


© SIFO 2012
Prosjektnotat nr. 16 – 2012

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
Sandakerveien 24 C, Bygg B
Postboks 4682 Nydalen
0405 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 Kalendergaver 2012	Antall sider 21	Dato 03.12.2012
Title	ISBN	ISSN
Forfatter(e) Anita Borch	Prosjektnummer 11200429	Faglig ansvarlig sign. 
Oppdragsgiver		
Sammendrag Dette notatet omhandler praksiser knyttet til julekalendre, både kalendre med ferdig utfylt innhold (godteri og annet) og selvlagde julekalendre med kalendergaver. Undersøkelsen viser at 57 % oppga at de ga minst én julekalender i fjor. 47 % ga minst én kjøpekalender og 22% ga minst en julekalender med kalendergaver. I fjor brukte vi vanligvis rundt 150 kr på kjøpekalender og 500 kr på kalendergaver. De fleste kjøpekalendre (40 %) og kalendergaver (55 %) ble gitt til egen barn som bor hjemme. Henholdsvis 22% og 13% ga kjøpekalendre og kalendergaver til partner. 29 % oppgir at de ga kjøpekalendre til seg selv. 70% oppgir at de ga mat, drikke og godteri i kalendergavene i fjor. Samme andel ga ting som mottaker ellers ville ha fått, slik som tannbørste. TSN Gallup samlet inn dataene uke 2 og 3 i november 2012 blant 1000 personer fra 18 år.		
Summary		
Stikkord Julekalender, kalendergaver		
Keywords		

Kalendergaver 2012

av

Anita Borch

2012

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
postboks 4682 Nydalen, 0405 Oslo

Forord

Hensikten med denne del-rapporten er å presentere de viktigste funnene fra en undersøkelse om kalendergaver i Norge anno 2012. Studien inngår i en større undersøkelse av julegavegiving der deler av materialet vil sammenlignes med en tilsvarende studie fra 1992.

En varm takk til kollega Lisbet Berg for hjelp i utarbeidelsen av spørreskjema og i analysen av data.

Oslo, desember 2012

Innhold

Forord.....	5
Innhold	7
Sammendrag.....	9
1 Innledning	11
2 Resultater	13
2.1 Hvem gir?.....	13
2.2 Hvem får?.....	14
2.3 Hva koster det?.....	17
2.4 Hva gir man?.....	19
Figur 2-1: Ga minst én kjøpekalender eller julekalender med kalendergave i fjor. Frekvensanalyse. Prosentvis andel. (N=866.)	13
Figur 2-2: Ulike mottakerkategorier av kjøpekalender og kalendergaver blant dem som oppgir at de hhv. ga minst én kjøpekalender (N=407) og minst én julekalender med kalendergaver (N=189) i fjor. Frekvensanalyse. Prosent.	15
Figur 2-3: Innhold i kalendergavene blant personer som ga minst én julekalender med kalendergaver i fjor Prosent. (N=189).....	20
Tabell 1-1: Bakgrunnsvariable. Prosentvis andel.....	11
Tabell 2-1: Andeler som ga minst én kjøpekalender og minst én julekalender med kalendergaver i fjor i ulike grupperinger. Prosent.....	14
Tabell 2-2: Andel som gir kjøpekalender til egne barn som bor hjemme, partner og seg selv. Prosent. (N=866).	16
Tabell 2-3: Andel som ga julekalender med kalendergave til egne barn som bor hjemme og partner i fjor. Prosent.....	17
Tabell 2-4: Totale kostnader brukt på kjøpekalendre og kalendergaver i fjor. Sentraltendenser og variasjon. (N=311, 154).....	18
Tabell 2-5: Totale kostnader brukt på kjøpekalendre og kalendergaver i fjor i ulike grupperinger. Gjennomsnitt og median. Kroner.	19
Tabell 2-6: Innhold i kalendergaver fordelt på bakgrunnsvariable. Prosentvis andel. Bivariate krysstabeller.....	21

Sammendrag

Dette notatet omhandler praksiser knyttet til julekalendre, både kalendre med ferdig utfylt innhold (godteri og annet) og selvlagde julekalendre med kalendergaver.

Noen av de viktigste spørsmålene som stilles i dette notatet er: Hvor utbredt er det å gi julekalendre? Hvor mye penger bruker man på dette? Hva inneholder kalendergavene? Hvordan fordeler disse praksisene seg på kjønn, alder, utdanning, inntekt, type husstand og religiøs tilknytning?

Undersøkelsen viser at 57 % oppga at de ga minst én julekalender i fjor. Nesten halvparten (47 %) ga minst én kjøpekalender og om lag en fjerdedel (22 %) ga minst en julekalender med kalendergaver.

De fleste kjøpekalendre (40 %) og kalendergaver (55 %) ble gitt til egen barn som bor hjemme.

Henholdsvis 22 % og 13 % ga kjøpekalendre og kalendergaver til partner. Dette er fortrinnsvis unge par. 29 % oppgir at de ga kjøpekalendre til seg selv. Dette er i hovedsak kvinner, unge mellom 19-26 år samt personer uten barn.

I fjor brukte man vanligvis rundt 150 kr på kjøpekalender og 500 kr på kalendergaver. Kvinner med høy utdanning er blant dem som brukte mest på kalendergaver.

Hele 70 % oppgir at de ga mat, drikke og godteri i kalendergavene i fjor. Samme andel ga ting som mottaker ellers ville ha fått, slik som tannbørste. 53 % ga ting som mottaker ellers ikke ville ha fått, 24 % ga kjøpte tjenester som kinobesøk og 11 % ga andre gjøremål som å lese en bok, gå på besøk og lignende. 3 % ga kjente sitater, sanger og lignende. Flere høyt enn lavt utdannede ga kjøpte tjenester og andre gjøremål.

1 Innledning

Dette notatet omhandler praksiser knyttet til julekalendre, både kjøpekalendre med ferdig innhold med godteri og annet, og selvlagde julekalendre med kalendergaver.

Noen av de viktigste spørsmålene er: Hvor utbredt er det å gi julekalendre? Hvor mye penger bruker man på dette? Hva inneholder kalendergavene? Hvordan fordeler disse praksisene seg på kjønn, alder, utdanning, inntekt, type husstand og religiøs tilknytning.

TSN Gallup samlet inn dataene uke 2 og 3 i november 2012 blant 1000 personer fra 18 år. Utvalget ble rekruttert gjennom GallupPanelet. Analysen begrenser seg til 866 hushold hvor respondenten har stilling som «husmor» eller «husfar» i husholdet. Hushold hvor respondenten er datter, sønn eller annet er altså ekskludert fra analysen.

Tabell 1-1 viser fordelingen av bakgrunnsvariablene som inngår i analysen.

Tabell 1-1: Bakgrunnsvariable. Prosentvis andel.

	2012 (N)
Kjønn:	
Mann	48 (425)
Kvinne	51 (441)
Alder:	
20-26 år	6% (52)
27-36 år	16% (142)
37-50 år	27% (235)
51-66 år	37% (317)
67 år +	14% (120)
Utdanning:	
Lav (grunnskole/vg. skole)	42 (457)
Høy (universitet/høyskole)	59 (509)
Husholdsinntekt:	
Mindre enn 400.000 kr	12% (91)
400.000-599.999 kr	18% (139)
600.000-799.999 kr	26% (206)
800.000-999.999 kr	24% (194)
Fra 1.000.000 kr	21% (163)
Ønsker ikke å svare	9% (74)
Barn under 15 år som bor hjemme	26% (221)
Beskrivelse av husstanden	
Enslig uten barn	12% (106)
Enslig med barn/enslig med samværsrett/delt foreldreansvar	9% (76)
Par uten barn	15% (131)
Par med kun felles barn	43% (388)
Par med dine/mine og/eller felles barn	16% (139)
Annet	3% (27)
Religiøs tilknytning	
Kristendom	46% (398)
Andre religioner	2% (14)
Er ikke religiøs, ateisme eller agnostisisme	38% (333)
Ønsker ikke å svare/ubesvart	5% (47)
N	866

Selv om spørsmålene i denne undersøkelsen rettet seg mot personen som besvarte spørreskjemaet, kan vi ikke utelukke at personen har svar på vegne av husholdet. Kjønnforskjeller kan derfor være underrapportert i husstander bestående av par og i undersøkelsen som helhet.

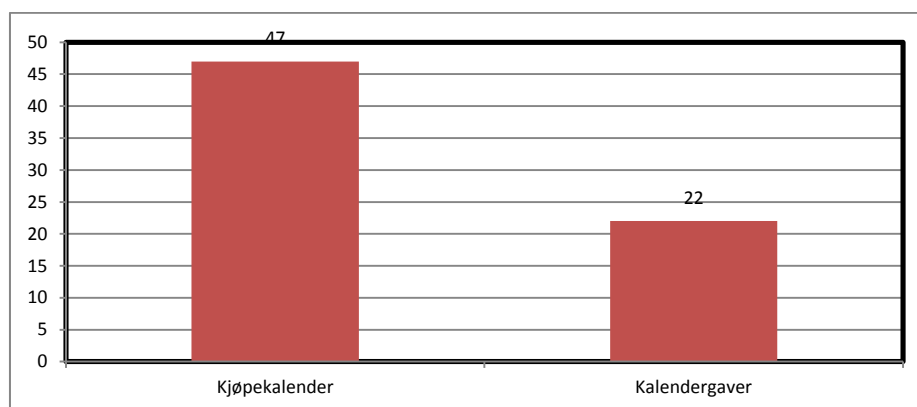
2 Resultater

2.1 Hvem gir?

Spørreskjemaet ble innledet med følgende tekst:

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

57 % oppgir at de ga enten kjøpekalender eller kalendergaver i fjor. Figur 2-1 viser prosentvis andel som oppgir at de ga minst én kjøpekalender og andel som oppgir at de ga minst én julekalender med kalendergaver i fjor.



Figur 2-1: Ga minst én kjøpekalender eller julekalender med kalendergave i fjor. Frekvensanalyse. Prosentvis andel. (N=866.)

47 % (407) oppga at de kjøpte minst én julekalender i fjor. 22 % (189) ga minst én julekalender med kalendergaver.

Tabell 2-2 viser hvordan andelen som ga minst én kjøpekalender og minst én julekalender med kalendergaver fordeler seg på bakgrunnsvariablene som inngår i analysen.

Tabell 2-1: Andeler som ga minst én kjøpekalender og minst én julekalender med kalendergaver i fjor i ulike grupperinger. Prosent.

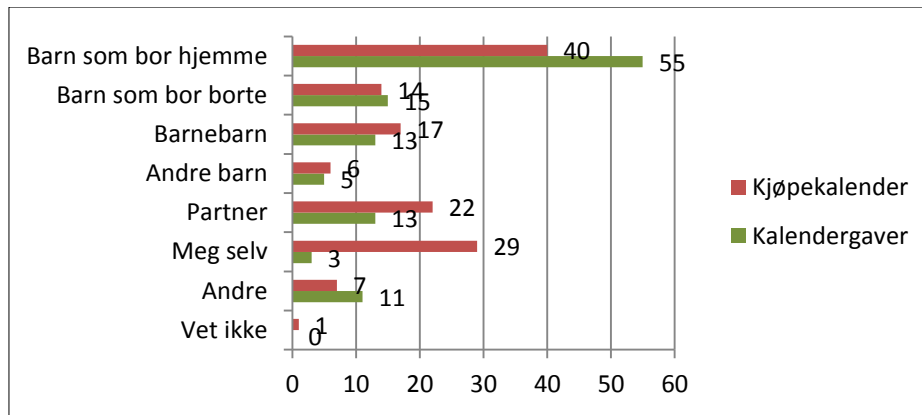
	Kjøpekalender	Kalendergaver
Kjønn:		
Mann	46%	17%
Kvinne	54%	27%
N	866	865
Signifikansnivå	0.61	.001**
Alder:		
19-26 år	50%	21%
27-36 år	56%	26%
37-50 år	60%	33%
51-66 år	38%	18%
67 år +	35%	6%
N	866	866
Signifikansnivå	.000***	.000***
Utdanning:		
Lav (grunnskole/vg. skole)	50%	19%
Høy (universitet/høyskole)	45%	24%
N	866	866
Signifikansnivå	.158	.059
Husholdsinntekt:		
Opp til 400.000 kr	37%	17%
400.000-599.999 kr	45%	17%
600.000-799.999 kr	45%	19%
800.000-999.999 kr	51%	29%
Fra 1.000.000 kr	55%	25%
N	794	791
Signifikansnivå	.060	.028*
Barn under 15 år som bor hjemme		
Nei	32	16
Ja	70	39
N	866	866
Signifikansnivå	.000***	.000***
Beskrivelse av husstanden		
Enslig uten barn	39%	13%
Enslig med barn	45%	25%
Par uten barn	48%	14%
Par med kun felles barn	48%	26%
Par med dine/mine og/eller felles barn	53%	26%
N	839	839
Signifikansnivå	.286	.006**
Religiøs tilknytning		
Kristendom	47%	21%
Andre religioner	57%	29%
Er ikke religiøs, ateisme eller agnostisisme	46%	23%
N	815	815
Signifikansnivå	.685	.625

Tabellen indikerer at andelen som gir minst én kjøpekalender er høyest blant barnefamilier og svekkes fra alderen 50 år.

Andelen som gir minst én julekalender med kalendergaver er høyest blant kvinner og barnefamilier. Andelen øker fram til aldergruppen 37-50 år, for så å reduseres.

2.2 Hvem får?

Figur 2-2 viser svarfordelingen på spørsmålene: «Til hvem ga du kjøpekalender?» og «til hvem ga du julekalender med kalendergaver?»



Figur 2-2: Ulike mottakerkategorier av kjøpekalender og kalendergaver blant dem som oppgir at de hhv. ga minst én kjøpekalender (N=407) og minst én julekalender med kalendergaver (N=189) i fjor. Frekvensanalyse. Prosent.

Blant dem som oppga at de ga minst én julekalender med kalendergaver i fjor, rapporterte 55 % at minst én av disse ble gitt til egne barn som bor hjemme. Blant dem som oppga at de ga minst én kjøpekalender, rapporterte 40 % at de minst én av disse ble gitt til egne barn som bor hjemme.

Tabell 2-2 viser prosentvis andel som oppgir at de gir kjøpekalender til egne barn som bor hjemme, partner og seg selv.

Tabell 2-2: Andel som gir kjøpekalender til egne barn som bor hjemme, partner og seg selv. Prosent. (N=866).

	Egne barn	Partner	Seg selv
Kjønn:			
Mann	20%	10%	9%
Kvinne	17%	10%	18%
N	866	866	866
Signifikansnivå	.486	.701	.000***
Alder:			
19-26 år	6%	27%	31%
27-36 år	20%	14%	20%
37-50 år	46%	11%	13%
51-66 år	8%	7%	10%
67 år +	0%	6%	9%
N	866	866	866
Signifikansnivå	.000***	.000***	.000***
Utdanning:			
Lav (grunnskole/vg. skole)	17%	11%	14%
Høy (universitet/høyskole)	20%	10%	13%
N	866	866	866
Signifikansnivå	.341	.624	.721
Husholdsinntekt:			
Opp til 400.000 kr	7%	11%	13%
400.000-599.999 kr	10%	9%	17%
600.000-799.999 kr	18%	13%	12%
800.000-999.999 kr	23%	9%	14%
Fra 1.000.000 kr	29%	12%	12%
N	791	791	791
Signifikansnivå	.000***	.628	.646
Barn under 15 år som bor hjemme			
Nei	4%	11%	15%
Ja	62%	8%	10%
N	866	866	866
Signifikansnivå	.000***	.276	.077
Beskrivelse av husstanden			
Enslig uten barn	1%	2%	24%
Enslig med barn	22%	1%	15%
Par uten barn	0%	24%	21%
Par med kun felles barn	27%	8%	9%
Par med dine/mine og/eller felles barn	25%	16%	11%
N	837	839	838
Signifikansnivå	.000***	.000***	.000***
Religiøs tilknytning			
Kristendom	18%	58%	14%
Andre religioner	15%	2%	23%
Er ikke religiøs, ateisme eller agnostisisme	19%	41%	13%
N	814	816	815
Signifikansnivå	.879	.451	.595

Andelen som gir kjøpekalender til egne barn som bor hjemme er høyere i aldergruppen 37-50 år og til dels i aldergruppen 27-36 år. Andelen øker også med husholdsinntekt og er også høyere i husstander med barn.

Andelen som gir kjøpekalender til partner er høyest i aldergruppen 19-26 år og blant par uten barn.

Andelen som gir kjøpekalender til seg selv er høyere blant kvinner enn menn, i aldergruppen 19-26 år og blant enslige uten barn.

Tabell 2-3 viser prosentvis andel som gir julekalender med kalendergave til egne barn som bor hjemme og partner.

Tabell 2-3: Andel som ga julekalender med kalendergave til egne barn som bor hjemme og partner i fjor. Prosent.

	Egne barn	Partner
Kjønn:		
Mann	10	2
Kvinne	14	3
N	867	866
Signifikansnivå	.035*	.461
Alder:		
19-26 år	6	14
27-36 år	11	7
37-50 år	29	3
51-66 år	5	0
67 år +	0	0
N	865	866
Signifikansnivå	.000***	.000***
Utdanning:		
Lav (grunnskole/vg. skole)	9	2
Høy (universitet/høyskole)	14	3
N	866	866
Signifikansnivå	.012*	.419
Husholdsinntekt:		
Mindre enn 400.000 kr	6	6
400.000-599.999 kr	6	1
600.000-799.999 kr	10	3
800.000-999.999 kr	17	3
Mer enn 1.000.000 kr	18	1
N	793	793
Signifikansnivå	.001**	.264
Barn under 15 år som bor hjemme		
Nei	3	3
Ja	37	3
N	865	866
Signifikansnivå	.000***	.678
Beskrivelse av husstanden		
Enslig uten barn	0	1
Enslig med barn	17	0
Par uten barn	0	8
Par med kun felles barn	18	3
Par med dine/mine og/eller felles barn	14	1
N	840	840
Signifikansnivå	.000***	.001**
Religiøs tilknytning		
Kristendom	10	3
Andre religioner	15	0
Er ikke religiøs, ateisme eller agnostisisme	15	3
N	814	815
Signifikansnivå	.150	.665

Andelen som gir minst én julekalender med kalendergave til egne barn som bor hjemme er høyest i aldergruppen 37-50 år, i husstander med barn under 15 år og blant enslige og par med barn. Andelen øker også med husholdsinntekt (fra 600.000 til 799.999 kr). Endelig er det en svak tendens til at flere kvinner og høyt utdannede gir denne type kalendre til egen barn enn menn og lavt utdannede.

Andelen som gir kalendergaver til seg selv er høyest i aldergruppen 19-26 år og blant par uten barn.

2.3 Hva koster det?

Personer som oppga at de hadde gitt minst én kjøpekalender og julekalender med kalendergaver fikk spørsmålet «omtrent hvor mye kostet dette til sammen?»

Tabell 2-4 viser totale kostnader brukt på kjøpekalendre og kalendergaver i fjor.

Tabell 2-4: Totale kostnader brukt på kjøpekalendre og kalendergaver i fjor. Sentraltendenser og variasjon. (N=311, 154).

	Kjøpekalendre	Kalendergaver
Minimum	9	0
Maximum	8000	8000
Gjennomsnitt	328	753
Median	150	500

Tabellen indikerer at vi betalte om lag 150 kr for kjøpekalendrene 500 kr for kalendergavene i fjor. Gjennomsnittet lå på henholdsvis 328 kr og 753 kroner, men da dette er trukket opp av en liten andel husstander, gir medianen (som oppgir den vanligste kostnaden) et riktigere bilde. Variasjonen er fra 9 til 8000 kr på kjøpekalendre og 0 til 8000 kr på kalendergaver.

Merk at bare 311 av 407 som oppgir at de ga minst én kjøpekalender og 154 av 189 som oppga at de ga minst én julekalender med kalendergaver har besvart spørsmålet. Noen reser-vasjoner med hensyn til tallenes validitet må derfor tas.

Tabell 2-5 viser totale kostnader brukt på kjøpekalendre og kalendergaver i fjor fordelt på bakgrunnsvariable.

Tabell 2-5: Totale kostnader brukt på kjøpekalendre og kalendergaver i fjor i ulike grupperinger. Gjennomsnitt og median. Kroner.

	Kjøpekalender		Kalendergaver	
	Gjennomsnitt	Median	Gjennomsnitt	Median
Kjønn:				
Mann	380,-	150,-	555,-	400,-
Kvinne	291,-	150,-	877,-	500,-
N	311	311	154	154
Alder:				
19-26 år	470,-	100,-	300,-	200,-
27-36 år	186,-	100,-	771,-	457,-
37-50 år	317,-	200,-	829,-	500,-
51-66 år	413,-	150,-	760,-	500,-
67 år +	322,-	100,-	648,-	275,-
N	311	311	154	154
Utdanning:				
Lav (grunnskole/vg. skole)	423,-	130,-	502,-	381,-
Høy (universitet/høyskole)	260,-	150,-	864,-	500,-
N	311	311	141	141
Husholdsinntekt:				
Opp til 400.000 kr	360,-	91,-	356,-	314,-
400.000-599.999 kr	279,-	142,-	532,-	480,-
600.000-799.999 kr	444,-	150,-	681,-	500,-
800.000-999.999 kr	263,-	200,-	854,-	500,-
Fra 1.000.000 kr	346,-	150,-	734,-	501,-
N	187	187	141	141
Barn under 15 år som bor hjemme				
Nei	356,-	100,-	698,-	500,-
Ja	282,-	200,-	815,-	500,-
N	311	311	154	154
Beskrivelse av husstanden				
Enslig uten barn	329,-	150,-	444,-	378,-
Enslig med barn	188,-	117,-	670,-	355,-
Par uten barn	147,-	50,-	419,-	213,-
Par med kun felles barn	333,-	200,-	790,-	500,-
Par med dine/mine og/eller felles barn	551,-	200,-	1013,-	500,-
N	302	302	151	151
Religiøs tilknytning				
Kristendom	351,-	150,-	784,-	500,-
Andre religioner (1 person)	638,-	194,-	1000,-	1000,-
Er ikke religiøs, ateisme eller agnostisisme	254,-	150,-	687,-	500,-
N	291	291	146	146

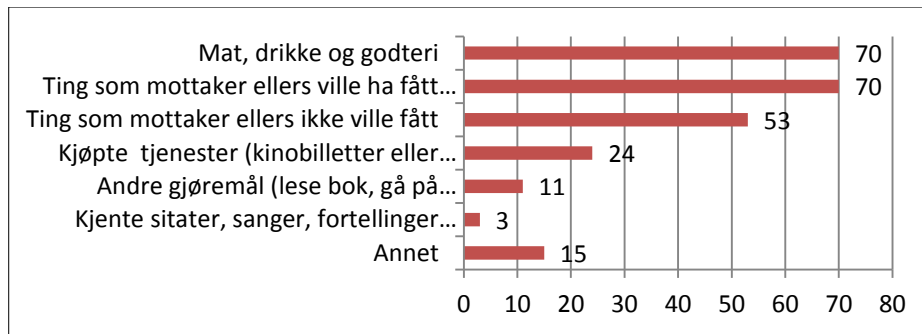
Aldersgruppen 37-50 år, høyt utdannede, hushold med inntekt mellom 800.000 og 999.999 kr, hushold med barn under 15 år og par med barn bruker vanligvis mest på kjøpekalendre.

Kvinner, høyt utdannede, husholds med inntekt fra 400.000 kr og par med barn bruker vanligvis mest på kalendergaver.

2.4 Hva gir man?

Personer som oppga at de hadde gitt minst én kalendergave fikk spørsmålet: «Hva inneholdt kalendergavene?» Flere svar var mulig.

Figur 2-3 viser andelen som oppgir ulike former for innhold i kalendergavene, blant personer som ga minst én julekalender med kalendergaver i fjor.



Figur 2-3: Innhold i kalendergavene blant personer som ga minst én julekalender med kalendergaver i fjor Prosent. (N=189).

70 % oppgir at de ga mat, drikke og godteri i kalendergavene i fjor. Samme andel ga ting som mottaker ellers ville ha fått som tannbørste og annet. 24 % ga kjøpte tjenester som kinobilletter, og 11 % ga andre gjøremål som å lese en bok eller gå på besøk. 3 % ga kjente sitater, sanger, fortellinger eller annet.

Tabell 2-6 viser innholdet i kalendergaver fordelt på bakgrunnsvariable.

Tabell 2-6: Innhold i kalendergaver fordelt på bakgrunnsvariable. Prosentvis andel. Bivariate krysstabeller.

	Godteri	Nyttige ting	Unyttige ting	Kommersielle tjenester	Andre gjøremål
Kjønn:					
Mann	74%	58%	51%	19%	7%
Kvinne	68%	71%	54%	27%	13%
N	189	189	189	189	189
Signifikansnivå	.376	.075	.742	.269	.158
Alder:					
19-26 år	90%	70%	46%	36%	10%
27-36 år	68%	60%	58%	8%	5%
37-50 år	73%	73%	56%	35%	17%
51-66 år	63%	63%	46%	19%	7%
67 år +	71%	33%	50%	14%	0%
N	189	188	189	189	189
Signifikansnivå	.435	.209	.767	.016*	.221
Utdanning:					
Lav (grunnskole/vg. skole)	66%	58%	49%	14%	3%
Høy (universitet/høyskole)	72%	71%	54%	29%	15%
N	189	189	189	189	189
Signifikansnivå	.337	.088	.491	.016*	.009**
Husholdsinntekt:					
Opp til 400.000 kr	67%	60%	47%	6%	7%
400.000-599.999 kr	75%	54%	58%	21%	9%
600.000-799.999 kr	82%	56%	44%	31%	15%
800.000-999.999 kr	63%	73%	48%	16%	11%
Fra 1.000.000 kr	71%	73%	71%	32%	10%
N	174	175	175	175	175
Signifikansnivå	.364	.236	.109	.123	.867
Barn under 15 år som bor hjemme					
Nei	66%	59%	48%	23%	7%
Ja	74%	74%	59%	24%	16%
N	189	189	189	189	189
Signifikansnivå	.210	.023*	.108	.712	.039*
Beskrivelse av husstanden					
Enslig uten barn	43%	71%	57%	21%	7%
Enslig med barn	85%	68%	47%	32%	5%
Par uten barn	94%	44%	33%	17%	11%
Par med kun felles barn	67%	71%	57%	22%	15%
Par med dine/mine og/eller felles barn	69%	64%	53%	31%	6%
N	185	186	186	186	186
Signifikansnivå	.016*	.285	.458	.712	.452
Religiøs tilknytning					
Kristendom	75%	62%	51%	19%	12%
Andre religioner	50%	50%	50%	75%	0%
Er ikke religiøs, ateisme eller agnostisisme	65%	73%	54%	28%	12%
N	181	181	181	182	181
Signifikansnivå	.270	.218	.904	.020*	.759

Der generelle bilde er at innholdet i kalendergaver i liten grad varierer mellom kjønn, alder, inntekt, type hushold og religiøs tilknytning. Et lite unntak er at høyt utdannede oftere enn lavt utdannede gir ikke-kommersielle gjøremål som å lese bok eller gå på besøk. Det er også en svak tendens til at høyt utdannede gir kinobesøk og andre tjenester i kalendergave.