

Vedlegg

Vedlegg 1: Konverteringsfrekvens	3
Vedlegg 2: Strategikanvas	4
Vedlegg 3: Aktiv målgruppe	5
Vedlegg 4: Kantar TNS	6
Figur 4.1: Jeg er meget interessert i å prøve nye tekniske løsninger	6
Figur 4.2: Jeg søker ofte etter informasjon om varer og tjenester jeg er interessert i	7
Figur 4.3: Jeg liker å prøve nye varer og tjenester	7
Figur 4.4: Jeg spør om råd/hjelp før jeg kjøper nye ting	8
Figur 4.5: Jeg liker ikke å ta risiko	8
Figur 4.6: Jeg gjør ofte ting impulsivt	9
Figur 4.7: Jeg prøver nye ting tidligere enn mine venner	9
Figur 4.8: Når jeg finner nye varer og tjenester som jeg liker er jeg bare nødt til å fortelle andre om det	10
Figur 4.9: Anbefaler eller kritiserer varer og tjenester	10
Figur 4.10: Personlig økonomi	11
Figur 4.11: Miljøvern	11
Figur 4.12: Jeg betaler gjerne litt ekstra for en vare som er miljøvennlig	12
Figur 4.13: Jeg sløser aldri	12
Figur 4.14: Det hender jeg kjøper ting jeg ikke får bruk for	13
Figur 4.15: Reklame er sløsing med min tid	13
Figur 4.16: En dag uten sosiale medier/nettsamfunn er ille	14
Vedlegg 5: Studieguide for ikke-brukere	15
Vedlegg 6: Studieguide for brukere	18
Vedlegg 7: Projektive teknikker	21
Vedlegg 8: Dybdeintervju med ikke-brukere	24
Vedlegg 9: Dybdeintervju med brukere	33
Vedlegg 10: Resultater fra spørreundersøkelsen	43
Vedlegg 11: Miljøbevisst	68

Figur 11.1: Faktoranalyse	68
Figur 11.2: Cronbachs Alfa	68
Vedlegg 12: Prøve nye ting	69
Figur 12.1: Faktoranalyse	69
Figur 12.2: Cronbachs Alfa	69
Vedlegg 13: Økonomisk	70
Figur 13.1: Faktoranalyse	70
Figur 13.2: Cronbachs Alfa	70
Vedlegg 14: Holdning til delingsøkonomi	71
Figur 14.1: Faktoranalyse	71
Figur 14.2: Cronbachs Alfa	71
Vedlegg 15: Tilbøyelighet til leing	72
Vedlegg 16: Summert holdning	73
Vedlegg 17: Clustering	74
Figur 17.1: Clustering	74
Figur 17.2: Gruppe 1	74
Figur 17.3: Gruppe 2	75
Figur 17.4: Gruppe 3	75
Vedlegg 18: Krysstabulering	76
Vedlegg 19: Opprettelse av annonse	77
Vedlegg 20: Opprettet bruker	78
Vedlegg 21: Facebook Business Manager	79
Vedlegg 22: Utkast til sosiale medier	80
Vedlegg 23: Utkast til landingsside	81

Vedlegg 1: Konverteringsfrekvens

Språk

Alle brukere
+ 0,00 % Brukere

1. mar. 2018 - 31. mar. 2018
Sammenlign med: 1. feb. 2018 - 28. feb. 2018

Utforsker

Sammendrag

01.mar.2018 - 31.mar.2018: ● Create an account (Konverteringsfrekv. for mål 1)

01.feb.2018 - 28.feb.2018: ● Create an account (Konverteringsfrekv. for mål 1)

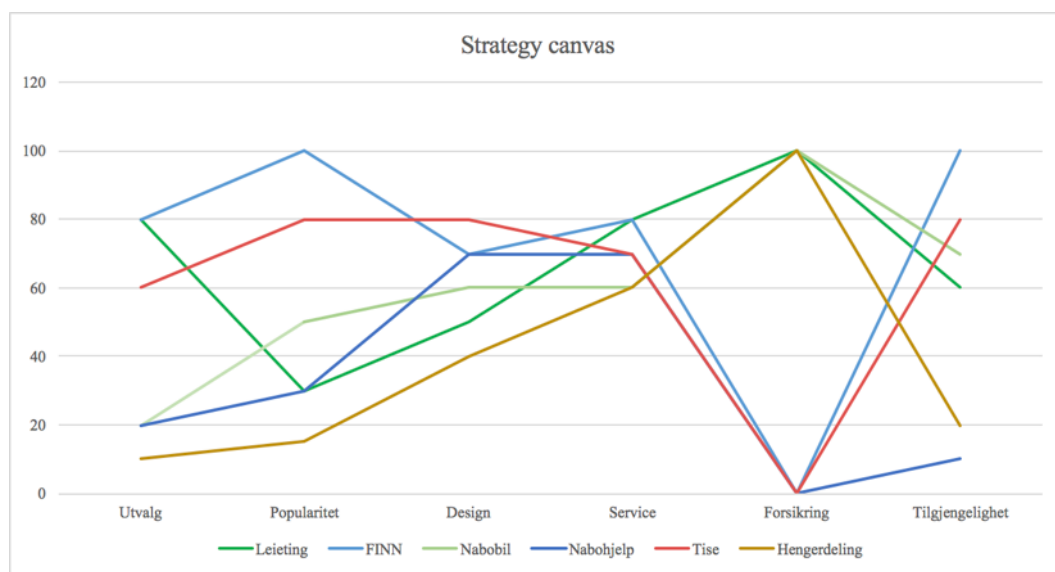
10,00 %

5,00 %

1. mar. 2018 - 31. mar. 2018

Språk	Trafikk			Atferd			Konverteringer <small>Mål 1: Create an account</small>		
	Brukere	Nye brukere	Økter	Fluktfrekvens	Sider per økt	Gjennomsnittlig øktvarighet	Create an account (Konverteringsfrekv. for mål 1)	Create an account (Fullføringer for mål 1)	Create an account (Vendi for mål 1)
	1,53 % <small>1 802 vs. 1 830</small>	7,46 % <small>956 vs. 979</small>	2,59 % <small>10 030 vs. 9 777</small>	0,26 % <small>23,78 % vs. 23,84 %</small>	4,91 % <small>7,07 vs. 7,43</small>	3,43 % <small>00:06:28 vs. 00:06:41</small>	1,51 % <small>4,77 % vs. 6,67 %</small>	4,14 % <small>679 vs. 652</small>	0,00 % <small>kr 0,00 vs. kr 0,00</small>
1. nb-no									
01.mar.2018 - 31.mar.2018	1 176 <small>(64,04 %)</small>	526 <small>(58,06 %)</small>	5 587 <small>(55,70 %)</small>	23,68 %	6,85	00:06:02	7,07 %	395 <small>(58,17 %)</small>	kr 0,00 <small>(0,00 %)</small>
01.feb.2018 - 28.feb.2018	985 <small>(46,07 %)</small>	452 <small>(46,17 %)</small>	4 392 <small>(44,92 %)</small>	24,84 %	6,60	00:05:48	6,83 %	300 <small>(46,01 %)</small>	kr 0,00 <small>(0,00 %)</small>
% Endring	19,39 %	16,37 %	27,21 %	-4,67 %	3,79 %	3,98 %	3,50 %	31,67 %	0,00 %
2. nb									
01.mar.2018 - 31.mar.2018	449 <small>(20,63 %)</small>	147 <small>(16,23 %)</small>	1 844 <small>(18,38 %)</small>	23,97 %	7,82	00:07:51	5,86 %	108 <small>(15,91 %)</small>	kr 0,00 <small>(0,00 %)</small>
01.feb.2018 - 28.feb.2018	615 <small>(28,77 %)</small>	284 <small>(29,01 %)</small>	2 858 <small>(29,23 %)</small>	24,04 %	8,36	00:07:30	6,19 %	177 <small>(27,15 %)</small>	kr 0,00 <small>(0,00 %)</small>
% Endring	-26,99 %	-48,24 %	-35,48 %	-0,28 %	-6,45 %	4,76 %	-5,43 %	-38,98 %	0,00 %
3. en-us									
01.mar.2018 - 31.mar.2018	345 <small>(15,85 %)</small>	141 <small>(15,56 %)</small>	1 725 <small>(17,20 %)</small>	23,59 %	6,98	00:06:01	6,14 %	106 <small>(15,61 %)</small>	kr 0,00 <small>(0,00 %)</small>
01.feb.2018 - 28.feb.2018	330 <small>(15,49 %)</small>	138 <small>(14,10 %)</small>	1 617 <small>(16,54 %)</small>	22,20 %	7,58	00:07:15	6,00 %	97 <small>(14,88 %)</small>	kr 0,00 <small>(0,00 %)</small>
% Endring	4,55 %	2,17 %	6,68 %	6,27 %	-7,90 %	-17,09 %	2,44 %	9,28 %	0,00 %
4. en-gb									
01.mar.2018 - 31.mar.2018	88 <small>(4,04 %)</small>	30 <small>(3,31 %)</small>	415 <small>(4,14 %)</small>	24,82 %	6,90	00:05:52	5,30 %	22 <small>(3,24 %)</small>	kr 0,00 <small>(0,00 %)</small>
01.feb.2018 - 28.feb.2018	107 <small>(5,00 %)</small>	49 <small>(5,01 %)</small>	438 <small>(4,48 %)</small>	18,72 %	7,98	00:06:25	7,31 %	32 <small>(4,91 %)</small>	kr 0,00 <small>(0,00 %)</small>
% Endring	-17,76 %	-38,78 %	-5,25 %	32,57 %	-13,51 %	-8,49 %	-27,44 %	-31,25 %	0,00 %
5. pl-pl									
01.mar.2018 - 31.mar.2018	17 <small>(0,78 %)</small>	9 <small>(0,99 %)</small>	52 <small>(0,52 %)</small>	23,08 %	6,12	00:03:32	13,46 %	7 <small>(1,03 %)</small>	kr 0,00 <small>(0,00 %)</small>
01.feb.2018 - 28.feb.2018	11	8	20	15,00 %	5,30	00:02:27	30,00 %	6	kr 0,00

Vedlegg 2: Strategikanvas



«Utvalg» er basert på observasjoner på organisasjonenes plattformer, og hvilke produkter de tilbyr. «Popularitet» er basert på antall brukere av tjenestene, og omtale i sosiale medier. «Design» er basert på designelementer benyttet på plattformen og i egne sosiale medier. «Service» er basert på hva tjenestene tilbyr, og brukertale. «Forsikring» er basert på om tjenestene tilbyr dette, og hvilken type forsikring de tilbyr. «Tilgjengelighet» er basert på geografisk avstand mellom brukerne, og om de tilbyr det samme i hele landet.

Vedlegg 3: Aktiv målgruppe

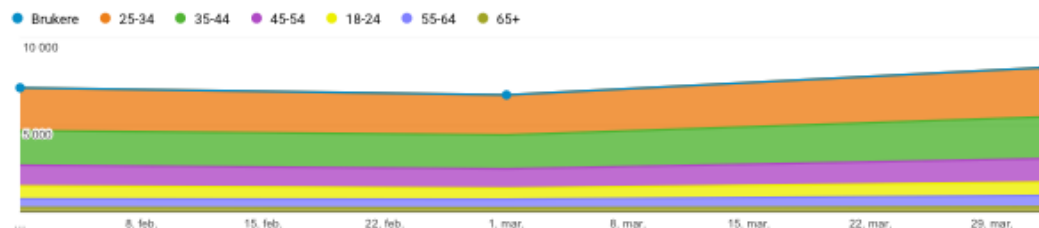
Demografi: alder

Alle brukere
100,00 % Brukere

1. feb. 2018 - 30. apr. 20

Utforsker

Sammendrag



Alder	Trafikk			Atferd			Konverteringer		
	Brukere	Nye brukere	Økter	Fluktfrekvens	Sider per økt	Gjennomsnittlig øktvarighet	Transaksjoner	Inntekt	Konverteringsgrad for netthand
	21 122 % av summen: 44,81 % (47 141)	19 708 % av summen: 45,23 % (43 573)	33 474 % av summen: 39,78 % (84 151)	43,57 % Gj.sn. for datautvalget: 42,89 % (1,58 %)	5,14 Gj.sn. for datautvalget: 4,96 (3,53 %)	00:03:30 Gj.sn. for datautvalget: 00:03:33 (-1,56 %)	378 % av summen: 40,09 % (945)	kr 233 260,00 % av summen: 40,84 % (kr 571 145,00)	1,1 Gj. datautvalget: 0
1. 25-34	7 161 (33,65 %)	6 590 (33,44 %)	12 216 (36,49 %)	38,92 %	5,57	00:03:55	181 (47,88 %)	kr 122 512,00 (52,52 %)	1
2. 35-44	6 092 (28,62 %)	5 627 (28,55 %)	9 506 (28,40 %)	44,27 %	5,16	00:03:26	99 (26,19 %)	kr 50 043,00 (21,45 %)	1
3. 45-54	3 547 (16,67 %)	3 291 (16,70 %)	4 986 (14,99 %)	49,68 %	4,59	00:02:51	41 (10,85 %)	kr 22 632,00 (9,70 %)	C
4. 18-24	2 055 (9,66 %)	1 889 (9,58 %)	3 606 (10,77 %)	36,94 %	5,60	00:04:11	41 (10,85 %)	kr 26 544,00 (11,36 %)	1
5. 55-64	1 586 (7,45 %)	1 512 (7,67 %)	2 099 (6,27 %)	56,41 %	3,91	00:02:22	11 (2,91 %)	kr 8 529,00 (3,66 %)	C
6. 65+	842 (3,96 %)	799 (4,05 %)	1 061 (3,17 %)	59,28 %	3,43	00:02:05	5 (1,32 %)	kr 3 000,00 (1,29 %)	C

Rad 1 - 6

Vedlegg 4: Kantar TNS

Undersøkelse: Forbruker & Media '18/1 – MGI

Univers ('000): 4 127,266

Base: Hele befolkningen <18+ år> [felles]

Base-størrelse ('000): 4 127,266

Målgruppe: Hele befolkningen

Målgruppetørrelse ('000): 4 127,266 Utvalg: 14 304

Prosent: 100,0%

Figur 4.1: Jeg er meget interessert i å prøve nye tekniske løsninger

		Total	Jeg er meget interessert i å prøve nye tekniske løsninger - enig/uenig						
			Helt enig	Litt enig	Verken enig eller uenig	Litt uenig	Helt uenig	Ubesvart	
Total	vTotal	4 127,266	554,742	1 046,967	825,492	748,248	903,558	47,407	
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100	100	
	Rad % Vektet	100	13,4	25,4	20	18,1	21,9	1,1	
	Kol % Vektet	100	100	100	100	100	100	100	
Alder 13 kategorier	25-29 år	vTotal	404,366	93,824	132,751	79,594	58,433	39,342	0,422
		vAffinitet	100	172,6	129,4	98,4	79,7	44,4	9,1
		Rad % Vektet	100	23,2	32,8	19,7	14,5	9,7	0,1
		Kol % Vektet	9,8	16,9	12,7	9,6	7,8	4,4	0,9
	30-34 år	vTotal	316,11	65,186	91,082	75,242	48,666	34,341	0,919
		vAffinitet	100	153,4	113,6	119	84,9	49,6	25,3
		Rad % Vektet	100	20,6	28,8	23,8	15,4	10,9	0,3
		Kol % Vektet	7,7	11,8	8,7	9,1	6,5	3,8	1,9

Figur 4.2: Jeg søker ofte etter informasjon om varer og tjenester jeg er interessert i

		Total	Jeg søker ofte etter informasjon om varer og tjenester jeg er interessert i - enig/uenig						
			Helt enig	Litt enig	Verken enig eller uenig	Litt uenig	Helt uenig	Ubesvart	
Total	vTotal	4 127,266	1 266,050	1 703,109	642,303	312,255	150,277	52,432	
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100	100	
	Rad % Vektet	100	30,7	41,3	15,6	7,6	3,6	1,3	
	Kol % Vektet	100	100	100	100	100	100	100	
Alder 13 kategorier	25-29 år	vTotal	404,366	175,64	163,326	44,892	15,527	4,219	0,761
		vAffinitet	100	141,6	97,9	71,3	50,8	28,7	14,8
		Rad % Vektet	100	43,4	40,4	11,1	3,8	1	0,2
		Kol % Vektet	9,8	13,9	9,6	7	5	2,8	1,5
	30-34 år	vTotal	316,11	130,954	124,833	35,568	16,798	3,872	3,41
		vAffinitet	100	135	95,7	72,3	70,2	33,6	84,9
		Rad % Vektet	100	41,4	39,5	11,3	5,3	1,2	1,1
		Kol % Vektet	7,7	10,3	7,3	5,5	5,4	2,6	6,5

Figur 4.3: Jeg liker å prøve nye varer og tjenester

		Total	Jeg liker å prøve nye varer og tjenester - enig/uenig						
			Helt enig	Litt enig	Verken enig eller uenig	Litt uenig	Helt uenig	Ubesvart	
Total	vTotal	4 127,266	405,492	1 495,542	1 310,916	582,019	273,184	59,44	
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100	100	
	Rad % Vektet	100	9,8	36,2	31,8	14,1	6,6	1,4	
	Kol % Vektet	100	100	100	100	100	100	100	
Alder 13 kategorier	25-29 år	vTotal	404,366	60,884	198,297	96,071	38,668	8,612	1,833
		vAffinitet	100	153,3	135,3	74,8	67,8	32,2	31,5
		Rad % Vektet	100	15,1	49	23,8	9,6	2,1	0,5
		Kol % Vektet	9,8	15	13,3	7,3	6,6	3,2	3,1
	30-34 år	vTotal	316,11	40,831	144,191	92,316	28,627	7,789	1,681
		vAffinitet	100	131,5	125,9	91,9	64,2	37,2	36,9
		Rad % Vektet	100	12,9	45,6	29,2	9,1	2,5	0,5
		Kol % Vektet	7,7	10,1	9,6	7	4,9	2,9	2,8

Figur 4.4: Jeg spør om råd/hjelp før jeg kjøper nye ting

		Total	Jeg spør om råd/hjelp før jeg kjøper nye ting - enig/uenig						
			Helt enig	Litt enig	Verken enig eller uenig	Litt uenig	Helt uenig	Ubesvart	
Total	vTotal	4 127,266	508,879	1 866,292	980,476	484,584	241,914	44,447	
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100	100	
	Rad % Vektet	100	12,3	45,2	23,8	11,7	5,9	1,1	
	Kol % Vektet	100	100	100	100	100	100	100	
Alder 13 kategorier	25-29 år	vTotal	404,366	66,056	195,753	83,958	42,07	15,317	1,213
		vAffinitet	100	132,5	107,1	87,4	88,6	64,6	27,9
		Rad % Vektet	100	16,3	48,4	20,8	10,4	3,8	0,3
		Kol % Vektet	9,8	13	10,5	8,6	8,7	6,3	2,7
	30-34 år	vTotal	316,11	40,244	146,379	74,807	40,834	12,552	0,62
		vAffinitet	100	103,3	102,4	99,6	110	67,7	18,2
		Rad % Vektet	100	12,7	46,3	23,7	12,9	4	0,2
		Kol % Vektet	7,7	7,9	7,8	7,6	8,4	5,2	1,4

Figur 4.5: Jeg liker ikke å ta risiko

		Total	Jeg liker ikke å ta risiko - enig/uenig						
			Helt enig	Litt enig	Verken enig eller uenig	Litt uenig	Helt uenig	Ubesvart	
Total	vTotal	4 127,266	832,337	1 393,538	1 042,936	594,518	210,628	52,635	
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100	100	
	Rad % Vektet	100	20,2	33,8	25,3	14,4	5,1	1,3	
	Kol % Vektet	100	100	100	100	100	100	100	
Alder 13 kategorier	25-29 år	vTotal	404,366	68,35	135,044	112,341	68,003	18,694	1,933
		vAffinitet	100	83,8	98,9	109,9	116,7	90,6	37,5
		Rad % Vektet	100	16,9	33,4	27,8	16,8	4,6	0,5
		Kol % Vektet	9,8	8,2	9,7	10,8	11,4	8,9	3,7
	30-34 år	vTotal	316,11	46,168	121,621	83,533	50,757	12,202	1,156
		vAffinitet	100	72,4	113,9	104,6	111,5	75,6	28,7
		Rad % Vektet	100	14,6	38,5	26,4	16,1	3,9	0,4
		Kol % Vektet	7,7	5,5	8,7	8	8,5	5,8	2,2

Figur 4.6: Jeg gjør ofte ting impulsivt

		Total	Jeg gjør ofte ting impulsivt - enig/uenig						
			Helt enig	Litt enig	Verken enig eller uenig	Litt uenig	Helt uenig	Ubesvart	
Total	vTotal	4 127,266	419,485	1 338,470	1 106,120	936,927	263,983	61,492	
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100	100	
	Rad % Vektet	100	10,2	32,4	26,8	22,7	6,4	1,5	
	Kol % Vektet	100	100	100	100	100	100	100	
Alder 13 kategorier	25-29 år	vTotal	404,366	46,721	146,947	102,151	88,554	17,836	2,158
		vAffinitet	100	113,7	112,1	94,3	96,5	69	35,8
		Rad % Vektet	100	11,6	36,3	25,3	21,9	4,4	0,5
		Kol % Vektet	9,8	11,1	11	9,2	9,5	6,8	3,5
	30-34 år	vTotal	316,11	31,011	110,688	81,4	69,475	21,878	0,984
		vAffinitet	100	96,5	108	96,1	96,8	108,2	20,9
		Rad % Vektet	100	9,8	35	25,8	22	6,9	0,3
		Kol % Vektet	7,7	7,4	8,3	7,4	7,4	8,3	1,6

Figur 4.7: Jeg prøver nye ting tidligere enn mine venner

		Total	Jeg prøver nye ting tidligere enn mine venner - enig/uenig						
			Helt enig	Litt enig	Verken enig eller uenig	Litt uenig	Helt uenig	Ubesvart	
Total	vTotal	4 127,266	174,227	527,94	1 231,144	818,454	1 326,423	48,226	
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100	100	
	Rad % Vektet	100	4,2	12,8	29,8	19,8	32,1	1,2	
	Kol % Vektet	100	100	100	100	100	100	100	
Alder 13 kategorier	25-29 år	vTotal	404,366	30,191	72,898	143,901	77,81	78,698	0,869
		vAffinitet	100	176,9	140,9	119,3	97	60,6	18,4
		Rad % Vektet	100	7,5	18	35,6	19,2	19,5	0,2
		Kol % Vektet	9,8	17,3	13,8	11,7	9,5	5,9	1,8
	30-34 år	vTotal	316,11	16,914	49,079	105,978	63,198	79,183	1,083
		vAffinitet	100	126,7	121,4	112,4	100,8	77,9	29,3
		Rad % Vektet	100	5,4	15,5	33,5	20	25	0,3
		Kol % Vektet	7,7	9,7	9,3	8,6	7,7	6	2,2

Figur 4.8: Når jeg finner nye varer og tjenester som jeg liker er jeg bare nødt til å fortelle andre om det

		Total	Når jeg finner nye varer og tjenester som jeg liker, er jeg bare nødt til å fortelle andre om det - enig/uenig						
			Helt enig	Litt enig	Verken enig eller uenig	Litt uenig	Helt uenig	Ubesvart	
Total	vTotal	4 127,266	314,16	1 065,068	1 002,350	800,242	895,974	48,798	
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100	100	
	Rad % Vektet	100	7,6	25,8	24,3	19,4	21,7	1,2	
	Kol % Vektet	100	100	100	100	100	100	100	
Alder 13 kategorier	25-29 år	vTotal	404,366	62,161	152,023	91,72	61,38	35,869	1,213
		vAffinitet	100	202	145,7	93,4	78,3	40,9	25,4
		Rad % Vektet	100	15,4	37,6	22,7	15,2	8,9	0,3
		Kol % Vektet	9,8	19,8	14,3	9,2	7,7	4	2,5
	30-34 år	vTotal	316,11	36,142	107,909	67,673	65,004	38,707	0
		vAffinitet	100	150,2	132,3	88,1	106,1	56,4	0
		Rad % Vektet	100	11,4	34,1	21,4	20,6	12,2	0
		Kol % Vektet	7,7	11,5	10,1	6,8	8,1	4,3	0

Figur 4.9: Anbefaler eller kritiserer varer og tjenester

		Total	Anbefaler ('liker') eller kritiserer varer og tjenester - akkumulert hyppighet						
			Daglig	Ukentlig	Månedlig	Sjeldnere	Aldri	Ubesvart	
Total	vTotal	4 127,266	70,577	291,638	643,287	1 814,099	2 205,255	107,913	
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100	100	
	Rad % Vektet	100	1,7	7,1	15,6	44	53,4	2,6	
	Kol % Vektet	100	100	100	100	100	100	100	
Alder 13 kategorier	25-29 år	vTotal	404,366	10,475	41,07	87,984	231,837	168,677	3,852
		vAffinitet	100	151,5	143,7	139,6	130,4	78,1	36,4
		Rad % Vektet	100	2,6	10,2	21,8	57,3	41,7	1
		Kol % Vektet	9,8	14,8	14,1	13,7	12,8	7,6	3,6
	30-34 år	vTotal	316,11	6,6	23,777	62,573	175,825	136,886	3,399
		vAffinitet	100	122,1	106,4	127	126,5	81	41,1
		Rad % Vektet	100	2,1	7,5	19,8	55,6	43,3	1,1
		Kol % Vektet	7,7	9,4	8,2	9,7	9,7	6,2	3,1

Figur 4.10: Personlig økonomi

		Total	Personlig økonomi - grad av interesse					
			Meget interessert	Litt interessert	Litt uinteressert	Meget uinteressert	Ubesvart	
Total	vTotal	4 127,266	1 329,031	1 954,840	593,69	203,055	46,444	
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100	
	Rad % Vektet	100	32,2	47,4	14,4	4,9	1,1	
	Kol % Vektet	100	100	100	100	100	100	
Alder 13 kategorier	25-29 år	vTotal	404,366	110,992	186,663	69,682	36,084	0,944
		vAffinitet	100	85,2	97,5	119,8	181,4	20,8
		Rad % Vektet	100	27,4	46,2	17,2	8,9	0,2
		Kol % Vektet	9,8	8,4	9,5	11,7	17,8	2
		vTotal	316,11	74,187	149,689	70,413	21,821	0
	30-34 år	vAffinitet	100	72,9	100	154,9	140,3	0
		Rad % Vektet	100	23,5	47,4	22,3	6,9	0
		Kol % Vektet	7,7	5,6	7,7	11,9	10,7	0

Figur 4.11: Miljøvern

		Total	Miljøvern - grad av interesse					
			Meget interessert	Litt interessert	Litt uinteressert	Meget uinteressert	Ubesvart	
Total	vTotal	4 127,266	796,416	1 882,805	981,506	422,294	44,246	
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100	
	Rad % Vektet	100	19,3	45,6	23,8	10,2	1,1	
	Kol % Vektet	100	100	100	100	100	100	
Alder 13 kategorier	25-29 år	vTotal	404,366	78,987	159,383	111,47	53,826	0,7
		vAffinitet	100	101,2	86,4	115,9	130,1	16,1
		Rad % Vektet	100	19,5	39,4	27,6	13,3	0,2
		Kol % Vektet	9,8	9,9	8,5	11,4	12,7	1,6
		vTotal	316,11	55,996	138,999	85,702	34,71	0,704
	30-34 år	vAffinitet	100	91,8	96,4	114	107,3	20,8
		Rad % Vektet	100	17,7	44	27,1	11	0,2
		Kol % Vektet	7,7	7	7,4	8,7	8,2	1,6

Figur 4.12: Jeg betaler gjerne litt ekstra for en vare som er miljøvennlig

		Total	Jeg betaler gjerne litt ekstra for en vare som er miljøvennlig - enig/uenig						
			Helt enig	Litt enig	Verken enig eller uenig	Litt uenig	Helt uenig	Ubesvart	
Total	vTotal	4 127,266	667,898	1 578,385	951,223	527,822	359,543	41,392	
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100	100	
	Rad % Vektet	100	16,2	38,2	23	12,8	8,7	1	
	Kol % Vektet	100	100	100	100	100	100	100	
Alder 13 kategorier	25-29 år	vTotal	404,366	70,756	145,392	84,886	54,201	48,353	0,779
		vAffinitet	100	108,1	94	91,1	104,8	137,3	19,2
		Rad % Vektet	100	17,5	36	21	13,4	12	0,2
		Kol % Vektet	9,8	10,6	9,2	8,9	10,3	13,4	1,9
	30-34 år	vTotal	316,11	59,035	125,065	62,884	39,739	28,713	0
		vAffinitet	100	115,4	103,5	86,3	98,3	104,3	0
		Rad % Vektet	100	18,7	39,6	19,9	12,6	9,1	0
		Kol % Vektet	7,7	8,8	7,9	6,6	7,5	8	0

Figur 4.13: Jeg sløser aldri

		Total	Jeg sløser aldri - enig/uenig					Ubesvart	
			Helt enig	Litt enig	Verken enig eller uenig	Litt uenig	Helt uenig		
Total	vTotal	4 127,266	384,687	1 034,271	1 161,939	1 174,010	324,549	46,959	
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100	100	
	Rad % Vektet	100	9,3	25,1	28,2	28,4	7,9	1,1	
	Kol % Vektet	100	100	100	100	100	100	100	
Alder 13 kategorier	25-29 år	vTotal	404,366	17,698	86,562	114,535	137,417	47,41	0,744
		vAffinitet	100	47	85,4	100,6	119,5	149,1	16,2
		Rad % Vektet	100	4,4	21,4	28,3	34	11,7	0,2
		Kol % Vektet	9,8	4,6	8,4	9,9	11,7	14,6	1,6
	30-34 år	vTotal	316,11	12,651	66,381	82,442	119,489	34,473	0
		vAffinitet	100	42,9	83,8	92,6	132,9	138,7	0
		Rad % Vektet	100	4	21	26,1	37,8	10,9	0
		Kol % Vektet	7,7	3,3	6,4	7,1	10,2	10,6	0

Figur 4.14: Det hender jeg kjøper ting jeg ikke får bruk for

		Total	Det hender jeg kjøper ting jeg ikke får bruk for - enig/uenig						
			Helt enig	Litt enig	Verken enig eller uenig	Litt uenig	Helt uenig	Ubesvart	
Total	vTotal	4 127,266	440,896	1 614,885	850,897	837,395	332,897	49,443	
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100	100	
	Rad % Vektet	100	10,7	39,1	20,6	20,3	8,1	1,2	
	Kol % Vektet	100	100	100	100	100	100	100	
Alder 13 kategorier	25-29 år	vTotal	404,366	57,691	170,135	82,209	78,419	14,173	1,739
		vAffinitet	100	133,6	107,5	98,6	95,6	43,5	35,9
		Rad % Vektet	100	14,3	42,1	20,3	19,4	3,5	0,4
		Kol % Vektet	9,8	13,1	10,5	9,7	9,4	4,3	3,5
	30-34 år	vTotal	316,11	39,831	143,51	53,442	61,601	15,941	1,111
		vAffinitet	100	118	116	82	96	62,5	29,3
		Rad % Vektet	100	12,6	45,4	16,9	19,5	5	0,4
		Kol % Vektet	7,7	9	8,9	6,3	7,4	4,8	2,2

Figur 4.15: Reklame er sløsing med min tid

		Total	Reklame er sløsing med min tid - enig/uenig						
			Helt enig	Litt enig	Verken enig eller uenig	Litt uenig	Helt uenig	Ubesvart	
Total	vTotal	4 127,266	1 338,514	1 185,503	866,25	485,137	201,643	49,367	
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100	100	
	Rad % Vektet	100	32,4	28,7	21	11,8	4,9	1,2	
	Kol % Vektet	100	100	100	100	100	100	100	
Alder 13 kategorier	25-29 år	vTotal	404,366	147,735	117,025	75,737	47,567	15,286	1,016
		vAffinitet	100	112,7	100,8	89,2	100,1	77,4	21
		Rad % Vektet	100	36,5	28,9	18,7	11,8	3,8	0,3
		Kol % Vektet	9,8	11	9,9	8,7	9,8	7,6	2,1
	30-34 år	vTotal	316,11	121,88	95,502	56,495	27,222	12,938	1,399
		vAffinitet	100	118,9	105,2	85,2	73,3	83,8	37
		Rad % Vektet	100	38,6	30,2	17,9	8,6	4,1	0,4
		Kol % Vektet	7,7	9,1	8,1	6,5	5,6	6,4	2,8

Figur 4.16: En dag uten sosiale medier/nettsamfunn er ille

		Total	En dag uten sosiale medier/nettsamfunn er ille - enig/uenig						
			Helt enig	Litt enig	Verken enig eller uenig	Litt uenig	Helt uenig	Ubesvart	
Total	vTotal	4 127,266	478,233	875,374	724,791	768,892	1 226,941	52,184	
	vAffinitet	100	100	100	100	100	100	100	
	Rad % Vektet	100	11,6	21,2	17,6	18,6	29,7	1,3	
	Kol % Vektet	100	100	100	100	100	100	100	
Alder 13 kategorier	25-29 år	vTotal	404,366	41,722	85,545	62,669	88,776	122,368	3,286
		vAffinitet	100	89	99,7	88,3	117,8	101,8	64,3
		Rad % Vektet	100	10,3	21,2	15,5	22	30,3	0,8
		Kol % Vektet	9,8	8,7	9,8	8,6	11,5	10	6,3
	30-34 år	vTotal	316,11	20,168	57,677	60,192	66,587	110,202	0,61
		vAffinitet	100	55,1	86	108,4	113,1	117,3	15,3
		Rad % Vektet	100	6,4	18,2	19	21,1	34,9	0,2
		Kol % Vektet	7,7	4,2	6,6	8,3	8,7	9	1,2

Vedlegg 5: Studieguide for ikke-brukere

Oppvarming/introduksjon:

Tusen takk for at du tok deg tid til å stille til intervju. Vi skriver en bacheloroppgave i kampanjeplanlegging for en aktør i delingsøkonomien. Ingen svar er gale, vi ønsker bare din ærlige mening og tanker rundt temaet. Vi ønsker gjerne å ta lydopptak av intervjuet, og vil slette opptaket etter oppgaven er levert 4. juni. Intervjuet er helt anonymt, og alle svar vil bli anonymisert i oppgaven. Intervjuet vil vare i om lag 40-50 minutter. Høres dette greit ut?

Demografi:

Alder:

Kjønn:

Hvordan vil du beskrive din livssituasjon?

Hva er din årlige inntekt?

- 0-200.000,
- 200.000-350.000
- 350.000-500.000
- 500.000-650.000
- 650.000-800.000
- 800.000+

Hvordan vil du beskrive din økonomiske situasjon?

Hadde du klart en uforutsett utgift på 5 000 kroner?

Hva er dine interesser?

Hvor opptatt er du av å prøve nye ting?

For eksempel en ny matrett, en ny aktivitet, en ny applikasjon, eller tjeneste osv.

Har du eksempler på noe nytt du har prøvd i det siste?

Er du bevisst på forbruket ditt?

På hvilken måte?

Har det fått noen konsekvenser for ditt forbruk?

Delingsøkonomi:

Har du hørt begrepet delingsøkonomi (før i dag)?

Hvis ikke, forteller vi kort om delingsøkonomi: Systemer for deling av underutnyttede eiendeler/tjenester, gratis eller mot betaling – direkte mellom individer eller organisasjoner/kollektiver.

Hva betyr ordet delingsøkonomi for deg? (*hva tenker du når du hører det?*)

Hvilke delingstjenester kjenner du til?

Viser logoene til flere aktører i delingsøkonomien.

Har du tatt i bruk noen av disse delingstjenestene?

Hvis ja:

- Hvorfor?
- Motivasjon?
- Erfaringer?

Hvis nei:

- Hvorfor ikke?
- Hva kunne motivert deg til å ta i bruk en delingstjeneste?
- Hvilke kunne vært aktuell for deg å benytte?

Leieting

Har du kjennskap til Leieting?

Hvis ikke forteller vi om Leieting: det er en markeds plass for utleie, hvor du kan legge ut ting du ikke bruker til vanlig, så kan andre leie fra deg, eller du kan leie ting fra andre.

Vise nettsiden, la de bli kjent med siden i 5 minutter, informer respondenten om at økten kommer til å bli tatt opp for å kvalitetssikre intervjuet.

Generelt inntrykk av leieting?

Gir respondenten et ark med leieting sin logo og en penn.

Hvilke ord assosierer du med leieting?

Motivasjon:

Hva skal til for at du skulle tatt i bruk tjenesten for å leie ut?

Kan du tenke deg noen hindringer/utfordringer med å leie ut tingene dine?

Hva skal til for at du skulle tatt i bruk tjenesten for å leie noe?

Kan du tenke deg noen hindringer/utfordringer med å leie ting?

Hva ville motivert deg mest; å spare miljøet, å spare/tjene penger ved bruk av leieting eller prøve nye ting?

Praktisk:

Gir respondenten et ark med oversikt over kategoriene på Leieting.no.

Har du noe du kunne leid ut? I tilfelle hva?

Tror du det kunne vært økonomisk lønnsomt for deg å leie ut på leieting?

Hva kunne være aktuelt for deg å leie?

Tror du det kunne vært økonomisk lønnsomt for deg å leie ting?

Hva tenker du om å møte utleier eller leietaker ansikt til ansikt?

Vil du si at du har tillit til å leie av privatpersoner?

Hva tenker du om å leie fra privatpersoner kontra bedrifter?

Hvem har du mest tillit til av privatpersoner og bedrifter?

Kommunikasjon:

Hvor ville du foretrukket å få informasjon om Leieting?

Kanaler (avis, sosiale medier, nettside)

Hvilken type informasjon/budskap ville fanget din interesse?

Viser de tre ulike annonser hvor «økonomi», «miljø» og «prøve nye ting» er budskapene.

Hvilke av disse budskapene appellerer mest til deg?

Vil du si at du har tillit til influencers eller lar deg påvirke?.

Avslutning

Er Leieting en tjeneste som du kunne tenkt deg å bruke i fremtiden?

Tusen takk for tiden din!

Vedlegg 6: Studieguiden for brukere

Oppvarming/introduksjon

Tusen takk for at du tok deg tid til å stille til intervju. Vi skriver en bacheloroppgave i kampanjeplanlegging for Leieting. Ingen svar er gale, vi ønsker bare din ærlige mening og tanker rundt temaet. Vi ønsker gjerne å ta lydopptak av intervjuet, og vil slette opptaket etter oppgaven er levert 4. juni. Intervjuet er helt anonymt, og alle svar vil bli anonymisert i oppgaven. Intervjuet vil vare i om lag 40-50 minutter. Høres dette greit ut?

Demografi:

Alder:

Kjønn:

Hvordan vil du beskrive din livssituasjon?

Hva er din årlige inntekt?

- 0-200.000,
- 200.000-350.000
- 350.000-500.000
- 500.000-650.000
- 650.000-800.000
- 800.000+

Hvordan vil du beskrive din økonomiske situasjon?

Hadde du klart en uforutsett utgift på 15 000 kroner?

Hadde du klart en uforutsett utgift tilsvarende din brutto månedslønn?

Hva er dine interesser?

Hvor opptatt er du av å prøve nye ting?

For eksempel en ny matrett, en ny aktivitet, en ny applikasjon, eller tjeneste osv.

Har du eksempler på noe nytt du har prøvd i det siste?

Er du bevisst på forbruket ditt?

På hvilken måte?

Har det fått noen konsekvenser for ditt forbruk?

Delingsøkonomi

Har du hørt begrepet delingsøkonomi (før i dag)?

Hvis ikke, forteller vi kort om delingsøkonomi: Systemer for deling av underutnyttede eiendeler/tjenester, gratis eller mot betaling – direkte mellom individer eller organisasjoner/kollektiver.

Hva betyr ordet delingsøkonomi for deg? (hva tenker du når du hører det?)
Hvilke delingstjenester kjenner du til?

Hvis de kjenner til noen: Har du benyttet deg noen av disse?

Viser logoene til flere aktører i delingsøkonomien.

Kjenner du til og har du tatt i bruk noen av disse delingstjenestene?

Hvis ja:

- Hvorfor?
- Motivasjon?
- Erfaringer?

Leieting

Hvordan fikk du først høre om Leieting?

Generelt inntrykk av leieting?

Gir respondenten et ark med leieting sin logo og en penn.

Hvilke ord assosierer du med Leieting?

Ville du anbefalt tjenesten til en venn?

Motivasjon

Hva motiverte deg til å ta i bruk tjenesten?

Ser du noen hindringer/utfordringer med å leie ting eller leie ut?

Hva skal til for at du skal leie ut (mer)?

Hva motiverer deg mest, å spare miljøet, å spare/tjene penger ved bruk av leieting eller prøve nye ting?

Anser du deg selv som en aktiv bruker av Leieting?

Praktisk:

Har du leid ut på tjenesten?

I tilfelle hva?

Føler du det var økonomisk lønnsomt for deg å leie ut på Leieting?

Hva annet kunne vært aktuelt for deg å leie ut?

Har du leid noe på tjenesten?

I tilfelle hva?

Hva var motivasjonen din for å leie?

Hva (annet) kunne være aktuelt for deg å leie?

Tror du det kunne vært økonomisk lønnsomt for deg å leie ting på Leieting?

Hva tenker du om å leie fra privatpersoner kontra bedrifter?

Hva tenker du om å møte utleier eller leietaker ansikt til ansikt?

Har du tillit til å leie ut til private leietakere?

Har du tillit til å leie av private utleiere?

Kommunikasjon

Hva syns du om hvordan Leieting (som selskap) kommuniserer i dag?

Hvor ville du foretrukket å få informasjon om leieting?

Kanaler (avis, sosiale medier, nettside)

Hvilken type informasjon/budskap ville fanget din interesse?

Viser de tre ulike annonser hvor «økonomi», «miljø» og «prøve nye ting» er budskapene.

Hvilke av disse budskapene appellerer mest til deg?

Vil du si at du har tillit til influences eller lar deg påvirke?

Avslutning

Tusen takk for tiden din!

Vedlegg 7: Projektive teknikker

Leiating.no

 Nabobil.no

 FINN

 airbnb

 foodora

 bildelingen

 HengerDeling.no

 couchsurfing

 tise.

 Too Good To Go

Leiating.no

 Freska

 Nabohjelp
fra OBOS

 sh shpock



Bil



Båt



Motorsykel



Tilhenger



Foto og video



Sport og fritid



Verktøy



Leieting.no

1. juni 2017 · 🌐

Har du noe fotoutstyr liggende som du kan leie ut? 📷 Du kan tjene inntil 10 000 kr skattefritt gjennom utleie hos Leieting.no 🌱



Leieting.no - Norges største markedsplass for leie av ting

Lej ut alt fra kano til fotoutstyr - billig og enkelt. Forsikring fra If Skadeforsikring er inkludert, ingen bonustap eller egenandel for utleier. Registrer deg gratis nå!

LEIETING.NO

Leieting **Leieting.no**
2. august 2017 · ©

Bærekraft trenger ikke å gå på bekostning av frihet og muligheter. Hvis enda flere leier tingene de trenger av hverandre får vi forbruket ned og større frihet til å gjøre det man vil. Vinn-vinn 🌱♻️



I dag er jordas ressurser «brukt opp» for i år
Og datoen har kommet tidligere enn noensinne. – Vi bruker ressurser som vi ikke har, sier WWF Verdens naturfond.
NRK.NO

Leieting **Leieting.no** er ved **Sotra**.
12. mai 2017 · ©

Frister det med en padletur i helgen? 🇳🇴☀️



Kjetil leier ut sin kajakk med full utstyrs pakke!
Prikkfritt Hasle Excursion 520 komplett havkajakk-pakke med tørrdrakt, vest, karbonåre, spruttrekk, redningspakke og kajakktralle.
LEIETING.NO

Vedlegg 8: Dybdeintervju med ikke-brukere

Oppvarming/introduksjon

Tusen takk for at du tok deg tid til å stille til intervju. Vi skriver en bacheloroppgave i kampanjeplanlegging for en aktør i delingsøkonomien. Ingen svar er gale, vi ønsker bare din ærlig mening og tanker rundt temaet. Vi ønsker gjerne å ta lydopptak av intervjuet, og vil slette opptaket etter oppgaven er levert 4. juni. Intervjuet er helt anonymt, og alle svar vil bli anonymisert i oppgaven. Intervjuet vil vare i om lag 40-50 minutter. Høres dette greit ut?

Demografi

Alder:

A: 27

B: 35

C: 25

Kjønn:

A: Kvinne

B: Mann

C: Kvinne

Hvordan vil du beskrive din livssituasjon?

A: Hus, jobb, samboer, aktiv livsstil, permisjon (jordmor)

B: Gift, 2 barn, hund, hus og bil, god jobb

C: Samboer, egen leilighet, sykepleierstudent, ikke deltidsjobb men ringevikar, og praksisplass og skriver bachelor. Fosterhjem for pusekatt.

Hva er din årlige inntekt?

A: 350.000-499.000

B: 500.000-649.000

C: 200.000-349.000

Hvordan vil du beskrive din økonomiske situasjon?

Oppfølgings spørsmål: Hadde du klart en uforutsett utgift på 5000,-

A: Ja. Vil si at det ikke god økonomisk situasjon mtp oppussing.

B: Ja, ville klart det. Komfortabel

C: Bra situasjon. Får i tillegg inntekt via airbnb. Ville klart utgift.

Hva er dine interesser?

A: Gå tur, strikke, være med venner og familie, håndarbeid, tegning.

B: Ski, golf, familie, ser på fotball, spiller litt poker

C: liker å gå på fjellet, liker å trene, spille dataspill, serier, venner, strikking

Hvor opptatt er du av å prøve nye ting?

A: Ja.

B: Tjaa, ja.

C: Synes det er gøy.

Har du eksempler på noe nytt du har prøvd i det siste?

A: Har ikke prøvd så mye siden jeg har vært i permisjon. Spise sunt, lavkarbo. begynt med fitbit.

B: Første topptur på randone-ski. Liker nye ting når det kommer til mat – aldri si nei til noe første gang, prøve alt

C: Strikking, praksis i psykiatrien.

Er du bevisst på forbruket ditt?

A: ja til en viss grad

B: Tenker på at jeg bruker mye penger.

C: Ja

På hvilken måte?

A: har meg og samboer budsjettplan på mat og fellesutgifter.

B: Før var vi opptatt av å kjøpe økologisk mat. Har kjøpt elbil. Har investert i solcellepanel-selskap.

C: alle møbler er kjøpt på finn. skal hente en ny sofa i helgen. bevisst på hvilket materiale hun bruker. ikke plast. nesten veganer (men har ikke lov til å kalle seg

det pga spiser litt kjøtt veldig sjeldent slik som pinnekjøtt og når hun er i middagsbesøk til andre). kompost.

Har det fått noen konsekvenser for ditt forbruk?

A: Ikke enda, er ikke så mye å spare ser det ut som.

B: Ja.

C: Ja.

Delingsøkonomi

Har du hørt begrepet delingsøkonomi (før i dag)?

A: Ja

B: Ja

C: Ja

Hva betyr ordet delingsøkonomi for deg? (hva tenker du når du hører det?)

A: Dele økonomi med samboer

B: Betyr at alle får nytte godt av noe private har. Gjør det tilgjengelig for en billigere pris for mange.

C: Det betyr å dele på noe som koster noe på en måte. feks hvis du deler en bil med naboen er det delingsøkonomi og når jeg leier ut et rom i leiligheten er det delingsøkonomi.

Hvilke delingstjenester kjenner du til?

A: Ingen

B: Aribnb, Uber begynte vel slik, Bildeleringen, Nabo-ett eller annet.. Leieting

C: Finn, airbnb, couchsurfing,

Viser logoene til flere aktører i delingsøkonomien.

Har du tatt i bruk noen av disse delingstjenestene?

A: finn

B: Freska, fodoora, aribnb, finn.no

C: finn, airbnb, couchsurfing, har appen til tise men ikke brukt. kjæresten har brukt togoodtogo.

Hvorfor?

A: for å selge ting

B: Arbnb på ferie fordi det var billigere og mer fleksible på leietid. Fodoora har vi brukt til overtidsmat, fordi vi er for late til å hente selv. Finn har vi brukt til å kjøpe og selge ting. Freska brukt en gang, for å teste.

C: couchsurfing på gøy fordi de ikke hadde lov til å framleie når de leide leilighet før og de ville ikke ta betalt for å la folk sove på sofaen så var mest på gøy for å teste ut. holdt på i 4 måneder. finn pga spare penger og er like så gode ting der som i butikken og litt pga miljø. Airbnb mest for å tjene penger men hadde ikke gjort det om hun ikke synes det var gøy.

Motivasjon?

A: visste folk var der, effektivt, kjent

B: Arbnb og Finn er det pris. Fodoora beleilig. Freska fordi vi ikke hadde tid og måtte teste.

C: økonomi, prøve nye ting og miljø.

Erfaringer?

A: veldig bra, lett å legge ut og selge, enkelt at folk henter.

B: Fodoora litt negativ til, skal ikke bestille nachos der for det ser ikke helt bra. Arbnb bare positive erfaringer med. Effektivt.

C: o På couchsurfing var det noen som kom som var litt rar, men utenom det ikke mer negativt. Men det var egentlig litt mer utgift enn noe annet, fordi du lagde mat til de osv som du betalte for. Finn er negativt om man har avtalt å kjøpe noe også blir det solgt før du kommer dit. Finn er også irriterende om det er unøyaktige beskrivelser av det du skal hente. Airbnb er mest irriterende med de som kommer hit og tror at de bor her. Det er jo litt hotellaktig, men samtidig er dette mitt hjem. Ellers positive erfaringer med alle tjenestene.

Leieting

Har du kjennskap til Leieting?

A: Hun har vært innpå siden før etter mye om og men, men hun har ingen hukommelse om dette og kan ikke huske tjenesten i det hele tatt.

B: Mener jeg har gått på skole med noen som var med å startet det. Tror jeg følger

de på Facebook. Det er jo kult og ganske smart.

C: Ikke hørt om.

Til de som ikke hadde hørt om Leieting, fortalte vi at det er en markeds plass for utleie, hvor du kan legge ut ting du ikke bruker til vanlig, så kan andre leie fra deg, eller du kan leie ting fra andre.

Vise nettsiden, la de bli kjent med siden i 5 minutter, informer respondenten om at økten kommer til å bli tatt opp for å kvalitetssikre intervjuet.

Generelt inntrykk av leieting?

A: Veldig grei tjeneste, der du kan låne om du ikke trenger å kjøpe om du trenger for en kort periode, lett å finne frem, gikk fint an å filtrere søkene, veldig likt finn.

B: Oversiktlig, enkelt søkefelt – prøvde å søke litt og det var ganske nøyaktig. Enkelt å registrere med bruker på Facebook. Virker trygt, siden Bank-ID blir brukt på de som leier ut. Positivt inntrykk.

C: Positivt overrasket. det er ting man trenger men som er dyrt å kjøpe og ting som man egentlig ikke trenger men kan leie på gøy.

Gir respondenten et ark med leieting sin logo og en penn.

Hvilke ord assosierer du med leieting?

A: Billig løsning, Miljøvennlig, enkelt å få tak i produkt i siste liten, rimeligere enn å kjøpe, fint sted å legge ut produkt/ting som ikke blir brukt så mye, enkel løsning til å prøve produkt før du eventuelt kjøper det.

B: trygt, tilgjengelig, beleilig.

C: billig bil. mulighet til å leie ting en ikke hadde kjøpt seg selv. Trygt. miljøvennlig. gunstig økonomisk. litt tungvint nettside. fornuftig.

Motivasjon

Hva skal til for at du skulle tatt i bruk tjenesten for å leie ut?

A: syns det er tungvint, ting blir brukt som du bare ville hatt liggende, tjene penger

B: Må trenge penger. Må ha vært en relativt stor investering for meg – måtte vært en relativt dyrt ting jeg leier ut – men ikke bil, det ville jeg ikke leid ut. Det må være noe jeg kan klare meg uten.

C: at jeg hadde noe å leie ut. har ikke bil, har ikke scooter, har ikke båt. har et rom, men bruker airbnb.

Kan du tenke deg noen hindringer/utfordringer med å leie ut tingene dine?

A: at du må være hjemme eller levere det

B: Redd for at de skal komme tilbake ødelagt, og ikke få full verdi tilbake. Ikke ha det hvis jeg plutselig skulle trenge det.

C: Andre folk. Det er alltid det som er utfordringer. du vet ikke hva andre folk gjør.

Hva skal til for at du skulle tatt i bruk tjenesten for å leie noe?

A: om det er noe jeg kunne trenge én gang, prøve ut noe (før man investerer) (bæremeis f.eks.).

B: Må jo ha behov. Det er for dyrt til å kjøpe dersom du bare skal bruke et par ganger. Eller noe jeg ønsker å prøve ut. Hvis jeg vet at det er en ting jeg bare skal bruke en gang. Bygging og oppgradering feks.

C: at jeg har behov for noe jeg ikke har.

Kan du tenke deg noen hindringer/utfordringer med å leie ting?

A: at produktet ikke er optimalt, at det er skadet (annen stand en fremstilt)

B: Ville sjekket opp i forsikring. Om jeg ødelegger hvor mye må jeg erstatte selv.

C: det er jo igjen det med folk, det er det som er vanskelig med delingsøkonomi. når man skal levere tilbake ting men de er ikke hjemme osv. samme med på finn, har kjøpt mye men av og til blir det styr.

Hva ville motivert deg mest; å spare miljøet, å spare/tjene penger ved bruk av leieting eller prøve nye ting?

A: Spare eller tjene penger.

B: Spare eller tjene penger

C: Spare eller tjene penger

Praktisk

Gir respondenten et ark med oversikt over kategoriene på Leieting.no.

Har du noe du kunne leid ut? I tilfelle hva?

A: er redd tingene kan bli ødelagt, ikke leid ut bil, kunne kanskje leid ut båt, kunne ikke leid ut kamera og sportsting kanskje leid ut skiene. Ville heller leid ut til fremmede.

B: Har jo en seilbåt vi har brukt 3 ganger på 2 år, den kunne jeg kanskje leid ut. Har en far som kjøper mye, så jeg kan låne av. Har mye skiutstyr som jeg kunne ha leid ut, men vet ikke om jeg ville ha gjort det.

C: Nei. Har noe verktøy men det er sånn som alle har. et speilreflekskamera men det er sykt gammelt.

Tror du det kunne vært økonomisk lønnsomt for deg å leie ut på leieting?

A: ja, litt

B: Jeg tror ikke jeg hadde tjent så mye penger på det egentlig. Hvis jeg ville ha leid ut bilen, så hadde jeg jo sikkert det – men det vil jeg ikke.

C: ja om jeg hadde hatt noe å leie ut, hadde det det.

Hva kunne være aktuelt for deg å leie?

A: bæremeis, sykkel, tilhenger, større båt, bobil, kajakk, kano

B: Skredutstyr er veldig aktuelt å leie, for det er dyrt og jeg bruker det ikke så ofte. Verktøy kan være aktuelt. Jeg søkte også på bil, og vi trenger en minibuss til utrikningslag.

C: bil, tilhenger, verktøy til oppussing, sport og fritid om vi har tid til å ha det gøy.

Tror du det kunne vært økonomisk lønnsomt for deg å leie ting?

A: hadde vært flinkere til å være bevisst på det, hadde det nok vært lønnsomt.

B: Ja, det tror jeg. I alle fall med skredutstyr, fjell og fritidsting som du ikke bruker så ofte.

C: ja jeg tror det om det er ting jeg ikke har behov for i lengre perioder som er dyrt å kjøpe. spenn typ stikksag, og ting for å pusse opp. bil foreløpig men vi vil kanskje kjøpe selv om vi fkytte rut av byen

Hva tenker du om å møte utleier eller leietaker ansikt til ansikt?

A: helt greit

B: Spør på hvilken gjenstand du skal leie eller leie ut. Hygeniske ting – skulle jeg leid et telt ville jeg møtt personen og sett om det er en ren person. Skulle jeg leid ut båt eller bil, ville jeg sett at personen er skikkelig.

C: synes det hadde vært en fordel. da vet du hvem du har med å gjøre.

Vil du si at du har tillit til å leie av privatpersoner?

A: Halvveis.

B: Ja, absolutt.

C: ja, generelt har jeg det. vi får jo inn folk fra hele verden i leiligheten og som regel er det null problem, men tull innimellom.

Hva tenker du om å leie fra privatpersoner kontra bedrifter?

A: tryggere med bedrifter, fordi du føler de må ha en garanti, lettere å få gjennom klager til en organisasjon vs. en privatperson tror jeg.

B: Jeg stoler mer på en berift enn privatperson. Men jeg har hatt gode erfaringer med airbnb – så sjekker det før hotell.

C: det spørs på bedriften og personen. sånn sett er det greiere å være privatperson til privatperson og ha en bedrift å støtte seg til typ airbnb og finn.

Hvem har du mest tillit til?

A: bedrifter.

B: Bedrifter

C: Kommer an på.

Kommunikasjon

Hvor ville du foretrukket å få informasjon om Leieting?

Kanaler (avis, sosiale medier, nettside)

A: tv-reklame, reklame på FB eller nettside.

B: Digitalt, epost eller facebook

C: på deres egen nettside og egne kanaler. ikke nyhetsbrev. annonser er greit om man skal få vite at det finnes, men det er ikke best å finne informasjon der. foretrekker at det er god info på nettsiden.

Hvilke type informasjon/budskap ville fanget din interesse?

A: vise at det er effektivt, prosjektor → dåp (kom innpå den med et googlesøk, men synes det var for dyrt for trenger for en hel helg), ikke gjort så stort inntrykk, kom på det når vi snakket om når jeg kunne brukt det.

B: Økonomisk – hvorfor ikke tjene penger på ting du ikke bruker?

C: det spørres om jeg kjenner til noe fra før eller ikke. om ikke er det greit å vite at det finnes, men om jeg kjenner det fra før vil jeg ha praktisk å reell info (ikke fantasireklame).

Viser de tre ulike annonser hvor «økonomi», «miljø» og «prøve nye ting» er budskapene.

Hvilke av disse budskapene appellerer mest til deg?

A: kajakk

B: Det med kajakken – ser på meg selv mer som en forbruker enn en utleier.

C: Kajakk fordi det var et fint bilde. De to andre ville jeg bare scrollet rett forbi.

Logoen til leieting var skikkelig dårlig og fanger ikke blikket i det hele tatt. Pga logoen i seg selv kan det hende at jeg bare scroller forbi uansett.

Vil du si at du har tillit til influencers, eller lar deg påvirke?

A: ja, til en viss grad, blir litt påvirket.

B: Til en viss grad vil jeg si at jeg bruk påvirket.

C: veldig sjelden. hadde jeg gjort det hadde jeg hatt mer klær i klesskapet. Altså alle blir påvirket, men jeg blir i liten grad.

Avslutning

Er Leieting en tjeneste som du kunne tenkt deg å bruke i fremtiden?

A: ja, en sjelden gang.

B: Det kan godt være at jeg kan bruke det som forbruker. Tviler på at jeg gidder å leie ut ting. Det handler nok mer om latskap.

C: Ja.

Tusen takk for tiden din!

Vedlegg 9: Dybdeintervju med brukere

Oppvarming/introduksjon

Tusen takk for at du tok deg tid til å stille til intervju. Vi skriver en bacheloroppgave i kampanjeplanlegging for Leieting. Ingen svar er gale, vi ønsker bare din ærlig mening og tanker rundt temaet. Vi ønsker gjerne å ta lydopptak av intervjuet, og vil slette opptaket etter oppgaven er levert 4. juni. Intervjuet er helt anonymt, og alle svar vil bli anonymisert i oppgaven. Intervjuet vil vare i om lag 40-50 minutter. Høres dette greit ut?

Demografi

Alder

A: 31

B: 34

C: 32

Kjønn

A: Mann

B: Mann

C: Kvinne

Hvordan vil du beskrive din livssituasjon?

A: Samboer, ferdig med skole for 7 år siden. har det bra.

B: Samboer med barn, bor i rekkehus (eier).

C: Fast ansatt, eier egen leilighet, samboer, ingen barn

Hva er din årlige inntekt?

A: 760 000

B: 800 000

C: 600 000

Hvordan vil du beskrive din økonomiske situasjon?

A: den er ganske grei

B: jeg har det fint

C: God situasjon

Hadde du klart en uforutsett utgift på 15000,-

A: Ja

B: Ja

C: Ja

Hadde du klart en uforutsett utgift tilsvarende din brutto månedslønn.

A: Ja

B: Ja

C: Ja

Hva er dine interesser?

A: oppussing av huset sitt, synes det er veldig gøy. derfor han har kommet inn på leieting. jobber innenfor bygg og dette er en stor interesse for han. trening. spiller gitar men lenge siden han har holdt på med.

B: går mye i jobb og han har en liten gutt på 1 ½ år. driver litt med løping og litt sykling på fritiden, ellers er det å prøve å være sosial, så mye som mulig.

C: Trening, friluftsliv, musikk

Hvor opptatt er du av å prøve nye ting?

A: ja veldig.

B: ja, veldig

C: Ja

Har du eksempler på noe nytt du har prøvd i det siste?

A: jobbsammenheng, men jobber som anleggsleder på et byggeprosjekt i bergen (skole) der de prøver nye innovative digitale løsninger han har begynt å sette seg inn i. Dette er en ny applikasjon som går på oppfølging av byggeprosjektet. opptatt av å ta i bruk ny teknologi.

B: har nettopp fått seg et nytt nytt kort (CURB), en tjeneste fra england. kan då velge i en app hvilke kort utgiftene skal gå fra.

C: Fjellski har jeg prøvd, prøvd matkasse, glims - lokasjonsapp jeg har prøvd

Er du bevisst på forbruket ditt?

A: ja

B: Ja

C: Ja

På hvilken måte?

A: opptatt av legge til side til dårlige tider (han har mistet jobben før og er klar over at kjipe ting kan skje). jobber i et firma som er opptatt av bærekraftighet.

kildesortering. privat: kildesortering, spiser mye vegetarmat.

B: jeg tracker alt, både i excel og i et annet program. jeg prøver å ikke bruke penger på ting jeg ikke trenger. miljø: ganske bevisst, kjøpt el-bil. liker å si han er miljøbevisst (så lenge det ikke blir veldig tungvint).

C: i hele fjor så førte jeg regnskap på alt, hva som gikk til matbutikk, lån, konsert.

Har det fått noen konsekvenser for ditt forbruk?

A: nja. kanskje? spiser litt vegetarkjøtt det er litt dyrere men synes ikke i det store bildet.

B: Positive konsekvenser, men han har kjøpt en mye dyrere bil (elbil) enn han ellers ville gjort, så ikke økonomisk lønnsomt

C: Nei, bare at jeg fikk helt konkret at jeg visst hva jeg brukte. Jeg levde som normalt. I forhold til miljø: jeg er opptatt av miljø - bruker ikke bil, sykler og går, resirkulerer, leverer til fretex, kjøper lite klær.

Delingsøkonomi

Har du hørt begrepet delingsøkonomi (før i dag)?

A: Ja.

B: Ja

C: Ja

Hva betyr ordet delingsøkonomi for deg? (hva tenker du når du hører det?)

A: Var i australia for ikke så lenge siden og prøvde uber, og det forbinder han med delingsøkonomi. finner brukte ting på finn (verktøy osv).

B: Tjeneste som leieting, nabobil, airbnb. en tjeneste som er satt opp til å dele på de tjenestene man har.

C: Jeg kan ikke definere det. For meg betyr det for eksempel Airbnb, Leieting, Nabobil - man har et objekt som flere kan dele på.

Hvilke delingstjenester kjenner du til?

A: airbnb, uber, finn.no, togoodtogo (husket navnet ved hjelp, forklarte hva appen gikk ut på).

B: Airbnb, nabobil, leieting, lift, uber (i utlandet).

C: Airbn, Nabobil, Leieting, Trengs - for mediautstyr, Finn.no

Har du benyttet deg noen av disse?

C: Ja, alle bortsett fra Trengs - den har samboeren min brukt.

Viser logoene til flere aktører i delingsøkonomien.

Kjenner du til og har du tatt i bruk noen av disse delingstjenestene?

A: airbnb, leieting, finn

B: airbnb

C: Nabobil, finn.no, airbnb, bildelingen, tise, too good to go.

Hvorfor?

A: australia, brukte det en natt. det var greit og fikk en fin leilighet. Leide et termokamera(?) en gang, han hadde en katt som hadde forsvunnet og skulle finne den med infrarødt kamera. brukt finn enormt mye.

B: Interresert i å teste ut, bruker AIRBNB når han er ute å reiser, jobb og privat, har leid ut tidligere når han bodde isentrum. Nabobil er å kjøre lengre distanser, men fått bedre el.bil nå. Finn brukes til salg.

C: Transportbehov, Selge unna klær, bruker finn til å selge ting selv - har for mye ting. Leieting har jeg bare brukt til utleie av mine ting.

Erfaringer?

A: leieting er veldig greit konsept. har ikke brukt så mye, noe holder han igjen men han vet ikke heelt hva. leier ut sag og spikerpistoler han aldri bruker men han får ikke så mye respons så det er litt negativ erfaring. vurderinger av verdien av produktene som blir leid ut på siden på leieting var en idé han hadde. litt få brukere på leieting, han håper på flere. Airbnb er grei, men de er litt dyr og tar mye i administrasjonsgebyr osv.

B: Airbnb kun positive på leie, men på utleie har han hadde noen gjester han kunne klart seg uten, men de har betalt. Litt styrete på å avtale på leieting, der er det ting som ikke koster så mye penger så motivasjonen er ikke helt der (økonomi).

C: Har positive opplevelser - bortsett fra Tise, folk bare likte og skulle egentlig møte noen, men hun dukket ikke opp.

Leieting

Hvordan fikk du først høre om Leieting?

A: På jobben leier de mye utstyr og han fikk jobben om å finne en ting de skulle leie, han googlet tingen og da kom leieting opp.

B: På kontoret på VilVite, eller nei så de på en pitch.

C: Via Facebook, noen som delte eller at de hadde reklame.

Generelt inntrykk av leieting?

A: Det er bra at de har begynt med individuell prissetting, at man kan leie en dag også blir det billigere. bra betalingsløsning. selve siden funker veldig bra.

B: Tjenesten fungerer veldig bra, ser bra ut, inneholder alle de tjenestene han kan se for seg at han trenger, virker kjempe bra.

C: Godt inntrykk.

Gir respondenten et ark med leieting sin logo og en penn.

Hvilke ord assosierer du med Leieting?

A: delingsøkonomi, bærekraftig, økonomisk, nyskapende,

B: Rent, enkelt, grønt (miljøvennlig).

C: Utleie, inntekt, bil, penger

Ville du anbefalt tjenesten til en venn?

C: Ja, det er enkelt å bruke det og fra min egen erfaring trygt. De har god forsikring hvis noe skulle gå galt. Har ikke brukt forsikringen, men har lest om det. De har godt utvalg på forskjellige ting.

Motivasjon

Hva motiverte deg til å ta i bruk tjenesten?

A: han hadde mye verktøy og tenkte han fikk en liten ekstrainntekt når han ikke brukte det. han har kjøpt inn en del nytt verktøy han vil leie ut men han ikke kommet så langt. motiverende med ekstra inntekt.

B: for å teste ut han fikk leid ut noe, virket interessant, ser verdiforslaget veldig godt. blitt vanskelig organisatorisk.

C: Jeg hadde en motorsykkel som jeg brukte lite selv, og synes det var dumt at den bare sto der og tenkte noen andre kunne låne den.

Ser du noen hindringer/utfordringer med å leie ting eller leie ut?

A: må atvtale tidspunkt. liker utkjøringstjenesten til leieting. tidspunkt er likevel et dilemma. prisen de tar i administrasjonsgebyr er litt høy men ikke krusedyrt.

B: nei, ikke i utgangspunktet, god idé, forsikring = trygghet, vet ingenting om hvor lett eller vanskelig dette er i praktisk. Men har god erfaring fra Air Bnb. Største utfordring er nok overlevering av tingene. lite konkret med "Nestun" på annonse, tok 20 min hver vei. ville fått levert på døren.

C: Nei, jeg har en sykkel som jeg leier ut nå som jeg tenker på at jeg håper det går bra. Ser ingen utfordringer med å leie noe.

Hva skal til for at du skal leie ut (mer)?

A: høyere etterspørsel, han får få henvendelser på det han leier ut.

B: då skulle leieting komt å tatt bilder av tingene og lagt ut. veldig mange av tingene er ikke veldig verdifult å leie ut, og organiseringen på toppen med overlevering så blir terskelen høyere.

C: Har bare tenkt at det må være en viss verdi. Siden vi har solgt bil, så har jeg tenkt at det ikke er så mye mer å leie ut.

Hva motiverer deg mest, å spare miljøet, å spare/tjene penger ved bruk av leieting eller prøve nye ting?

A: tjener penger. nest mest: opptatt av miljøet men han har det kun i underbevisstheten.

B: penger, miljøet, så prøvde nye ting.

C: Penger også miljø

Anser du deg selv som en aktiv bruker av leieting.no?

A: nei ikke egentlig. var litt med en gang men har ikke fått så mye respons, men

han tenker å bli mer aktiv.

B: er inne et par ganger i måneden.

C: ja anser meg som aktiv. Nå er jeg mest inne for utleie - når henvendelser kommer til meg. Jeg er alltid klar for utleie liksom.

Praktisk

Har du leid ut på tjenesten? (I tilfelle hva?)

A: verktøy

B: har leid ut en xbox, ski

C: Motorsykkel, landeveissykkel og tursekk.

Føler du det var økonomisk lønnsomt for deg å leie ut på Leieting?

A: ja det var det. det er dumt når de bare skal leie ut en dag, men han har leid ut en skrugreie han kjøpte for 900kr og leide ut en helg for 400kr

B: nei

C: Det er jo penger inn, og jeg taper ikke noe. Synes Leieting tar høyt gebyr.

Hva annet kunne vært aktuelt for deg å leie ut?

A: tilhenger, kanskje bilen så lenge forsikring osv var i orden.

B: spilt playstation i påsken, ønsker å kunne leie dette

C: Det har jeg sikkert, men tror ikke jeg ville fått noe respons på det.

Har du leid noe på tjenesten? (I tilfelle hva?)

A: termokamera

B: har pusset opp hjemme, brukte det mye da. alt mulig verktøy, vinkelsliper til skjæring av fliser, disk til fliser. var verdt det da. pokerspill.

C: Har ikke leid

Hva var motivasjonen din for å leie?

A: forsvunnet katt. (den dukket opp av seg selv til slutt)

B: økonomisk motivert.

Hva (annet) kunne være aktuelt for deg å leie?

A: om han ikke hadde hatt tilhenger hadde han brukt leieting. noe sportsutstyr han

ikke har kunne han leid (han kom ikke på noe spesifikk men han har ikke så mye slikt fra før)

B: prampack. kan leie for 3 ganger så mye som å kjøpe da kjøper man heller, burde vært lavere pris. alt som står i boden og tar plass, alt innen bygg. reiseting som du ikke trenger (koffert). bil. motorsykkel. tv-spill._

C: Bil, motorsykkel, eventuelt noe som kamera eller teleskoputstyr.

Tror du det kunne vært økonomisk lønnsomt for deg å leie ting på Leieting?

A: ja det tror jeg absolutt. bil kunne være aktuelt om han trenger en varebil om han skal flytte. han føler prisene er presset ned av konkurranse.

B: ja, men folk må skjønne prising. heller leie ut ofte enn dyrt.

C: Ja, det tror jeg.

Hva tenker du om å leie fra privatpersoner kontra bedrifter?

A: går fint så lenge det er rating, og pga forsikring osv er det like trugt som bedrift.

B: ingen problem, mer positiv til privat

C: Jeg har gjort begge deler når det gjelder bil feks. Det er selvfølgelig annerledes, jeg ser ikke på det som noen stor forskjell. Litt mer satte rammer rundt typ avis eller hertz, men det jeg har lest om forsikring høres veldig bra ut

Hva tenker du om å møte utleier eller leietaker ansikt til ansikt?

A: det går fint.

B: gjør meg ingenting, men er hassel organisatorisk

C: Det er uproblematisk

Har du tillit til å leie ut til private leietakere?

A: ja så lenge tingene er forsikret.

B: ja

C: Ja

Har du tillit til å leie av private utleiere?

A: ja, litt redd for at han skal ødelegge tingene selv.

B: Ja

C: ja

Kommunikasjon

Hva syns du om hvordan Leieting (som selskap) kommuniserer i dag?

A: får litt mail og litt facebookreklame (han får reklame for det han selv leier ut.) det fungerer greit. det som kommer på facebook er ikke interessant, og om han trenger noe søker han på det uansett.

B: de er enten veldig på eller veldig av. jeg syns de mailene er relevante, de er gode, de har intervjuet en fotograf osv. god sak. fb-annonser de har også vært ganske relevante.

C: Synes de er flinke til å ikke mase så mye. Har kommet noen påminnelsesmailer. Jeg ser ikke de så mye mer på Facebook nå, som jeg kan huske. Så får jeg mail når jeg har leid ut - angående forsikring, som jeg kan lese på når jeg skal til å leie ut. Jeg synes det er greit kommunikasjon.

Hvor ville du foretrukket å få informasjon om leieting?

A: nyhetsbrev på mail. Han er lei reklame på facebook det drukner i det andre.

B: epost.

C: E-post

Hvilken type informasjon/budskap ville fanget din interesse?

A: alle nyheter. noe nytt på siden eller en ny funksjon osv.

B: kampanje på noe, eller saker som den med fotografen.

C: Inspirasjon, eller tips til noe jeg kunne leid ut eller leid selv. Innhold som er relevant. Er ikke så glad i reklame på Facebook. Så skjuler mye fra Facebook.

Viser de tre ulike annonser hvor «økonomi», «miljø» og «prøve nye ting» er budskapene.

Hvilke av disse budskapene appellerer mest til deg?

A: kamera. der står det hva man kan tjene og for han blir det litt naturlig å tenke på det. Bærekraftig er nummer to. han drev med kajakk for 20 år siden så det er ikke så aktuelt lenger.

B: kano, bildet. foto er også klar og fin, går rett på sak med kronebeløp. den med

miljøet er et bra budskap.

C: Den med kajakken. Fint bilde. Skal til å begynne med padling fordi samboeren min gjør det. Vil teste før jeg kjøper det selv. Den med miljø er nest mest appellerende - fordi jeg er veldig enig i det utsagnet og de verdiene.

Vil du si at du har tillit til «influencere» eller lar deg påvirke?

A: njaa nei litt gjennomskuelig ofte. om du ikke er så interessert i produktet eller personen. men en han ser opp til om de hadde reklamert for leieting så hadde han blitt påvirket.

B: nei, følger ikke med på noen blogger. hadde ikke latt seg overtale av et blogginnlegg.

C: Jeg er veldig bevisst. Leser en del blogger, og tror ikke på det - ser på det som reklame. Jeg liker å prøve nye ting, så jeg kan vel si at jeg blir påvirket. Ser jeg det i butikken.

Avslutning

Tusen takk for tiden din!

Vedlegg 10: Resultater fra spørreundersøkelsen

Q1 - Hva er din alder? (Skriv kun i tall)

Hva er din alder? (Skriv kun i tall)

35

27

28

26

27

26

25

26

28

29

25

26

27

25

26

25

25

29

25

25

28

25

25

35

25

25

25

26

26

29

26

32

28

28

28

25

25

32

30

27

32

26

34

30

27

27

28

28

26

34

29

29

25

31

32

26

27
34
32
31
32
31
29
31
25
29
25
27
27
25
28
25
28
34
34
34
25
30
25
25
28
30
25
25
27
26
33

28

30

25

29

33

29

25

29

26

33

32

31

34

32

33

33

25

34

25

26

25

35

25

25

25

29

25

27

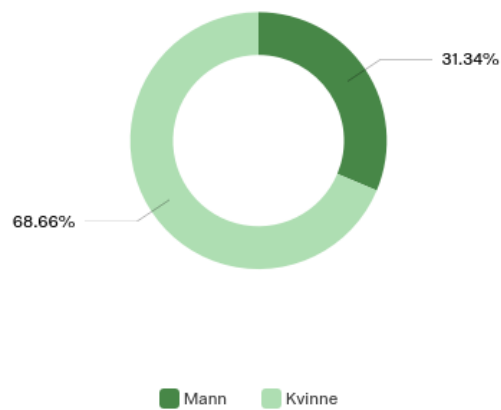
25

28

25

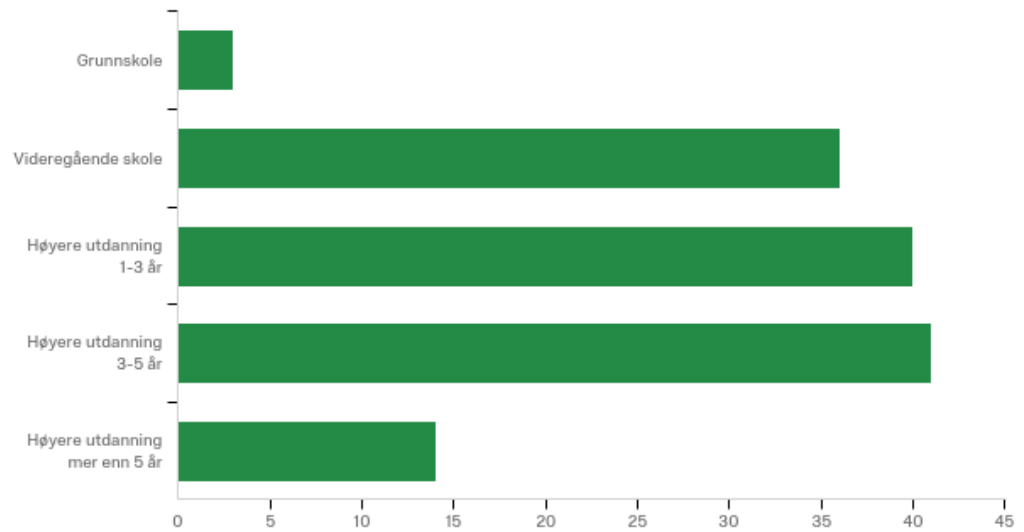
25
26
28
27
28
27
25
27
25
28
26
25
27
27
25
27

Q2 - Hvilket kjønn er du?



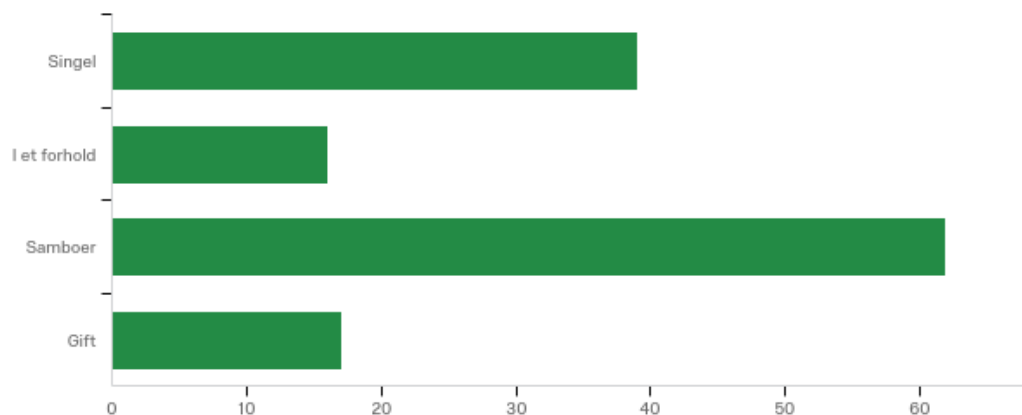
#	Answer	%	Count
1	Mann	31.34%	42
2	Kvinne	68.66%	92
	Total	100%	134

Q3 - Hva er din høyeste fullførte utdanning?



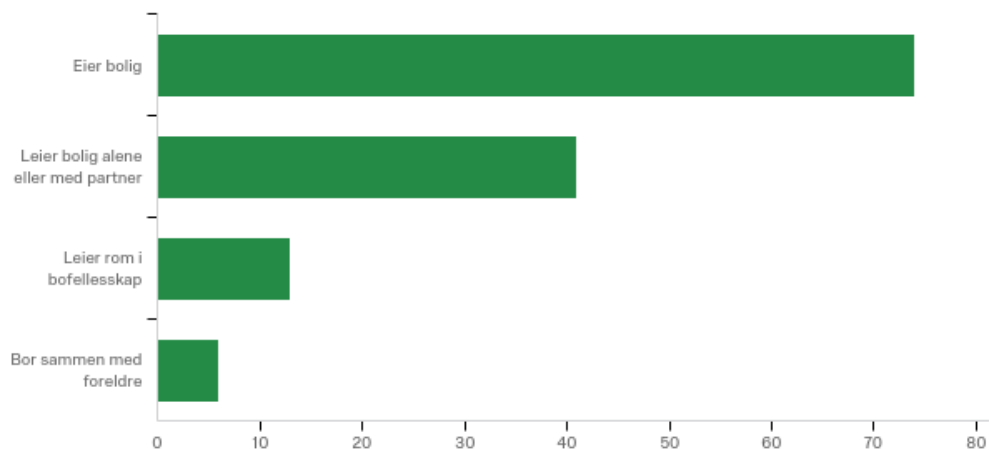
#	Answer	%	Count
1	Grunnskole	2.24%	3
2	Videregående skole	26.87%	36
3	Høyere utdanning 1-3 år	29.85%	40
4	Høyere utdanning 3-5 år	30.60%	41
5	Høyere utdanning mer enn 5 år	10.45%	14
	Total	100%	134

Q4 - Hva er din sivilstatus?



#	Answer	%	Count
1	Singel	29.10%	39
2	I et forhold	11.94%	16
3	Samboer	46.27%	62
4	Gift	12.69%	17
	Total	100%	134

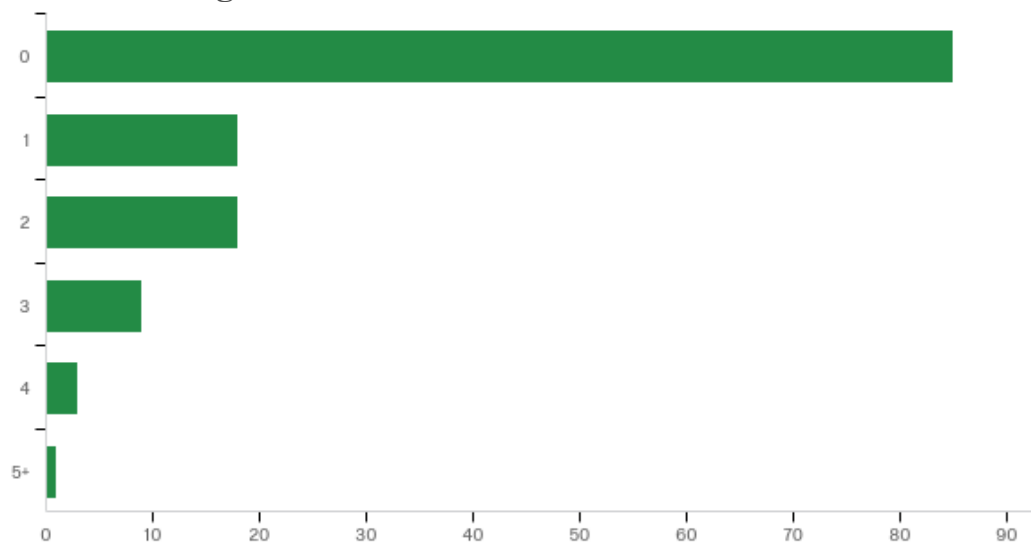
Q5 - Hvordan er din bosituasjon?



#	Answer	%	Count
1	Eier bolig	55.22%	74
2	Leier bolig alene eller med partner	30.60%	41
3	Leier rom i bofellesskap	9.70%	13
4	Bor sammen med foreldre	4.48%	6
	Total	100%	134

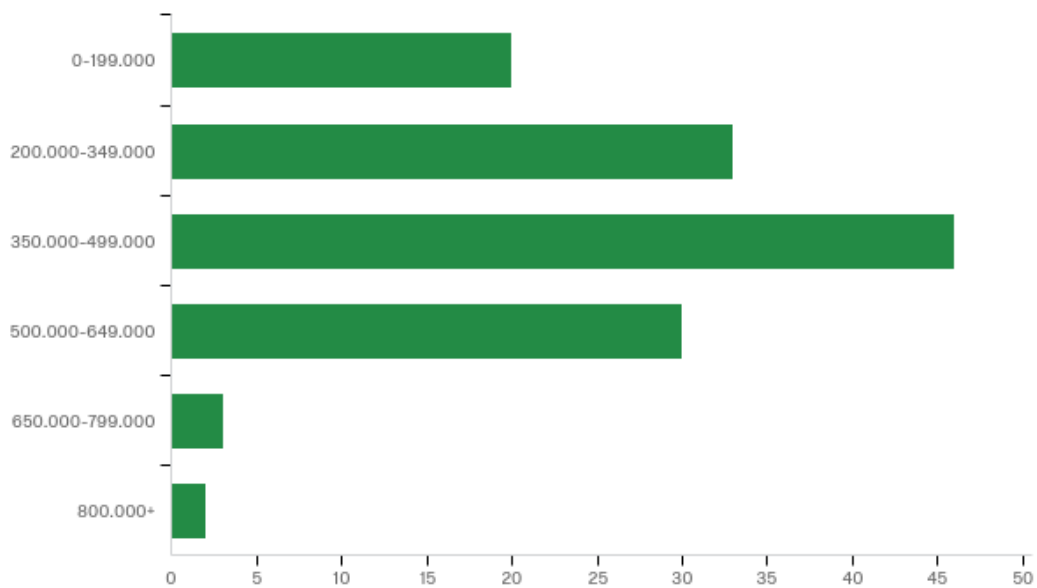
49

Q6 - Hvor mange barn under 18 år bor i din husstand?



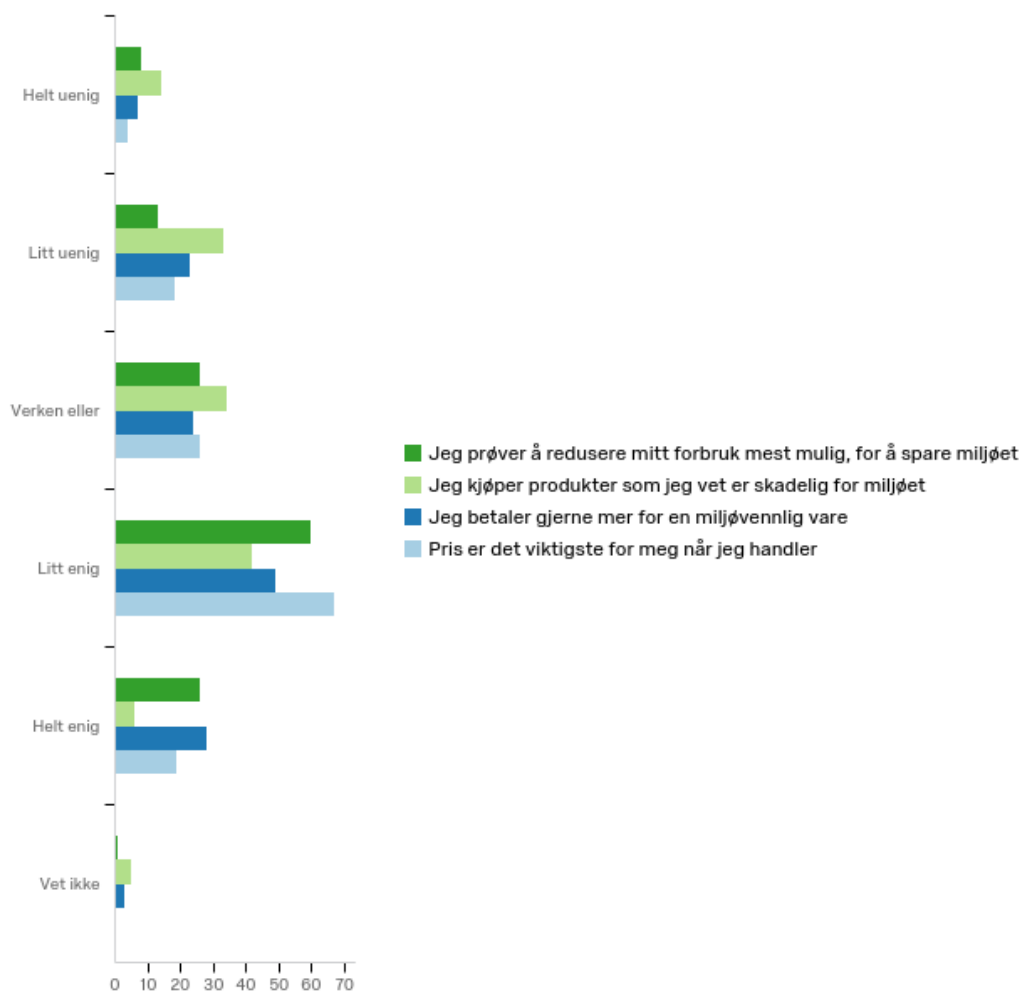
#	Answer	%	Count
1	0	63.43%	85
2	1	13.43%	18
3	2	13.43%	18
4	3	6.72%	9
5	4	2.24%	3
6	5+	0.75%	1
	Total	100%	134

Q7 - Hva er din omtrentlige årlige inntekt? (Inkludert eventuell studiestøtte)



#	Answer	%	Count
1	0-199.000	14.93%	20
2	200.000-349.000	24.63%	33
3	350.000-499.000	34.33%	46
4	500.000-649.000	22.39%	30
5	650.000-799.000	2.24%	3
6	800.000+	1.49%	2
	Total	100%	134

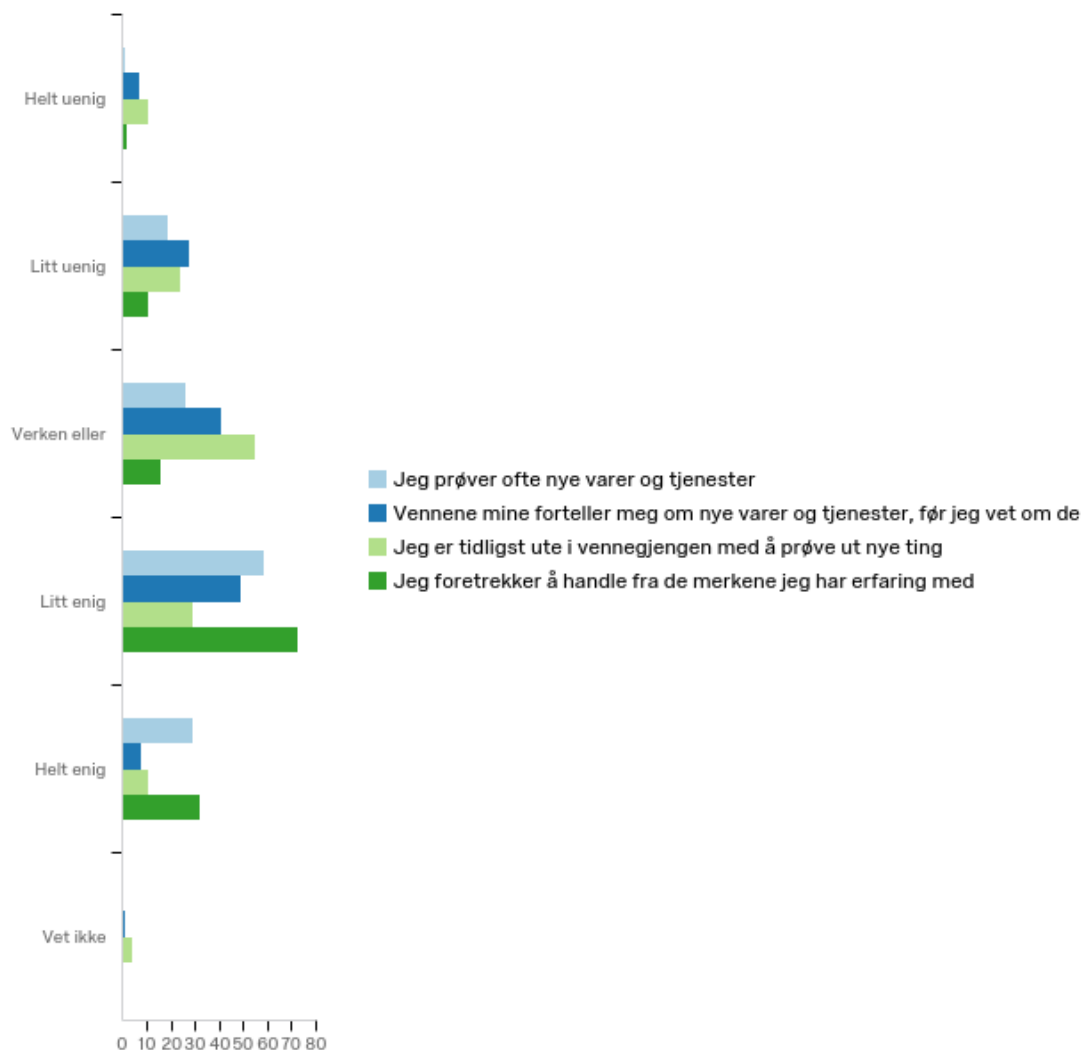
Q8 - Hvor enig er du i følgende påstander:



#	Question	Helt uenig	Litt uenig	Verken eller	Litt enig	Helt enig	Vet ikke	Total
1	Jeg prøver å redusere mitt forbruk mest mulig, for å spare miljøet	5.97% 8	9.70% 13	19.40% 26	44.78% 60	19.40% 26	0.75% 1	134
2	Jeg kjøper produkter som jeg vet er skadelig for miljøet	10.45% 14	24.63% 33	25.37% 34	31.34% 42	4.48% 6	3.73% 5	134

3	Jeg betaler gjerne mer for en miljøvennlig vare	5.22 %	7	17.16 %	23	17.91 %	24	36.57 %	49	20.90 %	28	2.24 %	3	134
4	Pris er det viktigste for meg når jeg handler	2.99 %	4	13.43 %	18	19.40 %	26	50.00 %	67	14.18 %	19	0.00 %	0	134

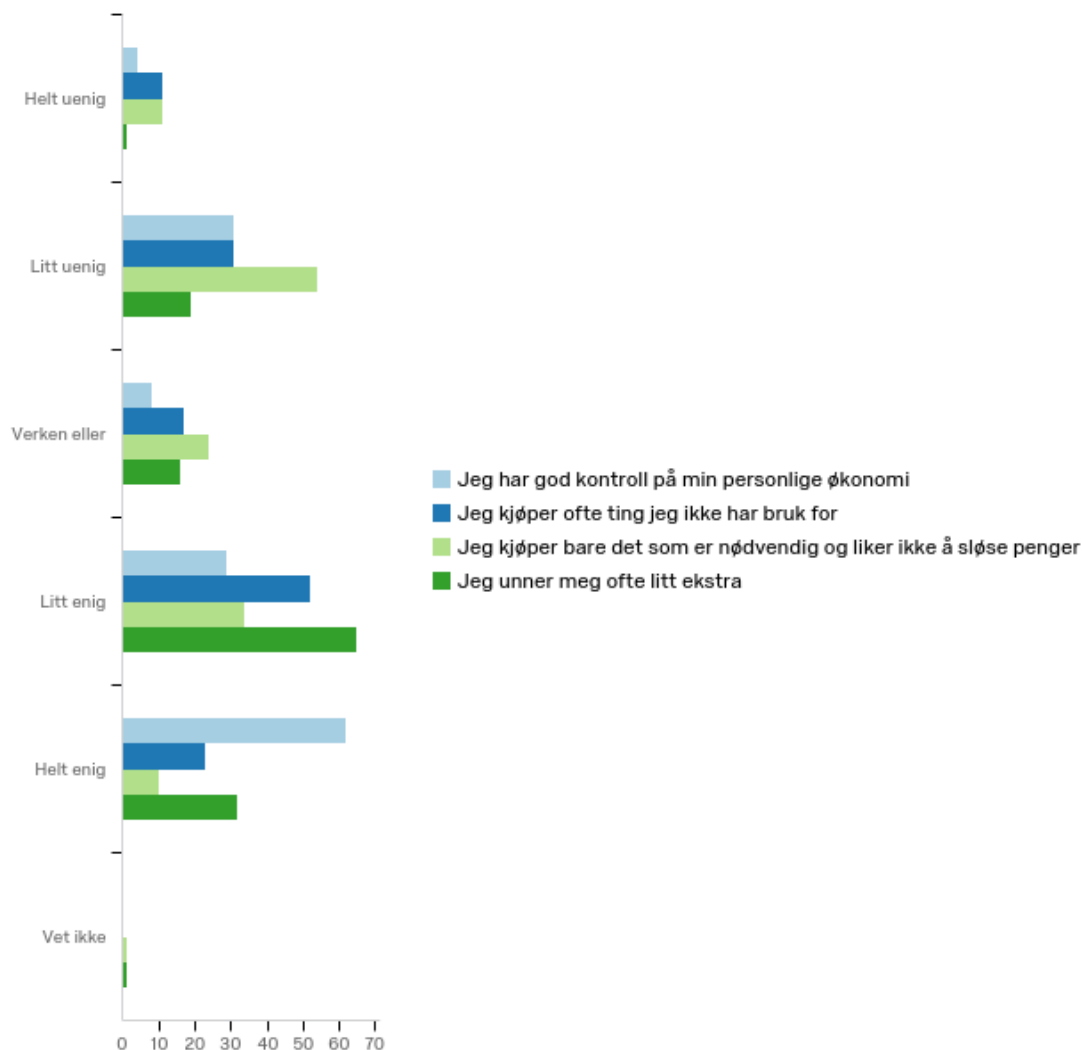
Q9 - Hvor enig er du i følgende påstander:



#	Question	Helt uenig	Litt uenig	Verken eller	Litt enig	Helt enig	Vet ikke	Total
1	Jeg prøver ofte nye varer og tjenester	0.75 % 1	14.1 % 9	19.4 % 13	44.0 % 29	21.6 % 14	0.00 % 0	134
2	Vennene mine forteller meg om nye varer og tjenester, før jeg vet om de	5.22 % 7	20.9 % 14	30.6 % 20	36.5 % 24	5.97 % 4	0.75 % 1	134
3	Jeg er tidligst ute i vennegje	8.21 % 11	17.9 % 13	41.0 % 30	21.6 % 16	8.21 % 6	2.99 % 2	134

	ngen med å prøve ut nye ting													
4	Jeg foretrekk er å handle fra de merkene jeg har erfaring med	1.49 %	2	8.21 %	1 1	11.9 4%	1 6	54.4 8%	7 3	23.8 8%	3 2	0.00 %	0	134

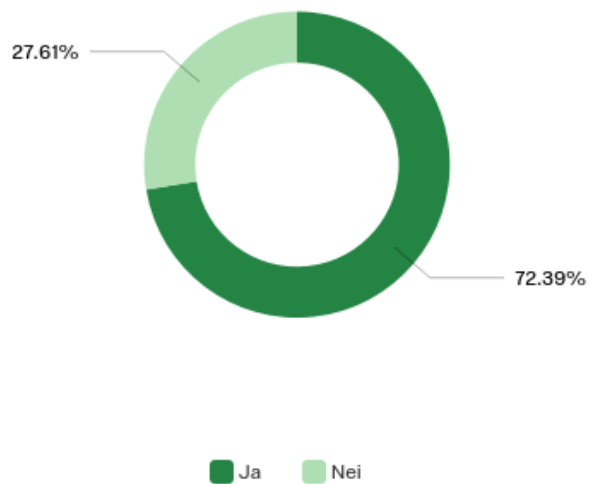
Q10 - Hvor enig er du i følgende påstander:



#	Question	Helt uenig	Litt uenig	Verken eller	Litt enig	Helt enig	Vet ikke	Total
1	Jeg har god kontroll på min personlige økonomi	2.99 % 4	23.13 % 31	5.97 % 8	21.64 % 29	46.27 % 62	0.00 % 0	134
2	Jeg kjøper ofte ting jeg ikke har bruk for	8.21 % 11	23.13 % 31	12.69 % 17	38.81 % 52	17.16 % 23	0.00 % 0	134
3	Jeg kjøper bare det som er nødvendig og liker ikke å sløse penger	8.21 % 11	40.30 % 59	17.91 % 24	25.37 % 34	7.46 % 10	0.75 % 1	134

	kjøper bare det som er nødvendig og liker ikke å sløse penger	%	1	%	4	%	4	%	4	%	0	%		
4	Jeg unner meg ofte litt ekstra	0.75 %	1	14.18 %	19	11.94 %	16	48.51 %	65	23.88 %	32	0.75 %	1	134

Q11 - Har du hørt om begrepet «delingsøkonomi»?



#	Answer	%	Count
1	Ja	72.39%	97
2	Nei	27.61%	37
	Total	100%	134

Q12 - Kjenner du til noen tjenester innen delingsøkonomi? (Vennligst skriv så mange du kommer på. Dersom du ikke kjenner til noen, kan du trykke deg videre)

Kjenner du til noen tjenester innen delingsøkonomi? (Vennligst skriv så mange du kommer på. Dersom du ikke kjenner til noen, kan du trykke deg videre)

Bil

airbnb

Airbnb, nabobil, delebil, nabolån(?) - låne verktøy etc av naboen.

airbnb, nabobil,

Bildelingen

Finn.no

Berntsen hofteknekkeri,

AirBnb, Über

AirBnB, Nabobil,

0

Airbnb

Uber AirBnb Fjong Findaroommate Nabobil Nabohjelp FlipKey HomeAway
Nightswapping Haxi Nimber Leieting.no Mojjob Snappgoods TaskRabbit Liquid Lending
Club

Nabobil, AirBnb, Lotel, Uber, Leieting

nabobil, leieting, finn, bilkollektivet

Uber,

Finn

Uber

Coop

Uteleige av bolig, bil

bildelingen

Bidelarringen

Bidelingsringer, Uber, Air bnb

Fjong, OBOS, airbnb, nabobil

Finn.no, etsy

Kjøpe selge facebook finn

Finn, Tise, shpock

AirBnb, Leieting, Nabobil, bildekeringen, ,

Uber, Airbnb, FlipKey, Nightswapping, Haxi, WeClean, Wimbu, Gomore

Nabobil

bildelingen, nabobil, coop, biblioteket, bysykler,

Leieting, finn.no, tise, couchsurfing, bildelingen, & facebook.

Bildeling

0

Ulike Facebookgrupper, samkjøringsgrupper, Finn, Airbnb, mm

Deling av bolig, bil, båt, ting, jobb

Finn, qxl, letsdeal, spock

Facebook, Finn, spock, wish, Instagram, let, Snapchat, div nettsider

AirBnB, Couchsurfing, Tise, Uber, Finn, Nabobil.no, Leienbil.no,

Finn, Airbnb, tise, uber, couchsurfing, nabobil, leiebil,

Finn.no

Uber, air bnb

Finn.no

Coop, gjensidige

Klesbytte, bilring, husbytte (til ferier)

Air bnb, bildelingen

Favrs / Nabohjelp / Nabobil

Airbub Uber

AirBNB, Felles bil appen

AirBnb, Lotel, Uber, NaboBil,

Airbnb, uber, bildelingen, nabobil, leie ut eiendeler på f.eks finn

Finn, nabobil, sphock, tise, letGo

Airbnb, Uber,

Coop

Air bnb, Nabobil, Uber, Finn småjobb, Finn utleie

Airbnb, Finn.no

Coop

Nabobil, gomore,

Airbnb, nabobil, bildeleringen,

airbnb, uber, nabobil

Obs

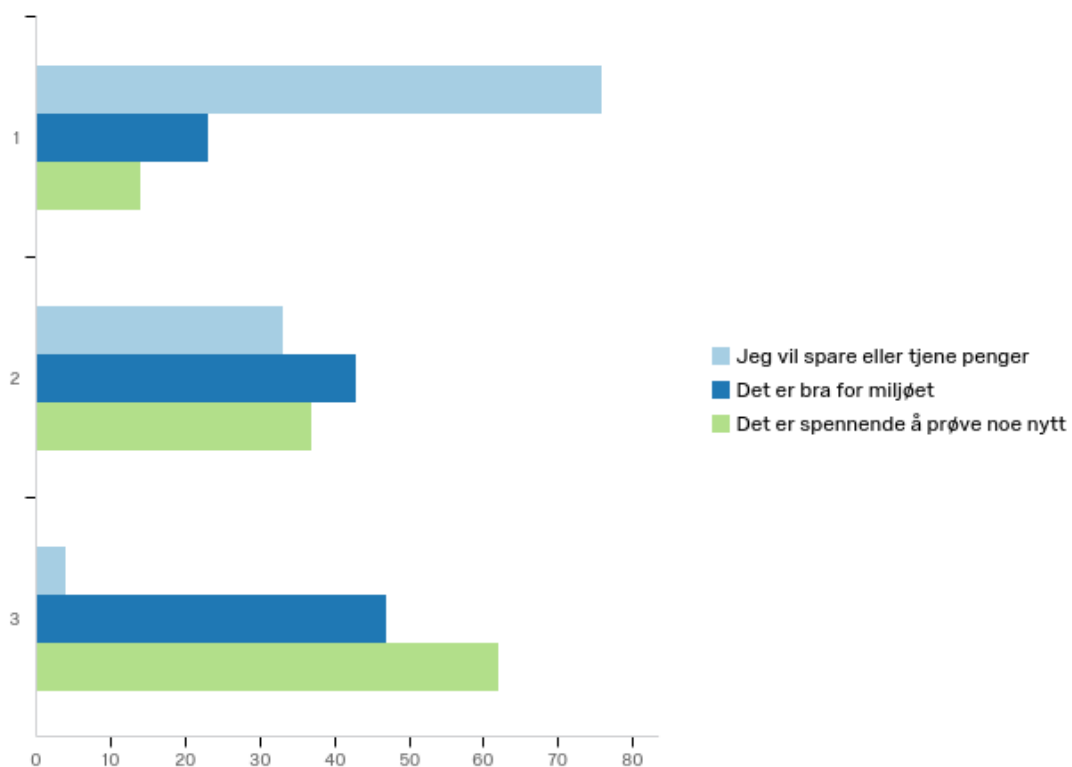
Bidelering



Q13 - Har du benyttet deg av en eller flere av disse tjenestene? Trykk på alle du har benyttet. Om du ikke har benyttet noen av disse, kan du gå videre til neste spørsmål.

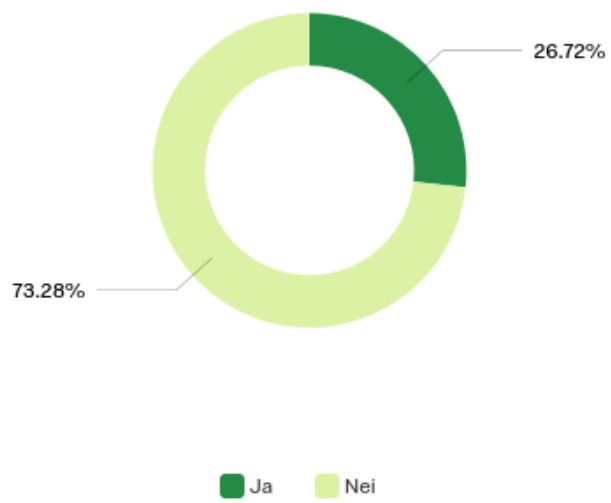
#	Question	Dislike		Neutral		Like		Total
25	Nabobil	0.00%	0	89.39%	118	10.61%	14	132
26	Finn.no	0.76%	1	13.64%	18	85.61%	113	132
27	Airbnb	0.00%	0	52.27%	69	47.73%	63	132
28	Bildelingen	0.00%	0	96.97%	128	3.03%	4	132
29	Hengerdeling	0.00%	0	99.24%	131	0.76%	1	132
30	Tise	0.00%	0	75.76%	100	24.24%	32	132
31	Couchsurfing	0.76%	1	93.18%	123	6.06%	8	132
32	Leieting	0.00%	0	95.45%	126	4.55%	6	132
33	Freskaa	0.00%	0	96.97%	128	3.03%	4	132
34	Nabohjelp	0.00%	0	96.21%	127	3.79%	5	132
35	Foodora	0.00%	0	68.18%	90	31.82%	42	132
36	Too good to go	0.76%	1	68.94%	91	30.30%	40	132
37	Shpock	1.52%	2	90.91%	120	7.58%	10	132

Q14 - Hva er viktig for deg når du skal bruke delingstjenester? (Dra boksene i prioritert rekkefølge, hvor 1 er mest viktig og 3 er minst viktig)



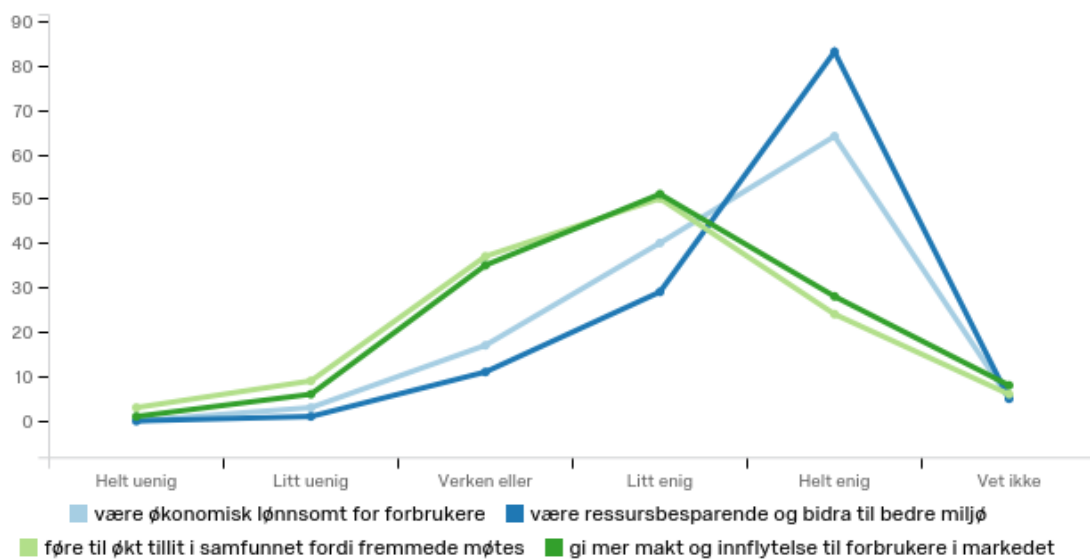
#	Question	1		2		3		Total
1	Jeg vil spare eller tjene penger	67.26%	76	29.20%	33	3.54%	4	113
2	Det er bra for miljøet	20.35%	23	38.05%	43	41.59%	47	113
3	Det er spennende å prøve noe nytt	12.39%	14	32.74%	37	54.87%	62	113

Q15 - Har du hørt om tjenesten «Leiating»

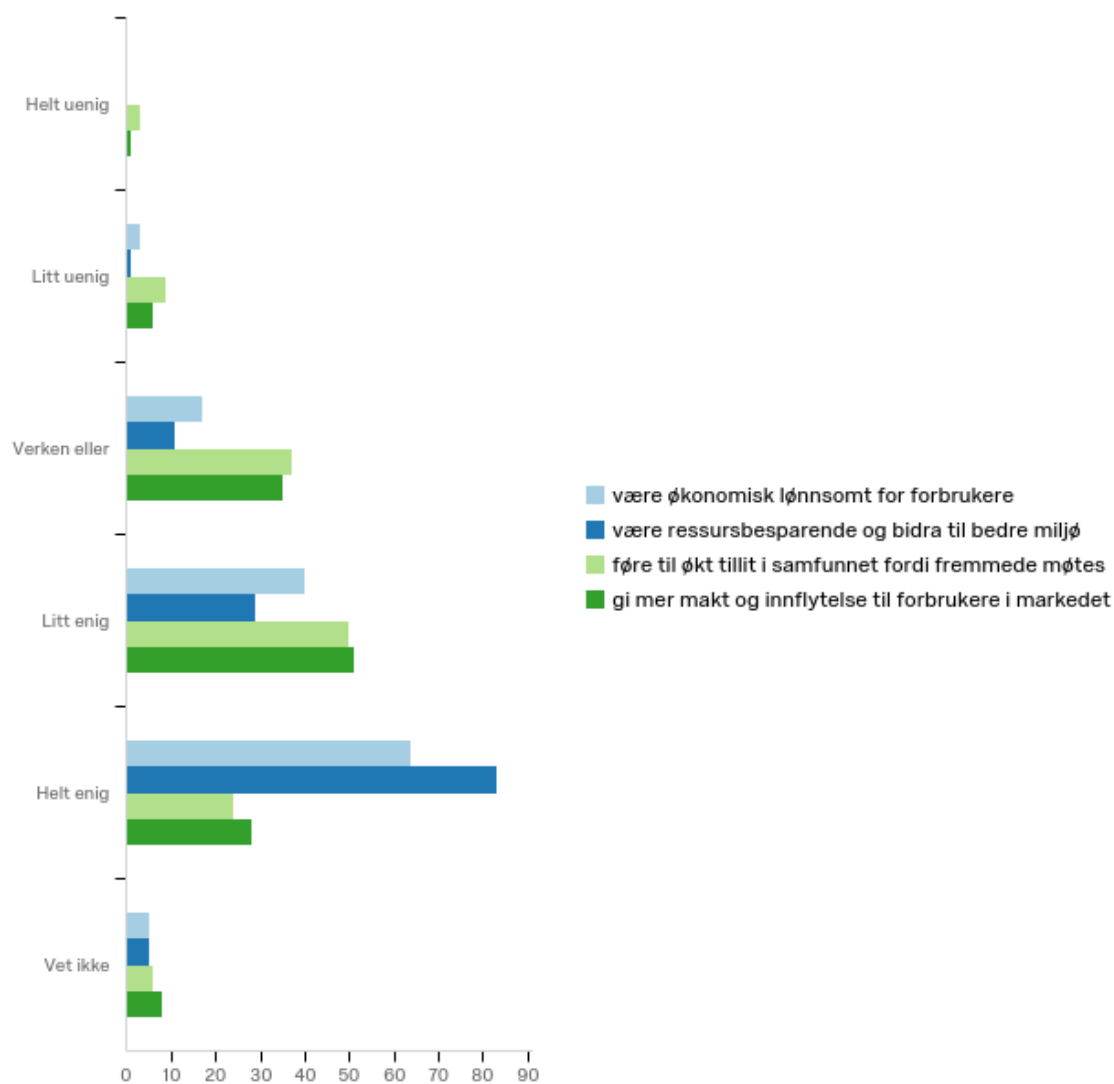


#	Answer	%	Count
1	Ja	26.72%	35
2	Nei	73.28%	96
	Total	100%	131

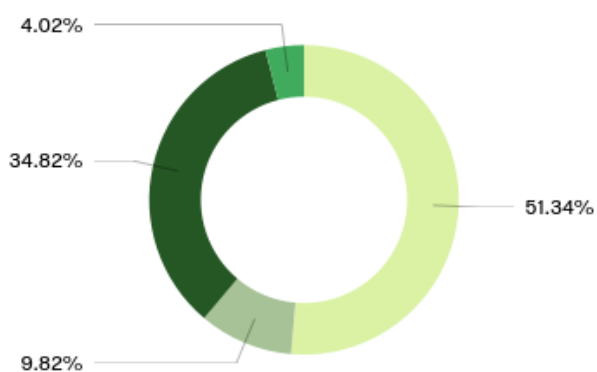
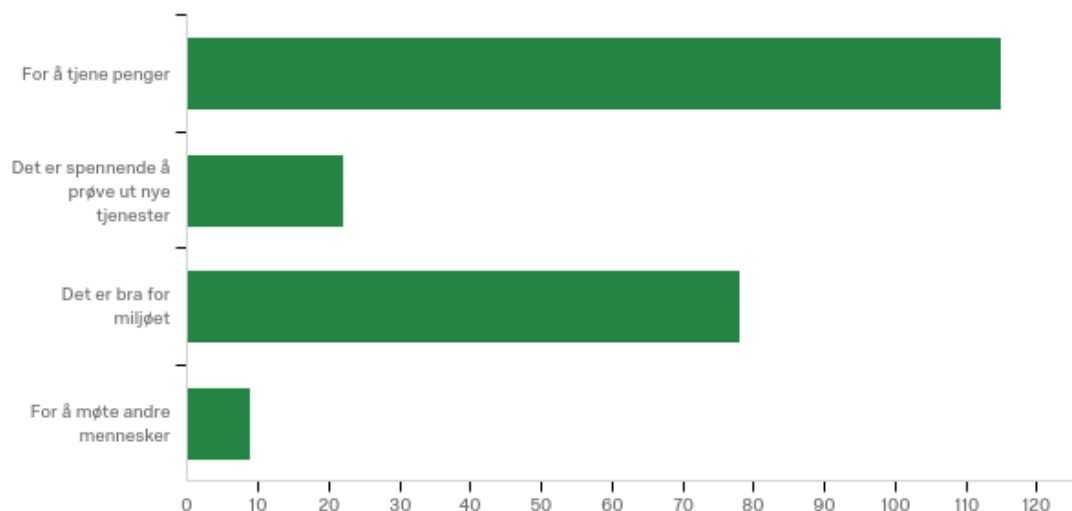
Q16 - Å benytte delingstjenester som Leiting, vil...



#	Question	Helt uenig	Litt uenig	Verken eller	Litt enig	Helt enig	Vet ikke	Total
1	være økonomisk lønnsomt for forbrukere	0.00 % 0	2.33 % 3	13.1 % 1	31.0 % 4	49.6 % 6	3.88 % 5	129
2	være ressursbesparende og bidra til bedre miljø	0.00 % 0	0.78 % 1	8.53 % 1	22.4 % 2	64.3 % 8	3.88 % 5	129
3	føre til økt tillit i samfunnet fordi fremmede møtes	2.33 % 3	6.98 % 9	28.6 % 3	38.7 % 5	18.6 % 2	4.65 % 6	129
4	gi mer makt og innflytelse til forbrukere i markedet	0.78 % 1	4.65 % 6	27.1 % 3	39.5 % 5	21.7 % 2	6.20 % 8	129



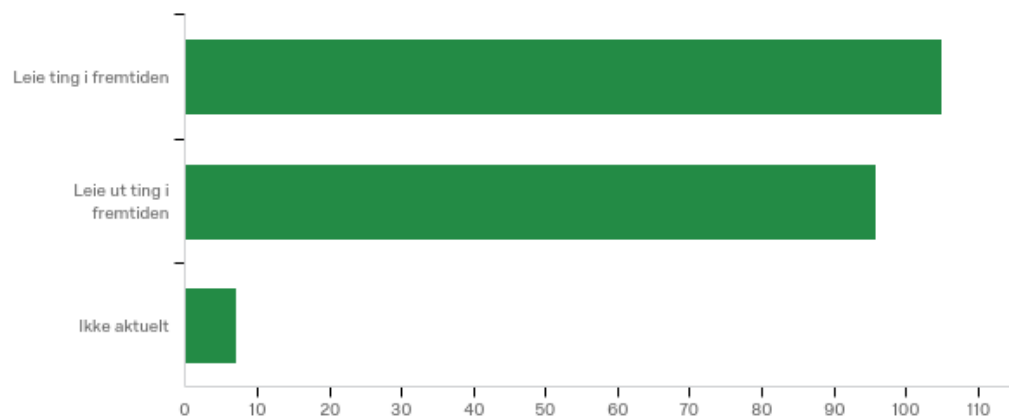
Q17 - Hva kan motivere deg til å leie ut tingene dine i fremtiden? (Flervalg)



■ For å tjene penger
 ■ Det er spennende å prøve ut nye tjenester
 ■ Det er bra for miljøet
■ For å møte andre mennesker

#	Answer	%	Count
1	For å tjene penger	51.34%	115
2	Det er spennende å prøve ut nye tjenester	9.82%	22
3	Det er bra for miljøet	34.82%	78
6	For å møte andre mennesker	4.02%	9
	Total	100%	224

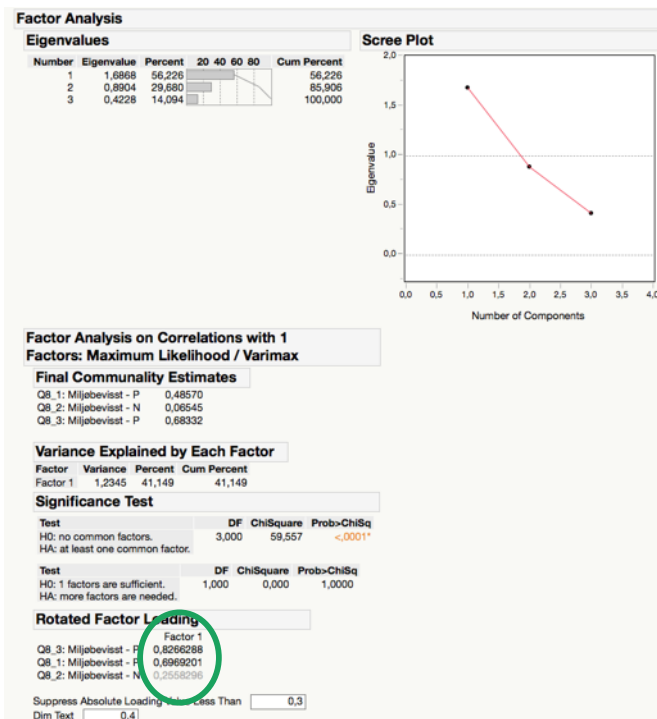
Q18 - Kunne det vært aktuelt for deg å... (Flervalg)



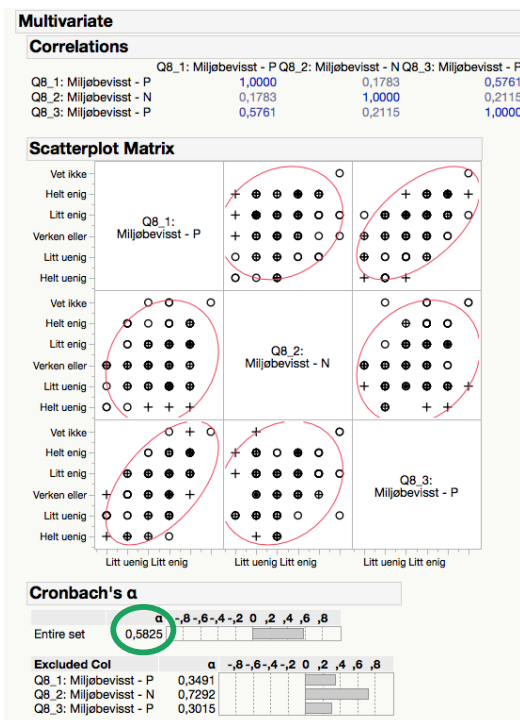
#	Answer	%	Count
1	Leie ting i fremtiden	50.48%	105
2	Leie ut ting i fremtiden	46.15%	96
3	Ikke aktuelt	3.37%	7
	Total	100%	208

Vedlegg 11: Miljøbevisst

Figur 11.1: Faktoranalyse

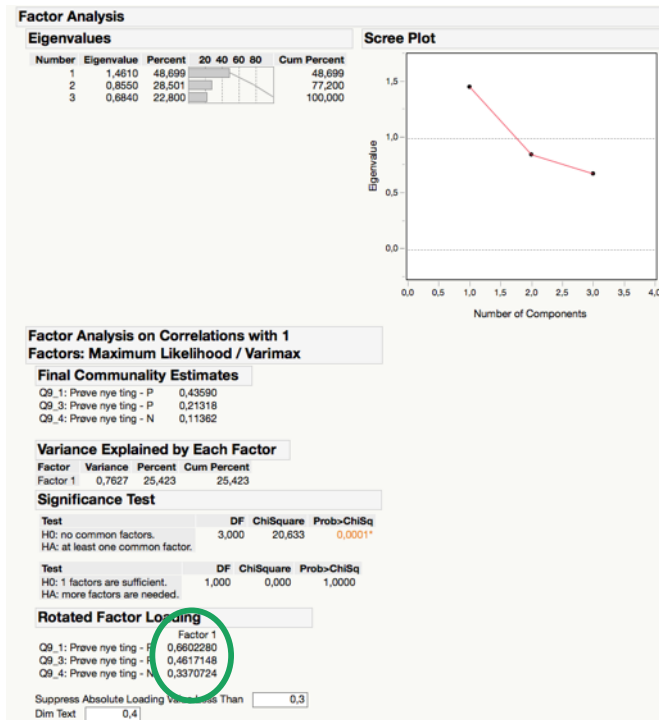


Figur 11.2: Cronbachs Alfa

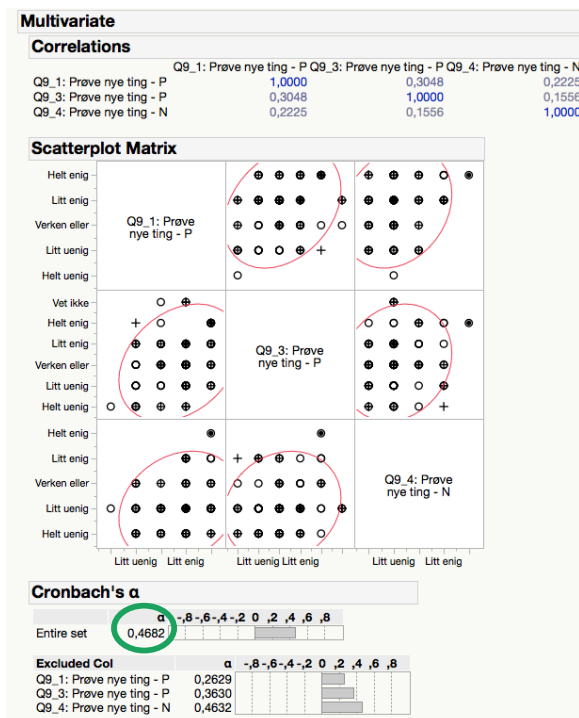


Vedlegg 12: Prøve nye ting

Figur 12.1: Faktoranalyse

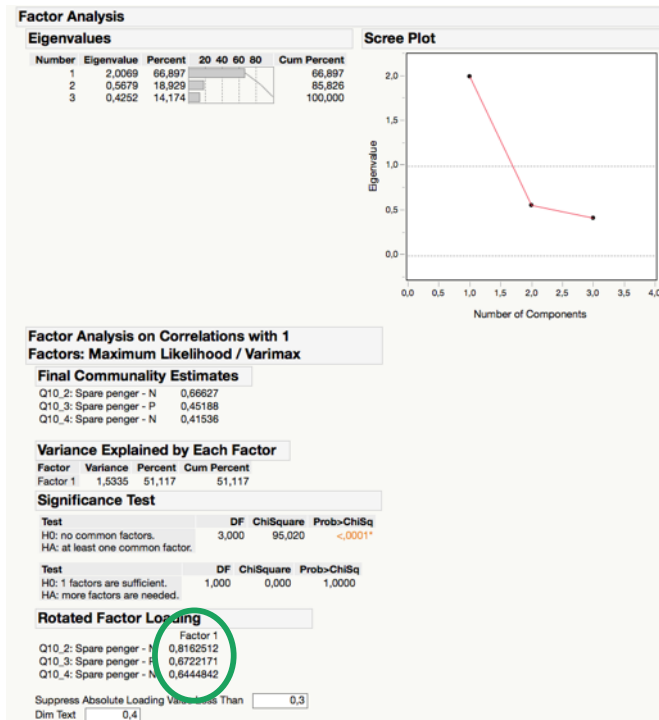


Figur 12.2: Cronbachs Alfa

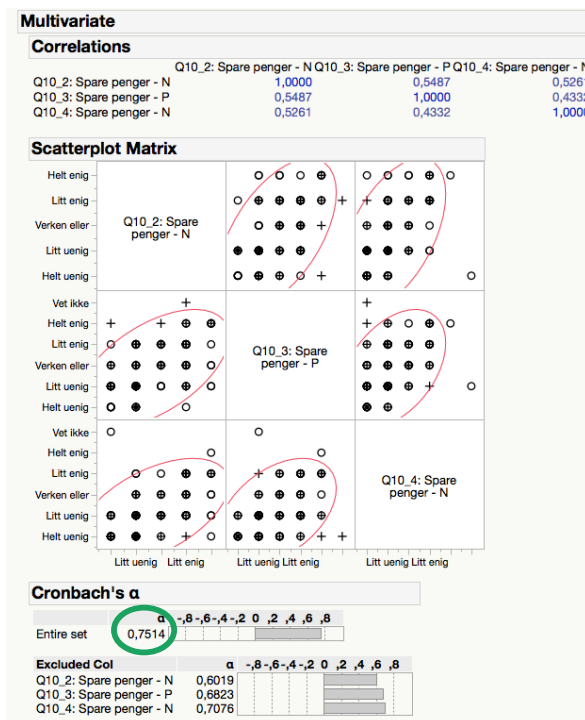


Vedlegg 13: Økonomisk

Figur 13.1: Faktoranalyse

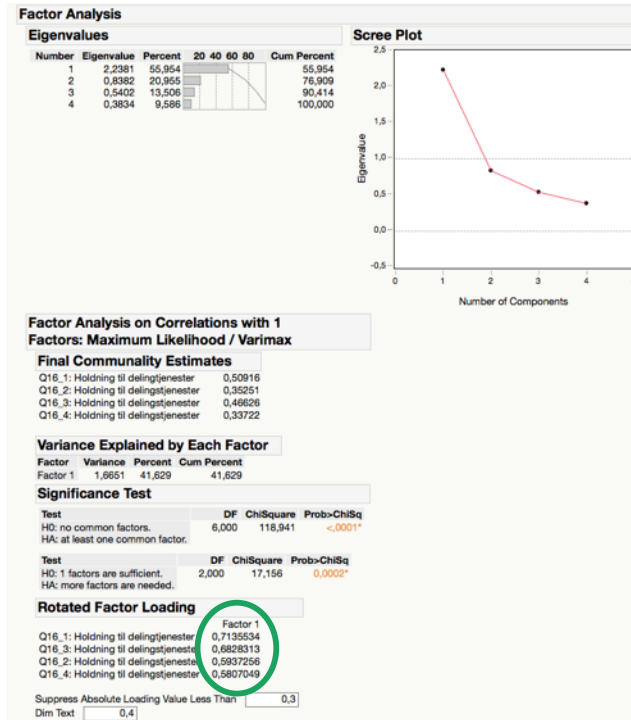


Figur 13.2: Cronbachs Alfa

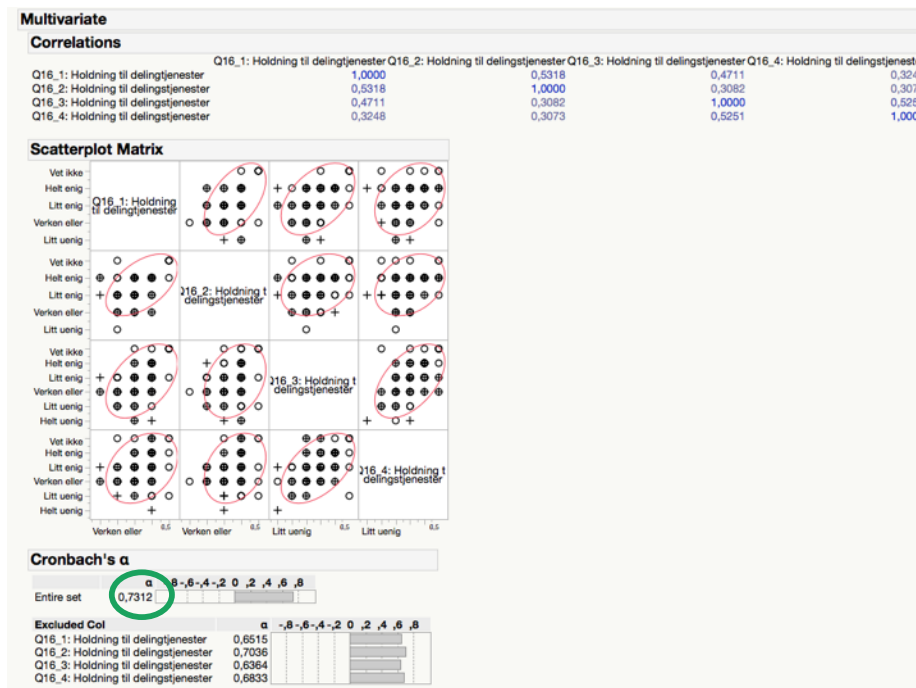


Vedlegg 14: Holdning til delingsøkonomi

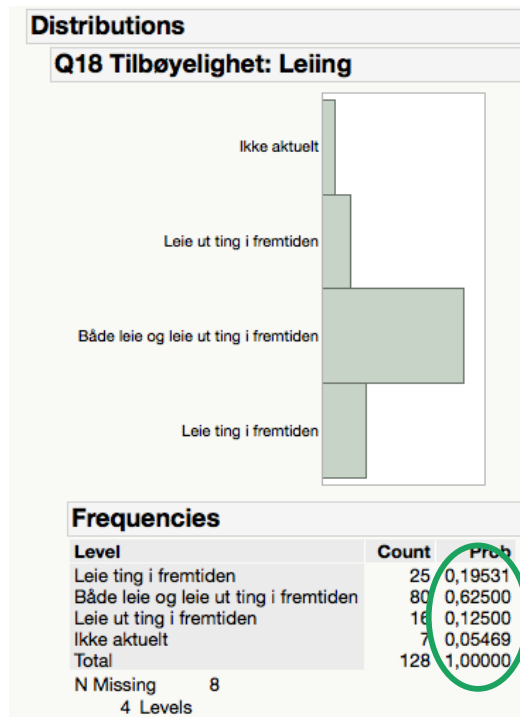
Figur 14.1: Faktoranalyse



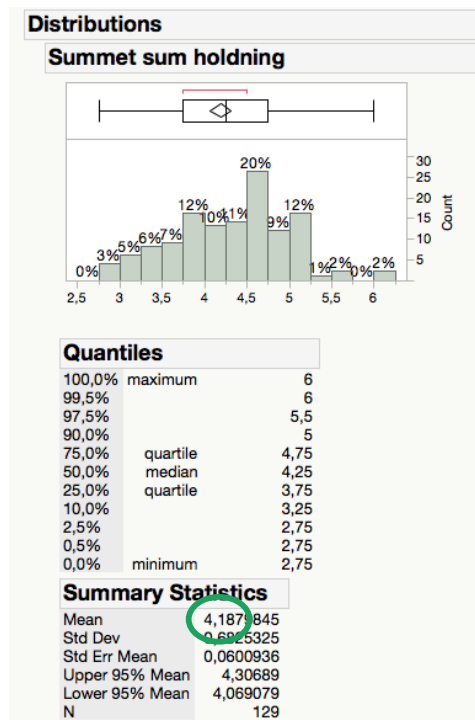
Figur 14.2: Cronbachs Alfa



Vedlegg 15: Tilbøyelighet til leing

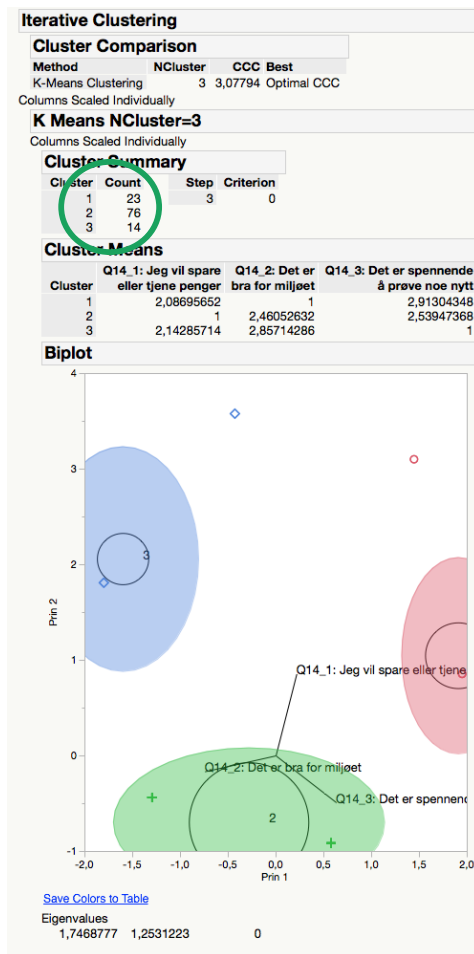


Vedlegg 16: Sommert holdning

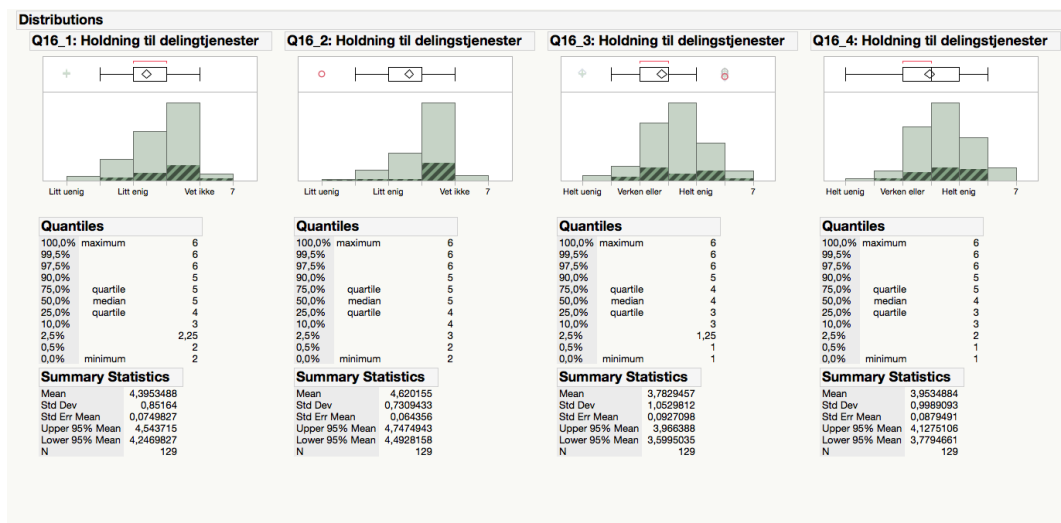


Vedlegg 17: Clustering

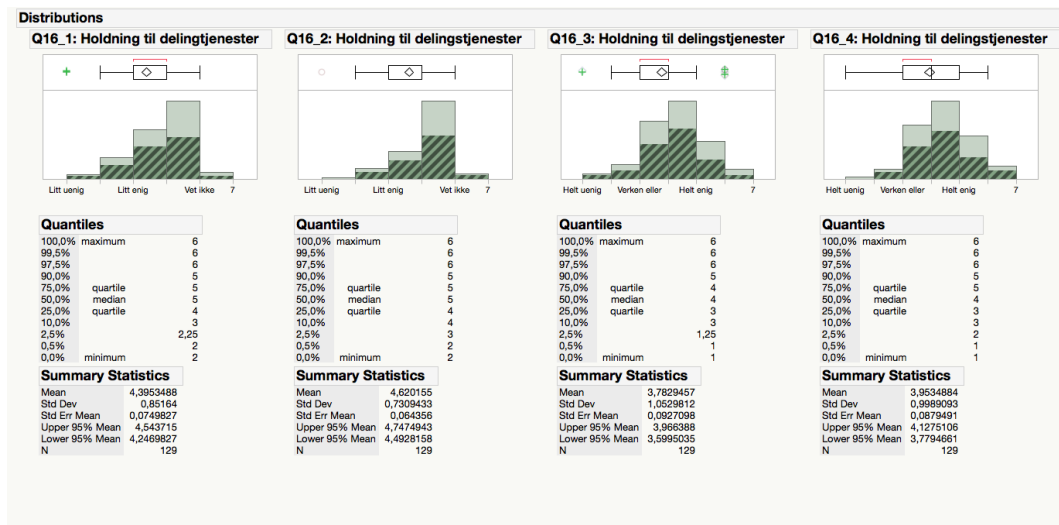
Figur 17.1: Clustering



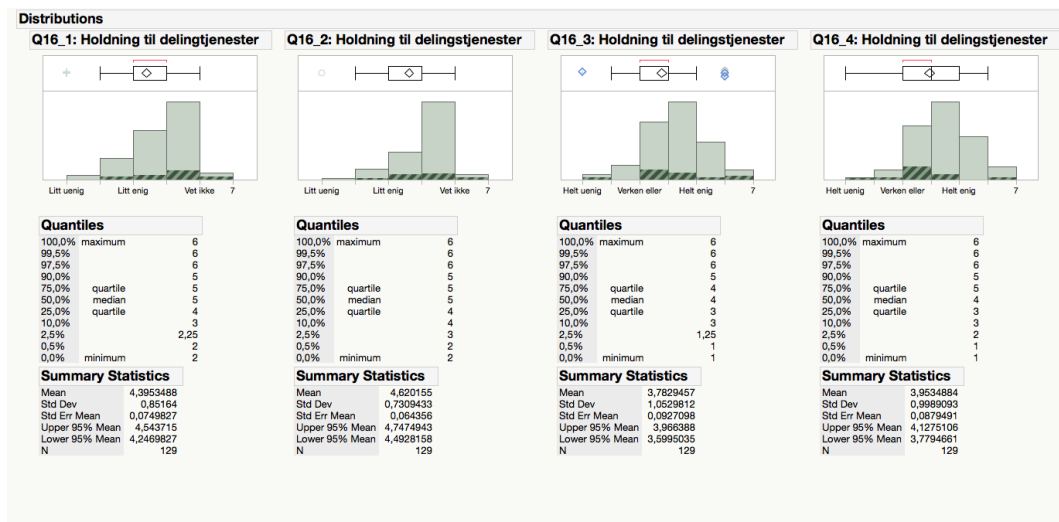
Figur 17.2: Gruppe 1



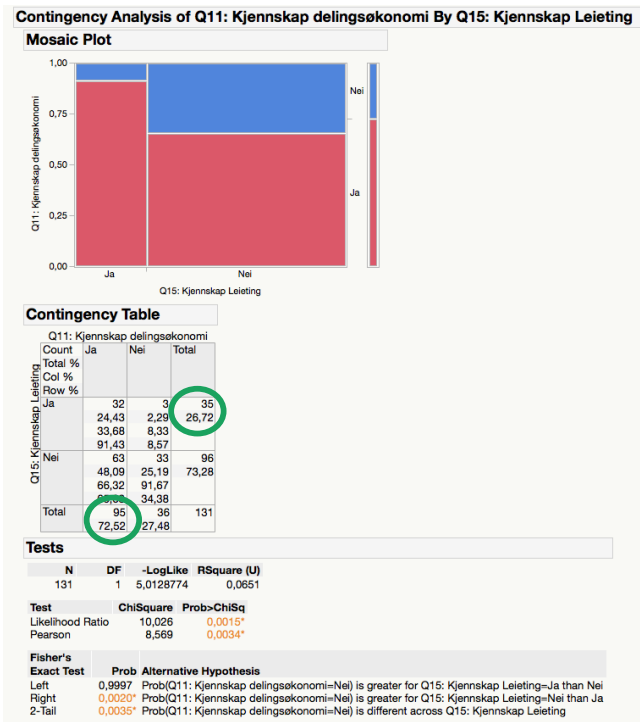
Figur 17.3: Gruppe 2



Figur 17.4: Gruppe 3



Vedlegg 18: Krysstabulering



Vedlegg 19: Opprettelse av annonse

Sted

ALLE > LAND: Norway

5. feb. 2018 - 8. apr. 2018

 Alle brukere
100,00 % Brukere

Kartoverlegg

Sammendrag



Region	Created a listing (Fullføringer for mål 5)	Created a listing (Fullføringer for mål 5)
	445 % av summen: 100,00 % (445)	445 % av summen: 100,00 % (445)
1. Oslo	208	46,74 %
2. Hordaland	71	15,96 %
3. Akershus	35	7,87 %
4. Rogaland	28	6,29 %
5. Sor-Trondelag	21	4,72 %
6. Ostfold	17	3,82 %
7. Nordland	10	2,25 %
8. Buskerud	9	2,02 %
9. Hedmark	7	1,57 %
10. Oppland	7	1,57 %

Rad 1 - 10 av 20

Vedlegg 20: Opprettet bruker

Sted

ALLE > LAND: Norway

5. feb. 2018 - 8. apr. 2018

 Alle brukere
100,00 % Brukere

Kartoverlegg

Sammendrag



Region	Create an account 2 (Fullføringer for mål 4)	Create an account 2 (Fullføringer for mål 4)
	1 368 % av summen: 100,00 % (1 368)	1 368 % av summen: 100,00 % (1 368)
1. Oslo	617	45,10 %
2. Hordaland	176	12,87 %
3. Akershus	146	10,67 %
4. Rogaland	74	5,41 %
5. Sør-Trøndelag	72	5,26 %
6. Buskerud	44	3,22 %
7. Ostfold	43	3,14 %
8. Vestfold	38	2,78 %
9. Møre og Romsdal	27	1,97 %
10. Nordland	20	1,46 %

Rad 1 - 10 av 20

Vedlegg 21: Facebook Business Manager

Kampanje
Objective ✓

Ad Set
Målgruppe ✓
Placements ✓
Budget & Schedule ✓

Annonse ⚠️
Identity ✓
Kreativ ✓

Ad Set Name 25-35 [Advanced Options](#) [Switch to Quick Creation](#)

Målgruppe

Define who you want to see your ads. [Lær mer](#).

[Create New](#) Use a Saved Audience ▼

Custom Audiences Add Custom Audiences or Lookalike Audiences

Exclude Create New ▼

Stader Everyone in this location ▼

Noreg

Hordaland

Include ▼ Type to add more locations [Leit gjennom](#)

Add Locations in Bulk

Age 25 - 35

Kjenn All Menn Kvinner

Språk Norsk (bokmål) X
Norsk (nynorsk) X
Enter a language...

Audience Size
Your audience is defined.
Potential Reach: 71 000 people

Estimated Daily Results
Reach: 3 300 - 9 400
Post Engagement: 59 - 370

The accuracy of estimates is based on factors like past campaign data, the budget you entered and market data. Numbers are provided to give you an idea of performance for your budget, but are only estimates and don't guarantee results.

Were these estimates helpful?

Lat att

Kampanje
Objective ✓

Ad Set
Målgruppe ✓
Placements ✓
Budget & Schedule ✓

Annonse ⚠️
Identity ✓
Kreativ ✓

Budsjett Lifetime Budget ▼ kr 40 000,00
kr 40 000,00 NOK

Schedule
Utgangspunkt 20.8.2018 14:57
End 28.10.2018 14:57
(Data-10)

Your ad will run until 28. oktober 2018.
You'll spend up to kr 40 000,00 total.

Optimization for Ad Delivery Post Engagement ▼
To help us improve delivery optimization, we may survey a small section of your audience.

Bid Strategy Lowest cost - Get the most post engagements for your budget
 Set a bid cap

When You Get Charged Impression

Ad Scheduling Run ads all the time
 Run ads on a schedule

Delivery Type Standard - Get results throughout your selected schedule
Flere val

[Hide Advanced Options](#)

Audience Size
Your audience is defined.
Potential Reach: 71 000 people

Estimated Daily Results
Reach: 3 300 - 9 400
Post Engagement: 59 - 370

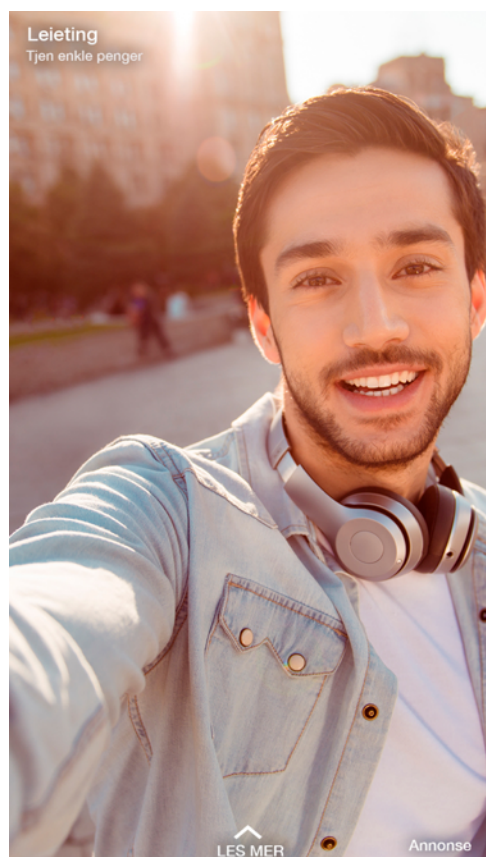
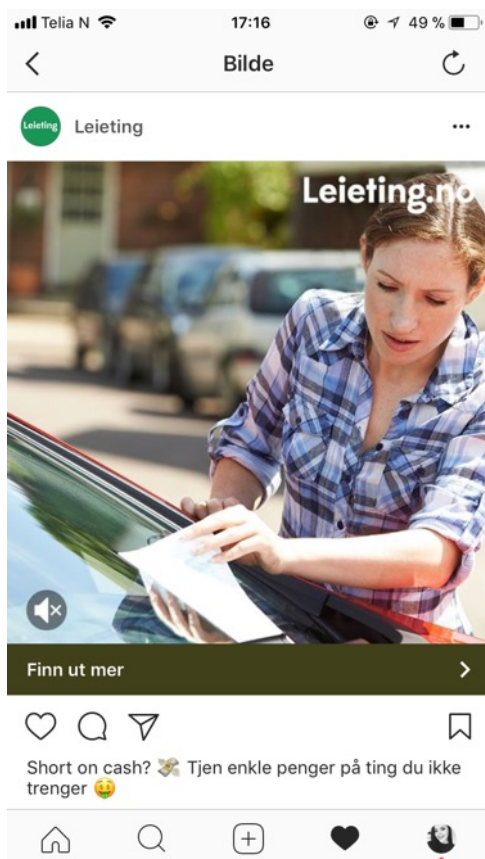
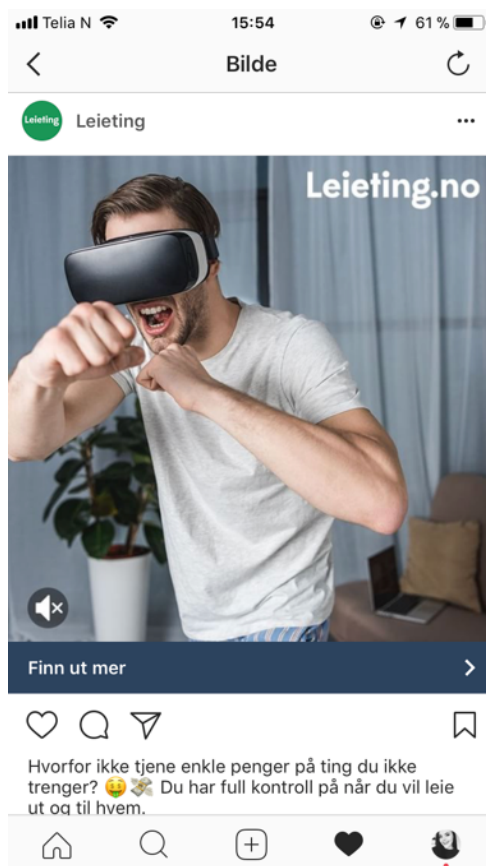
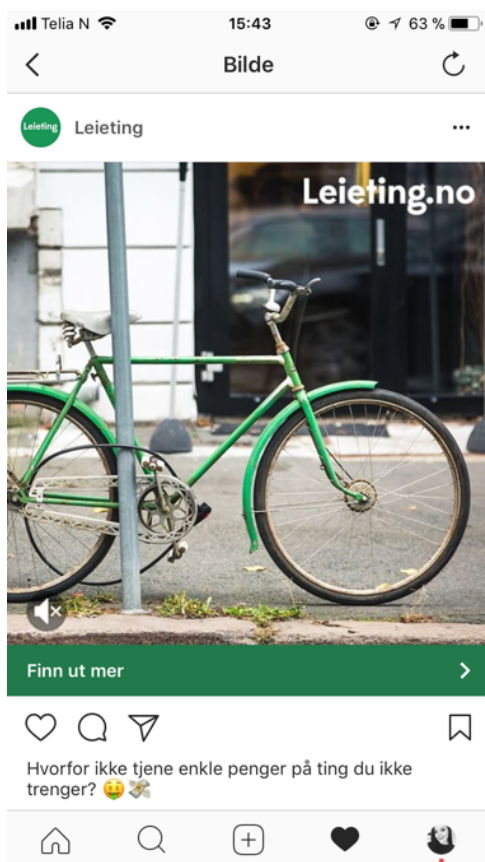
The accuracy of estimates is based on factors like past campaign data, the budget you entered and market data. Numbers are provided to give you an idea of performance for your budget, but are only estimates and don't guarantee results.

Were these estimates helpful?

Lat att

Attende [Hold fram](#)

Vedlegg 22: Utkast til sosiale medier



Vedlegg 23: Utkast til landingsside

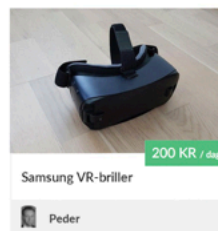
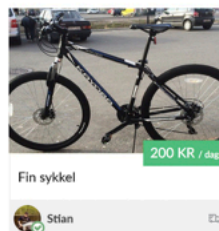
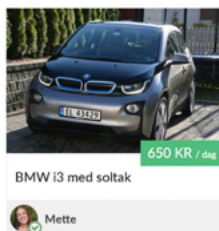
Leiating

Tjen enkle penger på ting du ikke trenger

Lag ny annonse



Har kan du leie tingene til Stian, Mette og Peder



Tjen penger på utleie



Tjen gode penger på utleie
av tingene dine



Trygghet som utleier. Ingen
egenandel eller bonustap på
forsikring



Du har selv full kontroll på
når du vil leie ut og til hvem

Lei ut tingene dine

Se hva andre brukere sier om Leiating



Er kjempefornøyd med tjenesten, og alle jeg har leid har
vært kjempehyggelige og hjelpsomme!



Trude, bruker i 2 år