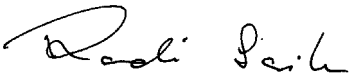




© SIFO 2012  
Prosjektnotat nr. 6 – 2012

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

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

<b>Tittel</b> Telefonsalg og telefonhenvendelser til privatpersoner	<b>Antall sider</b> 35	<b>Dato</b> 25.05.2012
<b>Forfatter(e)</b> Randi Lavik og Ragnhild Brusdal	<b>Prosjektnummer</b> 11200636	<b>Faglig ansvarlig sign.</b> 
<b>Oppdragsgiver</b> SIFO/BLD		
<b>Sammendrag</b> 66 prosent svarer at de har reservert seg mot telefonsalg. Av disse svarer 81 prosent at de likevel blir oppringt av kommersielle bedrifter, hvorav 70 prosent av disse igjen svarte at de ikke var kunde hos bedriften som ringte dem opp.  Vi irriterer oss over å bli oppringt av telefonselgere og frivillige organisasjoner, derfor er det også mange som reserverer seg mot telefonsalg og telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner. Tall fra Brønnøysundregistrene viser at det fortsatt er en økning i antall reservasjoner. Flere vet nå i 2012 at de også kan reservere seg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner; i 2011 sa 27 prosent at de ikke visste at de kunne reservere seg, mot 15 prosent i 2012. Det er imidlertid flere som ikke vet at de kan reservere seg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner enn fra kommersielle aktører. Det er også en del som ikke vet om de har reservert seg for telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner, 10 prosent svarte at de ikke visste om de hadde reservert seg. Det er de yngste som i minst grad kjenner til at de kan reservere seg mot telefonhenvendelser.  Det kan se ut som om reservasjonene i noe større grad respekteres, selv om det fortsatt er potensiale for forbedringer. I 2011 svarte 70 prosent at de var blitt oppringt fra bedrifter etter at de hadde reservert seg, mot 67 prosent i 2012. Reservasjonene ser ut til å fungere noe bedre når det gjelder de frivillige organisasjonene. I 2011 sa 66 prosent at de fikk oppringing fra frivillige organisasjoner selv om de ikke var «kunde», i 2012 var denne andelen redusert til 56 prosent.  Resultatene er basert på en web-undersøkelse gjennomført av TNS Gallup i mars 2012. Den er en del av SIFO-surveyen. 1019 personer alderen 18 til 80 år svarte på undersøkelsen.		
<b>Summary</b>		
<b>Stikkord</b> Telefonsalg, telefonhenvendelser, reservasjoner		



# Telefonsalg og telefonhenvendelser til privatpersoner

SIFO-survey hurtigstatistikk 2011 og 2012

av

Randi Lavik og Ragnhild Brusdal

2012

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING  
postboks 4682 Nydalen, 0405 Oslo



## Forord

Dette notatet er basert på SIFO-surveyen fra årene 2011 og 2012. Målsetningen med SIFO-surveyen er å få økt innsikt i forbrukernes situasjon, med vekt på hvordan forbrukerne orienterer seg og gjør sine valg i markedene. Datamaterialet ble samlet inn av TNS Gallup i mars 2011 og 2012.

Notatet tar i hovedsak for seg resultater med spørsmål om telefonsalg og telefonhenvendelser. Empiriske analyser av forbrukernes syn på telefonsalg og telefonhenvendelser blir presentert. Vi har også tatt med oppdaterte tall på antall som har reservert seg mot telefonsalg i Brønnøysundregistrene.

Oslo, mai 2012

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING





# Innhold

Forord.....	5
Innhold .....	7
Sammendrag.....	9
1 Innledning .....	11
1.1 Bakgrunn.....	11
1.2 Metode .....	12
1.2.1 Gjennomføring .....	12
1.2.2 Web-undersøkelser.....	12
1.2.3 Metodiske problemer – validitet .....	13
2 Telefonsalg fra kommersielle aktører .....	15
2.1 Reservasjon mot telefonsalg fra kommersielle bedrifter.....	15
2.2 Blir reservasjon mot telefonsalg respektert? .....	17
3 Telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner .....	19
3.1 Reservasjon mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner .....	19
3.2 Blir reservasjon mot telefonhenvendelser respektert?.....	20
4 Reservasjonsregisteret i Brønnøysund .....	23
4.1 Total antall reservasjoner .....	23
4.2 Sammenligning av SIFO-surveyen og Reservasjonsregisteret .....	26
5 Oppsummering.....	27
Litteratur.....	29
Vedlegg 1 Spørreskjemaet 2011 .....	31
Vedlegg 2 Spørreskjema 2012 .....	33



## Sammendrag

Dette notatet tar for seg resultater fra SIFO-surveyen som fokuserer på telefonsalg/telefonhenvendelser. SIFO-surveyen er undersøkelser som gjennomføres noenlunde jevnlig, og der noen temaer går igjen, mens andre er nye. Undersøkelsene ble gjennomført som web-undersøkelser og ble gjennomført av TNS Gallup i mars 2011 og 2012.

### *Telefonsalg fra kommersielle bedrifter*

Mange irriterer seg over å bli oppringt av telefonselgere eller fra frivillige organisasjoner. En mulighet er å reservere seg mot dette, og 66 prosent svarte at de hadde reservert seg i 2012. Det er liten endring fra 2011 hvor 65 prosent sa de hadde reservert seg. Å reservere seg mot telefonsalg hjelper ikke alltid. Av de som svarte at de hadde reservert seg mot telefonsalg, sa likevel 81 prosent at de hadde blitt oppringt av en kommersiell bedrift i 2012. De fleste av disse, 67 prosent, påsto de ikke var kunde hos denne bedriften. I 2011 var det 85 prosent som sa de var blitt oppringt etter at de hadde reservert seg, og hvor 70 prosent av disse sa de ikke var kunde.

### *Telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner*

Mange er heller ikke begeistret for telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner. Det er imidlertid færre som sa de har reservert seg mot frivillige organisasjoner enn som sa de hadde reservert seg mot telefonsalg fra bedrifter. 36 prosent sa de hadde reservert seg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner (underrapportert). Det er en markert økning fra 2011. Det er imidlertid mange som svarer 'vet ikke', hele 10 prosent. Ekskluderer vi vet-ikke gruppen, er det 40 prosent som sier de har reservert seg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner. Men heller ikke hos de frivillige organisasjonene synes reservasjonen å ha virket. Blant dem som sa de hadde reservert seg, svarte 47 prosent at de hadde blitt oppringt av organisasjoner etter at de hadde reservert seg i 2012, mot 54 prosent i 2011. Blant dem som var blitt oppringt etter at de hadde reservert seg, svarte 56 prosent at de ikke hadde bidratt økonomisk i 2012, mot 66 prosent i 2011.

Det er for øvrig langt flere som ikke var klar over at det gikk an å reservere seg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner (15 prosent), enn de som ikke visste det var mulig å reservere seg mot telefonsalg fra kommersielle aktører (3 prosent) i 2012. I 2011 var det imidlertid hele 27 prosent som ikke visste de kunne reservere seg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner. Det ser altså ut til at flere nå vet at de kan dette. Ellers er det de yngste som i mindre grad enn de andre aldersgruppene kjenner til at de kan reservere seg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner.

*Reservasjonsregisteret i Brønnøysund*

Etter at den nye personvernopplysningsloven trådte i kraft i januar 2001 har det vært mulig å reservere seg mot enkelte former for reklame, og antallet som reserverer seg er stadig økende. Pr. april 2011 hadde 49 prosent av befolkningen 16 år og eldre reservert seg mot reklame via telefon og mobiltelefon (telefonsalg), 44 prosent har reservert seg mot reklame fra humanitære og samfunnsnyttige organisasjoner. Pr mai 2012 var det 50 prosent i befolkningen 16 år og eldre som hadde reservert seg mot telefonsalg, 45 prosent hadde reservert seg mot telefonsalg fra frivillige organisasjoner. Det har imidlertid vært en økning i antall reservasjoner, men siden befolkningen også har økt, blir endring i andeler ikke særlig stor. Sammenlignet vi med dem som i vår undersøkelse sa de hadde reservert seg mot telefonsalg fra bedrifter, der 66 prosent svarte positivt, synes dette å være overrapportering når vi sammenligner tallene fra Reservasjonsregisteret. 36 prosent (40 prosent ekskl vet ikke) svarte de hadde reservert seg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner. Dette er en underrapportering når vi sammenligner med tallene fra Reservasjonsregisteret. Tallene er imidlertid ikke helt sammenlignbare, men uansett så synes det å være overrapportering av dem som sier de har reservert seg mot telefonsalg fra bedrifter, mens det er underrapportering av dem som sier de har reservert seg mot telefonsalg fra frivillige organisasjoner. Denne tendensen fant vi også i 2011.

# 1 Innledning

## 1.1 Bakgrunn

Dette notatet er en del av et større prosjekt som skal evaluere endringer i markedsføringsloven i tilknytning til telefonsalg. Oppdragsgiver er Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet. En ny lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår trådte i kraft i 2009. Nytt fra tidligere markedsføringslov var blant annet bedre reservasjonsmuligheter mot telefonsalg for forbrukere. Før 1. juni kunne man reservere seg ved fødselsnummer, men etter 1. juni 2009 kunne man få anledning til å legge inn sine telefonnummer i Reservasjonsregisteret som en tilleggsopplysning. En annen endring som kom 1. juni 2009 var muligheten til å legge inn flere adresser i Reservasjonsregisteret. Før 1. juni 2009 måtte de næringsdrivende sjekke registeret (vasking) hver tredje måned, mens etter 1. juni 2009 må de sjekke hver måned. Det nye er nå også at det ved telefonsalg er innført krav om skriftlig samtykke fra forbruker før avtale om salg er endelig. Unntaket er aviser og bidrag til frivillige organisasjoner. Man kan imidlertid ikke reservere seg i Reservasjonsregisteret mot telefonsalg fra næringsdrivende eller frivillige organisasjoner man allerede har et eksisterende kundeforhold eller giverforhold til.

Forbrukerombudet er klageinstans ved brudd på reservasjonsretten, og Forbrukerombudet mottar mange klager. Mange av klagenes representere brudd på loven, mens enkelte av klagenes på telefonsalg som har kommet inn til Forbrukerombudet har vært adressert hit fordi forbrukerne ikke vet hvem som har ringt dem. Dersom forbruker ikke vet hvem som har ringt, kan heller ikke han eller hun få kunnskap om det er et selskap man har et eksisterende kundeforhold til eller ikke. Dette bidrar til å generere en del klager til Forbrukerombudet som viser seg ikke å være brudd på mfl. § 13, fordi oppringningen kom fra en næringsdrivende som forbrukeren allerede har et eksisterende kundeforhold til. I en del tilfeller har også manglende sporbarhet medført at ombudet har måttet henlegge klagesaker fordi de ikke har klart å spore opp hvem som har stått bak oppringningen. Dette er etter ombudets mening meget uheldig. Mange av klagenes representere i følge ombudet brudd på loven.

Mens vi tidligere har kartlagt bedrifter og organisasjoner som har telefonsalg/telefonhenvendelser til forbrukere (se Lavik og Brusdal 2011) og hvordan forbrukerne opplever og forholder seg til telefonsalg og telefonhenvendelser (Lavik og Brusdal 2011) gjentar denne rapporten noen av spørsmålene fra 2011 og ser på eventuelle endringer i hvordan forbrukerne forholder seg til telefonsalg og telefonhenvendelser fra bedrifter og frivillige organisasjoner. Telefonsalg fra næringsdrivende kan

ses som en type markedsføring hvor man søker å selge et produkt. Forbrukeren blir da oppringt og tilbudet fremsettes. Frivillige organisasjoner ringer også og ber om økonomisk støtte. Denne rapporten tar i hovedsak for seg resultater fra SIFO-surveyen 2012, men vi sammenligner også til en viss grad med 2011.

Telefonsalg er en salgsform som aktivt henvender seg til forbrukeren for å få vedkommende til å kjøpe noe. Henvendelsen kan være tilbud om helsekostpreparater, toalettpapir, bøker osv. Ofte dreier telefonhenvendelsen seg ikke om et vanlig kjøp, men spørsmål om økonomisk bidrag til en humanitær organisasjon ved f.eks. å kjøpe en kalender og lignende. Andre ganger er det kun ønske om et økonomisk bidrag. Det har vært en rekke klager til Forbrukerrådet og Forbrukerombudet angående telefonsalg hvor de som klager reagerer på aggressiv telefonmarkedsføring.

Det er mulig å reservere seg mot telefonsalg fra bedrifter og telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner. Vi ønsket å se hvor mange som har benyttet seg av dette, og videre om reservasjonen blir respektert. Samme spørsmål ble stilt i 2011 og vi ønsket også å se om det har skjedd noen endringer i denne perioden. I de to følgende kapitler skal vi se nærmere på om forbrukerne har reservert seg mot telefonsalg fra kommersielle aktører og telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner og om reservasjonene respekteres.

## 1.2 Metode

### 1.2.1 Gjennomføring

Undersøkelsene er gjennomført av TNS Gallup i hhv mars 2011 og mars 2012 og er begge WEB-undersøkelser. Utvalget som ble trukket, var forhåndsstratifisert etter alder, kjønn, bosted og utdanning fra et panel. Panelet består av ca 50 000 personer som er rekruttert tilfeldig gjennom telefon og postale undersøkelser. Målgruppen for vår undersøkelse har vært personer i alderen 18-80 år.

1002 svarte i 2011, mens 1019 personer svarte i 2012. I tidligere undersøkelser har vi benyttet telefonintervju, noe som kan ha en viss betydning for sammenligninger over tid.

### 1.2.2 Web-undersøkelser

Metoden webbasert intervju er undersøkelser som gjennomføres via e-post. Disse ligner postale undersøkelser ved at de er selvadministrerende. Panelet består av respondenter med tilgang til internett og er derfor ikke representativt for hele befolkningen, men skal være noenlunde representativt for den delen som har tilgang til internett. Dette betyr blant annet at, i forhold til totalbefolkningen, er de eldste aldersgruppene noe underrepresentert i panelet, og personer med høyere utdanning er noe overrepresentert. Resultatene er derfor vektet i forhold til kjønn, alder og utdanning. Spørreskjema er i vedlegg.

### 1.2.3 Metodiske problemer – validitet

Enkelte spørsmål om telefonsalg kan være noe problematisk. Det kan være vanskelig å huske, og det ser også ut til at en del ikke vet om de har reservert seg i Reservationsregisteret i Brønnøysund eller ikke.





## 2 Telefonsalg fra kommersielle aktører

### 2.1 Reservasjon mot telefonsalg fra kommersielle bedrifter

Mange har reagert på aggressiv telefonmarkedsføring. Det har vært problemer med selgere som kommer seg gjennom de ”lukkede” dørene. Tidligere undersøkelser viser også at mange har et negativt syn på dette. Andelen som er negativ er stort sett konstant, i 1997 svarte 90 prosent<sup>1</sup> bekreftende på at de fant dette negativt, i 2005 var andelen 91 prosent og i 2007 var det 92 prosent som anså telefonsalg som negativt (82 prosent svært dårlig og 10 prosent ganske dårlig) (Lavik og Brusdal 2007). I 2011 var 95 prosent negativ til å bli oppringt fra bedrifter hvis man ikke var kunde der, men atskillig mindre negativ dersom man var kunde (43 prosent). I 2005 og 2007 skilte vi ikke mellom telefonhenvendelser fra bedrifter de hadde kundeforhold til og ikke, slik at tallene er ikke helt sammenlignbare.

Det er mulig å reservere seg mot ulike former for telefonsalg og et flertall sier de har reservert seg. 66 prosent svarte bekreftende på dette, mens 28 prosent svarte nei. Videre svarte tre prosent at de ikke var klar over at dette var mulig, mens tre prosent ikke visste om de hadde reservert seg eller ikke. Her kan det nevnes at i 2007 svarte 56 prosent at de hadde reservert seg mot telefonsalg, så andelen har økt (Lavik og Brusdal 2007). Dette er også i tråd med tall fra Reservasjonsregisteret i Brønnøysund Fra 2011 til 2012 har det imidlertid ikke skjedd noen stor endring (Tabell 2-1). Senere vil vi vise tall fra Reservasjonsregisteret i Brønnøysund som forteller at flere faktisk har reservert seg. Det er forøvrig ingen signifikante forskjeller mellom kvinner og menn. Både i 2007 og i 2011 er andelen som sier de har reservert seg mot telefonsalg overrapportert i forhold til andelen som faktisk har reservert seg (se kapittel 4).

---

<sup>1</sup> 1997: Hva er ditt syn på telefonsalg – Er du positiv eller negativ til slike henvendelser? (Positiv, negativ, ingen mening) (MMI).

2005: Hvor godt stemmer følgende påstander for deg på en skala fra 1 til 5 der 1 betyr at utsagnet stemmer svært dårlig og 5 at utsagnet stemmer svært bra: ”Jeg synes telefonsalg er greit” (Gallup). I 2005 var det 81 prosent som svarte 1 på skalaen (stemmer svært dårlig) og 10 prosent valgte verdien 2 (stemmer dårlig) – dvs. at hele 91 prosent av respondentene var på den negative siden av skalaen.

Tabell 2-1: Andel som sier de har reservert seg mot telefonsalg i 2011 og 2012. Prosent.

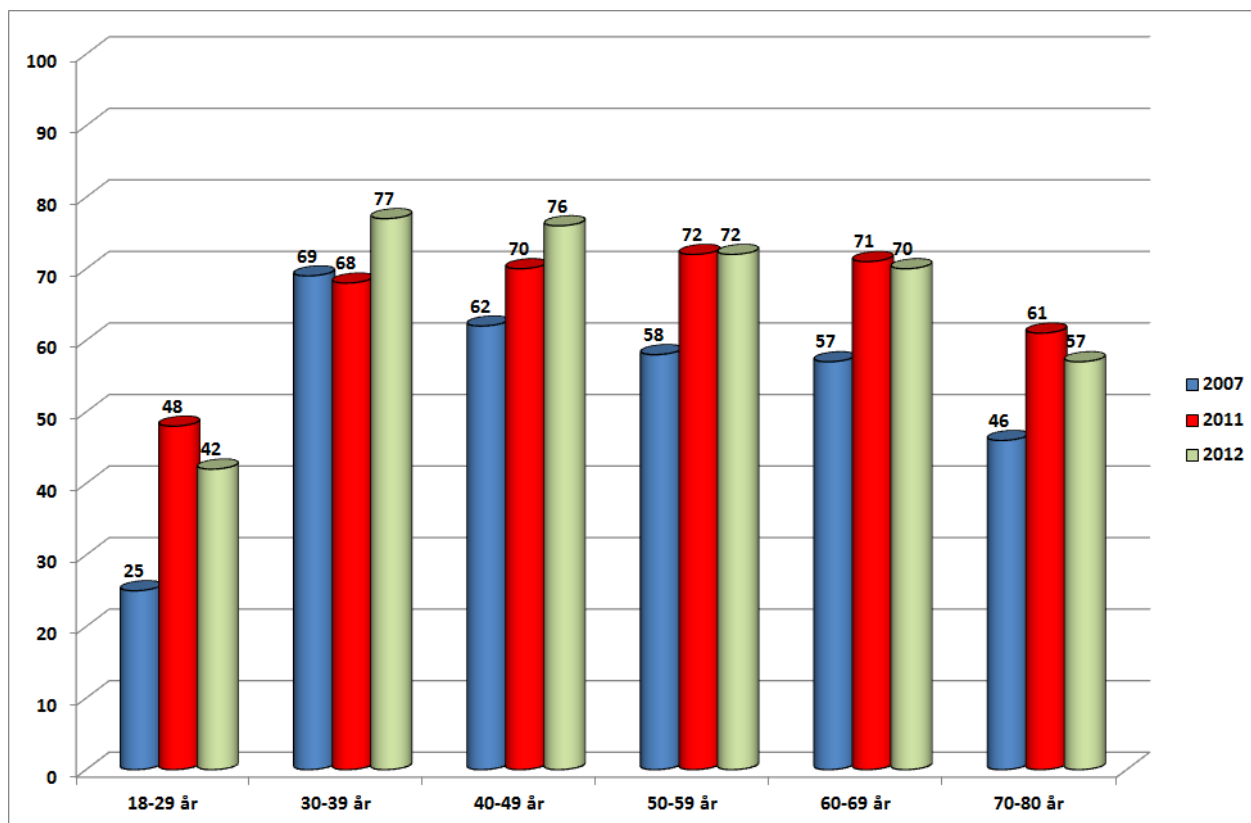
	2011		2012	
	Prosent	N	Prosent	N
Ja	65	649	66	670
Nei	28	278	28	290
Var ikke klar over at dette var mulig	4	43	3	32
Vet ikke	3	31	3	28
SUM	100%	1002	100%	1019

Hvorvidt man har reservert seg varierer med alder. Et hovedtrekk er at det er de yngste og eldste som i minst grad har reservert seg (Tabell 2-2 og Figur 2-1).

Tabell 2-2: Har du reservert deg mot telefonhenvendelser fra kommersielle bedrifter i det sentrale Reservasjonsregisteret i Brønnøysund i forhold til alder. 2012. Prosent.

	18-29 år	30-44 år	45-59 år	60- 80 år
Ja	42	77	72	66
Nei	40	20	25	33
Var ikke klar over det var mulig	12	1	2	-
Vet ikke	7	3	2	1
SUM	101%	101%	101%	100%
N=	217	293	272	237

Signifikant for  $p < .001$  kji kvadrat test.



Figur 2-1 Andel som sier de har reservert seg mot telefonsalg etter alder, 2007, 2011 og 2012. Prosent.(2007 N=2000, 2011 N=1002, 2012 N=2019) sign. alle år,  $p < .001$ )

Tilsvarende spørsmål ble også stilt i 2007 og 2011 (Lavik og Brusdal 2007 og 2011). Også tidligere år viser samme tendens, det vil si at det er færrest av de yngste og de eldste som sier de har reservert seg. Det er imidlertid i begge disse aldersgruppene, 18 til 29 år og 70 til 80 år at økningen har vært størst fra 2007 til 2011 (Figur 2-1). Det kan imidlertid se ut som utviklingen har stoppet noe opp. Figur 2-1 viser at det fra 2011 til 2012 har det skjedd lite. Det er en svak økning i reserverasjoner i aldersgruppene mellom 30 og 49 år, mens det blant de yngste og eldste er en svak nedgang. Forskjellene er imidlertid svært små.

## 2.2 Blir reserverasjon mot telefonsalg respektert?

I 2012 svarte 81 prosent at de hadde blitt oppringt av en bedrift etter at de hadde reservert seg. I 2011 var dette 85 prosent. Det har altså vært en svak nedgang i oppringinger som ikke skulle ha forekommet. Men den er ikke signifikant. (Tabell 2-3).

**Tabell 2-3: Har du fått telefon fra bedrift(er) som vil selge deg noe, selv etter at du reservert deg mot telefonsalg? (Blant dem som sier at de har reservert seg mot telefonsalg). 2011 og 2012 Prosent.**

	2011		2012	
	Prosent	N	Prosent	N
Ja	85	549	81	545
Nei	15	100	18	118
Vet ikke			1	7
SUM	100%	649	100%	670

Av dem som hadde fått telefon etter at de hadde reservert seg, svarte 20 prosent i 2011 at de allerede var kunde, mens 70 prosent mente de ikke var kunde hos dem som hadde ringt, og 10 prosent svarte "vet ikke". I 2012 svarte 23 prosent at de allerede var kunde, mens 67 prosent av de oppringte svarte at de ikke var kunde (Tabell 2-4).

**Tabell 2-4: Om man var kunde eller ikke blant de som ble oppringt av en bedrift etter at de har reservert seg. Prosent.**

	2011		2012	
	Prosent	N=	Prosent	N=
Var allerede kunde	20	108	23	123
Var ikke kunde	70	385	67	364
Vet ikke	10	56	11	58
SUM	100%	549	101%	545

Andelen som har blitt oppringt til tross for at de sier de har reservert seg, har ikke minsket noe særlig siste året, men utviklingen går i retning av at det er færre som blir oppringt som ikke var kunder.

Det kan være mange grunner til den høye andelen som sier at de har blitt oppringt av en bedrift de ikke har et kundeforhold til etter at de har reservert seg. Dette kan være at listene med reserverasjoner enten ikke er blitt sjekket av selgerne i tilstrekkelig grad,

eller at de med vilje lar være å sjekke dette ofte nok. Vi skal heller ikke se bort fra at respondentene kan ha blitt ringt opp fra bedrifter de har et eksisterende kundeforhold til. Privatpersoner kan ikke reservere seg i Reservasjonsregisteret mot slike bedrifter. Dette gjelder for eksempel bankforbindelser, forsikringsavtaler, medlemskap, serviceavtaler, etc. Vi kan heller ikke se bort fra at noen respondenter oppfatter meningsmålingsinstitutter som for eksempel stiller spørsmål om annonsering, reklame, kjøp av produkter etc., som salgspersoner. I introduksjonen til spørsmålet om telefonsalg fra kommersielle bedrifter, ble det presisert hva dette innebar: *“Vi stiller først noen spørsmål om telefonsalg fra kommersielle bedrifter, f.eks. aviser, teleselskaper, banker, leverandører av helseprodukter, bøker o.l. Merk at henvendelser om markedsundersøkelser ikke regnes som telefonsalg”*. Når man har reservert seg mot for eksempel telefonsalg, kan det gå en måned før det er registrert i de listene som telefonselgerne bruker. Dersom det er kortere tid enn en måned siden de har reservert seg og de er blitt oppringt, behøver det derfor ikke være en ”ulovlig” handling fra selgerens side. Man skal heller ikke se bort fra at respondenter har svart at de ikke har vært kunde, men at de muligens har vært det uten å være helt klar over det. Dessuten svarer om lag 10 prosent begge år «vet-ikke».

Disse spørsmålene om man har reservert seg og om man likevel får telefoner er vanskelig å få pålitelige nok svar på. Likevel, selv om andelen som sier de har mottatt telefonsalg kan være overestimert, er det likevel en så høy andel at en del av dette må være fra telefonselgere som ikke respekterer at mottakeren har reservert seg.

## 3 Telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner

### 3.1 Reservasjon mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner

Det er også mulig å reservere seg mot oppringing fra frivillige organisasjoner. 25 prosent svarte i 2011 at de hadde reservert seg, mot 36 prosent i 2012. Altså en viss økning i reservasjoner det siste året. Andelen som har reservert seg mot henvendelser fra frivillige organisasjoner er betydelig lavere enn de som har reservert seg mot telefonsalg fra bedrifter hvor 66 prosent i 2012 oppga at de hadde reservert seg. Det er verdt å merke seg den store andelen (27 prosent) som oppgir at de ikke var klar over at dette var mulig. I tillegg svarer 15 prosent at de ikke vet hva de har gjort. Det er ingen signifikante forskjeller mellom kvinner og menn her verken i 2011 eller 2012.

**Tabell 3-1 Om de har reservert seg mot oppringning fra frivillige organisasjoner. 2011, 2012. Prosent**

	2011		2012	
	Prosent	N	Prosent	N
Ja	25	245	36	367
Nei	34	337	39	397
Visste ikke det var mulig	27	268	15	152
Vet ikke	15	152	10	104
	100	1002	100	1019

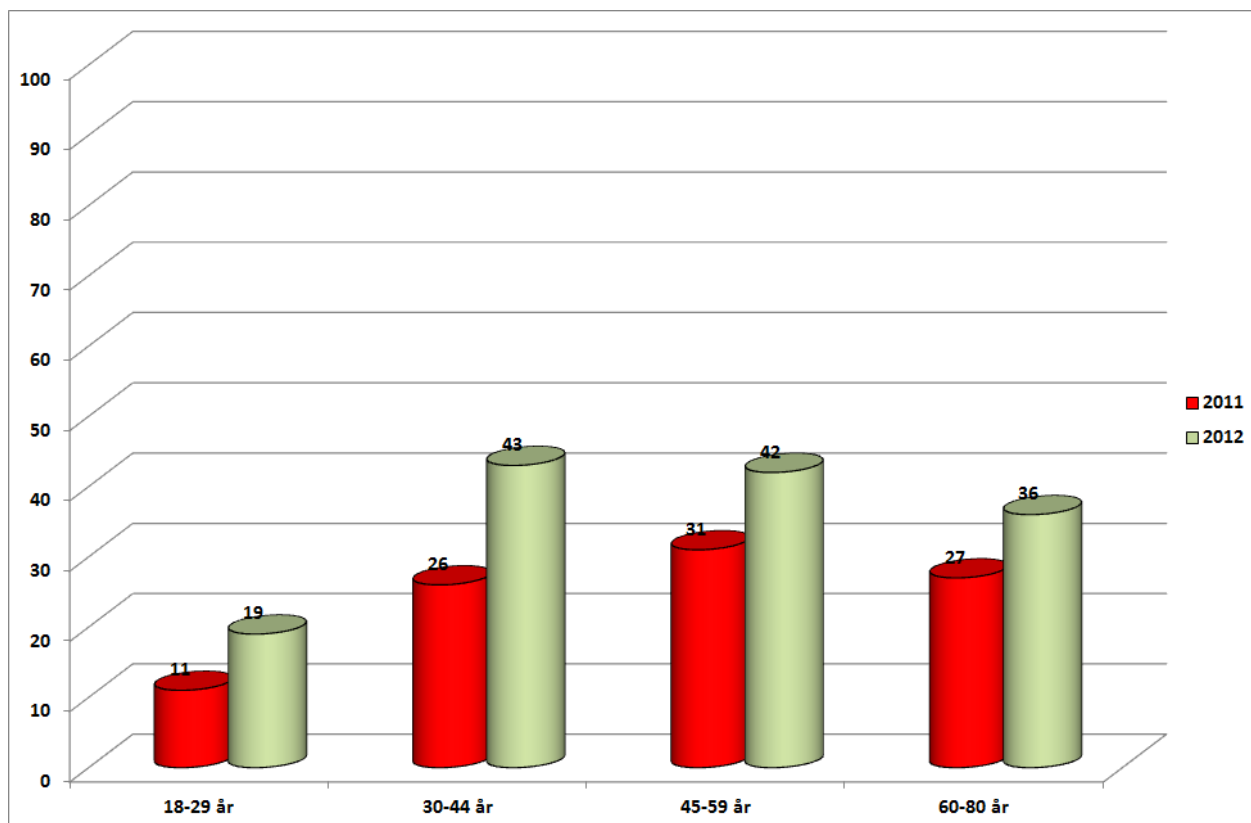
Det er imidlertid noen aldersforskjeller. Analysen viser at det er spesielt i aldersgruppen 30 til 59 år at man har reservert seg. Dette er samme tendens som reservasjon mot kommersielle bedrifter. Blant de aller yngste, de mellom 18 og 29 år, er det kun 19 prosent som har reservert seg mot 43 prosent blant de mellom 30-44 år. Det er også verdt og merke seg den store andelen blant de yngste som svarer at de ikke var klar over at det var mulig å reservere seg (signifikant for  $p < .001$  kji kvadrat test). Samme tendens fant vi i 2011<sup>2</sup> Ellers er andelen som svarer «visste ikke det var mulig» gått ned fra 27 prosent i 2011 til 15 prosent i 2012 (sig  $p < .001$ ).

<sup>2</sup> 31 prosent i den yngste aldersgruppen visste ikke det var mulig å reservere seg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner i 2011, mens totalandelen var 27 prosent.

**Tabell 3-2 Har du reservert deg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner i det sentrale Reservasjonsregisteret i Brønnøysund i forhold til alder. 2012. Prosent.**

	18-29 år	30-44 år	45-59 år	60-80 år
Ja	19	43	42	36
Nei	46	31	35	47
Var ikke klar over det var mulig	21	14	14	11
Vet ikke	14	12	9	6
SUM	100%	100%	100%	100%
N=	218	292	272	238

Signifikant for  $p < .001$  kji kvadrat test.



**Figur 3-1: Andel som har reservert seg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner i ulike aldersgrupper i 2011 og 2012. Prosent. (N=1002 og 1019) (sign. for  $p < .001$  kji kvadrat test begge år).**

Det er i aldersgruppene 30-59 år at vi finner den største andelen som sier de har reservert seg mot telefoner fra frivillige organisasjoner. Det fremgår av figuren at det er en økning i andelen som har reservert seg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner. Økningen er størst i aldersgruppen mellom 30 og 44 år.

### 3.2 Blir reservasjon mot telefonhenvendelser respektert?

Heller ikke når det gjelder frivillige organisasjoner ser reservasjonen ut til å fungere helt optimalt. 47 prosent sier at de har fått telefon(er) fra frivillige organisasjoner selv

etter at de reservert seg. I 2011 svarte 54 prosent at de var blitt oppringt etter at de hadde reservert seg (Tabell 3-2). En del av disse kan imidlertid være fra organisasjoner de allerede er givere til og som derfor har lov til å ringe. På spørsmål om organisasjonene som ringte var noen vedkommende allerede bidro med støtte til svarte 38 prosent bekreftende (Tabell 3-3).

**Tabell 3-3 Har du fått telefoner etter du har reservert deg? 2011, 2012. Prosent**

	2011		2012	
	Prosent	N	Prosent	N
Ja	54	133	47	170
Nei	35	85	49	178
Vet ikke	11	27	5	17
	100	245	100	367

**Tabell 3-4 Om organisasjonene som ringte var noen vedkommende allerede bidro med støtte til. (2011 og 2012). Prosent.**

	2011	2012
Har bidratt økonomisk	31	38
Har ikke bidratt økonomisk	66	56
Vet ikke	4	6
SUM	101%	100%
N=	133	170

I 2011 konkluderte vi med at det syntes som om reservasjonen ikke alltid blir respektert. Det kan synes som det har skjedd en viss bedring siste året, men fortsatt er det rom for forbedring.





## 4 Reservasjonsregisteret i Brønnøysund

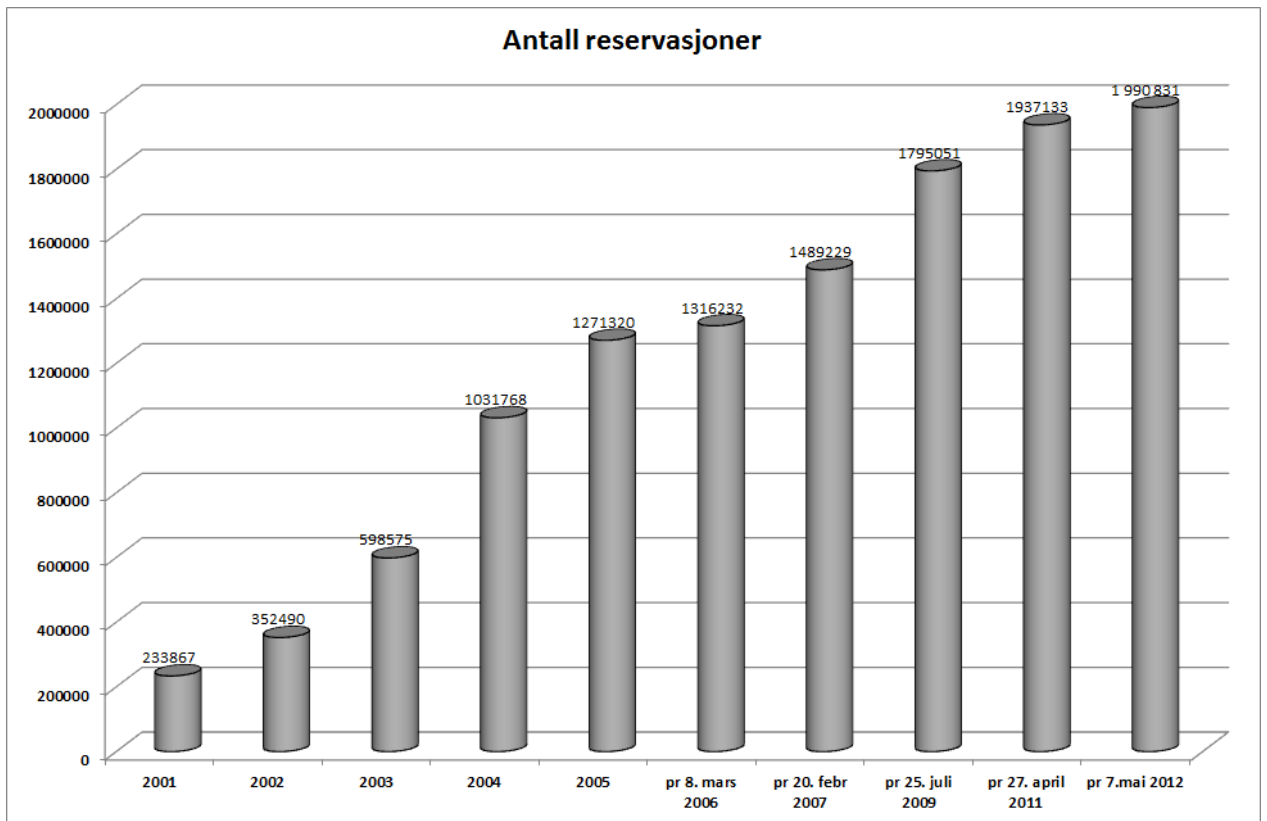
### 4.1 Total antall reservasjoner

Etter at den nye personopplysningsloven trådte i kraft 1. januar 2001 har det vært mulig å reservere seg mot enkelte former for reklame. Reservasjonen registreres på fødselsnummer, men etter 1. juni 2009 har man fått anledning til å legg inne sine telefonnumre i Reservasjonsregisteret som en tilleggsopplysning. Man kan også reservere seg mot direkte adressert reklame via post, reklame via telefon og mobiltelefon (telefonsalg), og reklame fra frivillige organisasjoner. Ifølge Brønnøysundregistrene ble muligheten til å reservere seg raskt tatt i bruk, og antallet er stadig økende. Brønnøysundregistrene sier de ikke har reklamert for Reservasjonsregisteret i det hele tatt, men at det er mange presseoppslag som har markedsført registeret (Årsmelding 2005).

1. juni 2009 trådte som nevnt en ny markedsføringslov i verk. En endring var bl.a. bedre reservasjon mot telefonsalg. Mange opplever å bli oppringt av telefonselgere. Næringsdrivende som driver telefonsalg må etter 1. juni 2009 sjekke registeret hver måned, i motsetning til hver tredje måned tidligere.<sup>3</sup> Retten til å reservere seg mot telefonsalg er nå nedfelt i markedsføringsloven av 1. juni 2009.

---

<sup>3</sup> (<http://www.forbrukerombudet.no/index.gan?id=11039418&subid=0> [lesedato 27/07-2009]).



**Figur 4-1: Antall som har reservert seg i Reservasjonsregisteret<sup>4</sup>**

I 2012 var det pr mai 1 990 831 som hadde reservert seg mot 1 937 133 personer pr april året før. Dette er en økning på 2.8 prosent. Av disse hadde 99 prosent reservert seg mot reklame via telefon og mobiltelefon i 2012, 90 prosent hadde reservert seg mot reklame fra humanitære organisasjoner, og 56 prosent hadde reservert seg mot direkte adressert reklame via post. Hvis vi antar at det stort sett er personer i alderen 16 år og eldre som har reservert seg, blir andelen av befolkningen 41 prosent pr. 20. februar 2007, 47 prosent pr. 25. juli 2009, 49 prosent pr. 27. april 2011 og 50 prosent pr 7. mai 2012.

<sup>4</sup> (Kilde; Brønnøysundregistrene [https://w2.brreg.no/reservasjon/resreg\\_statistikk.jsp](https://w2.brreg.no/reservasjon/resreg_statistikk.jsp) [lesedato 27.juli 2009])

**Tabell 4-1: Prosentandel som har reservert seg beregnet av befolkningen 16 år og eldre. Reservasjonsregisteret**

	Reservert seg i Reservasjonsregisteret i Brønnøysund pr. 20. februar 2007 <sup>5</sup>	Reservert seg i Reservasjonsregisteret i Brønnøysund pr. 25. juli 2009 <sup>6</sup>	Reservert seg i Reservasjonsregisteret i Brønnøysund pr. 27. april 2011 <sup>7</sup>	Reservert seg i Reservasjonsregisteret i Brønnøysund pr. 27. mai 2012 <sup>8</sup>
Mot reklame via telefon og mobiltelefon	<b>41</b> (1 483 582)	<b>47</b> (1 795 051)	<b>49.2</b> (1 934 213)	<b>49.7</b> (1 987 881) <b>(53)</b>
Mot telefon-salg fra frivillige organisasjoner	<b>36</b> (1 324 171)	<b>42</b> (1 603 427)	<b>44.5</b> (1 749 248)	<b>45.1</b> (1 801 597) <b>(47)</b>
Mot direkte adressert reklame via post	<b>23</b> (828 109)	<b>26</b> (1 009 881)	<b>27.7</b> (1 089 998)	<b>28.1</b> (1 121 195) <b>(30)</b>
<b>Totalt</b>	<b>41</b>	<b>47</b>	<b>49</b>	<b>50</b>

Parentes beregnet av 18 år til 80 pr 8. mai 2012

**Tabell 4-2: Gjennomsnittlig prosentvis endring. Reservasjonsregisteret**

	<b>2007 til 2009</b>	<b>2009-2011</b>	<b>2011-2012</b>
Mot reklame via telefon og mobiltelefon	20.9/2= <b>10.5</b>	7.8/2= <b>3.9</b>	<b>2.8</b>
Mot telefon-salg fra frivillige organisasjoner	21.1/2= <b>10.6</b>	9.1/2= <b>4.6</b>	<b>2.9</b>
Mot direkte adressert reklame via post	22.0/2= <b>11.0</b>	7.9/2= <b>4.0</b>	<b>2.9</b>
<b>Totalt</b>	20.5/2= <b>10.3</b>	7.9/2= <b>4.0</b>	<b>2.8</b>

Gjennomsnittlig ca pr år, merk at tidsperiodene ikke er like.

Det har vært økende antall reservasjoner hvert år helt siden 2001. Nå har imidlertid økningen flatet noe ut. Hvis vi ser endringene i forhold til folketallet, blir økningene noe mindre, slik tabell 4-1 viser.

<sup>5</sup> (Kilde: Brønnøysundregistrene [http://w2.brreg.no/reservasjon/resreg\\_statistikk.jsp](http://w2.brreg.no/reservasjon/resreg_statistikk.jsp) [lesedato: 20. februar 2007])

<sup>6</sup> (Kilde: Brønnøysundregistrene [https://w2.brreg.no/reservasjon/resreg\\_statistikk.jsp](https://w2.brreg.no/reservasjon/resreg_statistikk.jsp) [lesedato 27.juli 2009])

<sup>7</sup> (Kilde: Brønnøysundregistrene [https://w2.brreg.no/reservasjon/resreg\\_statistikk.jsp](https://w2.brreg.no/reservasjon/resreg_statistikk.jsp) [lesedato 27. april 2011])

<sup>8</sup> (Kilde: Brønnøysundregistrene [https://w2.brreg.no/reservasjon/resreg\\_statistikk.jsp](https://w2.brreg.no/reservasjon/resreg_statistikk.jsp) [lesedato 7. mai 2012])

## 4.2 Sammenligning av SIFO-surveyen og Reservasjonsregisteret

Tabell 4-3: Andel som har reservert seg mot oppringning fra kommersielle aktører og frivillige organisasjoner. SIFO-surveyen 2012. Prosent. (N=1019)

	Telefonsalg fra kommersielle aktører	N=	Frivillige organisasjoner	N=	Frivillig organisasjon (vet ikke ekskludert)	N=
Ja	66	670	36	367	40	367
Nei	28	290	39	397	43	397
Visste ikke at det var mulig	3	32	15	152	17	152
Vet ikke	3	28	10	104	-	-
SUM	100%	1020	100%	1020	100%	916

Tar vi vekk de som har svart “vet ikke” på spørsmålet om de har reservert seg mot oppringning fra frivillige organisasjoner, er andelen som svarer ‘ja’ på at de har reservert seg 40 prosent. Andelen fra Reservasjonsregisteret er på 47 prosent når vi beregner det ut fra befolkningen i aldersgruppen 18 til 80 år. Dette blir jo ikke helt riktig ettersom de som har reservert seg kan være både under 18 år og eldre enn 80 år. Derfor er det mer realistisk å beregne ut fra befolkningen på 16 år eog eldre. Når vi ekskluderer vet-ikke gruppen er altså andelen som sier de har reservert seg mot telefonhenvendelser 40 prosent, altså noe under andelen fra Brønnøysundregisteret.

Imidlertid stemmer heller ikke andelen i SIFO-surveyen 2012 som sier de har reservert seg mot reklame via telefon med Reservasjonsregisteret. 66 prosent svarte i vår undersøkelse i 2012 at de hadde reservert seg mot telefonsalg, mens tall fra Brønnøysundregistrene viser 50 prosent når vi tar utgangspunkt i de som er 16 år og eldre. Ser vi på alderen 18-80 også for Reservasjonsregisteret, blir andelen 53 prosent. Selv om forskjellen da blir mindre, er den fortsatt ganske stor. Forskjellene går altså i hver sin retning; mens reservasjon av telefonsalg fra kommersielle aktører er overestimert, er reservasjon mot telefonhenvendelser til frivillige aktører noe underestimert i SIFO-surveyen. Denne tendensen har vært til stede både i 2007, 2011 og 2012. Det kan tenkes at i spørreundersøkelser synes man det er mer legitimt å reservere seg mot kommersielle aktører, men ikke i tilsvarende grad for frivillige organisasjoner.

## 5 Oppsummering

I dette notatet har vi sett på telefonsalg fra kommersielle bedrifter og henvendelser fra frivillige organisasjoner med forespørsel om økonomisk støtte. Bakgrunnen for å se på telefonsalg var endringer i markedsføringsloven (Lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår) 1. juni 2009. En endring var blant annet bedre reservasjonsmulighet mot telefonsalg til forbrukere. Før 1. juni 2009 kunne man reservere seg ved fødselsnummer, men etter 1. juni 2009 kunne man også reservere seg på telefonnummer. Før 1. juni 2009 måtte de næringsdrivende sjekke registeret (vasking) hver tredje måned, men etter 1. juni 2009 må de sjekke hver måned. En annen endring er nå at ved telefonsalg er det innført krav om skriftlig samtykke fra forbruker før avtale om salg er endelig. Det kreves ikke skriftlig samtykke fra aviser og frivillige organisasjoner.

Mange har et negativt forhold til telefonsalg og telefonhenvendelser. Det er som nevnt mulig å reservere seg mot telefonsalg og mange har reservert seg, både mot henvendelser fra kommersielle bedrifter og frivillige organisasjoner. I 2012 sa 66 prosent at de hadde reservert seg mot telefonsalg fra bedrifter, mens 36 prosent hadde reservert seg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner. Mens andelen som har reservert seg mot telefonsalg ser ut til å være konstant (65 prosent i 2011 og 66 prosent i 2012) har det vært en betydelig økning i andelen som har reservert seg mot henvendelser fra de frivillige organisasjonene (25 prosent i 2011 mot 36 prosent i 2012).

Sammenlignet med tall fra Reservasjonsregisteret i Brønnøysund er det færre der som har reservert seg mot telefonsalg enn tallene fra SIFO-surveyen viser, mens det motsatte er tilfellet for reservasjon mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner. Beregner vi andelen som har reservert seg ut fra befolkningen i alderen 18 og 80 år, har 53 prosent reservert seg i Reservasjonsregisteret pr mai 2012 mot 66 prosent i SIFO-surveyen i 2012. Tilsvarende andeler for reservasjon mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner har 47 prosent reservert seg i Reservasjonsregisteret, mot 36 prosent (40 prosent ekskl vet-ikke) i SIFO-surveyen 2012. Økningen i antall reservasjoner i Reservasjonsregisteret i Brønnøysund fra 2011 til 2012 var på 2.8 prosent mot reklame via telefon, mens økningen var på 2.9 prosent for reservasjon mot telefonhenvendelser for frivillige organisasjoner. Ettersom befolkningen har økt, er det hensiktsmessig å se økningen i forhold til befolkningen, og da er den andelsmessige økning minimal.

Det er flere som reserverer seg mot reklame via telefon enn telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner i Reservasjonsregisteret, men forskjellen er ikke stor. Men i SIFO-surveyene overrapporterer respondentene systematisk når de gjelder reserva-

sjon mot telefonsalg men underrapporterer reservasjon mot frivillige organisasjoner. Man er kanskje mer irriterte på telefoner fra kommersielle aktører enn fra frivillige organisasjoner, noe som bidrar til den systematiske over- og underrapportering.

Det er stadig flere som reserverer seg, men det ser imidlertid ikke ut til at reservasjonen i Reservasjonsregisteret i Brønnøysund fungerer tilfredsstillende I 2011 svarte hele 70 prosent svarte at de var blitt oppringt av en bedrift de ikke hadde et kundeforhold til selv om de hadde reservert seg, i 2012 var dette 67 prosent. Heller ikke når det gjelder de frivillige organisasjonene ser reservasjonen ut til å fungere helt optimalt. 47 prosent har fått telefoner selv etter at de reserverte seg og 56 prosent av disse var ikke kunde i 2012. I 2011 sa 66 prosent at de fikk oppringing fra frivillige organisasjoner selv om de ikke var «kunde».

Mange har reservert seg mot telefonsalg og en økende andel har reservert seg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner. De yngste og eldste har i mindre grad reservert seg. Det er også verdt å merke seg den store andelen blant de yngste som svarer at de ikke var klar over at det var mulig å reservere seg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner. Hovedkonklusjonen er at mange har reservert seg, men det ser ikke ut til at reservasjonene alltid blir tilstrekkelig respektert.

## Litteratur

Brusdal, Ragnhild, Lisbet Berg og Randi Lavik: *Forbrukerne viser markedsmakt*. SIFO Prosjektnotat nr. 1 – 2005

Lavik, Randi og Ragnhild Brusdal: *Telefonsalg og reklame – til nytte for forbrukeren?* Prosjektnotat nr 2 – Oslo Statens institutt for forbruksforskning 2007

Lavik, Randi og Ragnhild Brusdal: *Evaluering av markedsføringsloven. Kartlegging av bedrifter som har telefonsalg/henvendelser til forbrukere*. Prosjektnotat nr 1 Oslo: Statens institutt for forbruksforskning. 2011

Norges Innsamlingsråd: *Giveres holdninger til telefonsalg*. Oslo 2011





# Vedlegg 1 Spørreskjemaet 2011

## 115938 - SIFO

TELEFONSALG FRA KOMMERSIELLE BEDRIFTER Vi stiller først noen spørsmål om telefonsalg fra kommersielle bedrifter, f.eks. aviser, teleselskaper, banker, leverandører av helseprodukter, bøker o.l. Merk at henvendelser om markedsundersøkelser ikke regnes som telefonsalg.

### q2 - Har du reservert deg mot telefonsalg i det sentrale Reservasjonsregisteret i Brønnøysund?

[Field width=1]

Har du reservert deg mot telefonsalg i det sentrale Reservasjonsregisteret i Brønnøysund?

- Ja (1)
- Nei (2)
- Var ikke klar over at dette var mulig (3)
- Vet ikke (4)

### q4 - Har du fått telefon fra bedrift som vil selge deg noe, selv etter at du reservert deg mot telefonsalg?

[Field width=1]

Har du fått telefon fra bedrift som vil selge deg noe, selv etter at du reservert deg mot telefonsalg?

- Ja (1)
- Nei (2)
- Vet ikke (3)

### q5 - Var du allerede kunde hos de(n) bedriften(e) som ringte?

[Field width=1]

Var du allerede kunde hos de(n) bedriften(e) som ringte?

*Hvis du er kunde hos flere bedrifter, kryss av for Ja.*

- Ja (1)
- Nei (2)
- Vet ikke (3)

### q14 - Støtter du én eller flere frivillige organisasjoner økonomisk?

[Field width=1]

FRIVILLIGE / HUMANITÆRE ORGANISASJONER Nå følger noen spørsmål om telefonhenvendelser fra frivillige / humanitære organisasjoner – slik som f.eks. Sjømannskirken, Natteravnene, Norsk Luftambulans, etc

**q17 - Har du reservert deg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner i det sentrale Reservasjonsregisteret i Brønnøysund?**

[Field width=1]

Har du reservert deg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner i det sentrale Reservasjonsregisteret i Brønnøysund?

- Ja (1)
- Nei (2)
- Var ikke klar over at dette var mulig (3)
- Vet ikke (4)

**q19 - Har du fått telefonhenvendelser fra frivillige organisasjon selv etter at du reserverte deg?**

[Field width=1]

Har du fått telefonhenvendelser fra frivillige organisasjon selv etter at du reserverte deg?

- Ja (1)
- Nei (2)
- Vet ikke (3)

**q20 - Var organisasjonen som ringte en du allerede bidrar med støtte til?**

[Field width=1]

Var organisasjonen som ringte en du allerede bidrar med støtte til?

- Ja (1)
- Nei (2)
- Vet ikke (3)

## Vedlegg 2 Spørreskjema 2012

### SIFO-surveyen 2012 – Del I

Pnr 125951

**TELEFONSALG** Vi stiller først noen spørsmål om telefonsalg fra kommersielle bedrifter (næringsdrivende), f.eks. aviser, teleselskaper, banker, leverandører av helseprodukter, bøker o.l. Merk at henvendelser om markedsundersøkelser ikke regnes som telefonsalg.

#### **telefon1 - Har du reservert deg mot telefonsalg fra kommersielle bedrifter i det sentrale Reservasjonsregisteret i Brønnøysund?**

[Field width=1]

Har du reservert deg mot telefonsalg fra kommersielle bedrifter i det sentrale Reservasjonsregisteret i Brønnøysund?

- Ja (1)
- Nei (2)
- Var ikke klar over det var mulig (3)
- Vet ikke (4)

CONDITION	f('telefon1')== '1'	
	true	false
	Question telefon2(Har du fått telefon fra bedrift(er) som vil selge deg noe, selv etter at du reservert deg mot telefonsalg?)	

#### **telefon2 - Har du fått telefon fra bedrift(er) som vil selge deg noe, selv etter at du reservert deg mot telefonsalg?**

[Field width=1]

Har du fått telefon fra bedrift(er) som vil selge deg noe, selv etter at du reservert deg mot telefonsalg?

- Ja (1)
- Nei (2)
- Vet ikke (3)

CONDITION	f('Telefon2')== '1'			
	<table border="1"> <tr> <td>true</td> <td>false</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Question Telefon3(Var du allerede kunde hos de(n) bedriften(e)e som ringe?)</td> </tr> </table>	true	false	Question Telefon3(Var du allerede kunde hos de(n) bedriften(e)e som ringe?)
true	false			
Question Telefon3(Var du allerede kunde hos de(n) bedriften(e)e som ringe?)				

### Telefon3 - Var du allerede kunde hos de(n) bedriften(e)e som ringe?

[Field width=1 ♦ Not required]

Var du allerede kunde hos de(n) bedriften(e)e som ringe?

- Ja (1)
- Nei (2)
- Vet ikke (3)

END	Condition f('Telefon2')== '1'
-----	-------------------------------

END	Condition f('Telefon1')== '1'
-----	-------------------------------

### i104

Nå følger noen spørsmål om telefonhenvendelser fra frivillige humanitære organisasjoner – slik som f.eks. Sjømannskirken, Natteravnene, Norsk Luftambulans, etc.

### Telefon4 - Har du reservert deg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner i det sentrale Reservasjonsregisteret i Brønnøysund?

[Field width=1]

Har du reservert deg mot telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner i det sentrale Reservasjonsregisteret i Brønnøysund?

- Ja (1)
- Nei (2)
- Var ikke klar over det var mulig (3)
- Vet ikke (4)

CONDITION	f('Telefon4')== '1'			
	<table border="1"> <tr> <td>true</td> <td>false</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Question Telefon5(Har du fått telefon(er) fra frivillig(e) organisasjon(er) selv etter at du reservert deg?)</td> </tr> </table>	true	false	Question Telefon5(Har du fått telefon(er) fra frivillig(e) organisasjon(er) selv etter at du reservert deg?)
true	false			
Question Telefon5(Har du fått telefon(er) fra frivillig(e) organisasjon(er) selv etter at du reservert deg?)				

**Telefon5 - Har du fått telefon(er) fra frivillig(e) organisasjon(er) selv etter at du reserverte deg?***[Field width=1]*

Har du fått telefon(er) fra frivillig(e) organisasjon(er) selv etter at du reserverte deg?

- Ja (1)  
 Nei (2)  
 Vet ikke (3)

CONDITION	f('Telefon5')== '1'			
	<table border="1"> <tr> <td>true</td> <td>false</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Question Telefon6(Var organisasjonen(e) som ringte (no)en du allerede bidrar med støtte til?)</td> </tr> </table>	true	false	Question Telefon6(Var organisasjonen(e) som ringte (no)en du allerede bidrar med støtte til?)
true	false			
Question Telefon6(Var organisasjonen(e) som ringte (no)en du allerede bidrar med støtte til?)				

**Telefon6 - Var organisasjonen(e) som ringte (no)en du allerede bidrar med støtte til?***[Not required]*

Var organisasjonen(e) som ringte (no)en du allerede bidrar med støtte til?

- Ja (1)  
 Nei (2)  
 Vet ikke (3)