

RAPPORT FRA KONTORET FOR INTERVJUUNDERSÖKELSER

Nr. 10

Reklamesendinger i postkassene

1969

STATISTISK SENTRALBYRÅ
OSLO

TA/TK, 10/4-70

RAPPORT FRA KONTORET FOR INTERVJUUNDERSØKELSER Nr. 10

Reklamesendinger i brevkassene 1969

Feilsettinger:

- 1) Side 10, første linje: 74 prosent skal være 78 prosent
- 2) Side 10, 19. linje: Under 20 år skal være 20-29 år
- 3) Side 10, 29. linje: 8 prosent skal være 7 prosent

RAPPORT FRA KONTORET FOR INTERVJUUNDERSØKELSER

NR. 10

R E K L A M E S E N D I N G E R I B R E V K A S S E N E 1969

Statistisk Sentralbyrå

Oslo 1970

FORORD

Undersøkelsen om reklamesendinger i brevkassene er utført etter oppdrag av og planlagt i samarbeid med Postdirektoratet.

Oversikten er skrevet av førstesekretær Terje Assum.

Statistisk Sentralbyrå, Oslo, 31. mars 1970

Petter Jakob Bjerve

Sverre Hove

INNHold

	Side
O v e r s i k t	
I. Formålet med undersøkelsen	7
II. Opplegg av undersøkelsen	7
1. Utvalg	7
2. Definisjoner m.v.	7
III. Gjennomføringen av undersøkelsen	8
1. Feltarbeidet	8
2. Spørreskjemaet og dagboken	8
IV. Feilkilder	8
1. Varians, feilmarginer	8
2. Frafall	9
3. Erstatninger	9
V. Resultater	10
T a b e l l r e g i s t e r	12
V e d l e g g	
1. Spørreskjema	25
2. Dagbok	31

S t a n d a r d t e g n

- 0 Mindre enn en halv av den brukte enhet
- Null
- : Tall kan ikke offentliggjøres

O V E R S I K T

I. Formålet med undersøkelsen

Formålet med undersøkelsen har vært å skaffe til veie opplysninger om omfanget av reklamesendinger som publikum mottar i brevkassene, om dette reklamemateriellet blir lest og publikums holdning til slike reklamesendinger.

II. Opplegg av undersøkelsen

1. Utvalg

Utvalget er et tilfeldig to-trinnsutvalg. Første trinn består av 93 utvalgsområder som er trukket tilfeldig blant 1 541 primærområder stratifisert geografisk (5 handelsfelter, men Oslo, Bergen og Trondheim særskilt) og etter næringsstruktur i 53 strata. For hvert av de 13 strata i Oslo, Bergen og Trondheim er det trukket ett utvalgsområde, mens det i de øvrige 40 strata er trukket to utvalgsområder pr. stratum.

Utvalget på annet trinn er trukket på grunnlag av adresser fra navn- og adresseregisteret over befolkningen i utvalgsområdene. Inndelingen i adresser svarer i store trekk til husholdning.

2. Definisjoner m.v.

En husholdning omfatter personer som bor i samme leilighet.

Som hovedperson er normalt regnet den person i husholdningen som har størst inntekt. I husholdninger med voksne barn som har egen inntekt, er som regel den ene av foreldrene regnet som hovedperson. De øvrige personers stilling i husholdningen er fastlagt ut fra deres slektskapsforhold til hovedpersonen.

I de fleste tilfelle går de kjennetegnalternativene som er brukt, fram av spørreskjemaet som er tatt inn som vedlegg. Nedenfor er gitt merknader til en del sentrale kjennetegn.

Yrke er gruppert etter yrkesfelt i Standard for yrkesklassifisering i offentlig norsk statistikk, med følgende endringer: 1) Administrasjons- og forvaltningsarbeid, bedrifts- og organisasjonsledelse er slått sammen med Kontorarbeid og Handelsarbeid. 2) Gruve- og sprengningsarbeid m.m. er slått sammen med Industri-, bygge- og anleggsarbeid. 3) Militært arbeid og arbeidskraft som ikke kan identifiseres, er slått sammen med Servicearbeid. For ikke yrkesaktive er det skilt mellom pensjonister og trygdede på den ene siden og andre ikke yrkesaktive på den annen.

Familieinntekt er hovedpersonens og eventuelle ektefelles samlede antatte inntekt i 1968. Se spm. 15 i vedlagte spørreskjema.

Kommunetype er en gruppering av utvalgsområdene i byer og herreder. Utvalgsområdene i byene er gruppert etter byenes innbyggertall, og utvalgsområdene i herredene er gruppert etter om utvalgsområdene hovedsakelig er tettbygd eller spredtbygd. Som spredtbygd regnes all bebyggelse med større avstand enn 50 meter til nærmeste nabo og dessuten hussamlinger med færre enn 200 personer. Med hussamling forstås bebyggelse med mindre enn 50 meter mellom husene. Som tettbygd regnes alle hussamlinger med minst 200 personer. Utvalgsområdene er gruppert som tettbygd eller spredtbygd etter om de fleste personer bor i tettbebyggelse eller ikke.

Postsone er en administrativ inndeling av landet som Postverket bruker. Sonenummeret tilsvarende første siffer i poststedenes postnummer. Sone 0 omfatter poststeder i Oslo-området som ikke har postnummer.

III. Gjennomføringen av undersøkelsen

1. Feltarbeidet

Undersøkelsen bestod av to deler, et intervju og en registrering av antall mottatte reklamesendinger. Intervjuingen ble foretatt i tidsrommet 18.- 31. oktober 1969 og registreringen eller dagbokføringen over mottatte reklamesendinger ble foretatt i perioden 2.- 15. november.

Husholdninger hvor ingen var å treffe ved første besøk, ble oppsøkt minst to ganger til før de ble regnet som frafall. Det ble oppnådd intervju med i alt 1 882 husholdninger eller 90 prosent av de uttrukne 2 080 husholdningene. Nærmere om frafallet, se pkt. IV 2.

I visse tilfelle er uttrukne husholdninger erstattet med andre. Det ble gjort i 80 tilfelle. Avgjørelsen om en husholdning skulle erstattes er alltid tatt i Statistisk Sentralbyrå. Nærmere om erstatninger, se pkt. IV 3.

2. Spørreskjemaet og dagboken

Spørreskjemaet og dagboken følger som vedlegg til publikasjonen. Det var vanligvis husmoren som ble intervjuet på vegne av husholdningen. Når det ikke var husmor i husholdningen eller husmoren ikke var til stede, ble en annen voksen person intervjuet. Intervjuobjektet ble spurt om hun (han) var villig til å føre dagbok over de reklamesendinger husholdningen kom til å motta i perioden 2.- 15. november. I alt 1 720 husholdninger var villige til å føre dagbok. Disse fikk utlevert dagbok og frankert konvolutt som dagboken skulle returneres i. Av dem som var villige til å føre dagbok, sendte 1 447 inn dagboken i utfylt stand.

IV. Feilkilder

1. Varians, feilmarginer

Resultatene av en utvalgsundersøkelse vil være beheftet med visse feil som skyldes at bare en del av befolkningen - og ikke hele - blir undersøkt. Når utvalget er trukket tilfeldig, er det mulig å beregne hvor store feil av denne typen en teoretisk kan ha i resultatene. Som mål for denne feil eller usikkerhet nyttes varians eller standardavvik. Standardavvik er definert som kvadratroten av variansen og er et mål for det gjennomsnittlige avvik mellom tenkte observerte verdier og den sanne verdi av et kjennetegn.

I tabell A er beregnet standardavviket for den relative hyppighet (prosentandel) ved hjelp av en tilnæringsformel¹⁾.

Tabell A Standardavviket i prosent

Tallet på observasjoner	Relativ hyppighet regnet i hele prosent					
	5(95)	10(90)	20(80)	30(70)	40(60)	50
50	3,8	5,2	6,9	7,9	8,5	8,7
100	2,7	3,7	4,9	5,6	6,0	6,1
200	1,9	2,6	3,4	4,0	4,2	4,3
300	1,5	2,1	2,8	3,0	3,5	3,5
600	1,1	1,5	2,0	2,3	2,5	2,5
1 000	0,8	1,2	1,5	1,8	1,9	1,9
2 000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
3 000	0,5	0,7	0,9	1,0	1,1	1,1

Not e : 1) Standardavvik = $\sqrt{\frac{p(1-p)}{n}} \cdot 1,5$, hvor p er den relative hyppighet som et kjennetegn opptrer med, n er tallet på observasjoner og 1,5 angir et 50 prosents tillegg til variansen fordi vi nytter et to-trinnsutvalg. Formelen gir erfaringsmessig noe for lite standardavvik for små verdier av p i forhold til teoretisk bedre metoder.

Av tabellen kan avleses standardavviket regnet i prosent når en kjenner den relative hyppighet regnet i hele prosent og tallet på observasjoner (spurte). Tabellen viser at standardavviket i prosent avtar når tallet på observasjoner øker og tiltar med økende relativ hyppighet opp til 50 prosent for deretter å avta. Relativt sett er imidlertid standardavviket størst for de laveste relative hyppigheter og det avtar med stigende relativ hyppighet.

Hvis f.eks. den relative hyppighet er 20 prosent og tallet på observasjoner er 600, er standardavviket etter tabell A 2 prosent. Standardavviket kan nyttes til å beregne feilmarginer på den relative hyppighet. Forutsatt normalfordeling er det en sannsynlighet på 0,68 for at den sanne verdi finnes i intervallet $18-22$ prosent ($20 \pm 1 \cdot \text{standardavvik}$), en sannsynlighet på 0,95 for at den finnes mellom 16 og 24 prosent ($20 \pm 2 \cdot \text{standardavvik}$) og en sannsynlighet på 0,99 for at intervallet 14-26 prosent ($20 \pm 3 \cdot \text{standardavvik}$) dekker den sanne verdi.

2. Frafall

Av de 2 080 husholdningene som ble oppsøkt, ble det oppnådd intervju med 1 882 eller 90 prosent. Av disse 1 882 husholdningene går det bort 64 husholdninger som ikke hadde brevkasse og som derfor ikke kunne uttale seg om reklamesendinger i brevkassene. Det gjenstående materialet består derfor av 1 818 husholdninger. Av disse var 1 720 villige til å føre dagbok. I alt 1 447 husholdninger returnerte dagboken til Statistisk Sentralbyrå.

Frafallet kan føre til skjevheter i resultatene fordi personene i frafallsmassen kan tenkes å ha et annet syn på de spørsmål som reises i undersøkelsen enn de personer som er intervjuet. Virkningene av eventuelle skjevheter på resultatene vil da bli større jo større frafallet er. Årsakene til frafallet går fram av tabell B.

Tabell B. Husholdninger som det ikke ble oppnådd intervju med etter årsak

Uvillig	104
Bortreist, ikke å treffe	59
Sykdom og dødsfall	24
Annet	11
I a l t	198

3. Erstatninger

At de uttrukne husholdningene blir erstattet med andre, kan medføre skjevheter i utvalget hvis de husholdningene som blir erstattet er spesielle med hensyn til en eller flere observasjonsvariable. De husholdninger som kommer med istedenfor de erstattede, er trukket ut tilfeldig på samme måte som utvalget. Erstatningsgrunner var:

- 1) Adressen eksisterer ikke som boligadresse lenger (huset er revet, brent, kondemnert eller tatt i bruk som rent forretningsbygg)
- 2) Leiligheten/huset står tomt (husholdningen flyttet og ingen ny husholdning er flyttet inn)
- 3) Husholdningen (alle medlemmer) er fraværende for minst 3 måneder
- 4) Intervjuobjektet er medlem av felleleshusholdning (gamlehjem, pensjonat, sykehus o.l.)

Erstatning ble i alt gitt i 80 tilfelle. Grunnene til dette går fram av tabell C.

Tabell C. Husholdninger som ble erstattet etter årsak

Adressen eksisterer ikke som boligadresse	4
Leiligheten/huset står tomt	29
Husholdningen fraværende for minst tre måneder	10
Intervjuobjekt var medlem av felleleshusholdning	15
Annet	22
I a l t	80

V. Resultater

74 prosent av husholdningene oppgav under intervjuet at de hadde mottatt reklamesendinger i de to siste ukene. 11 prosent hadde mottatt en reklamesending, 15 prosent hadde mottatt to reklamesendinger, 14 prosent hadde mottatt tre, 12 prosent hadde mottatt fire og 26 prosent hadde mottatt fem eller flere reklamesendinger. Andelen som hadde mottatt reklamesendinger stiger med familieinntekten fra 70 prosent i inntektsgruppen under kr. 10 000 til 88 prosent i gruppen kr. 50 000 og over. I førstnevnte gruppe hadde 16 prosent mottatt fem eller flere reklamesendinger, mens i sistnevnte hadde 41 prosent mottatt fem eller flere reklamesendinger (tab. 1).

44 prosent av intervjupersonene mente at deres husholdning mottok reklamesendinger jevnt fordelt over året, mens 48 prosent mente at det kom særlig mange reklamesendinger til enkelte tider av året (tab. 2).

Av dem som oppgav at de fikk særlig mye til enkelte tider av året, nevnte 58 prosent høsten som den tiden da de fikk særlig mye, 31 prosent nevnte våren, 6 prosent nevnte vinteren og 2 prosent sommeren (tab. 3).

En prosent av husholdningene oppgav at husholdningens brevkasse ofte var overfylt på grunn av reklamesendinger, 11 prosent mente at brevkassen av og til var overfylt og 86 prosent mente at brevkassen aldri var overfylt på grunn av reklamesendinger (tab. 4).

26 prosent av husholdningene likte å få reklamesendinger i brevkassene, 49 prosent var likegyldige og 23 prosent likte det ikke. Andelen som likte sank med intervjupersonens alder fra 35 prosent i aldersgruppen under 20 år til 14 prosent i aldersgruppen 70 år og over (tab. 5).

11 prosent av husholdningene oppgav at de leste reklamesendingene nøye, 56 prosent tittet litt på dem, og 13 prosent så ikke nærmere på dem. 19 prosent sa at det kom an på sendingen. Av dem som likte å få reklamesendinger leste 34 prosent dem nøye, mens to prosent av dem som ikke likte å få reklamesendinger, leste dem nøye (tab. 6).

27 prosent av husholdningsmedlemmene (10 år og over) pleide å lese reklamesendingene. I aldersgruppen 10-19 år var det 40 prosent, i aldersgruppen 20-29 år var det 31 prosent, i aldersgruppen 30-39 år var det 24 prosent, i aldersgruppen 40-49 år var det 23 prosent, og i aldersgruppene 50 år og over var det 19 prosent som pleide å lese reklamesendingene (tab. 7).

76 prosent av husholdningene hadde ikke sendt inn noen kuponger fra reklamesendinger siste år, 9 prosent hadde sendt inn en kupong, 7 prosent hadde sendt inn to kuponger, og 8 prosent hadde sendt inn tre kuponger eller flere (tab. 8).

25 prosent av husholdningene hadde siste år foretatt kjøp av varer eller tjenester som var blitt tilbudt gjennom reklamesendinger i brevkassen. I byer med over 100 000 innbyggere hadde 19 prosent og i spredtbygde herreder hadde 30 prosent foretatt slike kjøp (tab. 9).

I registreringsperioden 2.- 15. november mottok i alt 95 prosent av de husholdningene som sendte inn dagbok, reklamesendinger. Gjennomsnittlig antall mottatte reklamesendinger var 4,5. Gjennomsnittlig antall reklamesendinger stiger med inntekten fra 3,1 i inntektsgruppen under kr. 10 000 til 7,1 i inntektsgruppen kr. 50 000 og over (tab. 10).

61 prosent av husholdningene mottok adresserte reklamesendinger. Gjennomsnittlig antall adresserte reklamesendinger var 1,3. Dette antallet stiger med inntekten fra 0,7 i inntektsgruppen under kr. 10 000 til 2,3 i inntektsgruppen kr. 50 000 og over (tab. 11).

87 prosent av husholdningene mottok ikke-adresserte reklamesendinger. Gjennomsnittlig antall mottatte ikke-adresserte reklamesendinger var 3,3. Dette antallet stiger med inntekten fra 2,5 i inntektsgruppen under kr. 10 000 til 4,8 i inntektsgruppen kr. 50 000 og over (tab. 12).

T A B E L L E R

TABELLREGISTER

	Side
1. Husholdninger etter antall reklamesendinger mottatt i de to siste ukene før intervjuet, for ulike aldrer på hovedpersonen, yrker, antall personer i husholdningen, familieinntekter, hustyper, handelsfelt, kommunetyper og postsoner	13
2. Husholdningenes oppfatning av reklamesendingenes fordeling over året for ulike handelsfelt, kommunetyper, postsoner og antall reklamesendinger i de to siste ukene	15
3. Husholdninger som får særlig mange reklamesendinger til enkelte tider av året etter hvilke årstider de mottar særlig mange reklamesendinger for ulike handelsfelt, kommunetyper, postsoner og antall reklamesendinger i de to siste ukene	16
4. Husholdningenes oppfatning av om brevkassene er overfylt på grunn av reklamesendinger for ulike antall personer i husholdningen, hustyper, kommunetyper, antall reklamesendinger i de to siste ukene og innstillinger til reklame i brevkassen	17
5. Husholdningenes innstilling til å få reklame i brevkassen for ulike aldrer på intervjupersonen, yrker til hovedpersonen og familieinntekter	18
6. Husholdninger etter hvor nøye de studerte reklamesendingene for ulike aldrer på intervjupersonen, yrker til hovedpersonen, familieinntekter og innstillinger til reklame i brevkassen	18
7. Husholdningsmedlemmer (inklusive intervjupersonen) 10 år og over som pleier å lese reklamesendinger for ulike aldrer, stillinger i husholdningen og kjønn beregnet i prosent av alle personer i tilsvarende grupper	19
8. Husholdninger etter hvor mange kuponger fra reklamesendinger de har sendt inn siste år for ulike antall personer i husholdningen, aldrer, familieinntekter, handelsfelt, kommunetyper og antall reklamesendinger i de to siste ukene før intervjuet	20
9. Husholdninger etter hvor mange ganger siste år de har kjøpt varer eller tjenester som er blitt tilbudt gjennom reklamesendinger i brevkassen for ulike antall personer i husholdningen, aldrer, familieinntekter, handelsfelt, kommunetyper og antall reklamesendinger i de to siste ukene	21
10. Husholdninger som sendte inn dagbok etter antall reklamesendinger mottatt 2.- 15. november 1969 for ulike aldrer, yrker, antall personer i husholdningen, familieinntekter, hustyper, handelsfelt, kommunetyper og postsoner	22
11. Husholdninger som sendte inn dagbok etter antall adresserte reklamesendinger mottatt 2.- 15. november 1969 for ulike aldrer, yrker, antall personer i husholdningen, familieinntekter, hustyper, handelsfelt, kommunetyper og postsoner	23
12. Husholdninger som sendte inn dagbok etter antall ikke-adresserte reklamesendinger mottatt 2.- 15. november 1969 for ulike aldrer, yrker, antall personer i husholdningen, familieinntekter, hustyper, handelsfelt, kommunetyper og postsoner	24

Tabell 1. Husholdninger etter antall reklamesendinger mottatt i de to siste ukene før intervjuet¹⁾, for ulike aldrer på hovedpersonen, yrker, antall personer i husholdningen, familieinntekter, hustyper, handelsfelt, kommunetyper og postsoner

	Reklamesendinger i de to siste ukene								Gjennomsnittlig antall reklamesendinger ²⁾	Tallet på husholdninger
	0	1	2	3	4	5 eller flere	Husker ikke, uoppgitt	I alt		
	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.		
HOVEDPERSONENS ALDER										
Under 20 år	:	:	:	:	:	:	:	:	:	5
20 - 29 år	24	13	8	14	12	21	8	100	2,4	139
30 - 39 "	12	10	18	13	13	25	9	100	2,9	296
40 - 49 "	14	12	14	15	12	24	9	100	2,8	451
50 - 59 "	7	14	16	15	13	28	7	100	3,0	391
60 - 69 "	13	9	15	14	9	31	9	100	3,0	354
70 år og over	20	9	11	13	12	25	10	100	2,7	182
HOVEDPERSONENS YRKE										
Teknisk og humanistisk arbeid.	11	7	14	13	13	30	12	100	3,1	152
Adminstrasjon, kontor- og handelsarbeid	10	10	12	16	9	35	8	100	3,2	305
Jord-, skogbruk og fiske	17	14	14	17	11	19	8	100	2,5	246
Transportarbeid	11	11	17	11	17	26	7	100	3,0	158
Industriarbeid og gruvedrift .	13	13	16	12	13	24	9	100	2,8	546
Servicearbeid	18	13	18	12	9	20	10	100	2,5	92
Pensjonister og trygdede	16	11	13	17	10	26	7	100	2,8	258
Andre ikke yrkesaktive	17	5	17	20	10	18	13	100	2,6	40
Uoppgitt	14	5	14	5	14	43	5	100	3,4	21
ANTALL PERSONER I HUSHOLDNINGEN										
1	18	10	16	16	6	21	13	100	2,5	250
2	14	9	11	11	12	32	11	100	3,1	442
3	12	13	15	15	11	26	8	100	2,8	391
4	15	12	14	14	14	27	4	100	2,8	385
5 og over	9	13	18	16	14	21	9	100	2,8	350
FAMILIEINNTTEKT										
Under kr. 10 000	22	14	16	14	10	16	8	100	2,3	263
Kr. 10 000 - 19 900	17	14	13	15	9	21	11	100	2,5	366
" 20 000 - 29 900	12	13	18	13	12	24	8	100	2,8	562
" 30 000 - 39 900	10	8	13	15	13	34	7	100	3,2	332
" 40 000 - 49 900	8	11	7	13	19	34	8	100	3,4	131
" 50 000 og over	7	5	14	16	12	41	5	100	3,5	110
Uoppgitt	15	9	11	11	6	28	20	100	2,9	54
HUSTYPE										
Våningshus på gardsbruk	22	14	15	15	9	19	6	100	2,3	351
Annen frittliggende enebolig .	11	14	19	14	14	19	9	100	2,7	687
To- til firemannsbolig, rekke- eller kjedehus	15	9	12	16	10	26	12	100	2,9	428
Boligblokk (bygård)	7	5	9	10	13	49	7	100	3,8	305
Annen hustype	17	12	12	19	2	29	9	100	2,7	42
Uoppgitt	:	:	:	:	:	:	:	:	:	5
HANDELSFELT										
Oslo	8	6	8	10	12	52	4	100	3,8	248
Østre handelsfelt (ekskl.Oslo)	14	13	16	15	13	20	9	100	2,7	772
Bergen	9	9	17	24	3	33	5	100	3,1	58
Vestre handelsfelt (ekskl. Bergen)	13	12	16	14	10	20	15	100	2,7	333
Trondheim	4	2	4	14	16	50	10	100	4,1	50
Midtre handelsfelt (ekskl. Trondheim)	21	14	22	13	11	15	4	100	2,3	208
Nordre handelsfelt	14	12	9	15	13	31	6	100	3,0	149

Noter: 1) Tallene i denne tabellen er basert på intervjupersonenes anslag på antall mottatte reklamesendinger i de to siste ukene før intervjuet, mens tallene i tabell 10 er basert på daglig registrering av mottatt reklamesendinger i perioden 2.- 15. november. Tallene i tabell 1 og tabell 10 kan derfor ikke sammenliknes uten videre. 2) Ved beregning av gjennomsnittet er 5 eller flere regnet som 5. Tallet på reklamesendinger vil derfor være noe undervurdert.

Tabell 1 (forts.). Husholdninger etter antall reklamesendinger mottatt i de to siste ukene før intervjuet¹⁾, for ulike aldrer på hovedpersonen, yrker, antall personer i husholdningen, familieinntekter, hustyper, handelsfelt, kommunetyper og postsoner

	Reklamesendinger i de to siste ukene							I alt	Gjennomsnittlig antall reklamesendinger	Tallet på husholdninger
	0	1	2	3	4	5 eller flere	Husker ikke, uoppgitt			
	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.		
KOMMUNETYPE										
Byer med over 100 000 innbyggere	8	6	9	12	11	49	5	100	3,7	356
Byer med 20 000 - 99 999 innbyggere	8	11	16	18	13	21	13	100	2,9	281
Byer med under 20 000 innbyggere	15	10	13	10	13	26	13	100	2,9	166
Tettbygde herreder	14	11	18	16	11	19	11	100	2,6	313
Spredtbygde herreder	18	15	15	14	12	20	6	100	2,5	702
POSTSONE										
0	8	6	8	10	12	52	4	100	3,8	248
1	12	12	13	18	13	25	7	100	2,9	210
2	18	16	14	11	8	19	14	100	2,4	194
3	12	13	18	15	16	19	7	100	2,7	267
4	14	13	18	16	8	14	17	100	2,4	244
5	13	10	15	17	10	24	11	100	2,8	174
6	16	10	13	12	12	30	7	100	2,9	106
7	17	11	20	13	12	22	5	100	2,6	219
8	11	9	9	10	13	40	8	100	3,4	78
9	19	15	9	19	12	22	4	100	2,6	78
ALLE HUSHOLDNINGER	13	11	15	14	12	26	9	100	2,9	1 818

N o t e r: 1) Se note 1, side 13. 2) Se note 2, side 13.

Tabell 2. Husholdningenes oppfatning av reklamesendingenes fordeling over året for ulike handelsfelt, kommunetyper, postsoner og antall reklamesendinger i de to siste ukene. Prosent

	Jevn for- deling over året	Særlig mye enkelte tider	Mottar sjelden eller aldri reklame- sendinger	Husker ikke, vet ikke, uoppgitt	I alt	Tallet på hushold- ninger
HANDELSFELT						
Oslo	42	50	3	5	100	248
Østre handelsfelt (ekskl. Oslo) ...	43	48	4	5	100	772
Bergen	27	64	2	7	100	58
Vestre handelsfelt (ekskl. Bergen).	48	44	3	5	100	333
Trondheim	48	52	-	-	100	50
Midtre handelsfelt (ekskl. Trondheim)	45	46	3	6	100	208
Nordre handelsfelt	48	46	3	3	100	149
KOMMUNETYPE						
Byer med over 100 000 innbyggere ..	40	53	2	5	100	356
Byer med 20 000 - 99 999 innbyggere	48	45	2	5	100	281
Byer med under 20 000 innbyggere ..	33	57	4	6	100	166
Tettbygde herreder	42	50	3	5	100	313
Spredtbygde herreder	48	43	4	5	100	702
POSTSONE						
0	42	50	3	5	100	248
1	47	45	5	3	100	210
2	42	49	4	5	100	194
3	39	53	3	5	100	267
4	53	37	4	6	100	244
5	33	60	2	5	100	174
6	48	43	2	7	100	106
7	47	47	2	5	100	219
8	42	53	3	2	100	78
9	55	40	3	2	100	78
ANTALL REKLAMESENDINGER I DE TO SISTE UKENE FØR INTERVJUET						
0	39	38	16	7	100	244
1	53	36	5	6	100	208
2	45	50	1	4	100	266
3	47	50	-	3	100	258
4	46	50	1	3	100	213
5 eller flere	40	58	-	2	100	472
Husker ikke, uoppgitt	45	37	3	15	100	157
ALLE HUSHOLDNINGER	44	48	3	5	100	1 818

Tabell 3. Husholdninger som får særlig mange reklamesendinger til enkelte tider av året etter hvilke årstider de mottar særlig mange reklamesendinger for ulike handelsfelt, kommunetyper, postsoner, og antall reklamesendinger i de to siste ukene. Prosent

	Vinter	Vår	Sommer	Høst	Husker ikke, vet ikke, uoppgitt	I alt	Tallet på svar
HANDELSFELT							
Oslo	10	24	3	60	3	100	174
Østre handelsfelt (ekskl. Oslo) ...	5	35	2	54	4	100	572
Bergen	10	31	2	57	-	100	51
Vestre handelsfelt (ekskl. Bergen).	4	31	2	61	2	100	209
Trondheim	11	37	-	52	-	100	44
Midtre handelsfelt (ekskl. Trondheim)	5	24	1	69	1	100	125
Nordre handelsfelt	4	34	-	60	2	100	104
KOMMUNETYPE							
Byer med over 100 000 innbyggere ..	10	27	3	58	2	100	269
Byer med 20 000 - 99 999 innbyggere	5	35	2	55	3	100	196
Byer med under 20 000 innbyggere ..	5	29	4	59	3	100	133
Tettbygde herreder	2	34	3	57	4	100	229
Spredtbygde herreder	5	32	2	59	2	100	452
POSTSONE							
0	10	24	3	60	3	100	174
1	5	34	1	57	3	100	146
2	8	30	4	53	5	100	137
3	3	39	3	52	3	100	222
4	3	38	3	53	3	100	144
5	6	30	1	61	2	100	145
6	8	19	5	68	-	100	59
7	5	27	1	66	1	100	143
8	8	31	-	59	2	100	61
9	-	38	-	60	2	100	48
ANTALL REKLAMESENDINGER I DE TO SISTE UKENE FØR INTERVJUET							
0	4	34	4	54	4	100	135
1	4	36	4	54	2	100	109
2	5	35	3	52	5	100	203
3	5	32	2	59	2	100	186
4	5	32	-	60	3	100	161
5 eller flere	8	27	2	61	2	100	400
Husker ikke, uoppgitt	4	27	3	62	4	100	85
ALLE HUSHOLDNINGER	6	31	2	58	3	100	1 279

Tabell 4. Husholdningenes oppfatning av om brevkassene er overfylt på grunn av reklamesendinger for ulike antall personer i husholdningen, hustyper, kommunetyper, antall reklamesendinger i de to siste ukene og innstillinger til reklame i brevkassen. Prosent

	Brev- kassene ofte overfylt	Brev- kassene av og til overfylt	Brev- kassene aldri overfylt	Husker ikke, vet ikke, uoppgitt	I alt	Tallet på hushold- ninger
ANTALL PERSONER I HUSHOLDNINGEN						
1	0	11	86	3	100	250
2	2	14	82	2	100	442
3	1	11	87	1	100	391
4	1	12	87	0	100	385
5 og over	1	9	89	1	100	350
HUSTYPE						
Våningshus på gardsbruk	0	10	89	1	100	351
Annen frittliggende enebolig	1	8	90	1	100	687
To- til firemannsbolig, rekke- eller kjedehus	2	13	83	2	100	428
Boligblokk (bygård)	3	18	78	1	100	305
Annen hustype	-	17	81	2	100	42
Uoppgitt	:	:	:	:	:	5
KOMMUNETYPE						
Byer med over 100 000 innbyggere ...	2	15	82	1	100	356
Byer med 20 000 - 99 999 innbyggere.	1	10	88	1	100	281
Byer med under 20 000 innbyggere ...	5	27	66	2	100	166
Tettbygde herreder	1	7	91	1	100	313
Spredtbygde herreder	0	8	91	1	100	702
ANTALL REKLAMESENDINGER I DE TO SISTE UKENE FØR INTERVJUET						
0	1	4	94	1	100	244
1	-	8	92	0	100	208
2	-	9	90	1	100	266
3	-	6	93	1	100	258
4	1	12	87	0	100	213
5 eller flere	3	20	77	0	100	472
Husker ikke	2	10	80	8	100	157
Uoppgitt	:	:	:	:	:	5
INNSTILLING TIL REKLAME I BREV- KASSENE						
Liker det	1	7	91	1	100	469
Likegyldig	0	10	89	1	100	899
Liker det ikke	4	21	73	2	100	419
Vet ikke, uoppgitt	-	3	87	10	100	31
ALLE HUSHOLDNINGER	1	11	86	2	100	1 818

Tabell 5. Husholdningenes innstilling til å få reklame i brevkassen for ulike aldrer på intervjupersonen, yrker til hovedpersonen og familieinntekter. Prosent

	Liker det	Likegyldig	Liker det ikke	Vet ikke, uoppgitt	I alt	Tallet på husholdninger
INTERVJUPERSONENS ALDER						
Under 20 år	:	:	:	:	:	12
20 - 29 år	35	50	13	2	100	217
30 - 39 "	27	50	21	2	100	312
40 - 49 "	26	48	25	1	100	423
50 - 59 "	26	51	22	1	100	398
60 - 69 "	21	49	28	2	100	315
70 år og over	14	54	30	2	100	141
HOVEDPERSONENS YRKE						
Teknisk og humanistisk arbeid	23	46	30	1	100	152
Administrasjon, kontor- og handelsarbeid	29	47	23	1	100	305
Jord-, skogbruk og fiske	24	55	21	0	100	246
Transportarbeid	28	47	23	2	100	158
Industriarbeid og gruvedrift	29	48	21	2	100	546
Servicearbeid	25	54	19	2	100	92
Pensjonister og trygdede	18	52	28	2	100	258
Andre ikke yrkesaktive	18	55	25	2	100	40
Uoppgitt	24	52	24	-	100	21
FAMILIEINNTÉKT						
Under kr. 10 000	25	55	18	2	100	263
Kr. 10 000 - 19 900	27	50	22	1	100	366
" 20 000 - 29 900	28	49	21	2	100	562
" 30 000 - 39 900	26	46	27	1	100	332
" 40 000 - 49 900	22	45	32	1	100	131
" 50 000 og over	22	48	30	-	100	110
Uoppgitt	11	65	19	5	100	54
ALLE HUSHOLDNINGER	26	49	23	2	100	1 818

Tabell 6. Husholdninger etter hvor nøye de studerte reklamesendingene for ulike aldrer på intervjupersonen, yrker til hovedpersonen, familieinntekter og innstillinger til reklame i brevkassen. Prosent

	Leser dem nøye	Titter litt på dem	Ser ikke nærmere på dem	Kommer an på sendingen	Husker ikke, vet ikke, uoppgitt	I alt	Tallet på husholdninger
INTERVJUPERSONENS ALDER							
Under 20 år	:	:	:	:	:	:	12
20 - 29 år	7	60	9	24	-	100	217
30 - 39 "	10	56	11	22	1	100	312
40 - 49 "	11	55	11	22	1	100	423
50 - 59 "	14	56	13	17	-	100	398
60 - 69 "	10	55	20	15	0	100	315
70 år og over	12	56	18	12	2	100	141

Tabell 6 (forts.). Husholdninger etter hvor nøye de studerte reklamesendingene for ulike aldrer på intervjupersonen, yrker til hovedpersonen, familieinntekter og innstillinger til reklame i brevkassen. Prosent

	Leser dem nøye	Titter litt på dem	Ser ikke nærmere på dem	Kommer an på send- ingen	Husker ikke, vet ikke, uoppgitt	I alt	Tallet på hushold- ninger
HOVEDPERSONENS YRKE							
Teknisk og humanistisk arbeid	8	57	13	22	-	100	152
Administrasjon, kontor- og handels- arbeid	9	57	13	20	1	100	305
Jord-, skogbruk og fiske	11	57	13	19	-	100	246
Transportarbeid	8	61	11	19	1	100	158
Industriarbeid og gruvedrift	13	53	12	22	0	100	546
Servicearbeid	12	61	12	14	1	100	92
Pensjonister og trygdede	13	57	15	14	1	100	258
Andre ikke yrkesaktive	10	58	17	15	-	100	40
Uoppgitt	24	33	24	19	-	100	21
FAMILIEINNTEKT							
Under kr. 10 000	17	55	15	11	2	100	263
Kr. 10 000 - 19 900	13	55	13	19	-	100	366
" 20 000 - 29 900	11	55	12	22	0	100	562
" 30 000 - 39 900	9	56	15	20	0	100	332
" 40 000 - 49 900	5	61	14	20	-	100	131
" 50 000 og over	6	58	8	27	1	100	110
Uoppgitt	13	52	17	17	1	100	54
INNSTILLING TIL REKLAME I BREV- KASSEN							
Liker det	34	39	0	27	0	100	469
Likegyldig	4	68	11	17	0	100	899
Liker det ikke	2	49	33	16	0	100	419
Vet ikke, uoppgitt	3	39	-	42	16	100	31
ALLE HUSHOLDNINGER	11	56	13	19	1	100	1 818

Tabell 7. Husholdningsmedlemmer (inklusive intervjupersonen) 10 år og over som pleier å lese reklamesendinger for ulike aldrer, stillinger i husholdningen og kjønn beregnet i prosent av alle personer i tilsvarende grupper

	A l d e r							Alle alders- grupper	Tallet på personer
	10-19 år	20-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	70 år og over		
STILLING I HUSHOLDNINGEN OG KJØNN									
Hovedperson	:	29	28	24	20	15	15	21	1 818
Menn	:	36	30	26	23	19	21	25	1 530
Kvinner	:	5	-	3	2	2	4	2	288
Ektefelle	:	20	18	22	18	21	27	20	1 381
Menn	:	:	:	:	:	:	:	:	15
Kvinner	:	19	18	21	18	21	28	20	1 366
Barn	40	37	47	:	:	-	-	39	1 462
Menn	36	30	42	:	:	-	-	35	798
Kvinner	44	50	53	:	:	-	-	45	664
Andre	39	30	:	:	32	49	23	31	208
Menn	:	:	:	:	:	:	17	30	79
Kvinner	:	:	:	:	:	48	25	33	129
ALLE HUSHOLDNINGSMED- LEMMER									
ALLE HUSHOLDNINGSMED- LEMMER	40	31	24	23	19	19	19	27	4 869
Menn	37	31	31	26	23	20	20	28	2 422
Kvinner	44	30	18	20	16	18	18	25	2 447

Tabell 8. Husholdninger etter hvor mange kuponger fra reklamesendinger de har sendt inn siste år for ulike antall personer i husholdningen, aldrer, familieinntekter, handelsfelt, kommunetyper og antall reklamesendinger i de to siste ukene

	Ingen kupon- ger	En kupon- ger	To kupon- ger	Tre kupon- ger	Fire kupon- ger	Fem eller flere kupon- ger	Husker ikke, vet ikke, uoppgitt	I alt	Gjennom- snittlig antall kupon- ger ¹⁾	Tallet på hus- hold- ninger
	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.		
ANTALL PERSONER I HUSHOLDNINGEN										
1	86	6	2	2	1	2	1	100	0,3	250
2	82	8	5	2	1	2	0	100	0,4	442
3	75	11	6	4	2	2	0	100	0,5	391
4	67	12	10	3	2	3	3	100	0,7	385
5 og over	70	8	9	5	4	4	0	100	0,8	350
HOVEDPERSONENS ALDER										
Under 20 år	:	:	:	:	:	:	:	:	:	5
20 - 29 år	79	9	5	1	3	3	-	100	0,5	139
30 - 39 "	72	12	9	3	1	2	1	100	0,5	296
40 - 49 "	71	11	7	4	3	4	0	100	0,7	451
50 - 59 "	71	9	8	5	3	3	1	100	0,7	391
60 - 69 "	82	7	5	2	1	2	1	100	0,4	354
70 år og over	89	4	3	1	1	1	1	100	0,2	182
FAMILIEINNTÉKT										
Under kr. 10 000	83	8	5	1	0	2	1	100	0,3	263
Kr. 10 000 - 19 900	76	8	7	3	2	3	1	100	0,5	366
" 20 000 - 29 900	74	9	6	4	3	3	1	100	0,6	562
" 30 000 - 39 900	74	10	8	3	3	2	0	100	0,6	332
" 40 000 - 49 900	70	8	10	5	3	2	2	100	0,7	131
" 50 000 og over	75	11	6	4	2	2	-	100	0,4	110
Uoppgitt	76	11	4	4	-	-	5	100	0,3	54
HANDELSFELT										
Oslo	75	9	7	2	2	3	2	100	0,5	248
Østre handelsfelt (ekskl. Oslo)	77	9	6	4	2	2	0	100	0,5	772
Bergen	76	12	5	2	2	3	-	100	0,5	58
Vestre handelsfelt (ekskl. Bergen)	74	11	6	2	3	2	2	100	0,5	333
Trondheim	74	6	12	2	2	2	2	100	0,6	50
Midtre handelsfelt (ekskl. Trondheim)	77	8	9	4	2	0	-	100	0,5	208
Nordre handelsfelt	74	8	7	3	2	6	-	100	0,7	149
KOMMUNETYPE										
Byer med over 100 000 innbyggere	75	9	8	2	2	3	1	100	0,5	356
Byer med 20 000 - 99 999 innbyggere	71	11	7	3	4	3	1	100	0,7	281
Byer med under 20 000 innbyggere	79	8	5	5	1	1	1	100	0,4	166
Tettbygde herreder	77	11	4	4	1	2	1	100	0,5	313
Spredtbygde herreder	76	8	8	2	2	3	1	100	0,5	702
ANTALL REKLAMESENDINGER I DE TO SISTE UKENE FØR INTERVJUET										
0	83	7	6	2	1	0	1	100	0,3	244
1	72	12	6	4	3	1	2	100	0,5	208
2	77	12	5	3	2	1	0	100	0,4	266
3	77	10	4	3	3	2	1	100	0,5	258
4	69	8	11	5	2	4	1	100	0,7	213
5 eller flere	73	8	8	3	2	5	1	100	0,7	472
Husker ikke, uoppgitt ...	82	8	4	1	1	2	2	100	0,3	157
ALLE HUSHOLDNINGER	76	9	7	3	2	2	1	100	0,5	1 818

N o t e : 1) Ved beregning av gjennomsnittet er 5 eller flere ganger regnet som 5.

Tabell 9. Husholdninger etter hvor mange ganger siste år de har kjøpt varer eller tjenester som er blitt tilbudt gjennom reklamesendinger i brevkassen for ulike antall personer i husholdningen, aldrer, familieinntekter, handelsfelt, kommunetyper og antall reklamesendinger i de to siste ukene

	Ingen gang	En gang	To ganger	Tre ganger	Fire ganger	Fem eller flere ganger	Husker ikke, vet ikke, uoppgitt	I alt	Gjennomsnittlig antall ganger ¹⁾	Tallet på husholdninger
	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.		
ANTALL PERSONER I HUSHOLDNINGEN										
1	85	10	3	1	0	1	0	100	0,2	250
2	82	10	4	2	0	2	0	100	0,3	442
3	72	16	6	3	1	1	1	100	0,5	391
4	69	15	11	2	1	1	1	100	0,5	385
5 og over	64	15	12	6	2	0	1	100	0,7	350
HOVEDPERSONENS ALDER										
Under 20 år	:	:	:	:	:	:	:	:	:	5
20 - 29 år	78	10	7	1	1	2	1	100	0,4	139
30 - 39 "	67	15	12	3	1	1	1	100	0,6	296
40 - 49 "	71	13	10	4	1	1	0	100	0,5	451
50 - 59 "	70	18	6	3	2	1	0	100	0,5	391
60 - 69 "	81	10	5	1	1	1	1	100	0,3	354
70 år og over	87	7	2	2	-	1	1	100	0,2	182
FAMILIEINNTÉKT										
Under kr. 10 000	79	13	3	2	1	1	1	100	0,3	263
Kr. 10 000 - 19 900 ..	74	13	8	2	1	1	1	100	0,4	366
" 20 000 - 29 900 ..	72	15	7	3	1	1	1	100	0,5	562
" 30 000 - 39 900 ..	74	12	9	3	1	1	0	100	0,5	332
" 40 000 - 49 900 ..	71	11	11	3	-	3	1	100	0,6	131
" 50 000 og over ...	76	12	7	1	2	1	1	100	0,4	110
Uoppgitt	80	13	4	-	-	-	3	100	0,2	54
HANDELSFELT										
Oslo	81	10	4	3	-	1	1	100	0,3	248
Østre handelsfelt (ekskl. Oslo)	74	14	7	2	1	1	1	100	0,4	772
Bergen	74	12	3	7	2	2	-	100	0,6	58
Vestre handelsfelt (ekskl. Bergen)	77	12	8	2	1	0	0	100	0,4	333
Trondheim	78	-	12	2	-	2	6	100	0,4	50
Midtre handelsfelt (ekskl. Trondheim) ..	75	16	5	1	1	1	1	100	0,4	208
Nordre handelsfelt ...	53	17	15	8	3	2	2	100	0,9	149
KOMMUNETYPER										
Byer med over 100 000 innbyggere	80	9	5	4	0	1	1	100	0,4	356
Byer med 20 000-99 999 innbyggere	73	14	8	3	1	1	0	100	0,5	281
Byer med under 20 000 innbyggere	78	12	10	0	-	-	-	100	0,3	166
Tettbygde herreder ...	77	13	5	2	1	1	1	100	0,4	313
Spredtbygde herreder..	70	15	9	4	1	1	0	100	0,5	702
ANTALL REKLAMESENDINGER I DE TO SISTE UKENE FØR INTERVJUET										
0	79	13	6	0	2	0	0	100	0,3	244
1	73	15	6	2	1	1	2	100	0,4	208
2	74	17	6	1	1	1	0	100	0,4	266
3	75	9	8	5	2	1	0	100	0,5	258
4	71	14	10	3	1	0	1	100	0,5	213
5 eller flere	71	13	9	4	1	1	1	100	0,5	472
Husker ikke, uoppgitt.	83	10	4	1	1	1	-	100	0,3	157
ALLE HUSHOLDNINGER ...	74	13	7	3	1	1	1	100	0,5	1 818

N o t e : 1) Ved beregning av gjennomsnittet er 5 eller flere ganger regnet som 5.

Tabell 10. Husholdninger som sendte inn dagbok etter antall reklamesendinger mottatt 2.-15. november 1969 for ulike aldrer, yrker, antall personer i husholdningen, familieinntekter, hustyper, handelsfelt, kommunetyper og postsoner

	Reklamesendinger mottatt 2.- 15. november						I alt	Gjennomsnittlig antall reklamesendinger mottatt 2.- 15. november	Tallet på husholdninger
	0	1-3	4-6	7-9	10-14	15 og over			
HOVEDPERSONENS ALDER	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.		
Under 20 år	:	:	:	:	:	:	:	:	3
20 - 29 år	6	52	33	6	3	-	100	3,4	108
30 - 39 "	5	36	36	14	8	1	100	4,7	243
40 - 49 "	4	32	36	22	5	1	100	4,9	374
50 - 59 "	4	31	45	14	5	1	100	4,7	309
60 - 69 "	7	37	35	16	4	1	100	4,5	276
70 år og over	5	45	34	13	2	1	100	3,9	134
HOVEDPERSONENS YRKE									
Teknisk og humanistisk arbeid ..	2	25	39	23	9	2	100	6,1	132
Administrasjon, kontor- og handelsarbeid	3	30	41	17	7	2	100	4,9	239
Jord-, skogbruk og fiske	7	42	38	12	1	-	100	3,8	194
Transportarbeid	6	38	35	18	2	1	100	4,4	124
Industriarbeid og gruvedrift ...	5	35	38	15	6	1	100	4,6	448
Servicearbeid	4	36	33	17	9	1	100	4,9	76
Pensjonister og trygdede	8	44	31	15	2	-	100	3,8	190
Andre ikke-yrkesaktive	7	55	35	3	-	-	100	3,0	29
Uoppgitt	:	:	:	:	:	:	:	:	15
ANTALL PERSONER I HUSHOLDNINGEN									
1	12	40	35	10	3	0	100	3,6	184
2	5	41	32	15	5	2	100	4,7	347
3	6	36	41	13	3	1	100	4,2	315
4	3	30	37	21	8	1	100	5,1	307
5 og over	3	34	41	18	4	0	100	4,7	294
FAMILIEINNTÉKT									
Under kr. 10 000	8	54	29	8	1	-	100	3,1	194
Kr. 10 000 - 19 900	11	37	35	13	4	-	100	3,9	282
" 20 000 - 29 900	4	38	38	16	4	0	100	4,4	463
" 30 000 - 39 900	3	30	42	16	8	1	100	5,0	279
" 40 000 - 49 900	-	23	41	23	11	2	100	5,9	106
" 50 000 og over	1	18	35	32	8	6	100	7,1	89
Uoppgitt	6	41	44	9	-	-	100	3,6	34
HUSTYPE									
Våningshus på gardsbruk	5	45	36	13	1	-	100	3,8	289
Annen frittliggende enebolig ...	5	37	38	15	4	1	100	4,3	561
To- til firemannsbolig, rekke- eller kjedehus	6	34	40	16	3	1	100	4,5	320
Boligblokk (bygård)	3	25	33	21	15	3	100	5,9	243
Annen hustype	-	54	33	10	-	3	100	4,0	30
Uoppgitt	:	:	:	:	:	:	:	:	4
HANDELSFELT									
Oslo	3	20	32	24	17	4	100	6,4	201
Østre handelsfelt (ekskl. Oslo) ..	6	43	35	13	3	0	100	3,9	617
Bergen	6	47	34	13	-	-	100	3,7	47
Vestre handelsfelt(ekskl.Bergen) ..	3	21	48	22	4	2	100	5,5	264
Trondheim	2	17	42	24	15	-	100	5,9	41
Midtre h.f. (ekskl. Trondheim)..	5	50	34	11	0	-	100	3,6	159
Nordre handelsfelt	7	45	40	6	2	-	100	3,4	118
KOMMUNETYPE									
Byer med over 100 000 innbyggere ..	4	24	33	22	14	3	100	5,9	289
Byer med 20 000-99 999	5	38	38	15	3	1	100	4,2	234
Byer med under 20 000	7	35	36	19	3	-	100	4,4	119
Tettbygde herreder	3	29	45	19	4	0	100	4,9	259
Spredtbygde herreder	7	45	35	11	2	0	100	3,8	546
POSTSONE									
0	3	20	32	24	17	4	100	6,4	201
1	2	27	47	20	4	-	100	4,8	177
2	11	51	25	11	2	-	100	3,4	152
3	5	56	30	8	1	-	100	3,3	211
4	6	28	41	18	5	2	100	4,8	195
5	4	28	45	19	3	1	100	5,2	137
6	6	19	47	26	1	1	100	5,1	74
7	3	43	36	14	4	-	100	4,2	175
8	5	34	50	10	1	-	100	3,9	62
9	9	57	30	2	1	1	100	3,0	63
ALLE HUSHOLDNINGER	5	36	37	16	5	1	100	4,5	1 447

Tabell 11. Husholdninger som sendte inn dagbok etter antall adresserte reklamesendinger mottatt 2.-15. november 1969 for ulike aldrer, yrker, antall personer i husholdningen, familieinntekter, hustyper, handelsfelt, kommunetyper og postsoner

	Adresserte reklamesendinger mottatt 2.-15.november						I alt	Gjennomsnittlig antall adresserte reklamesendinger mottatt 2.-15.november	Tallet på husholdninger
	0	1-3	4-6	7-9	10-14	15 og over			
HOVEDPERSONENS ALDER	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.		
Under 20 år	:	:	:	:	:	:	:	:	3
20 - 29 år	54	45	1	-	-	-	100	0,7	108
30 - 39 "	39	56	4	1	-	-	100	1,2	243
40 - 49 "	32	61	7	0	-	-	100	1,4	374
50 - 59 "	33	57	7	2	1	-	100	1,5	309
60 - 69 "	40	53	5	1	1	-	100	1,3	276
70 år og over	58	38	4	-	-	-	100	0,8	134
HOVEDPERSONENS YRKE									
Teknisk og humanistisk arbeid ...	32	51	15	2	-	-	100	1,8	132
Administrasjon, kontor- og handelsarbeid	30	62	4	3	1	-	100	1,5	239
Jord-, skogbruk og fiske	36	57	7	-	-	-	100	1,2	194
Transportarbeid	39	55	5	-	1	-	100	1,3	124
Industriarbeid og gruvedrift	38	56	5	1	0	-	100	1,3	448
Servicearbeid	42	58	-	-	-	-	100	1,1	76
Pensjonister og trygdede	58	39	2	1	-	-	100	0,8	190
Andre ikke-yrkesaktive	55	45	-	-	-	-	100	0,7	29
Uoppgitt	:	:	:	:	:	:	:	:	15
ANTALL PERSONER I HUSHOLDNINGEN									
1	56	40	2	2	-	-	100	0,9	184
2	44	50	4	1	1	-	100	1,2	347
3	40	55	4	1	0	-	100	1,1	315
4	33	59	7	1	-	-	100	1,4	307
5 og over	28	62	9	1	0	-	100	1,5	294
FAMILIEINNTTEKT									
Under kr. 10 000	60	37	2	1	-	-	100	0,7	194
Kr. 10 000 - 19 900	44	53	3	-	0	-	100	1,0	282
" 20 000 - 29 900	37	57	5	1	0	-	100	1,3	463
" 30 000 - 39 900	29	63	6	1	1	-	100	1,5	279
" 40 000 - 49 900	29	60	8	3	-	-	100	1,7	106
" 50 000 og over	23	55	17	3	2	-	100	2,3	89
Uoppgitt	50	44	6	-	-	-	100	0,9	34
HUSTYPE									
Våningshus på gardsbruk	38	56	6	0	-	-	100	1,2	289
Annen frittliggende enebolig	35	56	7	1	1	-	100	1,5	561
To- til firemannsbolig, rekke- eller kjedehus	41	53	4	2	0	-	100	1,2	320
Boligblokk (bygård)	47	49	3	1	-	-	100	0,9	243
Annen hustype	30	64	3	3	-	-	100	1,4	30
Uoppgitt	:	:	:	:	:	:	:	:	4
HANDELSFELT									
Oslo	47	48	4	1	0	-	100	1,0	201
Østre handelsfelt (ekskl. Oslo) ..	40	54	5	0	1	-	100	1,3	617
Bergen	34	49	17	-	-	-	100	1,7	47
Vestre handelsfelt (ekskl. Bergen) .	32	59	7	2	-	-	100	1,4	264
Trondheim	36	49	10	5	-	-	100	1,7	41
Midtre h.f. (ekskl. Trondheim) ..	38	58	3	1	-	-	100	1,1	159
Nordre handelsfelt	39	55	4	1	1	-	100	1,2	118
KOMMUNETYPE									
Byer med over 100 000 innbyggere. .	43	48	7	2	0	-	100	1,2	289
Byer med 20 000-99 999 innbyggere .	38	53	7	2	-	-	100	1,3	234
Byer med under 20 000 innbyggere. .	46	51	3	-	-	-	100	0,9	119
Tettbygde herreder	38	56	5	1	0	-	100	1,3	259
Spredtbygde herreder	36	58	5	0	1	-	100	1,3	546
POSTSONE									
0	47	48	4	1	0	-	100	1,0	201
1	31	63	5	1	-	-	100	1,3	177
2	51	44	4	1	-	-	100	1,0	152
3	43	52	4	-	1	-	100	1,2	211
4	31	59	7	2	1	-	100	1,6	195
5	37	53	9	1	-	-	100	1,4	137
6	32	60	8	-	-	-	100	1,3	74
7	36	57	5	2	-	-	100	1,3	175
8	29	66	3	2	-	-	100	1,3	62
9	44	49	5	-	2	-	100	1,1	63
ALLE HUSHOLDNINGER	39	54	5	1	1	-	100	1,3	1 447

Tabell 12. Husholdninger som sendte inn dagbok etter antall ikke-adresserte reklamesendinger mottatt 2.- 15. november 1969 for ulike aldrer, yrker, antall personer i husholdningen, familieinntekter, hustyper, handelsfelt, kommunetyper og postsoner

	Ikke-adresserte reklamesendinger mottatt 2.- 15. november						I alt	Gjennomsnittlig antall ikke-adresserte reklamesendinger mottatt 2.- 15. november	Tallet på husholdninger
	0	1-3	4-6	7-9	10-14	15 og over			
HOVEDPERSONENS ALDER	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.	Pst.		
Under 20 år	:	:	:	:	:	:	:	:	3
20 - 29 år	33	33	34	-	-	-	100	2,7	108
30 - 39 "	15	56	22	4	3	-	100	3,4	243
40 - 49 "	11	49	27	9	3	1	100	3,5	374
50 - 59 "	13	47	32	6	2	-	100	3,1	309
60 - 69 "	19	44	26	9	1	1	100	3,3	276
70 år og over	8	56	30	4	1	1	100	3,1	134
HOVEDPERSONENS YRKE									
Teknisk og humanistisk arbeid ..	5	42	39	10	2	2	100	4,3	132
Administrasjon, kontor- og handelsarbeid	11	50	26	10	2	1	100	3,4	239
Jord-, skogbruk og fiske	17	52	25	5	1	-	100	2,6	194
Transportarbeid	12	47	34	5	1	1	100	3,1	124
Industriarbeid og gruvedrift	14	48	28	6	4	0	100	3,3	448
Servicearbeid	9	45	29	11	5	1	100	3,9	76
Pensjonister og trygdede	14	49	27	9	1	-	100	3,0	190
Andre ikke-yrkesaktive	14	66	17	3	-	-	100	2,3	29
Uoppgitt	:	:	:	:	:	:	:	:	15
ANTALL PERSONER I HUSHOLDNINGEN									
1	21	45	28	4	1	1	100	2,8	184
2	13	50	25	9	2	1	100	3,4	347
3	14	50	29	5	2	0	100	3,1	315
4	11	42	33	10	4	0	100	3,7	307
5 og over	9	55	27	7	2	-	100	3,1	294
FAMILIEINNTÉKT									
Under kr. 10 000	17	57	21	5	-	-	100	2,5	194
Kr. 10 000 - 19 900	19	47	27	5	2	-	100	2,9	282
" 20 000 - 29 900	11	51	30	6	2	0	100	3,2	463
" 30 000 - 39 900	13	45	30	6	5	1	100	3,6	279
" 40 000 - 49 900	6	43	30	16	4	1	100	4,2	106
" 50 000 og over	5	38	36	18	2	1	100	4,8	89
Uoppgitt	12	59	23	6	-	-	100	2,6	34
HUSTYPE									
Våningshus på gardsbruk	15	56	25	4	0	-	100	2,6	289
Annen frittliggende enebolig	14	51	28	6	1	-	100	2,9	561
To- til firemannsbolig, rekke- eller kjedehus	12	49	30	8	1	0	100	3,3	320
Boligblokk (bygård)	8	32	32	15	11	2	100	5,0	243
Annen bebyggelse	14	70	10	3	3	-	100	2,5	30
Uoppgitt	:	:	:	:	:	:	:	:	4
HANDELSFELT									
Oslo	8	26	33	17	13	3	100	5,4	201
Østre handelsfelt (ekskl. Oslo) ..	16	55	23	6	0	-	100	2,7	617
Bergen	26	55	19	-	-	-	100	1,9	47
Vestre handelsfelt(ekskl.Bergen) ..	7	36	46	8	2	1	100	4,0	264
Trondheim	5	37	41	15	2	-	100	4,2	41
Midtre h.f. (ekskl. Trondheim) ..	13	63	19	4	1	-	100	2,5	159
Nordre handelsfelt	16	62	21	1	-	-	100	2,3	118
KOMMUNETYPE									
Byer med over 100 000 innbyggere.	10	33	32	14	9	2	100	4,6	289
Byer med 20 000-99 999 innbyggere	9	57	31	3	0	-	100	2,9	234
Byer med under 20 000 innbyggere.	10	49	29	11	1	-	100	3,4	119
Tettbygde herreder	9	42	37	11	1	-	100	3,6	259
Spredtbygde herreder	19	57	21	3	0	0	100	2,5	546
POSTSONE									
0	8	26	33	17	13	3	100	5,4	201
1	10	43	36	11	-	-	100	3,5	177
2	25	50	18	7	-	-	100	2,3	152
3	17	68	13	2	0	-	100	2,2	211
4	9	48	38	4	1	-	100	3,2	195
5	14	37	38	9	1	1	100	3,8	137
6	8	41	42	8	1	-	100	3,8	74
7	10	58	24	7	1	-	100	2,9	175
8	11	55	32	2	-	-	100	2,6	62
9	19	71	10	-	-	-	100	1,8	63
ALLE HUSHOLDNINGER	13	49	29	7	2	0	100	3,3	1 447

Statistisk Sentralbyrå
Kontoret for intervjuundersøkelser
Oslo-Dep., OSLO 1

Prosjekt nr.	3	1	1- 2
Utvalgsomr. nr.			3- 4
Husholdning nr.			5- 7
Korttype		2	8
Intervjuer nr.			9-11

UNDERSØKELSE OM
R E K L A M E S E N D I N G E R I B R E V K A S S E N E
1969

Intervjuobjektets navn: _____

Adresse: _____

Intervjuet ble foretatt: / 1969

Intervjutid fra kl. _____ til kl. _____

Intervjuerens navn

1. Jeg vil gjerne ha noen opplysninger om hver enkelt person som bor fast i leiligheten. Vi begynner med den såkalte hovedpersonen, det vil si den som skaffer til veie den største del av husholdningens inntekt.

Hush. medl. nr.	Navn	Fødselsdag og -år	For Byrået (pers. nr.)	Stilling i husholdn. 1 = Hp. 2 = Ektefelle 3 = Hp's barn 4 = Annet medlem	For Byrået (husholdningsmedl. som ser reklamesendinger	Sett 1 for det husholdningsmedlem som blir intervjuet
12-13		14-19	20-24	25	26	27
01						
02						
03						
04						
05						
06						
07						
08						
09						
10						

Jeg vil gjerne stille noen spørsmål om reklamesendinger som Deres husholdning mottar. Med reklamesendinger menes brosjyrer, salgsbrev, prislister, kataloger, vareprøver, reklameblader og andre sendinger som har til formål å selge varer eller tjenester. Vi er bare interessert i reklamesendinger som kommer i brevkassen, ikke i sendinger som legges ved døren, leveres direkte eller liknende.

SPØRSMÅL

SVAR

Kode/kol.

2. Kan De si hvor mange slike reklamesendinger Deres husholdning har fått i brevkassen i de to siste ukene?	Ingen reklamesendinger	28
	1 "	0
	2 "	1
	3 "	2
	4 "	3
	5 eller flere reklamesendinger	4
	Husker ikke	5
		8
		9

SPØRSMÅL	SVAR	Kode/kol.	
3. Mottar Deres husholdning reklamesendinger i brevkassen jevnt fordelt over året, eller kommer det særlig mye enkelte tider av året?	Jevnt fordelt over året —> SPM. 5 Særlig mye enkelte tider —> SPM. 4 Mottar sjelden eller aldri reklamesendinger —> SPM. 5 Husker ikke, vet ikke —> SPM. 5		29 1 2 3 8 9
4. Til hvilke tider av året mottar Deres husholdning særlig mange reklamesendinger i brevkassen?	(TO SVARALTERNATIVER KAN AVMERKES) Om vinteren Om våren Om sommeren Om høsten Husker ikke, vet ikke	Første svar 30 1 2 3 4 8 9	Annet svar 31 1 2 3 4 8 9
5. Hender det ofte, av og til, eller aldri, at Deres brevkasse er overfylt på grunn av reklamesendinger?	Ofte Av og til Aldri Husker ikke, vet ikke		32 1 2 3 8 9
6. Liker De å få reklamesendinger i brevkassen, er det likegyldig for Dem, eller liker De det ikke?	Liker det Likegyldig Liker det ikke Vet ikke		33 1 2 3 8 9
7. Pleier De å studere de reklamesendingene De får i brevkassen nøye, titter De bare litt på dem, eller pleier De ikke å se nærmere på dem i det hele tatt?	Studerer dem nøye Titter litt på dem Ser ikke nærmere på dem Kommer an på sendingen Husker ikke, vet ikke		34 1 2 3 4 8 9
8. (STILLES IKKE TIL ENSLIGE) Er det noen andre i husholdningen som pleier å se på reklamesendingene?	Ja —> SPM. 9 Nei —> SPM. 10 Vet ikke —> SPM. 10		35 1 2 8 9

SPØRSMÅL	SVAR	Kode/kol.
9. Hvem er det? (FØR OPP NAVNET PÅ DE HUSHOLDNINGSMEDLEMENE SOM BLIR NEVNT, I SPALTEN TIL HØYRE)	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	
10. (STILLES TIL ALLE) Reklamesendingene inneholder ofte kuponger som en kan sende inn for å få nærmere opplysninger om varene, eventuelt få vareprøver eller delta i premiekonkurranser. Har De eller noen annen i husholdningen sendt inn slike kuponger siste år?	Ja —> SPM. 11 Nei —> SPM. 12 Husker ikke, vet ikke —> SPM. 12	36 1 2 8 9
11. Hvor mange slike kuponger har Deres husholdning sendt inn siste år?	1 kupong 2 kuponger 3 " 4 " 5 eller flere kuponger Husker ikke, vet ikke	37 1 2 3 4 5 8 9
12. Har De eller noen annen i husholdningen i løpet av siste år kjøpt varer eller tjenester som er blitt tilbudt gjennom reklamesendinger i brevkassen?	Ja —> SPM. 13 Nei —> SPM. 14 Husker ikke, vet ikke —> SPM. 14	38 1 2 8 9
13. Hvor mange tilfelle omtrent gjelder det?	1 tilfelle 2 " 3 " 4 " 5 eller flere tilfelle Husker ikke, vet ikke	39 1 2 3 4 5 8 9

SPØRSMÅL	SVAR	Kode/kol.
<p>14. Hvilket yrke har hovedpersonen i husholdningen?</p> <p>(FÅ OPPGITT YRKE SÅ UTFØRLIG SOM MULIG. HVIS IO BARE SVARER "ARBEIDER", "KONTORDAME" ELLER LIKNENDE, SPØR OM BEDRIFTENS ART, EVENTUELT ETTER DENS NAVN)</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>40-42</p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
<p>15. I hvilken av følgende grupper falt Deres (og Deres ektefelles) antatte inntekt (til sammen) i 1968?</p> <p>(Med antatt inntekt menes nettoinntekten på selvangivelsen)</p> <p>(Les opp inntektsgruppene, men ikke svaralternativ nr. 7 og 8.)</p>	<p>Under kr. 10 000</p> <p>Kr. 10 000 - 19 999</p> <p>Kr. 20 000 - 29 999</p> <p>Kr. 30 000 - 39 999</p> <p>Kr. 40 000 - 49 999</p> <p>Kr. 50 000 og over</p> <p>Nekter å oppgi inntekt</p> <p>Husker ikke, vet ikke</p>	<p>43</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>6</p> <p>7</p> <p>8</p> <p>9</p>
<p>16. Hva slags hustype bor De i?</p>	<p>Våningshus på gårdsbruk</p> <p>Annen frittliggende enebolig</p> <p>To- til firemannsbolig, rekke- eller kjedehus</p> <p>Boligblokk (bygård)</p> <p>Annen hustype _____</p> <p>_____</p>	<p>44</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>9</p>
<p>17. Deler Deres husholdning brevkasse med andre, eller har dere egen brevkasse?</p>	<p>Deler brevkasse</p> <p>Egen brevkasse</p>	<p>45</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>9</p>

VEILEDNING FOR UTFYLLING AV DAGBOK

Husk å føre dagboken hver dag. Som reklamesendinger regnes brosjyrer, salgsbrev, prislister, kataloger, vareprøver, reklameblader og andre sendinger som har til formål å selge varer eller tjenester. Bare reklamesendinger som ligger i brevkassen skal regnes med.

For hver reklamesending ber vi Dem føre opp datoen De mottok sendingen, avsenderens navn og adresse, eventuelt det varemerke det reklameres for og sendingens innhold dersom De er i tvil om den skal regnes som reklamesending eller ikke. Videre ber vi Dem krysse av i rubrikken til høyre hvis sendingen er adressert direkte (dvs. med navnet på en person i husholdningen). Betegnelser som "Til husmoren" o.l. regnes ikke som direkte adressering.

Når De har ført opp alle reklamesendinger De har mottatt i perioden 2.-15. november, undertegner De nederst på forsiden og sender inn dagboken til Statistisk Sentralbyrå i den utleverte svarkonvolutten. Porto betales av Statistisk Sentralbyrå.

På forhånd takk for hjelpen.

