

EVALUERING AV FORBRUKERRÅDETS SVARTJENESTE 9.-13. OKTOBER 2006

Rapport utarbeidet for
Forbrukerrådet

av Wenche Berntsen

26. oktober 2006



Postadresse: Boks 9143 Grønland, 0133 Oslo
Kontoradresse: Christian Krohgs gate 1
Telefon: 22 95 47 00, faks: 22 95 47 01
E-post: firmapost.norge@synovate.com
<http://www.synovate.no>

Innhold

INNLEDNING	2
HOVEDKONKLUSJON	4
KOMMENTARER TIL RESULTATENE	5
TOTALINNTRYKK AV SVARTJENESTEN (Tabell 1)	5
INNTRYKK AV BYRÅKRATISLALÅM (Tabell 2-3)	7
TILFREDSHET MED UTVALGTE FORHOLD VED SVARTJENESTEN (Tabell 4.1-4.6)	8
HOLDNINGER TIL PÅSTANDER OM FORBRUKERRÅDETS SVARTJENES- TE (Tabell 5.1-5.7)	11
HVOR MANGE GANGER HAR MAN RINGT TIL PUBLIKUMSTELEFONEN (Tabell 6)	26
SAKSFORHOLD (Tabell 7)	27
HVOR FANT MAN TELEFONNUMMERET TIL PUBLIKUMSTELEFONEN (Tabell 8)	29
BESØK PÅ FORBRUKERRÅDETS INTERNETTSIDER (Tabell 9)	31
SANNSYNLIGHET FOR Å RINGE FORBRUKERRÅDET IGJEN (Tabell 10) .	32
KARAKTERISTIKA AV INNRINGERNE (Tabell 11-14)	33
TABELLER	35
Feilmarginer ved rent lotterisk utvalg	36

INNLEDNING

Etter oppdrag fra Forbrukerrådet har Synovate MMI gjennomført denne undersøkelsen for å evaluere Forbrukerrådets svartjeneste med hensyn til service, kvalitet og effektivitet. Undersøkelsen er lagt opp som en vanlig holdningsundersøkelse der en sikter mot å kartlegge hvilken posisjon publikumstelefonen/svartjenesten har i innringernes bevissthet, og hvilke positive og negative vurderinger som knyttes til denne tjenesten.

Synovate MMI har gjort tilsvarende kartlegginger for Forbrukerrådets publikumstelefon i 2003, 2004 og 2005. Nå evalueres svartjenesten på nytt for å sjekke status og se etter eventuelle endringer over tid i publikums opplevelse av svartjenesten.

Vi har målt nøyaktig de samme parametrene som vi gjorde i 2003 og 2004. Nytt i år er at vi har kartlagt karakteristika ved innringerne som kjønn, alder, utdanning og bosted (landsdel). Spørsmålene som ble stilt fremgår av vedlagte spørreskjema, etter tabellene.

Undersøkelsen er gjennomført som en spesialundersøkelse pr. telefon i perioden 9.-13. oktober 2006. Utvalget er trukket blant innringere til publikumstelefonen i perioden 2. til 6. oktober. I denne perioden registrerte man samtlige telefonnummer det ble ringt inn fra, drøyt 3500 innringere.

Til forskjelle fra de tidligere gjennomføringene, er altså ikke innringerne vervet til undersøkelsen i forkant. Tidligere ble innringere til publikumstelefonen spurt om de kunne tenke seg å være med i undersøkelsen, og de som samtykket ble ringt opp for intervju. Denne gangen har vi intervjuet et tilfeldig utvalg av innringere i den angitte perioden. Innringerne ble informert om undersøkelsen via introduksjonslydbåndet på publikumstelefonen på følgende måte:

Vi holder for tiden på med en undersøkelse om publikumstelefonen. I den forbindelse kan du være blant dem som tilfeldig vil bli kontaktet av Synovate MMI i neste uke og bedt om å svare på noen spørsmål. Dine svar blir ikke koblet til deg eller din sak, og det er selvsagt frivillig å delta i undersøkelsen.

Når vi sammenligner årets utfall med tidligere tall, skal vi ta et lite forbehold om at eventuelle forskjeller i resultater i en viss grad kan være en konsekvens av forskjellige utvalgsdesign. Vi skal særlig være obs på at positive holdninger kan være noe overrepresentert i de tidligere undersøkelsene ettersom det alltid er en mulighet for at personer som samtykker til å delta i en undersøkelse er noe mer positive til, og/eller noe mer engasjert i undersøkelsens tema enn de som velger å avstå.

Ved resultatberegningen er det ikke foretatt veiing av svar, først og fremst fordi det ville være meget usikkert hvilket grunnlag man skulle veie på. Når man vurderer re-

sultatene kan det selvsagt være slik at man ønsker å tillegge én undergruppes svar større vekt enn en annens. Vi anbefaler derfor de som leser rapporten å studere svarfordelingene på undergruppene, og utifra egne vurderinger velge hvilke svar som er viktigst for egne bedømmelser.

Utvalgsbeskrivelse av de spurte med hensyn på viktige karakteristika går frem av tabellhodet i tabellverket som finnes sist i denne rapporten. I linjen for Antall intervju vises netto antall intervju totalt og i undergruppene.

Fordi dette er en utvalgsundersøkelse, er resultatene beheftet med usikkerhet. Denne usikkerheten er imidlertid vanskelig å beregne eksakt. Som en tommelfingerregel bør forskjeller i totalkolonnen være større enn 3-4 prosentpoeng, og innen undergrupper større enn 6-7 prosentpoeng for å kunne tillegges noen betydning.

Tabellsamlingen inneholder svarfordelingene på spørsmålene i utvalget som helhet, og i undergrupper etter hvorvidt man har opplevd byråkratislålåm, dvs. hvor mange personer en har blitt sendt videre til før man får et endelig svar, etter hvor mange ganger man har ringt til tjenesten, sakstype, kjønn, alder, utdanning og landsdel. Hver tabell går over 2 sider.

Kontaktperson gjennom forberedelser og gjennomføring av dette prosjektet har hos Forbrukerrådet vært Bjørn Baltzersen. Ansvarlig for planlegging, analyse og rapportering i Synovate MMI er Wenche Berntsen.

HOVEDKONKLUSJON

- Forbrukerrådets svartjeneste får fortsatt svært gode tilbakemeldinger fra publikum. Det er en soleklar overvekt av positive innringere. Vi legger imidlertid merke til at andelen positive er en anelse lavere i år enn i fjor. Dette kan skyldes tilfeldigheter eller det faktum at vi i år har brukt et annet utvalgsdesign (tilfeldighetsutvalg, og ikke vervet utvalg).
- Publikum gir uttrykk for at de opplever en tilgjengelig tjeneste, med imøtekomende og dyktige folk som kan gi den informasjonen som blir etterspurt.
- Undersøkelsen indikerer at det har blitt noe mer byråkratislålåm på tjenesten fra i fjor til i år. 35% av de spurte har opplevd å bli sendt videre i systemet, og da har de gjerne vært innom 2 personer før de får svar. I år som i fjor finner vi en tendens til samvariasjon mellom opplevd slalåm og et noe mer kritisk syn på tjenesten. Det kan også synes som om de som ringer inn for å få råd i forkant av et kjøp, opplever noe mer slalåm enn andre innringere, og at de dermed også er noe mer kritiske enn andre innringere. Uansett ser vi at hovedinntrykket også til de som har opplevd byråkratislålåm, er at publikumstelefonen leverer service og kvalitet.
- Negative opplevelser synes i stor grad å være knyttet til erfaring med byråkratislålåm. Forbrukerrådet bør derfor jobbe med å holde slik byråkratislålåm på et minimum, da det på sikt kan ha en negativ innvirkning på tjenestens omdømme.

KOMMENTARER TIL RESULTATENE

Resultatene fra årets evaluering presenteres ved hjelp av grafikk og korte kommentarer. Gjennomgangen av resultatene skjer i samme rekkefølge som spørsmålene er stilt. Vi legger vekt på å presentere og kommentere alle hovedtall, og å sammenligne disse med tall fra undersøkelsene i 2003, 2004 og 2005. Tabellvedlegget er velegnet for mer inngående studier av de enkelte spørsmål, og bør selvfølgelig studeres for dypere analyser av f.eks. forskjeller i svar mellom undergrupper av spurte.

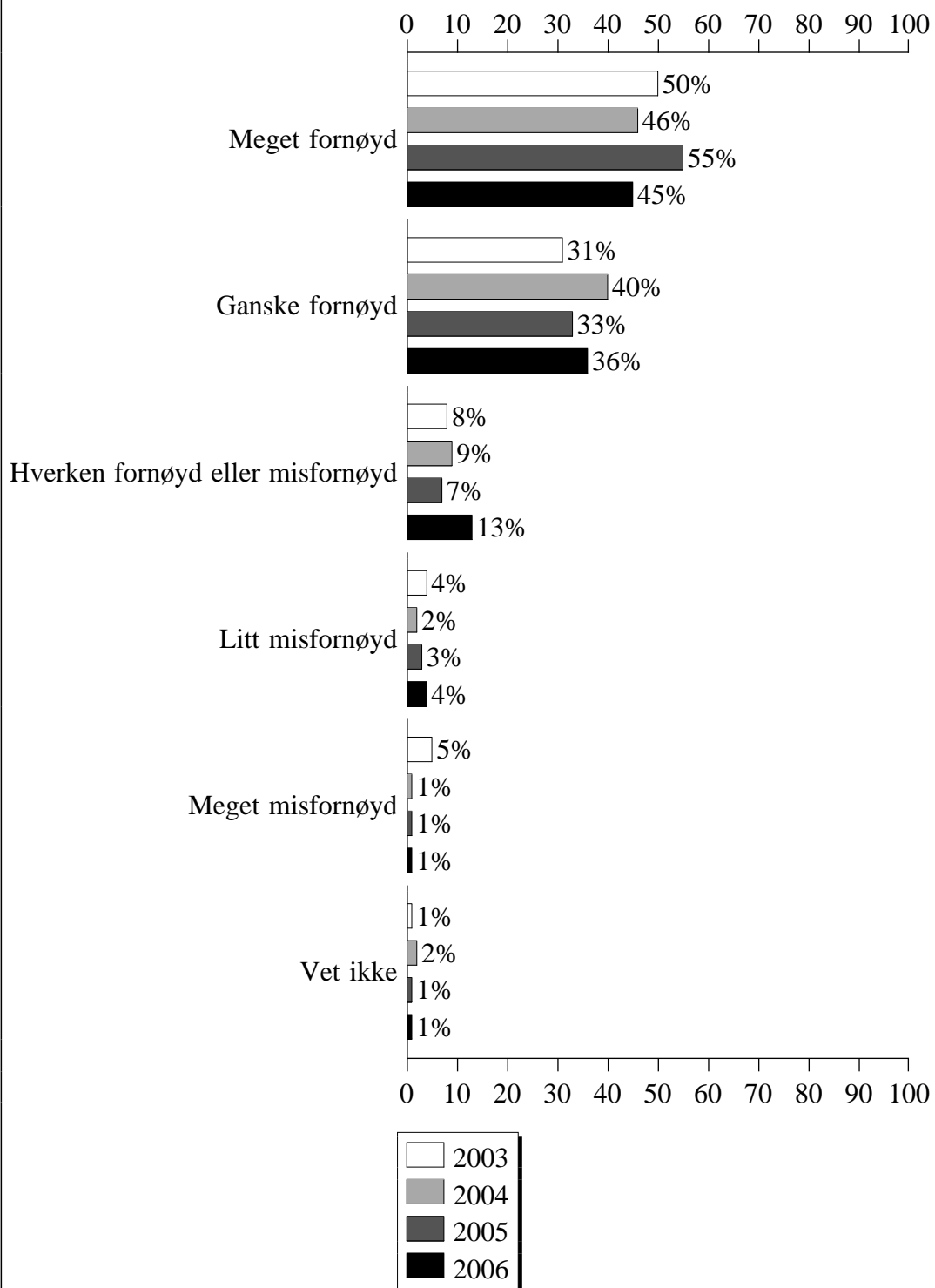
TOTALINNTRYKK AV SVARTJENESTEN (Tabell 1)

Formålet med undersøkelsen er å evaluere brukernes inntrykk av Forbrukerrådets svartjeneste. Vi måler både totalinntrykk av innsatsen på svartjenesten, samt oppfatninger av mer spesifikke forhold. Vi starter med å se på innringernes totalinntrykk. Grafen på neste side viser hvor fornøyd innringerne er med svartjenesten alt i alt.

Et klart flertall på 81% sier seg fornøyd, og det er et svært godt resultat. Andelen er redusert med 7 prosentpoeng i forhold til i fjor. Vi ser også at det i løpet av det siste året har skjedd en forskyvning i retning noen færre som er meget fornøyd, og noen flere som er ganske fornøyde. Vi finner ingen økning i andelen misfornøyde, men vi ser at noen flere forholder seg nøytralt og svarer hverken/eller (13%). Kun 5% gir uttrykk for misnøye.

De endringene vi ser er ikke nødvendigvis bekymringsfulle. De kan skyldes tilfeldigheter, eller være et resultat av at vi bruker et annet utvalgsdesign i år. De endrer uansett ikke det faktum at en klar majoritet har et godt totalinntrykk av tjenesten også i år.

Alt i alt, hvor fornøyd eller misfornøyd er du med Forbrukerrådets svartjeneste?

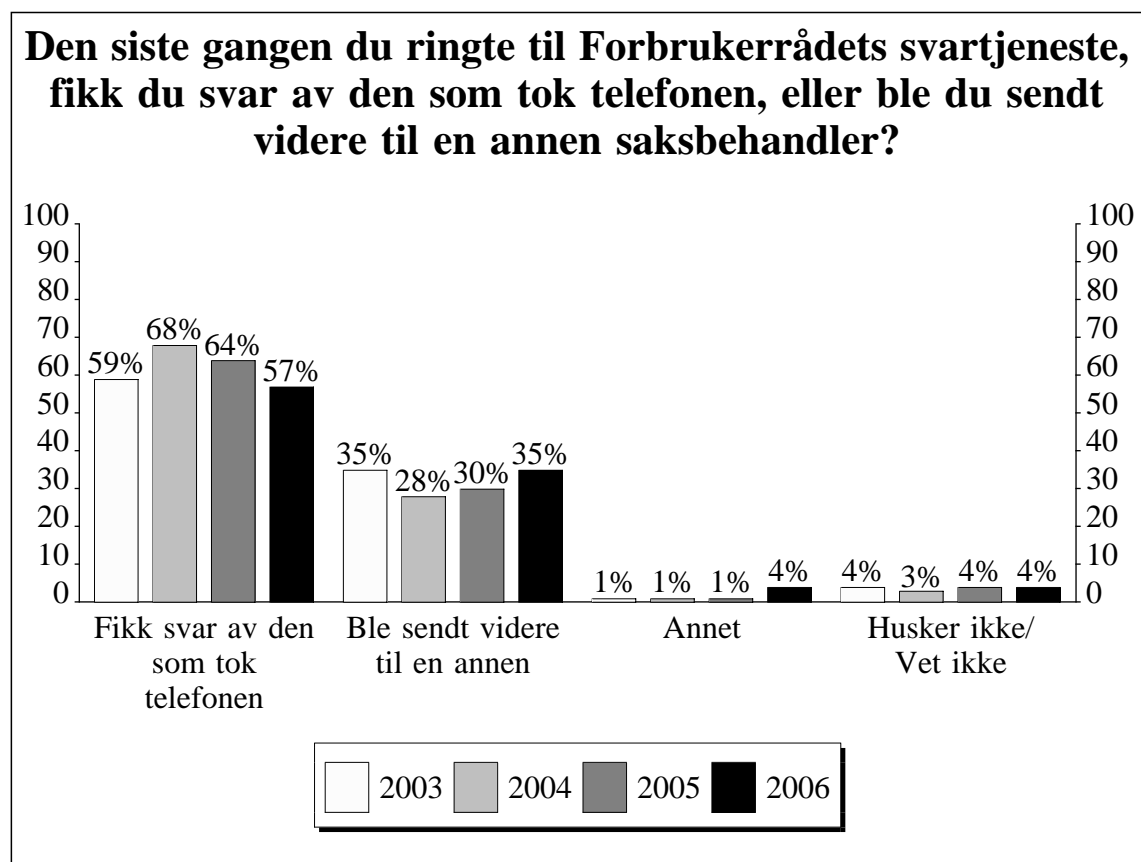


I samtlige undergrupper vi har analysert, er det et klart flertall som er fornøyd med svartjenesten. Det skal likevel nevnes at vi ser samme tendens som ved tidligere undersøkelser, nemlig at andelen fornøyd er noe lavere blant de som måtte innom to eller flere personer (68%) før de fikk svar, enn blant de som fikk svar av den som tok te-

lefonen (87%). Andelen misfornøyde blant de som har vært innom to eller flere personer før svar er på 10%, altså på samme nivå som i fjor (11%). Dette indikerer at byråkratislalåm i noen grad etterlater et negativt inntrykk av tjenesten, men også blant de som har opplevd "slalåm" er et klart flertall fornøyd.

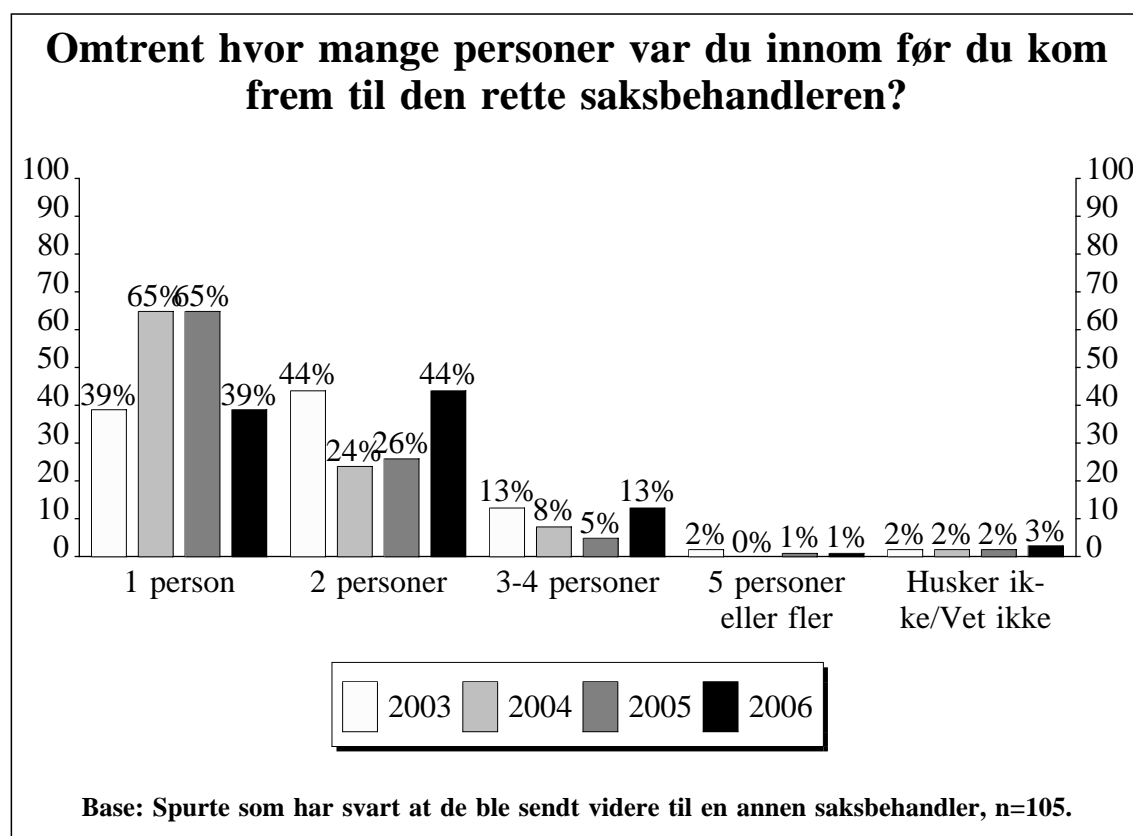
INNTRYKK AV BYRÅKRATISLALÅM (Tabell 2-3)

Vi skal se nærmere på hvor stor andel av innringerne som opplever å bli satt over til en annen saksbehandler. I følge figuren nedenfor gjelder dette 35% av innringerne i 2006. Godt over halvparten (57%) får svar av den som tar telefonen. Perioden 2004 til 2006 viser en tendens til økning i forekomsten av byråkratislalåm.



De som har ringt inn 2 ganger eller mer, har vært utsatt for betydelig mer byråkratislalåm (41%) enn de som kun har ringt inn 1 gang (30%). I fjor fant vi ingen slik forskjell. Andelen som blir sendt videre i systemet, er betydelig større blant de som trenger råd i forkant av et kjøp (58%), enn blant de som trenger råd etter et kjøp (28%).

Innringerne som har blitt sendt videre i systemet er spurt om hvor mange personer de var innom før de kom til den rette saksbehandleren. Det vanligste synes å være at man er innom 2 personer (44%). Dette er en klar endring fra i fjor da de fleste (65%) var innom bare 1 person. I år gjelder dette 39% av innringerne. Videre er det i år til sammen 14% som sier at de har vært innom tre eller flere personer, mens i fjor sa 6% det samme. Det kan altså synes som om det har blitt noe mer byråkratislålåm på publikumstelefonen fra i fjor til i år. Ved tolkning av resultatet må vi ta forbehold om at forskjeller mellom årets og fjorårets resultater i en viss grad kan skyldes såvel tilfeldigheter som forskjellige utvalgsdesign. Det er likevel god grunn til å bemerke seg tendensen, og holde dette under oppsikt gitt at svartjenesten har som mål å sende færrest mulig innringer rundt i systemet.



Publikum som har ringt inn i forbindelse med førkjøp, har i klart større grad enn andre opplevd å bli sendt videre til 3-4 personer før de fikk svar (36%).

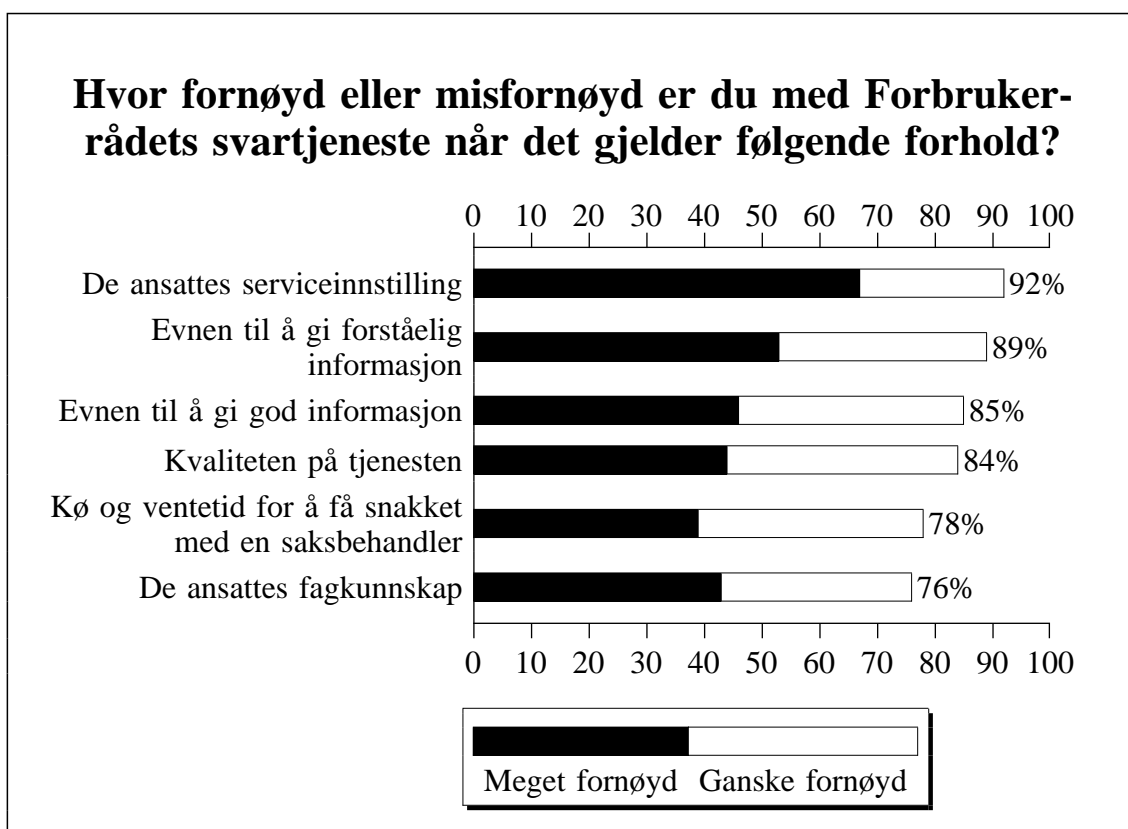
TILFREDSHET MED UTVALGTE FORHOLD VED SVARTJENESTEN (Tabell 4.1-4.6)

I dette avsnittet skal vi se på innringernes tilfredshet med i alt seks spesifikke forhold ved svartjenesten. De spurte er blitt presentert for ett og ett forhold av gangen, og bedt om å angi sin tilfredshet i henhold til følgende svarskala:

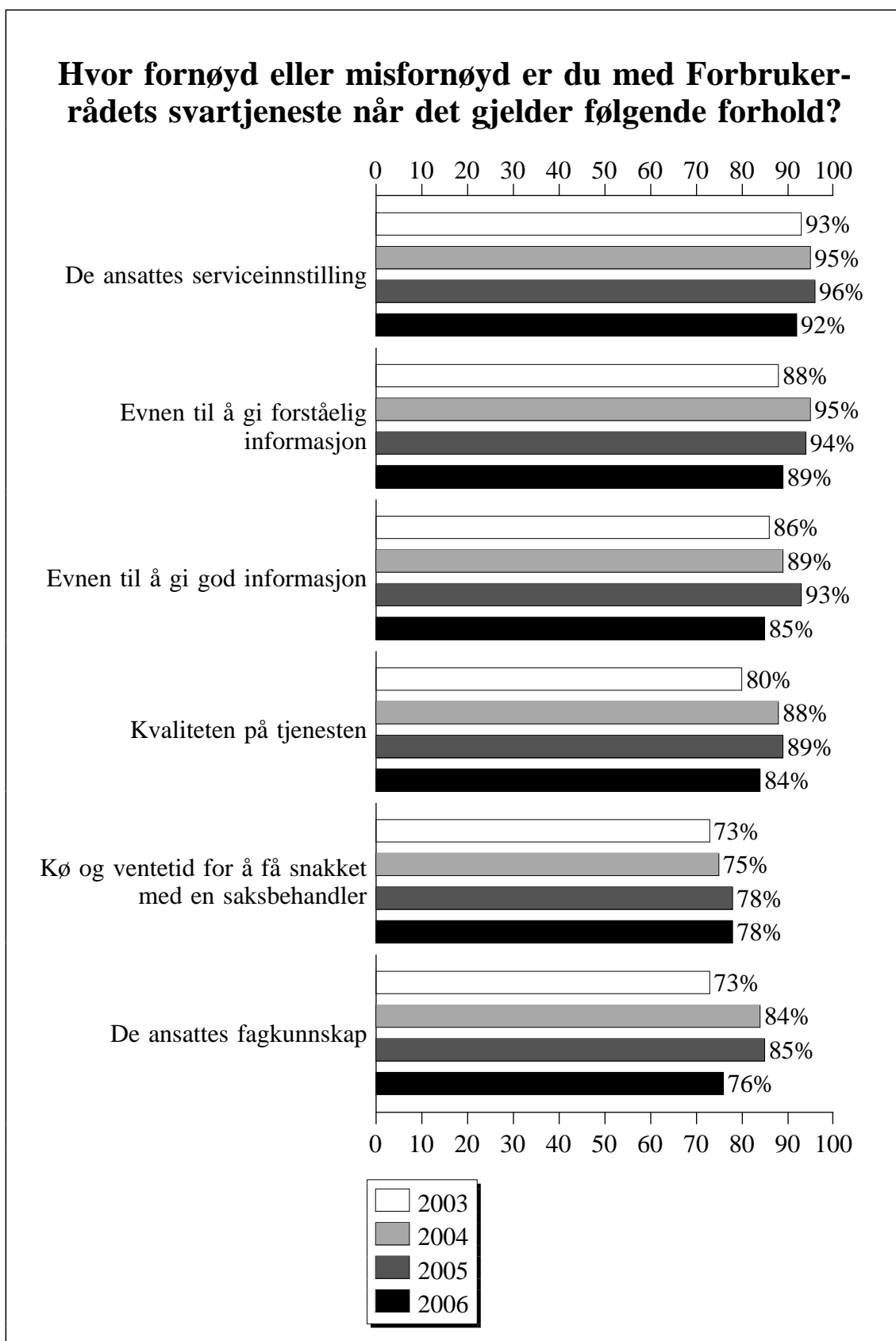
- Meget fornøyd = 1**
- Ganske fornøyd = 2**
- Hverken fornøyd eller misfornøyd = 3**
- Litt misfornøyd = 4**
- Meget misfornøyd = 5**

Vi gjengir resultatet ved hjelp av to diagrammer. Det første viser andelen som sier seg meget + ganske fornøyd med hvert forhold vi har spurt om. For å tydeliggjøre hvilke forhold som kommer best ut, har vi rangert dem etter størrelsen på andelen som sier seg meget + ganske fornøyd. I det andre diagrammet slår vi sammen andelen som er meget + ganske fornøyd, og sammenligner årets utfall med de tilsvarende tallene fra 2003, 2004 og 2005.

Diagrammet nedenfor viser at respondentene er godt fornøyd med samtlige forhold vi spør om. De er særlig fornøyd med de ansattes serviceinnstilling (92%), evnen til å gi forståelig informasjon (89%), og evnen til å gi god informasjon (85%). Den laveste andelen fornøyd ser vi når det gjelder de ansattes fagkunnskap, men likevel er 3 av 4 tilfreds også med dette forholdet. Det er også verdt å legge merke til at rundt halvparten eller fler faktisk sier seg "meget fornøyd" med de tre egenskapene ved tjenesten som kommer best ut. Dette vitner om at de som betjener publikumstelefonen gjør en svært god innsats.



I diagrammet nedenfor viser vi publikums vurdering over tid.



I all hovedsak viser årets evaluering de samme gode resultatene som i fjor. Med unntak av forholdet "kø og ventetid", legger vi merke til at andelen fornøyde en anelse lavere

enn i fjor. Dette anser vi på ingen måte som alarmerende, og minner om at det kan skyldes tilfeldigheter og/eller det nytt utvalgsdesign. I år som i fjor er det få som rapporterer om misnøye.

Dersom vi går til tabellverket og ser etter forskjeller i svar mellom undergrupper av spurte (i år) når det gjelder vurdering av kø og ventetid, ser vi (ikke uventet) en tendens til mer misnøye blant spurte som har vært innom to eller flere personer før de fikk svar (18% misfornøyde). Dette er en viss nedgang fra i fjor da 34% rapporterte om misnøye. Det skal nevnes at 64% i samme undergruppe sier seg fornøyde, like mange som i fjor. Dette antyder at det å bli satt over til flere personer ikke nødvendigvis assosieres med plagsom kø og ventetid. For alle forhold vi har spurt om, er det et klart flertall i samtlige undergrupper som sier seg fornøyde, det gjelder også blant de som har opplevd byråkratlalåm. Det er ingen forhold som skiller seg ut med store andeler misfornøyde.

Sammenlignet med i fjor, kan det se ut som om andelen fornøyde i år gjennomgående er noe større blant de som fikk svar av den som tok telefonen, enn blant de som måtte innom 2 eller flere personer før svar. Dette indikerer at det å bli satt over til flere personer i en viss grad forstyrrer opplevelsen av kvalitet og tilfredshet med tjenesten forøvrig.

For øvrig ser vi, i år som i fjor, at første gangs innringere har et like godt inntrykk som de som har ringt inn flere ganger. Hovedkonklusjonen er at et klart flertall av innringerne er fornøyd med de ulike egenskapene ved tjenesten.

HOLDNINGER TIL PÅSTANDER OM FORBRUKERRÅDETS SVARTJENESTE (Tabell 5.1-5.7)

I de tidligere undersøkelsene testet vi noen hypoteser om innringernes oppfatninger av svartjenesten, og det samme har vi gjort i år. Hypotesene er testet ved at vi leser opp noen påstander om svartjenesten, og ber de spurte om å angi hvor enige eller uenige de er i påstanden. Svarene er avgitt i henhold til en semantisk skala med følgende svaralternativ:

- 1 = Helt enig**
- 2 = Delvis enig**
- 3 = Hverken enig eller uenig**
- 4 = Delvis uenig**
- 5 = Helt uenig**

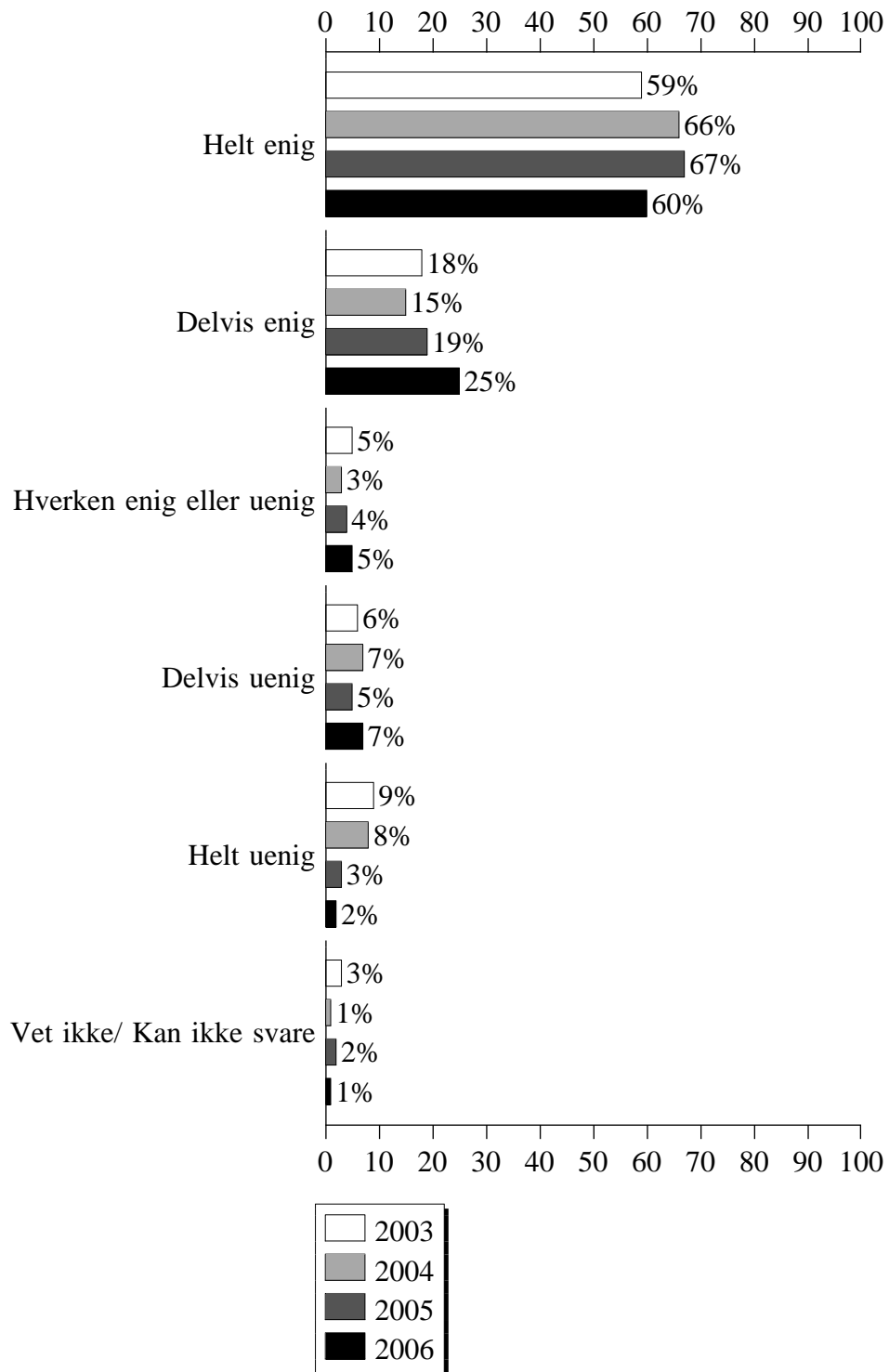
Før vi ser på resultatene gjør vi oppmerksom på et problem som kan oppstå ved bruk av denne spørremetoden. Folk har en tendens til å si seg mer enig enn de er, særlig når det gjelder påstander om forhold de har begrenset kunnskap om. Vi kan dempe virkningen av denne "enig-effekten" ved å formulere påstandene slik at man må si seg uenig for å gi uttrykk for den oppfatningen vi er ute etter å kvantifisere. Dette har vi delvis gjort ved denne målingen ved at de spurte må si seg uenig for å uttrykke en negativ oppfatning av svartjenesten (med unntak av to påstander der de spurte må si

seg enig for å uttrykke en negativ holdning). Slik får vi anledning til å fastslå med stor sikkerhet hvor utbredt slike holdninger virkelig er, uten å ta hensyn til utslag som skyldes måleteknikken. Vi skal selvsagt ikke se bort fra enig-andelene, men bare huske på at de gjennomgående kan være litt for høye.

Vi skal se på resultatene for hver enkelt påstand i den rekkefølgen de står oppført i spørreskjemaet. I grafikken sammenligner vi også med resultatet fra tidligere år. Den første påstanden belyser oppfatninger av tilgjengeligheten på publikumstelefonen, og lyder: **"Det er lett å komme igjennom på Forbrukerrådets svartjeneste"** . Som vi ser av diagrammet nedenfor, er det et klart flertall på 85% som er enige i påstanden. 9% sier seg uenig, mens 5% svarer hverken/eller. I år som i fjor er det altså et klart flertall av innringerne som synes tjenesten er lett tilgjengelig. I år er det blitt noen færre helt enige, og noen flere delvis enige.

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander om Forbrukerrådets svartjeneste.

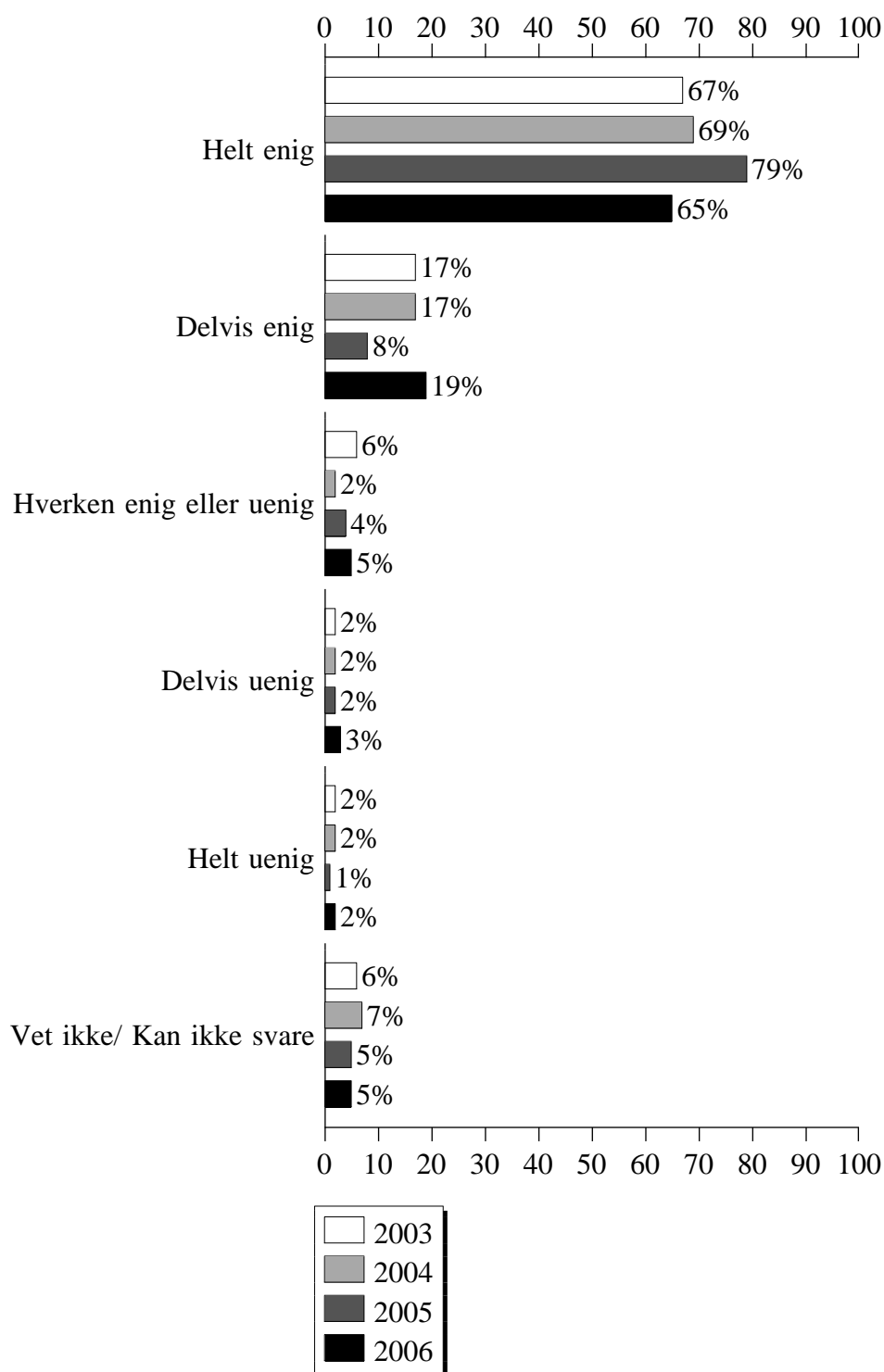
**** Det er lett å komme igjennom på Forbrukerrådets svartjeneste ****



Andelen enige er noe lavere (74%) enn gjennomsnittet blant de som måtte innom 2 eller flere personer før de fikk svar.

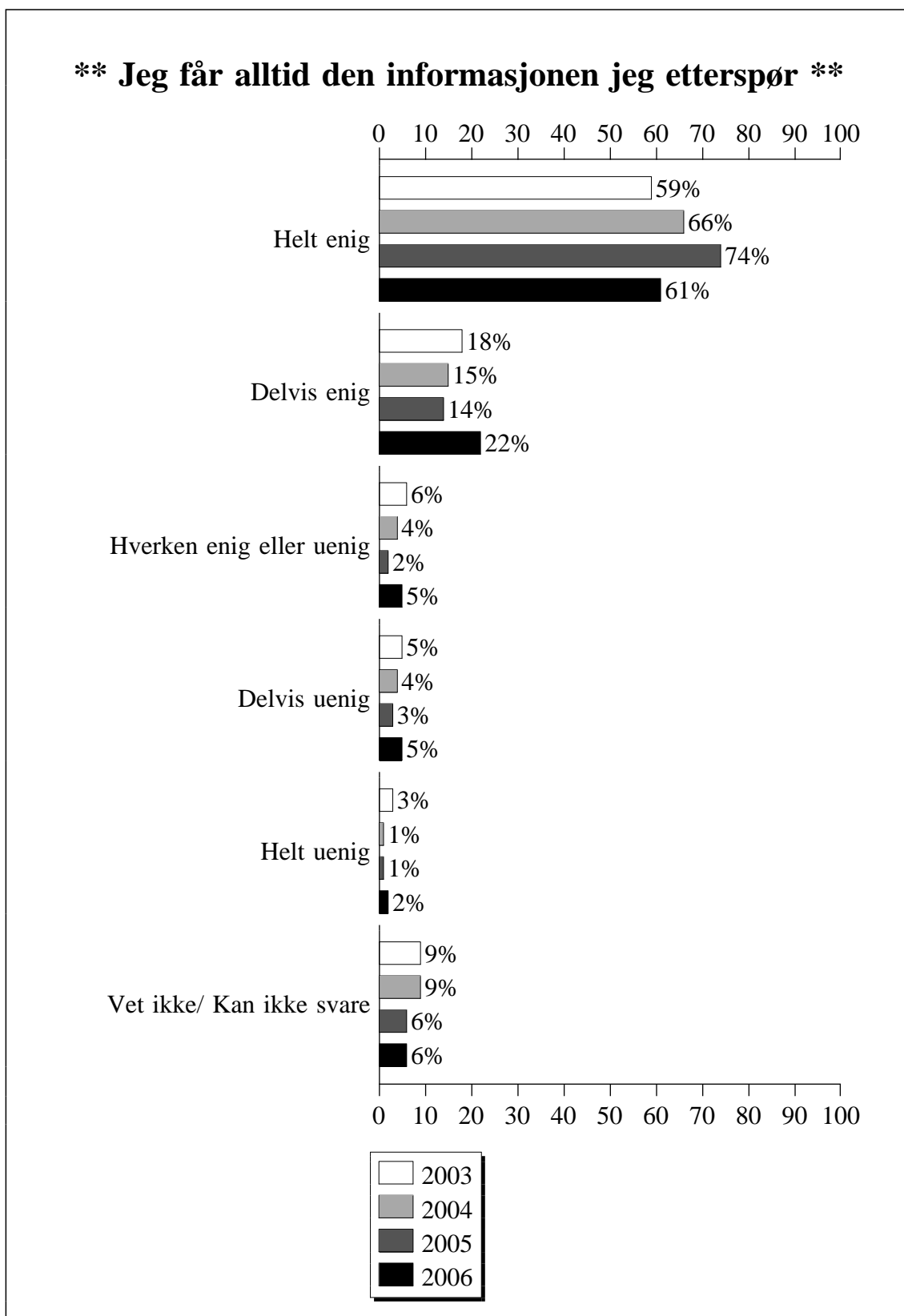
Den neste påstanden lyder: "**Når man ringer til Forbrukerrådets svartjeneste treffer man som regel en som kan gi svar**". De aller fleste innringerne er enig i påstanden (84%). Også her ser vi en forskyvning retning færre helt enige, og flere delvis enige. Bare 5% er uenig.

**** Når man ringer til Forbrukerrådets svartjeneste treffer man som regel en som kan gi svar ****



Det er et klart flertall som støtter påstanden enten man har opplevd byråkratislålåm eller ikke, men det er noen flere uenige blant de som har vært innom to eller flere personer før svar (16%).

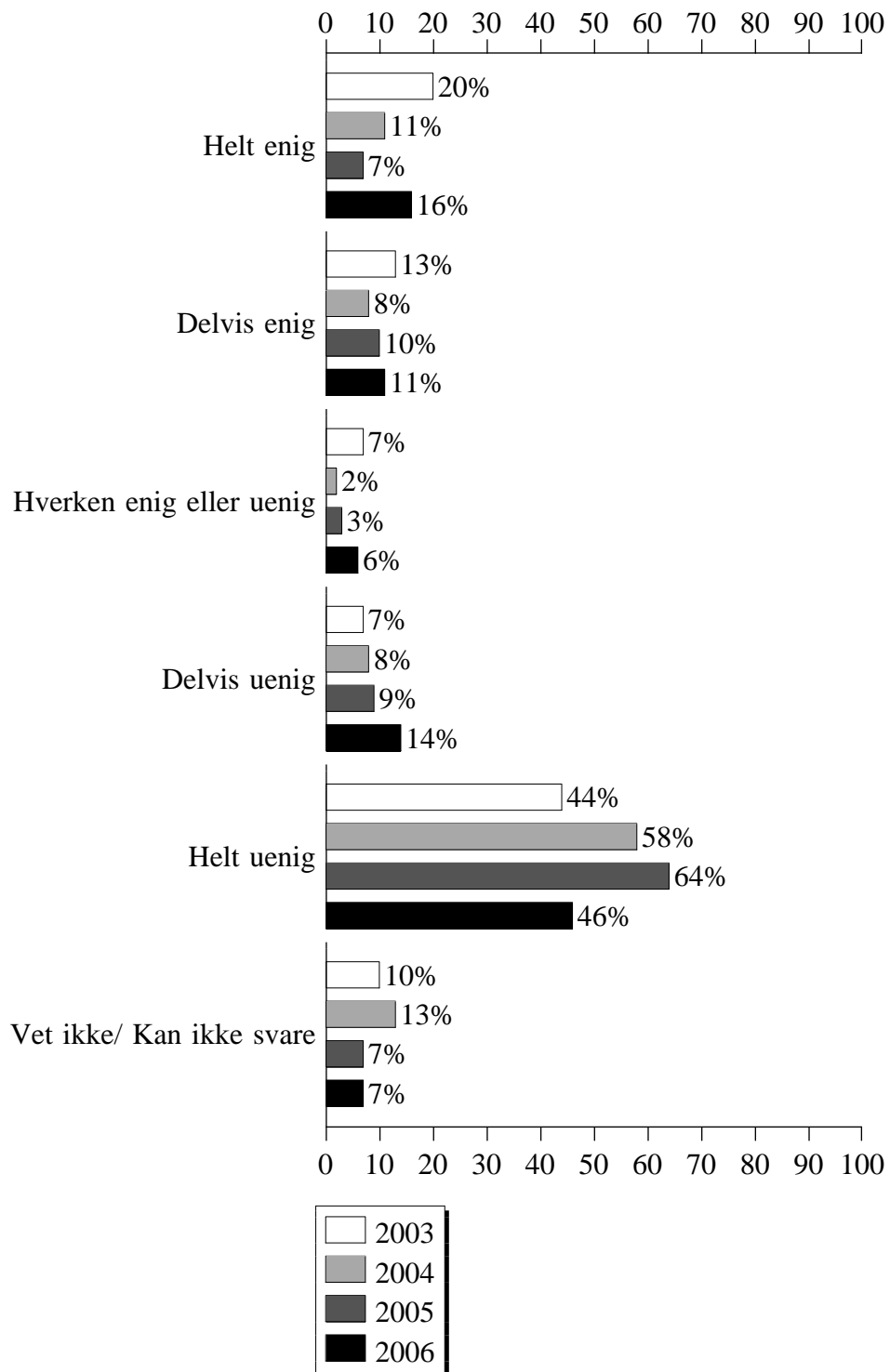
Den neste påstanden kartlegger om innringerne synes de får svar på det de spør om: **"Jeg får alltid den informasjonen jeg etterspør"** . Figuren nedenfor viser nok et gledelig utfall. Hele 83% støtter påstanden, mens 7% tar avstand fra påstanden.



Det er ingen uenige blant de som trengte råd i forkant av et kjøp, mens blant som ringte inn i forbindelse med etterkjøp, er 10% uenige.

Neste påstand tar utgangspunkt i hypotesen om byråkratislålåm og lyder: "**Man blir ofte satt over til flere personer før man får svar**". Figuren nedenfor viser at til sammen 60% tar avstand fra påstanden, og det er 13 prosentpoeng færre enn i fjor (73%). Fra 2003 til 2005 har vi sett en betydelig økning i andelen uenige, men i år ser vi altså et brudd i denne positive trenden. Vi ser også at andelen enige har økt til 27% i år (17% i fjor). Dette er i tråd med de tendenser til økt byråkratislålåm som vi har sett på tidligere spørsmål.

**** Man blir ofte satt over til flere personer før man får svar ****

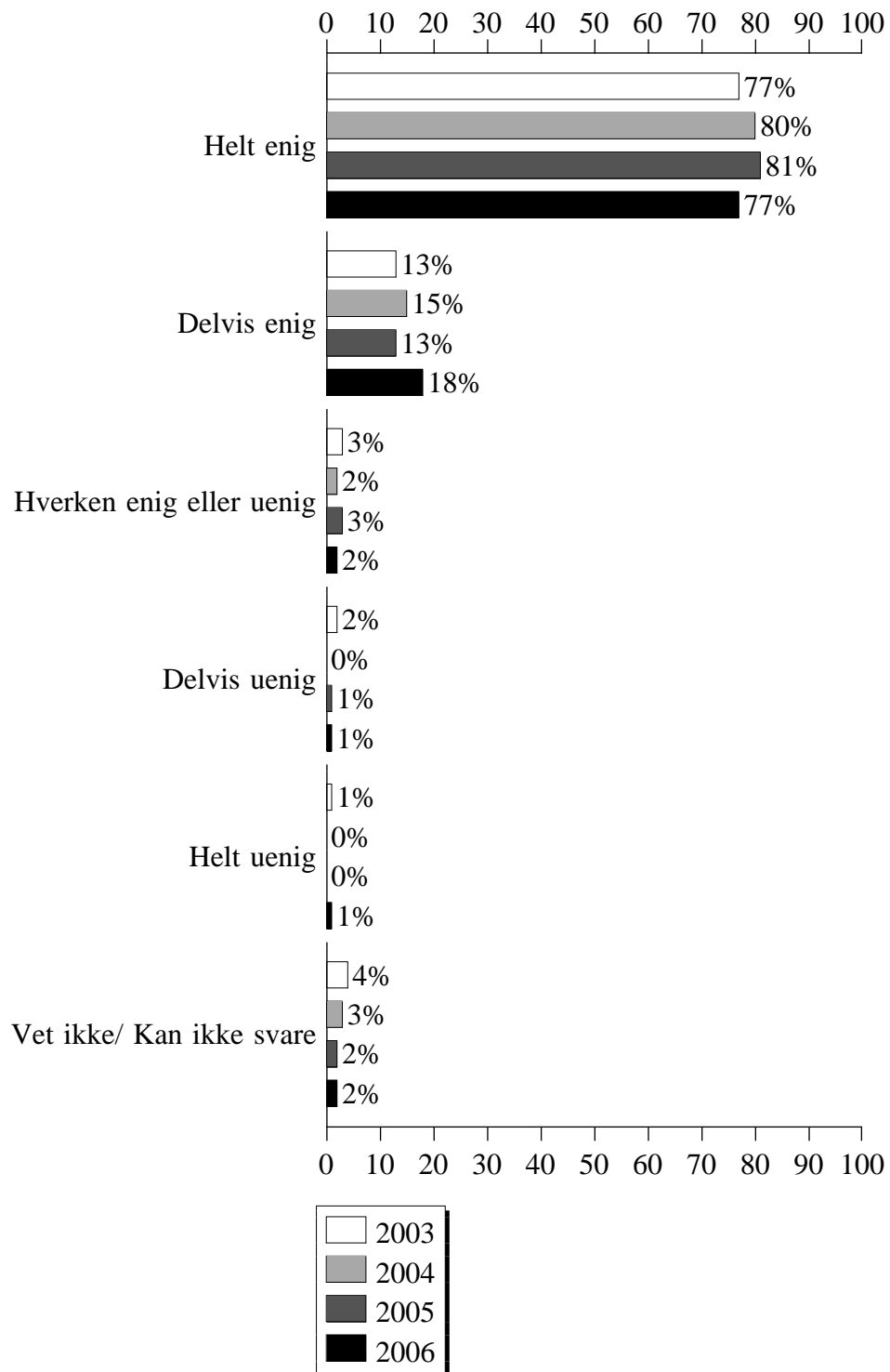


Analyser av undergrupper viser et "selvfølgelig" mønster der de som har vært innom to eller flere personer støtter påstanden i klart større grad (66%) enn de som fikk svar av den som tok telefonen (13%).

De som ringer inn angående førkjøp, støtter påstanden i større grad enn de som har ringt inn av andre grunner.

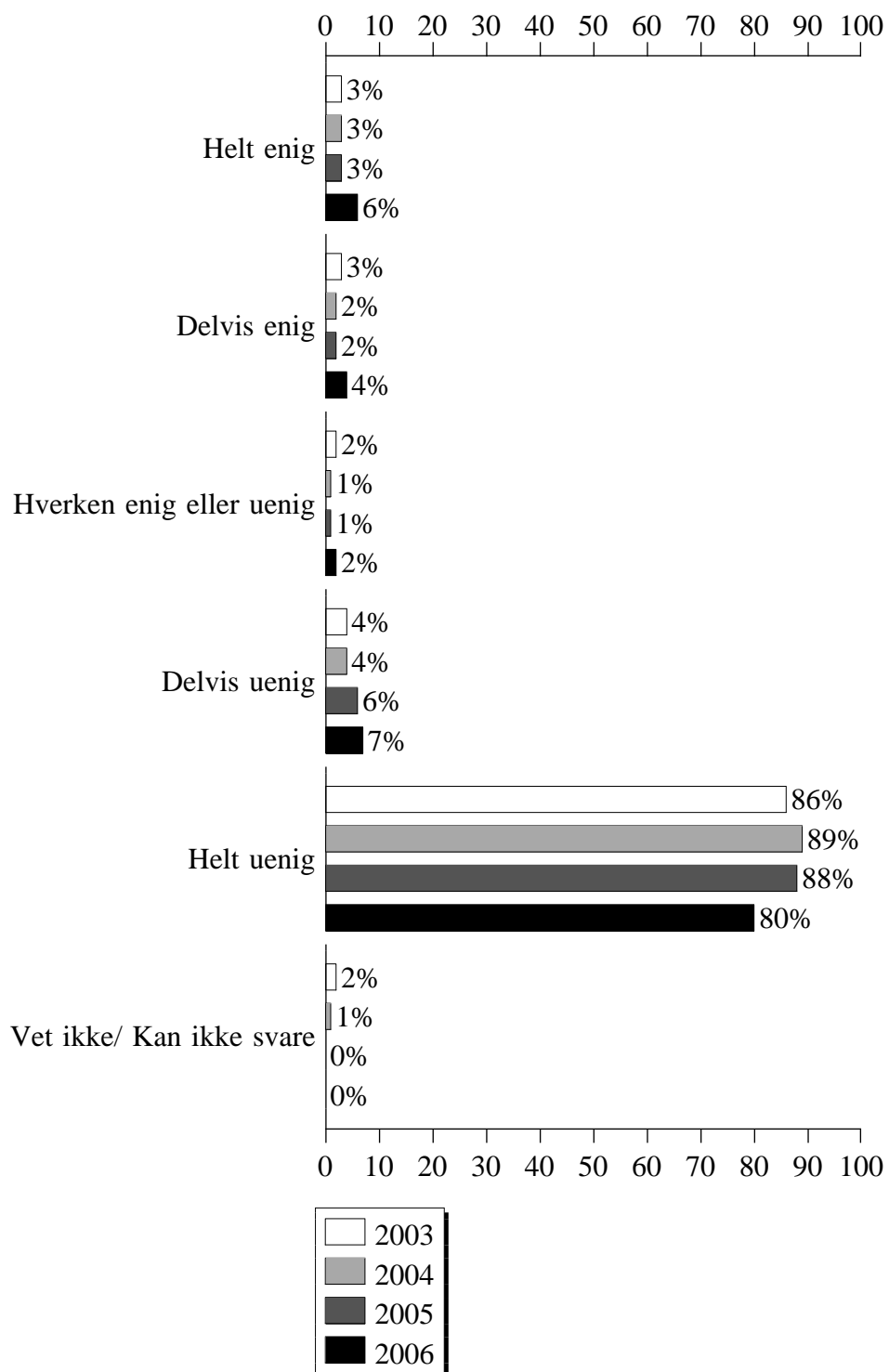
Den neste påstanden lød "**De ansatte på svartjenesten gjør sitt ytterste for å gi relevante og gode svar**". Vi finner like gode resultater i år som i fjor. Påstanden støttes av hele 95%, og så mange som 77% sier seg "helt enig"! Dette er et tydelig tegn på at de ansatte ved tjenesten etterlater et inntrykk av service- og innsatsvilje.

**** De ansatte på svartjenesten gjør sitt ytterste for å gi relevante og gode svar ****



Den neste påstanden lød **"Man får en følelse av å være til bry når man henvender seg til Forbrukerrådets svartjeneste"** . Nok en gang finner vi en svært positiv holdning som har holdt seg stabil fra i fjor. Hele 80% sier seg "helt uenig"! Vi konkluderer derfor med, i år som i fjor, at i vårt utvalg av innringere føler et klart flertall seg velkommen og ivaretatt hos Forbrukerrådets svartjeneste.

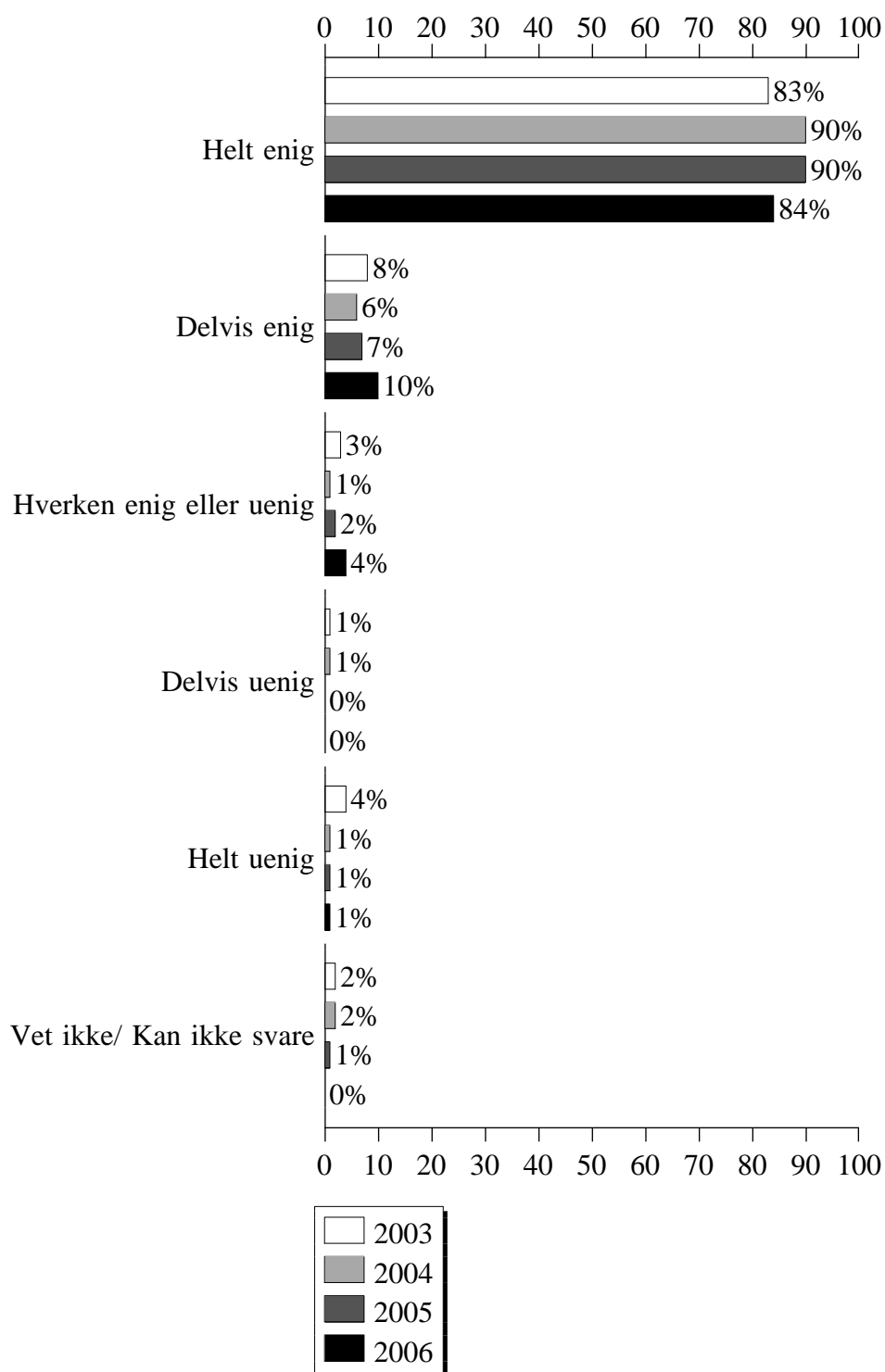
**** Man får en følelse av å være til bry når man henvender seg til Forbrukerrådets svartjeneste ****



Det er en utbredt uenighet i påstanden enten man har opplevd byråkratislålåm eller ikke. Alt i alt vitner resultatet om at et eventuelt "negativt" inntrykk på grunn av byråkratislålåm kan oppveies ved at man treffer en imøtekommende og hjelpsom person når man først får svar.

Den siste påstanden lyder: "**Jeg anbefaler gjerne Forbrukerrådets svartjeneste til andre**". Nok en gang gir respondentene flott tilbakemelding. Hele 94% støtter påstanden, og 84% er helt enig! Dette er på høyde med fjorårets resultater. Det er ingen tvil om at viljen til å anbefale tjenesten til andre har sammenheng med egne positive erfaringer. Slike holdninger er en uvurderlig forutsetning for å skape et godt omdømme av tjenesten.

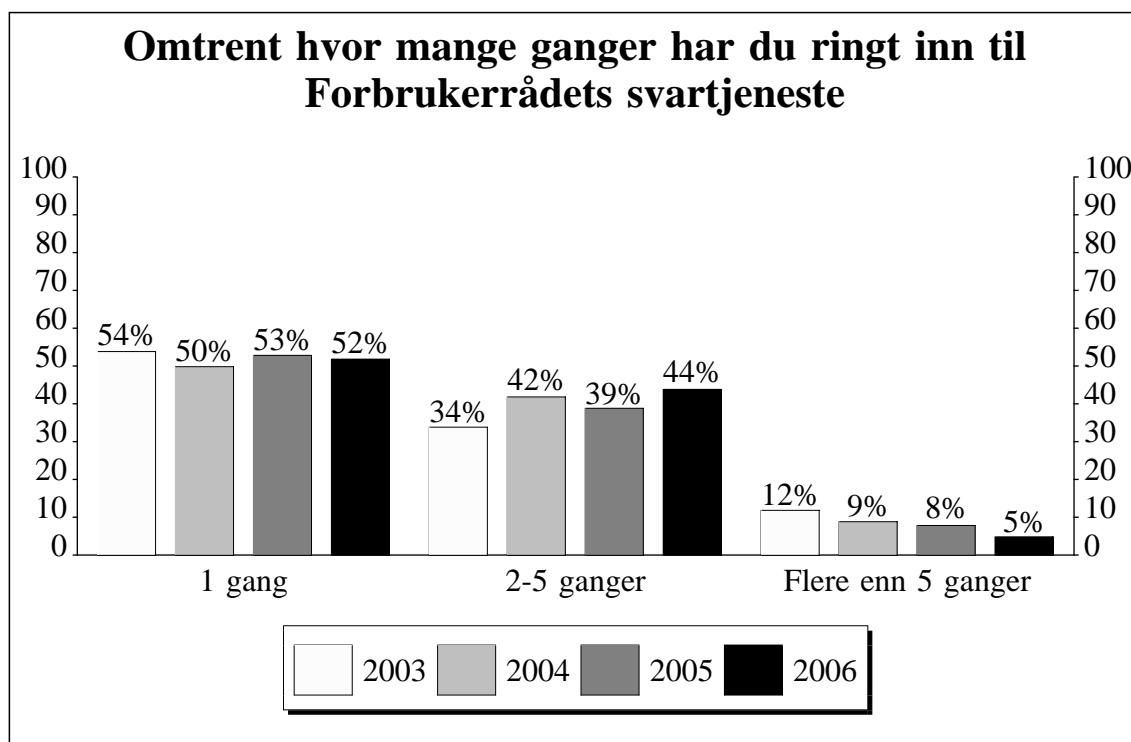
**** Jeg anbefaler gjerne Forbrukerrådets svartjeneste til andre ****



Det er ingen forskjeller i svar mellom undergrupper av spurte.

HVOR MANGE GANGER HAR MAN RINGT TIL PUBLIKUMSTELEFONEN (Tabell 6)

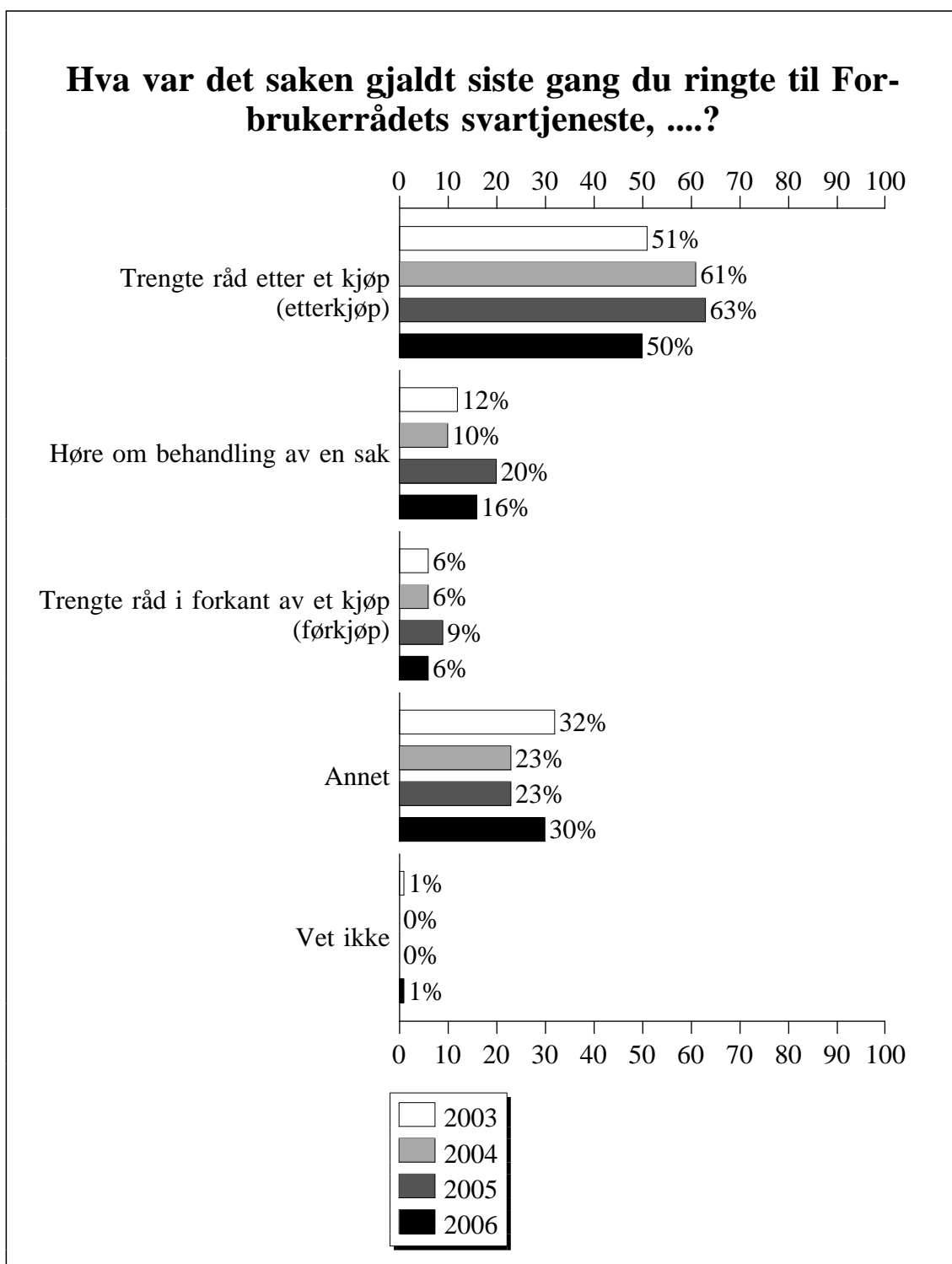
I det neste spørsmålet ber vi de spurte anslå omtrent hvor mange ganger de har ringt til tjeneste i løpet av det siste året. I fjor satte vi ingen tidsbegrensninger, mens i år har vi altså bedt om et anslag innenfor det siste året. I figuren nedenfor kan vi se at 52% har ringt 1 gang, 44% har ringt 2-5 ganger, mens 5% har ringt inn mer enn 5 ganger. Dette tilsvarer svarfordelingen tidligere år.



De som har vært innom 2 eller flere personer før de fikk svar, har gjort klart flere henvendelser til tjenesten enn de øvrige spurte. De som har ringt inn for å høre om behandlingen av en sak, har ringt inn klart flere ganger enn øvrige innringere.

SAKSFORHOLD (Tabell 7)

Det neste spørsmålet tar sikte på å kartlegge hva saken gjaldt siste gang man ringte inn til svartjenesten. Vi finner det samme hovedmønsteret som i fjor: Den vanligste grunnen til innringing er at man trenger råd etter et kjøp. I år gjelder dette 50% i utvalget, og det betyr et signifikant fall fra i fjor da andelen var på 63%. Derne st ville 16% høre om behandlingen av en sak, 6% trengte råd forkant av et kjøp, mens 30% har svart "annet".



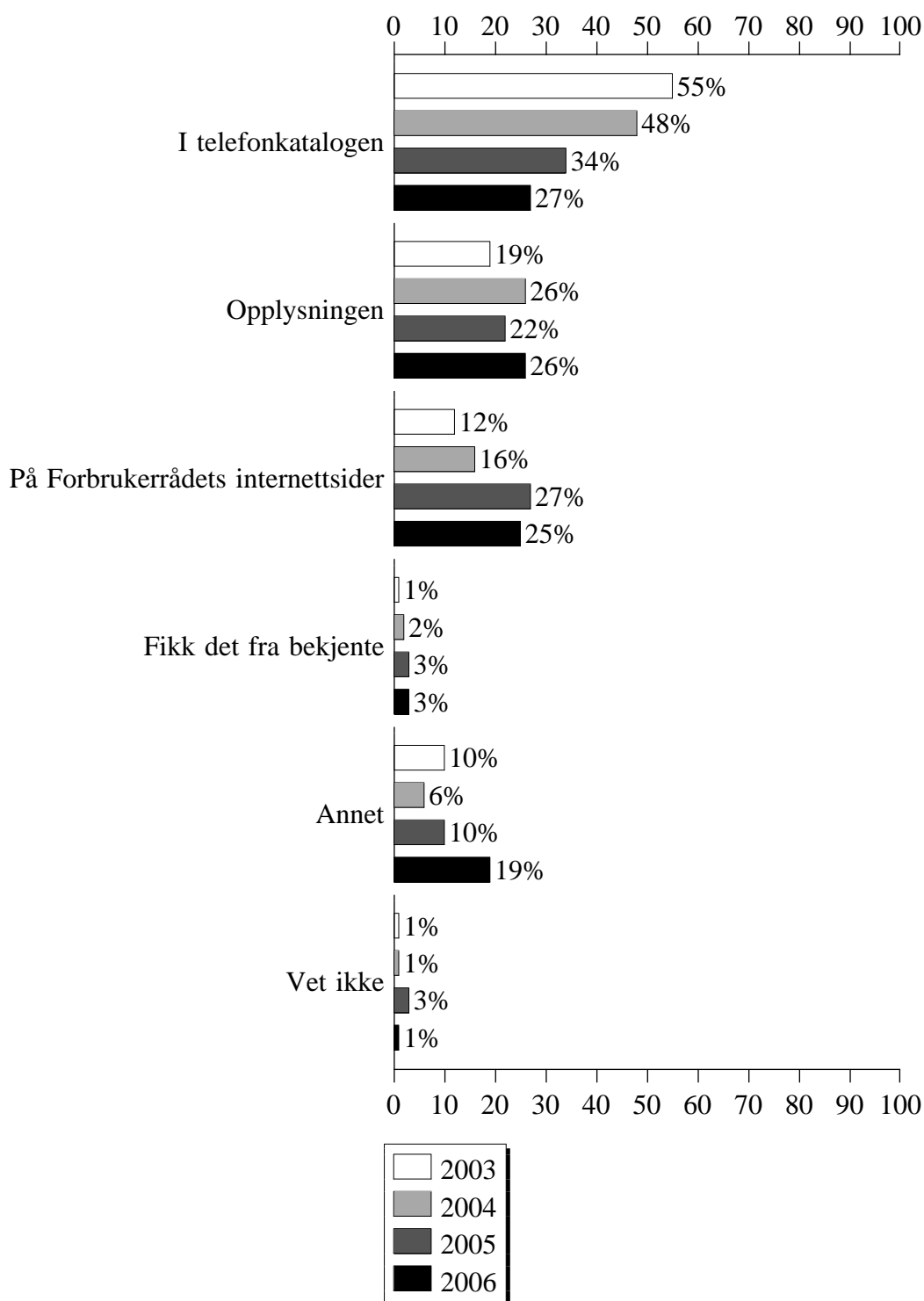
De som fikk svar av den som tok telefonen, svarer i betydelig større grad enn de som har opplevd byråkratlalåm, at de trengte råd etter et kjøp. De yngste innringerne (35 år eller yngre) oppgir også i større grad enn snittet at de trengte råd etter et kjøp.

HVOR FANT MAN TELEFONNUMMERET TIL PUBLIKUMSTELEFONEN (Tabell 8)

Diagrammet nedenfor viser i hvilke kanaler publikum har funnet telefonnummeret til tjenesten. Vi oppgir kun de kanaler som er nevnt av 2% eller fler. Over tid er det blitt stadig færre som har brukt telefonkatalogen (27%). Andelen som viser til henholdsvis Forbrukerrådets nettsider (25%) og til opplysningen (26%) ligger på omtrent samme nivå i år som i fjor.

I år har vi lagt inn et nytt svaralternativ i forhold til de tidligere undersøkelsene, nemlig "reklamekampanje på buss/trikk/t-bane". Det er ingen som har svart dette.

Hvor fant du telefonnummeret til Forbrukerrådets svartjeneste?

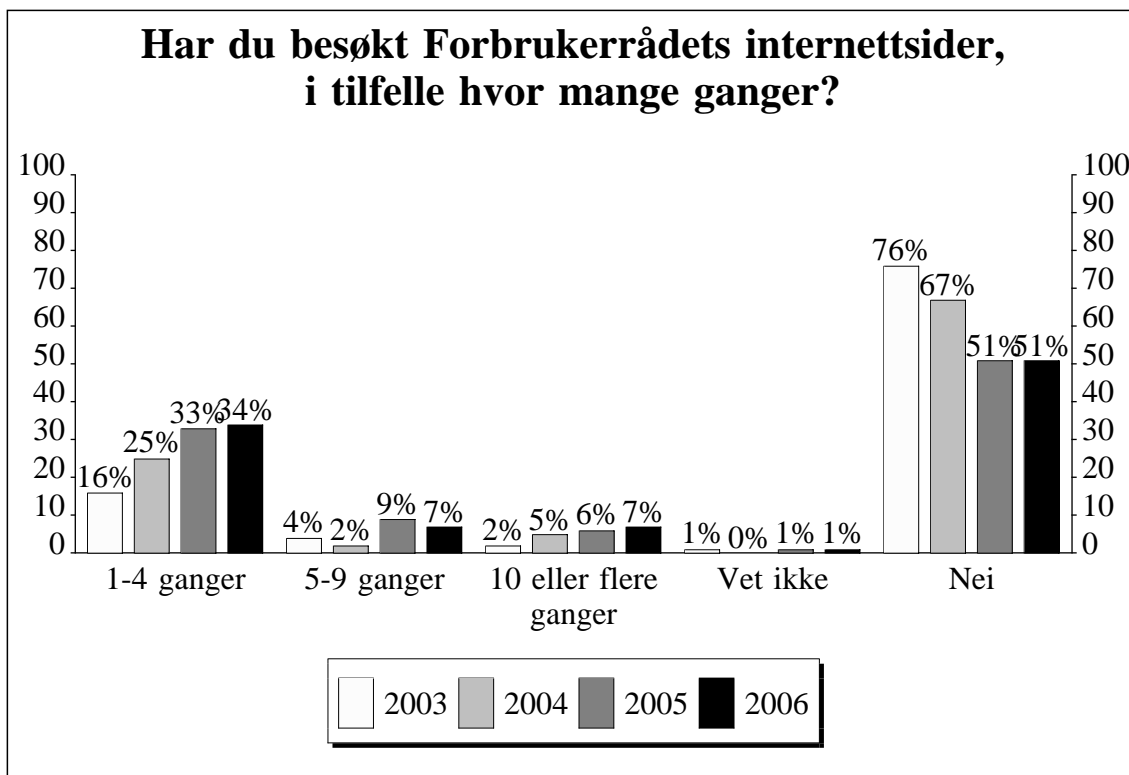


De som trengte råd i etterkant av et kjøp, viser i større grad enn gjennomsnittet til Forbrukerrådets hjemmesider (32%). Menn viser til nettsidene i betydelig større grad enn kvinner. Det samme gjelder de yngre i forhold til de eldre spurte. De eldste viser i klart større grad enn gjennomsnittet til telefonkatalogen (44%). Innringere fra Øst-

landet viser til telefonkatalogen i klart mindre utstrekning enn innringere fra øvrige landsdeler.

BESØK PÅ FORBRUKERRÅDETS INTERNETTSIDER (Tabell 9)

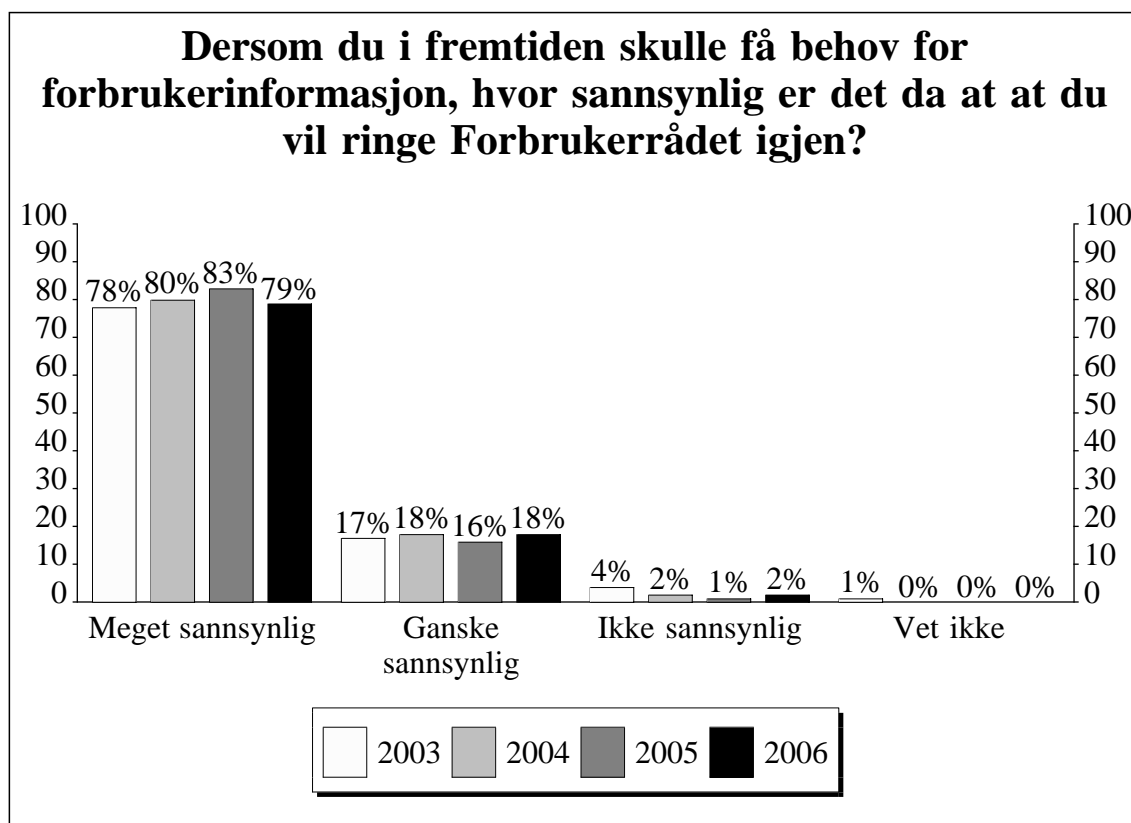
Fra 2003 til 2005 var det en økning i andelen besøkende på nettsidene. I år ligger resultatet på samme nivå som i fjor, med 48% totalt sett som har besøkt sidene. Den vanligste besøksfrekvensen 1-4 ganger (34%).



De som har ringt inn til tjenesten 2 ganger eller mer, har besøkt nettsidene flere ganger enn gjennomsnittet. Innringere med før- eller etterkjøpsaker har i større grad besøkt nettsidene enn de som skal høre om behandlingen av en sak. De yngste innringerne er klart flittigere gjester på nettsidene enn eldre innringere.

SANNSYNLIGHET FOR Å RINGE FORBRUKERRÅDET IGJEN (Tabell 10)

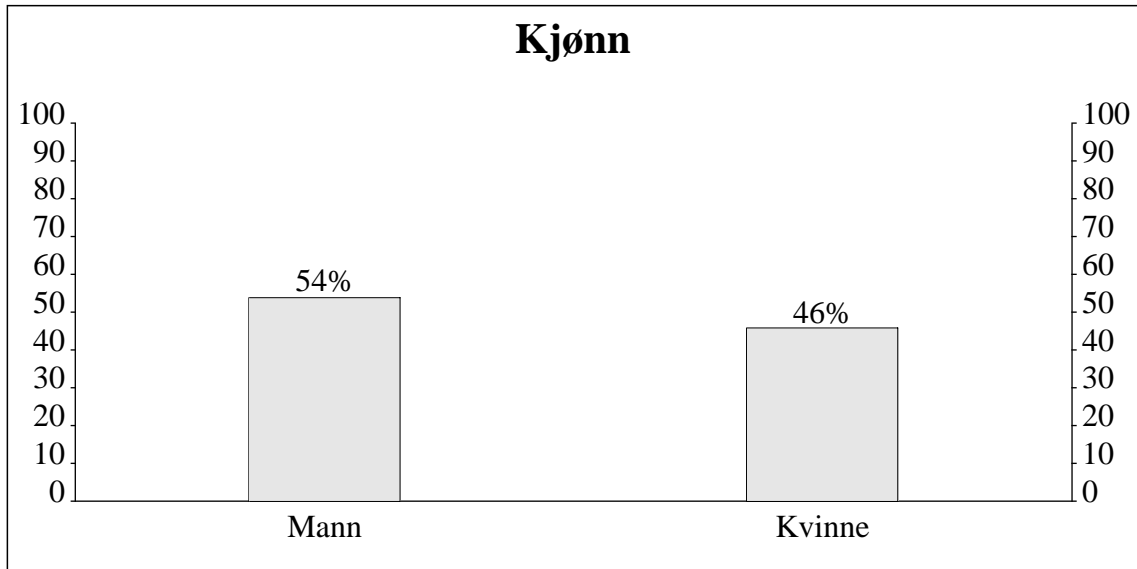
En tjeneste man er tilfreds ønsker man gjerne å bruke på nytt. Vi har spurt innringerne hvor sannsynlig det er at de vil kontakte Forbrukerrådet igjen. Nesten samtlige (97%) anser dette som sannsynlig, og hele 79% sier det er "meget sannsynlig". Dette matcher resultatet fra i fjor, og er en klar tilbakemelding fra publikum om at de er godt fornøyd med den hjelp og de svar de har fått.



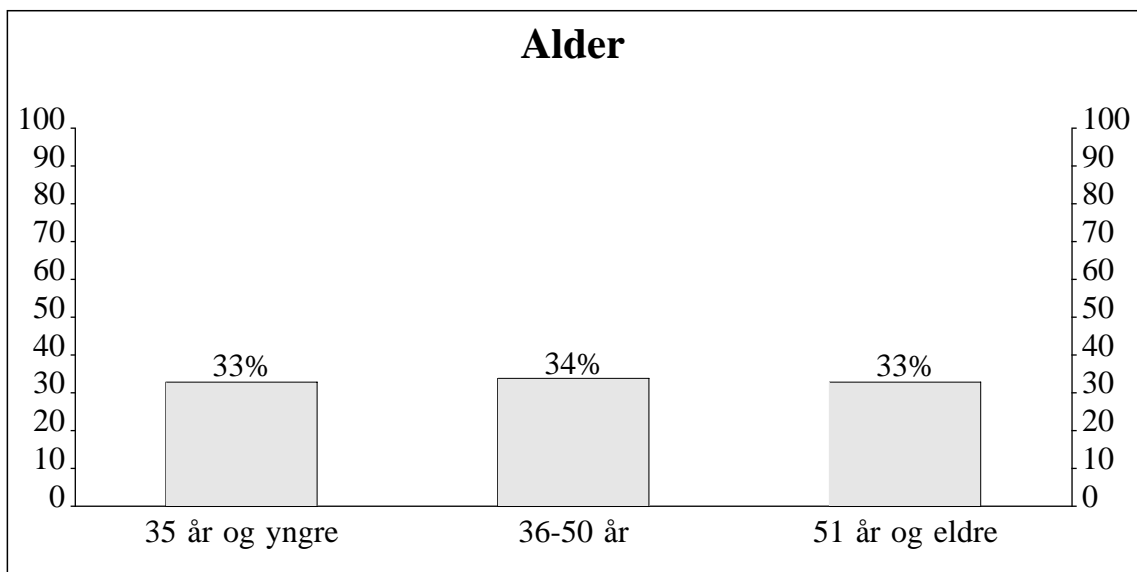
Vi finner ingen variasjon i svar mellom undergrupper av spurte. Det viser at man gjerne ringer tilbake uavhengig av om man har opplevd byråkratislålåm eller ikke.

KARAKTERISTIKA AV INNRINGERNE (Tabell 11-14)

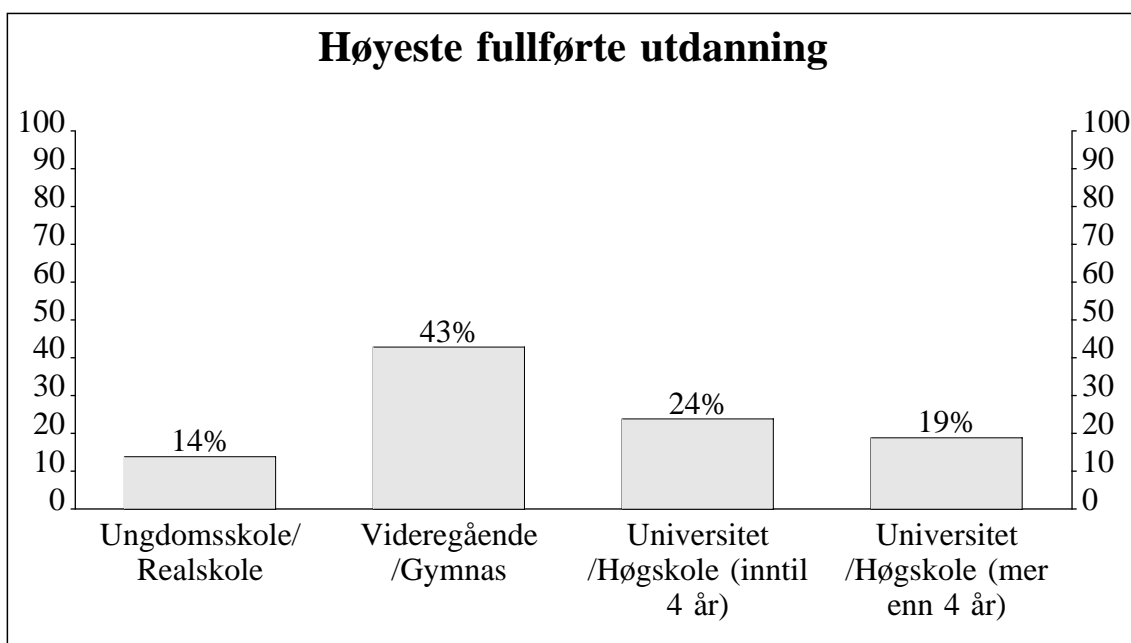
Blant innringerne er det noen flere menn (54%) enn kvinner (46%).



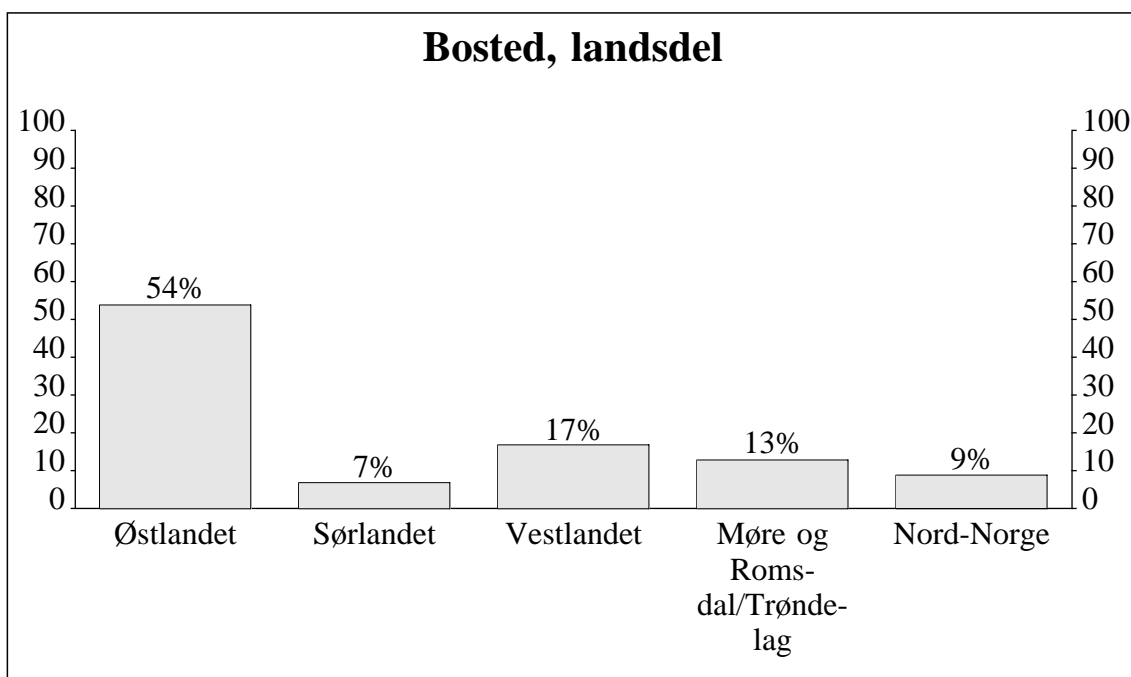
Det synes å være en jevn aldersfordeling blant innringerne.



Av de som ringer inn, er det like mange med utdanning på universitets- og høgskolenivå som på videregående-/gymnasnivå (43%).



Det er klart flere innringere fra Østlandet enn fra resten av landet.



TABELLER

Feilmarginer ved rent lotterisk utvalg

Antall observasjoner	Prosentresultat							
	5/95	10/90	15/85	20/80	25/75	30/70	40/60	50/50
25	8.6	12.0	14.2	16.0	17.4	18.3	19.6	20.0
50	6.2	8.5	10.1	11.3	12.2	13.0	13.9	14.1
75	5.0	6.9	8.2	9.2	10.0	10.6	11.3	11.5
100	4.4	6.0	7.1	8.0	8.7	9.2	9.8	10.0
150	3.6	4.9	5.8	6.5	7.1	7.5	8.0	8.2
200	3.1	4.2	5.0	5.7	6.1	6.5	6.9	7.1
250	2.8	3.8	4.5	5.1	5.5	5.8	6.2	6.3
300	2.5	3.5	4.1	4.6	5.0	5.3	5.7	5.8
400	2.2	3.0	3.6	4.0	4.3	4.6	4.9	5.0
500	1.9	2.7	3.2	3.6	3.9	4.1	4.4	4.5
600	1.8	2.5	2.9	3.3	3.5	3.7	4.0	4.1
700	1.6	2.3	2.7	3.0	3.3	3.5	3.7	3.8
800	1.5	2.1	2.5	2.8	3.1	3.2	3.5	3.5
900	1.5	2.0	2.4	2.7	2.9	3.1	3.3	3.3
1000	1.4	1.9	2.3	2.5	2.7	2.9	3.1	3.2
1200	1.3	1.7	2.1	2.3	2.5	2.6	2.8	2.9
1400	1.2	1.6	1.9	2.1	2.3	2.4	2.6	2.7
1600	1.1	1.5	1.8	2.0	2.2	2.3	2.4	2.5
2000	1.0	1.3	1.6	1.8	1.9	2.0	2.2	2.2
3000	0.8	1.1	1.3	1.5	1.6	1.7	1.8	1.8

Prosentresultatet pluss/minus feilmarginen i tabellen angir et intervall som med 95% sannsynlighet inneholder det sanne resultat.