyme har jeg endret, eller fjernet, deler av sitatene – for eksempel hva slags idrettsgren to av informantene har drevet med aktivt. Enkelte identifiserbare historier er også holdt tilbake. Sitatene er omskrevet fra muntlig til skriftlig form, og samtidig er dialekter og sosiolekter omsatt til bokmål.

I det følgende er naturligvis informantene gitt fiktive navn, men for at sitatene skal kunne relateres til – ikke bare kjønn – men også alder, bosted og hvorvidt man er hjemmeboer eller borteboer, har jeg gitt alle fra Oslo et navn på 'V', mens alle fra den landlige kommunen på Østlandet har fått et navn som begynner med 'H'. I parentes etter navet har jeg ført opp alder, samt 'H' for de hjemmeboende og 'B' for borteboere. Vilde(19H) er altså en kvinne fra Oslo på 19 år som nå etter fullført videregående er i jobb og mottar lønn, men som fortsatt bor hjemme hos sine foreldre.

3 Økonomisk kapabilitet

I den første sårbarhetsstudien blant eldre, fant vi uventet at det ikke var de eldre, men de unge forbrukerne, som hadde størst sannsynlighet for å være sårbar i forbrukerrollen. Den fremste sårbarhetstriggeren var ‘*dårlig evne til å tenke økonomisk*’. Vi starter derfor med å lytte til hva informantene har å si om sin økonomiske kapabilitet. Det vil si hvor god råd de har på den ene siden, og hvor flinke de er til å disponere penger på den andre siden. Informanter med navn som starter med ‘V’ er fra Oslo, mens informanter med navn som starter med ‘H’ er fra et jordbruksområde på Østlandet. I parentes står alder og hvorvidt informanten bor hjemme ‘H’ eller har flyttet for seg selv ‘B’. Samtalene med informantene ble initiert ved følgende spørsmål:

- Hvis dere tenker på både dere selv og de dere kjenner, **har de unge mye eller lite penger?**
- **Hvor flinke er de unge til å tenke økonomisk?** – er det f.eks. sånn at hele lønningen forsvinner i løpet av de første dagene? Eller lager dere budsjett, kanskje sparer? Hva sparer dere til?

I det følgende lar jeg informantene, fra 19 til 24 år gamle, selv føre ordet:

3.1 Hvor god råd opplever dagens unge voksne at de har?

Vår(24B): Det kommer an på hvem man sammenligner seg med. Vi *studenter* har jo ikke så god råd som *de som er i fast jobb*, med fast lønn. Jeg er mest med studenter, men har også venner som jobber. Mange av dem har forresten ikke tatt høyere utdanning, så de tjener ikke så bra de heller.

Heidi(23B): Jeg synes de fleste har mye penger. Eller jeg vet ikke, jeg synes *gutter* ofte har mer penger enn *jenter*. Det er guttene som kjøper seg hus, mens jentene ikke får lån. Jeg har ikke spurt hvordan guttene har fått lån, men det virker som om guttene tjener mer enn jentene. De er jo snekkere og rørleggere, mens jentene er omsorgsarbeidere. Det virker som om guttene tjener bedre på fagbrevet sitt enn det jentene gjør. Jeg tjener faktisk ganske mye mer på å jobbe 100 prosent som vikar enn hvis jeg skulle hatt en 100 prosent stilling innen det jeg har fagbrev i. Jeg synes det er litt rart.

Vega(19H): Det er ganske sjelden man snakker om økonomien sin. Det er selvfølgelig litt forskjellig. Men jeg opplever at vi har veldig god råd, for når vi er ute på ting, er det sjeldent snakk om at man ikke har penger til det.

Vilde(19H): Det hender noen ikke blir med på ting fordi de ikke har mer på kortet.

Vega(19H): Ja, det hender. Ofte i slutten av måneden, som regel.

Hedvig(20H): Det er vanskelig å fordele pengene ut over hele måneden.

Heidi(23B): ja, det er vanskelig. *Ofte føler du deg rik i begynnelsen av måneden, også blir man fattigere og fattigere jo lenger ut man kommer.*

Varg(19H): De fleste har generelt god råd, vil jeg påstå.

Vidar(19H): Men det er forskjeller. Også mellom unge voksne som kommer fra familier med høye inntekter. *Noen får mye av foreldrene sine, mens andre er avhengig av å jobbe selv for å ha penger nok.* Det er ingen automatikk i hva foreldrene tjener og hva barna får. Noen fra familier med ekstremt mye penger får veldig mye mindre sammenliknet med andre, som kan få avsendig mye mer penger selv om de kommer fra mer 'fattige' familier. Vi har en kompis, som er sønn av noen av de rikeste i Norge, og han er absolutt ikke bortskjemt i det hele tatt, han er mye mindre bortskjemt enn det jeg er.

Varg(19H): Hvis vi skal et sted så er det han som ikke har penger. Det er veldig forskjellig fra familie til familie hva man får hjemme.

Hugo(21H): De jeg henger med har god råd. Ingen som sliter.

Henrik(21H): De har i hvert fall ikke dårlig råd. Men i militæret hadde jeg dårlig råd, fem tusen i måneden. Det blir litt lite. Fort gjort å ryke på en smell da. Det kan bli litt mange fristelser. En gang jeg var på byen med en venninne som hadde bursdag, brukte jeg omtrent tre tusen på en kveld. Det er ganske mye når jeg tjente fem tusen i måneden.

Vibeke(24B): Mitt inntrykk er at de aller fleste har ganske god råd.

Veronika(24B): Ja, det er jeg enig i. Mer enn nok til å ha det fint, selv om man ikke kan kjøpe seg alle mulige flotte greier.

Helge(22B): I vår aldersgruppe vil jeg si at de fleste har nok penger til å klare seg selv. I hvert fall i kretsen min.

3.2 Hjemmeboere

Intervjuer: betaler dere for dere hjemme?

Henrik(21H): Nei.

Vidar(19H): Jeg gjør ikke det.

Varg(19H): Ikke jeg heller.

Vilde(19H): Nei. Men når jeg spiser med venner, kjøper klær og alt sånn, så betaler jeg jo selv.

Vega(19H): Ikke for å bo. Men det er andre ting jeg må begynne å betale selv. Som bussbilletter og mobilabonnement osv.

Hugo(21H): Nei, bare hvis jeg skal kjøpe egen mat.

Henrik(21H): Hvis vi bor hjemme alene over en viss tid, så handler vi jo inn og betaler selv.

Hedvig(20H): Jeg betaler ikke husleie, men betaler min egen mobilregning, men det skulle jo bare mangle. Jeg er egentlig veldig heldig som slipper å betale... ja, jeg kan jo kjøpe inn matvarer jeg og, det er ikke det, men vanligvis får jeg mat hjemme. Jeg tror mamma synes det er greit at jeg bor gratis hjemme nå som jeg jobber lite og tjener veldig dårlig siden jeg tar studieforbereende. Også tror jeg mamma liker å ha meg hjemme, egentlig.

Heidi(23B): Jeg tror at når man bor hjemme og tjener penger, så lærer man å bruke masse penger. Jeg vet jo det selv, man venner seg til å bruke mye penger.

Hedvig(20H) nikker.

Heidi(23B): Når man først flytter ut, får man et lite sjokk. Hvordan det egentlig er. *De unge får for mye hjemme, så de blir vant til et høyt forbruk.*

Varg(19H): Broren min studerer nå, og han sier at det koster veldig mye med mat.

Vidar(19H): Nå får jeg jo mat og alt det hjemme. Men når du må kjøpe deg mat selv, kan jeg tenke meg at man får et lite sjokk kanskje. Tror det blir en utfordring.

3.3 Borteboere

Harald(22B): Det er viktig med god *selvdisiplin*.

Intervjuer: Hvordan får man bedre selvdisiplin? Er det noe man får når man flytter hjemmefra?

Helge(22B): Når man flytter hjemmefra, og når man begynner å jobbe.

Harald(22B): Det har litt med oppvekst å gjøre. Det er veldig grunnleggende.

Helge(22B): At du ikke får alt servert på gullfat.

Vibeke(24B): Når man flytter hjemmefra får man flere utgifter, kan ikke bruke penger på alt. Det blir viktig å vite at jeg kan betale husleie hver måned, vite at jeg har mat. Men selv om jeg vet at den og den butikken er dyr, og at det er dyrt å handle hver dag i stedet for å planlegge litt, så gjør jeg ikke det.....

Vår(24B): *Jeg er blitt bedre til å prioritere*, vil heller bruke pengene jeg har ekstra på å gå ut og spise og kose meg, enn å kjøpe en ny olabukse som koster liksom to tusen kroner. Men jeg *behøver* jo ikke spise ute, så jeg er ikke så veldig økonomisk. Vet jeg kan gjøre bedre valg.

Veronika(24B): Mitt inntrykk er at de som har flyttet hjemmefra er mer økonomiske. Men jeg tror det er en del som på slutten av måneden bruker kredittkort, og overfører når de får penger igjen. Det tror jeg ikke er så veldig uvanlig.

Vibeke(24B): Det tror jeg og.

Vanja(24B): Jeg *prøver* å tenke økonomisk. Har store ambisjoner, men det blir alltid sånn at jeg går i minus. Jeg gjør jo det. Fordi jeg må betale både husleie og handle mat på støtten fra lånekassa og en veldig liten deltidsjobb ved siden av studiene. Så det er grunnen da, til at jeg går i minus. Jeg overlever på litt økonomisk støtte hjemmefra.

Vår(24B): Jeg har også en liten deltidsjobb ved siden av studiene. Vi får studielån en gang i måneden. Nesten hele studielånet går til faste utgifter, som bolig og strøm og Spotify og Netflix og såne ting. Så mot slutten på måneden er konto'en....

Heidi(23B): Jeg tenker at hvis du har kjøpt deg egen bolig, og må betale avdrag og mat og regninger, så er det ikke en god økonomisk strategi å kjøpe en jakke til åtte tusen kroner, fordi du har *lyst* på den liksom.

Harald(22B): Når man får ansvar blir man mer bevisst. Hvis man har hus eller leilighet så må man faktisk ha penger til å betale lån og regninger. Sånn er det bare.

Helge(22B): *Det var vanskeligere å være forbruker når vi startet med det, men så blir det en vane etter hvert.*

3.4 Om å tenke økonomisk

Henrik(21H): Jeg er faktisk flinkere til å tenke økonomisk når jeg har mye penger enn når jeg har lite penger. Når man har mye blir man mer gjerrig. Når man har lite penger blir det mer sånn; nei det er ikke så farlig... Jeg vet ikke hvorfor.

Hugo(21H): Med lite penger tenker man at man ikke får brukt det på noe annet – det er ikke nok til noe stort. Så du kan like gjerne bruke dem på hva du vil. Det er så lite at det spiller ingen rolle om man sparer eller ikke.

Heidi(23B): *De fleste er ikke spesielt flinke med penger.*

Harald(22B): En del sløseri, ja.

Helge(22B): De har penger akkurat når de får lønn, men så er pengene borte. Så sliter de. De kommer liksom aldri noen vei. Å kjøpe ferdig pizza fordi du ikke gidder lage middag for eksempel, det er sløseri av penger.

Hedvig(20H): Noen i min omgangskrets er flinke, men kanskje 60-70 prosent er ikke det. Vi bor jo på et lite sted, og det er ikke så mye som skjer bortsett fra å være på Pub'en eller reise inn til Oslo eller de andre byene, og drikke alkohol. Og det er jo rimelig dyrt! Å dra ut og drikke generelt. Mange av mine venner gjør det *hver helg*. Der sløser de bort mye penger. Også kjøper de en overflod av ting de absolutt ikke trenger; ny tv, nyeste mobil, nyeste alt, som absolutt ikke er nødvendig.

Henrik(21H): Når gutta er på byen så er det jo alltid noen som skal være verst da. Når man drar to tusen kroner på kortet for en champagneflaske, da er det litt....

Vår(24B): Jeg har vært vant til å ha penger. Kunnet kjøpe det jeg vil ha. Det er først siste året jeg har slitt med ikke å ha nok penger. Nå merker jeg at *det er vanskelig å venne seg av med de gode vanene jeg har hatt*. Det går i mat da. *Vanskelig å kjøpe middag til én*. Spiser mye ute. Der blir det en del sløsing, at man spiser middag på Blindern eller ute med venner. For min del går det mye penger der. Ikke så mye i klær, det bruker jeg sjeldent penger på.

Vanja(24B): Jeg var ute og spiste med noen i går, og kunne sikkert ha droppet det, men moren min ville sagt at; 'selv om du har lite penger nå, så høres det veldig hyggelig ut å spise med venninner. Det det sosiale gir teller mye, så gå ut med venninnene, får du pengeproblemer så kan vi stille opp', sier hun. Hun er glad for at jeg har fått gode venner.

3.5 Lage budsjett

Helge(22B): Det er viktig. Man må alltid sette opp et budsjett.

Vår(24B): Jeg setter ikke opp noe budsjett.

Vilde(19H): Ikke noe budsjett her.

Vega(19H): Nei, jeg lager ikke noe budsjett jeg heller, men det er ofte jeg tenker gjennom i hodet, hvordan jeg må disponere pengene mine.

3.6 Regneferdigheter

Vår(24B): Selv er jeg ikke så veldig god i matte. Og har vel alltid valgt den letteste matten. Men bare sånn enkel hoderegning. Min mor tar alt mye kjappere, selv om hun ikke er så mye bedre i matte enn meg. Men hun tar det mye kjappere fordi hun nok er

mer vant til å regne ut ting uten å bruke mobilen – vi er så *raske til å ta opp kalkulatoren på mobilen.*

Vanja(24B): Ja, man bruker kalkulatoren.

Vega(19H): Jeg blir stående med kalkulatoren. Jeg står ikke og regner i hodet. Kanskje fordi matte ikke er mitt fag.

Vilde(19H): Jeg regner litt sånn cirka i hodet.

Vår(24B): Jeg kan merke at, ‘oj, der gikk det visst veldig mye penger’, også prøver jeg i etterkant å regne ut.

3.7 Sosial arv

Varg(19H): Jeg har fått mye hjelp hjemme. Det har påvirket mye hvordan jeg ser på produkter.

Intervjuer: Ditt forhold til forbruk er mye påvirket av dine foreldre?

Varg(19H): Ja, det vil jeg tørre å påstå.

Vår(24B): *Kanskje det er lettere for de som har ressurssterke foreldre enn for andre grupper. Eller kanskje de med foreldre som har mindre ressurser lærer mye mer? Fordi de må ta konsekvensen av å ha lite penger. De som er vant til å ha penger uansett, trenger ikke tenke over hva ting koster. Nå er det mange i vår generasjon som har foreldre med mye ressurser, og da lærer man seg ikke å spare. Jeg tror det er mange som ikke tenker over hva ting koster. Derfor går det mye penger når man først har penger.*

Vanja(24B): Det er jo selvfølgelig forskjeller, hvilke familier man kommer fra, hvilke ressurser de har. Jeg vokste opp når ting begynte å komme litt på plass for mine foreldre. Det var annerledes for mine søsken som er eldre. Da de vokste opp. Så mine søsken slenger til meg at jeg er bortskjemt, vet ikke om jeg vil kalle det bortskjemt. Hva er egentlig det?

Vår(24B): Jeg tror de fleste er litt bortskjemte, ikke med vilje bortskjemt liksom, men jeg for eksempel, ønsket meg denne iphonen (viser iphonen) - og da fikk jeg den til jul. *Det er sjelden jeg sparer til ting. For hvis det er noe stort jeg vil ha, så ønsker jeg meg det, til bursdag eller til jul. Og da får jeg det som regel. Tror kanskje det er sånn for veldig mange.*

Vidar(19H): Jeg vil si at jeg er ganske bevisst når det kommer til å tenke økonomisk. Prøver å holde oversikt – tenker over hva ting koster. Men selvfølgelig, jeg bor hjemme og får jo mye gratis. Og det er klart man blir jo bortskjemt på et vis. Sett utenfra vil jeg sikkert bli sett på som bortskjemt, ja.

Varg(19H): Jeg er også veldig bevisst på hva jeg bruker penger på og hva ting koster. Og selv om jeg har jobbet lenge som trener, kommer mesteparten av pengene jeg bruker fra foreldrene mine. Mye fordi *Pappa ønsker at jeg skal ha muligheten til å fokusere hundre prosent på skole og ikke måtte jobbe i butikk ved siden av videregående.* Men selv om jeg har vært så heldig å ha fått penger til det jeg trenger hjemme, så er jeg veldig bevisst på hva jeg bruker. Det er ikke sånn at jeg bare kan be om tusen kroner, og så får jeg det. Jeg får alltid dårlig samvittighet hvis jeg spør om mye penger. Og jeg er veldig klar over at mange av vennene mine ikke har den muligheten. *Mange foreldre er veldig opptatt av at barna skal tjene penger til ting selv, men mine foreldre har lagt det opp litt annerledes.* Jeg er fult klar over at jeg er veldig bortskjemt i veldig manges øyne, og ganske objektivt sett også egentlig. Der er mye derfor jeg har lyst til å jobbe dette halvåret for den reisen. For nå skal jeg betale noe selv.

Vidar(19H): Jeg synes ikke Varg er en bortskjemt type i det hele tatt.

Varg(19H): Vi har venner som har et mindre realistisk forhold til penger enn det vi to har. For dem er det liksom ikke noe problem å spørre om masse penger hjemme til et eller annet. Og det får de nesten uansett. *Mister de telefonen i vannet så får de ny uken etter liksom. Det er bortskjemt. Men det å slippe å jobbe ved siden av skolen og få betalt klær og sånn, det kan jo bli sett som bortskjemt det og.*

Vidar(19H): Veldig mange hadde deltidsjobb på videregående, jobbet i matbutikk et par ganger i uka, noen vakter og sånn, mens andre fikk mer støtte fra foreldre.

Harald(22B): Jeg har ingenting imot at folk får ting. Det har jeg ikke, men at foreldrene kanskje kan være flinkere til å forklare *hvordan det egentlig er.*

Intervjuer: Hvordan 'egentlig er' da?

Harald(22B): Ja altså; det er ikke alltid man har råd til den genseren liksom.

Intervjuer: Men så er det alle disse foreldrene som alltid har råd til alle genserne da. Har vi for mye penger i dette landet?

Harald(22B): Noen har for mye penger ja. Og andre har nesten ikke penger. Det tror jeg setter preg på det enkelte barn. Altså, hvordan familiens økonomi er. *Jeg tror de som ikke er så flinke med penger har fått for mye hjemme.* De tror at de alltid, uansett, kan gå til mor eller far, og få de pengene de mangler. Er det telefonregninger de ikke klarer betale selv, så betaler mamma eller pappa. De skjønner ikke at de får så mye, tenker jeg.

Intervjuer: Men er det sånn at dere har fått mindre penger hjemme enn andre?

Helge(22B): Det er litt vanskelig å svare på hvem som har fått mest penger hjemme. Tror ikke jeg har fått mindre enn andre. Men jeg begynte å tjene penger ganske tidlig i livet. Jeg begynte å jobbe ved siden av skolen da jeg var 13 år. Måtte kjøpe mine egne ting, begynne å klare meg selv. Jeg har vel lært å være fornuftig med penger. Ikke sløse dem bort. Jeg fikk ukepenger for det jeg gjorde hjemme, kjøpte litt det jeg hadde lyst på, og sparte resten. Man trenger ikke søle bort alle pengene man får. Sånn tenker jeg da.

Harald(22B): Jeg tror det har litt med hvordan du tenker og hva du jobber med. Så lenge jeg har kjøpt mine egne ting har jeg alltid tenkt at hvis jeg sparer litt hver måned, og får lyst på en ting, så kan jeg faktisk kjøpe den tingen. I stedet for å bruke penger på tull jeg kanskje egentlig ikke trenger. Bare for å bruke penger.

Henrik(21H): *De som har jobbet i butikk forstår mer av hvordan markedene fungerer.* Når jeg gikk på videregående jobbet jeg i matbutikken. Jeg fikk jo ikke penger hjemme, jeg måtte tjene mine egne penger hvis jeg ville ha noe.

Hugo(21H): Når man har jobbet i en elektro-butikk skjønner man litt mer av hvordan det funker.

Intervjuer: Det dere sier er at dere har gått tidlig ut og jobbet, og det har gjort at dere har forstått mer av markedene? Det er ganske interessant. Og dere sier nesten at det er litt synd på de som kommer fra familier med for mye penger. At det å ha lite penger i dag betyr at man lærer å tenke økonomisk?

Harald(22B): Man reflekterer mer. Vi har rett og slett lært å bruke penger fornuftig, tenker jeg. *Mange tenker kanskje for mye på at de skal nyte livet der og da.* Bruker heller penger nå enn å spare. De tenker ikke framover.

Intervjuer: Tenker du at de har *veldig kort tidshorisont?*

Harald(22B): JA! Jeg tror det ja. De teker bare her og nå

4 Miljø

Denne delen av intervjuet ble initiert av følgende spørsmål:

- **Er dere opptatt av miljø og klima?** Betyr det noe for hva dere velger å kjøpe? Hvordan?

Vega(19H): Jeg er litt opptatt av miljø. Kildesortere, spare strøm og sånne ting. Som vi gjør i familien. Men *det får veldig lite betydning for hva jeg kjøper*, egentlig, der kan jeg bli flinkere, det tenker jeg for lite over.

Vår(24B): Ja. Kanskje det er grunnen til at jeg ikke shopper så mye? Og at jeg handler litt brukt?

Vanja(24B): Jeg er ikke like opptatt av miljø som Vår, og jeg kjøper ikke brukte klær.

Varg(19H): Nei, når jeg handler klær tenker jeg ikke miljøbevisst. Men en del klær jeg ikke bruker lenger, som er for små, gir jeg til fetterne mine. Og hvis det er noe som kanskje ikke passer for fetterne, så gir vi det til Freetex. Jeg har en storebror, så jeg har arvet mye klær selv også. Men jeg tenker ikke så mye miljø når jeg kjøper nye klær, det skal jeg innrømme.

Veronika(24B): Neeei, altså, jeg ville jo gjerne være miljøbevisst, men jeg går vel kanskje mer etter pris da. At det er det som betyr mest.

Vidar(19H): Jeg er ikke så veldig engasjert, men jeg er ikke typen som forsøpler heller. Så i den betydningen prøver jeg være miljøvennlig. Men jeg kjenner jo at *det er vanskelig i det samfunnet vi lever, hvis du skal løse problemet må du gi slipp på ganske mye. Konsum, teknologi osv.* Jeg er glad i biler, så jeg vil helst ikke se de ordentlige bilene – altså ikke el-bilene – forsvinne, og det er ikke så forenelig med å være miljøbevisst. *Jeg er nok dårlig til å tenke miljø når jeg handler ting.*

Vilde(19H): Jeg er veldig lite opptatt av miljø og klima. Gjør veldig lite.

Vibeke(24B): Nei, jeg kan ikke si at jeg tenker så mye på det.

Helge(22B): Nei det gjør jeg faktisk ikke.

Hedvig(20H): Veldig dårlig på det faktisk.

Hugo(21H): Det har jeg aldri tenkt på.

Henrik(21H): Det tenker vi lite over.

Harald(22B): Nei, jeg tenker at det er det større makter som tar seg av, egentlig.

Heidi(23B): Jeg må ærlig innrømme at jeg ikke tenker så mye på det. Men det hender jeg kjøper økologiske epler, ha-ha.

Vidar(19H): Jeg tenker ikke så mye over om maten er økologisk og hvordan maten produseres.

Vår(24B): Har hørt at økologisk skal være bedre for landbruket, av miljøhensyn, men så har jeg også hørt det motsatte, at det ikke vil lønne seg, for det trenger mer plass, så

hvis det blir mer økologisk vil de produsere mye mindre. Produksjonen vil ikke bli like stor. Mye å sett seg inn i. Men jeg handler økologiske grønnsaker.

Intervjuer: Hvordan ble du opptatt av miljø og klima, Vår?

Vår(24B): Det har nok litt med foreldre mine å gjøre. Påvirkning derfra. Ja. Men det startet med Al Gore's dokumentar for mange år siden (latter).

Veronika(24B): Hun venninnen som jeg bor med er veldig opptatt av miljø og klima. Og jeg merker at jeg har blitt ganske påvirket av det. Hun er veldig streng med sortering og sånn. Hun er opptatt av at Oslo skal få bedre sykkelveier, bedre kollektivtrafikk, og snakker ganske mye om miljø og klima.

Intervjuer: hender det at dere kaster mat?

Vanja(24B): Ja.

Vår(24B): Ja, der er jeg litt for dårlig.

Vidar(19H): Min familie har nok hatt en tendens til å kaste mye mat, men i det siste har vi kjøpt sånn matkasse, og der er det beregnede porsjoner, så da blir det veldig lite matkasting. Vi er flinke til å kildesortere hjemme. Det er vi bevisste på. Jeg passer på hvilken bøtte jeg kaster i.

Varg(19H): Sånn med mat, er jeg veldig klar over at vi er dårlige. Vi kaster alt for mye mat. Og det vet jo Mamma og Pappa også. Men vi er veldig opptatt av at hvis vi lager for mye mat, og det er rester til overs, så setter vi det alltid inn i kjøleskapet – vi kaster aldri med én gang. Man spiser kanskje litt av det, men etter hvert blir veldig mye av restene kastet til slutt da. Men Mamma er opptatt av at vi skal ta vare på det som er ekstra. Vi spiser en del av det, men mye blir fortsatt kastet.

Hedvig(20H): Jeg er ganske storspist, så jeg pleier spise opp det meste. Men hvis jeg ikke spiser opp, så setter jeg det i kjøleskapet, og hvis ingen vil ha det, så blir det jo kastet.

5 Kommersielt press

Intervjuer: Det er mange fristelser der ute, og noen sier at de unge er utsatt for et stort *kommersielt press* fra vennegjeng, reklame og markedsføring – både åpen og skjult reklame i filmer og på blogger.

- Føler dere at unge i dag er utsatt for et stort kommersielt press?

Vanja(24B): Kanskje ikke så veldig?

Vibeke(24B) Godt spørsmål, hm...

Veronika(24B): Jeg tenker at man *blir* påvirket av reklame. Man vil gjerne tro at man ikke blir påvirket. Jeg tror man kjøper mer enn man trenger, men jeg føler ikke at det er et *press*. Det er mange fristelser. Man har lyst på mye, men det er ikke nødvendigvis sånn at jeg tenker at jeg *må* ha det, men jeg *vil* gjerne ha det (ler). Fordi jeg blir påvirket av reklamen. Men jeg tenker ikke på det som et *press*?

Vibeke(24B): Nei jeg tenker heller ikke på det som *press*. For meg blir *press* at du kjøper noe – ikke fordi du *har lyst* på det, men fordi du føler du *må*. Det er det som er *press* for meg.

Veronika(24B): Men man kan sikkert tenke på det som et *press* også? Veldig mange aktører vil at du skal kjøpe ting – og man får faktisk lyst på ting pga reklamen eller markedsføringen. Man *kan* se på det som et *press*, men *jeg har ikke tenkt over det på den måten før*.

Vibeke(24B): Ja. Det er en god beskrivelse tror jeg. At man ikke føler at man er presset til det, men man *får lyst* på det. Det gjør man. Ikke sant. Om det da er *press*, ja?

Veronika(24B): Jeg tror mange ikke er så bevisst på de valgene man tar. Og at man tenker at man ikke er utsatt for noe *press*, men så er man kanskje det.

Vibeke(24B): Enig, man tenker at det ikke er noe *press*, også er det det *egentlig*.

Vilde(19H): Presset kommer kanskje mest fra de du omgås med? Og fra mennesker du bare ser, på en måte. Kanskje fra blogger.

Vega(19H): Ja, absolutt fra blogger, som Vilde sier, og de du omgås med, venner og venninner. Kanskje bekjente, folk på skolen osv. Men jeg har ikke kunnet følge så veldig etter fordi jeg ikke har hatt råd til det, som skoleelev. Men klart at det har hendt at jeg har kjøpt ting jeg sikkert ikke burde ha kjøpt – he, he - med tanke på økonomien. Så, et *press*, det er det.

Vanja(24B): Egentlig ser jeg sjeldent på TV, så da unngår jeg reklamene som er der. Men så er det jo de man er med, hva de gjør, går med, eller spiser. Så derfra kan det komme et *press*. F.eks. dette med iphonen. Alle rundt meg begynte å få det. Så, liksom, for å kunne være med, bruke alle disse funksjonene som de andre kunne, så følte jeg at jeg måtte få meg iphone.

Vår(24B): Tror det var derfor jeg også fikk iphone.

5.1 Reklame

Vidar(19H): Man kan jo si det er press fra reklame, men det treffer ikke meg egentlig, føler jeg. Selvfølgelig, reklame virker jo. Det er jo en grunn til at de bruker det. Selvfølgelig, hvis det kommer en ny reklame for en ny telefon så kan jo det være fristende for mange.

Vilde(19H): *Jeg opplever ikke noe særlig press fra reklame. Fordi, jeg vet ikke, det treffer meg ikke.*

Vanja(24B): Jeg prøver å unngå reklame, både i blader og på TV. Og på nett, jeg tror jeg ignorerer det, prøver å ignorere det. Jeg kjenner at jeg har en bevissthet rundt det, og tenker kanskje at det kommersielle *presset kanskje kommer mer fra omgangskretsen, enn fra reklamen.*

Veronika(24B): Men likevel, plutselig en dag sto jeg i butikken og tok noen sånne ansiktsservietter, som jeg ikke hadde brukt før. Jeg hadde alltid kjøpt et annet merke. Etterpå tenkte jeg at jeg hadde sett veldig mye reklame for dem på TV. Og jeg hadde jo ikke tatt dem hvis jeg ikke hadde sett den reklamen. Reklamen er over alt.

Varg(19H): Ja, hvor enn du går så er det reklameplakater, på T-baner - og overalt – reklamerer de for noe nytt og fantastisk, og i VG – jeg har vanligvis brukt en sånn ad-block på nettleser'n min, som fjerner all reklame som kommer opp på siden. Men nå har VG sørget for at det ikke går an å komme inn på siden uten å hvite-liste den siden. Så nå må man ha reklamen på VG-siden. Jeg synes det er litt irriterende. Men jeg forstår jo at det er den måten de tjener penger på. Det er vel Norges største nettavis. Jeg er veldig klar over at det er sånn gratis nettstedet tjener penger. Det er viktig for dem å ha reklame på sidene. Og når det kommer opp 'min mote' og 'dette er den nyeste jakken' og 'her er skoene', og alt man skal ha, så går jeg jo inn og ser på det. *Og tenker; 'ja, den var fin', men jeg går aldri videre inn på nettbutikken og kjøper noe selv om jeg har sett det og synes det er fint. Men det er kanskje fordi jeg ikke har hatt penger til det.* Og jeg tenker jo ikke at jeg skal gå og spørre Pappa om en jakke som jeg ikke trenger.

Henrik(21H): Det er mye reklame og mange fine ting, alltid noe nytt og bedre, ikke sant. Sikkert mange som lar seg friste.

Heidi(23B): Ja, du ser det jo over alt, tilbud, salg og reklame, det er *overalt*. Mest klær og vesker og *innredning*. Veldig mye fokus på innredning. Jeg som har flyttet i egen leilighet. Det er *mye fint* i butikkene, *mye å få lyst på*, og *mye vil ha mer!*

Hugo(21H): Jeg så på nettsiden til en sportsbutikk, de har ganske bra utvalg på fotball-utstyr, at de har egne sider der du kan trykke på hver enkelt fotballspiller og se hva slags utstyr de bruker. Og kjøpe samme type utstyr. Og det er naturligvis de dyreste modellene. De profesjonelle reklamerer for de dyre merkene, Nike for eksempel. Det markedsføres jo, f.eks. at Ronaldo bruker Nike, og da er det mange som kjøper Nike pga ham. Og Nike er vel det dyreste merket vil jeg påstå.

Henrik(21H): Og nå er det visst åpnet for at spillere i profesjonelle klubber kan ha private sponsorer. Så nå står de store fotballspillerne fram og representerer *sitt* merke, da. Med utstyr som spiller'n har fått gratis - selv om han ikke hadde hatt noe problem med å betale selv, tenker jeg.

5.2 Når er presset størst?

Intervjuer: Opplever dere at det kan være press fra venner på hvordan man skal kle seg og hvordan man skal se ut?

Hugo(21H): Ja.

Henrik(21H): Ja, det er jo det naturligvis.

Vår(24B): Kanskje litt? Ikke sånn at man sier det høyt, men *det er jo én type stil det går i på Blindern for eksempel*. Det er ikke sånn at folk skiller seg veldig ut fra hverandre. Ganske lik stil som stilen på videregående. Jeg gikk på en skole i sentrum, og der var det ganske urbant. Mange hipstere.

Harald(22B): Jo, det er det. Spesielt klespress. Du skal liksom ha det dyreste og det beste.

Helge(22B): Det synes jeg er helt *motbydelig*, for å si det rett ut. At det skal være sånn. Hvis det er noen som ikke har råd, som ikke får penger av mor og far, da kan de bli satt på sidelinjen. De som ikke har de dyre merkeklærne som alle andre har; ‘nei, deg vil jeg ikke være med’, liksom. Sånn tror jeg det er mange steder. De er liksom ikke like mye *verdt* som de andre, fordi de ikke har så dyre klær.

Harald(22B): Det blir sånn at man gjør seg opp en formening om en person ved å se på hva personen har på seg – og så tenker man kanskje, ‘du har ikke så bra klær – da er du sikkert ikke så bra person...’ Sånn har det blitt i dag.

Helge(22B): Jeg har en lillesøster som er tolv år. De har begynt allerede. Jentegjenger ikke sant. Liksom; hvis en ikke har på seg et plagg til la oss si fem, seks hundre kroner da, – når de er tolv år: ‘Åh du har stygge klær i dag’, litt sånn prat. Men *jeg tror ikke det er så vanvittig blant gutter*.

Harald(22B): Nei. Det var ikke så ille før i hvert fall, da vi gikk på skolen. Men *jeg tror det har blitt verre nå*.

Intervjuer: Er det sånn at man bør ha visse ting for å være kul?

Vibeke(24B): Ikke når man har kommet over i tyveårene. Det tror jeg ikke. I hvert fall ikke i vår vennekrets føler jeg. Men før, ja da følte jeg veldig mye på det. Da jeg gikk på ungdomsskolen og videregående. Det er ikke sikkert det nødvendigvis var så mye mer *press*. Men jeg *følte* det i hvert fall. At man liksom skulle ha det og det merket på buksa og den og den vesken – ikke så mye vesker, men sånne merkeklær da, det var veldig viktig, følte jeg.

Intervjuer: Hvilken aldersgruppe er mest sårbar for dette presset da?

Helge(22B): Det tror jeg er 15-16 års alderen kanskje.

Harald(22B): Ja. 15-18 tenker jeg, da er det vanskeligst.

Varg(19H): Ja, jeg er ganske sikker på at *det kommersielle presset er verst på videregående*. I løpet av min livserfaring er jeg er ganske sikker på at det har vært den perioden jeg har følt størst press.

Vidar(19H): Kanskje særlig når du *begynner* på videregående skole, og er ganske fersk. I første klasse har du gjerne *den* uniformen liksom, da vil du passe inn. Da vi gikk i tredjeklasse, selv om du fortsatt kan se mye likt, gikk folk mer som de ville.

Varg(19H): Ja, det er *veldig* stor forskjell på elever i første klasse og tredje klasse, selv på vår skole, som er en veldig A-4 skole. Alle, stort sett da, ønsker veldig å passe inn i første klasse.

Vidar(19H): *I vår krets går de fleste fortsatt relativt likt kledd*. Jeg vil jo helst tro da, he-he, at jeg kler meg i det jeg vil kle meg i. Jeg merker veldig godt, spesielt etter videregående, at jeg kjøper klær som jeg ikke ville kjøpt før, for nå er jeg litt tryggere

på meg selv. I første klasse på videregående var jeg mye mer sossete på en måte, synes det var skikkelig kult med polo-skjorte og sånn, men nå bryr jeg meg egentlig ikke om at det er polohest på skjorta så lenge skjorta ser fin ut. Jeg har kjøpt en del på Zara, synes de har veldig mye fint. Men jeg synes også at kvaliteten på litt dyrere skjorter er bedre. Men de fleste skjortene jeg har kjøpt i det siste – jeg liker ikke at det er tydelig merker på klær. Kjøper ikke lenger klær der jeg viser logo'n, eller der den er hovedsaken. Nå synes jeg nesten det blir litt Harry.

Heidi(23B): Det er mest press på videregående. Det var mer press når jeg gikk på videregående enn nå. Da hadde jo nesten alle Michael Kors vesker og Parajumpers, og,, men i vennegjengen min nå, har ikke alle den samme jakken liksom. Det var egentlig mer likt på videregående.

Hedvig(20H): Og det kommer litt an på linjen man går på (Heidi nikker). Ja, på idrettslinjen har de for eksempel veldig fokus på sports- og treningsklær. På yrkesfag, de har...her på skolen er det en klar rangstige: Sjefene, det er allmennfag og idrettsfag i tredjeetasje. Det er de kule. Mens yrkesfag i første og annen etasje, det er på en måte taperne. Sett fra allmennfag.

Heidi(23B): Sånn har det vært i alle år tror jeg. *De som går på allmennfag og idrettsfag bruker mye mer på klær enn de som går på yrkesfag. For det er liksom de kule.*

Hedvig(20H): Men de på yrkesfag vil gjerne føle seg litt mer populære, og kjøper seg da dyre klær, for at de skal *Se Bedre Ut*.

Intervjuer: Kan de på yrkesfag kjøpe spesielle klær for å bli godtatt på allmennfag? Er det sånn?

Heidi(23B): Ja, men det funker vel ikke så bra, egentlig.

Hedvig(20H): Ikke hvis du ikke har venner på andre linjer.

Veronika(24B): Spesielt på ungdomsskolen og videregående i Oslo er det gjenger der man er veldig like. Men så blir man litt mer voksen og får utvidet horisonten sin litt. Jeg tenker at når man kommer over ungdomsskole- og videregående skole-alder, så reiser man kanskje litt, og gjør litt andre ting. Man møter mange flere forskjellige mennesker.

Vibeke(24B): Man blir litt eldre og tenker at det ikke er så farlig egentlig. Å passe inn og ha akkurat det og det. Jeg vet ikke om det nødvendigvis er noe mindre eller mer press, men at man kanskje ikke, ja, bryr seg så mye om det lenger.

Vidar(19H): Nå, etter videregående, er vi bare med venner. Når man går på en stor skole er det kanskje flere folk man ubevisst ønsker å imponere. Mens nå, har vi ikke behov for å imponere noen. Er bare med kompisene liksom.

5.3 Designvesker

Intervjuer: Har dere noe eksempler på hvordan et sånt kommersielt press kan arte seg?

Vilde(19H): Det går ikke på småting. Mer på fine vesker og sånne ting. Mange har helt like vesker. Man kunne ha lignende bukser, men helt like bukser, det var sjeldent. Men *plutselig kunne vi ha samme veske.*

Vega(19H): *I det miljøet vi har vært, er det vel nesten ikke én person som ikke eier en designveske.*

Vilde(19H): Og da blir det jo mye likt.

Vega(19H): Det blir veldig lik stil ja.

Intervjuer: Enda det finns jo en del forskjellige designvesker?

Vega(19H): Masse. Men så er det liksom noen det går mye av.

Vilde(19H): Ja, og som ikke er *alt* for dyre da, ligger under ti tusen.

Intervjuer: Under ti tusen ja. Men hvordan får man råd til en veske til ti tusen når man går på skolen?

Vega(19H): Godt spørsmål. Jeg vil tro at de som har vesker som ligger i pris rundt ti tusen og over har fått hjelp eller presanger av foreldre eller...

Vilde(19H): ...det er mye gaver. Sikkert noen som har brukt konfirmasjonspengene.

Intervjuer: Men når man er ung og ikke har så veldig mye penger. Er ikke ti tusen kroner på en veske litt...? Hva tenker dere om det?

Vilde(19H): *Jeg tenker at man egentlig ikke har råd til det, når man er så unge som vi er. Hvis du har ti tusen kroner, og det er det du har, så er det jo helt feil å bruke ti tusen på en veske og så står du i null... Og det er det jo mange som gjør. Men hvis du har et overskudd, og du har spart lenge, og du har skikkelig lyst på en veske. Så synes jeg det er ... greit.*

Vega(19H) Nikker.

Vilde(19H): Men jeg tror dyre vesker er en sånn vestkantgreie, miljøet, skolen, hvor man bor...

Vega(19H): Ja, *presset*.....

Vilde(19H):*kommer fra miljøet.*

Vega(19H): Ja, det tror jeg. Det er jo fælt hvis det er sånn at man må ha en designveske for å passe inn, for å bli godtatt på en måte. Det er jo forferdelig hvis det er sånn. Ja.

Intervjuer: Hvor kommer dette fra, hvorfor har plutselig deres generasjon på et bestemt sted av landet lyst på sånne vesker? Og kjøper det?

Vega(19H): Jeg tenker, nå; sosiale medier, Instagram, Facebook, særlig blogger. Vi er omringet av reklame hele tiden. Vi følger kjendiser, vi ser at de har designvesker. Vi følger kanskje brukerkontoen til designerne også. Og ja.

Intervjuer: Blir det vanskelig å være den som ikke har designveske?

Vilde(19H): Det er ikke det at det er så vanskelig å ikke ha designveske. Det er sikkert ikke helt lett, men det er ikke sånn jeg tenker på det. Jeg har jo *lyst på* den vesken, helt sikkert med påvirkning fra de jeg er med. *Jeg tenker ikke at dette er et press. Hvis jeg tenker lenge over det, kan jeg kanskje komme fram til den konklusjonen, men der og da tenker jeg bare at det har jeg lyst på.* Synes de veskene er fine. Så det er liksom et *indirekte press.*

Hedvig(20H): Ja, det er ikke sånn at du blir presset *direkte*, det er mer sånn at man ser noe, og så får man skikkelig lyst på det.

Vega(19H): *Man er liksom ikke klar over at det er et press før man tenker seg veldig, veldig godt om.*

Hedvig(20H): Det er mye designvesker her også, Michael Kors, Chanel, Dior, de koster fra tre, fire til over åtte tusen kroner. Det er jo *vanvittig! Egentlig!* Jeg har en Michael Kors veske som kostet tre. Fikk den av mamma i julegave.

Heidi(23B): Jeg kjøpte meg en i fjor sommer selv, bruker den ikke så mye lenger, det var også Michael Kors, jeg kjøpte den i USA, så da var det litt billigere.

Vidar(19H): Jeg tenker at selv om enkelte av de veskene som jentene kjøper kan være fine, virker det som, til en viss grad da, at det liksom er *et symbol utad.*

Varg(19H): På vår skole var det ekstremt vanlig å se de typiske designveskene som jenter på den alderen har. *Spesielt på videregående skal alle ha en Louis Vuitton- eller Mulberry veske. Og jeg skjønner ikke helt hvorfor. Skjønner ikke hva som er kult med å bruke ti tusen på noe hun rett ved siden av deg har. Alle er jo helt like. Jeg tror guttene slipper mye lettere unna det der.*

5.4 Sportsutstyr

Vidar(19H): For gutter er det er jo noe av det samme med den jakken, Canada Goosen som er helt lik som alle andre sin. Her kan jeg tenke meg at det er litt sånn press.

Varg(19H): Begge vi driver med en veldig dyr sport. Der var det et visst *utstyrspress*. Ingen av oss har kjøpt nytt utstyr etter at vi sluttet med konkurranser. Men jeg ser jo nå, både Vidar og jeg er trenere, at de som er på samme alder som vi var da vi var aktive, de har *enda dyrere* utstyr enn vi hadde. Du ser mange eksempler – det er helt klart blitt enda mer ekstremt enn da vi var på den alderen. De har liksom topp-utstyr selv om de ikke er ferdig utvokst.

Vidar(19H): Det er absolutt ikke bra. For meg er det ikke noe press lenger, for jeg driver ikke aktivt. Men jeg hører jo noen av barna vi trener, som snakker om at det er kjipt at utstyret deres begynner å bli gammelt. Og da ender det ofte med nytt utstyr. Det ser jo de andre barna. Barna med det dyreste utstyret har ofte foreldre som er ekstremt opptatt av sporten selv.

5.5 Justeringer av kropp og utseendet

Vibeke(24B): Jeg tror jeg det er et kroppspress. I alle typer reklamer så er det en viss type kropp som blir brukt, hudfarge og hår. Jeg tror de fleste tenker mye på vekt. Trener. Spise sunt.

Veronika(24B): Det tror jeg også.

Heidi(23B): Du ser jo at alle jenter på vår alder har langt hår. Hvis det blir 'in' med kort, så klipper man seg, tenker jeg. Men jeg føler ikke at noen *presser* meg til å gjøre det. Men hvis man syns det er fint, så gjør man det kanskje.

Hedvig(20H): Det er mye kroppsfokus. Det er det. Veldig mye faktisk.

Varg(19H): *Tror ikke det er like utbredt blant gutter å fikse på ting, men det er veldig mange på vår alder som vil 'bulke' seg opp litt, bli litt stor.* Jeg var jo der selv. Jeg liker fortsatt å trene, men ikke så mye for å få store muskler. Det er absolutt mange som trener mye og en del gjør det fordi de liker det, liksom en hobby. Mange gutter vil jo - på samme måte som jenter – ha en veltrent kropp og se bra ut. Men jeg tror nok det er enda mer sånn blant jenter enn blant gutter.

Intervjuer: Har dere tatt tatoveringer?

Henrik(21H): Nei.

Hugo(21H): Ikke jeg.

Vanja(24B): Men mange har tatoveringer.

Vår(24B): Og det blir fler og fler.

Vanja(24B): Ganske jevnt fordelt, like mange jenter som gutter.

Vidar(19H): Jeg har ikke lyst til å ta tatovering, og det er veldig få av de vi kjenner som har tatoveringer, ikke noe press på det.

Hugo(21H): Noen har skikkelig mye, Kristian for eksempel, han har tatovert hele armen.

Henrik(21H): Jeg synes ikke det er verdt pengene. Det kostet vel en tyve, tredivetusen for å ta armen?

Varg(19H): I vår vennegjeng er det egentlig ikke så mange som har det. Det er vel én. Og den ser vel egentlig ikke så kul ut, he, he!

Henrik(21H): Det er ganske mye fylle-tatoveringer, fra fest og fyll i utlandet. Det er noen som har røket på det. Kjenner en del som har tatt tatoveringer i utlandet som de ikke er så fornøyde med i ettertid.

Varg(19H): Mamma er veldig imot sånne ting. Klart jeg blir påvirket av det. Men jeg tenker at tatoveringer kan være kult hvis det er litt originalt og har stor betydning for den personen. Men det er ikke sånn at: Oj, han har en kul tatovering, da er han en kul type. Det er i hvert fall ikke kult med en tatovering som en million andre mennesker har, stjerner på underarmen, eller kjetting rundt overarmen og sånt.

Intervjuer: Hvorfor lager for eksempel noen større lepper?

Hugo(21H): De synes det er fint med fyldige lepper. Botox og Restylane er det vel det heter –

Veronika(24B): *Innsprøyting i leppa er blitt veldig vanlig.*

Vibeke(24B): Det har blitt veldig vanlig ja.

Veronika(24B): Før var det kanskje tabu. Men nå er det mer akseptert at man gjør det. Jeg synes *ikke* det er noe fint.

Vilde(19H): Jeg ser på det som *litt Harry* egentlig.

Henrik(21H): Jeg synes *ikke* det er noe fint i det *hele tatt!* Det er sinnsykt! Helt på trynet! Det ser ut som de har tatt en kopp over munnen, så blir det vakuum og så får du ... (viser trutmunn) nei, det ser så dumt ut!

Vibeke(24B): Det ser *veldig kunstig* ut.

Heidi(23B): Tatovere leppene er det også noen som gjør. Tatovere bryn, eyeliner...

Hedvig(20H): Det må da gjøre noe helvetes vondt?

Vilde(19H): Ingen på vår alder har tatt silikon eller noe sånt av de vi kjenner. Men kanskje litt mer normalt når man blir eldre?

Vanja(24B): Ingen av mine venner har gjort noe sånt.

Vår(24B): Ikke mine heller. Men jeg har en venninne som har satt på lengre øyevipper. Og noe farger øyebrynene. Farger hår. Jeg har ikke hull i ørene en gang.

Vilde(19H): Fake vipper ser vi ofte. Å bleke tenner er vanlig. Og å farge striper. Og solarium, men ikke noe mer enn det.

Vega(19H): Alt det er ok, for det er ikke permanent. Men når det blir snakk om å ta Restylane, og gjøre sånne inngrep, det synes jeg...

Vilde(19H): ...det ville folk reagert på om vi hadde gjort. Det hadde vært litt sånn *sjokk*.

Vibeke(24B): Jeg vet om *flere* som har tatt silikon. Tre stykker på vår alder. *Bare fordi de hadde lyst på det. Det er litt trist. Egentlig.*

Veronika(24B): *Ja. Det er trist. Men det er ikke sånn at jeg tenker at de er dumme eller noe, at jeg fordømmer dem.* Men i et litt større perspektiv, er det jo trist. Og de jentene jeg kjenner som har gjort det, trengte det ikke i det hele tatt. De var fine som det var.

Henrik(21H): Hvis de har et problem – dårlig selvbilde, så...(litt oppgitt) *det får de styre med selv.* Men pengene kommer ikke fra min lomme.

Hugo(21H): Nei. Det er det *ikke* verdt, for å si det sånn.

Henrik(21H): Bruke hundre tusen på operasjoner og diverse ting. Vi vet ikke om noen som har gjort det.

Hugo(21H): Trine...

Henrik(21H): Har hun?

Hugo(21H): Nei, men hun har vist lyst til å fikse seg litt, etter hva jeg har hørt.

Henrik(21H): *De må få bestemme hva de bruker pengene sine på selv.*

Hugo(21H): *Men når det går over stakk og stein, da blir det helt teit, men til syvende og sist kommer det jo an på om de er komfortable med det selv da....*

Heidi(23B): *Ja, jeg synes de skal få lov til å gjøre det hvis de har lyst, bare det ikke blir for mye.*

Hedvig(20H): *Det er jo forskjell på å rette på en ting, eller fikse en ting da, og å ta helt av, som noen gjør, med både nese, rumpe, pupper, fettsuging, lepper, øyebryn, alt sammen. Jeg synes det er pent å være naturlig. Det synes jeg er det fineste, og jeg vet at mange av mine venner også synes det. Og jeg har ganske mange guttevenner. Og de foretrekker heller naturlige jenter, enn – ganske overfladiske dukker da, hvis jeg kan si det sånn.*

Intervjuer: **Hvorfor er det stadig flere som tar sånne inngrep?**

Vega(19H): *Hvis det er flere som gjør en ting, så blir det mer akseptert på en måte. Det starter med rosabloggerne: Så å si alle rosabloggere har jo tatt noe i leppene eller puppene. Men ikke i vårt miljø.*

Vibeke(24B): *Jeg vet ikke, kanskje det har noe med sosiale medier å gjøre? Man tar masse bilder av seg selv, kanskje begynner å studere seg selv litt, alt blir feil, og alt kan man endre på. Jeg tror man gransker seg selv mye, ikke bare ansiktet, men hele kroppen.*

Intervjuer: *Det er interessant. Du tror de nye mediene gjør oss mer selvfokuserte?*

Vibeke(24B): *Veldig. Det tror jeg. Jeg tror ikke det var sånn i generasjonen til foreldrene mine. De kan jo umulig ha sett på seg selv så mye som vi gjør. Vår generasjon. Man tar jo bilder av seg selv hver dag. Bilder med venner som legges ut på Facebook og Instagram. Man ser veldig mye på seg selv. Føler jeg. Ja.*

Veronika(24B): *Jeg er veldig enig i det Vibeke sa. At man blir veldig selvfokusert. Alle bildene man tar hele tiden og sammenlikner seg med andre.*

Vibeke(24B): *Man ser på bildene andre legger ut av seg selv, hele tiden. Det er så lett nå.*

Intervjuer: *Uffameg.*

Veronika(24B): *Ja det er ikke helt bra.*

6 Kosmetikkmarkedet

Denne delen av intervjuet bygger på hovedspørsmålene:

- **Hvordan synes dere det er å handle kosmetikk, er det lett eller vanskelig?**
- **Hva legger dere vekt på når dere skal velge ut det dere vil kjøpe?**

6.1 Valg og vaner

Veronika(24B): På kosmetikk er jeg veldig lite bevisst. Kosmetikk kjøper jeg på *impuls*, når jeg trenger noe. Da går jeg innom et parfymeri, eller en butikk og finner noe i hylla og tar med hjem. Det er ikke sånn at jeg prøver forskjellige merker. Og ikke noe jeg foretrekker. *Avgjørelsen blir gjort i butikken.*

Vega(19H): Jeg spør ofte om hjelp i butikken. Og jeg *stoler veldig på det de sier.* Tenker at de har greie på dette.

Vår(24B): Jeg leser på pakningen og *går etter merker.* Jeg har litt fet hud, så jeg må finne produkter som ikke gjør den fetere, som er mattende.

Vilde(19H): Jeg ser etter *kjente merker* som jeg har hørt om før. Eller *kjøper det en venninne har*, et bra pudder. Jeg er veldig sånn at jeg har brukt samme pudder – ikke samme boks da! Men *samme merke i mange år.*

Vega(19H): Jeg *prøver veldig lite nytt* jeg også. Det blir det jeg alltid har brukt på en måte. Det er liksom trygt. Vet at det fungerer. Tør ikke prøve noe nytt.

Vanja(24B): Jeg er også mer sånn vane-person. Jeg *går for det jeg har brukt i alle år.* Når jeg vet at det fungerer. Men jeg får også *tips fra folk jeg kjenner, venner, som jeg stoler på.* Hvis de anbefaler noe så prøver jeg. Ser om det fungerer for meg, eller ikke.

Heidi(23B): Jeg kjøper det samme, bruker det samme, aldri noe nytt. *Kjøper det som mamma kjøpte* til meg. Jeg bruker det enda!

Hedvig(20H): Jeg pleier å ha ganske mange forskjellige shampo'er. Egentlig fordi mamma liker å prøve ut nye. Hvis hun ikke er fornøyd med det ene merket, prøver vi noe nytt.

6.2 Pris og kvalitet

Vilde(19H): Det er så *utrolig mange produkter å velge mellom.* Skal du for eksempel ha litt solpudder, kan du få det i alle slags mulige merker og fasonger.

Vega(19H): *Vanskelig å vite hva som er bra og hva som er best.*

Vibeke(24B): Det er ikke så vanskelig. Jeg leser mye anbefalinger på nett. Nettbutikker med reviews fra kunder. Jeg bruker mye tid på det. Så går jeg i butikken, så får jeg

kanskje prøver, så tester jeg det. Jeg synes det er gøy. Jeg bruker mye penger på kosmetikk, og er opptatt av pris og kvalitet.

Vilde(19H): På kremer forbinder jeg pris med kvalitet, men det er kanskje feil. *Jeg tror det er sammenheng mellom pris og kvalitet, men ikke når det kommer over en viss grense.* Særlig når du kommer opp på tusenkroners kremer tror jeg ikke de er bedre enn de til fem hundre. Kremer til hundre kroner som du kjøper i klesforretninger har jeg liten tro på. Jeg ville aldri kjøpt ansiktskrem der, da kjøper jeg heller av en hudpleier – og det koster jo selvfølgelig mye mer.

Hedvig(20H): Det er mange billigmerker som er bra, men ikke alle er bra, så prøver man kanskje noe annet, noe dyrere, for å se om det fungerer. *Jeg kjøper ganske dyr sminke. Men vil ikke si at dyrere merker alltid fungerer bedre enn billigere.*

Vilde(19H): Utvalget er så stort, det er et innmari stort utvalg. Vanskelig å vite hva du får fordi *du vet lite om stoffene og hva som er bra og dårlig. Lite kunnskap. Som gjør at vi kanskje tror at det dyreste er det beste.* At man ofte betaler for at pudderet skal være Chanel.

Varg(19H): Jeg bruker jo hårprodukter og sånt. Akkurat nå bruker jeg en frisørvoks for det funker for håret mitt, men jeg har ingen problemer med å bruke en butikk-voks, så lenge den funker fint. Det er ikke sånn at jeg må ha *det* merket på de greiene. Men for jenter er det kanskje litt mer sånn at du skal ha Chanel neglelakk og ikke den du får på matbutikken da, tenker jeg.

Intervjuer: Noen snakker om at det kan være uheldige stoffer i kosmetikk. Er det noe dere er opptatt av; dyrevelferd, om produktet inneholder parabener osv

Hugo(21H): Parabener *vet jeg ikke hva er.*

Vega(19H): Parabener og sånt har jeg egentlig alt for lite kunnskap om. *Tenker veldig lite over det.* Men jeg kan handle på apoteket, for det føler jeg er sikrere. Det er kvalitet og i tillegg kan det være billigere hvis du kjøper kjente merker. Men jeg vet ikke om det stemmer. Bare en følelse.

Vilde(19H): Jeg *sjekker ikke hva kosmetikken inneholder, det sier meg lite.* Jeg har ikke sjekket om det for eksempel er parabener i det jeg bruker, nei. Men hvis jeg hadde lest på nett at det er giftstoffer i kremer jeg bruker, så hadde jeg sluttet å bruke den.

Vega(19H): Ja, sjekker veldig lite. Vi *kjenner ikke til stoffene, ingrediensene.*

Heidi(23B): Jeg kan litt. Jeg bruker *kun naturlig sminke* som jeg vet er greit, og kjøper det. Men det er dyr jeg er mest opptatt av, *at det ikke er testet på dyr.* Det er det jeg har vært opptatt av. Bruker produkter og merker som jeg vet ikke er testet på dyr.

Vega(19H): *Dyreforsøk i kosmetikk synes jeg er helt ille,* selv om jeg vet veldig lite om det. Det kommer liksom ikke helt fram, så man vet aldri. Ja. Hadde jeg visst at et spesifikt merke brukte dyreforsøk, ville jeg ikke kjøpt det.

7 Matvaremarkedet

Innledingsspørsmålene var:

- **Hvordan synes dere det er å handle mat, er det noe som er vanskelig?**
- **Hva legger dere vekt på når dere skal velge ut det dere vil kjøpe?**

7.1 Valg og vaner

Vilde(19H): Det er vanskelig å huske alt en skal ha, hvis man ikke skriver handleliste. Men hvis du tenker på å velge mellom pris og ulike merkevarer innenfor ost, for eksempel, så sammenlikner ikke jeg kilopriser og sånn. Jeg bare *tar det jeg er vant til å se hjemme i kjøleskapet*, for det er blitt *en vane* for meg. Det er på en måte den osten vi spiser. Også hender det jeg *tar med litt mer enn det jeg har tenkt*, når jeg går forbi sjokoladen på vei til kassen og sånne ting.

Hedvig(20H): Jeg kjøper lett *det som var hjemme hos mamma og pappa*. Og det er ofte ikke de billigste variantene.

Helge(22B): Hvis du handler litt hver dag bruker du desidert mer penger, enn hvis du *handler én gang i uken*.

Heidi(23B): Jeg vet at det er lurt å kjøpe alt på en dag, men det er jeg dårlig til. Vanskelig å ikke ta alle disse småturene i butikken. *Kaster utrolig mye mat*. Kjøper mye. Jeg tror jeg skal spise det, også gjør jeg aldri det. *Man bør handle bare en dag i uken*. Planlegge.

Hedvig(20H): *Man bør ikke handle når man er sulten!*

Heidi(23B): Ha, ha, ja, det har jeg lært meg!

7.2 Med erfaring fra butikk

Intervjuer: Dere som *kan matvarebransjen, har det forandret måten dere handler i butikk på? Når dere handler mat.*

Harald(22B): Jeg har blitt mer prisbevisst etter at jeg begynte å jobbe i butikk.

Helge(22B): Man tenker over hvor mye en vare koster, ja. Si for eksempel at jeg skal ha ketchup, så vet jeg at Idun's koster 20 kr, men at First Price smaker like godt, det gjør den egentlig ikke, men nå bruker jeg bare det som eksempel, så da tar jeg selvfølgelig First Price-varen. For *hvorfor ta den dyreste varen, når den billigere varianten smaker - og er - like bra?*

Harald(22B): Rema1000 har jo Best Pris produkter. Og på *f.eks. kjøttdeig og karbonadedeig er det ingen forskjell på Best pris og merkevaren* hvis du leser på pakningen.

Ikke noe forskjell i det hele tatt. Så Nordfjord har to forskjellige pakninger med kjøttdeig: ett Best Pris produkt og ett Nordfjordprodukt – Det ene framstår som Nordfjord og det andre som Best Pris, som er Remas eget produkt. Med samme innhold. Men forskjellig pris.

Intervjuer: Men kunden kan ikke vite når det er sånn og når det ikke er sånn?

Harald(22B): Nei. Det varierer veldig. Hva som er billigst også forresten. Noen ganger er butikkens egen merkevare faktisk dyrere også. Ja. Det forvirrer kundene som vil velge de billigste produktene.

Helge(22B): *Du kan ikke forvente at alle har peiling på alt, på en måte. Kunden må stole på butikken, at andre gjør jobben bra nok. At de kan handle sikkert. At de kan ha tillit til butikken.*

Harald(22B): Vi vet hva som er bra og hva som er dårlig. Og vi vet at butikken tenker logisk over hvor kunden går. Og for eksempel prøver skape mer-salg ved å ha samme type produkter flere steder.

Helge(22B): Butikken er lagd sånn at kunden skal gå gjennom alle avdelingene. Du skal gå til frukten først, så melken, så videre bortover mot ferskvaredisken, så kommer brusen...

Harald(22B): *Det blir liksom sånn: Det sunneste først, og så blir det litt.... verre og verre, og godteriet til slutt. Butikken prøver å framstå som en sunn butikk.*

Helge(22B): *Det tror jeg ikke det er så mange som tenker over. Men vi som jobber i butikk forstår det.*

Harald(22B): *Grunnen til å ha sjokoladen ved kassaområdet er at der blir man lett stående en stund, og har man med unger som er litt lei av butikken, så ...*

7.3 Pris og kvalitet

Veronika(24B): Jeg vil si at jeg er ganske flink med penger. I matbutikken føler jeg at jeg er ganske økonomisk. Og sammenlikner priser. Jeg er i hvert fall veldig nøye, og kan bruke ganske god tid. Men etter at jeg fikk deltidsjobb merker jeg at jeg synes det er deilig å ikke alltid gå etter det som er billigst. Kunne ta litt varer som jeg føler er litt luksus, da, selv om man er student. Jeg er mest bevisst når jeg handler mat. Det er en ganske stor del av budsjettet når man er student.

Vibeke(24B): Jeg er uøkonomisk på mat, der er jeg dårlig. *Jeg kan vite at dette er kanskje ikke den beste butikken å handle all mat i, men jeg gjør det likevel.* På klær er jeg mye mer bevisst at dette har jeg ikke råd til.

Vilde(19H): Det er så mye å velg i, og ikke så enkelt å finne det billigste. Man må finne de billigste butikkene. Meny er kjent for å være dyrere enn for eksempel Kiwi.

Vanja(24B): Ja, jeg handler på Kiwi for det er billigere, men går til Meny når jeg skal ha kylling eller noe, for der har de ferskvaredisk.

Vår(24B): Ja, der er jeg enig. Noen ganger går det i hva som er billigst. Ofte kjøper jeg for eksempel Ica-tomater – butikkens egne tomater – framfor andre tomater. Hvis jeg ikke nettopp har fått lønning, he, he. Hvis jeg nettopp har fått lønning kan jeg slå litt til (latter).

Vanja(24B): Ja, det er nok litt sånn; en god biff...

Henrik(21H): Kvalitet går foran pris.

Hugo(21H): Ja, på mat gjør det det, men på andre husholdningsvarer som oppvaskmiddel da er det minimale kvalitetsforskjeller. Men på mat smaker man forskjell, kjøper heller Grandiosa enn sånn First Price pizza.

Henrik(21H): Ja det er jo prakteksempellet

Varg(19H): Jeg har sett anmeldelser – hvor de f.eks. sammenlikner en biff fra Jacobs og en biff fra First Price, og så ender det kanskje opp med at de er like gode og noen ganger kommer til og med First Price ut bedre. Så *det er ikke nødvendigvis sånn at det dyreste produktet er best*. Men jeg tror det fort blir sånn at man ofte – hvis man har mulighet til det – *velger det man er vant med*.

Vidar(19H): Det er enklere med en billigpizza og det er jo billigere også, enn å lage et ordentlig måltid med gode råvarer. Hvis vi har vært på hyttetur og laget taco så blir det gjerne sånn revet – som ikke er ost en gang – det er veldig mye billigere, men det er jo ikke et ordentlig produkt liksom. Så du merker at *det koster å handle ordentlig ja*.

Varg(19H): Jeg merker, når jeg skal på hyttetur med venner eller noe og må kjøpe egen mat, da ser jeg jo hvor dyrt det faktisk er. Ost for eksempel, er veldig dyrt. Og kjøttdeig – hvis man skal lage taco og sånne ting. Da velger jeg gjerne en litt annen type ost enn den vi som regel har hjemme. Matvarer er veldig mye dyrere enn man tror. *Man tenker liksom ikke over at det er dyrt når man har det hjemme i kjøleskapet*.

Vega(19H): *Hvis jeg er alene hjemme og skal handle mat til meg selv, da tenker jeg mer budsjett. Litt billigere. Da er det mine egne penger, og da har jeg ikke har råd til det familien min vanligvis kjøper.*

Vilde(19H): Hvis det er mine egne penger ja! Da tenker jeg budsjett. Da sammenlikner jeg priser. *Når jeg flytter for meg selv skal jeg ha det aller billigste.*

7.4 Innhold og ingredienser

Intervjuer: Ser dere på listen over ingredienser når dere handler mat? **Fettinnhold, sukker, osv, hvor varene kommer fra..**

Henrik(21H): Jeg spiser det jeg synes er godt. Smaken teller. Sunt er uinteressant.

Hugo(21H): Og da er det lett å velge.

Veronika(24B): Det har vært mye diskusjon om dette *nøkkelhullet*, vanlig Grandiosa har vel nøkkelhull, for det er et bedre ‘valg’ i gåseøyne, enn annen ferdigpizza, men det betyr jo ikke at den er sunn. Så jeg forholder meg ikke til nøkkelhull. Jeg ser ikke etter det, og tenker ikke at nøkkelhullet betyr at det er et sunt produkt.

Vibeke(24B): Jeg vet ikke hva som er betingelsen for å få *nøkkelhullmerket*. Vet ikke om det har noe med tilsetningsstoffer å gjøre, eller om det bare er kalorier og mindre sukker. Kanskje en yoghurt har nøkkelhullmerke fordi den har mindre sukker, men så har den mer kunstig søtstoff, og da tenker jeg at det er jo ikke nødvendigvis sunnere.

Veronika(24B): Ikke alltid, men det hender jeg sjekker ingrediensene i det jeg kjøper.

Vibeke(24B): Jeg har blitt litt mer opptatt av innholdsfortegnelsen i det siste. Før pleide jeg å kjøpe ferdiglaket tomatsaus. Men så fant jeg ut at den inneholdt for mye sukker og andre ting, og begynte å lage egen tomatsaus. Av ekte tomater.

Heidi(23B): Jeg er litt opptatt av det. Jeg lager heller ting fra bunnen enn å kjøpe ferdigmat på Kiwi, og jeg spiser ikke brød. (Intervjuer: Hvorfor?) Jeg vet ikke!! Jeg har ikke kjøpt brød på mange år jeg, ha, ha! Men hvis jeg får det servert, kan jeg ta det, men jeg kjøper det ikke selv. Og sånn halvfabrikata, ikke snakk om!

Vanja(24B): Jeg ser sjelden på innholdsfortegnelser, veldig bevisst, for jeg synes *det er så mye hysteri*; ååå det skal være glutenfritt, og så og så mye kalorier og fett og..., jeg orker ikke forholde meg til det!

Hedvig(20H): Jeg er ikke så opptatt av kalorier og parabener og sånt, for jeg *elsker fast food!* (mye latter)

Heidi(23B): Men det gjør jo jeg og!

Hedvig(20H): Jeg spiser ofte, kanskje en gang i uka, hvis ikke to, burgere fra en kebabsjappe eller McDonalds. Det er prima! Jeg elsker bacon cheeseburger!

Heidi(23B): Jeg kan spise cheeseburger, men det ligger i underbevisstheten min – jeg går ikke på McDonalds, det har ingenting med kalorier å gjøre, men jeg vet at burger'n kan ligge to år uten å råtne...

Hedvig(20H): Ikke si sånn a...

Heidi(23B): De har mange tilsetningsstoffer som ikke er så bra. Og det samme gjelder den Brioch-kaken som du kan kjøpe i butikken.

Hedvig(20H): Å, den som er så god! Sånn bolle-kake med vaniljekrem og eggekrem.

Heidi(23B): Kjempagod. Men en venninne av moren min har hatt en sånn liggende på kjøkkenbenken i fem år og den er fortsatt ikke muggen. Det samme gjelder halvfabrikata brød, så det spiser jeg ikke....

7.5 Miljø og mat

Vilde(19H): Jeg tenker ikke på miljø og klima når jeg handler mat, men jeg tenker på hva som er sunt og usunt.

Vega(19H): Jeg tenker også veldig lite miljø når det kommer til mat. Jeg er klar over sprøyting av matvarer og sånt, men jeg handler ikke etter det, på en måte. Jeg tror kanskje det er litt manglende kunnskap rundt akkurat det med miljø og mat.

Vilde(19H): Og det er jo ulike meninger, ikke bare manglende kunnskap. Folk mener forskjellig om det. Det handler om hva du tror på også.

Vår(24B): Jeg sjekker ikke på innhold, ikke om varen inneholder mye sukker eller fett. Men *jeg kan sjekke om grønnsakene er økologiske.*

Vibeke(24B): Jeg synes generelt det er vanskelig. At man ikke vet ordentlig hva det er i maten. Det synes jeg er dumt og vanskelig. Økologisk mat, jeg skjønner enda ikke helt hva det er, i forhold til vanlig mat.

Henrik(21H): Økologisk mat er dyrere enn vanlig mat. Hvis de vil at folk skal kjøpe mer økologisk, bør de gjøre det litt billigere. Vi som har jobbet i matbutikk vet hvor stor prisforskjellen er. Når man handler mye økologisk, så blir det en del penger i lengden.

Vilde(19H): Ja, økologisk er dyrt og jeg har aldri blitt overbevist om at det er så mye bedre, har aldri fått den opplæringen liksom. For meg blir det bare å kjøpe dyrere mat på en måte, når jeg kan få noe like godt og sunt som er billigere.

Vanja(24B): På noen matvarer undersøker jeg hvor de kommer fra. Det er mer politisk, f.eks. kjøper jeg ikke poteter i løsvekt fra Israel. Men jeg har ingen store preferanser for at det skal være norske poteter, altså.

Vår(24B): Tenker ikke over om det er norske varer eller ikke i butikken, men jeg tror det er viktig at vi tar vare på jordbruket vårt, at vi produserer egen mat. Men det blir også litt politisk.

7.6 Klager

Intervjuer: Klager dere hvis matvarene dere har kjøpt er dårlige?

Heidi(23B): Jeg gjør ikke det.

Hedvig(20H): Ikke jeg heller.

Heidi(23B): Jeg har venninner som klager. Ta avokado for eksempel, som ofte er dårlig. Men der og da ser jeg ikke vitsen med å gå tilbake, *gidder ikke* rett og slett, men det er jo kjempedumt.

Hedvig(20H): Jeg tenker likt.

Varg(19H): Jeg er veldig opptatt av å se på dato'en. Det er jeg oppdratt til. Hvis man kjøper melk tar man ikke nødvendigvis den som står forrest, du ser på datoen og at den holder noen dager. Men hvis jeg hadde kjøpt noe som var dårlig, tror jeg nok terskelen for å gå tilbake og klage er litt høyere enn det den burde være. Det er litt tiltak. Jeg har ikke egen bil. Så det er ganske ork å måtte sykle eller gå tilbake til butikken for å klage.

Vidar(19H): Hvis jeg hadde kjøpt dårlig kjøttdeig og skulle lage et måltid, så måtte jeg vel tilbake til butikken uansett, så da ville jeg vel klagd. Men hvis jeg kjøpte den for å ha fremover i tid, så vet jeg ikke... Tror ikke... jeg er ikke den typen som er så veldig glad i å gå og klage på ting. Mange er veldig raske til å klage på mat på restaurant, men det vegrer jeg meg veldig for. Ubehagelig.

Vega(19H): Jeg tror jeg ville klagd. Det spørs litt på prisen jeg hadde betalt. Hadde det vært noe jeg hadde brukt mye penger på, så ville jeg gått tilbake og klagd.

Vilde(19H): Men du bor rett ved butikken...

Vega(19H): Ha, ha, ja, jeg bor rett ved en Kiwi-butikk. Hadde sikkert vært annerledes hvis jeg bodde lenger unna!

Vilde(19H): Jeg vet ikke. Jeg hadde i hvert fall blitt irritert. Jeg hadde kanskje klagd bare av prinsipp. Men jeg vet ikke. Det kommer litt an på hva det er. Om det er et salathode som ikke er så dyrt, vet jeg ikke om jeg hadde klagd. Men det kunne jo hende jeg hadde måttet gå bort og kjøpt nytt uansett, og da hadde jeg sagt fra.

Vår(24B): Jeg klagde en gang sammen med en venninne, tror det var noe kjøtt som hadde gått ut på dato for noen dager siden. Selv om jeg vet at den der 'best før' er litt overdrevet. Men på kjøtt synes jeg det er litt annerledes. Vi fikk byttet.

Vanja(24B): Jeg tror jeg ville klagd hvis jeg fikk dårlig mat i butikken. Jeg har blitt veldig oppmerksom på datoen når jeg kjøper ting, for faren min går ofte i den fella at han kjøper ting som allerede har gått ut på dato.

Veronika(24B): Jeg har klagd! Ikke fordi det var dårlig, men fordi det var for lite kjøtt på pizza'en. Men jeg klagde ikke i butikken. Jeg sendte en mail til produsenten. Og de satte over 150 kr. mer enn pizza'en kostet på konto. Men det skal mer til for å gå tilbake til butikken.

Vibeke(24B): Tror ikke jeg har klagd. Tror ikke jeg har opplevd å ha kjøpt noe som er veldig dårlig heller. Men i samme situasjon som Veronika da, Jeg hadde nok blitt irritert, men vet ikke, tror ikke jeg hadde klagd.

Harald(22B): Vi vil *selvfølgelig* klage. Gjøre butikken oppmerksom på hva som kan bli bedre. Mange som ikke jobber i butikk klager ikke. De klager heller til en annen butikk! Kommer og sier at de har kjøpt et produkt i en annen butikk som var dårlig. De bytter butikk, men sier ikke fra til butikken.

Helge(22B): Sånn oppfatter jeg det også. F.eks. kan folk komme og si at forleden var jeg på Kiwi og fikk en kjempedårlig kylling, så nå kjøper jeg heller kylling hos dere. Men de går ikke og klager til selve butikken der de kjøpte den dårlige kyllingen. Men det hender jo selvfølgelig at det kan klages direkte til butikken også, og det setter vi helt klart pris på.

Harald(22B): Ja. Det er jo vår feil hvis vi ikke klarer å holde styr på f eks. datomerkingen eller kvaliteten på maten. Der jeg jobber får kunden alltid en ny vare + en tilleggs-vare. For at kunden skal bli fornøyd.

Helge(22B): Så de kommer til bake neste gang. Det viktigste er å få kunden tilbake i butikken, for da kan vi omsette for mer penger. Så enkelt er det.

Henrik(21H): Ja.

Hugo(21H): Det kommer helt an på hva det er. Det skjedde en gang da vi kjøpte posesaus, at posen faktisk var helt tom! Da sendte vi den tilbake til Toro og fikk tilsendt masse Toro-varer, faktisk.

Hugo(21H): Og jeg har kjøpt Cola med plastikkpose inni Cola'n. Den leverte vi tilbake til butikken, og da fikk vi bare en ny en.

Hugo(21H): Det er veldig greit sånn, er det noe feil får man nytt eller pengene tilbake. Det er policy'en. Men man må jo huske på om det er noe butikken kunne gjort, eller om produsenten har gjort noe feil. For eksempel i ferskvarematen, det er særlig i ferskvare disken at ansatte i butikken kan gjøre feil. Da er det i hvert fall greit å klage til butikken.

8 Markedet for klær, sko og sportsutstyr

Hovedspørsmålet til markedet for klær og sko var:

- **Hvordan er det å handle sko, klær og sportsutstyr, er det lett eller vanskelig?**

I tillegg er dette kapittelet basert på informantenes refleksjoner rundt spørsmålet som innledet intervjuet:

- **Først; Tenk dere at dere skal kjøpe ny vinterjakke. Er det da sånn at dere ikke gir dere før dere finner den fineste jakka til den beste prisen, at dere leter rundt og sammenlikner jakker i flere forskjellige butikker og kanskje på nettet, før dere velger, eller; er det sånn at når dere finner en jakke som er helt OK, så kjøper dere den? Eller kanskje kjøper dere den jakken vennene synes er fin?**

Men først spørsmålet om dette er et lett eller vanskelig marked å handle i:

8.1 Valg og vaner

Vilde(19H): Det er vanskelig, fordi veldig mye av det jeg ser er dyrt. Det kan være skummelt å kjøpe. *Redd for å angre.* Det er veldig ofte at jeg går og titter, men så tør jeg liksom ikke kjøpe det.

Vega(19H): Enig. Men det blir sjeldnere og sjeldnere at jeg tar meg tid til å gå rundt i butikker for å handle klær. Fordi det er litt *ork å handle på kjøpesentre* og i byen. Jeg synes det kan bli litt, ja *stressende, kjedelig.* Jeg gjorde det litt mer før.

Vilde(19H): Jeg kan gå på shoppingtur, men ofte kommer jeg hjem uten å ha kjøpt noe.

Vega(19H): Ja, tomhendt. Og da er du ofte skuffet og sliten etter å ha gått lenge og lett, og så komme tomhendt hjem. Det er liksom ikke så gøy. Så hvis jeg går i byen for å handle, så er det ofte fordi jeg *har sett meg ut noe på forhånd.* Og da er det gøy å få tak i den tingen. Først sjekker jeg vanligvis nettbutikkene, og hvis jeg finner noe, går jeg for å se det fysisk, at det passer, at de er like fine som på bildet, og såne ting. Men å gå for å kikke og prøve å finne noe, det er det sjeldent jeg gjør.

Vilde(19H): Jeg pleier ikke se meg ut noe på forhånd. Tror det er litt sånn om jeg er i *kjøpehumør*, eller ikke. Ofte kan jeg se noe i butikken og tenke; 'den var fin, men jeg vil ikke bruke så mye penger'. *Redd for å finne noe annet, noe finere en uke senere.* Men så går det kanskje en uke, og så tenker jeg at jeg *må ha* den genseren, og da går tilbake og kjøper den.

Vega(19H): Ja, det er veldig ofte sånn, at du har sett på en ting, og hvis du går lenge med følelsen av at, *oj, den skulle jeg kjøpt.* Da skjønner du at den er verdt å kjøpe.

Vilde(19H): Det er sånn regel.

8.2 Valg av ny vinterjakke

Intervjuer: Først; Tenk dere at dere skal kjøpe ny vinterjakke. Er det da sånn at dere ikke gir dere før dere finner den fineste jakka til den beste prisen, at dere leter rundt og sammenlikner jakker i flere forskjellige butikker og kanskje på nettet, før dere velger, eller; er det sånn at når dere finner en jakke som er helt OK, så kjøper dere den? Eller kanskje kjøper dere den jakken vennene synes er fin?

Vanja(24B): Jeg finner noe tilfeldig, som jeg synes er OK, jeg planlegger ikke så mye. Veldig sjeldent.

Vår(24B): Jeg må nok si meg litt enig i det. Aller helst hadde jeg kanskje ønsket meg jakken til jul. Fra foreldrene mine for eksempel. Hvis jeg hadde funnet en jakke som hadde kostet en del, så hadde jeg ønsket meg den. Ellers så hadde jeg nok kanskje kjøpt den brukt også. Jeg har gjort det før.

Veronika(24B): Jeg pleier sjekke på nettet først, bare for å få en oversikt. Men noen ganger kan det være litt impulsstyrt når jeg er i butikken. Hvis jeg ser en fin jakka kan jeg tenke at *den vil jeg ha*. Jeg har ingen fast måte... Men det kommer an på *når i måneden* det er da, om jeg kan kjøpe på impuls eller ikke.

Vibeke(24B): Jeg vil si at jeg prøver å *sammenlikne priser*, hvis det er dyrt da. Hvis det er snakk om en dyr jakke, som fort svir litt å kjøpe, så vil jeg finne den beste prisen. Hvis den ikke er så spesielt dyr, så gidder jeg ikke sjekke. Er den dyr vil jeg bruke mer tid. Men jeg bryr meg ikke om hva vennene mine og folk rundt meg synes er fint. Finner jeg en jakke til en tusenlapp, kan jeg gjerne kjøpe den, i stedet for den til fem tusen.

Varg(19H): Når jeg kjøper sånne plagg er jeg opptatt av at det skal vare lenge og at det er *god kvalitet*. En vinterjakke kan bli veldig dyrt. Har ikke hatt behov for å kjøpe en Canada Goose som fort koster syv tusen kroner. Jeg har ikke kjøpt ny vinterjakke på lenge. Kjøpte en på lagersalg for lenge siden, som har funket greit, og den er ganske klassisk og har holdt seg fint. Men hadde jeg trengt en ny jakke nå, så ville jeg vel prøvd å finne en som var fin, som kom til å holde lenge, prøvd finne ut hvor den var til best pris, og hvis jeg ikke trenger den med en gang – kan jeg jo dra på januar-salget eller vente til sesongen er over. Ville jeg tenkt da, for jakker er dyrt, spesielt vinterjakker. Hvis den skal være varm og god er det gjerne dun, og det blir fort dyrt. De billigste produsentene lager ikke sånne jakker. Men jeg sier ikke at jakken må koste syv tusen akkurat, men den vil nok koste tre tusen eller noe sånt, på tilbud til femti prosent.

Vibeke(24B): En vinterjakke koster i hvert fall sikkert tre tusen.

Veronika(24B): Ja, rundt tre. Jeg ville ikke betalt så mye mer enn det for en vinterjakke.

Vidar(19H): Jeg kjøpte en ny vinterjakke forrige vinter. Da var det en god stund siden jeg hadde kjøpt ny. Og jeg kjøpte ikke den jakken som mange andre har, for jeg synes ikke Canada Goose er så..... Jeg synes ikke Canada Goose jakkene er verdt pengene. Jeg tror merket gjør jakken veldig mye dyrere. Jeg kjøpte ikke en billig jakke. Det gjorde jeg ikke. Men den holder jo en stund. Det er ikke så mange butikker som fører det merket, så jeg tror ikke det er særlig forskjell på prisen. Jeg er glad i fine klær og liker god kvalitet, men for meg er det *kult med noe litt mer unikt* da, ikke at jeg absolutt skal være så annerledes enn alle andre. Noen er sånn som går rett inn i butikken og kjøper en jakke. Men jeg er mer sånn som går rundt, og det kan gjerne bli *et lite prosjekt* da, å finne en jakke (ler). Det ender opp med å ta litt tid.

Vega(19H): Jeg bruker ikke så mye tid på det, det er egentlig litt *tilfeldig* hvordan jeg finner den, kanskje jeg har sett den i et magasin, *kanskje jeg har sett den på gata*, kanskje en venninne har den, det blir litt tilfeldig, ikke noe jeg setter meg ned og leter etter lenge. Hadde jeg gått ut i butikker for å se etter jakke, ville jeg se etter den som er best på både pris og kvalitet, og den jeg synes var fin selvfølgelig. Men deiligere å *søke på nettet*, synes jeg.

Vilde(19H): Hvis det er en jakke eller veske eller noe, så vet jeg ofte hva jeg vil ha. Jeg vet ikke hvor jeg har sett den, det kan være tilfeldig, men jeg pleier sjeldent gå rundt å lete etter en ny jakke. *Sjekker vel ikke så mye priser, bare kjøper.*

Henrik(21H): Jeg kan handle både i butikk og på nett. Hvis jeg synes jakken er fin, så kjøper jeg det *jeg* vil ha. Jeg har kanskje litt i bakhode hva andre tenker, men det er ikke noe jeg tenker bevisst over. *Ser ikke så mye på pris* egentlig. Det kommer an på *hvor mye penger jeg har på kontoen.*

Hugo(21H): *Finner jeg en dyr jakke jeg har lyst på, så kjøper jeg den. Hvis jeg ikke har penger, venter jeg til jeg har penger.* Først går jeg på *nettet* og ser på jakker der. På sidene jeg pleier handle klær. Pris er egentlig ikke så farlig, hvis jeg har penger så kjøper jeg. Gidder ikke kjøpe noe jeg ikke blir fornøyd med, og vite at hadde jeg ventet, si en måned, så hadde jeg hatt en jakke jeg hadde vært fornøyd med alltid. Jeg kan vel betale opp til ca. fem tusen.

Henrik(21H): Tror det er max grensen for meg også. Fem tusen, over det syns jeg blir dyrt.

Hugo(21H): Den skal ikke være så dyr at man blir redd for å bruke jakken. Det er jo ikke noe særlig.

Heidi(23B): Jeg *leter ganske mye på nettet.* Ser hvor jeg kan kjøpe jakken *billigst mulig.* Har gjerne et bilde av hvordan jakken skal se ut, ikke samme jakke som en i vennegjengen har, men noe jeg kanskje har sett i et blad eller på gata. Jeg vet omtrent hvordan jakken skal se ut. Pris betyr litt. En ordentlig fin vinterjakke kan koste 2000 kroner, men da må jeg bruke den neste år også. Føler jeg selv, da.

Hedvig(20H): Jeg leter ikke på nettet, men jeg har også som regel et bilde av hvordan jakken jeg vil ha skal se ut. Og den skal være ganske fin. *Som regel er de ganske dyre* – opp til 8000 kan jeg betale, men det svir. Jeg kjøper ikke ny jakke hver vinter, bruker gjerne jakken i flere år. Jeg er dårlig til å sammenligne priser. *Pleier si; ååå den var fin, den vil jeg ha, og kjøper den. Og da går det fort!*

Helge(22B): Jeg kjøper den jakka jeg synes er fin. Og tenker ikke på alle andre. *Sjekker svært lite priser.*

Harald(22B): jeg *sjekker på nett.* Hvis jeg står i en butikk og har lyst på en jakke, som koster la oss si tre tusen, så går jeg på nettet og sjekker nettpriiser i andre butikker. Hvis det er nogenlunde lik pris kjøper jeg jakken. *Hvis det er tre fire hundre kroner billigere på nett, men jeg står i butikken og kan få jakken med en gang, så tenker jeg at det er ingen vits i å vente, så ferdig med det.*

8.3 Klager

Intervjuer: Hvis dere har handlet klær og etterpå oppdager mangler eller feil, klager dere?

Helge(22B): Ja, ja.

Harald(22B): Uten tvil.

Helge(22B): Så mye penger har vi ikke, at vi kan la være å klage.

Veronika(24B): Tja, da må man ta seg tid til å klage. Hvis man kjøper et matprodukt, eller har vært på en restaurant hvor du har fått dårlig service, så kan du sende en mail i ettertid. Men med et klesplagg... jeg har oppdaget at det har vært hull i det jeg har kjøpt, men da tenker jeg at jeg ikke orker gå til bake til butikken og ta den prosessen. Så da skal det litt mer til enn å klage på andre ting.

Vibeke(24B): Jeg tror kanskje jeg hadde klagd hvis jeg hadde kjøpt noe med hull i. Da hadde jeg gått tilbake. Men selvfølgelig, det hadde jo vært litt sånn; ahh, nå må jeg gå tilbake. Men jeg tror jeg hadde gjort det, jo det hadde jeg gjort.

Henrik(21H): Ja, for det er jo ofte dyrt utstyr. Og da har vi garanti og reklamasjonsrett. Jeg kjøpte en gang et par fotballsko som ble for trange rundt vristen. De leverte jeg tilbake og fikk tilbake pengene. Da hadde jeg til og med brukt dem på én trening. Skoen revna, jeg har ganske bred vrist og splitta hele skoen, som åpnet seg midt over vristen. Da fikk jeg nye sko.

9 IKT/elektronikk markedet

Dette er markedene som ofte mestres bedre av de unge enn de eldre. Innledningsspørsmålet lød:

- **Hvordan synes dere det er å handle elektronikk, kan det være vanskelig?**

9.1 Valg og vaner

Harald(22B): Nei.

Helge(22B): Ikke vanskeligere enn andre ting synes jeg.

Henrik(21H): Jo, hvis du ikke er veldig inne i det, er det veldig lett å bli lurt. Elektronikken har jo utviklet seg så mye gjennom de siste ti årene. Den PC'n jeg kjøpte for konfirmasjonspengene, når jeg var femten var det vel, kostet tolv tusen. Men jeg tror ikke den gikk i mer enn to tre år, så var den ikke verd mer enn fire-fem tusen.

Vibeke(24B): Jeg har ikke så mye peiling. For meg er det kanskje litt vanskelig.

Veronika(24B): Ja, i hvert fall hvis man skal kjøpe PC og sånt. Selv om jeg burde kunne det, så vet jeg ikke noe om gigabyte og alt det tekniske.

Vibeke(24B): Nei, samme med meg.

Heidi(23B): Det er helt umulig. Jeg kjøper den PC'n andre sier er bra. Jeg skjønner ingen ting av det.

Hedvig(20H): Jeg har mye av det samme. Jeg orker ikke sette meg inn i alt det. Jeg tar bare en som er rimelig. Som fungerer til det jeg trenger. Jeg bruker ikke PC så mye.

Vår(24B): Jeg synes elektronikk er vanskelig. Jeg er ikke noe god på det.

Vanja(24B): Nikker og er enig.

Veronika(24B): De tekniske spesifikasjonene sier meg ingen ting. Når jeg kjøpte den PC'n jeg har nå, gikk jeg bare til butikken og sa – jeg har så og så mye penger jeg vil bruke, og PC'n må holde i tre år. Hva kan jeg få for det?

Heidi(23B): Eller litt sånn; hvis den *ser* pen ut, så da, ja da tar jeg den. Hvis ingen stopper meg!

9.2 Valg av mobiltelefon

Intervjuer: Når dere skal handle ny mobiltelefon, er det da sånn at dere sjekker alle mobiltyper og priser før dere handler, eller bruker dere ikke så mye tid på det, men finner en mobil som er OK og kjøper den? Eller kjøper dere den mobilen som vennene synes er best?

Vår(24B): Da hadde jeg kanskje gått for det siste; kjøpt iphone. Den er det mange som har.

Vanja(24B): Jeg også. Først tar jeg utgangspunkt i at jeg ønsker meg en iphone, og så kan jeg gjøre research, se hvor jeg kan få den billigst. Det ville jeg gjort.

Vibeke(24B): Jeg er ikke sånn som må kjøpe det beste, nyeste hele tiden. Jeg vil bare ha en bra mobiltelefon. Eller altså, jeg har iphone, og har hatt iphone lenge, og det er sikkert litt påvirket av at *alle rundt meg har det*. Den er jo ganske dyr. Jeg kan finne mye billigere telefoner som sikkert har de samme funksjonene, men det har bare blitt en sånn greie for meg at jeg ikke vil ha noe annet.

Intervjuer: Hvorfor vil du ikke ha noe annet?

Vibeke(24B): Jeg tror det har noe med at jeg har blitt så *vant til å bruke den*. Den er veldig enkel og grei. Men også sikkert litt fordi – alle har det liksom. Det er bare blitt *en sånn greie*.

Intervjuer: Er ikke det litt rart?

Vibeke(24B): Jo, egentlig (ler). Det finnes jo andre merker, men mange rundt meg har iphone, så det har bare blitt sånn; ja, iphone skal jeg bare ha, det er bare ikke snakk om noe annet!

Vilde(19H): Jeg har på en måte hengt meg opp i iphone, så nå har jeg sluttet å sjekke noe annet. Kjøper bare iphone.

Vega(19H): Det blir sånn for meg og. Det er liksom iphone man kjøper.

Helge(22B): En tid tilbake fant jeg telefonen jeg har lyst på, iphone6. Når jeg hadde spart opp nok penger var det bare å kjøpe telefonen.

Harald(22B): Jeg har iphone6, ja. Det er fordi telefonen er bra, også er det litt fordi at alle andre har det tenker jeg.

Henrik(21H): Har iphone, ja.

Hugo(21H): Jeg fikk iphone av jobben

Veronika(24B): Jeg er ikke så opptatt av mobil – og er ikke interessert i å bruke så mye penger på det. Jeg vil bare ha en smarttelefon, det er det som er viktig for meg. For å kunne gå på nett og for få tilgang på alle disse app-ene. Jeg hadde en Samsung i et par år, så ble den ødelagt, og nå har jeg lånt en gammel iphone4 av en venninne.

Planen er at jeg skal kjøpe meg ny, og da vil jeg ha iphone, for det har alle, og der merker jeg at jeg er påvirket av vennene mine rundt meg. Alle har iphone og snakker om de og de app'ene som er så bra, og da merker jeg at ja, jeg vil også ha iphone. Men jeg tenker at iphone4 holder for meg.

Intervjuer: Det er jo litt interessant at 'alle' skal ha iphone?

Vibeke(24B): Ja, veldig, for det er jo egentlig ikke det beste på markedet. Det finnes bedre, men det har bare blitt sånn, det er et veldig sterkt merke da.

Varg(19H): Klart Apple er griseflinke til å markedsføre seg. Det er en grunn til at de er såpass store med så få produkter. Men det jeg mener de har, og det er nettopp det de reklamerer for; de er ganske unike i at de har et veldig *godt design* som er veldig stilrent, selv om en Samsung telefon, den beste telefonen, sikkert koster like mye som iphone, så synes jeg fortsatt den ser ut som om den har mye dårligere kvalitet. Den har plastikk detaljer. Jeg synes generelt at Apples produkter, iphone og Mac er mer behagelige.

Vega(19H): Jeg opplever at iphone er en veldig, veldig bra telefon. Den som har mest, innen teknologi og app'er. Men det er jo noen som har Android telefoner, konkurrentene.

Vilde(19H): De er sikkert like bra. Men jeg har hengt meg opp i oppsettet på iphone, hvordan alt fungerer, det er så enkelt.

Vega(19H): Umm.

Henrik(21H): Noen skal alltid ha det nyeste, selv om det ikke er så mange nye funksjoner.

Vidar(19H): Ja, noen skal alltid ha det nyeste innen mobiler. Da jeg var yngre var det kult å ha det nyeste. Og nå som jeg skal kjøpe ny mobil er det litt vanskelig å ikke kjøpe det nyeste. Jeg kunne jo selvfølgelig kjøpt en gammel Nokia, men nå har jo teknologien utviklet seg...

Varg(19H): Akkurat som Vidar var jeg opptatt av å ha en kul mobil på barne- og ungdomsskolen, hadde Nokia. Da var alle mobilene mer forskjellige, hver eneste mobil hadde litt ulike kvaliteter. Men nå er jo stort sett alle sammen veldig like. Så det er litt mer hva man liker. Har hatt iphone lenge og er veldig fornøyd med brukervennligheten, og design og alt sånt, så jeg har ikke sett noe behov for å prøve meg på noe annet, Samsung eller noe sånt da. Selv om det visstnok er enda bedre. Pappa er veldig opptatt av nye teknologiske duppeditter. Og han er veldig glad i Apple-produkter. Så jeg er helt klart påvirket av pappa.

Heidi(23B): Nå har jeg Sony. Har faktisk hatt iphone helt til nå, men ville jeg prøve noe annet. Det var så dårlig batteri på iphonen, men det er ikke noe bedre på Sony. Neste gang kjøper jeg iphone igjen.

Hedvig(20H): Jeg har Iphone6. Mest fordi jeg liker iphone, de er mye lettere, de er penere. Det er litt overfladisk da. Men det er rett og slett bedre telefoner, hvis du behandler dem riktig da, det er jeg ganske dårlig på.

Vidar(19H): Jeg er uten telefon nå jeg. Det er litt vanskelig. Jeg hadde iphone4S som begynte å bli ganske gammel. Hvis den hadde vart til jul, så hadde den blitt fire år. Jeg liker iphone, så det blir nok det. Jeg har prøvd andre modeller også, Samsung er grei å bruke. Men det blir jo fort dyrt med Samsung også.

Heidi(23B): Jeg vil ikke si at iphone er den *beste* telefonen. Det er mye som plutselig går galt med den, som ikke går galt på andre telefoner.

Hedvig(20H): Det er ingenting som slår gamle Nokia med fargeskjerm!

Heidi(23B): Nei, nemlig!

Hedvig(20H): Før hadde jeg alltid Nokia. Den første med fargeskjerm hadde jeg i mange år. Så var det Eriksson. Etter det byttet jeg til en Sony Experia, men den var så dårlig at jeg gikk over til iphone, som jeg har hatt i mange år nå, og som jeg er veldig fornøyd med. Jeg kommer nok til å holde meg til iphone, men det er mange andre telefoner som er mye bedre.

Intervjuer: Jeg har forundret meg veldig over at omtrent alle unge voksne har iphone, hvorfor?

Hugo(21H): Fordi iphone er mest populært. Fordi alle har den er det på en måte lettere å kjøpe den, for da vet man at den er bra.

Henrik(21H): Jeg har hatt andre telefoner også, men etter at jeg begynte å kjøpe iphone har jeg fortsatt med det. Den er mer brukervennlig. Hvis du skal ha en ny telefon tar det bare to minutter å legge over kontakter fra den gamle til den nye telefonen.

Hugo(21H): Også er det jo det at alt som blir laget, det tilpasses iphone. Du ser det også med biler, de lager egne iphone uttak og dokking'er. Det er litt mer begrenset for Android.

Henrik(21H): Iphone er vel litt foran Android, og Windows er lengst bak, helt bak mål, i forhold til iphone.

Hugo(21H): Det er sånn, enten er du iphone, eller så er du android.

9.3 Pris og abonnement

Intervjuer: Det er ulike måter å kjøpe mobiltelefon på; gjennom *abonnementsavtaler* – dvs. avbetalingsavtaler med binding av abonnementet - eller *betale hele mobilen med en gang*. Har dere tenkt over hva de ulike måtene å kjøpe mobil på koster?

Hugo(21H): Spiller ingen rolle for meg, for jeg får telefon dekket av jobben.

Harald(22B): Jeg tenker naturligvis pris. Hva som blir billigst for meg. Prøver å presse prisen lengst mulig ned. Jeg vil ha det beste, men selvfølgelig også billigst. Det er jo akkurat det. Så da går jeg på Elkjøp og spør om pris, så får jeg en bra pris der, så går jeg på Expert og kanskje jeg får det enda billigere der.

Helge(22B): Jeg sjekker på nettet, sjekker Expert, Elkjøp, Lefdal, alle typer butikker. Så vet jeg at det billigste er å betale hele telefonen med en gang. Hele summen. Ikke gå på et abonnement som du må betale på i flere måneder. Da blir det generelt mye dyrere.

Vega(19H): Jeg pleier ikke lete etter priser og tilbud og pakker osv. Jeg synes det er vanskelig med bredbånd, tilbud og alle pakkene. Plutselig binder de deg, du har sånn bindingstid, det er så innviklet. Så jeg kjøper rett og slett bare telefonen hos Apple og beholder det gamle abonnementet. Det er trygt – da vet jeg at jeg får det jeg leter etter.

Vilde(19H): Jeg bestiller på Apple sine sider. Men jeg burde kanskje sjekket mer. Jeg har ikke regnet på det. Men selv om det ser billig ut, føler jeg at man kan bli lurt hvis man kjøper mobil med abonnement og må betale så og så mye mer i måneden. Det er bedre å kjøpe mobilen uten abonnement.

Vega(19H): Ja, uten abonnement. Kjenner noen som har blitt lurt. At de har vanskelige abonnemeter, vanskelig å få byttet osv.

Vanja(24B): Jeg har hørt fra andre, familiemedlemmer for eksempel, at det er best å kjøpe uten bindingstid, og så finne et billig abonnement.

Henrik(21H): Jeg kjøper ut hele telefonen med en gang, ingen bindingstid. Jeg har som regel fire, fem tusen på konto så jeg kan betale ut hele telefonen. Hver gang jeg har kjøpt ny telefon, har jeg fortsatt med abonnementet jeg har, fordi jeg er fornøyd med det. Det er en bedre deal, kjøper man hele telefonen sparer man omtrent tre tusen kroner. Det er ganske mye.

Heidi(23B): Jeg kjøper telefon og abonnement samtidig. Så jeg slipper å betale alt på en gang, men over ett år. Telefonen holder ikke lenger enn ca to år. Ja, jeg fortsetter å bruke leverandøren selv om bindingstiden har gått ut. Jeg vet det ville vært billigere å skifte leverandør. Men jeg har liksom alltid gjort det sånn, vet ikke helt hvorfor.

Harald(22B): Jeg avbetaler også hver måned.

Helge(22B): Jeg har en iphone6 som jeg betalte nesten syv tusen kroner for, også betaler jeg 199 kroner for abonnementet i måneden.

Vidar(19H): Jeg har sjekket på nettet, på 'prisjakt' osv., sammenliknet forskjellige butikker. Men det er ganske marginale forskjeller. Håpet var egentlig- nå er 6S blitt lansert, og vanligvis blir prisene lavere på de tidligere modellen da, så håpet var å dra litt nytte av det. Synes ikke det er noe vits med den siste. Det er gjort noen oppgraderinger til en ekstra tusenlapp, men det synes jeg ikke det er verdt.

Varg(19H): Jeg hadde min 4S veldig lenge, ikke like lenge som Vidar, men i tre år omtrent. Fikk den til sekstenårs bursdagen. Etter tre år begynte min 4S å bli veldig sliten, klarte ikke koble seg til Wi-fi, og det ble dyrt med 3G og sånt. Det er begrenset hvor lenge disse produktene varer. De lager dem jo for at folk skal kjøpe nye. Når det

kommer nye operativsystemer blir de gamle fort dårlige. Så, da kjøpte jeg ny – presang fra foreldrene mine til 19 års dagen kombinert med jul - iphone6.

9.4 Mobilregningen

Hedvig(20H): Der har jeg faktisk gått på en smell!

Heidi(23B): Skummelt det der. Hvis du glemmer en faktura går det rett til inkasso.

Hedvig(20H): Men det var ikke mine fakturaer skjønner du. Jeg har tre mobilabbonnementer i mitt navn, men bare ett som jeg bruker. Fordi jeg hadde en kjæreste, og x-kjæresten min er ikke kredittverdig; derfor hadde han et mobilabonnement på meg. Så ville han ha ny telefon, det var jo greit nok, for da tok bare moren hans over det første abonnementet – for hun er heller ikke kredittverdig, pga. han. Ja. Da ble det enda et nytt abonnement i mitt navn. Så ble det jo slutt med kjæresten da, og han betalte ikke mobilregningen på tre måneder, men det visste ikke jeg. Før jeg plutselig fikk masse inkassovarsler, og en gjeld på tre tusen. Jeg orket ikke krangle mer med han og betalte regningen. Jeg var lærling og hadde fast inntekt, og orket ikke krangle mer, så da betalte jeg. (Intervjuer: stengte du det nummeret da?) Nei, for da tok stefaren min, samboeren til moren min, over det abonnementet, og han betaler hver måned. Og moren til x'en – det har gått noen inkassovarsler der også – nå skal hun flytte (Intervjuer: Du må ta tilbake det abonnementet. Stenge det). Ja, det er jo ikke noe kult, hvis jeg plutselig ikke ble kredittverdig pga. dette.

Heidi(23B): Da får du ikke engang kjøpt deg bil! Eller leilighet!

9.5 PC eller Mac?

Intervjuer: Har dere PC eller Mac?

Vanja(24B): I går, tror jeg det var, skulle jeg inn på en forelesning, og når jeg sto i døren, ser jeg at *alle* sitter der med en Mac – alle hadde den samme eple-logo'en. Ingen hadde PC. Jeg har også Mac, tidligere hadde jeg en Dell, men den bråket så innmari, så jeg kunne ikke sitte med den på lesesalen. Den forstyrret fælt.

Vår(24B): Jeg har ikke Mac. Jeg har jo både iphone og ipad, det er noe jeg er vant til, men jeg ble anbefalt PC'n jeg har nå av en venninne, som også har den. Hun sa den var fin å bruke. Jeg tenker ikke over at jeg skiller meg fra alle de andre som har Mac. Jeg har vurdert å kjøpe Mac, det har jeg, flere ganger. Vet ikke hvorfor jeg ikke har kjøpt, den er jo litt dyrere, men nå endte jo min opp som ganske dyr også, med diverse installasjoner. Kanskje ligger det noe i at jeg ikke vil ha det alle andre har.

Vibeke(24B): Ja, jeg har Mac, og jeg har Ipad og Iphone. Så jeg er helt der ja.

Veronika(24B): Jeg har en ipad, men en Samsung PC. Det var han i butikken som sa at det var en god PC, så da stolte jeg på det, he, he? Men jeg hadde Mac når jeg gikk på videregående. Og var jo veldig fornøyd med det. Men jeg føler ikke jeg kan ta meg råd til å bruke ti tusen på en Mac når jeg er student og ikke skal bruke den til noe annet enn en PC. Hvis jeg hadde holdt på med redigering og trengte den type programmer, så hadde jeg kanskje vurdert en Mac. Jeg hadde ikke sagt nei til en Mac hvis jeg hadde fått den, men nei, det er bare ikke en pris jeg er villig til å betale nå. Samsung'en fungerer til mitt behov. Jeg gjør jo ikke noe komplisert.

Vibeke(24B): Det er som Veronika sier, jeg hadde heller ikke trengt en Mac. Jeg hadde klart meg med en annen, for jeg bruker den ikke til alt den kan brukes til. Men jeg bare,

jeg *liker* Mac. Og hvorfor? Sikkert fordi veldig mange rundt meg har det. Jeg synes Apple er kult. Et kult merke. Jeg liker det. Det er også strategien deres; hvis du har en iphone, så vil du kanskje ha en ipad, og så vil du ha en Mac. Folk liker ofte å ha hele serien – tror det har noe med det å gjøre. Da jeg hadde fått ipad, så ville jeg ha Mac, for da har jeg alt, men man *trenger* det jo ikke. Apple har veldig lojale kunder. Ikke sant.

Harald(22B): Jeg har Mac.

Helge(22B): Mac, jeg har fått den på jobben. Ofte er ikke sjefen på jobb, da er det mitt ansvar å gi de ansatte lønn, og det kan jeg gjøre fra Macbook'en. Det er derfor jeg har Mac, ellers hadde jeg ikke kjøpt Mac. Det synes jeg er for dyrt. Unødvendige penger. En Macbook koster en tolv tusen kroner, du kan få en *veldig* fin bærbar PC til den prisen. Du betaler for merket.

Begge: Ja, Mac er dyrere.

Vidar(19H): Jeg har Mac. Det blir noe annet enn iphone. For med iphone vil konkurrentenes produkter være omtrent like dyre. I PC-verdenen får du ekstremt mye mer for pengene hvis du kjøper noe som ikke er Mac. (Intervjuer: Hvorfor kjøper du Mac da?) Ja det var det da. Det er noe med designet, eh nei, vanskelig å si egentlig. Det kan nok fort være markedsføring, og selvfølgelig at *alle* synes Mac er mye bedre og mye kulere og alt det der, og at alle vennene har det. Det er nok en kombinasjon av alt. De som kan mye om det, sverger som regel til PC. Det er noe rart der. Ikke at jeg blir ekstremt fristet av reklame, jeg tror ikke det er sånn. Det er ikke sånn at jeg ville følt meg teit med en PC heller. Det er på en måte en slags underbevissthet.... Nå jobber jeg i skolen og der bruker lærerne PC. Jeg har ikke fått min egen, men får låne. De PC'ne er betydelig billigere, men generelt sett så er pekeflaten i veldig mye dårligere kvalitet, man merker at den er mye tregere og ikke like responsiv, det er veldig irriterende.

Varg(19H): Den forrige PC-n min var ikke Mac. Det var en Acer, ca samme størrelse som en Mac. Den funket helt fint. Jeg kjøpte den fordi den var billigere enn Mac. Og var egentlig veldig fornøyd med den. Men den ble jo fortere ødelagt. Hengslene begynte å falle fra hverandre og skjermen ville ikke holde seg i posisjon. Så generelt sett varer Mac'er lenger. Man har den i ganske mange år. Veldig mange av vennene mine har Mac som de har hatt veldig lenge. Og det kommer sjelden nye modeller, fordi det bare er ett merke, og da tar det lenger tid før de blir utdaterte. Mens med PC'er kommer det jo nye hele tiden.

Vilde(19H): Jeg har på en måte hengt meg opp i Mac. Apple. Jeg vet ikke hvorfor, men det er jo et helt annet system, som du bare har blitt vant til. Design og, ja. Du vet hva du får. Mac er ofte veldig mye dyrere. Kunne sikkert spart fem tusen på å kjøpe en annen PC, men da vet jeg ikke hva jeg får. Vet ikke om jeg klarer å forstå forskjellene mellom PC'ene godt nok.

Vega(19H): Det er Mac som gjelder.

Vilde(19H): Alle vennene våre har det faktisk.

Vega(19H): Ja. Det er ikke noe vi tenker så mye over. Jeg vet ikke om vi hadde reagert på en som ikke hadde Mac? Nei. Broren min har en Toshiba eller et eller annet. Mens jeg har hatt Mac. Han har hatt sin i to år, mens jeg har klart å ha min i snart fem. Og han har fått ny i mellomtiden. Som også har kortsluttet før min. Så jeg tror Mac er fysisk mye bedre.

Vilde(19H): *Mac er nesten som et klesplagg.* Mac'en sier nesten litt om deg, eller kan gjøre det, hvis du skjønner. Alle – nesten alle på skolen – hadde Mac og iphone.

Intervjuer: Men hva sier det om en person at du har en Mac, i forhold til en PC?

Vilde(19H): Det sier vel bare at man er opptatt av å se lik ut som alle andre. Jeg vet ikke jeg. Jeg vet ikke om folk tenker over at den er dyrere. Jeg vet ikke hvor mye dyrere den er heller. Det er status å ha Mac, kanskje?

Heidi(23B): Jeg har Mac, men den kjøpte jeg for fem år siden. Skulle ønske at jeg hadde kjøpt vanlig PC. Jeg synes jeg betalte ni tusen for hvordan den ser ut, og tusen for at den fungerer. Hadde aldri kjøpt Mac en gang til.

Hedvig(20H): Nå har jeg har en Asus. Men jeg har alltid vært glad i Mac – fordi jeg liker Apple produkter. Men jeg har aldri kjøpt meg Mac. Brukte lenge min gamle skole-PC, som jeg fikk for fire fem år siden, helt til den gikk dukken da. Så kjøpte jeg ny, nå. Jeg liker ikke oppsettet på Mac. Vanskelig å forstå, da velger jeg heller PC.

9.6 Digital kompetanse og nettvett

Intervjuer: Hvor god digital kompetanse vil dere si at dere har?

Helge(22B) og Harald(22B): Vi har god digital kompetanse (fagbrev fra elektro)

Vilde(19H): Middels pluss kanskje?

Vega(19H): Hvis vi regner med alle aldersgrupper så tror jeg vi er veldig gode.

Intervjuer: Er dere mye på nett?

Vår(24B): Hele tiden.

Vanja(24B): Ja

Heidi(23B) og Hedvig(20H): Ja.

Vilde(19H): Ja.

Vega(19H): Ja, sjekker Facebook. For der har man ofte grupper hvor man snakker med venner, avtaler ting osv. også er det mye Instagram. Se hva andre legger ut av bilder og 'likes'. Det er vel det jeg bruker mest tid på selv. Særlig SnapChat. Kommuniserer med venner med bilder og små beskjeder.

Vilde(19H): Ja, og nettaviser. Men hovedsakelig Instagram og Facebook og Snapschat.

Vår(24B): Jeg skriver ikke så mye, men jeg legger ut bilder på Instagram eller Facebook.

Harald(22B): Ja, jeg er på sosiale medier og tilgjengelig hele tiden. Man er jo det! Man har det jo på telefonen. Hver gang det skjer noe tigger det opp et varsel – og så blir det en sånn automatikk – hver gang man har pause, eller har litt tid til overs, opp med mobilen.

Helge(22B): Ikke jeg. Jeg er ikke på Facebook, ikke Snap-chat, ikke Instagram. Og det er helt bevisst. Jeg føler det *tar for mye tid*. Det blir mye sitting med telefonen, at man ikke kan kommunisere med folk. Og at man kan gjøre noe mer fornuftig, trene for eksempel, være ute. I stedet for å drive med telefonen. Sånn føler jeg det i hvert fall. Jeg ser på jobben, de er avhengig av telefonen støtt.

Harald(22B): Men det er litt forskjell da. Når man jobber, så jobber man, og når man har litt fri så...

Helge(22B): Men for eksempel, hvis jeg er på besøk hjemme, så er det mange som tar opp telefonen og bare sitter der med Facebook. Det synes jeg er *uhøflig*.

Harald(22B): Ja det er jo det...men jeg tenker også at det...

Helge(22B): Jeg bare tok en avgjørelse. Jeg ville ikke ha det! Sånn er det med meg i hvert fall.

Man kan få tak i meg på telefonen uansett, via meldinger og nummer. Så det er ikke noe problem.

Harald(22B): Jeg *føler meg egentlig litt truffet*. I hvert fall det med å sitte borte og drive med telefonen. Det blir automatikk. Det har bare blitt sånn, jeg kan ikke forklare det.....nå begynte jeg kanskje å tenke litt over det...

Helge(22B): Mange ganger når jeg hadde Facebook, og var borte og kjedet meg litt, så var det opp med telefonen og se litt på den. Men det er jo ikke særlig koselig for de som sitter rundt.

Harald(22B): Man hadde egentlig ikke trengt å komme på besøk.

Helge(22B): Egentlig ikke.

Harald(22B): Det er sant det.

Intervjuer: Alle har smart-telefoner, og for å bruke den må man gi tillatelse til at mobilen – eller mange av app'ene – kan scanne mailen deres, at de kan gå inn på bildene deres, adressebøker og registrere hvor dere er. Tenker dere det er greit?

Harald(22B): Det tenker jeg ikke på. Ingenting. Faktisk. *Jeg bare trykker 'enig'*. Jeg tenker at det er sikkert. Jeg stoler på at det er sikkert.

Vidar(19H): Jeg liker det ikke. Men til en viss grad må du bare finne deg i det da. Men jeg prøver å holde meg unna så mye som mulig. Du får jo alltid *lange brukervilkår* – når du oppdaterer telefonen – og *du leser det jo aldri*. Det er side opp og side ned, så det er det ikke mange som gjør.

Varg(19H): Problemet er at hvis du ikke aksepterer, får du ikke brukt produktet. Så man er nødt til å takke ja hvis man har bestemt seg for å bruke for eksempel iphonen. Jeg skal være så ærlig og si at jeg egentlig ikke tenker så mye over det, men det er som Vidar sier, jeg ønsker jo ikke at folk skal bruke all informasjonen min. Men jeg *har ikke så mye å skjule* egentlig heller da.

Intervjuer: Har dere lagt merke til at hvis dere søker etter noe på Google, eller at dere rett og slett kan skrive en mail om at dere skal til København, så raser det på med reklame om hoteller i København...

Varg(19H): Ja, nå bruker jeg den *Ad-block*'en da, så jeg slipper heldigvis det. Men *jeg er klar over at det er algoritmer som fanger opp hva vi sier på nett og skreddersyr pop-up-ads*. Det er jo litt skremmende. Plutselig blir flyprisene veldig mye dyrere fordi du har vært inne på den siden før. Jeg har ikke opplevd det selv, men jeg har hørt om det.

Vidar(19H): Så sier de at hvis du har vært inne på en side, så fanger de ikke bare opp det, de fanger også opp hvilket produkt du har brukt mest tid til å se på, så kommer gjerne det bilde opp. Det er ganske utspekulert, he, he. Jeg tror mamma, hun har ikke sagt noe direkte om det da, men *jeg tror mamma synes det høres litt tynt ut med sikkerheten. Mens vi unge er mer; det går bra liksom*.

Vibeke(24B): Jeg er ikke så forsiktig når det gjelder Facebook, med å legge ut bilder og sånn. Men jeg skriver heller ikke at jeg bor der og der, og her er nummeret mitt. Jeg gir egentlig ikke ut opplysninger om meg selv på sosiale medier annet enn bilder.

Veronika(24B): Jeg liker å tro at jeg er litt forsiktig, men jeg leser jo for eksempel ikke gjennom alle personvernerklæringene på Facebook. (Intervjuer: Hvorfor ikke?) Fordi jeg mener at *det er skrevet sånn at vanlige folk ikke skal forstå det*.

Man gir fra seg veldig mye informasjon som man ikke tenker over.

Intervjuer: Er dere forsiktige med å gi fra dere informasjon om dere selv?

Heidi(23B): Nei... *jeg har på en måte ikke noe som er så privat på mobilen at jeg er redd for at noen skal se det*, liksom. Føler jeg selv.

Hedvig(20H): Æh, altså, når det kommer til sosiale medier er jeg veldig reservert med informasjon om meg selv, men med app'er som krever tillatelser til tilgang til bilder og sånn, der trykker jeg jo 'aksepter', men det kan jo være ting, bilder, som noen ikke vil at andre skal se, så... *det begynte jeg ikke å tenke over før nå, faktisk.*

Hedvig(20H): Egentlig ikke jeg heller. Men jeg poster ingen ting på Facebook, det gjør jeg ikke.

Vega(19H): Jeg har tenkt at jeg kanskje burde vært litt mer forsiktig.

Vilde(19H): Jeg tenkte mer over det før. Da jeg var yngre og det var litt nytt. Nå er det mer sånn at; jeg deler det, og deler det. Mye mer enn jeg gjorde før. Nå har jeg fått mer kontroll på en måte. (Intervjuer: Tror du?) Nei, nei (ler) – egentlig ikke.

Varg(19H): Jeg tror ikke jeg er så bevisst på informasjonen jeg gir fra meg på nett. Tenker lite over det egentlig. Men jeg tenker at om en attenåring legger ut bilde av seg selv der han drikker alkohol på Instagram, på en lukket profil, og man må sende forespørsel for å se den profilen... Uansett, på Facebook er det mest jenter – gutter legger ut veldig lite bilder på Facebook, i hvert fall av mine venner, det blir mest på SnapChat – og litt Instagram.

Harald(22B): Jeg legger ikke ut så mye egentlig. Tenker ikke så mye på det hvis jeg legger ut bilder på Facebook av meg selv, men hvis man legger ut bilder av andre, da tenker jeg litt mer over det.

Vanja(24B): Jeg deler veldig lite informasjon om meg selv. Jeg ser ingen grunn til at jeg skal dele så mye. Man vet ikke hva som kan dukke opp, bilder som spres. Sånne ting. Tenker heller at man kan dele med folk ansikt til ansikt.

9.7 Handle på nett

Hedvig(20H): Jeg tror ikke jeg har handlet på nett noen gang.

Vanja(24B): Jeg handler veldig, veldig sjeldent på nett.

Vår(24B): Nei, nesten aldri, tror jeg har gjort det to ganger.

Vanja(24B): Jeg handler egentlig ikke så mye. Og, det har kanskje litt med økonomien å gjøre. Jeg tar meg ikke råd til å kjøpe nye klær hele tiden. Også liker jeg å prøve klærne, hvis jeg først skal handle, vil jeg prøve klærne på meg. Men å sammenlikne varer på nett, det gjør jeg. Men jeg kan like godt gå til butikken. Høre med de som jobber der. Jeg liker den menneskelige kontakten, kanskje?

Harald(22B): jeg handler ikke så mye på nett, jeg gjør ikke det.

Vidar(19H): Har handlet skateboard på nett.

Vega(19H): Handler veldig sjeldent på nett.

Vilde(19H): Det har skjedd. Men jeg handler mer i butikker. For der vet du akkurat hva du får. Størrelser og alt. Bukser har jeg for eksempel aldri kjøpt på nett. Vanskelig å vite om de passer.

Vega(19H): Må prøve klærne, så du garantert blir fornøyd.

Veronika(24B): Klær kan være litt risikabelt å kjøpe på nett, fordi man ikke får prøvd, he, he. Men det kan være deilig hvis man finner noe billigere på nett. Men jeg har ofte latt være å kjøpe noe på nett fordi jeg ikke vet om det passer. Og jeg gidder ikke sende det tilbake, det styret der. Så da går jeg heller i en butikk og ser om jeg kan finne det der.

Vibeke(24B): Ja, litt vanskelig å kjøpe klær på nett pga størrelser og sånn, og så ser det kanskje ikke ut akkurat som på bildet. Men hvis det er noe jeg har veldig lyst på som ikke finnes i butikk, så kan jeg finne på å gjøre det.

Heidi(23B): Jeg synes det er så slitsomt å prøve i butikken. Bukser og sånn, fra nettbutikken, kan jeg prøve hjemme, og bare returnere. Kjempellett! Liker ikke at folk ser på meg når jeg prøver. Og prøverommene, lyset, og man ser seg fra alle kanter og.....

Intervjuer: Men hvis det er billigere på nett enn butikk? For eksempel PC'r og sånne ting?

Vibeke(24B): Ja, da ville jeg nok kjøpt – eller PC – det vet jeg forresten ikke helt... For det er snakk om så mye penger, så det hadde vært litt sånn, iiiik.... Å kjøpe det på nett... Jeg har likt opplevelsen av å gå i butikken og få det fysisk, altså betale og få det med seg – når det er snakk om store ting da. *Jeg kan sikkert betale fem hundre kroner mer for tryggheten av å handle i butikk.* Men jeg hadde sjekket prisen på nett, det hadde jeg gjort. Så hvis den var *mye* billigere å kjøpe på nett, så hadde jeg nok gjort det.

Hugo(21H): Hvis du skal kjøpe PC, bør du bruke Komplett.no. De er best på service, så det kan jeg anbefale. Og de er gode på garantier og reklamasjon. I stedet for å gå i butikk, er det verdt å gå på nettet altså. Bare det å lese produktanmeldelser fra andre. (Intervjuer: Men det er jo så vanskelig å forstå benevnelsene?) Ja, det forstår jeg, men Komplett skriver ganske greit om hva de forskjellige PC'ene er til bruk for. Fra at du bare skal ha en PC til nettleasing og sånt, til de som skal drive å spille.

Henrik(21H): Jeg bygger mine egne PC'r.

Hugo(21H): Ja, man bygger heller PC selv, hvis du driver litt med data. Da går det i Windows.

Henrik(21H): Vil du ha en PC til seks tusen, må du i hvert fall betale femten for tilsvarende ytelse på et Apple-produkt. Hvis du bygger selv, og kjøper enkeltdeler, da får du så veldig mye mer.

9.8 Svindel på nett

Intervjuer: Kjenner dere noen som er blitt lurt eller svindlet på nettet?

Vibeke(24B): Hvis jeg kjøper fra nettsider, pleier jeg være ganske forsiktig. Ikke kjøpe fra sider jeg ikke vet er ganske sikre da. Det kan godt hende det er mange sider som er trygge, men som jeg ikke har kjøpt fra bare fordi jeg ikke kjenner noen som har kjøpt derfra fra før. Jeg liker best å kjøpe fra sider hvor jeg vet at folk har handlet og fått varene sine.

Veronika(24B): Når jeg handler på nett, pleier jeg å sjekke siden – det finnes en sånn nettside, jeg tror den er norsk, hvor man kan sjekke forskjellige sider – om de er sertifisert. Det har jeg gjort flere ganger.

Vibeke(24B): Det har aldri jeg gjort.

Veronika(24B): Det er kanskje mest for sånne utenlandske sider.

Heidi(23B): Jeg handler mest på kjente sider, og jeg tror det skal mye til for at de svindler.

Vega(19H): Jeg ser at folk legger ut ting som har skjedd med dem. Ber folk hjelpe dem fordi noen har stjålet identiteten deres. Men ingen av mine venner har blitt direkte svindlet.

Heidi(23B): Jeg har ikke blitt svindlet når jeg har handlet ting selv, men da jeg skulle selge kameraet mitt, så holdt jeg på å sende det til Nigeria (latter). Det var en som sa han skulle sende det til sønnen sin i Nigeria, han var overbevisende skjønner du, he he. Så fikk jeg en adresse i Nigeria, pakket inn kameraet, men på vei til postkontoret møtte jeg en kompis som sa at det måtte jeg ikke finne på, så da ...ha, ha, ha.

Varg(19H): Søsteren min ble faktisk lurt. Litt sånn latterlig egentlig. Det var ganske åpenbart. Sånn; få en iphone for én krone – også trykket hun på det, og plutselig – vet ikke helt hva hun gjorde – men *til slutt måtte hun sperre kortet sitt*. De hadde de forfalsket en VG-nettside, det så ut som en VG-artikkel, men jeg er ganske sikker på at hvis hun hadde sjekket i nettadressen, så hadde det ikke stått VG der. Hun skjønnte at dette ikke var så lurt etterpå. Så sa pappa at hun måtte sperre kortet. Jeg tenker ofte sånn, at virker det for godt til å være sant, er det som regel ikke sant.

Vanja(24B): Jeg kjenner jo til svindelforsøk over mail og sånn. At man får en sånn Google translate-norsk, og send meg kontonummeret dit så skal du få to millioner.

Vidar(19H): Sånne lure-sider, men de holder jeg meg unna. Og spam: ‘Gratulerer du har vunnet tretti millioner’. Mail fra en onkel i Zimbabwe på dårlig engelsk, eller oversatt til rar norsk. Men dette er veldig åpenbare svindelforsøk.

Vibeke(24B): Hun jeg bor med kjøpte et par sko, fra en side som – husker jeg tenkte at dette her er ikke helt bra. Det var en modell hun gjerne ville ha og den kjøpte hun. Men så fikk hun en helt annen modell i posten. Det var fra Kina tror jeg. Hun fikk ikke byttet den.

Veronika(24B): Faktisk hente akkurat det samme med hun jeg bor sammen med. Hun bestilte over e-bay, også fra Kina, og det tok flere måneder, så hun trodde ikke hun kom til å få noe i det hele tatt, men plutselig kom det i posten, men en helt annen modell, en helt annen sko, og det var heller ikke ekte vare.

Vibeke(24B): Nei, det var ikke ekte vare her heller, det var bare tull. Fake.

Veronika(24B): Jeg ville ikke turt å bestille noe fra Kina over e-bay.

Vibeke(24B): Jeg har bestilt fra Kina mange ganger, men da har jeg vært bevisst på at det kanskje ikke er ekte vare. Men hvis jeg ville ha ekte vare, da hadde jeg nok ikke gjort det. Det er vel egentlig ikke helt lovlig...Men jeg tror ikke det er mange som kjøper fake billig fra Kina, ingen stor trafikk...

10 Forsikringsmarkedet

Spørsmålene knyttet til hvordan informantene mestrer forsikringsmarkedet hadde ikke en egen bolk i intervjuguiden, men er berørt implisitt under andre hovedtemaer, eksempelvis i forbindelse med IKT/elektronikk-markedet:

10.1 Kjøpsforsikring

Intervjuer: har dere kjøpt kjøpsforsikring/trygghetsforsikring når dere har handlet elektronikk?

Varg(19H): Sånn *idiotforsikring*? Hvis du ødelegger den så får du ny? Nei det tror jeg ikke. Ikke på mobil i hvert fall - for det koster kanskje tusen kroner - og jeg er såpass flink til å passe på mobilen min, jeg hadde iphoneS'en i fire år og knuste den aldri, og mistet den aldri heller. Tror ikke jeg trenger en sånn forsikring, unødvendig å betale tusen kroner ekstra. Hvis jeg var en som ofte ødela ting, eller mistet ting, da kunne det jo være lurt, men da burde man kanskje ikke ha så dyre produkter i utgangspunktet?

Vega(19H): Jeg opplevde det faktisk for bare en uke siden, at jeg måtte reparere min skjerm. Tror jeg er litt lite forsiktig. Prøvde bruke deksel en periode, men så tok jeg det av, og så falt den i bakken. Og da hadde prisene gått opp, så jeg betalte vel 1300 kroner for å få den reparert, og det er ganske kjedelig.

Vilde(19H): Jeg angret på at jeg ikke hadde kjøpt trygghetsforsikring når mobilen ble ødelagt. Når skjermen knuser er det mange som får helt ny mobil. Mens vi må betale for å bytte skjerm. Og de knuser ofte faktisk. Der og da tenker du ikke at trygghetsforsikring er verdt det. Det er på en måte nok at mobiltelefonen koster seks tusen, så da orker du ikke legge på – jeg vet ikke hva en trygghetsforsikring koster – men i hvert fall ett tusen, to tusen, det er dyrt.

Hedvig(20H): Jeg tok kjøpsforsikring på de fleste gamle telefonene mine. Det var ganske lurt, for jeg var flink til å knuse dem, og da fikk jeg ny. Men på min første bærbare PC, som jeg ødela hard disken på, da kunne jeg like gjerne kjøpt ny PC for de pengene jeg betalte i forsikring, så det var bortkastet.

Vidar(19H): Nei, jeg tror sjelden vi kjøper forsikring annet enn det du får med, det som er inkludert. Tror ikke jeg har ekstra forsikring på telefon og sånn. (Intervjuer: Snakker du nå om deg eller dine foreldre?) Foreldrene, ja....

Vibeke(24B): Nei... JO, det har jeg gjort én gang, da jeg kjøpte min første Mac. Det mener jeg at jeg gjorde....

Heidi(23B): Jeg har gjort det én gang, og da var forsikringen dyrere enn reparasjonen. Jeg betalte mye mer enn reparasjonen kostet. Så jeg har ikke gjort det en gang til.

Veronika(24B): Nei, jeg kjøper aldri kjøpsforsikring. Man har en form for garanti uten også – ett eller to år eller noe sånt? Jeg har alltid tenkt at kjøpsforsikring er et sånt tilleggs produkt som butikkene vil selge.

Vibeke(24B): Ja, det er kanskje sant.

Hugo(21H): Hvis du kjøper i butikk, skal de prakke på deg den forsikringen.

Henrik(21H): Ja, ikke sant.

Hugo(21H): De prakker på deg trygghetsforsikringer. Ansatte får beskjed fra hovedkontoret at de må selge så og så mange forsikringer – da får de en bonus. De blir målt på alt sånt. Jeg har jobbet i elektronikkbutikk. Der var det konkurranse om å selge mest mulig forsikringer. De fast ansatte får bonus. Selger de ti forsikringer i måneden, da får de en bonus på så og så mye. Det gjelder i alle elektronikk-kjedene tenker jeg. *Forsikringer* og *mer-salg*, det er viktig.

Henrik(21H): ja *mer-salg* er viktig. Jeg har jobbet i alarmbransjen. På provisjon, fikk lønn etter hvor mye jeg solgte. Og da får du bedre lønn, jo flere komponenter du selger.

Hugo(21H): Uansett hvor du jobber, handler det om *MER-SALG*.

10.2 Reiseforsikring

Intervjuer: Hvis dere skal til utlandet. Sørger dere da for at dere har reiseforsikring?

Vanja(24B): Ja.

Vår(24B): Akkurat nå har jeg *dobbel* reiseforsikring, for jeg trengte en litt lengre en, til en lengre reise. Også hadde jeg ikke fått avsluttet den gamle enda.

Vega(19H): Vi har satt av penger til reiseforsikring. Det tenker jeg er veldig trygt og lurt. Absolutt.

Harald(22B): jeg har reiseforsikring på kredittkortet. Det er jo ikke nødvendig å bruke ekstra penger på å kjøpe en reiseforsikring når du får den gratis med kredittkortet.

Vega(19H): Det visste jeg ikke. Jeg vet veldig lite om forsikringsordninger egentlig. Jeg vet bare at det er noe du skal ha. Det bør du ha. Så det skaffer jeg meg. Uten å tenke så mye over det egentlig.

Helge(22B): Jeg betaler alle mine ferieturer med kredittkort. For da får jeg med reiseforsikring, via kredittkortet.

Vår(24B): Jeg visste ikke at man kan få reiseforsikring på kredittkortet. Det har jeg ikke hørt om.

Vibeke(24B): På reiseforsikring er jeg dårlig.

Veronika(24B): Jeg og. Det er alltid moren min, hun fikser det for meg. Så jeg tror ikke jeg hadde tenkt over det, for å være helt ærlig, hvis ikke det hadde vært for mamma.

Vilde(19H): Reiseforsikring har jeg aldri ordnet selv. Mamma og pappa order forsikring egentlig. Men jeg burde kanskje lære meg det. Nå snart!

Varg(19H): Jeg fikk reiseforsikringskort av pappa, som han får gjennom jobben. Som jeg fikk låne, som ville dekket alt. Vet ikke helt hvordan type det er, men jeg fikk i hvert fall et kort...

Vidar(19H): Jeg... tror jeg hadde reiseforsikring.... Ja, jeg hadde det, tror det var i orden før den turen. Jeg tenkte ikke kjempe-mye over det. Men det ordnet seg ganske greit tror jeg. Jeg tror jeg hadde det fra en tidligere reise, der jeg hadde fikset det liksom. Jeg vet ikke helt. Jeg har et sånt, nei, for å være helt ærlig så vet jeg ikke helt (latter). Jeg spurte sikkert mamma eller pappa om det var i orden, og det skal det vel ha vært.

10.3 Bilforsikring

Henrik(21H): Men jeg har byttet forsikring på bilen min! Jeg har bilforsikringen stående i pappas navn, og da det var noe surr med banken, bare flyttet vi alle forsikringene. (Intervjuer: Kanskje faren din sin fortjeneste at du byttet?) Ja, jo, og det var ikke så mye billigere for bilen, det handlet mer om at innboforsikringen ble billigere...

Hugo(21H): Mange har forsikringen stående på foreldrene. Det som kan være vanskelig er, at hvis du er uheldig og kræsjer, da bruker du jo opp bonusen deres, det er kjedelig. Jeg kjenner en som brukte bonusen til foreldrene to ganger...

Henrik(21H): jeg kjørte på et rådyr en gang. Traff den i mellom nitti og hundre km/t og knuste hele fronten. Rådyr er vilt, så det gikk heldigvis ikke noe bonus på den. Det var jo ikke min skyld – har du fullkasko, så ringer du viltnemda, så tar de forsikringen.

11 Bank

Intervjuer: har dere lagt merke til at forbrukermyndighetene oppfordrer folk til; bytt bank, bytt bank, bytt bank...

Vibeke(24B): Nei.

Vilde(19H): Nei.

Vega(19H):..Nei...

Hugo(21H): Nei, det har jeg ikke tenkt på.

Veronika(24B): Jeg har hørt at det skal være lurt å være bevisst på bank. Men så lenge man har 'ung og student programmene', har vi ikke så mye gebyrer. Det er jo ikke vanskelig å bytte bank, men man føler kanskje at det er mer tiltak enn det det egentlig er.

Vilde(19H): Jeg har jobbet i bank nå. Da har tanken slått meg at det kan være forskjell på banker. Har ikke tenkt over det før. Og den banken har jeg hatt veldig, veldig, lenge. Det er ikke jeg som har valgt den banken. Det er der mamma jobber. Men jeg vet ikke om det nødvendigvis er den lureste. Man kan jo sjekke litt rundt. Men tror ikke det er det første jeg kommer til å gjøre...

Vega(19H): Der er jeg veldig lik Vilde egentlig. Har bare banken jeg ble rådet til av mamma, der de opprettet en konto for meg. Så der har jeg blitt blivende uten å tenke så mye over om det hadde lønt seg bedre et annet sted. Har ikke tenkt å gjøre noe med det. Er fornøyd der jeg er. Jeg har veldig lite peiling når det gjelder bank egentlig! (latter)

Vibeke(24B): Jeg har ikke tenkt så mye over det egentlig. Da jeg var 13 ville jeg ha et sånt ungdomskort, og da var det DnB som tilbød det. Også har jeg bare vært kunde der siden.

Hugo(21H): Jeg har DnB – på grunn av mamma og pappa egentlig.

Henrik(21H): Jeg har Sparebank1 – muttern og fattern hadde den banken, og opprettet en konto til meg også.

Veronika(24B): Jeg har også Sparebank1. Fordi mamma har det. Og da går det fort å overføre pengene. Jeg har faktisk vurdert om jeg skulle sjekke litt og kanskje bytte bank. Men det har aldri blitt til at jeg har gjort det.

11.1 Kreditt

Intervjuer: På slutten av måneden, hvis det ikke er mer penger igjen på konto, hender det da at dere kan bruke kredittkortet?

Heidi(23B): Nei, hvis jeg begynner med det, da tar jeg kortet og klipper det i stykker! Da vil jeg ikke ha det. Det er fort gjort ikke få betalt tilbake. For det har jeg gjort før. Jeg har gått på en smell en gang. Ikke på kredittkort, men fakturaer etter kjøp av klær på nett. Jeg kjøpte mange klær på nett... hadde vel nettopp fylt atten, og fikk bestilt i

mitt eget navn, men så oppdaget jo mamma det, når det kom inkassovarsler. Posten kom jo til henne. Det var ikke så morsomt. Men jeg har lært av det. Gjør det ikke igjen. Det var ingen kjempegjeld jeg hadde, mer sånn fem tusen kroner. Mamma oppdaget det heldigvis før det ble mer.

Henrik(21H): I militæret var det mange som levde på lånte penger. En måtte bruke alle dimpepengene - 40.000 - til å betale ned kredittgjeld.

Vanja(24B): Jeg må bruke kredittkortet i hvert fall én gang i måneden. På slutten. Rett før studielånet kommer. F.eks. til en taxi-tur hjem. Eller hvis jeg finner et klesplagg som jeg har veldig lyst på. Sånne ting. Men jeg har alltid betalt når regningen kommer for ikke å få renter.

Vår(24B): Jeg bruker kredittkort hvis jeg ikke har penger igjen på brukskontoen, og jeg ikke får overført fra sparekontoen. Da betaler jeg med kreditt. Men jeg betaler helst hele beløpet når regningen kommer. Vil helst unngå høye renter.

Vilde(19H): Jeg har ikke kredittkort. *Vil ikke ha det.*

Vega(19H): Ikke jeg heller. Jeg er veldig bevisst på *ikke å bruke penger jeg ikke har.*

Vilde(19H): Jeg hadde fått *vondt* av å vite at jeg hadde brukt penger jeg ikke hadde. Men jeg har mange venninner som bruker kredittkort, som reiser mye og sånn.

Veronika(24B): Jeg har sett litt på *Luksusfellen* og synes det er rart at unge mennesker ikke tenker konsekvenser av, for eksempel; å ta opp ett forbrukslån, for så å ta opp et nytt lån for å dekke det første forbrukslånet – det synes jeg er rart. Jeg *tør ikke ha kredittkort*. Jeg har bestemt meg for at jeg vil ikke ha kredittkort. For jeg vil ikke bruke penger som jeg ikke har der og da.

Hedvig(20H): Jeg har heller ikke kredittkort.

Henrik (21H): Syns det bare *blir tull av kredittkort*. Jeg fikk tilsendt kredittkort av Sparebank1 når jeg ble 18. Kanskje jeg en gang hadde krysset av for at jeg ville ha kredittkort når jeg ble 18. Men jeg *kastet kredittkortet* når jeg fikk det.

Hugo(21H): DnB er kanskje verre. Jeg *bare fikk det i posten*, når jeg fylte 18. Måtte ikke engang underskrive på noe. Før jeg ble 18 hadde jeg et sånt ungdomskort som du ikke får brukt på nettet – Introkort tror jeg de kaller det. Men når du fyller 18 får du automatisk tilsendt - tror jeg - et vanlig kredittkort.

Vega(19H): Det er *ikke vanskelig å få kreditt*. Det måtte vært *helt nødvendige ting*. Jeg ville for eksempel ikke brukt det på mat eller klær. Skole kanskje. Ja.

Vilde(19H): En ting er *å ta opp lån for å kjøpe hus*. For da har du penger i huset, men jeg hadde ikke klart å gå i minus fordi jeg hadde kjøpt klær og godteri, og... nei. Det hadde jeg ikke likt.

Vidar(19H): Jeg har ikke kredittkort. Er litt forsiktig med det. Jeg hadde det heller ikke når jeg var på guttetur i Spania i sommer. Det var en del av de andre som hadde det. Men det er vel den eneste situasjonen jeg kunne tenke meg at det kunne vært greit. Sikkerheten, hvis du mister bankkortet ditt på reisen, så har du back-up liksom.

Vibeke(24B): Jeg har det ikke selv, men jeg synes egentlig kredittkort er greit. For da kan du jo – hvis du ikke har penger der og da, men vet du får penger neste måned - og det er noe du trenger å kjøpe, en flybillett for eksempel, da er det greit å bruke kredittkort. Så lenge man er bevisst og *fører over pengene ganske fort, før man må betale renter*.

Harald(22B): Det er ikke så farlig å bruke kredittkort når man vet man kan betale regningen når den kommer, men man må betale *hele* regningen når den kommer, ikke litt hver måned. Man kjøper ikke for mer penger enn man har!

Harald(22B): Hvis man handler på kreditt må man vite at man har orden på økonomien så man kan betale regningen når den kommer i posten. Jeg ser ikke noe problem med å handle på kreditt hvis man vet at man kan betale. Jeg kjøpte på kreditt senest denne helgen.

Varg(19H): Jeg ville aldri kjøpt noe jeg ikke har råd til på kreditt, det er jeg ganske sikker på. Hvis jeg skal bruke kredittkort, må jeg ha økonomi til å betale regningen med én gang, så jeg ikke må betale renter. Men det er jo en stor fordel med kredittkort i noen tilfeller. Spesielt på reiser. Da kan det være nødvendig til og med, hvis man ikke har de pengene akkurat da, men får penger senere.

Hugo(21H): Ja, jeg bruker kredittkort når jeg skal kjøpe ferier og sånn. Det er de eneste gangene. Når vi drar på ferie, pleier vi dra flere, og kjører alt i én bestilling. Så i stedet for å bruke femti tusen fra brukskontoen min, så kjører jeg det på kredittkortet, så får jeg penger av de andre, og betaler ned gradvis. Da har jeg kontroll på hvor mye vi har betalt, og hvem som ikke har betalt. Også *fordi jeg får reiseforsikring*. Det er også viktig.

Vibeke(24B): Å kjøpe feriereise på kreditt, det kunne jeg gjort, hvis jeg visste at jeg kunne betale tilbake før det blir renter.

Veronika(24B): Nja, tror jeg måtte tenke litt på det, jeg er ikke så veldig glad i kredittkort. Men det kan jo være lurt å bestille reisen med kredittkort. For å få reiseforsikring.

11.2 Sparing

Intervjuer: Sparer dere?

Harald(22B): Ja, jeg setter av penger hver måned. Jeg har sikkert fire forskjellige kontoer: sparekonto, brukskonto, regningskonto og pensjonskonto. (Intervjuer: Sparer du til pensjon alt?) Jaha!

Helge(22B): Jeg og – men det er ikke så rart da, for moren min jobber i bank. Jeg og samboeren min, vi har en felles konto der vi setter av penger til regninger. Til huset. Så har jeg to sparekontoer, en BSU, en brukskonto og en *Morsomsparing*. (Intervjuer: Hæh?) Hver gang du trekker kortet, trekkes det tretti kroner ekstra til en egen sparekonto. Hvis jeg kjøper en brus til ti kroner, så betaler jeg førti, da går tretti kroner rett inn på morsomsparing. Via DnB. Den bruker jeg. Morsomt å se hvor mye en kan spare opp på en sånn konto, man merker det liksom ikke. På den måten går jeg aldri tom for penger. Det har aldri skjedd. Sist jeg sjekka sto det 7.500 der!

Harald(22B): Det er *morsomt å se at pengene vokser på konto* også, da. Derfor er det ikke alltid man kjøper det man kan ha lyst på.

Varg(19H): Vi sparer alt vi kan til den store turen.

Vidar(19H): Ja, de pengene jeg tjener nå blir satt av til turen. Jeg har en sparekonto og en brukskonto. Og jeg har vært forsiktig med ikke å bruke opp penger jeg fikk til konfirmasjonen, pengegaver, arv fra besteforeldre, det står på sparekontoen. De pengene spares til bolig. Men akkurat dette halvåret er satt av til kun å finansiere den store turen.

Vilde(19H): Jeg sparer til studier. Hver gang jeg får lønn setter jeg av penger. Ikke en bestemt sum, for jeg har jo akkurat fått mine første lønninger. Men jeg tester ut da. Sjekker ut hvor mye jeg kan spare i måneden. Sist satte jeg inn 10.000 av lønningen på ca. 15.000. Men da hadde jeg litt penger på kontoen fra før.

Vega(19H): Jeg sparer 300 kr måneden på BSU konto, og så setter jeg over noe på en sparekonto. Den kan for eksempel brukes til klær, men helst litt andre formål som studier osv.

Vilde(19H): Jeg har stengt sparekontoen, jeg skal ikke bruke av den før jeg begynner å studere. Hvis jeg ser en fin jakke og ikke har penger nok på brukskontoen, så har jeg ikke råd til den på en måte. Da må jeg eventuelt vente til neste lønning.

Vanja(24B): Jeg har spart til PC. Da gikk halve studielånet, så det var jo egentlig ikke sparing. Men, jeg har jo spart til reiser.

Vega(19H): Jeg sparte til en skoleveske da jeg skulle begynne på videregående. En designveske som jeg hadde lyst på. Jeg hadde ikke økonomi til den, så da sparte jeg for å kunne klare å kjøpe den. Hadde sommerjobb.

Helge(22B): Hvis jeg f.eks. ser en jakke jeg vil ha som koster 4000 kroner, så setter jeg av penger hver måned, sparer penger til det produktet jeg har lyst på. Det gjør jeg.

Harald(22B): Jeg gjør det ikke sånn. Jeg setter av fast til sparing hver måned, vet ikke hva slags produkt jeg skal kjøpe, men så kan det hende at jeg ser en jakke jeg har lyst på, så tenker jeg at det har jeg penger til, så da kan jeg kjøpe den jakka. (Intervjuer: Så du har en buffer liggende.) Det er helt riktig.

Vilde(19H): Jeg sparer også hele tiden så jeg har penger til å kjøpe hvis jeg finner noe.

11.3 Bolig og bil

Helge(22B): Mange er ikke så flinke til å spare. Mange bruker unødvendig mye penger på tull. Mye klær de egentlig ikke trenger. Derfor har de ikke kunnet flytte i egen bolig som Harald og jeg har gjort. De har ikke vært flinke nok til å spare. Først leide jeg en leilighet, satte av penger til leie og strøm, og så hvor mye jeg satt igjen med, og hvor mye jeg kunne spare.

Harald(22B): Vi har hatt et mål; å kunne flytte for seg selv! Vært *litt strenge* mot oss selv; jeg sparer heller de fem hundre kronene enn å kjøpe den buksa. Jeg *trenger* jo ikke den buksa. Bedre å investere i bolig, tenker jeg. Jeg kjøpte leilighet med en gang jeg flyttet hjemmefra. Ville ikke leie, for jeg ville ikke gi bort pengene mine. Altså la dem få nytte av det da, på en måte. Men i fjor kjøpte jeg bil. Man må jo kunne unne seg noe også, ting som ikke er *så* fornuftig.

Henrik(21H): Jeg casha ut hele sparekontoen min og kjøpte bil til 105 tusen for tre år siden. Jeg fikk litt hjelp av far da. Jeg betalte 75 eller noe, og så ville han heller at jeg skulle kjøpe en litt mer sikker bil. Så da sponset han. Og nå sparer jeg tusen i måneden på BSU og setter tre tusen til vanlig sparing. Har rundt 20 tusen. Hvis det kommer en uforutsett utgift på bil.

Hugo(21H): Jeg har billån, og sparer på BSU. Det er ikke så ofte jeg går i null. Jeg trekker femten hundre til BSU og betaler fire i lån, også betaler jeg to tusen i vanlig sparing – det er en buffer rett og slett. Greit å ha. Eller spare til en ferie, sånn som jeg gjør nå. Jeg tror jeg har ca ti tusen der nå.

Hedvig(20H): Jeg har ikke boligsparing og sparer lite egentlig. Skulle nok ha spart. Men jeg har en sparekonto, og der er det 3.600, - ikke så mye å skryte av. Penger kjøper ikke lykke – ikke langvarig lykke i hvert fall!

Heidi(23B): Jeg har boligsparing. Jeg har spart, men ikke store summer. Men akkurat nå har jeg byttet leilighet. Så akkurat nå har jeg ikke råd til å spare. Jeg har en avtale med pappa, så jeg *kjøp-leier* av pappa. Det jeg betaler hver måned er mitt, mens han

eier resten. Jeg kjøper meg inn måned for måned. Jeg hadde ikke fått noe lån uten pappa tror jeg. For jeg er jo jente, ha, ha, ha¹⁰.

Vanja(24B): Det går mye til BSU.

Vår(24B): Har en BSU konto, det kommer ikke akkurat inn så mye for tiden, men – latter.

Vibeke(24B): Nei, alt går til studiene.

Veronika(24B): Nei, nei, ikke BSU.

Vilde(19H): Jeg skal begynne med boligsparing. Men mamma sa at det lønte seg å sette inn 50.000 med en gang, mindre skatt eller et eller annet sånt, så jeg venter til jeg har det. Men jeg skal gjøre det i år. Begynne å spare til bolig.

¹⁰Som Heidi sa innledningsvis: **Heidi(23B):** Jeg synes de fleste har mye penger. Eller jeg vet ikke, jeg synes gutter ofte har mer penger enn jenter. Det er guttene som kjøper seg hus, mens jentene ikke får lån. Jeg har ikke spurt hvordan guttene har fått lån, men det virker som om guttene tjener mer enn jentene. De er jo snekkere og rørleggere, mens jentene er omsorgsarbeidere. Det virker som om guttene tjener bedre på fagbrevet sitt enn det jentene gjør. Jeg tjener faktisk ganske mye mer på å jobbe 100 prosent som vikar enn hvis jeg skulle hatt en 100 prosent stilling innen det jeg har fagbrev i. Jeg synes det er litt rart.

12 Informantenes forslag til tiltak

Helt avslutningsvis ble informantene spurt om de hadde forslag til tiltak som kunne fremme forbrukerkompetansen blant unge voksne:

- **Har dere noen gode råd til forbrukermyndighetene om hva som kan gjøres bedre, så det blir lettere for unge voksne å ta gode forbrukervalg i Norge i dag?**
- **Hva kan evt. skolen gjøre?**
- **Hva kan tilbydersiden gjøre?**
- **Hva kan politikere/myndigheter gjøre?**

Det var faktisk flere informanter, som uoppfordret – før spørsmålet om tiltak ble stilt – ga klart uttrykk for at de burde lært mer om forbrukerøkonomi i skolen.

12.1 Hva kan skolen gjøre?

Vanja(24B): Det en ting til jeg tenkte på. Jo, dette med personlig økonomi og budsjett, hvem lærer om det? *Det burde jo ha kommet inn i skolene*, tenker jeg.

Intervjuer: Dere har ikke lært noe om dette på skolen altså?

Vår(24B): Bare litt, vi satte jo opp enkle budsjett husker jeg, satte opp et enkelt matbudsjett for en uke. Men å regne ut renter, sånne ting, hadde vi ikke.

Vanja(24B): Jeg tenker også at nå er det er så mye som skjer elektronisk. Det er ikke så mange som går rundt med kontanter lenger. Så det blir vanskelig å holde styr på hvor mye man bruker. Alt blir liksom litt svevende.

Vilde(19H): Nå blir man bare *kastet ut i markedene*.

Vega(19H): Man må lære alt selv, gjennom erfaring.

Vilde(19H): Hadde sikkert vært greit med en liten oversikt over hvordan ting fungerer. Man kunne *starte på barneskolen*. Få litt innblikk i hvor mye penger man bruker på ting. Få litt oversikt. Vi fikk aldri opplæring i det.

Vega(19H): Ja, på alle områdene vi har snakket om at det er manglende kunnskap. Det kan jo myndigheter, skole, alle hjelpe til med egentlig. Mer fokus på det.

Intervjuer: Hvordan kunne det gjøres?

Vilde(19H): Man kunne flette det inn som en *del av mattefaget* og kanskje samfunnsfaget. Da må skolen endre pensumplaner og kompetansemål og alt. At privatøkonomi blir en del av det man skal lære. At man kan bli testet på prøver også. At det blir *basis å kunne økonomi*. At økonomi skal være noe alle kan litt om. Ikke bare et valgfag. For økonomi får jo alle bruk for, uansett.

Vega(19H): Jeg opplevde selv, når jeg gikk på barneskolen og ungdomsskolen, at det ofte blir spørsmål om *‘hvorforskal jeg lære dette, vil jeg få bruk for dette’?* Særlig i

matte er det mange som ikke klarer å svare så veldig godt for seg på akkurat de spørsmålene. Men kanskje man bør ha litt mer fokus på de tingene man faktisk får bruk for når du går ut fra skolen og skal leve på egenhånd. Som Vilde sier, i matte og i samfunnsfag kan du flette inn mer forbrukerøkonomi.

Heidi(23B): De som går på videregående bor som regel hjemme og får maten servert og tjener greit med penger. Skolen kunne bli litt bedre til å opplyse om økonomi. Det kunne de faktisk. Hvordan fordele penger ut over måneden. Sånn som på Luksusfellen. Skolen må gi samme instruksjon.

Veronika(24B): Jeg synes man burde ha et fag på skolen der man lærte helt grunnleggende økonomi, selvangivelse og sånne praktiske ting. Det er alt for lite fokus på det.

Vibeke(24B): Helt enig.

Veronika(24B): Jeg synes nesten det burde vært et eget fag på skolen. Hvordan man skal klare seg økonomisk når man skal stå på egne ben. (Intervjuer: For det har du ikke lært noe om på skolen altså?) Nei ikke noe spesifikt. De har vel sikkert nevnt noen ting, men.....

Vibeke(24B): Jeg husker vi hadde, i samfunnsfag på videregående første året, en uke eller en periode, hvor vi måtte sette opp budsjett og sånn. Men det forberedte deg ikke på hvordan det var å bo alene. Det var ikke snakk om utgifter som husleie og strøm. Jeg er enig i at det burde vært mye mer av det. Tror det er lurt.

Veronika(24B): *Mye av matten man har i norsk skole i dag blir for teoretisk. Det gjør at mange mister interessen. Det kunne kanskje vært en fordel å knytte matten til forbrukerøkonomi som man vet vil bli relevant i livet senere.*

Intervjuer: Det blir nesten en sånn vinn-vinn situasjon det? Hvis man har mer forbrukerøkonomi og knytter det opp mot matematikken?

Vibeke(24B): Det kan jo i hvert fall bli det. Jeg tror mattenivået blant unge voksne i dag er dårlig, generelt dårlig. *Det må jo være på grunn av undervisningen.* Jeg kan ikke tenke meg at vi er dummere her, enn de er i andre land?

Harald(22B): Jeg tenker at man kan få litt mer privatøkonomi inn i skolen, at man snakker litt mer rundt hva som er lurt å gjøre – og hva som lønner seg. Lære på bruke økonomien mer praktisk. Hvordan man kan bruke et budsjett i virkeligheten, ikke bare et budsjett på liksom-ting.

Helge(22B): Og ikke bare lære å sette opp et budsjett, men lære at det er lurt å begynne å spare i tidlig alder, at det er lurt å være fornuftig med pengene. Det tror jeg er en viktig ting å lære.

Intervjuer: Har dere noen ideer til hvordan det kan gjøres?

Harald(22B): At man tar utgangspunkt i sin egen økonomi kanskje? På daværende tidspunkt. At man setter opp hva man får inn i måneden og hvordan man kan bli flinkere å bruke pengene?

12.2 Hva kan tilbydersiden gjøre?

Hedvig(20H): *Kutte ned på salgstriksene.*

Heidi(23B): Ja, *mindre reklame.* Det står jo salgspakater i lange baner utenfor butikene, og da går man inn selv om man egentlig ikke skal ha noe.

Vibeke(24B): De burde i hvert fall... samlet maten med de verste stoffene i én avdeling, og den maten som er uten alt mulig sånt tull i en annen avdeling. Jeg vet ikke, bare *gjøre det litt tydeligere, enklere*, så man klarer å skille.

Vilde(19H): Ja, butikkene kan *få frem bedre hva produktene inneholder*,

Hedvig(20H): Og elektronikkbutikkene kan dele opp i kategorier: 'fint for de eldre', 'fint for studenter'...

Varg(19H): *Gjøre det lettere* å finne fram til billig, sunn og god mat. De kan sikkert bli bedre på det vil jeg tro. Opplyse om mulighet for å kjøpe god og sunn mat for studenter for eksempel, som har et veldig begrenset budsjett.

Harald(22B): Rema1000 har veldig fokus på *rettferdig handel*. At produktene kommer fra et sted der det ikke er barnarbeid osv. Det er viktig at butikkene har fokus på det, men det er også viktig å få det ut til forbrukeren, at sånn er det. Sette fokus på det.

12.3 Hva kan politikere/myndigheter gjøre?

Henrik(21H): Kanskje *satt en grense på kreditten* til den enkelte?

Litteratur

- Ainslie, G. (1985): Beyond microeconomics. Conflict among interests in a multiple self as a determinant of value, i J. Elster (red): *The Multiple Self*. Cambridge, Cambridge University Press; Oslo, Universitetsforlaget.
- Berg, L. & P. O. Aamodt (1987): *Tid til studier?* Notat 2/87, NAVFs utredningsinstitutt. (160s)
- Berg, L. (1997): *Studieløpet – Om tidsbruksvalg, faglige valg og kunnskapsteoretiske valg*. Dr.polit-avhandling fra Universitet i Oslo. NIFU-rapport 3/97, Oslo.
- Berg 2013: *Eldres vurderinger av forbrukermarkedene før og nå*. En pilotstudie med innspill fra Forbrukerombudet og Forbrukerrådet. Oppdragsrapport nr. 10-2013, SIFO, Oslo.
- Berg, L. & M. Teigen (2009): Gendered consumer competences in households with one versus two adults. *International Journal of Consumer Studies* **33**, 31-41
- Berg, L. (2014): Who benefits from behavioural economics? *Economic Analysis and Policy*. **44**, 221-232.
- Berg 2014: *Forbrukersårbarhet*. Hvordan mestrer de eldre forbrukerrollen? Fagrapport nr. 5-2014, SIFO, Oslo.
- Berg, L. 2015: Consumer vulnerability: Are elderly people more vulnerable as consumers than others? *International Journal of Consumer Studies*. **39**, 284-293.
- Berg, L. & Å. Gornitzka (2012): The Consumer Attention Deficit Syndrome: Consumer choices in complex markets. *Acta Sociologica* **55(2)**, 159-178.
- Borch, A. og Ø. Sørebo (2011): *Forbrukerkunnskap og digital kompetanse blant elever i videregående skole*. Arbeidsrapport 5-2011. SIFO, Oslo.
- Boudon, R. (1974). *Education, Opportunity and Social Inequality*. New York: Wiley.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In Richardson, J. E. (Ed.), *Handbook of Theory of Research for the Sociology of Education*. Greenwood Press.
- Brusdal, R. & R. Lavik (1991): *Hva gjør barn og unge i fritiden?* Arbeidsrapport nr. 6. SIFO, Lysaker.
- Brusdal, R. (1996): Ungdom og forbruk – tema med variasjoner. i T. Øia (red) *Ung på 90-tallet*. Cappelen Akademisk Forlag as/UNGForsk.
- Brusdal, R. (2005): Kommersielt press mot barn og unge I Norden. Foreldre og barn i en kommersiell oppvekst. TemaNord 2005:567. Nordisk Ministerråd København.

Brusdal, R. & L. Berg (2011): Unge voksne og lånefinansiert forbruk. Oppdragsrapport nr. 4-2011. SIFO, Oslo.

Bugge, A. (2010): Den sosiale appetitten. Mat, klasse og identitet. I K. Dahlgren & J. Ljunggren (red.) Klassebilder: sosial ulikhet og mobilitet i Norge. Universitetsforlaget, Oslo.

Bugge, A. (2015): Kroppspress – Hvor viktig er det å ha en sunn og slank kropp? I A. Storm-Mathisen, I. Kjørstad & A. Bugge (2015): *Kommersialisering og oppvekst – barn og unge om kropp, kjøpepress og reklame*. Prosjektnotat nr. 10-2015. SIFO, Oslo.

Deloitte (2015): Navigating the new digital divide – Capitalizing on digitl influence in retail. <http://www2.deloitte.com/us/en/pages/consumer-business/articles/navigating-the-new-digital-divide-retail.html>

E24 (2015): Regjeringen trosser Forbrukerrådet og DNBs råd: Nå vil de ha privat gjeldsregister. <http://e24.no/privat/penger/regjeringen-trosser-forbrukerraadet-og-dnbs-raad-naa-vil-de-ha-privat-gjeldsregister/23471134>, publisert 15.06.15

Ecklund, G.J. (2015): La barna lære økonomi. I *Aftenposten* 26.08.2015.

Elster, J. (1993): Some unresolved problems in the theory of rational behavior, i *Acta Sociologica*, 36(3): 179-189.

Finanstilsynet (2015): Husholdningenes kredittvekst. Brev til Finansdepartementet. http://www.finanstilsynet.no/Global/Venstremeny/Brev_vedlegg/2015/Husholdningenes_kredittvekst_16_03_2015.pdf?epslanguage=no

Forbrukerrådet Hedmark, Oppland, Romerrike (2012): *Ung forbruker*. Pilotprosjekt våren 2012.

Frønes, I. & R. Brusdal (2000) *På sporet av den nye tid*. Bergen. Fagbokforlaget.

Hall, H. (2014): *Konsumentverkets målgruppsarbeite: vardagen för en ung, utsatt vuxen konsument*. En kvalitativ studie fra høsten 2014. For flere opplysninger kontakt Hannah Hall i analyseavdelingen, Konsumentverket, Karlstad, Sverige.

Hansen, M. N. (2008): Rational Action Theory and Educational Attainment. Changes in the Impact of Economic Resources. *European Sociological Review*. ISSN 0266-7215. 24(1), s 1-18 . doi: 10.1093/esr/jcm029.

Kahneman, D. (2011) *Thinking, fast and slow*. Penguin Books. Allan Lane, Great Britain.

Kjørstad, I, R. Brusdal & S.E. Ånestad (2010): Barn som forbrukere av kommersielle nettsamfunn – en casestudie av Habbo.no. Oppdragsrapport nr. 5-2010. SIFO, Oslo.

Lysgaard, S. (1952): *Social stratification and the deferred gratification pattern*. A thesis submitted to the Faculty of Purdue University for the Degree of doctor of Philosophy.

Kidd, C., H. Palmeri & R.N. Aslin (2013): Rational snacking: Young children's decisionmaking on the marshmallow tsk is moderated by beliefs about environmental reliability. *Cognition*, 126(1), 109-114.

Mischel, W., E. B. Ebbesen & A. Raskoff Zeiss (1972): Cognitive and attentional mechanisms in delay of gratification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(1), 57-61.

- Nyhus, E.K. & P. Webley (2013): The Relationship Between Parenting and the Economic Orientation and Behavior of Norwegian Adolescents. In *The Journal of Genetic Psychology: Research and Theory on Human Development*, **174:6**, 620-641, DOI: 10.1080/00221325.2012.754398
- Rosenberg, T.G. & L. Berg (2016): Barn i butikk. In work.
- Rysst, M. & Roos, G. (2014): *Retusjert reklame og kroppspress*. Oppdragsrapport 1-2014, SIFO, Oslo.
- Schwartz, B. (2004) *The Paradox of Choice: Why More is Less*. New York/Ecco. Harper Collins. http://www.ted.com/talks/barry_schwartz_on_the_paradox_of_choice
- Schwartz, B., Ward, A., Monterosso, J., Lyubomirsky, S., White, K., & Lehman, D. R. (2002). Maximizing versus satisficing: Happiness is a matter of choice. *Journal of Personality and Social Psychology*, *83*, 1178–1197.
- Simon, H. A. (1956). Rational choice and the structure of the environment. *Psychological Review*, *63*, 129–138.
- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *Quarterly Journal of Economics*, *69*, 99–118.
- Simon, H.A. (1971): Designing organizations for an information-rich world. In: Greenberger M (ed.) *Computers, Communications, and the Public Interest*. Baltimore, MD: Johns Hopkins Press.
- Slettemeås, Dag (2014): *IKT-bruk i befolkningen og barrierer for digital inkludering*. En kunnskapsoppsummering. SIFO-oppdragsrapport 2-2014, Oslo.
- Stiglitz, J. E. (2002). Information and the change in the paradigm in economics. *The American Economic Review*, *92*, 460-501.
- Storm-Mathisen, A., I. Kjørstad & A. Bugge (2015): Kommersialisering og oppvekst – barn og unge om kropp, kjøpepress og reklame. Prosjektnotat nr. 10-2015. SIFO, Oslo.
- Storm-Mathiesen, A. & I. Kjørstad (2015): Kjøpepress – Hvor viktig er det for barn og unge å ha det nyeste, fineste og dyreste? I A.Storm-Mathisen, I. Kjørstad & A. Bugge (2015): *Kommersialisering og oppvekst – barn og unge om kropp, kjøpepress og reklame*. Prosjektnotat nr. 10-2015. SIFO, Oslo.
- Thaler, R. and C. Sunstein (2008) *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. Yale University Press.
- Trow, Martin (1977): The second Transformation of American Secondary Education. In J. Karabel and A.H. Halsey (1977): *Power and ideology in education*. Oxford University Press, New York.
- Trow, M. (1974): Problems in the transition from elite to mass higher education, in *Policies for Higher Education*, The General Report on the Conference on Future Structures of Post Secondary Education, OECD, Paris.

Webley, P. & E.K. Nyhus (2013): Economic socialization, saving and assets in European young adults. In *Economics of Education Review* **33**, 19-30.

Vedlegg

Intervjuguide

Før intervjuet ble informantene opplyst om:

- 1) at intervjuene naturligvis blir **anonymisert**,
- 2) at det **ikke er rette og gale svar**, vi er ute etter deres meninger, erfaringer og vurderinger
- 3) at **bakgrunnen for studien** er at forbrukermyndighetene ønsker å vite mer om hvordan det er å være ung forbruker – for at de skal kunne drive god forbrukerpolitikk. Først skal vi derfor intervjuer en gruppe unge voksne. Deretter - for å få et enda bedre bilde av hvordan det er å være ung forbruker – blir noen av meningene og vurderingene fra intervjuene med dere prøvd ut i en stor landsrepresentativ kvantitativ undersøkelse.
- 4) Intervjuene blir **tatt opp på bånd**, og skrives ut etterpå.
- 5) De som deltar får **et gavekort** (presangkort) på 500 kroner.

Deretter startet selve intervjuet:

Først ordet ‘forbruker’ og ‘forbrukerrollen’ vet dere hva det betyr?

Da kan vi snakke om hvordan er det å være ung forbruker i Norge i dag:

Først; **Tenk dere at dere skal kjøpe ny vinterjakke**. Er det da sånn at dere ikke gir dere før dere finner den fineste jakka til best pris, at dere leter rundt og sammenlikner jakker i flere forskjellige butikker og kanskje på nettet, før dere velger, eller; er det sånn at når dere finner en jakke som er helt OK, så kjøper dere den? Eller kanskje kjøper dere den jakken vennene synes er fin?

Og **hvis dere skal handle ny mobiltelefon**, er det da sånn at dere sjekker alle mobiltyper og priser før dere handler, eller bruker dere ikke så mye tid på det, men finner en mobil som er OK og kjøper den? Eller kanskje kjøper dere den mobilen som vennene synes best?

- Hvis dere tenker på både dere selv og de dere kjenner, **har de unge mye eller lite penger?**
- **Hvor flinke er de unge til å tenke økonomisk?** – er det feks sånn at hele lønningen forsvinner i løpet av de første dagene? Eller lager dere budsjett, kanskje sparer? Hva sparer dere til?
- Det er mange fristelser der ute, og noen sier at de unge er utsatt for et stort **kommersielt press** fra vennegjeng, reklame og markedsføring – både åpen

reklame skjult reklame i filmer og på blogger. **Føler dere at unge i dag er utsatt for et stort kommersielt press?**

- Er dere mye på nett? **Handler dere på nett også?** Brukes nettet til å orientere seg i markedene (portaler)? **Har dere erfaring med Uber eller AirBnB (delingsøkonomi)?** Er dere forsiktige med hva slags informasjon dere gir fra dere på nettet? Har dere hatt dårlige erfaringer fra nettet? Kjenner dere noen som er blitt lurt eller **svindlet** på nettet?
- **Er dere opptatt av miljø og klima?** Betyr det noe for hva dere velger å kjøpe? Hvordan?
- Har dere handlet to for prisen av tre noen ganger? Vet dere – sann omtrent – hvor stort avslaget i prosent er, når man kjøper tre for prisen av to?

Vurderinger knyttet til fire (seks) spesifikke markeder

Matvaremarkedet:

Hvordan synes dere det er å handle mat, er det noe som er vanskelig?

Hva legger dere vekt på når dere skal velge ut det dere vil kjøpe;

(valgstrategi: pris, kvalitet, miljø, sunt klage)

Og hvis dere har kjøpt mat som viste seg å være dårlig, klager dere da?

Kosmetikk og forfengelighetens marked:

Hvordan synes dere det er å handle kosmetikk, er det noe som er vanskelig?

Hva legger dere vekt på når dere skal velge ut det dere vil kjøpe?

(valgstrategi: pris, kvalitet, miljø, klage, sunt, sparing, kreditt)

Hender det at dere **sparer** til kosmetikk, frisør, tannbleking, øyevipper etc? Kunne dere tenke dere å handle slike ting på **kreditt**?

Har dere opplevd å bli **skadet** eller fått ubehag etter bruk av kosmetiske produkter?

Klager/klaget?

Klær, sko og sportsutstyr.

Hvordan synes dere det er å handle sko, klær og sportsutstyr, er det noe som er vanskelig? Handler dere i butikk eller på nett?

Hva legger dere vekt på når dere skal velge det dere skal kjøpe?

(valgstrategi; hva betyr: pris, kvalitet, miljø, klage, sparing, kreditt)

Hender det at dere **sparer** til klær eller sportsutstyr? Kunne dere tenke dere å handle klær eller sportsutstyr **på kreditt**?

Klager dere hvis det er noe galt med det dere har kjøpt?

IKT/elektronikk markedet; Først; hvor god digital kompetanse vil dere si at dere har?

Hvordan synes du dere det er å handle elektronikk, hva kan være vanskelig? Hvordan går dere fram når dere skal kjøpe for eksempel ny mobiltelefon eller PC?

(valgstrategi: pris, kvalitet, miljø, klage, sparing, kreditt, kjøpsforsikring, internetthandel, digital selvbeskyttelse)

Hender det at dere sparer før dere kjøper elektronikk? Kjøpe på kreditt?

Har dere kjøpt såkalt kjøpsforsikring?

Implisitt vurderes også praksis i forhold til bank og forsikring.

Har dere boligsparing? (valgstrategi: sparing, valg av bank)

Informantenes forslag til tiltak

Har dere noen **gode råd til forbrukermyndighetene** om hva som kan gjøres bedre, så det blir lettere for unge voksne å ta gode forbrukervalg i Norge i dag?

- Hva kan skolen gjøre?
- Hva kan tilbydersiden gjøre?
- Hva kan politikere/myndigheter gjøre?

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: Sandakerveien 24C.

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

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

