Penge- og Pensionspanelet

Oktober 2008

Presseorientering

Resultater fra posttest af kendskab og viden om ÅOP

Penge- og Pensionspanelet har i juni og juli måned 2008 gennemført to online surveyundersøgelser. Formålet var at undersøge, om der kan spores en effekt af ÅOP kampagnen, der blev gennemført i begyndelsen af juni 2008.

Forud for ÅOP kampagnen blev der - både blandt unge 18-25 årige og blandt finansielle forbrugere generelt - gennemført en undersøgelse (prætest) af forbrugeres kendskab til og viden om begrebet Årlige Omkostninger i Procent, ÅOP. Efter ÅOP-kampagnen blev de samme spørgsmål i en såkaldt posttest stillet igen til de unge og til de finansielle forbrugere med henblik på at belyse, om ÅOP kampagnen kan have haft en effekt på forbrugernes kendskab til og viden om ÅOP.

Posttestundersøgelsen er gennemført blandt et repræsentativt udsnit af hhv. 1.286 unge forbrugere i alderen 18-25 år og 2.301 finansielle forbrugere i alle aldersgrupper fra 18 år og opefter. Undersøgelsen er gennemført som onlinesurveys via hhv. TNS Gallups og Capacent Epinions webpaneler.

Resultater

Resultaterne fra posttesten viser, at flere af de unge og flere af de finansielle forbrugere har hørt om ÅOP efter kampagnen sammenlignet med før kampagnen. Men deres kendskab til og viden om ÅOP er stadig på cirka samme niveau. Desuden er der flere af sammenhængene fra prætesten, der også viser sig i posttesten.

Kendskab til ÅOP

- 74 % af de finansielle forbrugere angiver, at de har hørt om begrebet ÅOP, hvor 66 % angav at de havde hørt om begrebet før kampagnen. Omtrent samme tendens kan ses ved de unge, hvor 46 % af de unge havde hørt om begrebet før kampagnen mod 52 % efter.
- 48 % af de finansielle forbruger anfører, at de har intet eller ringe kendskab til ÅOP. Det er cirka det samme niveau som under den første undersøgelse, hvor 51 % angav dette.
- 3 ud af 4 unge 18-25 årige (73 %) har intet eller ringe kendskab til ÅOP. Det er det nogenlunde det samme kendskab til ÅOP, som prætesten viste.
- Der er altså lidt flere finansielle forbrugere og lidt flere unge, der har hørt om begrebet, men deres kendskab til ÅOP er stadig på cirka samme niveau.

Kendskab til ÅOP - fordelt på køn

- Både posttesten og prætesten viser, at der er forskel på mænds og kvinders kendskab til ÅOP både blandt unge og finansielle forbrugere generelt.
- Hos de finansielle forbrugere har 59 % af kvinderne intet eller et ringe kendskab til ÅOP, det tilsvarende tal for mænd er 36 %. Det svarer for kvinderne til cirka

det samme niveau, som før kampagnen blev gennemført. Her havde 61 % kvinder et ringe eller intet kendskab til begrebet. Andelen af mænd med ringe eller intet kendskab til begrebet var 43 % i prætesten og mændenes kendskab er således blevet lidt forbedret.

- Både prætesten og posttesten viser, at unge kvinder har mindre kendskab til ÅOP end unge mænd. (83 % af kvinderne har intet eller ringe kendskab til ÅOP i posttesten, mens det tilsvarende tal for mænd er 64%. Det svarer nogenlunde til samme niveau som ved prætesten).

Viden om ÅOP

- Lige som i prætesten svarer tre ud af fire af de finansielle brugere i posttesten forkert på ét eller flere af spørgsmålene, der tester forbrugerens viden om ÅOP. Og blandt de unge svarede 84 % forkert på ét eller flere spørgsmål i posttesten mens 81% svarede forkert i prætesten. Det peger på, at der ikke kan spores en ændring i de unges og de finansielle forbruges viden om ÅOP efter kampagnen sammenlignet med før kampagnen.
- Både de unge og de finansielle forbrugere er stadig omtrent ligeså usikre på, om de har svaret rigtigt på spørgsmålene, som de var før kampagnen.
- De finansielle forbrugere udtrykker også i posttesten – ligesom i prætesten - større selvsikkerhed end de unge, i forhold til om de selv mener, at de har svaret korrekt på vidensspørgsmålene.
- Posttesten viser – ligesom prætesten - at unge kvinder svarer forkert på flere vidensspørgsmål om ÅOP end unge mænd.
- Undersøgelsen viser ligesom prætesten, at finansielle forbrugere har et mindre kendskab til ÅOP, jo lavere uddannelse og indkomstniveau de tilhører.
- Desuden viser posttesten ligesom prætesten en sammenhæng mellem de finansielle forbrugeres viden om ÅOP og deres indkomst. Jo højere indkomst desto større viden om ÅOP. Denne sammenhæng gør sig ikke gældende hos de unge.
- Endelig viser undersøgelsen en sammenhæng mellem et højt kendskab til begrebet ÅOP og et højt vidensniveau, hvilket ligeledes var tilfældet i prætesten.