

# Onderzoek publiekspercepties over colportage

## Dataverzameling in het LISS panel

In opdracht van de Autoriteit Consument & Markt



<b>Datum</b>	29 maart 2022
<b>Auteurs</b>	Bo van Geel Boukje Cuelenaere Maarten Streefkerk
<b>Versie</b>	3.0
<b>Classificatie</b>	Standaard



# Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
1.1	Aanleiding en achtergrond van het onderzoek	3
1.2	Onderzoeksvragen	3
1.3	Onderzoeksmethode en vragenlijstontwikkeling	3
1.4	Steekproef en respons	4
1.5	Leeswijzer	4
	Uitgelicht	5
2	Ervaringen en meningen over colportage	6
2.1	Algemeen	6
2.2	Ervaringen	9
2.2.1	Ervaringen deurverkopers	9
2.2.2	Ervaringen met gekochte producten of diensten	11
2.3	Perceptie van kwaliteit van producten of diensten	12
3	Verschillen tussen sectoren	13
4	Verschillen naar sociaaldemografische kenmerken	17
4.1	Hebt u wel eens een verkoper aan de deur gehad?	17
4.2	Hoe ervaarde u het contact met de verkoper(s)?	17
4.3	Het contact was/is meestal..	18
4.4	Hebt u wel eens een aanbod van een verkoper geaccepteerd?	19
4.5	Hoe tevreden was u over uw aankoop?	19
5	Conclusie	20
5.1	In welke mate wordt er overlast ervaren van deurverkoop?	20
5.2	In welke mate heeft men positieve ervaringen met deze wijze van verkoop?	20
5.3	Worden er verschillen ervaren tussen de sectoren?	20
5.4	In hoeverre speelt leeftijd een rol in de ervaring met deurverkoop?	20
5.5	Zijn consumenten op de hoogte van de kanalen waar men met klachten terecht kan?	21
Bijlage A	Vragenlijst	22



# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding en achtergrond van het onderzoek

De Autoriteit Consument & Markt (ACM) heeft behoefte aan onderzoek naar de percepties die bij het Nederlands publiek leven over colportage, om zo meer zicht te krijgen op hoe consumenten deurverkoop ervaren. Via het contact met consumenten krijgt de ACM met enige regelmaat berichten over de ervaringen met deurverkoop. Deze ervaringen van consumenten ziet de ACM graag gekwantificeerd door middel van onderzoek onder consumenten. In opdracht van de ACM heeft Centerdata een onderzoek uitgevoerd in het representatieve LISS panel om inzicht te krijgen in de publiekspercepties over colportage.

## 1.2 Onderzoeksvragen

Het doel van dit onderzoek is inzicht te krijgen in de publiekspercepties en ervaringen van consumenten over colportage aan de hand van verschillende vragen. Het onderzoek gaat in op de volgende vijf onderzoeksvragen:

1. In welke mate wordt er overlast ervaren van deurverkoop?
2. In welke mate heeft men positieve ervaringen met deze wijze van verkoop?
3. Worden er verschillen ervaren tussen de sectoren die gebruik maken van deurverkoop?
4. In hoeverre speelt leeftijd een rol in de ervaring met deurverkoop?
5. Zijn consumenten op de hoogte van de kanalen waar men met klachten terecht kan?

## 1.3 Onderzoeksmethode en vragenlijstontwikkeling

De ervaringen en percepties van consumenten over colportage zijn in kaart gebracht door een (online) vragenlijst voor te leggen aan panelleden uit het representatieve LISS panel. De vragenlijst is gezamenlijk door Centerdata en de gedragswetenschappers van de ACM ontwikkeld. Hierbij is enerzijds gelet op welke manier de onderzoeksvragen van de ACM zo goed mogelijk beantwoord konden worden. Anderzijds is er gelet op begrijpelijkheid van de vraagstelling, volledigheid van de antwoordopties, of de vragen meten wat ze beogen te meten (validiteit) en interne standaarden. Achtergrondgegevens van de panelleden zijn niet uitgevraagd omdat deze al beschikbaar zijn van de panelleden.

De vragenlijst is in begrijpelijke taal opgesteld. De regels voor B1 taalgebruik zijn hierbij gehanteerd.. Op B1 niveau begrijpen mensen teksten die hoofdzakelijk bestaan uit veelvoorkomende, alledaagse taal. Taalniveau B1 wordt door zo'n 80 procent van de bevolking begrepen en is daarom een goed niveau voor de vragenlijst waar het hier om gaat. Vuistregels voor dit taalniveau zijn onder meer het gebruik van korte zinnen, concreet woordgebruik en het vermijden van figuurlijk taalgebruik en metaforen.



## 1.4 Steekproef en respons

Het LISS panel bestaat in december 2021 uit ongeveer 4.500 huishoudens en 6.400 personen die uitgenodigd kunnen worden voor het invullen van de vragenlijst. Voor dit onderzoek is het van belang dat de steekproef een representatieve afspiegeling van de Nederlandse bevolking vormt en dat er in het rapport speciale aandacht uitgaat naar de groep mensen van 65 jaar en ouder. Deze groep vormt bijna een kwart van de Nederlandse samenleving. Om dit te realiseren is de vragenlijst voorgelegd aan een totale netto steekproef van minimaal 1.600 panelleden. Hiermee konden ook betrouwbare uitspraken gedaan worden over de groep 65-plussers. Uit het LISS panel is een willekeurige steekproef getrokken van panelleden van 18 jaar en ouder. Daarbij zijn thuiswonende van 18 jaar en ouder uitgesloten.

In december 2021 is de vragenlijst met de titel "Verkopers aan de deur" voorgelegd aan 2.240 panelleden van het representatieve LISS panel en 1.788 respondenten vulden de vragenlijst in. Dit is een respons van 79,8%. Deze respons ligt hoger dan verwacht. Van deze 1.788 respondenten hebben 39 respondenten (2,2%) nog nooit gehoord over verkoop aan de deur. Deze respondenten doen niet mee in het vervolg van het onderzoek. De specifieke veldwerkperiode betrof 6 december 2021 tot en met 28 december 2021.

## 1.5 Leeswijzer

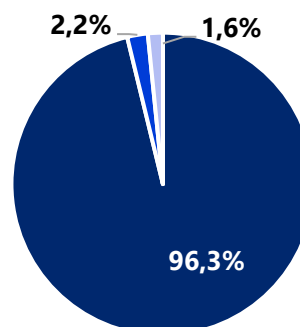
Na deze inleiding volgt de 'Uitgelicht' sectie waarbij eerste inzichten grafisch worden weergegeven. Hoofdstuk 2 gaat vervolgens in op de algemene ervaringen met deurverkoop. In hoofdstuk 3 kijken we of de ervaringen verschillen tussen de sectoren die gebruik maken van deurverkoop. De verschillende ervaringen van mensen met verschillende achtergrondkenmerken, zoals leeftijd, komen in het vierde hoofdstuk aan bod. Tot slot bevat hoofdstuk 5 de conclusies.



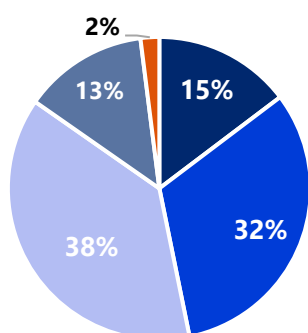
## Uitgelicht

Bijna alle respondenten hebben gehoord over verkoop aan de deur.

- Ja, van gehoord
- Nee, niet van gehoord
- Ik weet het niet

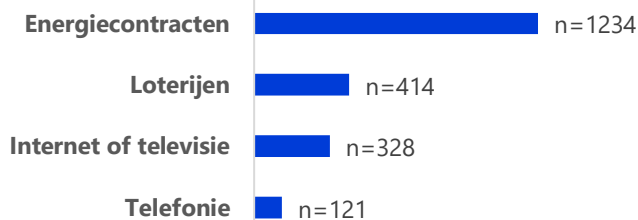


- Nooit
- Zelden
- Soms
- Regelmatig
- Vaak

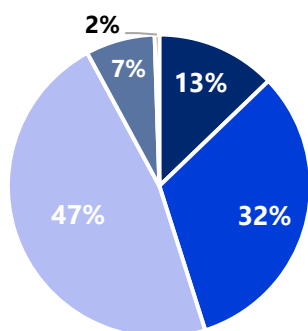


Veel respondenten krijgen er mee te maken: 53% heeft wel eens een verkoper aan de deur. Minder dan de helft van de respondenten heeft zelden tot nooit verkopers aan de deur.

Energiecontracten hebben respondenten verreweg het meest aangeboden gekregen.



- Zeer negatief
- Negatief
- Neutraal
- Positief
- Zeer positief



45% ervaart het contact met een deurverkoper als (zeer) negatief, slechts 9% ervaart het contact als (zeer) positief.



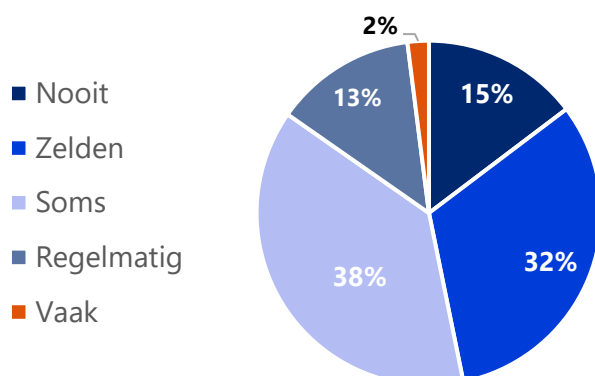
## 2 Ervaringen en meningen over colportage

### 2.1 Algemeen

Allereerst is gevraagd of respondenten wel eens gehoord hebben over verkoop aan de deur. Veruit de meeste respondenten (96,3%,  $n = 1721$ ) hebben hier wel eens van gehoord. Een kleine groep heeft hier nog nooit van gehoord (2,2%,  $n = 39$ ) of weet het niet (1,6%,  $n = 28$ ). De groep die nog nooit gehoord heeft over verkoop aan de deur is uitgesloten van verdere deelname aan het onderzoek.

Om een beeld te krijgen van de omvang van deurverkoop, is gevraagd of respondenten wel eens een verkoper aan de deur hebben gehad. Hierbij is vermeld dat met deurverkoop geen verkoop van kinderpostzegels of collectes wordt bedoeld, maar dat het bijvoorbeeld gaat om abonnementen voor loterijen, internetaanbieders of energiecontracten. Iets minder dan de helft van de respondenten heeft zelden tot nooit verkopers aan de deur (46,8%,  $n = 818$ ), 37,9% ( $n = 663$ ) soms en 15,3% ( $n = 267$ ) regelmatig tot vaak. De groep die nog nooit een verkoper aan de deur heeft gehad is uitgesloten van verdere deelname aan het onderzoek.

*Figuur 2.1: Heeft u zelf wel eens een verkoper aan de deur gehad?*



#### *Meeste ervaringen met deurverkoop gaan over energiecontracten*

Bij de vraag wat er dan werd aangeboden of verkocht kwam naar voren dat respondenten energiecontracten verreweg het meest aangeboden krijgen; 82,9% ( $n = 1234$ ) van de respondenten heeft wel eens een energiecontract aangeboden gekregen, gevolgd door loterijen (27,8%,  $n = 414$ ) en internet of televisie (22,0%,  $n = 328$ ). Telefonie wordt het minst vaak aangeboden (8,1%,  $n = 121$ ). Respondenten konden meerdere antwoorden selecteren. Bij de keuzemogelijkheid 'Anders' komt het vaakst (7,3%,  $n = 27$ ) een donateurschap of abonnement voor goede doelen terug. Deze groep is te klein om verder verdiepend te analyseren.

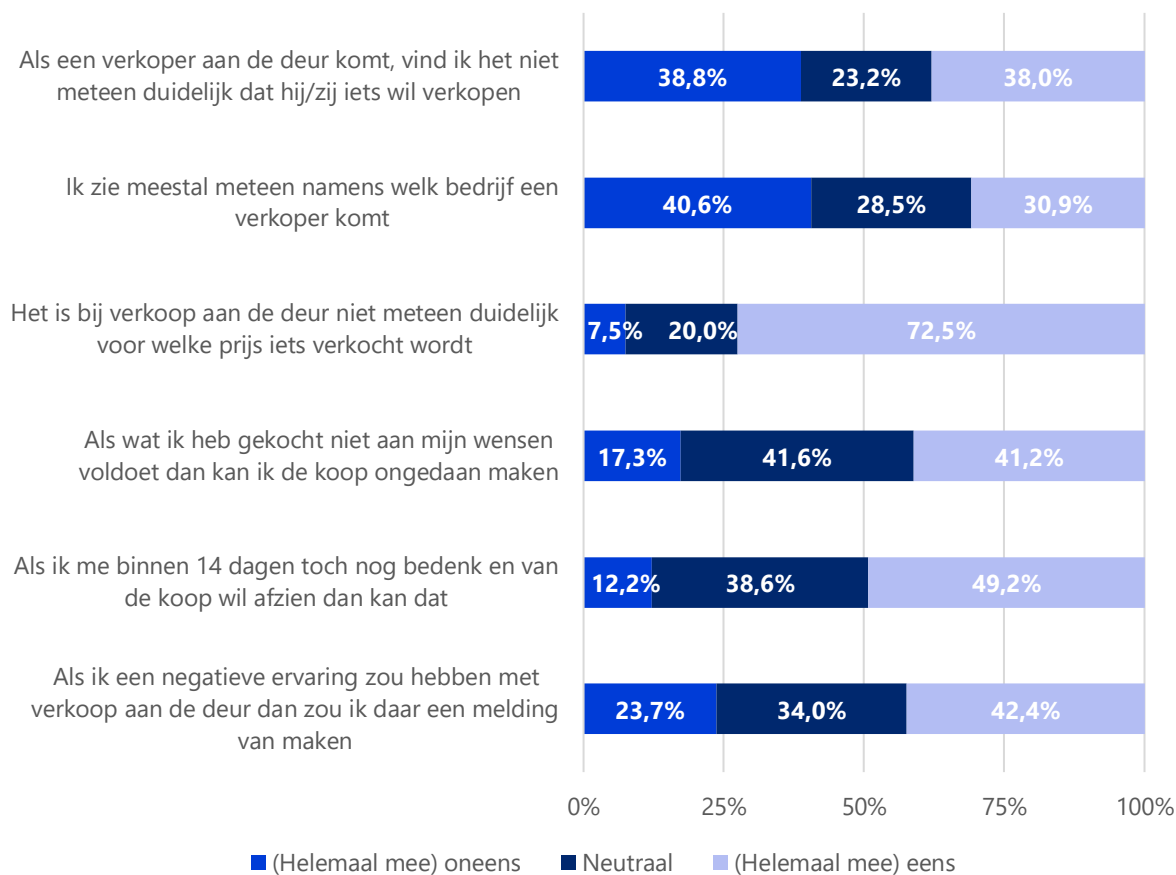
Voor het merendeel van de respondenten (53,2%,  $n = 791$ ) was het duidelijk tot heel duidelijk namens welke organisatie de deurverkoper een aanbod deed. Voor 23,0% ( $n = 343$ ) was dit (heel) onduidelijk. Hierbij is vermeld dat mensen uit moesten gaan van hun meest recente ervaring met een verkoper.



Ruim 15% ( $n = 272$ ) heeft een sticker of bord bij de voordeur waar op staat dat er geen interesse is in deurverkoop. Van de mensen met een sticker of bord bij de voordeur, heeft 38,6% ( $n = 105$ ) de indruk dat deze boodschap *niet* gerespecteerd wordt.

Aan de respondenten is een aantal algemene stellingen voorgelegd over colportage. Hieruit kwam het volgende naar voren:

*Figuur 2.2: In hoeverre ben u het eens met de volgende stellingen?*



We zien dat het voor 72,5% ( $n = 1076$ ) van de mensen *niet* meteen duidelijk is voor welke prijs iets wordt verkocht. Slechts voor een kleine groep (7,5%,  $n = 111$ ) is dit wel meteen duidelijk. Daarnaast is te zien dat 17,3% ( $n = 256$ ) aangeeft dat ze denken dat de koop *niet* ongedaan gemaakt kan worden als wat zij gekocht hebben niet aan hun wensen voldoet. 12,2% ( $n = 182$ ) geeft aan dat ze denken dat ze *niet* van de koop kunnen afzien als ze binnen 14 dagen van gedachten veranderen.



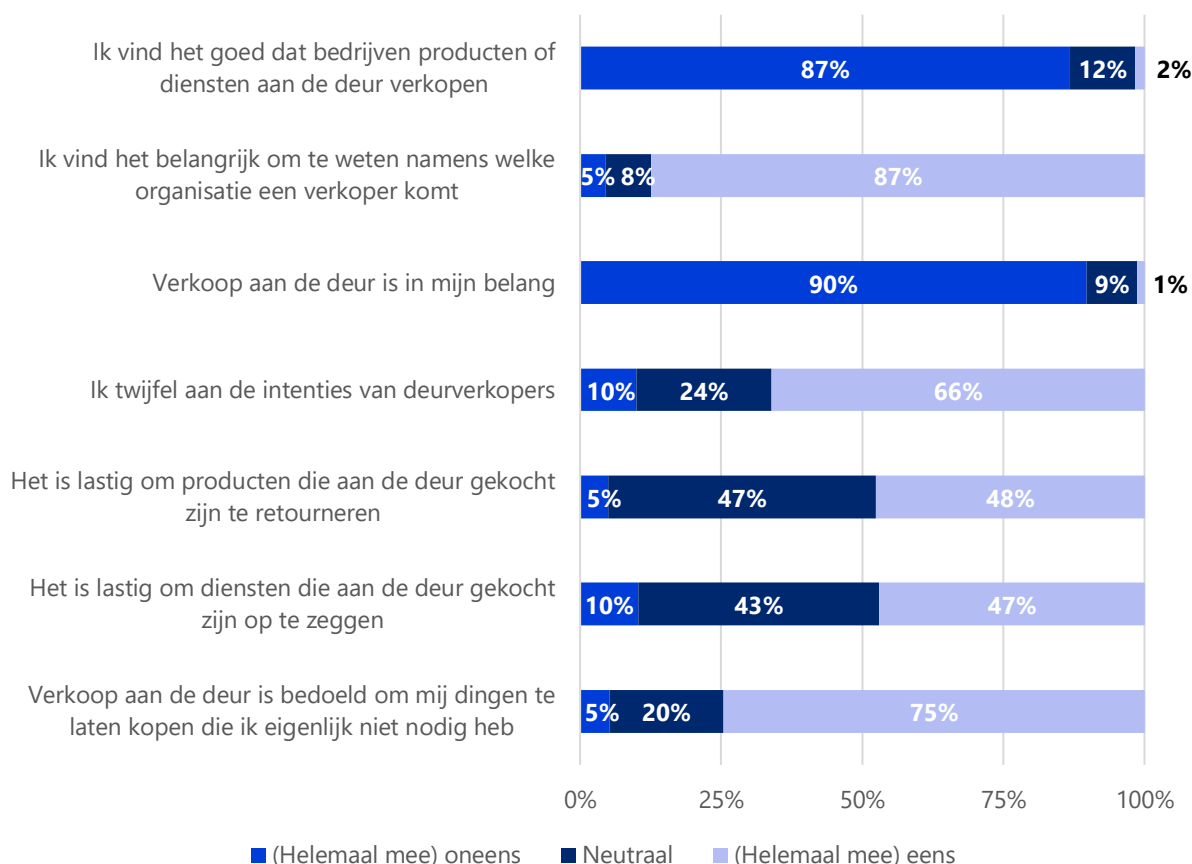
### Mensen zouden negatieve ervaringen vooral melden bij bedrijf zelf

Bijna een kwart van de mensen (23,7%,  $n = 351$ ) geeft aan *geen* melding te maken van een negatieve ervaring met deurverkoop. 42,4% ( $n = 629$ ) zou wel een melding maken. Aan de mensen die hebben aangegeven dat ze een melding zouden maken bij een negatieve ervaring met deurverkoop, is gevraagd waar ze dan een negatieve ervaring zouden melden. De meeste mensen geven aan dit te zullen melden bij het desbetreffende bedrijf zelf (52,0%,  $n = 327$ ). Een enkeling noemt de ACM (1,6%,  $n = 10$ ) of de consumentenbond/een consumentenorganisatie (6,4%,  $n = 40$ ). Ook worden de politie (13,0%,  $n = 82$ ), de gemeente (2,9%,  $n = 18$ ) en een programma zoals Kassa of Radar (2,5%,  $n = 16$ ) of de ombudsman (1,6%,  $n = 10$ ) genoemd, vaak als tweede stap ná het melden bij de desbetreffende organisatie. Ongeveer 10% geeft aan (nu) niet te weten waar ze dit zouden melden.

### Algemeen negatief beeld van verkoop aan de deur

De volgende set stellingen ging onder andere over mogelijke voordelen en nadelen die mensen kunnen ervaren van verkoop aan de deur. Uit de antwoorden komt een tamelijk negatief beeld van verkoop aan de deur naar voren. Figuur 2.3 laat zien dat bijna 90% het niet goed vindt dat bedrijven aan de deur verkopen. Ook vindt 90% verkoop aan de deur niet in hun eigen belang. Twee derde twijfelt ook aan de bedoelingen van verkopers aan de deur en drie kwart vindt dat verkoop aan de deur bedoeld is om mensen dingen te laten kopen die ze niet nodig hebben.

Figuur 2.3: In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen?

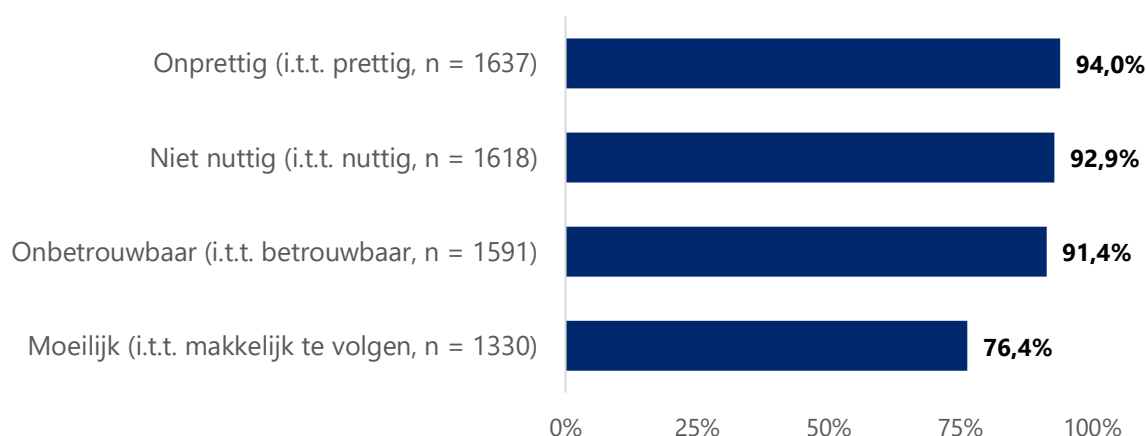






Verder gevraagd naar hun mening over verkopen aan de deur, heeft de overgrote meerderheid een negatieve mening. Mensen vinden verkopen aan de deur niet nuttig, onprettig en onbetrouwbaar en in iets mindere mate ook moeilijk te volgen.

*Figuur 2.4: Wat vindt u van verkoop aan de deur*



Vervolgens is gevraagd of mensen iets zouden willen veranderen aan verkoop aan de deur waar 55,9% ( $n = 972$ ) bevestigend op antwoordt. Op de vraag wat men dan zou willen veranderen wordt door de meesten (83,0%,  $n = 807$ ) geantwoord met 'colportage in zijn totaliteit verbieden of afschaffen'.

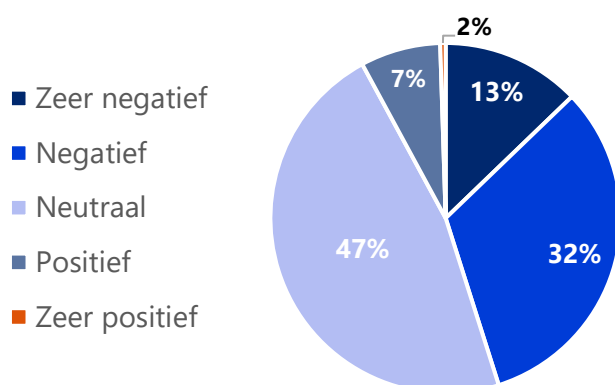
## 2.2 Ervaringen

### 2.2.1 Ervaringen deurverkopers

Om een beter beeld te krijgen van de ervaringen van het Nederlands publiek met colportage, is allereerst gevraagd hoe respondenten het contact met deurverkoper(s) ervaren. Hierbij is vermeld dat ze uit moeten gaan van hun meest recente ervaring met een verkoper. Iets minder dan de helft van de respondenten (45,1%,  $n = 672$ ) ervoer het contact met de verkoper(s) als negatief, waarvan 12,8% ( $n = 191$ ) het ervoer als zéér negatief. 7,9% ( $n = 117$ ) ervoer het contact als (zeer) positief en 47,0% ( $n = 700$ ) zit er neutraal in.

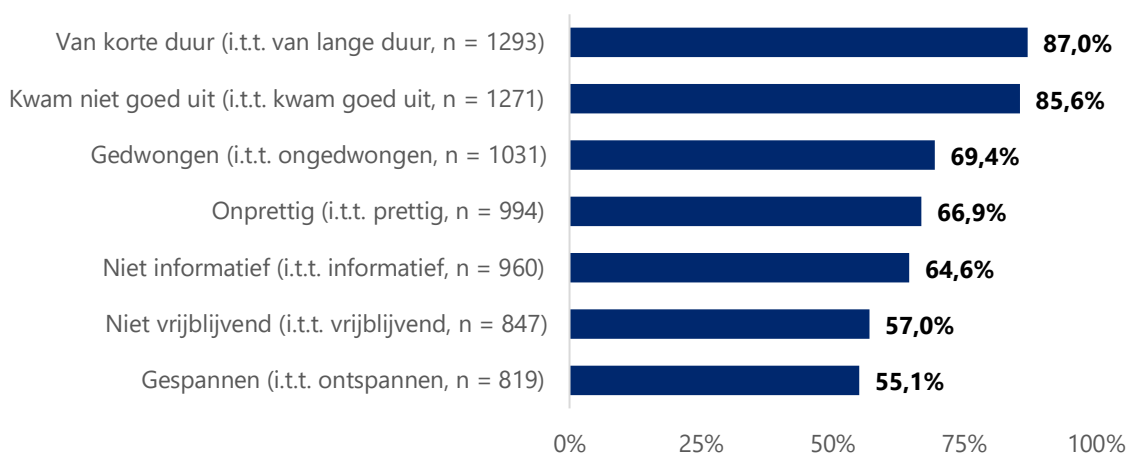


Figuur 2.5: Hoe ervaarde u het contact met de verkoper(s)?



Aan de respondenten is vervolgens gevraagd of ze hun ervaringen konden toelichten aan de hand van vervolgvragen. Hieruit kwam het volgende naar voren:

Figuur 2.6: Het contact was/is meestal..



Aan de respondenten die het contact met de verkoper(s) als (zeer) negatief hebben ervaren, is gevraagd of zij dit ergens gemeld hebben of aangifte hebben gedaan. Slechts 4,5% ( $n = 30$ ) geeft aan hier een melding van te hebben gemaakt of aangifte te hebben gedaan. Bij de vraag *waar* zij dit dan hebben gemeld of aangifte hebben gedaan, wordt het vaakst (60%,  $n = 18$ ) 'bij het betreffende bedrijf' genoemd. Bij de vraag *waarover* zij een melding of aangifte hebben gedaan wordt genoemd: Agressie of intimidatie, bedrog, doordrammen of het simpelweg niet op prijs stellen van colportage.

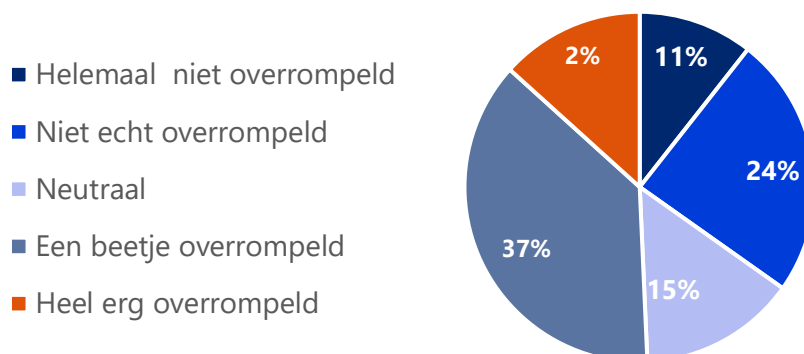
Naast de vraag of respondenten hun meest recente ervaring met deurverkoop als positief of negatief hebben ervaren, zijn er meerdere vragen gesteld over hun meest recente ervaring met deurverkoop.

- Op de vraag of het voor hen duidelijk was hoeveel zij zouden gaan betalen voor het product of de dienst, geeft 70,7% ( $n = 1051$ ) aan het aanbod *niet* aantrekkelijk te hebben gevonden.
- Bij de vraag of het voor hen duidelijk was hoeveel ze zouden gaan betalen voor het product of de dienst, geeft 46,5% ( $n = 691$ ) aan dat het (heel) onduidelijk was hoeveel ze zouden gaan betalen voor het product of de dienst. Voor 21,6% ( $n = 320$ ) was dit (heel) duidelijk.



Het nipte merendeel (50,7%,  $n = 753$ ) voelde zich wel eens overrompeld door een verkoper aan de deur. 13,3% ( $n = 198$ ) hiervan voelde zich wel eens 'heel erg' overrompeld.

*Figuur 2.7: Voelt u zich wel eens overrompeld door een verkoper aan de deur?*



### 2.2.2 Ervaringen met gekochte producten of diensten

Een kleine groep van 17,8% ( $n = 265$ ) heeft wel eens een aanbod van een deurverkoper geaccepteerd. Als mensen daar achteraf op terugkijken zien we gemengde ervaringen. Drie op de tien ( $n = 80$ ) is achteraf (heel) ontevreden over de aankoop, 43,8% ( $n = 116$ ) is (heel) tevreden over de aankoop.

- 26,0% ( $n = 69$ ) denkt dat hij/zij een (zeer) slechte prijs heeft betaald voor het gekochte product of de dienst en 34,3% ( $n = 91$ ) denkt juist een (zeer) goede prijs betaald te hebben.
- 14,0% ( $n = 37$ ) denkt dat zij een kwalitatief (zeer) slecht product of dienst gekregen hebben en ruim een derde (36,6%,  $n = 97$ ) denkt dat het product of de dienst van (zeer) goede kwaliteit was. 49,4% ( $n = 131$ ) kijkt neutraal naar de kwaliteit.

Van de groep mensen die wel eens een aanbod van een deurverkoper hebben geaccepteerd, vond 36,2% ( $n = 96$ ) het lastig om nee te zeggen tegen de verkoper en 9,8% ( $n = 26$ ) vond dit zelfs *heel* lastig. 62,7% ( $n = 166$ ) ervaarde druk van de verkoper om ja te zeggen. 20,4% ( $n = 54$ ) ervaarde zelfs (heel) veel druk.

De aankoop van het product of de dienst heeft het vertrouwen in het bedrijf eerder (heel) negatief beïnvloed (32,5%,  $n = 86$ ) dan (heel) positief (15,5%,  $n = 41$ ).



## 2.3 Perceptie van kwaliteit van producten of diensten

Om een beter beeld te krijgen van de percepties en ervaringen van het Nederlands publiek omtrent colportage, is daarnaast gevraagd hoe men in het algemeen aankijkt tegen de producten of diensten die worden verkocht aan de deur. Dan zien we dat bijna niemand verwacht dat producten of diensten die aan de deur verkocht worden beter of goedkoper zijn dan in de winkel of online. Ruim 40% verwacht dat deze juist slechter of duurder zijn dan in de winkel of online.

### Producten of diensten die aan de deur verkocht worden lijken me:

- |   |                     |
|---|---------------------|
| • Kwalitatief slechter dan in de winkel of online | 45,7% ( $n = 795$ ) |
| • Even goed                                       | 54,0% ( $n = 941$ ) |
| • Kwalitatief beter dan in de winkel of online    | 0,3% ( $n = 5$ )    |

### Producten of diensten die aan de deur verkocht worden lijken me:

- |  |                     |
|--|---------------------|
| • Duurder dan in de winkel of online   | 48,9% ( $n = 850$ ) |
| • Even duur                            | 45,6% ( $n = 794$ ) |
| • Goedkoper dan in de winkel of online | 5,5% ( $n = 96$ )   |

Bijna iedereen (95,0%,  $n = 1653$ ) geeft aan dat de kans dat hij/zij in de toekomst iets aan de deur zal kopen klein is. Van deze groep respondenten geeft 83,1% ( $n = 1446$ ) zelfs aan dat de kans *zeer* klein is. Slechts enkele mensen (0,3%,  $n = 4$ ) zeggen dat de kans (zeer) groot is dat zij in de toekomst iets aan de deur zullen kopen.



### 3 Verschillen tussen sectoren

Respondenten krijgen energiecontracten verreweg het meest aangeboden (82,9%,  $n = 1234$ ), gevolgd door loterijen (27,8%,  $n = 414$ ), internet of televisie (22,0%,  $n = 328$ ) en telefonie (8,1%,  $n = 121$ ). Bij de vraag wat er bij respondenten werd aangeboden of verkocht bij eerdere deurverkopen, waren meerdere antwoorden mogelijk. De antwoordmogelijkheid 'anders' wordt in dit hoofdstuk verder buiten beschouwing gelaten.

In dit hoofdstuk kijken we naar bovengenoemde sectoren: worden er verschillen ervaren tussen sectoren die gebruik maken van deurverkoop? Om wat te kunnen zeggen over de verschillen in sectoren nemen we in dit hoofdstuk alleen de antwoorden van respondenten mee die ervaring hebben met één sector (i.e. één antwoord hebben geselecteerd bij de vraag 'Wat werd er dan aangeboden / verkocht?'). Op deze manier kunnen we de vervolgvragen omtrent meningen en ervaringen van deurverkoop linken aan de desbetreffende sector. 789 (53,0%) respondenten hebben één sector geselecteerd. Binnen deze groep respondenten heeft het ruime merendeel wel eens energiecontracten aangeboden gekregen (85,8%,  $n = 677$ ). Internet of televisie en met name loterijen en telefonie zijn (sterk) ondervertegenwoordigd. Omdat de omvang van de groepen die met één sector te maken hadden zo sterk verschilt en het bij internet of televisie, loterij en telefonie om kleine groepen gaat, is het toetsen van statistisch significante verschillen tussen sectoren minder zinvol. Dit hoofdstuk is daarom beschrijvend van aard. Daarnaast zijn de sectoren internet of televisie (4,2%,  $n = 33$ ) en telefonie (0,9%,  $n = 7$ ) samengevoegd omdat slechts een kleine groep respondenten hier ervaring mee heeft en beide sectoren vergelijkbare producttypes aanbieden.

Tabel 3.1: Verdeling sectoren bij respondenten die één antwoord hebben gegeven

	Energiecontract	Internet of Televisie & Telefonie	Loterij
Aantal respondenten	85,8% ( $n = 677$ )	5,1% ( $n = 40$ )	9,1% ( $n = 72$ )



Bij onderstaande vervolgvragen werd vermeld dat de respondenten uit moesten gaan van hun meest recente ervaring met een deurverkoper. Voor ongeveer de helft van de respondenten was duidelijk namens welke organisatie de verkoper aan de deur kwam.

Tabel 3.2: Was het voor u duidelijk namens welke organisatie de verkoper het aanbod deed?

	Energiecontract	Internet of Televisie & Telefonie	Loterij
<b>Heel onduidelijk</b>	7,2% (n = 49)	5,0% (n = 2)	5,6% (n = 4)
<b>Onduidelijk</b>	16,7% (n = 113)	17,5% (n = 7)	22,2% (n = 16)
<b>Neutraal</b>	23,8% (n = 161)	27,5% (n = 11)	18,1% (n = 13)
<b>Duidelijk</b>	48,0% (n = 325)	40,0% (n = 16)	50,0% (n = 36)
<b>Heel duidelijk</b>	4,3% (n = 29)	10,0% (n = 4)	4,2% (n = 3)

Mensen vonden zelden een aanbod aantrekkelijk, van welke sector dit ook afkomstig was.

Tabel 3.3: Vond u het aanbod aantrekkelijk?

	Energiecontract	Internet of Televisie & Telefonie	Loterij
<b>Ja</b>	7,2% (n = 49)	12,5% (n = 5)	7,0% (n = 5)
<b>Nee</b>	66,8% (n = 452)	62,5% (n = 25)	81,7% (n = 58)
<b>Ik weet het niet</b>	26,0% (n = 176)	25,0% (n = 10)	11,3% (n = 8)



Het contact met de verkopers werd door bijna de helft van de respondenten als (zeer) negatief ervaren en dat beeld zien we bij alle sectoren terug. Alleen wanneer deelname aan een loterij werd aangeboden, lijken mensen het contact iets minder negatief te ervaren. Vanwege de kleine groepen is dit verschil niet significant.

Tabel 3.4: Hoe ervaarde u het contact met de verkopers?

	Energiecontract	Internet of Televisie & Telefonie	Loterij
<b>Zeer negatief</b>	13,7% (n = 93)	10,0% (n = 4)	9,7% (n = 7)
<b>Negatief</b>	32,5% (n = 220)	35,0% (n = 14)	18,1% (n = 13)
<b>Neutraal</b>	47,6% (n = 322)	45,0% (n = 18)	65,3% (n = 47)
<b>Positief</b>	5,9% (n = 40)	5,0% (n = 2)	6,9% (n = 5)
<b>Zeer positief</b>	0,3% (n = 2)	5,0% (n = 2)	0,0% (n = 0)

Tabel 3.5: Het contact was/is meestal.. (1-10)

	Gemiddelde score (1-10 schaal)		
	Energiecontract (n = 677)	Internet of Televisie & Telefonie (n = 40)	Loterij (n = 72)
<b>Prettig</b>	4,5	4,4	4,9
<b>Van lange duur</b>	3,0	3,3	3,2
<b>Ongedwongen</b>	4,5	5,1	4,5
<b>Kwam goed uit</b>	3,5	3,8	3,4
<b>Ontspannen</b>	5,2	5,8	5,3
<b>Vrijblijvend</b>	5,2	5,3	5,2
<b>Informatief</b>	4,6	4,6	4,7



Van de 789 respondenten, ervoer 351 (44,5%) het contact met de deurverkoper(s) als (zeer) negatief. Voor respondenten met een (zeer) negatieve ervaring, is een vervolgvraag gesteld of zij deze negatieve ervaring ergens gemeld hebben of aangifte hebben gedaan. In totaal hebben 11 respondenten dit gemeld. Daarbij ging het in alle gevallen om een ervaring met de verkoop van een energiecontract.

*Tabel 3.6: U gaf aan dat u het contact met de verkoper(s) niet positief hebt ervaren. Hebt u dit ergens gemeld of aangifte gedaan?*

	Energiecontract	Internet of Televisie & Telefonie	Loterij
<b>Ja</b>	3,5% (n = 11)	0,0% (n = 0)	0,0% (n = 0)
<b>Nee</b>	96,5% (n = 302)	100,0% (n = 18)	100,0% (n = 20)





## 4 Verschillen naar sociaaldemografische kenmerken

De ervaringen met deurverkoop kunnen verschillen naar bijvoorbeeld leeftijd of opleidingsniveau. In dit hoofdstuk gaan we na in hoeverre specifieke groepen deurverkoop verschillend ervaren en percipiëren. Ook kijken we of er verschillen zijn in de mate waarmee specifieke groepen te maken hebben gehad met colportage. De volgende sociaaldemografische kenmerken worden belicht:

- Leeftijd (18-34, 35-49, 50-64 en 65+)<sup>1</sup>
- Geslacht (man, vrouw)
- Opleiding (laag en gemiddeld opgeleid, hoogopgeleid)
- Stedelijkheid ((zeer) sterk stedelijk, matig stedelijk, weinig/niet stedelijk)<sup>2</sup>

### 4.1 Hebt u wel eens een verkoper aan de deur gehad?

Bijna 15% (n = 247) van de respondenten heeft nog nooit een verkoper aan de deur gehad. Interessant is nu om te kijken of dit een specifieke groep is. Kijkend naar leeftijd, geslacht, opleiding en stedelijkheid is er alleen bij leeftijd een significant verschil tussen de groep die nog nooit een verkoper aan de deur heeft gehad en de andere groepen. De jongste (18-34 jaar) en de oudste (65 jaar en ouder) leeftijdsgroep hebben vaker dan de andere twee leeftijdsgroepen nog nooit een verkoper aan de deur gehad. Thuiswonende kinderen konden niet participeren in dit onderzoek zodat alle respondenten van 18 jaar of ouder in hun eigen huishouden een verkoper aan de deur kunnen hebben gehad.

Tabel 4.1: Hebt u zelf wel eens een verkoper aan de deur gehad? (Gesplitst naar leeftijd)

	18-34 jaar (n = 200)	35-49 jaar (n = 376)	50-64 jaar (n = 522)	65+ jaar (n = 650)
<b>Nooit</b>	24,0%	10,4%	11,1%	17,2%
<b>Zelden</b>	32,0%	27,9%	31,8%	34,8%
<b>Soms</b>	30,5%	43,4%	42,0%	33,9%
<b>Regelmatig</b>	12,0%	14,9%	13,2%	12,8%
<b>Vaak</b>	1,5%	3,5%	1,9%	1,4%

Significant verschil tussen leeftijdsgroepen ( $X^2 = 44.9703$  ( $p < .001$ ))

### 4.2 Hoe ervaren u het contact met de verkoper(s)?

Ook de ervaring van het contact met verkopers aan de deur kan verschillen. Voor deze vraag naar de ervaring zijn de vijf antwoorden (zeer negatief, negatief, neutraal, positief en zeer positief) teruggebracht naar drie categorieën: (zeer) negatief, neutraal en (zeer) positief. Kijkend naar leeftijd,

<sup>1</sup> Categorieën gemaakt aan de hand van variabele 'leeftijd' in de dataset

<sup>2</sup> De vijf categorieën van de variabele 'stedelijkheid' in de dataset teruggebracht naar drie:

> (Zeer) sterk stedelijk = zeer sterk stedelijk + sterk stedelijk

> Weinig/niet stedelijk = weinig stedelijk + niet stedelijk



geslacht, opleiding en stedelijkheid is er zowel bij geslacht als bij stedelijkheid een significant verschil tussen de groepen zichtbaar (Tabel 4.2 en 4.3). Er is dus geen verschil in ervaring tussen verschillende leeftijdsgroepen en mensen met een verschillende opleiding.

Tabel 4.2: Hoe ervaarde u het contact met de verkoper(s)? (Gesplitst naar geslacht)

	Man (n = 714)	Vrouw (n = 775)
<b>(Zeer) negatief</b>	48,9%	41,7%
<b>Neutraal</b>	45,1%	48,8%
<b>(Zeer) positief</b>	6,0%	9,6%

Significant verschil tussen geslacht ( $X^2 = 11.2195$  ( $p < 0.05$ ))

Tabel 4.3: Hoe ervaarde u het contact met de verkoper(s)? (Gesplitst naar stedelijkheid)

	(Zeer) sterk stedelijk (n = 606)	Matig stedelijk (n = 279)	Weinig/niet stedelijk (n = 599)
<b>(Zeer) negatief</b>	46,2%	47,7%	42,7%
<b>Neutraal</b>	43,9%	47,0%	50,3%
<b>(Zeer) positief</b>	9,9%	5,4%	7,0%

Significant verschil tussen stedelijkheid ( $X^2 = 9.8324$  ( $p < 0.05$ ))

Kijkend naar geslacht ervaarden mannen het contact met verkopers aan de deur overwegend negatiever dan vrouwen. Respondenten uit een stedelijk(er) gebied ervaarden het contact eerder (zeer) negatief dan respondenten uit een weinig/niet stedelijk gebied. Mogelijke verklaring kan zijn dat deurverkoop vaker voorkomt in stedelijke gebieden, waardoor men er eerder negatief naar gaat kijken ('overkill'). Echter, zoals we in de vorige sectie zagen, is er *geen* significant verschil tussen de drie stedelijkheid-groepen op de vraag 'Hebt u zelf wel eens een verkoper aan de deur gehad?'.

### 4.3 Het contact was/is meestal..

Respondenten konden hun (zeer) negatieve, neutrale of (zeer) positieve ervaring toelichten aan de hand van de vervolgvraag 'Het contact was/is meestal..'. Deze vraag betreft 7 sub-vragen die elk te beantwoorden zijn op een 10-punts schaal. Hieruit blijkt niet dat vrouwen of ouderen het contact negatiever ervaren, zoals wellicht van te voren werd gedacht.



#### 4.4 Hebt u wel eens een aanbod van een verkoper geaccepteerd?

Hier kijken we of mensen wel eens iets aan de deur gekocht hebben en dus een aanbod van een verkoper hebben geaccepteerd. Daar zien we geen verschil tussen mannen en vrouwen, naar stedelijkheid of naar opleidingsniveau (niet in tabel). Wel zien we bij leeftijd een statistisch significant verschil. De groep tussen de 35 en 50 jaar heeft vaker een aanbod van een verkoper aan de deur geaccepteerd dan de andere groepen.

Tabel 4.4: Hebt u wel eens een aanbod van een verkoper geaccepteerd? (Gesplitst naar leeftijd)

	18-34 jaar (n = 150)	35-49 jaar (n = 336)	50-64 jaar (n = 463)	65+ jaar (n = 536)
<b>Ja</b>	10,7%	24,4%	17,1%	16,4%
<b>Nee</b>	89,3%	75,6%	82,9%	83,6%

Significant verschil tussen leeftijdsgroepen ( $X^2 = 16.0720$  ( $p < 0.05$ ))

#### 4.5 Hoe tevreden was u over uw aankoop?

Aan de respondenten die wel eens een aanbod van een verkoper hebben geaccepteerd (17,8%  $n = 265$ ) is de vervolgvraag gesteld hoe tevreden zij waren over de aankoop. Voor deze vraag zijn de vijf categorieën (heel erg ontevreden, ontevreden, neutraal, tevreden en heel erg tevreden) teruggebracht naar drie categorieën: (heel erg) ontevreden, neutraal en (heel erg) tevreden. Wat betreft de tevredenheid met de aankoop zijn er geen significante verschillen gevonden tussen verschillende sociaal demografische kenmerken.



## 5 Conclusie

Het doel van dit rapport is om inzicht te geven in de ervaringen en percepties die bij het Nederlands publiek leven over colportage, aan de hand van vijf verschillende onderzoeksvragen.

### 5.1 In welke mate wordt er overlast ervaren van deurverkoop?

Als we vragen naar wat mensen vinden van verkopen aan de deur, zien we dat de overgrote meerderheid een negatieve mening heeft over deurverkoop. Mensen vinden het onprettig, niet nuttig, onbetrouwbaar en (in iets mindere mate) ook moeilijk te volgen. Als we concreet vragen naar ervaringen rondom deurverkoop, zien we wat mildere reacties: ongeveer evenveel mensen ervaren deurverkoop neutraal of (zeer) negatief. Dit neemt niet weg dat slechts een zeer klein gedeelte van de mensen een positieve ervaring heeft gehad met deurverkoop. Het merendeel van de mensen (55,9%) geeft aan iets te willen veranderen aan deurverkoop. Op de vraag wat men dan zou willen veranderen wordt door de meesten (83%) geantwoord met 'colportage in zijn totaliteit verbieden of afschaffen'.

### 5.2 In welke mate heeft men positieve ervaringen met deze wijze van verkoop?

Ervaringen waar naar gevraagd is in dit onderzoek, geven weer dat mensen zeer negatief kijken naar deurverkoop. Het lijkt erop dat er weinig positieve ervaringen zijn met verkopen aan de deur. Mensen verwachten ook niet dat producten of diensten die aan de deur verkocht worden beter of goedkoper zijn dan producten in de winkel of online. De mensen die wel eens wat aan de deur gekocht hebben, kijken hier achteraf wisselend op terug. Ongeveer 30% is achteraf niet tevreden over de kwaliteit en ruim een kwart denkt dat er teveel betaald is voor het product of de dienst. Meer dan een derde van de mensen vond het (heel) lastig om nee te zeggen tegen de verkoper. Meer dan zes op de tien mensen ervaarde druk van de verkoper om ja te zeggen en 20% ervaarde zelfs (heel) veel druk.

### 5.3 Worden er verschillen ervaren tussen de sectoren?

Omdat verreweg het meeste contact met verkoop aan de deur over energiecontracten gaat, is het moeilijk om de verschillen tussen sectoren statistisch te toetsen. De meeste ervaringen gaan dus over het aanbieden van energiecontracten aan de deur. Wat we zien is dat mensen zelden een aanbod aantrekkelijk vinden, van welke sector dit ook afkomstig is. Ook als we kijken naar het contact met verkopers, dat door bijna de helft van de mensen als (zeer) negatief ervaren wordt, zien we ook bij alle verschillende sectoren een (zeer) negatieve ervaring terug. Alleen wanneer deelname aan een loterij werd aangeboden, lijken mensen het contact iets minder negatief te ervaren. Vanwege de kleine groepen is dit verschil niet significant.

### 5.4 In hoeverre speelt leeftijd een rol in de ervaring met deurverkoop?

In leeftijd zijn minder verschillen zichtbaar dan wellicht van te voren verwacht. Ouderen ervaren deurverkoop niet (on)prettiger dan jongere respondenten.



## **5.5 Zijn consumenten op de hoogte van de kanalen waar men met klachten terecht kan?**

Op de vraag waar mensen een eventuele negatieve ervaring met deurverkoop zouden melden, geeft het merendeel aan 'bij het desbetreffende bedrijf zelf'. Een enkeling noemt de ACM of de consumentenbond/een consumentenorganisatie. Ook wordt de politie, gemeente, een programma zoals Kassa of Radar of de ombudsman genoemd, vaak als tweede stap ná het melden bij de desbetreffende organisatie. Ongeveer 10% geeft aan (nu) niet te weten waar ze dit zouden melden.

Aan mensen die het contact met deurverkoper(s) als (zeer) negatief hebben ervaren, is gevraagd of zij dit ergens gemeld hebben of aangifte hebben gedaan. Slechts een klein deel (4,5%) heeft dit ergens gemeld. Als we vragen naar een concrete melding of aangifte, zien we bij het merendeel 'bij het desbetreffende bedrijf zelf' terug. Een enkeling noemt politie of buurtpreventie, maar niemand noemt officiële instanties waar men met klachten terecht kan.



## Bijlage A Vragenlijst

---

all respondents

Deze vragenlijst gaat over verkopers die bij u aan de deur komen.

---

all respondents

v1

Hebt u wel eens gehoord over verkoop aan de deur?

1. Ja
2. Nee
3. Ik weet het niet

---

if (v1 = 1 or v1 = 3)

v2

Hebt u zelf wel eens een verkoper aan de deur gehad?

We bedoelen hiermee geen kinderpostzegels of collectes, maar bijvoorbeeld abonnementen voor loterijen, internetaanbieders of energiecontracten.

1. Nooit
2. Zelden
3. Soms
4. Regelmatig
5. Vaak

---

if (v2 > 1)

v3

Wat werd er dan aangeboden / verkocht?

Meerdere antwoorden mogelijk.

1. Energiecontract
2. Loterij
3. Internet of televisie
4. Telefonie
999. Anders, namelijk:

v3\_anders

---

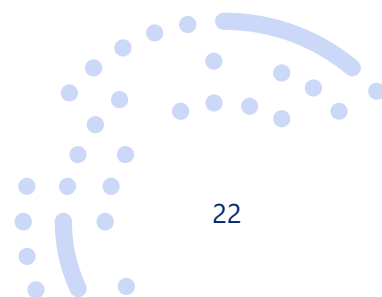
if (v2 > 1)

v30

Was het voor u duidelijk namens welke organisatie de verkoper het aanbod deed?

Gaat u bij deze en verdere vragen uit van uw meest recente ervaring met een verkoper.

1. Heel onduidelijk
2. Onduidelijk
3. Neutraal
4. Duidelijk
5. Heel duidelijk





---

if (v2 > 1)

v4

Hoe ervaarde u het contact met de verkoper(s)?

1. Zeer negatief
2. Negatief
3. Neutraal
4. Positief
5. Zeer positief

---

if (v2 > 1)

v5

Kunt u dit toelichten aan de hand van de volgende stellingen? (schaal 1-10)

*Als u ergens op de balk klikt verschijnt er een blokje. Dit blokje kunt u verplaatsen door het te verslepen of ergens anders op de balk te klikken.*

Het contact was/is meestal...

*Answer type: Slider*

*Categories: 1. Onprettig, 10. Prettig*

*Min: 1*

*Max: 10*

v6

*Answer type: Slider*

*Categories: 1. Van korte duur, 10. Van lange duur*

*Min: 1*

*Max: 10*

v7

*Answer type: Slider*

*Categories: 1. Gedwongen, 10. Ongedwongen*

*Min: 1*

*Max: 10*

v8

*Answer type: Slider*

*Categories: 1. Kwam niet goed uit, 10. Kwam goed uit*

*Min: 1*

*Max: 10*

v9

*Answer type: Slider*

*Categories: 1. Gespannen, 10. Ontspannen*

*Min: 1*

*Max: 10*

v10

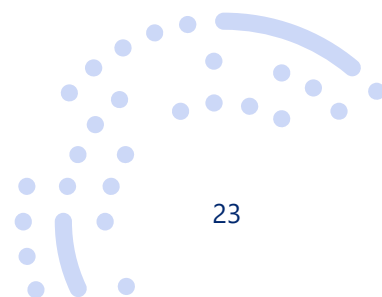
*Answer type: Slider*

*Categories: 1. Niet vrijblijvend, 10. Vrijblijvend*

*Min: 1*

*Max: 10*

---





v34

Answer type: Slider

Categories: 1. Niet informatief, 10. Informatief

Min: 1

Max: 10

---

if (v4 < 3 and v2 > 1)

v11

U gaf aan dat u het contact met de verkoper(s) niet positief hebt ervaren.

Hebt u dit ergens gemeld of aangifte gedaan?

1. Ja
2. Nee

v11\_open

Waar hebt u dit gemeld of aangifte gedaan?

---

if (v11 = 1)

v31

Waarover hebt u aangifte/een melding gedaan?

---

if (v2 > 1)

v12

Vond u het aanbod aantrekkelijk?

1. Ja
2. Nee
3. Ik weet het niet

---

if (v2 > 1)

v13

Was het duidelijk hoeveel u zou gaan betalen voor het product / dienst?

1. Heel onduidelijk
2. Onduidelijk
3. Neutraal
4. Duidelijk
5. Heel duidelijk

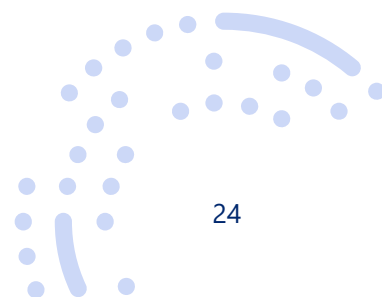
---

if (v2 > 1)

v14

Hebt u wel eens het aanbod van een verkoper geaccepteerd?

1. Ja
2. Nee







---

if (v14 = 1)

v15

Hoe tevreden was u over uw aankoop?

1. Heel erg ontevreden
2. Ontevreden
3. Neutraal
4. Tevreden
5. Heel erg tevreden

---

if (v14 = 1)

v16

Hebt u het idee dat u een goede prijs hebt betaald voor de aangeschafte dienst / het product?

1. Zeer slechte prijs
2. Slechte prijs
3. Neutraal
4. Goede prijs
5. Zeer goede prijs

---

if (v14 = 1)

v17

Hebt u het idee dat u een kwalitatief goede dienst / product hebt gekregen?

1. Zeer slechte kwaliteit
2. Slechte kwaliteit
3. Neutraal
4. Goede kwaliteit
5. Zeer goede kwaliteit

---

if (v14 = 1)

v18

Vond u het lastig om nee te zeggen tegen de verkoper?

1. Heel lastig
2. Lastig
3. Neutraal
4. Makkelijk
5. Heel makkelijk

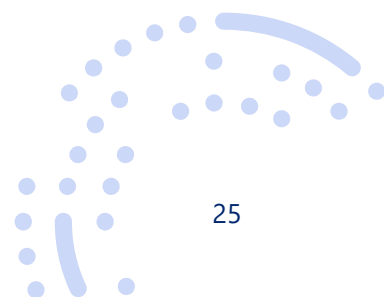
---

if (v14 = 1)

v19

Ervaarde u druk van de verkoper om ja te zeggen?

1. Helemaal geen druk
2. Een beetje druk
3. Neutraal
4. Veel druk
5. Heel veel druk





---

if (v14 = 1)

v20

Hoe heeft de aankoop uw vertrouwen in het bedrijf beïnvloed?

1. Heel negatief
2. Negatief
3. Neutraal
4. Positief
5. Heel positief

---

if (v2 > 1)

v32

Voelt u zich wel eens overrompeld door een verkoper aan de deur?

1. Helemaal niet overrompeld
2. Niet echt overrompeld
3. Neutraal
4. Een beetje overrompeld
5. Heel erg overrompeld

---

if (v2 > 1)

v21

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen?

v21\_1 Als er een verkoper aan de deur komt, vind ik het niet meteen duidelijk dat hij/zij iets wil verkopen

v21\_2 Ik zie meestal meteen namens welk bedrijf een verkoper komt

v21\_3 Het is bij verkoop aan de deur niet meteen duidelijk voor welke prijs iets verkocht wordt

v21\_4 Als wat ik heb gekocht niet aan mijn wensen voldoet dan kan ik de koop ongedaan maken

v21\_5 Als ik me binnen 14 dagen toch nog bedenken en van de koop wil afzien dan kan dat

v21\_6 Als ik een negatieve ervaring zou hebben met verkoop aan de deur dan zou ik daar een melding van maken

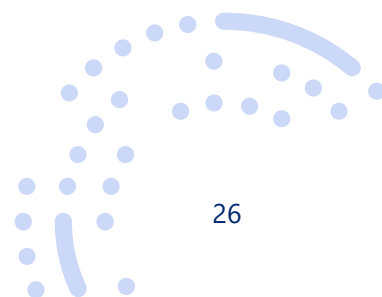
1. Helemaal mee oneens
2. Oneens
3. Neutraal
4. Eens
5. Helemaal mee eens

---

if (v21\_6 > 3)

v33

Waar zou u uw negatieve ervaring melden?





---

if (v1 = 1 or v1 = 3)

v22\_1

Wat vindt u van verkoop aan de deur?

*Als u ergens op de balk klikt verschijnt er een blokje. Dit blokje kunt u verplaatsen door het te verslepen of ergens anders op de balk te klikken.*

*Answer type: Slider*

*Categories: 1. Helemaal niet nuttig, 10. Nuttig*

*Min: 0*

*Max: 10*

v22\_2

*Answer type: Slider*

*Categories: 1. Heel onprettig, 10. Prettig*

*Min: 1*

*Max: 10*

v22\_3

*Answer type: Slider*

*Categories: 1. Heel moeilijk te volgen, 10. Heel makkelijk te volgen*

*Min: 1*

*Max: 10*

v22\_4

*Answer type: Slider*

*Categories: 1. Heel erg onbetrouwbaar, 10. Heel erg betrouwbaar*

*Min: 1*

*Max: 10*

---

if (v1 = 1 or v1 = 3)

v23

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen?

v23\_1 Ik vind het goed dat bedrijven producten of diensten aan de deur verkopen

v23\_2 Ik vind het belangrijk om te weten namens welke organisatie een verkoper komt

v23\_3 Verkoop aan de deur is in mijn belang

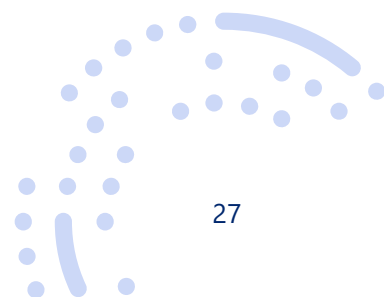
v23\_4 Ik twijfel aan de intenties van deurverkopers

v23\_5 Het is lastig om producten die aan de deur gekocht zijn te retourneren

v23\_6 Het is lastig om diensten die aan de deur gekocht zijn op te zeggen

v23\_7 Verkoop aan de deur is bedoeld om mij dingen te laten kopen die ik eigenlijk niet nodig heb

1. Helemaal mee oneens
2. Oneens
3. Neutraal
4. Eens
5. Helemaal mee eens





---

if (v1 = 1 or v1 = 3)

v24

Producten of diensten die aan de deur verkocht worden lijken me:

1. Kwalitatief slechter dan in de winkel of online
2. Even goed
3. Kwalitatief beter dan in de winkel of online

---

if (v1 = 1 or v1 = 3)

v25

Producten of diensten die aan de deur verkocht worden lijken me:

1. Duurder dan in de winkel of online
2. Even duur
3. Goedkoper dan in de winkel of online

---

if (v1 = 1 or v1 = 3)

v26

Hoe groot is de kans dat u in de toekomst iets aan de deur zal kopen?

1. Zeer klein
2. Klein
3. Neutraal
4. Groot
5. Zeer groot

---

if (v1 = 1 or v1 = 3)

v27

Zou u iets willen veranderen aan deur verkoop?

1. Ja
2. Nee

v27\_text

Wat zou u willen veranderen?

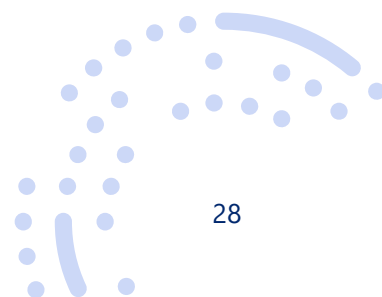
---

if (v1 = 1 or v1 = 3)

v28

Heeft u een sticker of bord bij de voordeur waar op staat dat u geen interesse hebt in deur verkoop?

1. Ja
2. Nee





---

if (v28 = 1)

v29

Zo ja, heeft u de indruk dat die boodschap wordt gerespecteerd?

1. Helemaal wel gerespecteerd
2. Oneens
3. Neutraal
4. Eens
5. Helemaal niet gerespecteerd

---

Hebt u nog opmerkingen over deze vragenlijst?

---

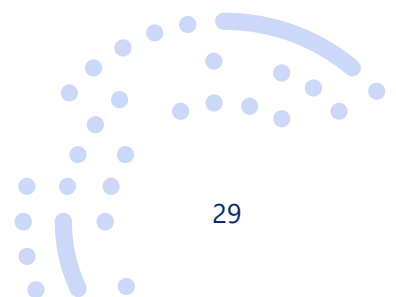
Page 32

if (v1 = 2)

{onbekend}

Helaas, deze vragenlijst is niet voor u geschikt.

Klikt u op verder om de vragenlijst af te sluiten.





**Centerdata**

Postbus 90153  
5000 LE Tilburg

+31 (0)13 206 3500  
info@centerdata.nl

**Contactpersoon**

Maarten Streefkerk

+31 (0)13 206 3581

Maarten.streefkerk@centerdata.nl

centerdata.nl