

Fortsatt missnöje med telefonförsäljning

En kvantitativ studie om allmänhetens erfarenheter av telefonförsäljning

2017:2 Fortsatt missnöje med telefonförsäljning
En kvantitativ studie om allmänhetens erfarenheter av telefonförsäljning
Konsumentverket 2017

Ansvarig handläggare: Hannah Hall

Innehållsförteckning

Förord.....	4
1 Sammanfattning	5
2 Om undersökningen	6
3 Övergripande resultat	10
4 Detaljerade resultat	12
5 Avslutning.....	18
Bilaga 1: Enkät 2016	19
Bilaga 2: Huvudresultat från 2016 och 2013.....	29

Förord

Konsumentproblem kopplade till telefonförsäljning har varit en följetong i många år. Försäljningsmetoden har länge varit en fråga som orsakat många anmälningar till Konsumentverket och frågor till vår upplysningstjänst Hallå konsument. Bilderna som förmedlas beskriver en försäljningskanal med dåligt rykte, lågt förtroende och där konsumenterna upplever att de luras till avtal som de inte förstår eller är intresserade av.

I Konsumentrapporten 2014 valde vi att titta närmare på problemen med telefonförsäljning där konsumenten blir uppringd. Resultatet från vår undersökning var tydligt. Nästan samtliga tillfrågade sa att de inte vill bli kontaktade via telefon av företag de inte redan är kund hos och majoriteten menade att det är lätt att bli vilseledd.

I den här rapporten har Konsumentverket genomfört en uppföljande undersökning med samma frågor som för tre år sen. Vi vill se hur konsumenternas inställningar och erfarenheter har förändrats. Resultaten visar att konsumenterna fortsatt upplever stora problem med uppsökande telefonförsäljning.

Karlstad, januari 2017

Peter Vikström
Chef Analysenheten

1 Sammanfattning

Syftet med undersökningen som redovisas i denna rapport är att få en bild över allmänhetens erfarenheter och inställning till telefonförsäljning. Vi vill få en bättre förståelse för hur problemet med telefonförsäljning ser ut; problemens omfattning, inom vilka områden det är ett större problem, om det är ett större eller mindre problem för särskilda målgrupper samt om det skett några förändringar sedan vår senaste undersökning 2013.

Målgruppen för undersökningen är privatpersoner i den svenska allmänheten som under de senaste tolv månaderna blivit kontaktade av telefonförsäljare. Undersökningen genomfördes som en telefonundersökning riktad till den svenska allmänheten avgränsat till åldersgruppen 18 - 85 år.

Undersökningsresultatet visar att omfattningen av telefonförsäljning är ungefär densamma som år 2013. Det är 81 procent som uppger att de blivit uppringda av säljare i årets undersökning, jämfört med 84 procent år 2013. En majoritet (64 procent) uppger att de blivit uppringda varje vecka eller varje månad. Den dominerande kanalen är nu via mobiltelefon, tvärt emot vad som gällde 2013. Detta reflekterar ändringar i branschens etiska regler som gör det tillåtet att ringa till mobilnummer sedan 2014.

Vi kan konstatera att inställningen till telefonförsäljning bland de som blir uppringda är fortsatt mycket negativ. Det är få som vill bli kontaktade av telefonförsäljare. Endast 1 procent är positiva till att bli kontaktade av säljare från företag där man inte är kund. En majoritet (58 procent) upplever att det är lätt att bli vilseledd eller lurad av telefonförsäljare.

Andelen som inte blivit nöjda med sitt köp av telefonförsäljare har ökat med 5 procentenheter jämfört med undersökningen 2013. Resultatet visar att nästan varannan köpare inte är en nöjd kund och av dessa är det 7 av 10 som ångrar sitt köp. 3 av 10 som köper genom telefonförsäljning uppger att de är missnöjda med sitt köp. Kvinnor uppger i något större utsträckning än män att de blivit missnöjda med sitt köp (31 procent respektive 25 procent).

Undersökning visar också att köp genom telefonförsäljare är en sårbar situation för alla konsumenter. Utifrån undersökningsresultatet har vi identifierat två konsumentgrupper som är särskilt sårbara i situationen med telefonförsäljare; de äldre och de som är födda utomlands. Äldre känner sig inte lika trygga och är i större utsträckning missnöjda med sitt köp. Bland utrikesfödda är kännedomen om NIX-registret lägre, vilket gör dem mer tillgängliga för telefonförsäljare.

2 Om undersökningen

2.1 Bakgrund

Denna undersökning är en uppföljning av en studie som genomfördes för första gången december 2013. Resultaten presenterades i Konsumentrapporten 2014 i temadelen om telefonförsäljning. För mer information om undersökningen från 2013 se Underlag till Konsumentrapporten 2014:10.

Syftet med undersökningen är att få en bild av allmänhetens inställning till och erfarenheter av telefonförsäljning. Vi vill få en bättre förståelse för hur problemet med telefonförsäljning ser ut; problemens omfattning, inom vilka områden det är ett större problem, om det är ett större eller mindre problem för särskilda målgrupper samt om det skett några förändringar sedan vår senaste undersökning 2013.

För att kunna göra så rättvisa jämförelser som möjligt med 2013-års resultat har vi vid genomförandet av årets studie eftersträvat att använda oss av samma enkätfrågor, metodval och avgränsningar som gjordes 2013.

Målgruppen för undersökningen är privatpersoner i den svenska allmänheten som under de senaste tolv månaderna blivit kontaktade av telefonförsäljare.

2.2 Metod

Undersökningen genomfördes som en telefonundersökning med svenska allmänheten avgränsat till åldersgruppen 18 - 85 år. Inledningsvis ställdes en screeningfråga för att selektera fram den aktuella målgruppen; de som har blivit uppringda av telefonförsäljare under de senaste 12 månaderna.

För genomförandet ansvarade undersökningsföretaget Markör Marknad och Kommunikation AB. Undersökningen pågick under perioden 3 - 18 oktober 2016. Den genomsnittliga intervjutiden landade på 8,5 minut. För att uppnå 1 005 intervjuer behövde 3 276 personer inom målgruppen kontaktas, vilket ger en deltagarfrekvens på 31 procent. Se nedanstående tabell för bortfallsredovisning.

	Antal
Bruttourval	3830
Ej målgruppsaktuella ¹	325
Screenade	229
Summa nettourval	3276
Bortfall	
Vägran	880
Avbrutna intervjuer	82
Respondent bortrest under fältperioden	11
Ej svar	1298
Summa bortfall	2271
Genomförda intervjuer	1005
Svarsfrekvens (intervjuer/nettourval)	31 procent

Urvalet för årets undersökning hämtades från Eniros telefondatabas och respondenter drogs slumpmässigt och riksrepresentativt på ålder och kön i kombination. Urvalet innehåller både fasta nummer och mobilnummer, till skillnad från år 2013 då det bara ingick fasta telefonnummer. Innan 2014 var det otillåtet att ringa säljsamtal till mobiltelefoner om personerna inte hade tackat ja till det, något som reglerats bland annat via branschens egna etiska riktlinjer. I februari 2014 ändrades reglerna vilket gjorde att det blev tillåtet att ringa även till mobiler. Därför ingår mobilnummer i årets urval, något som medfört att vi har en yngre åldersprofil i årets undersökning jämfört med år 2013.

2.3 Resultatdisposition och tolkning

På kommande sidor redovisas resultatet av undersökningen. Svaren speglar målgruppen för undersökningen, som är personer som har blivit uppringda av telefonförsäljare. Resultaten från undersökningen 2016 och 2013 samt de exakta frågeformuleringarna finns i sin helhet som bilagor i slutet av rapporten.

Diagrammen redovisar resultatet både för 2016 (mörkblå stapel) och 2013 (ljusblå stapel). På grund av avrundningar kan det förkomma att procenttalen inte alltid summerar till exakt 100 procent. I diagrammen redovisas inte alltid ”vet ej”-alternativet.

¹ Exempel på vad som ingår i ej målgruppsaktuella är kommunikationssvårigheter (till exempel på grund av dålig hörsel eller sjukdom), att intervjupersonen är okänd på numret eller att intervjupersonen inte talar svenska.

I undersökningen ställs följdfrågor beroende på vad respondenterna svarat innan, vilket har medfört att vi på vissa frågor har låga baser, det vill säga att få svar ligger till grund för frågeresultatet. Låga baser innebär en viss osäkerhet i resultatet, och resultatet beskrivs då i termer av indikationer eller tendenser.

När undersökningens resultat tolkas kan det vara lämpligt att tänka på eventuella snedvridningar som kan påverka siffrorna. Vi har identifierat två faktorer som, utöver de vanliga felkällorna i samband med urvalsundersökningar, kan snedvrیدا resultaten i just den här undersökningen.

1. Den ena handlar om bortfall på grund av att respondenter inte vill lämna svar eller vill ta emot samtal från okända. Denna andel har för telefonintervjuundersökningar ökat under senare år. Det kan bland annat vara ett resultat av telefonförsäljningsbranschens verksamhet. Detta kan i sådana fall innebära en strukturell underskattning av undersökningens resultat, det vill säga att resultaten kan vara mindre negativa än i verkligheten.
2. Den andra faktorn handlar om att de som blir intervjuade kan ha ett särskilt intresse i frågan om telefonförsäljning på känslomässiga grunder. När starka känslor är involverade kan det resultera i mindre nyanserade svar än vad de "sanna preferenserna" innebär. I fallet med telefonförsäljning skulle det kunna föra med sig att respondenterna, när de får en chans att framföra sina synpunkter om något de upplever som negativt, "passar på" att tala om hur dåligt det är på ett sätt som innebär en överskattning av de sanna preferenserna. Detta skulle i sådana fall föra med sig en strukturell överskattning av undersökningens resultat, det vill säga att resultaten är mer negativa än i verkligheten.

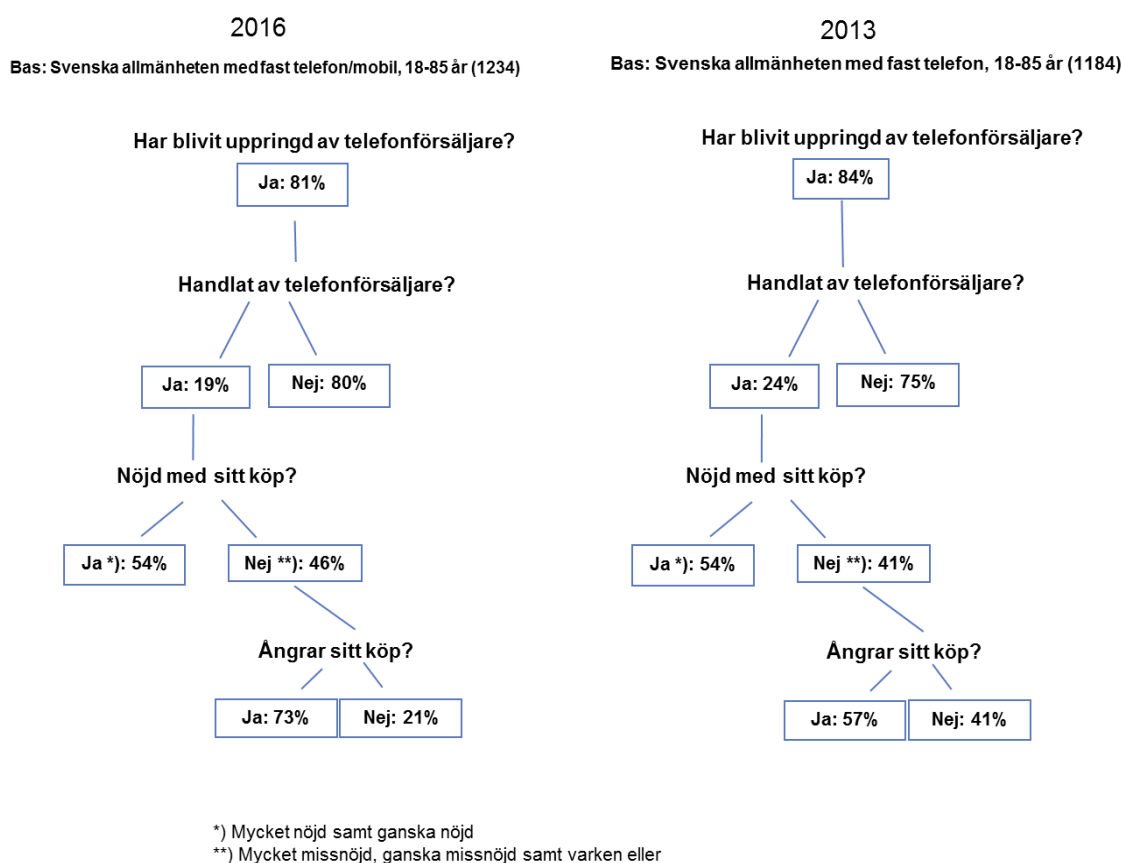
Vilken av dessa båda faktorer som väger tyngst har inte varit möjligt att skatta inom ramen för den gjorda undersökningen.

Det finns alltid också en osäkerhet i resultatet när man använder ett urval, så kallat urvalsfel. För urvalsfelen kan osäkerheten beräknas. Med ett slumpmässigt urval och 1 000 svarande, där inget bortfall förekommer, är felmarginalen cirka plus/minus tre procentenheter.

3 Övergripande resultat

Undersökningsresultatet visar att omfattningen av telefonförsäljning är ungefär densamma som år 2013. Det är 81 procent som uppger att de blivit uppringda av säljare i årets undersökning, jämfört med 84 procent år 2013. En majoritet (64 procent) uppger att de blivit uppringda varje vecka eller varje månad. Den dominerande kanalen är nu via mobiltelefon, det motsatta läget jämfört med 2013. Detta reflekterar ändringar i branschens etiska regler som gör det tillåtet att ringa till mobilnummer sedan 2014.

Diagram 1: Översikt nyckelresultat



Det är ungefär 1 av 5 som handlar av telefonförsäljare, vilket är något färre än i undersökningen 2013. De produktgrupper som säljs mest per telefon är, i fallande ordning, TV/bredband/telefoni, el-avtal, tidningar/böcker och banktjänster. Banktjänster och el-avtal står för största ökningen jämfört med 2013-års resultat. Banktjänster har ökat från 3 till 8 procent och el-avtal från 11 till 15 procent. Resultatet indikerar att det finns skillnader mellan könen när det gäller produktinriktningen på säljsamtalen. Män svarar i större utsträckning än kvinnor att de får säljsamtal om mobiltelefoni (12 respektive 6 procent). Kvinnor svarar i större utsträckning än män att de får säljsamtal om böcker eller tidningsprenumerationer (11 respektive 6 procent) samt hälsokost (5 respektive 2 procent).

Andelen som inte blivit nöjda med sitt köp av telefonförsäljare har ökat med 5 procentenheter jämfört med undersökningen 2013. Resultatet visar att nästan varannan köpare är inte en nöjd kund (46 procent) och av dessa är det 7 av 10 (73 procent) som ångrar sitt köp. 3 av 10 (29 procent) köpare genom telefonförsäljare uppger att de är missnöjda med sitt köp. Kvinnor uppger i något större utsträckning än män att de blivit missnöjda med sitt köp (31 procent respektive 25 procent). Resultatet indikerar att kvinnors missnöje kan kopplas särskilt till produktkategorin tidningar/böcker.

En del av undersökningen belyser attityder till och kunskap om konsumenträttigheter i samband med telefonförsäljning:

- Vi kan konstatera att inställningen till telefonförsäljning bland de som blir uppringda är mycket negativ. Det är få som vill bli kontaktade av telefonförsäljare. Endast 1 procent är positiva till att bli kontaktade av säljare från företag där man inte är kund. En majoritet (58 procent) upplever att det är lätt att bli vilseledd eller lurad av telefonförsäljare.
- Det finns en utbredd osäkerhet om vilka rättigheter man har som konsument när man handlar av telefonförsäljare. 1 av 3 (34 procent) tycker inte att de är väl informerade om sina rättigheter som konsument.
- Kännedom om ångerrätten är utbredd bland de som blir uppringda, däremot finns en större osäkerhet kring när man ingår ett avtal – om det muntliga avtalet gäller eller om det krävs en skriftlig acceptans.

Att köpa genom telefonförsäljare är en sårbar situation för alla konsumenter. Utifrån undersökningsresultatet har vi identifierat två konsumentgrupper som är särskilt sårbara i situationen med telefonförsäljare; de äldre och de som är födda utomlands. Äldre känner sig generellt sett inte lika trygga i konsumentsituationer och är i större utsträckning missnöjda med sitt köp. Bland utrikesfödda är kännedom om NIX-registret lägre, vilket gör dem mer tillgängliga för telefonförsäljare.

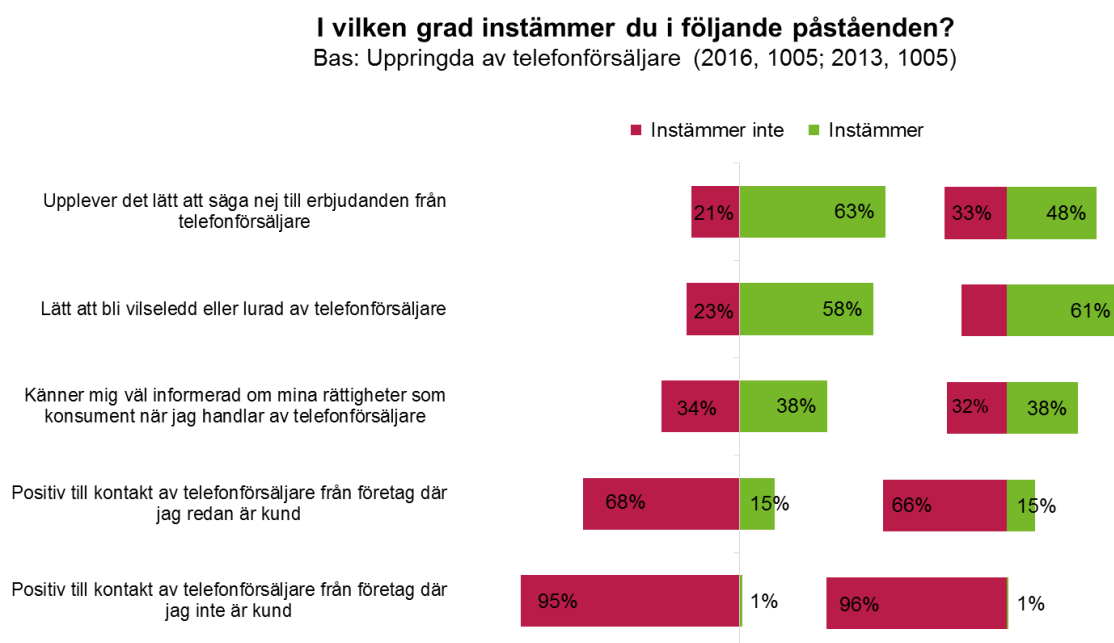
4 Detaljerade resultat

4.1 Generella inställningar till telefonförsäljning

Få är positiva till telefonförsäljare

Resultatet tyder på en motvillig inställning till telefonförsäljning bland allmänheten. 2 av 3 (66 procent) uppger att de blivit kontaktade av telefonförsäljare men tackat nej till erbjudandet. Ser man till de som "tackat nej" så uppger 17 procent att de inte har något förtroende för telefonförsäljare, vilket är en ökning jämfört med 2013 då motsvarande siffra var 12 procent. 2 av 5 (39 procent) uppger att de tackar nej av princip, det vill säga att de aldrig köper över telefon.

Diagram 2: Generella inställningar till telefonförsäljning



Inställningen till telefonförsäljare har inte ändrats de senaste tre åren; det är få som är positiva till att bli kontaktade av telefonförsäljare. Ser man till de som blir uppringda av telefonförsäljare, är det bara 1 procent som är positiva till att bli kontaktade av telefonförsäljare från företag där man inte är kund. En majoritet (58 procent), och då främst personer över 29 år, upplever att det är lätt att bli vilseledd eller lurad av telefonförsäljare.

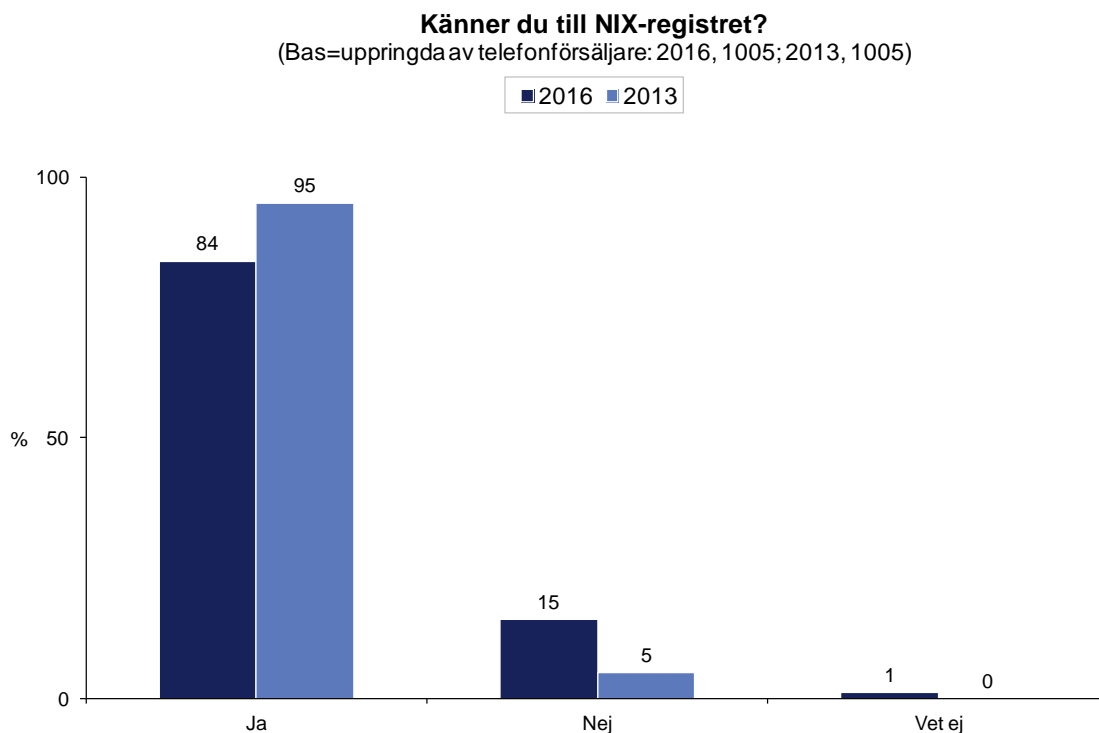
En mer positiv utveckling är att 63 procent upplever att det är lätt att säga nej till erbjudanden från telefonförsäljare. Det är en ökning med 15 procentenheter jämfört med 2013-års resultat. En möjlig förklaring kan vara att vi i årets undersökning har en yngre profil på de svarande. Resultatet visar att yngre, 18 - 29 år, i större utsträckning uppger att de har lätt att säga nej till telefonförsäljare jämfört med de äldre åldersintervallen.

Osäkerhet kring när man ingår i avtal

En annan aspekt som berörts i den här undersökningen är huruvida allmänheten känner sig väl informerade i konsumenträttsliga frågor. Resultatet visar att det finns en osäkerhet hos många i den här typen av frågor. Knappt 2 av 5 (38 procent) uppger att de känner sig väl informerade om sina rättigheter som konsument när de handlar av telefonförsäljare. I undersökningen ställdes också två mer specifika frågor kring ångerrätt och betalningsskyldighet vid muntlig accept. En majoritet (81 procent) känner till att man generellt sett har rätt att ångra sitt köp från telefonförsäljare. Det finns en större osäkerhet när det gäller frågan om det krävs en skriftlig accept för att bli bunden av avtalet, exempelvis betalningsskyldig. Endast 3 av 5 (59 procent) känner till att man är skyldig att betala vid muntlig accept.

Fortsatt hög kännedom om NIX-registret

Diagram 3: Kännedom om NIX-registret



Kännedomen om NIX-registret bland de som blivit uppringda av telefonförsäljare är fortfarande hög, men har minskat något jämfört med år 2013, från 95 procent till 84 procent. En möjlig förklaring är att profilen på de svarande i år, som speglar den nu bredare målgruppen för telefonförsäljare, är yngre jämfört med 2013 och att det är en större andel bland denna grupp, 18 - 29 år (27 procent), som inte känner till NIX-registret.

I årets undersökning har respondenterna fått svara på om de känner till NIX-registret både för fast telefon och mobiltelefon. Vi kan konstatera att det inte föreligger några stora skillnader i kännedom om NIX-registret mellan fast telefoni och mobil. 72 procent känner till NIX-registret till fast telefon och 74 procent till mobil. I åldersintervallet 18 - 49 år är det fler som känner till NIX-registret för mobiltelefon jämfört med NIX-registret för fast telefon. I de äldre åldersintervallen, över 50 år, visar resultatet på motsatt tendens.

Inom gruppen utrikesfödda indikerar resultatet att kännedomen om NIX-registret är lägre än bland de som är födda i Sverige. 39 procent bland utrikesfödda känner inte till NIX. Motsvarande andel för de som är födda i Sverige är 15 procent. Gruppen utrikesfödda i denna undersökning utgör 8 procent (84 respondenter), vilket medför en osäkerhet i resultatet.

Telefonförsäljning sker i samma omfattning som år 2013

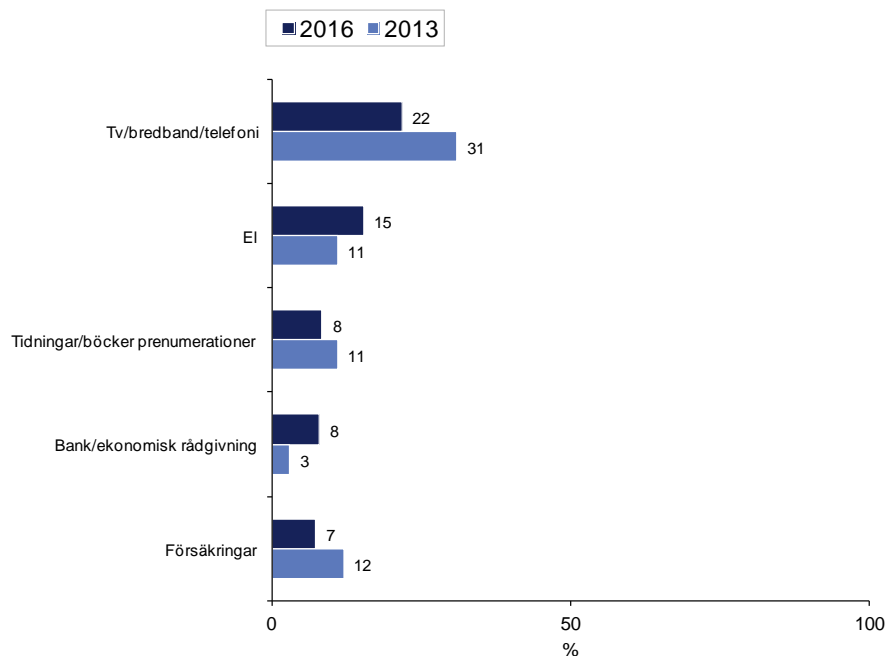
Undersökningens resultat visar att telefonförsäljning sker i ungefär samma omfattning som år 2013, både när det gäller andelen som blivit uppringda av säljare (81 procent) och hur ofta man blivit uppringd (38 procent minst en gång i månaden). Vanligast är att konsumenten blir kontaktad via mobiltelefon. Av de som blivit uppringda uppger 46 procent att de är registrerade hos NIX (34 procent har registrerat sitt fasta nummer och 27 procent har registrerat sitt mobilnummer). Vi ser att en betydligt lägre andel av målgruppen för telefonförsäljare är registrerade hos NIX 2016 jämfört med 2013 (46 respektive 72 procent). Detta har sin förklaring dels i att målgruppen för telefonförsäljare nu är bredare och omfattar en större andel yngre personer som i sin tur har lägre kännedom om NIX.

1 av 10 (11 procent) som blivit uppringda av telefonförsäljare uppger att de vid något tillfälle tackat nej till ett erbjudande från en telefonförsäljare, men sedan ändå fått en leverans av ett erbjudande. Här ser vi ingen förändring de senaste tre åren, 2013 var andelen 12 procent.

Diagram 4: De fem vanligaste produktgrupperna som säljs per telefon

Om du tänker på det senaste samtalet, vad ville telefonförsäljaren sälja för produkt eller tjänst?

(Bastal: 2016, 1005; 2013, 1005)



TV/bredband/telefoni är den varugrupp som är störst inom telefonförsäljning, även om andelen har gått ner jämfört med 2013-års resultat, från 31 till 22 procent. Mobiltelefoni är det som säljs mest frekvent inom denna varugrupp och det är män i större utsträckning än kvinnor som svarar att de fått säljsamtal om mobiltelefoni. El-avtal och banktjänster är de produktgrupper som har ökat mest jämfört med 2013. Försäljningen av el-avtal har ökat från 11 till 15 procent och försäljningen av banktjänster har ökat från 3 till 8 procent. Tidningar och böcker säljs också i stor utsträckning per telefon och då främst till kvinnor.

4.2 Att handla via telefonförsäljare

Färre köper av telefonförsäljare

I årets undersökning uppger 1 av 5 (19 procent) att de har tackat ja till ett erbjudande från telefonförsäljare. Majoriteten har tackat ja till ett erbjudande via sin mobiltelefon. Det är en något lägre andel än i undersökningen år 2013, då 1 av 4 (24 procent) uppgav att de köpt en vara eller tjänst från telefonförsäljare. Det är fler kvinnor (23 procent) än män (16 procent), som tackat ja till ett erbjudande. Det är färre i den yngre åldersgruppen; 18 - 25 år (11 procent), som tackat ja till ett erbjudande, jämfört med de äldre åldersgrupperna (cirka 20 procent).

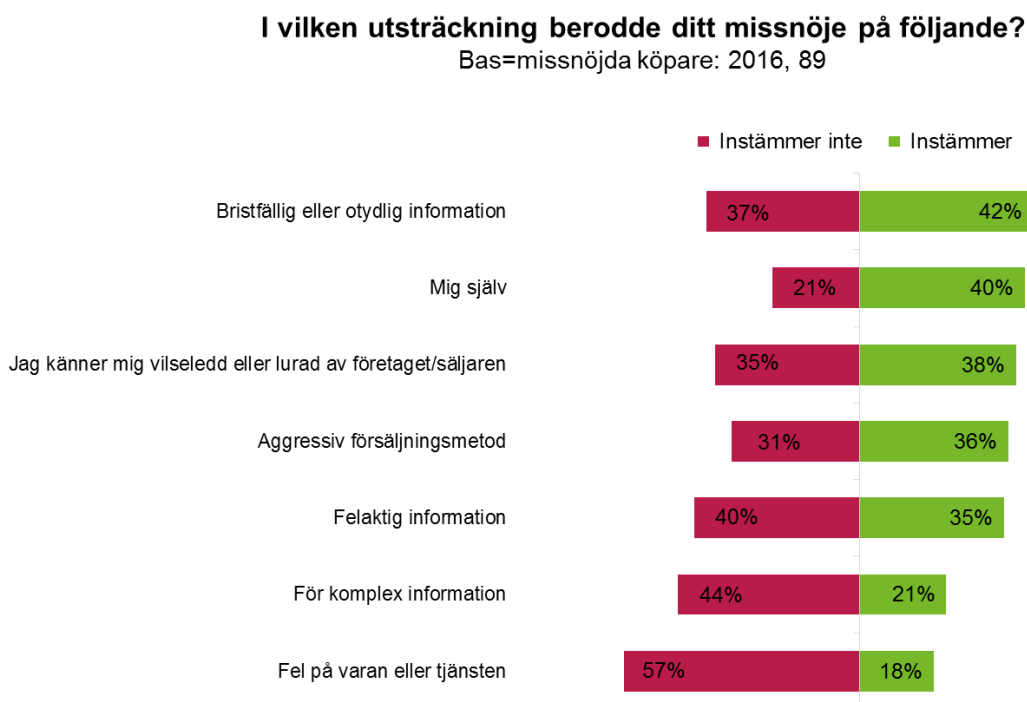
Hälften av de som tackar ja till ett erbjudande från telefonförsäljare gör det för att man upplever att erbjudandet är bra (50 procent). Cirka en tredjedel av de som köpt en vara eller tjänst av telefonförsäljare uppger att de har haft behov av produkten. Ytterligare 15 procent svarar att det var en impuls eller ett spontanköp och 12 procent uppger att de aldrig tackade ja utan blev lurade.

Fler är missnöjda och ångrar sitt köp

Undersökningens resultat visar att ungefär 3 av 10 (29 procent) är missnöjda med sitt köp. Det är en ökning av andelen missnöjda med 10 procentenheter jämfört med 2013-års resultat. Andelen nöjda är däremot konstant. Resultatet indikerar att kvinnor, i något större utsträckning än männen, är missnöjda med sitt köp (31 procent jämfört med 25 procent). Äldre i åldern 65 – 85 år blir missnöjda med sitt köp i större utsträckning än de yngsta; i gruppen 18 - 29 år är andelen som blivit missnöjda med sitt köp 17 procent, motsvarande andel bland äldre är 33 procent.

Som en konsekvens av att en större andel är missnöjda med sitt köp över telefon är det i årets undersökning en större andel som ångrar sitt köp jämfört med 2013-års resultat. Andelen som ångrar sitt köp har ökat från 57 procent till 73 procent.

Diagram 5: Orsaken till missnöje



I undersökningen har vi frågat missnöjda personer om orsaken till deras missnöje. Underlaget baseras på svar från de 89 köpare som är missnöjda. Resultatet indikerar att missnöjet i de flesta fall handlar om något annat än ”fel på varan/tjänsten”. Ungefär 2 av 5 menar att missnöjet är kopplat till att säljaren varit påstridig, att informationen varit otydlig eller bristfällig, men också att man själv varit för snabb med sitt beslut eller handlat impulsivt.

Vi frågade också de missnöjda köparna hur de hanterat sitt missnöje. Hälften uppger att de tog kontakt med företaget och av dem så har 4 av 5 kommit överens med företaget. De personer som inte agerat alls på sitt missnöje (resultatet baseras på svar från 32 personer) uppger att det framför allt beror på att det handlade om en obetydlig summa, att man inte hade tid eller att det helt enkelt inte blev av.

Sårbara grupper

Resultatet tyder på att vissa grupper i samhället är mer sårbara än andra i situationen med telefonförsäljare; de födda utomlands och äldre. Trots en osäkerhet i dessa resultat på grund av låga baser är följande värt att nämna:

- Bland utrikesfödda är det procentuellt sett färre som känner till NIX-registret.
- I åldersgruppen 65 – 85 år är det en lägre andel som känner sig trygga med att klaga till ett företag om de inte är nöjda med produkten, jämfört med övriga åldersgrupper. Samtidigt visar resultatet att äldre i större utsträckning är missnöjda med sitt köp (33 procent).

5 Avslutning

Den uppföljande undersökningen som redovisats i denna rapport visar på att konsumenterna inställning till att bli kontaktade fortsätter att vara negativ och att konsumenterna fortfarande upplever att det finns stora problem med uppsökande telefonförsäljning. Ändringen av de etiska riktlinjerna som gjort det möjligt att bedriva uppsökande telefonförsäljning har också medfört en större utsatthet.

Eftersom läget i stort är detsamma 2016 som 2013 finns det fortfarande behov av åtgärder som bidrar till att minska problemen. I Konsumentrapporten 2014 lyftes konkreta förslag på skriftlig avtalsbekräftelse samt förslag på att det ska krävas ett aktivt medgivande för att bli kontaktad av telefonförsäljare.

Konsumentverket har under de senaste åren arbetat specifikt med att genomföra insatser för att förbättra situationen, bland annat genom ökad tillsyn samt informationsinsatser. Trots dessa insatser kvarstår stora problem med försäljningskanalen. Det är inte endast de oseriösa företagen som är ett problem utan kanalen i sig gör det svårt för konsumenten att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Det är rimligtvis svårt för konsumenten att i en trängd situation ta till sig och förstå all information samt direkt ta ställning till om erbjudandet är förmånligt.

Kravet på skriftlig avtalsbekräftelse lades också fram i utredningen *Ett stärkt konsumentskydd vid telefonförsäljning* (SOU 2015:61) som Finansdepartementet överlämnade till regeringen i juni 2015. I utredningen föreslogs bland annat att ett skriftlighetskrav ska införas vid telefonförsäljning till konsumenter. Förslaget syftade till att stärka konsumenters ställning på marknaden genom att skapa en ökad trygghet för dem när avtal ingås per telefon samt ökad klarhet när det gäller avtalens innehåll.

Konsumentverket bedömer att det fortsatt finns anledning att genomföra de förslag som lagts fram för att komma till rätta med de problem som fortfarande finns kopplade till uppsökande telefonförsäljning.

Bilaga 1: Enkät 2016

Instruktion till intervjuare om definition av telefonförsäljare; att undersökningen endast gäller samtal de fått som privatperson; dvs ej vid köp för företag, ingår även telefonförsäljningssamtal från frivilligorganisationer oavsett om respondenterna är bidragsgivare sedan tidigare eller inte.

Inledning

Hej, mitt namn är och jag ringer från Markör på uppdrag av Konsumentverket. Konsumentverket vill veta mer om hur vi som konsumenter upplever telefonförsäljning från företag oavsett om du är kund hos företaget sedan tidigare eller inte.

Vid behov

Det är för att öka Konsumentverkets kunskap om olika problem som kan förekomma i samband med köp av produkter via telefonförsäljare.

Konsumentverket är en statlig myndighet som finns till för konsumenter inom områden som konsumentskydd, produktsäkerhet och konsumentinformation.

SCREENING

Har du som privatperson någon gång under de senaste 12 månaderna blivit uppringd av en telefonförsäljare på din fasta telefon eller mobil? [flera svar möjliga, MC]

Ja, fast telefon

Ja, mobil

Nej

[Om nej] **På vilka sätt blockerar du samtal från telefonförsäljare?** [flera svar möjliga, MC]

Jag är med i NIX-register

Jag har en app i telefonen som blockerar

Jag blockerar nummer manuellt i adressboken

Jag svarar inte på okända nummer

Jag har en telefonsvarare

Jag blockerar inte samtal från telefonförsäljare

Annan metod

Jag blockerar inte samtal från telefonförsäljare

Vet ej

[Samtliga som har svarat nej till screeningsfrågan och följdfrågan] → avsluta intervjun

HAR BLIVIT UPPRINGDA AV TELEFONFÖRSÄLJARE

1. Om du tänker tillbaka på de senaste 12 månaderna, ungefär hur ofta upplever du att du blir uppringd av telefonförsäljare? [Information: att blivit uppringd, men att man också har svarat och pratat med telefonförsäljaren. Inte bara sett på t ex nummerpresentatör att man har fått många påringningar från vad man tror är telefonförsäljare och då valt att inte svara. SC]

- Varje dag
- Varje vecka
- Varje månad
- Varje kvartal
- Varje halvår
- Mer sällan
- Vet ej

2. Känner du till NIX-registret? [ev förklaring: NIX-registret är ett sätt att registrera sig om man vill spärra sin telefon för obeställda telefonsamtal i marknadsförings-, försäljnings- eller insamlingsssyfte.] [om ja] **Känner du till att du kan registrera din fasta telefon och mobil nummer?** [flera svar möjliga. MC]

- Ja, fast telefon
- Ja, mobil
- Nej → gå till fråga 4
- Vet ej → gå till fråga 4

3. Har du registrerat dig hos NIX? [om ja] **Gäller det för din fasta telefon, mobil eller både?** [flera svar möjliga. MC]

- Ja, fast telefon
- Ja, mobil
- Nej
- Vet ej

I vilken grad instämmer du i följande påståenden? Du svarar på en 5-gradig skala där 1=instämmer inte alls och 5= instämmer helt

4. Jag känner mig väl informerad om mina rättigheter som konsument när jag handlar av telefonförsäljare.

6. Generellt sett upplever jag att det är lätt att säga nej till erbjudanden från telefonförsäljare.

7. Jag är positiv till att bli kontaktad av telefonförsäljare från företag där jag redan är kund.

8. Jag är positiv till att bli kontaktad av telefonförsäljare från företag där jag inte är kund.

9. Det är lätt att bli vilseledd eller lurad av telefonförsäljare.

1 Instämmer inte alls

2

3

4

5 Instämmer helt

Vet ej

[SC]

10. Om du tänker på det senaste samtalet, ringde telefonförsäljaren till din fasta telefon eller till mobilen? [SC]

Till fast telefon

Till mobilen

Minns ej

11. Om du tänker på det senaste samtalet, vad ville telefonförsäljaren sälja för produkt eller tjänst? [öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ, MC]

Fast telefoni

Tv-abonnemang

Internet

Mobiltelefoni

El

Fordonsförsäkring

Livförsäkring

Hemförsäkring

Annan försäkring [skriv i]

Tidningar/böcker prenumerationer

Lotter/spel

Lån

Pensionsfonder/-sparande

Investeringar/aktier fonder

Ekonomisk rådgivning

Säkerhet/larm

Spärrservice mot ID kapning

Kläder

Välgörenhet

Hälsokost/naturläkemedel/kosttillskott/läkemedel

Annat [skriv i]

Minns ej

12. Har du någon gång under de senaste 12 månaderna köpt eller tackat ja till ett erbjudande när du blivit uppringd av en telefonförsäljare? [ev förklaring: Det kan handla om att du har köpt något, tecknat avtal, medgett att få något hemskickat, ökat gåva till frivilligorganisation etc. SC]

Ja → gå till fråga 13

Nej → gå till fråga 22

Minns ej → gå till fråga 23

HAR KÖPT ELLER TACKAT JA TILL ERBJUDANDE

13. Under de senaste 12 månaderna, hur många gånger har du köpt eller tackat ja till ett erbjudande från telefonförsäljare? [SC]

1 gång

2 gånger

3 gånger eller mer

Vet ej

N1. Om du tänker tillbaka på senaste gången du köpte eller tackade ja till ett erbjudande, ringde telefonförsäljaren till din fasta telefon eller till mobilen? [SC]

Till fast telefon

Till mobil

Minns ej

14. Om du fortsatt tänker på ditt senaste köp eller erbjudande, varför köpte eller tackade du ja? [öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ, MC]

Det var ett bra erbjudande

Hade behov av varan eller tjänsten

Egentligen ville jag inte tacka ja, men det var svårt att säga nej

Det var en impuls/spontanköp

Jag tackade inte ja, utan blev lurad/misstolkad

Annat [skriv i]

Minns ej

15. Om du fortsatt tänker på ditt senaste köp eller erbjudande, hur nöjd eller missnöjd är du med köpet eller erbjudandet? Du svarar på en 5-gradig skala, där 1=mycket missnöjd till 5=mycket nöjd [SC]

Mycket missnöjd → gå till fråga 16

Ganska missnöjd → gå till fråga 16

Varken eller → gå till fråga 16

Ganska nöjd → gå till fråga 23

Mycket nöjd → gå till fråga 23

16. Ångrar du ditt köp eller att du tackade ja till erbjudandet? [SC]

Ja

Nej

Vet ej

HAR TACKAT JA OCH BLIVIT MISSNÖJDA

17. Vad är problemet som gör att du känner dig missnöjd [”inte känner dig nöjd” om de svarat ”varken eller” på fråga 15]? [öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ, MC]

Missnöjd med produkten/tjänsten

Det som jag köpte var inte såsom säljaren hade sagt

Blev stressad till att fatta beslut och känner mig lurad

Priset stämde inte överens med vad säljaren sagt

Osäker på vad som ingår i avtalet/uppfattade inte allt försäljaren sade

Produkten/tjänsten levererades aldrig

Levererades inte inom den angivna tiden

Jag trodde det var gratis, men det visade sig vara ett abonnemang/kosta pengar

Svårt att komma i kontakt med företaget

Annat [skriv i]

Minns ej

N2. I vilken utsträckning berodde ditt missnöje på följande? Du svarar på en 5-gradig skala, där 1 betyder ”stämmer inte alls” och 5 betyder ”stämmer helt”.

[Slumpordning a-g, SC].

1- Stämmer inte alls, 2, 3, 4, 5 – Stämmer helt, Vet ej

a. Fel på varan eller tjänsten (t.ex. gällande kvalitet, att varan var felaktig/trasig/fungerade inte, att tjänsten var bristfällig eller lämpade sig inte för ändamålet).

b. Felaktig information (t.ex. att varan/tjänsten inte motsvarade beskrivningen/offerten/beställningen, gällande öppet köp/betalningsvillkor/garantier/leveransen eller att priset stämde inte).

c. Bristfällig eller otydlig information (t.ex. viktig information saknades, osäkerhet kring vad som ingick i priset).

d. För komplex information (t.ex. svårbegriplig, för mycket).

e. Jag känner mig vilseledd eller lurad av företaget/säljaren (t.ex. säljaren eller reklam var oseriös).

f. Aggressiv försäljningsmetod (t.ex. påstridig försäljare/marknadsföring, kände mig övertalad till beslut).

g. Mig själv (t.ex. att jag inte kollade upp tillräckligt, jag hade inte tillräcklig kunskap om produkten eller att jag köpte impulsivt).

19. Hur hanterade du ditt missnöje? [flera svar möjliga, öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. MC]

Jag tog kontakt med företaget och vi kom överens → gå till 23

Jag tog kontakt med företaget, men vi kom inte överens → gå till 23

Jag försökte kontakta företaget, men fick inte kontakt → gå till 23

Annat [skriv i] → gå till fråga 23

Jag gjorde ingenting → gå till fråga 20

20. Varför valde du att inte göra något? [öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. MC]

Jag orkade inte klaga, jag hade inte tid

Jag orkade inte klaga, handlade om en obetydlig summa

Visste inte till vem jag skulle vända mig

Jag hade tänkt klaga, men det blev inte av

Annat [skriv i]

HAR TACKAT NEJ TILL ERBJUDANDE

22. Om du tänker tillbaka på den senaste gången du tackat nej till ett erbjudande från en telefonförsäljare, varför tackade du nej? [öppen fråga, förkategoriserade svarsalternativ. MC]

Jag säger alltid nej till telefonförsäljare/handlar aldrig över telefon

Hade inget behov av produkten eller tjänsten

Har inte förtroende för eller litar inte på telefonförsäljare

Det var för dyrt

Vill jämföra det övriga utbudet

Annat [skriv i]

BAKGRUND MED MERA [STÄLLS TILL SAMTLIGA R]

23. Har du någon gång upplevt att du har tackat nej till ett erbjudande från en telefonförsäljare, men sedan ändå fått en leverans av ett erbjudande? [SC]

Ja

Nej

Minns ej

N3. Om du tackar ja till en produkt eller tjänst från en telefonförsäljare under samtalet, har du generellt sett rätt att ångra dig eller inte? [Förkategoriserade svarsalternativ, läses inte upp. Information: Ångerrätt = att tacka nej i efterhand eller skicka tillbaka varan och få pengarna tillbaka, frågan gäller generellt sett. Om IP svarar alternativ 1 eller 2 i kombination med alternativ 3 eller 4 så ska intervjuaren kryssa för huvudalternativet 1 eller 2. Alternativ 3 och 4 kryssas då endast om respondenten svarar det som "enda/enskilt" alternativ. SC]

Jag har ångerrätt

Det finns ingen ångerrätt

Det beror på försäljarens regler

Det finns undantag, exempelvis köp av biljetter till evenemang

Osäker, vet ej

N4. Om du tackar ja till en produkt eller tjänst från en telefonförsäljare under samtalet, har du då förbundit dig till att betala till företaget för produkten/tjänsten eller tror du att det krävs en skriftlig accept för att bli betalningsskyldig?

[Förkategoriserade svarsalternativ. Information: svarsalternativ läses inte upp, frågan gäller *generellt sett*, respondenten ska tänka bortsett från att ångerrätten finns. Om respondenten svarar 'det beror på vad man köper' fråga vad de tror gäller generellt sett. SC]

Jag är skyldig att betala vid muntlig accept

Jag är betalningsskyldig efter skriftlig accept/efter att jag har skrivit på ett avtal

Vid köp av premiepension är en skriftlig accept ett krav, i övrigt gäller muntlig accept

Osäker, vet ej

Som myndighet har Konsumentverket som uppdrag att kunna redovisa resultat utifrån olika grupper av konsumenter. Därför har vi slutligen några frågor som handlar om dig.

N5. I vilken utsträckning instämmer du i följande påståenden?

Svara på en skala från 1 till 5 där 1 betyder ”stämmer mycket dåligt” och 5 betyder ”stämmer mycket bra”. [slumpordning b-c-d. SC].

- | | |
|---|--------------------------|
| 1 | 1: Stämmer mycket dåligt |
| 2 | 2 |
| 3 | 3 |
| 4 | 4 |
| 5 | 5: Stämmer mycket bra |
| 6 | Osäker, vet ej |

- a. **Under en vanlig månad räcker mina pengar alltid till.**
- b. **Jag känner mig trygg när jag läser produktinformation, köpevillkor eller avtal.**
- c. **Jag känner mig trygg när jag räknar ut ränta på ett lån eller rabatt på ett pris.**
- d. **Jag känner mig trygg att klaga till ett företag om jag inte är nöjd med en vara eller en tjänst.**

N6. Finns det en fast telefon i hushållet? [SC]

- Ja
- Nej
- Vet ej

N7. Har du en egen mobiltelefon? [SC]

- Ja
- Nej
- Vet ej

24. Har du någon typ av funktionsnedsättning, långvarig sjukdom eller andra långvariga hälsoproblem? [SC]

- Ja → gå till fråga 25
- Nej → gå till fråga 26
- Osäker, vet ej → gå till fråga 26

25. I vilken utsträckning hindras du av detta i dina vardagliga sysselsättningar? Är det... [SC]

I hög grad
I viss mån
Inte alls
Osäker, vet ej

26. Är du [ställs inte, fylls i av intervjuare. SC]

Man
Kvinna

27. Vilket år är du född?

[ange årtal, 4 siffror]

28. I vilket postnummerområde bor du?

[ange med 5 siffror]

29. Vad har du för utbildningsnivå? [SC]

Grundskola eller motsvarande
Gymnasium eller motsvarande
Universitet eller högskola
Ingen avslutad utbildning

30. Vilken är din sysselsättning? [SC]

Studier
Heltidsarbete
Deltidsarbete
Egen företagare
Militärtjänst/civilplikt
Föräldraledig
Pensionerad
Arbetssökande
Hemmafru/man
Tjänstledig
Sjukskriven
Vill ej uppge

31. Har du F-skattsedel? [SC] (Förklaring: F-skattsedel har företagare som bedriver enskild näringsverksamhet)

Ja

Nej

Osäker, vet ej

32. Är du född i Sverige? [SC]

Ja

Nej

Osäker, vet ej

Om q15=mycket missnöjd eller ganska missnöjd

33. Kan du tänka dig att vara med i ytterligare en intervju kring detta ämne, om Konsumentverket skulle vilja veta mer?

Ja

Nej

Osäker

Bilaga 2: Huvudresultat från 2016 och 2013

		Mätning			
		2016		2013	
		Antal	%	Antal	%
Har du som privatperson någon gång under de senaste 12 månaderna blivit uppringd av en telefonförsäljare på din fasta telefon eller mobil?	Ja, fast telefon	501	41		79
	Ja, mobil	859	70		43
	Nej	229	19		15
	Total	1234	100	1184	100
På vilka sätt blockerar du samtal från telefonförsäljare?	Jag är med i NIX-register	88	45		
	Jag har en app i telefonen som blockerar	5	3		
	Jag blockerar nummer manuellt i adressboken	9	5		
	Jag svarar inte på okända nummer	18	9		
	Jag har en telefonsvarare	1	1		
	Jag blockerar inte samtal från telefonförsäljare	25	13		
	Annan metod	22	11		
	Vet ej	41	21		
	Total	197	100		
Om du tänker tillbaka på de senaste 12 månaderna, ungefär hur ofta upplever du att du blir uppringd av telefonförsäljare?	Varje dag	32	3		6
	Varje vecka	266	26		27
	Varje månad	386	38		39
	Varje kvartal	172	17		19
	Varje halvår	41	4		6
	Mer sällan	80	8		2
	Vet ej	28	3		1
	Total	1005	100	1005	100
Känner du till NIX-registret?	Ja, fast telefon	728	72		
	Ja, mobil	746	74		
	Ja				95
	Nej	151	15		5
	Vet ej	10	1		
	Total	1005	100	1005	100
Har du registrerat dig hos NIX?	Ja, fast telefon	349	41		
	Ja, mobil	267	32		
	Ja				72
	Nej	350	41		26
	Vet ej	30	4		2
	Total	844	100	955	100
Jag känner mig väl informerad om mina rättigheter som konsument när jag handlar av telefonförsäljare.	1 Instämmer inte alls	174	17		14
	2	168	17		18
	3	232	23		28
	4	181	18		19
	5 Instämmer helt	202	20		19
	Vet ej	48	5		2
	Total	1005	100	1005	100

		Mätning			
		2016		2013	
		Antal	%	Antal	%
Generellt sett upplever jag att det är lätt att säga nej till erbjudanden från telefonförsäljare.	1 Instämmer inte alls	102	10		18
	2	111	11		15
	3	146	15		19
	4	195	19		18
	5 Instämmer helt	443	44		30
	Vet ej	8	1		
	Total	1005	100	1005	100
Jag är positiv till att bli kontaktad av telefonförsäljare från företag där jag redan är kund.	1 Instämmer inte alls	497	49		45
	2	182	18		21
	3	163	16		19
	4	99	10		10
	5 Instämmer helt	54	5		5
	Vet ej	10	1		1
	Total	1005	100	1005	100
Jag är positiv till att bli kontaktad av telefonförsäljare från företag där jag inte är kund.	1 Instämmer inte alls	878	87		87
	2	78	8		9
	3	30	3		3
	4	4			1
	5 Instämmer helt	11	1		1
	Vet ej	4			
	Total	1005	100	1005	100
Det är lätt att bli vilseledd eller lurad av telefonförsäljare.	1 Instämmer inte alls	149	15		14
	2	79	8		10
	3	169	17		14
	4	204	20		21
	5 Instämmer helt	378	38		40
	Vet ej	26	3		2
	Total	1005	100	1005	100
Om du tänker på det senaste samtalet, ringde telefonförsäljaren till din fasta telefon eller till mobilen?	Till fast telefon	265	26		75
	Till mobilen	675	67		23
	Minns ej	65	6		2
	Total	1005	100	1005	100
Om du tänker på det senaste samtalet, vad ville telefonförsäljaren sälja för produkt eller tjänst?	Tv/bredband/telefoni	219	22		31
	Ei	155	15		11
	Försäkringar	102	10		12
	Tidningar/böcker prenumerationer	85	8		11
	Lotter/spel	34	3		3
	Bank/ekonomisk rådgivning	80	8		3
	Säkerhet/larm/spärrservice	18	2		2
	Kläder	8	1		2
	Välgörenhet	7	1		2
	Hälsokost/naturläkemedel/kosttillskott/läkemedel	24	2		1
	Annat	77	8		3
	Minns ej	256	25		16
	Total	1005	100		100

		Mätning			
		2016		2013	
		Antal	%	Antal	%
Har du någon gång under de senaste 12 månaderna köpt eller tackat ja till ett erbjudande när du blivit uppringd av en telefonförsäljare?	Ja	193	19		24
	Nej	803	80		75
	Minns ej	9	1		1
	Total	1005	100	1005	100
Under de senaste 12 månaderna, hur många gånger har du köpt eller tackat ja till ett erbjudande från telefonförsäljare?	1 gång	128	66		65
	2 gånger	38	20		24
	3 gånger eller mer	23	12		11
	Vet ej	4	2		0
	Total	193	100	242	100
Om du tänker tillbaka på senaste gången du köpte eller tackade ja till ett erbjudande, ringde telefonförsäljaren till din fasta telefon eller till mobilen?	Till fast telefon	69	36		
	Till mobil	112	58		
	Minns ej	12	6		
	Total	193	100		
Om du fortsatt tänker på ditt senaste köp eller erbjudande, varför köpte eller tackade du ja?	Det var ett bra erbjudande	94	49		59
	Hade behov av varan eller tjänsten	55	28		34
	Egentligen ville jag inte tacka ja, men det var svårt att säga nej	13	7		1
	Det var en impuls/spontanköp	15	8		10
	Jag tackade inte ja, utan blev lurad/misstolkad	12	6		
	Annat	28	15		3
	Minns ej	2	1		
	Total	193	100	242	100
Om du fortsatt tänker på ditt senaste köp eller erbjudande, hur nöjd eller missnöjd är du med köpet eller erbjudandet?	Mycket missnöjd	34	18		12
	Ganska missnöjd	21	11		7
	Varken eller	34	18		22
	Ganska nöjd	62	32		30
	Mycket nöjd	42	22		24
	Vet ej				5
	Total	193	100	242	100
Ångrar du ditt köp eller att du tackade ja till erbjudandet?	Ja	65	73		57
	Nej	19	21		41
	Vet ej	5	6		2
	Total	89	100	98	100

		Mätning			
		2016		2013	
		Antal	%	Antal	%
Vad var problemet som gör att du känner dig missnöjd?	Missnöjd med produkten/tjänsten	15	17		
	Det som jag köpte var inte såsom säljaren hade sagt	9	10		
	Missnöjda med produkten/Det som jag köpte var inte såsom säljaren hade sagt				34
	Blev stressad till att fatta beslut och känner mig lurad	12	13		17
	Priset stämde inte överens med vad säljaren sagt	5	6		13
	Osäker på vad som ingår i avtalet/uppfattade inte allt försäljaren sade	4	4		12
	Produkten/tjänsten levererades aldrig	0	0		7
	Levererades inte inom den angivna tiden	2	2		2
	Jag trodde det var gratis, men det visade sig vara ett abonnemang/kosta pengar	8	9		3
	Svårt att komma i kontakt med företaget	2	2		3
	Annat	32	36		15
	Minns ej	11	12		
	Total	89	100	93	100
	Fel på varan eller tjänsten (t.ex. gällande kvalitet, att varan var felaktig/trasig/fungerade inte, att tjänsten var bristfällig eller lämpade sig inte för ändamålet).	1 Stämmer inte alls	42	47	
2		9	10		
3		4	4		
4		5	6		
5 Stämmer helt		11	12		
Vet ej		18	20		
Total		89	100		
Felaktig information (t.ex. att varan/tjänsten inte motsvarade beskrivningen/offerten/beställningen, gällande öppet köp/betalningsvillkor/garantier/leveransen eller att priset stämde inte).	1 Stämmer inte alls	25	28		
	2	11	12		
	3	9	10		
	4	14	16		
	5 Stämmer helt	17	19		
	Vet ej	13	15		
	Total	89	100		

		Mätning			
		2016		2013	
		Antal	%	Antal	%
Bristfällig eller otydlig information (t.ex. viktig information saknades, osäkerhet kring vad som ingick i priset).	1 Stämmer inte alls	19	21		
	2	14	16		
	3	7	8		
	4	14	16		
	5 Stämmer helt	23	26		
	Vet ej	12	13		
	Total	89	100		
För komplex information (t.ex. svårbegriplig, för mycket).	1 Stämmer inte alls	28	31		
	2	11	12		
	3	18	20		
	4	9	10		
	5 Stämmer helt	10	11		
	Vet ej	13	15		
	Total	89	100		
Jag känner mig vilseledd eller lurad av företaget/säljaren (t.ex. säljaren eller reklam var oseriös).	1 Stämmer inte alls	18	20		
	2	13	15		
	3	13	15		
	4	9	10		
	5 Stämmer helt	25	28		
	Vet ej	11	12		
	Total	89	100		
Aggressiv försäljningsmetod (t.ex. påstridig försäljare/marknadsföring, kände mig övertalad till beslut).	1 Stämmer inte alls	18	20		
	2	10	11		
	3	18	20		
	4	14	16		
	5 Stämmer helt	18	20		
	Vet ej	11	12		
	Total	89	100		
Mig själv (t.ex. att jag inte kollade upp tillräckligt, jag hade inte tillräcklig kunskap om produkten eller att jag köpte impulsivt).	1 Stämmer inte alls	16	18		
	2	3	3		
	3	21	24		
	4	19	21		
	5 Stämmer helt	17	19		
	Vet ej	13	15		
	Total	89	100		

		Mätning			
		2016		2013	
		Antal	%	Antal	%
Hur hanterade du ditt missnöje?	Jag tog kontakt med företaget och vi kom överens	36	40		36
	Jag tog kontakt med företaget, men vi kom inte överens	9	10		6
	Jag försökte kontakta företaget, men fick inte kontakt	2	2		2
	Jag har pratat med vänner och bekanta om mitt missnöje				1
	Annat	12	13		14
	Jag gjorde ingenting	32	36		44
	Total	89	100	98	100
Varför valde du att inte göra något?	Jag orkade inte klaga, jag hade inte tid	6	19		33
	Jag orkade inte klaga, handlade om en obetydlig summa	7	22		
	Visste inte till vem jag skulle vända mig	0	0		2
	Jag hade tänkt klaga, men det blev inte av	6	19		5
	Annat	13	41		37
	Vet ej				23
	Total	32	100	43	100
Om du tänker tillbaka på den senaste gången du tackat nej till ett erbjudande från en telefonförsäljare, varför tackade du nej?	Jag säger alltid nej till telefonförsäljare/handlar aldrig över telefon	317	39		51
	Hade inget behov av produkten eller tjänsten	312	39		41
	Har inte förtroende för eller litar inte på telefonförsäljare	139	17		12
	Det var för dyrt	12	1		2
	Vill jämföra det övriga utbudet	36	4		
	Annat	95	12		1
	Total	803	100	749	100
Har du någon gång upplevt att du har tackat nej till ett erbjudande från en telefonförsäljare, men sedan ändå fått en leverans av ett erbjudande?	Ja	112	11		12
	Nej	887	88		88
	Minns ej	6	1		
	Total	1005	100	1000	100

		Mätning			
		2016		2013	
		Antal	%	Antal	%
Om du tackar ja till en produkt eller tjänst från en telefonförsäljare under samtalet, har du generellt sett rätt att ångra dig eller inte?	Jag har ångerrätt	811	81		
	Det finns ingen ångerrätt	43	4		
	Det beror på försäljarens regler	10	1		
	Det finns undantag, exempelvis köp av biljetter till evenemang	1			
	Vet ej/osäker	140	14		
	Total	1005	100		
Om du tackar ja till en produkt eller tjänst från en telefonförsäljare under samtalet, har du då förbundit dig till att betala till företaget för produkten/tjänsten eller tror du att det krävs en skriftlig accept för att bli betalningsskyldig?	Jag är skyldig att betala vid muntlig accept	593	59		
	Jag är betalningsskyldig efter skriftlig accept/efter att jag har skrivit på ett avtal	191	19		
	Vid köp av premiepension är en skriftlig accept ett krav, i övrigt gäller muntlig accept	5			
	Vet ej/osäker	216	21		
	Total	1005	100		
	Under en vanlig månad räcker mina pengar alltid till.	1 Stämmer mycket dåligt	26	3	
2		19	2		
3		77	8		
4		139	14		
5 Stämmer mycket bra		728	72		
Osäker, vet ej		16	2		
Total		1005	100		
Jag känner mig trygg när jag läser produktinformation, köpevillkor eller avtal.	1 Stämmer mycket dåligt	106	11		
	2	132	13		
	3	301	30		
	4	224	22		
	5 Stämmer mycket bra	211	21		
	Osäker, vet ej	31	3		
	Total	1005	100		
Jag känner mig trygg när jag räknar ut ränta på ett lån eller rabatt på ett pris.	1 Stämmer mycket dåligt	72	7		
	2	73	7		
	3	152	15		
	4	208	21		
	5 Stämmer mycket bra	439	44		
	Osäker, vet ej	61	6		
	Total	1005	100		

		Mätning			
		2016		2013	
		Antal	%	Antal	%
Jag känner mig trygg att klaga till ett företag om jag inte är nöjd med en vara eller en tjänst.	1 Stämmer mycket dåligt	73	7		
	2	91	9		
	3	177	18		
	4	217	22		
	5 Stämmer mycket bra	419	42		
	Osäker, vet ej	28	3		
	Total	1005	100		
Finns det en fast telefon i hushållet?	Ja	585	58		
	Nej	418	42		
	Vet ej	2			
	Total	1005	100		
Har du en egen mobiltelefon?	Ja	948	94		
	Nej	56	6		
	Vet ej	1			
	Total	1005	100		
Har du någon typ av funktionsnedsättning, långvarig sjukdom eller andra långvariga hälsoproblem?	Ja	178	18		14
	Nej	815	81		86
	Osäker, vet ej	12	1		1
	Total	1005	100	1000	100
I vilken utsträckning hindras du av detta i dina vardagliga sysselsättningar? Är det...	I hög grad	43	24		31
	I viss mån	102	57		50
	Inte alls	30	17		19
	Osäker, vet ej	3	2		1
	Total	178	100	135	100
Är du	Man	521	52		51
	Kvinna	484	48		49
	Total	1005	100	1000	100
Ålder:	18-29 år	157	16		2
	30-49 år	270	27		36
	50-64 år	237	24		29
	65-85 år	323	32		33
	Vill ej svara	18	2		
	Total	1005	100	1000	100

		Mätning			
		2016		2013	
		Antal	%	Antal	%
Vad har du för utbildningsnivå?	Grundskola eller motsvarande	128	13		14
	Gymnasium eller motsvarande	398	40		41
	Universitet eller högskola	461	46		44
	Ingen avslutad utbildning	9	1		1
	Vill ej uppge	9	1		
	Total	1005	100	1000	100
Vilken är din sysselsättning?	Studier	59	6		2
	Heltidsarbete	437	43		44
	Deltidsarbete	78	8		9
	Egen företagare	49	5		8
	Militärtjänst/civilplikt	0	0		0
	Föräldraledig	15	1		1
	Pensionerad	326	32		32
	Arbetssökande	17	2		2
	Hemmafru/man	0	0		0
	Tjänstledig	2			
	Sjukskriven	15	1		2
	Vill ej uppge	7	1		
	Total	1005	100	1000	100
Har du F-skattsedel?	Ja	173	17		19
	Nej	810	81		79
	Osäker, vet ej	22	2		2
	Total	1005	100	1000	100
Är du född i Sverige?	Ja	918	91		95
	Nej	84	8		5
	Osäker, vet ej	3			
	Total	1005	100	1000	100
Kan du tänka dig att vara med i ytterligare en intervju kring detta ämne, om Konsumentverket skulle vilja veta mer?	Ja	52	58		
	Nej	31	35		
	Osäker	6	7		
	Total	89	100		

