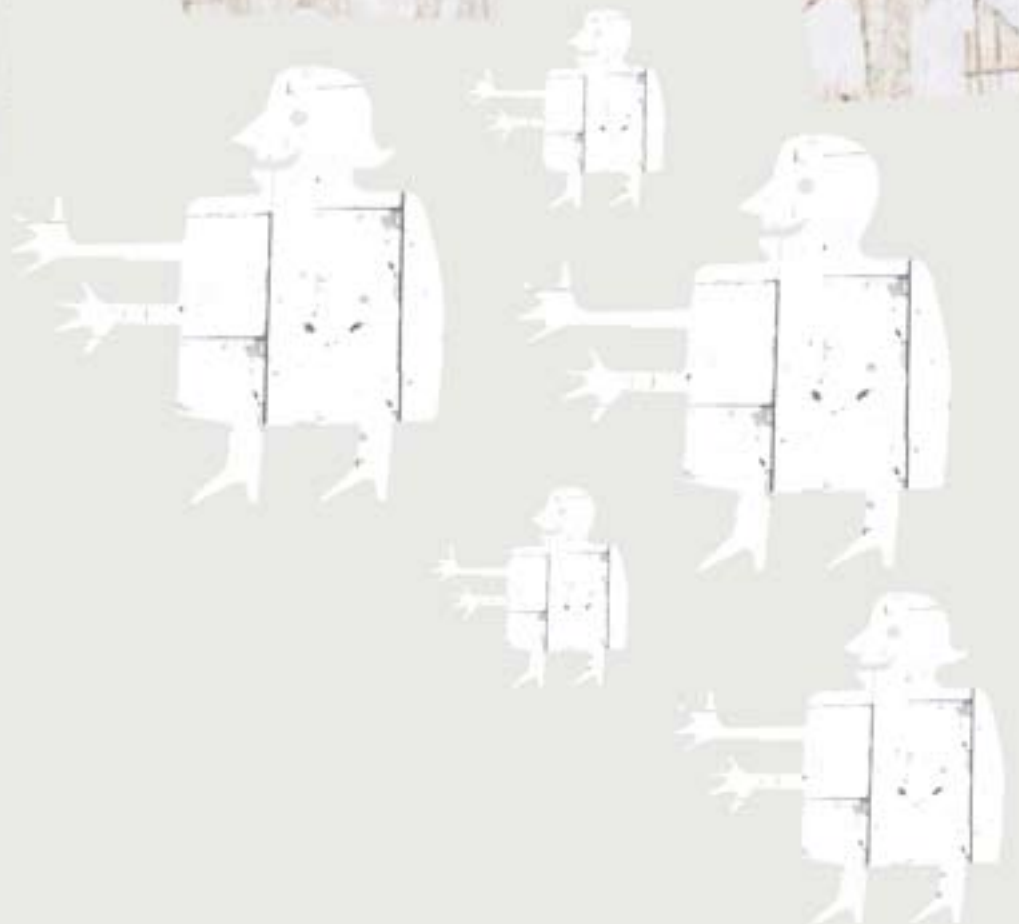




Årsmelding SIFO 2004



Direktøren har ordet:

Kan forbruksforskning forandre verden?

Da jeg gikk til oppgaven å lede SIFO, ble jeg minnet om noe jeg skal ha sagt for 30 år siden; at forbrukere kan forandre verden. Min tro på forbrukermakt er nok svekket over tid, selv om forbruk har blitt en svært viktig drivkraft i samfunnsutviklingen. Forbrukerinteressene står relativt svakt og ukoordinert i forhold til interessene på tilbudssiden. Valgene våre foretas innen rammer vi i liten grad er med på å påvirke. Kunnskap og en politikk som ivaretar forbrukernes rettigheter, er viktige - om ikke tilstrekkelige - forutsetninger for utøvelsen av forbrukermakt. Forbruksforskning skal bidra til en verden der forbrukerne kan foreta trygge og informerte valg i markedene, og der de har innflytelse på de valgmulighetene som gis.

Økende etterspørsel er en indikator på økende verdi. I 2004 var antall innslag i media basert på SIFOs forskning oppe i 1400. Mediagjennomslag indikerer også innflytelse. Dermed ser det ut til at forbruksforskning kan bidra til å forandre verden. Aviser, radio og TV er viktige kanaler for å formidle kunnskap direkte til forbrukere. Gjennom disse kanalene nås også beslutningstakere i politikk og næringsliv. Derfor stiller SIFOs forskere opp for journalister mange ganger hver eneste uke. Resultater tilrettelagt i kronikker og pressemeldinger er også en viktig del av SIFOs mediesatsning.

Sjelden har responsen vært større enn etter et foredrag SIFOs forsker Arne Dulsrud holdt på bakgrunn av det Forskningsrådetsfinansierte prosjektet *Å sette pris på hylleplassen*. Forholdet mellom dagligvarekjedene og leverandørene ble vinterens store mediesak. Viljen har vært stor, både hos konkurransemyndigheter og blant aktørene selv, til å ta saken på alvor. Der forskningen ikke strekker til har etterforskning (og den gravende journalistikk) tatt over. Når bølgen etter hvert legger seg, er kunnskap og praksis forandret.

Norge er i stadig mindre grad et vareproduserende land. Innenfor matvareproduksjon har vi fortsatt komplette verdikjeder, men matvarenes andel av totalt forbruk er liten og synkende. Den norske befolkning er storforbrukere av et mangfold av importerte varer. Kunnskap om produktene og markedene vil derfor i stadig større grad ha internasjonal betydning, og utvikles i internasjonale nettverk. Som aktiv deltaker i internasjonale forskernettverk kan SIFO forstå - og bidra til å formidle - nye utviklingstrekk i varemarkedene. Vår kunnskap om produktene og de laboratorietestene vi utfører, bidrar til at produktenes kvalitet øker, og at egenskapene de er merket med holder mål. Forbrukere som vet mer, har større forutsetninger for å utøve markedsmakt.

Der det finnes forbrukere med stor kjøpekraft, vil det finnes mange villige selgere og distributører. Problemet er da i mindre grad tilgang på nødvendige varer, men i større grad et relativt stort markedsføringspress knyttet til unyttige og/eller i verste fall helseskadelige varer. Markedsføringen skjer gjennom stadig nye og utradisjonelle kanaler, og blir dermed ikke fanget opp av gjeldende reguleringer. Ikke minst er barn og unge både mottakelige og utsatt for kreativ markedsføring, for eksempel via elektroniske medier. Forbruket inngår i sosiale og kulturelle sammenhenger, og kan påvirke både helse og miljø. Forbruksforskningen er derfor opptatt av hvordan varene brukes, av hvem, hvor de brukes og i hvilken sammenheng.

Norske forbrukere har, som gruppe, stor kjøpekraft og mange valgmuligheter. Dette gjør det ikke mindre viktig å vite mer om konsekvensene for dem som har problemer med å oppnå et materielt og sosialt akseptabelt forbruk. Gjennom Standardbudsjettet er SIFO med på å vedlikeholde kunnskap om hva som er et rimelig forbruksnivå.

"God forskning skal si oss noe virkelig nytt og få ringvirkninger for både fag og praksis. Det forutsetter inspirerte forskere, høye forventninger og gode vilkår for forskningen", heter det i innledningen til Forskningsmeldingen som ble lagt fram 18. mars 2005.

Å ha oppdatert kunnskap om sammenhenger mellom forbruk, produkter, markeder og politikk er mer krevende, men ikke mindre viktig, når markedene internasjonales. Etterspørsel og interesse nasjonalt bidrar til høy motivasjon blant SIFOs forskere. Høye forventninger og internasjonalt samarbeid skal bidra til å øke den vitenskapelige kvaliteten og produksjonen. På sitt beste kan forbruksforskningen gi ringvirkninger både faglig og i praksis - og i en retning som er til langsiktig nytte for oss som forbrukere.



Anne Moxnes Jervell

Styrets beretning 2004

SIFOs forskning og kompetanse – nasjonalt og internasjonalt relevant

SIFOs forskning og kompetanse er etter spurt på mange arenaer. SIFO satte den forbrukerpolitiske dagsorden i Norge på et meget viktig område, da media plukket opp prosjektet *Å sette pris på hylleplassen*. Bekreftelse på at SIFOs forskningsagenda er aktuell, kan også sees i internasjonal politikk og forskning. Enkeltmenneskers rettigheter som forbrukere og borgere, er et viktig område i EUs politikk og ramme-program. Globale forbrukerbevegelser for å styrke miljøhensyn, utvikling av økologiske produkter og politisk forbruk vekker interesse, spesielt blant unge forbrukere. Videre har Association for Consumer Research, som er den internasjonalt ledende forskningsorganisasjonen for forbruksforskning, nylig erklært at den vil legge vekt på å få forbrukerens interesser mer i fokus i fremtidig forskning. Dette lover godt for SIFOs forskning og kompetanse, som har *forbrukerens beste* som formål og utgangspunkt.

Strategiske satsinger i SIFO

SIFO legger stor vekt på å være en spyspiss i forbruksforskningen i Norge. Strategisk forvaltning av grunnbevilgningen er derfor en av hovedutfordringene for SIFOs styre og ledelse. Ulike modeller for strukturering av grunnbevilgningen må ivareta SIFOs nasjonale forvaltningsoppgaver, kompetanseutvikling og forskning av internasjonal kvalitet, deltakelse på internasjonale arenaer for forbruksforskning, og deltakelse i den norske forsknings- og samfunnsdebatten om forbrukerspørsmål.

Et vellykket eksempel på SIFOs forvaltningsoppgaver er Standardbudsjettet (STB). En gjennomgang viste at STB har en unik posisjon og innflytelse i det norske samfunnet og blir brukt av ulike typer aktører, både i offentlig og privat sektor. For å nevne noen eksempler, er det flere banker og andre kredittinstitusjoner som bruker STB i kredittvurdering ved tildeling av lån, advokater bruker det i familiespørsmål, Barne- og familiedepartementet knytter bidragsatsene til STB, slik de også gjør med livsoppholdssatser i gjeldsordninger, og sosialhjelp fastsettes i kommunene med utgangspunkt i STB. Dessuten er STB et viktig element i undervisning om forbrukerøkonomi, og det inngår i læreplan og læreverk i den videregående skole. Siden Standardbudsjettet er blitt en standardreferanse og en norm for beregning av levekostnader for norske husholdninger, har SIFO et nasjonalt ansvar for å kvalitetssikre selve budsjettet og bruken av det.

Deltakelse i strategiske utviklingsprosjekter for å styrke nasjonalt forskningssam-

arbeid står også sentralt. SIFO har valgt å være mer proaktiv for å skaffe eksterne forskningsmidler. Sammen med Senter for bygdeforskning, Fiskeriforskning, Nordlandsforskning og Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF) er det tatt initiativ til å utvikle en større strategisk satsing på samfunnsfaglig forskning for forbrukerrettet innovasjon på matområdet gjennom prosjektet FORNYMAT.

SIFOs suksess i EUs rammeprogram er et resultat av flere års satsing. Det er krevende å delta i EUs rammeprogram, og grunnbevilgningen har gitt SIFO anledning til å arbeide langsiktig med dette. Nå er SIFO kommet dit at vi blir invitert av andre til å delta i internasjonale forskerkonserter i EU for å søke EU-midler. Det er åpenbart at dette har bidratt til å utvikle instituttets internasjonale nettverk og styrket den faglige kvaliteten ved SIFO. Et annet poeng er at deltakelse i EUs rammeprogram for forbrukerspørsmål også kan sees som en nasjonal oppgave, hvor SIFO representerer norsk kompetanse og interesser. SIFO har nå etablert seg som et internasjonalt anerkjent forskningsmiljø på mat og matsikkerhet, og i spørsmål om miljø og bærekraftig forbruk. Prosjektet *Trust in Food*, som ble avsluttet i 2004, viste store variasjoner mellom land i forbrukernes tillit til markedsaktører og offentlige myndigheter. Prosjektet omfattes med stor interesse av EU-kommisjonen, og ventes å bidra til politikktutforming.

Styret har også støttet SIFOs tverrfaglige struktur som gir muligheter for synergi mellom samfunnsvitenskapelig og naturvitenskapelig forskning. Forbrukerens hverdag er ikke oppdelt i fagfelt, og eksempler på tverrfaglige problemstillinger er interaksjon mellom menneske og maskin – for eksempel husholdningsmaskiner. Her har SIFO i 2004 utført prosjekter knyttet til butikkens håndtering av lovpålagt energimerking, forbrukeres kunnskap om slik merking, og faktisk energibruk for et utvalg vaskemaskiner. Andre tverrfaglige samarbeidsprosjekter som bør nevnes, er *Fire Hazards, Husarbeid som ideologi og praksis* og *Consuming digital adventure oriented media in everyday life*.

Styrearbeid

Innspill fra BFD, Riksrevisjonen, forbrukerorganisasjonene, Norges forskningsråd, EUs kontrollorgan og andre aktører som SIFO samhandler med, har bidratt positivt til arbeidet med å få på plass gode rutiner for kommunikasjon og ansvarsdeling mellom SIFOs eiere, styre og ledelse. Som et ledd i dette arbeidet har vi fått en egen hjemmeside for styret, SIFO-nytt fra administrasjonen, nye rapporteringsrutiner til styret om instituttets økonomi, ny

utforming av sakspapirer til styremøtene, og etablering av et veiledende "årshjul" for styresaker.

Nye tider - ansettelse av ny direktør for SIFO

Etter en vellykket rekrutteringsprosess kunne styret i november tilsette dr. scient. Anne Moxnes Jervell, daværende forskningsdirektør ved NILF, i stillingen som direktør ved SIFO. Hun startet 1. mars i år og er ansatt for en åremålsperiode på seks år. Den største utfordringen i umiddelbar fremtid for den nye direktøren og styret knytter seg til oppfølgingen av den eksterne evalueringen av SIFO. Norges forskningsråd administrerer evalueringsarbeidet som forventes avsluttet i løpet av 2005.



Regnskap

Resultatregnskap

Note	Driftsinntekter og driftskostnader	2004	2003
	Grunnbevilgning fra BFD	21 921 000	20 271 000
	Andre bevilgninger	100 000	0
	Eksterne prosjekt	8 281 833	9 236 087
	Eksterne oppdrag (lab-tester/oppl.materiell)	3 045 314	1 768 112
	Refusjoner	0	10 055
	Regnskapsmessige periodiseringer	1 143 706	961 002
2.3	Sum driftsinntekter	34 491 853	32 246 256
4	Lønnskostnad	19 595 764	19 485 851
5	Ordinær avskrivning	230 086	400 007
	Annen driftskostnad	8 535 835	6 491 850
	Leiekostnader	4 717 275	4 579 092
	Sum driftskostnader	33 078 960	30 956 800
	Driftsresultat	1 412 893	1 289 456
	Finansinntekter og finanskostnader		
	Annen finansinntekt	50 368	97 054
	Annen finanskostnad	-12 890	-20 006
	Netto finansresultat	37 478	77 048
	Årsresultat	1 450 371	1 366 504
	Overføringer	2004	2003
	Overført til driftsfond	250 371	1 010 000
	Overført til investeringsfond	700 000	
	Overført til omstillings- og kompetansefond	500 000	356 000
7	Sum overføringer	1 450 371	1 366 000

Kommentar:

Fordelingen til fondene ble vedtatt i styremøte 18.03.05.

Balanse pr. 31. desember 2004

Note	Eiendeler	2004	2003
	Anleggsmidler		
	Varige driftsmidler		
5	Driftsløsøre, inventar, verktøy, kontormaskiner o.l.	414 335	396 570
	Sum varige driftsmidler	414 335	396 570
	Sum anleggsmidler	414 335	396 570
	Omløpsmidler		
	Fordringer		
	Kundefordringer	3 792 471	3 138 199
	Forskuddsbetalt husleie	0	1 278 946
6	Andre fordringer	42 517	55 955
3	Prosjekter i arbeid	233 214	272 904
	Sum fordringer	4 068 202	4 746 004
	Bankinnskudd og kontanter	6 577 398	4 185 698
	Sum omløpsmidler	10 645 600	8 931 702
	Sum eiendeler	11 059 935	9 328 272
Note	Gjeld og egenkapital	2004	2003
	Egenkapital		
	Driftsfond	1 484 355	1 233 983
	Investeringsfond	1 885 692	1 185 692
	Omstillings- og kompetansefond	1 033 107	664 401
8	Sum egenkapital	4 403 154	3 084 076
	Gjeld		
	Kortsiktig gjeld		
	Leverandørgjeld	3 254 266	2 290 007
	Skyldige offentlige avgifter	882 892	787 495
3	Forskningsforpliktelser	720 617	1 143 706
	Skyldig lønn og feriepenger	2 052 931	2 004 719
	Skyldig merverdiavgift	419 319	
7	Annen kortsiktig gjeld	-673 244	18 269
	Sum kortsiktig gjeld	6 656 781	6 244 196
	Sum gjeld	6 656 781	6 244 196
	Sum gjeld og egenkapital	11 059 935	9 328 272

Noter til regnskapet 2004

Generelt

SIFO ble fra 1. januar 1998 etablert som forvaltningsorgan med særskilte fullmakter, underlagt Barne- og familiedepartementet (BFD). Rammene for SIFOs økonomiforvaltning er gitt i bevilgningsreglementet, med enkelte unntak. Hovedinstruks for økonomiforvaltningen ved SIFO er bygget på Statens økonomireglement. SIFO mottar sin grunnbevilgning via BFD, eksterne prosjektbevilgninger og oppdragsmidler fra offentlige og private oppdragsgivere.

Årsregnskapet er satt opp med utgangspunkt i regnskapsloven av 1998, og er tilpasset denne så langt det passer.

Revisjon

I henhold til lov om Riksrevisjonen av 7. mai 2004 er Riksrevisjonen revisor for SIFO.

Ved avslutning av den årlige revisjonen utsteder Riksrevisjonen et avsluttende revisjonsbrev (beretning) som oppsummerer konklusjonene fra revisjonsarbeidet. Revisjonsbrevet blir først offentlig når Riksrevisjonen har rapportert om resultatene av revisjonen til Stortinget i oktober/november, jf. lov om Riksrevisjonen § 18. Styret blir umiddelbart orientert om resultatet av årets revisjon direkte fra Riksrevisjonen.

Note 1 Regnskapsprinsipper

Hovedregel for vurdering og klassifisering av eiendeler og gjeld.

Eiendeler bestemt til varig eie eller bruk er klassifisert som anleggsmidler. Andre eiendeler er klassifisert som omløpsmidler. Fordringer som skal tilbakebetales innen et år er klassifisert som omløpsmidler. Ved klassifisering av kortsiktig og langsiktig gjeld er tilsvarende kriterier lagt til grunn.

Omløpsmidler vurderes til laveste av anskaffelseskost og virkelig verdi. Kortsiktig gjeld balanseføres til nominelt mottatt beløp på etableringstidspunktet.

Enkelte poster er vurdert etter andre prinsipper og redegjøres for nedenfor.

Bevilgninger

Grunnbevilgning og tilskudd fra BFD er inntektsført i sin helhet. Øvrige prosjektinntekter er resultatført etter opptjening etter tilnærmede metoder. Se nærmere beskrivelser nedenfor.

Prosjekter i arbeid

Årets avsetning/inntektsføring utgjør midler opptjent i 2004 vedrørende EU-pro-

sjektene Welfare Quality og EMUDE. De nevnte prosjekter har avvikende regnskapsår, henholdsvis 01.05.2004 - 01.05.2005 og 01.04.2004 - 01.04.2005. Rapportering/fakturering til EU skjer en gang pr. år og følger prosjektenes regnskapsår.

Forskudd fra oppdragsgivere

Resultatet pr. 31.12.04. er justert for mottatte, øremerkede bevilgninger og prosjekttilskudd som ikke er opptjent pr. 31.12. Posten skyldes hovedsakelig en forskyvning i aktivitet og består av forpliktelser som SIFO har påtatt seg på prosjekter for kommende år. Posten er oppført under kortsiktig gjeld og ført som en inntektsreduksjon i regnskapet.

Fordringer

Kundefordringer oppføres til pålydende. Kundefordringer viser opptjente, fakturerte inntekter som ikke var mottatt pr. 31.12.04.

Aktiverings- og avskrivningsprinsipper

Anleggsmidler med generell nytteverdi som eies av SIFO, aktiveres i instituttets regnskap. Anleggsmidler som forbrukes direkte i prosjekter og finansieres av oppdragsgiver, kostnadsføres ved anskaffelse. Anleggsmidler eiet av SIFO er aktivert der anskaffelsesverdien pr. selvstendig fungerende enhet er kr 15.000,- eller høyere inkl.mva.

Ved etablering av åpningsbalansen er antatt bokført restverdi lagt til grunn.

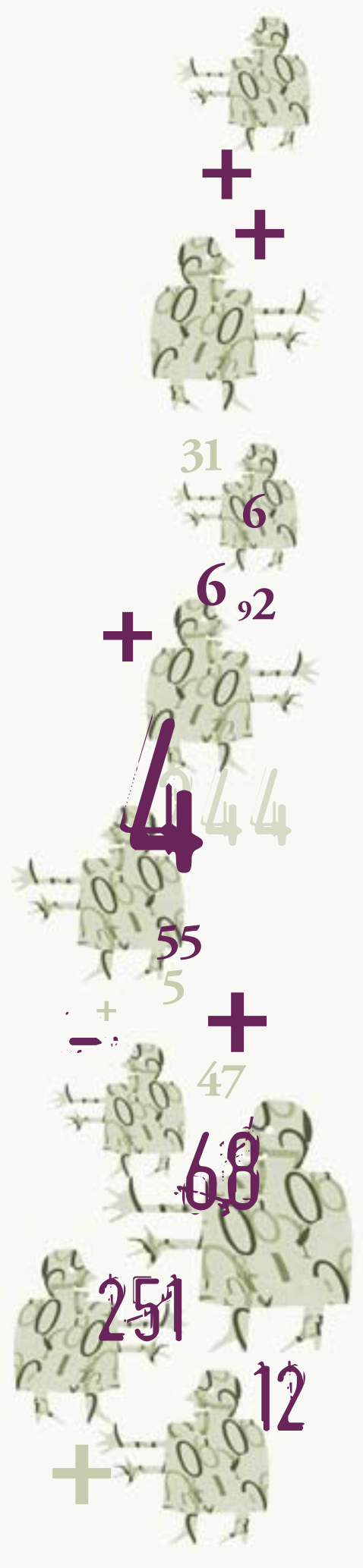
Avskrivninger skjer lineært etter følgende prinsipper:

	Levetid	Avskrivningssats
1. Maskiner	5 år	20 %
2. Inventar	6-7 år	15 %
3. EDB-utstyr	3 år	33 %

Sammenlignbare tall

Sammenligningstallene i balansen er omarbeidet i henhold til de nye prinsippene. Resultatregnskapet er i samsvar med ny regnskapslov.

Departementet og Norges forskningsråd forutsetter at SIFO følger samme opplegg for årsrapportering som de fristilte forskningsinstituttene (stiftelser og aksjeselskap), dvs. avgir årsberetning i henhold til krav gitt i regnskapsloven. Den formelle beretning forutsettes supplert med en mer detaljert redegjørelse for både forsknings- og forvaltningsvirksomheten.



Note 2 Driftsinntekter

2004

Pr. inntektskilde

Offentlig støtte	21 921 000
Andre bevilgninger	100 000
Eksterne prosjekt	11 327 147
Refusjon av kostnader og periodisering	1 143 706
Sum	34 491 853

Pr. geografisk marked

Norge	31 027 784
Utland	3 464 069
Sum	34 491 853

Note 3 Prosjekter

Inntektsført på igangværende prosjekter	11 327 147
Opptjent, ikke fakturert inntekt på prosjekter i arbeid	233 214
Forskuddsfakturert produksjon (prosjektforpliktelser)	720 617

Note 4 Lønnskostnad, antall ansatte og godtgjørelser

Lønnskostnad

Lønn	15 997 210
Folketrygdavgift	2 302 228
Arbeidsgiverandel Statens Pensjonskasse	1 296 326
Sum	19 595 764

Gjennomsnittlig antall ansatte 47

Antall ansatte er regnet ut fra gjennomsnittet av antall ansatte ved begynnelsen og slutten av regnskapsåret.

Godtgjørelser

Direktør mottok lønn på kr 588 600,- i 2004.
Det er betalt godtgjørelser til styret på tilsammen kr 200 275,-.

Note 5 Varige driftsmidler

Varige driftsmidler er ført i balansen til anskaffelseskost, fratrukket akkumulerte avskrivninger. Varige driftsmidler avskrives lineært over driftsmidlets antatte økonomiske levetid.

	Inventar	Maskiner	EDB	Sum
Anskaffelseskost 01.01.04	393 975	376 536	939 855	1 710 366
Tilgang kjøpte driftsmidler	41 166	206 687	247 853	
Avgang	34 320	160 749	143 136	338 205
Anskaffelseskost pr. 31.12.04	359 655	256 953	1 003 406	1 620 014
Akkumulerte avskrivninger 31.12.04	310 359	173 113	722 208	1 205 680
Bokført verdi pr. 31.12.04	49 296	83 840	281 198	414 334
Årets avskrivninger	46 312	39 429	144 345	230 086
Økonomisk levetid	6 - 7 år	5 år	3 år	
Avskrivningsplan	Lineær	Lineær	Lineær	

Note 6 Andre fordringer

Andre fordringer består av:
Lønnsforskudd
Låneforskudd

Note 7 Annen kortsiktig gjeld

Årsaken til at det her viser et beløp med negativt fortegn er at husleie 1.kvartal 2005 forfalt til betaling 01.01.2005. For å kunne belaste konto på forfallsdato måtte den bokføres kredit leverandørreskonto med motpost debet interimskonto leverandører pr. 31.12.04.

Note 8 Egenkapital

Egenkapital 1. januar 2004
Innvilget fra kompetansefond 2004
Årets endring i egenkapital:
Årets resultat

Driftsfond
1 233 983

Invest. fond
1 185 692

Omst.- og komp.fond
664 401
-131 294

250 371

700 000

500 000

Egenkapital 31. desember 2004

1 484 354

1 885 692

1 033 107

Fordelingsnøkkel av årets overskudd ble vedtatt i styremøte 18.03.05



Hilmar Rommetvedt



Ingeborg Åstrid Kleppe
Styreleder



Irene Solberg



Harald Throne-Holst



Anne Sæterdal
Nestleder



Odd Jarl Borch



Bjørn Erik Thon



Ragnhild Brusdal

Dette er SIFO

Statens institutt for forbruksforskning (SIFO) er et forvaltningsorgan med særskilte fullmakter tilknyttet Barne- og familiedepartementet (BFD). Instituttet har en fri og uavhengig stilling i forskningsfaglige og testfaglige spørsmål. Instituttets øverste organ er styret, som består av ni medlemmer oppnevnt av BFD. Medlemmene representerer andre forskningsmiljøer, de øvrige forbrukerinstitutionene, ulike organisasjoner og SIFOs ansatte.

Formål

SIFO skal være et ledende fagmiljø med formål å drive forskning, utredning og testvirksomhet ut fra hensynet til forbrukernes stilling og rolle i samfunnet. Instituttet skal ha ansvar for å utvikle og frembringe ny kunnskap på områder med relevans for forbrukerne. Instituttets arbeid skal videre ha et vitenskapelig og praktisk siktemål, der nytteverdien for de aktuelle brukerne tillegges vekt.

Finansiering

SIFO finansieres gjennom en grunnbevilgning over Barne- og familiedepartementets budsjett, gjennom inntekter fra deltakelse i forskningsprogrammer, og fra prosjekter og oppdrag fra ulike oppdragsgivere. Det legges vekt på instituttets faglige uavhengighet vedrørende inntektsbringende prosjekter og eksterne oppdrag.

Faglig arbeid

SIFO er det eneste forskningsinstitutt i Norge som arbeider utelukkende med forbruksforskning. Forbrukernes og husholdningenes hverdagsliv står sentralt i arbeidet.

Den tematiske fokuseringen spenner vidt. De senere år har forbruksutgifter i tilknytning til levekår, forbruk og miljø, leverandørmakt og pris, mat og tillit, ungdom og kommersialisering og bruk av ny informasjons- og kommunikasjonsteknologi vært viktige forskningsområder som også reflekterer de pågående samfunnsdebatter. SIFOs testaktiviteter gjør oss fortløpende kunnskaper om endringer i markedet innen de produktgrupper vi studerer.

Den faglige virksomheten er organisert i tre faggrupper;

- Forbruk og økonomi
- Marked og politikk
- Teknologi og miljø

Kompetanse

Instituttet er tverrfaglig, med fagmedarbeidere fra en rekke disipliner innenfor samfunnsfag og naturfag. Gjennom

prosjekter og publisering forholder instituttet seg løpende til den teoretiske og metodiske utvikling i de ulike fagdisipliner. SIFO skal gjennom sin virksomhet, med utgangspunkt i formål og faglig profil, aktivt forholde seg og bidra til den internasjonale forbruksforskningen. Samtidig har instituttet et særskilt nasjonalt ansvar for å formidle kunnskap fra forbruksforskningen.

Kvalitet

SIFO utfører alt sitt fagarbeid i henhold til forsknings- og testfaglig aksepterte metoder (kvalitetskriterier), og benytter både internkontroll og ekstern vurdering.

SIFOs laboratorier er akkreditert på 12 metoder innenfor tekstiltesting.

Brukere

Forbrukerinstitutionene og BFD er viktige brukermiljøer for SIFO. Andre brukere er forsknings- og fagmiljøer, både nasjonale og internasjonale, myndigheter og næringsliv. Det arbeides systematisk for å holde kontakten med disse miljøene, bl.a. gjennom utstrakt forskningssamarbeid, seminarer og undervisning.

Nordisk og internasjonalt samarbeid

På nordisk plan deltar SIFO i flere samarbeidsprosjekter, hovedsakelig i regi av Nordisk Ministerråd, bl.a. gjennom EK-Konsument (Embedsmannskomiteen for forbrukersaker). På europeisk plan er SIFO involvert i, og har delvis prosjektledelsen av, flere samarbeidsprosjekter innen Den europeiske unionens rammeprogrammer for forsknings- og forbrukspolitik. SIFO deltar også aktivt i europeisk og internasjonalt standardiseringsarbeid.

SIFOs formidlingsvirksomhet

SIFO er et anvendt forskningsinstitutt og har et spesielt ansvar for å formidle egne forskningsresultater til aktuelle brukergrupper som andre forskningsmiljøer, myndigheter, produsenter og videreformidlere. Resultatene presenteres i SIFOs egne rapportserier, i nasjonale og internasjonale tidsskrifter, i bøker, gjennom undervisning og utbredt foredragvirksomhet, og ikke minst via instituttets nettsted. Ved formidling av forskningsresultater til allmennheten er mediene den viktigste kanalen. Instituttet prioriterer derfor en offensiv medieinnsats, og er svært synlig i media.

I 2004 hadde SIFO totalt ca 1400 presseoppslag fordelt på ulike typer medier:



■ Tidsskrift ■ Radio □ TV
□ Avis □ Internett/byrå

Instituttets nettsider

I 2004 utviklet instituttet nye nettsider der målet var å skape et enkelt og informativt nettsted for forskningsmiljøer, journalister og forbrukerne. Hensikten var å gjøre forskningsvirksomheten tilgjengelig. Brukeren skal lett kunne få en oversikt over forskningsområder, konkrete prosjekter og publikasjoner. Vi ville også i høyre grad enn tidligere synliggjøre koblingene mellom prosjekter, publikasjoner og ansatte. En god søkemotor, innføring av kompetansekatalog for våre ansatte, og et emneregister for all publikasjon, forenkler formidlingen ytterligere.

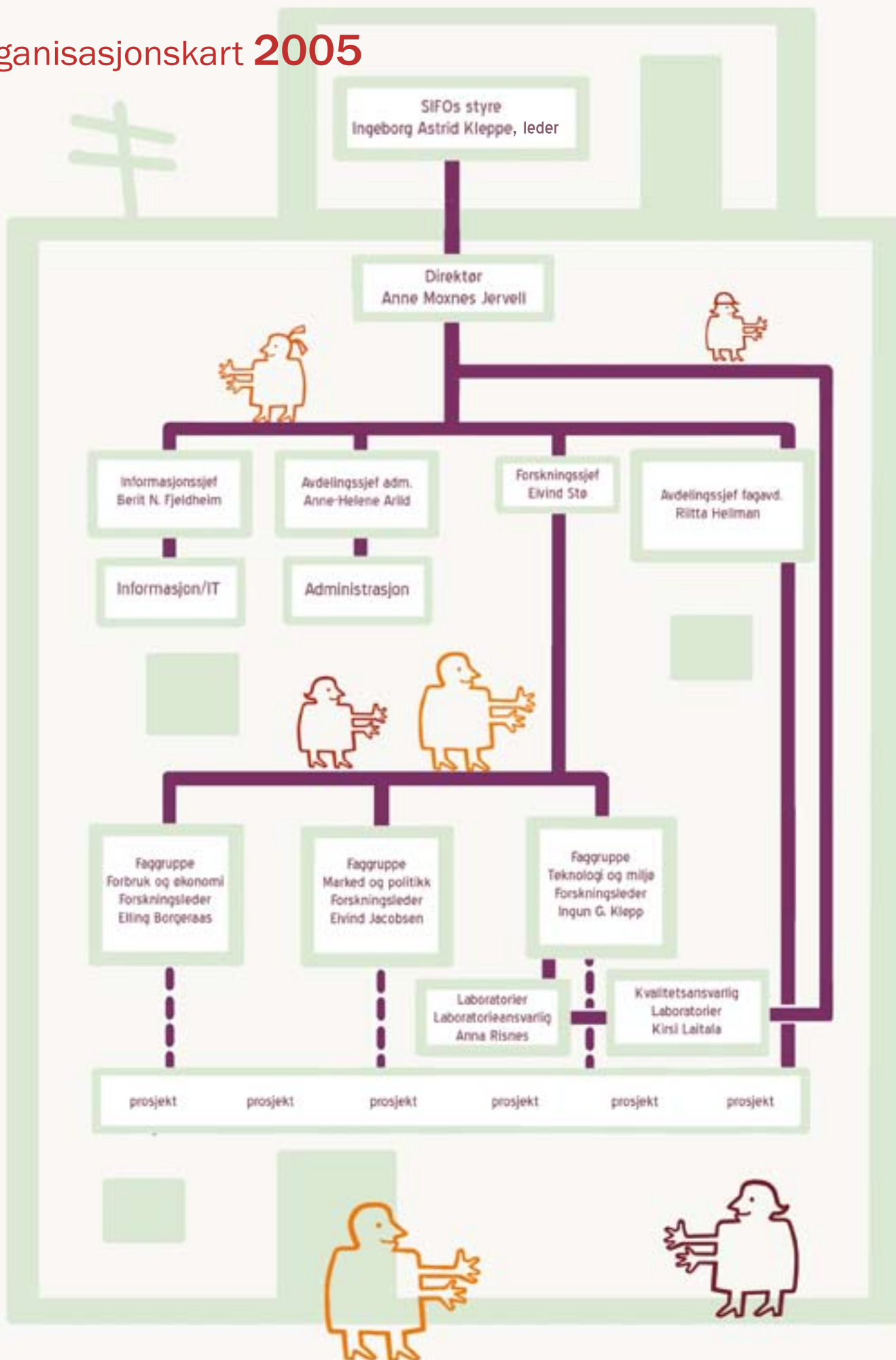
Likestilling 2004

SIFO er opptatt av at instituttets ansatte skal ha høy og relevant kompetanse, uavhengig av kjønn. Instituttet har svært høy kvinneandel, både på ledernivå og blant de øvrige ansatte. Samlet har styret en fordeling på 4 kvinner og 4 menn, med kvinnelig styreleder og nestleder. Ved nominasjon av styrekandidater blir det tatt hensyn til kjønnsbalansen. Det samme gjelder for alle oppnevnte råd og utvalg ved instituttet, forutsatt at kravet til kompetanse ivaretas. SIFO benytter kjønnsnøytrale annonser ved stillingsutlysning.

Fordeling på		kvinner	menn
avdeling	administrasjon	8	1 *
	info/it	2	2
	fag	21	14
stilling	leder	3	2 *
	mellomleder	1	2
gj.sn.ltr.	leder/mellomleder	63.5	67.6
	adm/info/it	43	51
	fag	51	53

* 1 ansatt til 01.08.04

Organisasjonskart 2005



I fokus:

Prisen for hylleplassen - fra prosjektidé til forbrukerboikott

Under en uformell lunsjsamtale for et par år siden fortalte en dagligvaredirektør om hvordan kjeden mottok store inntekter fra en merkevareprodusent i bytte mot gunstig produkt plassering i hyllene. Han kalte det "sjampopenger", fordi markedsleder innen skjønnhetspleie var en av de ivrigste betalerne. Opplysningene var pirrende - den gav oss forskere et gløtt inn i en normalt utilgjengelig del av kjedenes forretningsvirksomhet. Vi spurte oss selv: Er slike betalinger et viktig kriterium for å få plass i butikkhyllene? Hvor utbredt er de? På hvilken måte påvirker slike ordninger konkurransen og forbrukernes valgmuligheter? Problemstillingene ble lagt til side inntil en engelskspråklig artikkel et par måneder etter dalte ned på kontorpulten. Den handlet om hvordan såkalte hylleplassavgifter uthulte konkurransen i amerikansk varehandel. Kjededirektørens løsmunnhet ble gjenopprisket, og sammenhengen mellom artikkelen og historien om sjampopengene ble åpenbar. Et nytt prosjekt - *Å sette pris på hylleplassen* - så dagens lys ved SIFO med bistand fra Norges forskningsråd.

Konkurransen i dagligvaremarkedet har vært et gjennomgangstema i SIFOs forskning siden begynnelsen av 1990-tallet. Vi registrerte at lavpriskjedene satte store og selvtillfredse næringsmiddelbedrifter opp mot hverandre og presset prisene nedover. Under bifall fra forbrukerne ga lavpriskjedenes framgang en etterlengtet konkurransedynamikk i et søvning dagligvaremarked.

Mot slutten av 1990-tallet stilnet kjedenes kamp om markedsandeler, og deres posisjoner stabiliserte seg. SIFOs undersøkelser viste at forbrukerne begynte å rapportere om et snevert og kjedelig vareutvalg - og i media ble det snakket om en "rimifisering" av dagligvarebutikkene. Oppmerksomheten ble rettet mot kjedenes innkjøpspolitikk. Hvordan skjedde forhandlingene mellom industrien og kjedene? Hva skulle til for å få tilgang til hyllene? Dette ble overordnede spørsmål for vårt hylleplassprosjekt. Gjennom intervjuer med bransjeaktører ble vi kjent med en ny og viktig faktor i forhandlingsspillet mellom industrien og dagligvarekjedene; fellesmarkedsføring - populært kalt "joint marketing". Vi fant at fellesmarkedsføringen hadde en "offisiell" side; den handlet om hva leverandørene betalte kjedene i form av distribusjon, TV-kampanjer, fellesreklame etc. Funnene viste også en mer uformell side. Leverandører betalte for gunstig hylleplassering - og noen betalte for å være kjedens prioriterte hovedleverandør. For andre var det ikke snakk om å kreve gjennyttelser i det hele tatt, de betalte bare for å få plass i hyllene. Beløpene var store, i sum utgjorde

de rundt regnet 1 mrd kr pr. år. I dette lys kunne fellesmarkedsføring betraktes som en dekkoperasjon for overføringer av store bonuser fra industri til kjeder. Flere spørsmål meldte seg. Hvem får gunstigst hylleplassering, produkter som selger mest eller leverandører som betaler best? Hva er resultatet av kjedenes bonusinntekter, gjør de varene billigere eller eierne rikere? Viktigste var kunnskapen om at bare en del av kjedenes overskudd kommer fra salg av varer. Vel så avgjørende er pengebonuser de mottar for å kjøpe varene - midler som i hovedsak pløyes rett inn på inntektssiden i dagligvareselskapene. Kjedenes marginer gir ikke opplysninger om inntekter de mottar fra fellesmarkedsføring. Det betyr at kjedenes inntjening i realiteten er langt større enn det de såkalte marginundersøkelser skulle tilsi. Slik kunnskap er viktig for all framtidig forskning om prisdannelsen i dagligvaremarkedet.

I mens var våre funn blitt godt nyhetsstoff i media. Innkjøpsordningene hos dagligvarekjedene kom i kraftig søkelys. Kjedenes bonussystemer ble kalt for smøring og korrupsjon. Konkurransetilsynet fikk beskjed om å etterforske kjedene. Ballen rullet videre, og det ble fritt fram for formsådde konkurrenter som fant anledningen til å vitne om verdens urett. Samrøre mellom importører og butikksjefer i Vinmonopolet ble avdekket, og granskning ble iverksatt. Tine havnet i gapestokken etter at det ble påstått at meieriprodusenten ville kjøpe konkurrenter bort fra butikkhyllene. Politikere ville fiske i rørt vann, slå partipolitisk mynt og vingeklippe Tine. Mest dramatisk for Tine var det at forbrukerne begynte å røre på seg. De ville ha seg frabedt at Goliat ville ta livet av David - og Tines ostesalg falt som en stein. Offentligheten og forbrukerne var med ett blitt klar over hvordan sterke markedsaktører bygger sin posisjon og forblir sterke. Kynikere vil hevde at ublu markedsaktører ikke kan fordrives, den vil bare utøves i mer subtile former. Nye reguleringer og offentlige tiltak er til for å omgås. Ja - de har kanskje rett. Men som forskere må vi klynge oss til håpet om at ny erkjennelse bringer oss videre, at utviklingen ikke går i sirkler, men i spiraler.

For ettertiden vil jeg aldri glemme den lunsjen jeg hadde med kjededirektøren for et par år siden. Jeg er nesten sikker på at han har glemt den. Det er jeg glad for - for min egen framtid som dagligvareforsker.



Arne Dulstrud, SIFO

Marked og politikk

Hovedområder

- **Distribusjonsforskning**
- **Regulering**
- **Forbrukernes rolle, makt og innflytelse**

Bakgrunn

Forbrukernes situasjon må studeres med utgangspunkt i det tilbudet de presenteres for, og de valgene de stilles overfor. På SIFO skal vi studere ulike private og offentlige ordninger, strategier og oppfatninger som bidrar til å strukturere forbrukernes valg. Vi skal også studere forbrukernes individuelle og/eller kollektive og politiske og/eller økonomiske strategier for å forsøke å påvirke disse rammene. Sagt på en annen måte; det er nødvendig å forstå det som skjer "bak disken" for å forstå forbrukernes valg blant det som ligger "i disken". I den sammenheng legger vi et verdikjedeperspektiv til grunn, der en ser på aktører, strategier, teknologier og maktforhold på varens vei fra råvare, via produksjon, til de foreligger ferdig til bruk hos forbruker. Vi må også se på hvordan offentlige og private reguleringer bidrar til å forme og ramme inn strategier og praksis langs verdikjedene. Samtidig er det vår oppgave å forsøke å forstå hvordan "bilder av forbrukerne" materialiseres og bygges inn i produkter, produksjonsprosesser og markedsstrategier, samt hvordan forbrukerne selv prøver å påvirke disse valgmulighetene i kraft av å opptre som kjøpere og klagere i markedet, eller som velgere og meningsyttere i politiske prosesser (for eksempel leserinnlegg i avisene).

Det er særlig på matfeltet vi har arbeidet med de ovennevnte temaene. Utvalgte stikkord er matvarepriser, maktforhold, ny teknologi, valgmuligheter, trygg mat, tillit, økologisk mat, globalisering og internasjonalisering.

Matvareindustriens og handelens markedsstrategier vil også framover stå i fokus, med særskilt oppmerksomhet knyttet til strukturutviklingen i dagligvaremarkedet, tillit til og sikkerhet ved matvarer, og etiske problemstillinger, for eksempel knyttet til dyrevelferd. Vi ønsker i tillegg å se på helse- og velferdspolitiske følger av måten forbrukervalgene struktureres på. For eksempel ønsker vi å studere hvorvidt og på hvilke måter tilbydernes markedsstrategier virker inn på utviklingen av ernæringsrelaterte sykdommer.

Dessuten reiser globaliseringen av handelen nye problemstillinger knyttet til sikkerhet, etikk og maktforhold. Vi ønsker å kaste lys over hvordan markedsaktører

og forbrukere legger opp strategier for å forholde seg til disse nye utfordringene.

Vi har også sett på mer produktuavhengige temaer, for eksempel knyttet til kjøpesenterutviklingen og til eiendoms- og konkurranseforhold i varehandelen.

Høydepunkter

Forskningsinnsatsen på området er fortsatt høy.

Temaer som har stått sentralt i 2004 er blant annet matvaner, forbrukernes tillit til maten, forbrukernes og markedsaktørens holdninger og strategier i forhold til dyrevelferd, grensehandel, og kjedenes regulering av markedsadgangen for produkter gjennom hylleplassavgifter. To av temaene har i stor grad vært knyttet opp til europeiske prosjekter. Grensehandelen har blitt fokusert i oppdragsprosjekter, mens hylleplassavgiftene har blitt studert i et NFR-prosjekt. Matvaner har vært temaet i et doktorgradsarbeid som er i sin avsluttende fase. Det har blitt publisert fra alle disse prosjektene, og medieoppmerksomheten har vært stor rundt flere av dem. Vi går nærmere inn på tre av disse prosjektene.

Matvaner

Det er blitt arbeidet med en doktorgrad i prosjektet *Kostvaner i etablerende hushold i lys av deregulering og handelskjedenes økte markedsrett*. Senter for bygdeforskning har stått ansvarlig for prosjektet, med delfinansiering fra SIFO. Gjennom en serie foredrag og intervjuer peker Annechen Bahr Bugge blant annet på den kontinuerlige endringen i norske matvaner. Middagsmåltidet ble valgt for å vise hvordan endringsprosesser utspiller seg i folks hverdagsliv. Slike endringer omfatter både råvarene som inngår i måltidet og tilberedningsmåter, så vel som den kulturelle matforståelsen i befolkningen. Endringene til tross, norske matvaner preges av betydelig konservatisme, der holdninger og forestillinger i stor grad overføres mellom generasjoner. Bugge finner for eksempel at unge mødre gjenspeiler sine foreldres moralske forestillinger og vaner knyttet til hva som er ordentlig mat. Hun peker også på at endringer i matvaner ofte starter i middelklassen og i høyere sosiale lag i byene, for siden å spres til den brede befolkningen.

Forbrukertillit til mat i Europa

Siden 2002 har SIFO, ved Unni Kjærnes, koordinert et større EU-prosjekt; *Trust in Food*. Prosjektet, som er finansiert av Europakommisjonens Quality of Life and Management of Living Resources Programme, ledes fra SIFO. 25 personer fra fem land har vært involvert. På SIFO har

fire personer vært med. Hensikten med dette prosjektet har vært å få en bedre forståelse av hva som ligger bak variasjoner i tillit til mat mellom ulike land i Europa. Prosjektet ble avsluttet i 2004. Det ble holdt en sluttkonferanse i Brussel 22. november, med 62 deltakere fra 9 land, som til sammen representerte 51 organisasjoner. Representanter for EU-kommisjonen deltok også på møtet. Prosjektet har hittil kommet ut med 9 rapporter og tre artikler, flere med stor politisk interesse og medieoppmerksomhet, spesielt på kontinentet. To bøker og et spesialnummer av et europeisk tidsskrift er på beddingen. Sluttrapport ble levert i mars 2005.

Studien viser blant annet at det er store forskjeller mellom forbrukerne i de ulike landene. Disse forskjellene er forankret i ulike sosiale og kulturelle tradisjoner og i ulike politisk-økonomiske systemer for produksjon, distribusjon og forbruk av matvarer. Det er markerte forskjeller mellom Norden, Storbritannia og det sørlige Europa mht. tillitsnivå og hvem en plasserer tilliten hos. Studien viser at tillit og mistillit til mat ikke først og fremst er et spørsmål om forbrukeres individuelle valg, men følger av historisk nedfellede ordninger, oppgavefordelinger og vaner. En finner høyst tillit der hvor det er samsvar mellom forbrukernes forventninger og ytelsen hos institusjonelle aktører, som industri, kjeder og myndigheter. Prosjektet viser at forbrukermistillit også kan ha positive effekter, ved at mobilisering og anerkjennelse av forbrukerne som aktør bidrar til institusjonelle endringer.

Grensehandel

SIFO gjennomførte to prosjekter på oppdrag for Næringsmiddelbedriftenes landforening, begge knyttet til grensehandel. Resultatene fra disse er publisert i to rapporter for Randi Lavik; *Grensehandlere – annerledes enn andre?* og *Grensehandel i Sverige og Danmark 2004*.

Prosjektene viser at grensehandel har stort omfang. Hele 38 prosent av norske forbrukerne hadde handlet varer i Sverige, Danmark og/eller i Finland i løpet av de siste tre månedene (juli, august og september 2004). 33 prosent hadde handlet varer i Sverige, 11 prosent i Danmark. Nordmenn handler dagligvarer som kjøtt, meierivarer, mineralvann og andre matvarer i Sverige, mens en større andel handler vin og brennevin når de er på handletur til Danmark. Grensehandlerne skiller seg lite ut fra dem som ikke grensehandler. De skiller seg imidlertid ut som noe mer nyorientert, ved at de synes det er mer spennende med nye matretter. Det er flere yngre enn eldre som grensehandler, og stemmer man Frp eller AP, øker sannsynligheten for at man grensehandler. Den

reduseres hvis man stemmer SV, Venstre eller Senterpartiet. Når det gjelder kjøp av tobakkvarer, skiller grensehandlerne seg fra resten av befolkningen. Tobakk ble bl.a. oftere kjøpt av dem med lav utdanning, og av middelaldrende.

Prosjekter på området

- 11-1995-25 Kostvaner i etablerende hushold i lys av deregulering og handelskjedenes økte markedsrett
- 11-2002-2 Trust in Food
- 11-2002-9 Å sette pris på hylleplassen
- 11-2002-10 Fenomenet grensehandel
- 11-2002-20 Matkultur ved IKS, Universitetet i Oslo
- 11-2002-34 Mat og kjøkken
- 11-2003-13 Organic HACCP
- 11-2003-15 Food risk communication and consumers' trust in the food supply chain (TRUST)
- 11-2003-27 Nordisk seminar: Consumer protection in a new regulatory state
- 11-2004-3 For mye eller for lite informasjon?
- 11-2004-14 SP-forprosjekt
- 11-2004-18 Kroppen
- 11-2004-20 Fra borger til kunde
- 11-2004-24 Andelslandbruk (CSA) - tilpasning til norske forhold
- 11-2004-28 Handlevaner
- 11-2004-31 Konkurransfordeler for norsk mat
- 11-2004-32 Matsystemer
- 11-2004-33 Nordic Plate
- 11-2004-41 Slotting fees
- 11-2004-46 Pris og konkurranse
- 11-2004-47 Welfare Quality WP1.1
- 21-2004-49 Prismålinger
- 11-2004-50 Welfare Quality WP1.2
- 21-2004-51 Grensehandelens utvikling
- 21-2004-52 Spørreundersøkelse om kjøtt



Tema:

Forbrukertillit til mat - hva skyldes de store forskjellene mellom europeiske land?

Forbrukertillit er et nøkkelord i europeisk debatt og politikk knyttet til mat. Det er lett å se dette i sammenheng med den rekken av matvareskandaler og kriser vi har sett de siste 10-15 årene. Men om vi ser på variasjonene mellom land, ser det likevel ikke ut til å være noen direkte forbindelse mellom omfanget av skandaler og nivået av mistillit. Det overordnede målet til prosjektet TRUSTINFOOD har vært å forklare variasjoner i forbrukertillit. Det er gjennomført representative spørreundersøkelser (CATI) til befolkningen i Danmark, Italia, Norge, Portugal, Storbritannia og Tyskland, og gjort institusjonelle studier av produksjon, distribusjon, regulering og forbrukermobilisering i de samme landene og på EU-nivå. Disse ulike typene data har så vært gjenstand for systematiske, sammenlignende analyser av nasjonale forskjeller.

Resultatene fra det EU-finansierte prosjektet viser systematiske variasjoner i tillit til mat mellom landene. Storbritannia ser ut til å ha lykkes i å redusere problemene med mistillit knyttet til matsikkerhet. Norge og Danmark har i liten grad opplevd slike problemer, mens det fortsatt er betydelig bekymring og uenighet i Italia, Portugal og Tyskland. Europeisk integrasjon og globaliseringsprosesser har effekt, men slike utfordringer håndteres svært forskjellig i de ulike landene. Flere forhold kan trekkes frem som viktige for å forklare slike variasjoner.

Tillit til mat påvirkes av hvordan maten produseres og distribueres. Lokal produksjon og distribusjon av for eksempel ubearbeidet kjøtt og friske tomater, solgt av lokale kjøpmenn eller på markedet, er gjenstand for helt annerledes tillitsrelasjoner enn høyforlede produkter fra hele verden omsatt gjennom store supermarkedskjeder. Generelt finner vi at forbrukere i land der supermarkedene dominerer, har betydelig høyere tillit til matens sikkerhet enn i de land som har mer varierte omsetningsformer, og der folk legger større vekt på personlige relasjoner. Supermarkedsbaserte distribusjonssystemer gir spesielle betingelser for kjøp, med upersonlige relasjoner og vekt på standardisering og ferdigpakket, foredlet mat. Tilliten kan knyttes til den høyere forutsigbarheten i slike systemer, men den kan også knyttes til lavere forventninger og mindre produktkunnskap blant supermarketskundene.

Tillit og makt

Selv om tillitsnivåene varierer, skiller folk over hele Europa klart mellom hvem de tror vil fortelle sannheten i forbindelse med en matskandale, og hvem som ikke vil. Størst tillit får forbrukerorganisasjoner og eksperter, dernest kommer myndig-

heter og media, mens folk i liten grad stoler på at produsenter og kjeder vil fortelle hele sannheten. Vi finner at det viktigste er tilliten til de som har direkte påvirkningsmuligheter, altså markedsaktørene og myndighetene. Maktfordelingen mellom disse aktørene varierer landene i mellom. Det avgjørende er ikke hvem dette er, men om folk har tillit til de som har makt. I høytillitslandene har folk tillit til minst en av de mektige aktørene, enten det gjelder utelukkende myndigheter (som i Norge) eller også de store kjedene (som i Storbritannia). I lavtillitslandene er det utbredt mistillit til alle mektige institusjonelle aktører.

Nye forbrukerroller?

Mistillit betyr ikke alltid det samme. Britiske forbrukere passer best til betegnelsen "forbrukeren som en aktiv og bevisst individuell kunde", mens nordiske, og særlig norske, forbrukeres tillit knyttes til offentlig beskyttelse. Forbrukere i Sør-Europa er mindre aktive, men de stoler heller ikke på myndighetene. Resultatet er en privatisert forbrukerrolle der tilliten hviler mest på personlige nettverk. Forståelsen av forbrukeren er mest sammensatt i Tyskland, der vi finner alle disse tre posisjonene representert. Forbrukerrollen ser imidlertid ut til å være i endring. Fra å ha fremstått som private familiemedlemmer som skal beskyttes, eller som rasjonelle, individuelle kunder, framtrer forbrukeren nå som en aktiv medborger-forbruker som ønsker innflytelse, og som er opptatt av så vel personlige som større, politiske og velferdsmessige spørsmål. Fra å representere skepsis og avmakt i en forbrukerrolle som ikke blir tatt på alvor, blir mistillit nå et aktivt standpunkt som blir tatt alvorlig av andre aktører. Dette kommer frem både om vi ser på forbrukersiden, og på hvordan dette håndteres i marked og politikk. Denne nye forbrukerrollen er minst tydelig i Portugal og i Norge.

Er tillitsproblemene i ferd med å bli løst? Når det gjelder matsikkerhet, ser det ut som om de omfattende reformene som er gjennomført både av myndigheter og markedsaktører, har hatt positive effekter i en rekke land, spesielt i Storbritannia. Men det betyr ikke at alle tillitsproblemer er løst. På spørsmål om forverring eller forbedring av ulike aspekter ved maten, er folk mest fornøyd med utviklingen når det gjelder matsikkerhet. Andre mattemaer som er kommet på den offentlige agenda, for eksempel ernæring, er forbundet med betydelig usikkerhet og uenighet. Sammenlignet med forholdene for matvaresikkerhet, finner vi også her mer uklare og fragmenterte ansvarsforhold - som kan komme til å gi seg utslag i nye bølger av mistillit til mat i Europa.



Unni Kjærnes, SIFO

Misforhold mellom forventninger og ytelser gir mistillit.

Alt i alt viser studien at forbrukernes tillit og mistillit i liten grad er et spørsmål om individuelle valg og strategier. Forbrukere og forbrukeres reaksjoner er forskjellige, ikke på grunn av variasjoner mellom individer, eller grupper av individer, men fordi de er del av særegne kulturelle, politiske og matforsyningsmessige systemer. Når noen slike systemer ser ut til å greie å inngi høy tillit, mens andre ikke gjør det, er det dette samlede bildet og forholdet mellom aktørene som er viktig. Det ser ut som høy tillit er forbundet med samstemmighet mellom forventninger og ytelse blant de viktigste institusjonelle aktørene, inkludert markedsaktører og regulerings-systemer, samt befolkningen i rollen som forbrukere. Dels må aktørene opptre med forutsigbarhet og åpenhet, dels må folks ønsker og behov tas på alvor. Både historiske føringer og raske endringer kan føre til misforhold i forventninger og ytelser, noe som kan komme til uttrykk som mistillit. Denne mistilliten kan representere negativitet og avmakt, men den kan også i noen situasjoner være positiv og konstruktiv ved å utløse nyttige institusjonelle reformer.

Det høye tillitsnivået i Norge kan i hovedsak tilbakeføres til stor grad av samstemmighet i forventninger. Men denne samstemmigheten hviler på bestemte institusjonelle løsninger. Om disse endres, noe det er stor sannsynlighet for, kan det lett oppstå misforhold mellom forventninger, mellom forventninger og ytelser - og derav økende mistillit. Da blir det viktig at mer aktive og uavhengige forbrukerstemmer utvikles og respekteres.

Forbruk og økonomi

Hovedområder

- Standardbudsjett for forbruksutgifter
- Gjeld og betalingsproblemer
- Barn og unge
- Levekår og forbrukskultur
- Utsatte grupper

Bakgrunn

Den samlede bærebjelken i gruppens forskningsinnsats faller inn under temaet forbruk, livsstil og levekår. SIFOs standardbudsjett står sentralt i utviklingen av feltet. Innenfor temaområdet forbrukerøkonomi arbeider vi for det første med forbrukernes ressursdisposisjoner i et husholdsperspektiv. Gjennom dette arbeidet har instituttet posisjonert seg som en helt sentral premissleverandør for aktører som arbeider med forbrukerøkonomiske problemstillinger innen politikk, forvaltning, privat næringsliv og medier.

Gjennom empiriske studier prøver vi i tillegg å forstå hvordan den enkelte forbruker orienterer seg og gjør sine valg. Vårt mandat er å bidra til økt kunnskap om forbrukernes situasjon, for slik å bidra til økt forbrukerinnflytelse.

Vi er også opptatt av forbrukets samfunnsmessige og individuelle betydning. På den ene siden kan varer og tjenester ses som kommunikasjonssymboler med en mening knyttet til seg. På den andre siden har forbruksvarer også et bruksaspekt og kan ses som redskaper som kan endre hverdagens tidsbruk og relasjonene mellom folk. Ved å studere forbrukerne på så ulike arenaer som bankmarkedet, kosmetikkmarkedet, matmarkedet, klesmarkedet og i uformelle distribusjonssystemer, samt å studere hvordan utsatte forbrukergrupper som gjeldsofre og økonomisk svakerestilte barnefamilier får endene til å møtes – eller ikke møtes – får vi stadig større innsikt i hvilke mekanismer som styrer forbrukernes prioriteringer og valg.

Høydepunkter

Innenfor dette området arbeides det i første rekke med forbrukerøkonomiske og forbrukerkulturelle problemstillinger.

SIFO-survey

I 2004 igangsatte SIFO arbeidet med å videreutvikle SIFO-surveyen, en landsrepresentativ forbrukerundersøkelse der temaene gjeldsproblematikk, forbrukerkompetanse, forbrukermakt og forbrukets mening vies oppmerksomhet. Noen av spørsmålene er hentet fra tidligere SIFO-studier, andre er utarbeidet i samarbeid mellom gruppens forskere og represen-

tanter fra det øvrige forbrukerapparatet (Barne- og familiedepartementet, Forbrukerrådet, Forbrukerombudet). Undersøkelsen skal repeteres jevnlig, slik at vi får utviklet tidsserier. De første resultatene fra SIFO-surveyen 2005 ble presentert på Forbrukerdagen 15. mars og i rapporten *Forbrukerne viser markedsrett*. Rapporten viser at en stor andel av de norske forbrukerne bruker sin markedsrett ved å opptre rasjonelt og prisbevisst ved anskaffelse av ulike varer. Videre at de bruker sin forbrukermakt til å påvirke forhold i samfunnet og på markedet bl.a. gjennom å boikotte bestemte varer eller å kjøpe bestemte varer. Norske forbrukere har forbrukerkompetanse, dvs. kjennskap til produktene og oversikt over og innsikt i markedene, og en stor andel har denne kompetansen på flere ulike felt. Forbrukerne viser også sin markedsrett når kjøpet ikke er vellykket, og de er svært aktive når de mener at de har grunn til å klage på varen. Flere av gruppens forskere er involvert i analysearbeidet av intervju-materialet.

Standardbudsjettet

Arbeid omkring Standardbudsjettet er alltid en sentral del av virksomheten på området. De fleste medarbeiderne på det forbrukerøkonomiske området har blant annet bidratt med kapitler i en bok om ulike aspekter ved Standardbudsjettet som kommer ut i 2005. Det har også vært arbeid i gang med å videreutvikle SIFOs minstestandard for forbruk, både i form av å plassere dette arbeidet i fattigdomsdiskusjonen og ved å utvikle det empiriske grunnlaget for mistestandarden. Det arbeides også med fattigdomsproblematikken i et nordisk prosjekt: *Consumption and Vulnerability in the Nordic Welfare States*.

Gjelds- og betalingsproblemer

Gjeldskrise og betalingsproblemer har igjen kommet på den politiske dagsorden, og SIFO er engasjert i et prosjekt om gjeldsordninger i et avansert forbrukersamfunn, samtidig som doktorgradsprosjektet om levekår under gjeldsordning går mot sin avslutning. Doktorgradsarbeidet *Levekår under gjeldsordning* ble levert til bedømming på nyåret i 2005.

Bankmobilitet-studien

Basert på bankkunders egne fortellinger, samt innsikt gjennom eldre og nyere teori, har vi dannet oss et bilde av hva som kjennetegner kunder i henholdsvis dyre og rimelige banker, samt hvorfor mange forblir lojale mot sin bank på tross av høyere renter og dyrere gebyrer enn i banken ved siden av.

Vi tror at ulikheter i finansiell forbrukerkompetanse kan forklare hvorfor noen skifter bank, mens andre ikke gjør det,

uansett hvor dyre lånene blir. Ved siden av å gi innsyn i hvordan bankkunder forholder seg til bankmarkedet, bidrar studien til å gi større innsikt i forbrukeradfærd generelt, eller hvordan forbrukere velger i et marked.

Barn og unge

Barn og unges forbruk står på SIFOs dagsorden og flere prosjekter er under arbeid. To av prosjektene er finansiert av Nordisk Ministerråd. Det første prosjektet dreier seg om hvordan utsatte barnefamilier finansierer sitt forbruk, og mulige konsekvenser av dette. Det andre prosjektet ser på hvordan barn og foreldre i Danmark, Finland, Norge og Sverige opplever den kommersielle hverdagen. Temaer som kommersielt press og hvem som har ansvaret for forbruket til den oppvoksende generasjon, inngår i prosjektet.

Det arbeides med en doktorgrad innen dette området;
Symbolisk forbruk og identitetsarbeid i overgang fra barn til ungdom.

Prosjektliste

- 11-2000-13 Levekår under gjeldsordning
- 11-2000-15 Symbolisk forbruk og identitetsarbeid i overgang fra barn til ungdom
- 11-2002- 1 Tillit til mat
- 11-2002- 8 Utsatthet og forbruk i de nordiske velferdssamfunn
- 11-2002-30 Mobilitetshinder i det finansielle markedet
- 11-2002-32 Virkninger av reformen i plan- og bygningsloven
- 11-2002-35 Standardbudsjett og fastsetting av minstestandard for forbruk
- 11-2003-1 Forbruk og levekår
- 11-2003-3 Ung livsstil
- 11-2004-9 Økonomisk sårbarhet
- 11-2004-11 Standardbudsjett-BOK
- 11-2004-13 Gjeldsproblematikk
- 11-2004-19 Barn og unge
- 11-2004-27 Kommersiell press mot barn og unge i Norden
- 11-2004-29 Standardbudsjett
- 21-2004-37 Gjeldsordninger i et avansert forbrukersamfunn
- 11-2004-38 Forbrukere og lovverk
- 11-2004-39 Fattigdom
- 11-2004-45 SIFO-survey

Tema:

Forbrukerøkonomi i en liberalisert markedsøkonomi

Forbrukerøkonomi har vært et satsingsområde ved SIFO i mange år. Standardbudsjettet for forbruksutgifter fra 1986 var starten på denne satsingen. Selv om budsjettet også den gang var knyttet opp mot statlige livsoppholds-satser, var det viktigste formålet å utvikle et hjelpemiddel for husholdningene slik at de kunne ta kontroll over sine daglige utgifter. I ettertid kan dette sees som et uttrykk for et skifte i SIFOs fokus, fra å hjelpe husmøren i sitt ansvar for husholdningen - utnytte ressursene i hjemmet på en best mulig måte, kjøpe husholdningsredskaper som det var god økonomi i og som var best egnet i forhold til sine bruksområder, vedlikehold av disse etc. - og over til å utvikle allmenne modeller. Denne endringen kan også beskrives som å gå fra å gi konkrete råd i en spesifikk valgssituasjon, til å gi råd om hvilke parametre som er viktige i en lang rekke ulike valgssituasjoner. I tillegg til å produsere og formidle faktakunnskap, som SIFO tradisjonelt har gjort, er det også viktig å utvikle hjelpemidler som forbrukerne kan anvende for å orientere seg i en verden med stadig økende kompleksitet. Standardbudsjettet var et forsøk på å utvikle en allmenn modell som forbrukerne kunne anvende i sine bestrebelselser på skaffe seg oversikt over flyten av penger inn og ut av husholdet. Denne type modeller bidrar til å redusere noe av kompleksiteten i den moderne husholdsøkonomien.

Økt valgfrihet

Velstandsutviklingen har ikke bare ført til høyere lønn, men også til større valgfrihet. Valgfriheten øker dels ved at det utvikles flere alternativer som kan dekke det samme behovet, og dels ved at det skapes nye behov - nye måter å bruke penger på, og som i praksis betyr at det stadig blir flere "nødvendige" utgiftsposter. Det er også mye som tyder på at valgene i det finansielle markedet i stadig større grad blir individualisert, ikke bare fordi vi realiserer oss selv gjennom forbruk, men først og fremst fordi markedene segmenteres. I motsetning til hovedtrenden i moderniseringsfasen av norsk økonomi, da det var viktig å gi alle samme muligheter, som for eksempel tilgang til lønnskonto, kredittkort og lån, utvikler det liberaliserte markedet tilbud som er skreddersydd til avgrensede segmenter i befolkningen. Både produksjon, produktutforming, prising og markedsføring er i stadig større grad målrettet. Kort sagt, valgfrihet for den enkelte forbruker bidrar i sterk grad til å øke kompleksiteten i beslutningsprosessene. Kompleksiteten øker også fordi beslutninger som fattes i det finansielle markedet ofte er svært konsekvensrike, og ofte viser konsekvensene seg først når det er gått lang tid, ja flere år. Siden valgene individualiseres, er det mye som tyder på at også konsekvensene individualiseres. Det blir vanskelig å bruke for eksempel familie og venners erfaringer når valgene skal fattes, fordi de kan tilhøre et annet segment, med andre rammebetingelser.

Endringer i den økonomiske rasjonaliteten

En av de største utfordringene forbrukerne står overfor i et samfunn med stadig større

satsing på markedsmekanismer, er å endre den grunnleggende økonomiske rasjonaliteten som ligger til grunn for valgene. Pris er et sentralt parameter for kjøpsbeslutninger. Det forutsettes at man skaffer seg oversikt over priser, og at man er sensitiv overfor prisvariasjoner. Det vil si at man bytter leverandør eller forhandler til én med bedre vilkår, dersom nåværende leverandør ikke er konkurransedyktig. Det er mye som tyder på at det store flertallet av forbrukerne ikke har utviklet denne sensitiviteten når det gjelder de fleste finansielle markedene. De fleste bytter ikke bank selv om kredittkostnadene er høyere i det eksisterende kundeforholdet i forhold til andre tilbydere. Både konkurransemyndighetene og forbrukerinstitusjoner ser det som en viktig oppgave å utvikle redskap som gjør det enkelt for forbrukerne å skaffe seg oversikt over priser, og til å øke deres mobilitet i dette markedet. Empirisk ser det likevel ut til at det ennå er et stykke å gå før majoriteten av norske forbrukere har utviklet den sensitiviteten som er nødvendig for at markedene skal fungere. Når markedene først er liberalisert, har det store konsekvenser dersom ikke et tilstrekkelig antall forbrukere handler i henhold til denne rasjonaliteten. En konsekvens er sannsynligvis at forbrukerne blir lurt og at markedet fungerer suboptimalt.

SIFOs utfordringer

Utfordringene for SIFOs forskningsinnsats innen dette feltet er mange. Vi har i lang tid arbeidet med forskning om gjelds- og betalingsproblemer, både når det gjelder årsaker, virkninger og tiltak. Erfaringer herfra kan brukes til å eksemplifisere noen prinsipielle utfordringer SIFOs forskning om finansielle markeder står overfor.

Når det gjelder gjeldsproblemer ser vi at konsekvensene av ta opp lån er dramatiske for noen, og at det er en svært lang prosess som eventuelt fører til at problemene blir manifeste og - ikke minst - man blir i stand til å rydde opp. Et uttrykk for individualisering er at dårlig moral ofte blir brukt som årsak, både når det gjelder låneopptak og gjeldsproblemer. Imidlertid viste SIFOs gjeldsforskning på 1990-tallet at gjelds- og betalingsproblemer hovedsakelig oppsto som følge av en kombinasjon av tunge institusjonelle endringer i skattesystemet, et friggitt bolig- og kredittmarked og normale livsbegivenheter på husholdningsnivå. Myndighetens tiltak - som for eksempel etableringen av en gjeldsordningslov - reflekterte denne forståelsen.

Den veksten i gjeldsproblemer vi i dag øyner konturene av, har også lett for å bli forklart med moralistiske undertoner. Mens gjeldsproblemer på 1990-tallet skyltes boliggjeld og institusjonelle endringer, hevdes det i dag at det er forbruksgjeld som er den viktigste forklaringen. Moralismen i denne type forklaringer er antydningen om at forbruksgjeld skyldes grådighet og manglende kontroll over egen privatøkonomi. En har seg selv å takke. Moralforklaringer er lite konstruktive og gir som oftest en svært ufullstendig forståelse av fenomenet. Den forskningsmessige utfordringen for SIFO er å plassere denne type



Elling Borgeraas, SIFO

fenomen inn i en større og prinsipiell kontekst, knyttet opp mot økt valgfrihet i markedet, målrettet markedsføring og segmentering.

Hovedutfordringen i forhold til moraliskurs er å utvikle kunnskap om gjelds- og betalingsproblemer på minst to nivåer. Det første nivået er å plassere rasjonalitet inn i en samfunnsmessig kontekst. Dersom det er slik at forbrukerne ikke opptrer i samsvar med reglene i markedet, kan det enten skyldes at forbrukerne ikke anvender den rasjonaliteten som er gjeldende i markedet, eller at det finnes barrierer ved organiseringen av markedet som står i veien for rasjonell atferd. Ikke i noen av tilfellene ovenfor vil markedet fungere optimalt. Det trenger selvsagt ikke være noen motsetninger her, begge forhold kan være til stede på samme tid. Selv om barrierer på tilbudssiden er viktige, har vi minst kunnskap om den sosiale konteksten som legger føringer på forbrukernes atferd og valg i markedet. Sentrale spørsmål som bør avklares her er: Er det slik at majoriteten av forbrukerne bruker andre spilleregler enn de som gjelder i markedet? Hvilke spilleregler anvendes? Hva er det som bestemmer disse spillereglene? Er det ønskelig at disse spillereglene endres, og eventuelt hvordan skal de endres?

På det individuelle nivået er dette et spørsmål om økonomisk dugelighet, "economic literacy". Når markedet og markedsrasjonelle spilleregler er i rask og så å si vedvarende endring, er det helt avgjørende å stille spørsmålet om hvordan den enkelte skal kunne tilegne seg den kunnskapen som er nødvendig for å handle i overensstemmelse med de sentrale mekanismene i markedet. Prøving og feiling er ofte en god måte å lære på, men det er mye som taler for at det på dette feltet kan bli vel kostbart, både for den enkelte og for samfunnet. Konsekvensene kan bli dramatiske. Kunnskap om hva slags rasjonalitet som gjelder, hvordan den dannes og hvordan den eventuelt kan endres, er avgjørende for å kunne bidra til bedre individuell kunnskap på dette feltet. Dette er, slik SIFO ser det, et samfunnsansvar.

Teknologi og miljø

Hovedområder

- **Forbrukernes valg og vaner med hensyn på kjøp, bruk og avhending av varer.**
- **Forbrukets miljøbelastninger**
- **Testing og undersøkelser av varer**
- **IKT i et husholdsperspektiv**

Bakgrunn

Produktene, og hvordan de inngår i dagliglivet, står sentralt. Arbeidet er konsentrert om produkter som brukes i hjemmet. For tiden arbeides det mest med klær og tekstiler, nyere informasjonsteknologi og ulike husholdningsapparater. Vi fokuserer både på hvordan ting brukes og forstås, og på mer tekniske egenskaper som kvalitet, energiforbruk og bruksegenskaper.

En viktig innfallsvinkel er forbrukets miljøbelastninger, og mulige veier mot et mindre miljøbelastende forbruk. Innenfor denne problemstillingen vil spørsmål som forhold mellom holdninger og handlinger, informasjon og tilrettelegging, og - ikke minst - strategier som produkters forlenget levetid eller ny, miljøvennlig teknologi, stå sentralt.

For tiden utvikles et nytt temaområde knyttet til forbruk av digitale medier i et husholdsperspektiv, der sosiale aspekter ved bruk av ny informasjons- og kommunikasjonsteknologi er hovedtema. Flere problemstillinger inngår i et prosjekt der bruk og forbruk av digitale opplevelses-tjenester i hjemmet er den overordnede problemstilling.

Det er stor bredde både i gruppens kompetanse og i metodebruk. Vi arbeider med alt fra naturvitenskapelige testmetoder til kvalitative og kvantitative samfunnsvitenskapelige metoder.

I 2004 ble den tidligere Miljøgruppen forsterket med forskere innen IKT-området fra den tidligere Forbrukskulturgruppen. Vi byttet samtidig navn til gruppen for Teknologi og miljø. Denne omorganiseringen utvidet forskningsområdets nedslagsfelt og prosjektporteføljens omfang.

Fritidsforbruket er et viktig område som er i sterk vekst. I 2004 fikk SIFO et NFR-prosjekt på dette feltet, som skal gjennomføres i samarbeid med Vestlandsforskning. Her vil de miljømessige aspektene ved det stadig voksende fritidsforbruket undersøkes. Prosjektet tar utgangspunkt i en oppfatning om at mer fritid vil redusere miljøbelastningen i samfunnet, og i det nesten fraværende søkelyset på miljøkonsekvenser av fritidsforbruket. Det reises

også spørsmål om vi har et annerledes miljømessig forhold til fritidsforbruket enn til det hverdagslige forbruket.

På det forbrukerteknologiske området har vi vært opptatt av den moderne informasjonsteknologien. SIFO er engasjert i et større prosjekt om underholdning i digitale medier. Prosjektet er finansiert av NFR, og samarbeidspartnere er NRK, Norsk Tipping og Telenor.

SIFO avsluttet i 2004 EU-prosjektet *Tool/Sust*. Her har vi vært opptatt av de miljømessige rammebetingelsene for forbrukernes atferd i noen europeiske byer; Fredrikstad i Norge, Groningen i Nederland, Padova i Italia, Guildford i England og bydelen Södermalm i Stockholm/Sverige. Prosjektet har fokusert på innkjøpsvirksomheten, transport i forbindelse med innkjøp, energibruk i husholdningene og kildesortering, og vi har vært opptatt av virkemidler for endring i disse forholdene i mer miljøvennlig retning.

Det arbeides med to doktorgrader innen området teknologi og miljø; *Produkters levetid* og *Understanding digital entertainment in everyday life*

Høydepunkter

Energimerking

SIFO fikk, i konkurranse med flere kompetente tilbydere, i oppdrag av NVE å gjennomføre kontroll i forhold til energimerkeordningen. Ordningen innebærer at hvitevareprodukter som tilbys og seltes på det norske markedet skal merkes i henhold til EUs krav om slik merking. Målsettingen er at kundene skal få større kjennskap til energimerking, og dermed etterspørre energieffektive produkter. For SIFO omfatter oppdraget kontroll av at merkeordningen overholdes i butikkene, samt testing av utvalgte produkter. I tillegg til landsomfattende butiktkontroller, som gjelder alle hvitevarer som omfattes av ordningen, skal det hvert år kjøpes inn et utvalg produkter innen eller to produktgrupper for testing i laboratorium, for å kontrollere at produktene er riktig merket og holder effektivitetskravene. Testene skal gi informasjon om hvorvidt produktene reelle egenskaper er i samsvar med merkingen. Ved kontroll av produsentenes energimerking benyttes etablerte internasjonale standarder, utviklet til dette formål. Alle tester utføres i henhold til gjeldende standard, og omfatter de elementene i standarden som inngår i energimerkeordningen. I 2004 ble vaskemaskiner og lypærer valgt ut for laboratoriekontroll. Testingen av vaskemaskiner ble foretatt på SIFO

og resultatene ble publisert i Forbruker-rapporten. De viser at det foregår en omfattende og systematisk feilmerking av vaskemaskiner.

Brann - Fire Hazards

I 2004 sluttførte SIFO et større EU-prosjekt under Directorate General for Health and Consumer Protection. Resultatene ble publisert i SIFO-rapporten *Fire Hazards of Clothing Related to Accidents and Consumer Habits*. Dette prosjektet ble gjennomført av SIFO i samarbeide med partnere fra CITEVE i Portugal, DTI i Danmark, EMPA i Sveits, OCU Ediciones i Spania og VTT i Finland.

Hovedmålsettingen med prosjektet var å fremskaffe informasjon om ulike tekstilfibres brennbarhet og brannmerking av plagg, ulykkesdata for brannskader forårsaket av brann i klær, samt informasjon om forbrukernes holdninger og kunnskap om temaet. Rapporten er blitt et viktig underlagsmateriale for europeisk standardiseringsarbeid på området.

I Norge har vi svært få alvorlige brannulykker som skyldes at klær har tatt fyr. Når klær tar fyr, skjer det gjerne i forbindelse med utendørsaktiviteter som grilling, bruk av fyrverkeri og ved bålrensning, eller med verktøy som f.eks. vinkelslipere. Når brann først oppstår, kan derimot klærne være avgjørende for omfanget av personskader. Tekstilene kan bidra til å beskytte kroppen mot flammer og varme, eller de kan smelte og brenne og forverre situasjonen. Et nytt EU-regelverk er nå under vurdering med spesielt strenge krav til nattøy for bruk i institusjoner, og for barn i alderen 6 måneder til 14 år. Dette er norske fagfolk skeptiske til. De ønsker ikke strengere regler på et område det så å si ikke forekommer ulykker, og spesielt ikke regler som kan få store, negative konsekvenser for miljøet. Derimot tror de norske fagfolkene som har vært involvert i dette arbeidet, at det er mye å hente ved å heve kunnskapsnivået når det gjelder brann og klær. Det er rundt grillen og bålet man bør være særlig på vakt.

Rapporten *Fire Hazards* har vært viktig i det pågående standardiseringsarbeidet i Europa knyttet til produktsikkerhet. Dette arbeidet er ikke avsluttet. SIFO har også foretatt testing av klær på det norske markedet på oppdrag av Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap. Spesielt ble det fokusert på barneklær.

Akkreditering

SIFOs laboratorier ble i 2004 akkreditert på 12 metoder innenfor tekstiltesting. Akkreditering er en offisiell anerkjennelse av en organisasjons kompetanse og evne

til å utføre angitte oppgaver i samsvar med gitte krav. En slik godkjenning gir kunden trygghet for at testing utføres korrekt, og at testrapportene aksepteres internasjonalt. Prosessen mot akkreditering har gitt SIFO mulighet til å arbeide med systemene for kvalitetssikring på en systematisk måte.

Prosjekter på området

Miljø

- 11-1997-29 Produktlevetid og naturmiljø. Forbruk av varige forbruksgoder
- 11-2000-34 The involvement of stakeholders to develop and implement tools for sustainable households in the city of tomorrow - ToolSust
- 11-2001-15 Organic Marketing Initiatives and Rural Development (OMIaRD)
- 11-2003-31 Organic food in catering
- 11-2004-10 Grønt husholdsbudsjett
- 11-2004-23 EMUDE
- 11-2004-35 Økologisk mat
- 11-2004-36 Gulrot og kålrot med riktig kvalitet

Test

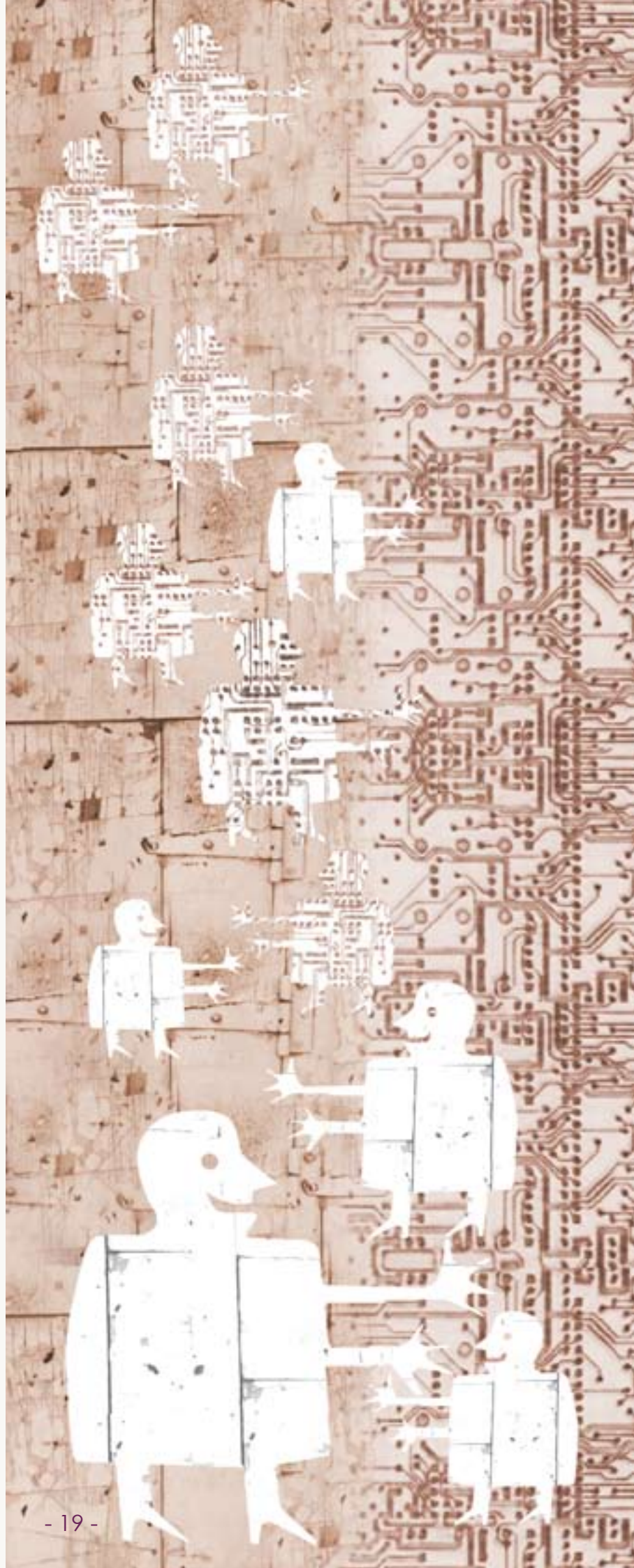
- 11-2002-21 Fire Hazards
- 21-2002-33 Testoppdrag Forsvaret
- 11-2003- 2 Metodeutvikling innen tekstilområdet
- 11-2003- 8 Akkreditering
- 11-2004- 4 Energi-forprosjekt
- 11-2004- 5 Standardisering
- 21-2004- 6 Test av husholdsprodukter
- 21-2004- 7 Test av tekstiler
- 21-2004-12 Test av husholdskjemikalier - innenlands
- 21-2004-34 Energimerking
- 11-2004-42 Kvalitetssikring
- 11-2004-43 Ull ringtest
- 11-2004-44 Testfaglig hovedprosjekt
- 11-2004-54 Test av husholdskjemikalier - utlandet

Teknologi

- 11-2003-18 Consuming digital adventure oriented media in everyday life, contents and contexts
- 11-2004-21 Digital underholdning
- 11-2004-2 Hva er skummelt?
- 21-2004-22 PKI-Forbrukerundersøkelse

Hverdagsliv

- 11-2004-1 Fotball til glede, fotball som eksellense?
- 11-2003-23 Husarbeid som ideologi og praksis



Tema:

Merking som forbrukerpolitisk virkemiddel i miljøpolitikken

En av de sentrale forbrukerrettighetene i president John F. Kennedys "Consumer Message" til Kongressen i USA i 1962 var retten til informasjon. Den ble koplet nært sammen med retten til å velge, og utgjorde en viktig forutsetning for folks deltakelse i det voksende forbrukersamfunnet. Informasjon utgjør imidlertid ikke det eneste forbrukerpolitiske virkemiddelet. Innenfor den sosialdemokratiske forbrukerpolitikken ble lovgiving etter hvert det viktigste virkemiddelet på 60- og 70-tallet. Siden 1980 har vi vært vitne til en deregulering og reregulering som har vært sterk på forbrukerområdet, og informasjon og kunnskap har etter hvert blitt viktige bærebjelker i den moderne forbrukerpolitikken. Et sentralt instrument innen forbrukerinformasjonen er merking. Merkingen spenner over et vidt felt; fra varenes innhold, produksjonsmåte og opprinnelse, til bruk, vedlikehold og kast (resirkulering). Vi finner merking - i en eller annen form - på de fleste varer, for eksempel møbler, matvarer, klær, kjemikalier og elektriske apparater. Noen merkeordninger er obligatoriske, andre er frivillige. Enkelte merkeordninger blir sertifisert av uavhengige institusjoner, andre av sjøloppnevnte organisasjoner, og atter andre av bedriftene sjøl.

Vi vil her fokusere på miljømerker, og betingelsene for at disse kan fungere som forbrukerpolitiske element i miljøpolitikken. Artikkelen bygger på SIFOs deltakelse i DEEP (*Developing Effective and Efficient Product Information Schemes*), et EU-prosjekt under det 5. rammeprogram.

Den internasjonale standardiseringsorganisasjonen ISO skiller mellom tre ulike regimer for miljømerking:

Type I - klassiske miljømerker

- som Der Blaue Engel i Tyskland, den nordiske Svanen og EU-blomsten. De er vitenskapelig basert og bygger på sertifisering fra uavhengige institusjoner. Merket forteller at miljøbelastningen ved produktet ikke overskrider visse krav, og at det er blant de beste produktene innenfor samme kategori.

Type II - bedriftenes egne miljømerker

- I hovedsak er disse merkene en form for grønn markedsføring, sjøl om de også kan ha en viss vitenskapelig basis. De er lite brukt i Norge fordi markedsføringsloven stiller strenge krav til dokumentasjon, men de finnes på visse papirprodukter. Ofte er dette endimensjonale opplysninger av typen "fosfatfri", "resirkulert papir" osv.

Type III - industriens kvantitative miljødeklarasjoner

- Merket forteller om energibruk i produksjonen, om kvantitative utslipp til vann og luft og annen relevant informasjon. Merkingen passer best for "business to business"-kommuni-

kasjon, fordi de numeriske opplysningene er for kompliserte for de fleste forbrukere, og sannsynligvis også for mindre næringsvirksomheter.

I DEEP-prosjektet var vi blant annet opp-tatt av forbrukernes kunnskap om miljømerkingen, og betingelsene for deres tillit til merkene. Undersøkelsen ble foretatt blant forbrukere i Tyskland, Norge, Italia og Spania i 2001. Resultatene viste store forskjeller mellom landene når det gjaldt folks kjennskap til miljømerkene. På åpne spørsmål i et telefonintervju klarte 60 % i Tyskland og 70 % i Norge - uten hjelp - å identifisere henholdsvis Der Blaue Engel og den nordiske Svanen som nasjonale miljømerker. I Italia og Spania var verken de nasjonale merkene eller EU-blomsten kjent av mer enn 5 % av forbrukerne.

Denne dramatiske forskjellen viser at i land hvor en har satset seriøst på miljømerker, har disse fått gjennomslag i forbrukernes bevissthet. Miljømerkede produkters markedsandel er også, for enkelte varegrupper, betydelig i disse landene. I Norden gjelder dette i første rekke papir og husholdskjemikalier, i Tyskland maling og papirprodukter. Dette skyldes først og fremst at det er skapt en vellykket dialog i markedet mellom industri, varehandel, frivillige organisasjoner, miljømerkeorganer og bevisste forbrukere. I Norge, Spania og Tyskland er dessuten resirkuleringsmerkene godt kjent blant folk. Dette gjelder særlig Der Grüne Punkt i Tyskland. På tross av store forskjeller når det gjelder kjennskap til konkrete merker, hadde forbrukerne i alle de fire landene en klar formening om hva som er hovedinnholdet i merkeordningene. Merkene betyr at varene er mindre miljøbelastende enn andre varer, ikke at produktene er uten miljøbelastning overhodet.

Når det gjelder tilliten til merkeregimene, finnes det også store forskjeller mellom de fire landene, men disse er ikke så dramatiske. Det gjennomgående trekk er at tilliten til informasjon fra forbrukerorganisasjonene og miljøorganisasjonene er stor i alle landene. Det samme gjelder tilliten til informasjon fra de vitenskapelige miljøene.

Når det gjelder organiseringen av merkeordninger, har forbrukerne i alle landene størst tillit til forbruker- og miljøorganisasjoner og til uavhengige institusjoner. I den andre enden av skalaen kommer produsentene og varehandelen. Merkeordninger som er administrert av næringslivet har liten støtte blant forbrukerne. Også her er det små forskjeller mellom landene. Vi registrerer også at EU-kommisjonen har langt sterkere tillit enn de nasjonale regjeringene i Italia og Spania, mens situa-



Eivind Stø, SIFO

sjonen er den motsatte i utenforlandet Norge. Det er også verd å merke seg at tillitsnivået generelt sett er høyere i Tyskland og Norge enn i Italia.

Hovedkonklusjonen fra DEEP-prosjektet er at merkeordningene har et stort potensial i Europa. Det er imidlertid en økende tendens til å erstatte andre viktige forbrukerpolitiske tiltak med merkeordninger. Dette er en utvikling vi er skeptiske til. Likevel, merking har en sentral plass i europeisk forbruker- og miljøpolitikk. Forutsetningen for at en merkeordning skal kunne fungere, er blant annet:

- Ordningen må være vitenskapelig basert
- Institusjonene som administrer ordningen må være uavhengige av næringsinteresser
- Forbruker- og/eller miljøorganisasjonene må delta aktivt i arbeidet
- Det må etableres en fruktbar dialog i markedet mellom de som administrer ordningen og de som produserer, selger og kjøper produktene.

Avslutningsvis peker også DEEP-prosjektet på at merkeordningene i all hovedsak har en veiledende funksjon når det gjelder kjøp av varer og tjenester, og at de også informerer om resirkulering og kast. På den andre siden ligger det utenfor de eksisterende merkeordningenes "mandat" å veilede forbrukerne når det gjelder anvendelsen av produktene. Dette er problematisk for mange varegruppers vedkommende, fordi de aller største miljøbelastningene ligger i varenes bruksfase og ikke i produksjonsfasen. I en videreføring av merkeordningene bør også dette aspektet tas i betraktning.

Deltakelse i komiteer, råd og utvalg 2004

International Electrotechnical Commission (IEC)

IEC/TC 59: Performance of household electrical appliances

- Home laundry appliances - Anna Risnes (correspondent member)
- Dishwashers - Sigrid K. Helstad
- Ovens and microwave appliances - Tone K. Bergh
- Small electrical household appliances - Tone K. Bergh
- Acoustical noise - Steinar Kristiansen

Comité Européen de Normalisation (CEN)

CEN/TC 248: Textiles

- Fire safety of nightwear - Kirsi Laitala

Comité Européen de Normalisation Electrotechnique (CENELEC)

CLC/TC 59X: Consumer information related to electrical household appliances

- Washing machines - Anna Risnes (correspondent member)
- Dishwashers - Sigrid K. Helstad

CLC/TC 61: Safety of household and similar electrical appliances

WG6 "Temperature of non working surface EN60335-2-9"- Tone K. Bergh

European Association for the Coordination of Consumer Representation in Standardization (ANEC)

Domestic appliances working group

Dishwashers - Sigrid K. Helstad

Embetsmannskomiteé for forbrukerspørsmål (EK-K)

Nordisk konsumentutvalg

Eivind Stø

Styringsgruppen for produktspørsmål

Anna Risnes

Andre

Anthropology of Food. AoF web journal - www.aofood.org

Member of the editorial board -

Virginie Amilien

Member of the scientific committee -

Unni Kjærnes

European Network of Debt Research

Medlem i koordineringsgruppen for nettverket - Christian Poppe

European Credit Research Institute (ECRI) - Consumer Finance Network

Christian Poppe

Forskningsutvalget for økologisk landbruk

Hanne Torjusen & Gunnar Vittersø

GRIP Program for miljø og helsevennlige tekstiler og klær

Medlem i styringsgruppen - Ingun G. Klepp

International Commission for Research in European Food History (ICREFH)

Member of the scientific committee -

Virginie Amilien

International Commission on the Anthropology of Food (ICAF) - ICAF Norway

Gun Roos, Hanne Torjusen & Virginie

Amilien

International Society of Food, Agriculture and Environment (ISFAE)

Vice chair of food and health section -

Virginie Amilien

PKI-Forum (Public Key Infrastructure) Nasjonalt forum for infrastruktur for elektronisk/digital ID og signatur

Gruppe for forbrukerspørsmål - Dag Slettemeås

Scientific Advisory Board of CRIC, University of Manchester

Eivind Stø - member of the board

Sosiologi i dag

Redaksjonsmedlem - Arne Dulstrud

European Sociology Association (ESA)

Working group: Sociology of Consumption

Chair of the working group - Eivind Stø

Mattilsynet

Medlem av Mattilsynets råd - Unni Kjærnes

Standard Norge - Standardiseringsutvalg for finansielle tjenester

Lisbet Berg

Reviewer

Sosiologisk årbok

Jo Helle-Valle

Journal of Industrial Ecology

Harald Throne-Holst

Publikasjoner

Artikler i internasjonale tidsskrift med referee

Amilien, Virginie & Atle Wehn Hegnes (2004). The cultural smell of fermented fish : about the development of a local product in Norway. *Journal of Food, Agriculture & Environment (JFAE)* (www.world-food.net), 2 (1)

Berg, Lisbet (2004). Trust in food in the age of mad cow disease : a comparative study of consumers evaluation of food safety in Belgium, Britian and Norway. *Appetite*, 42, 21-32

Antatt:

Storm-Mathisen, Ardis & Ingun Grimstad Klepp. Reading fashion as age : an analysis of accounts by young teenage girls and grown women on clothing as body and social status. *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*

Henri C. Moll, Klaas Jan Noorman, Rixt Kok, Rebecka Engström, Harald Throne-Holst & Charlotte Clark. Bringing about more sustainable consumption patterns : analysing and evaluating the household metabolism in European countries and cities. *Journal of Industrial Ecology*

Berg, Lisbeth, Elena Ganskau, Bente Halkier, Lotte Holm, Unni Kjærnes, Vera Minina, & Ludmilla Voltchkova. Trust in food safety in Russia, Denmark and Norway. *European Societies*

Artikler i norske tidsskrift med referee

Borchgrevink, Axel & Jo Helle-Valle (2004). En metodologisk evaluering av evalueringsmetoder. *Sosiologi i dag*, 34 (4), 27-48

Klepp, Ingun Grimstad (2004). Farlige farger. *Norsk antropologisk tidsskrift*, 15, 227-240

Brusdal, Ragnhild (2004). Forbruk og finansiering av forbruk blant ungdom. *Tidsskrift for ungdomsforskning*, 4 (1), 105-117

Antatt:

Rysst, Mari. Det koster å være kul : tilhørighet og integrasjon med prislapp? *Tidsskrift for ungdomsforskning*

Artikler i bøker med red.

Amilien, Virginie & Annechen Bugge (2004). Mum had potatoes everyday : transmission of food culture in a Norwegian city. In D. Oddy & L. Petranove (red.) *The diffusion of food culture in Europe since the late eighteenth century*, Prague, Academia Press

Roos, Gun (2004). Nutrition and health. In C. R. Ember & M. Ember (red.) *Encyclopedia of Medical Anthropology: Health and illnesses in the world's cultures*, New York, Kluwer Academic/Plenum Publishers

Vittersø, Gunnar, Bjørn Jansen, Geir Lieblein, Hanne Torjusen & Edvin Østergaard (2004). Organic food initiatives and their transformative power on the conventional food system. In A. Cristovao (red.) *Farming and rural systems research and extension. Proceedings of the 6th European IFSA Symposium, 4-7 April 2004*, Vila Real, Portugal.

Jacobsen, Eivind (2004). The rhetoric of food : food as nature, commodity and culture. In Marianne E. Lien & Brigitte Nerlich (red.) *The politics of food*, Oxford/New York, Berg

Helle-Valle, Jo (2004). Understanding sexuality in Africa : diversity and contextualised dividuality. In Signe Arnfred (red.) *Re-thinking sexualities in Africa*, Uppsala, NAI

Bøker

Døving, Runar (2004). *Rype med lettøl : en antropologi fra Norge*. Oslo, Pax forlag

Rapporter i egne serier

Amilien, Virginie, Tone Kristin Bergh & Sigrid Knutsdatter Helstad (2004). *Tanker fra nye kjøkken : et kulturstudie av 20 nye kjøkken i Oslo i et forbruksperspektiv*. Fagrapport nr. 1-2004, Oslo, SIFO

Berg, Lisbet (2004). *Bivirkninger ved bruk av kosmetiske produkter*. Oppdragsrapport nr. 1-2004, Oslo, SIFO

Berg, Lisbet & Elling Borgeraas (2004). *Hindringer for mobilitet i bankmarkedet*. Fagrapport nr. 2-2004, Oslo, SIFO

Borch, Anita (2004). *Julens betydning*. Prosjektnotat nr. 10-2004, Oslo, SIFO

Brusdal, Ragnhild (2004). *Den kommersielle ungdomstiden : en studie av forbruket til elever i ungdomsskolen og videregående*. Fagrapport nr. 6-2004, Oslo, SIFO

Brusdal, Ragnhild (2004). *Kommersiell oppvekst*. Prosjektnotat nr. 7-2004, Oslo, SIFO

Brusdal, Ragnhild (2004). *Skolestart, en empirisk studie av de forbruksmessige sider ved å begynne på skolen*. Prosjektnotat nr. 8-2004, Oslo, SIFO

Helstad, Sigrid Knutsdatter & Tone Kristin Bergh (2004). *Kan noen hjelpe til med pisking og røring? : funksjonstest av 10 håndmikserer*. Oppdragsrapport nr. 2-2004, Oslo, SIFO

Jacobsen, Eivind (2004). *Private food safety systems : the significance of market structure*. Project Note no 2-2004, Oslo, SIFO

Jacobsen, Eivind (2004). *Corporate food safety systems - motivations*. Project Note no 3-2004, Oslo, SIFO

Jacobsen, Eivind (2004). *Omdømme og troverdighet : private systemer for trygg mat*. Prosjektnotat nr. 5-2004, Oslo, SIFO

Jacobsen, Eivind (2004). *Detaljhandelen og trygg mat : selvregulering, standarder og privat interesseregulering*. Prosjektnotat nr. 4-2004, Oslo, SIFO

Jacobsen, Eivind (2004). *Norsk mat i et åpent marked : konkurransefordeler og ulemper for norske matprodukter ved en liberalisering av handelen med matvarer*. Oppdragsrapport nr. 12 -2004, Oslo, SIFO

Klepp, Ingun Grimstad & Kirsi Laitala (2004). *Vurdering av en gengers passform*. Oppdragsrapport nr. 7-2004, Oslo, SIFO

Laitala, Kirsi (2004). *Fire hazards of clothing related to accidents and consumer habits*. Professional Report no 5-2004, Oslo, SIFO

Lavik, Randi (2004). *Prisforskjeller, prisutvikling og prisspredning i Norge og Sverige - 2002, 2003 og 2004 : merkevarer og typiske grensehandelsvarer*. Fagrapport nr. 3-2004, Oslo, SIFO

Lavik, Randi (2004). *Grensehandlere - annerledes enn andre?* Oppdragsrapport nr. 3-2004, Oslo, SIFO

Lavik, Randi (2004). *Grensehandelen juli, august og september 2004*. Oppdragsrapport nr. 9-2004, Oslo, SIFO

Lavik, Randi (2004). *Lidl og konkurranse*. Prosjektnotat nr. 12-2004, Oslo, SIFO

Mordal, Tove L. (2004). *Virkninger av endringer i plan- og bygningsloven for private tiltakshavere som bygger for eget formål*. Oppdragsrapport nr. 4-2004, Oslo, SIFO

Petersen, Kristine (2004). *Dress med press : en studie av mannlig klesbruk i Stortingssalen*. Fagrapport nr. 7-2004, Oslo, SIFO

Petersen, Kristine (2004). *Menn og husarbeid : perspektiver på studier av maskulinitet i forhold til husarbeid*. Prosjektnotat nr. 9-2004, Oslo, SIFO

Roos, Gun & Margareta Wandel (2004). *Menn og mat*. Prosjektnotat nr. 1-2004, Oslo, SIFO

Slette-meås, Dag (2004). *Brukererfaringer med super-tekst-TV*. Prosjektnotat nr. 6-2004, Oslo, SIFO

Slette-meås, Dag (2004). *Grunnlagsdokument : forbrukervinkling på public key infrastructure (PKI)*. Oppdragsrapport nr. 8-2004, Oslo, SIFO

Terragni, Laura (2004). *Institutional determinants for the production of trust in food in Norway*. Professional Report no 8-2004, Oslo, SIFO

Terragni, Laura (2004). *Main features and actors of the Norwegian food system*. Project Note no 13-2004

Torjusen, Hanne, Unni Kjærnes, Lotte Sangstad & Katherine O'Doherty Jensen (2004). *European consumers' conceptions of organic food : a review of available research*. Professional Report no 4-2004, Oslo, SIFO

Doktoravhandlinger

Bugge, Annechen (innlevert 2004). *Middag : en sosiologisk analyse av den norske midt-dagspraksis*. Avhandling for dr.polit.graden, UiT

Populærvitenskapelige artikler

Døving, Runar (2004). Den hellige matpakke : mat, moral og politikk. NRK *P2-Akademiet*, 164-175

Døving, Runar (2004). En kake for mye : sosiologiske irettesettelser til en kakemons. *Prosa*, 10 (2), 28-31

Retterstøl, Kjetil & Annechen Bugge (2004). Noen resultater fra spørreundersøkelsen om det å leve med FH. *FH-tidsskrift*, 2004 (1)

Foredrag - Internasjonale

Amilien, Virginie (2004). *La cuisine comme territoire : entre famille et consommation*. Paper presented at the ICAF Seminar, University of Bordeaux, November 23, 2004

Amilien, Virginie, Hanne Torjusen & Gunnar Vittersø (2004). *France has champagne, Norway has tjukkmjølk : local views on a local product in a global perspective*. Paper presented at IRSA XI World Congress of Rural Sociology: Globalisation, Risks and Resistance. Working group 17 Quality and identity in food supply chains: new challenges within globalisation, Trondheim, July 25-30, 2004

Amilien, Virginie (2004). *Goûts et couleurs alimentaires : Une présentation de la culture de l'alimentation en Norvège*. Paper presented at le Centre Culturel Français, Oslo, November 3 2004

Borch, Anita (2004). *Gambling at home*. Paper presented at the PhD course Consumption theories, canon and classics, Nyborg/Odense, April 30 - May 4, 2004

Borgen, Svein Ole, Eivind Jacobsen & Anne Moxnes Jervell (2004). *Animal welfare as a food quality attribute*. Paper presented at ISRA XI World Congress of Rural Sociology: Globalisation, Risks and Resistance. Working Group 30 Food: new desires, new concerns and new forms of consumption, Trondheim, July 25-30, 2004

Borgeraas, Elling (2004). *Minstestandard for forbruk : norske erfaringer med kobling mellom standardbudsjettet og sosialpolitikk*. Innlegg holdt ved NMR-seminar om standardbudsjettarbeidet i Norden, Reykjavik, 30. august 2004

Borgeraas, Elling (2004). *Standardbudsjett-tilnærmingen i et nordisk velferdsstatlig perspektiv : teoretisk og empirisk perspektiv på standardbudsjettet*. Innlegg holdt ved NMR-seminar om standardbudsjettarbeidet i Norden, Reykjavik, 30. august 2004

Borgeraas, Elling (2004). *Standardbudsjett-arbeidet i Norge, oppbygging og praktisk anvendelse - inklusiv "grønt budsjett"*. Innlegg holdt ved NMR-seminar om standardbudsjettarbeidet i Norden, Reykjavik, 30. august 2004

Borgeraas, Elling, Eivind Stø & Christian Poppe (2004). *Research to the benefit of consumers?* Paper presented at the 2004 Marketing and Public Policy Conference, Marriott University Park, Salt Lake City, May 21-22, 2004

Brusdal, Ragnhild (2004). *The impact of characteristics of self and consumption of cloths on self-positioned popularity among boys and girls*. Paper presented at the ESA workshop on Sociology of Consumption, Copenhagen, August 26-28, 2004

Dulsrud, Arne (2004). *Consumer attitudes to animal welfare*. Paper presented at the workshop Animal welfare in fisheries and aquaculture, Bergen Aquarium, Bergen, December 6-7, 2004

Døving, Runar (2004). *Grown-up children : the eternal obligation to support*. Paper presented at the conference Housework: Labour, consumption, agency, Rosendal, May 26-28, 2004

Helle-Valle, Jo (2004). *ICT entertainment at home : an analytical exploration of the importance of context and dividuality*. Paper presented at the 3rd ETE workshop, Sophia-Antipolis, France, January 29-30, 2004

Helle-Valle, Jo (2004). *ICTs in the home - at home or out of context?* Paper presented at the research seminar Domestication and the consumption of new media technologies. Aalborg, November 1-2, 2004

Klepp, Ingun Grimstad (2004). *Modern demonstrations of feminine purity : an attempt to understand the growth of laundry*. Paper presented at the conference Housework: Labour, consumption, agency, Rosendal, May 26-28, 2004

Kjærnes, Unni (2004). *Conditions for consumer trust*. Paper presented at the Organic HACCP project meeting, Bern, January 13-14, 2004

Kjærnes, Unni (2004). *Consumer trust in food under varying social and institutional conditions*. Meeting in NATO committee on food security, Brussels, January 23, 2004

Kjærnes, Unni (2004). *Consumer trust and institutional conditions*. Presentation at the Sociology Department at St.Petersburg State University, St.Petersburg, February 3, 2004

Kjærnes, Unni (2004). *Consumer trust in food*. Paper presented at the EUFIC Workshop on food risk communication, Cork, June 1-2, 2004

Kjærnes, Unni (2004). *Consumer trust in food : a European study of the social and institutional conditions for the production of trust*. Paper presented at the Meeting on projects on consumers and food, the European Commission, DG Research, Brussels, June 10, 2004

Kjærnes, Unni (2004). *Presentation of TRUSTINFOOD project : I. The aims, contents and preliminary results from project. II. Food safety and nutrition - different approaches, dilemmas and conflicts*. Paper presented at the BEUC food officer meeting, Paris, June 11, 2004

Kjærnes, Unni (2004). *Trust and distrust : cognitive decisions or social relations?* Paper presented at the ESA workshop on the Sociology of Consumption, Copenhagen, August 26-28, 2004

Kjærnes, Unni (2004). *Consumer trust in food : a social and relational approach*. Paper presented at the ESA workshop on Sociology of Consumption, Copenhagen, August 26-28, 2004

Kjærnes, Unni (2004). *Food consumers and trust relations*. Paper presented at the Integration meeting in Welfare Quality. Leuven, August 31, 2004

Kjærnes, Unni (2004). *Trust in food - how to assess the different roles of consumers : discussion of an approach on the basis of a comparative study*. Paper presented at Karlsruher Ernährungstage, BFEL, Karlsruhe, Oktober 10-12, 2004

Kjærnes, Unni (2004). *Consumer trust in food - in Europe and in the Nordic countries : safe and wholesome food*. Paper presented at the Conference of the Nordic Council of Ministers, Reykjavik, October 14-15, 2004

Kjærnes, Unni (2004). *Consumer trust in food : introduction to the project and presentation of survey results on variations in trust*. Paper presented at Consumer trust in food: Final report conference, Brussels, November 22, 2004

Kjærnes, Unni (2004). *Consumer trust and food security issues in Europe*. Paper presented at the seminar "Ernæringsvorsorge in Europa - Risikoszenarien", Teilnehmerstaaten, die an der NATO-Partnerschaft für den Frieden partizipieren, Wien, November 30, 2004

Poppe, Christian (2004). *Payment problems in Norway*. Paper presented at the ECRI Consumer Finance Network Meeting, Brussels, October 27, 2004

Retterstøl, Kjetil, Leif Ose & Annechen Bugge (2004). *Self reported side-effects among 220 patients with familial hypercholesterolemia treated with statins for a mean duration of 14 years*. 10th Annual Scandinavian Atherosclerosis Conference, The Scandinavian Society for Atherosclerosis Research (SSAR), Copenhagen, Denmark, June 3-6, 2004

Roos, Gun (2004). *Health-enhancing activities and health promotion : lay perspectives among Norwegian male carpenters, drivers and engineers*. Poster at the 8th Nordic Nutrition Conference, Tønsberg, June 20-23, 2004

Roos, Gun (2004). *Who has the responsibility and what should be done?: public debate on obesity prevention strategies and measures*. Poster at the 12th Annual European Public Health Association Meeting, Oslo, October 7-9, 2004

Roos, Gun, Arne Dulsrud & Anders Nyberg (2004). *The meaning of information on traceability of fish for establishment of consumer trust*. Paper presented at the 2nd International seminar on political consumerism, Oslo, August 26-29, 2004

Slette-meås, Dag (2004). *The family living-room - a final battleground for digital tech-*

nology? Paper presented at the research seminar Domestication and the consumption of new media technologies, Aalborg, November 1-2, 2004

Stø, Eivind, Dag Slette-meås & Eivind Jacobsen (2004). *Giving Internet-shopping 'a sense of place' : integration of virtual and physical market places*. Paper presented at the 3rd ETE-workshop, Sophia-Antipolis, France, January 29-30, 2004

Stø, Eivind, Pål Strandbakken, Harald Throne-Holst & Gunnar Vittersø (2004). *Potentials and limitation of environmental information to individual consumers*. Paper presented at the 9th European Roundtable on Sustainable Consumption and Production, Bilbao, Spain, May 12-14 2004,

Stø, Eivind, Pål Strandbakken, Harald Throne-Holst & Gunnar Vittersø (2004). *Potentials and limitation of environmental information to individual consumers*. Paper presented at the ESA workshop on Sociology of Consumption, Copenhagen, August 26-28, 2004

Terragni, Laura (2004). *Making choices of ethical consumption : factors that can affect patterns of political consumerism besides specific consumers attitudes and orientations*. Paper presented at the Consumer Citizenship Network conference "Using, choosing or creating the future?", Paris, March 1-2, 2004

Terragni, Laura & Unni Kjærnes (2004). *Ethical consumption in Norway : why is it so low?* Paper presented at the 2nd International seminar on political consumerism, Oslo, August 26-29, 2004

Torjusen, Hanne, Bjørn Jansen, Geir Lieblein, Gunnar Vittersø & Edvin Østergaard (2004). *Subscription of organically produced food in a food system perspective : implications for sustainability*. Paper presented at the ESA workshop on Sociology of Consumption, Copenhagen, August 26-28, 2004

Vittersø, Gunnar; Bjørn Jansen, Geir Lieblein, Hanne Torjusen & Edvin Østergaard (2004). *Do organic food system initiatives transform the conventional food system, or are they - on the contrary - conventionalised?* Paper presented at the IRSA XI World Congress of Rural Sociology Globalisation, Risk and Resistance, Working group 15: The contribution of new food supply chains to sustainable rural development, Trondheim, July 25-30, 2004

Vittersø, Gunnar; Bjørn Jansen, Geir Lieblein, Hanne Torjusen & Edvin Østergaard

(2004). *Organic food initiatives and their transformative power on the conventional food system*. Paper presented at the 6th IFSA European Symposium on farming and rural systems research and extension, Vila Real, Portugal, April 4-7, 2004

Foredrag - Nasjonale

Amilien, Virginie (2004). *Tradisjonell norsk matkultur i et mentalitetshistorisk perspektiv*. Forelesning holdt ved Norges landbruks-høgskole, Ås, 21. april 2004

Amilien, Virginie (2004). *Eating out : fremveksten av norsk restaurantkultur*. Forelesning holdt ved Institutt for kulturstudier, UiO, 28. april 2004

Amilien, Virginie (2004). *Askeladden i kappestridd med trollet, eller noen perspektiver på lokal mat i Norge*. Foredrag holdt ved NBG Smakeriet, Røros, 15.-16. oktober 2004

Bergh, Tone Kristin & Sigrid Knutsdatter Helstad (2004). *Teknikk og funksjon i hverdagen*. Foredrag holdt ved etterutdanningskurs for lærere i heimkunnskap, Kongsberg, 24. april 2004

Bugge, Annechen (2004). *"Vi spiser vanlig norsk mat"*. Forelesning holdt ved Institutt for kulturstudier, UiO, 21. april 2004

Bugge, Annechen (2004). *Matlaging - en tankefull og komplisert praksis*. Foredrag holdt ved Avdeling for preventiv kardiologi, Senter for forbyggende kardiologi, Senter for forebyggende medisin, Ullevål Universitetssykehus, Oslo, 27. september 2004

Bugge, Annechen (2004). *Middagen som arena for sosialisering og oppdragelse*. Foredrag holdt ved konferansen Skolen som helsefremmende arene - med fokus på mat og måltider. HiA, Lillestrøm, 28. oktober 2004

Bugge, Annechen (2004). Dessertmåltidet sosiale og kulturelle betydning. Foredrag holdt ved Tines kurs "Med sans for det søte", Oslo, 9. november 2004

Bugge, Annechen (2004). *Mat, måltider og hverdagsliv*. Foredrag holdt for Norgesgruppen, Oslo, 17. november 2004

Bugge, Annechen (2004). *På sporet av det norske julekjøkkenet*. Foredrag holdt for NFR, Divisjon for store satsninger, Oslo, 17. desember 2004

Bugge, Annechen (2004). *På sporet av det norske julekjøkkenet*. Foredrag holdt ved Rikshospitalet, medisinsk avdeling, Lipidklinikken, Oslo, 21. desember 2004

- Borch, Anita (2004). *Borte - hjemme - uavgjort? : når hjemmet blir arena for digitale pengespill*. Foredrag holdt ved 4. nordiske konferanse om spilleavhengighet, Stiftelsen Nordiska Sällskapet för Upplysning om Spelberoende, SNSUS, Lillehammer, 29.-30. mars 2004
- Borgeraas, Elling (2004). *Minstestandard for forbruk - en standard for sosialhjelp*. Paper presentert ved NOVA, Oslo, 11. mars 2004
- Borgeraas, Elling (2004). *Bruttonorm for økonomisk sosialhjelp - en vellykket reform?* Paper presentert for Fredrikstad kommune, 6. juli 2004
- Borgeraas, Elling (2004). *Kreft og levekår - noen grunnleggende perspektiver*. Foredrag holdt for Kreftforeningen, Oslo, 4. november 2004
- Dulsrud, Arne (2004). *Å sette pris på hylleplassen*. Foredrag holdt ved NFR, Marked og samfunn, Oslo, 16.-17. mars 2004
- Dulsrud, Arne (2004). *Hvem er redd for Lidl?* Foredrag holdt ved Cerealdagen 2004, Matforsk, Ås, 3. juni 2004
- Dulsrud, Arne (2004). *Tåler JM dagens lys?* Foredrag holdt ved FK-konferansen, Oslo, 9. september 2004
- Dulsrud, Arne & Jan Roar Beckstrøm (2004). *Innkjøpssystemer i dagligvarekjedene : virker ordninger for "kjøp av hylleplass" hemmende eller fremmende for konkurransen? Virker de til forbrukernes beste?* Foredrag holdt ved NFR, Oslo, 26. oktober 2004
- Døving, Runar (2004). *Fortsatthypotesen - og andre sosiologiske rammefortellinger*. Paper presentert ved Vinterseminar 2004 Sosiologiens språk og ytringsformer, Gausdal, 9. januar 2004
- Døving, Runar (2004). *Hvorfor vil ikke den norske fiskeribransjen gi forbrukerne fersk fisk når det er det de vil ha?* Foredrag holdt ved matseminar, Fiskeridepartementet, Oslo, 22. januar 2004
- Døving, Runar (2004). *Rype med lettøl*. Foredrag holdt ved Akademisk friminutt, Tanum, Blindern, 29. januar 2004
- Døving, Runar (2004). *Fra rype til høne : etkapsritualets statustransformasjon av kvinnen*. Foredrag holdt for hovedfagsstudenter i sosialantropologi, UiO, Oslo, 18. februar 2004
- Døving, Runar (2004). *Kjernefamiliens evige mas i individualismens tidsalder*. Foredrag holdt ved Likestillingscenteret
- seminar Tids- eller modernitetsklemme? Oslo, 19. mars 2004
- Døving, Runar (2004). *Grensehandel, mat og makt*. Foredrag holdt ved Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF), Oslo, 24. mars 2004
- Døving, Runar (2004). *Middelklassens begrensninger*. Foredrag holdt for Sosialistisk ungdom, Blindern, Oslo, 29. april 2004
- Døving, Runar (2004). *I alle sine dager : om Mette-Marit som gifter seg over sin stand*. Paper presentert ved antropologenes årskonferanse, Oslo, 8. mai 2004
- Døving, Runar (2004). *Gucci eller rype*. Debatt ved InterCity, Oslo, 1. juni 2004
- Døving, Runar (2004). *Sjømatpotensialet i det norske markedet*. Foredrag holdt for Eksportutvalget for fisk, Oslo, 16. juni 2004
- Døving, Runar (2004). *Framtidens konsumenter - forbrukertrender i 2004*. Foredrag holdt for prosjektet Torskens framtid, FHL, Tromsø, 23. august 2004
- Døving, Runar (2004). *Hvordan øke sjømatomsetningen i Norge?* Foredrag holdt ved "Fiskens dag" under Matfestivalen i Ålesund, 26. august 2004
- Døving, Runar (2004). *Norge et herremåltid. Mat og nasjonal identitet*. Foredrag holdt ved alumni Institutt for kulturstudier, UiO, Oslo, 4. september 2004
- Døving, Runar (2004). *Hvordan tilnærme seg trendindustrien med et kritisk blikk?* Foredrag holdt ved Journalisthøgskolen, Oslo, 16. september 2004
- Døving, Runar (2004). *Fest uten fyll er møte*. Kåseri ved lansering av kampanjen Alvorlig talt, Sosial- og helsedirektoratet, Oslo, 21. oktober 2004
- Døving, Runar (2004). *Forbrukeradferd - myter og realiteter*. Foredrag holdt ved Emballasjedagene, Sandefjord, 28.-29. oktober 2004
- Døving, Runar (2004). *Antropologer i arbeid*. Samtale med Marianne Lien for antropologistudenter, UiO, 11. november 2004
- Døving, Runar (2004). *Norsk alkoholkultur og bryggerienes omgåelse av alkoholloven*. Foredrag holdt ved Forbundet mot rusgifts 100-års jubileum, Oslo, 12. november 2004
- Døving, Runar (2004). *Forbrukeradferd - lojalitet eller vaner*. Foredrag holdt ved Dialogforum, Oslo, 28. november 2004
- Helstad, Sigrid Knutsdatter (2004). *Teknologi og design - tradisjon og fornyelse*. Foredrag holdt på konferanse for lærere i heimkunnskap, Kongsberg, 24. april 2004
- Jacobsen, Eivind (2004). *Forbrukernes forventninger til myndigheter og industri*. Foredrag holdt ved Emballasjekonvensjonens årsmøte, Matforsk, Ås, 23. mars 2004
- Jacobsen, Eivind (2004). *Trygg mat - tillit og troverdighet : nye utfordringer*. Foredrag holdt ved Matpolitiske forbrukerpanelers dialogkonferanse, Asker 24.-25. april 2004
- Jacobsen, Eivind (2004). *Økologisk mat : fra flaskehals til nye åpninger*. Foredrag holdt ved temadagen Økologi til folket, Matforsk, Ås, 13. oktober 2004
- Jacobsen, Eivind (2004). *Forbrukermakt over maten?* Foredrag holdt ved kurset Trygg mat - Forbrukerhensyn, helse og miljø, Nettverk for mat og miljø, Valdres, 16. oktober 2004
- Jacobsen, Eivind (2004). *Økologisk mat : fra flaskehals til nye åpninger*. Foredrag holdt ved Rådet for økologisk landbruk, 26. november 2004
- Kjærnes, Unni (2004). *Hvem får forbrukernes tillit? Trust in food : en undersøkelse av forutsetninger for forbrukertillit til mat i Europa*. Foredrag holdt ved en konferanse for Kvalitetssystem i landbruket (KSL), Fag-senteret for kjøtt, Oslo, 28. april 2004
- Kjærnes, Unni (2004). *Forbrukerne i fokus i EUs 6.rammeprogram - erfaringer og muligheter*. Foredrag holdt ved NFRs konferanse "EUs forskning for matvarekvalitet og -trygghet", Oslo, 19. august 2004
- Kjærnes, Unni (2004). *Forbrukertillit til mat i Europa. Hva mener forbrukerne om ulike aktører i matsystemet? : "Nye trender - nye produkter"*. Foredrag holdt ved en konferanse for næringsmiddelindustrien arrangert av MultiChem Wallinco AS, Olavsgaard, 3. november 2004
- Kjærnes, Unni (2004). *Mistillit? : forutsetninger for forbrukeres tillit og mistillit til mat i Europa*. Paper presentert ved seminar med forbrukerinstusjonene om forbrukerpolitikk, SIFO, 17. november 2004
- Klepp, Ingun Grimstad (2004). *Kvinner klær og klesvask*. Foredrag holdt ved Romsdalsmuseet, Molde, 8. mars 2004
- Klepp, Ingun Grimstad (2004). *Hvorfor kvinner vasker klær?* Foredrag holdt ved Likestillingscenteret, Oslo, 10. mars 2004
- Klepp, Ingun Grimstad (2004). *Det hygieniske argument for vask av kropp og klær*.

Foredrag holdt ved Brochmann-seminaret 2004, Norsk teknisk museum, Oslo, 23.-24. september 2004

Lavik, Randi (2004). *Grensehandelen - rasjonalitet mer enn ren galskap?* Foredrag holdt ved NFR Marked og samfunn, 16.-17. mars 2004

Lavik, Randi & Runar Døving (2004). *Fenomenet grensehandel - rasjonalitet eller galskap?* Formidlingskonferanse, NRF Marked og samfunn, Oslo, 26. oktober 2004

Mordal, Tove L. (2004). *Virkninger av plan- og bygningsloven for private tiltakshavere som bygger for eget formål.* Orientering om SIFOs byggesaksprosjekt til NFR Programstyre for evaluering av plan- og bygningsloven, Oslo, 30. januar 2004

Mordal, Tove L. (2004). *Resultater fra SIFOs byggesaksprosjekt : virkninger av plan- og bygningsloven for private tiltakshavere som bygger for eget formål.* Forsker-workshop om plan- og bygningsloven, Forskningsparken, Oslo, 25. mai 2004

Mordal, Tove L. (2004). *Barnehagetilbud som dekning av behov hos barn og foreldre.* Foredrag holdt ved Nasjonalt seminar i det nasjonale nettverket til prosjektet Det moderne barnet og det fleksible arbeidslivet, Trondheim, 8.-9. september 2004

Mordal, Tove L. (2004). *Har reformen gjort det lettere å være privat engangsbyggerherre?* Foredrag holdt ved temaseminaret Evaluering av plan- og bygningsloven om byggesaksreformens omstillinger og omkostninger, NFR, Divisjon for store satsinger, Oslo 12. november

Poppe, Christian (2004). *Mestring av betalingsvansker : en oppvisning i umoral, eller... ?* Foredrag holdt for Lindorff, Oslo, 28. april 2004

Poppe, Christian (2004). *Mestring av betalingsvansker : en oppvisning i umoral, eller... ?* Foredrag holdt for Kreditorforeningen, Oslo, 10. november 2004

Strandbakken, Pål (2004). *Forbrukermakt over maten?* Foredrag holdt for Grønn hverdag, Hvaler, 29. september 2004

Stø, Eivind (2004). *Begrensninger og forutsetninger for folks etiske engasjement i forbrukersammenheng.* Foredrag holdt ved BFs etikkseminar, 12. januar 2004

Stø, Eivind (2004). *Trender i forbrukskulturen.* Innlegg på Forbrukerombudets internseminar, Oslo, 4. oktober 2004

Stø, Eivind (2004). *Trender og mottrender i forbrukskulturen.* Innlegg på Forbrukerrå-

dets samling på Lillehammer, 2. november 2004

Stø, Eivind (2004). *Forbrukertrender som utgangspunkt for strategidiskusjoner.* Foredrag holdt på Felleskjøpets strategikonferanse, Trondheim, 13. desember 2004

Kronikker og avisartikler

Amilien, Virginie & Mari Rysst (2004). Hal-loween - den nye barnefesten. *VG* 30/10

Beckstrøm, Jan Roar (2004). EU vs. Coca-Cola bør få følger i Norge. *Dagens Næringsliv* 1/11

Borch, Anita (2004). Julens bakside. *VG* 7/12

Bugge, Annechen, Gun Roos & Virginie Amilien (2004). Hvor farlig er McDonalds? *VG* 20/9

Døving, Runar (2004). Alltid et slit og være gift. *Aftenposten* 25/2

Døving, Runar (2004). Et sunt skolemåltid. *VG* 18/9

Døving, Runar (2004). Velkommen Lidl. *Nationen* 27/9

Døving, Runar (2004). Forbrukssamfunnets syndefall. *Klassekampen* 8/11

Jacobsen, Eivind (2004). Forbrukerretting eller bukken som passer havresekken. *Nationen* 14/1

Jacobsen, Eivind (2004). Hertuginnens omfavnelser. *Forbrukerrapporten* 2004 (1)

Jacobsen, Eivind, Arne Dulsrud & Randi Lavik (2004). Prismåling i nye dagligvare-Norge. *VG* 3/10

Jacobsen, Eivind (2004). Er det forbrukerne som redder regnskogen? *Forbrukerrapporten* 2004 (7)

Lavik, Randi (2004). Grensehandlere - annerledes enn andre? *Nationen* 29/6

Rysst, Mari (2004). Myten om den tapte barndommen. *Dagbladet* 26/11

Throne-Holst, Harald (2004). Bærekraftig forbruk. *Dagsavisen* 1/12

Throne-Holst, Harald (2004). Forbruk med god samvittighet? *Vårt Land* 28/12

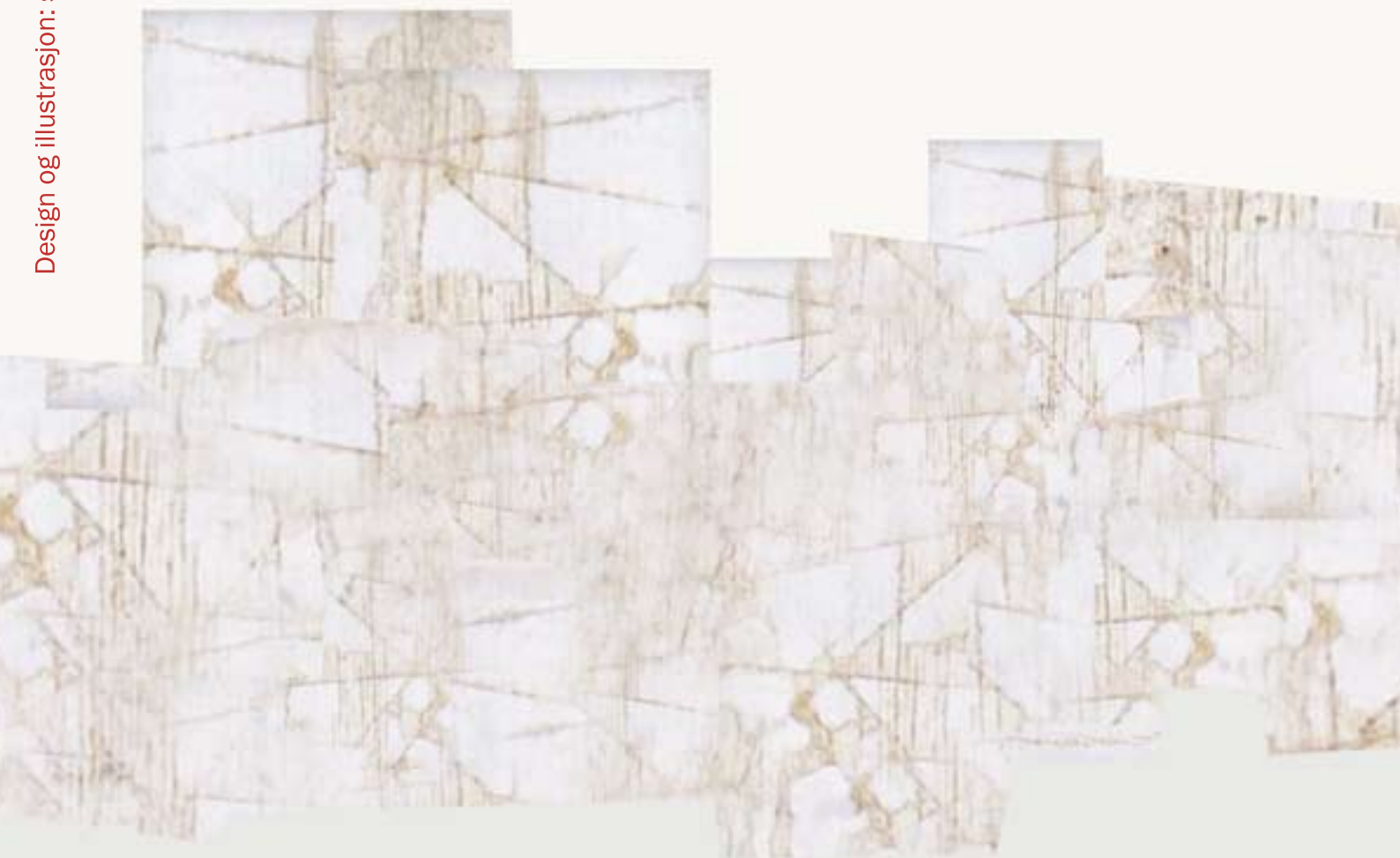
Strandbakken, Pål (2004). Forbrukerskeren som kverulant. *Forbrukerrapporten* 2004 (4)

Serie om merkevarebygging i Dagens Næringsliv

Døving, Runar (2004). Skjult reklame. *Dagens Næringsliv* 10/1, 11/1
Døving, Runar (2004). Bransjen faller i fisk. *Dagens Næringsliv* 20/2
Døving, Runar (2004). HSH-stolt og Harry. *Dagens Næringsliv* 27/4
Døving, Runar (2004). Jerniamannen. *Dagens Næringsliv* 15.-17. mai 2004
Døving, Runar (2004). Turismens kringler. *Dagens Næringsliv* 21/7
Døving, Runar (2004). Homosegmentet. *Dagens Næringsliv* 21/8, 22/8
Døving, Runar (2004). Vann fra springen. *Dagens Næringsliv* 16/9
Døving, Runar (2004). Singelsamfunnets vekst og fall. *Dagens Næringsliv* 20/8
Døving, Runar (2004). Ship o'hoi. *Dagens Næringsliv* 27/12

SIFO's nye nettsider:





Statens institutt for forbruksforskning

Postboks 4682 Nydalen 0405 Oslo

Besøksadresse: Sandakerveien 24C Bygg B Tlf: 22 04 35 00 Fax: 22 04 35 04

e-mail: sifo@sifo.no internet: www.sifo.no